

**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΚΡΗΤΗΣ**

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Μία εναλλακτική μορφή τουρισμού στο
σημερινό αναπτυξιακό πρότυπο της Κρήτης»**

της φοιτήτριας ΑΝΑΣΤΑΣΙΑΣ ΓΕΩΡΓΙΤΣΗ

(Α.Μ. 4296)

Εισηγητής: Γεώργιος Απλαδάς

ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2009

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία έχει σκοπό να αναλύσει και να περιγράψει την έννοια του οικοτουρισμού και να προσδιορίσει το πώς αυτή η ιδέα σχετίζεται με τις επιχειρήσεις, τον τουρίστα, το κράτος, τις τοπικές κοινωνίες και το περιβάλλον.

Σε αυτήν την εργασία στην αρχή περιγράφω την έννοια του μαζικού τουρισμού και τις ιδιότητές του εκθέτοντας και τα μειονεκτήματα του όπως και τις συνέπειες που έχει για τον πολιτισμό, την οικονομία, το περιβάλλον και άλλους τομείς. Σε αντίθεση με τον μαζικό τουρισμό υπάρχουν και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες είναι ικανές, κάτω από ορισμένους όρους, να μειώσουν τα αρνητικά αποτελέσματα του μαζικού τουρισμού και να συμβάλουν περισσότερο, στην προστασία του περιβάλλοντος, την κοινωνία και τον πολιτισμό.

Ως μία επέκταση ή ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, θεωρείται ο οικοτουρισμός και εξελίχθηκε ως αποτέλεσμα μιας δυσαρέσκειας που υπήρχε από τις κλασικές μορφές τουρισμού. Αυτές κατά μία γενική παραδοχή, παρέβλεπαν τα κοινωνικά και οικολογικά στοιχεία των περιοχών υποδοχής των τουριστών για χάρη μιας ανθρωποκεντρικής και απόλυτα κερδοσκοπικής προσέγγισης, αφού μοναδικό στόχο έχουν τη προώθηση των τουριστικών προϊόντων. Σε αυτή την εργασία παρουσιάζονται επίσης παρουσιάζονται όλα τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του οικοτουρισμού και πως μπορεί να συμβάλει στη προστασία του περιβάλλοντος, του πολιτισμού, της κοινωνίας κ.λπ. κάτω από ορισμένους όρους.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Είναι κοινώς αποδεκτό πως η σύγχρονη κοινωνία με την πλουραλιστική δομή που τη χαρακτηρίζει ευνοεί την αστυφιλία. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα πολλοί τουρίστες να αναζητούν μη αστικοποιημένους τουριστικούς προορισμούς, πράγμα που έχει συχνά συντελέσει στην αύξηση της ζήτησης για διακοπές στην ύπαιθρο και σε ορεινές περιοχές και στην επιθυμία ενασχόλησης του τουρίστα με το φυσικό τρόπο ζωής κατά την περίοδο των διακοπών του, κάτι που συμβάλλει δυναμικά στην ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας στις απομονωμένες περιοχές και ενισχύει αποφασιστικά τα εισοδήματα της περιφέρειας.

Παρ' όλο που είναι δύσκολο να μετρηθεί η ζήτηση για οικοτουριστικού τύπου διακοπές πιστεύεται ότι αποτελεί ένα από τα πιο αναπτυσσόμενα τμήματα του τουρισμού με ετήσια αύξηση της τάξεως 10 – 15%. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού υπολογίζει ότι περίπου το 20% όλων των τουριστών μπορούν να θεωρηθούν ως οικοτουρίστες. Η σημασία του οικοτουρισμού φαίνεται επίσης από το γεγονός ότι τα Ηνωμένα Έθνη αναγνωρίζουν τον οικοτουρισμό ως μέσο ανάπτυξης που συνεισφέρει στην αειφορία και στην ανταλλαγή πληροφοριών για καλές πρακτικές βιώσιμου σχεδιασμού, ανάπτυξης, διαχείρισης και μάρκετινγκ και ανακήρυξαν το έτος 2002 ως διεθνές έτος οικοτουρισμού.

Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού προϋποθέτει τρία θεμελιώδη κριτήρια (Blaney, 1997). Το πρώτο κριτήριο του οικοτουρισμού υποστηρίζει ότι τα οικοτουριστικά θέλγητρα προϋποθέτουν την ύπαρξη φυσικού περιβάλλοντος, με τα πολιτιστικά θέλγητρα να αποτελούν δευτερεύον συστατικό μέρος. Το δεύτερο, υποστηρίζει ότι η αλληλεπίδραση του οικοτουρισμού με το φυσικό περιβάλλον θα πρέπει να βασίζεται στην εκπαίδευση, τη μάθηση και στη συναίσθηση της αξίας του. Το τρίτο, υποστηρίζει ότι ο οικοτουρισμός θα πρέπει να είναι περιβαλλοντολογικά, κοινωνικοπολιτιστικά και οικονομικά αειφόρος. Η εργασία αυτή επικεντρώνεται στον οικοτουρισμό, στην οργάνωσή του, στον σχεδιασμό του και στο πως αυτός μπορεί να αναπτυχθεί στην Ελλάδα και κυρίως στην Κρήτη.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ:

Περίληψη εργασίας.....	2
------------------------	---

Εισαγωγή.....	3
---------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Εισαγωγή.....	7
1.1. Προβλήματα στον ορισμό του τουρισμού.....	7
1.2. Η ιστορία του τουρισμού – Πώς αναπτύχθηκε ο τουρισμός.....	9
1.2.1. Οι απαρχές του τουρισμού – τα τέσσερα στάδια.....	10
α) προϊστορικός τουρισμός.....	10
β) μεταφορικά μέσα.....	10
γ) η περίοδος του μεσοπολέμου.....	11
δ) η «απογείωση» της τουριστικής δραστηριότητας.....	11
1.3. Εξελιξείς στην τουριστική βιομηχανία.....	13
1.4. Ο κρατικός παράγοντας.....	16
1.5. Παγκόσμιος τουρισμός.....	17
1.6. Τουρίστας: ιδιότητες και χαρακτηριστικά.....	18
1.7. Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής προσφοράς.....	19
1.8. Οι επιπτώσεις του τουρισμού στην Ελλάδα.....	20
1.9. Αρχές και μέθοδοι περιβαλλοντικού σχηματισμού.....	23
1.10. Αρχιτεκτονικός σχεδιασμός.....	26
1.11. Εκτίμηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων.....	26
1.12. Εκτίμηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων.....	27

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

2.1. Έννοια του εναλλακτικού τουρισμού.....	29
2.2. Μορφές εναλλακτικού τουρισμού.....	30
2.2.1. Αγροτουρισμός.....	30
2.2.2. Πολιτιστικός τουρισμός.....	31
2.2.3. Εκπαιδευτικός ή μορφωτικός τουρισμός.....	32
2.2.4. Φυσιολατρικός – Περιπατητικός τουρισμός.....	32
2.2.5. Τουρισμός τρίτης ηλικίας.....	32
2.2.6. Κοινωνικός τουρισμός.....	33
2.2.7. Θαλάσσιος τουρισμός.....	33
2.2.8. Αθλητικός τουρισμός.....	34
2.2.9. Τουρισμός υγείας.....	34
2.2.10. Χειμερινός – Ορεινός τουρισμός.....	35
2.2.11. Συνεδριακός τουρισμός.....	35

2.2.12. Τουρισμός περιπέτειας.....	36
2.2.13. Τουρισμός εκθέσεων.....	36
2.2.14. Τουρισμός πόλης.....	36
2.2.15. Τουρισμός παραχείμασης.....	37
2.2.16. Οικολογικός τουρισμός.....	37
2.3. Μαζικός τουρισμός.....	38
2.4. Εναλλακτικός και Μαζικός τουρισμός. Συγκριτικά παραδείγματα.....	39
2.5. Χαρακτηριστικά του μαζικού τουρισμού.....	42
2.6. Χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού.....	42
2.7. Τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού.....	43
2.7.1. Τα κίνητρα του τουρίστα.....	43
2.7.2. Ο εναλλακτικός τουρίστας.....	44
2.7.3. Ο εναλλακτικός προορισμός.....	46
2.7.4. Η κλίμακα των επενδύσεων.....	46
2.7.5. Ενδογενής ανάπτυξη.....	47
2.8. Αειφόρος τουρισμός.....	48
2.9. Αειφορία και τουρισμός.....	51
2.10. Αρχές αειφόρου εκπαίδευσης.....	56
2.10.1. Σε ποιους απευθύνεται.....	57
2.10.2. Ποιοι παρέχουν την εκπαίδευση για την αειφορία.....	57
2.10.3. Αρχές για την ανάπτυξη της αειφόρου εκπαίδευσης.....	58
2.11. Σύγκριση της αειφορίας με το μαζικό τουρισμό.....	59
2.12. Τρόποι άσκησης της αειφορίας.....	60

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1. Το εννοιολογικό πλαίσιο του τουρισμού.....	63
3.1.1. Έννοιες συναφείς με τον οικοτουρισμό.....	63
3.1.2. Εννοιολογικές προσεγγίσεις στον οικοτουρισμό.....	66
3.2. Η αναπτυξιακή δυναμική του τουρισμού και του οικοτουρισμού.....	69
3.2.1. Αλλαγές – τάσεις και προβλήματα – επιπτώσεις τουριστικής ανάπτυξης: συνοπτική προσέγγιση.....	69
3.2.2. Αίτια και κύριοι προσδιοριστικοί παράγοντες ανάπτυξης οικοτουρισμού.....	71
3.2.3. Οι κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις στην ανάπτυξη του οικοτουρισμού.....	73
3.3. Ιδιότητες - χαρακτηριστικά και αρχές – στόχοι οικοτουριστικής ανάπτυξης.....	74
3.3.1. Ιδιότητες και αναπτυξιακά χαρακτηριστικά του οικοτουρισμού.....	74
3.3.2. Αρχές και στόχοι οικοτουριστικής ανάπτυξης.....	75
3.4. Οικοτουρισμός, περιβάλλον και αειφορία: αναπτυξιακές, λειτουργικές σχέσεις και διασυνδέσεις.....	77
3.4.1. Οικοτουρισμός και περιβάλλον.....	77
3.4.2. Οικοτουρισμός και αειφόρος ανάπτυξη: προϋποθέσεις και σχέσεις.....	79

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ, ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

4.1. Το ευρύτερο πλαίσιο ένταξης και ολοκλήρωσης του οικοτουριστικού σχεδιασμού – Βασικά στοιχεία σχεδιασμού και αρχές αιεφόρου ανάπτυξης.....	81
4.2. Η διαδικασία οικοτουριστικού σχεδιασμού.....	82
4.2.1. Γενική προσέγγιση	82
4.2.2. Ανάλυση πόρων και καταγραφή δυνάμει περιοχών οικοτουρισμού: μεθολογικές προσεγγίσεις.....	84
4.2.3. Στρατηγική, προγράμματα και μέτρα πολιτικής οικοτουριστικής ανάπτυξης.....	85
4.3. Στρατηγική οικοτουριστικής διαχείρισης	89
4.4. Οι προσεγγίσεις και οι πρακτικές μάρκετινγκ στον οικοτουρισμό.....	92
4.4.1. Γενικές προσεγγίσεις τουριστικού μάρκετινγκ με επίκεντρο το περιβάλλον και την αιεφόρο ανάπτυξη.....	98
4.4.2. Σύγχρονες προσεγγίσεις και πρακτικές μάρκετινγκ στον οικοτουρισμό.....	98

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Εισαγωγή.....	102
5.1. Γενική προσέγγιση της ανάπτυξης του τουρισμού και της τουριστικής πολιτικής..	102
5.1.1. Το αναπτυξιακό προφίλ του ελληνικού τουρισμού: ευρύτερο πλαίσιο ένταξης (ευρωπαϊκό / μεσογειακό) και βασικές αναπτυξιακές διαστάσεις.....	102
5.1.2. Η τουριστική πολιτική: συνοπτική αξιολόγηση.....	108
5.2. Δυνατότητες / προοπτικές και προγράμματα / σχέδια οικοτουριστικής ανάπτυξης.....	111
5.2.1. Μελέτες προγραμμάτων / σχεδίων ανάπτυξης οικοτουρισμού.....	111
5.2.2. Βιβλιογραφική διασκόπηση οικολογικού περιβαλλοντικού περιεχομένου.....	115
5.3. Γενικό κατευθυντήριο πλαίσιο σχεδιασμού της οικοτουριστικής ανάπτυξης.....	117
5.3.1. Αναπτυξιακή στρατηγική και προγράμματα / πολιτικές οικοτουρισμού: κύριες κατευθύνσεις και βασικές παράμετροι συγκρότησής τους.....	117
5.3.2. Το ευρύτερο αναπτυξιακό πλαίσιο του οικοτουρισμού: κλαδικές διασυνδέσεις και συντονισμός δράσεων φορέων.....	122
5.4. Οικοτουρισμός στη Κρήτη.....	125
5.5. Κρητικά προϊόντα και οικοτουρισμός.....	128
5.6. Τοποθεσίες οικοτουρισμού στη Κρήτη.....	130
Συμπεράσματα.....	145
Βιβλιογραφία.....	146

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η ΦΥΣΗ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Εισαγωγή

Ο τουρισμός αποτελεί δραστηριότητα που σχετίζεται με πολλούς κλάδους της οικονομίας. Απαιτεί τη συμβολή οικονομικών, κοινωνικών, πολιτισμικών και περιβαλλοντικών δεδομένων, γι' αυτό και συχνά περιγράφεται ως εξαιρετικά πολύπλευρος τομέας. Ωστόσο, ο χαρακτηρισμός του ως «βιομηχανία» δεν είναι απόλυτα ορθός, καθώς δεν παράγει συγκεκριμένο προϊόν, ενώ η απόδοσή του δεν είναι απτά μετρήσιμη, σε αντίθεση με τη γεωργία (τόνους σιτηρών) ή την ποτοποιία (λίτρα κρασιού). Εξάλλου, δεν υπάρχει κάποια χαρακτηριστική μορφή της συγκεκριμένης «βιομηχανίας», που να είναι κοινή σε ολόκληρο τον πλανήτη. Ακόμα και τα δομικά στοιχεία του τουρισμού, όπως τα καταλύματα και τα μέσα μεταφοράς, ποικίλουν από χώρα σε χώρα. Εξαιτίας αυτών των προβλημάτων στον ορισμό του τουρισμού, πολλοί συγγραφείς κάνουν λόγο για τουριστικό τομέα αντί για τουριστική βιομηχανία, ορισμένες φορές οι δύο όροι χρησιμοποιούνται εναλλακτικά.

1.1. Προβλήματα στον ορισμό του τουρισμού

Ο ορισμός του τουρισμού παρουσιάζει σοβαρές δυσκολίες για τους μελετητές του. Ο άυλος χαρακτήρας της τουριστικής βιομηχανίας καθιστά δύσκολη την εκτίμηση του αντίκτυπού της στην οικονομία σε αντίθεση με άλλους κλάδους της οικονομίας¹. Ως μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες του κόσμου, ο τουρισμός σχετίζεται με πολλούς από τους κύριους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Είναι δύσκολο να δοθεί ένας απλός ορισμός για ένα φαινόμενο που είναι τόσο στενά συνυφασμένο με την ζωή- οικονομικά, κοινωνικό-πολιτιστικά και περιβαλλοντικά- και το οποίο στηρίζεται σε πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή στοιχεία της παραγωγής και της παροχής υπηρεσιών. Η δυσκολία αυτή διαφαίνεται και στο τεύχος του περιοδικού *The Economist* του 1991:

Δεν υπάρχει κανένας αποδεκτός ορισμός που να προσδιορίζει για το ποια στοιχεία συνθέτουν την τουριστική βιομηχανία. Ο οποιοσδήποτε ορισμός ρισκάρει είτε να υπερτιμήσει είτε να υποτιμήσει την οικονομική του δραστηριότητα. Στην απλούστερή της μορφή, η βιομηχανία αυτή μεταφέρει τους ανθρώπους από το σπίτι τους κάπου αλλού (και τους επιστρέφει), και τους προσφέρει κατάλυμα και φαγητό κατά τη διάρκεια της απουσίας τους. Αυτό όμως αποτελεί υπεραπλούστευση του όρου. Για παράδειγμα, αν θεωρήσουμε όλες τις πωλήσεις ενός εστιατορίου ως τουριστικές, τότε το μέγεθος αυτό θα διογκώνεται με τις πωλήσεις υπέρ των ντόπιων κατοίκων. Από την άλλη πλευρά όμως, το να αποκλείσουμε όλες τις πωλήσεις των εστιατορίων από τα τουριστικά έσοδα θα ήταν εξίσου παραπλανητικό.

¹ David A.Fennell, «Οικοτουρισμός», εκδόσεις Έλλην, 2001.

Πάντως, υπάρχουν ορισμένα βασικά κοινά χαρακτηριστικά του τουρισμού. Για παράδειγμα, ο τουρισμός συνεπάγεται ότι το άτομο πραγματοποιεί ένα ταξίδι. Αυτό μπορεί να διαρκεί λιγότερο από μία ημέρα (ημερήσια εκδρομή / επίσκεψη) και να πραγματοποιείται εντός των εθνικών συνόρων, οπότε να πρόκειται για εγχώριο τουριστικό ταξίδι. Επίσης μπορεί να περιλαμβάνει το πέρασμα των εθνικών συνόρων,, οπότε να θεωρείται ταξίδι στο εξωτερικό. Ωστόσο ο τουρισμός δεν καθορίζεται μόνο από τη φύση του ταξιδιού, αλλά και από το σκοπό του, ο οποίος σε γενικές γραμμές διαχωρίζεται σε επαγγελματικό και ψυχαγωγικό.

Παρόλο που τα δομικά στοιχεία της τουριστικής βιομηχανίας διαφέρουν από χώρα σε χώρα, υπάρχουν ορισμένοι τομείς που σαφώς εντάσσονται στη τουριστική δραστηριότητα, όπως είναι οι διανυκτερεύσεις, στις οποίες δεν περιλαμβάνεται μόνο η επίσημη υποδομή, δηλαδή τα ξενοδοχεία, οι ξενώνες κ.λπ., αλλά και τα κάμπινγκ, τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και τα bed & breakfast. Ένας ακόμα επιμέρους τομέας του τουρισμού είναι τα ταξιδιωτικά πρακτορεία (travel agencies) και τα ταξιδιωτικά γραφεία (tour operators). Τα μέσα μεταφοράς (οι αερογραμμές, τα θαλάσσια μεταφορικά μέσα, τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων ή τα πούλμαν) αποτελούν άλλο ένα βασικό στοιχείο του τουριστικού τομέα. Σε ορισμένες χώρες, η παραγωγή και η πώληση παραδοσιακών προϊόντων θεωρείται ακόμα μία δραστηριότητα που σχετίζεται με τον τουρισμό.

Έτσι ο τουρισμός κυριεύεται από μία πληθώρα ορισμών που ο καθένας διαθέτει θεωρητικά χαρακτηριστικά. Για παράδειγμα, ο τουρισμός έχει πολλά κοινά θεωρητικά χαρακτηριστικά και αρχές με τον τομέα της αναψυχής και της αναψυχής. Οι όροι: αναψυχή, ελεύθερος χρόνος και τουρισμός αντιπροσωπεύουν τον τύπο μιας χαλαρής και αρμονικής ομάδας, που εστιάζεται στα εμπειρικά και ενεργητικά χαρακτηριστικά και που τυποποιούν αυτούς τους όρους. Από την άλλη πλευρά, οι οικονομικοί και τεχνικοί όροι παραγκωνίζουν το στοιχείο της ανθρώπινης εμπειρίας, που υπάρχει στην τουριστική δραστηριότητα, δίνοντας μεγαλύτερη σημασία στη μετακίνηση των ανθρώπων πάνω από τα σύνορα κρατών και στα ποσά που καταβάλλονται κατά τη μετακίνηση αυτή.

Αυτή ακριβώς η σχέση του τουρισμού με τις άλλες επιστήμες, π.χ. ψυχολογία, κοινωνιολογία, ανθρωπολογία, γεωγραφία, οικονομία είναι που διαμόρφωσε και την περίπλοκη φύση του τουριστικού φαινομένου. Όμως παρά την ισχυρή του εξάρτηση από αυτές τις επιστήμες, ορισμένοι μελετητές (Leiper 1981) υποστηρίζουν τη διαμόρφωση μιας ξεχωριστής τουριστικής βιομηχανίας.. Σύμφωνα με τον Leiper, ο τρόπος με τον οποίο θα πρέπει να προσεγγίσουμε την τουριστική επιστήμη χρειάζεται να επικεντρωθεί γύρω από τη δομή της βιομηχανίας, και η οποία θα αντιμετωπίζεται ως ένα ανοιχτό σύστημα πέντε βασικών στοιχείων, που δρουν μέσα στο ευρύτερο περιβάλλον: (1) το στοιχείο του ανθρώπινου δυναμικού, (2) η περιοχή προέλευσης, (3) μία ενδιαμέση περιοχή, (4) η περιοχή προορισμού ή περιοχή υποδοχής και (5) η ίδια η τουριστική βιομηχανία. Άλλοι μελετητές (Mill και Morrison 1985) ορίζουν τον τουρισμό ως ένα σύστημα αλληλοεξαρτώμενων των επιμέρους στοιχείων. Το σύστημα αυτό μοιάζει με τον «ιστό της αράχνης», δηλαδή αν αγγίξεις ένα σημείο θα επηρεαστεί όλος ο ιστός.

Αναγνωρίζοντας τη δυσκολία προσδιορισμού της έννοιας του τουρισμού, ο Smith (1990) πιστεύει ότι είναι πολύ πιο ρεαλιστικό να αποδεχτούμε την ύπαρξη ενός αριθμού διαφορετικών ορισμών, όπου ο καθένας εξυπηρετεί και διαφορετικό σκοπό. Συμπερασματικά, ο τουρισμός ορίζεται ως ένα αλληλοσυνδεδεμένο σύστημα, που

περιλαμβάνει τους τουρίστες και όλες τις υπηρεσίες, που τους παρέχονται και χρησιμοποιούν (εγκαταστάσεις, αξιοθέατα, μέσα μεταφοράς και καταλύματα) για την άνετη μετακίνησή τους και διαμονή. Ενώ τουρίστας ορίζεται, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, το άτομο που ταξιδεύει με σκοπό την αναψυχή για μία χρονική περίοδο τουλάχιστον μίας νύχτας (μίας διανυκτέρευσης), αλλά όχι μεγαλύτερης από ένα χρόνο για τους διεθνής τουρίστες και έξι μήνες για τα άτομα που ταξιδεύουν μέσα στη χώρα τους, με κύριο σκοπό την ψυχαγωγία στα μέρη που επισκέπτονται.

1.2. Η ιστορία του τουρισμού – Πως αναπτύχθηκε ο τουρισμός

Η ιστορία του τουρισμού είναι χρήσιμη όχι μόνο γιατί συμβάλλει στην κατανόηση του, αλλά και επειδή στο παρελθόν μπορούν να εντοπισθούν οι σπόροι της μελλοντικής ανάπτυξής του. Πολλές ιστορικές εφευρέσεις και καινοτομίες επηρεάζουν τη σύγχρονη τουριστική δραστηριότητα². Εκεί εντοπίζονται πολλές υποδομές και ανωδομές, που δημιουργήθηκαν σε περιόδους παλαιότερης τουριστικής ανάπτυξης. Ένα μεγάλο μέρος της τουριστικής κληρονομιάς θεωρείται εξαιρετικά πολύτιμο, ιδιαίτερα όσον αφορά στη χωροταξία και την αρχιτεκτονική των τουριστικών θέρετρων. Η πόλη Bath, που αναπτύχθηκε ως τουριστικό κέντρο τον 18^ο αιώνα, θεωρείται θησαυρός για τη Μ. Βρετανία και την Ευρώπη. Ο Beau Nash, ο οποίος ευθύνεται για την κατασκευή της, θεωρείται χωρίς υπερβολή ο πρώτος επαγγελματίας «διευθυντής» τουριστικής επιχείρησης της χώρας ο οποίος μάλιστα ήταν τόσο αποτελεσματικός, ώστε δημιούργησε μία εκπληκτική πόλη. Πρέπει να σημειωθεί ότι ο Nash δεν εργαζόταν για λογαριασμό της κοινότητας, αλλά της Assembly Rooms, μιας εξαιρετικά επιτυχημένης τουριστικής επιχείρησης.

Ωστόσο, ο τουρισμός αποτελεί σύγχρονη εφεύρεση. Η ίδια η λέξη δεν υπήρχε στο αγγλικό λεξιλόγιο μέχρι τον περασμένο αιώνα, ενώ αργότερα απέκτησε αρνητικούς συνειρμούς: υποδήλωνε τα φθηνά ομαδικά ταξίδια και συνοδευόταν από ένα είδος βρετανικής υπεροψίας απέναντι στους ξένους. Αντίθετα, οι λέξεις «ταξίδι» και «ταξιδιώτης» διατήρησαν τη θετική σημασία τους, καθώς συνδέονταν με την έννοια των πρώτων ταξιδευτών, οι οποίοι προέρχονταν από την πλούσια, μορφωμένη ή αριστοκρατική ελίτ. Επομένως, το ταξίδι για ευχαρίστηση και αναψυχή είναι σχετικά καινούργια έννοια.

Στο Μεσαίωνα και σχεδόν μέχρι το τέλος του 16^{ου} αιώνα, πληθυσμός των αγροτικών κοινοτήτων ήταν στατικός και σπάνια μετακινούνταν από το χωριό ή τη περιφέρειά του. Ακόμα και μετά την έναρξη της βιομηχανικής επανάστασης, που οδήγησε δειλά δειλά τον 18^ο αιώνα προς την αστική και βιομηχανική ανάπτυξη, μόνο μια πλούσια ελίτ απολάμβανε ελεύθερο χρόνο και ταξίδια. Μάλιστα, σύμφωνα με τον Pimlott (1947), όσο προχωρούσε η βιομηχανοποίηση της χώρας, ο ελεύθερος χρόνος ή οι ημέρες των διακοπών άρχισαν να μειώνονται, όπου υπήρχαν. Το 1761 η Τράπεζα της Αγγλίας έκλεισε για διακοπές σαράντα επτά ημέρες, όμως το 1834 μόνο τέσσερις.

Αν και ανέκαθεν πραγματοποιούνταν ταξίδια εξαιτίας πολέμων ή για θρησκευτικούς λόγους από κυβερνητικούς αξιωματούχους, μεγαλοκτηματίες, κληρικούς, φοιτητές ή

² Leonard J. Lickrish, Carson L. Jenkins, «Μια εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Κριτική, 2004.

καθηγητές πανεπιστημίων, ο αριθμός τους ήταν πολύ μικρός, ενώ γίνονταν για ειδικό ή συγκεκριμένο σκοπό.

Η ανάπτυξη του τουρισμού, σε συνδυασμό με την αύξηση του πληθυσμού και του πλούτου κατά τον 18^ο αιώνα, είναι απόρροια των κλασικών παραγόντων της τουριστικής ζήτησης – που πλέον περιγράφονταν με τον όρο καταναλωτική προτίμηση. Η ανάπτυξη αυτή διαιρείται σε τέσσερα ξεκάθαρα διαχωρισμένα στάδια (1. προϊστορικός τουρισμός, 2. μεταφορικά μέσα, 3. η περίοδος του μεσοπολέμου και 4. η «απογείωση» της τουριστικής δραστηριότητας) κι επηρεάστηκε σημαντικά από τις αλλαγές στα μεταφορικά μέσα, τα οποία αποτελούν βασικό παράγοντα της επίσκεψης σε έναν νέο προορισμό. Η οργάνωση φτηνών και ασφαλών ταξιδιών, χάρη στη βιομηχανική τεχνολογία, καθώς και η κατακόρυφη μείωση του χρόνου μετακίνησης, είχε σημαντική επίδραση στη ζωή των κατοίκων της Μ. Βρετανίας και των άλλων ευρωπαϊκών χωρών. Στις νέες αποικίες της Βόρειας Αμερικής και των άλλων ηπείρων, τα μεταφορικά μέσα επηρέασαν τα ταξίδια ίσως σε μεγαλύτερο βαθμό από κάθε άλλη δύναμη που απελευθερώθηκε από την επανάσταση στην πλουτοπαραγωγική βιομηχανία.

Ωστόσο, η βελτίωση στις μεταφορές δεν δημιούργησε τον τουρισμό. Υπήρχε ήδη υποβόσκον ενδιαφέρον ή ζήτηση. Ο πλούτος με τη μορφή του καθαρού διαθέσιμου εισοδήματος αποτελούσε βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού, ενώ ο τρόπος ζωής ή η μόδα ήταν εξίσου σημαντικά στις απαρχές του τουρισμού όσο και σήμερα, ακόμα και αν η ιδέα του μάρκετινγκ ήταν ακόμη ανύπαρκτη. Αν και οι πρωτεργάτες του τουριστικού εμπορίου δεν είχαν ακούσει ποτέ αυτόν τον όρο, ήταν πολύ καλοί στην πρακτική εφαρμογή του μάρκετινγκ. Στα πρώτα στάδια του τουρισμού, η παραμικρή εξέλιξη στα μεταφορικά μέσα σύντομα δημιουργούσε περισσότερη κίνηση απ' την αναμενόμενη και απ' ότι μπορούσαν να ικανοποιήσουν οι υπάρχοντες πόροι – ένα φαινόμενο που εμφανίζεται μέχρι τις μέρες μας.

1.2.1. Οι απαρχές του τουρισμού – τα τέσσερα στάδια

α) προϊστορικός τουρισμός

Το πρώτο από τα τέσσερα στάδια της τουριστικής ανάπτυξης αντιστοιχεί στη μακρά περίοδο που μπορεί να χαρακτηριστεί προϊστορικός τουρισμός: τους μεσαιωνικούς χρόνους έως και τις αρχές του 17^{ου} αιώνα, όταν τα πρώτα δείγματα της βιομηχανικής ανάπτυξης ξεκίνησαν να επηρεάζουν τον τρόπο ζωής που είχε καθιερωθεί ανά τους αιώνες³. Η σταδιακή αύξηση του πλούτου, η διεύρυνση της τάξης των εμπόρων, των επαγγελματιών, οι συνέπειες της Μεταρρύθμισης και η εκλαΐκευση της εκπαίδευσης τόνωσαν το ενδιαφέρον για τις ξένες χώρες και οδήγησαν στην αποδοχή του ταξιδιού ως εκπαιδευτικό μέσο.

β) Μεταφορικά μέσα

Η εποχή των σιδηροδρόμων αποτελεί το δεύτερο στάδιο τουριστικής ανάπτυξης, κατά το οποίο οι ατμομηχανές και τα ατμόπλοια ενίσχυσαν τις δυνατότητες για ταξίδια. Η ταχεία ανάπτυξη του πληθυσμού και του πλούτου δημιούργησε μια νέα, τεράστια αγορά

³ Leonard J. Lickrish, Carson L. Jenkins, «Μια εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Κριτική, 2004.

σε σύντομο χρονικό διάστημα. Τότε επινοήθηκαν τα μαζικά ταξίδια, αναπτύχθηκαν οι τουριστικοί πόλοι αναψυχής και εγκαινιάστηκε το ταξιδιωτικό εμπόριο από τα τουριστικά γραφεία και τα ταξιδιωτικά πρακτορεία. Τα τελευταία χρησιμοποιούσαν νέες μεθόδους μάρκετινγκ, όπως οργανωμένες εκδρομές, πακέτα ταξιδιών, αφίσες και φυλλάδια, οι οποίες παραμένουν τα βασικά εργαλεία του μάρκετινγκ μέχρι τις μέρες μας.

Παρόλο που τα μεταφορικά μέσα έπαιζαν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού, δεν ήταν ο μοναδικός παράγοντας που οδήγησε σε αυτή. Επιπλέον, η εξέλιξη τους συνοδεύτηκε και από ορισμένα προβλήματα, καθώς υπήρχε περιορισμένος ή ανεπαρκής συντονισμός ανάμεσα στα σχέδια ανάπτυξής τους και στην τουριστική πολιτική – όπως και σήμερα. Οι δυο αυτοί τομείς είναι ξεκάθαρα διαχωρισμένοι, αν και σχετίζονται μεταξύ τους, καθώς έχουν ορισμένες αλληλένδετες δραστηριότητες. Η ανάπτυξη των καταλυμάτων και της υποδομής των τουριστικών θέρετρων συνήθως ακολουθούσε την επέκταση των μεταφορικών μέσων με σχετική καθυστέρηση και αβεβαιότητα.

γ) Η περίοδος του μεσοπολέμου

Το τρίτο στάδιο της ανάπτυξης του τουρισμού αντιστοιχεί στην περίοδο του μεσοπολέμου, από το 1918 έως και το 1939. Η πορεία προς την ακμή της εποχής των σιδηροδρόμων και του ατμού διακόπηκε απότομα εξαιτίας του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου το 1914. Ωστόσο, όπως συμβαίνει πάντοτε, ο πόλεμος λειτούργησε ως σημαντικό έναυσμα για ορισμένες τεχνολογικές εξελίξεις που αποδείχθηκαν ιδιαίτερα χρήσιμες μακροπρόθεσμα, όπως η ανάπτυξη των οδικών μεταφορών και των αερομεταφορών.

Πάντως, η εποχή αυτή αποτέλεσε κατά βάση την περίοδο ανάπτυξης των αυτοκινήτων. Παράλληλα εμφανίστηκαν πολλές καινοτομίες: στον τομέα του κοινωνικού τουρισμού η επέκταση της άδειας μετ' αποδοχών, η διεύρυνση της ποικιλίας των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων και των δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου, τα κάμπινγκ και οι εκδρομές με τροχόσπιτα, η διάδοση των ξενώνων για νέους, οι φθηνές μεταφορές και οι εκδρομές με πούλμαν. Όμως, για μια ακόμα φορά, η επέκταση του τουρισμού κι ο πειραματισμός περιορίστηκαν λόγω της μεγάλης οικονομικής ύφεσης της δεκαετίας του '30 και τελικά διακόπηκαν εξαιτίας του Δεύτερου Παγκοσμίου Πολέμου, το 1939-1945.

δ) Η «απογείωση» της τουριστικής δραστηριότητας

Η περίοδος από το 1945, δηλαδή τα μεταπολεμικά χρόνια, μέχρι σήμερα αποτελεί το τέταρτο στάδιο της τουριστικής ανάπτυξης, που αντιστοιχεί στην «απογείωση» της τουριστικής δραστηριότητας. Αποτελεί περίοδο τεχνολογικών επαναστάσεων, μαζικής βιομηχανικής ανάπτυξης και αύξηση του καθαρού διαθέσιμου εισοδήματος. Οι ριζικές αλλαγές του τρόπου ζωής, της διαπροσωπικής και συλλογικής επικοινωνίας άλλαξαν σημαντικά την κοινωνία, ενώ η ταχύτητα και η κλίμακα των αλλαγών αυτών αυξήθηκε σημαντικά.

Οι προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης ευνοούσαν περισσότερο από κάθε άλλη φορά τις δαπάνες σε ταξίδια και αναψυχή. Η συνεχής αύξηση του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος (ΑΕΠ), που ξεπέρασε το 3% ετησίως στα χρόνια

ακμής της οικονομίας των χωρών του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ), έδωσε ώθηση στην αύξηση των ταξιδιών με ρυθμό μεγαλύτερο του 6% ετησίως. Ο τουρισμός αποδείχθηκε ιδιαίτερα ελαστικός όσον αφορά στο εισόδημα. Ύστερα από ένα συγκεκριμένο όριο εισοδήματος, με το οποίο ικανοποιούνται οι βασικές ανάγκες, το καθαρό διαθέσιμο εισόδημα στις πιο πλούσιες χώρες συνήθως δαπανάται σε πράγματα που παλαιότερα θεωρούνταν πολυτέλειες και περιττές υπηρεσίες. Σε αυτές τις χώρες, η αύξηση των ταξιδιωτικών δαπανών γίνεται με ρυθμό διπλάσιο ή και μεγαλύτερο από το ρυθμό ανάπτυξης του εθνικού εισοδήματος (ή ΑΕΠ). Φυσικά, αυτό δεν αποτελεί γενικό κανόνα, επειδή οι τάσεις στη ζήτηση και η μόδα μπορεί να αλλάξουν ριζικά και γρήγορα. Όμως, στην περίοδο απογείωσης του τουρισμού, ο νόμος αυτός φαίνεται να ισχύει με ελάχιστες εξαιρέσεις.

Ωστόσο, η μαζική ανάπτυξη του τουρισμού παρατηρήθηκε κυρίως στις εκβιομηχανισμένες χώρες (τις χώρες – μέλη του ΟΟΣΑ), οι οποίες είναι περίπου 25 σε αριθμό και βρίσκονται στην πλειοψηφία τους στην Ευρώπη. Σύμφωνα με τον WTO, η διεθνής τουριστική ροή αυξήθηκε με ετήσιο ρυθμό 7,32% από το 1950 μέχρι το 1991. Οι χώρες του ΟΟΣΑ, όπου διαμένει λιγότερο από το ¼ του παγκοσμίου πληθυσμού, συγκέντρωσαν το 85% των διεθνών τουριστικών αφίξεων και περισσότερο από το 80% των παγκόσμιων τουριστικών δαπανών το 1991. η τεχνολογική πρόοδος στα μεταφορικά μέσα και στις άλλες μορφές επικοινωνίας ενίσχυσαν σημαντικά τους οικονομικούς παράγοντες που ευνοούσαν την επέκταση των τουριστικών δραστηριοτήτων. Η τηλεόραση, συγκεκριμένα, έκανε συνεχείς αναφορές στο ενδιαφέρον και στην ποικιλία που παρουσιάζουν τα μέρη ορισμένων χωρών. Σταδιακά, η έλξη που ασκούσαν οι διεθνείς προορισμοί υπερέκρασε το ενδιαφέρον για το εγχώριο τουριστικό προϊόν ή για την παραμονή στον τόπο μόνιμης κατοικίας. Το πλουσιότερο τμήμα του πλανήτη ξεκίνησε να μετακινείται με εντατικούς ρυθμούς.

Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, οι πολίτες των εκβιομηχανισμένων χωρών άρχισαν να μετακινούνται μέσω ιδιοκτητών οχημάτων, τα οποία άλλαξαν ριζικά τον τρόπο ζωής. Τα τρένα και τα λεωφορεία, που αποτελούσαν τη βάση των μέσων μαζικής μεταφοράς, έχασαν το κεντρικό ρόλο τους, παρόλο που παρέμειναν σημαντικά μέσα μετακίνησης. Στις Ηνωμένες Πολιτείες ωστόσο, τα ταξίδια με τρένο μειώθηκαν στο ελάχιστο. Η πλέον επαναστατική εξέλιξη στις μεταφορές ήταν τα αεροπορικά ταξίδια. Πριν από τον πόλεμο, οι αερογραμμές παρείχαν ελάχιστες υπηρεσίες, ενώ οι υπερατλαντικές αεροπορικές μεταφορές παρέμειναν όνειρο. Όμως, μετά το 1945, η τεχνολογική πρόοδος που συντελέστηκε εξαιτίας των πολεμικών αναγκών οδήγησε στη μαζική επέκταση της αεροπορίας, η οποία παρείχε ταχεία και ασφαλή μεταφορά για μεγαλύτερες αποστάσεις, με συνεχώς χαμηλότερες τιμές. Έτσι δημιουργήθηκαν νέοι τουριστικοί προορισμοί, οι οποίοι αντικατέστησαν τα παλαιότερα τουριστικά θέρετρα που ήταν προσβάσιμα με το τρένο. Τα ταξίδια σε μακρινούς προορισμούς σταδιακά έγιναν ιδιαίτερα δημοφιλή και προς το τέλος αυτής της περιόδου εξελίχθηκαν στο ταχύτερα αναπτυσσόμενο είδος ταξιδιών. Τα ταξίδια για επαγγελματικούς λόγους άλλαξαν χάρη σε ένα δίκτυο επιχειρηματικών ταξιδιών που αναπτύχθηκε μεταξύ των βασικών πόλεων της Ευρώπης και της Αμερικής, ενώνοντας τις δυο ηπείρους. Μάλιστα, σταδιακά εμφανίστηκαν νέες μορφές τέτοιων ταξιδιών, με την ευρεία ανάπτυξη των συνεδρίων, των εμπορικών εκθέσεων και του τουρισμού κινήτρων. Η δυνατότητα φτηνής μετακίνησης στην Ευρώπη για διακοπές, μέσω ναυλωμένων πτήσεων που συντονίζονταν μέσω tour operators, έδωσε ώθηση σε μαζικές μετακινήσεις από τη Βόρεια Ευρώπη στη

Μεσόγειο. Τα ταξίδια με αυτοκίνητο από τον αστικό πληθυσμό συνέβαλαν στην επανάσταση όσον αφορά στις διακοπές, καθώς και στις αντίστοιχες τουριστικές επενδύσεις.

Εκείνη τη περίοδο η τουριστική κίνηση παρουσίαζε ταχεία και συνεχόμενη ανάπτυξη χρόνο με το χρόνο, με ελάχιστες διακοπές. Ωστόσο, η επανεμφάνιση κυκλικών περιόδων ή οικονομικής ύφεσης και, προς το τέλος της περιόδου, οι διαρθρωτικές αλλαγές και η σχετική πολιτική αστάθεια άρχισαν να διαψεύδουν τις προσδοκίες για ανάπτυξη χωρίς όρια.

Ο τουρισμός ποτέ δεν είχε το κύρος μιας σημαντικής βιομηχανίας που αποτελεί εθνική προτεραιότητα. Μεγάλο μέρος της μαζικής του ανάπτυξης οφείλεται στις δυνάμεις της αγοράς, ενώ ο κρατικός παρεμβατισμός για τη ρύθμιση ή την ενθάρρυνση της τουριστικής δραστηριότητας υπήρξε περιορισμένος και μειωνόταν συνεχώς. Στο τέλος αυτής της περιόδου, ξεκίνησαν να εμφανίζονται σημάδια αλλαγής, αβεβαιότητας και κριτικής ως προς την τουριστική ανάπτυξη, αλλά και αμφιβολίες για την οικονομική και κοινωνική σχέση κόστους – ωφέλειας του τουρισμού. Μάλιστα, ορισμένοι έκαναν λόγο για ανατροπή της τάσης τουριστικής ανάπτυξης κατά το 1990, εφόσον από την εποχή της κρίσης στον Κόλπο, η οικονομική ύφεση και οι δομικές αλλαγές οδήγησαν σε επανεξέταση της θέσης του τουρισμού, εμφανή πτώση στη ροή της μαζικής μετακίνησης, περιορισμούς στις επενδύσεις και μεταβολές στην εμπορική οργάνωση των τουριστικών δραστηριοτήτων.

1.3. Εξελίξεις στην τουριστική βιομηχανία

Πριν από το 1950 ο τουρισμός αποτελούσε μάλλον κατακερματισμένη δραστηριότητα. Τα ξενοδοχεία, οι συγκοινωνιακοί φορείς, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία και τα τουριστικά γραφεία συνήθως εργάζονταν αυτόνομα⁴. Η πλειοψηφία των ξενοδοχείων απλώς παρείχε κατάλυμα για διανυκτερεύσεις, ενώ οι αεροπορικές και οι σιδηροδρομικές εταιρίες απλώς διέθεταν θέσεις στα μέσα μεταφοράς. Βέβαια τα ταξιδιωτικά πρακτορεία πωλούσαν ταξίδια και οργανωμένες διακοπές, όπως έτειναν να εργάζονται ως αυτόνομες επιχειρήσεις. Ωστόσο, από τα μέσα της δεκαετίας του '50, ιδιαίτερα στη μεγάλη Βρετανία, η αύξηση του αριθμού των tour operators άρχισε να μεταβάλλει και τη φύση της τουριστικής βιομηχανίας, συνενώνοντας τις μέχρι τότε ανεξάρτητες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Τα ξενοδοχεία, για παράδειγμα, άρχισαν να αντιμετωπίζουν τους πελάτες τους ως άτομα που επιθυμούν μεγαλύτερο εύρος υπηρεσιών και όχι απλό κατάλυμα. Έτσι, στις εγκαταστάσεις τους άρχισαν να λειτουργούν καταστήματα κι αργότερα να προσφέρονται γραμματειακές υπηρεσίες, προκειμένου να αυξηθούν οι δαπάνες των επισκεπτών στο ξενοδοχειακό συγκρότημα. Οι συγκοινωνιακοί φορείς, και κυρίως οι αερομεταφορείς, άρχισαν να αντιμετωπίζουν τη μεταφορά ως τμήμα ενός ευρύτερου πλαισίου αναγκών. Κατά συνέπεια, άρχισαν να προσφέρουν ταξιδιωτική ασφάλιση και υπηρεσίες εύρεσης καταλύματος στους πελάτες τους. Μέχρι τη δεκαετία του '80, πολλές αεροπορικές εταιρίες πρόσφεραν ολοκληρωμένες ταξιδιωτικές υπηρεσίες, οι οποίες περιλάμβαναν οργάνωση διακοπών, ιατρική κάλυψη, ενοικίαση αυτοκινήτων κ.α.

⁴ Leonard J. Lickrish, Carson L. Jenkins, «Μια εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Κριτική, 2004.

Επομένως, από τη δεκαετία του '50 άρχισε να αναπτύσσεται μια βιομηχανία ταξιδιών και διακοπών που προσφέρει πιο ολοκληρωμένες υπηρεσίες - όπως φαίνεται και από την ίδρυση, ύστερα από συγχώνευση ορισμένων μεγάλων tour operators. Έως ένα βαθμό η διαδικασία αυτή οφείλεται στην τουριστική ζήτηση. Σε άλλες περιπτώσεις οφείλεται στο γεγονός ότι οι επιχειρηματίες συνειδητοποίησαν την ευκαιρία να ενοποιηθεί η ζήτηση, να παρέχονται υπηρεσίες σε πολύ πιο ανταγωνιστικές τιμές, καθώς επίσης να διατηρήσουν και να αυξήσουν το μερίδιό τους στην αγορά. Μέχρι το 1990 η δομή της τουριστικής βιομηχανίας, κυρίως στη Μεγάλη Βρετανία και την υπόλοιπη Ευρώπη, επηρεάζονταν από την ανάπτυξη τέτοιων τουριστικών επιχειρήσεων – κολοσσών. Αντίθετα, στις Ηνωμένες Πολιτείες, οι αντιμονοπωλιακοί νόμοι αποθάρρυναν ή και απαγόρευαν τη δημιουργία μεγάλων τουριστικών ομίλων. Η αμερικάνικη εμπειρία όσον αφορά στις τουριστικές επιχειρήσεις διαφέρει σημαντικά από την ευρωπαϊκή, κυρίως από εκείνης της Μεγάλης Βρετανίας.

Όπως σταδιακά μεταβλήθηκε η φύση των παρεχόμενων υπηρεσιών, έτσι μεταβλήθηκε και η φύση των διακοπών. Μέχρι το 1946, δηλαδή την περίοδο του μεσοπολέμου, τα ταξίδια στο εξωτερικό ήταν αποκλειστικό προνόμιο μιας ευκατάστατης ελίτ. Από το 1950 και ύστερα, διάφοροι παράγοντες (όπως η αύξηση του διαθέσιμου ελεύθερου χρόνου, η επέκταση του θεσμού της άδειας μετ' αποδοχών, η εμφάνιση των πακέτων διακοπών και η ανάπτυξη των αερομεταφορών) συνέβαλαν στη διεύρυνση των δυνατοτήτων της αγοράς διακοπών. Πλέον, αυτή η αγορά διέφερε σημαντικά όσον αφορά στο κοινωνικό-οικονομικό επίπεδο από εκείνη της περιόδου πριν από το 1950.

Η δεκαετία του '50 αποτέλεσε περίοδο εκδημοκρατισμού των ταξιδιών για διακοπές στο εξωτερικό και η μετατροπή της τουριστικής ζήτησης ήταν ένας από τους παράγοντες που άλλαξε τη φύση της τουριστικής βιομηχανίας. Αυτό το φαινόμενο εκδημοκρατισμού ορισμένες φορές αναφέρεται ως «ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού». Ωστόσο, ο όγκος του τουρισμού διαφέρει σημαντικά από χώρα σε χώρα, γι' αυτό και η χρήση του όρου «μαζικός» ως απόλυτη (αντί για σχετική) έννοια μπορεί να αποβεί παραπλανητική.

Η μεταβολή στη φύση των διακοπών είχε επίδραση στις κοινωνικές ομάδες που ταξιδεύουν για τις διακοπές τους, καθώς και στις αποστάσεις που διανύουν αυτές προκειμένου να φτάσουν στον προορισμό τους⁵. Η αύξηση του διαθέσιμου χρόνου, που πλέον αφορούσε σε περισσότερα κοινωνικά στρώματα, αποτέλεσε μία από τις βασικότερες αλλαγές στην τουριστική ζήτηση. Η αύξηση του πραγματικού εισοδήματος, η άδεια μετ' αποδοχών και η τάση για διακοπές στο εξωτερικό λειτούργησαν ως σημαντικό έναυσμα για την αύξηση του διεθνούς τουρισμού. Οι παράγοντες αυτοί ήταν καθοριστικοί όχι μόνο για την οικονομική αλλά και για την κοινωνική κατάσταση των πολιτών. Όσο ο πλανήτης συνερχόταν μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, τόσο περισσότερο χρόνο αφιέρωναν οι άνθρωποι σε διακοπές και ταξίδια. Αυτή η τάση αποδεικνύεται από τη σημασία που έδιναν στον προϋπολογισμό των διακοπών, καθώς ήταν το τελευταίο πράγμα που θυσιάζαν σε περίπτωση αλλαγών στο εισόδημά τους.

Η ανάλυση των διεθνών τάσεων στις τουριστικές μετακινήσεις αποκαλύπτει πλήθος στοιχείων. Καταρχάς, τη συνεχή (αλλά συνεχώς μειωνόμενη) συγκέντρωση της διεθνούς τουριστικής κίνησης στην Ευρώπη και μεταξύ Ευρώπης και Αμερικής. Η τουριστική κίνηση ανάμεσα στις Ηνωμένες Πολιτείες, στον Καναδά και στο Μεξικό είναι επίσης ιδιαίτερα σημαντική. Οι κλασικές χώρες – πηγές τουριστικής κίνησης στη Δυτική Ευρώπη και στις Ηνωμένες Πολιτείες αποτελούν προορισμούς, όπως στην Καραϊβική,

⁵ Leonard J. Lickrish, Carson L. Jenkins, «Μια εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Κριτική, 2004.

στον Ειρηνικό Ωκεανό, στην Ασία και στην Αφρική. Ο τουρισμός γίνεται μια παγκόσμια δραστηριότητα και όσο αυξάνονται το πραγματικό κατά κεφαλήν εισόδημα και ο ελεύθερος χρόνος, ορισμένοι τουριστικοί προορισμοί, όπως η Ιαπωνία, το Χονγκ – Κονγκ, η Σιγκαπούρη και η Ινδία, πλέον μεταβάλλονται σε χώρες – πηγή αλλοδαπών τουριστών. Πολλοί από αυτούς τους νέους τουρίστες ταξιδεύουν για αναψυχή και όχι για επαγγελματικούς λόγους. Ο πίνακας 1.1 παρουσιάζει τον όγκο, την αξία και την κατανομή της διεθνούς τουριστικής κίνησης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.

Διεθνείς τουριστικές αφίξεις και εισπράξεις

	Αποτελέσματα για το έτος 1995							
	Τουριστικές Αφίξεις (σε χιλιάδες)		Μεταβολή %		Τουριστικές εισπράξεις (σε εκατομ. \$)		Μεταβολή %	
	1994	1995	95/94	94/93	1994	1995	95/94	94/93
Παγκόσμια	546.269	567.033	3,8	5,4	346.703	371.682	7,2	10,4
Αφρική	18.477	18.800	1,7	0,7	6.530	6.915	5,9	8,5
Αμερική	107.176	111.944	4,4	3,0	95.084	95.239	0,32	4,8
Ανατολική Ασία/ Ειρηνικός Ωκεανός	76.973	83.624	8,6	10,6	61.990	69.349	11,9	18,7
Ευρώπη	329.819	337.240	2,3	5,1	174.811	189.820	8,6	11,0
Μέση Ανατολή	9.875	11.041	11,8	10,0	5.129	6.653	29,7	6,8
Νότια Ασία	3.949	4.384	11,0	11,0	3.159	3.706	17,3	13,1

Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO)

Ο πίνακας δημιουργήθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO) βάσει στοιχείων από τις χώρες – μέλη του, οι οποίες δεν διενεργούν πάντοτε αξιόπιστες στατιστικές ή σύμφωνες με τη διεθνή ορολογία. Επιπλέον, τα ποσά των διεθνών εισπράξεων δεν περιλαμβάνουν εκείνα από τα αεροπορικά εισιτήρια των τουριστικών μετακινήσεων, που αποτελούν σημαντικό τμήμα των εσόδων των αεροπορικών εταιριών πολλών χωρών.

Η διεύρυνση των ταξιδιών προς μακρινούς προορισμούς δεν θα μπορούσε να επιτευχθεί χωρίς την αυξανόμενη εξειδίκευση στο χώρο του ταξιδιωτικού εμπορίου. Η εμφάνιση των tour operators ειδικότερα συγκέντρωσε τις δραστηριότητες στην αγορά τόσο των μακρινών όσο και των κοντινών ταξιδιών. Στην Ευρώπη, για παράδειγμα, η ανάπτυξη και η καθιέρωση πολύ μεγάλων tour operators, όπως το Thomson Holidays

στη Μεγάλη Βρετανία, το Neckermann και το TUI στη Γερμανία ή το Tjerborg στη Δανία, είναι ενδεικτική της αύξησης της ζήτησης για ταξίδια στο εξωτερικό. Ένα μέρος αυτών των εξειδικευμένων τουριστικών πρακτορείων στόχευαν να ικανοποιήσουν τη ζήτηση από μικρότερο όγκο τουριστών, που όμως προέβαιναν σε μεγαλύτερες κατά κεφαλήν δαπάνες, οι οποίοι επιθυμούσαν να ταξιδέψουν σε μακρινές χώρες ή να ζήσουν εμπειρίες σχετικές με τα ιδιαίτερα ενδιαφέροντά τους. Η εξειδίκευση στον τομέα των ταξιδιών αποτελεί ένα από τα στοιχεία που βοήθησε τη μεταβολή της δομής και της φύσης της ταξιδιωτικής βιομηχανίας.

1.4. Ο κρατικός παράγοντας

Εκτός από τις δομικές μεταβολές στην ίδια τη τουριστική βιομηχανία, είναι απαραίτητο να γίνει λόγος και για τον κρατικό παράγοντα. Ιδιαίτερα στις ανεπτυγμένες χώρες, το κράτος συχνά διατηρούσε έναν δευτερεύοντα αλλά εξαιρετικά σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού⁶. Στη Μεγάλη Βρετανία, για παράδειγμα, μέσω Νομοθετικού Διατάγματος Ανάπτυξης του Τουρισμού (Development of Tourism Act) του 1969, η κυβέρνηση όχι μόνο υποστήριξε μέσω επιχειρήσεων την κατασκευή νέων ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, αλλά επιπλέον ίδρυσε τρία Εθνικά Συμβούλια Τουρισμού στην Ουαλία, την Αγγλία και τη Σκωτία, καθώς και τη Βρετανική Διοικητική Αρχή για την Οργάνωση Τουρισμού (British Tourist Authority). Στις πλέον ανεπτυγμένες χώρες, το κράτος συνήθως διατηρούσε «παρασκηνιακό» επικουρικό ρόλο, δηλαδή παρείχε την υποδομή και μεσολαβούσε όταν χρειαζόταν, για να καθορίσει και να ενθαρρύνει την ανάπτυξη του τουρισμού. Όμως, στις αναπτυσσόμενες χώρες το κράτος διατηρούσε πολύ πιο δραστήριο και παρεμβατικό ρόλο.

Ο ρόλος του κράτους στην τουριστική βιομηχανία έχει αποτελέσει θέμα εκτενών συζητήσεων, ορισμένοι υποστηρίζουν ότι στις πλέον ανεπτυγμένες χώρες το κράτος συνήθως υποστηρίζει την τουριστική ανάπτυξη παρέχοντας την τουριστική υποδομή και μια εθνική αρχή ρύθμισης της τουριστικής δραστηριότητας. Πολλές κυβερνήσεις παρέχουν κίνητρα για επενδύσεις, προκειμένου να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας. Στις αναπτυσσόμενες χώρες, όπως η Ινδία, η κυβέρνηση έκανε επενδύσεις μέσω του Ινδικού Συνεταιρισμού Ανάπτυξης του Τουρισμού σε τουριστικές εγκαταστάσεις, όπως χιονοδρομικά κέντρα και ξενοδοχεία, καθώς και σε τουριστικές υπηρεσίες, όπως ταξιδιωτικά πρακτορεία, λεωφορεία, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων και αεροπορικές εταιρίες. Δεν υπάρχει κάποιο συγκεκριμένο μοτίβο για το ρόλο του κράτους στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, λόγω χάρη, η κυβέρνηση Ρέιγκαν κατάργησε την Αμερικανική Υπηρεσία Ταξιδιών (US Travel Services), η οποία αργότερα επανιδρύθηκε με περιορισμένες αρμοδιότητες ως Αμερικανική Υπηρεσία Ταξιδιών και Τουρισμού (US Travel and Tourism Agency). Η κυβέρνηση Κλίντον την κατήργησε και αυτή.

Στις αρχές της δεκαετίας του '90, θεσμικές πιέσεις από διεθνείς οργανισμούς όπως η Παγκόσμια Τράπεζα και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο ενθάρρυναν – αν όχι ανάγκασαν – ορισμένες κυβερνήσεις αναπτυσσόμενων χωρών να μεταβιβάσουν τις τουριστικές τους δραστηριότητες στον ιδιωτικό τομέα. Τα Προγράμματα Διαρθρωτικών Προσαρμογών, τα οποία υπέγραψαν πολλές κυβερνήσεις, επιβάλλουν τη σταδιακή

⁶ Leonard J. Lickrish, Carson L. Jenkins, «Μια εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Κριτική, 2004.

ιδιωτικοποίηση των εμπορικών περιουσιακών στοιχείων και των δραστηριοτήτων της κυβέρνησης, με αντάλλαγμα χρηματική υποστήριξη για την αναδιάρθρωση της οικονομίας. Στον τουρισμό αυτό συνεπαγόταν ότι οι περισσότερες κυβερνήσεις του αναπτυσσόμενου κόσμου πλέον υποστήριζαν τις τουριστικές δραστηριότητες, αντί να αναλαμβάνουν τη διεξαγωγή τους.

1.5. Παγκόσμιος τουρισμός

Αν και αμφίσημος, ο όρος παγκοσμιοποίηση του τουρισμού χρησιμοποιείται συχνά. Κανονικά θα έπρεπε να αναφέρεται όχι μόνο στο μέγεθος της τουριστικής δραστηριότητας, αλλά και στην κατανομή της⁷. Στις μέρες μας, οι τουρίστες δεν ταξιδεύουν αποκλειστικά προς παραδοσιακούς προορισμούς, στον παγκόσμιο χάρτη τουρισμού εμφανίζονται πολλές χώρες με νέους τουριστικούς προορισμούς. Ο εσωτερικός τουρισμός στην Ασιατική ήπειρο έχει αρχίσει να αναπτύσσεται, ενώ έχουν εμφανιστεί και «νέοι» προορισμοί, όπως το Βιετνάμ και η Καμπότζη. Στη Μαύρη Ήπειρο, οι πολιτικές αλλαγές στη Νότιο Αφρική συντέλεσαν στην αύξηση της τουριστικής κίνησης.

Αυτή η παγκοσμιοποίηση δεν διαφέρει σε σχέση με τις παλαιότερες τάσεις ανάπτυξης του τουρισμού. Σήμερα, διαφορετικές ομάδες ανθρώπων ταξιδεύουν διασχίζοντας μεγαλύτερες αποστάσεις. Όσο οι άνθρωποι εξοικειώνονται με τον τουρισμό, το ταξιδιωτικό εμπόριο προσαρμόζεται ανάλογα με τις ανάγκες τους. Η ασφάλεια, η άνεση και η σιγουριά αποτελούν και σήμερα αναγκαίες προϋποθέσεις του ταξιδιού. Στην Ευρώπη, η Οδηγία για τα Οργανωμένα Ταξίδια (Package Tour Directive) της Ευρωπαϊκής Ένωσης προσπάθησε να βελτιώσει τις συνθήκες των ταξιδιών και της αγοράς τουριστικών πακέτων, προκειμένου να εξασφαλίσει την παροχή των ποιοτικών στάνταρ, που υπόσχονταν οι χώρες υποδοχής των τουριστών. Το παγκόσμιο ενδιαφέρον για την ποιότητα και την προστασία του περιβάλλοντος αρχίζει να επηρεάζει και τους επιχειρηματίες του τουρισμού, ως προς την επιλογή των συνεργατών τους και τις συνθήκες που αναμένουν οι τουρίστες στον προορισμό τους. Το μάνατζμεντ της χώρας προορισμού εξελίσσεται σε εξαιρετικά σημαντικό ζήτημα στην τουριστική βιομηχανία.

Στην Ευρώπη η αύξηση του αριθμού των πολιτών τρίτης ηλικίας αποτελεί πηγή ώριμων τουριστών που διαθέτουν ελεύθερο χρόνο και χρήματα για ταξίδια. Οι τουρίστες τρίτης ηλικίας, όπως αποτελούνται, έχουν αναχθεί σε σημαντικό τμήμα της διεθνούς τουριστικής ζήτησης και αναμένεται να διατηρήσουν το ρόλο αυτό. Καθώς και στην πλειοψηφία τους έχουν συνταξιοδοτηθεί, επομένως έχουν τη επιλογή του χρόνου διεξαγωγής του ταξιδιού, μπορούν να συμβάλλουν στην αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας για ορισμένους προορισμούς.

Παρόλο που σήμερα εμφανίζεται μια τάση για ανεξάρτητα ταξίδια, οι οργανωμένες εκδρομές δεν έχουν χάσει την ισχύ ή τη σημασία τους. Αυτά τα πακέτα μεταφοράς, διαμονής και παροχής υπηρεσιών σε ειδική τιμή έχουν γίνει πιο ελαστικά. Τα μάλι του γκρουπ δεν είναι απαραίτητο να μένουν στο ίδιο ξενοδοχείο, ούτε καν στο ίδιο θέρετρο, ενώ η ποιότητα της διαμονής μεταβάλλεται ανάλογα με τις τιμές. Επομένως, μία οργανωμένη εκδρομή μπορεί να ξεκινά με μια κοινή για όλους πτήση τσάρτερ, αλλά στον προορισμό να προσφέρει ποικιλία επιλογών: διαμονή με παροχή υπηρεσιών,

⁷ Leonard J. Lickrish, Carson L. Jenkins, «Μια εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Κριτική, 2004.

καταλύματα αυτοεξυπηρετούμενου χαρακτήρα, δωμάτια σε ιδιωτικές κατοικίες ή διαμονή σε τροχόσπιτα. Η ποικιλία στις επιλογές δεν είναι σταθερή, όμως ο όγκος των τουριστών που έλκεται από αυτούς τους διακανονισμούς ευθύνεται για τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας που διατηρούν χαμηλές τις τιμές και καθιστούν πιο προσιτό τον διεθνή τουρισμό.

Οι οργανωμένες εκδρομές ενθάρρυναν τα ταξίδια όχι μόνο επειδή προσφέρουν μειωμένες τιμές, αλλά επίσης επειδή μείωσαν κατά πολύ τον κίνδυνο και την αβεβαιότητα που συνοδεύουν τα ταξίδια στο εξωτερικό. Το γεγονός αυτό απέβη ιδιαίτερα σημαντικό για την ανάπτυξη του τουρισμού σε μακρινές, αναπτυσσόμενες χώρες. Τα προηγούμενα χρόνια, με τον τουρισμό μακρινών αποστάσεων ασχολούνταν κυρίως εξειδικευμένες εταιρίες, που πρόσφεραν υπηρεσίες σε μικρό αριθμό τουριστών, οι οποίοι όμως προέβαιναν σε υψηλές δαπάνες ανά ταξίδι. Στη Μ. Βρετανία, τρεις τέτοιες εταιρίες είναι οι Kuoni, Bales Tours και Cox and Kings. Σε διεθνές επίπεδο, ένα ακόμα παράδειγμα, είναι η American Express. Ωστόσο, όσο αυξανόταν ο αριθμός των εμπειρών τουριστών που ενδιαφέρονται για «μακρινούς προορισμούς», πολλά μεγάλα ταξιδιωτικά πρακτορεία, όπως το Thomson Holidays και το Airtours, άρχισαν να προσφέρουν εκδρομές σε προορισμούς όπως η Καραϊβική, η Αφρική, η Νέα Ζηλανδία και η Αυστραλία. Παρόλο που αυτά τα ταξίδια δεν αποφέρουν μεγάλα κέρδη, οι οικονομίες κλίμακας απ' τις οποίες επωφελούνται τέτοιες εταιρίες τους επιτρέπουν να παρέχουν σχετικά φθηνές διακοπές σε μακρινούς προορισμούς, διευρύνοντας την αγορά.

Το αυξανόμενο ενδιαφέρον των μεγάλων ταξιδιωτικών πρακτορειών για μακρινούς προορισμούς αποτελεί ένα ακόμα δείγμα των αλλαγών που γίνονται στην τουριστική βιομηχανία. Τα πρακτορεία αυτά επεκτείνονται σε μερίδια της αγοράς που παλαιότερα απασχολούσαν μικρά, εξειδικευμένα τουριστικά γραφεία, ενώ οι αεροπορικές εταιρίες πλέον προσφέρουν υπηρεσίες στον τομέα των διακοπών.

Πολλές μεγάλες, διεθνείς αεροπορικές εταιρίες έχουν αναπτύξει συνεργασία με τουριστικά γραφεία και διαθέτουν τα αεροσκάφη τους για πτήσεις τσάρτερ σε πλήρη ή μερική βάση. Η ανάπτυξη και η συνεχής εξέλιξη της τεχνολογίας της πληροφορίας, που είναι κυρίως εμφανής με την επέκταση των πληροφοριακών συστημάτων κρατήσεων (computer reservation systems, CRS), έχει δώσει στις εταιρίες τη δυνατότητα να δημιουργούν βάσεις δεδομένων με σημαντικές πληροφορίες όχι μόνο για τον προγραμματισμό και τις εργασίες τους, αλλά και για το μάρκετινγκ. Αρκετές αεροπορικές εταιρίες δεν διευκολύνουν απλώς τους διακανονισμούς των ταξιδιών, αλλά προσφέρουν πλήρη πακέτα διακοπών. Οι επιλογές των υποψήφιων τουριστών αυξάνονται όλο και περισσότερο.

1.6. Τουρίστας: Ιδιότητες και χαρακτηριστικά

Κύριο χαρακτηριστικό της ιδιότητας του τουρίστα είναι ότι αποτελεί ένα είδος χίμαιρας. Πράγματι ο τουρίστας είναι, πριν απ' όλα, ένας άνθρωπος προσωρινά ελεύθερος. Απαλλαγμένος από τις συνήθειές του και τους καταναγκασμούς της καθημερινότητας, βρίσκεται σε μια κατάσταση ανευθυνότητας, απρόσιτης γι' αυτόν κατά τον υπόλοιπο χρόνο του⁸. Η αποχαλινωμένη σεξουαλική του ελευθερία, για παράδειγμα, την οποία όμως σε κάποιες σύντομες θερινές διακοπές, ή η ξέφρενη σπατάλη ή ακόμα η

⁸ David A.Fennell, «Οικοτουρισμός», εκδόσεις Έλλην, 2001.

επιδεικτική κατανάλωση χωρίς πάντα να πρυτανεύει το πνεύμα του ωφέλιμου μπορούν να τον τοποθετήσουν για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα στον ουτοπικό κόσμο της απόλυτης ελευθερίας. Και ίσως μέσα σε αυτή τη νεοκαπιταλιστική οργάνωση διακοπών (που εκφράζεται κατ' εξοχήν από τις λέσχες διακοπών), εκδηλώνεται σαφέστατα η παραθεριστική αυτή ουτοπία: η αδελφοσύνη και η ισότητα φαίνεται να βασιλεύουν, το χρήμα απουσιάζει οπτικά εντελώς, η απόλυτη ελευθερία και η λατρεία του σώματος εκδηλώνονται ανεμπόδιστα, καθώς και η ειδωλολατρία των στοιχείων της φύσης.

Βέβαια ο τουρίστας, αν και μερικές φορές χάνει την αίσθηση του αυτοπροσδιορισμού του, ξαναβρίσκει πάντα την καθημερινότητα στο τέλος του ταξιδιού: οι σύντομες και συχνά μοναδικές ανθρώπινες συναντήσεις που είχε εισάγουν απλώς στη ζωή του τμήματα από όνειρο, που του επιτρέπουν να αντέξει στη μονοτονία της χρονιάς. Όμως, δεν συμβαίνει το ίδιο και με τον αυτόχθονα που ζει επίσης τις συναντήσεις αυτές με τρόπο εξίσου σύντομο και επιδερμικό, κάτι που πολλές φορές επιδεινώνει αντίστοιχα την αποστέρηση: δεν τις βλέπει (εκτός από σπάνιες περιπτώσεις) να καταλήγουν σε πραγματικές ανθρώπινες σχέσεις.

1.7. Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής προσφοράς

Αν και πολλές φορές από τις αλλαγές στην τουριστική βιομηχανία τις οποίες περιγράψαμε μέχρι τώρα μπορούν να ενταχθούν στους προσδιοριστικούς παράγοντες τουριστικής ζήτησης, δηλαδή στους παράγοντες που επηρεάζουν τον όγκο της ζήτησης, εξίσου σημαντικοί είναι και οι προσδιοριστικοί παράγοντες τουριστικής προσφοράς⁹. Ορισμένοι από αυτούς τους παράγοντες προσφοράς έχουν παίξει σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας σε πολλές χώρες.

Ίσως ο πιο προφανής – αλλά συχνά ο πιο παραμελημένος – προσδιοριστικός παράγοντας της τουριστικής προσφοράς είναι η ανάπτυξη της τουριστικής παράδοσης στις χώρες υποδοχής των τουριστών. Καθώς αυξάνονται σε αριθμό και διάρκεια οι αφίξεις επισκεπτών, η χώρα υποδοχής ή οι ντόπιοι κάτοικοι εξοικειώνονται με τις ανάγκες των τουριστών. Οι εγκαταστάσεις και οι υπηρεσίες αναπτύσσονται είτε άμεσα είτε έμμεσα, προκειμένου να υποστηρίξουν την τουριστική βιομηχανία. Όσο αναπτύσσεται η τουριστική βιομηχανία, τόσο αναπτύσσονται συνήθως και τα οικονομικά ή άλλα οφέλη από τον τουρισμό. Έτσι, δημιουργείται εξάρτηση από τον τουρισμό, όταν εκείνος μπορεί να ενισχύσει σημαντικά την τοπική ή την εθνική οικονομία.

Όσο αναπτύσσεται ο τουρισμός, τόσο αυξάνεται η ανάγκη για περισσότερα και καλύτερης ποιότητας καταλύματα. Η ποικιλία και το είδος των τουριστικών καταλυμάτων δεν αντικατοπτρίζει μόνο το επίπεδο της τουριστικής ανάπτυξης, αλλά και το είδος του τουρίστα που στοχεύει να προσελκύσει μια περιοχή. Με την ανάπτυξη και την αύξηση της ποικιλομορφίας του τουρισμού, εμφανίζονται περισσότερα είδη καταλυμάτων στην τουριστική αγορά: καταλύματα αυτοεξυπηρετούμενου χαρακτήρα, κάμπινγκ ή τροχόσπιτα, ενοικιαζόμενα δωμάτια με πρωινό κ.α. Στη Σκοτία, για παράδειγμα, υπολογίζεται ότι το 75% περίπου των παρεχόμενων κλινών προσφέρεται από μικρά ξενοδοχεία και ξενώνες. Ο τουρισμός αποτελεί εξαιρετικά κατατμημένη βιομηχανία, που παρέχει σημαντικές ευκαιρίες σε μικρές επιχειρήσεις. Παράλληλα με

⁹ Leonard J. Lickrish, Carson L. Jenkins, «Μια εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Κριτική, 2004.

αυτές, ωστόσο, υπάρχουν και τα μεγάλα, πανομοιότυπα ξενοδοχεία των ξενοδοχειακών ομίλων, τα οποία εξαρτώνται – συχνά αποκλειστικά – από γκρουπ τουριστών τα οποία καταφθάνουν μέσω μεγάλων tour operators.

Εκτός από τα καταλύματα, υπάρχουν πολλές ακόμα υπηρεσίες που μπορούν να συμβάλλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, όπως οι τράπεζες, τα γραφεία ενοικίασεως αυτοκινήτων, τα καταστήματα και τα πολιτιστικά δρώμενα. Όπως προαναφέρθηκε, οι δραστηριότητες που συνθέτουν τον τουριστικό τομέα διαφέρουν από χώρα σε χώρα, όμως όλες συμβάλλουν στην προσέλκυση των υποψήφιων τουριστών.

Στους τουριστικούς προορισμούς, το κράτος συχνά προσφέρει τόσο άμεσες όσο και επικουρικές υπηρεσίες στην τουριστική βιομηχανία. Η υποδομή, δηλαδή η βάση για την τουριστική ανάπτυξη, εξακολουθεί να παρέχεται κυρίως από αυτό, ενώ το ίδιο ισχύει για πολλές από τις υπηρεσίες μεταφορών και αστυνόμευσης. Οι κυβερνήσεις συχνά προσφέρουν επιχορηγήσεις σε Εθνικούς Οργανισμούς Τουρισμού και διαφημίζουν τη χώρα στο εξωτερικό. Παρά το γεγονός ότι ο ρόλος του κράτους στην τουριστική ανάπτυξη συνεχώς αλλάζει, εξακολουθεί να συνεισφέρει σημαντικά στην εξασφάλιση της ποιότητας για τους τουρίστες και στην προσωπική ασφάλειά τους.

Οι παράγοντες προφοράς τείνουν όλο και περισσότερο να εντάσσονται σε σχέδια διαχείρισης των τουριστικών προορισμών. Κάθε χώρα ή περιοχή μπορεί να διαμορφώσει στρατηγική ανάπτυξης του τουρισμού και σχέδιο καθορισμού των προτεραιοτήτων για την ανάπτυξη και την κατανομή πόρων στον τουριστικό τομέα. Παράλληλα, γίνεται όλο και πιο ευρέως αντιληπτό ότι μια ad hoc (για αυτό τον σκοπό) προσέγγιση στην τουριστική ανάπτυξη κρύβει αρκετούς κινδύνους. Ο βασικότερος είναι ότι όταν υπάρχουν τμήματα της τουριστικής δραστηριότητας με κατώτερη της αναμενόμενης ποιότητα, αυτό μπορεί να βλάψει την καλή εικόνα και τη φήμη του προορισμού. Ακόμα κι αν το φυσικό περιβάλλον είναι εξαιρετικής ομορφιάς, η ύπαρξη φτωχών και ανθυγιεινών ξενοδοχείων μπορεί να αποθαρρύνει τους τουρίστες και τα ταξιδιωτικά γραφεία, ενώ στο ίδιο αποτέλεσμα μπορεί να οδηγήσει μια φήμη για υψηλές τιμές και κακές υπηρεσίες. Αυτές οι αιτίες καθιστούν όλο και πιο αναγκαία τα σχέδια διαχείρισης των τουριστικών προορισμών, τα οποία αντικατοπτρίζουν μια ακόμα πτυχή της παγκοσμιοποίησης της τουριστικής βιομηχανίας: το γεγονός ότι η ποιότητα είναι σημαντική, όπου κι αν βρίσκεται ο τουρίστας.

1.8. Οι επιπτώσεις του τουρισμού στην Ελλάδα

Ο τουρισμός μπορεί να επιφέρει τόσο θετικές όσο και αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον. Αυτό εξαρτάται από το πόσο καλά σχεδιάζεται και ελέγχεται η τουριστική ανάπτυξη. Οι βασικές επιπτώσεις του, που αναλύονται ακολούθως, δεν εμφανίζονται ταυτόχρονα σε κάθε τουριστική περιοχή¹⁰. Η εμφάνισή τους εξαρτάται από το είδος και την κλίμακα της τουριστικής ανάπτυξης, καθώς και από τα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά της περιοχής.

¹⁰ Leonard J. Lickrish, Carson L. Jenkins, «Μια εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Κριτική, 2004.

Αρνητικές επιπτώσεις:

Μόλυνση των υδάτων

Εάν δεν υπάρχει καλό σύστημα αποχέτευσης στα ξενοδοχεία, τα θέρετρα ή στις υπόλοιπες τουριστικές εγκαταστάσεις, μπορεί να προκληθεί μόλυνση των υπογείων υδάτων από τα βοθρολύματα. Επίσης, αν η έξοδος του συστήματος αποχέτευσης βρίσκεται κοντά σε κάποιο ποτάμι ή ακτή και τα λύματα δεν έχουν υποστεί την απαιτούμενη επεξεργασία, οι εκροές θα μολύνουν την υδάτινη περιοχή. Το φαινόμενο αυτό συνίσταται συχνά σε παράκτια θέρετρα, όπου τα ξενοδοχεία κατασκευάζουν τις εξόδους των αποχετεύσεων τους σε κοντινές υδάτινες περιοχές, στις οποίες μπορεί να κολυμπούν τουρίστες. Η χρήση της Γαλάζιας Σημαίας από την Ευρωπαϊκή Ένωση για να σηματοδοτήσει τις καθαρές παραλίες και υδάτινες περιοχές αποτελεί προσπάθεια πληροφόρησης των πιθανών χρηστών του θαλάσσιου περιβάλλοντος για το επίπεδο καθαριότητας της περιοχής.

Ατμοσφαιρική ρύπανση

Γενικά ο τουρισμός θεωρείται «καθαρή βιομηχανία». Ωστόσο, η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να προκαλέσει μόλυνση του αέρα λόγω της υπερβολικής χρήσης αυτοκινήτων από τους τουρίστες σε ορισμένες περιοχές, ιδιαίτερα όταν εκεί συγκεντρώνονται σημαντικά τουριστικά αξιοθέατα. Η κατάσταση δυσχεραίνεται όταν η εξάτμιση των αυτοκινήτων δεν λειτουργεί σωστά. Επιπλέον, εάν η τουριστική ανάπτυξη δεν σχεδιαστεί και προγραμματιστεί κατάλληλα, ειδικότερα σε ανοιχτές περιοχές χωρίς βλάστηση, μπορεί να προκληθεί μόλυνση με τη μορφή σκόνης και αιωρούμενων σωματιδίων στον αέρα.

Ηχορύπανση

Ο θόρυβος που δημιουργείται από τη συγκέντρωση τουριστών, τουριστικών οχημάτων ή και τουριστικών αξιοθέατων, όπως τα πάρκα διασκέδασης και οι πίστες αγώνων με αυτοκίνητα και μοτοσικλέτες, μπορεί να φτάσει σε ενοχλητικά ή δυσάρεστα επίπεδα.

Οπτική ρύπανση

Τα ξενοδοχεία και οι υπόλοιπες τουριστικές εγκαταστάσεις με άσχημο ή ακατάλληλο σχεδιασμό μπορεί να μην ταιριάζουν με το τοπικό στυλ αρχιτεκτονικής ή την τοπική κλίμακα κατασκευής. Η ακαλαίσθητη διάταξη των τουριστικών εγκαταστάσεων, η ανεπαρκής ή ακατάλληλη χωροταξία, η υπερβολική χρήση μεγάλων και αντιαισθητικών διαφημιστικών πινακίδων, καθώς και η κακή συντήρηση κτιρίων ή του εξωτερικού χώρου μπορεί να καταστήσει απωθητικό το περιβάλλον τόσο για τους τουρίστες όσο και για τους κατοίκους.

Συνωστισμός και συμφόρηση

Ο συνωστισμός των τουριστών, ιδιαίτερα στα δημοφιλή τουριστικά αξιοθέατα, και η κυκλοφοριακή συμφόρηση συντελούν στις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού και μπορεί να προκαλέσουν δυσαρέσκεια στους κατοίκους των τουριστικών περιοχών.

Προβλήματα χρήσης γης

Σύμφωνα με τις αρχές σωστού τουριστικού σχεδιασμού, δεν θα πρέπει να χρησιμοποιούνται για τουριστική ανάπτυξη τμήματα γης που είναι κατάλληλα για άλλες χρήσεις, όπως η γεωργία, η κατασκευή κατοικιών ή χώρων αναψυχής, καθώς και περιοχές που θα έπρεπε να κηρυχθούν διατηρητέες.

Διατάραξη της οικολογικής ισορροπίας

Διάφορα είδη οικολογικών προβλημάτων μπορεί να προκύψουν από την ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη – όπως η υπερβολική χρήση του ευαίσθητου φυσικού περιβάλλοντος από τους τουρίστες, η οποία ίσως καταλήξει σε οικολογική καταστροφή. Ορισμένα παραδείγματα είναι η καταστροφή ή η παρεμπόδιση της ανάπτυξης φυτών σε μια προστατευόμενη περιοχή ή ένα πάρκο, επειδή την επισκέπτονται πολλοί τουρίστες, καθώς και η συλλογή από τουρίστες (ή από ντόπιους προκειμένου να τα πουλήσουν σε επισκέπτες) σπάνιων ειδών από κοχύλια, κοράλλια, κελύφη από χελώνες κ.λπ., η οποία μπορεί να απειλήσει τη διατήρηση των αντίστοιχων ειδών. Επίσης, η καταστροφή και η θανάτωση κοραλλιών από σκάφη ή από άγκυρες σκαφών και δύτες (τα κοράλλια χρειάζονται δεκαετίες για να αναδημιουργηθούν), καθώς και αδικαιολόγητη αποξήρανση ελών, τα οποία μπορεί να έχουν είδη φυτών που είναι σημαντικά για την επιβίωση θαλάσσιων οργανισμών και την κυκλοφορία των υδάτων.

Περιβαλλοντικοί κίνδυνοι

Η κακή επιλογή της τοποθεσίας και η απρόσεκτη τεχνική κατασκευή τουριστικών εγκαταστάσεων μπορεί να προκαλέσει καθίζηση του εδάφους, πλημμύρες ή ιζηματοποίηση του βυθού των ποταμών και των παράκτιων περιοχών, εξαιτίας της μείωσης της βλάστησης, της παρεμπόδισης της ροής φυσικών καναλιών αποστράγγισης των υδάτων κ.λπ.

Καταστροφές σε ιστορικούς και αρχαιολογικούς χώρους

Η υπερβολική ή η κακή χρήση περιβαλλοντικά ευάλωτων αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων μπορεί να προκαλέσει την καταστροφή τους, εξαιτίας υπερβολικής φθοράς, δονήσεων ή βανδαλισμών.

Ακατάλληλη διάθεση αποβλήτων

Η ρύπανση του εξωτερικού περιβάλλοντος με σκουπίδια ή μπάζα αποτελεί συνηθισμένο πρόβλημα στις τουριστικές περιοχές, εξαιτίας του μεγάλου αριθμού επισκεπτών τους και εξαιτίας των δραστηριοτήτων στις οποίες εκείνοι εμπλέκονται. Η ακατάλληλη απόρριψη συμπαγών αποβλήτων από θέρετρα και ξενοδοχεία μπορεί να δημιουργήσει αφενός σκουπίδια κι αφετέρου προβλήματα υγείας, εξαιτίας μικροοργανισμών, ασθενειών ή μόλυνσης, καθώς και να καταστήσει αποθητικό το περιβάλλον.

Θετικές επιπτώσεις:

Αν σχεδιαστεί σωστά και τεθεί υπό έλεγχο, ο τουρισμός μπορεί να βοηθήσει ποικιλοτρόπως στη διατήρηση και τη βελτίωση του περιβάλλοντος.

Διατήρηση σημαντικών φυσικών χώρων

Ο τουρισμός μπορεί να δικαιολογήσει την παροχή και να αποτελέσει πηγή κονδυλίων για τη συντήρηση πάρκων, εξωτερικών χώρων αναψυχής και προστατευόμενων περιοχών, τα οποία διαφορετικά ίσως εγκαταλείπονταν σε φθορά, χάρη στη λειτουργία τους ως τουριστικά αξιοθέατα.

Προστασία αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων

Ο τουρισμός παρέχει το κίνητρο και βοηθά στην εξεύρεση πόρων για τη προστασία ιστορικών και αρχαιολογικών χώρων (καθώς αποτελούν τουριστικά αξιοθέατα), οι οποίοι διαφορετικά μπορεί να υποβαθμίζονταν και να καταστρέφονταν.

Βελτίωση της ποιότητας του περιβάλλοντος

Ο τουρισμός μπορεί να προσφέρει το κίνητρο για τον «καθαρισμό» του ευρύτερου περιβάλλοντος, μέσω του ελέγχου ποιότητας του αέρα και των υδάτων, της ηχορύπανσης, της απόρριψης σκουπιδιών κ.α. Επίσης, συντελεί στη βελτίωση της περιβαλλοντικής αισθητικής, μέσω προγραμμάτων διατήρησης του τοπίου, ελέγχων στα σχέδια των νέων κτιρίων, καλύτερης συντήρησής τους κ.λπ.

Αναβάθμιση του περιβάλλοντος

Αν και πρόκειται για περισσότερο «υποκειμενική» ωφέλεια, ο σωστός σχεδιασμός τουριστικών εγκαταστάσεων μπορεί να εμπλουτίσει ένα φυσικό ή αστικό περιβάλλον, το οποίο διαφορετικά θα ήταν βαρετό και δεν θα παρουσίαζε κανένα ενδιαφέρον.

Βελτίωση της υποδομής

Η τοπική υποδομή αεροδρομίων, οδικών δικτύων, συστημάτων ύδρευσης και αποχέτευσης, τηλεπικοινωνιών κ.λπ. συχνά βελτιώνεται μέσω της ανάπτυξης του τουρισμού, ο οποίος προσφέρει οικονομικά καθώς και περιβαλλοντικά οφέλη.

1.9. Αρχές και μέθοδοι περιβαλλοντικού σχεδιασμού

Οι αρχές και οι μέθοδοι περιβαλλοντικού σχεδιασμού πλέον έχουν εξελιχθεί και εφαρμόζονται ευρύτατα στην ανάπτυξη του τουρισμού, αν και όχι απαραίτητα σε κάθε προορισμό¹¹. Ορισμένες από τις βασικές πολιτικές περιβαλλοντικού σχεδιασμού που εφαρμόζονται σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο είναι οι ακόλουθες:

1. Η ανάπτυξη του τουρισμού με προσεκτικά σχεδιασμένο και ελεγχόμενο τρόπο και, όπου είναι απαραίτητο, ο καθορισμός ενός ανώτατου ορίου ανάπτυξης, τουλάχιστον για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο.
2. Η χρήση του τουρισμού ως μέσο προστασίας του περιβάλλοντος, ως πηγή χρηματοδότησης για τη συντήρηση περιοχών, καθώς και για τη διαχείριση συνολικά της ποιότητας του περιβάλλοντος.
3. Η χρήση ειδικών τεχνικών μάρκετινγκ για την προσέλκυση τουριστών που δείχνουν ευαισθησία σε οικολογικά θέματα, σέβονται το φυσικό περιβάλλον και φροντίζουν για την προστασία του όταν έρχονται σε επαφή μαζί του.

¹¹ Leonard J. Lickrish, Carson L. Jenkins, «Μια εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Κριτική, 2004.

4. Η διατήρηση ενός ήπιου ρυθμού τουριστικής ανάπτυξης, ο οποίος αφήνει ικανοποιητικά χρονικά περιθώρια για τον περιβαλλοντικό σχεδιασμό και την ανάπτυξη της αντίστοιχης περιοχής, καθώς και για την παρακολούθηση των επιπτώσεών της (δίνοντας παράλληλα χρόνο στους κατοίκους να προσαρμοστούν στις νέες δραστηριότητες που μπορεί να αναπτυχθούν).
5. Η συγκέντρωση των τουριστικών εγκαταστάσεων σε συγκεκριμένες τοποθεσίες (συνήθως με τη μορφή θέρετρων), για την αποδοτικότερη κατασκευή της απαιτούμενης υποδομής, η οποία θα μειώσει τις πιθανότητες περιβαλλοντικής μόλυνσης και θα παρέχει την ευκαιρία για ολοκληρωμένο περιβαλλοντικό σχεδιασμό και αναπτυξιακούς ελέγχους, προκειμένου να περιοριστούν οι πιθανές περιβαλλοντικές συνέπειες.
6. Η σταδιακή ανάπτυξη έτσι ώστε όταν κορεστεί μια τοποθεσία (ή κάποιο τουριστικό αξιοθέατο), να αναπτυχθούν άλλες τουριστικές περιοχές, όπου θα κατευθυνθεί μια μερίδα τουριστών.
7. Η χρήση διάφορων μεθόδων για τη μείωση της εποχικής υπέρμετρης χρήσης των τουριστικών εγκαταστάσεων και αξιοθέατων όταν ξεπερνώνται τα όρια κορεσμού.
8. Η μελέτη εναλλακτικών στρατηγικών τουριστικής ανάπτυξης, όπως:
 - ❖ Ο ποιοτικός τουρισμός, ο οποίος προβλέπει εξαιρετικά ελεγχόμενη ανάπτυξη και επιλεκτικό μάρκετινγκ, το οποίο απευθύνεται σε ευκατάστατους ταξιδιώτες, υψηλές τουριστικές δαπάνες.
 - ❖ Ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων, ο οποίος απαιτεί περιορισμένη εξειδικευμένη υποδομή και απευθύνεται επιλεκτικά σε σχετικά μικρό αριθμό τουριστών.
 - ❖ Ο τουρισμός σε χωριά, ο οποίος προβλέπει την ανάπτυξη υπηρεσιών και εγκαταστάσεων μικρής κλίμακας μέσα ή κοντά σε χωριά, τις οποίες κατέχουν και διαχειρίζονται οι κάτοικοί τους.
 - ❖ Ο τουρισμός σε φάρμες ή αγροκτήματα. Σε αυτή τη περίπτωση οι τουρίστες καταλύουν στη φάρμα ή στο αγρόκτημα και συμμετέχουν σε δραστηριότητες της περιοχής.
 - ❖ Τα ταξίδια όπου οι τουρίστες είτε καταλύουν σε οικογένειες που μένουν μόνιμα στον προορισμό είτε σε κάποια σπίτια ανθρώπων με παρόμοια επαγγελματική απασχόληση.

Υπάρχουν διάφορες αρχές περιβαλλοντικού σχεδιασμού, οι οποίες θα πρέπει να εφαρμόζονται για την ανάπτυξη ξενοδοχείων και θέρετρων. Συνοπτικά αυτές περιλαμβάνουν τα ακόλουθα σημεία:

1. Την προστασία κάθε σημαντικού ή ενδιαφέροντος ιστορικού, πολιτιστικού και αρχαιολογικού τόπου.
2. Την προστασία κάθε σημαντικού ή σπάνιου οικοσυστήματος, όπως ορισμένοι βιότοποι, περιοχές άγριων ζώων, είδη βλάστησης, ασυνήθιστοι γεωλογικοί σχηματισμοί κ.λπ.
3. Τη διατήρηση στον μεγαλύτερο δυνατό βαθμό των δασοφόρων εκτάσεων και την ενσωμάτωσή τους στο σχεδιασμό της περιοχής.

4. Τον καθορισμό περιοχών με περιβαλλοντικούς περιορισμούς, όπως οι απότομες πλαγιές που προκαλούν εύκολα πλημμύρες και τα σαθρά εδάφη, ως περιοχές που απαγορεύεται ή πρέπει να περιορίζεται η ανάπτυξη. Αυτές μπορούν να χρησιμοποιηθούν στη συνέχεια ως πάρκα και χώροι αναψυχής στον σχεδιασμό της περιοχής.
5. Την προώθηση αρχών λειτουργικών σχέσεων ανάμεσα σε περιοχές, με διαφορετικές χρήσεις γης π.χ. ξενοδοχεία κοντά ή σε κοντινή απόσταση από ακτές, εμπορικά κέντρα κ.λπ.
6. Όσον αφορά στην ανάπτυξη θέρετρων σε αγροτικές περιοχές, τη χρήση των ανοιχτών χώρων και της αρχιτεκτονικής τοπίου, για τη συγκρότηση περιοχών όπως τα πάρκα, οι οποίες αναδεικνύουν το φυσικό τους τοπίο.
7. Την ενσωμάτωση του οδικού δικτύου στο σχεδιασμό της περιοχής και τη χρήση μονοπατιών ή ηλεκτρικών αυτοκινήτων και λεωφορείων, όπου αυτό είναι δυνατό.
8. Τον προσεκτικό σχεδιασμό της περιοχής, έτσι ώστε να διατηρείται η θέα και η καθαρή ατμόσφαιρά της και να μην επηρεάζεται από δυσάρεστους ανέμους.
9. Τις ειδικές περιβαλλοντικές μελέτες και το σχεδιασμό πριν από την υλοποίηση των έργων, όπως η κατασκευή μόλων που επεκτείνονται μέσα στη θάλασσα.
10. Την επιβολή αναπτυξιακών προτύπων (τα οποία συνήθως επισημαίνονται στους κανονισμούς ζωνοποίησης της περιοχής), όπως τα ακόλουθα:
 - ❖ Ο καθορισμός ενός μέγιστου αριθμού καταλυμάτων ανά εκτάριο ή τετραγωνικό μέτρο, έτσι ώστε η περιοχή να μην αναπτυχθεί υπερβολικά και να υπάρξει περιθώριο για την ανάπτυξη του φυσικού περιβάλλοντος, καθώς και για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων αναψυχής. Η πυκνότητα των καταλυμάτων θα εξαρτηθεί από τον τύπο τους και από τα χαρακτηριστικά του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής.
 - ❖ Ο καθορισμός της μέγιστης έκτασης γης όπου μπορούν να κατασκευαστούν κτίρια κι άλλες εγκαταστάσεις, προκειμένου να διατηρηθεί ο φυσικός χαρακτήρας της περιοχής και να μην επηρεάζεται το τοπίο.
 - ❖ Ο καθορισμός ενός μέγιστου ύψους για κτίρια, έτσι ώστε να εναρμονίζονται με το περιβάλλον.
 - ❖ Ο καθορισμός ικανής απόστασης μεταξύ των κτιρίων και της παραλίας, προκειμένου να διατηρηθεί η φυσική εμφάνισή της, να μειωθεί ο κίνδυνος διάβρωσης των κτιρίων από τα νερά, αλλά και να διατίθεται ικανοποιητικό τμήμα των ακτών στους τουρίστες και στο κοινό.
 - ❖ Ο καθορισμός ικανής απόστασης ανάμεσα σε μεγάλες κτιριακές εγκαταστάσεις και στον δρόμο, στα βασικά αξιοθέατα και τα υπόλοιπα κτίρια (η παροχή ελεύθερης πρόσβασης σε παραλίες και αξιοθέατα είναι σημαντική από κοινωνικής απόψεως).
11. Την επιβολή κανονισμών σχετικά με την τουριστική υποδομή, ιδίως όσον αφορά:
 - ❖ στο σύστημα παροχής πόσιμου νερού,
 - ❖ στο αποχετευτικό δίκτυο,
 - ❖ στην υγιεινή αποκομιδή των σκουπιδιών,
 - ❖ στο επαρκές σύστημα τηλεπικοινωνιών,
 - ❖ στη σωστή κατασκευή και συντήρηση δρόμων και μονοπατιών,
 - ❖ στην παροχή αρκετών περιφερειακών χώρων στάθμευσης.

1.10. Αρχιτεκτονικός σχεδιασμός

Ο σωστός αρχιτεκτονικός σχεδιασμός των τουριστικών εγκαταστάσεων είναι απαραίτητος για να επιτευχθεί η εναρμόνισή τους με το φυσικό περιβάλλον. Βέβαια, ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός δεν μπορεί και δεν πρέπει να περιορίζεται θεσμικά, ενώ ο αρχιτέκτονας πρέπει να έχει ένα περιθώριο ευελιξίας, προκειμένου να εξασκήσει τη δημιουργικότητά του. Ωστόσο, μπορούν να εφαρμοσθούν ορισμένες γενικές αρχές αρχιτεκτονικού σχεδιασμού. Το αρχιτεκτονικό σχέδιο οφείλει να αντικατοπτρίζει το φυσικό περιβάλλον. Για παράδειγμα, στις τροπικές και υποτροπικές περιοχές θα πρέπει να δίνεται έμφαση στη σχέση εσωτερικών και εξωτερικών χώρων και να χρησιμοποιούνται όσο το δυνατό περισσότερο τοπικά και φυσικά υλικά κατασκευής. Το σχέδιο θα πρέπει να αντιπροσωπεύει τους τοπικούς, ιστορικούς και παραδοσιακούς αρχιτεκτονικούς ρυθμούς και μοτίβα, κυρίως όσον αφορά στις σκεπές των κτιρίων, παρ' όλο που το εσωτερικό τους μπορεί κάλλιστα να είναι σύγχρονο από λειτουργικής πλευράς. Το χρώμα των κτιρίων θα πρέπει να είναι απαλό και συμβατό με φάσμα των χρωμάτων του φυσικού περιβάλλοντος, ενώ θα πρέπει να αποφεύγονται οι επιφάνειες που δημιουργούν αντικατοπτρισμούς. Η χρήση διαφημιστικών πινακίδων θα πρέπει να ελέγχεται αυστηρά.

Η σωστή διαμόρφωση του τοπίου είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ανάπτυξη των τουριστικών εγκαταστάσεων, ο ρόλος της είναι βασικός όσον αφορά στα θέρετρα σε περιοχές την υπαίθρου, καθώς βάσει αυτής μπορούν να παρέχουν στους επισκέπτες ελκυστικό περίγυρο και να ενσωματώσουν την ανάπτυξη στο φυσικό περιβάλλον. Ας σημειωθεί ότι οι αρχιτέκτονες τοπίου χρησιμοποιούν ειδικές αρχές αρχιτεκτονικού σχεδιασμού για τις τουριστικές εγκαταστάσεις.

Στο σχεδιασμό των τουριστικών εγκαταστάσεων θα πρέπει να ενσωματώνονται και οι τεχνικές μείωσης των ενεργειακών αναγκών. Γενικά, η προσεκτική επιλογή της θέσης και ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός κτιρίων μπορεί να μειώσει σημαντικά το ποσό της απαιτούμενης ενέργειας για τη θέρμανση ή τη χρήση κλιματιστικών μηχανημάτων.

Σε ορισμένες περιοχές η ανάπτυξη τουριστικών εγκαταστάσεων αναπόφευκτα θα διαταράξει την ισορροπία του οικοσυστήματος. Σε αυτές τις περιπτώσεις, στον περιβαλλοντικό σχεδιασμό θα πρέπει να προτείνονται τρόποι ώστε να ανακτάται εκ νέου η οικολογική ισορροπία και σταθερότητα, προκειμένου να αποφευχθούν μελλοντικά περιβαλλοντικά προβλήματα.

1.11. Περιβαλλοντικός σχεδιασμός των τουριστικών εγκαταστάσεων

Ο περιβαλλοντικός σχεδιασμός των εθνικών πάρκων και των διατηρητέων περιοχών θεωρείται ειδικός τύπος σχεδιασμού¹². Οφείλει να βασίζεται στην εις βάθος περιβαλλοντική ανάλυση της πανίδας, της χλωρίδας, των γεωλογικών και φυσικών χαρακτηριστικών, καθώς και των διάφορων οικοσυστημάτων της περιοχής. Στο πλαίσιο του, θα πρέπει να λαμβάνεται εξ αρχής η απόφαση για το αν θα πρόκειται για ζώνη πολλαπλών χρήσεων, δηλαδή τόσο διατήρησης του οικοσυστήματος όσο και της αναψυχής, ή για περιοχή αποκλειστικά περιβαλλοντικής προστασίας, όπως ένας εθνικός δρυμός. Και στις δύο περιπτώσεις απαραίτητο είναι να καταρτιστεί ένα σχέδιο

¹² Leonard J. Lickrish, Carson L. Jenkins, «Μια εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Κριτική, 2004.

διαχείρισης, το οποίο ίσως να προβλέπει το χωρισμό ίσως σε ζώνες του πάρκου ή του δρυμού, προκειμένου να καθορίσει τις καταλληλότερες περιοχές για την ανάπτυξη εγκαταστάσεων για τους επισκέπτες και άλλων εγκαταστάσεων ελεγχόμενης χρήσης. Θα πρέπει να αποφασιστεί αν θα επιτρέπεται η διανυκτέρευση και άλλες εντατικές χρήσεις του περιβάλλοντος του πάρκου, καθώς και το αν αυτές θα εκτυλίσσονται μέσα στα όρια του ή έξω από αυτό. Γενικότερα, οι εγκαταστάσεις εντατικής χρήσης δεν θα πρέπει να τοποθετούνται κοντά στα μεγαλύτερα αξιοθέατα του πάρκου, παρόλο που στο σχεδιασμό τους μπορεί να προβλέπεται η θέα προς αυτά. Η σωστή χρήση των εθνικών πάρκων από τους επισκέπτες είναι εξαιρετικά σημαντική, ώστε να μην καταστρέφονται ή υποβαθμίζονται τμήματα του φυσικού περιβάλλοντος.

Ο περιβαλλοντικός σχεδιασμός των πολιτιστικών αξιοθέατων, όπως τα αρχαιολογικά και ιστορικά μνημεία ιδιαίτερα στην ύπαιθρο, πρέπει να προβλέπει τη διατήρηση ανοιχτών χώρων σε φυσική κατάσταση γύρω από το αξιοθέατο, έτσι ώστε να το εκτιμούν πλήρως οι επισκέπτες και να μην υποβαθμίζεται από γειτονική ασύμβατη ανάπτυξη. Ένα παράδειγμα ικανοποιητικού σχεδιασμού σημαντικών πολιτιστικών μνημείων είναι το συγκρότημα των Μποραμπουντούρ στην Ιάβα, οι οποίοι ανακαινίστηκαν και αναδείχθηκαν σε εθνικό αρχαιολογικό πάρκο. Στο σχεδιασμό αυτού του πάρκου προβλεπόταν η διατήρηση ανοιχτού χώρου κοντά στο μνημείο, η απομάκρυνση των εγκαταστάσεων για τους επισκέπτες (οι οποίες όμως διατηρήθηκαν σε απόσταση που να καλύπτεται με τα πόδια) και ο έλεγχος της χρήσης της γης σε ολόκληρη τη γύρω περιοχή.

1.12. Εκτίμηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

Εξαιτίας της αυξανόμενης ανησυχίας για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της ανάπτυξης, αναπτύχθηκε η τεχνική Εκτίμησης των Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων (Environmental Impact Assessment – EIA), η οποία στοχεύει στον καλύτερο υπολογισμό του αντίκτυπου των προτεινόμενων αναπτυξιακών έργων, όπως τα σχέδια τουριστικής ανάπτυξης¹³. Η EIA περιλαμβάνει συγκεκριμένα στάδια και μπορεί να ενσωματωθεί στη διαδικασία έγκρισης κάθε αναπτυξιακού σχεδίου. Αποτελεί εξαιρετικά χρήσιμη τεχνική για την πλήρη εκτίμηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των προτεινόμενων σχεδίων και μπορεί να λειτουργήσει ως βάση για οποιεσδήποτε αναγκαίες προσαρμογές στα σχέδια αυτά.

Ακολουθεί ένας οδηγός των πιθανών περιβαλλοντικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης, ο οποίος παρέχει κατευθυντήριες γραμμές στους σχεδιαστές της. Ο οδηγός αυτός δεν αναφέρεται στις οικονομικές ή στις κοινωνικό – πολιτιστικές επιπτώσεις της ανάπτυξης.

Οδηγός των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης

Οι επιπτώσεις που αναφέρονται στη συνέχεια έχουν ταξινομηθεί ανάλογα με τη σπουδαιότητά τους:

1. Ατμοσφαιρική ρύπανση.
2. Μόλυνση των επιφανειακών υδάτων, όπως τα ποτάμια, τα ρυάκια, οι λίμνες και τα παράκτια ύδατα.

¹³ Leonard J. Lickrish, Carson L. Jenkins, «Μια εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Κριτική, 2004.

3. Μόλυνση των υπόγειων υδάτων.
4. Μόλυνση του πόσιμου νερού.
5. Ηχορύπανση, τόσο γενικά όσο και σε περιόδους αιχμής του τουρισμού.
6. Προβλήματα στην αποκομιδή των απορριμμάτων.
7. Αποχέτευση και πλημμύρες.
8. Διατάραξη της οικολογικής ισορροπίας του εδάφους και των υδάτων, συμπεριλαμβανομένων και περιοχών χλωρίδας και πανίδας.
9. Προβλήματα στη χρήση της γης και την κυκλοφορία σε περιοχές γειτονικές σε αυτή που αναπτύσσεται τουριστικά.
10. Προβλήματα στη χρήση της γης και την κυκλοφορία στις περιοχές τουριστικού σχεδιασμού.
11. Υπερσυγκέντρωση πεζών και αυτοκινήτων, τόσο γενικά όσο και σε περιόδους αυξημένης τουριστικής κίνησης.
12. Προβλήματα αισθητικής του τοπίου.
13. Προβλήματα ηλεκτρικής ενέργειας και τηλεπικοινωνιών.
14. Προβλήματα υγείας που σχετίζονται με το περιβάλλον, όπως η ελονοσία και η χολέρα.
15. Καταστροφές σε ιστορικά, αρχαιολογικά και πολιτιστικά μνημεία.
16. Καταστροφές σε σημαντικά και ελκυστικά χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος, όπως τα μεγάλα δέντρα.
17. Διάβρωση και καθίζηση του εδάφους.
18. Αύξηση των πιθανών καταστροφών εξαιτίας περιβαλλοντικών κινδύνων, όπως σεισμοί, ηφαιστειακές καταστροφές και καταιγίδες.

Ύστερα από την αξιολόγηση καθεμιάς απ' τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της ανάπτυξης, θα ήταν χρήσιμο να καταρτιστεί μια «μήτρα αξιολόγησης» (evaluation matrix). Εκεί θα συνοψίζονται και θα συνθέτονται οι επιπτώσεις αυτές, έτσι ώστε να είναι εφικτή η συνολική αξιολόγησή τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

2.1. Έννοια του εναλλακτικού τουρισμού

Όπως ο ορισμός του τουρισμού, έτσι και ο ορισμός του εναλλακτικού τουρισμού έχει δεχθεί, κατά καιρούς, ποικίλες ερμηνείες, πολλές από τις οποίες είναι λανθασμένες. Σε μια γενικότερη εξέταση του όρου του εναλλακτικού τουρισμού, παρατηρούμε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται ως μία εναλλαγή της τουριστικής μαζικοποίησης. Συνεπώς, οι εναλλακτικοί τουρίστες αντιτίθενται στις μέχρι τώρα παραδοσιακές μορφές τουριστικής ανάπτυξης που εστιάζονταν κυρίως στο τρίπτυχο ήλιος, θάλασσα και σεξ (3S' s – sea, sun and sex)¹. Ο εναλλακτικός τουρισμός προσδιορίζεται από εκείνες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες συνδέονται με τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές κοινοτικές αξίες που επιτρέπουν τόσο στους «οικοδεσπότες» όσο και στους «φιλοξενούμενους» να υφίστανται τις θετικές αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες. Ο εναλλακτικός τουρισμός όπως και η «αειφόρος ανάπτυξη» είναι έννοιες που χρησιμοποιήθηκαν ευρύτατα τα τελευταία χρόνια, καθότι εισάγουν καινούργια προσέγγιση και φιλοσοφία σε ένα παλιό πρόβλημα, προϋποθέτοντας εκδήλωση ενεργού ενδιαφέροντος εκ μέρους τόσο των «φιλοξενούμενων» όσο και των «οικοδεσποτών». Ωστόσο δεν υπάρχει ένας ορισμός του εναλλακτικού τουρισμού αποδεκτός σε διεθνές επίπεδο από όλους εκείνους που με τον έναν ή με τον άλλο τρόπο εμπλέκονται στην υπόθεση της «βιομηχανίας» του τουρισμού. Ορισμένοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι οποιαδήποτε άλλη μορφή εκτός από το μαζικό τουρισμό αποτελεί τον εναλλακτικό τουρισμό, ο οποίος υπόσχεται στους τουρίστες κάτι διαφορετικό από το μαζικό τουρισμό ενώ άλλοι προσπαθούν να τον ταξινομήσουν, διαφοροποιώντας κυρίως τα άτομα ή τις καταστάσεις στα οποία αναφέρεται.

Υπάρχει όμως ένας αριθμός συνισταμένων του εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες είναι γενικά αποδεκτές: Η πρώτη αφορά το γεγονός ότι ο εναλλακτικός τουρισμός εφαρμόζεται σε εκείνες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες δεν καταστρέφουν το περιβάλλον και δεν επιφέρουν τις αρνητικές επιπτώσεις που προκαλεί ο μαζικός τουρισμός στις περιοχές που αναπτύσσεται.

Η δεύτερη αναφέρεται στο ότι ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρήθηκε, μικρή κλίμακα ανάπτυξης του τουρισμού, που προέρχεται και οργανώνεται από τον τοπικό πληθυσμό ή του τοπικούς φορείς (ενδογενούς ανάπτυξη). Ο τρόπος αυτός της ανάπτυξης αφενός επιφέρει λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις- κοινωνικές και πολιτισμικές- και αφετέρου έχει μεγαλύτερες πιθανότητες ευνοϊκής αποδοχής από τον τοπικό πληθυσμό από ότι ο μαζικός τουρισμός.

Η τρίτη αφορά στο γεγονός ότι μερικές μορφές τουρισμού θεωρούνται εναλλακτικές, διότι δεν εκμεταλλεύονται τον τοπικό πληθυσμό. Συγκεκριμένα, τα οικονομικά οφέλη

¹ Ανδριώτης, Κ., «Αειφορία: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Ηράκλειο 2006.

από τις τουριστικές δραστηριότητες διοχετεύονται κυρίως προς τους μόνιμους κάτοικους της περιοχής ή προς τις μειονεκτικές περιοχές και όχι προς τις πόλεις ή τις άλλες χώρες, όπως συμβαίνει με το μαζικό τουρισμό.

Τέλος ο τουρισμός που δεν καταστρέφει τον πολιτισμό της κοινωνίας υποδοχής συνήθως ονομάζεται εναλλακτικός, διότι εκτός των άλλων προσπαθεί ενεργά να ενθαρρύνει το σεβασμό προς την πολιτισμική πραγματικότητα δια μέσου της εκπαίδευσης, της επιμόρφωσης και γενικότερα των οργανωμένων «συναντήσεων».

2.2 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού

2.2.1. Αγροτουρισμός

Για την έννοια του αγροτουρισμού έχουν δοθεί πολλοί χαρακτηρισμοί όπως π.χ. τουρισμός υπαίθρου, αγροτικός τουρισμός, πράσινος τουρισμός κ.λπ.² Ο αγροτουρισμός ως τουριστική δραστηριότητα εμφανίζεται στις αγροτικές περιοχές με την μορφή τουριστικών καταλυμάτων (ενοικιαζόμενα δωμάτια ή παραδοσιακοί οικισμοί), τα οποία είναι κατάλληλα εναρμονισμένα με τα οικεία χαρακτηριστικά περιβάλλοντος τους με σκοπό την εξυπηρέτηση τις ανάγκες της μορφής αυτής του τουρισμού.

Τα άτομα αυτά τα οποία χρησιμοποιούν αυτή την μορφή τουρισμού είναι συνήθως μορφωμένα, ηλικιωμένοι ή ερευνητές που η οικονομική τους δυνατότητα είναι μεγάλη για το λόγο ότι βρίσκονται σε ένα στάδιο της ζωής στο οποίο επιβαρύνονται από τις οικογενειακές δαπάνες αλλά και από άτομα με χαμηλό εισόδημα. Η διάρκεια των διακοπών ποικίλει ανάλογα με την επιθυμία των επισκεπτών και μπορεί να μεταβληθεί π.χ. μπορεί να είναι ένα Σαββατοκύριακο μέχρι 10-30 μέρες. Ο αγροτουρισμός είναι αντί - εποχικός και παρακολουθεί όλες τις φάσεις της Γεωργίας με τις συνεπαγόμενες εκδηλώσεις της αγροτικής ζωής. Η προέλευση των ατόμων είναι κυρίως από το εσωτερικό της Χώρας αλλά υπάρχουν και οι «εξωτερικοί τουρίστες» (από άλλη Χώρα). Οι τόποι όπου βρίσκονται τα αγροτουριστικά καταλύματα είναι κοντά στα μεγάλα αστικά κέντρα ενώ οι προσβάσεις σε αυτές γίνονται είτε με ιδιωτικά τους αυτοκίνητα είτε με Δημόσιες συγκοινωνίες.

Ο αγροτικός οικοδεσπότης παρέχει στον φιλοξενούμενο – τουρίστα στέγη στην παραδοσιακή της μορφή έτσι ώστε να τον κάνει να αισθανθεί ως κάτοικος της υπαίθρου. Η διαδεδομένη αυτή μορφή τουρισμού δίνει την δυνατότητα στον επισκέπτη να συμμετέχει και αυτός όπως τον ντόπιο αγρότη, στην παραγωγική διαδικασία των αγροτικών προϊόντων π.χ. της ντομάτας, της πατάτας, οπωροκηπευτικών προϊόντων, την ανταλλαγή τεχνογνωσίας μέσα από εκπαιδευτικά σεμινάρια για τον τρόπο καλλιέργειας και συγκομιδής και τέλος από την δοκιμή φρούτων ή χυμών, δηλαδή απόλαυση προϊόντων κατευθείαν από τη φύση. Ο αγροτουρισμός μπορεί να συνδυάσει και άλλες μορφές τουρισμού όπως του φυσιολατρικού, ορειβατικού, κυνηγετικού κ.λπ.

Για να εφαρμοστεί ο αγροτουρισμός σε μια περιοχή απαιτούνται και κάποιες προϋποθέσεις όπως:

- ❖ Παραγωγή: Υλικοτεχνική υποδομή για τις δραστηριότητες του αγροτουρισμού.

² Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

- ❖ Υποδομή μόνιμων τουριστικών καταλυμάτων: Ενοικιαζόμενα δωμάτια σε αγροτικές κατοικίες, ξενώνες, παραδοσιακοί οικισμοί, πρόγραμμα οργανωμένων συγκροτημάτων παραδοσιακών σπιτιών.
- ❖ Συμπληρωματική υποδομή αγροτουρισμού.
- ❖ Κατάρτιση, έρευνα και εκπαίδευση.
- ❖ Φορείς και υπηρεσίες οργάνωσης της υποδομής.
- ❖ Πρόγραμμα για την προστασία και ανάπτυξη χειροτεχνικών και καλλιτεχνικών δραστηριοτήτων στον αγροτικό χώρο.

Ο αγροτουρισμός ως μορφή ήπιου τουρισμού διακρίνεται ιδιαίτερα λόγω της ελληνικής πλούσιας αγροτικής ζωής που χαρακτηρίζεται από μια ποικιλία προϊόντων. Δίνει τη δυνατότητα και την ευκαιρία στις περιοχές που δεν έχουν αξιοποιηθεί τουριστικά να προβάλλουν το φυσικό τους περιβάλλον και την πολιτιστική τους παράδοση. Παράλληλα λειτουργεί και ως συμπληρωματικό εισόδημα για τον ντόπιο πληθυσμό ενώ για τους επισκέπτες δίδεται η δυνατότητα να έρθουν πιο κοντά και άμεσα με την φύση (Φύση, Φιλία, Φιλοξενία).

Κάθε αγροτουριστική ανάπτυξη πρέπει να επιτυγχάνει το σημείο ισορροπίας ανάμεσα στις ανάγκες και παροχές των επισκεπτών και του οφέλους των αγροτών, και να γίνεται σύμφωνα με τις αρχές της αειφορίας.

Κάθε μορφή βιομηχανοποίησής του κυρίως από τουριστικούς επιχειρηματίες, οι οποίοι ενδιαφέρονται μόνο για το κέρδος και όχι για την ανάπτυξή του και η εμπορευματοποίηση των αγροτουριστικών προϊόντων τον οδηγούν στον εκφυλισμό του.

2.2.2. Πολιτιστικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι η ήπια τουριστική δραστηριότητα που έχει στόχο την ανάδειξη και αξιοποίηση και προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς και των ιστορικών και αρχαιολογικών μνημείων για την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή³. Συνεπώς δίδεται η δυνατότητα στον επισκέπτη να έρθει σε επαφή και γνωριμία με το πολιτιστικό πλούτο του τουριστικού προορισμού και την συμμετοχή και παρακολούθηση των πολιτιστικών εκδηλώσεων που απορρέουν από αυτόν.

Αυτό εκδηλώνεται συνήθως με επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, ιστορικά μνημεία, παραδοσιακούς οικισμούς, κτίρια με ιδιαίτερη αρχιτεκτονική, παρακολούθησεις συναυλιών, θεάτρων, όπερας, παραδοσιακών χορών και τραγουδιών, θεατρικών παραστάσεων και τέλος με την συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις όπως π.χ. πανηγύρια, κοινωνικές και πολιτιστικές δραστηριότητες κ.λπ.

Ο πολιτιστικός τουρισμός, ως ήπια μορφή τουρισμού, συνδέεται και με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού και έχει με αυτές σχέσεις αλληλεξάρτησης ή αλληλοσυμπλήρωσης, όπως π.χ. τον *αγροτουρισμό* (παραδοσιακοί οικισμοί, τοπικά ήθη και έθιμα, τρόπο της αγροτικής ζωής, τοπική ενδυμασία κ.α.), τον *θρησκευτικό τουρισμό*, αφού η θρησκεία αποτελεί στοιχείο του πολιτισμού (εκκλησίες, μοναστήρια, τελετές), τον *περιπατητικό τουρισμό* (Ευρωπαϊκά μονοπάτια E4, E6, E8, τοπικά μονοπάτια), *εκπαιδευτικός τουρισμός* (μέσα από επαφές με πανεπιστήμια, σεμινάρια, οργάνωση δικτύων και πολιτιστικών ανταλλαγών επιστημόνων, έλευση αρχαιολόγων για

³ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

ανασκαφές), *τουρισμό πόλεων*(επισκέψεις – γνωριμία με τα πολιτιστικά στοιχεία της πόλης κ.λπ.), *αθλητικό τουρισμό* και *τουρισμό υγείας*.

Τα χαρακτηριστικά της πελατείας αυτής είναι:

- ❖ Μέσης και μεγάλης ηλικίας
- ❖ Υψηλό οικονομικό επίπεδο
- ❖ Υψηλό μορφωτικό επίπεδο
- ❖ Ενδιαφέρον για τον πολιτισμό, τα ήθη και έθιμα άλλων λαών, τα γράμματα, τις τέχνες, τις λαϊκές παραδόσεις που προϋπάρχουν και δεν δημιουργείται από τις εμπειρίες τους.

Η Ελλάδα θεωρείται ένας από τους καλύτερους και πιο πλούσιους πολιτιστικούς τουριστικούς προορισμούς και προσελκύει μεγάλο αριθμό τουριστών κάθε χρόνο.

2.2.3. Εκπαιδευτικός ή Μορφωτικός τουρισμός

Ο τουρισμός αυτής της κατηγορίας απευθύνεται σε όλο το εύρος του εκπαιδευτικού συστήματος και ο αντικειμενικός του σκοπός είναι η μάθηση, δηλαδή η γνωριμία με την ιστορία (ιστορικά και λαογραφικά στοιχεία), το φυσικό περιβάλλον(πανίδα και χλωρίδα), την αρχιτεκτονική κ.λπ⁴.

Εξαιτίας του μορφωτικού του χαρακτήρα, η τουριστική του πελατεία αποτελείται κυρίως από νέους (μαθητές – σπουδαστές – φοιτητές), οι οποίοι ταξιδεύουν και κάνουν τουρισμό με την μαθησιακή τους ιδιότητα. Επίσης, ο τουρισμός αυτός λειτουργεί συμπληρωματικά και με άλλες μορφές τουρισμού, όπως αγροτουρισμό, πολιτιστικό, περιπατητικό, φυσιολατρικό κ.λπ.

2.2.4. Φυσιολατρικός – Περιπατητικός τουρισμός

Η μορφή αυτή του τουρισμού προσανατολίζεται στην επαφή – γνωριμία και την ανάδειξη των φυσικών πόρων μιας περιοχής μέσα από την ανάπτυξη μιας σειράς δραστηριοτήτων όπως π.χ. επισκέψεις ή περιπάτους σε βιότοπους, ηφαίστεια, σπήλαια, μνημεία της φύσης, θερμοπηγές κ.λπ⁵.

Με τον φυσιολατρικό τουρισμό ο επισκέπτης – τουρίστας έχει την δυνατότητα να έρθει σε επαφή με την πανίδα και χλωρίδα και την γεωμορφολογία μιας περιοχής και να αποκτήσει την αντίστοιχη γνώση για αυτά.

Η μορφή του τουρισμού αυτού συνδέεται και με άλλες μορφές όπως τον περιπατητικό – ορειβατικό τουρισμό, με τον πολιτιστικό και με τον μορφωτικό – εκπαιδευτικό. Η μορφή του είναι αντί - εποχική και η πελατεία του προέρχεται από όλες τις βαθμίδες του πληθυσμού.

2.2.5. Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας

⁴ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

⁵ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

Αυτή η ήπια μορφή του τουρισμού χαρακτηρίζεται ως το πιο ευαίσθητο κομμάτι της τουριστικής αγοράς. Το γεγονός αυτό δημιουργεί την αντίστοιχη ευθύνη για τους κατά κύριο λόγο για τους τουριστικούς επιχειρηματίες ως προς την προσφορά υπηρεσιών προς την εξειδικευμένη αυτή τουριστική αγορά⁶.

Το μέγεθος της πελατείας του είναι πολύ μεγάλο (ιδιαίτερα από συνταξιούχους, οι οποίοι αναζητούν ήπια κλίματα, κυρίως εκτός των μεγάλων πόλεων) για λόγους υγείας.

2.2.6. Κοινωνικός τουρισμός

Ο τουρισμός ως κοινωνικό αγαθό έγινε και ανάγκη για όλους τους ανθρώπους. Αυτή την απαίτηση και ανάγκη έρχεται να υπηρετήσει ο κοινωνικός τουρισμός ο οποίος απευθύνεται σε όλα τα στρώματα του πληθυσμού και ιδιαίτερα σε εκείνα με χαμηλά εισοδήματα⁷.

Πρόκειται ιδιαίτερα σε ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού όπως π.χ. σε ανέργους, άτομα με ειδικές ανάγκες, πολύτεκνους, γυναίκες και άνδρες εν χηρεία, πρόσφυγες και γενικότερα σε άτομα με ιδιαίτερα οικονομικά προβλήματα, οι οποίοι αποτελούν τους δικαιούχους του κοινωνικού τουρισμού.

Οι φορείς που επιδοτούν και υποστηρίζουν το πλαίσιο ανάπτυξής τους είναι σε ευρωπαϊκό επίπεδο η Ε.Ε., σε εθνικό επίπεδο ο Ε.Ο.Τ., η εργατική εστία και η Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς, σε περιφερειακό επίπεδο οι Νομαρχίες και τέλος σε τοπικό επίπεδο οι Ο.Τ.Α. (Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης) με την συμπληρωματική υποστήριξη των αναπτυξιακών εταιριών τους.

Η επιδότηση του κοινωνικού τουρισμού καλύπτει όλες τις δαπάνες του ταξιδιού (έξοδα μεταφοράς, διαμονής, διατροφής, εκδρομών κ.λπ.). Επίσης σε ορισμένες περιπτώσεις έχουμε και χορήγηση επιδόματος διακοπών.

2.2.7. Θαλάσσιος τουρισμός

Αποτελεί μια από τις σημαντικότερες μορφές ήπιου τουρισμού κυρίως σε χώρες που το συγκριτικό τους πλεονέκτημα είναι η θάλασσα. Περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως π.χ. θαλάσσιες περιηγήσεις, και το ναυτικό αθλητισμό.

Η πραγματοποίηση αυτών των δραστηριοτήτων γίνεται μέσα από διάφορους τύπους σκαφών (κρουαζιερόπλοια, θαλαμηγούς, φουσκωτά, ιστιοφόρα), τους χώρους ελλιμενισμού (μαρίνες), και τις υπηρεσίες που παρέχονται σε αυτές (φύλαξη, παροχή καυσίμων, καταστήματα ναυτιλιακών ειδών)⁸.

Οι μεγάλες αγορές για τις κρουαζιέρες είναι η Καραϊβική, η Μεσόγειος, τα Αρχιπέλαγα της Ινδονησίας και Πολυνησίας, η Βόρειος Θάλασσα. Η οργάνωσή της γίνεται από τους αντίστοιχους tour operators. Αυτή η τουριστική δραστηριότητα χαρακτηρίζεται για την πολυτέλεια άνεση και χλιδή και διαθέτει ένα αυστηρό

⁶ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

⁷ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

⁸ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

πρόγραμμα. Ο θαλάσσιος τουρισμός με τις κρουαζιέρες συνδυάζεται και με άλλες μορφές τουρισμού όπως τον θρησκευτικό τουρισμό, πολιτιστικό τουρισμό, αφού το πρόγραμμα της κρουαζιέρας διαθέτει επισκέψεις σε μνημεία των λιμανιών / πόλεων, τοπικές αγορές, εξωτικούς τόπους, παραδοσιακά λιμάνια. Η διάρκεια ποικίλει από τρεις μέρες έως ένα μήνα. Ο θαλάσσιος τουρισμός πραγματοποιείται και με πλοία της γραμμής που συνδέουν τα διάφορα λιμάνια μιας χώρας. Η μορφή αυτή είναι μαζική και το ταξίδι χαρακτηρίζεται κουραστικό, δύσκολο και δαπανηρό.

2.2.8. Αθλητικός τουρισμός

Ο αθλητισμός και τα σπορ έχουν σπουδαία θέση στην ζωή των ανθρώπων και των κοινωνιών και παίζουν σπουδαίο ρόλο στην διαμόρφωση της τουριστικής κίνησης και στους τόπους που προσφέρονται γι' αυτήν την απασχόληση. Άλλωστε αυτή η επίδοση αποτελούσε από την αρχαιότητα μια από τις σημαντικότερες απασχολήσεις του ανθρώπου⁹.

Ο αθλητικός τουρισμός είναι η τουριστική δραστηριότητα η οποία εκδηλώνεται με την διεξαγωγή των αθλητικών εκδηλώσεων (Παγκόσμιο πρωτάθλημα ποδοσφαίρου, στίβου, πανελλήνια και πανευρωπαϊκά πρωταθλήματα, Ολυμπιακοί αγώνες κ.λπ.). Εξαιτίας της παρακολούθησης των εκδηλώσεων που έχουν παγκόσμια εμβέλεια, αφού προσελκύουν μεγάλο αριθμό αθλητών και επισκεπτών από όλο τον κόσμο.

Αποτελεί εναλλακτική μορφή τουρισμού με την οποία οι επισκέπτες αναπτύσσουν παράλληλα με την κύρια τουριστική τους δραστηριότητα και δευτερεύουσες π.χ. αθλητικές αφού επιδίδονται και σε αγωνίσματα του μαζικού τουρισμού (Θαλάσσιο σκι, τένις, πόλο, γκολφ, ιπασία κ.λπ.).

Για την Ελλάδα, «κοιτίδα» του αθλητικού πνεύματος και της παράδοσης από αρχαιοτάτων χρόνων, κορυφαία στιγμή αποτελεί η διοργάνωση των Ολυμπιακών αγώνων, πρόκληση και δοκιμασία συγχρόως. Και αυτό γιατί τα οφέλη (κοινωνικά και οικονομικά) από μια τέτοια οργάνωση είναι μεγάλα για το κράτος και την αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού με την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού, την προβολή της χώρας μέσα από τις παράπλευρες δραστηριότητες και την διάδοση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

2.2.9. Τουρισμός Υγείας

Η τουριστική αυτή δραστηριότητα απευθύνεται είτε α) σε άτομα που πάσχουν από κάποια ασθένεια είτε β) από άτομα υγιή που χρειάζονται μια ανανέωση από το στρες των καθημερινών ρυθμών των μεγαλουπόλεων¹⁰.

Ο τουρισμός υγείας αναπτύσσεται κυρίως σε περιοχές που είναι προικισμένες από την φύση με φυσικούς πόρους (θερμές πηγές) και τεχνητούς (κέντρα υγείας, θαλασσοθεραπεία κ.λπ.).

⁹ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

¹⁰ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

Στον τουρισμό υγείας εκτός από την κάλυψη των παθήσεων και χαλάρωσης δίνεται η δυνατότητα στους επισκέπτες να αναπτύξουν και άλλες τουριστικές δραστηριότητες όπως περιπάτους, αθλητικές, πολιτιστικές κ.α.

Αυτή η μορφή του τουρισμού συνδυάζεται και με άλλες μορφές τουρισμού όπως τον αθλητικό τουρισμό, τον πολιτιστικό, κοινωνικό με τις επιχορηγήσεις σε χαμηλόμισθους συνταξιούχους για λουτροθεραπείες. Επίσης επιδοτήσεις γίνονται και από ασφαλιστικούς οργανισμούς διαμέσου των προγραμμάτων που προσφέρουν (κέντρα αποθεραπείας, π.χ. κούρα στη Γερμανία, Γαλλία).

2.2.10. Χειμερινός – Ορεινός τουρισμός

Ο χειμερινός τουρισμός είναι η τουριστική δραστηριότητα που συνδέεται με τα χιονοδρομικά κέντρα και γενικότερα με το σύνολο των τουριστικών ενεργειών που διεξάγονται κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Άλλες μορφές που συνδέονται με το χειμερινό τουρισμό είναι ο ορειβατικός τουρισμός και οι διακοπές στα ορεινά θέρετρα (ορεινός τουρισμός), που αποτελούν το σύνολο των δραστηριοτήτων που εκδηλώνονται στις ορεινές περιοχές και διεξάγονται σε όλη την διάρκεια του έτους. Τα αθλήματα αυτά είναι η χιονοδρομία, παγοδρομία, η ελκηθοδρομία και η αναρρίχηση¹¹.

Οι τουρίστες αυτής της κατηγορίας τουρισμού προέρχονται από τάξεις με μεγάλη οικονομική επιφάνεια. Πρόκειται για άτομα νεαρής ή μέσης ηλικίας κυρίως εύποροι που ξοδεύουν τρεις φορές περισσότερο από τον μέσο τουρίστα του μαζικού τουρισμού. Συνήθως αφιερώνουν τα Σαββατοκύριακά τους αλλά και μέρος από τις κύριες ή δευτερες διακοπές για να κάνουν χιονοδρομίες. Εξαιτίας της γεωλογικής της μορφολογίας η Ελλάδα είναι μια από τις πιο ορεινές χώρες της Ευρώπης, αφού ο ορεινός πληθυσμός αποτελεί σημαντικό μέρος του συνολικού πληθυσμού. Με βάση αυτό διαθέτει όλες τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Αναφορικά με τον χειμερινό τουρισμό πληροί τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του χειμερινού κυρίως το πρώτο τρίμηνο του έτους (Ιανουάριο – Μάρτιο).

Ο χειμερινός – ορειβατικός τουρισμός αποτελεί μια λύση του μαζικού τουρισμού εξαιτίας του αντιποδικού του χαρακτήρα και μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές του εναλλακτικού τουρισμού (π.χ. αθλητικό τουρισμό, πολιτιστικό κ.λπ.).

2.2.11. Συνεδριακός τουρισμός

Η ανάγκη ενημέρωσης και επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων αυξάνει όλο και περισσότερο. Άτομα που συνδέονται με κοινά ενδιαφέροντα και κοινούς στόχους, συνεδριάζουν, συσκέπτονται, συναποφασίζουν¹².

Επειδή δεν είναι δυνατόν, πάντα τα άτομα αυτά όταν συνεδριάζουν να προέρχονται από τον ίδιο γεωγραφικό χώρο, γι' αυτό καθορίζουν με κάποια κριτήρια έναν κοινό τόπο για την συνάντησή τους.

¹¹ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

¹² Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

Η μετακίνηση αυτή είναι τουριστική μετακίνηση, που σε συνάρτηση με τον ταξιδιωτικό σκοπό αποτελεί αυτό που λέμε «συνεδριακό τουρισμό».

Συνέδριο ονομάζεται η συνάρτηση ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα και ιδιότητα με σκοπό τη συζήτηση και ανάπτυξη κοινού θέματος και ενδεχομένως τη λήψη αποφάσεων.

Ο συνεδριακός τουρισμός θεωρείται μια εναλλακτική μορφή τουρισμού την οποία οι σύνεδροι εξαιτίας των ήπιων εναλλακτικών προϊόντων (πολιτιστικά, ιστορικά, περιβαλλοντικά), και οι επιχειρηματίες που φιλοξενούν τα συνέδρια, αλλά και οι δημόσιοι τουριστικοί φορείς που δημιουργούν κίνητρα εναντίον της τουριστικής εποχικότητας (φθηνά εισιτήρια στους πολιτιστικούς χώρους, φθηνές τιμές διαμονής) ή συνδυασμό δραστηριοτήτων στα πλαίσια του συνεδρίου.

2.2.12. Τουρισμός περιπέτειας

Ο τουρισμός περιπέτειας πρόκειται για μια μορφή τουρισμού με έντονο το στοιχείο του απροσδόκητου, του αγνώστου και της έκπληξης. Φωτογραφικά σαφάρι, περιπλανήσεις σε άγνωστες περιοχές, κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς κ.λπ. αποτελούν μερικά χαρακτηριστικά του γνωρίσματα. Τα άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τουρισμό είναι συνήθως νέοι άνθρωποι, κατά κύριο δε λόγο ελεύθεροι επαγγελματίες και στελέχη επιχειρήσεων¹³.

Επίσης θα πρέπει να σημειωθεί ότι η ζήτηση για τουρισμό περιπέτειας προβλέπεται να σημειώσει διεθνώς αύξηση, έρχεται δε να καλύψει μια ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου των μεγαλουπόλεων για εκτόνωση από το στρες που του προκαλεί ο σύγχρονος τρόπος ζωής και η ανία της ρουτίνας.

2.2.13. Τουρισμός εκθέσεων

Ο τουρισμός εκθέσεων πρόκειται ουσιαστικά για μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται δυναμικά ολοένα και περισσότερο. Σε αυτήν υπάγονται κάθε είδους εκθέσεις που συνήθως οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα, ώστε οι επισκέπτες τους να μπορούν να συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με κάποια μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης, μορφωτικό τουρισμό κ.λπ¹⁴.

Για την ανάπτυξη του τουρισμού εκθέσεων απαιτείται εκτός άλλων και η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής και ανωδομής και συγκεκριμένα σύγχρονων εκθεσιακών χώρων, που να είναι κατάλληλα εξοπλισμένοι και να διαθέτουν τους αναγκαίους βοηθητικούς χώρους, δηλαδή εστιατόρια, καφετέριες, ταχυδρομείο, γραφείο εξυπηρέτησης επισκεπτών, χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων, ιατρείο κ.λπ.

2.2.14. Τουρισμός πόλης

Ο τουρισμός πόλης πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που έχει σαν κύριο χαρακτηριστικό ότι τα άτομα που μετέχουν σε αυτόν ταξιδεύουν σε μια πόλη και την

¹³ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

¹⁴ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

περιηγούνται για μερικές ημέρες, συνήθως τρεις έως τέσσερις. Οι περιηγήσεις αυτές συνδέονται άμεσα με το μορφωτικό τουρισμό και ιδιαίτερα με διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα, ενώ τα επαγγελματικά ταξίδια παίζουν και αυτά με τη σειρά τους σημαντικό ρόλο¹⁵.

Ο τουρισμός πόλης πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο από άτομα ανώτερης μορφωτικής και εισοδηματικής στάθμης, που κατοικούν κατά το πλείστο σε μεγάλα αστικά κέντρα και που ταξιδεύουν τις περισσότερες φορές χωρίς να συνοδεύονται από τις οικογένειές τους. Τα ταξίδια αυτά οργανώνονται σε μεγάλο ποσοστό από tour operators και αεροπορικές εταιρίες.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι ένας ακόμα πόλος έλξης για πολλά άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τουρισμό, είναι η νυχτερινή ζωή, η διασκέδαση, τα ψώνια, οι ενδιαφέρουσες εκδρομές και τέλος το ωραίο περιβάλλον.

2.2.15. Τουρισμός παραχείμασης

Ο τουρισμός παραχείμασης αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων 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 τους¹⁶.

Τα άτομα που πραγματοποιούν αυτής της μορφής τουρισμό είναι κατά το πλείστο, άτομα της τρίτης ηλικίας που αντιμετωπίζουν προβλήματα υγείας και που έχουν ελεύθερο χρόνο στη διάθεσή τους και σταθερό εισόδημα.

Η ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης με ταχύτερους ρυθμούς θα εξαρτηθεί από πολλούς παράγοντες, κυρίως όμως από την αρτιότητα των τουριστικών πακέτων παραχείμασης και την τιμή διάθεσής τους στην τουριστική αγορά. Στη διαμόρφωση χαμηλών τιμών τουριστικών πακέτων παραχείμασης θα συμβάλλουν η καθιέρωση ειδικών χαμηλών ναύλων από τα διάφορα μέσα μαζικής μεταφοράς, καθώς επίσης η πραγματοποίηση εκπώσεων στις υπηρεσίες φιλοξενίας που προσφέρουν τα διάφορα τουριστικά καταλύματα κατά τη χειμερινή περίοδο.

2.2.16. Οικολογικός τουρισμός ή οικοτουρισμός

Ο οικοτουρισμός ορίζεται ως μια περιβαλλοντικά υπεύθυνη ταξιδιωτική δραστηριότητα σε σχετικά άθικτες φυσικές περιοχές με στόχο την απόλαυση και γνωριμία των φυσικών αλλά και των ενταγμένων στο φυσικό περιβάλλον αγαθών¹⁷. Όντας μία περιορισμένων περιβαλλοντικών επιπτώσεων δραστηριότητα ή μη καταναλωτική, ο οικοτουρισμός εκτός του ότι προσφέρει ευχαρίστηση, απόλαυση, γνώσεις και εμπειρίες στον επισκέπτη, διατηρεί και ενισχύει την ευημερία τοπικών

¹⁵ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

¹⁶ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

¹⁷ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.

κοινοτήτων, που θεωρούνται αναπόσπαστο τμήμα μιας τέτοιας δραστηριότητας και αναπτυξιακής διαδικασίας.

Οι δραστηριότητες οικοτουρισμού παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλία, καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα περιβαλλοντικών πόρων. Όλες αυτές οι δραστηριότητες συναρτώνται με εμπειρίες που βασίζονται και εξαρτώνται από τα χαρακτηριστικά και τις συνθήκες κάθε χώρου οικοτουρισμού. Οι προκαλούμενες εμπειρίες μπορούν να διακριθούν σε δύο κατηγορίες:

- Άμεσες εμπειρίες που σχετίζονται με την ενεργό συμμετοχή του επισκέπτη σε διάφορες δραστηριότητες (π.χ. υπαίθριας αναψυχής) ή κοινωνικά - πολιτιστικά δρώμενα.
- Έμμεσες εμπειρίες, ή συχνά αποκαλούμενες «υποκατάστατες δραστηριότητες και αισθητικές εμπειρίες». Στην περίπτωση αυτή ο οικοτουρίστας δεν αποκομίζει εμπειρίες από ενεργό συμμετοχή σε δραστηριότητες ή από την άμεση κατανάλωση φυσικών ή πολιτιστικών πόρων, αλλά απολαμβάνει τους πόρους μέσω ορισμένων μορφών αναπαράστασης (φωτογράφιση) ή παρατήρησης της άγριας πανίδας και χλωρίδας.

Οι μορφές οικοτουρισμού συναρτώνται με συγκεκριμένους τόπους ή χώρους, τα είδη περιβαλλοντικών πόρων που διαθέτουν και τις διάφορες δραστηριότητες που ασκούνται σε αυτούς τους χώρους. Σχετικά με το χωρικό πλαίσιο, διακρίνουμε αφενός μορφές που αναπτύσσονται σε φυσικές περιοχές ή σε απομακρυσμένες, άθικτες και συνήθως ακατοίκητες περιοχές (ορεινές αλλά και νησιώτικες / παράκτιες), αφετέρου μορφές που αναπτύσσονται σε σχέση με αγροτικούς / παραδοσιακούς οικισμούς και τις ασκούμενες δραστηριότητες (παραγωγικές, πολιτιστικές) του τοπικού πληθυσμού.

2.3. Μαζικός τουρισμός

Θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι η ευρύτερη μορφή τουρισμού, η οποία λαμβάνει χώρα σε παγκόσμια κλίμακα, είναι αυτή που καλείται μαζικός τουρισμός. Μαζικός τουρισμός, χαρακτηρίζεται η μετακίνηση ενός σεβαστού αριθμού ατόμων από το μόνιμο περιβάλλον διαμονής τους προς κάποιο άλλο, της οποίας το μοναδικό, σχεδόν, κίνητρο είναι ο ήλιος, η θάλασσα, η διασκέδαση, η περιπέτεια κ.λπ.¹⁸. Πρόκειται δηλαδή για έναν οργανωμένο μαζικό τουρισμό διακοπών. Συγκεκριμένα ο μαζικός τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα, που κατέχει κυρίαρχη θέση στον τριτογενή τομέα. Μερικοί καθοριστικοί παράγοντες συνέβαλαν στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού:

- ❖ Οι εκδόσεις. Οι ταξιδιωτικοί οδηγοί πολλαπλασιάζονται και βελτιώνονται.
- ❖ Οι ταξιδιωτικές οργανώσεις. Αυτές πολλαπλασιάζονται αυξάνοντας τον αριθμό των τουριστικών προϊόντων και των τουριστικών προορισμών.
- ❖ Η τουριστική νομοθεσία. Το κράτος νομοθετεί, προκειμένου να προστατεύσει τους αρχαιολογικούς χώρους, το φυσικό περιβάλλον κ.λπ. Ρυθμίζει νομοθετικά και τουριστικά, δημιουργεί κρατικούς οργανισμούς τουρισμού.

¹⁸ David A.Fennell, «Οικοτουρισμός», εκδόσεις Έλλην, 2001.

Η μαζικοποίηση όμως του τουριστικού φαινομένου γίνεται με την ψήφιση του νόμου που υποχρέωνε τις επιχειρήσεις να παρέχουν στους εργαζομένους διακοπές με αποδοχές. Εξίσου σημαντικοί παράγοντες που οδήγησαν στην μεγέθυνση του μαζικού τουρισμού ήταν:

- ❖ Η αύξηση του εισοδήματος των κατοίκων των βιομηχανικών χωρών και η ενσωμάτωση των ταξιδιωτικών δαπανών στις δαπάνες κατανάλωσης των νοικοκυριών.
- ❖ Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου.
- ❖ Η ανάπτυξη της αυτοκινητοβιομηχανίας και η μείωση της τιμής του ταξιδιού, γεγονός που συνέβαλλε στην μαζική έξοδο των Δυτικοευρωπαίων (Γάλλοι, Γερμανοί, Βέλγοι, Ολλανδοί) προς τις ακτές της μεσογείου.
- ❖ Οι πτήσεις Charters. Αυτές κατέστησαν το κόστος των αερομεταφορών και επέτρεψαν την έξοδο των Άγγλων, των Δανών, των Σουηδών κ.λπ. στους υπάρχοντες τουριστικούς προορισμούς.
- ❖ Η βελτίωση της πληροφόρησης και των υπηρεσιών υποδοχής, η κρατική τουριστική πολιτική και οι διευκολύνσεις στα σύνορα.
- ❖ Ο πολλαπλασιασμός των τουριστικών προϊόντων και των κινήτρων του ταξιδιού.
- ❖ Η βαθμιαία προσαρμογή των τουριστικών καταλυμάτων.
- ❖ Η δημιουργία μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών, των tour operators, καθώς και οι τάσεις κάθετης και οριζόντιας συγκέντρωσης της παραγωγικής τους δραστηριότητας.

Οι παράγοντες αυτοί δεν επαρκούν για να ερμηνεύσουν τους ταχύτατους ρυθμούς με τους οποίους εξελίχθηκε ο μαζικός τουρισμός. Ο βιομηχανικός πολιτισμός δημιούργησε επιπλέον ένα ρυθμό αναγκών, οι οποίες ενεργοποίησαν την τουριστική μετακίνηση και εντείνουν την φυγή από αγχωτικούς χώρους εργασίας και απρόσωπους τόπους κατοικίας. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (W.T.O.) ο χρόνος διακοπών θεωρείται πολυλειτουργικός και ανάγεται σε χρόνο μόρφωσης, ανάπαυσης, συναναστροφής και επικοινωνίας. Επομένως ο τουρισμός ως απόρροια των βιομηχανικών δομών των ανεπτυγμένων χωρών, αποτελεί ένα φαινόμενο του οποίου η οικονομική και κοινωνική σημασία θεωρείται μεγάλη. Επειδή όμως ο μαζικός τουρισμός, ο οποίος αποτελεί ένα σταθερό κοινωνικό φαινόμενο μεγάλης χρονικής διάρκειας, δημιούργησε ενδογενή προβλήματα, όπως: εποχικότητα της ζήτησης, υπερσυγκέντρωση της προσφοράς, περιφερειακές ανισότητες, εξάρτηση από τις εισαγωγές, συναλλαγματικά ελλείμματα, υποβάθμιση του περιβάλλοντος. Τέθηκαν οι παρακάτω στόχοι:

- ❖ Η άμβλυνση της εποχικότητας.
- ❖ Η αποκέντρωση της προσφοράς.
- ❖ Η περιφερειακή ανάπτυξη.
- ❖ Η προώθηση επενδύσεων.
- ❖ Η εισροή συναλλάγματος και η περιβαλλοντική προστασία.

2.4. Εναλλακτικός και Μαζικός Τουρισμός

Συγκριτικά παραδείγματα

Ο τουρισμός υιοθετήθηκε και αποκηρύχθηκε για την ικανότητά του να αναπτύσσει και συνεπώς να μεταμορφώνει διάφορες περιοχές σε εντελώς διαφορετικούς χώρους¹⁹. Στην πρώτη περίπτωση, ο τουρισμός θεωρείται πως προσφέρει το έναυσμα για μακροπρόθεσμη ανάπτυξη. Στη δεύτερη περίπτωση, οι οικολογικές και κοινωνιολογικές οχλήσεις για τη μεταμορφωμένη περιοχή είναι τεράστιες. Αν και οι περισσότερες καταγεγραμμένες περιπτώσεις των αρνητικών συνεπειών του τουρισμού αφορούν τον αναπτυσσόμενο κόσμο, ο ανεπτυγμένος κόσμος δεν αποτελεί εξαίρεση. Για παράδειγμα, ο Young (1983) κατέγραψε τη μεταμόρφωση μιας μικρής κοινότητας στη Μάλτα, που ζούσε από την αλιεία και τη γεωργία, σε μια περιοχή, η οποία με την τουριστική ανάπτυξη καθώς και με ένα ολοένα και πιο σύνθετο σύστημα μεταφορών των παραθεριστικών κέντρων επηρεάστηκε αρνητικά.

Σήμερα έχουμε την τάση να διαβάλλουμε ή να χαρακτηρίζουμε τον κλασικό μαζικό τουρισμό ως ένα τέρας, ένα τερατούργημα, που προσφέρει ελάχιστα ποιοτικά στοιχεία στην περιοχή υποδοχής τουρισμού, στους ανθρώπους της και στα δεδομένα των φυσικών πόρων. Ως αποτέλεσμα, ο μαζικός τουρισμός αποτέλεσε το επίκεντρο των επικρίσεων, επειδή κυριαρχεί σε μια περιοχή χάρη σε ένα μη-τοπικό προσανατολισμό, και επειδή ελάχιστα από τα χρήματα, που αποτελούν τουριστικά κέρδη μένουν μέσα σε αυτή την περιοχή, τα οποία θα συνέβαλλαν στην αύξηση του ντόπιου κατά κεφαλήν εισοδήματος εάν παρέμεναν στην εν λόγω περιοχή. Πολύ συχνά, το ξενοδοχείο ή το μεγάλο παραθεριστικό κέντρο, που λειτουργεί ως σύμβολο του μαζικού τουρισμού στην περιοχή, λειτουργεί με τη χρήση μη-ντόπιων προϊόντων και καταναλώνει μη-ντόπια είδη διατροφής. Το ξενοδοχειακό μάρκετινγκ λειτουργεί στη βάση του υψηλού όγκου κρατήσεων προσελκύοντας όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους, ως συνήθως σε τουριστικές περιόδους αιχμής. Οι επιπτώσεις αυτής της εποχικότητας είναι τόσο ισχυρές, που οι ντόπιοι κάτοικοι αναγκάζονται να απασχολούνται μόνο κατά το χρονικό διάστημα της τουριστικής περιόδου και να μένουν άνεργοι στους πλάγιους μήνες από τον όγκο της τουριστικής κίνησης. Η ανάπτυξη θεωρείται ως ένας τρόπος συγκέντρωσης των ανθρώπων σε μεγάλη πυκνότητα, παραγκωνίζοντας έτσι τους ντόπιους κατοίκους από το επίπεδο της στοιχειώδους διαβίωσης (όπως τονίζει ο Young, 1983) σε ένα επίπεδο δουλοπρέπειας. Τέλος, τα αξιοθέατα, που βρίσκονται μέσα και γύρω από αυτά τα κέντρα τουριστικής ανάπτυξης, δημιουργούνται και μεταμορφώνονται, προκειμένου να ικανοποιήσουν τις προσδοκίες και τη ζήτηση των επισκεπτών. Πολλές φορές δίνεται έμφαση στην εμπορευματοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, με αποτέλεσμα την αριστοτεχνική και μη-αυθεντική απομίμηση, για παράδειγμα, ενός εθίμου, που έχει διαβρωθεί σε τέτοιο βάθος, ώστε να αποτελεί πια μακρινή ανάμνηση για τους ιθαγενείς της περιοχής.

Ομολογουμένως η παραπάνω εικόνα του μαζικού τουρισμού παρουσιάστηκε έτσι ώστε να τονίσουμε ότι πολλές φορές η τουριστική βιομηχανία δεν λειτουργεί με βάση τα συμφέροντα των ντόπιων κατοίκων και τη διαφύλαξη των ντόπιων φυσικών πόρων. Το γεγονός αυτό τόνιζε η πλειοψηφία των τουριστικών μελετών, που παρουσιάστηκαν κατά τη δεκαετία του 1980, οι οποίες αναζητούσαν μια εναλλακτική λύση στη μαζική τουριστική ανάπτυξη, που θα ήταν πιο ήπια κοινωνικά και περιβαλλοντικά. Σύμφωνα με τον Krippendorf (1982), η φιλοσοφία που κρύβεται πίσω από την έννοια του εναλλακτικού τουρισμού – μορφές τουρισμού που συνηγορούν για μία προσέγγιση πιο αντίθετη προς το μαζικό τουρισμό – είναι το γεγονός ότι οι τουριστικές πολιτικές δεν θα

¹⁹ David A.Fennell, «Οικοτουρισμός», εκδόσεις Έλλην, 2001.

πρέπει πλέον να επικεντρώνονται μόνο στις οικονομικές και τεχνικές ανάγκες, αλλά να δίνουν έμφαση στην ποιοτική ζήτηση δηλαδή για ένα καθαρό περιβάλλον και το σεβασμό προς τα ειωθώτα και τις ανάγκες των ντόπιων κατοίκων. Η «ηπιότερη» αυτή προσέγγιση θέτει τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους στην πρώτη γραμμή του προγραμματισμού και της τουριστικής ανάπτυξης. Επίσης, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δίνουν την ευκαιρία στις χώρες να εκμηδενίσουν τις εξωγενείς επιδράσεις, να κερδίσουν τη μάχη σε σημαντικά θέματα αντί να τα παραχωρούν όλα σε ξένους επιχειρηματίες και ξένους θεσμικούς παράγοντες του τουριστικού χώρου.

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ένας γενικός όρος, που περιλαμβάνει ένα μεγάλο φάσμα τουριστικών στρατηγικών (π.χ. «κατάλληλος», «ήπιος», «οικο-», «υπεύθυνος», «ελεγχόμενος», «μικρής κλίμακας», «αγροτικός» και «πράσινος» τουρισμός) που επιχειρούν να προσφέρουν μια ηπιότερη εναλλακτική λύση για τον μαζικό τουρισμό σε συγκεκριμένους τύπους προορισμών (Conference Report 1990, όπως καταγράφηκε από τον Weaver, 1991). Ο Dernoι (1981) αναφέρει ότι τα πλεονεκτήματα του εναλλακτικού τουρισμού μπορούν να γίνουν αισθητά κατά πέντε τρόπους, όταν:

1. Θα υπάρχουν πραγματικά πλεονεκτήματα για το άτομο ή την οικογένεια: Όταν η παραμονή των τουριστών σε καταλύματα, ντόπιων κατοίκων, θα συμβάλλει στην άμεση διοχέτευση των εσόδων στο οικογενειακό τους εισόδημα. Οι οικογένειες σταδιακά θα αποκτήσουν επίσης την τουριστική συνείδηση και το τουριστικό πνεύμα.
2. Θα υπάρχουν πλεονεκτήματα για την τοπική κοινότητα: Τότε φυσικά ο εναλλακτικός τουρισμός θα προσφέρει έσοδα για τα μέλη της κοινότητας, ενώ επιπλέον θα συμβάλλει στην αναβάθμιση των βιοτικών και οικιστικών επιπέδων αποφεύγοντας έτσι τις υπέρογκες δαπάνες για την πραγματοποίηση δημοσίων έργων.
3. Για τη χώρα υποδοχής, ο εναλλακτικός τουρισμός θα συμβάλλει στην αποφυγή διαρροής των τουριστικών εσόδων έξω από τη χώρα. Ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί επίσης να συμβάλλει στη μείωση των κοινωνικών πιέσεων και στη διατήρηση των ντόπιων ηθών και εθίμων.
4. Για τους κατοίκους της χώρας του τουριστικού ρεύματος, θα γίνει αποδεκτό ότι ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ιδανικός και για τους ταξιδιώτες που διαθέτουν περιορισμένο ταξιδιωτικό προϋπολογισμό, ή για εκείνους ακόμα που θέλουν μια πιο στενή επαφή με τα ντόπια έθιμα και τις παραδόσεις.
5. Τα πλεονεκτήματα θα πολλαπλασιαστούν και ενισχυθούν οι διεθνείς σχέσεις. Μ' άλλα λόγια ο εναλλακτικός τουρισμός θα μπορεί να προωθήσει τη διεθνή – διαπολιτιστική – διαπεριφερειακή επικοινωνία.

Πιο συγκεκριμένα ο Weaver (1993) ανέλυσε τα πιθανά οφέλη ενός προγράμματος εναλλακτικού τουρισμού με αντικείμενο διεύρυνσης τα καταλύματα, τα αξιοθέατα, την ίδια την τουριστική αγορά, τις οικονομικές επιπτώσεις και τους νόμους. Η προσέγγιση αυτή ως πρώτιστο στόχο είχε να ικανοποιήσει τις ανάγκες των ντόπιων κατοίκων, των τουριστών και του συνόλου των πόρων κατά τρόπο περισσότερο συμπληρωματικό παρά ανταγωνιστικό.

Ορισμένοι ερευνητές, υποστηρίζουν ότι η εναλλακτική λύση για τον μαζικό τουρισμό που είναι ο εναλλακτικός τουρισμός δεν μπορεί να υποκαταστήσει την κλασική μορφή του τουρισμού, εξαιτίας των πολύ - ποικίλων και πολύμορφων φαινομένων, που συνδέονται με αυτόν (Cohen, 1987). Αντίθετα, είναι περισσότερο ρεαλιστικό να

επικεντρώνουμε τις προσπάθειές μας στην βελτίωση των χειρότερων περιπτώσεων και όχι στην ανάπτυξη εναλλακτικών λύσεων. Ο Butler (1990) υποστηρίζει ότι ο μαζικός τουρισμός δεν έχει απορριφθεί εντελώς για δύο λόγους. Ο πρώτος λόγος είναι οικονομικός, από την άποψη ότι προσφέρει έναν καθ' όλα ευκαταφρόνητο όγκο ξένου συναλλάγματος στις χώρες υποδοχής και ο δεύτερος είναι κοινωνικό – ψυχολογικός, αφού σχετίζεται με το γεγονός ότι

πολλοί άνθρωποι φαίνεται να απολαμβάνουν το ρεύμα του μαζικού τουρισμού. Τους αρέσει δηλαδή για το ότι δεν χρειάζεται να φροντίσουν οι ίδιοι τις λεπτομέρειες των ταξιδιών τους, ότι δεν χρειάζεται να ψάξουν να βρουν ένα κατάλυμα, όταν φθάσουν στον προορισμό τους, ότι θα καταναλώνουν αγαθά και υπηρεσίες χωρίς να χρειαστεί να μάθουν μια ξένη γλώσσα, ότι θα μείνουν σε αρκετά έως και πολύ άνετα ξενοδοχεία, ότι θα τρώνε φαγητά που θα γνωρίζουν και ότι δεν θα χρειαστεί να ξοδέψουν πολλά χρήματα ή χρόνο προκειμένου να επιτύχουν αυτούς τους στόχους.

(Butler, 1990: 40)

2.5. Χαρακτηριστικά του μαζικού τουρισμού

- ❖ Ο τύπος ταξιδιού είναι ομαδικός, τα άτομα συνήθως δεν γνωρίζονται μεταξύ τους.
- ❖ Το μέσο μεταφοράς τους είναι συνήθως το αεροπλάνο (πτήσεις charters)
- ❖ Το πρόγραμμα ταξιδιού συντάσσεται από τους οργανωτές του ταξιδιού και δεν μεταβάλλεται.
- ❖ Η διάρκεια του ταξιδιού είναι σύμφωνα με το τουριστικό πακέτο.
- ❖ Η ασφάλεια του ταξιδιού είναι εξασφαλισμένη από τους οργανωτές των ταξιδιών.
- ❖ Οι εμπειρίες που αποκτούνται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού είναι ελάχιστες και πάντοτε στα περιθώρια των τουριστικών πακέτων.
- ❖ Σκοπός του ταξιδιού για τους τουρίστες είναι να ξεκουραστούν και να δουν αυτά που έχουν να τους δείξουν.
- ❖ Οι δαπάνες του ταξιδιού είναι μικρές.

2.6. Χαρακτηριστικά Εναλλακτικού Τουρισμού

- ❖ Ο τύπος ταξιδιού είναι ατομικός, οικογενειακός, φιλικός.
- ❖ Το μεταφορικό μέσο επιλέγεται από αυτούς που θα κάνουν το ταξίδι.
- ❖ Το πρόγραμμα του ταξιδιού συντάσσεται από τους ίδιους τους τουρίστες και μπορεί να μεταβάλλεται συνεχώς.
- ❖ Η διάρκεια του ταξιδιού είναι ανάλογη με την προετοιμασία και την ικανότητα των τουριστών.
- ❖ Οι εμπειρίες του ταξιδιού είναι πρωτόγνωρες και έντονες.
- ❖ Σκοπός του ταξιδιού για τους τουρίστες είναι να ξεκουραστούν και να δουν αυτά που έχουν να τους δείξουν.
- ❖ Οι δαπάνες του ταξιδιού είναι μικρές.

Για να ολοκληρωθεί η σύγκριση μεταξύ εναλλακτικού και μαζικού τουρισμού πρέπει να τονιστεί και η διαφορετικότητα των απόψεων για τις μορφές αυτές του τουρισμού, των τουριστών, των τουριστικών επιχειρηματιών και των Δημόσιων τουριστικών φορέων, οι οποίοι και βλέπουν από διαφορετική σκοπιά τα αντίστοιχα τουριστικά προϊόντα.

Οι τουρίστες προτιμούν τη μια ή την άλλη μορφή τουρισμού ανάλογα με τις τουριστικές τους ανάγκες, τις γνώσεις τους, τις επιδράσεις που δέχονται και την οικονομική τους δυνατότητα χωρίς να υποστηρίζουν ιδιαίτερα τον εναλλακτικό ή τον μαζικό τουρισμό.

Αντίθετα οι τουριστικοί επιχειρηματίες υποστηρίζουν το μαζικό τουρισμό γιατί αναζητούν το μεγαλύτερο κέρδος στις μαζικές πωλήσεις των τουριστικών προϊόντων. Και είναι αυτοί που πράγματι δημιούργησαν, ανέπτυξαν και μεγέθυναν το μαζικό τουρισμό που ακολουθεί τους κανόνες της ελεύθερης αγοράς.

Οι Δημόσιοι φορείς τουρισμού αν και «κόπτονται» για την

2.7. Τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού

Ο εναλλακτικός τουρισμός παρουσιάζει διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά σε σύγκριση με τον μαζικό. Αυτά τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά παρουσιάζονται και αναλύονται παρακάτω.

2.7.1. Τα κίνητρα του τουρίστα

Το κίνητρο για διακοπές γεννιέται από την ύπαρξη κάποιας ανάγκης. Συνεπώς, το κίνητρο αποτελεί κινητήρια δύναμη που ωθεί κάποιο άτομο στην εκπλήρωση αυτής της ανάγκης²⁰. Γι' αυτό ένα από τα βασικότερα προσδιοριστικά χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού αποτελεί το κυρίαρχο κίνητρο ή η ομάδα κινήτρων που οδηγούν τον τουρίστα στην επιλογή κάποιου εναλλακτικού προορισμού.\

Η ομάδα των κινήτρων που οδηγούν κάποιο άτομο σε εναλλακτικό τουρισμό συνδέεται άμεσα με πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης τα οποία διαφέρουν ριζικά από αυτά που επιβάλλει ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός. Συγκεκριμένα τα κίνητρα που ωθούν κάποιο άτομο σε «εναλλακτικού τύπου» διακοπές είναι διαφορετικά από τα κίνητρα του συνηθισμένου μαζικού τουρίστα που θεωρείται «απαθής», «λιγόψυχος», «νεοαποικιστής» και «άξεστος» (Cazes, 1989). Αυτή η διαφορά στα κίνητρα του εναλλακτικού τουρίστα απ' όλα σχεδόν τα άλλα είδη τουρισμού τείνει να τον απομονώνει σε ευδιάκριτες κατηγορίες που η κάθε μία απ' αυτές παρουσιάζει τις δικές της ιδιαιτερότητες. Ο εναλλακτικός τουρίστας έχει διαφορετικής μορφής κίνητρα που μπορούν να νοηθούν ως αυτά των λεγόμενων ενεργητικού τύπου διακοπών (με δραστηριότητες όπως: περιπλάνηση, περίπατος, αναρρίχηση, τουρισμός περιπέτειας), εξερευνητικού χαρακτήρα και επικοινωνίας (ιστορικοί και αρχαιολογικοί χώροι, συναναστροφή με τους ντόπιους κατοίκους, τον αυτόχθον πολιτισμό και τα ήθη και έθιμα) και δεσμευτικού χαρακτήρα (εθελοντική προσφορά υπηρεσιών σε αποστολές του

²⁰ Ανδριώτης, Κ., «Αειφορία: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Ηράκλειο 2006.

εξωτερικού, προσφορά βοήθειας και ενίσχυσης, συμμετοχή σε αρχαιολογικές ανασκαφές, εργασιακές κατασκηνώσεις κ.λπ.) (Cazes, 1989).

Συνεπώς, στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι διακοπές δεν πραγματοποιούνται σαν μια μεμονωμένη προσπάθεια φυγής από την καθημερινότητα, αλλά το ταξίδι αποκτά νόημα με κοινωνικές, πολιτιστικές, περιβαλλοντικές και εκπαιδευτικές προεκτάσεις. Συνοπτικά, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού «καταγράφουν την έμφαση που δίνεται στα κίνητρα που σχετίζονται με το περιβάλλον και την αυτονομία στο ταξίδι» (Τσάρτας, 1996). Επίσης το εναλλακτικό ταξίδι μπορεί να θεωρηθεί ως μια αντίδραση του τουρίστα στη μοντέρνα εμπορευματοποίηση και στην προσπάθεια των τουριστικών προορισμών να επιδείξουν μια σειρά «κατασκευασμένων» γεγονότων ως αυθεντικών.

2.7.2. Εναλλακτικός Τουρίστας

Ο εναλλακτικός τουρίστας δεν αναζητά μεγάλα και σύγχρονα ξενοδοχεία που είναι κατασκευασμένα και εξοπλισμένα με διεθνή πρότυπα, αλλά συνηθίζει να επιλέγει μικρού μεγέθους καταλύματα που αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της ντόπιας κουλτούρας και του τρόπου ζωής (Doswell, 2002)²¹. Δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την παραδοσιακή μαγειρική, το φυσικό περιβάλλον, τη συμμετοχή στα τοπικά δρώμενα, π.χ. πολιτιστικές εκδηλώσεις, φεστιβάλ, γιορτές κ.λπ.

Για το λόγο ότι ο εναλλακτικός τουρίστας διαφέρει από τα καθιερωμένα πρότυπα του μαζικού τουρισμού δεν μπορεί να θεωρηθεί ως «πελάτης» ή «καταναλωτής», ενώ είναι γεγονός ότι ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει μια εναλλαγή στον καθιερωμένο τρόπο ζωής που έχει κυριαρχήσει τα τελευταία χρόνια στα αστικά κέντρα. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα που αναφέρει ο Cohen (1973, 1979) σχετικά με τους νεαρούς ταξιδιώτες του παρελθόντος που δεν αποδέχονταν για τον εαυτό τους τον όρο του τουρίστα, αλλά αυτοαποκαλούνταν «ταξιδευτές» και «κοσμογυρισμένοι», που ταξιδεύουν με σκοπό την αναζήτηση του αυθεντικού, ενώ όλοι οι άλλοι τους αποκαλούσαν άσκοπα περιφερόμενους, χίπις, τουρίστες του σακιδίου, γυφτοτουρίστες κ.λπ.

Σύμφωνα με τον MacLeod (1997), πολλές φορές οι εναλλακτικοί τουρίστες προτιμούν τη φυσική απελευθέρωση ακολουθώντας το πρότυπο του γυμνισμού στην παραλία. Ο ίδιος ο συγγραφέας αναφερόμενος στους εναλλακτικούς τουρίστες, που επισκέπτονται ένα από τα Κανάρια νησιά, σημειώνει ότι μετακινούνται με τα σακίδια και διαμένουν σε διαμερίσματα ή δωμάτια που συνορεύουν με τα σπίτια των ντόπιων κατοίκων, συνήθως των ψαράδων και επιθυμούν να συναντούν και να κάνουν φιλίες με τους ντόπιους, καθώς και να βιώνουν τον πολιτισμό της περιοχής που επισκέπτονται. Σύμφωνα με τους Laarman & Durst (1987) ο εναλλακτικός τουρίστας έχει τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- ❖ Προσπαθεί να επισκέπτεται μέρη που δεν τα έχει πατήσει ανθρώπινο πόδι.
- ❖ Διεγείρεται από το αίσθημα της περιήγησης.
- ❖ Προσπαθεί να αποφύγει «τον πολιτισμό» για κάποιο χρονικό διάστημα.
- ❖ Προσπαθεί να δημιουργήσει κανάλια επικοινωνίας με τον ντόπιο πληθυσμό.
- ❖ Δεν επιζητάει την ύπαρξη τουριστικής υποδομής.
- ❖ Συλλέγει περισσότερες πληροφορίες πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του.

²¹ Ανδριώτης, Κ., «Αειφορία: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Ηράκλειο 2006.

- ❖ Ταξιδεύει μόνος του ή σε μικρές ομάδες.
- ❖ Είναι καλά εκπαιδευμένος.
- ❖ Έχει περισσότερα έσοδα από τον μέσο τουρίστα.
- ❖ Τείνει να παραμένει σε μια χώρα για περισσότερες μέρες από τον κλασικό τουρίστα.

Πολλοί συγγραφείς έχουν επικεντρώσει το ενδιαφέρον τους στους διάφορους τύπους τουριστών που επισκέπτονται κάποιον προορισμό (π.χ. Cohen 1972, Plog 1973, Smith 1978). Από τους πρώτους ήταν ο Plog (1973) που ασχολήθηκε με τα διάφορα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά των ταξιδιωτών και τους κατέταξε σε:

- ❖ Αλλοκεντρικούς (allocentrics), που περιλαμβάνουν τους ταξιδιώτες που εστιάζουν τα ποικίλα ενδιαφέροντά τους σε διάφορες δραστηριότητες που μπορεί να σχετίζονται με τον εναλλακτικό τουρισμό.
- ❖ Ψυχοκεντρικούς (psychocentrics), που είναι το ακριβώς αντίθετο, δηλαδή άτομα που θέτουν αυτοαπαγορεύσεις, είναι νευρικά και μη περιπετειώδη και τα ενδιαφέροντά τους επικεντρώνονται σε δραστηριότητες του μαζικού τουρίστα.
- ❖ Μεσοκεντρικός (mid-centrics), που είναι το ενδιάμεσο των δύο παραπάνω κατηγοριών.

Από την άλλη ο Cohen (1972) κατέταξε τους τουρίστες σε μη – ιδρυματοποιημένους (non – institutionalised) που συμπεριλαμβάνουν τους εξερευνητές και τους περιηγητές, που μπορούν να θεωρηθούν ως εναλλακτικοί τουρίστες και τους ιδρυματοποιημένους (institutionalised) που περιλαμβάνουν τους μαζικά οργανωμένους τουρίστες. Ο Smith (1978) με τη σειρά του αναφέρθηκε σε επτά τύπους τουριστών που κάνουν την εμφάνισή τους σε διαφορετικά στάδια τουριστικής ανάπτυξης και τους συσχέτισε με τις επιπτώσεις που έχουν κατά τη διάρκεια παραμονής τους σ' ένα τουριστικό προορισμό. Σύμφωνα με τον ίδιο οι ανεξάρτητοι τουρίστες και περιηγητές (που σε αυτούς εντάσσονται και οι εναλλακτικοί τουρίστες) βιώνουν περισσότερο την ντόπια κουλτούρα και τον παραδοσιακό τρόπο ζωής, επιδρώντας λιγότερο αρνητικά στην ντόπια κοινωνία σε σύγκριση με τους οργανωμένους τουρίστες.

Συνοπτικά, σύμφωνα με τις παραπάνω τυπολογίες, ο εναλλακτικός τουρίστας μπορεί να θεωρηθεί ως αλλοκεντρικός, μη καθιερωμένος, εξερευνητής και εκκεντρικός.

Οι τύποι τουριστών που επισκέπτονται κάποιο τουριστικό προορισμό σχετίζονται άμεσα με το στάδιο του κύκλου ζωής που βρίσκεται. Σύμφωνα με το κοινό αποδεκτό μοντέλο του Butler (1980), ο κύκλος ζωής μιας τουριστικής περιοχής περνάει από τα εξής έξι στάδια: εξερεύνηση, εμπλοκή, ανάπτυξη, εδραίωση, και τελικά ανανέωση ή πτώση. Οι εναλλακτικοί τουρίστες συνηθίζουν να επισκέπτονται μια περιοχή που βρίσκεται στο στάδιο της εξερεύνησης ή της εμπλοκής, όταν δηλαδή οι τουριστικές αφίξεις είναι λιγοστές, η υποδομή και η επικοινωνία με τον έξω κόσμο βρίσκεται στα σπάργανά της, οι αλλαγές στην κοινωνική δομή και στο περιβάλλον είναι σχεδόν ανύπαρκτες και ο έλεγχος των πλουτοπαραγωγικών πόρων βρίσκεται στα χέρια του ντόπιου πληθυσμού. Όταν όμως μια τουριστική περιοχή περάσει στο στάδιο της ανάπτυξης και στα επακόλουθα απ' αυτό στάδια, επέρχονται τρομακτικές αλλαγές στις κοινωνικό – πολιτιστικές και περιβαλλοντικές δομές (Ανδριώτης 2007) που οι εναλλακτικοί τουρίστες δεν μπορούν να τις αποδεχτούν και ως εκ τούτου αποχωρούν, αποφεύγοντας να επισκεφτούν ξανά αυτόν τον προορισμό, ενώ αναζητούν νέους, πιο αυθεντικούς και μη εμπορευματοποιημένους τόπους για τα μελλοντικά τους ταξίδια.

2.7.3. Ο εναλλακτικός προορισμός

Μέσω του μαζικού τουρισμού δημιουργείται η τάση για ομοιογενοποίηση του τουριστικού προϊόντος κάτι που έρχεται σε αντιπαράθεση με τον εναλλακτικό τουρισμό που επικεντρώνεται στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος. Στην επίτευξη αυτής της διαφοροποίησης σημαντικό ρόλο διαδραματίζει ο χώρος που επισκέπτεται ο τουρίστας²².

Όπως σημειώνουν διάφοροι μελετητές (Almed 1987, Andronikos 1979, Berno 1999, Cohen 1989, McCannell 1973) οι περισσότεροι τουριστικοί προορισμοί επικρίνονται ότι στερούν από τον τουρίστα την αυθεντικότητα του ταξιδιού με το να δημιουργούν πλαστά θέλητρα που έχουν ως μοναδικό σκοπό την τουριστική κατανάλωση. Όπως χαρακτηριστικά σημειώνει ο Haywood (1988) οι τουρίστες είναι καταναλωτές και χρήστες των πόρων κάθε κοινωνίας και επομένως η ίδια η κοινωνία αποτελεί ένα είδος εμπορεύματος. Στην πραγματικότητα μερικές κοινωνίες σκόπιμα κατασκευάζονται ή / και τροποποιούνται για κατανάλωση από τους τουρίστες.

Αντιθέτως, στον εναλλακτικό τουρισμό ελκυστικά στοιχεία του προϊόντος αποτελούν το νέο, το πρωτοποριακό, το παρθένο ή το ανεξερεύνητο που τον κάνουν να διαφέρει από άλλες κορεσμένες τουριστικές περιοχές. Ο εναλλακτικός τουρίστας ελκύεται από ένα ιδανικά ονειρεμένο και ήσυχο περιβάλλον, τη γνωριμία με τον πολιτισμό της περιοχής και την ιδέα της συνάντησης με τον ντόπιο πληθυσμό. Η φύση, η παράδοση, τα ήθη και τα έθιμα, οι παραδοσιακοί χοροί, τα τραγούδια και η ντόπια αρχιτεκτονική αποτελούν ελκτικά χαρακτηριστικά ενός εναλλακτικού τουριστικού προορισμού. Απ' την άλλη, ενώ οι αριθμοί των τουριστών που επισκέπτονται έναν εναλλακτικό προορισμό είναι μικροί, η επικοινωνία με τον ντόπιο πληθυσμό είναι όχι μόνο μεγάλη, αλλά και μεγαλύτερης χρονικής διάρκειας, καθώς οι τουρίστες επιζητούν μια πιο αυθεντική συναναστροφή με τον ντόπιο πληθυσμό (Weaver 1998). Επομένως, η επιλογή για κάποιο εναλλακτικό ταξίδι δε συμβαδίζει με την αστικοποίηση του τουριστικού προορισμού, όπως συμβαίνει με το μαζικό τουρισμό.

2.7.4. Κλίμακα των επενδύσεων

Οι περισσότεροι τουριστικοί προορισμοί προσελκύουν τουρίστες σε επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους, συνήθως ξενοδοχεία που προσφέρουν ποικίλες υπηρεσίες, τις λεγόμενες «πακεταρισμένες» διακοπές που οργανώνονται από τους οργανωτές ταξιδιών²³. Όμως, στην τουριστική βιβλιογραφία συχνά υποστηρίζεται ότι διαφορετικής κλίμακας επενδύσεις έχουν διαφορετικές επιπτώσεις στις κοινωνίες υποδοχής των τουριστών. Για παράδειγμα ο Rodenburg (1989) πραγματοποίησε μια έρευνα στο νησί του Μπαλί και ομαδοποίησε τις τουριστικές επιχειρήσεις σε τρεις κατηγορίες: τις μεγάλες, τις μικρές και τις επιχειρήσεις χειροτεχνίας. Από την έρευνα αυτή έγινε φανερό ότι το κάθε είδος τουριστικής εκμετάλλευσης επιτυγχάνει διαφορετικούς στόχους οικονομικής ανάπτυξης. Ο Rodenburg κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η ίδρυση μικρών επιχειρήσεων χειροτεχνίας ωφελεί περισσότερο το νησί του Μπαλί και τους κατοίκους του.

²² Ανδριώτης, Κ., «Αειφορία: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Ηράκλειο 2006.

²³ Ανδριώτης, Κ., «Αειφορία: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Ηράκλειο 2006.

Ο Κοντογεωργόπουλος (1998) σε έρευνα που εκπόνησε στο Samui της Ταϊλάνδης βρήκε ότι τα μικρά νησιά και μεσαίου μεγέθους καταλύματα απασχολούν περισσότερα άτομα από την οικογένεια του ιδιοκτήτη και το μεγαλύτερο ποσοστό του προσωπικού τους είναι ντόπιοι. Κατ' επέκταση δημιουργούν περισσότερες θέσεις εργασίας για τον ντόπιο πληθυσμό σε σύγκριση με τα μεγαλύτερου μεγέθους καταλύματα.

Ο Ανδριώτης (2002β) πραγματοποίησε μια έρευνα αναφορικά με την κλίμακα των επιχειρήσεων διαμονής και τη συνεισφορά τους στην οικονομική ανάπτυξη. Το δείγμα περιλάμβανε 52 επιχειρήσεις φιλοξενίας τουριστών στο νησί της Κρήτης. Οι επιχειρήσεις κατατάχθηκαν σε τρεις κατηγορίες ανάλογα με τον αριθμό των δωματίων τους: τις μικρές (αυτές που έχουν 40 δωμάτια ή λιγότερα), τις μεσαίες (αυτές που έχουν 41 – 100 δωμάτια) και τις μεγάλες (αυτές που έχουν πάνω από 100 δωμάτια). Παρ' όλο που το δείγμα δεν περιελάμβανε εναλλακτικού τύπου καταλύματα, από τα αποτελέσματα της έρευνας αποδεικνύεται ότι η συνεισφορά των επιχειρήσεων φιλοξενίας στην οικονομική ανάπτυξη της Κρήτης δεν είναι ομοιόμορφη. Συγκεκριμένα, οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις τείνουν να απασχολούν περισσότερο ξενόφερτο προσωπικό σε σύγκριση με τις μικρές και τις μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις. Επίσης, οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις αγοράζουν λιγότερο από ντόπιες επιχειρήσεις σε σύγκριση με τις μικρομεσαίες, ενώ οι μικρές επιχειρήσεις απασχολούν περισσότερα άτομα από τα μέλη της οικογένειας του ιδιοκτήτη. Ως εκ τούτου το βασικό συμπέρασμα της μελέτης ήταν ότι όσο μεγαλύτερη είναι η επιχείρηση τόσο μεγαλύτερη είναι η συνεισφορά της στην τοπική ανάπτυξη (Ανδριώτης 2005).

Εν κατακλείδι, στον εναλλακτικό τουρισμό κυριαρχεί η ρήση του Schumacher (1974) «το μικρό είναι πανέμορφο (small is beautiful)» αναφορικά με το μέγεθος των επενδύσεων. Οι εναλλακτικοί τουρίστες επιλέγουν μικρά καταλύματα και ντόπιας ιδιοκτησίας. Αυτές οι μικρές κλίμακας επενδύσεις συνεισφέρουν στη διατήρηση του ελέγχου της τουριστικής ανάπτυξης από τον ντόπιο πληθυσμό και επιφέρουν λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία. Ως αποτέλεσμα μπορούν να ενσωματωθούν με μεγαλύτερη ευκολία στο υπάρχον κοινωνικό – πολιτιστικό και οικονομικό περιβάλλον της κοινωνίας και να συνεισφέρουν πιο αποτελεσματικά στην αειφόρο ανάπτυξη ενός προορισμού, ενώ δημιουργούν λιγότερες θέσεις εργασίας και λιγότερα έσοδα σε σύγκριση με τις μεγάλης κλίμακας επενδύσεις. Όμως στον εναλλακτικό τουρισμό τα οφέλη της τουριστικής ανάπτυξης παραμένουν στον ντόπιο πληθυσμό.

2.7.5. Ενδογενής ανάπτυξη

Όπως υποστηρίζουν διάφοροι μελετητές (Ανδριώτης 2002γ, Auty 1995, Britton 1982, Erisman 1983, Lea 1988, Milne 1997, Wilkinson 1987, 1997) η ανάπτυξη του τουρισμού έχει οδηγήσει σε εξάρτηση πολλούς τουριστικούς προορισμούς²⁴. Ενώ η οικονομική αναζωογόνηση έχει επιτευχθεί σε αρκετές περιοχές της περιφέρειας μέσω της τουριστικής ανάπτυξης, τα επιθυμητά αποτελέσματα που έχουν τη δυνατότητα να διαφοροποιήσουν την περιφέρεια από την καπιταλιστική ανάπτυξη του πυρήνα δεν έχουν γίνει εμφανή. Αυτό οφείλεται στην έλλειψη επαρκών κεφαλαίων από τον ντόπιο πληθυσμό με αποτέλεσμα να έχουν περιορισμένες δυνατότητες για επενδύσεις. Συνεπώς, τις περισσότερες φορές η περιφέρεια βρίσκεται παγιδευμένη σ' ένα φαύλο κύκλο

²⁴ Ανδριώτης, Κ., «Αειφορία: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Ηράκλειο 2006.

φτώχειας (Myrdal 1957, Potter, Binns, Eliot & Smith 1999), με τον τουρισμό της να ελέγχεται από βιομηχανικές μητροπολιτικές χώρες, οι οποίες ελέγχουν την τουριστική διακίνηση προς όφελός τους (Keller 1987, Potter, Binns, Eliot & Smith 1999).

Ως αποτέλεσμα, η εξέλιξη του τουρισμού σε πολλές περιοχές και κράτη του τρίτου κόσμου λειτουργεί σύμφωνα με τα πρότυπα της νεοαποικιοκρατίας και της πλήρους οικονομικής εξάρτησης, όπου οι «πλούσιες μητροπολιτικές κοινωνίες δυτικού τύπου» κυριαρχούν αποφασιστικά στην τουριστική βιομηχανία μέσω της εκμετάλλευσης των πλουτοπαραγωγικών πόρων (Ανδριώτης 2003γ). Το κέντρο ελέγχου της αναπτυξιακής διαδικασίας και των διαθέσιμων πόρων έχει μεταφερθεί από τους ανθρώπους που επηρεάζονται άμεσα από την ανάπτυξη του τουρισμού (την τοπική κοινωνία) στα κράτη προέλευσης των τουριστών, με επακόλουθα αρνητικά αποτελέσματα στο περιβάλλον, στην κοινωνία και στην οικονομία (Hall 1994, 1996). Οι ντόπιοι κάτοικοι δεν έχουν τη δυνατότητα να ασκήσουν έλεγχο στην αναπτυξιακή διαδικασία, αλλά υπάρχει μία από πάνω προς τα κάτω διαδικασία στη λήψη αποφάσεων από μια ομάδα ελίτ, εξωγενής της κοινωνίας (Brohman 1996).

Όλα αυτά είχαν ως συνέπεια να εκδηλωθούν ποικίλες αμφισβητήσεις για το ρόλο και την πολιτική που ασκούν οι διάφοροι οργανισμοί, εταιρείες και ανεπτυγμένα κράτη στην ανάπτυξη του τουρισμού. Αυτή η αμφισβήτηση οδήγησε στην προσπάθεια για τη δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων που σχετίζονται με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και την ανάγκη διατήρησης των ωφελειών της τουριστικής εκμετάλλευσης από την τοπική κοινωνία. Όπως υποστηρίζει ο Wheeler (1992, σελ. 140) δημιουργήθηκε μια «Σχολή Διαλογισμού» που βασίζεται στην ιδέα, ότι οι αλλαγές στη ζήτηση των τουριστών προς περιοχές που προσφέρουν εναλλακτικά προϊόντα, μπορεί να προσφέρει σωτήριες λύσεις στις αρνητικές συνέπειες της τουριστικής ανάπτυξης, δημιουργώντας ταυτόχρονα τις προϋποθέσεις για την επένδυση κεφαλαίων σε μικρής κλίμακας επιχειρήσεις από ντόπιους.

Ο εναλλακτικός τουρισμός, σύμφωνα με τις αρχές της αειφορίας προσβέπει ότι τα τουριστικά οφέλη και οι ζημιές από την τουριστική ανάπτυξη πρέπει να διανέμονται ισομερώς μέσα στην τοπική κοινωνία, επιτρέποντας έτσι σ' ένα μεγαλύτερο μέρος του ντόπιου πληθυσμού να ωφελείται από την εξάπλωση του τουρισμού, αντί να λαμβάνει μόνο το φορτίο των ζημιών. Με άλλα λόγια, υποστηρίζεται ότι κάθε όφελος που προέρχεται από την τουριστική δραστηριότητα πρέπει να ωφελεί τον ντόπιο πληθυσμό και να ελαχιστοποιεί τις αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία, στο περιβάλλον και στον πολιτισμό.

2.8. Αειφόρος τουρισμός

Σύμφωνα με τον Clarke (1997) ο αειφόρος τουρισμός έγινε κατανοητός και μελετήθηκε σε αντιδιαστολή με το μαζικό τουρισμό, ο οποίος χρησίμευσε ως σημείο απέχθειας. Αυτό είχε ως συνέπεια να αποκαλεστούν ως το καλό και το κακό με τις αρνητικές κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές επιδράσεις που βιώνουν οι τουριστικοί προορισμοί, να αποδίδονται στο μαζικό τουρισμό²⁵. Παρ' όλα αυτά στην τουριστική βιβλιογραφία αναφέρεται συχνά ότι ο μαζικός τουρισμός αποτελεί μια από τις βιομηχανίες που μπορεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο να υιοθετήσει τις αρχές τις

²⁵ Ανδριώτης, Κ., «Αειφορία: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Ηράκλειο 2006.

αιεφορίας. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο McKercher (2003) αυτό οφείλεται σε λογούς όπως:

- ❖ Με εξαίρεση τα μέσα που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά των τουριστών και των πρώτων υλών, ο τουρισμός δεν απαιτεί την κατανάλωση άλλων μη ανανεώσιμων πόρων.
- ❖ Οι κοινωνικοί πόροι, ο πολιτισμός, οι παραδόσεις, τα καταστήματα, οι υποδομές κ.λπ. αποτελούν το επίκεντρο των πόρων που καταναλώνονται από τους τουρίστες.
- ❖ Η χρήση των φυσικών πόρων από τον τουρισμό πρέπει να μην είναι επιβλαβής, ώστε οι πόροι αυτοί να μπορούν να ανανεωθούν.
- ❖ Ο τουρισμός αποτελεί μια από τις λίγες οικονομικές ευκαιρίες που είναι διαθέσιμες στις περιοχές της περιφέρειας.
- ❖ Ο τουρισμός παρέχει τη δυνατότητα να μειωθεί η φτώχεια, να δημιουργηθούν θέσεις εργασίας για κοινωνικά μειονεκτικά άτομα και να επιτευχθεί περιφερειακή ανάπτυξη.
- ❖ Ο τουρισμός έχει αποδείξει ότι μπορεί να αναζωογονήσει τον πολιτισμό και τις παραδόσεις σε διάφορες περιοχές.
- ❖ Ο τουρισμός έχει τη δυνατότητα να παρέχει οικονομικό κίνητρο για τη διατήρηση των φυσικών και των πολιτιστικών πόρων.
- ❖ Ο τουρισμός έχει αποδειχθεί ότι προάγει την κατανόηση και τη συνείδηση μεταξύ των λαών.

Παρ' όλες τις δυνατότητες που παρουσιάζει ο τουρισμός για την υιοθέτηση των αρχών που οδηγούν στην αιεφόρο ανάπτυξη, στην κοινή πρακτική τα πράγματα είναι πολύ διαφορετικά. Αυτό έχει οδηγήσει στη διαπίστωση ότι ο τουρισμός τις περισσότερες φορές είναι μη αιεφόρος, γεγονός που οφείλεται στους παρακάτω λόγους:

- ❖ Ο τουρισμός ανταγωνίζεται για πόρους, αφού συχνά η παροχή πολιτιστικών και οικοτουριστικών προϊόντων έχει ως αποτέλεσμα την απομάκρυνση του ντόπιου πληθυσμού από αυτούς.
- ❖ Οι ανάγκες των τουριστών διαφέρουν από τις ανάγκες του ντόπιου πληθυσμού και κατά συνέπεια η εξυπηρέτηση μπορεί να έρχεται αντιμέτωπη με τις αρχές των ντόπιων.
- ❖ Μόνο ένας μικρός αριθμός του πληθυσμού έχει κατανοήσει τι πρέπει να γίνει για την ανάπτυξη αιεφόρων τουριστικών προϊόντων, εξαιτίας του γεγονότος ότι πολλές χώρες έχουν κάνει παράλογες τουριστικές επενδύσεις.
- ❖ Ο τουρισμός συχνά επιβάλλεται στις τοπικές κοινωνίες, ιδιαίτερα σε αγροτικές και μειονεκτικές περιοχές και σε κλίμακα και ταχύτητα που προκαλεί μεγάλες κοινωνικές διαταραχές.

Με βάση τα παραπάνω ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) έχει ορίσει τον αιεφόρο τουρισμό ως:

Τουρισμό που οδηγεί στη διαχείριση όλων των πόρων με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορούν οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες να καλυφθούν διατηρώντας

ταυτόχρονα την πολιτιστική ακεραιότητα, τις ουσιώδεις οικολογικές μεθόδους, τη βιοποικιλότητα και τα μέσα διατήρησης της ζωής.

Ο παραπάνω ορισμός έχει πολλά κοινά χαρακτηριστικά γνωρίσματα με την αειφόρο ανάπτυξη, όπως ότι ο τουρισμός πρέπει να συμβάλλει στην ανάπτυξη και στη συντήρηση των πόρων που διαθέτει ένας προορισμός, ενώ ο τύπος και η κλίμακα που χρησιμοποιούνται θα πρέπει να εξασφαλίζουν μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα.

Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Butler (1996) ο αειφόρος τουρισμός πρέπει να αναπτύσσεται με τέτοιο τρόπο και σε τέτοια κλίμακα που να μην υποβαθμίζει ή να μη μεταβάλλει το ανθρώπινο και φυσικό περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργεί.

2.9. Αειφόρος ανάπτυξη και τουρισμός

Η εκτίμηση της έκτασης της ανάπτυξης μιας περιοχής (π.χ. το επίπεδο κοινωνικό – οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας) έχει γίνει εφικτή με τη διάγνωση και τον προορισμό της με τη βοήθεια ενός αριθμού οικονομικών δεικτών. Μεταξύ αυτών συγκαταλέγονται μεταβλητές όπως οι ημερήσιες διανυκτερεύσεις, η κατανάλωση σε πόσιμο νερό, η ποιότητα του αέρα, τα καύσιμα, η φροντίδα της υγείας, η μόρφωση, η εργασία, το ΑΕΠ κ.λπ.. Ο λεγόμενος «ανεπτυγμένος» κόσμος (χώρες όπως η Αυστραλία, οι ΗΠΑ, ο Καναδάς και οι χώρες της Δυτικής Ευρώπης) ορίζεται από την ύπαρξη αυτών των κοινωνικό – οικονομικών συνθηκών. Εκείνες όμως που διαθέτουν τους περισσότερους παράγοντες σε υψηλό βαθμό θεωρούνται και περισσότερο ανεπτυγμένες. Επιπλέον, το επίπεδο ανάπτυξης που παρουσιάζει κάθε χώρα, είτε υποκειμενικά είτε αντικειμενικά, συχνά εξισώνεται ή είναι συνώνυμο με το επίπεδο του «πολιτισμού» που υπάρχει σε αυτή, όπου πρόοδος (που συνήθως είναι οικονομική) είναι το κλειδί για τη σχέση μεταξύ εκείνης που είναι πολιτισμένη κι εκείνης που δεν είναι. Το Oxford English Dictionary ορίζει τον πολιτισμό ως ένα «εξελιγμένο στάδιο κοινωνικής ανάπτυξης» και τον εκπολιτισμό ως την «απομάκρυνση από τη βαρβαρότητα, διαφωτισμό»²⁶. Το σημείο, που θέλουμε να τονίσουμε, είναι ότι πιθανόν η αντίληψη που έχουμε για το τι είναι ανεπτυγμένο και τι όχι, τι είναι πολιτισμένο και τι όχι, είναι θέμα υποκειμενικό και ότι κάποιες απόψεις που έχουμε για την ανάπτυξη ίσως να χρειάζονται κάποια αναθεώρηση. Για παράδειγμα, έχει παρατηρηθεί ότι το πλέον ανεπτυγμένο 20% του πληθυσμού της γης (αυτοί που μένουν στη «Δύση») καταναλώνουν το 80% των παγκοσμίων πόρων προκειμένου να έχουν ανάπτυξη. Αν στόχος μας είναι να «αναπτύξουμε» όλον τον κόσμο σύμφωνα με το Δυτικό πρότυπο, τότε ο πλανήτης μας βρίσκεται σε σοβαρό κίνδυνο. Ίσως σε εκατό ή διακόσια χρόνια, ο Homo Sapiens θα θεωρεί τον Δυτικό πολιτισμό και πρότυπο ως την πιο βάρβαρη χρονική περίοδο της ιστορίας.

Η Deming (1996) συμφωνεί ότι η ανθρωπότητα πρέπει να εξετάσει πολύ προσεκτικά το θέμα του πολιτισμού. Υποστηρίζει ότι οι άνθρωποι έχουν μια ακόρεστη επιθυμία να βλέπουν ολοένα και περισσότερα από αυτόν τον πλανήτη και να έρθουν ολοένα και σε πιο στενή επαφή με τη φύση. Αυτού του είδους η συμπεριφορά κυριαρχεί διαρκώς στον τουρισμό, καθώς ο τουρίστας επιχειρεί συνεχώς να παραβιάσει τη λεπτή γραμμή που υπάρχει μεταξύ της αποδεκτής και μη – αποδεκτής σχέσης ανθρώπου – φύσης. Για παράδειγμα, στο Point Pelee National Park του Οντάριο στον Καναδά, οι οχλήσεις στα ζώα είναι ένα συχνό φαινόμενο καθώς εκατοντάδες παρατηρητές πουλιών συγκεντρώνονται για να παρακολουθήσουν την εαρινή αποδημία των πολιών στο πάρκο. Παρά τις προειδοποιήσεις και τις πινακίδες, οι τουρίστες εξακολουθούν να ξεφεύγουν από τα μονοπάτια, που έχουν οριστεί, προκειμένου να δουν και να φωτογραφίσουν από κοντά τα πουλιά. Η Deming αναρωτιέται: την ώρα που αντιμετωπίζουμε τους κινδύνους της αύξησης της θερμοκρασίας του πλανήτη, της εξαφάνισης των βιότοπων και της εξαφάνισης σπάνιων ειδών ζώων, τι μπορεί να σημαίνει να είναι κάποιος πολιτισμένος; Η απάντηση διερευνά όρια, τόσο κοινωνικά όσο και οικολογικά, για να αντιμετωπιστεί ο εχθρός

²⁶ Ανδριώτης, Κ., «Αειφορία: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Ηράκλειο 2006.

Όπως είπε ο Ρογο κατά τη διάρκεια του πολέμου στο Βιετνάμ, “Είδαμε τον εχθρό και είμαστε εμείς». Ξαφνικά, είμαστε οι επιτιθέμενοι βάρβαροι και ταυτόχρονα οι μόνοι που υπάρχουν για να προστατεύσουν την πόλη. Κάθε ένας από εμάς στέκεται στο κέντρο του πολιτισμένου κόσμου αλλά ταυτόχρονα και στο χείλος του.

(Deming, 1996: 32)

Ο Milgrath (1989) αναφέρεται στις αξίες ως τη βάση για κάθε ανθρώπινη δραστηριότητα. Υποστηρίζει ότι οι άνθρωποι έχουν ως κεντρική τους αξία την προσωπική τους επιθυμία να διατηρηθούν στη ζωή. Αυτό, όπως είναι φυσικό, εξελίσσεται σε ενδιαφέρον και αξία και μάλιστα για άλλους ανθρώπους μια κοινωνική αξία. Ο Milgrath αναφέρει ότι δεν είναι σωστό να επικεντρώνουμε τη διατήρηση της κάθε ανθρώπινης ζωής ως κεντρική αξία, αφού όλοι οι άνθρωποι πεθαίνουν και ο βαθύς πόθος να διατηρηθεί στη ζωή δεν μπορεί ποτέ να πραγματοποιηθεί. Αντίθετα, πιστεύει ότι και στο ζωικό βασίλειο θα πρέπει να εκτιμούμε και να σεβόμαστε τη διατήρηση στη ζωή των οικοσυστημάτων μας. Πέρα από τις κοινωνικού περιεχομένου αξίες της κοινωνίας, ο Milgrath υποστηρίζει ότι έχουμε δώσει προτεραιότητα στην οικονομική ανάπτυξη, με αποτέλεσμα, μακροπρόθεσμα, η κοινωνία δυστυχώς να μην μπορέσει να αυτοσυντηρηθεί.

Η αειφόρος ανάπτυξη προτάθηκε ως ένα μοντέλο, που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία ενός εναύσματος για μια ριζική αλλαγή μέσα στην κοινωνία, μια αλλαγή που δεν θα έχει ως επίκεντρό της, την κοινωνικό – οικονομική ανάπτυξη, αλλά μια ανάπτυξη, που θα «ικανοποιεί τους σημερινούς στόχους χωρίς να συμβιβάζει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιούν τις δικές τους ανάγκες» (Παγκόσμια Επιτροπή Περιβάλλοντος και Ανάπτυξης, 1987: 47). Έτσι, οι αρχές της οικολογίας έχουν ουσιαστική σημασία για την πρόοδο της οικονομικής ανάπτυξης (Redclif, 1987), με στόχο την αύξηση των υλικών προτύπων των ανθρώπων που ζουν στον πλανήτη μας και οι οποίοι είναι φτωχοί (Barbier, 1987). Ακόμα σημαντικότερο, όμως, θα ήταν να ελπίζουμε ότι η αειφόρος ανάπτυξη θα μπορούσε να αυξήσει τα ηθικά πρότυπα των ανθρώπων, γεγονός που θα είχε θετικές επιπτώσεις και στον τομέα της οικονομίας, που όλοι γνωρίζουμε πόσο σημαντικός είναι για την βιωσιμότητά μας. Η διεθνής λοιπόν σημασία του τουρισμού, ως όχημα για οικονομική ανάπτυξη, καθώς και οι δυνατότητες που έχει για ανάπτυξη, τον καθιστούν απόλυτα σχετικό με την έννοια της αειφορίας. Ως αποτέλεσμα, τα τελευταία χρόνια έχει παρουσιαστεί ένας μεγάλος αριθμός μελετών και συγγραμμάτων, που αναφέρονται στη βιωσιμότητα του τουρισμού, όπως και αν αυτός ορίζεται.

Μια από τις πρώτες στρατηγικές για τον τουρισμό και την αειφόρο ανάπτυξη προέκυψε από το συνέδριο του Globe '90 στον Καναδά. Εδώ, εκπρόσωποι της τουριστικής βιομηχανίας, κυβερνητικές και μη οργανώσεις και ακαδημαϊκοί, ανέλυσαν τη σημασία του περιβάλλοντος για τη βιωσιμότητα της τουριστικής βιομηχανίας και το πώς τα κακά προγράμματα τουριστικής ανάπτυξης μπορούν να διαβρώσουν την ποιότητα του φυσικού και κοινωνικού περιβάλλοντος που υποδέχεται τον τουρισμό. Οι εκπρόσωποι του συνεδρίου εξέφρασαν την άποψη ότι οι στόχοι του αειφόρου τουρισμού είναι:

1. Η ανάπτυξη μιας ευρύτερης γνώσης και κατανόησης για τη συμβολή του τουρισμού στο περιβάλλον και την οικονομία.

2. Η προώθηση της ανάπτυξης.
3. Η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου στις κοινότητες υποδοχής τουριστών,
4. Η προσφορά εμπειριών υψηλής ποιότητας στους επισκέπτες
5. Η διατήρηση της ποιότητας του περιβάλλοντος από το οποίο εξαρτώνται οι παραπάνω στόχοι.

Αν και ο ορισμός που έδωσαν για την αιφόρο τουριστική ανάπτυξη ήταν μάλλον γενικός (ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών και των κοινοτήτων υποδοχής τουριστών με παράλληλη προστασία και έμφαση των ευκαιριών για το μέλλον»), διατυπώθηκαν πολύ καλές προτάσεις για την πολιτική, στους κυβερνητικούς και μη οργανισμούς. Για παράδειγμα, στον τομέα της πολιτικής παρουσιάστηκαν 15 προτάσεις σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο ο τουρισμός θα πρέπει να προωθείται, να αναπτύσσεται, να ορίζεται, ενώ ταυτόχρονα επισημαίνονται και οι επιπτώσεις για την περιφέρεια, τον χώρο και τον χρόνο. Μία από τις προτάσεις αυτές αναφέρει ότι «ο βιώσιμος τουρισμός προϋποθέτει τον καθορισμό κατευθυντήριων γραμμών για τα επίπεδα και τους τύπους της αποδεκτής ανάπτυξης, χωρίς όμως να αποκλείει τις νέες εγκαταστάσεις και εμπειρίες» (Globe '90, 1990: 6).

Από την άποψη της οικονομικής ανάπτυξης και ευημερίας, υπάρχει μια οικονομική λογική για την έννοια της αιφορίας. Όπως ισχυρίζεται ο McCool (1995: 3), «από τη στιγμή που οι κοινότητες θα χάσουν το χαρακτήρα εκείνο, που τις καθιστά ελκυστικές και διαφορετικές στους ξένους, χάνουν την ικανότητά τους να συναγωνιστούν για το τουριστικό εισόδημα σε μία αυξανόμενη παγκόσμια και ανταγωνιστική αγορά». Επιπλέον, ο McCool χρησιμοποιώντας τα λόγια του Fallon αναφέρει ότι η έννοια της αιφορίας προσδιορίζει την επίτευξη στόχων και τη μέτρηση της προόδου της επίτευξής τους. Δεν μπορούμε πλέον να μετρούμε την ανάπτυξη με βάση τα ορατά δείγματα ή τα οικονομικά αποτελέσματα. Και αυτά θα πρέπει να αποτελούν τομέα διερεύνησης της κοινωνικής τάξης και δικαιοσύνης (Hall 1992, Urry 1992). Έτσι, ο McCool πιστεύει ότι, προκειμένου να έχει επιτυχία ο βιώσιμος τουρισμός, οι άνθρωποι θα πρέπει να λάβουν υπόψη τους τα εξής:

1. Το πώς οι ίδιοι οι τουρίστες αξιολογούν και χρησιμοποιούν το εκάστοτε φυσικό περιβάλλον.
2. Το πώς ενισχύονται οι τοπικές κοινότητες μέσα από τον τουρισμό.
3. Η αναγνώριση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού.
4. Η διαχείριση αυτών των επιπτώσεων.

Πάνω σε αυτή τη βάση, πολλοί ερευνητές και οργανώσεις πήραν την πρωτοβουλία και ξεκίνησαν μια διαδικασία καθορισμού και μέτρησης των επιπτώσεων. Όπως όμως τονίστηκε και παραπάνω, το Globe '90 αποτέλεσε μία από τις πρώτες δυνάμεις για τη σύνδεση του τουρισμού με την αιφόρο ανάπτυξη. Ακολούθησε το Globe '92 (Hawkes και Williams, 1993) και η μετακίνηση από τη θεωρία στην πράξη με την υλοποίηση μέτρων για τη βιωσιμότητα του τουρισμού. Ακόμα κι έτσι, όμως, στο συνέδριο αναγνωρίστηκε ότι η εφαρμογή των αρχών της αιφορίας στον τουρισμό είναι μια χρονοβόρα διαδικασία, όπως υποστηρίχθηκε και από τον Roy (στο Sadler, 1992):

Ο βιώσιμος τουρισμός αποτελεί μία επέκταση της έμφασης, που δίνεται σήμερα στην αιφόρο ανάπτυξη. Και οι δύο εξακολουθούν να είναι θεωρητικές έννοιες. Στην Ινδία δεν κατάφερα να βρω ούτε ένα πρακτικό παράδειγμα των εννοιών αυτών. Η μοναδική κατάσταση, που άγγιζε την έννοια για τον τουρισμό, ήταν στο Μπουτάν, όπου ένας πολύ

αυστηρός έλεγχος του αριθμού των επισκεπτών – 2000 ετησίως – συντηρεί το περιβάλλον και τη μοναδική κοινωνικό – πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής. Ακόμα κι εκεί, καθώς έκανα ορειβασία σε μεγάλα υψόμετρα, βρήκα τα μονοπάτια μολυσμένα με τα σκουπίδια του πολιτισμού.

Παρά τα πολυάριθμα παραδείγματα, που βρίσκουμε σήμερα στη βιβλιογραφία για τον τουρισμό και την έννοια της αειφόρου ανάπτυξης (Nelson, 1993), είναι λίγα τα project για τον βιώσιμο τουρισμό, που κατάφεραν να αντέξουν στη δοκιμασία του χρόνου. Μία πρωτοβουλία, που προβλήθηκε αρκετά μέσα από τη βιβλιογραφία, ήταν το Bali Sustainable Development Project, με συντονιστές το University of Waterloo του Καναδά και το Gadjahmada University της Ινδονησίας (Wall 1993, Mitchel 1994). Πρόκειται για ένα έργο, που εφαρμόστηκε σε πολυκλαδικό επίπεδο. Ένας από τους πολλούς κλάδους, και μάλλον ο σημαντικότερος, που οδηγεί την οικονομία του Μπαλί, είναι ο τουρισμός. Ο Wall (1993) αναφέρει ορισμένα από τα κυριότερα συμπεράσματα της έρευνάς του στο project αυτό:

- ❖ Όταν αναπτύξουμε μια στρατηγική για την αειφόρο ανάπτυξη, πρέπει να είμαστε όσο το δυνατόν περισσότερο ευαίσθητοι στο θέμα του πολιτισμού και της κουλτούρας.
- ❖ Πρέπει να συνεργαζόμαστε με το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο και όχι να επιχειρούμε να δημιουργήσουμε νέο.
- ❖ Ο πολυκλαδικός προγραμματισμός αποτελεί σημαντικότατο στοιχείο για μία στρατηγική αειφόρου ανάπτυξης και πρέπει να δημιουργηθούν τα μέσα εκείνα, ώστε όλοι όσοι πρόκειται να επηρεαστούν από τις αλλαγές, να αποτελούν μέρος της ομάδας λήψης αποφάσεων.

Ο Butler (1993: 221) έχει εξετάσει επίσης το θέμα της ενσωμάτωσης του τουρισμού σε άλλους τρόπους εκμετάλλευσης της γης, και θεωρεί ότι η ενσωμάτωση είναι η «εισαγωγή μιας δραστηριότητας σε μια περιοχή σε μια βάση αποδεκτή για τις άλλες δραστηριότητες και για το περιβάλλον, μέσα στον ευρύτερο στόχο της αειφορίας και της μακροπρόθεσμης ανάπτυξης». Ο Butler προσδιόρισε τη συμπληρωματικότητα, τη συμβατότητα και την ανταγωνιστικότητα ως μεταβλητές, που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν ως ένα πρώτο βήμα για την οργάνωση των τρόπων χρήσης της γης κατά σειρά προτεραιότητας, όπου η συμπληρωματικότητα οδηγεί στη διάκριση της τουριστικής δραστηριότητας σε σχέση με τους άλλους τρόπους χρήσης της γης.

Κάποια άλλα μοντέλα που χρησιμοποιήθηκαν για την έρευνα της θέσης που κατέχει ο τουρισμός σε μια περιοχή υποδοχής, ήταν μονοκλαδικά. Τα μοντέλα αυτά προσδιορίζουν μια δέσμη δεικτών, που χαρακτηρίζουν μια βιώσιμη ή μη βιώσιμη προσέγγιση στην παροχή τουριστικών υπηρεσιών και εμπειριών. Μεταξύ των πολυάριθμων παραδειγμάτων είναι αυτό του Canova (1994) σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο οι τουρίστες μπορούν να συμπεριφερθούν υπεύθυνα απέναντι στο περιβάλλον και τον ντόπιο πληθυσμό, του Forsyth (1995) σχετικά με το βιώσιμο τουρισμό και τον αυτοέλεγχο, των Moscardo et. al. (1996) σχετικά με τις οικολογικά βιώσιμες μορφές τουριστικών καταλυμάτων καθώς και ο οδηγός γραφείου Συμβουλών και Ελέγχου του Καναδά (1995) για την ανάπτυξη βασικών και γεωγραφικά συγκεκριμένων δεικτών αειφόρου τουρισμού.

Ορισμένες εκδόσεις ανέλυσαν τον τουρισμό και την έννοια της αειφορίας υπό το πρίσμα της ηθικής. Αν και οι δείκτες, που προσδιορίζονται και χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση και τον έλεγχο των επιπτώσεων του τουρισμού είναι μεταβλητοί, οι κώδικες της δεοντολογίας ή της συμπεριφοράς είναι κατάλογοι, που συντάσσονται με στόχο την αλλαγή της συμπεριφοράς συγκεκριμένων ομάδων ατόμων, που δέχονται τις επιπτώσεις του τουρισμού. Η εργασία *Beyond the Green Horizon*, που αναφέρεται στη βιωσιμότητα του τουρισμού (Tourism Consern, 1992), αποτελεί ένα άριστο παράδειγμα αυτού του είδους της σπουδής. Για την ένωση Tourism Consern, βιώσιμος τουρισμός σημαίνει:

Τουριστικά και άλλα έργα υποδομής, τα οποία, τόσο σήμερα όσο και στο μέλλον θα λειτουργούν μέσα στα όρια της δυναμικότητας της φύσης για αναγέννηση και μελλοντική ανανέωση των φυσικών πόρων. Αναγνωρίζει τη συνεισφορά των ανθρώπων και της ντόπιας κοινότητας, τα έθιμα και τον τρόπο ζωής τους που διαμορφώθηκε μέσα από την τουριστική εμπειρία. Αποδέχονται ότι οι ντόπιοι πρέπει να έχουν ένα ίσο μερίδιο από τα οικονομικά οφέλη του τουρισμού.

Η Ένωση Τουριστικής Βιομηχανίας του Καναδά (1995) ένωσε τις δυνάμεις της με την Εθνική Διάσκεψη Στρογγυλής Τραπέζης για το Περιβάλλον και την Οικονομία για τη δημιουργία ενός συμφώνου, στο οποίο οι δύο πλευρές δεσμεύονται για την προστασία του περιβάλλοντος μέσα από συνεργατικούς δεσμούς με άλλους τομείς και κυβερνήσεις σε όλα τα επίπεδα. Οι οδηγίες του βιώσιμου τουρισμού που εξέδωσαν αναφέρονται στους τουρίστες, στην τουριστική βιομηχανία, στις βιομηχανικές ενώσεις, στα καταλύματα, στους χώρους εστίασης στους τουριστικούς πράκτορες και στα Υπουργεία Τουρισμού. Καθένας από τους τομείς αυτούς περιλαμβάνει ανάλογες οδηγίες, που σχετίζονται με την πολιτική και τον προγραμματισμό, την τουριστική εμπειρία, την κοινότητα φιλοξενίας, την ανάπτυξη, τους φυσικούς, κοινωνικούς και ιστορικούς πόρους, την προστασία των φυσικών πόρων, την εκπαίδευση, την ενημέρωση του κοινού, τη συνεργασία των βιομηχανικών παραγόντων και τον παγκόσμιο τουρισμό.

Μια τελευταία έκδοση, που αξίζει να αναφερθεί στο σημείο αυτό, είναι αυτή της Ομοσπονδίας για τη Φύση και τα Εθνικά Πάρκα της Ευρώπης (1993). Η ολοκληρωμένη της έρευνα για τον βιώσιμο τουρισμό στα φυσικά και εθνικά πάρκα της Ευρώπης, μας προσφέρει πλούσιες πληροφορίες για την πρόκληση που υπάρχει στην εφαρμογή μιας στρατηγικής αειφορίας στην ήπειρο αυτή. Πολλές από τις προστατευόμενες περιοχές της Ευρώπης βρίσκονται σε αγροτικές βιομηχανικές κοινότητες (π.χ. Αγγλία, Ουαλία, Λουξεμβούργο) και αντιμετωπίζουν διαφορετικές πιέσεις από ό,τι οι ευρύτερες και λιγότερο κατοικημένες περιοχές, που βρίσκονται γύρω από τα προστατευόμενα πάρκα της Αυστραλίας και της Νέας Ζηλανδίας, του Καναδά και των Ηνωμένων Πολιτειών. Από την άλλη πλευρά, η Ευρώπη διαθέτει επίσης μεγάλα εθνικά πάρκα και βιότοπους, που συντηρούνται και προστατεύονται εξίσου σωστά. Και στις δύο περιπτώσεις (αγροτικά και φυσικά περιβάλλοντα) οι πολιτικοί και οικονομικοί παράγοντες είναι επιφορτισμένοι με το έργο της εφαρμογής της έννοιας της αειφορίας στον τουρισμό αυτών των περιοχών. Το Σύμφωνο για τα Ευρωπαϊκά εθνικά πάρκα αναγνωρίζει ότι οι άνθρωποι θα πρέπει να είναι σε θέση να βελτιώσουν την οικονομία τους, να απολαύσουν τον πολιτισμό τους και να προωθήσουν την αρμονία μεταξύ των διαφορετικών πολιτισμών. Οι στόχοι αυτοί πρέπει να επιτευχθούν παράλληλα και μέσα από την

περιβαλλοντική εκπαίδευση, την υποστήριξη της πολιτείας για το περιβάλλον και την προστασία των πολιτισμικών αξιών μέσα από τα έργα και υλοποιήσιμες μεθόδους.

2.10. Αρχές αειφόρου εκπαίδευσης

Αειφόρος εκπαίδευση, είναι μια νέα εκπαιδευτική διαδικασία, που συνδέει την περιβαλλοντική εκπαίδευση – αγωγή με την αναπτυξιακή εκπαίδευση, στο πλαίσιο της αλληλεγγύης των γενεών, με απώτερο στόχο τον βαθύτερο μετασχηματισμό της σκέψης και της πρακτικής των ανθρώπων και πρέπει να απευθύνεται όχι μόνο στους νέους, αλλά και στους ενήλικες μέσα από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που προσδίδονται σε αυτούς από την κοινωνική, επαγγελματική ή και άλλη θέση²⁷. Η διαμόρφωση, επομένως, μιας συγκεκριμένης στρατηγικής για την αειφόρο εκπαίδευση συνάμα με τις αρχές που την διέπουν, θα είναι ένα πολύ καλό ξεκίνημα.

<p>1) Χρήση Πόρων με Τρόπο Βιώσιμο Η συντηρητική και βιώσιμη χρήση των πόρων – φυσικών, κοινωνικών και πολιτιστικών – είναι εξαιρετικής σημασίας και έχει μακροπρόθεσμη επιχειρηματική αξία.</p>
<p>2) Μείωση της Υπερκατανάλωσης και των Απορριμμάτων Με την μείωση της υπερκατανάλωσης και των απορριμμάτων αποφεύγουμε το κόστος της αποκατάστασης των μακροπρόθεσμων περιβαλλοντικών ζημιών και συνεισφέρουμε πολλά στον ποιοτικό τουρισμό.</p>
<p>3) Διατήρηση της κληρονομιάς Η διατήρηση και η προώθηση της φυσικής, κοινωνικής και πολιτιστικής κληρονομιάς είναι ουσιαστικό στοιχείο για τον μακροπρόθεσμο βιώσιμο τουρισμό και δημιουργεί μία αυθεντική βάση για την τουριστική βιομηχανία.</p>
<p>4) Ενσωμάτωση του Τουρισμού στον Προγραμματισμό Η τουριστική ανάπτυξη που ενσωματώνεται σε ένα εθνικό και τοπικό πλαίσιο στρατηγικού σχεδιασμού, αυξάνει τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα του τουρισμού.</p>
<p>5) Υποστήριξη των Τοπικών Κοινωνιών Ο τουρισμός που υποστηρίζει ένα ευρύ φάσμα τοπικών οικονομικών δραστηριοτήτων, και ο οποίος σέβεται τις περιβαλλοντικές δαπάνες / αξίες, προστατεύει τις οικονομίες αυτές ενώ παράλληλα εμποδίζει την καταστροφή του περιβάλλοντος.</p>
<p>6) Συμμετοχή Ντόπιων Κοινοτήτων Η πλήρης συμμετοχής των ντόπιων κοινοτήτων στον κλάδο του τουρισμού, όχι μόνο λειτουργεί προς όφελός τους και προς όφελος του περιβάλλοντος γενικότερα, αλλά βελτιώνει επίσης την ποιότητα της τουριστικής εμπειρίας.</p>
<p>7) Αποδοχή Συμβουλών των Παραγόντων και του Κοινού Η συζήτηση μεταξύ τουριστικής βιομηχανίας και τοπικών κοινοτήτων φορέων</p>

²⁷ David A.Fennell, «Οικοτουρισμός», εκδόσεις Έλλην, 2001.

<p>και θεσμικών παραγόντων είναι ουσιαστικής σημασίας αν θέλουμε να έχουμε μία αρμονική συνεργασία και επίλυση των πιθανών αλληλοσυγκρουόμενων συμφερόντων.</p>
<p>8) Εκπαίδευση Προσωπικού Η εκπαίδευση του προσωπικού που ενσωματώνει την έννοια του βιώσιμου τουρισμού σε πρακτικές εφαρμογές, μαζί με την πρόσληψη τοπικού εργατικού δυναμικού σε κάθε διοικητικό επίπεδο, βελτιώνει την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος.</p>
<p>9) Ευθύνη του Τουριστικού Μάρκετινγκ Το μάρκετινγκ που προσφέρει στους τουρίστες ολοκληρωμένες και υπεύθυνες πληροφορίες αυξάνει τον σεβασμό απέναντι στο φυσικό, κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον της περιοχής – προορισμού και συμβάλλει στην πλήρη ικανοποίηση του πελάτη.</p>
<p>10) Διεξαγωγή Έρευνας Η διαρκής έρευνα και ο έλεγχος από την πλευρά της τουριστικής βιομηχανίας με στόχο τη συγκέντρωση δεδομένων και την ανάλυση, αποτελεί σημαντικό σημείο για την επίλυση προβλημάτων και την προσφορά πλεονεκτημάτων στους προορισμούς, την τουριστική βιομηχανία και τους τουρίστες καταναλωτές.</p>

Πίνακας 2. Αρχές του Βιώσιμου Τουρισμού

Πηγή: *Tourism Concern 1992*

2.10.1. Σε ποιους απευθύνεται

Η εκπαίδευση για την αειφορία θα είναι διαθέσιμη σε όλες τις κοινωνικές ομάδες. Για παράδειγμα, οι ειδικές ανάγκες των ηλικιωμένων στην κατανόηση και διαχείριση ενός γρήγορα μεταβαλλόμενου περιβάλλοντος, η σημασία των γυναικών στη διατήρηση της κουλτούρας και της κληρονομιάς και η πρόσβαση των ατόμων με ειδικές ανάγκες σε περιβαλλοντικά κέντρα που συχνά παραβλέπονται. Η αειφόρος εκπαίδευση στην τοπική κοινωνία θα ενισχύσει αυτό που οι άνθρωποι έχουν αποκομίσει από την επίσημη τυπική εκπαίδευση, και έτσι μέσα από νέα εκπαιδευτικά προγράμματα και έντυπο υλικό, θα δώσει σε αυτούς ευκαιρίες να παρατηρήσουν, να σκεφθούν και να εξασκήσουν ό,τι έχουν μάθει.

2.10.2. Ποιοι παρέχουν την εκπαίδευση για την αειφορία

Οι παρέχοντες εκπαίδευση ιδιωτικοί οργανισμοί, ΟΤΑ, υπηρεσίες του δημοσίου συμπεριλαμβανομένων και των πανεπιστημίων, ΤΕΙ, σχολείων και άλλων οργανισμών, θα πρέπει να αναπτύξουν καινούργια προγράμματα λαμβάνοντας υπόψη την τοπική εμπειρία. Δραστηριότητες των τοπικών κοινωνιών και διαδικασίες που προκαλούν και ενθαρρύνουν την μάθηση για το περιβάλλον μέσα στην κοινότητα περιλαμβάνουν:

- 1) Ενημέρωση για περιβαλλοντική εκπαίδευση και δράση,
- 2) Βοήθεια να αναγνωρίσουν τοπικά περιβαλλοντικά θέματα καθώς και τις μεθόδους και τις πηγές, ώστε να διαχειρισθούν: δυνατότητα πρόσβασης σε

πληροφορίες και συμβουλές για το τοπικό περιβάλλον, δημιουργία ευκαιριών για περιβαλλοντική δράση κ.λπ.

2.10.3. Αρχές για την ανάπτυξη της αειφόρου εκπαίδευσης

- 1) Ενοποίηση τα Αναπτυξιακής και Περιβαλλοντικής Εκπαίδευση: Η παγκόσμια διάσκεψη του Ρίο ντε Τζανέιρο ενίσχυσε την ανάγκη για την ανανέωση της παραδοσιακής δομής της εκπαίδευσης μέσα από την ενοποίηση της Περιβαλλοντικής και Αναπτυξιακής εκπαίδευσης με στόχο την αειφορία σε τοπικό, εθνικό και υπερεθνικό επίπεδο. Είναι σημαντικό να υπάρξει ευρεία συζήτηση και ένα μέτρο συμφωνίας ανάμεσα στους κοινωνικούς εταίρους (φορείς της Κεντρικής Διοίκησης, Τοπικής Αυτοδιοίκησης, πολίτες και οργανώσεις) ως προς τις αρχές και την πρακτική της βιώσιμης διαχείρισης,
- 2) Σύνδεση της τυπικής και άτυπης εκπαίδευσης: Ο αναπροσανατολισμός της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης από την τυπική εκπαίδευση στην άτυπη είναι κομβικό σημείο για την αποτελεσματικότητά της. Όλοι οι πολίτες χρειάζεται να αλλάξουν τρόπο σκέψης, άρα και συμπεριφορές. Είναι αναγκαίο να υπάρξει ένας κοινός σχεδιασμός για τους σκοπούς, τις μεθόδους και τα μέσα που χρησιμοποιεί κάθε φορέας περιβαλλοντικής εκπαίδευσης.
- 3) Συμμετοχή των πολιτών στη λήψη αποφάσεων: Είναι βασικό να εμπλέξουμε τις τοπικές κοινωνίες τόσο στη λήψη αποφάσεων, όσο και στην εκτέλεση αυτών και τη διανομή των οικονομικών πόρων αν πρόκειται η περιβαλλοντική δράση να είναι αποτελεσματική. Θεσμοθετημένοι και ιδιωτικοί οργανισμοί να ενθαρρύνονται να μεταβιβάζουν όσο το δυνατόν περισσότερες από αυτές τις διαδικασίες σε ανθρώπους στην τοπική κοινωνία. Η Νομαρχιακή αυτοδιοίκηση και η Τοπική αυτοδιοίκηση 1^{ου} βαθμού θα έπρεπε να κάνουν την αρχή, για παράδειγμα να συμπεριλαμβάνουν άτομα στη λήψη αποφάσεων και να τους βοηθήσουν να πάρουν αποφάσεις σχετικά με συγκρουόμενες προτεραιότητες. Οι αποφάσεις πρέπει να βασίζονται σε ακριβείς και σύγχρονες πληροφορίες για όλες τις σχετικές πλευρές του περιβάλλον,
- 4) Αξιοποίηση της εμπειρίας άλλων χωρών σε θέματα πολιτικής: Οι γνώσεις παράγονται, λιγότερο ή περισσότερο και σε άλλες χώρες. Τα συμπεράσματα των πρωτοβουλιών των άλλων χωρών, που προηγούνται σε ζητήματα πολιτικής και περιβαλλοντικής εκπαίδευσης, αποτελούν ένα καλό εργαλείο να αποφύγουμε λάθη ή επαναλήψεις.
- 5) Δημιουργία αποτελεσματικού συστήματος πληροφοριών: Συχνά έχουν ανακύψει δυσκολίες για την εξεύρεση πληροφοριών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν άμεσα για την περιβαλλοντική εκπαίδευση. Η πρόσφατη έκρηξη της περιβαλλοντικής πληροφόρησης καθώς και ο αριθμός και η ποικιλία των οργανώσεων, που την παρέχουν, δημιουργούν προβλήματα για τους ανθρώπους που αναζητούν πρόσβαση σε αυτή, και ιδιαίτερα αν δεν είναι εξοικειωμένοι με την μορφή και τον τρόπο που παρέχεται. Εκτός από την πληροφόρηση σε εθνικό επίπεδο, πρέπει επίσης να αντιμετωπισθούν και οι ανάγκες σε τοπικό επίπεδο για πιο συγκεκριμένη πληροφόρηση.
- 6) Δημιουργία δικτύων για την αειφόρο εκπαίδευση: Οι δεσμοί ανάμεσα σε φορείς και οργανώσεις για θέματα πολιτικής και στρατηγικής είναι απαραίτητοι. Πριν

λίγα χρόνια τα θέματα περιβάλλοντος είχαν τοπικό χαρακτήρα. Σήμερα μιλάμε για προβλήματα που ξεπερνούν και τα εθνικά σύνορα. Χρειάζονται εθνικές στρατηγικές ενημέρωσης για τη ρύπανση των υδάτων, για τη διαχείριση των απορριμμάτων, για την διάβρωση των εδαφών, τη χρήση εναλλακτικών μορφών ενέργειας για τον ρατσισμό, την αποξένωση, την αλλοτρίωση κ.α. Είναι σημαντικό να υπάρχει η ενημέρωση και η ροή πληροφοριών σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο. Στη σημερινή κατάσταση όλοι θα ωφελούνται από τη συνεργασία και τον συντονισμό των οργανώσεων και των άλλων φορέων ώστε να υπάρχουν αξιόπιστη εκπαίδευση και αγωγή. Αφού πρώτα βέβαια, προσδιορισθούν με σαφήνεια τις ομάδες – στόχο, τα μέσα και γενικά όλες τις διαδικασίες. Υπάρχει ανάγκη να βελτιώσουμε την αποτελεσματικότητά τους και να αυξήσουμε τον ορίζοντα των δραστηριοτήτων,

- 7) Αξιοποίηση των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας: Τα ΜΜΕ διαδραματίζουν πρωτεύοντα ρόλο στην ευαισθητοποίηση ως προς το περιβάλλον πολλών ανθρώπων και δεδομένου ότι ένα σημαντικό – ίσως το πιο μεγάλο – μέρος του πληθυσμού επηρεάζεται έντονα (μερικοί σχεδόν αποκλειστικά) από αυτά, αναγνωρίζεται ο ζωτικής σημασίας ρόλος τους για τη διαμόρφωση άποψης σε περιβαλλοντικά ζητήματα. Τα ΜΜΕ είναι ο σημαντικότερος φορέας περιβαλλοντικής εκπαίδευσης – αγωγής των ενηλίκων,
- 8) Εξασφάλιση των οικονομικών πόρων: Είναι βέβαιο ότι θα χρειαστούν πόροι για το συντονισμό και τη δημιουργία πιλοτικών προγραμμάτων ώστε να εξασφαλιστεί μακροπρόθεσμη περιβαλλοντική ενημέρωση και αγωγή. Στρατηγικές χρηματοδότησης πρέπει να σχεδιαστούν σε μακροπρόθεσμη βάση. Η αιεφορική εκπαίδευση θα έπρεπε να είναι ακέραιο κομμάτι όλων των «πακέτων» χρηματοδότησης από κάθε πηγή. Όλα τα προγράμματα που η πραγματοποίηση των βασίζεται σε χρηματοδότηση είτε από την Ευρωπαϊκή επιτροπή είτε από δημόσιες δαπάνες (για το μέρος εκείνο που προβλέπεται για εκπαίδευση, ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού) είναι ένας σημαντικός πόρος που θα εξασφαλίσει μακροβιωσιμότητα και αποτελεσματικότητα.

2.11. Σύγκριση της αιεφορίας με το μαζικό τουρισμό

Ο αιεφόρος τουρισμός παρουσιάζει σημαντικές διαφορές σε σύγκριση με τον μαζικό²⁸. Αυτές οι διαφορές αναφέρονται σε τέσσερις βασικές θέσεις που σύμφωνα με τον Clark (1997) περιλαμβάνουν:

- ❖ Πολικά αντίθετα έννοιες. Αυτή η θέση αντιμετωπίζει τον αιεφόρο τουρισμό ως πολικά αντίθετο του μαζικού τουρισμού, θεωρώντας ότι το πλήθος των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων που βιώνουν πολλοί τουριστικοί προορισμοί, οφείλονται στο μαζικό τουρισμό. Επίσης, αναφέρει ως βασικό χαρακτηριστικό για το διαχωρισμό του αιεφόρου από το μαζικό τουρισμό την κλίμακα που εμφανίζονται (μικρή στον αιεφόρο και μεγάλη στο μαζικό).
- ❖ Έννοιες συνέχειας. Αυτή η θέση αναφέρεται κυρίως στη σημασία της συνέχειας μεταξύ του αιεφόρου και του μαζικού τουρισμού. Αυτή η συνέχεια

²⁸ David A.Fennell, «Οικοτουρισμός», εκδόσεις Έλλην, 2001.

βασίζεται στο σκεπτικό ότι ο αειφόρος τουρισμός ξεκίνησε χρησιμοποιώντας την υποδομή, τα μέσα μεταφοράς και τα συστήματα κρατήσεων του μαζικού τουρισμού, παράγοντας έτσι μια συνοδευτική τουριστική βιομηχανία. Όμως, πρέπει να προσεχτεί το ενδεχόμενο της μετατροπής του αειφόρου τουρισμού σε μαζικό, εάν δεν υπάρξει σωστή διαχείριση.

- ❖ Θέση κίνησης. Αυτή η θέση επεξηγεί προσπάθεια να καταστεί ο μαζικός τουρισμός πιο βιώσιμος ή να ελαχιστοποιηθούν οι μεγάλης κλίμακας τουριστικές επενδύσεις σε πολλές μικρής κλίμακας που θεωρούνται ως αειφόρες.
- ❖ Σύγκλιση. Η τελευταία αυτή θέση στηρίζεται στο γεγονός ότι παρά την πολιική αντίθετη φύση των δύο εννοιών, μπορεί να υπάρξει σύγκλιση μεταξύ τους, επειδή όλες οι μορφές τουρισμού, ανεξαρτήτως της κλίμακάς τους, αποσκοπούν στο να γίνουν αειφόρες.

2.12. Τρόποι αειφόρου ανάπτυξης

Στον τουρισμό αποδίδονται διάφορες ερμηνείες της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης σε σχέση με το επίπεδο ανησυχίας για το περιβάλλον²⁹. Αυτές οι ερμηνείες μπορούν να συνοψιστούν σε τέσσερις σημαντικές θέσεις αειφόρου ανάπτυξης (Hunter 1997), που σχετίζονται με αυτές που προτάθηκαν από τους Turner, Pearce και Bateman (1994). Αυτές είναι:

1. Αειφόρος ανάπτυξη ως μια εξαναγκαστική τουριστική λειτουργία. Πολύ αδύνατη ερμηνεία που στρέφεται στην ενθάρρυνση και την ανάπτυξη του τουρισμού και ενδιαφέρεται κυρίως για την ικανοποίηση των αναγκών και των επιθυμιών των τουριστών και των τουριστικών επιχειρηματιών. Συνεπώς, σύμφωνα με αυτή τη θέση κρίνεται απαραίτητο οι τουριστικοί προορισμοί να δέχονται τις σημαντικές καταστροφές που μπορεί να προκαλέσει ο τουρισμός στο περιβάλλον, αλλά και την πιθανότητα παρακμής της τουριστικής τους βιομηχανίας.
2. Αειφόρος ανάπτυξη κατευθυνόμενη από το τουριστικό προϊόν. Μια αδύνατη ερμηνεία της αειφόρου ανάπτυξης που η περιβαλλοντική πλευρά του συστήματος τουρισμός – περιβάλλον εκτιμάται κάπως, αλλά είναι δευτερευούσης σημασίας, σε σύγκριση με την τουριστική ανάγκη να αναπτυχθούν νέα και να διατηρηθούν τα υπάρχοντα τουριστικά προϊόντα.
3. Αειφόρος ανάπτυξη κατευθυνόμενη προς το φυσικό περιβάλλον που λειτουργεί ο τουρισμός. Μια ισχυρή θέση αειφόρου ανάπτυξης, που λαμβάνονται αποφάσεις με σκοπό να οδηγήσουν το σύστημα τουρισμού – περιβάλλοντος σε μια κυρίαρχη ανησυχία για την κατάσταση του περιβάλλοντος.
4. Αειφόρος ανάπτυξη ως τουρισμός περιορισμένης έκτασης. Μια πολύ ισχυρή θέση που επιβάλει ότι η τουριστική δραστηριότητα πρέπει να είναι μικρής κλίμακας ή και πολλές φορές να αποθαρρύνεται σε περιπτώσεις που οδηγεί σε οικολογική καταστροφή. Αυτή η θέση υποστηρίζει ότι οι τουριστικές δραστηριότητες πρέπει να περιορίζονται στα εμβρυϊκά στάδια της τουριστικής ανάπτυξης (εξερεύνηση και εμπλοκή του κύκλου ζωής μιας τουριστικής περιοχής) και κάθε περαιτέρω

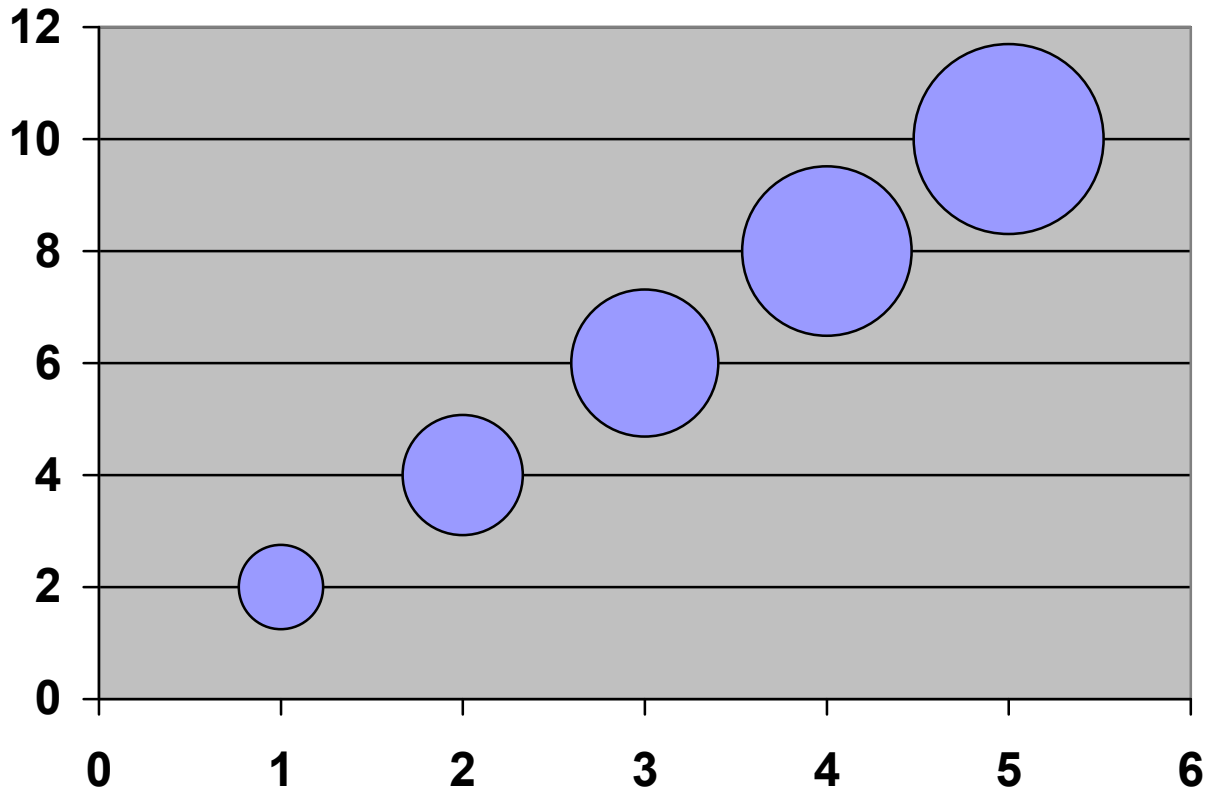
²⁹ Ανδριώτης, Κ., «Αειφορία: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Ηράκλειο 2006.

ανάπτυξη πρέπει να αποφεύγεται ώστε να εξασφαλιστεί περιβαλλοντική ισορροπία.

Ανεξαρτήτου με την προσέγγιση που θα ακολουθήσει οι Berry και Ladkim (1997) θεωρούν απαραίτητο ότι η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη, πρέπει αρχικά να γίνει κατανοητή από τον ντόπιο πληθυσμό, και έπειτα απαραίτητο είναι να μεταφραστεί εφαρμόσιμες πρακτικές, κυρίως από τις μικρές επιχειρήσεις και να θέτει ως πρωταρχικής σπουδαιότητας ζήτημα την εμπιστοσύνη, τη συνεργασία και το συντονισμό μεταξύ του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα.

Ο Prescott – Allen (1997) ενσωμάτωσε τις παραπάνω θέσεις σε ένα μοντέλο που το ονόμασε «Βαρόμετρο Αειφορίας» (σχεδιάγραμμα 1.1). σύμφωνα με αυτό το μοντέλο υπάρχουν διαφορετικοί συνδυασμοί του μίγματος της αειφορίας μεταξύ του ανθρώπινου συστήματος και του οικοσυστήματος, προσδιορίζοντας το επίπεδο της αειφορίας σε κάθε ένα από τα δυο συστήματα. Επίσης, υποστήριξε ότι για να χρειάζεται να γίνει συλλογή στοιχείων σε σχέση με τέσσερις διαστάσεις για κάθε ένα από τα συστήματα. Για το ανθρώπινο σύστημα οι διαστάσεις περιλαμβάνουν πολιτικά, οικονομικά και κοινωνικό – πολιτιστικά στοιχεία και τη δομή της παραγωγής (ποιότητα παραγωγή και προϊόντος) και για το οικοσύστημα, στοιχεία που σχετίζονται με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις, την ποιότητα του νερού, του αέρα και του εδάφους, τη βιοποικιλότητα της χλωρίδας και της πανίδας και την πολιτική για την διαχείριση του περιβάλλοντος.

Διάγραμμα 1: Βαρόμετρο Τουριστικής Αειφορίας



σημείωση: 0.0 - 2.0 = Ακατάλληλο, 2.1 - 4.0 = Φτωχό, 4.1 - 6.0 = Ενδιάμεσο, 6.1 - 8.0 = Καλό, 8.0 - 10.0 = Άριστο

Πηγή: KO (2001); Prescott – Allen (1997)

Ο εναλλακτικός τουρισμός εντάσσεται στα τεταρτημόρια από 0.5 και πάνω τόσο για το ανθρώπινο σύστημα όσο και για το οικοσύστημα και κατά συνέπεια απαραίτητη είναι είτε η περιορισμένη ανάπτυξή του ή η καλύτερη συνύπαρξή του με το ανθρώπινο σύστημα και το οικοσύστημα, αφού για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού απαραίτητη είναι η προστασία του περιβάλλοντος και η οριοθέτηση περιορισμών τόσο για το πλήθος και το μέγεθος των τουριστικών επιχειρήσεων, όσο και για τον αριθμό των τουριστών που μπορεί να δεχτεί ο τουρισμός.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1. Το εννοιολογικό πλαίσιο του οικοτουρισμού

3.1.1. Έννοιες συναφείς με τον οικοτουρισμό

1. Το *οικοσύστημα*, ή οικολογικό σύστημα, θεωρείται ένα σύστημα εντός του οποίου οι διάφοροι οργανισμοί (φυτά και ζώα) αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και γενικότερα με το περιβάλλον στο οποίο ζουν και αναπτύσσονται. Ειδικότερα, το ζωντανό μέρος ενός οικοσυστήματος ονομάζεται *βιοκοινότητα*, ενώ το αδρανές *βιότοπος*. Για παράδειγμα, στο οικοσύστημα μιας λίμνης, οι άπτιες, τα ψάρια αλλά και τα φύκια ή τα καλάμια συνιστούν μέρος της βιοκοινότητας, ενώ το νερό, το υπέδαφος, η λάσπη κ.λπ. αποτελούν τον βιότοπο. Τα οικοσυστήματα έχουν την τάση να εξισορροπούνται αλλά και να διαταράσσονται ή να υποβαθμίζονται, ως αποτέλεσμα διαφόρων επεμβάσεων (κυρίως ανθρώπινων) ή διαταραχών στη λειτουργία τους (αύξηση πληθυσμού, εξάντληση πόρων, εξαφάνιση ειδών).

Η *οικολογία* είναι επιστήμη που διερευνά τις σχέσεις και τις αλληλεπιδράσεις φυτικών και ζωικών ειδών με το περιβάλλον τους. Μια σημαντική διάσταση της οικολογίας είναι η μελέτη της χωρικής κατανομής φυτών και ζώων σε ειδικές περιοχές (*habitats*) και των αλλαγών ή των επιπτώσεων που συμβαίνουν διαχρονικά. Η μελέτη αυτή των σχέσεων, των αλληλεπιδράσεων και των επιπτώσεων από τις ανθρώπινες παρεμβάσεις είναι σημαντική στα πλαίσια του τουρισμού, εφόσον οι τουριστικές δραστηριότητες ανήκουν στις ανθρώπινες εκείνες δραστηριότητες που προκαλούν σημαντικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις και διαταράσσουν την οικολογική ισορροπία διάφορων περιοχών.

Ανάμεσα στους κλάδους της οικολογίας, ιδιαίτερη σημασία για τον οικοτουρισμό έχει η *οικολογία τοπίου*, που έχει αποτελέσει αντικείμενο ξεχωριστών αναλύσεων και, όπως αναφέρεται σε σχετικό άρθρο (Κορφιάτης 1999)¹, «*ερευνά τις λειτουργικές συνδέσεις διαφορετικών οικοσυστημάτων που συγκροτούν ένα τοπίο και που εντάσσονται σε μεγάλες ετερογενείς χωρικές ενότητες*».

2. Οι όροι «*εναλλακτικός*» (*alternative*) και «*αιφόρος*» (*sustainable*) τουρισμός, που συχνά περιλαμβάνονται στην έννοια της «*εναλλακτικής*» ανάπτυξης, αναφέρονται σε ορισμένα χαρακτηριστικά του τρόπου ανάπτυξης. Η «*διαρκής και ισόρροπη ανάπτυξη*», η «*βιώσιμη ανάπτυξη*» και οι «*βιώσιμες ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού*» είναι έννοιες / όροι που χρησιμοποιούνται συχνά τελευταία, μερικές φορές κατά διαφορετικό τρόπο και σημασία. Στο πλαίσιο της θεωρίας των συστημάτων, η βιωσιμότητα προσεγγίζεται ως μια διαδικασία μεγιστοποίησης – υπό όρους – και ρύθμισης όλων των στοιχείων ενός αναπτυξιακού (παραγωγικού, κοινωνικού) συστήματος (όπου περιλαμβάνεται και ο τουρισμός), κατά τρόπο που το σύστημα στο σύνολό του βρίσκεται

¹ Κορφιάτης, Κ. (1999), «*Η φύση υπό το φως της σύγχρονης θεωρητικής οικολογίας*», στο Μοδινός, Μ. & Ευθυμίου, Η.(επιμ.), *Η Φύση στην Οικολογία*, Αθήνα: Στοχαστής – ΔΠΠΕ.

σε κατάσταση ισορροπίας, χωρίς δηλαδή ένα από τα στοιχεία του να απορυθμίζεται ή να αναπτύσσεται σε βάρος των άλλων.

Ο *εναλλακτικός τουρισμός* (που συνήθως περιλαμβάνει και τους όρους «κατάλληλος», «υπεύθυνος», «ήπιος») είναι γενικός όρος που αναφέρεται σε μορφές τουρισμού εκτός του μαζικού, οι οποίες επιδιώκουν την αποφυγή αρνητικών και τη δημιουργία θετικών κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Κύρια χαρακτηριστικά αυτής της έννοιας είναι: (α) η μικρής κλίμακας, ελεγχόμενη και ρυθμιζόμενη ανάπτυξη, (β) η ποικιλία δραστηριοτήτων σε βάση ατομική / ανεξάρτητη ή μικρής κλίμακας και (γ) η έμφαση στην απόκτηση εμπειριών για τις τοπικές κουλτούρες και στη διατήρηση παραδοσιακών αξιών.

Παρά τις ποικίλες ερμηνείες, διακρίνουμε στη διεθνή βιβλιογραφία² ορισμένα χαρακτηριστικά του αειφόρου τουρισμού που φαίνεται να συγκεντρώνουν ευρύτερη αποδοχή. Έτσι, όταν αναφερόμαστε στη διαρκή και βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού, εννοούμε μορφές (αγορά και προϊόν), τρόπους και στόχους ανάπτυξης τουρισμού αλλά και μια αναπτυξιακή διαδικασία με τους εξής κοινούς παρονομαστές:

- ❖ Κατηγορίες και κλίμακα τουριστικής παραγωγής και κατανάλωσης που είναι προσαρμοσμένες στο τοπικό - περιφερειακό παραγωγικό και χωρικό σύστημα.
- ❖ Ισότητα ως προς τις δυνατότητες προσπέλασης του πληθυσμού στα οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά αγαθά και ευκαιρίες, ή ως προς την κατανομή του αναπτυξιακού οφέλους.
- ❖ Αναπτυξιακούς στόχους τουρισμού σε αρμονική συνάρτηση με οικολογικές – περιβαλλοντικές παραμέτρους περιοχής.
- ❖ Τουριστικές δραστηριότητες και χρήσεις που βασίζονται σε επιστημονικά θεμελιωμένες αρχές ως προς τη χρήση και την ανανέωση των πόρων.
- ❖ Ανταπόκριση σε διεθνή καταναλωτικά πρότυπα – τάσεις και προτιμήσεις της τουριστικής αγοράς.

Επίσης, ο αειφόρος τουρισμός θεωρείται (Bramwell και Lane, 1993)³ μια θετική και χρήσιμη προσέγγιση, που αποσκοπεί στη μείωση ποικίλων εντάσεων και αντιθέσεων που προκύπτουν από τις σύνθετες αλληλεπιδράσεις μεταξύ της τουριστικής βιομηχανίας των τουριστών / επισκεπτών, των τοπικών κοινοτήτων και του περιβάλλοντος. Μια προσέγγιση που συνεπάγεται συγκεκριμένες ενέργειες για τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα και ποιότητα φυσικών και ανθρωπίνων πόρων.

Στην περίπτωση του *οικοτουρισμού* η αειφορία συναρτάται με δραστηριότητες τουρισμού που εναρμονίζονται με τις φυσικές, πολιτιστικές και κοινωνικοοικονομικές δομές μιας περιοχής, ώστε να επιτυγχάνεται το μέγιστο οικονομικό αποτέλεσμα με ταυτόχρονη προστασία / ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων.

3. Η συζήτηση για τις σχέσεις *τουρισμού / περιβάλλοντος* έχει διευρυνθεί τα τελευταία χρόνια και, όπως σημειώνεται από μερικούς (Butler και Hall, 1995)⁴, συχνά δεν φαίνεται

² Βλέπε σχετικά: Turner, T (ed) (1988), *Sustainable Enviromental Management*, West View Press, Boudler Co. Επίσης, Moffat, I. (1993), "Sustainable development conceptual issues, an operatoinal model and its implications for Australia", *Landscape and Urban Planning* 23, 107-118.

³ Bramwell, B. & Lane, B. (1993), "Sustainable Tourism: an evolving flobal approach", *Journal of Suatainable Tourism* 1(1), 1- 5.

⁴ Butler, R. &Hall, M. (1995), "In search of common ground: reflections of sustainability, comlexity and process in the tourism system – A discussion between C.M. Hall and R.W. Butler", *Journal of Sustainable Tourism* 13, 88 – 105, Channel View Publications.

να υπάρχει συμφωνία (ομοφωνία) στις σχετικές έννοιες που χρησιμοποιούνται από ερευνητές ή μελετητές του τουρισμού και του περιβάλλοντος. Οι σχετικές συζητήσεις τέτοιων σχέσεων μπορεί να διακριθούν σε δύο επίπεδα:

- ❖ Σε ένα γενικό επίπεδο, όπου συζητούνται (κυρίως από διεθνείς οργανισμούς) τα κύρια περιβαλλοντικά ζητήματα σε παγκόσμια κλίμακα και παρατηρούμενες (υφιστάμενες) ή δυνάμει επιπτώσεις τους στον τουρισμό. Κύριοι περιβαλλοντικοί παράγοντες που επηρεάζουν σε διάφορο βαθμό τον τουρισμό, δημιουργώντας ποικίλης έντασης προβλήματα⁵, θεωρούνται η ραγδαία εξέλιξη του πληθυσμού, η αυξανόμενη θερμότητα και η επίδραση του φαινομένου του θερμοκηπίου (greenhouse effect), η μείωση / εξάντληση του στρώματος του όζοντος, η όξινη βροχή, η αποψίλωση δασών και η μείωση των υδάτινων πόρων.
- ❖ Σε συγκεκριμένα γεωγραφικά / χωρικά επίπεδα, όπως αυτά των μεσογειακών χωρών (MEDPLAN)⁶ ή των χωρών της Ε.Ε. Για παράδειγμα, οι υπεύθυνοι για το περιβάλλον υπουργοί της Ε.Ε. στη συνάντησή τους στη Σαντορίνη (Μάιος 1994) αναγνώρισαν την επείγουσα ανάγκη υιοθέτησης ολοκληρωμένων προσεγγίσεων, μέσω κοινοτικών νομοθετικών ρυθμίσεων και δράσεων, για τη μείωση της επίδρασης τουριστικών δραστηριοτήτων στο περιβάλλον.

Οι έννοιες φυσικός τουρισμός (ή τουρισμός φύσεως) και περιβαλλοντικός τουρισμός εστιάζονται και σχετίζονται κυρίως με τις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής που χρησιμοποιούν πόρους με ειδικά φυσικά χαρακτηριστικά, όπως π.χ. χιόνι (σκι), θάλασσα – αέρα (ιστιοπλοΐα), ή δραστηριότητες συλλεκτικού χαρακτήρα (κυνήγι, σουβενίρ) με διάφορους βαθμούς επίδρασης στο περιβάλλον.

Μια μορφή τουρισμού που βασίζεται στην προσφορά στους τουρίστες ευκαιριών παρατήρησης και απόκτησης εμπειριών σε περιοχές με άγρια πανίδα αποκαλείται τουρισμός άγριας ζωής (wildlife tourism)⁷. Στο σχετικό εννοιολογικό πλαίσιο που αναλύουν οι Reynolds και Braithwaite (2001)⁸, η μορφή αυτή συναρτάται με ορισμένες δραστηριότητες άλλων μορφών τουρισμού (οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, τουρισμός φύσης) και συγκεκριμένες δραστηριότητες που σχετίζονται με την άγρια ζωή και την απόκτηση εμπειριών και σχέσεων με ζώα. Στο εν λόγω πλαίσιο εντάσσουν ορισμένα κίνητρα τουριστών, όπως νατουραλιστικά (απόλαυση φύσης / άγριας ζωής), οικολογικά (ενδιαφέρον για περιβαλλοντική ακεραιότητα), ανθρωπολογικά / μοραλιστικά (στοργή και φροντίδα για τα ζώα), επιστημονικά (ενδιαφέρον για τις φυσικές ιδιότητες και βιολογικές λειτουργίες των ζώων), αλλά και υλιστικά / κυριαρχικά (έλεγχος / χρήση ζώων για διασκέδαση, κυνήγι ζώων). Επίσης, μια ειδική μελέτη για τουρισμό άγριας

⁵ Σε περιβαλλοντικούς τουριστικούς πόρους, κυρίως οικοτουρισμού, όπως (i) ιδιαίτερης ελκυστικότητας τοπία (ακτές, δάση, λίμνες), (ii) περιοχές άγριας φύσης / ζωής και βιοποικιλίας (biodiversity) (πάρκα, υγροβιότοποι, θάλασσα / κοραλλιογενή οικοσυστήματα κ.λπ.), (iii) μνημεία / περιοχές πολιτιστικής κληρονομιάς.

⁶ MEDPLAN (1988), Report of the Seminal on the Development of Mediterranean Tourism Harmonized with the Environment, MEDPLAN, Greece.

⁷ Σχετικά διευκρινίζεται ότι ο όρος «άγρια ζωή» (wildlife) τεχνικά συμπεριλαμβάνει και την πανίδα και τη χλωρίδα του φυσικού περιβάλλοντος μιας περιοχής. Συνηθέστερα όμως, όπως και στην περίπτωση της μορφής αυτής τουρισμού, χρησιμοποιείται με αναφορά μόνο στην πανίδα.

⁸ Reynolds, P.C. & Braithwaite, D. (2001), "Towards conceptual framework for Wildlife Tourism", *Tourism Management* 22, 31 – 41.

ζωής (Shackley, 1996)⁹ διερευνά σχέσεις και τρόπους αλληλεπίδρασης τουριστών – άγριας ζωής, καθώς και ζητήματα επιπτώσεων, και παρουσιάζει παραδείγματα καλών και κακών πρακτικών διαχείρισης περιοχών άγριας ζωής. Πρέπει να επισημανθεί ότι τα είδη και η ευθραυστότητα (fragility) των πόρων ενός τόπου άγριας ζωής, σε συνάρτηση με κίνητρα και ασκούμενες δραστηριότητες, προσδιορίζουν τα μεγέθη των επιπτώσεων. Επίσης, ορισμένα κίνητρα και δραστηριότητες¹⁰ των τουριστών δεν φαίνεται να συμφωνούν με τις αρχές και τους στόχους του οικοτουρισμού.

3.1.2. Εννοιολογικές προσεγγίσεις στον οικοτουρισμό

Στη σχετική διεθνή βιβλιογραφία υπάρχουν ποικίλες απόψεις, θέσεις και αντιθέσεις αφενός ως προς την έννοια του οικοτουρισμού, αφετέρου ως προς τις δραστηριότητες και τις μορφές του καθώς και τους τύπους ή τα χαρακτηριστικά των οικοτουριστών.

Μια σειρά ποικίλων και διαφορετικών ορισμών του οικοτουρισμού παρουσιάζεται από τον Mowforth (1993)¹¹, που αποδίδει τέτοιες εννοιολογικές διαφοροποιήσεις στο ρόλο, τις επιδιώξεις και τις αντιλήψεις ατόμων, φορέων ή οργανισμών και ενώσεων: κυβερνήσεις / κοινότητες, επιχειρήσεις / tour operators, επιστήμονες / ακαδημαϊκοί, ενώσεις οικοτουριστών, περιβαλλοντικές οργανώσεις κ.λπ. Στη σχετική έκθεσή του, πιστεύει ότι ο οικοτουρισμός αναπτύχθηκε εν μέρει ως μία προσπάθεια αποτροπής ή πρόληψης των προβλημάτων και επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού, καθώς και ότι ο οικοτουριστικός σχεδιασμός και οι σχετικές αναπτυξιακές πρακτικές βρίσκονται ακόμα σε αρχικό στάδιο ανάπτυξης ή σε «νηπιακή ηλικία». Στη συνέχεια και με βάση τέτοιες διαπιστώσεις (ποικιλία, ασυμφωνία ορισμών), ο εν λόγω συγγραφέας προτείνει ορισμένα κριτήρια ή αρχές (principles) προσδιορισμού του οικοτουρισμού και για την ανάλυση οικοτουριστικών δραστηριοτήτων.

Τα κριτήρια ή αρχές προσδιορισμού του οικοτουρισμού διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

- ❖ *Κριτήρια αειφορίας*, που καλύπτουν ορισμένες αναπτυξιακές διαστάσεις, όπως: α) η περιβαλλοντική: ανάγκη αποφυγής ή ελαχιστοποίησης περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τις οικοτουριστικές δραστηριότητες, β) η κοινωνική: αποφυγή αρνητικών επιδράσεων, όπως εμφάνιση για πρώτη φορά ή επιδείνωση υφισταμένων κοινωνικών διαιρέσεων, γ) η πολιτιστική: αποτροπή επιζήμιων επιδράσεων από τους επισκέπτες και διαμόρφωση υπεύθυνης συμπεριφοράς εκ μέρους τους, για να αποφευχθεί η παραμόρφωση της τοπικής κουλτούρας, δ) η οικονομική: διαμόρφωση επιπέδων οικονομικής απόδοσης ικανών να καλύψουν το κόστος της οικοτουριστικής ανάπτυξης και να ελαχιστοποιήσουν τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιδράσεις, ενισχύοντας συγχρόνως εισοδηματικά τον τοπικό πληθυσμό.
- ❖ *Κριτήρια εκπαιδευτικά / επιμορφωτικά*, που αναφέρονται και καλύπτουν εκείνα τα στοιχεία επιμορφωτικών εισροών (προγράμματα, μέτρα, υποδομές κ.λπ.) που

⁹ Shackley, M. (1996), *Wildlife Tourism*, International Thomson Bussiness Press.

¹⁰ Για παράδειγμα: κυνήγι μεγάλων θηραμάτων (big – game hunting), κυνήγι αλεπούς, κυνήγι άγριων πτηνών (πάπιες, φασιανοί).

¹¹ Mowforth, M. (1993), “Eco – tourism: terminology and definitions”, *Research Report Series, No 1*, Dept, of Geographical Sciences, University of Plymouth.

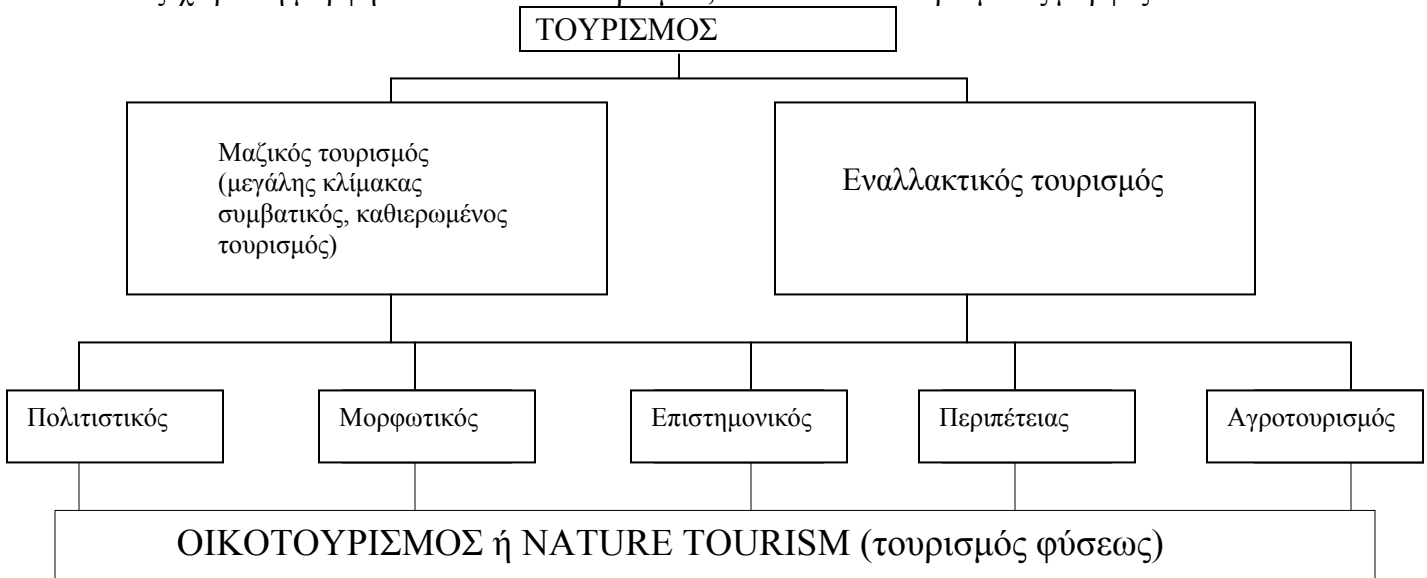
συμβάλλουν στην κατανόηση, από μέρους των επισκεπτών αλλά και των ντόπιων κατοίκων, της αξίας και της λειτουργίας του φυσικού περιβάλλοντος.

- ❖ *Κριτήρια τοπικής συμμετοχής*, που αναφέρονται στην ανάγκη συμμετοχής και εμπλοκής τοπικών κοινοτήτων στην αναπτυξιακή διαδικασία και στον έλεγχο και διαχείριση των οικοτουριστικών προϊόντων και δραστηριοτήτων.

Μια δεύτερη προσέγγιση της έννοιας, όχι πολύ διαφορετική, με μεγαλύτερη όμως έμφαση στις περιβαλλοντικές παραμέτρους είναι αυτή του Ceballos – Lascrain (1996)¹². Ο οικοτουρισμός ορίζεται ως μια περιβαλλοντικά υπεύθυνη ταξιδιωτική δραστηριότητα σε σχετικά άθικτες φυσικές περιοχές με στόχο την απόλαυση και γνωριμία των φυσικών αλλά και των ενταγμένων στο φυσικό περιβάλλον αγαθών. Όντας μία περιορισμένων περιβαλλοντικών επιπτώσεων δραστηριότητα – ή μη καταναλωτική – , ο οικοτουρισμός , εκτός του ότι προσφέρει ευχαρίστηση, απόλαυση, γνώσεις και εμπειρίες στον επισκέπτη, διατηρεί και ενισχύει την ευημερία τοπικών κοινοτήτων, που θεωρούνται αναπόσπαστο τμήμα μιας τέτοιας δραστηριότητας και αναπτυξιακής δραστηριότητας.

Μια βασική διάσταση που εμπεριέχεται στους διάφορους εννοιολογικούς προσδιορισμούς του οικοτουρισμού είναι αυτή της συμμετοχής τοπικών κοινοτήτων. Η καθοριστική σημασία της διάστασης αυτής στον οικοτουρισμό αναλύεται από την Scheyvens (1999)¹³, η οποία, επισημαίνοντας και προσδιορίζοντας λειτουργικά την έννοια της ενδυνάμωσης (empowerment), προτείνει ένα μεθοδολογικό πλαίσιο ανάλυσης και προσδιορισμού των επιπτώσεων διαφόρων οικοτουριστικών δραστηριοτήτων στις τοπικές κοινότητες.

Τελικά, μια ευρύτερη εννοιολογική προσέγγιση του οικοτουρισμού προτείνεται από τον Mieczkowski (1995)¹⁴ και παρουσιάζεται στο Διάγραμμα μια προσέγγιση σύμφωνα με την οποία ο οικοτουρισμός (και ο τουρισμός φύσεως) δεν αποτελεί ιδιαίτερη ή ξεχωριστή μορφή εναλλακτικού τουρισμού, αλλά καλύπτει ορισμένες μορφές του.



Union).

¹³ Scheyvens, R. (1999), "Ecotourism and the empowerment of local communities", *Tourism Management* 20, 245 – 249.

¹⁴ Mieczkowski, Z. (1995), *Enviromental Issues of Tourism and Recreation*, Univercity Press of America, Lantars, Maryland.

Διάγραμμα 2

Πηγή: *Mieczkowski (1995)*

Οι δραστηριότητες οικοτουρισμού παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλία, καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα περιβαλλοντικών πόρων. Όλες αυτές οι δραστηριότητες συναρτώνται με εμπειρίες, που βασίζονται και εξαρτώνται από τα χαρακτηριστικά και τις συνθήκες κάθε χώρου οικοτουρισμού. Οι προκαλούμενες εμπειρίες μπορούν να διακριθούν σε δύο κατηγορίες:

- ❖ *Άμεσες εμπειρίες*, που σχετίζονται με την ενεργό συμμετοχή του επισκέπτη σε διάφορες δραστηριότητες (π.χ. υπαίθριας αναψυχής) ή κοινωνικά – πολιτιστικά δρώμενα.
- ❖ *Έμμεσες εμπειρίες*, ή συχνά αποκαλούμενες «υποκατάστατες (substitution) δραστηριότητες και αισθητικές εμπειρίες». Στην περίπτωση αυτή ο οικοτουρίστας δεν αποκομίζει εμπειρίες από ενεργό συμμετοχή σε δραστηριότητες ή από την άμεση κατανάλωση φυσικών ή πολιτιστικών πόρων, αλλά απολαμβάνει τους πόρους μέσω ορισμένων μορφών αναπαράστασης (φωτογράφιση) ή παρατήρησης της άγριας πανίδας και χλωρίδας.

Οι μορφές οικοτουρισμού συναρτώνται με συγκεκριμένους τόπους ή χώρους, τα είδη περιβαλλοντικών πόρων που διαθέτουν και τις διάφορες δραστηριότητες που ασκούνται σε αυτούς τους χώρους. Σχετικά με το χωρικό πλαίσιο, διακρίνουμε αφενός μορφές που αναπτύσσονται σε φυσικές περιοχές ή σε απομακρυσμένες, άθικτες και συνήθως ακατοίκητες περιοχές (ορεινές αλλά και νησιωτικές ή παράκτιες), αφετέρου μορφές που αναπτύσσονται σε σχέση με αγροτικούς και παραδοσιακούς οικισμούς¹⁵ και τις ασκούμενες δραστηριότητες (παραγωγικές, πολιτιστικές) του τοπικού πληθυσμού.

- ❖ Στην πρώτη περίπτωση έχουμε μορφές που αφορούν: (α) ταξίδια ή επισκέψεις για παρατήρηση (φωτογράφιση, βιντεοσκόπηση) και αναγνώριση ή κατανόηση χαρακτηριστικών και ιδιοτήτων των φυσικών πόρων και της άγριας ζωής, (β) ταξίδια περιπέτειας (adventure travels) και δραστηριότητες που απαιτούν φυσικό σφρίγος / αντοχή (π.χ. καταδύσεις, διασχίσεις φαραγγιών κ.λπ.), (γ) ταξίδια υπαίθριας αναψυχής και ήπιας μορφής δραστηριοτήτων σε άθικτο (unspoiled) περιβάλλον.
- ❖ Στη δεύτερη περίπτωση, οι σχετικές μορφές αφορούν: (α) ταξίδια με «ανθρωπολογικά κίνητρα», δηλαδή με κύρια έλξη το ανθρωπογενές περιβάλλον: γνωριμία ντόπιων κατοίκων και παρατήρηση ή συμμετοχή σε ασκούμενες δραστηριότητες και πολιτιστικές δραστηριότητες, (γ) ταξίδια με βασικό κίνητρο την προσωπική ανανέωση και με ενδιαφέροντα επικεντρωμένα σε βιολογικά ή οικολογικά προϊόντα διατροφής και υγείας (π.χ. φαρμακευτικά βότανα) και (δ) ταξίδια γνωριμίας της φύσης του αγροτικού χώρου με περιηγήσεις (π.χ. караβάνια αλόγων), επισκέψεις (οικομουσείων, βοτανικών κήπων κ.λπ.) και

¹⁵ Στη Γαλλία υπάρχουν και αναφορές σε «οικο – οικισμούς» (ecovillages), όπως π.χ. στον εξής ειδικό οδηγό οικολογικών διακοπών: Lecuyer, P. (1999), *Guide des Vacances Ecologiques*, Editions du Fraysse.

παραμονή σε φάρμες ή αγροκτήματα. Οι περιπτώσεις (β) και (γ) σχετίζονται και με τον αγροτουρισμό.

Οι τύποι οικοτουριστών διακρίνονται και προσδιορίζονται συνήθως ανάλογα με τις γνώσεις, τα ενδιαφέροντά τους και τις δραστηριότητες που ασκούν. Η προσέγγιση του Mowforth, που βασίστηκε σε ορισμένες μελέτες των Ruschmann¹⁶ και Budowski¹⁷, ταξινομεί τους οικοτουρίστες σε τρεις κατηγορίες σε σχέση με ορισμένα χαρακτηριστικά (π.χ. ηλικία, οργάνωση ταξιδιού, δαπάνες, ενδιαφέροντα ή δραστηριότητες):

- ❖ οικοτουρίστες δραστήριοι ή τραχείς (rough), που επιδιώκουν δραστηριότητες άθλησης, κυρίως έντονες ή περιπετειώδεις και επικίνδυνου τύπου
- ❖ οικοτουρίστες ήπιοι ή ήρεμοι (smooth), που ενδιαφέρονται κυρίως για παρατήρηση και απόλαυση της φύσης ή για οργανωμένα ταξίδια και διαδρομές
- ❖ οικοτουρίστες ειδικοί / σπεσιαλίστες (specialists), που ταξιδεύουν και για επιστημονικούς λόγους (διερεύνηση φυσικών πόρων) αλλά και για χόμπι.

Μια ενδιαφέρουσα προσέγγιση (Ballantine & Eagles 1994)¹⁸ των οικοτουριστών αναλύει τα «ψυχογραφικά χαρακτηριστικά» που παρουσιάζουν ή εκδηλώνουν σε διάφορο βαθμό. Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή, οι οικοτουρίστες:

- ❖ διακατέχονται από περιβαλλοντική ηθική (environmental ethic),
- ❖ προθυμοποιούνται και ενεργοποιούνται για την προστασία των περιβαλλοντικών πόρων,
- ❖ ενεργοποιούνται και συμπεριφέρονται με εσωτερικά (εσωτερικής παρότρυνσης) παρά με εξωγενή κίνητρα,
- ❖ χαρακτηρίζονται από βιοκεντρικό παρά ανθρωποκεντρικό προσανατολισμό και υψηλές γνωστικές και συναισθηματικές λειτουργίες,
- ❖ επιδιώκουν να προστατέψουν και να ωφελήσουν την άγρια ζωή στο περιβάλλον που εντάσσεται,
- ❖ αγωνίζονται να αποκτήσουν άμεσες (από πρώτο χέρι) εμπειρίες στο φυσικό περιβάλλον,
- ❖ προσδοκούν επιμόρφωση (σωστή αναγνώριση και κατανόηση) ως προς τις συνθήκες και τις ιδιότητες των περιβαλλοντικών πόρων.

3.2. Η αναπτυξιακή δυναμική του τουρισμού και του οικοτουρισμού

3.2.1 Αλλαγές – τάσεις και προβλήματα επιπτώσεις τουριστικής ανάπτυξης: συνοπτική προσέγγιση

Η τουριστική ανάπτυξη θεωρείται και πρέπει να προσεγγίζεται ως μια δυναμική διαδικασία που πραγματοποιείται σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο, διαχρονικά, περιβάλλον. Πρόκειται για ένα περιβάλλον που συγκροτείται και διαμορφώνεται από ένα μείγμα και ένα συνδυασμό ορισμένων μεταβλητών παραμέτρων, όπως πολιτικών,

¹⁶ Ruschmann, D. (1992), "Ecological Tourism in Brazil", *Tourism Management*, March 1992.

¹⁷ Budowski, T. (1992), "Ecotourism Costa Rican Style", in Barzetti & Rovinski (eds), *Towards a Green Central Amerika: Integrating Conversation and Development*, Panos Institute.

¹⁸ Ballantine, J. & Eagles, P. (1994), "Defining Ecotourists", *Journal of Sustainable Tourism* 2(4), 210 – 214.

οικονομικών, κοινωνικο – πολιτιστικών και περιβαλλοντικών, σε διάφορα γεωγραφικά ή χωρικά επίπεδα.

Οι σημαντικές αλλαγές που έχουν επέλθει και διαπιστωθεί στον τουρισμό τα τελευταία χρόνια, και αναμένεται να συνεχιστούν δυναμικότερα στο μέλλον, αναφέρονται σε ορισμένους παράγοντες, όπως¹⁹:

- ❖ *Η ταξιδιωτική συμπεριφορά και τα χαρακτηριστικά της ζήτησης, που παρουσιάζονται πιο διευρυμένα, δηλαδή εμφανίζεται μεγαλύτερη διαφοροποίηση των αναγκών και απαιτήσεων των τουριστών για εξατομικευμένες υπηρεσίες υψηλής ποιότητα, και ειδικότερα μεγαλύτερη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση.*
- ❖ *Η ποιότητα των πόρων και η αειφορική ανάπτυξη της προσφοράς, όπως και φαίνεται από τις πρωτοβουλίες και πρακτικές τουριστικής ανάπτυξης που αναλαμβάνονται παγκοσμίως από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς και επιδιώκουν συνεκτίμηση και εξισορρόπηση φυσικών, πολιτιστικών και οικονομικών παραμέτρων.*
- ❖ *Η αυτοτέλεια και ο ιδιάζον χαρακτήρας των τουριστικών προορισμών, που αναφέρεται στις προσπάθειες και επιδιώξεις των διαφόρων χωρών να διαμορφώσουν, λόγω του παγκόσμιου ανταγωνισμού, ευδιάκριτα και αυθεντικά προϊόντα (προβάλλοντας με εμπορικά σήματα τις ιδιαιτερότητες, ιδιομορφίες και χαρακτηριστικά τους) για να διαφοροποιηθούν από αυτά άλλων χωρών.*
- ❖ *Η ανάπτυξη της τεχνολογίας των πληροφοριών / επικοινωνιών και του ηλεκτρονικού εμπορίου (e – commerce), που προσφέρει πλεονεκτήματα και στις επιχειρήσεις (διευκολύνοντας συναλλαγές και προσπέλαση σε γνώσεις και κεφάλαια) και στους καταναλωτές / τουρίστες (αυξάνοντας τη διαφάνεια της αγοράς και το εύρος των επιλογών).*
- ❖ *Η αναπτυξιακή δυναμική, στην τουριστική βιομηχανία μεγάλων συγκροτημάτων / επιχειρήσεων, με συγχωνεύσεις, αγορές, εταιρικές ή συλλογικές σχέσεις, καθώς και επιταχύνσεις δομικών αλλαγών μέσω επενδυτικών και διαχειριστικών μέτρων.*

Μια γενική και ολοκληρωμένη θεώρηση των προβλημάτων από την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού επιχειρήθηκε από τον Butler (1991)²⁰, από το άρθρο του οποίου αναφέρονται συνοπτικά οι ακόλουθες προβληματικές καταστάσεις:

- ❖ Άγνοια ή παραγνώριση των πραγματικών διαστάσεων και της δυναμικής του τουρισμού, καθώς και των περιβαλλοντικών παραμέτρων που εμπλέκονται στη διαδικασία τουριστικής ανάπτυξης.
- ❖ Έλλειψη συνειδητοποίησης, κατανόησης και αναγνώρισης του τουρισμού ως βιομηχανίας που προκαλεί επιπτώσεις σημαντικής εμβέλειας, καθώς και των δυσκολιών αναίρεσης ή αναστροφής των αλλαγών που προκαλούνται.
- ❖ Έλλειψη δυνατότητας ή και ικανότητας να προσδιοριστούν επίπεδα αειφόρου ανάπτυξης και χωρητικότητας (capacity) και να εφαρμοσθούν ολοκληρωμένες και αποδοτικές πολιτικές διαχείρισης και ελέγχου της τουριστικής ανάπτυξης.

¹⁹ Feige, M. (2000), “Tourism at the beginning of the new millennium”, *Tourism* (special issue: Tourism and Globalization), Vol. 48, No2.

²⁰ Butler, R.W. (1991), “Tourism, Environment and Sustainable Development”, *Environmental Conversation*, Vol.18, No 3.

- ❖ Έλλειψη σωστής αναγνώρισης της αξίας και της αναπτυξιακής δυναμικής του τουρισμού, των ποικίλων διασυνδέσεων του τουρισμού με το οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό σύστημα, αλλά και έλλειψη αναγνώρισης των αλλαγών που αυτός προκαλεί, δυσχεραίνοντας μια ολοκληρωμένη ανταπόκριση και παρέμβαση στην επίλυση των προβλημάτων.
- ❖ Έλλειψη συνεργασίας, συμφωνίας και συνεννόησης (consensus) μεταξύ διαφόρων φορέων σε διάφορα χωρικά και διοικητικά επίπεδα ως προς τα επιθυμητά επίπεδα τουριστικής ανάπτυξης, τις ενδεικνυόμενες μορφές και κατευθύνσεις και τις αναγκαίες πολιτικές ρυθμίσεων και διαχείρισης.

3.2.2. Αίτια και κύριοι προσδιοριστικοί παράγοντες ανάπτυξης οικοτουρισμού

Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού σε όλες τις μορφές του και σε διάφορες χώρες φαίνεται να έχει καταπλήξει την ίδια την τουριστική βιομηχανία. Ενώ κάποτε, σε αρχική φάση ανάπτυξης, ο οικοτουρισμός θεωρείτο μια μικρή εξειδικευμένη αγορά που προσφέρει συγκεκριμένες δραστηριότητες, οι οποίες εστιάζονται σε «προϊόντα που προσφέρουν ειδικές εμπειρίες», τελευταία θεωρείται και προσδιορίζεται ως μια σημαντική και ευρύτερη αγορά προσφοράς φυσικών και πολιτιστικών προϊόντων. Αυτό διαπιστώνεται από το γεγονός ότι η ζήτηση για οικοτουρισμό δεν ικανοποιείται πια μόνο από μικρές και εξειδικευμένες εταιρίες ή γραφεία τουρισμού, αλλά από μεγάλους tour operators.

Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού, που θεωρείται ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς του τουρισμού, εξηγείται ως έκφραση και αποτέλεσμα της αυξανόμενης περιβαλλοντικής και κοινωνικής ευαισθητοποίησης και συνειδητοποίησης σημαντικού μέρους του πληθυσμού στον αναπτυσσόμενο κόσμο, μιας συνειδητοποίησης των αρνητικών επιπτώσεων που έχει επιφέρει ο μαζικός τουρισμός, αλλά και της αξίας του φυσικού περιβάλλοντος.

Όπως αναφέρεται σε ειδικό άρθρο (Russel, 1996)²¹, παρά τα περιορισμένα στατιστικά δεδομένα διεθνώς ως προς τις διάφορες μορφές τουρισμού, ο οικοτουρισμός εκτιμάται ότι καλύπτει το 12 – 15% της συνολικής ταξιδιωτικής αγοράς. Το ίδιο άρθρο αναφέρει, με βάση εκτιμήσεις του Κέντρου Ταξιδιωτικών Πληροφοριών των Η.Π.Α. (US – TDS), ότι για μια πενταετία 1995 – 2000, προβλεπόταν ότι 43 εκατομμύρια Αμερικανοί επρόκειτο να πραγματοποιήσουν ταξίδια οικοτουρισμού.

Η εμφάνιση και η δυναμική ανάπτυξη του οικοτουρισμού τα τελευταία δέκα με δεκαπέντε χρόνια μπορεί να αποδοθεί σε συγκεκριμένους παράγοντες. Ορισμένοι (Boo, 1992)²² θεωρούν την αναπτυξιακή διάσταση του οικοτουρισμού αποτέλεσμα της σύγκλισης δύο ανεξάρτητων τάσεων.

Η πρώτη τάση αφορά τον τομέα ή *το πεδίο δράσης της περιβαλλοντικής προστασίας*. Πρόκειται για μια τάση σύγκλισης και ολοκλήρωσης της περιβαλλοντικής προστασίας στο πλαίσιο της διαδικασίας οικονομικής ανάπτυξης, όπου εντάσσεται ο οικοτουρισμός. Οι σχετικές προσπάθειες επικεντρώνονται στην υλοποίηση αποτελεσματικών σχεδίων

²¹ Russel, D. et.al. (1996), “Striving for sustainability and financial self – sufficiency”, in Harrison, L.C. & Husbands, W. (eds), *Practicing Responsible Tourism*, John Wiley & Sons.

²² Boo, E. (1992), *The Ecotourism Boom*, W.W.F., Wildlands and Human Needs (WHN), Technical Paper Series, p. 112.

διαχείρισης των φυσικών περιοχών και πόρων (parks and nature reserves), που προάγουν τη φυσική και οικονομική βιωσιμότητά τους. Σχέδια μέσω των οποίων (i) λαμβάνονται ειδικά, εθνικής κλίμακας μέτρα οικονομικής πολιτικής, που εστιάζονται στην προστασία μεγάλης φυσικής και οικονομικής αξίας περιοχών, αλλά και (ii) προωθούνται οικονομικά κίνητρα για τον τοπικό πληθυσμό, ώστε αυτός να προστατέψει και να διαχειριστεί σωστά τους φυσικούς πόρους της περιοχής του.

Η δεύτερη τάση που εμφανίζεται και πραγματοποιείται στην τουριστική βιομηχανία αφορά μια εντυπωσιακή και δυναμική *μεταβολή της τουριστικής ζήτησης ή αγοράς προς την κατεύθυνση νέων μορφών διακοπών* του πληθυσμού πολλών χωρών. Η νέα ζήτηση αφορά τουρίστες που επιθυμούν και επιδιώκουν να έχουν καλύτερη πληροφόρηση (μέσω εκπαίδευσης / επιμόρφωσης) για τον τόπο που επισκέπτονται, ώστε να είναι πιο δραστήριοι στον τόπο προορισμού. Η τουριστική βιομηχανία αναγνωρίζει και ανταποκρίνεται σε μια τέτοια αλλαγή της ζήτησης, που οφείλεται κυρίως στην πρωτοφανή αύξηση του ενδιαφέροντος, παγκοσμίως, για το περιβάλλον. Ενδιαφέρον των ανθρώπων γενικά ή των τουριστών ειδικότερα για τα σύνθετα ζητήματα προστασίας οικοσυστημάτων, τα απειλούμενα είδη και τις καταστροφές της πανίδας και της χλωρίδας κ.λπ. Ακόμα και μεγάλες επιχειρήσεις ή *tour operators* αναγνωρίζουν τα *οικολογικά ζητήματα* ως συστατικό μέρος του ασκούμενου μάρκετινγκ, ζητήματα που αποκτούν με τη πάροδο του χρόνου αυξανόμενη σημασία. Για παράδειγμα, όπως αναφέρει ο πρόεδρος της γερμανικής εταιρίας TUI – Touristik (Corsten, 1999)²³, οι εταιρίες της τουριστικής βιομηχανίας πρέπει να επιδιώκουν και να στοχεύουν στη μείωση των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων ή της μόλυνσης / ρύπανσης που προκαλείται από διάφορες δραστηριότητες και ενέργειες. Επισημαίνοντας την προτεραιότητα ενός τέτοιου στόχου, σημειώνει ότι είναι αποφασιστικό σε ποια έκταση οι προσφερόμενες υπηρεσίες και προϊόντα, καθώς και οι εμπειρίες που διαμορφώνουν, ικανοποιούν και εξυπηρετούν τις προσδοκίες και τις απαιτήσεις των πελατών, που σήμερα δείχνουν μεγαλύτερη περιβαλλοντική ευαισθησία από παλαιότερα.

Ένα άθικτο και ελκυστικό περιβάλλον, ταυτόχρονα, συνιστά το βασικό πλαίσιο διαμόρφωσης, ανάπτυξης και διάθεσης του τουριστικού προϊόντος και αποτελεί κύριο συστατικό στοιχείο του ίδιου του τουριστικού προϊόντος. Η διαρκής ελκυστικότητα του οποίου αποτελεί προϋπόθεση για ευχάριστες διακοπές αλλά και για ευρύτερα οικονομικά οφέλη από την αυξανόμενη ζήτηση.

Μια ευρύτερα εδραιωμένη και γενικά αποδεκτή προσέγγιση των κύριων *παραγόντων οικοτουριστικής ανάπτυξης* και των μεταξύ τους σχέσεων δεν φαίνεται να προκύπτει από τα δεδομένα της διεθνούς βιβλιογραφίας. Μια ενδιαφέρουσα προσέγγιση (Ross and Wall, 1999) προσδιορίζει τρεις κύριους παράγοντες: (i) προστατευόμενες φυσικές περιοχές, (ii) τοπικός πληθυσμός, (iii) μεγέθη τουρισμού.

Στην ανάλυσή τους, οι εν λόγω συγγραφείς εξετάζουν την αλληλεξάρτηση των παραγόντων και προτείνουν ορισμένα παραδείγματα δεικτών που εκφράζουν τις μεταξύ τους σχέσεις. Οι δείκτες σχέσεων θεωρούνται μετρήσιμες μεταβλητές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να αποτυπώσουν διάφορες καταστάσεις και σχέσεις όπως, π.χ. σχέσεις συμβιωτικές ή ανταγωνιστικές μεταξύ ντόπιων κατοίκων και φυσικών πόρων. Επιλεκτικά αναφέρονται παρακάτω οι ακόλουθες κατηγορίες δεικτών:

A. Δείκτες σχέσεων τοπικών κοινοτήτων – προστατευόμενων περιοχών

²³ Corsten, R. (1999), “Nachhaltiger Tourismus. Ein natuerlicher Verbunde fuer einer dauerhaft umweltgerechte Entwicklung“, *Politische Okologie, Wildnis*, Issue 59.

A1: βαθμοί εξάρτησης τοπικού πληθυσμού από φυσικούς πόρους.
A2: θέσεις / στάσεις ντόπιων κατοίκων ως προς τις προστατευόμενες περιοχές.
A3: έκταση (μεγέθη, τύποι) τοπικής συμμετοχής στην προστασία των περιοχών.
A4: είδη σχέσεων μεταξύ ντόπιων κατοίκων και απασχολούμενων στις περιοχές προστασίας.

B. Δείκτες συμβολής / ωφελειών του οικοτουρισμού

B1: μεγέθη τοπικής απασχόλησης και ντόπιων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

B2: επίπεδα υποδομών και υπηρεσιών υγείας, παιδείας, καθώς και υποδομών / υπηρεσιών που προάγουν σχέσεις επικοινωνίας μεταξύ ντόπιων και τουριστών και συμβάλλουν στην περιβαλλοντική επιμόρφωση / εκπαίδευση και των ομάδων (κέντρα πληροφοριών, μουσεία, οδηγοί κ.λπ.)

B3: μεγέθη και ποιότητα δικτύων και υπηρεσιών σε μεταφορές, οδικά δίκτυα, επικοινωνίες

B4: μεγέθη εσόδων από τον οικοτουρισμό που διατίθενται και συμβάλλουν στην προστασία και την ακεραιότητα των φυσικών περιοχών.

Η *αναπτυξιακή δύναμη* μεταξύ των τριών παραγόντων που αναφέρθηκαν παραπάνω θα πρέπει να είναι τέτοια ώστε κάθε παράγοντας να συμβάλλει θετικά στους άλλους. Βέβαια, θα πρέπει να επισημανθεί ότι η ανάπτυξη θετικών ή αποτελεσματικών σχέσεων μεταξύ τριών παραγόντων δεν έρχεται αυτόματα, και δύσκολα επιτυγχάνεται χωρίς την εφαρμογή κατάλληλων πολιτικών, και ειδικότερα χωρίς την ύπαρξη ολοκληρωμένων στρατηγικών διαχείρισης.

3.2.3. Οι κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις στην ανάπτυξη του οικοτουρισμού

Ως προς τις επιπτώσεις του οικοτουρισμού αναφέρονται επιλεκτικά και συνοπτικά ορισμένες κοινωνικο –οικονομικές αναπτυξιακές διαστάσεις της παραμέτρου *οφέλους και κόστους* που προκαλεί ο οικοτουρισμός.

Κατ' αρχάς υπάρχουν διάφορες απόψεις, προσεγγίσεις, αλλά και ερωτήματα ως προς το όφελος και το κόστος που προκαλεί η ανάπτυξη του οικοτουρισμού.

Τα βασικά ερωτήματα συναρτώνται με ζητήματα όπως:

- ❖ Η χρήση κατάλληλων ή δόκιμων μεθόδων και επιστημονικών εργαλείων για τη διακρίβωση των επιπτώσεων, ή του κόστους και οφέλους.
- ❖ Η επιλογή χωρικών / γεωγραφικών μονάδων και των σχετικών ομάδων πληθυσμού ή αναπτυξιακών φορέων για τη διακρίβωση και εντοπισμό των επιπτώσεων: επίπεδο εθνικό / περιφερειακό, τοπικών κοινοτήτων, τουριστικής βιομηχανίας ή επιχειρήσεων οικοτουρισμού, φορέων / οργάνωσεων περιβαλλοντικής προστασίας κ.λπ.
- ❖ Η επάρκεια και η αξιοπιστία σχετικών στοιχείων και πληροφοριών. Ο υπολογισμός των οικονομικών (μάκρο και μικρο οικονομικών) επιπτώσεων, για παράδειγμα, απαιτεί αξιόπιστα στατιστικά δεδομένα, για να μη θεωρηθούν τα αποτελέσματα των αναλύσεων προκατειλημμένα ή ελλιπή.

Η *οικονομική διάσταση* των επιπτώσεων από την ανάπτυξη του οικοτουρισμού προσεγγίζεται με διάφορους τρόπους και σε διάφορα χωρικά επίπεδα. Για παράδειγμα, η

προσέγγιση του Lindberg (1991)²⁴ επικεντρώνεται σε νομισματικές εκτιμήσεις (monetary estimates) της οικονομικής αξίας του φυσιολατρικού τουρισμού (nature tourism) και σε υπολογισμό των ακαθάριστων εισπράξεων / κερδών εκτιμήθηκαν για το 1988 στο ύψος των 12 δισεκατομμυρίων αμερικάνικων δολαρίων.

Μια γενική προσέγγιση (χωρίς αναλυτικό υπολογισμό συγκεκριμένων περιπτώσεων) του οφέλους και του κόστους που προέρχονται από την ανάπτυξη του οικοτουρισμού σε επίπεδο τοπικών κοινοτήτων, όπως καταγράφουν ορισμένοι αναλυτές (Boo, 1992), περιλαμβάνει τα εξής:

- ❖ Τα κύρια ή πρωτογενή (primary) οφέλη, που εντοπίζονται (i) στην αυξανόμενη εισροή κεφαλαίων από διάφορες δαπάνες τουριστών (π.χ. είσοδο σε πάρκα / reserves), με ευνοϊκά για το περιβάλλον και τη τοπική κοινότητα αποτελέσματα (π.χ. προστασία του περιβάλλοντος), (ii) στην ενίσχυση της απασχόλησης ή τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας για ντόπιους κατοίκους και (iii) στην προώθηση / αύξηση της περιβαλλοντικής επιμόρφωσης των επισκεπτών (ξένων και ντόπιων).
- ❖ Τις αρνητικές επιπτώσεις και το σχετικό κόστος, που διακρίνεται σε τρεις κύριες κατηγορίες: (i) κόστος που προκαλεί η περιβαλλοντική υποβάθμιση, (ii) κόστος που επιφέρει η οικονομική αστάθεια (μείωση ζήτησης και δαπανών) και η ανισότητα στην κατανομή οικονομικού οφέλους, που οφείλονται σε εξωτερικούς ή εσωτερικούς παράγοντες, και (iii) κόστος που συναρτάται με κοινωνικές – πολιτιστικές αλλαγές, κυρίως όταν δεν υφίσταται σωστή ένταξη / εμπλοκή τοπικών κοινοτήτων τη διαδικασία οικοτουριστικής ανάπτυξης.

Συνοψίζοντας τις διάφορες προσεγγίσεις, μπορούμε να διαγράψουμε τα *δυνάμει κοινωνικο – οικονομικά οφέλη* από την ανάπτυξη του οικοτουρισμού σε ορισμένες κατηγορίες, όπως:

- ❖ συναλλαγματικές εισροές αλλοδαπών και έσοδα από δαπάνες ντόπιων επισκεπτών,
- ❖ διαφοροποίηση και ενδυνάμωση της τοπικής οικονομίας, ειδικά σε απομακρυσμένες / αγροτικές περιοχές,
- ❖ αύξηση άμεσης και έμμεσης απασχόλησης,
- ❖ δημιουργία και αύξηση της ζήτησης για ορισμένα τοπικά αγροτικά προϊόντα (π.χ. οικολογικά / βιολογικά) και σχετικά κέντρα διατροφής,
- ❖ παρακίνηση / στήριξη της ανάπτυξης ντόπιων βιοτεχνικών προϊόντων (π.χ. λαϊκής τέχνης) και καταστημάτων διάθεσής τους,
- ❖ ενθάρρυνση / προώθηση της ανάπτυξης και βελτίωσης τοπικών δικτύων και υπηρεσιών μεταφορών / επικοινωνιών, αλλά και της διαμόρφωσης και υλοποίησης προγραμμάτων περιβαλλοντικής σημασίας.

3.3. Ιδιότητες – χαρακτηριστικά και αρχές – στόχοι οικοτουριστικής ανάπτυξης

3.3.1. Ιδιότητες και αναπτυξιακά χαρακτηριστικά του οικοτουρισμού

²⁴ Lindberg, K. (1991), *Policies for Maximising Nature Tourism's Ecological and Economic Benefits*, Washington DC: World Resources Institute.

Υπάρχουν διάφορα και ποικίλα *ανάπτυξιακά χαρακτηριστικά* του οικοτουρισμού που έχουν διαπιστωθεί και διατυπωθεί στη διεθνή βιβλιογραφία. Επιλεκτικά και συνοπτικά παρουσιάζονται οι ακόλουθες ιδιότητες και χαρακτηριστικά που έχουν διατυπωθεί διαχρονικά.

Ορισμένοι μελετητές (Cater & Lowman, 1994)²⁵ θεωρούν ότι ο οικοτουρισμός είναι ταξίδια σε διάφορες περιοχές του κόσμου ή μιας συγκεκριμένης χώρας, τα οποία έχουν στόχο τη γνωριμία και την απόλαυση της μεγάλης ποικιλίας της φυσικής ζωής καθώς και της ντόπιας ανθρώπινης κουλτούρας χωρίς να προκαλούνται αρνητικές επιπτώσεις (βλάβες ή ζημιές) και στα δύο από αυτά στοιχεία.

Ο Orams (1995)²⁶ αναλύοντας τις επιθυμητές αναπτυξιακές μορφές οικοτουρισμού, αναφέρεται σε «υπεύθυνα ταξίδια και διακοπές», δίνοντας έμφαση στην υπευθυνότητα των συμμετεχόντων σε οικοτουριστικές δραστηριότητες και στη συμβολή τους αφενός στην προστασία / διατήρηση του περιβάλλοντος (φυσικών και ανθρωπογενών πόρων) και αφετέρου στην ενίσχυση / ενδυνάμωση της ευημερίας και ανάπτυξης του τοπικού πληθυσμού υποδοχής.

Ένας συνδυασμός των δύο παραπάνω απόψεων είναι η προσέγγιση του Wight (1993)²⁷, που θεωρεί τον οικοτουρισμό ως μια άκρως ενημερωτική, διαφωτιστική αλλά και απολαυστική εμπειρία «φυσικού ταξιδιού» (nature travel), ενός ταξιδιού με αναπτυξιακή συμβολή στην προστασία των οικοσυστημάτων και παράλληλα στο σεβασμό και την ακεραιότητα των πολιτιστικών χαρακτηριστικών, καθώς και την οικονομική ενδυνάμωση των τοπικών κοινοτήτων.

Στο πλαίσιο της ευρύτερης εξέτασης της *σχέσης οικολογίας – τουρισμού*, ορισμένοι ερευνητές (Farrel & Runyan, 1991)²⁸ θεωρούν τον οικοτουρισμό έναν τύπο ανάπτυξης που ενσωματώνει και ταυτόχρονα προσδιορίζεται από τρία βασικά και αλληλένδετα χαρακτηριστικά:

1. *Οικολογικά*: προστασία και ανάδειξη περιβαλλοντικών πόρων.
2. *Πολιτιστικά*: εναρμονισμός τουριστικών δραστηριοτήτων με πολιτισμικές καταστάσεις, συνθήκες και δρώμενα στους χώρους υποδοχής.
3. *Κοινωνικό – οικονομικά*: ορθολογική ένταξη ή ταιριαστή συμμετοχή τοπικού πληθυσμού στα δρώμενα (λήψη αποφάσεων, οικονομικά οφέλη κ.λπ.).

Τέλος, μέσα στο ευρύτερο πλαίσιο του εναλλακτικού τουρισμού, στον οποίο εντάσσεται, ο οικοτουρισμός χαρακτηρίζεται από άλλους μελετητές (Millman 1989²⁹, Buttler 1990³⁰) ως ένας τύπος ανάπτυξης *εναλλακτικός* των μεγάλων αριθμών (μαζικός τουρισμός), της ομοιογενοποίησης, της περιβαλλοντικής υποβάθμισης και της κοινωνικής αποξένωσης ή αλλοτρίωσης. Μέσα σε ένα τέτοιο πλαίσιο, τα ταξίδια οικοτουρισμού προσεγγίζονται ως δραστηριότητες που προσφέρουν και συνεπάγονται σωστές επαφές, αμοιβαία κατανόηση και αλληλοσεβασμό μεταξύ τουριστών – επισκεπτών, ντόπιων κατοίκων και επιχειρήσεων. Πρόκειται για ένα πλέγμα σχέσεων που συμβάλλει στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και των πολιτιστικών αγαθών.

²⁵ Cater, E. & Lowman, G. (1994), *Ecotourism: a sustainable option?* New York: John Wiley & Sons.

²⁶ Orams, M.B. (1995), "Towards a more desirable form of ecotourism", *Tourism Management* 16(1), 3 – 8.

²⁷ Wight, P. (1993), "Ecotourism: ethics or ecosell?", *Journal of Travel Research* (winter). 3 – 9.

²⁸ Farrel, B.H. & Runyan, D. (1991), "Ecology and Tourism", *Annals of Tourism Research*, 18, 26 – 40.

²⁹ Millman, R. (1989), "Pleasure seeking versus the 'greening' of World Tourism", *Tourism Management*

³⁰ Butler, R. W. (1990), "Alternative tourism Options hope or Trojan horse?", *Journal of Travel Research* (winter) 40 – 45.

3.3.2. Αρχές και στόχοι οικοτουριστικής ανάπτυξης

Από τις παραπάνω προσεγγίσεις των χαρακτηριστικών στοιχείων της οικοτουριστικής ανάπτυξης, ένα κοινό στοιχείο που προκύπτει και μπορεί να θεωρηθεί βασική αναπτυξιακή αρχή είναι ο ότι τουρισμός δεν πρέπει να διακυβεύει την αρτιότητα και ακεραιότητα των περιβαλλοντικών πόρων (φυσικών και πολιτιστικών) στους οποίους στηρίζεται, καθώς και ότι οι τουρίστες / καταναλωτές και οι τοπικές κοινότητες υποδοχής πρέπει να αποκομίζουν οφέλη από τις ασκούμενες δραστηριότητες.

Συγκεκριμένες *οδηγίες και κατευθυντήριες αρχές* βάσει των οποίων θα πρέπει να πραγματοποιείται η ανάπτυξη του οικοτουρισμού έχουν προταθεί από ορισμένους συγγραφείς στα πλαίσια είτε διεθνών συμποσίων για τον οικοτουρισμό και την προστασία των φυσικών πόρων (Kusler 1991³¹, Moore 1991³²) είτε διεθνών οργανισμών (Boo 1992) και εταιριών οικοτουρισμού (Lindberg & Hawkins 1993). Επιλεκτικά αναφέρονται ορισμένες γενικές αρχές οικοτουριστικής ανάπτυξης που αναφέρει ο Wight (1994)³³, οι οποίες εντάσσονται σε ένα δεοντολογικό πλαίσιο ή μπορεί να θεωρηθούν λειτουργικοί όροι ανάπτυξης. Ειδικότερα, πρόκειται για συγκεκριμένους όρους και τρόπους ανάπτυξης των δραστηριοτήτων του οικοτουρισμού, που ακολουθούν και προσαρμόζονται στους ακόλουθους κανόνες:

- ❖ Δεν υποβαθμίζουν τους πόρους και αναπτύσσονται με τρόπο περιβαλλοντικά σωστό, πράγμα που συνεπάγεται την ευρύτερη δυνατή αποδοχή των ιδιοτήτων που χαρακτηρίζουν τους πόρους και αναγνώριση των ορίων ανάπτυξής τους – κάτι βέβαιο που περιλαμβάνει και συνεπάγεται την ορθή διαχείρισή τους.
- ❖ Διαμορφώνουν και προσφέρουν *μακροπρόθεσμα* συγκεκριμένα οφέλη (οφέλη προστασίας της περιβαλλοντικής κληρονομιάς, επιστημονικά, κοινωνικά, πολιτιστικά, οικονομικά) σε ό,τι αφορά το δυναμικό σε πόρους μιας χώρας, τις τοπικές κοινότητες και την τουριστική βιομηχανία.
- ❖ Προσφέρουν άμεσες ή απευθείας (first hand) και συχνά πρωτόγνωρες εμπειρίες στους τουρίστες / επισκέπτες, επιμορφωτικές / διαφωτιστικές, αλλά και απολαυστικές.
- ❖ Προάγουν και ενθαρρύνουν την κατανόηση των εγγενών αξιών (intrinsic values) των περιβαλλοντικών πόρων, την ηθική υπευθυνότητα και τη σωστή συμπεριφορά, καθώς και ορισμένες μορφές σύμπραξης / συνεργασίας (partnerships) μεταξύ διαφορών ομάδων εμπλοκής και συμμετοχής στις δραστηριότητες οικοτουρισμού.

Ως προς τους *στόχους ή αντικειμενικούς σκοπούς* (objectives) που επιδιώκονται μέσω της ανάπτυξης του οικοτουρισμού, φαίνεται να υπάρχει μια σχετική συναίνεση, ή ένα γενικότερο consensus. Οι οποίες διαφοροποιήσεις στην προσέγγιση των αναπτυξιακών

³¹ Kusler, J. (1991), "Protected area approaches and ecotourism", in Kusler, J. (ed), *Ecotourism and Resource Conversation*, Selected papers from the 2nd International Symposium "Ecotourism and Resource Conversation", Madison: Omnipress.

³² Moore, A. (1991), "Planning for protected areas", in Kusler, J. (ed), *Ecotourism and Resource Conversation*, Selected papers from the 2nd International Symposium "Ecotourism and Resource Conversation", Madison: Omnipress.

³³ Lindberg, K. & Hawkins, D. (1993), *Ecotourism: a guide for planners and managers*, North Bennington: The Ecotourism Society.

στόχων του οικοτουρισμού εντοπίζονται στο εύρος και τις δυνατότητες πραγματοποίησης, ή σε ποιο βαθμό είναι επιτεύξιμοι ορισμένοι στόχοι, καθώς και στο κατά πόσο οι διάφορες επιχειρήσεις της τουριστικής βιομηχανίας αποδέχονται και συμφωνούν ή είναι διατεθειμένες να υλοποιήσουν τέτοιους στόχους.

Η σειρά των στόχων και αντικειμενικών σκοπών που αναφέρονται παρακάτω βασίζεται σε σχετικές προτάσεις (Ross & Wall, 1999) αλλά και ορισμένα σχέδια ανάπτυξης οικοτουρισμού. Επίσης, θα πρέπει να επισημανθεί ότι οι συγκεκριμένοι στόχοι που αναφέρονται παρακάτω θα πρέπει να θεωρηθούν συνυφασμένοι ή αλληλοεξαρτώμενοι, εφόσον η επιτυχία ή αποτυχία του ενός μπορεί να επηρεάσει την απόδοση των άλλων. Έτσι, μια ολοκληρωμένη ανάπτυξη του οικοτουρισμού θα πρέπει να επιδιώκει την υλοποίηση των ακόλουθων αντικειμενικών σκοπών:

1. *Παροχή οικονομικό – κοινωνικών ωφελειών στις τοπικές κοινότητες ή συμβολή στην αύξηση τους.* Τα έσοδα από τον οικοτουρισμό (συναλλαγματικές εισροές αλλοδαπών, δαπάνες ημεδαπών) αλλά και οι επενδυτικές εισροές (δημόσιες και ιδιωτικές) συμβάλλουν (i) στην τοπική οικονομία (μείωση οικονομικών ανισοτήτων, αυξημένες ευκαιρίες απασχόλησης) και (ii) στη βελτίωση τεχνικών και κοινωνικών – πολιτιστικών υποδομών και υπηρεσιών.
2. *Προαγωγή της προστασίας και της αναβάθμισης φυσικών περιοχών, και γενικότερα των ποικίλων τοπικών περιβαλλοντικών πόρων (φυσικών και πολιτιστικών).* Αυτό επιτυγχάνεται με τη συμβολή των τουριστικών εσόδων και των επενδυτικών δαπανών αλλά και με την ενεργητική συμμετοχή ορισμένων ομάδων (ντόπιων και επισκεπτών) και οργανισμών (δωρεές κ.λπ.).
3. *Παροχή και εξασφάλιση υπηρεσιών περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και επιμόρφωσης.* Πρόκειται για υποδομές, υπηρεσίες και σχετικά προγράμματα που πραγματοποιούνται σε ειδικές περιοχές οικοτουρισμού (ecotourism sites) με τη συμμετοχή τοπικών κοινοτήτων, οικολογικών οργανώσεων, σχολείων κ.λπ. και αποσκοπούν στη καλύτερη δυνατή συνειδητοποίηση και εκτίμηση της σημασίας των φυσικών πόρων, όπως επίσης και στην προαγωγή αμοιβαίας κατανόησης, εμπιστοσύνης και καλών σχέσεων μεταξύ των διαφόρων ομάδων ντόπιων και επισκεπτών.
4. *Προαγωγή και παροχή εμπειριών υψηλής ποιότητας στους επισκέπτες και στους ντόπιους κατοίκους.* Βασική προϋπόθεση για να βιώσουν ή να αποκτήσουν τέτοιες εμπειρίες αποτελεί η υλοποίηση των προηγούμενων στόχων (1 – 3) αλλά και γενικότερα η βελτίωση των συνθηκών και της ποιότητας ζωής σε ευρύτερο πλαίσιο.
5. *Προαγωγή της περιβαλλοντικής διαχείρισης (stewardship) για την προστασία / ανάδειξη τοπικών περιβαλλοντικών αγαθών και πόρων.* Η υλοποίηση ενός τέτοιου στόχου πραγματοποιείται μέσω αποτελεσματικών δημοσίων πολιτικών και δράσεων αλλά και μέσω ενεργειών προάσπισης και στήριξης από ντόπιους κατοίκους και τουρίστες, μια στήριξη που υποβοηθείται και γαλουχείται από τις θετικές εμπειρίες που αποκομίζουν αυτοί από τη σχέση τους με το φυσικό περιβάλλον.

3.4. Οικοτουρισμός, περιβάλλον και αειφορία: αναπτυξιακές, λειτουργικές σχέσεις και διασυνδέσεις

3.4.1. Οικοτουρισμός και περιβάλλον

Η δύναμη συμβολή του οικοτουρισμού στην προστασία του περιβάλλοντος ή στον έλεγχο και την αποφυγή αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων δεν εξαρτάται και δεν πραγματοποιείται μόνο από προγράμματα και σωστές πρακτικές οικοτουριστικής ανάπτυξης, αλλά απαιτεί και συναρτάται με ορισμένες προϋποθέσεις και *ευρύτερα πλαίσια σχεδιασμού* και αναπτυξιακών παραγόντων όπως:

- ❖ Ύπαρξη ολοκληρωμένων και ευρύτερα αποδεκτών μέτρων και κατευθύνσεων δράσης, που συναρτώνται με συγκεκριμένες νομοθετικές ρυθμίσεις, μέτρα χωροταξικού σχεδιασμού (π.χ. χρήσεις γης), διεργασίες περιβαλλοντικής διαχείρισης και διαδικασίες ενημέρωσης, πληροφόρησης και μάρκετινγκ.
- ❖ Προαγωγή της γνώσης και επιμόρφωσης τόσο του επισκέπτη – τουρίστα (κυρίως πριν από την αναχώρησή του) όσο και των ντόπιων κατοίκων και των απασχολούμενων στον τουρισμό, με διεργασίες πληροφόρησης, ενημέρωσης και εκπαίδευσης τέτοιες, που διαμορφώνουν ένα «στυλ ζωής» και συμπεριφοράς και που παράλληλα συμβάλλουν στον «εξανθρωπισμό του ταξιδιού» και στο σεβασμό του περιβάλλοντος.
- ❖ Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου για την καλύτερη δυνατή χωρική και χρονική κατανομή των τουριστών, σε συνάρτηση με επιλεκτικά μέτρα μάρκετινγκ για προσέλκυση ορισμένων τύπων τουριστών.

Κυριότεροι παράγοντες που συζητούνται και εξετάζονται ως συντελεστές μιας *αποδοτικής συμβολής* στη σχέση οικοτουρισμού – περιβάλλοντος θεωρούνται:

- ❖ Οι συντονισμένες ενέργειες των αρμόδιων φορέων τουρισμού, προς την κατεύθυνση μιας σωστής διασύνδεσης του οικοτουρισμού με άλλους τύπους ή προϊόντα τουρισμού, και κυρίως ένταξης τοπικών κοινοτήτων και οργανώσεων (οικολογικών / περιβαλλοντικών, πολιτιστικών) στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων.
- ❖ Η ορθολογική διαχείριση της φυσικής κληρονομιάς ή των περιβαλλοντικών (φυσικών και πολιτιστικών πόρων), διαχείριση που απαιτεί συνεργασία δημοσίων και ιδιωτικών φορέων και καλύπτει την προστασία – αναβάθμιση των πόρων αλλά και τη σωστή ερμηνεία – προβολή της σημασίας τους.
- ❖ Η θετική ανταπόκριση και ένταξη της τουριστικής βιομηχανίας (επιχειρήσεις) στις δραστηριότητες οικοτουρισμού, η οποία ακολουθεί και προσαρμόζεται στις περιβαλλοντικές πολιτικές του δημοσίου, ενώ παράλληλα ασκεί περιβαλλοντικούς ελέγχους (enviromental auditing) στα προϊόντα που αναπτύσσει και διαθέτει.

Σχετικά με τον τρίτο παράγοντα, οι δεσμεύσεις και η ανάληψη υποχρεώσεων των επιχειρήσεων σχετικά με το περιβάλλον επιβάλλει μέτρα και δράσεις που καλύπτουν ενέργειες όπως: (i) συμμόρφωση με το πνεύμα και τους κανονισμούς της περιβαλλοντικής νομοθεσίας, καθώς και συμμετοχή / συνεργασία με αρμόδιους φορείς στη διαμόρφωση και εφαρμογή περιβαλλοντικών ρυθμίσεων, (ii) λήψη μέτρων αποφυγής αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων στα προγραμματιζόμενα αναπτυξιακά έργα ή μέτρων μείωσης των υφιστάμενων αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων, (iii) ανάπτυξη εναρμονισμένων στο περιβάλλον τουριστικών προϊόντων σε συνάρτηση με ορθολογική χρήση των πόρων και ενίσχυση / προαγωγή περιβαλλοντικά φιλικών εισροών και εξοπλισμό, (iv) ενθάρρυνση της κατανομής περιβαλλοντικών ζητημάτων

και φιλικής στο περιβάλλον συμπεριφοράς από μέρους των απασχολουμένων στις επιχειρήσεις αλλά και των τουριστών / πελατών, καθώς και των κοινοτήτων όπου λειτουργούν οι επιχειρήσεις.

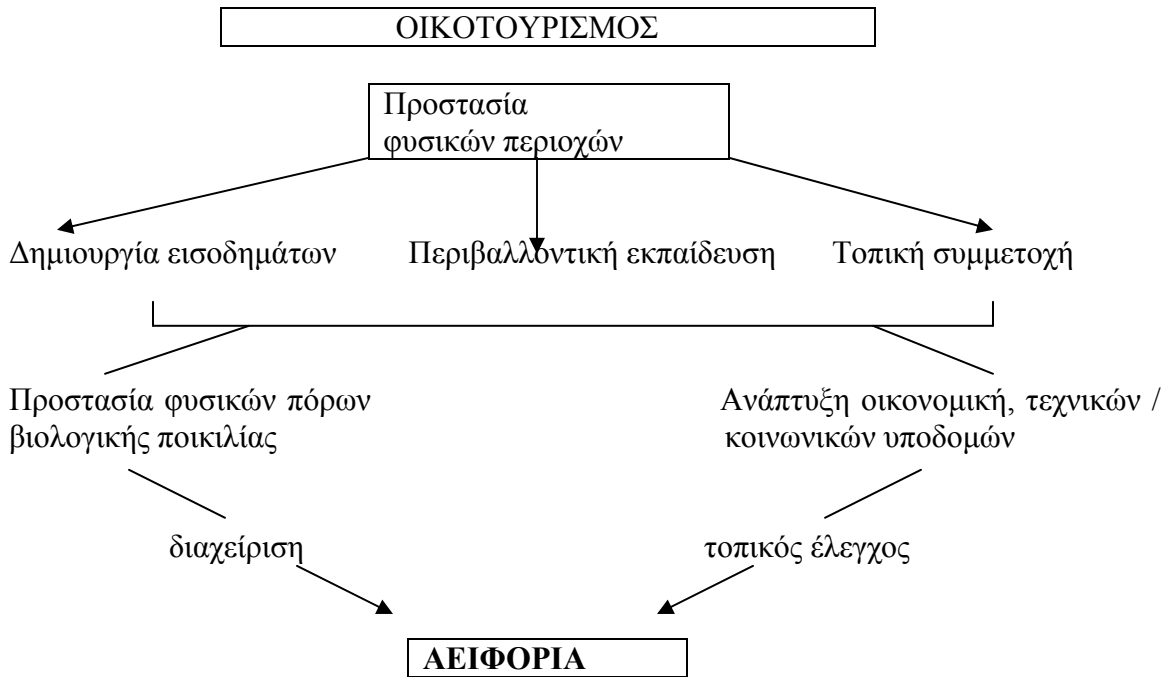
Με έμφαση στην *οικονομική διάσταση* της σχέσης περιβάλλοντος (ή περιβαλλοντικών πόρων) και τουρισμού γενικά ή του οικοτουρισμού ειδικότερα, ορισμένοι αναλυτές (Willis 1991)³⁴ θεωρούν αναγκαία τη δημιουργία αγοράς για *μη εμπορεύσιμα προϊόντα* ή δημόσια αγαθά, τα οποία προοδευτικά σπανίζουν λόγω της αυξανόμενης και συχνά μη ελεγχόμενης ζήτησης. Αυτό σημαίνει την επιβολή νομισματικών μέτρων ή τον καθορισμό ορισμένης αξίας και τιμής χρήσης σε αυτά τα μη εμπορεύσιμα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος, μιας αξίας που επηρεάζει και την τουριστική χρήση τους. Το βασικό επιχείρημα που διατυπώνεται είναι ότι με τη χρέωση του καταναλωτή ή την επιβολή ορισμένης δαπάνης για χρήση *φυσικών πόρων έλξης*, απλώς αναγνωρίζεται ότι τέτοιοι πόροι δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται ως πόροι δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται ως πόροι *ελεύθερης ή ανοικτής προσπέλασης* σε ένα περιβάλλον που υφίσταται αυξανόμενες πιέσεις από μεγάλο αριθμό τουριστών. Μια τέτοια τιμολόγηση συμβάλλει ταυτόχρονα και στον έλεγχο του αριθμού των τουριστών και στη συγκέντρωση επαρκών κονδυλίων (funds), που βοηθούν στη διαχείριση και την προστασία των φυσικών περιοχών. Όπως επισημαίνεται, «τα καλά οικονομικά είναι και καλή οικολογία».

3.4.2. Οικοτουρισμός και αειφόρος ανάπτυξη: προϋποθέσεις και σχέσεις

Όπως παρουσιάζεται η σχέση οικοτουρισμού – αειφορίας στο Διάγραμμα, ο οικοτουρισμός αποτελεί μέσο και αναπτυξιακή που συμβάλλει στην προστασία φυσικών περιοχών. Αυτό πραγματοποιείται μέσω της δημιουργίας εισοδημάτων, περιβαλλοντικής εκπαίδευσης / επιμόρφωσης και διεργασιών συμμετοχής τοπικού πληθυσμού στα δρώμενα. Με τον τρόπο αυτό προάγεται ταυτόχρονα η ανάπτυξη (οικονομική, κοινωνικών και τεχνικών υποδομών και υπηρεσιών) και η προστασία – διατήρηση (φυσικών περιοχών και βιολογικής ποικιλίας), παράγοντες που με μια σωστή διαχρονικά διαχείριση και τοπικούς ελέγχους συμβάλλουν και οδηγούν στην *αειφορία*.

³⁴ Willis, K.G. (1991), The Priceless Countryside: The Recreational Benefits of Enviromental Goods, *Royal Bank of Scotland Review* 172, pp. 38 – 48.

Διάγραμμα 3. Σχέση οικοτουρισμού – αειφορίας



Πηγή: Ross & Wall (1999)³⁵

Οι προϋποθέσεις για μια αειφόρο ανάπτυξη του οικοτουρισμού θα μπορούσαν να ενταχθούν σε ένα αναπτυξιακό πλαίσιο που επιδιώκει και προωθεί μέσω της σχετικής διαδικασίας σχεδιασμού ορισμένους στόχους, όπως:

- ❖ Ορθολογική ένταξη και προσαρμογή των αναπτυξιακών διατάξεων οικοτουρισμού (μεγέθη, δραστηριότητες) στο ευρύτερο πλαίσιο χωροταξικών / περιβαλλοντικών ρυθμίσεων, π.χ. αναγνώριση, διαμόρφωση και ένταξη στις ασκούμενες πολιτικές των αναγκαίων «βιολογικών ορίων» εντός των οποίων θα πρέπει να ασκούνται οι δραστηριότητες οικοτουρισμού.
- ❖ Ρυθμοί ανάπτυξης που ελέγχονται (μέσω διαχειριστικών σχεδίων) και διαμορφώνονται σε επίπεδα τέτοια, ώστε να εντάσσονται, να προσαρμόζονται ή να αφομοιώνονται από το τοπικό περιβάλλον (φυσικό / κοινωνικό / πολιτιστικό) χωρίς αρνητικές συνέπειες.
- ❖ Αύξηση των επιπέδων οικολογικής / περιβαλλοντικής συνειδητοποίησης του τοπικού πληθυσμού (αλλά και του πληθυσμού γενικότερα) και των επισκεπτών, μέσω σχετικών προγραμμάτων ή μέτρων ενημέρωσης και επιμόρφωσης / εκπαίδευσης.
- ❖ Προώθηση, σε επιχειρηματικό επίπεδο, στάσεων και δράσεων / ενεργειών αναπτυξιακών φορέων και οργανώσεων, που προσαρμόζονται και

³⁵ Ross, S. & Wall, G. (1999), "Ecotourism: towards congruence between theory and practice", *Tourism Management* 20, 123 – 132.

συμμορφώνονται με τις βασικές παραμέτρους οικοτουριστικής ανάπτυξης (φυσικό περιβάλλον, πολιτιστική κληρονομιά, ντόπιος πληθυσμός).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ, ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

4.1. Το ευρύτερο πλαίσιο ένταξης και ολοκλήρωσης του οικοτουριστικού σχεδιασμού - Βασικά στοιχεία σχεδιασμού και αρχές αειφόρου ανάπτυξης

Ένα σύστημα σχεδιασμού αποτελείται από ορισμένα στοιχεία και βασικές λειτουργίες και διακρίνεται από ορισμένες αναπτυξιακές αρχές. Τα τρία βασικά στοιχεία σχεδιασμού που διευκολύνουν ή συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη αντιστοιχούν ή καλύπτουν, σύμφωνα με τους Healey και Williams (1993)¹, τρεις βασικές λειτουργίες:

- ❖ Τη *λειτουργία διαμόρφωσης ενός σχεδίου / προγράμματος*, που εκφράζει στρατηγικές, αρχές, στόχους, πολιτικές για τη χωρική οργάνωση δραστηριοτήτων, χρήσεων γης, οικιστικό δίκτυο κ.λπ.
- ❖ Την *αναπτυξιακή λειτουργία*, που αναφέρεται στην προαγωγή / ενίσχυση (κίνητρα) ή στη ρύθμιση (νομοθετικό πλαίσιο) αναπτυξιακών δραστηριοτήτων, δικτύων υποδομής κ.λπ.
- ❖ Τη *ρυθμιστική / διακανονιστική και διαχειριστική λειτουργία*, που αναφέρεται στον έλεγχο / λειτουργία θέσης και μορφής διαφόρων δραστηριοτήτων (κατασκευές, κατοικία κ.λπ.)

Οι *αναπτυξιακές αρχές* εστιάζονται στη βιωσιμότητα της ανάπτυξης, στην ορθολογική χρήση των περιβαλλοντικών πόρων και διακρίνονται, σύμφωνα με την άποψη Ομάδας Ειδικών (1992)¹⁴, στις ακόλουθες κατηγορίες:

- ❖ Η *αρχή της πλήρους αποτίμησης των πόρων*, που αναφέρεται στην ανάγκη διαμόρφωσης ενός πλήρους εθνικού συστήματος αποτίμησης του κόστους περιβαλλοντικής προστασίας και αποκατάστασης των πόρων (από ποικίλες παρεμβάσεις), προσδιορίζοντας μαζί με τις οικονομικές αξίες το περιβαλλοντικό και κοινωνικό κόστος / όφελος στην εξέταση διαφόρων έργων ή προτάσεων αλλαγής χρήσεων γης.
- ❖ Η *προληπτική / προνοητική αρχή*, που αναφέρεται στις περιπτώσεις εκείνες που για λόγους πρόληψης αρνητικών επιπτώσεων επιβάλλεται να παραμείνουν άθικτα ζωτικά ή κρίσιμα περιβαλλοντικά αγαθά και πόροι – κυρίως όταν υπάρχει αβεβαιότητα ως προς το εύρος της επίδρασης και των επιπτώσεων ανθρώπινων δραστηριοτήτων.

¹ Healey, P. & Williams, R (1993), “European Urban Planning System: Diversity and Convergence”, *Urban Studies* 30(4 – 5), 701 – 720.

¹⁴ Group of Experts (1991), *Sustainable Development – An Imperative for Environmental Protection*, London: Commonwealth Secretariat.

- ❖ Η *αρχή του περιβαλλοντικού ισολογισμού (accounting)*, που καλύπτει περιπτώσεις ανανεώσιμων περιβαλλοντικών πόρων όπου επιβάλλεται η χρήση τους σε επίπεδα «αειφόρου απόδοσής τους». Σε περιπτώσεις υπέρβασης τέτοιων επιπέδων επιβάλλεται, για την ανανέωση των πόρων, ο υπολογισμός του κόστους των πραγματοποιούμενων επεμβάσεων (έργων, δράσεων κ.λπ.).
- ❖ Η *αρχή της σχετικής σπανιότητας / έλλειψης*, που αναφέρεται σε περιπτώσεις περιορισμένων ή και εξαντλήσιμων πόρων όπου επιβάλλεται η διαμόρφωση ενός διαφορετικού ή ειδικού πλαισίου γνώσεων και συστήματος αξιών, που καλύπτει σχέδια διαχείρισης, διερεύνηση εναλλακτικών ή υποκατάστατων πόρων και εναλλακτικών πηγών εισοδήματος για τους παραγωγούς.
- ❖ Η *αρχή της σχέσης κοινότητα – τοπική κοινωνία – περιβάλλον*, που θεωρεί ότι η σωστή σχέση μεταξύ μιας κοινότητας και του περιβάλλοντός της (βασισμένη στην τοπική γνώση / εμπειρία και σε ορθολογικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων) αποτελεί πλήρες και αναπόσπαστο τμήμα της αειφόρου ανάπτυξης.
- ❖ Η *αρχή της ισότητας*, που αναφέρεται στην ανάγκη επίτευξης του μέγιστου βαθμού ισότητας μέσα σε κάθε χώρα / περιφέρεια και την κοινωνία της, αλλά και μεταξύ χωρών / περιφερειών. Μια τέτοια αναγκαιότητα προκύπτει από τις αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, που οφείλονται ή προκαλούνται από τις δυνάμεις της αγοράς αλλά και τις ανισότητες ή τα επίπεδα φτώχειας.

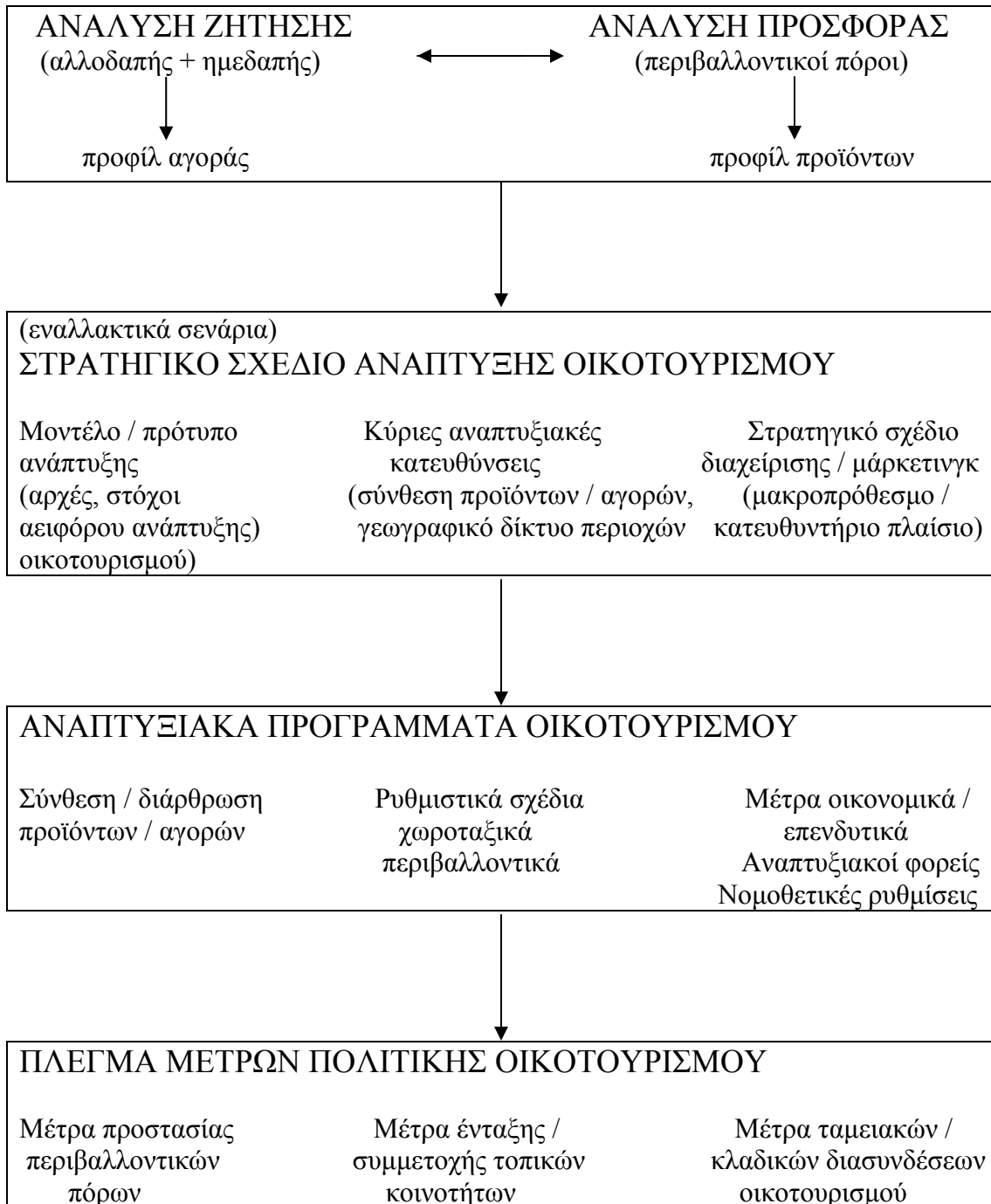
Σε σχέση με τα βασικά στοιχεία του συστήματος σχεδιασμού και τις αναπτυξιακές αρχές που αναφέρθηκαν παραπάνω πρέπει να επισημανθούν και ορισμένοι παράγοντες που επηρεάζουν σε διάφορο βαθμό τη λειτουργία και την αποτελεσματικότητα ενός συστήματος ή την εφαρμογή των αρχών. Τέτοιοι παράγοντες μπορούν να διακριθούν σε ορισμένες κατηγορίες, όπως: (i) πολιτικοί παράγοντες (διάφορες μορφές πολιτικής στήριξης σε διάφορα χωρικά επίπεδα), (ii) δημόσιοι παράγοντες ή επάρκεια / αποτελεσματικότητα δημόσιου τομέα (διατιθέμενοι πόροι, ενεργός δράση, δυνατότητα σχεδιασμού κ.λπ.), (iii) δυνάμεις της αγοράς και ιδιωτική / επιχειρηματική δράση (καινοτόμες δράσεις ή πρωτοβουλίες επιχειρήσεων, αποτελεσματικές / εταιρικές σχέσεις με δημόσιο τομέα, ποιότητα και ανταγωνιστικότητα παραγόμενων προϊόντων κ.λπ.).

4.2. Η διαδικασία οικοτουριστικού σχεδιασμού

4.2.1. Γενική προσέγγιση

Η διαδικασία οικοτουριστικού σχεδιασμού δεν διαφέρει σημαντικά από τις άλλες διαδικασίες σχεδιασμού άλλων μορφών τουρισμού ή από αυτή του τουριστικού σχεδιασμού γενικά. Εκείνο που απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή είναι, αφενός, η ανάλυση και αξιολόγηση των περιβαλλοντικών πόρων και η επιλογή περιοχών οικοτουρισμού και, αφετέρου, η σωστή διασύνδεση και ένταξη των τοπικών κοινοτήτων στην αναπτυξιακή διαδικασία του οικοτουρισμού. Μια συνολική εικόνα της διαδικασίας οικοτουριστικού σχεδιασμού παρουσιάζεται στο Διάγραμμα και σχετικά επισημαίνεται η αναγκαιότητα διασύνδεσης της εν λόγω διαδικασίας με αυτή του τουριστικού σχεδιασμού.

Διάγραμμα 4. Διαδικασία οικοτουριστικού σχεδιασμού (γενικό πλαίσιο)



4.2.2. Ανάλυση πόρων και καταγραφή δυνάμει περιοχών οικοτουρισμού: μεθολογικές προσεγγίσεις

Στη διαδικασία οικοτουριστικού σχεδιασμού η ανάλυση και η αξιολόγηση των περιβαλλοντικών πόρων πρέπει να στοχεύει και συναρτάται με μια σωστή διασκόπηση των χαρακτηριστικών και ιδιοτήτων των πόρων, από τη μία, και με τη διακρίβωση και τον εντοπισμό της σχέσης των πόρων με την τουριστική κατανάλωση ή τη συμβατότητά τους με ορισμένες τουριστικές δραστηριότητες, από την άλλη. Μια τέτοια προσέγγιση πρέπει να καλύπτει τις ακόλουθες φάσεις:

Φάση Α: *Ανάλυση των πόρων και συναφών δραστηριοτήτων.* Στη φάση αυτή αναλύονται αφενός οι περιβαλλοντικοί πόροι οικοτουρισμού (φυσικοί κυρίως και πολιτιστικοί), στα πλαίσια ολόκληρου του πλέγματος των πόρων τουριστικής έλξης και κατανάλωσης, αφετέρου οι υφιστάμενες αλλά και οι μελλοντικές ή δυνάμει (potential) τουριστικές δραστηριότητες που συναρτώνται με τους πόρους. Στη δεύτερη περίπτωση εξετάζεται επίσης το είδος και η έκταση των επιδράσεων κάθε δραστηριότητας στους πόρους.

Φάση Β: *Αξιολόγηση / προσδιορισμός / κατάταξη πόρων και δυνάμει (potential) επιπτώσεων.* Στη δεύτερη φάση διαπιστώνονται και προσδιορίζονται αφενός οι κύριες παράμετροι διαφοροποίησης και οι κατηγορίες κατάταξης των πόρων, αφετέρου οριοθετούνται οι δυνάμει εντάσεις από τις πιέσεις που προκαλούνται σε κάθε κατηγορία πόρων λόγω των διαφόρων δραστηριοτήτων. Στην πρώτη περίπτωση, κύριες παράμετροι διαφοροποίησης και κατάταξης θεωρούνται (i) ο βαθμός «ευπάθειας» κάθε πόρου ή πλέγματος ομοειδών πόρων, (ii) οι διάφορες διαβαθμίσεις / κλίμακες της ανάγκης προστασίας των πόρων σύμφωνα με τους βαθμούς ευπάθειας και (iii) η καταλληλότητα των πόρων για οικοτουρισμό ή για τις διάφορες δραστηριότητες οικοτουρισμού.

Φάση Γ: *Διαπιστώσεις / προσδιορισμός κύριων παραμέτρων (προβλημάτων) ανάπτυξης και διαμόρφωσης πολιτικών.* Στη φάση αυτή προσδιορίζονται για κάθε κατηγορία πόρου: (i) το μέγεθος των προκαλούμενων αντιθέσεων / συγκρούσεων – υφιστάμενων ή μελλοντικών – από συγκεκριμένες δραστηριότητες, (ii) το μέγεθος των οικολογικών ρίσκων ή κινδύνων και οι ενδεχόμενες δυσμενείς επιπτώσεις, (iii) οι επιβαλλόμενοι και αναγκαίοι περιορισμοί από οικολογικής πλευράς και σε συνάρτηση με την προηγούμενη παράμετρο και (iv) το αναγκαίο πλαίσιο δράσης ως προς τους τρόπους παρέμβασης και τις διαδικασίες διαχείρισης των πόρων στις περιοχές οικοτουρισμού.

Μια πρώτη γενική ταξινόμηση των τουριστικών πόρων έγινε στις αρχές της δεκαετίας του '60 από αμερικάνικη δημόσια επιτροπή (ORRRC, 1962)¹⁵, που διέκρινε και ενέταξε τους πόρους στις ακόλουθες κατηγορίες περιοχών:

- ❖ Περιοχές τουρισμού / αναψυχής υψηλής πυκνότητας.
- ❖ Περιοχές υπαίθριας αναψυχής.
- ❖ Περιοχές φυσικού περιβάλλοντος (π.χ. εθνικά πάρκα).
- ❖ Μοναδικής φυσικής εξέλιξης περιοχές / τοπία.

¹⁵ Outdoor Recreation Resources Review Commission (1962), *Outdoor for America*, US Government Printing Office, pp. 96-120.

- ❖ Πρωτόγονες και άγριες περιοχές (wildness areas).
- ❖ Περιοχές ιστορικών και πολιτιστικών μνημείων.

Οι πόροι του οικοτουρισμού είναι κατεξοχήν περιβαλλοντικοί πόροι και αφορούν κυρίως το φυσικό περιβάλλον, αν και συνεκτιμώνται και ορισμένοι ανθρωπογενείς / πολιτιστικοί πόροι ή θέλγητρα πολιτιστικής κληρονομιάς που εντάσσονται στις περιοχές οικοτουρισμού. Η ανάλυση και καταγραφή των περιβαλλοντικών πόρων οικοτουρισμού εστιάζεται σε διαβαθμίσεις των χαρακτηριστικών στοιχείων και ιδιοτήτων των περιβαλλοντικών πόρων, που αναφέρονται στη «μοναδικότητα», τις πραγματοποιούμενες μεταβολές (ή «μετασχηματισμό») και την ικανότητα αντίστασης των πόρων, σε συνδυασμό με διαβρώσεις της «βιολογικής σημασίας» τους. Ειδικότερα διευκρινίζονται τα ακόλουθα σε σχέση με τα παραπάνω:

- ❖ Η *μοναδικότητα* προσδιορίζεται από τη συχνότητα ύπαρξης και εμφάνισης ενός φυσικού περιβαλλοντικού πόρου (ή των συστατικών του) στην εξεταζόμενη περιοχή, καθώς και από τη χωρική διαφοροποίησή του.
- ❖ Ο *μετασχηματισμός* δείχνει την έκταση των μεταβολών ή των αλλαγών που έχουν επέλθει στους πόρους σε σχέση με την αρχική τους κατάσταση.
- ❖ Η *αντίσταση* ενός περιβαλλοντικού πόρου και των χαρακτηριστικών στοιχείων που αναφέρεται στην ικανότητα αντοχής που παρουσιάζει, στο βαθμό που μπορεί να αντισταθεί επιτυχώς στις διάφορες πιέσεις ή αρνητικές επιδράσεις. Δείχνει επίσης την ικανότητα να «αυτοανανεωθεί» ή να επανέλθει στην αρχική κατάσταση ή να «συνυπάρξει» με τις διαμορφούμενες αναπτυξιακές καταστάσεις.
- ❖ Η *βιολογική σημασία* ενός περιβαλλοντικού πόρου και των χαρακτηριστικών του στοιχείων αποκαλύπτεται ή υποδεικνύεται από τον ενεργό ρόλο που ασκεί στη διατήρηση της οικολογικής διαδικασίας ή στη στήριξη και λειτουργία των πόρων του οικοσυστήματος.

4.2.3 Στρατηγική, προγράμματα και μέτρα πολιτικής οικοτουριστικής ανάπτυξης

Η σημασία και η σκοπιμότητα ενός *στρατηγικού σχεδίου οικοτουριστικής ανάπτυξης* μιας περιοχής έγκειται στην ανάγκη ένταξης και αλληλοσυσχέτισης των διαφόρων πολιτικών, δράσεων και παρεμβάσεων του τουρισμού, αλλά και άλλων συναφών τομέων, σε ένα συνολικό και ευρύτερο αναπτυξιακό πλαίσιο θεώρησης μακροχρόνιου – μεσοχρόνιου ορίζοντα με στόχο:

- ❖ Να αποφευχθεί η αποσπασματικότητα – και συχνά αντιφατικότητα – των διαφόρων μέτρων πολιτικής.
- ❖ Να υπάρξει μια ευρύτερη και ολοκληρωμένη θεώρηση των συνεπειών και των επιπτώσεων από την υλοποίηση των πολιτικών.
- ❖ Να επιτευχθούν τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα και μία συνεχής ή αειφόρος ανάπτυξη του τουρισμού.

Βασικές συνιστώσες ή κύρια στοιχεία ενός στρατηγικού σχεδίου οικοτουριστικής ανάπτυξης θεωρούνται:

1. Πρώτον, η ύπαρξη ενός προτύπου ή μοντέλου οικοτουριστικής ανάπτυξης, που θα προκύπτει από την αξιολόγηση εναλλακτικών σεναρίων ανάπτυξης, θα βασίζεται σε μια εμπειριστατωμένη ανάλυση της ζήτησης και προσφοράς και θα περιλαμβάνει:

- ❖ Αρχές / όρους και προϋποθέσεις για μια διαρκή / αειφόρο οικοτουριστική ανάπτυξη.
 - ❖ Βασικούς στόχους στρατηγικών επιλογών ως προς τα προσφερόμενα προϊόντα, τη σύνθεση της αγοράς και την οργάνωση της τουριστικής βιομηχανίας.
2. Δεύτερον, τη διατύπωση κύριων κατευθύνσεων τουριστικής πολιτικής, που εντάσσονται σε ένα πλέγμα αναπτυξιακών προγραμμάτων, μέτρων πολιτικής και έργων και καλύπτουν:
- ❖ Τη σύνθεση (κύριες γραμμές) και διαμόρφωση (φάσεις) του τουριστικού προϊόντος.
 - ❖ Τη σύνθεση της αγοράς (επιθυμητά τμήματα τουριστικής πελατείας που επιδιώκουμε να προσελκύσουμε).
 - ❖ Την τουριστική βιομηχανία: επενδυτικά σχήματα, επιχειρηματική οργάνωση.
 - ❖ Τη χωρική / περιφερειακή διάρθρωση και διαφοροποίηση (διαφοροποίηση προϊόντων) της τουριστικής ανάπτυξης, ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται στις ενδεικνυόμενες διασυνδέσεις του τουρισμού με άλλους κλάδους.
3. Τρίτο συστατικό στοιχείο του στρατηγικού σχεδίου είναι κατευθυντήριο πλαίσιο, ή στρατηγικό σχέδιο τουριστικής διαχείρισης και μάρκετινγκ. Στη διαμόρφωσή του πρέπει να συνεκτιμηθούν και εξωγενείς παράγοντες ή δυνάμεις της διεθνούς αγοράς.

Ως προς τους όρους ή προϋποθέσεις διαμόρφωσης ενός ολοκληρωμένου και αποτελεσματικού στρατηγικού σχεδίου, αλλά και υλοποίησής του, θα μπορούσε να αναφερθεί και η αποτελεσματικότητα του συστήματος σχεδιασμού, και κυρίως στους αλληλένδετους κύριους παράγοντες συγκρότησης και επηρεασμού του όπως:

- ❖ Πολιτική στήριξη, ως προς το μέγεθος και τη διαχρονικότητα.
- ❖ Επάρκεια χρηματοοικονομικών πόρων και διοικητική / διαχειριστική αποτελεσματικότητα.
- ❖ Ολοκληρωμένες / επαρκείς γνώσεις και πληροφόρηση, αποτελεσματικά εργαλεία (π.χ. νομοθετικά) και σωστές / ρεαλιστικές διαδικασίες σχεδιασμού.
- ❖ Αποτελεσματική εμπλοκή του επιχειρηματικού τομέα ή των δυνάμεων της αγοράς, και κυρίως σωστές εταιρικές σχέσεις δημόσιου και ιδιωτικού τομέα σε συγκεκριμένους τομείς τουριστικής ανάπτυξης.

Ένα ολοκληρωμένο μοντέλο / πρότυπο οικοτουριστικής ανάπτυξης διακρίνεται ως προς τις ακόλουθες πέντε αλληλένδετες χαρακτηριστικές διαστάσεις δεοντολογικού προσανατολισμού, οι οποίες συνιστούν και τους κατευθυντήριους άξονες ή τις προϋποθέσεις που πρέπει να πληροί για να είναι αποτελεσματικό.

- ❖ Η *κανονιστική (normative)* διάσταση, που αναφέρεται σε ένα πλέγμα αναπτυξιακών κανόνων που καθιερώνονται και ακολουθούνται. Κανόνων που αφορούν και καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα σχετικών με την αειφορία αναπτυξιακών παραμέτρων.
- ❖ Η *καινοτομική (innovative)* διάσταση, που αναφέρεται σε πρωτότυπες και δημιουργικές παρεμβάσεις, λύσεις και προτάσεις που καλύπτουν κοινωνικο – οικονομικές και περιβαλλοντικές αναπτυξιακές παραμέτρους και προϋποθέτουν και απαιτούν ικανότητα επικοινωνίας / μεσολάβησης / διαπραγμάτευσης.

- ❖ Η *πολιτική διάσταση*, που αναφέρεται σε ένα πλέγμα ενεργειών και διεργασιών (αποφάσεις και πρακτικές χωρίς πολιτικό / διοικητικό επίπεδο) που αποσκοπούν στην αντιμετώπιση αντιθέσεων / συγκρούσεων και την επίτευξη σύμπνοιας στο πλαίσιο νόμιμων και αποτελεσματικών πρακτικών λήψης αποφάσεων.
- ❖ Η *προσαρμοστική και ευέλικτη διάσταση*, που αναφέρεται στην ανάγκη ύπαρξης και ευλυγισίας και προσαρμοστικότητας στις λύσεις και προτάσεις, πράγμα που προϋποθέτει οργανωτικά / διαχειριστικά σχήματα που επιτρέπουν ανοιχτές διαδικασίες, κριτικές αναδράσεις, ευχέρεια τροποποιήσεων, έγκαιρη και σωστή ενημέρωση του κοινού.

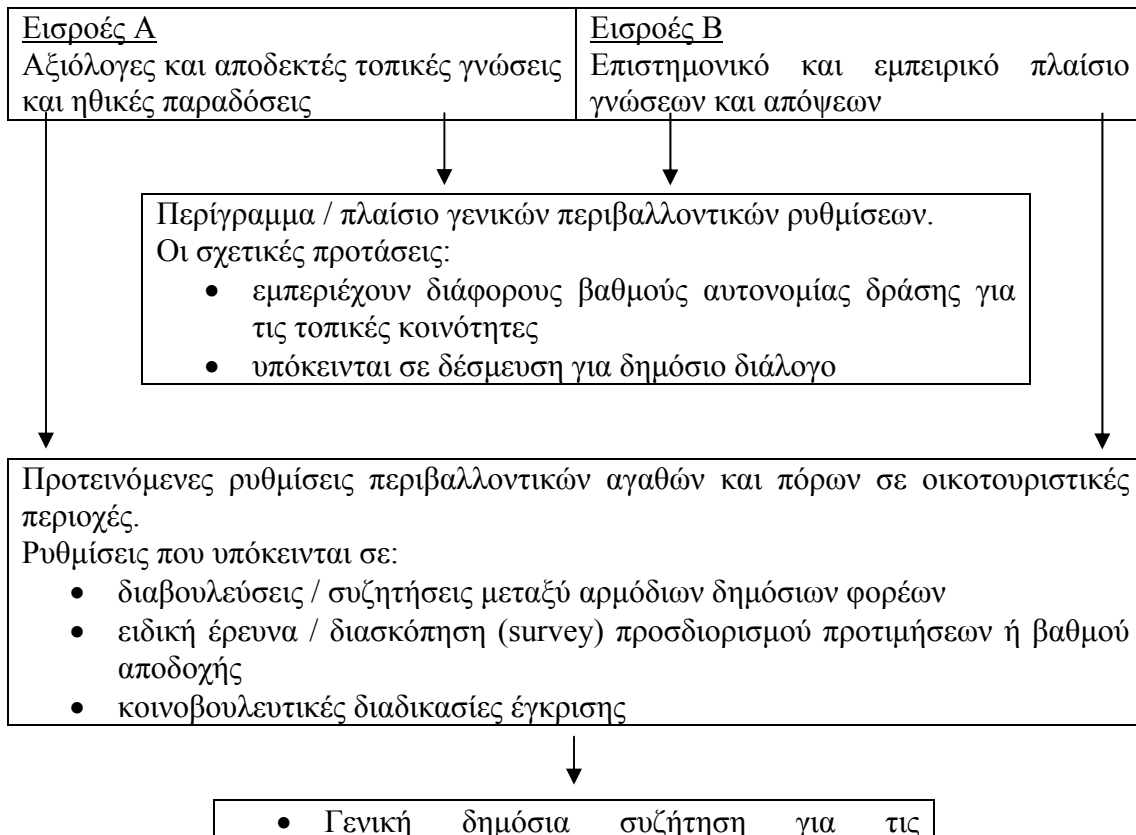
Στο πλαίσιο ενός στρατηγικού σχεδίου οικοτουριστικής ανάπτυξης, η διαμόρφωση ενός αναπτυξιακού προγράμματος οικοτουρισμού σε συγκεκριμένη περιοχή (π.χ. σε χωρικό επίπεδο νομού ή περιφέρειας) περιλαμβάνει τα εξής:

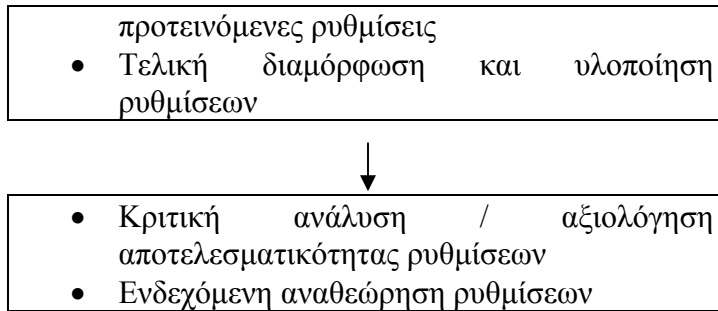
- ❖ *Λεπτομερή οριοθέτηση αναπτυξιακών στόχων* για τη περιοχή γενικά και για τους επιμέρους χώρους (sites) οικοτουρισμού. Οι στόχοι αυτοί καλύπτουν αναπτυξιακά μεγέθη (προσφοράς και ζήτησης), χρονικά πλαίσια ανάπτυξης, αναπτυξιακούς φορείς (δημόσιους και ιδιωτικούς) και αναγκαίες διασυνδέσεις με άλλες μορφές τουρισμού (π.χ. αγροτουρισμό) ή άλλους αναπτυξιακούς τομείς και οικονομικές δραστηριότητες. Η εν λόγω οριοθέτηση αναπτυξιακών στόχων θα βασιστεί, αφενός, στο διαμορφούμενο πληροφοριακό υπόβαθρο (προηγούμενη φάση), που καλύπτει πόρους, δυνάμει αγορές και ασκούμενες δραστηριότητες οικοτουρισμού και, αφετέρου, σε ένα άρτια συγκροτημένο λειτουργικό πλαίσιο λήψης αποφάσεων, στο οποίο συμμετέχουν όλοι οι αρμόδιοι φορείς της περιοχής και το οποίο επιδιώκει αποτελεσματική συνεργασία / επικοινωνία μεταξύ τους, καθώς και συντονισμό των διάφορων δράσεων και προτάσεων που εμπεριέχονται στο πρόγραμμα.
- ❖ *Διαμόρφωση βασικών παραμέτρων αναπτυξιακού προγράμματος οικοτουρισμού*, η οποία περιλαμβάνει τις ακόλουθες φάσεις:
 1. λεπτομερή ανάλυση και διαμόρφωση των προϊόντων οικοτουρισμού της περιοχής, των αντίστοιχων τμημάτων της αγοράς (ημεδαπών και αλλοδαπών) και των δραστηριοτήτων οικοτουρισμού που εντάσσονται και προσαρμόζονται στους περιβαλλοντικούς πόρους,
 2. συνολικά και επιμέρους λεπτομερή (για ειδικές θέσεις / sites) ρυθμιστικά σχέδια (master plans) της περιοχής οικοτουρισμού, που καλύπτουν χωροταξικές και περιβαλλοντικές ρυθμίσεις (π.χ. χρήσεις γης, δίκτυα υποδομών / ανωδομών κ.λπ.),
 3. ανάλυση / υπολογισμό των αναγκαίων οικονομικών μέτρων (επενδυτικά σχέδια) υλοποίησης του προγράμματος σε συνάρτηση με επιχειρηματική οργάνωση και αναπτυξιακούς φορείς οικοτουρισμού (εντός και εκτός περιοχής) και νομοθετικές ρυθμίσεις.
- ❖ *Πρόγραμμα διαχείρισης και μάρκετινγκ*. Περιλαμβάνει, αφενός, διερεύνηση, με βάση τις γενικές κατευθύνσεις του στρατηγικού σχεδίου, των εναλλακτικών σχεδίων παραγωγής του οικοτουρισμού και, αφετέρου, επιλογή ενός υλοποιήσιμου σχεδίου διαχείρισης και ενός κατάλληλου μείγματος και πρακτικών μάρκετινγκ, βάσει των οποίων θα οριοθετούνται:
 1. φορείς και διεργασίες συμμετοχής στη διαχείριση χώρων οικοτουρισμού,

2. πλέγμα συγκεκριμένων μέτρων διαχείρισης, που καλύπτει ολόκληρο το δίκτυο χωρών οικότουρισμού,
3. προβλεπόμενες δαπάνες και έσοδα.

Το πλέγμα μέτρων οικότουριστικής πολιτικής περιλαμβάνει ορισμένες κατηγορίες μέτρων που στοχεύουν στην ένταξη / συμμετοχή τοπικών κοινοτήτων στην οικότουριστική ανάπτυξη, σε επιμέρους μέτρα διαχείρισης / μάρκετινγκ, σε μέτρα διασύνδεσης του οικότουρισμού με χαρακτηριστικούς παραγωγικούς κλάδους της περιοχής, και κυρίως στην περιβαλλοντική προστασία των πόρων. Ειδικότερα στη λήψη μέτρων περιβαλλοντικής προστασίας για τις περιοχές οικότουρισμού, αφενός εμπλέκονται ποικίλοι φορείς, αφετέρου ανακύπτουν πολλά και διαφορετικής υφής ζητήματα αλλά και «δημοκρατικά διλήμματα» ως προς την ορθότητα και τις αξίες που εμπεριέχονται (ή πρέπει να εμπεριέχονται) στα σχετικά μέτρα περιβαλλοντικής πολιτικής. Ένα βασικό ερώτημα είναι εάν υφίσταται (και σε ποιο βαθμό) σύμπραξη και συνδυασμός μεταξύ «ορθών αξιών» και «ορθών διαδικασιών», ή αν επιδιώκοντας τη μία παραγνωρίζεται ή χάνεται η άλλη. Μια ορθή προσέγγιση τέτοιων ζητημάτων παρουσιάζεται στο παρακάτω Διάγραμμα, που διαγράφει ένα γενικό πλαίσιο διαδικασιών διαμόρφωσης / άσκησης μέτρων περιβαλλοντικών ρυθμίσεων στην οικότουριστική πολιτική.

Διάγραμμα 5. Μοντέλο διαδικασιών διαμόρφωσης / άσκησης περιβαλλοντικών ρυθμίσεων στην οικότουριστική πολιτική.





4.3. Στρατηγική οικοτουριστικής διαχείρισης

Για μια ολοκληρωμένη προσέγγιση των ζητημάτων διαχείρισης στη διαδικασία οικοτουριστικού σχεδιασμού είναι αναγκαίες ορισμένες προϋποθέσεις:

- ❖ Απόκτηση και διαμόρφωση αξιόπιστων πληροφοριών που θα αποτελούν τη βάση συγκρότησης προγραμμάτων διαχείρισης αλλά και αναπτυξιακών σχεδίων οικοτουρισμού. Πρόκειται για θεμελιώδη ανάγκη στο σχεδιασμό της διαχείρισης περιοχών οικοτουρισμού, εφόσον στηρίζουν τις προσπάθειες των φορέων διαχείρισης ως προς τα εξής: (i) να διακριβώσουν και να εντοπίσουν υπάρχουσες και δυνάμει αντιθέσεις / συγκρούσεις (conflicts) στη χρήση των πόρων, (ii) να προσδιορίσουν στους στόχους διαχείρισης και να υπολογίσουν το κόστος και όφελος, και (iii) να προσδιορίσουν τις χωρικές διαστάσεις (εθνικό, περιφερειακό, τοπικό επίπεδο) προγραμμάτων διαχείρισης ή αναπτυξιακών σχεδίων οικοτουρισμού.
- ❖ Επιστημονικά δόκιμες μέθοδοι εκτίμησης και υπολογισμού οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής αξίας των πόρων οικοτουρισμού στις προστατευόμενες περιοχές. Αντί μιας ενιαίας προσέγγισης, ίδιας για όλες τις περιοχές, επιβάλλεται η διαφοροποίηση και ο προσδιορισμός διαφόρων επιπέδων ή βαθμών αξιών, κάτι που θα συμβάλει στη διαμόρφωση επιμέρους και διαφοροποιημένων, από περιοχή σε περιοχή, προγραμμάτων και μέτρων διαχείρισης.
- ❖ Πλήρης κατανόηση των αναγκών για διατήρηση των προστατευόμενων περιοχών και διαφύλαξη της «άγριας ζωής», δηλαδή της πανίδας και χλωρίδας τους. Πρόκειται για ανάγκες που συναρτώνται με τις ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά των περιβαλλοντικών πόρων αλλά και των χρηστών. Μια τέτοια κατανόηση εξαρτάται από τα υπάρχοντα στατιστικά στοιχεία και τις ειδικές διασκοπίσεις (π.χ. ως προς τρόπους διακίνησης και τις ασκούμενες δραστηριότητες των επισκεπτών).

Ένα ενιαίο ή στρατηγικό σχέδιο οικοτουριστικής διαχείρισης θα πρέπει να βασίζεται σε μια σειρά αλληλοεξαρτώμενων μέτρων πολιτικής και να έχει ως κύριο στόχο το σεβασμό των περιβαλλοντικών αξιών και την αειφόρο ανάπτυξη. Τα εν λόγω μέτρα πολιτικής θα πρέπει να είναι βραχυπρόθεσμα και να εντάσσονται στις ακόλουθες κατηγορίες:

- ❖ *Μέτρα διαχείρισης του δικτύου οικοτουριστικών περιοχών*, που επικεντρώνονται στους περιβαλλοντικούς πόρους (έλεγχος υποβάθμισης, δράσεις ανανέωσης κ.λπ.) και διακρίνονται ή διαφοροποιούνται κατά περιοχή σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά των πόρων και το μέγεθος των προβλημάτων.

- ❖ *Μέτρα για τη διαχρονική κατανομή της ζήτησης* στο δίκτυο των οικοτουριστικών περιοχών, τον έλεγχο της εποχικής συγκέντρωσης οικοτουριστών στις διάφορες περιοχές και τη θέσπιση ειδικών κινήτρων προσέλκυσης επισκεπτών σε ορισμένες περιοχές και περιόδους εκτός αιχμής.
- ❖ *Πλέγμα μέτρων που συναρτώνται ή συνδυάζονται και συντονίζονται* (χωρικά και διαχρονικά) με τα μέτρα άλλων τομέων ή δραστηριοτήτων που ασκούν ορισμένους φορείς (μέσω δικών τους διαχειριστικών σχημάτων και επιχειρησιακής οργάνωσης). Για παράδειγμα, μέτρα και ρυθμίσεις περιβαλλοντικής / χωροταξικής υφής (χρήσεις γης) ή μέτρα σχετιζόμενα με το δίκτυο συγκοινωνιών / μεταφορών και με ορισμένες περιοχές του αγροτικού χώρου.
- ❖ *Μέτρα περιβαλλοντικής επιμόρφωσης και σχετικής πληροφόρησης*, που βοηθούν στη σωστή συνειδητοποίηση από μέρους των επισκεπτών και των ντόπιων κατοίκων, των περιβαλλοντικών κινδύνων και αξιών. Τέτοια μέτρα συμβάλλουν σε μια αρμονική σχέση / συνεργασία των δυο ομάδων και στην προστασία του περιβάλλοντος.

Ορισμένα σημαντικά μέτρα πολιτικής στη διαχείριση περιοχών οικοτουρισμού αφορούν περιοδικούς περιβαλλοντικούς ελέγχους (environmental auditing) και διαδικασίες παρακολούθησης / ελέγχου (monitoring) των επισκεπτών και των ασκούμενων από αυτούς δραστηριοτήτων.

Η άσκηση περιβαλλοντικού ελέγχου θεωρείται μια τεχνική ή ένα σημαντικό εργαλείο εκτίμησης και διαχείρισης περιβαλλοντικών καταστάσεων. Μια τέτοια τεχνική, που έχει αναλυθεί από τον Goodall (1992)¹⁶, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την παρακολούθηση και τον έλεγχο της αλληλεπίδρασης τουριστικών δραστηριοτήτων και διαδικασιών ανάπτυξης τουριστικών προϊόντων με το περιβάλλον. Η τεχνική αυτή και οι σχετικοί έλεγχοι μπορεί να εφαρμοστούν από διάφορους φορείς και σε διάφορα οργανωτικά επίπεδα (δημόσιους φορείς, εταιρείες, επιχειρήσεις κ.λπ.).

Οι διαδικασίες παρακολούθησης / ελέγχου (monitoring) και μέτρησης / καταγραφής επισκεπτών, τουριστικών δραστηριοτήτων και προκαλούμενων περιβαλλοντικών επιδράσεων προσφέρουν τη δυνατότητα, αφενός, προσδιορισμού επιπέδων κορεσμού για τη λήψη άμεσων και συγκεκριμένων μέτρων μείωσης της έντασης, ιδιαίτερα σε ευαίσθητες περιοχές και σε περιόδους αιχμής, αφετέρου μια συνεχή ανατροφοδότηση (με πρόσθετα / συμπληρωματικά στοιχεία) των αρμόδιων φορέων διαχείρισης, για προσδιορισμό της χωρητικότητας ή φέρουσας ικανότητας (carrying capacity) σε συγκεκριμένες περιοχές.

Η ρύθμιση του μεγέθους της ζήτησης ή του αριθμού των επισκεπτών σε περιοχές οικοτουρισμού συναρτάται με δύο κύριους παράγοντες και συναφή μέτρα ελέγχου ή μηχανισμούς ρύθμισης του αριθμού των επισκεπτών.

Ο πρώτος παράγοντας αφορά τις θέσεις εγκατάστασης ή οριοθέτησης του οικοτουρισμού και τα δίκτυα προσπέλασης. Πρόκειται για παράγοντα φυσικής / χωρικής ρύθμισης, εφόσον οι θέσεις οικοτουρισμού σε απόμακρες περιοχές ή δύσκολης προσπέλασης μειώνουν τον αριθμό των επισκεπτών.

Ο δεύτερος παράγοντας είναι οικονομικός και αναφέρεται στις διάφορες ρυθμίσεις ως προς το σύνολο των δαπανών με τις οποίες επιβαρύνεται ο επισκέπτης. Επιβαρύνσεις που

¹⁶ Goodall, B. (1992), "Environmental auditing of tourism", in Cooper, C.P. & Lockwood, A. (eds), *Progress in Tourism, Reception and Hospitality Management*, Vol. 4, London: Belhaven.

διαφοροποιούνται διαχρονικά και καλύπτουν δαπάνες εισόδου προσπέλασης / διακίνησης και ασκούμενες δραστηριότητες σε μια περιοχή οικοτουρισμού.

Διεθνώς υπάρχουν διάφοροι βαθμοί συμμετοχής ή εμπλοκής τοπικών παραγόντων και συμμετοχής ντόπιου πληθυσμού στη διαχείριση φυσικών περιοχών προστασίας και περιοχών οικοτουρισμού. Πολλές χώρες αναγνωρίζουν τελευταία τη σημασία συμμετοχής και τη δυνατότητα συμβολής τοπικών κοινοτήτων και στο σχεδιασμό και στη λειτουργία ή διαχείριση τέτοιων περιοχών. Οι λόγοι που προβάλλονται είναι βασικά τρεις: (i) για να ικανοποιήσουν εσωτερικές / εθνικές και διεθνείς κοινωνικές δεσμεύσεις ή υποχρεώσεις, (ii) για να εξασφαλισθεί η ακεραιότητα περιβαλλοντικών πόρων και των οικολογικών χαρακτηριστικών τους, καθώς και (iii) για να στηριχθεί οικονομικά ο τοπικός πληθυσμός και να αποφευχθεί η παρατηρούμενη πληθυσμιακή μείωση / ερήμωση των περιοχών αυτών.

Γενικά στη διαχείριση των περιοχών οικοτουρισμού θεωρείται αναγκαία η συμμετοχή καθώς και η συνεργασία και ο συντονισμός μεταξύ των ακόλουθων τριών αναπτυξιακών παραγόντων ή αρμόδιων φορέων:

- ❖ *Κεντρικοί κρατικοί φορείς* υπεύθυνοι για τις φυσικές προστατευόμενες περιοχές και τον αγροτικό χώρο γενικά (εθνικά / περιφερειακά πάρκα, υγροβιότοπους κ.λπ.). Τέτοιοι φορείς (στην Ελλάδα π.χ., Υπ. Αγροτικής Ανάπτυξης, ΥΠΕΧΩΔΕ, ΕΟΤ) έχουν την ευθύνη – στα πλαίσια σχεδιασμού και διαμόρφωσης αναπτυξιακών προγραμμάτων – να παρακολουθούν και να αξιολογούν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις στις εν λόγω περιοχές, να ελέγχουν και να διαχειρίζονται δραστηριότητες και αναπτυξιακά έργα καθώς επίσης να καθοδηγούν και να εκπαιδεύουν τοπικούς φορείς ως προς τα ειδικά μέτρα και δράσεις διαχείρισης συγκεκριμένων περιοχών.
- ❖ *Τοπικοί φορείς δημόσιοι και ιδιωτικοί / συλλογικοί*. Στην πρώτη περίπτωση η ευθύνη και οι σχετικές δράσεις των τοπικών φορέων (ειδικά συμβούλια ή οργανώσεις δήμων / κοινοτήτων) εντοπίζονται στην υλοποίηση κονδυλίων διαχείρισης (management funds), στην οργάνωση, στον συντονισμό και την καθοδήγηση ορισμένων ομάδων και ατόμων για την ολοκλήρωση ορισμένων δράσεων ή ενεργειών (οδηγοί δικτύων περιήγησης, οργάνωση τοπικών πολιτιστικών εκδηλώσεων, συντήρηση φυσικών πόρων κ.λπ.). Στη δεύτερη περίπτωση, επιδιώκεται η συμμετοχή και συμβολή τοπικών παραγόντων στις διαδικασίες περιβαλλοντικής διαχείρισης, όπως π.χ. τοπικών περιβαλλοντικών / οικολογικών συλλόγων ή οργανώσεων, γαιοκτημόνων / ιδιοκτητών γης πλησίον ή εντός φυσικών περιοχών, αγροτικών συνεταιρισμών (διαχείριση αγροτουρισμού).
- ❖ *Ιδιωτικοί φορείς και επιχειρήσεις* (διαφορετικής χωρικής και οικονομικής εμβέλειας) που ασκούν ή προτίθενται να αναπτύξουν σχετικές με τον οικοτουρισμό δραστηριότητες. Στόχος τέτοιων δραστηριοτήτων πρέπει να είναι η δημιουργία μιας κατάλληλης προσφοράς ή φιλικών στο περιβάλλον προϊόντων, δηλαδή πλέγματος τουριστικών ανωδομών (καταλύματα ειδικών μορφών και κλίμακας πλησίον ή ενταγμένων σε περιοχές οικοτουρισμού), κατάλληλες συγκοινωνιακές υποδομές και μέσα (προσπέλασης και δίκτυα διακίνησης σε περιοχές οικοτουρισμού), καθώς και ορισμένα κέντρα και υπηρεσίες διάθεσης τοπικών προϊόντων.

4.4. Οι προσεγγίσεις και οι πρακτικές μάρκετινγκ στον οικοτουρισμό

4.4.1. Γενικές προσεγγίσεις τουριστικού μάρκετινγκ με επίκεντρο το περιβάλλον και την αειφόρο ανάπτυξη

Το μάρκετινγκ γενικά προσεγγίζεται ως μια διαχειριστική λειτουργία που οργανώνει και κατευθύνει τις επιχειρησιακές δραστηριότητες διάφορων φορέων (ιδιωτικών ή δημόσιων) επιδιώκοντας (μέσω κατάλληλων χειρισμών επηρεασμού της αγοραστικής δύναμης του καταναλωτή): (i) τη διαμόρφωση μιας αποτελεσματικής ζήτησης για συγκεκριμένα προϊόντα που προωθούνται, και κυρίως (ii) την προώθηση / πώληση τέτοιων προϊόντων στον πελάτη για την επίτευξη των στόχων (κέρδη ή άλλοι στόχοι) που έχουν τεθεί.

Στον τουρισμό το μάρκετινγκ θεωρείται (Krippendorf, 1971)¹⁷ μία συστηματική και συντονισμένη διαμόρφωση και εφαρμογή επιχειρησιακής πολιτικής από τουριστικούς φορείς, δημόσιους ή ιδιωτικούς, σε τοπικό ή περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο. Μια τέτοια πολιτική στοχεύει στην καλύτερη δυνατή ικανοποίηση των αναγκών ή επιδιώξεων διακριβωμένων ομάδων καταναλωτών και, παράλληλα, στην επίτευξη επαρκών ή ικανοποιητικών αποδόσεων. Υπάρχει επίσης η άποψη (Middleton & Hawkins, 1998) ότι το μάρκετινγκ αποτελεί κατεξοχήν εργαλείο τουριστικής διαχείρισης, εργαλείο για τη σωστή επικοινωνία με την αγορά, για τον επηρεασμό της αγοράς και για την επίτευξη αειφορίας στους τουριστικούς προορισμούς τις επόμενες δεκαετίες, εφόσον διαμορφωθούν και προσφερθούν προϊόντα αποδεκτής ποιότητας στους τουρίστες.

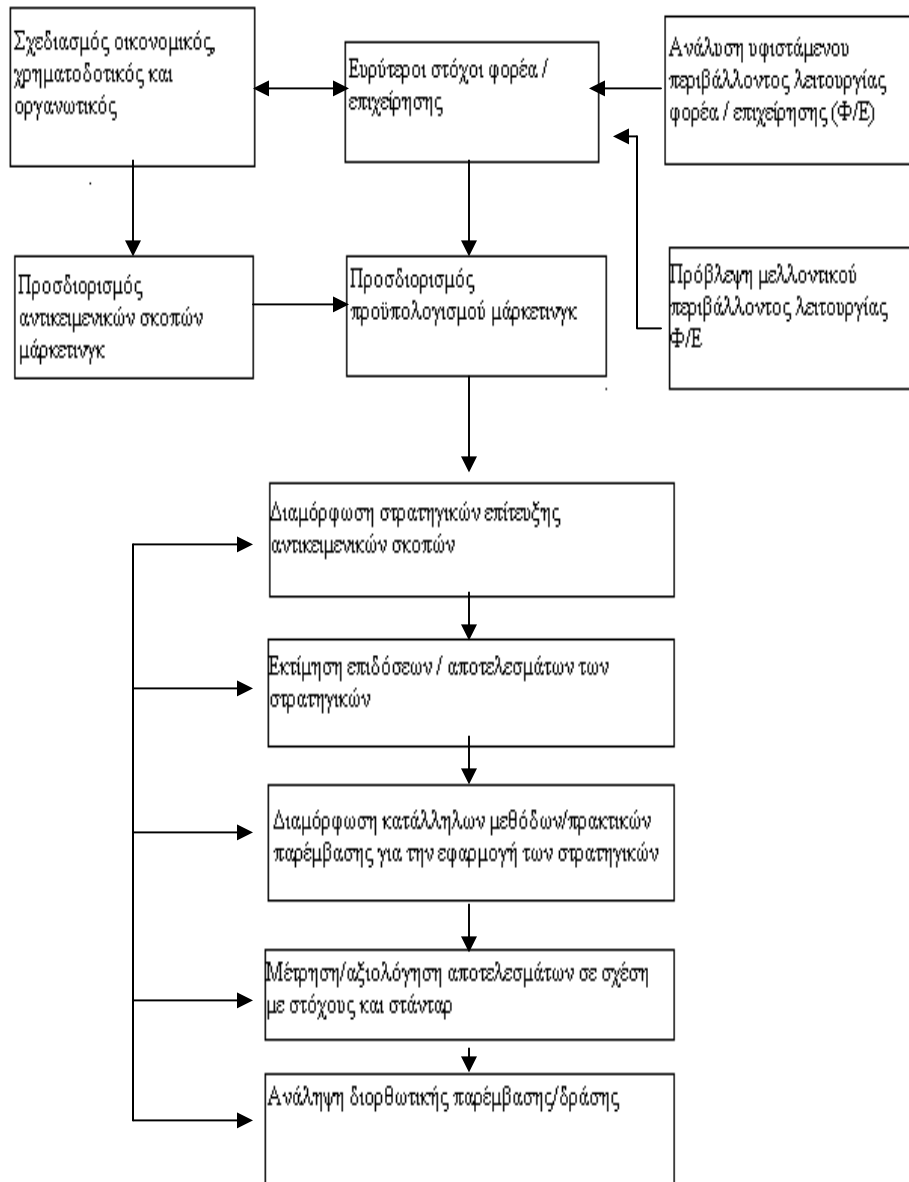
Δύο σχετικά πρόσφατες μελέτες μάρκετινγκ στον τουρισμό, που περιλαμβάνουν μια ευρύτατη ανάλυση διάφορων παραμέτρων και εφαρμογών, είναι αυτές του Middleton (1994)¹⁸ και των Holloway και Robinson (1995)¹⁹. Στην πρώτη μελέτη, πέρα από την ανάλυση εννοιών, αρχών και στόχων, των τουριστικών μάρκετινγκ, παρουσιάζονται ορισμένα παραδείγματα που εφαρμόστηκαν από διάφορους φορείς της τουριστικής βιομηχανίας. Από τη δεύτερη μελέτη αναφέρονται επιλεκτικά δύο παράμετροι οι οποίοι είναι σημαντικοί στο σχεδιασμό και την υλοποίηση και του τουριστικού μάρκετινγκ.

¹⁷ Krippendorf, J. (1971), *Marketing et Tourisme*, Berne: Herbert Lang.

¹⁸ Middleton, V. T. C. (1994), *Marketing in Travel and Tourism*, Butterworth – Heinemann.

¹⁹ Holloway, J. C. & Robinson, C. (1995), *Marketing for Tourism* (3rd edition), Longman Group. Ltd.

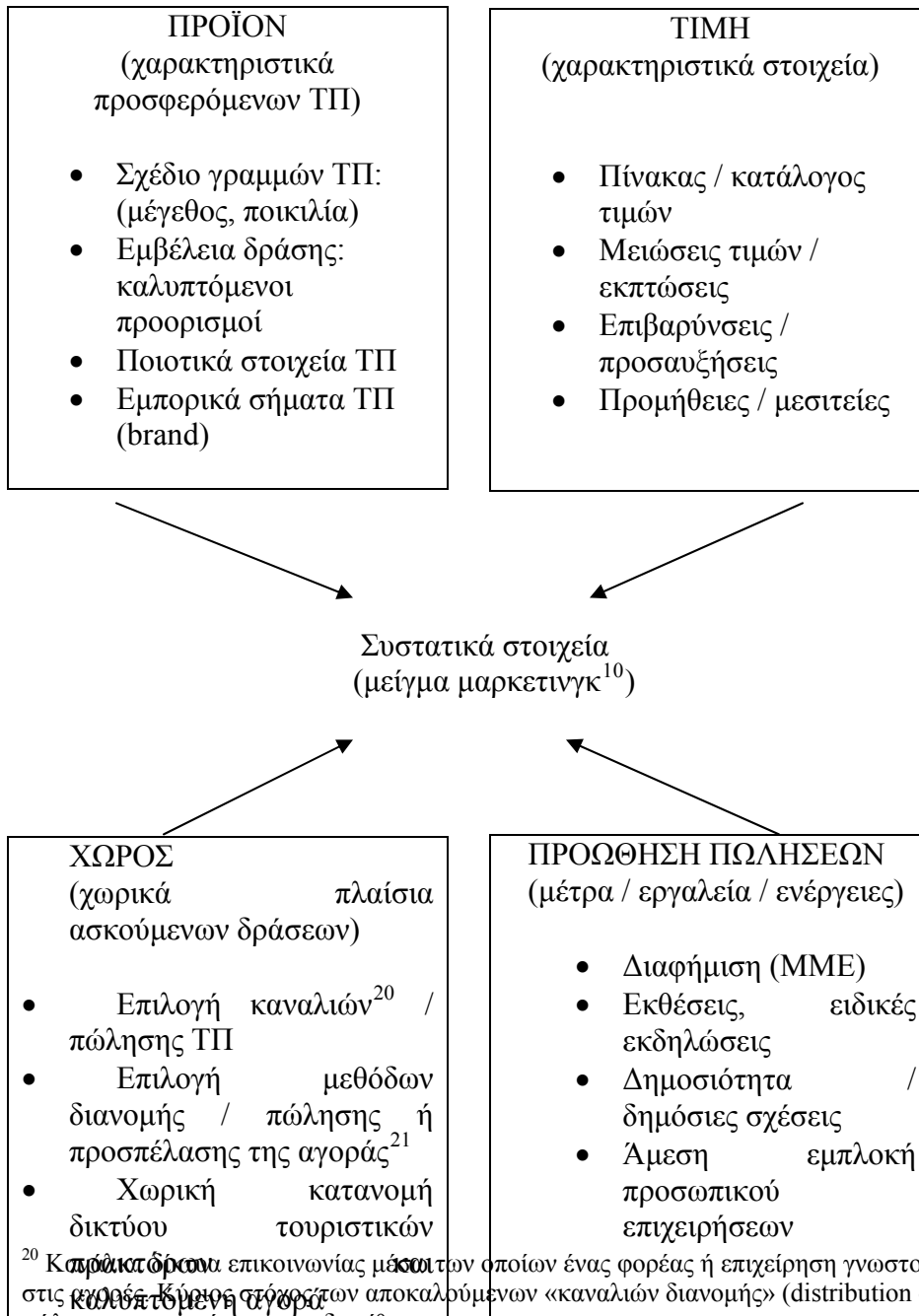
Διάγραμμα 6: Σχέδιο τουριστικού μάρκετινγκ. Κύριες διαδικασίες και δράσεις υλοποίησης.



Η πρώτη παράμετρος αφορά τη συγκρότηση ενός σχεδίου μάρκετινγκ, ενός σχεδίου που περιλαμβάνει τις κύριες διαδικασίες και δράσεις υλοποίησης και παρουσιάζεται στο Διάγραμμα.

Η δεύτερη παράμετρος αναφέρεται στην έννοια «μείγμα μάρκετινγκ», δηλαδή σε τέσσερα βασικά συστατικά στοιχεία του μάρκετινγκ, τα οποία θεωρούνται κύρια εργαλεία που χρησιμοποιεί ένας φορέας ή μια επιχείρηση για την προώθηση των στόχων της στις αγορές. Τα εν λόγω στοιχεία, που παρουσιάζονται στο Διάγραμμα, είναι αλληλοεξαρτώμενα και με ποικίλο βαθμό αλληλοεπηρεασμού. Για παράδειγμα, οι τιμές ενός προϊόντος, το κυρίαρχο στοιχείο επηρεασμού του καταναλωτή / τουρίστα, επηρεάζονται από τη σύνθεση ή τις γραμμές ενός προϊόντος, που κι αυτές επηρεάζουν και προσδιορίζουν το είδος και περιεχόμενο των μέτρων προώθησης και πωλήσεων που θα αποφασιστούν. Η ευρύτητα και η ποικιλία των γραμμών προϊόντων που προσφέρει μια επιχείρηση επηρεάζει κατά διαφορετικό τρόπο τα υπόλοιπα τρία στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ. Διαφορετικά προϊόντα έχουν στόχο διαφορετικά τμήματα της αγοράς και αποκτούν διαφορετικά μέτρα προώθησης πωλήσεων ή διαφορετικές στρατηγικές διαφήμισης.

Διάγραμμα 7. Συστατικά στοιχεία τουριστικού μάρκετινγκ.



²⁰ Κατά κανόνα, η επικοινωνία μέσω των οποίων ένας φορέας ή επιχείρηση γνωστοποιεί τα προϊόντα του στις αγορές-στόχους των αποκαλούμενων «καναλιών διανομής» (distribution channels) είναι η πώληση των προϊόντων που διατίθενται.

²¹ Οι μέθοδοι διανομής συναρτώμενοι με χωρική διάρθρωση πωλητών (Tour Operators, τοπικά πρακτορεία κ.λπ.) και δυνάμει πελατών (άτομα, ομάδες) αφορούν τρόπους πώλησης (πακέτα, ατομικά / μεμονωμένα)

¹⁰ Κύρια εργαλεία ενός φορέα ή επιχείρησης τουρισμού που χρησιμοποιούνται για την προώθηση των στόχων του μάρκετινγκ.

Πηγή: *J.C. Holoway & C. Robinson (1995)*

Αναλύοντας το μάρκετινγκ στο πλαίσιο μιας περιβαλλοντικής και αειφόρου τουριστικής αναπτυξιακής προσέγγισης, αξίζει να αναφερθεί η άποψη του Αγγλικού Οργανισμού Τουρισμού (English Tourist Board, 1991)⁸. Ο οργανισμός αυτός επισημαίνει ότι το περιβαλλοντικό, ή «πράσινο» μάρκετινγκ, στον τουρισμό πρέπει να είναι γνήσιο ή αυθεντικό και να βασίζεται σε μια άρτια διαμορφωμένη και ολοκληρωμένη περιβαλλοντική πολιτική. Έτσι, συνιστά στους αρμόδιους τουριστικούς οργανισμούς, φορείς και επιχειρήσεις ορισμένες αρχές ή κατευθύνσεις, όπως:

- ❖ αμερόληπτη και τεκμηριωμένη προσέγγιση των περιβαλλοντικών απαιτήσεων που συναρτώνται με αναπτυξιακές παραμέτρους,
- ❖ ορθολογική διακρίβωση των περιβαλλοντικών ωφελειών που προσφέρουν τα τουριστικά προϊόντα,
- ❖ ανάληψη ολοκληρωμένης ανάλυσης τουριστικού προϊόντος και αγοράς για ένα αποδοτικό συνδυασμό / συνεταιρισμό,
- ❖ παρουσίαση λεπτομερειών / επαρκών περιβαλλοντικών στοιχείων που χαρακτηρίζουν ένα προϊόν,
- ❖ θεώρηση και ένταξη περιβαλλοντικών διατάξεων στα προωθούμενα για πώληση τουριστικά προϊόντα.

Η διασύνδεση και ένταξη ζητημάτων αειφορίας σε σχέδια ή σχετικές αποφάσεις τουριστικού μάρκετινγκ συναρτάται κατά την άποψη ορισμένων μελετητών (Middleton & Hawkins, 1998)⁹ με τα ακόλουθα έξι βασικά σημεία, που συνιστούν θετικούς (τα πρώτα τρία) και αρνητικούς (τα επόμενα τρία) παράγοντες που επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τη ζήτηση (αυξανόμενη ή μειούμενη κατανάλωση) και τις επιχειρήσεις (αυξανόμενες ευκαιρίες ή εντεινόμενες απειλές):

1. Ενδιαφέρον και απαίτηση του πελάτη για ήρεμες και γαλήνιες διακοπές με ευκαιρίες για χαλάρωση (από το στρες της καθημερινής ζωής) και δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής σε ένα ελκυστικό φυσικό περιβάλλον.
2. Ενδιαφέρον του πελάτη για προσπέλαση σε τοπικά πολιτιστικά δρώμενα, όπως παραδόσεις και έθιμα, μουσεία, εκθέσεις και φεστιβάλ σε χώρους και οικισμούς του τόπου προορισμού, κυρίως μακριά από τα κέντρα μαζικού τουρισμού.
3. Ενδιαφέρον του πελάτη για ειδικά προϊόντα οικοτουρισμού, ή «πράσινα» προϊόντα, που του προσφέρουν υψηλής περιβαλλοντικής ποιότητας οφέλη και εμπειρίες, αλλά και συμβάλλουν επίσης στην προστασία ή αναβάθμιση του περιβάλλοντος.
4. Ο πελάτης αποφεύγει οχληρές αρνητικές περιβαλλοντικές συνθήκες (π.χ. μόλυνσης, ρύπανσης), που προκαλούν εμφανείς φθορές στους φυσικούς πόρους αλλά και κινδύνους στον ίδιο. Κατά την αντίληψη του πελάτη, ένα

⁸ English Tourist Board, Countryside Commission, Rural Development Commission (1991), *The Green Light. A Guide to Sustainable Tourism*, London: ETB.

⁹ Middleton, T.C. & Hawkins, R. (1998), *Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*, Butterworth – Heinemann.

- υποβαθμισμένο προϊόν προσδιορίζεται κυρίως από επικίνδυνους βαθμούς ρύπανσης, μόλυνσης ή θορύβου από τα διαβρωμένα φυσικά τοπία.
5. Ο πελάτης αποφεύγει δύσμορφα, υπερφορτωμένα με κτίσματα και κατακλυζόμενα με κόσμο τουριστικά κέντρα (resorts), συνήθως αποτέλεσμα ή προϊόν του εμπορικού laissez – faire και του ελλιπούς δημόσιου ελέγχου ή και της αυθαίρετης δόμησης.
 6. Ο πελάτης αποφεύγει τόπους προορισμού όπου οι κάτοικοι συμπεριφέρονται μη φιλικά ή επιδεικνύουν εχθρική στάση και όπου η ποιότητα των υπηρεσιών συναρτώμενη με τη συμπεριφορά των απασχολουμένων χαρακτηρίζεται από έλλειψη φιλικής υποδοχής.

Επίσης, αξίζει να σημειωθεί ότι στον αποκαλούμενο τουρισμό ποιότητας (quality tourism), που προϋποθέτει και συνεπάγεται μια σημαντικά ελεγχόμενη ανάπτυξη και επιλεκτικό μάρκετινγκ, η διαδικασία προώθησης του τουριστικού προϊόντος αποδίδει ιδιαίτερη έμφαση σε δύο στόχους:

- ❖ Ως προς την προσφορά, στο σχεδιασμό ανωδομών ορθολογικά επιλεγμένων και ενταγμένων στο περιβάλλον, συνήθως συγκροτήματα χαμηλής πυκνότητας.
- ❖ Ως προς τη ζήτηση, στην προσέλκυση μικρότερου αριθμού τουριστών, κυρίως ειδικών ενδιαφερόντων, και ομάδων που σέβονται το τοπικό περιβάλλον (φυσικό και πολιτιστικό), αλλά και με δυνατότητες σημαντικών δαπανών και μεγαλύτερης παραμονής.

Η προσέγγιση του μάρκετινγκ από τη πλευρά των Εθνικών Οργανισμών Τουρισμού (National Tourism Organizations – NTOs) επιδιώκει: (i) τη διακρίβωση των πιο κατάλληλων αγορών (πρωτογενών, δευτερογενών ή αγορών ευκαιρίας) σε σχέση με το προσφερόμενο προϊόν της χώρας προορισμού και (ii) τη διαμόρφωση και εμπέδωση ενός συστήματος επικοινωνίας με τις αγορές, που έχει ως κύριο στόχο τη συνεχή παρακολούθηση και διαπίστωση τυχόν αλλαγών στη ζήτηση, και ασφαλώς τη διατήρηση ή αύξηση του μεριδίου της χώρας προορισμού στις αγορές (Wahab, 1976)¹⁰. Εδώ πρέπει να τονιστεί ότι η συσχέτιση μεταξύ τουριστικού προϊόντος (ή συγκεκριμένων προϊόντων) μιας χώρας και της αγοράς (ή των διαφόρων αγορών και αναγκών της ζήτησης) θεωρείται απολύτως αναγκαία για να υπάρξει σωστή και αποδοτική προσαρμογή της προσφοράς με τις επικρατούσες ή μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς. Η διακρίβωση και ο εντοπισμός των διαφόρων ομάδων καταναλωτών / τουριστών που ανταποκρίνονται ή αντιστοιχούν καλύτερα στο διατιθέμενο ή υπό διαμόρφωση προϊόν αποτελεί κύριο αντικείμενο μιας σωστής διαδικασίας μάρκετινγκ, καθώς και συμβάλλει στη διαμόρφωση και την προώθηση ανταγωνιστικών στρατηγικών και ορθολογικών προϋπολογισμών.

Ως προς τον τρόπο που πρέπει να επιχειρείται το μάρκετινγκ, ο Middleton (1988)¹¹ προσδιορίζει δύο κύριους ρόλους για τους Εθνικούς Οργανισμούς Τουρισμού: (i) άμεση προώθηση / προβολή της χώρας προορισμού, με πλήρη ενημέρωση της αγοράς μέσω συγκεκριμένων δραστηριοτήτων, όπως διαφήμιση, ορθολογική διασπορά / διάδοση πληροφοριών, δημόσιες σχέσεις κ.λπ., και (ii) διευκόλυνση / προώθηση του μάρκετινγκ

¹⁰ Wahab, S., Crambon, L.J. & Rothfield, L.M. (1976), *Tourism Marketing*, London: Tourism International Press.

¹¹ Middleton, V.T.C. (1988), *Marketing in Travel and Tourism*, Oxford: Heinemann.

μέσω συντονισμού / συνεργασίας μεταξύ του ΝΤΟ και διαφόρων φορέων / ενώσεων ή μεμονωμένων επιχειρήσεων που προωθούν το δικό τους προϊόν.

Επισημαίνοντας την αναγκαία σύμπραξη και συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, προτείνει ορισμένες, όπως τις ονομάζει, «διεργασίες διευκόλυνσης» (facilitation processes) που πρέπει να αναλάβει ένας ΝΤΟ για μια σωστή προώθηση μάρκετινγκ. Τέτοιες διαδικασίες και μέτρα εντάσσονται σε τρεις κατηγορίες:

- ❖ *Συστήματα πληροφόρησης / επικοινωνίας:* σύγχρονα συστήματα πληροφοριών και ενημέρωσης του καταναλωτή, συστήματα κρατήσεων, ειδική απευθείας ή άμεση επικοινωνία με ειδικά τμήματα της αγοράς (environmentally sensitive), παροχή (με διαχρονική και γεωγραφική κάλυψη) πληροφοριακών δεδομένων και ερευνητικών στοιχείων στους διάφορους φορείς, οργανώσεις και επιχειρήσεις.
- ❖ *Οργανωτικά / επιχειρηματικά σχήματα:* αντιπροσώπευση στις κύριες αγορές / πηγές τουρισμού μέσω λειτουργίας τουριστικών γραφείων, οργάνωση εκθέσεων, εμπορικών κοινοπραξιών / ενώσεων, προώθηση ή στήριξη συνδυασμένων και συλλογικών (μεταξύ φορέων και επιχειρήσεων) σχεδίων μάρκετινγκ.
- ❖ *Ανανέωση / αναδιάρθρωση και επέκταση της προσφοράς του τουριστικού προϊόντος:* προώθηση και στήριξη (κίνητρα, επενδύσεις) νέων προϊόντων, που ανταποκρίνονται σε σταθερή και αυξανόμενη ζήτηση, επιλεκτική οργάνωση ταξιδιών εξοικείωσης (familiazization trips) αλλά και προβολής σε σχέση με τα νέα προϊόντα, καθώς και διασύνδεση των νέων προϊόντων με τοπικές – παραδοσιακές παραγωγικές και πολιτιστικές δραστηριότητες.

Εκτός από το μάρκετινγκ που προωθούν οι κεντρικοί ΝΤΟs θεωρείται εξίσου αναγκαία η διαμόρφωση και προώθηση περιφερειακών προγραμμάτων μάρκετινγκ από Περιφερειακούς Οργανισμούς Τουρισμού, ιδιαίτερα όταν μια χώρα, όπως η Ελλάδα, διαθέτει μεγάλη και γεωγραφικά διαμορφωμένη ποικιλία πόρων τουριστικής έλξης. Τέτοιοι οργανισμοί, που υπάρχουν σε ορισμένες χώρες, διαμορφώνουν περιφερειακού επιπέδου σχέδια μάρκετινγκ, που στοχεύουν στην προβολή ειδικών προϊόντων, στην αύξηση και στην καλύτερη δυνατή, διαχρονικά και γεωγραφικά, κατανομή των επισκεπτών και της τουριστικής δαπάνης.

4.4.2. Σύγχρονες προσεγγίσεις και πρακτικές μάρκετινγκ στον οικοτουρισμό

Το μάρκετινγκ του οικοτουρισμού αναλύεται σε ειδικό κεφάλαιο της μελέτης των Wearing και Neil (1997)¹², οι οποίοι πιστεύουν ότι, για να διαμορφωθεί και ενταχθεί στο σύστημα δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης η καλύτερη μέθοδος μάρκετινγκ μιας περιοχής οικοτουρισμού, απαιτείται μια ολοκληρωμένη προσέγγιση, που κατ' αρχάς περιλαμβάνει συνεργασία με τις τοπικές κοινότητες και θεώρηση των σχετικών οργανωτικών προγραμμάτων ντόπιων ιδιωτικών ή εθελοντικών φορέων. Κατά την άποψή τους, η βέλτιστη μέθοδος εμπεριέχει και συνδυάζει ορισμένα συστατικά στοιχεία από τους τρεις τύπους μάρκετινγκ: το «παραδοσιακό», το «κοινωνικό» και το

¹² Wearing, S. & Neil, J. (1997), *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities*, Butterworth – Heinemann.

«οικολογικό» μάρκετινγκ¹³. Στο μάρκετινγκ εταιρειών ή οργανώσεων οικοτουρισμού εντάσσονται τέσσερις κύριους παράγοντες, που πρέπει να προσδιορίζονται και συναρτώνται με περιβαλλοντικούς στόχους:

- *Επιλογές αγορών* (ομάδες πελατών) προς τις οποίες προσανατολίζεται το μάρκετινγκ. Πρόκειται για αγορές συμβατές με τους οργανωτικούς και αναπτυξιακούς στόχους της εταιρείας.
- *Διαμόρφωση της επιθυμητής εικόνας (image)* της εταιρείας (μια συγκεκριμένη / διακριτή θέση στην αγορά) και των προϊόντων που διαθέτει (προϊόντα εναλλακτικά του μαζικού τουρισμού).
- *Οριοθέτηση των αντικειμενικών σκοπών* της εταιρείας για τις περιοχές προορισμού και τα προϊόντα, σκοπών που καλύπτουν το σύνολο των αντιπροσωπευτικών και συστατικών στοιχείων του οικοτουρισμού: αειφόρος ανάπτυξη, ελάχιστες περιβαλλοντικές επιπτώσεις, εμπλοκή τοπικών κοινοτήτων, υψηλής ποιότητας εμπειρίες για τους τουρίστες.
- *Διαμόρφωση των συστατικών, ή του μείγματος (mix) του μάρκετινγκ*, που αποτελεί τον πυρήνα του συστήματος μάρκετινγκ μιας εταιρείας και περιλαμβάνει τα προσφερόμενα προϊόντα, σε άμεση συνάρτηση με τις θέσεις / περιοχές προορισμού, τη διανομή προϊόντων (πλέγμα καναλιών προώθησης προϊόντων / υπηρεσιών από την εταιρεία στις αγορές), σε συνάρτηση με τις τιμές των προϊόντων, και τις διαφημιστικές καμπάνιες.

Το είδος και οι πρακτικές μάρκετινγκ που ασκούνται από τις επιχειρήσεις οικοτουρισμού ή από τους προμηθευτές προϊόντων οικοτουρισμού ποικίλουν, όπως διαπιστώνεται στη σχετική διαφημιστική ορολογία. Στις διαφημιστικές καμπάνιες διάφορων φορέων (Tour Operators, πρακτορείων κ.λπ.) που προσφέρουν προϊόντα οικοτουρισμού παρουσιάζεται μια ευρύτατη γκάμα εκφράσεων, διαφημιστικών συνθημάτων (σλόγκαν) και όρων που χαρακτηρίζουν τα διατιθέμενα προϊόντα. Πρόκειται για μια γκάμα διαφημίσεων με διαφορετικούς βαθμούς σαφήνειας ή διαφορετικούς προσανατολισμούς που, σύμφωνα με τον Wight (1994)¹⁴, διακρίνεται ως προς τέσσερις διαστάσεις:

- Την οικο – εμπορική διάσταση, που περιλαμβάνει μια διαφημιστική ορολογία και εκφράσεις (π.χ. περιοχές ασυνήθεις, πρωτότυπες, εκτός μαζικού τουρισμού) που στοχεύουν στις πωλήσεις ευρύτατου φάσματος προϊόντων με την προσέλκυση ποικίλων αγορών.
- Τη διάσταση «κύριες, διακριτές και χαρακτηριστικές ιδιότητες οικοτουρισμού», που περιλαμβάνει εκφράσεις και αναφορές σε έννοιες σχετικές με ιδιότητες προϊόντων που εστιάζονται στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον: η οικολογική

¹³ Το «παραδοσιακό» μάρκετινγκ στοχεύει στην προώθηση προϊόντων / υπηρεσιών που ανταποκρίνονται στις ανάγκες του πελάτη και έχουν ικανοποιητικές οικονομικές αποδόσεις μέσω μιας αποτελεσματικής τιμολόγησής τους. Το «κοινωνικό» μάρκετινγκ επιδιώκει να προωθήσει τους κοινωνικούς σκοπούς της περιβαλλοντικής ποιότητας, ενώ το «οικολογικό» μάρκετινγκ προωθεί προϊόντα / υπηρεσίες που έχουν θετικές επιπτώσεις στο περιβάλλον και στον τοπικό πληθυσμό ή θεωρείται μέσο επίλυσης περιβαλλοντικών προβλημάτων (προστασία ή αποκατάσταση / αναβάθμιση περιβαλλοντικών πόρων).

¹⁴ Wight, P. (1994), "Environmentally Responsible Marketing of Tourism", in Cater, E. & Lowman, G., *Ecotourism: A Sustainable Option*, London: John Wiley & Sons.

ευαισθησία, πολιτιστικά ενδιαφέροντα, τοπική κουλτούρα, φυσικές διαδρομές ή ταξίδια στη φύση.

- Την επιστημονική διάσταση, και με έμφαση στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, με κύριο στόχο και προσανατολισμό στα επιστημονικά χαρακτηριστικά των οικολογικών προϊόντων (επιστημονικές / εξερευνητικές αποστολές) και στη συμμετοχή σε διεργασίες προστασίας τους (εθελοντική συμμετοχή σε έργα αποκατάστασης και αναβάθμισης του περιβάλλοντος).
- Τη διάσταση που είναι προσανατολισμένη και επεξηγηματική των τοπικών αξιών και διαδικασιών συμμετοχής. Περιλαμβάνει εκφράσεις και αναφορές σε μικρές ομάδες συμμετοχής στις οικοτουριστικές δραστηριότητες (οκτώ έως δέκα άτομα), σε τοπικούς φυσιολάτρες οδηγούς, στις τοπικές επιχειρηματικές οργανώσεις, σε διάφορες μορφές συμμετοχής στα τοπικά δρώμενα.

Η διαμόρφωση και η υλοποίηση ενός υπεύθυνου και αποτελεσματικού προγράμματος μάρκετινγκ εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, που συναρτώνται με το προϊόν, την αγορά και τους φορείς ή επιχειρήσεις οικοτουρισμού. Ένα τέτοιο πρόγραμμα θα πρέπει να στηρίζεται σε μια ισχυρή / ανθεκτική οικονομική βάση, να παρέχει όλες τις προϋποθέσεις και δυνατότητες για υπεύθυνες και ικανοποιητικές ταξιδιωτικές εμπειρίες, να προσφέρει κοινωνικό – οικονομικά οφέλη στις τοπικές κοινότητες, και κυρίως να σέβεται τους περιβαλλοντικούς πόρους, τη βάση των οικοτουριστικών δραστηριοτήτων. Σχετικά με ένα τέτοιο πρόγραμμα αναφέρονται παρακάτω δυο βασικές παράμετροι συγκρότησής του.

1. Η πρώτη παράμετρος αφορά την αποδοχή και ένταξη ορισμένων αρχών και αναπτυξιακών αξιών σε ένα πρόγραμμα μάρκετινγκ, αρχές στις οποίες πρέπει να στηρίζονται οι ασκούμενες δραστηριότητες και πρακτικές οικοτουρισμού. Τέτοιες αρχές και αναπτυξιακές αξίες είναι σύμφωνα και με τις προτάσεις του Wight (1994), οι ακόλουθες:
 - ❖ Αποδοχή, διαμόρφωση και προώθηση μιας στρατηγικής και μακροπρόθεσμης αναπτυξιακής προοπτικής διαχείρισης και προσφοράς, που αναγνωρίζει τις ιδιότητες και αξίες των πόρων και οριοθετεί τόσο τους αναγκαίους περιορισμούς ή αναπτυξιακά όρια όσο και τις δυνατότητές τους.
 - ❖ Κατανόηση και αποδοχή ως αναγκαίας της διασύνδεσης και της δυνάμει συμβιωτικής σχέσης μεταξύ προστασίας (των πόρων οικοτουρισμού) και μάρκετινγκ (προώθησή τους προς κατανάλωση).
 - ❖ Εναρμονισμός και διευθέτηση / ρύθμιση των αντιθέσεων μεταξύ των στόχων του περιβαλλοντικού ή «πράσινου» μάρκετινγκ και των επιδιώξεων, στόχων ή δεσμεύσεων της τουριστικής βιομηχανίας, προς την κατεύθυνση διαμόρφωσης και άσκησης υπεύθυνων περιβαλλοντικά δράσεων.
 - ❖ Αποδοχή της ανάγκης ύπαρξης κατανόησης και συνεργασίας μεταξύ τοπικών κοινοτήτων, κρατικών / δημόσιων φορέων, οργανώσεων περιβαλλοντικών / πολιτιστικών ενδιαφερόντων και τουριστικών συμφερόντων.
 - ❖ Οριοθέτηση ομάδων δυνάμει πελατών / οικοτουριστών μέσω μιας ορθολογικής διακρίβωσης και επιλογής εκείνων των τμημάτων της

αγοράς που ταιριάζουν καλύτερα στη σειρά ή τις γραμμές των οικοτουριστικών προϊόντων που προωθούνται.

- ❖ Υιοθέτηση κοινών αποδεκτών προτύπων ή κανόνων χρήσης, λειτουργίας και απόδοσης οικοτουριστικών προϊόντων, καθώς και κωδίκων συμπεριφοράς στην άσκηση διαφόρων δραστηριοτήτων και πρακτικών είτε από τουρίστες είτε από διαχειριστές περιοχών οικοτουρισμού.

2. Η δεύτερη παράμετρος συγκρότησης ενός προγράμματος μάρκετινγκ αφορά την οργάνωση πακέτων (packaging) οικοτουρισμού, δηλαδή τη διαμόρφωση και υλοποίηση συγκεκριμένων οργανωτικών σχημάτων οικοτουριστικών δραστηριοτήτων, κάτι που απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή και συνιστά βασικό στοιχείο / στόχο του οικοτουριστικού μάρκετινγκ. Ένα γενικό καθοδηγητικό πλαίσιο για την οργάνωση πακέτων και συσχέτιση δύο βασικών παραμέτρων:

- ❖ Την παράμετρο «κατάτμηση της αγοράς οικοτουρισμού», που αναφέρεται στη διακρίβωση δυνάμει ομάδων καταναλωτών που διαφοροποιούνται μεταξύ τους ως προς τις απαιτήσεις. Πρόκειται για μια διαίρεση της αγοράς με μεταβλητές κατάτμησης, που διακρίνονται σε γεωγραφικές (χώρες προέλευσης), κοινωνικές / δημογραφικές (ηλικία, επίπεδο μόρφωσης, εισοδήματα), ψυχογραφικές / συμπεριφοράς (προσωπικότητα, τρόποι και στάσεις χρήσης προϊόντων κ.λπ.).
- ❖ Την παράμετρο «διαμόρφωση προϊόντων οικοτουρισμού», που αναφέρεται στη συγκρότηση διακριτών ομάδων προϊόντων που περιλαμβάνουν τους χαρακτηριστικούς περιβαλλοντικούς πόρους συγκεκριμένων περιοχών και τα συναρτώμενα με αυτούς στοιχεία έλξης και λειτουργίας, που διαμορφώνουν ένα άρτιο και ανταγωνιστικό προϊόν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό εξετάζονται ορισμένα ζητήματα ανάπτυξης του οικοτουρισμού στην Ελλάδα, καλύπτοντας θεματικά τα εξής:

- ❖ Μια γενική και διαχρονική προσέγγιση της ανάπτυξης του τουρισμού και της τουριστικής πολιτικής που ασκήθηκε, επισημαίνοντας τα σχετικά με τον τουρισμό προβλήματα, δυνατότητες και προοπτικές, ή διαγράφοντας το ευρύτερο πλαίσιο ένταξης του οικοτουρισμού.
- ❖ Τη διακρίβωση και εντοπισμό των σχετικών με τον οικοτουρισμό αναπτυξιακών προβλημάτων, δυνατοτήτων και προτάσεων, και της συνολικής αναπτυξιακής δυναμικής (development potential) με βάση το σχετικό μελετητικό και πληροφοριακό υπόβαθρο. Περιλαμβάνεται ανάλυση συγκεκριμένων μελετών, αναπτυξιακών σχεδίων / προγραμμάτων οικοτουρισμού, αλλά και της βιβλιογραφίας ευρύτερου οικολογικού / περιβαλλοντικού περιεχομένου.
- ❖ Ένα κατευθυντήριο πλαίσιο, ή τις βασικές διαστάσεις και παραμέτρους σχεδιασμού της οικοτουριστικής ανάπτυξης, που αναφέρονται: (i) στις κύριες κατευθύνσεις στρατηγικών επιλογών οικοτουριστικής ανάπτυξης (που συγκροτούν ένα στρατηγικό σχέδιο) και στα αναπτυξιακά προγράμματα και μέτρα πολιτικής οικοτουρισμού (περιεχόμενο συγκρότησής τους) και (ii) στο ευρύτερο αναπτυξιακό πλαίσιο ένταξης του οικοτουρισμού: διακλαδικές διασυνδέσεις και συντονισμός δράσεων φορέων.

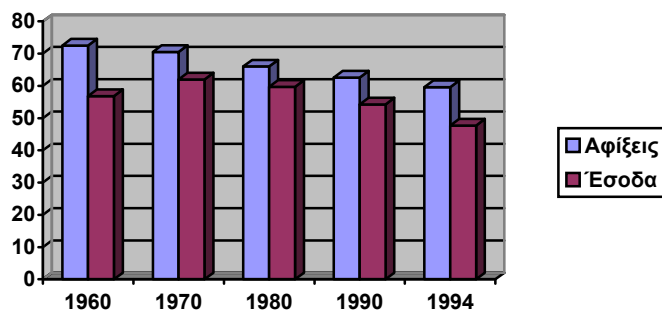
5.1. Γενική προσέγγιση της ανάπτυξης του τουρισμού και της τουριστικής πολιτικής

5.1.1. Το αναπτυξιακό προφίλ του ελληνικού τουρισμού: ευρύτερο πλαίσιο ένταξης (ευρωπαϊκό / μεσογειακό) και βασικές αναπτυξιακές διαστάσεις.

(α) Το ευρύτερο ευρωπαϊκό / μεσογειακό αναπτυξιακό πλαίσιο. Ως προς τη διεθνή ζήτηση, το μερίδιο της Ευρώπης στη διεθνή αγορά τουρισμού εμφανίζει μείωση. Με βάση τις αφίξεις, το μερίδιο από 72,5% το 1970 μειώθηκε σε 59,6% το 1994, με τη μεγαλύτερη μείωση την περίοδο 1990 – 1994. Τη μεγαλύτερη αύξηση του μεριδίου στην

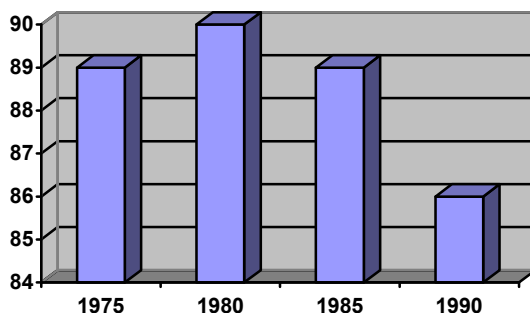
ίδια περίοδο παρουσίασαν οι χώρες της Άπω Ανατολής και του Ειρηνικού. Συνακόλουθη ήταν η μείωση του μεριδίου των εισπράξεων της Ευρώπης, το οποίο υποχώρησε από 62% το 1970 σε 47, 7% το 1994. Ως ένα βαθμό, η κάμψη του μεριδίου της Ευρώπης ήταν αποτέλεσμα της ταχύτερης αύξησης των εισοδημάτων και, ως εκ τούτου, και της τουριστικής κίνησης προς νέους προορισμούς. Φαίνεται όμως να συνδυάζεται και με τις εξελίξεις στην ποιότητα του προϊόντος. Εδώ πρέπει να επισημανθεί η ανάγκη ποιοτικής βελτίωσής του.

Διάγραμμα 8. Εξέλιξη της ζήτησης διεθνούς τουρισμού



Οι εξελίξεις στις ευρωπαϊκές / μεσογειακές χώρες (Ισπανία, Γαλλία, Ιταλία, Ελλάδα) παρουσιάζονται στο Διάγραμμα ... Σχετικά παρατηρείται η μειούμενη συμμετοχή των χωρών αυτών στο συνολικό μεσογειακό τουρισμό και η σχετικά μικρή αύξηση του μεριδίου τους στην ευρωπαϊκή αγορά.

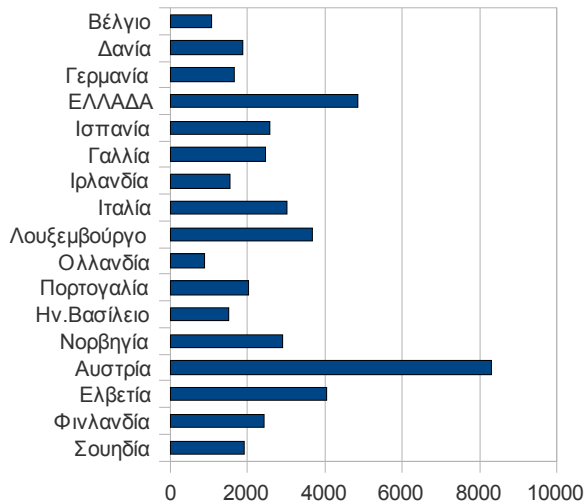
Διάγραμμα 9. Εξέλιξη της ζήτησης (αφίξεων) στις ευρωπαϊκές μεσογειακές χώρες (ως % στο σύνολο των μεσογειακών χωρών)



Πηγή: WTO / Eurostat

Ως προς τη δομή της τουριστικής προσφοράς, στο συγκριτικό πλαίσιο των ευρωπαϊκών χωρών, παρατηρούμε ότι η Ελλάδα μαζί με την Αυστρία παρουσιάζει τους υψηλότερους δείκτες ξενοδοχειακών κλινών (Διάγραμμα...)

Διάγραμμα 10.



Όσον αφορά τις προοπτικές εξέλιξης του τουρισμού στον ευρωπαϊκό μεσογειακό χώρο, η θέση ότι οι ρυθμοί αύξησης του τουρισμού μακροπρόθεσμα θα είναι μικρότεροι έναντι αυτών που παρατηρήθηκαν μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1970 συναρτάται με παράγοντες όπως: (i) η επιβράδυνση των ρυθμών οικονομικής ανόδου, (ii) η ανάπτυξη νέων μορφών διακοπών και η παρατηρούμενη σε ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες – πηγές αυξανόμενη τάση και προτίμηση για διακοπές στο εσωτερικό της χώρας και (iii) οι μικρότεροι ρυθμοί αύξησης τουριστικών ροών από Αμερική προς ευρωπαϊκό μεσογειακό χώρο.

Βέβαια, η εδραιωμένη κύρια ηλιοτροπική κίνηση τουριστικών μετακινήσεων και ροών από Βορρά προς Νότο θα διατηρηθεί, εφόσον το κόστος των διακοπών δεν αυξηθεί σημαντικά σε σχέση με άλλες εκτός Ευρώπης χώρες προορισμού. Από την πλευρά των ευρωπαϊκών χωρών προέλευσης τουρισμού και στα πλαίσια της ενιαίας Ευρωπαϊκής Αγοράς, η ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού θα ενθαρρυνθεί για πολλούς λόγους¹. Από την άλλη πλευρά των ευρωπαϊκών χωρών υποδοχής, ορισμένοι παράγοντες που θα περιορίσουν σε διάφορο – και δύσκολο να εκτιμηθεί – βαθμό την τουριστική ζήτηση και προσφορά είναι οι εξελίξεις των ρυθμών πληθωρισμού, των συναλλαγματικών ισοτιμιών

¹ Δεν πρέπει να παραγνωρίζονται τα σημαντικά οικονομικά οφέλη για τις χώρες – πηγές, εφόσον ορισμένες είναι σε θέση να ελέγχουν ζήτηση και προσφορά ή να εδραιώνουν και να επεκτείνουν το επενδυμένο τουριστικό κεφάλαιο και τα κέρδη τους στις χώρες υποδοχής ή να βρουν και να προωθήσουν νέες συμφέρουσες για αυτές μορφές τουριστικής κατανάλωσης. Μέσα από μια στρατηγική κέρδους των τουριστικών πολυεθνικών εταιρειών και των Tour Operators, που βασίζονται στον έλεγχο (i) του μεγέθους της αγοράς και των τιμών (συχνά επωφελούμενοι από τις υποτιμήσεις ή τις συναλλαγματικές ισοτιμίες των χωρών υποδοχής), (ii) ενός ταξιδιωτικού μηχανισμού ικανού να βελτιώσει τη λειτουργική ικανότητα δικτύων κόμβων σύνδεσης κατά τρόπο που να ελαχιστοποιεί το κόστος συγκέντρωσης και διακίνησης μεγάλου αριθμού τουριστών προς τους τόπου προορισμού, επιλογής των Tour Operators, και (iii) του ίδιου του τουριστικού προϊόντος, με τη διείσδυση στη χώρα προορισμού και την αγορά μέρους της τουριστικής ανωδομής, ή με επιβολή ομοιόμορφων στάνταρτ, προδιαγραφών, managerial – technical know how κ.λπ.

(σε σχέση με τις χώρες – πηγές), τα προβλήματα ανεργίας – απασχόλησης, αλλά και η αποτελεσματικότητα των τουριστικών πολιτικών που θα ασκηθούν. Πάντως, η εδραιωμένη κυρίαρχη θέση τριών χωρών της Β.Δ. μεσογειακής ζώνης (η Ιταλία, η Γαλλία και η Ισπανία καλύπτουν τα ¾ της όλης κίνησης) δεν προβλέπεται να αλλάξει μελλοντικά. Η θέση της Ελλάδας (μερίδιο συμμετοχής) εκτιμάται ότι θα παρουσιάσει μια σχετική βελτίωση μέσα σε ένα εντεινόμενο ανταγωνισμό σε σχέση με τις παραπάνω χώρες και σε σχέση με τις χώρες της Β.Α. ζώνης (κυρίως Τουρκία) ή της νότιας μεσογειακής ζώνης.

Οι σύγχρονες τάσεις που διαμορφώνονται στη διεθνή τουριστική αγορά αφορούν τη μεγαλύτερη ποσοστιαία συμμετοχή εναλλακτικών του παραθεριστικού / μαζικού τουρισμού (mass / resort tourism) ή πιο «ενεργητικών» μορφών τουριστικών δραστηριοτήτων: μορφές διακοπών πολιτιστικού – μορφωτικού χαρακτήρα, ή διακοπών αναψυχής / αθλητικού χαρακτήρα κ.λπ.

(β) Βασικές αναπτυξιακές διαστάσεις του ελληνικού τουρισμού. Μια συνολική, για όλη τη χώρα, εικόνα ορισμένων αναπτυξιακών μεγεθών του τουρισμού (αφίξεις αλλοδαπών και συναλλαγματικές εισροές), που παρουσιάζεται στον Πίνακα, δείχνει διαχρονικά τη σημαντική ανοδική πορεία του ελληνικού τουρισμού.

Πίνακας 3. Αλλοδαπός τουρισμός: αφίξεις, εισρέον συνάλλαγμα και κατά κεφαλήν δαπάνη (1955 – 1995 / ανά πενταετία)

Έτη	Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών	Μεταβολή (%)	Συνάλλαγμα (εκατ. δολ.)	Μεταβολή (%)	Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη (δολ.)
1955	195,853		29,1		148
1960	399.438	103,9	49,3	69,4	141
1965	1.131.730	183,3	107,6	118,3	127
1970	1.609.210	42,2	193,6	79,9	155
1975	3.172.986	97,2	643,6	232,4	244
1980	5.271.115	66,1	1.733,5	168,9	361
1985	7.039.428	33,5	1428,0	-17,6	217
1990	9.310.492	32,3	2.575,0	80,3	290
1995	10.712.145	15,0	4.106,0	59,5	383

Πηγή: Ε.Ο.Τ. – Ε. Σ. Υ. Ε. – Τράπεζα Ελλάδος

Ως προς τη τουριστική ζήτηση (συναρτάται με το σύνολο των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών), αυτή εκτιμάται, με πρόσφατα στοιχεία (1999, ΕΟΤ – ΕΣΥΕ), σε 60.257.002 διανυκτερεύσεις (σε ξενοδοχειακά καταλύματα), από τις οποίες ποσοστό 77% αφορά αλλοδαπές και 23% ημεδαπές διανυκτερεύσεις σε άλλους τύπους καταλυμάτων (νόμιμων και αυθαίρετων).

Η σχετικά έντονη εποχικότητα της ζήτησης, που δεν διαφοροποιείται διαχρονικά, εκφράζεται με τα μηνιαία ποσοστά διανυκτερεύσεων. Έτσι, το τετράμηνο Ιουλίου –

Σεπτεμβρίου η συνολική ζήτηση κάλυπτε ποσοστό 65,8% και η αλλοδαπή 70,7%. Το δίμηνο Ιουλίου – Αυγούστου τα αντίστοιχα ποσοστά ήταν 37,4% και 38,6%. Εκείνο που πρέπει να επισημανθεί εδώ είναι ότι η άμβλυνση της εποχικότητας μπορεί να επιτευχθεί κυρίως με την ανάπτυξη ορισμένων μορφών τουρισμού, όπως ο οικοτουρισμός, με διαχρονική ζήτηση.

Η γεωγραφική διαφοροποίηση της ζήτησης παρουσιάζεται ιδιαίτερα έντονη και ως προς τα μεγέθη χωρικής συγκέντρωσης / κατανομής της συνολικής ζήτησης. Για παράδειγμα, δύο περιφέρειες (Κρήτη και Ν.Α. Αιγαίο) συγκεντρώνουν πάντα από 50% (συγκεκριμένα 51,2%) της συνολικής ζήτησης και το 62% της αλλοδαπής. Εάν προσθέσουμε και άλλες τρεις περιφέρειες (Αττικής 12,0%, Ιονίων Νήσων 10,5%, Κεντρ. Μακεδονίας 7,7%) τότε η συνολική ζήτηση στις πέντε περιφέρειες καλύπτει το 81,4%. Αντίθετα, τα αντίστοιχα ποσοστά σε ορισμένες περιφέρειες (Ηπειρος, Δυτ. Ελλάδα) είναι 1,5% και 0,65%. Ως προς τη σχέση αλλοδαπής και ημεδαπής ζήτησης (Α / Η), χαρακτηριστικά παραδείγματα διαφοροποίησης (σε ποσοστιαία αναλογία) αποτελούν οι περιφέρειες Κρήτης (93,4 / 6,6), Νοτίου Αιγαίου (91,4 / 8,6), Ιονίων Νήσων (85,0 / 15,0), Αττικής (60,5 / 39,5), Πελοποννήσου (43,0 / 57,0), Στερεάς Ελλάδας (38,3 / 61,7) και Δυτικής Μακεδονίας (13,2 / 86,8).

Μια ολοκληρωμένη προσέγγιση της τουριστικής προσφοράς, και γενικότερα του τουριστικού προϊόντος, είναι ιδιαίτερα δύσκολη λόγω έλλειψης ή περιορισμένων σχετικών πληροφοριακών στοιχείων. Μια προσέγγιση που θα κάλυπτε (i) το σύνολο της προσφοράς και των διατιθέμενων – αλλά και δυνάμει – προϊόντων (ανάλυση ποιοτικών χαρακτηριστικών ή ποιοτικής στάθμης) και όχι μόνο τα τουριστικά καταλύματα, (ii) τη διαχρονική και διαπεριφερειακή διάστασή της, και κυρίως τους βαθμούς σταδιακής προσαρμογής ή ανταπόκρισης της προσφοράς στα χαρακτηριστικά της ζήτησης, και (iii) τη διασύνδεση ή τις διάφορες συναρτήσεις της προσφοράς με άλλους παραγωγικούς τομείς, τον κλάδο των τουριστικών επιχειρήσεων και την απασχόληση.

Πάντως η ανάπτυξη των τουριστικών καταλυμάτων (βλέπε Πίνακα με τα σχετικά μεγέθη), στα οποία φαίνεται να εστιάζεται η ανάπτυξη της προσφοράς, παρουσιάζεται δυναμική και επικεντρώνεται κυρίως σε μεσαίας τάξης / κατηγορίας ξενοδοχειακά καταλύματα και σε ενοικιαζόμενα δωμάτια. Σε συνάρτηση με τη διάσταση αυτής της προσφοράς, ορισμένα χαρακτηριστικά προβλήματα ή αρνητικές επιπτώσεις της ασκούμενης τουριστικής πολιτικής, και ειδικότερα της επενδυτικής που οφείλονται στον ελλιπή σχεδιασμό και συντονισμό δράσεων (δημόσιων και ιδιωτικών φορέων), διαγράφονται ως εξής:

Πίνακας 4. Δυναμικό καταλυμάτων

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ (2000)

	ΤΑΞΗ						Γενικό άθροισμα
	ΑΑ	Α	Β	Γ	Δ	Ε	
ΜΟΝΑΔΕΣ	78	762	1.482	3.971	1.095	637	8.025
ΔΩΜΑΤΙΑ	18.007	78.078	75.970	111.122	19.762	8.901	311.840
ΚΛΙΝΕΣ	34.902	148.264	208.559	37.611	17.693	17.693	591.652

ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΚΑΜΠΙΝΓΚ (συνολικά μεγέθη 1997)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α, Β, Γ κατηγορίας	ΘΕΣΕΙΣ	ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΤΟΜΑ	ΕΚΤΑΣΗ (τ.μ)
329	30.354	95.953	6.947.666
ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ (συνολικά μεγέθη 1997)			
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α, Β, Γ κατηγορίας	ΔΩΜΑΤΙΑ	ΚΛΙΝΕΣ	
27.435	194.010	414.916*	
*Το 44% του συνόλου των κλινών καλύπτουν Κρήτη, Κυκλάδες και Κέρκυρα			

Πηγή: Ε.Ο.Τ.

- ❖ Ο ελλιπής έλεγχος και συσχέτιση αναπτυξιακών ρυθμών ζήτησης και προσφοράς για μια ορθολογική προώθηση, διαχρονικά, των αναγκαίων προϊόντων. Για παράδειγμα, η αύξηση της προσφοράς ξενοδοχειακών κλινών πραγματοποιήθηκε με ταχύτερους ρυθμούς (μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης 1980 – 1993: 4,6%) από τους ρυθμούς αύξησης της αλλοδαπής αύξησης (1980 – 1993: 2,65%)
- ❖ Η σχετικά μικρής κλίμακας και παράλληλα χωρικά ασυντόνιστη επενδυτική δραστηριότητα σε άλλες μορφές τουρισμού, στον εκσυγχρονισμό / ποιοτική αναβάθμιση υφιστάμενων μορφών ανωδομής, καθώς και σε έργα και υπηρεσίες τουριστικής υποδομής: πολιτική που οδήγησε και στη μονοσήμαντη ανάπτυξη προϊόντων και ανωδομών και στην περιορισμένη χωρική κατανομή της τουριστικής ανάπτυξης και στη δημιουργία υπερπροσφοράς σε ορισμένες περιοχές, με δυνάμει προβλήματα καθήλωσης των τιμών και ποιοτικής υποβάθμισης παρεχόμενων υπηρεσιών.
- ❖ Η μέση ετήσια (σε ξενοδοχειακά καταλύματα) σε διαπεριφερειακό επίπεδο (13 περιφέρειες) παρουσιάζει σημαντικές διαφοροποιήσεις.

Ορισμένες περιφέρειες παρουσιάζουν αυξητική τάση τα τελευταία χρόνια και συγχρόνως το υψηλότερο ποσοστό πληρότητας (1999): περιφέρειες Κρήτης (82,27%), Ν. Αιγαίου (82,32%), και Ιονίων Νήσων (76,43%). Άλλες περιφέρειες εμφανίζουν ασταμάτητα και συγχρόνως χαμηλότερα ποσοστά (1999): περιφέρειες Πελοποννήσου (37,58%), Στερεάς Ελλάδας (34,53%) και Δυτικής Μακεδονίας (36,67%). Η περιφέρεια Αττικής δεν παρουσιάζει αυξητικές τάσεις, ενώ το ποσοστό πληρότητας το 1999 ήταν 47,89%.

Σε γενικές γραμμές το μοντέλο ανάπτυξης του διεθνούς και ημεδαπού τουρισμού στον ελληνικό χώρο παρουσιάζει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- ❖ Συνεχιζόμενη μείωση του κεντροβαρικού ρόλου της πρωτεύουσας ως κέντρου προορισμού αλλά και διακίνησης αλλοδαπών τουριστών προς τις περιφέρειες. Συγκεκριμένα, από τα μέσα της δεκαετίας του '70 παρατηρείται μια σημαντική χωρική μετατόπιση της ζήτησης προς ορισμένους περιφερειακούς νομούς, μετατόπιση που συνδέεται με την αύξηση του παραθεριστικού (μαζικού και οργανωμένου) χαρακτήρα της ζήτησης.
- ❖ Περαιτέρω αύξηση / συγκέντρωση του τουρισμού στις ήδη «ανεπτυγμένες» τουριστικές περιφέρειες και τουριστική εξειδίκευση (αναπτυξιακή «μονοκαλλιέργεια») των νησιωτικών κυρίως περιφερειών, που διαπιστώνεται από στοιχεία εξέλιξης της ζήτησης αλλοδαπών, της προσφοράς (επίσημης ή

ανεπίσημης) και των ιδιωτικών επενδύσεων. Παράλληλα, παρατηρείται ότι ορισμένες περιοχές ή μικρο - περιφέρειες εξυπηρετούν ή εξαρτώνται από έναν περιορισμένο αριθμό τμημάτων της αγοράς διεθνούς τουρισμού.

- ❖ Συνεχιζόμενη αύξηση του μαζικού τουρισμού, σε άμεση συνάρτηση με τη διεύρυνση της επιρροής και των αεροπορικών εταιρειών, τις οποίες πολλές φορές ελέγχουν οι ίδιοι οι περιφερειακοί νόμοι, εφόσον είναι σε θέση να προκρίνουν τρόπους και συχνότητα σύνδεσης με τα περιφερειακά κέντρα ή είναι σε θέση να διαμορφώνουν τις τιμές πώλησης του τουριστικού προϊόντος.

Η διάρθρωση της προσφοράς και του τουριστικού προϊόντος (μορφές τουρισμού, τύποι τουριστικών ανωδομών και υποδομών) και ο τρόπος λειτουργικής – φυσικής ένταξης της σε περιφερειακό επίπεδο δεν παρουσιάζουν κάποια ουσιαστική διαφοροποίηση από περιφέρεια σε περιφέρεια, διαφοροποίηση που να αντιστοιχεί στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ποικίλων περιβαλλοντικών πόρων κάθε περιφέρειας και να οδηγεί στη διαμόρφωση ενός ελκυστικού, υψηλής στάθμης και διαφοροποιημένου, από περιφέρεια σε περιφέρεια, τουριστικού προϊόντος.

Σε συνάφεια με τα παραπάνω, ο τρόπος ανάπτυξης της προσφοράς δημιουργεί σημαντικά προβλήματα: (i) λειτουργίας του ίδιου του ξενοδοχειακού τομέα (από παράλληλη ανάπτυξη μεγάλου αριθμού μη ελεγχόμενων βοηθητικών καταλυμάτων σε ορισμένες περιοχές) και (ii) περιβαλλοντικής υποβάθμισης αυτών των ίδιων των τουριστικών πόρων. Επίσης, η χωρική διάρθρωση της προσφοράς διακρίνεται ως προς τρεις κατηγορίες (παραγωγής και κατανάλωσης τουριστικού χώρου):

- ❖ Η πρώτη κατηγορία προσανατολίζεται, ως προς τη θέση, σε αστικό, περιαστικό ή γενικά οικιστικό χώρο, περιλαμβάνει κυρίως ξενοδοχειακές μονάδες, απευθύνεται στη διεθνή και ντόπια πελατεία, αναπτύσσεται και λειτουργεί στα πλαίσια νόμιμων, ως επί το πλείστον, διαδικασιών.
- ❖ Η δεύτερη κατηγορία τουριστικού χώρου διαμορφώνεται με νόμιμες διαδικασίες, κυρίως σε παράκτιες – νησιωτικές ζώνες, παίρνει τη μορφή συγκροτημάτων παραθερισμού (resorts), συνήθως μεγάλων σε μέγεθος και αριθμό καταλυμάτων, και είναι «διεθνιστικού» τύπου σε ό,τι αφορά χρησιμοποιούμενες εισροές και πρότυπα παραγωγής και κατανάλωσης.
- ❖ Η τρίτη κατηγορία πραγματοποιείται σε σημαντική έκταση κάτω από συνθήκες «αυθαιρεσίας – παρανομίας», περιλαμβάνει ποικίλους τύπους καταλυμάτων (κυρίως διαμερίσματα, ενοικιαζόμενα δωμάτια και δωμάτια της αποκαλούμενης «παραξενοδοχείας») και απευθύνεται και στη διεθνή και ντόπια αγορά.

5.1.2. Η τουριστική πολιτική: συνοπτική αξιολόγηση

Με βάση τη σχετική βιβλιογραφία, δεν φαίνεται να υπάρχει μια ολοκληρωμένη ή εμπειριστατωμένη ανάλυση και αξιολόγηση της τουριστικής πολιτικής που εφαρμόστηκε διαχρονικά στην Ελλάδα, μια ανάλυση που να εξετάζει παραμέτρους όπως (i) την ορθότητα και τις επιπτώσεις του ασκούμενου τουριστικού σχεδιασμού και των επιμέρους προγραμμάτων ή πολιτικής που εφαρμόστηκαν, (ii) την ικανότητα και την αποτελεσματικότητα των φορέων τουρισμού (π.χ. ΕΟΤ) να ανταποκριθούν, με βάση τα σχετικά λειτουργικά (αρμοδιότητες επενδυτικές, νομοθετικές / κανονιστικές, τεχνικές /

αναπτυξιακές) και δομικά (συγκρότηση υπηρεσιών κεντρικών / περιφερειακών / εξωτερικών) στοιχεία (π.χ. Ν. 2160/93), στα δεδομένα και στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της τουριστικής αγοράς.

Σχετικά με ορισμένες κριτικές της τουριστικής πολιτικής, αναφέρουμε πρώτα την ειδική έκθεση του OECD², που διαπιστώνεται ότι από τις αρχές της δεκαετίας του 1970 οι διάφορες προσπάθειες να συναρτηθούν οι κατευθυντήριες γραμμές τουριστικής πολιτικής με περιβαλλοντικά ζητήματα αποδείχθηκαν «αναποτελεσματικές λόγω έλλειψης πολιτικής βούλησης και διοικητικής / διαχειριστικής ικανότητας» (σελ. 122). Επίσης, στην ίδια έκθεση επισημαίνονται: (i) η σχεδόν αποκλειστική αρμοδιότητα και υπευθυνότητα των κεντρικών φορέων σχετικά με τα μέτρα και τα εργαλεία τουριστικής πολιτικής και, παράλληλα, οι περιορισμένες αρμοδιότητες περιφερειακών / τοπικών διοικητικών φορέων και αρχών, (ii) ο διαχωρισμός ευθυνών και η έλλειψη συντονισμού μεταξύ φορέων, που οδηγεί σε μη ολοκληρωμένη αξιολόγηση των περιβαλλοντικών διαστάσεων και επιπτώσεων μιας πολιτικής ή ενός μεγάλου έργου, καθώς και σε καθυστερήσεις και υψηλό αναπτυξιακό κόστος, και (iii) η αποτελεσματικότητα στη διαχείριση, και ειδικότερα στον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης, που πραγματοποιείται μέσω της διαδικασίας έκδοσης των κτιρίων αλλά και κατασκευών που προηγούνται των ενεργειών υλοποίησης αναγκαίων υποδομών για την αποφυγή ανεπιθύμητων περιβαλλοντικών συνεπειών.

Επίσης, ορισμένες πρόσφατες αναφορές στην ασκηθείσα τουριστική πολιτική έχουν γίνει είτε σε γενικό επίπεδο, στο πλαίσιο μιας κριτικής της ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα διαχρονικά (π.χ. Σχίζας 1998)³, είτε σε επίπεδο συγκεκριμένης πολιτικής, όπως η πολιτική κινήτρων για μείωση της εποχικότητας του ελληνικού τουρισμού (Βαρβαρέσος 1998)⁴. Στη δεύτερη περίπτωση αναλύονται τα διάφορα μέτρα⁵ που κάλυψαν ολόκληρη τη χώρα (1975 – 1982) και ορισμένες περιοχές (Κρήτη, Ρόδο) και διαπιστώνεται η περιορισμένη αποτελεσματικότητά τους, αφού η Ελλάδα διακρίνεται ακόμα για τη μεγαλύτερη εποχικότητα ανάμεσα στις χώρες της βόρειας Μεσογείου.

Σχετικά με μια ολοκληρωμένη ανάλυση της τουριστικής πολιτικής, αναφέρουμε ορισμένες τεχνικές (Carley 1980)⁶ που εφαρμόστηκαν διεθνώς και προσεγγίζουν συνολικά και διαχρονικά μια πολιτική με βάση:

- ❖ την επιλογή ορισμένων κύριων παραδειγμάτων πολιτικής (policy paradigms) που συγκροτούν ή διαμορφώνουν τη συνολική πολιτική,
- ❖ την ανάλυση και αλληλοσυσχέτιση, σε κάθε παράδειγμα πολιτικής που επιλέχθηκε, τριών βασικών διαστάσεων ή συστατικών στοιχείων που το συγκροτούν ή το διαμορφώνουν,
- ❖ το αποκαλούμενο σύστημα πολιτικής (policy system), το οποίο περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία: (i) στοιχείο α: αξίες, ιδεολογίες, αντιλήψεις, (θεωρητικό ή ιδεολογικό πλαίσιο που εκφράζει / διέπει μια πολιτική), (ii) στοιχείο β:

² OECD (1983), *Environmental Policies in Greece*, Paris, Cedex 16

³ Σχίζας, Γ. (1998), *Ο Άλλος τουρισμός – Η οικολογική διέξοδος στα αδιέξοδα του συμβατικού τουρισμού*, Αθήνα: Εναλλακτικές Εκδόσεις / Οικοτοπία.

⁴ Βαρβαρέσος, Σ. (1998), *Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές. Η ελληνική πραγματικότητα*, Αθήνα: Προπομπός.

⁵ Πρόκειται για μέτρα / κίνητρα που στόχευαν σχεδόν αποκλειστικά στην αγορά - μείωση της εποχικότητας του μαζικού τουρισμού (π.χ. επιδότηση αλλοδαπών Tour Operators) και σε ορισμένους παράγοντες της προσφοράς, όπως π.χ. υπηρεσίες μετακίνησης (επιδότηση άγονων γραμμών).

⁶ Carley, M. (1980), *Rational Techniques in Policy Analysis*, London: Heinemann.

στρατηγική / στόχοι, προγράμματα / σχέδια, μέτρα / δράσεις (το λειτουργικό / επιχειρησιακό πλαίσιο μιας πολιτικής), (iii)στοιχείο γ: αποτελέσματα, επενέργειες / επιδράσεις, επιπτώσεις (το πλαίσιο πραγματοποιήσεων ή η διάσταση εφαρμογής της πολιτικής).

Ως προς την πρώτη παράμετρο, δηλαδή τα παραδείγματα πολιτικής για μια ενιαία και ολοκληρωμένη προσέγγιση της τουριστικής πολιτικής που ασκήθηκε στην Ελλάδα, θα πρέπει, να εξετασθούν εμπεριστατωμένα και να αλληλοσυσχετισθούν οι εξής επιμέρους πολιτικές:

- ❖ Η επενδυτική πολιτική που διαμορφώθηκε και υλοποιήθηκε διαχρονικά. Ανάλυση και αξιολόγηση της διάρθρωσης και του προσανατολισμού των επενδυτικών εργαλείων ή μέσων (κίνητρα, δημόσιες επενδύσεις) ως προς διαφόρους κλάδους ανωδομών και υποδομών (π.χ. αποκλειστικός ή κύριος προσανατολισμός σε εγκαταστάσεις ανωδομής / ξενοδοχεία). Επίσης, αξιολόγηση της περιφερειακής / χωρικής κατεύθυνσής τους, για να προσδιοριστεί η αποτελεσματικότητα ή συμβολή τους στη διαμόρφωση ενός ελκυστικού και ανταγωνιστικού τουριστικού προϊόντος, στην περιφερειακή / τοπική ανάπτυξη και στην περιβαλλοντική προστασία.
- ❖ Η σχετική με τον τουρισμό περιφερειακή / χωροταξική και περιβαλλοντική πολιτική που ασκήθηκε διαχρονικά. Ανάλυση και αξιολόγηση της συμβολής ή των επιπτώσεων συγκεκριμένων μέτρων (i) στην οργανωμένη ένταξη του τουρισμού (ανωδομών και υποδομών) στον αστικό ή περιαστικό και αγροτικό χώρο, (ii) στην προώθηση μιας διαπεριφερειακά ορθολογικής κατανομής της προσφοράς και ζήτησης ή στην ανάδειξη της ιδιαιτερότητας των περιφερειακών τουριστικών προϊόντων (έναντι μιας ομοιόμορφης ή αποκλειστικής ανάπτυξης μαζικού / παράκτιου τύπου τουρισμού) σύμφωνα με τον πλούτο και την ποικιλία των περιβαλλοντικών (φυσικών και πολιτιστικών) πόρων μιας χώρας, και (iii) στην προστασία των περιβαλλοντικών πόρων από τα διάφορα έργα / κατασκευές και τις ασκούμενες τουριστικές δραστηριότητες.
- ❖ Η συναλλαγματική πολιτική (μέτρα πολιτικής για αύξηση συναλλαγματικών εισροών), σε συνάρτηση κυρίως με επιμέρους πολιτικές ελέγχου και περιορισμού παραοικονομικών συναλλαγματικών εκροών. Ανάλυση και αξιολόγηση των αιτιών μείωσης της στασιμότητας στην εξέλιξη του τουριστικού συναλλάγματος στο πλαίσιο διερεύνησης των κύριων πηγών διαρροής ή ορισμένων παραγόντων, εξωγενών (π.χ. Tour Operators) ή και ενδογενών (π.χ. παραξενοδοχεία).
- ❖ Η πολιτική διαχείρισης (μέτρα πολιτικής ελέγχου / ρύθμισης αναπτυξιακών μεγεθών, ανωδομών και υποδομών), σε άμεση συνάρτηση με δυνατότητες και φέρουσα ικανότητα (carrying capacity) ή περιβαλλοντικών και κοινωνικών παραμέτρων⁷. Αυτή η πολιτική είναι σε άμεση σχέση με την πολιτική τουριστικού μάρκετινγκ, δηλαδή προσδιορίζει σε ποιο βαθμό και έκταση οι προωθούμενες πολιτικές μάρκετινγκ αφενός αντανακλούν και προβάλλουν στην

⁷ Η διαχείριση δεν αποτελεί απλώς και μόνο μια παρεμβατική διεργασία ρύθμισης (με τεχνικές / μηχανισμούς) ορισμένων καταστάσεων σε χωρικά (π.χ. αριθμός επισκεπτών ή δίκτυα προσπέλασης σε τουριστικές περιοχές) και επιχειρηματικά / επιχειρησιακά επίπεδα, αλλά αποτελεί μια σύνθετη διαδικασία του τουριστικού σχεδιασμού, που στοχεύει μέσω ποικίλων εξισορροπήσεων / ρυθμίσεων στην αειφόρο ανάπτυξη.

αγορά στερεότυπες / ομοιογενοποιημένες ή διαφοροποιημένες εικόνες τουριστικών προϊόντων (τόπων προορισμού) και αφετέρου προσανατολίζονται σε επιλεγμένα τμήματα της αγοράς και επηρεάζουν τις τουριστικές εισροές.

- ❖ Η κοινωνική πολιτική (μέτρα πολιτικής για δημιουργία κοινωνικής / πολιτιστικής υποδομής και ενίσχυση της κοινωνικής κατανάλωσης), σε συνάρτηση με την πολιτική απασχόλησης (στους διάφορους κλάδους του τουρισμού) και την πολιτική επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου⁸. Περιλαμβάνει ανάλυση και αξιολόγηση της συμβολής των επενδύσεων / δημοσίων δαπανών στην ανάπτυξη ορισμένων υποδομών (π.χ. ιαματικών λουτρών, πλαζ) ή των επιδοτήσεων (π.χ. ξενοδοχοϋπαλλήλων σε περιόδους εκτός αιχμής και οικονομικά ασθενέστερων κοινωνικών ομάδων).

5.2. Δυνατότητες / προοπτικές και προγράμματα / σχέδια οικοτουριστικής ανάπτυξης

Όπως αναφέρεται στην εισαγωγή του κεφαλαίου, αυτό το τμήμα στηρίζεται στο σχετικό μελετητικό και πληροφοριακό υπόβαθρο για τον εντοπισμό και τη διακρίβωση των σχετικών με την ανάπτυξη του οικοτουρισμού προγραμμάτων, δυνατοτήτων και προτεινόμενων σχεδίων ή παρεμβάσεων και πολιτικών. Στο πρώτο μέρος αναλύονται δύο μελέτες αναπτυξιακών σχεδίων οικοτουρισμού, που καλύπτουν σημαντικά τμήματα της χώρας, ενώ στο δεύτερο μέρος επιχειρείται μια βιβλιογραφική διασκόπηση ευρύτερου οικολογικού / περιβαλλοντικού περιεχομένου, για να εντοπισθούν ορισμένα ζητήματα σχετικά με την ανάπτυξη του οικοτουρισμού.

5.2.1. Μελέτες προγραμμάτων / σχεδίων ανάπτυξης οικοτουρισμού

Η πρώτη (1995) και ευρύτατη (από άποψη γεωγραφικής κάλυψης) μελέτη έχει ως αντικείμενο – τίτλο: «Σχεδιασμός αξιοποίησης, με στόχο την ήπια οικολογική τουριστική ανάπτυξη, του τμήματος της ενδοχώρας που ορίζεται από τον άξονα της οροσειράς της Πίνδου και από τις Πρέσπες έως τη Ναύπακτο και αναγνώριση ορεινών χιονοδρομικών όγκων»⁹.

Η εν λόγω μελέτη θεωρείται από τους συντάκτες ότι αποτελεί πλαίσιο μακροχρόνιου σχεδιασμού (έως το 2020). Αντλώντας και αξιολογώντας το υπάρχον πληροφοριακό υπόβαθρο – τη σχετική με τις περιοχές βιβλιογραφία – αλλά και πραγματοποιώντας επιτόπου διερευνήσεις και διασκοπήσεις (surveys), η μελέτη καλύπτει τα εξής:

- ❖ Αναλύει και αξιολογεί το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον της περιοχής, παρέχοντας χρήσιμα στοιχεία ως προς τους ποικίλους περιβαλλοντικούς πόρους όπως διαφοροποιούνται χωρικά. Όπως αναφέρεται, «η αξιολόγηση των στοιχείων προσεγγίζεται από δύο πλευρές: τον ήπιο χαρακτήρα και τους περιορισμούς που

⁸ Αν εξετασθούν και συγκριθούν οι κατά μήνα αφίξεις και συναλλαγματικές εισπράξεις, διαπιστώνεται ότι οι τουρίστες εκτός αιχμής (χειμώνα, άνοιξη) δαπανούν 2 –3 φορές περισσότερο από τους αντίστοιχους μήνες του καλοκαιριού. Επομένως η μείωση της εποχικότητας συνεπάγεται σημαντικά αυξημένες συναλλαγματικές εισροές.

⁹ Η μελέτη αυτή, που εντάχθηκε στο επιχειρησιακό πρόγραμμα «Τουρισμός – Πολιτισμός», υποπρόγραμμα «Τουρισμός», του Υπουργείου Ανάπτυξης, συγχρηματοδοτήθηκε από τον ΕΟΤ – ΕΤΠΑ και πραγματοποιήθηκε από τα γραφεία TEAM 4 Ε.Π.Ε. και ΟΜΑΣ Ε.Π.Ε.

- θέτει η έννοια αυτή και το βαθμό βιωσιμότητας που εκτιμάται να επιτύχει σε κάθε περιοχή ένα ολοκληρωμένο τουριστικό δίκτυο».
- ❖ Επιλέγει και προτείνει 19 περιοχές, για την ενίσχυση και ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων ήπιας μορφής, χρησιμοποιώντας, όπως αναφέρεται, κριτήρια «οικονομικής κλίμακας, ιστορικού και πολιτιστικού υποβάθρου, προγραμματικής και οργανωτικής σημασίας». Στη συνέχεια αξιολογούνται οι 19 περιοχές, συγκρίνονται και κατατάσσονται σε δύο επίπεδα. Στο πρώτο επίπεδο η κατάταξη καλύπτει ορισμένες βασικές παραμέτρους οικολογικής αξίας κάθε περιοχής (π.χ. φυσικότητα και μοναδικότητα τοπίου, σπανιότητα πανίδας / χλωρίδας, δυνατότητα διαχείρισης), με κάθε παράμετρο να αξιολογείται με δικά της ιδιαίτερα κριτήρια. Στο δεύτερο επίπεδο πραγματοποιείται μια ενιαία / συνολική κατάταξη με βάση το σύνολο των παραμέτρων.
 - ❖ Αναλύει και προσδιορίζει ορισμένες διαστάσεις και προδιαγραφές για ήπια τουριστική ανάπτυξη στις περιοχές μελέτης, όπως: (i) την περιβαλλοντική διάσταση και τις βασικές προϋποθέσεις για ήπια τουριστική ανάπτυξη, (ii) τις ειδικές μορφές και δραστηριότητες τουρισμού στον ορεινό χώρο, όπως π.χ. ορειβατικός και φυσιολατρικός τουρισμός, (iii) τις κατηγορίες τουριστικών περιοχών που εξετάζονται, (π.χ. περιοχές παραδοσιακές, παραθεριστικές, αναδυόμενες ή με προϋποθέσεις ισχυρής ανάπτυξης, δυσπρόσιτες) και τα αναπτυξιακά πρότυπα ή το πλέγμα έργων και προγραμμάτων που ολοκληρώνουν μια τουριστική περιοχή. Ειδικότερα βασικές προϋποθέσεις ήπιας τουριστικής ανάπτυξης στην Πίνδο, σύμφωνα με τη μελέτη, θεωρούνται: (i) η διατήρηση και αναβάθμιση της αυθεντικής φυσιογνωμίας των ορεινών / ημιορεινών χωριών και του παραδοσιακού / αρχιτεκτονικού χαρακτήρα κάθε οικισμού και (ii) η διατήρηση των φυσικών περιβαλλοντικών στοιχείων εντός ή γύρω των οικισμών, στοιχεία που σε συνδυασμό με τα ανθρωπογενή / πολιτιστικά συνιστούν βασικούς πόλους οικοτουριστικής έλξης. Σε αντιστοιχία με τα παραπάνω, οι σχετικές προτάσεις καλύπτουν ορισμένα μέτρα, όπως επιβολή ορίων τουριστικής ανάπτυξης σε ορισμένα χωριά (με βάση τον προσδιορισμό της φέρουσας ικανότητας – carrying capacity), ανάπλαση του φυσικού περιβάλλοντος εντός των οικισμών, θέσπιση ειδικών κανόνων δόμησης εντός των οικισμών (με «οικολογικούς» όρους) και απαγόρευση δόμησης εκτός των οικισμών ή δημιουργίας ορισμένων έργων (τελεφερίκ, πίστες σκι) που μπορεί να υποβαθμίσουν την οικολογική αξία ελκυστικών φυσικών τοπίων.
 - ❖ Προτείνει ένα πλαίσιο παρεμβάσεων για την «εξασφάλιση της ήπιας – οικολογικής τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής». Πρόκειται για ένα πλαίσιο που περιλαμβάνει ή συντίθεται κυρίως από επενδυτικά και χρηματοδοτικά μέτρα (δημόσιες και ιδιωτικές επενδύσεις), όπως: (i) πλέγμα κινήτρων για ιδιωτικές επενδύσεις (δημιουργία κυρίως καταλυμάτων) ή για ιδιωτικές και δημόσιες, με κατεύθυνση την αξιοποίηση πόρων, (ii) δημόσιες επενδύσεις για βελτίωση και επέκταση υποδομών (π.χ. οδικά δίκτυα), για την προστασία και ανάδειξη του παραδοσιακού οικιστικού περιβάλλοντος και των πόρων πολιτιστικής κληρονομιάς καθώς και για την προστασία οικολογικών πόρων και της άγριας φύσης, (iii) δημόσιες δαπάνες για δημιουργία / λειτουργία τοπικών φορέων και μηχανισμών και για την ενίσχυση του τοπικού πληθυσμού (μέσω εκπαιδευτικών / επιμορφωτικών προγραμμάτων), δαπάνες που συμβάλλουν στην προστασία /

διαχείριση του περιβάλλοντος και στη στήριξη της διαδικασίας ήπιας – οικολογικής τουριστικής ανάπτυξης.

- ❖ Εκτός από τα χρηματοδοτικά μέτρα, στο προτεινόμενο πλαίσιο περιλαμβάνεται και αναλύεται το προφίλ (ειδικά χαρακτηριστικά, ιδιαιτερότητες και ταυτότητα) για καθεμία από τις 19 περιοχές. Επίσης αναλύονται ορισμένες «προδιαγραφές επιχειρηματικών παραμέτρων», για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας μικρής κλίμακας τουριστικών μονάδων (καταλυμάτων), που θεωρούνται οι πλέον κατάλληλες μορφές σε ευαίσθητες οικολογικά περιοχές.

Η δεύτερη και πλέον πρόσφατη (2000) μελέτη με τίτλο: «Σχεδιασμός δράσεων πιλοτικού χαρακτήρα για την ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού» ανατέθηκε από τον ΕΟΤ / Υπουργείο Ανάπτυξης στο Παγκόσμιο Ταμείο για τη Φύση (WWF – Ελλάδα) και έχει στόχο, όπως αναφέρεται, «να προσφέρει ένα στέρεο εννοιολογικό υπόβαθρο και κατευθύνσεις για έναν ολοκληρωμένο σχεδιασμό και εφαρμογή προγραμμάτων οικοτουρισμού στην Ελλάδα». Ειδικότερα, επισημαίνεται από τους συντάκτες ότι η εν λόγω μελέτη «χαράσσει κατευθύνσεις και σε καμία περίπτωση δεν θεωρείται ολοκληρωμένη μελέτη εφαρμογής». Η μελέτη αυτή στηρίχθηκε, όπως αναφέρεται, στο υπάρχον βιβλιογραφικό υπόβαθρο και σε στατιστικά δεδομένα, στις σχετικές με τον οικοτουρισμό εμπειρίες του WWF (διεθνούς και ελληνικού), σε συζητήσεις, συνεντεύξεις και ανταλλαγή απόψεων με αρμόδιους φορείς, καθώς και στη συμμετοχή σε συνέδρια σχετικά με τον αειφόρο τουρισμό και οικοτουρισμό. Από την εν λόγω μελέτη αναφέρονται επιλεκτικά ορισμένα ζητήματα και προτάσεις που εντάσσονται σε δύο θεματικές ενότητες:

1. Στην ανάλυση και τον προσδιορισμό κύριων ζητημάτων οικοτουριστικού σχεδιασμού, όπως (i) δυνάμει ωφελειών, αναπτυξιακών ευκαιριών και περιοριστικών παραγόντων οικοτουριστικής ανάπτυξης και (ii) των κριτηρίων επιλογής περιοχών οικοτουρισμού, καθώς και της αναγκαίας μεθοδολογικής προσέγγισης για το σχεδιασμό ενός προγράμματος οικοτουρισμού.
2. Σε συγκεκριμένες επιλογές ανάπτυξης οικοτουρισμού, που αναφέρονται σε δύο προτεινόμενα (με βάση και τις παραπάνω αναλύσεις) πιλοτικά προγράμματα ανάπτυξης οικοτουρισμού στον ελλαδικό χώρο.

(α) Ανάλυση / εκτίμηση κύριων ζητημάτων οικοτουριστικού σχεδιασμού

Θεωρώντας «ανέφικτη» την εφαρμογή της μεθόδου SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), που χρησιμοποιείται όπως και άλλες μέθοδοι σε παρόμοιες περιπτώσεις, στις εκτιμήσεις των ωφελειών, ευκαιριών και περιοριστικών παραγόντων οικοτουριστικής ανάπτυξης, οι συντάκτες περιγράφουν (με βάση υφιστάμενα στοιχεία, μελέτες και παραδείγματα) ορισμένες παραμέτρους ενισχυτικές ή αποτρεπτικές της οικοτουριστικής ανάπτυξης. Μερικά από τα οποία είναι τα εξής:

- ❖ Τα αναμενόμενα οφέλη και η δύναμει (potential) συμβολή του οικοτουρισμού δεν προσδιορίζονται ποσοτικά, αλλά συναρτώνται απλώς με ορισμένους παράγοντες που περιγράφονται συνοπτικά (χωρίς συγκριτική ανάλυση και διαβάθμιση της σημασίας). Τέτοιοι παράγοντες είναι: η οικονομική συμβολή στην προστασία της φύσης και της πολιτιστικής κληρονομιάς, η συμβολή στην τοπική οικονομία, στην περιφερειακή ανάπτυξη, στη συγκράτηση του πληθυσμού, στην περιβαλλοντική εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση του κοινού και τέλος, η

κοινωνική αναβάθμιση για μια καλύτερη (διαχρονικά και χωρικά) κατανομή της τουριστικής κίνησης και για ανανέωση του τουριστικού προφίλ της χώρας.

- ❖ Οι ευκαιρίες που παρουσιάζει η Ελλάδα για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού εντοπίζονται και συναρτώνται με (i) τον πλούτο και την ποικιλία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, (ii) τη στήριξη από το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο προστατευόμενων περιοχών, (iii) τα προσφερόμενα από τον κρατικό τομέα οικονομικά κίνητρα / κονδύλια, εθνικά και κοινοτικά, (iv) την αυξανόμενη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του κοινού και (v) τη συσσώρευση σχετικών με τον οικοτουρισμό εμπειριών.
- ❖ Από τους αναφερόμενους περιοριστικούς παράγοντες (συνολικά επτά), οι τέσσερις αφορούν τα γενικότερα προβλήματα του κρατικού μηχανισμού, που εντοπίζονται στις αδυναμίες του θεσμικού / οργανωτικού πλαισίου για προστασία του περιβάλλοντος, την έλλειψη κινήτρων στήριξης του τοπικού πληθυσμού και αποτελεσματικών μηχανισμών εφαρμογής της κρατικής πολιτικής σε τοπικό επίπεδο, και, τέλος, την απουσία μηχανισμών ελέγχου χρήσης των πόρων για την ανάπτυξη της υπαίθρου.

Η επιλογή και ανάλυση ορισμένων κριτηρίων εντοπισμού περιοχών οικοτουρισμού στην Ελλάδα βασίστηκε σε αντίστοιχες προσεγγίσεις άλλων χωρών (Καναδά, Αυστραλίας, και κυρίως Μαλαισίας) και στην εμπειρία του WWF. Καθένα από τα τέσσερα κριτήρια που επιλέχθηκαν σχετίζεται με ορισμένες παραμέτρους ή συναρτάται με ορισμένα «ερωτήματα – κλειδιά» και τις σχετικές απαντήσεις σε αυτά, διαβαθμισμένες ως προς τη σημασία τους. Τα επιλεγέντα κριτήρια και οι συσχετιζόμενες παράμετροί τους διαγράφονται ως εξής:

- ❖ *Περιβάλλον*, σε σχέση με δεδομένα (i) ποιότητας (π.χ. σημασία / ελκυστικότητα φυσικών και πολιτιστικών πόρων μιας περιοχής) και (ii) προστασίας (π.χ. ύπαρξη καθεστώτος / φορέα / σχεδίου διαχείρισης ή ζωτικών αναγκών περιβαλλοντικής προστασίας που θα καλύψει ο οικοτουρισμός).
- ❖ *Οικονομία*, σε σχέση με (i) τους διάφορους βαθμούς αναγκών τόνωσης της τοπικής οικονομίας, (ii) τα κοινωνικά προβλήματα, τις ανισοροπίες στη σύνθεση του πληθυσμού και τις αρνητικές στάσεις της τοπικής κοινωνίας σε ζητήματα προστασίας, καθώς και (iii) την ικανότητα διοικητικών δομών να στηρίζουν πρωτοβουλίες οικοτουριστικής ανάπτυξης.
- ❖ *Αναπτυξιακή πολιτική*, σε σχέση με (i) το βαθμό συμβατότητας της αναπτυξιακής πολιτικής μιας περιοχής με την ήπια τουριστική ανάπτυξη και (ii) την ύπαρξη θετικού κλίματος, από πλευράς τοπικών αρχών και δυνάμει διαθέσιμων πόρων για οικοτουρισμό.)
- ❖ *Βιωσιμότητα οικοτουρισμού*, σε σχέση με (i) το βαθμό που η ανάγκη περιβαλλοντικής προστασίας μιας περιοχής υπαγορεύει την οικοτουριστική ανάπτυξη και (ii) τις πιθανότητες / δυνατότητες του οικοτουρισμού να συμβάλλει στην ήπια ανάπτυξη της περιοχής.

(β) Προτεινόμενα «πilotικά προγράμματα ανάπτυξης οικοτουρισμού»

Η μελέτη επιλέγει και προτείνει δύο pilotικά προγράμματα οικοτουριστικής ανάπτυξης: την περιοχή Δυτικού Ζαγορίου στη Β. Πίνδο και τη Λίμνη Κερκίνη με τα γύρω χωριά στο νομό Σερρών. Πρόκειται για δυο περιοχές που, όπως αναφέρεται,

«αντιπροσωπεύουν δύο τύπους τοπίων και οικοσυστημάτων που χαρακτηρίζουν τη βιοποικιλότητα της Ελλάδας: τις ορεινές περιοχές και τους υγρότοπους». Η επιλογή των περιοχών στηρίχθηκε στα κριτήρια επιλογής περιοχών οικοτουρισμού που αναλύθηκαν στο πρώτο μέρος της μελέτη.

Για τη διαμόρφωση των δύο πιλοτικών προγραμμάτων ακολουθήθηκαν τρία στάδια μελέτης: (i) καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης στο συγκεκριμένο χώρο και στην ευρύτερη περιοχή του, (ii) εκτίμηση και αξιολόγηση της κατάστασης και προσδιορισμός επιθυμητών μορφών οικοτουρισμού και (iii) διατύπωση προτάσεων για την επίτευξη της επιθυμητής μορφής ανάπτυξης.

Ως προς το περιεχόμενο των διατυπωμένων προτάσεων, τα πιλοτικά προγράμματα περιλαμβάνουν: (i) ορισμένους γενικούς και κυρίως εξειδικευμένους στόχους για κάθε περιοχή, (ii) μια σειρά ενδεικνυόμενων δράσεων για κάθε περιοχή, όπως π.χ. δράσεις διασύνδεσης οικοτουρισμού και αγροτουρισμού (δυτικό Ζαγόρι), δράσεις ανάδειξης και ερμηνείας του υγρότοπου της Λίμνης Κερκίνης ή της περιοχής δυτικού Ζαγορίου, δράσεις εκπαίδευσης / κατάρτισης / ευαισθητοποίησης των ασχολούμενων με τον οικοτουρισμό ατόμων και ομάδων, καθώς και δράσεις διαχείρισης ή σχετιζόμενες με μελέτες των αναγκαίων έργων υποδομής (π.χ. μελέτη λειτουργίας πρότυπου οικολογικού καταλύματος).

Συμπερασματικά θα πρέπει να επισημανθεί ότι η εν λόγω μελέτη προσφέρει ένα χρήσιμο πληροφοριακό υπόβαθρο για τη διαμόρφωση από τους αρμόδιους φορείς μιας ολοκληρωμένης αναπτυξιακής στρατηγικής οικοτουρισμού και των συναρτώμενων με αυτή επιμέρους προγραμμάτων και πολιτικών οικοτουριστικής ανάπτυξης. Παράλληλα θα πρέπει να επισημανθούν ορισμένα ζητήματα που είτε δεν έχουν καλυφθεί επαρκώς είτε απαιτούν ειδικές μελέτες, διασκοπίσεις και περαιτέρω διερεύνηση. Πρόκειται για ζητήματα που αναφέρονται:

- ❖ Σε έναν ακριβή προσδιορισμό και πλήρη κάλυψη (διαπεριφερειακά και διαχρονικά) της ζήτησης οικοτουρισμού, κάτι που απαιτεί ειδικές διασκοπίσεις (surveys) και έρευνες αγοράς (ημεδαπής και αλλοδαπής).
- ❖ Στην ολοκληρωμένη αξιολόγηση και πλήρη κάλυψη του ελλαδικού χώρου ως προς τους περιβαλλοντικούς (φυσικούς και πολιτιστικούς) πόρους. Ειδικά φαίνεται να παραγνωρίζεται ή να μην αποδίδεται η δέουσα προσοχή και σημασία ως προς τις δυνατότητες για οικοτουρισμό στο θαλάσσιο / νησιωτικό / παράκτιο χώρο.
- ❖ Στη διαμόρφωση και επιλογή υλοποιήσιμων πιλοτικών προγραμμάτων οικοτουριστικής ανάπτυξης, που αφενός εντάσσονται και συναρτώνται λειτουργικά με μια ενιαία στρατηγική οικοτουριστικής ανάπτυξης, αφετέρου συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο δυνατό βαθμό (από τους αρμόδιους αναπτυξιακούς φορείς) και εμπεριέχουν συγκεκριμένα μέτρα πολιτικής, υλοποιήσιμες δράσεις και αναλυτικό προσδιορισμό των δυνάμει ωφελειών για το περιβάλλον και τον πληθυσμό των τοπικών κοινοτήτων.

5.2.2. Βιβλιογραφική διασκόπηση οικολογικού / περιβαλλοντικού περιεχομένου

Με δεδομένη την έλλειψη μιας ειδικής για οικοτουρισμό έρευνας αγοράς αναφέρονται παρακάτω δύο σχετικές με τον τουρισμό έρευνες αγοράς, από τις οποίες μπορούν να συναχθούν χρήσιμα για τον οικοτουρισμό συμπεράσματα. Η πρώτη έρευνα (Α.Π.Θ.

1994)¹⁰ αφορά τους αλλοδαπούς τουρίστες αποκλειστικά και διερευνά τα χαρακτηριστικά και τα κίνητρά τους. Ειδικότερα, και σχετικά με τον οικοτουρισμό, ένα από τα βασικά συμπεράσματα που προέκυψαν από την ανάλυση / συσχέτιση των κινήτρων αλλοδαπών τουριστών με τα χαρακτηριστικά στοιχεία του ελληνικού τουριστικού προϊόντος (κόστος ταξιδιού, αρχαιότητες και πολιτιστικοί πόροι, φυσικές ομορφιές, κλίμα κ.λπ.) είναι ότι οι φυσικοί πόροι και το κλίμα συνιστούν τους πλέον ισχυρούς παράγοντες έλξης για τους αλλοδαπούς τουρίστες.

Η δεύτερη έρευνα (Market Study του Ελληνικού Τουρισμού, 1998)¹¹, που ανατέθηκε από τον ΕΟΤ (μέσω της Εταιρείας Διαχείρισης Τεχνικής Βοήθειας ΕΠΕ) σε κοινοπραξία εταιρειών¹² και χρησιμοποιήθηκε από το Β' ΚΠΣ (υποπρόγραμμα «Τουρισμός» του προγράμματος «Τουρισμός – Πολιτισμός») καλύπτει ορισμένα ζητήματα όπως: (i) τα χαρακτηριστικά και οι ιδιαιτερότητες του ελληνικού προϊόντος και οι σχέσεις – ανταγωνιστικότητά του σε συνάρτηση με ευρωπαϊκά, μεσογειακά και διεθνή τουριστικά προϊόντα, (ii) το ελληνικό τουριστικό μάρκετινγκ και οι αναγκαίες κατευθύνσεις σε σχέση με αυτά των ανταγωνιστριών μεσογειακών χωρών αλλά και τις απαιτήσεις του τουρισμού διεθνώς και (iii) τα χαρακτηριστικά ορισμένων ομάδων τουριστών, Ελλήνων (με ταξιδιωτική εμπειρία στη χώρα τους και το εξωτερικό) και αλλοδαπών (μεσαίας / υψηλής κοινωνικής τάξης και από έξι χώρες) και τα ενδιαφέροντα ή οι στάσεις τους ως προς το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Στα συμπεράσματα της έρευνας γίνεται ιδιαίτερη αναφορά στις δυνατότητες της χώρας (ως προς διαθέσιμους πόρους) και στην ανάγκη προώθησης προϊόντων επιπρόσθετων ή εναλλακτικών του προϊόντος «ήλιος, ακτές, θάλασσα», χωρίς όμως να προσδιορίζονται ορισμένα μεγέθη ζήτησης (τμήματα της αγοράς) για εναλλακτικά του μαζικού τουρισμού προϊόντα.

Ένα ευρύτερου ενδιαφέροντος αλλά και για τον οικοτουρισμό σχεδιασμό χρήσιμο βιβλίο «οικολογικού / περιβαλλοντικού περιεχομένου», στο οποίο συμβάλλουν με άρθρα ορισμένοι ειδικοί, έχει τίτλο *Η Φύση στην Οικολογία*¹³ και επιχειρεί να «εξετάσει την εμπλοκή της φύσης στην οικολογική σκέψη». Ορισμένες διαστάσεις της σχέσης φύσης και οικολογίας και κριτικές αναλύσεις περιβαλλοντικών καταστάσεων και ασκούμενων πρακτικών διαχείρισης (που αφορούν την Ελλάδα και άλλες χώρες) εντάσσονται στα τρία μέρη του βιβλίου, που καλύπτουν θεματικά:

- ❖ Θεωρητικά ζητήματα: έννοιες οικολογίας, οικοσυστημάτων, αειφορίας, σχέσεις φύσης – κοινωνίας κ.λπ.
- ❖ Ζητήματα σχετικά με την προστασία και τη διαχείριση του φυσικού περιβάλλοντος: στόχοι, αναγκαίες πολιτικές αειφορικής χρήσης των πόρων, ασκούμενες πρακτικές κ.λπ.
- ❖ Επιμέρους ζητήματα ή «ορισμένες όψεις της φύσης»: αγροτικό περιβάλλον, άγρια πανίδα, υγρότοποι, φυσικό περιβάλλον στις πόλεις κ.λπ.

Δύο βιβλία – οδηγοί για τον οικοτουρισμό στην Ελλάδα (περιηγήσεις και άσκηση διάφορων δραστηριοτήτων στο φυσικό περιβάλλον) είναι ο *Οικοτουριστικός Οδηγός της*

¹⁰ Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (1994), *Έρευνα για τον προσδιορισμό των χαρακτηριστικών των αλλοδαπών τουριστών*, Θεσσαλονίκη.

¹¹ ΕΟΤ (1998), *Market Study του Ελληνικού Τουρισμού*, Αθήνα.

¹² Οι εταιρείες Alpha Finance ΑΕ, Horwarth Consulting Hellas ΕΠΕ, ΙΡΚ Μονάχου, THR Accessores en Turismo Ισπανίας.

¹³ Μοδινός, Μ. & Ευθυμίου, Η. (επιμ.) (1999), *Η Φύση στην Οικολογία*, Αθήνα: Στοχαστής – ΔΙΠΕ.

Ελλάδας¹⁴ και το βιβλίο *Στα Ελληνικά Βουνά*¹⁵. Εκτός από την παροχή οδηγιών και κατευθύνσεων για περιηγήσεις / επισκέψεις και ήπιων ή φιλικών στο περιβάλλον δραστηριοτήτων, τα εν λόγω βιβλία παρέχουν χρήσιμες πληροφορίες ως προς τη γεωγραφική κατανομή, τις ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά των περιβαλλοντικών – φυσικών και πολιτιστικών – πόρων της χώρας. Επίσης, επισημαίνονται τα προβλήματα στο δίκτυο φυσικών περιοχών της χώρας, όπως το χαμηλό επίπεδο επιτήρησης / ελέγχων, η απουσία συντονισμένων πρακτικών και δράσεων διαχείρισης και η έλλειψη «ζωνών απόλυτης προστασίας της φύσης» (reserves) σε ορισμένα τμήματα των Εθνικών Δρυμών ή σε άλλες περιοχές σύμφωνα με τις προβλέψεις του Ν. 1650 / 86 και τις προτάσεις που έχουν γίνει.

5.3. Γενικό κατευθυντήριο πλαίσιο σχεδιασμού της οικοτουριστικής ανάπτυξης

5.3.1. Αναπτυξιακή στρατηγική και προγράμματα / πολιτικές οικοτουρισμού: κύριες κατευθύνσεις και βασικές παράμετροι συγκρότησής τους

Η αναπτυξιακή στρατηγική οικοτουρισμού θα πρέπει να προσδιορίζει μέσω συγκεκριμένων στόχων ή αντικειμενικών σκοπών (ενταγμένων σε ιεραρχικό / διαχρονικό πλαίσιο) (i) τα επιδιωκόμενα μεγέθη ζήτησης και προσφοράς (αγορές και προϊόντα, διάρθρωση αγορών και προϊόντων), (ii) τη χωρική / γεωγραφική διάσταση και διαφοροποίησή τους και (iii) τις αναπτυξιακές δράσεις και τρόπους υλοποίησης (σχέδια / πολιτικές επενδύσεων, διαχείρισης, μάρκετινγκ).

Στη διαμόρφωση μιας ενιαίας στρατηγικής ανάπτυξης του οικοτουρισμού στην Ελλάδα πρωταρχική σημασία έχει η (κατά προτεραιότητα) προώθηση ορισμένων βασικών στόχων, όπως:

- ❖ Η προστασία, αναβάθμιση και αειφορική ανάπτυξη περιβαλλοντικών πόρων στις περιοχές και τα δίκτυα ανάπτυξης οικοτουρισμού, με προτεραιότητα σε θέσεις ιδιαίτερης περιβαλλοντικής ελκυστικότητας ή έντονων προβλημάτων.
- ❖ Η εξασφάλιση της συμμετοχής τοπικών κοινοτήτων στην αναπτυξιακή διαδικασία με όρους / προϋποθέσεις και δεσμεύσεις και δίκαιη κατανομή του αναπτυξιακού οφέλους (στο ευρύτερο δυνατό φάσμα τοπικών ομάδων), αλλά και αποτελεσματική εμπλοκή τους στην προστασία του περιβάλλοντος.
- ❖ Η ευρύτερη δυνατή χωρική κατανομή της ανάπτυξης του οικοτουρισμού, λαμβάνοντας υπόψη τη γεωγραφική διάρθρωση των περιβαλλοντικών πόρων και τις ανάγκες της αγοράς, αλλά και τους ευρύτερους στόχους τουριστικής και περιφερειακής ανάπτυξης. Σχετικά επισημαίνεται ότι, στα πλαίσια μιας ολοκληρωμένης αξιολόγησης των περιβαλλοντικών πόρων και διαφοροποίησης των προϊόντων (μορφές και δραστηριότητες), η ανάπτυξη του οικοτουρισμού θα πρέπει να καλύπτει τον ευρύτερο δυνατό χώρο, δηλαδή και απόμακρες περιοχές της ενδοχώρας (ορεινές / αγροτικές) και το θαλάσσιο / παράκτιο / νησιωτικό

¹⁴ Σφήκας, Γ. & Τσουνής, Γ. (1993), *Οικοτουριστικός Οδηγός της Ελλάδας*, Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς – Ελληνική Εταιρεία Προστασίας της Φύσης.

¹⁵ Τσίππρας, Κ. (1992), *Στα Ελληνικά Βουνά*, Αθήνα: Νέα Σύνορα – Α. Λιβάνη.

χώρο, αλλά και τον περιαστικό χώρο (των μεγάλων ή μεσαίου μεγέθους αστικών κέντρων), όπως και χώρους πλησίον περιοχών εντατικής ανάπτυξης μαζικού τουρισμού, συμβάλλοντας έτσι στην περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση κατοίκων και τουριστών αλλά και στην αποσυμφόρηση και αναβάθμιση της συνολικής εικόνας των περιοχών αυτών.

Σε συνάρτηση με το παραπάνω γενικό πλαίσιο βασικών στόχων, η αναπτυξιακή στρατηγική οικοτουρισμού θα πρέπει να εμπεριέχει και να προωθεί συγκεκριμένους αντικειμενικούς στόχους, που αντιστοιχούν ή απαντούν στα ακόλουθα ερωτήματα:

- ❖ Ποιες *αγορές οικοτουρισμού* (βασικά τμήματα της αλλοδαπής και ημεδαπής ζήτησης οικοτουρισμού) ενδείκνυται για συγκεκριμένους λόγους (καλύτερη διασύνδεση με τα προσφερόμενα προϊόντα, περιβαλλοντικά και κοινωνικά οφέλη κ.λπ.) να προσελκυσθούν κατά προτεραιότητα. Στην περίπτωση αυτή απαιτούνται κυρίως στοιχεία από ειδικές διασκοπήσεις / έρευνες αγοράς.
- ❖ Ποιες *περιοχές και αντίστοιχα προϊόντα* (διαφοροποιούμενα ως προς μορφές και δραστηριότητες) οικοτουρισμού θα πρέπει να προωθηθούν κατά προτεραιότητα (διαχρονικός εντοπισμός), στο πλαίσιο βέβαια της ανάλυσης / αξιολόγησης και διαμόρφωσης του συνολικού πλέγματος / δικτύου περιοχών.
- ❖ Ποιες *δημόσιες υποδομές* (εγκαταστάσεις, υπηρεσίες) ενδείκνυται να προωθηθούν κατά προτεραιότητα σε άμεση συνάφεια και σχέση με τα χαρακτηριστικά κάθε περιοχής και με τις ανάγκες ή προτιμήσεις των δυνάμει καταναλωτών / οικοτουριστών (επιδιωκόμενες να προσελκυσθούν ομάδες).
- ❖ Ποιο είναι το ενδεικνυόμενο ενιαίο / κατευθυντήριο *πλαίσιο περιοχών οικοτουρισμού* και των εντασσόμενων σε αυτές περιβαλλοντικών πόρων. Πρόκειται για ένα πλαίσιο που εμπεριέχει ορισμένες κατευθύνσεις (αναγκαίο συντονισμό φορέων, εμπλοκή τοπικών κοινοτήτων κ.λπ.) για τη διαμόρφωση συγκεκριμένων προγραμμάτων σε διάφορα χωρικά επίπεδα. Επίσης, ποια είναι η ενδεικνυόμενη και αναγκαία προσέγγιση προώθησης των οικοτουριστικών προϊόντων μάρκετινγκ σε διεθνές, εθνικό και σε περιφερειακό επίπεδο.
- ❖ Ποιοι *τύποι ιδιωτικών πρωτοβουλιών (initiatives) και επιχειρησιακών αναπτυξιακών σχεδίων* ενδείκνυται να επιλέγουν και να προωθούν δραστήρια με συγκεκριμένες ενέργειες ενίσχυσής τους (π.χ. κίνητρα).

Στο πλαίσιο της Εθνικής Αναπτυξιακής Στρατηγικής Οικοτουρισμού και με βάση την υιοθετούμενη εννοιολογική και λειτουργική προσέγγιση του οικοτουρισμού, κρίνω σκόπιμο να επισημάνω τα εξής. Στη διαμόρφωση του συνολικού (για όλη τη χώρα) πλέγματος περιοχών οικοτουρισμού και στη συγκρότηση των επιμέρους προϊόντων οικοτουρισμού στις διάφορες περιοχές της χώρας, θεωρείται σκόπιμο και αναγκαίο να ενταχθούν, εκτός από τις γνωστές περιοχές (Εθνικοί Δρυμοί, υγρά τοπία RAMSAR κ.λπ.), οι ακόλουθοι πόροι τουριστικής έλξης, που εντάσσονται σε συγκεκριμένες περιοχές ή δίκτυα διαδρομών / περιηγήσεων:

- ❖ Το δίκτυο καταφυγίων, που περιλαμβάνει κέντρα διαμονής ορειβατών /περιπατητών που ενδιαφέρονται για ορεινές περιηγήσεις, υπαίθρια αναψυχή / άθληση και απόλαυση της ορεινής φύσης¹⁶.
- ❖ Το δίκτυο σπηλαίων, που χαρακτηρίζεται από μεγάλο αριθμό σπηλαίων (η πληθώρα τους συναρτάται με την ύπαρξη ασβεστολιθικών βουνών, που ευνοούν τους καρστικούς σχηματισμούς), ευρύτατη γεωγραφική κάλυψη και ποικιλία φυσικών και πολιτιστικών χαρακτηριστικό¹⁷.
- ❖ Ορισμένοι τόποι ή περιοχές που διακρίνονται ως προς το ελκυστικό φυσικό τοπίο (πανίδα και χλωρίδα), ειδικές υποδομές / ανωδομές, καθώς και ω προς συγκεκριμένες δραστηριότητες (παραγωγή βιολογικών γεωργικών προϊόντων, προστασία οικοσυστημάτων φυλών ζώων κ.λπ.). Ειδικότερα, στις εν λόγω περιοχές εντάσσονται: (i) παράκτιες ζώνες ιδιαίτερης φυσικής έλξης, όπως ζώνες με αμμοθίνες (όπου ζουν σπάνια είδη πουλιών και ερπετών), (ii) ειδικές φάρμες / αγροκτήματα με συγκεκριμένες δραστηριότητες¹⁸, (iii) ορισμένοι τόποι με χαρακτηριστική / ελκυστική πανίδα¹⁹, (iv) βραχονησίδες και μικρά νησιά του Αιγαίου και του Ιονίου²⁰ και (v) διάφορα οικομνησεία, υφιστάμενα (π.χ. το μουσείο φυσικής ιστορίας Απολιθωμένου Δάσους Λέσβου / Σιγρίου) ή δημιουργούμενα²¹.

Ένα αναπτυξιακό πρόγραμμα οικοτουρισμού αναφέρεται συνήθως σε μια συγκεκριμένη περιοχή, προκύπτει από διαδικασίες αξιολόγησης και εναλλακτικών προγραμμάτων, διαμορφώνεται με βάσεις τις κατευθύνσεις της αναπτυξιακής στρατηγικής και συντίθεται από ορισμένες αλληλοσυναρτώμενες παραμέτρους, που διαγράφονται ως εξής:

- ❖ Λεπτομερής προσδιορισμός των *στόχων και αντικειμενικών σκοπών* (λειτουργικοί στόχοι) ανάπτυξης του οικοτουρισμού στην συγκεκριμένη περιοχή. Στόχοι για μια ολοκληρωμένη και αειφόρο ανάπτυξη, που αναφέρονται: (i) στην προώθηση / τόνωση της οικονομικής ανάπτυξης τοπικών κοινοτήτων, (ii) στην προστασία του περιβάλλοντος (π.χ. μέσω προσέλκυσης κεφαλαίων για διαχείριση των φυσικών πόρων), (iii) στην παροχή, στα διάφορα τμήματα της αγοράς, ευκαιριών

¹⁶ Από τα 55 καταφύγια (στοιχεία της Ελληνικής Ομοσπονδίας Ορειβατικών Συλλόγων), ορισμένα (τα 22) βρίσκονται πάνω ή πλησίον του Ευρωπαϊκού Μονοπατιού Μεγάλων Διαδρομών (E4) και ορισμένα κοντά σε Εθνικούς Δρυμούς.

¹⁷ Σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία, τα σπήλαια θεωρούνται *προστατευόμενα φυσικά και πολιτιστικά μνημεία* (Ελληνική Σπηλαιολογική Εταιρεία).

¹⁸ Ως παράδειγμα αναφέρουμε το Αγρόκτημα Αμφίκλεια (δήμος Αμφίκλειας στις ΒΑ υπώρειες του Παρνασσού), που δραστηριοποιείται στην προστασία ελληνικών φυλών αλόγων, στη βιολογική γεωργία και την περιβαλλοντική εκπαίδευση.

¹⁹ Ως παράδειγμα αναφέρουμε: την κοιλάδα με τις πεταλούδες στη Ρόδο (βιότοπος αναπαραγωγής της πεταλούδας *Panaxia Quadripuctaria*), τα αλογάκια της Σκύρου (είδος πόνυ – μια από τις έξι χαρακτηριστικές ελληνικές φυλές αλόγων που διασώζονται), τα ελάφια *Dama dama* (Κάστρο Μύρινας) και τα φοινικόπτερα / φλαμίγκος (Αλυκή Λήμνου).

²⁰ Οργάνωση επισκέψεων / κρουαζιέρων με μικρά πλοία και ειδικούς οδηγούς (naturalist guides) για «φантаστικές θαλάσσιες περιηγήσεις» και επισκέψεις ακτών και τοπίων άγριας φυσικής ομορφιάς.

²¹ Οι διάφοροι τύποι οικομνησείων καλύπτουν: (i) μουσεία «άγριας ζωής» (χλωρίδα και πανίδα σε θαλάσσιο ή χερσαίο χώρο) και φυσικής ιστορίας, (ii) οικομνησεία ειδικών τόπων / παραδοσιακών οικισμών (προβολή της φυσικής / πολιτιστικής ιστορίας) και (iii) οικομνησεία ορισμένων επιμέρους ειδικών κλάδων: δασών – ξυλείας, αμπελοργίας – αναπαραγωγής, αγγαιοπλαστικής, γεωλογικά οικομνησεία (ορυκτών / μεταλλευμάτων).

- υπαίθριας αναψυχής και απόλαυσης της φύσης και (iv) στην προαγωγή της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης / επιμόρφωσης επισκεπτών / τουριστών και ντόπιου πληθυσμού.
- ❖ Επιλογή και οριοθέτηση *περιοχών οικοτουρισμού* (θέσεις και δίκτυα), σε συνάρτηση με τη *σύνθεση / μείγμα του οικοτουριστικού προϊόντος*, δηλαδή τις κύριες γραμμές προϊόντων (product lines) που συνθέτουν το συνολικό προϊόν. Ειδικότερα, λόγω της σημασίας αυτής της παραμέτρου του προγράμματος, επισημαίνεται ότι η σύνθεση ενός οικοτουριστικού προϊόντος θα εξαρτηθεί κυρίως από τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες των φυσικών περιβαλλοντικών πόρων της περιοχής που θα διαμορφώσουν και την Κύρια Γραμμή – I του προϊόντος. Οι δύο συμπληρωματικές και συναρτώμενες γραμμές (Γραμμή II, III) περιλαμβάνουν τοπικά προϊόντα κοινωνικής – πολιτιστικής έλξης και κατανάλωσης (εκθέσεων / εκδηλώσεων, γαστρονομίας / οικολογικής γεωργίας, χειροτεχνίας / λαϊκής τέχνης κ.λπ.) και προϊόντα ανωδομών και υποδομών.
 - ❖ Διακρίβωση και προσδιορισμός των μεγεθών, των κατηγοριών ή τύπων και της διαχρονικής κατανομής της *αγοράς οικοτουρισμού*: δυνάμει μεγέθη και σύνθεση αλλοδαπής και ημεδαπής ζήτησης σε άμεση συνάρτηση με διατιθέμενα προϊόντα οικοτουρισμού.
 - ❖ Προσδιορισμός *συγκεκριμένων έργων και υπηρεσιών* που συναρτώνται με τα οικοτουριστικά προϊόντα και καλύπτουν κυρίως έργα και υπηρεσίες ανωδομών και υποδομών, όπως: (i) συγκροτήματα ή μονάδες καταλυμάτων ειδικών μορφών, (ii) δίκτυα μονοπατιών ή διαδρομές περιήγησης (π.χ. σε φαράγγια, για ορεινή ποδηλασία κ.λπ.) και παρατηρητήρια (π.χ. άγριας πανίδας), (iii) σταθμούς – κέντρα υποδοχής και ενημέρωσης επισκεπτών, και (iv) διαφόρων τύπων οικομουσεία (φυσικής ιστορίας, παραδοσιακών – αγροτικών καλλιέργειών ή βιοτεχνικών δραστηριοτήτων, π.χ. αγγειοπλαστικής κ.λπ.).
 - ❖ Οριοθέτηση πλέγματος *βασικών ρυθμίσεων* (χωροταξικών / περιβαλλοντικών, νομοθετικών, διαχείρισης), που αφορούν διαδικασίες, πρακτικές και φορείς ανάπτυξης.
 - ❖ Προσδιορισμός *επενδυτικού σχεδίου* μακροπρόθεσμης κατανομής δαπανών και χρηματοδοτήσεων από διάφορους φορείς σε συγκεκριμένους τομείς και σε συνάρτηση με τα προσδοκώμενα οφέλη.

Τα μέτρα πολιτικής οικοτουρισμού αφορούν μέσα και πρακτικές υλοποίησης αναπτυξιακών προγραμμάτων, ορθολογικής χωρικής / περιβαλλοντικής ένταξης του οικοτουρισμού σε συγκεκριμένους χώρους, διασύνδεσης / συσχέτισης με άλλες παραγωγικές δραστηριότητες και προώθησης / διαχείρισης των προϊόντων οικοτουρισμού. Ειδικότερα, τα εν λόγω μέτρα εντάσσονται σε τρεις αλληλοεξαρτώμενες κατηγορίες: δομικά μέτρα, διαχειριστικά μέτρα και μέτρα διερευνητικού / μελετητικού και εκπαιδευτικού χαρακτήρα.

- ❖ Στην πρώτη περίπτωση, τα δομικά μέτρα αναφέρονται αφενός στις δημόσιες και ιδιωτικές επενδύσεις στον οικοτουρισμό, αφετέρου στα συναφή, ε τη χωροθέτηση και τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του οικοτουρισμού ρυθμιστικά μέτρα. Η επενδυτική διάσταση των μέτρων οικοτουριστικής πολιτικής έχει ως επίκεντρο αφενός την ποιοτική αναβάθμιση και προστασία των περιβαλλοντικών πόρων και αφετέρου την ανάπτυξη της οικοτουριστικής ανωδομής και συνοδευτικής

υποδομής. Εδώ επισημαίνεται η ανάγκη συντονιστικών δράσεων στην υλοποίηση των επενδυτικών μέτρων οικοτουριστικής πολιτικής, ώστε οι ιδιωτικές επενδύσεις και τα σχετικά έργα να συνδέονται λειτουργικά, χρονικά και χωρικά με τις δημόσιες επενδύσεις και τα σχετικά έργα, με κύριο στόχο τη μεγιστοποίηση της συνέργιας των έργων. Στα θέματα χωροθέτησης του οικοτουρισμού και περιβαλλοντικής προστασίας απαιτείται συντονισμένος σχεδιασμός και μέτρα πολιτικής για τις χρήσεις γης, κυρίως σε επίπεδο νομού. Στη βάση ενός χωροταξικού σχεδιασμού χρήσεων γης θα προβλέπεται και θα πραγματοποιείται η χωρική ένταξη του οικοτουρισμού (θέσεις / ζώνες και δίκτυα οικοτουριστικής ανάπτυξης) σε συνάρτηση με τις άλλες χρήσεις γης, το οικιστικό δίκτυο και τα δίκτυα κοινωνικών.

- ❖ Στη δεύτερη περίπτωση, τα διαχειριστικά μέτρα και μέσα αναφέρονται σε ρυθμίσεις / ελέγχου / κανόνες (μέσω νομοθετικών και διοικητικών πράξεων) της οικοτουριστικής δραστηριότητας και σε οργανωτικά / επιχειρησιακά σχήματα για τη διαμόρφωση / προσέλκυση τμημάτων της τουριστικής αγοράς και ανάδειξη / προώθηση των προϊόντων οικοτουρισμού. Από τα διαχειριστικά μέτρα ιδιαίτερη σημασία έχουν οι πολιτικές μάρκετινγκ που ασκούνται από τους αρμόδιους φορείς, πολιτικές που συνιστούν κύριο εργαλείο προσέλκυσης επιθυμητών τμημάτων της αγοράς αλλά και προβολής των περιβαλλοντικών πόρων. Ως προς τη διαμόρφωση ενός φορέα οικοτουριστικού μάρκετινγκ, και ειδικότερα ως προς τη διοικητική μορφή και οργανωτική / λειτουργική δομή του, επισημαίνεται η ανάγκη προσεκτικής διερεύνησης εάν ένας τέτοιος φορέας θα αποτελέσει μια δημόσια υπηρεσία υπαγόμενη σε κεντρικό φορέα (π.χ. ΕΟΤ) ή έναν ανεξάρτητο οργανισμό υψηλού επαγγελματικού επιπέδου, που θα στηρίζει και θα υποστηρίζεται από ιδιωτικούς / επιχειρηματικούς φορείς.
- ❖ Στην τρίτη περίπτωση, τα μέτρα επενδυτικού και μελετητικού χαρακτήρα αναφέρονται σε δύο κατηγορίες προγραμμάτων: πρόγραμμα εκπαίδευσης – επιμόρφωσης όλων των εμπλεκόμενων στον οικοτουρισμό ατόμων και πρόγραμμα ερευνών / μελετών για τη δημιουργία κατάλληλης βάσης πληροφοριών και στέρεου υπόβαθρου στήριξης των διάφορων σχεδίων, μέτρων και έργων οικοτουριστικής ανάπτυξης. Ένα συνεκτικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα καλύπτει αφενός την επαγγελματική κατάρτιση των απασχολούμενων (ποικίλο στελεχιακό / υπαλληλικό δυναμικό) στον οικοτουρισμό, αφετέρου τους επισκέπτες και τον τοπικό πληθυσμό στις περιοχές οικοτουρισμού. Ένα πρόγραμμα ερευνών / μελετών που προορίζεται ειδικά για τον οικοτουρισμό πρέπει να επικεντρωθεί στους φυσικούς περιβαλλοντικούς πόρους της χώρας και να θεωρηθεί μιας διαχρονικής εμβέλειας δραστηριότητα (μακροχρόνια ερευνητική διαδικασία) που πρέπει να προωθήσει μια ειδική ερευνητική υπηρεσία σε συνεργασία με αρμόδιους τουριστικούς και περιβαλλοντικούς φορείς (π.χ. το ΕΚΠΑΑ – Εθνικό Κέντρο Περιβάλλοντος και Αειφόρου Ανάπτυξης). Μια υπηρεσία που στοχεύει (i) στη συγκέντρωση / αξιολόγηση και διάθεση περιβαλλοντικών πληροφοριακών δεδομένων, (ii) σε ελέγχους των αλλαγών και επιπτώσεων που προκαλούνται στις φυσικές περιοχές (π.χ. στα οικοσυστήματα των εθνικών πάρκων) και (iii) στην εκπόνηση ή ανάθεση ειδικών περιβαλλοντικών μελετών σε φυσικές περιοχές ανάπτυξης (υφιστάμενης ή δυνάμει) διάφορων μορφών ήπιου τουρισμού

Το ευρύτερο αναπτυξιακό πλαίσιο του οικοτουρισμού: κλαδικές διασυνδέσεις και συντονισμός δράσεων φορέων

(α) Κλαδικές διασυνδέσεις. Το διατομεακό ή διακλαδικό πλαίσιο οικοτουριστικής ανάπτυξης αναφέρεται στις σχέσεις, τη διασύνδεση και τη συνδυασμένη ανάπτυξη οικοτουρισμού και ορισμένων άλλων παραγωγικών κλάδων και υπηρεσιών. Παρακάτω διαγράφονται ορισμένοι κλάδοι και δραστηριότητες που παρουσιάζουν δυνατότητες μιας συνδυασμένης (χωρικά και διαχρονικά) ανάπτυξης με τον οικοτουρισμό.

Στον πρωτογενή τομέα, και ειδικότερα σε γεωργικούς κλάδους, επισημαίνονται ορισμένες δυνατότητες ανάπτυξης σε προϊόντα όπως:

- ❖ Χαρακτηριστικά τοπικά ή οικολογικά προϊόντα, τα οποία μπορούν να λειτουργήσουν ως εισροές τοπικής γαστρονομίας ή ως ελκυστικά προϊόντα τοπικής τουριστικής κατανάλωσης (διασυνδεδεμένα με τις μονάδες καταλυμάτων), ή ως προϊόντα με εξαγωγικό προσανατολισμό (π.χ. οικολογικό λάδι και οπωροκηπευτικά, κρασιά ποιότητας, βρώσιμη ελιά, μαστίχα κ.λπ.).
- ❖ Χαρακτηριστικά αρωματικά φυτά, άνθη και θεραπευτικά βότανα, σε συνάρτηση με ανθοκομικά κέντρα, βοτανικούς κήπους αλλά και πρότυπες οργανώσεις (συνεταιρισμοί, εταιρείες), όπως π.χ. επιχειρήσεις αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών.

Σε ό,τι αφορά τους κλάδους της κτηνοτροφίας, των δασών και της αλιείας επισημαίνονται οι δυνατότητες ανάπτυξης:

- ❖ Ορισμένων χαρακτηριστικών και αγνών ζωοκομικών προϊόντων (π.χ. τυρί, γιαούρτι).
- ❖ Δασικών προϊόντων, με εισροές σε τοπικές παραδοσιακές βιοτεχνίες (ξύλοτεχνία), και κυρίως χαρακτηριστικών δασικών περιοχών που εντάσσονται σε χερσαία οικοσυστήματα ή δίκτυα πάρκων υπαίθριας αναψυχής – περιήγησης.
- ❖ Αλιευτικών προϊόντων, ως προϊόντων τοπικής γαστρονομίας και τουριστικής έλξης, με την προϋπόθεση και στο πλαίσιο επίλυσης των οξυτάτων προβλημάτων που αντιμετωπίζει η παραδοσιακή παράκτια αλιεία λόγω της φθίνουσας πορείας της (υποδομές, υποβάθμιση – μείωση στοκ ή αλιευτικών πεδίων κ.λπ.). Επίσης επισημαίνεται η δυνατότητα ορθολογικής χωροθέτησης ιχθυοκαλλιεργειών και αποτελεσματικής προστασίας και διαχείρισης θαλάσσιων οικοσυστημάτων.

Σε ό,τι αφορά το δευτερογενή τομέα και ορισμένους κλάδους όπως μεταποίηση, βιοτεχνία, ενέργεια, επισημαίνονται και εντοπίζονται:

- ❖ Κλάδοι βιοτεχνίας και παραδοσιακής – καλλιτεχνικής χειροτεχνίας: δυνατότητες ποσοτικής και ποιοτικής αύξησης παραγωγής προϊόντων (artifacts) τουριστικής κατανάλωσης, που συμβάλλουν στην ενίσχυση τοπικών εισοδημάτων και στην ενίσχυση της τουριστικής έλξης πολλών περιοχών (σε συνάρτηση με μουσεία – συλλογές – εκθέσεις). Επιλεκτικά αναφέρονται: η κεραμική – αγγειοπλαστική, η λιθογλυπτική, η υφαντική, η ξυλογλυπτική (τέμπλα, κασέλες, μικροαντικείμενα) και η καλαθοπλεκτική.
- ❖ Ενεργειακοί κλάδοι: δυνατότητες αξιοποίησης / εφαρμογής αιολικών, ηλιακών και γεωθερμικών συστημάτων (υπάρχουν αξιόλογα γεωθερμικά πεδία σε πολλές

- περιοχές), για εξοικονόμηση ενέργειας και προστασία του περιβάλλοντος και σε συνδυασμό (σε ορισμένες περιπτώσεις) με παθητικά συστήματα (εξωτερικά κελύφη κτιρίων).
- ❖ Κλάδος μεταποίησης παραγωγής γεωργικών, κτηνοτροφικών και αλιευτικών προϊόντων: σε σχέση με όσα αναφέρθηκαν παραπάνω στον πρωτογενή τομέα.

Στον τριτογενή τομέα και σε σχέση με τον οικοτουρισμό, οι αναπτυξιακές δυνατότητες επικεντρώνονται στη δημιουργία επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών και συνακόλουθα θέσεων εργασίας, σε κλάδους όπως οι παρακάτω:

- ❖ Πληροφοριακή / τηλεματική: προϊόντα και υπηρεσίες οργάνωσης οικοτουριστικών επιχειρήσεων, ενημέρωσης τουριστών, τηλεπληροφοριακών ιδιαίτερα χρήσιμων στον ορεινό και νησιωτικό χώρο, ειδικά για ορισμένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως ο οικοτουρισμός.
- ❖ Διαμόρφωση – προστασία και εξυγίανση – διαχείρισης του φυσικού (χαρακτηριστικά φυσικά τοπία, χερσαία και θαλάσσια οικοσυστήματα) και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος (μνημεία, παραδοσιακοί οικισμοί): πρόκειται για ποικίλες υπηρεσίες (επιχειρήσεις, εταιρείες κ.λπ.) μελέτης ή προστασίας – συντήρησης των περιβαλλοντικών πόρων και της σχετικής τουριστικής ανωδομής και υποδομής. Σημειώνεται ειδικότερα ότι ο περιβαλλοντικός πλούτος της χώρας (βασικό στοιχείο τουριστικής έλξης) και η αποτελεσματική προστασία του απαιτεί και εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό και ενίσχυση των τοπικών παραδοσιακών «τεχνολογιών- γνώσεων» (know how), σε συνδυασμό με σύγχρονες τεχνολογίες.
- ❖ Δίκτυα διατηρητέων περιοχών με παραδοσιακές καλλιέργειες, που, επιλεκτικά και αντιπροσωπευτικά ως προς το χώρο, προστατεύονται και αναπτύσσονται σε συνάρτηση και με υποστήριξη ολόκληρου του πλέγματος ανθρώπινων πόρων και παραδοσιακών πρακτικών / τεχνικών / μεθόδων / εργαλείων (δημιουργία θεματικών πάρκων ή οικομουσείων).

Σύμφωνα με τα παραπάνω, ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στη συσχέτιση και το συντονισμό (σε επίπεδο σχεδιασμού μέτρων πολιτικής και αναπτυξιακών δράσεων) της οικολογικής γεωργίας με τον οικοτουρισμό και τον αγροτουρισμό.

Η οικολογική γεωργία προσεγγίζει τη φύση με φιλικό τρόπο προσαρμοζόμενη στους φυσικούς ρυθμούς ανάπτυξης και συνδυάζοντας παραδοσιακές εμπειρίες και την πλέον προωθημένη σχετική τεχνολογία. Οι εφαρμοζόμενες μέθοδοι έχουν στόχο να συνδυάζουν την ανθρώπινη ανάγκη υγιεινής διατροφής με την προστασία της φύσης. Ακόμα και τα χρησιμοποιούμενα φάρμακα είναι προϊόντα της φύσης και όχι χημικά φυτοφάρμακα. Εκτός από την τοπική κατανάλωση και τις εξαγωγές, τα παραγόμενα προϊόντα της οικολογικής γεωργίας αποτελούν σημαντικούς πόρους έλξης για τους τουρίστες, και ειδικότερα τους οικοτουρίστες. Στην Ελλάδα βρίσκονται σε εξέλιξη βιοκαλλιέργειες σε ορισμένες περιοχές της χώρας²², στις οποίες παράγονται αγνά και υγιεινά προϊόντα, που διατίθενται στην αγορά.

²² Σύμφωνα με στοιχεία του Συλλόγου Οικολογικής Γεωργίας, υπάρχουν 18 περιοχές στις οποίες παράγονται διάφορα προϊόντα, όπως οπωροκηπευτικά / λαχανικά, εσπεριδοειδή, κρασί, λάδι, αρωματικά και φαρμακευτικά φυτά, ζωοκομικά προϊόντα κ.λπ.

(β) Συνεργασία και συντονισμός δράσεων φορέων. Εκείνο που θεωρείται κατ' αρχάς βασική προϋπόθεση για μια ολοκληρωμένη ανάπτυξη του οικοτουρισμού είναι η αποτελεσματική συνεργασία μεταξύ των αρμόδιων φορέων (κεντρικοί, περιφερειακοί, τοπικοί, δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς), με σκοπό το συντονισμό δράσεων / ενεργειών στη διαμόρφωση, υλοποίηση και διαχείριση αναπτυξιακών σχεδίων οικοτουρισμού. Τόσο οι κλαδικές διασυνδέσεις του οικοτουρισμού όσο και ο σχεδιασμός και η υλοποίηση σχετικών προγραμμάτων (αγροτικής ανάπτυξης, περιβαλλοντικής προστασίας, προστασίας φυσικών και πολιτιστικών πόρων κ.λπ.) απαιτούν λειτουργικές διασυνδέσεις (σύγκλιση απόψεων, συνεργασία, συντονισμό δράσεων) μεταξύ φορέων ή οργανισμών σε διάφορα χωρικά επίπεδα. Επίσης, η συνεργασία με διεθνείς οργανισμούς αλλά και σχετικούς φορείς άλλων χωρών μπορεί να συμβάλει (με τη γνώση των εμπειριών τους) στην καλύτερη δυνατή διαμόρφωση μέτρων οικοτουριστικής πολιτικής.

Σχετικά με τις ενέργειες ή δράσεις ορισμένων αρμόδιων φορέων, παρακάτω διαγράφεται ένα γενικό πλαίσιο βασικών ζητημάτων και αντίστοιχων πολιτικών που πρέπει να προωθήσουν (επιλεκτικά, κατά προτεραιότητα και συντονισμένα) οι εν λόγω φορείς, στο πλαίσιο μιας ενιαίας αναπτυξιακής στρατηγικής οικοτουρισμού.

- ❖ *Υπουργείο Ανάπτυξης / ΕΟΤ.* Όπως συνάγεται από τις προηγούμενες αναλύσεις, οι μελλοντική ανάπτυξη του οικοτουρισμού, που σήμερα βρίσκεται σε εμβρυϊκή μορφή ανάπτυξης στη χώρα μας, θα πρέπει κατ' αρχάς να ενταχθεί σε μια ενιαία *στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης* της χώρας. Απαιτείται μια μακροπρόθεσμη στρατηγική, που θα βασίζεται σε εμπειριστατωμένη ανάλυση της διεθνούς αγοράς (διαπίστωση κυρίως της μελλοντικής διάρθρωσης της ζήτησης στον ευρωπαϊκό / μεσογειακό χώρο), σε άμεση συνάρτηση με τη σύνθεση του τουριστικού προϊόντος. Μια τέτοια στρατηγική βασίζεται σε μια πρόταση προσφοράς που λαμβάνει υπόψη τις τάσεις / προοπτικές της ζήτησης, κυρίως όμως στηρίζεται σε μια εμπειριστατωμένη αξιολόγηση των περιβαλλοντικών πόρων της χώρας και της δύναμει συμβολής τους σε μια αειφορική τουριστική ανάπτυξη. Ο σχεδιασμός του οικοτουρισμού θα πρέπει να προωθηθεί και να ολοκληρωθεί μέσω συγκεκριμένων και συντονισμένων δράσεων με άλλους φορείς αλλά και σε συνεργασία με οργανώσεις του ιδιωτικού τομέα και επιστημονικούς οργανισμούς, ινστιτούτα και εταιρείες²³.
- ❖ *ΥΠΕΧΩΔΕ / Υπουργείο Γεωργικής Ανάπτυξης.* Οι σχετικές δράσεις των εν λόγω φορέων (σε συνεργασία και με άλλους φορείς ή οργανισμούς) επικεντρώνονται: (i) στη διαμόρφωση και υλοποίηση προγραμμάτων και σχεδίων (π.χ. χρήσεων γης), στη ρύθμιση / διαχείριση και προστασία / αναβάθμιση ολόκληρου του πλέγματος φυσικών περιοχών της χώρας ή του δικτύου προστατευόμενων φυσικών περιοχών, αλλά και στην παράλληλη αναγκαία επέκταση του εν λόγω δικτύου με τη δημιουργία νέων Εθνικών Δρυμών και θαλάσσιων πάρκων, καθώς και στη διαμόρφωση ειδικών ζωνών απόλυτης προστασίας της φύσης (biosphere reserves). (ii) Στην προώθηση σε επιλεγμένες αγροτικές περιοχές της *οικολογικής γεωργίας*, που τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί δυναμικά σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες. Με τη χρήση συγκεκριμένων κινήτρων μπορεί να επιτευχθεί η

²³ Για παράδειγμα: Διεπιστημονικό Ινστιτούτο Περιβαλλοντικών Ερευνών (ΔΙΠΕ), Ελληνική Εταιρεία Προστασίας της Φύσης, Ελληνικό Κέντρο Βιοτόπων – Υγροτόπων (ΕΚΒΥ), Μουσείο Γουλανδρή Φυσικής Ιστορίας κ.λπ.

ενθάρρυνση της παραγωγής οικολογικών / βιολογικών προϊόντων υγιεινής διατροφής, η οποία θα έχει ευνοϊκές επιδράσεις στον τοπικό πληθυσμό και θετική συμβολή στον οικοτουρισμό. (iii) Στην αντιμετώπιση συγκεκριμένων προβλημάτων / απειλών και καταστροφών / υποβάθμισης φυσικών πόρων που οφείλονται σε παράνομες ενέργειες (π.χ. αυθαίρετες οικοδομές, χρήση κύριας κατοικίας ως παραθεριστικής), σε «λαθροεκμεταλεύσεις»²⁴ (από λαθροκυνηγούς, βοσκούς, υλοτόμους κ.λπ.), σε λανθασμένες χωροθετήσεις (π.χ. ιχθυοκαλλιέργειες) και σε ελλιπείς ελέγχους και διαχείριση φυσικών πόρων (δασικές πυρκαγιές).

- ❖ *Υπουργείο Πολιτισμού / Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων.* Σε σχέση με την ανάπτυξη του οικοτουρισμού, διακρίνονται δύο βασικοί τομείς δράσεων από πλευράς των δύο υπουργείων: (ii) Επιλεκτική ανάπτυξη και αναβάθμιση *πολιτιστικών πόρων* που εντάσσονται ή βρίσκονται κοντά σε περιοχές οικοτουρισμού. Ιδιαίτερα σημαντική θεωρείται η ένταξή τους σε ειδικά διαμορφωμένες διαδρομές (μονοπάτια) πολιτιστικής κληρονομιάς (heritage trails), που, όπως διαπιστώνεται σε πολλές περιπτώσεις, εντάσσονται ή διασυνδέονται με περιοχές και δίκτυα οικοτουρισμού. Σχετικά με τη χρηματοδότηση της προσπάθειας αυτής, θα πρέπει να εξετασθεί η δυνατότητα ίδρυσης ειδικού ταμείου πολιτιστικής κληρονομιάς (heritage fund), που θα προσελκύσει κεφάλαια από διάφορες πηγές (π.χ. οργανώσεις / άτομα της ελληνικής διασποράς). (ii) Διαμόρφωση και προώθηση, γενικά, σε όλα τα εκπαιδευτικά επίπεδα (από δημοτικό μέχρι πανεπιστήμιο) προγραμμάτων περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, με μαθήματα και δραστηριότητες (π.χ. επισκέψεις στην ύπαιθρο) που στοχεύουν στην ερμηνεία / κατανόηση της αξίας των πόρων φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά και στις προϋποθέσεις / όρους και στις ενδεικνυόμενες ενέργειες για περιβαλλοντική προστασία και αειφόρο ανάπτυξής τους. Ειδικότερα, κρίνεται σκόπιμη η ίδρυση περιφερειακού δικτύου *Ειδικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων Περιβάλλοντος*, τα οποία, σε συνεργασία με υφιστάμενες περιβαλλοντικές / οικολογικές οργανώσεις, θα προωθούν προγράμματα εκπαίδευσης / κατάρτισης, αφενός περιφερειακών, νομαρχιακών και δημοτικών / τοπικών φορέων, αφετέρου διαφόρων τοπικών οργανώσεων (π.χ. συνεταιρισμών), με στόχο τη διαχείριση των πόρων, την παραγωγή οικολογικών προϊόντων κ.λπ.

Ο οικοτουρισμός στη Κρήτη

Ο προβληματισμός για τις πιθανές επιπτώσεις του οικοτουρισμού στα οικοσυστήματα, όπως παρουσιάζεται σ' αυτό το δημοσίευμα του tourism - review μπορεί να μας φανεί υπερβολικός ή και ύποπτος. Λαμβάνοντας όμως υπόψη τον τρόπο που εφαρμόζονται τέτοιες επενδύσεις δήθεν οικολογικού τύπου, ακόμη και στην χώρα μας (Βλέπε Κάβσο

²⁴ Ως παράδειγμα αναφέρω την ανάγκη διαμόρφωσης και προώθησης (σε συνεργασία με αρμόδιους φορείς) ενός αποδεκτού πλαισίου ρυθμίσεων για το κυνήγι που να καλύπτει όλες τις περιοχές της χώρας, ενός πλαισίου που να καλύπτει και να αλληλοσυναρτά (i) όρους κυνηγιού (συμβατές σχέσεις περιβαλλοντικής προστασίας και κυνηγετικών δραστηριοτήτων), (ii) χωρικές ρυθμίσεις (οριοθέτηση κυνηγετικών ζωνών), (iii) χρονικές ρυθμίσεις (διάρκεια κυνηγετικής περιόδου), και (iv) επιτρεπόμενα όρια θήρευσης, κανόνες ασφαλείας και προϋποθέσεις κυνηγιού (άδεια, εκπαίδευση, φόρος).

Σίδερο – Βάι της Μονής Τοπλού), στην πραγματικότητα μπορεί να γίνουν μια θανάσιμη απειλή για τα οικοσυστήματα και τις τοπικές κοινωνίες.

Ο οικοτουρισμός θεωρείται από πολλούς ως η λύση στην αντιμετώπιση των διαρκώς αυξανόμενων αρνητικών επιπτώσεων που προκαλεί ο τουρισμός στο περιβάλλον. Οι οικοτουρίστες ταξιδεύουν σε περιοχές σπάνιας φυσικής ομορφιάς και οικολογικής ποιότητας και πρέπει να προσπαθούν να περιορίζουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού. Αλλά όλα αυτά ισχύουν μόνο στη θεωρία. Η πραγματικότητα είναι κάπως διαφορετική.

Ο οικοτουρισμός μπορεί να προκαλέσει αρνητικές επιπτώσεις στις μέχρι πριν από λίγο καιρό προστατευμένες περιοχές, καθώς κατασκευάζονται διαρκώς νέα καταλύματα και χώροι για κατασκήνωση σε περιοχές όπου μέχρι πριν από λίγο καιρό υπήρχαν δάση. Οι οικοτουρίστες με τα μεγάλα και βαριά οχήματά τους μπορούν να καταστρέψουν το έδαφος και να προκαλέσουν αναπόφευκτες ζημιές τόσο στην χλωρίδα όσο και την πανίδα. Ως παραδείγματα καταστροφικών επιδράσεων του οικοτουρισμού στο περιβάλλον μπορούμε να αναφέρουμε το Εθνικό Πάρκο του Masai Mara στην Κένυα και την Προστατευόμενη Περιοχή του Ngorongoro στην Τανζανία. Και στις δύο περιοχές, η κατασκευή καταλυμάτων και η χωροθέτηση θέσεων για κατασκήνωση οδήγησαν σε υψηλού βαθμού αποδάσωση στα μικρά παραποτάμια δάση που υπήρχαν εκεί, λόγω της βουλμίας των οικοτουριστών για καυσόξυλα για μαγείρεμα και θέρμανση. Ένας ντόπιος κάτοικος στην περιοχή του Masai Mara τόνισε: «Ο τουρισμός αναπτύχθηκε χωρίς κανένα περιορισμό. Κατασκευάστηκαν τόσα πολλά καταλύματα, χρησιμοποιήθηκαν τόσα πολλά καυσόξυλα και δεν υπήρξε κανένας περιορισμός στα οχήματα των τουριστών. Συνήθως οι τουρίστες αρέσκονται να οδηγούν εκτός δρόμου και έτσι καταστρέφουν την άγρια ζωή. Τα οχήματά τους διασχίζουν όλη την προστατευόμενη περιοχή του Masai Mara, από άκρη σε άκρη. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να διαβρώνεται το έδαφος και να υποβαθμίζεται ολόκληρη η περιοχή.»

Εκτός από το περιβάλλον, οι κάτοικοι των οικοτουριστικών προορισμών υποφέρουν και αυτοί από την οικοτουριστική ανάπτυξη. Συχνά αναγκάζονται να εγκατασταθούν σε νέες περιοχές χωρίς να τους δίνεται καμία αποζημίωση, επειδή υπάρχει ανάγκη να φτιαχτεί ένα ακόμα κυνηγετικό πάρκο ή να κατασκευαστούν νέες τουριστικές υποδομές. Ο οικοτουρισμός καταστρέφει επίσης τις παραδοσιακές αξίες των τοπικών κοινωνιών και συνήθως δεν έχει θετική επίδραση στις τοπικές κοινότητες. Ιδιαίτερα οι νέοι επηρεάζονται περισσότερο, καθώς υιοθετούν τις νέες συνθήκες. Αυτό οδηγεί στην πορνεία και στην εξάπλωση του AIDS. Έτσι, ο οικοτουρισμός μερικές φορές δεν προστατεύει το περιβάλλον, ούτε προάγει τις τοπικές κουλτούρες.

Ο παραδοσιακός τρόπος τουρισμού (ήλιος θάλασσα) εμπλουτίζεται με περισσότερα είδη τουρισμού που απευθύνεται τουρισμού που απευθύνονται σε διαφορετικές κατηγορίες ατόμων, όπως είναι: Οικοτουρισμός, Αγροτουρισμός, Χειμερινός τουρισμός, Ορεινός τουρισμός, Συνεδριακός τουρισμός, Αθλητικός τουρισμός, Κοινωνικός τουρισμός, κ.α.

1. Ορεινός τουρισμός: Η άνοδος του ορεινού τουρισμού, στη χώρα μας ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, συνδέεται με την αλλαγή σε συνήθειες (ανάγκη κυρίως για άθληση) αλλά και την επιθυμία / δυνατότητα αναψυχής καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου. Και στη περίπτωση όμως αυτή υπάρχουν σημαντικές ενδείξεις για προβλήματα περιβαλλοντικής υποβάθμισης σε περιοχές κύρια με χειμερινές αθλητικές εγκαταστάσεις, όπως: διάβρωση, υποβάθμιση βιοτόπων κ.α. Κύρια αιτία για αυτό είναι η συγκέντρωση

μεγάλου αριθμού επισκεπτών σε σχετικά μικρή χρονική περίοδο, η ανέγερση των σχετικών εγκαταστάσεων και υποδομών, ο θόρυβος, η κίνηση, η παραγωγή αποβλήτων κ.α. (ΥΠΕΧΩΔΕ 1994). Γενικά ο ορεινός τουρισμός είναι πολύ συχνά υπεύθυνος για μια σειρά από επιπτώσεις όπως:

- ❖ Ρύπανση, θόρυβος, διάβρωση του εδάφους και υποβάθμιση ευαίσθητων οικοσυστημάτων. - Ανεξέλεγκτη άσκηση δραστηριοτήτων όπως κατασκήνωση, ποδήλατο βουνού, οδήγηση με οχήματα ειδικών διαδρομών μπορεί να προκαλέσουν σημαντικά προβλήματα υποβάθμισης στη χλωρίδα και πανίδα μιας περιοχής.
- ❖ Η παροχή ορισμένων διευκολύνσεων όπως χώροι στάθμευσης, μονοπάτια και άνοιγμα νέων δρόμων σε ευαίσθητες περιοχές οδηγεί σε σημαντική περιβαλλοντική υποβάθμιση.
- ❖ Η άσκηση διαφόρων δραστηριοτήτων αναψυχής (κυνήγι, φωτογραφία) μπορεί να προκαλέσει κοινωνικές συγκρούσεις. Οι τουρίστες δεν κατανοούν πάντα τους περιορισμούς στο δικαίωμα της ελεύθερης πρόσβασης στη φύση και συχνά παραβιάζουν τους "άγραφους" νόμους και τους κώδικες επικοινωνίας αλλά και τους θεσπισμένους κανονισμούς.
- ❖ Η δημιουργία υποδομής για χειμερινά σπορ προκαλεί συχνά αποδάσωση, διάβρωση του επιφανειακού εδάφους και καταστροφή της βλάστησης.
- ❖ Προβλήματα διάθεσης απορριμμάτων.

Οι ορεινές περιοχές όπως ακριβώς και οι νησιώτικες αποτελούν περιοχές σε απομόνωση όπου ο τουρισμός είναι δυνατό να συμβάλει ουσιαστικά στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη όταν βέβαια υπακούει και σέβεται τις τοπικές ιδιαιτερότητες. Η Ευρωπαϊκή Ένωση στηρίζει τις προσπάθειες ανάπτυξης ήπιων τουριστικών δραστηριοτήτων οι οποίες δρουν συμπληρωματικά στο εισόδημα των μόνιμων κατοίκων. Στις περιοχές αυτές εκτός από τις αθλητικές δραστηριότητες που συνήθως φιλοξενούνται είναι δυνατό να αναπτυχθούν ποικίλες άλλες όπως η πεζοπορία, ο αγροτουρισμός, κ.α. Στο πλαίσιο αυτό στηρίζεται η αναπαλαίωση συντήρηση ιστορικών κέντρων, η κατασκευή καταφυγίων, η αναγνώριση και χάραξη μονοπατιών κ.α. (Comite Economique et Social, 1990).

Το είδος αυτό του τουρισμού μπορεί να αποβεί ιδιαίτερα θετικό τόσο για τις τοπικές κοινωνίες όσο και για τον ίδιο τον επισκέπτη ο οποίος έχει την δυνατότητα να έρθει σε επαφή με την φύση αλλά και να γνωρίσει τον διαφορετικό τρόπο ζωής των ανθρώπων στις περιοχές αυτές. Χαρακτηριστική περίπτωση ορεινού τουρισμού με οικισμούς που διακρίνεται για αρχιτεκτονική τους αξία είναι το Πήλιο.

Η περιοχή πέρα από τη μοναδική της φυσική ομορφιά μπορεί να θεωρηθεί ως πραγματικό μουσείο λαϊκής τέχνης (ξυλογλυπτική, ζωγραφική, λιθογραφική). Η μοναδικότητα του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος της περιοχής αποτελούν τον πόλο έλξης για χιλιάδες επισκέπτες ιδιαίτερα τους χειμερινούς μήνες. Η σημαντική αυτή εναλλακτική δραστηριότητα συμβάλει αποφασιστικά στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής και κατ' επέκταση στην συγκράτηση του πληθυσμού και ιδιαίτερα του ενεργού (νέοι /νέες). Μια άλλη χαρακτηριστική περίπτωση της χώρας μας είναι και τα Ζαγοροχώρια στην Ήπειρο.

Στη Κρήτη με τους ορεινούς όγκους, την βιοποικιλότητα που διαθέτουν, τα μονοπάτια, οικισμούς όπως τα Ανώγεια, και περιοχές όπως ο Γιούχτας θα μπορούσαν να

αποτελέσουν ιδανικές περιοχές ορεινού τουρισμού, αλλά δεν υπάρχουν υποδομές και πολιτική βούληση.

2. Τουρισμός σε περιοχές με ιδιαίτερη οικολογική αξία: Τα τελευταία χρόνια αυξάνεται το ενδιαφέρον των επισκεπτών για περιοχές με ιδιαίτερη οικολογική αξία όπως: υγρά τοπία, δάση, δέλτα, φυσικά μνημεία (π.χ. υδροβιότοποι Αγίας, Γεωργιούπολης, λ. Κουρνά, π. Κουρταλιώτη, π. Πρέβελης, λ. Ελούντας, φοινικοδάσους Βάι, Ξηρόκαμπου Ζήρου, ένα από τα μοναδικά μνημεία της φύσης το φαράγγι της Σαμαριάς κ.α.). Και μόνο η συνειδητοποίηση της φυσικής ομορφιάς, η επιθυμία για επαφή με τη φύση, η αναζήτηση ενός διαφορετικού τρόπου ζωής, δημιουργούν την απαίτηση για προστασία και ένα νέο ρεύμα τουριστών.

Το αυξημένο αυτό ενδιαφέρον συμβάλλει ταυτόχρονα στη συνειδητοποίηση της αξίας της περιοχής τόσο από τους μόνιμους κατοίκους όσο και από τους κρατικούς φορείς, επιταχύνοντας έτσι ή απλά ενισχύοντας τα μέτρα διαχείρισης και προστασίας της περιοχής. Η απουσία βέβαια σωστού ελέγχου της ροής των επισκεπτών ή η άσκηση δραστηριοτήτων μη συμβατών με την ευαισθησία του χώρου μπορούν να τραυματίσουν ανεπανόρθωτα ορισμένες φορές το οικοσύστημα.

Ειδική αναφορά πρέπει να κάνουμε για το φαράγγι της Σαμαριάς που βρίσκεται στην επαρχία Σφακίων του νομού Χανίων, βραβευμένο από την Ευρωπαϊκή Ένωση για την άγρια ομορφιά και τη σπάνια βιοποικιλότητά του και χαρακτηρισμένο ως Εθνικός Δρυμός, οπότε τυγχάνει απολύτου προστασίας, αποτελεί πόλο έλξης για χιλιάδες τουρίστες κάθε χρόνο. έχει συνολικό μήκος 18 χλμ, πλάτος που κυμαίνεται από 3 έως 40 μέτρα και ύψος που φθάνει μέχρι τα 600 μ.

Η εξάρτηση της ποιότητας περιβάλλοντος και τουρισμού φαίνεται να συνειδητοποιείται σταδιακά ειδικά στον τομέα αυτό, όπως προκύπτει από τις παρακάτω δραστηριότητες:

- ❖ Οι ίδιοι οι τουρίστες επιδιώκουν την παραμονή και επαφή τους με ένα περιβάλλον που δεν είναι υποβαθμισμένο. Ενδιαφέρονται για την φυσική και πολιτιστική ταυτότητα του χώρου που επιλέγουν να επισκεφθούν.
- ❖ Οι τοπικοί παράγοντες συνειδητοποιώντας τη νέα αυτή πραγματικότητα επιδιώκουν την διατήρηση και ανάδειξη των φυσικών χαρακτηριστικών της περιοχής τους.

Οι τουριστικοί παράγοντες στηρίζουν την προσέλκυση των τουριστών στην παρουσίαση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του περιβάλλοντος μιας περιοχής.

Κρητικά προϊόντα και οικοτουρισμός

Η προώθηση των τοπικών προϊόντων στην τουριστική αγορά, αποτελεί ένα υψηλό στόχο για την Κρήτη. Αυτό μπορεί να υλοποιηθεί με δραστηριότητες οικοτουρισμού και κυρίως αγροτουρισμού.

Παρότι είναι ένας στόχος «κοινής λογικής» και αμοιβαία επωφελής για την τοπική γεωργία και τον τουρισμό, φαίνεται στην πράξη δύσκολος για να επιτευχθεί πλήρως, εξ' αιτίας σειράς προβλημάτων που πρέπει να αντιμετωπισθούν τόσο στην γεωργία όσο και στον τουρισμό μας.

Ειδικά για την Κρήτη (το ίδιο ισχύει και για την Κύπρο) που είναι ένα νησί απομακρυσμένο από τις αγορές, είναι παράλογο να αναζητούνται αγορές για τα αγροτικά

της προϊόντα σε μεγάλες αποστάσεις (με την ανάλογη επιβάρυνση), όπως στην Ευρώπη, Αμερική κ.τ.λ. όταν δεν εξαντλείται η τοπική αγορά.

Κάθε χρόνο στην Κρήτη έρχονται 2,5 εκ. τουρίστες (το 21% της ελληνικής τουριστικής αγοράς) οι οποίοι παραμένουν εδώ κατά μέσο όρο 8 ημέρες. Εάν αυτό το δυναμικό, κατά την εδώ παραμονή του, το δούμε ως καταναλωτές των αγροτικών προϊόντων δίνεται μία σημαντική δυνατότητα απορρόφησης τους.

Η κατεύθυνση της σύνδεσης τουρισμού – γεωργίας δίνει μια διέξοδο στα τόσα αδιέξοδα και προβλήματα που αντιμετωπίζει ο γεωργικός τομέας σ' όλες τις περιοχές, αλλά ειδικότερα στις απομακρυσμένες νησιώτικες και τουριστικές, όπως είναι η Κρήτη και η Κύπρος.

Η Ευρώπη γνώριζε έως πολύ πρόσφατα δύο είδη γεωργίας: μια «κλασσική γεωργία» που εφαρμόζεται στο μεγαλύτερο μέρος του Ευρωπαϊκού χώρου και είναι η βιομηχανική γεωργία, η γεωργία της μεγάλης παραγωγής, η οποία βασίζεται στην εντατικοποίηση και στην αυξημένη αποδοτικότητα με τεχνικές βελτίωσης, όχι πάντα «αθώες» για την υγεία και το περιβάλλον. μια «παραδοσιακή γεωργία» στις λιγότερο ευνοημένες περιοχές, ορεινές, νησιώτικες κ.τ.λ. όπως είναι της Κρήτης.

Το πρώτο μοντέλο της κλασσικής γεωργίας περιήλθε σε κρίση. Δέχτηκε το μοιραίο κτύπημα στην αχίλλειο πτέρνα του, που είναι η ποιότητα και η υγιεινή των τροφίμων (τρελές αγελάδες, διοξίνες κ.λπ.).

Αυτόματα το μειονέκτημα του πρώτου μοντέλου μπορεί να γίνει το μεγάλο πλεονέκτημα του δεύτερου μοντέλου, αρκεί να γίνουν ορισμένα προσθετικά βήματα βελτίωσης και να αποδώσει η παραδοσιακή γεωργία προϊόντα και τρόφιμα εγγυημένης ποιότητας που να καλύπτουν τις απαιτήσεις του σύγχρονου καταναλωτή. Να λοιπόν ένα ανοικτό πεδίο και μία πρόκληση που καλείται να εκμεταλλευτεί η Κρητική γεωργία. Πρωτίστως μπροστά στον διατροφικά ταλαιπωρημένο Ευρωπαίο επισκέπτη του νησιού.

Η παραδοσιακή Κρητική διατροφή, η οποία βασίζεται στα προϊόντα που παράγει η Κρητική γη, είναι –αποδεδειγμένα- η υγιεινή διατροφή. Το μήνυμα αυτό ας το υιοθετήσει πλήρως ο τουρισμός της Κρήτης και ας το εφαρμόσει στις υπηρεσίες τις οποίες παρέχει.

Η Κρήτη διαθέτει 110.000 περίπου ξενοδοχειακές κλίνες (44% Ν. Ηρακλείου, 20% Ν. Ρεθύμνου, 18% Ν. Χανίων και 17% Ν. Λασιθίου) και 83.000 κλίνες ενοικιαζομένων δωματίων και τουριστικών κατοικιών.

Οι κουζίνες όλων αυτών των τουριστικών μονάδων δεν έχουν υιοθετήσει το πρότυπο της Κρητικής διατροφής, δεν χρησιμοποιούν αποκλειστικά τοπικά προϊόντα. Σημαντικά βήματα έχουν γίνει τα τελευταία χρόνια, ωστόσο η απόσταση που πρέπει να διανυθεί είναι ακόμα μεγάλη. Ενδεικτικά στις μονάδες Α' κατηγορίας υπολογίζεται ότι η κατανάλωση ελαιολάδου είναι μόνο το 23% της συνολικής κατανάλωσης ελαίων, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό αντιστοιχεί στα σπορέλαια.

Ο κύριος λόγος που επικαλούνται οι τουριστικές μονάδες είναι οι τιμές των προϊόντων. Θεωρούν δηλαδή ότι τα Κρητικά αγροτικά προϊόντα είναι ακριβά σε σχέση με άλλες επιλογές που έχουν και ότι τα περιθώρια δαπανών τους είναι περιορισμένα εξ' αιτίας του τιμολογίου τουριστικών υπηρεσιών που διαμορφώνεται κάθε φορά.

Είναι ανάγκη ταυτόχρονα με την προώθηση και την εξασφάλιση της ποιότητας των τοπικών αγροτικών προϊόντων, να προώθηση και την εξασφάλιση της ποιότητας των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών.

Ο Κρητικός τουρισμός πρέπει στο σύνολο του να αποκτήσει το στοιχείο της μοναδικότητας του. Πρέπει να αποκτήσει την ιδιαίτερη ταυτότητά του ενσωματώνοντας τις άυλες και υλικές αξίες του χώρου του. Αυτό θα αναβαθμίσει ποιοτικά, θα τον κάνει διακριτό, ελκυστικό επιζητούμενο και ισχυρό τουριστικό προορισμό.

Με τον οικοτουρισμό στην Κρήτη προσβλέπουμε σήμερα η οικολογία και ο τουρισμός να συμβάλλουν στην ενίσχυση της οικονομίας μας, λειτουργώντας συμπληρωματικά και αλληλοβοηθητικά.

Όσον αφορά τον επισκέπτη, ο αγροτουρισμός είναι μια διαδικασία που προωθεί μια μορφή ταξιδιού με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση, βασισμένη στην γνωριμία του με την τοπική κουλτούρα, ιστορία και καθημερινότητα.

Μια συνολική εμπειρία κατά την οποία ο επισκέπτης προσαρμόζεται στον ντόπιο τρόπο ζωής και συνδυάζει την αναψυχή με την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του για κοινωνικά, ιστορικά, περιβαλλοντικά και άλλα θέματα της εκάστοτε περιοχής.

Τοποθεσίες οικοτουρισμού στη Κρήτη

Ηράκλειο:

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΥΣΕΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΕΣ

Φόδελε 29 χλμ. Δ του Ηρακλείου, Εδώ γεννήθηκε ίο 1545 ο γνωστός ζωγράφος Δομίνικος Θεοτοκόπουλος (Ελ Γκρέκο). Γραφικό χωριό κρυμμένο σε κοιλάδα κατάφυτη με πορτοκαλιές και πλατάνια.

ΜΟΥΣΕΙΑ

Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου Από τα σημαντικότερα μουσεία της Ελλάδος Περιλαμβάνει συγκεντρωμένα σχεδόν όλα τα ευρήματα του Μινωικού Πολιτισμού: Κεραμική, λιθογραφία, σφραγιδογλυφία, μικρογλυπτική, χρυσοχοΐα, μεταλλοτεχνία, τις θαυμάσιες τοιχογραφίες από τα μεγάλα και μικρά ανάκτορα και τις πλούσιες επαύλεις και τέλος τη μοναδική Λίβινη σαρκοφάγο της Αγίας Τριάδας.

Ιστορικό Μουσείο Αρχοντικό Α & Μ. Καλοκαιρινού. Περιέχει εκθέματα Βυζαντινής Ενετικής και Τούρκικης περιόδου και ιστορικά ντοκουμέντα από τη νεότερη Κρητική ιστορία. Επίσης μια πλούσια λαογραφική συλλογή από τοπικές στολές υφαντά, ξυλόγλυπτα και κεντήματα καθώς και αναπαράσταση τυπικού Κρητικού σπιτιού.

Αρχαιολογικό Μουσείο Αρχάνων Περιλαμβάνει ευρήματα ανασκαφών από το ανάκτορο Αρχάνων, το νεκροταφείο Φουρνί και το ιερό της Ανεμοσπηλιάς. Μινωικής περιόδου.

Μουσείο Αγροτικής Ιστορίας και Λαϊκής Τέχνης "Αρόλιθος", Σερβιλί Τιλύσου.

Μουσείο Νίκου Καζαντζάκη Κέντρο Κρητικής Φιλολογίας Μυρτιά Δήμου "Νίκος Καζαντζάκης", Ηράκλειο.

Μουσείο El Greco (Δομίνικου Θεοτοκόπουλου) Φόδελε Δήμου Γαζίου (28 χλμ. από το Ηράκλειο)

Μουσείο Κρητικής Ιστορίας και Παράδοσης Μιχάλη Νικ. Ψαλτάκη 9ο χλμ. Οδού Ηράκλειο - Αρχάνες 3 χλμ. από τις Αρχάνες και 6 χλμ. από την Κνωσό.

Μουσείο Παραδοσιακής Ζωής Κρήτης "Λυχνοστάτης" 28 χλμ. Εθνικής Οδού Ηρακλείου · Αγ. Νικολάου, Λιμίν Χερσονήσου.

ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ

Αγία Τριάδα 2,5-3 χλμ. Δ. της Φαιστού βρίσκονται τα ερείπια της βασιλικής έπαυλης, που κατά πάσα πιθανότητα αποτελούσε το θερινό ανάκτορο της δυναστείας της Φαιστού. Από εδώ προέρχονται ορισμένα από τα σημαντικά εκθέματα του Αρχαιολογικού Μουσείου του Ηρακλείου, όπως η λάρνακα, το ανάγλυφο αγγείο των θεριστών, καθώς και θαυμαστής τέχνης τοιχογραφίες.

Αμνισός 7,5 χλμ. ανατολικά του Ηρακλείου. Μινωική πόλη επίγειο της Κνωσού. Εδώ ανασκάφτηκε η γνωστή στους αρχαιολόγους ως Έπαυλη των Τοιχογραφιών της Αμνισού ή Έπαυλη των Κρίνων. Αρχάνες 15 χλμ. νότια του Ηρακλείου. Μέσα στο χωριό οι ανασκαφές έφεραν στο φως καλοδιατηρημένο κτίριο που θα πρέπει να ήταν θερινό ανάκτορο. Στο λόφο Φουρνί (1 χλμ. Β.Δ. ίων Αρχανών) βρέθηκαν θολωτοί τάφοι που χρονολογούνται ανάμεσα στο 2500-1250 π.Χ.

Στη θέση Ανεμοσπηλιά Αρχανών, στους πρόποδες του ιερού βουνού Γιούχτα, ανασκάφτηκε Μινωικό Ιερό, όχι μόνο των Αρχανών αλλά και της Κνωσού.

Βαθύπετρο 19 χλμ. νότια του Ηρακλείου. Εδώ η αρχαιολογική σκαπάνη έφερε στο φως τα ερείπια μεγάλου Μινωικού μεγάρου, συγκεκριμένα αγροικίας Μινωίτη τοπάρχη, με εγκαταστάσεις σταφυλοπιεστηρίου, ελαιοπιεστηρίου, με υφαντουργικά εργαλεία και πιθανότατα κεραμικό κλίβανο.

Γόρτυνα 46 χλμ. νότια του Ηρακλείου βρίσκονται τα ερείπια της Γόρτυνας, πόλης που γνώρισε ιδιαίτερη άνθηση στη Ρωμαϊκή περίοδο κι έγινε πρωτεύουσα της Ρωμαϊκής επαρχίας της Κρήτης και της Κυρηναϊκής Η ίδρυση της ανάγεται στη Μινωική εποχή, όπως μαρτυρούν τα ερείπια αγροικίας του 16ου αι. π.Χ. που έχουν ανασκαφεί.

Τα πιο αξιόλογα μνημεία είναι το Πραιτώριο (2ος μ.Χ.), έδρα του Ρωμαίου κυβερνήτη της Κρήτης και το Νυμφαίο (2ος αι. μ.Χ.), τόπος λατρείας των Νυμφών. Ο ναός του Πύθιου Απόλλωνα, το ιερό των Αιγυπτιακών θεοτήτων και το Ωδείο, όπου βρέθηκε η περίφημη επιγραφή με τους νόμους της Γόρτυνας Είναι γραμμένοι σε δωρική διάλεκτο και ανάγονται στον 6ο αιώνα π.Χ. Γι αυτούς μιλάει με θαυμασμό ο Πλάτων στους Νόμους του.

Κάτω Σύμη Βιάννου Ιερό του Ερμή και της Αφροδίτης.

Κνωσός 5 χλμ. ανατολικά του Ηρακλείου. Κατοικήθηκε από τη Νεολιθική εποχή. Γύρω στα 1900 π.Χ. οικοδομήθηκε το πρώτο ανάκτορο της Κνωσού. Διακόσια χρόνια

αργότερα καταστρέφεται από σεισμό και ξαναχτίζεται πιο μεγαλόπρεπο και πολυτελέστερο. Η τελειωτική καταστροφή επήλθε γύρω στα 1500-1450 π.Χ. κατά μία θεωρία από την έκρηξη του ηφαιστείου της Σαντορίνης. Παρόλα αυτά εξακολούθησε να κατοικείται για περίπου πενήντα ακόμη χρόνια, οπότε καταστράφηκε οριστικά από πυρκαγιά γύρω στα 1400 π.Χ. Τα Μινωικά ανάκτορα δεν ήταν έδρα μόνο του δυνάστη αλλά και διοικητικό και θρησκευτικό κέντρο όλης της περιοχής. Τα ερείπια της πρωτεύουσας του Μινωικού Βασιλείου περιλαμβάνουν το ανάκτορο του Μίνωα, τα σπίτια των αξιωματούχων και ιερέων που τον περιστοιχίζουν (Μικρό Ανάκτορο, Καραβάν Σεράι, Οικία των τοιχογραφιών κ.λ.π.), τα σπίτια των απλών ανθρώπων και τα νεκροταφεία, όπου έθαβαν τους νεκρούς τους. Το ανάκτορο ήταν δαιδαλώδες οικονομικό σύνολο χτισμένο γύρω από μία κεντρική αυλή. Το πολυώροφο αυτό οικοδόμημα καταλάμβανε έκταση 22000 τ.μ. και περιελάμβανε εκτός από τα βασιλικά διαμερίσματα, λατρευτικούς χώρους, θησαυροφυλάκια, εργαστήρια κι αποθήκες.

Κομμός Μινωικό λιμάνι Φαιστού.

Λεβήνα (Λέντας) Ιερό Ασκληπιού και Μινωικοί θολωτοί τάφοι.

Λύκτος Ευρήματα από μεγάλη πόλη ελληνορωμαϊκών χρόνων.

Μάλια 34 χλμ. ανατολικά της Πόλης του Ηρακλείου και 3 χλμ. μακριά από το ομώνυμο παραθεριστικό κέντρο, οι ανασκαφές έφεραν στο φως ανάκτορο παρόμοιο με αυτά της Κνωσού και της Φαιστού (χτισμένο κι αυτό γύρω στα 1900 π.Χ. κι εγκαταλελειμμένο περίπου στα 1450 π.Χ.). Στο φως ήλθαν επίσης συνοικίες της Μινωικής πόλης που υπήρχε γύρω από το ανάκτορο και νεκροταφείο στη Θέση Χρυσόλακκος. Το ανάκτορο αυτό καταλάμβανε έκταση περίπου 9000 τ.μ. Πολλά από τα αντικείμενα που στεγάζονται στο Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου προέρχονται από τον αρχαιολογικό χώρο των Μαλίων.

Τύλισος 14 χλμ. νοτιοδυτικά του Ηρακλείου έχουν εντοπιστεί τα ερείπια μιας από τις αρχαιότερες Μινωικές πόλεις στην Κεντρική Κρήτη. Έχουν βρεθεί τα ερείπια τριών μεγάλων οικοδομημάτων, κατοικιών τοπικών αρχόντων.

Φαιστός 63 χλμ. νοτιοδυτικά του Ηρακλείου και 78 χλμ. περίπου νοτιοδυτικά του Ρεθύμνου βρίσκονται τα ερείπια του ανακτόρου της Φαιστού, δεύτερου σε σπουδαιότητα ανακτορικού κέντρου της Μινωικής Κρήτης. Ήταν έδρα του μυθικού Ραδάμανθη κι αποτελούσε κι αυτό το ανάκτορο τον πυρήνα μιας πόλης που κατοικείτο από τη Νεολιθική εποχή. Η αρχιτεκτονική διάταξη του ανακτόρου είναι ίδια με της Κνωσού. Κι εδώ τα δωμάτια είναι διατεταγμένα γύρω από πλακόστρωτη αυλή. Σ' αντίθεση όμως με την Κνωσό, εδώ ο τοιχογραφικός διάκοσμος ήταν σχετικά φτωχός το κενό όμως κάλυπτε η επένδυση των δαπέδων και των τοίχων με πλάκες κατάλευκου γυψόλιθου. Το ανάκτορο αυτό καταλάμβανε έκταση περίπου 9000 τ.μ.

ΜΕΣΑΙΩΝΙΚΑ ΚΤΙΣΜΑΤΑ

Πόλη Ηρακλείου:

Οι παλιές οχυρώσεις των Αράβων στο Χάνδακα, ενισχυμένες από τους Ενετούς το 1462 σώζονται σήμερα σε καλή κατάσταση. Συγκεκριμένα από τους 7 προμαχώνες σώζεται ο προμαχώνας Μαρτινέγκο, όπου σήμερα βρίσκεται ο απείριστος τάφος του Ν. Καζαντζάκη, με θέα όλη την πόλη. Από τις 4 πύλες εισόδου στην πόλη διασώζονται η Χανιόπορτα και η Καινούργια Πόρτα στη νότια πλευρά.

Ο Κούλες είναι το επιβλητικό φρούριο στην είσοδο του Βενετσιάνικου λιμανιού. Χρόνος κατασκευής του από το 1523-1540. Το Μπεντενάκι όπως λέγεται σήμερα το θαλάσσιο τείχος από το Βενετσιάνικο λιμάνι μέχρι τον όρμο του Δέρματα ή Κουμ-Καπί.

Οι θολωτοί ταρσανάδες όπου ναυπηγούνταν οι γαλέρες, δηλ. τα πολεμικά πλοία της εποχής.

Η κρήνη Μοροζίνη (1628), Κρήνη Ντελημάρκου (1666), και η κρήνη Μπέμπο (1588) στη βόρεια πλευρά της πλατείας Κορνάρου.

Το Palazzo Ducale, κτίριο όπου είχε την έδρα του ο Δούκας της Κρήτης και η Λότζια (Λέσχη), τόπος συγκέντρωσης και αναψυχής των ευγενών.

Η Βασιλική του Αγίου Μάρκου (13ος αι.), σήμερα χώρος εκθέσεων, και η ορθόδοξη εκκλησία του Αγίου Τίτου (1466).

ΕΚΚΛΗΣΙΕΣ & ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΑ

Πόλη Ηρακλείου:

Η Μητρόπολη του Αγίου Μηνά και δίπλα της το παρεκκλήσι του Μικρού Αγίου Μηνά.

Η εκκλησία της Αγίας Αικατερίνης που λειτουργεί σαν μουσείο με εικόνες του Μηνά Δαμασκηνού, κυριότερου εκπροσώπου της Κρητικής Σχολής.

Νομός Ηρακλείου:

Στη θέση Σκοτεινή, περίπου 1 χλμ. ΒΔ του Φόδελε, το μικρό εκκλησάκι των Εισοδίων της Θεοτόκου χτισμένο στη θέση παλαιότερης εκκλησίας του 11ου ή 12ου αι. μ.Χ. Νοτιοδυτικά του Ηρακλείου σ' απόσταση 56 χλμ. το μοναστήρι του Βροντισίου με ανάγλυφη κρήνη (15ος αι.) στην είσοδο του περιβόλου και πανοραμική θέα.

Νοτιότερα, κοντά στο χωριό Βορίζια, 52 χλμ. από το Ηράκλειο, το εγκαταλελειμμένο μοναστήρι του Βαρσαμονερίου. Απ' αυτό σώζεται η εκκλησία Αγ. Φανούριος με σημαντικές τοιχογραφίες (15ος αι.), μοναδικό μνημείο της Κρητικής Σχολής. Στη Γόρτυνα η τρίκλιτη Βασιλική (6ος αι. μ.Χ.) αφιερωμένη στον Άγιο Τίτο, ένα από τα σπουδαιότερα μνημεία του Χριστιανισμού στην Κρήτη. Κοντά στο Κράσι το μοναστήρι της Καρδιώτισσας με την εκκλησία της Παναγιάς Κεράς.

ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Οικολογικό & Αρχαιολογικό Πάρκο Γιούχτα Πρόκειται για το οικοσύστημα του όρους Γιούχτα σε συνδυασμό με τα υπάρχοντα αρχαιολογικά στοιχεία της περιοχής.

ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΑ ΚΑΤΑΦΥΓΙΑ

Βουνό: Ίδη ή Ψηλορείτης
Τοποθεσία: Πρίνος
Υψόμετρο: 1110μ.
Ονομασία: Ε.Ο.Σ. Ηρακλείου
Χωρητικότητα: 30 άτομα

Ρέθυμνο:

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΥΣΕΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΕΣ

Αργυρούπολη. 27 χλμ. ΝΔ του Ρεθύμνου. Χωριό κατάφυτο, χτισμένο σε ύψωμα. Σε μικρή απόσταση υπάρχουν πηγές που τροφοδοτούν τεράστιες στέρνες, ενώ χαμηλότερα κινούν νερόμυλους για νεροτριβές,

Σπήλι. 28 χλμ. ΝΑ του Ρεθύμνου. Καταπράσινο χωριό με πέτρινα σπίτια και καλντερίμια. Στη μικρή πλατεία με τα πλατάνια υπάρχουν 25 βρύσες (ανάγλυφα κεφάλια λιονταριών) με νερό από τον Ψηλορείτη.

Ανώγεια. Ορεινό χωριό, 53 χμ. ΝΑ του Ρεθύμνου, γνωστό για τα υφαντά του, *ΜΟΥΣΕΙΑ*

Ρέθυμνο, Αρχαιολογικό Μουσείο

Παπαγεωργουλάκειο Λαογραφικό Μουσείο Ασώματος Δήμου Φοίνικα, Ρέθυμνο.

ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ

Αξός. Ευρήματα από μεγάλη Ελληνορωμαϊκή πόλη.

Αρμένοι. Μινωικό νεκροταφείο με λαξευτούς τύφους.

Ελεύθερνα. Από πρόσφατες ανασκαφές βρέθηκαν αξιόλογα μνημεία μεγάλης ελληνορωμαϊκής πόλης.

Ζώμινθος. Στο οροπέδιο της Νίδας και 20 χλμ. από τα Ανώγεια βρέθηκε Μινωικός οικισμός.

ΜΕΣΑΙΩΝΙΚΑ ΚΤΙΣΜΑΤΑ

Πόλη Ρεθύμνου: Διασώζονται: Η Μεγάλη Πόρτα, μια από τις Πύλες που απόμειναν από την παλιά ενετική οχύρωση του 1540-1570,

Η Λότζια (Λέσχη), χτισμένη στα μέσα του 16ου αι. Ήταν τόπος συγκέντρωσης και αναψυχής των αρχόντων κι ευγενών.

Η Κρήνη Rimondi ή Μεγάλη Βρύση στα βόρεια της Πλατείας Πετυχάκη, έργο του 17ου αι.

Το φρούριο Φορτέτζα, Βόρεια της πόλης, στο λόφο Παλαιόκαστρο. Χτίστηκε το 1574 και προσφέρει θαυμάσια θέα της πόλης και της θάλασσας. Οι προσόψεις βενετσιάνικων σπιτιών που τα περισσότερα βρίσκονται στην παλιά πόλη. Οι εκκλησίες του Αγίου Φραγκίσκου και της Κυρίας των Αγγέλων, γνωστής ως «Μικρής Παναγίας».

ΕΚΚΛΗΣΙΕΣ & ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΑ

Νομός Ρεθύμνου:

Μονή Αρκαδίου. 23 χλμ. ΝΑ του Ρεθύμνου. Μοναστήρι χτισμένο το 16ο αι. σε θαυμάσιο φυσικό περιβάλλον. Έχει συνδεθεί με κρίσιμες στιγμές της νεότερης ιστορίας του νησιού. Έξω από τη Μονή λειτουργεί τουριστικό περίπτερο.

Μονή Πρεβέλης. 36 χλμ. νότια της πόλης του Ρεθύμνου. Αξιόλογο ιστορικό μοναστήρι με μικρό μουσείο και ωραία θέα στο Λιβυκό Πέλαγος.

ΣΠΗΛΙΑ

Ανώγεια - Ζωνιανά - Σεντόνι: Τηλ. 28340 61209. Το σπήλαιο αυτό, σε απόσταση 1 χλμ. από το χωριό Ζωνιανά, είναι το πιο εντυπωσιακό σε μέγεθος και διακόσμηση σπήλαιο της Κρήτης. Καλύπτει επιφάνεια 3300 τετ. μέτρων και έχει μήκος 550 μέτρα.

Πέραμα - Μελιδόνι: Το σπήλαιο αυτό, συνδεδεμένο με την ελληνική μυθολογία και ιστορία, έχει μήκος 500 μέτρων.

ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το Φυσικό Πάρκο-Γεωπάρκο του Ψηλορείτη Το Φυσικό πάρκο του Ψηλορείτη βρίσκεται στην κεντρική Κρήτη και περιλαμβάνει την οροσειρά του Ψηλορείτη ή της Ίδης, τους πρόποδες της και τη βόρεια απόληξη της στο Κρητικό πέλαγος, το όρος Κουλούκωνας ή Ταλαία Όρη. Το πάρκο δημιουργήθηκε από το διαδημοτικό φορέα ανάπτυξης της περιοχής το ΑΚΟΜΜ - "Ψηλορείτης" ο οποίος είναι υπεύθυνος για την ανάπτυξη και διαχείριση του. Το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας του Πανεπιστημίου Κρήτης, ο μοναδικός επιστημονικός φορέας στην Κρήτη που μπορεί να καλύψει ερευνητικά και επιστημονικά το σύνολο του Φυσικού περιβάλλοντος, στηρίζει επιστημονικά το πάρκο. Βασικά συστατικά στοιχεία του πάρκου είναι το Γεωπάρκο, το σύνολο δηλαδή των γεωλογικών μνημείων της περιοχής, το μοναδικό Φυσικό του περιβάλλον με τον πλούτο και το μεγάλο ενδημισμό των ειδών και το Πολιτισμικό του περιβάλλον, δηλαδή η κουλτούρα, η ιστορία, τα ήθη και τα έθιμα, που φανερώνουν τη

διαχρονική και αρμονική συνύπαρξη ανθρώπου και φύσης στον Ψηλορείτη. Το Γεωπάрко του Ψηλορείτη, για το οποίο το Φυσικό Πάρκο εντάχθηκε στο δίκτυο των Ευρωπαϊκών Γεωπάρκων, στηρίζεται στη μοναδική γεωλογία, το ανάγλυφο και την ποικιλία των πετρωμάτων που εμφανίζονται στην περιοχή. Η αξία τους είναι αναγνωρισμένη εδώ και πολλές δεκαετίες και φαίνεται από τις δεκάδες ερευνητικές αποστολές που καταφθάνουν κάθε χρόνο από όλο τον κόσμο για να τη γνωρίσουν και να την μελετήσουν ακόμα περισσότερο. Ο Ψηλορείτης είναι η μοναδική περιοχή στην Κρήτη, αλλά και στην Ελλάδα γενικότερα όπου κανείς μπορεί να δει όχι μόνο όλα τα πετρώματα της Κρήτης, τα παλιότερα απολιθώματα, αλλά στη μικρή του έκταση, να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι στο χώρο και στο χρόνο που καλύπτει σχεδόν όλη τη γεωλογική εξέλιξη της Ελλάδας.

Πέρα όμως από αυτά, ένα πλούτος μορφολογικών χαρακτηριστικών συσσωρεύονται στην περιοχή καθιστώντας το ανάγλυφο και τη μορφολογία της μοναδική: αμέτρητα φαράγγια, σπήλαια, οροπέδια, ρεματιές και απότομους γκρεμούς, ίχνη ρηγμάτων, και ένα μοναδικό πάντρεμα βουνού και κάμπου. Αυτά όμως είναι και η βασική αιτία για το μεγάλο ενδημισμό και μοναδικότητα της χλωρίδας και πανίδας του Ψηλορείτη, αφού η διαμόρφωση τους συνετέλεσε στην απομόνωση ή και στην προστασία τους και κατά συνέπεια στη διατήρησή τους. Ταυτόχρονα όμως τα χαρακτηριστικά αυτά του ανάγλυφου έχουν παίξει καθοριστικό ρόλο στην παρουσία του ανθρώπου στην περιοχή και στη διαμόρφωση όχι μόνο του πολιτισμού του αλλά και του χαρακτήρα του. Όλα τα παραπάνω στοιχεία προσπαθεί να παντρέψει και να αναδείξει το Φυσικό Πάρκο του Ψηλορείτη μέσα από τη συμμετοχή του στο δίκτυο των Ευρωπαϊκών Γεωπάρκων. Για το σκοπό αυτό και για μεγαλύτερη ευελιξία κινήσεων το Γεωπάрко χωρίστηκε σε επιμέρους περιοχές - υποπάρκα, με κοινά χαρακτηριστικά και θεματικά αντικείμενα. Οι περιοχές αυτές είναι:

"Η δομή των Ταλαιών Ορέων" στην ομώνυμη περιοχή που αποτελεί ένα ταξίδι 250 εκατομμυρίων χρόνων στη γεωλογική εξέλιξη της Κρήτης,

"Το πάρκο του Βουνού και του Κάμπου" που βρίσκεται στους ανατολικούς και νότιους πρόποδες του Ψηλορείτη και παρουσιάζει τη μετάβαση από το βουνό στον κάμπο,

"Τα Τοπία του Ψηλορείτη" στο κέντρο της οροσειράς με το χαρακτηριστικό ανάγλυφο από τη διάβρωση των ασβεστόλιθων.

"Το Σπηλαιοπάрко" που περιλαμβάνει τα σημαντικότερα σπήλαια της περιοχής συνδυάζοντας τον αθλητισμό, την επιστήμη, την ιστορία και τον πολιτισμό.

Ορειβατικά καταφύγια Βουνό: Ίδη ή Ψηλορείτης Τοποθεσία: Τουμπωτός Πρίνος
Υψόμετρο: 1500 μ. Ονομασία: Ε.Ο.Σ. Ρεθύμνης Χωρητικότητα: 28 άτομα

Χανιά:

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΥΣΕΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΕΣ

Γαβαλοχώρι. Παραδοσιακός οικισμός που βρίσκεται περίπου 26 χλμ. ΝΑ των Χανίων, σε περιοχή κατάφυτη από ελιές και χαρουπιές. Οφείλει το όνομα του στο βυζαντινό

Φίλιππο Γαβαλά που εγκαταστάθηκε στο χωριό ανάμεσα στο 1080 με 1182 κατ' εντολή του βυζαντινού αυτοκράτορα. Στο χωριό λειτουργεί ενδιαφέρον Ιστορικό Λαογραφικό Μουσείο, που στεγάζεται σε κτίριο που αποτελεί χαρακτηριστικό δείγμα της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής της περιοχής. Τμήμα του κτιρίου, που είναι δίπατο, χτίστηκε στην Ενετοκρατία, ενώ ο όροφος του φτιάχτηκε επί Τουρκοκρατίας. Εκτός από την οικοσκευή στα εκθέματα του μουσείου περιλαμβάνονται μεταξωτά, υφαντά, χειροτεχνήματα -στο Γαβαλοχώρι οι γυναίκες ασχολούνται με το «κοπανέλι», σπάνιο είδος πλεκτής δαντέλας- αγγεία, δείγματα ξυλογλυπτικής και εικονογραφίας, όπλα, νομίσματα κ.ά.

Στην πλατεία του χωριού λειτουργεί γραφείο του Γυναικείου Αγροτουριστικού Συνεταιρισμού Γαβαλοχωρίου απ' όπου μπορεί κανείς να προμηθευτεί προϊόντα της περιοχής. Χωρητικότητα: 25 άτομα

Βουνό: Λευκά Όρη Τοποθεσία: Καλέργη Υψόμετρο: 1640 μ.
Χωρητικότητα: 45 άτομα

Βουνό: Λευκά Όρη Τοποθεσία: Διάσελο Σβουριχτής Υψόμετρο: 1970 μ. Ονομασία: Χ.
Χολιόπουλος Χωρητικότητα: 22 άτομα

Φαράγγι Σαμαριάς. 43 χλμ. Ν της πόλης των Χανίων. Είναι το μεγαλύτερο φαράγγι της Ευρώπης, μήκους 18 χλμ., γνωστό για την υποβλητική ομορφιά του. Σε ορισμένα σημεία το πέρασμα φτάνει μόλις τα 3 μ. πλάτος και καμιά φορά τα κάθετα τοιχώματα του ορθώνονται σε ύψος 600 μ. Το φαράγγι οργώνεται από χείμαρρο.

Το πέρασμα της Σαμαριάς επιτρέπεται επίσημα από το Μάιο μέχρι τέλος Σεπτεμβρίου κι εφόσον το επιτρέπουν οι καιρικές συνθήκες μέχρι τέλος Οκτωβρίου. Στην είσοδο του, στη θέση Ξυλόσκαλο, υπάρχει τουριστικό περίπτερο με θέα τον επιβλητικό Γκύγκιλο (ύψους 2083 μ.). Στην έξοδο σας από το φαράγγι θα συναντήσετε το χωριό Αγ. Ρούμελη, απ' όπου με караβάκι θα μεταφερθείτε στη Χώρα Σφακίων. Στη διαδρομή με τ' αυτοκίνητο από τα Χανιά στην είσοδο του φαραγγιού θα συναντήσετε γραφικά πεδινά και ορεινά χωριά. Στο χωριό Ομαλός και στο ομώνυμο οροπέδιο υπάρχουν ενοικιαζόμενα δωμάτια και πολλές ταβέρνες.

Χώρα Σφακίων. 74 χλμ. Ν των Χανίων. Ιδιόμορφο χωριό, χτισμένο σε βραχώδη άγρονη περιοχή, δυσπρόσιτο κι από στεριά κι από θάλασσα. Θα φτάσετε, αφού διασχίσετε το οροπέδιο Ασκύφου και το φαράγγι του Νίμπρου.

Γαύδος. Νησάκι του βρίσκεται 24 χλμ. Ν. των Σφακίων. Για το παρθένο αυτό νησί με τις καθαρές παραλίες και τα κέδρα εκτελούνται δρομολόγια όλο το χρόνο (ανάλογα με τον καιρό) από τα Σφακιά. Έχει ταβερνούλες και λίγα ενοικιαζόμενα δωμάτια.

Φαράγγι Θερίσσου. Εντυπωσιακό φαράγγι, μήκους 6 χλμ. Συνδέει τα Χανιά με το ομώνυμο χωριό, στους πρόποδες των Λευκών Ορέων, 16 χλμ. νότια των Χανίων.

Λίμνη Κουρνά. 48 χλμ. ανατολικά της πόλης των Χανίων. Γραφική λίμνη, η μοναδική στο νησί. Τα βουνά που την περιτριγυρίζουν καθρεφτίζονται στα ήρεμα νερά της. Στην περιοχή υπάρχουν ταβέρνες για φαγητό.

ΜΟΥΣΕΙΑ

Αρχαιολογικό Μουσείο Χανίων. Στεγάζεται στην ενετική εκκλησία του Αγ. Φραγκίσκου. Στα εκθέματα του, που προέρχονται από τη Δυτική Κρήτη και άλλες περιοχές και χρονολογούνται από τη Νεολιθική μέχρι και τη Ρωμαϊκή εποχή, περιλαμβάνονται ειδώλια, αγάλματα, επιγραφές, όπλα, κεραμικά, σφραγιδόλιθοι, νομίσματα, κοσμήματα κ.ά. Βυζαντινό Μουσείο Χανίων. Τηλ. 28210 96046, 53033.

Ιστορικό Αρχείο Κρήτης. Στεγάζει πλουσιότατη συλλογή στοιχείων σχετικών με την ιστορία του νησιού καθώς και Λαογραφική συλλογή. Είναι το δεύτερο σε μέγεθος Αρχείο μετά τα γενικά Αρχεία του Κράτους.

Ναυτικό Μουσείο Κρήτης. Φρούριο Φίρκας, Ακτή Κουντουριώτη. Στεγάζεται σε κτίριο που βρίσκεται στην προκυμαία του ενετικού λιμανιού. Τα εκθέματα του είναι συνδεδεμένα με την ιστορία του νησιού.

ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΕΣ

Άπτερα. 15 χλμ. από τα Χανιά, στα νότια του κόλπου της Σούδας, κοντά στο χωριό Μεγάλα Χωράφια και σε θέση, απ' όπου είχαν τη δυνατότητα να εποπτεύουν τον κάμπο των Χανίων, ήταν χτισμένη η Άπτερα, μια από τις σπουδαιότερες πόλεις της αρχαίας Δυτ. Κρήτης (7ος αι. π.Χ.).

Σήμερα σώζονται τα τείχη της πόλης που θυμίζουν τα Κυκλώπεια τείχη της Τίρυνθας και των Μυκηνών. Επίσης σώζονται υπολείμματα μικρού ναού του 1ου αι. π.Χ., αφιερωμένου στη Δήμητρα, ρωμαϊκού θεάτρου και τεράστιες θολωτές δεξαμενές Ρωμαϊκών χρόνων -κατά μια εκδοχή ήταν αποθήκες σιτηρών- που διατηρούνται σε καλή κατάσταση.

Πολυρρήνια. 49 χλμ. Δ των Χανίων, στη θέση Σελλί ή Παλαιόκαστρο, σώζονται τα ερείπια από τα τείχη και την ακρόπολη της Πολυρρηνίας. Στη θέση Κρύα Βρύση, κοντά στην Κίσσαμο (Καστέλι), διατηρούνται υπολείμματα υδραγωγείου Ρωμαϊκής εποχής. Στην ίδρυση της Πολυρρηνίας, σημαντικής πόλης της αρχαίας Δ. Κρήτης, έλαβαν μέρος οι Αχαιοί, διάδοχοι των Μινωιτών στην κυριαρχία του νησιού.

Φαλάσαρνα. Βρισκόταν δυτικότερα της Πολυρρήνιας, της οποίας ήταν λιμάνι, στη βάση της ακραίας βορειοδυτικής χερσονήσου του νομού Χανίων. Ερείπια της πόλης σώζονται κοντά στο χωριό Κουτρί. Συγκεκριμένα σώζονται υπολείμματα από τα Κυκλώπεια τείχη, τους τάφους, θεμέλια σπιτιών καθώς και γλυπτά λαξευμένα σε βράχους.

ΜΕΣΑΙΩΝΙΚΑ ΚΤΙΣΜΑΤΑ

Από τη Βενετσιάνικη πόλη των Χανίων σήμερα σώζεται μια συνοικία. Από τις οχυρώσεις (έργο των αρχών του 13ου αι. μ.Χ.) διασώζονται οι προμαχώνες, η τάφος και ερείπια του οχυρωματικού τείχους, που περιέβαλε την πόλη. Επίσης σώζονται η Λότζια (Λέσχη), οι Χιόνες (Νεώρεια) (16ος αι.) και ο λιμενοβραχίονας του βενετσιάνικου

λιμανιού. Οι εκκλησίες του Αγ. Φραγκίσκου (στεγάζει το Αρχαιολογικό Μουσείο), του Αγ. Ρόκκο και του Σωτήρος.

Νοτιοδυτικά της Κισσάμου (Καστέλλι), 42 χλμ. Δ της πόλης των Χανίων, στο χωριό Καλάθενες βρίσκεται η βίλα Ροτόντα, πιθανώς εξοχική κατοικία κάποιου Βενετού φεουδάρχη, κτίσμα του 15ου ή 16ου αι. Επίσης αξιόλογα κτίσματα είναι η Βίλα Τρεβιζάν στο Δραπανιά και το Ενετικό Διοικητήριο στο κέντρο της πόλης της Κισσάμου.

Στην Άγρια Γραμβούσα. απόμερο νησάκι στα ΒΔ του νομού, τα ερείπια οχυρού των Ενετών. Η μετάβαση στο νησί είναι εύκολη. Γίνεται με ειδικό πλοίο μεταφορικής ικανότητας 200-250 επιβατών, καθημερινά το καλοκαίρι με αναχώρηση 9:00 το πρωί και επιστροφή 6:00 το απόγευμα. Το Φρούριο περιμετρικά διατηρείται σε καλή κατάσταση. Στην Παλαιοχώρα. στις ακτές που βρέχονται από το Λιβυκό πέλαγος, 73 χμ. νότια των Χανίων, σώζονται τ' απομεινάρια του φρουρίου Σέλινο χτισμένου το 1379 από το Δούκα Μαρίνο Γραδένιγο, κυβερνήτη της Κρήτης. Φραγκοκάστελλο. Ανατολικά της Χώρας των Σφακίων, περίπου 11 χλμ., βρίσκονται τα ερείπια του Φραγκοκάστελλου. Το έχτισαν οι Ενετοί το 1371 για να το χρησιμοποιήσουν κατά των πειρατών και των Κρητών επαναστατών.

ΕΚΚΛΗΣΙΕΣ & ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΑ

Η μικρή εκκλησία των Αγίων Αναργύρων με παλιές βυζαντινές τοιχογραφίες. Στη συνοικία «Χαλέπα» η εκκλησία της Αγίας Μαγδαληνής, Ρωσοβυζαντινού ρυθμού. Στο Ακρωτήρι, βορειοανατολικά της πόλης (17,5 χλμ.), η Μονή της Αγίας Τριάδας Τζαγκαρόλων κτίσμα του 16ου αι. Κοντά στην Αγία Τριάδα η Μονή της Κυράς των Αγγέλων ή Γουβερνέτου που ιδρύθηκε το 1548. Εντυπωσιακή είναι η πρόσοψη του Καθολικού με τα Ενετικά γλυπτά. Μονή Γωνιάς. 24 χλμ. δυτικά των Χανίων, κοντά στο χωριό Κολυμπάρι, η Μονή Γωνιάς ή Οδηγήτριας με ωραία θέα και με κτίρια που ανάγονται στο 1662.

Στην Κάτω Επισκοπή, ο κυκλικός ναός του Μιχ. Αρχαγγέλου (Ροτόντα) με ενδιαφέροντα ψηφιδωτά δάπεδα και σημαντικές τοιχογραφίες καλλιτεχνών του Βυζαντίου του 12ου αι. μ.Χ. Στο χωριό Αλικιανός 13 χλμ. ΝΔ της πόλης των Χανίων, η βυζαντινή εκκλησία του Αγίου Γεωργίου με τοιχογραφίες του 1430. Στο χωριό Σούγια, στη νότια ακτή του νομού, στη σύγχρονη εκκλησία του χωριού διασώζονται ωραιότατα ψηφιδωτά παλαιοχριστιανικής βασιλικής του 6ου αι. μ.Χ.

Στη Χρυσοσκαλίτισσα, 40 χλμ. νότια της πόλης της Κισσάμου, το Μοναστήρι της Παναγιάς. Στα Τοπόλια Κισσάμου, μέσα σε σπήλαιο, η Εκκλησία της Αγίας Σοφίας.

ΓΑΥΔΟΣ

Το νησάκι Γαύδος, που βρίσκεται 20 ναυτικά μίλια νότια της Κρήτης στο Λιβυκό Πέλαγος, έχει έκταση 37 τετ. χλμ. και είναι σκεπασμένο με θάμνους, πεύκα και δάση με χαρακτηριστικό τα κέδρη. Υπάρχουν θαυμάσιες παραλίες με αμμουδιά, όπως το Σαρακίνηκο, ο Κόρφος, ο Ποταμός, η Λαύρακα, ενώ στο νότιο ακρωτήριο Τρυπητή υπάρχουν θαυμάσιες καμάρες μέσα στη θάλασσα. Η Γαύδος συνδέεται ατμοπλοϊκά με την Κρήτη δύο φορές την ημέρα και συγκεκριμένα με τα Σφακιά και την Παλαιοχώρα με διάρκεια ταξιδιού 2 και 3 1/2 ώρες αντίστοιχα. Στο νησί υπάρχουν ενοικιαζόμενα δωμάτια, στούντιο και ψαροταβέρνες με πραγματικά φρέσκο ψάρι.

ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΑ ΚΑΤΑΦΥΓΙΑ

Βουνό: Λευκά Όρη Τοποθεσία: Ταύρη Υψόμετρο: 1200 μ.
Χωρητικότητα: 46 άτομα

Βουνό: Λευκά Όρη Τοποθεσία: Βόλικας Υψόμετρο: 1400 μ.
Χωρητικότητα: 25 άτομα

Βουνό: Λευκά Όρη Τοποθεσία: Καλέργη Υψόμετρο: 1640 μ.
Χωρητικότητα: 45 άτομα

Βουνό: Λευκά Όρη Τοποθεσία: Διάσελο Σβουριχτής Υψόμετρο: 1970 μ. Ονομασία: Χ.
Χολιόπουλος Χωρητικότητα: 22 άτομα

Λασιίθι:

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΥΣΕΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΕΣ

Χρυσή. Νησάκι (σ' απόσταση 9 ν.μ.) απέναντι ακριβώς στην Ιεράπετρα, με την οποία συνδέεται με μικρά εκδρομικά σκάφη. Έχει πολύ όμορφες παραλίες με κέδρα.

Σητεία. Ετιά, ένας εγκαταλελειμμένος μικροσυνουικισμός που βρίσκεται μεταξύ Παπαγιαννάδων και Αρμένων και έχει πανέμορφα πετρόχτιστα σπίτια. Ήταν φέουδο της Ενετικής οικογενείας των De Mezzo, οι οποίοι έκτισαν εκεί την τριώροφη έπαυλή τους που αποτελεί σήμερα ένα από τα πιο αντιπροσωπευτικά δείγματα της Ενετικής αρχιτεκτονικής στην Κρήτη.

Σητεία. Βόϊλα, ένα έρημο μεσαιωνικό χωριό που βρίσκεται μόλις 1 χλμ. απόσταση από τον Χανδρά. Οι οικισμοί της Βόϊλας και της Ετίας έχουν ενταχθεί στο Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα Interreg II και με την βοήθεια της Αρχαιολογικής Υπηρεσίας αναστηλώνονται.

Σητεία. Φαράγγι της Ζάκρου Το φαράγγι των νεκρών, απέχει 38 χλμ. από τη Σητεία και βρίσκεται προς τα νότια από το Παλαιόκαστρο.

Κουφονήσι (Λεύκη) Μικρό νησί του Λιβυκού πελάγους απέναντι από τις ΝΑ ακτές της Κρήτης στα ΝΑ του ακρωτηρίου Γούδουρας. Έχει υπέροχες αμμουδιές και σημαντικά αρχαιολογικά ευρήματα (θαυμάσια διατηρημένο λίθινο θέατρο. Ρωμαϊκά Λουτρά, κ.ά.).

Οροπέδιο Λασιθίου 22 χλμ. Α του Ηρακλείου. Ο δρόμος οδηγεί μέσα από καταπράσινα χωριά στο οροπέδιο Λασιθίου (υψόμετρο 900 μ. Έκταση 25.000 στρέμματα) με γραφικούς (περίπου 7.000) μύλους που ποτίζουν την κατάφυτη από κηπευτικά, αχλαδιές και μηλιές περιοχή

ΜΟΥΣΕΙΑ

Άγιος Νικόλαος Αρχαιολογικό Μουσείο. Περιλαμβάνει ευρήματα από ανασκαφές στην Ανατολική Κρήτη.

Σητεία Αρχαιολογικό Μουσείο Σητείας. Περιλαμβάνει ευρήματα ανασκαφών από Σητεία, Ζάκρο, Πετρά, Παλαιόκαστρο Μινωικής περιόδου.

Λαογραφικό Μουσείο Σητείας

Λαογραφικό Μουσείο στο Χαμαίζι, 11 χλμ. Από τη Σητεία.

Μουσείο Βυζαντινών Εικόνων και Χαλκογραφίας Μονής Τοπλού.

Ιεράπετρα Αρχαιολογικό Μουσείο. Περιλαμβάνει μαρμάρινα αγάλματα και επιγραφές Ελληνορωμαϊκών χρόνων.

ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ

Γουρνιά 9 χλμ. νοτιοανατολικά του Αγίου Νικολάου και 15 χλμ. βορειοδυτικά της Ιεράπετρας βρίσκεται ένας από τους πιο αξιόλογους αρχαιολογικούς χώρους και απ' τους καλύτερα διατηρημένους Μινωικούς οικισμούς. Πρέπει να χρονολογείται γύρω στο 1550-1450 π.Χ. Πρόκειται για μια κωμόπολη με μικρά σπίτια και παλατάκι στην κορυφή λόφου που τον έζωναν στενά δρομάκια. Σήμερα είναι εμφανείς οι δρόμοι και τα Θεμέλια των σπιτιών.

Δρήρος 16 χλμ. ΒΔ του Αγίου Νικολάου. Στον αρχαιολογικό χώρο αυτής της αρχαίας ελληνικής πόλης περιλαμβάνονται δύο ακροπόλεις κι ανάμεσα τους αγορά αρχαϊκής εποχής νότια της αγοράς ναός γεωμετρικής εποχής το Δελφίνιο, αφιερωμένος στον Απόλλωνα και μεγάλη δεξαμενή σκαμμένη ανάμεσα στο τέλος του 3ου και αρχές του 2ου αι. π.Χ.

Ίτανος (Ερμούπολη) Ευρήματα από μεγάλη πόλη ελληνορωμαϊκών χρόνων.

Κάτω Ζάκρος 38 χλμ. από τη Σητεία. Οι ανασκαφές έφεραν στο φως πολυτελές Μινωικό ανάκτορο, το τέταρτο σε σπουδαιότητα, και πλούσια ευρήματα που στεγάζονται στον Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου. Το ανάκτορο αυτό, το οποίο καταλάμβανε έκταση 7000-8000 τ.μ. και περιελάμβανε βασιλικά διαμερίσματα, αποθήκες και διάφορα εργαστήρια, καθώς και η γειτονική πόλη καταστράφηκαν γύρω στα 1450 π.Χ. από ισχυρό σεισμό, πιθανότατα αυτόν που προκάλεσε τον καταποντισμό τμήματος της Σαντορίνης. Η Ζάκρος υπήρξε σπουδαία Μινωική ναυτική βάση. Είχε αναπτύξει εμπορικές σχέσεις με την Αίγυπτο και την Ανατολή. Από εδώ γινόταν εξαγωγές Μινωικών προϊόντων στις ξένες αγορές. Σήμερα έχουν ανασκαφεί τέσσερις Μινωικές αγροικίες, δύο Ιερά κορυφών, νεκροταφεία και ταφικά σπήλαια Μινωικής εποχής.

Κουφονήσι Νησίδα με αξιόλογα ευρήματα ελληνορωμαϊκής πόλης.

Λατώ η Ετέρα 15 χλμ. δυτικά του Αγίου Νικολάου βρίσκονται απλωμένα στις πλαγιές δύο ακροπόλεων τα ερείπια της αρχαίας Λοτούς, μιας από τις ισχυρότερες πόλεις της Κρήτης, που ιδρύθηκε τον 7ο αι. π.Χ. Ο χώρος περιλαμβάνει ερείπια από τείχη, σπίτια και καταστήματα χτισμένα σε κοίλωμα και σε διαφορετικές εποχές.

Μακρύγιαλος Ευρήματα από επαύλεις μινωικών και ελληνορωμαϊκών χρόνων.

Μύρτος Μινωικοί οικισμοί.

Παλαίκαстро 20 χλμ. από τη Σητεία, στη θέση Ρουσόλακκος, έχουν έλθει στο φως ερείπια λιμενικού οικισμού.

Πετράς Μινωική πόλη.

Ψείρα Νησίδα με μινωικό οικισμό.

ΜΕΣΑΙΩΝΙΚΑ ΚΤΙΣΜΑΤΑ

Σπιναλόγκα Νησάκι-βράχος στην είσοδο του κόλπου της Ελούντας, 12 χλμ. από τον Άγιο Νικόλαο. Εδώ πάνω βρίσκονται τα ερείπια του ισχυρότατου φρουρίου που έχτισαν οι Ενετοί το 1529 για να αποτρέψουν την είσοδο κάθε εχθρικού πλοίου στο λιμάνι της Ελούντας. Σητεία. 70 χλμ. ανατολικά του Ηρακλείου. Στο δυτικό άκρο της σημερινής πόλης σώζονται ελάχιστα ερείπια του κάστρου που κατασκευάστηκε τη βυζαντινή εποχή. Ιεράπετρα 36 χλμ. νοτιοανατολικά του Αγίου Νικολάου. Στο δυτικό άκρο της πόλης, κοντά στη θάλασσα, βρίσκονται τα ερείπια φρουρίου που χτίστηκε στα πρώτα χρόνια της Βενετοκρατίας και επισκευάστηκε το 1626 από το Φρ. Μοροζίνι.

ΕΚΚΛΗΣΙΕΣ & ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΑ

Σε απόσταση 9 χλμ. από τον Άγιο Νικόλαο και πριν από το χωριό Κριτσά η Παναγία η Κερρά (Τηλ. 28410-51525, 51711), καταγραφή με τοιχογραφίες του 14ου ή 15ου αι. Ανατολικά της Σητείας (18 χλμ.) η Μονή Τοπλού ή Παναγία Ακρωτηριανή, που ανάγεται στο 15ο αι. μ.Χ. Στη μονή θα δείτε επιγραφή του 2ου αι. π.Χ. και εικόνα του 18ου αι. μ.Χ., έργο του Ιωάννη Κορνάρου. Νότια της Σητείας (χλμ. 40) η Μονή Κάψα.

ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το κλίμα και η γεωμορφία της Κρήτης έχουν συμβάλει στη διαμόρφωση μιας πολύ πλούσιας χλωρίδας. Η Επαρχία Σητείας αποτελεί την πλέον τυπική «νησιώτικη» περιοχή της Κρήτης. Το ξηροθερμικό της κλίμα επιδρά στο φυσικό τοπίο που απογυμνωμένο στη μεγαλύτερη του επιφάνεια από το πράσινο, αποκτά μια άγρια ερημική ομορφιά, μέσα στην οποία ξεπροβάλλουν εκπληκτικού ενδιαφέροντος οικοσυστήματα όπως το Φοινικόδασος του Βάι, το Φαράγγι της Ζάκρου, τα πευκοδάση των ορεινών και νότιων περιοχών, ενώ καθένα σχεδόν από τα μικρά ακατοίκητα νησιά που την περιβάλλουν αποτελεί σημαντικό βιότοπο ή οικοσύστημα όπως οι Διονυσάδες για το γεράκι της Ελεονόρας (κοινώς βαρβάκι), η Ψείρα για τα θαλάσσια ζωικά και φυτικά είδη, (σπόγγους, κοράλλια, ψάρια, σχινόδεσμα), το Κουφονήσι για την αφρικάνικη χλωρίδα.

Εκπληκτική είναι η ποικιλία των φυτικών ειδών και η πολυμορφία των φυσικών σχηματισμών που διαθέτει η Κρήτη. Σε καμιά άλλη περιοχή του κόσμου ίσης έκτασης δεν συναντά κανείς τέτοια ποικιλία φυτικού πλούτου.

Υπάρχουν 2.300 είδη αυτοφυών φυτών από τα οποία 302 είναι ενδημικά. Όλα σχεδόν τα παραπάνω φύονται στην Επαρχία Σητείας και μερικά μόνο σ' αυτήν.

ΦΑΡΑΓΓΙΑ

Η Επαρχία Σητείας, παρά το γεγονός ότι δεν διαθέτει πολύ υψηλούς ορεινούς όγκους, εντούτοις έχει να παρουσιάσει εκπληκτικής ομορφιάς φαράγγια.

Κάτω Ζάκρος: Το φημισμένο φαράγγι των Νεκρών είναι μοναδικής ομορφιάς. Ονομάστηκε έτσι από τις Μινωικές ταφές που βρέθηκαν σε σπήλαια στις πλαγιές του. Η αρχή του βρίσκεται νοτιοανατολικά του χωριού Ζάκρος. Διαθέτει ποικίλη βλάστηση και η διάσχιση του διαρκεί περίπου 3 ώρες. Στις απόκρημνες πλαγιές του βόσκουν ελεύθερα κατσίκια. Αποτελεί μέρος του Ευρωπαϊκού μονοπατιού E4. Μέσω του προγράμματος Leader έχουν γίνει σήμανση, αποκατάσταση βατότητας, πέτρινες βρύσες με νερό και αναπαυτήρια σε διάφορα σημεία του.

Λαμνώνι. Το εντυπωσιακό φαράγγι σε ένα τοπίο εντελώς Σεληνιακό έχει πάρει το όνομα του από το μικρό χωριό Λαμνώνι στο οποίο βρίσκεται και η αρχή του. Μέχρι την έξοδο του στην περιοχή του Ξερόκαμπου απαιτούνται 6 ώρες πεζοπορίας. Μέσω του προγράμματος Leader έχουν γίνει και στο φαράγγι αυτό διακριτικές επεμβάσεις.

Περιβολάκια Διασχίζοντας μια εντελώς ερημική περιοχή το μικρό αυτό φαράγγι ξεκινάει κοντά από το χωριό Περιβολάκια και η εντυπωσιακή έξοδος του βρίσκεται στη Μονή Κάβα. Η διάσχιση του απαιτεί 5 ώρες περίπου.

Πεύκοι Ένα φαράγγι του οποίου η διάσχιση διαρκεί 4 ώρες «χωρίζει» ή «ενώνει» δύο εντελώς διαφορετικούς κόσμους. Στα βόρεια ένα τυπικό κρητικό αγροτικό χωριό και στα νότια στο Μακρύ Γιαλό μια ενδιαφέρουσα διαδρομή με αξιόλογους φυσικούς σχηματισμούς και βλάστηση τυπική Μεσογειακή. Και εδώ έχουν γίνει εργασίες σήμανσης, βατότητας, βρύσες, κ.λ.π., μέσω του προγράμματος Leader.

Λάπηθος Το φαράγγι οφείλει το όνομα του στο μικρό ορεινό χωριό Λάπηθος, Μετά από 4 ώρες διαδρομής καταλήγει από χωριό Άγιος Στέφανος.

Ορεινό ή το φαράγγι των κόκκινων πεταλούδων Ένα από τα πλέον όμορφα φαράγγια της Κρήτης, με εντυπωσιακή βλάστηση και ομορφιά το οποίο δυστυχώς υπέστη καταστροφές από μεγάλη πυρκαγιά. Ακόμα και σήμερα όμως στους πυρήνες βλάστησης που διασώθηκαν, πανέμορφες κόκκινες πεταλούδες θα σας συντροφεύουν στην περίπου 6 ωρών πεζοπορία σας από το χωριό Ορεινό μέχρι την έξοδο του στον Κούτσουρα ή αντιστρόφως.

Υπάρχουν ακόμη πολλά μικρότερα γραφικά φαράγγια όπως των Καρουμών, της Τουρλωτής, του Μπέμπονα (προς το βουνό Κλήρος.) και άλλα, καθώς και θαυμάσιες

κοιλιάδες με βλάστηση και πηγές όπως της Σητείας (του ποταμού Παντελή), των Λιθινών (του ποταμού Μαρουλά), του Σταυροχωρίου και πολλές άλλες.

ΣΠΗΛΑΙΑ

Ψυχρο - "δικταίον άντρο" Βρίσκεται στις βόρειες πλαγιές του Όρους Δίκη, σε ύψος 1025 μέτρων. Πρόκειται για ένα βαραθρώδες σπήλαιο, συνδεδεμένο με τη μυθολογία και αρχαιολογία, με έκταση 2200 τετραγωνικών μέτρων και συνολικό μήκος 250 μέτρων.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Μετά το πέρας αυτής της εργασίας μπορούμε καθαρά πλέον να διακρίνουμε τις θετικές επενέργειες του οικοτουρισμού, τόσο σε οικολογικό όσο και σε τουριστικό επίπεδο. Με τον κατάλληλο σχεδιασμό των τουριστικών εγκαταστάσεων και τη σωστή εκπαίδευση των τουριστών, το φυσικό περιβάλλον μπορεί να μας προσφέρει απλόχερα τα αγαθά του

Με την ορθή αξιοποίηση αυτών των προσφερόμενων φυσικών αγαθών και βάσει των επιστημονικών μελετών, μπορεί να δημιουργηθεί μεγαλύτερη ποικιλία στις δραστηριότητες των φυσικών προορισμών δημιουργικά και πάντα προς όφελος της φύσης.

Με τα παραπάνω συνάγεται το συμπέρασμα ότι πρέπει πάντα τόσο οι επιστημονικές όσο και οι κρατικοί / ιδιωτικοί οργανισμοί / φορείς να προχωρούν σε σωστούς, λεπτομερείς και συντονισμένους σχεδιασμούς για το καλό της οικολογίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ❖ Ανδριώτης, Κ., «*Αειφορία: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*», Ηράκλειο 2006.
- ❖ Βαρβαρέσος, Σ., «*Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές. Η ελληνική πραγματικότητα*», Αθήνα: Προπομπός, (1998).
- ❖ Έξαρχος, Γ., Καραγιάννης, Ι., «*Ο αγροτουρισμός ως εργαλείο ανάπτυξης της υπαίθρου*», εκδόσεις Κέντρο Τεχνολογικών Ερευνών Κρήτης, 2000.
- ❖ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π. «*Εισαγωγή στον τουρισμό*», εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.
- ❖ Στεφανάκης, Π. «*Προϋποθέσεις και προοπτικές ανάπτυξης του Οικοτουρισμού*», από <http://www.rethymno.gr> , 2008.
- ❖ Κομίλης, Π. «*Οικοτουρισμός: Η εναλλακτική προοπτική αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης*». 2008, εκδόσεις προπομπός, σειρά: τουρισμός & ελεύθερος χρόνος.
- ❖ Κορφιάτης, Κ. (1999), «*Η φύση υπό το φως της σύγχρονης θεωρητικής οικολογίας*», στο Μοδινός, Μ. & Ευθυμιόπουλος, Η.(επιμ.), *Η Φύση στην Οικολογία*, Αθήνα: Στοχαστής – ΔΙΠΕ.
- ❖ Τσάρτας, Π. (επιμ.). «*Τουριστική Ανάπτυξη*», Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις, εκδόσεις Εξάντας, Αθήνα.
- ❖ Τσίππρας, Κ., «*Στα Ελληνικά Βουνά*», Αθήνα: Νέα Σύνορα – Α. Λιβάνη, (1992).
- ❖ Τσίππρας, Κ. & Τσίππρας, Θ. , «*Οικολογική Αρχιτεκτονική*», Εκδόσεις Κέδρος, Αθήνα., 2005.
- ❖ Σφήκας, Γ. & Τσουνής, Γ., «*Οικοτουριστικός Οδηγός της Ελλάδας*», Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς – Ελληνική Εταιρεία Προστασίας της Φύσης, (1993).
- ❖ Σχίζας, Γ., «*Ο Άλλος τουρισμός – Η οικολογική διέξοδος στα αδιέξοδα του συμβατικού τουρισμού*», Αθήνα: Εναλλακτικές Εκδόσεις / Οικοτοπία, (1998).
- ❖ Bramwell, B. & Lane, B. (1993), “Sustainable Tourism: an evolving global approach”, *Journal of Sustainable Tourism*.
- ❖ Ballantine, J. & Eagles, P. “*Defining Ecotourists*”, *Journal of Sustainable Tourism*, (1994).
- ❖ Butler, R. & Hall, M. (1995), “In search of common ground: reflections of sustainability, complexity and process in the tourism system – A discussion between C.M. Hall and R.W. Butler”, *Journal of Sustainable Tourism* 13, 88 – 105, Channel View Publications.

- ❖ Butler, R.W., “*Tourism, Environment and Sustainable Development*”, Environmental Conversation, (1996).
- ❖ Butler, R. W., “*Alternative tourism opinions hope or Trojan horse?*”, Journal of TravelResearch, (1990).
- ❖ Boo, E., *The Ecotourism Boom*, W.W.F., Wildlands and Human Needs (WHN), Technical Paper Series, (1992).
- ❖ Budowski, T. (1992), “*Ecotourism Costa Rican Style*”, in Barzetti & Rovinski (eds), *Towards a Green Central Amerika: Intergrating Conversation and Development*, Panos Institute.
- ❖ Carley, M., “*Rational Techniques in Policy Analysis*”, London: Heinemann, (1980).
- ❖ Ceballos – Lascurain, H., *Tourism, Ecotourism and Protected Areas*, IUCN (World Conversation Union), (1996).
- ❖ Corsten, R., “*Nachhaltiger Tourismus. Ein natuerlicher Verbunde fur einer dauerhaft umweltgerechte Entwicklung*“, Politische Okologie, Wildnis, (1999).
- ❖ Cater, E. & Lowman, G., “*Ecotourism: a sustainable option?*” New York: John Wiley & Sons, (1994).
- ❖ David A.Fennell, «*Οικοτουρισμός*», εκδόσεις Έλλην, 2001.
- ❖ Feige, M., “*Tourism at the beginning of the new millennium*”, Tourism (special issue: Tourism and Globalization), (2000).
- ❖ Farrel, B.H. & Runyan, D., “*Ecology and Tourism*”, Annals of Tourism Research, (1991)
- ❖ Goodall, B., “*Environmental auditing of tourism*”, in Cooper, C.P. & Lockwood, A. (eds), *Progress in Tourism, Reception and Hospitality Management*, Vol. 4, London: Belhaven, (1992).
- ❖ Holloway, J. C. & Robinson, C., “*Marketing for Tourism*” (3rd edition), Longman Group. Ltd, (1995).
- ❖ Healey, P. & Williams, R., “*European Urban Planning System: Diversity and Convergence*”, Urban Studies, (1993).
- ❖ Krippendorff, J., “*Marketing et Tourism*”, Berne: Herbert Lang, (1971).
- ❖ Kusler, J. “*Protected area approaches and ecotourism*”, in Kusler, J. (ed), *Ecotourism and Resource Conversation, Selected papers from the 2nd*

- International Symposium “Ecotourism and Resource Conversation”, Madison: Omnipress, (1991).
- ❖ Leonard J. Lickrish, Carson L. Jenkins, «Μια εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Κριτική, 2004.
 - ❖ Lindberg, K. & Hawkins, D. “*Ecotourism: a guide for planners and managers*”, North Bennington: The Ecotourism Society, (1993).
 - ❖ Lindberg, K., “*Policies for Maximising Nature Tourism’s Ecological and Economic Benefits*”, Washington DC: World Resources Institute, (1991).
 - ❖ Middleton, V. T. C., “*Marketing in Travel and Tourism*”, Butterworth – Heinemann, (1994).
 - ❖ Mowforth, M., “*Eco – tourism: terminology and definitions*”, Research Report Series, No 1, Dept, of Geographical Sciences, University of Plymouth, (1993).
 - ❖ Mieczkowski, Z., *Environmental Issues of Tourism and Recreation*, University Press of America, Lanham, Maryland, (1995).
 - ❖ Millman, R., “*Pleasure seeking versus the ‘greening’ of World Tourism*”, Tourism Management, (1989).
 - ❖ Moore, A., “*Planning for protected areas*”, in Kusler, J. (ed), Ecotourism and Resource Conversation, Selected papers from the 2nd International Symposium “Ecotourism and Resource Conversation”, Madison: Omnipress, (1991).
 - ❖ Orams, M.B., “*Towards a more desirable form of ecotourism*”, Tourism Management, (1995)
 - ❖ Ruschmann, D., “*Ecological Tourism in Brazil*”, Tourism Management, (1992).
 - ❖ Russel, D. et.al. (1996), “Striving for sustainability and financial self – sufficiency”, in Harrison, L.C. & Husbands, W. (eds), *Practicing Responsible Tourism*, John Wiley & Sons.
 - ❖ Ross, S. & Wall, G., “*Ecotourism: towards congruence between theory and practice*”, Tourism Management 20, (1999).
 - ❖ Reynolds, P.C. & Braithwaite, D., “*Towards conceptual framework for Wildlife Tourism*”, *Tourism Management*, (2001).
 - ❖ Shackley, M., “*Wildlife Tourism*”, International Thomson Business Press, (1996).
 - ❖ Scheyvens, R. “*Ecotourism and the empowerment of local communities*”, Tourism Management, (1999).

- ❖ Wight, P., “*Ecotourism: ethics or ecosell?*”, *Journal of Travel Research*, (1993).
- ❖ Willis, K.G., “*The Priceless Countryside: The Recreational Benefits of Enviromental Goods*”, *Royal Bank of Scotland Review* 172, (1991).
- ❖ Wahab, S., Crambon, L.J. & Rothfield, L.M., “*Tourism Marketing*”, London: Tourism International Press, (1976).
- ❖ Middleton , V.T.C., “*Marketing in Travel and Tourism*”, Oxford: Heinemann, (1988).
- ❖ Wearing, S. & Neil, J. (1997), *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities*, Butterworth – Heinemann.
- ❖ Wight, P., “*Enviromentally Responsible Marketing of Tourism*”, in Cater, E. &Lowman, G., *Ecotourism: A Sustainable Option*, London: John Wiley & Sons, (1994).