

Εναλλακτικές μορφές τουρισμού με ειδική αναφορά στον οικοτουρισμού

Κουμπανάκη μαρία

ΜΕΡΟΣ Ι

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α:

Τουρισμός γενικά, ορισμός, έννοια .

Ο τουρισμός είναι μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες του κόσμου ο οποίος σχετίζεται με τους περισσότερους και κυριότερους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Γι' αυτό είναι δύσκολο να δώσουμε συγκεκριμένο ορισμό στο τουρισμό ο οποίος μάλιστα συνδέεται άμεσα με τα οικονομικά, κοινωνικό-πολιτιστικά και περιβαλλοντικά στοιχεία της ζωής. Εξαιτίας λοιπόν αυτής της δυσκολίας προσδιορισμού της έννοιας του τουρισμού πιστεύεται ότι θα ήταν καλύτερο και πιο κοντά στη πραγματικότητα να αποδεχτούμε την ύπαρξη ενός αριθμού διαφορετικών ορισμών, όπου κάθε ένας εξυπηρετεί και διαφορετικό σκοπό. Θα μπορούσαμε λοιπόν επιλεκτικά να πούμε, διαλέγοντας έναν από αυτούς τους ορισμούς, ότι ο τουρισμός ορίζεται ως ένα αλληλοσυνδεδεμένο σύστημα, που περιλαμβάνει τους τουρίστες και όλες τις υπηρεσίες, που τους παρέχονται και χρησιμοποιούν (εγκαταστάσεις, αξιοθέατα, μέσα μεταφοράς και καταλύματα) για την άνετη μετακίνησή τους και διαμονή.

1) Μαζικός τουρισμός, συγκριτική εξέταση μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού.

Ο εναλλακτικός τουρισμός δημιουργήθηκε για να αντιμετωπιστεί ο μαζικός και οι δυσμενείς περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις του, όπως και ο απανθρωπισμός του βιομηχανοποιημένου και πακεταρισμένου τουρισμού. Στις μέρες μας ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται ως ένα τερατούργημα εξαιτίας του ότι προσφέρει ελάχιστα ποιοτικά στοιχεία στην περιοχή υποδοχής τουρισμού, στους

ανθρώπους της και στα δεδομένα των φυσικών πόρων. Επίσης ένας λόγος ακόμα που το κάνει να βρίσκεται στο επίκεντρο των επικρίσεων είναι ότι ελάχιστα από τα χρήματα που αποτελούν τουριστικά κέρδη μένουν μέσα σε αυτή τη περιοχή, τα οποία θα συνέβαλαν στην αύξηση του ντόπιου κατά κεφαλήν εισοδήματος εάν παρέμεναν στην εν λόγω περιοχή. Η παραπάνω εικόνα του μαζικού τουρισμού παρουσιάζεται έτσι, ώστε να τονιστεί ότι, πολλές φορές, η τουριστική βιομηχανία δε λειτουργεί με βάση τα συμφέροντα των ντόπιων κατοίκων και τη διαφύλαξη των ντόπιων φυσικών πόρων. Γι' αυτό το λόγο η πλειοψηφία των τουριστικών μελετών, αναζητούσαν μια εναλλακτική λύση στη μαζική τουριστική ανάπτυξη, που θα ήταν πιο ήπια κοινωνικά και περιβαλλοντικά αλλά και που θα έδινε έμφαση στην ποιοτική ζήτηση δηλαδή για ένα καθαρό περιβάλλον και το σεβασμό προς τις ανάγκες των ντόπιων κατοίκων. Ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει έσοδα στα μέλη της τοπικής κοινότητας, για τη χώρα υποδοχής συμβάλλει στην αποφυγή διαρροής των τουριστικών εσόδων έξω από τη χώρα, βοηθάει στη διατήρηση των ντόπιων ηθών, εθίμων και παραδόσεων και είναι ιδανικός για τους ταξιδιώτες αυτούς που θέλουν μια πιο στενή επαφή με αυτά. Βέβαια υπάρχει και η αντίθετη άποψη η οποία υποστηρίζει ότι ο εναλλακτικός τουρισμός δεν μπορεί να υποκαταστήσει την κλασική μορφή του τουρισμού. Έτσι λοιπόν ο μαζικός τουρισμός δεν έχει απορριφθεί τελείως γιατί από τη μια άποψη προσφέρει ένα καθ' όλα ευκαταφρόνητο όγκο ξένου συναλλάγματος στις χώρες υποδοχής και δεύτερον πολλοί άνθρωποι φαίνεται να απολαμβάνουν το ρεύμα του μαζικού τουρισμού αφού δε χρειάζεται να φροντίσουν οι ίδιοι τις λεπτομέρειες των ταξιδιών τους.

2) Διαχρονική εξέλιξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Στην ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου, υπάρχουν αναφορές που αποδεικνύουν ότι μερικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναπτύχθηκαν από τους πρώτους χρόνους των θεωρουμένων, με τα σημερινά κριτήρια, τουριστικών δραστηριοτήτων και μάλιστα μερικές από αυτές αποτελούσαν και τη μοναδική, τότε, τουριστική δραστηριότητα. Πριν όμως από τη «χρονολόγηση» αυτών των εναλλακτικών μορφών και επειδή όλες αυτές οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται σαν «νέες», θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι ο όρος αυτός χρησιμοποιήθηκε στη δεκαετία του 1970 για να περιγράψει τις πράγματι νέες, εναλλακτικές μορφές τουρισμού που στην ολότητά τους αποτελούν το λεγόμενο ήπιο ή μαλακό ή εναλλακτικό τουρισμό. Κατά συνέπεια υπάρχουν νέες μορφές τουρισμού, αλλά όλες οι εναλλακτικές τουριστικής μορφής δεν είναι νέες. Υπάρχουν και κύριες

(επικρατούσες σε ένα τόπο) και εναλλακτικές μορφές. Μάλιστα μερικές από αυτές έχουν ρίζες που χάνονται στην αρχαιότητα, ενώ άλλες δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια. Και όλες βάσει της αρχής της εναλλακτικότητας και των γενικών τουριστικών χαρακτηριστικών τους, μπορούν να αλληλοαντικαθίστανται και να χαρακτηρίζονται ανάλογα με το μέγεθός τους στο τοπικό περιβάλλον, κύριες ή εναλλακτικές.

α) Η πρώτη τουριστική περίοδος :

Οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν τις ρίζες τους στην αρχαιότητα και εξελίχθηκαν στα προ Χριστού χρόνια, παράλληλα με το όλο τουριστικό φαινόμενο, είναι ο τουρισμός αναψυχής, ο επαγγελματικός τουρισμός, ο πολιτιστικός, ο θρησκευτικός, ο αθλητικός και ο ιαματικός τουρισμός. Οι μορφές αυτές πρωτοεμφανίστηκαν στην Αρχαία Αίγυπτο, στη Μεσοποταμία, στην Αρχαία Ελλάδα, στη Περσία και στη Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία. Επαγγελματικά ταξίδια κάνουν οι Αιγύπτιοι και οι Ασσύριοι δημόσιοι υπάλληλοι που μετακινούνται για κρατικές υποθέσεις. Ο συνεδριακός τουρισμός αναπτύχθηκε στην Αρχαία Ελλάδα με το θεσμό των Αμφικτιονικών που, ως γνωστό, ήταν συγκεντρώσεις αντιπροσώπων των γειτονικών Ελληνικών φυλών και αργότερα των γειτονικών πόλεων-κρατών για επίλυση θρησκευτικών, πολιτικών, πολεμικών, φορολογικών, τοπικών και κοινού ενδιαφέροντος προβλημάτων .

Στη τελευταία προ Χριστού χιλιετία αναπτύσσεται κυρίως στην Αρχαία Ελλάδα ο αθλητικός και ο θρησκευτικός τουρισμός. Ο αθλητικός τουρισμός ήταν τα ταξίδια των Αρχαίων Ελλήνων για να μεταβούν στους τόπους των μεγάλων πανελλήνιων πανηγυρικών αγώνων που γινόταν για να τιμήσουν τους θεούς τους. Τέτοιοι αγώνες ήταν τα Ολύμπια, οι γνωστοί Ολυμπιακοί αγώνες, που γινόταν στην Ολυμπία, τα Πύθια που γινόταν στους Δελφούς, τα Ίσθμια που γινόταν στον Ισθμό της Κορίνθου και τα Νεμέα που γινόταν στη Νεμέα. Ο θρησκευτικός τουρισμός ήταν τα ταξίδια των Αρχαίων Ελλήνων για να μεταβούν στις μεγάλες θρησκευτικές εορτές προς τιμήν των θεών τους. Τέτοιες γιορτές ήταν οι Διονυσιακές γιορτές προς τιμήν του Διόνυσου, τα Ελευσίνια μυστήρια προς τιμήν της Δήμητρας και της Περσεφόνης, τα Παναθήναια προς τιμήν της Αθηνάς και πλήθος άλλων μικρότερων γιορτών προς τιμήν άλλων θεών ή ημίθεων ή και θνητών ηρώων. Χαρακτηριστική είναι η σύνδεση αθλητικού και θρησκευτικού τουρισμού της εποχής εκείνης αφού οι αθλητικοί αγώνες γινόταν προς τιμή των θεών .

Οι πρώτοι «ταξιδιώτες-τουρίστες» και πρωτοπόροι του περιηγητικού τουρισμού θεωρούνταν ο Ηρόδοτος και ο Πausanias ο Περιηγητής που εκτός από γεωγράφοι και ιστορικοί, ήταν και οι πρώτοι συγγραφείς τουριστικών οδηγιών. Όσον αφορά τον ιαματικό τουρισμό και αυτός αναπτύχθηκε στην Αρχαία Ελλάδα και η ύπαρξη και η χρήση των ιαματικών πηγών για θεραπευτικούς σκοπούς αναφέρεται από πολλούς ιστορικούς, γεωγράφους και φιλόσοφους της εποχής. Είναι γνωστά τα

Ασκληπιεία, τα πρώτα κέντρα υγείας, που δημιουργήθηκαν γύρω από τις θερμομεταλλικές πηγές. Η λουτροθεραπεία παίρνει μεγάλες διαστάσεις κατά τους Ρωμαϊκούς χρόνους και ιδρύονται οι πρώτες λουτροπόλεις. Η θαλασσοκρατία των Ελληνικών φυλών και των Ρωμαίων αργότερα και τα πολλά θαλάσσια ταξίδια, δεν στοιχειοθετούν φυσικά καμία μορφή θαλάσσιου τουρισμού αφού όλα τα ταξίδια γινόταν για αυστηρούς κερδοσκοπικούς, εμπορικούς και στρατιωτικούς σκοπούς. Αντίθετα σε μορφή πολιτιστικού τουρισμού σε συνδυασμό με τουρισμό αναψυχής μπορούν να θεωρηθούν τα ταξίδια επίσκεψης των επτά θαυμάτων του τότε γνωστού κόσμου μεταξύ των οποίων και η Αρχαία Έφεσος, την οποία επισκεπτόταν ετησίως 700.000 τουρίστες για διασκέδαση και πολιτιστικές δραστηριότητες .

β) Η δεύτερη τουριστική περίοδος :

Η περίοδος από τη γέννηση του Χριστού μέχρι και το πρώτο μισό του 19 αιώνα (1850) περιλαμβάνει, ως γνωστόν, μικρότερες ιστορικές περιόδους. Κατά τη διάρκεια των περιόδων αυτών, που από πολλούς συγγραφείς θεωρούνται τουριστικά ανενεργές, δεν παρουσιάστηκαν νέες μορφές τουρισμού, αλλά δεν έπαψε να υπάρχει τουριστική δραστηριότητα κυρίως με τη μορφή του προϋπάρχοντος θρησκευτικού, αθλητικού, ιαματικού τουρισμού και των επαγγελματικών ταξιδιών. Οι επικρατούσες τότε συνθήκες των συνεχών πολέμων μεταξύ των κρατών της Ευρώπης και των συνεχών εθνικών ανακατατάξεων, της διάσπαρτης κοινωνικής αναταραχής, της ανασφάλειας των ταξιδιών λόγω της έντονης ληστρικής και πειρατικής δράσης, του καθεστώτος της φεουδαρχίας, του θεοκρατισμού με τους σχολαστικούς κανόνες και τους δογματικούς τύπους που επέβαλε η δυτική εκκλησία, της έλλειψης δρόμων, συγκοινωνιακών μέσων, τουριστικής υποδομής και διαθέσιμου εισοδήματος και της γενικής κατάστασης όπου οι μεμονωμένοι άνθρωποι αλλά και ολόκληροι λαοί επεδίωκαν απλώς να επιβιώσουν, όλες αυτές οι συνθήκες δεν επέτρεπαν να εκδηλωθεί μια σοβαρή τουριστική δραστηριότητα. Παρόλα αυτά πρέπει να σημειωθεί ότι στη περίοδο αυτή εμφανίζονται τα οργανωμένα πλέον ξενοδοχεία, γενικεύεται η χρήση του ατμοκίνητου σιδηρόδρομου, γίνονται οδικά δίκτυα που συνδέουν τις πόλεις μεταξύ τους, εμφανίζονται τα πρώτα εστιατόρια, γράφονται πολλοί τουριστικοί οδηγοί και εκδηλώνεται η επιθυμία όλων και περισσότερων ανθρώπων και όχι μόνο των προνομιούχων, να ταξιδέψουν. Οι προσπάθειες οργάνωσης των ταξιδιών γίνονται πραγματικότητα και δειλά-δειλά εμφανίζονται οι πρώτες μορφές του οργανωμένου τουρισμού και των τουριστικών πακέτων.

γ) Η τρίτη τουριστική περίοδος :

Από τα χαρακτηριστικά της περιόδου από το 1850 μέχρι το 1950, τα οποία περιγράφονται αναλυτικά στην ιστορία της εξέλιξης του τουριστικού φαινομένου, θα μπορούσε κάποιος να σταχυολογήσει τα

παρακάτω, για να τα συσχετίσει με τις νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που εμφανίστηκαν ή που ενισχύθηκαν. **i)** Η καθιέρωση του λεγόμενου «Grand Tour», που από νωρίτερα είχε αρχίσει, του ταξιδιού δηλαδή που έκαναν οι γόνοι των αριστοκρατικών και πλούσιων οικογενειών της Γαλλίας, της Μεγάλης Βρετανίας, και αργότερα των ΗΠΑ, για να συμπληρώσουν την ακαδημαϊκή τους μόρφωση και τη κοινωνική τους συγκρότηση, επισκεπτόμενοι τις ιστορικές πόλεις της Ευρώπης που εθεωρούντο τότε κέντρα γραμμάτων και εμπορίου, όπως το Παρίσι, η Ρώμη, η Φλωρεντία κ.λπ. Τα ταξίδια αυτά ήταν μια μορφή περιηγητικού τουρισμού, με έντονα τα χαρακτηριστικά του πολιτιστικού και του μορφωτικού τουρισμού. Παρόμοια σχεδόν ήταν τα ταξίδια που οργάνωναν αργότερα πολλά Ευρωπαϊκά Πανεπιστήμια, στα πλαίσια μορφωτικών και εξερευνητικών προγραμμάτων, με αποστολές στους αρχαιολογικούς χώρους για ανασκαφές ή σε άλλα μέρη για μελέτη διάφορων ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.

ii) Η αλματώδης ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων και η παράλληλη ανάπτυξη των οδικών δικτύων. Η χρήση του σιδηρόδρομου αποτελεί συνήθη τακτική, το αυτοκίνητο μπαίνει σιγά-σιγά στην αγορά των μετακινήσεων, ενώ στο τέλος της περιόδου εμφανίζεται δυναμικά το αεροπλάνο. Τα ταξίδια, εμπορικά ή τουριστικά, γίνονται ασφαλέστερα, γρηγορότερα και οικονομικότερα και προ παντός προσιτά στο ευρύ κοινό.

iii) Η θεαματική ανάπτυξη των ξενοδοχείων από απόψεως κατασκευής, μεγέθους και χωρητικότητας, πλήθους, βοηθητικών εγκαταστάσεων, εξοπλισμού αλλά και από απόψεως εξυπηρέτησης του πελάτη.

iv) Η καθιέρωση του θεσμού των πληρωμένων διακοπών, πρώτα στη Γαλλία και μετά στις λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες. Αυτό επιτρέπει στο μέσο εργαζόμενο πολίτη να ταξιδεύει ευκολότερα.

v) Η εμφάνιση των πρώτων οργανωτών ταξιδιών με πρωτοπόρο τον Thomas Cook που εμπορευματοποιεί σε μεγάλη κλίμακα τα τουριστικά πακέτα. Ο οργανωμένος τουρισμός εδραιώνεται και λόγω της χαμηλής σχετικά τιμής των πακέτων, προαναγγέλλεται ο μαζικός τουρισμός.

vi) Η ίδρυση και οργάνωση παράκτιων και ορεινών θέρετρων, η ανάπτυξη λουτροπόλεων και η καθιέρωση ορισμένων περιοχών σαν τουριστικών προορισμών της νέας μόδας (Κυανή Ακτή, Ιταλία, Ισπανία κ.λπ.). Ο παράκτιος, ο ορεινός και ο φυσιολατρικός τουρισμός, διαφοροποιούνται από το γενικό περιηγητικό τουρισμό και εμφανίζονται σε νέες μορφές τουρισμού.

vii) Η γενίκευση του θεσμού των εκθέσεων σε πολλές Ευρωπαϊκές πόλεις και η εμφάνιση των διεθνών εκθέσεων που προσελκύουν μεγάλο πλήθος επισκεπτών των οποίων οι τουριστικές δραστηριότητες συγκροτούν τον εκθεσιακό τουρισμό, μια νέα εναλλακτική μορφή τουρισμού.

viii) Η δυναμική είσοδος των ΗΠΑ στη τουριστική αρένα που δίδει μεγαλύτερη διάσταση στο τουριστικό φαινόμενο. Τα θαλάσσια ταξίδια με τα καινούργια μεγάλα και ταχυκίνητα πλοία μεταξύ Ευρώπης και ΗΠΑ επιτρέπουν την εμφάνιση του διηπειρωτικού τουρισμού που σήμερα στηρίζουν αποκλειστικά τα αεροπλάνα.

ix) Η συνειδητοποίηση της οικονομικής και κοινωνικής διάστασης του τουρισμού, που αφυπνίζει και τα κράτη που σπεύδουν να ιδρύσουν δημόσιους τουριστικούς φορείς και τους τουριστικούς επιχειρηματίες που προσπαθούν να παράγουν νέα τουριστικά προϊόντα, αλλά και τους πολίτες που διεκδικούν πλέον δυναμικά το κοινωνικό αγαθό του τουρισμού.

δ) Η τέταρτη τουριστική περίοδος :

Η περίοδος αυτή που αρχίζει από το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου και ειδικά για τη χώρα μας από το 1950 για άλλους τελειώνει το 1980 και για άλλους η περίοδος αυτή συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Είναι η περίοδος του τουριστικού boom. Της γρήγορης δηλαδή αύξησης ή άνθησης ή έκρηξης ή γιγάντωσης του τουριστικού φαινομένου. Η γιγάντωση αυτή έχει αποδειχθεί και εκφράζεται με αριθμούς και αιτιολογείται από τη μελέτη των πολιτικών, κοινωνικών, οικονομικών, τεχνολογικών, πολιτιστικών και ψυχολογικών παραγόντων ή αιτιών που τη προκάλεσαν. Υπενθυμίζοντας αυτούς τους αριθμούς και τους παράγοντες σημειώνεται περιληπτικά ότι η γενική εκτίμηση της ποσοτικής αύξησης του τουρισμού, από το 1950 μέχρι το 1980, είναι ότι τα τουριστικά μεγέθη δεκαπλασιάστηκαν ή και εικοσιπλασιάστηκαν, ενώ σαν κυριότερες αιτίες αυτής της αύξησης μπορούν να αναφερθούν οι εξής :

i) Η ανάπτυξη των συγκοινωνιών και όλων των μεταφορικών μέσων, κυρίως όμως η χρήση των αεριωθούμενων αεροσκαφών που με τη μεγάλη ταχύτητα τους ελαχιστοποίησαν τη χρονοαπόσταση μεταξύ των τόπων προέλευσης και προορισμού των τουριστών.

ii) Η αύξηση των ημερών των πληρωμένων διακοπών και το υποχρεωτικό της χορήγησης τους.

iii) Η αύξηση των εισοδημάτων των εργαζομένων και η σχετική μείωση των τιμών πολλών τουριστικών προϊόντων και κυρίως εκείνων του οργανωμένου τουρισμού.

iv) Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης των πολιτών και η αύξηση του αριθμού εκείνων με πανεπιστημιακή εκπαίδευση, δεδομένου ότι συγκριτικές μελέτες έδειξαν ότι η τουριστική δραστηριότητα των ανθρώπων αυξάνεται ανάλογα με την εκπαίδευση τους.

v) Η διεύρυνση του εύρους ηλικιών των ανθρώπων που κάνουν τουρισμό και η είσοδος στη τουριστική αγορά των «ενεργών» συνταξιούχων, των ανθρώπων της 3^{ης} ηλικίας και ομάδων πληθυσμού που είχαν αποκλεισθεί από την αγορά αυτή τα προηγούμενα χρόνια (φτωχοί και άτομα με ειδικές ανάγκες).

vi) Η αναγνώριση του τουρισμού σαν κοινωνικού αγαθού και η ανάληψη της υποχρέωσης της πολιτείας να προωθήσει τη τουριστική ανάπτυξη και να κάνει τα τουριστικά προϊόντα προσιτά σε όλους.

vii) Η ευρεία εμπορευματοποίηση του τουρισμού από τους τουριστικούς επιχειρηματίες, για κερδοσκοπικούς φυσικά λόγους, οι οποίοι εφαρμόζουν όλους τους νόμους και τα μέσα της αγοράς, των πωλήσεων και του marketing για να αυξήσουν τον αριθμό των τουριστών / πελατών τους.

viii) Η αύξηση των κοινωνικών, οικογενειακών, ατομικών αναγκών και των ψυχοσωματικών επιβαρύνσεων και συμπλεγμάτων που ωθούν τους ανθρώπους να κάνουν τουρισμό, οι οποίοι ζώντας κυρίως σε αστικά κέντρα με το πρότυπο της κυψελοειδούς ζωής, καταπιέζονται και ασφυκτιούν και η μόνη διέξοδός τους είναι να αναζητήσουν, μέσω του τουρισμού, την ελευθερία τους στην εξοχή, στη θάλασσα, στα βουνά, στις ρίζες τους, στο παρελθόν τους, για να βρουν την πνευματική και σωματική τους ισορροπία.

Όμως ο τουρισμός παρααναπτύχθηκε. Και πολλές φορές άναρχα, ανεξέλεγκτα, ληστρικά και ανησυχητικά. Παραστράτησε και παραμορφώθηκε. Έχασε την ανθρωπρέπεια, την ομορφιά και το στοιχείο της ελευθερίας του. Έγινε μια σκληρή, απρόσωπη και υλιστική βιομηχανία. Ο τουρισμός «χάριν του ειδέναι» έγινε τουρισμός «χάριν του κερδίζειν». Το νέο πρόσωπο του τουρισμού το ονόμασαν μαζικό τουρισμό που στη πράξη σημαίνει υπερβολική συγκέντρωση τουριστών σε ένα τόπο και κατά τη διάρκεια της τουριστικής εποχής, με αποτέλεσμα να καταστρέφεται το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον, να μειώνεται η ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών και να επιβαρύνεται ο ντόπιος πληθυσμός.

Και για να επανέλθουμε στο θέμα μας, δηλαδή στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού κατά τη περίοδο αυτή, πρέπει να επισημάνουμε ότι όλες σχεδόν οι προϋπάρχουσες εναλλακτικές μορφές ακολούθησαν τη γενική πορεία της γιγάντωσης του τουρισμού. Μερικές μορφές όπως για παράδειγμα ο παράκτιος τουρισμός στις θερμές και νησιωτικές χώρες, ο χιονοδρομικός τουρισμός στα χειμερινά θέρετρα της Ευρώπης και ο θρησκευτικός τουρισμός κατά τη διάρκεια μεγάλων θρησκευτικών εκδηλώσεων, συχνά ταυτίζονται με το μαζικό τουρισμό. Άλλες μορφές μεγεθύνθηκαν χωρίς να γιγαντωθούν και ελάχιστες διατήρησαν το προηγούμενο μέγεθός τους. Πολλές επίσης μορφές άλλαξαν τα χαρακτηριστικά τους, ολοκληρούμενες ή και διαφοροποιούμενες. Και φυσικά υπήρξαν και νέες μορφές τουρισμού. Ούτως εχόντων των πραγμάτων η εξέλιξη του τουρισμού με τις διάφορες μορφές του, έφθασε στο έτος 1980 το οποίο συνδέθηκε με την αναθεώρηση της τουριστικής ιδέας και της μέχρι τότε τουριστικής πρακτικής. Και τότε άρχισε η τελευταία τουριστική περίοδος, η λεγόμενη σύγχρονη τουριστική περίοδος.

ε) Η σύγχρονη τουριστική περίοδος :

Μαζικοποίηση τουρισμού υπάρχει, όχι όταν ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται, αλλά όταν οι τουρίστες ανισοκατανέμονται στο χρόνο και στο τόπο. Και πρέπει να διευκρινιστεί ότι κανένας δεν υποστήριξε ποτέ ότι αυτό καθεαυτό το τουριστικό φορτίο πρέπει να περιοριστεί. Η αύξηση του αριθμού των τουριστών πάντα είναι επιθυμητή. Η συνεχής τουριστική ανάπτυξη πάντα είναι επιθυμητή. Δεν είναι όμως επιθυμητή ούτε η εκδήλωση της τουριστικής δραστηριότητας κατά τη διάρκεια της θερινής μόνο περιόδου και μόνο στους τουριστικούς προορισμούς και ούτε η άναρχη, ανεξέλεγκτη και απρογραμματίστη τουριστική ανάπτυξη. Γιατί η εκδήλωση της τουριστικής δραστηριότητας μόνο κατά τη θερινή περίοδο δημιουργεί το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας και η συγκέντρωση των τουριστών σε ορισμένους μόνο τόπους, τους τουριστικούς προορισμούς, έχει σαν αποτέλεσμα οι τόποι αυτοί να υπεραναπτύσσονται τουριστικά, συχνά άναρχα και ανεξέλεγκτα, να υπερεκμεταλλεύονται από τους τουριστικούς επιχειρηματίες, συχνά ληστρικά και εξαντλητικά και τελικά να αποστερούνται τους πόρους τους, συχνά οριστικά και μη αναστρέψιμα, για να εγκαταλειφθούν τότε και να αναζητηθούν νέοι προορισμοί που παράγουν νέα τουριστικά προϊόντα. Οι επιχειρηματίες φεύγουν με τα κέρδη τους και ο ντόπιος πληθυσμός και ο τόπος τους μένουν με τα σημάδια της καταστροφής. Σήμερα ο μαζικός τουρισμός κατηγορείται και χαρακτηρίζεται σαν τερατούργημα και σαν μια τουριστική τακτική που δεν έχει στην ουσία κανένα αντισταθμιστικό όφελος για το τουριστικό προορισμό, το ντόπιο πληθυσμό και το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον.

Οι δυσμενείς επιδράσεις αυτού του μαζικού τουρισμού στο περιβάλλον και στο ντόπιο πληθυσμό και τα αδιέξοδα που δημιούργησε η τουριστική ανάπτυξη που εξυπηρετεί το είδος αυτό του τουρισμού, άρχισαν να γίνονται ορατές και μετρήσιμες στη δεκαετία του 1970 και αργότερα έγιναν πειστικές και απαράδεκτες. Τότε πολλές ομάδες ανθρώπων έκρουσαν το κώδωνα του κινδύνου και προσπάθησαν να πάρουν προστατευτικά μέτρα. Στις ομάδες αυτές περιλαμβάνονταν μελετητές και ερευνητές τουρισμού, καθηγητές και συγγραφείς, οικολόγοι, οι οπαδοί του Πράσινου Κινήματος, διάφορες περιβαλλοντικές οργανώσεις, γιατροί και άνθρωποι που ανησυχούσαν για τους κινδύνους της υγείας που ενυπάρχουν στο μαζικό τουρισμό, κοινωνιολόγοι, που ανησυχούσαν για την αλλοίωση των τοπικών κοινωνιών, άνθρωποι που απέρριπταν το τουριστικό μπούγιο, το τουρισμό των 4S και τον «κονσερβοποιημένο» οργανωμένο τουρισμό και πολλοί θεωρητικοί που έβλεπαν να αλλοιώνεται η τουριστική ιδέα, η ανθρωπρέπειά του και το στοιχείο της ελευθερίας του τουριστικού κινήματος.

Όλοι αυτοί οι άνθρωποι χωρίς να αμφισβητούν τις πολλές πράγματι ευμενείς επιδράσεις του τουρισμού και χωρίς να επιδιώκουν να μειωθεί ο ρυθμός και η ενθάρρυνση της τουριστικής ανάπτυξης πρότειναν να

επανεξεταστεί και να επαναξιολογηθεί ο τρόπος εκδήλωσης και άσκησης της τουριστικής δραστηριότητας και συγκεκριμένα πρότειναν να ληφθούν άμεσα μέτρα αντιμετώπισης του τερατουργήματος του μαζικού τουρισμού. Έτσι δημιουργήθηκε μια τάση, που αργότερα έγινε συμπεριφορά πολλών τουριστών, τουριστικών φορέων και μελετητών, που άρχισαν να αναζητούν πιο φιλικές και ήπιες προς το περιβάλλον και πιο ανθρωποκεντρικές μορφές τουρισμού, μορφές που στο σύνολό τους συγκροτούν το λεγόμενο εναλλακτικό τουρισμό (Alternative Tourism ή AT). 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 ανάπτυξης, σύμφωνα με τις δικές τους τουριστικές πολιτικές και να μην ποδηγετούνται από τους μεγάλους τουριστικούς επιχειρηματίες που συνήθως εξυπηρετούν πολυεθνικά ή ίδια οφέλη. Δυστυχώς οι «μεγάλοι» του τουρισμού συχνά επικυριαρχούν και διαμορφώνουν το τουριστικό γίνεσθαι, χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τους τις τοπικές ανάγκες.

Έτσι στη σύγχρονη τουριστική περίοδο, υπάρχει η τάση περιορισμού του μαζικού τουρισμού και ενθάρρυνσης του εναλλακτικού ήπιου τουρισμού. Ειδικότερα, καταβάλλεται προσπάθεια να ενθαρρυνθούν αντιεποχικές μορφές τουρισμού και μορφές που μπορούν να αναπτυχθούν εκτός κεκορεσμένων τουριστικών προορισμών και εκτός τουριστικών θέρετρων. Η προσπάθεια αυτή γενικεύεται τα τελευταία χρόνια και καταβάλλεται όχι μόνο από τις ομάδες πληθυσμού που προαναφέρθηκαν, αλλά και από το Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, την Ευρωπαϊκή ένωση, τους εθνικούς τουριστικούς φορείς αλλά και από πολλούς ιδιωτικούς φορείς.

3) Κατηγοριοποίηση και εναλλακτικότητα των μορφών τουρισμού.

Γενικά:

Για τη διάκριση των κυρίων και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, υπάρχουν διαφορετικές προσεγγίσεις και στην ελληνική και στη ξένη βιβλιογραφία και αναφέρονται διαφορετικά κριτήρια κατηγοριοποίησης, τυπολογίας και εναλλακτικότητας των μορφών τουρισμού, ενώ παρατηρείται κάποια σύγχυση μεταξύ κατηγοριοποίησης και τυπολογίας, μεταξύ ενός τουριστικού δόγματος και κάποιας μορφής τουρισμού και μεταξύ μιας παλαιάς και μιας νέας ονομασίας κάποιας μορφής τουρισμού. Το τουριστικό φαινόμενο, σαν δυναμικό φαινόμενο, βρίσκεται σε συνεχή εξέλιξη και η επισήμανση, η αξιολόγηση και ο ποσοτικός και ποιοτικός προσδιορισμός των μεταβαλλόμενων

παραγόντων της εξέλιξης, απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή. Εναλλακτική μορφή τουρισμού είναι, κατ'αναλογία και κατ'επέκταση, μια από τις πολλές μορφές τουρισμού που υπάρχουν, που μπορεί να αντικατασταθεί ή να αντικαταστήσει κάποια άλλη μορφή.

Κατηγοριοποίηση των μορφών τουρισμού είναι η κατάταξη σε μια τάξη ή μια ομάδα των διαφόρων μορφών του τουρισμού. Επιλεκτικά και ενδεικτικά σημειώνεται ότι στην ελληνική βιβλιογραφία αναφέρονται έξι βασικές κατηγορίες τουρισμού, αυτές του μαζικού, ατομικού, εσωτερικού, εξωτερικού, συνεχή και εποχιακού τουρισμού. Ενώ σε μελέτη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σαν βασικό κριτήριο κατηγοριοποίησης των διαφόρων μορφών/τύπων του τουρισμού λαμβάνεται η φύση του τουριστικού προορισμού, ανεξάρτητα τόπου στον οποίο ευρίσκεται και προσδιορίζονται σαν βασικές κατηγορίες τουρισμού, ο παράκτιος, ο ορεινός, ο αστικός και ο αγροτικός τουρισμός. Σαν κριτήρια κατηγοριοποίησης είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν και άλλα, αρκεί αυτά τα κριτήρια να στοιχειοθετούν τη συγκρότηση μιας τάξης ή ομάδας, δηλαδή μιας κατηγορίας. Η τυπολογία των μορφών τουρισμού αναφέρεται στο προσδιορισμό των τύπων/μορφών του τουρισμού και συγκεκριμένα προσπαθεί να απαντήσει στο ερώτημα ποιές είναι οι κύριες και ποιές οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Στην ελληνική βιβλιογραφία και στα δημόσια έγγραφα οι κύριες μορφές τουρισμού αναφέρονται συνηθέστερα σαν «επικρατούσες», ή «καθιερωμένες» ή «παραδοσιακές» μορφές τουρισμού. Σαν τέτοιες αναφέρονται οι μορφές του μαζικού θερινού τουρισμού και οι «καθιερωμένες» από τον ΕΟΤ μορφές του θεραπευτικού, θαλάσσιου και χιονοδρομικού τουρισμού που θεωρήθηκε ότι αποτελούν «βασική τουριστική υποδομή μακροχρόνιας πνοής και κρατικής ευθύνης» και για την ανάπτυξη των οποίων ο ΕΟΤ διατήρησε την αποκλειστικότητα των σχετικών ενεργειών. Όσον αφορά τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού αυτές αναφέρονται συνηθέστερα σαν «νέες, ήπιες και εναλλακτικές» μορφές τουρισμού. Ο χαρακτηρισμός των μορφών/τύπων του τουρισμού γίνεται με διάφορα προσδιοριστικά κριτήρια «ανάλογα με την οπτική γωνία που κάθε φορά εξετάζουμε το τουριστικό φαινόμενο.

Κατά τη κρατούσα και γενικά αποδεκτή άποψη, κύριες μορφές τουρισμού είναι οι επικρατούσες μορφές τουρισμού σε ένα τουριστικό προορισμό. Κατά συνέπεια μια μορφή τουρισμού μπορεί να είναι κύρια για ένα τόπο και εναλλακτική για κάποιο άλλο τόπο. Επικρατούσα μορφή θεωρείται εκείνη που αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο ποσοστό της τουριστικής δραστηριότητας και απασχολεί το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής υποδομής. Ο παράκτιος τουρισμός για παράδειγμα, αποτελεί για τη χώρα μας κύρια μορφή τουρισμού, ενώ για μια στερούμενη ακτών ηπειρωτική χώρα, αποτελεί εναλλακτική μορφή. Για την εναλλακτικότητα των μορφών τουρισμού, από την οποία και ο όρος «εναλλακτικές μορφές», πρέπει να διευκρινιστεί ότι δυνατότητα εναλλαγής υπάρχει όταν μια μορφή τουρισμού μπορεί να αντικαταστήσει

κάποια άλλη. Σ' αυτή την αντικατάσταση όμως πρέπει πάντοτε να λαμβάνεται υπόψη και η στενή και η ευρεία έννοια της μορφής τουρισμού. Γιατί, με τη στενή έννοια, δυο μορφές τουρισμού είναι δυνατόν να μη μπορούν να αλληλοαντικατασταθούν, ενώ με την ευρεία έννοια να μπορούν. Για παράδειγμα ο ορεινός τουρισμός δεν εναλλάσσεται με το θαλάσσιο τουρισμό αφού με την στενή έννοια τα χαρακτηριστικά των δυο μορφών είναι διαφορετικά. Με την ευρεία όμως έννοια και ο ορεινός και ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μορφές τουρισμού με πολλά κοινά στοιχεία και μπορούν να αλληλοαντικατασταθούν. Γενικά γίνεται δεκτό ότι όλες οι μορφές τουρισμού δέχονται εναλλαγή, αφού είναι εκφράσεις του ενιαίου τουριστικού φαινομένου, έστω και αν οι πρακτικές εκδηλώσεις και εμφανίσεις τους διαφοροποιούνται.

4) Τυπολογία των μορφών τουρισμού.

Ο τουρισμός είναι μια πολυσύνθετη πολυδιάστατη και πολυσήμαντη ανθρώπινη δραστηριότητα με ένα πλήθος καθοριστικών παραγόντων και με σχέσεις αλληλεξάρτησης με το οικονομικό, φυσικό, κοινωνικό, πολιτιστικό και ανθρωπογενές περιβάλλον. Και τα εκάστοτε ποσοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά των παραγόντων και των σχέσεων αυτών καθορίζουν τη μορφή του τουρισμού που επικρατεί. Μια απλή προσέγγιση στη τυπολογία των μορφών τουρισμού είναι η ανάλυση των παραγόντων που εμπεριέχονται στον ορισμό του τουρισμού. Τουρισμός επιλέγοντας πάλι έναν από τους πολλούς ορισμούς που αναφέρονται, είναι η ανθρώπινη δραστηριότητα κατά την οποία οι άνθρωποι μετακινούνται προσωρινά και διαμένουν για μικρό χρονικό διάστημα σε τόπους διαφορετικούς εκείνων στους οποίους ζουν και εργάζονται κανονικά, για λόγους ανάπαυσης, ψυχαγωγίας, περιήγησης, εξερεύνησης, άσκησης, θεραπείας, επίσκεψης φίλων και συγγενών, θρησκείας, επαγγέλματος, μόρφωσης και συμμετοχής σε διάφορες εκδηλώσεις, αν και εφόσον οι λόγοι αυτοί δεν έχουν χρηματικό ή άλλο υλικό κίνητρο και η δραστηριότητα αυτή συνεπάγεται δαπάνη και εκδηλώνεται κατά τη διάρκεια των διακοπών.

Στον ορισμό αυτό εμπεριέχονται τα παρακάτω στοιχεία ή παράγοντες προσδιορισμού:

- ι)** Οι άνθρωποι που κάνουν τουρισμό, που ονομάζονται τουρίστες.
- ίι)** Η μετακίνησή τους (το τουριστικό ταξίδι).
- ίiii)** Η διαμονή και διατροφή τους (το τουριστικό κατάλυμα).
- iv)** Ο χρόνος εκδήλωσης της τουριστικής τους δραστηριότητας (εποχή διακοπών).
- v)** Ο τουριστικός προορισμός τους.
- vi)** Ο λόγος για τον οποίο κάνουν τουρισμό (ο σκοπός του τουριστικού ταξιδιού).

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

Βάσει των στοιχείων αυτών θα καταβληθεί προσπάθεια προσδιορισμού των μορφών/τύπων του τουρισμού, αλλά πρέπει να τονιστεί ότι στη πραγματικότητα και κατά τη διάρκεια του τουριστικού ταξιδιού, καμία μορφή τουρισμού δεν είναι αμιγής. Μεταξύ της μιας και της άλλης μορφής δεν υπάρχουν σαφείς διαχωριστικές γραμμές και στεγανά και πολλές φορές οι δραστηριότητες της μιας μορφής είναι παράλληλες με τις δραστηριότητες μιας, δυο ή και περισσότερων άλλων μορφών. Ο τουρίστας π.χ. που κάνει παράκτιο τουρισμό μπορεί συγχρόνως να έχει και πολιτιστικές, περιπατητικές, περιηγητικές και άλλες τουριστικές δραστηριότητες.

ι) Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από το παράγοντα «Τουρίστες». Κάθε τουρίστας σαν άνθρωπος έχει τη δική του μοναδική και ανεπανάληπτη προσωπικότητα με τα δικά της ιδιαίτερα σωματικά, νοησιακά, ψυχοδυναμικά και κοινωνικά / φυλετικά χαρακτηριστικά. Κάθε τουρίστας επίσης έχει τα δικά του δημογραφικά και ψυχογραφικά στοιχεία και «κουβαλάει» τις δικές του ψυχοσωματικές επιβαρύνσεις, τα δικά του κίνητρα, τα δικά του συμπλέγματα, τον δικό του τρόπο ζωής και τις δικές του εμπειρίες. Κάτω από την επιρροή αυτών των προσωπικών στοιχείων διαμορφώνεται η τουριστική συμπεριφορά του κάθε τουρίστα που αξιολογεί και επιλέγει ή δέχεται και ακολουθεί τις τουριστικές εκδηλώσεις μιας κάποιας μορφής τουρισμού, όταν κάνει διακοπές.

Έτσι, αν ληφθούν υπόψη τα σωματικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των τουριστών και συγκεκριμένα αυτά του φύλου, της ηλικίας, της αρτιμέλειας και της υγείας, τότε η τουριστική δραστηριότητα που εκδηλώνεται από τουρίστες με τα ίδια χαρακτηριστικά, επαναλαμβανόμενα στο χρόνο, μπορεί να πάρει τη μορφή του τουρισμού της 3^{ης} ηλικίας, του τουρισμού νέων και κατ'επέκταση του μαθητικού και σπουδαστικού τουρισμού, του τουρισμού γυναικών, του τουρισμού ανδρών και του τουρισμού ατόμων με ειδικές σωματικές ανάγκες. Διευκρινίζεται στο σημείο αυτό ότι μια μορφή τουρισμού μπορεί να προσδιορίζεται από περισσότερους του ενός παράγοντες, όπως ο τουρισμός υγείας. Μια μορφή τουρισμού επίσης μπορεί να αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης μορφής όπως ο τουρισμός για άτομα με σωματικές ανάγκες που αποτελεί μέρος του τουρισμού για άτομα με ειδικές ανάγκες ή όπως τελευταία αποκαλείται του τουρισμού για όλους.

Αν ληφθούν υπόψη τα κοινωνικά / φυλετικά χαρακτηριστικά, η θρησκεία είναι το βασικό γνώρισμα του θρησκευτικού τουρισμού, η οικογενειακή κατάσταση είναι το βασικό γνώρισμα του οικογενειακού τουρισμού και του τουρισμού αγάμων, ενώ τα ψυχογραφικά στοιχεία των τουριστών επηρεάζουν και τους λόγους για τους οποίους οι άνθρωποι κάνουν τουρισμό και τις μορφές του τουρισμού που προτιμούν.

Πρέπει ακόμη να σημειωθεί ότι το σύνολο των τουριστών αποτελεί τη λεγόμενη τουριστική πελατεία που είναι ένα βασικό στοιχείο της τουριστικής αγοράς η τμηματοποίηση της οποίας, σύμφωνα με τις ανάγκες του τουριστικού μάρκετινγκ γίνεται βάσει των παραπάνω προσωπικών χαρακτηριστικών των τουριστών.

ii) Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από το παράγοντα «τουριστική μετακίνηση».

Τουρισμός σημαίνει ταξίδι. Και ταξίδι σημαίνει μετακίνηση. Ένα από τα σπουδαιότερα στοιχεία του τουρισμού, η μετακίνηση είναι η πράξη και ο τρόπος με τον οποίο οι τουρίστες μεταβαίνουν από το τόπο τους στον τουριστικό προορισμό. Και αυτός ο τρόπος καθορίζεται από το είδος των μεταφορικών μέσων που χρησιμοποιούνται από τη φύση της οργάνωσης της μετακίνησης και από το μέγεθος της μετακινούμενης τουριστικής ομάδας. Ως προς το είδος των μεταφορικών μέσων ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε οδικό, θαλάσσιο, σιδηροδρομικό, αεροπορικό, ποτάμιο και μικτό τουρισμό.

Ως προς τη φύση της οργάνωσης της τουριστικής μετακίνησης ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε τουρισμό με οργανωμένη μετακίνηση και σε τουρισμό με μη οργανωμένη μετακίνηση. Συνήθως η οργάνωση της μετακίνησης γίνεται από τους οργανωτές ταξιδιών και τα ταξιδιωτικά γραφεία, μέσα στα πλαίσια οργάνωσης ολόκληρου του τουριστικού πακέτου, περίπτωση που αποτελεί το κανόνα του μαζικού πακεταρισμένου τουρισμού. Οι οργανωμένες μετακινήσεις τουριστών γίνονται με πτήσεις charters για τις μεγάλες αποστάσεις ή με ενοικιαζόμενα τουριστικά λεωφορεία για τις μικρές αποστάσεις, χωρίς να αποκλείεται η μετακίνηση οργανωμένων ομάδων και με αλλά μέσα μεταφοράς. Η μη οργανωμένη μετακίνηση αναφέρεται στη περίπτωση που μόνος του ο τουρίστας ή η ομάδα τουριστών επιλέγει το τρόπο μετακίνησής τους τοπικά και χρονικά. Ως προς το μέγεθος της μετακινούμενης ομάδας ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε ατομικό, οικογενειακό και ομαδικό.

iii) Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από το παράγοντα «Διαμονή».

Ο παράγοντας «διαμονή» στο τουρισμό προσδιορίζεται από 3 επί μέρους στοιχεία και συγκεκριμένα από τα στοιχεία της διάρκειας, του καταλύματος και της δαπάνης διαμονής. Η χρονική διάρκεια διαμονής των τουριστών στο τουριστικό προορισμό είναι τόση όση σχεδόν είναι και η διάρκεια των διακοπών τους, αφού η χρονική διάρκεια της τουριστικής μετακίνησης είναι μερικές ώρες μέχρι και μια και σπάνια δυο ημέρες. Όπως είναι γνωστό οι διακοπές από άποψη διάρκειας κατατάσσονται σε 3 κύριες κατηγορίες :

α) Στις κύριες διακοπές (main holidays) που διαρκούν 15-30 ημέρες.

β) Στις δευτερες διακοπές (second holidays) που διαρκούν 5-15 ημέρες.

γ) Στις μικρές διακοπές (short holidays) που διαρκούν 1-4 ημέρες και περιλαμβάνουν τα διάφορα εορταστικά «τριήμερα» και «τετράημερα», γνωστά σαν μεγάλα Σαββατοκύριακα (long Weekends).

Η διαμονή των τουριστών γίνεται στα λεγόμενα τουριστικά καταλύματα που περιλαμβάνουν ξενοδοχεία, μοτέλ, bungalows, πανδοχεία, ξενώνες, ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα, ανταλλασόμενα σπίτια πλωτά καταλύματα, οικοτροφεία, τροχόσπιτα, σκηνές και σπίτια φίλων ή συγγενών και διακρίνονται στα κύρια ή ξενοδοχειακά καταλύματα και στα συμπληρωματικά τουριστικά καταλύματα που περιλαμβάνουν τα υπόλοιπα.

Τα τουριστικά καταλύματα συγκεντρώνονται συνήθως σε διάφορους σχηματισμούς γνωστούς σαν τουριστικά θέρετρα, τουριστικά χωριά, πάρκα, κατασκηνώσεις, κέντρα διακοπών κ.λπ. Η κατασκευή των ξενοδοχειακών καταλυμάτων ελέγχεται στη χώρα μας από τον ΕΟΤ και γίνεται βάσει προκαθορισμένων προδιαγραφών και σύμφωνα με ορισμένα πρότυπα. Ανάλογα με τις προδιαγραφές και τα ακολουθούμενα πρότυπα τα τουριστικά καταλύματα εντάσσονται σε κατηγορίες γνωστές παλαιότερα σαν κατηγορίες πολυτελείας Α, Β, Γ, Δ, Ε και σήμερα σαν κατηγορίες 1, 2, 3, 4 και 5 αστερών. Η δαπάνη διαμονής των τουριστών παρουσιάζει μεγάλες διακυμάνσεις. Ένας φτωχός τουρίστας δεν ξοδεύει τίποτα όταν κοιμάται μέσα ή έξω από τον υπνόσακό του κάτω από τον έναστρο ουρανό μιας θερμής χώρας. Ένας άλλος τουρίστας, μεγιστάνας του πλούτου, μπορεί να πληρώσει μέχρι και 3.000.000δρχ. την ημέρα για να ενοικιάσει ένα πολυτελές γιοτ για τον ίδιο και τους φίλους του. Γενικά όμως οι τιμές των τουριστικών καταλυμάτων καθορίζονται από τους εθνικούς τουριστικούς φορείς ανάλογα με τη κατηγορία των καταλυμάτων, την εποχή του έτους και την ακολουθούμενη τουριστική πολιτική.

Η διατροφή των τουριστών κατά τη διάρκεια της διαμονής τους στα τουριστικά καταλύματα, γίνεται κατά κανόνα στα εστιατόρια των καταλυμάτων και κατά κρατούσα τακτική, που γενικεύεται με το χρόνο η διαμονή και η διατροφή μαζί, αποτελούν ενιαίο τουριστικό προϊόν με μια και μόνο τιμή. Αυτό αποτελεί και το κανόνα για τον οργανωμένο τουρισμό. Στο προσδιορισμό των μορφών του τουρισμού ο παράγοντας διαμονή όπως και ο παράγοντας μετακίνηση γίνεται σε αρκετές περιπτώσεις βασικό γνώρισμα διαφόρων εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Στον επιλεκτικό π.χ. τουρισμό και στο κοσμοπολίτικο οι τουρίστες διαμένουν σε καταλύματα lux (πολυτελείας) που είναι πανάκριβα. Στο λαϊκό τουρισμό οι τουρίστες διαμένουν σε φθηνά καταλύματα. Στον επαγγελματικό τουρισμό οι τουρίστες διαμένουν σε ακριβά καταλύματα γιατί τα πληρώνουν οι χορηγοί και οι διοργανωτές του επαγγελματικού τουρισμού. Στο μαζικό πακεταρισμένο τουρισμό οι τουρίστες διαμένουν σε ακριβά συνήθως καταλύματα με σχετικά χαμηλή τιμή την οποία εξασφάλισαν οι tour operators κατά της διαπραγματεύσεις

τους με τους ξενοδόχους έναντι ενός υψηλού αριθμού τουριστών που στέλνουν στα ξενοδοχεία τους.

iv) Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από το παράγοντα «εποχή διακοπών».

Η εποχή διακοπών, τότε δηλαδή εκδηλώνεται η κύρια τουριστική δραστηριότητα, οι αιτίες της εκδήλωσης αυτής της δραστηριότητας σε ορισμένη εποχή του έτους και τα προβλήματα που δημιουργεί τοπικά και χρονικά η πραγματοποίηση μεγάλου αριθμού τουριστικών ταξιδιών, συγκροτούν το φαινόμενο της τουριστικής εποχικότητας που επιδρά δυσμενώς στη λειτουργία ολόκληρου του τουριστικού κυκλώματος και στη ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών. Τουριστική εποχικότητα είναι το φαινόμενο της εκδήλωσης της τουριστικής δραστηριότητας σε ορισμένη εποχή του έτους και πρακτικά αντιπροσωπεύει το μεγάλο πλήθος των πραγματοποιούμενων κύριων διακοπών και των συνεπαγομένων ταξιδιών κατά τη «τουριστική εποχή» που είναι η θερινή περίοδος και κυρίως οι μήνες Ιούλιος και Αύγουστος για το Βόρειο Ημισφαίριο και οι μήνες Ιανουάριος και Φεβρουάριος για το Νότιο Ημισφαίριο.

Έκφραση της τουριστικής εποχικότητας είναι η διαμόρφωση των λεγόμενων «τουριστικών περιόδων» που είναι :

i) Η περίοδος «αιχμής» (peak season) που καλύπτει τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο για το Βόρειο Ημισφαίριο και τους μήνες Ιανουάριος και Φεβρουάριος για το Νότιο.

ii) Η «ενδιάμεση» περίοδος (shoulder season) που καλύπτει τους μήνες Μάιο, Ιούνιο, Σεπτέμβριο και Οκτώβριο για το Βόρειο Ημισφαίριο και τους μήνες Νοέμβριο, Δεκέμβριο, Μάρτιο και Απρίλιο για το Νότιο.

iii) Η «νεκρή» περίοδος που καλύπτει τους μήνες Νοέμβριο, Δεκέμβριο, Ιανουάριος, Φεβρουάριος, Μάρτιο και Απρίλιο για το Βόρειο Ημισφαίριο και τους μήνες Μάιο, Ιούνιο, Ιούλιο, Αύγουστο, Σεπτέμβριο και Οκτώβριο για το Νότιο Ημισφαίριο.

Σε τοπική κλίμακα όμως, η εποχή των διακοπών παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στη τυπολογία των μορφών τουρισμού. Οι περισσότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν έντονο εποχικό χαρακτήρα και πολλές από αυτές υπάρχουν γιατί υπάρχουν οι κατάλληλες εποχές. Ο θερινός τουρισμός, ο παραθεριστικός τουρισμός και ο παράκτιος τουρισμός υπάρχουν γιατί υπάρχει θέρος. Ο χειμερινός τουρισμός, ο τουρισμός παραχείμασης, ο χιονοδρομικός τουρισμός και ο τουρισμός χειμερινών σπορ υπάρχουν γιατί υπάρχει χειμώνας. Ο θαλάσσιος τουρισμός γίνεται κυρίως κατά τη διάρκεια του θέρους γιατί τότε οι θάλασσες είναι πιο ήσυχες. Ο αγροτουρισμός αναπτύσσεται περισσότερο την Άνοιξη και το Θέρος γιατί τότε γίνονται οι περισσότερες γεωργικές εργασίες. Ο περιπατητικός, ο οικολογικός και ο φυσιογνωστικός αναπτύσσονται το Θέρος, την Άνοιξη και το Φθινόπωρο για να

αποφεύγεται ο χιονοσκεπασμένος χειμώνας. Ο μαζικός τουρισμός, όπως ήδη αναφέρθηκε, εκδηλώνεται το θέρος.

Άλλες μορφές τουρισμού, ενώ μπορούν να αναπτυχθούν σε όλες τις εποχές του έτους, όπως ο επαγγελματικός, ο αθλητικός, ο τουρισμός πόλεων, ο τουρισμός υγείας και ο πολιτιστικός τουρισμός, συνήθως εκδηλώνονται το Θέρος. Ο μόνος τουρισμός που δεν ακολουθεί τις εποχές του έτους είναι ο θρησκευτικός τουρισμός που ακολουθεί το εορτολόγιο της κάθε θρησκείας και ο τουρισμός επιστροφής στις ρίζες που συνδυάζεται με το θρησκευτικό ή γίνεται περιπτωσιακά. Πρέπει όμως να διευκρινιστεί ότι ο τουρισμός όλων των εποχών δεν είναι μορφή τουρισμού αλλά δόγμα τουριστικής ανάπτυξης. Σύμφωνα με αυτό το δόγμα οι διάφορες μορφές τουρισμού πρέπει να εκδηλώνονται, αυτές τουλάχιστον που από τη φύση τους μπορούν να εκδηλωθούν, σε όλες τις εποχές του χρόνου και κυρίως στη νεκρή και στην ενδιάμεση τουριστική περίοδο, για «ελάφρυνση» της περιόδου αιχμής από το υπερβολικό τουριστικό βάρος.

ν) Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από το παράγοντα «τουριστικός προορισμός».

Δεν θα ήταν υπερβολή να ισχυριστεί κανείς ότι οι περισσότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού πήραν τον επιθετικό προσδιορισμό από το όνομα του τουριστικού προορισμού που φιλοξενεί τους τουρίστες της κάθε μορφής. Έτσι, η θάλασσα φιλοξενεί το θαλάσσιο τουρισμό, οι ακτές τον παράκτιο, οι λίμνες τον παραλίμνιο, οι ποταμοί τον παραποτάμιο, τα όρη τον ορεινό, τα χιονοσκεπασμένα όρη το χιονοδρομικό και τον τουρισμό χειμερινών σπορ, οι αγροί τον αγροτουρισμό, η ύπαιθρος τον τουρισμό υπαίθρου, η φύση το φυσιογνωστικό και το φυλιολατρικό, το φυσικό περιβάλλον τον περιβαλλοντικό ή οικοτουρισμό, οι ιαματικές πηγές τον ιαματικό, ο τόπος των θρησκευτικών μνημείων και των εκκλησιών το θρησκευτικό, τα συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα, το συνεδριακό και το τουρισμό εκθέσεων αντίστοιχα, τα πολιτιστικά κέντρα το πολιτιστικό, τα αθλητικά κέντρα τον αθλητικό, τα κοσμοπολίτικα κέντρα το κοσμοπολίτικο, οι πόλεις το τουρισμό πόλεων, οι μεγάλες αγορές το τουρισμό αγορών, οι τόποι με ξεχωριστή πανίδα και χλωρίδα το τουρισμό παρατήρησης πουλιών και άλλων ζώων και το τουρισμό μελέτης της χλωρίδας κ.λπ.

Σαν τουριστικός προορισμός χαρακτηρίζεται ένας τόπος που δέχεται και φιλοξενεί τουρίστες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Για να δεχθεί και να φιλοξενήσει τους τουρίστες αυτός ο τόπος πρέπει να διαθέτει ορισμένα χαρακτηριστικά ή στοιχεία έλξης και ικανοποίησής τους, τα ονομαζόμενα τουριστικά θέλγητρα, που είναι συνήθως ευνοϊκά φυσικά, κλιματολογικά, γεωγραφικά και οικονομικά στοιχεία, σημαντικά πολιτιστικά και κοινωνικά στοιχεία, αλλά προ παντός τα απαραίτητα ανθρωπογενή τουριστικά στοιχεία και κυρίως τη κατάλληλη τουριστική

υποδομή στην ευρεία της έννοια, δηλαδή υποδομή που να εξυπηρετεί ολόκληρο το τουριστικό κύκλωμα.

Οι τουριστικοί προορισμοί ανάλογα με τα χαρακτηριστικά τους κατατάσσονται σε διάφορες κατηγορίες, έχουν τα δικά τους ιδιαίτερα θέλγητρα και τους δικούς τους προσδιοριστικούς παράγοντες που έχουν επαρκώς τεκμηριωθεί στην ελληνική και ξένη βιβλιογραφία. Η κρατούσα κατηγοριοποίηση στηρίζεται στο κριτήριο της γεωγραφικής ταυτότητας των τουριστικών προορισμών. Έτσι διακρίνουμε τους τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται σε παράκτιες περιοχές, σε ορεινές περιοχές, σε αστικές περιοχές, σε πολιτιστικές περιοχές και στις φυσικές περιοχές που προστατεύονται άμεσα ή έμμεσα. Εκείνο το οποίο πρέπει να τονιστεί ιδιαίτερα είναι ότι οι τουριστικοί προορισμοί παράγουν τουριστικά προϊόντα που δεν μεταφέρονται και δεν αποθηκεύονται αλλά καταναλώνονται επί τόπου και για να τα απολαύσουν οι τουρίστες πρέπει να μεταβούν στους τουριστικούς προορισμούς. Αυτά τα προϊόντα ταυτοποιούν και τους τουριστικούς προορισμούς οι οποίοι όταν παύσουν να τα παράγουν παύουν και να είναι τουριστικοί προορισμοί. Στη πράξη έχει αποδειχθεί ότι ένας τουριστικός προορισμός συνήθως χάνει τη τουριστική του παραγωγικότητα από την άναρχη και απρογραμματιστή τουριστική ανάπτυξη, από τη συγκέντρωση, χρονικά και τοπικά, υπερβολικού τουριστικού βάρους, από τη περιβαλλοντική του αλλοίωση και από την υπερεκκμετάλλευσή του. Ενάντια σ' αυτό το κίνδυνο της απαξίωσης του τουριστικού προορισμού, υιοθετήθηκε τα τελευταία χρόνια το δόγμα του αειφόρου τουρισμού που αντιπροσωπεύει την αειφορική τουριστική ανάπτυξη, ανάπτυξη που εξασφαλίζει την ικανότητα του τουριστικού προορισμού να παράγει εξακολουθητικά τα προϊόντα από τα οποία και χαρακτηρίστηκε σαν τουρισμός.

vi) Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από το παράγοντα «λόγος (σκοπός) τουριστικού ταξιδιού».

Οι κυριότεροι λόγοι για τους οποίους κάνουν οι άνθρωποι τουρισμό είναι αυτοί που αναφέρθηκαν στον ορισμό του τουρισμού, αλλά και άλλοι πρόσθετοι που στην πλειονότητά τους ταξινομούνται και αντιστοιχούνται με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που προσδιορίζουν, όπως παρακάτω :

Μόρφωση – Εκπαίδευση	Εκπαιδευτικός
Άθληση – Αθλοπαιδεία	Αθλητικός, χειμερινών σπορ
Θεραπεία – Λόγοι Υγείας	Θεραπευτικός, τουρισμός υγείας
Θρησκεία	Θρησκευτικός
Συμμετοχή σε συνέδριο	Συνεδριακός
Παρακίνηση εργαζομένων	Τουρισμός κινήτρων
Επίσκεψη πόλεων	Αστικός
Απόλαυση του χειμώνα	Χειμερινός
Κυνήγι	Κυνηγετικός
Αποφυγή αστικού περιβάλλοντος	Τουρισμός υπαίθρου, αγροτουρισμός

vii) Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από το παράγοντα «τουριστική δαπάνη».

Για κάθε τουριστικό αγαθό και τουριστική υπηρεσία υπάρχει μια διαπραγματεύσιμη αγοραία τιμή που πρέπει να πληρώσει ο τουρίστας καταναλωτής. Το άθροισμα όλων των τιμών όλων των αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνει ένας τουρίστας κατά τη διάρκεια των διακοπών του, ονομάζεται τουριστική δαπάνη ή δαπάνη τουριστικού ταξιδιού. Αυτή η δαπάνη έχει μεγάλο εύρος και εξαρτάται από το είδος του τουρισμού, τη διάρκεια των διακοπών, την οικονομική δυνατότητα και από την καταναλωτική συμπεριφορά του τουρίστα. Ανάλογα με τη τουριστική δαπάνη χαρακτηρίζονται μερικές μορφές τουρισμού σαν ακριβές ή σαν φθηνές και ομαδοποιούνται οι τουρίστες σε πλούσιους και φτωχούς. Πρέπει όμως να διευκρινιστεί ότι το ύψος της τουριστικής δαπάνης δεν αποτελεί αυτό καθαυτό κριτήριο προσδιορισμού μιας εναλλακτικής μορφής τουρισμού, που συνήθως προσδιορίζεται από άλλα ισχυρότερα κριτήρια. Είναι μάλλον ένα χαρακτηριστικό της τουριστικής αγοράς που προσιδιάζει σε όλες τις μορφές τουρισμού. Στη πράξη, ακριβές μορφές τουρισμού θεωρούνται ο επιλεκτικός τουρισμός, ο κοσμοπολίτικος, ο διηπειρωτικός, ο διημισφαιρικός, ο θαλάσσιος, ο χιονοδρομικός στα κοσμοπολίτικα χιονοδρομικά κέντρα, ο τουρισμός σαφάρι και ο ατομικός τουρισμός, γιατί κατά τεκμήριο τα τουριστικά προϊόντα αυτών των τουριστικών μορφών είναι ακριβά. Αντίθετα φθηνές μορφές τουρισμού θεωρούνται ο λαϊκός τουρισμός, ο τουρισμός camping, ο αγροτουρισμός, ο τουρισμός κατά τη διάρκεια της νεκρής τουριστικής περιόδου, ο τουρισμός του σακιδίου και ο μαζικός οργανωμένος τουρισμός λόγω των χαμηλών τιμών που επιτυγχάνουν οι tour operators. Ο συνεδριακός και ο τουρισμός κινήτρων συνήθως προσφέρονται και αυτοί που τους δέχονται δεν έχουν τουριστική δαπάνη, αλλά στη πραγματικότητα αυτές οι μορφές τουρισμού υπάγονται στη κατηγορία των ακριβών μορφών. Ο τουρισμός νεόνυμφων είναι ακριβός τουρισμός αν και πολλές φορές προσφέρεται και αυτός σαν δώρο στους νεόνυμφους. Ο τουρισμός φιλοξενίας και ο τουρισμός με ανταλλαγή σπιτιών είναι φθηνές μορφές τουρισμού, αλλά και στις περιπτώσεις αυτές η τουριστική δαπάνη ανταποδίδεται.

Πρέπει όμως να τονιστεί ότι σε όλες σχεδόν τις μορφές τουρισμού υπάρχουν και ακριβά και φθηνά προϊόντα. Και το ύψος της τουριστικής δαπάνης εξαρτάται κυρίως από την οικονομική δυνατότητα του τουρίστα καταναλωτή, από την αξία που δίδει στο χρήμα και από την καταναλωτική του συμπεριφορά. Ακόμα και στη περίπτωση του οργανωμένου τουρισμού, που η τιμή του τουριστικού πακέτου είναι καθορισμένη, κάθε τουρίστας μπορεί να ξοδέψει όσα χρήματα θέλει στις τοπικές αγορές. Το ύψος επίσης της τουριστικής δαπάνης δεν εξαρτάται πάντοτε από την οικονομική δυνατότητα του τουρίστα. Υπάρχουν φτωχοί

τουρίστες που ακολουθούν την αρχή «φτωχός στο σπίτι σου, βασιλιάς στο ταξίδι σου» και ξοδεύουν πολλά χρήματα και υπάρχουν πλούσιοι που ξοδεύουν λιγότερα είτε εκ πεποιθήσεως, είτε γιατί δε θέλουν να δείχνουν το πλούτο τους, είτε γιατί θέλουν να παίξουν το ρόλο του φτωχού. Πρέπει ακόμα να τονιστεί ότι σήμερα ο τουρισμός είναι δικαίωμα όλων και όχι προνόμιο των ολίγων όπως ήταν μέχρι και τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια. Αποτελεί κοινωνικό αγαθό το οποίο πρέπει να απολαμβάνουν και οι φτωχοί που δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα, δεν μπορούν να μεταβούν στους τουριστικούς προορισμούς για να το απολαύσουν. Και αποτελεί υποχρέωση της πολιτείας, όπως και όσο ικανοποιεί τις πρωτογενείς ανάγκες και τις ανάγκες ασφάλειας των πολιτών της, με τον ίδιο τρόπο να ικανοποιεί και τις τουριστικές ανάγκες τους. Και σ' αυτή την υποχρέωση στηρίζεται ο χρηματοδοτούμενος από τους δημόσιους τουριστικούς φορείς, κοινωνικός τουρισμός και ο τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες που ενθαρρύνεται, χρηματοδοτείται και υποστηρίζεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

ΜΕΡΟΣ II

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β:

Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

1) Τουρισμός υπαίθρου – αγροτικός τουρισμός – γεωργικός τουρισμός.

Ο τουρισμός που έχει σαν τουριστικό προορισμό τις αγροτικές περιοχές παρουσιάστηκε σαν συγκροτημένη εναλλακτική μορφή τουρισμού στις ΗΠΑ τη δεκαετία του 1960 και είχε δυο παραλλαγές. Αυτή του farm / ranch based tourism και εκείνη του hotel / resort based tourism. Η πρώτη παραλλαγή ήταν αυτή κατά την οποία οι τουρίστες είχαν κατάλυμα ένα αυθεντικό γεωργικό σπίτι (φάρμα ή ράντσο) ζούσαν μαζί με τους γεωργούς, έτρωγαν μαζί τα ίδια φαγητά και συμμετείχαν ενεργώς ή σαν παρατηρητές στις γεωργικές δουλειές. Η παραλλαγή αυτή ονομάστηκε agricultural tourism, δηλαδή γεωργικός τουρισμός. Η δεύτερη παραλλαγή ήταν εκείνη κατά την οποία οι τουρίστες έμεναν και έτρωγαν σε ένα οργανωμένο τουριστικό κατάλυμα (ξενοδοχείο, ξενώνες, θέρετρα), το οποίο βρισκόταν μέσα ή κοντά στην αγροτική περιοχή και από το οποίο μετέβαιναν στους αγρούς όπου είχαν ή παρατηρούσαν αγροτικές δραστηριότητες που δεν ήταν υποχρεωτικά μόνο γεωργικές. Η παραλλαγή αυτή ονομάστηκε Agrotourism, δηλαδή αγροτουρισμός ή αγροτικός τουρισμός. Και ο γεωργικός και ο αγροτικός τουρισμός αναφερόταν συχνά με ένα κοινό όνομα, αυτού του rural tourism, όπου rural σημαίνει αγροτικός ή εξοχικός. Εξοχικός όμως στη γλώσσα μας

σημαίνει και υπαίθριος και γι' αυτό συχνά συγχέονται οι έννοιες του αγροτικού, του γεωργικού και του τουρισμού υπαίθρου.

Ύπαιθρος είναι ο ανοιχτός χώρος και σημαίνει το σύνολο της εξοχής όπου υπάρχουν και αγροί που καλλιεργούνται και άλλες περιοχές που δεν καλλιεργούνται (βουνά, δάση, λίμνες, ποτάμια κ.λπ.). Υπαίθριος τουρισμός ή τουρισμός υπαίθρου σημαίνει τη κάθε μορφή τουρισμού που εκδηλώνεται στην ύπαιθρο. Και είναι ευρύτερη έννοια που περιλαμβάνει και τον αγροτικό και το γεωργικό τουρισμό, όπως και άλλες μορφές τουρισμού. Ο αγροτικός τουρισμός εκδηλώνεται στις αγροτικές περιοχές και αναφέρεται όχι μόνο στη καλλιέργεια των αγρών, αλλά και σε άλλες αγροτικές δραστηριότητες. Ο γεωργικός τουρισμός εκδηλώνεται στις αγροτικές περιοχές που καλλιεργούνται και αναφέρεται στη γεωργία και στη γεωργική ζωή γενικότερα. Ο τουρισμός υπαίθρου εκδηλώνεται εκτός από τις παραπάνω περιοχές και σε άλλες περιοχές. Ο ορεινός π.χ. τουρισμός εκδηλώνεται στις ορεινές περιοχές, ο παραλίμνιος στις ακτές μιας λίμνης, ο παραποτάμιος στις όχθες ενός ποταμού, ο περιπατητικός στα περιπατητικά μονοπάτια, ο τουρισμός παρατήρησης της πανίδας ή της χλωρίδας σε περιοχές όπου υπάρχει άξια παρατήρησης πανίδα ή χλωρίδα κ.λπ. Στην Ελληνική βιβλιογραφία ο όρος γεωργικός τουρισμός δεν απαντάται. Η μορφή αυτή του τουρισμού ταυτίζεται με τον αγροτουρισμό και οι δυο μορφές εξετάζονται μαζί. Αυτό είναι δικαιολογημένο γιατί αν εξαιρεθεί το κριτήριο του καταλύματος και οι δυο μορφές έχουν κοινά όλα τα άλλα προσδιοριστικά τουριστικά κριτήριά τους.

1.1) Ο Τουρισμός Υπαίθρου.

α) Η στροφή προς τη φύση και ο ρόλος του τουρισμού.

Ανέκαθεν ο άνθρωπος ζούσε μέσα στη φύση σαν «γέννημα και θρέμμα» της και σαν αναπόσπαστο μέρος της. Ανέκαθεν και ανεξάρτητα από το τρόπο ζωής του, που συχνά δε συμβιβαζόταν με το φυσικό τρόπο ζωής, είχε επαφή με τη φύση. Και ανέκαθεν ο απομακρυσμένος από τη φύση άνθρωπος, επεδίωκε να γυρίσει σ' αυτήν. Αυτή η τάση του ανθρώπου να αναζητά τη φύση, όταν εκδηλώνεται με τη μορφή της τουριστικής δραστηριότητας, ονομάζεται από τους ψυχολόγους τουριστικό σύμπλεγμα του Ανταίου, που μεταφορικά σημαίνει ότι ο άνθρωπος οφείλει την ύπαρξή του στη φύση και ότι παίρνει δύναμη και αναγεννάτε κάθε φορά που έρχεται σε επαφή μαζί της. Η αγάπη του ανθρώπου για τη φύση τα τελευταία χρόνια αναζωπυρώθηκε και εκδηλώθηκε με τη λεγόμενη – στροφή προς τη φύση – που αντιπροσωπεύει την επιθυμία του ανθρώπου να γυρίζει, μόνιμα ή προσωρινά στο φυσικό του περιβάλλον, μακριά από το ανθρωπογενές αστικό περιβάλλον όπου από τύχη ή από ανάγκη ζει.

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

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

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

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

ii) Η αναζήτηση της ανθεκτικότητας : Στο σημερινό τεχνολογικό πολιτισμό επικρατεί το «τεχνητό». Τεχνητά υλικά, τεχνητά τρόφιμα, τεχνητές υπηρεσίες, τεχνητή διασκέδαση, τεχνητή συμπεριφορά, τεχνητός τρόπος ζωής, τεχνητές σχέσεις, τεχνητό περιβάλλον. Το φυσικό, το άνοθευτο, το ανεπιτήδευτο, το απροσποίητο, το αυθεντικό, ευρίσκονται «εν ανεπάρκεια». Τα τρόφιμα π.χ. είναι τα περισσότερα τεχνητά ή έχουν υποστεί τεχνική επεξεργασία. Οι ανθρώπινες σχέσεις είναι τεχνητές (υπαγορεύονται από συμφέροντα, προσδιορίζονται από επαγγελματίες σχέσεων ή σύμβουλους κοινωνικής παρουσίας, ακολουθούν κάποιο πρωτόκολλο, καλουπώνονται από κάποιο επικοινωνιολόγο κ.λπ.). Η συμπεριφορά των ανθρώπων είναι τεχνητή (προσποιητή, τυπική, υποκριτική, υπαγορευόμενη, συμφεροντολογική). Η διασκέδαση είναι τεχνητή ή τεχνητά προσφερόμενη (βίντεο, τηλεόραση, computers, lasers κ.λπ.). Ο τρόπος ζωής είναι τεχνητός (ακριβές και απαραβίαστο ωράριο, αυστηρό και επιβαλλόμενο πρόγραμμα, τεχνητές συνθήκες εργασίας, τεχνητή μετακίνηση, τυποποιημένες συνήθειες κ.λπ.). Το περιβάλλον είναι τεχνητό (ανθρωπογενές, αστικό, κυψελοειδές, ασφυκτικό). Κάτω από τη πίεση του «τεχνητού» οι άνθρωποι ασφυκτιούν και ζητούν αέρα ν' αναπνεύσουν. Άρχισαν ν' αναζητούν το αυθεντικό. Να αναζητούν τα φυσικά, άνοθευτα, ανθεκτικά προϊόντα (είναι γνωστή η κίνηση για τα «χωριάτικα» προϊόντα). Να αναζητούν την ανθρώπινη επαφή, τις προσωπικές σχέσεις, τις γνωριμίες, τους φίλους που έχουν μικρό όνομα,

τους γείτονες που λένε καλημέρα, τους ανεπιτήδευτους «χωριάτικους» τρόπους, το πρωτογενές συναίσθημα και το φυσικό τρόπο ζωής. Η αναζήτηση της αυθεντικότητας τους οδηγεί στην ύπαιθρο. Εκεί θα βρουν αυθεντικούς ανθρώπους, αυθεντικά προϊόντα, αυθεντικούς τρόπους ζωής, αυθεντικές ανθρώπινες σχέσεις, αυθεντικό περιβάλλον. Η αυθεντικότητα σπανίζει στη σύγχρονη αστική κοινωνία. Όση απέμεινε βρίσκεται στη φύση. Και στη φύση στρέφονται αυτοί που την χρειάζονται. Και το κάνουν με τη βοήθεια του τουρισμού όπως ήδη αναφέρθηκε. Και βρίσκουν την αυθεντικότητα μέσω του τουρισμού υπαίθρου. Και δεν τη βρίσκουν φυσικά στο μαζικό τουρισμό του οποίου «το τεχνητό» πακέτο περιέχει μόνο «τεχνητά» τουριστικά προϊόντα.

iii) Η αναζήτηση της ηρεμίας και της ησυχίας : Το μεγαλύτερο του πληθυσμού όλων σχεδόν των ανεπτυγμένων χωρών ζει και εργάζεται στα αστικά κέντρα. Ζωή στα αστικά κέντρα σημαίνει ζωή κυψέλης σε ένα διαμέρισμα – κλουβί και σε ένα περιβάλλον ιδιαίτερα επιβεβαρωμένο. Οι ρυθμοί ζωής, που είναι αντίθετοι με τους φυσικούς βιορυθμούς, οι τρόποι ζωής που επιβάλλουν οι αστικές συνθήκες, το κυκλοφοριακό, ο συνωστισμός, η αέναη βιαστική κίνηση, η πολυποίκιλη ηχητική μόλυνση, η εξαφάνιση της σιωπής της νύχτας, η κατάργηση του χρόνου κοινής ησυχίας, ο ενοχλητικός γείτονας, η ανασφάλεια, η τρομοκρατία, τα θορυβώδη κοινωνικά κινήματα και πολλοί άλλοι στρεσογόνοι παραγοντες, εξαφανισαν τη δυνατότητα ηρεμίας και ησυχίας. Εργασία στα αστικά κέντρα σημαίνει κανόνες, αυστηρό ωράριο, χτύπημα κάρτας, νόρμα παραγωγικότητας, υπακοή στο αφεντικό, κούραση, κυνήγι έγκαιρης αφύπνισης και έγκυρης άφιξης στο χώρο εργασίας, ελάχιστος ελεύθερος χρόνος για ηρεμία και ανεπάρκεια συνθηκών ησυχίας. Έτσι οι άνθρωποι των πόλεων αναγκάζονται να αναζητήσουν την ηρεμία και την ησυχία που χρειάζονται για τη σωματική και ψυχική τους ισορροπία, έξω από το περιβάλλον στο οποίο ζουν. Και το αναζητούν στη φύση, στον ανοικτό χώρο της υπαίθρου όπου η ημέρα είναι ημέρα και η νύκτα είναι νύκτα. Εκεί δηλαδή που η ησυχία είναι ιδιότητα του περιβάλλοντος και η ηρεμία είναι στο χέρι αυτού που την επιθυμεί. Η ηρεμία και η ησυχία δεν εξασφαλίζονται φυσικά με όλες τις μορφές τουρισμού. Ο μαζικός τουρισμός, π.χ., είναι η πιο κουραστική, η πιο θορυβώδης, η πιο ανήσυχη μορφή τουρισμού. Οι οπαδοί του αναζητούν το τουριστικό μπούγιο, τον συνωστισμό, την ολονύκτια διασκέδαση με εκκωφαντική μουσική, την εξεζητημένη εμφάνιση και την ερωτική περιπέτεια. Αντίθετα οι μορφές του τουρισμού υπαίθρου και κυρίως ο αγροτογεωργικός τουρισμός εξασφαλίζουν την ηρεμία και την ησυχία. Τα τελευταία χρόνια διαμορφώνεται και προβάλλει σαν εναλλακτική μορφή τουρισμού, ο τουρισμός της χαλάρωσης, της ξεγνοιασιάς, της τεμπελιάς και της απομόνωσης, γνωστός σαν τουρισμός relax ή switch off, που σημαίνει ότι ο τουρίστας «κλείνει το διακόπτη» και απομονώνεται από όλους, τα ξεχνάει όλα και δεν κάνει τίποτα, για να ξεκουραστεί ήρεμος και ήσυχος.

iv) Το αυξημένο ενδιαφέρον για τα θέματα υγείας και υγιεινής : Τα τελευταία χρόνια ο άνθρωπος άρχισε να ενδιαφέρεται περισσότερο για τα θέματα υγείας. Ίσως γιατί συνειδητοποίησε ότι η υγεία είναι πράγματι το πρώτιστο αγαθό, ακόμα και ανάμεσα σε όλα και ανώτερο από όλα μαζί τα αγαθά του τεχνολογικού πολιτισμού. Ίσως γιατί συνειδητοποίησε επίσης ότι το κόστος της αποκατάστασης της υγείας είναι πολύ υψηλό και πολύ μεγαλύτερο από το κόστος της διατήρησής της. Η σημασία της υγιεινής επίσης συνεχώς αυξάνεται. Οι άνθρωποι διαπίστωσαν ότι πρέπει να ζουν υγιεινά για να προφυλάσσουν την υγεία τους. Αλλά οι φυσικές συνθήκες υγείας και υγιεινής στα αστικά κέντρα δεν είναι οι καλύτερες δυνατές. Γιατί, αν και ολόκληρη σχεδόν η ιατρική και νοσοκομειακή υποδομή της χώρας είναι συγκεντρωμένη στα αστικά κέντρα και η αποκατάσταση της υγείας γίνεται, δυστυχώς, μόνο σε αυτά, το αστικό περιβάλλον είναι ανθυγιεινό, μολυσμένο και ποικιλοτρόπως επικίνδυνο για τον άνθρωπο. Αντίθετα στην ύπαιθρο οι συνθήκες υγείας και υγιεινής είναι ιδανικές. Ο αέρας είναι φρέσκος και καθαρός. Τα τρόφιμα είναι υγιεινά και αυθεντικά. Το νερό είναι φυσικό, καθαρό και χωρίς χημικά πρόσθετα. Οι ρυθμοί της ζωής συμπίπτουν με τους φυσικούς βιορυθμούς. Το περιβάλλον είναι το καταλληλότερο για ενεργητική ψυχαγωγία δηλαδή για άσκηση και αθλοπαιδίες στον ανοικτό χώρο, που σήμερα θεωρείται ότι αποτελούν τα θεμέλια της υγιεινής ζωής. Οι υπαίθριες μορφές τουρισμού όπως ο αγροτογεωργικός, ο περιπατητικός, ο ορειβατικός, ο ποδηλατικός, ο κυνηγετικός κ.λπ. που φέρνουν τους τουρίστες στην ύπαιθρο, έχουν σαν κύριο τουριστικό τους προϊόν την πρόσφορα των ιδανικών συνθηκών υγείας και υγιεινής. Και οι άνθρωποι που αναζητούν αυτό το προϊόν, πράγματι το απολαμβάνουν. Αντίθετα ο μαζικός παράκτιος τουρισμός αποδείχθηκε επικίνδυνος. Η ηλιοθεραπεία αποδείχθηκε επικίνδυνη. Το sex αποδείχθηκε επικίνδυνο. Η θάλασσα μολύνθηκε επικίνδυνα κοντά στα μεγάλα παράκτια τουριστικά θέρετρα. Η φόρμουλα των 4S (sun, sea, sand, sex) αποδυναμώθηκε.

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

εντοπισμού, οι ειδικές ταχυδρομικές υπηρεσίες, οι υπηρεσίες courier, οι πιστωτικές κάρτες, οι αυτόματες ταμειακές μηχανές και τα ειδικά τηλεφωνικά και ηλεκτρονικά δίκτυα, εξασφαλίζουν την επικοινωνία κάθε ανθρώπου με κάθε άλλο άνθρωπο σε κάθε περιοχή και ανά πάσα στιγμή. Του εξασφαλίζουν ακόμη τη δυνατότητα συναλλαγών, συμφωνιών, εμπορικών πράξεων και λήψης επιχειρησιακών αποφάσεων. Με αυτές τις συνθήκες ο τουρισμός υπαίθρου δεν σημαίνει πια υποχρεωτική απομόνωση. Ο κόσμος όλος έγινε μια γειτονιά. Πάμε παντού και η φωνή μας ακούγεται παντού.

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

- Το κίνημα επιστροφής στις ρίζες (τουρισμός επιστροφής στο παρελθόν), αφού οι ρίζες των περισσότερων κατοίκων των αστικών κέντρων βρίσκονται στα χωριά της υπαίθρου.
- Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τη φυσική πολιτιστική κληρονομιά (τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, ιστορικές τοποθεσίες, μνημεία, αγροτικός πολιτισμός).
- Το αυξανόμενο ενδιαφέρον των τοπικών αγροτικών αρχών για τοπική τουριστική ανάπτυξη και η παράλληλη αύξηση της τουριστικής υποδομής (αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί, πολιτιστικοί και περιβαλλοντικοί σύλλογοι με τουριστικά ενδιαφέροντα – «τουριστικά» δωμάτια στα αγροτικά σπίτια κ.λπ.).
- Η αύξηση του αριθμού των ενεργών συνταξιούχων και των ηλικιωμένων, οι οποίοι εκ πεποιθήσεως και εξ ανάγκης προτιμούν τον ήπιο εναλλακτικό τουρισμό.
- Τα ανώτερα επίπεδα εκπαίδευσης των πολιτών που αποδείχθηκε ότι σχετίζονται με αυξημένες προτιμήσεις των τουριστικών προϊόντων, των υπαίθριων μορφών τουρισμού.
- Μια υποκρυπτόμενη, ακόμη, τάση αποαστικοποίησης, η οποία επί του παρόντος εκδηλώνεται με την απόκτηση δεύτερης κατοικίας στην ύπαιθρο και η οποία πιθανώς να εκδηλωθεί μελλοντικά εντονότερα όταν η ύπαιθρος αποκτήσει την απαραίτητη υποδομή υγείας, εκπαίδευσης, εργασίας, που χρειάζεται για να στηριχθούν οι αποαστικοποιούμενοι και οι οικογένειές τους.

γ) Οι κυριότερες μορφές του τουρισμού υπαίθρου.

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

εναλλακτικές μορφές του τουρισμού υπαίθρου. Οι κυριότερες από αυτές είναι :

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

Εάν στην ευρύτερη έννοια της υπαίθρου υπολογιστούν και τα βουνά, χιονοσκεπή ή μη, τότε μορφή τουρισμού υπαίθρου είναι και ο ορεινός τουρισμός (ορειβασία, αναρριχήσεις) και ο χιονοδρομικός (χιονοδρομίες και χειμερινά αθλήματα).

1.2) Ο Αγροτουρισμός.

α) Η γεωργία και η αγροτικότητα.

Γεωργία, ως γνωστόν, είναι η διαδικασία καλλιέργειας των αγρών και περιλαμβάνει τους ανθρώπους καλλιεργητές (γεωργούς), τα μέσα καλλιέργειας και το τρόπο χρησιμοποίησής τους, τις μεθόδους καλλιέργειας, τις φάσεις καλλιέργειας, τα γεωργικά προϊόντα, τους ετήσιους κύκλους καλλιέργειας, την επίδραση των καιρικών συνθηκών, τους τομείς καλλιέργειας, τις ασθένειες των καλλιεργειών, τις γεωργικές συνήθειες και τη γεωργική ζωή στη στενή της έννοια. Αγροτικότητα είναι η ιδιότητα των αγροτικών περιοχών, γεωργικών και μη, που είναι το

σύνολο των ιδιοτήτων της υπαίθρου (ανοικτός χώρος, φυσικό περιβάλλον, καθαρός αέρας, αυθεντικά και ανόθευτα προϊόντα, καθαρό νερό, ησυχία και ηρεμία, αυθεντικότητα, φυσικός τρόπος ζωής, στενή και επώνυμη επαφή των ανθρώπων, ανεπιτήδευτη συμπεριφορά, απλότητα, ρυθμοί ζωής ταυτιόμενοι με τους φυσικούς βιορυθμούς κ.λπ.). Η αγροτικότητα χαρακτηρίζει όχι μόνο τη γεωργία και τις εκδηλώσεις της αλλά και τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ζουν στις αγροτικές περιοχές χωρίς να είναι γεωργοί. Χαρακτηρίζει ακόμη το τρόπο ζωής όλων των αγροτών, τις αγροτικές κοινωνίες, τον αγροτικό πολιτισμό, την αγροτική ανάπτυξη και οικονομία, τη ψυχολογία των αγροτών, τη διαφορετικότητα του αγροτικού από το αστικό περιβάλλον. Λόγω της σχέσης υπαλληλίας των εννοιών της αγροτικότητας και της γεωργικής ιδιότητας, πολλοί γεωργικοί όροι αναφέρονται συχνά σαν αγροτικοί. Το ίδιο συμβαίνει και με το γεωργικό τουρισμό που αναφέρεται σαν αγροτικός τουρισμός.

β) Η ταυτωνυμία του γεωργικού και του αγροτικού τουρισμού.

Οι έννοιες του γεωργικού και του αγροτικού τουρισμού δεν είναι ταυτόσημες. Είναι όμως έννοιες με σχέση υπαλληλίας, όπου ο αγροτικός τουρισμός είναι ευρύτερη έννοια και περιλαμβάνει τη στενότερη έννοια του γεωργικού τουρισμού. Κατά μια άλλη άποψη ο γεωργικός τουρισμός και ο αγροτικός είναι δυο παραλλαγές της ίδιας τουριστικής δραστηριότητας που εκδηλώνεται στις αγροτικές περιοχές, οι οποίες αποτελούν μικρό μόνο μέρος της συνολικής υπαίθρου, μέσα στην οποία αναπτύσσονται και άλλες μορφές τουρισμού, οι μορφές του τουρισμού υπαίθρου που εξετάζονται χωριστά. Στη πράξη, τόσο στην ελληνική όσο και στη ξένη βιβλιογραφία χρησιμοποιείται μια μόνο ονομασία και για τις δυο αυτές μορφές του τουρισμού, η ονομασία αγροτικός τουρισμός ή αγροτουρισμός. Αυτή η ταυτωνυμία δεν αλλοιώνει τις επιμέρους έννοιες και διευκολύνει τη μελέτη των αντίστοιχων τουριστικών δραστηριοτήτων, τα προσδιοριστικά στοιχεία των οποίων είναι ίδια, πλην αυτών των χρησιμοποιούμενων καταλυμάτων. Γι' αυτό το λόγο γίνεται αποδεκτός ο όρος αγροτουρισμός, με την ευρεία του έννοια.

γ) Η σύνδεση του τουρισμού με την αγροτική ανάπτυξη.

Στις τελευταίες δεκαετίες δυο αντίρροπα κοινωνικοοικονομικά φαινόμενα βρίσκονται σε εξέλιξη και παρατηρούνται σε όλες σχεδόν τις χώρες του κόσμου. Το πρώτο είναι η συρρίκνωση της γεωργίας και η υποβάθμιση του αγροτικού τομέα και το δεύτερο είναι η εκρηκτική αύξηση του τουρισμού. Οι συνέπειες του πρώτου φαινομένου είναι ότι ο αγροτικός πληθυσμός γηράσκει και μειώνεται. Τα χωριά εγκαταλείπονται. Τα σχολεία κλείνουν. Στις εκκλησίες συγκεντρώνονται ελάχιστοι πιστοί. Οι συγκοινωνίες προς και από τις αγροτικές περιοχές αραιώνουν. Η αγροτική απασχόληση μειώνεται και το αγροτικό εισόδημα ελαχιστοποιείται. Τα προβλήματα υγείας, εργασίας, εκπαίδευσης και πολιτισμού δεν αντιμετωπίζονται επί τόπου αλλά

προωθούνται στα αστικά κέντρα και οι δείκτες ποιότητας ζωής παίρνουν τις χαμηλότερες τιμές τους. Η οικονομική ανάπτυξη, η βιομηχανία, η αστικοποίηση, η παγκοσμιοποίηση της αγοράς, σαν αίτια και η γενικότερη αναγέννηση της κοινωνίας, αφήνουν στο περιθώριο τις αγροτικές περιοχές.

Αντίθετα, ο τουρισμός παρουσιάζει μια εκρηκτική αύξηση από το 1950 και ήδη αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες, αν όχι τη μεγαλύτερη, βιομηχανίες του κόσμου. Αυτή όμως η βιομηχανία συγκεντρώνεται στις λεγόμενες τουριστικές περιοχές, που είναι κυρίως οι παράκτιες περιοχές, τα μεγάλα πολιτιστικά κέντρα, τα κοσμοπολίτικα τουριστικά θέρετρα, οι εξωτικές θερμές περιοχές και γενικά οι περιοχές που οι τουριστικοί επιχειρηματίες τις καθιέρωσαν, μέσω της προβολής, σαν «τουριστικούς προορισμούς της μόδας». Όλες αυτές οι περιοχές παρουσιάζουν μια απότομη και υπέρμετρη ανάπτυξη, σε βάρος άλλων μη τουριστικών περιοχών, με αποτέλεσμα να παρατηρείται το φαινόμενο του δυισμού και της οικονομικής ανισορροπίας. Οι μελέτες και οι έρευνες συσχετισμού των παραπάνω φαινομένων προσπάθησαν από πολύ νωρίς να απαντήσουν στο βασικό ερώτημα, αν υπάρχει δυνατότητα να διοχετευτεί ένα μέρος της τουριστικής βιομηχανίας στις αγροτικές περιοχές για να αποτραπεί η περαιτέρω συρρίκνωση του αγροτικού τομέα. Με άλλα λόγια αν μπορεί να αναπτυχθεί ο αγροτουρισμός και να λειτουργήσει σα μέσον οικονομικής ανάπτυξης, μεταφέροντας κεφάλαια από τις κορεσμένες τουριστικές περιοχές και δημιουργώντας αυξημένα αγροτικά εισοδήματα. Η απάντηση ήταν καταφατική. Ναι ο αγροτουρισμός μπορεί να λειτουργήσει σαν μέσον οικονομικής ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών. Και προς αυτή τη κατεύθυνση έπρεπε να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα. Ένα από τα πρώτα μέτρα είναι το πρόγραμμα «αγροτουρισμού – αγροτοβιοτεχνίας που η ΕΕ υιοθέτησε με τον κανονισμό (ΕΚ) 2328/91 μέσα στα πλαίσια της κοινής αγροτικής πολιτικής σε συνδυασμό με τη πολιτική για το τουρισμό.

1.3) ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.

Ο αγροτουρισμός είναι μια από τις πιο φιλικές προς το φυσικό περιβάλλον εναλλακτικές μορφές τουρισμού και η τουριστική πελατεία του, ένα πολύ μικρό κομμάτι της συνολικής τουριστικής πελατείας, αποτελείται από ευαίσθητοποιημένους για τα προβλήματα του φυσικού περιβάλλοντος τουρίστες, υψηλού συνήθως οικονομικού και μορφωτικού επιπέδου και από τουρίστες που επιζητούν ήσυχες και ήρεμες διακοπές μέσα στη φύση. Είναι οι τουρίστες που προτιμούν τα φυσικά, υγιεινά και ανθεκτικά αγροτουριστικά προϊόντα και που αποφεύγουν το μαζικό, βιομηχανοποιημένο τουρισμό, το τουριστικό μπούγιο και το συνωστισμό στα τουριστικά θέρετρα. Ο αγροτουρισμός αναπτύσσεται μέσα στο ευαίσθητο φυσικό περιβάλλον και κάθε υπερβολή ή κακή διαχείρισή του

ενδέχεται να τον απαξιώσει. Γι' αυτό πρέπει πάντα να χειρίζεται από αγρότες, να έχει βάση το αγροτικό σπίτι και να μην διαταράσσει τη σχέση μεταξύ των αγροτικών και τουριστικών δραστηριοτήτων, σχέση στην οποία οι αγροτικές δραστηριότητες υπερτερούν ενώ οι τουριστικές είναι δευτερεύουσες και υπάρχουν μόνο για να βοηθούν εισοδηματικά τους αγρότες.

Κάθε αγροτουριστική ανάπτυξη πρέπει να είναι ελεγχόμενη και αειφορική και πολλές φορές είναι επιθυμητή η καθοδηγητική κεντρική της διαχείριση από αρμόδιους δημόσιους φορείς και η ενίσχυση των τοπικών παραγόντων. Σε αυτό αποβλέπει και η σύνδεση του αγροτουρισμού με την αγροτοβιοτεχνία και τους αγροτοσυνεταιρισμούς, την οποία χρηματοδοτεί η Ευρωπαϊκή Ένωση και η πολιτεία. Η στροφή προς τη φύση που εκδηλώνεται από τους κατοίκους των αστικών κέντρων σαν αντίδραση προς τις ψυχοσωματικές επιβαρύνσεις που δέχονται από το αστικό περιβάλλον, συντελεί στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού, όπως και πολλών άλλων υπαίθριων εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Πρέπει όμως να διευκρινιστεί ότι ο αγροτουρισμός εξυπηρετεί μεν τους αστούς που τον διαλέγουν ανάμεσα στις άλλες μορφές τουρισμού, αλλά πρωτίστως πρέπει να εξυπηρετεί τους αγρότες. Πρέπει να είναι εργαλείο των αγροτών στη προσπάθειά τους να βελτιώσουν το βιοτικό τους επίπεδο. Κάθε μορφή βιομηχανοποίησης του αγροτουρισμού και κάθε άκρατη εμπορευματοποίηση των αγροτουριστικών προϊόντων σημαίνει εκτροπή από την ιδέα και το σκοπό του αγροτουρισμού και οδηγεί στη καταστροφή του.

1.4) Ο αγροτουρισμός ως παράγοντας ανάπτυξης του νομού Αρκαδίας.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ:

Οι νέες τάσεις στην τοπική ανάπτυξη εστιάζονται στην αξιοποίηση του ενδογενούς δυναμικού κάθε περιοχής, στην αποκέντρωση της λήψης των αποφάσεων, στην ενίσχυση των τοπικών πρωτοβουλιών για ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και στην ανάπτυξη πολυκεντρικών δικτύων και συνεργίας, με στόχο την αποτελεσματικότερη εκμετάλλευση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων κάθε περιοχής, την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος και την προώθηση της τοπικής αειφορίας.

Στο παραπάνω πλαίσιο αναφοράς εντάσσεται και η ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων στις αγροτικές και ορεινές περιοχές η οποία έχει επιταχυνθεί τα τελευταία χρόνια ως αποτέλεσμα της αύξησης της τουριστικής ζήτησης και της διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος.

Επισημαίνεται ότι η τουριστική τάση που διεθνώς επικρατεί είναι οι διακοπές των ολίγων ημερών (short – breaks) και των περισσοτέρων

τμημάτων στη διάρκεια του έτους η οποία προσφέρει στις αγροτικές περιοχές ευκαιρίες για αξιοποίηση των τοπικών πόρων και για δημιουργία νέων οικονομικών δραστηριοτήτων. Σκοπός της παρέμβασης είναι ο εννοιολογικός προσδιορισμός του αγροτουρισμού, η διεθνής και ελληνική εμπειρία από την ανάπτυξή του, το χρηματοδοτικό πλαίσιο για τον αγροτουρισμό στην Ελλάδα και στη συνέχεια ο εντοπισμός των δυνατοτήτων ανάπτυξης του αγροτουρισμού στην Αρκαδία και η υποβολή σχετικών προτάσεων για την περαιτέρω προώθησή του.

1.5) Το εννοιολογικό περιεχόμενο του αγροτουρισμού.

Στη διεθνή τουριστική βιβλιογραφία απαντώνται συχνά οι έννοιες αγροτικός τουρισμός, γεωργικός τουρισμός, τουρισμός υπαίθρου, αγροτουρισμός και ο αγροτουρισμός οι οποίες πολλές φορές συγχέονται μεταξύ τους εννοιολογικά και υπάρχει σχετική αλληλοεπικάλυψη.

Ειδικότερα, ο αγροτουρισμός (Agrotourism) μπορεί να οριστεί ως εκείνη η δραστηριότητα που αναπτύσσεται στον αγροτικό χώρο από αγρότες κατά κύριο επάγγελμα που είναι μόνιμοι κάτοικοι μιας περιοχής και έχουν ως κύριο σκοπό την ενίσχυση του αγροτικού τους εισοδήματος και της τοπικής οικονομίας με την εκμετάλλευση τουριστικών καταλυμάτων (ενοικιαζόμενα δωμάτια, πανσιόν, ξενώνες, κάμπινγκ), την τροφοδοσία των τουριστικών μικρομονάδων με προϊόντα τοπικής παραγωγής, την ανάπτυξη άλλων δραστηριοτήτων που συνδέονται συμπληρωματικά με τον τουρισμό.

Η έννοια του αγροτουρισμού συνδέεται με κάποιες βασικές αρχές, όπως είναι η προώθηση της ποιότητας, ο σεβασμός της πολιτιστικής κληρονομιάς και η προστασία του περιβάλλοντος. Θεωρεί τις ανθρώπινες σχέσεις ως ένα από τους κυριότερους παράγοντες που συμβάλλουν στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της κάθε περιοχής και προσφέρει ένα γενικότερο πλαίσιο υποστήριξης με προσφορά οικολογική και ανθρωπιστική.

Ο αγροτουρισμός δεν περιορίζεται μόνο στην παροχή «κλίνης και στέγης» που συνήθως είναι κατάλληλα διαμορφωμένη σε σπίτια παραδοσιακής αρχιτεκτονικής ή στην παροχή σπιτιών που διαθέτουν έναν αξιόλογο τοπικό χαρακτήρα, αλλά περιλαμβάνει και μικρές μονάδες παραγωγής, όπως πρατήρια διάθεσης ειδών λαϊκής τέχνης, οικοτεχνίες, χειροτεχνίες, μανάδες άθλησης – σπορ, οργανωμένα κέντρα εκπαίδευσης και παροχής ειδικών υπηρεσιών, ταβέρνες, εστιατόρια, παραδοσιακά καφενεία, αναβίωσης παραδοσιακών πολιτιστικών εθίμων κλπ. Ως εκ τούτου, ο αγροτουρισμός, κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις, μπορεί να αποτελέσει μια κατάλληλη στρατηγική για την τοπική ανάπτυξη και να συμβάλλει στην ενδογενή ολοκληρωμένη ανάπτυξη που δένει αρμονικά με τις άλλες οικονομικές δραστηριότητες κάθε περιοχής

και να αποτελέσει ουσιαστική αναπτυξιακή παράμετρο στα προγράμματα τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης.

1.6) Διεθνή-εμπειρία.

Ο αγροτουρισμός στη διεθνή πρακτική έχει επικρατήσει με τις ακόλουθες δύο βασικές μορφές. Τη μορφή των διακοπών σε αγροκτήματα «Farm house holidays» που είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη σε χώρες, όπου η έννοια «αγρόκτημα» είναι συνυφασμένη με τη γεωργική εκμετάλλευση (Αυστρία, Γερμανία κλπ) και οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και τις αγροτικές δραστηριότητες.

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

1.7) Η-ελληνική-εμπειρία.

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

Στο βάση του παραπάνω θεσμικού και κανονιστικού πλαισίου, αναπτύχθηκαν αξιόλογες προσπάθειες αγροτουρισμού, με τη μορφή της

φιλοξενίας. Σημαντικότερες πρωτοβουλίες θεωρούνται αυτές που έγιναν από τους Γυναικείους Αγροτουριστικούς Συνεταιρισμούς στα Αμπελάκια Θεσσαλίας (1984), στην Πέτρα της Μυτιλήνης (1984), στα Μαστιχοχώρια της Χίου, στην Αράχοβα της Βοιωτίας, στον Άγιο Γερμανό Πρεσπών και στη Μαρώνεια Ροδόπης (1985), στον Άγιο Γεώργιο Γρεβενών (1992), στην Ζαγορά Πηλίου (1993), στη Δαδιά Σουφλίου και στους Ψαράδες της Φλώρινας (1994), στην Πορταριά Πηλίου (1997), στην Αλιστράτη Σερρών (1997), στην Άνω Καλλινίκη Φλώρινας (1997), στη Γλώσσα Σκοπέλου (1999) και το Δίκτυο Αγροτουρισμού στον Αποκόρωνα Κρήτης (2001).

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

1.8) Άξονες χρηματοδότησης του αγροτουρισμού στην Ελλάδα.

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

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

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

- Η προώθηση και η εφαρμογή των αγροτουριστικών προγραμμάτων στα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΠΕΠ) του κοινοτικού πλαισίου 2000-2006.
- Τα Τοπικά Σύμφωνα Απασχόλησης (π.χ. το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας για τον αγροτουρισμό και την προώθηση των τοπικών προϊόντων του Πάρνωνα).
- Τα διάφορα προγράμματα του Ελληνικού Οργανισμού Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ).
- Τα διάφορα προγράμματα του Οργανισμού Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ).

Φορείς ανάπτυξης του αγροτουρισμού είναι ο ιδιωτικός τομέας με τη δημιουργία ιδιωτικών αγροτικών τουριστικών επιχειρήσεων οποιασδήποτε νομικής μορφής, ο δημόσιος τομέας με τους δημόσιους οργανισμούς και τους φορείς που εποπτεύει, οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.) με τη θεσμική δυνατότητα που έχουν να ιδρύουν «δημοτικές επιχειρήσεις», αλλά και να πραγματοποιούν συμπράξεις και οι αγροτικοί συνεταιρισμοί με τη δυνατότητα που έχουν να αναπτύσσουν αγροτουριστικές δραστηριότητες στον αγροτικό χώρο. Οι Κοινοτικές Οδηγίες και οι Κανονισμοί, καθώς και το εθνικό μας Δίκαιο καθορίζουν τους όρους και τις προϋποθέσεις ίδρυσης και λειτουργίας των διαφόρων δραστηριοτήτων του αγροτουρισμού.

Για την καλύτερη και αποτελεσματικότερη διαχείριση προϊόντων και υπηρεσιών, το Υπουργείο Γεωργίας, κατά το πρότυπο άλλων χωρών, έχει προχωρήσει στη σύσταση φορέα με την επωνυμία «ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ Α.Ε.» στο μετοχικό κεφάλαιο του οποίου συμμετέχουν και κοινωνικοί φορείς με σκοπό να ενισχύσει και βοηθήσει όσους ενδιαφέρονται να αναπτύξουν αγροτουριστικές δραστηριότητες στο πλαίσιο της ολοκληρωμένης ανάπτυξης της υπαίθρου.

1.9) Προτάσεις για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Αρκαδία.

Κατωτέρω, αναφέρεται ένα ευρύ φάσμα ενδεικτικών προτάσεων για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Αρκαδία που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν περαιτέρω από τους φορείς άσκησης πολιτικής σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Οι κυριότερες των προτάσεων είναι οι ακόλουθες:

- Δημιουργία οργανωμένων χώρων αναψυχής / άθλησης και περιπάτου στο Μαίναλο και άλλες συνοδευτικές δραστηριότητες (π.χ. ορειβασία-αναρρίχηση-ορεινό-αλεξίπτωτο, κ.λπ.).
- Προώθηση αθλητικού τουρισμού (π.χ. διενέργεια αγώνων ποδηλάτου - μοτοσυκλέτας).

- Δημιουργία-παραδοσιακών-ξενώνων.
 - Ανάδειξη περιπατητικών μονοπατιών στα φαράγγια Μυλάοντος και Τουθώα.
 - Δημιουργία πολιτιστικών και ιστορικών διαδρομών.
 - Προώθηση θρησκευτικού τουρισμού μέσω των μοναστηριών.
 - Δημιουργία φυσικού πάρκου που να λειτουργεί ως ανοικτό ανθρωπογεωγραφικό-σύστημα.
 - Δημιουργία συνεδριακών κέντρων είτε αυτόνομα σε συγκροτημένα τουριστικά καταλύματα είτε σε συνδυασμό με αθλητικά κέντρα.
 - Δημιουργία δικτύου πάρκων ή προστατευομένων φυσικών πάρκων.
 - Κατασκευή/ Δημιουργία ορθόδοξου πολιτιστικού κέντρου στη Δημητσάνα.
 - Προώθηση-οικολογικού-τουρισμού.
 - Δημιουργία δικτύου ποδηλατικών διαδρομών
 - Δημιουργία ενός εξειδικευμένου θεματικά Πολιτιστικού Δικτύου στην Τρίπολη το οποίο θα είναι συνδεδεμένο με το Εθνικό Πολιτιστικό Δίκτυο Πόλεων άλλα και με τα άλλα δίκτυα πολιτιστικής επικοινωνίας της χώρας αλλά και του εξωτερικού.
 - Ανάδειξη και οργάνωση τοπικών περιφερειακών τουριστικών διαδρομών με βάση θεματικά οργανωμένες πολιτιστικές δραστηριότητες γύρω από τις επιλεγμένες πόλεις - κόμβους του Δικτύου. (π.χ. Ολυμπία – Ηραία – Θέλπουσα – Άκοβα Λίμνη Λάδωνα – Μέγα Σπήλαιο – Αγία Λαύρα–Μαντινεία–Τεγέα, κλπ.).
 - Ανάδειξη μνημείων και Αρχαιολογικών χώρων σε σύγχρονους και άριστα οργανωμένους πόλους έλξης επισκεπτών.
 - Συντήρηση και ανασύλωση Αρχαίων Θεάτρων και χώρων εκδηλώσεων με στόχο την επαναλειτουργία τους και την ανάπτυξη σ' αυτούς σύγχρονων πολιτιστικών δραστηριοτήτων.
 - Ίδρυση ωδείου με την επωνυμία «Ο Δ. Μητρόπουλος» κυρίως για βυζαντινή και ευρωπαϊκή εκκλησιαστική μουσική
 - Έκδοση τουριστικού οδηγού Αρκαδίας
 - Αξιοποίηση της Λίμνης Λάδωνα
 - Αναβίωση και προβολή παραδοσιακών και λοιπών εκδηλώσεων του νομού
 - Διαμόρφωση χώρων περιπάτου, θέας και αναψυχής
 - Δημιουργία τουριστικών περιπτέρων
 - Αξιοποίηση-σπηλαίων
 - Δημιουργία παρατηρητηρίων πουλιών και χώρων θέας
 - Ανάδειξη ορεινών παραδοσιακών χωριών
 - Αξιοποίηση των αρχαιολογικών, ιστορικών χώρων (π.χ. Πύργος Πλαπούτα στο Παλούμπα Ηραίας) καθώς και του παραδοσιακού περιβάλλοντος για μορφωτικό, πολιτισμικό συνεδριακό οικολογικό τουρισμό-αργοτουρισμό.
- Οι παραπάνω προτάσεις πρέπει περαιτέρω να εξειδικευτούν ως προς την οικονομική τους βιωσιμότητα και την κοινωνική τους εφικτότητα –

σκοπιμότητα – ρεαλιστικότητα και να υλοποιηθούν από τους αρμόδιους φορείς της ιδιωτικής και δημόσιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας.

1.10) Συμπερασματικές-παρατηρήσεις.

Στο παραπάνω πλαίσιο θεωρητικής και πρακτικής αναφοράς, εκτιμάται ότι ο αγροτουρισμός στην Αρκαδία μπορεί να αποτελέσει μια δραστηριότητα που προκαλεί μεταβολές στο εσωτερικό των επιχειρήσεων, επιδιώκει τη συνεργασία με άλλους παραγωγικούς τομείς, προτείνει τη συνεργασιακή δράση σε ένα πλαίσιο ολοκληρωμένων παρεμβάσεων, δημιουργεί προϋποθέσεις πολυαπασχόλησης και αξιοποίησης του ενδογενούς δυναμικού και επιδρά πολλαπλασιαστικά σε όλους τους τομείς της τοπικής οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας.

Επισημαίνεται ότι σε κάθε περίπτωση, ο αγροτουρισμός δεν αποτελεί πανάκεια, ούτε παρέχει τη δυνατότητα επίλυσης των οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων των περισσότερων αγροτικών περιοχών. Όμως, αποτελεί μια εναλλακτική προσέγγιση στο πρόβλημα της αναπτυξιακής τους στασιμότητας που μπορεί να χρησιμοποιηθεί κατάλληλα από τους φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης για δρομολόγηση αναπτυξιακών τους πρωτοβουλιών με στόχο την αναζωογόνηση και την οικονομική και κοινωνική ανασυγκρότηση του τοπικού ιστού αυτών των περιοχών. Τέλος, η Αρκαδία με τη μεγάλη οικιστική της διασπορά, τις μορφολογικές της αντιθέσεις, τις διαφοροποιημένες κλιματολογικές της συνθήκες, την πλούσια ιστορική, αρχιτεκτονική και πολιτιστική της κληρονομιά, συγκεντρώνει τις προϋποθέσεις για μια ευρεία κλίμακας ανάπτυξη του αγροτουρισμού, στηριζόμενη στο ευρωπαϊκό χρηματοδοτικό πλαίσιο.

2) Ιαματικός τουρισμός – τουρισμός υγείας – θερμαλισμός.

2.1) Εννοιολογικοί προσδιορισμοί.

α) Τουρισμός Υγείας.

Τουρισμός υγείας είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες συμμετέχουν σε προγράμματα υγείας ή σε προγράμματα που σχετίζονται με την υγεία. Τα προγράμματα υγείας είναι προγράμματα διατήρησης, πρόληψης, θεραπείας, ανάρρωσης και αποκατάστασης της υγείας με σύγχρονες ιατρικές μεθόδους και με φυσικές μεθόδους και προγράμματα που σχετίζονται και επηρεάζουν την υγεία όπως προγράμματα υγιεινής διαβίωσης, υγιεινής διατροφής, ενεργητικής άθλησης, ψυχικής ισορροπίας, ομορφιάς, αδυνατίσματος, κοινωνικής

επανένταξης κ.λπ. Σύμφωνα με αυτό τον ορισμό, ο τουρισμός υγείας, με την ευρεία του έννοια, περιλαμβάνει μερικότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού και συγκεκριμένα τις εξής :

β) Θεραπευτικός Τουρισμός.

Είναι ο τουρισμός που περιλαμβάνει προγράμματα θεραπείας και μόνο, με σύγχρονες ιατρικές μεθόδους της ορθόδοξης ιατρικής και με φυσικές μεθόδους θεραπείας της εναλλακτικής ιατρικής. Και ανάλογα με τη μέθοδο θεραπείας που χρησιμοποιείται, ο θεραπευτικός τουρισμός παίρνει και μια ειδικότερη ονομασία με στενότερη έννοια.

γ) Ιαματικός Τουρισμός.

Ο ιαματικός τουρισμός είναι η πρώτη μορφή τουρισμού υγείας, γνωστή από αρχαιοτάτων χρόνων και περιλαμβάνει ένα ταξίδι τουριστών με διάφορα προβλήματα υγείας, σε τουριστικούς προορισμούς στους οποίους υπάρχουν ιαματικές πηγές, για να κάνουν χρήση ιαματικών νερών, συνήθως θερμομεταλλικών, που έχουν θεραπευτικές ιδιότητες.

δ) Τουρισμός Φυσικοθεραπείας.

Είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου γίνεται χρήση των φυσικών μεθόδων θεραπείας της εναλλακτικής ιατρικής για διατήρηση, πρόληψη, θεραπεία και αποκατάσταση της υγείας. Και ανάλογα με τη μέθοδο που χρησιμοποιείται, ο τουρισμός της φυσικοθεραπείας παίρνει μια ειδικότερη ονομασία με στενότερη έννοια (τουρισμός υδροθεραπείας, τουρισμός κινησιοθεραπείας, τουρισμός θαλασσοθεραπείας κ.λπ.).

ε) Τουρισμός Υγιεινής Διαβίωσης.

Είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες, ανεξάρτητα από τη κατάσταση της υγείας τους, ακολουθούν ένα πρόγραμμα υγιεινής και φυσικής ζωής, που περιλαμβάνει υγιεινή διατροφή, ενεργητική άθληση, δίαιτα, ωράριο παράλληλο με τους φυσικούς βιορυθμούς, δραστηριότητες διαφόρων μορφών του υπαίθριου τουρισμού (περιπατητικού, αγροτικού, αθλητικού, φυσιογνωστικού κ.λπ.) και προγράμματα ψυχικής ισορροπίας και καταστολής του άγχους.

στ) Τουρισμός Ομορφιάς.

Είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου ακολουθούνται διάφορα προγράμματα ομορφιάς όπως αισθητικής, κομμωτικής, τοπικού ή ολικού αδυνατίσματος, σύσφιξης μυών, περιποίησης προσώπου, αποτρίχωσης, ενδυματολογίας, πλαστικής χειρουργικής και ακόμη μαθημάτων κοινωνικής παρουσίας.

ζ) Θερμαλισμός.

Θερμαλισμός ή θερμαλιστικός τουρισμός είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων του ιαματικού τουρισμού μαζί με τις διευρυμένες δραστηριότητες αναψυχής και αναζωογόνησης, που μπορούν να έχουν και μη ασθενείς τουρίστες, που επισκέπτονται τις ιαματικές πηγές. Ο θερμαλισμός περιλαμβάνει ακόμη την ενεργειακή αξιοποίηση των θερμομεταλλικών νερών και τη γενικότερη χρήση της γεωθερμικής ενέργειας και τη χρήση των μεταλλικών νερών. Από την άποψη του

τουρισμού, ο θερμαλισμός ταυτίζεται με τον ιαματικό τουρισμό και οι δυο έννοιες συχνά χρησιμοποιούνται αδιακρίτως.

η) Οι παράγοντες προσδιορισμού του τουρισμού υγείας και των συναφών μορφών τουρισμού.

Οι κυριότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες που οριοθετούν το πλαίσιο μέσα στο οποίο αναπτύσσονται οι παραπάνω μορφές τουρισμού, είναι:

- i) Η φύση, που διαθέτει τις φυσικές πηγές των θερμομεταλλικών νερών που έχουν ορισμένα, χαρακτηριζόμενα θεραπευτικά, χαρακτηριστικά, πηγές που συνήθως βρίσκονται μέσα σε ένα αυθεντικό φυσικό περιβάλλον ιδιαίτερου φυσικού κάλλους.
- ii) Οι άνθρωποι – ασθενείς που πιστεύουν στη χρησιμότητα των ιαματικών νερών και επιζητούν τη χρήση τους για θεραπευτικούς σκοπούς.
- iii) Ο τουρισμός, που παρέχει υπηρεσίες διαμονής και διατροφής και λοιπές ειδικές υπηρεσίες στους τουρίστες που επιλέγουν τις παραπάνω μορφές τουρισμού.
- iv) Η υγεία και η υγιεινή που αποτελούν τα κυριότερα κίνητρα του τουρισμού υγείας και των άλλων συναφών μορφών τουρισμού.
- v) Η επιστήμη που εκφράζεται από γιατρούς διαφόρων ειδικοτήτων, χημικούς, φυσιοθεραπευτές αλλά και από ειδικούς επιστήμονες της εναλλακτικής ιατρικής που αντιμετωπίζει πολλές περιπτώσεις υγείας πολλών τουριστών.
- vi) Η τεχνολογία, που είναι απαραίτητη για την εφαρμογή των διαφόρων μεθόδων και για την παραγωγή των αντίστοιχων προϊόντων και υπηρεσιών.

2.2) Ο ιαματικός τουρισμός στην Ελλάδα.

α) Οι ιαματικές πηγές.

Το σύνολο των ιαματικών πηγών που βρίσκονται στην Ελλάδα δεν είναι ακριβώς γνωστό. Πολλοί συγγραφείς αναφέρουν ότι υπάρχουν 2.500, άλλοι ότι υπάρχουν 850, άλλοι ότι υπάρχουν 750 και άλλοι αναφέρουν αόριστα ότι ο αριθμός τους είναι πολύ μεγάλος. Το βέβαιο είναι ότι το νερό 142 πηγών έχει αναλυθεί χημικά και ότι 76 από τις πηγές είναι ανακηρυγμένες σαν ιαματικές πηγές. Από τις επίσημα χαρακτηρισμένες σαν ιαματικές πηγές οι 23 χαρακτηρίζονται σαν ιαματικές πηγές τουριστικής σημασίας και οι 53 σαν ιαματικές πηγές τοπικής σημασίας. Από τις 23 ιαματικές πηγές τουριστικής σημασίας οι 11 λειτουργούν για λουτροθεραπεία με επιστασία του ΕΟΤ (ιαματικές πηγές Αιδηψού, Ελευθερών, Θερμοπυλών, Καϊάφα, Κύθνου, Κυλλήνης, Λουτρακίου, Μεθάνων, Νιγρίτας, Πλατυστόμου και Υπάτης). Λειτουργούν δηλαδή με ευθύνη του ΕΟΤ ο οποίος εκδίδει τις άδειες λειτουργίας τους και καθορίζει τις τιμές. Από τις υπόλοιπες ιαματικές πηγές τουριστικής σημασίας, οι 3 ανήκουν στους τοπικούς δήμους (Λαγκαδά, Σμόκοβου,

Ικαρίας), 1 ανήκει στην Α.Ξ.Ε.-Αστηρ (Καμμένων Βούρλων), 1 είναι ενοικιασμένη σε ιδιώτη (Βουλιαγμένης), 4 υπολειπургούν και 3 χρησιμοποιούνται σαν εμφιαλωτήρια μεταλλικών νερών (Σουρωτή, Ξινό νερό, Νιγρίτα). Οι 53 ιαματικές πηγές τοπικής σημασίας ανήκουν στους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ) και στον σύνδεσμο δήμων και κοινοτήτων ιαματικών πηγών Ελλάδας (ΣΥΔΚΠΠΕ) ο οποίος περιλαμβάνει ήδη 48 δήμους και κοινότητες στις περιοχές των οποίων υπάρχουν ιαματικές πηγές. Από τις πηγές αυτές λειτουργούν συστηματικά μόνο οι 36 και υπάγονται στη διοικητική εξουσία των οικείων νομαρχιών που έχουν ανάλογες με αυτές του ΕΟΤ διοικητικές αρμοδιότητες.

β) Διακρίσεις των ιαματικών πηγών.

i) Ανάλογα με τη χωροταξική τους διάταξη και το αναπτυξιακό τους μέγεθος, οι ιαματικές πηγές με αυτό το κριτήριο διακρίνονται σε :

- (1) Λουτροπόλεις.
- (2) Λουτρικά πολυλειτουργικά κέντρα.
- (3) Πολυλειτουργικά συγκροτήματα θεραπευτικού τουρισμού.
- (4) Λουτρικοί σταθμοί.

ii) Διάκριση ιαματικών πηγών ανάλογα με τη θερμοκρασία των νερών τους, οι ιαματικές πηγές με αυτό το κριτήριο διακρίνονται σε :

- (1) Ψυχρές ιαματικές πηγές.
- (2) Υπόθερμες ιαματικές πηγές.
- (3) Μεσόθερμες ιαματικές πηγές.
- (4) Υπέρθερμες ιαματικές πηγές.
- (5) Θερμές και υπέρθερμες πηγές αερίων.

iii) Διάκριση των ιαματικών πηγών ανάλογα με τη χημική σύσταση των νερών τους.

Η διάκριση αυτή στηρίζεται στη ποσότητα των διαλυμένων αλάτων που υπάρχουν μέσα στα θερμομεταλλικά νερά και αναφέρεται στην ηλεκτρική αγωγιμότητα των νερών, στο είδος των αλάτων, στα ιχνοστοιχεία και στα αέρια που περιέχουν τα νερά.

iv) Λοιπές διακρίσεις των ιαματικών πηγών.

Οι ιαματικές πηγές διακρίνονται και ανάλογα με τον τρόπο δημιουργίας των γεωθερμικών ρευστών και του τρόπου ανόδου τους όπως και ανάλογα με τις θέσεις εμφάνισης των πηγών. Οι διακρίσεις όμως αυτές έχουν υδρογεωλογικό μόνο ενδιαφέρον.

2.3) Τα προβλήματα και η πορεία του ιαματικού τουρισμού.

Τρία είναι τα καίρια προβλήματα που αντιμετωπίζει σήμερα ο ιαματικός τουρισμός. Το πρώτο είναι το πρόβλημα της αμφισβήτησης της

θεραπευτικής ικανότητας των ιαματικών νερών. Το δεύτερο είναι το πρόβλημα της επικινδυνότητας της ραδιενέργειας που δέχονται οι εργαζόμενοι και οι λουόμενοι στις ιαματικές πηγές. Το τρίτο είναι το πρόβλημα της επαπειλούμενης υποκατάστασης του ιαματικού τουρισμού από το τουρισμό υγείας και της υποκατάστασης των εγκαταστάσεων των ιαματικών πηγών από τα κέντρα υγείας. Για το πρώτο και δεύτερο πρόβλημα οι θιασώτες του ιαματικού τουρισμού και οι επίσημοι φορείς του ή τα θεωρούν ως μη υπάρχοντα ή τα αντιπαρέρχονται. Τα κυριότερα επιχειρήματά τους είναι :

- i)** Για χιλιάδες χρόνια και μέχρι σήμερα που γίνεται χρήση των ιαματικών νερών κανένας εργαζόμενος ή λουόμενος στις ιαματικές πηγές δεν έπαθε τίποτα. Δεν παρουσιάστηκε καμία ανεπιθύμητη ενέργεια, ενώ αντίθετα η ωφέλεια από τα ιαματικά νερά είναι πανθομολογούμενη και ιστορικά αποδεδειγμένη.
- ii)** Ο ιαματικός τουρισμός έχει βαθιές ρίζες στη παράδοση και στις συνήθειες του λαού, τις οποίες δεν μπορούν να επηρεάσουν τα επιτεύγματα της τεχνολογικής, ιατρικής και φαρμακευτικής.
- iii)** Η λουτροθεραπεία είναι μέθοδος φυσικοθεραπείας που υποστηρίζεται από υψηλού βαθμού επαγγελματική εκπαίδευση και μπορεί να σταθεί ισότιμα δίπλα στην ορθόδοξη ιατρική.
- iv)** Έχουν γίνει σοβαρές ιατρικές έρευνες που τεκμηριώνουν τη θεραπευτική ιδιότητα των ιαματικών νερών, όπως οι έρευνες του ινστιτούτου Παστερ.
- v)** Η εναλλακτική ιατρική στο σύνολό της και η λουτροθεραπεία με ιαματικά νερά, χρησιμοποιούνται για να ανακουφίσουν απελπισμένους ασθενείς στους οποίους η ορθόδοξη ιατρική δεν μπορεί να προσφέρει ευεργετικά αποτελέσματα και ο αριθμός των οποίων αυξάνεται εξακολουθητικά με το χρόνο.
- vi)** Ο ιαματικός τουρισμός είναι μια φιλική προς το περιβάλλον εναλλακτική μορφή τουρισμού με πολλά πλεονεκτήματα (αντιεποχικός, αντιμαζικός, φθηνός κ.λπ.) και σαν τέτοιος πρέπει να υποστηριχθεί.
- vii)** Ο ιαματικός τουρισμός αποτελεί για τις περιοχές των ιαματικών πηγών τη βάση της οικονομικής τους ανάπτυξης συμβάλλοντας στην αύξηση της απασχόλησης και των εισοδημάτων του ντόπιου πληθυσμού.
- viii)** Οι ιαματικές πηγές βρίσκονται συνήθως σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους που είναι ελκυστικοί προορισμοί και για εσωτερικούς και για εξωτερικούς τουρίστες.
- ix)** Στους χώρους των ιαματικών πηγών υπάρχει ήδη σοβαρή θεραπευτική και τουριστική δομομηχανολογική υποδοχή και το θεραπευτικό τουριστικό προϊόν έχει αρκετά διαφημιστεί, έχει τοποθετηθεί στις προτιμήσεις των τουριστών και η ζήτησή του

συνεχώς αυξάνεται. Και αυτά τα επιτεύγματα δεν πρέπει να χαθούν.

- x) Οι ελληνικοί τουριστικοί φορείς όπως και φορείς ξένων χωρών και διεθνών ασφαλιστικών εταιριών έχουν εντάξει τον ιαματικό τουρισμό στα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού ή του τουρισμού ατόμων με ειδικές ανάγκες ή και του τουρισμού κινήτρων. Και αυτό πρέπει να εκτιμηθεί και πρέπει να αξιοποιηθεί.
- xi) Όσον αφορά τη ραδιενέργεια των ιαματικών πηγών οι μετρήσεις που γίνονται είναι μέσα στα επιτρεπτά όρια ενώ λαμβάνονται και μέτρα ακτινοπροστασίας. Όσον αφορά το τρίτο πρόβλημα, πολλοί ισχυρίζονται ότι όχι μόνο δεν είναι πρόβλημα αλλά μπορεί να είναι και η λύση των δυο πρώτων προβλημάτων. Θεωρούν το τουρισμό υγείας σαν στάδιο εξέλιξης του ιαματικού τουρισμού, στη διαδικασία της οποίας ο ιαματικός τουρισμός διατηρεί το πρωταγωνιστικό του ρόλο. Ο τουρισμός υγείας, σαν ευρύτερη έννοια, μπορεί πράγματι να αποτελέσει τη γέφυρα μετάβασης από τον παραδοσιακό ιαματικό τουρισμό στο σύγχρονο ιαματικό τουρισμό που θα χρησιμοποιεί τις πιο εξελιγμένες μεθόδους τόσο της εναλλακτικής όσο και της ορθόδοξης ιατρικής για να προσφέρει υπηρεσίες υγείας ή υποστήριξη υγείας, απόλυτα ολοκληρωμένες και χωρίς ερωτηματικά, παράλληλα με τις τουριστικές υπηρεσίες των εγκαταστάσεών του. Το αν λέγεται ιαματικός ή τουρισμός υγείας, δεν έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Φυσικά στη πορεία αυτής της μετεξέλιξης θα υπάρξουν και μερικότερα προβλήματα, όπως αυτά των ιαματικών πηγών που δεν μπορούν ή που δεν κρίνεται σκόπιμο να μετατραπούν σε σύγχρονα κέντρα υγείας. Σ' αυτές τις περιπτώσεις πρέπει να εφαρμόζεται ο κανόνας του τελικού μακροχρόνιου οφέλους από τις προσφερόμενες λύσεις στις οποίες συμπεριλαμβάνονται και οι εναλλακτικές χρήσεις των ιαματικών νερών.

2.4) Θερμαλισμός.

Ο θερμαλισμός είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων του ιαματικού τουρισμού, της ενεργειακής αξιοποίησης των θερμομεταλλικών νερών και των άλλων γεωθερμικών ρευστών, της γενικότερης χρήσης της γεωθερμικής ενέργειας και της διαχείρισης των πόσιμων μεταλλικών νερών. Υπό αυτή την άποψη ο ιαματικός τουρισμός αποτελεί μια μόνο δραστηριότητα του θερμαλισμού, ενώ ο τουρισμός υγείας, στην ευρεία του έννοια, μπορεί να περιλαμβάνει θερμαλιστικές υπηρεσίες, μπορεί όμως και όχι, αφού οι υπηρεσίες υγείας δεν είναι πάντοτε θερμαλιστικές.

Οι τομείς στους οποίους είναι δυνατή η χρήση γεωθερμικών ρευστών είναι :

- α)** Ιαματικές χρήσεις (που όταν συνδυάζονται με τουριστικές δραστηριότητες συγκροτούν τον ιαματικό τουρισμό).
- β)** Εμφιάλωση των πόσιμων μεταλλικών νερών.
- γ)** Θέρμανση και κλιματισμός κτιρίων (κατοικιών, ξενοδοχείων).
- δ)** Υδατοκαλλιέργειες.
- ε)** Συντήρηση αγροτικών προϊόντων (ψυγεία – ξηραντήρια).
- στ)** Άρδευση και αποστείρωση εδάφους.
- ζ)** Θέρμανση κτηνοτροφικών μονάδων.
- η)** Γεωργική βιομηχανία.
- θ)** Παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας.
- ι)** Αφαλάτωση νερού για ύδρευση ή άρδευση.

Ιδιαίτερη ανάπτυξη, εκτός από τον τομέα του ιαματικού τουρισμού, γνωρίζει και ο τομέας της εμφιάλωσης των μεταλλικών νερών που η ζήτησή τους αυξάνεται θεαματικά τα τελευταία χρόνια. Αλλά και ο τομέας των γεωθερμικών θερμοκηπίων άρχισε να αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια και στο τέλος του 1995 υπολογίζεται ότι υπήρχαν στην Ευρώπη 3500 στρέμματα θερμοκηπίων που χρησιμοποιούσαν γεωθερμικά ρευστά για θέρμανση. Στη χώρα μας η αντίστοιχη έκταση ανέρχεται σε 130 στρέμματα σε 9 περιοχές της χώρας. Σημειώνεται επίσης ότι έχουν συνταχθεί μελέτες για την ίδρυση μονάδων ιχθυοκαλλιέργειας σε πολλές περιοχές ιαματικών πηγών και αναμένεται η εφαρμογή τους.

2.5) Οι φορείς του ιαματικού τουρισμού και του τουρισμού υγείας.

Όπως ήδη αναφέρθηκε ο ιαματικός τουρισμός στη χώρα μας διαχειρίζεται από δυο κυρίως φορείς, τον ΕΟΤ και τους ΟΤΑ. Ο ΕΟΤ έχει την επιστασία των ιαματικών πηγών τουριστικής σημασίας και είναι ο φορέας που διαμορφώνει την κρατική πολιτική για τον ιαματικό τουρισμό. Οι ΟΤΑ έχουν συστήσει το σύνδεσμο δήμων και κοινοτήτων ιαματικών πηγών Ελλάδας με έδρα τη Θεσσαλονίκη ο οποίος διαχειρίζεται τις 53 ιαματικές πηγές τοπικής σημασίας και ο οποίος προβαίνει σε ενέργειες να αποκτήσει και τον έλεγχο των υπόλοιπων πηγών. Ιδιωτικές ιαματικές πηγές δεν υπάρχουν στην Ελλάδα. Αντίθετα υπάρχουν ιδιωτικές εγκαταστάσεις τουρισμού υγείας, που παράγουν αντίστοιχα προϊόντα και προσφέρουν αντίστοιχα υπηρεσίες και ιδιωτικά κέντρα θαλασσοθεραπείας. Έτσι μπορεί να ειπωθεί ότι ο κυριότερος φορέας του τουρισμού υγείας είναι η ιδιωτική πρωτοβουλία σε παραγωγικό επίπεδο, ενώ σε εθελοντικό επίπεδο, όπως και για όλες τις μορφές τουρισμού, είναι ο ΕΟΤ. Από νομοθετική άποψη, φορέας που

διαμορφώνει νομοθετικά τη πολιτική του ιαματικού τουρισμού και του τουρισμού υγείας είναι και η ΕΕ που στα πλαίσια της αναπτυξιακής και τουριστικής πολιτικής της επεμβαίνει και καθορίζει τις προδιαγραφές ανάπτυξης αυτών των μορφών τουρισμού. Πρέπει όμως να σημειωθεί ότι σαν φορείς διαχείρισης του ιαματικού τουρισμού στη χώρα μας είναι και η Δ/ση Υδάτινων πόρων του υπουργείου βιομηχανίας έρευνας και τεχνολογίας που προωθεί και χρηματοδοτεί διάφορα προγράμματα έρευνας και ανάπτυξης του ιαματικού τουρισμού και η ΕΤΒΑ που στα πλαίσια του αναπτυξιακού της προγράμματος εφαρμόζει επενδυτικά προγράμματα δημιουργίας πάρκων υγείας και αναψυχής στις ιαματικές πηγές.

2.6) Παραδείγματα εφαρμογής του ιαματικού τουρισμού και του τουρισμού υγείας – θερμαλισμός.

Η Ελλάδα ως ιδανικός προορισμός εναλλακτικού τουρισμού προσφέρει αμέτρητες επιλογές και την ευκαιρία στους επισκέπτες της να εκμεταλλευτούν την ποικιλία αυτή που πηγάζει από την εκπληκτική γεωγραφική της θέση και τις κατάλληλες καιρικές συνθήκες.

Ο ιαματικός τουρισμός – θερμαλισμός και γενικότερα η εναλλακτική μορφή του τουρισμού υγείας βρίσκει εφαρμογή στην Β. Κέρκυρα και ειδικότερα στην Αχαράβη όπου άνοιξε πρόσφατα το κέντρο υδροθεραπείας και χαλάρωσης Gelina Spa. Ένας χώρος τόνωσης αλλά και ευεξίας του σώματος και του μυαλού. Το Gelina Spa βρίσκεται μέσα στο Gelina Village Resort & Spa. Στο κέντρο αυτό υπάρχει το ατμόλουτρο του hammam, η sauna καθώς και πισίνα η οποία περιλαμβάνει ξεχωριστό μασάζ με καταρράκτες νερού και υδροστόμια. Επίσης υπάρχει γυμναστήριο που είναι εξοπλισμένο με εξειδικευμένα μηχανήματα. Το κέντρο αυτό περιλαμβάνει ακόμα περιποίηση σώματος oriental skin brush, λασποθεραπεία, tropical marine bath (ζεστό μπάνιο με βότανα), balneo therapy (ευεργετικές ιδιότητες της υδροθεραπείας), cleopatra's bath (μπάνιο με αιθέρια έλαια, φρέσκα ροδοπέταλα μέσα σε γάλα και μέλι), douche richy (είδος ήπιου υδρομασάζ με τη μορφή 6 μεμονωμένων βρυσών πάνω στο σώμα) jet d' eau (τόνωση του σώματος στο maximum με υδρομασάζ), μασάζ σώματος σε συνδυασμό με αρωματοθεραπεία, shiatsu (αρχαία τέχνη μασάζ από την Ιαπωνία που βασίζεται στους 12 μεσημβρινούς που συνδέουν κάθε κύτταρο, ιστό και όργανο του σώματος, φυσιοθεραπεία, οστεοπαθητική από εξειδικευμένο προσωπικό, περιποίηση προσώπου, μασάζ προσώπου με αρωματικά έλαια, hot stones (ζεστές ηφαιστιογενείς πέτρες τοποθετούνται στα σημεία chaktras του σώματος και άλλες πολλές δραστηριότητες που μπορείτε να απολαύσετε στο κέντρο υδροθεραπείας Gelina Spa.

Ακόμα ο τουρισμός υγείας, ιαματικός τουρισμός και θερμαλισμός βρίσκει εφαρμογή και σε ένα ακόμα μέρος όπως είναι το Royal Mare

Thalasso (Aldemar Thalasso). Κατά την άφιξή σας στο Royal Mare Thalasso, σας υποδέχεται η ιατρική ομάδα του κέντρου και σας συστήνει τη σειρά περιποιήσεων που ανταποκρίνεται καλύτερα στις ανάγκες σας. Υπάρχουν διάφορες εσωτερικές πισίνες με μεγάλη ποικιλία υδρομασάζ, νερό με πίεση, λουτρά, ντους κ.λπ. Επίσης στο Royal Mare Thalasso θα βρείτε κέντρο αισθητικής όπου σας υποδέχεται μια έμπειρη ομάδα αισθητικών σε σύγχρονες, ευρύχωρες και φωτεινές καμπίνες. Στο γυμναστήριο οι έμπειροι γυμναστές του κέντρου είναι στη διάθεσή σας για να διαμορφώσουν το δικό σας πρόγραμμα εκγύμνασης και ο διαιτολόγος του κέντρου θα σας προτείνει ένα πρόγραμμα ισορροπημένης διατροφής προσαρμοσμένο στις ανάγκες σας και το οποίο μπορείτε να εφαρμόσετε στο ειδικό διαιτητικό εστιατόριο «Harmonia» που στεγάζεται στο ξενοδοχείο. Όσον αφορά τη φιλοξενία η πραγματικά μεγαλόπρεπη αυτή μονάδα, με δωμάτια και σουίτες που συνδέονται άμεσα με το κέντρο θαλασσοθεραπείας, σας σαγηνεύει με την αισθητική της και την επιβλητική της πολυτέλεια. Άνεση εκλεπτυσμένη όσο και απροσποίητη, 24ωρο room service, 14 πισίνες, κάποιες από τις οποίες βρίσκονται μπροστά ακριβώς από τα δωμάτια ή τις σουίτες.

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

2.7) Συμπέρασμα.

Είναι γεγονός ότι ο παραδοσιακός ιαματικός τουρισμός και στη χώρα μας και διεθνώς αντιμετωπίζει προβλήματα. Πρώτο γιατί οι παραδοσιακές λουτρικές εγκαταστάσεις έχουν ελλειμματική και μη λειτουργική υποδομή, ο εξοπλισμός τους είναι ανεπαρκής και η στελέχωσή τους ελλιπής, ιδίως σε επιστημονικό προσωπικό. Δεύτερο γιατί απευθύνεται σε ένα ειδικό τύπο τουριστών, ηλικιωμένων και γερόντων, με προβλήματα υγείας και με χαμηλά εισοδήματα. Τρίτο γιατί προσφέρει μια μικρή γκάμα προϊόντων, κυρίως τα προϊόντα της υδροθεραπείας που δεν ζητούνται και από τουρίστες μικρότερης ηλικίας. Και τέταρτο γιατί υπάρχουν επιστημονικές απόψεις που αμφισβητούν τις θεραπευτικές ιδιότητες των ιαματικών νερών, ενώ επισημαίνουν και το πιθανό κίνδυνο

που προέρχεται από τις ραδιούχες ιαματικές πηγές. Είναι επίσης γεγονός ότι ο ιαματικός τουρισμός έχει και πολλά πλεονεκτήματα. Είναι παραδοσιακά και ιστορικά καταξιωμένος. Κατά τη γνώμη των υποστηρικτών του ποτέ κανείς δεν έπαθε κάτι από τη χρήση των ιαματικών νερών. Είναι φιλική προς το περιβάλλον εναλλακτική μορφή τουρισμού και σαν τέτοια υποστηρίζεται από πολλές ομάδες πληθυσμού. Αναπτύσσεται στο φυσικό περιβάλλον που συχνά είναι ιδιαίτερου φυσικού κάλλους και μακριά από τις ψυχοσωματικές επιβαρύνσεις των αστικών κέντρων. Υποστηρίζεται από τη πολιτεία, από ασφαλιστικούς οργανισμούς και από ασφαλιστικές εταιρείες. Και τέλος διαθέτει και μια υποδομή που στο σύνολό της δεν είναι απορριπτέα. Μπορεί να είναι ελλειμματική ή μη λειτουργική αλλά μπορεί να εκσυγχρονιστεί.

Είναι τέλος γεγονός ότι ο τουρισμός υγείας στην ευρεία του έννοια είναι μια καινούργια τουριστική δραστηριότητα που διεθνώς παρουσιάζει δυναμική και συνεχή αύξηση. Και αυτό γιατί κατόρθωσε να απαλλαγεί από όλα τα δυσμενή στοιχεία του ιαματικού τουρισμού, να κρατήσει όλα τα πλεονεκτήματά του και επιπλέον να δημιουργήσει νέα και πολλά τουριστικά προϊόντα που απευθύνονται σε όλες τις ηλικίες και που ικανοποιούν όλες τις ανάγκες. Επιπλέον γιατί χρησιμοποιεί τις μεθόδους της ορθόδοξης ιατρικής χωρίς να απορρίπτει αυτές της εναλλακτικής ιατρικής. Και γιατί είναι απαλλαγμένος από τα δεκανίκια της δημόσιας διαχείρισης και εφαρμόζει τις σύγχρονες μεθόδους της αγοράς. Με βάση αυτά τα πραγματικά γεγονότα, η διαχείριση του ιαματικού τουρισμού πρέπει να έχει έναν και μόνο προσανατολισμό. Πώς να μετατραπεί σε τουρισμό υγείας. Η μετατροπή του είναι ευκολότερη από όσο είναι η διατήρηση της παραδοσιακής του μορφής που δεν ανταποκρίνεται πλέον στις σύγχρονες τουριστικές ανάγκες και στις ανάγκες υγείας, υγιεινής και φυσικής διαβίωσης, ομορφιάς κ.λπ. στις οποίες ανταποκρίνεται ο τουρισμός υγείας. Έτσι μια σωστή διαχείριση του ιαματικού αλλά και του τουρισμού υγείας μπορεί να συνοψιστεί στα εξής :

- Ναι στη διατήρηση του ιαματικού τουρισμού με τη μορφή όμως του τουρισμού υγείας.
- Ναι στα πλεονεκτήματα του ιαματικού τουρισμού και όχι στα μειονεκτήματα που πρέπει να εξαλειφθούν.
- Ναι στη διαχείριση του τουρισμού υγείας σύμφωνα με τους κανόνες της φιλελεύθερης αγοράς.
- Ναι σε ένα ενιαίο πρότυπο διαχείρισης όλων των ιαματικών πηγών και ναι στη θεσμοθέτηση ενός αναπτυξιακού φορέα του τουρισμού υγείας μέσα στα πλαίσια της γενικότερης τουριστικής ανάπτυξης.

3) Τα επαγγελματικά ταξίδια – επαγγελματικός τουρισμός – συνεδριακός τουρισμός – τουρισμός εκθέσεων – τουρισμός κινήτρων.

3.1) Εννοιολογικοί προσδιορισμοί.

Επαγγελματικά ταξίδια ονομάζονται τα ταξίδια που γίνονται «χάριν του επαγγέλματος». Είναι τα ταξίδια που κάνουν οι διάφοροι επαγγελματίες για διάφορους επαγγελματικούς σκοπούς. Όταν οι επαγγελματίες κατά τη διάρκεια αυτών των ταξιδιών έχουν, εκτός από τις επαγγελματικές και τουριστικές δραστηριότητες, τότε αναπτύσσεται η εναλλακτική μορφή τουρισμού που ονομάζεται επαγγελματικός τουρισμός. Ο επαγγελματικός τουρισμός έχει μερικότερες διακρίσεις ανάλογες με το κριτήριο του σκοπού για τον οποίο γίνεται το επαγγελματικό ταξίδι. Αν ο σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή των επαγγελματιών σε ένα συνέδριο τότε αναπτύσσεται η εναλλακτική μορφή τουρισμού που ονομάζεται συνεδριακός τουρισμός. Αν ο σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή των επαγγελματιών σε μια έκθεση τότε πρόκειται για το τουρισμό εκθέσεων. Αν ο σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή των επαγγελματιών σε επαγγελματικές συγκεντρώσεις τότε αναπτύσσονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που παίρνουν το όνομά τους από το είδος των συγκεντρώσεων, τουρισμός σεμιναρίων, τουρισμός συμποσίων, συσκέψεων κ.λπ. Αν το ταξίδι είναι ένα τουριστικό πακέτο που δίδεται στους επαγγελματίες σαν δώρο / αμοιβή για τη καλή τους απόδοση, τότε πρόκειται για τον τουρισμό κινήτρων, αφού τα τουριστικά πακέτα είναι κίνητρα που ωθούν τους επαγγελματίες σε μεγαλύτερες από τις συνηθισμένες αποδόσεις.

Δεν θεωρούνται τουριστικά επαγγελματικά ταξίδια και δεν προσδιορίζουν καμία μορφή τουρισμού, οι εκδρομές των επαγγελματιών, τα άσχετα με το επάγγελμά τους ταξίδια τους και τα οιασδήποτε μορφής ταξίδια που δεν περιλαμβάνουν τουριστικές δραστηριότητες και έχουν μόνο ποριστικό σκοπό (ταξίδια αντιπροσώπων, πωλητών, μετόχων, συμβούλων, εμπειρογνομόνων κ.λπ.). Ο επαγγελματικός τουρισμός είναι μια από τις νεότερες μορφές τουρισμού. Εμφανίστηκε στις ΗΠΑ τη δεκαετία του 1960 και διαδόθηκε αμέσως μετά στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης και στην Ιαπωνία και αργότερα σε όλες τις ανεπτυγμένες χώρες. Σήμερα αντιπροσωπεύει το 40% της συνολικής παγκόσμιας τουριστικής αγοράς με αυξητικές τάσεις. Αυτό σημαίνει ότι από τα 1 – 1,5 δισεκατομμύρια των ανθρώπων που κάνουν παγκοσμίως κάθε χρόνο τουρισμό (600 εκατομμύρια διεθνή τουρισμό και 1 δις περίπου εσωτερικό), τα 400 – 600 εκατομμύρια εμπλέκονται στον επαγγελματικό τουρισμό, δίδοντάς του τη πρώτη θέση μεταξύ όλων των μορφών τουρισμού, στον ετήσιο ρυθμό μεγέθυνσης στα τελευταία 40 χρόνια.

3.2) Ο συνεδριακός τουρισμός.

α) Έννοια, στοιχεία και διαδικασία του συνεδριακού τουρισμού.

Συνέδριο, στην ελληνική γλώσσα, σημαίνει σύναξη ατόμων σε ένα χώρο, για να συζητήσουν και να πάρουν αποφάσεις για σημαντικά και κοινού ενδιαφέροντος θέματα. Συνεκδοχικά, συνέδριο σημαίνει και το σύνολο των ατόμων που παίρνει μέρος σε αυτή τη συγκέντρωση (σύναψη) που ονομάζονται συνέδριοι. Όταν το συνέδριο γίνεται σε διαφορετικό τόπο από εκείνο της μόνιμης κατοικίας των συνέδρων, είναι αναγκαία η μετακίνησή τους. Και όταν τα προς συζήτηση θέματα είναι επαγγελματικά, τότε η μετακίνηση ονομάζεται επαγγελματικό ταξίδι. Όταν, τέλος, το επαγγελματικό ταξίδι εμπλουτιστεί με τουριστικά προϊόντα προς χάριν των συνέδρων, τότε γίνεται λόγος για συνεδριακό τουρισμό. Έτσι, συνεδριακός τουρισμός, είναι ο τουρισμός που γίνεται κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου, στο οποίο οι συνέδριοι, που έχουν επαγγελματική ιδιότητα, ενημερώνονται, συζητούν και παίρνουν αποφάσεις για σημαντικά και κοινού ενδιαφέροντος θέματα, αλλά στον εκτός συνεδρίου χρόνο έχουν τουριστικές δραστηριότητες. Από το παραπάνω ορισμό προκύπτουν οι παράγοντες ή στοιχεία του συνεδριακού τουρισμού, που είναι :

- οι συνέδριοι / τουρίστες
- ο τόπος του συνεδρίου (τουριστικός προορισμός)
- ο χώρος του συνεδρίου (το συνεδριακό κέντρο)
- ο σκοπός του συνεδρίου (ο λόγος για τον οποίο γίνεται το συνέδριο)
- η τουριστική «επένδυση» του συνεδρίου (το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών που παρέχεται στους συνέδρους)
- η διοίκηση (management) του συνεδρίου (διαχείριση, οργάνωση, υποστήριξη κ.λπ.)

Σήμερα ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί την κυριότερη μορφή του επαγγελματικού τουρισμού και αντιπροσωπεύει το 40% της συνολικής επαγγελματικής τουριστικής αγοράς δηλαδή το 16% της συνολικής παγκόσμιας τουριστικής αγοράς. Ο συνεδριακός τουρισμός υποστασιοποιείται με την εξής γενική διαδικασία : Αν μια επιχείρηση, ή ένας επαγγελματικός σύλλογος ή μια επιστημονική ένωση ή ένα σωματείο ή ένα οποιοδήποτε και για οποιονδήποτε σκοπό συγκροτημένο σύνολο, θέλει να γνωστοποιήσει μια δραστηριότητά του, να επιδείξει ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία, να κάνει μια επιστημονική ανακοίνωση, να παρουσιάσει τις νέες εξελίξεις της επιστήμης και τεχνολογίας, να κοινοποιήσει νέες γνώσεις, να κάνει δημόσιες σχέσεις, να προωθήσει τη πολιτική marketing κ.λπ. τότε αποφασίζει να οργανώσει, να χρηματοδοτήσει και να πραγματοποιήσει ένα συνέδριο, σε ένα συνεδριακό κέντρο που βρίσκεται σε ένα κατάλληλο και όμορφο τουριστικό προορισμό και να προσφέρει στους συνέδρους εντελώς

δωρεάν ελκυστικά και ακριβά τουριστικά προϊόντα με σκοπό να τους κάνει να ασπαστούν τις απόψεις του ή να τους «προσεταιριστεί», στις επαγγελματικές επιδιώξεις του με απώτερο στόχο την εξασφάλιση επαγγελματικού έμμεσου ή άμεσου οφέλους.

β) Οι αδυναμίες του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας.

Σαν κυριότερες αδυναμίες του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας μπορούν να αναφερθούν οι παρακάτω :

- (1) Η χώρα μας δεν μπορεί να φιλοξενήσει μεγάλα συνέδρια γιατί δεν υπάρχει συνεδριακό κέντρο χωρητικότητας πάνω από 2.000 συνέδρους και όπως ήδη αναφέρθηκε τα συνέδρια μεγαλύτερου μεγέθους γίνονται σε άλλους χώρους (στάδιο Ειρήνης και Φιλίας, Ολυμπιακό Στάδιο) που εξοπλίζονται προσωρινά για να λειτουργήσουν σαν συνεδριακοί χώροι.
- (2) Οι γνωστές τουριστικές αδυναμίες της χώρας μας (χαμηλής ποιότητας τουριστικές υπηρεσίες, κακές συγκοινωνίες, υποβαθμισμένοι κόμβοι συγκοινωνιών κ.λπ.) επιδρούν δυσμενώς στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.
- (3) Η εκπαίδευση στο συνεδριακό τουρισμό θεωρείται ελλιπής σε όλες τις τουριστικές σχολές και η έλλειψη κατάλληλου προσωπικού οργάνωσης και διαχείρισης συνεδρίων είναι εμφανής κατά τη διαδικασία στελέχωσης των συνεδριακών χώρων.
- (4) Η μη επαρκής προβολή και η μη σωστή χρήση των πλεονεκτημάτων της χώρας μας σαν ελκυστικού προορισμού φιλοξενίας συνεδρίων εκ μέρους των φορέων του συνεδριακού τουρισμού μειώνει την εξωτερική συνεδριακή πελατεία.
- (5) Μη ικανοποιητική ανάπτυξη του θαλάσσιου συνεδριακού τουρισμού σε σύγκριση με τη διατιθέμενη υποδομή (ελληνικές θάλασσες και στόλος κρουαζιερόπλοιων), αν και τα τελευταία χρόνια παρατηρείται έντονη δραστηριότητα στο τομέα αυτό.
- (6) Οι περισσότεροι συνεδριακοί χώροι βρίσκονται σε ξενοδοχεία που λειτουργούν εποχιακά για την εξυπηρέτηση των αναγκών του μαζικού παράκτιου θερινού τουρισμού, σε κεκορεσμένες τουριστικά περιοχές και παρά τις ομολογουμένως φιλότιμες προσπάθειες των ιδιοκτητών τους για τη φιλοξενία των συνεδρίων εκτός της τουριστικής εποχής, ακόμη και κατά τη διάρκεια του χειμώνα, τα αποτελέσματα δεν είναι ακόμη ικανοποιητικά.
- (7) Η απροθυμία των ελληνικών επιχειρήσεων να διοργανώσουν συνέδρια και να τα εκμεταλλεύονται σαν αποτελεσματικό εργαλείο marketing, μειώνει την εσωτερική συνεδριακή πελατεία. Η απροθυμία αυτή οφείλεται στην έλλειψη εμπειριών και γνώσεων, στο μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων και στο μεγάλο κόστος των συνεδρίων που οι επιχειρηματίες θεωρούν βέβαιη δαπάνη έναντι της αβέβαιης μελλοντικής ωφέλειάς τους από τα συνέδρια.

3.2.1) Συμπεράσματα – Προτάσεις :

- (1) Η περαιτέρω ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας είναι και δυνατή και σκόπιμη. Δυνατή γιατί η χώρα μας είναι ένας ελκυστικός τουριστικός προορισμός και διαθέτει επιπλέον τα πολιτιστικά, ιστορικά και κοινωνικά στοιχεία για να ελκύσει την προσοχή των συνέδρων, των φορέων και των οργανωτών των συνεδρίων. Διαθέτει ακόμη αν όχι, την άριστη, την αρκετά ικανοποιητική συνεδριακή υποδομή και άριστη τουριστική εμπειρία.
- (2) Είναι σκόπιμη η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού λόγω των πλεονεκτημάτων της αντιεποχικής μορφής τουρισμού και των υψηλών τιμών των συνεδριακών προϊόντων.
- (3) Η χώρα μας μέσω των συνεδρίων και των ικανοποιημένων συνέδρων γίνεται γνωστότερη, διαφημίζεται και προβάλλεται γιατί συχνά οι σύνεδροι είναι διαμορφωτές της κοινής γνώμης.
- (4) Οι ικανοποιημένοι σύνεδροι είναι σίγουρο ότι θα ξαναέλθουν στη χώρα μας σαν τουρίστες μιας άλλης μορφής τουρισμού και θα φέρουν μαζί τους περισσότερους τουρίστες.
- (5) Η υπάρχουσα υποδομή του θαλάσσιου συνεδριακού τουρισμού επιτρέπει ιδιαίτερα τη φιλοξενία πλωτών συνεδρίων.
- (6) Πολλά από τα συνέδρια θεωρούνται πηγές γνώσεων και πληροφοριών και τέτοιες πηγές είναι σκόπιμο να φιλοξενούνται στη χώρα μας, αφού οι Έλληνες σύνεδροι επιστήμονες και επαγγελματίες, σίγουρα θα αποκτήσουν ευκολότερα και φθηνότερα αυτές τις γνώσεις και πληροφορίες.
- (7) Χρειάζεται η συμβολή όλων και της πολιτείας και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, σε όλους τους τομείς για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, της πιο πλούσιας και συναλλαγματοφόρας μορφής τουρισμού.

3.3) Τουρισμός Εκθέσεων.

Έκθεση είναι η πράξη με την οποία εκτίθεται κάτι, δηλαδή τοποθετείται σε δημοσιο χώρο για κοινή θέα, επίδειξη ή διαφήμιση. Τα εκτιθέμενα ή εκθέματα είναι δυνατόν να είναι προϊόντα, έργα τέχνης και διάφορες υπηρεσίες. Στην πράξη, έκθεση σημαίνει τη συγκέντρωση προϊόντων έργων τέχνης και υπηρεσιών σε ένα κοινό χώρο, που ονομάζεται εκθεσιακός χώρος, για να επιδειχθούν στους επισκέπτες του χώρου, για να τα γνωρίσουν, να τα θαυμάσουν ή να τα αγοράσουν. Η πρώτη μορφή των εκθέσεων ήταν οι εμποροπανηγύρεις κατά τις οποίες συγκεντρώνονται οι έμποροι με τα εμπορεύματά τους σε ένα τόπο με την

ευκαιρία μιας εορτής (πανηγυριού), με σκοπό να τα πωλήσουν στους επισκέπτες που πήγαιναν στο πανηγύρι.

α) Τα στοιχεία της έκθεσης.

Από τον ορισμό της έκθεσης προκύπτει ότι τα στοιχεία της είναι :

- Τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που εκτίθενται, που ονομάζονται και εκθέματα.
- Οι παραγωγοί των εκτιθέμενων προϊόντων και υπηρεσιών που ονομάζονται εκθέτες.
- Ο χώρος της έκθεσης που ονομάζεται εκθεσιακός χώρος.
- Οι οργανωτές της έκθεσης που μπορεί να είναι οι ίδιοι οι εκθέτες ή επαγγελματίες οργανωτές εκθέσεων που αναλαμβάνουν την οργάνωση και διαχείριση των εκθέσεων.
- Οι επισκέπτες που επισκέπτονται το χώρο της έκθεσης για να δουν τα εκθέματα που αν ταξίδεψαν γι' αυτή την επίσκεψη, παίρνουν την ιδιότητα του τουρίστα.

Ο συνδυασμός των δραστηριοτήτων της έκθεσης και της τουριστικής επίσκεψης συγκροτεί τη θεματική εναλλακτική μορφή τουρισμού.

β) Σκοπός των εκθέσεων.

Σήμερα ο σκοπός των εκθέσεων δεν είναι μόνο εμπορικός. Μπορεί να είναι πολιτιστικός, κοινωνικός, επετειακός, τουριστικός κ.λπ. ή να εξυπηρετεί άλλους σκοπούς όπως τους σκοπούς του marketing, των πωλήσεων, της διαφήμισης και των δημόσιων σχέσεων, των συνεδρίων κ.λπ. Σαν μερικότεροι σκοποί των εκθέσεων μπορούν να αναφερθούν οι παρακάτω :

- Να παρουσιάσουν και να προβάλλουν προϊόντα, υπηρεσίες, έργα τέχνης, αρχεία και ενθυμήματα και άλλα δημιουργήματα της ανθρώπινης προσπάθειας. Αυτά τα εκθέματα είναι δυνατό να είναι νέα, καλύτερα ή διαφορετικά των υπαρχόντων, μοναδικά και επίκαιρα, αλλά σε κάθε περίπτωση πρέπει να είναι αξιοθέατα.
- Να διεγείρουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών, μέσω της επίδειξης και της καλαισθητής τοποθέτησης των εκθεμάτων, με απώτερο σκοπό να γίνουν αγοραστές των εκθεμάτων.
- Να αναπτυχθούν εμπορικές σχέσεις μεταξύ των εκθετών και των επισκεπτών.
- Να αναπτυχθούν εμπορικές σχέσεις μεταξύ των εκθετών της ίδιας έκθεσης.
- Να ενισχυθούν παράλληλες συνεδριακές δραστηριότητες που έχουν σχετικό με τα εκθέματα αντικείμενο.
- Να αναπτυχθούν εμπορικές σχέσεις μεταξύ των χωρών που συμμετέχουν σε μια διεθνή έκθεση, μέσω των εκθετών τους.
- Να προβληθεί και να διαφημιστεί μια χώρα μέσω των εκθεμάτων που εκθέτει σε μια διεθνή έκθεση.

- Να προβληθεί και να διαφημιστεί μια χώρα που φιλοξενεί μια διεθνή έκθεση μέσω των αλλοδαπών εκθετών.
- Να προωθηθούν άλλες δραστηριότητες (π.χ. ο τουρισμός, η εκπαίδευση κ.λπ.).

γ) Διάκριση των εκθέσεων.

Οι εκθέσεις διακρίνονται ανάλογα με τη φύση των εκθεμάτων, τους μερικότερους σκοπούς προς τους οποίους αποβλέπουν με το χρόνο λειτουργίας τους, τον τόπο προέλευσης των εκθετών και ανάλογα με το είδος των εκθεσιακών χώρων.

i) Ανάλογα με τη φύση των εκθεμάτων.

- Γενικές, όταν εκτίθενται πολλά είδη εκθεμάτων.
- Ειδικές, όταν εκτίθεται μόνο ένα είδος εκθεμάτων.
- Κλαδικές, όταν εκτίθενται εκθέματα ενός μόνο κλάδου (γεωργία, βιομηχανίας κ.λπ.).

ii) Ανάλογα με τους μερικότερους σκοπούς των εκθέσεων.

- Εμπορικές, όταν ο σκοπός είναι η ανάπτυξη εμπορικών σχέσεων.
- Επιστημονικές, όταν ο σκοπός είναι η προβολή της επιστήμης.
- Πολιτιστικές, όταν ο σκοπός είναι η προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Καλλιτεχνικές, όταν ο σκοπός είναι η προβολή της τέχνης.
- Επετειακές, όταν ο σκοπός είναι ο εορτασμός μιας επετείου κ.λπ.

iii) Ανάλογα με το χρόνο λειτουργίας τους.

- Διαρκείς, όταν λειτουργούν διαρκώς.
- Περιοδικές, όταν λειτουργούν κατά τακτά χρονικά διαστήματα (ετήσιες, διετείς κ.λπ.).

iv) Ανάλογα με το τόπο προέλευσης των εκθετών.

- Τοπικές, όταν οι εκθέτες έχουν τοπική προέλευση.
- Εθνικές, όταν οι εκθέτες προέρχονται από όλη τη χώρα.
- Παγκόσμιες, όταν οι εκθέσεις είναι διεθνείς με παγκόσμιο ενδιαφέρον.

v) Ανάλογα με το είδος των εκθεσιακών χώρων.

- Υπαίθριες, όταν ο εκθεσιακός χώρος είναι υπαίθριος (πλατείες, πάρκα, στάδια κ.λπ.).
- Στεγασμένες, όταν ο εκθεσιακός χώρος είναι ειδικά εκθεσιακοί χώροι, ειδικές αίθουσες ή χώροι ξενοδοχείων ή άλλων κτιριακών εγκαταστάσεων κατάλληλα διαρρυθμισμένοι.
- Μικτές, όταν ένα μέρος τους είναι υπαίθριο και ένα μέρος τους στεγάζεται.

δ) Η σύνδεση των εκθέσεων με το τουρισμό – ο εκθεσιακός τουρισμός.

Αν οι επισκέπτες μιας έκθεσης πρέπει να ταξιδέψουν από το τόπο όπου ζουν και εργάζονται στο τόπο που γίνεται η έκθεση, τότε όπως ήδη αναφέρθηκε οι επισκέπτες αυτοί αποκτούν την τουριστική ιδιότητα και κάνουν εκθεσιακό τουρισμό. Περίπτωση εκθεσιακού τουρισμού υπάρχει και για τους εκθέτες και τους συνοδούς τους, για τους οργανωτές των εκθέσεων και για το βοηθητικό προσωπικό όταν μετακινούνται από το

τόπο της διαμονής τους για να μεταβούν στο τόπο όπου γίνεται η έκθεση και στα περιθώρια της έκθεσης έχουν τουριστικές δραστηριότητες. Αν η έκθεση γίνεται στο τόπο όπου ζουν και εργάζονται μόνιμα οι εκθέτες, οι οργανωτές, το βοηθητικό προσωπικό και οι επισκέπτες της έκθεσης τότε δεν αναπτύσσεται εκθεσιακός τουρισμός. Και στη πράξη αυτή είναι η συνηθισμένη περίπτωση. Γεννάται όμως το ερώτημα. Είναι τόσο πολλοί οι επισκέπτες και οι λοιποί εμπλεκόμενοι σε μια εκθεσιακή εκδήλωση και οι οποίοι «ταξιδεύουν» γίνονται δηλαδή τουρίστες, ώστε η τουριστική τους δραστηριότητα να δημιουργεί μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, αυτή του εκθεσιακού τουρισμού. Η απάντηση είναι καταφατική. Και δικαιολογείται από τους αριθμούς των επισκεπτών των διεθνών εκθέσεων που αναφέρθηκαν παραπάνω από τους οποίους οι περισσότεροι «ταξίδεψαν» για να επισκεφθούν τις εκθέσεις. Στη χώρα μας έχουμε μόνο τη περίπτωση της διεθνούς εκθέσεως Θεσσαλονίκης κατά τη διάρκεια της οποίας ο πληθυσμός της πόλης σχεδόν διπλασιάζεται, ένα μεγάλο μέρος δε των επισκεπτών είναι επισκέπτες – τουρίστες. Διεθνώς ο εκθεσιακός τουρισμός αυξάνεται κατά 1-1,5% ετησίως. Οι λόγοι αυτής της αύξησης είναι κυρίως δυο. Ο πρώτος είναι η σύνδεση των εκθέσεων με τα συνέδρια που ολοένα και αυξάνονται. Ο δεύτερος είναι ότι οι εκθέσεις γίνονται ελκυστικότερες και αξιοθαύμαστες, αλλά κυρίως χρησιμοποιούνται σαν εργαλείο του marketing, εργαλείο που οδηγεί σε καλά επαγγελματικά αποτελέσματα. Τα ποσοστά της αύξησης του εκθεσιακού τουρισμού στις χώρες της Ευρώπης είναι πολύ μεγαλύτερα και στη δεκαετία του 1980 έφθασαν κατά μέσο όρο το 7,5% ετησίως.

3.3.1) Τελική παρατήρηση.

Ο τουρισμός εκθέσεων, αποτελεί μια μορφή του επαγγελματικού τουρισμού και τα κύρια χαρακτηριστικά του είναι παρόμοια ή συμπίπτουν με τα χαρακτηριστικά του συνεδριακού τουρισμού. Είναι αντιεποχικός, χρησιμοποιεί τους ίδιους χώρους που χρησιμοποιεί ο συνεδριακός τουρισμός, οργανώνεται από τους ίδιους επαγγελματίες, θεωρείται συναλλαγματοφόρος και «πλούσιος» τουρισμός, διοικείται από τους ίδιους φορείς και χρησιμοποιείται όπως και ο συνεδριακός, σαν εργαλείο marketing για προώθηση των πωλήσεων και την επίτευξη γενικότερων επιδιώξεων.

3.4) Τουρισμός κινήτρων.

α) Βασικοί ορισμοί.

Κίνητρο είναι μια εσωτερική κατάσταση που ενεργοποιεί, δραστηριοποιεί ή υποκινεί ένα άτομο και το αναγκάζουν να διαμορφώσει μια συμπεριφορά και να προβεί σε ενέργειες που έχουν σκοπό την

επίτευξη ενός επιθυμητού στόχου. Ο επιθυμητός στόχος είναι συνήθως η ικανοποίηση μιας ανθρώπινης ανάγκης ή μιας επιθυμίας συνειδητής ή υποσυνείδητης. Τέτοιες ανάγκες είναι κατά τη γνωστή και κοινώς παραδεκτή θεωρία ιεράρχησης αναγκών του Maslow, οι φυσιολογικές ή βιοποριστικές ή βασικές ή πρωτογενείς ανάγκες, οι ανάγκες ασφάλειας, οι κοινωνικές ανάγκες, οι ανάγκες αυτοεκτίμησης και οι ανάγκες της αυτοπραγμάτωσης ή αυτοολοκλήρωσης. Η επιθυμία ικανοποίησης αυτών των αναγκών είναι το κίνητρο που υποκινεί το άτομο να εκδηλώσει δραστηριότητες για να το κατορθώσει. Και όσο πιο έντονη είναι η επιθυμία τόσο πιο οξύ είναι το κίνητρο. Ο τρόπος με τον οποίο επιτυγχάνεται η ικανοποίηση είναι οι δραστηριότητες που εκδηλώνει το άτομο. Υποκίνηση είναι η διαδικασία της παρακίνησης του ατόμου για να εκδηλώσει αυτές τις δραστηριότητες. Τη θεωρία της υποκίνησης χρησιμοποίησαν από πολύ νωρίς οι managers των επιχειρήσεων οι οποίοι διεγείροντας την επιθυμία εκπλήρωσης των αναγκών των εργαζομένων τους ανάγκαζαν να αυξήσουν την παραγωγικότητά τους για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους. Πολύ συχνά σαν κίνητρο χρησιμοποιείται ένα τουριστικό πακέτο που ικανοποιεί τις τουριστικές ανάγκες των εργαζομένων οι οποίοι για να το αποκτήσουν αυξάνουν τη παραγωγικότητά τους. Σ' αυτή τη περίπτωση αναπτύσσεται ο τουρισμός κινήτρων που μπορεί να οριστεί σα τουρισμός που κάνουν οι εργαζόμενοι όταν παίρνουν σαν δώρο για την αυξημένη παραγωγικότητά τους ένα τουριστικό πακέτο. Το πεδίο εφαρμογής του τουρισμού κινήτρων είναι κυρίως οι επιχειρήσεις πωλήσεων και τα τουριστικά πακέτα / κίνητρα δίδονται δωρεάν στους πωλητές σαν βραβεία της επιτυχίας τους να υπερβούν ένα προκαθορισμένο ύψος πωλήσεων, ύστερα από ένα χρονικά προσδιορισμένο συναγωνισμό μεταξύ τους. Η θεωρία του τουρισμού κινήτρων περιλαμβάνει στοιχεία από τη θεωρία της υποκίνησης, τη θεωρία του marketing και τη γενική θεωρία του τουρισμού.

β) Το τουριστικό κίνητρο.

Ένα από τα πιο δελεαστικά κίνητρα το οποίο χρησιμοποιούν ευρέως τα τελευταία χρόνια οι επιχειρήσεις, είναι το τουριστικό κίνητρο, που αντιπροσωπεύει τη δωρεάν χορήγηση ενός μικρής διάρκειας και πολυτελούς ταξιδιού στους εργαζομένους που θα επιτύχουν ένα σκορ απόδοσης ύστερα από μια περίοδο συναγωνισμού με τους συνάδελφους τους. Είναι δηλαδή ένα βραβείο που παίρνει ένας πωλητής, ένας υπάλληλος, ένας dealer, ένας αντιπρόσωπος ή ένας συνέταιρος, ύστερα από συναγωνισμό που έχει με τους κατ' επάγγελμα και δραστηριότητα συναδέλφους του, όταν επιτύχει ένα προκαθορισμένο στόχο που θέτουν οι οργανωτές του τουρισμού κινήτρων. Το τουριστικό κίνητρο αποδείχτηκε ένα από τα πιο ισχυρά και δελεαστικά κίνητρα για τους γενικούς λόγους που εξηγούν την εκρηκτική ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου και την επιδίωξη των ανθρώπων να ικανοποιήσουν τις

τουριστικές τους ανάγκες, τις οποίες θεωρούν πλέον πρωταρχικές. Ειδικότερα όμως επισημαίνονται οι παρακάτω :

- (1) Στη σημερινή μετά – υλιστική εποχή ο τουρισμός έχει καθιερωθεί σαν αγαθό πρώτης ανάγκης και αποτελεί ένα κοινωνικό «πρέπει». Ένα απαραίτητο συμπλήρωμα της κοινωνικής ζωής. Ένα δείγμα της κοινωνικής καταξίωσης, της επαγγελματικής επιτυχίας και της οικονομικής ευμάρειας. Το γόητρο (prestige) αυτών που ταξιδεύουν είναι μεγαλύτερο και το κοινωνικό τους status υψηλότερο. Ο τουρισμός ανοίγει νέους ορίζοντες. Οι τουρίστες αποκτούν εμπειρίες και έρχονται σε επαφή με άλλους ανθρώπους και άλλους πολιτισμούς. Η ψυχολογική ευεργετική επίδραση του τουρισμού είναι αναμφισβήτητη.
- (2) Ο τουρισμός κινήτρων γίνεται σε επιπλέον χρόνο διακοπών, που παρέχεται για αυτό το σκοπό. Και επειδή ο χρόνος διακοπών των εργαζομένων είναι περιορισμένος και πάντοτε ανεπαρκής για τις τουριστικές ανάγκες τους, ο επιπλέον χρόνος κάνει το κίνητρο ισχυρότερο.
- (3) Παρά τη καθιέρωση του τουρισμού σαν κοινωνικού αγαθού πρώτης ανάγκης, εξακολουθεί να παραμένει ακριβός και δυσπρόσιτος στους μεσαίου οικονομικού επιπέδου εργαζομένους. Η δωρεάν παροχή του, όπως στη περίπτωση του τουρισμού κινήτρων, ενδυναμώνει επίσης το τουριστικό κίνητρο.
- (4) Το ταξίδι κινήτρων, όπως σχεδιάζεται από τις επιχειρήσεις που το χορηγούν είναι «διαφορετικό» ταξίδι. Είναι πολυτελές, ιδιαίτερο, με άριστες ταξιδιωτικές υπηρεσίες και υπηρεσίες διαμονής και διατροφής, έχει εξωτικούς τόπους προορισμού και εμπλουτίζεται με πρωτόγνωρα happenings. Είναι με λίγα λόγια ένα ταξίδι που ο συνηθισμένος εργαζόμενος δε μπορεί να κάνει μόνος του.
- (5) Ο τουρισμός κινήτρων διαρθρώνεται γύρω από την αναψυχή – ανάπαυση σαν ανταμοιβή για εξαιρετικές αποδόσεις και προσπαθεί να κάνει αυτούς που πέτυχαν αυτές τις αποδόσεις να βιώσουν καταστάσεις που υπερβαίνουν τη καθημερινότητα, καταστάσεις που θα τους μείνουν αξέχαστες και θα τις «κουβεντιάσουν», διαφημίζοντας έτσι τα κίνητρα στους άλλους εργαζομένους και υποκινώντας τους έμμεσα να εμπλακούν στο κυνήγι των εξαιρετικών αποδόσεων.

γ) Τα στοιχεία του τουρισμού κινήτρων.

Ο τρόπος με τον οποίο οι εταιρίες διαχειρίζονται το τουριστικό κίνητρο, αντικατροπτίζεται στο εξής απλουστευμένο παράδειγμα μιας επιχείρησης πωλήσεων που θέτει το στόχο των κινήτρων ως εξής :

«Όποιος από τους πωλητές της επιχείρησης θελήσει και μπορέσει μέχρι τέλος Ιουνίου να επιτύχει πωλήσεις πάνω από 30.000 ευρώ θα κερδίσει ένα τουριστικό πακέτο μιας πενήμερης κρουαζιέρας για δυο άτομα στα

νησιά του Αιγαίου». Στην απλή αυτή πρόταση συμπεριλαμβάνονται όλα τα στοιχεία του τουρισμού κινήτρων που διατυπώνονται ως εξής :

- 1) Καθιερώνει το συναγωνισμό μεταξύ των πωλητών και την ελεύθερη συμμετοχή τους σ' αυτόν (όποιος από τους πωλητές «θελήσει και μπορέσει»).
- 2) Καθορίζει τη διάρκεια του συναγωνισμού («μέχρι τέλος Ιουνίου...»).
- 3) Θέτει το επιδιωκόμενο ύψος (σκορ) των πωλήσεων (ή κάποιας άλλης δραστηριότητας), («πάνω από 30.000 ευρώ»).
- 4) Περιγράφει το κίνητρο («πενθήμερη κρουαζιέρα στα νησιά του Αιγαίου»).
- 5) Εμπλέκει στη διαδικασία των κινήτρων και τις οικογένειες των εργαζομένων («για δυο άτομα»).

Για τα στοιχεία αυτά σημειώνονται αντιστοίχως οι εξής επεξηγήσεις :

α) Παρά το γεγονός ότι ο συναγωνισμός συναντά πολλές φορές την αντίδραση των εργαζομένων και των εργατικών συνδικάτων, για τους λόγους που ήδη αναφέρθηκαν, πολλές εταιρίες τον καθιερώνουν όταν κρίνουν ότι εξυπηρετεί τις επιχειρησιακές ανάγκες τους παρακάμπτοντας τις οποιεσδήποτε αντιδράσεις με τη προαιρετικότητα του συναγωνισμού. Στη περίπτωση αυτή πρέπει :

- Οι κανόνες του συναγωνισμού και ο τρόπος μέτρησης των αποτελεσμάτων του να είναι απλοί, διαφανείς, ευκολονόητοι και πρέπει να παρουσιάζονται λεπτομερώς στους εργαζομένους πριν από την εφαρμογή του.

- Να διευκρινιστεί το προαιρετικό της συμμετοχής στο συναγωνισμό και να τονιστεί ότι η συμμετοχή δεν θα έχει καμία δυσμενή επίδραση στους μη συμμετέχοντες.

- Το θέμα του συναγωνισμού να αφορά το αντικείμενο της κύριας δραστηριότητας της επιχείρησης. Αν π.χ. η επιχείρηση είναι εταιρία πωλήσεων, να αφορά τις πωλήσεις, αν είναι παραγωγική επιχείρηση, να αφορά τον όγκο της παραγωγής, αν είναι μεταφορική επιχείρηση, να αφορά τον όγκο των μεταφερόμενων προϊόντων κ.λπ.

β) Η διάρκεια του συναγωνισμού πρέπει να είναι μικρή για να μη γίνει κουραστικός ή δραστηριότητα ρουτίνας. Στη πράξη η διάρκειά του κυμαίνεται από 3-6 μήνες και σπάνια ένα έτος.

γ) Οι αντικειμενικοί σκοποί και στόχοι του συναγωνισμού και το επιδιωκόμενο σκορ πρέπει να καθορίζονται επακριβώς και να είναι πραγματοποιήσιμοι. Πολύ υψηλοί και δύσκολα επιτυγχανόμενοι στόχοι είναι δυνατόν να αποθαρρύνουν τους υποψήφιους ανταγωνιστές και να αποτρέψουν τη συμμετοχή τους στο συναγωνισμό.

δ) Το ταξίδι κινήτρων πρέπει να είναι υψηλών προδιαγραφών για να αποτελεί ισχυρό κίνητρο. Η εκλογή του τουριστικού προορισμού και η μορφή των τουριστικών δραστηριοτήτων εξαρτώνται από το επαγγελματικό και πνευματικό επίπεδο των συναγωνιστών, από τον

αριθμό τους, από τη περίοδο κατά την οποία θα γίνει το ταξίδι, από τη διάρκεια του ταξιδιού και φυσικά και κύρια από το ύψος της δαπάνης του ταξιδιού. Όπως ήδη αναφέρθηκε, τα ταξίδια κινήτρων είναι ταξίδια πολυτελείας, πανάκριβα, πρωτόγνωρα, εξωτικά και γενικά πολύ διαφορετικά από τα ταξίδια που θα μπορούσαν να κάνουν μόνοι τους οι εργαζόμενοι.

Πολλές εταιρίες που έχουν υιοθετήσει τη διαδικασία του τουρισμού κινήτρων, αναθέτουν την οργάνωση των ταξιδιών σε τουριστικούς επαγγελματίες, άλλες οργανώνουν μόνες τους τα ταξίδια και άλλες εμπλέκουν στην οργάνωσή τους, τους συναγωνιστές και υποψήφιους νικητές.

Ο τελευταίος τρόπος είναι πιο ενδεδειγμένος γιατί δίδει την αίσθηση στους συναγωνιζόμενους ότι «είναι σπουδαίοι», ότι «υπολογίζονται» από τους εργοδότες, ότι ανήκουν στην ομάδα των «διαλεκτών». Και αυτή η αίσθηση ενδυναμώνει φυσικά το κίνητρο.

ε) Επειδή πολλές φορές η κούρσα προς το κίνητρο / βραβείο είναι πολύ κουραστική, ίσως και εξοντωτική, οι εργαζόμενοι δεν τολμούν να εμπλακούν στο συναγωνισμό. Γι'αυτό πολλές επιχειρήσεις εμπλέκουν και τις οικογένειες των εργαζομένων στη διαδικασία των κινήτρων / διακοπών. Γνωστοποιούν δηλαδή με αποστολή επιστολών στις οικογένειες των εργαζομένων τη θέσπιση των κινήτρων, εκθειάζουν τη μοναδικότητα του ταξιδιού, στέλνουν προγράμματα και φανταχτερά prospectus και υποκινούν τις οικογένειες να πείσουν τους εργαζομένους / μέλη τους να συμμετέχουν στο συναγωνισμό και να προσπαθήσουν να διεκδικήσουν το «μαγευτικό» ταξίδι. Και πολλές φορές ένας εργαζόμενος που δεν υποχωρεί στις θελήσεις των εργοδοτών του, υποχωρεί στις θελήσεις της οικογένειάς του.

3.4.1) Τελικά συμπεράσματα.

- 1) Ο τουρισμός κινήτρων χρησιμοποιεί τα συμπεράσματα της θεωρίας υποκίνησης και χρησιμοποιεί ένα τουριστικό πακέτο σαν κίνητρο για όσους επιτύχουν, ύστερα από συναγωνισμό, μια αυξημένη απόδοση.
- 2) Τα κίνητρα εφαρμόστηκαν με διάφορες μορφές, πρώτα στις ΗΠΑ και στην Ιαπωνία από τη δεκαετία του 1960 και από εκεί ήρθαν στην Ευρώπη μέσω των πολυεθνικών εταιριών.
- 3) Στη σημερινή ευρωπαϊκή ένωση και στις επιχειρήσεις της η εφαρμογή των κινήτρων θα εξαπλωθεί υπό τη πίεση του ανταγωνισμού μέσα στη παγκοσμιοποιημένη οικονομία.
- 4) Στη σημερινή μετά-υλιστική εποχή τα χρηματικά και υλικά κίνητρα είχαν την αξία τους ενώ τα κίνητρα της εκπαίδευσης και κατάρτισης, της επαγγελματικής ασφάλειας και του τουρισμού απέκτησαν μεγάλη σπουδαιότητα.

- 5) Ο τουρισμός σαν κίνητρο θεωρείται ισχυρός γιατί ικανοποιεί εσωτερικές και εξωτερικές (κοινωνικές) ανάγκες των εργαζομένων.
- 6) Η ζήτηση των ταξιδιών κινήτρων συνεχώς αυξάνεται γιατί συνεχώς αυξάνεται ο αριθμός των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν τη πολιτική του τουρισμού κινήτρων. Η αντίστοιχη αγορά συνεχώς διευρύνεται και η διαχείριση των ταξιδιών / κινήτρων εξειδικεύεται.
- 7) Ο συναγωνισμός μέσω του οποίου απονέμονται τα τουριστικά πακέτα / βραβεία θεωρείται από πολλούς συγγραφείς και συνδικαλιστικούς φορείς σαν μέσο καταπίεσης και εξαναγκασμού των εργαζομένων και σαν τέτοιος είναι κοινωνικά και ανθρωπιστικά απαράδεκτος. Αν όμως γίνει αποδεκτός από τους εργαζομένους λόγω της εθελοντικής συμμετοχής σε αυτόν, πρέπει να διέπεται από κανόνες διαφάνειας, να είναι μικρής διάρκειας και οι στόχοι του να είναι εύκολα πραγματοποιήσιμοι.

3.5) Παραδείγματα εφαρμογής του συνεδριακού τουρισμού – τουρισμός εκθέσεων – τουρισμός κινήτρων.

Η Ελλάδα με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, το μοναδικό φυσικό περιβάλλον με το ήπιο κλίμα, την πολυμορφία του τουριστικού πλούτου αποτελεί ιδανικό προορισμό για τον παγκόσμιο συνεδριακό τουρισμό, τα ταξίδια κινήτρων και όχι μόνο. Μην ξεχνάμε ότι η ιδέα των συνεδρίων ξεκίνησε από την Αρχαία Ελλάδα με τις Δελφικές Αμφικτιονίες. Η σύγχρονη Ελλάδα βελτίωσε θεαματικά τις υποδομές της και διεξήγαγε τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, κορυφαίο αθλητικό και πολιτιστικό γεγονός στο κόσμο, με απόλυτη επιτυχία. Η χώρα μας με έργα όπως το αεροδρόμιο «Ελευθέριος Βενιζέλος», ένα από τα μεγαλύτερα και πιο σύγχρονα στο κόσμο, τη γέφυρα Ρίου – Αντιρρίου, τους μεγάλους οδικούς άξονες, τα νέα αθλητικά κέντρα και στάδια, τη συνεχή δημιουργία μεγάλων συνεδριακών και εκθεσιακών κέντρων, με πλήθος πολυτελών ξενοδοχείων με συνεδριακές αίθουσες και έμπειρους οργανωτές συνεδρίων, στοχεύει πολύ ψηλά. Μοναδική επιδίωξη των φορέων και επαγγελματιών όπως το Υπουργείο Τουρισμού, το Υπουργείο Ανάπτυξης, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού και ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων (ΣΕΠΟΣ) είναι η προβολή της ανταγωνιστικότητας της χώρας μας, η ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών, η δημιουργία γραφείων πληροφόρησης για τον συνεδριακό τουρισμό που δημιουργούνται στις μεγάλες πόλεις της Ελλάδας όπως το γραφείο Επισκεπτών και Συνεδρίων Θεσσαλονίκης (TCVB), το γραφείο Επισκεπτών και Συνεδρίων στην

Αθήνα (ACVB), το κέντρο Πληροφόρησης Συνεδρίων και Επισκεπτών Έδεσσας και αναμένονται αντίστοιχα γραφεία στη Ρόδο, Κρήτη και Πάτρα. Οι συντονισμένες προσπάθειες που γίνονται από όλους τους φορείς θα βοηθήσουν ώστε η χώρα μας να κερδίσει ένα πολύ μεγαλύτερο μερίδιο από τη πίτα της διεθνούς ανταγωνιστικής συνεδριακής αγοράς και να καθιερωθεί σαν μια ιδανική επιλογή και προορισμός για συνέδρια, ταξίδια κινήτρων και για πληθώρα οργανωμένων και εξειδικευμένων εκδηλώσεων που αποτελούν την βιομηχανία του συνεδριακού τουρισμού. Η HELLENIC SUN EDITIONS με τις ολοκληρωμένες προτάσεις έντυπης και ηλεκτρονικής προβολής, που παρουσιάζει στην ελληνική και διεθνή αγορά, συμβάλλει ουσιαστικά στη διεθνή προβολή της χώρας μας σαν μοναδικού και ιδανικού συνεδριακού προορισμού και σας προσφέρει όλες τις πληροφορίες που χρειάζεστε για τις δυνατότητες της χώρας μας και των επαγγελματιών της, ώστε να οργανώσετε το επόμενο συνέδριο στην Ελλάδα.

Επίσης η GNOMON ΑΕ διαθέτει μια δυναμική, δημιουργική, πρωτοποριακή, ευέλικτη και αποτελεσματική ομάδα από έμπειρους και επιτυχημένους επαγγελματίες έτοιμους να ανταποκριθούν στις ανάγκες του εταιρικού επαγγελματικού τομέα. Η GNOMON γίνεται έτσι το μέσο για το σχεδιασμό, την υλοποίηση και την ολοκληρωμένη διαχείριση κάθε ιδιαίτερου event από την αρχή μέχρι και την αποπεράτωσή του. Η GNOMON διαθέτει τη γνώση ώστε να χρησιμοποιήσει αποτελεσματικά αυτά τα «εργαλεία» για να μετατρέψει τελικά ένα απλό incentive σε μια αξέχαστη εμπειρία, να μετατρέψει ένα επαγγελματικό συνέδριο σε μια ευχάριστη απόδραση και τα σχέδιά σας σε πραγματικά events.

ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ:

Οικοτουρισμός.

1) Έννοια της αειφορίας .

Σε περιοχές όπου επικρατεί ο μαζικός τουρισμός αλλά και που αρχίζει για πρώτη φορά η τουριστική ανάπτυξη άρχισε να αναπτύσσεται ένα είδος εναλλακτικού τουρισμού ο οποίος ονομάζεται αειφόρος τουρισμός. Η ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού πραγματοποιείται για να αντιμετωπιστούν οι ανάγκες του παρόντος, χωρίς να θέτει σε κίνδυνο την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να αντιμετωπίσουν τις δικές τους. Αειφορική τουριστική ανάπτυξη σημαίνει την ανάπτυξη π.χ. ενός τουριστικού προορισμού η οποία πραγματοποιείται χωρίς να καταστρέφεται το ευρύτερο περιβάλλον ή οι πόροι του τουριστικού προορισμού και έτσι να μπορούν μελλοντικά και άλλοι τουρίστες να

προσελκυστούν και να απολαύσουν εξ'ίσου καλά και το περιβάλλον και τους πόρους του. Έτσι λοιπόν και αειφόρος τουρισμός είναι κάθε μορφή τουρισμού που αναπτύσσετε αειφορικά, σύμφωνα δηλαδή με την αρχή της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης. Είναι κάθε μορφή τουρισμού που δε βλάπτει, υποβαθμίζει ή καταστρέφει το περιβάλλον του τουριστικού προορισμού (φυσικό, πολιτιστικό, κοινωνικό, οικονομικό) και δεν εξαντλεί ή αλλοιώνει τους πόρους του .

2) Έννοια του οικοτουρισμού .

Ο οικοτουρισμός είναι μια αειφορική μορφή τουρισμού, ο οποίος για να οριστεί και καταταχθεί ικανοποιητικό πρέπει πρώτα να κατανοηθούν οι έννοιες του εναλλακτικού τουρισμού, της αειφορικής ανάπτυξης και του αειφόρου τουρισμού. Ο οικοτουρισμός είναι γνωστός και με άλλα ονόματα, όπως οικολογικός τουρισμός, περιβαλλοντικός και φυσιολατρικός τουρισμός και με διάφορους επιθετικούς προσδιορισμούς, όπως ήπιος, μαλακός, πράσινος κ.λπ., που αποδίδονται και σε άλλες μορφές τουρισμού. Υπάρχουν παρά πολλοί ορισμοί για τον οικοτουρισμό αλλά ένας από τους αντιπροσωπευτικότερους ορισμούς είναι ο παρακάτω: Οικοτουρισμός είναι μια αειφορική μορφή τουρισμού υπαίθρου που εστιάζεται πρωτίστως στην απόκτηση εμπειριών και γνώσεων για τη φύση και ο οποίος διαχωρίζεται με τρόπο ώστε να είναι ήπιος, μη καταναλωτικός και τοπικά προσανατολισμένος. Αναπτύσσεται τυπικά σε φυσικές περιοχές και πρέπει να συντελεί στη διατηρησιμότητα και στη συντήρηση αυτών των περιοχών. Σύμφωνα λοιπόν με αυτό τον ορισμό τα κυριότερα χαρακτηριστικά του είναι: **1)** Ο τουριστικός προορισμός ,που είναι πάντοτε η φύση ή ο οίκος του ανθρώπου (από όπου πήρε και το όνομά του), δηλαδή το φυσικό περιβάλλον με όλα τα οικοσυστήματά του, τους φυσικούς πόρους και την άγρια ζωή που διαθέτει. **2)** Το ενδιαφέρον για το περιβάλλον του τουριστικού προορισμού. Το κυριότερο κίνητρο του οικοτουρισμού είναι η γνωριμία, η γνώση και η απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος των τουριστικών προορισμών. Αν αυτό το περιβάλλον αλλοιωθεί ή υποβαθμιστεί ή καταστραφεί θα πάψει πλέον να ελκύει τους οικοτουρίστες αλλά προ παντός θα χάσει τη ταυτότητα του. Και κύριος σκοπός του οικοτουρισμού είναι να διαφυλαχθεί αυτό το περιβάλλον. Διατηρησιμότητα ενός περιβάλλοντος σημαίνει τη διατήρησή του σε τέτοια κατάσταση ώστε να μπορεί να χρησιμοποιείται από τις παρούσες και τις μελλοντικές γενεές με τον ίδιο τρόπο. Να διατηρείται δηλαδή αειφορικό. **3)** Το ενδιαφέρον για το τοπικό πληθυσμό. Ο οικοτουρισμός πρέπει πάντα να έχει τοπικό προσανατολισμό. Να διαχειρίζεται από τον ντόπιο πληθυσμό. Τα κέρδη του να περνούν στο ντόπιο πληθυσμό για να αυξήσουν το χαμηλό πράγματι εισόδημά του και εμμέσως να

χρησιμοποιούνται για τη συντήρηση της τοπικής κοινωνίας και του τοπικού περιβάλλοντος. **4)** Η αειφορία, η ηπιότητα και το μικρό μέγεθος. Εξ'ορισμού ο οικοτουρισμός είναι αειφορικός. Ακολουθεί όλες τις αρχές της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης και το δόγμα του συμπίπτει με το δόγμα του αειφόρου τουρισμού. Και σαν μορφή του εναλλακτικού τουρισμού είναι επίσης ήπιος, μαλακός και αντιμαζικός. **5)** Η γνωριμία με τη φύση, η απόκτηση γνώσεων για τη φύση και η απαίτηση εμπειριών. Οι οικοτουρίστες είναι άνθρωποι που αγαπούν τη φύση, γι'αυτό και ο οικοτουρισμός ονομάζεται και φυσιολατρικός. Θέλουν να γνωριστούν με τη φύση, αν ο τρόπος ζωής τους και το περιβάλλον στο οποίο βρέθηκαν να ζουν, τους την αποστερεί. Θέλουν να μάθουν τη φύση. Να γνωρίσουν τους νόμους της. Θέλουν να αποκτήσουν εμπειρίες από την προσωρινή συμβίωσή τους με τη φύση .

3) Τυπολογία τουριστών, κατηγορίες, προφίλ του οικοτουρίστα .

Ανέκαθεν, η τουριστική έρευνα δε διερευνούσε τους τύπους του τουρισμού αλλά των τουριστών και των διαφόρων χαρακτηριστικών, κινήτρων και αναγκών των ταξιδιωτών. Παρ'ότι αρχικά οι τουριστικοί προορισμοί φαίνονταν να μεταμορφώνονται υπό την επίδραση του τουρισμού, το ίδιο συνέβη και με τους τύπους των τουριστών, είτε ως αποτέλεσμα των αλλαγών αυτών είτε ως υπευθύνων για την έναρξη των αλλαγών στη περιοχή. Οι τουρίστες ομαδοποιούνται σε τέσσερις κατηγορίες, όπου περιλαμβάνονται οι μαζικοί τουρίστες, οι μεμονωμένοι μαζικοί τουρίστες, οι εξερευνητές και οι περιφερόμενοι. Η τυπολογία αυτή αντικατοπτρίζει μια ακολουθία, όπου ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός είναι ο λιγότερο περιπετειώδης τύπος με ελάχιστα κίνητρα για να φύγει από τα όρια, που του θέτει το οικείο περιβάλλον του. Αντίθετα, ο περιφερόμενος, αδιαφορεί για την εμπορική τουριστική επιχείρηση και αναζητά τις πλέον αυθεντικές ταξιδιωτικές εμπειρίες που υπάρχουν. Επίσης αν λάβουμε υπ'όψη μας τις ουσιαστικές διαφορές που υπάρχουν μεταξύ των τύπων των τουριστών υπάρχουν οι «πρωτογενείς» και «δευτερογενής» περιφέρειες. Πρωτογενείς περιφέρειες είναι εκείνες, που βιώνουν οι τουρίστες και στις οποίες οι ταξιδιώτες και οι ντόπιοι κάτοικοι έρχονται σε καθημερινή επαφή μεταξύ τους. Αντίθετα, δευτερογενείς περιφέρειες είναι εκείνες που οι ντόπιοι κάτοικοι «προφυλάσσουν» και οι οποίες δεν έχουν τουριστικό προσανατολισμό. Οι τουρίστες, που επιζητούνε το αυθεντικό, εισβάλλουν στις δευτερογενείς περιφέρειες ελπίζοντας να ανακαλύψουν την καθημερινή, απλή συμπεριφορά των ντόπιων κατοίκων .

Ορισμένες από τις πρώτες έρευνες του οικοτουρισμού επιχείρησαν να ταξινομήσουν τους οικοτουρίστες βάσει περιβάλλοντος, εμπειρίας και

δυναμικής της ομάδας, επίσης δίνοντας έμφαση στη σημασία της αφοσίωσης και του χρόνου για τη διάκριση των τύπων των οικοτουριστών, συμπεριλαμβανομένου αυτού που οι τουρίστες επιθυμούν να βιώσουν μέσα από τον οικοτουρισμό, του μέρους δηλαδή προς το οποίο θέλουν να ταξιδέψουν και του τρόπου με τον οποίο θέλουν να ταξιδέψουν. Έτσι λοιπόν τα προφίλ του οικοτουρίστα κατηγοριοποιούνται στους εξής παρακάτω τύπους: **1)** Οικοτουρίστες «do-it-yourself». Παρά τη σχετική τους ανωνυμία, η ομάδα αυτή συμπεριλαμβάνει το μεγαλύτερο ποσοστό οικοτουριστών. Οι άνθρωποι αυτοί μένουν σε μια ποικιλία τύπων καταλυμάτων και έχουν τη δυνατότητα μετακίνησης, ώστε να μπορούν να επισκέπτονται πολλά μέρη. **2)** Οικοτουρίστες σε γκρουπ. Η ομάδα αυτή αναμένει έναν υψηλό βαθμό οργάνωσης στην περιήγησή της και ταξιδεύει σε εξωτικούς προορισμούς (π.χ.Ανταρκτική). **3)** Σχολικές ομάδες ή επιστημονικά γκρουπ. Η ομάδα αυτή ασχολείται συνήθως με την επιστημονική έρευνα εκ μέρους μιας οργανωμένης ομάδας ή μεμονωμένα, παραμένει στην ίδια περιοχή για μεγάλα χρονικά διαστήματα και είναι πρόθυμη να υπομένει τις χειρότερες συνθήκες σε σχέση με τις άλλες δύο ομάδες. **4)** Απόλυτα φυσικοί τουρίστες. Επιστημονικοί ερευνητές ή μέλη περιηγητικών ομάδων, που έχουν οργανωθεί ειδικά για εκπαιδευτικούς σκοπούς, για την απορρύπανση του περιβάλλοντος, κ.λπ. **5)** Αφοσιωμένοι τουρίστες στην φύση. Άνθρωποι που πραγματοποιούν ταξίδια με στόχο να γνωρίσουν προστατευόμενες φυσικές περιοχές και που ακόμα επιθυμούν να κατανοήσουν τη φυσική και πολιτιστική ιστορία του κάθε τόπου. **6)** Κοινότυποι τουρίστες της φύσης. Άνθρωποι που επισκέπτονται τον Αμαζόνιο, το πάρκο γοριλών στη Ρουάντα και άλλους προορισμούς, κυρίως για να πραγματοποιήσουν ένα ασυνήθιστο ταξίδι. **7)** Περιστασιακοί τουρίστες της φύσης. Άνθρωποι που βιώνουν τη φύση περιστασιακά, ως μέρος ενός ευρύτερου ταξιδιού .

4) Φυσικοί πόροι, περιβάλλον, εκμετάλλευση, διαχείριση οικοσυστημάτων. Πάρκα και προστατευόμενες περιοχές .

Οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τους φυσικούς πόρους για εργασία αλλά και αναψυχή. Στο χώρο εργασίας, οι εργαζόμενοι χρησιμοποιούν τους άλλους ανθρώπους (ανθρώπινοι πόροι), τις εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό (υλικοί πόροι) και ορισμένες φορές το φυσικό περιβάλλον (φυσικοί πόροι), για να πραγματοποιήσουν διάφορες εργασίες. Το ίδιο ισχύει και κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού, όμως στην περίπτωση αυτή το κέντρο σύγκλισης των κινήτρων αλλάζει, ώστε να συμπεριλάβει τη χρήση αυτών των πόρων, μεμονωμένα ή σε ένα συνδυασμό, για την

ικανοποίηση διαφόρων προσωπικών αναγκών και προσδοκιών. Οι πόροι δεν είναι αλλά γίνονται. Δεν είναι στατικοί αλλά επεκτείνονται και ανταποκρίνονται κάθε φορά ανάλογα με τις ανθρώπινες δραστηριότητες. Αυτό σημαίνει, ότι τα στοιχεία που συνιστούν τους φυσικούς πόρους, όπως τα δέντρα, οι πέτρες, το νερό, κ.λπ., δεν αποτελούν πόρους παρά μόνο όταν είναι στοιχεία ικανά να ικανοποιήσουν ανθρώπινες ανάγκες. Υπάρχουν στοιχεία του περιβάλλοντος, που δεν έχουν καμία ωφέλεια για τον άνθρωπο ως «ουδέτερα πράγματα». Όσο περισσότερο ερευνά η ανθρωπότητα το φυσικό κόσμο, τόσο περισσότερα από τα ουδέτερα αυτά πράγματα μεταμορφώνονται σε πόρους. Υπάρχουν ανεπτυγμένοι και μη-ανεπτυγμένοι πόροι. Οι ανεπτυγμένοι πόροι διαβίωσης περιλαμβάνουν τις εθνικές οδικές αρτηρίες, τις εγκαταστάσεις, τα έργα αποχέτευσης, τα κτίρια και πολλά άλλα, που διευκολύνουν τη χρήση της συγκεκριμένης περιοχής. Αντίθετα, μη ανεπτυγμένους πόρους βρίσκουμε σε αστικά και φυσικά περιβάλλοντα, όμως ο βαθμός, στον οποίο αναγνωρίζονται ως τέτοιοι, εξαρτάται από το άτομο και πιθανότατα από τη κατάσταση. Υπάρχουν επτά τύποι μη-ανεπτυγμένων πόρων, όπως αυτοί σχετίζονται με την υπαίθρια αναψυχή και συνεπώς και τον τουρισμό: **1)** Γεωγραφική θέση. Τα χαρακτηριστικά του χώρου που, μαζί με ορισμένες άλλες μεταβλητές, καθορίζουν τις συνθήκες για συμμετοχή σε μια δραστηριότητα (π.χ.σκι). **2)** Κλίμα και καιρός. Καθορίζεται από το γεωγραφικό πλάτος και το υψόμετρο σε σχέση με μεγάλες εκτάσεις, βουνά, θαλάσσια ρεύματα και ρεύματα αέρος σε μεγάλα υψόμετρα. Μαζί με τη γεωλογία, το κλίμα αποτελεί κύριο παράγοντα ελέγχου του φυσικού περιβάλλοντος, επηρεάζοντας το έδαφος, τη βλάστηση, τα ζώα και τη λειτουργία των γεωμορφολογικών διαδικασιών, όπως ο πάγος και ο αέρας. **3)** Τοπογραφία και γνωρίσματα του εδάφους. Το ευρύτερο σχήμα της επιφάνειας της γης (τοπογραφία) και τα στοιχεία της επιφάνειας, που καθιστούν μοναδικές ορισμένες γεωγραφικές περιοχές (γνωρίσματα εδάφους). **4)** Εδαφικά υλικά. Η φύση των υλών που συνθέτουν την επιφάνεια της γης, όπως οι πέτρες, η άμμος, τα απολιθώματα, τα μεταλλεύματα, το χώμα, κ.λπ. **5)** Νερό. Το στοιχείο αυτό παίζει κεντρικό ρόλο στον προσδιορισμό του τύπου και του επιπέδου της συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής σε θαλάσσιο περιβάλλον, καθώς και σε περιοχές γλυκού νερού (λίμνες, ποτάμια). **6)** Βλάστηση. Η βλάστηση αφορά τη συνολική φυτική ζωή ή κάλυψη, που υπάρχει σε μια περιοχή. Πολλές φορές, η αναψυχή εξαρτάται από τη βλάστηση άμεσα (τουρίστες που φωτογραφίζουν μοναδικά είδη βλάστησης) ή έμμεσα (δέντρα που λειτουργούν ως ανεμοφράχτες για τους σκιέρ). **7)** Πανίδα. Τα ζώα μπορεί να παίξουν σημαντικό ρόλο στις δραστηριότητες αναψυχής, που είναι είτε καταναλωτικές είτε μη-καταναλωτικές. Οι μορφές της καταναλωτικής αναψυχής αντιμετωπίζουν την πανίδα από την άποψη ότι τα ζώα έχουν μια ωφέλιμη ή κυριαρχική λειτουργία (π.χ. ψάρεμα, κυνήγι). Οι μη

καταναλωτικές μορφές αναψυχής, αντιθέτως, ασκούν ηπιότερες επιδράσεις στο φυσικό πλούτο (π.χ. παρατήρηση πουλιών). Θα πρέπει να τονίσουμε ότι οι φυσικοί αυτοί πόροι μπορεί να λειτουργήσουν είτε ως καταλύτες για την προσέλκυση των ανθρώπων σε μια τουριστική περιοχή, είτε ως εμπόδια για τον τουρισμό.

Ενώ παλαιότερα η ανθρωπότητα αποτελούσε μέρος της φύσης, τους τελευταίους αιώνες οι άνθρωποι εξελίχθηκαν σε εκμεταλλευτές της φύσης και του φυσικού πλούτου. Η βάση πάνω στην οποία στηρίζεται το επιχείρημα αυτό, είναι ο τρόπος με τον οποίο ο καπιταλισμός πόλωσε την ανθρωπότητα και τη φύση επιμένοντας ότι «είναι θέλημα του Θεού ο άνθρωπος να εκμεταλλευτεί τη γη για τους δικούς του σκοπούς». Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο που ενίσχυσε την κυριαρχία των ανθρώπων επί της φύσης, ήταν ο φόβος για το άγνωστο. Αν και κατά το μεσαίωνα πολλοί επιστήμονες είχαν αρχίσει να απομυθοποιούν ορισμένα φυσικά φαινόμενα, η έλλειψη γνώσεων σχετικά με την ολότητα και την αλληλεξάρτηση των φυσικών στοιχείων συνέβαλε στην άποψη ότι συγκεκριμένες περιοχές –όπως οι φυσικές και αδιατάρακτες – έπρεπε να καθυποταχθούν. Η γη και τα ζώα ταξινομήθηκαν σε δυο κατηγορίες, ως ήμερα και άγρια, καλλιεργημένα και ακαλλιεργητα, οικόσιτα ή άγρια. Ο βιβλιογραφικός όγκος που υπάρχει για το θέμα των σχέσεων ανθρώπου – φύσης συμφωνεί στο ότι δεν υπάρχει κανένα υλικό αντικείμενο ή χώρος, που να μπορεί να χαρακτηριστεί ως «άγρια φύση». Η άγρια φύση είναι ένας όρος, που δημιουργεί συγκεκριμένα αισθήματα ή σκέψεις στους ανθρώπους και ο οποίος λαμβάνει χώρα στο μυαλό του κάθε ανθρώπου ως ένας νοητός χώρος. Έτσι, για έναν άνθρωπο, μια περιοχή μπορεί να χαρακτηρίζεται ως άγρια φύση, ενώ για κάποιον άλλο όχι.

Τα πάρκα και οι προστατευόμενες περιοχές προκαλούν την αίσθηση του μυστηρίου στους ταξιδιώτες εκείνους, που ενδιαφέρονται να γνωρίσουν τα πλέον αντιπροσωπευτικά δείγματα της φύσης. Οι επισκέψεις στα πάρκα μπορεί να αυξάνονται ακριβώς και μόνο επειδή πρόκειται για πάρκα. Με άλλα λόγια, τα πάρκα και οι προστατευόμενες περιοχές προσφέρουν μεγαλύτερη ψυχαγωγική δυνατότητα, απλά και μόνο επειδή αναγνωρίζονται ως πάρκα. Τα πάρκα δημιουργήθηκαν για να εμποδίσουν την εκμετάλλευση της φύσης και του περιβάλλοντος, με κύριο στόχο την αναψυχή και τελικά την επιστημονική έρευνα. Υπάρχουν όμως και εθνικά πάρκα που δημιουργήθηκαν για πολιτικούς και οικονομικούς λόγους, όπως η συγκέντρωση τουριστικών χρημάτων (BANFF, Καναδάς). Ο κυριότερος στόχος τους, όμως, είναι η εξισορρόπηση της ψυχαγωγικής χρήσης με την προστασία των μοναδικών αυτών φυσικών περιοχών. Δεν υπήρξε ποτέ πλήρης ανάπτυξη ή ειδική πρόνοια στην έννοια συντήρησης των πάρκων. Παρ'όλα αυτά, καθώς αυξάνεται διαρκώς το σύστημα των προστατευόμενων περιοχών, βελτιώνεται και η όλη φιλοσοφία της διαχείρισης των πάρκων, αναγνωρίζοντας ότι οι χώροι αυτοί δεν υπάρχουν ως οικολογικές οάσεις αλλά πρέπει να διοικηθούν σύμφωνα με τις ισχύουσες περιβαλλοντικές διατάξεις μέσα

και έξω από τα όριά τους. Τα πάρκα σήμερα εξυπηρετούν μια ποικιλία στόχων αλλά ταυτόχρονα αντιμετωπίζουν πολλές πιέσεις, κάνοντας μια απλή αναφορά στη διοχέτευση χημικών λιπασμάτων μέσα στα πάρκα από τα γειτονικά αγροκτήματα, στη τάση που σημειώνεται από τους ντόπιους κατοίκους να εκμεταλλεύονται τους φυσικούς πόρους των πάρκων, στα πολιτικά συμφέροντα που επηρεάζουν τη διαχείριση των πάρκων, στην υπερβολική και ταχεία αύξηση του πληθυσμού και στον κατακερματισμό των οικοσυστημάτων. Ο αυξημένος όμως αριθμός των τουριστικών επισκέψεων στα πάρκα αποτελεί και ένα από τα κυριότερα προβλήματα, που αντιμετωπίζουν τα πάρκα και οι προστατευόμενες περιοχές. Υπάρχουν όμως και προβλήματα μεταξύ πάρκων και ντόπιων πληθυσμών. Η απαγόρευση της πρόσβασης σε φυσικούς χώρους, που ανέκαθεν χρησιμοποιούνταν και οι οχλήσεις, που προκαλεί ο τουρισμός στην τοπική κουλτούρα και οικονομία, οδήγησαν σε μια εχθρική στάση απέναντι στα πάρκα. Επτά βασικά εμπόδια υπάρχουν για την αποτελεσματική διαχείριση των σχέσεων πάρκων-ανθρώπων και η οποία προκύπτει από τη θεσμοθετημένη δομή των εθνικών πάρκων: **α)** η απουσία εμπιστοσύνης μεταξύ των ντόπιων κατοίκων και των υπεύθυνων αρχών, **β)** η απουσία επικοινωνίας μεταξύ των ντόπιων κατοίκων και των υπεύθυνων αρχών, **γ)** ο μεγάλος αριθμός των διαφορετικών συμφερόντων, που εμπλέκονται σε ένα πάρκο, **δ)** η πόλωση της εξουσίας μεταξύ κυβέρνησης και ντόπιου πληθυσμού, **ε)** το ρίσκο και η αβεβαιότητα που υπάρχει σε κάθε προσπάθεια εξομάλυνσης των διαφορών, **ς)** η πίεση για την αποδοχή συμφωνιών μεταξύ του πάρκου και του ντόπιου πληθυσμού, **η)** και η απουσία ευκαιριών συμμετοχής στη λήψη αποφάσεων.

Η διαχείριση των πάρκων εξελίχθηκε σταδιακά, με το πέρασμα του χρόνου. Ένα από τα χαρακτηριστικότερα παραδείγματα αυτής της εξέλιξης, είναι η ανάπτυξη της φιλοσοφίας της διαχείρισης του οικοσυστήματος, που ήταν απόρροια της συνειδητοποίησης ότι, για να προστατέψουμε αποτελεσματικά το περιβάλλον, θα πρέπει να κατανοήσουμε επιστημονικά τις σχέσεις και τις διαδικασίες, που υπάρχουν μέσα σε έναν τέτοιο χώρο. Επιπλέον, όταν έγινε ξεκάθαρο ότι η οικολογική βιωσιμότητα είναι εφικτή μόνο μέσα από μια ουσιαστική κοινωνική αλλαγή, η θεωρία των βιολογικών και κοινωνικών συστημάτων έγινε η βάση για την αρχή της διαχείρισης του οικοσυστήματος. Η διαχείριση των οικοσυστημάτων περιλαμβάνει τη ρύθμιση της εσωτερικής δομής και λειτουργίας ενός οικοσυστήματος για την επίτευξη κοινωνικά επιθυμητών συνθηκών. Περιλαμβάνει, μέσα σε έναν επιλεγμένο και όχι πάντα στατικό γεωγραφικό χώρο, το συνηθισμένο φάσμα προγραμματικών και διοικητικών δραστηριοτήτων ενοποιημένων σε ένα συστηματικό πλαίσιο, τον προσδιορισμό των θεμάτων και των προβλημάτων μέσα από την έρευνα, τη συμμετοχή του κοινού, την πολιτική ανάλυση, τον καθορισμό στόχων, την ανάπτυξη

προγραμμάτων, την κατανομή δραστηριοτήτων της χρήσης, την ανάπτυξη (διαχείριση πόρων), την παρατήρηση και την αξιολόγηση. Αν και ο συντονισμός μεταξύ των διαφόρων φορέων είναι σημαντικό στοιχείο για την επιτυχημένη διαχείριση ενός οικοσυστήματος, δεν αποτελεί από μόνο του ένα στόχο. Η επιτυχία στη διαχείριση ενός οικοσυστήματος αξιολογείται τελικά με βάση τους στόχους που επιτυγχάνονται και όχι τον όγκο του συντονισμού.

Η διαχείριση των οικοσυστημάτων και η ανθρώπινη οικολογία είναι διαφορετικές απόψεις του ίδιου νομίσματος – ένα σημείο όπου οι άνθρωποι οικολόγοι και οι βιολόγοι μπορούν να βρουν κοινά στοιχεία. Υπάρχουν πέντε τρόποι με τους οποίους η ανθρώπινη οικολογία μπορεί να βοηθήσει στη διαχείριση των οικοσυστημάτων: **1)** Παρουσιάζοντας την ιστορία μιας περιοχής σε σχέση με τη φύση, τους ανθρώπους και τις σχέσεις που υπήρχαν μεταξύ τους. **2)** Καταγράφοντας τα ιστορικά στοιχεία, που αναφέρονται στην κουλτούρα που χαρακτηρίζει τους ντόπιους ανθρώπους, όπως η πολιτική και οι θεσμοί, οι αντιλήψεις, οι δοξασίες, οι νοοτροπίες, οι αξίες και η τεχνολογία. **3)** Παρουσιάζοντας την περιοχή χωροταξικά, σε σχέση με τις ομοιότητες και τις διαφορές, που παρατηρούνται σήμερα στο χώρο. **4)** Συνδέοντας τις κοινωνικές επιστήμες με ιδέες ή αρχές άλλων επιστημονικών κλάδων, όπως, για παράδειγμα, με την έννοια του φυσικού τοπίου, που σχετίζεται με την αρχιτεκτονική, τη γεωγραφία, τη γεωλογία και άλλους τομείς, όπως η βιολογία. **5)** Παρουσιάζοντας μια ιστορική αναδρομή με όρους απλούς και κατανοητούς σε ένα ευρύ φάσμα ανθρώπων, προσελκύοντας τους ανθρώπους στους χώρους αλληλεπίδρασης ανθρώπων – φύσης – στα δυναμικά στοιχεία της διαχείρισης των οικοσυστημάτων, από ένα άνθρωπο πρίσμα – υποστηρίζοντας, έτσι, τους ανθρώπους, που έχουν ήδη προσεγγίσει αυτές τις σχέσεις για βιολογικούς ή επιστημονικούς λόγους. Επίσης η ανθρώπινη οικολογία συνδέεται με τη διαχείριση οικοσυστημάτων με μια πολύ πιο άμεση προσέγγιση. Υποστηρίζεται ότι οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τέσσερις ακραίες προσεγγίσεις στην ανθρώπινη οικολογία, προκειμένου να προσδιορίσουν και να παρουσιάσουν τις σχέσεις τους με τον πλανήτη. Οι προσεγγίσεις αυτές είναι: **1)** Κυριαρχία. Αυτό σημαίνει εξουσία από έναν ηγέτη, όπου οι άνθρωποι έχουν αναλάβει την πλήρη ευθύνη για τη γη. Μπορεί να λειτουργήσουν με στόχο την εκμετάλλευση ή την ευημερία, παίζοντας το ρόλο του «βασιλιά». **2)** Υποτέλεια. Εδώ, οι άνθρωποι παίζουν το ρόλο των φροντιστών της γης, αναλαμβάνοντας τη διαχείρισή της, όπως θα έκανε ένας μεσίτης για κάποιον πελάτη. Ο πελάτης μπορεί να είναι ολόκληρο το ανθρώπινο γένος ή και η ίδια η γη. **3)** Συμμετοχή. Αυτός ο ρόλος θεωρεί ότι ο άνθρωπος συμβιώνει με τα άλλα βιολογικά είδη του πλανήτη και συνεπώς υπάρχει η αίσθηση της ισότητας. Οι άνθρωποι φροντίζουν για την ανάπτυξη συνεργατικών ή συμπληρωματικών

σχέσεων, μέσα από τις οποίες ωφελούνται τα άλλα βιολογικά είδη. **4)** Παραίτηση. Εδώ, παραχωρούνται όλα τα δικαιώματα για ευημερία, αν τα δικαιώματα αυτά είναι αντίθετα προς τις λειτουργικές αξίες των άλλων βιολογικών ειδών. Οι άνθρωποι βρίσκονται σε μια σχέση θηράματος – κυνηγιού, όπως και όλα τα άλλα βιολογικά είδη. Το συμπέρασμα που προκύπτει λοιπόν είναι ότι δεν μπορούμε να έχουμε μια αποτελεσματική ανθρώπινη διαχείριση των οικοσυστημάτων, αν δε γνωρίζουμε πρώτα την ακριβή θέση, που κατέχει ο άνθρωπος μέσα στο οικοσύστημα.

5) Κοινωνικό-οικολογικές επιπτώσεις του τουρισμού .

Η τουριστική έρευνα επικεντρώνεται πάντα σε θέματα σχετικά με τις κοινωνικές, οικολογικές και οικονομικές επιπτώσεις της τουριστικής βιομηχανίας. Οι έρευνες των κοινωνικών επιπτώσεων αφορούν συνήθως μια ανάλυση του τρόπου, με τον οποίο η βιομηχανία αυτή επηρεάζει τους ντόπιους κάτοικους και τη ζωή τους, ενώ οι έρευνες των οικολογικών επιπτώσεων έδιναν έμφαση στον τρόπο, με τον οποίο η βιομηχανία μεταμορφώνει τη φυσική μορφή του φυσικού τοπίου. Οι έρευνες αυτές έρχονται σε έντονη αντίθεση με τις έρευνες των οικονομικών συνεπειών, οι περισσότερες εκ των οποίων παρουσιάζουν τη δύναμη, που έχει ο κλάδος αυτός της οικονομίας, στο να δημιουργεί εισόδημα για την κοινότητα, την περιφέρεια ή και ολόκληρη τη χώρα .

Ο τουρισμός, καθώς αναπτύσσεται και καταλαμβάνει μεγαλύτερα μερίδια της τοπικής οικονομίας, ασκεί επιδράσεις στους ντόπιους κατοίκους και στο περιβάλλον τους. Η στάση των ντόπιων κατοίκων απέναντι στο τουρισμό περνάει μέσα από τέσσερα στάδια, αυτά είναι: **α)** Ευφορία. Οι τουρίστες είναι ευπρόσδεκτοι, με ελάχιστο έλεγχο ή προγραμματισμό από πλευράς τοπικής κοινότητας. **β)** Απάθεια. Οι τουρίστες θεωρούνται ως δεδομένοι και η σχέση μεταξύ των δυο πλευρών γίνεται πιο τυπική ή εμπορευματοποιημένη. Ο προγραμματισμός αφορά κυρίως το μάρκετινγκ του οικοτουριστικού προϊόντος. **γ)** Ενόχληση. Καθώς συνεχίζεται ο κορεσμός της βιομηχανίας, οι ντόπιοι κάτοικοι έχουν αμφιβολίες σχετικά με τη θέση του τουρισμού. Οι υπεύθυνοι φορείς, αντί να περιορίσουν την ανάπτυξη, αυξάνουν την υποδομή. **δ)** Ανταγωνισμός. Η αρνητική στάση απέναντι στους τουρίστες είναι πλέον εμφανής. Η οικοδιαχείριση έχει αποφέρει πλήγματα στη φύση, όμως εντείνονται οι διαφημιστικές προσπάθειες, ώστε να αντισταθμιστεί η αρνητική φήμη της περιοχής. Μια αξιοσημείωτη επίπτωση του τουρισμού στις παραδοσιακές αξίες ενός λαού είναι το φαινόμενο της μίμησης, όπου τα τοπικά πρότυπα κατανάλωσης αλλάζουν μιμούμενα αυτά των τουριστών, παρά το γεγονός ότι οι ντόπιοι κάτοικοι έβλεπαν τη μια πλευρά των τουριστών, που σπανίως είναι αντιπροσωπευτική των αξιών που ακολουθούν στην

πατρίδα τους (π.χ. ο τρόπος με τον οποίο ξοδεύουν τα χρήματα τους). Τα ξένα και άγνωστα υλικά αγαθά σπανίως είναι επιθυμητά στους ντόπιους πριν της εισόδου μιας κοινότητας στον τουρισμό και για τους περισσότερους κάτοικους των αναπτυσσόμενων χωρών, τα αγαθά αυτά παραμένουν πέραν των οικονομικών τους δυνατοτήτων. Τα πολιτιστικά αποθέματα νοθεύονται, προκειμένου να γίνουν πιο κατανοητά και συνεπώς να πωλούνται πιο εύκολα στους τουρίστες. Όσο εξασθενούν οι ντόπιες τέχνες, τόσο μειώνεται και το ενδιαφέρον των ντόπιων κατοίκων προς αυτές. Αυτός ο κατακερματισμός της κουλτούρας συμβαίνει σε πολλά επίπεδα μέσα σε έναν τουριστικό προορισμό και αφορά κυρίως την πορνεία, την εγκληματικότητα, τη διάβρωση της γλώσσας για χάρη πιο διεθνών διαλέκτων, τη διάβρωση των παραδόσεων, που είτε λησμονούνται, είτε αλλάζουν από τους τουρίστες, τις διαφοροποιήσεις στην τοπική μουσική και στις άλλες μορφές τέχνης, τα εδέσματα με τη μορφή μιας πιο διεθνοποιημένης κουζίνας, την αρχιτεκτονική, την ένδυση, τις οικογενειακές σχέσεις και σε πολλές περιπτώσεις, πλήττεται και η θρησκεία. Αναγνωρίζοντας λοιπόν την ύπαρξη κοινωνικών επιπτώσεων σε έναν τουριστικό προορισμό, επισημαίνονται ορισμένα σημεία, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως ενδεικτικά σημεία των επιπτώσεων. Αυτά είναι: **1)** ο αριθμός των τουριστών, **2)** ο τύπος των τουριστών, **3)** το στάδιο στο οποίο βρίσκεται η τουριστική ανάπτυξη, **4)** η διαφορά στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας που υποδέχεται τον τουρισμό και της χώρας που αποτελεί αφετηρία του τουριστικού ρεύματος, **5)** η διαφορά στους πολιτιστικούς κανόνες μεταξύ της χώρας υποδοχής και της χώρας του τουριστικού ρεύματος, **6)** η συνολική έκταση της περιοχής, που επηρεάζεται η πυκνότητα των κατοίκων από το τουριστικό πληθυσμό, **7)** η έκταση στην οποία ο τουρισμός απολαμβάνει τις υπηρεσίες από εργάτες – μετανάστες, **8)** ο βαθμός στον οποίο οι εισερχόμενοι τουρίστες αγοράζουν εκτάσεις και ακίνητα, **9)** ο βαθμός στον οποίο οι ντόπιοι κάτοικοι διατηρούν την ιδιοκτησία των ακινήτων και των τουριστικών εγκαταστάσεων, **10)** η νοοτροπία της εκάστοτε πολιτείας, **11)** οι πεποιθήσεις των κοινοτήτων υποδοχής και η ισχύς των πεποιθήσεων, **12)** ο βαθμός μεταβλητότητας σε άλλες δυνάμεις της τεχνολογικής, κοινωνικής και οικονομικής αλλαγής, **13)** οι πολιτικές που υιοθετούνται σε σχέση με την τουριστική τεχνική προώθησης των πωλήσεων, **14)** το μάρκετινγκ γενικά του τουριστικού προορισμού και η εικόνα που δημιουργείται για αυτόν το προορισμό, **15)** η ομοιογένεια της κοινότητας υποδοχής, **16)** ο βαθμός ευκολίας στην πρόσβαση του τουριστικού προορισμού και **17)** η δυναμική των καλλιτεχνικών ή ντόπιων παραδόσεων καθώς και η φύση αυτών των παραδόσεων. Οι ανησυχίες σχετικά με τις οικολογικές επιπτώσεις του τουρισμού άρχισαν να εντείνονται κατά τις δεκαετίες του 1960 και 1970, όταν ορισμένοι παράγοντες συνειδητοποίησαν ότι η τουριστική βιομηχανία

είχε τη δυνατότητα να διαμορφώνει είτε εν μέρει είτε ολοκληρωτικά έναν τουριστικό προορισμό κατά τρόπο αρνητικό. Η ευαισθητοποίηση σε περιβαλλοντικά θέματα στο χώρο των τουριστικών ερευνών σημείωσε τεράστια ανάπτυξη στα μέσα της δεκαετίας του 1970. Τρία διαφορετικά «επίπεδα» προσδιορίζονται στις σχέσεις του τουρισμού με τη διατήρηση του περιβάλλοντος: σύγκρουση, συνύπαρξη και συμβίωση. Η επέκταση του τουρισμού είχε μια αναπόφευκτη επίδραση στους φυσικούς πόρους, στους οποίους στηριζόταν, με αποτέλεσμα να θεωρηθεί ότι την εποχή εκείνη η σχέση αυτή οδηγούσε από τη συνύπαρξη στη σύγκρουση. Οι φυσικοί πόροι παίζουν το ρόλο των πρώτων υλών για το τουρισμό, μέσα όμως από τη κακή χρήση και τη κατάχρηση χάνουν την αξία τους. Ως χαρακτηριστικά παραδείγματα τουριστικής ανάπτυξης, που υποτάσσει για πάντα το περιβάλλον στη δική της χρήση είναι οι βουνοπλαγιές, που χρησιμοποιούνται ως πίστες για σκι, τα παραθεριστικά θέρετρα, τους χώρους κατασκήνωσης και τα αεροδρόμια. Ενώ υπάρχουν πολλές τουριστικές έρευνες, που εστιάζονται στα οικονομικά οφέλη, που προσφέρει ο τουρισμός, υπάρχει επίσης και ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, που αναφέρεται στις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού, όπως η μόλυνση, ο συνωστισμός του πληθυσμού, η καταστροφή της φυσικής κληρονομιάς, η εξαφάνιση της χρήσης της γης, οι αρνητικές επιδράσεις στα οικοσυστήματα, η απώλεια της πανίδας και της χλωρίδας και η εντατικοποίηση της αστικοποίησης. Καθ' όλη τη δεκαετία του 1980 η τουριστική έρευνα για τις οικολογικές επιπτώσεις του τουρισμού εντάθηκε, χάρη στο πλούτο των πληροφοριών, που προέκυψαν για τις σχέσεις τουρισμού – διατήρησης περιβάλλοντος και της ανάγκης ανεύρεσης μιας λύσης στο πρόβλημα της υπερπήδησης των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού. Η χρήση των τουριστικών πόρων αν αφεθεί ανεξέλεγκτη τότε υπάρχει κίνδυνος υποβάθμισης ή και καταστροφής του περιβάλλοντος. Η ικανοποίηση των τουριστικών απαιτήσεων δεν πρέπει να γίνεται σε βάρος των κοινωνικών και οικονομικών συμφερόντων του πληθυσμού τουριστικών περιοχών, ούτε προς το περιβάλλον και μάλιστα, ούτε στους φυσικούς πόρους, που αποτελούν τους πόλους έλξης του τουρισμού σε ιστορικούς αλλά και σε πολιτιστικούς χώρους. Όλοι οι τουριστικοί πόροι αποτελούν μέρος της κληρονομιάς της ανθρωπότητας. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990 σημειώθηκαν αρκετές θετικές αλλαγές στην έρευνα του τουρισμού – περιβάλλοντος, αλλαγές που σχετίζονται με την καλύτερη κατανόηση του τρόπου, με τον οποίο η τουριστική βιομηχανία μπορεί να συμβιβάσει την ακεραιότητα του φυσικού κόσμου. Ειδικότερα, οι ερευνητικές προσπάθειες επιχείρησαν κατά πρώτον να εστιάσουν την προσοχή τους στις επιδράσεις, που ασκεί ο τουρισμός σε ορισμένες χαρακτηριστικές περιπτώσεις, όπως αυτές παρουσιάζονται στα τουριστικά και μη έντυπα και κατά δεύτερον να συμβάλλουν στο σχεδιασμό ενός καλύτερου μέσου αξιολόγησης των επιδράσεων αυτών. Επίσης δεν υπάρχει καμία σχεδόν αμφιβολία ότι τα οφέλη, που μπορούν να προκύψουν μέσα από τη συμμετοχή των ντόπιων

κατοίκων ενός τουριστικού προορισμού στον προγραμματισμό και την ανάπτυξη ενός έργου οικοτουριστικού περιεχομένου, είναι μεγάλα. Κατά τη διερεύνηση κι άλλων προϊόντων αναψυχής, ο όρος «θετική επίδραση» αναφέρεται στην ανάγκη, που έχουν οι άνθρωποι να ασκήσουν κάποιο επίπεδο ελέγχου, όσο μικρό κι αν είναι αυτό, στη διαμόρφωση της ψυχαγωγικής τους εμπειρίας (π.χ. μέσα από προτάσεις, συμβουλές, σχόλια, κ.λπ.). Έτσι, τα σωστά στελέχη διαχείρισης γνωρίζουν ότι πολλές θετικές εμπειρίες στηρίζονται στην ικανοποίηση, που νοιώθει ένας άνθρωπος, όταν του ζητείται να κάνει κάποια σχόλια για ένα πρόγραμμα, στο οποίο συμμετείχε ή θα συμμετάσχει. Στην περίπτωση της τουριστικής ανάπτυξης, η θετική επίδραση μας προσφέρει ένα θεωρητικό υπόβαθρο, πάνω στο οποίο μπορούμε να επιτρέψουμε στους ντόπιους κατοίκους να ελέγξουν, στο βαθμό που αυτό είναι εφικτό και τα γεγονότα που θα λάβουν χώρα στη κοινότητά τους.

6) Οικοτουρισμός και τουριστική πολιτική .

Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις μπορούν να ελαχιστοποιηθούν μέσα από τη χρήση ενός συνδυασμού παραγόντων, όπως ο προγραμματισμός και οι κανόνες, τα κίνητρα για την ενθάρρυνση ή την αποθάρρυνση συγκεκριμένων δραστηριοτήτων, την ειδική αντιμετώπιση των περιοχών εκείνων, που δέχονται έντονη χρήση και την εφαρμογή ενημερωτικών προγραμμάτων τόσο στην ίδια περιοχή όσο και έξω από αυτή. Οι τακτικές αυτές είναι απαραίτητες, προκειμένου να διασφαλιστεί μια ομοφωνία μεταξύ τουριστικής ανάπτυξης, ανθρώπων και περιβάλλοντος. Η τουριστική και η οικοτουριστική πολιτική περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα θεμάτων σχετικά με την υλοποίηση τουριστικών προγραμμάτων σε όλο τον κόσμο, σεβόμενη τις κοινωνικές, οικολογικές και οικονομικές σχέσεις, αλλά και εξετάζοντας τον τρόπο, με τον οποίο οι τουρίστες, οι ντόπιοι κάτοικοι, οι φορείς της πολιτείας και άλλοι επηρεάζονται ή επηρεάζουν το τουρισμό. Ένα άλλο σημαντικό θέμα είναι αυτό της θέσπισης κανόνων ως μέσο ενός ισχυρότερου στοιχείου ελέγχου στο τρόπο, με τον οποίο διαμορφώνονται και υλοποιούνται τα προϊόντα του οικοτουρισμού. Έτσι λοιπόν, τουριστική πολιτική είναι η αναγνώριση μιας σειράς στόχων, που βοηθούν ένα φορέα - συνήθως κρατικό - στη διαδικασία προγραμματισμού της τουριστικής βιομηχανίας.

Σε πολλές χώρες, ο οικοτουρισμός βρίσκεται στο στάδιο της πολιτικής σκέψης και πρωτοβουλίας, με παράλληλη αναγνώριση του γεγονότος ότι, για να μπορέσει να συνεχίσει η όλη προσπάθεια, απαιτείται περαιτέρω πολιτικός και κοινωνικό-οικονομικός συντονισμός. Η ανάπτυξη πολιτικών διαδικασιών ξεκίνησε ως αποτέλεσμα της διαφωνίας, που υπήρχε σχετικά με ποια είναι τα στοιχεία, που συνθέτουν μια σωστή οικοτουριστική ανάπτυξη και δραστηριότητα. Ολοένα και περισσότεροι

φορείς υλοποίησης προγραμμάτων και υπεύθυνοι ανάπτυξης συνειδητοποιούν ότι η τουριστική πολιτική πρέπει να περιλαμβάνει όλα εκείνα τα άτομα, που πρόκειται να επηρεαστούν από την ανάπτυξη του οικοτουρισμού. Ορισμένες από τις επηρεαζόμενες αυτές ομάδες είναι το εργατικό δυναμικό των προστατευομένων περιοχών, οι ντόπιες κοινότητες, η τουριστική βιομηχανία, τα οικονομικά ιδρύματα, οι καταναλωτές και τα εθνικά συμβούλια οικοτουρισμού. Για τις περιοχές και τις χώρες, που αποφασίζουν να προγραμματίσουν και να αναπτύξουν μια βιομηχανία οικοτουρισμού, προτείνεται η τήρηση μιας βασικής προγραμματικής συμφωνίας. Η πολιτική που θα ακολουθηθεί θα προκύψει μέσα από την αναγνώριση των προβλημάτων και των εμποδίων, που υπάρχουν στην ανάπτυξη της βιομηχανίας αυτής.

Στην περίπτωση του οικοτουρισμού, η διαδικασία αυτή θα εξελιχθεί μέσα από τη γενικότερη αναπτυξιακή πολιτική και στρατηγική της κυβέρνησης:

- 1)** Προσεκτική προετοιμασία. Περιλαμβάνει την αξιολόγηση του προγραμματισμού, που απαιτείται και την ετοιμασία των όρων αναφοράς.
- 2)** Καθορισμός των στόχων. Οι στόχοι αυτοί θα πρέπει να αντικατοπτρίζουν την ευρύτερη οικοτουριστική πολιτική / στρατηγική της εθνικής ή ντόπιας κυβέρνησης και να περιλαμβάνουν τα σημεία, που έχουν προτεραιότητα όπως η ανάπτυξη, το χρονοδιάγραμμα, το μάρκετινγκ, ο ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης και η διαφύλαξη πολιτιστικής κληρονομιάς.
- 3)** Έρευνα. Πρέπει να γίνει πλήρης καταγραφή και αξιολόγηση των υφισταμένων πόρων και ειδικά σε σχέση με τα αξιοθέατα. Απώτερος στόχος της καταγραφής αυτής, είναι η συσχέτιση των αξιοθέατων με διάφορους οικονομικούς κλάδους και μορφές ανάπτυξης.
- 4)** Ανάλυση και σύνθεση. Το βήμα αυτό περιλαμβάνει τη μελέτη της ιστορίας, που έχει ο τουρισμός στη συγκεκριμένη περιοχή, ανάλυση των παραγόντων που εμποδίζουν την ανάπτυξη, την εξέταση των νομικών θεμάτων, τη χρηματοδότηση, τα φορολογικά κίνητρα, τη προστασία των φυσικών και πολιτιστικών στοιχείων και άλλες μεταβλητές οικονομικής φύσεως.
- 5)** Διαμόρφωση πολιτικής και προγραμμάτων. Μέσα από την ανάλυση, θα αναπτυχθούν πολιτικές, που θα αντικατοπτρίζουν τις οικονομικές, κοινωνικές και οικολογικές ανάγκες της εκάστοτε περιφέρειας. Παράλληλα, θα πρέπει να αναπτυχθούν εναλλακτικές πολιτικές, που θα ελέγχουν τη συμφωνία της κάθε μιας με τη γενικότερη αναπτυξιακή πολιτική της χώρας και μέσα από τις οποίες θα προκύψουν οι τελικές πολιτικές για τους παρακάτω τομείς: υποδομή, ανθρώπινοι πόροι, μεταφορές, συντονισμός οικονομικών κλάδων, ίδρυση συμβουλίων και επιτροπών των περιοχών, φορολογικά κίνητρα και επιχορηγήσεις και δημιουργία τουριστικών προγραμμάτων.
- 6)** Προτάσεις. Το αποτέλεσμα είναι ένα πλάνο, που παρουσιάζει τα αξιοθέατα, τις περιοχές τουριστικής ανάπτυξης, τα δίκτυα μεταφορών, τα δρομολόγια των τουριστικών περιηγήσεων, το σχεδιασμό και τα πρότυπα των εγκαταστάσεων. Επίσης, γίνονται προτάσεις για την

εφαρμογή, τον προσδιορισμό τουριστικών ζωνών, τα μελλοντικά πλάνα της χρήσης γης, τα οικονομικά οφέλη, τη μόρφωση, την εκπαίδευση, τις οικολογικές και κοινωνικές συνέπειες, τα κίνητρα για τον ιδιωτικό τομέα και τη νομοθεσία. **7) Υλοποίηση και έλεγχος.** Πριν από την υλοποίηση, θα πρέπει να γίνει προσεκτικός έλεγχος και νομική αξιολόγηση των πολιτικών και των προγραμμάτων. Είναι απαραίτητη η καθιέρωση επίσημων περιόδων ελέγχου και η δημιουργία ειδικών επιτροπών, που θα βοηθούν στην εφαρμογή ή την καθοδήγηση της εφαρμογής του κάθε σχεδίου. Μια από τις κυριότερες εντολές, που ακολουθούν οι διάφορες τοπικές και επαρχιακές τουριστικές αρχές, είναι η προώθηση του τουρισμού και του οικοτουρισμού στις περιφέρειές τους, μέσα από τη προώθηση νέων προϊόντων, προκειμένου να προσελκύσουν μια μεγαλύτερη τουριστική αγορά. Δεδομένης της μορφής κάτω από την οποία λειτουργούν οι περισσότερες από αυτές τις αρχές (έχουν σχεδιαστεί για τη πραγματοποίηση κερδών μέσα από το μάρκετινγκ και τα κίνητρα), πολλές φορές τα κοινωνικά και οικολογικά στοιχεία, που σχετίζονται με το βιώσιμο τουρισμό και τον οικοτουρισμό λαμβάνουν δευτερεύουσα σημασία. Παρόλα αυτά, υπάρχει μια εντεινόμενη τάση δημιουργίας ειδικών επιτροπών μέσα στις αρχές αυτές για το χειρισμό των θεμάτων, που αφορούν τον οικοτουρισμό και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Ο σωστός λοιπόν προγραμματισμός και η διαχείριση σε σχέση με τη πολιτική και τους κανόνες, είναι στοιχεία απαραίτητα για τη μελλοντική βιωσιμότητα της τουριστικής βιομηχανίας. Αν και ορισμένες κυβερνήσεις αναγνώρισαν από πολύ νωρίς τη σημασία της κυβερνητικής ανάμειξης και κατεύθυνσης για τη βιομηχανία του οικοτουρισμού, ορισμένες άλλες προχωρούν σε πολύ αργούς ρυθμούς. Απαραίτητη προϋπόθεση, για την ανάπτυξη μηχανισμών ελέγχου των επιπτώσεων του οικοτουρισμού στο περιβάλλον και την εξασφάλιση ότι οι εκάστοτε φορείς προσφέρουν ασφαλή και εκπαιδευτικά προγράμματα στους πελάτες τους, είναι η ηγεσία και η συνεργασία μεταξύ της κυβέρνησης και της βιομηχανίας. Οι μηχανισμοί αυτοί θα εμπεριέχουν πολιτικές διαδικασίες, κανόνες, μεθόδους πιστοποίησης και επαγγελματικές αρχές υπό διάφορες μορφές .

7) Οικονομικά του οικοτουρισμού.

Οι ερευνητές σήμερα παρουσιάζουν τη τάση για προβλέψεις σχετικά με την παγκόσμια οικονομική επίδραση, που θα ασκήσει ο οικοτουρισμός, καθώς και τα θέματα των οικονομικών διαρροών και του πολλαπλασιαστικού φαινομένου, τα έσοδα των πάρκων και την οικονομική αξία της γης. Εξετάζοντας τις οικονομικές επιπτώσεις της παγκόσμιας βιομηχανίας του οικοτουρισμού, πολλοί ερευνητές υποστηρίζουν ότι ο οικοτουρισμός αναπτύσσεται σε ταχύτερους ρυθμούς

από ότι η τουριστική βιομηχανία στο σύνολό της, όπου ένα ποσοστό υψηλότερο του 20% της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς αφορά τον οικοτουρισμό. Άλλοι, πάλι, εμφανίζονται περισσότερο επιφυλακτικοί υποστηρίζοντας ότι είναι προτιμότερο να εξετάζουμε την ανάπτυξη του οικοτουρισμού τοπικά και όχι σε ένα γενικό σύνολο. Ερευνητές εκτιμούν ότι η παγκόσμια αξία του οικοτουρισμού το 1980 ήταν 4 δισεκατομμύρια δολάρια, 5 δισεκατομμύρια το 1985 και 10 δισεκατομμύρια το 1989. Επίσης ανέφεραν ότι το 1995 η αξία του οικοτουρισμού θα ήταν 25 δισεκατομμύρια δολάρια, ενώ το 2000 θα έφτανε τα 50 δισεκατομμύρια. Αντίθετα, άλλοι ερευνητές αναφέρουν ότι από τα 2 τρισεκατομμύρια δολάρια, που παράγει κάθε χρόνο ο τουρισμός, τα 17,5 δισεκατομμύρια προέρχονται από τον οικοτουρισμό. Οι στατιστικές αυτές μας αποδεικνύουν τη διχογνωμία, που υπάρχει σχετικά με τις οικονομικές επιδράσεις του οικοτουρισμού. Ένα από τα κυριότερα αίτια, που προκαλούν αυτή την αντίφαση, είναι η έλλειψη ενός ξεκάθαρα ορισμού της έννοιας.

Κύρια θέση στη σκέψη πολλών τοπικών, περιφερειακών και εθνικών αρχών, που φέρουν την ευθύνη για την ανάπτυξη του τουρισμού, είναι η σημασία του κέρδους. Παρόλα αυτά, οι περιφέρειες αυτές δεν είναι ίσες σε σχέση με τη δυνατότητά τους να παράγουν και να διατηρούν τα χρήματα μέσα στην τοπική τους οικονομία. Με άλλα λόγια, παρά το γεγονός ότι ο τουρισμός θα προσφέρει πάντα μια εισροή χρημάτων στις ντόπιες οικονομίες, ο όγκος των χρημάτων, που τελικά θα παραμείνει μέσα στην περιοχή, εξαρτάται από διάφορους παράγοντες. Κατά την αξιολόγηση της επίδρασης που έχουν τα χρήματα σε μια οικονομία, οι οικονομολόγοι θα πρέπει να κατανοήσουν το πολλαπλασιαστικό φαινόμενο και τη σχετική με αυτό έννοια της διαρροής. Σε γενικές γραμμές, όταν σε μια οικονομία εισέρχονται νέα έσοδα μέσα από τον τουρισμό, τα χρήματα αυτά αλλάζουν χέρια πολλές φορές, με αποτέλεσμα να δημιουργείται ένα οικονομικό αποτέλεσμα πολύ μεγαλύτερο από το αρχικό ύψος των τουριστικών δαπανών. Αυτό είναι το λεγόμενο πολλαπλασιαστικό φαινόμενο. Ειδικότερα, τα άμεσα έσοδα είναι το ποσοστό των δαπανηθέντων χρημάτων, που απομένει μετά τη καταβολή των φόρων, των κερδών και των μισθών έξω από τη περιοχή και μετά την αγορά των εισαγόμενων προϊόντων. Τα χρήματα, που απομένουν μετά από τις δαπάνες αυτές, αναφέρονται ως δευτερεύοντα έσοδα, που με τη σειρά τους κυκλοφορούν μέσα στην τοπική οικονομία προκαλώντας έμμεσα έσοδα, που με τη σειρά τους και αυτά θα συνοδευτούν από επιπλέον διαρροές. Οι εθνικοί πολλαπλασιαστές είναι συνήθως και οι υψηλότεροι. Στις λιγότερο ανεπτυγμένες οικονομίες και ιδιαίτερα στις νησιώτικες οικονομίες, οι πολλαπλασιαστές είναι χαμηλότεροι εξαιτίας των υψηλών επιπέδων διαρροών. Είναι προφανές ότι, ακόμα και στις ανεπτυγμένες χώρες οι πολλαπλασιαστές των μικρών πόλεων και χωριών είναι επίσης χαμηλοί λόγω των υψηλών διαρροών που πραγματοποιούνται για την αγορά εισαγόμενων προϊόντων. Τα

επίπεδα των διαρροών προσδιορίζονται μέσα από τον υπολογισμό του ποσοστού των χρημάτων, που ρέουν έξω από τη ντόπια οικονομία .

Προφανώς, οι περιοχές εκείνες, που μπορούν να ελαχιστοποιήσουν το ποσό των χρημάτων που φεύγει από τη τοπική τους οικονομία, θα διατηρήσουν ένα υψηλότερο ποσοστό των αρχικών τουριστικών δαπανών. Οι περιοχές εκείνες που στηρίζονται σε πόρους εκτός της περιφέρειάς τους – ανθρώπινοι, φυσικοί, οικονομικοί – είναι σίγουρο ότι θα παρουσιάσουν μεγάλα επίπεδα διαρροών, αφού θα πρέπει να πληρώσουν για τις υπηρεσίες τους. Μπορεί να ισχύει επίσης το αντίθετο, αφού οι περιοχές εκείνες, που μπορούν να λειτουργήσουν μια τουριστική βιομηχανία στηριζόμενες στους πόρους που διαθέτουν, θα μπορέσουν να αναπτύξουν μια ανθηρή οικονομία. Αυτή η μορφή διαρροών αναφέρεται ως τρόπος υποκατάστασης των εισαγωγών προϊόντων. Πρόκειται για ένα σημαντικότατο όρο στο πλαίσιο του οικοτουρισμού και του βιώσιμου τουρισμού, αφού υπάρχουν πολυάριθμες αποδείξεις ότι ο τουρισμός στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες για παράδειγμα, συναντά εμπόδια εξαιτίας του ελέγχου, που έχουν στα χέρια τους εξωγενείς παράγοντες και πολυεθνικά συμφέροντα. Τα ξενοδοχεία, τα γραφεία ενοικιάσεως αυτοκινήτων, τα εστιατόρια και οι αεροπορικές εταιρείες, που εισπράττουν και τα περισσότερα χρήματα στο χώρο, ανήκουν συνήθως σε μεγάλες επιχειρήσεις, που κατοικούν εκτός του τουριστικού προορισμού, με αποτέλεσμα ο προορισμός να στηρίζεται αποκλειστικά και μόνο σε αυτές για την εξαγωγή του τουριστικού προϊόντος.

Ο τουρισμός είναι ουσιαστικά μια δραστηριότητα του ιδιωτικού τομέα, που επενδύει σε μια αγορά με σκοπό την αύξηση του επιχειρηματικού κέρδους. Τα προβλήματα εμφανίζονται, όταν μια κερδοσκοπική επιχείρηση στηρίζει τις δραστηριότητές της στην προσφορά προϊόντων, που δε συνηγορούν στις ίδιες αγοραστικές ιδέες. Τα πάρκα και οι προστατευόμενες φυσικές περιοχές, ως δημόσιες οντότητες, αποτελούν τον ακρογωνιαίο λίθο της βιομηχανίας του οικοτουρισμού. Μέχρι σήμερα, η διαχείριση των πάρκων δεν υπόκειντο στις ίδιες αγοραστικές αρχές και φιλοσοφίες με αυτές του ιδιωτικού τομέα. Αν και είναι γενικά αποδεκτό ότι ο οικοτουρισμός στις προστατευόμενες περιοχές συμβάλλει σε κάποια θετικά αποτελέσματα (π.χ. άμεση απασχόληση, διαφοροποίηση της τοπικής οικονομίας, συγκέντρωση ξένου συναλλάγματος, βελτίωση των συστημάτων μεταφορών και επικοινωνίας) , δεν μπορούμε να παραβλέψουμε και κάποιες αρνητικές του πλευρές, όπως η έλλειψη επαρκούς ζήτησης για οικοτουρισμό, που θα μπορούσε να οδηγήσει στο στράγγισμα των αναγκαίων κεφαλαίων, το γεγονός ότι ο οικοτουρισμός μπορεί να μη δημιουργήσει νέες ευκαιρίες απασχόλησης, το γεγονός ότι οι διαρροές μπορεί να είναι πολύ υψηλές, όπως άλλωστε συμβαίνει σε πολλές μικρές και αναπτυσσόμενες περιοχές και το γεγονός ότι, ίσως να μην είναι κοινωνικά και οικονομικά αποδεκτή η χρέωση εισιτηρίων για την είσοδο στα πάρκα. Υπάρχουν πέντε τρόποι, με τους οποίους μπορούμε να εισπράξουμε έσοδα από το φυσικό

τουρισμό. Αυτοί είναι: **1)** Εισιτήρια επισκεπτών. Συνήθως αντανακλούν τη προθυμία του κοινού να πληρώσει, ενώ τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί ένα σύστημα διαφορετικών κλιμάκων, όπου η τιμή διαφέρει ανάλογα με το αν ο επισκέπτης είναι κάτοικος της περιοχής ή ξένος. **2)** Δικαιώματα εκμετάλλευσης. Στη περίπτωση που τα πάρκα ή οι προστατευόμενες περιοχές ανήκουν στο κράτος, οι ιδιωτικές επιχειρήσεις καταβάλλουν δικαιώματα εκμετάλλευσης του χώρου για τη προσφορά υπηρεσιών στους επισκέπτες (π.χ. οδηγούς, τρόφιμα κ.λπ.). **3)** Δικαιώματα. Οι πωλήσεις από σουβενίρ και μπλουζάκια αποτελούν χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού του τύπου των εσόδων, που καταβάλλονται στην υπεύθυνη αρχή ως ποσοστό επί του συνόλου των εισπράξεων που έγιναν από τα είδη αυτά. **4)** Φορολογία. Εδώ, περιλαμβάνονται οι φόροι επί των πωλήσεων, οι φόροι των ξενοδοχείων και οι φόροι των αεροδρομίων. **5)** Δωρεές. Οι τουρίστες μπορούν να προσφέρουν κατά τη κρίση τους κάποια χρήματα για την επίλυση κάποιου τοπικού προβλήματος (όπως η προστασία των σπάνιων ειδών υπό εξαφάνιση) και συνεπώς, μια οικονομική συμβολή για την υποστήριξη της διαχείρισης μιας προστατευόμενης περιοχής. Υποστηρίζεται όμως, ότι η καθιέρωση εισιτηρίων για τη χρηματοδότηση των πάρκων οικοτουρισμού εμπεριέχει συγκεκριμένους περιορισμούς, όπως η πιθανότητα να υπάρχει ένας ελεγχόμενος αριθμός επισκεπτών στο πάρκο. Σε αυτές τις περιπτώσεις, οι διευθυντές μπορούν να επιβάλουν στους επισκέπτες την αγορά ειδικών αδειών από τα γραφεία των πάρκων, να απαιτήσουν από τους τουριστικούς πράκτορες τη καταβολή ειδικών τελών επίσκεψης (όπως συμβαίνει σε πολλές περιοχές), ή να εγκαταστήσουν αυτόματες μηχανές έκδοσης εισιτηρίων στους χώρους στάθμευσης των πάρκων.

Για να προσδιορίσουν ποιος είναι ο σωστός τρόπος χρήσης μιας φυσικής περιοχής, η κυβέρνηση και οι άλλοι φορείς λήψης αποφάσεων πρέπει πρώτα να καθορίσουν ποια είναι η πλέον αποδεκτή, οικονομικά και κοινωνικά, χρήση της γης. Πρέπει να ληφθούν αποφάσεις σχετικά με το αν θα αναπτυχθούν ή όχι εκτάσεις, όπως τα φράγματα, τα πάρκα, οι προστατευόμενες περιοχές και οι δασικές εκτάσεις, αποφάσεις που συνοδεύονται από συγκεκριμένες δαπάνες και ωφέλειες, οι οποίες διαφέρουν ανά περίπτωση. Οι κτηματομεσίτες και οι άλλοι παράγοντες διαχείρισης της γης, έχουν αρχίσει να συνειδητοποιούν ότι οι τουριστικοί προορισμοί απαιτούν ολοένα και περισσότερο την ανάπτυξη επιχειρήσεων, που αντί να απομακρύνουν τις πρώτες ύλες, θα τους προσθέσουν αξία. Ενώ κατά τις δεκαετίες του 1950, 1960 και 1970 οι περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις αναπτύχθηκαν με αποκλειστικό σκοπό το κέρδος, σήμερα, οι περισσότερες παρόμοιες προσπάθειες λαμβάνουν υπόψη τους τις οικολογικές και κοινωνικό – πολιτιστικές επιδράσεις, που θα προκαλέσουν. Δεδομένης της ελκυστικότητας του οικοτουρισμού ως μιας βιώσιμης τουριστικής επιλογής, είναι σημαντικό

οι αναπτυξιακές ιδέες να συνοδεύονται από τα ανάλογα κοινωνικά και οικολογικά πρότυπα. Ένας από τους πλέον αποτελεσματικούς τρόπους προσδιορισμού του αν θα αναπτυχθεί ή όχι μια φυσική έκταση είναι με την εφαρμογή μιας ανάλυσης κόστους – οφέλους, η οποία περιλαμβάνει μεθόδους υπολογισμού των μετρήσιμων δαπανών και ωφελειών (όπως οι δαπάνες εκκίνησης και το κόστος λειτουργίας) καθώς και μεθόδους εκτίμησης των μη-μετρήσιμων παραγόντων, όπως οι επιδράσεις. Παρά τη δυσκολία μιας τέτοιας κίνησης, πολλοί ερευνητές επιχείρησαν να αποδώσουν συγκεκριμένες αξίες σε οικολογικούς και κοινωνικούς χώρους και καταστάσεις. Ο συνήθης στόχος της τουριστικής βιομηχανίας για γρήγορο και υψηλό κέρδος έρχεται σε ευθεία αντίθεση με τους μακροπρόθεσμους στόχους της προστασίας και της συντήρησης του περιβάλλοντος. Αυτό δε σημαίνει ότι η μοναδική, ή και η κύρια σχέση μεταξύ τουριστικής βιομηχανίας και περιβαλλοντολόγων θα πρέπει να είναι εχθρική. Αυτό που σημαίνει είναι ότι οι όποιες αξιέπαινες και φιλικές προς το περιβάλλον πολιτικές εκφράζει η βιομηχανία, θα διατηρούν πάντα μια δευτερεύουσα θέση σε σχέση με το κέρδος. Συνεπώς, αν η βιομηχανία του τουρισμού γίνει η κυρίαρχη δύναμη για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού, είναι σχεδόν βέβαιο πως θα είναι επιζήμια για τα μακροπρόθεσμα περιβαλλοντικά ζητήματα.

8) Μάρκετινγκ του οικοτουρισμού.

Το μάρκετινγκ του τουρισμού είναι εντελώς διαφορετικό από το μάρκετινγκ των άλλων αγαθών κατά τρεις τρόπους: **(1)** ο τουρισμός είναι μια βιομηχανία υπηρεσιών, όπου οι υπηρεσίες που προσφέρει είναι απροσδιόριστες και ο προγραμματισμός του ελέγχου της ποιότητας και της αξιολόγησης των εμπειριών πολύ πιο δύσκολος, **(2)** αντί να μετακινείται το προϊόν προς το πελάτη, ο πελάτης οφείλει να ταξιδέψει προς το προϊόν ή το προορισμό και **(3)** συνήθως οι άνθρωποι συμμετέχουν σε περισσότερες από μια δραστηριότητες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Έτσι, οι τουριστικές επιχειρήσεις και οργανισμοί οφείλουν να συνεργαστούν μεταξύ τους, προκειμένου να παρουσιάσουν και να προωθήσουν τις τουριστικές ευκαιρίες, που προσφέρει η περιοχή τους. Το μάρκετινγκ των τουριστικών προϊόντων στηρίζεται στο αναμφισβήτητο γεγονός ότι η συνολική ταξιδιωτική αγορά διακρίνεται σε πολλούς επιμέρους αγοραστικούς τομείς. Χάρη στην έκταση της εγχώριας και διεθνούς ταξιδιωτικής αγοράς, είναι αδύνατο για τις ταξιδιωτικές επιχειρήσεις να εισχωρήσουν σε όλες τις τουριστικές αγορές. Έτσι, στοχεύουν προς συγκεκριμένους αγοραστικούς τομείς ανάλογα με το προϊόν που πουλάνε και τις ανάγκες και προσδοκίες των ανθρώπων στους οποίους θέλουν να το πουλήσουν. Το μάρκετινγκ αγοραστικών στόχων μπορεί να γίνει κατά τέσσερις βασικούς τρόπους.

Αυτοί είναι: **1)** γεωγραφικά, ανάλογα με το γεωγραφικό χώρο, **2)** δημογραφικά, βάσει ηλικίας, φύλου, θρησκείας, φυλής, κ.λπ., **3)** ψυχογραφικά, ανάλογα με το τρόπο ζωής, τις αξίες, τις νοοτροπίες και τη προσωπικότητα των ανθρώπων και **4)** βάσει ωφελειών, όπου περιλαμβάνεται η ανάλυση των ωφελειών, που επιδιώκουν να έχουν οι τουρίστες και του κόστους, που επιχειρούν να αποφύγουν .

Όπως και στη περίπτωση των συμβατικών ταξιδιωτικών αγορών, έτσι και η έρευνα του μάρκετινγκ στο χώρο του οικοτουρισμού σημειώνει σταδιακή ανάπτυξη. Οι δυο ακρογωνιαίοι λίθοι του αποτελεσματικού μάρκετινγκ του οικοτουρισμού είναι η προσέλκυση των τουριστών (όπου περιλαμβάνεται η μοναδική γεωγραφική θέση, η βιοποικιλότητα και η πολιτική ιστορία) και η τουριστική υποδομή, που θα υποστηρίξει τη βιομηχανία. Δεδομένων αυτών των κριτηρίων, τα τουριστικά πρακτορεία μπορούν να ακολουθήσουν και να εφαρμόσουν τις πρακτικές του μάρκετινγκ για να προσελκύσουν τουρίστες. Οι συγγραφείς αυτοί υποστηρίζουν ότι είναι σημαντικό να προσελκύουμε ή να κάνουμε προώθηση των προϊόντων μας στη «σωστή» πελατεία. Σε αυτή περιλαμβάνονται οι «γεννημένοι» οικοτουρίστες (οι άνθρωποι που έχουν μια σαφή προδιάθεση προς τη φύση και το φυσικό τουρισμό) και οι «κατασκευασμένοι» οικοτουρίστες, οι οποίοι είναι άνθρωποι με λανθάνουσα προδιάθεση προς τη φύση ή άνθρωποι που δεν έχουν προηγούμενη εμπειρία από αυτή τη μορφή τουρισμού αλλά οι οποίοι μπορούν να προσελκυστούν σε αυτή με τη βοήθεια του μάρκετινγκ. Η βασική προσέγγιση, που πρέπει να ακολουθηθεί για το μάρκετινγκ ενός προϊόντος οικοτουρισμού, είναι μέσα από: **(1)** το προσδιορισμό των χαρακτηριστικών μιας επιθυμητής αγοράς, **(2)** τη σωστή διαφήμιση, **(3)** τη προσεκτική σύνταξη του διαφημιστικού μηνύματος και **(4)** την ανάπτυξη ενός τουριστικού καταλόγου. Υπάρχει μια σαφής ανάγκη ταξινόμησης των οικοτουριστών βάσει δημογραφικών, ψυχογραφικών και γεωγραφικών μεταβλητών, αφού τα δημογραφικά χαρακτηριστικά από μόνα τους δεν επαρκούν για τη ταξινόμηση μιας αγοράς.

9) Ανάπτυξη του οικοτουρισμού, τοπική ανάπτυξη, οφέλη της τοπικής κοινωνίας, σεβασμός προς τις ανάγκες των ντόπιων.

Ένα πρόβλημα, που αντιμετωπίζουν οι διάφορες περιοχές κατά την ανάπτυξη και τη προώθηση ενός οικοτουριστικού προϊόντος, είναι η αίσθηση μιας απεριόριστης σιγουριάς ότι ο οικοτουρισμός θα λύσει όλα τα προβλήματα, που προκάλεσε ο τουρισμός σε ένα προορισμό. Πολλοί τουριστικοί παράγοντες και προγραμματιστές, ίσως εξαιτίας των υπεραισιόδοξων προβλέψεων, που τους έδωσαν οι σύμβουλοί τους,

πιστεύουν ότι η περιοχή τους θα είναι έντονα ανταγωνιστική μέσα στην επίσης έντονα ανταγωνιστική αγορά του οικοτουρισμού. Το θέμα αυτό προέκυψε προσφάτως σε περιοχές που δεν μπορούν να ανταγωνιστούν κάποιες άλλες επαρχίες – εξαιτίας των γεωλογικών και φυσικών χαρακτηριστικών τους – διατηρούν μια υψηλότατη αισιοδοξία για το κλάδο του οικοτουρισμού. Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι ο οικοτουρισμός μπορεί και θα αναπτυχθεί στις περιοχές αυτές, όμως θα πρέπει παράλληλα να έχουν μια ρεαλιστική άποψη των δυνατοτήτων επιτυχίας του οικοτουρισμού. Το μέγεθος και η έκταση του τομέα αυτού θα είναι σίγουρα συνάρτηση της ζήτησης, όμως αυτό δεν τους εμποδίζει να αναπτύξουν πρωτότυπα πλάνα με βάση τους φυσικούς πόρους, που διαθέτουν για τη προσέγγιση οικοτουριστών. Το συμπέρασμα που βγαίνει είναι ότι το μάρκετινγκ πρέπει να αντανακλά τις ανάγκες τόσο του καταναλωτή όσο και της βιομηχανίας, η οποία πολλές φορές καταστρέφεται από τις γενικεύσεις, που συναντάμε για παροχή οικοτουριστικών υπηρεσιών, ή από τουριστικούς πράκτορες, που διαφημίζονται ως πράκτορες φυσικού τουρισμού αλλά ουσιαστικά δεν έχουν παρά ένα περιφερειακό προσανατολισμό προς τον οικοτουρισμό. Η θεωρία της ανάπτυξης εξετάζει την οικονομική και ψυχολογική σχέση, που υπάρχει μεταξύ των φτωχών και των πλούσιων χωρών. Η σχέση αυτή εξακολουθεί να αντιπαραβάλλει την αξία και τη σημασία σε σχέση με τη χρήση των φυσικών πόρων και του κεφαλαίου. Ο τουρισμός είναι ένας κλάδος της παγκόσμιας οικονομίας, που προσπάθησε να υπογραμμίσει και να αξιολογήσει τις ανισότητες, που υπάρχουν μεταξύ των μεγάλων εθνών και των περιθωριοποιημένων οικονομιών, ενώ παράλληλα, με το τρόπο του, διευρύνει το χάσμα μεταξύ αυτών, που έχουν πρόσβαση στους φυσικούς πόρους και σε αυτούς που δεν έχουν. Το χάσμα αυτό έχει προκαλέσει εικόνες διεστραμμένων ανθρώπων υπάρξεων ενός αφύσικου φολκλορισμού, όπου τα υπανάπτυκτα έθνη μοιάζουν με παιδιά, που δεν μπορούν να φροντίσουν τον εαυτό τους ούτε και να λάβουν τις δικές τους αποφάσεις. Για την εκτίμηση και τη «μέτρηση» της ανάπτυξης, οι παλαιότερες έρευνες χρησιμοποίησαν έναν αριθμό διαφορετικών τρόπων για να τη προσδιορίσουν, όπως ο αριθμός των κλινών στα νοσοκομεία, η ημερήσια λήψη θερμίδων, η ημερήσια λήψη ζωικών πρωτεϊνών, το ποσοστό του πληθυσμού που ασχολείται με τη γεωργία, το ποσοστό επί του συνόλου των εισαγωγών τροφίμων, οι εξαγωγές, η παιδική θνησιμότητα και η γενική θνησιμότητα του πληθυσμού. Πολλές από τις μεθόδους αυτές δέχθηκαν σημαντικές επικρίσεις, αφού το κοινωνικό – πολιτιστικό, περιβαλλοντικό και οικονομικό τοπίο της κάθε χώρας είναι μοναδικό και διαφορετικό από αυτό των άλλων. Για παράδειγμα, οι διατροφικές συνήθειες είναι ένα πολιτιστικό φαινόμενο που αναπτύχθηκε μέσα από τις συνήθειες αμέτρητων γενεών. Ένα άλλο στοιχείο, που χρησιμοποιήθηκε για τη μέτρηση του επιπέδου ανάπτυξης των χωρών, ήταν οι πόροι, όπου ένα μέγεθος επάρκειας πόρων θεωρούνταν δείκτης ανάπτυξης. Η ανάπτυξη

δεν πρέπει να βασίζεται στα πιθανά αλλά στα υφιστάμενα επίπεδα υλικής ευημερίας. Ένα παράδειγμα είναι αυτό της Ελβετίας, όπου το κεφάλαιο λειτουργεί ως υποκατάστατο των φυσικών πόρων. Η πρόοδος της ανάπτυξης, ήταν αποτέλεσμα της διεύρυνσης ή της διαφοροποίησης της παραγωγής των καπιταλιστικών χωρών σε νέους τομείς. Αυτό, διεθνώς, επιτεύχθηκε μέσα από τη διεύρυνση της εκμετάλλευσης των φυσικών πόρων των λιγότερο ανεπτυγμένων χωρών. Τα κράτη, που επωφελήθηκαν περισσότερο από τις κινήσεις αυτές, ήταν εκείνα που διέθεταν την πλέον επιθετική βιομηχανία και εμπόριο, αφού πίεσαν τις άλλες χώρες να ανοίξουν τις πύλες τους στο εμπόριο. Τα τελευταία χρόνια σημειώθηκε μια τεράστια παραδειγματική αναθεώρηση της αναπτυξιακής σκέψης, που παρουσιάζεται ως θεμελιώδης πρόκληση για τη κλασική θεωρία της οικονομικής ανάπτυξης. Η νέα αυτή προσέγγιση δίνει έμφαση στις βασικές ανάγκες των φτωχών και υποστηρίζει την ανάπτυξη στο κατώτερο επίπεδο. Παρόλα αυτά, στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες δε μπορεί να σημειωθεί καμία ουσιαστική αλλαγή, αν πρώτα οι στρατηγικές, που διαμορφώνονται και υλοποιούνται, δεν είναι περιβαλλοντικά βιώσιμες. Η μελέτη της ανάπτυξης ενώνεται άμεσα με τη μελέτη της κάθε αλλαγής, που συμβαίνει στο τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι χρησιμοποιούν το περιβάλλον και προσφέρει στοιχεία εμπειρικών ενδείξεων για την ανάμιξη με άλλες θεωρίες, ώστε να δημιουργηθεί ένας δυναμικός συσχετισμός ανθρώπου – περιβάλλοντος.

Οι σημαντικότεροι παράγοντες για τη παρακολούθηση και τη μέτρηση της ανάπτυξης είναι οι άνθρωποι και ειδικότερα ο αριθμός τους, η ηλικία τους, η επιχείρησή τους, οι πρωτοβουλίες τους, η εφευρετικότητά τους, οι γνώσεις τους και η προθυμία τους να κάνουν θυσίες. Αυτό που καθορίζει την ανάπτυξη δεν είναι τόσο οι αντιδράσεις τους, όσο ο τρόπος με τον οποίο αυτές χρησιμοποιούνται. Το ενδιαφέρον που δείχνουν οι δυτικές κοινωνίες για την εφευρετικότητα δεν είναι κοινό σε όλες τις κοινωνίες. Οι τεχνολογικά κατώτερες κοινωνίες εκμεταλλεύονται ένα συγκεκριμένο τύπο φυσικού περιβάλλοντος, μέσα στο πλαίσιο των κοινωνικών τους δομών, ενώ οι δυτικές κοινωνίες λέγεται πως εκμεταλλεύονται κάθε είδος περιβάλλοντος. Το γεγονός αυτό υπογραμμίζεται ξεκάθαρα μέσα από τις πρόσφατες διεθνείς ανησυχίες σχετικά με τις επιπτώσεις, που θα έχει στο πλανήτη η αύξηση της θερμοκρασίας της ατμόσφαιρας. Οι λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες διατηρούν μια ισχυρότατη αρνητική θέση απέναντι στις βιομηχανοποιημένες και ανεπτυγμένες χώρες και για το ρόλο που έπαιξαν στη δημιουργία της μόλυνσης, η οποία επέδρασε στην αύξηση της θερμοκρασίας του πλανήτη και στη καταστροφή του όζοντος.

Οι υπανάπτυκτες χώρες εξακολουθούν να υποφέρουν από μια μακρά ιστορία ξένης κυριαρχίας και οικονομικά εξαρτημένης ανάπτυξης. Μια εξέταση της τουριστικής βιβλιογραφίας μας δείχνει ότι τα πολυεθνικά συμφέροντα στο τουριστικό κλάδο των υπανάπτυκτων χωρών χαρακτηρίζονται από ένα σταθερό εξελικτικό μοντέλο. Υπό αυτή την έννοια, η εξάρτηση μπορεί να θεωρηθεί ως μια διαδικασία ιστορικής

προετοιμασίας και επεξεργασίας, που αλλάζει την εσωτερική λειτουργία των οικονομικών και κοινωνικών υποσυστημάτων μιας λιγότερο ανεπτυγμένης χώρας. Η εξάρτηση αυτή δεν αναπτύσσεται μέσα από συγκεκριμένες διαδικασίες στην οικονομία μιας τέτοιας χώρας, αλλά από τη ζήτηση, που εκφράζουν οι ξένοι τουρίστες και τις ξένες επενδύσεις στη χώρα. Για παράδειγμα, όταν προσδιοριστεί ένας πιθανός νέος τουριστικός προορισμός (με βάση κάποια μοναδικά βιοφυσικά ή πολιτιστικά χαρακτηριστικά), η παρέμβαση και η εμπλοκή των πολυεθνικών επιχειρήσεων αυξάνεται. Οι ξένες εταιρείες επηρεάζουν την εικόνα της χώρας – υποδοχής μέσα από την ανάπτυξη και τη διαφήμιση. Οι προσπάθειες αυτές ωθούν τους τουρίστες να ταυτίσουν τη χώρα αυτή με τις εικόνες, που τους προβάλλονται και τη φύση των καταλυμάτων, των αξιοθέατων και των άλλων τουριστικών υπηρεσιών που βλέπουν. Ο οικοτουρισμός στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες χαρακτηρίζεται από περιορισμένο ξένο συνάλλαγμα, κρατικές χρηματοδοτήσεις, ξένο τουρισμό, ξένη εταιρεία των ξενοδοχείων και των άλλων εγκαταστάσεων και ανύπαρκτο προγραμματισμό του τρόπου χρήσης της γης. Υπό αυτή την έννοια, ο οικοτουρισμός ως παρέμβαση δεν είναι σίγουρο ότι μπορεί να βελτιώσει τις κοινωνικό – οικονομικές συνθήκες μιας χώρας. Είναι σημαντικό να συνειδητοποιήσουμε ότι οι λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες διαφέρουν από τον ανεπτυγμένο κόσμο σε κάποια βασικά σημεία δομικής και οργανωτικής φύσεως. Τα σημεία αυτά περιλαμβάνουν τις χρηματοδοτήσεις, το πολιτικό κλίμα μιας χώρας, την εύκολη πρόσβαση στις επαγγελματικές ευκαιρίες, το προαιρετικό εισόδημα και τους πόρους για την απόκτηση και το προγραμματισμό της γης .

Μια από τις κυριότερες θεωρητικές μεθόδους, που χρησιμοποιήθηκαν για την ερμηνεία της ανάπτυξης, είναι η έννοια του πυρήνα (του κεντρικού πόλου) και της περιφέρειας, η οποία μέθοδος χαρακτηρίζεται από μια δυναμική, αναπτυσσόμενη κεντρική περιοχή και μια λιγότερο αναπτυσσόμενη περιφέρεια. Ο πυρήνας δηλαδή ο κεντρικός πόλος τουριστικής έλξης χαρακτηρίζεται από τις υψηλές δυνατότητες ανάπτυξης ενώ οι περιοχές της περιφέρειας χαρακτηρίζονται από τη φθίνουσα αγροτική οικονομία με χαμηλή γεωργική παραγωγή (απώλεια πρωτογενών πόρων). Οι επιπτώσεις που έχει η έννοια του πυρήνα – περιφέρειας για τον οικοτουρισμό φαίνονται μέσα από την εξάρτηση των απομακρυσμένων ταξιδιωτικών περιοχών, από τις εθνικές και διεθνείς αγορές, τους τουριστικούς πράκτορες εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού και τα εξωγενή μέσα και προγράμματα μεταφορών. Με την έλλειψη πόρων και την αδυναμία εφαρμογής ενός ολοκληρωμένου οικοτουριστικού πλάνου, ο κύκλος της τουριστικής εξάρτησης συνεχίζεται και στις περιφερειακές περιοχές. Αυτή η έλλειψη ικανότητας για άμεση διασύνδεση της περιοχής με την αγορά του ανεπτυγμένου κόσμου είναι και ο λόγος, για τον οποίο τα οφέλη του τουρισμού δε φθάνουν στη κοινότητα. Αν και αυτοί, είναι σε θέση να εντείνουν τις δραστηριότητες του οικοτουρισμού – είτε προέρχονται μέσα από τη

κοινότητα, είτε έξω από αυτή – μεταξύ των λιγότερο ανεπτυγμένων χωρών και του ανεπτυγμένου κόσμου και είναι αυτοί που συγκεντρώνουν στα χέρια τους τα οικονομικά οφέλη. Σε μια τέτοια περίπτωση, η δύναμη υλοποίησης ενός οικοτουριστικού πλάνου σε μια αναπτυσσόμενη χώρα βρίσκεται στα χέρια των λίγων, γεγονός που συμβάλλει στη συνέχιση των οικονομικών προβλημάτων των αναπτυσσόμενων χωρών, αφού τα χρήματα και οι πόροι ανήκουν στα χέρια των λίγων, ενώ η πλειοψηφία των ντόπιων κατοίκων, μεταξύ των οποίων και η μέση αστική τάξη είναι μάλλον αφανής και εξακολουθεί δε να ζει σε άθλιες συνθήκες .

Ο τουρισμός, ολοένα και περισσότερο, θεωρείται βασικό εργαλείο για την ανάπτυξη των κοινοτήτων, χάρη στα οικονομικά οφέλη, που προσδίδει στις αδύνατες οικονομίες, στη διαφοροποίηση, που προκαλεί στους υφιστάμενους τομείς της οικονομίας και της ικανότητας του να ενώνει τα μέλη μιας κοινότητας. Έτσι λοιπόν ερευνητές άρχισαν να εξετάζουν τη κοινοτική ανάπτυξη και τη σχέση της με το τουρισμό και τον οικοτουρισμό υπό διαφορετικά πρίσματα. Για παράδειγμα, εξετάζεται ο ρόλος που μπορεί να παίξει ο τουρισμός στη διασφάλιση ενός ποιοτικού βιοτικού επιπέδου μέσα στη κοινότητα. Στη βάση κάθε στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης βρίσκεται η παραδοχή ότι: αν η τουριστική ανάπτυξη πρόκειται να είναι βιώσιμη ως μια μακροπρόθεσμη οικονομική στρατηγική, τότε θα πρέπει να αντιμετωπιστούν τα κοινωνικά και οικολογικά ζητήματα και να προστατευθεί ο φυσικός πλούτος. Η κοινότητα υποδοχής είναι η οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική και θεσμική βάση για κάθε τουριστική δραστηριότητα και η ποιότητα της ζωής των κατοίκων αποτελεί το μέτρο αξιολόγησης της κατάστασης των πόρων. Παρά το γεγονός ότι και στη βιομηχανία του οικοτουρισμού θα υπάρχουν άμεσοι και έμμεσοι δικαιούχοι και εμπλεκόμενοι επιχειρηματικά, θα πρέπει να επισημανθεί ότι σε κάποιο επίπεδο, κρίνεται απαραίτητη η συμμετοχή ολόκληρης της κοινότητας. Ως εκ τούτου, η συμμετοχή παίζει ένα βασικότατο ρόλο στο στάδιο της πρωτοβουλίας, αφού προσφέρει στους ανθρώπους αυτούς την ευκαιρία να συμμετέχουν στη λήψη αποφάσεων, όπου στις περισσότερες περιπτώσεις αυτοί που εμπλέκονται είναι μόνο οι άνθρωποι με πολιτικές διασυνδέσεις ή εκείνοι που συμμετέχουν στον έλεγχο ή τη διαχείριση της επιχείρησης. Η συμμετοχή αυτή μπορεί να λάβει τη μορφή κοινοτικών εκπροσώπων, που θα ομιλούν εκ μέρους κάποιων τμημάτων του πληθυσμού. Η κοινοτική πρωτοβουλία για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού πρέπει να στηρίζεται στην εμπιστοσύνη και τη διαφάνεια. Κάθε ενέργεια και απόφαση πρέπει να κοινοποιείται στη κοινότητα μέσα από ενημερωτικά φυλλάδια ή με άλλους τρόπους. Τα χρήματα και οι επιδοτήσεις μπορούν να χωρίσουν μια κοινότητα. Ο μόνος τρόπος, που υπάρχει, για να έχει κανείς διαφάνεια στη διαχείριση που κάνει, είναι να ενημερώνει σχετικά με τις δαπάνες και τα προγράμματα χρηματοδότησης, ώστε να μην υπάρχουν υποψίες για κατάχρηση ή διαφθορά .

Ο τύπος και η έκταση της τουριστικής ανάπτυξης στη δεκαετία του 1990 επηρεάστηκε από τη τάση του παρελθόντος για τεράστιες τουριστικές εγκαταστάσεις, που εξυπηρετούσαν μια ολοένα αυξανόμενη αγορά ταξιδιωτών, που αναζητούσαν άνετες και ολοκληρωμένες διακοπές. Κάπου στα μέσα αυτής της έντονης ανάπτυξης σημειώθηκε μια νέα τάση προς πιο υπεύθυνο τουρισμό και ανάπτυξη. Η ανταπόκριση που υπήρξε σε αυτήν τη τάση ήταν τέτοια, που ακόμα και ορισμένες μεγάλες αλυσίδες ξενοδοχείων αναγκάστηκαν να πειραματιστούν με οικολογικές τακτικές και μεθόδους όπως πλύσιμο των σεντονιών μετά από αίτημα του πελάτη και όχι κάθε μέρα, μείωση της χρήσης του ηλεκτρικού ρεύματος και πολλά άλλα. Όμως η αλλαγή αυτή έγινε περισσότερο εμφανής μέσα από την ανάπτυξη πρωτοβουλιών μικρής κλίμακας στις αστικές (bed-and-breakfast), στις αγροτικές (αγροτουρισμός) και φυσικές (οικοτουρισμός) περιοχές.

Ο οικολογικός ξενώνας είναι ένα τουριστικό κατάλυμα φυσικού τύπου που καλύπτει τη φιλοσοφία και τις αρχές του οικοτουρισμού. Οι εγκαταστάσεις αυτές θα πρέπει να οριστούν με βάση τη φιλοσοφική σχέση, που υπάρχει με την οικολογική ευαισθησία και συνείδηση. Τα καταλύματα αυτά προωθούν την εμπειρία μόρφωσης και συμμετοχικότητας η οποία ταυτόχρονα αναπτύσσεται και λειτουργεί σε σχέση με το περιβάλλον στο οποίο βρίσκεται. Διακρίνουν μεταξύ οικολογικού ξενώνα και φυσικού καταλύματος, όπου το τελευταίο σχετίζεται με δραστηριότητες, όπως το ψάρεμα και το κυνήγι σε ένα πολυτελές περιβάλλον. Δεδομένων των αρχών περί ήπιων επιδράσεων και χαμηλής δυναμικότητας της οικοτουριστικής ανάπτυξης, το ερώτημα που προκύπτει, είναι: σε ποιο βαθμό δε μπορεί να εφαρμοστεί το μοντέλο του οικολογικού ξενώνα; Με άλλα λόγια, πότε η εγκατάσταση θεωρείται ως πολύ μεγάλη; Το ερώτημα αυτό, απαντήθηκε, τουλάχιστον γενικά. Ο οικοτουρισμός εξελίσσεται σταδιακά σε τμήμα του μαζικού τουρισμού όμως δεν είναι συμβατός με τον παράκτιο τουρισμό. Υποστηρίζεται η άποψη αυτή αναφέροντας ότι υπάρχει ανάγκη διαφοροποίησης των αναρίθμητων παράκτιων τουριστικών προϊόντων μετά την απαίτηση του οικοτουρισμού. Το όριο μεταξύ οικοτουριστικών και συμβατικών τουριστών είναι λιγότερο σαφές στη περίπτωση των ταξιδιών μακρινών αποστάσεων, καταγράφοντας ομοιότητες στα μορφωτικά τους επίπεδα, το οικογενειακό εισόδημα και το επάγγελμά τους. Ιδιαίτερα ενδιαφέρον είναι το γεγονός ότι **(1)** η δυνατότητα πραγματοποίησης ταξιδιών μεγάλων αποστάσεων είναι ευθέως ανάλογη με το οικονομικό βαλάντιο ενός ανθρώπου και **(2)** ο πλούτος είναι ευθέως ανάλογος με τη μόρφωση και το επάγγελμα.

Οι οικοτουρίστες θα πρέπει να ενημερώνονται σχετικά με το τι αποτελεί και τι όχι αποδεκτή συμπεριφορά στα βόρεια της χώρας. Θα υπάρχει ακόμα αναγνώριση της ποιότητας της εμπειρίας, κατά ένα μέρος και από τη πλευρά της αποδοχής τήρησης των κανονισμών. Οι παραδοσιακές

κοινωνίες και οι οργανισμοί συντήρησης και προστασίας του περιβάλλοντος πρέπει να ενωθούν, για να καθιερώσουν συγκεκριμένα μοτίβα συνεύρεσης των επισκεπτών και των ντόπιων κατοίκων υπό συνθήκες αμοιβαίου σεβασμού. Μεταξύ των άλλων χαρακτηριστικών αυτής της οικοτουριστικής πρωτοβουλίας, είναι **(1)** το γεγονός ότι οι τουρίστες οφείλουν να ακολουθούν συγκεκριμένους κανόνες και οδηγίες (που καθιερώθηκαν από τους ντόπιους κατοίκους), **(2)** ότι υπάρχουν συγκεκριμένες τιμές για τα διάφορα είδη λαϊκής τέχνης και τους οδηγούς, ώστε να μην υπάρχει ανταγωνιστική ατμόσφαιρα και **(3)** ότι έχουν οργανωθεί προγράμματα ενημέρωσης των επισκεπτών σχετικά με τους τρόπους χρήσης των φυσικών πόρων της περιοχής. Παρόμοιες κοινοτικές πρωτοβουλίες αναπτύσσονται σε όλο τον αναπτυσσόμενο κόσμο. Συνεπώς, οι κοινότητες αναγνωρίζουν τη σημασία της βιώσιμης ανάπτυξης και προσπαθούν να την επιτύχουν, υπό τις παρακάτω όμως συνθήκες: **(1)** να έχουν τον έλεγχο της οικοτουριστικής βιομηχανίας, **(2)** τα έργα να είναι μικρά και ελέγξιμα και **(3)** να υπάρχει ισότητα και διάλογος μεταξύ των ομάδων, που εμπλέκονται στην όλη προσπάθεια . Μια από κάποιες ατυχείς πραγματικότητες του οικοτουρισμού γίνεται γνωστό ότι, παρά τις αλτρουιστικές του προθέσεις, μέχρι σήμερα δεν υπάρχουν ενδείξεις ότι είναι λιγότερο παρεμβατικός σε σχέση με τις άλλες μορφές τουρισμού. Είναι πραγματικά περίεργο το ότι εξακολουθούμε να μιλάμε για σωστούς τρόπους ελέγχου της ανάπτυξης, όταν υπάρχουν ελάχιστα επιτυχημένα παραδείγματα αυτών. Ακόμα και όσοι καταγράφουν επιτυχία, πιθανότατα δε λειτουργούν αρκετό χρονικό διάστημα, ώστε να έχει ολοκληρωθεί ο κύκλος ζωής του προορισμού. Σε πολλές περιοχές του κόσμου, οι τοπικές πρωτοβουλίες είναι μηδαμινές μπροστά στις συνθήκες, που εξακολουθούν να πλήττουν την ανάπτυξη του οικοτουρισμού. Θα πρέπει να γίνει κατανοητό ότι μόνο μέσα σε τοπικό επίπεδο μπορεί να υπάρξει μια τέτοια αλλαγή .

10) Ο ρόλος της ηθικής στον οικοτουρισμό.

Σε πολλές περιπτώσεις κατά το παρελθόν, οι ερευνητές κατάφεραν να τραβήξουν τη προσοχή του κοινού στις οικολογικές, κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις, που είχε ο τουρισμός σε κάποιες περιοχές του κόσμου. Οι περιοχές αυτές, που έζησαν τις εντονότερες πιέσεις του τουρισμού, εκφράζουν τώρα τη δυσαρέσκειά τους για τη παρουσία της τουριστικής βιομηχανίας. Δεν υπάρχουν αθώοι τουρίστες. Αν και φαινομενικά πρόκειται για ένα δείγμα των κοινωνικών επιπτώσεων, που προκαλεί ο τουρισμός, στην ουσία δεν είναι παρά ένα ηθικό ζήτημα κοινωνικής φύσεως. Η παρουσία ή η απουσία μιας αποδεκτής ηθικής συμπεριφοράς στις τουριστικές περιοχές είναι κατά μεγάλο βαθμό συνάρτηση του τρόπου, με τον οποίο αντιλαμβάνονται και ενεργούν οι

τουρίστες, οι επιχειρηματίες και οι ντόπιοι κάτοικοι μεταξύ τους αλλά και απέναντι στους φυσικούς πόρους. Μεταξύ των ερευνητών υπάρχει η αίσθηση ότι πρέπει να υπάρξει μια ισορροπία μεταξύ των διαφόρων ομάδων, που συμμετέχουν στη τουριστική βιομηχανία, ώστε να διασφαλίζουν τις καλές προθέσεις ορισμένων ομάδων, π.χ. των τουριστών και των ντόπιων κατοίκων και δε θα υπερκαλυφθούν από τα συμφέροντα κάποιων άλλων, π.χ. κυβέρνηση ή βιομηχανία. Η κοινή γνώμη παρουσιάζει σταδιακά μια στροφή προς μια ηθική περισσότερο περιβαλλοντική. Πιστεύεται ότι οι επιλογές, που κάνουν οι άνθρωποι σε σχέση με το τουρισμό, αντανακλούν την αξία των περιβαλλοντικών αξιών που ακολουθούν στη καθημερινή τους ζωή. Το συλλογικό τουριστικό «βλέμμα» του φαινομένου του μαζικού τουρισμού μειώνεται σταδιακά προς όφελος της ρομαντικής ματιάς του πράσινου τουρισμού . Μέχρι σήμερα η ερευνητική προσπάθεια που έχει γίνει στο τομέα της τουριστικής ηθικής είναι ελάχιστη. Παρόλα αυτά, ο δημόσιος, ιδιωτικός και μη κερδοσκοπικός τομέας του τουρισμού φαίνεται να αναγνωρίζει ότι τα ηθικά ζητήματα σε σχέση με τη βιώσιμη ανάπτυξη έχουν εισακουστεί. Μέχρι σήμερα έχει κυριαρχήσει η τεχνική, ορθολογική και επιστημονική σφαίρα της βιωσιμότητας και όχι η ηθική άποψη, που είναι και υπεύθυνη για την αρχική ώθηση προς μια νέα και πιο καθολική μέθοδο ανάπτυξης. Ένα θέμα, που επαναλαμβάνεται αρκετά συχνά είναι η εφαρμογή ενός κώδικα συμπεριφοράς / λειτουργίας στη τουριστική βιομηχανία. Ο κώδικας ηθικής συμπεριφοράς ορίζεται ως «ένα σύνολο κατευθυντήριων γραμμών, που ορίζουν τη συμπεριφορά μιας ομάδας – στόχου, που εκτελεί μια δραστηριότητα που την ενδιαφέρει». Υπό ένα βιομηχανικό πρίσμα, λειτουργούν ως «μηνύματα μέσα από τα οποία οι επιχειρήσεις ελπίζουν να διαμορφώσουν τη συμπεριφορά των εργαζομένων τους και να επιφέρουν αλλαγές μέσα από ρητές εκφράσεις της επιθυμητής συμπεριφοράς». Στο τουρισμό, οι παρόμοιοι κώδικες που παρουσιάστηκαν δεν αφορούσαν μόνο τις επιχειρήσεις αλλά και τους ντόπιους κατοίκους, τη κυβέρνηση και τους τουρίστες. Οι κώδικες διακρίνονται σε δυο μεγάλες κατηγορίες: κώδικες ηθικής και κώδικες συμπεριφοράς/επαγγελματικής λειτουργίας. Οι πρώτοι είναι περισσότερο θεωρητικοί και φιλοσοφικοί, ενώ οι δεύτεροι πιο πρακτικοί και συγκεκριμένοι για τοπικές περιστάσεις. Ένα παράδειγμα μιας οδηγίας, που ανήκει σε ένα κώδικα ηθικής, είναι ο «σεβασμός προς την εύθραυστη φύση της γης», ενώ ένα παράδειγμα μιας πρακτικής οδηγίας θα αφορούσε την «αφοσίωση» μιας επιχείρησης απέναντι στο πελάτη. Η διαφορά αυτή, όμως, είναι κάπως παραπλανητική, αφού μας δίνει την αίσθηση ότι οι κώδικες επαγγελματικής λειτουργίας / συμπεριφοράς δεν ασχολούνται με τις αξίες. Αν και οι κώδικες συμπεριφοράς πρέπει να αναφέρονται σε συγκεκριμένες καταστάσεις, θα πρέπει επίσης να στηρίζονται σε μια ορθή ηθική αρχή. Η βιομηχανία πρέπει να συνδεθεί με συγκεκριμένους κώδικες συμπεριφοράς και μεταξύ άλλων, ένα υγιές περιβάλλον σημαίνει επαγγελματική κίνηση, ικανοποίηση των αιτημάτων

των καταναλωτών, ενοποίηση των προσπαθειών και της εικόνας της βιομηχανίας και εξασφάλιση της ποιότητας του προϊόντος. Πυρήνας για κάθε κώδικα ηθικής συμπεριφοράς είναι τα εξής: δέσμευση απέναντι στο περιβάλλον, υπευθυνότητα, ολοκληρωμένος προγραμματισμός, διαχείριση φιλική προς το περιβάλλον, συνεργασία μεταξύ των φορέων λήψεως αποφάσεων και ενημέρωση του κοινού .

Σε μια προσεγμένη έρευνα της ηθικής και του τουρισμού, προτείνεται η χρήση ενός ερευνητικού πλαισίου τουρισμού και ηθικής, που θα στηρίζεται στην ιδέα του «σωστού» τουρισμού, μια ιδέα που δεν αφορά μόνο τη δίκαιη και σωστή συμπεριφορά αλλά και το γεγονός ότι ο τουρισμός είναι «απλά» ή «μόνο» ένα «μικρό πράγμα». Ο τουρισμός είναι πλέον σημαντικότερος ως οικονομικό μέγεθος απ'ότι ως εμπειρία και έτσι, έχει χάσει κάποιες εγγενείς του ιδιότητες, που προκύπτουν από την απόλαυση μιας εμπειρίας. Υπογραμμίζεται ότι «αν ο τουρισμός φθάσει σε ένα τέτοιο σημείο, όπου οι ειδήμονες του τομέα παροχής υπηρεσιών θα τον αντιμετωπίζουν πρώτα ως επιχείρηση και μετά ως εμπειρία, τότε δε θα είναι «σωστός τουρισμός» αλλά βιομηχανία. Κλείνοντας υποστηρίζεται ότι τα θέματα ηθικής θα πρέπει να περιλαμβάνονται στα βιβλία των τουριστικών πανεπιστημίων και ότι θα πρέπει να λάβουμε σοβαρά υπ'όψη μας ότι η παράδοση τουριστικών υπηρεσιών πάσχει από έλλειψη επαγγελματισμού .

Υπάρχει μια διάκριση μεταξύ ηθικού και μη – ηθικού εργασιακού κλίματος στο χώρο του οικοτουρισμού. Η κουλτούρα καθορίζει μέσα σε μια οργάνωση συγκεκριμένα πρότυπα αποδεκτής συμπεριφοράς. Συνεπώς, τα άτομα υπόκεινται σε μια διαδικασία κοινωνικοποίησης, που στηρίζεται στους τρόπους συμπεριφοράς, που ισχύουν στον οργανισμό. Από την άλλη πλευρά οι γνώσεις μας εμπλουτίστηκαν γύρω από την ηθική ανάπτυξη μέσα σε μια κοινωνία υπό το πρίσμα τριών διαφορετικών σταδίων: του προ-συμβατικού (οι άνθρωποι που λειτουργούν έτσι, ώστε να αποφύγουν τη τιμωρία, διεκδικούν επιβραβεύσεις, επιδιώκουν την έννοια – ικανοποίηση και αδιαφορούν για τους κοινωνικούς κανόνες και τις αρχές της οικολογίας), του συμβατού (άτομα που λειτουργούν έτσι, ώστε να λάβουν την έγκριση της κοινωνίας), και του μετά – συμβατού (που ορίζεται από τη στροφή του ανθρώπου να μην επηρεάζεται από εξωγενείς παράγοντες αλλά από τον ίδιο τον εαυτό του για το καλό της κοινότητας και ευρύτερα για το καλό της ανθρωπότητας και του πλανήτη). Τα τρία στάδια αυτά του οικοτουρισμού ορίστηκαν ως: **(1)** η αγοραστική κουλτούρα του οικοτουρισμού, **(2)** η κοινωνικό – γραφειοκρατική κουλτούρα του οικοτουρισμού και **(3)** η οικοτουριστική κουλτούρα, που ακολουθεί συγκεκριμένες αρχές. Η βιομηχανία του οικοτουρισμού θα πρέπει να προσπαθήσει να φθάσει στο τρίτο στάδιο, γεγονός που προϋποθέτει όχι μόνο μια οικονομική και/η κοινωνιολογική ατζέντα, αλλά και μια κοινωνικό – οικολογική αλλαγή, που θα αντανakλά τους γενικούς

στόχους του οικολογικού και κοινωνικού ολοκληρωτισμού. Οι μετακινήσεις μεταξύ των σταδίων επηρεάζονται από πολιτικές διαδικασίες (π.χ. ανάπτυξη πολιτικών, που ελέγχουν τις επιδράσεις που ασκεί ο τουρισμός), πολιτιστικές διαδικασίες (π.χ. προώθηση ενός ανθρώπου μέσα σε μια επιχείρηση βάσει της κοινωνικά και οικολογικά υπεύθυνης συμπεριφοράς του) και τεχνικές διαδικασίες (π.χ. πιστοποίηση των οικοτουριστικών οδηγών).

11) Παραδείγματα εφαρμογής του οικοτουρισμού στην Ελλάδα.

Η Ελλάδα διαθέτει ιδιαίτερα πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον, καθώς παρά τη μικρή της έκταση παρουσιάζει σπάνια γεωμορφολογία με έντονες αντιθέσεις και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας. Χιλιάδες δαντελωτές ακτές, επιβλητικά βουνά, σπήλαια και φαράγγια, λίμνες, ποτάμια, βιότοποι εξαιρετικής ομορφιάς και μοναδικά οικοσυστήματα «προοικίζουν» την ελληνική γη με εντυπωσιακά τοπία, τα οποία σε συνδυασμό με το ήπιο [κλίμα](#) της χώρας, καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για τους λάτρεις του οικολογικού-εναλλακτικού τουρισμού.

Επισκεπτόμενος διάφορες περιοχές της χώρας, ο φυσιολάτρης περιηγητής έχει την ευκαιρία:

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

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

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

-να μελετήσει την εξαιρετική ποικιλία της χλωρίδας στην ελληνική ύπαιθρο

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

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

-τέλος, να διαμείνει σε πρότυπες [αγροτουριστικές μονάδες](#), που αναπτύσσονται σε όλη την επικράτεια και δίνουν τη δυνατότητα στον επισκέπτη να γνωρίσει την τοπική αρχιτεκτονική, πολιτισμική και

γαστρονομική παράδοση, αλλά και τα προϊόντα, τις αγροτικές ασχολίες και την καθημερινή ζωή των κατοίκων κάθε περιοχής. Οι επισκέπτες των οικολογικά ευαίσθητων περιοχών οφείλουν να τηρούν προσεκτικά τις απαιτήσεις για την προστασία του περιβάλλοντος από τη ρύπανση, την αποφυγή κάθε ενόχλησης των φυσικών βιοτόπων και διατάραξης της ισορροπίας των οικοσυστημάτων. Νέα περιβαλλοντικά κέντρα και μουσεία σε ολόκληρη την Ελλάδα κάνουν ακόμη πιο προσιτή την υπόθεση του οικοτουρισμού. Από το Παρανέστι της Δράμας μέχρι την Αναβρυτή του Ταΰγετου, ένα μικρό οδοιπορικό που καταγράφει τις σημαντικές ευπρόσδεκτες αλλαγές που έγιναν τα τελευταία χρόνια και που μας φέρνουν σε πιο ουσιαστική επαφή με την ελληνική φύση.

12) Συμπέρασμα.

Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι υπάρχουν διαφορετικές απόψεις σχετικά με το πώς και μέχρι που μπορούμε να εξετάσουμε και να παρουσιάσουμε ένα οικοτουριστικό προϊόν. Όπως και κάθε άλλο πράγμα, εξαρτάται από την οπτική γωνία, που θα λάβουμε για να προσεγγίσουμε το θέμα αυτό (π.χ. οικονομικά, μάρκετινγκ, οικολογία). Ο ορισμός του οικοτουρισμού είναι σχετικά περίπλοκος. Η άποψη αυτή βασίζεται στη πεποίθηση ότι, αν πρόκειται να επιβιώσει ο οικοτουρισμός, θα πρέπει να το καταφέρει υιοθετώντας μια πιο «πράσινη» ατζέντα. Ο βιώσιμος τουρισμός πρέπει να λάβει ηγετική θέση για τη μελλοντική ανάπτυξη και διαχείριση της τουριστικής βιομηχανίας. Ο οικοτουρισμός δεν είναι παρά μια μορφή βιώσιμου τουρισμού, που στέκεται πάνω σε μια βάση αποτελούμενη από πολλές άλλες μορφές. Κατά πόσο μπορούν να αναπτυχθούν μορφές μαζικού τουρισμού, που να είναι φιλικές προς το περιβάλλον; Οι έρευνες και οι μελέτες περιπτώσεων, που έχουν πραγματοποιηθεί σε όλο τον κόσμο, δείχνουν ότι ο μαζικός τουρισμός θα πρέπει να γίνει πιο βιώσιμος, ειδικά εν' όψη της αυξανόμενης έκτασης της βιομηχανίας – υπάρχει άραγε κάποιο τέλος στη πορεία της; Αν ο οικοτουρισμός έχει να παίξει κάποιο ρόλο στη μεταμόρφωση του μαζικού τουρισμού, τότε αυτός θα είναι να δείξει, σε μια μικρή κλίμακα, την ικανότητα της βιομηχανίας να γίνει πιο υπεύθυνη οικολογικά μέσα από την ανάπτυξη στρατηγικών εναλλακτικών μορφών ενέργειας, την ευαισθητοποίηση απέναντι στους φυσικούς πόρους και τους ντόπιους κατοίκους, κ.λπ. Κυρίαρχο ρόλο, όμως, στη δυνατότητα αυτή για αλλαγή θα παίξουν όσοι εμπλέκονται στο βιώσιμο τουρισμό, όπως στην Ευρώπη, όπου έχουν αναπτυχθεί ορισμένα από τα καλύτερα προγράμματα ανάπτυξης και έρευνας, που μπορεί να επιδείξει η βιομηχανία. Δε μας επιτρέπεται να αδιαφορήσουμε για τον τρόπο, με τον οποίο πολλές κοινότητες της Ευρώπης εγκαινίασαν εντυπωσιακά προγράμματα και

πολιτικές, που επιχειρούν να κάνουν περισσότερα χρησιμοποιώντας λιγότερα .

Ένα άλλο θέμα, που πρέπει στο μέλλον να απαντηθεί, είναι ο ρόλος που πρέπει να παίζει η πολιτεία και η βιομηχανία στη παρουσίαση του προϊόντος του οικοτουρισμού. Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι ο ιδιωτικός τομέας, όταν αφεθεί ανεξέλεγκτος, θα προσπαθήσει να κερδίσει περισσότερα χρήματα. Αν λάβουμε αυτό ως δεδομένο, τότε, αν ο οικοτουρισμός αποτύχει, η αιτία θα βαρύνει απόλυτα και μόνο τους επιχειρηματίες; Όχι άμεσα .Η αιτία θα βρίσκεται στα χέρια των κρατών και των διεθνών εταιρειών, που εμπλέκονται στη διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης και στην ανικανότητά τους να ελέγξουν και να αναπτύξουν σωστούς κανόνες για τη βιομηχανία. Επίσης υπεύθυνη είναι η έρευνα, που χρηματοδοτείται από το κράτος. Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι υπεύθυνοι μάρκετινγκ και οι σύμβουλοι των επιχειρήσεων θεώρησαν σωστό να δουν ορθολογικά τις δυνατότητες της αγοράς του οικοτουρισμού και συνεπώς την ευρύτερη οικονομική επίδραση, που προκύπτει από την αγορά αυτή, μέσα από ανεύθυνες μεθοδολογικές προσεγγίσεις, οι οποίες σε ένα βαθμό κατάφεραν να διαβρώσουν την έννοια του οικοτουρισμού. Επιτρέψαμε στο μάρκετινγκ να κατευθύνει την εμπειρία μας αντί να κάνουμε το αντίθετο .

Οι επικριτές του οικοτουρισμού διατείνονται ότι οι ορισμοί και οι στόχοι του οικοτουρισμού είναι εξαιρετικά ουτοπικοί εμποδίζοντας, έτσι, την ικανοποίηση όλων των συστατικών στοιχείων των ορισμών. Αν και το επιχείρημα αυτό ισχύει, θα πρέπει να εξεταστεί προσεκτικά. Ουσιαστικά, υπάρχουν δυο τρόποι αντιμετώπισής του: **(1)** να συμφωνήσουμε και να αλλάξουμε τους ορισμούς, ώστε να είναι περισσότερο σαφείς, πράγμα που είναι και η κυρίαρχη άποψη και **(2)** να υποστηρίξουμε ότι οφείλουμε να θέτουμε υψηλούς στόχους, ώστε να μπορούμε να επιτυγχάνουμε τα επιθυμητά αποτελέσματα. Η ιδέα, που κρύβεται πίσω από το δεύτερο σημείο, είναι ότι με το καθορισμό συγκεκριμένων στόχων ή αρχών για τον οικοτουρισμό, ωθούμε τους ερευνητές και τους επαγγελματίες του χώρου να προσπαθήσουν να φθάσουν σε αυτά τα αποτελέσματα. Επιπλέον, προσφέρει τη δυνατότητα ανάπτυξης ενός τρόπου διάκρισης των επιχειρηματιών βάσει καθορισμένων κριτηρίων. Ελιτισμός; Μάλλον όχι, αφού προσφέρει στον καταναλωτή τη πληροφόρηση που χρειάζεται, προκειμένου να λάβει ενημερωμένες αποφάσεις γύρω από το προϊόν .

Όμως και η τουριστική βιομηχανία, το μέλλον του οικοτουρισμού θα ελέγχει, σε κάποιο βαθμό, από την ελεύθερη ζήτηση. Το πειστικότερο ερώτημα, όμως, είναι σε ποιο βαθμό είναι πρόθυμη η διεθνής κοινότητα να αφήσει κάτι τέτοιο να συμβεί. Με απλά λόγια, θα αφήσουμε τους οικοτουρίστες και τους δημιουργούς των σχετικών εμπειριών να καθορίσουν τη μοίρα της τουριστικής βιομηχανίας, ή μήπως η τουριστική βιομηχανία θα ζητήσει τη παρέμβαση των τοπικών, επαρχιακών, εθνικών και διεθνών αρχών για τον έλεγχο της κατάστασης; Η τάση φαίνεται να

είναι προς το δεύτερο, δηλαδή ότι η μελλοντική πορεία του χώρου θα είναι ο έλεγχος μέσα από το βιώσιμο τουρισμό και τη βιομηχανία του οικοτουρισμού. Αν και το γεγονός αυτό φαίνεται δύσκολο να το δεχτούν κάποιοι παράγοντες του χώρου, για άλλη μια φορά τονίζουμε ότι θα πρέπει να κοιτάξουμε λίγο πιο πέρα από την ικανοποίηση των προσωπικών και οικονομικών αναγκών προς μια προσέγγιση ευαίσθητη στις ανάγκες του περιβάλλοντος και των ντόπιων κατοίκων .

Ως μια μεγάλη παγκόσμια οικονομική δύναμη, ο τουρισμός έχει μπλεχτεί στα δίχτυα ενός σύνθετου πολιτισμού, που δίνει έμφαση στους υλικούς και όχι στους ηθικούς στόχους και αξίες. Ως μέρος της βιομηχανίας αυτής, ο οικοτουρισμός θα πρέπει να παλέψει, προκειμένου να αναγνωριστεί είτε ως συμβατή είτε ως εναλλακτική μορφή τουρισμού. Για το λόγο αυτό, τα επόμενα χρόνια θα παίξουν καθοριστικό ρόλο για το προσδιορισμό των «εναλλακτικών» μέσων και του ρόλου που παίζει ο οικοτουρισμός για την ανάπτυξη μιας καλύτερης εναλλακτικής τουριστικής λύσης. Αν πρόκειται να αφορά περισσότερες ψευδείς επιθυμίες και ματαιοδοξίες, τότε ο οικοτουρισμός, με τη πραγματική του έννοια, δε θα επιτύχει. Αν, από την άλλη πλευρά, απαιτήσει την ύπαρξη ενός συνόλου αρχών για τη φιλοσοφία και την εφαρμογή του, τότε πράγματι θα συμβάλλει στις σχέσεις ανθρώπων – ανθρώπων και ανθρώπων – περιβάλλοντος και θα λειτουργήσει ως πρότυπο για άλλες μορφές ανάπτυξης – τουριστικές και μη – σε έναν πολυσύνθετο κόσμο .

ΜΕΡΟΣ V

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ:

ΤΕΛΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.

Επιπτώσεις των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Όλο και περισσότερο κατακτούν έδαφος στον τομέα του τουρισμού οι εναλλακτικές προτάσεις τουρισμού που έχει να προσφέρει κάθε χώρα στους επισκέπτες της. Και σε αυτόν τον τομέα, η Ελλάδα με τις εναλλαγές της μορφολογίας, των κλιματολογικών συνθηκών αλλά και με την απαραίτητη υποδομή κερδίζει τις εντυπώσεις αλλά και τα θετικά σχόλια όσων την επισκέπτονται. Σημαντικός παράγοντας για την προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού είναι η δυνατότητα που μας δίνεται, μέσα από αυτές τις μορφές τουρισμού να γνωρίσουμε καλύτερα τις ομορφιές της Ελληνικής φύσης και να ζήσουμε κάποιες ώρες ή μέρες σε ένα μοναδικό περιβάλλον.

Εξάλλου, περισσότερο από άλλες οικονομικές δραστηριότητες ο τουρισμός συνδέεται άμεσα με το περιβάλλον, το οποίο επηρεάζει

ευθέως όπως και επηρεάζεται από αυτό. Πρόκειται για μια αμφίδρομη σχέση, ορατή με άμεσες και μακροχρόνιες επιπτώσεις. Κάθε επιστροφή λοιπόν στις εναλλακτικές μορφές του έχει θετικό αντίκτυπο στο περιβάλλον της χώρας μας και στη διατήρηση του πλούτου του. Παράλληλα ο εναλλακτικός τουρισμός, συμβάλει με διάφορους τρόπους στην τοπική ανάπτυξη, όχι μόνο με την ενεργοποίηση του δυναμικού κάθε περιοχής αλλά και με την ενίσχυση των τοπικών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Έτσι, παράλληλα με την εκρηκτική ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη χώρα μας υπάρχει ήδη μια ζωνρή δραστηριοποίηση για την ανάπτυξη και τη βελτίωση της σχετικής υποδομής.

Με τον όρο εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εννοούμε διάφορες δραστηριότητες στις οποίες μπορεί ο ενδιαφερόμενος να συμμετέχει ομαδικά ή προσωπικά. Η συμμετοχή σε εναλλακτικές δραστηριότητες προσφέρεται για να γνωρίσει κανείς τα βουνά, τις κοιλάδες, τα απότομα φαράγγια, τα ορμητικά ποτάμια, τις ήρεμες λίμνες, τα διεθνή ορειβατικά μονοπάτια και παράλληλα τα ιστορικά της μνημεία και τους αρχαιολογικούς χώρους των διαφόρων περιοχών της Ελλάδας. Όλες οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι λίγο ως πολύ «φιλικές» προς το περιβάλλον. Ένα ακόμη όφελος είναι ότι σχεδόν όλοι οι φυσικοί χώροι όπου πραγματοποιούνται οι δραστηριότητες αυτές προστατεύονται διακριτικά με την ανάδειξη του φυσικού τοπίου, των παραδοσιακών οικισμών, την προστασία της χλωρίδας και της πανίδας της περιοχής συμβάλλοντας στο να διατηρούνται οι περιβαλλοντικές ισορροπίες.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από την ποικιλία που προσαρμόζεται στις προτιμήσεις και την οικονομική δυνατότητα κάθε επισκέπτη. Συνδυάζουν φυσική άσκηση, δράση, τόλμη, θάρρος και σεβασμό στη φύση. Απαραίτητες επίσης είναι σε αρκετές περιπτώσεις οι τεχνικές γνώσεις, καθώς και η σωστή οργάνωση και εξοπλισμός. Σήμερα στην Ελλάδα υπάρχουν ήδη αρκετοί σύλλογοι με ειδικά προγράμματα και εξειδικευμένο προσωπικό, όπου μπορεί να απευθυνθεί κάθε ενδιαφερόμενος.

Όλοι πρέπει να κατανοήσουν μια για πάντα ότι το τουριστικό μοντέλο που εφαρμόστηκε στη χώρα μας στο παρελθόν, το μοντέλο του μαζικού τουρισμού και της άναρχης τουριστικής δόμησης και ανάπτυξης, έχει τελειώσει οριστικά. Υποκαθίσταται δυναμικά σε ετήσια βάση από την εφαρμογή μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής περιφερειακής ανάπτυξης.

Ο τουρισμός σε πολλές περιοχές, είναι η κύρια αν όχι η μοναδική οικονομική δύναμη και το βασικό εργαλείο προώθησης της περιφερειακής ανάπτυξης. Το εργαλείο αυτό χωρίς την κατάλληλη καθοδήγηση (σχεδιασμός, προγραμματισμός και διαχείριση) ορισμένες φορές οδηγεί σε υπερεκμετάλλευση των πόρων, με μακροχρόνιες επιπτώσεις στις περιοχές αλλά και στον ίδιο τον τουρισμό. Επιβάλλεται έτσι μια σαφήνεια στους αναπτυξιακούς στόχους αλλά και μια στρατηγική βασισμένη στα πραγματικά προβλήματα και δυνατότητες της

κάθε περιοχής για να επιτευχθεί η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού που θα έχει μακροχρόνιες προοπτικές. Αν γίνουν βιαστικές ενέργειες χωρίς προγραμματισμό, με εγκαταστάσεις και υπηρεσίες χαμηλού κόστους, υπάρχει κίνδυνος υποβάθμισης και καταστροφής των πόρων.

Βασική επιδίωξη είναι η επιμήκυνση τουριστικής περιόδου με ανάπτυξη δραστηριοτήτων κατάλληλων και ελκυστικών για διάφορες εποχές (τουρισμός τεσσάρων εποχών), πάντα στο πλαίσιο των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της υπό μελέτη περιοχής. Θα πρέπει να μελετηθούν οι τουριστικοί πόροι, η υποδομή της κάθε περιοχής, καθώς και οι προοπτικές ανάπτυξης και πιθανά προβλήματα που μπορούν να δημιουργηθούν.

Πρέπει να δοθεί προτεραιότητα στην ανάπτυξη τουριστικών υπηρεσιών και εγκαταστάσεων ικανών να προσελκύσουν τουριστική κίνηση υψηλού επιπέδου, μέσω της ανάπτυξης τουριστικών υποδομών ολοκληρωμένου χαρακτήρα, την αξιοποίηση των φυσικών τουριστικών πόρων, την ανάδειξη της ιστορικής φυσιογνωμίας της περιοχής και της δημιουργίας μονάδων υψηλών απαιτήσεων και προδιαγραφών.

Για να υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης θα πρέπει η περιοχή να προσφέρει δυνατότητες ανάπτυξης μονοπατιών και οικοτουριστικών εγκαταστάσεων για την προσέλκυση επισκεπτών. Οι δυνατότητες που προσφέρει κάποια τουριστική περιοχή για την παρατήρηση άγριας πανίδας και χλωρίδας στο φυσικό τους περιβάλλον αποτελούν μια μορφή «πόρων» που ανταποκρίνονται σε νέες μορφές τουρισμού. Για να αποκτήσει μια τουριστική περιοχή σπουδαιότητα για την παρατήρηση άγριας ζωής θα πρέπει όχι απλώς μόνο να συγκροτεί τους φυσικούς πληθυσμούς πανίδας και χλωρίδας, αλλά και να προσφέρει ευκαιρίες, για αυτού του είδους τη παρατήρηση. Επίσης η πανίδα και χλωρίδα που συγκροτεί τον προαναφερθέντα «τουριστικό πόρο» δεν θα είναι «συνηθισμένη». Τα προς παρατήρηση είδη πρέπει να προσφέρουν ενδιαφέρον, είτε να είναι σχετικά σπάνια.

Πολλά ορεινά χωριά της πατρίδας μας έχουν πλούσια δενδρώδη βλάστηση μέσα στα όρια του οικισμού. Η δημιουργία νέων κλινών και συνεπώς καταλυμάτων δεν πρέπει να οδηγήσει στην υποβάθμιση της φυσικής βλάστησης που προσδίδει φυσική όψη στους οικισμούς. Η εικόνα αυτής της φυσικής βλάστησης έχει πολύ μεγάλη οικολογική αλλά και τουριστική αξία αφού δίνεται η δυνατότητα στον επισκέπτη να παρατηρήσει την πανίδα και χλωρίδα του οικισμού από το κατάλυμά του. Τονίζεται η ανάγκη να παραμείνει η οικιστική ανάπτυξη εντός του υφισταμένου δομημένου χώρου των οικισμών και να προσεχθούν ειδικά τα στοιχεία της φύσης που υπάρχουν μέσα στους οικισμούς και σε γειτνίαση με αυτούς. Ειδικά τα αιωνόβια δασύλλια, οι υδρορροές, οι υδάτινες συλλογές, οι φυσικοί φυτοφράχτες, τα παλαιά περιβόλια, οι βραχώδεις σχηματισμοί, οι πεζούλες, τα ερείπια κτιρίων και άλλες παλαιές λιθοδομές πρέπει να προστατευτούν από την νέα δόμηση και επέκταση των έργων τουριστικής αναψυχής.

Για την μικρή και συχνά ευπρόσβλητη φυσιογνωμία των ορεινών χωριών προτιμότερο είναι να ενισχυθεί ο ήπιος τουρισμός με την δημιουργία σχετικά μικρών μονάδων καταλυμάτων. Οι μικρές μονάδες μέσα στα χωριά προκαλούν επιπτώσεις σε μικρότερο βαθμό στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον. Ο οικοαγροτουρισμός προτείνει τη διαμονή των τουριστών σε αποκεντρωμένα καταλύματα ώστε να βρίσκονται σε άμεση επαφή με τη φύση, ενώ παράλληλα δημιουργεί τις προϋποθέσεις για ένα επιπρόσθετο εισόδημα στους αγρότες. Οι τουρίστες πολλές φορές συμμετέχουν και αυτοί στις αγροτικές εργασίες, για να γίνουν και αυτοί ένα με τους αγρότες και να γνωρίσουν έναν νέο τρόπο ζωής, μέσα στη φύση, μακριά από το άγχος των μεγαλουπόλεων.

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι οι παρεμβάσεις οι οποίες θεωρούνται απαραίτητες για την εξασφάλιση της ήπιας τουριστικής ανάπτυξης μπορούν να επικεντρωθούν σε μερικά βασικά σημεία:

- Αξιοποίηση, αποκατάσταση και μετατροπή παλαιών παραδοσιακών κενών κατοικιών σε ξενώνες.
- Τη δημιουργία νέων ξενοδοχειακών μονάδων με σεβασμό στην αρχιτεκτονική της περιοχής και στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον.
- Τη βελτίωση ή και επέκταση του οδικού δικτύου (όπου κρίνεται αναγκαίο).
- Ανάδειξη και προστασία του ανθρωπογενούς - οικιστικού περιβάλλοντος και των πόρων πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Προστασία οικολογικών πόρων και άγριας φύσης.
- Αξιοποίηση πόρων ή και δημιουργία υποδομών που ανταποκρίνονται στις νέες μορφές τουρισμού.
- Ανάπτυξη ικανοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού, αλλά και δημιουργία ή και λειτουργία μηχανισμών για την υποστήριξη της διαδικασίας για ήπια - οικολογική τουριστική ανάπτυξη.

Στη μελέτη των επιπτώσεων της ανάπτυξης των ειδικών μορφών τουρισμού το ενδιαφέρον επικεντρώνεται:

- Στο είδος της εγκατάστασης (μέγεθος τουριστικής μονάδας, κατηγορία)
- Το στάδιο ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας
- Την πυκνότητα ανάπτυξης. Η ένταση υπολογίζεται με την βοήθεια ενός δείκτη που συνοδεύει την αντίστοιχη χρήση γης, στην συγκεκριμένη περίπτωση τον τουρισμό.
- Την ύπαρξη τεχνικής υποδομής (οδικό δίκτυο, αποχέτευση, βιολογικός καθαρισμός κλπ.). Η επάρκεια της τεχνικής υποδομής δηλώνεται με την βοήθεια κατάλληλου δείκτη.
- Η ύπαρξη άλλων οικονομικών δραστηριοτήτων που συσχετίζονται άμεσα με την τουριστική δραστηριότητα (εστιατόρια, μπαρ, καφεενεία, εμπορικά, ταξιδιωτικά πρακτορεία, ενοικιάσεις

αυτοκινήτων, δικύκλων κλπ.). Η παρουσία συναφών δραστηριοτήτων, το μέγεθός τους κλπ. Μπορεί να δηλωθεί έμμεσα και με το στάδιο ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας.

- Δημιουργία επεξεργασίας λυμάτων ειδικά σε περιοχές με υπερκάλυψη και κοντά σε υδάτινους πόρους.

Το στάδιο της τουριστικής ανάπτυξης παρείχε καταρχήν την δυνατότητα εξαγωγής πολύτιμων συμπερασμάτων σχετικά με τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν. Ταυτόχρονα όμως μπορούν να προκύψουν και κάποια συμπεράσματα για τις πιθανές περιβαλλοντικές επιπτώσεις ή απειλές που υφίσταται το σύστημα από την τουριστική δραστηριότητα. Ένα σύστημα που βρίσκεται σε φάση κόπωσης μπορεί να αντιμετωπίσει προβλήματα όπως κυκλοφοριακής συμφόρησης, θορύβου, ρύπανσης της θάλασσας, ενώ ένα σύστημα που βρίσκεται σε φάση απογείωσης αντιμετωπίζει τα προβλήματα όπως η προστασία των οικοσυστημάτων, τοπίων ή γεωργικής γης από την πίεση για δόμηση.

Είναι φυσικό ανάλογα με το στάδιο της τουριστικής ανάπτυξης το είδος και η ένταση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων να ποικίλουν, η εξακρίβωση των οποίων να γίνεται με επιτόπια ανάλυση.

Ένα είναι το βασικό συμπέρασμα. Ο τουρισμός όπως τον γνώρισαν οι γονείς μας έχει τελειώσει. Τα νέα μοντέλα και οι νέες τάσεις απέναντι σε αυτό το τόσο «ευπαθές προϊόν» χρειάζονται ριζοσπαστικές λύσεις που αφενός θα δίνουν την δυνατότητα για την εφαρμογή ευέλικτων στρατηγικών ανάλογα με τα προβλήματα που παρουσιάζονται και από την άλλη θα προστατεύουν αυτό που έγινε πια παγκόσμιο αντικείμενο φροντίδας και προσοχής το περιβάλλον.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΜΕΡΟΣ Ι	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α:.....	1
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΕΝΙΚΑ, ΟΡΙΣΜΟΣ, ΕΝΝΟΙΑ	1
1) ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΕΞΕΤΑΣΗ ΜΑΖΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.	1
2) ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.	2
3) ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	9
4) ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	11
ΜΕΡΟΣ ΙΙ	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β:.....	19
ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.	19
1) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ – ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΓΕΩΡΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.	19
1.1) Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ.	20
1.2) Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.	26
1.3) ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.	28
1.4) Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΑΡΚΑΔΙΑΣ.	29
1.5) ΤΟ ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.	30
1.6) ΔΙΕΘΝΗ-ΕΜΠΕΙΡΙΑ.	31

1.7) Η-ΕΛΛΗΝΙΚΗ-ΕΜΠΕΙΡΙΑ.....	31
1.8) ΆΞΟΝΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	32
1.9) ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΡΚΑΔΙΑ.....	33
1.10) ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΕΣ-ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ.....	35
2) ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ – ΘΕΡΜΑΛΙΣΜΟΣ. ...	35
2.1) ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΙ.....	35
2.2) Ο ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	37
2.3) ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. ...	38
2.4) ΘΕΡΜΑΛΙΣΜΟΣ.....	40
2.5) ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ.....	41
2.6) ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ – ΘΕΡΜΑΛΙΣΜΟΣ.....	42
2.7) ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	43
3) ΤΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΤΑΞΙΔΙΑ – ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ.....	45
3.1) ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΙ.....	45
3.2) Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	46
3.2.1) ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ :	48
3.3) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ.....	48
3.3.1) ΤΕΛΙΚΗ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ.....	51
3.4) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ.....	51
3.4.1) ΤΕΛΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	55

3.5) ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ.	56
ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ	57
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ:	57
ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	57
1) ΈΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΙΑΣ	57
2) ΈΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	58
3) ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ, ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ, ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΑ	59
4) ΦΥΣΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ, ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ, ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ. ΠΑΡΚΑ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	60
5) ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	65
6) ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	68
7) ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	70
8) ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	74
9) ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΟΦΕΛΗ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΣΕΒΑΣΜΟΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ ΝΤΟΠΙΩΝ.	75
10) Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΗΘΙΚΗΣ ΣΤΟΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟ	81
11) ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	84
12) ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ	85
ΜΕΡΟΣ V	87
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ:	87
ΤΕΛΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	87

