

Α.Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΘΕΜΑ:

**«ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ
ΕΛΛΑΔΑ»**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ
ΕΠΙΤΡΟΠΑΚΗ ΜΙΧΑΛΗ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:
ΒΟΥΛΓΑΡΑΚΗ ΜΥΡΤΩ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2011

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο	6
1.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	6
1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	8
1.3 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	10
(Από την αρχαιότητα στο σήμερα)	10
1.4. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΒΑΛΑΝ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	15
1.5. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	20
1.6. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ	23
1.7 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	27
2.1 ΤΑΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	27
2.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ	27
2.2.1. Ο Δείκτης Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας.	28
2.3. ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	30
2.4 ΤΟ "ΠΡΟΦΙΛ" ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	37
2.4.1. Χαρακτηριστικά τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ	45
3.1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ	45
3.2. ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	46
3.3. ΕΠΑΦΗ ΝΤΟΠΙΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	51
3.4. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	53
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	58
4.1. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	58
4.2. Η ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ ΣΧΕΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	61
4.3. ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	65
4.4 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΑΕΙΦΟΡΙΑ	67
4.5. Η AGENDA 21.	74
4.6. Η ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	75
4.7. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	77
4.8. ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΕΙΦΟΡΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	85
4.8.1. ΤΑ ΚΕΝΤΡΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	88
4.9. ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	90
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	92
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	98

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Αναμφισβήτητα, ο τουρισμός είναι ένα σύνθετο φαινόμενο με ποικίλες επιρροές σε όλα τα στοιχεία που συνθέτουν το τουριστικό κύκλωμα. Πιο συγκεκριμένα, η πραγματοποίηση ενός ταξιδιού επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό τόσο τον ίδιο τον τουρίστα και την ψυχοσύνθεσή του, όσο και τον τόπο ή τη χώρα από την οποία προέρχεται. Όμως, οι σημαντικότερες αλλαγές εμφανίζονται στις περιοχές και στις χώρες που υποδέχονται τα μεγάλα τουριστικά ρεύματα. Μάλιστα όσο περισσότερο τουριστικά ανεπτυγμένη είναι μια χώρα και όσο περισσότερο η οικονομία της εξαρτάται από την τουριστική βιομηχανία, τόσο μεγαλύτερες είναι αλλαγές που παρατηρούνται στην κοινωνική της δομή, με κυρίαρχους τους τομείς της οικονομίας, του περιβάλλοντος και του πολιτισμού.

Άλλωστε, ο τουρισμός είναι μια διαδικασία με ρίζες στην αρχαιότητα η οποία πηγάζει από την αέναη ανάγκη του ανθρώπου να γνωρίσει νέους τόπους, και πολιτισμούς και να αλληλεπιδράσει με αυτούς. Επομένως είναι εμφανής η κοινωνική διάσταση του φαινομένου, η οποία ιστορικά γίνεται περισσότερο ορατή κατά την μεταπολεμική περίοδο οπότε παρατηρείται η μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού με την μορφή που την ξέρουμε σήμερα. Κατά την περίοδο αυτή ο τουρισμός παύει σταδιακά να αποτελεί μια πραγματικότητα με ατομικά χαρακτηριστικά και αποκτάει μια περισσότερο συλλογική διάσταση η οποία οφείλεται κυρίως στις μαζικές μετακινήσεις και τη συσσώρευση μεγάλου όγκου τουριστών σε ένα προορισμό.

Η Ελλάδα, μία χώρα με μακρόχρονη παράδοση στην υποδοχή ξένων τουριστικών ρευμάτων, αποτελεί ζωντανό παράδειγμα ως προς τις αλλαγές που συντελούνται σε μια κοινωνία από την τουριστική ανάπτυξη. Οι αλλαγές αυτές σε αρκετές περιπτώσεις ωφελούν τις τουριστικές περιοχές καθώς προάγουν τον πολιτισμό, ενώ παράλληλα συμβάλλουν στην απασχόληση και την οικονομική ανάταση των περιοχών της περιφέρειας. Από την άλλη πλευρά, η υπέρμετρη και χωρίς σχεδιασμό τουριστική ανάπτυξη μπορεί να είναι επιζήμια για μια περιοχή με επιπτώσεις στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Επιπλέον, παρατηρείται ενίοτε έντονο το φαινόμενο της αλλοτρίωσης του ντόπιου πληθυσμού και της σταδιακής αλλοίωσης της τοπικής του ταυτότητας.

Με την παρούσα εργασία επιχειρείται να αναλυθούν οι θετικές και οι αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού στην ελληνική επικράτεια. Παράλληλα γίνεται μια προσπάθεια να μελετηθεί η αδιαμφισβήτητη κοινωνική διάσταση του τουριστικού φαινομένου. Αρχικά, στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η έννοια και ο ορισμός του τουρισμού, ενώ επιχειρείται μια ιστορική ανασκόπηση του φαινομένου και πώς αυτό πήρε τη μορφή που έχει σήμερα. Επίσης προβάλλονται οι παράγοντες εκείνοι που συνέβαλλαν στην ανάπτυξή του, καθώς και τα είδη των τουριστικών μετακινήσεων. Τέλος γίνεται διαχωρισμός των τουριστών σε κατηγορίες και αναλύονται τα κίνητρα πραγματοποίησης ταξιδιών. Στο δεύτερο κεφάλαιο θα αναφερθούμε στην ελληνική βιομηχανία τουρισμού αναλύοντας τις τάσεις ανάπτυξής του και την αγορά του τουρισμού. Έπειτα γίνεται ιδιαίτερη αναφορά στην απασχόληση και πώς αυτή διαμορφώνεται μέσα στα πλαίσια του τουρισμού. Ακόμη, γίνεται προσπάθεια να αναλυθεί το «προφίλ» του ελληνικού τουρισμού με παράθεση στατιστικών και ιστορικών στοιχείων που αφορούν την πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα. Τέλος γίνεται αναφορά τόσο στις ανταγωνίστριες χώρες όσο και στις κύριες χώρες προέλευσης των τουριστών. Στο τέλος του κεφαλαίου αναλύονται τα δημογραφικά και κοινωνικο - οικονομικά χαρακτηριστικά των ξένων τουριστών που επισκέπτονται την χώρα.

Στα επόμενα κεφάλαια θα εστιάσουμε στις επιπτώσεις του τουρισμού οι οποίες αφορούν συγκεκριμένα τον πολιτισμό και το περιβάλλον. Έτσι, στο τρίτο κεφάλαιο αναλύονται οι θετικές και αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού στον πολιτισμό και οι συνέπειες από τη συνάντηση των τουριστών με τους ντόπιους κατοίκους. Ακόμη παρουσιάζεται ο πολιτιστικός τουρισμός και ο ρόλος του Οργανισμού Προβολής Ελληνικού Πολιτισμού. Στο τελευταίο κεφάλαιο αναλύονται οι επιδράσεις του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον και το αντίστροφο, πώς δηλαδή η προστασία καθώς και η υποβάθμιση του περιβάλλοντος επιδρούν στην τουριστική ανάπτυξη. Επιπλέον, στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην αειφόρο ανάπτυξη καθώς και στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, με επίκεντρο τον οικοτουρισμό. Αναλύεται η μεγάλη σημασία της εκπαίδευσης για την καλλιέργεια τουριστικής συνείδησης στις μελλοντικές γενιές, γεγονός που βοηθάει να καθιερωθεί η αειφορία στην τουριστική ανάπτυξη, ενώ γίνεται ιδιαίτερη αναφορά στα Κέντρα

Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης. Τέλος, παρουσιάζεται η σύγχρονη τάση που θέλει τον τουρίστα να αισθάνεται φιλοξενούμενος σε ένα προορισμό και όχι αντικείμενο κερδοφορίας από την ντόπια κοινωνία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

1.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Υπάρχουν λίγοι οικονομικοί τομείς που δημιουργούν τόσο μεγάλη προστιθέμενη αξία, θέσεις εργασίας και συνάλλαγμα για ένα τόσο μικρό κόστος όσο ο διεθνής Τουρισμός. Όλα τα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες που καταναλώνονται από ξένους επισκέπτες είναι εξαγωγές που δεν έχουν το κόστος διανομής και μεταφοράς σε άλλες αγορές όπως γίνεται με άλλα προϊόντα. Ο διεθνής Τουρισμός παρέχει συνάλλαγμα καθώς επίσης και αναδιανομή της αγοραστικής δύναμης στη χώρα που γίνεται δέκτης επισκέψεων. Ο Τουρισμός έχει γίνει τα τελευταία χρόνια η πιο σημαντική οικονομική δραστηριότητα για πολλές χώρες του κόσμου. Συγκεκριμένα:

- ✚ Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO) το ετήσιο αναλισκόμενο ποσό στον τουρισμό, σε παγκόσμιο επίπεδο, ξεπερνάει τα 2 τρισεκατομμύρια δολάρια (ΗΠΑ). Το 2004 ο τουρισμός ήταν υπεύθυνος για την παραγωγή του 12% του παγκόσμιου Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος.
- ✚ Η Τουριστική και ταξιδιωτική βιομηχανία έχει γίνει σε πολλές χώρες του κόσμου η κύρια πηγή δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας και απασχολεί παραπάνω από 100 εκατομμύρια ανθρώπους σε παγκόσμιο επίπεδο.
- ✚ Το οικονομικό αντίκτυπο της τουριστικής βιομηχανίας είναι τεράστιο. Ο Διεθνής Τουρισμός είναι υπεύθυνος για περίπου το 7% των παγκόσμιων κεφαλαιουχικών δαπανών.

Ο τουρισμός δεν έχει μόνο οικονομικές επιπτώσεις. Επηρεάζει επίσης τις κοινωνικές, περιβαλλοντικές και εδαφικές πολιτικές ανάπτυξης. Αν και οι μαζικές τουριστικές μετακινήσεις είναι ένα πρόσφατο φαινόμενο στην πραγματικότητα αποτελούν μία μακρά παράδοση στη μίξη πολιτισμών. Επηρεάζει κάθε χώρα στον κόσμο είτε αυτή η χώρα είναι παραγωγός τουριστών ή δέκτης τουριστών. Ακόμα και σήμερα ο διεθνής Τουρισμός μετατρέπει κλειστές κοινωνίες και χώρες με καθαρά εσωτερικό προσανατολισμό, σε ανοικτές διεθνιστικές κοινωνίες όπου η επαφή και επικοινωνία μεταξύ λαών είναι ένα καθημερινό φαινόμενο. Ικανοποιεί μια

βαθιά ανάγκη για επικοινωνία μεταξύ των πολιτισμών, μια μορφή απόδρασης αλλά και κοινωνικής προόδου.

Ωστόσο η ανάπτυξη του τουρισμού έχει δημιουργήσει έναν αριθμό δυσκολιών που μπορεί να προκαλέσουν σοβαρές κρίσεις. Αυτό έχει οδηγήσει σε ερωτήματα σχετικά με τις κοινωνικές, πολιτισμικές ακόμα και οικονομικές του επιπτώσεις. Σε αντίθεση με τα θετικά αποτελέσματα, όπως είναι η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και η εξασφάλιση εισοδήματος, υπάρχουν και μερικά διόλου αμελητέα αρνητικά αποτελέσματα όπως: ενδεχόμενη καταστροφή του περιβάλλοντος, από την άναρχη τουριστική ανάπτυξη, υποβάθμιση των παραδόσεων ορισμένων σημαντικών τοπικών πληθυσμών, φαινόμενα που συναντάμε συχνά σε περιοχές της Ελληνικής περιφέρειας. Αυτά είναι θέματα ιδιαίτερης ευαισθησίας κυρίως στις αναπτυσσόμενες χώρες όπου τουρίστες, προερχόμενοι κυρίως από βιομηχανικές χώρες, επιβάλλουν με την παρουσία τους έναν τρόπο ζωής και ένα επίπεδο κατανάλωσης που συχνά προσβάλλει τις τοπικές κοινωνίες.

Παρόμοια σε μερικές περιοχές και ιδιαίτερα στην περιοχή της Μεσογείου, και σε χώρες όπως η Ελλάδα, οι μεγάλες συγκεντρώσεις τουριστών συμβάλλουν στην υποβάθμιση της τοπικής μεταποιητικής δραστηριότητας και της πολιτιστικής κληρονομιάς των τοπικών πληθυσμών. Για τους παραπάνω λόγους και με σκοπό την αύξηση των θετικών συνεπειών από τον τουρισμό, οι χώρες υποδοχής ακολουθούν συγκεκριμένες πολιτικές για την ανάπτυξη των τουριστικών τους δυνατοτήτων, προϊόντων και υπηρεσιών.

Φυσικά οι τουριστικές πολιτικές των χωρών λαμβάνουν υπ' όψιν έναν αριθμό εξωτερικών παραγόντων όπως είναι οι δημογραφικές και κοινωνικές εξελίξεις, η οικονομική και χρηματοοικονομική κατάσταση στις χώρες παραγωγής τουριστών, οι διακυμάνσεις των νομισματικών ισοτιμιών σε παγκόσμιο επίπεδο, οι τεχνολογικές πρόοδοι, η παγκόσμια υποδομή μεταφορών και οι παγκόσμιες και κατά τόπους πολιτικο - στρατιωτικές συγκυρίες ειδικά όταν επηρεάζουν θέματα ασφαλείας των τουριστών. Ειδικά ο τελευταίος παράγοντας εξωτερικού επηρεασμού έχει αποδειχθεί ιδιαίτερα σημαντικός τα τελευταία 8-10 χρόνια με μεγαλύτερη έμφαση στις περιοχές των Βαλκανίων, της Νοτιοανατολικής Μεσογείου και της Μέσης Ανατολής

όπου η ύπαρξη στρατιωτικών συγκρούσεων σε διακρατικό αλλά και εμφύλιο επίπεδο έχει αποτελέσει σημαντικό παράγοντα ανάσχεσης της τουριστικής ανάπτυξης. Άλλωστε αρκετοί αναλυτές επισημαίνουν ότι η διαφαινόμενη αύξηση των αφίξεων στην Ελλάδα για την τουριστική περίοδο του 2011, σε σχέση με το 2010, οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις αναταραχές των χωρών της βόρειας Αφρικής, γεγονός που επιβεβαιώνει τα παραπάνω.

1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στο σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί μία πιο συγκεκριμένη έννοια για τον τουρισμό, μολονότι είναι αρκετά δύσκολο να συμπεριλάβει κανείς σε ένα ορισμό όλες τις διαστάσεις του φαινομένου. Στην πραγματικότητα υπάρχει μία σύγχυση σχετικά με τον ορισμό του ποιός είναι τουρίστας, τι είναι ταξίδι και τι τουρισμός καθώς προκύπτουν ερωτήματα όπως: λέγονται τουρίστες μόνο όσοι αναζητούν διασκέδαση ή και αυτοί που ταξιδεύουν για δουλειές; Πόσο μακριά από τη μόνιμη κατοικία του πρέπει να ταξιδέψει κάποιος για να θεωρείται τουρίστας/ταξιδιώτης;

Από την καθαρά οικονομική άποψη, ένας επισκέπτης - που ονομάζεται τουρίστας - είναι κάποιος που πηγαίνει σε μία περιοχή, ξοδεύει χρήματα και μετά φεύγει. Ο λόγος της επίσκεψης, η διάρκεια παραμονής, η διάρκεια ταξιδιού, ή η απόσταση από το σπίτι του είναι αδιάφορα γεγονότα. Έτσι, ορίζουμε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει εκτός του μόνιμου τόπου κατοικίας του και ξοδεύει χρήματα στους τόπους διαμονής του. Ο ορισμός περιλαμβάνει άτομα που:

- μένουν σε ξενοδοχεία, πανδοχεία, θέρετρα κ.ά.
- επισκέπτονται συγγενείς και φίλους
- επισκέπτονται έναν τόπο τυχαία, απλώς πηγαίνοντας για κάποιον άλλο λόγο
- βρίσκονται σε μονοήμερο ταξίδι (δηλαδή δεν διανυκτερεύουν πουθενά)

Επίσης, οι επισκέπτες/τουρίστες μπορεί να :

- παρακολουθούν μία συγκέντρωση ή ένα συνέδριο

- ταξιδεύουν για επαγγελματικούς σκοπούς
- είναι σε διακοπές ή κάνουν ψώνια
- ταξιδεύουν για προσωπικούς ή οικογενειακούς λόγους

Ωστόσο, σήμερα υπάρχουν προβλήματα με τον παραπάνω προσδιορισμό καθώς:

1. Μερικοί άνθρωποι ταξιδεύουν αρκετά μεγάλες αποστάσεις για ψώνια, ή επενδύσεις και αυτό μπορεί να συμβαίνει αρκετές φορές το χρόνο. Έτσι υπάρχει δυσκολία στο να μετρηθούν σαν στατιστικό στοιχείο. Τεχνικά δεν είναι τουρίστες, αλλά απλοί καταναλωτές.
2. Πολλοί άνθρωποι διατηρούν δύο κατοικίες, μία θερινή και μία χειμερινή. Διαμένουν σ' αυτά σε περιόδους μεγαλύτερες του μήνα και δεν κατηγοριοποιούνται σαν τουρίστες. Ωστόσο, οι υπόλοιποι που πραγματοποιούν σύντομες επισκέψεις στα σπίτια αυτά σαν φιλοξενούμενοι ή ενοικιαστές, είναι τουρίστες.
3. Πώς κατηγοριοποιούνται οι επισκέπτες, όταν κάποιος μένει σε περιοχές κοντά ή έξω από έναν τουριστικό προορισμό και δέχονται επισκέψεις από φίλους ή συγγενείς; Στην πραγματικότητα, εδώ το πρόβλημα δεν είναι αν είναι τουρίστες ή όχι. Αυτοί που επισκέπτονται φίλους και συγγενείς, σίγουρα είναι. Το ερώτημα είναι πια περιοχή παίρνει το τουριστικό πλεονέκτημα. Ο τουριστικός προορισμός ή η περιοχή απ' έξω από αυτόν τον προορισμό; Αν και ο διαχωρισμός είναι δύσκολος, η περιοχή που λειτουργεί ως τουριστικός προορισμός θα πρέπει να είναι ο αποδέκτης των δαπανών που γίνονται.

Παρόλο που ο τουρισμός έχει οικονομικό αντίκτυπο σε μια περιοχή, ωστόσο δεν μπορεί να οριστεί αυστηρά ως οικονομική δραστηριότητα. Σύμφωνα με την έρευνα αρκετοί συγγραφείς προκειμένου να περιγράψουν το τουριστικό φαινόμενο κάνουν χρήση του ορισμού που δίνει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού το 1981. Σύμφωνα με τον ΠΟΤ, «τουρισμός είναι μια δραστηριότητα που περιλαμβάνει κάθε είδους μετακινήσεις, είτε διαμέσου διεθνών συνόρων (αλλοδαπός) είτε όχι (ημεδαπός), για πάνω από 24 ώρες

και για διάφορους λόγους, εκτός των λόγων μετανάστευσης και τακτικής ημερήσιας απασχόλησης». Αυτή η γενική άποψη προσδιορίζει την τουριστική δραστηριότητα περισσότερο με βάση τη συγκυριακή μετακίνηση των ανθρώπων και όχι με οικονομικά κριτήρια. Ωστόσο, μια πιο σύγχρονη θεώρηση του ίδιου οργανισμού δεν βλέπει τον τουρισμό σαν μια μεμονωμένη δραστηριότητα αλλά σαν ένα πλέγμα δραστηριοτήτων με κύριες αυτές της διαμονής, της εστίασης, της μετακίνησης, της ψυχαγωγίας - ευχαρίστησης, της αναζήτησης περιπέτειας, της εκπαίδευσης, της υγείας, του αθλητισμού, της επίσκεψης αρχαιολογικών χώρων. Θεωρεί τον Τουρισμό σαν ένα σύμπλεγμα στενά αλληλοεξαρτώμενων κλάδων που συμμετέχουν στην παραγωγή του τουριστικού προϊόντος.

Μετά τα παραπάνω, ο τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως:

- Ένα κοινωνικό φαινόμενο και όχι ακριβώς μια οικονομική δραστηριότητα.
- Το σύνολο των δαπανών όλων των ταξιδιωτών και επισκεπτών που έχουν διάφορους σκοπούς και κίνητρα.
- Μία εξαιρετικά πολύπλοκη εμπειρία - διαδικασία και όχι απλά ένα προϊόν.

1.3 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

(Από την αρχαιότητα στο σήμερα)

Ο τουρισμός, σαν τρόπος ψυχαγωγίας, είναι αρκετά διαδεδομένος ειδικά στον σύγχρονο Δυτικό Κόσμο και αποτελεί μια πολύ μεγάλη βιομηχανία και σημαντική πηγή εσόδων για παραδοσιακά τουριστικές χώρες όπως η Ελλάδα. Ωστόσο, το φαινόμενο του τουρισμού δεν αποτελεί κομμάτι μόνο της σύγχρονης εποχής αλλά υπάρχει από την αρχαιότητα. Στην αρχαία Ελλάδα οι διάφορες εκδηλώσεις, οι αθλητικές δραστηριότητες, οι επισκέψεις στα μαντεία και οι θρησκευτικές γιορτές ήταν οι βασικές αιτίες για τις τουριστικές εξορμήσεις των αρχαίων Ελλήνων. Επιπλέον, υπήρχαν μετακινήσεις για λόγους υγείας και επισκέψεις στα θεραπευτήρια της εποχής (ασκληπεία). Ο ιαματικός τουρισμός, ο οποίος άκμασε στις λουτροπόλεις, κατέχει ένα μεγάλο μερίδιο στις μετακινήσεις τις εποχής καθώς γνώρισε σημαντική άνθιση

τα ρωμαϊκά χρόνια, με χαρακτηριστικά αντίστοιχα με τον ιαματικό τουρισμό των αρχών του 20ου αιώνα. Τέλος, το εμπόριο σε στεριά και αργότερα στη θάλασσα αποτελούσε ένα από τα σημαντικότερα κίνητρα για μετακινήσεις μακριά από τον τόπο κατοικίας εκείνη την περίοδο¹.

Κατά τα χρόνια της αρχαιότητας ήταν ιδιαίτερα διαδεδομένο το στοιχείο της φιλοξενίας το οποίο είχε νομική υπόσταση. Οι κάτοικοι των περιοχών όπου λάμβαναν χώρα μεγάλες εκδηλώσεις όφειλαν να φιλοξενήσουν τους επισκέπτες χωρίς να δέχονται κάποιο αντίτιμο.

Σαν «τουρίστες» εκείνης της εποχής θα μπορούσαμε να αναφέρουμε τον Ηρόδοτο και τον Πausανία, ιστορικοί και γεωγράφοι οι οποίοι κατέγραφαν τις περιηγήσεις τους, ενώ κάποια από τα έργα τους μπορούν να θεωρηθούν σαν οι πρώτοι τουριστικοί οδηγοί για τους ταξιδιώτες.

Τα χρόνια της αρχαιότητας διαδέχεται ο μεσαίωνας, κατά τη διάρκεια του οποίου οι μετακινήσεις ήταν συνδεδεμένες σχεδόν αποκλειστικά με θρησκευτικούς λόγους. Από εδώ προκύπτει και ο αγγλικός όρος της λέξης διακοπές, "holidays" = holy days, ή ιερές / άγιες μέρες². Στη διάρκεια του 12^{ου} αιώνα η εκκλησία άρχισε μία προσπάθεια ανέγερσης ναών σε ολόκληρη την Ευρώπη, οι οποίοι ακόμα και σήμερα αποτελούν πόλο έλξης χιλιάδων τουριστών ετησίως. Δεν έλειπε επίσης η προβολή και η "διαφήμιση" των εκκλησιαστικών κτιρίων, προβάλλοντας ως δέλεαρ για τους επισκέπτες διάφορα ιερά προσκυνήματα όπως λείψανα αγίων, κομμάτια από τον Τίμιο Σταυρό κ.τ.λ.³

Αξίζει να σημειωθεί ότι κατά η διάρκεια του Μεσαίωνα τα ταξίδια ήταν περιορισμένα λόγω της φτώχειας και των άσχημων συνθηκών διαβίωσης που επικρατούσαν στην Ευρώπη, ενώ έντονο ήταν το πρόβλημα της ασφάλειας καθώς γίνονταν συχνά επιθέσεις και ληστείες στους ταξιδιώτες.

¹ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π.,(1999), *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, εκ.INTERBOOKS, Αθήνα, σελ164

² Δρ. Βαγιονής, Νικ., (2002), *Στόχοι, Πολιτικές και μέσα προώθησης του Τουρισμού στην Ελλάδα* Ημερίδα Σ.Τ.Ε. Ρόδος

³ Βαρβαρέσος, Σ., (2000), *Τουρισμός έννοιες, μεγέθη, δομές, η ελληνική πραγματικότητα*, εκδ. ΠΟΠΟΜΠΟΣ, Αθήνα, σελ17

Τέλος, στις μετακινήσεις αυτής της εποχής συμπεριλαμβάνονται τα επαγγελματικά ταξίδια με στόχο το εμπόριο. Εντούτοις, παρόλο που η επαγγελματική αυτή δραστηριότητα άρχισε να ανθίζει δεν υπήρχαν οι κατάλληλες υποδομές ώστε τα εμπορικά ταξίδια να γίνονται ευκολότερα και ταχύτερα.

Έπειτα ακολουθεί η αναγέννηση, όπου είναι η περίοδος των μεγάλων κοινωνικών αλλαγών κυρίως γύρω από τις τέχνες και τα γράμματα. Όσον αφορά τον τουρισμό δεν θα μπορούσε να μην επηρεαστεί από το κύμα των αλλαγών της εποχής. Δικαίωμα πλέον για ταξίδια δεν είχαν μόνο οι ευγενείς, αλλά και η νεοεμφανιζόμενη αστική τάξη των βιοτεχνών, εμπόρων και επιστημόνων, οι οποίοι αποδεδειγμένοι από τα στερεότυπα της εκκλησίας, είχαν έντονη τη διάθεση, αλλά και την οικονομική δυνατότητα, να πραγματοποιήσουν μακρινές μετακινήσεις.⁴ Γενικότερα παρατηρείται μία διαφορετική αντιμετώπιση του φαινομένου καθώς αρχίζουν να εμφανίζονται όροι όπως : ταξιδιωτικοί οδηγοί, τουριστικό κατάλυμα, επισιτισμός κ.α. Ωστόσο, η παρουσία της εκκλησίας είναι αισθητή καθώς χρηματοδοτεί διάσημους καλλιτέχνες τα έργα των οποίων θαυμάζουμε έως τις μέρες μας.

Σημαντικό ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα ταξίδια με την ονομασία “Grand Tour” (Μεγάλος Γύρος), τα οποία γινόταν αρχικά στην Ιταλία και είχαν εκπαιδευτικό χαρακτήρα. Η βασίλισσα της Αγγλίας Ελισάβετ Α΄ παρότρυνε τους φιλόδοξους νέους της αριστοκρατίας, που σκόπευαν να καταλάβουν θέσεις στη βασιλική Αυλή, να πραγματοποιούν ταξίδια στην Ευρώπη προκειμένου να μελετήσουν από κοντά των κλασικό πολιτισμό⁵. Αργότερα η μορφή αυτή εκπαιδευτικού τουρισμού γίνεται απαραίτητο συστατικό μόρφωσης κάθε νέου που κατάγεται από “καλή οικογένεια”, ενώ παράλληλα ένα μεγάλο μέρος τουριστών πραγματοποιεί αυτού του είδους τις περιηγήσεις προκειμένου να εκπαιδευτεί στο επάγγελμα που θα ακολουθήσει στο μέλλον. Πέρα από την Ιταλία και τα μνημεία της αρχαίας Ρώμη σημαντικό μερίδιο στην προσέλκυση αυτού του είδους τουρισμού κατείχαν και άλλες πόλεις τις Δ. Ευρώπης όπως η Πορτογαλία και η Ισπανία. Η Ελλάδα δεν θα μπορούσε να λείπει από αυτού του είδους τις μετακινήσεις. Ένας μεγάλος αριθμός

⁴ Δρ. Βαγιονής, Νικ., (2002), *Στόχοι, Πολιτικές και μέσα προώθησης του Τουρισμού στην Ελλάδα* Ημερίδα Σ.Τ.Ε. Ρόδος

⁵ Holden, A., (2008), *Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, εκ. ΠΑΠΑΖΗΣΗ, Αθήνα, σελ.32

επιστημονικών, και όχι μόνο, ειδικοτήτων προσελκύεται από τη χώρα μας προκειμένου να μελετήσει τον πολιτισμό και την πληθώρα αρχαιολογικών και ιστορικών μνημείων.

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι την περίοδο της αναγέννησης παρατηρείται μια μεγάλη στροφή όσον αφορά τους σκοπούς και τα κίνητρα των ταξιδιών, τα οποία αφορούν περισσότερο τη μόρφωση, την πολιτιστική καλλιέργεια, την ανακάλυψη του άγνωστου και λιγότερο θρησκευτικές αναζητήσεις.

Συνεχίζοντας την ιστορική αναδρομή του τουρισμού φτάνουμε στον 19^ο αιώνα όπου πλέον έχουν ωριμάσει οι συνθήκες για την εξέλιξη του φαινομένου. Σε αυτό συνέβαλε καθοριστικά η πρόοδος που σημειώθηκε στα μέσα μεταφοράς. Η εμφάνιση της ατμομηχανής η οποία εφαρμόστηκε τόσο στις χερσαίες όσο και στις ακτοπλοϊκές μεταφορές, ουσιαστικά μίκρυνε τις αποστάσεις ενώ έδωσε επιπλέον κίνητρο για ακόμη μεγαλύτερες και περισσότερες μετακινήσεις. Ο σιδηρόδρομος έγινε το πιο δημοφιλές μέσο μεταφοράς σε Ευρώπη και Αμερική καθώς έδινε τη δυνατότητα για ασφαλέστερες μετακινήσεις σε σύντομο χρονικό διάστημα και σε προσιτές τιμές. Επιπλέον, η Ευρώπη γίνεται από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για τους Αμερικανούς πολίτες καθώς τα πλοία που συνδέουν τις δύο ηπείρους είναι εξοπλισμένα με όλες τις ανέσεις δίνοντας έτσι στον τουρισμό μια πιο μαζική και διεθνοποιημένη μορφή.⁶ Παράλληλα, σημαντικές είναι οι εξελίξεις στο χώρο των επικοινωνιών εξαιτίας σημαντικών εφευρέσεων που πραγματοποιήθηκαν όπως είναι ο ηλεκτρισμός και ο τηλεγράφος.

Η Βιομηχανική Επανάσταση του 19^{ου} αιώνα εκτός από τις αλλαγές που προκάλεσε στις μεταφορές και την επικοινωνία επηρέασε σημαντικά σε πολιτικό, οικονομικό και πολιτισμικό επίπεδο τις κοινωνικές δομές της εποχής, διαμορφώνοντας τις συνθήκες του σύγχρονου τουρισμού. Οι αλλαγές αυτές ήταν απόρροια του νέου τρόπου ζωής των εργαζομένων οι οποίοι μετακινήθηκαν κατά κύματα από τις αγροτικές περιοχές που ζούσαν στα μεγάλα αστικά-βιομηχανικά κέντρα προκειμένου να καλύψουν τις τεράστιες ανάγκες που εμφανίστηκαν σε εργατικό δυναμικό. Για πρώτη φορά γίνεται σαφής διαχωρισμός του χρόνου εργασίας και του ελεύθερου χρόνου γεγονός

⁶ Τσάρτας, Π., (1996), *Τουρίστες Ταξίδια Τόποι, Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, εκ. ΕΞΑΝΤΑΣ, Αθήνα, σελ17

που είχε ορατές επιδράσεις στον τουρισμό καθώς οι εργαζόμενοι είχαν διαστήματα απουσίας από τις δουλειές τους τα οποία αξιοποιούσαν σε μετακινήσεις αναψυχής μακριά από τον τόπο όπου διέμεναν. Σημαντική ήταν και η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος που επήλθε από την αύξηση της παραγωγής και την ανάπτυξη που συντελέστηκε, με αποτέλεσμα η μεσαία τάξη να έχει τη δυνατότητα μετά την κάλυψη των βασικών αναγκών να διαθέτει χρήματα για τουριστικές μετακινήσεις και να "ξεφεύγει" για λίγο από τα αφιλόξενα αστικά κέντρα.⁷ Επιπλέον, κατά τον 19ο αιώνα αναπτύχθηκε ιδιαίτερα η επιχειρηματικότητα με χαρακτηριστικό το παράδειγμα του Thomas Cook ο οποίος ίδρυσε το πρώτο τουριστικό πρακτορείο και οργάνωσε το 1841 μια εκδρομή από το Leicester στο Loughborough με επιστροφή χρησιμοποιώντας σαν μέσο μεταφοράς τον σιδηρόδρομο. Το μεγάλο ενδιαφέρον (570 συμμετέχοντες) βοήθησε τον Cook να κατανοήσει το μέγεθος της ζήτησης που υπήρχε γι αυτού του είδους τις μετακινήσεις ενώ παράλληλα τόσο το συγκεκριμένο εγχείρημα όσο και οι μετέπειτα προσπάθειες που έκανε για ομαδικές εκδρομές έθεσαν τις βάσεις για την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού με τη μορφή ενός ολοκληρωμένου πακέτου διακοπών.

Ο Τουρισμός όπως τον ξέρουμε σήμερα είναι κατεξοχήν φαινόμενο του 20ου αιώνα. Η αρχή του μαζικού τουρισμού ξεκίνησε με την άνοδο της μεσαίας τάξης και τη σχετικά φθηνή και γρήγορη μεταφορά. Ιδιαίτερα μεταπολεμικά η μεγάλη και σταθερή αύξηση των εισοδημάτων στις αναπτυγμένες χώρες, με την εδραίωση του λεγόμενου «Κράτους Πρόνοιας» που οδήγησε στην καθιέρωση του ελεύθερου χρόνου μέσω της ετήσιας αμειβόμενης άδειας και η ανάπτυξη των σύγχρονων μαζικών κοινωνιών συνέβαλλαν καθοριστικά στην αύξηση τόσο των μαζικών όσο και των μεμονωμένων μετακινήσεων. Αυτή η ανάπτυξη οδήγησε στη δημιουργία και μιας νέας βιομηχανίας, της Τουριστικής βιομηχανίας. Επόμενο ήταν ο Διεθνής Τουρισμός να γίνει το σημείο ενδιαφέροντος για έναν μεγάλο αριθμό κυβερνήσεων σε όλο τον κόσμο, αφού όχι μόνο άνοιγε νέες θέσεις εργασίας, αλλά γινόταν ένα σημαντικό μέσο για την εισροή ξένου συναλλάγματος. Ο

⁷ Holden, A., (2008), *Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, εκ. ΠΑΠΑΖΗΣΗ, Αθήνα, σελ39

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.

Ο Διεθνής και Ευρωπαϊκός Τουρισμός σήμερα παράγει μερικές από τις πιο δυναμικές οικονομικές ανταλλαγές που γίνονται μεταξύ χωρών. Μεταξύ του 1980 και 2003 οι διεθνείς αφίξεις έγιναν παραπάνω από τριπλάσιες αφού από 165 εκατομμύρια έφθασαν στα 500 εκατομμύρια. Την ίδια περίοδο οι Ευρωπαϊκές Τουριστικές αποδοχές έφθασαν από 17,9 δισεκατομμύρια δολάρια , στα 324 δισεκατομμύρια δολάρια.

Για να γίνει έλεγχος των συνεπειών ενός τόσο σημαντικού οικονομικού τομέα, είναι λογικό ότι αξιόπιστες και ακριβείς στατιστικές βασιζόμενες σε ορισμούς που γίνονται παραδεκτοί από όλες τις χώρες, θα πρέπει να είναι διεθνώς διαθέσιμοι. Αυτή είναι μία από τις κύριες δραστηριότητες του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), ο οποίος λειτουργεί ως η κύρια πηγή στατιστικών στοιχείων για το Διεθνή Τουρισμό.

1.4. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΒΑΛΑΝ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η συνήθης πρακτική είναι να περιγράφεται ο Τουρισμός σαν ένα είδος βιομηχανίας. Ο τουρισμός θεωρείται σήμερα μία βιομηχανία ή καλύτερα ένας οικονομικός κλάδος που συγκρίνεται με άλλους κλάδους, όπως παροχής υπηρεσιών, υγείας, μεταφορών κ.ά. Πολλές φορές, εκτιμάται ότι ο Τουρισμός είναι μέσα στις τρεις πιο σημαντικές βιομηχανίες σε πολλές χώρες. Ο Τουρισμός όμως φαίνεται να είναι όχι μία μοναδική βιομηχανία αλλά ένα σύνολο επιμέρους βιομηχανιών.

Πριν το 1970 ο Τουρισμός δεν είχε λάβει την απαιτούμενη σημασία, ως μία σημαντικότερη βιομηχανία. Η εικόνα που επικρατούσε για τον τουρισμό ήταν αυτή της διασκέδασης, των παιχνιδιών και της μη παραγωγής. Κάτω από αυτήν την πεποίθηση, ο Τουρισμός ήταν κάτι ακριβώς αντίθετο προς τα παραδοσιακά δεδομένα εργασίας.

Οι ντόπιοι έβλεπαν τους τουρίστες σαν άγρια πλήθη που γίνονταν εχθροί του τοπικού φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, παραβλέποντας πολλές φορές ότι οι τουρίστες ήταν πηγή εισοδήματος. Η νοοτροπία αυτή, όμως, άλλαξε σταδιακά μετά το 1970. Αυτή η αλλαγή αντιμετώπισης είχε μεγάλη σημασία, αφού ο Τουρισμός άρχισε να αντιμετωπίζεται από τους οικονομολόγους, αλλά και τις περισσότερες κυβερνήσεις σαν ένας σοβαρός οικονομικός κλάδος, με σημαντική συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη. Κάτω από την άποψη της “βιομηχανίας” η τουριστική βιομηχανία αποτελείται από επιχειρήσεις που κατατάσσονται στο χώρο παροχής υπηρεσιών στους τουρίστες. Τα ξενοδοχεία, εστιατόρια, μεταφορές και κέντρα διασκέδασης είναι παραδείγματα επιχειρήσεων που συνθέτουν την τουριστική βιομηχανία. Τα Ηνωμένα Έθνη αναγνωρίζουν επτά βιομηχανικούς κλάδους μέσα στον τουρισμό, ενώ το Αμερικανικό κέντρο Συλλογής Στοιχείων Ταξιδίων, περιλαμβάνει 14 τύπους επιχειρήσεων όπως αναγνωρίζονται από Σύστημα Βιομηχανικού Διαχωρισμού (Standard Industrial Classification System).

Άρα, στο βαθμό που οι οικονομολόγοι θεωρούν τον τουρισμό σαν βιομηχανία, τον εξετάζουν μέσα από τα σημεία αναφοράς που αναφέραμε πιο πριν.

Είναι πολύ σημαντικές οι οικονομικές απολαβές που έχουν πολλές περιοχές ή ακόμα και χώρες από τον τουρισμό. Τέτοιες απολαβές γίνονται από αυτούς που προσφέρουν κατάλυμα, είδη φαγητού, σταθμούς καυσίμων, καταστήματα με ρουχισμό, υποδήματα, ηλεκτρονικά είδη, είδη διακοπών ή είδη της τοπικής βιοτεχνίας και χειροτεχνίας. Επίσης, υπηρεσίες όπως συγκοινωνίες, δρόμα κ.ά. Στην πραγματικότητα, οι τουρίστες σ’ έναν τόπο, ξοδεύουν χρήματα σ’ ότι σχεδόν είδη ξοδεύουν και οι ντόπιοι. Έτσι συμβάλλουν στην αύξηση του τζίρου των τοπικών παραγωγών και γενικά εταιρειών. Έτσι, ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο με μεγάλες οικονομικές επιπτώσεις. Πολλοί τον αντιμετωπίζουν καθαρά σαν βιομηχανία, για λόγους προσδιορισμού από την άποψη του marketing. Στην πραγματικότητα, όμως, ο τουρισμός δεν μπορεί να θεωρηθεί ακριβώς με τα κριτήρια μιας βιομηχανίας, αλλά σαν κοινωνικό φαινόμενο, το οποίο οδηγεί σε οικονομικές απολαβές για τον τόπο που δέχεται τουρισμό και οικονομικές απορροές για τον τόπο που δημιουργεί τουριστική κίνηση προς τα έξω

Δεν πρέπει να αγνοηθεί ότι ο τουρισμός για πολλές χώρες του κόσμου αποτελεί την μεγαλύτερη δύναμη ανάπτυξης του τομέα των υπηρεσιών. Το γεγονός αυτό έγινε γρήγορα αντιληπτό από πολλά κράτη και τοπικές κοινωνίες που άρχισαν να διακρίνουν την δυναμική του τουρισμού και τα σημαντικά οφέλη από αυτόν, με αποτέλεσμα να σχεδιάζουν και να εφαρμόζουν πολιτικές τουριστικής ανάπτυξης ώστε να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις της ολοένα και μεγαλύτερης τουριστικής ζήτησης.

Παρακάτω αναλύονται συνοπτικά μερικοί από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που οδήγησαν στην ραγδαία ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου.

1.4.1 Ελεύθερος χρόνος

Αναμφισβήτητα, ο τουρισμός είναι άμεσα συνδεδεμένος με τον ελεύθερο χρόνο. Κατά τη μεταπολεμική περίοδο σημειώθηκε μία ραγδαία αύξηση του ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων κυρίως στις ανεπτυγμένες αλλά και σε κάποιες αναπτυσσόμενες χώρες. Αποκτώντας το προνόμιο αυτό οι εργαζόμενοι, σε συνδυασμό με την αύξηση των εισοδημάτων τους, είχαν τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν ταξίδια εκμεταλλευόμενοι τόσο την διακοπή της εργασίας κατά το σαββατοκύριακο, όσο και την άδεια με αποδοχές η οποία από μια εβδομάδα σε πολλές χώρες έφτασε μέχρι και τις πέντε εβδομάδες. Παράλληλα με την αύξηση του ελεύθερου χρόνου παρατηρείτε και μια μεγάλη προσπάθεια ανέγερσης υποδομών και δημιουργίας υπηρεσιών γύρω από τον τουρισμό, με αποτέλεσμα μεγάλο μέρος του χρόνου αυτού να δαπανάτε για τουριστικές μετακινήσεις. Στις μέρες μας όλο και περισσότερες κυβερνήσεις έχουν αντιληφθεί τα κοινωνικά, οικονομικά, πολιτιστικά, μορφωτικά οφέλη του ελεύθερου χρόνου με αποτέλεσμα την εφαρμογή πολιτικών για την αύξησή του και την τουριστική του αξιοποίησή. Για παράδειγμα η δημιουργία προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού έδωσε ώθηση στους εργαζομένους να "επενδύσουν" το χρόνο της άδειας τους σε τουριστικές δραστηριότητες. Ακόμη η μείωση των ορίων συνταξιοδότησης, ή η πρόωρη σύνταξη σε ορισμένες περιπτώσεις, οδήγησε στην διόγκωση του ελεύθερου χρόνου, σε μια κατηγορία πολιτών η οποία είχε στην διάθεσή της την οικονομική άνεση να πραγματοποιήσει τουριστικές μετακινήσεις. Επιπλέον σε οικονομικά ανεπτυγμένα κράτη όπως η Σουηδία

έχει δοθεί και έκτη εβδομάδα πληρωμένων διακοπών ενώ γίνονται συζητήσεις για έβδομη ακόμη και όγδοη εβδομάδα γεγονός που καταδεικνύει την βαρύτητα που δίνουν οι κυβερνήσεις αυτές σε διαστήματα αποδεδειγμένα από την εργασία. Τέλος το γεγονός ότι το μάρκετινγκ έχει αφιερώσει πολυετείς έρευνες σχετικά με τον ελεύθερο χρόνο και την διάθεσή του σε τουριστικές δραστηριότητες, δείχνει τον βαθμό όπου η έννοια αυτή είναι συνδεδεμένη με τον τουρισμό και την αναψυχή.⁸ Μάλιστα με την βοήθεια του μάρκετινγκ έχουν δημιουργηθεί τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες προσαρμοσμένα στις ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου, ο οποίος αναζητά τρόπους αξιοποίησης του χρόνου του όταν βρίσκεται μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας του.

1.4.2. Τα μέσα μεταφοράς

Η πρόοδος του τουρισμού και ιδιαίτερα του μαζικού στηρίχτηκε σε μεγάλο βαθμό στην αναβάθμιση των μέσων μεταφοράς και κυρίως των αυτοκινήτων και των αεροσκαφών. Ιδιαίτερα τα τελευταία, μετά την δεκαετία το '70 συνέβαλλαν στην ταχύτερη σύνδεση των χωρών προέλευσης τουριστών με τις περιοχές όπου αναπτύσσονταν για να τους υποδεχτούν εκμηδενίζοντας ουσιαστικά τις αποστάσεις. Η μεγάλη επανάσταση στις αερομεταφορές έγινε με την ανακάλυψη των κινητήρων jet οι οποίοι έδιναν τη δυνατότητα στα αεροπλάνα να φτάσουν πολύ υψηλές ταχύτητες, είχαν όμως υψηλή κατανάλωση και εκκωφαντικό θόρυβο. Αργότερα όταν βελτιώθηκαν και περιορίστηκαν τα αρχικά προβλήματα χρησιμοποιήθηκαν εκτεταμένα τόσο για τουριστική, όσο και για εμπορική χρήση. Η μεγαλύτερη όμως σύνδεση του αεροπλάνου με τον τουρισμό και την μαζικοποίηση του έγινε με τις πτήσεις charter. Πρόκειται για ναυλωμένες πτήσεις που δημιουργήθηκαν έπειτα από συμφωνία των αεροπορικών εταιριών με τους tour operator προκειμένου να εξυπηρετηθούν συγκεκριμένα δρομολόγια τα οποία δεν μπορούσαν να γίνουν με τις προγραμματισμένες πτήσεις⁹. Τα πλεονεκτήματα των ναυλωμένων πτήσεων, τα οποία τα συναντάμε τόσο στην πλευρά των επιβατών όσο και των εταιρειών, και είναι τα εξής: 1) συνδέουν απευθείας τις περιοχές

⁸ Τσάρτας, Π., (1996), *Τουρίστες Ταξίδια Τόποι, Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, εκ. ΕΞΑΝΤΑΣ, Αθήνα, σελ25

⁹ Τσάρτας, Π., (1996), *Τουρίστες Ταξίδια Τόποι, Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, εκ. ΕΞΑΝΤΑΣ, Αθήνα, σελ29

προέλευσης των τουριστών με τους προορισμούς, χωρίς ενδιάμεσες στάσεις, 2) καλύπτουν την ζήτηση για συγκεκριμένους προορισμούς σε συγκεκριμένη εποχή του χρόνου όπου υπό κανονικές συνθήκες είναι ασύμφορα δρομολόγια για να γίνονται με προγραμματισμένες πτήσεις, 3) επιτυγχάνονται καλύτερες τιμές για τους επιβάτες λόγω της μαζικότητας που έχουν οι πτήσεις αυτές.

Εκτός από το αεροπλάνο σημαντική είναι και η συμβολή του αυτοκινήτου στην ανάπτυξη του τουρισμού. Η αυτοκινητοβιομηχανία έγινε γρήγορα ένας από τους σημαντικότερους κλάδους της οικονομίας καθώς το αυτοκίνητο αποκτάται από όλο και περισσότερους Ευρωπαίους και Αμερικανούς πολίτες. Παράλληλα παρατηρείται μια σημαντική προσπάθεια για την κατασκευή υποδομής που βοηθάει την μετακίνηση με το αυτοκίνητο, καθώς άρχισαν να κατασκευάζονται οδικές αρτηρίες που συνέδεαν τα αστικά κέντρα με τις τουριστικές περιοχές. Το βασικό πλεονέκτημα του αυτοκινήτου είναι ότι ο τουρίστας έχει την δυνατότητα να κάνει τον δικό του σχεδιασμό στις μετακινήσεις του έχοντας έτσι μία αίσθηση μεγαλύτερης ελευθερίας στις διακοπές του¹⁰.

1.4.3. Οικονομικοί παράγοντες

Η μεγάλη οικονομική ανάπτυξη που συντελέστηκε μεταπολεμικά είχε σαν αποτέλεσμα την αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος και τη δημιουργία μιας νέας κοινωνικής κατηγορίας πολιτών, της μεσαίας τάξης. Οι πολίτες αυτοί αφού κάλυπταν τις βασικές τους ανάγκες είχαν τη δυνατότητα να αποταμιεύσουν χρήματα και να καταναλώσουν μέρος αυτών σε δραστηριότητες αναψυχής. Παράλληλα με την αύξηση του εισοδήματος παρατηρήθηκε έντονα η τάση για κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών τα οποία θεωρούνταν σημάδια κοινωνικής ανόδου και οικονομικής άνεσης. Ένα τέτοιο αγαθό ήταν και ο τουρισμός. Επίσης με την είσοδο της γυναίκας στην παραγωγική διαδικασία πολλές ήταν οι οικογένειες με δύο εισοδήματα γεγονός που συνέβαλε στην ευκολότερη διάθεση χρημάτων σε αγαθά όπως ο τουρισμός. Επιπλέον, προκειμένου να διευκολυνθούν οι τουριστικές

¹⁰ Τσάρτας, Π., (1996), *Τουρίστες Ταξίδια Τόποι, Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, εκ. ΕΞΑΝΤΑΣ, Αθήνα, σελ28

μετακινήσεις δόθηκαν κίνητρα όπως η ταξιδιωτική ασφάλιση, οι πιστωτικές κάρτες και η ευκολία μετατροπής συναλλάγματος¹¹.

1.4.4. Ο τρόπος ζωής στα αστικά κέντρα

Η οικονομική ευμάρεια που πρόσφεραν οι μεγαλουπόλεις είχε ένα σημαντικό τμήμα το οποίο έδωσε ώθηση στις τουριστικές μετακινήσεις. Η μεγάλη συσσώρευση εργαζομένων στα αστικά κέντρα σε συνδυασμό με την άναρχη ανοικοδόμηση προκειμένου να καλυφθούν οι αυξημένες ανάγκες στέγασης οδήγησαν στην υποβάθμιση της ποιότητας ζωής των πολιτών. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να δημιουργείται η ανάγκη απόδρασης των κατοίκων που ζούσαν στις μεγαλουπόλεις και τις βιομηχανικές περιοχές και να αναζητούν τουριστικούς προορισμούς που πρόσφεραν χαλάρωση και περισσότερη επαφή με το φυσικό περιβάλλον. Με αυτά τα δεδομένα ο τουρισμός αποκτά σταδιακά "αναγκαστικό" χαρακτήρα για τους κατοίκους των πόλεων οι οποίοι χρησιμοποιούν την ετήσια άδεια, τα σαββατοκύριακα και τις αργίες προκειμένου να ξεφύγουν από το πιεστικό περιβάλλον της καθημερινότητας¹².

1.5. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι διακρίσεις του τουρισμού είναι πολλές και εξαρτώνται από τα στοιχεία με βάση τα οποία γίνεται η διάκριση. Έτσι έχουμε τις εξής κατηγορίες:

1.5.1. Γεωγραφική και διοικητική άποψη:

Με βάση το στοιχείο της ύπαρξης δυο διαφορετικών τόπων έχουμε την διάκριση του τουρισμού στην μετακίνηση μέσα στην επικράτεια μιας χώρας και στην μετακίνηση έξω από αυτή.

Με βάση τη διάκριση αυτή προκύπτουν οι εξής κατηγορίες:

¹¹ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π.,(1999), *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, εκ.INTERBOOKS, Αθήνα, σελ186

¹² Τσάρτας, Π., (1996), *Τουρίστες Ταξίδια Τόποι, Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, εκ. ΕΞΑΝΤΑΣ, Αθήνα, σελ34

- ✚ Εγχώριος τουρισμός (domestic tourism): ο τουρισμός των κατοίκων μίας χώρας όταν ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής
- ✚ Εξερχόμενος τουρισμός (outbound tourism): αφορά στους μόνιμους κατοίκους μίας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν σε μία άλλη χώρα
- ✚ Εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism): ο τουρισμός των αλλοδαπών οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα
- ✚ Διεθνής τουρισμός (international tourism): το σύνολο του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού.
- ✚ Εσωτερικός τουρισμός (internal tourism): το σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού
- ✚ Εθνικός τουρισμός: (national tourism): το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού¹³.

1.5.2. Από άποψη τουριστικού πλήθους:

Ο τουρισμός ανάλογα με το αν συμμετέχει ένα άτομο ή οικογένεια σε σχέση με την μετακίνηση ομάδας ατόμων διακρίνεται σε μεμονωμένο - ατομικό τουρισμό και σε μαζικό -ομαδικό τουρισμό.

- ✚ Μεμονωμένος ή ατομικός τουρισμός: Η μορφή αυτή του τουρισμού είναι η πρώτη μορφή που συναντάμε στην ιστορία της τουριστικής διαδικασίας και η πλέον διαδεδομένη μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του '70. Η μετακίνηση γίνεται από ένα άτομο ή μια οικογένεια οι οποίοι αναλαμβάνουν την οργάνωση και την μετακίνηση τους.
- ✚ Μαζικός ή ομαδικός τουρισμός: Η πλέον διαδεδομένη μορφή τουριστικής μετακίνησης στην σημερινή τουριστική πραγματικότητα που καλύπτει σε ποσοστό το 80%-85% των μετακινούμενων τουριστών σε παγκόσμιο επίπεδο. Είναι η μετακίνηση που γίνεται από ομάδα ατόμων με βάση ένα προκαθορισμένο πρόγραμμα όσον αφορά την διάρκεια ή τις περιοχές και το κόστος του.¹⁴ Τα μεταφορικά μέσα που

¹³ Λαγός, Δ., (2005), *Τουριστική Οικονομική*, εκ. ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ, Αθήνα, σελ. 42 - 43

¹⁴ Κολτισδόπουλος, Γ., (2001), *Τουρισμός: Θεωρητική προσέγγιση*, εκ. ΕΛΛΗΝ, Αθήνα, σελ.33

χρησιμοποιούνται είναι μαζικής μεταφοράς που τις περισσότερες φορές δεν ακολουθούν τα τακτικά δρομολόγια.

1.5.3. Από άποψη μορφής (σκοπού ή λόγου):

Ο σκοπός ή ο λόγος της τουριστικής μετακίνησης θα πρέπει να είναι τουριστικός σύμφωνα με τους ορισμούς που έχουν δοθεί. Στην περίπτωση που ο βασικότερος σκοπός τουριστικής μετακίνησης είναι η ψυχαγωγία και η αναψυχή τότε μιλάμε για την κλασική μορφή που καθορίζει την τουριστική μετακίνηση που για τον περισσότερο κόσμο αφορά τον τουρισμό των διακοπών.

- ✚ Κλασική μορφή τουρισμού (μαζικός τουρισμός): Η διάκριση αυτή αναφέρεται στον τουρισμό για διακοπές χαλάρωσης, ξεκούρασης και διασκέδασης. Επίσης περιλαμβάνει επισκέψεις σε τουριστικά αξιοθέατα όπως το φυσικό - τεχνητό περιβάλλον και τα πολιτιστικά μνημεία. Η συμμετοχή σε αυτή την μορφή του τουρισμού είναι και η μεγαλύτερη και συντελείται περισσότερο κατά την καλοκαιρινή περίοδο και λιγότερο κατά την χειμερινή. Ο τουρισμός των διακοπών ή μαζικός τουρισμός έρχεται πρώτος στις προτιμήσεις των τουριστών.
- ✚ Εναλλακτικός τουρισμός: Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί τμήμα των ειδικών μορφών τουρισμού, και χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη ενός ειδικού κινήτρου σε επίπεδο ζήτησης και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής σε επίπεδο προσφοράς. Με τον εναλλακτικό τουρισμό (alternative tourism), οι άνθρωποι αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών, ο οποίος συνδέεται με την προστασία της τοπικής κουλτούρας, την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος αλλά και με την αποφυγή της χρήσης υπηρεσιών οργανωμένου μαζικού τουρισμού.
- ✚ Τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων: Πρόκειται για τις μετακινήσεις οι οποίες έχουν σαν βασικό κίνητρο τα ειδικά ενδιαφέροντα των

ατόμων που τις πραγματοποιούν, όπως είναι η ενασχόληση με τα σπορ, η φυσιολατρία, η ανάγκη για υπηρεσίες υγείας κ.α.¹⁵.

1.6. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ

Ο ορισμός του «ταξιδιώτη» (traveller) από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ξεφεύγει από την έννοια του Επισκέπτη (περιηγητή) και κάνει διαχωρισμό μεταξύ του «τουρίστα» και του «εκδρομέα».

«Ταξιδιώτης» είναι κάθε άτομο που πραγματοποιεί ένα ταξίδι για οποιοδήποτε σκοπό, εκτός από την εργασία, μεταξύ δύο ή περισσότερων προορισμών, είτε αυτοί είναι στο εσωτερικό της χώρας διαμονής του (εγχώριος ταξιδιώτης) είτε στην αλλοδαπή (διεθνής ταξιδιώτης).

Μια υποκατηγορία του ταξιδιώτη είναι ο «επισκέπτης» ο οποίος διαχωρίζεται από τον πρώτο με βάση τη χρονική διάρκεια παραμονής στον τόπο που επισκέπτεται. Έτσι, «επισκέπτης» είναι κάθε άτομο που μετακινείται σε ένα άλλο τόπο από αυτόν που κατοικεί μόνιμα για οποιοδήποτε σκοπό, εκτός από την εργασία, και για χρονικό διάστημα μικρότερο των 12 μηνών. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν : 1) «ο εγχώριος επισκέπτης», δηλαδή κάθε άτομο που ταξιδεύει σε ένα μέρος εντός των ορίων της χώρας διαμονής του και 2) «ο διεθνής επισκέπτης», εκείνος που επισκέπτεται μια χώρα διαφορετική από τη χώρα μόνιμης κατοικίας του.

Ο όρος «επισκέπτης» περιλαμβάνει δύο υποκατηγορίες ταξιδιωτών, τον «τουρίστα» και τον «εκδρομέα».

Τουρίστας είναι ο προσωρινός επισκέπτης που διαμένει τουλάχιστον 24 ώρες σε κάποιο κατάλυμα που βρίσκεται στον τόπο τον οποίο επισκέπτεται και οι σκοποί της μετακίνησής του μπορεί να είναι οι εξής:

- ✚ Διακοπές και αναψυχή, οι σπουδές, λόγοι υγείας, θρησκευτικοί λόγοι, επίσκεψη σε συγγενείς ή φίλους, η συμμετοχή σε αθλητικές εκδηλώσεις, η προσωρινή παραμονή κ.α.

¹⁵ Λαγός, Δ., (2005), *Τουριστική Οικονομική*, εκ. ΚΡΙΤΙΚΗ, Αθήνα, σελ.62

- ✚ Επαγγελματική και επιχειρηματική δραστηριότητα όπως είναι η σύναψη επαγγελματικών συμφωνιών, συμμετοχή σε εκθέσεις, σεμινάρια, συνέδρια, επιστημονικές ανακοινώσεις κ.α.
- ✚ Άλλες δραστηριότητες όπως σπουδές, θεραπεία, θρησκεία κ.α.

Οι τουρίστες διαχωρίζονται σε «Αλλοδαπούς Τουρίστες», εάν επισκέπτονται άλλη χώρα από αυτήν που κατάγονται και ζουν, και «Ημεδαπούς Τουρίστες» εάν οι τουριστική τους δραστηριότητα αναπτύσσεται εντός της χώρας που κατοικούν και εργάζονται μόνιμα.

Όσον αφορά τον εκδρομέα ή επισκέπτη της ίδιας ημέρας, είναι ο προσωρινός επισκέπτης που μένει λιγότερο από 24 ώρες στον τόπο που επισκέπτεται και δεν διαμένει σε κάποιο κατάλυμα. Παραδείγματα τέτοιων ταξιδιωτών είναι οι επιβάτες και τα πληρώματα των κρουαζιερόπλοιων.

Τέλος υπάρχουν κάποιες κατηγορίες ταξιδιωτών που δεν ανήκουν ούτε στους τουρίστες ούτε στους εκδρομείς. Αυτοί είναι οι διασυνοριακοί εργαζόμενοι, οι προσωρινοί επιβάτες, οι πρόσφυγες, τα μέλη των ενόπλων δυνάμεων, οι διπλωμάτες και οι προσωρινοί μετανάστες. Πολλοί από τους πολίτες αυτούς μπορεί να μένουν αρκετούς μήνες σε μια χώρα κάνοντας χρήση των παρεχόμενων υπηρεσιών και, παρόλο που δεν συμπεριλαμβάνονται στις τουριστικές στατιστικές, αποτελούν έτσι μια κατηγορία «εν δυνάμει τουριστών» με σημαντικά οικονομικά οφέλη για τις περιοχές που τους φιλοξενούν¹⁶.

1.7 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ

Με τον όρο «τουριστικά κίνητρα», εννοούνται όλες οι τάσεις που παρακινούν τους ανθρώπους να ταξιδέψουν και να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες και επιθυμίες. Είναι συνήθως εξαρτημένα από τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού που προσφέρει ο τουριστικός προορισμός, καθώς επίσης και την όλη οργάνωση της σύνδεσης του τόπου υποδοχής των τουριστών με τον τόπο προέλευσής τους.

¹⁶ Λαγός, Δ., (2005), *Τουριστική Οικονομική*, εκ. ΚΡΙΤΙΚΗ, Αθήνα, σελ. 43-47

Τα τουριστικά κίνητρα μπορούμε να τα χωρίσουμε σε τέσσερις βασικές κατηγορίες α) φυσικά και κλιματολογικά κίνητρα, β) πολιτιστικά κίνητρα γ) οικονομικά κίνητρα και 4) ψυχολογικά κίνητρα.

1.7.1. Φυσικά κλιματολογικά κίνητρα:

Πρόκειται για τις φυσικές – κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε ένα προορισμό οι οποίες αποτελούν παράγοντα έλξης για τους τουρίστες. Χαρακτηριστικά περιοχών όπως είναι η ηλιοφάνεια, το χιόνι, η θάλασσα, η μορφολογία του εδάφους κ.α., έχουν καθοριστικό ρόλο στην λήψη της απόφασης ενός ταξιδιού, ενώ καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό και την επιλογή του τουριστικού προορισμού. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του τουρισμού παραχείμασης. Πρόκειται για μια μορφή τουριστικής μετακίνησης από περιοχές με έντονες χειμερινές συνθήκες, σε χώρες με πιο ήπιο κλίμα, ενώ πραγματοποιείται συνήθως από άτομα τρίτης ηλικίας.

1.7.2. Πολιτιστικά κίνητρα

Πρόκειται για όλα τα στοιχεία που αποτελούν την πολιτιστική κληρονομία ενός προορισμού και γίνονται αντικείμενο θαυμασμού. Τέτοια είναι τα ιστορικά μνημεία, τα μουσεία, τα μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς, η λαϊκή τέχνη κ.α.. Ωστόσο στις μέρες μας τα κίνητρα αυτά ασκούν λιγότερη επιρροή ιδιαίτερα στους ταξιδιώτες του μαζικού τουρισμού.

1.7.3. Οικονομικά κίνητρα

Στην κατηγορία αυτή ανήκουν όλα τα οικονομικά δεδομένα τα οποία συνθέτουν μια τουριστική μετακίνηση όπως είναι το κόστος ζωής στον τόπο προορισμού, το κόστος μετακίνησης, το συνολικό κόστος του τουριστικού πακέτου κ.α.. Ο παράγοντας αυτός επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό των μεγαλύτερο όγκο τουριστών όπου είναι οι νέοι, οι μεσαίες και μικρές εισοδηματικές τάξεις.

1.7.4. Ψυχολογικά κίνητρα

Τα κίνητρα αυτά προκύπτουν από την έμφυτη ανάγκη του ανθρώπου για φυγή και αναζήτηση του νέου και διαφορετικού. Επιπλέον, η πίεση της καθημερινότητας γεννά την ανάγκη για αλλαγή παραστάσεων και μετάβαση σε ένα διαφορετικό περιβάλλον όπου οι ρυθμοί είναι πιο χαμηλοί. Οι εργαζόμενοι

αντιμετωπίζουν τις τουριστικές μετακινήσεις σαν μια διέξοδο από το άγχος που αντιμετωπίζουν καθημερινά και σαν ευκαιρία να ανακτήσουν νοητικές και σωματικές τους δυνάμεις¹⁷.

Συνήθως η διαδικασία της τουριστικής μετακίνησης και η επιλογή ενός τόπου προορισμού δεν είναι αποτέλεσμα ενός και μόνου κινήτρου, αλλά συνδυασμός περισσοτέρων. Για τους τουρίστες που κινούνται μαζικά αρχίζει να διαφαίνεται ότι ο τουρισμός παύει να είναι πράξη ανθρωπίνης ελευθερίας αλλά πράξη καταναγκασμού, αφού είναι βέβαιο ότι οι tour operators κατευθύνουν τη ροή του διεθνούς τουριστικού ρεύματος εκεί που αυτοί θέλουν κι όπου εξυπηρετούνται καλύτερα τα οικονομικά τους συμφέροντα.¹⁸

¹⁷ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π.,(1999), *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, εκ.INTERBOOKS, Αθήνα, σελ.57

¹⁸ <http://pclab.arch.ntua.gr/omoioma/margioula/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1 ΤΑΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η ελληνική αγορά τουρισμού είναι μία από τις πιο γρήγορα αναπτυσσόμενες αγορές τα τελευταία είκοσι χρόνια όχι μόνο στην Ευρώπη αλλά και στον κόσμο αφού η Ελλάδα κατατάσσεται μέσα στους 20 κορυφαίους προορισμούς, στον κόσμο και στους δέκα κορυφαίους προορισμούς μέσα στην Ευρώπη από άποψη όγκου κρατήσεων και τουριστικών εισπράξεων.

2.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ

Ο Ελληνικός Τουρισμός στην διάρκεια των τελευταίων ετών συμβάλει θετικά στους κρίσιμους δείκτες της οικονομίας της χώρας μας. Σημαντικά μεγέθη τουριστικής ζήτησης όπως 15.9 εκατομμύρια αφίξεις τουριστών το 2008 και περίπου 65 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις ημεδαπών και αλλοδαπών δείχνουν ότι ο Ελληνικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από βιωσιμότητα και προοπτική ανάπτυξης. Το 2006 είναι το δεύτερο συνεχές καλό τουριστικό έτος στην μεταολυμπιακή περίοδο. Το 2005, ήταν η αρχή μιας έντονα ανοδικής πορείας έπειτα από μια πενταετία ύφεσης σε επίπεδο τουριστικών εισπράξεων. Το πρώτο έτος ανακάμψεως συνοδεύθηκε από επιτάχυνση του ρυθμού αύξησεως το 2006 καθώς οι εισπράξεις ενισχύθηκαν κατά 5,85% σε σχέση με το 2005.. Η πολύ καλή επίδοση του τουριστικού τομέα κατά την διετία 2005-2006 έχει προσδιορισθεί από εσωτερικούς παράγοντες, όπως είναι η προβολή και διαφήμιση, αλλά και η αναβάθμιση των υποδομών. Σίγουρα όμως πρέπει να παραδεχτούμε ότι μεγάλο ρόλο έπαιξε το θετικό κλίμα που δημιουργήθηκε από την επιτυχή διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων. Επιπλέον, η αύξηση αυτή οφείλεται και σε εξωγενείς παράγοντες όπως τρομοκρατικές ενέργειες και πόλεμοι σε άλλες χώρες. Ωστόσο η οικονομική κρίση που άρχισε να πλήττει την παγκόσμια οικονομία από το 2007 δεν άφησε ανεπηρέαστο τον ελληνικό τουρισμό. Το 2009 ήταν μια έντονα πτωτική χρονιά καθώς σημειώθηκε σημαντική μείωση των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών κατά 6,43%, το οποίο αποτελεί το μεγαλύτερο αρνητικό ποσοστό από το 2000.

2.2.1. Ο Δείκτης Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας.

Σύμφωνα με το Δελτίο Ανταγωνιστικότητας που εξέδωσε ο ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων) το Μάρτιο του 2009 η Ελλάδα έχει μια μέτρια επίδοση στην ανταγωνιστικότητα του τουριστικού τομέα.

Σύμφωνα με το World Economic Forum:

– Η Ελλάδα κατατάσσεται στην 24η θέση στη συνολική κατάταξη 133 χωρών σε επίπεδο Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας.

– Τις πρώτες θέσεις καταλαμβάνουν χώρες υψηλού εισοδήματος με ανεπτυγμένο επιχειρηματικό περιβάλλον, ευνοϊκό ρυθμιστικό πλαίσιο, σύγχρονες υποδομές και επαρκείς ανθρώπινους και φυσικούς πόρους παρά τις υψηλές τιμές για το τουριστικό προϊόν τους.

Ο Δείκτης Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας αναπτύχθηκε από το WEF και χρησιμοποιείται πρώτη φορά το 2007. Στόχος αυτού του δείκτη είναι να μετρηθούν οι παράγοντες και οι πολιτικές που καθιστούν ελκυστική την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα μεταξύ διαφορετικών χωρών. Επιπλέον, η σχετική έκθεση του WEF με τίτλο «The Travel and Tourism Competitiveness Report» έχει σκοπό να αναλύσει νέα ερωτήματα και παραμέτρους αναφορικά με την ταξιδιωτική και τουριστική ανταγωνιστικότητα όπως την ποιότητα του μάρκετινγκ των χωρών προορισμού και την προτεραιότητα των κυβερνήσεων στον τομέα του τουρισμού. Ο Δ.Τ.Τ.Α. σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να θεωρηθεί σαν πίνακας βαθμολογίας ενός παγκόσμιου «τουριστικού πρωταθλήματος», αλλά σαν μια προσπάθεια η οποία επισημαίνει περιοχές ενδιαφέροντος που μπορούν να βελτιωθούν σε κάθε χώρα ώστε να την καταστήσουν ανταγωνιστικότερη στον τουριστικό τομέα. Επιπλέον, η αξιολόγηση των στοιχείων του δείκτη θα πρέπει να γίνεται πολύ προσεκτικά καθώς οι χώρες που συγκρίνονται βρίσκονται σε διαφορετικές φάσεις ανάπτυξης και οι τουριστικές οικονομίες τους σε διαφορετικά σημεία του κύκλου ζωής τους.

Μερικά από τα στοιχεία που διαμορφώνουν το δείκτη ανταγωνιστικότητας, στα οποία η Ελλάδα έχει υψηλές θέσεις, είναι οι

υπηρεσίες υγιεινής και η πρόσβαση σε αυτές, η ασφάλεια, η διαθεσιμότητα τουριστικών υποδομών (π.χ. ξενοδοχεία) και η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά. Στον αντίποδα η Ελλάδα υστερεί έναντι των ανταγωνιστών της στο γενικό ρυθμιστικό πλαίσιο – μη ευνοϊκή νομοθεσία για ξένες επενδύσεις, καμποτάζ για τα κρουαζιερόπλοια (το οποίο καταργήθηκε μόλις το Μάιο του 2010) και η μέχρι πρότινος μεγάλη δυσκολία χορήγησης βίζας σε πολίτες από χώρες όπως η Ρωσία και η Κίνα. Σημαντικό μειονέκτημα παρατηρείται και στον τομέα των ανθρώπινων πόρων καθώς, παρόλη την προσπάθεια που γίνεται τα τελευταία χρόνια στον τομέα της τουριστικής εκπαίδευσης, υπάρχει σημαντική έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού. Τέλος, η χώρα μας υστερεί σε έργα ανωδομής όπως είναι οι οδικές και αεροπορικές μεταφορές, καθαριότητα, διαχείριση απορριμμάτων κ.λπ.¹⁹. Επομένως, η τουριστική ανταγωνιστικότητα εξαρτάται, σε μεγάλο βαθμό, από παράγοντες οι οποίοι σε καμία περίπτωση δεν μπορούν να θεωρηθούν άμεσα τουριστικοί. Οι υψηλές τιμές στον συγκεκριμένο δείκτη είναι απόρροια συνολικής κυβερνητικής δράσης και συντονισμού με την ιδιωτική πρωτοβουλία και δεν περιορίζονται στα πλαίσια του Υπουργείου Τουρισμού ή σε όσους δραστηριοποιούνται άμεσα στο εγχώριο τουριστικό κύκλωμα.

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία του 2009 σε σχέση με τους άμεσους ανταγωνιστές της, η Ελλάδα υστερεί έναντι της Ισπανίας (6η), της Κύπρου (21η) και της Πορτογαλίας (17η), ενώ υπερτερεί έναντι της Κροατίας (34η), της Τουρκίας (56η) και της Αιγύπτου (64η).²⁰

Ωστόσο, σε επίπεδο πραγματικών αφίξεων και τουριστικών εισπράξεων το 2009 η Ελλάδα βρισκόταν στην 16^η και 15^η θέση αντίστοιχα με 14,9 εκατομμύρια αφίξεις αλλοδαπών τουριστών και 10,4 δις ευρώ εισπράξεις. Στους συγκεκριμένους δείκτες, για το ίδιο έτος, υστερεί έναντι της Τουρκίας η οποία είχε 25,5 εκατομμύρια αφίξεις κατέχοντας την 7^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη και την 9^η θέση σε επίπεδο τουριστικών εισπράξεων.²¹ Η γειτονική χώρα έχει σημειώσει μια έντονα ανοδική πορεία από το 2000 χαράζοντας μια πετυχημένη τουριστική πολιτική, ενώ κατόρθωσε από το 2003 και έπειτα να

¹⁹ Σοφία Ξεζωνάκη Αγρ. ΜΑΡΤΙΟΣ 2009. Διπλωματική Εργασία: «ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ».

²⁰ <http://www.sete.gr/default.php?pname=Statistics&la=1&cat=56>

²¹ <http://www.foodzine.gr/home/2009-2.html>

αφήσει πίσω τη χώρα μας σε αφίξεις και εισπράξεις. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός, το οποίο προκύπτει από τις στατιστικές αναλύσεις του 2009, ότι η Τουρκία ήταν η μόνη χώρα μεταξύ των προαναφερθέντων ανταγωνιστριών χωρών η οποία παρουσίαζε θετικό πρόσημο της τάξης του 1,5% σε επίπεδο αφίξεων σε σχέση με το προηγούμενο έτος, μία περίοδο με έντονα πτωτικές τάσεις σε παγκόσμιο επίπεδο, με τις άλλες χώρες της μεσογείου να έχουν απώλειες έως και 12,5% (Πορτογαλία)²². Η τεράστια αυτή βελτίωση που παρουσιάζει η Τουρκία έναντι στη χώρα μας αλλά και τους άλλους ανταγωνιστές δείχνει την εμπιστοσύνη των πελατών που την επισκέπτονται αλλά και την ικανοποίησή τους.

2.3. ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Ίσως η μεγαλύτερη συμβολή της τουριστικής ανάπτυξης βρίσκεται στον τομέα της απασχόλησης. Πέραν των θέσεων εργασίας που δημιουργούνται στον ίδιο τον τουριστικό τομέα, έχει αποδειχθεί ότι ευνοούνται και άλλοι τομείς, όπως οι κατασκευές, οι μεταφορές και το εμπόριο. Παρόλο που οι εξελίξεις στην τεχνολογία μειώνουν τις απαιτήσεις για εργατικό δυναμικό, η φύση της τουριστικής βιομηχανίας απαιτεί υψηλού επιπέδου ατομικές υπηρεσίες, οι οποίες δείχνουν να αυξάνονται αντί να μειώνονται από τις τεχνολογικές εξελίξεις. Ένα χαρακτηριστικό της απασχόλησης στον τουριστικό τομέα είναι ότι παρέχει εργασία στις εργασιακά ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού που είναι οι γυναίκες, οι νέοι, οι οικονομικοί μετανάστες, και άτομα με χαμηλότερο επίπεδο εξειδίκευσης.

Την τελευταία 20ετία η αύξηση της απασχόλησης στην τουριστική οικονομία ήταν 87% έναντι 9,2% της συνολικής απασχόλησης και μείωσης 15% στην μεταποίηση. Πρόσφατη μελέτη του ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων) υπολογίζει τη συνολική απασχόληση στον τουρισμό στις 809.000 (με άμεση πλήρη απασχόληση 255.308, με άμεση μερική απασχόληση 89.358 και με έμμεση απασχόληση 464.196). Ωστόσο ιδιαίτερες δυσκολίες παρουσιάζει ο ακριβής καθορισμός του αριθμού των εργαζομένων

²² <http://www.3comma14.gr/pi/?survey=3962>

στον κλάδο του Τουρισμού, λόγω του υψηλού βαθμού της εποχιακού χαρακτήρα τουριστικής δραστηριότητας, της πληθώρας των μικρών επιχειρήσεων, του μεγάλου αριθμού «παράνομων επιχειρήσεων» στον κλάδο, του σημαντικού αριθμού απασχόλησης αλλοδαπών εργατών, της «μαύρης» εργασίας, της πολυμορφίας των ευέλικτων εργασιακών σχέσεων στον κλάδο κλπ. Ο τουριστικός τομέας είναι πρόσφορος για χρησιμοποίηση της μισθωτής εργασίας με ελαστικές εργασιακές σχέσεις. Χαρακτηριστική είναι η πρόταση που περιλαμβάνεται στην προαναφερόμενη μελέτη του ΣΕΤΕ: «Η πολιτική απασχόλησης για τον Τουρισμό πρέπει να στοχεύει στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας του κλάδου και να εισάγει σημαντικό βαθμό ευελιξίας και κατάλληλης εκπαίδευσης στο διαθέσιμο ανθρώπινο δυναμικό».

Από την τουριστική δραστηριότητα προκύπτουν τρεις κύριοι τύποι απασχόλησης που είναι οι εξής:

2.3.1. Η άμεση απασχόληση.

Αυτός ο τύπος απασχόλησης σχετίζεται με τον κυρίως τουριστικό τομέα και περιλαμβάνει όλα τα άτομα που εργάζονται στα τουριστικά καταλύματα, τα μεταφορικά μέσα, τα εστιατόρια και κέντρα αναψυχής, τη διοίκηση του τουρισμού, τα καταστήματα τουριστικών ειδών και λαϊκής τέχνης, τα γραφεία ταξιδιών, τα γραφεία ξεναγών κλπ. Ο μεγάλος όγκος της άμεσης απασχόλησης αφορά στα κύρια τουριστικά καταλύματα. Οι παράγοντες που επηρεάζουν τον αριθμό των άμεσα απασχολουμένων στα κύρια τουριστικά καταλύματα είναι οι ακόλουθοι:

- ✚ Ο τύπος του τουριστικού καταλύματος.
- ✚ Η κατηγορία του τουριστικού καταλύματος.
- ✚ Η δυναμικότητα του τουριστικού καταλύματος.
- ✚ Η περιοχή και ο τόπος εγκατάστασης.
- ✚ Η ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών.
- ✚ Τα χαρακτηριστικά της χώρας υποδοχής, όπως το επίπεδο των μισθών και η ισχύουσα τουριστική πολιτική.

2.3.2. Η έμμεση απασχόληση .

Αφορά τις επιχειρήσεις που προμηθεύουν τον τουριστικό τομέα με τα αγαθά και τις υπηρεσίες που έχει ανάγκη. Ως εκ τούτου, θεωρούνται ως έμμεση απασχόληση οι θέσεις εργασίας που οφείλονται στην τουριστική δραστηριότητα και ανήκουν στον κλάδο των κατασκευών, της χειροτεχνίας, της γεωργίας κλπ. Οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται στον κλάδο των κατασκευών θεωρούνται οι πιο πολυάριθμες (τουριστικά καταλύματα, μαρίνες, συνεδριακά κέντρα κλπ.).

2.3.3. Η απορρέουσα απασχόληση.

Προέρχεται από τις δαπάνες των διεθνών τουριστών, οι οποίες δημιουργούν πρόσθετα εισοδήματα στον τοπικό πληθυσμό που εμπλέκεται άμεσα στην τουριστική δραστηριότητα. Συνεπώς, υπάρχει ανάπτυξη και δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας οι οποίες αποσκοπούν να ικανοποιήσουν τις νέες ανάγκες που εμφανίστηκαν χάρη στον τουρισμό (δημόσιες υπηρεσίες, υγεία, εκπαίδευση, κλπ.).²³

Η τουριστική απασχόληση μέσα από τους τομείς τουριστικής δραστηριότητας και τους παράγοντες που την συνθέτουν εστιάζεται σε τρεις βασικούς τομείς:

1. Στη διαμονή – διατροφή (που περιλαμβάνει τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια, camping, καταλύματα εν γένει).

2. Στη μεταφορά – διακίνηση (τουριστικά – ταξιδιωτικά γραφεία, κρουαζιερόπλοια, πλοία, αεροπορική και οδική μεταφορά, tour operators, κλπ.)

3. Αναψυχή και συναφείς υπηρεσίες (υπηρεσίες αναψυχής, χώροι αθλητικών εκδηλώσεων, μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι, κλπ.).

Εάν εξαιρεθεί η πρώτη κατηγορία οι άλλες δύο αφορούν έμμεσα και όχι άμεσα τον τομέα του τουρισμού.

²³ Σολωμού, Π., (2008), *Οι Μορφές Απασχόλησης στα Τουριστικά Επαγγέλματα στο Νομό Κεφαλληνίας*, Αθήνα
Αναρτημένο από <http://library.panteion.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/963/1/solomou.pdf>

Διαπιστώνεται ότι οι πλέον σημαντικές δυνατότητες απασχόλησης προσφέρονται στα ξενοδοχεία, στα ταξιδιωτικά γραφεία, στα κρουαζιερόπλοια και τα κάμπινγκ, στα μέσα μεταφοράς και στα κλαμπ αναψυχής. Η εργασία στον τουρισμό περιλαμβάνει μια ευρεία γκάμα τομέων και δραστηριοτήτων. Αυτή η γκάμα εμπεριέχει επαγγελματικές δραστηριότητες που καλύπτουν διαφορετικά επίπεδα, διαπίστωση που πιστοποιεί τη διαφορετικότητα των επαγγελματιών και την αδυναμία γενικεύσεων για το τουριστικό επάγγελμα.

Από τα παραπάνω προκύπτει η διαπίστωση ότι όσο μεγαλύτερη είναι η εξάρτηση μιας χώρας ή μιας περιοχής από τον τουρισμό τόσο μεγαλύτερες είναι και οι επιδράσεις της τουριστικής κίνησης στην απασχόληση.

Η έρευνα γύρω από τον τουρισμό και την απασχόληση μας επιτρέπει να κάνουμε τις εξής παρατηρήσεις:

Η τουριστική δραστηριότητα, εκτός των άλλων, χαρακτηρίζεται και ως εντάσεως εργασίας καθώς η παραγωγική διαδικασία στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στις υπηρεσίες που παρέχει το ανθρώπινο δυναμικό που απασχολείται σε αυτήν. Επίσης, υπάρχουν μορφές τουριστικής ανάπτυξης που είναι περισσότερο εντάσεως εργασίας (π.χ μαζικός τουρισμός) και άλλες λιγότερο (π.χ.θρησκευτικός τουρισμός, οικοτουρισμός, τουρισμός περιπέτειας) με αποτέλεσμα ο βαθμός επιρροής του τουρισμού στην απασχόληση σε μία περιοχή να εξαρτάται από τον τύπο της τουριστικής δραστηριότητας που αναπτύσσεται σε αυτήν.

Επιπλέον η εργασία στον τουρισμό απαιτεί ένα μεγάλο όγκο εργαζομένων με μικρή ή μεσαία εξειδίκευση. Ιδιαίτερα στον ξενοδοχειακό κλάδο υπάρχει ελάχιστος χώρος για απασχόληση διοικητικού προσωπικού ή προσωπικού με υψηλό βαθμό ειδίκευσης στον τουρισμό, ενώ συχνά οι θέσεις αυτές καλύπτονται από άτομα τα οποία δεν προέρχονται από την περιοχή υποδοχής των τουριστών. Η δημιουργία μεγάλου αριθμού θέσεων εργασίας που προκύπτουν από τον τουρισμό έχει σαν αποτέλεσμα να απασχολείται σημαντικός αριθμός εργαζομένων από διαφορετικούς οικονομικούς κλάδους, ειδικά στις αγροτικές περιοχές. Επίσης απασχολούνται άτομα που δεν ανήκουν επίσημα στον οικονομικά ενεργό πληθυσμό (π.χ. συνταξιούχοι, φοιτητές), με αποτέλεσμα να μην μπορεί να καταγραφεί ο ακριβής βαθμός

επίδρασης του τουρισμού στην απασχόληση. Παράλληλα, οι έρευνες γύρω από την τουριστική απασχόληση συμπεριλαμβάνουν μόνο τους απασχολούμενους στην τουριστική βιομηχανία και λιγότερο ή καθόλου τους αυτοαπασχολούμενους και τους εργοδότες. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την ετερογένεια του τουριστικού τομέα, δηλαδή τις πολυάριθμες δραστηριότητες που σχετίζονται με αυτόν, καθιστά ανέφικτο τον υπολογισμό του πραγματικού αριθμού των εργαζομένων. Επομένως δεν υπάρχει σαφής προσδιορισμός της αναλογίας μεταξύ των εσόδων από τον τουρισμό και των θέσεων απασχόλησης που πρέπει κατά περίπτωση να δημιουργούνται ώστε να υπάρχει μια ισορροπία.

Η θετική συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση και στη μείωση της ανεργίας είναι αναμφισβήτητη. Ωστόσο παρατηρούνται και ορισμένα αρνητικά στοιχεία τα οποία οφείλονται κυρίως στην ανάγκη συμπίεσης του κόστους εργασίας από τις επιχειρήσεις, καθώς οι αμοιβές του προσωπικού αποτελούν υψηλό ποσοστό των συνολικών δαπανών λειτουργίας.

Μερικές από τις πιο σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στην απασχόληση είναι οι εξής:

- ✚ Ολοένα αυξανόμενα ποσοστά εργαζομένων με καθεστώς μερικής απασχόλησης, ιδίως στα μεσαία και κατώτερα κλιμάκια, οι οικονομικές απαιτήσεις των οποίων είναι σχετικά χαμηλότερες.
- ✚ Χαμηλό επίπεδο κατάρτισης. Ένας μεγάλος αριθμός εργαζομένων κυρίως στα ξενοδοχεία στερούνται ειδίκευσης με αποτέλεσμα να επηρεάζεται αρνητικά η διαμόρφωση των μισθών αλλά και το επίπεδο των υπηρεσιών. Αρκετοί νέοι σε ηλικία, χωρίς εξειδίκευση δέχονται να εργαστούν με σχετικά χαμηλές αμοιβές, λόγω έλλειψης πείρας ή άλλων ευκαιριών για απασχόληση.
- ✚ Σε πολλές τουριστικές περιοχές παρατηρείται μια μονόπλευρη ανάπτυξη προς τον τουρισμό με αποτέλεσμα να παραγκωνίζονται άλλες μορφές οικονομικής δραστηριότητας. Τεράστιες εκτάσεις γης έχουν θυσιαστεί προκειμένου να ανοικοδομηθούν οι ξενοδοχειακές μονάδες και οι τουριστικές υποδομές. Έτσι, υποβαθμίζονται σημαντικά δραστηριότητες όπως η γεωργία και η κτηνοτροφία, οι οποίες αποτελούσαν ανέκαθεν σημαντικό πυλώνα

στήριξης τόσο για την περιφέρεια, όσο και για την ελληνική οικονομία γενικότερα. Η υποβάθμιση αυτή έχει σαν αποτέλεσμα οι απασχολούμενοι στους κλάδους αυτούς να αναζητούν εργασιακή διέξοδο στον τουρισμό με σχετικά περιορισμένες οικονομικές απαιτήσεις υπό το φόβο της ανεργίας.

- ✚ Μεγάλος αριθμός απασχολούμενων γυναικών πολύ μικρό όμως ποσοστό των οποίων κατέχει υπεύθυνες θέσεις. Είναι γνωστό ότι σε πολλές χώρες οι αμοιβές της γυναικείας εργασίας και δη της ανειδίκευτης είναι συγκριτικά χαμηλότερες.
- ✚ Ο εποχιακός χαρακτήρας που έχει ο τουρισμός σε πολλές περιοχές περιορίζει την δυνατότητα που έχει ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός να συμβάλει τα μέγιστα στην παραγωγική διαδικασία, καθώς ένα σημαντικό διάστημα κατά τη διάρκεια του έτους οι εργαζόμενοι στον τουρισμό μένουν χωρίς εργασία και συντηρούνται από το ταμείο ανεργίας. Το γεγονός αυτό επιβαρύνει επιπρόσθετα τα ταμεία του κράτους, ενώ παράλληλα επηρεάζει σημαντικά τους δείκτες ανεργίας ειδικά όταν η χώρα υποδοχής έχει μεγάλη εξάρτηση από τον τουρισμό.
- ✚ Παρατηρούνται υψηλά ποσοστά συμμετοχής οικονομικών μεταναστών στη συνολική απασχόληση με επισφαλή σχέση εργασίας, οι οποίοι συνήθως είναι διατεθειμένοι να εργαστούν και με συγκριτικά χαμηλότερες αμοιβές, ενώ σε αρκετές περιπτώσεις εργάζονται ανασφάλιστοι.
- ✚ Μεγάλος αριθμός απασχολούμενων κάτω από συνθήκες παραοικονομίας, που περιορίζουν το συνολικό εργατικό κόστος για τον εργοδότη.
- ✚ Οι εργαζόμενοι είναι αναγκασμένοι να υποστούν μακρά ωράρια εργασίας. Η ανάγκη για παροχή υπηρεσιών όλο σχεδόν το εικοσιτετράωρο στους πελάτες των ξενοδοχείων σε συνδυασμό με την έλλειψη προσωπικού, προκειμένου να μειωθεί το κόστος, επιβαρύνει τους εργαζόμενους με αρκετές ώρες επιπλέον εργασίας. Το πρόβλημα αυτό εμφανίζεται κυρίως στα μικρότερα καταλύματα οικογενειακού τύπου, καθώς στα μεγάλα ξενοδοχεία οι ανάγκες καλύπτονται από τις βάρδιες.

- ✚ Η φυσική κούραση που προκαλείται στους εργαζόμενους στα περισσότερα τμήματα των ξενοδοχείων είναι συχνά αναπόφευκτη. Πολλές φορές είναι αναγκασμένοι να υφίστανται επώδυνες ψυχικές και σωματικές καταστάσεις όπως υπερένταση, άγχος, μεταφορά βαρέων αντικειμένων, υψηλές θερμοκρασίες κ.α.
- ✚ Αρκετά είναι και τα ψυχολογικά εμπόδια που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι εργαζόμενοι στον τουριστικό κλάδο, τα οποία αφορούν συνήθως τη συμπεριφορά και τη στάση τους απέναντι σε δύσκολες καταστάσεις που προκύπτουν κατά τη διάρκεια της εργασίας τους. Το προσωπικό πρέπει να διαθέτει μεγάλα αποθέματα υπομονής και αυτοελέγχου, ενώ παράλληλα να επιδεικνύει συνεχώς ευχάριστη διάθεση. Επιπλέον ο τουριστικός τομέας απαιτεί διακριτικότητα, ευγένεια και ηρεμία στις περιπτώσεις διενέξεων που συχνά ο εργαζόμενος καλείται να αντιμετωπίσει²⁴.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, δεν μπορεί να παραβλεφθεί η θετική συμβολή του τουρισμού στην αντιμετώπιση της ανεργίας καθώς δημιουργεί νέες θέσεις πλήρους και μερικής απασχόλησης τόσο σε κλάδους άμεσα συνδεδεμένους με αυτόν, όσο και σε οικονομικές δραστηριότητες που επηρεάζονται έμμεσα από την τουριστική ανάπτυξη. Για παράδειγμα, μπορεί να παραμερίζονται δραστηριότητες όπως η αγροτική παραγωγή και η κτηνοτροφία ωστόσο ενισχύονται επαγγελματικές δραστηριότητες που ανήκουν στον κλάδο της κατασκευής και του εμπορίου, ή ακόμη επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής προώθησης (internet) σε τουριστικές επιχειρήσεις. Παρόλα αυτά δεν θα πρέπει να αγνοηθούν οι αρνητικές προεκτάσεις που αναφέρθηκαν πιο πάνω και να δημιουργηθούν συνθήκες εργασίας πιο ευνοϊκές, γεγονός που θα βοηθήσει στην άνοδο της απόδοσης των εργαζομένων και κατά συνέπεια στην αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η τουριστική βιομηχανία είναι περισσότερο εντάσεως εργασίας και λιγότερο εντάσεως κεφαλαίου. Αυτό σημαίνει ότι η ποιότητα του τουρισμού σε μια χώρα εξαρτάται σε μεγάλο

²⁴ Βαρβαρέσος, Α.,(2000), *Τουρισμός έννοιες, μεγέθη, δομές, η ελληνική πραγματικότητα*, εκδ. ΠΟΠΟΜΠΟΣ, Αθήνα , σελ.216-220

ποσοστό από το επίπεδο των υπηρεσιών που παρέχονται από τους εργαζόμενους.

2.4 ΤΟ "ΠΡΟΦΙΛ" ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο Ελληνικός τουρισμός λόγω της γεωπολιτικής θέσης της Ελλάδας, μέσα στην Ευρωπαϊκή ήπειρο, ήταν ευαίσθητος τόσο στις εσωτερικές πολιτικές εξελίξεις όσο και στις πολιτικές εξωτερικών σχέσεων της χώρας με τις γειτονικές χώρες και κυρίως με την Τουρκία. Η απουσία οργανωμένης και σταθερής εξωτερικής πολιτικής από τις ελληνικές κυβερνήσεις είχε την τελευταία δεκαετία αυξήσει την επιθετικότητα της τουρκικής πολιτικο-στρατιωτικής ηγεσίας απέναντι στην Ελλάδα. Η προσπάθεια της Τουρκίας να ανατρέψει το status quo στο Αιγαίο μέσα από ενέργειες έντασης έχουν δημιουργήσει πολλές φορές μειωτικές τουριστικές τάσεις ειδικά στα νησιά του Ανατολικού Αιγαίου. Δυστυχώς το κλίμα κακής γειτονίας που επικρατεί μεταξύ των δύο χωρών επηρεάζει και το αίσθημα ασφάλειας των τουριστών. Είναι χαρακτηριστικό ότι νησιά όπως η Χίος, Λέσβος, Κάλυμνος και Λήμνος λόγω της υπάρξεως ισχυρών στρατιωτικών δυνάμεων δεν υπάρχει δυνατότητα ανάπτυξης του τουρισμού στην περιοχή.

Σύμφωνα με μελέτη που εκπονήθηκε από το Διευθυντή Έρευνας του Ιδρύματος Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ), Καθηγητή Θεοδ. Παλάσκα σε σχέση με το ρόλο και τη προοπτική του τουρισμού στο νέο οικονομικό περιβάλλον η οποία παρουσιάστηκε στο club των Οικονομικών και Εμπορικών Ακολούθων στο Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών, υπογραμμίστηκε ο σπουδαίος ρόλος του τουρισμού στην εγχώρια οικονομία επισημαίνοντας ότι ο κλάδος προσφέρει στην Ελλάδα σημαντικές αναπτυξιακές δυνατότητες και αποτελεί παραδοσιακά μια σημαντική πηγή εσόδων, αφού βρίσκεται πρώτος σε σειρά ως τομέας παραγωγής της ελληνικής οικονομίας.

Το 2009 ο κλάδος του τουρισμού συμμετείχε με ποσοστό 15,2% στο ΑΕΠ, απασχολούσε το 18,5% του εργατικού δυναμικού και απέφερε εισπράξεις 10,4 δις. ευρώ²⁵.

Τα δυνατά σημεία του ελληνικού τουρισμού είναι:

- ✚ Η φυσική ομορφιά.
- ✚ Η ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά.
- ✚ Οι καλές κλιματολογικές συνθήκες.
- ✚ Οι πολλαπλές επιλογές προορισμού.
- ✚ Η καταξίωση της Ελλάδας ως σημαντικού ιστορικού τουριστικού προορισμού.

Οι σοβαρότερες αδυναμίες του ελληνικού τουρισμού είναι:

- ✚ Η μεγάλη εξάρτηση από τους tour operators.
- ✚ Η έντονη εποχικότητα.
- ✚ Η μεγάλη εξάρτηση από μικρό αριθμό αγορών (Ηνωμένο Βασίλειο και Γερμανία).
- ✚ Η ανεπάρκεια υποστηρικτικών δομών (γήπεδα γκολφ, συνεδριακά κέντρα κ.λπ.).
- ✚ Η απόσταση από τις χώρες προέλευσης (σε σχέση με τις ανταγωνίστριες όπως Ισπανία , Πορτογαλία, Ιταλία).
- ✚ Η ανεπαρκής προώθηση του συνόλου του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Η αναγνώριση της σπουδαιότητας της τουριστικής βιομηχανίας για την ανάπτυξη της εγχώριας οικονομίας αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση ώστε να πραγματοποιηθούν όλες οι απαιτούμενες κινήσεις ενίσχυσης του τουριστικού προϊόντος. Σημειώνεται ότι διαρκώς εντείνεται ο ανταγωνισμός που αντιμετωπίζει στο σύνολό του ο ελληνικός τουριστικός τομέας από άλλες χώρες (Τουρκία, Αίγυπτος, Τυνησία, Μαρόκο, Ρουμανία), οι οποίες δεν συγκαταλέγονται στις παραδοσιακά ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου (Ισπανία, Πορτογαλία, Ιταλία).

²⁵ <http://www.foodzine.gr/home/2009-2.html>

Η διαφημιστική δαπάνη, που αποτελεί σημαντική παράμετρο για την προσφορά του τουριστικού προϊόντος, στο σύνολο του προϋπολογισμού των εθνικών οργανισμών τουρισμού, στην Ελλάδα αντιπροσωπεύει μόλις το 18,7% έναντι 35,7% της Ιταλίας και 83,7% της Πορτογαλίας.

Η Γερμανία και η Βρετανία αποτελούν τις χώρες από όπου προέρχονται οι περισσότεροι τουρίστες, με 2,3 και 2,1 εκατομμύρια αφίξεις αντίστοιχα για το έτος 2009. Ακολουθούν με μεγάλη διαφορά η Γαλλία (931 χιλιάδες), η Ιταλία (935 χιλιάδες) και η Ολλανδία (756 χιλιάδες)²⁶

Τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, όπως παρουσιάστηκαν από εκπροσώπους των επιχειρήσεων, είναι τα εξής:

- ✚ Ανεπαρκής τεχνική υποδομή (οδικό δίκτυο, αεροδρόμια, σταθμοί λεωφορείων και τρένων, λιμάνια, μαρίνες, τηλεπικοινωνίες, κ.λπ.).
- ✚ Έλλειψη περιβαλλοντικής συνείδησης κυρίως από τους κρατικούς φορείς, οι οποίοι δεν έλαβαν τα απαραίτητα μέτρα για την προστασία και την διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος. Για παράδειγμα σε περιοχές με μακρόχρονη δραστηριοποίηση στον τουριστικό τομέα δεν υπάρχουν ή υπολειπούνται οι βιολογικοί καθαρισμοί. Εξίσου σημαντικό είναι και το πρόβλημα της διαχείρισης των απορριμμάτων ο όγκος των οποίων πολλαπλασιάζεται κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου.
- ✚ Ανυπαρξία εξειδικευμένου φορέα, ο οποίος να δρα σε περιφερειακό επίπεδο, με ρόλο το σχεδιασμό, το marketing, την προβολή και τη διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος.
- ✚ Χαμηλό επίπεδο παρεχόμενης ξενοδοχειακής εκπαίδευσης εκ μέρους της Πολιτείας, το οποίο οδηγεί σε ανεπάρκεια ζήτησης για εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό.
- ✚ Έντονη εποχικότητα που εμφανίζει το τουριστικό προϊόν.
- ✚ Υψηλή διαπραγματευτική δύναμη που εμφανίζουν οι τουριστικοί πράκτορες (tour operators).
- ✚ Ύπαρξη ενός μεγάλου αριθμού παράνομων (μη καταγεγραμμένων) κλινών (παραξενοδοχεία).

²⁶ http://www.mbatourism.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=259

✚ Έλλειψη συνέπειας και σωστής νοοτροπίας στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, γεγονός που δημιουργεί διακυμάνσεις στους δείκτες ικανοποίησης των πελατών.²⁷

Μέχρι και το 1990 ο ρυθμός αύξησης των αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα ήταν ταχύτερος απ' ό τι στην Ευρώπη και στον κόσμο. Στη δεκαετία 1990-2000 παρατηρούμε μια μείωση του ρυθμού αύξησης των αφίξεων, η οποία είναι μεγαλύτερη στην Ελλάδα από την αντίστοιχη ευρωπαϊκή και παγκόσμια. Η ανάπτυξη του αλλοδαπού Τουρισμού στην Ελλάδα στηρίχθηκε αρχικά στο χαμηλό επίπεδο τιμών καταναλωτικών προϊόντων και τη χαμηλή νομισματική ισοδυναμία της δραχμής σε σχέση με το δολάριο ΗΠΑ και τα ευρωπαϊκά νομίσματα. Η κατάσταση αυτή προσέλκυσε τον οργανωμένο τουρισμό των ευρωπαίων με μεσαία εισοδήματα, μέσω των tour operators με συνέπεια το χαμηλό κατά κεφαλήν τουριστικό έσοδο.

Αποτέλεσμα του μεγάλου βαθμού εποχικότητας του ελληνικού Τουρισμού ήταν η χαμηλή μέση ετήσια πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Ελλάδα, η οποία το 2000 έφτανε το 63%. Το μεγαλύτερο βαθμό πληρότητας παρουσίαζαν οι βασικοί τουριστικοί προορισμοί, το Νότιο Αιγαίο με 78,2%, η Κρήτη με 76,7% και τα Ιόνια νησιά με 75,7%. Κατά τη δεκαετία του 1990, και με την ένταξη στην ΕΕ και την ευρωζώνη, η Ελλάδα σταδιακά έχανε τα πλεονεκτήματα προσέλκυσης του εποχιακού αλλοδαπού Τουρισμού. Το επίπεδο τιμών ανέβηκε απότομα λόγω των νέων συνθηκών αγοράς στην ευρωζώνη, ενώ αναπτύσσονταν νέες φθηνότερες τουριστικές αγορές, όπως της Τουρκίας.

Η ήδη χαμηλή μέση διάρκεια των διακοπών των αλλοδαπών τουριστών στα ελληνικά θέρετρα (15 ημέρες), και η μέση διάρκεια παραμονής τους σε ξενοδοχειακά καταλύματα (6 ημέρες) μειώθηκε μετά το 2000. Μείωση εμφάνισαν και οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών για τα έτη 2001-2003. Εκδηλώθηκε κρίση στον κλάδο του Τουρισμού στην Ελλάδα, η οποία ήρθε στην επιφάνεια και εξαιτίας της γενικότερης οικονομικής κρίσης στην ευρωζώνη.

²⁷ http://www.infopeloponnisos.gr/pelop_market_watch.aspx?sect=tour&artid=488&page=10

Κατά την τελευταία δεκαετία επιταχύνθηκε ο ρυθμός συγκέντρωσης και συγκεντροποίησης του κεφαλαίου στον τουριστικό τομέα της οικονομίας. Παρ' όλα αυτά, το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα του Τουρισμού εξακολουθεί να είναι μικρομεσαίου μεγέθους, με χαμηλό επίπεδο κεφαλαιοποίησης. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια μεγέθυνση της κεφαλαιοποίησης, κύρια των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, μέσα από τη δημιουργία ομίλων με συμμετοχή τραπεζών, ναυτιλιακών και κατασκευαστικών επιχειρήσεων, καθώς επίσης και ξένων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και Tour Operators μέσα από επενδύσεις, εξαγορές και συγχωνεύσεις, ανάληψη του management.

Με βάση τα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας (ΞΕΕ) η κατανομή των ξενοδοχειακών μονάδων επικεντρώνεται σε τρεις περιοχές: Στερεά Ελλάδα, Κρήτη, Δωδεκάνησα. Η μικρή μείωση της συγκέντρωσης, που παρουσιάζεται σε σχέση με το 1990, οφείλεται στην απαξίωση της Αθήνας- Αττικής σαν τουριστικού προορισμού, ενώ η Κρήτη και τα Δωδεκάνησα παρουσιάζουν αύξηση κατά 53% και 50% αντίστοιχα.

Στην Κρήτη βρίσκονται συγκεντρωμένα τα περισσότερα ξενοδοχεία πολυτελείας, Α' και Β' κατηγορίας. Τα περισσότερα ξενοδοχεία πολυτελείας βρίσκονται συγκεντρωμένα στην περιφέρεια της Στερεάς Ελλάδος και της Κρήτης, ενώ στη Θράκη δεν υπάρχει κανένα. Η υπερσυγκέντρωση τουριστικών επιχειρήσεων σε ορισμένες περιοχές οδηγεί στην εγκατάλειψη άλλων παραγωγικών δραστηριοτήτων. Τα τελευταία χρόνια μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες σε συνεργασία με τους Tour-Operators προσφέρουν στους πελάτες ολοκληρωμένο πακέτο που πλήττει ανταγωνιστικά άλλες μικρές επιχειρήσεις του κλάδου, οι οποίες συνδέονται με τον Τουρισμό, όπως είναι τα καταστήματα λαϊκής τέχνης, τα εστιατόρια, τα κέντρα διασκέδασης και αναψυχής κλπ. Οι τουριστικές επιχειρήσεις μεγάλης κεφαλαιοποίησης έχουν πολυκλαδική οικονομική δραστηριότητα (από τη βιομηχανική παραγωγή και τη μεταφορά μέχρι το εμπόριο και δραστηριότητες που αφορούν τη χρηματική κυκλοφορία). Επίσης, η πολιτική του all inclusive που εφαρμόζουν στην πλειοψηφία τους οι ξενοδοχειακές μονάδες έχει αρκετές αρνητικές συνέπειες στις τοπικές οικονομίες. Η όποια θετική επίδραση των επενδύσεων αυτών

σχεδόν ακυρώνεται από την μεγαλύτερη απώλεια μεριδίου αγοράς, εισοδήματος και θέσεων απασχόλησης από τις υφιστάμενες μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Η απώλεια αυτή δεν αφορά μόνο τις επιχειρήσεις του ξενοδοχειακού τομέα, αλλά επεκτείνεται και στους κλάδους των εστιατορίων, της αναψυχής και του εμπορίου καθώς υπάρχουν οι αντίστοιχες εγκαταστάσεις μέσα στα συγκροτήματα που καλύπτουν τις ανάγκες των τουριστών. Επιπλέον, δεν μπορεί να παραβλεφθεί η επιβάρυνση στο περιβάλλον που προκαλούν οι παραπάνω μονάδες. Προκειμένου να λειτουργήσουν όλες αυτές οι υπηρεσίες κτίζονται ολόκληρα «χωριά» θυσιάζοντας τεράστιες εκτάσεις γης και υπερβαίνοντας συχνά την φέρουσα ικανότητα της περιοχής.

Παράλληλα, υπάρχουν οι μικρές τουριστικές επιχειρήσεις κι εκείνες που σχεδόν λειτουργούν με τη δουλειά των μελών της οικογένειας. Και αυτές οι οικογενειακές επιχειρήσεις υποτάσσονται στους νόμους της οικονομίας. Ως ένα βαθμό η αντοχή τους οφείλεται και στην κρατική παρέμβαση, π.χ. προγράμματα δανειοδότησης αγροτουρισμού. Τα τελευταία χρόνια εντάθηκε η δραστηριοποίηση ξένων τουριστικών ομίλων για επενδύσεις, εξαγορές και ανάληψη management (π.χ. Hyatt, Accot, Hilton, TUI, κυπριακές LOUIS και AKS HOTELS κ.ά.).

Επιπλέον, ενισχύεται η τάση κάθετης διασύνδεσης επιχειρήσεων Tour Operators με μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες πολυτελείας. Κατά το 2000 συντελέστηκε σημαντική συγκεντροποίηση στον ευρωπαϊκό κλάδο των Tour Operators. Η σημαντικότερη εξέλιξη αφορά την εξαγορά της Thomson Travel, της μεγαλύτερης βρετανικής εταιρίας του κλάδου - η οποία διακινεί ένα σημαντικό κομμάτι των ξένων τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα - από τη γερμανική Preussag, μητρική εταιρία της TUI, από τις μεγαλύτερες εταιρίες στη διακίνηση ξένων τουριστών στην Ελλάδα (το 2000 διακίνησε στην Ελλάδα πάνω από 900.000 τουρίστες). Εξελίξεις σαν αυτές έχουν σημαντικό αντίκτυπο για τον Τουρισμό στην Ελλάδα, καθώς γίνεται ακόμη πιο ισχυρός ο ρόλος των Tour Operators. Οι Tour Operators διακινούν πάνω από το 80%

των τουριστών από τη Γερμανία και τη Βρετανία, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν το 40% του συνόλου των ξένων τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα.²⁸

2..4.1. Χαρακτηριστικά τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα

Νεαροί μεσαίας και χαμηλής κοινωνικής και εισοδηματικής τάξης που ξοδεύουν κατά μέσο όρο από 74 έως 83 ευρώ την ημέρα συνθέτουν το προφίλ των τουριστών οι οποίοι επισκέπτονται την Ελλάδα, σύμφωνα με έρευνα του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΓΓΕΠ). Η έρευνα διεξάχθηκε από 10 Αυγούστου έως 10 Σεπτεμβρίου του 2008 μεταξύ 1.912 τουριστών που αναχώρησαν από τα Αεροδρόμια Ελευθέριος Βενιζέλος, Μακεδονία, Ηρακλείου, Κέρκυρας και Ρόδου. Το δείγμα εστίασε στις δυτικές χώρες, παραδοσιακές χώρες προέλευσης για τον ελληνικό τουρισμό, οι οποίες έχουν το υψηλότερο κατά κεφαλήν εισόδημα και συμβάλλουν κατά 53% στο σύνολο των αφίξεων στην Ελλάδα με βάση τα οριστικά στοιχεία του 2007 (ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Ιταλία, Γαλλία, Ολλανδία, Αυστρία, Σουηδία και Βέλγιο).

Οι επισκέπτες από τις ΗΠΑ παρουσιάζουν την υψηλότερη μέση δαπάνη ταξιδιού ανά άτομο (3.160 ευρώ), ενώ για τους επισκέπτες από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην υψηλότερη θέση βρίσκεται η Σουηδία με 1.779 ευρώ και στη χαμηλότερη η Ιταλία με 1.084 ευρώ. Εν τω μεταξύ από τη συνολική δαπάνη του ταξιδιού μόνο το 48,8% πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα, με τους επισκέπτες από το Βέλγιο να είναι στην πρώτη θέση (54,9%) και από τις ΗΠΑ στην τελευταία (38,5%). Κατά συνέπεια, η μέση δαπάνη ανά άτομο που πραγματοποιήθηκε στη χώρα διαμορφώνεται στα 672 ευρώ κατά μέσο όρο, ενώ για τις χώρες της ΕΕ κυμαίνεται από 542 ευρώ για τους Αυστριακούς ως 936 ευρώ για τους Σουηδούς και στα 1.216 ευρώ για τους Αμερικανούς.

Από τον λόγο της δαπάνης ανά άτομο ως προς τον αριθμό των διανυκτερεύσεων προκύπτει επίσης η ημερήσια δαπάνη των τουριστών στη χώρα που για τις χώρες της ΕΕ υπολογίζεται στα 79 ευρώ (από 54 ευρώ έως

²⁸

http://www.kke.gr/2003_6/oi_ekselikseis_ston_toyrismo_kai_oi_theseis_toy_kke?act=2&morf=1&tab=1

110 ευρώ ανάλογα με την εθνικότητα), ενώ σε υψηλότερη κλίμακα είναι οι Αμερικανοί, οι οποίοι ξοδεύουν κατά μέσο όρο 132 ευρώ. Έτσι, συνολικά το 25% των τουριστών ξοδεύει ημερησίως ως 36 ευρώ, το 50% των τουριστών ως 57 ευρώ και το 75% ως 93 ευρώ. Περισσότερα από 100 ευρώ ημερησίως ξοδεύει μόνο το 18% των επισκεπτών.

Μέσος όρος ηλικίας είναι τα 38,7 έτη, με την πλειονότητα των ξένων επισκεπτών να συγκεντρώνουν τα 20 ως 39 έτη (ποσοστό 50,4%), ενώ 34,3% είναι μεταξύ 40 και 59 ετών, 9,9% άνω των 60 ετών και το 5,4% είναι κάτω των 20 ετών. Κατά μέσο όρο συνταξιδεύουν 1,8 άτομα, από τα οποία ένας στους τρεις είναι ανήλικος.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι περισσότεροι τουρίστες ανήκουν στις μεσαίες κοινωνικές τάξεις (προϊστάμενος τμήματος ή απλό στέλεχος και ειδικευμένος τεχνίτης με μέση ή ανώτερη εκπαίδευση) με ποσοστό 56,3%, στην ανώτερη τάξη (διευθυντικό στέλεχος με ανώτατη εκπαίδευση) αντιστοιχεί το 35% και στις κατώτερες τάξεις (υπάλληλος γραφείου με κατώτερη εκπαίδευση και ανειδίκευτος εργάτης με στοιχειώδη εκπαίδευση) το 8,7%. Σε μεσαία και κατώτερα διαμορφώνονται και τα επίπεδα της εισοδηματικής τους δυνατότητας αφού το 37,4% δήλωσε καθαρό μηνιαίο εισόδημα από 1.000 ως 2.999 ευρώ, το 30,8% από 3.000 ως 4.999 ευρώ, το 26,9% άνω των 5.000 ευρώ και το 4,9% κάτω από 1.000 ευρώ.

Τέλος σε ότι αφορά τα αεροδρόμια αναχώρησης, την υψηλότερη μέση ημερήσια δαπάνη έχουν οι τουρίστες που αναχώρησαν από τα Αεροδρόμια Ηρακλείου και Ελευθερίου Βενιζέλου με 87 ευρώ και 86 ευρώ, αντιστοίχως και ακολουθούν το Αεροδρόμιο Μακεδονία με 69 ευρώ, της Κέρκυρας με 55 ευρώ και της Ρόδου με 38 ευρώ²⁹

²⁹ ΤΟ ΒΗΜΑ, (19/02/2009). 74 Ε8Σ 83 ΕΥΡ8 ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΞΟΔΕΥΟΥΝ ΟΙ ΞΕΝΟΙ, σ. 4.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

3.1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Όπως έχει αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο ο τουρισμός ως μαζικό κοινωνικό φαινόμενο αναπτύχθηκε κυρίως στην μεταπολεμική περίοδο και συνδέεται άμεσα με την οικονομική ανάπτυξη των δυτικών χωρών. Στους περασμένους αιώνες ο τουρισμός ήταν στην ουσία περιήγηση για την ανακάλυψη άλλων τόπων και χωρών από ανθρώπους με διάθεση για περιπέτεια και έντονη επιθυμία για γνωριμία με διαφορετικούς πολιτισμούς. Ωστόσο, σχεδόν πάντα ο τουρισμός συνδέονταν με τον πολιτισμό και την πολιτιστική παράδοση του τόπου υποδοχής των τουριστών. Όσο μεγαλύτερο πολιτιστικό ενδιαφέρον παρουσίαζε ένας τόπος, μια χώρα, μια περιοχή τόσο περισσότερο γινόταν πόλος έλξης επισκεπτών από άλλες χώρες και περιοχές. Η χώρα μας αποτελεί λαμπρό παράδειγμα λόγω του τεράστιου πολιτιστικού πλούτου που διαθέτει και διαθέτει αλλά και λόγω της διάδοσης του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού σ' ολόκληρο τον κόσμο.

Ακόμη και στις μέρες μας όπου ο μαζικός τουρισμός είναι συνδεδεμένος κυρίως με τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε ένα προορισμό, ο πολιτισμός παραμένει ένα από τα βασικότερα κίνητρα για τις μετακινήσεις. Η έννοια του πολιτισμού είναι σημαντικό και αναπόσπαστο κομμάτι στον σχεδιασμό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, καθώς αποτελεί έναν από τους βασικότερους παράγοντες προσέλκυσης των τουριστών, σε συνδυασμό πάντα με τα φυσικά χαρακτηριστικά της χώρας μας που είναι η θάλασσα, το κλίμα, οι φυσικές ομορφιές. Είναι λοιπόν προφανές πως η τουριστική ανάπτυξη της χώρας μας έχει συνδεθεί άρρηκτα και με τα πολιτιστικά της στοιχεία.

Η αξιοποίηση του πολιτισμού μέσα στα πλαίσια του τουρισμού

περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία:

- ✚ Τους αρχαιολογικούς χώρους.
- ✚ Τα λαογραφικά στοιχεία.
- ✚ Τα θρησκευτικά χαρακτηριστικά
- ✚ Τις πολιτιστικές εκδηλώσεις (φεστιβάλ με παραδοσιακά στοιχεία).
- ✚ Την τοπική και παραδοσιακή τέχνη (μουσική, ζωγραφική, κ.α.).
- ✚ Το δομημένο περιβάλλον (αρχιτεκτονική, παραδοσιακοί οικισμοί).
- ✚ Το σύνολο του φυσικού και μεικτού περιβάλλοντος.
- ✚ Όλα τα μουσεία που αναδεικνύουν τα πολιτιστικά δεδομένα ενός τόπου (αρχαιολογικά, λαογραφικά, φυσικής ιστορίας).³⁰

3.2. ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ραγδαία τουριστική ανάπτυξη στη χώρα μας δεν θα μπορούσε να αφήσει ανεπηρέαστο τον πολιτισμό και τις ποικίλες μορφές όπου αυτός εμφανίζεται μέσα στην ελληνική κοινωνία. Αναμφίβολα, το μεγάλο στοίχημα για μια τοποθεσία που επιλέγει να αναπτυχθεί τουριστικά είναι κατά πόσο αντλεί τις θετικές επιδράσεις του τουριστικού φαινομένου επάνω στον πολιτισμό ή αντίθετα επιτρέπει να αλλοιωθεί και να εμπορευματοποιηθεί η κοινωνική και πολιτιστική της ταυτότητα .

Παρακάτω παραθέτονται μερικές από τις πιο σημαντικές επιδράσεις του τουρισμού στον πολιτισμό.

Η ανάδειξη των πολιτιστικών στοιχείων μιας περιοχής. Ο τουρισμός μπορεί να οδηγήσει στην διατήρηση και ανάπτυξη των πολιτιστικών χαρακτηριστικών μιας τοποθεσίας – όπως είναι μνημεία, αρχαιολογικοί χώροι, παραδοσιακή αρχιτεκτονική κ.α. – τα οποία υπό άλλες συνθήκες θα μπορούσαν να είχαν υποβαθμιστεί και χαθεί με την πάροδο του χρόνου. Έτσι, με την βοήθεια των τουριστικών ρευμάτων τα οποία συρρέουν ακριβώς για να θαυμάσουν τα παραδοσιακά αυτά στοιχεία επιτυγχάνεται η μακροχρόνια

³⁰ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π.,(1999), *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, εκ.INTERBOOKS, Αθήνα, σελ. 295

διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς προκειμένου να παραμείνει ακέραιη και να αποτελεί πόλο έλξης. Αξίζει να σημειωθεί η καθοριστική βοήθεια που παρέχουν τα προγράμματα χρηματοδότησης για τα πολιτιστικά ζητήματα (διαμόρφωση και προστασία αρχαιολογικών χώρων, αναπαλαιώσεις οικισμών, κ.α.) τα οποία προέρχονται τόσο από κρατικές όσο και από ευρωπαϊκές επιχορηγήσεις και βοηθούν σε μεγάλο βαθμό στη διάσωση του πολιτισμού και την τουριστική ανάδειξή του.

Επιπλέον, παρατηρείται μια ευαισθητοποίηση των κατοίκων στις τουριστικές περιοχές οι οποίοι, πριν αρχίσουν οι ξένοι τουρίστες να καταφθάνουν για να θαυμάσουν τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά, ίσως δεν είχαν αντιληφθεί την βαρύτητα και την αξία των πολιτιστικών μνημείων που τους περιέβαλαν. Σημαντική είναι και η συμβολή των διάφορων φεστιβάλ που διοργανώνονται από τους τοπικούς φορείς σε αρκετές τουριστικές περιοχές με θέμα ιστορικά και λαογραφικά στοιχεία. Παρόλη την τουριστική σκοπιμότητα οι εκδηλώσεις αυτές αναβιώνουν και κρατούν ζωντανή την παράδοση και ταυτότητα των περιοχών αυτών.

Τέλος, οι κάτοικοι των τουριστικών περιοχών στρέφονται στην εκμάθηση ξένων γλωσσών προκειμένου να βρουν ευκολότερα εργασία στον τουριστικό τομέα. Το γεγονός αυτό είναι ενθαρρυντικό αν σκεφτούμε ότι στη χώρα μας είναι χαμηλή το ποσοστό των πολιτών που μαθαίνουν μια δεύτερη και τρίτη γλώσσα. Έτσι, είναι ευκολότερο να επικοινωνήσουν με ανθρώπους άλλων χωρών και πολιτισμών γεγονός που τους κάνει "πολίτες του κόσμου"³¹.

Οι αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στον πολιτισμό ανακύπτουν όταν ο τουρισμός φέρει αλλαγές στα συστήματα αξιών και συμπεριφοράς και απειλώντας έτσι τη γηγενή ταυτότητα. Επιπλέον, σημαντικές αλλαγές παρατηρούνται συχνά στη δομή της κοινωνίας, στις οικογενειακές σχέσεις, στους συλλογικούς παραδοσιακούς τρόπους ζωής, στις τελετές και στον τομέα της ηθικής.

³¹ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π.,(1999), *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, εκ.INTERBOOKS, Αθήνα, σελ 295 - 300

Οι τυπικές μορφές τουρισμού μπορούν να προκαλέσουν αλλαγή ή απώλεια της τοπικής ταυτότητας και των αξιών, γεγονός που οφείλεται σε αρκετές σχετιζόμενες επιδράσεις που εξηγούνται παρακάτω:

Η μετατροπή του πολιτισμού σε εμπόρευμα. Ο τουρισμός μπορεί να μετατρέψει τον πολιτισμό σε προϊόν, στην περίπτωση που στοιχεία όπως οι θρησκευτικές παραδόσεις και οι γιορτές διαμορφωθούν προκειμένου να προσαρμοστούν στις προσδοκίες των τουριστών. Συχνά βλέπουμε να αναβιώνουν τοπικά έθιμα και πολιτιστικές εκδηλώσεις του παρελθόντος και να πωλούνται αντικείμενα όπως χειροτεχνήματα και δημιουργίες λαϊκής τέχνης ως δείγμα τοπικής πολιτιστικής παράδοσης. Τα παραπάνω πολλές φορές είναι χαμηλής ποιότητας και δεν αποδίδουν πιστά τα πραγματικά χαρακτηριστικά της τοπικής παράδοσης και του πολιτισμού.

Έτσι ένας προορισμός κινδυνεύει να τυποποιηθεί μέσα στην όλη διαδικασία ικανοποίησης των τουριστικών επιθυμιών: ενώ από τη μια πλευρά το τοπίο, τα καταλύματα, το φαγητό, τα ποτά κ.λπ. θα πρέπει να ικανοποιούν την επιθυμία των τουριστών για κάτι καινούριο και άγνωστο σε αυτούς, από την άλλη θα πρέπει να μην είναι τόσο καινούρια ή παράξενα, διότι λίγοι είναι οι τουρίστες που πραγματικά ψάχνουν για εντελώς καινούρια πράγματα.

Προσαρμογή στις τουριστικές απαιτήσεις. Οι τουρίστες επιθυμούν αναμνηστικά δώρα, καλλιτεχνικές δημιουργίες, πολιτιστικές εκδηλώσεις. Σε πολλούς τουριστικούς προορισμούς, οι βιοτέχνες έχουν ανταποκριθεί στην αυξανόμενη ζήτηση και έχουν αλλάξει το σχεδιασμό των προϊόντων τους, προκειμένου αυτά να συμφωνούν περισσότερο με τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Το ενδιαφέρον που παρουσιάζεται από τους τουρίστες μπορεί να συμβάλει με την έννοια της ατομικής αξίας των καλλιτεχνών και να βοηθήσει στη διαφύλαξη της πολιτιστικής παράδοσης. Η πολιτιστική διάβρωση μπορεί να παρουσιαστεί κατά τη διαδικασία εμπορευματοποίησης των πολιτιστικών αγαθών.

Οι φθορές αρχαιολογικών χώρων που παρατηρήθηκαν σε περιοχές με συνεχή και μαζική προσέλευση τουριστών οι οποίες δεν ήταν εμφανείς όσο ο αριθμός των επισκεπτών παρέμενε χαμηλός. Το γεγονός αυτό οδήγησε στη λήψη μέτρων και στην εφαρμογή κανονισμών ώστε να ελαχιστοποιηθούν οι

αρνητικές επιπτώσεις στους χώρους αυτούς καθώς σε πολλές περιπτώσεις αποτελούν μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς.

Η εκμάθηση ξένων γλωσσών πέρα από τη θετική διάσταση που έχει δεν λείπει και η αρνητική πλευρά. Σε αρκετές περιπτώσεις γίνεται πρόσμιξη ή και αντικατάσταση της τοπικής διαλέκτου με ξένες λέξεις ή φράσεις με αποτέλεσμα να αλλοιώνεται ή ακόμα και να εγκαταλείπεται η τοπική γλώσσα. Το φαινόμενο αυτό παρουσιάζεται ιδιαίτερα έντονο στους νέους όπου υιοθετούν μια «τουριστική γλώσσα» με την οποία όχι μόνο επιχειρούν να επικοινωνήσουν με τους τουρίστες αλλά την χρησιμοποιούν και στην καθημερινή επαφή με τους ομοεθνείς .

Ίσως τη μεγαλύτερη επίδραση από την τουριστική δραστηριότητα τη δέχεται το περιβάλλον. Στον όρο αυτό περιλαμβάνονται τόσο τα φυσικά, όσο και τα πολιτιστικά στοιχεία που συνθέτουν μια περιοχή και τα οποία αποτελούν πόλο έλξης για τους επισκέπτες. Σε αρκετές τοποθεσίες είναι σημαντική η φθορά που έχει υποστεί το περιβάλλον, είτε λόγω μη τήρησης της νομοθεσίας από τις επιχειρήσεις είτε λόγω ανυπαρξίας του σχετικού νομοθετικού πλαισίου. Εκτός από τη μόλυνση στο φυσικό περιβάλλον(υδάτινοι πόροι, στέρεο έδαφος) συχνά συντελείται έντονη υποβάθμιση του δομημένου περιβάλλοντος καθώς αλλοιώνεται ο τοπικός πολεοδομικός χαρακτήρας και η αρχιτεκτονική στις τουριστικές περιοχές³²

Σύμφωνα με τα παραπάνω προκύπτει το συμπέρασμα ότι οι επιρροές του τουρισμού στον πολιτισμό έχουν διπτό χαρακτήρα. Από τη μια πλευρά είναι εμφανής ο θετικός ρόλος του τουρισμού καθώς προάγεται ο τοπικός πολιτισμός και γίνεται αντικείμενο θαυμασμού σε παγκόσμιο επίπεδο. Επιπλέον, ο τουρισμός αποτελεί ένα είδος προστάτη για τον πολιτισμό καθώς σημαντικό μέρος των εσόδων που προκύπτουν από την επίσκεψη και τη γνωριμία των τουριστών με τα πολιτιστικά δεδομένα μιας περιοχής, όπως είναι τα μουσεία και οι αρχαιολογικοί χώροι, δαπανάται για την προστασία και συντήρησή τους. Ακόμη, μπορεί να θεωρηθεί μοχλός πίεσης για την εκάστοτε πολιτική εξουσία, εξαιτίας των εσόδων που προκύπτουν, για ανάδειξη και διαφύλαξη των πολιτιστικών στοιχείων. Η δημιουργία νέων χώρων έκθεσης ή

³² Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π.,(1999), *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, εκ.INTERBOOKS, Αθήνα, σελ 295 - 300

η αναβάθμιση των υφιστάμενων, η αυθεντική προβολή των τοπικών τεχνών και εθίμων μέσω ετήσιων φεστιβάλ και η χρηματοδότηση για την πραγματοποίηση ερευνών και ανασκαφών για την ανεύρεση αρχαιοτήτων, αποτελούν μερικές από τις ενέργειες οι οποίες είναι σε σημαντικό βαθμό απόρροια της τουριστικής κίνησης και της ένταξης των πολιτιστικών δεδομένων μιας περιοχής στα τουριστικά πακέτα. Σίγουρα μια τοποθεσία και κατ' επέκταση μια χώρα δεν θα πρέπει να στηρίζεται μόνο στον τουρισμό και στα κέρδη που αυτός αποφέρει προκειμένου να αναδείξει τον πολιτιστικό της πλούτο. Είναι επιβεβλημένη η καλλιέργεια πολιτισμικής συνείδησης στους πολίτες και η γνωριμία τους με την ιστορία, τις τέχνες και τις παραδόσεις του τόπου τους, ενώ θα πρέπει να εμποτιστεί ότι ο πολιτισμός δεν είναι ευκαιρία για κέρδος αλλά κάτι ανώτερο που δεν μπορεί να περιοριστεί στα πλαίσια της προσφοράς και της ζήτησης. Ωστόσο, η μαζικοποίηση του τουρισμού στις μέρες μας και η ραγδαία ανάπτυξη του δεν μας επιτρέπει να αγνοήσουμε την οικονομική πλευρά του φαινομένου ακόμη και σε επίπεδο πολιτισμού. Έτσι, είναι αδιαμφισβήτητο ότι τα τουριστικά ρεύματα που συρρέουν σε μια περιοχή για να την γνωρίσουν συμβάλουν σε μεγάλο βαθμό στη διατήρηση, προστασία και ανάδειξη του πολιτισμού της περιοχής αυτής προκειμένου να συνεχίσει να είναι ελκυστική και να επιτευχθεί μια συνεχής ροή επισκεπτών για όσο το δυνατόν μεγαλύτερο διάστημα.

Από την άλλη πλευρά, οι αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού έγκειται κυρίως στην εμπορευματοποίηση του και την μετατροπή του σε προϊόν μαζικής κατανάλωσης. Ένα από τα βασικά κίνητρα πραγματοποίησης ταξιδιών είναι η επιθυμία των τουριστών να γνωρίσουν τον τοπικό πολιτισμό. Το γεγονός αυτό μετατρέπει τον πολιτισμό σε τουριστικό πόρο και προϊόν προς πώληση στα μάτια των ντόπιων κατοίκων, ενώ συχνά δεν λείπουν οι αλλαγές και οι αλλοιώσεις στα πολιτιστικά δεδομένα ώστε να γίνουν πιο ελκυστικά. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που πραγματοποιούνται πολιτιστικές εκδηλώσεις προκειμένου οι τουρίστες να γνωρίσουν τα τοπικά ήθη και έθιμα και την παραδοσιακή πλευρά της περιοχής που επισκέπτονται. Ωστόσο, οι εκδηλώσεις αυτές υπόκεινται σε παραποιήσεις για να προσφέρουν ταυτόχρονα ψυχαγωγία και διασκέδαση στους τουρίστες. Έτσι, προκύπτουν θεάματα φαινομενικά παραδοσιακά, μακριά από την πολιτισμική

πραγματικότητα της περιοχής με αποτέλεσμα να χάνεται ο αρχικός στόχος των εκδηλώσεων που είναι η επαφή του τουρίστα με την παράδοση. Παράλληλα οι ντόπιοι μετατρέπονται σε ένα είδος κομπάρσων παίζοντας τους ρόλους όπου οι διοργανωτές ταξιδιών (tour operators) τους έχουν επιβάλει.

3.3. ΕΠΑΦΗ ΝΤΟΠΙΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Ένα σημαντικό στοιχείο του τουριστικού φαινομένου είναι οι μετακινήσεις ανθρώπων σε διάφορες γεωγραφικές περιοχές και η συνάντησή τους με τον ντόπιο πληθυσμό, επάνω στον οποίο ασκούνται έντονες επιρροές από την τουριστική ανάπτυξη. Πρόκειται για μία συνεύρεση η οποία αν και σύντομη εμφανίζει μεγάλες αλληλεπιδράσεις, καθώς άτομα από διαφορετικές εθνικότητες, θρησκευτικές πεποιθήσεις, αξίες, κουλτούρες και γενικότερα διαφορετικό τρόπο ζωής έρχονται σε επαφή. Η επαφή αυτή που δημιουργείται ανάμεσα στον τουρίστα και στον πληθυσμό των τουριστικών περιοχών διαφοροποιείται με βάση τα εξής χαρακτηριστικά:

- ✚ Από την οργάνωση του ταξιδιού. Αν δηλαδή πρόκειται για οργανωμένο ή μη ταξίδι, αν αφορά μεμονωμένη ή αντίθετα ομαδική μετακίνηση.
- ✚ Τον τύπο του τουριστικού καταλύματος. Αν ο τουρίστας επιλέγει για την διαμονή του τις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, ή αν προτιμάει εναλλακτικές επιλογές διαμονής όπως είναι τα κάμπινγκ, οι ιδιωτικές κατοικίες κλπ.
- ✚ Το μεταφορικό μέσο που χρησιμοποιεί ο τουρίστας για να προσεγγίσει τον προορισμό π.χ. αεροπλάνο, πλοίο κλπ.
- ✚ Από το προφίλ του τουρίστα το οποίο συνθέτουν χαρακτηριστικά όπως είναι η εισοδηματική του τάξη, το μορφωτικό επίπεδο, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση κ.α.
- ✚ Από τα χαρακτηριστικά του ταξιδιού όπως είναι η διάρκεια παραμονής, αν ο τουρίστας συμμετέχει σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ή επιλέγει τις μαζικές μετακινήσεις.
- ✚ Τα κίνητρα της τουριστικής μετακίνησης τα οποία μπορεί να

είναι επαγγελματικά, θρησκευτικά, να αφορούν λόγους υγείας, ή να πρόκειται απλά για ταξίδια διακοπών.³³

Η αδιάλειπτη προσέλευση τουριστών σε μια περιοχή για πολλά χρόνια είναι ικανή να προκαλέσει μια σειρά από σημαντικές αλλαγές στην δομή και το χαρακτήρα της τοπικής κοινωνίας. Από την μια πλευρά μπορεί να επηρεάσει θετικά σε διάφορους τομείς όπως η απασχόληση, η εκπαίδευση, η ανάπτυξη με έργα υποδομής από τα οποία επωφελούνται τόσο οι τουρίστες όσο και οι ντόπιοι κάτοικοι. Παράλληλα μπορεί να συμβάλει στον εξευγενισμό και εκπολιτισμό κυρίως των κατοίκων που ζουν σε απομακρυσμένες αγροτικές περιοχές.

Από την άλλη πλευρά, είναι δυνατόν να προκληθούν ανεπιθύμητα κοινωνικά φαινόμενα τα οποία σε αρκετές περιπτώσεις είναι αναπόφευκτα, και αλλοτριώνουν το χαρακτήρα μιας περιοχής. Πιο συγκεκριμένα, σε αρκετές περιπτώσεις δημιουργούνται έντονα στοιχεία ξενομανίας από τους ντόπιους κατοίκους και κυρίως από τους νέους. Οι ξένοι τουρίστες οι οποίοι συχνά προέρχονται από περιοχές περισσότερο ανεπτυγμένες γίνονται εύκολα πρότυπα συμπεριφοράς και αντικείμενο μιμητισμού από τους νέους, δημιουργώντας έτσι μια τυποποίηση στον τρόπο ζωής που αφορά τον τρόπο ένδυσης, τη μουσική, ακόμη και τη γλώσσα.

Επιπλέον, η συνύπαρξη διαφορετικών πολιτισμών που προκαλείται μέσω του τουρισμού δημιουργεί μια νέα τοπική κουλτούρα με διαφοροποιημένα κοινωνικά στοιχεία τα οποία διαμορφώνονται κυρίως με βάση τη ζωή στις δυτικές χώρες, οι κάτοικοι των οποίων είναι οι κύριοι τροφοδότες της τουριστικής βιομηχανίας. Έτσι, μέσα σε λίγα χρόνια χάνονται παραδόσεις οι οποίες υπήρχαν για αιώνες και έδινα χαρακτήρα και ταυτότητα σε μία περιοχή.³⁴

³³ Βαρβαρέσος, Α.,(2000), *Τουρισμός έννοιες, μεγέθη, δομές, η ελληνική πραγματικότητα*, εκδ. ΠΟΠΟΜΠΟΣ, Αθήνα, σελ. 231

³⁴ Βαρβαρέσος, Α.,(2000), *Τουρισμός έννοιες, μεγέθη, δομές, η ελληνική πραγματικότητα*, εκδ. ΠΟΠΟΜΠΟΣ, Αθήνα, σελ. 233 - 235

3.4. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Σήμερα, όταν μιλάμε για τουρισμό στην χώρα μας, έχουμε συνήθως στο μυαλό μας τον ήλιο, τα νησιά και τη θάλασσα, πρότυπο που αποτελεί πλέον κοινή παραδοχή ότι είναι ξεπερασμένο και μη βιώσιμο. Οι λόγοι που συντελούν σε αυτό είναι, μεταξύ άλλων, ο μεγαλύτερος ανταγωνισμός από φθηνότερους προορισμούς - όπως η Τουρκία και η Κροατία - , οι κοινωνικές και πολιτιστικές αλλαγές που γεννούν την ανάγκη για νέα τουριστικά προϊόντα, οι αδύνατες και μάλλον δύσκαμπτες τοπικές οικονομίες εξαιτίας της τουριστικής «μονοκαλλιέργειας», η περιορισμένη εποχικότητα σε συνδυασμό με την πτώση του μέσου όρου των χρημάτων που δαπανούν οι τουρίστες.

Από τους περασμένους αιώνες μεμονωμένα άτομα ή ολιγομελείς ομάδες περιηγητών, αναζητώντας την εμπειρία και τη γνώση γύρω από συγκεκριμένους τόπους και χώρες, πραγματοποιούσαν ταξίδια σε περιοχές με αρχαιολογικό, ιστορικό, λαογραφικό ή θρησκευτικό ενδιαφέρον, σε άγνωστα μέρη με διαφορετικό πολιτισμό και εθνολογικές ιδιομορφίες. Τα πολιτιστικά αυτά ταξίδια μπορούν να θεωρηθούν ως μια πρώιμη μορφή Πολιτιστικού Τουρισμού ο οποίος, σήμερα πλέον, έχει συγκροτηθεί σε δραστηριότητα με διαφορετικό χαρακτήρα και στόχο από τις άλλες μορφές τουρισμού. Θα μπορούσαμε δηλαδή να πούμε ότι, πολιτιστικό τουρισμό έχουμε όταν ο επισκέπτης θέλει να κατανοήσει και να εκτιμήσει τον βασικό χαρακτήρα ενός τόπου και τον πολιτισμό του ως σύνολο περιλαμβάνοντας την ιστορία και την αρχαιολογία, την πολιτιστική εξέλιξη, τις τέχνες και την αρχιτεκτονική, τη γλώσσα, το φαγητό, το κρασί και την τοπική παραγωγή, την κοινωνική, οικονομική και πολιτική δομή, τα διάφορα φεστιβάλ και εκδηλώσεις και γενικότερα τους κατοίκους μιας περιοχής και τον τρόπο ζωής του. Ο Πολιτιστικός Τουρισμός προσφέρει ευκαιρίες για πολιτιστική εμπειρία και περιήγηση στη φυσική, ενώ προβάλλει την καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά μιας περιοχής.

Σύμφωνα με στοιχεία από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού εκτιμάται ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αναπτύσσεται με ρυθμό 15% τον χρόνο και ότι το 37% όλων των διεθνών ταξιδιών περιλαμβάνει ένα πολιτιστικό στοιχείο, ενώ αντίθετα ο μαζικός τουρισμός αναπτύσσεται με ρυθμό μόνο 8%

τον χρόνο.³⁵ Για την αποτελεσματικότερη ανάπτυξη της εναλλακτικής αυτής μορφής τουρισμού, ιδιαίτερα εδώ στην Ελλάδα, δεν επαρκούν κάποιες μεμονωμένες επενδύσεις από επιχειρηματίες. Απαιτείται μια στενή συνεργασία ανάμεσα στον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα για την δημιουργία ενός ολοκληρωμένου και ανταγωνιστικού πολιτιστικού προϊόντος. Έτσι, εκτός από τον σχεδιασμό μεμονωμένων δραστηριοτήτων από ιδιώτες επενδυτές είναι απαραίτητη η συμβολή των κρατικών φορέων (όπως είναι ο ΕΟΤ και το Υπουργείο Πολιτισμού) τόσο στην δημιουργία των κατάλληλων υποδομών, όσο και στον σχεδιασμό των πολιτιστικών τουριστικών πακέτων. Βασικό εργαλείο για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού είναι οι νέες τεχνολογίες, όπου μπορούν να χρησιμοποιηθούν πολύ αποτελεσματικά για την προβολή του τόπου, την προσέλκυση τουριστών, την παρουσίαση της πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά και την κατασκευή πολιτιστικών - τουριστικών προϊόντων. Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί η συμβολή και ο ρόλος του Οργανισμού Προβολής Ελληνικού Πολιτισμού.

Ο Οργανισμός Προβολής Ελληνικού Πολιτισμού, ως ανώνυμη εταιρεία εποπτευόμενη από το Υπουργείο Πολιτισμού, στοχεύει με όλες του τις δράσεις στην προβολή και την προώθηση τόσο της σύγχρονης Ελληνικής καλλιτεχνικής δημιουργίας όσο και της πολιτιστικής μας κληρονομιάς. Πιο συγκεκριμένα, οι δραστηριότητες ΟΠΕΠ, που έχουν ως απώτερο σκοπό να εμπλουτίσει τις εμπειρίες και τις παραστάσεις των τουριστών αλλά και των πολιτών της χώρας μας, είναι οι εξής:

- ✚ Η υλοποίηση, η επιστάσια και η παρακολούθηση έργων ανάπτυξης πληροφοριακών συστημάτων, φορητών και σταθερών, αλλά και αντίστοιχων υποδομών, με στόχο τη δημιουργία ελληνικού ψηφιακού πολιτιστικού αποθέματος, μέσα σε σπουδαίους αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία όλης της χώρας.
- ✚ Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση καινοτόμων έργων και δράσεων πληροφορικής και επικοινωνιών με στόχο την ταυτόχρονη ηλεκτρονική προβολή και κάλυψη σημαντικών πολιτιστικών γεγονότων της χώρας στο διαδίκτυο.
- ✚ Η συμμετοχή στον σχεδιασμό, την τεχνική υποστήριξη και την εξέλιξη

³⁵ http://dspace.lib.ntua.gr/bitstream/123456789/3433/3/mavroudakisk_zagora.pdf

του κεντρικού κόμβου ΟΔΥΣΣΕΑΣ, του Υπουργείου Πολιτισμού, όπου παρουσιάζει στο κοινό όλα τα μουσεία, τα μνημεία και τους αρχαιολογικούς χώρους της χώρας.

- ✚ Η ανάπτυξη και η διαχείριση ηλεκτρονικού καταστήματος της εταιρείας στο διαδίκτυο και η μέριμνα για την ηλεκτρονική προώθηση των πωλήσεων.
- ✚ Πλήρως εξοπλισμένα με όλα τα προϊόντα, πωλητήρια που λειτουργούν στους σπουδαιότερους αρχαιολογικούς χώρους της Ελλάδας, όπως είναι η Ακρόπολη, η Βεργίνα, η Ολυμπία, κ.α.
- ✚ Η δημιουργία νέου μείγματος προϊόντων (1.074 κωδικοί) που είναι μεν βασισμένο κυρίως σε πιστά αντίγραφα, αλλά έχει εμπλουτιστεί εύστοχα με μια ενδιαφέρουσα σειρά νέων χρηστικών προϊόντων υψηλής αισθητικής και ποιότητας, που αποκαθιστούν την επικοινωνία ανάμεσα στην σημερινή πραγματικότητα με τον αρχαίο πολιτισμό και την ιστορία³⁶..

Με μια προσεκτική ματιά στο προφίλ του «πολιτιστικού τουρίστα» διαπιστώνει εύκολα κανείς την σημασία που έχει το μοντέλο αυτό ανάπτυξης για το μέλλον το τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, πρόκειται για ανθρώπους καλλιεργημένους, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, που επιθυμούν να μελετήσουν την ιστορία και την εξελικτική πορεία του τόπου που επισκέπτονται. Δεν αρκούνται σε απλές επισκέψεις μνημείων και αρχαιολογικών χώρων καθώς γνωρίζουν ήδη περισσότερες πληροφορίες από αυτές που προσφέρει μια βιαστική ξενάγηση. Αντίθετα, αναζητούν την επαφή με τους ντόπιους και τις συνήθειες τους, την γνωριμία με την τοπική κουλτούρα και τις τέχνες κάθε περιοχής. Ο «πολιτιστικός τουρίστας» είναι πιο απαιτητικός και αναζητά την ποιότητα στις διακοπές του, τις οποίες αντιμετωπίζει σαν μια δημιουργική διαδικασία που τον βοηθά να διευρύνει τις γνώσεις και το πολιτιστικό του επίπεδο, πάντα σε συνδυασμό με την διασκέδαση και την χαλάρωση. Αδιαμφισβήτητα, τα παραπάνω δεδομένα έχουν θετικό αντίκτυπο στον ίδιο τον προορισμό. Επιτυγχάνεται η τόνωση περιοχών που παρουσιάζουν πολιτιστικό ενδιαφέρον οι οποίες έχουν

³⁶ <http://www.hch.culture.gr/>

παραμεληθεί διότι δεν αντιπροσωπεύουν το κλασσικό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, ενώ παράλληλα δίνεται λύση σε κορεσμένες περιοχές μαζικού τουρισμού όπου παρατηρείται πτώση της τουριστικής κίνησης. Πέρα όμως από το σημαντικό οικονομικό όφελος που μπορεί να αποκομίσει μια περιοχή με πολιτιστικό ενδιαφέρον πιο σημαντικό είναι το γεγονός ότι προάγεται η ποιότητα, στοιχείο που λείπει από την έως τώρα πορεία του ελληνικού τουρισμού.

Είναι γενικά παραδεκτό ότι ο τουρισμός σταδιακά έχει απομακρυνθεί σταδιακά από τον αρχικό του στόχο που ήταν γνωριμία με τον πολιτισμό και την κουλτούρα του τόπου υποδοχής. Ενδιαφέρεται όλο και περισσότερο για τον «ήλιο» και τη «θάλασσα», ανεξάρτητα από το πολιτιστικό και κοινωνικό υπόβαθρο του προορισμού. Δυστυχώς η τάση αυτή ισοπέδωσης των πολιτιστικών παραδόσεων των διαφόρων περιοχών αναπτύσσεται τόσο από τους οργανωτές του μαζικού τουρισμού, δηλ. τις μεγάλες εταιρείες, όσο και από τους ίδιους του υποδοχείς του μαζικού τουρισμού, καθώς αποτελεί την εύκολη λύση για γρήγορο κέρδος. Με αυτόν τον τρόπο υπονομεύεται η διαφορετικότητα που προσδίδει ο πολιτισμός σε μια περιοχή, ενώ παράλληλα χάνεται το συγκριτικό πλεονέκτημα του εναλλακτικού τουριστικού προϊόντος

Συμπερασματικά, ο πολιτιστικός τουρισμός είναι πολύ σημαντικός ιδιαίτερα σε περιοχές με πλούσια κληρονομιά όπως είναι η Ελλάδα. Βοηθάει μια τοποθεσία να ανακτήσει και να προβάλει την πολιτιστική της ταυτότητα ώστε να αποφύγει την τυποποίηση που δημιουργεί ο μαζικός τουρισμός. Παράλληλα, ο «πολιτιστικός τουρίστας» σέβεται τους αρχαιολογικούς και πολιτιστικούς χώρους καθώς τους επισκέπτεται από αγάπη για τον πολιτισμό και ενδιαφέρον για γνώση και όχι γιατί έχει προπληρώσει την επίσκεψη μέσα στα πλαίσια του τουριστικού πακέτου. Αναμφισβήτητα, η μορφή αυτή εναλλακτικού τουρισμού αποτελεί το συγκριτικό μας πλεονέκτημα έναντι άλλων χωρών που επίσης υποδέχονται μεγάλα τουριστικά ρεύματα. Είναι η ιστορία, τα μνημεία και η παράδοσή της Ελλάδας που εγγυώνται μια αξιόλογη και βιώσιμη ανάπτυξη του σύγχρονου πολιτιστικού τουρισμού. Ιδιαίτερα στις μέρες μας, όπου τα σημάδια της οικονομικής κρίσης είναι πλέον εμφανή στην ελληνική πραγματικότητα και δεδομένου ότι το κλασσικό μοντέλο τουρισμού έχει κάνει πλέον τον κύκλο του, θα πρέπει να αναζητηθούν νέες ποιοτικές

προτάσεις τουριστικής ανάπτυξης. Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που προϋποθέτει αλλά και προωθεί την ποιότητα, ενώ θέτει σαν στόχο όχι αριθμούς και όγκο τουριστικών αφίξεων αλλά την επιμόρφωση των επισκεπτών σε συνδυασμό με την μικρότερη δυνατή επιβάρυνση του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος. Οι προοπτικές που παρουσιάζει το συγκεκριμένο μοντέλο ανάπτυξης, σε συνδυασμό με τις κατάλληλες υποδομές και τη επικοδομητική συνεργασία ανάμεσα στους φορείς του τουρισμού και του πολιτισμού, αποτελούν μια σημαντική δίοδο για την έξοδο από την οικονομική ύφεση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

4.1. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Αναμφισβήτητα, η ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος διαταράσσεται σε μεγάλο βαθμό από την γρήγορη επέκταση της τουριστικής ανάπτυξης στο χώρο της υπαίθρου καθώς και από την ανάπτυξη μεγάλης έκτασης και όγκου υποδομών. Οι επιπτώσεις αυτές είναι πολύ πιο έντονες σε περιοχές που θεωρούνται οικολογικά “ευαίσθητες”, όπως παραθαλάσσιες περιοχές, ορεινές, υδροβιότοποι κ.λπ.

Ο τουρισμός επεκτείνεται όλο και περισσότερο στο χώρο με αποτέλεσμα να προκαλεί συχνά συγκρούσεις για τη χρήση της γης σε περιοχές με αγροτικές εκμεταλλεύσεις ή σε παραθαλάσσιες ζώνες. Στην περίπτωση αυτή παρατηρείται συχνά το φαινόμενο οικοπεδοποίησης με αποτέλεσμα ο τουρισμός να απορροφά εκτός από τη γη, το νερό αλλά και τις επενδύσεις που είναι απαραίτητες για την παραγωγική ανάπτυξη του αγροτικού τομέα. Γενικότερα, ο τουρισμός λειτουργεί “ολιστικά” στις τουριστικές περιοχές διεκδικώντας όλο και περισσότερο χώρο για τις δραστηριότητες και τις υποδομές.

Η αύξηση του αριθμού των τουριστικών θέρετρων προκάλεσε προβλήματα λειτουργίας και διαχείρισης τους σε σχέση με το περιβάλλον, την πολεοδομία και τη χωροταξία. Τα περισσότερα από αυτά αφορούν και την ευρύτερη περιοχή όπου είχαν αναπτυχθεί αυτά τα θέρετρα, με αποτέλεσμα να διαμορφωθούν κανόνες και πρότυπα διαχείρισης, προστασίας και ελέγχου του περιβάλλοντος των περιοχών αυτών. Στις προσπάθειες αυτές υπήρξε η αναζήτηση προτύπων που συνδέονται με την έννοια της “βιώσιμης” ανάπτυξης, δηλαδή τον τύπο αυτό της τουριστικής ανάπτυξης που δραστηριοποιείται ισόρροπα στην τοπική, κοινωνική, οικονομική, πολιτισμική και περιβαλλοντική δομή της κάθε τουριστικής περιοχής, διαμορφώνοντας παράλληλα όρους (υπηρεσίες, υποδομές) για τη συνεχή ανατροφοδότηση της.

Τα οικοσυστήματα ανάλογα με την οικολογική τους σταθερότητα, την ικανότητα αυτορρύθμισης τους, αλλά κυρίως με την επίδραση που έχει ασκήσει ο άνθρωπος σε αυτά διακρίνονται σε α) σταθερά, β) επηρεαζόμενα,

γ) υποβαθμισμένα –με πολλαπλές διαταραχές της ισορροπίας-, δ)ασθενή – οικοσυστήματα που έχουν υποστεί πλήρη αποδιοργάνωση. Σε αρκετές τουριστικές περιοχές τα οικοσυστήματα όχι μόνο δεν έχουν παραμείνει σταθερά αλλά αντιθέτως έχουν υποστεί τεράστιες αλλαγές γεγονός που συνεπάγεται την αδυναμία τους να επανέλθουν στην αρχική τους κατάσταση και να ανακτήσουν την χαμένη τους ισορροπία.³⁷

Στην συνέχεια παρουσιάζονται μερικές από τις πιο σημαντικές επιπτώσεις του τουρισμού και ιδιαίτερα του μαζικού στο φυσικό περιβάλλον:

- ✚ Η ρύπανση της θάλασσας και γενικότερα των υδάτινων πόρων (λίμνες, ποτάμια) από τα απόβλητα των ξενοδοχειακών μονάδων και την μαζική συσσώρευση τουριστών. Η απουσία βιολογικών καθαρισμών σε πολλές τουριστικές περιοχές έχει οδηγήσει στην ανεξέλεγκτη ρίψη λυμάτων στις θάλασσες γεγονός που προκαλεί ιδιαίτερα προβλήματα στα θαλάσσια οικοσυστήματα. Επιπλέον τα ξενοδοχεία παράγουν το λεγόμενο γκρίζο και μαύρο νερό (προέρχεται από τα πλυντήρια, τους νιπτήρες, τις ντουζιέρες, τις κουζίνες κλπ) μέσω του οποίου διοχετεύονται επιβλαβή χημικά και βακτηρίδια στο περιβάλλον.
- ✚ Αποψίλωση μεγάλων εκτάσεων πρασίνου προκειμένου να ανοικοδομηθούν οι τουριστικές μονάδες γεγονός που υποβαθμίζει το φυσικό τοπίο μιας περιοχής.
- ✚ Εξίσου σημαντικό είναι η αισθητική υποβάθμιση που υφίστανται οι περιοχές οι οποίες αποτελούν τα τουριστικά θέρετρα. Τεράστιες ξενοδοχειακές μονάδες έχουν κτιστεί κυρίως στην παράκτια ζώνη οι οποίες στις περισσότερες περιπτώσεις δεν συμβαδίζουν με την γενικότερη αρχιτεκτονική της γύρω περιοχής δημιουργώντας μια αντιαισθητική εικόνα αλλοιώνοντας τα χαρακτηριστικά του τόπου. Επιπλέον, η απότομη τουριστική ανάπτυξη σε συνδυασμό με την έλλειψη ελέγχου από τις τοπικές αρχές έχουν οδηγήσει στη δημιουργία απαράδεκτων τουριστικών θέρετρων, από άποψη αισθητικής, καθώς

³⁷ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π.,(1999), Εισαγωγή στον Τουρισμό, εκ .INTERBOOKS, Αθήνα, σελ. 310

κυριαρχούν οι τεράστιες διαφημιστικές πινακίδες και οι πλαστικές τέντες, καταστρέφοντας το τοπίο. Η αισθητική κακοποίηση των τοπίων δεν παρουσιάζεται μόνο στις παραθαλάσσιες περιοχές. Η ανέγερση ξενοδοχείων και πιστών για σκι στις ορεινές ζώνες αλλάζουν εντελώς το προϋπάρχον φυσικό περιβάλλον.

- ✚ Υπερκατανάλωση νερού κατά τους θερινούς μήνες, ιδίως σε περιοχές της Ελλάδας που υπάρχει έντονο πρόβλημα λειψυδρίας (π.χ. Σητεία)
- ✚ Η Μόλυνση της ατμόσφαιρας από τις τεράστιες ανάγκες για μεταφορά τις περιόδους υψηλής τουριστικής κίνησης. Τα ποσοστά διοξειδίου του άνθρακα, αέριο εξαιρετικά επιβλαβές για την ατμόσφαιρα, αυξάνονται εντυπωσιακά κατά τους θερινούς μήνες εξαιτίας της μεγάλης κινητικότητας των επίγειων μέσων μεταφοράς. Παράλληλα οι αερομεταφορές, οι οποίες αποτελούν το κύριο μέσο μεταφοράς στην σύγχρονη τουριστική βιομηχανία, συμβάλουν σημαντικά στην επιβάρυνση της ατμόσφαιρας με βλαβερά αέρια τα οποία συνδέονται με το φαινόμενο του θερμοκηπίου και την άνοδο της θερμοκρασίας του πλανήτη. Επίσης η ατμόσφαιρα ρυπαίνεται από τα μεγάλα ξενοδοχεία και τα τουριστικά θέρετρα καθώς χρησιμοποιούν ενέργεια που προέρχεται από καύσιμα (πετρέλαιο, λιγνίτης) εξαιρετικά επιβλαβή.
- ✚ Αρκετά προβλήματα ρύπανσης προκύπτουν από την εγκληματική συμπεριφορά των επισκεπτών μιας τουριστικής περιοχής οι οποίοι εναποθέτουν συχνά τα απορρίμματα τους σε δημόσιους χώρους όπως οι παραλίες.
- ✚ Ο αυξημένος θόρυβος που υπάρχει στις τουριστικές περιοχές και προκαλείται από τα κέντρα διασκέδασης, την αυξημένη κίνηση των αυτοκινήτων και αεροσκαφών, την ανοικοδόμηση ξενοδοχείων και άλλων υποδομών, απαραίτητων για την υποδοχή τουριστών, προκαλούν πρόσθετη επιβάρυνση τόσο για τους τουρίστες όσο και για τους κατοίκους των περιοχών.
- ✚ Υποβάθμιση της πανίδας τόσο στην παράκτια ζώνη, όπου συντελείται η μεγαλύτερη τουριστική ανάπτυξη, όσο και στις ορεινές περιοχές, όπου φιλοξενούν τις δραστηριότητες του χειμερινού τουρισμού. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της χελώνας careta-careta η οποία δυσκολεύεται πλέον να βρει περιοχές χωρίς έντονο φωτισμό και

θόρυβο, καθώς οι ανθρώπινες δραστηριότητες αναψυχής στο θαλάσσιο και παραθαλάσσιο χώρο αποτελούν παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά την διαδικασία της αναπαραγωγής³⁸.

Η κυριότερη πρόκληση για τη βιομηχανία του τουρισμού, τις επιχειρήσεις και τους προορισμούς είναι η αναζήτηση απαντήσεων στο ερώτημα εάν είναι δυνατή η διαχείριση της τουριστικής δραστηριότητας και της αναμενόμενης ανάπτυξης κατά τα επόμενα χρόνια, ώστε να διασφαλίζεται μια λογική χρήση των φυσικών πόρων, παράλληλα με την εμπορική επιτυχία του τομέα. Η τουριστική βιομηχανία αντλεί τη δύναμή της από εύθραυστες πηγές, όπως το περιβάλλον, η ιστορία και ο πολιτισμός και συχνά χαρακτηρίζεται ως νόμισμα με δύο όψεις: Από τη μια συνεισφέρει στην οικονομική άνθιση μιας περιοχής και από την άλλη είναι παράγοντας σημαντικών περιβαλλοντικών επιβαρύνσεων. Η υπερβολική χρήση των υποδομών χωρίς πρόβλεψη, η ανεξέλεγκτη ανάπτυξη με σοβαρές επιπτώσεις στο οικοσύστημα, οι τοπικιστικές συμπεριφορές απληστίας και προσωπικού κέρδους είναι πολύ πιθανό να προκαλέσουν ανυπολόγιστη ζημιά σε έναν τουριστικό προορισμό υπονομεύοντας ανεπανόρθωτα το φυσικό περιβάλλον και “υποθηκεύοντας” το μέλλον του.

4.2. Η ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ ΣΧΕΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Ο τουρισμός βρίσκεται σε στενή εξάρτηση από το φυσικό περιβάλλον και μάλιστα, σύμφωνα με ορισμένες εκτιμήσεις, σε ποσοστό 90%. Έτσι το φυσικό περιβάλλον αποτελεί βασική παράμετρο της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι υπάρχει μια αμφίδρομη σχέση μεταξύ περιβάλλοντος και τουρισμού, καθώς όπως ο τουρισμός μπορεί να επηρεάσει τη φύση, έτσι και οι ραγδαίες μεταβολές στο περιβάλλον καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την τύχη του τουρισμού σε μια περιοχή. Ειδικά οι κλιματικές αλλαγές που παρατηρούνται τα τελευταία χρόνια και η αύξηση της θερμοκρασίας σε παγκόσμιο επίπεδο απειλούν σημαντικά το μέλλον του

³⁸ Holden, A., (2008), *Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, εκ. ΠΑΠΑΖΗΣΗ, Αθήνα, σελ. 277 - 291

τουρισμού. Σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ., στις παραθαλάσσιες και τις ορεινές περιοχές όπου αναπτύσσεται κυρίως η τουριστική δραστηριότητα, μια ενδεχόμενη υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος θα μπορούσε να πλήξει ιδιαίτερα τους προορισμούς αυτούς - οι οποίοι στις περισσότερες περιπτώσεις έχουν σαν κύρια δραστηριότητα τον τουρισμό – έχοντας σημαντικές οικονομικές συνέπειες για τις τοπικές κοινωνίες. Γίνεται επομένως σαφές ότι μια περιβαλλοντική αλλοίωση δεν επηρεάζει μόνο τη φύση αλλά ολόκληρη την κοινωνία γύρω από την οποία συντελείται.

Η ρύπανση στην ατμόσφαιρα ή στους υδάτινους πόρους και η κατασπατάληση των φυσικών πόρων θέτουν σε μεγάλο κίνδυνο την ελκυστικότητα ενός προορισμού καθώς σε πολλές περιπτώσεις η αρτιότητα του φυσικού περιβάλλοντος αποτελεί σημαντικό παράγοντα έλξης των τουριστικών ρευμάτων. Ιδιαίτερα για τους κατοίκους των μεγάλων αστικών κέντρων η ανάγκη για πραγματοποίηση διακοπών σε ένα υγιές φυσικό τοπίο οδηγεί στην επιλογή προορισμών που διατηρούν και σέβονται το περιβάλλον. Παρόλο όμως που ένα τοπίο μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης τουριστών, η υπέρμετρη τουριστική ανάπτυξη και η μαζική προσέλευση επισκεπτών επί πολλά έτη μπορεί να αλλοιώσει την φυσική ομορφιά και να οδηγήσει στην υποβάθμισή του. Αυτό μπορεί να γίνει πιο κατανοητό αναλύοντας τον λεγόμενο «κύκλο ζωής ενός προορισμού» που ανέφερε ο Butler το 1980.

Η μεταβολή μίας τουριστικής περιοχής σε βάθος χρόνου όπως την ανέλυσε ο Butler είναι ως εξής:

Αρχικά έχουμε το στάδιο της «διερεύνησης» όπου οι τουρίστες εντυπωσιάζονται από τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία μιας τοποθεσίας και προσελκύονται από τα «παρθένα» έως τότε τοπία. Αξίζει να σημειωθεί ότι σε αυτό το στάδιο δεν υπάρχουν ανεπτυγμένες τουριστικές εγκαταστάσεις για διαμονή, σίτιση, πραγματοποίηση δραστηριοτήτων κ.α. για τους τουρίστες.

Στην συνέχεια υπάρχει το στάδιο της «εμπλοκής» κατά το οποίο αναπτύσσεται σε μικρό βαθμό μια αλληλεπίδραση των ντόπιων και των τουριστών. Δημιουργούνται τουριστικές υπηρεσίες ήπιας κλίμακας για την κάλυψη των αναγκών των επισκεπτών, ενώ παράλληλα μπορεί να

παρατηρηθεί μια μορφή εποχικότητας ειδικά στους παραθαλάσσιους και ορεινούς προορισμούς.

Ακολουθεί το στάδιο της «ανάπτυξης» όπου ο ντόπιος πληθυσμός έχει πλέον συνειδητοποιεί την τουριστική δυναμική της περιοχής και έχει δημιουργήσει περισσότερες εγκαταστάσεις προκειμένου να υποδεχτεί τα αυξανόμενα τουριστικά ρεύματα. Χαρακτηρίζεται από υψηλούς ρυθμούς αύξησης τόσο των αφίξεων όσο και των εισπράξεων και από την πολλές φορές άναρχη ανάπτυξη των απαραίτητων υποδομών. Το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον δέχεται έντονες αλλαγές καθώς διαμορφώνεται και αναπτύσσεται προκειμένου να προωθηθεί και να διαφημιστεί ώστε να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες.

Έπειτα η τουριστική περιοχή περνάει στο στάδιο της «εδραίωσης» όπου παρατηρείται μια μείωση του ρυθμού προσέλευσης τουριστών σε σχέση με το προηγούμενο στάδιο. Πλέον το μεγαλύτερο μέρος της περιοχής εξαρτάται οικονομικά από τον τουρισμό καθώς ένα σημαντικό κομμάτι του εργατικού δυναμικού απασχολείται στον τουριστικό τομέα, ενώ παράλληλα έχουν θυσιαστεί μεγάλες αγροτικές και λιβαδικές εκτάσεις για την τουριστική ανάπτυξη. Έτσι, πόλο έλξης δεν αποτελούν μόνο τα φυσικά τοπία αυτά κάθε αυτά αλλά κυρίως το τεχνητό περιβάλλον (π.χ. ξενοδοχεία, μαρίνες, γήπεδα γκολφ, επιχειρήσεις εστίασης, συνεδριακά κέντρα κ.α.) που έχει δημιουργηθεί για να καλύψουν τις ανάγκες των επισκεπτών.

Από το στάδιο αυτό ο τουριστικός προορισμός έχει δύο πιθανές κατευθύνσεις. Να μπει στη φάση της «παρακμής» και του κορεσμού καθώς η συχνά βιαστική και άναρχη ανάπτυξη των υποδομών συνήθως έχει περιβαλλοντικές επιπτώσεις και συνεπάγεται την καταστροφή των χαρακτηριστικών που κάνουν έναν προορισμό ελκυστικό. Ενώ παράλληλα αδυνατεί να ανταγωνιστεί νέες αναλλοίωτες περιοχές που έχουν κάνει την εμφάνισή τους και αναζητούν μερίδιο από την τουριστική πίτα.

Η δεύτερη επιλογή είναι το στάδιο της «αναζωογόνησης» όπου είναι και το πιο δύσκολο να επιτευχθεί. Απαιτούνται θαρραλέες αποφάσεις από τους θεσμικούς φορείς του τουρισμού με την παράλληλη στήριξη του ιδιωτικού τομέα ώστε να αποφευχθεί η υποβάθμιση και παρακμή του προορισμού.

Απαραίτητη κρίνεται η χάραξη μιας πολιτικής που θα δίνει κίνητρα για δημιουργία ποιοτικών υποδομών και ανδομών και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος με εναλλακτικές μορφές και νέους τύπους τουρισμού. Παράλληλα προκειμένου να επιτευχθεί η ανάταση του προορισμού απαιτείται να εισαχθεί η έννοια της αειφορίας στην περεταίρω τουριστική ανάπτυξή του, ώστε να διατηρηθεί το περιβάλλον προκειμένου ο προορισμός να συνεχίσει να προσελκύει τουρισμό με βάση τα φυσικά και πολιτιστικά του χαρακτηριστικά. Έτσι η τουριστική τοποθεσία παρουσιάζεται διαφοροποιημένη, ανανεωμένη, με σεβασμό στα φυσικά στοιχεία που την ανέδειξαν και την καθιέρωσαν στην τουριστική αγορά, και έτοιμη να ξεκινήσει ένα νέο κύκλο ζωής προσαρμοσμένο στις ανάγκες των επισκεπτών οι οποίες συνεχώς διαφοροποιούνται με πάροδο του χρόνου.³⁹

Οι νέες τάσεις στον τομέα των τουριστικών μετακινήσεων είναι άμεσα συνδεδεμένες με το επίπεδο ποιότητας του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Αναπόσπαστο κομμάτι της ποιότητας αυτής είναι το περιβάλλον – φυσικό και πολιτιστικό – η αρτιότητα του οποίου καθορίζει σε μεγάλο βαθμό τη διατήρηση του προορισμού σε υψηλό επίπεδο όσον αφορά τον όγκο αλλά και την ποιότητα των αφίξεων. Η εξάρτηση αυτή του τουρισμού από το περιβάλλον θα πρέπει να προβληματίσει ιδιαίτερα τους εμπλεκόμενους φορείς ώστε να μην επαναληφθούν λάθη του παρελθόντος και να αποφευχθούν φαινόμενα άναρχης ανάπτυξης, όπως π.χ. η ανεξέλεγκτη δόμηση στις παράκτιες περιοχές. Φαινόμενα τα οποία αλλοιώνουν το φυσικό τοπίο, υποβαθμίζουν την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος και λειτουργούν αποτρεπτικά στην προσπάθεια διατήρησης της τουριστικής δραστηριότητας σε υψηλό επίπεδο. Επιπλέον η απώλεια της περιβαλλοντικής ποιότητας δεν έχει αντίκτυπο μόνο σε επίπεδο όγκου αφίξεων, αλλά κυρίως σε επίπεδο ποιότητας τουριστών που προσελκύει μια περιοχή. Πιο συγκεκριμένα, όταν μια περιοχή υποβαθμίζεται αναγκάζεται να ρίξει αρκετά τις τιμές και το κόστος διακοπών σε αυτήν - υπό την πίεση και των tour operators οι οποίοι εκμεταλλεύονται περιπτώσεις υποβάθμισης για να καταστήσουν μια περιοχή

³⁹ Holden, A., (2008), *Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, εκ. ΠΑΠΑΖΗΣΗ, Αθήνα, σελ292 – 294.

υποχείριο - προκειμένου να μπορεί να διατηρηθεί σε ανταγωνιστικό επίπεδο και να συνεχίσει να προσελκύει τουρισμό. Έτσι όταν τα φυσικά στοιχεία παύουν να αποτελούν πόλο έλξης, ο προορισμός αναγκάζεται να παρέχει φθηνές διακοπές, με το χαμηλό κόστος να αποτελεί πλέον τον κύριο παράγοντα σύμφωνα με τον οποίο επιλέγεται η συγκεκριμένη περιοχή. Αυτό συνεπάγεται στην άφιξη φθηνού τουρισμού ο οποίος αδιαφορεί παντελώς αν υπάρχουν πολιτιστικά ή φυσικά χαρακτηριστικά τα οποία μπορεί να θαυμάσει σε μια περιοχή και καθοδηγείται από την τιμή του τουριστικού πακέτου. Αυτό συνεπάγεται με χαμηλή κερδοφορία γεγονός που με τη σειρά του οδηγεί στη δυσκολία πραγματοποίησης επενδύσεων για την ποιοτική αναβάθμιση ή έστω τη διατήρηση ενός ποιοτικού επιπέδου.

4.3. ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Τα τελευταία χρόνια χρησιμοποιείται όλο και συχνότερα η λέξη αειφορία και ο όρος αειφορική ανάπτυξη, όχι μόνο από τους ειδικούς επιστήμονες που ασχολούνται με την μελέτη της φύσης αλλά και από τους δημοσιογράφους, οικονομολόγους, πολιτικούς, κλπ. Ο όρος αειφορία εμφανίζεται για πρώτη φορά στη γερμανόφωνη δασική βιβλιογραφία στις αρχές του 18αιώνα ως “ Nachhaltigkeit” ουσιαστικό και ως “ nachhaltig” επίθετο ή επίρρημα (οικονομική δασοκομία- οδηγία για καλλιέργεια αγρίων δένδρων). Ως δασικός όρος καθιερώθηκε στις αρχές του 19 αιώνα από τους Hartig, Karstrofer, κλπ και είχε την έννοια της επιδίωξης μιας διηνεκούς μέγιστης προσφοράς υλικών και μη υλικών αγαθών από το δάσος. Στα ελληνικά αποδόθηκε ο όρος ως «διηνεκείς των καρπώσεων» ή ως αειφορία.

Με τη πάροδο του χρόνου η λέξη αειφορία έχασε την έννοια του ειδικού επιστημονικού της όρου και απέκτησε την έννοια της λέξης- κλειδί με την αναδιτύπωση της αειφορικής αρχής, κατά την οποία η αειφορία δεν σημαίνει μόνο τη διαρκή, σταθερή και σύμμετρη παραγωγή αγαθών, υπηρεσιών και επιδράσεων αλλά κυρίως τη 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.

Είναι αυτονόητο ότι, όπως συμβαίνει και με το δάσος για να τηρηθεί η αρχή της αειφορίας στη διαχείριση ενός οικοσυστήματος θα πρέπει να διατηρηθούν 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. υδρότοπο θα πρέπει αυτός να διατηρηθεί ως υδρότοπος αλλά να διατηρηθεί επίσης και η παραγωγικότητα του εδάφους και του νερού. Εάν το οικοσύστημα αυτό καταστραφεί 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. Το ίδιο ισχύει για οποιοδήποτε οικοσύστημα.

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 (αειφορικός σχεδιασμός κλπ). Επίσης ο όρος αρχίζει να αποκτά τη διάσταση μιας φιλοσοφικής έννοιας και εκφράζει έναν συγκεκριμένο τρόπο ζωής και συμπεριφοράς. Πολλές φορές όμως γίνεται αδόκιμη χρήση του όρου ή από καθαρά μεταφραστική αδυναμία ή συγχέεται με άλλους όρους .

Αειφορία είναι η στρατηγική ανάπτυξης η οποία στοχεύει να διασφαλίσει την ικανοποίηση των αναπτυξιακών αναγκών μέσα στα υφιστάμενα βιοφυσικά περιβάλλοντα σε συνδυασμό με την ελαχιστοποίηση των επιπτώσεων στο περιβάλλον και την ταυτόχρονη εξοικονόμηση των φυσικών πόρων. Στόχος της είναι ισορροπία ανάμεσα στην οικονομική ανάπτυξη, την κοινωνική συνοχή, την περιβαλλοντική και πολιτιστική προστασία σε παγκόσμιο, εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Αυτό επιτυγχάνεται με την εξάλειψη της φτώχειας με στόχο την κοινωνική ευημερία, την αλλαγή της παραγωγής και κατανάλωσης και την προστασία και διαχείριση των φυσικών πόρων (π.χ. εξεύρεση νέων πηγών ενέργειας αιολική, ηλιακή κ.ο.κ., συστηματική διαχείριση και προστασία των χερσαίων και υδάτινων οικοσυστημάτων κλπ.).

Σύμφωνα με τον κλασικό ορισμό, αειφόρος ανάπτυξη είναι η «ανάπτυξη που καλύπτει τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες», δηλαδή η μέριμνα ώστε η σημερινή ευμάρεια να μην επιβαρύνει τις μελλοντικές γενεές. Η αειφόρος ανάπτυξη έχει επομένως τρεις συνιστώσες - οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική-που απαιτούν ισόρροπη πολιτική συνεκτίμηση προκειμένου να επιτευχθεί η βιωσιμότητα. Η βιωσιμότητα υπονοεί ότι οι φυσικοί πόροι υφίστανται εκμετάλλευση με ρυθμό μικρότερο από αυτόν με τον οποίο ανανεώνονται, διαφορετικά λαμβάνει χώρα περιβαλλοντική υποβάθμιση. Θεωρητικά, το μακροπρόθεσμο αποτέλεσμα της περιβαλλοντικής υποβάθμισης είναι η ανικανότητα του γήινου οικοσυστήματος να υποστηρίξει την ανθρώπινη ζωή (οικολογική κρίση)⁴⁰..

4.4 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΑΕΙΦΟΡΙΑ

Ένα μοντέλο τουρισμού το οποίο πληροί τις βασικές αρχές της αειφορίας και της βιώσιμης ανάπτυξης είναι ο αειφορικός τουρισμός. Σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ. "Η ανάπτυξη του αειφορικού τουρισμού ικανοποιεί τις ανάγκες των τωρινών τουριστών και των περιοχών που τους φιλοξενούν και παράλληλα προστατεύει και ενισχύει τις ευκαιρίες για το μέλλον. Θεωρείται ότι η ανάπτυξη αυτή οδηγεί στη διαχείριση όλων των πόρων με τέτοιο τρόπο, ώστε να είναι δυνατό να εκπληρώνονται οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες, ενώ παράλληλα να διατηρείται η πολιτιστική ακεραιότητα, οι ουσιώδεις οικολογικές διαδικασίες, η βιολογική ποικιλότητα και τα συστήματα υποστήριξης της ζωής. Τα «προϊόντα» αειφορικού τουρισμού λειτουργούν σε αρμονία με το περιβάλλον, την κοινωνία και τον πολιτισμό, ώστε ο ντόπιος πληθυσμός να καρπώνεται όλα τα οφέλη και να μην αποτελεί θύμα της τουριστικής ανάπτυξης".

Με βάση την παραπάνω διαπίστωση, η αρχή της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης συντελείτε χωρίς να καταστρέφει το περιβάλλον

⁴⁰ Ανδριώτης, Κ.,(2008), *Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός*, εκ. ΣΤΑΜΟΥΛΗ, Αθήνα, σελ., 38

(φυσικό- κοινωνικό- πολιτιστικό) ή τους πόρους του τουριστικού προορισμού και έτσι οι μελλοντικοί τουρίστες μπορούν να απολαύσουν τόσο το περιβάλλον όσο και τους πόρους του εκάστοτε προορισμού που θα επιλέξουν.

Ο συνδυασμός των παραπάνω εννοιών καταλήγει ότι, ο αειφόρος τουρισμός είναι κάθε μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται με την αρχή της αειφορικής ανάπτυξης προστατεύει το φυσικό περιβάλλον (κοινωνικό- πολιτικό- οικονομικό- φυσικό) και δεν εξαντλεί η αλλοιώνει τους πόρους του. Τα κύρια γνωρίσματα του αειφόρου τουρισμού είναι:

- ✚ Εφαρμόζεται σε κάθε τουριστική δραστηριότητα.
- ✚ Επιτυγχάνεται κέρδος από την ήπια τουριστική δραστηριότητα, η οποία περιλαμβάνει συνεργασία με τις τοπικές κοινωνίες.
- ✚ Εξισορροπεί τις ανθρώπινες δραστηριότητες- περιβάλλον- πόρους.
- ✚ Οι επιχειρήσεις συμμορφώνονται με τους τοπικούς – εθνικούς νόμους και κανονισμούς.
- ✚ Υποστηρίζει διαχρονικά την βιωσιμότητα κάθε τουριστικής δραστηριότητας.
- ✚ Αποτρέπει το μοντέλο υπερσυγκέντρωσης σε μια περιοχή.
- ✚ Προστατεύει την πολιτιστική κληρονομιά και κουλτούρα της περιοχής, με την αναγνώριση - ανάδειξη της ταυτότητας του προορισμού και το σεβασμό των κοινωνικών θεσμών.
- ✚ Στοχεύει στα μακροχρόνια και όχι στα βραχυχρόνια οφέλη.
- ✚ Συντονίζει τις αρμοδιότητες των φορέων (ιδιωτών-δημοσίων) για την αποφυγή των συμφερόντων.
- ✚ Μειώνει τις επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας στο περιβάλλον, με την προστασία της χλωρίδας και πανίδας και τον σεβασμό στις προστατευόμενες περιοχές και τα φυσικά τοπία.
- ✚ Λειτουργεί συμπληρωματικά στις ήδη υπάρχουσες τουριστικές δραστηριότητες.
- ✚ Εφαρμόζει την αρχή της χωρητικότητας (πόσο αριθμός 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)⁴¹.

Ήδη από το 1970 ομάδες ανθρώπων όπως ερευνητές τουρισμού, οικολόγοι και περιβαλλοντικές οργανώσεις άρχισαν να αναζητούν μορφές τουρισμού οι οποίες να είναι φιλικές και ήπιες προς το περιβάλλον αλλά και περισσότερο ανθρωποκεντρικές, οι οποίες στο σύνολο τους συγκροτούν το λεγόμενο εναλλακτικό τουρισμό. Η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού συνοψίζεται στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος και των πόρων του τουριστικού προορισμού, στην ικανοποίηση των αναγκών του ντόπιου πληθυσμού και στη δυνατότητα των χωρών στις οποίες υπάρχουν οι τουριστικοί προορισμοί να παίρνουν αυτές τις αποφάσεις της τουριστικής τους ανάπτυξης, σύμφωνα με τις δικές τους τουριστικές πολιτικές και όχι με αυτές των τουριστικών επιχειρηματιών⁴².

Οι εναλλακτικές ή ήπιες μορφές τουρισμού είναι αυτές στις οποίες στηρίζεται η επανάσταση στον σύγχρονο τουρισμό και η απεξάρτησή του από τη μαζική μορφή που έχει στις μέρες μας. Είναι σαφής η αντίθεση τους προς την κλασική μορφή τουρισμού και κύριος στόχος τους η διαφύλαξη του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, στους τόπους υποδοχής, καθώς και η ανάπτυξη νέων θεματικών τρόπων προσέλκυσης τουριστών. Η μη αναστρέψιμη υποβάθμιση των πολιτιστικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών ενός τουριστικού προορισμού από την άναρχη και άνευ ορίων τουριστική ανάπτυξη, οδηγεί στην απώλεια των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων του προορισμού (φύση-πολιτισμός) και σταδιακά στην παρακμή της οικονομικής δραστηριότητας των τουριστικών περιοχών. Τα κύρια χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι τα εξής:

- ✚ Ο ρυθμός ανάπτυξης κατευθύνεται και ελέγχεται από τους ντόπιους αντί από εξωτερικούς παράγοντες. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τα οφέλη από την τουριστική δραστηριότητα να παραμένουν στην τοπική

⁴¹ Λενιτσά, Μ., (2005), πτυχιακή εργασία, «Αειφορία - Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, γενικές έννοιες. Ειδικότερη αναφορά στον Αγροτουρισμό, Αγροτουριστικά πακέτα και πολιτικές προώθησης και Marketing. Τέλος αναφορά στην Αγροτουριστική ανάπτυξη στην ορεινή περιοχή του Νέου Μαρμαρά Χαλκιδικής (Όρος Ίταμος)»

⁴² <http://news.pathfinder.gr/periscopio/sports-tourism-environment.html>

κοινωνία, ενώ παράλληλα μειώνεται η εξάρτηση από τους μεσάζοντες και τις πολυεθνικές εταιρίες οι οποίες ελέγχουν την τουριστική ανάπτυξη με γνώμονα το δικό τους συμφέρον.

- ✚ Ανάπτυξη μικρής κλίμακας με υψηλό βαθμό ιδιοκτησίας από ντόπιους. Η ανάπτυξη αυτή προϋποθέτει μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις προσαρμοσμένες στο τοπικό φυσικό περιβάλλον και την αρχιτεκτονική, ενισχύοντας έτσι την αειφόρο ανάπτυξη της περιοχής. Επιπλέον, οι μικρές επιχειρήσεις προτιμούν τους ντόπιους προμηθευτές διανέμοντας έτσι τα έσοδα στην τοπική κοινωνία, μεγιστοποιώντας έτσι τα οικονομικά οφέλη για τον τοπικό πληθυσμό.
- ✚ Περιβαλλοντική διαφύλαξη και ελαχιστοποίηση των αρνητικών κοινωνικών και πολιτισμικών επιπτώσεων. Οι ήπιες μορφές τουριστικής ανάπτυξης είναι φιλικές προς το περιβάλλον καθώς δεν υπερβαίνουν την φέρουσα ικανότητα της περιοχής. Επιπλέον, η "τουριστικοποίηση" της περιοχής γίνεται με ήπιο και αργό ρυθμό χωρίς να αλλοιώνονται τα τοπικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά. Άλλωστε τα χαρακτηριστικά αυτά είναι που αποτελούν πόλο έλξης για τον εναλλακτικό τουρίστα ο οποίος αδιαφορεί για το τυποποιημένο και πολλές φορές ψεύτικο περιβάλλον που κατασκευάζεται από τους διοργανωτές του μαζικού μοντέλου διακοπών.
- ✚ Μεγιστοποιημένοι δεσμοί με τους άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας, όπως λ.χ. τη γεωργία, μειώνοντας την εξάρτηση από τις εισαγωγές. Εξάλλου ένας από τους σκοπούς του εναλλακτικού τουρισμού είναι η δημιουργία περιοχών οι οποίες είναι αυτόνομες εξασφαλίζοντας έτσι ένα υψηλό επίπεδο ποιότητας. Επιπλέον, ο τουρισμός λειτουργεί συμπληρωματικά με τις άλλες τοπικές παραγωγικές δραστηριότητες και όχι εις βάρος αυτών καθώς δεν θυσιάζονται εργατικό δυναμικό και τεράστιες εκτάσεις γης (όπως συμβαίνει στον μαζικό τουρισμό), επιτυγχάνοντας έτσι μια ήπια και ισορροπημένη ανάπτυξη για την περιοχή.
- ✚ Ενίσχυση συμμετοχής γυναικών και άλλων περιθωριοποιημένων ομάδων σε δημοκρατικές διαδικασίες κατά τη λήψη αποφάσεων.
- ✚ Προσέλκυση ενός τμήματος της αγοράς που είναι πρόθυμο να αποδεχτεί τα τοπικά πρότυπα διαμονής και διατροφής και που

ενδιαφέρεται να ενημερωθεί για την ντόπια κουλτούρα και το περιβάλλον.⁴³

Η τουριστική ανάπτυξη μιας χώρας και η διατήρησή της σε υψηλό ανταγωνιστικό επίπεδο σχετίζεται άμεσα με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Μορφές οι οποίες θα είναι βιώσιμες μελλοντικά και θα συμβάλουν καταλυτικά στην ανανέωση του κύκλου ζωής του τουριστικού προϊόντος, καθώς έχουν τη δυνατότητα να το αναβαθμίσουν καθιστώντας το ελκυστικό για ακόμη περισσότερο χρονικό διάστημα.

Είναι γενικά παραδεκτό ότι ο σύγχρονος τουρίστας ενδιαφέρεται σε μεγάλο βαθμό για το περιβάλλον όσον αφορά την προστασία και διατήρηση του. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την τάση για αναζήτηση μορφών τουρισμού που επιτρέπουν στον ταξιδιώτη να έχει ένα πιο ενεργητικό ρόλο, σε αντίθεση με την στερεότυπη μορφή των κλασικών μετακινήσεων (ήλιος, θάλασσα), οδηγεί σε νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι οποίες συχνά εμπεριέχουν την έννοια της αειφορίας. Σύμφωνα με την έρευνα, ο νέος τουρίστας αναζητά διαφορετικού τύπου υπηρεσίες οι οποίες είναι διαφοροποιημένες από το κλασικό μοντέλο των τυποποιημένων παροχών του μαζικού τουρισμού. Υπηρεσίες όπου βοηθούν τον ταξιδιώτη να ζήσει την "τουριστική εμπειρία", ενώ παράλληλα αποτελούν ευκαιρία για ανάπτυξη του αειφορικού τουρισμού⁴⁴.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει διεθνώς μια μέση ετήσια αύξηση του τουρισμού της τάξεως του 4% για τα επόμενα δέκα χρόνια. Ο Γενικός Γραμματέας του πρότείνει να ενταθούν οι προσπάθειες ώστε να συμπεριληφθεί ο Αειφόρος Τουρισμός στη Διεθνή Ατζέντα Ανάπτυξης ως εργαλείο για την προώθηση και επίτευξη των αναπτυξιακών στόχων. Το μήνυμά του είναι «Αυξήστε τον τουρισμό για να καταπολεμηθεί η φτώχεια στον πλανήτη και να προωθηθεί η αειφόρος ανάπτυξη». Είναι λοιπόν φανερό ότι η μορφή τουρισμού που μπορεί να συμβάλλει στη μείωση της φτώχειας στις αναπτυσσόμενες και στις φτωχότερες χώρες στον κόσμο, αλλά και να δει

⁴³ Βουλγαράκη, Μ., Σημειώσεις μαθήματος, *Τουριστική Κοινωνιολογία*, ΣΔΟ, τμήμα ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙ/ΣΕΩΝ ΤΕΙ Ηρακλείου

⁴⁴ Κιλίπρης, Φ., (2006), Διδακτορική Διατριβή, «Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη στις μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις», Θεσσαλονίκη.

τον τουρισμό ως τη γέφυρα κατανόησης και αποδοχής διαφορετικών πολιτισμών, είναι αυτή που στοχεύει στην Αειφόρο Ανάπτυξη. Ο Αειφόρος Τουρισμός είναι μια οικονομική δραστηριότητα, που συναντά τις ανάγκες των τουριστών και αυτές των περιοχών τουριστικής υποδοχής, ενώ ταυτόχρονα προστατεύει το περιβάλλον και βελτιώνει το επίπεδο κοινωνικής και οικονομικής ευημερίας του τοπικού πληθυσμού παρέχοντας ευκαιρίες και διασφαλίζοντας το μέλλον ⁴⁵

Μια συνοπτική σύγκριση του μαζικού με τον εναλλακτικό τουρισμό θα μας βοηθήσει να διακρίνουμε καλύτερα τις διαφορές των δύο μορφών τουριστικής δραστηριότητας και να κατανοήσουμε τον ήπιο χαρακτήρα του δεύτερου σε σχέση με τον πρώτο. Έτσι, από τη μια πλευρά υπάρχει ο τουρίστας αυτός δηλαδή που σύμφωνα με την ετυμολογία της λέξης, «γυρίζει» και επισκέπτεται διάφορα μέρη με σκοπό τις διακοπές, τη χαλάρωση και την ξενοιασιά, υιοθετώντας μια παθητική στάση στις διακοπές. Από την άλλη έχουμε τον ταξιδιώτη ο οποίος επιλέγει συνειδητά, από αγάπη για τα ίδια τα ταξίδια, την περιήγησή του σε νέους τόπους, δεν φοβάται το τυχαίο και το απρόβλεπτο και επιλέγει ταξίδια εναλλακτικού τύπου κοντά στη φύση. Επιπλέον, στον μαζικό τουρισμό συναντάμε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και υπερσυγκέντρωση τουριστών σε συγκεκριμένες περιοχές, τα λεγόμενα resorts, γεγονός που συχνά οδηγεί στην αλλοίωση της ταυτότητας των τοπικών κοινωνιών. Αντίθετα, στον εναλλακτικό ή ήπιο τουρισμό, υπάρχουν μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις διαμονής και εστίασης τουριστών οι οποίες σέβονται το περιβάλλον και την τοπική αρχιτεκτονική, ενώ παράλληλα η συσσώρευση επισκεπτών είναι περισσότερο ελεγχόμενη διαφυλάσσοντας έτσι το χαρακτήρα του προορισμού. Μία ακόμη σημαντική διαφορά των μαζικών από τα εναλλακτικά ταξίδια είναι ότι στην πρώτη περίπτωση τα οφέλη από τον τουρισμό έχουν περισσότερο οι μεγάλες πολυεθνικές εταιρίες (αλυσίδες ξενοδοχείων, tour operators) αφήνοντας ελάχιστα για τον ντόπιο πληθυσμό. Από την άλλη πλευρά, η ιδιοκτησία και η λήψη των αποφάσεων στον εναλλακτικό τουρισμό έχει περισσότερο τοπικό χαρακτήρα, πράγμα που βοηθάει την τοπική κοινωνία να απολαύσει τα οφέλη (οικονομικά, κοινωνικά, πολιτικά) από την ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων. Τέλος η

⁴⁵ http://81.186.166.197/peekpe/POSTERS/9_Papazisi%20et%20al.pdf

ιστορία έχει δείξει ότι η ανάπτυξη στον μαζικό τουρισμό είναι βιαστική και συχνά χωρίς σχεδιασμό προκειμένου ο προορισμός να προλάβει να ωφεληθεί από τα τουριστικά ρεύματα. Η υπανάπτυξη αυτή έχει αρνητικές συνέπειες καθώς υποβαθμίζει οπτικά, κοινωνικά πολιτιστικά, περιβαλλοντικά ολόκληρες περιοχές θυσιάζοντάς τις στο όνομα του γρήγορου κέρδους. Στον αντίποδα, ο εναλλακτικός τουρισμός προάγει ένα πιο ήπιο και ελεγχόμενο μοντέλο ανάπτυξης το οποίο υπακούει στην φέρουσα ικανότητα του κάθε προορισμού καθώς εξετάζεται προσεκτικά το όριο των δραστηριοτήτων που μπορούν να απορροφηθούν χωρίς να υπάρχουν αντιστρέψιμες συνέπειες για το ευρύτερο περιβάλλον.

Είναι όμως εφικτή αυτή η μορφή τουρισμού;

Ναι, απαντάει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, ο αειφόρος ή αλλιώς υπεύθυνος τουρισμός μπορεί να καθιερωθεί και ήδη υπάρχουν περιοχές που προχωρούν με επιτυχία σε αυτή την κατεύθυνση. Αρκεί να συνεργαστούν όλοι οι κοινωνικοί εταίροι, ο δημόσιος με τον ιδιωτικό τομέα, να δραστηριοποιηθούν οι Τοπικές Αρχές και να αναλάβουν πρωταγωνιστικό ρόλο στον καθορισμό του αναπτυξιακού μοντέλου της περιοχής τους. Η τουριστική ανάπτυξη της κάθε περιοχής είναι μοναδική και η τοπική κοινωνία οφείλει να έχει τον πρώτο λόγο, έχοντας όμως συνειδητοποιήσει πόσο απαραίτητη είναι η διατήρηση του περιβάλλοντος, της αισθητικής του χώρου, του πολιτισμού και της ιστορίας. Είναι άμεση ανάγκη να υιοθετηθούν επαρκή συστήματα διαχείρισης και διατήρησης των φυσικών πόρων, να γίνουν οι σωστές υποδομές που να μπορούν να αντέξουν την πίεση από τον μεγάλο αριθμό επισκεπτών (πχ διαχείριση λυμάτων και απορριμμάτων, εξοικονόμηση νερού και ενέργειας κ.α.) και να προστατευτεί η ιστορική - πολιτιστική κληρονομιά και οι κοινωνικές δομές κάθε τόπου. Αλλά και οι τουρίστες/επισκέπτες οφείλουν να είναι ενημερωμένοι για τις επιπτώσεις της συμπεριφοράς τους στους τουριστικούς προορισμούς, πρέπει να μπορούν να προσαρμόσουν τις καταναλωτικές τους συνήθειες στην ανάγκη προστασίας των φυσικών πόρων της περιοχής που επισκέπτονται⁴⁶.

⁴⁶ <http://akti.org.cy/turkish/fisi66-low.pdf>

Συμπερασματικά ο αειφόρος τουρισμός δεν αποτελεί μια εναλλακτική μορφή τουρισμού αλλά είναι μια πολιτική της τουριστικής ανάπτυξης και σχεδιασμού που μπορεί να εφαρμοσθεί στις περισσότερες μορφές τουρισμού τόσο σε περιοχές κορεσμένες όπου κυριαρχεί ο μαζικός τουρισμός, όσο και σε αυτές όπου βρίσκονται στα πρώτα στάδια της ανάπτυξής τους, ενθαρρύνοντας έτσι την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

4.5. Η AGENDA 21.

Σύμφωνα με τον επίσημο ορισμό της από την Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη (WCED), η αειφόρος ανάπτυξη είναι η αυτή που καλύπτει τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες. Ουσιαστικά έχει να κάνει με την αναγκαιότητα αναπτυξιακής ισορροπίας στο τρίπτυχο οικονομία, περιβάλλον, κοινωνία-πολιτισμός και την αρχή ότι οποιαδήποτε ανάπτυξη του ενός εις βάρος των άλλων δύο δεν συνιστά αειφορία.

Η πρώτη προσπάθεια μιας σύγχρονης προσέγγισης του μοντέλου της Αειφόρου ανάπτυξης, έγινε στη Συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον και την ανάπτυξη στο Ρίο το 1992. Το σημαντικότερο επίτευγμα της Συνδιάσκεψης ήταν η Agenda 21, ένα ολοκληρωμένο και ευρύ πρόγραμμα δραστηριοτήτων που απαιτεί νέους τρόπους προσέγγισης της ανάπτυξης στο μέλλον. Η Agenda 21 υποστηρίζει και προετοιμάζει την πλήρη ενσωμάτωση της αειφορικής ανάπτυξης στην τουριστική βιομηχανία που κρίνεται πρωταρχικής σημασίας για την αξιοπιστία, την αυθεντικότητα, και την ανταγωνιστικότητα του κλάδου. Το σημαντικό αυτό κείμενο απευθύνεται στις ταξιδιωτικές και τουριστικές επιχειρήσεις, στις κυβερνήσεις, στους εθνικούς οργανισμούς τουρισμού, καθώς και στο ταξιδιωτικό και τουριστικό κοινό, για να μεταφέρει το μήνυμα ότι η ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία έχει βασικό ενδιαφέρον για την προστασία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, που αποτελούν το υπόβαθρο των επιχειρήσεων τους και για να τους προτείνει τα μέτρα που πρέπει να λάβουν για να τους διαφυλάξουν.⁴⁷

⁴⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/Agenda_21

4.6. Η ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Παρόλο που η ελληνική αγορά έχει τις βάσεις για την ανάπτυξη ενός εναλλακτικού τουριστικού προϊόντος το οποίο θα διατηρήσει τον τουρισμό σε υψηλά επίπεδα και θα βοηθήσει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, δεν έχουν γίνει σημαντικά βήματα ώστε να συνδυαστεί η τουριστική ανάπτυξη με την αειφορία. Τα μέχρι στιγμής θεσμικά βήματα, είναι άλλοτε ανύπαρκτα και άλλοτε αργά σε σχέση αφενός με την διεθνή εξέλιξη και αφετέρου με τη μεταφορά ευρωπαϊκών οδηγιών στο εθνικό δίκαιο. Κύρια χαρακτηριστικά τους είναι η αποσπασματικότητα και η ασυνέχεια. Ο δημόσιος τομέας δεν έχει ευαισθητοποιηθεί αρκετά σε θεσμικό επίπεδο, ενώ η ιδιωτική πρωτοβουλία μεμονωμένα παρεμβαίνει με στροφή σε φιλικές για το περιβάλλον πολιτικές και στρατηγικές ανάπτυξης (Environmental sound management της TUI που περιλαμβάνει μαγνητικά κλειδιά, αφαλάτωση, ανακύκλωση, βιολογικό καθαρισμό, οικολογική σήμανση και επιβράβευση κλπ.). Έτσι δεν υπήρξαν ποτέ τα σημαντικά κίνητρα για την ανάπτυξη των κατάλληλων εγκαταστάσεων και η ανάλογη υποδομή για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ειδικά, ο χειμερινός και συνεδριακός τουρισμός είναι μορφές τουρισμού που παραμένουν ακόμα ανεξαργύρωτες για τον ελληνικό τουρισμό. Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες και από αρκετές περιφερειακές αρχές όπως δήμοι, έτσι ώστε να δημιουργήσουν συνεδριακά κέντρα που θα προσελκύσουν τουρισμό από επιστημονικά συνέδρια και συμπόσια⁴⁸.

Μέχρι σήμερα η αυξημένη επιβάρυνση του περιβάλλοντος και των ενεργειακών πόρων κατά την τουριστική περίοδο, δεν έχει συνδεθεί ως προς τις παράπλευρες συνέπειές της με την οικονομία και την περιβαλλοντική προστασία. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι μόνο η εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα από τουριστικές πτήσεις ανέρχεται στο 6% της εθνικής παραγωγής και εκπομπής ρύπων μιας χώρας⁴⁹.

⁴⁸http://www.ecothesis.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=22&Itemid=37

⁴⁹ Πρακτικά 2ου διεθνούς συνεδρίου για το κλίμα και τον τουρισμό, 2004 Κολυμπάρι Χανίων.

Για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα μας προτείνεται η παράλληλη προστασία του πολιτιστικού και φυσικού περιβάλλοντος και των τοπίων της φύσης. Ειδικότερα, τα μέσα για την επίτευξη αυτού του σκοπού είναι η προώθηση εναλλακτικών, ήπιων μορφών τουρισμού που συμβάλλουν στην επέκταση της τουριστικής περιόδου κατά τους χειμερινούς μήνες και στη μερική αποσυμφόρηση των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών. Επιπλέον η σύνδεση της αγροτικής παραγωγής με την τουριστική ανάπτυξη για τα ελληνικά δεδομένα θα αποτελούσε την πρόταση, που θα κάλυπτε ταυτόχρονα οικονομικά και οικολογικά ενδιαφέροντα με ρεαλιστική προοπτική εξέλιξης. Εξίσου σημαντικό είναι κάθε τουριστική περιοχή να προσδιορίσει την «φέρουσα τουριστική ικανότητα» ή τουριστική χωρητικότητα. Με τον όρο αυτό εννοούμε το μέγιστο δυνατό αριθμό ατόμων που μπορεί να φιλοξενήσει ταυτοχρόνως ένας τουριστικός προορισμός, χωρίς να προκαλείται καταστροφή του φυσικού, οικονομικού, πολιτιστικού, κοινωνικό-οικονομικού περιβάλλοντος, αλλά και μια μη αποδεκτή μείωση στην ποιότητα της ικανοποίησης των επισκεπτών.

Οι αιεφόρες πρακτικές από τη μεριά των επιχειρήσεων σχετίζονται με την αναλογία κλινών, διανυκτερεύσεων, γευμάτων κ.λπ. σε συνάρτηση με τα τρέχοντα έξοδα, με τη χρήση ήπιων μορφών ενέργειας για τη θέρμανση των κτηριακών εγκαταστάσεων και του νερού, με τη χρήση φωτισμού χαμηλής ενέργειας, την επαναχρησιμοποίηση και ανακύκλωση απορριμμάτων, την κομποστοποίηση, τη χρήση βιοδιασπώμενων απορρυπαντικών και προϊόντων χωρίς χλώριο, την κατανάλωση προϊόντων διατροφής που προέρχονται από μικρής κλίμακας τοπικές βιοκαλλιέργειες, την καταγραφή της τοπικής χλωρίδας και πανίδας, την παρατήρηση της άγριας ζωής κ.λ.π. Παρόμοια παραδείγματα υπάρχουν στην Ελλάδα, όπως στην ευρύτερη περιοχή της Κόνιτσας (περιβαλλοντικό πάρκο Μπουραζανίου, Μαστοροχώρια, Πέτρινα χωριά).

Η αξιολόγηση των επιπτώσεων από τον χαρακτηρισμό περιοχών ως τουριστικά κορεσμένων και η εξέταση της ένταξής τους σε καθεστώς Ζωνών Ελέγχου Τουριστικής Ανάπτυξης αποτελεί βασικό εργαλείο ώστε η ανάπτυξη να είναι συμβατή με τα στοιχεία του περιβάλλοντος και να μην τα αναλίσκει. Προτείνεται επίσης να εξασφαλισθεί η ορθολογική διαχείριση των υδάτινων

πόρων έτσι ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες ύδρευσης αφενός με αξιοποίηση πηγών, κατασκευή φραγμάτων ανάσχεσης για τον εμπλουτισμό του υπόγειου υδροφορία, κατασκευή μικρών λιμνοδεξαμενών για τη δημιουργία ταμιευτήρων και αφετέρου με περιορισμό των απωλειών νερού. Τέλος, πρέπει και αυτό είναι αυτονόητο να εφαρμόζονται οι νόμοι για την προστασία του περιβάλλοντος. Το νομικό μας πλαίσιο που κατοχυρώνεται και συνταγματικά, καθώς και το παράγωγο δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, προσφέρουν πλήρη προστατευτική κάλυψη. Το ερώτημα, είναι αν ενεργοποιείται στον βαθμό που πρέπει η κάλυψη αυτή.

Ανακεφαλαιώνοντας, οι προτάσεις περιβαλλοντικού σχεδιασμού και αειφόρου ανάπτυξης οφείλουν να κινούνται στην λογική της μείωσης της περιβαλλοντικής επιβάρυνσης εντοπίζοντας την πηγή και όχι τόσο στην εκ των υστέρων διαχείριση των επιπτώσεων της. Πρέπει να θέτουν σε προτεραιότητα την ορθολογική διαχείριση των αστικών λυμάτων και των απορριμμάτων. Να προϋποθέτουν εθνικό χωροταξικό σχεδιασμό σε σχέση με τον αιγιαλό, τις δασικές εκτάσεις, και την οριοθέτηση βιοτόπων και οικολογικών πάρκων. Ακόμη να αποσκοπούν στην συστηματική εκμετάλλευση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, όπως την αιολική, την ηλιακή και τη θερμική ενέργεια, την ηλεκτροπαραγωγική εκμετάλλευση των υδάτων και την αξιοποίηση βιοαερίου.

4.7. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η έννοια του Οίκο-Τουρισμού αφορά εκείνες τις τουριστικές δραστηριότητες που προστατεύουν, αξιοποιούν και αναδεικνύουν το φυσικό περιβάλλον. Παράδειγμα, η αξιοποίηση εναλλακτικών πηγών ενέργειας για την υποστήριξη μιας ξενοδοχειακής μονάδας ή οι δραστηριότητες αγροτουρισμού που αποσκοπούν στην ανάδειξη της φυσικής ομορφιάς ή/και του πολιτισμού μιας γεωγραφικής περιοχής. Επιπλέον, αποφεύγονται οι βαριές κατασκευές που αλλοιώνουν το περιβάλλον, ενώ οι ταξιδιώτες του οικοτουρισμού είναι λάτρεις της φύσης καθώς την σέβονται και ενδιαφέρονται για την προστασίας της. Γενικότερα, ο οικοτουρισμός είναι μια περιβαλλοντικά υπεύθυνη ταξιδιωτική δραστηριότητα, σε σχετικά άθικτες φυσικές περιοχές, με στόχο την απόλαυση και γνωριμία των φυσικών αλλά και ενταγμένων στο

φυσικό περιβάλλον, αγαθών. Όντας μια περιορισμένων περιβαλλοντικών επιπτώσεων δραστηριότητα - ή μη καταναλωτική - ο οικότουρισμός εκτός του ότι προσφέρει ευχαρίστηση, απόλαυση, γνώσεις και εμπειρίες στον επισκέπτη, διατηρεί και ενισχύει την ευημερία των τοπικών κοινοτήτων, που θεωρούνται αναπόσπαστο τμήμα μιας τέτοιας δραστηριότητας.

4.7.1. Χαρακτηριστικά και ορισμός οικότουρισμού.

Προκειμένου να γίνει πιο κατανοητή η φύση του οικότουρισμού παραθέτονται τα εξής χαρακτηριστικά:

- ✚ η ανάπτυξη του οικότουρισμού στοχεύει στην προστασία της φύσης του τόπου υποδοχής ενώ παράλληλα ο ταξιδιώτης αναζητά την ευχαρίστηση και την ψυχαγωγία μέσα από το φυσικό περιβάλλον,
- ✚ αποσκοπεί στην προστασία και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, ενώ ενισχύει την τοπική πολιτιστική ταυτότητα,
- ✚ αποτελεί ένα από τα μέσα για την αειφόρο ανάπτυξη σαν μέσο μείωσης των αρνητικών συνεπειών του μαζικού τουρισμού,
- ✚ στοχεύει στην ευημερία της τοπικής κοινωνίας, χωρίς να αλλοιώνονται τα φυσικά χαρακτηριστικά,
- ✚ οι μετακινήσεις γίνονται σε μικρά γκρουπ παρέχοντας τη δυνατότητα της απόλαυσης και της συμμετοχικής δραστηριότητας στους τουρίστες,
- ✚ χρησιμοποιούνται συνήθως τοπικά μέσα μεταφοράς, διαμονής και διατροφής τα οποία είναι φιλικά προς το περιβάλλον,
- ✚ στην προώθηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης,
- ✚ Η ανάπτυξη περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και συμπεριφοράς όλων των εμπλεκόμενων στο τουριστικό «κύκλωμα»: διαχειριστές φυσικών περιοχών και βοηθητικό προσωπικό, φύλακες, κρατικές υπηρεσίες, πολιτικούς, τουριστικούς πράκτορες, ξεναγούς, τουριστικά πρακτορεία, ιδιοκτήτες και υπαλληλικό προσωπικό ξενοδοχείων και

εστιατορίων και τοπική κοινωνία, γεγονός που προϋποθέτει την περιβαλλοντική αγωγή όλων των εμπλεκομένων.

- ✚ είναι μικρής κλίμακας και χαμηλής περιβαλλοντικής επιβάρυνσης, με μεγάλο βαθμό συμμετοχής των ντόπιων στις αποφάσεις, καθώς και υψηλό επίπεδο ιδιοκτησίας των τουριστικών εγκαταστάσεων από την τοπική κοινότητα.

Λαμβάνοντας υπόψη τα ποικίλα χαρακτηριστικά του οικοτουρισμού, που αναφέρθηκαν πιο πάνω, καταλήγουμε στον ορισμό που δίνει η Εθνική Επιτροπή Οικοτουρισμού το 2002:

«Οικοτουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται σε οικολογικά αξιόλογες περιοχές, δεν υπερβαίνει την φέρουσα ικανότητα της περιοχής, προωθεί την προστασία και διαχείριση του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος – σύμφωνα με νομικά ή άλλου τύπου αποτελεσματικά μέτρα – ενώ ταυτόχρονα διατηρεί τη συνοχή του κοινωνικού ιστού».⁵⁰

Σήμερα, ο οικοτουρισμός αποτελεί μια μορφή εναλλακτικής δραστηριότητας για την οποία δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία που να αναλύουν τόσο τον όγκο της ζήτησης της οικοτουριστικής αγοράς όσο και τις προοπτικές και τις τάσεις ανάπτυξης, ώστε να μπορούν να προκύψουν αξιόπιστα συμπεράσματα. Η έλλειψη αυτή οφείλεται ακριβώς στην αδυναμία σαφούς προσδιορισμού της έννοιας και του περιεχομένου του οικοτουρισμού, κάτι που αποτελεί μια γενικότερη διεθνή διαπίστωση. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα αρκετών περιοχών της χώρας οι οποίες προωθούνται σαν οικοτουριστικοί προορισμοί, ενώ ουσιαστικά πρόκειται για τοποθεσίες στις οποίες αναπτύσσονται δραστηριότητες του αγροτουρισμού ή του τουρισμού περιπέτειας.

Προκειμένου μια δραστηριότητα να χαρακτηριστεί ως οικοτουριστική πρέπει να πλήρη τις εξής προϋποθέσεις:

⁵⁰ http://www.ntua.gr/MIRC/db/epirus_db/PERIVALLON/ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ_ΑΝΑΓΚΕΣ_ΕΥΡΥΤΕΡΗΣ_ΠΕΡΙΟΧΗΣ_N_ΠΡΕΒΕΖΗΣ_files/Τουρισμός_Προβλήματα-Ανάγκες-Οικοτουρισμός.pdf

- ✚ Να συμβάλλει στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος:
 - Ενημερώνοντας, εκπαιδεύοντας και ευαισθητοποιώντας τον επισκέπτη αλλά και την τοπική κοινωνία σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος.
 - Ενισχύοντας οικονομικά, με μέρος των κερδών του, τις τοπικές αυτοδιοικήσεις, τις οργανώσεις και τους φορείς διαχείρισης για δράσεις για την προστασία του περιβάλλοντος.
 - Ελαχιστοποιώντας τις αρνητικές επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον δημιουργώντας εναλλακτικές λύσεις σε σχέση με δραστηριότητες που υποβάθμιζαν το φυσικό περιβάλλον.
- ✚ Να συμβάλλει στη διατήρηση του κοινωνικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος:
 - Ενημερώνοντας, εκπαιδεύοντας και ευαισθητοποιώντας τον επισκέπτη αλλά και την τοπική κοινωνία σε θέματα προστασίας και ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς.
 - Δημιουργώντας θέσεις εργασίας και πηγές εισοδήματος για τον τοπικό πληθυσμό.
 - Δίνοντας κίνητρα στους κατοίκους να μην εγκαταλείψουν τον τόπο τους και τις παραδοσιακές τους δραστηριότητες και πρακτικές.
 - Ελαχιστοποιώντας τις αρνητικές επιπτώσεις στο κοινωνικό και πολιτισμικό περιβάλλον.

Από τα χαρακτηριστικά αυτά γίνεται σαφές ότι ο οικοτουρισμός εμφανίζεται μεν ως τουρισμός φύσης, αλλά με σαφή στοιχεία αειφορικής ανάπτυξης. Διότι θα πρέπει να τονιστεί ότι οικοτουρισμός και τουρισμός φύσης δεν είναι κατ' ανάγκην όροι ταυτόσημοι. Ο τουρισμός φύσης θα μπορούσε να εξισωθεί με τον οικοτουρισμό μόνο εάν παρήγαγε την μέγιστη δυνατή προστασία στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον και πληρούσε τις παραπάνω προϋποθέσεις .

Επομένως, ο οικοτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται και διαχειρίζεται με τέτοιο τρόπο ώστε όλη η τουριστική

δραστηριότητα, η οποία επικεντρώνεται κατά κάποιο τρόπο σε έναν πόρο φυσικής ή πολιτισμικής κληρονομιάς, να μπορεί να συνεχιστεί έως το μακρινό μέλλον με τις λιγότερες δυνατές επιπτώσεις στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Πρωταρχικός στόχος είναι η διατήρηση της ποιότητας μέσω του σεβασμού της φύσης που περιβάλλει τον άνθρωπο και της συμβατότητας με το τοπικό περιβάλλον και την τοπική κοινωνία.

4.7.2. Δυνατότητες οικοτουρισμού στην Ελλάδα.

Η Ελλάδα θεωρείται μια προικισμένη τουριστικά χώρα με πολλά πλεονεκτήματα σε σχέση με πολλές ευρωπαϊκές περιοχές. Αυτό δεν οφείλεται μόνο στο ευνοϊκό κλίμα που επικρατεί κατά τη μεγαλύτερη διάρκεια του χρόνου και το μεγάλο αριθμό των νησιών και παραλιών που διαθέτει. Το έντονο ανάγλυφο, οι γεωμορφολογικοί σχηματισμοί, το πολύμορφο του τοπίου και οι υψομετρικές διαφορές διαμορφώνουν αναρίθμητες εικόνες και μεγάλη ποικιλία βιοτόπων σπάνιας ομορφιάς. Σε συνδυασμό με τη γεωγραφική θέση και το κλιματικό περιβάλλον, δημιουργούνται ευνοϊκές συνθήκες, όπου αναπτύσσεται πολυποίκιλη και μοναδική χλωρίδα, πλούσια και σπάνια πανίδα (αμφιβίων, ερπετών, πουλιών, θηλαστικών, ασπόνδυλων). Όλα αυτά τα χαρακτηριστικά παρέχουν πολυάριθμες ευκαιρίες παρατήρησης και μελέτης της άγριας ζωής, όπου με τις κατάλληλες υποδομές διαμονής και αναψυχής μπορούν να συνθέσουν ένα πλήρες οικοτουριστικό προϊόν .

Ειδικού οικοτουριστικού ενδιαφέροντος είναι και οι προστατευόμενες φυσικές περιοχές, οι οποίες αποτελούν τον βασικό τρόπο προσέγγισης και επαφής ενός επισκέπτη με τη βιοποικιλότητα, ενώ χαρακτηρίζονται από πλούσια χλωρίδα και πανίδα, αλλά και από τα ιδιαίτερα γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά τους. Ο χαρακτηρισμός μιας περιοχής ως προστατευόμενης είναι το ουσιαστικό εργαλείο διατήρησης της βιοποικιλότητας της, ενώ αποτελεί και παράγοντα προσέλκυσης τουριστών, καθώς μπορεί να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις μιας ήπιας και φιλικής προς το περιβάλλον ανάπτυξης. Η χώρα μας διαθέτει ένα σχετικά μεγάλο αριθμό τέτοιων περιοχών: Εθνικούς Δρυμούς, Εθνικά Πάρκα, Θαλάσσια Πάρκα, Αισθητικά Δάση ,Μνημεία της Φύσης. Αυτό το δίκτυο των προστατευόμενων φυσικών

περιοχών, με τη μοναδικότητα των φυσικών χαρακτηριστικών, παρέχει θαυμάσιες ευκαιρίες για οικοτουρίστες και μπορεί να αποτελέσει σημείο αναφοράς της οικοτουριστικής ανάπτυξης.

Από τα παραπάνω είναι προφανές ότι η Ελλάδα με την πλούσια φυσική και πολιτιστική της κληρονομιά έχει τη δυνατότητα να αναπτύξει την εξειδικευμένη μορφή τουρισμού που ονομάζεται οικοτουρισμός. Η ηπειρωτική χώρα διαθέτει ένα ανεκτίμητο φυσικό περιβάλλον το οποίο λόγω της μονόπλευρης τουριστικής ανάπτυξης που συντελέστηκε στις παράκτιες περιοχές, δεν έχει αξιοποιηθεί με αποτέλεσμα να έχει μείνει ανεκμετάλλευτο. Η εξέλιξη αυτή έχει και την θετική της διάσταση καθώς οι τοποθεσίες αυτές δεν έχουν υποβαθμιστεί όπως έχει συμβεί σε άλλες περιοχές, μετά την μαζική και αδιάλειπτη συσσώρευση τουριστικών ρευμάτων. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την εκμετάλλευση των πλούσιων πολιτιστικών πόρων της ελληνικής επικράτειας θα μπορούσαν να συμβάλλουν καθοριστικά στη δημιουργία ενός ανταγωνιστικού οικοτουριστικού προϊόντος.

Ωστόσο, η πραγματικότητα στην Ελλάδα είναι αρκετά διαφορετική καθώς η σύνδεση της πλούσιας βιοποικιλότητας της χώρας με τον τουρισμό είναι αμελητέα. Αυτό προκύπτει και από σχετική έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού με βάση την οποία στη συνείδηση των επισκεπτών μιας σειράς τυπικών χωρών προέλευσης τουριστών στην Ελλάδα, η χώρα δεν είναι καταχωρημένη ως σημαντικός οικοτουριστικός προορισμός. Η Ελλάδα δεν αποτελεί αυτή τη στιγμή βασικό οικοτουριστικό προορισμό για αλλοδαπούς επισκέπτες και αυτό όχι διότι δεν υπάρχουν σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα, αλλά κυρίως διότι αυτά δεν είναι γνωστά και δεν ενσωματώνονται τόσο στα επίσημα τουριστικά πακέτα των tour operators, όσο και στη βασική πολιτική προώθησης του ΕΟΤ.⁵¹ Τα παραδείγματα οργανωμένης οικοτουριστικής δραστηριότητας αν και επιτυχημένα είναι ελάχιστα και στηρίζονται κυρίως σε προσπάθειες της ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Τα πιο σημαντικά από αυτά είναι: Το Δάσος της Δαδιάς στο νομό Εύρου με τα πολλά μονοπάτια για πεζοπορία και τους παραδοσιακούς οικισμούς, οι λίμνες Πρέσπες στο βορειοδυτικό άκρο της Ελλάδας όπου πέρα από το φυσικό κάλος μπορεί να θαυμάσει κανείς τους 17 κατοικήσιμους

⁵¹ Ιατρού, Α., (2005), εισήγηση με τίτλο, *Επένδυση σε Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*.

παραδοσιακούς οικισμούς δύο εκ των οποίων , οι Ψαράδες και ο Άγιος Γερμανός είναι προστατευόμενοι για την παραδοσιακή αρχιτεκτονική τους. Ακόμη το Απολιθωμένο Δάσος Λέσβου ένα από τα ωραιότερα και σπανιότερα σε παγκόσμια κλίμακα μνημεία της γεωλογικής κληρονομιάς, το Πήλιο με τα σαράντα χωριά και τις πολυάριθμες βιολογικές καλλιέργειες και αγροκτήματα όπου μπορεί κανείς να επισκεφτεί, τα Ζαγοροχώρια και το φαράγγι του Βίκου στα Ιωάννινα, το οροπέδιο του Ομαλού στα Χανιά απ' όπου ξεκινά τα φαράγγι της Σαμαριάς ένα από τα εντυπωσιακότερα της Ελλάδος.

Η κατάσταση βέβαια αυτή δεν αποτελεί κατ' ανάγκη αδύνατο σημείο, αλλά δείχνει ότι για όλο τον τομέα του οικοτουρισμού θα πρέπει να υπάρξουν αρκετές ευκαιρίες προώθησής του. Το πρόβλημα εμφανίζεται κυρίως στην έλλειψη οργάνωσης και σχεδιασμού, στην άγνοια του αντικειμένου από τη κεντρική διοίκηση, και στην έλλειψη ενημέρωσης και υποστήριξης σε τοπικό επίπεδο ώστε να προβληθούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του οικοτουρισμού.

4.7.3. Η προσφορά του οικοτουρισμού και οι λόγοι ανάπτυξης του.

Ο οικοτουρισμός, μπορεί να αποτελέσει αξιόλογη οικονομική ευκαιρία για τους κατοίκους των περιοχών στις οποίες αναπτύσσεται, με παράλληλη ανάδειξη και προστασία του πολιτισμού και της φυσικής ομορφιάς.

Πιο συγκεκριμένα, μπορεί να οδηγήσει στην προστασία της αυθεντικότητας των περιοχών, ώστε αυτές να αποτελούν αντικείμενο θαυμασμού από τους επισκέπτες τόσο για λόγους φυσικής ομορφιάς, όσο και για λόγους πολιτικής κληρονομιάς. Επιπλέον μέσω του οικοτουρισμού μπορούν να ικανοποιηθούν οι ανάγκες εξειδικευμένων ομάδων επισκεπτών όπως είναι οι παρατηρητές της άγριας χλωρίδας και πανίδας. Ακόμη αποτελεί σημαντική πηγή εισοδήματος για τους μόνιμα διαμένοντες στις οικοτουριστικές περιοχές, γεγονός που συμβάλει σημαντικά στην οικονομική τόνωση της περιφέρειας και αποτρέπει φαινόμενα ερημοποίησης που παρατηρούνται σε αρκετές περιοχές της υπαίθρου. Παράλληλα μπορεί να ενθαρρύνει την συμμετοχή του ντόπιου πληθυσμού στη λήψη των αποφάσεων που αφορούν το μέλλον της περιφέρειας όπου ανήκουν. Μπορεί να καλλιεργήσει και να αναπτύξει περιβαλλοντική και πολιτιστική συνείδηση

στους επισκέπτες, μέσα από την επαφή τους με τις περιοχές μεγάλης οικολογικής σημασίας και τα μνημεία σημαντικής πολιτιστικής κληρονομιάς. Ακόμη, Θα μπορούσε να οδηγήσει σε αύξηση του εισερχόμενου συναλλάγματος από την εισροή ξένων επισκεπτών με παράλληλα αποφυγή των αρνητικών επιδράσεων του μαζικού τουρισμού, όπου είναι ο κύριος πόλος έλξης αλλοδαπών τουριστών, ενώ ταυτόχρονα μπορεί να συμβάλλει στην συγκράτηση ενός σημαντικού αριθμού ντόπιου πληθυσμού που αναζητά τις φυσικές ομορφιές στις ξένες χώρες.⁵²

Το πιο σημαντικό όμως είναι ότι ο οικοτουρισμός και κατ' επέκταση ο εναλλακτικός τουρισμός συμβάλλουν στην άμβλυση των κοινωνικών ανισοτήτων τόσο σε τοπικό όσο και σε εθνικό επίπεδο. Δίνεται η δυνατότητα σε ανθρώπους που δεν είναι οικονομικά ισχυροί καθώς δεν διαθέτουν μεγάλα κεφάλαια και διασυνδέσεις, οι οποίοι όμως έχουν την επιθυμία να δραστηριοποιηθούν σε ένα κερδοφόρο κλάδο όπως ο τουρισμός, να δημιουργήσουν μικρής κλίμακας, ήπιες επιχειρήσεις δίνοντας τους οικονομικό διέξοδο. Ιδιαίτερα με την βοήθεια του κοινοτικού προγράμματος ΕΣΠΑ το οποίο δίνει προτεραιότητα για την λήψη επιδοτήσεων σε οικονομικά αδύναμες ομάδες όπως οι γυναίκες, οι άνεργοι, οι κάτοικοι αγροτικών περιοχών κ.α. επιτυγχάνεται μια κοινωνική ισορροπία με ίσες ευκαιρίες για όλους.

Το Εργαστήριο Διαχείρισης Βιοποικιλότητας του Πανεπιστημίου Αιγαίου έχει απονέμει επαίνους σε τουριστικές επιχειρήσεις του Βορείου Αιγαίου που απέδειξαν ότι μπορούν να συνδυάσουν το σεβασμό απέναντι στο περιβάλλον και την κοινωνική ευαισθησία με την κερδοφορία, την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα.

Συγκεκριμένα, μεταξύ άλλων βραβεύθηκαν:

- 🚩 Το Ξενοδοχείο «Δελφίνια» στο Μόλυβδο της Λέσβου, που υλοποίησε και συντηρεί έναν βοτανικό κήπο με αντιπροσωπευτικά είδη της χλωρίδας της Λέσβου αλλά και ένα σύστημα ανακύκλωσης των επεξεργασμένων αποβλήτων για το πότισμα των φυτών του.

⁵²Καραμέρης, Α., (2009), *Προϋποθέσεις και Προοπτικές Ανάπτυξης του Οικοτουρισμού*, αναρτημένο από <http://www.musioelias.gr/en/node/311>

- ✚ Τα καταστήματα Mastihashop της Χίου που πέραν του γεγονότος ότι εμπορεύονται παραδοσιακά προϊόντα με βάση την γνωστή χιώτικη μαστίχα, έχουν αναλάβει εκστρατεία διάδοσης των ευεργετικών ιδιοτήτων της σε ολόκληρο τον κόσμο
- ✚ Το εστιατόριο «Ναυάγιο» που έχει εντάξει στις επιμέρους δράσεις του τη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων και την έκδοση του τιμοκαταλόγου του σε μορφή περιοδικού που αντλεί τη θεματολογία του από τον τοπικό πολιτισμό⁵³.

4.8. ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΕΙΦΟΡΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Ο καθένας από εμάς έχει συμμετοχή τόσο στις τωρινές συνθήκες, όσο και στη μελλοντική διαχείριση του περιβάλλοντος (κοινωνικού, πολιτιστικού, φυσικού). Οι αξίες της Αειφορίας αναπτύσσονται επιτυχέστερα μέσω της εκπαίδευσης, της αύξησης της ευαισθητοποίησης και της ενδυνάμωσης των πολιτών για την πρόληψη και εξεύρεση λύσεων στα περιβαλλοντικά προβλήματα. Η εκπαίδευση αυτή, που αποτελεί την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση σε νέα κατεύθυνση ή Εκπαίδευση για την Αειφόρο Ανάπτυξη, διαμορφώνει αξίες, στάσεις και συμπεριφορές και αναπτύσσει την κριτική σκέψη και θεώρηση της πληροφορίας για τη λήψη αποφάσεων και εφαρμογή αειφορικών πρακτικών, μέσα από την ολιστική αντιμετώπιση του κόσμου και την αναζήτηση εναλλακτικών λύσεων. Οι στόχοι της - μέσα από την προώθηση της αμφίδρομης σχέσης σχολείου και κοινωνίας με κοινές δράσεις - είναι:

- ✚ η ευαισθητοποίηση της τοπικής κοινωνίας σε θέματα περιβάλλοντος
- ✚ η νυποστήριξη των νέων να αναπτύξουν δεξιότητες σχετικές με τη δημιουργία ενός οικολογικά βιώσιμου μέλλοντος
- ✚ η ενθάρρυνση των νέων να κάνουν τη διαφορά η παροχή μιας προοπτικής για τους νέους σε θέματα περιβάλλοντος

⁵³ http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_ell_1_18/04/2004_100945

- ✚ η στήριξη των νέων για ενεργή συμμετοχή στην προστασία του περιβάλλοντος
- ✚ η προώθηση των νέων να γίνουν φορείς αλλαγής
- ✚ η δημιουργία ευκαιριών για τους νέους ώστε να παίξουν ένα σημαντικό και ενεργό ρόλο σε ένα οικολογικό και αειφόρο μέλλον
- ✚ ο σχεδιασμός και υλοποίηση περιβαλλοντικών προγραμμάτων στην εκπαίδευση
- ✚ η επεξήγηση της σημασίας του περιβάλλοντος και της Αειφορίας στους νέους.

Η γνώση, του περιβάλλοντος και η αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών προβλημάτων συμπεριλαμβάνονται στους πρωταρχικούς στόχους της Π.Ε, ο κύριος στόχος της είναι να αποκτήσουν οι σημερινοί μαθητές και μελλοντικοί πολίτες, υπεύθυνη περιβαλλοντική συνείδηση, ικανή να διαμορφώσει το κατάλληλο πλαίσιο στάσεων και αξιών και ένα κώδικα συμπεριφοράς απέναντι στο ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ, που θα τους επιτρέψει να εξασφαλίσουν αυτό που θεωρείται και είναι η «ποιότητα ζωής», σε μια κοινωνία βιώσιμη. Επιπλέον, δίνει τη δυνατότητα στη σχολική μονάδα να έχει αμφίδρομη επικοινωνία με την ευρύτερη κοινότητα, και στους εκπαιδευτικούς και μαθητές την ευκαιρία να αντλούν πληροφορίες και γνώση κυρίως από την τοπική κοινότητα το περιβάλλον της οποίας (βιοφυσικό και ανθρωπογενές) πρωτίστως καλούνται να γνωρίσουν, να αγαπήσουν, και να προστατέψουν. Το σχολείο λειτουργεί ως πνευματική κυψέλη για κάθε τοπική κοινότητα και η Π.Ε ως ανατρεπτική διαδικασία καθίσταται ο δυναμικός φορέας αλλαγής εκπαιδευτικών, κοινωνικών, οικονομικών και πολιτιστικών δομών. Η ενδυνάμωση και η αποτελεσματικότητά της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, οπωσδήποτε συνδέονται με τη συνεργασία και τη κοινή προσπάθεια του σχολείου και των τοπικών κοινωνιών. Η Περιβαλλοντική εκπαίδευση δίνει την ευκαιρία στους εκπαιδευτικούς, να προσφέρουν στους μαθητές τους, νέες μεθοδολογικές προσεγγίσεις, που έχουν σχέση με την ενεργό συμμετοχή και τη μάθηση, χαρακτηριστικά τα

οποία εμφανίζονται κατά τη διάρκεια διεξαγωγής των ειδικών δραστηριοτήτων, εντός και κυρίως εκτός σχολείου

Η αγάπη για το Περιβάλλον ως συστήματος ζωής στο οποίο είναι ενσωματωμένος και ο άνθρωπος και η αναγνώριση της αναγκαιότητας να διαμορφωθεί ένας οικολογικός πολιτισμός στον πλανήτη μας είναι οι μόνες αληθινές εγγυήσεις για μια σωστή και αποτελεσματική Π.Ε.

Ως τουρίστες –καταναλωτές αλλά και ως επενδυτές ή ως κάτοικοι μιας κοινωνίας υποδοχής τουριστών, μπορούμε να κάνουμε τη διαφορά επιλέγοντας εκείνη τη μορφή τουρισμού, που ενδιαφέρεται για τον άνθρωπο και το περιβάλλον. Για να κάνουμε όμως εμείς τη διαφορά, χρειαζόμαστε καλλιέργεια τουριστικής συνείδησης μέσα από την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση ή Εκπαίδευση για την Αειφορία, που να αρχίζει από την πρωτοβάθμια και τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση και να συνεχίζεται με τη δια βίου εκπαίδευση και αγωγή των ενηλίκων. Μέσα από τα προγράμματα και τις δράσεις της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, αξιοποιώντας τις κατευθύνσεις των διεθνών και ευρωπαϊκών οργανισμών⁵⁴, οι εκπαιδευόμενοι μπορούν να γνωρίσουν και να βιώσουν τον αειφόρο τουρισμό και τη σημασία του επισκεπτόμενοι ανάλογους χώρους, όπως Εθνικά Πάρκα, προστατευμένες φυσικές και πολιτιστικές περιοχές, αλλά και διαμένοντας σε αγροτουριστικές και άλλες επιχειρήσεις, που αφενός μεν προσφέρουν ουσιαστική και βιωματική γνωριμία με τα τοπικά έθιμα, παραδόσεις και προϊόντα, αφετέρου δε υιοθετούν πρακτικές κα μέτρα, που αντανakλούν μία ισορροπία ανάμεσα στο περιβάλλον, την οικονομία και τα κοινωνικά θέματα.

Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι της γενικότερης παιδείας του κάθε ατόμου και το κράτος οφείλει να ενισχύει τη συγκεκριμένη εκπαίδευση σε όλα τα επίπεδά της, της πρωτοβάθμιας, της δευτεροβάθμιας αλλά και της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Μέσω της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης τα άτομα ενθαρρύνονται να δρουν ορθολογικά προς το περιβάλλον μαθαίνοντας να τηρούν την αρμονία και την ισορροπία μεταξύ ανθρώπου και περιβάλλοντος. Με τον τρόπο αυτό τα άτομα υιοθετούν

⁵⁴ http://81.186.166.197/peekpe/POSTERS/9_Papazisi%20et%20al.pdf

στάσεις και αντιλήψεις ώστε να αντιμετωπίζουν τα προβλήματα του περιβάλλοντος τόσο σε ατομική όσο και σε συλλογική βάση.

4.8.1. ΤΑ ΚΕΝΤΡΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Όπως ειπώθηκε παραπάνω η περιβαλλοντική εκπαίδευση πρέπει να παρέχεται σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης ξεκινώντας από την προσχολική ηλικία. Εξάλλου οι βάσεις για μια περιβαλλοντική συνείδηση τίθενται από μικρή ηλικία καθώς τα παιδιά πρέπει να αποκτούν γνώσεις, στάσεις και δεξιότητες που τελικό στόχο έχουν την προστασία και διατήρηση του περιβάλλοντος. Για την επίτευξη των στόχων αυτών καθοριστική είναι η συμβολή των Κέντρων Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (Κ.Π.Ε.) τα οποία σχεδιάζουν και υλοποιούν προγράμματα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης για μαθητές Δημοτικών, Γυμνασίων και Λυκείων. Σκοπό έχουν την ευαισθητοποίηση, την εκπαίδευση και την ενεργοποίηση των μαθητών καθώς και την ενημέρωση των πολιτών σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος, οικολογικής ισορροπίας και βιώσιμης ανάπτυξης. Επιπλέον στοχεύουν στον εφοδιασμό των μαθητών με τις κατάλληλες γνώσεις και ικανότητες οι οποίες θα συμβάλουν στην επίλυση των παρόντων και μελλοντικών περιβαλλοντικών προβλημάτων και στη σωστή διαχείριση των φυσικών πόρων στα πλαίσια της αειφόρου ανάπτυξης.

Επιπλέον οργανώνουν επιμορφωτικές και ενημερωτικές συναντήσεις για εκπαιδευτικούς αλλά και για το ευρύτερο κοινό, ενώ συνεργάζονται με Πανεπιστήμια και άλλα ιδρύματα για ανταλλαγή πληροφοριών, εκπαιδευτικό υλικό και στήριξη προγραμμάτων. Ακόμη συνεργάζονται με τοπικούς φορείς και οργανώνουν εκδηλώσεις με σκοπό την ανάπτυξη που σέβεται το περιβάλλον.

Τα Κέντρα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (ΚΠΕ) είναι αποκεντρωμένες υπηρεσίες του Υπουργείου Παιδείας που υπάγονται στις οικείες Περιφερειακές Διευθύνσεις Εκπαίδευσης. Σκοπό έχουν την υποστήριξη της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης στο εκπαιδευτικό σύστημα και στις τοπικές κοινωνίες μέσα από δράσεις όπως εκπαιδευτικά προγράμματα, επιμορφωτικά σεμινάρια και ημερίδες, την παραγωγή πρωτογενούς εκπαιδευτικού υλικού,

ανάπτυξη θεματικών δικτυώσεων. Αποσκοπούν στην καλλιέργεια περιβαλλοντικής συνείδησης από τους μαθητές, τους νέους, αλλά και της ευρύτερης κοινωνίας, ώστε να γίνουν περιβαλλοντικά υπεύθυνοι και ενεργοί πολίτες με αγάπη και σεβασμό στη φύση και στον άνθρωπο. Διαθέτουν τις απαραίτητες υποδομές και εξοπλισμούς που απαιτούνται για την πραγματοποίηση των παραπάνω δράσεων. Στελεχώνονται από εκπαιδευτικούς πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, οι οποίοι αποσπώνται γι' αυτό το λόγο από τα σχολεία τους, ενώ διαθέτουν αυξημένα προσόντα ως προς το αντικείμενο που επιλέγονται να διαχειριστούν. Το ανθρώπινο δυναμικό των Κ.Π.Ε. συνεργάζεται με Επιστημονικά Ιδρύματα, κυβερνητικούς και μη κυβερνητικούς φορείς, την τοπική κοινωνία και τις Δ/σεις Α/θμιας και Β/θμιας Εκπαίδευσης. Ένα σημαντικό μέρος της χρηματοδότησης, μετά το 1997, έχει γίνει από τα κονδύλια του Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (2ο & 3ο ΚΠΣ και ΕΣΠΑ 2007-2013), ενώ την ευθύνη για τη διαχείριση όλων των Κ.Π.Ε. της χώρας έχει το Εθνικό Ίδρυμα Νεότητας⁵⁵.

Στην Ελλάδα ο θεσμός των Κέντρων Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης ξεκινάει το 1993, με την ίδρυση του πρώτου κέντρου στην Κλειτορία επαρχίας Καλαβρύτων του νομού Αχαΐας. Μετά το μεγάλο ενδιαφέρον που εκδήλωσαν τα σχολεία για το Κ.Π.Ε. της περοχής το Υπουργείο Παιδείας ενέταξε στο σχεδιασμό του την ίδρυση νέων ΚΠΕ. Τα κριτήρια που λήφθηκαν, καταρχήν, υπ' όψιν ήταν μεταξύ άλλων τα εξής:

- ✚ την κατανομή του μαθητικού πληθυσμού
- ✚ το ενδιαφέρον για την ουσιαστική στήριξή τους από την Τοπική Αυτοδιοίκηση
- ✚ την αξιοποίηση υπαρχόντων υποδομών

Σήμερα στην Ελλάδα λειτουργούν και χρηματοδοτούνται στο πλαίσιο του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς και του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» 64 ΚΠΕ τα οποία βρίσκονται σε αστικές και περιφερειακές περιοχές της χώρας. αξίζει να σημειωθεί ότι στο πλαίσιο των δράσεων για τη Δια Βίου Μάθηση, τα Κέντρα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης απευθύνονται και σε ομάδες πολιτών

⁵⁵ <http://www.ein.gr/index.php?rm=2&pm=4>

από την τοπική κοινωνία, μέσω της εκπαίδευσης και επιμόρφωσής τους σε θέματα που έχουν να κάνουν με τα περιβαλλοντικά ζητήματα, την αειφόρο ανάπτυξη του τόπου, τον πολιτισμό και την τοπική κοινωνία. Τέτοιες ομάδες μπορεί να είναι τάξεις Σχολείων Δεύτερης Ευκαιρίας, υπάλληλοι Νομαρχιακής και Δημοτικής Αυτοδιοίκησης, Σύλλογοι γονέων και κηδεμόνων, μέλη Συμβουλίων νέων, Κ.Α.Π.Η., σύλλογοι της περιοχής, επαγγελματικές ομάδες που η δραστηριότητά τους συνδέεται με το περιβάλλον και την αειφορία, φοιτητές και μεταπτυχιακοί σπουδαστές Σχολών με συναφές αντικείμενο⁵⁶.

4.9. ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Οι νέες τάσεις του διεθνούς τουρισμού, διαμορφώνονται όχι μόνο από «βιολογικά» κίνητρα των ανθρώπων που ταξιδεύουν (χαλάρωση, αναζωογόνηση), αλλά και από «ιδεολογικά» (μόρφωση, αναψυχή κ.τ.λ).

Ο σύγχρονος τουρίστας δεν αρκείται μόνο στη διασκέδαση και τη χαλάρωση αλλά προσδοκά κάτι παραπάνω. Επιθυμεί να συνδυάσει τις διακοπές του με άλλα ενδιαφέροντα, να βρίσκεται σε ένα φιλικό περιβάλλον και να έχει την αίσθηση ότι είναι φιλοξενούμενος. Αυτή η νέα προσέγγιση του τουρισμού από τη σκοπιά της φιλοξενίας θα αμβλύνει τις συνέπειες του μαζικού τουρισμού και θα βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα στο διεθνές περιβάλλον.

Τα νέα ενδιαφέροντα του σύγχρονου τουρίστα πραγματοποιούνται μέσα από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως είναι ο πολιτιστικός τουρισμός, ο συνεδριακός, ο θρησκευτικός, ο οικοτουρισμός και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού εκτιμά ότι το 37% του παγκόσμιου τουρισμού είναι πολιτιστικός τουρισμός, που σημαίνει ότι τα κίνητρα των ανθρώπων που μετακινούνται στηρίζονται στα αξιοθέατα, τα μνημεία, την τοπική κουλτούρα, τις παραδοσιακές τέχνες, τα φεστιβάλ, τα πολιτιστικά γεγονότα του προορισμού και άλλα.

⁵⁶ <http://www.kpe.gr/>

Παρόμοιες τάσεις εκδηλώνονται και στις υπόλοιπες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Δεν είναι τυχαίο ότι η πολιτεία τον τελευταίο καιρό δημιουργεί το νομικό πλαίσιο που διέπει την ανάπτυξη των νέων αυτών μορφών τουρισμού. Όμως χρειάζεται και το στελεχικό δυναμικό που θα ενστερνιστεί αυτή τη νέα αυτή προσέγγιση του τουρισμού, από την σκοπιά της φιλοξενίας, και θα στελεχώσει τις δραστηριότητες που εμπεριέχονται σε όλο το φάσμα παραγωγής, διακίνησης και διάθεσης των νέων μορφών τουρισμού, όπως επίσης και τους θεσμικούς φορείς που τις στηρίζουν όπως είναι το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, ο Ε.Ο.Τ., η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση, οι Δημοτικές επιχειρήσεις, οι θεσμικές οργανώσεις κ. α.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Όπως αναφέρθηκε στον αρχή, στόχος της παρούσης εργασίας ήταν να μελετήσει τις κοινωνικές επιδράσεις του τουρισμού στην ελληνική επικράτεια. Από το σύνολο της συμπεραίνουμε ότι ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό μοχλό ανάπτυξης για πολλές περιοχές κυρίως της περιφέρειας δίνοντας λύσεις σε αρκετά προβλήματα των τοπικών κοινωνιών όπως είναι η ανεργία και το χαμηλό βιοτικό επίπεδο. Επιπλέον, μέσω του τουρισμού αναδεικνύεται ο τεράστιος πολιτιστικός πλούτος της χώρας μας, όπως είναι οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μουσεία, οι προστατευόμενοι οικισμοί, τα λαογραφικά στοιχεία των περιοχών της ελληνικής επικράτειας, η αρχιτεκτονική του παρελθόντος. Ακόμη, δίνεται η ευκαιρία να προβληθεί το ποικιλόμορφο φυσικό περιβάλλον μέσω των τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται τόσο στην ηπειρωτική όσο και στη νησιωτική Ελλάδα.

Ωστόσο, θα πρέπει να τονίσουμε ότι η ανεξέλεγκτη ανάπτυξη, κυρίως του μαζικού τουρισμού, δεν είναι χωρίς συνέπειες καθώς συνοδεύεται από την αύξηση των πιέσεων που ασκούνται ιδιαίτερα στους τοπικούς περιβαλλοντικούς και πολιτιστικούς πόρους όπως και στις υποδομές. Το πρόβλημα εμφανίζεται οξυμένο όπου η ανάπτυξη αυτή γίνεται άναρχα και απρογραμματίστα και όπου δεν υπάρχει η κατάλληλη τουριστική πολιτική έτσι ώστε να ανταπεξέλθει ο τόπος στις απαιτήσεις του μεγάλου αριθμού των τουριστών. Το γεγονός αυτό μπορεί να επιφέρει σημαντική υποβάθμιση στο προσφερόμενο τουριστικό προϊόν δημιουργώντας ένα αβέβαιο μέλλον. Έτσι οι τοπικές αρχές βρίσκονται μπροστά σε μια πραγματική πρόκληση που καλούνται να διαχειριστούν.

Γενικότερα οφείλουμε να τονίσουμε ότι η επίδραση του τουρισμού στο μετασχηματισμό του περιβάλλοντος είναι αναπόφευκτη καθώς η ανάπτυξη του στηρίζεται ακριβώς σε αυτό το περιβάλλον - φυσικό, κοινωνικό, πολιτιστικό - και την διαμόρφωσή του ώστε να υποδεχτεί τα τουριστικά ρεύματα. Εκείνο που έχει σημασία είναι η επίδραση αυτή να έχει τις λιγότερες αρνητικές συνέπειες, όχι μόνο στο παρόν αλλά και στο μέλλον. Οι αρνητικές αυτές συνέπειες δεν γίνεται να συρρικνωθούν όταν συνεχίζονται να εφαρμόζονται λανθασμένες πολιτικές που αποδεδειγμένα έχουν οδηγήσει σε

αδιέξοδο, όπως για παράδειγμα η μονοδιάστατη ανάπτυξη στις παράκτιες περιοχές με στόχο την προσέλκυση τουριστών συγκεκριμένη εποχή του έτους. Το μοντέλο αυτό του τουρισμού αναψυχής έχει επιβαρύνει ιδιαίτερα τις ευαίσθητες παράκτιες ζώνες της Ελλάδας, καθώς είναι ο κύριος καταναλωτής των φυσικών πόρων και παραγωγός σημαντικού φορτίου αποβλήτων, που υπερβαίνει συχνά την ικανότητα των οικοσυστημάτων. Είναι η δραστηριότητα που τείνει να αλλοιώσει ανεπανόρθωτα τις ομορφότερες, ελκυστικότερες και παράλληλα τις πιο ευαίσθητες περιοχές.

Με δεδομένες τις θετικές και αρνητικές επιπτώσεις, κάθε τουριστικός προορισμός βιώνει ένα κύκλο ζωής ο οποίος ξεκινάει από το στάδιο της εξερεύνησής του και αφού περάσει από τα στάδια της εμπλοκής, ανάπτυξης, εδραίωσης και μαρασμού, φθάνει στη φάση της κρίσης όπου θα γίνει ανανέωση ή κατάρρευση. Οι παράγοντες οι οποίοι διαμορφώνουν τα παραπάνω στάδια ανάπτυξης, είναι οι ντόπιοι κάτοικοι και επιχειρηματίες, οι έλληνες και ξένοι επενδυτές, οι οργανωτές ταξιδιών, οι ίδιοι οι τουρίστες, καθώς επίσης και η πολιτεία με τα αναπτυξιακά και επενδυτικά προγράμματα. Έτσι, ενώ η χώρα μας διαθέτει όλα εκείνα τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία τα οποία μπορούν, υπό προϋποθέσεις, να την καθιερώσουν σε σημαντική και υπολογίσιμη δύναμη στην παγκόσμια τουριστική αγορά σε βάθος χρόνου, αυτό δεν φαίνεται να γίνεται πραγματοποιήσιμο. Η ευθύνη ανήκει σε μεγάλο βαθμό στους φορείς που διαχειρίστηκαν την τύχη του τουρισμού στην Ελλάδα έως τις μέρες μας. Παρόλο που ο τουρισμός αποτελεί την βαριά βιομηχανία και σημαντική πηγή εσόδων δεν έχουν γίνει οι κατάλληλες ενέργειες προκειμένου αυτό να συνεχιστεί. Δυστυχώς η χώρα μας υστερεί σημαντικά σε επίπεδο ποιότητας υπηρεσιών και υποδομών στοιχεία δεδομένα στις ανταγωνίστριες χώρες (μάλιστα σε ορισμένες με μικρότερη εμπειρία στον τουρισμό όπως η Τουρκία), οι οποίες αντιλήφθηκαν νωρίς ότι προκειμένου να είναι βιώσιμες τουριστικά οφείλουν να τα διατηρούν σε υψηλό επίπεδο. Σίγουρα οι όμορφες παραλίες, τα ειδυλλιακά τοπία, ο ήλιος, η πολιτιστική παράδοση σε συνδυασμό με μερικά μεγάλα ξενοδοχεία δεν λύνουν το πρόβλημα της καθιέρωσης και της «μακροημέρευσης» του τουριστικού προϊόντος. Οφείλουμε άμεσα να αναβαθμίσουμε και να τονώσουμε ποιοτικά

το σύνολο των υποδομών που σχετίζονται με τον τουρισμό. Αυτό πρακτικά σημαίνει τα εξής:

- ✚ εκσυγχρονισμός των αεροδρομίων ώστε να προσαρμοστούν στις σύγχρονες ανάγκες ή κατασκευή νέων όπου αυτό απαιτείται καθώς δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις όπου σε περιόδους αιχμής αδυνατούν να εξυπηρετήσουν τον όγκο των αφίξεων και αναχωρήσεων με αποτέλεσμα να υπάρχει ταλαιπωρία για τους επισκέπτες,
- ✚ αναβάθμιση οδικού δικτύου με κατασκευή σύγχρονων δρόμων για ασφαλείς και γρήγορες χερσαίες μεταφορές, με πρόβλεψη για την ασφαλή κίνηση των πεζών και των ποδηλάτων,
- ✚ υποδομές για άτομα με ειδικές ανάγκες τόσο στις τουριστικές επιχειρήσεις όσο και στους δημόσιους χώρους,
- ✚ καθαριότητα σε όλους τους χώρους δημόσιας χρήσης,
- ✚ χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας προκειμένου να αποφορτιστούν οι μονάδες της ΔΕΗ και να αποφεύγονται φαινόμενα διακοπής ρεύματος τα οποία παρατηρούνται συχνά τους θερινούς μήνες,
- ✚ σύγχρονοι βιολογικοί καθαρισμοί κατασκευασμένοι σύμφωνα με μελέτες για τις ανάγκες της κάθε περιοχής (τόσο στο παρόν όσο και μελλοντικά) με έμπειρο και εξειδικευμένο προσωπικό προκειμένου να διασφαλίζεται η άρτια λειτουργία τους,
- ✚ κέντρα υγείας στις τουριστικές περιοχές ανάλογες με τον όγκο της επισκεψιμότητας και το είδος του τουρισμού που αναπτύσσεται σε κάθε τοποθεσία,
- ✚ θαλάσσιες υποδομές όπως περισσότερες και σύγχρονες μαρίνες και χώροι υποδοχής κρουαζιερόπλοιων.

Όλα τα παραπάνω είναι αυτονόητα για μια χώρα που επιθυμεί να προσελκύει τουρισμό σε βάθος χρόνου και όχι πρόσκαιρα και ευκαιριακά. Δυστυχώς όσο απλά και αν ακούγονται τόσο πολύπλοκα και δυσεπίλυτα γίνονται στην ελληνική πραγματικότητα.

Εξίσου σημαντική είναι η ευθύνη που αναλογεί στον ιδιωτικό παράγοντα. Η νοοτροπία του γρήγορου κέρδους που χαρακτηρίζει την πλειοψηφία των επιχειρηματιών έχει οδηγήσει στην υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος. Εγκαταστάσεις χαμηλής ποιότητας, πολλές φορές απαρχαιωμένες οι οποίες συχνά παραβιάζουν την πολεοδομική νομοθεσία, σε συνδυασμό με την έλλειψη ποιοτικών υπηρεσιών διογκώνουν ακόμα περισσότερο το πρόβλημα. Ακόμη, η πρόσληψη ανειδίκευτου προσωπικού χωρίς την στοιχειώδη εκπαίδευση που απαιτείται προκειμένου κάποιος να ανταπεξέλθει στις ιδιαίτερες απαιτήσεις του τουριστικού κλάδου, προκειμένου οι εργοδότες να χαμηλώσουν το κόστος λειτουργίας της επιχείρησής τους, έχει σοβαρό αντίκτυπο στην ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται στους επισκέπτες. Τέλος, δεν λείπουν τα φαινόμενα αισχροκέρδειας και εκμετάλλευσης των τουριστών από τις τουριστικές επιχειρήσεις με υπέρογκες χρεώσεις στα αγαθά και τις υπηρεσίες που παρέχουν χωρίς να υπάρχει η ανάλογη ποιότητα.

Οι Νέες τάσεις

Τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται μια σταδιακή μεταστροφή στις προτιμήσεις των τουριστών - και αντίστοιχα στην προσφορά τουριστικών υπηρεσιών - προς ειδικές και ανεξάρτητες μορφές τουρισμού, οι οποίες είναι προσαρμοσμένες στα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα του κάθε τουρίστα για περιπλάνηση στη φύση, αναζήτηση πολιτισμικών δραστηριοτήτων, έντονη άσκηση, και αναζήτηση εναλλακτικών τρόπων ψυχαγωγίας κατά τη διάρκεια των διακοπών. Οι νέες τάσεις που διαφαίνονται φανερώνουν μια στροφή από το μαζικό απρόσωπο και παθητικό τουρισμό, σε τουρισμό συμμετοχικό, επιλεκτικό, με σεβασμό στον τοπικό πολιτισμό και το περιβάλλον. Η Ελλάδα, μια χώρα με παράδοση στον τουρισμό, οφείλει να προσαρμοστεί στις νέες τάσεις που διαμορφώνονται στην τουριστική αγορά. Η προσαρμογή αυτή και η στροφή προς "τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων" δεν εξασφαλίζει μόνο τη βιωσιμότητα του προϊόντος, αλλά κυρίως προάγει τον σεβασμό στο περιβάλλον και την κοινωνία πράγμα που έχουν μεγάλη ανάγκη οι επιβαρυνόμενες περιοχές της ελληνικής επικράτειας. Στο εξής η Ελλάδα οφείλει να εξελιχθεί σταδιακά και να αποδεσμευτεί, στο μέτρο του εφικτού, από το

μαζικό μοντέλο ανάπτυξης το οποίο καλύπτει σχεδόν το 90% των τουριστικών δραστηριοτήτων.

Όλες οι κατηγορίες του σύγχρονου τουρισμού δίνουν έμφαση περισσότερο στην ποιότητα του τουριστικού προϊόντος. Σκοπός είναι η προσέλκυση του κατάλληλου αριθμού επισκεπτών, - ώστε να μην επιβαρύνεται μια περιοχή - οικονομικά ευκατάστατων ώστε να δαπανούν περισσότερα και να μένουν για μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα, οι οποίοι θα κατανέμονται ισόρροπα κατά τη διάρκεια του έτους. Έτσι ο τουρισμός μεταφέρεται σταδιακά από το επίπεδο των χαμηλών τιμών του πακέτου διακοπών στο επίπεδο της ποιότητας και της αειφόρου ανάπτυξης. Το μοντέλο αυτό μπορεί να αποφέρει σημαντικά οικονομικά οφέλη σε συνδυασμό με τις μικρότερες περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις.

Ο ελληνικός τουρισμός οφείλει και πρέπει να εξελιχθεί σταδιακά από μαζικό σε περισσότερο επιλεκτικό και πολυμορφικό, προσανατολισμένο στις απαιτήσεις και τα ενδιαφέροντα του σύγχρονου τουρίστα - καταναλωτή, να αποκτήσει συγκεκριμένη ταυτότητα με την ανάδειξη της μοναδικότητας των πόρων της, ώστε να περιοριστεί η δυνατότητα υποκατάστασης της Ελλάδας από άλλους προορισμούς. Η εξέλιξη αυτή δεν συνεπάγεται τον περιορισμό του οργανωμένου τουρισμού, αλλά την ποιοτική βελτίωσή του. Πρόκειται για μια συντονισμένη προσπάθεια ποιοτικής αναβάθμισης, εμπλουτισμού και διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος ώστε να ανταποκρίνεται στις υψηλές απαιτήσεις της ζήτησης. Άλλωστε η ιστορία του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο έχει δείξει ότι οι προσπάθειες για ανάπτυξη μπορούν να έχουν μόνο πρόσκαιρη και ευκαιριακή επιτυχία εάν δεν πλαισιώνονται από υψηλά επίπεδα ποιότητας στα προσφερόμενα τουριστικά προϊόντα.

Κλείνοντας, αξίζει να σημειωθεί ότι είναι ανάγκη ο τουρισμός στη χώρα μας να ανακτήσει όλα εκείνα τα στοιχεία που τον καθιστούν μοναδικό. Πρέπει να αποκτήσει την ιδιαίτερη ταυτότητά του ενσωματώνοντας τις άυλες και υλικές αξίες που τον συνθέτουν. Με τέτοια στοιχεία ο ελληνικός τουρισμός μπορεί αναβαθμιστεί ποιοτικά, να γίνει διακριτός, πιο ελκυστικός, και ισχυρός με απώτερο στόχο να διασφαλίσει, να προστατεύσει και να διαχειριστεί κατάλληλα όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που τον ανέδειξαν στην παγκόσμια τουριστική αγορά, η αρτιότητα των οποίων είναι η μόνη που μπορεί να

εξασφαλίσει ένα βιώσιμο μέλλον. Άλλωστε, ο τουρισμός ήταν και παραμένει ένας από τους σημαντικότερους και δυναμικότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας και όλοι όσοι κρατούν την τύχη του στα χέρια τους οφείλουν να τον διατηρήσουν σε υψηλό επίπεδο ανταγωνιστικότητας. Ιδιαίτερα στην δύσκολη οικονομική περίοδο που διανύει η χώρα μας κρίνεται αναγκαία, περισσότερο από ποτέ, η συστράτευση όλων των δυνάμεων προκειμένου να εγκαταλειφθεί το βιαστικό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης που έως τώρα ακολουθήθηκε. Να συμβάλλουν όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς στον επανασχεδιασμό του τουριστικού προϊόντος το οποίο θα είναι προσαρμοσμένο στις σύγχρονες ανάγκες και τις νέες τάσεις της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς, ώστε να αποτελέσει τη ναυαρχίδα της οικονομίας που θα οδηγήσει τη χώρα μας στην έξοδο από την οικονομική κρίση.



BIBLIOΓΡΑΦΙΑ

BIBΛΙΑ

- Ανδριώτης, Κ.,(2008), *Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός*, εκ. ΣΤΑΜΟΥΛΗ, Αθήνα
- Βαρβαρέσος, Α.,(2000), *Τουρισμός έννοιες, μεγέθη, δομές, η ελληνική πραγματικότητα*, εκδ. ΠΟΠΟΜΠΟΣ, Αθήνα
- Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π.,(1999), *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, εκ. INTERBOOKS, Αθήνα
- Κολτισδόπουλος, Γ., (2001), *Τουρισμός: Θεωρητική προσέγγιση*, εκ. ΕΛΛΗΝ, Αθήνα
- Λαγός, Δ., (2005), *Τουριστική Οικονομική*, εκ. ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ, Αθήνα
- Τσάρτας, Π., (1996), *Τουρίστες Ταξίδια Τόποι, Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, εκ. ΕΞΑΝΤΑΣ, Αθήνα
- Holden, A., (2008), *Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, εκ. ΠΑΠΑΖΗΣΗ, Αθήνα

ΔΙΑΔΥΚΤΙΟ

- <http://news.kathimerini.gr>
- <http://www.ein.gr/>
- <http://www.ecothesis.gr/>
- <http://www.ntua.gr/>
- <http://pclab.arch.ntua.gr/>
- <http://www.sete.gr/>

- <http://www.foodzine.gr/>
- <http://library.panteion.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/963/1/solomou.pdf>
- <http://www.infopeloponnisos.gr/>
- <http://www.mbatourism.gr/>
- <http://www.kke.gr/>
- <http://dspace.lib.ntua.gr/>
- <http://www.hch.culture.gr/>
- <http://www.kpe.gr/>
- http://81.186.166.197/peekpe/POSTERS/9_Papazisi%20et%20al.pdf
- <http://akti.org.cy/turkish/fisi66-low.pdf>
- <http://en.wikipedia.org>
- <http://www.3comma14.gr/>

ΑΛΛΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Βουλγαράκη, Μ., Σημειώσεις μαθήματος, *Τουριστική Κοινωνιολογία*, ΣΔΟ, τμήμα ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙ/ΣΕΩΝ ΤΕΙ Ηρακλείου
- ΤΟ ΒΗΜΑ, (19/02/2009). 74 ΕΩΣ 83 ΕΥΡΩ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΞΟΔΕΥΟΥΝ ΟΙ ΞΕΝΟΙ, σ. 4.
- Δρ. Βαγιονής, Νικ., (2002), *Στόχοι, Πολιτικές και μέσα προώθησης του Τουρισμού στην Ελλάδα* Ημερίδα Σ.Τ.Ε. Ρόδος
- Λενιτσά, Μ., (2005), πτυχιακή εργασία, «Αειφορία - Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, γενικές έννοιες. Ειδικότερη αναφορά στον Αγροτουρισμό, Αγροτουριστικά πακέτα και πολιτικές προώθησης και Marketing. Τέλος αναφορά στην Αγροτουριστική ανάπτυξη στην ορεινή περιοχή του Νέου Μαρμαρά Χαλκιδικής (Όρος Ίταμος)»

- Σοφία Ξεζωνάκη Αγρ. ΜΑΡΤΙΟΣ 2009. Διπλωματική Εργασία: «ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ».
- Κιλιπίρης, Φ., (2006), Διδακτορική Διατριβή, «Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη στις μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις», Θεσσαλονίκη.
- Πρακτικά 2ου διεθνούς συνεδρίου για το κλίμα και τον τουρισμό, 2004 Κολυμπάρι Χανίων
- Ιατρού, Α., (2005), εισήγηση με τίτλο, «*Επένδυση σε Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*»
- Καραμέρης, Α., (2009), «*Προϋποθέσεις και Προοπτικές Ανάπτυξης του Οικοτουρισμού*»