

**Α.Τ.Ε.Ι. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ  
ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ  
ΛΥΣΕΙΣ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΔΗΜΟΥ ΕΙΡΗΝΗ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΤΡΑΧΑΛΑΚΗ ΑΝΤΩΝΙΑ**

**ΑΜ: 4182**

**ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2009**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	1
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>3</b>
1.1. ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	3
1.2. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ.....	4
1.3. ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΕΛΕΤΗΣ.....	4
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ.....</b>	<b>5</b>
2.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΙΤΙΩΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ.....	5
2.2. ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	8
2.2.1. Περιβάλλον.....	9
2.2.2. Πολιτισμός.....	9
2.2.3. Επιχειρήσεις.....	9
2.2.4.Τουρίστες.....	10
2.3. ΜΕΤΡΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	11
2.3.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΩΣ ΓΝΩΜΟΝΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	16
2.3.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΜΕΤΡΟ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	18
2.3.3. ΜΟΡΦΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	20
I. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (ΣΥΝΕΔΡΙΑ-ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ-ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ).....	25
II. Τουρισμός Υπαίθρου.....	31
II.i. ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΠΑΙΘΡΟΥ..... <i>Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.</i>	38
II.ii. Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	41
II.iii.ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	43
II.iv. ΠΕΡΙΠΑΤΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	44
III. ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	45
IV. ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ-ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ-ΘΕΡΜΑΛΙΣΜΟΣ.....	46
V. ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	51
VI. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΘΛΗΣΗΣ.....	57
2.4. ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΠΑΡΚΑ.....	59
2.5. Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΚΙ Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΕΤΩΝ.....	61
2.6. Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΚΙ Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΗΜΕΡΑ.....	66
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣ ΜΙΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....</b>	<b>66</b>
3.1. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΣΤΗ ΧΩΡΑ ΜΑΣ.....	66
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΠΙΛΟΓΟΣ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....</b>	<b>82</b>
4.1. ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	82
4.2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	83
<b>5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>86</b>
5.1. ΕΛΛΗΝΙΚΗ.....	86
5.2. INTERNET.....	87
5.3. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ.....	87
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....</b>	<b>88</b>
ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ.....	88

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1. ΕΙΔΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΣΕ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ.....	6
ΠΙΝΑΚΑΣ 2. ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 5ΜΗΝΟ ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 1999 ΜΑΡΤΙΟΥ 2000.....	6
ΠΙΝΑΚΑΣ 3. ΞΕΛΙΞΗ ΑΦΙΞΕΩΝ, ΕΣΟΔΩΝ, ΜΚΔ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1990-2000.....	57-58



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### 1.1. ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η εποχικότητα στον τουρισμό αποτελεί αναμφίβολα το σοβαρότερο πρόβλημα που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι χώρες υποδοχής τουριστών και ιδιαίτερα αυτές που έχουν μια αναπτυγμένη τουριστική οικονομία, προκαλείται δε από παράγοντες οι οποίοι κάθε άλλο παρά εύκολα μπορούν να αντιμετωπιστούν πολύ περισσότερο μάλιστα όταν στις χώρες αυτές υπάρχει καθεστώς ελεύθερης οικονομίας και κοινωνικής δράσης. Στις οικονομίες αυτού του είδους οι άνθρωποι αποφασίζουν μόνοι τους που, πότε και για πόσο καιρό θα κάνουν διακοπές. Με άλλα λόγια δεν μπορεί κανείς να τους αρνηθεί ή να τους περιορίσει το δικαίωμα επιλογής του τόπου και χρόνου των διακοπών τους και ακόμα να τους καθορίσει τη χρονική διάρκειά τους.

Χαρακτηριστικό γνώρισμα αυτού του είδους τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι οι δραστηριότητές του επηρεάζονται από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές, γι' αυτό και αναστέλλονται αυτές προσωρινά για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε έτος. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο γενικός τουρισμός κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, ο τουρισμός παραχείμασης και ο τουρισμός χειμερινών σπορ.

Οι αιτίες που επεξηγούν την εποχικότητα του τουρισμού είναι οι ακόλουθες:

- Οι κλιματολογικές συνθήκες, οι οποίες συνοδεύονται και συχνά ενισχύονται με τη σταθερή επανάληψη των συνηθειών (π.χ. μετακινήσεις) ή άλλων κοινωνικών αιτιών (π.χ. μόδα).
- Η οργάνωση του χρόνου παραγωγής στις χώρες προέλευσης των τουριστών.
- Η χρονική περίοδος των σχολικών διακοπών
- Η γεωγραφική θέση της χώρας προορισμού.

Είναι γνωστό ότι ο περισσότερος κόσμος προτιμά σχεδόν πάντα να κάνει τις διακοπές του κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών για ψυχολογικούς και βιολογικούς λόγους, εξαιτίας τους γεγονότος ότι την περίοδο αυτή επικρατούν

συνήθως ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες στους περισσότερους τουριστικούς προορισμούς που αναμφίβολα επιτρέπουν την απόλαυση της φύσης, τη ζωή στην ύπαιθρο και γενικότερα των μικρών και μεγάλων χαρών που προσφέρουν οι καλοκαιρινές διακοπές, αλλά και για οργανωτικούς λόγους που συνδέονται με ορισμένους βασικούς θεσμούς της οικονομικής και κοινωνικής συμβίωσης, όπως είναι για παράδειγμα η περίοδος των μαθητικών και φοιτητικών διακοπών, ο τρόπος που χορηγούνται οι άδειες στους εργαζόμενους στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα.

## **1.2. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ**

Σκοπός και στόχος της μελέτης αυτής, είναι η διερεύνηση του θέματος της εποχικότητας του τουρισμού, των αιτιών δημιουργίας της και των επιπτώσεών της και η πρόταση μέτρων αντιμετώπισής της.

## **1.3. ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΕΛΕΤΗΣ**

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή στην εποχικότητα και σκοπός της έρευνας.

Κεφάλαιο 2: Βιβλιογραφική επισκόπηση και ανάλυση της εποχικότητας, αναλύοντας ταυτόχρονα τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού, προτείνοντάς τις ως λύσεις / τρόπους αντιμετώπισης.

Κεφάλαιο 3: Μεθοδολογία έρευνας Πηγές πληροφόρησης

Κεφάλαιο 4: Προτεινόμενες πολιτικές προς μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα.

Κεφάλαιο 5: Αποτελέσματα της έρευνας

Κεφάλαιο 6: Επίλογος και συμπεράσματα της έρευνας – προτάσεις.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ**

### **2.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΙΤΙΩΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ**

Η εποχικότητα στον τουρισμό αποτελεί σχετικά πρόσφατο φαινόμενο, που εντείνεται από έτος σε έτος, με αποτέλεσμα να προβληματίζει τους διεθνείς τουριστικούς οργανισμούς, τις εθνικές κυβερνήσεις και τις επιχειρήσεις του τουριστικού κυκλώματος για το τι μέλλει γενέσθαι. Το φαινόμενο της εποχικότητας στην περίπτωση του Μεσογειακού τουρισμού, στον οποίο ανήκει και η Ελλάδα, που προσφέρει το πρότυπο των «θερινών διακοπών», βασισμένων στον ήλιο, τη θάλασσα και τις παραλίες, μπορεί να προσδιοριστεί εννοιολογικά ως «οι χρονικές αποκλίσεις που παρουσιάζει ένας τουριστικός προορισμός από τα χρονικά συμβατικά όρια της τουριστικής περιόδου», η οποία αρχίζει την 1η Απριλίου και τελειώνει την 31η Οκτωβρίου (214 ημέρες).

Η εποχικότητα του τουρισμού στους προορισμούς των «θερινών διακοπών» της Μεσογείου, όπου επικρατούν οι ίδιες περίπου κλιματολογικές συνθήκες και η ζήτηση προέρχεται, κατά κανόνα, από τις ίδιες τουριστικές αγορές και συνεπώς συμπεριφέρεται ομοιόμορφα, παρουσιάζει έξαρση, που εκδηλώνεται με μια βαθμιαία συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου. Η Ελλάδα, ως ένας από τους πιο σημαντικούς προορισμούς της Μεσογείου, δεν μπορούσε να μείνει ανεπηρέαστη από αυτή τη διεργασία. Κατά την τελευταία πενταετία ένα ποσοστό του αλλοδαπού τουρισμού, που σταθερά ξεπερνά το 50%, συγκεντρώνεται στο τρίμηνο της τουριστικής αιχμής (Ιούλιος – Σεπτέμβριος). Στους αμιγείς τουριστικούς προορισμούς, όπως της Κρήτης, της Κέρκυρας και της Ρόδου, το ποσοστό αυτό είναι ακόμα μεγαλύτερο και συνοδεύεται μάλιστα με μια παράλληλη μείωση του μέσου όρου ημερών διαμονής.

Σύμφωνα με τα Ελληνικά Καταλύματα (2008), η εποχικότητα που χαρακτηρίζει τον ελληνικό τουρισμό είναι το μεγάλο μειονέκτημα έναντι των ανταγωνιστικών χωρών. Η Τουρκία, η Ισπανία, η Κύπρος και η Πορτογαλία εμφανίζουν περιορισμένη εποχικότητα, σχεδόν στα ίδια επίπεδα με την Αίγυπτο, που ο τουρισμός της παρουσιάζει μηδενικά στοιχεία εποχικότητας

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1. ΕΙΔΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΣΕ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ**

Τουριστική υποστηρικτική υποδομή	Υπόλοιπη Ελλάδα	Κρήτη	Ισπανία	Τουρκία	Κύπρος	Πορτογαλία	Αίγυπτος
Συνεδριακά Κέντρα	9	3	46	6	2	44	1
Γήπεδα Γκολφ	4	1	254	10	2	55	11
Κέντρα θαλασ/πείας	5	3	89	31	5	42	2
Χιονοδρομικά κέντρα	19	0	28	17	1	1	
Καζίνο	8	0	29	29		11	18

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης, 2002

Από τον παραπάνω πίνακα διαπιστώνεται μεγάλη υστέρηση της Ελλάδας αλλά και ειδικά της Κρήτης σε ότι αφορά τις ειδικές τουριστικές υποδομές συγκριτικά με τις κύριες ανταγωνίστριες χώρες. Το γεγονός αυτό έχει οδηγήσει την Ελλάδα στην τελευταία θέση κατάταξης σε ότι αφορά τον τουρισμό εκτός σεζόν, όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2. ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 5ΜΗΝΟ ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 1999 ΜΑΡΤΙΟΥ 2000**

ΧΩΡΑ	% ΑΦΙΞΕΩΝ
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	28,95
ΙΣΠΑΝΙΑ	25,84
ΤΟΥΡΚΙΑ	20,54
ΚΥΠΡΟΣ	19,12
ΕΛΛΑΔΑ	10,03

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης, 2001

Η έλλειψη ειδικών υποδομών είναι αυτή που έχει οδηγήσει το 88% (πηγή: Euromonitor,2004) των αφίξεων στην Ελλάδα να πραγματοποιείται κατά το διάστημα Ιουνίου-Σεπτεμβρίου ενώ, σε άλλες ανταγωνίστριες χώρες με χειρότερες κλιματολογικές συνθήκες, όπως η Πορτογαλία, να έχουν αρκετά υψηλότερα ποσοστά σε περιόδους εκτός σεζόν.

Το πρόβλημα της εποχικότητας στους προορισμούς θερινών διακοπών δεν απασχολεί μόνο τις κυβερνήσεις και τους φορείς γενικά του τουρισμού, αλλά και τους ερευνητές και μελετητές του τουριστικού φαινομένου, που προσπαθούν να αναζητήσουν τους παράγοντες που έχουν συμβάλει στην εποχικότητα κατά

τελευταία χρόνια. Μια πρώτη προσέγγιση του προβλήματος μας οδηγεί στον εντοπισμό των παρακάτω παραγόντων, που φαίνεται να επηρεάζουν την τουριστική εποχικότητα:

Ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός που διακινείται στους προορισμούς της Μεσογείου, έχει κατά κανόνα ως κίνητρο τον ήλιο, τη θάλασσα και την παραλία, για να επιλέξει τον τόπο των διακοπών του. Είναι επόμενο, λοιπόν, να προτιμά τους μήνες εκείνους με τις ευνοϊκότερες κλιματολογικές συνθήκες, που του επιτρέπουν να απολαύσει τα στοιχεία της προτίμησής του.

Η τουριστική προσφορά στους νησιώτικους και παράκτιους προορισμούς έχει δημιουργηθεί χωρικά και λειτουργικά κατά τέτοιο τρόπο και με προδιαγραφές που ανταποκρίνονται, σχεδόν αποκλειστικά, στις ανάγκες και τις επιθυμίες του τουρισμού των θερινών διακοπών. Παραλιακά ξενοδοχεία με εξωστραφείς και κατά κανόνα υπαίθριες συμπληρωματικές λειτουργίες (facilities) είναι η κυρίαρχη μορφή καταλύματος. Ελάχιστα ξενοδοχεία διαθέτουν εσωτερικούς χώρους και εγκαταστάσεις που να μπορούν να φιλοξενήσουν τους πελάτες τους, όταν οι καιρικές συνθήκες δεν τους επιτρέπουν να απολαύσουν τον ήλιο και τη θάλασσα. Μεγάλο πρόβλημα αποτελεί η εύρεση εναλλακτικών λύσεων απασχόλησης και ψυχαγωγίας των επισκεπτών για τις ημέρες που επικρατούν δυσμενείς καιρικές συνθήκες με ειδικά, ενδεχομένως, προγράμματα «βροχερών ημερών».

Η δημιουργία νέων προορισμών τουρισμού θερινών διακοπών και η αύξηση της τουριστικής προσφοράς σε καταλύματα, που ξεπερνά κατά πολύ την τουριστική ζήτηση. Έτσι, οι καταναλωτές τουρίστες έχουν την ευχέρεια να εξασφαλίσουν διαμονή στους δημοφιλείς μήνες της αιχμής, σε αντίθεση με τις παλαιότερες εποχές, όπου η περιορισμένη προσφορά οδηγούσε σ' ένα καλύτερο χρονικό καταμερισμό της ζήτησης και συνεπώς αποσυμφόρηση της αιχμής. Η περίπτωση της Ελλάδας είναι χαρακτηριστική. Πριν μερικά χρόνια μοναδικοί σχεδόν προορισμοί οργανωμένου μαζικού τουρισμού ήταν η Αθήνα, η Κρήτη, η Ρόδος και η Κέρκυρα. Σήμερα αν ανατρέξει κανείς στα θερινά προγράμματα των μεγάλων οργανωτών ταξιδιών (TUI, NEKERMANN, THOMSON, AIR TOUR κτλ.) θα διαπιστώσει ότι έχουν προστεθεί σ' αυτούς η Κώς, η Κάρπαθος, η Μύκονος, η Σαντορίνη, η Σάμος, η Χίος, η Μυτιλήνη, η Κεφαλονιά, η Σκιάθος, η Καβάλα – Θάσος κ.α.



Η κοινωνική οργάνωση, από άποψη κυρίως των πληρωμένων διακοπών, είναι τέτοια ώστε οι μεγάλες μάζες του πληθυσμού που συγκροτούν τον οργανωμένο τουρισμό, όπως είναι οι εργαζόμενοι με σχέση εξαρτημένης εργασίας, οι μαθητές και φοιτητές και οι λοιπές επαγγελματικές ομάδες εποχιακής απασχόλησης, σχεδόν υποχρεωτικά κατευθύνονται στους μήνες της αιχμής, αφού τότε χορηγούνται οι άδειες, τότε κλείνουν τα σχολεία και τα Πανεπιστήμια, με αποτέλεσμα οι κοινωνικές αυτές ομάδες να «παρασύρουν» και άλλες που σε κάποιο βαθμό συνδέονται ή εξαρτώνται από αυτές. Τον Αύγουστο, για παράδειγμα, κλείνουν κατά παράδοση τα εργοστάσια και οι μεγάλες επιχειρήσεις και οι δημόσιες υπηρεσίες διατηρούν θα έλεγε κανείς ένα ελάχιστο «προσωπικό ασφαλείας». Δεν είναι τυχαίο ότι στη Γαλλία και την Ισπανία έχει διαμορφωθεί μια ειδική μορφή τουρισμού ο «Αυγουστιάτικος τουρισμός».

Η αδιάφορη στάση των οργανωτών ταξιδιών στο πρόβλημα της εποχικότητας, ιδιαίτερα σε ότι αφορά την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, γιατί τα ειδικά προγράμματα χειμερινού τουρισμού στην Ελλάδα δεν φαίνεται να είναι στις άμεσες προτεραιότητες τους. Τα κίνητρα που ζητούν οι tour operators τόσο για την επιμήκυνση της θερινής περιόδου, όσο και για τον χειμερινό τουρισμό, και ιδιαίτερα οι χαμηλές τιμές των ξενοδοχείων, είναι τέτοια, που ξεπερνούν τις δυνατότητες του κρατικού τομέα και των επιχειρήσεων που καλούνται στην ουσία να επιδοτήσουν τον τουρισμό της εποχής αυτής, χωρίς προοπτική μελλοντικής κερδοφορίας. Έτσι, όχι μόνο περιορίζονται στα θερινά προγράμματα αλλά με τις πιέσεις που ασκούν για «ειδικές προσφορές» αποδυναμώνουν τους ακραίους μήνες, αφού στην πραγματικότητα αξιώνουν τιμές από τα ξενοδοχεία κάτω του κόστους.

## **2.2. ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Η εποχικότητα έχει προκαλέσει μια σειρά από σοβαρές αρνητικές επιπτώσεις σ' όλο το φάσμα του τουριστικού κυκλώματος. Οι επιπτώσεις από τη συσσώρευση της τουριστικής κίνησης στους μήνες της αιχμής είναι εμφανείς στο περιβάλλον, στις τουριστικές επιχειρήσεις, στις ενδιάμεσες επιχειρήσεις καθώς και στους ίδιους τους επισκέπτες.

### 2.2.1. Περιβάλλον

Το περιβάλλον σ' όλες του τις εκφάνσεις, φυσικό, πολιτιστικό, δομημένο και ανθρωπογενές, είναι εκείνο που δέχεται τις μεγαλύτερες πιέσεις στους μήνες της αιχμής, κατά τους οποίους παραβιάζονται τα όρια της φέρουσας ικανότητας του τόπου. Οι συχνές διακοπές του ηλεκτρικού ρεύματος, η υπερφόρτωση του αποχετευτικού δικτύου, η κυκλοφοριακή συμφόρηση, οι ατελείωτες ουρές στις στάσεις των ταξί και των λεωφορείων και στις θυρίδες των ταχυδρομείων και των τραπεζών και ακόμα το «στοίβαγμα» στις παραλίες και στα νυχτερινά κέντρα, αποδεικνύουν ότι ο τόπος στους μήνες της αιχμής έχει ξεπεράσει τα όρια της φέρουσας ικανότητάς του.

### 2.2.2. Πολιτισμός

Ανάλογα φαινόμενα παρατηρούνται και στον τομέα του πολιτισμού από τη μαζική παρουσία επισκεπτών στους αρχαιολογικούς χώρους, καθώς επίσης και στον κοινωνικό τομέα, όπου τον τελευταίο καιρό έχει πάρει διαστάσεις το φαινόμενο του «clubbing», αποτέλεσμα της υπερσυγκέντρωσης νεαρών τουριστών σε περιοχές μεγάλης πυκνότητας καταλυμάτων και ψυχαγωγικών κέντρων. Είναι φανερό ότι στις περιοχές αυτές η τουριστική ανάπτυξη ξεπέρασε τα όρια της φέρουσας ικανότητας υποδοχής τουριστών.

### 2.2.3. Επιχειρήσεις

Οι τουριστικές επιχειρήσεις και ιδιαίτερα οι ξενοδοχειακές είναι εκείνες που πλήττονται περισσότερο από το φαινόμενο της εποχικότητας. Από την ανάλυση των αποτελεσμάτων δραστηριοποίησης των ξενοδοχείων της Ρόδου, αποδεικνύεται ότι σε ετήσια βάση δραστηριοποιείται μόλις το 48% - 49% του παραγωγικού τους δυναμικού και ότι πάνω από το 50% της συνολικής τους δραστηριοποίησης πραγματοποιείται το τρίμηνο Ιουλίου – Σεπτεμβρίου με πληρότητες που ξεπερνούν το 100% ενώ στους υπόλοιπους μήνες της τουριστικής περιόδου οι πληρότητες κυμαίνονται από 35% - 65%. Η αδρανοποίηση του επενδυμένου κεφαλαίου για ένα διάστημα πάνω από 6 μήνες, τα υψηλά σταθερά έξοδα που επιβαρύνεται η επιχείρηση για να αντιμετωπίσει τις λειτουργικές ανάγκες της περιόδου αιχμής και οι χαμηλές τιμές που επιβάλλουν οι οργανωτές ταξιδίων, έχουν περιορίσει την

κερδοφορία του κλάδου σε οριακά επίπεδα, ενώ αρκετές επιχειρήσεις που έχουν μεγάλες δανειακές υποχρεώσεις αντιμετωπίζουν προβλήματα βιωσιμότητας.

Η εποχικότητα επηρεάζει αρνητικά και τις ενδιάμεσες επιχειρήσεις, από τις οποίες οι πιο αντιπροσωπευτικές είναι οι αεροπορικές εταιρείες ναυλωμένων πτήσεων (charter flights) με τις οποίες διακινείται πάνω από το 85% του διεθνούς τουρισμού στους νησιώτικους προορισμούς. Οι εταιρείες αυτές αλλά και τα λοιπά συμβατικά μεταφορικά μέσα δεν είναι δυνατόν να δεσμεύουν τα μέσα τους για να ανταποκριθούν στην αυξημένη ζήτηση της αιχμής και τους άλλους μήνες να μη πραγματοποιούν το μεταφορικό έργο που θα τους εξασφαλίζει τη βιωσιμότητά τους. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που για τη διατήρηση των πτήσεων στους ακραίους μήνες, οι εταιρείες ζητούν από τους φορείς του προορισμού να τους εξασφαλίσουν ένα ποσοστό θέσεων στα αεροπλάνα τους. Οι περιορισμοί αυτοί ισχύουν και για τον εθνικό μας αερομεταφορέα ο οποίος έτσι και αλλιώς καλύπτει ένα ελάχιστο μέρος της ζήτησης.

#### 2.2.4. Τουρίστες

Η εποχικότητα ασφαλώς επηρεάζει και τους ίδιους τους τουρίστες, αφού στην περίοδο της αιχμής υφίστανται όλες τις συνέπειες από την έξαρση των περιβαλλοντικών προβλημάτων τα οποία αναφέραμε παραπάνω (διακοπές ρεύματος, κυκλοφοριακή συμφόρηση, ουρές στις στάσεις και στις θυρίδες, στοίβαγμα στις παραλίες και στα κέντρα κτλ.). Η μεγάλη πλειοψηφία των τουριστών αναζητούν στις διακοπές τους τις συνθήκες εκείνες που θα τους ηρεμήσουν και θα τους αναζωογονήσουν, συνθήκες που δεν συναντούν στους μήνες της αιχμής. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι τα περισσότερα παράπονα που φθάνουν στα Γραφεία του ΕΟΤ προέρχονται κατά κανόνα από τους τουρίστες κατά τη διάρκεια του θέρους.

Προφανώς η τουριστική εποχικότητα αποτελεί εμπόδιο στην εφαρμογή της προσπάθειας προς τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης που, πρώτα, αναπτύχθηκε την δεκαετία του 1970, ουσιαστικά πηγάζει από την αντίληψη ότι το περιβάλλον και οι φυσικοί και πολιτισμικοί πόροι δέχονται αρνητικές επιπτώσεις από τις ανθρώπινες δραστηριότητες που υποβαθμίζουν τη διαθεσιμότητα και τα χαρακτηριστικά τους.

Επιπλέον γίνεται ολοένα και πιο αντιληπτό ότι η φυσική και πολιτισμική κληρονομιά (οι πόροι του τουρισμού) δεν μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο

ατομικής ιδιοκτησίας αλλά ανήκουν εξίσου στην τωρινή όσο και στις μελλοντικές γενεές. Η οικονομική ανάπτυξη αλλά και κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις περιβαλλοντικές και τις κοινωνικές προεκτάσεις. Η αντίληψη αυτή βρίσκεται σε συμφωνία με την ανάγκη προστασίας του περιβάλλοντος, ως σημείου προσέλκυσης, για τη διατήρηση του εισοδήματος από τον τουρισμό.

Η ιδιαίτερη σημασία του βιώσιμου τουρισμού, που εντάσσεται σε μια γενικότερη στρατηγική Βιώσιμης ανάπτυξης, αναδείχθηκε στο πλαίσιο της Συνδιάσκεψης για το «Περιβάλλον και τη Βιώσιμη Ανάπτυξη» (Ρίο, 1992) μέσω της Local Agenda 21, ενώ δέκα χρόνια μετά, στη Συνδιάσκεψη του Γιοχάνεσμπουργκ (2002), η προώθηση βιώσιμων προτύπων παραγωγής και κατανάλωσης, μεταξύ άλλων και στον τομέα του τουρισμού, αποφασίστηκε ότι αποτελεί σημαντική προτεραιότητα για τις σύγχρονες κοινωνίες την επόμενη δεκαετία. Ήδη, στο πέμπτο Πρόγραμμα Δράσης για το Περιβάλλον της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ο τουρισμός είχε θεωρηθεί ως ένας από τους αναπτυξιακούς τομείς όπου κατά προτεραιότητα απαιτείται η ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής διάστασης στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης. Η ανάπτυξη δράσεων συνεργασίας μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων φορέων στη διαμόρφωση ενός τουριστικού προϊόντος μίας περιοχής (επισκεπτών, ιδιωτικού τομέα, κοινωνίας των πολιτών και τοπικής αυτοδιοίκησης) θεωρείται ως βασικό συστατικό μίας Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης για την Ελλάδα και την Ευρώπη.

### **2.3. ΜΕΤΡΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Η αντιμετώπιση της εποχικότητας και κατ'επέκταση η εδραίωση ενός αιεφόρου τουρισμού, προσαρμοσμένου στα πλαίσια της βιώσιμης ανάπτυξης, είναι δυνατό να επιτευχθεί βάσει του παρακάτω πλαισίου μέτρων:

(α) Χάραξη μακροπρόθεσμης τουριστικής πολιτικής: Η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να έχει πρωτεύοντα ρόλο στην γενικότερη στρατηγική οικονομικής ανάπτυξης της χώρας και να στοχεύει στην παραγωγή πλούτου και στην αύξηση της απασχόλησης. Η αναπτυξιακή στρατηγική για τον τουρισμό, πρέπει να διασφαλίζει τους όρους για

μια ανταγωνιστική και αυτοτροφοδοτούμενη (αειφόρο) τουριστική οικονομία, που θα αξιοποιεί τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας μας και τους ανθρώπινους και υλικούς πόρους που αυτή διαθέτει.

(β) Απαιτείται βελτίωση της ποιότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

(γ) Χρειάζονται αλλαγές στον δημόσιο τουριστικό μηχανισμό με εκσυγχρονισμό των δομών και των μηχανισμών άσκησης της τουριστικής πολιτικής.

(δ) Απαιτείται θεσμοθέτηση της διαφήμισης του τουριστικού προϊόντος. Με τη σύσταση του ενιαίου κρατικού φορέα προβολής και διαφήμισης των τουριστικών προορισμών της χώρας μας στο εξωτερικό. Με τη θεσμοθέτηση πόρων για την προβολή και διαφήμιση. Με την ενίσχυση της εικόνας της χώρας μας σε διεθνές επίπεδο. Με την εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων και εργαλείων μάρκετινγκ στη βάση τριμερούς συνεργασίας κράτους, επιχειρήσεων/ εργαζομένων και τοπικής αυτοδιοίκησης.

(ε) Χρειάζεται διαφοροποίηση και εμπλουτισμός του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Με την ανάπτυξη θεματικών εναλλακτικών μορφών τουρισμού με στόχο την ικανοποίηση των εξελισσομένων προσδοκιών των τουριστών, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, τη διεύρυνση του τουρισμού σε χώρο και χρόνο και τον απεγκλωβισμό του από το πρότυπο του μαζικού - παραθεριστικού τουρισμού.

(στ) Ο στόχος της τουριστικής πολιτικής της χώρας μας θα πρέπει να συνοψίζεται στο τρίπτυχο: πολυμορφία, ποιότητα, βιωσιμότητα σε 12μηνη βάση. "Στόχος είναι να περάσουμε από την μονοδιάστατη ταμπέλα "ήλιος-θάλασσα", σε μια πολυμορφία, που να συνδυάζει τον συνεδριακό τουρισμό, τον αγροτουρισμό, τον θρησκευτικό τουρισμό, τον αθλητικό τουρισμό και να συνδέει τον τουρισμό με την κλασική αλλά και σύγχρονη πολιτιστική μας κληρονομιά. Και όλα αυτά, σε 12μηνη βάση. Και αυτό γιατί οι ειδικές ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα `αγορές-θύλακες`, που θα διακινούν μεγάλης οικονομικής απόδοσης, μεγέθη. Σε μια χώρα όπως η Ελλάδα δεν δικαιολογείται να υπάρχει τουριστική περίοδος 4 μηνών, που συνεχώς μάλιστα να περιορίζεται. Στόχος είναι η ανάπτυξη βαριάς τουριστικής βιομηχανίας. Το βασικό προϊόν βέβαια του ελληνικού τουρισμού ήταν, είναι και θα είναι ο ήλιος και η θάλασσα. Η διαφοροποίηση που θα αμβλύνει το φαινόμενο της εποχικότητας, αυξάνοντας την κίνηση εκτός του θερινού τριμήνου, πρέπει να βασιστεί πάνω στον εμπλουτισμό του βασικού αυτού προϊόντος,

στοχεύοντας σε ειδικές αγορές, με προϋπόθεση βέβαια το υψηλό επίπεδο παρεχομένων υπηρεσιών και την ύπαρξη καταλλήλων υποδομών (δίκτυο αερομεταφορών, εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής κ.λ.π.)

(ζ) Απαιτείται αύξηση των μεριδίων σε αριθμό τουριστών και σε εισπράξεις από την διεθνή τουριστική αγορά. Χρειάζεται, δηλαδή, αύξηση του μεριδίου από την πίτα των περίπου 150 εκατομμυρίων τουριστών, που επισκέπτονται τους Μεσογειακούς προορισμούς, και των 110 δισ. ευρώ τουριστικών δαπανών, από τους υπόλοιπους ανταγωνιστικούς προορισμούς. Το μερίδιο της αγοράς που κατέχουμε στο σύνολο των αφίξεων στις Μεσογειακές χώρες, που είναι 9% περίπου, παραμένει μικρό. Ο ανταγωνισμός στην ευρύτερη τουριστική ζώνη της Μεσογείου, έχει πλέον αποκτήσει έντονα χαρακτηριστικά. Οι εποχές `παχέων αγελάδων` έχουν περάσει ανεπιστρεπτί. Κάθε επισκέπτης που θα έρχεται στη χώρα μας, θα πρέπει να έχει κίνητρο και κάθε ευρώ ή δολάριο που θα εισπράττεται, θα πρέπει να `αξίζει τα λεφτά του`. Κάθε επένδυση δεν θα πρέπει να περιορίζεται στην αντιγραφή αλλά στην ευρηματικότητα, στη δημιουργία, δηλαδή, του δικού μας μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, με βάση τα αδιαφιλονίκητα συγκριτικά μας πλεονεκτήματα. Θα πρέπει να προχωρήσουμε σε κινήσεις που θα τοποθετήσουν την χώρα μας στις νέες μεγάλες αγορές. Η διεύρυνση της Ε.Ε. δημιούργησε μια μεγάλη νέα αγορά με χώρες όπως: Μάλτα, Κύπρος, Πολωνία, Λετονία, Λιθουανία, Ουγγαρία, Σλοβενία, Σλοβακία, Εσθονία και Τσεχία. Οφείλουμε έτσι, αν θέλουμε να έχουμε μια μακρόχρονη ανάπτυξη, να δώσουμε ιδιαίτερο βάρος στις νέες αυτές αγορές. Οφείλουμε επίσης να δώσουμε βάρος και σε άλλες αγορές όπως της Ρωσίας αλλά της Κίνας, της Ιαπωνίας και της Ινδίας, γιατί όλα τα στοιχεία δείχνουν ότι δημιουργείται ένα ισχυρό κύμα εξερχόμενου τουρισμού, το οποίο δεν θα πρέπει να μείνει ανεκμετάλλευτο. Οφείλουμε επίσης να ξαναδούμε παραδοσιακές αγορές τις οποίες έχουμε εγκαταλείψει για άγνωστους λόγους, όπως οι Αραβικές χώρες με τις οποίες υπάρχουν μακρόχρονοι δεσμοί.

Πρέπει παράλληλα, να προχωρήσει με σύγχρονο και αντικειμενικό τρόπο:

- η "αστεροποίηση" των ξενοδοχειακών καταλυμάτων
- η αναμόρφωση των κτιρίων που υπάγονται στον αναπτυξιακό νόμο για τις τουριστικές επιχειρήσεις
- η δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης και σταθερού περιβάλλοντος ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και ενίσχυσης των ιδιωτικών επενδύσεων

- η άρση των γραφειοκρατικών διαδικασιών για την υλοποίηση μεγάλων επενδυτικών προγραμμάτων

- η προώθηση μεγάλων επενδύσεων που έχουν χαρακτηριστεί Μείζονος Τουριστικής Σημασίας

- η πλήρης εκμετάλλευση των δυνατοτήτων του Γ' Κ.Π.Σ. για την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος

- η Ανάπτυξη και η Οργάνωση των περιφερειών.

(η) Απαιτείται αξιοποίηση του Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού: με ρόλο συμβουλευτικό προς την πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Τουρισμού.

(θ) Επένδυση στο ανθρώπινο κεφάλαιο. Με σωστή εκπαίδευση, επιμόρφωση και κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού προκειμένου να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις ενός υψηλής ποιότητας τουριστικού προϊόντος. Με αναδιάρθρωση του πλαισίου τουριστικής εκπαίδευσης και επιμόρφωσης ώστε να διασφαλίζεται η ενιαία κατεύθυνση και ο συντονισμός, σε σύνδεση με τις ανάγκες της αγοράς εργασίας. Με αναβάθμιση της ποιότητας της παρεχόμενης παιδείας σε όλους τους τομείς. Συγκεκριμένα χρειάζεται αναβάθμιση των σχολών σε πανεπιστημιακού επιπέδου για την παραγωγή εξειδικευμένου στελεχιακού δυναμικού. Η αναβάθμιση της τουριστικής παιδείας, εκπαίδευσης και επιμόρφωσης αποτελεί μονόδρομο για ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, αλλά και την προστασία της απασχόλησης των ελλήνων εργαζομένων στην νέα Ευρωπαϊκή αγορά.

(ι) Ένα ακόμα κρίσιμο ζητούμενο για τον Τουρισμό, είναι η λειτουργία κατόπιν της πρόσφατης ίδρυσης του Υπουργείου Τουρισμού με αυξημένες αρμοδιότητες. Η ίδρυση του Υπουργείου Τουρισμού δεν ήταν απλώς επιτακτική ανάγκη, είναι μονόδρομος για την χάραξη βαριάς τουριστικής βιομηχανίας. Όταν σύμφωνα με τα στοιχεία της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος το 16% του Α.Ε.Π. της χώρας προέρχεται από τον τουρισμό, δικαιούται να αποκτήσει αυτονομία, έτσι ώστε να μπορεί να λειτουργεί καλύτερα, αλλά κυρίως πιο αποτελεσματικά.

Μάλιστα ένα τέτοιο Υπουργείο θα έπρεπε να έχει και αυξημένες αρμοδιότητες όσον αφορά ορισμένους τομείς, όπως είναι για παράδειγμα: οι συγκοινωνίες και γενικότερα οι μεταφορές, η υγεία και η υγιεινή των τροφίμων, οι επενδύσεις, η πολεοδομική ανάπτυξη, η προστασία της αρχαιολογικής κληρονομιάς και πολλά άλλα, ώστε να βοηθάει στην ταχεία επίλυση των σχετικών προβλημάτων.

Πάγια μακροχρόνια επιδίωξη της τουριστικής μας πολιτικής, θα έπρεπε να είναι ένας ποιοτικά αναβαθμισμένος και οικονομικά αποδοτικός τουρισμός, που θα σέβεται, θα προστατεύει και θα αναδεικνύει το φυσικό περιβάλλον, τους πολιτιστικούς θησαυρούς, τη δημογραφική ισορροπία, τον ελληνικό τρόπο ζωής και τις δυνατότητες της σύγχρονης Ελλάδας. Ο ανταγωνισμός πλέον στον τουρισμό έχει μεταφερθεί στο επίπεδο της ποιότητας και γίνεται ολοένα εντονότερος. Το ζητούμενο λοιπόν σε κάθε περίπτωση είναι η συνολική ποιοτική αναβάθμιση του Ελληνικού τουρισμού. Μια αναβάθμιση που θα επιτευχθεί μέσα από τη χάραξη αναπτυξιακής στρατηγικής που θα σχεδιάσει και θα υλοποιήσει το Υπουργείο Τουρισμού.

Η συρρίκνωση της τουριστικής δραστηριότητας προβλημάτισε την Ευρωπαϊκή Ένωση, η οποία από τα μέσα του 1992 είχε θεσπίσει κοινοτικές δράσεις για τον χρονικό κατακερματισμό των διακοπών με σκοπό την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και μέτρα προσέλκυσης τουριστικής ζήτησης κατά τη χειμερινή περίοδο.

Επιπλέον, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού με τον «Κώδικα Δεοντολογίας για τον Τουρισμό» (Σαντιάγο της Χιλής 1999), προτρέπει τις κυβερνήσεις και τις τουριστικές επιχειρήσεις στα πλαίσια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης να επιδιώκουν την χρονική και χωρική κλιμάκωση της κίνησης των τουριστών και την όσο το δυνατόν καλύτερη κατανομή των διακοπών, ώστε να περιορίζεται η πίεση των τουριστικών δραστηριοτήτων στο περιβάλλον και να επαυξάνονται οι ευεργετικές τους επιδράσεις στην τουριστική βιομηχανία και την τοπική οικονομία.

Στο πρόγραμμα του Υπουργείου Ανάπτυξης «Τουρισμός – Στόχοι και προτεραιότητες» (Οκτώβριος 2000) που καταρτίστηκε στα πλαίσια του Γ'ΚΠΣ, προβλέπονται ενέργειες και δράσεις για τη μείωση της εποχικότητας της τουριστικής δραστηριότητας, όπως ολοκληρωμένες δράσεις εναλλακτικού τουρισμού, μέτρα προσέλκυσης χειμερινής τουριστικής ζήτησης, μέτρα ενίσχυσης εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής (μαρίνες, συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, υδροθεραπευτήρια κτλ.) καθώς και ενισχύσεις για ανάλογες ιδιωτικές επενδύσεις.

Το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας είναι υπαρκτό και γίνεται πολυσύνθετο με τις επιπτώσεις που προκαλεί σ' ολόκληρο το φάσμα του τουριστικού



κυκλώματος. Αυτός είναι και ο λόγος που η αντιμετώπιση του προϋποθέτει συνειδητοποίηση από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς της σοβαρότητάς του και γενική κινητοποίηση των παραγόντων του τουρισμού για τον προγραμματισμό της υλοποίησης των κατάλληλων πολιτικών και δράσεων που σταδιακά θα αμβλύνουν την εποχικότητα και θα επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο με μελλοντικό στόχο την ανάπτυξη τουρισμού όλων των εποχών.

### 2.3.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΩΣ ΓΝΩΜΟΝΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Μετά το 1980 πληθαίνουν οι προσπάθειες να προωθηθεί ένα πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης του οποίου βασικό χαρακτηριστικό θα είναι η βιώσιμη ανάπτυξη. Οι περιοχές – στόχοι είναι κυρίως δυο, αφενός αυτές που έχουν υιοθετήσει το πρότυπο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού και αφετέρου εκείνες που βρίσκονται στα πρώτα στάδια της ανάπτυξής τους και μπορούν με τον ανάλογο προγραμματισμό να αποκτήσουν βιώσιμα αναπτυξιακά χαρακτηριστικά.

Με τον όρο «βιώσιμη» τουριστική ανάπτυξη περιγράφεται ο τύπος της τουριστικής ανάπτυξης που δραστηριοποιείται ισόρροπα στην τοπική, κοινωνική, οικονομική, πολιτισμική και περιβαλλοντική δομή της κάθε τουριστικής περιοχής, διαμορφώνοντας παράλληλα όρους (υπηρεσίες, υποδομές, τεχνογνωσία) για την συνεχή ανατροφοδότησή της (Κοκκώσης Χ. και Τσάρτας Π.: 2001).

Οι κυρίαρχες παράμετροι της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι οι ακόλουθες:

- Ειδικός σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης, με στόχο την ισορροπία ανάμεσα στην κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον.

- Ενίσχυση όλων των μέτρων (τοπικές αναπτυξιακές πρωτοβουλίες, λειτουργικές διασυνδέσεις ανάμεσα στους διαφορετικούς κλάδους της οικονομίας, έρευνα, εκπαίδευση, μάρκετινγκ) που συμβάλλουν στις διαδικασίες ανατροφοδότησης της ανάπτυξης.

- Ειδικό θεσμικό πλαίσιο που θα προωθεί τις διαδικασίες της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και την τοπική συμμετοχή.

•Προώθηση μέτρων και πολιτικών που συμβάλλουν στην προστασία και την ανάδειξη του τοπικού φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος.

•Χρήση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως βασικού άξονα της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης. Οι σημαντικές ελλείψεις που παρουσιάζει ο σχεδιασμός και προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης, ακόμη και σε αναπτυγμένες χώρες, έχει οδηγήσει στην εφαρμογή προγραμμάτων βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης με διαφορετικό βαθμό επιτυχίας. Σε άλλες περιπτώσεις το υιοθετούμενο πρότυπο έχει λίγα μόνο χαρακτηριστικά της αειφορίας, ενώ σε άλλες περιπτώσεις περισσότερα. Η υιοθέτηση και προώθηση αυτού του προτύπου από υπερεθνικούς και εθνικούς φορείς που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη, αποτελεί σημαντική ένδειξη ότι ο αειφορικός τουρισμός σταδιακά θα επεκτείνεται στο διεθνή χώρο. Τη διαπίστωση αυτή ενισχύει και η παράλληλη δυναμική τάση ανάπτυξης των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού που συμβάλλουν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Πιο συγκεκριμένα:

1. Οι ειδικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού και κυρίαρχου κινήτρου στη ζήτηση (π.χ. συνέδρια, οικολογία, πολιτισμός) και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής στις τουριστικές περιοχές που αποσκοπεί στην εξυπηρέτηση των τουριστών της κάθε ειδικής μορφής.

2. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αποτελούν τμήμα των ειδικών μορφών και χαρακτηρίζονται επίσης από την ύπαρξη ενός κυρίαρχου ειδικού κινήτρου στη ζήτηση το οποίο συνδέεται με συγκεκριμένα θέματα όπως: φυσιολατρία, ταξίδια περιπέτειας, αθλητισμός, περιήγηση, περιβάλλον, γνωριμία με την τοπική παράδοση.

Στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές χρησιμοποιούνται στα πλαίσια ενός προγραμματισμού που έχει δύο στόχους: αφενός την προσφορά μεγαλύτερου αριθμού εξειδικευμένων υπηρεσιών που καλύπτουν τη ζήτηση ειδικών ομάδων τουριστών, και αφετέρου τη συγκρότηση ενός προτύπου ανάπτυξης που εντάσσεται ισόρροπα στην υπάρχουσα δομή, είτε βελτιώνοντας την προϋπάρχουσα κατάσταση (π.χ. στις περιοχές με οργανωμένο τουρισμό διακοπών), είτε διαμορφώνοντας μια νέα παραγωγική δομή στον τουριστικό τομέα όπου κυριαρχούν οι υποδομές και οι υπηρεσίες των ειδικών και εναλλακτικών μορφών. Στο πλαίσιο αυτό ενισχύεται η συγκροτημένη ανάπτυξη αυτών των μορφών κατά

ομάδες ή πλέγματα. Στόχος είναι η διαμόρφωση μιας υποδομής προσφοράς που θα ανταποκρίνεται σε διαφορετικούς τύπους ζήτησης και θα συμβάλλει στη βασική αρχή της αειφορίας: την ανατροφοδότηση της ανάπτυξης. Σκόπιμο είναι αυτά τα πλέγματα των ειδικών και εναλλακτικών μορφών να συγκροτούνται με βάση κάποια κοινά χαρακτηριστικά των κινήτρων των τουριστών. Τα χαρακτηριστικά συγκροτούν και τις ανάλογες «ομάδες – στόχους» του μάρκετινγκ της περιοχής. Βασική παράμετρος επιτυχίας αυτής της πολιτικής αποτελεί η τήρηση των αρχών της αειφορίας οι οποίες προαναφέρθηκαν και ο μακροχρόνιος προγραμματισμός.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, αθλητικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός κ.λ.π.) εξ' ορισμού συνάδουν με το μοντέλο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, καθόσον είναι δραστηριότητες που δεν λαμβάνουν εντατική μορφή και είναι κατεξοχήν περιβαλλοντικά φιλικές.

### 2.3.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΜΕΤΡΟ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ

Στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι τουρίστες συχνά επιλέγουν ένα τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού στον οποίο κυριαρχεί η αυτονομία στις επιλογές και η περιήγηση με μικρή ή ελάχιστη χρήση υπηρεσιών οργανωμένου τουρισμού. Επιπλέον, απαιτείται η ανάπτυξη μιας ειδικής υποδομής που εξυπηρετεί τους συγκεκριμένους τουρίστες. Τέλος, κοινός παρανομαστής, τόσο στη ζήτηση όσο και στην προσφορά των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αποτελεί ο σεβασμός της τοπικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής δομής.

Η εντυπωσιακή ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε πολλές περιοχές του κόσμου έχει συμβάλει, ιδιαίτερα τις δυο τελευταίες δεκαετίες, στην ανάπτυξη ενός προτύπου που συγκροτείται από υποδομές και υπηρεσίες που εξυπηρετούν αυτόν τον τύπο τουρισμού. Το πρότυπο αυτό εντοπίζεται κυρίως σε περιοχές της υπαίθρου με πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτιστικούς πόρους. Σε ορισμένες περιπτώσεις, το πρότυπο στηρίζεται στην ανάπτυξη μιας μόνον εναλλακτικής μορφής (π.χ. οικοτουρισμός), ενώ σε άλλες στην ανάπτυξη περισσότερων (π.χ. οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, πολιτιστικός κ.λ.π.) Συχνά η ανάπτυξη αυτού του προτύπου- σε σχέση με την τοπική παραγωγική, κοινωνική και

περιβαλλοντική δομή-αποκτά μαζικά χαρακτηριστικά, με αποτέλεσμα να έχει δυσμενείς επιπτώσεις, ιδιαίτερα σε οικολογικά και κοινωνικά «ευαίσθητες» περιοχές της υπαίθρου όπου παρατηρείται μια μαζικοποίηση του εναλλακτικού τουρισμού. Το γεγονός αυτό έρχεται σε αντίθεση με τον ουσιαστικό στόχο μια τέτοιας ανάπτυξης: την ένταξη στην κοινωνική παραγωγική δομή της περιοχής με παράλληλη προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Είναι άρα δεδομένο ότι και στην περίπτωση αυτού του προτύπου καταγράφεται η ανάγκη για ορθολογικό σχεδιασμό, προγραμματισμό, οργάνωση και διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης.

Πρόσφατα ερωτήθηκαν στη Βουλή σχετικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Η απάντηση ενός εκ των βουλευτών ήταν η εξής:

«Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι η πολιτική της τουριστικής ανάπτυξης που αναδεικνύει και ενισχύει τον ποιοτικό τουρισμό και δημιουργεί τις προϋποθέσεις βιωσιμότητας και προοπτικής του. Ισχυρές συνιστώσες εναλλακτικού τουρισμού αποτελούν ο θρησκευτικός και ο περιπατητικός τουρισμός».

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι πολυάριθμες και είναι δυνατόν να κατηγοριοποιηθούν βάσει πολλών παραγόντων. Σύμφωνα με τον Σφακιανάκη (2000) οι παράγοντες αυτοί και οι μορφές που προκύπτουν από αυτούς συνοψίζονται στα εξής:

1. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα «τουρίστα». Είναι οι μορφές τουρισμού που πραγματοποιούνται από ανθρώπους με κοινά σωματικά, κοινωνικά ή ψυχολογικά χαρακτηριστικά: τουρισμός νέων, τουρισμός τρίτης ηλικίας, οικογενειακός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός κ.λπ.

2. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα «τουριστική μετακίνηση».

3. Μορφές τουρισμού που διαμορφώνονται σύμφωνα με το μεταφορικό μέσο, το μέγεθος της μετακινούμενης ομάδας ή τη δαπάνη της μετακίνησης των τουριστών: οδικός τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, ατομικός ή ομαδικός τουρισμός, κοσμοπολίτικος τουρισμός κ.λπ.

4. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα «διαμονή».

5. Μορφές τουρισμού που προσδιορίζονται από τη διάρκεια, το κατάλυμα και τη δαπάνη της διαμονής: κύριες διακοπές (15-30 ημέρες), short breaks (1-4 ημέρες), τουρισμός κάμπινγκ, επιλεκτικός ή λαϊκός τουρισμός κ.λπ.

6. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα «εποχή διακοπών».

7. Μορφές που κατηγοριοποιούνται σύμφωνα με την εποχή στην οποία εκδηλώνονται: θερινός τουρισμός, χειμερινός τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, αγροτουρισμός, μαζικός τουρισμός κ.λπ.

8. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα «τουριστικός προορισμός».

9. Μορφές που προσδιορίζονται από την φύση και το χαρακτήρα του τουριστικού προορισμού: θαλάσσιος, παράκτιος, χιονοδρομικός, ιαματικός, συνεδριακός, αθλητικός κ.λπ.

10. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα «σκοπός ταξιδιού».

11. Μορφές τουρισμού που διαμορφώνονται από το τουριστικό κίνητρο του τουρίστα, την συγκεκριμένη, δηλαδή, ανάγκη ή επιθυμία μέσω της τουριστικής εμπειρίας. Περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού, αφού είναι η αιτία του.

12. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα «τουριστική δαπάνη»: κοσμοπολίτικος τουρισμός, τουρισμός φιλοξενίας κ.λπ. Είναι κατανοητό πως, τουλάχιστον στα πλαίσια της παρούσης εργασίας, είναι αδύνατον να παρουσιαστούν και να αναλυθούν όλες οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Παρακάτω αναφέρονται βασικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού, με εκτενέστερη αναφορά σε ορισμένες από αυτές.

### 2.3.3. ΜΟΡΦΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

#### ***α) Αγροτουρισμός***

Ο αγροτουρισμός είναι μια ήπια μορφή τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο η οποία έχει ως στόχο να συμβάλει ώστε ο επισκέπτης να γνωρίζει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού, να φέρει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση, καθώς επίσης να κινητοποιήσει την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου.

Ο σωστά σχεδιασμένος και καλά οργανωμένος αγροτουρισμός μπορεί να συμβάλει στη διατήρηση της ταυτότητας ενός τόπου και να αναδείξει τις τοπικές ιδιαιτερότητές του.

#### ***β) Μορφωτικός τουρισμός***

Αυτή η μορφή τουρισμού αφορά γενικά τη συμμετοχή των ατόμων σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, επισκέψεις σε ιστορικά μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία, πινακοθήκες, παρακολουθήσεις συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων, όπερας και σεμιναρίων. Έτσι λοιπόν απαιτείται ειδική υποδομή όπως π.χ. πλούσια προγράμματα.

#### ***γ) Τουρισμός εκθέσεων***

Σε αυτή τη μορφή υπάγονται κάθε είδους εκθέσεις που συνήθως οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα και συνήθως συνδυάζονται και με άλλες μορφές τουρισμού. Για την ανάπτυξη του τουρισμού εκθέσεων χρειάζεται η δημιουργία σύγχρονων εκθεσιακών χώρων κατάλληλα εξοπλισμένων.

#### ***δ) Τουρισμός υγείας – Ιαματικός Τουρισμός***

Τα άτομα που μετέχουν σε αυτού του είδους τον τουρισμό έχουν ως κίνητρο την αποκατάσταση και διατήρηση της υγείας τους. Η μορφή αυτή απαιτεί άρτια εξοπλισμένες εγκαταστάσεις υδρολουτρο-θαλασσο-αεροθεραπείας, καταλύματα με ειδικές εγκαταστάσεις καθώς επίσης και ειδικές ιατρικές και φυσικοθεραπευτικές υπηρεσίες.

#### ***ε) Τουρισμός άθλησης***

Ο τουρισμός άθλησης έχει σαν κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος όπως ποδηλασία, ιππασία, τένις, πεζοπορία, γκολφ κ.λπ. Βασική προϋπόθεση είναι η δημιουργία εγκαταστάσεων άθλησης και η απασχόληση έμπειρων εκπαιδευτών.

#### ***στ) Τουρισμός πόλης***

Τα άτομα που μετέχουν σε αυτόν ταξιδεύουν σε μια πόλη και περιηγούνται για μερικές ημέρες (τρεις ως τέσσερις). Πόλος έλξης για πολλά άτομα που κάνουν

αυτού του είδους τουρισμό είναι η νυχτερινή ζωή, η διασκέδαση, οι ενδιαφέρουσες εκδρομές και τέλος το ωραίο περιβάλλον.

#### **ζ) Συνεδριακός τουρισμός**

Στο συνεδριακό τουρισμό υπάγονται κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις όπως συνέδρια. Αυτού του είδους ο τουρισμός συχνά συνδυάζεται και με άλλες μορφές τουρισμού. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι η δημιουργία σύγχρονων συνεδριακών κέντρων άρτια τεχνικά εξοπλισμένων και με βοηθητικούς χώρους κάθε είδους, καθώς επίσης η κατασκευή αιθουσών συνεδρίων μεγάλης χωρητικότητας εκ μέρους των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων του κέντρου και της περιφέρειας. Με αυτή τη μορφή τουρισμού προβάλλεται σημαντικά στο εξωτερικό η χώρα διοργάνωσης του συνεδρίου.

#### **η) Τουρισμός περιπέτειας**

Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού με έντονο το στοιχείο του απροσδόκητου, της έκπληξης. Φωτογραφικά σαφάρι, περιπλανήσεις σε άγνωστες περιοχές, κωπηλασία. Αναπτύσσεται ραγδαία καθώς καλύπτει την ανάγκη ή επιθυμία του σύγχρονου ανθρώπου για εκτόνωση.

#### **θ) Τουρισμός χειμερινών σπορ**

Ο τουρισμός χειμερινών σπορ είναι μια δυναμική μορφή τουρισμού που προσπαθούν να αναπτύξουν οι χώρες υποδοχής τουριστών στο πλαίσιο της προσπάθειάς τους να αξιοποιήσουν και να εκμεταλλευτούν τους αδρανείς μήνες. Αυτός ο τουρισμός καλύπτει το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που διεξάγονται στη διάρκεια του χειμώνα. Τα άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τον τουρισμό συνδέονται με χειμερινά σπορ και συναφείς δραστηριότητες. Για αυτή τη μορφή τουρισμού απαιτείται κατάλληλη υποδομή όπως οργανωμένα χιονοδρομικά κέντρα, πίστες πάγου, πίστες σκι, συγκοινωνιακή σύνδεση των κέντρων χειμερινών σπορ με τα μεγάλα αστικά κέντρα και τους χώρους υποδοχής τουριστών.

#### **ι) Τουρισμός παραχίμασης**

Αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες εκείνων που κατά τη διάρκεια του χειμώνα κάνουν διακοπές μικρής ή μεγάλης διάρκειας σε χώρες με ήπια κλίματα

για να αποφύγουν τις αντίξοες καιρικές συνθήκες που επικρατούν στους τόπους της μόνιμης διαμονής τους. Η ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμεσης εξαρτάται από την αρτιότητα των τουριστικών πακέτων και την τιμή διάθεσής τους στην τουριστική αγορά.

#### ***κ) Ορεινός τουρισμός***

Αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που εκδηλώνεται μόνο στις ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής τουριστών. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων που δένουν με το φυσικό περιβάλλον και η εξυπηρέτησή τους συγκοινωνιακά όσο το δυνατόν πληρέστερα και καλύτερα.

#### ***λ) Θαλάσσιος τουρισμός***

Αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας υποδοχής τουριστών. Η πιο παραγωγική δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι εκείνη της ναύλωσης σκαφών αναψυχής όπως π.χ. ιστιοφόρων, ταχύπλοων σκαφών κ.ά. Άλλη αξιόλογη δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι αυτή των κρουαζιέρων, η ζήτηση των οποίων παρουσιάζει σημαντική αύξηση.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού είναι η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής όπως κατασκευή σύγχρονων και άρτια εξοπλισμένων μαρίνων και συμπλήρωση ή ανανέωση του στόλου των σκαφών αναψυχής και των κρουαζιερόπλοιων.

#### ***μ) Θρησκευτικός τουρισμός***

Είναι μια μορφή τουρισμού που αφορά άτομα τα οποία επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους που βρίσκονται στη χώρα της μόνιμης διαμονής τους ή σε κάποια άλλη είτε για λόγους λατρείας είτε για να πάρουν μέρος σε θρησκευτικές εκδηλώσεις είτε για κάποιο τάμα που έχουν κάνει. Για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού δεν χρειάζεται ειδική υποδομή, αλλά μόνο η βασική.

#### ***ν) Τουρισμός κινήτρων***



Η μορφή αυτή τουρισμού χρησιμοποιείται από επιχειρήσεις για να αυξήσουν την παραγωγικότητα των εργαζομένων. Έτσι λοιπόν τους προσφέρουν ομαδικά τουριστικά πακέτα για προορισμούς στο εξωτερικό.

### **ξ) Οικολογικός τουρισμός**

Για τη μορφή αυτού του είδους τουρισμού δεν χρησιμοποιούνται βαριές κατασκευές, ενώ τόσο ο τουρίστας όσο και τα άτομα της χώρας υποδοχής σέβονται τη φύση στο σημείο που να αποφεύγονται ακόμη και τα μαζικά μέσα μετακίνησης. Στον οικοτουρισμό εντάσσεται η ανάπτυξη των παραδοσιακών οικισμών, των βιοτόπων, των εθνικών δρυμών.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής και ανωδομής όπως π.χ. κατάλληλα τουριστικά καταλύματα, χορήγηση επιδομάτων διακοπών, εφαρμογή επιχορηγούμενων προγραμμάτων για ειδικές κατηγορίες ατόμων (σπουδαστές, στρατιώτες, συνταξιούχους) που η οικονομική τους κατάσταση δεν τους επιτρέπει να κάνουν διακοπές.

### **ο) Τουρισμός αναπήρων**

Πρόκειται για μια ειδική μορφή τουρισμού που η ανάπτυξή της προωθείται όλο και περισσότερο τα τελευταία χρόνια. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού είναι η δημιουργία κάθε είδους τουριστικών εγκαταστάσεων που να διαθέτουν ανάλογο εξοπλισμό για την εξυπηρέτηση των αναπήρων τουριστών, όπως και η προσφορά τουριστικών πακέτων που θα ικανοποιεί τις ανάγκες ή επιθυμίες των ατόμων με ειδικές ανάγκες. Επίσης, απαιτείται ειδική θέσπιση προδιαγραφών, που θα πρέπει να τηρούν τα τουριστικά καταλύματα και οι υπόλοιπες τουριστικές εγκαταστάσεις. Τέτοιου είδους προδιαγραφές είναι π.χ. ράμπες, ανελκυστήρες, ειδικός εξοπλισμός.

Παρακάτω αναλύονται εκτενέστερα ορισμένες σημαντικές ειδικές μορφές τουρισμού:

## Ι. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (ΣΥΝΕΔΡΙΑ-ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ-ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ)

### Συνέδρια

Η διοργάνωση συνεδρίων αποτελεί έναν από τους πλέον αναπτυσσόμενους και δυναμικούς τομείς για το ελληνικό τουριστικό προϊόν (συνεδριακός τουρισμός). Τα τελευταία χρόνια και με αφορμή τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας 2004, κατασκευάστηκαν στην περιοχή της Αττικής ειδικές εγκαταστάσεις και αναπτύχθηκαν υποδομές για τη διοργάνωση συνεδρίων, μεγάλου και μικρότερου μεγέθους.

Εξάλλου, στις περισσότερες περιοχές της χώρας, σύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες αλλά και εξειδικευμένοι χώροι οργάνωσης συνεδρίων, μπορούν να προσφέρουν διευρυμένες δραστηριότητες και υπηρεσίες υψηλού επιπέδου, καθώς και την απαιτούμενη υποδομή για να φιλοξενήσουν τόσο μικρές εκδηλώσεις όσο και μεγάλα παγκόσμια συνέδρια. Σημειώνεται πως η πρόσβαση σε αυτές τις περιοχές, όπου υπάρχουν χώροι οργάνωσης συνεδρίων, είναι ιδιαίτερα εύκολη και σύντομη.

Οι υποδομές αυτές, σε συνδυασμό με το εξαιρετο κλίμα, τις απαράμιλλες φυσικές ομορφιές, τις θαυμάσιες ακτές, το σπάνιο πολιτιστικό απόθεμα, την εξαιρετική γαστρονομία, τη φημισμένη φιλοξενία, και την πλούσια νυχτερινή και πολιτιστική διασκέδαση, καθιστούν την Ελλάδα ως έναν ιδανικό προορισμό για τη διοργάνωση συνεδρίων.

Οι ομάδες των συνεδριακών τουριστών, εκτός του ότι προσφέρουν σημαντικά οικονομικά οφέλη, παράλληλα προβάλλουν και τον τόπο διεξαγωγής των συνεδρίων πράγμα που έχει σαν αποτέλεσμα να δημιουργείται ένα μεγάλο ανταγωνιστικό πεδίο μεταξύ κρατών, που μέσω των αρμόδιων φορέων τους προσπαθούν να πάρουν το δυνατόν μεγαλύτερο κομμάτι από την ολοένα αυξανόμενη συνεδριακή «πίτα», μεταξύ των πόλεων που προσπαθούν να καθιερωθούν σαν πόλεις συνεδρίων, μεταξύ των ξενοδοχειακών μονάδων, που στοχεύουν όχι μόνο στην υψηλή εισοδηματική στάθμη των τουριστών αυτής της μορφής αλλά και στην τόνωση της πληρότητάς τους κατά τη διάρκεια της χαμηλής τους περιόδου και τέλος, μεταξύ των αεροπορικών εταιρειών που συνειδητοποίησαν την απόλυτη ταύτιση μιας κενής ξενοδοχειακής κλίνης και μιας κενής θέσης στο αεροσκάφος.

Έτσι λοιπόν, ο συνεδριακός τουρισμός θεωρείται μάλλον η σημαντικότερη μελλοντική μορφή τουρισμού για τη χώρα μας. Οι διαστάσεις που παίρνει είναι τεράστιες. Αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα δεν υπάρχουν πολλές εταιρείες διοργάνωσης συνεδρίων, όμως ολοένα και αναπτύσσονται και νομίζουμε πως σύντομα θα μπορούν να ανταγωνιστούν τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες που δέχονται συνέδρια.

Για την επιλογή του χρόνου και του τόπου διεξαγωγής συνεδρίων υπάρχουν κάποια κριτήρια τα οποία είναι οι κλιματολογικές συνθήκες όσον αφορά το χρόνο και για τον τόπο η ύπαρξη απαραίτητης συνεδριακής υλικοτεχνικής υποδομής, η εύκολη πρόσβαση σε συνάρτηση με τη χώρα προέλευσης του κύριου όγκου των συνέδρων, η γενικότερη εικόνα του τόπου και επίσης ολόκληρο το τουριστικό «πακέτο» του συνεδρίου.

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία, η Ευρώπη σαν ήπειρος διεξαγωγής συνεδρίων δέχεται το 60,5% του ολικού αριθμού, η Βόρειος Αμερική το 15%, η Ασία το 12,5%, η Νότιος Αμερική το 5,4%, η Αφρική το 4,4% και η Αυστραλία το 2,2%.

Στην Ευρώπη, οι πόλεις που δέχονται τα περισσότερα διεθνή συνέδρια είναι το Παρίσι, το Λονδίνο, η Γενεύη, στις Ηνωμένες Πολιτείες η Ουάσιγκτον και στην Ασία η Σιγκαπούρη. Οι αναλυτές των στατιστικών στοιχείων των τελευταίων ετών μνημονεύουν την περίπτωση της Φιλανδίας, της οποίας η πρωτεύουσα Ελσίνκι, λαμβάνει ένα σταθερό μερίδιο από το συνεδριακό τουρισμό και είναι αξιοσημείωτη η περίπτωση της γιατί βρίσκεται στο τελευταίο βορειοανατολικό σημείο του ευρωπαϊκού βορρά, είναι μια από τις πιο ακριβές πρωτεύουσες της Ευρώπης και έχει παρατεταμένο βαρύ χειμώνα και μικρό καλοκαίρι με ζεστή και υγρή ατμόσφαιρα.

Στο συνεδριακό τουρισμό συμπεριλαμβάνονται επίσης και εκδηλώσεις όπως: «Διασκέψεις - Συνδιασκέψεις, Συσκέψεις, Συνελεύσεις, Διαλέξεις-ομιλίες, Ημερίδες, Φόρουμ, Συμπόσια, Σεμινάρια, Workshops, Meetings».

Οι φορείς των συνεδριακών εκδηλώσεων είναι κρατικοί, διεθνείς οργανισμοί, σύλλογοι πολιτιστικοί και επιμορφωτικοί, επαγγελματικές, εμπορικές ενώσεις ή ομοσπονδίες, επιχειρήσεις με εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα.

Τα είδη των συνεδρίων είναι τα εξής:

- Επιστημονικά συνέδρια (κυρίως ιατρικά).
- Εμπορικά συνέδρια.
- Συνέδρια κομματικού, κοινωνικού, πολιτικού περιεχομένου.

- Συνέδρια διεθνών οργανισμών.
- Συσκέψεις.
- Σεμινάρια.

Ένα σημαντικό κομμάτι των συνεδρίων είναι η οργάνωσή τους. Οι οργανωτές των συνεδρίων μπορεί να ανήκουν:

- Σε εξουσιοδοτημένη επιτροπή από τη διοίκηση του φορέα, γνωστή σαν οργανωτική επιτροπή.
- Σε επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων που λειτουργούν συνήθως μέσω γραφείων δημοσίων σχέσεων.
- Σε ταξιδιωτικά γραφεία με προσωπικό κυρίως από τον ευρύτερο χώρο των δημοσίων σχέσεων.

Οι οργανωτές επιδιώκουν να μείνουν ικανοποιημένοι τόσο οι ιθύνοντες όσο και οι σύνεδροι διότι ενδιαφέρονται για τη δική τους προβολή.

Όσον αφορά τους συνέδρους, λόγω του αριθμού τους αλλά κυρίως λόγω της υψηλής κοινωνικοοικονομικής τους θέσης, αποτελούν μια τεράστια διαφημιστική δύναμη τόσο για τον τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου όσο και για το ξενοδοχείο.

Τα οφέλη των προορισμών του συνεδριακού τουρισμού είναι τα εξής:

- Προβάλλεται ο τόπος διεξαγωγής του συνεδρίου.
- Επιτρέπεται η ανέξοδη διαφήμιση μέσω των συνέδρων.
- Δημιουργούνται προϋποθέσεις για επαναλαμβανόμενες διεξαγωγές συνεδρίων, αλλά και για νέες επισκέψεις των συνέδρων στον τόπο με άλλη σύνθεση και ιδιότητα.
- Λειτουργεί εκτός τουριστικής αιχμής καταπολεμώντας το πρόβλημα της εποχικότητας στον τουρισμό.

### **Τουρισμός Κινήτρων**

Έχουμε αναλύσει πιο πάνω τι είναι τουρισμός κινήτρων, αλλά εδώ τον παραθέτουμε ως κομμάτι του επαγγελματικού τουρισμού επειδή τον θεωρούμε στο σύνολό του βασικό τρόπο αντιμετώπισης στο πρόβλημα της εποχικότητας.

Είναι διαδεδομένη εναλλακτική μορφή τουρισμού και λειτουργεί συνήθως σαν επιβράβευση στους εργαζόμενους διαφόρων επιχειρήσεων με προσφορά κάποιου ταξιδιού.

Εκτός από τα οφέλη των επιχειρήσεων που προκύπτουν από την επιλογή ταξιδιού σαν κινήτρου και του χαμηλού κόστους σε σχέση με το όφελος που αποφέρει, οι συμμετέχοντες για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα, θα συζητήσουν με φίλους, συγγενείς, πελάτες, συναδέλφους και θα διαφημίσουν τον τουριστικό προορισμό.

Από έρευνες που πραγματοποιήθηκαν διαπιστώθηκε ότι ο τουρίστας αυτής της κατηγορίας είναι ιδιαίτερα «αποδοτικός» πελάτης, η δε τάση του για κατανάλωση προέρχεται από μια ψυχολογική ανάγκη ανταμοιβής.

Τα κυριότερα κριτήρια επιλογής του προορισμού ενός ταξιδιού «κινήτρου» είναι:

- Η πρόσβαση από τη χώρα εκκίνησης.
- Η ποιότητα των ξενοδοχείων και τα αξιοθέατα της εγγύτερης περιοχής.
- Ο βαθμός προβολής τους.
- Οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν.

Τα οφέλη του τουρισμού κινήτρων είναι σημαντικά, καθώς αποτελεί τουρισμό υψηλής εισοδηματικής στάθμης και έτσι δημιουργεί υψηλή κατά κεφαλήν δαπάνη, περισσότερη και από αυτή του συνεδριακού τουρισμού.

Το πιο σημαντικό απ' όλα είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, με αποτέλεσμα την άμβλυνση της εποχικότητας.

Ακόμα, προβάλλεται ο τόπος και τέλος είναι τουρισμός συνεχούς «ροής», χωρίς να ακολουθεί τη γενική τάση της οικονομίας.

### **Εκθεσιακός Τουρισμός**

Στα πλαίσια της αναφοράς μας στον επαγγελματικό τουρισμό ειδικότερα αξίζει να δούμε και τον εκθεσιακό τουρισμό που είναι δυνατόν φυσικά να περιλαμβάνει και συνεδριακές εκδηλώσεις παράλληλα.

Σκοπός των εκθέσεων είναι να προκαλέσουν ή να ενεργοποιήσουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών τους για τα συγκεκριμένα προϊόντα που εκθέτονται ή υπηρεσίες που παρουσιάζονται.

Οι εκθέσεις ανάλογα με τον τόπο προέλευσης των επισκεπτών που επιδιώκουν να τις επισκεφθούν, διακρίνονται σε τοπικές, περιφερειακές, εθνικές και διεθνείς.

Οι εκθέτες προϊόντων ή υπηρεσιών που συμμετέχουν ατομικά ή συλλογικά σε μια διεθνή έκθεση προβάλλουν έμμεσα και τη χώρα τους. Αυτή η γενικότερη εικόνα που σχηματίζει ο επισκέπτης της έκθεσης για μια χώρα έχει άμεση επίδραση στον να την καταστήσει επιθυμητό ή μη τουριστικό προορισμό.

Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια πραγματοποιούνται εκθέσεις διεθνούς χαρακτήρα από τον Ο.Π.Ε. (Οργανισμός Προώθησης Εξαγωγών) και έτσι προβάλλεται το τουριστικό της προϊόν.

Εκθέσεις μπορεί να γίνουν σε ξενοδοχεία ίσως και με παράλληλη συνεδριακή εκδήλωση ή σε αυτόνομα εκθεσιακά κέντρα, σε μεγάλα αστικά κέντρα συνήθως.

Οι εκθέσεις αποτελούν την πιο αποτελεσματική δραστηριότητα του επικοινωνιακού marketing. Τα τελευταία χρόνια αυξάνονται σε αριθμό και ποιότητα οι πραγματοποιούμενες εκθέσεις.

Με τον εκθεσιακό τουρισμό διευρύνεται η τουριστική ζήτηση του τόπου που λειτουργεί η έκθεση και φυσικά αμβλύνεται η εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης.

#### **Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Επαγγελματικού Τουρισμού**

Ο επαγγελματικός τουρισμός, με τις επιμέρους μορφές του, αποτελεί επιλεκτικό τουρισμό, που χαρακτηρίζεται από την πραγματοποίηση υψηλής τουριστικής δαπάνης.

Οι κυριότερες προϋποθέσεις επαγγελματικού τουρισμού είναι:

- Ασφάλεια, κοινωνική ειρήνη, σταθερή πολιτική κατάσταση.
- Συνεδριακή και εκθεσιακή υλικοτεχνική υποδομή (έχουν καθοριστεί προδιαγραφές από τις υπηρεσίες του ΕΟΤ).
- Ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών με ανάλογες υπηρεσίες και αξιοθέατα σε κοντινές σχετικά αποστάσεις (πλήρες σύστημα επικοινωνιών, πλούσια προγράμματα ψυχαγωγίας).
- Εύκολη πρόσβαση από τη χώρα εκκίνησης (αποφυγή αλλαγών αεροσκαφών και ενδιάμεσων στάσεων, συνέπεια τήρησης δρομολογίων, άνετη εξυπηρέτηση).
- Γενικότερη υποδομή του τόπου υποδοχής (ταξιδιωτικές υπηρεσίες, ψυχαγωγία, ευχάριστο φυσικό και δομημένο περιβάλλον, πολυκαταστήματα, νοσοκομεία κ.λπ.).

- Ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες.
- Η εικόνα που έχει καθιερώσει η χώρα ή ο τόπος προορισμού.
- Η χώρα ή ο τόπος προορισμού να είναι γνωστός και να θεωρείται «in».

### Προοπτικές Ανάπτυξης Επαγγελματικού Τουρισμού στην Ελλάδα

Οι προοπτικές ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού στη χώρα μας εμφανίζονται θετικές αφού διαθέτει τις περισσότερες από τις απαραίτητες προϋποθέσεις.

Διαθέτει:

- Ικανοποιητική ξενοδοχειακή υποδομή τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά, η οποία συνεχώς βελτιώνεται.
- Ικανοποιητικές κλιματολογικές συνθήκες.
- Θετική εικόνα στις κυριότερες συναφείς τουριστικές αγορές.
- Φυσικές ομορφιές και ποικιλία αξιοθέατων σε όλο τον ελλαδικό χώρο.
- Δημιουργία εκθέσεων-θεσμών με κύρια φροντίδα της Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης η οποία αποκτά σημαντικές εγκαταστάσεις και στην Αθήνα.
- Ευνοϊκή γεωγραφική θέση.
- Αποτελεί ήδη καθιερωμένο τουριστικό προορισμό (έτσι δίνεται η δυνατότητα να αναπτυχθεί ευκολότερα και με μικρότερο κόστος κάθε είδους εναλλακτικός τουρισμός).
- Διαθέτει αξιόλογο επιστημονικό και επαγγελματικό δυναμικό, διεθνούς φήμης (κορυφαίοι Έλληνες επιστήμονες και επαγγελματίες συμμετέχουν σε διεθνείς οργανισμούς και ενώσεις. Με την ιδιότητά τους αυτή μπορούν να επηρεάσουν τους φορείς προκειμένου να επιλέγονται ελληνικοί προορισμοί για τις όποιες μαζικές εκδηλώσεις τους).

Κάποιες προτάσεις που έχουν γίνει από τον ΕΟΤ και αναφέρονται στο βιβλίο του κ. Κ. Κραβαρίτη «Επαγγελματικός Τουρισμός» είναι οι εξής:

- Να βελτιωθούν οι συνθήκες που σχετίζονται με την εξυπηρέτηση τουριστών και τις προσφερόμενες υπηρεσίες.
- Να πυκνώσουν δρομολόγια.
- Να βελτιωθεί η πρώτη εικόνα που δίνουν στον ταξιδιώτη τα σημεία εισόδου στη χώρα μας.

- Να συνεχιστεί ο ρυθμός προσαρμογής ξενοδοχείων υψηλών προδιαγραφών (δημιουργία συνεδριακών χώρων, εκπαίδευση του προσωπικού τους, υποδομή για ψυχαγωγία, διαφήμιση και προβολή τους στις ειδικές αγορές)
- Να διαφοροποιηθεί καθώς και να εμπλουτιστεί το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν στο σύνολο του.
- Να δημιουργηθούν μεγάλα αυτόνομα συνεδριακά κέντρα στις κυριότερες πόλεις Αθήνα, Πάτρα, Ηράκλειο, Ρόδο.

Για την Αθήνα το πρόβλημα της δημιουργίας μεγάλου συνεδριακού κέντρου χρονίζει αδικαιολόγητα. Η αρτιότατη τεχνικά αίθουσα είναι αυτή του «Μεγάλου Μουσικής Αθηνών» (1961 άτομα) που όμως χρησιμοποιείται πιο πολύ για μουσικές παραστάσεις. Σε ότι αφορά στο συνεδριακό τουρισμό, η Ελλάδα κατέχει χαμηλή θέση στη διεθνή κατάταξη (22<sup>η</sup> θέση το 2005). Το 2005 πραγματοποιήθηκαν σε όλες τις χώρες, με βάση τα στοιχεία που συγκεντρώνει το International Congress and Convention Association (2006), 5.283 διεθνή συνέδρια, εκ των οποίων η Ελλάδα προσέλκυσε 94, αριθμό διπλάσιο από τον αντίστοιχο του 1996. Η μέση διάρκεια παραμονής των συνέδρων είναι περίπου 4 ημέρες και η ανά συνέδριο κατανάλωση ξεπερνά τα 2.000 δολάρια. Κατά το 2005 φιλοξενήθηκαν στη χώρα μας 78.347 σύνεδροι, που συμμετείχαν στα 94 συνέδρια διεθνών ενώσεων που διοργανώθηκαν στην Ελλάδα και απέφεραν έσοδα 165 εκ. Ευρώ (το 2,2% του συνόλου παγκοσμίως). Η υπάρχουσα υποδομή σε οργανωμένους χώρους συνεδρίων αναπτύσσεται συνεχώς, ανταποκρινόμενη στο δυναμισμό και τις προοπτικές του τομέα. Η υποδομή αυτή εντοπίζεται κυρίως στα ξενοδοχεία, τα οποία διαθέτουν γενικά αξιόλογη, μέσης δυναμικότητας (500-1.500 ατόμων) συνεδριακή υποδομή και λιγότερο σε οργανωμένους και αυτοτελείς συνεδριακούς χώρους

## II. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ

Ανέκαθεν ο άνθρωπος ζούσε μέσα στη φύση σαν «γέννημα και θρέμμα» της και σαν αναπόσπαστο μέρος της. Ανέκαθεν και ανεξάρτητα από τον τρόπο ζωής του, που συχνά δε συμβιβαζόταν με το φυσικό τρόπο ζωής, είχε επαφή με τη φύση. Και ανέκαθεν ο απομακρυσμένος από τη φύση άνθρωπος, επεδίωκε να γυρίσει σ' αυτή. Αυτή η τάση του ανθρώπου να αναζητά τη φύση, όταν εκδηλώνεται με τη μορφή της



τουριστικής δραστηριότητας, ονομάζεται από τους ψυχολόγους τουριστικό σύμπλεγμα του Ανταίου, που μεταφορικά σημαίνει ότι ο άνθρωπος οφείλει την ύπαρξή του στη φύση και ότι παίρνει δύναμη και αναγεννάται κάθε φορά που έρχεται σε επαφή μαζί της. Η αγάπη του ανθρώπου για τη φύση τα τελευταία χρόνια αναζωπυρώθηκε και εκδηλώθηκε με τη λεγόμενη-στροφή προς τη φύση-που αντιπροσωπεύει την επιθυμία του ανθρώπου να επιστρέφει, μόνιμα ή προσωρινά στο φυσικό του περιβάλλον, μακριά από το ανθρωπογενές αστικό περιβάλλον όπου από τύχη ή από ανάγκη ζει.

Η στροφή αυτή είναι η αντίδραση του ανθρώπου ενάντια στο σημερινό πιεστικό και ασφυκτικό τρόπο ζωής που το αστικό περιβάλλον δημιουργεί και οι διάφορες κοινωνικές, οικονομικές, εργασιακές και πολιτικές συνθήκες επιβάλλουν. Ενθαρρύνεται όμως και από πολλούς άλλους παράγοντες, υποκειμενικούς ή αντικειμενικούς που επηρεάζουν τους ανθρώπους της σημερινής εποχής. Η στροφή προς τη φύση υποστασιοποιείται με τη μετάβαση των ανθρώπων από τα αστικά κέντρα στην ύπαιθρο. Και γι' αυτή τη μετάβαση το μοναδικό σχεδόν «διαβατήριο», το μοναδικό μέσον και η μοναδική ευκαιρία είναι ο τουρισμός. Γιατί τουρισμός σημαίνει διακοπές, δηλαδή ότι οι άνθρωποι των πόλεων «διακόπτουν» τις οποιεσδήποτε υποχρεώσεις που έχουν, επιβαλλόμενες ή εκουσίως αναλαμβανόμενες και έχουν ελεύθερο χρόνο για να απομακρυνθούν προσωρινά από τους τόπους όπου ζουν και εργάζονται. Και το κάνουν για να ελαφρύνουν τα οικονομικά, κοινωνικά, ψυχολογικά κ.λπ. βάρη που έχουν επωμιστεί από το τρόπο ζωής τους και για να αναζητήσουν σε ένα διαφορετικό περιβάλλον, στη φύση, αυτό που τους λείπει, αυτό που τους ανακουφίζει, αυτό που τους ισορροπεί. Και πράγματι ο ρόλος του τουρισμού στην επαφή των ανθρώπων με τη φύση είναι πρωταγωνιστικός. Γιατί στηρίζει τη γέφυρα την οποία διαβαίνουν χιλιάδες άνθρωποι, οι τουρίστες για να ξεφύγουν από το αστικό και να βρεθούν στο φυσικό περιβάλλον.

Οι παράγοντες της στροφής προς τη φύση και οι μορφές τουρισμού που τους ενισχύουν είναι :

ι) Το αυξημένο ενδιαφέρον του ανθρώπου για το περιβάλλον : Το περιβάλλον, ο οίκος του ανθρώπου, έχει υποστεί πολλά πλήγματα από τις ανθρώπινες δραστηριότητες, που χάριν της ποσοτικής, άναρχης, ανεξέλεγκτης και κερδοσκοπικής οικονομικής ανάπτυξης, απέβλεπαν στην υπερεκμετάλλευση και ληστρική χρήση των

φυσικών πόρων με τραυματικές για τη φύση τακτικές και με παραβίαση των φυσικών νόμων, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν τα σημερινά παγκόσμια περιβαλλοντικά προβλήματα που απειλούν την ανθρώπινη ζωή και τον ίδιο τον πλανήτη. Η απειλή αυτή αφύπνισε ένα μεγάλο μέρος του γήινου πληθυσμού, που αποφάσισε να κινητοποιηθεί και να πάρει όσα και όποια μέτρα μπορούσε για τη προστασία του περιβάλλοντος. Στα πλαίσια της κινητοποίησης αυτής, δημιουργήθηκαν σε όλες τις ανεπτυγμένες χώρες του κόσμου, ομάδες ανθρώπων με τη μορφή οικολογικών ή περιβαλλοντικών ή φυσιολατρικών οργανωμένων συνόλων (συλλόγων, εταιριών, ενώσεων, συνδέσμων, σωματείων, κέντρων, κινήσεων, κινημάτων κ.λπ.) που έχουν καταστατική υποχρέωση να προστατεύουν το περιβάλλον. Στο πολιτικό στίβο διαμορφώθηκε το κίνημα των Πρασίνων, που ήδη συγκαταλέγεται στις σοβαρές πολιτικές δυνάμεις πολλών Ευρωπαϊκών χωρών. Στη πολιτική πρακτική οι κυβερνήσεις, η ευρωπαϊκή ένωση και πολλοί παγκόσμιοι οργανισμοί, αναγκάστηκαν να θεσπίσουν και να εφαρμόσουν μέτρα προστασίας του περιβάλλοντος.

Στην εκπαίδευση καθιερώθηκε η περιβαλλοντική εκπαίδευση. Στην αναπτυξιακή δραστηριότητα καθιερώθηκε το δόγμα της αειφορικής ανάπτυξης. Στο τουριστικό τομέα αναπτύχθηκε ο λεγόμενος εναλλακτικός ή ήπιος ή μαλακός τουρισμός του οποίου οι μερικότερες εναλλακτικές μορφές είναι προστατευτικές και φιλικές προς το περιβάλλον. Ο οικοτουρισμός χαρακτηρίζεται σαν το πιο γρήγορα αναπτυσσόμενο τμήμα της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς, ο αειφόρος τουρισμός αντιπροσωπεύει το δόγμα της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης και ο τουρισμός υπαίθρου με τον αγροτικό και γεωργικό τουρισμό και με τις λοιπές υπαίθριες τουριστικές μορφές, συνεχώς μεγεθύνεται και η αντίστοιχη τουριστική πελατεία συνεχώς αυξάνεται. Αντίθετα ο μαζικός τουρισμός, που κατηγορείται για τις δυσμενείς περιβαλλοντικές του επιπτώσεις, μειώνεται ή τουλάχιστον καταβάλλονται προσπάθειες να μειωθεί ή να ακολουθήσει ηπιότερες τακτικές. Στη κοινή γνώμη εδραιώθηκε η περιβαλλοντική αντίληψη που εμπεριείχε τη γνώση και το ενδιαφέρον για το περιβάλλον και αυξάνει την ευαισθησία του απλού ανθρώπου για τα περιβαλλοντικά προβλήματα. Από το άλλο μέρος τα μεγάλα «οικονομικά συμφέροντα» που συνήθως αντιπροσωπεύονται και υποστηρίζονται από «μεγάλες κυβερνήσεις», συχνά αδιαφορούν για το περιβάλλον αν και είναι οι κύριοι μολυντές και καταστροφείς του.

ii) Η αναζήτηση της ανθεκτικότητας : Στο σημερινό τεχνολογικό πολιτισμό επικρατεί το «τεχνητό». Τεχνητά υλικά, τεχνητά τρόφιμα, τεχνητές υπηρεσίες, τεχνητή διασκέδαση, τεχνητή συμπεριφορά, τεχνητός τρόπος ζωής, τεχνητές σχέσεις, τεχνητό περιβάλλον. Το φυσικό, το ανόθευτο, το ανεπιτήδευτο, το απροσποίητο, το αυθεντικό, ευρίσκονται «εν ανεπάρκεια». Τα τρόφιμα π.χ. είναι τα περισσότερα τεχνητά ή έχουν υποστεί τεχνική επεξεργασία. Οι ανθρώπινες σχέσεις είναι τεχνητές (υπαγορεύονται από συμφέροντα, προσδιορίζονται από επαγγελματίες σχέσεων ή σύμβουλους κοινωνικής παρουσίας, ακολουθούν κάποιο πρωτόκολλο, καλουπώνονται από κάποιο επικοινωνιολόγο κ.λπ.). Η συμπεριφορά των ανθρώπων είναι τεχνητή (προσποιητή, τυπική, υποκριτική, υπαγορευόμενη, συμφεροντολογική). Η διασκέδαση είναι τεχνητή ή τεχνητά προσφερόμενη (βίντεο, τηλεόραση, computers, lasers κ.λπ.). Ο τρόπος ζωής είναι τεχνητός (ακριβές και απαραβίαστο ωράριο, αυστηρό και επιβαλλόμενο πρόγραμμα, τεχνητές συνθήκες εργασίας, τεχνητή μετακίνηση, τυποποιημένες συνήθειες κ.λπ.). Το περιβάλλον είναι τεχνητό (ανθρωπογενές, αστικό, κυψελοειδές, ασφυκτικό). Κάτω από τη πίεση του «τεχνητού» οι άνθρωποι ασφυκτιούν και ζητούν αέρα ν' αναπνεύσουν. Άρχισαν ν' αναζητούν το αυθεντικό. Να αναζητούν τα φυσικά, ανόθευτα, ανθεκτικά προϊόντα (είναι γνωστή η κίνηση για τα «χωριάτικα» προϊόντα). Να αναζητούν την ανθρώπινη επαφή, τις προσωπικές σχέσεις, τις γνωριμίες, τους φίλους που έχουν μικρό όνομα, τους γείτονες που λένε καλημέρα, τους ανεπιτήδευτους «χωριάτικους» τρόπους, το πρωτογενές συναίσθημα και το φυσικό τρόπο ζωής. Η αναζήτηση της αυθεντικότητας τους οδηγεί στην ύπαιθρο. Εκεί θα βρουν αυθεντικούς ανθρώπους, αυθεντικά προϊόντα, αυθεντικούς τρόπους ζωής, αυθεντικές ανθρώπινες σχέσεις, αυθεντικό περιβάλλον. Η αυθεντικότητα σπανίζει στη σύγχρονη αστική κοινωνία και όση απέμεινε βρίσκεται στη φύση. Επομένως σ' αυτή στρέφονται όσοι τη χρειάζονται, μέσω του τουρισμού υπαίθρου.

iii) Η αναζήτηση της ηρεμίας και της ησυχίας : Το μεγαλύτερο του πληθυσμού όλων σχεδόν των ανεπτυγμένων χωρών ζει και εργάζεται στα αστικά κέντρα. Ζωή στα αστικά κέντρα σημαίνει ζωή κυψέλης σε ένα διαμέρισμα-κλουβί και σε ένα περιβάλλον ιδιαίτερα επιβαρυνμένο. Οι ρυθμοί ζωής, που είναι αντίθετοι με τους φυσικούς βιορυθμούς, οι τρόποι ζωής που επιβάλλουν οι αστικές συνθήκες, το κυκλοφοριακό, ο συνωστισμός, η αέναη βιαστική κίνηση, η πολυποίκιλη ηχητική

μόλυνση, η εξαφάνιση της σιωπής της νύχτας, η κατάργηση του χρόνου κοινής ησυχίας, ο ενοχλητικός γείτονας, η ανασφάλεια, η τρομοκρατία, τα θορυβώδη κοινωνικά κινήματα και πολλοί άλλοι στρεσογόνοι παράγοντες, εξαφάνισαν τη δυνατότητα ηρεμίας και ησυχίας. Εργασία στα αστικά κέντρα σημαίνει κανόνες, αυστηρό ωράριο, χτύπημα κάρτας, νόρμα παραγωγικότητας, υπακοή στο αφεντικό, κούραση, κυνήγι έγκαιρης αφύπνισης και έγκυρης άφιξης στο χώρο εργασίας, ελάχιστος ελεύθερος χρόνος για ηρεμία και ανεπάρκεια συνθηκών ησυχίας. Έτσι οι άνθρωποι των πόλεων αναγκάζονται να αναζητήσουν την ηρεμία και την ησυχία που χρειάζονται για τη σωματική και ψυχική τους ισορροπία, έξω από το περιβάλλον στο οποίο ζουν. Και το αναζητούν στη φύση, στον ανοικτό χώρο της υπαίθρου όπου η ημέρα είναι ημέρα και η νύκτα είναι νύκτα. Εκεί δηλαδή που η ησυχία είναι ιδιότητα του περιβάλλοντος και η ηρεμία είναι στο χέρι αυτού που την επιθυμεί.

Η ηρεμία και η ησυχία δεν εξασφαλίζονται φυσικά με όλες τις μορφές τουρισμού. Ο μαζικός τουρισμός, π.χ., είναι η πιο κουραστική, η πιο θορυβώδης, η πιο ανήσυχη μορφή τουρισμού. Οι οπαδοί του αναζητούν το τουριστικό μπούγιο, τον συνωστισμό, την ολονύκτια διασκέδαση με εκκωφαντική μουσική, την εξεζητημένη εμφάνιση και την ερωτική περιπέτεια.

Αντίθετα οι μορφές του τουρισμού υπαίθρου και κυρίως ο αγροτογεωργικός τουρισμός εξασφαλίζουν την ηρεμία και την ησυχία. Τα τελευταία χρόνια διαμορφώνεται και προβάλλει σαν εναλλακτική μορφή τουρισμού, ο τουρισμός της χαλάρωσης, της ξεγνοιασιάς, της τεμπελιάς και της απομόνωσης, γνωστός σαν τουρισμός relax ή switch off, που σημαίνει ότι ο τουρίστας «κλείνει το διακόπτη» και απομονώνεται από όλους, τα ξεχνάει όλα και δεν κάνει τίποτα, για να ξεκουραστεί ήρεμος και ήσυχος.

iv) Το αυξημένο ενδιαφέρον για τα θέματα υγείας και υγιεινής : Τα τελευταία χρόνια ο άνθρωπος άρχισε να ενδιαφέρεται περισσότερο για τα θέματα υγείας. Ίσως γιατί συνειδητοποίησε ότι η υγεία είναι πράγματι το πρώτιστο αγαθό, ακόμα και ανάμεσα σε όλα και ανώτερο από όλα μαζί τα αγαθά του τεχνολογικού πολιτισμού. Ίσως γιατί συνειδητοποίησε επίσης ότι το κόστος της αποκατάστασης της υγείας είναι πολύ υψηλό και πολύ μεγαλύτερο από το κόστος της διατήρησής της. Η σημασία της υγιεινής επίσης συνεχώς αυξάνεται. Οι άνθρωποι διαπίστωσαν ότι πρέπει να ζουν υγιεινά για να προφυλάσσουν την υγεία τους. Αλλά οι φυσικές

συνθήκες υγείας και υγιεινής στα αστικά κέντρα δεν είναι οι καλύτερες δυνατές. Γιατί, αν και ολόκληρη σχεδόν η ιατρική και νοσοκομειακή υποδομή της χώρας είναι συγκεντρωμένη στα αστικά κέντρα και η αποκατάσταση της υγείας γίνεται, δυστυχώς, μόνο σε αυτά, το αστικό περιβάλλον είναι ανθυγιεινό, μολυσμένο και ποικιλοτρόπως επικίνδυνο για τον άνθρωπο. Αντίθετα στην ύπαιθρο οι συνθήκες υγείας και υγιεινής είναι ιδανικές. Ο αέρας είναι φρέσκος και καθαρός. Τα τρόφιμα είναι υγιεινά και αυθεντικά. Το νερό είναι φυσικό, καθαρό και χωρίς χημικά πρόσθετα. Οι ρυθμοί της ζωής συμπίπτουν με τους φυσικούς βιορυθμούς. Το περιβάλλον είναι το καταλληλότερο για ενεργητική ψυχαγωγία δηλαδή για άσκηση και αθλοπαιδιές στον ανοικτό χώρο, που σήμερα θεωρείται ότι αποτελούν τα θεμέλια της υγιεινής ζωής. Οι υπαίθριες μορφές τουρισμού όπως ο αγροτογεωργικός, ο περιπατητικός, ο ορειβατικός, ο ποδηλατικός, ο κυνηγετικός κ.λπ. που φέρνουν τους τουρίστες στην ύπαιθρο, έχουν σαν κύριο τουριστικό τους προϊόν την προσφορά των ιδανικών συνθηκών υγείας και υγιεινής. Και οι άνθρωποι που αναζητούν αυτό το προϊόν, πράγματι το απολαμβάνουν. Αντίθετα ο μαζικός παράκτιος τουρισμός αποδείχθηκε επικίνδυνος. Η ηλιοθεραπεία αποδείχθηκε επικίνδυνη. Η θάλασσα μολύνθηκε επικίνδυνα κοντά στα μεγάλα παράκτια τουριστικά θέρετρα.

ν) Η ανάπτυξη των συγκοινωνιών και επικοινωνιών : Η θεαματική ανάπτυξη όλων των μεταφορικών μέσων από άποψη ταχύτητας, ασφάλειας και ικανότητας μεταφοράς και των δικτύων συγκοινωνιών, ελαχιστοποίησαν τις χρονοαποστάσεις. Παράλληλα εξασφάλισαν την προσπελασιμότητα όλων των περιοχών όσο απομακρυσμένες και αν είναι και όσο απρόσιτες, δύσβατες και κακοτράχαλες και αν είναι. Αεροδρόμια υπάρχουν παντού, οδικά δίκτυα υπάρχουν παντού, πυκνά δρομολόγια υπάρχουν παντού. Δεν υπάρχει πλέον κανένας φραγμός για κανένα άνθρωπο που θέλει να πάει σε κάθε γωνιά της υπαίθρου ακόμη και να κινηθεί σε δύσκολους και μεγάλης κλίσης δρόμους. Η κίνηση επί παντός εδάφους είναι δυνατή. Από την άλλη μεριά η ανάπτυξη των επικοινωνιών είναι πιο θεαματική. Η ανά πάσα στιγμή επαφή με κάθε σημείο του κόσμου είναι δυνατή. Τα τηλέφωνα, οι ασύρματοι, οι τηλεοπτικές μηχανές, οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές, το διαδίκτυο, τα συστήματα εντοπισμού, οι ειδικές ταχυδρομικές υπηρεσίες, οι υπηρεσίες courier, οι πιστωτικές κάρτες, οι αυτόματες ταμειακές μηχανές και τα ειδικά τηλεφωνικά και ηλεκτρονικά δίκτυα, εξασφαλίζουν την επικοινωνία κάθε ανθρώπου με κάθε άλλο άνθρωπο σε

κάθε περιοχή και ανά πάσα στιγμή. Του εξασφαλίζουν ακόμη τη δυνατότητα συναλλαγών, συμφωνιών, εμπορικών πράξεων και λήψης επιχειρησιακών αποφάσεων. Με αυτές τις συνθήκες ο τουρισμός υπαίθρου δεν σημαίνει πια υποχρεωτική απομόνωση. Ο κόσμος όλος έγινε μια γειτονιά. Πάμε παντού και η φωνή μας ακούγεται παντού.

νι)Οι λοιποί παράγοντες : Οι λοιποί, αλλά όχι μικρότερης σημασίας, παράγοντες που επηρεάζουν τη στροφή των ανθρώπων προς τη φύση και την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που στηρίζουν αυτή τη στροφή, είναι :

-Το κίνημα επιστροφής στις ρίζες (τουρισμός επιστροφής στο παρελθόν), αφού οι ρίζες των περισσότερων κατοίκων των αστικών κέντρων βρίσκονται στα χωριά της υπαίθρου.

-Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τη φυσική πολιτιστική κληρονομιά(τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, ιστορικές τοποθεσίες, μνημεία, αγροτικός πολιτισμός).

-Το αυξανόμενο ενδιαφέρον των τοπικών αγροτικών αρχών για τοπική τουριστική ανάπτυξη και η παράλληλη αύξηση της τουριστικής υποδομής (αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί, πολιτιστικοί και περιβαλλοντικοί σύλλογοι με τουριστικά ενδιαφέροντα – «τουριστικά» δωμάτια στα αγροτικά σπίτια κ.λπ.).

-Η αύξηση του αριθμού των ενεργών συνταξιούχων και των ηλικιωμένων, οι οποίοι εκ πεποιθήσεως και εξ ανάγκης προτιμούν τον ήπιο εναλλακτικό τουρισμό.

-Τα ανώτερα επίπεδα εκπαίδευσης των πολιτών που αποδείχθηκε ότι σχετίζονται με αυξημένες προτιμήσεις των τουριστικών προϊόντων, των υπαίθριων μορφών τουρισμού.

-Μια υποκρυπτόμενη, ακόμη, τάση από αστικοποίησης, η οποία επί του παρόντος εκδηλώνεται με την απόκτηση δεύτερης κατοικίας στην ύπαιθρο και η οποία πιθανώς να εκδηλωθεί μελλοντικά εντονότερα όταν η ύπαιθρος αποκτήσει την απαραίτητη υποδομή υγείας, εκπαίδευσης, εργασίας, που χρειάζεται για να στηριχθούν οι από αστικοποιούμενοι και οι οικογένειές τους.

## Μορφές Τουρισμού Υπαιθρου

Ύπαιθρος ή εξοχή, είναι η ευρύτερη περιοχή του φυσικού περιβάλλοντος που μας περιβάλλει, εκτός από τις αστικές περιοχές, τις θάλασσες και τις ακτές τους. Αυτή η περιοχή αποτελείται από μερικότερες περιοχές με διαφορετική μορφολογία και διαφορετικά χαρακτηριστικά, μέσα στις οποίες, από άποψη τουρισμού, αναπτύσσονται διαφορετικές τουριστικές δραστηριότητες, που τυποποιούμενες συγκροτούν τις διάφορες εναλλακτικές μορφές του τουρισμού υπαίθρου. Οι κυριότερες από αυτές είναι :

- 1) Ο αγροτικός τουρισμός που αναπτύσσεται στις αγροτικές περιοχές.
- 2) Ο γεωργικός τουρισμός που αναπτύσσεται στις γεωργικές περιοχές.
- 3) Ο φυσιολατρικός τουρισμός που αναπτύσσεται στις χαρακτηριζόμενες «φυσικές» περιοχές με σκοπό να αποκτήσουν γνώσεις για τη φύση οι τουρίστες.
- 4) Ο τουρισμός παρατήρησης χλωρίδας και πανίδας που αναπτύσσεται σε περιοχές που διαθέτουν άξια παρατήρησης χλωρίδα ή πανίδα.
- 5) Ο περιπατητικός τουρισμός που αναπτύσσεται στα περιπατητικά μονοπάτια της υπαίθρου.
- 6) Ο τουρισμός αθλημάτων υπαίθρου (ιπασία, ποδηλασία, κινήγι, κατάβαση ποταμών, αιωροπτερισμός κ.λπ.).
- 7) Περιηγητικός και εκδρομικός τουρισμός όταν η περιήγηση ή η εκδρομή γίνεται στην ύπαιθρο.
- 8) Τουρισμός περιπέτειας στην ύπαιθρο (τουρισμός προσανατολισμού, επιβίωσης, περιήγησης σε δύσκολα και δυσπρόσιτα μέρη, διάβασης φαραγγιών, δασών, ερήμων και τουρισμός wild life (άγριας ζωής).
- 9) Οι μορφές του πολιτιστικού τουρισμού, του τουρισμού υγείας, του εκπαιδευτικού και μορφωτικού τουρισμού, του θρησκευτικού τουρισμού, του τουρισμού χαλάρωσης και του τουρισμού επιστροφής στις ρίζες, εφόσον και όταν οι αντίστοιχες σε κάθε μορφή τουριστικής δραστηριότητας αναπτύσσονται στην ύπαιθρο.
- 10) Ο οικολογικός τουρισμός ή οικοτουρισμός ή περιβαλλοντικός τουρισμός. Εάν στην ευρύτερη έννοια της υπαίθρου υπολογιστούν και τα βουνά, χιονοσκεπή ή μη, τότε μορφή τουρισμού υπαίθρου είναι και ο ορεινός τουρισμός (ορειβασία, αναρριχήσεις) και ο χιονοδρομικός (χιονοδρομίες και χειμερινά αθλήματα).

## Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο αγροτουρισμός στη διεθνή πρακτική έχει επικρατήσει με τις ακόλουθες δύο βασικές μορφές. Τη μορφή των διακοπών σε αγροκτήματα «Farm house holidays»

που είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη σε χώρες, όπου η έννοια «αγρόκτημα» είναι συνυφασμένη με τη γεωργική εκμετάλλευση (Αυστρία, Γερμανία κλπ) και οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και τις αγροτικές δραστηριότητες. Τη μορφή των διακοπών σε αγροτουριστικά καταλύματα που παρέχουν «κλίνη και πρωινό» - “Bed and breakfast” - που αφορά στη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και εννοιαζόμενων δωματίων σε εξωαστικούς μικροσυννοικισμούς ή σε αγροτικά καταλύματα (αγροικίες) που βρίσκονται μέσα στον αγροτικό οικισμό και παρέχουν φιλοξενία τουριστών σ’ αυτά. Το σύστημα αυτό προσιδιάζει ιδιαίτερα σε χώρες, όπως είναι η Βρετανία, η Γαλλία, η Ιταλία, η Ιρλανδία. Η διεθνής εμπειρία, όπως έχει καταγραφεί από το 1950 και μετά, στις χώρες Γαλλία, Ιταλία, Αγγλία, Ιρλανδία, Δανία, Γερμανία, Βέλγιο, Ολλανδία, Ισραήλ, Αμερική και Καναδά, δείχνει ότι το πρότυπο του αγροτουρισμού ποικίλει ως προς την μορφή και το βαθμό ανάπτυξης του. Αυτό εξαρτάται από τις ιδιαιτερότητες κάθε χώρας, την οικονομική δομή, την μεγάλη ή μικρή εκμετάλλευση στο αγρόκτημα, το βαθμό ανάπτυξης του συνεταιριστικού κινήματος, τη γεωργική υπερπαραγωγή, την τοπική επιχειρηματικότητα, το αγροτικό εισόδημα, το βαθμό των περιφερειακών ανισοτήτων.

Στην Ελλάδα ο αγροτουρισμός αναπτύχθηκε στο πλαίσιο του γενικού τουρισμού της δεκαετίας του 1980 με τη θέσπιση από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.) των Μεσογειακών Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων (Μ.Ο.Π.) και ειδικότερα του Κανονισμού ΕΕ 2088/85. Στη συνέχεια, διευρύνθηκε η ενθάρρυνση εφαρμογής αγροτουριστικών επενδύσεων στο πλαίσιο της διαρθρωτικής πολιτικής της Ε.Ε με τους Κανονισμούς Ε.Ε, 797/85, 2328/91, 950/97, Π.Ε.Π. (1994-1999), τις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες Leader I (1991-1993), Leader II (1994-1999) και Leader Plus (2000-2006). Ακόμα, έχουν αναπτυχθεί μια σειρά από αγροτουριστικές πρωτοβουλίες φορέων της Δημόσιας Διοίκησης, όπως της Γενικής Γραμματείας Ισότητας, της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς, του Ελληνικού Οργανισμού Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων Χειροτεχνίας (Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ.) των Ο.Τ.Α. και του συνεταιριστικού χώρου (Π.Α.Σ.Ε.Γ.Ε.Σ.) κ.ά.. Στη βάση του παραπάνω θεσμικού και κανονιστικού πλαισίου, αναπτύχθηκαν αξιόλογες προσπάθειες αγροτουρισμού, με τη μορφή της φιλοξενίας. Σημαντικότερες πρωτοβουλίες θεωρούνται αυτές που έγιναν από τους Γυναικείους Αγροτουριστικούς Συνεταιρισμούς στα Αμπελάκια Θεσσαλίας (1984),



στην Πέτρα της Μυτιλήνης(1984), στα Μαστιχοχώρια της Χίου, στην Αράχοβα της Βοιωτίας, στον Άγιο Γερμανό Πρεσπών και στη Μαρώνεια Ροδόπης (1985), στον Άγιο Γεώργιο Γρεβενών (1992),στην Ζαγορά Πηλίου (1993), στη Δαδιά Σουφλίου και στους Ψαράδες της Φλώρινας (1994), στην Πορταριά Πηλίου (1997), στην Αλιστράτη Σερρών (1997),στην Άνω Καλλινίκη Φλώρινας (1997), στη Γλώσσα Σκοπέλου (1999) και το Δίκτυο Αγροτουρισμού στον Αποκόρωνα Κρήτης (2001).

Οι μορφές αγροτουρισμού που κυριαρχούν σε άλλες χώρες και έχουν ως βάση τον γεωργό ως κύριο επιχειρηματικό φορέα δεν μπορούν να εφαρμοστούν στην Ελλάδα, είτε για λόγους γεωγραφικής και πολιτιστικής ιδιαιτερότητας είτε για λόγους λειτουργικούς, αφού η Ελλάδα ιστορικά δεν διαθέτει μεγάλες γεωργικές εκτάσεις (αγροκτήματα) που θα μπορούσε να τις εκμεταλλευτεί, ούτε συγκροτημένη αγροτική επιχειρηματική βάση που να δικαιολογεί την ανάπτυξη ολοκληρωμένων προγραμμάτων. Συγκρίνοντας τα δύο σχήματα που διεθνώς έχουν αναπτυχθεί στον αγροτουρισμό και λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες του ελληνικού αγροτικού χώρου, διαπιστώνεται ότι η μορφή που ταιριάζει περισσότερο στην ελληνική πραγματικότητα είναι το σύστημα της φιλοξενίας σε αγροτουριστικά καταλύματα “Bed and breakfast”. Η διαπίστωση αυτή στηρίζεται στην συγκριτική αντιπαράθεση ποσοτικών κυρίως μεγεθών που χαρακτηρίζουν τις συνθήκες και τις προϋποθέσεις εφαρμογής της ειδικής αυτής μορφής τουρισμού στον ελλαδικό χώρο.

Συνεπώς, ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα, εκ των πραγμάτων, στηρίζεται σε μια άλλη βάση και είναι συνδεδεμένος με την τοπική ιδιαιτερότητα κάθε περιοχής και το βαθμό ανάπτυξης τοπικών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Η προώθηση και η εφαρμογή των αγροτουριστικών προγραμμάτων στηρίζεται στο ακόλουθο θεσμικό και λειτουργικό πλαίσιο:

- Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (Ε.Π.) «Αγροτική Ανάπτυξη – Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου 2000 – 2006», το οποίο είναι ένα πρόγραμμα του εθνικού σκέλους και περιλαμβάνει 7 άξονες προτεραιότητας που υλοποιούνται με 34 επιμέρους μέτρα. Σε ότι αφορά τη χρηματοδότηση του αγροτουρισμού μέσω αυτού του προγράμματος, η δραστηριότητα επιδοτείται από τους άξονες 1 και 7.
- Οι Κοινοτικές πρωτοβουλίες για τον Πρωτογενή Τομέα (π.χ. Leader, Interreg, Pesca): Συγκεκριμένα, η Κοινοτική Πρωτοβουλία Leader Plus που αποσκοπεί στην προώθηση ολοκληρωμένων πρωτότυπων στρατηγικών αειφόρου ανάπτυξης

υψηλής ποιότητας, καθώς και προώθηση εμπειριών και τεχνογνωσίας μεταξύ όλων των περιοχών ολοκληρωμένης αγροτικής ανάπτυξης.

- Η προώθηση και η εφαρμογή των αγροτουριστικών προγραμμάτων στα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΠΕΠ) του κοινοτικούπλαισίου2000-2006. ·
- Τα Τοπικά Σύμφωνα Απασχόλησης (π.χ. το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας για τον αγροτουρισμό και την προώθηση των τοπικών προϊόντων του Πάρνωνα). ·
- Τα διάφορα προγράμματα του Ελληνικού Οργανισμού Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ).·
- Τα διάφορα προγράμματα του Οργανισμού Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού(ΟΑΕΔ).

Φορείς ανάπτυξης του αγροτουρισμού είναι ο ιδιωτικός τομέας με τη δημιουργία ιδιωτικών αγροτικών τουριστικών επιχειρήσεων οποιασδήποτε νομικής μορφής, ο δημόσιος τομέας με τους δημόσιους οργανισμούς και τους φορείς που εποπτεύει, οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.) με τη θεσμική δυνατότητα που έχουν να ιδρύουν «δημοτικές επιχειρήσεις», αλλά και να πραγματοποιούν συμπράξεις και οι αγροτικοί συνεταιρισμοί με τη δυνατότητα που έχουν να αναπτύσσουν αγροτουριστικές δραστηριότητες στον αγροτικό χώρο.

Οι Κοινοτικές Οδηγίες και οι Κανονισμοί, καθώς και το εθνικό μας Δίκαιο καθορίζουν τους όρους και τις προϋποθέσεις ίδρυσης και λειτουργίας των διαφόρων δραστηριοτήτων του αγροτουρισμού. Για την καλύτερη και αποτελεσματικότερη διαχείριση προϊόντων και υπηρεσιών, το Υπουργείο Γεωργίας, κατά το πρότυπο άλλων χωρών, έχει προχωρήσει στη σύσταση φορέα με την επωνυμία «ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ Α.Ε.» στο μετοχικό κεφάλαιο του οποίου συμμετέχουν και κοινωνικοί φορείς με σκοπό να ενισχύσει και βοηθήσει όσους ενδιαφέρονται να αναπτύξουν αγροτουριστικές δραστηριότητες στο πλαίσιο της ολοκληρωμένης ανάπτυξης της υπαίθρου

## ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η Ελλάδα διαθέτει ιδιαίτερα πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον, καθώς παρά τη μικρή της έκταση παρουσιάζει σπάνια γεωμορφολογία με έντονες αντιθέσεις και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας. Χιλιάδες δαντελωτές ακτές,

επιβλητικά βουνά, σπήλαια και φαράγγια, λίμνες, ποτάμια, βιότοποι εξαιρετικής ομορφιάς και μοναδικά οικοσυστήματα «προικίζουν» την ελληνική γη με εντυπωσιακά τοπία, τα οποία σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα της χώρας, καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για τους λάτρεις του οικολογικού-εναλλακτικού τουρισμού. Επισκεπτόμενος διάφορες περιοχές της χώρας, ο φυσιολάτρης περιηγητής έχει την ευκαιρία:

- να περιπλανηθεί στα αισθητικά δάση ή να εξερευνήσει τους εθνικούς δρυμούς όχι μόνο στην ορεινή ενδοχώρα αλλά και σε ορισμένα νησιά ή κοντά σε ποταμούς και σε λίμνες

- να απολαύσει τα υπέροχα μνημεία της φύσης, τα φαράγγια, τα σπήλαια και τους καταρράκτες

- να παρατηρήσει και να θαυμάσει τα σπάνια είδη πουλιών που φωλιάζουν ή καταφεύγουν στα παράκτια οικοσυστήματα και τους υγρότοπους (βραχώδεις ακτές, αμμώδεις παραλίες, αμμοθίνες, «δέλτα» ποταμών, λίμνες, έλη, αλίπεδα κ.α.)

- να μελετήσει την εξαιρετική ποικιλία της χλωρίδας στην ελληνική ύπαιθρο

- να επισκεφθεί τα μοναδικά θαλάσσια πάρκα της Αλοννήσου και της Ζακύνθου, όπου βρίσκουν, αντίστοιχα, καταφύγιο δύο προστατευόμενα είδη, η μεσογειακή φώκια μονάχους-μονάχους και η θαλάσσια χελώνα καρέτα-καρέτα.

- να συμμετάσχει σε δραστηριότητες extreme sport (κανόε-καγιάκ, rafting, monoraft, hydrospeed, canyoning, ποδήλατο βουνού κ.α.), που τα τελευταία χρόνια γνωρίζουν θεαματική άνοδο στην Ελλάδα

- τέλος, να διαμείνει σε πρότυπες αγροτουριστικές μονάδες, που αναπτύσσονται σε όλη την επικράτεια και δίνουν τη δυνατότητα στον επισκέπτη να γνωρίσει την τοπική αρχιτεκτονική, πολιτισμική και γαστρονομική παράδοση, αλλά και τα προϊόντα, τις αγροτικές ασχολίες και την καθημερινή ζωή των κατοίκων κάθε περιοχής.

Οι επισκέπτες των οικολογικά ευαίσθητων περιοχών οφείλουν να τηρούν προσεκτικά τις απαιτήσεις για την προστασία του περιβάλλοντος από τη ρύπανση, την αποφυγή κάθε ενόχλησης των φυσικών βιοτόπων και διατάραξης της ισορροπίας των οικοσυστημάτων. Νέα περιβαλλοντικά κέντρα και μουσεία σε ολόκληρη την Ελλάδα κάνουν ακόμη πιο προσιτή την υπόθεση του οικότουρισμού. Από το Παρανέστι της Δράμας μέχρι την Αναβρυτή του Ταΰγετου, ένα μικρό οδοιπορικό που

καταγράφει τις σημαντικές ευπρόσδεκτες αλλαγές που έγιναν τα τελευταία χρόνια και που μας φέρνουν σε πιο ουσιαστική επαφή με την ελληνική φύση.

### ΠΕΡΙΠΑΤΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο σύγχρονος τρόπος ζωής δημιουργεί στον άνθρωπο του «δυτικού» κόσμου ψυχοσωματικές επιβαρύνσεις, οι οποίες προκύπτουν από τους γρήγορους ρυθμούς, το άγχος, την απομάκρυνση από τη φύση και το συνάνθρωπο, καθώς και άλλα χαρακτηριστικά που συνάγουν σε μια αίσθηση απώλειας, από την καθημερινή ζωή, του στοιχείου της αυθεντικότητας. Η έλλειψη αυτή αποτελεί συχνά τουριστικό κίνητρο για πολλούς επισκέπτες εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η ανάγκη του ανθρώπου για επιστροφή στην φύση, στις ρίζες του ή στο παρελθόν, αποτελούν από μόνα τους τις κυρίαρχες κινητήριες δυνάμεις και χαρακτηρίζουν συγκεκριμένες μορφές τουρισμού (φυσιολατρικός, τουρισμός επιστροφής στο παρελθόν κ.λπ.). Μια από τις μορφές αυτές είναι και ο περιπατητικός τουρισμός, που μπορεί να οριστεί ως η μορφή εναλλακτικού τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας η κύρια δραστηριότητα του τουρίστα είναι η πεζοπορία.

Συνήθως ο περιπατητικός τουρισμός γίνεται από ομάδες τουριστών 5-15 ατόμων, συχνότερα άντρες, οι οποίες είναι κατάλληλα οργανωμένες και εξοπλισμένες για την πεζοπορία σε κάποιο προκαθορισμένο μονοπάτι ή τμήμα μονοπατιού. Η πεζοπορία γίνεται σε βατές λοφώδεις ή ημιορεινές περιοχές με σκοπό την ήπια σωματική άσκηση μέσα σε ένα παρθένο φυσικό περιβάλλον και με τη δυνατότητα περιήγησης και επίσκεψης αξιοθέατων που βρίσκονται κοντά στα μονοπάτια, και έτσι, παράλληλης άσκησης συγγενικών μορφών τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο πολιτισμικός τουρισμός, ο φυσιολατρικός τουρισμός κ.λπ.

Στην περίπτωση της Κρήτης, πέρα από τα μικρότερα και όχι τόσο γνωστά μονοπάτια, υπάρχει το καθιερωμένο από την Ευρωπαϊκή Ένωση το μονοπάτι E4 GR, το οποίο διασχίζει το νησί από τη Δύση προς την Ανατολή. Ο ΕΟΤ έχει εκδώσει ένα ειδικό έντυπο για το μονοπάτι E4 GR στο οποίο αναφέρεται η ακριβής διαδρομή του, τα σημεία από τα οποία διέρχεται, η χιλιομετρική απόσταση μεταξύ των σημείων αυτών, οι απαιτούμενες ώρες πεζοπορίας για κάθε απόσταση και τα σημεία που προτείνονται προς διανυκτέρευση και διατροφή. Το μονοπάτι χωρίζεται σε τρία τμήματα, το τρίτο από τα οποία αναφέρεται στην Κρήτη και παίρνει το όνομά του

από αυτήν. Ξεκινάει από το Καστέλι Κισσάμου Χανίων και μέσω Παλαιόχωρας Σφακίων, Σούγιας Ομαλού, Αργυρούπολης, Ψηλορείτη καταλήγει στα Λασιθιώτικα Όρη. Έχει μήκος 150 περίπου χιλιόμετρα και απαιτεί 40 ώρες συνεχούς πεζοπορίας για να διασχιστεί, δηλαδή 10 ημέρες.

### III. ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο Πολιτισμικός Τουρισμός έχει σαν κύριο τουριστικό προϊόν την επαφή, γνωριμία, γνώση και απόλαυση του πολιτισμού των τουριστικών προορισμών και τις διάφορες πολιτισμικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες. Πρόγονό του αποτελεί το γνωστό Grande Tour, το οποίο ήταν περιηγητικά ταξίδια που πραγματοποιούνταν στην Ευρώπη από γόνους πλούσιων οικογενειών, κυρίως για εκπαιδευτικούς και κοινωνικούς σκοπούς. Τα ίδια τουριστικά κίνητρα συνεχίζουν να προσδιορίζουν και σήμερα των πολιτισμικό τουρισμό.

Θεωρείται μορφωτικός τουρισμός, ήπιος και φιλικός με το περιβάλλον. Οι επισκέπτες του πολιτιστικού τουρισμού είναι συνήθως άτομα με γνώσεις και ευαισθητοποιημένα σχετικά με την προστασία πολιτισμικών στοιχείων και του περιβάλλοντος, μέσης ή μεγάλης ηλικίας, υψηλού οικονομικού και μορφωτικού επιπέδου και προέρχονται κυρίως από τις θεωρούμενες ανεπτυγμένες χώρες.

Ο πολιτισμικός τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί παράλληλα και με άλλες μορφές τουρισμού και σε όλες τις εποχές του έτους. Σε περιοχές, για παράδειγμα, όπου αναπτύσσεται αγροτουρισμός ή περιπατητικός τουρισμός, συχνά συναντά κανείς στοιχεία πολιτισμικής κληρονομιάς. Η τοπική κουλτούρα, ο τρόπος ζωής, τα ήθη και έθιμα, τα τοπικά προϊόντα, η κουζίνα, εορτές και εκδηλώσεις, αποτελούν και αυτά στοιχεία του πολιτισμού και αποτελούν, τόσο στα πλαίσια του αγροτουρισμού, όσο και του πολιτισμικού τουρισμού, απαραίτητους τουριστικούς πόρους.

Στην περίπτωση θρησκευτικών εκδηλώσεων και μνημείων, ο πολιτισμικός τουρισμός συνδέεται στενά με τον θρησκευτικό. Στενές σχέσεις έχει επίσης με μορφές όπως ο επαγγελματικός τουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός πόλεων, ο αθλητικός τουρισμός κ.λπ. Στην Ελλάδα ο εξωτερικός τουρισμός ξεκίνησε υπό τη μορφή πολιτισμικού τουρισμού, με κέντρο τα σπουδαία αρχαιολογικά μνημεία της χώρας. Αργότερα αυξήθηκαν οι επισκέψεις που συνδύαζαν τον πολιτισμικό με τον

παράκτιο τουρισμού, ώσπου στις μέρες μας ο τελευταίος έχει εξελιχθεί σε μαζικό, υποσκιάζοντας άλλες μορφές τουρισμού, που μπορούν δυναμικά να υποστηριχθούν από τους τουριστικούς πόρους της χώρας. Οι πόροι αυτοί διακρίνονται σε φυσικούς (ηλιοφάνεια, καθαρή θάλασσα), ανθρώπινους (καλλιτέχνες, επιστήμονες), άυλους (ιστορία, φήμη) και σε πολιτισμικά χαρακτηριστικά (κουλτούρα, φιλοξενία, ταμπεραμέντο).

Για την αειφόρο ανάπτυξη, όμως, του πολιτισμικού τουρισμού, αναγκαία κρίνεται –πέρα από τους παραπάνω πόρους – και η λήψη σημαντικών μέτρων εφαρμογής του. Απαραίτητα κρίνονται για παράδειγμα, μέτρα για τη διατήρηση και διαφύλαξη της πολιτισμικής κληρονομιάς, καθώς και την βελτίωση και καλύτερη διαχείριση των υποδομών.

#### IV. ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ-ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ-ΘΕΡΜΑΛΙΣΜΟΣ

Η Ελλάδα ως ιδανικός προορισμός εναλλακτικού τουρισμού προσφέρει αμέτρητες επιλογές και την ευκαιρία στους επισκέπτες της να εκμεταλλευτούν την ποικιλία αυτή που πηγάζει από την εκπληκτική γεωγραφική της θέση και τις κατάλληλες καιρικές συνθήκες. Ο ιαματικός τουρισμός – θερμαλισμός και γενικότερα η εναλλακτική μορφή του τουρισμού υγείας βρίσκει εφαρμογή στην Β. Κέρκυρα και ειδικότερα στην Αχαράβη όπου άνοιξε πρόσφατα το κέντρο υδροθεραπείας και χαλάρωσης Gelina Spa. Ένας χώρος τόνωσης αλλά και ευεξίας του σώματος και του μυαλού. Το Gelina Spa βρίσκεται μέσα στο Gelina Village Resort & Spa. Στο κέντρο αυτό υπάρχει το ατμόλουτρο του hammam, η sauna καθώς και πισίνα η οποία περιλαμβάνει ξεχωριστό μασάζ με καταρράκτες νερού και υδροστόμια. Επίσης υπάρχει γυμναστήριο που είναι εξοπλισμένο με εξειδικευμένα μηχανήματα. Το κέντρο αυτό περιλαμβάνει ακόμα περιποίηση σώματος oriental skin brush, λασποθεραπεία, tropical marine bath (ζεστό μπάνιο με βότανα), balneo therapy (ευεργετικές ιδιότητες της υδροθεραπείας), cleopatra's bath (μπάνιο με αιθέρια έλαια, φρέσκα ροδοπέταλα μέσα σε γάλα και μέλι), douche richy (είδος ήπιου υδρομασάζ με τη μορφή 6 μεμονωμένων βρυσών πάνω στο σώμα) jet d' eau (τόνωση του σώματος στο maximum με υδρομασάζ), μασάζ σώματος σε συνδυασμό με αρωματοθεραπεία, shiatsu, φυσιοθεραπεία, οστεοπαθητική από εξειδικευμένο

προσωπικό, περιποίηση προσώπου, μασάζ προσώπου με αρωματικά έλαια, hot stones (ζεστές ηφαιστιογενείς πέτρες τοποθετούνται στα σημεία chaktras του σώματος και άλλες πολλές δραστηριότητες που μπορείτε να απολαύσετε στο κέντρο υδροθεραπείας Gelina Spa.

Επιπλέον, ο τουρισμός υγείας, ιαματικός τουρισμός και θερμαλισμός βρίσκει εφαρμογή και σε ένα ακόμα μέρος όπως είναι το Royal Mare Thalasso (Aldemar Thalasso), με εσωτερικές πισίνες με μεγάλη ποικιλία υδρομασάζ, νερό με πίεση, λουτρά, ντους κ.λπ, κέντρο αισθητικής, γυμναστήριο. Ο διαιτολόγος του κέντρου προτείνει προγράμματα ισορροπημένης διατροφής προσαρμοσμένα στις ατομικές ανάγκες και τα οποία μπορούν να εφαρμοστούν στο ειδικό διαιτητικό εστιατόριο «Harmonia» που στεγάζεται στο ξενοδοχείο. Όσον αφορά τη φιλοξενία η πραγματικά μεγαλόπρεπη αυτή μονάδα, με δωμάτια και σουίτες που συνδέονται άμεσα με το κέντρο θαλασσοθεραπείας, σαγηνεύει με την αισθητική της και την επιβλητική της πολυτέλεια. Άνεση εκλεπτυσμένη όσο και απροσποίητη, 24ωρο room service, 14 πισίνες, κάποιες από τις οποίες βρίσκονται μπροστά ακριβώς από τα δωμάτια ή τις σουίτες.

Γενικότερα, η Ελλάδα διαθέτει αμέτρητες φυσικές ιαματικές πηγές, οι περισσότερες από αυτές γνωστές από την αρχαιότητα. Πολλές από αυτές ήκμασαν κατά τους Ρωμαϊκούς χρόνους όταν εξελίχθηκαν σε κοσμοπολίτικα κέντρα προσελκύνοντας πολύ κόσμο για λουτροθεραπεία και ψυχαγωγία. Το λουτρό μάλιστα σε ιαματικές πηγές ήταν γνωστό από τον 13ο αιώνα στα Ασκληπεία. Η πηγή Σύλλα στην Αιδηψό στον χώρο του ξενοδοχείου Θέρμαι Σύλλα, αναβλύζει από βάθος 3000 μέτρων, εδώ και αιώνες ιαματικό θεραπευτικό νερό. Στο Λουτράκι Πέλλας η θερμοκρασία του νερού είναι σταθερή, ακριβώς στη θερμοκρασία του ανθρώπινου σώματος 37 βαθμούς Κελσίου. Επίσημως αναγνωρισμένες από την πολιτεία ως ιαματικές είναι περίπου 80 πηγές.

## V. ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Σύμφωνα με Δελτίο Τύπου του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (Αθήνα 2001-μελέτη του καθηγητή και Γενικού Διευθυντή του

Ινστιτούτου κ. Παυλόπουλου —Ο Χειμερινός Τουρισμός στην Ελλάδα: «Ανάλυση - Συμπεράσματα – Προτάσεις») σημειώνονται τα εξής:

1. Το ποσοστό που αντιπροσωπεύει ο αλλοδαπός χειμερινός τουρισμός στην Ελλάδα, ως ποσοστό του συνολικού ετησίου αλλοδαπού τουρισμού, είναι μόλις 9%, έναντι μέσου όρου της τάξεως του 25% για τις κύριες ανταγωνίστριες χώρες.
2. Σημειώνεται ότι για τουριστικές περιοχές, όπως είναι η Τουρκία και η Κύπρος, που διαμοιράζονται βασικά χαρακτηριστικά ε την Ελλάδα, όπως είναι η απόσταση από τις κύριες περιοχές προελεύσεως τουριστών, τα ποσοστά του χειμερινού τουρισμού είναι 21% και 19% αντιστοίχως (1998).
3. Σε όλες τις ανταγωνίστριες χώρες, Γαλλία, Ισπανία, Ιταλία, Πορτογαλία με εξαίρεση την Τουρκία, έχει συντελεσθεί αύξηση του ποσοστού του χειμερινού τουρισμού μεταξύ 1975 και 1998, η οποία κυμαίνεται από 2,9% για την Πορτογαλία μέχρι 62,3% για την Ιταλία. Η Ελλάδα, που είχε και το μικρότερο ποσοστό εκκινήσεως (1975: 14,4%) πραγματοποίησε δραματική μείωση (38,2%).
4. Η τάση μεταβολής του μεριδίου του χειμερινού τουρισμού κατά την περίοδο 1975-1998 δεν υπήρξε προς ια κατεύθυνση. Πάντως, οι απώλειες που σημειώθηκαν κατά την δεκαετία 1975-85 ανακτήθηκαν σε όλες τις χώρες ε εξαίρεση την Ελλάδα, για την οποία υπάρχουν ενδείξεις, αν και ασαφείς, ότι η πτωτική τάση συνεχίζεται.
5. Οι αφίξεις από Αμερική, Ωκεανία και Αφρική σημείωσαν μείωση και στα απόλυτα μεγέθη, με ποσοστά μειώσεως που κυμαίνονται από 30,1% για την Αμερική μέχρι 58,5% και 61,8% για Αφρική και Ωκεανία.
6. Στις 6 από τις 10 κύριες χώρες προελεύσεως έχει μειωθεί το μερίδιο της Ελλάδος στο συνολικό εισαγόμενο από αυτές χειμερινό τουριστικό προϊόν.
7. Από απόψεως γενικών υποδομών η Ελλάδα υστερεί έναντι των ανταγωνιστριών χωρών κατά τρόπο πολυδιάστατο (δρόμοι, λιμάνια, εποπτεία).
8. Η συγκριτική θέση της Ελλάδος από απόψεως ειδικών υποδομών είναι άκρως απογοητευτική. Με εξαίρεση, ίσως, την υποδομή συνεδριακού τουρισμού, σε καμιά από τις μείζονες ειδικές μορφές τουρισμού δεν έχουν δημιουργηθεί υποδομές ικανές να προκαλέσουν κινητικότητα.

#### Αίτια - Αξιολογήσεις



1. Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί την χώρα μας από τους άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς είναι η απόσταση από τις κύριες πηγές προελεύσεως. Τα στοιχεία, πράγματι, αποκαλύπτουν ύπαρξη αρνητικής συσχέτισεως μεταξύ ποσοστού αερομεταφερομένων τουριστών και ποσοστού χειμερινού τουρισμού. Απόσταση και κόστος διακινήσεως, σε συνδυασμό με διάρκεια διακοπών φαίνεται να προσδιορίζουν σε μεγάλο βαθμό το σχετικό μέγεθος του χειμερινού τουρισμού στην Ελλάδα και στις κύριες ανταγωνίστριες χώρες.
2. Η περίπτωση της Τουρκίας, αν και φαίνεται ως εξαίρεση, στην πραγματικότητα ακολουθεί τον κανόνα. Το συγκριτικώς υψηλό ποσοστό αλλοδαπού χειμερινού τουρισμού που επιτυγχάνει μπορεί να ερμηνευθεί ε αναφορά στη σύνθεση των τουριστών από άποψη προελεύσεως.
3. Το είδος των τουριστικών δραστηριοτήτων που, καταρχήν, θα μπορούσε να βοηθήσει στην βελτίωση του εποχικού προτύπου του αλλοδαπού τουρισμού στην χώρα ας δεν έχει μελετηθεί, στην έκταση και το βάθος που ενδείκνυται, ούτε από την πολιτεία, ούτε από τους ιδιωτικούς φορείς.
4. Τα στοιχεία υποδεικνύουν ως ρεαλιστικότερη προσέγγιση, υπό την έννοια συνεξετάσεως του κοινωνικού κόστους, την επιδίωξη αυξήσεως του μεριδίου, κυρίως των μηνών που περιλαμβάνονται στην ενδιάμεση περίοδο, με έμφαση στους μήνες που βρίσκονται στα άκρα της περιόδου αιχμής.
5. Η αποξένωση της τουριστικής Ελλάδας από ορισμένες περιοχές προελεύσεως (ΗΠΑ, Ωκεανία) έχει σωρευτικά αρνητικά αποτελέσματα, διότι παύει να λειτουργεί η διαφημιστική ανακύκλωση που συντελείται μέσω των επισκεπτών.
6. Παρά το γεγονός ότι η χώρα υστερεί δραματικώς σε ειδικές υποδομές, θεωρούμε ότι η απουσία αυτή δεν αποτελεί το κύριο αίτιο για το απαραδέκτως μικρό μέγεθος του χειμερινού τουρισμού. Η αξιολόγηση αυτή υποστηρίζεται ε αρκετή πειστικότητα από τα δρώμενα στην Τουρκία, η οποία ομοίως υστερεί σε ειδικές υποδομές, υπερτερεί πάντως της Ελλάδος, και παρά ταύτα, επιτυγχάνει σχετικό μέγεθος χειμερινού τουρισμού παρόμοιο με εκείνο των λοιπών ανταγωνιστριών ευρωπαϊκών χωρών.
7. Τα χαρακτηριστικά των αλλοδαπών χειμερινών τουριστών (ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, προτιμήσεις), σε συνδυασμό με το πολύ μικρό μέγεθος ελαστικότητας ζήτησεως του χειμερινού τουριστικού προϊόντος ρίχνει φως όχι όνο στην κατεύθυνση

που πρέπει να ακολουθήσει η διαφήμιση του χειμερινού τουρισμού, αλλά και στον χαρακτήρα των υποδομών που πρέπει να είναι διαθέσιμες.

8. Η ανάλυση των δεδομένων για τις κύριες χώρες προελεύσεως τουριστών, οδηγεί στο μονοσήμαντο συμπέρασμα για τα αίτια του αναιμικού αλλοδαπού χειμερινού τουρισμού στην χώρα μας και της δραματικής μείωσης κατά την τελευταία εικοσαετία. Τα αίτια πρέπει κατά κύριο λόγο ή τουλάχιστον σε σημαντικό βαθμό να αναζητηθούν εδώ, στην αδρανούςα χώρα προορισμού.

9. Η βελτίωση του μεριδίου της εξωαιχμιακής περιόδου οφείλεται στον Λοιπό Κόσμο(εξωευρωπαϊκό). Αυτό είναι σημαντικό μήνυμα.

10. Η Ελλάδα υστερεί δραματικά σε ειδικές τουριστικές υποδομές. Ωστόσο, θεωρούμε ότι δεν βρίσκεται εδώ η αιτία του αναιμικού αλλοδαπού χειμερινού τουρισμού. Το γενικό συγκριτικό πλεονέκτημα που διαθέτει η χώρα στον τουριστικό τομέα δεν σημαίνει ότι το διαθέτει και για κάθε ειδική μορφή τουρισμού, εξεταζόμενη υπό το πρίσμα κυρίου κριτηρίου προσελκύσεως.

Κατευθύνσεις Πολιτικής: Αυτές προσδιορίζονται, όπως προέκυψε από την ανάλυση, από αυτό που αποκαλούμε «σταθερές» του προβλήματος, οι οποίες είναι:

(α) Ο χειμερινός τουρισμός αποτελεί σε πολύ υψηλό ποσοστό τουρισμό επαγγελματικό και αναψυχής, όχι όμως τουρισμό διακοπών, λόγω της εποχικής διαστάσεως κοινωνικών θεσμών, όπως είναι το σχολικό έτος και οι ετήσιες άδειες από την εργασία. Το δυνητικό χειμερινό τουριστικό πλήθος αποτελείται: (i) από τους απόμαχους της εργασίας, μισθωτούς και επαγγελματίες, (ii) από τους αυξανόμενης (ποσοτικά) σημασίας χρήστες του Σαββατοκύριακου και γενικότερα των βραχείας διάρκειας ταξιδιών αναψυχής και (iii) από τους πραγματοποιούντες επαγγελματικά ταξίδια.

(β) Η απόσταση της χώρας μας από τις μείζονες προελεύσεις είναι μεγάλη και ως εκ τούτου δαπανηρή για βραχείας διάρκειας διακοπές, όπως είναι το Σαββατοκύριακο. Διαπιστώθηκε θετική συσχέτιση μεταξύ του μεγέθους χειμερινού τουρισμού και οδικώς μεταφερομένων τουριστών.

(γ) Οι υπερπόντιες χώρες, ως δυνητικές πηγές χειμερινής τουριστικής ζήτησεως, δεν είναι απαιτητικές σε ειδικές τουριστικές υποδομές. Τις πολιτισμικές υποδομές (μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι και παρόμοια) δεν τις εντάσσουμε στις εναλλακτικές

μορφές τουρισμού. Τις θεωρού ε ότι αποτελούν τον ένα από τους δύο πυλώνες του τουρισμού μας (Ηλιος-θάλασσα, Πολιτισμός).

(δ) Οι ανταγωνίστριες χώρες δεν βρίσκονται σε πλεονεκτική θέση έναντι της Ελλάδος αναφορικός προς την εν δυνάμει μεγάλη τουριστική αγορά, ως πηγή ζήτησης αλλοδαπού τουριστικού προϊόντος, των χωρών της Ανατολικής Ευρώπης.

(ε) Το ποσοστό του πληθυσμού που βρίσκεται εκτός της αγοράς εργασίας (τρίτη ηλικία) και μπορεί φυσικώς και οικονομικώς να ταξιδέψει θα τείνει να αυξάνεται μεσο-μακροπροθέσμως. Οι ανωτέρω βασικές σταθερές οριοθετούν τις γεωγραφικές περιοχές, πληθυσμιακές ομάδες, καθώς και ομάδες ειδικών ενδιαφερόντων που προσφέρονται εκ πρώτης όψεως προς μελέτη, ως δυνητικές πηγές χειμερινών τουριστών.

Τα μέτρα πολιτικής που πιθανώς θα βελτίωναν το εποχικό πρότυπο δεν είναι τα ίδια για όλες τις περιοχές προελεύσεως, για πολλούς λόγους (διαφορετικές ηλικιακές ομάδες, διαφορετικές ανάγκες ίδιων ηλικιών διαφόρων περιοχών), πρέπει δε να είναι φορτισμένα από τη διαπίστωση ότι η έμφαση πρέπει να δοθεί στην εξωαιχμιακή περίοδο. (α) Οι όποιες ειδικές υποδομές πρέπει να αποφασισθούν με βάση ειδικές έρευνες εντοπισμού των προτιμήσεων σε εποχική διάσταση, όπως και των δυνητικών χειμερινών επισκεπτών. (β) Οι ειδικές υποδομές και οργανωτικές και λοιπές διευθετήσεις που θα προκύψει ότι απαιτούνται για την προσέλκυση χειμερινών τουριστών, είναι σκόπιμο να έχουν, καταρχάς, επίκεντρο τις μεγάλες πόλεις που συνδυάζουν εύκολη πρόσβαση σε αξιόλογα μνημεία του ελληνικού πολιτισμού. (γ) Οι δαπάνες διαφήμισης και τα σχετικά προγράμματα πρέπει να είναι προσαρμοσμένα κατά πηγή προελεύσεως, με βάση τις εκφρασθείσες προτιμήσεις των δυνητικών επισκεπτών. Αυτό απαιτεί, φυσικά, και σημαντική αύξηση των πόρων που διατίθενται για προβολή και διαφήμιση. Ειδικότερα:

A. Χώρες Ανατολικού Συνασπισμού:

- Πρόβλημα αδείας επισκέψεως (visa).
- Ίδρυση προξενείων στις μεγάλες πόλεις, συνεργασία με προξενεία ή πρεσβείες άλλων χωρών.
- Οργάνωση αντιστοίχου δικτύου διακινήσεως τουριστών (ιδιωτικές εταιρείες με συμμετοχή εγχωρίων παραγόντων και κρατική ενίσχυση μέχρις ενηλικίωσης αυτών).

- Αξιοποίηση θρησκευτικών δεσμών. Οι κλιματολογικές συνθήκες πολλών από τις χώρες αυτές προϋδεάζουν θετικώς για ύπαρξη δυνατοτήτων προς αξιοποίηση.

#### B. Χώρες Δυτικής Ευρώπης:

- Επικέντρωση στην τρίτη ηλικία, η οποία διαθέτει και χρόνο και οικονομική άνεση. Η ηλικία, όμως, αυτή έχει και την μεγαλύτερη ευαισθησία στην ποιότητα, που οδηγεί στην ανάγκη αναβαθμίσεως όλου του φάσματος των τουριστικών υπηρεσιών. Οι χειμερινοί αυτοί επισκέπτες είναι κατά βάση περιηγητές. Το χαρακτηριστικό αυτό πρέπει να προσδιορίσει και την όλη οργάνωση υποδομής τους.
- Καθ' όσον αφορά στα επαγγελματικά ταξίδια, παρατηρούνται τα ακόλουθα: Πρώτον, ότι η δυναμική της κατηγορίας αυτής θα τείνει να μειώνεται καθώς προάγεται η σχετική τεχνολογία που υποκαθίσταται στην ανάγκη φυσικής μετακινήσεως. Δεύτερον, τα επαγγελματικά ταξίδια, υπό την στενή έννοια του όρου, ακολουθούν την χρονική κατανομή των αναγκών, τις οποίες εξυπηρετούν και δεν μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο προσοχής της τουριστικής πολιτικής. Τρίτον, καθ' όσον αφορά ειδικότερα στα επιστημονικά διεθνή συνέδρια, η χειμερινή περίοδος δεν είναι ιδιαίτερα προσφιλής, και τέταρτον, η χώρα διαθέτει ήδη πλεονάζουσα δυναμικότητα, με εξαίρεση τα πολύ μεγάλα συνέδρια (3.000ατόμων και άνω). Επομένως, πρέπει να αντιμετωπισθεί με πολύ σκεπτικισμό η περαιτέρω ενθάρρυνση αυξήσεως της δυναμικότητας.

Γ. Υπερόντιες Χώρες: Το πρόβλημα εδώ δεν αφορά ούτε σε ηλικίες, ούτε σε εποχές, ούτε σε χαρακτηριστικά των δυνητικών επισκεπτών. Πρόκειται κατεξοχήν για περιηγητικού τύπου ταξίδια, τα οποία χωρούν σε όλες τις εποχές. Οι ειδικές υποδομές διαδραματίζουν μικρό ρόλο. Το πρώτο ρόλο έχουν οι γενικές υποδομές.

## VI. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΘΛΗΣΗΣ

Ο τουρισμός άθλησης είναι ευρέως διαδεδομένος και περιλαμβάνει τη μετακίνηση ενός ατόμου από τον τόπο διαμονής του με σκοπό τη συμμετοχή του σε μια αθλητική δραστηριότητα είτε για αναψυχή (ως θεατής) είτε για ανταγωνισμό (ως

αθλητής) ή η περιήγηση ενός ατόμου με σκοπό την παρακολούθηση αθλητικών δραστηριοτήτων (διεθνών και εθνικών), όπως για παράδειγμα οι Ολυμπιακοί Αγώνες.

Ο όρος Τουρισμός Άθλησης περιλαμβάνει κάθε είδους παθητική ή ενεργητική ανάμειξη ενός ατόμου σε μια τουριστική δραστηριότητα επίσημη ή ανεπίσημη, οργανωμένη ή μη, για λόγους εργασίας ή αναψυχής που καθιστά αναγκαία τη μεταφορά ανθρώπων εκτός του τόπου μόνιμης διαμονής ή εργασίας.

Οι Λαμπρόπουλος & Γεωργόπουλος (2007) στα πλαίσια εμπειρικής έρευνας κατηγοριοποίησαν τα εναλλακτικά αθλήματα ως εξής:

#### A. Ακραία εναλλακτικά αθλήματα

- Πτώσεις με αλεξίπτωτο από αεροπλάνο (ατομικά ή σε ομάδες)
- B.A.S.E Jump (Building, Antenna, Span, Earth)-Πτώση με αλεξίπτωτο (Κτίριο, Αντένα, Αψίδα, Γη)
- Bungee ή Bungy Jumping –Πτώση στο κενό με δεμένο κάποιο σημείο του σώματος με ελαστικό μιάντα
- Ακραία αθλήματα βουνού (ακραίο σκι, σκι ταχύτητας, cross country σκι, σκι marathon, χιονοσανίδα, ορειβασία σε πάγο)
- Καταδύσεις (με ή χωρίς οξυγόνο)
- Skateboard-Inline skating
- BMX-Mountain bike
- Caving
- Extreme motocross
- Outdoor Climbing
- Windsurfing
- Kite-surf

Γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι από τη στιγμή που σκοπός του αθλητή που λαμβάνει μέρος στα εν λόγω αθλήματα είναι να υπερβεί τόσο τα προσωπικά του όρια όσο και τα στερεότυπα του αθλήματος στο οποίο συμμετέχει, εφευρίσκονται συνεχώς νέα αθλήματα προκειμένου να προσφέρουν νέες συγκινήσεις στους συμμετέχοντες.

#### B. Αθλήματα τουρισμού περιπέτειας

- Ορειβασία, Ορεινή πεζοπορία, Διάσχιση Φαραγγιών, Προσανατολισμός
- Αναρρίχηση-Καταρρίχηση
- Rafting-monoraft
- Κανό-Καγιάκ
- Ποδήλατο βουνού
- Τοξοβολία στην ύπαιθρο
- Αιωροπτερισμός
- Jeep 4x4
- Hot Dog

Όσο πιο ριψοκίνδυνες είναι οι συνθήκες κάτω από τις οποίες διεξάγονται οι αθλητικές δραστηριότητες του τουρισμού περιπέτειας τόσο πιο πολύ αυτές εντάσσονται στην κατηγορία των ακραίων εναλλακτικών αθλημάτων.

#### Γ. Λοιπά αθλήματα

Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται τα υπόλοιπα ομαδικά ή ατομικά αθλήματα στα οποία ένας εν δυνάμει τουριστικός καταναλωτής μπορεί να λάβει μέρος ακόμη κι όταν αυτά είναι μέρος μιας διοργάνωσης. Ο βαθμός του κινδύνου υπάρχει και σ' αυτή την περίπτωση αλλά ελαχιστοποιείται καθώς τα περισσότερα από αυτά τα αθλήματα διεξάγονται κάτω από ιδανικές για του συμμετέχοντες αθλητές συνθήκες σε ανοιχτά η σε κλειστά στάδια και αθλητικούς χώρους. Τα εν λόγω αθλήματα είναι τα εξής:

- Καλαθοσφαίριση, Πετοσφαίριση, Ποδόσφαιρο κ.λ.π.
- Κολύμβηση
- Γκολφ
- Τα αθλήματα κλασικού αθλητισμού (στίβος)
- Καλλιτεχνικό Πατινάζ
- Ενόργανη γυμναστική
- Τένις
- Ξιφασκία
- Ιππασία
- Ναυτικά αγωνίσματα

- Βαριά αθλήματα (πάλη, πυγμαχία κ.λπ.)
- Σκοπευτικά αγωνίσματα (σκοποβολή, τοξοβολία)

Αρκετές είναι οι εταιρείες, οι όμιλοι, οι σχολές, οι αθλητικοί σύλλογοι και οι ομοσπονδίες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα σχετικά με τα εναλλακτικά αθλήματα, προσφέροντας τόσο εκμάθηση αυτών όσο και παραχωρώντας τον κατάλληλο εξοπλισμό. Παρ'όλα αυτά, σύμφωνα με στοιχεία που αντλήθηκαν από συνεντεύξεις στελεχών απασχολούμενων στο χώρο, η αγορά εναλλακτικού τουρισμού άθλησης δεν έχει υποστεί κορεσμό, ενώ παράλληλα υπάρχουν τρομερές δυνατότητες και προοπτικές ανάπτυξης της συγκεκριμένης κατηγορίας τουρισμού, κυρίως λόγω του κορεσμού των συνηθισμένων μορφών τουρισμού και της γεωφυσικής κατάστασης της χώρας μας.

Η εμπειρική έρευνα των Λαμπρόπουλος & Γεωργόπουλος (2007) με τίτλο «Άξονες Ανάπτυξης Εναλλακτικού Τουρισμού Άθλησης στην Ελλάδα», πραγματοποιήθηκε με τη διανομή ερωτηματολογίων, όπως επίσης και με συνεντεύξεις συνεργατών και συμμετεχόντων σε εναλλακτικά τουριστικά αθλήματα. Τα ερωτηματολόγια ήταν δύο ειδών: ένα για στελέχη εταιριών εναλλακτικού τουρισμού άθλησης και ένα για συμμετέχοντες σε εναλλακτικά τουριστικά αθλήματα, ηλικίας άνω των 18 ετών. Η χρονική περίοδος έρευνας ήταν η περίοδος Ιούνιος 2004 έως Ιούνιος 2005, με πέντε υποπεριόδους (25 Ιουνίου-25 Αυγούστου, 10 Σεπτεμβρίου-10 Νοεμβρίου, 15 Δεκεμβρίου-15 Φεβρουαρίου, 1 Μαρτίου-1 Μαΐου, 25 Μαΐου-25 Ιουνίου). Το δείγμα της πρώτης φάσης της έρευνας ήταν 700 συμμετέχοντες σε εναλλακτικά τουριστικά αθλήματα, ενώ τελικά αξιολογήθηκαν 600 ερωτηματολόγια. Από το δείγμα της δεύτερης φάσης της έρευνας, το οποίο αποτέλεσαν 70 εργαζόμενοι σε εταιρείες εναλλακτικού τουρισμού άθλησης, αξιολογήθηκαν τελικά 60 ερωτηματολόγια.

Τα συμπεράσματα που διεξήχθησαν από την εν λόγω έρευνα αφορούν τα εξής:

- Αερομεταφορές
- Ο εκσυγχρονισμός και η αναβάθμιση των ξενοδοχείων των λοιπών δραστηριοτήτων του τομέα.
- Οι γενικές υποδομές
- Η παροχή κινήτρων σε οργανωτές ταξιδιών και πελάτες.

- Η προώθηση νέων μορφών τουρισμού
- Η μείωση του κόστους στους συμμετέχοντες στη λειτουργία του εναλλακτικού τουρισμού άθλησης, με παρεμβάσεις στο εργασιακό κόστος, στη φορολογία, στην ενέργεια, κλπ.
- Η προβολή και διαφήμιση των στοιχείων που θα προσελκύσουν τον εναλλακτικό τουρίστα-επισκέπτη.
- Η εξασφάλιση λειτουργίας του γενικότερου τουριστικού περιβάλλοντος.

Οι προτεινόμενοι άξονες εναλλακτικού τουρισμού άθλησης για τη χώρα μας είναι:

- Προστασία του φυσικού περιβάλλοντος: Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού θα πρέπει να διασφαλίζει την προστασία του περιβάλλοντος τόσο κατά τη δημιουργία της τουριστικής υποδομής όσο και κατά τη διάρκεια της τουριστικής χρήσης των φυσικών πόρων. Τα κυριότερα κριτήρια για τη διασφάλιση του άξονα είναι:

α. Το μικρό μέγεθος των καταλυμάτων (Whight A.P. et al., 1997)

β. Τα «φιλικά» και προσαρμοσμένα καταλύματα στο φυσικό και στο αρχιτεκτονικό περιβάλλον

γ. Ο περιορισμένος αριθμός επισκεπτών σε χώρο και χρόνο.

Αυτό σημαίνει ότι τόσο οι συμμετέχοντες όσο και οι εμπλεκόμενοι στην αγορά εναλλακτικού τουρισμού άθλησης έχουν τη δυνατότητα να απολαύσουν το φυσικό περιβάλλον αλλά και την υποχρέωση να μην το καταστρέψουν.

- Προστασία της κοινωνικο-πολιτιστικής κληρονομιάς

Αναγκαία, επίσης, είναι η λήψη μέτρων προστασίας και ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς και παράδοσης. Ειδικότερα απαιτούνται:

α. Μέτρα προστασίας της κοινωνικο-πολιτιστικής κληρονομιάς και πνευματικότητας

β. Μέτρα προστασίας από την αποξένωση (ενάντια στο μιμητισμό και την ξενομανία)

γ. Μέτρα διατήρησης και προώθησης του τοπικού πολιτισμού

δ. Μέτρα διατήρησης του τοπικού χρώματος σε θέματα αρχιτεκτονικής, δόμησης, διακόσμησης, μνημείων, μνημείων κλπ.



- Ενεργητική συμμετοχή και δραστηριοποίηση των τουριστών: Κατά τη διάρκεια παραμονής του ο τουρίστας θα πρέπει να συμμετάσχει και να δραστηριοποιείται σε δυνατότητες που του προσφέρει το πρόγραμμα ή ο τύπος παραμονής. Αυτό θα επιτευχθεί μέσω σεμιναρίων, εκμάθησης παραδοσιακών τεχνών και χορού, παρακολούθησης και συμμετοχής σε τοπικές εργασίες, αθλητικών δραστηριοτήτων.
- Ποιοτική παροχή υπηρεσιών και αναψυχή τουριστών: Τα βασικότερα κριτήρια για την επίτευξη του άξονα αυτού είναι το καθαρό και προσεγμένο περιβάλλον, η άνετη και φιλική εξυπηρέτηση, η ποιότητα προσφερόμενων αγαθών και υπηρεσιών, ο περιορισμένος αριθμός επισκεπτών. Έτσι η Ελλάδα θα διαφημιστεί εμμέσως για την ποιότητα των τουριστικών της υπηρεσιών.
- Οικονομικό όφελος για την τοπική οικονομία, μέσω τοπικών καταλυμάτων, ντόπιων απασχολούμενων, τοπικών προϊόντων. Έτσι, μειώνεται η ανεργία και παρέχεται νέα πνοή ανάπτυξης στην περιφέρεια.

Τα προτεινόμενα προγράμματα ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού άθλησης στην Ελλάδα, σύμφωνα με τους Λαμπρόπουλος & Γεωργόπουλος (2007), είναι τα εξής:

- Πρόγραμμα ποιοτικής αναβάθμισης, εκσυγχρονισμού και διεύρυνσης των τουριστικών καταλυμάτων και κατάρτισης προσωπικού.
- Πρόγραμμα ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού ανά περιοχή, ανάλογα με τις ιδιαίτερες συνθήκες και δυνατότητές της.
  1. Υποπρόγραμμα οικολογικού-περιβαλλοντικού τουρισμού
    - Προσέλκυση κεφαλαίων για την προστασία και τη διαχείριση των φυσικών περιοχών
    - Η περαιτέρω οικονομική ανάπτυξη των περιοχών
    - Η παροχή ευκαιριών υπαίθριας αναψυχής σε ένα ελκυστικό φυσικό περιβάλλον και η προαγωγή της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης-επιμόρφωσης επισκεπτών-τουριστών και ντόπιου πληθυσμού
  2. Ανάπτυξη περιηγητικού, ορειβατικού, αναρριχητικού, ποδηλατικού τουρισμού
  3. Υποπρόγραμμα πολιτιστικού και συνεδριακού τουρισμού

4. Δημιουργία θεματικών πάρκων (Χαρακτηριστικό παράδειγμα το θεματικό πάρκο με extreme sports “Madvil” στο Α.Ι. Ρέντη στην περιοχή της Αττικής ή το πάρκο περιπέτειας στη Μαλακάσα)

## 2.4. ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΠΑΡΚΑ

Αξιομνημόνευτη είναι η συμβολή των θεματικών πάρκων για την αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας στον τουρισμό.

Καθώς είναι γνωστό τα θεματικά πάρκα αποτελούν τουριστικό προορισμό καθ’ όλη τη διάρκεια του έτους, καλύπτοντας έτσι τους αδρανείς μήνες.

Προσελκύουν άτομα όλων των ηλικιών και αποφέρουν τεράστιο κέρδος στις χώρες υποδοχής.

Συνήθως το κόστος που χρειάζεται για τη δημιουργία τους είναι πολύ λιγότερο από τα κέρδη που αποφέρουν.

Πρωταγωνιστής στα θεματικά πάρκα αυτή τη στιγμή είναι η Γαλλία με την Euro Disney ενώ σημαντική ανάπτυξη στη μορφή αυτή τουρισμού έχει και η Αγγλία.

Μέσα από τα θεματικά πάρκα αναδεικνύεται η ιστορική αναδρομή της πόλης και επισημαίνονται τα στοιχεία της περιοχής που είναι ιδιαίτερου ενδιαφέροντος.

Αξίζει επίσης να αναφερθεί ότι στα θεματικά πάρκα ο επισκέπτης μπορεί να ξεφύγει από την καθημερινότητα και να βιώσει κάτι διαφορετικό από τα συνηθισμένα.

Εύστοχη θα ήταν η αξιοποίηση του πολιτισμού της χώρας μας, δημιουργώντας θεματικά πάρκα που να βασίζονται σε αυτόν.

Παρακάτω παρατίθενται ενδεικτικά κάποιοι πίνακες που δείχνουν την εξέλιξη των αφίξεων, εσόδων, ΜΚΔ της Ελλάδας και των χωρών - ανταγωνιστών της από το 1990 έως το 2000 .

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3. ΕΞΕΛΙΞΗ ΑΦΙΞΕΩΝ, ΕΣΟΔΩΝ, ΜΚΔ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1990-2000**

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ			ΤΟΥΡΚΙΑ			ΚΥΠΡΟΣ		
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ
1990	37.441	18.553	497	4,799	3.225	672	1.561	1,258	806

1991	38.539	19.004	493	5.158	2.654	515	1.385	1.026	741
1992	39.638	22.181	560	6.549	3.639	556	1.991	1.539	773
1993	40.085	19.425	485	5.904	3.959	671	1.841	1.396	758
1994	43.232	21.853	505	6.034	4.321	716	2.069	1.700	822
1995	34.920	25.388	727	7.083	4.957	700	2.100	1.788	851
1996	36.221	26.090	737	7.966	5.962	748	1.950	1.669	856
1997	39.553	26.651	674	9.040	8.088	895	2.088	1.639	785
1998	43.396	29.839	688	8.960	7.809	872	2.223	1.696	763
1999	46.776	32.497	695	6.893	5.203	755	2.434	1.878	772
2000	48.200	31.197	647	10.428	7.636	732	2.686	1.819	677
Δ(00/90)	28,70%			117,30%			72,10%		
ΕΕΑ	3,50%			8,10%			5,60%		

ΕΤΟΣ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ			ΑΙΓΥΠΤΟΣ			ΕΛΛΑΔΑ		
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ
1990	8.020	3.555	443	2.411	1.994	827	8.873	2.587	292
1991	8.657	3.710	429	2.112	2.029	961	8.036	2.567	319
1992	8.884	3.721	419	2.944	2.730	927	9.331	3.272	351
1993	8.434	4.102	486	2.291	1.332	581	9.413	3.335	354
1994	9.132	4.087	448	2.356	1.384	587	10.642	3.905	367
1995	9.511	4.339	456	2.871	2.684	935	10.130	4.136	408
1996	9.730	4.265	438	3.528	3.204	908	9.233	3.723	403
1997	10.172	4.619	454	3.656	3.727	1.019	10.070	5.151	512
1998	11.295	5.302	469	3.213	2.565	798	10.916	6.188	567
1999	11.632	5.131	441	4.490	3.903	869	12.164	8.782	722
2000	12.096	6.204	513	5.506	4.300	781	13.096	9.221	704
Δ(00/90)	50,80%			128,40%			47,59%		
ΕΕΑ	4Γ20%			8,60%			3,97%		

Πηγές: ΕΟΤ/ΕΣΥΕ (2003), ΤτΕ (2002), WTO (2002), ΚΟΤ (2002), ΤΥΔ (2002),

Γενική Διεύθυνση Τουρισμού της Πορτογαλίας (DGT) (2002), Andersen (2002)

ΕΕΑ: Ενιαία Ετήσια Αύξηση

#### Επεξήγηση πίνακα

- Η Ελλάδα και η Ισπανία έχουν περίπου ίδιο ρυθμό ανάπτυξης (και χαμηλότερο των υπολοίπων) γεγονός που εξηγείται από το ότι και οι δύο προορισμοί έχουν εισέλθει σε φάση ωριμότητας.
- Η Τουρκία και η Αίγυπτος αναπτύσσονται ταχύτερα, αφού ως προορισμοί βρίσκονται ακόμη σε σχετικά νεαρή ηλικία.

- Η Κύπρος λόγω μεγέθους τουλάχιστον αποτελεί ειδική περίπτωση και τέλος
- Η Πορτογαλία παρουσιάζει ταχύτερους ρυθμούς ανάπτυξης ως τουριστικός προορισμός «νεαρότερης ηλικίας».

*ΠΗΓΗ: ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΣΕΤΕ «ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 2010 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ» (σελ. 16-17).*

## **2.5. Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΚΙ Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΕΤΩΝ**

Σε συνέντευξη του, ο Γερμανός πρέσβης στην Ελλάδα Δρ. Αλμπερτ Σπίγκελ (Βίκυ Καραντζαβέλου, travel daily news, 2004) αναφέρθηκε στις ευκαιρίες επενδύσεων που παρουσιάζει η χώρα μας, ενώ για τον τουριστικό κλάδο πρότεινε την επέκταση της τουριστικής σεζόν, με την υιοθέτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού (π.χ. οικοτουρισμός). Επίσης, τόνισε ο πρέσβης ότι πιστεύει ότι αναλαμβάνονται πρωτοβουλίες προς αυτή την κατεύθυνση.

Ο κ. Σπίγκελ διαπίστωσε τα τελευταία χρόνια μια πτώση στην τουριστική κίνηση Γερμανών προς τη χώρα μας, κάτι που απέδωσε στη γενικότερη κρίση στον τομέα του τουρισμού, απόρροια των γεγονότων της 11ης Σεπτεμβρίου.

Στο άρθρο του (travel daily news, 2005) ο Δρ. Δημήτρης Κούτουλας επισήμανε ότι η εποχικότητα του ροδιακού τουρισμού διαρκώς επιδεινώνεται, αντί να επιμηκύνεται η διάρκεια της σεζόν. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 1975 πραγματοποιήθηκε κατά το τετράμηνο Ιουνίου - Σεπτεμβρίου το 61,3% όλων των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία της Ρόδου. Το 1984 το σχετικό ποσοστό αυξήθηκε στο 64,7%, το 1993 στο 68,9%, για να φτάσει το 2000 στο 71,4% και στο 72,6% το 2003. Αυτή η εξέλιξη δείχνει την παντελή αδυναμία των τουριστικών φορέων της Ρόδου, αλλά και του Ε.Ο.Τ. να παρέμβουν στις εξελίξεις και να προωθήσουν έναν διακηρυγμένο και κοινό στόχο. Αντιθέτως, η εποχικότητα σε όλους τους εκτός Ελλάδας μεσογειακούς προορισμούς, όπως λ.χ. την Τουρκία και την Ισπανία, είναι πολύ πιο περιορισμένη (βλ. ΣΕΤΕ 2003), γεγονός που δείχνει ότι με τα κατάλληλα μέτρα μπορεί να αντιμετωπιστεί αυτό το πρόβλημα.

Σύμφωνα με άρθρο του Θεοδωρή Κουμέλη στο travel daily news στις 27/10/05, υποστηρίζεται πως η Βουλγαρία έχει την ανάγκη για περαιτέρω ανάπτυξη

εναλλακτικών μορφών τουρισμού όπως π.χ. ιστορικού και πολιτιστικού. Όπως ανέφερε ο πρόεδρος του οικονομικού και κοινωνικού συμβουλίου, το 75% των τουριστικών εσόδων της Βουλγαρίας προήλθε κατά το έτος 2004 από το θαλάσσιο τουρισμό.

Για να πάρουμε ένα παράδειγμα ενίσχυσης του τουρισμού στη Γαλλία παραθέτουμε πιο κάτω ένα άλλο άρθρο του Θοδωρή Κουμέλη στο travel daily news στις 17/10/05. Σε αυτό αναφέρεται πως οι κινέζοι σκιέρ βρίσκονται στο στόχαστρο της γαλλικής κυβέρνησης για την ενίσχυση της τουριστικής τους κίνησης. Όπως αναφέρουν Γάλλοι tour operators, η αγορά των Κινέζων σκιέρ είναι γρήγορα αναπτυσσόμενη και συγκεντρώνει τα τελευταία χρόνια την παγκόσμια προσοχή. Την περσινή χρονιά επισκέφθηκαν τη Γαλλία 2 εκατ. κινέζοι στους οποίους οι Γαλλικές Άλπεις φαντάζουν σαν παράδεισος. Εξαιτίας του μεγάλου υψόμετρου, η περίοδος για σκι στις Άλπεις είναι πολύ μεγαλύτερη από ότι σε άλλες περιοχές και καλύπτουν έτσι τους μήνες από Δεκέμβριο έως Απρίλιο.

Ο Υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης κ. Δημήτρης Αβραμόπουλος έδειξε ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τον ιαματικό τουρισμό, σύμφωνα με άρθρο του Θοδωρή Κουμέλη (travel daily news, 23/8/05). Ο υπουργός επισκέφθηκε την περιοχή της Λίμνης Καϊάφα και τις εγκαταστάσεις της ιαματικής πηγής Κουνουπελίου. «Απαιτούνται να προωθηθούν το συντομότερο σχεδιασμοί για την ενίσχυση των υποδομών κυρίως στις αεροπορικές μεταφορές» δήλωσε ο Υπουργός.

Μελέτη για την ολιστική οργάνωση και ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης παρουσίασε, για λογαριασμό της Περιφέρειας, η Αγροτουριστική Α.Ε. (travel daily news, 2006), προβάλλοντας τα δυνατά και αδύνατα σημεία της περιοχής, αλλά και τους τρόπους αντιμετώπισης των όποιων προβλημάτων στην προσπάθεια ανάπτυξης και προβολής μιας περιοχής της ελληνικής υπαίθρου.

Ειδικότερα για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και ανά άξονα παρέμβασης η μελέτη της Αγροτουριστικής πρότεινε τα ακόλουθα:

- Περαιτέρω βελτίωση της πρόσβασης και της σήμανσης με στόχο την αύξηση της επισκεψιμότητας στους τουριστικούς πόρους της περιοχής.

- Ανάδειξη της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς μέσω της αποκατάστασης των κτιρίων και των οικισμών από ειδικά χρηματοδοτικά προγράμματα (π.χ.ΕΟΤ) και σύνδεση αυτών με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
- Ολοκληρωμένο σχέδιο ανάπτυξης του οικοτουρισμού στην περιοχή με την αποδοχή της τοπικής κοινωνίας έχοντας ως παράδειγμα καλής πρακτικής το Δάσος της Δαδιάς.
- Πιστοποίηση χαρακτηριστικών τοπικών προϊόντων (π.χ. τσίπουρο, σπαράγγι) με στόχο την αύξηση της διαθεσιμότητάς τους στην αγορά και την προβολή της τοπικής κουζίνας.
- Αναβάθμιση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών μέσω της προώθησης της πιστοποίησης και της δημιουργίας θεματικών τοπικών συμφώνων ποιότητας.
- Οριζόντια και κάθετη δικτύωση των επιχειρήσεων σε περιφερειακό επίπεδο καθώς και ενίσχυση της συνεργασίας με στόχο την προσφορά ποιοτικότερου προϊόντος.
- Η βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος (πληροφόρηση και καθοδήγηση επενδυτικού κοινού, παρακολούθηση χρηματοδοτικών εργαλείων, ανάδειξη βέλτιστων πρακτικών) είναι απαραίτητη προϋπόθεση, προκειμένου η τοπική κοινωνία να επωφεληθεί από την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού.
- Η βελτίωση του στελεχιακού δυναμικού των μονάδων παροχής υπηρεσιών των εναλλακτικών μορφών τουρισμού μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων και σεμιναρίων θα προάγει τις παρεχόμενες υπηρεσίες και θα αυξήσει τις επενδύσεις στον τομέα αυτό. Στόχος της δράσης αυτή είναι να επιτευχθεί αύξηση της απασχόλησης και εξειδίκευση με κοινό -στόχο τις ευαίσθητες κοινωνικά ομάδες όπως οι νέοι και οι γυναίκες.

## **2.6. Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΚΙ Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΗΜΕΡΑ**

Κατακόρυφη άνοδο σημείωσε κατά τη διάρκεια του έτους 2008 η ζήτηση υπαίθριων δραστηριοτήτων από Έλληνες. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία παρατηρήθηκε 30% με 40% αύξηση της συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες,

όπως ποδήλατο βουνού, πεζοπορία, καταβάσεις φαραγγιών, αναρρίχηση, ράφτινγκ, καγιάκ, κ.α. Σε αυτόν τον τομέα δραστηριοποιούνται πάνω από 80 εξειδικευμένα γραφεία που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σχεδόν σε όλη την Ελλάδα, συμβάλλοντας στην αύξηση της επισκεψιμότητας των περιοχών (Ελληνικά Καταλύματα 2008).

Ο Πελεκανάκης Γ. 2008 επισημαίνει προβλήματα του ελληνικού τουρισμού, που αναστέλλουν τον περιορισμό της εποχικότητας:

- Ανεπαρκείς μαρίνες, λιμάνια και καταφύγια για την εξυπηρέτηση της τουριστικής ζήτησης του θαλασσιού τουρισμού.
- Έλλειψη έργων υποστηρικτικής υποδομής στους λιμένες και τις μαρίνες.
- Τα προγράμματα του ΚΠΣ δεν συνέβαλαν ικανοποιητικά προς την κατεύθυνση της ορθολογικής ανάπτυξης των θεματικών μορφών τουρισμού. Ενδεικτικά σημειώνεται ότι:
- Με το πρόγραμμα leader χρηματοδοτήθηκαν καταλύματα που αποτελούν απλώς μικρογραφία (και συνήθως κακέκτυπα) των καταλυμάτων που επιδοτούνται από τον αναπτυξιακό νόμο.
- Οι δυνατότητες συγχρηματοδότησης δράσεων προβολής θεματικών μορφών τουρισμού που υπάρχουν στο ΕΠΑΝ-Μέτρο 5.3 έμειναν, δυστυχώς, ανεκμετάλλευτες με αποτέλεσμα όχι μόνο να μην υπάρξουν ουσιαστικές παρεμβάσεις αλλά και να μην απορροφηθούν πόροι

Στο άρθρο της η Βίκυ Καραντζαβέλου επισημαίνει ότι επιβεβαιώνεται η εποχικότητα του τουρισμού από τα στοιχεία της ΕΣΥΕ (travel daily news, 2008) :

Με βάση την εξέλιξη του τριμηνιαίου Δείκτη Κύκλου Εργασιών στον τομέα του τουρισμού που παρουσιάζει η Γενική Γραμματεία Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος, για το πρώτο τρίμηνο του 2008 σε σχέση με το αντίστοιχο δείκτη του πρώτου τριμήνου 2007, υπάρχει αύξηση 4,8%, έναντι αύξησης 10,1% που σημειώθηκε κατά τη σύγκριση της αντίστοιχης περιόδου του έτους 2007 προς το 2006. Αυτό το στοιχείο είναι ενθαρρυντικό για τον κλάδο του τουρισμού που φαίνεται να παρουσιάζει χρονιά με χρονιά αύξηση. Σημειώνουμε ότι έτος βάσης έχει χρησιμοποιηθεί το 2005.

Όμως, η ανάλυση των τριμηνιαίων μεταβολών καταδεικνύει την έντονη εποχικότητα του κλάδου, αφού, ο Δείκτης Κύκλου Εργασιών στον τομέα Τουρισμού

του πρώτου τριμήνου 2008, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του τετάρτου τριμήνου 2007, παρουσίασε μείωση 21%, έναντι μείωσης 16,9% που σημειώθηκε κατά τη σύγκριση της αντίστοιχης περιόδου του έτους 2007 προς το 2006.

Ο Δείκτης Κύκλου Εργασιών στον Τομέα Τουρισμού είναι ένας νέος βραχυχρόνιος δείκτης που καταρτίζεται ανά τρίμηνο σε εφαρμογή του Κανονισμού (ΕΚ) 1165/1998 του Συμβουλίου και του Κανονισμού (ΕΚ) 1158/2005 του Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου που τροποποιεί και συμπληρώνει τον αρχικό Κανονισμό 1165/98.

Στόχος του δείκτη είναι η μέτρηση της δραστηριότητας του ερευνώμενου τομέα στην αγορά, σε όρους αξίας. Ο κύκλος εργασιών περιλαμβάνει τα συνολικά ποσά που τιμολογήθηκαν από την επιχείρηση κατά τη διάρκεια της περιόδου αναφοράς, και τα οποία αντιστοιχούν σε πωλήσεις αγαθών και υπηρεσιών που παρασχέθηκαν σε τρίτους, ενώ δεν περιλαμβάνει το ΦΠΑ και άλλους συναφείς εκπτώσιμους φόρους που συνδέονται άμεσα με τον κύκλο εργασιών, καθώς και όλα τα τέλη και τους φόρους επί των αγαθών ή επί των υπηρεσιών που τιμολογήθηκαν από την επιχείρηση. Επίσης, δεν περιλαμβάνει τα λοιπά έσοδα εκμετάλλευσης, τα χρηματοοικονομικά έσοδα και τα έκτακτα έσοδα της επιχείρησης.

Ο Δείκτης Κύκλου Εργασιών στον Τομέα Τουρισμού καλύπτει το σύνολο της χώρας και καταρτίζεται για τον κλάδο απο επιχειρήσεις όπως ξενοδοχεία, εγκαταστάσεις κατασκήνωσης και άλλες επιχειρήσεις παροχής καταλύματος, εστιατόρια, μπαρ, και καντίνες.

Η Τατιάνα Ρόκου (travel daily news, Ιούλιος 2009) Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Χίου διοργάνωσε υπό την αιγίδα της Αγροτουριστικής ΑΕ την "5η Γιορτή Αγροτουρισμού Χίου", το διάστημα από 6 έως 11 Αυγούστου 2009. Η εκδήλωση, που αποτελεί ένα πανόραμα γεύσεων και πολιτισμού, προσελκύει σημαντικούς εκθέτες και πλήθος επισκεπτών και αποτελεί πλέον θεσμό στην καλοκαιρινή ζωή του τόπου. Είναι χαρακτηριστικό ότι πέρυσι συμμετείχαν περίπου 60 εκθέτες από τη Χίο και από άλλους Νομούς, ενώ την Έκθεση επισκέφθηκαν περισσότεροι από 20.000 Χιώτες και επισκέπτες.

Στην εκδήλωση συμμετέχουν όλοι οι τοπικοί παραγωγοί, οι συνεταιρισμοί, οι επαγγελματίες του τουρισμού καθώς και οι πολιτιστικοί σύλλογοι και οι φορείς όλων των δημοτικών διαμερισμάτων του νομού



Παράλληλα με τον 39ο Διεθνή Κολυμβητικό Διάπλου Τορωναίου Κόλπου στην παραλία Νικήτης Χαλκιδικής φέτος για πρώτη φορά διοργανώνεται από την Τετάρτη 15 έως την Κυριακή 19 Ιουλίου 2009 Έκθεση Τοπικών Παραδοσιακών Προϊόντων (τρόφιμα & τεχνήματα) με το όνομα "ΝΙΚΗΤΗ 2009", σε συνεργασία της Ε.Ε.Ν.Ν. "Ο Σίθων" και του Συλλόγου Παραδοσιακού Οικισμού Παλιάς Νικήτης και με την τεχνική στήριξη του "ΑΓΡΟΡΑΜΑ". Η ημερίδα γίνεται υπό την αιγίδα του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων, την υποστήριξη του Γυμνασίου & ΕΠΑ.Λ. Νικήτης και την χορηγία του Συλλόγου Γυναικών Νικήτης & την Τυρομα Μαδημένος Ο.Ε., καθώς και όλων των συντελεστών της Έκθεσης Παραδοσιακών Προϊόντων.

Παρόμοιες εκδηλώσεις γίνονται φέτος, εκτός από τη Νικήτη Χαλκιδικής και στην Κρύα Βρύση Πέλλας (26-30/8/2009) και στα Μέγαρα Αττικής (11-12/9/2009).

Την Δευτέρα, 6 Ιουλίου 2009, στον ξενώνα Ευριδίκη, στη Βεργίνα Ημαθίας, συναντήθηκαν επιχειρηματίες τουρισμού ειδικής υποδομής της παραποτάμιας περιοχής του Αλιάκμονα, από την Ημαθία και αποφάσισαν να ιδρύσουν Γεωγραφικό Δίκτυο Ποιότητας με έδρα την Βεργίνα της Ημαθίας και διακριτικό τίτλο Δίκτυο Βεργίνα.

Σκοποί μεταξύ άλλων του δικτύου είναι: η υποστήριξη της αύξησης της ζήτησης των Επιχειρήσεων Ειδικής Τουριστικής Υποδομής και των συμπληρωματικών τους, η υποστήριξη του συντονισμού, των συνεργασιών και του συνεργατισμού των επιχειρηματιών της περιοχής, η διευκόλυνση ανταλλαγής εμπειριών, η υποστήριξη τεκμηρίωσης για θέματα που τους απασχολούν και η διαμόρφωση προδιαγραφών ποιότητας και η πιστοποίηση τους.

Όσον αφορά τον χειμερινό τουρισμό η Τατιάνα Ρόκου (travel daily news, 2009) αναφέρει:

Στην ανατολική πλευρά του Ολύμπου, στο διάσελο μεταξύ των κορυφών Προφήτης Ηλίας και Τούμπα, το καταφύγιο "Γιώσος Αποστολίδης", που διαχειρίζεται ο Σύλλογος Ελλήνων Ορειβατών Θεσσαλονίκης, αποτελεί το μοναδικό κτίσμα στη χώρα μας σε τέτοιο υψόμετρο. Εκεί, σε υψόμετρο 2.697 μέτρων, υπάρχει πλέον δυνατότητα επικοινωνίας (τηλεφωνία και internet) χάρη στον ΟΤΕ.

Το καταφύγιο, που δέχεται χιλιάδες επισκέπτες κάθε χρόνο, λειτουργεί σε καθημερινή βάση τη θερινή περίοδο, από τέλος Μαΐου μέχρι αρχές Οκτωβρίου, ενώ

μπορεί να φιλοξενήσει μέχρι 80 άτομα. Τη χειμερινή περίοδο, λόγω του υψομέτρου, των μεγάλων αποστάσεων αλλά και της δυσκολίας ανεφοδιασμού & μεταφοράς υλικών, λειτουργεί μόνο κατόπιν συνεννόησης για την εξυπηρέτηση οργανωμένων ορειβατικών ομάδων. Το καταφύγιο "Γιώσος Αποστολίδης" καλύπτει βασικές ανάγκες διανυκτέρευσης, θέρμανσης και σίτισης των ορειβατών και επισκεπτών. Όμως, μέχρι σήμερα, η επικοινωνία σε αυτό το υψόμετρο, ακόμη και σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης, δεν ήταν εφικτή.

Η Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης ανακοινώνει ότι το Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού, το οποίο διαχειρίζεται η ίδια, κατά τη χιονοδρομική περίοδο 2008-2009 σημείωσε ρεκόρ εισιτηρίων με αύξηση 15%. Συγκεκριμένα, από τις 20/12/2008 έως τις 03/5/2009 εισπράχθηκαν 167.261 εισιτήρια, τα περισσότερα των τελευταίων τεσσάρων χρόνων.

Με έμπνευση και οδηγό την διασκέδαση επί πάγου, αλλά και το νεανικό πνεύμα και χαρακτήρα της περιοχής, ο Δήμος Γλυφάδας φιλοξενεί, για πρώτη φορά, ένα σύγχρονο και οικολογικό (με πιστοποίηση ISO 14001) παγοδρόμιο διαστάσεων 17x30 (510 τ.μ.). Σύμφωνα με την εταιρεία On Ice, "το πάθος για πάγο που φαίνεται να έχουν οι Έλληνες οδηγεί στην ανάπτυξη των φορητών παγοδρομίων, παρέχοντας ένα εναλλακτικό είδος αθλητικής ψυχαγωγίας που απουσίαζε τόσα χρόνια από την χώρα. Πρωτότυπα events, πάρτι και εκδηλώσεις επί πάγου, μαθήματα από εξειδικευμένους συνοδούς που βοηθούν τα πρώτα βήματα των αρχαρίων, ειδικά προγράμματα για σχολεία, είδη πατινάζ και εξοπλισμός ice hockey, μαζί με ένα καφέ, προσφέρονται στον επισκέπτη των παγοδρομίων της onice.gr έως και τα μέσα Μαΐου.

Η Βίκυ Καραντζαβέλου (travel daily news, Αύγουστος 2009) αναφέρει ότι το Συντονιστικό Κέντρο Μ.Κ.Ο., σε συνεργασία με μικρούς καποδιστριακούς δήμους στην Πελοπόννησο, ενημερώνει τους νέους αστικών κέντρων για προγράμματα και ευκαιρίες σύνδεσης με τοπικά δίκτυα, προκειμένου να δημιουργήσουν τη δική τους επιχειρηματική δραστηριότητα στον αγροτικό χώρο.

Από τον προσεχή Σεπτέμβριο, στο ECOvision θα ξεκινήσουν σεμινάρια προετοιμασίας των υποψηφίων για αυτό το σκοπό.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣ ΜΙΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

### **3.1. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΣΤΗ ΧΩΡΑ ΜΑΣ**

Αξιόλογες προσπάθειες, για την αντιμετώπιση της εποχικότητας στον τουρισμό και τη δημιουργία εναλλακτικών μορφών τουρισμού, έχουν καταβληθεί από τη χώρα μας, τα τελευταία χρόνια, μέσω των φορέων που σχετίζονται με τον τουρισμό.

Βέβαια σε κάποιες περιοχές υπάρχουν σημαντικές καθυστερήσεις ή αναξιοποίητοι χώροι αλλά κατά γενική εικόνα υπάρχει μια τάση ανάπτυξης ή ενδιαφέρον για κάποιες από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Στα πλαίσια του Αναπτυξιακού Σχεδίου του N. Λέσβου, που πραγματοποιήθηκε από το Τμήμα Περιβάλλοντος του Πανεπιστήμιου Αιγαίου (Οκτώβριος 1997-Επιστημονικός Υπεύθυνος: Σπιλάνης Γ. - Επικ. Καθηγητής) επισημαίνεται η προβληματικότητα στην μέχρι τώρα τουριστική ανάπτυξη των νησιών, η οποία συνίσταται στην υπέρμετρη συγκέντρωση τουριστών σε ορισμένα νησιά, στην άναρχη ανάπτυξη και υποβάθμιση των περιοχών αυτών, στην μονόπλευρη ανάπτυξη του μαζικού ηλιοτροπικού τουρισμού, στην έλλειψη προβολής και οργάνωσης του τουριστικού προϊόντος, στην συνεχή αύξηση της προσφοράς κλινών (ιδιαίτερα σε αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα) με αποτέλεσμα τον αυξημένο ανταγωνισμό και τις χαμηλές τιμές, στις ελλείψεις στις υποδομές και στις χαμηλές υπηρεσίες από το κράτος και τις επιχειρήσεις. Όλα τα παραπάνω δεν επέτρεψαν στον τουρισμό να διαδραματίσει έναν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη των νησιών, έστω και αν θεωρείται το συγκριτικό τους πλεονέκτημα.

Το σενάριο που υποστηρίζεται από την ομάδα μελέτης του εν λόγω Αναπτυξιακού Σχεδίου είναι το σενάριο: «Ποιότητα εναντίον ποσότητας». Το εν λόγω σενάριο προτείνει την αξιοποίηση των ιδιομορφιών των νησιών μετατρέποντάς τα από μειονεκτήματα σε συγκριτικά πλεονεκτήματα με στόχο τη προώθηση νέων υπηρεσιών και την ανάδειξη της ποιότητας ως κύριας στρατηγικής για την επίτευξη της αειφόρου ανάπτυξης. Το σενάριο βασίζεται στη προσπάθεια για

ανάπτυξη δραστηριοτήτων που παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες ποιότητας, ανταποκρινόμενα σε μια διαρκώς αναπτυσσόμενη ζήτηση, και:

- συνδέονται με τοπικούς πόρους, δεξιότητες και ιδιαιτερότητες (πχ. ειδικές μορφές τουρισμού, παράγωγα ελιάς, αμπελιού, σιταριού και κτηνοτροφίας, χειροτεχνήματα, εξόρυξη ειδικών φυσικών πόρων όπως Λημναία γή και η πέτρα Μυστεγνών, φυσικό περιβάλλον, δομημένο περιβάλλον, πολιτιστικές αξίες κλπ),
- απευθύνονται σε αναδύμενες και μεταβαλλόμενες μικρές αγορές, μέσα από άτυπα ή εξειδικευμένα δίκτυα και
- σχετίζονται με ειδικές υπηρεσίες (πχ. βοήθεια σε μειονεκτούντα άτομα, καλλιτεχνική δημιουργία, συλλογή, επιλογή και διάχυση της κατάλληλης πληροφόρησης, εξερεύνηση και ανάδειξη της φύσης, προστασία του περιβάλλοντος) που δεν μπορούν παρά να παραχθούν επί τόπου.

Η επινόηση νέων προϊόντων και κυρίως νέων υπηρεσιών που συμβαδίζουν με τις απαιτήσεις του σύγχρονου καταναλωτή είναι αναγκαίο στοιχείο της παραγωγικής διαδικασίας. Οι τομείς εκείνοι, στους οποίους θεωρείται ότι θα πρέπει να επέλθουν οι σημαντικότερες μεταβολές, έτσι ώστε να δρομολογηθεί η αναπτυξιακή δυναμική, που είναι απαραίτητη να “παρασύρει” το σύνολο του κοινωνικο-οικονομικού συστήματος. Κατ' αρχήν γίνεται αναφορά στις παραγωγικές δραστηριότητες που θεωρούνται ως κρίσιμες για την υλοποίηση του σεναρίου και στη συνέχεια στις προϋποθέσεις που πρέπει να εκπληρούνται.

Παραγωγικές δραστηριότητες:

α) Η αξιοποίηση του πολιτιστικών και φυσικών πόρων των νησιών για τη δημιουργία νέων μορφών ενεργού τουρισμού. Ο τουρισμός αυτός δεν αναπτύσσεται σε αντίθεση με τον μαζικό, αλλά διαφοροποιείται απ' αυτόν και τον επηρεάζει θετικά αφού αναβαθμίζει τα παρεχόμενα αγαθά και υπηρεσίες.

Έχει πολλές φορές αναφερθεί η δυνατότητα να αναπτυχθούν στο νομό αυτές οι μορφές τουρισμού. Ενδεικτικά αναφέρονται:

- Αγροτουρισμός και τουρισμός υπαίθρου, δηλαδή μιας μορφής τουρισμού συνδεδεμένου με τον πρωτογενή τομέα, τις παραδόσεις του, τον πολιτισμό του, τα προϊόντα του. Το πρόγραμμα για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού

στην ορεινή επαρχία Πλωμαρίου αποτελεί μια πιλοτική δράση που θα μπορούσε να εφαρμοστεί και σε άλλες περιοχές της Λέσβου και της Λήμνου.

- Ιαματικός - οικολογικός - γεωλογικός τουρισμός , με βάση τα ενδιαφέροντα του σύγχρονου ανθρώπου, αλλά και εκείνων με τις ειδικές γνώσεις. Στη περίπτωση του οικολογικού τουρισμού εντάσσεται η δημιουργία του Μουσείου Φυσικής Ιστορίας του Σιγρίου και οι άλλες παρεμβάσεις που γίνονται στη περιοχή όπως ανάδειξη του απολιθωμένου δάσους, μονοπάτια κλπ.
- Συνεδριακός τουρισμός ειδικής μορφής, εφόσον απευθύνεται σε τουρίστες που δεν αναζητούν την πολυτέλεια αλλά τη μικρή κλίμακα, την αυθεντικότητα, την ποιότητα, την χαλάρωση.
- Ναυταθλητικός τουρισμός μέσα στους κόλπους της Γέρας, της Καλλονής και την Μύρινας, με έμφαση στα μαθήματα για παιδιά και όχι μόνο.
- Πολιτιστικός τουρισμός που να ξεφεύγει από τη μουσειακή παρουσίαση με έμφαση στα αρχαιολογικά μνημεία, δίνοντας ιδιαίτερη βαρύτητα στη νεότερη ζωντανή παράδοση και στην καλλιτεχνική δημιουργία.
- Εκπαιδευτικός τουρισμός με βάση το Πανεπιστήμιο Αιγαίου (καλοκαιρινά μαθήματα, σεμινάρια, συνέδρια, μαθητικές εκδρομές), αντλώντας από το παράδειγμα του νορβηγικού πανεπιστημίου.

Το Φαλακρό όρος του Νομού Δράμας αποτελεί ένα από τους πιο σημαντικούς εν δυνάμει τουριστικούς προορισμούς της περιοχής λόγω της αφθονίας και ελκυστικότητας των φυσικών και πολιτιστικών του στοιχείων. Μέχρι σήμερα, η τουριστική του ανάπτυξη ταυτίστηκε με αυτήν της χιονοδρομίας, η οποία παρουσιάζει έντονη εποχικότητα, παραβλέποντας έτσι την πληθώρα εκείνη των λοιπών χαρακτηριστικών του, που θα το καθιστούσαν επισκέψιμο καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Στα πλαίσια του Αναπτυξιακού Σχεδίου προτείνεται η ανάπτυξη και διαχείριση του Φαλακρού ως ένα προορισμό τεσσάρων εποχών στα πλαίσια της αειφορικής ανάπτυξης και προς όφελος των τοπικών κοινωνιών της περιοχής.

Ειδικότερα όσον αφορά την οργάνωση και χωροθέτηση των τουριστικών δραστηριοτήτων, προτείνεται:

- Χρήσεις γης: 1. Άμεση ολοκλήρωση της ειδικής περιβαλλοντικής μελέτης του Φαλακρού σκοπός της οποίας είναι η αξιολόγηση των οικοτόπων και η κατάθεση ολοκληρωμένης πρότασης για την οριοθέτηση, προστασία και διαχείριση τους. 2. Μελέτη χρήσεων γης στη συνολική περιοχή του Φαλακρού προκειμένου να οργανωθούν και ελεγχθούν οι υπάρχουσες παραγωγικές οικιστικές και τουριστικές δραστηριότητες. 3. Πολεοδομικός σχεδιασμός και αρχιτεκτονικές μελέτες ώστε οι σημερινοί οικισμοί να αποκτήσουν μια αναγκαία αισθητική εικόνα αντίστοιχη του φυσικού περιβάλλοντος και της παράδοσης της περιοχής.
- Χωροταξική διάρθρωση: 1. Συγκέντρωση στους οικισμούς Βώλακα - Γρανίτη - Πύργοι - Λιβαδερό - Δενδράκια - Μοναστηράκι των ξενώνων, ενοικιαζόμενων δωματίων, παραθεριστικής κατοικίας, εστιατορίων, συνοδευτικών δραστηριοτήτων αναψυχής, υπηρεσιών πληροφόρησης για τους επισκέπτες και τους κατοίκους. 2. Δημιουργία σε επιλεγμένους οικισμούς κέντρων περιβαλλοντικής και πολιτισμικής πληροφόρησης, καθώς και μικρών μουσείων ιστορικού και λαογραφικού περιεχομένου, όπως π.χ. οικομουσείου στο Βώλακα που θα περιλαμβάνει κέντρο υποδοχής, περίπτερο πληροφόρησης, συνολική αναπαράσταση του ανάγλυφου του Φαλακρού και των δυνατοτήτων άσκησης δραστηριοτήτων, συλλογή βοτάνων του Φαλακρού, παρουσίαση της ιστορίας, οικονομίας, κοινωνικής οργάνωσης, γιορτών και εθίμων, μουσικής, ενδυμασίας κ.λπ. Δημιουργία πολιτιστικού εργαστηρίου μάσκας - κουδούνας - αράπηδων στο Μοναστηράκι. 3. Δημιουργία επίσης εργαστηρίων παραδοσιακών αντικειμένων, οργάνωση της γεωργικής και κτηνοτροφικής παραγωγής σε συνδυασμό με τουριστικές παροχές, ώστε να αναβαθμιστεί το υφιστάμενο οικιστικό απόθεμα, καταγράφοντας και αξιοποιώντας όλους τους ιστορικούς τόπους και τα μνημεία. 4. Αξιοποίηση χώρων καλλιτεχνικών εκδηλώσεων, όπως το θέατρο στο Φαράγγι της Πετρούσας με διάφορα θεατρικά δρώμενα. 5. Ανάδειξη των λιγότερο γνωστών και σχετικά εύκολων και σύντομων διαδρομών γύρω από τους οικισμούς που προσφέρονται για οικογένειες και άτομα που δεν επιθυμούν έντονη σωματική άσκηση. 6. Αξιοποίηση του βόρειου τμήματος του Φαλακρού με:

- α. κατασκευή δασοτουριστικών μονοπατιών,
- β. βελτίωση όλων των χωμάτινων διαδρομών από Δενδράκια και Λιβαδερό μέχρι το Βόλακα,
- γ. ανάδειξη του μονοπατιού Ε6 και σύνδεση με τα προηγούμενα,
- δ. χάραξη – διαμόρφωση διαδρομών για ποδήλατο βουνού και ιππασία,
- ε. κατασκευή κατασκηνωτικών κέντρων και δασοτουριστικών εγκαταστάσεων ως αφετηρία εσωτερικών κυκλωμάτων πεζοπορίας.

7. Αξιοποίηση ανάλογη και του δυτικού τμήματος του Φαλακρού με έδρα τον οικισμό Γρανίτη. 8. Αξιοποίηση του αναρριχητικού πεδίου Φαλακρού με τη δημιουργία κέντρου αναρρίχησης στους Πύργους για εκπαιδευτικά προγράμματα αναρρίχησης και σε μορφή τουριστικών πακέτων, όπως και διοργάνωση αγώνων αναρρίχησης και για τουριστικούς λόγους.

9. Ανάδειξη της διαδρομής στο Φαράγγι των Πύργων. 10. Αξιοποίηση των ορειβατικών διαδρομών με αφετηρία τους Πύργους, τον Βόλακα, τον Γρανίτη, τον Βαθύλακκο. 11. Ταύτιση των Πύργων με Φαράγγι - αναρριχητικά πεδία - ορειβατικές διαδρομές, δηλ. καταφύγια - κατασκηνωτικά κέντρα (οροπέδιο Σίτνας), σχολές ορειβασίας κ.λπ. 12. Ενίσχυση έργων υποδομής και βελτίωσης παρεχόμενων υπηρεσιών στο χιονοδρομικό κέντρο. 13. Αξιοποίηση του σπηλαιοβάραθρου στη Χιονότρυπα.

- Συνάρθρωση με άλλους παραγωγικούς τομείς: Οι προτάσεις αυτές που προωθούν τον τουρισμό στην περιοχή πρέπει να κινούνται σε συνδυασμό με τους άλλους παραγωγικούς κλάδους και δραστηριότητες της περιοχής. Επί παραδείγματι στο πρωτογενή τομέα και ειδικότερα στο γεωργικό κλάδο επισημαίνουμε ορισμένες δυνατότητες ανάπτυξης σε προϊόντα όπως:

- α. Χαρακτηριστικά τοπικά προϊόντα τα οποία μπορούν να λειτουργήσουν ως εισροές τοπικής γαστρονομίας ή ως ελκυστικά προϊόντα τοπικής τουριστικής κατανάλωσης.
- β. Χαρακτηριστικά αρωματικά φυτά και θεραπευτικά βότανα σε συνάρτηση με βοτανικούς κήπους αλλά και πρότυπες οργανώσεις (συνεταιρισμοί, εταιρείες) π.χ. επιχειρήσεις αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών.

Σε ότι αφορά τον κλάδο της κτηνοτροφίας επισημαίνεται η δυνατότητα ανάπτυξης ορισμένων χαρακτηριστικών και αγνών ζωοκομικών προϊόντων (τυρί, γιαούρτι, βούτυρο).

Σε ότι αφορά το δευτερογενή τομέα εντοπίζεται η δυνατότητα ανάπτυξης κλάδων βιοτεχνίας και παραδοσιακής καλλιτεχνικής χειροτεχνίας (μαρμαρογλυπτική, υφαντική, ξυλογλυπτική), ενεργειακών κλάδων (δυνατότητες αξιοποίησης αιολικών συστημάτων), κλάδων μεταποίησης παραγωγής γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων.

Στον δε τριτογενή τομέα οι αναπτυξιακές δυνατότητες επικεντρώνονται στη δημιουργία επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών και συνακόλουθα θέσεων εργασίας σε κλάδους όπως:

α. Πληροφορική-Τηλεματική: προϊόντα και υπηρεσίες οργάνωσης οικοτουριστικών επιχειρήσεων, ενημέρωσης τουριστών, τηλεπληροφοριών ιδιαίτερα χρήσιμων στον ορεινό χώρο.

β. Διαμόρφωση- προστασία και εξυγίανση- διαχείριση του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.

Το Ινστιτούτο Τουριστικών και Ξενοδοχειακών Ερευνών πραγματοποίησε δύο έρευνες-μελέτες, τη μια για λογαριασμό της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Δωδεκανήσου, με τίτλο «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού στη Ρόδο» (1997) και την άλλη για λογαριασμό του ΕΟΤ, με τίτλο «Μελέτη σχεδιασμού δράσεων για την ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές» (2001).

Από τις μελέτες αυτές προκύπτει ότι είναι δυνατή η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και η ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού του ήλιου αυτό που οι αγγλοσάξωνες ονομάζουν «winter holiday in the sun» σε ορισμένες ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές της Χώρας όπως στη Ρόδο και την Κρήτη και ακόμα προκύπτει ότι υπάρχουν μεγάλες κοινωνικές ομάδες στην Ευρώπη που ταξιδεύουν σήμερα τον χειμώνα σε άλλους προορισμούς (Μαγιόρκα, Μάλτα, Κύπρος, Τουρκία) και που κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις θα μπορούσαν να επισκεφθούν και περιοχές της Ελλάδας (Ρόδο, Κρήτη) όπου επικρατούν ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες, υπάρχει ένα σημαντικότατο πολιτιστικό υπόβαθρο και μια συγκεντρωμένη στις



πόλεις υψηλού επιπέδου ξενοδοχειακή υποδομή. Βασική στρατηγική για την άμβλυνση του προβλήματος της εποχικότητας προτείνεται η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Οι προτάσεις για επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, που στην περίπτωση της Ρόδου είναι εξειδικευμένες σε γενικές γραμμές συνοψίζονται παρακάτω:

- Δημιουργία των αναγκαίων ειδικών τουριστικών υποδομών, όπως γηπέδων γκόλφ, αθλητικών εγκαταστάσεων, κέντρων ψυχικής αποκατάστασης – υδροθεραπευτηρίων, συνεδριακών κέντρων, θεματικών πάρκων, πολιτιστικών – οικολογικών διαδρομών κτλ., που θα υποστηρίξουν την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού (συνεδριακού, αθλητικού, θεραπευτικού, οικοτουρισμού κτλ.).
- Παροχή οικονομικών και φορολογικών κινήτρων στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για τον εκσυγχρονισμό τους και κυρίως για τη δημιουργία των αναγκαίων εγκαταστάσεων, που θα καλύπτουν τις ανάγκες και των εκτός αιχμής πελατών τους (κλειστές θερμαινόμενες πισίνες, αίθουσες παιχνιδιών, χώρους πολλαπλών χρήσεων κτλ.). Κίνητρα πρέπει να δοθούν και για την ανακούφιση του υψηλού λειτουργικού τους κόστους του χειμώνα ώστε να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους.
- Εξασφάλιση κινήτρων στους οργανωτές ταξιδίων (tour operators), ανάλογων με εκείνα που προσφέρουν οι ανταγωνίστριες χώρες, ώστε να πεισθούν να επιμηκύνουν τα θερινά τους προγράμματα και γιατί όχι να συμπεριλάβουν και την Ελλάδα στα χειμερινά τους. Η απόφαση του ΕΟΤ να επιχορηγήσει με 40 Ευρώ κατά άτομο τους οργανωτές ταξιδίων για ομαδικές αφίξεις τον Νοέμβριο και Μάρτιο, ήταν ένα μέτρο προς τη σωστή κατεύθυνση, αλλά δεν φαίνεται να προκαλεί τα προσδοκώμενα αποτελέσματα, πέρα από το γεγονός ότι καθυστερεί η υλοποίηση του μέτρου με παρέμβαση της Ευρωπαϊκής Ένωσης και πρόσφατα της δικής μας Επιτροπής Ανταγωνισμού, που υποστηρίζουν ότι το μέτρο αντιβαίνει, στις αρχές του ελεύθερου

ανταγωνισμού. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι τα μόνα ουσιαστικά κίνητρα που δόθηκαν στους οργανωτές ταξιδίων στις ελάχιστες περιπτώσεις που επεχείρησαν να προωθήσουν χειμερινό τουρισμό, είναι οι ειδικές τιμές που πρόσφεραν τα ξενοδοχεία.

- Οργάνωση εκδηλώσεων πολιτιστικών, καλλιτεχνικών, αθλητικών κτλ., οι οποίες πρέπει να εξελιχθούν σε θεσμούς ώστε να περιληφθούν στα χειμερινά προγράμματα και να λειτουργήσουν όχι μόνο ως μέσα ψυχαγωγίας των επισκεπτών του χειμώνα, αλλά και ως στοιχεία τουριστικής έλξης. Ο ρόλος των ΟΤΑ και των πολιτιστικών και αθλητικών οργανώσεων στον τομέα αυτό, όπως αποδεικνύεται από την εμπειρία της Ρόδου, είναι αποφασιστικός.

Οι Καλοκάρδου Ρ., Κραντονέλλης Κ. (2005), στα πλαίσια έρευνας με θέμα «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και κρίσιμες χωρητικότητες σε τουριστικές περιοχές της Δυτικής Ελλάδας» επισημαίνουν την σπουδαιότητα προώθησης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που όχι μόνο θα επιτύχει την άμβλυση της εποχικότητας και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, αλλά θα στρέψει την τουριστική ανάπτυξη προς τη βιωσιμότητα. Ειδικότερα για τους νομούς Άρτας και Αιτωλοακαρνανίας επισημαίνουν:

Όσον αφορά τον Ν. Άρτας:

α. Παράκτιο τμήμα Αμβρακικού:

- Τουριστικοί πόροι: φυσικοί διεθνούς σημασίας (Αμβρακικός, Ramsar), πολιτιστικοί εθνικής σημασίας.
- Τουριστική υποδομή: μέτρια ως προς καταλύματα και οργάνωση τουρισμού, σχετικά ικανοποιητική ως προς υπηρεσίες στήριξης.
- Οδικές συνδέσεις: ικανοποιητικές λόγω εθνικής οδού Αντιρρίου-Ιωαννίνων και μελλοντικά της Εγνατίας οδού και του Δυτικού Άξονα (Ιόνιας οδού). Με την υλοποίηση της οδικής σύνδεσης με Καρδίτσα, η Άρτα αναβαθμίζεται σε πύλη εισόδου από την κεντρική Ελλάδα.
- Συγκριτικό πλεονέκτημα: κομβικότητα, προσπελασιμότητα, αστική υποδομή στήριξης, υγροβιότοπος Αμβρακικού.

- Δυνατότητες ανάπτυξης μορφών τουρισμού όπως: οικολογικός, πολιτιστικός, περιηγητικός, ιαματικός, συνεδριακός, εκθεσιακός.

β. Ορεινό τμήμα:

- Τουριστικοί πόροι: φυσικοί διεθνούς σημασίας (Natura), πολιτιστικοί εθνικής σημασίας.

- Τουριστική υποδομή: υποτυπώδης ως προς καταλύματα και υπηρεσίες στήριξης, μέτρια ως προς οργάνωση τουρισμού.

- Οδικές συνδέσεις: ανεπαρκείς έως ανύπαρκτες. Εφόσον ολοκληρωθεί η οδική σύνδεση με τα βόρεια Τζουμέρκα θα αποτελέσει ενιαία τουριστική περιοχή.

- Συγκριτικό πλεονέκτημα: ορεινότητα, σημαντικό φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον.

- Δυνατότητες ανάπτυξης μορφών τουρισμού όπως: ορεινός, φυσιογνωστικός, αγροτουρισμός, πολιτιστικός, τουρισμός περιπέτειας (ειδικές δραστηριότητες ξηράς και εσωτερικών υδάτων) σε ολοκληρωμένα συμπλέγματα ήπιων δραστηριοτήτων τουρισμού. Η Άρτα, πύλη εισόδου στην ορεινή περιοχή, αποτελεί το κέντρο-πόλο στήριξης και τουριστικής έλξης και τον συνδετήριο κρίκο της ορεινής περιοχής με τις παραθαλάσσιες και νησιωτικές περιοχές μαζικού παραθεριστικού τουρισμού, από τις οποίες θα επιχειρηθεί η προσέλκυση τουριστών προς την ενδοχώρα.

Όσον αφορά τον Ν. Αιτωλοακαρνανίας:

α. Παράκτιο τμήμα:

- Τουριστικοί πόροι: φυσικοί διεθνούς σημασίας (Natura, Ramsar, Αμβρακικός, Λιμνοθάλασσες Μεσολογίου-Αιτωλικού), πολιτιστικοί εθνικής σημασίας.

- Τουριστική υποδομή: ως προς καταλύματα και οργάνωση τουρισμού ικανοποιητική στις δυτικές ακτές και την Ναυπακτία, μέτρια στις υπόλοιπες περιοχές, ως προς υπηρεσίες στήριξης μικρής κλίμακας και εύρους γενικά.

- Προσπελασιμότητα: Οδικές συνδέσεις: σχετικά ικανοποιητικές (Ε.Ο. Αντιρρίου-Ιτέας-Δελφών, Αντιρρίου-Αγρινίου- Αμφιλοχίας-Βόνιτσα/ Άρτας, Παραϊόνια οδός, μελλοντικά Δυτικός Άξονας). Αεροπορική σύνδεση ικανοποιητική (Άκτιο). Δυνατότητα θαλάσσιας σύνδεσης (Αστακός, Πλατυγιάλι)

- Συγκριτικό πλεονέκτημα: κομβικότητα, προσπελασιμότητα, αστική υποδομή στήριξης, υδροβιότοποι Αμβρακικού, Μεσολογγίου- Αιτωλικού, γέφυρα Ρίου- Αντιρρίου.

- Δυνατότητες ανάπτυξης μορφών τουρισμού όπως: οικολογικός, πολιτιστικός, περιηγητικός, θαλάσσιος.

β. Ορεινό τμήμα και παραλίμνια ενδοχώρα:

- Τουριστικοί πόροι: φυσικοί διεθνούς σημασίας (Natura), πολιτιστικοί περιφερειακής-τοπικής σημασίας.

- Τουριστική υποδομή: ανύπαρκτη έως περιορισμένου εύρους ως προς καταλύματα και υπηρεσίες στήριξης (με σημειακές εξαιρέσεις στην ορεινή Ναυπακτία).

- Δυνατότητες ανάπτυξης μορφών τουρισμού όπως: ορεινός, φυσιογνωστικός, πολιτιστικός, τουρισμός περιπέτειας (ειδικές δραστηριότητες ξηράς, εσωτερικών υδάτων), ιαματικός, αγροτουρισμός, σε ολοκληρωμένα συμπλέγματα ήπιων τουριστικών δραστηριοτήτων. Ιδανικό «πρότυπο» για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στις περιοχές που εξετάστηκαν είναι ο σχεδιασμός και η υλοποίηση ολοκληρωμένων προγραμμάτων διαμόρφωσης και προώθησης τοπικών τουριστικών προϊόντων υψηλής ποιότητας. Αυτά θα συντίθενται από το φυσικό περιβάλλον, τον πολιτιστικό πλούτο, τις ανθρώπινες κοινωνίες κάθε τόπου, τα τουριστικά καταλύματα, τις διάφορες τουριστικές δραστηριότητες και τις ειδικές υποδομές τους, από τα παραδοσιακά προϊόντα και τους φορείς που εμπλέκονται στην διαμόρφωση, και διαχείρισή τους. Η ταυτότητα, το προφίλ του συγκεκριμένου κάθε φορά προορισμού θα αποτελεί το «σήμα κατατεθέν» του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος

Στα πλαίσια ενός διακρατικού προγράμματος προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, με αντικείμενο την «Ανάδειξη μνημείων και εφαρμογή πιλοτικών δράσεων σε αυτά ως μια νέα εναλλακτική μορφή αρχιτεκτονικού και θρησκευτικού τουρισμού», διερευνάται το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον των μοναστηριών σε σχέση με την ανάπτυξη και αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, της ιστορίας και της τοπικής κοινωνίας. Το εγχείρημα, που επιχειρείται, προσπαθεί να εισάγει τα μοναστήρια μέσα στο ευρωπαϊκό πλαίσιο, να οδηγήσει σε μια ολοκληρωμένη προσέγγιση περιφερειακής ανάπτυξης, που να

περιλαμβάνει τα μοναστήρια μέσα από ένα συσχετισμό με νέες μορφές τουρισμού. (Θοδωρής Κουμέλης, travel daily news, 8/12/04).

Η Μαγνησία και όλη η Θεσσαλία, πλούσια περιοχή σε μνημειακό κεφάλαιο και φυσικές ομορφιές, έχουν καταγράψει τα μονοπάτια και τις διαδρομές που συναντούν την παράδοση και τον πολιτισμό, τα μοναστήρια και τις εκκλησίες, τα θρησκευτικά μνημεία και τους ιστορικούς τόπους.

Πρόσφατα, φοιτητές του ελληνογαλλικού μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών στο Τμήμα Χωροταξίας – Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, δημιούργησαν ιστοσελίδα, όπου παρουσιάζονται μονοπάτια του Πηλίου, στο πλαίσιο του περιπατητικού τουρισμού, ώστε να μπορούν οι επισκέπτες, σε τρεις ημέρες, να γνωρίσουν τα μουσουλμανικά μνημεία της Θεσσαλίας. Οι εργασίες που έκαναν οι φοιτητές καταλήγουν ότι ο περιπατητικός τουρισμός αποτελεί μια τουριστική δραστηριότητα, που μπορεί να προσφέρει εισοδήματα και να δώσει μια ώθηση στην τοπική οικονομία». (Ροδούλα Ζήση, 24/10/05).

Το Ινστιτούτο Ανάπτυξης και Επιχειρηματικότητας (INAEΠ) ιδρύθηκε από επιχειρηματίες και επιστήμονες του Νομού Ρεθύμνου και της Κρήτης. Έχει τη μορφή της αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρείας. Μέσα στο πλαίσιο στόχων του Ινστιτούτου είναι και η προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού μέσω λειτουργίας κύκλου επιμορφωτικών σεμιναρίων.

Ένα άλλο γεγονός που έλαβε χώρα στην Αθήνα, στα πλαίσια των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στον τομέα της άθλησης, τον Νοέμβριο του 2005, ήταν οι Europe Corporate Games που διεξήχθησαν στο Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας. Με αφορμή αυτούς τους αγώνες, έφθασαν στην Αθήνα χιλιάδες επιχειρηματίες, στελέχη και υπάλληλοι επιχειρήσεων από όλη την Ευρώπη, που συνδυάζουν την άθληση με τον τουρισμό, τη διασκέδαση και την επιχειρηματικότητα. Αφορμή αυτής της διοργάνωσης αγώνων ήταν οι νέες δυνατότητες που άνοιξαν για τη χώρα μας οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004.

Αξίζει να τονιστεί ότι τα Τσικλιτήρια αποτελούν μια παγκόσμια διοργάνωση που λαμβάνει χώρα στην Ελλάδα κάθε χρόνο. Είναι ιδιαίτερα δημοφιλής σε όλο τον κόσμο και υπάρχει δημοσιογραφική κάλυψη στην τηλεόραση. Το κοινό καθώς και οι

αθλητές που συμμετέχουν προέρχονται από διάφορες χώρες οι οποίοι ταξιδεύουν γι' αυτό το σκοπό.

Μια σημαντική προσπάθεια προβολής και καθιέρωση της Αττικής ως City-Break προορισμού στις κυριότερες Ευρωπαϊκές αγορές έκανε η Ένωση Ξενοδόχων Αττικής σε συνεργασία με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού.

Αρχικά το πρόγραμμα θα υλοποιούνταν στην Αγγλία, Γερμανία, Γαλλία και Βρυξέλλες. Η Ένωση Ξενοδόχων Αττικής θα συμμετείχε ως εταίρος στην υλοποίηση του προγράμματος, συμμετέχοντας στις διαδικασίες και εξασφαλίζοντας το κομμάτι της φιλοξενίας των διαφόρων προσκεκλημένων δημοσιογράφων, tour operator και opinion makers. Κρίσιμο σημείο για την επιτυχία του πρωτοποριακού αυτού προγράμματος θα ήταν η προθυμία των ξενοδόχων – μελών της ΕΞΑ να συνεισφέρουν με υπηρεσίες και πληροφόρηση στην υλοποίηση των στόχων του. (Θοδωρής Κουμέλης, travel daily news, 10/11/05).

Σύμφωνα με άλλο άρθρο της travel daily news στις 21/10/05, στη Ρόδο θα πραγματοποιούνταν το 2007 οι Διεθνείς Αγώνες Νήσων, που είναι γνωστοί ως Island Games. Οι αγώνες αυτοί έχουν ως πρωταρχικό σκοπό την ανάπτυξη του αθλητισμού σε κάθε νησί, καθώς και τις σχέσεις των λαών με διαφορετική κουλτούρα, με κύριο χαρακτηριστικό την καταγωγή από κάποιο νησί του κόσμου. Οι αγώνες θα πραγματοποιούνταν από 30 Ιουνίου έως 6 Ιουλίου 2007 σε περίπου 40 αθλητικές εγκαταστάσεις όλου του νησιού της Ρόδου. Το πρόγραμμα περιελάμβανε 14 αθλήματα και θα αγωνίζονταν περίπου 3.000 αθλητές και αθλήτριες. Τα αθλήματα που συμμετείχαν είναι: Αντισφαίριση, Γκολφ, Επιτραπέζια αντισφαίριση, Ιστιοπλοΐα, Καλαθοσφαίριση, Κολύμβηση, Πετοσφαίριση και Μπιτς Βόλεϊ, Ποδηλασία, Ποδόσφαιρο, Στίβος, Σκοποβολή, Τζούντο, Τοξοβολία, Τρίαθλο. Το αθλητικό αυτό γεγονός ήταν το μεγαλύτερο που ανέλαβε η χώρα μας μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004. (Θοδωρής Κουμέλης, travel daily news, 21/10/05).

Η παγκύπρια εκδήλωση που διοργανώθηκε για την ενίσχυση της προβολής του έργου «Κύπρος, Δρόμοι του Κρασιού», σηματοδότησε την έναρξη του έργου που σχεδιάστηκε στο πλαίσιο ενίσχυσης του τουρισμού της Κύπρου, της προώθησης των κρασιών, και της αναζωογόνησης της υπαίθρου από τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού και το οποίο συγχρηματοδοτείται κατά 50% από το Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τα εγκαίνια του έργου τέλεσε ο

υπουργός Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού κ. Αντώνης Πασχαλίδης. Ο κ. Πασχαλίδης τόνισε ότι το θέμα κρασί και ο οινοτουρισμός, μπορεί να αποτελέσει κάλλιστα την πρόταση - πρόσκληση μιας χώρας που φημίζεται για τη φιλοξενία της και τον ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα του πολιτισμού της.

Η μορφή αυτή τουρισμού και «οι Δρόμοι του κρασιού», στους οποίους θα βασιστεί, πρόσθεσε, είναι σε όλο τον κόσμο ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία μάρκετινγκ για το κρασί, αφού αυτό το προϊόν περνάει με τον καλύτερο και πιο ευχάριστο τρόπο στη συνείδηση του κόσμου, μέσα από τις καλύτερες του στιγμές (αυτές των διακοπών), κάνοντάς το αναπόσπαστο κομμάτι των καλών του αναμνήσεων, ίσως και της μετέπειτα καθημερινότητάς του. Στην περίπτωση δε της Κύπρου, που η «βαριά βιομηχανία» της είναι ο τουρισμός, οι δρόμοι του κρασιού έχουν μέλλον». Η Γενική Διευθύντρια του ΚΟΤ κ. Φοίβη Κατσούρη τόνισε ότι οι διαδρομές αυτές διαχέονται στην ύπαιθρο, κατά μήκος σημαντικών αξόνων και οινοπαραγωγικών περιοχών, ενσωματώνοντας ταυτόχρονα τα πιο σημαντικά φυσικά και ανθρωπογενή αξιοθέατα και καλύπτοντας εικόνες, πτυχές ή και μοναδικά σημεία της τοπικής πραγματικότητας. Το δίκτυο των διαδρομών σχεδιάστηκε με αυστηρά ποιοτικά κριτήρια που έθεσε η μελέτη πάνω στην οποία βασίστηκε το έργο. Τα 31 οινοποιεία και οι 42 χώροι εστίασης που βρίσκονται κατά μήκος των διαδρομών αξιολογήθηκαν από επιθεωρητές του ΚΟΤ και του ΣΑΠ και κρίθηκαν κατάλληλοι να αποτελέσουν τα πρώτα μέλη του Δικτύου (Ξενοδόχος, επετειακή έκδοση Οκτώβριος 2008).

Όλες αυτές οι πολιτικές και οι ενέργειες τείνουν να διαμορφώσουν νέα τουριστικά προϊόντα, τα οποία πρέπει να προβληθούν και να διαφημισθούν με τα κατάλληλα για κάθε αγορά διαφημιστικά μέσα. Ήδη με το τελευταίο σλόγκαν του ΕΟΤ «Μένουμε Ελλάδα» και τη διαφημιστική του καμπάνια, πολύς είναι ο κόσμος που θα προτιμήσει να ταξιδέψει στο εσωτερικό της χώρας, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, συντελώντας, έτσι, στον περιορισμό του προβλήματος της εποχικότητας.

Οι συνέπειες της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης και κατ' επέκταση των συγκεντρωτικών της τάσεων στο χώρο και το χρόνο χαρακτηρίζονται ως αρνητικές και επιδρούν σημαντικά στα παρακάτω οικονομικά μεγέθη:

- Στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνονται από τους τουρίστες.
- Στην εποχική απασχόληση
- Στο κόστος και την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος.
- Στις τιμές.

Αυτές οι συνέπειες πολλαπλασιάζονται ανάλογα με το βαθμό της εποχικής συγκέντρωσης της τουριστικής δραστηριότητας και επηρεάζουν σημαντικά:

- Τις τουριστικές και μη τουριστικές επιχειρήσεις.
- Τη δημόσια διοίκηση.
- Τα έργα υποδομής, τα οποία χαρακτηρίζονται από μια περίοδο έντονης χρησιμοποίησής τους (περίοδος αιχμής) και μια περίοδο μερικής ή σχεδόν μηδενικής χρησιμοποίησής τους (υπόλοιπο έτος).

Τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τη διαμορφούμενη κατάσταση είναι τα ακόλουθα:

- Οικονομικές σπατάλες (μεταφορικά μέσα, τουριστικά καταλύματα).
- Επιβάρυνση πολυάριθμων τομέων (ταχυδρομεία, τηλεπικοινωνίες, ηλεκτροδότηση, ύδρευση, κ.λπ.).
- Κούραση, έλλειψη άνεσης, έλλειψη ασφάλειας.
- Ελλείψεις συνθηκών υγιεινής.
- Διάρθρωση της απασχόλησης.
- Αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Η άμβλυνση του προβλήματος της εποχικότητας δύναται να επιτευχθεί στα πλαίσια αντιμετώπισης της μαζικότητας και άναρχης ανάπτυξης του τουρισμού, υιοθετώντας μια στρατηγική ποιοτικής αναβάθμισής του, με στόχο την επίτευξη ενός αειφόρου-βιώσιμου τουρισμού.

Η επιτυχία στην στρατηγική σχεδιασμού μιας αειφόρου-βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης (sustainable tourism) απαιτεί σημαντικές μεταβολές στις μέχρι τώρα πρακτικές, στηριζόμενη σε τρεις βασικές αρχές:

- τη δημιουργία ολοκληρωμένων τουριστικών προϊόντων βασισμένων στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής, που να ανταποκρίνονται στη ζήτηση συγκεκριμένων τμημάτων της παγκόσμιας αλλά και της εγχώριας αγοράς,



- τη δημιουργία τουριστικής εικόνας που να διακρίνει την περιοχή αναφοράς από άλλες παρεμφερείς περιοχές και να γίνεται εύκολα αντιληπτή από τους τουρίστες,
- τη σύνδεση μεταξύ σχεδιασμού, υλοποίησης και παρακολούθησης των δράσεων έτσι ώστε να ελέγχεται η προσέγγιση των στόχων.

Ο τουρισμός προτείνεται να έχει τα εξής χαρακτηριστικά:

- να αξιοποιεί τοπικούς πόρους και προϊόντα (πχ. κτίσματα και οικισμούς ιδιαίτερης αξίας, πολιτιστικά χαρακτηριστικά, λάδι, τυρί, χειροτεχνήματα),
- να ενσωματώνεται στον κοινωνικο-οικονομικό ιστό του τόπου, ενεργοποιώντας το τοπικό δυναμικό,
- να συντελέσει στη διατήρηση της αυθεντικότητας και της ιδιαιτερότητας του νησιού, να προστατεύσει το περιβάλλον και γενικά την αρμονία του ως στοιχείο πολύτιμο για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη,
- να επιτύχει καλύτερη διασπορά τουριστών στο χώρο και στο χρόνο εφόσον δεν εστιάζεται στο τουρισμό ήλιου και θάλασσας,
- να στηρίζεται στην υψηλή ποιότητα του τουριστικού προϊόντος (που δεν συμπίπτει με τη πολυτέλεια) και όχι στη ποσοτική αύξηση των τουριστών.

Η προσπάθεια δημιουργίας ενός συγκεκριμένου και αναγνωρίσιμου προορισμού, καθ'όλη τη διάρκεια του έτους, είναι ένα εγχείρημα που απαιτεί διεπιστημονική προσέγγιση, συνεχή αξιολόγηση, γνώση των δεδομένων της τουριστικής κίνησης αλλά και του τουριστικού κοινού και των προβλημάτων που μπορεί να δημιουργηθούν, υποστήριξη από σύστημα διαχείρισης πληροφοριών και επικοινωνία με το τουριστικό κοινό.

Μεγάλης σημασίας όμως θεωρείται και η συμβολή της τοπικής κοινωνίας, η οποία είναι δέκτης όχι μόνο των θετικών επιπτώσεων, αλλά αναπόφευκτα και των αρνητικών. Οι τοπικοί κάτοικοι είναι φορείς του τοπικού πολιτιστικού κεφαλαίου μέσω της τοπικής γνώσης. Έτσι, παραδοσιακές τεχνικές και μέθοδοι παραγωγής και διαχείρισης περιβάλλοντος, ήθη και έθιμα, μουσική αλλά και άλλες εκφάνσεις της ζωής μπορούν να παίξουν ένα σημαντικό ρόλο στην αναπτυξιακή διαδικασία και παράλληλα να εργαστούν προς την κατεύθυνση της εμψύχωσης «αποκλεισμένων» κοινωνικών ομάδων.

Σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας, για παράδειγμα, όπως ανέδειξε σειρά ερευνών κυρίως από την Ιακωβίδου (1997, 2000, 2002α, 2002β), σημαντικός ήταν ο ρόλος των γυναικών μέσω των αγροτουριστικών τους συνεταιρισμών. Οι γυναίκες αυτές, μέσω της ενασχόλησής τους με νέες δραστηριότητες απέκτησαν ένα νέο κοινωνικό-οικονομικό ρόλο ενώ ο τουρισμός τις έφερε πιο κοντά σε νέες ιδέες και πρακτικές. Σε άλλες περιπτώσεις, η συσπείρωση των κατοίκων γύρω από ένα θέμα που αφορά την ιστορία του τόπου τους έδρασε επίσης θετικά και συνέβαλε στην καλύτερη κατανόηση του χώρου ζωής των κατοίκων.

Τέλος, απαραίτητη προϋπόθεση για μια ολοκληρωμένη ανάπτυξη του τουρισμού είναι η αποτελεσματική συνεργασία μεταξύ των αρμοδίων φορέων (κεντρικοί, περιφερειακοί, τοπικοί, δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς) με σκοπό το συντονισμό των δράσεων-ενεργειών στη διαμόρφωση, υλοποίηση και διαχείριση του αναπτυξιακού σχεδίου του τουρισμού (Timothy, 1998). Όπως διαπιστώνεται, βάσει διεθνούς βιβλιογραφίας, όπου η διαχείριση δημοφιλών προορισμών υπαίθρου βασίστηκε σε πολυσυλλεκτικά σχήματα στέφθηκε με επιτυχία, αφού συνέβαλε στην «οικειοποίηση» σε μεγάλο βαθμό της ανάπτυξης από τους τοπικούς φορείς ενώ συνέβαλε και στην επίλυση συγκρούσεων (π.χ. χρήσεων γης) μέσα από μια διαδικασία διαλόγου και διαφάνειας σε τοπικό επίπεδο (Hall, 1999; Bramwell and Sharman, 1999). Η επίτευξη των παραπάνω στόχων αναμφίβολα αποτελεί μια χρονοβόρα διαδικασία η οποία προϋποθέτει επιμονή, πολιτική βούληση και το κυριότερο: όραμα για την περιοχή και τους κατοίκους της.

Από την προηγούμενη ανάλυση των περισσότερων αν όχι όλων των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, συμπεραίνουμε πως στους τουριστικούς προορισμούς μιας χώρας μπορούν να αναπτυχθούν οι εκάστοτε εναλλακτικές μορφές τουρισμού (σε κάθε τόπο διαφορετικό είδος ανάλογα με τις δυνατότητές του) που σύμφωνα με εκτιμήσεις αποφέρουν τουριστική πελατεία και συναλλαγές κατά τις αδρανείς περιόδους του χρόνου.

Ας μην ξεχνάμε πως το πρόβλημα της εποχικότητας στον τουρισμό δεν το έχει μονάχα η Ελλάδα αλλά και άλλες χώρες του εξωτερικού της Ευρώπης και όχι μόνο.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΠΙΛΟΓΟΣ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

### **4.1. ΕΠΙΛΟΓΟΣ**

Σύμφωνα με τους Lloyd Hudman και Richard Jackson στο βιβλίο τους «Τουριστική και ταξιδιωτική γεωγραφία», οι πιο δυνατές εποχικές διακυμάνσεις σημειώνονται στην Ευρώπη. Ο αριθμός των αφίξεων στις περιοχές αυτές κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών τριπλασιάζεται έναντι της χαμηλής κινητικότητας στο πρώτο και τέταρτο τρίμηνο του χρόνου. Η Βόρεια Αφρική και η Βόρεια Αμερική έχουν και αυτές το φαινόμενο εποχικότητα αλλά δεν είναι τόσο εμφανές όσο στην Ευρώπη. Η Νότια Αμερική και η Νότια Ασία σημειώνουν κορύφωση των αφίξεων στο πρώτο και τέταρτο τρίμηνο που συμπίπτει με το καλοκαίρι στο Νότιο Ημισφαίριο.

Είδαμε λοιπόν, πως επηρεάζει το πρόβλημα της εποχικότητας ενδεικτικά χώρες του εξωτερικού, αλλά ειδικότερα και εκτενέστερα ασχοληθήκαμε με την Ελλάδα.

Αναφέραμε όλες τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού σαν τρόπους αντιμετώπισης της εποχικότητας αλλά ασχοληθήκαμε περαιτέρω με τον επαγγελματικό τουρισμό αφού τα τελευταία χρόνια γνωρίζει άνθιση.

Σημειώσαμε τις κινήσεις που έχουν γίνει ή που πρόκειται να γίνουν από τους ιθύνοντες. Πως έχουν συμβάλλει ο ΕΟΤ ή άλλοι φορείς τουρισμού στην αντιμετώπιση της εποχικότητας και διάφορες ειδήσεις σε ότι έχει σχέση με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Τέλος θα θέλαμε να συμπληρώσουμε ότι με την πρόοδο και την εξέλιξη των τουριστικών φορέων και όλων των τουριστικών και μη επιχειρήσεων η «τουριστική πολιτική» θα δημιουργήσει τις κατάλληλες προδιαγραφές για τουρισμό όλο το χρόνο μειώνοντας έτσι σε ένα μεγάλο ποσοστό το πρόβλημα της εποχικότητας.

### **4.2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

Για να μπορέσει να αντιμετωπιστεί το πρόβλημα της εποχικότητας στον τουρισμό, θα πρέπει να καθιερωθούν ισχυρά οικονομικά και μη κίνητρα, ώστε να παρακινείται ο κόσμος να κάνει διακοπές στους εκτός θερινής περιόδου μήνες, ή να αλλάξουν ορισμένοι βασικοί θεσμοί της οικονομικής και κοινωνικής συμβίωσης, ώστε να διευκολυνθεί η τουριστική μετακίνησή τους καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Η ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης για όλη τη διάρκεια του χρόνου αποτελεί βασική επιδίωξη της τουριστικής πολιτικής όλων χωρίς εξαίρεση των χωρών υποδοχής τουριστών και ιδιαίτερα εκείνων που θεωρούνται τουριστικά αναπτυγμένες.

Έτσι λοιπόν, οι πολιτικές εξουσίες των εκάστοτε χωρών υποδοχής αναπτύσσουν ορισμένες δυναμικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού που σύμφωνα με εκτιμήσεις δίνουν και θα δώσουν ακόμη στο μέλλον διέξοδο στο πρόβλημα της εποχικότητας στον τουρισμό, ενώ προσφέρουν λύση και σε πολλά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας.

Ειδικότερα, μέτρα για την αντιμετώπιση της εποχικότητας στον τουρισμό αποτελούν τα εξής:

A. Δημιουργία των αναγκαίων ειδικών τουριστικών υποδομών, όπως γηπέδων γκόλφ, αθλητικών εγκαταστάσεων, κέντρων ψυχικής αποκατάστασης – υδροθεραπευτηρίων, συνεδριακών κέντρων, θεματικών πάρκων, πολιτιστικών – οικολογικών διαδρομών κτλ., που θα υποστηρίξουν την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού (συνεδριακού, αθλητικού, θεραπευτικού, οικοτουρισμού κτλ.).

B. Παροχή οικονομικών και φορολογικών κινήτρων στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για τον εκσυγχρονισμό τους και κυρίως για τη δημιουργία των αναγκαίων εγκαταστάσεων, που θα καλύπτουν τις ανάγκες και των εκτός αιχμής πελατών τους (κλειστές θερμαινόμενες πισίνες, αίθουσες παιχνιδιών, χώρους πολλαπλών χρήσεων κτλ.). Κίνητρα πρέπει να δοθούν και για την ανακούφιση του υψηλού λειτουργικού τους κόστους του χειμώνα ώστε να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους.

Γ. Εξασφάλιση κινήτρων στους οργανωτές ταξιδίων (tour operators), ανάλογων με εκείνα που προσφέρουν οι ανταγωνίστριες χώρες, ώστε να πεισθούν να

επιμηκύνουν τα θερινά τους προγράμματα και γιατί όχι να συμπεριλάβουν και την Ελλάδα στα χειμερινά τους.

Δ. Οργάνωση εκδηλώσεων πολιτιστικών, καλλιτεχνικών, αθλητικών κτλ., οι οποίες πρέπει να εξελιχθούν σε θεσμούς ώστε να περιληφθούν στα χειμερινά προγράμματα και να λειτουργήσουν όχι μόνο ως μέσα ψυχαγωγίας των επισκεπτών του χειμώνα, αλλά και ως στοιχεία τουριστικής έλξης. Ο ρόλος των ΟΤΑ και των πολιτιστικών και αθλητικών οργανώσεων στον τομέα αυτό είναι αποφασιστικός.

Για να επιτευχθεί ο στόχος του περιορισμού της έντονης εποχικότητας του Ελληνικού Τουρισμού θα πρέπει να αξιοποιηθούν όλα τα ισχυρά σημεία τα οποία διαθέτει η Ελλάδα. Για το λόγο αυτό, προτείνουμε την προγραμματική σύνδεση του Τουρισμού με τον Πολιτισμό. Μέσα από τη σύνδεση αυτή, θα επιτευχθεί η ουσιαστική αξιοποίηση της μεταολυμπιακής κληρονομιάς και κυρίως των ολυμπιακών έργων (οι χρήσεις των οποίων, μπορούν να προσανατολισθούν προς τις δραστηριότητες του Πολιτισμού και της φιλοξενίας διεθνών πολιτιστικών γεγονότων και όχι προς την άρον-άρον εκποίησή τους προς την ιδιωτική πρωτοβουλία με αποκλειστικό στόχο την εμπορική τους αξιοποίηση). Μέσα από μια τέτοια κατεύθυνση μπορούν να δημιουργηθούν «λόγοι» και «αίτια» τα οποία είναι ικανά να επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο στην Ελλάδα.

Οι βασικές κατευθύνσεις για την ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού, οφείλουν να είναι τρεις: α) ενίσχυση του «τουρισμού ποιότητας υπηρεσιών», β) ενίσχυση του εναλλακτικού τουρισμού και γ) οργανωμένο άνοιγμα προς νέες και δυναμικά ανερχόμενες τουριστικές αγορές.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την επίτευξη της αναγκαίας στροφής από το μοντέλο του «μαζικού τουρισμού» στον «τουρισμό ποιότητας υπηρεσιών», είναι η παράλληλη σύνδεση του Τουρισμού με το μοντέλο της «πράσινης οικονομίας». Ο Τουρισμός μπορεί και πρέπει να αποτελέσει το βασικό μοχλό για την «πράσινη βιώσιμη ανάπτυξη», σε όλα τα σημεία της Ελληνικής Περιφέρειας. Αυτό θα μπορούσε να σημαίνει:

A. προστασία και αναπαλαίωση των παραδοσιακών οικισμών και ένταξή τους σε ένα κοινό σχέδιο προβολής τους στην τουριστική αγορά

B. ανάδειξη ενός ποιοτικότερου μοντέλου καθημερινής ζωής, εμπλουτισμένου με τα τοπικά προϊόντα αλλά και τα τοπικά ήθη και τα έθιμα

Γ. ύψιστη προτεραιότητα στην προστασία των τοπικών οικοσυστήματος και των περιβαλλοντικών ιδιαιτεροτήτων κάθε περιοχής.

Για να είναι δυνατόν να συνταχθούν όλοι με το στόχο της στροφής προς τον «ποιοτικό/εναλλακτικό τουρισμό», είναι αναγκαίο να παρέχονται κίνητρα και ειδικές πριμοδοτήσεις, όσων επιλέγουν να πάρουν επιχειρηματικό ρίσκο να αλλάξουν τη δομή των τουριστικών επιχειρήσεών τους, προς την επίτευξη των νέων αυτών τουριστικών μοντέλων. Κατά συνέπεια, θα ήταν ενδεχομένως σκόπιμο να υπάρξουν ειδικές επιδοτήσεις ή και φορολογικές ελαφρύνσεις, για όσες τουριστικές επιχειρήσεις (ειδικά της περιφέρειας), αναπτύσσουν δραστηριότητες, οι οποίες στοχεύουν στη μείωση της εποχικότητας του τουρισμού και προωθούν τον ποιοτικό/εναλλακτικό τουρισμό.

Ο τουρισμός προτείνεται να έχει τα εξής χαρακτηριστικά:

- να αξιοποιεί τοπικούς πόρους και προϊόντα (πχ. κτίσματα και οικισμούς ιδιαίτερης αξίας, πολιτιστικά χαρακτηριστικά, λάδι, τυρί, χειροτεχνήματα),
- να ενσωματώνεται στον κοινωνικο-οικονομικό ιστό της χώρας, ενεργοποιώντας το τοπικό δυναμικό,
- να συντελέσει στη διατήρηση της αυθεντικότητας και της ιδιαιτερότητας της χώρας, να προστατεύσει το περιβάλλον και γενικά την αρμονία ως στοιχεία πολύτιμα για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη,
- να επιτύχει καλύτερη διασπορά τουριστών στο χώρο και στο χρόνο εφόσον δεν εστιάζεται στο τουρισμό ήλιου και θάλασσας,
- να στηρίζεται στην υψηλή ποιότητα του τουριστικού προϊόντος (που δεν συμπίπτει με τη πολυτέλεια) και όχι στη ποσοτική αύξηση των τουριστών.

Όλες αυτές οι πολιτικές και οι ενέργειες θα διαμορφώσουν νέα τουριστικά προϊόντα, τα οποία πρέπει να προβληθούν και να διαφημισθούν με τα κατάλληλα για κάθε αγορά διαφημιστικά μέσα. Και επειδή εμπλέκονται πολλοί παράγοντες και φορείς στη διαμόρφωση και προώθηση των νέων προϊόντων – μορφών τουρισμού, που αμβλύνουν το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας, είναι ανάγκη να δημιουργηθεί από τους εμπλεκόμενους φορείς του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα ένα αντιπροσωπευτικό όργανο νομαρχιακού επιπέδου που θα κατευθύνει και θα συντονίζει όλες τις σχετικές ενέργειες και δράσεις.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **ΕΛΛΗΝΙΚΗ**

- Βαρβαρέσος, Σ., «*Η εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης*», Τουρισμό – οικονομικές προσεγγίσεις, Αθήνα 2000, σελ. 86-88.
- Ελληνικά Καταλύματα, Αρ. Φύλλου 5, Αύγουστος-Σεπτέμβριος-Οκτώβριος 2008
- Ηγουμενάκης Ν., «*Εποχικότητα στον τουρισμό*», «*Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*», Τουριστική Οικονομία, Αθήνα 1997, σελ. 119 & 156-173.
- Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ. Λύτρας Π., «*Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*», Εισαγωγή στον τουρισμό, Αθήνα 1999, σελ. 111-129.
- Καλοκάρδου Ρ., Κραντονέλλης Κ. 2005. «*Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και κρίσιμες χωρητικότητες σε τουριστικές περιοχές της Δυτικής Ελλάδας*» Heleco '05, ΤΕΕ, Αθήνα, 3-6 Φεβρουαρίου 2005
- Κουρτέσας Γ. 2005. «*Σημειώσεις Τουριστικών Επιχειρήσεων.*» Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων. Σχολή Διοίκησης Οικονομίας. Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα.
- Κραβαρίτης Κ., «*Επαγγελματικός τουρισμός*», Αθήνα 1992, σελ. 23-95.
- Λαμπρόπουλος Γ., Γεωργόπουλος Ν., 2007. Άξονες ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού άθλησης στην Ελλάδα.
- Λογοθέτης Μ. 2002. «*Πολιτικές και την άμβλυνση του προβλήματος της τουριστικής εποχικότητας: η περίπτωση της Ρόδου*». Εισήγηση στην ημερίδα της ΣΤΕ με θέμα «*στόχοι, πολιτικές και μέσα προώθησης του τουρισμού στην Ελλάδα*». Ρόδος 20 Απριλίου 2002.
- Σπιλάνης Γ. 1997. «*Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης Νομού Λέσβου. Εργαστήριο Τοπικής και Νησιωτικής Ανάπτυξης*». Τμήμα Περιβάλλοντος. Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

## ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Bramwell, B. and Sharman, A., 1999. Collaboration in Local Tourism Policy Making. *Annals of Tourism Research*, 26(2): 399-415
- Hall, M. C., 1999. Rethinking Collaboration and Partnership: A Public Policy Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3&4): 274-288
- Lloyd HUDMAN, RICHARD JACKSON, «*Τουριστική και ταξιδιωτική γεωγραφία*», Αθήνα 1996, σελ. 46.
- Whight A.P. 1997. Ecotourism accommodation spectrum: does supply match the demand?, *Tourism management*, Vol. 18, No 4.

## INTERNET

[www.eot.gr](http://www.eot.gr)

[www.sete.gr](http://www.sete.gr)

[www.agrotour.gr](http://www.agrotour.gr)

[www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr)

[www.pelekanakisgeorgios.blogspot.com](http://www.pelekanakisgeorgios.blogspot.com)

[www.itep.gr](http://www.itep.gr)



## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

#### **Συνέντευξη Αβραμόπουλου**

Παρακάτω παρατίθεται κάποιο μικρό απόσπασμα από συνέντευξη του Υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης κ. Αβραμόπουλου στην εφημερίδα «ΤΑ ΝΕΑ» και τον δημοσιογράφο κ. Γιάννη Πολίτη σε σχέση με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού και τις ενέργειες που έχουν γίνει.

**ΕΡΩΤΗΣΗ:** Όλο και περισσότερο εκφράζεται η άποψη, ότι ο αγροτουρισμός που θα ενισχύσει καθοριστικά την ανάπτυξη της ενδοχώρας αποτελεί αναγκαιότητα ώστε να προσελκύουμε ξένους 12 μήνες το χρόνο. Που βρίσκονται οι σχεδιασμοί σας σε αυτή την κατεύθυνση;

**ΑΠΑΝΤΗΣΗ:** Ο αγροτουρισμός, καλύπτοντας και ένα μεγάλο μέρος των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, περνάει το κατώφλι μιας νέας εποχής στην Ελλάδα. Επίκειται κατάθεση νομοσχεδίου, το οποίο προβλέπει τη σύσταση νέου Οργανισμού με την επωνυμία «Ελληνικός Αγροτουρισμός», ο οποίος θα καλύπτει όλο το εύρος των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και βέβαια, θα είναι ο φορέας προώθησης της αγροτουριστικής πολιτικής και θα αναδεικνύει νέες μορφές αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου, συνδυάζοντάς τες με την παράδοση, την υγιεινή διατροφή, το περιβάλλον και τον πολιτισμό.

**ΕΡΩΤΗΣΗ:** Οι κρουαζιέρες κ. Υπουργέ είναι ένας τομέας στον οποίο πρέπει να ρίξουμε βάρος. Έχει μετρηθεί κατά πόσο ενισχύουν την οικονομία των νησιών που αποτελούν προορισμούς;

**ΑΠΑΝΤΗΣΗ:** Χωρίς καμία αμφιβολία. Οι κρουαζιέρες επανέρχονται στην Ελλάδα. Αξίζει να σημειωθεί, ότι φέτος από τον μήνα Μάρτιο είχαν κλείσει οι κρατήσεις για ολόκληρο το καλοκαίρι. Χρειάζεται όμως, πολλή δουλειά, για να ζωντανέψει αυτός ο τομέας, που τόσο χρήσιμος θα αποδειχθεί κυρίως για τα νησιά μας. Σαν πρώτο βήμα, πρέπει να επανέλθει το κτήριο του ΟΛΠ στην αρχική του χρήση, που ήταν για να εξυπηρετεί τις κρουαζιέρες ως terminal. Την ίδια στιγμή, προωθούνται νομοθετικές πρωτοβουλίες, που θα διασφαλίζουν αυτή την επιχειρηματική δραστηριότητα. Παράλληλα, εκπονούνται προγράμματα από κοινού

με άλλες χώρες της περιοχής, ώστε να συνδυαστούν οι αντίστοιχοι προορισμοί, έχοντας πάντοτε όμως, ως ορμητήριο την Ελλάδα.

**ΕΡΩΤΗΣΗ:** Πολλοί λένε επίσης, ότι μέχρι σήμερα τουλάχιστον δεν έχει υπάρξει η αναγκαία προβολή στα πολιτιστικά δρώμενα της χώρας μας καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Επίσης, δεν έχουν προωθηθεί όσο χρειάζεται τρόποι προσέλκυσης επισκεπτών μέσα από τον συνεδριακό ή αθλητικό τουρισμό.

**ΑΠΑΝΤΗΣΗ:** Μη λησμονείτε, ότι ο ελληνικός τουρισμός θεμελιώνεται σε εντελώς νέες βάσεις. Πυλώνες της νέας στρατηγικής μας, ο πολιτισμός, το περιβάλλον και η ανάπτυξη, κάτω από τις αρχές της αειφορίας, σε αρμονική συνύπαρξη μεταξύ τους. Ο πολιτισμός, βασικός πυλώνας με σειρά σημαντικών γεγονότων, που θα προγραμματίζονται εντός της χώρας, με ενίσχυση και αναβάθμιση του Φεστιβάλ Αθηνών, όπως και στήριξη των πολιτιστικών δράσεων στην περιφέρεια και βεβαίως, την προαγωγή του ελληνικού πολιτισμού ανά τον κόσμο, όπου και τα μεγάλα εκθεσιακά και συνεδριακά γεγονότα, στα οποία συμμετέχει η χώρα μας. Όσο για τον συνεδριακό και αθλητικό τουρισμό, εκπονείται εκτεταμένο σχέδιο για αξιοποίηση των ολυμπιακών εγκαταστάσεων. Ήδη, το Στάδιο, όπου διεξήχθη το ΤΑΕ ΚΒΟ ΝΤΟ, μετατρέπεται σε ένα σύγχρονο συνεδριακό κέντρο και προωθούνται πλέον σχέδια για το αεροδρόμιο του Ελληνικού. Συνεδριακός και Εκθεσιακός τουρισμός, μέσα από προγράμματα city break και με δεδομένο το γεγονός, ότι η ευρύτερη περιοχή της Αθήνας, είναι ιδιαίτερα ελκυστική για συνέδρια και εκθέσεις, δείχνουν νέους δρόμους. (Υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης, 1/6/05).

#### **Συνέντευξη Σπηλιωτόπουλου Α. (πηγή: Ξενοδόχος, 2008)**

**Ερώτηση:** Πού νομίζετε ότι θα πρέπει η Κύπρος να στρέψει την προσοχή της για αναβάθμιση του τουριστικού της προϊόντος; Ποιά είναι, κατά τη γνώμη σας, εκείνα τα στοιχεία πάνω στα οποία θα πρέπει να στηρίζει την τουριστική στρατηγική της;

**Απάντηση:** Στις ίδιες αρχές, της βιωσιμότητας, της εξωστρέφειας και της ποικιλομορφίας. Η νέα περίοδος που ξεκινάει θα βρει την Ελλάδα και την Κύπρο με μία ακόμα πιο ισχυρή παρουσία στις διεθνείς τουριστικές εκθέσεις του εξωτερικού, ακόμα πιο μάχιμες στα μεγάλα διεθνή μέσα ενημέρωσης, ακόμα πιο δυναμικές στις νέες αναδυόμενες αγορές. Τα τουριστικά προϊόντα των δύο χωρών πρέπει να επενδύουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Άλλωστε η Κύπρος- όπως και η Ελλάδα- δεν είναι μόνο το καλοκαίρι, ο ήλιος και η θάλασσα. Υπάρχουν εκατοντάδες λόγοι για να επισκεφθεί κάποιος τις χώρες μας όλες τις εποχές του χρόνου. Πρέπει να βάλουμε λοιπόν οριστικό τέλος στην εποχικότητα του τουριστικού προϊόντος και να προχωρήσουμε με ακόμα μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση για να εδραιώσουμε τη χώρα μας ως έναν προορισμό κύρους και αξιώσεων σε παραδοσιακές και νέες αγορές. Ο τουρισμός είναι ένας ανεξάντλητος τομέας πολιτικής που προϋποθέτει εγρήγορση και συνεχείς εναλλαγές παραστάσεων