

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2010



ΕΠΙΜΕΛΗΤΡΙΑ
ΕΡΓΑΣΙΑΣ:
ΚΟΝΤΙΤΣΗ
ΔΕΣΠΟΙΝΑ

"ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ
ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ
ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΡΟΔΟ".

Επόπτρια Εργασίας: Αυγελή Βασιλική

Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	4
Κεφάλαιο 1 ^ο :Το φαινόμενο του τουρισμού - τουριστική ανάπτυξη	
1.1 Ορισμός του τουρισμού.....	5
1.2 Ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου.....	6
1.2.1 Η Αρχαιότητα.....	6
1.2.2 Ο Μεσαίωνας	7
1.2.3 Η Αναγέννηση	7
1.2.4 Ο 19 ^{ος} Αιώνας και Thomas Cook.....	7
1.3 Το κοινωνικό φαινόμενο του τουρισμού.	8
1.4 Τουριστική ανάπτυξη.....	9
1.4.1 Παράμετροι διαμόρφωσης της τουριστικής ανάπτυξης.....	9
1.5 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της τουριστικής ανάπτυξη.....	10
1.5.1 Επιπτώσεις στην οικονομία.....	10
1.5.2 Επιπτώσεις στην κοινωνία και τον πολιτισμό.....	11
1.5.3 Επιπτώσεις στο περιβάλλον.....	12
1.6 Η ανάπτυξη , οι τάσεις και το μέλλον του διεθνούς τουρισμού.....	14
1.6.1 Η ανάπτυξη και οι τάσεις του διεθνούς τουρισμού.....	14
1.6.2 Το μέλλον του διεθνούς τουρισμού.....	16
1.7 Η Ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα.....	18
1.7.1 Ο ρόλος του τουρισμού στην ελληνική οικονομία.....	18
1.7.2 Η ‘απογείωση’ της τουριστικής ανάπτυξης.....	19
1.7.3 Η επιτάχυνση της τουριστικής ανάπτυξης από τα μέσα της δεκαετίας του ’70 μέχρι τη δεκαετία του ’90.....	20
1.7.4 Το μερίδιο της Ελλάδας στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις και εισπράξεις σε παγκόσμιο σύνολο.....	21
1.7.5 Τελευταίες εξελίξεις στην Ελλάδα.....	22
1.8 Μπροστά στο δρόμο που χάραξε η κρίση.....	26
1.9 Προτιμήσεις των Ελλήνων Τουριστών.....	26
Κεφάλαιο 2 :Η ανάπτυξη του Μαζικού τουρισμού	
2.1 Η τυποποίηση και διάκριση του τουρισμού σε βασικές κατηγορίες.....	30
2.1.1 Ατομικός Τουρισμός.....	30
2.1.2 Εσωτερικός Τουρισμός.....	31
2.1.3 Εξωτερικός τουρισμός.....	32
2.1.4 Συνεχής τουρισμός.....	32
2.1.5 Εποχικός τουρισμός.....	33
2.1.6 Μαζικός τουρισμός.....	33
2.1.6.1 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα από την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού.....	34
Κεφάλαιο 3 :Η Ανάπτυξη Εναλλακτικών Μορφών τουρισμού	
3.1 Αειφόρος ανάπτυξη – Πλεονεκτήματα & Μειονεκτήματα.....	36
3.2 Εναλλακτικός τουρισμός	38
3.3 Θετικές και αρνητικές επιπτώσεις εναλλακτικού τουρισμού.....	39

3.4	Είδη εναλλακτικών μορφών τουρισμού	41
Κεφάλαιο 4^ο: Η ανάπτυξη του Αγροτουρισμού		
4.1	Αγροτουρισμός: Η άλλη λύση.....	50
4.2	Μορφές Αγροτουρισμού.....	52
4.3	Αγροτουρισμός: Υποδομή και τάσεις.....	54
4.4	Πλεονεκτήματα του Αγροτουρισμού.....	56
4.5	Οι δυσμενείς επιπτώσεις του Αγροτουρισμού	57
4.6	Η Αγροτουριστική ΑΕ.....	58
4.7	Η ανάπτυξη του Αγροτουρισμού στον Ευρωπαϊκό χώρο.....	59
4.8	Τα μέτρα της Ε.Ε για τον Αγροτουρισμό: LEADER.....	60
4.9	Η ανάπτυξη του Αγροτουρισμού στην Ελλάδα: Ιστορική εξέλιξη.....	62
4.9.1	Προβλήματα και αδυναμίες.....	63
4.9.2	Περιοχές ανάπτυξης Αγροτουρισμού στην Ελλάδα.....	63
4.9.3	Προϋποθέσεις ανάπτυξης του Αγροτουρισμού στην Ελλάδα.....	64
4.9.4	Φορείς υλοποίησης και θεσμικό πλαίσιο στήριξης των Αγροτουριστικών Προγραμμάτων.....	65
4.10	Προγράμματα ΕΣΠΑ.....	66
Κεφάλαιο 5: Ο αγροτουρισμός στην Ρόδο		
5.1	Γνωριμία με την Ρόδο και η τουριστική της ανάπτυξη.....	69
5.2	Έρευνα σε ξενοδοχεία της Ρόδου.....	73
5.2.1	Προφίλ Επιχείρησης.....	73
5.2.2	Τουριστική Κίνηση της Ρόδου.....	76
5.2.3	Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού-περίπτωση Αγροτουρισμού..	77
5.2.4	Προσωπικά Δεδομένα.....	81
5.3	Συμπεράσματα της Έρευνας.....	83
	Βιβλιογραφία.....	91

Εισαγωγή

Η πτυχιακή αυτή έχει ως σκοπό τη ανάπτυξη του Αγροτουρισμού και ειδικότερα στο νησί της Ρόδου. Ο Αγροτουρισμός στην Ρόδο μπορεί να εξελιχθεί και να προσφέρει μια ώθηση στην τουριστική ανάπτυξη της Ρόδου, καθώς έχει αρχίσει να παρουσιάζει μια πτώση. Η ανάγκη για την προστασία του περιβάλλοντος και η τάση που επικρατεί για επαφή με την φύση στις μέρες μας είναι δυο πολλοί καλοί λόγοι που μπορούμε να εκμεταλεύτουμε και να δημιουργήσουμε Αγροτουρισμό.

Ξεκινώντας λοιπόν στο 1^ο Κεφάλαιο αναλύουμε το φαινόμενο του Αγροτουρισμού από την αρχαιότητα έως τις μέρες μας. Γίνεται μια ανάλυση στα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του τουρισμού στο περιβάλλον, στην οικονομία, στην κοινωνία και στον πολιτισμό και τέλος αναλύουμε την διεθνής τουριστική ανάπτυξη και την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα.

Στο 2^ο Κεφάλαιο γίνεται μια αναφορά στην ανάπτυξη του Μαζικού τουρισμού καθώς και στα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του.

Συνεχίζουμε στο 3^ο Κεφάλαιο αναλύοντας την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και την δημιουργία της Αειφόρου Ανάπτυξης.

Στο 4^ο Κεφάλαιο αναφερόμαστε στην ανάπτυξη του Αγροτουρισμού, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του, την ανάπτυξη του στον Ευρωπαϊκό χώρο καθώς και στην Ελλάδα, ενώ γίνεται μια αναφορά στα προγράμματα στήριξης του αγροτουρισμού (LEADER, ΕΣΠΑ).

Τέλος στο 5^ο Κεφάλαιο αναλύουμε την περίπτωση ανάπτυξης αγροτουρισμού στην Ρόδο καθώς και τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήσαμε με σκοπό αν είναι εφικτό και υπάρχει θέληση από τους ξενοδόχους της Ρόδου η δημιουργία του αγροτουρισμού.

Κεφάλαιο 1^ο

Το φαινόμενο του τουρισμού - τουριστική ανάπτυξη

1.1 Εισαγωγή-Ορισμός του τουρισμού.

Ο όρος τουρισμός έχει αγγλική προέλευση από τον αντίστοιχο αγγλικό όρο «TOURING» που προέρχεται από την γαλλική λέξη «TOUR » που σημαίνει γύρος περιοδεία, ταξίδι.

Ο περιηγητής (τουρίστας) της παλιάς εποχής ήταν άνθρωπος που διέθετε χρόνο και χρήμα για μεγάλες διακοπές και περιηγήσεις. Ο σύγχρονος περιηγητής στη γενικότερη μορφή είναι ο εργαζόμενος άνθρωπος με μετρημένα εισοδήματα, που επιδιώκει σε μικρό σχετικά χρονικό διάστημα, να πετύχει το μεγαλύτερο αποτέλεσμα τουριστικής απόλαυσης.

Οι σημερινές οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες και η προέλευση τουριστών, καθιέρωσαν το νέο είδος τουρισμού που υπάρχει σήμερα, το οποίο όχι μόνο έχει κατακτήσει τον κόσμο αλλά έχει γίνει πια μια ανάγκη.

Ενώ λοιπόν μέχρι πριν από λίγο καιρό το μόνο κίνητρο για την περιήγηση ήταν η επιθυμία. Τώρα προστέθηκε και η ανάγκη. Στο μέλλον δεν αποκλείεται να προσθέτουν και άλλα κίνητρα ώστε ανάλογα να μεταβληθεί και το περιεχόμενο του όρου τουρισμός.(Λαγός , 2003)

Η ιστορία της περιήγησης και του ταξιδιού μπορεί να αναζητηθεί πριν από αρκετές χιλιάδες χρόνια και ξεκινάει από τους Σουμέριους γύρω στο 4000 π.Χ., συνεχίζει με τους ταξιδιώτες της Μεσοποταμίας το 3000 π.Χ. και τους ταξιδιώτες της αρχαίας Ελλάδας. Η μακρόχρονη ιστορία του τουρισμού αποδεικνύεται από τα αρχαιολογικά ευρήματα ενός από τους πρώτους ξένους στην βόρεια Κρήτη, σε κοντινή απόσταση από το παλάτι της Κνωσού, που χρονολογείται το 1500 π.χ., καθώς και από αρχαία κείμενα.(Casson 1994)

Κατά το Χαλκιάδακη (1948) ο φιλόσοφος Πλάτωνας ήταν από τους πρώτους που επιχειρήσαν μια τυπολογία των ταξιδιωτών στον αρχαίο κόσμο. Η τυπολογία αυτή αποκαλύπτει τέσσερις κατηγορίες ταξιδιωτών: αυτούς που ταξίδευαν για εμπορικούς λόγους, τους περιηγητές που ταξίδευαν για καλλιτεχνικούς λόγους ή για να παρακολουθήσουν ακροάματα και θεάματα, τους «επίσημους ξένους» που αποτελούσαν επίσημες αποστολές και τους υποδέχονταν οι τοπικοί άρχοντες και όλους όσους ταξίδευαν για λόγους εκπαιδευτικούς και επιστημονικούς. (Χαλκιάδακης 1948)

Σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο (2000), ο Ηρόδοτος, γεωγράφος και ιστορικός (480-421 π. Χ.), υπήρξε ένας από τους πρώτους “ταξιδιώτες - τουρίστες”, ο οποίος κατά τη διάρκεια των μετακινήσεών του δε σταμάτησε να ενδιαφέρεται για τα ήθη, τα έθιμα, τη θρησκεία και τις τέχνες των τόπων που επισκεπτόταν. Οι περιηγήσεις του Ηροδότου φτάνουν μέχρι τη Σικελία, την Αίγυπτο και την Περσία και εξιστορούνται στις “Ιστορίες” του. Σήμερα ο Ηρόδοτος μπορεί να χαρακτηριστεί, σύμφωνα με τις σύγχρονες αναζητήσεις στις τυπολογίες του τουρίστα, ως “μοντέλο” τουρίστα και να ενταχθεί στην κατηγορία του ευφυή τουρίστα. Στην ίδια κατηγορία μπορούμε να κατατάξουμε και τον Πausανία, γεωγράφο-ιστορικό, ο οποίος μέσα από την περιγραφή της Ελλάδας ή τις “Ελληνικές Αποδημίες” (150 π. Χ.) διαθέτει προς χρήση των ταξιδιωτών έναν από τους πρώτους τουριστικούς οδηγούς. Οι Ολυμπιακοί αγώνες (770 π. Χ.), οι οποίοι πραγματοποιούνταν κάθε τέσσερα χρόνια στην Ολυμπία, αποτελούσαν μία αθλητικό-θρησκευτική εκδήλωση στα πλαίσια μίας χώρο-χρονικά οριοθετημένης μετακίνησης. Η αναψυχή και οι πολιτιστικές δραστηριότητες (θεατρικές παραστάσεις, μουσικές εκδηλώσεις) συμπλήρωναν τον κύριο κορμό των δραστηριοτήτων .

1.2 Ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου

Το τουριστικό φαινόμενο, ως ανάγκη του ανθρώπου να φύγει από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του και να ανακαλύψει καινούργιους κόσμους και να αποκτήσει νέες εμπειρίες, είναι πολύ παλιό. Ξεκινά από την αρχαιότητα ,συνεχίζεται στο μεσαίωνα και την αναγέννηση και φτάνει, με διαφορετική μορφή, μέχρι σήμερα. Σε όλα τα στάδια της εξελικτικής του πορείας συνδέεται με την εξέλιξη των μέσων μεταφοράς και προϋποθέτει συνθήκες ειρήνης, δυνατότητα επικοινωνίας και οργανωμένη κοινωνία. Η σημερινή μορφή των μεταφορικών μέσων αλλά και η διεύρυνση της δραστηριότητας του ανθρώπου στον παγκόσμιο χώρο με κύριες συνιστώσες τα επιτεύγματα στον τομέα της τεχνολογίας, της πληροφορικής και των επικοινωνιών, έχουν δώσει σημαντική ώθηση στο τουριστικό φαινόμενο. (Λαγός , 2003)

Μπορεί κανείς να ισχυριστεί κάθε άλλο παρά ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα τυχαίο φαινόμενο των εξελιγμένων σήμερα κοινωνιών. Αντίθετα, αυτός χρονολογείται από πολλές χιλιάδες χρόνια, ίχνη του δε έστω και σε λανθάνουσα μορφή μπορούν να διαπιστωθούν σε όλες χωρίς εξαίρεση τις ιστορικές περιόδους της ζωής του ανθρώπου. Κατά την αρχαιότητα η ξενία, που τόσο γνωστή είναι από τα ομηρικά έπη, μαρτυράει χωρίς άλλο την ύπαρξη μιας υποτυπώδους μορφής τουρισμού.(Ηγουμενακης, 2004)

Επίσης, η μελέτη των γραπτών μνημείων του Αρτεμίδωρου, του Πausανία, του Στράβωνα , του Ηρόδοτου και άλλων μας οδηγεί με βεβαιότητα στο συμπέρασμα ότι στην αρχαία Ελλάδα υπήρχε το φαινόμενο της τουριστικής μετακίνησης ατόμων, έστω και σε περιορισμένη κλίμακα, προς το σκοπό της ικανοποίησης συγκεκριμένων ψυχικών αναγκών ή επιθυμιών, καθώς και πνευματικών ανησυχιών.(Ηγουμενακης, 2004)

Βέβαια ο τουρισμός στην αρχαιότητα ήταν διαφορετικός από το σημερινό τόσο ως προς την μορφή του όσο και ως προς το εισόδημα καθώς και ως προς τα μέσα ικανοποίησης των τουριστικών αναγκών και επιθυμιών.(Ηγουμενακης, 2004)

Ο τουρισμός με την σύγχρονη μορφή άρχισε ν εμφανίζεται τον 20^ο αιώνα και κυρίως μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου πολέμου, αλλά και πάλι η συχνότητα των μετακινήσεων ήταν περιορισμένος. Ο λόγος ήταν πολύ απλός :ο τουρισμός ήταν προνόμιο των πλουσίων και της αριστοκρατίας, δηλαδή αυτοί που δεν έχουν πρόβλημα ελεύθερου χρόνου και χρήματος. Με το πέρασμα του χρόνου ο τουρισμός βαθμιαία μεν αλλά σταθερά άρχισε να γίνεται δικαίωμα και των πολλών, δηλαδή των χαμηλόμισθων εργαζομένων και γενικότερα των μη προνομιούχων.

(Ηγουμενακης, 2004)

1.2.1 Η Αρχαιότητα

Το τουριστικό φαινόμενο κατά την αρχαιότητα συνδέθηκε με την επιθυμία των ανθρώπων να ανακαλύψουν καινούργια εδάφη, να ασκήσουν εμπορικές δραστηριότητες, καθώς και να παρακολουθήσουν κάποιες θρησκευτικές τελετές. Πολλές σύγχρονες μορφές τουρισμού, έχουν τις ρίζες τους στην αρχαιότητα (π.χ. θρησκευτικός τουρισμός). Από τα αρχαϊκά χρόνια και για όλη σχεδόν την περίοδο της αρχαιότητας ο ελληνικός κόσμος ήταν απλωμένος σε έκταση και χωρισμένος σε πολλά ανεξάρτητα κράτη. Παρά την γεωγραφική και πολιτική τους διάσπαση, οι Έλληνες είχαν ισχυρούς δεσμούς μεταξύ τους, όπως την κοινή γλώσσα και την κοινή λατρεία των Ολύμπιων θεών. Στην αρχαία Ελλάδα, η φιλοξενία αποτελούσε μια από τις σημαντικότερες υποχρεώσεις των πολιτών. Όταν ένας ταξιδιώτης έφτανε στον προορισμό του, αισθανόταν ασφαλής και σίγουρος ότι θα έβρισκε στέγη και τροφή. Άλλωστε δεν ήταν τυχαίο ότι ο Δίας ήταν προστάτης των ξένων, που για αυτό το λόγο ονομαζόταν Ξένιος Δίας. Η φιλοξενία είχε ισχύ νόμου και οι

κάτοικοι των πόλεων όπου διεξάγονταν μεγάλα θρησκευτικά ή αθλητικά γεγονότα δέχονταν αφιλοκερδώς τους επισκέπτες στα σπίτια τους.

Σημαντικός ήταν και ο ρόλος που διαδραμάτισαν στην εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου οι ιστοριογράφοι και περιηγητές του ελληνικού χώρου, όπως ο Ηρόδοτος και ο Πausanίας. Ο Πausanίας θεωρείται ο πρώτος συγγραφέας τουριστικών οδηγιών.

Τα ξενοδοχειακά καταλύματα της εποχής αποτελούνταν από τα πανδοχεία, τους ξενώνες και χάνια. τα πανδοχεία ήταν κτισμένα κυρίως έξω από τα αστικά κέντρα και πρόσφεραν κατάλυμα και τροφή στους μετακινούμενους. Επιπλέον πρόσφεραν κάθε δυνατή υπηρεσία που αφορούσε στα υποζύγια ή στα τροχοφόρα, όπως στάβλους νερό και τροφή για τα ζώα, διάφορες επισκευές κτλ. Οι ξενώνες ήταν καταλύματα που λειτουργούσαν κυρίως μέσα στα αστικά κέντρα. Αρκετοί από τους ξενώνες πρόσφεραν δωρεάν τροφή και ύπνο στους ταξιδιώτες. Τα χάνια αποτελούσαν πανδοχεία που βρίσκονταν πάνω σε οδικές αρτηρίες. (Λαγός, 2003)

1.2.2 Ο Μεσαίωνας

Κατά τον Μεσαίωνα οι μετακινήσεις των ανθρώπων αυξάνονται. Το φαινόμενο αυτό σχετίζεται κυρίως με: τις θρησκευτικές εκδηλώσεις και τους προσκυνητές, με τη δημιουργία μιας νέας τάξης εμπόρων με κέντρο την Κωνσταντινούπολη και με τις Σταυροφορίες.

Οι έμποροι προσπαθούσαν να συνδυάσουν τα επαγγελματικά τους ταξίδια στην Ευρώπη, στη Μεσόγειο και στη Βαλτική με την καλλιέργεια του πνεύματος. Έθεσαν ουσιαστικά τα θεμέλια του επαγγελματικού τουρισμού. Τα πανδοχεία επέκτειναν τις δραστηριότητες τους και στον ελληνόφωνο χώρο της αυτοκρατορίας, όταν για πρώτη φορά αρχίζει να εμφανίζεται ο όρος << ξενοδοχείο >>. (Λαγός, 2003)

1.2.3 Η Αναγέννηση

Στην Αναγέννηση σημαντικό ρόλο για την εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου έπαιξαν οι τέχνες, οι εφευρέσεις και οι ανακαλύψεις νέων χωρών.

Εφευρέσεις, όπως η πυξίδα και ο αστρολάβος βοήθησαν τους ανθρώπους να ταξιδεύουν σε άγνωστες θάλασσες. Ένας νέος τύπος πλοίου, με μεγαλύτερη χωρητικότητα από τα προηγούμενα, μπορούσε με την σταθερότητα του να αντιμετωπίσει καλύτερα τους κινδύνους του ωκεανού.

Οι εφευρέσεις και οι ανακαλύψεις νέων χωρών αύξησαν την περιέργεια των ανθρώπων. Οι άνθρωποι ταξιδεύουν πλέον όχι μόνο για εμπορικούς λόγους, αλλά και για να ικανοποιήσουν την περιέργεια και την ανάγκη τους για μάθηση. Πολλά ταξιδιωτικά βιβλία και τουριστικοί οδηγοί της εποχής διευκόλυναν και παρακίνησαν τους ανθρώπους να ταξιδέψουν. (Λαγός, 2003)

1.2.4 Ο 19^{ος} Αιώνας και Thomas Cook

Με την ανακάλυψη μια νέας πηγής ενέργειας, τον ατμό, εξελίχθηκαν τα μεταφορικά μέσα. Οι εξελίξεις αυτές είχαν ως αποτέλεσμα τη εξέλιξη και του τουρισμού. Τα τουριστικά καταλύματα εκσυγχρονίστηκαν, πρόσφεραν πλέον πολυτελείς ανέσεις και δυνατότητες ψυχαγωγίας. Μερικά από τα σημαντικότερα ξενοδοχεία των ημερών μας χτίστηκαν την εποχή αυτή: το Grand Hotel στην Ρώμη, το Ritz στο Παρίσι, το Carlton στο Λονδίνο, το Νέον Ξενοδοχείο στο Ναύπλιο και η Μεγάλη Βρετανία στην Αθήνα.

Μια από τις σημαντικότερες προσωπικότητες του 19^{ου} αιώνα ήταν ο Thomas Cook. Ο Thomas Cook ήταν ο πρώτος επαγγελματίας τουριστικός παραγωγός και πράκτορας. Η συνεισφορά του υπήρξε σημαντική στην οργάνωση και ανάπτυξη του τουρισμού και του λεγόμενου τουριστικού πακέτου (δηλ. ο συνδυασμός ταξιδιωτικός ναύλος, ξενοδοχείο, ξεναγήσεις, διατροφή). Οι πρώτες μαζικοποιήσεις δημιούργησαν την ανάγκη οργάνωσης του ταξιδιού, όπου απαιτείτο η πληροφόρηση της πελατείας, η συνένωση όλων των μεταβλητών του ταξιδιού σε μία και μόνο, καθώς και η τιμολόγησή του. (Λαγός , 2003)

Ο Thomas Cook ήταν εκείνος ο οποίος εφεύρε το "ομαδικό ταξίδι" σε προσιτές τιμές, που απευθυνόταν κυρίως σε μεσαίες εισοδηματικές τάξεις. Σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο (2000), ο Thomas Cook μετέφερε σιδηροδρομικώς τους πρώτους πεντακόσιους εβδομήντα πελάτες του από το Loughborough στο Leicester (35 χλμ.), για να συμμετάσχουν σ' ένα αντιαλκοολικό συνέδριο τον Ιούλιο του 1841. Και το 1845 ιδρύει το πρώτο του γραφείο ταξιδιών στο Leicester.

1.3 Το κοινωνικό φαινόμενο του τουρισμού.

Ο τουρισμός με την σημερινή του έκταση αποτελεί πια φαινόμενο. Ο σύγχρονος άνθρωπος έκανε την πρόσκαιρη μετακίνηση του από την μόνιμη κατοικία σε άλλους τόπους της χώρας του ή άλλης χώρας πια ανάγκη του. (Ανδριώτης,2003)

Η σημερινή σύγχρονη ζωή των πόλεων κουράζει τον άνθρωπο, και αυτός με την αλλαγή επιδιώκει την ανακούφιση και την χαλάρωση. Η άφθονη πια παροχή συγχρόνων απολαύσεων οδηγεί τον πολιτισμένο άνθρωπο σε μια φυγή, η οποία ικανοποιείται με το τουριστικό ταξίδι. Παράλληλα ο άνθρωπος της υπαίθρου μαγνητίζεται από την μεγάλη ζωή των μεγαλουπόλεων και με την μετακίνηση του σε αυτές ζητά να απόλαυση και αυτός, ότι και οι άλλοι άνθρωποι των πόλεων προσπαθούν να αποφύγουν στις διακοπές τους. (Ανδριώτης ,2003)

Έτσι φθάνουμε στην εποχή στην οποία δικαιολογούνται η σπατάλη χρημάτων για άτομα και οικογένειες με περιορισμένους οικονομικούς πόρους όταν γίνεται για χάρη της ψυχαγωγίας του τουρισμού. (Ανδριώτης ,2003)

Πολλές είναι οι προσπάθειες που έχουν γίνει για να δοθεί ένας επακριβής ορισμός του Τουρισμού. Από τα κύρια χαρακτηριστικά του, πέντε μπορούν να εξακριβωθούν εννοιολογικά και συγκεκριμένα τα εξής:

- Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς επί τουλάχιστον ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών τους αναγκών.
- Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: Το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένου της διατροφής.
- Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.
- Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα σε λίγες, μέρες βδομάδες ή μήνες.
- Οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους. (Ανδριώτης ,2003)

Το 1941 οι καθηγητές Hunziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης υποστήριξαν την άποψη πως ο τουρισμός πρέπει να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν μη μόνιμων κατοίκων του. (Ανδριώτης ,2003)

Το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνομώνων της Κοινωνίας των Εθνών σύστησε στις χώρες-μέλη της να υιοθετήσουν έναν ορισμό που χαρακτήριζε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή περισσότερο σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα. (Ανδριώτης ,2003)

Δυόμιση δεκαετίες αργότερα, το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό, που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη συμφώνησε ο όρος επισκέπτης να περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μία χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος για το οποίο να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται. Ο ορισμός αυτό καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών:

- Τους *τουρίστες*: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί ένα 24ωρο, και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.
- Τους *εκδρομείς*: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν την ίδια μέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων κλπ.

Έτσι όπως σε κάθε μεγάλη εκδήλωση κοινωνικού φαινομένου βλέπουμε να ξεπηδούν τα διαφορά καινούργια επαγγέλματα για την ικανοποίηση των αναγκών που δημιουργούνται, αλλά και το κέρδος, έτσι στην κοινωνική εκδήλωση του φαινομένου του τουρισμού, δημιουργήθηκαν καινούργια επαγγέλματα, που αυξάνονται διαρκώς σε ειδικότητες και απασχόληση. (Ανδριώτης ,2003)

Και τα κράτη όμως με την ανάπτυξη που έχει ο τουρισμός, αναγκαστήκαν σύστησαν ειδικές Δημόσιες Υπηρεσίες για να προστατεύσουν και να διευκολύνουν τους τουρίστες αλλά και για να οργανώνουν την τουριστική κίνηση, σε τέτοιο βαθμό ώστε να είναι όσο το δυνατό περισσότερο ωφέλιμη για την χώρα. (Ανδριώτης ,2003)

1.4 Τουριστική ανάπτυξη

Ο τουρισμός έχει κυρίαρχο ρολό στην οικονομία πολλών αναπτυσσόμενων αλλά και αναπτυγμένων κρατών, γεγονός που προκαλεί την ανάγκη προγραμματισμού και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης έχει την δυνατότητα να παράγει νέους προορισμούς αλλά και να κατασκευάζει ειδικά τουριστικά προϊόντα με αποτέλεσμα να προσελκύει όλο και περισσότερες ομάδες καταναλωτών τουριστών. (Ανδριώτης ,2003)

1.4.1 Παράμετροι διαμόρφωσης της τουριστικής ανάπτυξης.

Η δυναμική πορεία του τουρισμού οδήγησε στη διαμόρφωση των παραμέτρων της τουριστικής ανάπτυξης οι οποίοι είναι:

α. Χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης

Η τουριστική ζήτηση επηρεάζει άμεσα την πορεία της τουριστικής ανάπτυξης. Αυτή προκάλεσε την ανάπτυξη των πρώτων παραθαλασσίων και ορεινών θέρετρων, καθώς και των ιαματικών λουτροπόλεων. Σε αυτήν επίσης οφείλεται η τάση ανάπτυξης περιοχών με

παραθεριστικές κατοικίες αλλά και η τάση κατάταξης σε ζώνες της παγκόσμιας προσφοράς με βάση τα χαρακτηριστικά της ζήτησης (π.χ. περιοχές με ήλιο και θάλασσα, περιοχές με χειμερινά σπορ, περιοχές με πολιτιστικό τουρισμό κ.λπ.). Σε σημαντικό παράγοντα αναφέρεται η δυναμική τάση

εξειδίκευσης της τουριστικής ζήτησης, που οδηγεί σε παράλληλη τάση για αντίστοιχη ειδίκευση των υπηρεσιών και προϊόντων που προσφέρουν οι περιοχές με τουριστική ανάπτυξη. Διαμορφώνονται σε αυτό το πλαίσιο περιοχές είτε με ένα κυρίαρχο τύπο ζήτησης είτε με έναν αριθμό, συχνά μεγάλο, διαφορετικών τύπων ζήτησης.

β. Τουριστικοί πόροι της χώρας ή της περιοχής.

Η ύπαρξη σημαντικών τουριστικών πόρων αποτελεί καθοριστικό παράγοντα και συγκριτικό πλεονέκτημα για τις χώρες ή τις περιοχές που επιδιώκουν να αναπτυχθούν τουριστικά. Στους τουριστικούς πόρους, εκτός από τους φυσικούς (κλίμα, φυσικό περιβάλλον κ.λπ.) και τους πολιτιστικούς (παράδοση, πολιτιστικές εκδηλώσεις, τοπικά ήθη και έθιμα κ.λπ.) περιλαμβάνουμε τις υποδομές και υπηρεσίες που άμεσα ή έμμεσα συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη (ξενοδοχεία, πρακτορεία, μεταφορικά και επικοινωνιακά δίκτυα κ.λπ.). Η συνεχής αύξηση των τουριστικών χωρών και περιοχών σε παγκόσμιο επίπεδο επιβάλλει την παράλληλη ανάπτυξη προβολή και διαχείριση όλων των τύπων τουριστικών πόρων.

γ. Επιρροή της τουριστικής προσφοράς από τα υπαρκτά πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης. Μετά την μεταπολεμική περίοδο διαμορφώθηκαν και παγιώθηκαν ορισμένα πρότυπα ανάπτυξης του τουρισμού που θεωρούνται «πετυχημένα» είτε εμπορικά είτε αναπτυξιακά. Οι φορείς ή τα άτομα που διαδραματίζουν σημαντικό ρολό στην ανάπτυξη των υποδομών και υπηρεσιών που συγκροτούν την τουριστική προσφορά μιας χώρας επηρεάζονται από τα πρότυπα αυτά. Έτσι αυτά τα πρότυπα π.χ. τα παραθαλάσσια θέρετρα μαζικού οργανωμένου τουρισμού διακοπών, γίνονται παραδείγματα προς μίμηση και το συναντάμε σε πολλές αναπτυγμένες χώρες με παρόμοια χαρακτηριστικά.

δ. Φορείς και οργανισμοί στην διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης.

Η συνεχής ανάπτυξη του τουρισμού και οι επιπτώσεις στη οικονομία στο περιβάλλον και στην κοινωνία των τουριστικών χωρών προκάλεσε την δημιουργία πολλών φορέων και οργανισμών οι οποίοι ασχολούνται σε διεθνές, εθνικό, και τοπικό επίπεδο με την πολιτική, ερευνά τον προγραμματισμό και την διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης. Εξίσου σημαντική είναι και η εμπλοκή κοινωνικό – επαγγελματικών ομάδων που για διαφορετικούς λόγους σχετίζονται με τον τουρισμό όπως: επαγγελματιών και επιχειρηματιών στις τουριστικές περιοχές, νέων, όσων ασχολούνται με την πολιτική σε τοπικό ή περιφερικό επίπεδο κ.λπ. (Ανδριώτης, 2003)

1.5 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της τουριστικής ανάπτυξης

Όμως η τουριστική ανάπτυξη έχει προκαλέσει αρκετές θετικές και αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομία, κοινωνία, πολιτισμό και το περιβάλλον τις οποίες αναλύουμε παρακάτω:

1.5.1 Επιπτώσεις στην οικονομία

Οι επιπτώσεις στην οικονομία αφορούν τα εξής ζητήματα:

■ Απασχόληση

Ο τουρισμός είναι τομέας έντασης εργασίας και δημιουργεί συχνά πολλές θέσεις εργασίας. Βεβαία λόγω του εποχικού χαρακτήρα της λειτουργίας του συνήθως επηρεάζει και τα χαρακτηριστικά αυτής της απασχόλησης, η οποία είναι σε μεγάλο ποσοστό εποχική, ανειδίκευτη και περιστασιακή. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του στην

ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης (τουριστικές επιχειρήσεις, εμπορικά καταστήματα κλπ). Τις περισσότερες φορές η απασχόληση στον τουρισμό συνδυάζεται και με παράλληλη απασχόληση σε κάποιο άλλο κλάδο της οικονομίας (π.χ. γεωργία, βιομηχανία), με αποτέλεσμα τη γενικότερη αύξηση των οικογενειακών εισοδημάτων. Στις τουριστικές περιοχές που λειτουργούν εποχικά, η πολλαπλή απασχόληση με επίκεντρο τον τουρισμό αποτελεί τον κανόνα για υψηλό ποσοστό του πληθυσμού. (Ανδριώτης Κων.,2003)

■ Περιφερειακή ανάπτυξη

Σε πολλές περιπτώσεις ο τουρισμός έχει συμβάλει στη ενίσχυση της ανάπτυξης περιφερειών αποβιομηχανοποιημένων, γεωγραφικά απομονωμένων, ορεινών και μειονεκτικών ή με υποβαθμισμένο αγροτικό τομέα. Η ανάπτυξη του τουρισμού αύξησε τα εισοδήματα, την απασχόληση, τις επενδύσεις και διεύρυνε την παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας, με αποτέλεσμα να σταματήσει η μετανάστευση και να βελτιωθεί το επίπεδο και η ποιότητα ζωής. Ειδικά στις περιοχές που διαθέτουν πλούσιους τουριστικούς πόρους, η ανάπτυξη είναι εξαιρετικά δυναμική σε ετησίους ρυθμούς. (Ανδριώτης,2003)

■ Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην τοπική οικονομία

Με τον τουρισμό υπάρχουν και θετικές επιδράσεις σε πολλούς κλάδους όπως βιομηχανία, βιοτεχνία, κατασκευές, υπηρεσίες, μεταφορές, εμπόριο, κατασκευές (Ανδριώτης,2003)

■ Φορολογικά έσοδα για το κράτος

Οι επενδύσεις στον τουριστικό τομέα δημιουργεί νέες επιχειρήσεις με αποτέλεσμα να αυξάνονται τα φορολογικά έσοδα του κράτους. Ένας άλλος παράγοντας είναι ο μεγάλος αριθμός των απασχολούμενων στον τομέα, η πλειοψηφία των οποίων έχει υψηλά εισοδήματα και αντίστοιχη καταναλωτική δαπάνη. (Ανδριώτης ,2003)

■ Πληθωρισμός και αύξηση των τιμών της γης

Παρατηρείται συχνά ότι ο τουρισμός δημιουργεί πληθωριστικές πιέσεις, με αποτέλεσμα να αυξάνεται το κόστος ζωής, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου η ανάπτυξη του είναι μαζική και οργανωμένη. Συχνά επίσης, εξαιτίας και της ταχύτατης οικοπεδοποίησης, υπάρχει υπερβολική αύξηση στις τιμές της γης, γεγονός που σχετίζεται και με τη γενικότερη τάση για χωρική επέκταση των δραστηριοτήτων του, ιδιαίτερα στις περιοχές με μαζικό οργανωμένο τουρισμό, όπου υπάρχει και η μεγαλύτερη ζήτηση. (Ανδριώτης ,2003)

1.5.2 Επιπτώσεις στην κοινωνία και τον πολιτισμό

■ Κοινωνική δομή

Αλλάζουν τόσο τα χαρακτηριστικά όσο και οι λειτουργίες της τοπικής κοινωνίας. Οι αλλαγές είναι περισσότερο εμφανείς σε περιοχές της υπαίθρου, σε γεωγραφικά απομονωμένες περιοχές (π.χ. ορεινές κοινότητες η νησιά), σε περιοχές αγροτικές. Οι περισσότερες αλλαγές σε αυτές τις περιπτώσεις σχετίζονται με την επικράτηση παραγωγικών δομών που συνδέονται με τον τουρισμό και άμεσα η έμμεσα οδηγούν στη διαμόρφωση μιας νέου τύπου «αστικοποιημένης» κοινωνικής δομής, όπου ο τουρισμός κυριαρχεί σε όλα τα επίπεδα (δραστηριότητες, παραγωγική δομή, απασχόληση, λειτουργίες κλπ). (Ανδριώτης ,2003)

■ Επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα

Τα υψηλά εισοδήματα και η μεγαλύτερη κοινωνική αποδοχή των τουριστικών επαγγελματιών οδηγεί σε έντονη επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα με τελικό στόχο την απασχόληση στον τουρισμό ή σε επαγγέλματα σχετιζόμενα με αυτόν (εμπόριο, κατασκευές). Η κινητικότητα αυτή είναι εμφανής κυρίως από νέους και τις γυναίκες, αλλά σταδιακά τείνει να αποτελεί εγγενές χαρακτηριστικό της κοινωνικής δομής των τουριστικών περιοχών, ιδιαίτερα στα πρώτα στάδια της ανάπτυξης τους. (Ανδριώτης ,2003)

■ **Το πλαίσιο και τα αποτελέσματα της επικοινωνίας των ντόπιων με τους τουρίστες**
Η επικοινωνία των ντόπιων με τους τουρίστες συγκέντρωσε το ενδιαφέρον πολλών ερευνητών του τουριστικού φαινομένου ως ένα σημαντικό παράδειγμα των επιπτώσεων του τουρισμού στην κοινωνική συμπεριφορά και τις αντιλήψεις και αξίες των ντόπιων. Στο πλαίσιο στο οποίο πραγματοποιείται η επικοινωνία επηρεάζεται από τον τύπο ανάπτυξης του τουρισμού, τις εμπορικές διαστάσεις αυτής της συνάντησης, τις διαφορές των πολιτισμικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών τουριστών και ντόπιων. Σε ότι αφορά στα αποτελέσματα, αυτά συνδέονται άμεσα με το στάδιο της ανάπτυξης του τουρισμού π.χ. όπου ο τουρισμός είναι οργανωμένος και μαζικός η επικοινωνία «εμπορευματοποιείται» με αποτέλεσμα τόσο οι ντόπιοι όσο και οι τουρίστες να καταλήγουν σε μια σχέση εμπορικής συναλλαγής όπου ένας πουλάει και ο άλλος αγοράζει. (Ανδριώτης, 2003)

■ **Αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα.**
Η συνολικότερη στροφή των κοινωνιών όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός σε παραγωγικές δομές και τρόπο ζωής με χαρακτηριστικά αστικοποίησης και εκσυγχρονισμού, επιφέρει σημαντικές αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη, και τα έθιμα. Τέτοιες αλλαγές έχουν παρατηρηθεί στις σχέσεις των δυο φύλων, στον τρόπο ζωής και συμπεριφοράς, στην εκτίμηση της τοπικής παράδοσης, στα έθιμα, στις σχέσεις ανάμεσα σε άτομα της ίδιας κοινότητας, κ.λπ. Οι αλλαγές αυτές προκαλούνται άμεσα ή έμμεσα από τις νέες παραγωγικές και κοινωνικές δομές οι οποίες εγκαθιδρύονται στις τουριστικές περιοχές της υπαίθρου και έχουν αστικά χαρακτηριστικά. (Ανδριώτης, 2003)

■ **Εμπορευματοποίηση δραστηριοτήτων και προϊόντων του τοπικού πολιτισμού και της παράδοσης.**

Μορφές τοπικού πολιτισμού όπως π.χ. πολιτιστικές εκδηλώσεις, βιοτεχνικά προϊόντα χειροτεχνήματα κ.λπ. μετατρέπονται σε τουριστικά προϊόντα και πωλούνται στους τουρίστες ως δείγμα της τοπικής πολιτιστικής παράδοσης ή ως αναμνηστικό ταξιδιού. Συχνά τα προϊόντα αυτά είναι πολύ χαμηλής ποιότητας και δεν αποδίδουν πιστά τα πραγματικά χαρακτηριστικά της τοπικής παράδοσης ή του πολιτισμού.

1.5.3 Επιπτώσεις στο περιβάλλον.

■ **Συγκρούσεις γης**

Ο τουρισμός επεκτείνεται όλο και περισσότερο στο χώρο, με αποτέλεσμα να προκαλεί συχνά συγκρούσεις για την χρήση γης, που παρατηρούνται σε περιοχές με αγροτικές εκμεταλλεύσεις ή σε παραθαλάσσιες περιοχές. Και στις δυο αυτές περιπτώσεις παρατηρούνται συχνά φαινόμενα οικοπεδοποίησης, με αποτέλεσμα ο τουρισμός να απορροφά εκτός από τη γη, το νερό αλλά και τις επενδύσεις που είναι αναγκαίες για την παραγωγική ανάπτυξη του αγροτικού τομέα. Μπορούμε ακόμα να επισημάνουμε ότι στις τουριστικές περιοχές αναπτύσσονται παρόμοιες ανταγωνιστικές σχέσεις και με χρήσεις σχετικές με τη βιοτεχνία, τη βιομηχανία και τις υπηρεσίες. Γενικότερα ο τουρισμός διεκδικεί διαρκώς περισσότερο χώρο για τις δραστηριότητες και τις υποδομές. (Ανδριώτης, 2003)

■ **Φυσικό περιβάλλον**

Η τουριστική ανάπτυξη, με την επέκταση της στο χώρο της υπαίθρου αλλά και με την ανάπτυξη μεγάλης έκτασης και όγκου υποδομών, καταλήγει να επηρεάζει την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος. Οι επιπτώσεις αυτές είναι πιο δραστικές σε περιοχές που

θεωρούνται οικολογικά «ευαίσθητες», όπως: παραθαλάσσιες περιοχές, ορεινές, υγροβιότοποι κ.λπ. Οι επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον αποτέλεσαν, εδώ και αρκετά χρόνια, αντικείμενο ειδικών μελετών που επισήμαναν την ανάγκη σχεδιασμού, προγραμματισμού και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης. (Ανδριώτης, 2003)

■ Η φέρουσα ικανότητα τουριστικών περιοχών

Με το ορό «φέρουσα ικανότητα» κάποιας τουριστικής περιοχής αναφερόμαστε στις δυνατότητες της κοινωνικοοικονομικής δομής και του περιβάλλοντος της συγκεκριμένης περιοχής να απορροφήσουν συγκεκριμένο όγκο υποδομών και αριθμό τουριστών. (Ανδριώτης, 2003)

■ Μετατροπή οικιστικών συνόλων ή χωρικών ενοτήτων σε τουριστικούς πόρους

Ο συνδυασμός του δομημένου (παραδοσιακοί Οικισμοί) και του φυσικού (λίμνες, υγροβιότοποι, ποταμιά, φαράγγια) περιβάλλοντος διαμορφώνουν ένα ιδιότυπο τουριστικό πόρο που γίνεται πόλος έλξης τουριστών. Πρόκειται για την εξέλιξη που επιβάλλει την αναζήτηση νέων τρόπων σχεδιασμού και διαχείριση παρόμοιων περιοχών, οι οποίες αποτελούν περιβαλλοντικά και πολιτισμικά «ευαίσθητους» τουριστικούς πόρους. (Ανδριώτης, 2003)

■ Προβλήματα ανάπτυξης, λειτουργίας και διαχείρισης τουριστικών περιοχών

Η αύξηση του αριθμού και των τύπων των τουριστικών θέρετρων στην μεταπολεμική περίοδο έθεσε ζητήματα λειτουργίας και διαχείρισης τους σε σχέση με το περιβάλλον, την χωροταξία και την πολεοδομία. Τα περισσότερα από αυτά τα ζητήματα έχουν σαν στόχο να διαμορφωθούν κανόνες και πρότυπα διαχείρισης, προστασίας και ελέγχου του συνθέτου περιβάλλοντος για τις περιοχές αυτές. Κοινή παράμετρος σε αυτές τις προσπάθειες υπήρχε η έννοια της αειφορίας και της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. (Ανδριώτης, 2003)

Όμως ο τουρισμός μπορεί να έχει και θετικές επιπτώσεις στο περιβάλλον όπως:

Συμβολή στην προστασία και αναβάθμιση των φυσικών και πολιτισμικών πόρων μιας περιοχής λόγω της τουριστικής ανάπτυξης είτε άμεσα λόγω των έργων και πολιτικής ανάδειξης των πόρων της περιοχής είτε έμμεσα, όπως για παράδειγμα, οι ιδιωτικές πρωτοβουλίες ανασύλωσης ή αναβάθμισης παραδοσιακών κατοικιών ή η δημιουργία πιέσεων προστασίας των περιβαλλοντικών πόρων λόγω μεγαλύτερης ευαισθησίας στα θέματα προστασίας του περιβάλλοντος.

Βελτίωση της ποιότητας ζωής και του περιβάλλοντος γενικότερα λόγω έργων υποδομής που δεν θα κατασκευάζονταν ή θα αργούσαν να κατασκευαστούν λόγω έλλειψης τουρισμού. (Ανδριώτης, 2003)

Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ο οριζόντιος χαρακτήρας των περιβαλλοντικών προβλημάτων περιπλέκουν ιδιαίτερα την αναζήτηση και κατάρτιση της κατάλληλης πολιτικής:

- Ορισμένα προβλήματα όπως το νέφος, το φαινόμενο του θερμοκηπίου (παγκόσμια άνοδος της θερμοκρασίας) και η μείωση του προστατευτικού στρώματος του όζοντος, δύσκολα απομονώνονται, καθώς είναι αποτέλεσμα πολλών μικρών συλλογικών δράσεων. Η αντιμετώπιση τους ξεπερνά συνήθως τις δυνατότητες των επί μέρους πολιτικών και απαιτεί συλλογικές προσπάθειες τόσο σε εθνικό, αλλά και σε υπερεθνικό επίπεδο, φέρνοντας στο προσκήνιο το θέμα της παγκόσμιας συλλογικής ευθύνης, το ρολό των διεθνών οργανισμών, των εθνικών πολιτικών, τις σχέσεις βιομηχανικά αναπτυγμένων και αναπτυσσομένων χωρών κ.λπ.

- Για κάποια περιβαλλοντικά προβλήματα υπάρχουν ακόμη ασάφειες ως προς την ευθύνη διαχείρισης των πόρων όπως π.χ. στην περίπτωση ατυχημάτων ρύπανσης, στη

ρύπανση του υπόγειου υδάτινου ορίζοντα κ.λπ. Η αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών σχετίζεται με τη διάκριση μεταξύ δημοσίων και ιδιωτικών αγαθών, φέρνοντας στο προσκήνιο το ρόλο του κράτους, τα δικαιώματα και τις ευθύνες των πολιτών.

- Άλλα περιβαλλοντικά προβλήματα έχουν έντονα τοπικό χαρακτήρα (π.χ. ρύπανση), παρόλο που οφείλονται σε ευρύτερα κοινωνικοοικονομικά φαινόμενα (όπως ο τουρισμός) που έχει επιπτώσεις κυρίως στον τόπο προορισμού. Η αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών επιβαρύνει ιδιαίτερα τις τοπικές κοινωνίες χωρίς να υπάρχουν απαραίτητα και οι αντίστοιχες άμεσες ωφέλειες, φέρνοντας στο προσκήνιο το ρόλο των εθνικών και τοπικών φορέων, την κατανομή κόστους – ωφελειών μεταξύ δημοσίων και ιδιωτικών φορέων κ.λπ.

- Ορισμένα προβλήματα έχουν τοπικό και υπερτοπικό χαρακτήρα όπως π.χ. τα θέματα διασυνοριακής ρύπανσης, όπου η αντιμετώπιση τους περιλαμβάνει θέματα διεθνούς πολιτικής, διακρατικών και διεθνών σχέσεων, και συγκρούσεων με οικονομικό και πολιτικό χαρακτήρα (Ανδριώτης, 2003).

1.6 Η ανάπτυξη, οι τάσεις και το μέλλον του διεθνούς τουρισμού

1.6.1 Η ανάπτυξη και οι τάσεις του διεθνούς τουρισμού

Ο διεθνής τουρισμός παρουσίασε σε παγκόσμιο επίπεδο το 1996 μεγαλύτερη αύξηση στις αναπτυσσόμενες χώρες και μικρότερη στις αναπτυγμένες. Η περιοχή του πλανήτη μας που παρουσίασε την μεγαλύτερη τουριστική ανάπτυξη είναι η Μέση Ανατολή, η οποία ήδη εκτόπισε την ανατολική Ασία και τον Ειρηνικό στη δεύτερη θέση. Αύξηση παρουσίασε και η Νότια Ασία, ενώ η Ευρώπη παρά το γεγονός ότι το μερίδιό της τόσο στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις όσο και στις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις μειώθηκε, εξακολουθεί να είναι αδιαφιλονίκητα πρώτη στην παγκόσμια κατάταξη και από πλευράς διεθνών τουριστικών αφίξεων αλλά και άποψης διεθνών τουριστικών εισπράξεων. Συγκεκριμένα, η γηραιά Ήπειρος έχει χάσει από το 1990 μέχρι το 2000 τόσο από τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις όσο και από τις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις. Παρ' όλα αυτά εξακολουθεί να προσελκύει τους περισσότερους διεθνείς τουρίστες και να πραγματοποιεί τις περισσότερες διεθνείς τουριστικές εισπράξεις.

Οι μεταβολές στις αφίξεις διεθνών τουριστών και τις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις στον κόσμο και την Ευρώπη.

Έτος	Αφίξεις διεθνών τουριστών		Μεταβολή	Διεθνείς τουριστικές εισπράξεις		Μεταβολή
	Κόσμος	Ευρώπη		Κόσμος	Ευρώπη	
	(εκατομμύρια)		%	(δισεκατομμύρια €)		%
1990	445,9	280,6	61,5	207,4	113,0	54,5
1995	550,4	322,3	58,5	309,3	160,7	51,9
2000	687,3	392,7	57,1	512,5	248,7	48,5

(πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού)

Σε ότι αφορά τις δημοφιλέστερες χώρες υποδοχής τουριστών εδώ και αρκετά χρόνια τώρα η Γαλλία, οι ΗΠΑ, η Ισπανία και η Ιταλία κατέχουν σταθερά την πρώτη, δεύτερη, Τρίτη και τέταρτη θέση στον κόσμο. Όμως θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι η εντυπωσιακή

υπήρξε και η άνοδος της Κίνας και της Πολωνίας, που ανέβηκαν στην πέμπτη και ενδέκατη θέση της παγκόσμιας κατάταξης αντίστοιχα, ενώ η Ελλάδα σημείωσε μικρή πτώση. Συγκεκριμένα, από την δέκατη τρίτη θέση της παγκόσμια κατάταξης το 1990, το 2000 έχει πέσει στη δέκατη θέση.

Από πλευράς διεθνών τουριστικών εισπράξεων, οι ΗΠΑ κατέχουν αδιαφιλονίκητα την πρώτη θέση στην παγκόσμια κατάταξη και ακολουθούνται από την Ισπανία, τη Γαλλία και την Ιταλία. Άλλες ευρωπαϊκές χώρες με τουριστική παράδοση, όπως η Αυστρία και Γερμανία, βρίσκονταν το 2000 στην ένατη και έβδομη θέση αντίστοιχα της παγκόσμιας κατάταξης, ενώ η Κίνα και η Πολωνία σημείωσαν στην κυριολεξία θεαματική πρόοδο. Έτσι, λοιπόν, από την δωδέκατη θέση που βρισκόταν η Κίνα το 1990, βρίσκεται από το 2000 στην πέμπτη θέση, ενώ η Πολωνία ανέβηκε στο ίδιο χρονικό διάστημα από την εξηκοστή έβδομη θέση στην ενδέκατη θέση.

Ας σημειωθεί ότι τόσο από άποψης διεθνών τουριστικών αφίξεων όσο και από άποψης διεθνών τουριστικών εισπράξεων εμφανίζεται. Ένας γεωγραφικός συγκεντρωτισμός, αφού οι είκοσι πρώτες χώρες-τουριστικοί προορισμοί στην παγκόσμια κατάταξη υποδέχονται και φιλοξενούν το 68,9% των διεθνώς μετακινούμενων τουριστών, ενώ οι είκοσι πρώτες χώρες-τουριστικοί προορισμοί στην παγκόσμια κατάταξη των διεθνών τουριστικών εισπράξεων συγκεντρώνουν πάνω από το 69,6% του συνόλου τους.

Σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις ο διεθνής τουρισμός αναπτύσσεται σε ένα πιο ενθαρρυντικό οικονομικό και κοινωνικό υπόβαθρο. Το Κλίμα εμπιστοσύνης των τουριστών διατήρησε σε υψηλό επίπεδο τις τουριστικές δαπάνες που πραγματοποιούν αυτοί στο εξωτερικό κατά την διάρκεια της πρόσκαιρης παραμονής τους σε κάποιο ή κάποιους τουριστικούς προορισμούς. Παράλληλα, όμως η ολοένα και μεγαλύτερη απαίτηση των τουριστών για υψηλής ποιότητας στάθμης υπηρεσίες φιλοξενίας και η ανταποδοτικότητα των χρημάτων που δαπανούν αυτοί για την απόκτηση τους εξακολουθεί, σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις, να καθορίζει τόσο τις αποφάσεις που παίρνουν αυτοί να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους όσο και τις επιλογές που κάνουν για τους τουριστικούς προορισμούς που θα επισκεφτούν.

Μια από τις ευχάριστες διαπιστώσεις είναι ότι ο πληθωρισμός μειώθηκε και διατηρήθηκε σε χαμηλά επίπεδα στις περισσότερες χώρες, ενώ τα μεγάλα περιθώρια μεταβολής των συναλλαγματικών ισοτιμιών των περισσότερων σκληρών νομισμάτων συνέβαλαν στο να εξασφαλιστεί σταθερή μη πληθωριστική αύξηση, αλλά όχι χωρίς επιπτώσεις στις σχετικές ανταγωνιστικές θέσεις των διαφόρων τουριστικών προορισμών σε όλα τα μέρη του κόσμου.

Οι προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) στην αρχή της δεκαετίας του '80 ότι ο διεθνής τουρισμός στο τέλος του αιώνα μας ή το αργότερο στις αρχές του επόμενου θα έχει ξεπεράσει τα 600 εκατομμύρια άτομα επιτεύχθηκε τελικά χρόνια πριν την ανατολή του νέου αιώνα, δηλαδή στο τέλος του 1997. Αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην επιτάχυνση του ποσοστού αύξησης του διεθνούς τουρισμού που σημειώθηκε το 1996 τόσο στις αφίξεις διεθνών τουριστών, όσο και στις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις που σημείωσαν ρεκόρ. Έτσι, λοιπόν, οι αφίξεις διεθνών τουριστών το 1997 έφτασαν τα 601,5 εκατομμύρια, ενώ οι διεθνείς τουριστικές εισπράξεις έφτασαν τα 390,6 δισεκατομμύρια ευρώ.

Από τώρα και μέχρι το τέλος της πρώτης δεκαετίας του 21^{ου} αιώνα εκτιμάται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) ότι ο ρυθμός επέκτασης του διεθνούς τουρισμού τόσο από πλευράς αφίξεων διεθνών τουριστών, όσο και από πλευράς διεθνών τουριστικών εισπράξεων δεν θα μεταβληθεί καθόλου ή αν υπάρξει κάποια μείωση αυτή θα είναι μικρή. Ο σταθερός ρυθμός αύξηση κατά 4% περίπου ετησίως θα είναι το αποτέλεσμα των επιδράσεων δυο συνδυασμένων παραγόντων και συγκεκριμένα των εξής:

1. Της επιτάχυνσης των πολλών και σχετικά μικρής διάρκειας ταξιδιών από την πλευρά των τουριστών των αναπτυγμένων βιομηχανικά χωρών, τα οποία θα συμβάλουν στην αύξηση των συνολικών αφίξεων διεθνών τουριστών και των διεθνών τουριστικών εισπράξεων, καθώς ο μέσος όρος των δαπανών που πραγματοποιούν οι διεθνείς τουρίστες, κατά την διάρκεια της τουριστικής τους μετακίνησης, σε ημερήσια βάση τείνει να είναι υψηλότερος στα μικρότερης διάρκειας ταξίδια απ' ότι στα μεγαλύτερης διάρκειας.
2. Της μεγάλης αύξησης των ταξιδιών στο εξωτερικό και ιδιαίτερα αυτών για τουρισμό διακοπών από τους πληθυσμούς των αναπτυσσόμενων χωρών, δηλαδή αυτών που για διάφορους λόγους δεν έχουν ακόμα καταφέρει να σπάσουν το φράγμα της οικονομικής τους υποανάπτυξης.

Επίσης, θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα μεγαλύτερα ποσοστά αύξησης διεθνών τουριστικών αφίξεων θα πραγματοποιηθούν από τους κατοίκους των χωρών της Ανατολικής Ασίας και του Ειρηνικού, ακολουθούμενοι από αυτούς της Μέσης Ανατολής, της Νότιας Ασίας και της Αφρικής. Η ποσοστιαία επέκταση του διεθνούς τουρισμού θα είναι μικρότερη εκείνης του παγκόσμιου μέσου όρου μόνο σε ότι αφορά τα τουριστικά ταξίδια που θα πραγματοποιούνται στο εξωτερικό από τους μόνιμους κατοίκους της Αμερικής και της Ευρώπης.

1.6.2 Το μέλλον του διεθνούς τουρισμού:

Αύξηση της τάξης του 7% παρατηρήθηκε το πρώτο εξάμηνο του 2010 στη διεθνή τουριστική κίνηση σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, αποτελέσματα που κάνουν εμφανή την αλλαγή της ταξιδιωτικής τάσης η οποία ξεκίνησε το τελευταίο τρίμηνο του 2009 και αναμένεται να συνεχιστεί και το δεύτερο εξάμηνο του 2010. Αναλυτικότερα η Ευρώπη είχε μία μικρή άνοδο 2% και έδειξε να είναι εκείνη που έχει τους πιο αργούς ρυθμούς αποκατάστασης ωστόσο τα αποτελέσματα των δύο τελευταίων μηνών είναι αρκετά θετικά. Παράλληλα η Ασία παρουσίασε άνοδο 14% και η Μέση Ανατολή 20% κάνοντάς την κυρίαρχο του παιχνιδιού. Η Αμερική, από την άλλη, έδειξε μία διστακτική άνοδο 7%, φανερά βελτιωμένη από εκείνη του 2009. Την ίδια άνοδο της τάξεως του 7% εμφάνισε και η Αφρική. (www.touristiki-agera.gr) Σύμφωνα πάντα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού η παγκόσμια τουριστική κίνηση άγγιξε τα 421 εκατ. αφίξεων το πρώτο εξάμηνο του 2010 το οποίο θεωρείται η δυσκολότερη χρονιά για τον τουρισμό. Ο οργανισμός παρόλα αυτά προβλέπει μία γενική αύξηση της τουριστικής κίνησης περίπου 3-4% για την χρονιά αυτή. Οι ταξιδιώτες πάντως κάνουν εμφανή την τελευταία τουριστική τους τάση για διακοπές εντός της χώρας τους αφού περίπου 4 στους 5 επιλέγουν προορισμούς κοντινούς και

εντός των συνόρων και για τον λόγο αυτόν πολλές χώρες έχουν αρχίσει να δίνουν περισσότερη βάση σε εγχώρια φεστιβάλ και πολιτιστικές δράσεις.

Ο παγκόσμιος τουρισμός αναπτύσσει σταθερά ταχύτητα σε συνέχεια ενός ιδιαίτερα απαιτητικού και γεμάτο προκλήσεις 2009. Το πρώτο δίμηνο του 2010, **οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις σημειώνουν αύξηση 7% σύμφωνα με το Τουριστικό Βαρόμετρο του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ)**

Ιδιαίτερα σημαντική είναι η τουριστική ανάπτυξη στην Ασία, στην Αφρική και στη Μ.Ανατολή. Ο ΠΟΤ εκτιμά ότι οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις θα παρουσιάσουν εντός του 2010 αύξηση 3-4%.

ΑΝΑΔΥΟΜΕΝΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΘΟΔΗΓΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΚΑΜΨΗ

Ο ΠΟΤ υποστηρίζει πως οι **διεθνείς τουριστικές αφίξεις αυξήθηκαν κατά 7% τους πρώτους δύο μήνες του 2010**, μία εξέλιξη που ακολούθησε την ήδη θετική πορεία του τελευταίου τετραμήνου του 2009 μετά από 14 μήνες συνεχόμενων αρνητικών αποτελεσμάτων. Παρόλο που τα στοιχεία του Μαρτίου είναι ακόμη περιορισμένα, τα πρώτα αποτελέσματα συνηγορούν υπέρ του γεγονότος ότι η αύξηση θα συνεχιστεί.

Η πορεία ανάπτυξης σε όλες τις ηπείρους για τους δύο πρώτους μήνες του 2010, ήταν θετική με την Ασία και τον Ειρηνικό να σημειώνουν τα θετικότερα αποτελέσματα **με +10% και +7% αντίστοιχα**. Με βάση τα στοιχεία τριών εκ των κρατιδίων της Μέσης Ανατολής, συμπεραίνεται ότι η περιοχή φαίνεται να ανακάμπτει. Όσον αφορά στην Ευρώπη και στην Αμερική, ο ρυθμός ανάπτυξης είναι πιο αργός, δεδομένου ότι πρόκειται για τις δύο ηπείρους που επλήγησαν περισσότερο από την κρίση.

Μεγάλος αριθμός χωρών σε όλο τον κόσμο παρουσίασαν θετικά αποτελέσματα τους πρώτους μήνες του 2010. Συγκεκριμένα από τους 77 προορισμούς που δημοσιεύουν τα πρώτα επίσημα στατιστικά στοιχεία για την περίοδο αυτή, οι 60 παρουσιάζουν θετική πορεία (εκ των οποίων οι 24 σημειώνουν διψήφια αύξηση, συμπεριλαμβανομένων των: Εσθονία, Ισραήλ, Hong Kong, Μακάο, Ιαπωνία, Ταϊβάν, Ινδονησία, Σιγκαπούρη, Βιετνάμ, Γκουάμ, Ινδία, Νεπάλ, Σρι-Λάνκα, Νικαράγουα, Εκουαδόρ, Μαρόκο, Αίγυπτο και Σαουδική Αραβία). (www.touristiki-agera.gr)

Παρά τις ευοίωνες προοπτικές, η θετική αυτή εξέλιξη θα πρέπει να αντιμετωπιστεί με επιφύλαξη και προσοχή δεδομένου ότι η σύγκριση του 2010 πραγματοποιείται με το αντίστοιχο διάστημα του 2009 που θεωρούνται ως οι μήνες εκδήλωσης της οικονομικής κρίσης. Γενικά, οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις το πρώτο δίμηνο του 2010 ήταν 119.000.000 (7% αύξηση συγκριτικά με το 2009 και 2% λιγότερες από το 2008 που θεωρείται έτος –ρεκόρ για τον τουρισμό). (www.touristiki-agera.gr)

2010: ΑΥΞΗΣΗ 3-4% ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ

Σύμφωνα με τον ΠΟΤ, την πορεία της τουριστικής κίνησης δεν επηρέασε η διακοπή της κυκλοφορίας στον εναέριο χώρο της Ευρώπης λόγω της ηφαιστειακής σκόνης. Παρόλο που η έκρηξη του ηφαιστείου επέδρασε αρνητικά στην τουριστική οικονομία προορισμών, αεροδρομίων, αεροπορικών εταιρειών και διοργανωτών ταξιδιών, ο ΠΟΤ υποστηρίζει πως οι απώλειες αντιστοιχούν σε λιγότερο από 0.5% του συνόλου της τουριστικής κίνησης σε ετήσια βάση στην Ευρώπη και στο 0.3% του συνόλου διεθνώς. Όμως, παρά το γεγονός ότι η θετική τάση που διαγράφεται τους πρώτους μήνες του 2010 προδίδει βελτίωση των οικονομικών συνθηκών, ο ΠΟΤ προειδοποιεί πως ο τουριστικός τομέας εξακολουθεί να έχει να αντιμετωπίσει μεγάλο αριθμό προκλήσεων.

«Παρά το γεγονός ότι τα οικονομικά αποτελέσματα έχουν βελτιωθεί σημαντικά τους τελευταίους μήνες με συνέπεια την αύξηση της τουριστικής ζήτησης, εμείς πρέπει να

διατηρήσουμε μία επιφυλακτική στάση δεδομένου ότι υπάρχουν ακόμη πολλοί παράγοντες που μπορούν να θέσουν σε κίνδυνο τον σταθερό βηματισμό της τουριστικής βιομηχανίας προς την ανάκαμψη», δήλωσε ο Γενικός Γραμματέας του ΠΟΤ, Taleb Rifai στην έναρξη του σεμιναρίου του οργανισμού στη Σόφια με θέμα : «Τουριστική Διακυβέρνηση σε καιρούς κρίσης: Περιστασιακές και διαρθρωτικές πολιτικές» (Tourism Governance in Times of Crisis: Conjunctural and Structural Policies). Και προσθέτει: «Την οικονομική ανάκαμψη κυρίως καθοδηγούν οι αναδυόμενες οικονομίες την ίδια στιγμή που η ανάπτυξη πραγματοποιείται με αργούς ρυθμούς στις πιο προηγμένες χώρες. Ταυτόχρονα, τα συνεχώς αυξανόμενα ποσοστά ανεργίας σε κύριες αγορές πηγές προέλευσης τουριστών μας ανησυχούν ιδιαίτερα». (www.touristiki-agera.gr)

Σύμφωνα με εκτιμήσεις, τα τουριστικά έσοδα μειώθηκαν από τα \$942 δις. (€ 641 δις.) το 2008, σε \$852 δις. παγκοσμίως (€ 611 δις.) το 2009.

Όπως αναφέρει ο ΠΟΤ, η εμπειρία έχει «διδάξει» την τουριστική βιομηχανία ότι σε περιόδους κρίσης, τα έσοδα επηρεάζονται περισσότερο από τις τουριστικές αφίξεις.

Η ΚΙΝΑ 4^η ΔΥΝΑΜΗ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Οι ειδικοί σε θέματα πραγματοποίησης τουριστικών επενδύσεων διαπίστωσαν μία ενδιαφέρουσα αλλαγή εντός του 2009. Συγκεκριμένα, παρατηρήθηκε μία αλλαγή στις θέσεις των 10 πιο ενδεδειγμένων για τουριστικές επενδύσεις χωρών με την Κίνα να καταλαμβάνει την 4^η θέση από την Γαλλία. Οι επενδύσεις της Κίνας στον διεθνή τουρισμό ήταν τόσο σημαντικές που συνετέλεσαν στην ταχεία άνοδο της χώρας στην εν λόγω λίστα. Σημειώνεται ότι το 2005, η Κίνα βρισκόταν στην 7^η θέση ενώ τη χρονιά της κρίσης, οι τουριστικές της δαπάνες αυξήθηκαν κατά 21%. Όσον αφορά στη λίστα με τους δέκα πιο δημοφιλείς προορισμούς, με βάση τις αφίξεις τουριστών και τα τουριστικά έσοδα δεν υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις συγκριτικά με τα προηγούμενα έτη. Η Γαλλία, η Αμερική και η Ισπανία συνεχίζουν να καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις. Τέλος, η Τουρκία και η Γερμανία ανέβηκαν μία θέση, στην έβδομη και στην όγδοη αντίστοιχα. (www.touristiki-agera.gr)

1.7 Η Ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα

1.7.1 Ο ρόλος του τουρισμού στην ελληνική οικονομία

Ο τουρισμός κάτω από προϋποθέσεις αποτελεί για ορισμένες χώρες του πλανήτη μας σημαντική οικονομική δραστηριότητα, ο δε ρόλος που διαδραματίζει αυτός στις οικονομίες τους συχνά είναι κυριολεκτικά πρωταγωνιστικός, με αποτέλεσμα να συμβάλει καθοριστικά στην οικονομική τους ανάπτυξη και πρόοδο. Μεταξύ των χωρών αυτών συγκαταλέγεται και η Ελλάδα, αφού η συμβολή του τουρισμού στη διαμόρφωση του μεν ακαθάριστου εθνικού της προϊόντος είναι σήμερα της τάξης του 7-8% περίπου, του δε εγχώριου προϊόντος της τάξης του 14% περίπου, που σημαίνει ότι συμβάλλει στην διαμόρφωση τόσο του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος, όσο και του εγχώριου προϊόντος περισσότερο απ'ότι πολλοί άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας. Αυτά αναφορικά με το σημαντικότερο ρόλο που διαδραματίζει ο τουρισμός στην οικονομία της Ελλάδας. (www.touristiki-agera.gr)

Σήμερα ο τουρισμός αναμφίβολα καταλαμβάνει στην Ελλάδα μια εντελώς ξεχωριστή θέση στην οικονομία της. Παρ' όλα αυτά, η αντιμετώπιση της ανάπτυξη του από τις εκάστοτε πολιτικές εξουσίες τις περισσότερες φορές κάθε άλλο παρά η ενδεδειγμένη ήταν. Και αυτό κυρίως γιατί η πολιτική τουριστικής ανάπτυξης που εφαρμόστηκε υπήρξε

μάλλον αποσπαστική και, το χειρότερο απ'όλα, απρογραμματίστη. Εξαιτίας δε του τελευταίου γεγονότος δε είχε αυτή ποτέ ούτε συνέπεια αλλά ούτε και συνέχεια.

Ένα μεγάλο μέρος της ευθύνης για την απαράδεκτη αυτή κατάσταση πρέπει να χρεωθεί στην ιδιωτική πρωτοβουλία, η οποία στην πλειονοψηφία της έβλεπε, μέχρι και στο τέλος της δεκαετίας του '80, τον τουρισμό κατά κύριο λόγο σαν οικονομική δραστηριότητα που εξασφαλίζει σε όλους όσους επενδύουν σε αυτόν γρήγορο και εύκολο κέρδος.

(www.touristiki-agera.gr)

1.7.2 Η 'απογείωση' της τουριστικής ανάπτυξης

Μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου και του εμφύλιου πολέμου που ακολούθησε σχεδόν αμέσως μετά, καταβλήθηκαν προσπάθειες εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας για την ανάπτυξη του τουρισμού. Η Ελλάδα, ως τουριστικός προορισμός, άρχισε να προσελκύει από τις αρχές τις δεκαετίας του '50 το ενδιαφέρον των ξένων τουριστών ολοένα και περισσότερο. Προς το τέλος της δεκαετίας αυτή, παρ' όλο που η Ελλάδα αγωνιζόταν για να αναπτυχθεί οικονομικά μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών που είχαν κάνει σημαντική πρόοδο προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης του τουρισμού τους. Μέχρι τότε η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα ήταν περιορισμένη, αποτελείτο δε κατά κύριο λόγο από ένα μικρό αριθμό τουριστών υψηλής εισοδηματικής στάθμης που ενδιαφερόταν βασικά να επισκεφτούν τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού. Τα συναλλαγματικά έσοδα που απεκόμιζε η Ελλάδα τότε ήταν ασήμαντα, ο δε τουρισμός αποτελούσε ένα μικρό μόνο μέρος της οικονομικής της δραστηριότητας.

(www.touristiki-agera.gr)

Διεθνείς τουριστικές αφίξεις, διεθνείς τουριστικές εισπράξεις και μέση κατά τουρίστα δαπάνη στην Ελλάδα.

Έτη	Διεθνείς τουριστικές αφίξεις (χιλιάδες)	Μεταβολή %	Διεθνείς τουριστικές εισπράξεις (εκατομ.\$)	Μεταβολή %	Μέση κατά τουρίστα δαπάνη (\$)
1950	38	-	4,7	-	141
1955	196	584,8	29,1	519,1	148
1960	399	103,6	49,3	69,4	141
1965	1.132	374,0	107,6	118,2	127
1970	1.609	42,1	193,6	79,9	155
1975	3.173	97,2	643,6	232,4	244
1980	5.271	66,1	1.733,5	169,3	361
1985	7.039	33,5	1.428,0	-17,6	217

1990	8.873	26,0	2.575,0	80,3	245
1995	10.130	14,2	3.162,0	22,8	290
2000	13.096	29,3	9.984,0	215,7	762

(πηγή: Ε.Ο.Τ., Ε.Σ.Υ.Ε., Τράπεζα της Ελλάδος, Π.Ο.Τ.)

Αυτό που συνέβαλε αποφασιστικά στην προσέλκυση ενός μεγαλύτερου αριθμού τουριστών στην Ελλάδα στην διάρκεια του δεύτερου μισού της δεκαετίας του '50 ήταν η υποτίμηση της δραχμής τον Απρίλιο του 1953. Η Ελλάδα έγινε τότε αν όχι ο φθηνότερος τουριστικός προορισμός για τους διεθνείς τουρίστες, τουλάχιστον ένας από τους φθηνότερους, ενώ πριν την υποτίμηση της δραχμής συγκαταλεγόταν μεταξύ των ακριβότερων. Έτσι, άρχισαν να επισκέπτονται την Ελλάδα και άτομα χαμηλής εισοδηματικής στάθμης, αφού ο τουρισμός ήταν προσιτός πια. Το γεγονός ότι οι τιμές των παρεχόμενων υπηρεσιών φιλοξενίας αυξήθηκαν συγκριτικά με αργούς ρυθμούς και σε περιορισμένη έκταση κατά τα πρώτα έτη μετά την υποτίμηση της δραχμής και ότι η σταθερότητα διατηρήθηκε για μεγάλο χρονικό διάστημα, έκανε δυνατή την 'πώληση' της Ελλάδας σαν ένα προορισμό διακοπών και ανάπαυλας σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές για αρκετά χρόνια.

Οι προσπάθειες για να αναπτυχθεί ο τουρισμός στην Ελλάδα στη δεκαετία του '60 αντιμετώπισαν μεγάλες δυσκολίες. Παρ' όλα αυτά, ο αριθμός των επισκεπτών εξακολουθούσε να αυξάνεται και έτσι να γίνεται δυνατή η θετική συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και ταυτόχρονα στην διεύρυνση της εξαγωγικής βάσης της με το να διαφοροποιούνται οι οικονομικές της δραστηριότητες.

(www.touristiki-agera.gr)

1.7.3 Η επιτάχυνση της τουριστικής ανάπτυξης από τα μέσα της δεκαετίας του '70 μέχρι τη δεκαετία του '90

Στο χρονικό διάστημα από τα μέσα περίπου της δεκαετίας του '70 μέχρι τη δεκαετία του '90 ο τουρισμός, στην Ελλάδα και ιδιαίτερα ο διεθνής τουρισμός πέτυχε τους ταχύτερους αναπτυξιακούς ρυθμούς. Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα βασίστηκε αποκλειστικά σε δύο σημαντικούς τουριστικούς πόρους, και συγκεκριμένα στην γεωγραφική της θέση και τις κλιματολογικές της συνθήκες, και στους αρχαιολογικούς της χώρους και τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού. Οι κύριες διεθνείς τουριστικές αγορές της Ελλάδας την περίοδο εκείνη ήταν οι ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο, και οι εύπορες δυτικοευρωπαϊκές χώρες.

Η πτώση της δημοτικότητας των ισπανικών παραθεριστικών κέντρων στη Μεσόγειο στα μέσα και προς το τέλος της δεκαετίας του '70 και οι ανάγκες της ευρωπαϊκής τουριστικής βιομηχανίας για νέους τουριστικούς προορισμούς συνέβαλλαν στις ουσιαστικές μεταβολές που πραγματοποιήθηκαν τόσο στην νοερή εικόνα της Ελλάδας, ως τουριστικού προορισμού, όσο και στην τουριστική της υποδομή και ανωδομή στα μέσα της δεκαετίας του '70. (www.touristiki-agera.gr)

Επιπλέον, η χαμηλή συναλλαγματική αξία της δραχμής έναντι των νομισμάτων των χωρών προέλευσης των τουριστών, σε συνδυασμό με το γενικά χαμηλό επίπεδο των τιμών και των μισθών, έκαναν την Ελλάδα έναν πολύ ελκυστικό τουριστικό προορισμό ιδιαίτερα στους μαζικά μετακινούμενους τουρίστες, που ενδιαφέρονται αποκλειστικά και μόνο για φθηνά τουριστικά πακέτα και γενικότερα για χώρες υποδοχής τουριστών με χαμηλό κόστος ζωής. (www.touristiki-agera.gr)

Διεθνείς τουρίστες στην Ελλάδα, για τους οποίους οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού αποτελούσαν ισχυρό πόλο έλξης, περιορίζονταν στο να χρησιμοποιούν την Αθήνα σαν πύλη εισόδου τους στη χώρα. Εξαιτίας αυτού του γεγονότος, η πρωτεύουσα τη Ελλάδας υπήρξε την εποχή εκείνη το επίκεντρο του εισερχόμενου τουρισμού. Η κατασκευή, όμως, αεροδρομίων σε πολλά ελληνικά νησιά στο Αιγαίο και στο Ιόνιο πέλαγος, καθώς επίσης και η αύξηση των αεροπορικών πτήσεων, έκαναν δυνατό για τους τουρ οπερείτορς να μετακινούν μεγάλους αριθμούς τουριστών απευθείας στον ήλιο, τη θάλασσα και την άμμο των ελληνικών νησιών, τα οποία ανταποκρινόντουσαν θετικά στην ζήτηση του διεθνούς τουρισμού για φθηνές διακοπές σε αυτά.

Η εντυπωσιακή και ταχύρυθμη ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού που άρχισε στα μέσα της δεκαετίας του '70, επιβραδύνθηκε προς το τέλος της δεκαετίας του '80. Έτσι, ύστερα από μια ταχύρρυθμη ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας διαφάνηκε ότι κινδύνευε να μείνει στάσιμη στην δεκαετία του '90. Ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα αντιμετώπιζε την περίοδο εκείνη το πρόβλημα του μετασχηματισμού της χώρας σε ένα τουριστικό προορισμό που μπορεί να ανταγωνιστεί με επιτυχία άλλους τουριστικούς προορισμούς όχι μόνο ως προς την τιμή των παρεχόμενων υπηρεσιών φιλοξενίας, αλλά και ως προς την αξία τους σε σχέση με τα χρήματα που ξοδεύονταν από τους τουρίστες για την απόκτηση του δικαιώματος χρήσης. Αναμφίβολα ο ελληνικός τουρισμός βρίσκεται από το τέλος της δεκαετίας του '80 σε μια κρίσιμη καμπή. Η εφαρμογή της συμφωνίας της ένταξης της χώρας στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (Ε.Ο.Κ.) το 1981 και τα χρόνια οικονομικά της προβλήματα αναπόφευκτα προκάλεσαν βαθμιαία μια ουσιαστική αύξηση των τιμών και στην τουριστική βιομηχανία, έτσι ώστε η Ελλάδα να μην μπορεί πια στο τέλος της δεκαετίας του '80 να θεωρείται τουριστικός προορισμός που μπορεί να πουληθεί στο εξωτερικό κατά κύριο λόγο για την φθηνία του. Αν η τουριστική βιομηχανία της χώρας μπορέσει να ανακάμψει σύντομα από την κρίση αυτή και κυρίως να προσφέρει κάποτε υψηλής στάθμης υπηρεσίες φιλοξενίας στους επισκέπτες της, που να αξίζουν τα χρήματα που είναι διατεθειμένοι να ξοδεύουν για να αποκτήσουν το δικαίωμα χρήσης τους και έτσι να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, θα το δείξει το μέλλον. Ο χρόνος, κατά συνέπεια, θα αποδείξει αν και κατά πόσο μπορεί να επιτευχθεί ο σκοπός αυτός και κάτω από ποιους όρους και προϋποθέσεις. (www.touristiki-agera.gr)

1.7.4 Το μερίδιο της Ελλάδας στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις και εισπράξεις σε παγκόσμιο σύνολο

Το 1990 η Ελλάδα, σύμφωνα με στατιστικές του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), συγκαταλεγόταν μεταξύ των είκοσι δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών

στον κόσμο. Συγκεκριμένα κατείχε την 13^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη, ο δε αριθμός των διεθνών τουριστών που την είχαν επισκεφθεί ανερχόταν σε 8,9 περίπου εκατομμύρια. Παρ' όλα αυτά που η Ελλάδα συγκαταλεγόταν ταυτόχρονα και μεταξύ των σαράντα τουριστικών προορισμών με τις μεγαλύτερες τουριστικές εισπράξεις στον κόσμο, η αύξηση των εισπράξεων της από το διεθνή τουρισμό δεν ήταν ανάλογη με αυτήν των αφίξεων διεθνών τουριστών σε αυτή. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα κατείχε την 24^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη, οι δε εισπράξεις της από το διεθνή τουρισμό ήταν της τάξης των 2 περίπου εκατομμυρίων ευρώ.

Δέκα χρόνια αργότερα, δηλαδή το 2000, η Ελλάδα, σύμφωνα με στατιστικές και πάλι του Π.Ο.Τ., συγκαταλεγόταν μεταξύ των είκοσι δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών στον κόσμο, πλην όμως δεν καταλάμβανε πια την 13^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη, αλλά βρισκόταν στην 14^η θέση, ο δε αριθμός των διεθνών τουριστών που την είχαν επισκεφθεί ανερχόταν σε περίπου 13 εκατομμύρια. Αλλά και σε ότι αφορά τις εισπράξεις της από το διεθνή τουρισμό, η Ελλάδα δεν καταλάμβανε πια την 24^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη αλλά τη 10^η, με εισπράξεις της τάξης των 10 περίπου δισεκατομμυρίων ευρώ. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (Ι.Τ.Ε.Π.) εκτιμά οι εισπράξεις της Ελλάδας από τον διεθνή τουρισμό πριν το 2000 είναι κατά πολύ μεγαλύτερες από αυτές που εμφανίζουν οι στατιστικές του Π.Ο.Τ.

Όταν μια χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών σαν την Ελλάδα φιγουράρει εδώ και χρόνια στην πρώτη εικοσάδα των σαράντα δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών στον κόσμο, είναι φυσικό να απορεί κανείς πως είναι δυνατό όλα αυτά τα χρόνια να μην εμφανίζεται αυτή και στην πρώτη εικοσάδα των σαράντα τουριστικών προορισμών, που πραγματοποιούν τις μεγαλύτερες εισπράξεις από το διεθνή τουρισμό.

Αυτή η κατάσταση δεν αποτελεί ελληνική πρωτοβουλία ή αποκλειστικότητα και αυτό γιατί το ίδιο παρατηρείται και σε ορισμένες άλλες χώρες υποδοχής και φιλοξενίας, όπως η Ουγγαρία και η Πορτογαλία. (www.touristiki-agera.gr)

1.7.5 Τελευταίες εξελίξεις στην Ελλάδα

Αφίξεις

Τη δεκαετία του '90, οι περισσότεροι επισκέπτες (93,2%) προέρχονταν από την Ευρώπη και το 70,2% αυτών από την ΕΕ. Πιο συγκεκριμένα, Βρετανοί, Γερμανοί, Σουηδοί, Φιλανδοί, Ολλανδοί και Αυστριακοί κατέκλεισαν την ελληνική αγορά. Ως εκ τούτου, αυτές ήταν οι κυρίαρχες αγορές, με τους Βρετανούς και τους Γερμανούς να συμβάλλουν σχεδόν τις μισές από όλες τις αφίξεις. Περίπου 77,7% ήρθαν με το αεροπλάνο της γραμμής και 60,5% με ναυλωμένες πτήσεις. Αν και οι τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα είχε προβλεφθεί ότι θα άγγιζαν τα 20 εκατομμύρια, μέχρι το 2000, κάτι τέτοιο δεν επιτεύχθηκε, καθώς το 2005 οι συνολικές αφίξεις τουριστών έφτασαν τα 15.449.133. (Eurostat, 2005)

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει την κίνηση των αφίξεων στα συλλογικά τουριστικά καταλύματα κατά χώρα μόνιμης διαμονής. Παρατηρούμε ότι, όπως και τα προηγούμενα χρόνια έτσι και το 2004, το 68, 55% των αφίξεων διέμεναν μόνιμα σε κάποια από τις χώρες της Ε.Ε., ενώ το 48,20% αυτών ήταν από κράτη-μέλη της Ευρώ-Ζώνης. Οι γερμανική αγορά, για ακόμα μια φορά αποτελεί σημαντική πηγή

τροφοδότησης της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας, με ποσοστό 17,45% και αντίστοιχα το Ην. Βασίλειο με 15,64%. Σημαντικό μερίδιο κατέχουν και οι λοιπές χώρες της Ευρώπης (Τουρκία, Σλοβακία, Τσεχία* κ.λπ.), με ποσοστό 10,85%, περίπου 685 χιλ. αφίξεις. (Eurostat, 2005)

Πίνακας: Αφίξεις κατά χώρα μόνιμης διαμονής 2004

	ΧΩΡΑ ΜΟΝΙΜΗΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ	Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Τουριστικά κάμπινγκ	Σύνολο
A001	Γενικό Σύνολο	6.313.228	147.834	6.461.062
EUROZ	Κράτη Ευρω-ζώνης	3.043.525	119.341	3.162.866
EU15	Κράτη Ευρωπαϊκής Ένωσης	4.328.295	128.051	4.454.346
BEL	Βέλγιο	192.954	2.960	195.914
DNK	Δανία	113.549	1.712	115.261
DEU	Γερμανία	1.101.739	44.417	1.146.156
GRC	Ελλάδα			
ESP	Ισπανία	95.521	1.249	96.770
FRA	Γαλλία	497.392	23.197	520.589
IRL	Ιρλανδία	37.029	275	37.304
ITA	Ιταλία	548.283	18.938	567.219
LUX	Λουξεμβούργο			
NLD	Ολλανδία	251.215	18.879	269.894
AUT	Αυστρία	209.754	9.213	218.967
PRT	Πορτογαλία	13.382	142	13.524
FIN	Φινλανδία	96.256	273	96.529
SWE	Σουηδία	183.705	479	184.184
GBR	Ηνωμένο Βασίλειο	987.518	4.519	992.035
EFTA	Σύνολο ΕΖΕΣ	277.583	5.711	283.294
ISL	Ισλανδία			
NOR	Νορβηγία	140.868	185	140.851
CHE	Ελβετία (και Λιχτενστάιν)	136.917	5.528	142.443
EEA	Ε.Ο.Χ. - Σύνολο Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (EU15 + ΕΖΕΣ - Ελβετία)	4.468.961	128.238	4.595.197
EUCO	Σύνολο λοιπών Ευρωπαϊκών χωρών	685.512	12.248	697.760
TUR	Τουρκία	45.550	129	45.679
POL	Πολωνία	75.175	2.407	77.582
CZE	Δημοκρατία της Τσεχίας	89.610	1.320	70.930
SVK	Σλοβακία	24.683	381	25.064
HUN	Ουγγαρία	33.359	1.198	34.557
OTHE	Λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες μ.α.κ.	437.135	6.813	443.948
AFRC	Σύνολο Αφρικής	30.852	121	30.973
NAMR	Βόρειας Αμερικής	434.348	1.055	435.401
USA	ΗΠΑ	372.489	674	373.143
CAN	Καναδάς	61.877	381	62.258
SCAM	Σύνολο Νότιας και Κεντρικής Αμερικής	45.288	198	45.484
ASIA	Σύνολο Ασίας	409.012	668	409.680
JPN	Ιαπωνία	96.073	135	96.208
OTHA	Λοιπές χώρες Ασίας	312.939	533	313.472
AOCT	Ωκεανία	72.629	1.755	74.384
AUS	Αυστραλία			
NZL	Νέα Ζηλανδία			
OCOT	Λοιπές χώρες Ωκεανίας			
AAAA	Δε δήλωσαν χώρα μόνιμης διαμονής	29.731	29	29.760

Πηγή: Eurostat, 2005

Διανυκτερεύσεις:

Το 2004, περίπου 39 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις διεθνών τουριστών καταγράφηκαν σε όλους τους τύπους καταλυμάτων. Παρόμοια με τις αφίξεις, η μεγάλη πλειοψηφία των διανυκτερεύσεων που έγιναν στη χώρα ήταν από τους Ευρωπαίους, ειδικότερα Βρετανούς 19,41%, Γερμανούς 24,24%, Σουηδοί, Φινλανδοί, Ολλανδοί και Αυστριακοί. Ως εκ τούτου, αυτές οι υπηκοότητες είναι οι κυρίαρχες αγορές, που αποτελούν περισσότερο από τα τρία τέταρτα των διανυκτερεύσεων, με τους Βρετανούς και τους Γερμανούς να πραγματοποιούν σχεδόν τις μισές από όλες τις διανυκτερεύσεις. (Eurostat, 2005)

Πίνακας: Διανυκτερεύσεις κατά χώρα μόνιμης διαμονής, 2004

	ΧΩΡΑ ΜΟΝΙΜΗΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ	Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Τουριστικά κάμπινγκ	Σύνολο
A001	Γενικό Σύνολο	38.309.783	486.413	38.796.196
EUROZ	Κράτη Ευρω-ζώνης	20.252.928	378.022	20.630.950
EU15	Κράτη Ευρωπαϊκής Ένωσης	29.819.346	404.578	30.223.924
BEL	Βέλγιο	1.386.037	8.038	1.394.075
DNK	Δανία	751.124	7.834	758.958
DEU	Γερμανία	9.233.860	173.729	9.407.589
GRC	Ελλάδα			
ESP	Ισπανία	252.648	2.503	255.151
FRA	Γαλλία	2.262.547	45.651	2.308.198
IRL	Ιρλανδία	267.236	1.018	268.254
ITA	Ιταλία	2.623.686	52.610	2.676.296
LUX	Λουξεμβούργο			
NLD	Ολλανδία	1.803.155	58.936	1.862.091
AUT	Αυστρία	1.681.903	34.386	1.716.289
PRT	Πορτογαλία	65.366	415	65.781
FIN	Φινλανδία	676.490	736	677.226
SWE	Σουηδία	1.301.040	1.664	1.302.704
GBR	Ηνωμένο Βασίλειο	7.514.254	17.058	7.531.312
EFTA	Σύνολο ΕΖΕΣ	2.153.168	17.130	2.170.298
ISL	Ισλανδία			
NOR	Νορβηγία	1.162.849	588	1.163.437
CHE	Ελβετία (και Λιχτενστάιν)	990.319	16.542	1.006.861
EEA	Ε.Ο.Χ. - Σύνολο Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (EU15 + ΕΖΕΣ - Ελβετία)	30.982.195	405.166	31.387.361
EUCO	Σύνολο λοιπών Ευρωπαϊκών χωρών	3.577.605	55.473	3.633.078
TUR	Τουρκία	93.821	397	94.218
POL	Πολωνία	524.806	6.741	531.547
CZE	Δημοκρατία της Τσεχίας	593.061	3.714	596.775
SVK	Σλοβακία	200.951	1.893	202.844
HUN	Ουγγαρία	201.432	4.199	205.631
OTHE	Λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες μ.α.κ.	1.963.534	38.529	2.002.063
AFRC	Σύνολο Αφρικής	104.932	422	105.354
NAMR	Βόρειος Αμερική	1.115.362	2.566	1.117.928
USA	ΗΠΑ	935.213	1.563	936.776
CAN	Καναδάς	180.149	1.003	181.152
SCAM	Σύνολο Νότιας και Κεντρικής Αμερικής	136.897	669	137.566
ASIA	Σύνολο Ασίας	1.126.796	1.358	1.128.154
JPN	Ιαπωνία	212.094	271	212.365
OTHA	Λοιπές χώρες Ασίας	914.702	1.087	915.789
AOCT	Ωκεανία	188.552	4.085	192.637
AUS	Αυστραλία			
NZL	Νέα Ζηλανδία			
OCOT	Λοιπές χώρες Ωκεανίας			
AAAA	Δε δήλωσαν χώρα μόνιμης διαμονής	87.125	132	87.257

Πηγή: Eurostat, 2005

Περισσότερο από 69% των τουριστών έφθασε στην Ελλάδα αεροπορικώς και 50% του συνόλου έφθασε με ναυλωμένες πτήσεις, λόγω της απόστασης από τη χώρα της αναχώρησης. Το 98,30% των πτήσεων charter ήρθαν από την Ευρώπη, 32,53% από τη Βρετανία και 19,28% από τη Γερμανία. Η δυσκολία των έμμεσων προγραμματισμένων μεταφορών, οι μεγάλες διαφορές ανάμεσα στις δαπάνες για τα group και τους μεμονωμένους πελάτες από τα καταλύματα, η έλλειψη πληροφοριών για το ελληνικό τουριστικό προϊόν όπως και το ανεπαρκές μάρκετινγκ από τις μικρού και μεσαίου μεγέθους τουριστικές επιχειρήσεις, έχει επιτρέψει στους tour operators

να ενεργούν ως μεσάζοντες μεταξύ των καταναλωτών και των φορέων και να διαδραματίζουν έναν κυρίαρχο ρόλο στη βιομηχανία του τουρισμού. Εντούτοις, η ανάπτυξη του διαδικτύου επιτρέπει στους ενδεχόμενους επισκέπτες να κάνουν κρατήσεις πακέτων ανεξάρτητα, και να χρησιμοποιούν φτηνότερες αερογραμμές και τιμές διακοπών. (Eurostat, 2005)

Οι ελληνικές τουριστικές εισπράξεις

Παρακάτω δίνονται στοιχεία αναφορικά με την ανάλυση των αλλοδαπών τουριστικών δαπανών, που πραγματοποιούνται, τόσο στη χώρα τους, όσο και στη διάρκεια της παραμονής τους στην Ελλάδα. Οι αλλοδαπές τουριστικές εισπράξεις αποτελούν σημαντικές οικονομικές εισροές, που στην Ελλάδα δημιουργούν σημαντική οικονομική δραστηριότητα, νέες θέσεις εργασίας και βοηθούν στην περιφερειακή ανάπτυξη και οικονομική σύγκλιση της χώρας. Το μερίδιο του τουρισμού στο Ελληνικό ΑΕΠ ξεπερνά το 15%, ενώ η απασχόληση στον τουρισμό φθάνει τα 700 χιλιάδες άτομα που αντιστοιχεί στο 16,5% του εργατικού δυναμικού. Σύμφωνα με μία νέα έρευνα που παρουσιάστηκε στο περιθώριο της World Travel Market από την εταιρεία AXA Insurance, η τουριστική αγορά της Μ. Βρετανίας αποτιμάται σε περίπου 160 δις. ευρώ, καθώς αυτό είναι το συνολικό ποσό που φέρονται να δαπανούν οι Βρετανοί φέτος σε ταξίδια, τουριστικές υπηρεσίες και προϊόντα.

Σύμφωνα με την έρευνα, οι Βρετανοί δαπανούν για το κόστος διακοπών τους περίπου 72 δις ευρώ φέτος, ενώ ξόδεψαν ή πρόκειται να ξοδέψουν στις διακοπές τους περί τα 46,4 δις ευρώ. Άλλες σημαντικές κατηγορίες δαπανών τουρισμού για τους Βρετανούς, οι περιηγήσεις και εκδρομές με περίπου 7 δις ευρώ, περίπου 6,5 δις σε ταξιδιωτική ασφάλεια και περίπου 3,5 δις ευρώ για την ενοικίαση αυτοκινήτων. Δημοφιλέστερος προορισμός των Βρετανών για το 2006 είναι η ίδια τους η χώρα και η Ιρλανδία με ποσοστό 68%. Ακολουθούν η Ισπανία με 37%, η Γαλλία με 25%, η Ιταλία με 19%, οι ΗΠΑ με 17%, η Ελλάδα με 13%, η Πορτογαλία με 11% και ο Καναδάς με 10%.

Από την έρευνα προκύπτει επίσης, ότι το 53% των Βρετανών θα πραγματοποιήσει ένα έως τρία ταξίδια διακοπών ενώ το 10% θα πραγματοποιήσει τέσσερα ή πέντε ταξίδια short breaks. Το πλέον δημοφιλές είδος διακοπών είναι ο παραδοσιακός συνδυασμός ξενοδοχείου/διαμερίσματος και θάλασσας, με ποσοστό 65%

Πολύ κοντά στις προτιμήσεις, με ποσοστό 60%, βρίσκεται ο συνδυασμός πόλης και θάλασσας και ακολουθούν οι συνδυασμοί “fly – drive” με 44% και η διαμονή σε βίλες/κατοικίες, με 25%.

Σε συνέχει των ανωτέρω, ως αγορά προέλευσης επισκεπτών, η Βρετανία κατατάσσεται στις σημαντικότερες του κόσμου. Το 2005, πραγματοποιήθηκαν 66,5 εκατ. ταξίδια Βρετανών στο εξωτερικό, εκ των οποίων, περίπου τα 44,2 εκατ. δηλώθηκαν ως ταξίδια διακοπών. Άλλα 10,6 εκατ. αναφέρθηκαν ως επισκέψεις σε συγγενείς και φίλους (VFR) και περίπου 8,5 ως ταξίδια επαγγελματικών λόγων. Και οι τρεις επιμέρους κατηγορίες εμφανίζουν σημαντική αύξηση σε σύγκριση με την προηγούμενη διετία 2003-2004. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας, στο εξάμηνο Ιανουαρίου – Ιουλίου 2006, καταγράφεται αύξηση των ταξιδιών των Βρετανών στο εξωτερικό κατά 2% σε σύγκριση με την αντίστοιχη του 2005, ενώ

αύξηση εμφανίζουν και οι δαπάνες κατά 6%. Το πρώτο τρίμηνο της χρονιάς, όμως, εμφανίζεται μείωση. Σε επίπεδο παγκόσμιας κατάταξης, το 2005, η Μ. Βρετανία ήταν η 6η από πλευράς αφίξεων με περίπου 30 εκατ. αφίξεις και 5η από πλευράς εισπράξεων με 30,7 δις δολάρια. .(www.touristiki-agera.gr)

1.8 Μπροστά στο δρόμο που χάραξε η κρίση...

Η τουριστική χρονιά 2009 βρίσκεται στο τέλος της υψηλής περιόδου και έχει να καταδείξει μικρή μείωση στον αριθμό των διανυκτερεύσεων στις περισσότερες τουριστικές περιοχές της χώρας, αλλά σημαντική μείωση εσόδων. Η Γερμανία και Βρετανία, από τις οποίες προέρχεται πάνω από το 50% των αφίξεων, καθώς και οι αναδυόμενες αγορές, βρίσκονται κάτω από τη σκιά της ύφεσης.

Το ελληνικό τουριστικό προϊόν, πολύ πριν ξεσπάσει η παγκόσμια οικονομική κρίση, είχε δείξει έντονα προβλήματα που το οδηγούσαν στην απώλεια ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων κυρίως όσον αφορά στη σχέση αξίας-τιμής (value for money). Νέοι προορισμοί, με χαμηλότερο κόστος παραγωγής παραθεριστικού προϊόντος, προσφέρουν πακέτα σε πολύ χαμηλότερη τιμή.

Αποτέλεσμα είναι η συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου, με σημαντικότερο σύμπτωμα τη μείωση της διαπραγματευτικής ικανότητας του ελληνικού προϊόντος, με συνέπεια την προσέλκυση υποβαθμισμένου οικονομικά και κοινωνικά επισκέπτη.

Επείγει η επανατοποθέτηση ενός πιο σύνθετου και αναβαθμισμένου προϊόντος στις διεθνείς αγορές, ενός προϊόντος που θα απευθύνεται σε πιο φιλοσοφημένους, πιο εκλεκτικούς, πιο εύπορους και, βέβαια, πιο απαιτητικούς επισκέπτες.

Μόνο μέσω ολοκληρωμένων, στοχευόμενων, επιλεγμένων προγραμμάτων, όπως αυτά του συνεδριακού τουρισμού και του αγροτουρισμού, και όχι μέσω γενικών και αόριστων σχεδίων ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού, μπορεί να επιτευχθεί η προσφορά αναβαθμισμένου προϊόντος. Σημαντική παράμετρος που πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη, είναι η πράσινη ανάπτυξη, ένα είδος ανάπτυξης όπου το περιβάλλον, η ποιότητα και ο σεβασμός στον άνθρωπο δεν είναι απλώς λόγια, αλλά ο άξονας στον οποίο προσαρμόζεται αρμονικά κάθε σχέδιο ανάπτυξης, η οποία δεν περνά μόνο μέσα από επιδοτήσεις μετά από περιβαλλοντική καταστροφή και πυρκαγιές, αλλά οικοδομείται πρώτα απ' όλα με τη διαφύλαξη και την αξιοποίηση του φυσικού και κοινωνικού ιστού της χώρας.

Πρωταρχική σημασία έχει η αναγνώριση των σημερινών αδυναμιών και η υιοθέτηση ουσιαστικών δράσεων για την εξάλειψή τους. Οι υποδομές απαιτούν βελτιώσεις. Η απουσία τουριστικής συνείδησης συνοδεύεται συνήθως από την παροχή χαμηλού επιπέδου υπηρεσιών, η οποία συνδυάζεται με την ανεπάρκεια εξειδικευμένων στελεχών με τεχνικές δεξιότητες.

Για να αποκτήσει ανταγωνιστικότητα το ελληνικό τουριστικό προϊόν, απαιτείται σωστός σχεδιασμός, εμπλουτισμός και ποιοτική αναβάθμιση. Απαιτείται τουριστική συνείδηση (www.touristiki-agera.gr)

1.9 Προτιμήσεις των Ελλήνων Τουριστών

Όπως είδαμε παραπάνω ο ελληνικός τουρισμός βρίσκεται πλέον σε μια περίοδο πτώσης. Όπως κάθε προϊόν έτσι και ο τουρισμός χρειάζεται ανανέωση για να μπορέσει να ανακάμψει. Για να μπορέσουμε να το πετύχουμε αυτό θα πρέπει να δούμε πιο είναι το σημερινό προφίλ των ελλήνων τουριστών και τι θέλουν κατά την διάρκεια των διακοπών

τους.

Μια έρευνα της KAPA RESEARCH που διεξήχθη το 2001 για τις ταξιδιωτικές συνήθειες και προτιμήσεις των Ελλήνων, αναφέρει ότι κατά την διάρκεια ενός έτους το 86.3% των ελλήνων πραγματοποιεί ένα τουλάχιστον ταξίδι αναψυχής στην Ελλάδα που απαιτεί τουλάχιστον μια διανυκτέρευση σε τουριστικό κατάλυμα.

Συχνότητα με την οποία ταξιδεύουν οι Έλληνες (είτε στο εσωτερικό είτε στο εξωτερικό)

Μια φορά το χρόνο	32.6%
Δυο φορές το χρόνο	22%
Τρεις φορές το χρόνο	14.1%
Τέσσερις φορές ή και περισσότερο	14.3%
Κάθε μήνα	1.8%
Δυο φορές το μήνα	1.5%
Δεν ταξιδεύει καθόλου	13.6%

Συχνότητα με την οποία ταξιδεύουν οι Έλληνες στο εξωτερικό:

Μια φορά το χρόνο	26%
Δυο φορές το χρόνο	5.1%
Τρεις φορές το χρόνο	2.4%
Τέσσερις φορές ή και περισσότερο	2.3%
Κάθε μήνα	0.8%
Δυο φορές το μήνα	0.4%
Δεν ταξιδεύει καθόλου	62.9%

Ποιοι δεν ταξιδεύουν καθόλου στο εξωτερικό:

18-24 ετών	25-34 ετών	65 ετών και άνω
67%	70.1%	69.2%

Ποιους μήνες επιλέγουν συνήθως οι έλληνες για τις καλοκαιρινές διακοπές τους :

Αύγουστο	Ιούλιο	Σεπτέμβριο	Ιούνιο
59,7%	27%	7.1%	4.1%

Πλην των καλοκαιρινών διακοπών πραγματοποιούν ταξίδια αναψυχής και κατά τις χρονικές περιόδους του Πάσχα (44.3%), των Χριστουγέννων (40.7%), τις επίσημες αργίες (13.3%) και την Καθαρά Δευτέρα (9.2%), ενώ το 28.9% δεν ταξιδεύει κατά την διάρκεια άλλων χρονικών περιόδων εκτός του καλοκαιριού.

Ποια είναι η διάρκεια των καλοκαιρινών διακοπών των ελλήνων:

Μια εβδομάδα	Δέκα μέρες	Δύο εβδομάδες	Τρεις εβδομάδες	Ένα μήνα	Πάνω από ένα μήνα
10%	13.5%	29%	17.8%	18.5%	10.4%

Που επιλέγουν να μείνουν κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών διακοπών τους:

Ξενοδοχείο	Ιδιόκτητη εξοχική κατοικία	Ενοικιαζόμενα δωμάτια	Σπίτια συγγενών και φίλων	Κάμπινγκ	Ενοικιαζόμενες κατοικίες
30.8%	28.3%	27.4%	8.8%	2.9%	1.1%

Προκειμένου να επιλέξουν το κατάλυμα των διακοπών τους οι Έλληνες τουρίστες παίρνουν πληροφορίες από:

Φίλους και συγγενείς	51%
Ταξιδιωτικούς οδηγούς	21.8%
Τουριστικά γραφεία	18.7%
Τυχαίες πηγές	16.9%
Internet	4.8%
Διαφημίσεις	3.8%
Τουριστική αστυνομία	2.5%
Τουριστικές εκθέσεις	0.6%

Τι είδους καλοκαιρινές διακοπές προτιμούν οι Έλληνες:

Ήμερες διακοπές και ξεκούραση με ξενοδοχειακές ανέσεις	Περιπετειώδες διακοπές με εκδρομές και δυνατότητες αθλητικού τουρισμού	Οργανωμένο κάμπινγκ	Ελεύθερο κάμπινγκ	Εναλλακτικές διακοπές
74.5%	11%	5.1%	4.1%	3.4%

Κριτήρια επιλογής καταλύματος:

Καθαριότητα	Θέση & θέα	Τιμή	Ήσυχία	Ευκολία πρόσβασης	Εξυπηρέτηση δωματίου	Παροχή πρωινού
74.1%	49.2%	46.9%	20.3%	16%	15.7%	6.8%

Ο κύριος όγκος των ελλήνων εξωτερικών τουριστών κατευθύνεται προς την Ευρώπη (88.5%) και ιδιαίτερα προς τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (54.2%) με κυριότερους προορισμούς :

Γαλλία	Ιταλία	Βρετανία	Γερμανία
18.9%	11.3%	10.1%	5%

Που ταξιδεύουν οι Έλληνες που προτιμούν το εξωτερικό:

Ευρώπη	88.5%
Βόρεια Αμερική	3.7%
Μέση Ανατολή	2.4%
Κεντρική και Νότια Αμερική	0.9%
Αυστραλία και Ασία	3.4%
Αφρική	1%

(πηγή: Τουριστική Γεωγραφία, ΤΕΕ,2003)

Κεφάλαιο 2

Η ανάπτυξη του Μαζικού τουρισμού

Εισαγωγή

Η αρχή μαζικού τουρισμού ξεκίνησε στην Αγγλία κατά τη διάρκεια της βιομηχανικής επανάστασης με την άνοδο της αστικής τάξης και τη σχετική φθηνή μεταφορά. Η δημιουργία της εμπορικής αεροπορικής βιομηχανίας μετά το τέλος του 2ου παγκοσμίου πολέμου και η μετέπειτα ανάπτυξη των υπερηχητικών αεροσκαφών στη δεκαετία του 1950, έδωσε το σήμα για την γρήγορη ανάπτυξη των υπερπόντιων ταξιδιών. Αυτή η ανάπτυξη οδήγησε στη δημιουργία και ανάπτυξη μιας νέας βιομηχανίας, της Τουριστικής βιομηχανίας. Με τη σειρά, ο Διεθνής Τουρισμός έγινε το σημείο ενδιαφέροντος για έναν μεγάλο αριθμό κυβερνήσεων σε όλο τον κόσμο, αφού όχι μόνο έδινε νέες θέσεις εργασίας, αλλά γινόταν ένα σημαντικό μέσο για την εισροή ξένου συναλλάγματος. Ο Τουρισμός σήμερα έχει μεγαλώσει σημαντικά και σε οικονομική και σε κοινωνική σημασία. Άλλωστε ο πιο γρήγορα αναπτυσσόμενος οικονομικός τομέας των πιο αναπτυγμένων βιομηχανικά χωρών τα τελευταία χρόνια είναι ο τομέας των υπηρεσιών. Το μεγαλύτερο κομμάτι του τομέα των υπηρεσιών είναι τα ταξίδια και ο τουρισμός. (Ceballos-Laskurain, H., 1996)

2.1 Η τυποποίηση και διάκριση του τουρισμού σε βασικές κατηγορίες

Λόγω του ότι το εύρος της τουριστικής αγοράς είναι μεγάλο μετά από μακροχρόνιες παρατηρήσεις τμηματοποιήθηκε η τουριστική αγορά με βάση τα γεωγραφικά, κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά και την τουριστική συμπεριφορά για να διευκολυνθεί η ανάλυση της και για να επιτευχθεί ένας καλός συνδυασμός τουριστικής αγοράς-τουριστικού προϊόντος και της προώθησης του. (Ηγουμενάκης, 2004)

Για αυτό ο τουρισμός χωρίστηκε σε έξι βασικές κατηγορίες. Συγκεκριμένα, αυτές είναι:

2.1.1 Ατομικός Τουρισμός

Σύμφωνα με το Ηγουμενάκη (2004) ο ατομικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών. Η ανάπτυξη αυτή της κατηγορίας τουρισμού συνδυάζεται σε μεγάλο βαθμό, πλην όμως όχι αποκλειστικά, με ατομικά-ιδιωτικά μέσα μετακίνησης, όπως είναι τα αυτοκίνητα, τα αυτοκινούμενα τροχόσπιτα, τα θαλαμηγά σκάφη κ.λπ., τόσο κατά τη μετάβαση όσο και κατά την διάρκεια της παραμονής του τουρίστα στη χώρα ή τις χώρες τουριστικού του προορισμού. Ο κύριος χαρακτήρας της κατηγορίας αυτής τουρισμού είναι περιηγητικός, οι δε παράγοντες που προσδιορίζουν το μέγεθος της σε συνάρτηση με αυτό των άλλων κατηγοριών τουρισμού που προσφέρονται στην τουριστική αγορά είναι:

1. Η απόσταση που χωρίζει τη χώρα της μόνιμης διαμονής των τουριστών από την χώρα του τουριστικού τους προορισμού
2. Ο βαθμός οικονομικής προσπελασιμότητας των τουριστικών τόπων στις χώρες τουριστικού προορισμού

3. Το επίπεδο ανάπτυξης των συγκοινωνιακών δικτύων και μέσων στις χώρες τουριστικού προορισμού

4. Η προσφορά κατάλληλων από ποσοτικής και ποιοτικής άποψης υπηρεσιών στις χώρες τουριστικού προορισμού, που διευκολύνουν τις περιηγήσεις τους και τις κάνουν πιο άνετες και πιο ευχάριστες.

Η ανάπτυξη του ατομικού τουρισμού τα τελευταία χρόνια βασίζεται ολοένα και περισσότερο στο σύστημα ΙΤ (individual inclusive tours), όπως και στην περίπτωση του συστήματος ΓΙΤ (group inclusive tours), το οποίο προσφέρει σε μεμονωμένα άτομα τουριστικά πακέτα, που στην απλούστερη τους μορφή περιλαμβάνουν, τον προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα, το πρόγευμα και το τράνσφερ. Η διαφορά, μεταξύ των δύο αυτών συστημάτων βρίσκεται, βασικά, στον τρόπο με τον οποίο ο τουρίστας ταξιδεύει στον τουριστικό προορισμό που επιθυμεί να επισκεφτεί. Συγκεκριμένα, με το σύστημα ΓΙΤ (group inclusive tours) ο τουρίστας ταξιδεύει στον τουριστικό προορισμό της επιλογής του ομαδικά, ενώ με το σύστημα ΙΤ (individual inclusive tours) μεμονωμένα. (Ηγουμενάκης, 2004)

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι αυτοί που ταξιδεύουν με το σύστημα ΓΙΤ (group inclusive tours) ταξιδεύουν ταυτόχρονα σχεδόν αποκλειστικά και με το σύστημα ΙΤΧ (inclusive tours by charter), που σημαίνει ότι οι τουρίστες μετακινούνται από την χώρα της μόνιμης διαμονής τους στην χώρα του τουριστικού τους προορισμού και αντίστροφα με ναυλωμένα από τουρ οπερέτορς αεροπλάνα. Αντίθετα, αυτοί που ταξιδεύουν με το σύστημα ΙΤ (individual inclusive tours) ταξιδεύουν ταυτόχρονα αποκλειστικά με το σύστημα ΙΤΧ (inclusive tours excursions), που σημαίνει ότι οι τουρίστες μετακινούνται από την χώρα της μόνιμης διαμονής τους στη χώρα τουριστικού προορισμού και αντίστροφα με αεροπλάνα που εκτελούν προγραμματισμένες πτήσεις. Συγκεκριμένα, οι αεροπορικές εταιρίες διαθέτουν στους τουρ οπερέτορς ένα ορισμένο μικρό αριθμό θέσεων στα αεροπλάνα αυτά, οι οποίοι με την σειρά τους τις χρησιμοποιούν στα τουριστικά πακέτα υψηλής ποιοτικής στάθμης που παράγουν. Τα πακέτα αυτά, περιλαμβάνουν εκτός των άλλων και διαμονή στα καλύτερα ξενοδοχεία, γι' αυτό και προσφέρονται σε υψηλότερης εισοδηματικής στάθμης τουρίστες, η δε τιμή διάθεσης τους στην τουριστική αγορά είναι, οπωσδήποτε, αρκετά ακριβότερη από εκείνη των άλλων πακέτων. (Ηγουμενάκης, 2004)

2.1.2 Εσωτερικός Τουρισμός

Ο εσωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα, πάντα, στα φυσικά της όρια, δηλαδή μέσα στην επικράτεια της. Αν και η συγκεκριμένη κατηγορία τουρισμού κάθε άλλο παρά σαν συναλλαγατοφόρα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί, παρ' όλα αυτά παρουσιάζει σημαντικές οικονομικές και άλλες ωφέλειες για την χώρα στην οποία αναπτύσσεται. Μια από αυτές είναι, και η συγκράτηση της εκροής συναλλάγματος εξαιτίας της μη πραγματοποίησης εξωτερικού τουρισμού εκ μέρους των ντόπιου πληθυσμού. (Ηγουμενάκης, 2004)

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού είναι η ύπαρξη ορισμένων προϋποθέσεων. Και πρώτα απ' όλα θα πρέπει να δημιουργηθούν τα κατάλληλα και ταυτόχρονα οικονομικά προσιτά στους ντόπιους τουρίστες μέσα φιλοξενίας, η ανυπαρξία ή/και ανεπάρκεια των οποίων αποτελεί αν όχι τον κυριότερο,

τουλάχιστον έναν από τους κυριότερους ανασταλτικούς παράγοντες ανάπτυξης της κατηγορίας του εσωτερικού τουρισμού. Όπως είναι γνωστό, η τουριστική πολιτική ορισμένων αναπτυγμένων χωρών και του συνόλου των αναπτυσσόμενων έχει ως κύριο σκοπό την εξυπηρέτηση του εξωτερικού συναλλαγματοφόρου τουρισμού. Έτσι, λοιπόν, όλα τα κύρια, τουλάχιστον, μέσα φιλοξενίας, δηλαδή τα διάφορα τουριστικά καταλύματα που δημιουργήθηκαν ή δημιουργούνται είτε με κεφάλαια της ιδιωτικής πρωτοβουλίας είτε με κρατικά κεφάλαια, απευθύνονται σχεδόν αποκλειστικά στην ξένη τουριστική πελατεία που έχει τις οικονομικές δυνατότητες να 'αγοράσει' τις υπηρεσίες που της προσφέρουν αυτά και έτσι να ικανοποιήσει τις τουριστικές της ανάγκες ή επιθυμίες. Η μονόπλευρη αυτή παθογενής τουριστική υποδομή των τουριστικών οικονομιών των χωρών αυτών είχε ως συνέπεια να μην δημιουργηθούν ταυτόχρονα, όπως έγινε με άλλες χώρες που είναι τουριστικά αναπτυγμένες, συμπληρωματικά μέσα φιλοξενίας, δηλαδή συμπληρωματικά τουριστικά καταλύματα, που θα μπορούσαν βασικά να εξυπηρετήσουν τις στοιχειώδεις ανάγκες ή επιθυμίες του εσωτερικού τουρισμού, ιδιαίτερα δε κατά την περίοδο των θερινών διακοπών που φυσιολογικά γίνονται πειστικότερες παρά ποτέ. Άλλη βασική προϋπόθεση είναι τόσο η βελτίωση όσο και η ανάπτυξη των διαφόρων δικτύων και μέσων συγκοινωνίας, ώστε οι μετακινήσεις των ντόπιων τουριστών στην επικράτεια της χώρας που κατοικούν μόνιμα να είναι ταχύτερες, ανετότερες και ασφαλέστερες. (Ηγουμενάκης, 2004)

2.1.3 Εξωτερικός τουρισμός

Ο εξωτερικός τουρισμός ή διεθνής, πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μία χώρα και την εγκαταλείπουν προσωρινά για να επισκεφτούν κάποια άλλη ή άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους και με αυτόν τον τρόπο να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους. Κατά συνέπεια, εξωτερικό τουρισμό έχει οποιαδήποτε χώρα, όταν οι μόνιμοι κάτοικοι άλλων χωρών την επισκέπτονται ή όταν μόνιμοι κάτοικοι της επισκέπτονται άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους.

Στην πρώτη περίπτωση, δηλαδή όταν οι μόνιμοι κάτοικοι μια ξένης χώρας επισκέπτονται μια χώρα για τουριστικούς λόγους, τότε ο εξωτερικός τουρισμός που κάνουν χαρακτηρίζεται ως ενεργητικός, και αυτό γιατί κύριο χαρακτηριστικό του είναι η εισροή συναλλάγματος, για την οποία ενδιαφέρονται λίγο-πολύ όλες οι χώρες, κυρίως όμως εκείνες των οποίων οι οικονομίες βρίσκονται ακόμα στο στάδιο της ανάπτυξης. Αντίθετα, στην δεύτερη περίπτωση, δηλαδή όταν οι μόνιμοι κάτοικοι μιας χώρας επισκέπτονται μια άλλη χώρα για τουριστικούς λόγους, ο εξωτερικός τουρισμός που κάνουν χαρακτηρίζεται ως παθητικός και αυτό γιατί χαρακτηριστικό της είναι εκροή πολύτιμου συναλλάγματος. (Ηγουμενάκης, 2004)

2.1.4 Συνεχής τουρισμός

Χαρακτηριστική διάκριση του συνεχούς τουρισμού είναι ότι διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει σε καμιά περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητες του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές, δηλαδή σε όλη την διάρκεια του χρόνου. (Ηγουμενάκης, 2004)

2.1.5 Εποχικός τουρισμός

Χαρακτηριστική διάκριση του εποχικού τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο τον χρόνο, που σημαίνει ότι σε αντίθεση με τον συνεχή τουρισμό οι δραστηριότητες του επηρεάζονται αποφασιστικά από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές, γι' αυτό και αναστέλλονται προσωρινά για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε έτος. (Ηγουμενάκης, 2004)

2.1.6 Μαζικός τουρισμός

Ο μαζικός τουρισμός θεωρείται ως η κατηγορία εκείνη του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας, πλην όμως σε καμιά περίπτωση δεν συνδέεται αποκλειστικά με τον τύπο τουρισμού διακοπών-αναψυχής μακράς διαμονής. Ο συλλογικός-ομαδικός χαρακτήρας του μαζικού τουρισμού αναφέρεται και στον τρόπο οργάνωσης και εκτέλεσης της τουριστικής μετακίνησης, δηλαδή του ταξιδιού, καθώς επίσης στην συγκέντρωση των τουριστών στους τόπους της πρόσκαιρης βραχυχρόνιας διαμονής τους στους τουριστικούς προορισμούς που επισκέπτονται. Το άτομο, δηλαδή ο τουρίστας, εντάσσεται ταυτιζόμενο ή μη ταυτιζόμενο σε ομάδες περισσότερο ή λιγότερο ομοειδών τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών και συμμορφώνεται προς ορισμένα σχήματα συμπεριφοράς, εξασφαλίζοντας έτσι ταυτόχρονα ένα μίνιμουμ ικανοποίησης που προσφέρει η καλή οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουρ οπερέιτορς. Τη βάση ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού αποτελεί σήμερα το σύστημα GIT (group inclusive tours), που προσφέρει αλληλεξαρτώμενες και ολοκληρωμένες τουριστικές υπηρεσίες, δηλαδή τουριστικά πακέτα, που στην απλούστερη τους μορφή περιλαμβάνουν τον τουριστικό προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα, το πρόγευμα και το τράνφερ. Στο σύστημα αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό η τουριστική ανάπτυξη ορισμένων περιοχών σε διάφορες χώρες, όπως για παράδειγμα στην Ισπανία, το Μαρόκο, την Τυνησία, την Ελλάδα, την Καραϊβική κ.λπ. Στο ίδιο σύστημα, δηλαδή στο GIT (group inclusive tours), οι παράγοντες κόστος ταξιδιού και απόσταση μεταξύ χώρας προέλευσης και χώρας προορισμού των τουριστών από τη μια πλευρά, και από την άλλη τα επίπεδα τιμών των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται από τη χώρα προορισμού των τουριστών, θεωρούνται βασικοί παράγοντες για τον καθορισμό της γραμμής σύνδεσης της έντασης και του όγκου των τουριστών που θα μετακινηθούν. Ακόμα, έχει διαπιστωθεί ότι ένας τρίτος παράγοντας που αναφέρεται σε μια κατηγορία φυσικών πόρων, όπως είναι για παράδειγμα ο ήλιος, οι καθαρές ακτές, η πλούσια βλάστηση κ.λπ. αποτελεί τον κυριότερο, σε σύγκριση με άλλους τουριστικούς πόρους, όπως είναι για παράδειγμα οι αρχαιολογικοί χώροι, τα μνημεία κ.λπ., πόλο έλξης των μαζικά μετακινούμενων τουριστών. Αυτό γίνεται ολοφάνερο στα δίκτυα τουριστικών ροών, όπου διαπιστώνεται ότι οι μεγάλης πολιτιστικής σημασίας πόλεις, όπως είναι για παράδειγμα η Αθήνα, η Ρώμη, η Μαδρίτη κ.λπ., έχουν πάψει να είναι για τον μαζικό τουρισμό τόσο μεγάλοι πόλοι έλξης όσο είναι άλλοι προορισμοί και περιοχές όπως η Κρήτη, η Ρόδος, η Ιμπιζα, η Μαγιόρκα κ.λπ. (Ηγουμενάκης, 2004)

2.1.6.1 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα από την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού

A. Θετικά χαρακτηριστικά του Μαζικού τουρισμού

Η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού προκαλεί θετικές επιπτώσεις στην χώρα φιλοξενίας όπως :

- Βελτίωση δικτύων υποδομής
- Εξοικονόμηση πόρων με σκοπό την καλύτερη προστασία του περιβάλλοντος
- Τόνωση οικολογικής συνείδησης
- Δημιουργία επαγγελμάτων σχετικών με την προστασία της φύσης
- Επαναξιολόγηση και προώθηση του τοπικού πολιτισμού (κουλτούρας) καθώς και της παράδοσης
- Δημιουργία κοινωφελών υποδομών
- Ενθάρρυνση συμμετοχικής διαδικασίας
- Υπό προϋποθέσεις, ο τουρισμός μπορεί να συντελέσει στην προστασία των οικισμών από τη φθορά και την εγκατάλειψη
- Ανάδειξη της ιστορικής και πολιτιστικής φυσιογνωμίας
- Απασχόληση
- Ενίσχυση άλλων τομέων της οικονομίας
- Ο Τουρισμός είναι δύναμη και προοπτική για ολόκληρη τη Χώρα.
- Επηρεάζει θετικά την πρόοδο των περισσότερων κλάδων της οικονομίας, από τις κατασκευές και τη βιοτεχνία, έως το εμπόριο και τις υπηρεσίες.
- Δίνει ζωντάνια και πλούτο σε απομακρυσμένες περιοχές, σε νησιά και ορεινούς όγκους ,που υστερούν σε άλλες παραγωγικές δυνατότητες.
- Ανοίγει δρόμους δημιουργίας και ανάπτυξης, σε μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις, παντού στην Ελλάδα.
- Συμβάλλει, άμεσα και έμμεσα, περίπου στο 18% του ΑΕΠ. (Ελλάδα)
- Δημιουργεί, περίπου, 800 χιλιάδες θέσεις εργασίας και μπορεί να απορροφήσει σταδιακά ένα μεγάλο μέρος της σημερινής ανεργίας.
- Ενισχύει την τοπική ανάπτυξη, την κοινωνική και περιφερειακή σύγκλιση, τη βελτίωση της ποιότητας ζωής.

Είναι, δηλαδή, βασικός αναπτυξιακός κλάδος, δυναμικός τομέας εξωστρέφειας, αλλά και σημαντικό παραδοσιακό πλεονέκτημα της Χώρας μας. Είναι τομέας με ξεχωριστή οικονομική, αλλά και κοινωνική σπουδαιότητα. Σημαίνει δύναμη για τη θέση της Χώρας μας στον Κόσμο. Σημαίνει προσωπική σύνδεση με την Ελλάδα, τους ανθρώπους της, τον Πολιτισμό της. (Ηγουμενάκης, 2004)

B. Αρνητικές επιπτώσεις του Μαζικού Τουρισμού

Όμως ο οργανωμένος – μαζικός τουρισμός αντιμετωπίζει έντονη κριτική ιδίως τα τελευταία χρονιά, από τους παρατηρητές και ερευνητές που ασχολούνται με την ανάπτυξη του, εξαιτίας των προβλημάτων που προκαλεί στις κοινωνίες υποδοχής. Ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στα κοινωνικά, περιβαλλοντικά και πολιτισμικά προβλήματα που επιφέρει.

Τα πιο σημαντικά από αυτά εντοπίζονται στις στάσεις και αντιλήψεις του τοπικού πληθυσμού ο οποίος χάνει σταδιακά την πολιτιστική και τοπική του ιδιαιτερότητα και αλλοτριώνεται σε μια μαζική ομοιομορφία. Επίσης οι πιέσεις και οι εντάσεις στον πληθυσμό (θόρυβο, πολυκοσμία), η απώλεια των δικαιωμάτων ιδιοκτησίας και η

μόλυνση διάφορων μορφών (πυρκαγιές στα δάση για ανέργεση ξενοδοχείων, μόλυνση των υδάτων από ανυπαρξία αποχετευτικού δικτύου κ.λπ.) που ο μαζικός τουρισμός μπορεί να προκαλέσει. Τέλος αναφέρουμε τον υποβιβασμό της αισθητικής, την έλλειψη του ελέγχου και τα ειδικά προβλήματα, αλλά και την κακοπληρωμένη εποχιακή εργασία τις αυξήσεις των τιμών, αγαθών, και συντελεστών παραγωγής (εργασία αγαθών, γης, φόρων) που επιβαρύνουν οικονομικά κυρίως τον ντόπιο πληθυσμό. (Ηγουμενάκης, 2004)

Οι αρνητικές επιπτώσεις για το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον και τις παραδοσιακές κοινωνίες στις χώρες ή στις περιοχές υποδοχής τουριστών, οδήγησε σε διεθνή επανεξέταση της άποψης ότι ο τουρισμός έχει αυτονόητα θετικά αποτελέσματα. Αντίθετα πολλοί σήμερα εκτιμούν ότι τα βραχυχρόνια οικονομικά οφέλη τελικά δεν αντισταθμίζουν το υψηλό κοινωνικό και περιβαλλοντικό κόστος.

Ο μαζικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού εχθρική προς το περιβάλλον και εκφράζεται συνήθως με μεγάλες σε μέγεθος τουριστικές δραστηριότητες που έχουν σαν σκοπό την μεγιστοποίηση του κέρδους αδιαφορώντας για τις επιπτώσεις στο περιβάλλον. Η αιτία των επιπτώσεων αυτών ήταν η απρογραμμάτιστη και μη ελεγχόμενη τουριστική ανάπτυξη προκειμένου να αντιμετωπιστεί η αυξημένη τουριστική ζήτηση σε τόσο μικρό χρονικό διάστημα αφενός και αφετέρου η μη υιοθέτηση μέτρων για την προστασία του φυσικού – πολιτιστικού – κοινωνικού – οικονομικού περιβάλλοντος.

Η επικράτηση αυτού του τύπου οφείλεται ακριβώς στο γεγονός ότι εξαιτίας των οργανωτικών και τεχνολογικών καινοτομιών προσέφερε πολύ χαμηλό κόστος μεταφοράς και διαμονής ανά επισκέπτη, κάνοντας το περισσότερο δελεαστικό και προσίτο οικονομικά σ' ένα μεγάλο αριθμό ατόμων.

Πρόσφατα ωστόσο, παρατηρείται κάποια μεταστροφή των προτιμήσεων των τουριστών και αντίστοιχη της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών προς πιο ανεξάρτητες μορφές, προσαρμοσμένες στα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα του κάθε τουρίστα για επαφή με την φύση (φυσιολατρικός τουρισμός), αναζήτηση πολιτισμικών δραστηριοτήτων (πολιτιστικός τουρισμός), έντονη άσκηση ή ενασχόληση με αθλητισμό (αθλητικός τουρισμός), συμμετοχή σε επιστημονικές και άλλες εκδηλώσεις (συνεδριακός τουρισμός), αναζήτηση εναλλακτικών τρόπων ζωής (οικοτουρισμός, αγροτουρισμός) και διαφορές άλλες ειδικές μορφές.

Για να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα αυτά, άρχισαν οι εμπλεκόμενοι φορείς του τουρισμού να σκέφτονται την ιδέα του εναλλακτικού τουρισμού. (Ηγουμενάκης, 2004)

Κεφάλαιο 3

Η Ανάπτυξη Εναλλακτικών Μορφών τουρισμού

3.1 Αειφόρος ανάπτυξη – Πλεονεκτήματα & Μειονεκτήματα

Πρόσφατα μια καινούργια λέξη αναφέρεται όλο και συχνότερα όχι μόνο από τους ειδικούς επιστήμονες που ασχολούνται με την μελέτη της φύσης αλλά και από τους δημοσιογράφους, οικονομολόγους, πολιτικούς κ.λπ. Η λέξη αυτή είναι η αειφορία. Ο ορός αειφορία εμφανίζεται για πρώτη φορά στην γερμανόφωνη δασική βιβλιογραφία στις αρχές του 18^{ου} αιώνα ως «Nach – haltigkeit» ουσιαστικό και ως «nachhaltig» επίθετο ή επίρρημα (οικονομική δασοκομία – οδηγία για καλλιέργεια αγρίων δέντρων). (Ανδριώτης, 2008)

Ως δασικός ορός καθιερώθηκε στις αρχές του 19^{ου} αιώνα από τους Hurting, Karstrofer και είχε την έννοια της επιδίωξης μιας μέγιστης προσφοράς υλικών και μη υλικών αγαθών από το δάσος. Στα ελληνικά αποδόθηκε ο ορός αειφορία ή αειφορική κάρπωση.

Με την πάροδο του χρόνου η λέξη αειφορία έχασε την έννοια του ειδικού επιστημονικού της ορού και απέκτησε την έννοια της λέξης – κλειδί με την αναδιατύπωση της αειφορικής αρχής, κατά την οποία η αειφορία δεν σημαίνει μονό την διαρκή, σταθερή και σύμμετρη παραγωγή αγαθών, υπηρεσιών και επιδράσεων αλλά κυρίως την διατήρηση του δάσους ως ενός, λειτουργικού συστήματος. Για την τήρηση της αρχής της αειφορίας είναι απαραίτητη η τήρηση δύο άλλων αρχών, της διατήρησης του δάσους και της διατήρησης της παραγωγικότητας του εδάφους. Έτσι η αειφορία μετατρέπεται σε αρχή διαχείρισης και βρίσκει εφαρμογή όχι μόνο στα δασικά οικοσυστήματα, αλλά και σε όλα τα φυσικά οικοσυστήματα και τους ανανεώσιμους φυσικούς πόρους. (Ανδριώτης, 2008)

Πρέπει να τονίσουμε ότι όπως συμβαίνει και με το δάσος, για να τηρηθεί η αρχή της αειφορίας στην διαχείριση ενός οικοσυστήματος ως λειτουργικού συστήματος θα πρέπει να τηρηθούν η αρχή της διατήρησης του οικοσυστήματος ως λειτουργικού συστήματος και η αρχή της παραγωγικότητας του βιοτόπου. Για να εφαρμοστεί η αρχή της αειφορίας σε ένα π.χ. υγρότοπο θα πρέπει να διατηρηθεί ο υγρότοπος ως υγρότοπος αλλά και να διατηρηθεί επίσης και η παραγωγικότητα του εδάφους και του νερού. Εάν καταστραφεί ο υγρότοπος ή μειωθεί η παραγωγικότητα του εδάφους ή του νερού λόγω ρύπανσης ή οποιαδήποτε άλλης αιτίας, είναι αυτονόητο ότι δεν μπορεί να υπάρξει αειφορική χρήση των αξιών του υγροτόπου. Το ίδιο ισχύει για οποιοδήποτε οικοσύστημα. (Ανδριώτης, 2008)

Η έννοια της αειφορίας έχει ξεφύγει από το πλαίσιο καθαρά δασοπονικής διαχειριστικής αρχής και έχει μεταβληθεί σε λέξη – κλειδί της κίνησης για την προστασία του περιβάλλοντος, ενώ παράλληλα βρίσκει χρήση στην οικονομία (αειφορική ανάπτυξη, αειφορική χρήση) αλλά και στην πολιτική (αειφόρος σχεδιασμός κ.λπ.).

Ο ορός αειφορία έχει αρχίσει να αποκτά τη διάσταση μιας φιλοσοφικής έννοιας και εκφράζει έναν συγκεκριμένο τρόπο ζωής και συμπεριφοράς. Πολλές φορές όμως γίνεται αδόκιμη χρήση του ορού ή από καθαρά μεταφραστική αδυναμία η συγχέεται με άλλους ορούς. Αειφορική χρήση είναι δυνατή μονό σε ανανεώσιμους φυσικούς πόρους.

Συνετή χρήση μπορεί να αφορά και μη ανανεώσιμους πόρους. Επίσης πολλές φορές γίνεται κατάχρηση του ορού «αιφορική ανάπτυξη».(Ανδριώτης, 2008)
Αειφορία ή βιώσιμη ανάπτυξη είναι:

1) Η ανάπτυξη που επιδιώκει παράλληλα την επίτευξη και μεγιστοποίηση των βιολογικών στόχων (γενετική κοιλότητα, βιολογική παραγωγικότητα), των οικονομικών στόχων (εκπλήρωση βασικών αναγκών, ισότητα, αύξηση ωφέλιμων αγαθών και υπηρεσιών) και των κοινωνικών στόχων (πολιτιστική διαφοροποίηση, κοινωνική δικαιοσύνη, συμμετοχή) (Barbier, 1987).

2) Η σχέση μεταξύ δυναμικών, ανθρωπίνων, οικονομικών συστημάτων και ακόμη πιο δυναμικών αλλά συνήθως με μικρότερους ρυθμούς μεταβαλλόμενων οικολογικών συστημάτων κατά την οποία α) η ανθρώπινη ζωή μπορεί να συνεχιστεί επ' άπειρον, β) τα άτομα μπορούν να ευδοκιμούν, γ) οι άνθρωποι πολιτισμοί να αναπτύσσονται κατά τέτοιο τρόπο που οι επιπτώσεις από τις ανθρώπινες δραστηριότητες παραμένουν εντός ορίων, έτσι ώστε να μην καταστρέφουν την ποικιλία, την πολυπλοκότητα και τη λειτουργία των οικολογικών συστημάτων που στηρίζουν τη ζωή (Costanza, Daly and Bartholomew, 1991).

3) Η οικονομική εκείνη κατάσταση όπου οι απαιτήσεις από το περιβάλλον που τίθενται από τους ανθρώπους και το εμπόριο μπορεί να ικανοποιηθούν χωρίς να μειώνεται η ικανότητα του περιβάλλοντος να παρέχει την ίδια ικανοποίηση και στις μελλοντικές γενιές. (Hawken, 1993).

Αειφορικός Τουρισμός :Ένα μοντέλο τουρισμού που πλήρη τις βασικές αρχές της αειφορίας και της βιώσιμης ανάπτυξης είναι ο αειφορικός τουρισμός. Ο τουρισμός αυτός διέπεται από την αρχή της αειφορικής ανάπτυξης η οποία είναι η ανάπτυξη που πραγματοποιείται σε μια περιοχή η χώρα για να αντιμετωπιστούν οι τωρινές ανάγκες, χωρίς να θέτει σε κίνδυνο την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να αντιμετωπίσουν τις δικές τους. (Ανδριώτης, 2008)

Με βάση των παραπάνω ορισμό, η αρχή της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης είναι η ανάπτυξη ενός τουριστικού προορισμού η οποία χρησιμοποιείται, χωρίς να καταστρέφει το περιβάλλον (φυσικό – πολιτικό – κοινωνικό – πολιτιστικό) ή τους πόρους του τουριστικού προορισμού και έτσι να μπορούν και οι μελλοντικοί τουρίστες να προσελκυστούν και να απολαύσουν τόσο το περιβάλλον όσο και τους πόρους του εκάστοτε προορισμού που θα επιλέξουν. (Ανδριώτης, 2008)

Ο συνδυασμός των παραπάνω εννοιών καταλήγει ότι, ο αειφόρος τουρισμός είναι κάθε μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται με την αρχή της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης και δεν βλάπτει το φυσικό περιβάλλον (κοινωνικό – πολιτικό – οικονομικό – φυσικό) και δεν εξαντλεί ή αλλοιώνει τους πόρους του.

Τα κυρία γνωρίσματα του τουρισμού είναι:

- Εφαρμόζεται σε κάθε τουριστική δραστηριότητα.
- Εξισορροπεί τις ανθρώπινες δραστηριότητες – περιβάλλον – πόρους.
- Υποστηρίζει διαχρονικά την βιωσιμότητα κάθε τουριστικής δραστηριότητας.
- Αποτρέπει το μοντέλο υπερσυγκέντρωσης σε μια περιοχή (τουριστική).
- Προστατεύει την πολιτιστική κληρονομιά και κουλτούρα της περιοχής.
- Στοχεύει στα μακροχρόνια και όχι στα βραχυχρόνια οφέλη.

εφαρμόζει την αρχή της χωρητικότητας (δηλ. πόσο αριθμό τουριστών μπορεί να φιλοξενήσει μια περιοχή, πόσες τουριστικές δραστηριότητες θα υπάρξουν χωρίς δυσμενείς επιπτώσεις, το μέγεθος των αντοχών των φυσικών πηγών, και την ισορροπία μεταξύ της ικανοποίησης των τουριστών και των ντόπιων φυσικών πόρων).

- Συντονίζει τις αρμοδιότητες των φορέων (ιδιωτών – δημόσιων) για την αποφυγή συγκρούσεων των συμφερόντων.

- Μειώνει τις επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας στο περιβάλλον.

- Λειτουργεί συμπληρωματικά στις ήδη υπάρχουσες τουριστικές δραστηριότητες. (Ανδριώτης, 2008)

Συμπερασματικά ο αειφόρος τουρισμός δεν αποτελεί μια εναλλακτική μορφή τουρισμού αλλά είναι μια πολιτική της τουριστικής ανάπτυξης και σχεδιασμού που μπορεί να εφαρμοσθεί σε όλες τις μορφές του τουρισμού και ειδικότερα σε περιοχές που επικρατεί ο μαζικός τουρισμός και σε αυτές όπου βρίσκονται στα πρώτα στάδια της ανάπτυξης τους, ενθαρρύνοντας έτσι την ανάπτυξη των αειφόρων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

3.2 Εναλλακτικός τουρισμός

Πολλοί ειδήμονες της ανάπτυξης έμεναν προσηλωμένοι στα κλασσικά πρότυπα οικονομικής ανάπτυξης, κυρίως αυτά της εκβιομηχάνισης και της αστικοποίησης (Barquero 1991), γεγονός που δεν τους άφηνε τη δυνατότητα να αντιληφθούν ότι υπάρχουν και διάφορες άλλες εναλλακτικές στρατηγικές οικονομικοκοινωνικής ανάπτυξης, με πρώτη και καλύτερη την ανάπτυξη του τουρισμού μακριά από τα αστικά κέντρα.

Έτσι άρχισε να εκδηλώνεται ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ως εργαλείο κατά της απειλής που επιφέρει ο μαζικός τουρισμός στον ντόπιο πληθυσμό και στο οικοσύστημα (Jarviluoma 1992, Romeril 1994).

Από την σκοπιά της ζήτησης υπήρξαν αλλαγές στις επιθυμίες ενός ολοένα και μεγαλύτερου αριθμού τουριστών που δεν ήταν ικανοποιημένοι με το συμβατικό μαζικό πρότυπο του τουρισμού και επιζητούσαν κάτι νέο από τις διακοπές τους . Από την σκοπιά της προσφοράς η στροφή προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού οφείλετε στο γεγονός ότι οι τουρίστες που επισκέπτονται εναλλακτικούς τουριστικούς προορισμούς έχουν λιγότερες επιβλαβείς επιπτώσεις, χωρίς όμως να περιορίζουν σε σημαντικό βαθμό τα θετικά οικονομικά αποτελέσματα. Ενδεικτικά ο Fannel (2001) σημειώνει:

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δίνουν την ευκαιρία στις χώρες να εκμηδενίσουν τις εξωγενείς επιδράσεις, να αναπτύξουν την δική τους υποδομή και ανωδομή, συμμετέχοντας οι ίδιες στην ορθολογική τους ανάπτυξη. Ουσιαστικά παρέχουν την δυνατότητα να κερδίσουν την μάχη σε σημαντικά θέματα αντί να τα παραχωρούν όλα σε ξένους επιχειρηματίες και ξένους θεσμικούς παράγοντες του τουριστικού χώρου.

Ενώ, λοιπόν, πολλές περιοχές της υπαίθρου έχουν ερημώσει λόγω της μετανάστευσης του οικονομικά ενεργού πληθυσμού στα αστικά κέντρα, ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να μειώσει αισθητά το πρόβλημα της υποανάπτυξης, αφού προσελκύει τουρίστες σε απομονωμένες περιοχές, δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και αποτρέπει τη μετανάστευση του ντόπιου πληθυσμού, και ιδιαίτερα της νέας γενιάς, στα μεγάλα αστικά κέντρα. Δια μέσου της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού τα οφέλη και οι ζημιές διανέμονται πιο δίκαια μέσα στην κοινωνία, επιτρέποντας έτσι ένα μεγαλύτερο μέρος του ντόπιου

πληθυσμού να επωφελείται από την ανάπτυξη, αντί να επωμίζεται μόνο το φορτίο των ζημιών.

Τα τελευταία χρόνια, εξαιτίας των αρνητικών επιπτώσεων που αποδίδονται στο μαζικό τουρισμό, πολλά κράτη ακολουθούν πολιτικές ενθάρρυνσης πιο ήπιων (εναλλακτικών) μορφών τουρισμού, αναζητώντας με αυτό τον τρόπο μια λύση στα μακροχρόνια προβλήματα που έχουν προκληθεί από την ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη. Τα κίνητρα του εναλλακτικού τουρίστα και τα καταναλωτικά του πρότυπα, που κατευθύνονται στην αναζήτηση της αυθεντικότητας και στην συναναστροφή του με τον αυτόχθονα πολιτισμό και το φυσικό περιβάλλον, που σχετίζονται με την προστασία της κοινωνίας, του πολιτισμού και του περιβάλλοντος της περιοχής υποδοχής τουριστών, συνεισφέροντας έτσι στην αειφόρο ανάπτυξη και στην ορθότερη διαχείριση των πόρων. Ως εκ τούτου η άσκηση του εναλλακτικού τουρισμού προϋποθέτει περιορισμούς αναφορικά με τη φέρουσα ικανότητα μιας περιοχής και μπορεί να θεωρηθεί ως τουρισμός μειωμένων αρνητικών επιπτώσεων.

Μέσω του εναλλακτικού τουρισμού επιτυγχάνεται αύξηση της διασύνδεσης του τουριστικού τομέα με τους λοιπούς κλάδους της οικονομίας, π.χ. γεωργία, κτηνοτροφία και βιοτεχνία(χειροτεχνία-χειροτεχνήματα). Από την άλλη, υπάρχει μειωμένη διαρροή χρημάτων από την τοπική οικονομία, δημιουργώντας έτσι υψηλούς οικονομικούς δεσμούς σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Όπως χαρακτηριστικά υποστηρίζει ο Gannon (1993), «ντόπιοι επιχειρηματίες μικρών επιχειρήσεων μπορούν να συνεισφέρουν αξιοσημείωτα στην οικονομική ανάπτυξη, γιατί προμηθεύουν μικρότερες αγορές, αξιώνουν σχετικά μικρά κεφάλαια, χρησιμοποιούν ντόπιους πλουτοπαραγωγικούς πόρους και πρώτες ύλες και δεν απαιτούν δαπανηρή και εξεζητημένη υποδομή». Ταυτόχρονα οι μικρής κλίμακας επενδύσεις που προωθούνται δια μέσου του εναλλακτικού τουρισμού διατηρούν τον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης από τους ντόπιους κατοίκους και μπορούν να ενσωματωθούν με μεγαλύτερη ευκολία στο κοινωνικό-πολιτιστικό και οικονομικό περιβάλλον του προορισμού υποδοχής τουριστών, οδηγώντας στην αειφόρο ανάπτυξη με πιο αποτελεσματικό τρόπο.

3.3 Θετικά και αρνητικά χαρακτηριστικά εναλλακτικού τουρισμού

Κάθε μορφή τουριστικής ανάπτυξης επιφέρει μια σειρά από επιπτώσεις. Από αυτόν τον κανόνα δε θα μπορούσε να εξαιρεθεί ο εναλλακτικός τουρισμός. Από την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού και την προέλευση των τουριστών σε ένα προορισμό της υπαίθρου, προκύπτουν διάφορες επιπτώσεις στο χώρο και στην κοινωνία.

Σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2008) τα θετικά χαρακτηριστικά είναι:

Οικονομικές:

- Δημιουργία εισοδημάτων και θέσεων εργασίας
- Δημιουργία διασυνδέσεων με άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας
- Αύξηση των πολλαπλασιαστικών επιδράσεων από την τουριστική κατανάλωση
- Περιφερειακή ανάπτυξη
- Οικονομικά οφέλη από τη βιώσιμη χρήση των προστατευόμενων περιοχών

Περιβαλλοντικές:

- Αυξημένα κίνητρα για την προστασία του περιβάλλοντος και την αποκατάσταση βιοτόπων
- Αναβάθμιση των βιοτόπων και των πολιτιστικών μνημείων (μέσω καλύτερης διαχείρισης και ελέγχου, πληρωμής εισιτηρίων εισόδου κτλ.)
- Αύξηση και βελτίωση της υποδομής και των υπηρεσιών προς χρήση από τον ντόπιο πληθυσμό

Κοινωνικοπολιτιστικές:

- Αύξηση της συνειδητότητας των τουριστών και του ντόπιου πληθυσμού για τους κοινωνικό-πολιτιστικούς πόρους μιας περιοχής
- Εμπλουτισμός της πολιτιστικής ταυτότητας

Οι αρνητικές επιπτώσεις είναι:

Οικονομικές:

- Αύξηση τρέχουσων δαπανών για την συντήρηση της υποδομής, την προώθηση, κτλ.
- Αστάθεια εισοδημάτων
- Διαρροές εισοδήματος λόγω εισαγωγών
- Εμπορευματοποίηση της άγριας πανίδας και χλωρίδας, καθώς και πολιτισμού

Περιβαλλοντικές:

- Υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας
- Γρήγοροι ρυθμοί ανάπτυξης
- Αυξημένες πιέσεις στη χρήση των φυσικών πόρων από την άσκηση λιγότερο ήπιων μορφών τουρισμού

Κοινωνικοπολιτιστικές:

- Υιοθέτηση ενός ξενόφερτου συστήματος αξιών και εκτόπιση των τοπικών πολιτισμικών στοιχείων
- Απώλεια του ελέγχου των πλουτοπαραγωγικών πόρων από τους ντόπιους
- Πιθανή δυσαρέσκεια και ανταγωνισμός μεταξύ των ντόπιων

Όπως είναι φανερό ο εναλλακτικός τουρισμός επιφέρει περισσότερες θετικές επιπτώσεις από τον μαζικό. Στον εναλλακτικό τουρισμό οι αριθμοί των τουριστών που επισκέπτονται έναν προορισμό είναι σχετικά μικροί και επομένως οι αρνητικές επιπτώσεις περιορίζονται στο ελάχιστο. Παρόλο όμως που ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται ως μια ήπια μορφή τουριστικής ανάπτυξης με πολλά οφέλη για έναν τουριστικό προορισμό, αυτό δε σημαίνει ότι δεν προκαλεί καταστροφές. Δεν υπάρχει καμία μορφή τουρισμού που να μην επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, την κοινωνία και στον αυτόχθονα πολιτισμό. Είναι αυτονόητο ότι παρόλο που ο εναλλακτικός τουρισμός επιχειρεί να μειώσει πολλά από τα περιβαλλοντικά προβλήματα του συμβατικού μαζικού τουρισμού, μπορεί να θεωρηθεί

περισσότερο επιβλαβής σε σύγκριση με την παντελής έλλειψη ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας σε μια περιοχή. (Ανδριώτης, 2008)

Το βασικό θέλημα του εναλλακτικού τουρισμού είναι το μη αστικό περιβάλλον και πιο συγκεκριμένα αυτό που σχετίζεται με την φύση, την ύπαιθρο και την κουλτούρα. Για την ανάπτυξη λοιπόν του εναλλακτικού τουρισμού οι επενδύσεις δεν πρέπει να επιφέρουν αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, την κοινωνία και τον πολιτισμό μια κοινωνίας υποδοχής, αλλά θα πρέπει να βρίσκονται σε σύμπνοια με την φύση και την πολιτιστική κληρονομιά. (Ανδριώτης, 2008)

3.4 Είδη εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Οι περισσότερο γνωστές και ευρύτερα διαδεδομένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναλύονται συνοπτικά παρακάτω

1. **Γενικός τουρισμός:** Αποτελεί μια δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου του ατόμου που σχετίζεται στενά με την ανάγκη ή επιθυμία που έχει αυτό για ανάπαυση και αναψυχή. Αυτή η μορφή τουρισμού είναι αναμφίβολα η σημαντικότερη τόσο από άποψη μεγέθους στο σύνολο της τουριστικής αγοράς, όσο και από άποψης αναγκών σε πόρους και υπηρεσίες που απαιτούνται για την καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).
2. **Μορφωτικός τουρισμός:** Ο μορφωτικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού, στην οποία τα άτομα έχουν σαν κύριο σκοπό τη συμμετοχή σε πολιτιστικές, γενικά, εκδηλώσεις. Συγκεκριμένα αυτό το είδος τουρισμού, που ως σημειωθεί εμφανίζει ανοδικές τάσεις διεθνώς, περιλαμβάνει μεταξύ άλλων επισκέψεις ιστορικών μνημείων, αρχαιολογικών χώρων, μουσείων, πινακοθηκών, παρακολούθησεις θεατρικών παραστάσεων, όπερας, καθώς επίσης συμμετοχές σε πολιτιστικές εκδηλώσεις ή σεμινάρια γλωσσολογίας, φιλοσοφίας, ψυχολογίας, κοινωνιολογίας, ανθρωπολογίας κλπ. Εξυπακούεται ότι για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού απαιτείται πέρα από βασική τουριστική υποδομή και ανωδομή και ειδική υποδομή, όπως για παράδειγμα πλούσια προγράμματα πολιτιστικών, καλλιτεχνικών και μορφωτικών εκδηλώσεων. Κάτι τέτοιο όμως προϋποθέτει την ύπαρξη διεθνούς φήμης θεάτρων κάθε είδους, μουσείων, πινακοθηκών, ιστορικών χώρων, βιβλιοθηκών, εκπαιδευτικών ιδρυμάτων όλων των βαθμίδων της εκπαίδευσης κλπ (Ανδριώτης, 2003)
3. **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 κλπ. 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,

χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων ιατρείο κλπ (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).

4. **Τουρισμός υγείας:** Ο τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός, όπως ονομαζόταν παλιότερα, εξελίσσεται σε μια από τις βασικότερες μορφές τουρισμού, τα δε άτομα που μετέχουν σε αυτόν έχουν σαν κύριο κίνητρο την αποκατάσταση και διατήρηση της υγείας τους, τη θεραπεία τους, την ανάρρωση τους από διάφορες ασθένειες κλπ. Ας σημειωθεί ότι τα άτομα αυτά, που κυρίως κατοικούν σε μεγαλουπόλεις και είναι κατά το πλείστο εύπορα, επενδύουν χρόνο και χρήματα στην υγεία τους και κατ' επέκταση στη μακροζωία τους. Τα βασικά χαρακτηριστικά αυτής της μορφής τουρισμού αναφέρονται από τη μια πλευρά στη σύνθεση της πελατείας του, που αποτελείται αποκλειστικά από άτομα της δεύτερης και τρίτης ηλικίας και από την άλλη πλευρά στον τόπο που προσφέρονται οι τουριστικές υπηρεσίες και που προσδιορίζεται από τους φυσικούς του πόρους. Η μορφή αυτή τουρισμού, εκτός από ειδικές εγκαταστάσεις υδρο-λουτρο-θαλασσο-αεροθεραπείας και καταλύματα αξιώσεων με συμπληρωματικές εγκαταστάσεις, όπως για παράδειγμα εστιατόρια, χώρους ψυχαγωγίας, χώρους άθλησης κλπ., απαιτεί και ειδικές ιατρικές και φυσιοθεραπευτικές υπηρεσίες (Ανδριώτης, 2003)
5. **Τουρισμός άθλησης:** Ο τουρισμός άθλησης έχει σαν κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος, όπως είναι για παράδειγμα η ποδηλασία, η ιππασία, το τένις, η πεζοπορία, το γκολφ, η ανεμοπορία, διάφορα προγράμματα γυμναστικής κλπ. Η άθληση σαν απασχόληση κατά τη διάρκεια των διακοπών θεωρείται σε αυτήν τη μορφή τουρισμού ο πιο σημαντικός παράγοντας, μαζί με την δυνατότητα που υπάρχει για την πραγματοποίηση εκδρομών και περιηγήσεων. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού είναι η δημιουργία εγκαταστάσεων άθλησης εκ μέρους των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και η απασχόληση έμπειρων γυμναστών, εκπαιδευτών αθλημάτων κλπ. δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι μια τέτοια επένδυση σε συμπληρωματικές εγκαταστάσεις άθλησης, ανεβάζει αναμφίβολα το επίπεδο αξίας και απόλαυσης των διακοπών, παράλληλα δε με την ανταγωνιστικότητα και το κύρος της ξενοδοχειακής επιχείρησης, βελτιώνει την πληρότητά της και γενικά προσελκύει πελατεία υψηλής εισοδηματικής στάθμης (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).
6. **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 περιηγούνται για μερικές ημέρες, συνήθως δε τρεις ως 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 ρόλο. 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 οικογένειες τους. Τα ταξίδια αυτά οργανώνονται σε μεγάλο ποσοστό από τουρ οπερέιτορς, ταξιδιωτικά/τουριστικά γραφεία, και αεροπορικές εταιρείες. Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι ένας ακόμα πόλος έλξης για πολλά άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τουρισμό, είναι η νυκτερινή ζωή, η διασκέδαση, τα ψώνια, οι ενδιαφέρουσες εκδρομές και τέλος το ωραίο περιβάλλον (Ανδριώτης, 2003),

- 7. Συνεδριακός τουρισμός:** Στο συνεδριακό τουρισμό υπάγονται κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως για παράδειγμα συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετοχών και σε οποιοδήποτε επίπεδο, δηλαδή τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές. Επειδή ο συνεδριακός τουρισμός είναι περιορισμένης χρονικής διάρκειας, δυο ως τέσσερις ημέρες συνήθως, συνδυάζεται με κάποια άλλη μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης, μορφωτικό τουρισμό κλπ. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής και ανωδομής και συγκεκριμένα η κατασκευή σύγχρονων συνεδριακών κέντρων άρτια τεχνολογικά εξοπλισμένων και με βοηθητικούς χώρους κάθε είδους, όπως για παράδειγμα εστιατόρια, αναψυκτήρια, χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων, ιατρεία, ταχυδρομεία, γραφεία εξυπηρέτησης συνέδρων κλπ, καθώς επίσης η κατασκευή αιθουσών συνεδρίων μεγάλης χωρητικότητας εκ μέρους των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων του κέντρου και της περιφέρειας. Ας σημειωθεί ότι η έγκαιρη πληροφόρηση των ενδιαφερόμενων κύκλων για τα συνέδρια και τις διάφορες συναφείς εκδηλώσεις, που θα πραγματοποιηθούν σε μια χώρα που επιδιώκει να αναπτύξει το συνεδριακό τουρισμό, πέρα από το ότι θα βοηθήσει σημαντικά στην προσέλκυσή τους, θα προβάλλει παράλληλα και την ίδια στο εξωτερικό σαν χώρα συνεδριακού τουρισμού (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).
- 8. Τουρισμός περιπέτειας:** Ο τουρισμός περιπέτειας πρόκειται για μια μορφή τουρισμού με έντονο το στοιχείο του απροσδόκητου, του άγνωστου και της έκπληξης. Φωτογραφικά σαφάρι, περιπλανήσεις σε άγνωστες περιοχές, κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς κλπ. Αποτελούν μερικά από τα χαρακτηριστικά του γνωρίσματα. Τα άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τουρισμό είναι συνήθως νέοι άνθρωποι, κατά κύριο δε λόγο ελεύθεροι επαγγελματίες και στελέχη επιχειρήσεων. Επίσης θα πρέπει να σημειωθεί ότι η ζήτηση για τουρισμό περιπέτειας προβλέπεται μελλοντικά 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 (Ανδριώτης ,2003)
- 9. Οικογενειακός τουρισμός :** Είναι γνωστό ότι η ύπαρξη παιδιών σε μια οικογένεια αποτελεί αποφασιστικό παράγοντα επιλογής τόσο του τόπου διακοπών όσο και του χρόνου που θα πραγματοποιηθούν αυτές. Οι τουρ οπερείτορς γνωρίζουν ότι όταν τα τουριστικά πακέτα που προσφέρουν στην τουριστική αγορά είναι προσιτά στις οικογένειες, τότε αυτές ταξιδεύουν συνήθως με τα παιδιά τους. Αλλά ακόμα και αν τα τουριστικά πακέτα που προσφέρουν δεν είναι και τόσο προσιτά στον οικογενειακό προϋπολογισμό, προσπαθούν να τα κάνουν, προσφέροντας ειδικές εκπτώσεις για τα παιδιά. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του οικογενειακού τουρισμού είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής και ανωδομής, όπως για παράδειγμα αίθουσες παιχνιδιών, παιδικές χαρές, παιδικές πισίνες, παιδικοί σταθμοί κλπ. Και ακόμα ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό για να προσέχει και να συντροφεύει μικρά κυρίως παιδιά (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).
- 10. Τουρισμός τρίτης ηλικίας:** Η τάση που υπάρχει σήμερα για περισσότερα και μακρύτερα ταξίδια επηρέασε, όπως είναι φυσικό, και την τρίτη ηλικία που συνήθως διαθέτει ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα, υψηλό δείκτη αποταμίευσης λόγω νοοτροπίας και τρόπου ζωής, μα πάνω απ' όλα μεγάλη

επιθυμία για ταξίδια και γενικότερα για τον τουρισμό. Σύμφωνα με εκτιμήσεις των ειδικών, το ποσοστό συμμετοχής της τρίτης ηλικίας στο συνολικό πληθυσμό της γης θα αυξηθεί αισθητά στο μέλλον, δημιουργώντας έτσι ένα νέο ανθρώπινο δυναμικό, που σε μεγάλο ποσοστό θα επηρεαστεί από το σύγχρονο τρόπο ζωής και θα έχει μεγάλο δείκτη ροπής για τον τουρισμό. Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι η Τρίτη ηλικία αποτελεί το συντηρητικότερο τμήμα του τουριστικού δυναμικού μιας χώρας, που κινείται συνήθως τουριστικά στο εσωτερικό της ή το πολύ σε χώρες κοντινές και κυρίως σε αυτές που συνορεύουν με τη χώρα της μόνιμης διαμονής τους. Τα συγκοινωνιακά μέσα που χρησιμοποιεί γι' αυτόν τον σκοπό είναι κατά κύριο λόγο το τρένο, κατά δεύτερο λόγο το ιδιωτικό αυτοκίνητο και το λεωφορείο και κατά τρίτο λόγο το αεροπλάνο. Για τον τουρισμό τρίτης ηλικίας δεν απαιτείται ειδική υποδομή και ανωδομή εκ μέρους των χωρών που επιθυμούν να τον αναπτύξουν (Ανδριώτης, 2003)

- 11. Τουρισμός χειμερινών σπορ:** Ο τουρισμός χειμερινών σπορ είναι μια δυναμική μορφή τουρισμού, που προσπαθούν να αναπτύξουν οι χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών στο πλαίσιο της προσπάθειάς τους να διαφοροποιήσουν το τουριστικό τους προϊόν και με αυτόν τον τρόπο να αξιοποιήσουν και να εκμεταλλευτούν τους αδρανείς μήνες και να προσελκύσουν διάφορες κατηγορίες τουριστών, κυρίως δε τουριστών υψηλής εισοδηματικής στάθμης. Ο τουρισμός χειμερινών σπορ καλύπτει το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που διεξάγονται στη διάρκεια του χειμώνα. Συγκεκριμένα καλύπτει τις δραστηριότητες εκείνες που εκδηλώνονται σε ορισμένο γεωγραφικό χώρο και για την ακρίβεια συνήθως σε ορεινές περιοχές σε συνδυασμό πάντα με ορισμένες κλιματολογικές συνθήκες, όπως για παράδειγμα χαμηλές θερμοκρασίες που πλησιάζουν τους 0 Κελσίου ή και κάτω από αυτούς ή πολύ χιόνι κλπ. Τα άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τον τουρισμό, συνδέονται αποκλειστικά με χειμερινά σπορ και με συναφείς προς αυτά δραστηριότητες. Η ανάπτυξη του τουρισμού χειμερινών σπορ προϋποθέτει εκτός άλλων τη δημιουργία μιας κατάλληλης υποδομής και ανωδομής, όπως για παράδειγμα άρτια οργανωμένα χιονοδρομικά κέντρα, πίστες πάγου για παγοδρομίες και καλλιτεχνικό πατινάζ, πίστες πάγου για αγωνιστικά έλκηθρα, αγωνιστικές πίστες σκι, πίστες σκι για παιδιά, αρχάριους και ερασιτέχνες σκιέρ, τουριστικά καταλύματα όλων των κατηγοριών και κυρίως πέντε και τεσσάρων αστέρων, συγκοινωνιακή σύνδεση των τόπων χειμερινών σπορ με τα μεγάλα αστικά κέντρα και τους χώρους άφιξης-αναχώρησης τουριστών, όπως για παράδειγμα αεροδρόμια, σιδηροδρομικοί σταθμοί, λιμάνια κλπ (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).
- 12. 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 τους. Τα άτομα που πραγματοποιούν αυτής της μορφής τουρισμό είναι κατά το πλείστο άτομα της τρίτης ηλικίας που αντιμετωπίζουν πρόβλημα 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 συμβάλουν η καθιέρωση χαμηλών ναύλων από τα

διάφορα μέσα μαζικής μεταφοράς, καθώς επίσης η πραγματοποίηση εκπτώσεων στις υπηρεσίες φιλοξενίας που προσφέρουν τα διάφορα τουριστικά καταλύματα κατά τη χειμερινή περίοδο (Ανδριώτης, 2003)

13. Ορεινός τουρισμός: Ο ορεινός τουρισμός, αν και παρουσιάζει ορισμένες ομοιότητες με τον τουρισμό χειμερινών σπορ, σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να ταυτιστεί με αυτόν. Συγκεκριμένα δεν έχει χρονικούς περιορισμούς εκδήλωσης και αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού, που εκδηλώνεται αποκλειστικά και μόνο στις ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών που επιθυμούν να αναπτύξουν αυτής της μορφής τουρισμό. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού είναι η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων που δένουν με το φυσικό περιβάλλον και διαθέτουν όσο το δυνατό περισσότερους συμπληρωματικούς χώρους, όπως εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες, αίθουσα αναψυχής κλπ. Επίσης θα πρέπει οι ορεινές αυτές περιοχές, στις οποίες αναπτύσσονται κάθε είδους δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού, να εξυπηρετούνται συγκοινωνιακά όσο το δυνατό πληρέστερα και καλύτερα γίνεται (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).

14. Αγροτικός τουρισμός: Ο αγροτικός τουρισμός ή αγροτουρισμός, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, αναφέρεται στις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στο πλαίσιο του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής. Συγκεκριμένα αναφέρεται σε μορφές τουριστικών δραστηριοτήτων που εντάσσονται οργανικά και αρμονικά στον αγροτικό χώρο και περιλαμβάνει διάφορες τουριστικές δραστηριότητες που είναι συμπληρωματικές ή έρχονται σε σύγκρουση με άλλες δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα οικονομικές και κοινωνικές, που χαρακτηρίζουν τον αγροτικό χώρο. Σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική και εμπειρία, ο αγροτικός τουρισμός διακρίνεται σε δύο βασικές μορφές και συγκεκριμένα:

(α) Σε εκείνη που καλύπτει υποδοχή και φιλοξενία τουριστών σε αγροκτήματα, όπου οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και στις αγροτικές δραστηριότητες γενικότερα. Η μορφή αυτή αγροτικού τουρισμού είναι ευρύτερα γνωστή σαν διακοπές αγροικιών.

(β) Σε εκείνη που αφορά στη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και ενοικιαζόμενων δωματίων σε εξω - αστικούς μικροσυννοικισμούς, όχι απαραίτητα αγροτικού χαρακτήρα, και τη φιλοξενία τουριστών σε αυτά συνήθως με το σύστημα "κλίνη και πρόγραμμα" (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).

15. Θαλάσσιος τουρισμός: Ο θαλάσσιος τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων, που διεξάγονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. Αναμφίβολα ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μία από τις δυναμικότερες μορφές του σύγχρονου τουρισμού, αφού η σημασία του στις τουριστικές οικονομίες των χωρών που έχουν τόσο τις φυσικές προϋποθέσεις όσο και τις οικονομικές δυνατότητες να τον αναπτύξουν είναι κυριολεκτικά μεγάλη. Η πιο παραγωγική και συναλλαγματοφόρα δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι εκείνη της ναύλωσης σκαφών αναψυχής κάθε είδους, όπως για παράδειγμα πολυτελών θαλαμηγών, ιστιοφόρων, ταχύπλοων σκαφών κλπ. Η πελατεία στην οποία απευθύνεται και οι ανάγκες ή επιθυμίες της οποίας ικανοποιεί,

είναι κατά το πλείστον τουρίστες υψηλής εισοδηματικής στάθμης. Άλλη αξιολογη συναλλαγματοφόρα δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής και ανωδομής, το κόστος της οποίας κάθε άλλο παρά χαμηλό είναι, ιδιαίτερα δε σε ότι αφορά στην κατασκευή σύγχρονων και άρτια εξοπλισμένων μαρίνων για τον ελλιμενισμό, τον ανεφοδιασμό και γενικά για την εξυπηρέτηση των ανασκαφών αναψυχής και των κρουαζιερόπλοιων (Ανδριώτης, 2003)

16. **Χρονομεριστικός τουρισμός:** Ο χρονομεριστικός τουρισμός είναι αναμφίβολα η ταχύτερα αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού σήμερα. Με ρυθμό ανάπτυξης 30% περίπου το χρόνο, οι χρονομεριστικές διακοπές πιστεύεται βάσιμα ότι θα αποτελέσουν μελλοντικά ότι ήταν το οργανωμένο τουριστικό πακέτο για τη δεκαετία του '50. Ο πρωτοποριακός αυτός θεσμός δίνει τη λύση στον "κορεσμένο" τουρίστα του τουριστικού πακέτου, που απαιτητικός όσο ποτέ άλλοτε σήμερα αναζητά υψηλή ποιότητα τουριστικών υπηρεσιών στις διακοπές του. Η υπερσύγχρονη αυτή μορφή τουρισμού, που ως σημειωθεί έχει κατά κανόνα πελατεία μέσης και υψηλής εισοδηματικής στάθμης, βασίζεται στην αρχή της πώλησης του δικαιώματος χρήσης ορισμένων ημερών ή εβδομάδων σε ένα ξενοδοχείο ή ένα συγκρότημα διαμερισμάτων την ίδια χρονική περίοδο κάθε χρόνο. Επειδή όμως είναι πολύ φυσικό ο αγοραστής του δικαιώματος αυτού να αρχίσει γρήγορα να κουράζεται με την ιδέα της επιστροφής στο ίδιο μέρος, στο ίδιο ξενοδοχείο ή συγκρότημα διαμερισμάτων, την ίδια χρονική περίοδο κάθε χρόνο, οδηγήθηκε εκ των πραγμάτων να επιδιώξει την ανάπτυξη δικτύων ανταλλαγής παρόμοιων δικαιωμάτων. Και το πέτυχε τελικά. Έτσι λοιπόν μπορεί πια σήμερα να ανταλλάξει κανείς το δικαίωμα που έχει αγοράσει σε ένα ξενοδοχείο ή ένα συγκρότημα διαμερισμάτων για ορισμένο χρονικό διάστημα κάθε χρόνο, με παρόμοιο δικαίωμα χρήσης άλλου αγοραστή σε ξενοδοχείο ή συγκρότημα διαμερισμάτων όχι μόνο σε άλλη περιοχή, αλλά και σε άλλη χώρα. Επίσης μπορεί να το πουλήσει, να το νοικιάσει ή να το κληροδοτήσει, όπως ακριβώς συμβαίνει με τα άλλα ακίνητα. Ειδικότερα σε ότι αφορά στα ξενοδοχεία, θα πρέπει να ειπωθεί ότι πολλά από αυτά έχουν αρχίσει να συνειδητοποιούν ότι γίνεται ολοένα και πιο δύσκολο γι' αυτά να πετύχουν ικανοποιητική απόδοση κεφαλαίου που έχουν επενδύσει, όταν εξαρτώνται μόνο από το παραδοσιακό τουριστικό πακέτο, σε μια εποχή που οι τουρ οπερέιτορς πιέζουν για χαμηλότερες τιμές. Γι' αυτό και επιδιώκουν να εφαρμόσουν το σύστημα των χρονομεριστικών διακοπών, που τους εξασφαλίζει πέρα από την αρχική εισροή κεφαλαίων ένα σταθερό εισόδημα και μια σταθερή πληρότητα με τουρίστες κατά κανόνα μέσης και υψηλής εισοδηματικής στάθμης, όπως ήδη ειπώθηκε (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).

17. **Θρησκευτικός τουρισμός:** Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού, που αφορά σε μια κατηγορία ατόμων τα οποία επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους, που βρίσκονται στη χώρα της μόνιμης διαμονής τους ή σε κάποια άλλη είτε για λόγους λατρείας είτε για να πάρουν μέρος σε κάποιες θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές είτε για να εκπληρώσουν κάποιο τάμα που είχαν κάνει κ.λπ. Η μορφή αυτή τουρισμού είναι περιορισμένης διάρκειας, συνήθως μια ως τρεις ημέρες. Επίσης τα τουριστικά πακέτα για θρησκευτικό τουρισμό είναι σχετικά φτηνότερα από εκείνα άλλων μορφών τουρισμού, επειδή είναι οπωσδήποτε λιγότερα, ενώ τα οικονομικά ωφέληματα για τους θρησκευτικούς τόπους και κατ' επέκταση για τις οικονομίες των χωρών στις οποίες βρίσκονται αυτοί σημαντικά. Για την ανάπτυξη αυτής της

μορφής τουρισμού δεν χρειάζεται ειδική υποδομή και ανωδομή, αλλά μόνο βασική (Ανδριώτης, 2003)

18. **Επιλεκτικός τουρισμός:** Η συνειδητοποίηση των τουριστικών επιχειρηματιών αλλά και των πολιτικών εξουσιών των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, ότι η ικανοποιητική απόδοση του κεφαλαίου που έχουν επενδύσει στην τουριστική οικονομία γίνεται με το πέρασμα του χρόνου ολοένα και πιο δύσκολη, όταν αυτή εξαρτάται μόνο από το παραδοσιακό τουριστικό πακέτο και μάλιστα σε μια εποχή που οι τουρ οπερετικό πιέζουν συνεχώς για χαμηλότερες τιμές, οδήγησε στην ωρίμανση της ιδέας για την ανάπτυξη του επιλεκτικού τουρισμού. Ο επιλεκτικός τουρισμός πραγματοποιείται κατά κανόνα από άτομα υψηλής εισοδηματικής στάθμης που, όπως μπορεί να συμπεράνει κανείς, όχι μόνο θέλουν αλλά και μπορούν να ξοδέψουν μεγάλα ποσά για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών. Τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως μεμονωμένα, δηλαδή κάνουν ατομικό τουρισμό, που σημαίνει ότι είτε αγοράζουν ατομικά τουριστικά πακέτα ΙΤ (individual inclusive tours) είτε τα φτιάχνουν όπως αυτοί ακριβώς θέλουν, έτσι ώστε να ικανοποιούνται κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο οι τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες είτε δεν αγοράζουν καθόλου τουριστικά πακέτα, που σημαίνει ότι αγοράζουν τις διάφορες τουριστικές υπηρεσίες μεμονωμένα. Έχουν την απαίτηση τα χρήματα που ξοδεύουν για την αγορά τουριστικών προϊόντων να τους προσφέρουν τουλάχιστον την ικανοποίηση ή την ωφέλεια ή την χρησιμότητα που προσδοκούν. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του επιλεκτικού τουρισμού είναι η χώρα υποδοχής και φιλοξενίας αυτής της κατηγορίας τουριστών να δημιουργήσει την κατάλληλη υποδομή και ανωδομή, δηλαδή ξενοδοχεία πέντε και τεσσάρων αστέρων με πολλούς συμπληρωματικούς χώρους, υψηλής ποιοτικής στάθμης σέρβις, νυχτερινή ζωή, καλλιτεχνική κίνηση, ανεπτυγμένη αγορά, μουσεία, πινακοθήκες, καλό κοινωνικό δίκτυο, άνετα μεταφορικά μέσα, καθαρό περιβάλλον κ.λπ. (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).
19. **Τουρισμός κινήτρων:** Ο τουρισμός κινήτρων είναι ουσιαστικά μια σχετικά νέα μορφή τουριστικής δραστηριότητας που αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς και υπόσχεται σημαντικά οικονομικά οφέληματα για τις χώρες εκείνες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών που θέλουν, αλλά και που έχουν τις προϋποθέσεις να τον αναπτύξουν. Η μορφή τουρισμού για την οποία ο λόγος αποτελεί αναμφίβολα ένα αποτελεσματικό μέσο του σύγχρονου μάρκετινγκ, που χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερο οι μεγάλες βιομηχανικές, εμπορικές και παροχής υπηρεσιών επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να αυξήσουν την παραγωγικότητα των εργαζομένων που απασχολούν και κατ' επέκταση την ανταγωνιστικότητά τους τόσο στις αγορές εσωτερικού όσο και του εξωτερικού. Για να επιτευχθούν λοιπόν οι σκοποί αυτών των επιχειρήσεων, προσφέρονται εκ μέρους τους διάφορα κίνητρα στους εργαζόμενους μεταξύ των οποίων και ομαδικά τουριστικά πακέτα συνήθως για τουριστικούς προορισμούς στο εξωτερικό. Αυτή η μέθοδος υποκίνησης των εργαζομένων εκ μέρους των επιχειρήσεων αποδείχτηκε στην πράξη αποτελεσματική γι' αυτό και έχει εξαπλωθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα στις Η.Π.Α. Ο τουρισμός κινήτρων έχει κατά κανόνα περιορισμένη χρονική διάρκεια, τρεις ως τέσσερις ημέρες συνήθως. Σκοπός του τουρ οπερέιτορ που αναλαμβάνει για λογαριασμό της επιχείρησης να φτιάξει το σχετικό τουριστικό πακέτο-κίνητρο, είναι να δώσει στο χρήστη

του την ευκαιρία να απολαύσει κάτι το ξεχωριστό, κάτι το οποίο δεν θα είχε ο ίδιος την δυνατότητα να ζήσει, αν έπρεπε να αγοράσει με δικά του χρήματα το τουριστικό αυτό πακέτο (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).

20. **Οικολογικός τουρισμός:** Για την ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού δεν χρησιμοποιούνται βαριές κατασκευές, ενώ τόσο ο τουρίστας όσο και το τουριστικό κύκλωμα υποδοχής και εξυπηρέτησής του σέβονται τη φύση, μέχρι του σημείου να αποφεύγονται τα μαζικά μέσα ενημέρωσης παντού όπου αυτό είναι εφικτό. Στο πλαίσιο της ανάπτυξης του οικολογικού τουρισμού εντάσσεται η τουριστική ανάπτυξη των παραδοσιακών οικισμών, των βιοτόπων, των εθνικών δρυμών κλπ. Ο οικολογικός τουρισμός αποτελεί αναμφίβολα την εξισορρόπηση μιας χώρας στο μαζικό τουρισμό και τα προβλήματα του, γι' αυτό και η ανάπτυξή του κρίνεται επιτακτική παντού όπου αυτή είναι εφικτή (Ανδριώτης, 2003)
21. **Λαϊκός τουρισμός:** Ο λαϊκός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού, που χαρακτηρίζεται για την πελατεία του και συγκεκριμένα για το ότι αποτελείται αυτή από άτομα που κατά το πλείστο είναι χαμηλής εισοδηματικής στάθμης και ακόμα ότι τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως οικογενειακά και με κάθε είδους ιδιότητα μέσα, όπως για παράδειγμα αυτοκινούμενα τροχόσπιτα, αυτοκίνητα, μοτοσυκλέτες κ.λπ. Παρά το γεγονός ότι τα οικονομικά οφέληματα από αυτήν τη μορφή τουρισμού κάθε άλλο παρά σημαντικά είναι, όλες χωρίς εξαίρεση οι χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών έχουν λίγο-πολύ αναπτύξει την απαραίτητη υποδομή και ανωδομή για την εξυπηρέτηση τουριστών αυτής της κατηγορίας. Συγκεκριμένα έχουν κατασκευάσει κάμπινγκ σε οδικούς άξονες, σε τουριστικές τοποθεσίες και στις παρυφές πόλεων, που προσφέρουν στα άτομα που πραγματοποιούν αυτής της μορφής τουρισμό υπηρεσίες φιλοξενίας, που κάνουν τη διαμονή τους όσο το δυνατό ανετότερη. Ας σημειωθεί ότι η διαμονή σε κάμπινγκ είναι συγκριτικά με αυτή σε άλλα τουριστικά καταλύματα αισθητά φτηνότερη. Το γεγονός αυτό εκτιμάται πάρα πολύ από τους τουρίστες του λαϊκού τουρισμού και κυρίως από αυτούς που συνοδεύονται στις τουριστικές τους μετακινήσεις από τις οικογένειές τους, ιδιαίτερα δε όταν αυτές είναι πολυμελείς (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).
22. **Κοσμοπολίτικος τουρισμός:** Η πελατεία του κοσμοπολίτικου προορισμού είναι κατά κύριο λόγο ο κόσμος της αριστοκρατίας και οι μεγιστάνες του πλούτου, που συχνά ταξιδεύουν από το ένα κοσμοπολίτικο κέντρο στο άλλο. Όπως γίνεται αντιληπτό, τα άτομα αυτά ξοδεύουν μεγάλα χρηματικά ποσά τόσο κατά την τουριστική μετακίνησή τους όσο και κατά τη διαμονή τους στον τουριστικό προορισμό που επισκέπτονται, γι' αυτό και οι απαιτήσεις τους είναι πάρα πολύ μεγάλες. Τα άτομα που κάνουν κοσμοπολίτικο τουρισμό μετακινούνται συνήθως με ιδιότητα μεταφορικά μέσα, όπως για παράδειγμα ιδιότητα αεροπλάνα, θαλαμηγούς κλπ. Στον τουριστικό προορισμό τους διαμένουν είτε σε ξενοδοχεία πολυτελείας είτε σε ιδιότητες ή νοικιασμένες πολυτελείς επαύλεις είτε σε ιδιότητες πολυτελείς θαλαμηγούς. Επίσης η ζωή που κάνουν τα άτομα αυτά στα διάφορα κοσμοπολίτικα κέντρα είναι πάρα πολύ κοσμική. Η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού, αν και θα την επιθυμούσαν πολλές χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών για καθαρά οικονομικούς λόγους, είναι οπωσδήποτε δύσκολη και αυτό γιατί εκτός από την κατάλληλη υποδομή και ανωδομή, απαιτείται και η καταξίωση του τουριστικού προορισμού στην συνείδηση της αριστοκρατίας και των

μεγιστάνων του πλούτου σαν τόπος κοσμοπολίτικου τουρισμού (Ανδριώτης ,2003)

23. **Κοινωνικός τουρισμός:** Ο κοινωνικός τουρισμός, σαν ιδιαίτερη μορφή τουρισμού, ορίζεται το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων τουριστικού χαρακτήρα, που διευκολύνουν την συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικά τάξεων. Με άλλα λόγια ο κοινωνικός ή επιδοτούμενος τουρισμός αποτελεί τη μορφή εκείνη του τουρισμού, που χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι πραγματοποιείται από μέλη του κοινωνικού συνόλου, των οποίων η αγοραστική δύναμη είναι λίγο-πολύ περιορισμένη, χάρη σε ειδικές παροχές προς αυτά που μπορεί να είναι άμεσες ή έμμεσες. Οι παροχές για κοινωνικό τουρισμό αποτελούν σήμερα για τις ανεπτυγμένες οικονομικά χώρες υποχρέωση του κράτους. Συγκεκριμένα το σύγχρονο κοινωνικό κράτος έχει υποχρέωση πέρα από υγεία, καλά γηρατεία, εργασία, παιδεία κλπ. να εξασφαλίσει σε άτομα χαμηλής εισοδηματικής στάθμης τη δυνατότητα να κάνουν διακοπές και με αυτόν τον τρόπο να ισορροπήσουν τόσο ψυχικά όσο και σωματικά. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού είναι η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής και ανωδομής, όπως για παράδειγμα κατασκευή ειδικών τουριστικών καταλυμάτων που να ανταποκρίνονται στις οικονομικές δυνατότητες της πελατείας τους, δηλαδή των κοινωνικών τουριστών, χορήγηση επιδομάτων διακοπών που να αναπροσαρμόζονται σύμφωνα με τις πραγματικές ανάγκες κάθε οικογένειας, εφαρμογή επιχορηγούμενων προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού για ειδικές κατηγορίες ατόμων, όπως για παράδειγμα σπουδαστές, στρατιώτες, συνταξιούχους, που η οικονομική τους κατάσταση κάθε άλλο παρά τους επιτρέπει να κάνουν διακοπές, χρηματοδότηση των διακοπών με ευνοϊκούς όρους κλπ (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).
24. **Τουρισμός αναπήρων:** Ο τουρισμός αναπήρων ή ατόμων με ειδικές ανάγκες πρόκειται για μια ειδική μορφή τουρισμού, η ανάπτυξη της οποίας προωθείται τελευταία ολοένα και περισσότερο σε ορισμένες χώρες. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη της μορφής τουρισμού είναι η δημιουργία κάθε είδους τουριστικών εγκαταστάσεων, που να διαθέτουν αξιόλογο εξοπλισμό για την εξυπηρέτηση των τουριστών με ειδικές ανάγκες, όπως και η προσφορά τουριστικών πακέτων που θα απευθύνεται στην ειδική κατηγορία αυτή πελατείας και θα ικανοποιεί τις δικές της τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες. Επίσης θα πρέπει οι χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, που επιθυμούν να αναπτύξουν την ειδική αυτή μορφή τουρισμού, να θεσπίσουν ειδικές τεχνικές προδιαγραφές που θα πρέπει απαραίτητα να τηρούν τα τουριστικά καταλύματα και οι άλλες τουριστικές εγκαταστάσεις που κατασκευάζονται ειδικά για την εξυπηρέτηση των τουριστών με ειδικές ανάγκες. Τέτοιου είδους προδιαγραφές είναι για παράδειγμα ράμπες, ανελκυστήρες, ειδικός εξοπλισμός στα δωμάτια και τους λοιπούς χώρους των τουριστικών καταλυμάτων κλπ. , ώστε να μπορεί να γίνεται χρήση τους εκ μέρους των τουριστών με ειδικές ανάγκες χωρίς προβλήματα ή τουλάχιστον με όσο το δυνατό λιγότερα γίνεται. (Ανδριώτης ,2003)

Κεφάλαιο 4^ο

Η ανάπτυξη του Αγροτουρισμού

4.1 Αγροτουρισμός: Η άλλη λύση

Ο αγροτουρισμός είναι ένα είδος διακοπών που έχει δημιουργηθεί από την ανάγκη της οικονομικής επιβίωσης κάποιων μικρών ιδιοκτητών γης-αγροτών, που αποφάσισαν να ακολουθήσουν παραδοσιακές μεθόδους καλλιέργειας (χωρίς την χρήση φυτοφαρμάκων και χημικών ουσιών) και να παράσχουν φιλοξενία σε ανθρώπους που θέλουν να ζήσουν κοντά στην φύση και να συμμετέχουν ενεργά στην καλλιέργεια αυτών των προϊόντων έτσι ώστε να εξασφαλίσουν ένα επιπλέον εισόδημα στους ιδιοκτήτες γης-αγρότες.

Οι τουρίστες που επιλέγουν να πραγματοποιήσουν αυτό το είδος διακοπών, θα ζήσουν σε τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλους και μπορούν να πάρουν μέρος σε δραστηριότητες όπως είναι η πεζοπορία, η ποδηλασία, η ιππασία, κ.α., να γνωρίσουν την τοπική μαγειρική και να δοκιμάσουν τοπικά παραδοσιακά υγιεινά προϊόντα αλλά και να έρθουν σε επαφή με ήθη και έθιμα της αγροτικής περιοχής που διαμένουν και που έχουν ξεχάσει οι άνθρωποι της πόλης.

Οι *αγροτουρίστες* επιλέγουν τα καταλύματά τους με βάση: - τις μεθόδους καλλιέργειας που εφαρμόζονται στα αγροκτήματα, - το φυσικό κάλλος του περιβάλλοντος χώρου, -τα βαθμό προστασίας της φύσης, - τη παροχή καλών συνθηκών διαμονής, -την παροχή τοπικών υγιεινών εδεσμάτων διατροφής.

Ο αυθεντικός χαρακτήρας των αγροκτημάτων μπορεί να διατηρηθεί όταν στο καθένα από αυτά δεν φιλοξενηθούν περισσότερα από δέκα πέντε (15) άτομα, όταν τα μέλη των οικογενειών που παρέχουν “φιλοξενία” έρχονται σε άμεση επαφή με τους “επισκέπτες” – τουρίστες, όταν οι αγροτουρίστες γνωρίζουν την περιοχή και τις παραδόσεις των ανθρώπων και ξεναγηθούν περίξ των αγροκτημάτων στις γειτονικές εξοχές, και όταν οι φιλοξενούμενοι μπορούν –εάν το επιθυμούν- να συμμετάσχουν ενεργά και στις εργασίες του αγροκτήματος (Εξαρχος & Καραγιάννης, 2004).

Αξίζει να αναφερθεί ότι σύμφωνα με βιβλιογραφική επισκόπηση που έγινε από τους θεωρητικούς Busly & Rendle (2000) βρέθηκαν συνολικά 13 διαφορετικοί ορισμοί, γεγονός που δημιουργεί διάφορα προβλήματα σχετικά με τον προσδιορισμό του αγροτουρισμού. Ενδεικτικά ένας από τους ορισμούς που έχει δοθεί από τους Weaner & Fennell (1997) αναφέρει ότι οι επενδύσεις στον αγροτουρισμό γίνονται από γεωργικές επιχειρήσεις και ο αγροτουρισμός περιλαμβάνει τόσο το περιβάλλον μιας εν ενεργείας φάρμας, όσο και το συστατικό μέρος της εμπορικής εκμετάλλευσης που σχετίζεται με τον τουρισμό. Βέβαια ένα πρόβλημα που μπορεί να προκύψει στην ελληνική πρακτική απ’ αυτόν τον ορισμό είναι ότι η λέξη φάρμα συνδυάζεται με μεγάλες γεωργικές εκτάσεις. Το γεγονός όμως ότι στην Ελλάδα ο αριθμός των γαιοκτημόνων με μεγάλες γεωργικές εκμεταλλεύσεις είναι περιορισμένος, μπορεί να σημαίνει ότι ο ορισμός των Weaner και Fennell (1997) δεν μπορεί να υιοθετηθεί πλήρως από την ελληνική πραγματικότητα (Ανδριώτης, 2006).

Αγροτουρισμός, Μοχλός ανάπτυξης:

Ο αγροτουρισμός συμβάλει τα μέγιστα στην τοπική ανάπτυξη: Η δημιουργία ξενώνων και η στελέχωσή τους σημαίνει νέες θέσεις εργασίας και η ανάπτυξη του

αγροτουρισμού σημαίνει πρόσθετα κέρδη στον αγροτικό χώρο και συγκράτηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο. Συνάμα ο αγροτουρισμός σημαίνει και αύξηση της «κοινωνικής ζωής» σε απομακρυσμένα από αστικά κέντρα χωριά, κάτι από το οποίο έχουν μεγάλη ανάγκη πολλοί κάτοικοι των μικρών και απομονωμένων οικισμών. Έχει παρατηρηθεί ότι σημαντικό μέρος των κερδών που δημιουργούνται από τον αγροτουρισμό, διοχετεύεται στην κύρια ασχολία του πληθυσμού της υπαίθρου που είναι η γεωργία, και ότι σημαντικό ποσοστό του αγροτικού εισοδήματος σε ορισμένες περιοχές της χώρας δημιουργείται από την ενεργό δράση και συμμετοχή των γυναικών στην εδραίωση του αγροτουρισμού, γεγονός που σημαίνει ότι ο αγροτουρισμός συνεισφέρει στο να υπάρξουν κινήσεις, δράσεις και πρωτοβουλίες ανενεργών κοινωνικών ομάδων. (Εξαρχος,2004)

Πρωτοβουλίες και δράσεις προώθησης του αγροτουρισμού στη Ελλάδα έχουν εκδηλωθεί σε πολλές περιοχές. Οι περισσότερες πρωτοβουλίες και δράσεις που προωθήθηκαν για την εδραίωση και την επέκταση του αγροτουρισμού στην χώρα οφείλονται στα ευρωπαϊκά διαρθρωτικά προγράμματα και στις δυνατότητες που παρείχαν, όμως οι μέχρι τώρα εφαρμογές δείχνουν πως η ιδέα του αγροτουρισμού στην Ελλάδα διανύει τα πρώτα βήματα. (Εξαρχος,2004)

Με τον αγροτουρισμό ο επισκέπτης τουρίστας συμμετέχει σε διάφορες δραστηριότητες που η ζωή της πόλης τις στερεί. Δηλαδή, ο αγροτουρισμός προσφέρει στον επισκέπτη μια μοναδική δυνατότητα να μετάσχει στην αγροτική δραστηριότητα και να ζήσει στην κοινότητα του χωριού. Οι επιλογές αυτές εμπλουτίζονται από τον οικοτουρισμό και τις άλλες ειδικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού που λαμβάνουν χώρα στην ύπαιθρο (τουρισμός περιπέτειας. Πολιτιστικός, θρησκευτικός κ.τ.λ.)

Και, υπ' αυτή την έννοια, ο αγροτουρισμός συμβάλλει καθοριστικά στον εμπλουτισμό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, κάτι που είναι απολύτως αναγκαίο για την επιβίωση και την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού στα χρόνια που έρχονται. (Εξαρχος,2004)

Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας έναντι των άλλων χωρών για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού είναι πολλά και αναφέρουμε τα σημαντικότερα:

- η γεωγραφική θέση της χώρας
- η εδαφομορφολογία και το γεωγραφικό ανάγλυφο
- η πλούσια αγροτική παράδοση
- οι κλιματολογικές συνθήκες
- ο τεράστιος αριθμός ενδημικών ειδών χλωρίδας
- ο σημαντικός αριθμός ειδών προστατευόμενης πανίδας
- ο κοινοτικός χαρακτήρας του ελληνικού χωριού
- η πλούσια ποικιλία παραδοσιακών αγροτικών προϊόντων
- το πλήθος των παραδοσιακών οικισμών

Ως αγροτουρισμός ορίζεται η παράλληλη ανάπτυξη δραστηριοτήτων που αποσκοπεί στην οικονομική και την κοινωνική αναβάθμιση των αγροτικών χώρων και της υπαίθρου, με την στήριξη της τοπικής αγροτικής παρά της εμπορίας, της ήπιας και μικρής κλίμακας προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών και της ανάδειξης του πολιτικού και φυσικού πλούτου κάθε περιοχής. (Εξαρχος,2004)

Ο αγροτουρισμός θεωρείται ως μία ήπια μορφή εναλλακτικού τουρισμού, καθώς οι υποδομές που προϋποθέτει υπηρεσίες που παρέχει δεν είναι μαζικές.

Η ανάπτυξη αγροτουριστικών δραστηριοτήτων στοχεύει κυρίως:

- Στην αναβάθμιση και τουριστική αξιοποίηση των απομακρυσμένων περιοχών.

- Στην συμπλήρωση του εισοδήματος των αγροτών (μέσω της ανάπτυξης υποδομών υποστήριξης του αγροτουρισμού και της προώθησης τοπικών προϊόντων).
- Στην εξοικείωση του επισκέπτη με τον τρόπο ζωής της αγροτικής οικογένειας και στη συμμετοχή του στις γεωργικές και κτηνοτροφικές δραστηριότητες.
- Στη συνέχιση της τοπικής αγροτικής παράδοσης.

Ο σωστά σχεδιασμένος και καλά οργανωμένος αγροτουρισμός έχει καταδειχθεί ότι αποτελεί ένα από τα αποτελεσματικότερα εργαλεία για τη μακροπρόθεσμη διατήρηση της ταυτότητας ενός τόπου. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι σε αυτής της μορφής την τουριστική ανάπτυξη το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας περιοχής αποτελούν πλέον τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά που στηρίζονται στην διατήρηση και ανάδειξη των τοπικών ιδιαιτεροτήτων της. (Έξαρχος,2004)

Σε επιχειρηματικό επίπεδο, ο αγροτουρισμός αποτελεί τον συνδετικό κρίκο του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα με τον τριτογενή. Δηλαδή της παραγωγής γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων και της μεταποίησης, με την παροχή υπηρεσιών και τον τουρισμό. Κατ'αυτόν τον τρόπο δημιουργεί, στηρίζει και τονώνει την τοπική αγορά, παρέχοντας νέες θέσεις εργασίας, ένα συμπληρωματικό εισόδημα στις αγροτικές οικογένειες και συγκρατώντας τον πληθυσμό στην ύπαιθρο.

Σύμφωνα με τον Έξαρχο (2004) οι κατηγορίες των επιχειρήσεων που εντάσσονται στον αγροτουρισμό είναι επιγραμματικά οι παρακάτω:

- Αγροτουριστικά καταλύματα.
- Πρατήρια / Εκθετήρια αγροτουριστικών προϊόντων
- Αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής.
- Τουριστικά γραφεία που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση ή την υλοποίηση προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων οικοτουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντας. (Έξαρχος,2004)
- Αγροκτήματα
- Επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων.
- Εργαστήρια λαϊκής τέχνης.

Τέλος, σε ότι αφορά τον επισκέπτη, ο αγροτουρισμός αποτελεί 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 έρχεται σε επαφή με τον ντόπιο τρόπο ζωής και συνδυάζει την αναψυχή με την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του για κοινωνικά, ιστορικά, περιβαλλοντικά και άλλα θέματα της εκάστοτε περιοχής. (Έξαρχος,2004)

4.2 ΜΟΡΦΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ:

Στη διεθνή βιβλιογραφία έχουν αναφερθεί ποικίλες μορφές αγροτουρισμού. Οι πιο διαδεδομένες από αυτές είναι:

Διαμονή σε αγροκτήματα (φάρμες): Οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε γεωργικές και κτηνοτροφικές εργασίες, βιώνοντας έτσι τον καθημερινό τρόπο ζωής των ιδιοκτητών της φάρμας. Αυτή η μορφή αγροτουριστικής ανάπτυξης είναι διαδεδομένη σε πολλά ευρωπαϊκά κράτη, όπως την Αυστρία, τη Γερμανία, τη Γαλλία και τη Μεγάλη Βρετανία όπου οι μεγάλες γεωργικές εκμεταλλεύσεις, με τη μορφή της φάρμας είναι άφθονες. (Ανδριώτης, 2006).

Οικοαγροτουρισμός: Αποτελεί μια σύζευξη δύο εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αυτών του αγροτουρισμού και του οικοτουρισμού, όπου ο τουρίστας εκτός από τη συμμετοχή του σε αγροτικές δραστηριότητες, συμμετέχει και σε άλλες φιλικές προς το περιβάλλον δραστηριότητες, όπως παρακολούθηση πτηνών (bird-watching), περιηγητισμό σε περιοχές αξιοπρόσεκτου φυσικού κάλλους (trekking), κ.λπ. (Ανδριώτης, 2006).

Φιλοξενία σε μικρά καταλύματα : Τα καταλύματα αυτά προσφέρουν διαμονή και πρωινό (bed and breakfast) σε αγροτικές περιοχές που ορισμένες φορές είναι το ίδιο σπίτι της αγροτικής οικογένειας. Αυτή η μορφή ανάπτυξης είναι από τις πιο διαδεδομένες στην Ελλάδα και σε ορισμένες περιπτώσεις παρέχεται στους επισκέπτες εκτός από διανυκτέρευση και γεύματα. (Ανδριώτης, 2006).

Αγροτουρισμός από εθελοντές: Σε πολλές χώρες του εξωτερικού παρατηρείται το φαινόμενο να υπάρχουν εποχιακοί επισκέπτες σε φάρμες που συμμετέχουν ενεργά στην παραγωγική διαδικασία. Αυτή η μορφή αγροτουρισμού ταιριάζει σε τουρίστες που θέλουν να συμμετέχουν σε αγροτουριστικές δραστηριότητες (π.χ. μάζεμα ελιάς, φρούτων) κ.λπ., αλλά που τα εισοδήματά τους δεν τους επιτρέπουν κάτι τέτοιο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι Εθελοντές Εργάτες σε Βιολογικές Φάρμες-Willing Workers on Organic Farms (WWOOF), μια κίνηση που ξεκίνησε το 1971 στην Αγγλία από ορισμένους ιδιοκτήτες αγροτουριστικών καταλυμάτων με σκοπό να ωφεληθούν από την δωρεά παροχή βοήθειας σε περιόδους υψηλής ζήτησης και ταυτόχρονα να συναντήσουν ανθρώπους απ' όλο τον κόσμο με διαφορετική κουλτούρα και τρόπο σκέψης. Οι εθελοντές-εργαζόμενοι ωφελούνται μαθαίνοντας εναλλακτικούς τρόπους ζωής στην ύπαιθρο και τις μεθόδους οργάνωσης και καλλιέργειας (Ανδριώτης, 2006).

Συνοπτικά, σύμφωνα με το Λογοθέτη(1988), ο αγροτουρισμός μπορεί να καταταχθεί σε δύο γενικά κατηγορίες, ανάλογα με τις δραστηριότητες του τουρίστα κατά τη διάρκεια παραμονής του στον αγροτικό χώρο:

- **ο αμιγής αγροτουρισμός**, όπου οι φιλοξενούμενοι πέρα από τον κύριο προορισμό τους (διακοπές – ανάπαυση), ασχολούνται είτε με αγροτικές εργασίες κατά κανόνα στο αγρόκτημα (περιποίηση ζώων, άρμεγμα, τυροκομία, θερισμός, τρυγητός, λιομάζωμα, οπωροκηπευτική, μελισσοκομία, κτλ.), είτε και πολλές φορές παράλληλα, με ψυχαγωγικές δραστηριότητες, από αυτές που τους προσφέρει το περιβάλλον της αγροτικής περιοχής (κολύμπι, ψάρεμα, πεζοπορία, ορειβασία, κυνήγι, ιπασία, κτλ.). (Λογοθέτη 1988)

- **ο σύνθετος αγροτουρισμός**, όπου οι τουρίστες, πέρα από τις παραπάνω δραστηριότητες, που μπορούν να αναπτύξουν μάλλον περιθωριακά, ικανοποιούν κύρια, κάποιες προσωπικές ανάγκες τους, που εξειδικεύουν τον αγροτουρισμό της περιοχής, όπως για παράδειγμα τουρισμός υγείας, αθλητισμού, φυσιολατρίας, θρησκείας, πολιτισμού. (Λογοθέτη 1988)

Κύριες μορφές αμιγή αγροτουρισμού:

- Αγροτουρισμός σε χωριά ιδιαίτερου φυσικού κάλους (ορεινά και μη) που προσελκύουν τους επισκέπτες, αξιοποιώντας την ομορφιά της τοποθεσίας τους. (Λογοθέτη 1988)
- Αγροτουρισμός σε νησιωτικές ή παραλιακές περιοχές οι οποίες αξιοποιούν κυρίως τους θερινούς μήνες τον ήλιο και τη θάλασσα. (Λογοθέτη 1988)

- Αγροτουρισμός σε παραδοσιακούς οικισμούς οι οποίοι έχουν να αναδείξουν μια ξεχωριστή αρχιτεκτονική που προσελκύει τον κάτοικο των τσιμεντένιων αστικών κέντρων. . (Λογοθέτη 1988)
- Αγροτουρισμός κοντά σε προστατευόμενες περιοχές, όπως εθνικούς δρυμούς και υδροβιότοπους οι οποίες εκτός από φυσικό κάλλος, αναλαμβάνουν να εμπλουτίσουν τις γνώσεις των επισκεπτών σε θέματα οικολογίας. . (Λογοθέτη 1988)
- Αγροτουρισμός σε καταλύματα συνεταιριστικής μορφής, όπου τα μέλη των συνεταιρισμών, κυρίως γυναίκες προσφέρουν προϊόντα δικής τους ή τοπικής παραγωγής. . (Λογοθέτη 1988)

Κύριες μορφές σύνθετου αγροτουρισμού:

- Αγροτουρισμός σε περιοχές με ιαματικές πηγές, γνωστές ως λουτροπόλεις, όπου σε ειδικά υδροθεραπευτήρια οι τουρίστες υπόκεινται σε κάποιες θεραπευτικές αγωγές, σε ένα συνδυασμό αποτοξίνωσης και σωματικής χαλάρωσης. . (Λογοθέτη 1988)
- Αγροτουρισμός σε ορεινά χωριά στην περιοχή των οποίων λειτουργεί οργανωμένο χιονοδρομικό κέντρο, που αποτελεί το στοιχείο έλξης των τουριστών. . (Λογοθέτη 1988)
- Αγροτουρισμός σε αγροτικές περιοχές με αθλητικές εγκαταστάσεις, όπου προσφέρονται όλες οι δυνατότητες για ανάπαυση και άθληση. . (Λογοθέτη 1988)
- Αγροτουρισμός σε κατασκηνωτικούς χώρους (camping), που βρίσκονται στον περίγυρο αγροτικών οικισμών με τους οποίους συνδέονται οικονομικά κοινωνικά και πολιτισμικά. . (Λογοθέτη 1988)
- Αγροτουρισμός για παιδιά μικρής ηλικίας, που πραγματοποιείται σε παιδικές κατασκηνώσεις με αθλητικές εγκαταστάσεις, πλήρη φιλοξενία και προσφορά μορφωτικού, ψυχαγωγικού προγράμματος. . (Λογοθέτη 1988)
- Αγροτουρισμός σε κέντρα διερχομένων τουριστών που βρίσκονται σε ειδικούς κόμβους και δέχονται περαστικούς για να τους προσφέρουν φιλοξενία. . (Λογοθέτη 1988)
- Αγροτουρισμός σε αγροτικές περιοχές όπου υπάρχουν πολιτιστικά ενδιαφέροντα. Οι διακοπές στις περιοχές αυτές συνδέονται με πνευματικές ενασχολήσεις. . (Λογοθέτη 1988)

Όλες οι παραπάνω μορφές αγροτουρισμού στην Ελλάδα εντοπίζονται σε αγροτικές περιοχές, οι τύποι των καταλυμάτων είναι κυρίως δωμάτια εντός της οικίας της αγροτικής οικογένειας ή καταλύματα που αποτελούν προέκταση της κατοικίας, είτε τέλος ανεξάρτητα της οικίας δωμάτια, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η ανεξαρτησία της ιδιωτικής ζωής των κατοίκων και των επισκεπτών. (Λογοθέτη 1988)

4.3 Αγροτουρισμός: Υποδομή και τάσεις

Η διαμονή στον αγροτουρισμό μπορεί να διαφέρει ανάλογα με τις επιθυμίες και τις ιδιαίτερες ανάγκες του επισκέπτη. Έτσι λοιπόν οι εγκαταστάσεις για την διαμονή των επισκεπτών, μπορεί να είναι απλά υπνοδωμάτια, διαμερίσματα αυτοεξυπηρετούμενα συνήθως, αγροικίες, σπιτάκια για ενοικίαση τους καλοκαιρινούς μήνες, μερικά εκ των οποίων φιλοξενούν μέχρι 16-18 άτομα και είναι πολύ καλά εξοπλισμένα (πισίνες, spa, κτλ) τα οποία είναι κατάλληλα και για παραμονή πέρα απ' την τουριστική περίοδο. Στην διαμονή δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε και τα camping όπου είναι μια σχετικά χαμηλού κόστους διαμονή για τον τουρίστα, που δίνει στους λάτρεις αυτού του είδους μια εμπειρία κοντά στην φύση περισσότερο απ' όλες τις άλλες εγκαταστάσεις για διαμονή. (Εξαρχος, 2004)

Σαν συμπλήρωμα ή σαν μία εναλλακτική πρόταση απέναντι στην διαμονή ένας αριθμός σχεδίων/προγραμμάτων, αφορούν επενδύσεις για συγκεκριμένες τουριστικές εγκαταστάσεις πέρα απ' αυτές τις διαμονής.

Προκειμένου να επιτευχθεί μια ολοκληρωμένη απόδοση του αγροτουρισμού που να είναι ενταγμένη στη γενικότερη τουριστική πολιτική για συνολική ποιοτική αναβάθμιση και διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, τα προγράμματα του αγροτουρισμού θα πρέπει να περιλαμβάνουν και διάφορες εγκαταστάσεις και ανωδομές, όπως:

- Κέντρα εστίασης και αναψυχής
- Μικρές εγκαταστάσεις πολιτιστικών χρήσεων
- Μικρές εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής (εκθεσιακοί χώροι, χώροι άθλησης κλπ.)
- Εργαστήρια μεταποίησης αγροτικών προϊόντων και πρατήρια πώλησης κλπ.
- Γραφείο πληροφοριών και κρατήσεων

Στις προαναφερθείσες περιπτώσεις η στέγαση όλων αυτών των χρήσεων πρέπει κατά προτεραιότητα να γίνει σε παραδοσιακά κτίσματα, ειδικά όσες χρήσεις σχετίζονται με την ειδική τουριστική υποδομή, όπως είναι π.χ. τα συνεδριακά κέντρα, ενώ πρέπει να τηρούνται οι αναγκαίες ελάχιστες προδιαγραφές προκειμένου τα επιδοτούμενα έργα να εξυπηρετούν τους επιδιωκόμενους σκοπούς. (Εξαρχος, 2004)

Στην Ελλάδα έχει επικρατήσει και θεσμοθετηθεί (από ΥΠΕΧΩΔΕ, ΥΠΠΟ, Ε.Ο.Τ.), να χαρακτηρίζονται ως παραδοσιακά κτίσματα και οικισμοί αντίστοιχα, όσα από αυτά παρουσιάζουν ιδιαίτερο αρχιτεκτονικό / αισθητικό ενδιαφέρον. Η ποιοτική αυτή διάσταση, άρα και ποιοτική κατάταξη, έχει τεράστια σημασία από οικονομικής και όχι μόνο άποψης (ευνοϊκές επιδοτήσεις επισκευής, συντήρησης κ.λπ.) αλλά και γοήτρου ιδιαίτερα στις τουριστικές περιοχές (π.χ. χρήση του χαρακτηρισμού «παραδοσιακό κατάλυμα» στα έντυπα προβολής). (Εξαρχος, 2004)

Αναμφισβήτητα η από αρχιτεκτονικής σκοπιάς ποιοτική κατάταξη δεν μπορεί, ούτε πρέπει να αποφεύγεται. Από την άλλη όμως πλευρά, εναπόκειται στον τουρίστα να επιλέξει το κατάλυμα της αρεσκείας του, κρίνοντας με εντελώς προσωπικά κριτήρια και συνεκτιμώντας, σε συνδυασμό με το κόστος μια σειρά άλλων παραμέτρων που συνειρμικά εντάσσονται στην έννοια του «παραδοσιακού» όπως: παραδοσιακή κουζίνα, παραδοσιακή διακόσμηση και διαμόρφωση εξωτερικού/ εσωτερικού χώρου, άσκηση παραδοσιακών αγροτικών δραστηριοτήτων, παραδοσιακή φιλοξενία κ.λπ., οι οποίες όλες μαζί αντικατοπτρίζουν τη λεγόμενη «παραδοσιακή ζωή του χωριού», σε μια σύγχρονη, αλλά ποτέ «σκηνοθετημένη μορφή».

Ο τουρίστας ο οποίος συνειδητά επιλέγει αγροτουριστικό κατάλυμα, θεωρεί ως δεδομένο ότι σε αυτό θα ζήσει αυτός και τα παιδιά του για το διάστημα των διακοπών τους, τη φυσική ζωή του χωριού. Με άλλα λόγια επιθυμεί, να γνωρίσει από κοντά οικόσιτα ζώα, να έχει την ευκαιρία να γευτεί και να αγοράσει αγνά αγροτικά προϊόντα παραγωγής της αγροτικής οικογένειας που τον φιλοξενεί ή έστω τρίτων της ίδιας περιοχής και ακόμη να γνωρίσει τις τοπικές αγροτικές δραστηριότητες, τα τοπικά ήθη, έθιμα και παραδόσεις. (Εξαρχος, 2004)

Εάν όλα όσα ενδεικτικά προαναφέρθηκαν δεν παρέχονται, τότε δεν έχουμε αγροτουρισμό, αλλά τουρισμό γενικά υπαίθρου, γεγονός που αποδυναμώνει την τουριστική ταυτότητα της περιοχής και κατ'επέκταση την ανταγωνιστικότητα της, έναντι όλης της Ελληνικής υπαίθρου.

Στην Ελλάδα, ο αγροτουρισμός επιχειρήθηκε να εφαρμοστεί, χωρίς να έχει προηγηθεί η απαραίτητη ψυχολογική προετοιμασία και ενημέρωση των αγροτών/ κτηνοτρόφων κλπ., ούτε να έχουν γίνει οι ανάγκες προσαρμογές της φιλοσοφίας του στις σημερινές Ελληνικές συνθήκες ζωής του χωριού, με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί σύγχυση τόσο από την πλευρά της προσφοράς, όσο και από την πλευρά της ζήτησης, αγροτουριστικών υπηρεσιών. (Εξαρχος 2004)

4.4 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τα πλεονεκτήματα που προσφέρει ο αγροτουρισμός στην βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων των αγροτικών περιοχών, συνοψίζονται στα εξής:

- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και κατά συνέπεια συγκράτηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο. Το πλεονέκτημα αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία στις περιοχές που αντιμετωπίζουν σημαντική πληθυσμιακή μείωση και δημογραφική γήρανση. Η δημιουργία των θέσεων αυτών εργασίας είναι καθοριστική για τις ευαίσθητες, από άποψη εργασίας, κοινωνικές ομάδες των νέων και των γυναικών.

Η δημιουργία υποδομών ήπιας κλίμακας, οι οποίες εναρμονίζονται με το φυσικό περιβάλλον και συμβάλλουν στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου των μόνιμων κατοίκων. (www.anthropos.gr)

- Η προώθηση των γεωργικών παραδοσιακών προϊόντων στην αγορά και η αύξηση των εσόδων των ατόμων που ασχολούνται με το γεωργικό τομέα.
- Ο αγροτουρισμός αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της δυνατότητας συνδυασμού της περιφερειακής ανάπτυξης και της προστασίας και ανάδειξης του φυσικού περιβάλλοντος. Είναι μια τουριστική δραστηριότητα που δεν δρα ανταγωνιστικά προς τους φυσικούς πόρους. Αντίθετα, συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση τόσο των μόνιμων κατοίκων όσο και των επισκεπτών στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Ο αγροτουρισμός, ως δραστηριότητα, αναπτύσσεται όλες τις εποχές του χρόνου, αμβλύνοντας έτσι το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας, που ως γνωστόν, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού.
- Τα άτομα που επιλέγουν την εναλλακτική αυτή μορφή του τουρισμού είναι άτομα που αναζητούν στις διακοπές τους τη «φόρμουλα των 3Φ (Φύση – Φιλία – Φιλοξενία)» και απορρίπτουν ή δεν νιώθουν ότι τους εκφράζει εκείνη των 3S (Sun – sea – sand) του μαζικού τουρισμού, όπως αυτή έχει εξελιχθεί στις μέρες μας. Τα

άτομα αυτά τις περισσότερες φορές έχουν συγκεκριμένα ενδιαφέροντα (φυσιολάτρες, παρατηρήσεις πουλιών, γλωρίδας και πανίδας ορειβάτες κ.α.), και είναι ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένα στα περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα. (www.anthropos.gr)

Μια καθαρά αγροτική περιοχή αν γίνει αγροτουριστικός προορισμός, τότε ασφαλώς θα ωφεληθεί. Με τις επιπρόσθετες νέες τουριστικές ασχολίες, το επίπεδο απασχόλησης των αγροτών θα ανέβει, τα εισοδήματά τους θα αυξηθούν, η συρρίκνωση και η υποβάθμιση της περιοχής θα σταματήσει, οι επισκέπτες/τουρίστες θα φέρουν μαζί τους τον πολιτισμό τους, η επικοινωνία με τον έξω κόσμο θα αυξηθεί και οι σχετικές με τον τουρισμό επιχειρήσεις όπως και οι λοιπές επιβιοηθητικές θα ωφεληθούν. (Σφακιανάκης 2000)

4.5 ΟΙ ΔΥΣΜΕΝΕΙΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Όταν όμως η ανάπτυξη του αγροτουρισμού, δεν είναι αειφορική και όταν υπερβεί τα όρια αντοχής της περιοχής, είναι δυνατόν να έχει δυσμενείς επιπτώσεις που σε ακραίες περιπτώσεις μπορούν να χαρακτηριστούν καταστροφικές. Για τον Αγροτουρισμό είναι βέβαιο ότι, αν αναπτυχθεί άναρχα και υπερβολικά, το ευαίσθητο περιβάλλον μέσα στο οποίο αναπτύσσεται, θα μολυνθεί, θα υποβαθμιστεί και θα καταστραφεί. Και σε αυτή την περίπτωση δεν θα μπορεί πια να παράγει αγροτουριστικά προϊόντα και οι τουρίστες θα φύγουν αφήνοντας πίσω τους μόνο καταστροφές (Σφακιανάκης, 2000).

Στην περίπτωση αυτή, οι επιπτώσεις αναφέρονται:

- Στην άναρχη και υπέρμετρη ανάπτυξή του σε βάρος της φέρουσας ικανότητας της περιοχής, που προκαλεί υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος των περιοχών.
- Στον κίνδυνο ανάπτυξης του τουρισμού στις αγροτικές περιοχές εις βάρος της αγροτικής ζωής. Στην πράξη έχει παρατηρηθεί ότι σε ορισμένες περιπτώσεις εγκαταλείπονται οι αγροτικές εργασίες προς χάριν ενός μεγαλύτερου βραχυχρόνιου τουριστικού κέρδους.
- Στην αλλοίωση του πολιτισμικού χαρακτήρα των αγροτικών περιοχών στις περιπτώσεις που ο αγροτουρισμός ακολουθήσει τα γνωστά αναπτυξιακά τουριστικά «πρότυπα» των περασμένων δεκαετιών.

Ο αγροτουρισμός είναι μια μορφή του εναλλακτικού Τουρισμού. Εναλλακτικός είναι ο άλλος ο διαφορετικός, ο αντίθετος προς τον μαζικό Τουρισμό. Χαρακτηριστικό μη Εναλλακτικού Τουρισμού είναι:

- Η ανθρώπινη σχέση
- Τα ειδικά ενδιαφέροντα
- Η οικολογική αντίληψη και η αγάπη στην κουλτούρα
- Η αυθεντικότητα
- Τα μικρά μεγέθη (www.anthropos.gr)

Μια άλλη δυσμενής συνέπεια του Αγροτουρισμού, μπορεί να είναι ο περιορισμός της αγροτικής απασχόλησης. Σκοπός του Αγροτουρισμού δεν είναι να αναπτυχθεί ο τουρισμός στις αγροτικές περιοχές σε βάρος της αγροτικής ζωής. Δεν θέλει να κάνει τους αγρότες τουριστικούς επιχειρηματίες. Επιδιώκει να εξασφαλίσει μια βελτίωση του αγροτικού εισοδήματος του αγροτικού εισοδήματος με μια πρόσθετη, παράλληλη και δευτερεύουσα προς τη γεωργική απασχόληση. Δυστυχώς στην πράξη έχει παρατηρηθεί ότι η αγροτική απασχόληση περιορίζεται ή και μηδενίζεται, οι αγροτικές εργασίες εγκαταλείπονται προς χάριν ενός μεγαλύτερου βραχυχρόνιου

τουριστικού κέρδους που είναι μικρότερο από το μακροχρόνιο κόστος της αλλοίωσης του αγροτικού χώρου και της αλλοίωσης του αγροτικού πληθυσμού. (Σφακιανάκης, 2000)

Ο Αγροτουρισμός χρειάζεται:

- Αγροτουριστικά καταλύματα δηλαδή καταλλήλως διασκευασμένα παλιά αγροτικά παραδοσιακά σπίτια ή δωμάτια σε χωριό ή στις παρυφές του ή έστω νέα αγροτουριστικά καταλύματα χτισμένα με παραδοσιακό τρόπο και υλικό.
- Αγροτική οικογένεια που θα φιλοξενεί τους τουρίστες σε τμήμα του σπιτιού της ή εκεί κοντά.
- Ειδικές υποδομές και κυρίως φυσιολατρικές πολιτιστικές ή αγροτικές διαδρομές όπως ο δρόμος του κρασιού, οι δρόμοι της ελιάς κλπ. στις οποίες να μπορεί να περπατήσει και να τις απολαύσει ο τουρίστας. Οι διαδρομές αυτές είναι σύνολα φυσικών τοπίων και πολιτιστικών χώρων, ή αγροτικών καλλιεργειών και κτισμάτων του παραδοσιακού και του σύγχρονου αγροτικού βίου που συνδέονται μεταξύ τους με σημάνσεις και για τις οποίες εκδίδονται χάρτες και ενημερωτικά έντυπα.
- Ειδικές υπηρεσίες όπως συμμετοχή στις αγροτικές ασχολίες και τις εκδηλώσεις και τα έθιμα των παραδοσιακών αγροτικών κοινωνιών.
- Παραδοσιακή κουζίνα και βιολογικά προϊόντα που μπορούν να γίνουν τεράστιοι πόλοι έλξης τουρισμού στον κόσμο.
- Βασικές και αυτονόητες προϋποθέσεις είναι η καθαριότητα, η αυθεντικότητα και η ανθρώπινη σχέση με τους αγροτουρίστες.
- Οι αγρότες που δημιουργούν και λειτουργούν αγροτουριστικά καταλύματα πρέπει να παρακολουθούν ειδικά σεμινάρια στα οποία να τους παρέχονται οι απαιτούμενες γνώσεις.
- Απαραίτητα είναι επίσης τα Γραφεία Αγροτουρισμού που θα προσελκύουν τους αγροτουρίστες και θα φροντίζουν για την καλή διαμονή τους στην περιοχή.
- Για την διαφήμιση μιας αγροτουριστικής περιοχής και για την ενημέρωση των αγροτουριστών για αγροτουριστικά θέλγητρα απαιτείται η έκδοση ειδικών εντύπων, βιντεοταινιών κλπ. μέσων ενημέρωσης.
- Απαραίτητη είναι επίσης η κατάρτιση ειδικών μελετών ερευνών αγοράς για τη παρακολούθηση της κατάστασης των τάσεων της τουριστικής αγοράς και τον προσδιορισμό των αγορών – στόχων. (www.anthropos.gr)

4.6 Η ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΕ

Η Αγροτουριστική ΑΕ είναι ο μόνος επίσημος φορέας αγροτουρισμού στην Ελλάδα . Ιδρύθηκε το 2001 ως ανώνυμη εταιρεία δημοσίου συμφέροντος και υπάγεται στο υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης , με στόχο την προώθηση των ήπιων εναλλακτικών μορφών τουρισμού γενικότερα και του αγροτουρισμού ειδικότερα. Σημαντικό μέσο επικοινωνίας αποτελεί και η μηνιαία εφημερίδα , «ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», με 6.000 αποδέκτες, ανάμεσα στους οποίους είναι επιχειρηματίες του αγροτουρισμού, φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και τα παραγωγικά υπουργεία. Στην επόμενη φάση δημιουργήθηκε ένα Τμήμα Αναπτυξιακών Μελετών για την εκπόνηση πρότυπων αναπτυξιακών προγραμμάτων.

Στον τομέα της εκπαίδευσης, η Αγροτουριστική ΑΕ διοργανώνει τακτικά σεμινάρια. Ωστόσο δεν αποτελεί φορέα εκπαίδευσης. Ο Ξένος, ο ευρωπαίος περιηγητής έχει απαιτήσεις τις οποίες οι αγροτουριστικές μονάδες της Ιταλίας, της Αυστρίας, της Ισπανίας και των άλλων προηγμένων στον τομέα αυτόν χωρών ικανοποιούν. Το κράτος λοιπόν μπορεί να βοηθήσει τόσο στην εκπαίδευση όσο και στην παροχή κινήτρων και στη δημιουργία υποδομών απαραίτητων για την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των επισκεπτών. Σύμφωνα με στοιχεία της Αγροτουριστικής ΑΕ, υπολογίζεται ότι το 70% των Αμερικανών, Αυστραλών και Γερμανών, αλλά και πολιτών άλλων χωρών του ΟΟΣΑ κάνουν σε ετήσια βάση αγροτουρισμό. Εξάλλου τα χαρακτηριστικά του αγροτουρίστα είναι ομοιογενή σε όλον τον κόσμο: άνθρωπος που έχει ταξιδέψει, αναζητεί την ποιότητα, την αυθεντικότητα και την επαφή με τους ανθρώπους της χώρας που επισκέπτεται. Είναι ενημερωμένος και συνειδητοποιημένος επισκέπτης και δεν ταξιδεύει σε μεγάλες ομάδες. Ο τουρισμός αυτός είναι πολύ πιο «προσωπικός» και δεν έχει κοινά με τον μαζικό τουρισμό. «Είναι άνθρωπος μέσου και υψηλού εισοδήματος που κυρίως αναζητεί το ποιοτικό έναντι του φθηνού, αλλά και τα αγνά υλικά και προϊόντα γαστρονομίας αντί της βιομηχανοποιημένης πολυτέλειας». Άλλωστε ο τουρισμός της υπαίθρου είναι σημαντικός και για τον εθνικό τουρισμό. Σε όλες τις χώρες του κόσμου το ποσοστό κυμαίνεται σε 50%. (www.agrotour.gr)

4.7 Η ανάπτυξη του Αγροτουρισμού στον Ευρωπαϊκό χώρο

Οι αγροτικές περιοχές στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε) καταλαμβάνουν περισσότερο από το 80% της έκτασής της και ο αγροτικός πληθυσμός της Ευρώπης είναι πάνω από το 1/3 του συνολικού. Τα παραπάνω στοιχεία σε συνδυασμό με τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι αγροτικές περιοχές όπως η ερήμωση της υπαίθρου, η μείωση της απασχόλησης στις γεωργικές εργασίες, η έλλειψη υποδομών και διάφορων άλλων προβλημάτων, συμβάλλουν στο να στραφεί η Ε.Ε με μεγαλύτερη έμφαση στον αγροτικό χώρο και να αναζητήσει λύσεις. (Ανδριώτης, 2008)

Με βάση τα παραπάνω, παρατηρείται ένα αξιοσημείωτο ενδιαφέρον για τον αγροτουρισμό ο οποίος συμβάλλει στην αειφορική αγροτική ανάπτυξη, δηλαδή στην προώθηση μέτρων που προφυλάσσουν το περιβάλλον και ταυτόχρονα ενισχύουν οικονομικά τις μειονεκτικές αγροτικές περιοχές και συμβάλλουν στην κοινωνική ισορροπία. Η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Χωρικού και Γεωργικού Τουρισμού (European Federation of Village and Farm Tourism), που αποτελείται από οργανισμούς 12 χωρών, έχει κάνει σημαντικά βήματα για την προβολή και την προώθηση του αγροτουρισμού στην Ευρώπη. (Ανδριώτης, 2008)

Ο αγροτουρισμός αναπτύχθηκε στην Ευρώπη τα τελευταία 20-25 χρόνια με διάφορους τρόπους. Πρωτοπόρες χώρες υπήρξαν η Ιρλανδία, η Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Αυστρία, η Σουηδία, η Ιταλία, η Γερμανία και η Ολλανδία. Σήμερα, ο αριθμός των εκμεταλλεύσεων που συμμετέχουν σε αγροτουριστικά προγράμματα υπολογίζεται στις 600.000 και φτάνει στο 8% στη Γερμανία και την Ολλανδία, στο 4% στη Γαλλία, στο 2% στην Ιταλία, στο 0,5% στην Ισπανία, ενώ προσεγγίζει το 10% στην Αυστρία και το 20% στη Σουηδία. (Ανδριώτης, 2008)

Μεταξύ των διάφορων χωρών, ο τρόπος με τον οποίο εφαρμόζεται ο αγροτουρισμός διαφέρει. Αυτό συμβαίνει διότι η μορφή του αγροτουρισμού που αναπτύσσεται σε κάθε χώρα, εξαρτάται από διάφορους παράγοντες όπως το μέγεθος των γεωργικών εκμεταλλεύσεων, τις απαιτήσεις των επισκεπτών τη δυνατότητα προσφοράς συμπληρωματικών υπηρεσιών και τον πολιτισμό κάθε χώρας. Υπάρχουν όμως και κάποια χαρακτηριστικά τα οποία παραμένουν κοινά σε όλες τις χώρες και αυτά είναι:

- Τα άτομα ή οι ομάδες που ασχολούνται με αγροτουριστικές δραστηριότητες και έχουν άμεση σχέση με τη γεωργία.
- Ο γεωργός που προσφέρει στους επισκέπτες διαμονή αλλά και δυνατότητα συμμετοχής στις γεωργικές εργασίες, σε ξεναγήσεις στους γύρω χώρους ιστορικούς ή ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, σε περιπάτους και άλλες δραστηριότητες.
- Εφόσον προσφέρεται πρωινό ή κάποιο άλλο γεύμα, τα είδη διατροφής αποτελούν απαραίτητα προϊόντα της γεωργικής εκμετάλλευσης ή της τοπικής γεωργικής παραγωγής.

Στην Ευρώπη κυριαρχούν δύο μορφές αγροτουρισμού:

- Οι διακοπές στη γεωργική εκμετάλλευση (Farm House Holidays), όπου οι επισκέπτες φιλοξενούνται σε μεγάλα αγροκτήματα και συμμετέχουν στις γεωργικές εργασίες και γενικότερα στην καθημερινή γεωργική ζωή.
- Διανυκτέρευση με πρωινό (Bed and Breakfast), όπου προσφέρεται στους επισκέπτες διαμονή και πρωινό με προϊόντα που παράγονται από την εκμετάλλευση ή από την ευρύτερη περιοχή και είναι παραδοσιακού χαρακτήρα.

Οι πιο συνηθισμένοι τύποι καταλυμάτων που συναντώνται στην Ευρώπη είναι οι εξής:

- Κατοικίες προς ενοικίαση, ανεξάρτητες από την κατοικία της γεωργικής οικογένειας.
- Δωμάτια προς ενοικίαση στην κατοικία της γεωργικής οικογένειας.
- Κατασκηνώσεις/ κάμπινγκ σε αγροκτήματα.
- Αγροκτήματα σε εξειδικευμένου τύπου φιλοξενία. Προσφέρουν διαμονή και διατροφή και είναι εξειδικευμένα i) σε άτομα με ειδικές ανάγκες ii) σε παιδιά και σχολεία, όπου τα παιδιά μαθαίνουν για τις γεωργικές εργασίες και τη φύση iii) δραστηριότητες συναφείς με τη γεωργία. (Ανδριώτης, 2008)

Διαφορές στον Αγροτουρισμό μεταξύ Νότιας και ΒΔ Ευρώπης:

Η ποικιλομορφία που παρουσιάζουν οι αγροτικές περιοχές, οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η εφαρμογή του αγροτουρισμού δεν μπορεί να είναι ίδια σε όλες τις χώρες. Έντονη διαφορά ανάπτυξης του αγροτουρισμού παρουσιάζεται μεταξύ νότιας και ΒΔ Ευρώπης. Ο αγροτουρισμός στις χώρες τις Μεσογείου, παρά τα αναμφισβήτητα πλεονεκτήματά τους, υστερεί σε σχέση με αυτόν των βόρειων χωρών. (Ανδριώτης, 2008)

Οι πιο βασικοί παράγοντες που συνθέτουν αυτήν τη διαφοροποίηση είναι:

- Οι μικρού μεγέθους εκμεταλλεύσεις στη Μεσόγειο οι οποίες βρίσκονται μακριά από το χώρο διαμονής των επισκεπτών, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει άμεση διασύνδεση της διαμονής και της γεωργικής δραστηριότητας

των τουριστών. Αντίθετα στο βορρά η γεωργική εκμετάλλευση ενσωματώνει και το χώρο κατοικίας του επισκέπτη.

- Στις χώρες της Μεσογείου παρατηρείται δημογραφική συρρίκνωση, γήρανση του αγροτικού πληθυσμού ιδιαίτερα στις ορεινές και μειονεκτικές περιοχές, με αποτέλεσμα την επιφυλακτικότητα έναντι των οικονομικών δραστηριοτήτων και των καινοτόμων πρωτοβουλιών, όπως είναι και ο αγροτουρισμός
- Η ανεπάρκεια συλλογικών υποδομών και υπηρεσιών που θα στήριζαν τις αναπτυξιακές δράσεις με αποτέλεσμα να υπάρχει οικονομική αδυναμία για επενδύσεις σε τουριστικές υποδομές και εξοπλισμό χωρίς τη στήριξη αρμόδιων δημόσιων και ιδιωτικών φορέων.
- Η ζήτηση αγροτουριστικών δραστηριοτήτων στις ορεινές περιοχές είναι πολύ χαμηλή αφού το κυρίαρχο τουριστικό μοντέλο στις χώρες της Μεσογείου, είναι ο θερινός παραθαλάσσιος τουρισμός. (Ανδριώτης, 2008)

4.8 Τα μέτρα της Ε.Ε για τον Αγροτουρισμό: LEADER

Τα πιο σημαντικά μέτρα της Ε.Ε για τον αγροτουρισμό είναι τα παρακάτω:

- Μέτρα για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των γεωργικών διαρθρώσεων (Κανονισμός 950/97, Κανονισμός 1257/99)
- Τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (Π.Ε.Π)
- Η Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER
- Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης του Αγροτικού Χώρου (Ο.Π.Α.Α.Χ)

Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER (LEADER I & II)

Τα LEADER είναι ένα από τα πιο σημαντικά μέτρα της Ε.Ε. που στοχεύει στη συγκράτηση του πληθυσμού στις αγροτικές περιοχές και στην οικονομική άνθιση αυτών των περιοχών. Τα LEADER ξεκίνησαν με το LEADER I την περίοδο 1991 έως 1993 και λόγω της μεγάλης τους επιτυχίας ακολούθησαν επιπρόσθετα το LEADER II (1994-1999) και το LEADER+ (2000-2006) που είχαν ως στόχο την ενίσχυση και τη συμπλήρωση των προηγούμενων. Στα πλαίσια της πρωτοβουλίας LEADER I υλοποιήθηκαν στην Ελλάδα 25 προγράμματα ολοκληρωμένης αγροτικής ανάπτυξης από διάφορες ομάδες Τοπικής δράσης. Συνολικά υλοποιήθηκαν 1.732 έργα και δράσεις από τα οποία τα 807 (46,6%) αφορούσαν επενδύσεις αγροτουρισμού, τα 258 (14,9%) επενδύσεις μικρών επιχειρήσεων και βιοτεχνιών, τα 154 (8,9%) την επαγγελματική κατάρτιση και τα 86 (5%) επενδύσεις αξιοποίησης και προστασίας του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς. (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης 2005). Το ύψος της δημοσίας δαπάνης έφθασε περίπου €70εκατομμύρια.

Στο LEADER II η εφαρμογή τοπικών προγραμμάτων διπλασιάστηκε και έφτασε τις 49 Ομάδες Τοπικής δράσης και 7 θεματικά προγράμματα συλλογικών φορέων. Πιο συγκεκριμένα εγκρίθηκαν 3.720 έργα και δράσεις, με το ύψος της δημοσίας δαπάνης να φθάνει τα € 210,7εκατομμύρια. Από αυτά 1.150 έργα (35,2%) αφορούσαν τον αγροτουρισμό και την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και 600 (13,3%) την προστασία και την ανάδειξη του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς - Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης 2005 (Ανδριώτης, 2006).

Στόχοι Κοινοτικής Πρωτοβουλίας LEADER II.

Η Κοινοτική Πρωτοβουλία Leader II, είχε τρεις κυρίους στόχους :

Στόχος 1: Ανάπτυξη νέας ολοκληρωμένης δραστηριότητας ‘Τουρισμός ποιότητας στις αγροτικές περιοχές’, συμπληρωματικής στην τοπική οικονομία.

Στόχος 2: Ενίσχυση των παραγωγικών δραστηριοτήτων του αγροτικού χώρου, με τον εκσυγχρονισμό των παραγωγικών διαδικασιών, τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των τοπικών προϊόντων, την προώθησή τους σε νέες αγορές, τη διαφοροποίηση της γεωργικής παραγωγής και την ενίσχυση της συμπληρωματικότητας του μεταποιητικού τομέα της περιοχής

Στόχος 3: Προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος και ενσωμάτωσή τους στις αναπτυξιακές διαδικασίες, σε πλαίσια ‘βιώσιμης ανάπτυξης’ της περιοχής (www.minagric.gr)

Περιγραφή της LEADER +

Στην Ελλάδα η πρωτοβουλία LEADER + εφαρμόζεται σε ορεινές μειονεκτικές περιοχές που παρουσιάζουν ειδικά προβλήματα και νησιωτικές περιοχές που παρουσιάζουν έντονη κοινωνικοοικονομική υστέρηση. Η κοινοτική πρωτοβουλία LEADER + είναι η πρωτοβουλία του αγροτικού τομέα κατά την 3η προγραμματική περίοδο (2000-2006).

Συμβάλλει στην προσπάθεια της Κοινότητας για οικονομική και κοινωνική συνοχή μέσω ισόρροπης αειφόρου ανάπτυξης, της αύξησης της απασχόλησης, της εξασφάλισης ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών και την προστασία και βελτίωση του περιβάλλοντος. (www.minagric.gr)

4.9 Η ανάπτυξη του Αγροτουρισμού στην Ελλάδα: Ιστορική εξέλιξη

Στην Ελλάδα το ενδιαφέρον για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού εκδηλώθηκε την τελευταία 20ετία και χαρακτηρίζεται από την έλλειψη εθνικού ή περιφερειακού σχεδιασμού. Αυτό συμβαίνει διότι υπάρχει μία σύγχυση όσον αφορά αυτή την ίδια την έννοια και το περιεχόμενο του αγροτουρισμού και πολύ περισσότερο τον προσδιορισμό από τους αρμόδιους φορείς (Υπουργείο Γεωργίας, Ε.Ο.Τ, Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση, Τοπικές Αναπτυξιακές Εταιρίες) του αγροτουριστικού προϊόντος. (Κουτσούρης, 2000).

Η οργανωμένη εφαρμογή προγραμμάτων αγροτουρισμού στην Ελλάδα, ξεκινά τη δεκαετία του '80 με τη θέσπιση από την Ευρωπαϊκή Ένωση των Μεσογειακών Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων (Μ.Ο.Π) (Κανονισμός Ε.Ε 2088/85). Τα Μ.Ο.Π κάλυψαν την περίοδο 1986-1992 και αναφέρονταν στις Μεσογειακές χώρες (Ελλάδα, Ιταλία, Γαλλία, Ισπανία και Πορτογαλία) της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στόχος αυτών των προγραμμάτων, ήταν η ανάπτυξη των λιγότερο ευνοημένων κρατών μελών της Ε.Ε καθώς και η στήριξη της απασχόλησης και των εισοδημάτων των αγροτών, γι' αυτό και ενισχύθηκαν προγράμματα ανάπτυξης οικονομικών δραστηριοτήτων της υπαίθρου, όπως αυτά του αγροτουρισμού. (www.minagric.gr)

Στη συνέχεια έχουμε εθνικές ενέργειες (Κανονισμοί Ε.Ε 797/85, 2328/91, 950/97) που αποσκοπούν στη διαμόρφωση συμπληρωματικού εισοδήματος της γεωργικής δραστηριότητας, περιφερειακές ενέργειες (Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα/ Π.Ε.Π 1994-1999) και πιλοτικές ενέργειες τοπικής ανάπτυξης [Κοινοτικές Πρωτοβουλίες LEADER I (1991-1993), LEADER II (1994-1999), LEADER+(2000-2006) και Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης του Αγροτικού

Χώρου- Ο.Π.Α.Α.Χ (2000-2006). Πρέπει να αναφερθεί και η ύπαρξη σειράς αγροτουριστικών πιλοτικών δράσεων στην Ελλάδα, που έχουν ενισχυθεί από Κοινοτικές Πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη των ανθρώπινων πόρων και προώθηση της απασχόλησης όπως YOUTHSTART, NOW, HORIZON, INTEGRA, LEDA, INTERG. (www.minagric.gr)

Στην Ελλάδα δεν υπάρχει επίσημος φορέας σχεδιασμού και προγραμματισμού, αν και πολλοί διαφορετικοί φορείς εμπλέκονται στις αγροτουριστικές δραστηριότητες όπως:

- Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ)
- Υπουργείο Ανάπτυξης
- Υπουργείο Γεωργίας
- Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (δήμοι και κοινότητες)
- Αγροτικοί και Αστικοί Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί
- Αγροτική Τράπεζα Ελλάδος (Α.Τ.Ε)

Τέλος έχει αναπτυχθεί σειρά αγροτουριστικών πρωτοβουλιών, φορέων της δημόσιας διοίκησης όπως της Γενικής Γραμματείας Ισότητας, της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς, του Ελληνικού Οργανισμού Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων Χειροτεχνίας (Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ), της Νομαρχιακής και Τοπικής Αυτοδιοίκησης, αλλά και του συνεταιριστικού χώρου όπως της Πανελλήνιας Συνομοσπονδίας Ενώσεων Γεωργικών Συνεταιρισμών (ΠΑ.Σ.Ε.ΓΕ.Σ). Αξιόλογη είναι και η προσπάθεια του Συνδέσμου Επαγγελματικών Ειδικών Μορφών Τουρισμού, ο οποίος ιδρύθηκε το 1999 και εκπροσωπεί επιχειρήσεις και επαγγελματίες που ασχολούνται ενεργά με την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού όπως είναι ο αγροτουρισμός, καθώς και την προστασία του περιβάλλοντος και την καταγραφή προβλημάτων σε παραμεθόριες περιοχές. (www.minagric.gr)

4.9.1 Προβλήματα και αδυναμίες

Κατά την εφαρμογή των αγροτουριστικών προγραμμάτων παρουσιάστηκαν κάποια προβλήματα και αδυναμίες τόσο από τη μεριά των αρμόδιων φορέων όσο και από τη μεριά των επενδυτών, αλλά και άλλων παραγόντων.

Όσον αφορά τους αρμόδιους φορείς, η έλλειψη εμπειρίας και υποδομής είχε σαν αποτέλεσμα να γίνουν λάθη διαχείρισης στα προγράμματα. Έτσι, η έλλειψη έμπειρου, καταρτισμένου αλλά και ενημερωμένου προσωπικού των αρμόδιων φορέων σε θέματα αγροτουρισμού αλλά και ειδικού επιστημονικού προσωπικού, είχε σαν συνέπεια την ανεπαρκή ενημέρωση των ενδιαφερόμενων οι οποίοι δεν κατανοούν τους σκοπούς του προγράμματος και εγκαταλείπουν την ιδέα της αγροτουριστικής επένδυσης. Οι επενδυτές από την άλλη πλευρά, με κύριο στόχο την ενίσχυση του εισοδήματός τους, παραβλέπουν πολλές φορές τις απαιτούμενες προδιαγραφές για τα καταλύματα, με αποτέλεσμα η ποιότητα φιλοξενίας και διατροφής να μην είναι η επιθυμητή. Ένα άλλο πρόβλημα είναι ότι η πιο συνηθισμένη επενδυτική επιλογή είναι τα αγροτουριστικά καταλύματα, με συνέπεια να περιορίζονται οι επενδύσεις σε άλλες αγροτουριστικές δραστηριότητες. Οι αδυναμίες των επενδυτών συνδέονται με την έλλειψη εμπειρίας και επιχειρηματικών ικανοτήτων, καθώς και αδυναμία ορισμένων επενδυτών να καλύψουν την ίδια συμμετοχή λόγω του χαμηλού τους εισοδήματος. Ένας άλλος παράγοντας που δημιουργεί προβλήματα στην εφαρμογή των

αγροτουριστικών προγραμμάτων, είναι η ιδιομορφία των αγροτικών περιοχών. Οι ορεινές και μειονεκτικές περιοχές της χώρας είναι απομακρυσμένες από τα αστικά κέντρα και την πληροφόρηση, με αποτέλεσμα να καθυστερεί η εφαρμογή των αγροτουριστικών δράσεων. Το τελευταίο, σε συνδυασμό με την έλλειψη έργων υποδομής, δυσκολεύει την ανάπτυξη του αγροτουρισμού. Ένα άλλο σύνηθες χαρακτηριστικό των περιοχών αυτών, είναι η έλλειψη ενεργού αγροτικού πληθυσμού, δηλαδή πληθυσμού νεαρών ηλικιών που να ασχολείται με τη γεωργία και να πραγματοποιεί καινοτόμες ιδέες όπως η επένδυση σε αγροτουριστικές δραστηριότητες. (Κουτσούρης, 1998)

Επίσης, μέσα από τις Ευρωπαϊκές Οδηγίες και Πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη της ορεινής και μειονεκτικής υπαίθρου, δημιουργήθηκε στον Ελλαδικό χώρο μία πλειάδα "αγροτουριστικών" καταλυμάτων, συγκεντρωμένα στις παραθαλάσσιες ζώνες ή διάσπαρτα στο χώρο, ασύνδετα συνήθως με τη γεωργική παραγωγή και το τοπικό αγροτικό στοιχείο γενικότερα, ενώ αγνοήθηκε πλήρως η πλευρά της τουριστικής ζήτησης. (Κουτσούρης, 1998)

4.9.2 Περιοχές ανάπτυξης Αγροτουρισμού στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τον Κουτσούρη (1998), για την Ελλάδα, όπου οι ορεινές και μειονεκτικές περιοχές αντιπροσωπεύουν το 82,6% της επικράτειας και κατοικούνται από το 27,9% του πληθυσμού της χώρας, πιστεύεται ότι ο αγροτουρισμός είναι δυνατόν να αποτελέσει τη διέξοδο για την ανάπτυξη αυτών των περιοχών. Στη χώρα μας ο αγροτουρισμός αναπτύσσεται:

- Σε χωριά ιδιαίτερου φυσικού κάλλους.
- Σε νησιωτικές ή παραλιακές περιοχές, οι οποίες αξιοποιούν κυρίως τους θερινούς μήνες τον ήλιο και τη θάλασσα.
- Σε παραδοσιακούς οικισμούς, οι οποίοι έχουν να επιδείξουν μία ξεχωριστή αρχιτεκτονική, που προσελκύει τους κατοίκους των αστικών περιοχών.
- Κοντά σε προστατευόμενες περιοχές, όπως για παράδειγμα εθνικούς δρυμούς και υδροβιότοπους, οι οποίες εκτός από το φυσικό κάλλος, επιτρέπουν στους επισκέπτες να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους σε θέματα οικολογίας.
- Σε καταλύματα συνεταιριστικής μορφής, όπου τα μέλη των συνεταιρισμών, τα οποία είναι κυρίως γυναίκες, προσφέρουν προϊόντα δικής τους ή τοπικής παραγωγής. (Κουτσούρης, 1998)

4.9.3 Προϋποθέσεις ανάπτυξης του Αγροτουρισμού στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τον Κουτσούρη (1998) ο αγροτουρισμός δεν μπορεί να αναπτυχθεί σε όλες τις περιοχές της Ελλάδας, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, αλλά σε ορισμένες και για την ανάπτυξη του είναι απαραίτητες κάποιες προϋποθέσεις. Έτσι, για να μπορέσει να έχει μέλλον ο αγροτουρισμός στην χώρα μας είναι απαραίτητο να ληφθούν μια σειρά μέτρων και πρωτοβουλιών τα οποία είναι:

- Καταγραφή και δημιουργία του φυσικού και πολιτιστικού χάρτη της χώρας, που να περιλαμβάνει τις υπάρχουσες αγροτουριστικές περιοχές.
- Προώθηση του αγροτουρισμού ως συμπληρωματική δραστηριότητα ενίσχυσης του γεωργικού εισοδήματος.

- Προβολή και διαφήμιση των αγροτουριστικών πρωτοβουλιών, που έχουν δώσει δείγματα καλής οργάνωσης και αποτελεσματικότητας.
 - Δημιουργία απαραίτητης υποδομής για την εύκολη πρόσβαση των επισκεπτών.
 - Ενεργοποίηση των τοπικών φορέων και συμμετοχή τους στη διαχείριση και έλεγχο της ανάπτυξης ώστε να διατηρείται το τοπικό στοιχείο.
 - Διεύρυνση της τουριστικής περιόδου καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, ώστε να δοθούν δυνατότητες αύξησης της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών.
 - Ικανοποίηση των απαιτήσεων των επισκεπτών, σε ότι αφορά τη διαμονή τους, τη διατροφή και τις δραστηριότητες αναψυχής.
 - Συνεργασία των κατοίκων της υπαίθρου με τους τοπικούς φορείς και εξασφάλιση της σύμφωνης γνώμης τους για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην περιοχή τους και συνειδητοποίηση των αναγκαίων αλλαγών που απαιτούνται.
 - Δημιουργία μέτρων προτεραιότητας για ανάπτυξη του αγροτουρισμού σε ορεινές και μειονεκτικές περιοχές.
 - Δημιουργία πλαισίου μέτρων για την προστασία του περιβάλλοντος και τη διαφύλαξη της πολιτιστικής και τουριστικής κληρονομιάς.
 - Λήψη μέτρων για αποκατάσταση των παραδοσιακών οικισμών που λειτουργούν ως πόλοι έλξης για τους επισκέπτες.
 - Ενημέρωση και επιμόρφωση του τοπικού πληθυσμού για τις δυνατότητες που ανοίγονται μέσω του αγροτουρισμού, αλλά και των κινδύνων που προκύπτουν από τη μη προσεκτική διαχείρισή του.
 - Συμμετοχή στη διατήρηση και έλεγχο της ανάπτυξης από τους τοπικούς φορείς και ντόπιους, ώστε να διατηρείται ο τοπικός χαρακτήρας.
 - Προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης των κατοίκων των αγροτικών περιοχών και εκμάθησης ξένων γλωσσών σε βασικό λειτουργικό επίπεδο, ώστε να μπορούν να αντεπεξέρχονται στις ανάγκες των δραστηριοτήτων του αγροτουρισμού.
 - Συστηματοποίηση ελέγχων από τους αρμόδιους φορείς για να τηρούνται οι προδιαγραφές που ισχύουν για τη λειτουργία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων.
 - Δημιουργία φορέα που να μπορεί να συντονίζει πανελλαδικές πρωτοβουλίες αγροτουριστικού χαρακτήρα.
 - Δημιουργία ενός διακρατικού δικτύου με σκοπό την πληροφόρηση σε θέματα αγροτουρισμού και την προσφορά συμβούλων στους ενδιαφερόμενους.
- Ο αγροτουρισμός συγκεντρώνει μία σειρά προτερημάτων που τον αναδεικνύουν σε πολλές περιπτώσεις σε πιθανό μοχλό της τοπικής ανάπτυξης, ιδιαίτερα στις ορεινές και μειονεκτικές περιοχές της χώρας μας. Απαραίτητη όμως προϋπόθεση είναι ο ορθολογικός και ολοκληρωμένος σχεδιασμός ανάπτυξής του, σύμφωνα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε περιοχής. (Κουτσούρης, 1998)

4.9.4 Φορείς υλοποίησης και θεσμικό πλαίσιο στήριξης των Αγροτουριστικών Προγραμμάτων

Σύμφωνα με το Κουτσούρη(1998), οι φορείς στην Ελλάδα που συμβάλλουν στην ανάπτυξη και την προώθηση των αγροτουριστικών δραστηριοτήτων είναι:

- Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ)

Ο Ε.Ο.Τ αποτελεί Νομικό Πρόσωπο Δημόσιου Δικαίου και λειτουργεί υπό την εποπτεία του Υπουργείου Ανάπτυξης. Οι βασικότεροι στόχοι του είναι i) η αναβάθμιση της τουριστικής ζήτησης αφού πρώτα βελτιωθεί η υπάρχουσα τουριστική υποδομή ii) η βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών και η υποστήριξη νέων μορφών τουρισμού.

- Το Υπουργείο Γεωργίας

Το Υπουργείο Γεωργίας αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους φορείς, αφού ο μεγαλύτερος όγκος χρηματοδότησης αγροτουριστικών επενδύσεων γίνεται μέσω των πόρων που διαχειρίζεται. Ο ρόλος του Υπουργείου Γεωργίας είναι να συμβουλευεί τους κατοίκους των αγροτικών περιοχών για τις διάφορες αγροτουριστικές δραστηριότητες, να υποστηρίζει ιδιωτικές πρωτοβουλίες για ίδρυση και λειτουργία αγροτουριστικών μονάδων και να προωθεί τον αγροτουρισμό ως συμπληρωματική δράση για την επίλυση της υποαπασχόλησης και του χαμηλού οικογενειακού εισοδήματος.

- Η Αγροτική Τράπεζα Ελλάδας (Α.Τ.Ε)

Η Α.Τ.Ε με κάποιες προϋποθέσεις χορηγεί χαμηλότοκα δάνεια για αγροτουριστικές επενδύσεις.

- Η Πανελλήνια Συνομοσπονδία Ενώσεων Γεωργικών Συνεταιρισμών (ΠΑ.Σ.Ε.ΓΕ.Σ)

Η ΠΑ.Σ.Ε.ΓΕ.Σ αποτελεί τον κορυφαίο οργανωτικό συνεταιριστικό φορέα ανάπτυξης αγροτουριστικών συνεταιρισμών, μέσω του οποίου οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί εντάσσονται στο συνολικό αγροτικό συνεταιριστικό κίνημα της Ελλάδας.

- Η Γενική Γραμματεία Ισότητας (Γ.Γ.Ι)

Η Γ.Γ.Ι προωθεί την ισότητα μεταξύ των δύο φύλων και υποστηρίζει τους αγροτουριστικούς γυναικείους συνεταιρισμούς, καθώς και τον κοινωνικό ρόλο των γυναικών της υπαίθρου.

- Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης

Η περίπτωση αυτή αφορά τους δήμους και τις κοινότητες, οι οποίοι μέσω των αναπτυξιακών τους εταιρειών, μπορούν να αναλαμβάνουν επιχειρηματικές δραστηριότητες αγροτουρισμού σε τοπικό επίπεδο.

- Αγροτικοί και Αστικοί Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί

Χαρακτηριστικό αυτών των συνεταιρισμών είναι ότι έχουν κυρίως οργανωθεί και αναπτυχθεί από γυναίκες και σκοπός τους είναι η ίδρυση και λειτουργία αγροτουριστικών μονάδων και καταλυμάτων και λοιπές υποστηρικτικές αγροτουριστικές εργασίες.

- Δημόσιος Τομέας

Στην περίπτωση αυτή, περιλαμβάνεται το κράτος και άλλοι δημόσιοι οργανισμοί που δραστηριοποιούνται σε αγροτουριστικές δραστηριότητες.

- Ιδιωτικός Τομέας

Ο ιδιωτικός τομέας αποτελεί σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης του αγροτουρισμού και δραστηριοποιείται στην εκμετάλλευση μικρών ξενώνων, κατασκηνώσεων, καταλυμάτων, εργαστηρίων παραγωγής έργων αγροτικής παράδοσης και λαϊκής τέχνης, κέντρων χειμερινού τουρισμού. (Κουτσούρης, 1998)

Οι τελευταίες εξελίξεις είναι τα νέα προγράμματα αγροτουρισμού που προωθεί το Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας μέσω των Ολοκληρωμένων Μεσογειακών προγραμμάτων που καλύπτουν όλη την Ελλάδα. Το μέλλον θα δείξει αν κατά το στάδιο της υλοποίησης των προγραμμάτων αυτών, αποφευχθούν τα σφάλματα του παρελθόντος. . (Κουτσούρης, 1998)

4.10 Προγράμματα ΕΣΠΑ

Αξίζει να αναφερθούμε σε δύο νέα προγράμματα για την ανάπτυξη του τουρισμού από το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ):

1.Πρόγραμμα ενίσχυσης “Πράσινες Υποδομές 2009”

Σκοπός του προγράμματος αυτού είναι η ενίσχυση ή η δημιουργία νέων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε τομείς που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος, όπως η διαχείριση και η αξιοποίηση αποβλήτων, η ανάκτηση υλικών, η ανακύκλωση και απορρύπανση, ή όπως έχει επικρατήσει ο όρος “eco-business”.

Από τις 20/7/2009 μέχρι εξαντλήσεως του προϋπολογισμού, εκτός των περιόδων που διαρκεί η αξιολόγηση και η υπαγωγή των προτάσεων που έχουν ήδη υποβληθεί.

Οι αξιολογήσεις των προτάσεων και οι αντίστοιχες υπαγωγές θα πραγματοποιούνται δύο φορές το έτος : από 02/05 έως 30/06 και από 23/09 έως 20/11 κάθε έτους.(Επιμελητήριο Δωδεκανήσου)

Σε ποιους απευθύνεται:

Υφιστάμενες ή νέες (υπό σύσταση) πολύ μικρές, μικρές ή μεσαίες επιχειρήσεις του τομέα διαχείρισης ή εναλλακτικής διαχείρισης αποβλήτων.

Περιοχή Εφαρμογής:

Όλη η Ελληνική Επικράτεια

Όροι και προϋποθέσεις του Προγράμματος:

Επιλέξιμες επιχειρήσεις θεωρούνται οι εταιρικές επιχειρήσεις (Ανώνυμη Εταιρία, Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης, Ομόρρυθμη Εταιρία ή Ετερόρρυθμη Εταιρία) με δραστηριότητα που αντιστοιχεί τουλάχιστον σε έναν από τους κάτωθι κωδικούς ΣΤΑΚΟΔ 2008 (ή τους αντίστοιχους Κ.Α.Δ), όπως αυτοί οι κωδικοί αναγράφονται στην άδεια λειτουργίας της μονάδας ή τη βεβαίωση έναρξης επιτηδεύματος:

37: Επεξεργασία λυμάτων

38: Συλλογή, επεξεργασία και διάθεση αποβλήτων, ανάκτηση υλικών

39: Δραστηριότητες εξυγίανσης και άλλες υπηρεσίες για τη διαχείριση αποβλήτων

Επιλέξιμες θεωρούνται πολύ μικρές, μικρές ή μεσαίες επιχειρήσεις όπως αυτές ορίζονται στο Παράρτημα Ι του Κανονισμού (ΕΚ) αριθμ. 800/2008 της Επιτροπής (L214/3/9-8-200) που ικανοποιούν το σύνολο των ακόλουθων προϋποθέσεων:

- Έχουν υποβάλλει μια μόνο πρόταση έργου σύμφωνα με τη διάρθρωση που παρουσιάζεται στο Έντυπο Υποβολής Πρότασης και έχουν καταθέσει το σύνολο των δικαιολογητικών που παρουσιάζονται στο κεφάλαιο 9
- Έχουν υποβάλλει βεβαίωση του νόμιμου εκπροσώπου της επιχείρησης που να βεβαιώνει ότι:

α) Οι δαπάνες του προτεινόμενου έργου δεν έχουν χρηματοδοτηθεί και δεν έχουν ενταχθεί σε άλλο πρόγραμμα που χρηματοδοτείται από εθνικούς ή κοινοτικούς πόρους. Η προϋπόθεση αυτή αφορά τόσο το σύνολο του έργου όσο και τις επιμέρους ενέργειες,

β) Δεν έγινε έναρξη του έργου πριν από την ημερομηνία υποβολής της πρότασης. Ως

έναρξη θεωρείται και η ανάληψη νομικής δέσμευσης για οποιαδήποτε από τις επιλέξιμες κατηγορίες δαπανών

γ) Αναλαμβάνει τη δέσμευση για την κάλυψη της ίδιας συμμετοχής εφόσον η πρόταση εγκριθεί.

Τι χρηματοδοτείται:

Οι κατηγορίες επιλέξιμων δαπανών είναι οι εξής:

- Ανέγερση/ επέκταση/διαμόρφωση κτιρίων
- Προμήθεια μηχανημάτων και εξοπλισμού
- Μεταφορικά μέσα (πλην επιβατηγών)
- Προμήθεια λογισμικού
- Δαπάνες Πιστοποίησης
- Αμοιβές συμβούλων
- Αγορά τεχνογνωσίας (άυλες δαπάνες)

Ύψος και είδος ενίσχυσης του Προγράμματος:

Στο πλαίσιο του Προγράμματος 'Πράσινες Υποδομές 2009' ενισχύονται έργα ύψους επένδυσης από **300.000€ - 3.000.000 €**

Το ποσοστό δημόσιας χρηματοδότησης ανέρχεται στο 30%-60% ανάλογα με την περιφέρεια και το νομό που είναι εγκατεστημένη η επιχείρηση:

- Σε 60% ανέρχεται σε νησιά κάτω των 5.000 κατοίκων (απογραφή 2001), πυρόπληκτες και σεισμόπληκτες περιοχές.
- Για τις υπόλοιπες περιοχές, αναλυτικές πληροφορίες υπάρχουν στον οδηγό του προγράμματος.

Προϋπολογισμός του Προγράμματος:

Διαθέσιμος προϋπολογισμός για την δράση ανέρχεται στα **30.000.000,00 €** και προέρχεται από

- **11.287.378 €** από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 'Ανταγωνιστικότητα & Επιχειρηματικότητα
- **10.244.337€** από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Αττικής
- **3.057.156 €** από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Κεντρικής Μακεδονίας
- **385.253 €** από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Δυτικής Μακεδονίας
- **4.865.714€** από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Στερεάς Ελλάδας
- **160.162€** από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Νοτίου Αιγαίου.

(Επιμελητήριο Δωδεκανήσου)

2.Ενίσχυση επιχειρηματικότητας νέων

Σκοπός του προγράμματος αυτού είναι η διευκόλυνση και χρηματοδότηση για ίδρυση νέων επιχειρήσεων από νέους ηλικιακά επιχειρηματίες (Επιχειρηματικότητα Νέων), σε όλους σχεδόν τους τομείς οικονομικής δραστηριότητας.

Πρόγραμμα:

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ 2007 - 2013

Σε ποιους απευθύνεται

Νέοι και Νέες, άνεργοι, μισθωτοί, ελεύθεροι επαγγελματίες.

Περιοχή Εφαρμογής:

Όλη η Ελληνική Επικράτεια

Όροι και προϋποθέσεις του Προγράμματος:

Εντός δέκα (10) ημερών από την ημερομηνία ηλεκτρονικής υποβολής υποβάλλεται υποχρεωτικά και ο πλήρης φάκελος με την έντυπη μορφή της πρότασης και τα απαραίτητα δικαιολογητικά στον ΕΟΜΜΕΧ Α.Ε., Ξενίας 16, 115 28, Αθήνα.

Μετά τη λήξη της ημερομηνίας της ηλεκτρονικής υποβολής των προτάσεων, που ορίζεται κατά τη προκήρυξη του Προγράμματος δεν γίνεται αποδεκτή καμία υποβολή προτάσεων.

Δικαίωμα συμμετοχής στο Πρόγραμμα έχουν Νέοι και Νέες, οι οποίοι:

- Γεννήθηκαν από το 1970 μέχρι και το 1991.
- Είναι άνεργοι, μισθωτοί, ελεύθεροι επαγγελματίες που δεν ασκούσαν επιχειρηματική δραστηριότητα από 1.1.2008 μέχρι και την προδημοσίευση του προγράμματος

Τι χρηματοδοτείται:

Οι κατηγορίες επιλέξιμων δαπανών είναι οι εξής:

- Εξοπλισμός και Ειδικές Εγκαταστάσεις
- Κτιριακά & Διαμόρφωση Χώρων
- Προβολή-Προώθηση, Άλλες Δαπάνες, Υπηρεσίες Συμβούλων

Ύψος και είδος ενίσχυσης του Προγράμματος:

Ανώτατο και κατώτατο όριο συνολικού επιχορηγούμενου προϋπολογισμού της πρότασης

- Για τις επιχειρήσεις του τομέα μεταποίησης και του τομέα ανακύκλωσης και περιορισμού της ρύπανσης: **30.000€-200.000€**
- Για τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών και τουρισμού: **30.000€-100.000€**
- Για τις εμπορικές επιχειρήσεις: **30.000€ - 80.000€**

Ποσοστό Δημόσιας Χρηματοδότησης επί του συνολικού εγκεκριμένου προϋπολογισμού της πρότασης 50% γενικά και 60% σε νησιά κάτω των 5.000 κατοίκων (απογραφή 2001) και πυρόπληκτες περιοχές (Πυρόπληκτες περιοχές ορίζονται: Οι νομοί Ηλείας, Μεσσηνίας, Λακωνίας, Αρκαδίας, Ευβοίας, η περιοχή Αιγιαλείας Αρκαδίας και επιλεγμένες περιοχές των νομών Κεφαλληνίας και Μαγνησίας που έχουν χαρακτηριστεί ως πυρόπληκτες).(Επιμελητήριο Δωδεκανήσου)

Αξίζει να σημειώσει κανείς μερικές πρωτοβουλίες του γυναικείου κυρίως συνεταιριστικού κινήματος, που οδήγησαν σε μορφές αμιγή αγροτουρισμού.

Ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα είναι πρωτόγνωρη μορφή τουρισμού, γι' αυτό και οι εμπειρίες μας είναι περιορισμένες.

Κεφάλαιο 5^ο

Ο Αγροτουρισμός στην Ρόδο

5.1 Γνωριμία με την Ρόδο και η τουριστική της ανάπτυξη

Νησί των Δωδεκανήσων, το μεγαλύτερο από αυτά. Σε έκταση είναι το τέταρτο σε όλη την Ελλάδα και φτάνει τα 1398 τετρ. χλμ.. Ο πληθυσμός της πόλης κυμαίνεται στις 41.425 κατοίκους και η επαρχία έχει 70.110 κατοίκους.

Η πόλη Ρόδος είναι ξ πρωτεύουσα του νησιού και ολόκληρου του νομού Δωδεκανήσου. Από γεωγραφικής άποψης το έδαφος της Ρόδου είναι ορεινό με ψηλότερο όρος το Αττάβυρο που βρίσκεται στο δυτικό τμήμα της . Άλλο όρος της περιοχής είναι ο Προφήτης Ηλίας.

Η Ρόδος δεν έχει ποτάμια ούτε λίμνες και οι ακτές της σχηματίζουν σημαντικούς κόλπους ή όρμους. Το κλίμα είναι εύκρατο με μεγάλη ηλιοφάνεια. (Εγκυκλοπαίδεια ΥΔΡΟΓΕΙΟΣ,1991).

Η Ρόδος θα μπορούσε να είναι ο Κολοσσός του τουρισμού. Λίνδος, Ιαλυσός, Κάμυρος: τρεις πανάρχαιες πόλεις πάνω σε ένα νησί. Κολοσσός της Ρόδου: ένα από τα επτά Θαύματα του αρχαίου κόσμου στο ίδιο νησί. Κάστρο των Ιπποτών, Κουιάδα των Πεταλούδων, Φιλήρημος, Προφήτης Ηλίας, Πρασονήσι. Ατελείωτες υπέροχες παραλίες της Νότιας Ρόδου, Λίνδου. Κάστρο Αρχαγγέλου, Κάστρο Κρητηνίας, Κάστρο της ακρόπολης της Λίνδου και ναός της Λίνδιας Αθηνάς στη σημερινή Λίνδο, χτισμένα επί τυραννίας ενός από τους εφτά σοφούς της αρχαίας Ελλάδας, του Κλεόβουλου του Λίνδιου.

Εκπληκτικός ορεινός όγκος και υπέροχα χωριά, σκορπισμένα σε ολόκληρο το νησί. Παλαιά Πόλη: γεμάτη με κτίσματα από πωρόλιθο παντού, που λειτουργούν και σήμερα ως κατοικίες ή καταστήματα. Ηλιοφάνεια τις περισσότερες μέρες του χρόνου, γόνιμο έδαφος, εκλεκτά κρασιά (Αθήρι).

Δεν είναι τυχαίο ότι η Ρόδος αποτελεί τον πρώτο τουριστικό προορισμό της χώρας. Είναι ένα νησί στολίδι, ένα νησί που συγκεντρώνει όλες τις ομορφιές. Και όμως. Παρ' όλα τα παραπάνω, ο τουρισμός της Ρόδου φθίνει. (Νικητιάδης 2007)

Τα νησιά της Δωδεκανήσου αποτελούν το 2% της συνολικής επικράτειας σε έκταση, το 1.5% του εθνικού πληθυσμού ενώ συγκεντρώνουν το 15% της ξενοδοχειακής υποδομής, το 25% των αφίξεων και το 30% των διανυκτερεύσεων.

Το νησί της Ρόδου, εμφάνισε σημαντική πληθυσμιακή αύξηση τις τελευταίες δεκαετίες (67% για τη περίοδο 1950-1990). Οι ρυθμοί αύξησης είναι σημαντικά υψηλότεροι σε σχέση με άλλες περιοχές της χώρας με ανάλογο μέγεθος και οφείλεται στην άνοδο του τουρισμού κυρίως μετά το 1970, όπου παρατηρείται μια σταδιακή μετατροπή της αγροτικής οικονομίας του νησιού. Η Ρόδος κατατάσσεται μεταξύ των 10 περιοχών με υψηλότερο εισόδημα στη χώρα. Την περίοδο 1978-1991, η απασχόληση αυξήθηκε από 26.000 σε 40.000, αύξηση της τάξης του 55%, σημαντικά μεγαλύτερη από την αντίστοιχη αύξηση του πληθυσμού για την ίδια περίοδο, η οποία ήταν 31% για την δεκαετία 1971-1981 και 21% για την επόμενη (1981-1991).

Το καλοκαίρι του 2008 παρουσιάστηκε μια μικρή αύξηση της τάξεως του 1.19% στην τουριστική κίνηση. Σύμφωνα με τα στοιχεία που δόθηκαν στην δημοσιότητα στο

διάστημα από τον Ιανουάριο έως και τον Ιούνιο οι αφίξεις έφτασαν τα 445.987 άτομα έναντι 440.746 το πρώτο εξάμηνο πέρσι. Τα στοιχεία δείχνουν πάντως πως στη διάρκεια του εξαμήνου παρουσιάστηκε μείωση στις αφίξεις των Γερμανών τουριστών της τάξεως του 14,63 % αφού ήρθαν 79.915 έναντι 93.608 το 2007. Η αγγλική τουριστική αγορά παρουσίασε μείωση της τάξεως του 11,85% αφού ήρθαν 85.917 τουρίστες έναντι 97.472 το 2007. Μείωση της τάξεως του 1,62% παρουσίασαν όμως και οι αφίξεις των ιταλών τουριστών το πρώτο εξάμηνο του τρέχοντος έτους.

Αντιθέτως όμως αύξηση και μάλιστα σε ποσοστό 190,10% παρουσίασαν οι αφίξεις των τουριστών από την Ρωσία αφού το πρώτο εξάμηνο του 2008 ήρθαν 13.484 τουρίστες έναντι 4.648 το 2007 το ίδιο χρονικό διάστημα. (Γ.Νικητιάδης 2007)

Οι αντίξοες οικονομικές συνθήκες της παγκόσμιας αγοράς το 2009, δεν άφησαν ανεπηρέαστη και την τουριστική βιομηχανία. Από το Αεροδρόμιο της Ρόδου διακινήθηκαν 1.717.266 επιβάτες εκ των οποίων 1.317.783 με πτήσεις εξωτερικού, έναντι 1.770.258 του 2008 εκ των οποίων 1.358.500 με πτήσεις εξωτερικού ήτοι μείωση 3% και εις τις δύο περιπτώσεις. Από το Λιμάνι 701.072 επιβάτες Κρουαζιερόπλοιων με 637 κρουαζιερόπλοια, έναντι 646.085 με 669 του 2008, ήτοι αύξηση επιβατών κατά 12,5% και μείωση προσεγγίσεων κατά 7%. Συνολικά το 2009 αφίχθησαν στο αεροδρόμιο και στο λιμάνι 2.811.482 τουρίστες και επιβάτες έναντι 2.896.508 του 2008, ήτοι συνολικά μείωση 2,95% . (Νικητιάδης 2007)

Την τρέχουσα περίοδο σύμφωνα με τα στοιχεία της Ένωσης Ξενοδόχων Ρόδου η πληρότητα στα καταλύματα του νησιού μας έχει φθάσει στο ποσοστό του 100%. Ωστόσο ο πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Ρόδου κ. Βασίλη Μηναΐδης έχει τονίσει ήδη πως θα είναι ευτύχημα αν η σεζόν λήξει με τις ίδιες με πέρσι αφίξεις τουριστών. Ο πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Ρόδου εξέφρασε όμως και τον έντονο προβληματισμό του για την ποιότητα των επισκεπτών που έρχονται στο νησί μας καθώς όπως υπογράμμισε είναι οι χειρότεροι τουρίστες που έχουν έρθει στην Ρόδο. Η αιτία του κακού σύμφωνα με τον πρόεδρο της Ένωσης Ξενοδόχων Ρόδου είναι το ράλι των τιμών του πετρελαίου που προκαλεί οικονομική ύφεση σε όλη την Ευρώπη. Εκτός από το πρόβλημα που προαναφέραμε δημιουργούνται και άλλα προβλήματα όπως:

- η υποβάθμιση του περιβάλλοντος και των παρεχόμενων υπηρεσιών
 - η αύξηση της προσφοράς σε κλίνες και την αδυναμία μόνιμης καλά οργανωμένης τουριστικής προβολής της πόλης της Ρόδου
 - η υπερσυγκέντρωση του τουρισμού στο βόρειο τρίγωνο του νησιού
 - η πληθυσμιακή υπερσυγκέντρωση στο βόρειο τμήμα του νησιού
- καθώς και η υποβάθμιση της ποιότητας του τοπίου και του χώρου από την έντονη αστικοποίηση της ακτής. (Νικητιάδης 2007)

Ο Αγροτουρισμός στην Ρόδο- Αποτελέσματα μιας έρευνας Μάρκετινγκ:

Λύση στα προβλήματα του τουρισμού της Ρόδου έρχεται να δώσει μια εναλλακτική μορφή τουρισμού ο Αγροτουρισμός.

Σύμφωνα με όσα προαναφέραμε στα προηγούμενα κεφάλαια η ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Ρόδο είναι εφικτή και σωτήρια γιατί το νησί της Ρόδου αποτελεί

ένα τουριστικό προορισμό ο οποίος αναπτύχθηκε ιδιαίτερα γοργά στη διάρκεια των τελευταίων 40 χρόνων. Το ότι οι ρυθμοί ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια είναι συγκριτικά μικρότεροι μπορεί να αποτελεί μια πρώτη ένδειξη κορεσμού.

Το νησί έχει ένα τυπικό μεσογειακό τοπίο, με πευκοδάση και αειθαλή θαμνώδες, αρωματικά και καλλιέργειες όπως αμπελώνες, ελιές και αμυγδαλιές. Οι φυσικές περιοχές (δάση, υγρά τοπία) καλύπτουν το 75% του νησιού, οι καλλιεργούμενες το 20% και οι αστικές συμπεριβαλλόμενες των υποδομών το υπόλοιπο 5%. Η Ρόδος έχει αρκετά δάση η κάλυψη ξεπερνά το 40% σε σχέση με το αντίστοιχο μέσο εθνικό όρο 19%. (Λογοθέτης, 1988)

Καταλύματα αγροτουρισμού θα μπορούσαν να δημιουργηθούν στην Νότια πλευρά του νησιού, έτσι ώστε να λυθούν και τα προβλήματα υπερσυγκέντρωσης στο βόρειο τμήμα του νησιού.

Ο Δήμος της Νότιας Ρόδου είναι ο μεγαλύτερος σε έκταση δήμος του νησιού της Ρόδου, αλλά και ολόκληρου του Αιγαίου. Έχει έκταση 379 τετρ. χλμ., που αντιπροσωπεύει το 27% της συνολικής έκτασης του νησιού. Συνεπώς ένα από τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα είναι ότι διαθέτει μεγάλο απόθεμα γης προς αξιοποίηση και ειδικότερα δημόσιας γης η οποία είναι διαθέσιμη για την ανάπτυξη της περιοχής, μέσα από αξιόπιστες προτάσεις επενδυτών.

Η Νότια πλευρά του νησιού της Ρόδου μπορεί να βρίσκεται κάτω από τον ίδιο καταγάλανο ουρανό, αλλά είναι ταυτόχρονα αλλιότικη, πιο αγνή, συναρπάζει με την δική της μοναδική ανέγγιχτη ομορφιά της, θυμίζοντας στους επισκέπτες της την αυθεντική Ελλάδα που γνωρίζουν. Στα φιλόξενα χωριά της βρίσκεις ανθρώπους που ξέρουν να χαίρονται τη ζωή με απλότητα και κέφι αλλά και να κρατούν ζωντανές τις παραδόσεις τους. Τα πράσινα χαμηλά βουνά, οι δροσερές κοιλάδες τα σκιερά δάση και οι βιότοποι σπανίων ζώων και πουλιών συνθέτουν εικόνες που γαληνεύουν τις αισθήσεις. Ερημικά εκκλησιάκια και μοναστήρια μεσαιωνικά κάστρα και παραδοσιακοί οικισμοί συμπληρώνουν την μοναδικότητα του τοπίου. (Λογοθέτης, 1988)

Η έρευνα του κ. Λογοθέτη Μ. (1988, Αγροτικός τουρισμός: Μια εναλλακτική λύση) έγινε στην περιοχή της Δωδεκανήσου και τα ερωτηματολόγια απευθυνόντουσαν στους πράκτορες και στους εκπροσώπους των αγροτών και του μόνιμου πληθυσμού.

Το ερώτημα που τίθεται είναι: Μπορεί να αναπτυχθεί ο Αγροτουρισμός στην περιοχή της Δωδεκανήσου;

Η έρευνα είχε τρεις στόχους. Πρώτον να διαπιστώσει αν υπάρχει ενδιαφέρον στην τουριστική αγορά για το αγροτουριστικό προϊόν. Δεύτερο να διαπιστωθεί αν συντρέχουν οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού. Τρίτον να διερευνηθεί σε πιο βαθμό οι ΟΤΑ (οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης) και οι αγροτικές συνεταιριστικές οργανώσεις, μπορούν ν' αναλάβουν πρωτοβουλίες για επιχειρηματικές δραστηριότητες του τομέα.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι προτάσεις των πρακτόρων από την ανάλυση των αποτελεσμάτων του ερωτηματολογίου για την ανάπτυξη αγροτουρισμού στην Δωδεκάνησο:

- Γρήγορες, φθηνές και άνετες συγκοινωνίες για τα νησιά
- Αεροπορική σύνδεση με όλα τα νησιά

- Βελτίωση του οδικού δικτύου για τα χωριά
- Απλά, φθηνά, άνετα και καθαρά καταλύματα
- Οργάνωση σεμιναρίων για τον πληθυσμό του χωριού-νησιού προς την ενημέρωση τους για τον αγροτουρισμό
- Χορήγηση ευνοϊκών δανείων σε όσους έχουν πρόθεση για ανάπτυξη αγροτουριστικών δραστηριοτήτων
- Εφοδιασμός της αγοράς των χωριών και των νησιών με τρόφιμα και φρούτα
- Εξασφάλιση κινήτρων στους ξένους τουρίστες που θέλουν να κάνουν διακοπές με αντάλλαγμα προσφοράς εργασίας στο χωριό ή νησί

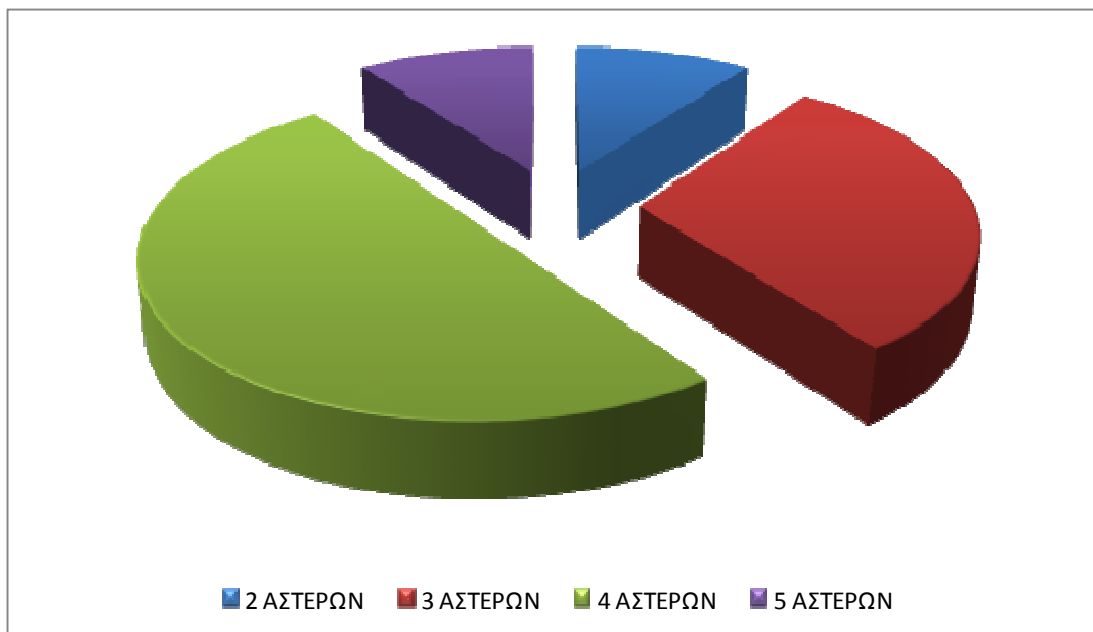
Τα αποτελέσματα του δεύτερου ερωτηματολογίου που απευθύνονταν στους ΟΤΑ και στο ερώτημα αν είναι διατεθειμένοι να αναλάβουν πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού η απάντηση από τους περισσότερους ήταν θετική (83,3%).

5.2 Έρευνα σε ξενοδοχεία της Ρόδου

Παρακάτω αναλύονται τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποίησα για να εξετάσουμε την περίπτωση δημιουργίας Αγροτουρισμού στο νησί της Ρόδου. Η έρευνα διεξήχθη σε 40 διαφορετικά ξενοδοχεία σε όλο το νησί της Ρόδου. Για την έρευνα μου προσπάθησα να επικοινωνήσω με τους διευθυντές των ξενοδοχείων αλλά λόγω εργασίας με λίγους μίλησα. Για αυτό απευθύνθηκα και σε άλλους υπαλλήλους με διοικητικές θέσεις όπως υποδιευθυντές, FAB managers, κ.α. που εργάζονται αρκετό καιρό στην επιχείρηση και μπορούσαν να μου απαντήσουν.

5.2.1 Προφίλ επιχείρησης

1. Τι είδους ξενοδοχείο έχετε?



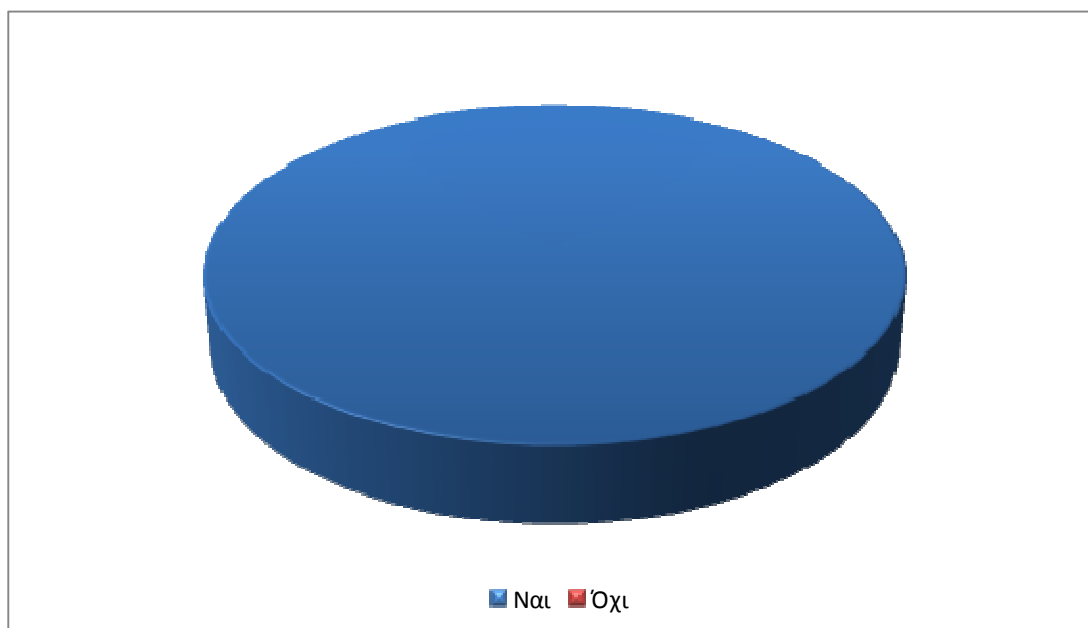
Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα της Ερώτησης 1, το 10% των ερωτηθέντων ξενοδοχείων είναι 5 Αστέρων, το 50% είναι 4 Αστέρων, το 30% είναι 3 Αστέρων, και το 10% είναι 2 Αστέρων.

2. Πως καταφέρατε να στήσετε την επιχείρησή σας ?



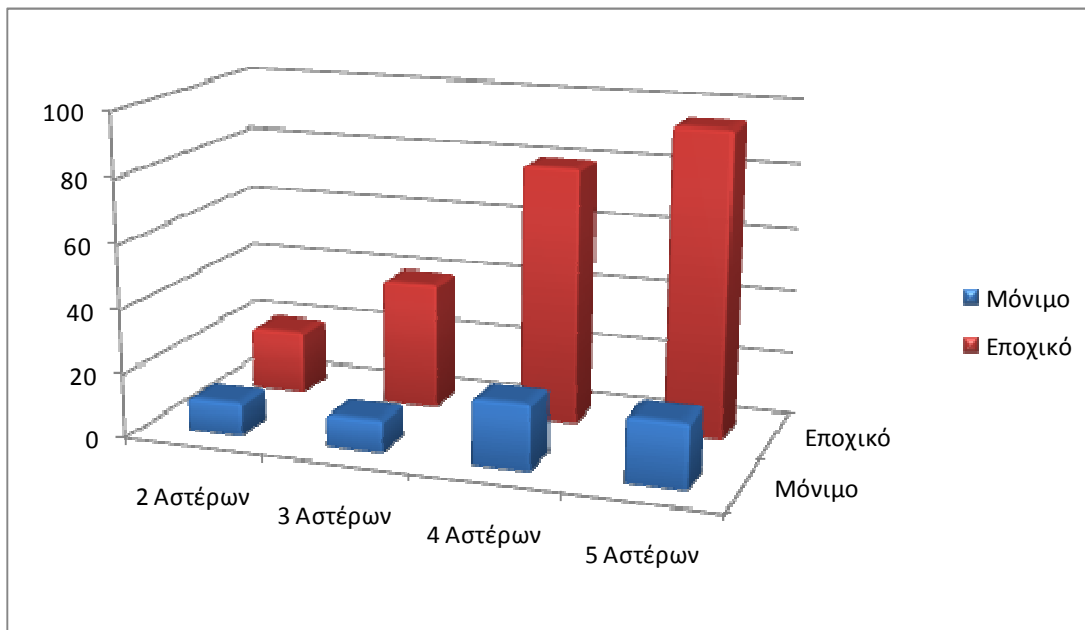
Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα της Ερώτησης 2, παρατηρούμε ότι το 28% χρησιμοποίησε δικές του οικονομίες, το 44% χρησιμοποίησε Τραπεζικό Δάνειο για την δημιουργία του Ξενοδοχείου, ενώ το 28% χρησιμοποίησε επιδοτήσεις.

3. Απασχολείτε ντόπιο προσωπικό?



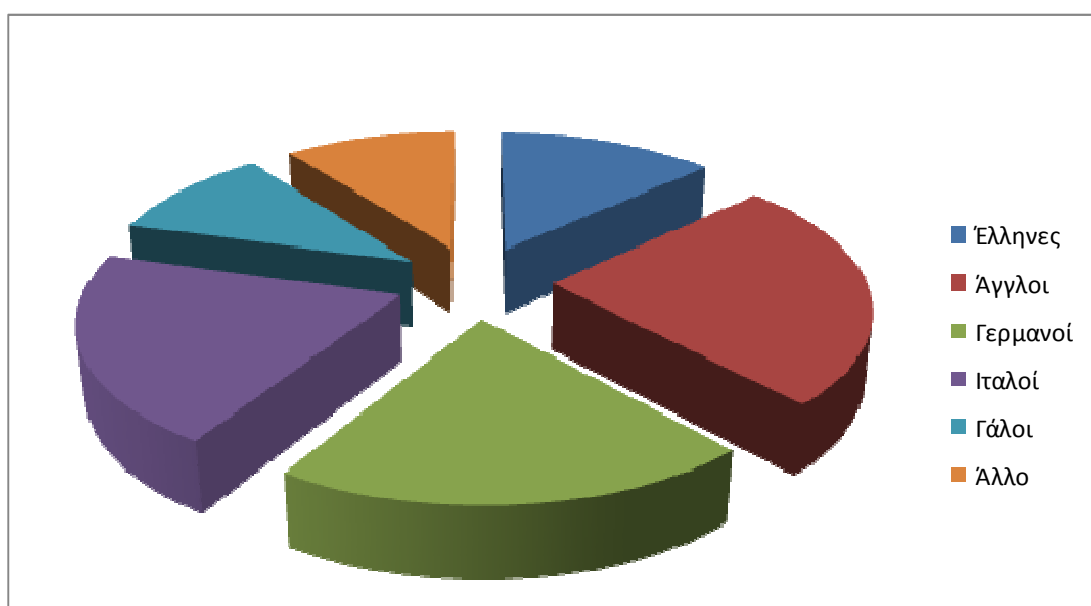
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 3, το 100% των ερωτηθέντων απασχολεί ντόπιο προσωπικό.

4. Πόσο προσωπικό απασχολείτε?



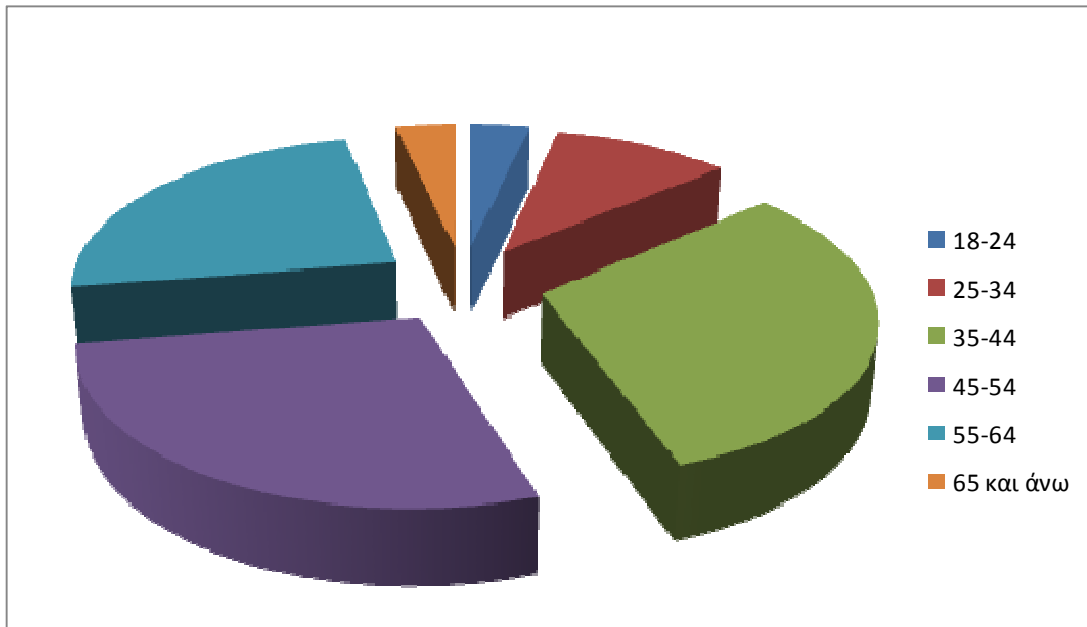
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 4 , τα ξενοδοχεία 2 Αστέρων απασχολούν περίπου 10 άτομα Μόνιμο Προσωπικό και 20 Εποχικό Προσωπικό. Τα ξενοδοχεία 3 Αστέρων απασχολούν περίπου 10 άτομα Μόνιμο Προσωπικό και 40 άτομα Εποχικό Προσωπικό. Τα ξενοδοχεία 4 Αστέρων απασχολούν περίπου 20 άτομα Μόνιμο Προσωπικό και 80 άτομα Εποχικό Προσωπικό. Τέλος τα ξενοδοχεία 5 Αστέρων απασχολούν 20 άτομα Μόνιμο Προσωπικό και 95 άτομα Εποχικό.

5.Τι εθνικότητας πελάτες έχετε?



Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα της Ερώτησης 5, το 13% είναι Έλληνες, το 25% είναι Άγγλοι, το 21% είναι Γερμανοί, το 21% είναι Ιταλοί, το 10% είναι Γάλλοι και το 10% είναι Άλλο(Ρώσοι στην πλειοψηφία)

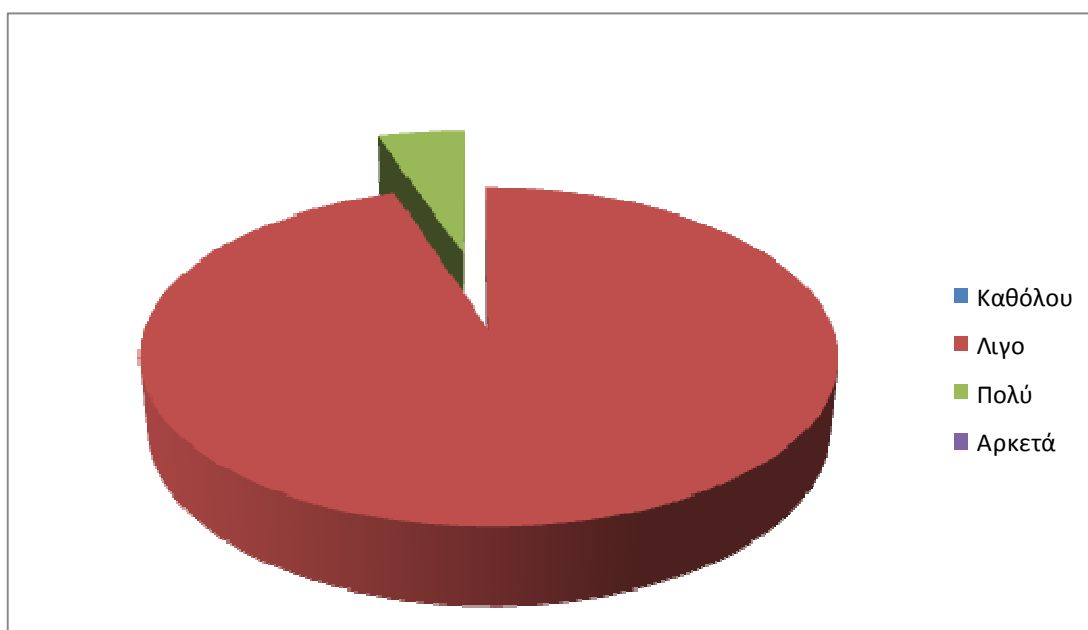
6.Τι ηλικίας τουρίστες έχετε?



Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα της Ερώτησης 6, το 3% είναι τουρίστες ηλικίας 18-24 ετών, το 10% είναι τουρίστες ηλικίας 25-34 ετών, το 31% είναι τουρίστες ηλικίας 35-44 ετών, το 28% είναι τουρίστες ηλικίας 45-54 ετών, το 24% είναι τουρίστες ηλικίας 55-64 ετών, και τέλος το 3% είναι τουρίστες ηλικίας 65 και άνω.

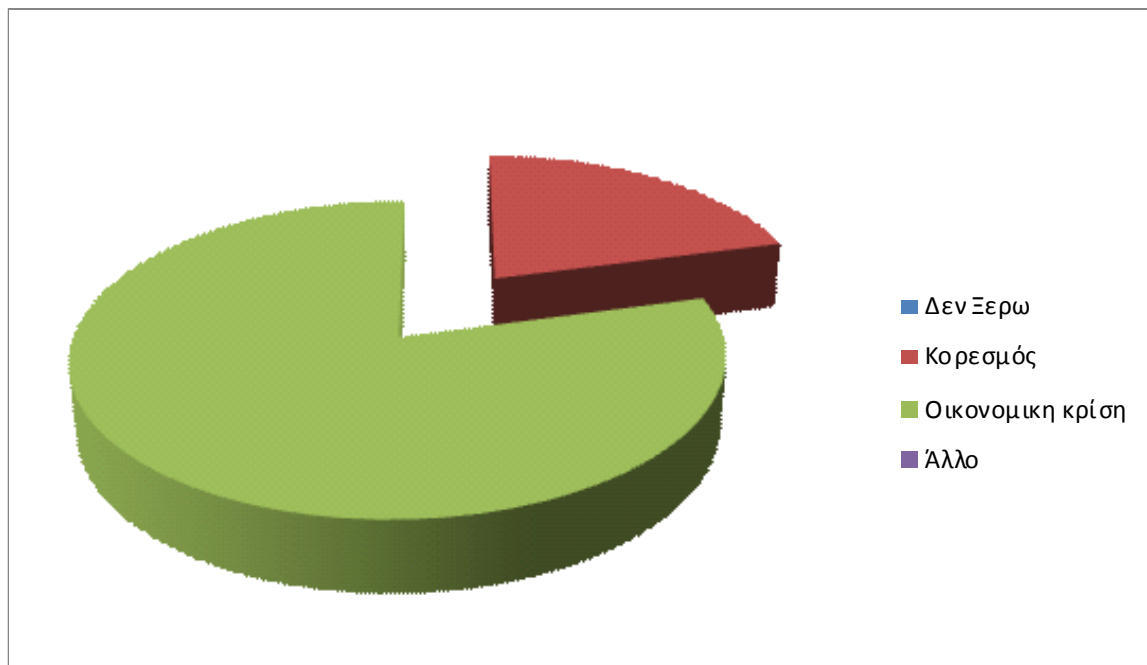
5.2.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ ΡΟΔΟΥ

7. Παρατηρείτε μείωση στην τουριστική σας κίνηση κάθε χρόνο?



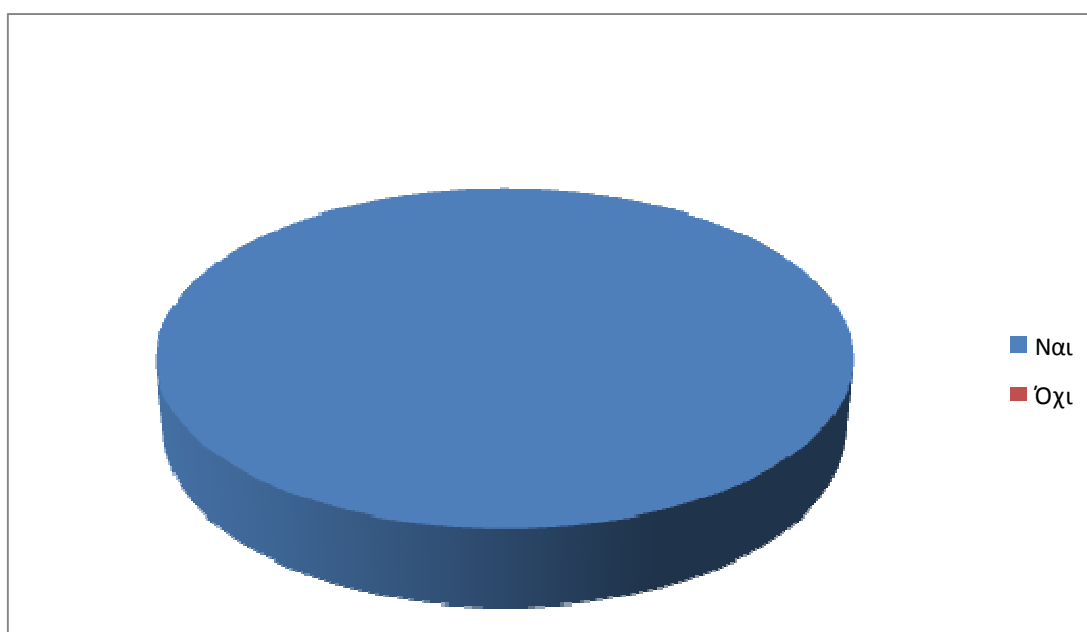
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 7, το 95% πιστεύει ότι η υπάρχει λίγη μείωση στην τουριστική κίνηση της Ρόδου, ενώ το 5% πολύ.

8. Ποιοι πιστεύετε είναι οι λόγοι μείωσης του τουρισμού στην Ρόδο?



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 8, το 79% πιστεύει ότι η μείωση του τουρισμού οφείλετε στην Οικονομική Κρίση, ενώ το 21% ότι οφείλετε στον κορεσμό του τουριστικού προϊόντος.

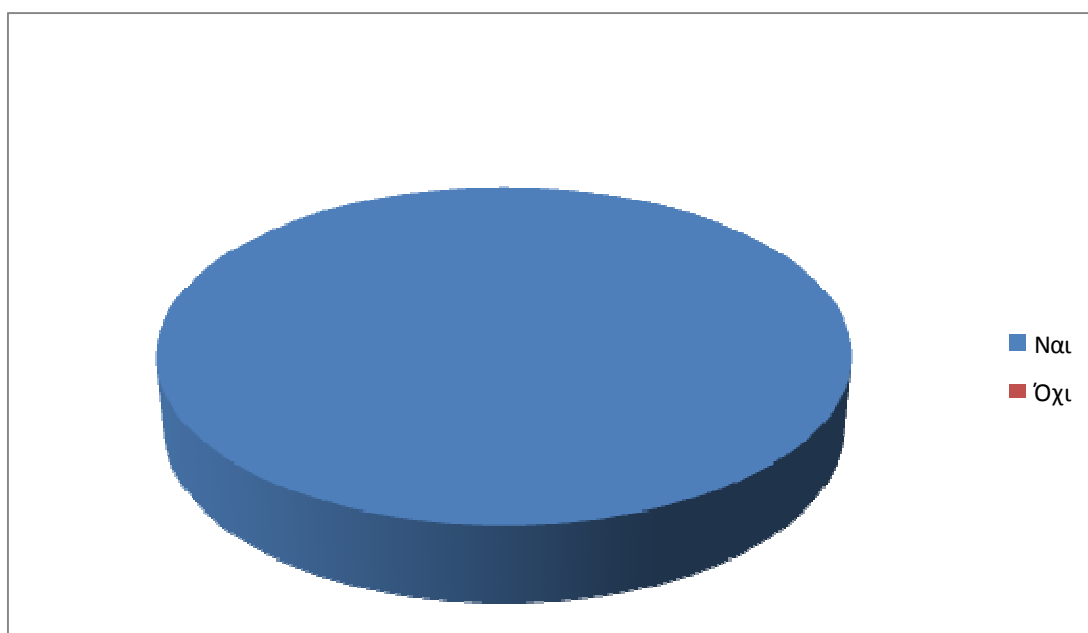
9. Πιστεύετε πως το τουριστικό προϊόν χρειάζεται ανανέωση?



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 9, όλοι συμφώνησαν ότι το τουριστικό προϊόν χρειάζεται ανανέωση.

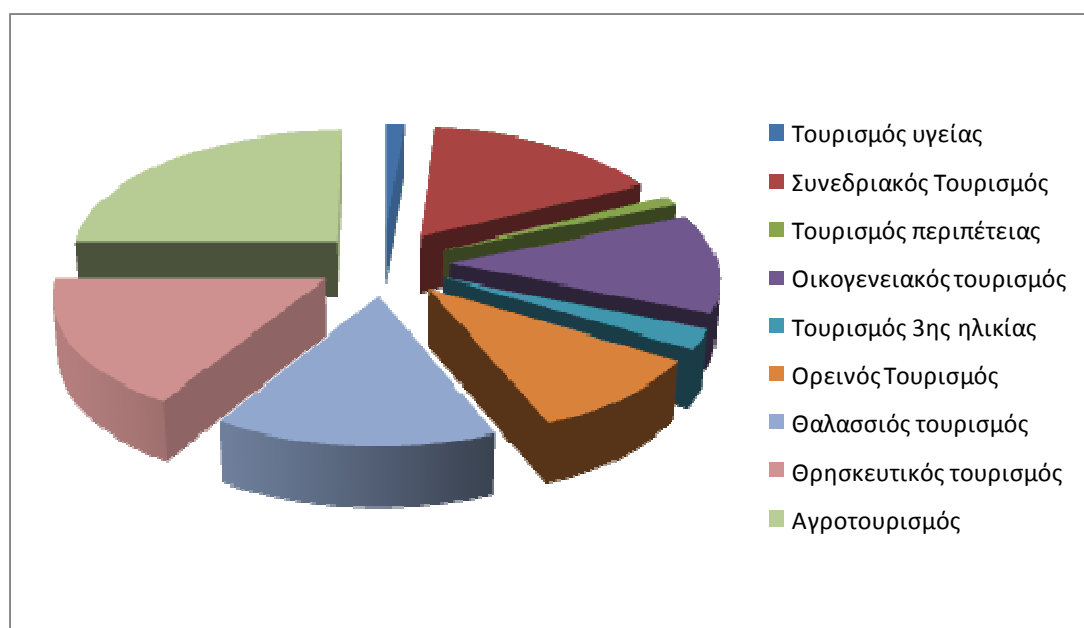
5.2.3 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ- ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

10. Πιστεύετε ότι η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ρόδο θα ανανεώσει το τουριστικό προϊόν ?



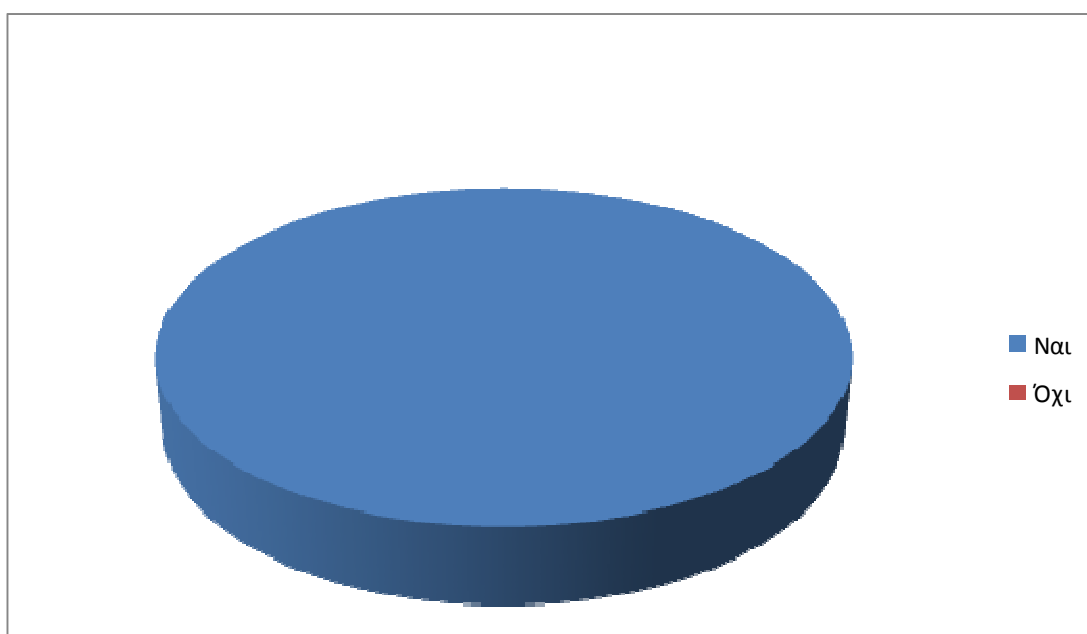
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 10, όλοι συμφωνούν ότι η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών θα ανανεώσει το τουριστικό προϊόν.

11. Ποιες εναλλακτικές μορφές πιστεύετε μπορούν να αναπτυχθούν στην Ρόδο?



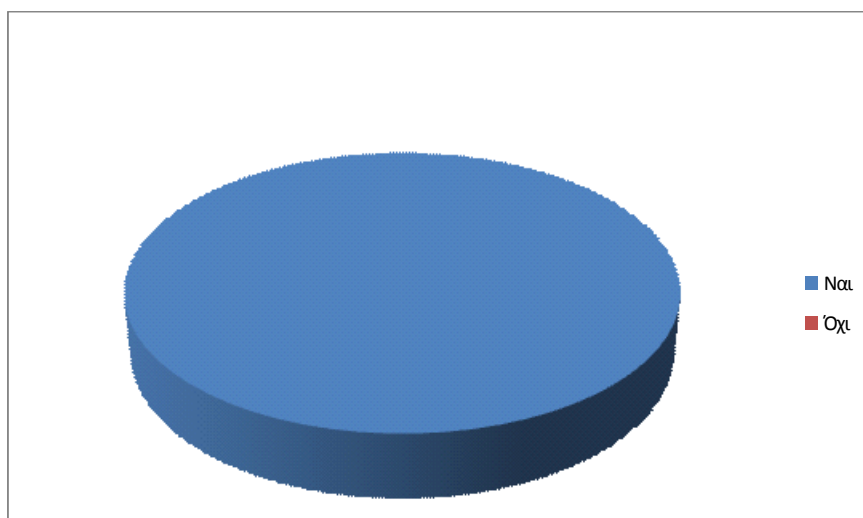
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 11, το 1% πιστεύει ότι μπορεί να αναπτυχθεί ο Τουρισμός Υγείας, το 16% πιστεύει ότι μπορεί να αναπτυχθεί ο Συνεδριακός Τουρισμός, το 1% πιστεύει ότι μπορεί να αναπτυχθεί ο Τουρισμός περιπέτειας, το 13% πιστεύει ότι μπορεί να αναπτυχθεί ο Οικογενειακός Τουρισμός, το 3% πιστεύει ότι μπορεί να αναπτυχθεί ο τουρισμός 3^{ης} ηλικίας, το 10% πιστεύει ότι μπορεί να αναπτυχθεί ο Ορεινός τουρισμός, το 15% πιστεύει ότι μπορεί να αναπτυχθεί ο Θαλάσσιος τουρισμός, το 16% πιστεύει ότι μπορεί να αναπτυχθεί ο Θρησκευτικός τουρισμός, το 25% πιστεύει ότι μπορεί να αναπτυχθεί ο Αγροτουρισμός.

12.Εάν σας δινόταν η ευκαιρία να αναπτύξετε κάποια εναλλακτική μορφή στην επιχείρησή σας θα το κάνατε?



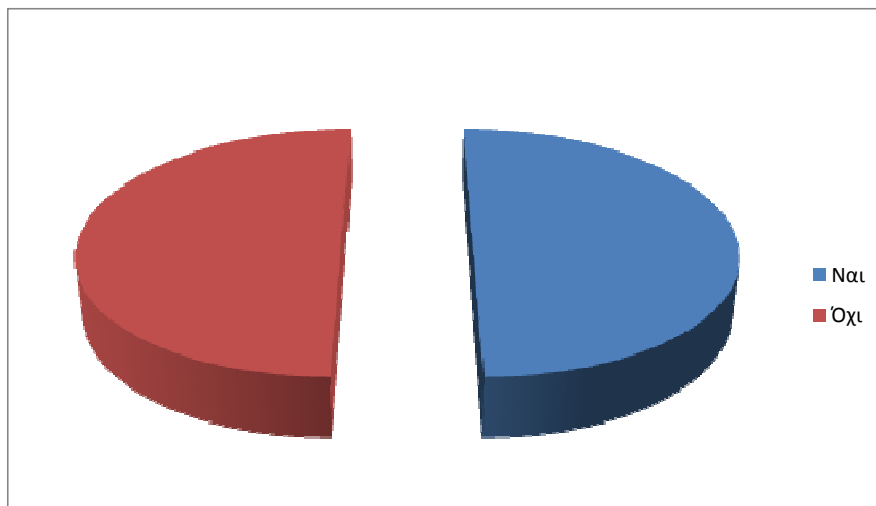
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 12, εάν μπορούσαν να αναπτύξουν μια εναλλακτική μορφή στην επιχείρησή τους θα το πραγματοποιούσαν.

13.Πιστεύεται πως ο αγροτουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί στην Ρόδο ?



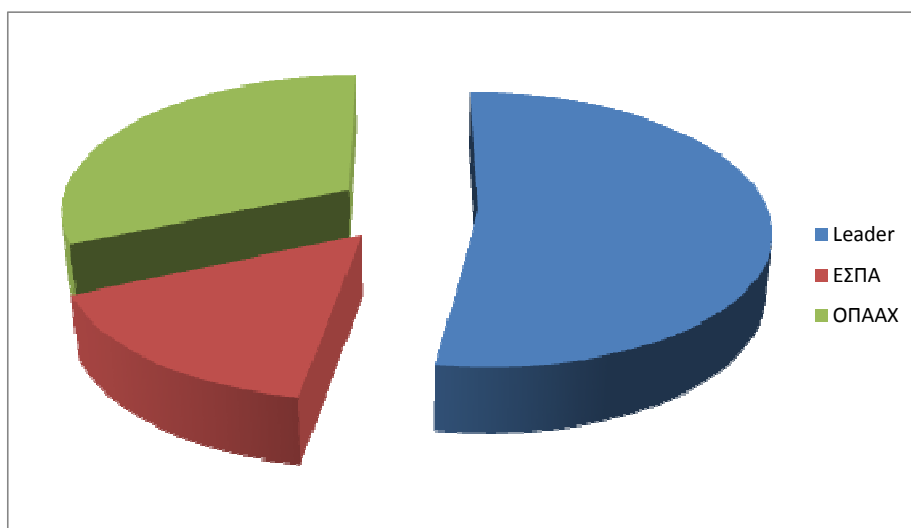
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 13, όλοι συμφωνούν ότι μπορεί να αναπτυχθεί Αγροτουρισμός στην Ρόδο.

14.Γνωρίζετε τα προγράμματα ανάπτυξης Αγροτουρισμού που υπάρχουν?



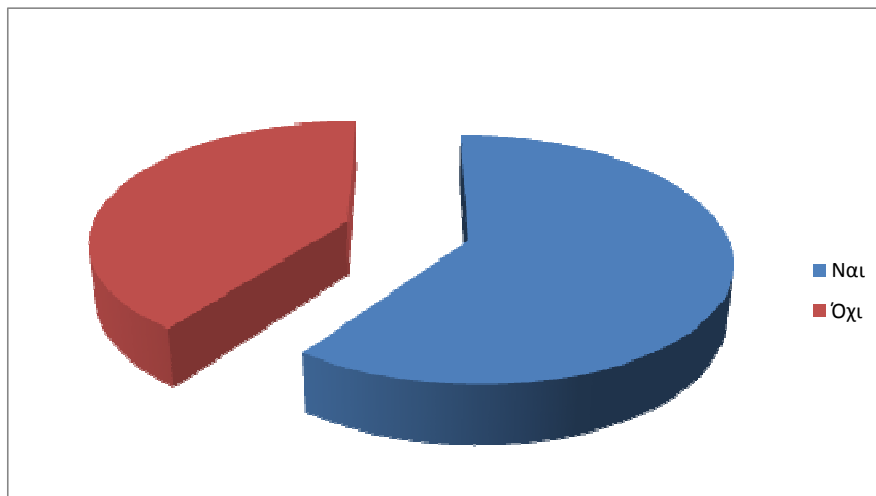
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 14, το 50% γνωρίζει τα προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτουρισμού που υπάρχουν, και το 50% δεν γνωρίζει.

15.Ποια προγράμματα ανάπτυξης Αγροτουρισμού γνωρίζετε?



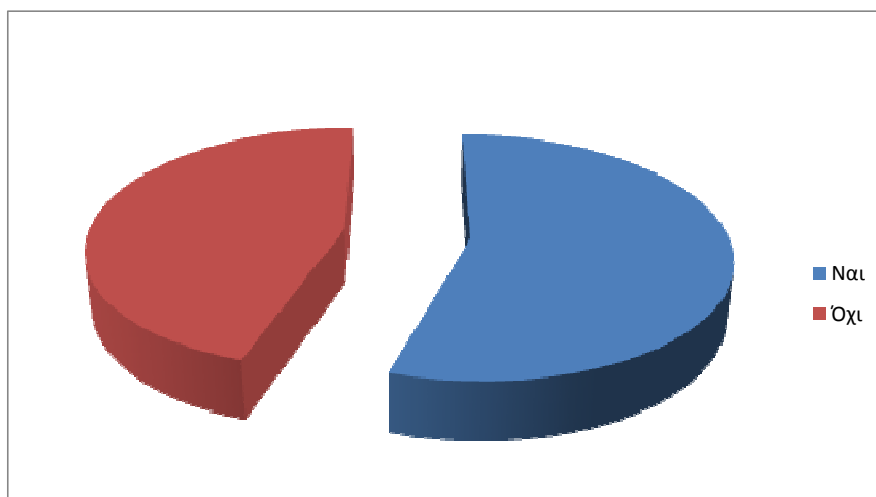
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 15, το 53% γνωρίζει τα προγράμματα Leader, το 16% γνωρίζει τα προγράμματα ΕΣΠΑ, και το 32% γνωρίζει τα προγράμματα ΟΠΑΑΧ.

16.Θα σκεφτόσασταν ή έχετε ήδη σκεφτεί να χρησιμοποιήσετε κάποια από τα προγράμματα ανάπτυξης του αγροτουρισμού?



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 16, το 60% θα σκεφτόταν να χρησιμοποιήσει κάποιο από τα προγράμματα ενώ το 40% όχι.

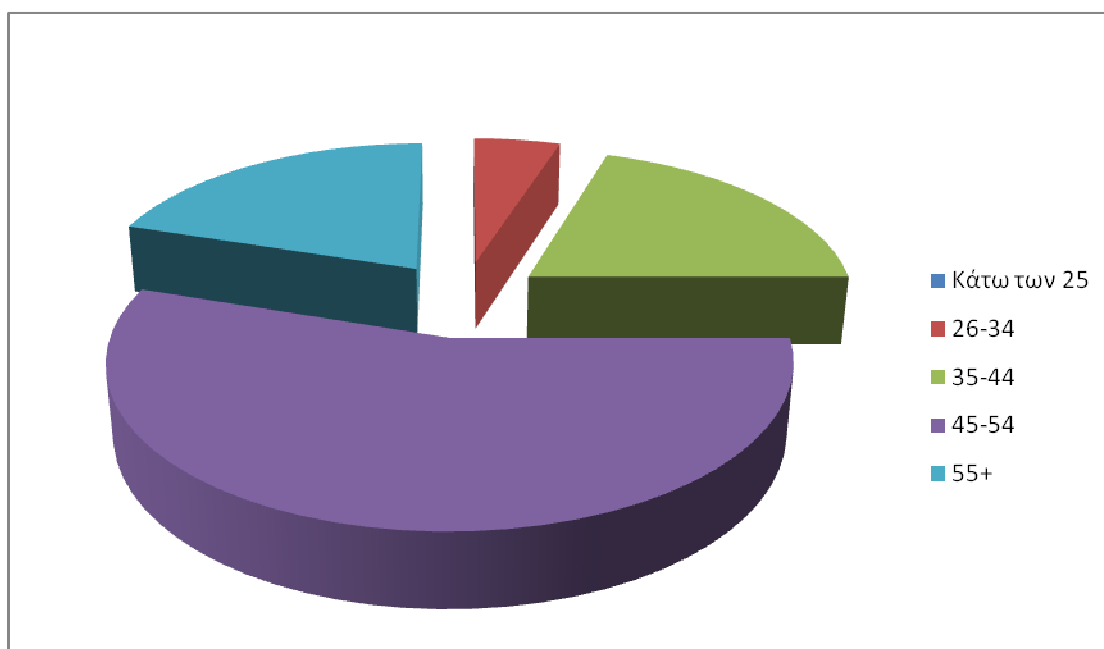
17.Γνωρίζετε για την ραγδαία ανάπτυξη του αγροτουρισμού στο εξωτερικό?



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 17, το 55% γνωρίζει για την ραγδαία ανάπτυξη του Αγροτουρισμού, ενώ το 45% όχι.

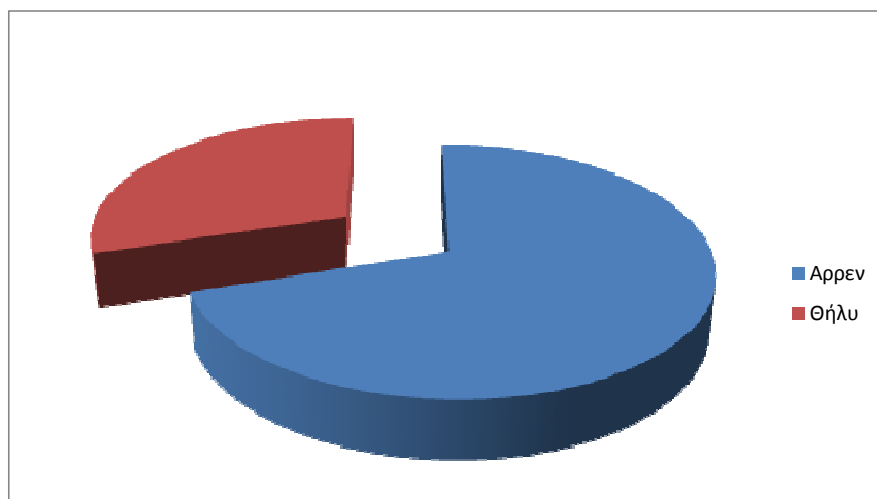
5.2.4 ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

19.Τι ηλικία έχετε?



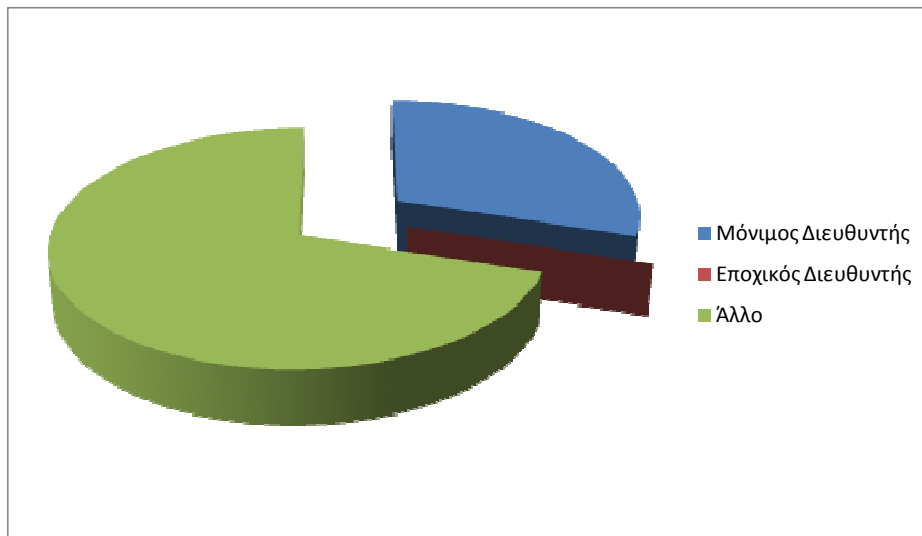
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 19, η ηλικία του δείγματος του ερωτηματολογίου είναι 2% ηλικίας 26-34, το 20% ηλικίας 35-44, το 55% ηλικίας 45-54, και το 20% ηλικίας 55 και άνω.

20.Φύλο ?



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 20, το φύλο του δείγματός είναι το 70% Άρρεν και το 30% Θήλυ.

21. Ποια η θέση σας στην επιχείρηση?



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Ερώτησης 21, το 70% είναι Μόνιμος Διευθυντής, το 30% είχαν άλλες θέσεις στο ξενοδοχείο.

ΤΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ο Αγροτουρισμός είναι μια νέα μορφή σύγχρονου τουρισμού που εξελίσσεται δυναμικά. Προσδιορίζεται από ένα σύνολο δραστηριοτήτων ψυχαγωγίας που εντάσσονται στον αγροτικό χώρο και σχετίζονται άμεσα με το φυσικό περιβάλλον και τον αγροτικό τρόπο ζωής. Οι δραστηριότητες αυτές εισάγουν νέες κατευθύνσεις στην ανάπτυξη της υπαίθρου δεν απαιτούν υψηλές επενδύσεις, προσφέρονται σε χαμηλό κόστος, δεν προϋποθέτουν χρήση προηγμένης τεχνολογίας, απέχουν από την επιβολή ή την κυριαρχία ξένων καταναλωτικών προτύπων. Επιβάλλουν όμως ευαισθητοποίηση του αγροτικού πληθυσμού για αποκέντρωση και ισόρροπη οικονομικοκοινωνική ανάπτυξη μέσω της ήπιας εκμετάλλευσης του φυσικού και του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος. Πράγμα που αποτελεί εστία αντίστασης κατά της πολιτιστικής αλλοτρίωσης των αγροτικών πληθυσμών. Γενικά η τάση του σύγχρονου ανθρώπου για πιο ήπιες μορφές τουρισμού, το οικολογικό κίνημα και γενικά οι προσπάθειες σε παγκόσμια κλίμακα για καλύτερη ποιότητα ζωής ευνοούν την ανάπτυξη του αγροτουρισμού. Ίσως, επειδή φέρνει τον άνθρωπο κοντά στην φύση τον βοηθά να αποκτήσει σεβασμό στο περιβάλλον και τον τοπικό πολιτισμό ο οποίος διατηρείται μέχρι σήμερα μετά από μακρόχρονη ιστορική διαδρομή.

Ικανοποιεί δηλαδή τις ψυχοβιολογικές ανάγκες του ανθρώπου της εποχής μας γιατί με σχετικά χαμηλό κόστος συμπληρώνει ή και προσαυξάνει το χαμηλό αγροτικό εισόδημα. Συγχρόνως συμβάλει στη ανάπτυξη νέων θέσεων εργασίας επαναφέροντας επαγγέλματα που είχαν χαθεί, τροποποιημένα με σύγχρονες μεθόδους (παραδοσιακή αρχιτεκτονική με νέα μηχανήματα, παραδοσιακά βιολογικά προϊόντα με σύγχρονο μορφή παραγωγής, κτλ.) πράγμα που βοηθά στην αναζωογονηθεί η ελληνική επαρχία.

Η Ρόδος είναι γνωστή για την ιστορία της, τις παραλίες, τον κοσμοπολίτικο χαρακτήρα της και τις τεράστιες ξενοδοχειακές μονάδες που κατακλύζουν κάποια σημεία του νησιού. Δειλά δειλά όμως αρχίζει και αναπτύσσετε αυτή η πρωτόγνωρη δραστηριότητα που ονομάζεται αγροτουρισμός. Το νησί όμως διαθέτει όλες τις πρώτες ύλες που το κάνουν ικανό να δημιουργηθεί και να αναπτυχθεί ο αγροτουρισμός. Ορεινοί οικισμοί, δάση, φυσικές πηγές, χωριά σε κοιλάδες με φυσική ομορφιά το καθένα με την δική του ξεχωριστή πολιτιστική κουλτούρα. Πηγαίνοντας από χωριό σε χωριό βρίσκεται σε ένα εντελώς διαφορετικό περιβάλλον με διαφορετικά ήθη και έθιμα, ακόμη και διαφορετικούς γλωσσικούς ιδιοματισμούς. Σε μερικά σημεία της Νότιας Ρόδου, δειλά δειλά αρχίζει και αναπτύσσεται αυτή η πρωτόγνωρη δραστηριότητα που ονομάζεται αγροτουρισμός.

Η Ρόδος τα τελευταία χρόνια αντιμετωπίζει σοβαρό γεωργικό και δημογραφικό πρόβλημα γιατί όλοι έχουν φύγει από τα χωριά τους και έχουν συγκεντρωθεί στα μεγάλα τουριστικά σημεία του νησιού με αποτέλεσμα να ερημώσουν στην πλειονότητα τους τα χωριά.

Η ανάπτυξη λοιπόν του αγροτουρισμού θα ήταν μια λύση για την ανάπτυξη της Ροδίτικης υπαίθρου. Εφ' όσον δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας ο αγροτικός πληθυσμός θα αυξηθεί, άλλοι θα συμπληρώσουν το ήδη υπάρχον αγροτικό εισόδημα

και άλλοι θα επιστρέψουν από τις πόλεις που έχουν καταφύγει τώρα. Με κυρίαρχο το αίσθημα της φιλοξενίας και της ευγένειας που χαρακτηρίζει τους Ροδίτες, μπορούν να οργανώσουν ποικίλες εκδηλώσεις και πολιτιστικά δρώμενα μέσα στην φύση χαρίζοντας ανάπαυση και ψυχική γαλήνη, άθληση και υγιεινή ζωή για ανθρώπους που αναζητούν κάτι περισσότερο από μια καλή διαμονή και ένα καλό φαγητό.

Ο αγροτουρισμός στη ρόδο μπορεί να αναπτυχθεί γιατί είναι βασικό αίτημα εποχής. Μιας εποχής κουρασμένης από το κλασικό τουρισμό. Στην Ρόδο υπάρχει δυνατότητα και θέληση από τους επαγγελματίες που ασχολούνται με τον τουρισμό (σύμφωνα με τα αποτελέσματα της παραπάνω έρευνας που πραγματοποιήσαμε), αλλά χρειάζεται και οφείλει να πράξει τα δέοντα και το ελληνικό κράτος.

Θα πρέπει να δώσει τα απαραίτητα κίνητρα και να ζητήσει την συμβολή ορισμένων επιστημόνων ώστε να υπάρξει ένα ολοκληρωμένο εθνικό σχέδιο ανάπτυξης του αγροτουρισμού, για να τον καταστήσει ανταγωνιστικό στην διεθνή τουριστική αγορά. Θα πρέπει όλη ή προσπάθεια να περάσει από τα χέρια των υπεύθυνων του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων στα χέρια των υπεύθυνων του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης που έχουν την συνολική ευθύνη ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού.

Σ' ένα τέτοιο σχεδιασμό ο αγροτουρισμός της Ρόδου θα μπορέσει να εξελιχθεί δυναμικά σε αγροτουριστική βιομηχανία αξιοποιώντας όλα τα πλεονεκτήματα που διαθέτει ο αγροτουριστικός χώρος και η ύπαιθρος μας , η φύση και οι παραδόσεις του λαού μας , ο πολιτισμός μας και τα αρχαιολογικά ιστορικά και αρχιτεκτονικά μνημεία.

Τέλος σαν γενικό συμπέρασμα μπορούμε να διατυπώσουμε χωρίς επιφύλαξη την άποψη ότι η ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Ρόδο θα ανακουφίσει την αγροτική οικογένεια και παράλληλα, θα δώσει την ευκαιρία στο σύγχρονο κουρασμένο άνθρωπο της «βιομηχανικής κοινωνίας», να αναζωογονηθεί έστω και για λίγο, σε ένα ήσυχο, ήρεμο και «ανθρώπινο» περιβάλλον.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ:

Τόπος Συνέντευξης.....

Ωρα Συνέντευξης.....

Ημερομηνία Συνέντευξης.....

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται για να εξετάσουμε την δημιουργία Αγροτουρισμού στην Ρόδο. Θα σας ήμουν ευγνώμων εάν μου διαθέτατε λίγο από τον χρόνο σας, για να απαντήσετε μερικές ερωτήσεις μου. Όλες οι πληροφορίες δίνονται ανώνυμα και θα χρησιμοποιηθούν μόνο για στατιστικούς λόγους.

SECTION 1 – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

E1. Τι είδους ξενοδοχείο έχετε?

- a) 5*
- b) 4*
- c) 3*
- d) 2*

E2. Πως καταφέρατε να στήσετε την επιχείρησή σας ?

- a) Επιδοτήσεις
- b) Τραπεζικό δάνειο
- c) Δικές σας οικονομίες
- d) Άλλο, πιο συγκεκριμένα.....

E3. Απασχολείτε ντόπιο προσωπικό?

- a) Ναι
- b) Όχι

E4. Πόσο προσωπικό απασχολείτε?

- a) Μόνιμο Προσωπικό (αριθμός.....)
- b) Εποχικό (αριθμός

E5. Τι εθνικότητας πελάτες έχετε?

- a) Έλληνες
- b) Άγγλοι
- c) Γερμανοί
- d) Ιταλοί
- e) Γάλλοι
- f) Άλλο.....

E6. Τι ηλικίας τουρίστες έχετε?

- a) 18-24
- b) 25-34
- c) 35-44

- d) 45-54
- e) 55-64
- f) 65 και άνω

SECTION 2 – ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ ΡΟΔΟΥ

E7. Παρατηρείτε μείωση στην τουριστική σας κίνηση κάθε χρόνο?

- a) Καθόλου
- b) Λίγο
- c) Πολύ
- d) Αρκετά

E8. Ποιοι πιστεύετε είναι οι λόγοι μείωσης του τουρισμού στην Ρόδο?

- a) Δεν ξέρω
- b) Κορεσμός του τουριστικού προϊόντος (ήλιος- θάλασσα)
- c) Οικονομική κρίση
- d) Άλλο.....

E9. Πιστεύετε πως το τουριστικό προϊόν χρειάζεται ανανέωση?

- a) Ναι
- b) Όχι

SECTION 3 – ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ- ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

E10. Πιστεύετε ότι η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ρόδο θα ανανεώσει το τουριστικό προϊόν ?

- a) Ναι
- b) Όχι

E11. Ποιες εναλλακτικές μορφές πιστεύετε μπορούν να αναπτυχθούν στην Ρόδο?

- a) Μορφωτικός τουρισμός
- b) Τουρισμός εκθέσεων
- c) Τουρισμός υγείας
- d) Αθλητικός τουρισμός
- e) Τουρισμός πόλης
- f) Συνεδριακός τουρισμός
- g) Τουρισμός περιπέτειας
- i) Οικογενειακός τουρισμός
- j) Τουρισμός 3^{ης} ηλικίας
- k) Τουρισμός χειμερινών σπορ
- l) Τουρισμός παραχείμασης
- m) Ορεινός τουρισμός
- n) Θαλάσσιος τουρισμός
- o) Θρησκευτικός τουρισμός
- p) Επιλεκτικός τουρισμός

- q) Τουρισμός κινήτρων
- r) Κοσμοπολίτικος τουρισμός
- s) Κοινωνικός τουρισμός
- t) Αγροτουρισμός

E12. Εάν σας δινόταν η ευκαιρία να αναπτύξετε κάποια εναλλακτική μορφή στην επιχείρησή σας θα το κάνατε?

- a) Ναι
- b) Όχι

E13. Πιστεύεται πως ο αγροτουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί στην Ρόδο ?

- a) Ναι
- b) Όχι

E14. Γνωρίζετε τα προγράμματα ανάπτυξης Αγροτουρισμού που υπάρχουν?

- a) Ναι
- b) Όχι

E15. Ποια προγράμματα ανάπτυξης Αγροτουρισμού γνωρίζετε?

- a) Leader +, Leader I & II
- b) ΕΣΠΑ (Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς)
- c) Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης του Αγροτικού Χώρου
(Ο.Π.Α.Α.Χ)
- d) Άλλο.....

E16. Θα σκεφτόσασταν ή έχετε ήδη σκεφτεί να χρησιμοποιήσετε κάποια από τα προγράμματα ανάπτυξης του αγροτουρισμού?

- a) Ναι
- b) Όχι

E17. Γνωρίζετε για την ραγδαία ανάπτυξη του αγροτουρισμού στο εξωτερικό?

- a) Ναι
- b) Όχι

SECTION 4 – ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

E19. Τι ηλικία έχετε?

- a) Κάτω των 25
- b) 26 – 34
- c) 35 – 44
- d) 45 – 54
- e) 55 +

E20. Φύλο ?

- a) Άρρεν
- b) Θήλυ

E21. Ποια η θέση σας στην επιχείρηση?

- a) Μόνιμος Διευθυντής

b) Εποχικός Διευθυντής

c) Άλλο

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΠΟΛΥ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΟΛΥΤΙΜΟ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική:

Λαγός Δημήτρης, (2003), Τουριστική Οικονομία,
Ανδριώτης Κων.,(2003), Τουριστική ανάπτυξη και σχεδιασμός,
Γ.Νικητιάδης,(2007), Τουρισμός Δώδεκα θέσεις,
Κ. Ανδριώτης,(2008), Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός,
Λογοθέτη Μ.,(1988), Αγροτικός τουρισμός: Μια εναλλακτική λύση ,
Χιλιαδάκης Σ.,(1948), Η Ομηρική Φιλοξενία και ο τουρισμός στην Αρχαία Ελλάδα,
Ηγουμενάκης,(1999), Τουριστική Πολιτική,
Ηγουμενάκης,(2004), Τουριστικό Μάρκετινγκ: Βασικές Αρχές,
Ηγουμενάκης,(2004), Τουρισμός: βασικές έννοιες,
Έξαρχος Γ.,(2004), Αγροτουρισμός
Ηγουμενάκης, (1999), Εισαγωγή στον Τουρισμό,
Τουριστική Γεωγραφία, ΤΕΕ

Ξένη:

Ceballos-Laskurain, H., 1996, «Tourism, Ecotourism and Protected Areas. The state of nature based tourism around world and guidelines for its development”, WCN, Switzerland
Fennell,D.A. and Weaver,D.B. (1997). Vacation farms and ecotourism in saskatchewan, Canada.
Busly, G. and Rendle, S. (2000). The transition from tourism on farms to farm tourism.Tourism Management
Jarviluoma, J. (1992). Alternative tourism and the evolution of tourism areas.
Romeril, M. (1985). Tourism and the environmentQtowardw a symbiotic relationship.
Gannon, A. (1993). Rural tourism as a factor in rural community economicdevelopment for economiew in transition.

Διαδίκτυο:

www.agrotour.gr (Αγροτουριστική ΑΕ)
www.antropos.gr
www.minagric.gr
www.touristiki-agera.gr

Διάφορες Πηγές:

ΠΟΤ (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού)
Kapa Research, 2001
Εγκυκλοπαίδεια Η ΥΔΡΟΓΕΙΟΣ
Επιμελητήριο Δωδεκανήσου