



**Τμήμα: Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων**



### **ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΠΑΡΑΛΙΩΝ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ-ΜΟΡΦΕΣ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ  
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.**

**ΕΚΠΟΝΗΣΗ**

**ΚΟΥΤΑΝΤΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ**

**Κος ΓΩΝΙΑΝΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ**



*«Το πραγματικό ταξίδι της ανακάλυψης δεν συνίσταται στην αναζήτηση νέων τοπίων, αλλά στην απόκτηση νέας προοπτικής»*

Μαρσέλ Προυστ

## Περίληψη

Το παρόν συγγραφικό εγχείρημα αφορά τον παράκτιο και παραθαλάσσιο τουρισμό της Ελλάδας και τον τρόπο με τον οποίο αυτός λειτουργεί επικουρικά για την οικονομική της ενίσχυση.

Τα τελευταία χρόνια, ολοένα και περισσότερες, είναι οι υποδομές οι οποίες αναπτύσσονται για να προσελκύουν πλήθος τουριστών. Ο τουρισμός πλέον δεν περιορίζεται μόνο σε μερικούς μήνες τον χρόνο αλλά εκτείνεται σε ολόκληρο τον χρόνο εφόσον έχουν ανευρεθεί τρόποι να τον υποστηρίξουν. Κάτι τέτοιο έχει αποδειχτεί αρκετά ελπιδοφόρο μιας και η χώρα μας ενδείκνυται τόσο για παραθεριστικό τουρισμό όσο και για εναλλακτικό και θρησκευτικό.

Η πορεία του ελληνικού τουρισμού στον 21<sup>ο</sup> αιώνα έχει σημειώσει άλματα προόδου καθώς ο τουρισμός πια εντάσσεται μέσα σε επιστημονικούς κλάδους και δεν αποτελεί αυτόνομο και ανεξάρτητο κομμάτι.

Μέσα από την παρούσα εργασία διαφαίνεται ο διεπιστημονικός του χαρακτήρας και αναδύονται οι δυνατότητες που παρέχει στους ανθρώπους, στην κοινωνία και στην οικονομία. Έχουν αναπτυχθεί πολλά είδη τουρισμού όπως αυτά του γιότινγκ και της κρουαζιέρας αλλά και τα παράκτια όπως είναι η κολύμβηση, το windsurfing, το ψάρεμα, ο τουρισμός παραλίας, η παρακολούθηση της θαλάσσιας πανίδας κ.α.

Αποτελεί αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι η Ελλάδα θα εξακολουθήσει να έχει πολλά πλεονεκτήματα έναντι άλλων χωρών τα οποία αναφύονται από την φυσική της ομορφιά, το βασικό όμως είναι οι ειδήμονες του τουρισμού να δράττονται των ευκαιριών ώστε η χώρα μας να έχει τις οικονομικές απολαβές που της αξίζουν, μέσα απ' αυτό.

## Περιεχόμενα

Εισαγωγή .....	σελ. 6
Κεφάλαιο Πρώτο	
1. Βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού .....	σελ. 7
1.1 Ο τουρισμός και οι κύριοι άξονές του .....	σελ. 7
1.2 Οι τουρίστες και η προσέγγιση των κυρίαρχων χαρακτηριστικών τους .....	σελ. 10
1.3 Ο πολυεπιστημονικός χαρακτήρας της μελέτης του τουρισμού .....	σελ. 10
1.4 Τουριστικός σχεδιασμός: διοίκηση και εκπαίδευση .....	σελ. 12
Κεφάλαιο Δεύτερο	
2. Ο τουρισμός στην κοινωνία και στην ελληνική οικονομία .....	σελ. 14
2.1 Η πορεία του ελληνικού τουρισμού στον 21ο αιώνα .....	σελ. 14
2.2 Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία .....	σελ. 14
2.3 Ο ρόλος του τουρισμού στην ανάπτυξη και στην ανάκαμψη της Ελλάδας .....	σελ. 16
2.4 Ο τουρισμός γεννάει νέες ευκαιρίες μέσα στην κρίση .....	σελ. 18
2.5 Επιδράσεις του τουρισμού στην κοινωνία .....	σελ. 21
2.6 Τουριστικές υποδομές στην Ελλάδα .....	σελ. 22
2.7 Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη των νησιών .....	σελ. 26
2.8 Παράγοντες οι οποίοι καθιστούν τα νησιά ιδιαίτερους προορισμούς .....	σελ. 28
Κεφάλαιο Τρίτο	
3. Θαλάσσιος και παράκτιος τουρισμός .....	σελ. 30
3.1 Θαλάσσιος Τουρισμός .....	σελ. 30
3.2 Τουρισμός γίγτινγκ και ιστιοπλοΐας .....	σελ. 31
3.3 Τουρισμός κρουαζιέρας .....	σελ. 34
3.4 Παράκτιος τουρισμός .....	σελ. 34
3.5 Τουρισμός παραλίας .....	σελ. 36
3.6 Παράκτιο ψάρεμα .....	σελ. 36
3.7 Η παρατήρηση από τη ξηρά θαλάσσιων θηλαστικών .....	σελ. 37
3.8 Η παρακολούθηση του φαινομένου της παλίρροιας .....	σελ. 38
3.9 Η απόλαυση του θαλάσσιου περιβάλλοντος .....	σελ. 38
3.10 Κολύμβηση .....	σελ. 39
3.11 Το surfing (κυματοδρομία) .....	σελ. 40

3.12 Windsurfing .....	σελ. 40
3.13 Θαλάσσιο αλεξίπτωτο .....	σελ. 41
3.14 Μηχανοκίνητα μέσα θαλάσσιας αναψυχής .....	σελ. 41
3.15 Κανό και καγιάκ .....	σελ. 42
Συμπεράσματα .....	σελ. 43
Παράρτημα .....	σελ. 44
Ελληνική βιβλιογραφία .....	σελ. 52
Ξένη βιβλιογραφία .....	σελ. 52
Ιστοσελίδες που αξιοποιήθηκαν .....	σελ. 53

## Εισαγωγή

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται τον θαλάσσιο τουρισμό και την συνεισφορά της ακτής και της παραλίας σε αυτόν καθώς και την προσοδοφόρα ικανότητά τους στην ελληνική οικονομία. Η Ελλάδα, εκ του φυσικού της κάλλους έχει να επιδείξει ένα πλήθος από ομορφιές που αφορούν είτε τον λαμπρό της ήλιο είτε τις καταπληκτικές της θάλασσες. Όπως και να 'χει ο τουρίστας έχει πολλούς λόγους για να προσέλθει στην χώρα μας για τις καλοκαιρινές του διακοπές και όχι μόνο.

Η εργασία διαρθρώνεται σε τρία κεφάλαια, το καθένα είναι επιφορτισμένο με την δική του αποστολή. Τα κεφάλαια χωρίζονται σε υποκεφάλαια και στο τέλος διεξάγονται τα συμπεράσματα και παρατίθεται κι ένα παράρτημα με φωτογραφικό υλικό από ακτές της Ελλάδας οι οποίες προσφέρονται για τουρισμό.

Το πρώτο κεφάλαιο αφορά τα βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού, των τουριστών και γενικότερα τους κύριους άξονες από τους οποίους διέπεται αυτός ο κλάδος.

Το δεύτερο κεφάλαιο αναλύει περισσότερο εμπειριστατωμένα την συμβολή του, τόσο στην κοινωνία όσο και στην οικονομία της Ελλάδας και θίγει το ζήτημα των τουριστικών υποδομών και της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης των νησιών.

Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στον κατεξοχήν θαλάσσιο και παράκτιο τουρισμό και στον τρόπο που οι παραλίες προσφέρονται για πλήθος δραστηριοτήτων όχι μόνο τους καλοκαιρινούς μήνες αλλά ολόκληρο τον χρόνο.

Τα συμπεράσματα τα οποία ακολουθούν είναι εκείνα τα οποία διεξήχθησαν μετά την εκπόνηση της εργασίας και αφορούν την άποψη που έχει αποκρυσταλλωθεί για την οικονομική ενίσχυση που παρέχεται στην Ελλάδα από την αξιοποίηση των χιλιόμετρων παραλίας που διαθέτει και των φερουσών τουριστικών υποδομών της.

## Κεφάλαιο Πρώτο

### 4 Βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού

#### 1.1 Ο τουρισμός και οι κύριοι άξονές του

Οι προσπάθειες να οριοθετηθεί εννοιολογικά ο “τουρίστας” συνδέθηκαν άμεσα με την αύξηση του αριθμού και των τύπων των τουριστικών ταξιδιών, ιδιαίτερα στη μεταπολεμική περίοδο. Είναι άλλωστε χαρακτηριστικό το ότι στον διεθνώς πλέον αποδεκτό ορισμό συνδυάζονται στην έννοια του όρου “τουρίστας” ο σκοπός και η διάρκεια του τουριστικού ταξιδιού.

Οι δυσκολίες να καταλήξουν σ’ αυτόν τον ορισμό κράτη και διεθνείς οργανισμοί συνδέονται άμεσα τόσο με την πολυπλοκότητα των διαδικασιών του τουριστικού ταξιδιού όσο και με την ανάγκη ο ορισμός αυτός να μπορεί να περιγράψει τα τουριστικά ταξίδια με κοινά αποδεκτό επιστημονικά και στατιστικά έγκυρο τρόπο. Χαρακτηριστικό στοιχείο αυτών των δυσκολιών είναι το γεγονός ότι οι πρώτες προσπάθειες ξεκινούν το 1937 και ολοκληρώνονται στο τέλος της δεκαετίας του ’60 όταν αυτός ο ορισμός γίνεται αποδεκτός (Τσάρτας, Π., 2001).

Το τελικό αποτέλεσμα αυτής της διαδικασίας είναι η σαφής διαφοροποίηση στις στατιστικές των εννοιών “τουρίστας” και “εκδρομέας”, με βάση κυρίως τη διάρκεια του ταξιδιού: ο τουρίστας ταξιδεύει από 24 ώρες έως 12 μήνες εκτός του τόπου μόνιμης διαμονής του και για διάφορους σκοπούς ενώ ο εκδρομέας ταξιδεύει από 24 ώρες.

Η αποδοχή αυτού του ορισμού διευκόλυνε τη στατιστική ταξινόμηση των τουριστικών ταξιδιών, ιδιαίτερα δε αυτών του διεθνούς τουρισμού. Παρά το γεγονός όμως ότι είναι κοινά αποδεκτό το ότι αυτός ο ορισμός αφορά και τα ταξίδια εσωτερικού τουρισμού, υπάρχουν δεδομένα που οδηγούν τον εσωτερικό τουρισμό σε μια διαφορετική εννοιολογική οριοθέτηση. Τέτοια δεδομένα είναι:

- Η υιοθέτηση από τις στατιστικές υπηρεσίες χωρών όπως οι Η.Π.Α. και ο Καναδάς κριτηρίου απόστασης (Dollinger, M., 1999) για την ταξινόμηση ενός ταξιδιού ως τουριστικού. Το κριτήριο αυτό μπορεί να οδηγήσει σε υποεκτίμηση του αριθμού των ταξιδιών εσωτερικού τουρισμού, ενώ παράλληλα οδηγεί και σε διαφορετικές εκτιμήσεις του αριθμού των διεθνών

ταξιδιών στην οποία δεν υπεισέρχεται βέβαια ως περιοριστικό κριτήριο η χιλιομετρική απόσταση.

- Η δυσκολία να εκτιμηθεί η διάρκεια παραμονής με βάση το γεγονός ότι η διανυκτέρευση μπορεί να γίνει είτε σε συμπληρωματικό κατάλυμα, είτε σε μη μόνιμο τουριστικό, είτε σε συγγενείς ή φίλους.
- Σημαντικό πρόβλημα αποτελεί, όπως προκύπτει και από τη διεθνή βιβλιογραφία η άποψη ότι τα ταξίδια σε παραθεριστικά σπίτια είτε πρέπει να αποκλείονται από τις στατιστικές είτε πρέπει να περιλαμβάνονται με βάση όμως ορισμένες προδιαγραφές και κριτήρια. Η άποψη αυτή μπορεί να οδηγήσει σε σημαντικές υποεκτιμήσεις του πραγματικού αριθμού των ταξιδιών ιδιαίτερα σε χώρες με παράδοση στον τουρισμό όπως είναι η Γαλλία και η Ελλάδα (Τσάρτας, Π., 2001).

Όσον αφορά την συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη, υπάρχουν πολλές και συστηματικές αναλύσεις είτε σε διεθνές και εθνικό επίπεδο είτε σε περιφερειακό και τοπικό για τη συμβολή του διεθνούς τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη. Οι περισσότερες από αυτές εστιάζουν το ενδιαφέρον τους στην πολλαπλασιαστική επίδραση του τουριστικού συναλλάγματος (Τσάρτας, Π., 2001) στις οικονομίες των τουριστικών χωρών ή περιοχών.

Αντίθετα, μια συστηματική αποτίμηση της συμβολής ειδικά του εσωτερικού τουρισμού λείπει, με αποτέλεσμα να υποεκτιμάται ο ρόλος του τόσο στην εθνική οικονομία όσο και στη λειτουργία της παραγωγικής δομής των τουριστικών περιοχών αλλά και στην τοπική απασχόληση. ας σημειωθεί ότι σε όλες τις τουριστικές χώρες ιδιαίτερα σε αυτές που ανήκουν στον αναπτυγμένο κόσμο, υπάρχουν τουριστικές περιοχές όπου πλειοψηφούν οι τουρίστες του εσωτερικού τουρισμού (Τσάρτας, Π., 2001).

Όσον αφορά στην σημασία του τουρισμού στην ανάπτυξη των παραθεριστικών περιοχών, παρα το γεγονός ότι έχουμε μελέτες οι οποίες διερευνούν τις διαδικασίες ανάπτυξης και τα ειδικότερα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά των παραθεριστικών περιοχών, υπάρχει μικρή ή ελλιπής εκτίμηση της σημασίας



του τουρισμού για την ανάπτυξη αυτών των περιοχών. Το γεγονός αυτό πιθανότατα σχετίζεται με την εκτίμηση ότι παραθερισμός και τουρισμός είναι δυο διαφορετικά φαινόμενα (E. Cohen, R. Jackson, 1974).

Ας σημειωθεί όμως ότι πολλές είναι οι παραθεριστικές περιοχές που διαθέτουν συγκεκριμένους τουριστικούς πόρους οι οποίοι ελκύουν συστηματικά τουρίστες.

Επίσης, η κοινωνική και πολιτισμική διάσταση της ανάπτυξης του τουρισμού για τους κατοίκους των τουριστικών περιοχών αναδεικνύεται υψίστης σημασίας. Σε αυτό άλλωστε οφείλεται και το μεγάλο ποσοστό της διεθνούς και ελληνικής βιβλιογραφίας η οποία αφορά την τουριστική ανάπτυξη και έχει επικεντρωθεί στη μελέτη και διερεύνηση της σχέσης που δημιουργείται ανάμεσα στους τουρίστες και στους ντόπιους.

Ο τύπος της επικοινωνίας η οποία εδραιώνεται αλλά και οι επιπτώσεις από το γεγονός ότι πρόκειται συχνά για πληθυσμούς με διαφορετικά κοινωνικοοικονομικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά αποτελούν βασικές παραμέτρους της ανάπτυξης του τουρισμού. Η κοινωνική και πολιτισμική διάσταση όμως της παρουσίας μεγάλου αριθμού ημεδαπών τουριστών δεν έχει εκτιμηθεί επαρκώς (J.Jafari, 1986), και επομένως σ' αυτό το πλαίσιο δεν μπορούν να υπάρξουν έγκυρα συμπεράσματα για το πώς εκτιμούν οι ντόπιοι το ρόλο του τουρισμού.

Ο ρόλος του τουρισμού στην ανάπτυξη συγκεκριμένων ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού έχει αποδειχτεί από τη μελέτη ζήτησης αυτών. Στην περίπτωση αρκετών ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού υπάρχει ουσιαστική και συστηματική συμβολή του εσωτερικού τουρισμού στην εδραίωση και επέκτασή τους. Ο ρόλος όμως αυτός του τουρισμού και η ιδιαίτερη σημασία του για την τουριστική ανάπτυξη δεν έχουν ούτε πλήρως αναλυθεί (αίτια, κίνητρα) ούτε και εκτιμηθεί (οικονομικές δράσεις) τόσο διεθνώς όσο και στη χώρα μας (Π. Τσάρτας, Ε. Μανωλόγλου, Α. Μάρκου, 2001)

## **1.2 Οι τουρίστες και η προσέγγιση των κυρίαρχων χαρακτηριστικών τους**

Για να γίνει ακόμη πιο κατανοητή η έννοια του τουρισμού και της τουριστικής δραστηριότητας, αξίζει να αναφερθούν κάποια από τα εδραιωμένα και βασικά χαρακτηριστικά του. Σύμφωνα με τον καθηγητή κ. Καραγιάννης-Έξαρχος (2006) ο τουρισμός μπορεί να έχει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς διαρκούν τουλάχιστον ένα 24ωρο, με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους.
- Οι διάφορες μορφές τουρισμού, όποιες και αν είναι αυτές, περιέχουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία και συγκεκριμένα το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σ' αυτόν με την ευρύτερη έννοια του όρου, δηλαδή συμπεριλαμβανομένης και της διατροφής.
- Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.
- Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεση τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης διαμονής τους μέσα σε λίγες ημέρες, εβδομάδες ή μήνες.
- Οι άνθρωποι επισκέπτονται διάφορους τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς σκοπούς, δηλαδή για σκοπούς άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησης τους (Σφακιανάκης, Μ., 2000).

## **1.3 Ο πολυεπιστημονικός χαρακτήρας της μελέτης του τουρισμού**

Το πολυσύνθετο φαινόμενο του τουρισμού έχει προσεγγισθεί από μια σειρά επιστημών: την ανθρωπολογία, την κοινωνιολογία, τη γεωγραφία, την κοινωνική ψυχολογία, το μάρκετινγκ και τις σπουδές διοίκησης επιχειρήσεων. Αναμφίβολα η συμβολή πολλών διαφορετικών επιστημονικών κλάδων, έχει οδηγήσει τον εμπλουτισμό και στην ειδίκευση της μελέτης του τουρισμού από τη σκοπιά της

ποικιλίας των θεμάτων που εξετάζονται, των ζητημάτων θεωρητικής και πρακτικής σημασίας που τίγονται καθώς και των ερευνητικών μεθόδων που εφαρμόζονται.

Η ίδρυση των επιστημονικών περιοδικών όπως το international journal σηματοδοτεί την αναγνώριση του τουρισμού ως διακριτού, αυτόνομου αντικειμένου έρευνας και ανάλυσης. Αποκαλύπτει επίσης το γεγονός ότι, ιδιαίτερα τις δυο τελευταίες δεκαετίες, όλο και περισσότεροι επιστήμονες συνειδητοποιούν τα πλεονεκτήματα μιας πολυεπιστημονικής προσέγγισης του τουρισμού. Για παράδειγμα το κορυφαίο περιοδικό στον χώρο του τουρισμού, το Annals for tourism Research, διακηρύττει στο πλαίσιο της ιδρυτικής του φιλοσοφίας την πρόθεσή του να λειτουργήσει ως διάυλος για την ανταλλαγή απόψεων και θέσεων προερχόμενων από διαφορετικές επιστήμες.

Ως τόσο αν και υπάρχουν ενδείξεις ότι κάποια επικοινωνία έχει επιτευχθεί μεταξύ διαφορετικών επιστημονικών κλάδων, ανάμεσά τους, δεν έχει πραγματοποιηθεί καμία ουσιαστική σύνθεση των ποικίλων και συχνά αντιθετικών προσεγγίσεων. Το ειδικό τεύχος των Annals καλύπτει τη θεματική ενότητα ‘‘Τουρισμός και Κοινωνικές Επιστήμες’’, βάση δέκα άρθρων τα οποία πραγματεύονται τη σύζευξη του τουρισμού με την ανθρωπολογία, την οικονομία, την οικολογική επιστήμη, το μάρκετινγκ, την ψυχολογία και την κοινωνιολογία. Η αξία του συγκεκριμένου εγχειρήματος εδράζεται στον τρόπο που ο κάθε συγγραφέας συνδέει το επιστημονικό του πεδίο με τον τουρισμό κυρίως μέσω της εφαρμογής βασικών αναλυτικών εργαλείων και ευρύτερα αποδεκτών ζητημάτων έρευνας (B. Γαλάνη, Μουτάφη, 2002).

Θεωρείται ότι αυτό το ειδικό τεύχος προβάλλει και φωτίζει περισσότερο την διεπιστημονική σκοπιά την οποία επιδιώκει να τεκμηριώσει. Περισσότερο αναγνωρίσιμη όμως ίσως είναι η πολυεπιστημονική προσέγγιση της μελέτης του τουρισμού παρα μια διεπιστημονική σκοπιά.

Ορισμένοι συγγενικοί μεταξύ τους επιστημονικοί κλάδοι έχουν την δυνατότητα να αναπτύξουν κάποια μορφή διαλόγου στη βάση ορισμένων εστιακών σημείων, όπου ο τουρισμός διασταυρώνεται με άλλα ευρείας κλίμακας φαινόμενα ή διαδικασίες, η μελέτη των οποίων συχνά συνδέεται με την επεξεργασία εννοιών και την καθιέρωση νέων αναλυτικών μοντέλων.

Για παράδειγμα στη μελέτη του τουρισμού τέτοια σημεία εστίασης για την κοινωνιολογία, την ανθρωπολογία και την οικονομική επιστήμη είναι το ζήτημα της κατανάλωσης και οι διαδικασίες κοινωνικής και οικονομικής αλλαγής. Η συγκρότηση της ταυτότητας ενόψει της εμπειρίας της ετερότητας συνιστά ένα επιπλέον ερευνητικό ζήτημα σχετικά με το οποίο επιστημονικοί κλάδοι όπως η κοινωνική ανθρωπολογία, η γνωστική ψυχολογία και η ιστορία έχουν τη δυνατότητα να επεξεργαστούν και να εφαρμόσουν κοινές έννοιες.

Ένα πρόσθετο αντικείμενο έρευνας, το οποίο έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον της κοινωνιολογίας, της κοινωνικής ανθρωπολογίας, της πολιτισμικής γεωγραφίας και του μάρκετινγκ σχετίζεται με τη μελέτη των τουριστικών αναπαραστάσεων, των τρόπων με τους οποίους απεικονίζονται και παρουσιάζονται οι τόποι προορισμού και οι κάτοικοί τους από τη διαφήμιση και γενικά από τους τοπικούς, εθνικούς και διεθνείς μεσολαβητές του τουρισμού. Βέβαια η αναγνώριση ότι ορισμένες ερευνητικές περιοχές ή θέματα έρευνας προσελκύουν το ενδιαφέρον δυο ή και περισσότερων επιστημονικών κλάδων δεν μας λέει τίποτα για τις μεθόδους που εφαρμόζουν, τα ερωτήματα που θέτουν, τις μονάδες και τις στρατηγικές ανάλυσης που επιλέγουν, τους σκοπούς της ανάλυσης, και για το είδος των δεδομένων που συγκεντρώνουν (Β. Γαλάνη, Μουτάφη, 2002)

#### **1.4 Τουριστικός σχεδιασμός: διοίκηση και εκπαίδευση**

Σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο (Σ. Βαρβαρέσος, 2008) εντοπίζονται ορισμένες από τις αδυναμίες που παρουσιάζει τον ελληνικό τουριστικό προϊόν και ο ίδιος προτείνει τη βιομηχανοποίηση του τουρισμού, δηλαδή την παραγωγή μεγάλου αριθμού τουριστικών προϊόντων τυποποιημένων και ευρείας κυκλοφορίας, ως προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα.

Προτείνει τη εφαρμογή μιας στρατηγικής που να ανταποκρίνεται τόσο στις εξελίξεις που παρουσιάζει η τουριστική δραστηριότητα όσο και στις βαθιές μεταβολές που πραγματοποιούνται στον κλάδο του τουρισμού. Επιπλέον κατά τον Βαρβαρέσο, η βελτίωση των παραδοσιακών λειτουργιών της τουριστικής βιομηχανίας προϋποθέτει κατάλληλες πολιτικές σε επιμέρους τομείς του τουρισμού που αφορούν στην παραγωγή, εμπορευματοποίηση, απασχόληση και χρηματοδότηση καθώς και νομικές και διοικητικές ρυθμίσεις.

Ο ίδιος συγγραφέας εξετάζει τα χαρακτηριστικά εκείνα τα οποία συνθέτουν την ιδιομορφία του τουριστικού τομέα, επισημαίνοντας τους ενδογενείς και εξωγενείς παράγοντες που αποτρέπουν την αναβάθμιση του ελληνικού τουρισμού. Ειδικότερα, λαμβάνοντας υπόψη τις δυσλειτουργικές δομές της ελληνικής δημόσιας διοίκησης, προτείνει την αναθεώρηση του τρόπου λειτουργίας των μηχανισμών που πλαισιώνουν τον τουριστικό τομέα. Θεωρεί, ότι η συντεχνιακή και η βιοτεχνική δομή και οργάνωση του τουριστικού τομέα, καθώς και ο κατακερματισμός τον οποίον εμφανίζει του στερούν τον χαρακτηρισμό του βιομηχανικού παρα την υψηλή του εξειδίκευση. Ο δε “απλοϊκός εμπειρισμός”, ο οποίος εκφράζει την επικρατούσα λογική των φορέων της τουριστικής πολιτικής, αποτελεί μια ακόμα πρακτική δυσχέρεια για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας στρατηγικής/πολιτικής αναβάθμισης του τουριστικού τομέα (Βαρβαρέσος, Σ., 2008).

Τονίζεται επίσης η ανάγκη του αποχαρακτηρισμού του τουρισμού ως τομέα οικονομίας και την υπαγωγή του στην κατηγορία της τελικής ζήτησης και πιο συγκεκριμένα τον επαναπροσδιορισμό του ως μια ετησίως ιδιαίτερα διαμορφούμενη ιδιωτική κατανάλωση. Υπογραμμίζεται η ανάγκη η τουριστική πολιτική να συνιστά τη σύνθεση όλων σχεδόν των πολιτικών του κράτους, ο συγγραφέας επικεντρώνει τη μελέτη αφενός στον προσδιορισμό των αναγκαίων κατευθύνσεων της παρέμβασης του κράτους στον τουρισμό και αφετέρου σε μια σύντομη κριτική αντιπαράθεση με τη βάση της λογικής του τουριστικού πολιτικού γίνεσθαι στην Ελλάδα.

Αναγνωρίζοντας τον κρίσιμο ρόλο τον οποίον διαδραματίζει η εκπαίδευση στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας εξετάστηκε η ποιότητα του εκπαιδευτικού συστήματος σε συνάρτηση με την διαχείριση της φιλοξενίας. Εκπονώντας έρευνες με την εφαρμογή ποιοτικών μεθόδων κατεγράφησαν και αναλύθηκαν οι απόψεις αποφοίτων των σχολών τουρισμού και ξενοδοχειακής οργάνωσης. Προκύπτει ότι οι απόφοιτοι προγραμμάτων σπουδών διαχείρισης της φιλοξενίας στην Ελλάδα, δεν αισθάνονται πλήρως προετοιμασμένοι για να ανταποκριθούν επαρκώς στις απαιτήσεις της τουριστικής βιομηχανίας και του ξενοδοχειακού κλάδου. Επιβάλλεται η εισαγωγή νέων τρόπων μάθησης και την εφαρμογή περισσότερο εξειδικευμένων τεχνικών διδασκαλίας.

## **Κεφάλαιο Δεύτερο**

### **5 Ο τουρισμός στην κοινωνία και στην ελληνική οικονομία**

#### **2.1 Η πορεία του ελληνικού τουρισμού στον 21ο αιώνα**

Κατά σχεδόν κοινή ομολογία ο τουρισμός αποτελεί πλέον τον βασικότερο τομέα στην αναπτυξιακή στρατηγική της χώρας στον 21<sup>ο</sup> αιώνα. η δυνατότητά του να ανταποκριθεί επιτυχημένα σε αυτόν τον ουσιαστικό ρόλο όμως, θα εξαρτηθεί, από ορισμένα κρίσιμα πεδία ανάπτυξης και πολιτικής στα οποία το ελληνικό τουριστικό προϊόν εμφανίζει υστερήσεις και προβλήματα.

- Το γεγονός ότι η χώρα παρουσιάζει μια σχετικά σταθερή διεθνή ζήτηση διαχρονικά καθώς και ότι η ελληνική περιφέρεια ωφελήθηκε ουσιαστικά από την ανάπτυξη του τουρισμού, οδηγεί συχνά σε ιδιαίτερα θετικές και αισιόδοξες προβλέψεις για τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Αυτές οι εκτιμήσεις δεν λαμβάνουν υπόψη τον διαρκώς εντεινόμενο διεθνή ανταγωνισμό, τον πολυσύνθετο χαρακτήρα της λειτουργίας του σύγχρονου τουρισμού, τα συσσωρευμένα προβλήματα καθώς και τις χρονικές υστερήσεις σε σχέση με τον ανταγωνισμό στην αναβάθμιση του ελληνικού τουρισμού, τα οποία απαιτούν λύσεις (Σφακιανάκης, Μ., 2000).

Σε καθένα από τα ζητήματα που θεωρούμε βασικά, αναφέρονται τα κυριότερα προβλήματα τα οποία υπάρχουν καθώς και τις αναγκαίες πολιτικές και δράσεις για τη λύση τους.

#### **2.2 Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία**

Σταθερό χαρακτηριστικό της ελληνικής μεταπολεμικής οικονομικής ανάπτυξης αποτελεί το μόνιμως ελλειμματικό εμπορικό ισοζύγιο. Ας σημειωθεί ότι αυτό συμβαίνει σε μια περίοδο κατά την οποία οι εξαγωγές της χώρας αυξάνονται σταθερά και οι ρυθμοί ανάπτυξης είναι σημαντικοί. Το πρόβλημα όμως δημιουργείται από την ανεπαρκή και λάθος προσανατολισμένη βιομηχανική ανάπτυξη της χώρας, η οποία έχει ως αποτέλεσμα την έλλειψη βαριάς βιομηχανίας αλλά και τη μικρή παραγωγή καταναλωτικών αγαθών και προϊόντων υψηλής τεχνολογίας που είχε ανάγκη η ελληνική οικονομία στη πρώτη μεταπολεμική εικοσαετία.

Τη λύση δίνει η συνεχής αύξηση των εισαγωγών για τις οποίες όμως απαιτείται σταθερά και συχνά βραχυπρόθεσμα, συνάλλαγμα. Οι βασικές πηγές συναλλάγματος είναι το μεταναστευτικό, το ναυτιλιακό και το τουριστικό συνάλλαγμα. Τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρούμε ότι τόσο το μεταναστευτικό όσο και το ναυτιλιακό συνάλλαγμα μειώνονται, με αποτέλεσμα να αυξάνεται διαρκώς το ποσοστό του τουριστικού συναλλάγματος στους άδηλους πόρους, οι οποίοι και συμβάλλουν στην κάλυψη του εμπορικού ελλείμματος (Τσάρτας Π.,2010).

Είναι γνωστό και θα καταδείξουμε και κατωτέρω ότι ο τουρισμός συμβάλλει σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό στη διαμόρφωση του ΑΕΠ της χώρας. Επιπλέον, λόγω της διασποράς των τουριστικών προορισμών ανά τη χώρα, ο τουρισμός στην Ελλάδα έχει και καταλυτικό ρόλο στην διασπορά του εθνικού εισοδήματος στις περιφέρειες της χώρας. Από την άλλη πλευρά, λόγω και της πρωτοκαθεδρίας του τουρισμού «Ήλιος και Θάλασσα», ο τουρισμός αποτελεί εποχιακή δραστηριότητα με επακόλουθο την επιβάρυνση φυσικών και ανθρωπογενών πόρων τους μήνες αιχμής και αχρηστίας τους χειμερινούς μήνες.

Επιπλέον, η εποχιακή δραστηριότητα αναγκαστικά οδηγεί και στην εποχιακή απασχόληση με επακόλουθο την μη απασχόληση των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα για μεγάλες χρονικές περιόδους, με αποτέλεσμα την αστάθεια του εισοδήματός τους αλλά και σημαντικές επιπτώσεις στην κοινωνική δραστηριότητα στις τουριστικές περιοχές (Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014, συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών, Φεβρουάριος 2015, Σύνδεσμος ελληνικών τουριστικών επιτηρήσεων)

Ο ελληνικός τουρισμός πρέπει να ακολουθήσει τροχιά ανόδου, παρά την κρίσιμη οικονομική συγκυρία της χώρας. Μερικές προτάσεις που μπορούν να βοηθήσουν προς ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος μέσω ενίσχυσης των επενδύσεων και προώθηση στις μεγαλύτερες ξενοδοχειακές μονάδες. Αυτή την κατεύθυνση είναι:

- Ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος μέσω ενίσχυσης των επενδύσεων και προώθηση στις μεγαλύτερες ξενοδοχειακές μονάδες.

- Μεγαλύτερη αξιοποίηση της πολιτισμικής κληρονομιάς του τόπου.
- Περαιτέρω μείωση της παραοικονομίας.
- Ανάπτυξη χειμερινού και κοινωνικού τουρισμού.

Ενίσχυση στην εκπαίδευση προσωπικού υποδοχής τουριστών και προώθηση της νέας τεχνολογίας σε ακόμη μεγαλύτερο εύρος παροχής υπηρεσιών του τουριστικού τομέα. Όλα τα παραπάνω, σε συνάρτηση με τον φυσικό πλούτο της χώρας, θα αποτελέσουν αναμφισβήτητα πόλο έλξης για τουρισμό υψηλότερου εισοδηματικού επιπέδου. Ωστόσο, το ζητούμενο είναι να μπορέσει η χώρα να επανέλθει σε καθεστώς ομαλότητας στη βασική καθημερινότητα και να ξεκαθαρίσει το τοπίο σε σχέση με την πολιτική παράμετρο που επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό το παραγόμενο τουριστικό προϊόν (Τσάρτας, Π., 2001).

### **2.3 Ο ρόλος του τουρισμού στην ανάπτυξη και στην ανάκαμψη της Ελλάδας**

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενες ενότητες, ανέκαθεν ο τουρισμός αποτελούσε έναν βασικό πυλώνα ανάπτυξης για την ελληνική οικονομία με μεγάλη συνεισφορά στο ΑΕΠ και παράλληλα τη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, ενισχύοντας την εξωστρέφεια και τη δυναμική του.

Μια ενδεχόμενη αύξηση της τουριστικής κίνησης στα χρόνια που ακολουθούν θα επιφέρει 16.5 δις έσοδα ετησίως και θα δημιουργήσει 225 χιλιάδες θέσεις εργασίας. Επιπλέον αξίζει να σημειωθεί ότι για ένα εκατομμύριο τουρίστες που καταφθάνουν στη χώρα μας σημειώνεται αύξηση του ΑΕΠ κατά 1%.

Τα παραπάνω στοιχεία καθιστούν σαφές ότι τα τελευταία χρόνια ο τουρισμός στην Ελλάδα έχει ‘ωριμάσει’ και ότι είναι κλάδος τόσο αξιόλογος όσο και ολοένα και περισσότερο αναπτυσσόμενος. Πρωταρχικός στόχος είναι να διατηρηθούν οι παραδοσιακές ευρωπαϊκές αγορές από τις οποίες προέρχεται ο μεγαλύτερος όγκος των τουριστικών εισροών. Τα ανοίγματα στις υπόλοιπες αγορές της Βραζιλίας, της Κίνας, της Ινδίας και της Αυστραλίας με μεθοδικότητα και οργάνωση θα μπορούσαν



να επιτευχθούν και να αποφέρουν σημαντικά αποτελέσματα και οικονομικά οφέλη στη χώρα. Παρά την οικονομική κρίση που μαστίζει τα τελευταία χρόνια την Ελλάδα, πρωτοπορεί σε τουριστικές επιδόσεις σε σχέση με άλλες χώρες όπως αυτές της Τουρκίας και της Πορτογαλίας (Τσάρτας, Π., 2001).

Πιο συνοπτικά, υφίσταται μια τουριστική άνθιση και ο τουρισμός έχει την ικανότητα να αποτελεί όλο και περισσότερο έναν κλάδο που διαδραματίζει κομβικό ρόλο στην οικονομία. Αποτελεί μια σίγουρη δεξαμενή παροχής θέσεων εργασίας και προβάλλει στοχευμένα τη χώρα μας στο εξωτερικό, δημιουργώντας σταθερό απόθεμα θετικής φήμης και ασφάλειας προορισμού.

Προτεραιότητα της αρμόδιας τάξης είναι να προάγει εκείνες τις κατευθύνσεις χάρη στις οποίες θα επέλθει ο εναρμονισμός της παρούσας κατάστασης με τα νέα δεδομένα που διέπουν την παγκόσμια αγορά, ακολουθώντας σημαντικές μεθόδους μάρκετινγκ.

Η Ελλάδα σήμερα διαθέτει όλα τα πλεονεκτήματα για να γίνει μια σημαντική, σύγχρονη, ανταγωνιστική χώρα υποδοχής τουριστικών επενδύσεων. Προς αυτή την κατεύθυνση το υπουργείο Τουρισμού εισήγαγε νέα σύγχρονα τουριστικά προϊόντα (σύνθετα τουριστικά καταλύματα, condo hotels, ξενώνες νεότητας) και προχώρησε στην απλούστευση των διαδικασιών αδειοδότησης των τουριστικών καταλυμάτων και γενικότερα των επενδύσεων. Εκσυγχρονίστηκε το ειδικό χωροταξικό για τον τουρισμό. Ψηφίστηκε ο νέος νόμος που διευκολύνει την παραμονή επενδυτών τρίτων χωρών, των οποίων οι επενδύσεις έχουν χαρακτηριστεί στρατηγικές (Τσάρτας, Π., 2001).

Έτσι έμπρακτα, με γενναίες μεταρρυθμίσεις, που έπρεπε να είχαν γίνει εδώ και πολλά χρόνια, δόθηκε και δίνεται η αναγκαία προτεραιότητα στην προσέλκυση τουριστικών επενδύσεων. Αξίζει να σημειωθεί ότι ήδη έχουν δρομολογηθεί τουριστικές επενδύσεις σε νησιά όπως η Τζια και η Μήλος, ενώ αρκετές ακόμα επενδύσεις είναι ώριμες για να προχωρήσουν στην αδειοδότηση τους.

Σε περιόδους κρίσης, σαν αυτή που διανύουμε, οφείλουμε να ρίχνουμε βάρος στα συγκριτικά πλεονεκτήματα της οικονομίας μας. Ο τουρισμός είναι ένα από αυτά. Τη

σημασία του ενισχύει η οριζόντια αλληλεπίδρασή του με άλλους τομείς, όπως η πρωτογενής παραγωγή, η εστίαση και η ψυχαγωγία, η επιχειρηματικότητα και η εμπορική δραστηριότητα, οι μεταφορές.

Παράλληλα, δεν μπορούμε να αγνοηθεί η σταθερά υψηλή συνεισφορά του στο ΑΕΠ και τη δημιουργία θέσεων εργασίας, την οποία μάλιστα κατάφερε να ενισχύσει την τελευταία πενταετία, όταν άλλοι οικονομικοί κλάδοι κατέρρεαν, ως επακόλουθο της κρίσης. Χωρίς περιττά λόγια, με απτά στοιχεία και μετρήσιμα αποτελέσματα στην καθημερινότητά μας, αποδεικνύεται ότι ο τουρισμός μπορεί να παίξει καταλυτικό ρολό στην οριστική έξοδο της χώρας από την κρίση και ότι δίκαια αποτελεί την πιο σίγουρη και σταθερή οδό προς την οικονομική ανάκαμψη (Τσάρτας, Π., 2001).

#### **2.4 Ο τουρισμός γεννάει νέες ευκαιρίες μέσα στην κρίση**

Διεθνής οικονομική κρίση, εγχώρια επίσης, με τα οικονομικά του κράτους να μη βρίσκονται σε καλό επίπεδο, διαρκής πολιτική αβεβαιότητα και απογοήτευση για τους Έλληνες πολίτες. Μια κρίση εισαγόμενη την οποία δυσκολευόμαστε να αντιμετωπίσουμε λόγω της ελλειπούς θωράκισης της οικονομίας μας. Και όμως, δεν έχουμε πληγεί σε βαθμό που να δικαιολογείται ο θόρυβος αυτός. Αναμφισβήτητα, οι κρίσεις γεννούν ευκαιρίες. Αυτό είναι κάτι που τα σημερινά στελέχη πρέπει να το έχουν διαρκώς κατά νου. Διαχείριση κρίσεων, αντοχή στην πίεση, καινοτομία και σίγουρα ψυχραιμία είναι οι αρετές που επιδεικνύουν οι ηγέτες ομάδων, εταιριών. Έτσι, κάποιιοι θα βγουν ωφελημένοι από αυτή την κατάσταση.

Όσοι εργαστούν μεθοδικά, έξυπνα και πάνω απ' όλα όσοι δώσουν την απαραίτητη προσοχή στην ποιότητα των προϊόντων-υπηρεσιών που παρέχουν στον πελάτη τους, αυτοί είναι που θα μπορέσουν και να επιβιώσουν. Ακούγεται πως την περίοδο που διανύουμε ελάχιστα στελέχη μετακινούνται και πως κάτι τέτοιο εμπεριέχει πολύ μεγάλο ρίσκο. Θεωρώ πως την ίδια μεγάλη προσοχή που έδινε ένα στέλεχος για το επόμενο βήμα στην επαγγελματική του καριέρα, την ίδια θα πρέπει να δίνει και στους καιρούς αυτούς. Μπορεί, λοιπόν, σε μια δύσκολη κατάσταση που βιώνει τώρα η εταιρία του να αναλάβει ευθύνες, να διαμορφώσει στρατηγική και να καταφέρει να τη βγάλει αλώβητη από τη δυσμενή οικονομική συγκυρία που βιώνουμε. Μπορεί, όμως,

και να δεχθεί πρόταση να μετακινηθεί σε μια εταιρία που τον χρειάζεται, που του δίνει περισσότερο έδαφος να αναπτύξει τις ικανότητές του, σε μια εταιρία που «βλέπει» μέλλον και γι' αυτήν και για τον εαυτό του. Και τότε είναι που πρέπει να σταθμίσει τους κινδύνους, να αξιολογήσει προσεκτικά την πρόταση και να πάρει την απόφασή του. Ότι δηλαδή θα έκανε και σε περίοδο «οικονομικής ειρήνης» αν υποθέσουμε ότι αυτή μπορεί να υπάρξει (Orams, 1999).

Τα τελευταία χρόνια η οικονομική κρίση, τόσο στην Ελλάδα όσο και στον υπόλοιπο κόσμο, παρουσιάζεται σαν εμπόδιο σε κάθε είδους νέα επιχειρηματική ιδέα. Υπάρχουν όμως κάποιοι που είδαν την οικονομική κρίση όχι σαν εμπόδιο, αλλά σαν πρόκληση. Αυτοί είναι που μας έφεραν στην εποχή του collaborative consumption ή αλλιώς της “συνεργατικής κατανάλωσης”.

Πρόκειται για τη νέα τάση στην οικονομία, για ένα μοντέλο που αφήνει τους ενδιαμέσους στην άκρη και συνδέει απευθείας καταναλωτή με καταναλωτή. Μέσα από αυτό οι καταναλωτές μοιράζονται χρόνο, δεξιότητες, πράγματα, ακόμα και τον προσωπικό τους χώρο. Ξεκίνησε από την Αμερική αλλά εξαπλώνεται με γρήγορους ρυθμούς και βασίζεται σε δύο πράγματα.

Αρχικά, στην ανάγκη των πολιτών για πιο φτηνές υπηρεσίες, πιο φτηνά ταξίδια, πιο φτηνό φαγητό και πάει λέγοντας. Και δεύτερον, στο Διαδίκτυο. Από εκεί όλα είναι δυνατά. Μέσα από έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή μπορεί κανείς σήμερα να κάνει τα πάντα. Ας περάσουμε όμως σε απτά παραδείγματα του “collaborative consumption”, παρουσιάζοντας δύο από τα πιο χαρακτηριστικά websites/ υπηρεσίες.

Το πρώτο είναι το Task Rabbit. Πρόκειται για μια ιστοσελίδα, στην οποία εγγράφεται κανείς δωρεάν, και η οποία προσφέρει μια ιδιαίτερα καινοτόμα δυνατότητα. Αφού γραφτεί κανείς στο site μπορεί έπειτα να «ποστάρει» μια δουλειά που έχει να κάνει και θα ήθελε να του την κάνει κάποιος άλλος γιατί είτε βαριέται, είτε δεν έχει χρόνο, είτε για οποιονδήποτε άλλο λόγο, όπως είναι για παράδειγμα τα ψώνια του σούπερ μάρκετ ή η βόλτα του σκύλου του.

Παράλληλα αναφέρει και το χρηματικό ποσό που είναι διατεθειμένος να δώσει στον άνθρωπο που θα του κάνει τη δουλειά. Αφού γίνει η ανάρτηση, διαλέγει από τα

προσφερόμενα “task rabbits” (τους λαγούς εργασιών) ποιον θέλει να τον εξυπηρετήσει ή αφήνει το site να διαλέξει για εκείνον. Η πληρωμή γίνεται αφού η δουλειά έχει ολοκληρωθεί. Και έτσι πολύ απλά έχεις γλυτώσει χρόνο και κάποιος άλλος έχει βγάλει λίγα χρήματα. Από τον καταναλωτή στον καταναλωτή.

Το δεύτερο παράδειγμα είναι το Airbnb. Είναι μια υπηρεσία που δίνει στους ταξιδιώτες την ευκαιρία να βρουν φτηνότερη διαμονή. Άνθρωποι από όλο τον κόσμο, και από την Ελλάδα, προσφέρουν ένα διαμέρισμα που έχουν άδεια, ένα δωμάτιο του σπιτιού τους, ένα τροχόσπιτο, μια σκηνή ή οποιονδήποτε άλλο ελεύθερο χώρο διαθέτουν, σε ταξιδιώτες για να περάσουν τις νύχτες τους εκεί αντί να μείνουν σε ξενοδοχείο.

Το αντίτιμο που πληρώνουν οι φιλοξενούμενοι, ανάλογα με το χώρο, είναι σαφώς μικρότερο από τις τιμές των ξενοδοχείων, ενώ παράλληλα γνωρίζουν περισσότερο κόσμο, παίρνουν πιο εύκολα πληροφορίες για τον τόπο που έχουν επισκεφτεί και χτίζουν ακόμα και φιλίες. Όλοι οι οικοδεσπότες βαθμολογούνται και σχολιάζονται από τους φιλοξενούμενούς τους, ενώ στην ιστοσελίδα υπάρχουν φωτογραφίες του κάθε χώρου καθώς και τα στοιχεία και φωτογραφία του οικοδεσπότη.

Υπολογίζεται ότι θα δημιουργήσει 220.000 θέσεις εργασίας την επόμενη δεκαετία:

- Υπεύθυνος οργάνωσης δραστηριοτήτων στις διάφορες μορφές τουρισμού (ιατρικός, θρησκευτικός, αθλητικός, περιπατητικός, αρχαιολογικός, εναλλακτικός).
- Υπεύθυνος καταλύματος ή ταξιδιωτικού πρακτορείου.
- Ξεναγός σε ιστορικά αξιοθέατα ή και ενάλιες αρχαιότητες.
- Υπεύθυνος πολιτιστικών εκδηλώσεων για την οργάνωση εκθέσεων, παραστάσεων κ.λπ.
- Υπεύθυνος εμπορίου εξειδικευμένων ειδών που αφορούν το βουνό ή τη θάλασσα.
- Σεφ, διευθυντής τροφίμων και ποτών.

- Στέλεχος διαδικτυακού τουριστικού marketing

## 2.5 Επιδράσεις του τουρισμού στην κοινωνία

Ο τουρισμός από την μια πλευρά να μεν αποτελεί ένα οικονομικό φαινόμενο αλλά πρόκειται και για ένα πολυδιάστατο κοινωνικό φαινόμενο, επομένως δεν πρέπει κανείς να αγνοεί και τις κοινωνικές του επιδράσεις.

Οι βασικότερες από αυτές τις κοινωνικές επιδράσεις είναι οι παρακάτω:

- Ανάπτυξη αλλά και διεύρυνση των κοινωνικών σχέσεων Ο τουρισμός αποτελεί παράγοντα κοινωνικής προσέγγισης ανθρώπων από διαφορετικές χώρες, με διαφορετική γλώσσα και συνήθειες. Κάτω από αυτές τις συνθήκες οι τουρίστες έρχονται σε επαφή με τους ανθρώπους των προορισμών τους οποίους επισκέπτονται στο φυσικό τους περιβάλλον, ενώ μπορεί να ενισχυθεί τόσο η κοινωνική όσο και η οικονομική ανάπτυξη των λιγότερο ευνοημένων περιοχών
- Συμβάλλει στην ισοκατανομή του πληθυσμού και στην αποφυγή της αστικοποίησης Καθώς ο τουρισμός συμβάλλει στην αντιμετώπιση της ανεργίας σε τοπικό επίπεδο μέσα από τη δημιουργία καινούργιων θέσεων απασχόλησης, έχει τη δυνατότητα να συμβάλει στη συγκράτηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο. Έτσι, οι νέοι άνθρωποι δεν εγκαταλείπουν τον τόπο καταγωγής τους και απασχολούνται σε ξενοδοχειακές μονάδες, σε εστιατόρια και ταξιδιωτικά γραφεία.
- Δημιουργία νέων επαγγελμάτων. Πέρα από τη δημιουργία των νέων θέσεων εργασίας, ο τουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξη κάποιων νέων επαγγελμάτων, ανάλογα με τις συνθήκες οι οποίες δημιουργούνται με βάση την τουριστική ζήτηση. Τα τελευταία χρόνια έντονη είναι η επαγγελματική κινητικότητα και η στροφή της εκπαίδευσης στην προώθηση της τουριστικής παιδείας και την καλλιέργεια της τουριστικής συνείδησης. Η κοινωνική ομάδα που φαίνεται να ευνοείται περισσότερο από την εξέλιξη αυτή είναι οι γυναίκες.
- Ψυχαγωγία. Δεν μπορεί να αγνοηθεί η συμβολή του φαινομένου στον ίδιο τον τουρίστα ως ευκαιρία για πολυπόθητη ξεκούραση και ψυχαγωγία, αλλά και ευκαιρία να γνωρίσει νέα μέρη, διευρύνοντας τις γνώσεις και τις

εμπειρίες του. Γενικότερα, η αλλαγή του περιβάλλοντος χώρου και του κλίματος απενεργοποιεί τη φυσική αντίσταση και μειώνει τη νευρική ένταση.

- Διεθνής συνεργασία. Ο διεθνής τουρισμός είναι εκείνος ο οποίος συμβάλει στη δημιουργία ενός κλίματος που ευνοεί την ανάπτυξη της διεθνούς συνεργασίας, καθώς βοηθάει στην προσέλκυση ξένων επενδυτικών κεφαλαίων αλλά και της τεχνογνωσίας για την ενίσχυση διαφόρων τουριστικών αναπτυξιακών σχεδίων.
- Λήψη μέτρων κοινωνικής πρόνοιας. Η αύξηση των κρατικών εσόδων η οποία οφείλεται στην τουριστική δραστηριότητα της χώρας επιτρέπει στο κράτος να θέτει σε εφαρμογή ένα ενιαίο πρόγραμμα κοινωνικής πολιτικής για να αντιμετωπιστούν σημαντικά κοινωνικά προβλήματα, όπως είναι για παράδειγμα η έλλειψη στέγης, η αναγκαιότητα δημιουργίας ιδρυμάτων παροχής υπηρεσιών υγείας και περίθαλψης αναξιοπαθόντων ατόμων (Walton, 1983).

## **2.6 Τουριστικές υποδομές στην Ελλάδα**

ο τουρισμός αποτελεί έναν νευραλγικό τομέα για την Ελλάδα, άρα η χώρα είναι επόμενο να έχει δημιουργήσει την κατάλληλη υποδομή προκειμένου να μπορεί να αξιοποιήσει κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που της προσφέρει ο κλάδος αυτός. Ένα από τα πιο βασικά χαρακτηριστικά που αφορούν στην ελληνική τουριστική υποδομή είναι η ύπαρξη πλείστον επιχειρήσεων μικρού μεγέθους, οι οποίες απαιτούν αναμφίβολα την κρατική βοήθεια προκειμένου να διαμορφώσουν τα κατάλληλα έργα, τις απαραίτητες εγκαταστάσεις.

Οι μικρές αυτές επιχειρήσεις μπορεί να είναι ξενοδοχειακές μονάδες όπως είναι για παράδειγμα οι επιχειρήσεις με ενοικιαζόμενα δωμάτια, οι πανσιόν και οι ταβέρνες και άλλες επισιτιστικές μονάδες και τα γραφεία ταξιδιών. Στις τουριστικές επιχειρήσεις βέβαια δεν μπορούν να ενταχθούν μόνο τις επιχειρήσεις οι οποίες προσφέρουν τις άμεσα σχετιζόμενες υπηρεσίες. Μια διάκριση που θα μπορούσε να γίνει, σχετικά με τις υποδομές είναι μεταξύ γενικών και ειδικών.

Στις γενικές υποδομές υπάγονται τα μεταφορικά δίκτυα, τα δίκτυα ηλεκτροδότησης και υδροδότησης, τα δίκτυα μεταφορών και τηλεπικοινωνιών και οι εγκαταστάσεις υγείας. Ο όρος “γενικές” παραπέμπει και στο γεγονός ότι πρόκειται για υπηρεσίες

γενικής χρήσης, που εξυπηρετούν επίσης τομείς της οικονομικής έκφρασης και της ζωής των πολιτών.

Στις ειδικές υποδομές συμπεριλαμβάνονται οι μαρίνες, οι εγκαταστάσεις για γκολφ, για σκι και λοιπές αθλητικές εγκαταστάσεις καθώς και οι εγκαταστάσεις άμεσου τουριστικού επιχειρηματικού χαρακτήρα, όπως τα ξενοδοχεία και λοιπά καταλύματα ταξιδιωτικά γραφεία, επισιτιστικές επιχειρήσεις, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων.

Αναλύοντας πιο συγκεκριμένα τον τομέα των τουριστικών επιχειρήσεων, θα μπορούσαν να οριστούν ως οι επιχειρήσεις εκείνες οι οποίες εξυπηρετούν κατά κύριο λόγο τουρίστες. Πιο συγκεκριμένα, υπάρχουν εκείνες οι οποίες εξυπηρετούν αποκλειστικά τουρίστες οι οποίες ονομάζονται αμιγείς τουριστικές επιχειρήσεις όπως είναι τα παραθαλάσσια ξενοδοχειακά συγκροτήματα, καθώς και εκείνες που εξυπηρετούν και άλλες ομάδες πελατών, όπως επαγγελματίες και κατοίκους της περιοχής που είναι οι μεικτού χαρακτήρα τουριστικές επιχειρήσεις.

Με γνώμονα το βασικό αντικείμενο ενασχόλησης τους, οι τουριστικές επιχειρήσεις θα μπορούσαν να χωριστούν στις παρακάτω κατηγορίες:

α) Καταλύματα. Στη κατηγορία αυτή συμπεριλαμβάνονται τα ξενοδοχεία και ξενοδοχειακά συγκροτήματα, τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, τα διαμερίσματα και τα μοτέλ. Με την έννοια “ξενοδοχειακές επιχειρήσεις” εννοείται η κάθε επίσημη μορφή τουριστικού καταλύματος, δηλαδή επιχειρήσεις που παρέχουν κατά κύριο λόγο στους ταξιδιώτες υποδομές διαμονής καθώς και πλήθος άλλων συνοδευτικών δραστηριοτήτων και ανέσεων (Τσάρτας, Π., 2001).

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις χωρίζονται σε κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα και σε μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα. Στα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα συμπεριλαμβάνονται τα ξενοδοχεία, τα ξενοδοχεία επιπλωμένων διαμερισμάτων, τα ξενοδοχεία τύπου “motel”, οι μεικτές επιχειρήσεις, τα ξενοδοχεία μεικτού τύπου, ενοικίασης δωματίων και επιπλωμένων διαμερισμάτων ή τουριστικά χωριά, τα υδροθεραπευτήρια, τα κέντρα παραθερισμού γυμνιστών, τα χιονοδρομικά κέντρα, τα ξενοδοχεία αεροδρομίων, τα ξενοδοχεία μακράς διαμονής και τα λεγόμενα Bungalows.

Στα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα εντάσσονται οι Οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις ή Campings, τα αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα, τα ενοικιαζόμενα

επιπλωμένα διαμερίσματα και δωμάτια, τα τουριστικά καταλύματα σε παραδοσιακούς οικισμούς, οι πανσιόν και τα μετακινούμενα ξενοδοχεία.

β) Τουριστικά πρακτορεία. Σε αυτή τη κατηγορία υπάγονται τα γραφεία εσωτερικού τουρισμού, του γενικού τουρισμού και τα ναυλομεσιτικά γραφεία. Τα τουριστικά γραφεία είναι επιχειρήσεις που, με τα μέσα που διαθέτουν και τις υπηρεσίες τις οποίες προσφέρουν, αναλαμβάνουν τη μεταφορά, τη διακίνηση, τη διαμονή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων στην Ελλάδα αλλά ακόμη και σε χώρες του εξωτερικού. Είναι, επομένως, τουριστικές μονάδες οι οποίες δραστηριοποιούνται για την ικανοποίηση αναγκών οι οποίες προκύπτουν κατά τη διακίνηση των τουριστών, των Ελλήνων και των αλλοδαπών, εντός και εκτός της χώρας. Σε αντίθεση με τους άλλους κλάδους της τουριστικής βιομηχανίας τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια, τα τουριστικά γραφεία είναι εγκατεστημένα στο σημείο από το οποίο ξεκινά ο ταξιδιώτης και όχι στον τόπο προορισμού του.

γ) Μεταφορικές επιχειρήσεις. Στις μεταφορικές επιχειρήσεις συμπεριλαμβάνονται οι αεροπορικές αλλά και οι ναυτιλιακές εταιρείες, οι επιχειρήσεις τουριστικών λεωφορείων, οι επιχειρήσεις ενοικίασης των αυτοκινήτων και των σκαφών και άλλες. Πρόκειται λοιπόν για όλες εκείνες τις επιχειρήσεις οι οποίες προσφέρουν τα μέσα στους ταξιδιώτες για να μετακινηθούν στον τόπο τον οποίο επισκέπτονται καθώς και να ξεναγηθούν σε τόπους για τους οποίους φημίζεται το μέρος αυτό όπως είναι για παράδειγμα τα μουσεία, τα μνημεία και τα φυσικά τοπία.

δ) Επισιτιστικές επιχειρήσεις και κέντρα διασκέδασης. Οι επισιτιστικές επιχειρήσεις αλλά και τα κέντρα διασκέδασης αποτελούν έναν πολύμορφο κλάδο των τουριστικών επιχειρήσεων, στον οποίο εντάσσονται τα εστιατόρια, οι ταβέρνες, τα ταχυφαγεία, τα μπαρ, οι καφετέριες, και τα νυκτερινά κέντρα. Πρόκειται επομένως για εκείνες τις επιχειρήσεις που εξασφαλίζουν στους ταξιδιώτες την διατροφή και τα ποτά τα οποία επιθυμούν να καταναλώσουν, ενώ κάποιες φορές υπάρχει και το διασκεδαστικό μέρος κατά την κατανάλωση των ανωτέρω προϊόντων.

ε) Άλλες επιχειρήσεις άμεσης ή έμμεσης εξυπηρέτησης τουριστών. Τέτοιες επιχειρήσεις είναι εκείνες οι οποίες πουλούν αναμνηστικά και δώρα από τους διάφορους τουριστικούς προορισμούς, επιχειρήσεις φύλαξης αποσκευών, επιχειρήσεις υγείας, μουσικοχορευτικές ομάδες που συμμετέχουν σε εκδηλώσεις κατά την περίοδο αυξημένης τουριστικής κίνησης. Φυσικά, κανείς δεν μπορεί να



αγνοήσει τις παρατουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες με τη δραστηριότητα τους εξυπηρετούν έμμεσα τους τουρίστες (Τσάρτας, Π., 2001).

Παραδείγματα τέτοιων επιχειρήσεων είναι εκείνες οι οποίες εφοδιάζουν με ημιεπεξεργασμένα προϊόντα τις επισιτιστικές επιχειρήσεις, οι βιοτεχνίες παραγωγής παραδοσιακών και αναμνηστικών αντικειμένων που αγοράζονται από τους τουρίστες, αλλά και οι επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας όπως είναι η ΔΕΗ, παροχείς νερού και νοσοκομεία. Το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων παρουσιάζει ως ανεξάρτητους τουριστικούς κλάδους αυτούς των ξενοδοχείων, των εστιατορίων, των κέντρων διασκέδασης, των τουριστικών πρακτορείων, των κρουαζιέρων, των ειδικών διαρκών καταναλωτικών αγαθών που συνδέονται στενά με τον τουρισμό (π.χ. βαλίτσες, υπνόσακοι), των μεταφορών, των γραφείων ενοικίασης αυτοκινήτων και των μουσείων και βιβλιοθηκών.

Η διαμονή, διακίνηση και κυρίως η κατανάλωση των ετησίως 14 εκατ. τουριστών με τις περισσότερες από 100 εκατ. διανυκτερεύσεις στα πάσης φύσεως καταλύματα της Ελλάδος υποστηρίζεται από ένα κύκλωμα υποκλάδων αποκλειστικής παραγωγής και διάθεσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών με τα ακόλουθα σε γενικές γραμμές μεγέθη:

- 4.500 Τουριστικά γραφεία.
- 738 Τουριστικές επιχειρήσεις οδικών μεταφορών.
- 1455 Γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων Ι.Χ. χωρίς οδηγό
- 200 Ναυλομεσιτικά γραφεία για την αντιπροσώπευση περισσότερων από 4.500 σκάφη αναψυχής.
- 30.000 Επιχειρήσεις εστίασης – καφετέριες- διασκέδασης.
- 350 Κάμπινγκ με περίπου 34.000 θέσεις κατασκήνωσης.

Στην ειδική τουριστική υποδομή συμπεριλαμβάνονται 5 Συνεδριακά κέντρα και άλλα 9 υπό κατασκευή, 5 Γήπεδα Γκολφ και 1 υπό κατασκευή, 16 χιονοδρομικά κέντρα, 62 ορεινά καταφύγια, 3 κέντρα θαλασσοθεραπείας και 5 υπό κατασκευή, 17 υδροθεραπευτήρια, 28 λιμένες σκαφών αναψυχής 24 Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων. Επίσης, συμπεριλαμβάνονται τα 86 μουσεία

εποπτευόμενα από το Υπουργείο Πολιτισμού, καθώς και 64 επισκέψιμοι αρχαιολογικοί χώροι (Walton, 1983).

## **2.7 Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη των νησιών**

Τα νησιά αποτελούν ειδική περίπτωση τουριστικών προορισμών, ιδιαίτερα τα μικρά σε έκταση, με σημαντικά περιορισμένους φυσικούς πόρους και ελάχιστες εναλλακτικές δυνατότητες για ανάπτυξη. Η ανάπτυξη του τουρισμού στα νησιά ξεκίνησε με ιδιαίτερα έντονους ρυθμούς από την δεκαετία του '60. Η βελτίωση των μεταφορών ευνόησε την κατάσταση αυτή και έκανε δυνατή την πρόσβαση σε νησιά μέχρι τότε απομονωμένα.

Ο Αριθμός των τουριστών αυξήθηκε έκτοτε κατά 600%, αύξηση σημαντικά μεγαλύτερη από ότι αυτή των ηπειρωτικών προορισμών. Τα νησιά είναι περιοχές με ιδιαίτερο ενδιαφέρον διότι:

1. Χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη μιας ευαίσθητης ισορροπίας μεταξύ περιβάλλοντος, οικονομίας και κοινωνίας, όπου μια διαταραχή στο ένα υποσύστημα επηρεάζει σημαντικά και τα υπόλοιπα. Η δυναμική αυτή είναι ιδιαίτερα αισθητή στα μικρά νησιά. Ωστόσο η κατάσταση του τουρισμού ανέστρεψε σε ορισμένα από αυτά τα νησιά την αρνητική αυτή εξέλιξη.

2. Επίσης πολλά νησιά έχουν αποτελέσει τόπους τουριστικού προορισμού με θεαματική άνοδο και εξέλιξη ως πόλοι έλξης, λόγω των πλεονεκτημάτων που παρουσιάζουν. Ο τουρισμός σε πολλές περιπτώσεις αποτελεί μοχλό οικονομικής ανάπτυξης αφού ενισχύει την απασχόληση, την οικονομία της περιοχής και την προβολή της χώρας στο εξωτερικό. Ωστόσο, το πρότυπο της τουριστικής ανάπτυξης που είχε υιοθετηθεί επιδίωκε ενίσχυση του τουρισμού δηλαδή τον μαζικό τουρισμό ενώ από την άλλη αδιαφορούσε για τις διάφορες συνέπειες που μπορεί να προέκυπταν.

Ο τουρισμός στα νησιά μπορεί να αποτελέσει ευκαιρία και πρόκληση σε τόπους προορισμού, αλλά για να γίνει αυτό θα πρέπει να οργανωθεί ο τρόπος ανάπτυξης του τουρισμού με ιδιαίτερο σεβασμό στις τοπικές, φυσικές, οικονομικές, κοινωνικές και πολιτισμικές ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής. Συνεπώς απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή στον προγραμματισμό, στην μελέτη και κατασκευή της νέας αλλά και βελτίωση της υπάρχουσας υποδομής μεταφορών στα νησιά.

Προκειμένου όμως να υπάρξουν βελτιώσεις θα πρέπει να υπάρχει ανάλογη διοικητική υποστήριξη, να συσταθούν φορείς νησιωτικού περιβάλλοντος, και να στηριχτούν οι φορείς υλοποίησης. Σημαντικό ρόλο στην επίτευξη των παραπάνω πρωτοβουλιών θα διαδραματίσει η ενημέρωση των τοπικών κοινωνικών για την αξία και την ανάγκη διαφύλαξης του τοπικού περιβάλλοντος. Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη των νησιών θα πρέπει να αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης στρατηγικής που θα επιδιώκει την μεγιστοποίηση των οφελών από την χρήση των τοπικών πόρων μέσω της ενθάρρυνσης και άλλων δραστηριοτήτων οι βασικές παράμετροι της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι οι εξής:

1. Η ισορροπία η οποία αποτελεί σημαντικό στόχο και βασική επιδίωξη του σχεδιασμού στις τουριστικές περιοχές. Η ισορροπία έχει να κάνει με την ισόρροπη ένταξη του τουρισμού στα ήδη υπάρχοντα δεδομένα της τοπικής ανάπτυξης μιας περιοχής. Έρχεται σε έντονη αντίθεση με το πρότυπο ανάπτυξης του τουρισμού το οποίο βασίζεται στον μαζικό τουρισμό και ο οποίος υποβαθμίζει την σημασία του περιβάλλοντος, του πολιτισμού και της κοινωνίας προς όφελος μίας οικονομίας χωρίς ελέγχους.

2. Χαρακτηριστικό σημείο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι η προσπάθεια διεύρυνσης της παραγωγικής βάσης σε τοπικό επίπεδο μέσω συνεργασιών των αγροτικών, μεταφορικών, βιοτεχνικών κλάδων και του κλάδου των υπηρεσιών. Παράλληλα επιδίωξη του βιώσιμου τουρισμού είναι η βελτίωση της ποιότητας του ανθρώπινου δυναμικού και η προώθηση του τοπικού τουριστικού προϊόντος στις διάφορες τουριστικές αγορές.

3. Η προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης έχει άμεση σχέση με την θέσπιση ενός θεσμικού πλαισίου το οποίο θα αναδεικνύει τη συμμετοχή όλων των τοπικών και κοινωνικών φορέων στην ανάπτυξη του τουρισμού. Δεν θα πρέπει να λησμονούμε ότι η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη έχει ως βασικό χαρακτηριστικό την «τοπικότητα».

4. Το φυσικό περιβάλλον αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους στόχους της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Το φυσικό περιβάλλον αποτελεί έναν πόρο ιδιαίτερα πλούσιο αλλά και ευαίσθητο η ύπαρξη του οποίου εξαρτάται από την τουριστική πολιτική που θα εφαρμοστεί.

5. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν την λύση στην τουριστική ανάπτυξη. Ειδικότερα πολλές από αυτές εντάσσονται με ήπιο τρόπο στην τοπική παραγωγική και απαιτούν μικρής έκτασης υποδομές επιδιώκοντας παράλληλα την προστασία του περιβάλλοντος (Τσάρτας, Π., 2001).

## **2.8 Παράγοντες οι οποίοι καθιστούν τα νησιά ιδιαίτερους προορισμούς**

Μέχρι και σήμερα δεν έχουν υπάρξει ανατροπές των βασικών τουριστικών μοντέλων που κυριάρχησαν στην Ελλάδα αν και έχουν πραγματοποιηθεί σημαντικές αλλαγές οι οποίες επηρεάζουν τις δυνατότητες ανάπτυξης των νησιών. Τέτοιες αλλαγές είναι οι τεχνολογικές που έχουν πραγματοποιηθεί οι οποίες επιτρέπουν την επανεκτίμηση ορισμένων αρχών όπως είναι οι οικονομίες κλίμακας και οι οικονομίες συγκέντρωσης σχετικά με την οργάνωση του χώρου και της παραγωγικής διαδικασίας.

Η εφαρμογή των τεχνολογικών αλλαγών στο τομέα της παραγωγής αναβαθμίζει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στα νησιά και τους επιτρέπει να ενσωματώνουν άμεσα τις νέες τεχνολογίες και τα μηνύματα της αγοράς, ενώ παράλληλα δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορούν υπό το νέο αυτό καθεστώς της τεχνολογικής εξέλιξης να αποτελέσουν τη κινητήρια δύναμη των νησιών προς μια νέα αναπτυξιακή διαδικασία. Οι τεχνολογικές αλλαγές όπως οι νέες μορφές ενέργειας και η εξέλιξη στις μεταφορές καταφέρνουν να περιορίσουν τις επιπτώσεις που προέρχονται από το μικρό μέγεθος και την απομόνωση των νησιών. Σημαντικός παράγοντας είναι επίσης και οι τουριστικές υπηρεσίες που παρέχονται γεγονός που απελευθερώνει τα νησιά από περιορισμούς όπως η έλλειψη επαρκών φυσικών πόρων, η μικρή φέρουσα ικανότητα τους και η μικρή τοπική αγορά.

Βασικοί στόχοι της κάθε νησιωτικής περιοχής είναι η διατήρηση της ποιότητας του περιβάλλοντος, η προτίμηση για προϊόντα "υγιεινά" και υψηλής ποιότητας, η προσέγγιση τοπικών πολιτισμών, η βελτίωση του πλαισίου της καθημερινής ζωής με στροφή προς τις μικρές κλίμακες. Η επίτευξη των στόχων αυτών θα οδηγήσει στην περαιτέρω ανάπτυξη των νησιών και θα απαγκιστρώσουν ορισμένα νησιά από την απομόνωση δημιουργώντας ανάλογα πλεονεκτήματα. Επίσης θα πρέπει να ενισχυθεί το περιφερειακό και τοπικό επίπεδο λήψης αποφάσεων για τη ρύθμιση των ανισοροπιών της νησιωτικής αγοράς με στόχο την καλύτερη διαχείριση των τοπικών προβλημάτων.

Με βάση συμπεραίνουμε ότι το περιβάλλον μέσα στο οποίο δρουν τα νησιά έχει μεταβληθεί σημαντικά και συνεχίζει να εξελίσσεται με τέτοιο τρόπο ώστε να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξη τους. Ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των νησιών, που μέχρι σήμερα αναγνωρίζονταν ως φυσικά μη αναστρέψιμα μειονεκτήματα και σαν εμπόδια στην ανάπτυξη, εξελίσσονται σε πλεονεκτήματα. Πολλά από τα νησιά διαθέτουν σε αφθονία αρκετούς από τους "πόρους" που επιθυμεί να "καταναλώσει" ο σημερινός κάτοικος των αναπτυγμένων χωρών, με αποτέλεσμα να αποκτά το κάθε νησί ένα συγκριτικό πλεονέκτημα.

## **Κεφάλαιο Τρίτο**

### **6 Θαλάσσιος και παράκτιος τουρισμός**

#### **3.1 Θαλάσσιος τουρισμός**

Με τον όρο “θαλάσσιος τουρισμός” χαρακτηρίζεται κάθε τουριστική δραστηριότητα που έχει ως κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα και τις ακτές της, είτε ως πεδίο δραστηριοτήτων τουρισμού είτε ως ειδικό ενδιαφέρον, συχνά με αθλητική ή πολιτιστική διάσταση. Είναι γεγονός ότι ο ήλιος ως θεότητα λατρευόταν από πολύ παλιά από τους αρχαίους Έλληνες, τους Αιγύπτιους και του Ρωμαίους και θεωρούνταν πηγή αγνότητας και υγείας. Τον 20<sup>ο</sup> αιώνα αυτή η λατρεία συνδέθηκε με τις καλοκαιρινές διακοπές και η έκθεση στον ήλιο αποτέλεσε συνήθεια των νεότερων χρόνων. Έτσι, η μαυρισμένη επιδερμίδα ήταν συνώνυμο της υγείας, της ελκυστικότητας, της ξεγνοιασιάς και των καλοκαιρινών διακοπών.

Σήμερα λόγω της υπεριώδους ακτινοβολίας υπάρχουν αυστηρότερες προϋποθέσεις αναφορικά με την έκθεση του σώματος στον ήλιο παρόλα αυτά εξακολουθεί να σηματοδοτεί ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό σημαντικό κοινωνικό πρότυπο. Εξάλλου, ως μη ξεχνάμε, ότι ενώ η σταδιακή έκθεση στον ήλιο ξεκίνησε για ιατρικούς λόγους σύντομα έγινε συνώνυμο της καλής υγείας, ενώ το ωχρό χρώμα θεωρούνταν αρρωστημένο.

Η μεγάλη προσέλευση τουριστών στις θάλασσες και στις ακτές έχει καταστήσει απαραίτητη την οργάνωσή τους για καλύτερη διαχείριση με αποτέλεσμα τη δημιουργία οργανωμένων παραλιών (πλαζ). Εκτός, όμως, από τις ενεργές θαλάσσιες διακοπές υπάρχουν και οι πιο παθητικές που έχουν να κάνουν με την παρατήρησης της θαλάσσιας χλωρίδας και πανίδας.

Περιπτώσεις παρατήρησης θαλάσσιων θηλαστικών μάλιστα έχουν καταγραφεί από την αρχαιότητα. Η Μεσόγειος, ως κοιτίδα πολιτισμού και συγχρόνως θαλάσσια λεκάνη με ποικιλία νησιών προσέλκυσε από πολύ νωρίς το ενδιαφέρον για τις θαλάσσιες περιηγήσεις.

Στην Ελλάδα ο θαλάσσιος τουρισμός αναπτύχθηκε σε μεγάλο βαθμό από τη δεκαετία του 1950, παράλληλα με την ανάπτυξη του τουρισμού καλοκαιρινών διακοπών (οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών, παραθερισμού και ναυταθλητισμού). Σε αυτό συνέβαλλε και η θαλασσινή γεωμορφολογία της χώρας, η μεγάλη έκταση και ποιότητας ακτογραμμή, τα νησιά και η θάλασσα.

Έχει εκτιμηθεί ότι περισσότερος από το μισό πληθυσμό του πλανήτη κατοικεί σε απόσταση 60 χιλιομέτρων ή λιγότερο από παράκτιες περιοχές με το ποσοστό αυτό να αυξάνεται διαρκώς.

Τόσο ο σκοπός όσο και ο στόχος του θαλάσσιου τουρισμού είναι η ανάπτυξη δραστηριοτήτων αναψυχής με πεδίο δράσης και αναφοράς το θαλάσσιο στοιχείο από εταιρείες που παρέχουν εξειδικευμένες υπηρεσίες και σκάφη ή από τους ίδιους τους τουρίστες. Πρόκειται για συνδυασμό δραστηριοτήτων στη θάλασσα και την παράκτια ζώνη με βασικά κίνητρα τις διακοπές, τον αθλητισμό, την πολιτιστική περιήγηση, πάντοτε σε συνδυασμό με το θαλάσσιο στοιχείο.

Η οργάνωση και η διαχείριση του ταξιδιού πραγματοποιείται είτε από τον ίδιο τον τουρίστα ή από ταξιδιωτικό γραφείο.

Οι τύποι του θαλάσσιου τουρισμού καθορίζονται από τον συνδυασμό των σκαφών ή των μέσων που χρησιμοποιούνται αλλά και από τον συνδυασμό των κινήτρων ή των δραστηριοτήτων των τουριστών, σε τουρισμό γιότινγκ, κρουαζιέρα, ναυταθλητισμό.

### **3.2 Τουρισμός γιότινγκ και ιστιοπλοΐας**

Ο τουρισμός γιότινγκ και ιστιοπλοΐας πραγματοποιείται με την εκμίσθωση διαφορετικών τύπων σκαφών τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως τόπος διαμονής και αναψυχής απο ομάδα ατόμων με ομοειδή χαρακτηριστικά που διαμορφώνουν από κοινού πρόγραμμα θαλάσσιας περιήγησης.

Τα πρώτα οργανωμένα σκάφη αναψυχής προς ενοικίαση εμφανίστηκαν ήδη από το 1955, στη Κυανή ακτή. Η δυνατότητα μαζικής παραγωγής πιο οικονομικών και αξιόπιστων σκαφών από αλουμίνιο, σιδηροτσιμέντο, πολυαοθυλένιο, fiberglass, έδωσε ώθηση στην ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού. Τα σκάφη έχουν σαφώς μεγαλύτερη εμβέλεια πλεύσης και απαιτούν λιγότερη συντήρηση απ' ότι τα παλιότερα ξύλινα. Σημαντική αλλαγή επέφερε και η χρήση εξωλέμβιας μηχανής η

οποία με τα χαρακτηριστικά της (ελαφρότερη, ισχυρότερη, οικονομικότερη), άλλαξε άρδης την πορεία του τουρισμού γιότινγκ.

Επομένως εφόσον τα σκάφη μπορούν να είναι ελαφρά, φτηνά και ανοιχτά συγκριτικά με τα πιο μεγάλα και βαριά σκάφη του παρελθόντος μπορούν να ταξιδέψουν με μεγαλύτερη ευκολία και να απευθύνονται σε μεγαλύτερο αριθμό πελατών.

Ως ιδιαίτερο τμήμα του θαλάσσιου τουρισμού, το γιότινγκ άρχισε να αναπτύσσεται από το 1960. Αρχικά αναπτύχθηκε το γαλλικό μοντέλο λιμένων αναψυχής που βασίζεται στην αρχή ‘‘ένα σκάφος, μια θέση ελλιμενισμού’’ αλλά και στην Ιταλία η ανάπτυξη των λιμένων ξεκίνησε την ίδια περίοδο με την Γαλλία με την χρησιμοποίηση του παλιού δικτύου ψαράδικων και εμπορικών λιμανιών.

Στην Ισπανία παρότι υπήρξε χρονική υστέρηση, ο αποτελεσματικός σχεδιασμός επέτρεψε τη γρήγορη δημιουργία ιδιωτικών κυρίως λιμένων. Στην Ελλάδα οι πρώτες μαρίνες κατασκευάστηκαν τη δεκαετία 1963 – 1973: της Βουλιαγμένης το 1963, της Ζέας το 1966, της Αρετσούς το 1973 ενώ μέχρι τη δεκαετία του 1960 ο Βασιλικός Ναυτικός Όμιλος Ελλάδος ήταν ο μοναδικός ναυτικός όμιλος με υποδομή για φιλοξενία σκαφών αναψυχής.

Μόλις τη δεκαετία του 1970, η ενοικίαση μετατράπηκε σε ειδικό τουριστικό προϊόν το οποίο δεν ήταν πλέον προσανατολισμένο μόνο προς μια πελατεία με αυτό το χόμπι αλλά προς μια πελατεία η οποία θεωρούσε πόλο έλξης τις διακοπές σε μέρη καινούργια γι’ αυτήν, μέρη ανεξερεύνητα και δύσκολα προσβάσιμα με άλλους τρόπους.

Ο τουρισμός με μηχανοκίνητα γιοτ ιστιοφόρα ξεκίνησε ως ιδέα από την οικογένεια Nicholson έπειτα από ένα ταξίδι της στην Αυστραλία το 1949. Ύστερα από μια επίσκεψη στο νησί της Καραϊβικής Αντίγκουα, δημιουργήθηκε η εταιρεία Nicholson Yacht Charters, ενώ δραστηριοποιούνταν στα νησιά Virgin (παραμένουν ακόμα οι πιο δημοφιλής περιοχή σε παγκόσμιο επίπεδο). Η flotilla, (ομαδική οργανωμένη μετακίνηση με ιστιοφόρα του ίδιου τύπου) ξεκίνησε το 1974, όταν ο Eric Richardson και κάποιοι φίλοι του αγόρασαν δέκα μικρά ιστιοφόρα με σκοπό τη ναύλωση για ορισμένο χρονικό διάστημα.



Κάποιος από την ομάδα πρότεινε να αποπλεύσουν όλοι μαζί και αυτός που είχε μεγαλύτερη εμπειρία καθοδηγούσε τα γιοτ στη διάρκεια του ταξιδιού. Αυτή η ιδέα έγινε δημοφιλής και αναπτύχθηκε για τα επόμενα είκοσι περίπου χρόνια από τις εταιρίες της Μ. Βρετανίας όπως τη Yacht Cruising Association και τη Seven Seas and Island Sailing Ltd. Παράλληλα τα τελευταία χρόνια, δίνεται η δυνατότητα στις περισσότερες διεθνείς ακτές με γιοτ να γίνουν προσβάσιμες με ημερήσια πτήση απογειώνοντας έτσι αυτό το είδος τουρισμού. Σε γενικές γραμμές η ναύλωση σκαφών για ψυχαγωγικούς λόγους θεωρείται η πιο παραγωγική και συναλλαγματοφόρα δραστηριότητα του τουρισμού.

Σκοπός και στόχος του τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας είναι οι θαλάσσιες δραστηριότητες κατά τις οποίες ο ταξιδιώτης χρησιμοποιεί θαλαμηγό, μηχανοκίνητο σκάφος ή ιστιοφόρο για λόγους αναψυχής.

Την οργάνωση και την διαχείριση αυτού του είδους του τουρισμού έχει την ιδιαιτερότητα να την επωμίζεται ο επιβαίνων στο σκάφος και καθορίζει ο ίδιος τον χρόνο και τον χώρο των δραστηριοτήτων αναψυχής. Επιπλέον, συνδυάζει την άγρια πολυτέλεια με την σχετική πολυτέλεια σε ένα πακέτο με όμορφο περιβάλλον, πρόκληση και συμμετοχή μικρών ομάδων.

Οι κατηγορίες των γιοτ χωρίζονται σε πλοία αναψυχής θαλαμηγά και κότερα συμβατικού ή μεγαλύτερου εκτοπίσματος τα οποία φέρουν θαλάμους επιβατών και λοιπούς χώρους (κουζίνα, χώρους υγιεινής κ. α.).

Οι κατηγορίες γιότινγκ από άποψη εκμετάλλευσης χωρίζονται: σε γιότινγκ με ιδιόκτητο σκάφος ιδιωτικής χρήσης χωρίς ναύλο όπου ο ιδιοκτήτης του σκάφους πραγματοποιεί θαλάσσιες δραστηριότητες αναψυχής, μόνος ή με συνοδεία και σε γιότινγκ με επαγγελματικό σκάφος με ναύλο, όπου ο ενδιαφερόμενος ναυλώνει επαγγελματικό σκάφος αναψυχής. Η ναύλωση επαγγελματικών σκαφών αναψυχής διακρίνεται σε ναύλωση σκάφους με πλήρωμα δηλαδή επανδρωμένα σκάφη με μόνιμο πλήρωμα και σε ναύλωση σκάφους χωρίς πλήρωμα δηλαδή μη επανδρωμένο τουριστικό πλοiάριο, χωρίς μόνιμο πλήρωμα για πέντε έως έξι άτομα. Επίσης υπάρχει άλλη μια κατηγορία γιότινγκ, εκείνη με τα ερασιτεχνικά σκάφη.

### **3.3 Τουρισμός κρουαζιέρας**

Ο τουρισμός κρουαζιέρας συνδυάζει σε ένα ταξίδι μεταφορά, εστίαση, πολιτισμό, τουρισμό αναψυχής και δραστηριότητες ψυχαγωγίας εν πλω. Είναι γεγονός ότι η θαλάσσια περιήγηση δεν αποτελεί φαινόμενο των νεότερων χρόνων. Ήδη από την αρχαιότητα υπήρχαν πλοία που χρησιμοποιούνταν για ψυχαγωγικούς λόγους με σημαντικότερο το “Συρακουσία” που μετονομάστηκε σε “Άλεξανδρίδα”. Στην αρχαία Αθήνα, η θαλάσσια περιήγηση καθιερώθηκε από τον Περικλή στην εποχή του οποίου πρωτοχρησιμοποιήθηκε για εκπαιδευτικά και ψυχαγωγικά ταξίδια. Συγκεκριμένα κάθε χρόνο εξήντα τριήρεις με εξήντα αθηναίους πολίτες έκαναν θαλάσσιες εκδρομές οκτάμηνης διάρκειας.

Περί το 1835, η εταιρεία Peninsula & Oriental διοργάνωσε την πρώτη κρουαζιέρα, αρχικά με προορισμό τη Μεσόγειο και στη συνέχεια τη Καραϊβική και τη Βαλτική, ενώ το πρώτο ταξίδι αναψυχής πραγματοποιήθηκε το 1844.

Οι κρουαζιέρες ως μορφή οργανωμένης ομαδικής περιήγησης με μηχανοκίνητα σκάφη αρχικά και μετά μεγάλα επιβατηγά πλοία στη συνέχεια, αναπτύχθηκαν κυρίως τον 20<sup>ο</sup> αιώνα και ιδιαίτερα μετά τον Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο με βασικό χαρακτηριστικό το συνδυασμό ταξιδιών διακοπών και πολιτισμικής περιήγησης, που παρείχε εξειδικευμένες υπηρεσίες σε αυτόν τον τύπο θαλάσσιας δραστηριότητας.

Οι περιοχές οι οποίες γεωγραφικά συγκεντρώνουν τον μεγαλύτερο αριθμό κρουαζιέρων είναι η Μεσόγειος, ο Ειρηνικός ωκεανός και η Βόρεια Ευρώπη. Η κρουαζιέρα παραδοσιακά συνίστατο περισσότερο στην απόλαυση του ταξιδιού και λιγότερο στη γνωριμία νέων τουριστικών προορισμών.

### **3.4 Παράκτιος τουρισμός**

Οι ανθρώπινες δραστηριότητες αναψυχής κατά κανόνα λαβαίνουν χώρα στο χερσαίο περιβάλλον του πλανήτη με το οποίο ο άνθρωπος είναι περισσότερο εξοικειωμένος. Υπάρχουν και δραστηριότητες αναψυχής οι οποίες λαβαίνουν χώρα στο θαλάσσιο περιβάλλον.

Πέρα από τις χερσαίες και θαλάσσιες δραστηριότητες αναψυχής υπάρχουν και εκείνες οι δραστηριότητες αναψυχής που έχουν μικτό χαρακτήρα. Οι δραστηριότητες αυτές δεν δύναται να αναπτυχθούν χωρίς αναφορά συγχρόνως στο χερσαίο και

θαλάσσιο περιβάλλον. Αυτές οι δραστηριότητες αναψυχής έχουν ως πεδίο ανάπτυξης, δράσης και αναφοράς το θαλάσσιο στοιχείο και την παραλία αλλά στην ουσία εδράζονται στο χερσαίο χώρο και ειδικότερα στο παράκτιο περιβάλλον το οποίο σχηματίζεται από τη συνάντηση της ξηράς και της θάλασσας. Οφείλονται στην έλξη που ασκεί η θάλασσα και στην ποικιλία των μορφών αναψυχής που προσφέρει στον τουρίστα είτε βρίσκεται στη θάλασσα είτε βρίσκεται στην ακτή.

Η ζήτηση για τις παραλίες και τις ευκολίες για θαλάσσια λουτρά κινείται παράλληλα με τις δημογραφικές εξελίξεις. Οι ακτές κοντά στα αστικά κέντρα θεωρούνται σε πολύ μεγάλο βαθμό, ως η μοναδική διέξοδος αναψυχής, για ένα αξιόλογο κομμάτι του αστικού πλήθους (West, 1990). Αυτή η ζήτηση αντανακλάται στους πολύ μεγάλους αριθμούς ανθρώπων που επισκέπτονται ακτές, για παράδειγμα στο Μαϊάμι, στη Φλόριντα, η οποία δέχεται πάνω από ένα εκατομμύριο επισκέπτες ανά χρόνο.

Η δημοτικότητα των ακτών ή των περιοχών οι οποίες διαθέτουν ακτές, ως τουριστικά καταλύματα αντανακλάται στη λαϊκή κουλτούρα, όπως αυτή αντιπροσωπεύεται στη μουσική, στη τέχνη, στις κινηματογραφικές ταινίες, την τηλεόραση και τη λογοτεχνία.

Ένας από τους λόγους της δημοτικότητας είναι η ισχυρή θετική εικόνα που έχουν οι παραλίες (Giotart 1996). Για πολλούς ανθρώπους η ανάπαυση και η αναψυχή είναι συνυφασμένες με την εικόνα μιας παραλίας. Αυτές οι εικόνες και οι παραστάσεις ασκούν τεράστια επίδραση και έχουν αξιοποιηθεί με επιτυχία από τα Μ.Μ.Ε. και τη διαφήμιση προκειμένου να επηρεάσουν τις αποφάσεις των ανθρώπων όσον αφορά τη χρήση του ελεύθερου χρόνου τους. Είναι γνωστό ότι η στερεοτυπική εικόνα των τριών S (Sun=Ήλιος, Sund=Άμμος και Sea=Θάλασσα) για δεκαετίες προσδιόρισε και ενδεχομένως και εξακολουθεί να προσδιορίζει για ορισμένες τουριστικές περιοχές τις επιλογές πλήθους ανθρώπων.

Οι παράκτιες δραστηριότητες αναψυχής χαρακτηρίζονται ως παράκτιος τουρισμός και αποτελούν ιδιαίζουσα υποκατηγορία του θαλάσσιου τουρισμού. Ο παράκτιος τουρισμός συμπεριλαμβάνει τις δραστηριότητες αναψυχής που λαβαίνουν χώρα στην παραλία και χαρακτηρίζονται ως τουρισμός παραλίας και τις δραστηριότητες αναψυχής που γίνονται στο θαλάσσιο χώρο αλλά κοντά στην ακτή.

### **3.5 Τουρισμός παραλίας**

Σε αυτό το είδος, του τουρισμού παραλίας το κύριο βασικό χαρακτηριστικό είναι ότι ο τουρίστας απολαμβάνει το θαλάσσιο περιβάλλον αλλά χωρίς να απομακρύνεται από την ξηρά. Οι παραλίες αποτελούν πολύ βασικά στοιχεία ανάπτυξης δραστηριοτήτων αναψυχής και γενικότερου τουρισμού. Ασφαλώς η ποικιλία των δραστηριοτήτων αναψυχής παραλίας παρέχει τη δυνατότητα για διαφορετικά επίπεδα ανάπαυσης αλλά και ενθουσιασμού. Στην πραγματικότητα, πολλές από αυτές, προσφέρουν και τα δύο. Τέτοιες δραστηριότητες είναι: η ηλιοθεραπεία, το βάντισμα στην παραλία και τα παιχνίδια παραλίας όπως για παράδειγμα το beach volley και οι ρακέτες.

Πλέον, ο τρόπος αυτός αναψυχής συνδέεται με την καθαρότητα αλλά και την ηρεμία της θάλασσας και προσελκύει πλήθος τουριστών. Η συγκέντρωση υπεράριθμων τουριστών και καταναλωτών προϋποθέτει την παροχή υπηρεσιών σ' αυτούς. Έτσι αναπτύσσονται επιχειρηματικά σχέδια παροχής υπηρεσιών των οποίων η εφαρμογή τους οδηγεί στην δημιουργία ειδικού χώρου στην παραλία η οποία ονομάζεται 'οργανωμένη παραλία-πλαζ'. Η παροχή υπηρεσιών συνίσταται στην παρουσία ναυαγοσώστη για την επιτήρηση των λουομένων, στην παροχή υπηρεσιών ηλιοπροστασίας (ομπρέλες και στέγαστρα), καθισμάτων παραλίας, στην παροχή υπηρεσιών εστίασης (αναψυκτήρια, εστιατόρια, μπαρ κ.λπ.), στη λειτουργία αποδυτηρίων και χώρων υγιεινής, στην παροχή ιατρικών υπηρεσιών, στη εκμίσθωση θαλάσσιων μέσων αναψυχής (κανό, jet ski, κ.λπ.), στη λειτουργία σχολών εκμάθησης θαλασσίων αθλημάτων και το ψάρεμα από την ακτή.

### **3.6 Παράκτιο ψάρεμα**

Το τελευταίο αποτελεί δημοφιλή δραστηριότητα αναψυχής καθώς το ψάρεμα στην πράξη, συμπεριλαμβάνει περιόδους αδράνειας, οι οποίες δίνουν τη δυνατότητα για ανάπαυση και χαλάρωση, ενώ επίσης προσφέρει περιόδους δράσης στην περίπτωση που το ψάρι τσιμπήσει, αγκιστρωθεί και τελικά ανασυρθεί. Η εμπειρία της προσπάθειας της σύλληψης του ψαριού, η απόλαυση της απόδρασης από την εργασία αλλά και την καθημερινότητα, είναι γενικά περισσότερο ουσιαστική από το πραγματικό γεγονός δηλαδή η αλίευση μεγάλης ποσότητας ψαριών. Μέσα από το ψάρεμα ο άνθρωπος έρχεται σε επαφή με το φυσικό περιβάλλον και απολαμβάνει

την χαλάρωση και την δράση που του προσφέρει η δραστηριότητα αυτή καθεαυτή (Kenchington, 1990).

Αυτό αποδεικνύεται και από την τακτική του ψαρέματος και της απελευθέρωσης που ακολουθείται σε πολλές περιοχές όπου δηλ. οι ψαράδες ψαρεύουν τα ψάρια και στην συνέχεια τα απελευθερώνουν στο φυσικό τους περιβάλλον. Σε πολλές περιοχές το ψάρεμα από την ακτή έχει οργανωθεί με τέτοιο τρόπο ώστε καθίσταται τουριστικό προϊόν. Πωλούνται άδειες αλιείας περιορισμένης χρονικής διάρκειας, ενοικιάζονται δωμάτια σε τουριστικά θέρετρα της περιοχής από τουρίστες οι οποίοι έρχονται αποκλειστικά και μόνο για τη συγκεκριμένη δραστηριότητα και παρέχονται υπηρεσίες ξεναγού και οδηγού για την ευρύτερη περιοχή του ψαρέματος.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα απαντάται στην Κούβα. Το Υπουργείο Τουρισμού της Κούβας σε κοινοπραξία με την ιταλική εταιρεία Analon εκμεταλλεύτηκε την ερασιτεχνική αλιεία ως τουριστική δραστηριότητα. Οι ερασιτέχνες ψαράδες ακολουθούν την τακτική της σύλληψης και απελευθέρωσης των αλιευμάτων. Επίσης ελέγχεται αυστηρά ο αριθμός των ερασιτεχνών αλιέων για να μην υπερβαίνει τη φέρουσα ικανότητα της περιοχής (Benshley 2002).

Επίσης στις χώρες Ισλανδία, Ιρλανδία και Σκοτία η αλιεία του σολομού από την ξηρά με το καλάμι έχει καταστεί τουριστικό προϊόν και έχει αναπτυχθεί σε τέτοιο βαθμό ώστε γίνεται λόγος για βιομηχανία του αλιευτικού τουρισμού.

### **3.7 Η παρατήρηση από την ξηρά θαλάσσιων θηλαστικών**

Από τη δεκαετία του 1960 άρχισε να εκδηλώνεται έντονο ενδιαφέρον για τη θαλάσσια πανίδα. Σύμφωνα με τον Masters D. στο έργο του «Marine Wildlife Tourism: developing a quality approach in the Highlands and Islands», ως θαλάσσιος τουρισμός άγριας ζωής ορίζεται η τουριστική δραστηριότητα η οποία αποσκοπεί στην παρατήρηση, στη μελέτη και στην απόλαυση της θαλάσσιας άγριας ζωής (Masters, 1998).

Η παρατήρηση φαλαινών ως δραστηριότητα αναψυχής συνίσταται στην παρατήρηση των θηλαστικών αυτών στο φυσικό τους περιβάλλον. Η παρατήρηση λαβαίνει χώρα από σκάφος, αεροπλάνο ή από βράχο. Η παρατήρηση ως δραστηριότητα αναψυχής αφορά και άλλα θηλαστικά όπως τα δελφίνια και τις φώκιες. Στην έννοια της

‘‘παρατήρησης’’ συμπεριλαμβάνεται και η κολύμβηση με τα θηλαστικά καθώς και σιτισμός τους (Connor and Smolker, 1985).

Η όλη αυτή διαδικασία ως τουριστική δραστηριότητα αναπτύσσεται τις τελευταίες δεκαετίες. Η απαρχή αυτής της δραστηριότητας είναι το 1955 στη νότια ακτή της Καλιφόρνιας. Τα χρόνια που ακολούθησαν παρατηρήθηκε σταθερή αύξηση της κίνησης. Στα τέλη της δεκαετίας του 1980 η παρατήρηση φαλαινών εξελίχθηκε σε τουριστική δραστηριότητα στην Αυστραλία, Ν. Ζηλανδία, Κανάρια Νησιά, Ιαπωνία και Νορβηγία. Ακολούθησαν το Χονγκ Κονγκ, η Ταϊβάν και η Ισλανδία τη δεκαετία του 1990. Το 1995 πάνω από 65 χώρες οργάνωναν σε διάφορες 6 περιοχές παρατήρηση φαλαινών, εννέα από τις οποίες ήταν χώρες της Ευρώπης (Hoyt, 1995).

### **3.8 Η παρακολούθηση του φαινομένου της παλίρροιας**

Το φαινόμενο της παλίρροιας συνδυάζεται με την επίσκεψη σε κάποια περιοχή φυσικού κάλλους ή πολιτιστικού ενδιαφέροντος, όπου οι επισκέπτες συνδυάζουν την επίσκεψη στη θάλασσα με την παρατήρηση του μοναδικού παλιρροϊκού φαινομένου το οποίο συμβαίνει σπάνια. Χαρακτηριστικό είναι και το παράδειγμα του λιμανιού του Πόρτσμουθ στη Μεγάλη Βρετανία όπου η επίσκεψη στο Ναυτικό Μουσείο της περιοχής συνδυάζεται με την παρατήρηση του παλιρροιακού φαινομένου που συμβαίνει εκεί.

### **3.9 Η απόλαυση του θαλάσσιου περιβάλλοντος**

Ένα είδος παράκτιου τουρισμού που συνδυάζει την παροχή τουριστικών υπηρεσιών υψηλού επιπέδου π.χ. από παράκτια ξενοδοχεία, θέρετρα κ.λπ. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της πόλης του Μπράιτον. Το Μπράιτον είναι ένα από τα παλαιότερα και ίσως τα πιο γνωστά παραθαλάσσια θέρετρα της Αγγλίας. Αν και η ανάπτυξη της περιοχής ως θέρετρο δύναται να αναζητηθεί πίσω στις αρχές του 18ου αιώνα, η περιοχή αναπτύχθηκε ως βασικό θέρετρο το 19ο αιώνα. Η ανάπτυξη πόλεων παραθαλάσσιων και θέρετρων όπως το Μπράιτον αποτέλεσαν βασικές μορφές στην ιστορία του θαλάσσιου τουρισμού (Orams, 1999).

Η μεγάλη αλλαγή όμως σημειώθηκε το τελευταίο μισό του 20ου αιώνα. Πριν από το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο η πλειοψηφία των δραστηριοτήτων αναψυχής που συνδέονταν με τη θάλασσα είχαν ως βάση κυρίως την ξηρά. Παραθαλάσσια θέρετρα, ακτές, αποβάθρες και δρόμοι περιπάτου, φιλοξενούσαν δραστηριότητες που επέτρεπαν την

απόλαυση της θάλασσας, όπως το περπάτημα στην παραλία, η πεζοπορία, οι κοινωνικές σχέσεις και γενικά η χαλάρωση, αλλά υπήρχαν ελάχιστες δραστηριότητες που απαιτούσαν άμεση είσοδο στο θαλάσσιο περιβάλλον (π.χ. κολύμβηση).

Σε μερικές περιοχές χρησιμοποιούσαν σκάφη αναψυχής, αλλά αυτές ήταν ακριβές και το είδος αυτό δεν συνηθιζόταν. Υπήρχε δυσκολία πρόσβασης στη θάλασσα και ως αποτέλεσμα αυτού η προσφορά του θαλάσσιου τουρισμού περιοριζόταν στον τουρισμό παραλίας.

Εκτός από τον τουρισμό παραλίας ο οποίος περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως περιγράφηκαν πιο πάνω υπάρχουν και δραστηριότητες αναψυχής οι οποίες γίνονται στο θαλάσσιο χώρο αλλά κοντά στις ακτές όπως είναι για παράδειγμα η κολύμβηση, το θαλάσσιο σκι, το σέρφινγκ, το para-sailing. Ο τουρισμός αυτός διέπεται από την αντίθετη σχέση μεταξύ της απόστασης από την ακτή και της πυκνότητας χρήσης. Αυτό το μοντέλο είναι απολύτως λογικό, καθώς οι άνθρωποι έχουν βάση τους τη στεριά και είναι δύσκολο να επιβιώσουν σε ένα υγρό περιβάλλον.

### **3.10 Κολύμβηση**

Το υδάτινο στοιχείο ασκεί μεγάλη έλξη στον άνθρωπο. Οι Αιγύπτιοι, οι Ασσύριοι, οι Έλληνες αλλά και οι Ρωμαίοι ήταν λαοί οι οποίοι επιδίδονταν στην κολύμβηση για λόγους αναψυχής αλλά και εκγύμνασης. Στην αρχαία Ελλάδα, η κολύμβηση αποτελούσε κομμάτι της βασικής εκπαίδευσης των παιδιών, αλλά και κομμάτι της στρατιωτικής εκπαίδευσης. Μάλιστα ο Πλάτωνας θεωρούσε αμόρφωτο όποιον δεν ήξερε κολύμπι.

Στο Βρετανικό Μουσείο εκτίθενται αγαματίδια με φιγούρες κολυμβητών οι οποίες χρονολογούνται από το 850 π.Χ. Οι Ρωμαίοι αγαπούσαν ιδιαίτερα το νερό και θεωρούσαν την κολύμβηση ως κορυφαίο κοινωνικό γεγονός. Ο Ιούλιος Καίσαρας ήταν δεινός κολυμβητής. Η κολύμβηση ανάλογα με τις κοινωνικές συνθήκες κάθε χώρας και κάθε εποχής υπήρξε αντικείμενο υποστήριξης ή διώξεων σε τέτοιο βαθμό που θεωρήθηκε αμαρτία και ανήθικη πρακτική.

Αντίθετα σε άλλες κουλτούρες η κολύμβηση επιβαλλόταν ως δραστηριότητα, όπως στην Ιαπωνία του 17ου αιώνα, όταν ο Ιάπωνας αυτοκράτορας Go-Yoozei επέβαλε στους μαθητές να μαθαίνουν κολύμβηση.

Αξίζει να σημειωθεί ότι μεγάλο μέρος αυτής της δραστηριότητας που συνδέεται με τις παράκτιες διακοπές, δεν βασιζόταν στην πραγματικότητα στη θάλασσα. Οι διακοπές στις παραθαλάσσιες τοποθεσίες αυτές κυριαρχούνταν συνήθως από δραστηριότητες οι οποίες επικεντρώνονταν στις κοινωνικές συναθροίσεις, τη διασκέδαση, τις θεατρικές παραστάσεις και τις συναυλίες, τα μουσικά συμβάντα, τα πάρκα και τα ψώνια και για τους άνδρες, σε ορισμένες τοποθεσίες, τα δημόσια σπίτια, το χαρτοπαίγνιο και η πορνεία (Walton 1983).

Παρ' όλα αυτά η θάλασσα αποτελούσε πόλο έλξης και ήταν συνηθισμένες δραστηριότητες η κολύμβηση, το περπάτημα στην αποβάθρα και η παρακολούθηση αγώνων σκαφών.

### **3.11 Το surfing (κυματοδρομία)**

Η κυματοδρομία αποτελεί μια δημοφιλή δραστηριότητα αναψυχής αλλά και άθλημα. Το άτομο κινείται στην επιφάνεια της θάλασσας με τη βοήθεια των κυμάτων αξιοποιώντας μια σανίδα η οποία κατασκευάζεται από fiberglass, ξύλο ή πλαστικό. Το surfing εμφανίστηκε πριν από χιλιάδες χρόνια, στις νότιες θάλασσες του Ειρηνικού ωκεανού. Αξιοποιήθηκε από τους ιθαγενείς των νησιών της Πολυνησίας οι οποίοι μάθαιναν να γλιστρούν πάνω στα ψηλά κύματα έως την ακτή, χρησιμοποιώντας ξύλινες σανίδες.. Πιστεύεται ότι η χρήση του surfing ανάγεται στο 10ο αιώνα (Brasch, 1995). Στις αρχές του 19ου αιώνα το surfing θεωρήθηκε από του χριστιανούς ιεραποστόλους που έφτασαν στα νησιά της Χαβάης ως ηδονιστική δραστηριότητα και απαγορεύτηκε, με αποτέλεσμα σχεδόν να εξαφανιστεί.

Σταδιακά το surfing μέσω της προβολής του από τις κινηματογραφικές ταινίες, τη μουσική και τη μόδα στα ρούχα, κατέστη δημοφιλές και δημιουργήθηκε μια παγκόσμια. Σήμερα υπάρχουν σε όλο τον κόσμο, εκατομμύρια ενεργοί σέρφερς. Η κλασική ταινία του Bruce Brown κυριολεκτικά ύμνησε το surf σε μια αναζήτηση του τέλειου κύματος ανά τον κόσμο.

### **3.12 Windsurfing**

Το windsurfing ή αλλιώς board sailing, ως δραστηριότητα αναψυχής προέρχεται από το surfing, σε συνδυασμό με την ιστιοπλοία (sailing). Το windsurf είναι υδατοστεγής πλωτήρας στον οποίο τοποθετείται ιστός με ιστίο ο οποίος κινείται με την πνοή του αέρα και τους κατάλληλους χειρισμούς του ιστίου από τον επιβαίνοντα. Ουσιαστικά



είναι η κίνηση στο νερό πάνω σε μια μικρή σανίδα 2-4,7 μέτρων, με τη βοήθεια ενός πανιού που συνδέεται με τη σανίδα με μια ευκίνητη ένωση. Την ιδέα για την τοποθέτηση ενός άλμπουρου και πανιού στη σανίδα του surf φέρεται ότι είχαν ένας ναυτικός, ο Jim Drake, και ένας φίλος του surfing, ο Hoyle Schweizer. Οι δύο φίλοι κατασκεύασαν ένα ειδικό σύνδεσμο και μηχανισμό ο οποίος επέτρεπε στο rig να στερεώνεται πάνω σε μία σανίδα του surf, φτιαγμένη από πολυαιθυλένιο, να περιστρέφεται και να κινείται ελεγχόμενα προς κάθε κατεύθυνση. Ο συνδυασμός αυτός σανίδας και πανιού έδωσε ένα πολύ ελαφρό ιστιοπλοϊκό σκάφος, που μπορούσε να ταξιδεύει χωρίς τιμόνι.

### **3.13 Θαλάσσιο αλεξίπτωτο (parasailing)**

Το parasailing ή parashooting είναι μια δραστηριότητα αναψυχής κατά την οποία ένα άτομο ανυψώνεται, δηλαδή ίπταται με τη βοήθεια ειδικού αλεξίπτωτου το οποίο έλκεται από κατάλληλο ταχύπλοο σκάφος. Η δραστηριότητα έχει ως κύριο σκοπό την αναψυχή.

### **3.14 Μηχανοκίνητα μέσα θαλάσσιας αναψυχής**

Τεχνολογικές καινοτομίες και εφευρέσεις βελτίωσαν την ικανότητα του ανθρώπου στην αξιοποίηση του θαλάσσιου περιβάλλοντος για αναψυχή. Από το 1950 η εφεύρεση μιας ποικιλίας σκαφών, μηχανών και γενικότερα η ανάπτυξη της τεχνολογίας, κυριολεκτικά μεταμόρφωσε τη θαλάσσια αναψυχή. Η θάλασσα έπαψε να θεωρείται ως εχθρικό περιβάλλον και οι άνθρωποι έπαψαν να είναι “δεμένοι στην ξηρά”.

Σήμερα χρησιμοποιούνται πολλά μηχανοκίνητα είδη μέσων θαλάσσιας αναψυχής τα οποία είναι ελαφρά, εύρηστα και μεταφέρονται εύκολα γεγονός που τα καθιστά εξαιρετικά δημοφιλή. Μερικά από τα δημοφιλή μηχανοκίνητα μέσα θαλάσσιας αναψυχής είναι:

- Aqua scooter είναι μικρή βενζινοκίνητη μηχανή που έχει τη δυνατότητα να επιπλέει και να έλκει στη θάλασσα τον κολυμβητή που βρίσκεται σε πρηνή ή ύπτια θέση.
- Θαλάσσιο μοτοποδήλατο (Sea bike, surf jet, jet ski), είναι πλωτό βενζινοκίνητο μέσο στο οποίο μπορεί να επιβαίνουν έως 3 άτομα.

- Θαλάσσιο έλικηθρο είναι πνευστό μέσο αναψυχής που αποτελείται από ένα κεντρικό κυλινδρικό πλωτήρα και δύο μικρότερους μονίμως προσαρτημένους, δεξιά και αριστερά πλωτήρες. Το μέσο αυτό έλκεται από ταχύπλοο σκάφος.
- Θαλάσσιο δακτυλίδι είναι πνευστό κυκλικό μέσο αναψυχής με πλαστικό δάπεδο. Το θαλάσσιο δακτυλίδι έλκεται από ταχύπλοο σκάφος.

### **3.15 Κανό και καγιάκ**

Τα κανό (canoe) είναι ελαφριά και μακρόστενα σκάφη χωρίς καρίνα, που κινούνται με τη μυϊκή δύναμη ενός ή περισσότερων κωπηλατών που αξιοποιούν κουπί διπλό ή μονό. Θεωρείται ότι τα σκάφη αυτά χρησιμοποιήθηκαν αρχικά από τους ιθαγενείς της Αμερικής. Αυτοί κατασκεύαζαν ένα ελαφρύ ξύλινο σκελετό, που τον έντυναν με φλοιούς δένδρων, και τον στεγανοποιούσαν με ρετσίνι. Τα κανό ήταν προσαρμοσμένα στις ανάγκες των κατασκευαστών τους και στη νομαδική τους ζωή. Ήταν τόσο ελαφριά, ώστε ο κωπηλάτης μπορούσε να μεταφέρει πάνω στο κεφάλι του το κανό του αρκετά χιλιόμετρα, όταν οι συνθήκες τον ανάγκαζαν να βγει από το νερό.

Τα καγιάκ (kayak) είναι σκάφη ελαφριά και ευέλικτα και μικρότερα σε μέγεθος από τα κανό, με μακρόστενη πλώρη και πρύμνη και συνήθως με ένα μόνο άνοιγμα. Ο κωπηλάτης κάθεται στο μοναδικό άνοιγμα του σκάφους και αξιοποιεί διπλό μονοκόμματο κουπί, με τα πόδια απλωμένα στο μπροστινό μέρος.

Η ονομασία τους σημαίνει “βάρκα του άνδρα”. Στην Ευρώπη το κανό και το καγιάκ έγιναν γνωστά το 19ο αιώνα, όταν ένας Βρετανός δικηγόρος, ο John MacGregor, ο οποίος αργότερα έγινε γνωστός ως ταξιδιωτικός συγγραφέας, μελέτησε αυτά τα σκάφη, σχεδίασε ένα δικό του και άρχισε να περιηγείται στα ποτάμια και τις λίμνες της Ευρώπης. Το εγχείρημα του αυτό βρήκε πολλούς μιμητές που βρήκαν συναρπαστική την εξερεύνηση της φύσης με αυτό το μέσο.

## **Συμπεράσματα**

Ο παράκτιος τουρισμός περιλαμβάνει ένα πλήθος δραστηριοτήτων αναψυχής. Η ανάπτυξη κάθε παράκτιας δραστηριότητας αναψυχής και η αξιοποίησή της για τη δημιουργία τουριστικής ροής συναρτάται με τον γεωγραφικό χώρο και γενικότερα την ιδιαιτερότητα του παράκτιου περιβάλλοντος που επιβάλλει ή αποκλείει συγκεκριμένες δραστηριότητες, την κοινωνικοοικονομική διάσταση της κάθε δραστηριότητας και την προβολή της από τα Μ.Μ.Ε.

Ο τουρισμός είναι σήμερα ο δυναμικότερα αναπτυσσόμενος τομέας της ελληνικής οικονομίας, ο οποίος καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις σε παγκόσμιο επίπεδο. Γι' αυτόν το λόγο η προσπάθεια διατήρησης της χώρας μας σε υψηλά επίπεδα τουριστικής ανταγωνιστικότητας πρέπει να αποτελεί έναν από τους βασικούς στόχους της πολιτείας και της επιχειρηματικής κοινότητας.

Η συμμετοχή του στο ΑΕΠ είναι σταθερά μεγαλύτερη από 15% και κατά περιόδους ξεπέρασε το 18%. Υπολογίζεται ότι η τουριστική κατανάλωση επηρεάζει το 60% των κλάδων της ελληνικής οικονομίας, ενώ ο τουριστικός πολλαπλασιαστής εκτιμάται σε 2,184 ή με άλλα 130 λόγια κάθε ευρώ που καταναλώνεται στον τουρισμό δημιουργεί υπερδιπλάσια δευτερογενή κατανάλωση στην υπόλοιπη οικονομία.

Η συμβολή του τουρισμού είναι επίσης σημαντική στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη, σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Σαφής ένδειξη, έως απόδειξη, είναι η αύξηση του πληθυσμού στους τουριστικούς νομούς στη διάρκεια μιας περιόδου όπου, οι περισσότεροι νομοί χάνουν πληθυσμό λόγω της εσωτερικής μετανάστευσης που προκαλεί η κατά τόπους ανεργία.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Γαλαζοπράσινα νερά και λευκή άμμος. Απότομοι γκρεμοί και βράχοι πάνω από το κεφάλι των λουομένων. Μαύρα και κόκκινα βότσαλα, πυκνή βλάστηση και πεύκα συμπληρώνουν το σκηνικό. Είναι πολλές και αξιολάτρευτες οι ελληνικές παραλίες. Κάθε μια έχει την δική της ιδιαιτερότητα...



Ναυάγιο - Ζάκυνθος



Μπάλος - Κρήτη



Λινδος - Ρόδος



Πρασονήσι - Ρόδος



Εγκρεμνοί - Λευκάδα



Ελαφονήσι - Κρήτη



Σαρακίνικο - Μύλος



Πλάκα - Νάξος



Πόρτο Κατσίκι - Λευκάδα



Παλιοκαστρίτσα - Κέρκυρα





Μύρτος - Κεφαλονιά



Φακίστρα - Πήλιο



Τσιγράδο - Μήλος



Λογαράς - Πάρος



Λάσση - Κεφαλονιά

### **Ελληνική Βιβλιογραφία**

- Βαρβαρέσος, Σ., (2000). Τουρισμός: Οικονομικές προσεγγίσεις, Αθήνα, Προπομπός
- Γαλάνη – Μουτάφη, Β., (2002). Έρευνες για τον τουρισμό στην Ελλάδα και στη Κύπρο, Αθήνα, Προπομπός
- Η συμβολή του ελληνικού τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014, Συνοπτική απεικόνιση σημαντικών βασικών μεγεθών (Φεβρουάριος, 2015), Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών επιτηρήσεων
- Καραγιάννης, Σ. και Έξαρχος, Γ. (2006). Τουρισμός: Τουριστική Οικονομία Ανάπτυξη Πολιτική. Ηράκλειο: Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης
- Σφακιανάκης, Μ. (2000). Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού. Αθήνα: ΕΛΛΗΝ.
- Τσάρτας, Π., (2001). Ποιοτικά χαρακτηριστικά και τάσεις ζήτησης εσωτερικού τουρισμού, Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών

### **Ξένη Βιβλιογραφία**

Benchley, Peter (2002). «Γκαλαπάγκος. Ο παράδεισος κινδυνεύει», National Geographic

Brasch, R. (1995). How Did Sports Begin?, Harper Collins, Sydney. 3. Connor, R.C.

Connor, R.C. and Smolker, R.S. (1985). “Habituated Dolphins in Western Australia”, Journal of Mammalogy

Dollinger, M. (1999), Entrepreneurship: Strategies and resources, Prentice Hall.

Giotart, Lozato, J.P. (1996), Τουριστική Γεωγραφία, εκδ. Interbooks

Hoyt, E., 1995b. Whalewatching Takes Off. Whalewatcher, 29(2)

Masters, D., Carter, J., (1998). Marine Wildlife Tourism: developing a quality approach in the Highlands and Islands. A report for the Tourism and Environment Initiative and Scottish Natural Heritage

Orams, M. (1999). Marine Tourism, London, Routledge

Walton, J.K. and Smith, J. (1995). “The first century of beach tourism in Spain San Sebastian and the Playas del Norte from the 1830’s to the 1930’s” in M. Barke, J. Towner, and M.T. Newton (eds), Tourism in Spain: Critical Issues. CAB International, Wallingford

West, N. (1990). Marine Recreation in North America. In P. Fabbri (ed), Recreational Uses of Coastal Areas, Kluwer Academic, Amsterdam

### **Ιστοσελίδες που αξιοποιήθηκαν**

<http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=26527&subid=2&pubid=113998796>