



26/6/2019

## Διερεύνηση των στάσεων και των προσδοκιών των αυστριακών σχετικά με το βιώσιμο τουρισμό στην Ελλάδα



*Επιβλέπων καθηγητής:  
Σταλίδης Γεώργιος*

*Φοιτήτρια: Μαρία-  
Μαρίνα Τσαούση  
(ΑΜ 049/12  
Τμήμα Εμπορίας και  
Διαφήμισης/Διοίκηση  
Επιχειρήσεων*

## Ευχαριστίες

Θα ήθελα αρχικά να ευχαριστήσω τον επιβλέπων καθηγητή Γεώργιο Σταλίδη για το χρόνο που μου αφιέρωσε και τη βοήθεια του σε όλη τη διάρκεια της εργασίας, καθώς και για την άμεση επικοινωνία σε τυχόν απορίες, προβληματισμούς και δυσκολίες. Επίσης, θα ήθελα να αναφέρω πως το θέμα της έρευνα προήλθε από παρότρυνση και ιδέα του κυρίου Σταλίδη Γεώργιου και είχα τη τιμή να το πραγματοποιήσω.

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τη Stephanie Armbruckner, η οποία με βοήθησε στη μετάφραση του ερωτηματολογίου και το προσαρμοσε στο αυστριακό κοινό, καθώς και στο να το μοιράσουμε στους αυστριακούς πολίτες. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω επίσης τη Φλώρα Κατσού, η οποία βοήθησε σε μεγάλο κομμάτι της εργασίας μου, στη στατιστική ανάλυση και κυρίως στο κομμάτι των αποτελεσμάτων της έρευνας.

## Σκοπός

Σκοπός της εργασίας είναι η καταγραφή και η μελέτη της ζήτησης και των προσδοκιών του αυστριακού κοινού όσο αφορά την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό , καθώς και την δεκτικότητα τους για εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αποσκοπούν στην ενδυνάμωση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Η έρευνα διεξάγεται για την έγκυρη πληροφόρηση των υπευθύνων μάρκετινγκ που σχετίζονται με την ανάπτυξη και την προώθηση του βιώσιμου τουρισμού.

## Στόχοι

### 1. Γενικοί Στόχοι:

- Ποια είναι η έννοια του βιώσιμου τουρισμού.
- Ποιος είναι ο ρόλος του στο σύγχρονο τουριστικό προϊόν.
- Πως αναπτύσσεται ο βιώσιμος τουρισμός και ποιες είναι οι προϋποθέσεις για την εφαρμογή του.
- Ποια είναι η εξέλιξη του Ελληνικού τουρισμού στο πέρασμα του χρόνου.
- Ποια είναι η έννοια του μαζικού τουρισμού.
- Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και ποια τα μειονεκτήματα του μαζικού τουρισμού.

## 2. Ειδικοί Στόχοι:

- Για ποιους λόγους οι αυστριακοί επιλεγούν την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό;
- Οι προσδοκίες του αντιστοιχούν σε αυτό που προσφέρει ο ελληνικός τουρισμός;
- Η χρονική περίοδος που επιλέγουν οι αυστριακοί τουρίστες την Ελλάδα είναι αποκλειστικά οι θερινοί μήνες ή και οι χειμερινοί αντίστοιχα;
- Για την διαμονή τους ποιες είναι οι προτιμήσεις τους για κατάλυμα;
- Επιλέγουν κοσμοπολίτικους ελληνικούς προορισμούς ή εναλλακτικούς;
- Θεωρούν την Ελλάδα κατάλληλο εναλλακτικό προορισμό;

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη.....	Σελ.8
Εισαγωγή.....	Σελ.9

### Α' ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

Κεφάλαιο Πρώτο: «ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ».....	Σελ.11
1. Ορισμοί του τουρισμού.....	Σελ.11
2. Διακρίσεις του τουρισμού.....	Σελ.13
3. Έννοια του μαζικού τουρισμού.....	Σελ.14
4. Η σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα στο πέρασμα του χρόνου.....	Σελ.15
4.1. Ιστορική αναδρομή του τουρισμού στην Ελλάδα.....	Σελ.15
4.2. Η σημασία του τουρισμού για την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας.....	Σελ.18
4.3. Προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα.....	Σελ.19

Κεφάλαιο Δεύτερο: «Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΗΣ».....	Σελ.21
1. Τα στάδια της τουριστικής ανάπτυξης.....	Σελ.21
2. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του τουρισμού.....	Σελ.23
3. Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση.....	Σελ.34
4. Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά.....	Σελ.40

Κεφάλαιο Τρίτο: «ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ».....	Σελ.43
1. Αρχές που διέπουν τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.....	Σελ.43
2. Προϋποθέσεις για την εφαρμογή της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.....	Σελ.46
3. Έννοια του εναλλακτικού τουρισμού.....	Σελ.49
3.1. Τα κίνητρα του εναλλακτικού τουρίστα.....	Σελ.51
3.2. Ο εναλλακτικός τουρίστας.....	Σελ.52
3.3. Ο τουριστικός προορισμός του εναλλακτικού τουρίστα.....	Σελ.53
4. Μορφές εναλλακτικού τουρισμού.....	Σελ.54
4.1. Ο αγροτουρισμός.....	Σελ.54
4.1.1. Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Ελλάδα.....	Σελ.55
4.1.2. Ο αγροτουρισμός στην Ευρώπη.....	Σελ.57

4.1.3. Δραστηριότητες αγροτουρισμού.....	Σελ.57
4.2. Ο οικοτουρισμός.....	Σελ.58
4.2.1. Τα οφέλη από τον οικοτουρισμό και την περιβαλλοντική εκπαίδευση....	Σελ.59
4.2.2. Δραστηριότητες οικοτουρισμού.....	Σελ.61
4.3.Ο πολιτιστικός τουρισμός.....	Σελ.61
4.3.1. Ο πολιτιστικός τουρισμός στην Ελλάδα.....	Σελ.62
4.3.2. Δραστηριότητες πολιτιστικού τουρισμού.....	Σελ.63
4.4. Ο θρησκευτικός τουρισμός.....	Σελ.64
4.4.1. Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα.....	Σελ.66
4.5. Ο τουρισμός υγείας.....	Σελ.67
4.5.1. Δραστηριότητες ιαματικού τουρισμού από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα.....	Σελ.68
4.5.2. Προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού υγείας.....	Σελ.70
4.6. Ο ορεινός και ο ορειβατικός τουρισμός.....	Σελ.70
4.6.1. Προοπτικές ανάπτυξης του ορειβατικού τουρισμού.....	Σελ.72
4.7. Ο χιονοδρομικός τουρισμός.....	Σελ.73
4.7.1. Προοπτικές ανάπτυξης του χιονοδρομικού τουρισμού.....	Σελ.75
4.8. Ο μαθησιακός τουρισμός.....	Σελ.76
4.8.1. Προοπτικές ανάπτυξης του μαθησιακού τουρισμού.....	Σελ.77
4.9. Ο αθλητικός τουρισμός.....	Σελ.77
4.9.1. Μορφές αθλητικού τουρισμού.....	Σελ.78
4.9.2. Ο αθλητικός τουρισμός στην Ελλάδα.....	Σελ.79
4.9.3. Προοπτικές ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού.....	Σελ.80
4.10. Ο κοινωνικός τουρισμός.....	Σελ.81
4.10.1. Ο κοινωνικός τουρισμός στην Ελλάδα.....	Σελ.82
4.10.2. Προοπτικές ανάπτυξης του κοινωνικού τουρισμού.....	Σελ.83
4.11. Ο θαλάσσιος τουρισμός.....	Σελ.83
4.11.1. Μορφές θαλάσσιου τουρισμού.....	Σελ.84
4.11.2. Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα.....	Σελ.89
4.11.3. Προοπτικές ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού.....	Σελ.90

Κεφάλαιο Τέταρτο: «ΟΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΑΥΣΤΡΙΑΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΜΟΝΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	Σελ.91
--	--------

1. Η Ελλάδα στην κορυφή των προτιμήσεων των Αυστριακών τουριστών.....	Σελ.91
---	--------

1.1. Η Κρήτη αγαπημένος προορισμός των Αυστριακών τουριστών.....	Σελ.93
2. Οι Αυστριακοί και τα ταξίδια αναψυχής.....	Σελ.97
3. Το είδος των ταξιδιών.....	Σελ.98
4. Πως διοργανώνουν οι Αυστριακοί τα ταξίδια τους.....	Σελ.98
5. Κίνητρα διακοπών των Αυστριακών τουριστών στο εσωτερικό της χώρας..	Σελ.100
6. Οι Αυστριακοί τουρίστες στην Ελλάδα.....	Σελ.100

## Β' ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

1. Μεθοδολογία πρωτογενούς έρευνας.....	Σελ.106
2. Αποτελέσματα πρωτογενούς έρευνας.....	Σελ.108
3. Συμπεράσματα πρωτογενούς έρευνας.....	Σελ.144

Βιβλιογραφία.....	Σελ.146
-------------------	---------

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας στα ελληνικά και στα γερμανικά.....	Σελ.152
---	---------

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός είναι ένα πολυσύνθετο φαινόμενο και γι' αυτό έχουν διατυπωθεί πολλοί ορισμοί γι' αυτόν, αλλά όλοι προϋποθέτουν τη μετάβαση κάποιου σ' έναν τόπο διαφορετικό από αυτόν της μόνιμης κατοικίας του. Ο τουρισμός χωρίζεται σε μαζικό και εναλλακτικό. Η Ελλάδα σχετίζεται με τον τουρισμό από τα πανάρχαια χρόνια και τα μνημεία της αποτελούσαν πάντα πόλο έλξης για τουρίστες. Η ανάπτυξη του τουρισμού αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την παράλληλη ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που επηρεάζουν τόσο την τουριστικά προσφορά, όσο και την τουριστική ζήτηση. Ο εναλλακτικός τουρισμός συνιστά αυτό που ονομάζεται «βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη» και διαιρείται σε πολλές μορφές: αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, πολιτιστικός κλπ. Την Ελλάδα προτιμούν σαν τόπο των διακοπών τους πολλοί τουρίστες απ' όλο τον κόσμο και ανάμεσά τους οι Αυστριακοί, οι οποίοι έχουν την Ελλάδα σε υψηλή θέση στις προτιμήσεις τους και ιδιαίτερα την Κρήτη.

**Λέξεις κλειδιά:** τουρισμός, μαζικός, εναλλακτικός, αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, πολιτιστικός, τουρισμός, θρησκευτικός, ιαματικός, τουρισμός υγείας, ορεινός και ορειβατικός, χιονοδρομικός, μαθησιακός, αθλητικός, κοινωνικός, θαλάσσιος, Αυστριακοί τουρίστες.



## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το θέμα της παρούσας πτυχιακής είναι η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, δηλαδή η προώθηση εκείνων των μορφών τουρισμού που δεν καταπονούν το περιβάλλον ή τους ανθρώπους που κινούνται μέσα σ' αυτό. Πρόκειται για τον λεγόμενο «εναλλακτικό τουρισμό», ο οποίος έχει αντικαταστήσει σε μεγάλο βαθμό τον μαζικό τουρισμό, την πρώτη, δηλαδή, μορφή τουρισμού, η οποία είχε αποδειχτεί αρκετά επιβλαβής. Επιπλέον, ο εναλλακτικός τουρισμός εξυπηρετεί συγκεκριμένα ενδιαφέροντα των τουριστών (αρχαιολογία, θρησκεία, ορειβασία, φαγητό και πάρα πολλά άλλα). Από κάθε άποψη, λοιπόν, ο εναλλακτικός τουρισμός δικαίως ενισχύεται και προωθείται στις περισσότερες χώρες του κόσμου.

Η συγκεκριμένη πτυχιακή χωρίζεται σε δυο μέρη: α) το θεωρητικό και β) το ερευνητικό. Το θεωρητικό μέρος διαιρείται σε τέσσερα κεφάλαια.

Το πρώτο κεφάλαιο ξεκινάει με την παράθεση πολλών ορισμών που έχουν διατυπωθεί για τον τουρισμό σχεδόν από τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια μέχρι τις μέρες μας. Στη συνέχεια προβαίνει σε κάποιες ακόμη διακρίσεις του τουρισμού (πέρα από αυτή που αναφέραμε παραπάνω, σε μαζικό κι εναλλακτικό), με ποικίλλα κριτήρια (Χώρα προέλευσης, χρονική διάρκεια του ταξιδιού και κινητικότητα του τουρίστα). Ακολουθεί μια προσέγγιση του μαζικού τουρισμού, ο οποίος, όπως ήδη αναφέραμε, αποδείχτηκε ιδιαίτερα βλαβερός για το περιβάλλον και τους ανθρώπους. Το υπόλοιπο τμήμα του πρώτου κεφαλαίου είναι αφιερωμένο στη σημασία που έχει ο τουρισμός για την Ελλάδα. Γίνεται μια ιστορική αναδρομή του ελληνικού τουρισμού από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα, τονίζεται η σημασία του τουρισμού για την ανάπτυξη της ελληνικής, καθώς και οι προοπτικές ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού.

Το δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται στην τουριστική ανάπτυξη και στις συνέπειές της. Αρχικά περιγράφονται τα στάδια που περιλαμβάνει η τουριστική ανάπτυξη, τα οποία, φυσικά, πρέπει να έχουν υπόψη τους οι αρμόδιοι για τον τουρισμό σε κάθε χώρα. Ακολουθούν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του τουρισμού τόσο για το φυσικό, όσο και για το κοινωνικό περιβάλλον, αλλά και για την οικονομία. Επειδή η τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτει την αύξηση της τουριστικής ζήτησης, περιγράφονται στη συνέχεια οι παράγοντες που την επηρεάζουν και οι οποίοι είναι: α) οικονομικοί (τιμές των προϊόντων, κόστος εισιτηρίων κλπ), β) διάφορες διεθνείς πολιτικές εξελίξεις, γ) η ανάγκη για ψυχική ανάπαυση, δ) δημογραφικοί και

κοινωνιολογικοί και ε) φυσικοί και κλιματολογικοί. Το δεύτερο κεφάλαιο κλείνει με τους παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά και οι οποίοι σχετίζονται με το βαθμό ανάπτυξης του τουρισμού μιας χώρας.

Το τρίτο κεφάλαιο είναι αφιερωμένο στον εναλλακτικό τουρισμό. Αρχικά παρουσιάζονται οι αρχές που διέπουν τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και οι προϋποθέσεις για την εφαρμογή της και στη συνέχεια προσεγγίζεται η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού, καθώς και τα κίνητρα όσων τον προτιμούν. Τέλος αναλύονται αρκετές μορφές εναλλακτικού τουρισμού, μαζί με σχετιζόμενες δραστηριότητες, την εφαρμογή τους στην Ελλάδα και τις προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξής τους. Οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού που εξετάζονται είναι οι εξής: 1) ο αγροτουρισμός, 2) ο οικοτουρισμός, 3) ο πολιτιστικός τουρισμός, 4) ο θρησκευτικός τουρισμός, 5) ο τουρισμός υγείας, 6) ο ορεινός και ο ορειβατικός τουρισμός, 7) ο χιονοδρομικός τουρισμός, 8) ο μαθησιακός ή μορφωτικός τουρισμός, 9) ο αθλητικός τουρισμός, 10) ο κοινωνικός τουρισμός και 11) ο θαλάσσιος τουρισμός.

Καθώς η έρευνα που περιλαμβάνεται στην εργασία είχε σκοπό να εντοπίσει την ικανοποίηση Αυστριακών τουριστών από το ταξίδι τους στην Ελλάδα, αφιερώσαμε το τέταρτο κεφάλαιο του θεωρητικού μέρους στα χαρακτηριστικά αυτών ακριβώς των τουριστών. Εξετάζουμε τη σχέση των Αυστριακών με τα ταξίδια αναψυχής είτε στο εσωτερικό είτε στο εξωτερικό της χώρας τους, το είδος των ταξιδιών που προτιμούν και τον τρόπο που τα διοργανώνουν. Περισσότερο εστιάζουμε όμως στη θέση που έχει η Ελλάδα και ιδιαίτερα η Κρήτη στις προτιμήσεις των Αυστριακών τουριστών.

Η πτυχιακή κλείνει με το ερευνητικό μέρος. Μοιράσαμε σ' ένα δείγμα Αυστριακών πολιτών ένα ερωτηματολόγιο που είχε σκοπό να ερευνήσει τους λόγους, για τους οποίους αποφάσισαν να έρθουν στην Ελλάδα, αν η επίσκεψή τους, τους ικανοποίησε και ποιες είναι γενικά οι προσδοκίες τους από τα ταξίδια που κάνουν στο εξωτερικό.

Με όλα τα παραπάνω έχουμε σκοπό να αναδείξουμε τις ωφέλειες του εναλλακτικού τουρισμού και να ευαισθητοποιήσουμε τον κόσμο για την ανάγκη προώθησής του, καθώς αποδεικνύεται πως είναι η μόνη μορφή που μπορεί να οδηγήσει σε βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

# Α' ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

## Κεφάλαιο Πρώτο: «ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

### 1. Ορισμοί του τουρισμού.

Ο τουρισμός, μολονότι έχει αγκαλιάσει το μεγαλύτερο μέρος του πλανήτη και εκατομμύρια ανθρώπων κάθε χώρας, κάθε ηλικίας, φύλου, θρησκείας κλπ συμμετέχουν σ' αυτόν, δεν μπορεί να προσδιορισθεί εύκολα, καθώς είναι ένα πολυσύνθετο φαινόμενο. Μια απλή εξέταση μας βοηθάει να διαπιστώσουμε ότι οι πτυχές του είναι πολλές (αναψυχή, διασκέδαση, αγορά κλπ). Εξαιτίας, λοιπόν, των πολλών πτυχών του, έχουν διατυπωθεί αρκετοί ορισμοί για τον τουρισμό, μερικούς από τους οποίους μας παρουσιάζει η Διονυσοπούλου (2006).

Ο πρώτος από αυτούς τους ορισμούς διατυπώθηκε το 1942 από τους Hunziker και Graf και είναι ο εξής: «ο τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και από την παραμονή σε κάποιο μέρος ατόμων που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοί του, εφ' όσον αυτοί δεν πάρουν άδεια παραμονής εκεί και δεν λαμβάνουμε μέρος σε καμιά εργασία – εκδήλωση στην περιοχή».

Το 1954 ο Joshke είδε τον τουρισμό σαν μια κατανάλωση που μπορεί να χωριστεί σε ειδική και επιπρόσθετη,

Το 1974 ο Walterspiel όρισε τον τουρισμό σαν μετατόπιση της αγοραστικής δύναμης από μια χώρα σε άλλη ή από μια περιοχή σε μια άλλη της ίδιας χώρας. Ο συγκεκριμένος ερευνητής ασχολήθηκε κυρίως με τις οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού.

Το 1975 ο Kaspar προσέγγισε τον τουρισμό όχι σαν ένα μεμονωμένο φαινόμενο, αλλά σαν ένα σύνολο περισσότερων φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από ένα ταξίδι και από την παραμονή ενός ή περισσότερων ατόμων σε έναν τόπο, ο οποίος δεν αποτελεί τον κύριο και μόνιμο τόπο διαμονής και εργασίας τους.

Το 1979 ο Leiper όρισε τον τουρισμό σαν ένα σύστημα που περικλείει την εθελουσία μετάβαση και προσωρινή παραμονή ενός ατόμου σε διαφορετικό τόπο από αυτόν της διαμονής του.

Το 1982 οι Mathieson & Wall περιγράφουν τον τουρισμό ως εξής: «Η προσωρινή μετακίνηση σε κάποιον τόπο διαφορετικό από αυτόν της μόνιμης διαμονής και εργασίας, οι δραστηριότητες που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια αυτής της

παραμονής και οι παρεχόμενες διευκολύνσεις για την κάλυψη των τουριστικών αναγκών».

Όμως και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ-UNWTO) δίνει τον δικό του ορισμό για τον τουρισμό: «Ο τουρισμός είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους (π.χ. τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους) και για χρονικό διάστημα όχι μεγαλύτερο από έναν χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών κλπ».

Μετά τους παραπάνω ορισμούς πρέπει να σημειώσουμε ότι από τις δεκαετίες του '80 και του '90 μέσα στις διάφορες πτυχές του τουρισμού μπήκε και αυτή της ιδιωτικής κατανάλωσης. Πράγματι, η πώληση τοπικών προϊόντων στους τουρίστες και η αποκόμιση μεγάλου κέρδους από αυτή, παίζουν πλέον έναν σημαντικότερο ρόλο στην τουριστική διαδικασία. Όμως και οι τουρίστες από την πλευρά τους θεωρούν σαν έναν από τους σημαντικότερους σκοπούς του ταξιδιού τους την αγορά προϊόντων του τόπου που θα επισκεφτούνε. Λαμβάνοντας, λοιπόν, υπόψη μας και αυτόν τον νέο παράγοντα, μπορούμε πλέον να χαρακτηρίσουμε τον τουρισμό σαν ένα πολυδιάστατο οικονομικοκοινωνικό φαινόμενο και να δεχτούμε σαν τον πλέον κατάλληλο για τον τουρισμό αυτόν που δίνει ο Ζαχαράτος (1984): «Ο τουρισμός αποτελεί μια ιδιαίτερα διαμορφούμενη ιδιωτική κατανάλωση, η οποία περιλαμβάνει τόσο τη συμμετοχή όλων σχεδόν των κλάδων της παραγωγικής διαδικασίας, όσο και των τομέων του κράτους και της κοινωνίας σε μια εθνική οικονομία υποδοχής».

Είναι φανερό ότι ο παραπάνω ορισμός δίνει έμφαση στην οικονομική διάσταση του τουρισμού και στην επίδρασή του σε όλους τους παραγωγικούς κλάδους, με άλλα λόγια στην πολλαπλή επίδραση του τουρισμού στο σύνολο της οικονομίας της χώρας υποδοχής, αλλά και στην ανάγκη εφαρμογής συντονισμένης πολιτικής για τη διαχείρισή του. Η μεγάλη σημασία που πρέπει να δοθεί στον τουρισμό από την πλευρά του κράτους εξηγείται από τον γεγονός ότι σ' αυτόν συμμετέχουν όλοι σχεδόν οι κρατικοί τομείς, της κοινωνίας και των κλάδων της παραγωγικής διαδικασίας. Η διαχείριση του τουρισμού μπορεί να πραγματοποιηθεί με την οργάνωση μιας σειράς δραστηριοτήτων που θα συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη με έναν όσο το δυνατόν πιο ισόρροπο και βιώσιμο τρόπο. Η ευθύνη για την οργάνωση και τον συντονισμό του τουρισμού μπορεί να ανατεθεί σε έναν Οργανισμό Διοίκησης Προορισμού σε εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο. (Βουμβουλάκη, 2007: 8).

## 2. Διακρίσεις του τουρισμού.

Ο τουρισμός διακρίνεται σε πολλά είδη με κριτήρια τη χώρα προέλευσης των τουριστών, τη χρονική διάρκεια του ταξιδιού ενός τουρίστα, την κινητικότητα του τουρίστα κατά το ταξίδι του και τέλος τον σκοπό του ταξιδιού.

A) Με κριτήριο τη χώρα προέλευσης των τουριστών ο τουρισμός διακρίνεται σε *εγχώριο* και *διεθνή*. Ο εγχώριος τουρισμός αναφέρεται στο ταξίδι που κάνει κάποιος σε κάποια περιοχή που ανήκει επίσης στη δική του χώρα. Ο διεθνής είναι ο τουρισμός που πραγματοποιείται σε μια χώρα διαφορετική από αυτή της μόνιμης εγκατάστασης. Ο διεθνής με τη σειρά του μπορεί να διακριθεί στον *εξερχόμενο*, όταν σημαίνει το ταξίδι κάποιου από τη χώρα μόνιμης διαμονής του σε μια άλλη χώρα, και στον *εισερχόμενο*, όταν κάποιος ξένος έρχεται στη δική τους χώρα μόνιμης διαμονής.

B) Με κριτήριο τη χρονική διάρκεια των τουριστικών δραστηριοτήτων, ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε *συνεχή* και σε *εποχικό*. Συνεχής είναι ο τουρισμός που λαμβάνει χώρα σε περισσότερες από μία συνεχείς εποχές του χρόνου και εποχικός αυτός που εστιάζει σε μια συγκεκριμένη εποχή του έτους. Στην περίπτωση της χώρας μας κυριαρχεί αναμφισβήτητα ο εποχικός τουρισμός, αφού η πλειοψηφία των ξένων τουριστών επιλέγει την καλοκαιρινή περίοδο για να επισκεφτεί τη χώρα μας, καθώς οι ελληνικές παραλίες στα νησιά, αλλά και στην ηπειρωτική Ελλάδα είναι ιδιαίτερα ελκυστικές εκείνη την εποχή.

Γ) Με κριτήριο την κινητικότητα του τουρίστα στη χώρα προορισμού, ο τουρισμός διακρίνεται σε *στατικό* και σε *κινητικό*. Ο τουρίστας που κάνει στατικό τουρισμό παραμένει σε όλη τη διάρκεια του ταξιδιού του στον ίδιο τόπο, ενώ ο κινητικός τουρισμός θέλει τον τουρίστα να επισκέπτεται πολλούς τόπους κατά τη διάρκεια του τουρισμού του.

Δ) Τέλος, ο τουρισμός διαχωρίζεται και ανάλογα με τον σκοπό που πραγματοποιείται ένα ταξίδι. Με αυτό το κριτήριο ο τουρισμός διακρίνεται σε γενικό και ειδικό. Γενικό τουρισμό κάνει κάποιος που ταξιδεύει όχι για κάποιον ειδικό σκοπό, αλλά περιμένει πολλά από ένα ταξίδι του (να διασκεδάσει, να επισκεφτεί μνημεία, να γνωρίσει νέους ανθρώπους, να ξεκουραστεί κλπ). Αντίθετα, ο ειδικός τουρισμός αναφέρεται σε κάποιο ιδιαίτερο ενδιαφέρον του τουρίστα. Έτσι, έχουμε τον επαγγελματικό τουρισμό, τον συνεδριακό, τον αθλητικό, τον καλλιτεχνικό, τον τουρισμό υγείας κλπ. Μπορούμε, επίσης, στην κατηγορία αυτή να κατατάξουμε και όποιους ταξιδεύουν προκειμένου να πλουτίσουν τις γνώσεις τους επισκεπτόμενοι βιβλιοθήκες,

αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία κλπ. Ένας σημαντικός «τουρίστας» της αρχαιότητας που ταξίδευε ακριβώς γι' αυτόν τον σκοπό (θεωρίας εΐνεκεν) ήταν ο Σόλωνας. (Στατήρη, 2011: 16).

### **3. Έννοια του μαζικού τουρισμού.**

Τους παλιότερους αιώνες τα ταξίδια είτε πολιτιστικού είτε ψυχαγωγικού χαρακτήρα ήταν προνόμιο λίγων περιηγητών, συνήθως αριστοκρατών, καθώς μόνο αυτοί μπορούσαν να ανταποκριθούν στο κόστος μετάβασης σε κάποια μακρινή χώρα. Τα μέλη των μεσαίων και κατώτερων τάξεων είχαν σχεδόν αποκλειστικό σκοπό την επιβίωσή τους, οπότε γι' αυτούς τα ταξίδια ήταν μια άφραστη πολυτέλεια. Όμως η Βιομηχανική Επανάσταση συντέλεσε στη μαζική αύξηση των εισοδημάτων, με αποτέλεσμα μεγάλες μάζες των πληθυσμών των χωρών ενδιαφέρθηκαν να ταξιδεύουν. Επιπλέον, η δημιουργία μηχανικών μέσων, τα οποία διευκόλυναν την ανθρώπινη ζωή, πρόσφερε περισσότερο ελεύθερο χρόνο στους ανθρώπους. Ακόμη, γνώρισαν μεγάλη ανάπτυξη οι χερσαίες, θαλάσσιες και τέλος οι εναέριες μεταφορές, με αποτέλεσμα να γίνεται ακόμη πιο εφικτή η πραγματοποίηση μακρινών ταξιδιών. Πολλοί επιχειρηματίες, εκμεταλλεζόμενοι τις παραπάνω εξελίξεις, άνοιξαν ταξιδιωτικά γραφεία, τα οποία οργάνωναν πακέτα εκδρομών, τα οποία περιλάμβαναν μετάβαση, διαμονή, ξενάγηση και πολλές φορές και φαγητό και όλα αυτά σε τιμές σχετικά προσιτές σε κάθε κοινωνικό στρώμα. (Τσάρτας, 1987). Το μεγαλύτερο ποσοστό από αυτά τα τουριστικά γραφεία προέρχεται από την Ευρώπη και κυρίως από τη Μεγάλη Βρετανία, τη Γαλλία και τη Γερμανία, αποτελώντας έτσι το δυναμικότερο κλάδο επιχειρηματικής δραστηριότητας στον τουριστικό τομέα. (Ανδριώτης, 2005).

Όλα τα παραπάνω συντέλεσαν στο να αναπτυχθεί ένα γενικό ενδιαφέρον για ταξίδια, με αποτέλεσμα να μιλάμε πλέον για «μαζικό τουρισμό».

Όλοι οι προορισμοί που επενδύουν στον μαζικό τουρισμό υφίστανται διαχρονικά μια σειρά από αρνητικές επιπτώσεις που οφείλονται κυρίως στη συγκέντρωση υποδομής και τουριστών στο χρόνο και το χώρο. Ο μαζικός τουρισμός σαν είδος, εμφανίζεται σαν το πιο επιθετικό απέναντι στους εγχώριους πλουτοπαραγωγικούς πόρους, καθώς αλλοιώνει το φυσικό και το τεχνητό περιβάλλον, προσβάλλοντας παράλληλα ταχρηστά ήθη των εγχώριων κοινωνιών (Ανδριώτης, 2005).

Επιπλέον, ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά αλλά και προβλήματα που προκύπτουν από το πρότυπο του μαζικού τουρισμού είναι η εποχικότητα της ζήτησης είτε αυτή αφορά την καλοκαιρινή είτε την χειμερινή περίοδο. Οι περισσότερες από τις περιοχές που υιοθετούν αυτό το τουριστικό πρότυπο, είναι μέρη με πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτισμικούς πόρους, που σταδιακά μετατρέπονται σε προορισμούς με συγκεκριμένη διαφημιστική εικόνα σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

#### **4. Η σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα στο πέρασμα του χρόνου.**

Στην παράγραφο αυτή θα εξετάσουμε τη σημασία που έχει ο τουρισμός στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Θα ξεκινήσουμε με μια σύντομη ιστορική αναδρομή του τουρισμού στην Ελλάδα. Στη συνέχεια θα αναφερθούμε στη σημασία που έχει ο τουρισμός για την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας, καθώς και στις προοπτικές ανάπτυξης που μπορεί να έχει ο ελληνικός τουρισμός.

##### **4.1. Ιστορική αναδρομή του τουρισμού στην Ελλάδα.**

Τους παλιότερους αιώνες ένα τουριστικό ταξίδι στην Ελλάδα είχε σχεδόν αποκλειστικά εκπαιδευτικό χαρακτήρα και αποσκοπούσε στη γνωριμία με την ελληνική κουλτούρα και πολιτισμό. Ειδικά οι μορφωμένοι Ευρωπαίοι ταξιδιώτες, οι οποίοι είχαν μελετήσει τα συγγράμματα των αρχαίων Ελλήνων ιστορικών και φιλοσόφων, επιδίωκαν να επισκεφτούν τις περιοχές που είχαν ιστορική και αρχαιολογική αξία (Αθήνα, Ολυμπία, Δελφοί, Κνωσός κλπ). Μετά τη δημιουργία του πρώτου ελληνικού κράτους το 1831 το ενδιαφέρον ξένων τουριστών να επισκεφτούν την Ελλάδα μεγάλωσε. Νέα μεγάλη ώθηση στον ελληνικό τουρισμό έδωσαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 1896, οι οποίοι προσέλκυσαν πολλούς τουρίστες, για την εξυπηρέτηση των οποίων δημιουργήθηκαν πολλές ξενοδοχειακές μονάδες στην Αθήνα, στο Ναύπλιο, στην Κέρκυρα και σε άλλες ελληνικές πόλεις. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να αυξηθεί η ζήτηση και η προσφορά για εργασία δραστηριοποιώντας πολλά άγνωστα μέχρι εκείνη τη στιγμή επαγγέλματα, τα οποία σχετίζονται με τον τουρισμό (ταξιδιωτικά γραφεία, ταξιδιωτικοί πράκτορες, διευθυντές ξενοδοχείων κλπ). Σ' αυτήν την τουριστική ανάπτυξη το κράτος δεν είχε ακόμη σημαντική

συμβολή. Έλληνες και ξένοι επιχειρηματίες, καθώς και Έλληνες της διασποράς ήταν αυτοί που επένδυσαν στην τουριστική ανάπτυξη της χώρας. (Dristas, 2003).

Η πρώτη επίσημη κρατική παρέμβαση στην ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού έγινε το 1929 με την εφαρμογή του νόμου 4377, ο οποίος έδινε έμφαση στη βελτίωση των ξενοδοχειακών παροχών. Αποτέλεσμα της παρέμβασης αυτής ήταν η δημιουργία μερικών από τα καλύτερα και ακριβότερα ξενοδοχεία της Αθήνας. Την ίδια εποχή οι ελληνικές τράπεζες έδιναν δάνεια για τη δημιουργία ξενοδοχείων σε όλη την ελληνική επικράτεια εκτός της Αθήνας. Ιδιαίτερη ανάπτυξη του τουρισμού παρατηρήθηκε στις περιοχές που ήταν προσβάσιμες με αυτοκίνητο ή σιδηρόδρομο. Σημαντική τουριστική κίνηση σημειώθηκε και στις περιοχές που διέθεταν ιαματικά λουτρά, καθώς πολλοί τα επισκέπτονταν για θεραπευτικούς σκοπούς. Κάτι που μας προκαλεί εντύπωση είναι ότι εκείνη την εποχή δεν υπήρχαν τουριστικά ξενοδοχεία σε παραλιακές περιοχές και νησιά – αυτό, δηλαδή, που συμβαίνει στις μέρες μας – αλλά σε πόλεις και περιοχές με ιστορικό χαρακτήρα και αρχαιολογικό ενδιαφέρον. Αυτό σημαίνει ότι μέχρι εκείνη τη στιγμή ο ήλιος και η θάλασσα της Ελλάδας δεν ήταν αυτά που προξενούσαν στους ξένους τουρίστες το ενδιαφέρον να επισκεφτούν τη χώρα μας. (Dristas, 2003).

Σταθμό στην ιστορία του ελληνικού τουρισμού αποτέλεσε το 1929 η ίδρυση από την κυβέρνηση Βενιζέλου του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ). Πράγματι, ο οργανισμός αυτός πρόσφερε σημαντικότητα έργο και έθεσε τις βάσεις του σύγχρονου τουρισμού. Οργάνωσε τα πρώτα διαφημιστικά προγράμματα, εξέδωσε έντυπα και τύπωσε τις πρώτες αφίσες δυο ξένες γλώσσες. Ακόμη, κατασκεύασε περίπτερα δίπλα σε αρχαιολογικούς χώρους και θέσπισε τις πρώτες τεχνικές προδιαγραφές των ξενοδοχείων. Το 1936 η δικτατορία του Μεταξά κατήργησε τον ΕΟΤ και ίδρυσε στη θέση του το Υφυπουργείο Τύπου και Τουρισμού. Το Υφυπουργείο αυτό συνέχισε σε γενικές γραμμές το έργο του ΕΟΤ, αλλά φυσικά με πολλές δυσκολίες εξαιτίας του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και στη συνέχεια του εμφυλίου. (Dristas, 2003).

Ο ΕΟΤ επανιδρύθηκε το 1951 και ήταν πλέον η μόνη αρμόδια για τον τουρισμό δημόσια υπηρεσία, συμβάλλοντας στην τουριστική ανασυγκρότηση της χώρας. Βασικός στόχος του ήταν να προσελκύσει και πάλι τον ενδιαφέρον των ξένων να επισκεφτούν την Ελλάδα, μια χώρα που σπαραζόταν εδώ και χρόνια από πολέμους. Για να το πετύχει αυτό, η τότε ηγεσία του τουρισμού εφάρμοσε μια σειρά από επιτυχημένες δράσεις σαν τις παρακάτω: Διαφημιστικές καμπάνιες για τον ελληνικό



τουρισμό σε ξένες χώρες και κατασκευές καινούριων πρότυπων τουριστικών εγκαταστάσεων (ξενοδοχεία, εστιατόρια, οργανωμένες παραλίες, κάμπινγκ κλπ). Επίσης, κατάφερε να τραβήξει την προσοχή του Χόλυγουντ, το οποίο γύρισε ταινίες με χώρο δράσης τα ελληνικά νησιά, οι οποίες βοήθησαν πολύ στην ανάπτυξη του τουρισμού τους: «Το παιδί και το δελφίνι», «Τα κανόνια του Ναβαρόνε», «Απέραντο γαλάζιο» κλπ. Μια ακόμη προωθητική ενέργεια ήταν η ίδρυση των φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου το 1955. Τέλος, θα αναφέρουμε την εκτύπωση πολλών αφισών με εικαστικό περιεχόμενο που αφορούσε τόσο την ηπειρωτική Ελλάδα, όσο και τα νησιά. Όλες αυτές οι παραπάνω ενέργειες είχαν σαν αποτέλεσμα μια σημαντική αύξηση του αριθμού των αφίξεων των ξένων τουριστών μέσα στην επόμενη δεκαετία: Το 1951 υπήρξαν 68.000 αφίξεις, ενώ το 1966 οι αφίξεις έφτασαν το 1.130.000.(Dristas, 2003).

Κατά τις δεκαετίες του 70 και του 80 οι αφίξεις αυξήθηκαν ακόμη περισσότερο, με αποτέλεσμα να υπάρξει ανάγκη για περισσότερες τουριστικές υποδομές. Πράγματι, την περίοδο εκείνη δημιουργήθηκαν και άλλες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις μικρού, μεσαίου και μεγάλου μεγέθους. Στις περιοχές που παρουσίαζαν ραγδαία τουριστική ανάπτυξη, το κράτος χρηματοδοτούσε την αγορά κλινών για τα ξενοδοχεία, ωστόσο και πάλι σε διάφορα μέρη παρατηρήθηκαν κενά στις υποδομές (όπως π.χ. στη βόρεια Κρήτη). Κατά τη διετία 1985-1987 εξαγγέλθηκε μια τουριστική πολιτική που στόχευε στη βελτίωση των τουριστικών υποδομών της χώρας. Συγκεκριμένα, καταβλήθηκε μια προσπάθεια για απεξάρτηση από τον μαζικό τουρισμό και για την επιδίωξη της αξιοποίησης όλων των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας με σκοπό την ανάπτυξη και την εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού. (Dristas, 2003).

Με το πέρασμα των χρόνων οι τόποι με ιστορικό και αρχαιολογικό ενδιαφέρον έπαψαν να αποτελούν τον μοναδικό πόλο έλξης ξένων τουριστών (αν και μέχρι σήμερα δεν έχουν χάσει αυτή την ιδιότητα) και άρχισαν να προβάλλονται σαν πόλοι έλξης ο ήλιος και η θάλασσα της Ελλάδας. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα η ελληνική τουριστική αγορά να βρεθεί ανταγωνίστρια αντίστοιχων αγορών άλλων χωρών που τότε αναδύονταν. Τέτοιες χώρες βρίσκονταν στην Ν.Α. Ασία και στην Αφρική. Επίσης, οι αρχές του ελληνικού τουρισμού έθεσαν νέους στόχους, όπως την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, την καλύτερη κατανομή στο χώρο των τουριστικών δραστηριοτήτων και την προστασία του περιβάλλοντος. (Ανδριώτης, 2008).

Την τελευταία εικοσαετία έχουν σημειωθεί αρκετές αλλαγές στο δημόσιο τομέα της τουριστικής δραστηριότητας. Ο Ε.Ο.Τ. εξακολουθεί να υφίσταται, ωστόσο οι αρμοδιότητές του έχουν μειωθεί αισθητά σε σχέση με το παρελθόν, όπως, βέβαια, και η έκταση της δράσης του. Όσον αφορά το Υπουργείο Τουρισμού, η ύπαρξή του γνώρισε πολλές διακυμάνσεις, καθώς συστάθηκε το 1988, καταργήθηκε το 1991, ιδρύθηκε εκ νέου το 1993, ξανά καταργήθηκε το 1996 και ιδρύθηκε και πάλι το 2004 εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων. (Ανδριώτης, 2008).

#### **4.2. Η σημασία του τουρισμού για την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας.**

Η Ελλάδα, καθώς δεν διαθέτει ή αφήνει ανεκμετάλλευτες πολλές πλουτοπαραγωγικές πηγές της, έχει στηρίξει μεγάλο μέρος των προσδοκιών της για την τόνωση της οικονομίας της στον τομέα του τουρισμού. Ήδη από τον 19<sup>ο</sup> αιώνα, όπως αναφέραμε παραπάνω, πραγματοποιήθηκαν σημαντικές επενδύσεις στα έργα τουριστικής ανάπτυξης (λιμάνια, δρόμοι, αξιοποίηση φυσικών πόρων κλπ), οι οποίες με τη σειρά τους έδωσαν ώθηση στην οικονομία της χώρας και δημιούργησαν πολλές νέες θέσεις εργασίας. Δεν είναι όμως μόνο ο έμμεσος τρόπος των επενδύσεων που φέρνει σημαντικά έσοδα, αλλά το ίδιο κάνει και άμεσα η ίδια η τουριστική δραστηριότητα. (Gartner, 2001).

Ο τουρισμός συμβάλλει σε πολύ μεγάλο βαθμό στη διαμόρφωση του ΑΕΠ εκάστης χώρας. Επιπλέον, καθώς τουριστικές εγκαταστάσεις βρίσκονται σε όλες τις περιφέρειες της Ελλάδας, ο τουρισμός συμβάλλει και στη διασπορά του εθνικού εισοδήματος στις περιφέρειες της χώρας. Από την άλλη όμως, επειδή τα στοιχεία της Ελλάδας που προβάλλονται κυρίως σαν «τουριστικές ατραξιόν» είναι ο ήλιος και η θάλασσα, ο ελληνικός τουρισμός καταλήγει να είναι εποχιακός, με επακόλουθο την επιβάρυνση φυσικών και ανθρωπογενών πόρων τους καλοκαιρινούς μήνες και την αχρηστία τους κατά τους χειμερινούς μήνες. Επιπλέον, η εποχιακή τουριστική δραστηριότητα έχει σαν επακόλουθο και την εποχιακή απασχόληση εργαζομένων κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, με αποτέλεσμα αυτοί να μην έχουν δουλειά για μεγάλες χρονικές περιόδους κι έτσι να υπάρχει αστάθεια στο εισόδημά τους. Όμως και οι ιδιοκτήτες ξενοδοχείων, ενοικιαζόμενων δωματίων, εστιατορίων κλπ. συμβαίνει να έχουν πολλή πελατεία στους καλοκαιρινούς μήνες και υποτυπώδη τον υπόλοιπο καιρό. Φυσικά, από τις καταστάσεις αυτές προκύπτουν σημαντικές επιπτώσεις και για την κοινωνική δραστηριότητα στις τουριστικές περιοχές. (Thompson A., 2010).

Η συνεισφορά του ελληνικού τουρισμού στην ελληνική οικονομία μπορεί να χωριστεί σε **άμεση** και **έμμεση**. Η αύξηση της τελικής ζήτησης, η οποία αποτελεί αποτέλεσμα της τουριστικής δαπάνης (ξένης κι εγχώριας) επηρεάζει τις ελληνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον χώρο του τουρισμού. Οι μεταβολές του επιπέδου της παραγωγής που οφείλονται στην τουριστική κατανάλωση, σε συνδυασμό με την αύξηση των αρχικών εισροών που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις αυτές, αποτελούν την **άμεση** επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία. Από την άλλη, η μεγαλύτερη παραγωγή στους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας που επηρεάζονται άμεσα από τον τουρισμό οδηγεί στην αύξηση της ζήτησης για προϊόντα άλλων κλάδων που χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία. Έτσι, από την πλευρά των προμηθευτών δημιουργείται η ανάγκη επιπρόσθετων εισροών για την κάλυψη της επιπλέον ζήτησης των προϊόντων που οι ίδιες παράγουν. Αυτή η αλληλεξάρτηση μεταξύ των παραγωγικών διαδικασιών σε μια οικονομία, αποτελεί την **έμμεση** επίδραση του ελληνικού τουρισμού. (Methodology for producing, 2011).

#### **4.3. Προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα.**

Οι McKinsey και Company (2011) πιστεύουν ότι μέσα στην επόμενη δεκαετία ο ελληνικός τουρισμός έχει όλες τις προδιαγραφές για να γνωρίσει περαιτέρω ανάπτυξη, λαμβάνοντας υπόψη ότι και ο παγκόσμιος τουρισμός συνεχίζει να αυξάνεται. Στη μελέτη τους αναφέρουν τις κατά τη γνώμη τους δυνατότητες σημαντικής αύξησης τόσο των εσόδων, όσο και της απασχόλησης στην Ελλάδα, ως αποτέλεσμα της τουριστικής ανάκαμψης. Συγκεκριμένα, αναφέρουν ότι μέχρι το 2021 υπάρχει η δυνατότητα να δημιουργηθούν 220.000 νέες θέσεις εργασίας στο χώρο του τουρισμού. Η δημοσιονομική επίπτωση μπορεί να αυξηθεί κατά 3 δισεκατομμύρια ευρώ, ενώ το εμπορικό ισοζύγιο θα μπορούσε να ωφεληθεί κατά περίπου εννιά δισεκατομμύρια ευρώ το χρόνο.

Θετικές προοπτικές για τον ελληνικό τουρισμό αναφέρονται και στην ετήσια έκθεση για την Ελλάδα του World Travel and Tourism Council. Συγκεκριμένα, αναφέρεται ότι, παρά το γεγονός ότι η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα παρουσίασε μια μείωση τα τελευταία χρόνια, η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ μπορεί να αυξηθεί κατά 3,3% ετησίως για να φτάσει τα 42,2 δισεκατομμύρια ευρώ το έτος 2022 (ποσοστό 19,8% του ΑΕΠ), από 32,2 δισεκατομμύρια ευρώ που ήταν το έτος 2012 (ποσοστό 16,5% του ΑΕΠ), γεγονός που οφείλεται στην αύξηση του διεθνούς τουρισμού. (World travel and tourism council, 2011).

Σύμφωνα με πολλές εκτιμήσεις, η οικονομική κρίση και οι συνέπειές της τόσο στην Ελλάδα, όσο και σε άλλες χώρες, δεν θα αποτελέσουν ανασταλτικό παράγοντα στην ανάπτυξη του τουρισμού. Αξιοσημείωτο είναι ότι ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει ότι οι διεθνείς αφίξεις θα φτάσουν τις 1,6 δισεκατομμύρια μέσα στο 2020. Ειδικά, όσον αφορά την Ελλάδα, είναι γνωστή η επιβολή των capital controls και οι απεργίες που σημειώθηκαν μέσα στο 2015. Παρόλα αυτά, συνέχισαν να καταφτάνουν στη χώρα τουρίστες και να αυξάνονται τα τουριστικά έσοδα. Υπάρχει όμως κι ένας παράγοντας που μετριάζει τον αριθμό των επισκεπτών στην Ελλάδα κι αυτός δεν είναι άλλος από το ακριβό κόστος των διακοπών – κόστος σχεδόν τριπλάσιο από αυτό των διακοπών στην Τουρκία ή στην Αίγυπτο. Αυτό οφείλεται, βέβαια, στο υψηλότερο μισθολογικό κόστος και στους υψηλότερους φόρους. Ο παράγοντας αυτός πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη. (ΣΕΤΕ, 2015).

## **Κεφάλαιο Δεύτερο: «Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΗΣ».**

### **1. Τα στάδια της τουριστικής ανάπτυξης.**

Στο κεφάλαιο αυτό θα δούμε τη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης και στη συνέχεια πώς αυτή επηρεάζει την οικονομία, τη φύση και την κοινωνία μιας χώρας. Οι περισσότεροι μελετητές των τάσεων της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής μιας χώρας θεωρούν ότι κάθε τουριστικός προορισμός έχει συγκεκριμένο χρόνο ζωής και ότι η τουριστική ανάπτυξη διαιρείται στα παρακάτω τρία στάδια:

**1<sup>ο</sup> στάδιο ανάπτυξης:** Το πρώτο στάδιο ανάπτυξης περιλαμβάνει ουσιαστικά την περίοδο εκείνη, κατά την οποία η περιοχή δεν είναι ακόμα ευρέως γνωστή ως τουριστικός προορισμός και την επισκέπτεται σχετικά μικρός αριθμός τουριστών. Επιπλέον, δεν διαθέτει πολλές επιχειρήσεις σχετικές με τον τουρισμό κι έτσι οι υπάρχουσες υποδομές και προσφερόμενες υπηρεσίες είναι υποτυπώδεις. Το μόνο θετικό στοιχείο είναι οι συμπεριφορά των ντόπιων προς τους τουρίστες – κυρίως των νεότερων σε ηλικία – τους οποίους αντιμετωπίζουν με φιλόξενη διάθεση, επιδιώκοντας με αυτό τον τρόπο να έρθουν σε επαφή με ανθρώπους που έχουν διαφορετικές αντιλήψεις από τις δικές τους. Ανάμεσα σ' αυτούς τους ντόπιους βρίσκονται τελικά κάποιοι που επιθυμούν να ασχοληθούν επιχειρηματικά με τον τουρισμό και, επιθυμώντας να συμβάλουν στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής τους και να κερδίσουν και οι ίδιοι, γίνονται τελικά οι κυριότεροι παράγοντες στη μεταμόρφωση της περιοχής σε τουριστικό προορισμό.

Σχηματικά, τα κυριότερα γνωρίσματα του 1ου σταδίου τουριστικής ανάπτυξης ενός τουριστικού προορισμού, μπορούν να αποδοθούν ως εξής:

- Υποτυπώδης υποδομή σε ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, και πανδοχεία καθώς επίσης και σε επιχειρήσεις εστίασης, όπως οι ταβέρνες.
- Μικρός αριθμός επισκεπτών που φτάνουν στον εκάστοτε προορισμό αυτόνομα και επιλέγουν η διαμονή τους να είναι σε περιοχές ήσυχες, με καθαρό περιβάλλον.

- Ανύπαρκτη διαφημιστική εικόνα στις τουριστικές αγορές του οργανωμένου μαζικού τουρισμού.
- Μικρής εμβέλειας τουριστικές επενδύσεις από τους ντόπιους κατοίκους.(Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

**2ο στάδιο ανάπτυξης:** Κατά το 2ο στάδιο τουριστικής ανάπτυξης μιας, η περιοχή ξεκινά να είναι αναγνωρίσιμη ως τουριστικός προορισμός και ο πληθυσμός της στρέφεται πλέον περισσότερο στην ενασχόληση του με τον τουρισμό και ιδιαιτέρως οι νέοι και οι γυναίκες. Αυτό φυσικά έχει σαν αποτέλεσμα να αυξάνονται οι επενδύσεις στον τουριστικό τομέα με τη δημιουργία καταλυμάτων, εστιατορίων, μέσων μεταφοράς, χώρων αναψυχής κλπ. Οι ντόπιοι έρχονται σε επαφή με τους τουρίστες και υιοθετούν τα καταναλωτικά και κοινωνικά πρότυπα των αστικών κέντρων, ενώ σταδιακά οι σχέσεις μεταξύ τουριστών και ντόπιων γίνονται σχέσεις εμπορικής συναλλαγής. Στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής συμβάλλουν κυρίως οι μεγάλες επιχειρήσεις που θέλουν να επενδύσουν στον τουριστικό κλάδο, τα διεθνή τουριστικά γραφεία (tour – operators), οι ντόπιοι που θέλουν να ασχοληθούν επαγγελματικά με τον τουρισμό, όπως επίσης και το κράτος μέσω της εφαρμογής προγραμμάτων τουριστικής ανάπτυξης και προβολής του τουριστικού προϊόντος (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Τα κυριότερα γνωρίσματα του 2ου σταδίου τουριστικής ανάπτυξης ενός τουριστικού προορισμού είναι:

- Δημιουργία σύνθετης τουριστικής υποδομής όπως εστιατόρια, μεγάλα ξενοδοχεία, μπαρ νυχτερινής διασκέδασης, πρακτορεία.
- Μεγάλης εμβέλειας κρατικές επενδύσεις και οι πρώτες σημαντικές ιδιωτικές τουριστικές επενδύσεις.
- Σημαντικές αλλαγές στη χωρική και λειτουργική οργάνωση της περιοχής, με σκοπό την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των τουριστών.
- Πλέον υπάρχει στην περιοχή μαζικός τουρισμός που γίνεται χάρη σε υπηρεσίες τουριστικών γραφείων και όχι αυτόνομα.
- Η περιοχή αποκτά διαφημιστική εικόνα στο ευρύ κοινό (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

**3ο στάδιο ανάπτυξης:** Κατά το 3ο στάδιο τουριστικής ανάπτυξης, η περιοχή πλέον υιοθετεί τύπο ανάπτυξης του οργανωμένου κυρίως από τα τουριστικά γραφεία,

μαζικού τουρισμού. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα η περιοχή να υποστεί τις βασικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού, που είναι: η αστικοποίηση των κοινωνικών χαρακτηριστικών της περιοχής, η ανέγερση εκτεταμένων εγκαταστάσεων και υποδομών για την εξυπηρέτηση των αυξανόμενων αναγκών των τουριστών, η αδυναμία της τοπικής κοινωνίας να επηρεάσει και να ελέγξει την τουριστική βιομηχανία που αναπτύχθηκε στην περιοχή. Επιπροσθέτως, οι ρυθμοί της ζωής, τα καταναλωτικά πρότυπα και οι αξίες τείνουν περισσότερο προς τις αστικές κοινωνίες και οι σχέσεις των τουριστών με τους ντόπιους γίνονται τελείως απρόσωπες και καθαρά εμπορικές. Παράγοντες των αλλαγών στον στάδιο αυτό είναι οι τουριστικές επιχειρήσεις διεθνούς εμβέλειας (tour - operators), οι ξένοι επενδυτές αλλά και η εφαρμογή διεθνών και περιφερειακών τουριστικών πολιτικών.

Τα κυριότερα γνωρίσματα του 3ου σταδίου τουριστικής ανάπτυξης ενός τουριστικού προορισμού είναι:

- Η οργανωμένη και μαζική υποδομή τουριστικού «πακέτου».
- Η δημιουργία περαιτέρω υπηρεσιών και δραστηριοτήτων για την εξυπηρέτηση των τουριστών.
- Η περιοχή γίνεται τουριστικός προορισμός διεθνών προδιαγραφών.
- Οι τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή έρχονται κυρίως με οργανωμένα πακέτα διακοπών από tour – operators.
- Η διαφημιστική εικόνα της περιοχής διεθνοποιείται συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στη μαζική προσέλευση τουριστών (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

## **2. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του τουρισμού.**

Στο προηγούμενο κεφάλαιο είδαμε τη συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Τώρα θα μιλήσουμε γενικότερα για την επίδραση (θετική - αρνητική) που μπορεί να ασκήσει η τουριστική δραστηριότητα στην οικονομία μιας χώρας, καθώς και σε άλλους δυο σημαντικούς τομείς: στο φυσικό περιβάλλον και στην κοινωνία.

**Α) Φυσικό περιβάλλον:** Όσον αφορά το φυσικό περιβάλλον, δυστυχώς υπερτερούν τα μειονεκτήματα, αλλά αυτό ίσως είναι αναπόφευκτο, καθώς η δημιουργία ολοένα και περισσότερων τουριστικών εγκαταστάσεων καταπονεί το περιβάλλον καταστρέφοντας καλλιεργήσιμες εκτάσεις, καθώς είναι ανάγκη να δημιουργηθούν

υποδομές για μεταφορά των τουριστών, ηλεκτροδότηση και υδροδότηση των τόπων διαμονής τους και δημιουργία κέντρων αναψυχής και δραστηριοτήτων. Με αυτόν τον τρόπο ο τουρισμός ανταγωνίζεται σε πολύ μεγάλο βαθμό τις παραδοσιακές χρήσεις της γης (γεωργία, κτηνοτροφία). Επιπλέον τεράστιες επιπτώσεις υφίστανται και οι παράκτιες περιοχές όπως η διάβρωση των ακτών, η ακαλαισθησία και η ρύπανση των νερών.

Όμως δεν είναι μόνο η ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών, η οποία ενδέχεται να προκαλέσει ζημιές στο περιβάλλον. Μεμονωμένοι τουρίστες πετούν σκουπίδια, συμβάλλοντας και αυτοί στη ρύπανση του εδάφους, όπως, βέβαια, και τα στερεά απόβλητα των ξενοδοχείων και των κέντρων αναψυχής. Τα απόβλητα των τουριστικών επιχειρήσεων τις περισσότερες φορές δεν υφίστανται την απαραίτητη επεξεργασία, με αποτέλεσμα να ρυπαίνουν το υπέδαφος και τον υδροφόρο ορίζοντα. Τα σκουπίδια που πετάνε ασυνείδητοι τουρίστες προκαλούν, εκτός από τη ρύπανση του εδάφους και αισθητική ρύπανση, επιβαρύνοντας και υποβαθμίζοντας την περιοχή.

Χαρακτηριστικά φαινόμενα υποβάθμισης του φυσικού περιβάλλοντος από τον μαζικό τουρισμό είναι τα εξής:

- Απώλεια σημαντικών εκτάσεων της υπαίθρου.
- Καταστροφή βιοτόπων.
- Αλλοίωση του τοπίου.
- Μείωση της βιοποικιλότητας.
- Ρύπανση των υδάτων.
- Αύξηση της ποσότητας των απορριμμάτων και αποβλήτων.
- Πρόβλημα της διαχείρισης της ποσότητας των απορριμμάτων και αποβλήτων.

(Τουρισμός και περιβάλλον – Φύση, διαθέσιμο στο <http://www.ncu.org.cy/MSc/projects/tourism/tourismoskaifisi.html>).

Όμως και οι φυσικοί πόροι (νερό, έδαφος, αέρας), αλλά και άλλοι παράγοντες, όπως η ενέργεια, μπορούν να υποστούν ιδιαίτερα αρνητικές επιπτώσεις από τον μαζικό τουρισμό. Αυτές μπορεί να είναι:

**1) Το νερό:** Κατά τους τουριστικούς μήνες αυξάνοντας οι ανάγκες σε νερό στις τουριστικές περιοχές, καθώς τις επισκέπτονται πολλά άτομα, τα οποία πρέπει να καταναλώσουν νερό για πόση και για καθαριότητα. Απαιτούνται, ακόμη, ποσότητες νερού και για το πότισμα μεγάλων κήπων ή γηπέδων γκολφ και για την υδροδότηση



πισινών και χώρων δραστηριοτήτων. Το μέγεθος του καταλύματος και ο αριθμός των τουριστών είναι παράγοντες που ρυθμίζουν την κατανάλωση του νερού. Όμως, εκτός από την ποσότητα του νερού, απασχολεί και το ζήτημα της ποιότητάς του, η οποία δεν είναι πάντα καλή, καθώς η θάλασσα ρυπαίνεται από τα διάφορα απόβλητα των τουριστικών μονάδων και από την απόρριψη αποβλήτων από τα τουριστικά πλοία. (Τουρισμός και περιβάλλον – Φύση, διαθέσιμο στο <http://www.ncu.org.cy/MSc/projects/tourism/tourismoskaifisi.html>).

Προκειμένου, λοιπόν, να καλυφθούν οι απαιτήσεις για νερό συχνά οι αρμόδιες αρχές καταφεύγουν στη λύση των υπόγειων γεωτρήσεων. Η λύση αυτή φαινομενικά μειώνει το φόρτο του δικτύου ύδρευσης της εκάστοτε περιοχής, αλλά παρόλα αυτά αποδυναμώνει τον υδροφόρο ορίζοντα, επηρεάζοντας την συνολική ανάπτυξη μιας περιοχής.

Τα νησιά, αλλά και γενικώς οι παράκτιες περιοχές, αυξάνουν τις απαιτήσεις τους για νερό κυρίως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες αιχμής. Έτσι όμως δημιουργείται ένα μεγάλο πρόβλημα, καθώς οι παράκτιοι αλλά και νησιωτικοί υδροφόροι ορίζοντες, που συνήθως έχουν μικρή δυναμικότητα αποθεμάτων νερού, δέχονται μεγάλη πίεση, προκειμένου να καλύψουν πολλές ανάγκες σε μικρό χρονικό διάστημα. Αυτή η άντληση μεγάλων ποσοτήτων νερού ενδέχεται να προκαλέσει μη αναστρέψιμα φαινόμενα όπως αυτό της υφαλμύρωσης. (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

**2) Το έδαφος:** Η διάβρωση των εδαφών τουριστικών περιοχών αποτελεί την κυριότερη περιβαλλοντική επίπτωση διαφόρων τεχνικών έργων. Οι εγκαταστάσεις και οι υποδομές στις περιοχές, όπου λαμβάνουν χώρα τέτοια έργα, συχνά στερούνται ορθολογικού σχεδιασμού, με αποτέλεσμα να παρατηρούνται φαινόμενα ολικής γεωμορφολογικής μεταβολής και διάβρωσης της ακτής. Επιπλέον επιπτώσεις που οφείλονται σε οικοδομικές εργασίες ή άλλες δραστηριότητες οδηγούν σε εκτεταμένες αμμοληψίες για την ενίσχυση έργων υποστήριξης των ακτών, έργων υποδομής, όπως λιμάνια και προβλήτες, καθώς και διαφόρων ειδών τουριστικών δραστηριοτήτων.

Όμως το έδαφος μολύνεται αρκετά και από την ανεξέλεγκτη ρίψη ή και καύση σκουπιδιών στις τουριστικές περιοχές. Αυτό συμβαίνει κυρίως γιατί η διαχείριση των στερεών αποβλήτων στις περιοχές αυτές είναι υποτυπώδης και επιπλέον λείπουν μέτρα προφύλαξης του εδάφους και των υπόγειων υδάτινων οριζόντων. (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

**3) Ο αέρας:** Ο αέρας μπορεί επίσης να επιβαρυνθεί από τις τουριστικές δραστηριότητες είτε άμεσα είτε έμμεσα. Άμεσα την επιβαρύνουν οι μεταφορές τουριστών, τόσο αυτές που πραγματοποιούνται από το χώρο προέλευσης στο χώρο προορισμού, όσο και αυτές που πραγματοποιούνται εντός του χώρου διαμονής. Έμμεσα μπορεί να επιβαρύνει την ατμόσφαιρα η κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας σε εργοστάσια που χρησιμοποιούν ως καύσιμη ύλη ορυκτά καύσιμα.

Σύμφωνα με μετρήσεις, η τουριστική δραστηριότητα μπορεί να συμβάλει σε ποσοστό μέχρι και 5% στην εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα επί του συνόλου των εκπομπών παγκοσμίως και προέρχεται από τους κλάδους μεταφορών (75%), καταλυμάτων (21%) και άλλων δραστηριοτήτων. Από την άλλη το ποσοστό συμβολής του τουρισμού στην παγκόσμια αύξηση της θερμοκρασίας του πλανήτη λόγω του φαινομένου του θερμοκηπίου υπολογίστηκε το 2005 μεταξύ 5% με 14%. (Τουρισμός και περιβάλλον – Φύση, διαθέσιμο στο <http://www.ncu.org.cy/MSc/projects/tourism/tourismoskaifisi.html>).

**4) Η ενέργεια:** Ο μαζικός τουρισμός σε μια περιοχή έχει ως φυσική αλλά και άμεση συνέπεια την αύξηση κατανάλωσης, αλλά και της παραγωγής ενέργειας, η οποία τις περισσότερες φορές επιτυγχάνεται με την κατανάλωση κάποιου μη ανανεώσιμου φυσικού πόρου, όπως οι υδρογονάνθρακες, επιφέροντας μια σειρά από αρνητικές συνέπειες στο περιβάλλον όπου γίνεται η παραγωγή που συχνά συμπίπτει με την περιοχή, όπου παρατηρείται αυξημένη τουριστική ζήτηση. (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

**5) Στα φυσικά οικοσυστήματα:** Οι επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού στα φυσικά οικοσυστήματα μπορούν να χωριστούν στις παρακάτω τρεις κατηγορίες:

- **Διαταραχές στη λειτουργία των οικοσυστημάτων:** Η αύξηση του μαζικού τουρισμού, με το να επιβάλλει τη δημιουργία τουριστικών μονάδων, ώστε να ικανοποιούνται οι ολοένα αυξανόμενες ανάγκες της τουριστικής ζήτησης, αναγκαστικά καταλαμβάνει το χώρο που προοριζόταν για την ανάπτυξη των οικοσυστημάτων και επηρεάζει και τη λειτουργία τους λόγω της εκτεταμένης δόμησης αλλά και της μόλυνσης που επιφέρει.

Για παράδειγμα, η κατασκευή, επέκταση και συντήρηση του οδικού δικτύου λόγω του ότι συνεπάγεται την αποψίλωση μεγάλων δασικών εκτάσεων και τον κατακερματισμό του φυσικού χώρου. Επιπλέον, η κοπή των δέντρων έχει ως

αποτέλεσμα τη διάβρωση των εδαφών αλλά και την αλλαγή του κλίματος της περιοχής, ενώ η παραγόμενη ηχορύπανση τόσο κατά την κατασκευή όσο και με την λειτουργία του οδικού δικτύου, επιδρά αρνητικά στην πανίδα και το καυσαέριο που εκπέμπουν τα αυτοκίνητα επηρεάζει την χλωρίδα της περιοχής.

Το γεγονός ότι μεγάλες εκτάσεις γης διατίθενται για τα απαραίτητα τουριστικά έργα, έχει σαν συνέπεια την καταστροφή των παράκτιων οικοσυστημάτων και την οικιστική επέκταση, ενώ οι δραστηριότητες που σχετίζονται με την κατασκευή και τη λειτουργία λιμανιών και μαρίνων οδηγούν σε σημαντικές αλλαγές στη φυσική κυκλοφορία του νερού.

Όμως και η λειτουργία ενός αεροδρομίου διαταράσσει τη λειτουργία των οικοσυστημάτων, αφού δημιουργεί υγρά και αέρια απόβλητα, που επιβαρύνουν το περιβάλλον. Όμως και η μείωση της έκτασης του φυσικού περιβάλλοντος, προκειμένου να κτιστεί το αεροδρόμιο, έχει αρνητικές επιπτώσεις στη δομή και λειτουργία των οικοσυστημάτων και στη βιοποικιλότητα των ειδών. (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

• **Μεταβολές στη δομή των οικοσυστημάτων και μείωση της βιοποικιλότητας:**

Το φαινόμενο του ευτροφισμού, είναι ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που προκύπτουν λόγω της διάθεσης αποβλήτων αστικών λυμάτων πόλεων, λυμάτων ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, αλλά και από χερσαίες απορροές οι οποίες προκαλούνται από τις βροχές, εφόσον στην παράκτια ζώνη αναπτύσσονται καλλιέργειες που κάνουν χρήση λιπασμάτων στα προϊόντα τους. Το φαινόμενο αυτό μειώνει τη διαφάνεια του θαλάσσιου νερού από την υπερβολική ανάπτυξη φυτοπλαγκτόν και την παρουσία οργανικών αιωρούμενων. Όλα αυτά τα οργανικά λύματα ευνοούν την ανάπτυξη ετερότροφων βακτηρίων, πολλά από τα οποία είναι παθογόνα. Τέλος, μεγάλες αλλαγές παρατηρούνται στην χλωρίδα και πανίδα των χερσαίων οικοσυστημάτων (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

• **Μείωση του πληθυσμού σπάνιων ειδών:** Η αθρόα κίνηση τουριστών στις παράκτιες περιοχές επιδρά αρνητικά στις αναπαραγωγικές διαδικασίες ζώων που χρησιμοποιούν την άμμο για αυτό το σκοπό, όπως η χελώνα *Caretta Caretta*. Επίσης, η ενασχόληση των τουριστών με δραστηριότητες, όπως τα θαλάσσια σπορ, μπορεί να κάνει ζημιά σε κάποια είδη ζώων που απειλούνται με εξαφάνιση, όπως είναι η φώκια *Monachus Monachus*, ενώ λόγω της οικιστικής ανάπτυξης και της ανάπτυξης

υποδομών, είδη ερπετό πανίδας, όπως για παράδειγμα η *Viperalebetina* κινδυνεύουν άμεσα με εξαφάνιση. (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

**6) Σε περιοχές με ιστορική και πολιτισμική αξία:** Το δομημένο περιβάλλον με ιστορική, πολιτιστική αξία, δέχεται συχνά τις επιπτώσεις από την υπέρμετρη ανάπτυξη του τουρισμού. Ο μεγάλος όγκος τουριστών που επισκέπτονται αρχαιολογικά μνημεία ή παραδοσιακούς και ιστορικούς χώρους, προκαλούν συχνά την φυσική φθορά των μαρμάρων και την χημική και φυσική αλλοίωση τοιχογραφιών.

Επιπλέον, προκειμένου να εξυπηρετηθεί ο μεγάλος αριθμός επισκεπτών, είναι να ανάγκη να δημιουργηθούν οι κατάλληλες υποδομές, αλλά και έργα πρόσβασης. Η δημιουργία αυτών των έργων όμως, αλλοιώνει το φυσικό περιβάλλον. Το μεγαλύτερο ζήτημα που προκύπτει όμως σ' αυτές τις περιοχές, είναι η διαφύλαξη του τοπίου από την αυθαίρετη δόμηση, την αστικοποίηση, τη χωροθέτηση και κατασκευή τουριστικών εγκαταστάσεων εκτός κλίμακας. (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

**7) Στην οικιστική ανάπτυξη:** Ο λανθασμένος σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης είναι μια από τις σοβαρότερες επιπτώσεις της ανάπτυξης του τουρισμού στο δομημένο περιβάλλον. Ορισμένα χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι τα εξής:

- **Η αυθαίρετη δόμηση:** Η αυθαίρετη δόμηση είναι αναμφίβολα το πιο σοβαρό πρόβλημα κυρίως των παράκτιων περιοχών, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν πλήττονται και αρκετές ορεινές και αγροτικές περιοχές. Το μεγαλύτερο μέρος της αυθαίρετης δόμησης αποτελούν, φυσικά, τα τουριστικά καταλύματα και οι παραθεριστικές κατοικίες. Βασική αιτία της υφιστάμενης κατάστασης, που ενθαρρύνει την αυθαίρετη δόμηση, είναι πρώτα από όλα η ανυπαρξία πολιτικής για τη χρήση γης και η αδυναμία ελέγχου που έχει σαν αποτέλεσμα την ύπαρξη σημαντικών ελλείψεων και αδυναμιών στην οργάνωση και εξυπηρέτηση της περιοχής σε υποδομή. Αυτή η κατάσταση οδηγεί, φυσικά, στην υποβάθμιση της περιοχής σαν τουριστικού προορισμού. (Κοκκώσης, 1994).

- **Η αστικοποίηση του αγροτικού χώρου:** Η αστικοποίηση του αγροτικού χώρου παρατηρείται περισσότερο στις παράκτιες και στις νησιώτικες περιοχές της Ελλάδας, ακριβώς επειδή είναι επιφορτισμένες με το μεγαλύτερο μέρος των τουριστικών δραστηριοτήτων. Η αστικοποίηση του αγροτικού χώρου στην Ελλάδα εμφανίζει και

ένα άλλο γνώρισμα, καθώς πρόκειται για ανάπτυξη γραμμικού τύπου σε απόσταση μικρή από την ακτή. (Κοκκώσης, 1994). Η αστικοποίηση επιτυγχάνεται με διάφορους μηχανισμούς, οι κυριότεροι από τους οποίους είναι:

**α) Ο ανταγωνισμός χρήσεων γης:** Ο όρος αυτός αναφέρεται στην απρογραμμάτιστη και αυθαίρετη επέκταση οικισμών που πολλές φορές προκαλεί συγκρούσεις μεταξύ δραστηριοτήτων και χρήσεων οι οποίες δεν είναι συμβατές μεταξύ τους. Για παράδειγμα, σε ένα μεγάλο μέρος των περιοχών της χώρας χτίζονται παραθεριστικές κατοικίες και τουριστικά καταλύματα σε ευαίσθητες περιοχές, όπως ιχθυοκαλλιέργειες, και το κτίσιμο αυτό επιφέρει αρνητικές συνέπειες τόσο στην πρωτογενή παραγωγή, όσο και στον τουρισμό. Όλα τα παραπάνω δημιουργούν μια σειρά από προβλημάτων, όπως είναι η άνοδος των τιμών γεωργικής γης, διαμάχες για την κατάκτηση της ιδιωτικής περιουσίας, η μετατόπιση οικιστικές χρήσεις και η απώλεια ή εγκατάλειψη παραγωγικών δραστηριοτήτων.

**β) Η υποβάθμιση του τοπίου:** Η εγκατάλειψη της γης και η αυθαίρετη δόμηση, προκειμένου να εξυπηρετηθούν οι ολοένα και περισσότεροι τουρίστες, αποτελούν ίσως τον κυριότερο λόγο υποβάθμισης του αγροτικού τοπίου.

**γ) Αλλαγή χρήσεων γης:** Αλλαγή χρήσης της γης παρατηρείται, όταν μεταβάλλεται το αγροτικό περιβάλλον μέσω της αστικοποίησης της γης. Η αλλαγή που συντελείται δεν αφορά μόνο στην ανάγκη δημιουργίας κατοικιών, αλλά αποσκοπεί κυρίως στη δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων. Όταν ένα κομμάτι γης που χρησιμοποιείται για καλλιέργεια, αλλάζει χρήση και γίνει χώρος δημιουργίας τουριστικών εγκαταστάσεων, τότε, πράγματι, επιφέρει σημαντικά κέρδη στους ιδιοκτήτες του και για το λόγο αυτό πολλές αγροτικές περιοχές στην Ελλάδα μετατράπηκαν σε τουριστικές. Όμως, για να είναι αυτές οι παρεμβάσεις αποτελεσματικές και να επιφέρουν όσο το δυνατόν μικρότερες επιπτώσεις, θα έπρεπε από πριν να έχουν δημιουργηθεί οι προϋποθέσεις για τη σωστή ανάπτυξη των υποδομών και των ανθρώπινων δραστηριοτήτων. Στην Ελλάδα όμως αυτές οι παρεμβάσεις γίνονται βιαστικά, χωρίς κάποιο σχέδιο, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται νέα προβλήματα δίπλα στα ήδη υπάρχοντα. (Κοκκώσης, 1994).

**δ) Στην αρχιτεκτονική:** Καθώς ο μαζικός τουρισμός αναπτυσσόταν ολοένα και περισσότερο, όπως ήταν φυσικό, άρχισαν να δημιουργούνται και περισσότερες τουριστικές εγκαταστάσεις, προκειμένου να καλυφθούν οι ανάγκες των τουριστών. Κέντρα διακοπών, χώροι αναψυχής και μεγαλύτερα ξενοδοχειακά συγκροτήματα

δημιουργήθηκαν στις ακτές, με αποτέλεσμα να αρχίσει να δημιουργείται ένα καινούριο στυλ αρχιτεκτονικής, η αρχιτεκτονική τουρισμού. Η καινούρια αυτή αρχιτεκτονική προσαρμόστηκε στις νέες ανάγκες και τα κύρια υλικά της ήταν το μπετόν, το μέταλλο, το ξύλο και το γυαλί.

Η οικουμενικότητα του τουριστικού φαινομένου προσέδωσε στην αρχιτεκτονική που ακολουθήθηκε κατά την περίοδο της οικοδόμησης των τουριστικών εγκαταστάσεων έναν παγκόσμιο, κοινό χαρακτήρα, τονίζοντας την έννοια «σύγχρονο ξενοδοχείο» αγνοώντας σχεδόν τελειωτικά τα στοιχεία της τοπικής παραδοσιακής αρχιτεκτονικής και κουλτούρας και αυτό, βέβαια, κατατάσσεται στα αρνητικά της νέας αρχιτεκτονικής.

Αρνητικές επιδράσεις σαν αυτή που μόλις αναφέραμε, μπορούν να προληφθούν ή έστω να περιοριστούν, με μέτρα σαν τα παρακάτω:

- Αποκατάσταση και συντήρηση αρχαιολογικών μνημείων μέσω χρηματοδότησης.
- Αναπαλαίωση κτιρίων μέσω χρηματοδότησης.
- Καταπολέμηση της άναρχης δόμησης μέσω της ύπαρξης σχεδίου πόλεως, τεχνικών προδιαγραφών και πολεοδομικής νομοθεσίας.
- Ύπαρξη ορθολογικής και καλά προγραμματισμένης τουριστικής πολιτικής, ώστε τα μέτρα αυτά να μην είναι αποσπασματικά και να επιφέρουν τα επιθυμητά αποτελέσματα (Τσάρτας, 1995).

**9) Στη χωρητικότητα του δομημένου χώρου:** Ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που ενδέχεται να προκύψει κατά το σχεδιασμό τουριστικών εγκαταστάσεων στα πρότυπα του μαζικού τουρισμού σε μια περιοχή, είναι η ύπαρξη της αναγκαίας χωρητικότητας. Αυτό σημαίνει ότι ένας τόπος υποδοχής πρέπει να δέχεται τέτοιο αριθμό τουριστών, που δεν θα προκαλούν επιβάρυνση του φυσικού δομημένου και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.

Είναι γενικώς αποδεκτό ότι το ανώτατο όριο των τουριστών που μπορεί να δεχθεί μια χώρα ή μια περιοχή είναι το ακριβές νούμερο του πληθυσμού της, με άλλα λόγια ένας τουρίστας πρέπει να αντιστοιχεί σε έναν κάτοικο. Η αλήθεια όμως είναι πως ιδιαίτερα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες στις παραθαλάσσιες περιοχές της Ελλάδας οι τουρίστες υπερβαίνουν κατά πολύ αυτή την αναλογία. Με τον τρόπο αυτό έχουμε άνιση κατανομή της τουριστικής κίνησης. Έτσι, ενώ χωρίς αμφιβολία η ανάπτυξη του τουρισμού σε έναν τόπο μπορεί να επιφέρει οικονομικές ευκαιρίες και αύξηση του

εισοδήματος των κατοίκων που προκύπτουν, την ίδια ώρα μπορεί να αποδειχτεί κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζημιογόνα επηρεάζοντας αρνητικά την προσωπική ζωή και την κοινωνική συμπεριφορά τους. (Τσάρτας, 1989).

**Γενική παρατήρηση:** Παραπάνω είδαμε ποιες παρεμβάσεις μπορεί να φέρει ο τουρισμός στην φύση και πως μπορεί να την επηρεάσει. Ωστόσο, συμβαίνει και το αντίστροφο, δηλαδή, η φύση από την πλευρά της μπορεί να επηρεάσει και αυτή τον τουρισμό. Αυτό μπορεί να γίνει, για παράδειγμα, με τις εναλλαγές του καιρού, οι οποίες επηρεάζουν την ελκυστικότητα των τουριστικών τόπων βελτιώνοντας ή όχι τον ανταγωνισμό και την αποδοτικότητά τους. Οι διαπιστώσεις αυτές μας οδηγούν να καταλάβουμε ότι οι επιπτώσεις που θα προέλθουν από την παγκόσμια κλιματική μεταβολή στο περιβάλλον θα επηρεάσουν την τουριστική βιομηχανία είτε θετικά είτε αρνητικά, ανάλογα με τον εκάστοτε τόπο προσέλευσης τουριστών.

**Θετική επίδραση του τουρισμού στη φύση:** Παραπάνω τονίσαμε τις αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού στο περιβάλλον, για τις οποίες ήδη αναφέραμε ότι υπερτερούν πάρα πολύ των θετικών. Αν θέλουμε να αναφέρουμε και μια θετική επίδραση, μπορούμε να αναφερθούμε στα μέτρα προστασίας του περιβάλλοντος, που λαμβάνονται σε πολλούς τουριστικούς προορισμούς, προκειμένου να διατηρηθεί ή να βελτιωθεί η ελκυστικότητα του τουριστικού προϊόντος. Έτσι, εντός των ορίων τουριστικών περιοχών δημιουργούνται πλατείες και πάρκα ή διάφορες φυσικές ομορφιές (φαράγγια, δάση, ποτάμια κλπ) ανακηρύσσονται προστατευόμενες. (Τουρισμός και περιβάλλον – Φύση, διαθέσιμο στο <http://www.ncu.org.cy/MSc/projects/tourism/tourismoskaifisi.html>).

**Β) Κοινωνικό περιβάλλον:** Θετικές και αρνητικές επιδράσεις αφήνει η ανάπτυξη του τουρισμού και στο κοινωνικό περιβάλλον. Το είδος των επιδράσεων εξαρτάται από το είδος του τουρισμού που αναπτύσσεται σε κάθε περιοχή, αλλά και από το βαθμό συνοχής των εσωτερικών κοινωνικών δομών των κοινοτήτων υποδοχής. Καθοριστικό ρόλο παίζουν και οι κρατικοί φορείς, αφού μπορούν να προχωρήσουν στη λήψη μέτρων που θα περιορίσουν τις αρνητικές επιδράσεις.

- **Θετικές επιδράσεις:** Ο τουρισμός μπορεί να αποδειχτεί αρκετά ωφέλιμος για τον κοινωνικό τομέα. Μπορεί, για παράδειγμα, να συμβάλει στη μείωση της ανεργίας,

στην ανάπτυξη έργων υποδομής (π.χ. δρόμοι, λιμάνια, αεροδρόμια) ή στη βελτίωση των ήδη υπαρχόντων, στη βελτίωση των υπηρεσιών (π.χ. τράπεζες, μεταφορές) καθώς επίσης και στην αύξηση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της περιοχής. Επομένως, πολλές και σημαντικές είναι οι θετικές επιδράσεις που μπορεί να έχει ο τουρισμός στην κοινωνία μιας περιοχής (π.χ. εγκαταστάσεις υγείας και ευημερίας), στον πολιτισμό (π.χ. αποκατάσταση και ανάδειξη πολιτιστικών στοιχείων) και στην αισθητική (π.χ. διατήρηση της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής).

Η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας είναι, επίσης, μια ευεργετική επίδραση με διπλό όφελος: Συμβάλλει στην ανάπτυξη της οικονομίας μιας χώρας ,αλλά ωφελεί και σε προσωπικό επίπεδο, καθώς οι άνθρωποι που καταλαμβάνουν τις θέσεις αυτές έχουν τη δυνατότητα να βελτιώσουν την ποιότητα της ζωής τους.

Ο τουρισμός μπορεί να επιφέρει θετικά αποτελέσματα και στα πρότυπα μιας κοινωνίας. Οι ντόπιοι κάτοικοι ενός τόπου προορισμού, ερχόμενοι σε επαφή με τους επισκέπτες τους, ενδέχεται να αποβάλουν τυχόν παλιά συντηρητικά πρότυπα, όπως π.χ. το πρότυπο της πατριαρχικής οικογένειας, ή να προβάλουν την κουλτούρα και τον πολιτισμό τους προς τους ξένους, αλλά και να δεχτούν επιρροές από αυτούς.

• **Αρνητικές επιδράσεις:** Δυστυχώς όμως, η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να επιφέρει και αρνητικές επιδράσεις στο κοινωνικό περιβάλλον μια περιοχής, οι οποίες μπορεί να αφορούν τους παρακάτω τομείς:

**1) Την κοινωνική δομή:** Οι παραγωγικές σχέσεις μεταβάλλονται με τρόπο που να αφορούν κατά κύριο λόγο στον τουρισμό, ενώ παράλληλα παρατηρούνται φαινόμενα έντονης αστικοποίησης, κυρίως αν πρόκειται για μαζικό τουρισμό. Αυτές οι εξελίξεις, όμως, μπορεί να επηρεάσουν αρνητικά την κουλτούρα και τον πολιτισμό μιας περιοχής.

**2) Την απασχόληση του εργατικού δυναμικού:** Οι κάτοικοι ενός τόπου προορισμού επιλέγουν στη μεγάλη τους πλειοψηφία να ασχολούνται με επαγγέλματα που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό, εγκαταλείποντας τα παραδοσιακά επαγγέλματα που ανθούσαν άλλοτε στην περιοχή τους, όπως π.χ. τη γεωργία, την κτηνοτροφία και την αλιεία. Κι αυτό γιατί επιδιώκουν το «εύκολο» χρήμα. Ενδέχεται όμως να στραφούν αναγκαστικά στον τουρισμό εξαιτίας της ανεργίας, την οποία προκαλεί η υποβάθμιση των παραδοσιακών υποδομών.



**3) Τις κοινωνικές σχέσεις:** Τα ήθη και τα έθιμα των τοπικών πληθυσμών επηρεάζονται από τη συμπεριφορά των τουριστών. Ακόμη, ενδέχεται να αλλάξουν ή να ατονήσουν οι σχέσεις των κατοίκων μεταξύ τους.

**4) Τις τοπικές παραδόσεις:** Συχνά οι κάτοικοι, εξαιτίας του τουρισμού, απομακρύνονται από τις παραδόσεις του τόπου τους ή οδηγούνται στην εμπορευματοποίηση, με σκοπό το οικονομικό όφελος, καθώς ο νέος τρόπος ζωής τους στηρίζεται στον καταναλωτισμό και την παγκοσμιοποίηση.

**5) Το δομημένο περιβάλλον:** Για να μπορέσουν να ικανοποιηθούν οι ανάγκες των τουριστών χρειάζονται νέοι χώροι διαμονής, διασκέδασης και άλλες υποδομές όπως δρόμοι, λιμάνια, αεροδρόμια κλπ. Στο βωμό της κατασκευής των εγκαταστάσεων αυτών, συχνά αλλοιώνονται ή και καταστρέφονται παραδοσιακοί οικισμοί.

**6) Ο μιμητισμός του ξένου τρόπου ζωής** είναι ένα άλλο αρνητικό αποτέλεσμα της τουριστικής ανάπτυξης. Οι κάτοικοι μιμούνται τα ήθη και τα έθιμα των τουριστών και μαθαίνουν και τις γλώσσες τους. Ακόμη, πολλές από τις επιγραφές και τις διαφημίσεις που κατακλύζουν τους δρόμους και τα καταστήματα τουριστικών περιοχών της Ελλάδας ή άλλων χωρών, είναι στα αγγλικά.

**7)** Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην αύξηση της εγκληματικότητας, αλλά και άλλων κοινωνικών προβλημάτων, όπως η αισχροκέρδεια, η πορνεία και ο τζόγος.

**8)** Λόγω της τουριστικής ανάπτυξης έχει παρατηρηθεί αλλαγή του δημογραφικού χαρακτήρα ορισμένων περιοχών. Αυτό μπορεί να συμβεί είτε λόγω εσωτερικής μετακίνησης πληθυσμών π.χ. από τις μη ανεπτυγμένες περιοχές στις τουριστικά αναπτυγμένες προκαλώντας μαρασμό της υπαίθρου, αλλά και λόγω εγκατάστασης νέων εθνικοτήτων σε μια περιοχή. (Τουρισμός και περιβάλλον – Κοινωνία, διαθέσιμο στο <http://www.ncu.org.cy/MSc/projects/tourism/tourismoskoinonia.html>).

**Γ) Οικονομία:** Είδαμε σε προηγούμενη παράγραφο πως ο τουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Τώρα θα δούμε τις θετικές και τις αρνητικές επιδράσεις που μπορεί να έχει ο τουρισμός γενικά στην οικονομία μιας χώρας.

- **Θετικές επιδράσεις:** Η τουριστική βιομηχανία είναι μία από τις μεγαλύτερες του κόσμου, με την Ευρώπη να κατέχει πρωταγωνιστικό ρόλο και έχει πολλές θετικές επιδράσεις στην οικονομία μίας χώρας. Όταν υπάρχει τουριστική ζήτηση, δημιουργούνται νέες επιχειρήσεις, επενδύσεις, υποδομές και έργα ανάπτυξης (δρόμοι, πεζοδρόμια, μέσα μαζικής συγκοινωνίας, πάρκα, κέντρα ψυχαγωγίας). Οι

επιχειρήσεις αυτές δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας. Ακόμη, δημιουργούνται νέα προϊόντα και αγορές και αυξάνεται το εισόδημα και το συνάλλαγμα μιας χώρας. Σίγουρα υπάρχουν κι άλλες πολλές θετικές επιδράσεις, οι οποίες ποικίλλουν ανάλογα με τον εκάστοτε τόπο προορισμού. (Τουρισμός και περιβάλλον – Οικονομία, διαθέσιμο στο <http://www.ncu.org.cy/MSc/projects/tourism/tourismosoikonomia.html>).

Όσον αφορά τα οφέλη του κράτους, ο τουρισμός επιφέρει σημαντικά κέρδη από τα φορολογικά έσοδα, τα οποία προέρχονται από την απασχόληση μεγάλου αριθμού ατόμων στις τουριστικές επιχειρήσεις. Ακολούθως, τα άτομα που εργάζονται και επομένως αυξάνουν το εισόδημα τους από τον τουρισμό, ξοδεύουν μεγάλο μέρος των χρημάτων αυτών για την κάλυψη των καταναλωτικών τους αναγκών. Έτσι, ο τουρισμός αυξάνει έμμεσα και τα κέρδη άλλων επαγγελματιών, των οποίων οι δουλειές δεν σχετίζονται με τον τουρισμό.

Τέλος, ενισχύεται η ιδιωτική πρωτοβουλία με την δημιουργία πολλών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό χώρο, λόγω σημαντικών επενδύσεων που προσδίδουν δυναμική και έντονη επιχειρηματικότητα αλλά και φορολογικά έσοδα. (Τσάρτας, 1996).

- **Αρνητικές επιδράσεις:** Ωστόσο, ο τουρισμός προκαλεί και αρκετές αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομία ενός τόπου. Η τοπική κοινότητα επηρεάζεται άμεσα από αυτές αφού ο τουρισμός, ιδιαίτερα σε περιπτώσεις ραγδαίας και απότομης εμφάνισης του, μπορεί να προκαλέσει αύξηση του πληθωρισμού και του κόστους ζωής σε τοπικό επίπεδο. Ακόμη η εμφάνιση του φαινομένου της μονοκαλλιέργειας για την κάλυψη των εξειδικευμένων αναγκών των τουριστών μιας περιοχής είναι και ένα άλλο ζήτημα το οποίο μπορεί να προκαλέσει με την σειρά του διάφορα προβλήματα στους κατοίκους, όπως είναι η ανεργία και μείωση του εισοδήματος των κατοίκων της περιοχής και ο οικονομικός μαρασμός σε περιόδους μειωμένης άφιξης τουριστών. (Τουρισμός και περιβάλλον – Οικονομία, διαθέσιμο στο <http://www.ncu.org.cy/MSc/projects/tourism/tourismosoikonomia.html>).

### **3. Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση.**

Η κατανόηση της διεθνούς τουριστικής ζήτησης έχει πολύ μεγάλη σημασία, γιατί σημαντικά θέματα, όπως το ισοζύγιο πληρωμών, ο στρατηγικός προγραμματισμός, ο

προγραμματισμός προβλέψεων και τα προγράμματα μάρκετινγκ, που σχεδιάζουν τα διεθνή τουριστικά γραφεία, βασίζονται ακριβώς στην κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση σε διεθνές επίπεδο.

Είναι φανερό ότι οι επιλογές των τουριστών (σε ποια χώρα και κατά τη διάρκεια ποιας εποχής θα ταξιδέψουν, αν θα μείνουν σε ξενοδοχεία ή σε ενοικιαζόμενα δωμάτια, αν θα κάνουν εκδρομές κατά τη διάρκεια της διαμονής τους κλπ) διαμορφώνονται μέσω της επίδρασης κάποιων παραγόντων. Από την πλευρά των χωρών υποδοχής, η τουριστική ζήτηση αντιπροσωπεύει το σύνολο των αγαθών και των υπηρεσιών που οι επισκέπτες αποκτούν κατά τη διάρκεια της συγκεκριμένης χρονικής περιόδου του ταξιδιού τους. Σύμφωνα με τους Proença&Soukiazis (2005), τουριστική ζήτηση είναι το σύνολο των τουριστικών προϊόντων που οι τουρίστες προθυμοποιούνται να αποκτήσουν κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου και κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις που ελέγχονται από τους επεξηγηματικούς παράγοντες που χρησιμοποιούνται στην τουριστική ζήτηση.

Τα τελευταία χρόνια έχουν πραγματοποιηθεί αρκετές μελέτες, προκειμένου να εντοπιστούν οι παράγοντες που ρυθμίζουν την τουριστική ζήτηση. Δεν κατέληξαν στα ίδια συμπεράσματα όλες αυτές οι μελέτες. (Crouch, 1992). Ωστόσο, όλες συμφωνούν στο ότι οι οικονομικοί παράγοντες, όπως το εισόδημα των τουριστών και οι τιμές των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, είναι αυτοί που κυρίως διαμορφώνουν τις επιλογές όσων πρόκειται να ταξιδέψουν. Υπάρχουν όμως και άλλοι μη ποσοτικοί παράγοντες. Όλοι γενικά οι παράγοντες επηρεάζουν διαφορετικούς ανθρώπους και με διαφορετικούς τρόπους και μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

**1) ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ:** Στους οικονομικούς παράγοντες κατατάσσουμε:

**A) Το εισόδημα:** Το βιοτικό επίπεδο των τουριστών παίζει αναμφίβολα σημαντικό ρόλο. Ανάλογα με το εισόδημά τους, οι τουρίστες αποφασίζουν αν θα πάνε διακοπές και σε ποιο μέρος θα πάνε. (Βαρβαρέσος, 1997: 99).

Πολλοί είναι οι μελετητές που προσδιόρισαν το εισόδημα σαν τον σημαντικότερο παράγοντα της τουριστικής ζήτησης. (Kwack, 1972, Proença&Soukiazis, 2005). Οι αλλαγές στο εισόδημα των τουριστών – καταναλωτών αυξάνουν την αγοραστική δύναμη των προϊόντων και έτσι ενδέχεται να μειώσουν ή να αυξήσουν τη ζήτησή τους. Όμως, εκτός από το προσωπικό εισόδημα των τουριστών, σημαντικό ρόλο

παίζει και το κατά κεφαλήν εισόδημα της χώρας τους, καθώς, όσο μεγαλύτερο είναι αυτό, τόσο πιο πιθανό είναι οι πολίτες της χώρας να ταξιδέψουν στο εξωτερικό και να αγοράσουν ταξιδιωτικές και τουριστικές υπηρεσίες. Επομένως, η αγοραστική δύναμη των υποψηφίων τουριστών συνδέεται άμεσα και αποτελεί κυρίαρχο παράγοντα των τουριστικών εισροών.

Αν η αύξηση των δαπανών για ένα προϊόν ξεπεράσει την αύξηση του εισοδήματος, τότε αυτό το προϊόν θεωρείται πολυτελείας. Ένα τέτοιο προϊόν είναι και ο τουρισμός.

Οι άνθρωποι συνήθως αποφασίζουν για το αν θα πάνε διακοπές στην αρχή του χρόνου ή και νωρίτερα. Επομένως, είναι εύλογο μια μεγάλη αύξηση στα εισοδήματά τους κατά τη διάρκεια ενός έτους να ακολουθηθεί από μια εντυπωσιακή αύξηση στη ζήτηση του τουρισμού τον επόμενο χρόνο. Αυτό σημαίνει ότι η τουριστική ζήτηση αναμένεται να επηρεάζεται όχι μόνο από τις ισχύουσες τιμές του εισοδήματος, αλλά και από το εισόδημα προηγούμενων περιόδων. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι αλλαγές στο εισόδημα ενδέχεται να χρειάζονται κάποιο χρόνο για να επηρεάσουν την τουριστική ζήτηση. (Lim, 1997).

**B) Η τιμή:** Μετά το εισόδημα, ο δεύτερος κατά σειρά σημαντικότητας οικονομικός παράγοντας είναι η τιμή με όλες τις διακυμάνσεις που μπορεί να έχει. Βέβαια, η μεταβλητή της τιμής είναι πολύπλοκη και δύσκολη να προσδιοριστεί, γιατί είναι συνάρτηση του συνολικού μείγματος των αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνονται από κάθε τουρίστα. Το κόστος των αγαθών και των υπηρεσιών που αγοράζονται στις χώρες προορισμού, το κόστος της μεταφοράς από τη χώρα προέλευσης στη χώρα προορισμού, οι τιμές των υποκατάστατων και των συμπληρωματικών προϊόντων και οι αλλαγές στις συναλλαγματικές ισοτιμίες επηρεάζουν με διαφορετικό τρόπο και βαρύτητα την απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει. (Crouch, 1992). Ας δούμε ξεχωριστά τις τιμές που αναφέραμε παραπάνω:

- **Οι τιμές στη χώρα προορισμού:** Οι τιμές στη χώρα προορισμού περιλαμβάνουν το κόστος διαμονής, την τοπική μεταφορά, τη σίτιση, τη διασκέδαση κλπ. Η αύξηση κάποιων από αυτές οι τιμές ή και όλων, επηρεάζει την απόφαση των τουριστών να επιλέξουν τη χώρα αυτή ως τόπο των διακοπών τους. (Proença & Soukiazis, 2005). Η εξειδίκευση της μεταβλητής αυτής έχει προσελκύσει επανειλημμένα το ενδιαφέρον των ερευνητών. Η καλύτερη μεταβλητή για το κόστος ζωής των τουριστών θα ήταν ένας δείκτης τιμών που θα βασιζόταν στα αγαθά και τις υπηρεσίες που αγοράζουν οι τουρίστες. Ο Gonzalez και ο Moral όμως πιστεύουν (1995) ότι αυτή η μεταβλητή δεν

μπορεί να είναι διαθέσιμη για όλες τις χώρες κι έτσι θα ήταν πολύ δύσκολος ο καθορισμός ενός συνολικού δείκτη. Κι αυτό γιατί κάθε εθνική στατιστική υπηρεσία θα εφαρμόζε διαφορετικά κριτήρια και εναλλακτικές προτάσεις προσέγγισης των μετρήσεών της. Επομένως, ο δείκτης τιμών καταναλωτή της χώρας προορισμού, προσαρμοσμένος ή όχι από την κατάλληλη συναλλαγματική ισοτιμία, έχει χρησιμοποιηθεί ως η κατάλληλη μεταβλητή για την τιμή του τουρισμού. (Loeb, 1982). Αν η συναλλαγματική ισοτιμία μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο σαν μεταβλητή κόστους ζωής, τότε μπορεί να είναι παραπλανητική, επειδή μια ευνοϊκή συναλλαγματική ισοτιμία μπορεί να αντισταθμιστεί από ένα σχετικά υψηλό ποσοστό πληθωρισμού. (WittandWitt, 1995). Μολονότι μέχρι τώρα μερικοί οικονομολόγοι είχαν τη γνώμη ότι ο δείκτης τιμών καταναλωτή δεν μπορεί να αντιπροσωπεύσει τις τιμές που αντιμετωπίζουν οι τουρίστες, παρατηρείται ότι η σημαντικότητα και το μέγεθος των συντελεστών στο δείκτη τιμών τουρισμού ουσιαστικά είναι ίδια με τον δείκτη τιμών καταναλωτή (Paratheodorou, 1999), καθώς το μίγμα των αγαθών και των υπηρεσιών που καταναλώνονται από τους τουρίστες δεν διαφέρει και πολύ από το μίγμα, από το οποίο απαρτίζεται ο δείκτης τιμών τουρισμού και οι αλλαγές που απεικονίζουν αρκετά τις αλλαγές στις τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών που καταναλώνουν οι τουρίστες.

Δεν είναι όμως σημαντικές μόνο οι τιμές του τουρισμού στον προορισμό, αλλά και οι σχετικές τιμολογιακές διαφορές μεταξύ της χώρας προορισμού και προέλευσης, καθώς θεωρείται πως ο μεγαλύτερος ανταγωνιστής μιας χώρας προορισμού είναι η ίδια η χώρα προέλευσης. Αν παρατηρηθεί στη χώρα προορισμού αύξηση των τιμών μεγαλύτερες από τις αντίστοιχες τιμές στη χώρα προέλευσης και η αύξηση αυτή δεν αντισταθμίζεται από τις αλλαγές στις συναλλαγματικές ισοτιμίες, τότε το σχετικό κόστος του ταξιδιού έχει σαφώς αυξηθεί. Αν όμως οι δυο επιρροές αντισταθμίζουν ακριβώς η μία την άλλη, τότε οι σχετικές τιμές παραμένουν αμετάβλητες. (Walsh, 1996).

Το συμπέρασμα από τα παραπάνω είναι ότι οι τουρίστες ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για τις αλλαγές των τιμών στη χώρα προορισμού και αν παρατηρηθεί πτώση στις τιμές αυτές, τότε παρατηρείται αύξηση της ζήτησης τουρισμού για τη χώρα αυτή.

- **Το κόστος μεταφοράς:** Ένα συστατικό της τελικής τιμής που οι καταναλωτές πρέπει να πληρώσουν για το προϊόν του τουρισμού είναι και το κόστος μεταφοράς και αναφέρεται στις δαπάνες του μετά επιστροφής ταξιδιού μεταξύ της χώρας

προέλευσης και των χωρών προορισμού. Σε αντίθεση με τα άλλα προϊόντα, ο καταναλωτής – τουρίστας πρέπει να μεταφερθεί στο προϊόν – προορισμό και όχι το αντίθετο. Η αλλαγή στο κόστος ενός ταξιδιού, ασφαλώς θα προκαλέσει σημαντικές μεταβολές στην τουριστική ζήτηση. Η αύξηση του κόστους μεταφοράς προκαλεί μείωση του διεθνούς τουρισμού και η μείωσή του προκαλεί αύξηση. (Uysal and Crompton, 1984).

- **Οι τιμές υποκατάστατων και συμπληρωματικών:** Οι οικονομολόγοι θεωρούν τις τιμές των υποκατάστατων καθοριστικούς παράγοντες της τουριστικής ζήτησης. Για παράδειγμα, μια αύξηση των τιμών στην Ισπανία ενδέχεται να αυξήσει τη ζήτηση για διακοπές στην Ελλάδα, καθώς η Ελλάδα θα έχει καταστεί πλέον ένας φθηνότερος ανταγωνιστικός προορισμός. (Proença and Souziakis, 2005).

Υπάρχει όμως και οι περίπτωση κάποιοι διεθνείς προορισμοί να μην είναι υποκατάστατα, αλλά συμπληρωματικά προϊόντα. Για παράδειγμα, οι τουρίστες που ταξιδεύουν στη Γερμανία μπορεί να επισκεφτούν και τη Δανία στο ίδιο ταξίδι. Έτσι, αν μειωθούν οι τιμές των προϊόντων και των υπηρεσιών της Γερμανίας, μπορεί να αυξηθεί ο τουρισμός και στη Δανία, παρά να γίνει προσέλκυση τουριστών από τη Δανία στη Γερμανία. (Crouch, 1992).

**2. ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ:** Ο διεθνής τουρισμός επηρεάζεται και από διάφορους πολιτικούς και διεθνείς παράγοντες, άλλοτε με θετικό και άλλοτε με αρνητικό τρόπο. Στις αρνητικές επιδράσεις μπορούμε να κατατάξουμε τα τρομοκρατικά χτυπήματα, την πολιτική αστάθεια στο εσωτερικό μιας χώρας, τις δραστηριότητες βίας και πολέμου κλπ. Όλες αυτές οι συνθήκες αποτρέπουν τον τουρίστα να ταξιδέψει στους τόπους, όπου αυτές εκδηλώνονται, και τον κάνουν να αναζητήσει άλλους, ασφαλέστερους προορισμούς. Μάλιστα, υπάρχει το ενδεχόμενο ο προορισμός, στον οποίο εκδηλώνεται μια γενική πολιτική αστάθεια με όλες τις δυσμενείς επιπτώσεις της, να εξαφανιστεί τελείως από τον τουριστικό χάρτη και να δημιουργηθούν έτσι νέες χωρικές ανακατατάξεις των διεθνών τουριστικών ροών. (Seddignietal., 2001). Οι πετρελαϊκές κρίσεις επηρεάζουν τις τιμές του τουρισμού αυξάνοντας το κόστος ταξιδιού, ενώ οι περίοδοι αστάθειας της παγκόσμιας οικονομικής κατάστασης έχουν ψυχολογικό αντίκτυπο στους τουρίστες αποτρέποντάς τους από το να σκέφτονται να ταξιδεύουν, καθώς δεν μπορούν να ανταποκριθούν στα έξοδα.

Για παράδειγμα, οι Αμερικανοί τουρίστες δεν αποφάσιζαν να επισκεφτούν την Ευρώπη μετά την έκρηξη του πυρηνικού αντιδραστήρα του Τσερνομπίλ το 1986. Όμως και ο πόλεμος στην πρώην Γιουγκοσλαβία το 1990 μείωσε σημαντικά τον ερχομό τουριστών όχι μόνο στη χώρα αυτή, αλλά και στην Ελλάδα που ήταν χώρα γειτονική (Βαρβαρέσος, 1997: 117-118).

Από την άλλη πλευρά, αθλητικά γεγονότα (Παγκόσμια Κύπελλα, Ολυμπιακοί αγώνες κλπ), και πολιτιστικές εκδηλώσεις (φεστιβάλ, συναυλίες κλπ) αυξάνουν την αναγνωσιμότητα των περιοχών αυτών με φυσικό επακόλουθο να αυξάνονται οι τουριστικές ροές προς τις χώρες αυτές.

**3. ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ:** Οι παράγοντες αυτοί απεικονίζουν τις προσωπικές επιλογές και τον τρόπον ζωής όσων αποφασίζουν να ταξιδέψουν. Η ρουτίνα και το πλήθος των υποχρεώσεών τους, τους οδηγούν να αναζητήσουν ξεκούραση, ηρεμία και αλλαγή περιβάλλοντος στο ταξίδι. Οι τουρίστες ωθούνται στο ταξίδι από την ψυχολογική ανάγκη τους να ξεφύγουν για λίγο από την ένταση και τη μονοτονία της ζωής τους (Τσάρτας, 1996: 181). Για το λόγο αυτό πολύ λίγοι τουρίστες επισκέπτονται για δεύτερη φορά έναν μακρινό τουριστικό προορισμό, εκτός αν υπάρχουν συναισθηματικοί ή οικονομικοί λόγοι που τους ωθούν να το κάνουν. (Ηγουμενάκης, 1997: 87-88).

Σύμφωνα με τους Songetal. (2000), στην απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει συντελούν και τα ατομικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας και της ψυχοσύνθεσής του, οι επιθυμίες του, τα ενδιαφέροντά του, το πολιτιστικό του υπόβαθρο, και τα ιδιαίτερα γεωγραφικά χαρακτηριστικά του κάθε προορισμού. Έτσι, υπάρχουν τουρίστες που ελκύονται από τους φυσικούς πόρους και το κλίμα και επισκέπτονται συνήθως μια χώρα σε κάθε ταξίδι και άλλοι που επιθυμούν να ικανοποιήσουν την ανάγκη τους για ανύψωση του πνευματικού τους επιπέδου και επισκέπτονται περισσότερες από μια χώρα σε κάθε ταξίδι τους. (Summary, 1987).

**4. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟΙ – ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ:** Στους δημογραφικούς – κοινωνιολογικούς παράγοντες μπορούμε να κατατάξουμε την ηλικία, το επάγγελμα, την αστικοποίηση και το μορφωτικό επίπεδο των κατοίκων των χωρών προέλευσης. Μερικά παραδείγματα ενδεικτικά του διαφορετικού βαθμού επίδρασης των παραγόντων αυτών στην απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει είναι ότι οι νέοι και οι ηλικιωμένοι διαθέτουν περισσότερο χρόνο για να ταξιδέψουν, τα

ανώτερα στελέχη και οι επαγγελματίες παρουσιάζουν υψηλά ποσοστά αναχώρησης για διακοπές, ενώ οι έντονοι ρυθμοί της σύγχρονης αστικής κοινωνίας ωθούν τον άνθρωπο να επιθυμεί έστω μια ολιγοήμερη απόδραση από αυτήν.

Το επίπεδο μόρφωσης παίζει επίσης σημαντικό ρόλο, καθώς τα μορφωμένα άτομα έχουν καλύτερη πληροφόρηση για τους τόπους προορισμού και διαφορετικά κίνητρα για να ταξιδέψουν. Η οικογενειακή κατάσταση ασκεί κι αυτή σημαντική επιρροή, καθώς η ύπαρξη π.χ. παιδιών μπορεί να λειτουργήσει αποτρεπτικά στην επιλογή κάποιων τύπων ταξιδιών, όπως τα ταξίδια σε χώρες μακρινές ή η περιπετειώδεις αποδράσεις (ορειβάσια, πεζοπορία κλπ). (Τσάρτας, 1996: 183).

Άλλος παράγοντας που επηρεάζει την τουριστική ζήτηση. Όσο μεγαλύτερος είναι ο πληθυσμός της χώρας προέλευσης, τόσο μεγαλύτερη θα είναι και η τουριστική ζήτηση ανάμεσα στους κατοίκους της. (MuñozandAmaral, 2000).

Τέλος, θα αναφέρουμε το ποσοστό της μετανάστευσης της χώρας προορισμού. Οι μετανάστες μιας χώρας προσελκύονται περισσότερο από τη χώρα, από την οποία προέρχονται, σε σχέση με οποιαδήποτε άλλη χώρα, ως άμεση επίδραση της εθνικής κληρονομιάς τους. Ο μετανάστης μεταφέρει στους κατοίκους της χώρας, στην οποία μετανάστευσε, πληροφορίες για τη δική του χώρα, με αποτέλεσμα πολλοί από τους κατοίκους αυτούς να νιώσουν την επιθυμία να την επισκεφτούν. Επομένως, η ζήτηση του τουρισμού σε κάποιον προορισμό, αυξάνεται ανάλογα με το ρυθμό της μετανάστευσης των προηγούμενων ετών. (Guthrie, 1961).

**5.ΦΥΣΙΚΟΙ ΚΑΙ ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ:** Αυτοί είναι τα ιδιαίτερα φυσικά και κλιματολογικά στοιχεία κάθε χώρας προορισμού: Η μορφολογία του εδάφους, η γλωρίδα και η πανίδα, η ηλιοφάνεια, η θερμοκρασία κλπ. Όλα αυτά τα στοιχεία παίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού (θαλάσσιος τουρισμός, ορεινός τουρισμός, τουρισμός χειμερινών σπορ κλπ) και ανταποκρίνονται σε διαφορετικό βαθμό στις ψυχολογικές ανάγκες του κάθε ανθρώπου (Ηγουμενάκης, 1997: 85-86).

#### **4. Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά.**

Η τουριστική προσφορά της κάθε χώρας μπορεί να επηρεάζεται από τους παρακάτω παράγοντες:



**1. Τον αριθμό και το μέγεθος των επιχειρήσεων:** Πρέπει όμως να σημειώσουμε ότι ο αριθμός των εν ενεργεία τουριστικών επιχειρήσεων δεν είναι πάντα εύκολο να προσδιοριστεί. Πχ η καταγραφή και η μέτρηση μπορεί να είναι εύκολη στην περίπτωση των τουριστικών γραφείων, δεν είναι όμως εξίσου εύκολη στην περίπτωση των καταλυμάτων, για το λόγο ότι λειτουργούν και πολλές επιχειρήσεις που δεν έχουν δηλωθεί. Όσον αφορά το μέγεθος των επιχειρήσεων, αυτό μπορεί να μετρηθεί με κριτήριο τον αριθμό των εργαζόμενων, τον όγκο των πωλήσεων, τα έσοδα ή των αριθμό των δωματίων, των κλινών και των θέσεων εργασίας.

**2. Το βαθμό συγκέντρωσης και την ευκολία εισόδου και εξόδου από την αγορά:** Πρόκειται για έναν μη σταθερό παράγοντα, καθώς ο βαθμός συγκέντρωσης και η ευκολία εισόδου και εξόδου από την αγορά, διαφέρουν ανάλογα με τον τομέα, στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση, τη χρονική περίοδο και τη χώρα ή τη περιοχή. Στο μονοπώλιο και το ολιγοπώλιο μιλάμε για μεγάλη συγκέντρωση και για περιορισμούς στην είσοδο και έξοδο από την αγορά, σε αντίθεση με τον πλήρη ανταγωνισμό.

**3. Την ύπαρξη ή μη οικονομίων κλίμακας:** Όσον αφορά τις οικονομίες και τις αντιοικονομικές κλίμακες, αυτές σχετίζονται με τις επιδιώξεις των τουριστικών επιχειρήσεων που σε γενικές γραμμές είναι η κάλυψη των σταθερών εξόδων, η ενίσχυση της ζήτησης κατά τις περιόδους εκτός αιχμής, η επίτευξη των μέγιστων δυνατών πληροτήτων, καθώς και η επίτευξη των καλύτερων δυνατών διακανονισμών με άλλες επιχειρήσεις. Για τη συγκέντρωση στην αγοραία δομή του τουρισμού καθοριστικός είναι ο ρόλος των οικονομίων κλίμακας και φάσματος. Όσον αφορά τις αύξουσεςοικονομίες κλίμακας, (στις οποίες η ζήτηση προσδιορίζει την προσφορά), αυτές διακρίνονται σε **εσωτερικές** και οι **εξωτερικές**. Οι **εσωτερικές** προκύπτουν εντός μιας παραγωγικής μονάδας μέσα από την αύξηση της παραγόμενης ποσότητας (φθίνον μέσο κόστος). Από την άλλη, οι **εξωτερικές** προκύπτουν για μια επιχείρηση λόγω της σύνδεσης της με άλλες επιχειρήσεις. Οι **εξωτερικές** διακρίνονται με τη σειρά τους σε **χρηματικές** και **τεχνολογικές**. **Χρηματικές** εξωτερικές οικονομίες ονομάζονται εκείνες οι μειώσεις του κόστους που οφείλονται σε χαμηλότερες τιμές των συντελεστών παραγωγής. **Τεχνολογικές** εξωτερικές οικονομίες ονομάζονται εκείνες που αντικατοπτρίζουν την αυξημένη αποτελεσματικότητα κάθε επιχείρησης.

Συναντάμε, ακόμη, τις **οικονομίες φάσματος**, οι οποίες δημιουργούνται, όταν το κόστος παραγωγής δυο ή περισσότερων προϊόντων μαζί είναι μικρότερο από το

άθροισμα του κόστους παραγωγής τους ξεχωριστά. Π.χ. όταν ένας επιχειρηματίας έχει ένα πολύ μεγάλο ξενοδοχείο, φροντίζει να ανοίξει παράλληλα κι ένα εστιατόριο.

Καθοριστικός είναι και ο ρόλος των **οικονομιών συγκέντρωσης** που διακρίνονται σε **οικονομίες χωρικής συσπείρωσης** (που δημιουργούνται για όλες τις επιχειρήσεις ενός κλάδου σε μια περιοχή και εξαρτώνται από τη συνολική παραγωγή του κλάδου σε αυτή την περιοχή) και σε **οικονομίες αστικοποίησης** (που δημιουργούνται για όλες τις επιχειρήσεις διαφόρων κλάδων σε μια περιοχή και εξαρτώνται από το συνολικό μέγεθος της οικονομικής δραστηριότητας στην περιοχή).

**4. Την εφαρμογή ή όχι διακριτής τιμολόγησης:** Η εφαρμογή ή όχι διακριτής τιμολόγησης έγκειται στην υιοθέτηση διαφορετικής τιμολογιακής πολιτικής σε διαφορετικά τμήματα των πελατών. Στόχος είναι αύξηση των οριακών εσόδων για κάθε πωλούμενη μονάδα. Να τονιστεί ότι υπάρχει μεγάλη ποικιλία τεχνικών διακριτής τιμολόγησης, η οποία σε κάθε περίπτωση απαιτεί καλή γνώση της αγοράς και της ελαστικότητας της ζήτησης.

**5. Τη διαφοροποίηση ή όχι του προσφερόμενου προϊόντος:** Τέλος, η διαφοροποίηση ή όχι του προσφερόμενου προϊόντος έγκειται στην παραγωγή και προσφορά περισσότερο εξειδικευμένων προϊόντων που απευθύνονται σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς: π.χ. δημιουργία χώρου συνεδριάσεων ή δειγματισμών μέσα στο ξενοδοχείο. Η διαφοροποίηση του προϊόντος μπορεί να λάβει τη μορφή της κάθετης διαφοροποίησης (εξειδίκευση σε ένα συγκεκριμένο προϊόν) ή τη μορφή της οριζόντιας διαφοροποίησης (προσφορά μεγάλης ποικιλίας προϊόντων και διευκολύνσεων). Σε κάθε περίπτωση, με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται υψηλότερος βαθμός ικανοποίησης των επιμέρους τουριστικών αναγκών. (Sinclair,Stabler, 2002: 83-94).

## Κεφάλαιο Τρίτο: «ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»

### 1. Αρχές που διέπουν τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Η Ελλάδα είναι διεθνώς αναγνωρισμένος τουριστικός προορισμός κυρίως λόγω των ευνοϊκών κλιματολογικών συνθηκών, των όμορφων τοπίων της και της πολιτιστικής της κληρονομιάς. Πράγματι, οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι μια χώρας συντελούν στην ικανοποίηση των αναγκών ή των επιθυμιών των τουριστών. Για το λόγο αυτό, τα τουριστικά αυτά αγαθά θα πρέπει να αποτελούν σημείο αναφοράς κάθε χώρας, που θα ενισχύσουν την τουριστική και πολιτική ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας.

Είναι γεγονός ότι η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού χωρίς κάποιο οργανωμένο σχέδιο είχε σαν αποτέλεσμα την άσκηση αρνητικών πιέσεων στο φυσικό περιβάλλον και στον πολιτισμό των τοπικών κοινωνιών, που είχε σαν αποτέλεσμα τον κίνδυνο αυτοκαταστροφής των τουριστικών περιοχών. Επιπλέον, οι ολοένα αυξανόμενες ανάγκες για τη δημιουργία τουριστικών υποδομών οδήγησε σταδιακά στην περαιτέρω υποβάθμιση του περιβάλλοντος. Παράλληλα η ταχεία και απροσχεδίαστη ανοικοδόμηση επέφερε την διάβρωση του τοπίου. Όλες αυτές οι ενέργειες είχαν σαν αποτέλεσμα την περιβαλλοντική, αλλά και αισθητική ρύπανση του φυσικού και τεχνητού περιβάλλοντος και κατ' επέκταση στην υποβάθμισή τους. (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

Όλες αυτές οι αρνητικές καταστάσεις διαμόρφωσαν την ανάγκη για έναν τύπο φιλοπεριβαλλοντικού τουρισμού, που ήταν ευρέως γνωστός με το όνομα Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη (ΑΤΑ). Βασικός σκοπός της ΑΤΑ είναι η αναστροφή της επιβαρυντικής περιβαλλοντικής τροχιάς του τουρισμού και η ελαχιστοποίηση των υποπροϊόντων της τουριστικής ανάπτυξης, όπως είναι η αστικοποίηση, η μμόλυνση και η διάβρωση.

Σ' αυτό το σημείο πρέπει να ξεκαθαρίσουμε ότι ο αειφόρος τουρισμός δεν αποτελεί μια νέα μορφή τουρισμού, αλλά ένα δυνητικό χαρακτηριστικό γνώρισμα

κάθε είδους τουρισμού. Ο αειφόρος τουρισμός διασφαλίζει την ποιότητα σε κάθε μορφή τουρισμού και τουριστικής δραστηριότητας.

Θα πρέπει να διασαφηνιστεί ότι η τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να συνδέεται με συγκεκριμένα μέτρα προστασίας του περιβάλλοντος, έτσι ώστε να καταφέρνει να είναι αειφόρος. Μ' αυτόν τον τρόπο διασφαλίζεται το δικαίωμα των μελλοντικών γενεών σε μια υγιή και ποιοτικά αναβαθμισμένη ζωή. Η ΑΤΑ στηρίζεται στη δημιουργία ενός συστήματος μέσω κάθε είδους ανάγκης που προκύπτει στον άνθρωπο και ωθεί στην ανάπτυξη του τουρισμού ώστε να είναι σε θέση να πραγματοποιηθεί με ταυτόχρονη διατήρηση της πολιτικής ακεραιότητας και της οικολογικής ισορροπίας της περιοχής ανάπτυξης, καθώς είναι γενική ομολογία ότι αρκετές περιοχές που γνώρισαν πειστική τουριστική ανάπτυξη τις περασμένες δεκαετίες αντιμετωπίζουν σήμερα κρίση και ύφεση (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

Τέτοιου είδους περιοχές όπου θεωρήθηκε ότι το κέρδος προέρχεται από την υπερεκμετάλλευση θα πρέπει να αποτελούν χαρακτηριστικά παραδείγματα προς αποφυγή διότι ο τρόπος αυτός αδιαμφισβήτητα οδηγεί στην πρόωρη εξάντληση των πηγών κέρδους. Πρέπει να ακολουθηθεί μια πολιτική, από την οποία θα προκύπτει η συνείδηση ότι ο τουρισμός θα πρέπει να είναι ευαισθητοποιημένος στους στόχους της ευρύτερης κοινωνίας που θα σέβεται και θα περιθάλπει την τοπική κληρονομιά και κουλτούρα.

Επιπλέον η ΑΤΑ δείχνει τον απαιτούμενο σεβασμό προς όλα τα στοιχεία που περιλαμβάνει ο κάθε τουριστικός προορισμός, εστιάζοντας ιδιαίτερα στο περιβάλλον και στον πολιτισμό, δίνοντας τους την θέση που τους αρμόζει στην ορθή επένδυση στον τουρισμό. Επομένως κάθε τουριστική επιχείρηση θα πρέπει να λειτουργεί υπό αυτό το πρίσμα, παρέχοντας έμπρακτες αποδείξεις της φιλοπεριβαλλοντικής πολιτικής και δραστηριότητας της.

Στις μέρες μας, αν η τοπική αυτοδιοίκηση κάθε περιοχής, αλλά και οι τουριστικές επιχειρήσεις, δραστηριοποιούνται επιδεικνύοντας οικολογική συνείδηση, αυτό μπορεί να εξοικονομήσει τουριστικούς πόρους ή να αποτελέσει έναν ακόμα παράγοντα της τουριστικής προσφοράς ή ακόμα απάντηση στην τουριστική ζήτηση, καθώς οι επισκέπτες αποδεδειγμένα αξιολογούν θετικά τέτοιου είδους ευαισθησίες. Σαν αποτέλεσμα, η ιδέα του αειφόρου τουρισμού γίνεται όλο και πιο πολύ προσφιλή και αποδεκτή από τους υπεύθυνους τουριστικούς φορείς και παγκόσμιους οργανισμούς (Ανδριώτης, 2008).

Το 1995 διεξάχθηκε στο Lanzarote στις Κανάριες Νήσους ένα παγκόσμιο συνέδριο με κύριο θέμα τον αειφόρο – βιώσιμο τουρισμό (Sustainable Tourism), όπου επισημάνθηκαν οι καταστροφικές συνέπειες που άφησε πίσω του ο μαζικός τουρισμός. Κι επειδή οι συνέπειες αυτές δεν θα μπορούσαν να είναι ευοίωνες για το μέλλον του τουρισμού, το συνέδριο καθόρισε κάποιες βασικές αρχές, σύμφωνα με τις οποίες θα μπορούσε να υπάρξει μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Οι αρχές αυτές, τις οποίες θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους οι τουριστικές αρχές όλων των χωρών, είναι οι παρακάτω:

- 1) Βιωσιμότητα στην τουριστική ανάπτυξη σημαίνει ότι θα πρέπει να είναι φιλική προς το περιβάλλον στο παρόν και στο μέλλον καθώς και οικονομικά βιώσιμη και κοινωνικά δίκαιη για τις τοπικές κοινωνίες.
- 2) Ο τουρισμός θα πρέπει να προσαρμόζεται στο φυσικό, πολιτισμικό και ανθρώπινο περιβάλλον.
- 3) Οι αρμόδιες αρχές για τον τουρισμό θα πρέπει να μεριμνάνε, ώστε να μην υπάρξουν αρνητικές επιπτώσεις στην πολιτισμική κληρονομιά και στην παράδοση της τοπικής κοινωνίας.
- 4) Η ενεργός συμμετοχή του τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη προϋποθέτει κοινές δράσεις και συμμετοχή σε αυτές όλων των φορέων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και αποτελεσματικούς μηχανισμούς συντονισμού σε όλα τα επίπεδα.
- 5) Η προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος προϋποθέτει τη συνεργασία σε πολιτισμικές, τεχνολογικές, επαγγελματικές και οργανωτικές καινοτομίες, ιδίως στην ανάπτυξη εργαλείων ολοκληρωμένου σχεδιασμού και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης.
- 6) Πρωτεύοντες στόχοι στην τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να είναι η διατήρηση του τουριστικού προορισμού και η ικανότητα εξυπηρέτησης των τουριστών στο πλαίσιο μιας στρατηγικής για τη βιώσιμη ανάπτυξη.
- 7) Ο τουρισμός θα πρέπει να βασίζεται στη διεύρυνση των ευκαιριών για τις τοπικές κοινωνίες συμβάλλοντας μ' αυτόν τον τρόπο στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας.
- 8) Ο τουρισμός θα πρέπει να συμβάλει αποτελεσματικά στη βελτίωση της ποιότητας ζωής όλων, καθώς και στον κοινωνικό και πολιτισμικό εμπλουτισμό του κάθε τόπου προορισμού.
- 9) Η κεντρική διοίκηση και συναφείς φορείς με τη συμμετοχή της τοπικής αυτοδιοίκησης και των μη κυβερνητικών οργανώσεων θα πρέπει να συντελέσουν ο

καθένας από τη θέση του και ανάλογα με τις αρμοδιότητές του, στον ολοκληρωμένο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης.

10) Θα πρέπει να δίνεται προτεραιότητα σε δράσεις που συμβάλλουν στην προστασία και ανάδειξη του περιβάλλοντος και στους μηχανισμούς ενσωμάτωσης του περιβαλλοντικού κόστους στις επενδύσεις και παρεμβάσεις για τον τουρισμό.

11) Οι περιοχές που υστερούν περιβαλλοντολογικά και πολιτισμικά, θα πρέπει να τύχουν ιδιαίτερης προσοχής στον σχεδιασμό της τουριστικής τους ανάπτυξης.

12) Θα πρέπει να δοθεί προτεραιότητα σε εκείνες τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που συμβάλλουν σε μια προοπτική βιώσιμης ανάπτυξης με σεβασμό στο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον.

13) Θα πρέπει οι αρμόδιες για τον τουρισμό αρχές κάθε χώρας να επιμορφώνονται πάνω σε δράσεις, τεχνολογίες και στρατηγικές που συντελούν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

14) Η πολιτική βιώσιμης ανάπτυξης στον τουρισμό προϋποθέτει την υποστήριξη και προώθηση περιβαλλοντικά φιλικών συστημάτων διαχείρισης του τουρισμού.

15) Θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στο ρόλο και τις επιπτώσεις στο περιβάλλον από τις μεταφορές, στην αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών ενέργειας και στη διαχείριση των αποβλήτων.

16) Τέλος, όσοι εμπλέκονται στην τουριστική ανάπτυξη είναι ανάγκη να υιοθετήσουν και να εφαρμόσουν μια περιβαλλοντικά φιλική δεοντολογία.

Βλέπουμε, λοιπόν, ότι οι παραπάνω αρχές αναφέρονται σε κάθε πτυχή του θέματος του τουρισμού και έτσι η εφαρμογή τους θα συντελούσε πραγματικά σε μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

## **2. Προϋποθέσεις για την εφαρμογή της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.**

Κανείς δεν μπορεί να αμφισβητήσει ότι ο τουρισμός αποτελεί το βασικό κλάδο, πάνω στον οποίο στηρίζεται η ελληνική οικονομία. Ειδικά, μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης και την παραμέληση των παραγωγικών πηγών της χώρας (γεωργία, κτηνοτροφία, αλιεία κλπ), ο τουρισμός έλκει το ενδιαφέρον τόσο ιδιωτών που θέλουν να δημιουργήσουν μια επικερδή τουριστική επιχείρηση, όσο και του

κράτους που επιθυμεί να αυξήσει τα έσοδά του μέσω της φορολόγησης της τουριστικής δραστηριότητας.

Ωστόσο, παρά τις μεγάλες προσπάθειες που έχουν γίνει εδώ και εκατό περίπου χρόνια για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια πολλοί ειδικοί, επιχειρηματίες, πολιτικοί, συμφωνούν ότι το ελληνικό τουριστικό προϊόν, που στο παρελθόν γνώρισε μέρες ακμής, τώρα πια υποβαθμίζεται και δεν είναι ανταγωνιστικό.

Το ερώτημα που τίθεται, λοιπόν, είναι πως θα μπορούσε να δημιουργηθεί ένα πραγματικά ανταγωνιστικό τουριστικό προϊόν, με άλλα λόγια, υπό ποιες προϋποθέσεις θα ήταν δυνατόν να επιτευχθεί μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στη χώρα. Σύμφωνα με τον καθηγητή τουριστικής ανάπτυξης, Πάρη Τσάρτα (2004), οι προϋποθέσεις αυτές είναι οι παρακάτω:

**1.** Η διαφοροποίηση του προτύπου ανάπτυξης που επιλέχθηκε στις πρώτες δεκαετίες της μεταπολεμικής περιόδου και συνδέεται αποκλειστικά με τον οργανωμένο μαζικό τουρισμό διακοπών αποτελεί μια πρώτη προϋπόθεση. Το πρότυπο αυτό ταυτίζεται με τη μικρή τουριστική περίοδο και τα συνακόλουθα προβλήματα της, τη μονοσήμαντη και συχνά εξαρτησιακή σύνδεση με συγκεκριμένες ευρωπαϊκές αγορές, τη «μονοκαλλιέργεια» του τουρισμού σε βάρος άλλων κλάδων της τοπικής οικονομίας. Η μαζική ζήτηση για τις υπηρεσίες και υποδομές αυτού του προτύπου οδήγησε σταδιακά στην υποβάθμιση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

**2.** Επιπλέον, το ελληνικό τουριστικό προϊόν είναι ανάγκη να εμπλουτιστεί με υποδομές, προϊόντα και υπηρεσίες των Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού. Έχουν καταγραφεί 40 περίπου τέτοιες μορφές τουρισμού, επομένως πρόκειται για μια σημαντική και ποιοτική αγορά. Κρατικοί φορείς (ΕΟΤ, ΟΤΑ), αλλά και ιδιώτες έχουν εργαστεί προς αυτήν την κατεύθυνση κυρίως τα τελευταία 20 χρόνια, ωστόσο οι προσπάθειές τους χαρακτηρίζονται από έλλειψη συντονισμού και ανεπαρκές μάρκετινγκ. Την ίδια στιγμή άλλες, ανταγωνιστικές προς την Ελλάδα χώρες, διαθέτουν παρόμοια προϊόντα ήδη από τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες, γεγονός που τους επέτρεψε τόσο την ποιοτική διαφοροποίηση του προϊόντος τους, όσο και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

3. Η γεωγραφική διασπορά της προσφοράς του τουρισμού, ώστε να ανατραπεί το σημερινό αρνητικό φαινόμενο της χωρικής υπερσυγκέντρωσης σε έναν σχετικά μικρό αριθμό νησιωτικών και παράκτιων περιοχών είναι η τρίτη προϋπόθεση. Στις περιοχές της αυξημένης τουριστικής κίνησης παρατηρούνται σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις, όπως περιβαλλοντικά προβλήματα, υψηλό κόστος υποδομών, υποβάθμιση του τοπικού προϊόντος, υπερεπαγγελματισμός και χαμηλά εισοδήματα. Επιπλέον, λόγω της υπερσυγκέντρωσης σε μερικές περιοχές, κάποιες άλλες που θα μπορούσαν, επίσης, να χρησιμεύσουν σαν τουριστικοί προορισμοί, έχουν στερηθεί τα οφέλη δεκαετιών τουριστικής ανάπτυξης.

4. Πρέπει, επίσης, να διορθωθεί η έλλειψη συνέπειας και συνέχειας στο θεσμικό πλαίσιο του στρατηγικού σχεδιασμού και τους φορείς εκπροσώπησης του τουρισμού. Το οξύμωρο είναι ότι, ενώ οι αρμόδιοι για τον τουρισμό πολιτικοί τονίζουν την οικονομική και αναπτυξιακή σημασία του τουρισμού, αυτός έχει στερηθεί το ειδικό του πεδίο αναφοράς στην πολιτική, τη νομοθεσία και την ανάπτυξη. Ακόμη και οι λίγες προσπάθειες που αναμφίβολα έλαβαν χώρα, ήταν αποσπασματικές και μικρής χρονικής διάρκειας και έτσι τα αποτελέσματα δεν ήταν ικανοποιητικά. Την ίδια περίοδο άλλοι κλάδοι όπως η βιομηχανία, η γεωργία και η ναυτιλία με μικρότερη συμβολή στο εισόδημα, το ΑΕΠ ή την απασχόληση και κυρίως λιγότερα ανταγωνιστικά προϊόντα, διαθέτουν τον δικό τους φορέα (υπουργείο) και θεσμικό πλαίσιο που ο τουρισμός επί δεκαετίες -για μικροπολιτικούς λόγους- δεν διαθέτει. Η ίδρυση υπουργείου Τουρισμού στις αρχές της δεκαετίας του 2000 αποτέλεσε σαφώς μια θετική εξέλιξη που όμως σε σχέση με τους περισσότερους ανταγωνιστές μας στον διεθνή χώρο έχει υπερβολικά καθυστερήσει.

5. Η αναβάθμιση και διαφοροποίηση της προσφοράς (υποδομές, υπηρεσίες, δραστηριότητες, ανθρώπινο δυναμικό) του ελληνικού τουρισμού απαιτείται, επίσης, άμεσα, αν δεν θέλει η Ελλάδα να μείνει πίσω στο παιχνίδι του διεθνούς ανταγωνισμού, στον οποίο μπαίνουν διαρκώς νέες χώρες, οι οποίες περιλαμβάνουν νέους προορισμούς, νέα προϊόντα με χαμηλότερες τιμές και με προοπτικές ανάπτυξης. Προκειμένου, λοιπόν, να ανταποκριθεί η χώρα μας στις διεθνείς τουριστικές προκλήσεις, απαιτούνται δραστήριες αποφάσεις (κίνητρα και θεσμικό πλαίσιο) με στόχο αφενός την ποιοτική βελτίωση και αφετέρου τη σταδιακή «έξοδο» (μέσω αλλαγής χρήσης η οριστικού κλεισίματος) πολλών επιχειρήσεων, κυρίως



καταλυμάτων από την αγορά. Αυτά τα μέτρα θα συντελέσουν τόσο στη βελτίωση της εικόνας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, αλλά και στον έλεγχο του υπερεπαγγελματισμού, τμήμα του οποίου σχετίζεται με κακής ποιότητας ή παράνομες επιχειρηματικές δραστηριότητες.

**6.** Η επανατοποθέτηση των προτεραιοτήτων της ζήτησης και η εξειδίκευση του τουριστικού μάρκετινγκ με σκοπό την αναβάθμιση και δυναμική προβολή της «εικόνας» της χώρας είναι, επίσης, προϋπόθεση. Η εποχή των λίγων και σταθερών αγορών και του ενός τουριστικού προϊόντος έχει δώσει τη θέση της πλέον στις πολλές και ασταθείς αγορές, τα νέα και ποικίλα καταναλωτικά κίνητρα και τα πολλά και εξειδικευμένα τουριστικά προϊόντα. Σε αυτό το πλαίσιο η Ελλάδα πρέπει να αναζητήσει πλέον νέες αγορές ή νέες ομάδες-στόχους στις ήδη υπάρχουσες, επιδιώκοντας σταθερά την αύξηση αλλά και τη βελτίωση της ποιότητας των τουριστών. Δύο παραδείγματα που έχουν σημασία είναι η επί δεκαετίες υποτίμηση της σημασίας του εσωτερικού τουρισμού, όσο και η υστέρηση στην ανάπτυξη ενός σχεδίου μάρκετινγκ για τις Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού.

**7.** Η έβδομη και τελευταία προϋπόθεση συνδέεται με τον σχεδιασμό της βιώσιμης ανάπτυξης, ο οποίος απαιτεί συμμετοχικές διαδικασίες και αναβάθμιση του ρόλου των «εταίρων» που εμπλέκονται επαγγελματικά σε αυτήν, τη σχεδιάζουν ή τη διαχειρίζονται. Η διεθνής εμπειρία στις ανεπτυγμένες -και όχι μόνον- χώρες είναι ότι οι εταίροι αυτοί είναι συνήθως τέσσερις: το κράτος, ο ιδιωτικός τομέας, οι Οργανισμοί Τουριστικής Ανάπτυξης (ΟΤΑ) και οι ειδικοί (επιστήμονες ή εμπειρογνώμονες του τουρισμού) και σε ορισμένες περιπτώσεις προστίθενται οι φορείς εκπροσώπησης των πολιτών (καταναλωτικές ή ταξιδιωτικές οργανώσεις τουριστών, περιβαλλοντικά σωματεία) που έχουν άμεση σχέση με τον τουρισμό και την ανάπτυξη. Στην Ελλάδα, σε όλη σχεδόν τη μεταπολεμική περίοδο, ο σχεδιασμός παρέμενε υπόθεση του κεντρικού κράτους και λιγότερο των ΟΤΑ και σε ότι αφορά τους εταίρους που αποφασίζουν την τουριστική πολιτική, αυτοί ήταν αποκλειστικά σχεδόν το κράτος και ο ιδιωτικός τομέας με μικρότερη τη συμβολή των ΟΤΑ, ενώ οι υπόλοιποι δύο εταίροι συμμετέχουν ελάχιστα ή και καθόλου. Η «τοπικότητα» ως βασική πλέον διάσταση της ανάπτυξης του βιώσιμου τουρισμού, αλλά και η μετάβαση από τον εμπειρικό στον επιστημονικό σχεδιασμό του βιώσιμου τουρισμού, απαιτούν ουσιώδεις αλλαγές και σε αυτό το ζήτημα. (Τσάρτας, 2004).

### **3. Έννοια του εναλλακτικού τουρισμού.**

Όπως ήδη αναφέραμε, ο μαζικός τουρισμός προκαλεί έντονες επιβαρύνσεις στο φυσικό περιβάλλον, σπαταλά τους φυσικούς πόρους, αλλοιώνει το δομημένο περιβάλλον και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε περιοχής και συντελεί στην άνιση περιφερειακή κατανομή των κερδών μεταξύ των διάφορων περιοχών.

Οι συνέπειες αυτές είχαν σαν αποτέλεσμα να αναζητηθούν από τις τουριστικές αρχές κάθε χώρας νέες, πιο ήπιες, μορφές τουρισμού, οι οποίες θα συνέβαλλαν στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, χωρίς όμως να σταματήσουν την ενίσχυση του εισοδήματος των κατοίκων από την άφιξη των τουριστών. Αυτές οι νέες μορφές τουρισμού στοιχειοθετούν αυτό που ονομάζουμε «εναλλακτικό τουρισμός». Όπως καταλαβαίνουμε, αυτό το είδος τουρισμού μπορεί να χαρακτηριστεί πιο βιώσιμη μορφή τουρισμού απ' ό,τι ο μαζικός, αφού οι απαιτήσεις του είναι πολύ λιγότερες.

Θα μπορούσαμε, λοιπόν, να ορίσουμε τον εναλλακτικό τουρισμό σαν μια φιλοσοφία στον τομέα του τουρισμού, η οποία περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού, που προσελκύουν τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα (ορειβασία, εξερεύνηση, επίσκεψη σε μουσεία κλπ).

Ορισμένοι ερευνητές έχουν προσπαθήσει να καθορίσουν τον εναλλακτικό τουρισμό ως ένα τουρισμό που εστιάζει στην επικοινωνία και την κατανόηση μεταξύ του οικοδεσπότη και του τουρίστα, καθώς και το περιβάλλον. (Smith&Eadington, 1992). Τον έχουν ορίσει, επίσης, σαν ένα τουρισμό συνεπή με τις φυσικές, κοινωνικές και κοινοτικές αξίες, ο οποίος επιτρέπει την ανάπτυξη μιας θετικής σχέσης ανάμεσα σε ντόπιους και τουρίστες. (Newsome, Moore&Dowling, 2002). Από τον εναλλακτικό τουρισμό επωφελούνται κυρίως οι μεσαίες και μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες εμπορεύονται προϊόντα ή υπηρεσίες σχετικά με τα διάφορα είδη εναλλακτικού τουρισμού. Ακόμη, ο εναλλακτικός τουρισμός αφήνει πολύ λιγότερες επιπτώσεις στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον, δίνει ώθηση σε άλλους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας (γεωργία, βιοτεχνία κλπ), στην τοπική οικονομία και στη διατήρηση ή και στην αύξηση των κερδών των κατοίκων των τόπων προορισμού. (Newsome, Moore & Dowling, 2002).

Θα παραθέσουμε παρακάτω μια έννοια του εναλλακτικού τουρισμού, την οποία παρουσίασε ο Inskeerto 1991, επειδή, κατά τη γνώμη μας, είναι από τις πιο ολοκληρωμένες:

«Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μικρής κλίμακας, μη συμβατικής φύσης, μη μαζικής εξειδίκευσης, καθώς και κοινωνικά και περιβαλλοντολογικά ευαίσθητος και γεμάτος σεβασμό, σε αντίθεση με το συμβατικό τύπο μαζικού τουρισμού σε μεγάλα θέρετρα».

Επομένως, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια διαδικασία που προωθεί μια μορφή ταξιδιού φιλική προς το περιβάλλον και επιτρέπει θετικές κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και την ανάπτυξη κοινών βιωμάτων ανάμεσα σε μέλη διαφορετικών κοινωνιών.

Οι σημαντικότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες δημιουργούν ένα νέο πρότυπο αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης, είναι οι εξής: Ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο θρησκευτικός, ο ορεινός, ο χειμερινός, ο θαλάσσιος, ο αθλητικός, ο μορφωτικός, ο επαγγελματικός, ο τουρισμός υγείας κλπ. Για τα είδη αυτά θα μιλήσουμε αναλυτικότερα παρακάτω.

Πρώτα θα επισημάνουμε κάποια βασικά χαρακτηριστικά, τα οποία διαχωρίζουν το μαζικό από τον εναλλακτικό τουρισμό, επειδή ο διαχωρισμός τους δεν είναι πάντοτε ευδιάκριτος, ακόμη και μεταξύ των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ο εναλλακτικός τουρισμός, λοιπόν:

- Είναι μικρής, ελεγχόμενης και ρυθμιζόμενης κλίμακας.
- Αποφεύγει τα κλασσικά πακέτα προσφορών του μαζικού τουρισμού.
- Δίνει προτεραιότητα στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος.
- Στηρίζει τις αγροτικές περιοχές και γενικά ενισχύει οικονομικά τις τοπικές κοινωνίες.
- Μειώνουν στο ελάχιστο τις αρνητικές επιδράσεις στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον, τις οποίες προξενεί ο μαζικός τουρισμός.
- Έχουν ποικιλία δραστηριοτήτων σε ατομική βάση.
- Χρησιμοποιεί βιώσιμα πρότυπα ανάπτυξης με ταυτόχρονη επίλυση του προβλήματος του εποχιακού τουρισμού. (Σφακιανάκης, 2000).

### **3.1. Τα κίνητρα του εναλλακτικού τουρίστα.**

Ο τουρίστας που επιλέγει κάποια εναλλακτική μορφή τουρισμού έχει πολύ διαφορετικά κίνητρα από αυτά ενός τουρίστα του συνηθισμένου μαζικού τουρισμού. Τα κίνητρα που οδηγούν σε εναλλακτικό τουρισμό συνδέονται άμεσα με πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης, τα οποία διαφέρουν ριζικά από αυτά που έχει επιβάλει ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός.

Τα κίνητρα, λοιπόν, του εναλλακτικού τουρίστα μπορούν να περιγραφούν ως εξής:

- Τα κίνητρα τύπου «ενεργητικού τουρισμού» (περιπλάνηση, περίπατος, αναρρίχηση, περιπέτειες κλπ).
- Τα κίνητρα εξερευνητικού χαρακτήρα και συνάντησης (ιστορικοί και αρχαιολογικοί χώροι, συναναστροφή με τους ντόπιους κατοίκους, γνωριμία του πολιτισμού τους, των ηθών και των εθίμων τους κλπ).
- Τα κίνητρα δεσμευτικού χαρακτήρα (εθελοντικές υπηρεσίες σε ξένες χώρες, προσφορά βοήθειας και ενίσχυσης, συμμετοχή σε αρχαιολογικές ανασκαφές, εργασιακές κατασκηνώσεις κλπ).

Βλέπουμε, λοιπόν, ότι εκείνο που ζητάει ο εναλλακτικός τουρίστας δεν είναι η φυγή από την καθημερινότητα, αλλά οι προσωπικές του κοινωνικές, πολιτιστικές, περιβαλλοντολογικές, εκπαιδευτικές κλπ. ανησυχίες. Συμπερασματικά, σύμφωνα με τον Τσάρτα (1996), οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού «καταγράφουν την έμφαση που δίνεται στα κίνητρα που σχετίζονται με το περιβάλλον και την αυτονομία στο ταξίδι».

### **3.2. Ο εναλλακτικός τουρίστας.**

Ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει μια εναλλαγή από τον καθιερωμένο τρόπο ζωής και γι' αυτό έναν εναλλακτικό τουρίστα δεν μπορούμε να τον χαρακτηρίσουμε σαν «πελάτη» ή σαν «καταναλωτή», γιατί διαφέρει από τα καθιερωμένα πρότυπα του φθηνού μαζικού τουρισμού. Είναι χαρακτηριστικό, μάλιστα, ότι οι ίδιοι οι ταξιδιώτες του εναλλακτικού τουρισμού δεν αποδέχονται για τον εαυτό τους ούτε την ιδιότητα του «τουρίστα», αντίθετα αυτοαποκαλούνταν «ταξιδευτές» και «κοσμογυρισμένοι», που ταξιδεύουν με σκοπό την αναζήτηση του «αυθεντικού», τη στιγμή που οι άλλοι τους αποκαλούσαν «άσκοπα περιφερόμενους», «τουρίστες του σακιδίου», «χίπις» κλπ. (Cohen, 1979).

Ο εναλλακτικός τουρίστας, λοιπόν, έχει διαφορετικά χαρακτηριστικά από αυτόν του μαζικού τουρισμού και φυσικά καταπιάνεται με διαφορετικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των διακοπών του. Οι διαφορές των εναλλακτικών τουριστών τείνουν να τους διαχωρίζουν σε ευδιάκριτες κατηγορίες πουη κάθε μια από αυτές παρουσιάζει τις δικές της ιδιαιτερότητες. Τα χαρακτηριστικά, λοιπόν, του εναλλακτικού τουρίστα είναι τα εξής:

- Συλλέγει περισσότερες πληροφορίες για το αντικείμενο που τον ενδιαφέρει, πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του.
- Τον διεγείρει η επιθυμία να περιηγηθεί και να γνωρίσει καινούρια πρόσωπα και πράγματα.
- Έστω για ένα μικρό χρονικό διάστημα, θέλει να φύγει μακριά από τον πολιτισμό.
- Δεν θα δίσταζε να επισκεφτεί ακόμη και μέρη που δεν έχει πατήσει ποτέ ανθρώπινο πόδι.
- Προσπαθεί να αναπτύξει επικοινωνία με τους κατοίκους των χωρών που επισκέπτεται.
- Έχει λάβει μια καλή εκπαίδευση.
- Έχει περισσότερα έσοδα από το μέσο όρο, ώστε να μπορεί να ταξιδεύει συχνά για να δώσει απαντήσεις στις ανησυχίες του.
- Δεν του είναι απαραίτητες πολλές τουριστικές υποδομές στους τόπους που επισκέπτεται.
- Δεν ταξιδεύει σε μεγάλα γκρουπ, αλλά σε μικρές ομάδες ή και μόνος του.
- Συχνά παραμένει στη χώρα που επισκέπτεται για περισσότερες μέρες απ' ό,τι ο παραδοσιακός τουρίστας. (Ανδριώτης, 2003).

### **3.3. Ο τουριστικός προορισμός του εναλλακτικού τουρίστα.**

Ένα από τα βασικότερα χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι η τοποθεσία που επισκέπτεται ο τουρίστας. Πολλοί συγγραφείς επισήμαναν ότι οι περισσότεροι «παραδοσιακοί» τουριστικοί προορισμοί επικρίνονται για το γεγονός ότι οι εγκαταστάσεις τους δεν διακρίνονται από αυθεντικότητα, αλλά έχουν κάτι το πλαστό, το ψεύτικο, με μοναδικό σκοπό να προσελκύσουν τον τουρίστα. Αντίθετα, ο εναλλακτικός τουρισμός έχει αυθεντικά ελκυστικά στοιχεία, όπως είναι το «νέο», το «πρωτοποριακό», το «παρθένο ή το ανεξερεύνητο» του προορισμού, το οποίο τον διαφοροποιεί από άλλες περιοχές που έχουν κορεσθεί τουριστικά. Η ιδέα της

συνάντησης με τους κατοίκους ενός ιδανικού και ήσυχου περιβάλλοντος, ελκύει τον εναλλακτικό τουρίστα, ο οποίος δεν ενδιαφέρεται για την αστικοποίηση του μαζικού τουριστικού προορισμού. Μπορούμε, λοιπόν, να χαρακτηρίσουμε τον εναλλακτικό τουρισμό σαν μια αντίδραση του τουρίστα στην εμπορευματοποίηση των διακοπών του και στην προσπάθεια των τουριστικών προορισμών να παρουσιάσουν μια σειρά από ψεύτικες και κατασκευασμένες υποδομές σαν αυτόχθονες. (Ανδριώτης, 2003).

#### **4. Μορφές εναλλακτικού τουρισμού.**

Παρακάτω θα παρουσιάσουμε τις σημαντικότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού (χαρακτηριστικά, αιτίες, βασικές αρχές, σχετικές δραστηριότητες κλπ).

##### **4.1. Ο αγροτουρισμός.**

Οι γρήγοροι ρυθμοί της αστικοποίησης και η έντονη, γεμάτη άγχος, ζωή στις μεγάλες πόλεις, έστρεψαν το ενδιαφέρον πολλών τουριστών στις αγροτικές περιοχές. Έτσι, ενώ παλιότερα η ύπαιθρος πολλών χωρών έχασε μεγάλο μέρος του πληθυσμού της εξαιτίας της αστυφιλίας, τώρα, χάρη στον εναλλακτικό τουρισμό, κερδίζει πολλούς επισκέπτες. Πολλοί κάτοικοι των πόλεων επιθυμούν να επισκεφτούν την εξοχή για πολλούς και διάφορους λόγους, όπως είναι η επανασύνδεση με τις ξεχασμένες ρίζες τους, ή για να μπορέσουν τα παιδιά τους να έρθουν μέσα στη φύση και να μάθουν για τα ζώα και τον αγροτικό τρόπο ζωής, δημιουργώντας έτσι μια ζήτηση για επιχειρηματικότητα σχετική με αγροτικές δραστηριότητες.

Η ιδέα μιας τουριστικής δραστηριότητας μέσα σε αγροτικό περιβάλλον έχει αποδοθεί με διάφορους ορισμούς: αγροτουρισμός, αγροτικός τουρισμός, τουρισμός σε φάρμα, διακοπές σε φάρμα, αγροψυχαγωγία κλπ. Όμως όλοι αυτοί οι ορισμοί αναφέρονται σε μικρής κλίμακας αγροτικές επιχειρήσεις και κοινοτικά δρώμενα που προβάλλουν τις δραστηριότητες και την παραγωγή των αγροτικών οικογενειών, καθώς και την κληρονομιά των αγροτικών περιοχών στους ταξιδιώτες. (Αγροτουρισμός, στο [www.minagric.gr](http://www.minagric.gr)).

Οι κυρίαρχες μορφές αγροτουρισμού σε διεθνές επίπεδο είναι οι διακοπές σε αγροκτήματα ή σε αγροτικά καταλύματα (αγροικίες). Η Ελλάδα με τη μεγάλη οικιστική της διασπορά, με την πολυνησιακή της συγκρότηση, με την αποκεντρωμένη μνημειακή της τοπογραφία, με το εναλλασσόμενο τοπίο, με τις μορφολογικές της αντιθέσεις και με τις διαφοροποιημένες κλιματολογικές της συνθήκες, συγκεντρώνει

τις προϋποθέσεις για ανάπτυξη μιας πλατιάς κλίμακας μορφών αγροτουρισμού. Οι μορφές αυτές μπορούν να διαχωριστούν σε δυο μεγάλες κατηγορίες:

**A) Ο αμιγής αγροτουρισμός:** Οι τουρίστες που τον επιλέγουν, πέρα από τον κύριο προορισμό τους (διακοπές – ανάπαυση), ασχολούνται είτε με αγροτικές εργασίες, όπως η περιποίηση ζώων, το άρμεγμα, η τυροκομία, ο θερισμός, ο τρύγος, η οπωροκηπευτική, η μελισσοκομία, κτλ.), είτε και πολλές φορές παράλληλα, με ψυχαγωγικές δραστηριότητες, που μπορούν να λάβουν χώρα μέσα στο αγροτικό περιβάλλον (κολύμπι, ψάρεμα, πεζοπορία, ορειβασία, κυνήγι, ιππασία, κτλ.).

**B) Ο σύνθετος αγροτουρισμός:** Σ' αυτόν οι τουρίστες, πέρα από τις παραπάνω δραστηριότητες, ικανοποιούν και κάποιες προσωπικές ανάγκες τους, που εξειδικεύουν τον αγροτουρισμό της περιοχής. Μορφές σύνθετου αγροτουρισμού μπορεί να είναι ο τουρισμός υγείας, αθλητισμού, φυσιολατρίας, θρησκείας, πολιτισμού. (Αγροτουρισμός, στο [www.minagric.gr](http://www.minagric.gr)).

#### **4.1.1. Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Ελλάδα.**

Τα πρώτα ουσιαστικά βήματα του αγροτουρισμού στην Ελλάδα έγιναν στις αρχές της δεκαετίας του '80, λίγο μετά την ένταξη της χώρας στην ΕΟΚ το 1981 με τη θέσπιση ευρωπαϊκών και εθνικών κανονισμών και νόμων. Από τη δεκαετία του '90 και μετά ο ελληνικός αγροτουρισμός έγινε γνωστός σαν «ο τουρισμός των 3Φ (Φύση, Φιλία, Φιλοξενία)». Πολλές περιοχές της χώρας έχουν χαρακτηριστεί σαν αγροτουριστικοί προορισμοί και άρχισαν να προσελκύουν επισκέπτες από τα μεγάλα αστικά κέντρα. (Ιακωβίδου, 2006). Το ελληνικό κράτος έχει κάνει μεταρρυθμίσεις, προκειμένου να ενισχύσει την ανάπτυξη του αγροτουρισμού. Για παράδειγμα, το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, στο πλαίσιο εφαρμογής του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013, υλοποίησε παρεμβάσεις αγροτικού τουρισμού και γενικότερα τουρισμού, μέσω του Άξονα 3 «Ποιότητα ζωής στις αγροτικές περιοχές και διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας» και του Άξονα 4 «Εφαρμογή της προσέγγισης Leader». (Αγροτουρισμός, στο [www.minagric.gr](http://www.minagric.gr)). Παρακάτω θα δούμε διάφορες δραστηριότητες, με τις οποίες ασχολούνται οι επισκέπτες αγροτουρισμού στην Ελλάδα, οι οποίες εντάσσονται στις δυο κατηγορίες αγροτουρισμού που περιγράψαμε παραπάνω.

#### **A) Κύριες μορφές αμιγούς αγροτουρισμού στην Ελλάδα.**

Η χώρας μας προσφέρεται για την ανάπτυξη αμιγούς αγροτουρισμού, χάρη στις πολλές φυσικές και τεχνικές ομορφιές που διαθέτει. Για παράδειγμα τα ιδιαίτερου φυσικού κάλους χωριά της (ορεινά και πεδινά) προσελκύουν πολλούς τουρίστες χάρη στις όμορφες τοποθεσίες τους. Φυσικά, ισχύει το ίδιο για τα ελληνικά νησιά με τα γνωστά σε όλους άσπρα σπιτάκια τους, αλλά και για τις παράκτιες περιοχές. Νησιά και παράκτιες περιοχές αξιοποιούνται κυρίως κατά τους θερινούς μήνες. Πόλο έλξης αποτελούν και οι παραδοσιακοί οικισμοί, οι οποίοι έχουν να αναδείξουν μια ξεχωριστή αρχιτεκτονική, ασφαλώς πολύ διαφορετική από αυτή των τσιμεντένιων αστικών κέντρων. Υπάρχουν ακόμη οι προστατευόμενες περιοχές, όπως οι εθνικοί δρυμοί και οι υδροβιότοποι, οι οποίες εκτός από φυσικό κάλλος, αναλαμβάνουν να εμπλουτίσουν τις γνώσεις των επισκεπτών σε θέματα οικολογίας. Τέλος, πρέπει να αναφέρουμε τον αγροτουρισμό σε καταλύματα συνεταιριστικής μορφής, όπου τα μέλη των συνεταιρισμών, κυρίως γυναίκες προσφέρουν, προϊόντα δικής τους ή τοπικής παραγωγής, καθώς και αυθεντική φιλοξενία μέσα στη φύση. (Αγροτουρισμός και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, στο <https://agrotourism.wordpress.com/Οι-μορφές-αγροτουρισμού>).

## **B) Κύριες μορφές σύνθετου αγροτουρισμού στην Ελλάδα.**

Προορισμοί σύνθετου αγροτουρισμού μπορούν να χαρακτηριστούν περιοχές με ιαματικές πηγές, γνωστές ως λουτροπόλεις, όπου σε ειδικά υδροθεραπευτήρια οι τουρίστες υπόκεινται σε κάποιες θεραπευτικές αγωγές, σε ένα συνδυασμό αποτοξίνωσης και σωματικής χαλάρωσης. Επίσης, τα διάφορα χιονοδρομικά κέντρα, όπου οι λάτρες των χειμερινών σπορ μπορούν να κάνουν σκι και άλλες δραστηριότητες. Ακόμη, προσφέρονται οι αγροτικές περιοχές με αθλητικές εγκαταστάσεις, όπου προσφέρονται όλες οι δυνατότητες για ανάπαυση, άθληση και ασχολίες, όπως η ιππασία και το κυνήγι. Πόλο έλξης αποτελούν και οι κατασκηνωτικοί χώροι (camping), που βρίσκονται στον περίγυρο αγροτικών οικισμών με τους οποίους συνδέονται οικονομικά κοινωνικά και πολιτισμικά. Τα παιδιά μικρής ηλικίας μπορούν να απολαύσουν τις διακοπές τους σε παιδικές κατασκηνώσεις με αθλητικές εγκαταστάσεις, πλήρη φιλοξενία και προσφορά μορφωτικού, ψυχαγωγικού προγράμματος. Υπάρχουν, επίσης, και κέντρα διερχομένων τουριστών σε ειδικούς κόμβους, τα οποία προσφέρουν τη φιλοξενία τους σε περαστικούς. Τέλος, μπορούμε να αναφέρουμε τις αγροτικές περιοχές, όπου



υπάρχουν πολιτιστικά ενδιαφέροντα. Οι διακοπές στις περιοχές αυτές συνδέονται με πνευματικές ενασχολήσεις και επιμορφωτικά σεμινάρια.

Όλες οι παραπάνω μορφές αγροτουρισμού στην Ελλάδα εντοπίζονται σε αγροτικές περιοχές, οι τύποι των καταλυμάτων είναι κυρίως δωμάτια εντός της οικίας της αγροτικής οικογένειας ή καταλύματα που αποτελούν προέκταση της κατοικίας, είτε τέλος ανεξάρτητα της οικίας δωμάτια, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η ανεξαρτησία της ιδιωτικής ζωής των κατοίκων και των επισκεπτών. (Αγροτουρισμός και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, στο <https://agrotourism.wordpress.com/Οι-μορφές-αγροτουρισμού>).

#### **4.1.2. Ο αγροτουρισμός στην Ευρώπη.**

Οι Ευρωπαίοι τουρίστες έχουν αγκαλιάσει κι αυτοί τον αγροτουρισμό εδώ και πολλές δεκαετίες, καθώς και οι δικές τους χώρες διαθέτουν φυσικές ομορφιές και καλλιεργήσιμες εκτάσεις, που προσφέρονται για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων αγροτουρισμού. Διαθέτουν, για παράδειγμα, αμπέλια, με αποτέλεσμα ιταλικά και γαλλικά οινοποιία να ενθαρρύνουν τους τουρίστες να παίρνουν μέρος στο πάτημα των σταφυλιών. Ακόμη, στις χώρες της Ευρώπης διοργανώνονται μαθήματα μαγειρικής και ζαχαροπλαστικής με συνταγές της τοπικής κουζίνας. Κατά τη δεκαετία του '90 οι ευρωπαϊκές κυβερνήσεις δαπάνησαν πάνω από 2 δισεκατομμύρια δολάρια προκειμένου να βοηθήσουν τους αγρότες να επενδύσουν στον αγροτουρισμό προσδοκώντας τη διατήρηση της φυσικής αγροτικής εμπειρίας, συμπεριλαμβάνοντας προσπάθειες εκμοντερνισμού των εγκαταστάσεων υποδοχής των αγροκτημάτων (π.χ. υπνοδωμάτια). (Ιακωβίδου, 2006).

#### **4.1.3. Δραστηριότητες αγροτουρισμού.**

Ο αγροτουρίστας δεν αναζητά τις παθητικές διακοπές. Η παραμονή στην ύπαιθρο μπορεί να εμπλουτισθεί με ποικίλες δραστηριότητες, με τα λεγόμενα «σπορ κοντά στη φύση» ή «σπορ περιπέτειας». Ένα ορμητικό ποτάμι μπορεί να είναι μια θαυμάσια ευκαιρία για τη διοργάνωση αθλημάτων, όπως το ράφτινγκ ή τα κανό. Τα διάφορα μονοπάτια της χώρας μας μπορούν να εξυπηρετήσουν τις ομάδες πεζοπορίας. Το Trekking, η ορειβασία, το ποδήλατο ή η κατάβαση βουνού, η τοξοβολία, η ιππασία όλες οι μορφές δραστηριοτήτων, που συνδυάζουν τον τουρισμό περιπέτειας με την ενεργή συμμετοχή και δράση στη φύση, είναι άλλες δραστηριότητες που στοιχειοθετούν τον αγροτουρισμό.

Ξεχωριστή θέση όμως στον αγροτουρισμό κατέχουν οι δραστηριότητες που αξιοποιούν τα πολιτιστικά, θρησκευτικά, λαογραφικά, αρχιτεκτονικά και γαστρονομικά στοιχεία της περιοχής. Τέτοιες δραστηριότητες είναι η επίσκεψη και ξενάγηση σε παλιά μοναστήρια, εκκλησίες, γεφύρια, οινοποιεία, τυροκομία εργαστήρια χειροτεχνίας, η συμμετοχή σε πανηγύρια και τοπικές γιορτές, στο μάζεμα της ελιάς ή του τρύγου, ακόμα και τα μαθήματα τοπικής κουζίνας.

Από τα παραπάνω γίνεται φανερό ότι ο αγροτουρισμός επιδιώκει το αυθεντικό και τη μοναδικότητα σε κάθε της μορφή και έκφραση. Η Ελλάδα διαθέτει μια σημαντική και αξιόλογη ποικιλομορφία στα ιδιαίτερα τοπικά χαρακτηριστικά, που την κάνουν μια χώρα μοναδική. Βασιζόμενη σε αυτή τη μοναδικότητά της μπορεί να αναδείξει αυτήν την ποικιλομορφία, χωρίς να έχει ανάγκη να αντιγράψει μοντέλα αγροτουρισμού άλλων χωρών. Αντίθετα, έχει τις υποδομές (αν και ανεκμετάλλευτες μέχρι τώρα), για να δημιουργήσει ένα εξειδικευμένο μοντέλο αγροτουρισμού για κάθε περιοχή. Μερικές από αυτές τις υποδομές είναι οι τοπικές παραδόσεις που θα μπορούσαν να αναβιώσουν, τα ξεχασμένα έθιμα ή τα μουσικά ακούσματα, οι αρχιτεκτονικές τάσεις, οι παλιές τέχνες, τα μνημεία που σκέπασε ο χρόνος, η συμβολή των ηλικιωμένων να θυμηθούν παλιές συνήθειες, ιστορίες, ίχνη, μονοπάτια, συνταγές, παρασκευή ποτών.

Η Ελλάδα έχει τη δυνατότητα να αξιοποιήσει πολλές μορφές αγροτουρισμού λόγω της εκτεταμένης ανομοιογένειας που διαθέτει. Απ' άκρη σ' άκρη η χώρα παρουσιάζει διαφορετικότητα, όσον αφορά τη φυσική ομορφιά, την ιστορία, την παράδοση, τη γαστρονομία, την αρχιτεκτονική, τις παραδοσιακές τέχνες, τη μουσική παράδοση, τον πολιτισμό, τα θρησκευτικά μνημεία, τα χωριά, τους παραδοσιακούς οικισμούς, τους βιότοπους, τους υγροβιότοπους, τη χλωρίδα και την πανίδα, τους θρύλους, τις παραδόσεις, τις τοπικές γιορτές, τα πανηγύρια, τις θάλασσες, τα δάση, τα βουνά, τα μονοπάτια, τα φαράγγια, όλα σχηματίζουν ένα σπάνιο μωσαϊκό, ένα πολύχρωμο καλειδοσκόπιο παραστάσεων, εικόνων και εμπειριών. Αυτή η διαφορετικότητα και η ανομοιογένεια είναι ένα σημαντικό πλεονέκτημα που πρέπει να αξιοποιηθεί σε μεγαλύτερο βαθμό. (Αγροτουρισμός και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, στο <https://agrotourism.wordpress.com/Οι-μορφές-αγροτουρισμού>).

#### **4.2. Ο οικοτουρισμός.**

Ο οικοτουρισμός συγγενεύει με τον αγροτουρισμό, αφού και αυτή η μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης σχετίζεται με το περιβάλλον και ονομάζεται, επίσης, οικοαγροτουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός ή πράσινος τουρισμός.

Σε γενικές γραμμές ο οικοτουρισμός προωθεί την περιβαλλοντική εκπαίδευση και διαχειρίζεται το φυσικό περιβάλλον με βιώσιμο τρόπο. Η διαχείριση αυτή επιτυγχάνεται με την παρέμβαση και τη διαμόρφωση των τάσεων και των χαρακτηριστικών των τοπικών φορέων, των επιχειρηματιών και των επισκεπτών. Με άλλα λόγια, η σωστή ανάπτυξη του οικοτουρισμού ενημερώνει τους επισκέπτες, ώστε να είναι προσεκτικοί στις ευαίσθητες περιοχές με χλωρίδα και πανίδα και έτσι να μην προκαλέσουν αρνητικές επιπτώσεις. Αν παρόλα αυτά προκύψει κάποιο πρόβλημα, τότε επεμβαίνει διορθωτικά. Ακόμη, προωθεί την πραγματοποίηση επισκέψεων σε μικρές ομάδες, ώστε να αποφεύγονται τα προβλήματα υπερσυγκέντρωσης που προκύπτουν από τον μαζικό τουρισμό. Εκτός όμως από τους μελλοντικούς επισκέπτες, πληροφορεί και εκπαιδεύει τους τουριστικούς επιχειρηματίες και το προσωπικό τους σχετικά με τις απαραίτητες ενέργειες, στις οποίες πρέπει να προβούν, ώστε να συμβάλλουν στη διατήρηση υψηλής οικολογικής ποιότητας. Όλα τα παραπάνω εντάσσονται πολλές φορές στα πλαίσια προγραμμάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης και προστασίας της φύσης.

Οι εγκαταστάσεις του οικοτουρισμού είναι από υλικά φιλικά προς το περιβάλλον και η αρχιτεκτονική τους συμφωνεί με την εκάστοτε τοπική τεχνοτροπία. Ζώντας μέσα σ' αυτές, οι επισκέπτες εμπνέονται και ενθαρρύνονται να συμμετέχουν ενεργά στην προστασία του περιβάλλοντος.

Η θέση ότι ο οικοτουρισμός είναι δραστηριότητα φιλική προς το περιβάλλον, βασίζεται στο γεγονός ότι οι οικοτουρίστες επισκέπτονται μια περιοχή οργανωμένοι σε μικρές ομάδες και επιπλέον είναι άτομα ευαισθητοποιημένα ως προς το περιβάλλον. Από την άλλη όμως, έστω και αυτή η πολύ μικρή πίεση που ασκείται στο φυσικό περιβάλλον ενδέχεται να έχει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις. Γι' αυτό, λοιπόν, απαιτείται ένας πολύ προσεκτικός σχεδιασμός της οικοτουριστικής δραστηριότητας και ένας έντονος παρεμβατισμός από τοπικούς φορείς διαχείρισης, οι οποίοι διαθέτουν την κατάλληλη γνώση. Έτσι, η ανάδειξη και η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος μπορεί να βοηθηθεί σημαντικά. (Οικοτουρισμός. Διαθέσιμο στο

<http://www.ee.teihal.gr/labs/pkoukos/PROSTASIA%20PERIBALONTOS/Ecotourism.htm>).

#### **4.2.1. Τα οφέλη από τον οικοτουρισμό και την περιβαλλοντική εκπαίδευση.**

Στις περιοχές όπου παρατηρείται σημαντική ανάπτυξη του οικοτουρισμού, προκύπτουν σημαντικοί οικονομικοί πόροι για τις τοπικές κοινωνίες. Η ενότητα των βιοτόπων στην ευρύτερη περιοχή μελέτης έχει να επιδείξει πάρα πολύ αξιόλογα ενδιαφέροντα, τόσο γενικότερα οικολογικά (επιμέρους βιότοποι και φυσικές-γεωλογικές διαπλάσεις, γλωρίδα, πανίδα), όσο και ειδικότερα ενδιαφέροντα που αναφέρονται σε παραδοσιακές ασχολίες (γεωργία, κτηνοτροφία κ.ά.), αλλά και στις ιστορικές και πολιτιστικές ιδιαιτερότητές της.

Εκτός όμως από τα άμεσα και τα έμμεσα οικονομικά οφέλη που αφήνει η οικοτουριστική δραστηριότητα, προκύπτουν και άλλα γενικότερα οφέλη από τη διάσταση της περιβαλλοντολογικής εκπαίδευσης. Με τη συστηματική λειτουργία ενός προγράμματος περιβαλλοντικής εκπαίδευσης, επέρχεται κατ' αρχή σε τοπικό επίπεδο σημαντική βελτίωση του επίπεδου γνώσης και ευαισθητοποίησης των κατοίκων ως προς το περιβάλλον και δημιουργούνται θετικότερες προϋποθέσεις για ορθολογικότερη διαχείρισή του και για επιτυχέστερη εκμετάλλευσή του με μακροπρόθεσμη προοπτική. Κάτι τέτοιο αποτελεί ιδιαίτερα θετική συνθήκη για σταθερή και ισόρροπη ανάπτυξη σε περιοχές που περιλαμβάνουν φυσικούς πόρους αξιόλογης παραγωγικότητας και ταυτόχρονα σημαντικής ευαισθησίας.

Οι σπάνιοι βιότοποι, καθώς και είδη φυτών και ζώων που δεν είναι τόσο κοινά στην υπόλοιπη Ευρώπη, είναι τα κύρια αντικείμενα ενδιαφέροντος για τον οικοτουρίστα. Εάν αυτά υπάρχουν με κάποιο αξιόλογο συνδυασμό σε κάποια περιοχή, στην οποία μπορεί κάποιος ενδιαφερόμενος να τα δει, τότε υπάρχει ένα δυνατό κίνητρο γι' αυτόν να αφιερώσει χρόνο και χρήματα για να έλθει, σε πολλές περιπτώσεις από πολύ μακριά, να επισκεφθεί την περιοχή. Όσο καλύτερα διατηρούνται τα περιβαλλοντικά στοιχεία της περιοχής, τόσο μεγαλύτερο είναι το κίνητρο για κάποιον να επισκεφθεί τη συγκεκριμένη περιοχή. Αντίθετα, όσο υποβαθμίζονται αυτά τα ενδιαφέροντα (δυσμενείς επεμβάσεις στον βιότοπο, εντατική λαθροϋλοτομία ή λαθροθηρία κλπ.), τόσο μειώνεται το κίνητρο για κάποιον να επισκεφθεί ως οικοτουρίστας την περιοχή.

Από τα παραπάνω καταλαβαίνουμε ότι θα πρέπει να υφίστανται κάποιες ειδικές προδιαγραφές που να διασφαλίζουν την ακεραιότητα των αντικειμένων ενδιαφέροντος, μπορεί να προκύψουν αρνητικές επιπτώσεις από την οικοτουριστική δραστηριότητα για τα διάφορα περιβαλλοντολογικά στοιχεία. Για παράδειγμα, ίσως

κάποιοι ανεξέλεγκτοι επισκέπτες παρενοχλήσουν κάποια πουλιά μέσα στις φωλιές τους. (Οικοτουρισμός. Διαθέσιμο στο <http://www.ee.teihal.gr/labs/pkoukos/PROSTASIA%20PERIBALONTOS/Ecotourism.htm>).

#### **4.2.2. Δραστηριότητες οικοτουρισμού.**

Μέσα από τα οικοτουριστικά ταξίδια τους και με τη βοήθεια των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον οικοτουρισμό, οι ταξιδιώτες έχουν την ευκαιρία να κάνουν τα παρακάτω:

- Να συμμετάσχουν σε ταξίδια και ξεναγήσεις σε προστατευόμενες περιοχές και τόπους που διαθέτουν απaráμιλλο φυσικό κάλος.
- Να βοηθούν στην προστασία των ανανεώσιμων πόρων και των πηγών τους.
- Να αποκομίσουν γνώσεις σχετικά με τις ιδιότητες και τις ανάγκες του περιβάλλοντος.
- Να συνεισφέρουν σημαντικά στη συντήρηση παραδοσιακών περιοχών.
- Να γνωρίσουν και αντιμετωπίσουν με τον πρέποντα σεβασμό τα ήθη, τα έθιμα και τις υπόλοιπες τοπικές παραδόσεις των περιοχών που επισκέπτονται. (Νάστο, Μιχαήλογλου, 2015: 32).

#### **4.3.Ο πολιτιστικός τουρισμός.**

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που στοχεύει όχι μόνο στη βιώσιμη ανάπτυξη, αλλά και στην ποιότητα. Αναφέρεται ως η πιο παλαιά μορφή τουρισμού. Οι πρώτες καταγεγραμμένες μετακινήσεις που έγιναν στην Ελλάδα ήταν το ταξίδι που είχε ως σκοπό την γνωριμία με άλλους πολιτισμούς. Τέτοια ταξίδια πραγματοποίησαν, για παράδειγμα, ο Θαλής, ο Ηρόδοτος, ο Σόλων και ο Πλάτων.

Ο πολιτιστικός τουρισμός συντελεί στη μόρφωση αυτών που τον επιλέγουν, αφού τους δίνει την ευκαιρία να επιμορφωθούν μέσω του πολιτισμού της χώρας προορισμού τους ή μέσω διαφόρων εκδηλώσεων.

Επιπλέον, ο πολιτιστικός τουρισμός συνδέεται με την πολιτιστική κληρονομιά, όπως ονομάζεται το σύνολο των δημιουργημάτων του ανθρώπου (οικοδομήματα,

πλοία, ρούχα, υφαντά και άλλα που φανερώνουν ένα αξιοσημείωτο ιστορικό, αρχαιολογικό επιστημονικό και καλλιτεχνικό ενδιαφέρον ή μπορεί να έχουν μεγάλη σημασία σε κάποια επιστημονική έρευνα ή στην τεχνολογική και στην κοινωνική ανάπτυξη).

Ακόμη, ο πολιτιστικός τουρισμός θεωρείται μια από τις πιο φιλικές προς το περιβάλλον μορφές εναλλακτικού τουρισμού, αφού η βασικότερη προϋπόθεση ανάπτυξης του είναι η προστασία του φυσικού αλλά και του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος. Από αυτήν την άποψη, μπορούμε να πούμε ότι συνδέεται με τον οικοτουρισμό. Μπορεί όμως να αναπτυχθεί παράλληλα και με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, για παράδειγμα, με τον αγροτουρισμό, αφού σε αρκετές αγροτικές περιοχές συναντάμε στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς (τοπικά ήθη και έθιμα κλπ). Μπορεί να συνδεθεί, επίσης, με τον θρησκευτικό τουρισμό, αφού και οι δυο αυτές μορφές ενδιαφέρονται για θρησκευτικά μνημεία (εκκλησίες, μοναστήρια κλπ), αλλά και για θρησκευτικές εκδηλώσεις, όπως πανηγύρια. Τέλος, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να συνδεθεί και με τον τουρισμό υγείας, αφού η τουριστική πελατεία του τουρισμού υγείας προβάλλεται να έχει κοινά δημογραφικά χαρακτηριστικά με την τουριστική πελατεία του πολιτιστικού τουρισμού. (Κοκκώσης κ.α., 2011: 195-196).

#### **4.3.1. Ο πολιτιστικός τουρισμός στην Ελλάδα.**

Η Ελλάδα διαθέτει ένα μεγάλο μέγεθος πολιτιστικής κληρονομιάς και γενικότερα πολιτιστικού πλούτου, στοιχεία που την καθιστούν μία δημοφιλή χώρα προορισμού για τουρίστες που ενδιαφέρονται για να γνωρίσουν τον πολιτισμό μιας χώρας μέσω των αρκετών πολιτιστικών στοιχείων. Πράγματι, τέτοια πολιτιστικά στοιχεία διαθέτει άφθονα η Ελλάδα: αρχαιολογικοί χώροι, αγάλματα, ναοί κλπ. Διαθέτει, επίσης, πάνω από 300 μουσεία, που είτε είναι δημόσια κι εποπτεύονται από το Υπουργείο Πολιτισμού, είναι ανήκουν σε ιδιώτες.

Στη χώρας μας μεγάλη ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού παρουσιάζουν η Αθήνα, οι Μυκήνες, η Κνωσός και η Βεργίνα. Κάποια καλλιτεχνικά γεγονότα που έχουν το πολιτιστικό στοιχείο είναι το Ηρώδειο και η Επίδαυρος, όπου γίνονται θεατρικές παραστάσεις. (Μοίρα, 2005: 31).

Πρέπει όμως να τονίσουμε πως δεν είναι μόνο τα παραπάνω πολιτιστικά στοιχεία που αποτελούν το πολιτιστικό περιβάλλον μιας χώρας. Απαιτούνται ακόμη και

σύγχρονα πολιτιστικά στοιχεία, τα οποία η Ελλάδα τυχαίνει να διαθέτει και με το παραπάνω. Αυτά είναι:

- Η ηλιοφάνεια της χώρας και οι καθαρές θάλασσές της, που αποτελούν το φυσικό πολιτιστικό κεφάλαιο του τόπου,
- Το ανθρώπινο πολιτιστικό κεφάλαιο, δηλαδή μεγάλοι καλλιτέχνες, ποιητές, συγγραφείς, μουσικοί και επιστήμονες.
- Το «άυλο πολιτιστικό κεφάλαιο», όπως χαρακτηρίζεται το γόητρο ή η φήμη που μπορεί να αποκτήσει μια χώρα χάρη στις αξιόλογες υποδομές της πολιτιστικού τουρισμού, οι οποίες προσελκύουν τουρίστες.
- Ιδιαίτερα πολιτιστικά χαρακτηριστικά, όπως είναι η φιλοξενία – για την οποία φυσικά είναι φημισμένη η χώρα μας – καθώς και για το φιλότιμο και το ταμπεραμέντο των ντόπιων. (Γιαννούλης, 2016: 40).

#### **4.3.2. Δραστηριότητες πολιτιστικού τουρισμού.**

Οι δραστηριότητες του πολιτιστικού τουρισμού στοχεύουν στην επαφή και στη γνωριμία του τουρίστα με τον τόπο του προορισμού του και στην ενεργή ή μη συμμετοχή του στις πολιτιστικές εκδηλώσεις του τόπου αυτού. Κάποιες από τις δραστηριότητες αυτές, λοιπόν, μπορεί να είναι οι παρακάτω:

- Επίσκεψη σε μουσεία, σε αρχαιολογικούς χώρους, σε διάφορα ιστορικά μνημεία, σε παραδοσιακούς οικισμούς και σε πινακοθήκες ή βιβλιοθήκες που διαθέτει σχεδόν κάθε δήμος.
- Παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων ή συναυλιών.
- Συμμετοχή σε διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις σαν τα λεγόμενα πανηγύρια ή φεστιβάλ. (Σφακιανάκης, 2000: 293-294).

Όπως ήδη αναφέραμε, η Ελλάδα διαθέτει έναν αξιόπαινο πολιτιστικό πλούτο και κληρονομιά και για το λόγο αυτό πολλοί ταξιδιώτες που επιλέγουν τον πολιτιστικό τουρισμό, την επιλέγουν σαν τόπο προορισμού τους. Προκειμένου όμως να υπάρξει ακόμη μεγαλύτερη ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στη χώρα μας, θα μπορούσαν να εφαρμοστούν ακόμη περισσότερες καινοτόμες δράσεις και προοπτικές, σαν τις παρακάτω:

- Προστασία των μνημείων, των μουσείων και γενικότερα των αρχαιολογικών χώρων αλλά και του φυσικού περιβάλλοντος.

- Να διοργανωθούν εκδηλώσεις όπου το άτομο θα έρθει σε επαφή με τοπικά ήθη και έθιμα αλλά και ντόπια προϊόντα.
- Δημιουργία κατάλληλου γοήτρου και φήμης για την χώρα μέσω διαφήμισης και προώθησης των υποδομών πολιτιστικού τουρισμού που διαθέτει η Ελλάδα.
- Πρόσληψη κατάλληλων ξεναγών που είναι γνώστες γύρω από το πολιτισμό της χώρας, οι οποίοι θα ξεναγήσουν τους τουρίστες και θα τους προσφέρουν γνώσεις που αφορούν την ιστορία της χώρας. (Γιαννούλης, 2016: 41).

#### **4.4. Ο θρησκευτικός τουρισμός.**

Ο θρησκευτικός τουρισμός, όπως αναφέραμε παραπάνω, συνδέεται με τον πολιτιστικό τουρισμό. Χρησιμοποιεί το θρησκευτικό στοιχείο του τόπου ή μίας εκδήλωσης ως πολιτιστική κληρονομιά με στόχο τη δημιουργία τουριστικής κίνησης, αλλά και εισόδων. (Πολυξένη, 2008). Σαν πόλοι έλξης θρησκευτικού τουρισμού μπορούν να χρησιμεύσουν:

Τα θρησκευτικά ενεργά κτίσματα ορίζονται τα κτίσματα τα οποία με το πέρασμα του χρόνου εξακολουθούν να διατηρούν την θρησκευτική τους λειτουργία αλλά ταυτόχρονα λειτουργούν και ως μνημεία της πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελώντας θέλγητρο για το άτομο.

- Τα κτίσματα που ανεγέρθησαν για θρησκευτικούς λόγους, αλλά δεν εξυπηρετούν πια το σκοπό της ανέγερσής τους για διάφορους λόγους (πόλεμοι, σεισμοί, μεταρρυθμίσεις κλπ), αντίθετα χρησιμεύουν ως χώροι μουσείων. Ένα παράδειγμα τέτοιου κτίσματος είναι η Αγία Σοφία της Κωνσταντινούπολης.
- Τα θρησκευτικά μνημεία που βρίσκονται μέσα σε φυσικό τοπίο, συγκαταλέγονται στο γενικότερο φυσικό περιβάλλον του τόπου. Σε αυτή την κατηγορία εντάσσονται τα Μετέωρα.
- Οι χώροι θρησκευτικής έρευνας, όπως είναι τα μοναστήρια και οι θρησκευτικές σχολές, που διαθέτουν βιβλιοθήκες με βιβλία ή και με παλιά χειρόγραφα, τα οποία προσελκύουν το ενδιαφέρον μελετητών, συγγραφέων, επιστημών κλπ.
- Τα θρησκευτικά μουσεία αποτελούν οργανωμένους χώρους, στους οποίους εκτίθενται θρησκευτικά αντικείμενα μεγάλης υλικής και πνευματικής αξίας. Τα θρησκευτικά μουσεία τα διαχειρίζονται οι τοπικές εκκλησίες και γι' αυτό συχνά χαρακτηρίζονται ως εκκλησιαστικά μουσεία. Δυο παραδείγματα είναι το Μουσείο Εκκλησιαστικής Τέχνης που βρίσκεται στο κτίριο της Μητρόπολης της Θεσσαλονίκης, αλλά και το Εκκλησιαστικό Μουσείο Σερρών.



- Οι χώροι, όπου πραγματοποιούνται εκθέσεις θρησκευτικών αντικειμένων, τα οποία μεταφέρονται από μοναστήρια, εκκλησίες ή μουσεία. Τέτοιοι χώροι δημιουργούνται συνήθως στα υπόγεια εκκλησιών ή σε θεματικά μουσεία.
- Οι τόποι με θρησκευτικότητα και ιερότητα, οι οποίοι βρίσκονται μέσα στη φύση. Εδώ μπορούμε να αναφέρουμε το Άγιο Όρος, το Στόουνχετζ στην Αγγλία, αλλά ακόμη και μια λίμνη ή μια σπηλιά μπορεί να θεωρείται ιερή από κάποιον λαό.
- Πόλο έλξης αποτελούν και οι περιοχές, όπου έζησαν και έδρασαν ιερά πρόσωπα, για παράδειγμα, μια έρημος, οι όχθες ενός ποταμού κλπ.
- Οι εκδηλώσεις με θρησκευτικές αναφορές και οι θρησκευτικοί χοροί. Είναι γνωστό πως σχεδόν όλες τις θρησκείες πραγματοποιούνται εκδηλώσεις και αυτές οι εκδηλώσεις προσελκύουν τουρίστες. Στην Ελλάδα είναι γνωστά τα θρησκευτικά πανηγύρια που γίνονται σε διάφορες περιοχές της χώρας, όπως είναι τα αναστενάρια, το κάψιμο του Ιούδα, πανηγύρια προς τιμή του Προφήτη Ηλία κλπ.
- Τα θρησκευτικά συνέδρια έχουν κυρίως θρησκευτικό περιεχόμενο και δεν έχει τόση σημασία ο φορέας που το πραγματοποιεί. Το τελευταίο διάστημα έχει παρατηρηθεί αύξηση των συνεδριών που αφορά την θρησκεία.
- Οι θρησκευτικές διαδρομές και ιεραποστολές αφορούν τα άτομα που σκοπεύουν να διαδώσουν τις θρησκευτικές τους πεποιθήσεις. Κατά μία έννοια γίνεται αναφορά σε θρησκευτικό ταξίδι. Οι διαδρομές αυτές θυμίζουν τα ταξίδια που έκαναν και κάνουν οι προσκυνητές ιερών τόπων της θρησκείας τους. (Μοίρα, 2009: 49-61). Ήδη από τα αρχαία χρόνια οι Έλληνες επισκέπτονταν συχνά τους Δελφούς για να λάβουν χρησμούς από το μαντείο του Απόλλωνα. Ακόμη επισκέπτονταν της Επίδαυρο ελπίζοντας να θεραπευτούν μέσα στο ναό του Ασκληπιού. Στην Ελλάδα το νησί Τήνος, το σπήλαιο της Αποκαλύψεως στην Πάτμο, αλλά και η περιοχή των Μετεώρων και το Άγιο Όρος έχουν αναγνωρισθεί σύμφωνα με νόμους ως ιεροί χώροι και προστατεύονται με σκοπό της διαφύλαξη του θρησκευτικού στοιχείου. (Μοίρα, 2005: 34).

Οι Nolan&Nolan (1989) ορίζουν τρία κριτήρια για την καλύτερη κατανόηση του θρησκευτικού τουρισμού. Αυτά είναι:

- Το πρώτο κριτήριο είναι αυτό του προσκυνήματος. Πράγματι, υπάρχουν κτήρια και χώροι που δημιουργήθηκαν και χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για θρησκευτικούς σκοπούς. Και βέβαια είναι πολύ σημαντικό το γεγονός ότι οι θρησκευτικοί αυτοί χώροι που προσελκύουν προσκυνητές έχουν σχετικά μικρή αξία

ως χώροι έλξης τουρισμού. Η πλειοψηφία όσων επισκέπτονται τους τόπους αυτούς προέρχονται από τη γύρω περιοχή ή είναι ομάδες πιστών που επισκέπτονται τους τόπους αυτούς αποκλειστικά για προσκύνημα.

- Δεύτερο είναι το κριτήριο του θρησκευτικού τόπου έλξης των τουριστών. Σ' αυτό το κριτήριο ανήκουν θρησκευτικοί τόποι που προσελκύουν τουρίστες, επειδή διαθέτουν θρησκευτικά κτήρια με καλλιτεχνική ή μνημειακή σημασία (π.χ. η Αγία Σοφία στην Κωνσταντινούπολη, το Ταζ Μαχάλ στην Ινδία) κλπ.
- Το τρίτο κριτήριο είναι ο τρόπος που γιορτάζονται θρησκευτικές γιορτές μεγάλης σπουδαιότητας σε διάφορες περιοχές. Ένα παράδειγμα είναι ο τρόπος εορτασμού της Μεγάλης Εβδομάδας στην Κέρκυρα. Όσοι τουρίστες βρίσκονται στην Κέρκυρα εκείνη την εποχή, ακόμη κι αν το κίνητρο του ταξιδιού τους δεν είναι το θρησκευτικό, θα συμμετάσχουν και στις εκδηλώσεις της Μεγάλης Εβδομάδας. Επομένως, οι τόποι θρησκευτικού τουρισμού προσελκύουν τουρίστες όχι αποκλειστικά με θρησκευτικά κίνητρα.

#### **4.4.1. Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα.**

Στη χώρα μας υπάρχουν αρκετά θρησκευτικά μνημεία, μερικά από τα οποία έχουν εξασφαλίσει την αναγνώριση και την προστασία της UNESCO. Στον κατάλογο του παγκόσμιου αυτού οργανισμού έχουν προστεθεί τα παρακάτω θρησκευτικά μνημεία της χώρας: Ο αρχαιολογικός χώρος των Μυκηνών, τα Μετέωρα, το Άγιο Όρος, τα παλαιοχριστιανικά και βυζαντινά μνημεία της Θεσσαλονίκης, ο αρχαιολογικός χώρος του Μυστρά, οι μονές του Δαφνίου, του Οσίου Λουκά, η Νέα Μονή της Χίου, η Μονή του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου και το Σπήλαιο της αποκάλυψης στην Πάτμο. (Μοίρα, 2009: 159-163).

Η Ελλάδα διαθέτει και έναν μεγάλο αριθμό θρησκευτικών προσκυνημάτων παγκόσμιου ενδιαφέροντος, τα οποία συνεισφέρουν σημαντικά στο θρησκευτικό τουρισμό. Τέτοια θρησκευτικά προσκυνηματα είναι η Παναγία της Τήνου, η Παναγία Σουμελά, η Εκατονταπυλιανή της Πάρου, η Μονή Αγίας Λαύρας, η μονή του Μεγάλου Σπηλαίου, η Παναγία της Αγιάσου Λέσβου, ο Άγιος Διονύσιος Ζακύνθου, ο Άγιος Σπυρίδωνας, ο Άγιος Γεράσιμος κλπ. (Μοίρα, 2009:164-171).

Ωστόσο, δεν μπορούμε να πούμε ότι η πολιτεία έχει εκμεταλλευτεί τους παραπάνω παράγοντες, όσο θα έπρεπε, και έτσι δεν έχει γίνει κατανοητή η πολιτική που θα μπορούσε να ασκηθεί με σκοπό της ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού. Γι'

αυτό θα μπορούσαν οι αρμόδιοι για τον τουρισμό φορείς να συμβάλουν στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα εφαρμόζοντας κάποιες καινοτόμες ιδέες σαν τις παρακάτω:

- Καταγραφή των θρησκευτικών και πολιτιστικών πόρων.
- Προώθηση ειδικών προγραμμάτων με στόχο την εκπαίδευση σχετικά με τον θρησκευτικό τουρισμό.
- Αναζήτηση επενδύσεων για την κατασκευή, τη διατήρηση και την αποκατάσταση των θρησκευτικών μνημείων (εκκλησίες, μοναστήρια κλπ).
- Ενημέρωση των ντόπιων για τα θετικά στοιχεία που μπορεί να έχει η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού, όπως είναι η ενίσχυση των κατά τόπους τουριστικών προορισμών, αλλά και κατ' επέκταση της χώρας.
- Να φροντίζουν οι αρμόδιες αρχές για την παροχή προστασίας στο θρησκευτικό περιβάλλον και να μεριμνούν για τη σωστή λειτουργία του.
- Η Εκκλησία – σαν πιο αρμόδια για τη λειτουργία του εκάστοτε θρησκευτικού περιβάλλοντος – πρέπει να αποδεχθεί την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού και να συμμετέχει ενεργά στις δραστηριότητες που αφορούν στην ανάπτυξη και στη λειτουργία του.

Με εφαρμογή καινοτόμων ιδεών σαν τις παραπάνω, ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί και να καταστεί μια από τις σημαντικότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού με τα θετικά που μπορεί να προσφέρει. (Γιαννούλης, 2016: 59).

#### **4.5. Ο τουρισμός υγείας.**

Ο τουρισμός υγείας περιλαμβάνει προγράμματα που έχουν σχέση με την υγεία, όπως είναι τα ιαματικά λουτρά, ή προγράμματα σχετικά με την υγεία, όπως είναι η διαβίωση μέσα στη φύση σε συνδυασμό με υγιεινή διατροφή και ασκήσεις. Τα προγράμματα υγείας αποσκοπούν στην πρόληψη, στη θεραπεία ή στην αποκατάσταση της υγείας με σύγχρονες ιατρικές μεθόδους.

Ο τουρισμός υγείας παρουσιάζει μια μεγάλη ποικιλία υποδομών, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται μικρότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες είναι:

- **Θεραπευτικός ή ιατρικός τουρισμός:** Ο θεραπευτικός τουρισμός περιλαμβάνει προγράμματα με σκοπό την θεραπεία του ατόμου με αποκλειστικά σύγχρονες

μεθόδους. Μπορεί, για παράδειγμα, σε μια ονομαστή κλινική κάποιας χώρας να καταφτάνουν ταξιδιώτες απ' όλο τον κόσμο για να θεραπευτούν.

- **Τουρισμός φυσικοθεραπείας:** Στον τουρισμό φυσικοθεραπείας γίνεται εφαρμογή φυσικών μεθόδων θεραπείας. Υπάρχουν κέντρα, όπου εφαρμόζονται τέτοιες μέθοδοι, και τα οποία δέχονται επισκέπτες από όλα μέρη.
- **Τουρισμός υγιεινής διαβίωσης ή ευεξίας:** Τα άτομα ακολουθούν προγράμματα υγιεινής διατροφής αλλά κάνουν και ασκήσεις για μία υγιεινή και φυσική ζωή. Αυτά μπορεί να γίνουν, για παράδειγμα, σε μια κατασκήνωση στο βουνό ή κοντά στη θάλασσα. Επίσης, μπορεί να συνδυαστεί με επίσκεψη σε μονάδες SPA.
- **Ιαματικός τουρισμός:** Μονάδες ιαματικών λουτρών συναντάμε σε πολλές περιοχές του κόσμου. Εκεί πηγαίνουν άτομα τρίτης ηλικίας, αλλά και νεότερα, τα οποία αντιμετωπίζουν κάποιο πρόβλημα υγείας, το οποίο επιλύεται με μπάνιο μέσα σε ιαματικό νερό.
- **Τουρισμός ομορφιάς:** Ο τουρισμός αυτός περιλαμβάνει εφαρμογή προγραμμάτων ομορφιάς (αισθητικής, αποτρίχωσης, λιποαναρρόφησης κλπ).
- **Θερμαλισμός:** Θερμαλισμός ορίζονται όλες οι δραστηριότητες που πραγματοποιούνται στον ιαματικό τουρισμό σε συνδυασμό με τις δραστηριότητες αναψυχής. Για παράδειγμα, ιαματικός τουρισμός σε συνδυασμό με επιδείξεις ράφτινγκ ή κανό – καγιάκ. (Σφακιανάκης, 2000: 69-70).

Στον τουρισμό υγείας πάντως δεν καταφεύγουν πάντοτε τα άτομα που έχουν κάποιο πρόβλημα υγείας, αλλά τον επιλέγουν συχνά και άτομα που απλώς επιθυμούν για κάποιο διάστημα να ζήσουν έναν υγιεινό τρόπο ζωής ή να προλάβουν ένα ενδεχόμενο μελλοντικό πρόβλημα υγείας, ικανοποιώντας παράλληλα και τις τουριστικές ανάγκες τους. Πολλοί επιδιώκουν απλώς να αναζωογονηθούν και να χαλαρώσουν σε σωματικό, πνευματικό και συναισθηματικό επίπεδο. Εξάλλου, ο τουρισμός υγείας είναι μια δραστηριότητα, η οποία παρέχει στον ταξιδιώτη τη δυνατότητα, μέσα σ' ένα ποικίλο και υγιεινό φυσικό περιβάλλον, αισθητικά ωραίο και ασφαλές, να φροντίζει για την προσωπική του υγεία, ενώ παράλληλα να αφιερώσει τον ελεύθερο χρόνο του σε άλλες υγιεινές συνήθειες και ευχάριστες δραστηριότητες.

Στην Ελλάδα οι δραστηριότητες του τουρισμού υγείας δεν είναι πολύ διαδεδομένες, με εξαίρεση φυσικά τον ιαματικό τουρισμό, καθώς ιαματικά λουτρά συναντάμε σε αρκετές περιοχές της χώρας.

#### **4.5.1. Δραστηριότητες ιαματικού τουρισμού από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα.**

Με μια πρώτη ματιά, ο όρος «ιαματικός τουρισμός» περιλαμβάνει μια αντίφαση, καθώς οι έννοιες «τουρισμός» και «θεραπεία» είναι αντίθετες, δεν είναι δυνατόν να συνυπάρξουν. Κανονικά ο τουρίστας σκοπεύει να περάσει καλά για λίγες μέρες μακριά από τον τόπο διαμονής του και όχι να βρει θεραπεία για κάποιο πρόβλημά του. Στον τόπο που επιλέγει για προορισμό του διαμένει κατά κανόνα σε ένα τουριστικό κατάλυμα, ενώ όποιος ασθενής σκοπεύει να υποβληθεί σε θεραπεία ή σε επέμβαση, διαμένει σε ένα νοσηλευτικό ίδρυμα. Είναι εμφανές, λοιπόν, ότι πρόκειται για δύο διαφορετικές δραστηριότητες της ζωής του ανθρώπου, οι οποίες όχι μόνο δεν συμβιβάζονται αλλά συγκρούονται διότι ο τουρισμός προϋποθέτει καλή σωματική και ψυχική υγεία του ανθρώπου και όχι διαμονή του σε κάποιο νοσηλευτικό ίδρυμα για τη λήψη ιατρικής περίθαλψης. (Μοίρα, 2009).

Ο ιαματικός τουρισμός, σαν μορφή τουρισμού υγείας, ήταν πολύ γνωστός από την αρχαιότητα. Πρόκειται στην ουσία για το ταξίδι που πραγματοποιούν οι τουρίστες με προβλήματα υγείας σε τουριστικούς προορισμούς οι οποίοι περιλαμβάνουν ιαματικές πηγές ώστε να χρησιμοποιούν τα νερά των ιαματικών πηγών, στις οποίες τα νερά είναι θερμομεταλλικά δηλαδή έχουν θεραπευτικές ιδιότητες. Ο ιαματικός τουρισμός γίνεται στις περισσότερες περιπτώσεις από την τρίτη ηλικία. Ο σκοπός του είναι να βελτιώσει την ψυχική και τη σωματική υγεία του ατόμου. Μάλιστα, στις περιοχές που αναβλύζει ιαματικό νερό, συχνά οι υπεύθυνοι φροντίζουν να δημιουργήσουν τουριστικές εγκαταστάσεις που να συνδυάζουν την παροχή ιαματικών λουτρών με δραστηριότητες αναψυχής.

Ήδη στην αρχαία Ελλάδα, από τους ομηρικούς χρόνους, χρησιμοποιούσαν το ζεστό νερό για να θεραπεύσουν διάφορες αρρώστιες. Η λουτροθεραπεία, σύμφωνα με τη φιλοσοφία των αρχαίων Ελλήνων, κατείχε σημαντική θέση όχι μόνο στην προσωπική τους ζωή, ανεξάρτητα από την κοινωνική τους θέση, αλλά και στην ίδια την κοινωνική ζωή της αρχαίας Ελλάδας, αφού οι ιαματικές πηγές χάριζαν τα θεϊκά δώρα της υγείας, της ευεξίας, της ομορφιάς και του σθένους. Στους Ρωμαϊκούς και Βυζαντινούς χρόνους οι ιαματικές πηγές ήταν επίσης σε χρήση και, καθώς η λουτροθεραπεία με τα ιαματικά νερά ήταν η βασικότερη θεραπευτική μέθοδος για πολλές αρρώστιες, άρχισαν να δημιουργούνται γύρω από τις πηγές οι πρώτες λουτροπόλεις. Στα χρόνια μας υπάρχουν πολλές ιαματικές πηγές στην Ελλάδα, οι οποίες θεραπεύουν διάφορα νοσήματα. Επιπλέον, έχουν χτιστεί σε αρκετά σημεία της

Ελλάδας λουτροπόλεις που επισκέπτονται αρκετά άτομα για να θεραπευτούν από κάποια πάθηση ή απλά για να χαλαρώσουν και να αναζωογονηθούν. Παραδείγματα ιαματικών υδάτων στην χώρα μας είναι η Αιδηψός, η Κυλλήνη και τα Καμένα Βούρλα. (Σφακιανάκης,2000:71-73). Εξέλιξη των ιαματικών λουτρών είναι τα SPA, τα οποία όσοι τα επισκέπτονται μπαίνουν μέσα σε πισίνες ή ακολουθούν μεθόδους όπως θαλασσοθεραπεία, σοκολατοθεραπεία, θεραπεία με αιθέρια έλαια κλπ, προκειμένου να χαλαρώσουν και να νιώσουν καλύτερα.

Βέβαια προκύπτουν κάποια σημαντικά προβλήματα που αφορούν τον ιαματικό τουρισμό. Πρώτα από όλα, αρκετοί αποφεύγουν τη χρήση ιαματικών νερών, μη πιστεύοντας στις θεραπευτικές τους ιδιότητες. Επίσης, οι εργαζόμενοι στις ιαματικές πηγές αλλά και οι χρήστες τους δέχονται στον οργανισμό τους ραδιενέργεια. Τέλος, το πιο πρόσφατο γεγονός είναι πως αρκετά άτομα πλέον έχουν αντικαταστήσει την θεραπεία στις ιαματικές πηγές με τα κέντρα υγείας με αποτέλεσμα τόσο οι ιαματικές πηγές αλλά και ο ιαματικός τουρισμός να έχουν αρχίσει να παρουσιάζουν κάμψη. (Σφακιανάκης, 2000:83-84).

#### **4.5.2. Προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού υγείας.**

Ωστόσο, ο τουρισμός υγείας, παρά τα προβλήματα που παρουσιάζει, έχει αρκετές προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης. Εξάλλου, στη σύγχρονη εποχή, που προσφέρει τη δυνατότητα γρήγορης μετακίνησης των του ατόμου με τρένα, πλοία, αεροπλάνα κλπ, δεν επιτρέπεται η ανάπτυξη οποιασδήποτε μορφή τουρισμού να μένει πίσω εξαιτίας της μη λήψης των απαιτούμενων μέτρων. Η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας, λοιπόν, αλλά και των υποκατηγοριών του, θα μπορούσε να επιτευχθεί με καινοτόμες ιδέες σαν τις παρακάτω:

- Δημιουργία υποδομών (καταλύματα, χώροι περιπάτου κλπ) σε περιοχές, όπου υπάρχουν ιαματικές πηγές. Έτσι, θα μπορέσουν να εξυπηρετηθούν όσοι έχουν ανάγκη από ιαματικά λουτρά.
- Ο τουρισμός υγείας και ο ιαματικός τουρισμός θα μπορούσαν να προωθηθούν μέσω της τηλεόρασης ή του ραδιοφώνου.
- Ο κόσμος πρέπει να ενημερώνεται με μεγαλύτερη σαφήνεια για τα οφέλη που παρουσιάζει ο ιαματικός τουρισμός.
- Τα διάφορα κέντρα υγείας ή οι εγκαταστάσεις ιαματικών λουτρών θα μπορούσαν να προσλάβουν καταξιωμένους γιατρούς ή φυσικοθεραπευτές μεγάλης φήμης, οι οποίοι θα μεγάλωναν και τη φήμη των κέντρων. (Σφακιανάκης, 2000: 84).

#### 4.6. Ο ορεινός και ο ορειβατικός τουρισμός.

Η έλλειψη χώρων πρασίνου στα μεγάλα αστικά κέντρα σε συνδυασμό με τη μόλυνση της ατμόσφαιρας, την ηχορύπανση και την καθημερινή πίεση, χειροτερεύουν την ποιότητα ζωής του ανθρώπου. Αποτέλεσμα της κατάστασης αυτής ήταν να θελήσουν πολλοί άνθρωποι να έρθουν σε επαφή με τη φύση και με φυσικές περιοχές, όπως δασικές εκτάσεις. Όλοι αυτοί οι φυσικοί χώροι ήταν ιδανικοί για να δημιουργηθεί μια νέα μορφή εναλλακτικού τουρισμού, ο ορεινός τουρισμός.

Ο ορεινός τουρισμός περιλαμβάνει δραστηριότητες, όπως η ορειβασία, η αναρρίχηση, η πεζοπορία, η ορεινή ποδηλασία και οι ορεινές κατασκηνώσεις. Κι αυτό ακριβώς είναι το κύριο χαρακτηριστικό του ορεινού τουρισμού, ότι οι δραστηριότητές του λαμβάνουν χώρα συγκεκριμένα σε ορεινές περιοχές. Σαν ορεινές χαρακτηρίζουμε τις περιοχές που καλύπτονται από λόφους που είναι βατοί και μπορούν να έχουν πρόσβαση οι άνθρωποι σ' αυτούς όλο το χρόνο, καθώς και τις μέσες ορεινές ή ημιορεινές περιοχές οι οποίες είναι καλυμμένες με βουνά που το ύψος τους δεν ξεπερνά τα 1500 μέτρα και με όχι απότομες πλαγιές, ενώ ταυτόχρονα είναι και αυτές βατές και μπορεί κάποιος να έχει πρόσβαση σ' αυτές καθ' όλη τη διάρκεια του έτους εκτός από το χειμώνα. Απαραίτητο εξάρτημα για τον επισκέπτη του ορειβατικού τουρισμού είναι ένας ειδικός εξοπλισμός που τον βοηθάει να διαβαίνει τις ορεινές περιοχές. (Σφακιανάκης, 2000: 210-211).

Βέβαια, πολλοί επισκέπτες επιλέγουν τον ορειβατικό τουρισμό όχι για να συμμετάσχουν σε κάποια ορεινή δραστηριότητα, αλλά για να την παρακολουθήσουν. Από τουριστικής απόψεως ο ορειβατικός τουρισμός είναι μία μικρή σχετικά μορφή τουρισμού όσο αφορά το μέγεθος και είναι προσιτή αποκλειστικά στους ορειβάτες, δηλαδή αποτελεί επιλογή ενός μικρού μέρους των επισκεπτών. Ωστόσο, διαθέτει κι ένα πλεονέκτημα σε σχέση με άλλες μορφές τουρισμού, που είναι ότι δεν γνωρίζει χρονικούς περιορισμούς, αντίθετα μπορεί να ασκηθεί σε όλη τη διάρκεια του έτους και να ικανοποιήσει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων και αναγκών. Επίσης, προσφέρει σε όσους τον επιλέγουν μια πολύ σημαντική ωφέλεια, η οποία είναι να τους κάνει να γνωρίζονται μεταξύ τους, βελτιώνοντας έτσι την κοινωνικότητά τους. Ειδικά τα παιδιά βγαίνουν ακόμη περισσότερο ωφελημένα, καθώς, όπως έδειξαν σχετικές μελέτες, το φυσικό περιβάλλον επιδρά αποτελεσματικά στην πρόωμη κοινωνικοποίησή τους και αναπτύσσει τη φαντασία τους και τη δημιουργικότητά τους.

Σαν «ορειβασία» ορίζεται η δραστηριότητα, κατά την οποία ένα ή περισσότερα άτομα κινούνται στο περιβάλλον του βουνού και πιο συγκεκριμένα στα μονοπάτια του, ανεξάρτητα από τις καιρικές συνθήκες. Η ορειβασία μπορεί να έχει εύκολη ορειβατική διαδρομή αλλά και δύσκολη ανάλογα με την διάρκεια της, το υψόμετρο αλλά και το βουνό, στο οποίο πραγματοποιείται. Ακόμα, για να κάνει κάποιος ορειβασία, πρέπει να διαθέτει καλή φυσική κατάσταση και να κάνει και την κατάλληλη προετοιμασία. Μόνο έτσι θα μπορέσει να αντιμετωπίσει ενδεχόμενες ακραίες συνθήκες που θα συναντήσει. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι ορεινές περιοχές αποτελούν σε όλο τον κόσμο τον δεύτερο βασικότερο τουριστικό προορισμό μετά από τις ακτές και τα νησιά. (Σφακιανάκης, 2000:210-211).

Όσον αφορά την Ελλάδα, η επιφάνεια καλύπτεται κατά 80% περίπου από βουνά και η ορειβασία αναπτύχθηκε στην χώρα αρκετά νωρίς. Ο πρώτος ελληνικός ορειβατικός σύνδεσμος (ΕΟΣ) ιδρύθηκε το 1930 και στις μέρες μας λειτουργούν πάνω από 50, συχνά ένας ανά νομό. Τέλος, η ενασχόληση με τον ορειβατικό τουρισμό απαιτεί αρκετά χρήματα για την αγορά του ορειβατικού εξοπλισμού, αλλά και για την εκπαίδευση, η οποία επιπλέον είναι και επίπονη. Στην Ελλάδα διάσημοι ορεινοί προορισμοί που εμπεριέχουν μεγάλη ποικιλία δραστηριοτήτων είναι το Ζαγόρι, η Αρκαδία και τα Μετέωρα. Αυτοί οι προορισμοί αλλά και τα γύρω χωριά, πλαισιώνονται από υψηλά βουνά, ποτάμια, καλοδιατηρημένη αρχιτεκτονική και άλλους φυσικούς πόρους. (Σφακιανάκης, 2000:212).

#### **4.6.1. Προοπτικές ανάπτυξης του ορειβατικού τουρισμού.**

Το ότι όμως, όπως είπαμε παραπάνω, ο ορεινός τουρισμός αποτελεί επιλογή μιας μικρής μόνο ομάδας τουριστών, είναι ανάγκη να εφαρμοστούν σ' αυτόν καινοτόμες δράσεις και ιδέες, ώστε να γνωρίσει μεγαλύτερη ανάπτυξη και να προσελκύσει το ενδιαφέρον περισσότερων ανθρώπων. Στον ορεινό τουρισμό, λοιπόν, θα μπορούσαν να εφαρμοστούν τα παρακάτω:

- Ο τοπικός πληθυσμός και οι τοπικοί φορείς ανάπτυξης του ορεινού και ορειβατικού τουρισμού θα μπορούσαν να εντάξουν προγράμματα ορειβασίας αλλά και να οργανώσουν εκδηλώσεις γύρω από το ορεινό στοιχείο.
- Ενδιαφέρον θα είχε η διοργάνωση αγώνων, όπως αναρριχήσεις, ορειβατικό σκι, ορειβατική ποδηλασία. Πολλοί άνθρωποι θα πάνε είτε για να λάβουν μέρος στους αγώνες είτε απλώς για να τους παρακολουθήσουν.



- Θα έπρεπε να διαμορφωθούν κατάλληλες υποδομές και μονοπάτια τα οποία θα έχουν χαρτογραφηθεί ώστε να μπορούν να έχουν πρόσβαση περισσότερα άτομα.
- Η πρόσληψη κατάλληλα εκπαιδευμένου προσωπικού θα μπορεί να παρέχει συμβουλές και οδηγίες στους τουρίστες που θα θέλει να περιηγηθεί στα βουνά.
- Είναι ανάγκη κοντά στους χώρους ανάπτυξης του ορειβατικού τουρισμού να δημιουργούνται συμπληρωματικοί χώροι, όπως είναι τα εστιατόρια, οι καφετερίες, τα μπαρ, οι χώροι αναψυχής κλπ.
- Τέλος, πρέπει οι χώροι των δραστηριοτήτων του ορειβατικού τουρισμού να εξυπηρετούνται συγκοινωνιακά, όσο το δυνατόν καλύτερα, ώστε να μην έχουν καμιά δυσκολία να τους προσεγγίζουν όσοι το επιθυμούν. (Γιαννούλης, 2016: 28).

#### **4.7. Ο χιονοδρομικός τουρισμός.**

Οι μεγάλοι ορεινοί όγκοι που διαθέτουν πολλές χώρες διαδραματίζουν συχνά καθοριστικό ρόλο στη ζωή, αλλά και στην οικονομία των χωρών αυτών. Τα γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά τους συνεπάγονται ανεπαρκείς και υψηλού κόστους υποδομές, οι οποίες είναι δύσκολο να κατασκευαστούν. Τέλος, οι ορεινές περιοχές εγκαταλείπονται από τους κατοίκους τους, όπως βέβαια και οι αγροτικές, με αποτέλεσμα να επιδεινώνεται το πλαίσιο δραστηριοτήτων.

Όμως, πέρα από τα παραπάνω μειονεκτήματα, οι ορεινές περιοχές παρουσιάζουν και αρκετά πλεονεκτήματα, τα οποία μπορούν να διακριθούν σε δυο μεγάλες κατηγορίες: τη βιώσιμη αξιοποίηση και την κατάλληλη εκμετάλλευση των φυσικών πόρων και την ανάπτυξη ενός αριθμού δραστηριοτήτων, οι οποίες μπορούν να λάβουν χώρα μέσα στις ορεινές περιοχές κατά τη διάρκεια του χειμώνα και αποδοθούν με τη γενική ονομασία «χιονοδρομικός τουρισμός». (Νάστο, Μιχαήλογλου, 2015: 46).

Σαν «χιονοδρομικός τουρισμός», λοιπόν, ορίζεται εκείνη η μορφή εναλλακτικού τουρισμού, σύμφωνα με την οποία η βασική δραστηριότητα των τουριστών είναι οι χιονοδρομίες, οι οποίες γίνονται με σκι, με έλκηθρο ή με πατίνια. Στις χιονοδρομικές δραστηριότητες εντάσσεται και το χόκεϊ επί πάγου, το οποίο γνωρίζει άνθιση στις χώρες της Βόρειας και Κεντρικής Ευρώπης, καθώς και της Βόρειας Αμερικής. Φυσικά οι δραστηριότητες αυτές πραγματοποιούνται το χειμώνα κι έτσι ο χιονοδρομικός τουρισμός δεν έχει την ευελιξία να πραγματοποιείται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Η ιστορία αυτής της μορφής τουρισμού είναι πολύ παλιά – πιθανολογείται ότι ξεκινάει γύρω στα τέσσερις χιλιάδες χρόνια πριν. Τόσο χιονοδρομίες, όσο και ελκηθοδρομίες πραγματοποιούνταν από την αρχαιότητα στις Βόρειες χώρες της Ευρώπης, αλλά κυρίως στις Σκανδιναβικές χώρες λόγω των έντονων και συχνών χιονοπτώσεων τους περισσότερους μήνες του χρόνου. Οι χώρες της Βόρειας Ευρώπης, όπως και της Βόρειας Αμερικής, εξακολουθούν ακόμη να είναι οι κύριοι τόποι ανάπτυξης χιονοδρομικών δραστηριοτήτων και να αποκομίζουν περισσότερα έσοδα σε σχέση με αυτές που δεν παρουσιάζουν συχνά χιονοπτώσεις. (Σφακιανάκης, 2000:216-217). Εξάλλου, οι κάτοικοι των χωρών αυτών είναι πολύ εξοικειωμένοι με το χιόνι και με τα χιονοδρομικά αθλήματα και συχνά επισκέπτονται τα χιονοδρομικά κέντρα είτε για συμμετοχή σε αγώνες, είτε για μια απλή εκδρομή είτε για να κάνουν τις διακοπές τους. Επίσης, οι αθλητές από τις χώρες αυτές τυχαίνουν πολλών διακρίσεων στα χιονοδρομικά αθλήματα.

Τα χιονοδρομικά αθλήματα, ενώ γενικά εντάσσονται στο χιονοδρομικό τουρισμό, υπάρχουν και αυτοί που τα θεωρούν σαν μια ιδιαίτερη μορφή εναλλακτικού τουρισμού για τους παρακάτω λόγους:

- Τα αθλήματα αυτά εντάθηκαν σε μια διοργάνωση παγκοσμίων διαστάσεων, τους «Χειμερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες», η διοργάνωση των οποίων αποφασίστηκε το 1921 και πραγματοποιήθηκε για πρώτη φορά το 1924.
- Εκτός όμως από τους Χειμερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες, πραγματοποιούνται και αρκετοί τοπικοί, εθνικοί και περιφερειακοί αγώνες, όπου οι θεατές αλλά και οι συμμετέχοντες αποτελούν την αποκλειστική τουριστική πελατεία αυτής της ιδιαίτερης εναλλακτικής μορφής τουρισμού.

Τα κυριότερα χιονοδρομικά αθλήματα διακρίνονται στα :

- **Αθλήματα σκι:** Το αλπικό σκι που αποτελείται από τα εξής τέσσερα αγωνίσματα: Το σκι κατάβασης, το slalom, το γιγάντιο slalom και τέλος το υπέρ γιγάντιο slalom. Υπάρχει, επίσης, και το σύνθετο σκι που στην ουσία είναι ο συνδυασμός του σκι κατάβασης και του slalom.
- **Παγοδρομικά αθλήματα:** Αυτά διακρίνονται στο χόκεϊ επί πάγου, στο πατινάζ επιδείξεων, στο καλλιτεχνικό πατινάζ και στους αγώνες ταχύτητας επί πάγου οι οποίοι μπορούν να γίνουν στα 400, στα 500 αλλά και στα 1000 μέτρα. (Σφακιανάκης, 2000:220-221).

Στην Ελλάδα η χιονοδρομία εμφανίστηκε για πρώτη φορά στα τέλη της δεκαετίας του 1920. Ωστόσο, όπως εύκολα μπορούμε να καταλάβουμε, στην Ελλάδα δεν είναι δυνατόν να γνωρίσει μεγάλη ανάπτυξη, επειδή η χώρα διαθέτει πολύ καλό κλίμα και ήλιο και έτσι μόνο κάποιες χιονοπτώσεις παρατηρούνται στις βόρειες και στις βουνίσιες περιοχές για ελάχιστους μήνες. Είκοσι περίπου περιοχές στην Ελλάδα διαθέτουν χιονοδρομικά κέντρα. Κάποια από αυτά είναι τα 3-5 Πηγάδια που βρίσκονται στο νομό Ημαθίας, το κέντρο της Βασιλίτσας που είναι στη Βόρεια Πίνδο, το Βέρμιο – Σέλι που είναι στο νομό Ημαθίας, το Βέρνο – Βίτσι που βρίσκεται κοντά στην Καστοριά, το Περτούλι που είναι στο Πήλιο, το Καρακόλι που είναι στο Μέτσοβο και το Μαίναλο που βρίσκεται στο Παρνασσό. Αυτά τα χιονοδρομικά κέντρα δέχονται επισκέπτες από όλα τα μέρη της Ελλάδας, ωστόσο σε γενικές γραμμές δεν παρουσιάζουν μεγάλη κίνηση, αντίστοιχη με τα χιονοδρομικά κέντρα του εξωτερικού, καθώς όπως ήδη αναφέραμε, η χώρα μας δεν παρουσιάζει χιονοπτώσεις παρά μόνο το χειμώνα και σε ορισμένες μόνο περιοχές.

Πρέπει, ακόμη, να σημειώσουμε ότι όσοι ασχολούνται με τον χιονοδρομικό τουρισμό, είναι άνθρωποι νεαρής ή μέσης ηλικίας, κυρίως εύποροι, αφού η αγορά του απαιτούμενου εξοπλισμού είναι ακριβή. Έχει υπολογιστεί ότι από τους επισκέπτες του χιονοδρομικού κέντρου, μόνο το 1/3 λαμβάνει μέρος στις χιονοδρομίες και τα υπόλοιπα 2/3 επιθυμούν απλώς να δουν το μέρος και να αγοράσουν αναμνηστικά ή άλλων ειδών προϊόντων. (Νάστο, Μιχαήλογλου, 2015: 48).

#### **4.7.1. Προοπτικές ανάπτυξης του χιονοδρομικού τουρισμού.**

Ωστόσο, προκειμένου στην Ελλάδα, αλλά και σε άλλες χώρες με μειωμένη προσέλευση στα χιονοδρομικά κέντρα, να υπάρξει ανάπτυξη του χιονοδρομικού τουρισμού, θα μπορούσαν να εφαρμοστούν ιδέες σαν τις παρακάτω:

- Ικανοποιητικές συνθήκες για την άσκηση της χιονοδρομίας (υψόμετρο, ποσότητα – ποιότητα και διάρκεια της περιόδου των χιονοπτώσεων και κατάλληλη μορφολογία του εδάφους.
- Να κατασκευαστούν και άλλα χιονοδρομικά κέντρα σε χώρους που θα είναι πιο εύκολα προσβάσιμοι.
- Να γίνει προώθηση των χειμερινών αθλημάτων και να κατασκευαστούν υποδομές διεξαγωγής τους (μηχανικοί αναβατήρες, πίστες χιονοδρομίας κλπ), με σκοπό να

δείξουν ενδιαφέρον για αυτά περισσότεροι άνθρωποι, τόσο σαν διαγωνιζόμενοι, όσο και σαν απλοί επισκέπτες.

- Να κατασκευαστούν εγκαταστάσεις διαμονής για όσους επισκέπτονται τα χιονοδρομικά κέντρα (τουριστικά καταλύματα).
- Να γίνει σωστή ενημέρωση γύρω από τον χιονοδρομικό τουρισμό και τις δραστηριότητες που τον πλαισιώνουν και στις οποίες μπορεί να συμμετάσχει κάποιος ή να τις παρακολουθήσει σαν απλός θεατής. (Γιαννούλης, 2016: 36).

#### **4.8. Ο μαθησιακός ή μορφωτικός τουρισμός.**

Ο μαθησιακός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού που σχετίζεται με την μάθηση και αυτή επιδιώκουν όσοι τον επιλέγουν. Οι τουρίστες είναι εκπαιδευτικοί ή μαθητές, σπουδαστές και φοιτητές και συμμετέχουν σε επιμορφωτικά ταξίδια στο εξωτερικό ή στο εσωτερικό της χώρας τους, τα οποία συνήθως διοργανώνονται από εκπαιδευτικούς οργανισμούς. Στα ταξίδια τους αυτά μπορεί να παρακολουθούν μαθήματα μιας ξένης γλώσσας, σεμινάρια οικονομικού ή επιχειρηματικού ενδιαφέροντος κλπ. Παράλληλα όμως με την εκπαίδευσή τους, οι τουρίστες έχουν και χρόνο να αφιερώσουν σε ψυχαγωγικές ή μορφωτικές δραστηριότητες (επισκέψεις ιστορικών μνημείων και αρχαιολογικών χώρων, παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων κλπ). Η πλειοψηφία των ταξιδευτών του μαθησιακού τουρισμού είναι νέοι και έτσι κατά μία έννοια ο μαθησιακός τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί και «τουρισμός νέων». Κατά τον ίδιο τρόπο, μπορεί να χαρακτηριστεί και «εκπαιδευτικός», «σπουδαστικός», «φοιτητικός», ανάλογα με την ιδιότητα αυτών που συμμετέχουν. Στις μορφές αυτές μπορούμε να εντάξουμε και τον «προσκοπικό τουρισμό», ο οποίος σχετίζεται με τον τουρισμό των προσώπων και έχει επίσης έντονο μαθησιακό χαρακτήρα και επιπλέον η τουριστική του πελατεία είναι κυρίως νέοι. (Σφακιανάκης, 2000: 306).

Οι ανάγκες αυτής της μορφής τουρισμού είναι ιδιαίτερα αυξημένες και συνδυάζουν την κλασική τουριστική υποδομή (ξενοδοχεία, εστιατόρια κλπ) με την ειδική πολιτιστική υποδομή (πολιτιστικές και μορφωτικές εκδηλώσεις, βιβλιοθήκες, εκπαιδευτικό προσωπικό, εκπαιδευτικά ιδρύματα κλπ).

Ο μορφωτικός τουρισμός είναι ιδιαίτερα δημοφιλής σε ευρωπαϊκά σχολεία, κυρίως στη Γαλλία και στην Αυστρία. Η Ευρωπαϊκή Ένωση ενθαρρύνει πρωτοβουλίες μαθησιακού τουρισμού διοργανώνοντας προγράμματα, όπως οι «πράσινες τάξεις» ή οι «τάξεις κοντά στη θάλασσα» για όλες τις ηλικίες των μαθητών από το δημοτικό ως

το λύκειο. Οι πρωτοβουλίες αυτές συνδυάζουν το ταξίδι και τη γνωριμία με την περιοχή που θα επισκεφτούν οι μαθητές και οι δάσκαλοί τους, με τη διδασκαλία και τη μάθηση. (Νάστο, Μιχαήλογλου, 2015: 42).

#### **4.8.1. Προοπτικές ανάπτυξης του μαθησιακού τουρισμού.**

Για την προοπτική ανάπτυξης του μαθησιακού τουρισμού θα μπορούσαν να εφαρμοστούν οι παρακάτω καινοτόμες δράσεις :

- Να οργανώνονται ταξίδια και προγράμματα με ποικιλία αντικειμένων που θα αφορούν την μαθησιακή κοινότητα, με σκοπό τη μελέτη και τη μάθηση του κοινού που θα κάνει το ταξίδι. Να δίνεται έμφαση κυρίως στην παροχή κινήτρων στους νέους, οι οποίοι, εξάλλου, είναι και το μέλλον μιας χώρας.
- Να διοργανώνονται διάφοροι διαγωνισμοί γνώσεων στους οποίους οι διαγωνιζόμενοι θα ελέγχουν τις γνώσεις τους σε δραστηριότητες όπως ορθογραφία, μετάφραση, συγγραφή κειμένου κλπ.
- Να διοργανώνονται τεστ με κίνητρο κάποιο βραβείο ανάλογα με τις γνώσεις που έλαβαν από την χώρα ή την πόλη ή το μέρος που επισκέφθηκαν. (Γιαννούλης, 2016: 33).

#### **4.9. Ο αθλητικός τουρισμός.**

Η χρήση του όρου «αθλητικός τουρισμός» άρχισε να γίνεται μετά το 1970 και είχε σκοπό να περιγράψει την εναλλακτική μορφή τουρισμού, η οποία συνδύαζε το ταξίδι με αθλητικές δραστηριότητες. Για το λόγο αυτό μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισε να αντιμετωπίζεται ως αυτόνομο τμήμα της τουριστικής και αθλητικής βιομηχανίας, αλλά και να αποκτά ακαδημαϊκή οντότητα. Έτσι, ο αθλητικός τουρισμός είναι ένα σύγχρονο φαινόμενο, μολονότι ο αθλητισμός και ο τουρισμός έχουν διαχρονική σχέση μεταξύ τους.

Οι πιο δημοφιλείς δραστηριότητες του αθλητικού τουρισμού σχεδιάστηκαν έτσι, ώστε να προσελκύουν σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων και να υπάρξει ταυτόχρονα οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη του εκάστοτε τόπου προορισμού. Από την άλλη, οι υπεύθυνοι της τουριστικής βιομηχανίας, καθώς ανέκαθεν αναζητούσαν νέους τομείς επέκτασης των δραστηριοτήτων τους, διέκριναν ότι από τον αθλητισμό θα μπορούσαν να αποκομίσουν σημαντικά οικονομικά κυρίως οφέλη και γι' αυτό προχώρησαν σε σημαντικές επενδύσεις στον τομέα αυτό.

Τα παραπάνω έχουν σαν αποτέλεσμα ο αθλητικός τουρισμός να αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς και να έχει και περιθώρια για ακόμη περαιτέρω ανάπτυξη, μια που παρουσιάζονται διαρκώς αρκετοί ενδιαφερόμενοι για ένα τουριστικό ταξίδι που συνδυάζεται με αθλητικές δραστηριότητες.

Συνεπώς, ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να ορισθεί σαν όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής ανάμιξης σε αθλητικές δραστηριότητες, όπου η συμμετοχή είναι τυχαία ή οργανωμένη και γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους, με προϋπόθεση τη μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας.

Βεβαίως, ο αθλητικός τουρισμός δεν είναι μια απλή μορφή εναλλακτικού τουρισμού, αλλά ένα σύνθετο και πολύπτυχο φαινόμενο. Απαιτούνται υψηλής ποιότητας υποδομές σε διάφορους τομείς υποστήριξης, όπως είναι το φυσικό και το τεχνητό περιβάλλον, οι υπηρεσίες, η διασκέδαση, οι μεταφορές, η στέγαση, η πολιτιστική κληρονομιά, οι οργανισμοί και οι κατασκευασμένες διευκολύνσεις.

Ο αθλητικός τουρισμός είναι πολυέξοδος, ωστόσο όσοι ταξιδιώτες έχουν τη δυνατότητα να ανταποκριθούν στις οικονομικές του απαιτήσεις, αποκομίζουν μοναδικές εμπειρίες τόσο αν είναι απλοί θεατές των γεγονότων, όσο και αν συμμετέχουν. Το άμεσο όφελος για έναν τόπο που διοργανώνει αγώνες φαίνεται άμεσα και είναι τα κέρδη που προκύπτουν, ενώ το έμμεσο όφελος φαίνεται μακροπρόθεσμα, αφού όλο και περισσότεροι τουρίστες επιλέγουν να επισκεφτούν τη περιοχή. (Νάστο, Μιχαήλογλου, 2015: 52-53).

#### **4.9.1. Μορφές αθλητικού τουρισμού.**

Κάποιες από τις βασικότερες μορφές του αθλητικού τουρισμού είναι:

**1. Ο τουρισμός αθλητικών διοργανώσεων.** Περιλαμβάνει τους τουρίστες οι οποίοι ταξιδεύουν με σκοπό να παρακολουθήσουν αθλητικούς αγώνες ως θεατές, έχοντας κανονίσει τουλάχιστον μία διανυκτέρευση στο τόπο που θα πραγματοποιηθούν οι αγώνες. Μ' αυτόν τον τρόπο συνδυάζουν την παρακολούθηση αθλητικών γεγονότων με τις διακοπές τους. Περιλαμβάνει ακόμη τα μέλη αθλητικών ομάδων (παίκτες, προπονητές, παράγοντες κλπ) που ταξιδεύουν για να λάβουν μέρος σε αθλητικές διοργανώσεις. Τέλος, αθλητικό τουρισμό κάνουν και τα δημοσιογραφικά επιτελεία που μεταβαίνουν στον τόπο μιας αθλητικής διοργάνωσης για να καλύψουν τα γεγονότα. Όλοι αυτοί συνδυάζουν το ταξίδι τους με τουλάχιστον μια διανυκτέρευση, απολαμβάνοντας ταυτόχρονα τουριστικές υπηρεσίες. Έτσι, διοργανώσεις που

προσελκύουν μεγάλες μάζες επισκεπτών είναι το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου, οι Ολυμπιακοί Αγώνες κλπ.

**2. Ο τουρισμός αθλητικής αναψυχής.** Γίνεται από τα άτομα που επιθυμούν να περάσουν τις διακοπές τους βελτιώνοντας παράλληλα τη φυσική τους κατάσταση με τη συμμετοχή τους σε ορισμένα προγράμματα υπαίθριων αθλητικών δραστηριοτήτων, όπως είναι η ιππασία, η αναρρίχηση κλπ. Τα προγράμματα αυτά μπορεί να διοργανώνονται από διάφορους συλλόγους, να αποτελούν προσωπική πρωτοβουλία του ταξιδιώτη ή να είναι υπό την επίβλεψη γυμναστών ή προπονητών που διαθέτουν πολλά ξενοδοχεία.

**3. Ο προπονητικός τουρισμός.** Εμπεριέχει μια επαγγελματική ή ερασιτεχνική ομάδα ή ακόμα και τον αθλητή που ταξιδεύει για να συμμετάσχει σε συγκεκριμένα προγράμματα προετοιμασίας, σε συγκεκριμένα προπονητικά κέντρα, διαμένοντας σε ξενοδοχεία που διαθέτουν γυμναστήριο με τον κατάλληλο εξοπλισμό. Στην Ελλάδα αυτή η μορφή εναλλακτικού τουρισμού δεν έχει αναπτυχθεί ακόμη αρκετά, μολονότι οι κατάλληλες υποδομές δεν λείπουν. (Γιαννούλης, 2016: 60-61).

#### **4.9.2. Ο αθλητικός τουρισμός στην Ελλάδα.**

Μέχρι τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Αθήνα, η Ελλάδα δεν διέθετε τις σύγχρονες αθλητικές υποδομές που διαθέτουν άλλες χώρες, με αποτέλεσμα να μην παρουσιάζει αυξημένη κίνηση στον αθλητικό τουρισμό. Μετά την επιτυχή διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων όμως, δημιουργήθηκαν οι προοπτικές ανάπτυξης αυτής της μορφής εναλλακτικού τουρισμού στη χώρα μας. Εξάλλου, όλοι γνωρίζουν ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες προέρχονται από την Αρχαία Ελλάδα – γι' αυτό και η ελληνική αποστολή παρελαύνει πάντα πρώτη στις τελετές έναρξης – και αυτό αποτελεί ένα σημαντικό κίνητρο, για να αναπτυχθούν αθλητικές δραστηριότητες μεγάλης εμβέλειας και στην Ελλάδα.

Ωστόσο, παρατηρείται αύξηση της ζήτησης κάποιων σπορ τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας. Αυτά είναι:

**1) Το γκολφ.** Πρόκειται για ένα άθλημα που, ενώ παλιότερα αποτελούσε δραστηριότητα κυρίως των ανώτερων οικονομικά στρωμάτων, στα χρόνια μας αποκτά όλο και μεγαλύτερο κοινό. Σήμερα στην Ελλάδα λειτουργούν περίπου 5 γήπεδα γκολφ στη Γλυφάδα, στην Κέρκυρα, στη Χαλκιδική, στη Ρόδο και στην Χερσόνησο της Κρήτης. Όμως υπάρχει ενδιαφέρον για τη δημιουργία ακόμη περισσότερων γηπέδων, καθώς οι οπαδοί του αθλήματος πληθαίνουν.

**2) Η ιππασία.** Πρόκειται για ένα άθλημα αρκετά πολυέξοδο και γι' αυτό το λόγο άλλοτε ασχολούνταν μ' αυτό αποκλειστικά οι αριστοκράτες και οι πλούσιοι. Στη συνέχεια όμως έγινε πιο προσιτό στο ευρύ κοινό, καθώς δημιουργήθηκαν αρκετοί ιππικοί όμιλοι, όπου μπορεί ο καθένας, χωρίς να διαθέτει δικό του άλογο, να ασκηθεί στο άθλημα της ιππασίας. Στην Ελλάδα εμφανίστηκε λίγο πριν την έναρξη του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και από τότε γνωρίζει συνεχώς άνοδο.

**3) Το τένις.** Πρόκειται για ένα από τα πιο γνωστά αθλήματα του εναλλακτικού τουρισμού, το οποίο, επίσης, άλλοτε αποτελούσε δραστηριότητα των ανώτερων κοινωνικών και οικονομικών στρωμάτων. Πλέον, όμως, είναι ένα άθλημα προσιτό σε όλους και γι' αυτό έχουν δημιουργηθεί πολλά γήπεδα τένις, τόσο στις εγκαταστάσεις αθλητικών συλλόγων, όσο και υπό την επίβλεψη των τοπικών δήμων. Όμως και πολλές ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις περιλαμβάνουν, επίσης, γήπεδα τένις κι έτσι μπορεί κάποιος να συνδυάσει τις διακοπές του με αθλητικές δραστηριότητες.

Στην Ελλάδα κάποιοι βασικοί προορισμοί που μπορεί να επιλέξει κάποιος ταξιδιώτης αθλητικού τουρισμού είναι η Κρήτη, η Αττική, η Ολυμπία και τα νησιά. (Γιαννούλης, 2016: 61-62).

#### **4.9.3. Προοπτικές ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού.**

Στην Ελλάδα ο αθλητικός τουρισμός είναι διαδεδομένος, όπως είδαμε, ωστόσο θα μπορούσε να επιτευχθεί περαιτέρω ανάπτυξη του, αν εφαρμόζονταν οι παρακάτω καινοτόμες δράσεις:

- Οι δήμοι να φροντίζουν να διαθέτουν στα όρια της ευθύνης τους τις κατάλληλες αθλητικές εγκαταστάσεις, ειδικά όσοι βρίσκονται σε δημοφιλείς τοπικούς προορισμούς.
- Τα ξενοδοχεία μπορούν να δημιουργούν ειδικά διαμορφωμένους χώρους, όπου οι πελάτες τους θα μπορούν να ασκούνται σε αθλητικές δραστηριότητες.
- Μπορούν να διοργανώνονται διεθνή αθλητικά τουρνουά σχολείων, παιδικών τμημάτων συλλόγων κλπ, τα οποία θα προσελκύουν περισσότερους ταξιδιώτες αθλητικού τουρισμού.
- Να δοθούν κίνητρα για την αύξηση του αθλούμενου ανθρώπινου δυναμικού της Ελλάδας.
- Οι αθλητικές διοργανώσεις της Ελλάδας θα μπορούσαν να διαφημίζονται στις χώρες του εξωτερικού κυρίως μέσω του διαδικτύου, το οποίο πλέον είναι αρκετά



διαδεδομένο στην εποχή μας. Τέτοιες διοργανώσεις που θα μπορούσαν να διαφημίζονται είναι, για παράδειγμα, ο Μαραθώνιος.

- Να εξεταστούν οι νομοί της χώρας, αλλά και οι ευρύτερες γεωγραφικές περιοχές για το πόσο θα μπορούσαν να συμβάλουν στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού της χώρας. Έτσι, όσοι θα επιλέγουν τον αθλητικό τουρισμό θα είναι ενημερωμένοι για τις δυνατότητες που θα τους προσφέρονται.
- Τέλος, θα μπορούσαν να δημιουργηθούν πάρκα που θα επικεντρωθούν στο εκπαιδευτικό αλλά και ψυχαγωγικό περιεχόμενο που θα επισκέπτονται μαθητές και γενικότερα άτομα που θα έχουν ως σκοπό να γνωρίσουν και να μάθουν την αθλητική ιστορία αλλά και θα μάθουν να συμμετέχουν σε αθλήματα. Όπως και να γνωστοποιηθούν τα οφέλη που παρουσιάζουν οι αθλητικές δραστηριότητες στην υγεία και στην φυσική κατάσταση του ατόμου αλλά και γενικότερα στην βελτίωση της ποιότητας της ανθρώπινης ζωής. (Γιαννούλης, 2016: 62-63).

#### **4.10. Ο κοινωνικός τουρισμός.**

Σαν «κοινωνικό τουρισμό» μπορούμε να ορίσουμε το σύνολο των σχέσεων και των διεργασιών που προέρχονται από κρατικές επιδοτήσεις, βάση συγκεκριμένων προγραμμάτων, και συμμετοχή στα τουριστικά ταξίδια κυρίως των κοινωνικών στρωμάτων που έχουν χαμηλό εισόδημα και αδυνατούν να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι με δικά τους έξοδα. Με άλλα λόγια, αποτελεί μια παροχή βοήθειας και έχει χαρακτήρα ανθρώπινο και κοινωνικό. (Σφακιανάκης, 2000: 228).

Αφού, λοιπόν, πρόκειται κυρίως για τουρίστες με χαμηλά εισοδήματα, καταλαβαίνουμε ότι αυτό το είδος εναλλακτικού τουρισμού αναφέρεται κυρίως σε εσωτερικές μετακινήσεις, μολοντί δεν λείπουν και προγράμματα διεθνούς κοινωνικού τουρισμού.

Ο κοινωνικός τουρισμός ορίζεται από τους παρακάτω παράγοντες:

- Η Πολιτεία και οι αρμόδιοι για τον τουρισμό φορείς που επιδοτούν τα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού και μεριμνούν για την ανάπτυξή του.
- Όπως είναι ευνόητο, το ύψος των επιδοτήσεων που καταβάλλονται είναι ο πιο καθοριστικός παράγοντας, καθώς από αυτό καθορίζεται ο αριθμός των αφίξεων κοινωνικού τουρισμού.
- Τέλος, παράγοντα αποτελούν και τα άτομα που δικαιούνται να πάρουν εισιτήρια κοινωνικού τουρισμού. (Σφακιανάκης, 2000: 229-230).

Οι ρίζες του κοινωνικού τουρισμού ανάγονται πολύ παλιά, στη δεκαετία του '20, όταν και αναγνωρίστηκε το δικαίωμα του εργαζόμενου ανθρώπου να παίρνει άδεια για να κάνει διακοπές. (Σφακιανάκης, 2000: 228).

Ένα ταξίδι κοινωνικού τουρισμού μπορεί να διαρκέσει από 5 έως 7 ημέρες, ενώ σε κάποιες συγκεκριμένες περιπτώσεις μπορεί να παραταθεί κατά 3-4 ημέρες. Όμως ο προορισμός και η περίοδος που θα πραγματοποιηθεί κάθε ταξίδι, καθορίζονται αποκλειστικά από τους φορείς του κοινωνικού τουρισμού. Ο κοινωνικός τουρισμός περιλαμβάνει ένα πλήρες πακέτο και οι δραστηριότητες που προσφέρει στους τουρίστες έχουν χαρακτήρα πολιτιστικό, εκπαιδευτικό, ψυχαγωγικό, χαλάρωσης κλπ.

Συγκεκριμένα, μπορεί να περιλαμβάνει:

- 1) Τα καταλύματα, όπου θα διαμείνουν οι τουρίστες. Συνήθως πρόκειται για ενοικιαζόμενα δωμάτια, κρουαζιερόπλοια, οργανωμένες κατασκηνώσεις και άλλα.
- 2) Η διατροφή που τις περισσότερες φορές περιλαμβάνει πρωινό ή μερική ή πλήρης διατροφή.
- 3) Οι διάφορες μετακινήσεις κατά τη διάρκεια του ταξιδιού δεν περιλαμβάνονται στο τουριστικό πακέτο σχεδόν ποτέ.
- 4) Το πακέτο περιλαμβάνει αρκετές δραστηριότητες, όπως είναι θεατρικές παραστάσεις, συμμετοχή σε τοπικά πανηγύρια, επίσκεψη σε μουσεία κλπ.

Τα άτομα που επιδιώκουν να αποκτήσουν εισιτήρια κοινωνικού τουρισμού, είναι οι εργαζόμενοι με χαμηλό χρηματικό εισόδημα, οι άνεργοι, οι άνθρωποι με ειδικές ανάγκες, οι πολύτεκνες οικογένειες και οι ασφαλισμένοι στο ΙΚΑ με προγράμματα που αφορούν την Εργατική Εστία. (Σφακιανάκης, 2000: 231).

#### **4.10.1. Ο κοινωνικός τουρισμός στην Ελλάδα.**

Στην Ελλάδα το επίδομα αδείας καθιερώθηκε το 1962 και ο κοινωνικός τουρισμός εφαρμόστηκε για πρώτη φορά το 1982, οπότε και ξεκίνησαν τα πειραματικά προγράμματα από τον ΕΟΤ, αλλά και την γενική γραμματεία της νέας γενιάς. Στις μέρες μας ο θεσμός του κοινωνικού τουρισμού παρουσιάζει άνοδο, ωστόσο, σε σύγκριση με ξένες χώρες, εξακολουθεί να υπολείπεται τόσο σε αριθμό δικαιούχων, όσο και στο ύψος των επιδοτήσεων που καταβάλλονται για κοινωνικό τουρισμό. Στην Ελλάδα, ως τουριστικοί προορισμοί κοινωνικού τουρισμού επιλέγονται περιοχές που δεν είναι κορεσμένες τουριστικά, όπως είναι, για παράδειγμα, τα νησιά. Κι αυτό, προκειμένου να τηρηθεί μια γεωγραφική ισοκατανομή.

Οι κυριότεροι φορείς κοινωνικού τουρισμού στην Ελλάδα είναι :

- Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ), που είναι εξάλλου και ο γενικός τουριστικός φορέας του ελληνικού τουρισμού.
- Η εργασιακή εστία που αφορά τους ασφαλισμένους στο ΙΚΑ.
- Η γενική γραμματεία νέας γενιάς που αφορά τη νεολαία της χώρας. (Γιαννούλης, 2016: 43-44).

#### **4.10.2. Προοπτικές ανάπτυξης του κοινωνικού τουρισμού.**

Προκειμένου ο κοινωνικός τουρισμός να γνωρίσει περαιτέρω ανάπτυξη και να μπορούν έτσι να πηγαίνουν διακοπές ακόμη περισσότεροι άνθρωποι με χαμηλό εισόδημα, θα μπορούσαν να εφαρμοστούν οι παρακάτω καινοτόμες δράσεις:

- Η πολιτεία να φροντίζει να εξασφαλίζει περισσότερα κονδύλια για τη χρηματοδότηση ταξιδιών κοινωνικού τουρισμού. Εξάλλου, πρόκειται για κοινωνικό έργο, αφού οι άνθρωποι που διεκδικούν τα εισιτήρια αδυνατούν να πάνε διακοπές στηριζόμενοι στα δικά τους εισοδήματα.
- Η Πολιτεία αλλά και οι υπόλοιποι φορείς του κοινωνικού τουρισμού να φροντίζουν να ενημερώνονται ποιες περιοχές στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό ενδείκνυνται για την πραγματοποίηση ταξιδιών κοινωνικού τουρισμού και να καταρτίζουν ανάλογα τα ταξιδιωτικά προγράμματα.
- Οι δικαιούχοι των εισιτηρίων κοινωνικού τουρισμού να ενημερώνουν τους αρμόδιους για ποιο λόγο επιθυμούν να κάνουν διακοπές, έτσι ώστε αυτοί να τον στείλουν σ' ένα μέρος, όπου θα βρει αυτό που επιθυμεί. (Γιαννούλης, 2016: 44).

#### **4.11. Ο θαλάσσιος τουρισμός.**

Η θάλασσα είναι ένα από τα πιο δημοφιλή στοιχεία που προσελκύουν τους τουρίστες. Η προτίμηση αυτή δεν είναι ένα φαινόμενο της εποχής μας, αλλά η προέλευσή του χάνεται στα βάθη της αρχαιότητας, καθώς από τότε υπήρξαν αρκετά πλοία που χρησιμοποιούνταν αποκλειστικά για ψυχαγωγικούς σκοπούς. Τα πιο γνωστά από αυτά ήταν τα Συρακούσια, που ναυπηγήθηκαν για τη διασκέδαση των τυράννων των Συρακουσών.

Η θαλάσσια περιήγηση στη σύγχρονη μορφή της ξεκίνησε στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα, όταν τα επιβατηγά πλοία πραγματοποιούσαν μακρινά ταξίδια μεταφέροντας πλήθη ανθρώπων, που επιθυμούσαν να επισκεφτούν άλλους τόπους πέρα από τη θάλασσα. Στις μέρες μας ο θαλάσσιος τουρισμός δεν περιορίζεται στα θαλασσινά ταξίδια, μολονότι τα πλοία που τα πραγματοποιούν είναι πλέον εξελιγμένα. Ο όρος

περιλαμβάνει πλέον και κάθε ανθρώπινη δραστηριότητα που εκδηλώνεται μέσα στο θαλάσσιο χώρο και αποσκοπεί στην αναψυχή ή στην πολιτισμική επικοινωνία ή και στα δυο. Ο θαλάσσιος τουρισμός, λοιπόν, αφορά το θαλασσινό στοιχείο, επομένως δεν περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που πραγματοποιούνται σε λίμνες ή σε ποτάμια. Διάφορες δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στο θαλάσσιο τουρισμό είναι οι βόλτες με σκάφη αναψυχής, η κολύμβηση, οι κρουαζιέρες, η συμμετοχή σε θαλάσσια αθλήματα (καταδύσεις κλπ), το ψάρεμα, οι επισκέψεις σε ναυτικά μουσεία και πολλές άλλες. Ο επισκέπτης που θα επιλέξει το θαλάσσιο τουρισμό θα πρέπει να γνωρίζει το θαλάσσιο περιβάλλον ή να επιθυμεί να το γνωρίσει, καθώς και να είναι αποφασισμένος να συμβάλει στην προστασία του και διάσωσή του. (Μυλωνόπουλος και Μοίρα, 2005: 23-25).

Οι περισσότερες χώρες που διαθέτουν επαρκή θαλάσσιο χώρο, προσπαθούν να τον εκμεταλλευθούν σαν μέσο προσέλκυσης τουριστών, γιατί μ' αυτόν τον τρόπο δημιουργούνται θέσεις εργασίας και αυξάνονται τα κέρδη. Πολλές είναι οι μορφές του θαλάσσιου τουρισμού, τις οποίες θα δούμε αμέσως παρακάτω. (Μυλωνόπουλος και Μοίρα, 2005: 36).

#### **4.11.1. Μορφές θαλάσσιου τουρισμού.**

Ο θαλάσσιος τουρισμός διαιρείται σε πολλές μορφές με τα εξής κριτήρια: α) τα κίνητρα που ωθούν τους τουρίστες να επιλέξουν τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού, β) από το θαλάσσιο χώρο, μέσα στον οποίο θα πραγματοποιηθεί η δραστηριότητα και γ) το πλωτό μέσο, το οποίο χρησιμοποιούν οι τουρίστες. Με βάση, λοιπόν, τα κριτήρια αυτά, μπορούν να οριστούν οι παρακάτω κατηγορίες θαλάσσιου τουρισμού:

**1. Ο παράκτιος τουρισμός.** Πρόκειται για το σύνολο των παράκτιων δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται για λόγους αναψυχής και μπορεί με τη σειρά του να διαιρεθεί σε τουρισμό παραλίας και τουρισμό όρμου, ανάλογα με το μέρος διεξαγωγής των δραστηριοτήτων. Ο τουρισμός παραλίας δίνει στον τουρίστα την ευκαιρία να απολαύσει το θαλάσσιο περιβάλλον χωρίς να απομακρυνθεί από τη στεριά. Μάλιστα, του παρέχει μια μεγάλη ποικιλία δραστηριοτήτων, οι οποίες είναι:

- α) Περίπατος στην παραλία, που είναι μια υγιεινή δραστηριότητα, ηλιοθεραπεία και παιχνίδια που μπορούν να πραγματοποιηθούν στην παραλία όπως ρακέτες.
- β) Το ψάρεμα στην ακτή: Η διαδικασία αυτή εμπεριέχει την πώληση αδειών αλιείας συγκεκριμένης χρονικής διάρκειας, ενοικίαση δωματίων από τουρίστες, που

καταφτάνουν αποκλειστικά για να ψαρέψουν και χρήση κάποιου ξεναγού για να παρέχει οδηγίες και συμβουλές για την περιοχή του ψαρέματος.

γ) Παρακολούθηση θαλάσσιων θηλαστικών: Πολλές φορές θαλάσσια θηλαστικά, όπως δελφίνια, φάλαινες και φώκιες πλησιάζουν την ακτή και οι τουρίστες αρέσκονται να τα παρακολουθούν.

δ) Παρακολούθηση της παλίρροιας κυρίως από κάποιο ωραίο τοπίο.

ε) Απόλαυση του θαλάσσιου περιβάλλοντος: Αυτή η δραστηριότητα απεικονίζει τη θέα προς τη θάλασσα και την απόλαυση της θαλάσσιας αύρας. (Μυλωνόπουλος και Μοίρα, 2005: 51-56).

Ο τουρισμός όρμου από την πλευρά του, αναφέρεται στις δραστηριότητες αναψυχής που πραγματοποιούνται μέσα στο θαλάσσιο χώρο, κοντά σε ακτές που έχουν χαρακτηριστεί «προστατευόμενες». Δραστηριότητες του τουρισμού όρμου είναι οι παρακάτω:

α) Η κολύμβηση αποτελεί μία βασική δραστηριότητα που προσελκύει πολλούς τουρίστες απ' όλο τον κόσμο.

β) Το Surfing είναι μια πολύ διαδεδομένη δραστηριότητα παγκοσμίως, αλλά ταυτόχρονα αποτελεί και άθλημα. Με το surfing ο άνθρωπος κινείται στην επιφάνεια της θάλασσας με την υποστήριξη των κυμάτων έχοντας μία σανίδα που συχνά κατασκευάζεται είτε από πλαστικό ή πλαστικό.

γ) Το windsurfing αποτελεί ένα συνδυασμό του surfing με την ιστιοπλοΐα.

δ) Το θαλάσσιο σκι: Πρόκειται για την κίνηση που κάνει το άτομο στην επιφάνεια της θάλασσας με την χρήση των ειδικών πέδινων, ενώ ταυτόχρονα τον τραβούν με σκοινί από ένα ταχύπλοο.

ε) Το θαλάσσιο αλεξίπτωτο ή parasailing: Το άτομο ανυψώνεται με τη βοήθεια κάποιας ειδικής πτητικής μηχανής, την οποία έλκει κάποιο ταχύπλοο με τη βοήθεια ενός σκοινιού.

στ) Τα μηχανοκίνητα μέσα θαλάσσης: α) Το Aqua scooter, πάνω στο οποίο στέκεται όρθιο ένα άτομο και είτε προχωράει πάνω στο νερό με τη βοήθεια της μηχανής είτε έλκεται από κάποιο ταχύπλοο με τη βοήθεια ενός σκοινιού, β) το θαλάσσιο μοτοποδήλατο, στο οποίο μπορούν να επιβαίνουν έως και 3 άτομα, γ) το θαλάσσιο έλκηθρο το οποίο συχνά έλκεται από ταχύπλοο σκάφος και δ) το θαλάσσιο δαχτυλίδι, το οποίο αποτελεί ένα πνευστό κυκλικό μέσο και με πλαστική επιφάνεια και έλκεται από ταχύπλοο σκάφος.

ζ) Τα κανό και καγιάκ: Τα κανό είναι μικρά ελαφριά σκάφη, μακρόστενου μεγέθους, χωρίς καρίνα, στα οποία επιβαίνουν ένα ή περισσότερα άτομα, τα οποία με τη βοήθεια μονών ή διπλών κουπιών, κάνουν το σκάφος να κινείται. Τα καγιάκ είναι και αυτά ελαφριά, ευέλικτα σκάφη, αλλά μικρότερου μεγέθους από τα κανό. Επιβαίνει σ' αυτά ένα μόνο άτομο, το οποίο χειρίζεται ένα διπλό μονοκόμματο κουπί και τοποθετείται στο μοναδικό άνοιγμα που διαθέτει το σκάφος με τα πόδια απλωμένα στο μπροστινό μέρος του σκάφους. (Μυλωνόπουλος και Μοίρα, 2005: 56-63).

**2. Ο υποβρύχιος τουρισμός** Αυτή η μορφή εναλλακτικού τουρισμού ικανοποιεί την πανάρχαια επιθυμία του ανθρώπου να εξερευνήσει το βυθό της θάλασσας και να ανακαλύψει τι κρύβεται εκεί. Ήδη από την αρχαιότητα στην Ελλάδα βουτούσαν πολλοί σε μεγάλα βάθη για να βρουν σφουγγάρια. Ωστόσο, δεν βουτούσαν στο βυθό για λόγους αναψυχής λόγω της ανασφάλειας, της ανησυχίας μπροστά στο άγνωστο και της αδυναμίας πρόσβασης εκεί.

Όμως στην εποχή μας, λόγω της εξέλιξης της τεχνολογίας, πλήθος ανθρώπων έχει έρθει σε επαφή με το θαλάσσιο περιβάλλον και με τους οργανισμούς που ζούνε σ' αυτό. Ακόμη, η προβολή σχετικών ντοκιμαντέρ εξήρε την περιέργεια των ανθρώπων να εξερευνήσουν τα βάθη της θάλασσας.

Συνέπεια όλων αυτών ήταν και η αύξηση των ανθρώπων που ασχολούνται με τις καταδύσεις. Πράγματι, η κατάδυση είναι μια αγαπημένη ασχολία πολλών που επιλέγουν δραστηριότητες θαλάσσιου τουρισμού και μπορεί να γίνει είτε χωρίς τη βοήθεια συσκευής οξυγόνου (Ελεύθερη κατάδυση), είτε με τη βοήθεια της συσκευής που δίνει τη δυνατότητα στον δύτη να αναπνέει. Υπάρχει ακόμη συσκευή που δίνει τη δυνατότητα στον δύτη να επικοινωνεί με την επιφάνεια.

Εκτός από τις παραπάνω μεθόδους κατάδυσης, υπάρχουν και υποβρύχια σκάφη που δίνουν την ευκαιρία σε κάποιον να εξερευνήσει το βυθό. Ένα τέτοιο σκάφος λειτουργεί και στην Ελλάδα από το 2003 ξεναγώντας τουρίστες στο βυθό της Σαντορίνης. Το σκάφος αυτό είναι χωρητικότητας 48 ατόμων και μπορεί να καταδυθεί μέχρι και 300 μέτρα κάτω από την επιφάνεια της θάλασσας.

Τέλος για τον υποβρύχιο τουρισμό υπάρχουν ειδικά υποβρύχια καταλύματα που διαθέτουν κλιματισμό, κρεβάτια, κουζίνα, σαλόνι, επικοινωνία με την επιφάνεια και άλλες παροχές. Όσοι τα νοικιάζουν έχουν τη δυνατότητα να θαυμάσουν το βυθό μέσω γυάλινων κυκλικών παραθύρων, (Μυλωνόπουλος και Μοίρα, 2005: 67-69),

**3. Ο θαλάσσιος τουρισμός φύσης** Πρόκειται για μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που δίνει στον άνθρωπο τη δυνατότητα να επισκεφτεί απομακρυσμένα

μέρη, που έχουν διατηρήσει τους φυσικούς τους πόρους και γενικά έχουν γνωρίσει μικρή ή και ανύπαρκτη ανθρώπινη παρέμβαση. Οι επισκέψεις αυτές μπορούν να συνδυαστούν με τη μελέτη της θαλάσσιας χλωρίδας και πανίδας. Χάρη στην ανάπτυξη της τεχνολογίας όμως, η μελέτη αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί και μέσα σ' ένα ενυδρείο. (Μυλωνόπουλος και Μοίρα, 2005: 71-73)

**4. Ο θαλάσσιος αλιευτικός τουρισμός.** Χρησιμοποιείται είτε για επαγγελματικούς λόγους είτε για λόγους αναψυχής. Αυτή η μορφή τουρισμού έχει χαμηλό κόστος και δεν προϋποθέτει να είναι ήδη κανείς εξοικειωμένος τις φυσικές ή στις σωματικές δραστηριότητες. Η αλιευτική δραστηριότητα μπορεί να βοηθήσει στο να αναδειχθεί η ταυτότητα κάποιας περιοχής με την πραγματοποίηση πολιτισμικών εκδηλώσεων που συνδέεται με την αλιεία. Μπορεί ακόμη, χάρη στον αλιευτικό τουρισμό να δημιουργηθούν και νέες θέσεις εργασίας. Ο αλιευτικός τουρισμός διακρίνεται σε δυο μορφές: α) στην ενεργητική, όταν ο τουρίστας χρησιμοποιεί ο ίδιος ένα σκάφος δικό του ή ενοικιαζόμενο και β) στην παθητική, όταν ο τουρίστας επιβιβάζεται σε επαγγελματικό αλιευτικό σκάφος για να συμμετάσχει στην αλιευτική δραστηριότητα. Γενικά, η αλιεία και ο τουρισμός βρίσκονται σε αλληλεπίδραση, η οποία εξαρτάται από την περιοχή, το είδος της τουριστικής ανάπτυξης, καθώς και το είδος της αλιείας. (Μυλωνόπουλος και Μοίρα, 2005: 80-81).

**5. Ο θαλάσσιος πολιτιστικός τουρισμός.** Ο θαλάσσιος πολιτιστικός τουρισμός σχετίζεται με τη γνωριμία της ναυτικής κληρονομιάς ενός τόπου, με την οποία μπορεί να έρθει σε επαφή ένας τουρίστας στα παρακάτω μέρη:

- α) Στα ναυτικά μουσεία, όπου μπορεί κανείς να θαυμάσει ιστορικά κειμήλια που έχουν σχέση με τη ναυτική παράδοση και κληρονομιά της χώρας.
- β) Στα πλοία που άλλοτε διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο στην ιστορία της χώρας και τώρα χρησιμοποιούνται σαν μουσεία. Τέτοια πλοία στην Ελλάδα είναι το θωρηκτό Αβέρωφ και το ατμόπλοιο Θαλής ο Μιλήσιος.
- γ) Στα λιμάνια-μουσεία, όπου φυλάσσονται αντικείμενα ναυτικής παράδοσης και παραδοσιακά σκάφη.
- δ) Στα μουσεία ναυπηγικής τέχνης. Η Ελλάδα διαθέτει ένα τέτοιο μουσείο, το οποίο ιδρύθηκε από τον Δήμο Περάματος.
- ε) Σε μέρη, όπου γίνεται αναπαράσταση ναυτικών ιστορικών γεγονότων (π.χ. ναυμαχίες).

στ) Σε μέρη, όπου διοργανώνονται θαλάσσιες πολιτιστικές διαδρομές. Οι τουρίστες επιβιβάζονται σ' ένα πλοίο και ξεναγούνται εν πλω για την ιστορία και τον πολιτισμό μίας ιστορικής πόλης ή τοποθεσίας. (Μυλωνόπουλος και Μοίρα, 2005:85-88).

**6. Ο θαλάσσιος αθλητικός τουρισμός.** Αυτή η μορφή εναλλακτικού τουρισμού συνδυάζει άθληση και θέαμα. Οι τουρίστες μπορούν να συμμετάσχουν ή απλώς να παρακολουθήσουν αγώνες κολύμβησης, ψαρέματος, μηχανοκίνητων σκαφών κλπ. Πιο δημοφιλής θαλάσσια αθλητική τουριστική δραστηριότητα είναι οι αγώνες σκαφών. Στην Ελλάδα από το 1999 διεξάγονται διεθνείς ιστιοπλοϊκοί αγώνες, η «Ρεγκάτα του Αιγίου», στην περιοχή του Κεντρικού και Ανατολικού Αιγαίου. (Μυλωνόπουλος και Μοίρα, 2005: 91).

**7. Το γιώτινγκ.** Το γιώτινγκ είναι μια θαλάσσια δραστηριότητα αναψυχής, στην οποία το άτομο κάνει χρήση θαλαμηγού σκάφους με σκοπό την αναψυχή. Χάρη στο σκάφος αυτό το άτομο μπορεί να κάνει βόλτες γύρω από τον τόπο διαμονής του ή και να πλησιάσει νησιά ή παράκτιες περιοχές. Αυτή η μορφή θαλάσσιου τουρισμού φέρνει το άτομο πολύ κοντά στο θαλάσσιο περιβάλλον, καθώς με χρήση του σκάφους έχει τη δυνατότητα, πέρα από τις βόλτες, να κάνει ηλιοθεραπεία, να ψαρέψει, να κάνει καταδύσεις κλπ. Όλες αυτές τις δραστηριότητες μπορεί να τις κάνει είτε με παρέα είτε μόνος του, γενικά έχει απόλυτη αυτοδυναμία. Ακόμη, το γιώτινγκ δίνει τη δυνατότητα για τη δημιουργία αρκετών θέσεων εργασίας: ενοικιάσεις γιωτ, οδήγηση των σκαφών κλπ. Οι κλιματολογικές συνθήκες της Ελλάδας την καθιστούν ιδανικό προορισμό για δραστηριότητες γιώτινγκ. Επιπλέον, η Ελλάδα παρέχει και ελλιμενισμό στα σκάφη, κάτι που θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση για την πραγματοποίηση γιώτινγκ. (Μυλωνόπουλος και Μοίρα, 2005: 94-96)

**8. Η κρουαζιέρα.** Η κρουαζιέρα δίνει στον τουρίστα τη δυνατότητα να συνδυάσει ψυχαγωγία με επίσκεψη σε ένα ή περισσότερα κοσμοπολίτικα λιμάνια ικανοποιώντας την ανάγκη του να γνωρίσει νέους τόπους και επαφή με πολιτισμούς. Οι κρουαζιέρες πραγματοποιούνται με τη βοήθεια κρουαζιερόπλοιων κυρίως σε θαλάσσιες περιοχές, αλλά και σε ποτάμια και σε λίμνες. Ο πιο γνωστός προορισμός παγκοσμίως για να κάνει κάποιος κρουαζιέρα είναι η Καραϊβική θάλασσα.

Τα κρουαζιερόπλοια είναι ένα είδος ξενοδοχείων της θάλασσας και παρέχουν υπηρεσίες ξενοδοχειακού τύπου. Αυτό σημαίνει ότι όσοι εργάζονται σ' αυτά, πρέπει να έχουν τις ανάλογες ειδικότητες μιας σύγχρονης ξενοδοχειακής μονάδας.



Υπάρχουν διάφορα κοινωνικοοικονομικά κριτήρια, τα οποία αντιστοιχούν στις δυνατότητες των ταξιδιωτών που επιλέγουν να κάνουν κρουαζιέρα. Με βάση τα κριτήρια αυτά, οι θαλάσσιες κρουαζιέρες μπορούν να χωριστούν σε:

- **Τριήμερες:** Κατά κύριο λόγο πραγματοποιούνται τα σαββατοκύριακα και γίνονται σε μικρές αποστάσεις από τα λιμάνια μιας χώρας. Στην Ελλάδα ένα παράδειγμα αυτής της κατηγορίας είναι η κρουαζιέρα στα ελληνικά νησιά.
- **Κρουαζιέρες μικρής διάρκειας:** Διαρκούν από πέντε μέρες ως μια εβδομάδα και γίνονται μεταξύ λιμένων που έχουν επικοινωνία.
- **Κρουαζιέρες μέσης διάρκειας:** Η διάρκεια τους κυμαίνεται από 8 ως 14 μέρες και γίνονται στον Ειρηνικό ή στον Ατλαντικό ωκεανό και μερικές φορές πλησιάζουν και λιμάνια διαφορετικών ηπείρων.
- **Κρουαζιέρα μακράς διάρκειας:** Η διάρκειά τους ξεπερνά τις 15 ημέρες και το κρουαζιερόπλοιο προσεγγίζει λιμάνια διαφορετικών ηπείρων.

Τα τελευταία χρόνια η ζήτηση για κρουαζιέρες έχει υποστεί κάποια μείωση λόγω των κοινωνικών εξελίξεων και κυρίως λόγω της οικονομικής κρίσης. Ωστόσο, σε γενικές γραμμές η κρουαζιέρα παραμένει μια δημοφιλής μορφή τουρισμού και μάλιστα είναι πλέον προσιτή και σε χαμηλότερα κοινωνικά στρώματα, όχι μόνο στα ανώτερα, όπως συνέβαινε παλιά. Αυτό επιτεύχθηκε χάρη στις μικρής διάρκειας κρουαζιέρες και στην αύξηση της μεταφορικής ικανότητας των κρουαζιερόπλοιων. (Μοίρα, 2005: 33).

#### **4.11.2. Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα.**

Η Ελλάδα, χάρη στις παραλίες και γενικά τις παραθαλάσσιες περιοχές που διαθέτει σε αφθονία, έχει καταστεί ένας τόπος κατάλληλος για την τέλεση όλων των μορφών του θαλάσσιου τουρισμού. Για παράδειγμα, η Ρόδος είναι ένα μέρος που επιλέγουν πολλοί για να κάνουν windsurfing, στην Κάρπαθο κάνουν πολλοί καταδύσεις για να απολαύσουν το βυθό της, το Αιγαίο προσφέρεται για ιστιοπλοΐα, στο Εθνικό Πάρκο Ζακύνθου μπορεί να θαυμάσει κανείς θαλάσσια θηλαστικά ζώα κλπ. Επίσης, όλα τα νησιώτικα συμπλέγματα του Αιγαίου και του Ιονίου πελάγους μπορεί κάποιος να κάνει γιώτινγκ ή κρουαζιέρα. (Μοίρα, 2005: 34).

Παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα είναι τα νησιά με τις γραφικές ακτές και τον πολιτιστικό πλούτο που διαθέτουν, ο ήλιος, το κλίμα, οι υψηλές θερμοκρασίες, καθώς και το μεσογειακό κλίμα. Ακόμα

σημαντικός είναι και ο κοινωνικός παράγοντας, καθώς η Ελλάδα φημίζεται για την φιλοξενία της, για τον τρόπο διασκέδασης αλλά και για τα παραδοσιακά της φαγητά. Όλα τα παραπάνω συντελούν στην προσέλκυση πολλών ταξιδιωτών που επιλέγουν δραστηριότητες θαλάσσιου τουρισμού. (Μυλωνόπουλος και Μοίρα, 2005: 182).

#### **4.11.3. Προοπτικές ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού.**

Για περαιτέρω ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα, η Πολιτεία πρέπει να ασκήσει μια σαφή πολιτική, στην εφαρμογή της οποίας θα πρέπει να έχουν ενεργό ρόλο όλοι οι φορείς που σχετίζονται με τον θαλάσσιο τουρισμό. Η πολιτική αυτή θα μπορούσε να περιλαμβάνει μεγάλες και σημαντικές επενδύσεις, ώστε να κατασκευαστούν υποδομές, όπως μαρίνες, να ενημερωθούν οι πολίτες της χώρας πως ο θαλάσσιος τουρισμός βοηθά στην οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας αλλά και γενικότερα της χώρας, να προστατεύεται το θαλάσσιο περιβάλλον και να μην προκαλείται ρύπανση των υδάτων καθώς επηρεάζει αρνητικά τόσο τον άνθρωπο αλλά και αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα στην προοπτική ανάπτυξης και τέλος να προωθηθεί μία συγκεκριμένη θαλάσσια δραστηριότητα που θα ανταποκρίνεται στις γεωγραφικές, κοινωνικοοικονομικές και πολιτιστικές συνθήκες μιας παραθαλάσσιας περιοχής ή κάποιου νησιού. (Μυλωνόπουλος και Μοίρα, 2005: 182-184).

## **Κεφάλαιο Τέταρτο: «ΟΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΑΥΣΤΡΙΑΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΜΟΝΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»**

### **1. Η Ελλάδα στην κορυφή των προτιμήσεων των Αυστριακών τουριστών.**

Μετά από σειρά συναντήσεων που πραγματοποιήθηκαν ανάμεσα στους υπεύθυνους του ΕΟΤ και τους διευθυντές των μεγαλύτερων εταιρειών διοργάνωσης ταξιδιών άνω των 15 και αεροπορικών εταιρειών που δραστηριοποιούνται στην Αυστρία, προέκυψε το συμπέρασμα ότι η Ελλάδα θα είναι πρώτη στις προτιμήσεις των Αυστριακών τουριστών και για το 2019. Οι συναντήσεις αυτές πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο της τετραήμερης Διεθνούς Έκθεσης Τουρισμού της Βιέννης, την οποία επισκέφτηκαν πάνω από 155.000 άτομα.

Τη συνεχιζόμενη ανοδική πορεία της Ελλάδας στην αυστριακή αγορά επιβεβαιώνουν τόσο τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν, με την ευκαιρία της Διεθνούς Έκθεσης Τουρισμού, από τους πιο σημαντικούς tour operators, αλλά και από την καθιερωμένη συνέντευξη Τύπου της Ruefa, της μεγαλύτερης αλυσίδας τουριστικών γραφείων στην Αυστρία. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ruefa, λοιπόν, στο σύνολο των προκρατήσεων που έχουν ήδη πραγματοποιηθεί και αποτελούν το 30% του συνολικού δυναμικού των κρατήσεων για το 2019, η Ελλάδα παρουσιάζει αύξηση της τάξης του 10%.

Ήδη από το 2014 η Ελλάδα βρίσκεται σε συνεχή ανοδική πορεία στις προτιμήσεις των Αυστριακών τουριστών, σημειώνοντας το μεγαλύτερο ρεκόρ αυξήσεων το 2018. Τη χρονιά εκείνη παρέμεινε με διαφορά η συχνότερη επιλογή των Αυστριακών για τις κύριες θερινές διακοπές τους, έχοντας πετύχει θεαματική διψήφια αύξηση της τάξης του 18% σε σχέση με την προηγούμενη -ήδη πολύ καλή- χρονιά. Ο γενικός

γραμματέας του ΕΟΤ είχε, επίσης, συνομιλίες με τον επιτετραμμένο της Ελλάδας στην Αυστρία, Νικόλαο Σαπουντζή, καθώς και με εκπροσώπους της ελληνικής πρεσβείας, όπως επίσης με τους 18 Έλληνες συνεκθέτες στο περίπτερο του ΕΟΤ στην έκθεση, ενώ παραχώρησε συνεντεύξεις σε αυστριακά, ελληνικά και ομογενειακά Μέσα Ενημέρωσης.

Η ελληνική συμμετοχή στη Διεθνή Έκθεση Τουρισμού της Βιέννης περιλάμβανε τις Περιφέρειες Κρήτης, Ιονίων Νήσων και Ανατολικής Μακεδονίας-Θράκης και περιοχές και πόλεις όπως Χαλκιδική, Καβάλα, Ύδρα, Πάργα, Πάρος, Βόλος-Πήλιο, Κάρπαθος, Κύθηρα-Αντικύθηρα, αλλά και μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις.

Στο πλαίσιο δράσεων για το 2019, το Γραφείο Αυστρίας του ΕΟΤ πρόκειται να υλοποιήσει διαφημιστικές ενέργειες, ταξίδια εξοικείωσης πρακτόρων και δημοσιογράφων σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας με στόχο τη δημιουργία βιωματικής εμπειρίας και διάχυσης της πληροφορίας του προϊόντος «Ελλάδα - Τουρισμός 365 ημέρες το χρόνο», θεματικές εκδηλώσεις με σκοπό την προσέλκυση ιδιαίτερων ομάδων (συνταξιούχοι), όπως επίσης την ενίσχυση των κλασικών προορισμών και την προώθηση νέων.

Εδώ και πολλά χρόνια η Ελλάδα είναι ένας από τους πιο αγαπημένους ή και ο πιο αγαπημένος προορισμός των Αυστριακών τουριστών για τις θερινές διακοπές τους, αφού κατά μέσο όρο 400.000 τουρίστες καταφτάνουν ετησίως στην Ελλάδα από την Αυστρία, κάτι που σημαίνει ότι η χώρα αυτή, σε αναλογία με τον πληθυσμό της - 8,8 εκατομμύρια κάτοικοι - βρίσκεται στην πρώτη θέση από πλευράς αφίξεων ξένων τουριστών στην Ελλάδα. (Οι Αυστριακοί ψηφίζουν Ελλάδα, στο <https://www.dikaiologitika.gr/eidhseis/koinonia/240555/oi-afstriakoi-psifizoun-ellada>).

Η αυστριακή εφημερίδα «Ντι Πρέσε», τον Μάιο του 2014 είχε σε σχεδόν ολοσέλιδο δημοσίευσμά της τον τίτλο «Η Ελλάδα είναι και πάλι το νούμερο ένα στον τουρισμό», φιλοξενώντας συνέντευξη του πρώην διευθυντή του μεγάλου ομίλου τουρισμού «ΤUI»Σένα Ούτγκερεν, ο οποίος επισήμανε ότι αυτό το καλοκαίρι η Ελλάδα θα είναι ο υπ' αριθμόν ένα τουριστικός προορισμός.

Όμως και σε άλλα δημοσιεύματα του αυστριακού τύπου, η Ελλάδα εμφανίζεται να έχει επανακτήσει τη θέση του «δημοφιλέστερου τουριστικού προορισμού για τις καλοκαιρινές διακοπές των Αυστριακών», ή «Η Ελλάδα παραμένει στην πρώτη θέση για διακοπές», όπως επίσης «Η Ελλάδα σημειώνει τη μεγαλύτερη αύξηση». (Ελλάδα: Ο αγαπημένος προορισμός των Αυστριακών. Στο

<https://www.newsbomb.gr/kosmos/story/454399/ellada-o-agapimenos-proorismos-ton-aystriakon>).

Ειδικά, στις αεροπορικές πτήσεις από το Σάλτσμπουργκ, πρώτη θέση στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών κατέχει η Κρήτη. Ακολουθούν η Μαγιόρκα της Ισπανίας, η Χουργκάντα της Αιγύπτου, Κως και η Ρόδος. Γενικά, σε ό,τι αφορά ολόκληρη την Αυστρία, η Ελλάδα βρίσκεται στην πρώτη θέση των προτιμήσεων, σαφώς μπροστά από την Ισπανία, την Τουρκία, την Αίγυπτο και την Ιταλία, σύμφωνα με την εφημερίδα Salzburger Nachrichten. Επίσης, σύμφωνα με το σχετικό δημοσίευμα της εφημερίδας, τρία ελληνικά νησιά (Κως, Κρήτη, Ρόδος) βρίσκονται στις πρώτες πέντε θέσεις των προτιμήσεων.

Όμως σχετικές ειδήσεις αναφέρει και η δημόσια αυστριακή ραδιοφωνία, η οποία επισημαίνει ότι από το Σάλτσμπουργκ προσφέρονται συνολικά έξι διαφορετικοί προορισμοί στην Ελλάδα και σημειώνει πως οι τέσσερις νέοι προορισμοί στην Ελλάδα, για τους οποίους από αυτό το καλοκαίρι θα υπάρχουν από το Σάλτσμπουργκ απευθείας πτήσεις, είναι η Κως, η Κέρκυρα, το Ηράκλειο της Κρήτης και η Ρόδος.

Από την πλευρά της η αυστριακή εφημερίδα Oberoesterreichische Nachrichten δημοσίευσε μια συνέντευξη του γνωστού Αυστριακού τουριστικού παράγοντα Αντρέας Αουίνγκερ, ο οποίος τόνισε πως η Ελλάδα βρίσκεται στην απόλυτα πρώτη θέση ως τουριστικός προορισμός και για τους κατοίκους της περιοχής Ίνφριτελ της Άνω Αυστρίας. Ο Αουίνγκερ δραστηριοποιείται στον χώρο του αυστριακού τουρισμού εδώ και πάνω από 30 χρόνια και η εμπειρία του αυτή τον ώθησε να προτείνει τα ελληνικά νησιά όχι μόνο σαν τόπο κατάλληλο για διακοπές, αλλά και για την ανάπτυξη πολλών δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού, όπως είναι το κολύμπι, η άθληση, το ποδήλατο και το γκολφ. (Ελλάδα ψηφίζουν οι Αυστριακοί τουρίστες για το καλοκαίρι του 2019. Στο <https://www.insider.gr/epiheiriseis/toyrismos/104614/rekor-aystriakon-toyriston-2018-stin-ellada>).

### **1.1. Η Κρήτη αγαπημένος προορισμός των Αυστριακών τουριστών.**

Αναφέραμε παραπάνω πως από τους τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας, οι Αυστριακοί επισκέπτες προτιμούν κυρίως τα νησιά. Ιδιαίτερη προτίμηση επιδεικνύουν προς την Κρήτη, καθώς σε εβδομαδιαία βάση μέσα στο 2019 πάνω από 15 πτήσεις από αεροδρόμια αυστριακών πόλεων έχουν προορισμό την Κρήτη.

Το ενδιαφέρον για την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό επιβεβαίωσαν οι εκπρόσωποι των αεροδρομίων Graz, Linz και Salzburg, οι οποίοι συμμετείχαν στα σεμινάρια προς διευθυντικά στελέχη τουριστικών οργανισμών και ταξιδιωτικών γραφείων, που διοργάνωσε η υπηρεσία ΕΟΤ εξωτερικού Αυστρίας, ενέργεια που υλοποιείται στο πλαίσιο της κεντρικής στρατηγικής του υπουργείου Τουρισμού και της υπουργού Έλενας Κουντουρά για τουρισμό στην Ελλάδα 365 ημέρες τον χρόνο.

Ιδιαίτερως ενθαρρυντικά για τον ελληνικό τουρισμό είναι τα μηνύματα που φτάνουν από την Αυστρία, καθώς για το 2019 καταγράφηκε 10% αύξηση στη ζήτηση κρατήσεων και μάλιστα σε συνέχεια της πολύ επιτυχημένης χρονιάς-ρεκόρ του 2018, οπότε αυξήθηκαν 21,3% οι αφίξεις Αυστριακών τουριστών στη χώρα μας.

Ο ΕΟΤ, σε εφαρμογή της εθνικής και περιφερειακής τουριστικής πολιτικής για την προώθηση του ελληνικού τουρισμού με ποικίλους δίαυλους επικοινωνίας και συνεργειών, διοργάνωσε, σε συνεργασία με τον τουριστικό όμιλο Thomas Cook, σειρά σεμιναρίων αποκλειστικά για την Ελλάδα, στις πόλεις της Αυστρίας Βιέννη, Graz, Linz, Salzburg και Leogang το διάστημα 19-28 Μαρτίου.

Ο πρόεδρος των τουριστικών και των ταξιδιωτικών πρακτόρων της Κρήτης, μιλώντας στην εφημερίδα «Νέα Κρήτη», είπε τα εξής χαρακτηριστικά: «Η Αυστρία προτιμάει την Κρήτη. Ένα πολύ μεγάλο μέρος των Αυστριακών προτιμάει τη Νότια Κρήτη και να πηγαίνει σε μικρά μέρη, σε μικρά ξενοδοχεία, σε μικρές πανσιόν. Οι Αυστριακοί είναι πελάτες γιατί τους αρέσει η περιπέτεια και οι φυσικές ομορφιές. Είναι εδώ και πάρα πολλά χρόνια πελάτες οι Αυστριακοί, που αγαπούν την Κρήτη. Αυτό που τονίζω είναι ότι έχουμε ανάγκη να “χτίσουμε” πελατεία για εμάς. Γιατί μας αγαπάνε και γιατί μας προτιμάνε. Αυτό πρέπει να “χτίσουμε”».

Και φαίνεται πως η αυστριακή αγορά έχει πράγματι «χτιστεί» σωστά από τους υπεύθυνους των τουριστικών προορισμών της Κρήτης. Πολλοί Αυστριακοί τουρίστες προτιμούν την Κρήτη, τη στιγμή που υπάρχουν και άλλοι προορισμοί στην Ελλάδα, η διαμονή στους οποίους κοστίζει φθηνότερα. Η διατήρηση των καλών σχέσεων με την αυστριακή αγορά είναι απαραίτητη καθώς η Αυστρία είναι μια χώρα με μικρό πληθυσμό και κατ' επέκταση βγάζει μικρό αριθμό τουριστών, ο οποίος πρέπει να διατηρηθεί. Ενδεικτικό είναι ότι μια αύξηση 30% της αυστριακής αγοράς είναι σαν μια αύξηση 0,5% στην αντίστοιχη γερμανική.

Όσοι συμμετείχαν στα τουριστικά σεμινάρια στις αυστριακές πόλεις, ενημερώθηκαν για το καλοκαιρινό πρόγραμμα του 2019, το οποίο περιλαμβάνει 14 ελληνικούς προορισμούς (Κρήτη, Ρόδος, Κως, Κάρπαθος, Μύκονος, Σαντορίνη,

Σκιάθος, Σκόπελος, Ν. Πελοπόννησος, Θάσος, Κέρκυρα, Κεφαλονιά, Ζάκυνθος, Χαλκιδική), όπως επίσης και για το εύρος των ταξιδιωτικών εμπειριών που προσφέρουν οι εν λόγω προορισμοί στους επισκέπτες τους.

Με κυρίαρχο στόχο τη δημιουργία ζήτησης για ολοκληρωμένες εμπειρίες θεματικού τουρισμού σε λιγότερο γνωστούς στο ευρύ κοινό προορισμούς της χώρας μας, η Υπηρεσία ΕΟΤ Εξωτερικού Αυστρίας προγραμματίζει, επίσης, τη συμμετοχή της σε σειρά σεμιναρίων του μεγαλύτερου αερομεταφορέα της χώρας, Austrian Airlines, που συνδέει κύρια αυστριακά αεροδρόμια απευθείας με 19 ελληνικούς προορισμούς.

Ο κ. Βλατάκης έκανε, επίσης, τις εξής προβλέψεις για το τρέχον τουριστικό έτος: «Το 2019 ξεκίνησε με μειωμένες προκρατήσεις και με μειωμένη ροή κρατήσεων. Από τον Δεκέμβριο το τονίζω, πως η δική μου σκέψη είναι ότι δε θα έχουμε τόσο μεγάλη μείωση, αλλά μια μικρή μείωση, και θα δουλέψει το last minute. Θα έχουμε δηλαδή κρατήσεις της τελευταίας στιγμής. Αυτή είναι η άποψή μου, γιατί έχουν κρατηθεί τα ίδια κρεβάτια και οι ίδιες αεροπορικές θέσεις. Προς το παρόν, δεν έχουν ακυρωθεί. Εάν ακυρωθούν, τότε πρέπει να ανησυχούμε. Εάν δεν ακυρωθούν, τότε θα γεμίσουμε με κρατήσεις της τελευταίας στιγμής. Δεν ανησυχώ προς το παρόν γιατί δεν έχουν ακυρωθεί». (Κοσμαδάκης, 2019).

Παραπάνω τονίσαμε την ανάγκη της διατήρησης των καλών σχέσεων που έχει αναπτύξει η Κρήτη, αλλά και ολόκληρη η Ελλάδα, με την αυστριακή τουριστική αγορά. Στα πλαίσια της διατήρησης αυτής, η Περιφέρεια Κρήτης έλαβε μέρος στη Διεθνή Έκθεση Τουρισμού «Ferien-Messe 2019», που πραγματοποιήθηκε στη Βιέννη από τις 10 έως τις 13 Ιανουαρίου 2019. Η έκθεση αυτή, στην οποία έλαβαν μέρος σχεδόν 1000 εκθέτες από 70 χώρες του κόσμου, θεωρείται ως η σημαντικότερη Έκθεση Γενικού Τουρισμού της Αυστρίας, με πάνω από 150.000 επισκέπτες κάθε χρόνο.

Την Περιφέρεια Κρήτης εκπροσώπησε ο Αντιπεριφερειάρχης, Διοίκησης και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης Κυριάκος Κώτσογλου ο οποίος έκανε τις εξής δηλώσεις:

«Τα τελευταία χρόνια, η Περιφέρεια Κρήτης, επιχειρεί και προσεγγίζει με επιτυχία το «φράγμα» των 5.000.000 επισκεπτών, που ελπίζουμε σύντομα να σπάσει. Παράλληλα, η Κρήτη κάνει μια σπουδαία, συνεχώς ανοδική προσπάθεια, ώστε παράλληλα με το μοντέλο «Ήλιος και θάλασσα» που μας συνόδευσε χρόνια, να περάσει στην ανάδειξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που διαθέτει,

περισσότερο από κάθε άλλη περιοχή της Μεσογείου. Στην προσπάθειά της αυτή, η Αυστριακή αγορά δείχνει να είναι απόλυτα συμβατή. Οι Αυστριακοί ως επισκέπτες είναι φυσιολάτρες, είναι εναλλακτικοί, είναι περιηγητές, ορειβάτες και αναρριχητές, εκτιμούν την Κρητική Διατροφή και την κουλτούρα της Κρήτης.

Η ανοδική εικόνα της έκθεσης Ferien-Messe είναι ενδεικτική του ότι από την έκθεση αυτή και την Αυστρία έχουμε να προσδοκούμε θετικά στοιχεία για την φετινή σεζόν, όπου τόσο η Κρήτη όσο και η Ελλάδα γενικότερα θα πρέπει να παλέψει πολύ για μια ακόμα ανοδική χρονιά». (Φιλέλληνες και Εναλλακτικοί οι Αυστριακοί τουρίστες έρχονται στην Κρήτη. Στο <https://www.zarpanews.gr/filelines-kai-enallaktikoi-oi-aystriakoi-toyristes-erchontai-stin-kriti-photos/>).

Ενδιαφέρουσες πληροφορίες παίρνουμε, λοιπόν, από τις δηλώσεις του Αντιπεριφερειάρχη, καθώς μαθαίνουμε ότι οι Αυστριακοί τουρίστες επιλέγουν την Κρήτη σαν τόπο των διακοπών τους τόσο από την αγάπη τους για την Ελλάδα, όσο και επειδή αναζητούν σ' αυτή εναλλακτικές μορφές τουρισμού: ορειβατικό, γαστρονομικό κλπ. Και η Κρήτη διαθέτει πράγματι τις υποδομές για να εξυπηρετήσει πολλών ειδών εναλλακτικούς τουρίστες.

Το καλοκαίρι δεν είναι η μόνη περίοδος, κατά την οποία η Κρήτη προσελκύει τουρίστες από την Αυστρία. Την άνοιξη διοργανώνονται, επίσης, εκδρομές από τη χώρα αυτή, στις οποίες σημαντικό μερίδιο έχουν οι συνταξιούχοι. Πράγματι, χιλιάδες συνταξιούχοι από την Αυστρία επιλέγουν για τις ανοιξιάτικες διακοπές τους την Κρήτη κυρίως, αλλά και άλλες περιοχές της Ελλάδας. Δυο μεγάλες ενώσεις Αυστριακών συνταξιούχων Senioren Bund και η Pensionisten Verband, την Κρήτη έχουν σαν πρώτο προορισμό τους για τις εκδρομές που διοργανώνουν για τη διετία 2019 -2020. Μάλιστα, η PensionistenVerband επιλέγει για τρίτη φορά την Κρήτη για την κύρια ανοιξιάτικη εκδρομή της. Η συγκεκριμένη ένωση διακινεί 20.000 μέλη (10.000 ανά έτος) και οι ανοιξιάτικες εκδρομές που προγραμματίζει, διαρκούν πέντε εβδομάδες, από τις αρχές Απριλίου έως και την πρώτη εβδομάδα του Μαΐου. Στο παρελθόν έχουν πραγματοποιηθεί εκδρομές και σε άλλες περιοχές εκτός από την Κρήτη, τρεις φορές στη Ρόδο, δυο φορές στη Χαλκιδική και από μια στην Κω και στην Κέρκυρα.

Ο ΕΟΤ, σε συνεργασία με τον αντίστοιχο τουριστικό οργανισμό της Αυστρίας, φροντίζει για την επιλογή των κατάλληλων τουριστικών προορισμών για τα μέλη των δυο οργανώσεων που αναφέρθηκαν παραπάνω για την ανοιξιάτικη και τη



φθινοπωρινή περίοδο, με απώτερο σκοπό να παραταθεί η τουριστική περίοδος σε 365 ημέρες το χρόνο.

Υπάρχουν, επίσης, οι αποκαλούμενοι «Golden Agers». Πρόκειται για οικονομικά ευκατάστατους συνταξιούχους, οι οποίοι έχουν χρόνο και όρεξη για τα ταξίδια. Προτιμούν να ταξιδεύουν στη χαμηλή τουριστική περίοδο και να εξερευνούν όσο το δυνατό περισσότερο τους προορισμούς που επισκέπτονται. Ανάλογα με τα ενδιαφέροντάς τους, επιδίδονται σε πολλές και διαφορετικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού. (Η ανοιξιάτικη Κρήτη πόλος έλξης για Αυστριακούς τουρίστες. Στο <https://www.tourismtoday.gr/η-ανοιξιάτικη-κρήτη-πόλος-έλξης-για-αυ/>).

## **2. Οι Αυστριακοί και τα ταξίδια αναψυχής.**

Τα παρακάτω στοιχεία είναι αποτελέσματα έρευνας, στην οποία πήραν μέρος 3.500 Αυστριακοί πάνω από 15 ετών. Οι ερωτήσεις που τους έγιναν κάλυπταν τις προτιμήσεις τους για τη χρονική περίοδο 2000-2014.

Από την έρευνα προκύπτει, λοιπόν, ότι οι Αυστριακοί άρχισαν να ταξιδεύουν σε μεγάλο βαθμό κατά τις 5 τελευταίες δεκαετίες περίπου. Συγκεκριμένα, το 1969 μόνο το 27,5% του αυστριακού πληθυσμού ηλικίας 15 και άνω, πραγματοποίησαν ένα τουλάχιστον ταξίδι αναψυχής. Αντίθετα, το 2014 το ποσοστό αυτό έφτασε το 58,9%. Όμως, εκτός από τους τουρίστες, αυξήθηκε πολύ και ο αριθμός των ταξιδιών. Ενώ το 1969 οι αυστριακοί πραγματοποίησαν 2.42 εκατομμύρια ταξίδια, το 2014 τα ταξίδια τους υπολογίζονταν σε 8.78 εκατομμύρια.

Οι Αυστριακοί δεν αμελούν τους τουριστικούς προορισμούς της πατρίδας τους, ωστόσο βάζουν σε προτεραιότητα τους προορισμούς του εξωτερικού. Παρόλο που ο αριθμός των διακοπών στο εσωτερικό της χώρας διπλασιάστηκε από 1.33 εκατομμύρια σε 2.86 εκατομμύρια από το 1969 μέχρι το 2014, το μερίδιό τους έχει μειωθεί σημαντικά κατά το διάστημα αυτό (από 55% σε 32,6%). Κι αυτό γιατί όλο και περισσότεροι Αυστριακοί επιλέγουν τις διακοπές στο εξωτερικό με αποτέλεσμα τα ταξίδια στο εξωτερικό να έχουν σχεδόν πενταπλασιαστεί τις τελευταίες 4 δεκαετίες (από 1.09 εκατομμύρια σε 5.92 εκατομμύρια). Όσον αφορά τις χώρες προορισμού των Αυστριακών τουριστών, το 2014 ένα στα πέντε ταξίδια τους στο εξωτερικό, πραγματοποιήθηκαν στην Ιταλία (20,8%). Ακολουθούν η Κροατία με 13,8%, η Γερμανία με 10.7%, η Ισπανία με 7.3%, η Ελλάδα με 6.1% και η Τουρκία με

5.3%. Συνολικά, το μερίδιο των ταξιδιών σε μακρινούς προορισμούς έχει αυξηθεί από 0.6% σε 12% το διάστημα 1969-2014.

Το 1987, τουλάχιστον μία στις τρεις κυρίως διακοπές ήταν για ήλιο και θάλασσα (37.9%), αλλά τα τελευταία χρόνια οι Αυστριακοί φαίνεται να επιλέγουν active διακοπές (2014: 21.4%). Άλλος ένας σκοπός των κυρίως ταξιδιών είναι η χαλάρωση (20.8%) και ακολουθούν οι σπουδές, το sightseeing και city holidays (18.8%). (Κομπορόζου, 2017: 37-38).

### **3. Το είδος των ταξιδιών.**

Το καλοκαίρι του 2014, οι Αυστριακοί ταξίδευαν κυρίως για να αναβιώσουν παλιότερες εμπειρίες (με ποσοστό 21.1% των συνολικών ταξιδιών τους καλοκαιρινούς μήνες). Στη δεύτερη θέση βρίσκονται οι διακοπές θαλάσσιου τουρισμού με ποσοστό 18,6%, το οποίο όμως παρουσιάζει πτωτική τάση από το 2006 και μετά. Στην τρίτη θέση βρίσκονται οι “active holidays” με 17.6%. Ακολουθούν αυτοί που επιθυμούν να συνδυάσουν τις διακοπές τους με επίσκεψη σε φιλικά ή συγγενικά τους πρόσωπα, με ποσοστό 16,9%. Τέλος, υπάρχουν και αυτοί που θέλουν κατά την παραμονή τους στην Ελλάδα να επισκεφτούν ιστορικά μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους, με ποσοστό 16%, δηλαδή να συνδυάσουν τις διακοπές τους με δραστηριότητες πολιτιστικού τουρισμού. Όπως καταλαβαίνουμε, λοιπόν, οι Αυστριακοί στη μεγάλη τους πλειοψηφία είναι οπαδοί εναλλακτικών μορφών τουρισμού και εκμεταλλεύονται όσες από τις μορφές αυτές μπορεί να τους προσφέρει η Ελλάδα.(Κομπορόζου, 2017: 41).

### **4. Πως διοργανώνουν οι Αυστριακοί τα ταξίδια τους.**

Το ένα τρίτο από τα ταξίδια των Αυστριακών κατά τα έτη που εξετάζουμε, πραγματοποιήθηκε μετά από κράτηση μέσω διαδικτύου. Επιπλέον, το καλοκαίρι του 2014 οι περισσότεροι τουρίστες δεν ζήτησαν τη βοήθεια κάποιου ταξιδιωτικού πρακτορείου ή tour operator. Ωστόσο, σε σχέση με το 2005, έχει μειωθεί σημαντικά ο αριθμός των τουριστών που δεν ζήτησαν τη μεσολάβηση τρίτων για να πραγματοποιήσουν το ταξίδι τους. Από την άλλη πλευρά, αυξήθηκαν από 18,6% σε 28,1% τα ταξίδια που οργανώθηκαν πλήρως ή μερικώς από κάποιο πρακτορείο ή tour operator. Η γενική αύξηση των ταξιδιών προς το εξωτερικό ήταν από 32,7% σε 42%.

Το καλοκαίρι του 2014 περισσότερο από το ένα τρίτο των ταξιδιών έχουν οργανωθεί μέσω διαδικτύου (38.9%), όταν το γενικό ποσοστό των μεγάλων ταξιδιών ήταν ελαφρώς μόνο ψηλότερο (41.7%) από εκείνο των σύντομων ταξιδιών (35%). Παρατηρείται ότι οι κρατήσεις μέσω διαδικτύου για κατάλυμα (38.9%) είναι περισσότερες από εκείνες για τη μεταφορά (14.3%).

Όσοι Αυστριακοί δεν ταξίδεψαν, το έκαναν κυρίως επειδή είχαν κάποιο πρόβλημα υγείας ή απλώς επειδή δεν είχαν κάποιο κίνητρο να ταξιδέψουν. Συγκεκριμένα, το 23,7% ήταν που δήλωσε ότι δεν έχει κάποιο κίνητρο για να ταξιδεύσει, το 21% δήλωσε ότι δεν ταξίδεψε, επειδή αντιμετώπιζε κάποιο πρόβλημα υγείας ή μειωμένης κινητικότητας, ένα 18% δεν ταξίδευσε για οικονομικούς λόγους, το 17.6% λόγω φόρτου εργασίας και έλλειψης ελεύθερου χρόνου και ένα 14.5% δεσμευόταν από οικογενειακές υποχρεώσεις, οι οποίες δεν του άφηναν ελεύθερο χρόνο και χρήμα για να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι.

Με βάση την ηλικία, οι λιγότεροι από όσους δεν ταξίδεψαν ήταν μεταξύ 15-24 χρονών (16,4%), ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν άνω των 65 ετών (38,6%). Από τους νέους της ομάδας 15-24 χρονών, ένα μεγάλο ποσοστό (23,1%) το έκανε, επειδή δεν είχε κάποιο σημαντικό κίνητρο. Η ίδια αιτία κράτησε μακριά από τα ταξίδια το 31,3% των ανθρώπων ηλικίας 55-64 χρονών και το 28,6% όσων ήταν από 65 και πάνω. Ο βασικός λόγος για τον οποίο δεν ταξίδευσαν τα άτομα που ανήκουν στο ηλικιακό γκρουπ 15-24 ετών, είναι η έλλειψη ελεύθερου χρόνου(39%). Για τον ίδιο λόγο το ποσοστό των ατόμων που ανήκουν στην κλίμακα 35-44 ετών είναι 28.7%. Όπως ήταν αναμενόμενο, το ποσοστό εκείνων που δεν ταξίδευσαν για λόγους υγείας, ήταν μεγαλύτερο για τις ηλικίες των 65 ετών και άνω, με ποσοστό 42.1%.

Συμπερασματικά, από την παραπάνω έρευνα προκύπτει ότι, από το 1969 και μετά, τα κυρίως ταξίδια που πραγματοποιήθηκαν το διάστημα Ιούλιος – Αύγουστος, έχασαν τη σημασία τους. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία ίση κατανομή των ταξιδιών κατά τη διάρκεια του χρόνου. Έτσι, το 1969 το 61.5% από τα κυρίως ταξίδια των Αυστριακών πραγματοποιήθηκαν τους μήνες Ιούλιος-Αύγουστος, ενώ το 2014 το μερίδιο αυτό ήταν μικρότερο με ποσοστό μόλις 36.5%. Μολονότι ο Αυστριακός πληθυσμός προτιμά ακόμα τους καλοκαιρινούς μήνες περισσότερο από τους χειμερινούς για τις διακοπές τους, οι χειμερινές διακοπές έχουν αποκτήσει κι αυτές μια ιδιαίτερη σημασία. Αυτό αποδεικνύεται από το γεγονός ότι από το 1969 μέχρι το 2014 ο αριθμός των χειμερινών διακοπών τουλάχιστον δεκαπλασιάστηκε.(Κομπορόζου, 2017: 41-43).

## **5. Κίνητρα διακοπών των Αυστριακών τουριστών στο εσωτερικό της χώρας.**

Ας περάσουμε τώρα στα κίνητρα που ωθούν τους Αυστριακούς τουρίστες να ταξιδέψουν στο εσωτερικό της χώρας τους. Το σημαντικότερο από αυτό είναι να επισκεφτούν φίλους και συγγενείς που μένουν σε άλλες περιοχές της χώρας, με ποσοστό 28%. Ένας άλλος πολύ σημαντικός παράγοντας είναι η ξεκούραση και ο αθλητισμός με ποσοστό 26%. Στη συνέχεια, ένα 20% επιλέγει τις διακοπές του, προκειμένου να ξαναδεί μέρη που επισκέφτηκε παλιότερα. Ένα 8% ταξιδεύει για να επισκεφτεί μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους και ένα άλλο 8% ταξιδεύει αναζητώντας την ευεξία. Το 10% που απομένει, ταξιδεύει για διάφορους άλλους σκοπούς. Όπως καταλαβαίνουμε, λοιπόν, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι αρκετά διαδεδομένος στην Αυστρία. (Κομπορόζου, 2017: 46).

## **6. Οι Αυστριακοί τουρίστες στην Ελλάδα.**

Όσον αφορά τις αφίξεις των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα, αυτές παρουσιάζουν μια μεγάλη αύξηση κατά τα έτη 2011 και 2012. Αντίθετα, το 2013 παρουσιάζουν σημαντική πτώση, ενώ στη συνέχεια αρχίζουν και πάλι να επιδεικνύουν αυξητική τάση. Συγκεκριμένα, για το 2014 οι αφίξεις ανήλθαν σε 296,548, ενώ το 2015 αυξήθηκαν σε 336,424. Παραθέτουμε αμέσως παρακάτω έναν σχετικό πίνακα.

### **Κατ' έτος αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα.**

2007	337.341
2008	354,748
2009	352,223
2010	338,367
2011	597,418
2012	455,017

2013	247,177
2014	296,548
2015	336,424

**Πίνακας 1:** Ετήσιες Αφίξεις Αυστριακών στην Ελλάδα (2007-2015)

Όσον αφορά στη συνολική τουριστική δαπάνη των Αυστριακών τουριστών, το 2014 ανέρχεται στα 10,800 εκατ. δολ., ενώ η συνολική δαπάνη των Αυστριακών στην Ελλάδα για την ίδια χρονιά ήταν 245,4 εκατ. Η δαπάνη των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα αποτελεί το 1,9 % του συνόλου των δαπανών των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για το 2014.

Κατά το διάστημα των ετών 2006-2014, οι Αυστριακοί τουρίστες παραμένουν στην Ελλάδα μέσο όρο 10 ημέρες, όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα.

**Μέση διάρκεια παραμονής ανά ταξίδι**

2006	10,8
2007	11,4
2008	11,3
2009	11,2
2010	10,4
2011	10,7
2012	10,0
2013	10,2
2014	10,1

**Πίνακας 2:** Μέση διάρκεια παραμονής των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα σε κάθε ταξίδι (2006-2014)

Επισκέψεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα πραγματοποιούνται όλο το χρόνο, αλλά η εποχή που διαλέγουν κυρίως είναι χωρίς αμφιβολία το καλοκαίρι. Έτσι, η μεγαλύτερη κινητικότητα παρατηρείται κατά τους μήνες Ιούνιος – Σεπτέμβριος και λιγότερη τους υπόλοιπους μήνες. Αν τώρα συνδυάσουμε την εποχικότητα των επισκέψεών τους με τη μέση χρονική διάρκεια των 10 ημερών που αναπαραστήσαμε στον προηγούμενο πίνακα, τότε καταλαβαίνουμε ότι η Ελλάδα αποτελεί έναν δημοφιλή προορισμό διακοπών για τους Αυστριακούς τουρίστες. Ας εξετάσουμε την εποχικότητα των επισκέψεών τους για τα έτη 2014-2016, στον παρακάτω πίνακα:

**Η ανά μήνα σφίξεις των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα για τα έτη 2014-2016.**

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>Μεταβολή 2014-2015</b>	<b>2016</b>	<b>Μεταβολή 2015-2016</b>
<b>Ιανουάριος</b>	2,193.78	4,319.82	0.97	2,581.36	-0.40
<b>Φεβρουάριος</b>	1,172.46	2,760.10	1.35	4,469.34	0.62
<b>Μάρτιος</b>	1,968.24	2,221.28	0.13	2,284.94	0.03
<b>Απρίλιος</b>	6,081.53	20,507.69	2.37	6,814.39	-0.67
<b>Μάιος</b>	18,992.83	47,680.58	1.51	17,612.03	-0.63
<b>Ιούνιος</b>	37,842.04	85,738.41	1.27	44,423.52	-0.48
<b>Ιούλιος</b>	67,207.81	71,975.72	0.07		
<b>Αύγουστος</b>	58,574.50	72,641.32	0.24		
<b>Σεπτέμβριος</b>	252,320.94	71,994.47	-0.71		
<b>Οκτώβριος</b>	25,763.01	19,657.30	-0.24		
<b>Νοέμβριος</b>	5,444.47	1,876.01	-0.66		
<b>Δεκέμβριος</b>	1,603.35	3,239.31	1.02		

**Πίνακας 3:** Οι αυξομειωτικές τάσεις των αφίξεων των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα σε μηνιαία βάση κατά τα έτη 2014-2016.

Σύμφωνα με σχετική έρευνα της Τράπεζας της Ελλάδας, για το ταξίδι τους στην Ελλάδα οι Αυστριακοί στη συντριπτική πλειοψηφία τους επιλέγουν το αεροπλάνο, πράγμα φυσικό άλλωστε, αφού αυτό το μέσο εκμηδένισε τις αποστάσεις και έπαιξε καθοριστικότερο ρόλο στην άνοδο του τουριστικού ενδιαφέροντος. Έτσι, το 2015 έφτασαν αεροπορικώς στη χώρα μας 308.692 τουρίστες από την Αυστρία (ποσοστό 94,366%). Από εκεί και πέρα χρησιμοποιήθηκαν και άλλα μέσα από όσους ήθελαν να συνδυάσουν το ταξίδι τους με το να γνωρίσουν και άλλα μέρη κατά τον ερχομό τους στον τόπο του προορισμού τους. Στη δεύτερη θέση ανέρχεται το πλοίο, το οποίο προτίμησαν 13.562 τουρίστες (ποσοστό 4,146%). Ακολουθούν 4.865 τουρίστες που προτίμησαν να έρθουν στην Ελλάδα με το αυτοκίνητό τους. Τέλος, τρεις και μόνο αφίξεις (ποσοστό 0,001%) πραγματοποιήθηκαν με τραίνο.

Η ίδια περίπου κατάσταση διατηρήθηκε και την επόμενη χρονιά, το 2016. Τα στοιχεία που δίνει η Τράπεζα της Ελλάδας αφορούν το διάστημα Ιανουάριος- Ιούνιος και δείχνουν ότι 74.411 Αυστριακοί τουρίστες επέλεξαν το αεροπλάνο για τον ερχομό τους στην Ελλάδα, 2.848 το πλοίο και τέλος 927 ήρθαν οδικώς.

Όσον αφορά τις δαπάνες που κάνουν οι Αυστριακοί τουρίστες κατά την παραμονή τους στην Ελλάδα, αυτές ακολουθούν ανοδική τάση. Πάντα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδας, κατά τα έτη 2005-2014 η συνολική δαπάνη των Αυστριακών τουριστών στη χώρα μας σε ετήσια βάση παρουσιάζει αυξητική τάση με εξαίρεση το 2012, οπότε και παρουσίασε μια μικρή πτώση, αλλά στη συνέχεια άρχισε να αυξάνεται και πάλι. Αυτά τα στοιχεία φαίνονται στον παρακάτω πίνακα:

**Ετήσιες εισπράξεις από Αυστριακούς  
τουρίστες σε εκατομμύρια ευρώ.**

<b>2005</b>	335.7
<b>2006</b>	346
<b>2007</b>	230.7
<b>2008</b>	275.1

<b>2009</b>	285.6
<b>2010</b>	276.2
<b>2011</b>	255.4
<b>2012</b>	194.5
<b>2013</b>	212.3
<b>2014</b>	245.4

**Πίνακας 4:** Η μέση δαπάνη των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα ανά έτος κατά την περίοδο 2005 – 2014.

Μια μεγαλύτερη ανάλυση φανερώνει ότι η μέση δαπάνη των Αυστριακών τουριστών παρουσιάζει εποχική συμπεριφορά κατά τη διάρκεια του έτους. Παρατηρούμε ότι η δαπάνη είναι μεγαλύτερη στις αφίξεις που πραγματοποιούνται κατά το 2ο και 3ο τρίμηνο του έτους. Ενδεικτικά, για το έτος 2014 η μέση δαπάνη των Αυστριακών τουριστών για το 1ο τρίμηνο του έτους ανήλθε σε 374.92, για το 2ο τρίμηνο σε 739.92, για το 3ο σε 932.80 και για το 4ο σε 508.97. Αυτά τα στοιχεία δηλώνουν την επιθυμία τους να ρυθμίσουν με τέτοιο τρόπο τα έξοδά τους, ώστε να τους μείνουν περισσότερα χρήματα για δαπάνη για την καλοκαιρινή περίοδο, οπότε και θα κάνουν τις διακοπές τους.

Η άφιξη των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα, αυτόματα σηματοδοτεί και τη διείσδυση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στον αυστριακό πληθυσμό. Η διείσδυση στον πληθυσμό μιας χώρας προέλευσης είναι το μερίδιο αγοράς στον πληθυσμό μιας χώρας. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, λοιπόν, πρόκειται για τις αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα προς τον πληθυσμό της Αυστρίας. Η διείσδυση, λοιπόν, του ελληνικού τουριστικού προϊόντος φαίνεται να είναι ικανοποιητική σε σχέση με τη διείσδυση στον πληθυσμό άλλων χωρών. Ανά 1.000 Αυστριακούς 45 ήρθαν στην Ελλάδα το 2007, 71 ήταν το 2011 που παρατηρήθηκε αύξηση αφίξεων από την Αυστρία στην Ελλάδα, ενώ 39 στους 1000 Αυστριακούς τουρίστες ήρθαν στην Ελλάδα το 2015.

Στον παρακάτω πίνακα θα δούμε το Μερίδιο Αγοράς της Ελλάδας ως Τουριστικός Προορισμός στον Αυστριακό Εξερχόμενο Τουρισμό. Αυτό έχει να κάνει με την αυξομείωση των αφίξεων των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα. Οι αφίξεις τους,



λοιπόν, όπως είδαμε και παραπάνω, έχουν μειωθεί τα τελευταία χρόνια, παρόλα αυτά όμως παρουσιάζουν και πάλι αυξητικές τάσεις. Συγκεκριμένα, ο αριθμός των αφίξεων Αυστριακών τουριστών το 2007 ήταν 377.341 ενώ το 2014 μόλις 296.548. Αντιθέτως ο αριθμός των Αυστριακών που ταξίδεψαν το διάστημα 2007-2014 παρέμεινε σχετικά σταθερός με μικρές αυξομειώσεις.

	<b>Ετήσιος Εξερχόμενος Αυστριακός Τουρισμός.</b>	<b>Ετήσιες Αφίξεις Αυστριακών στην Ελλάδα.</b>	<b>Μερίδιο Αγοράς Ελλάδας στον Εξερχόμενο Αυστριακό Τουρισμό</b>
<b>2007</b>	9,876,000	377,341	3.82%
<b>2008</b>	9,677,000	354,748	3.67%
<b>2009</b>	10,121,000	352,223	3.48%
<b>2010</b>	9,882,000	338,367	3,42%
<b>2011</b>	9,874,000	597,418	6.05%
<b>2012</b>	10,960,000	455,017	4.15%
<b>2013</b>	10,671,000	247,177	2.32%
<b>2014</b>	10,994,000	296,548	2.70%

**Πίνακας 5:** Το Μερίδιο Αγοράς Ελλάδας στον Εξερχόμενο Αυστριακό Τουρισμό κατά τα έτη 2007-2014.

Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον εξερχόμενο τουρισμό της Αυστρίας είναι ίσο με το ποσοστό των εξερχόμενων τουριστών από την Αυστρία, που επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό τους. Το μερίδιο αυτό παρουσίασε κάποια μείωση κατά τα τελευταία χρόνια, όπως είδαμε και στον παραπάνω πίνακα. Συγκεκριμένα για το 2007 ήταν περίπου 3,82% δηλαδή ανά 1000 Αυστριακούς τουρίστες οι 38 διάλεξαν την Ελλάδα σαν προορισμό τους, τα επόμενα χρόνια αυτό το μερίδιο αγοράς παρουσίασε

μικρές αυξομειώσεις. Το 2011 αυξήθηκε φτάνοντας το 6,05%. Αξίζει να σημειωθεί ότι την ίδια χρονιά δεν παρατηρείται αύξηση στα συνολικά ταξίδια των Αυστριακών, αντιθέτως από το 2009 έως το 2011 ο εξερχόμενος Αυστριακός τουρισμός παρουσιάζει πτώση. Αυτό σημαίνει ότι οι προτιμήσεις των Αυστριακών που ταξιδεύουν στο εξωτερικό έχουν αλλάξει. Το ποσοστό Αυστριακών τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα αυξάνεται μέχρι το 2012, οπότε και άρχισε να παρουσιάζει πτώση, παρά την αύξηση που παρατηρείται στο συνολικό εξερχόμενο τουρισμό της Αυστρίας. Αυτό σημαίνει ότι, ενώ περισσότεροι Αυστριακοί ταξιδεύουν σε χώρες του εξωτερικού σε σχέση με προηγούμενες χρονιές, λιγότεροι επισκέπτονται την Ελλάδα. Το μερίδιο της Ελλάδας στον εξερχόμενο Αυστριακό τουρισμό έφτασε το 2014 στο 2,7%, δηλαδή ανά 1.000 Αυστριακούς τουρίστες, 27 επέλεξαν την Ελλάδα για προορισμό. Αυτή η αλλαγή μπορεί να αποδοθεί στην οικονομική κρίση που ταλαιπωρεί την Ελλάδα τα τελευταία χρόνια.

Συγκεντρωτικά, για το διάστημα 2007-2014, τα ταξίδια των Αυστριακών σε χώρες του εξωτερικού αυξήθηκαν κατά 11%, ενώ η προτίμηση της Ελλάδας από αυτούς σε αυτό το διάστημα μειώθηκε κατά 21%. (Κομπορόζου, 2017: 48-60).

## **B' ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ**

Παρακάτω θα παρουσιάσουμε την έρευνα που διαπράξαμε με τη συμμετοχή ενός συνόλου Αυστριακών τουριστών, σχετικά με τους λόγους που τους οδηγούν να

επιλέξουν την Ελλάδα, αν οι προσδοκίες τους από το ταξίδι επιβεβαιώθηκαν και με τι κριτήρια σχεδιάζουν ένα ταξίδι τους στο εξωτερικό.

## **1. Μεθοδολογία πρωτογενούς έρευνας.**

### **α) Ο πληθυσμός της έρευνας.**

**Πληθυσμός:** Το σύνολο των Αυστριακών πολιτών.

**Μονάδα πληθυσμού:** Γυναίκες και Άντρες όλων των ηλικιών.

**Μονάδα δειγματοληψίας:** Άνδρες και Γυναίκες κάτοικοι της Αυστρίας.

**Έκταση:** Τη πόλη του Wels βόρεια Αυστρία.

**Χρόνος διεξαγωγής της έρευνας:** 1-31/7/2017

### **β) Η ερευνητική μέθοδος.**

Η μέθοδος για την έρευνα που ακολουθήθηκε ήταν δειγματοληψία. Εξετάστηκε ένα τμήμα του συνόλου του πληθυσμού το οποίο ονομάζεται δείγμα.

### **γ) Διαδικασία Δειγματοληψίας.**

**Απλή τυχαία δειγματοληψία:** Κάθε άτομο του συνόλου έχει τις ίδιες πιθανότητες να επιλεγεί ως δείγμα.

### **δ) Εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν.**

Πίνακες συχνοτήτων

Πίνακες διασταυρώσεων

### **ε) Μέγεθος του δείγματος.**

N=100 Αυστριακοί πολίτες

### **στ) Μέρος διεξαγωγής της έρευνας.**

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε διάφορα σημεία μέσα στη πόλη του Wels και συγκεκριμένα στο κέντρο της πόλης. Οι μέρες ήταν κυρίως σαββατοκύριακα που είχε κόσμο στους δρόμους διαφορετικών ηλικιών και διαφορετικής οικογενειακής

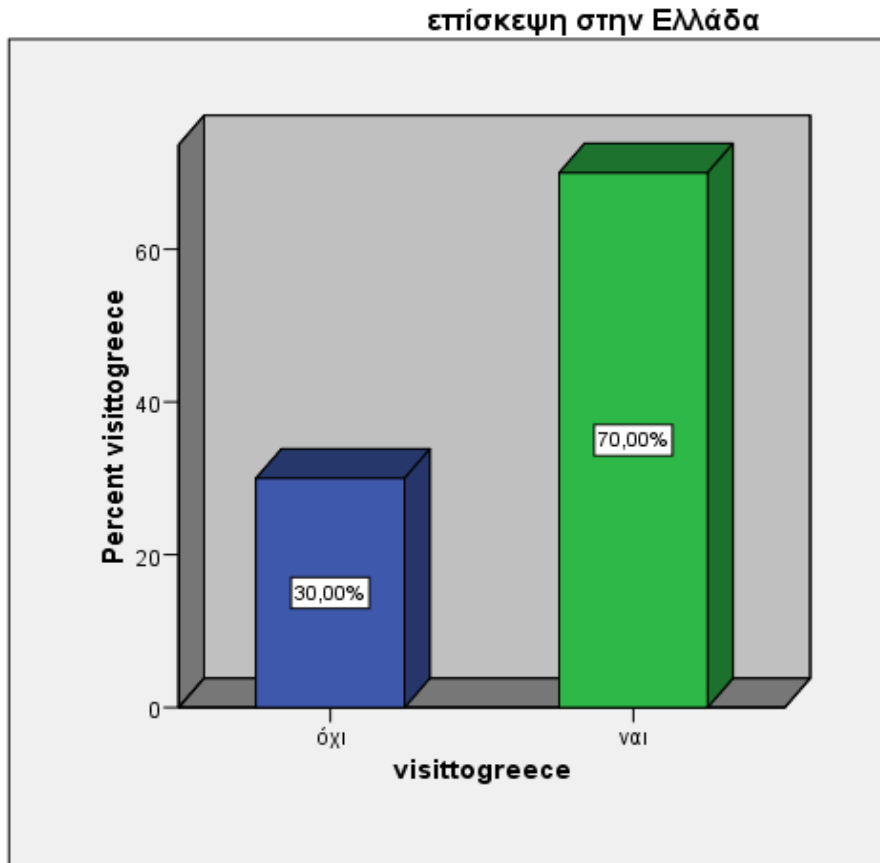
κατάστασης. Τους διευκρινίστηκε ότι οι ερωτήσεις αφορούσαν ερευνητική εργασία στο πλαίσιο εκπαιδευτικού προγράμματος της Ελλάδας με θέμα τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα και ότι μπορούσαν να απαντήσουν και άτομα που δεν είχαν επισκεφτεί τη χώρα.

#### **ζ) Μέθοδος συγκέντρωσης των πρωτογενών στοιχείων.**

Η συγκέντρωση των πρωτογενών στοιχείων έγινε με την εφαρμογή δομημένου ερωτηματολογίου με τη χρήση 13 ερωτήσεων από τις οποίες οι 5 ήταν δημογραφικές ερωτήσεις και οι υπόλοιπες 8 αφορούν το θέμα της έρευνας.

## **2. Αποτελέσματα πρωτογενούς έρευνας.**

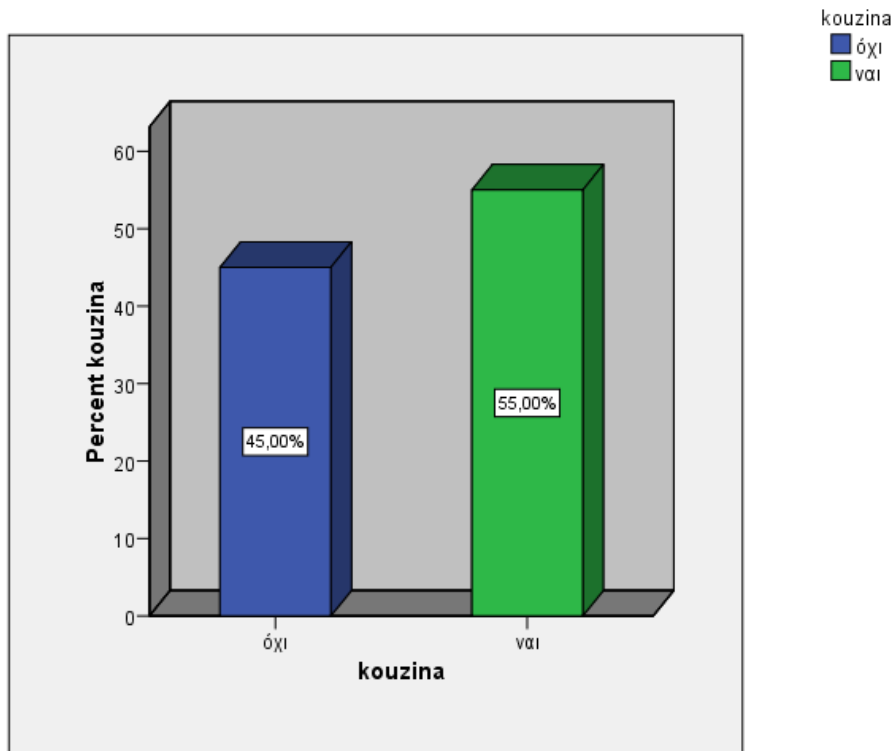
1. Έχετε επιλέξει την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό;



**Διάγραμμα 1. Επίσκεψη στην Ελλάδα**

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων το 70% απάντησε πως έχει επισκεφθεί την Ελλάδα τουλάχιστον μια φορά και το υπόλοιπο 30% απάντησε πως ποτέ δεν έχει επισκεφθεί τη χώρα.

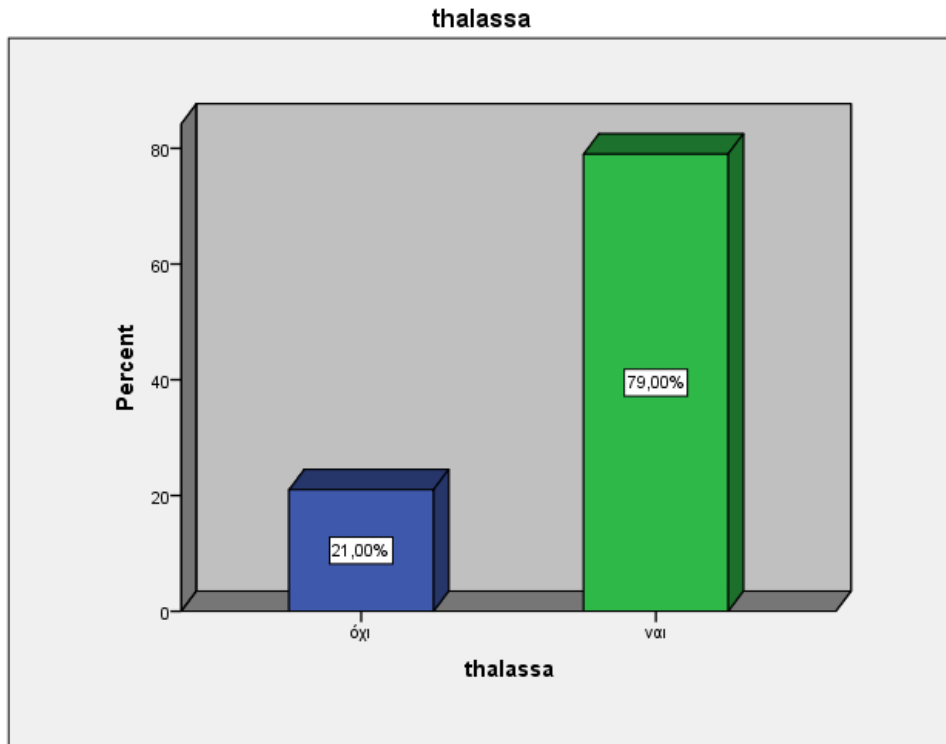
2. Ποιοι είναι οι λόγοι για τους οποίους θα επιλέγατε την Ελλάδα για διακοπές;



Footnote

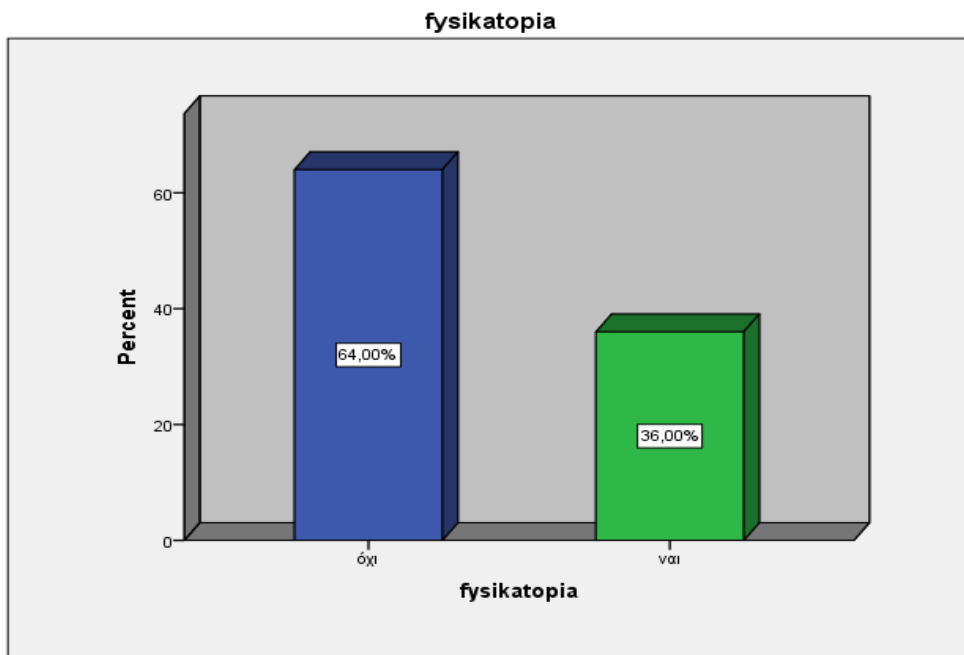
## Διάγραμμα 2. Λόγος επίσκεψη στην Ελλάδα: Ντόπια κουζίνα

Το 55% των ερωτηθέντων απάντησαν πως θα επέλεγαν την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό λόγο της ντόπιας κουζίνας και το 45% απάντησε πως δεν είναι λόγος για να την επισκεφθούν.



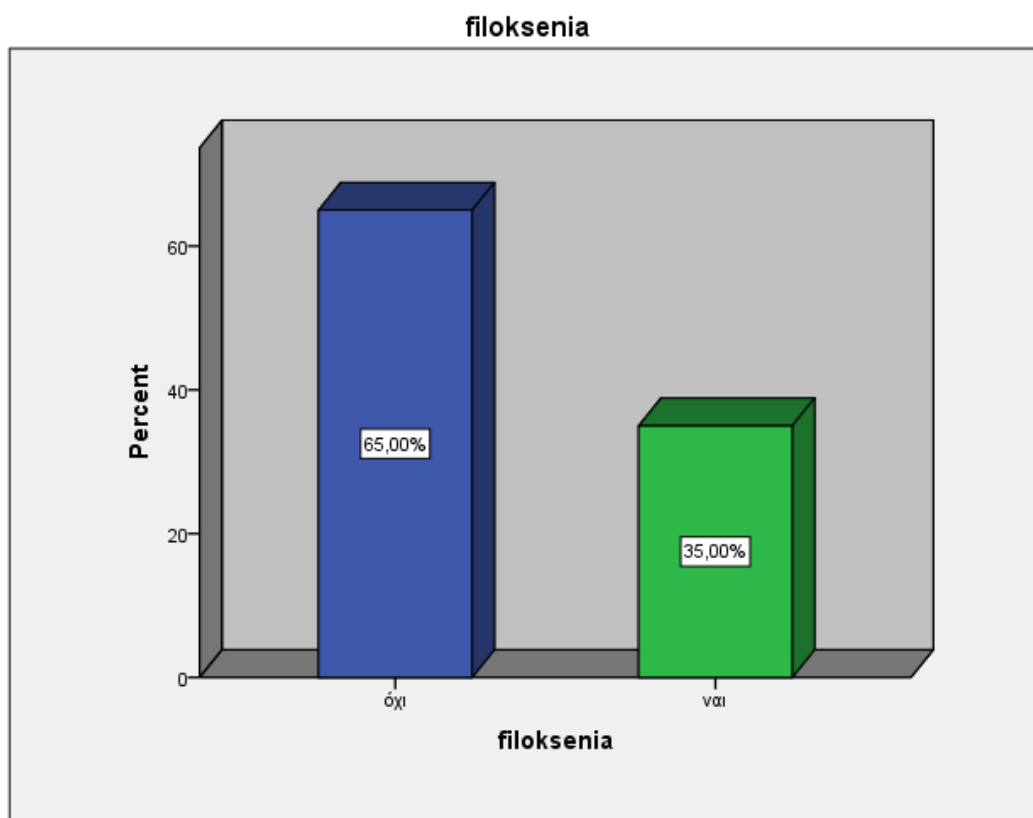
**Διάγραμμα 3. Λόγος επίσκεψη στην Ελλάδα: Θάλασσα**

Από τους ερωτηθέντες το 79% απάντησε πως η θάλασσα είναι ένας κύριος λόγος επίσκεψης της Ελλάδας και μόλις το 21% απάντησε όχι.



**Διάγραμμα 4. Λόγος επίσκεψη στην Ελλάδα: Φυσικά τοπία**

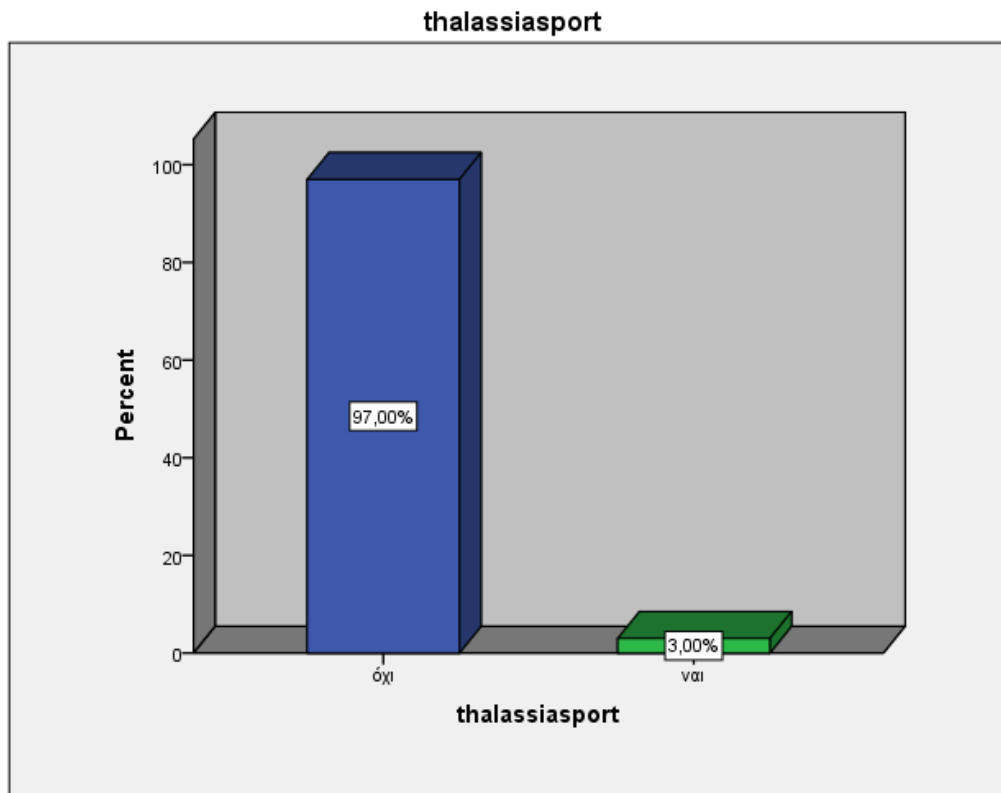
Το 64% απάντησε πως τα φυσικά τοπία δεν είναι ένας από τους λόγους που θα επέλεγαν να επισκεφθούν την Ελλάδα ενώ το 36% θεωρεί ότι είναι ένας λόγος.





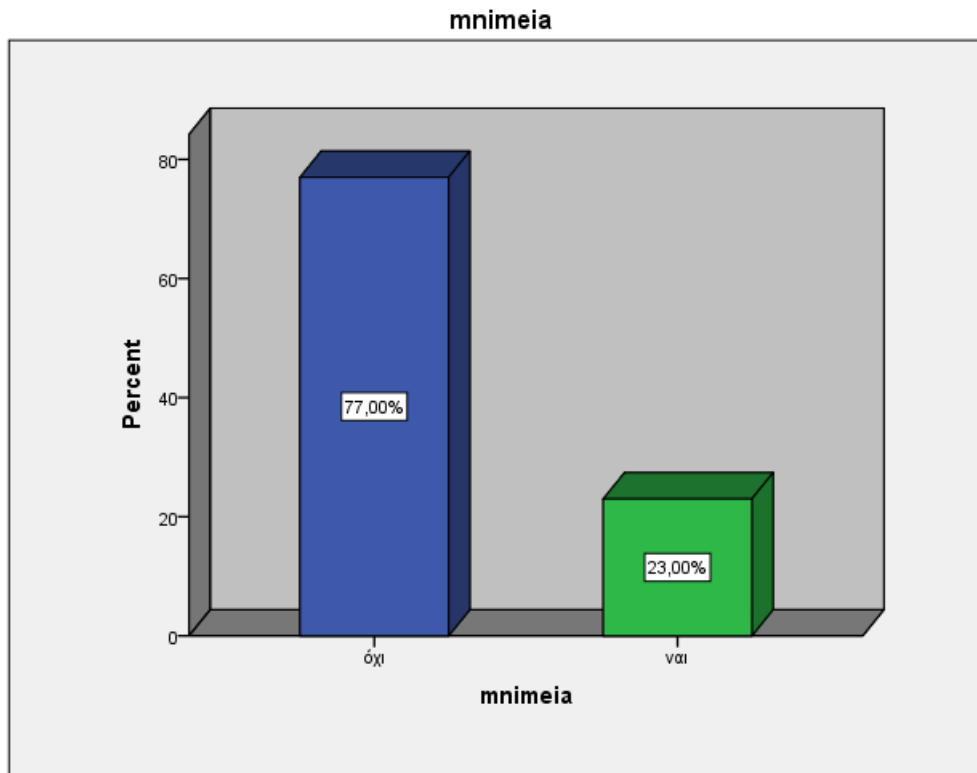
**Διάγραμμα 5. Λόγος επίσκεψη στην Ελλάδα: Για την φιλοξενία των ντόπιων**

Από τους ερωτηθέντες το ποσοστό του 65% απάντησε όχι στο ερώτημα εάν επέλεξαν την Ελλάδα για την φιλοξενία των ντόπιων και το 35% απάντησε ναι.



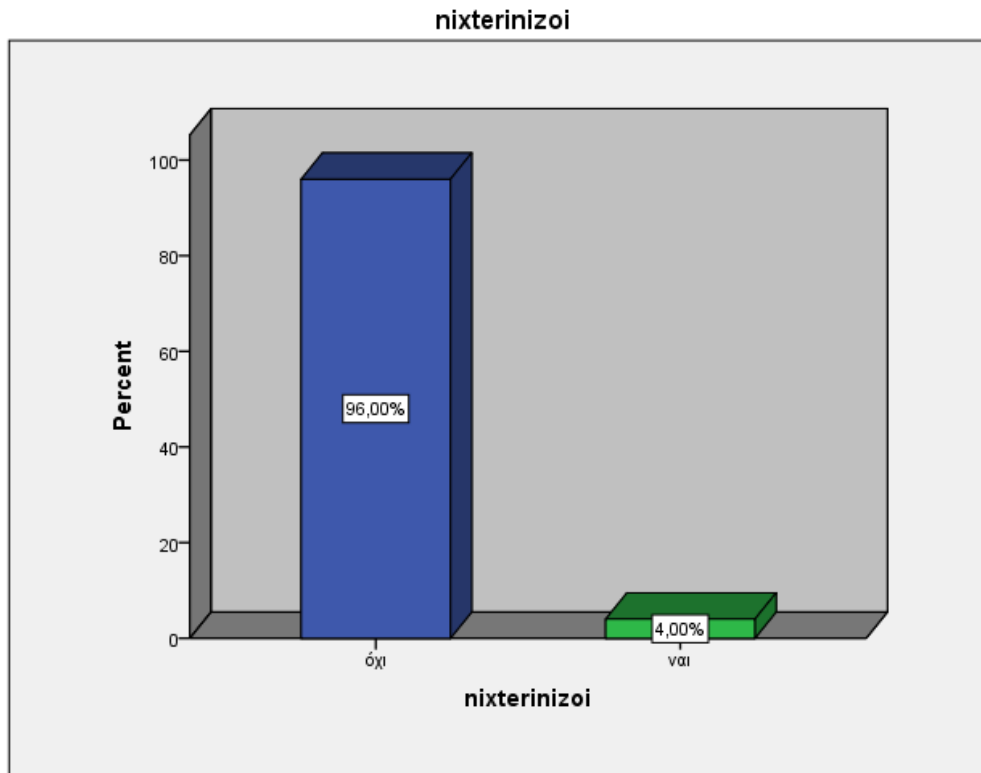
**Διάγραμμα 6. Λόγος επίσκεψη στην Ελλάδα: Για τα θαλάσσια σπορ**

Το 97% των ερωτηθέντων απάντησαν πως δεν θα επέλεξαν την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό για τα Θαλάσσια σπορ ενώ το 3% απάντησε θετικά.



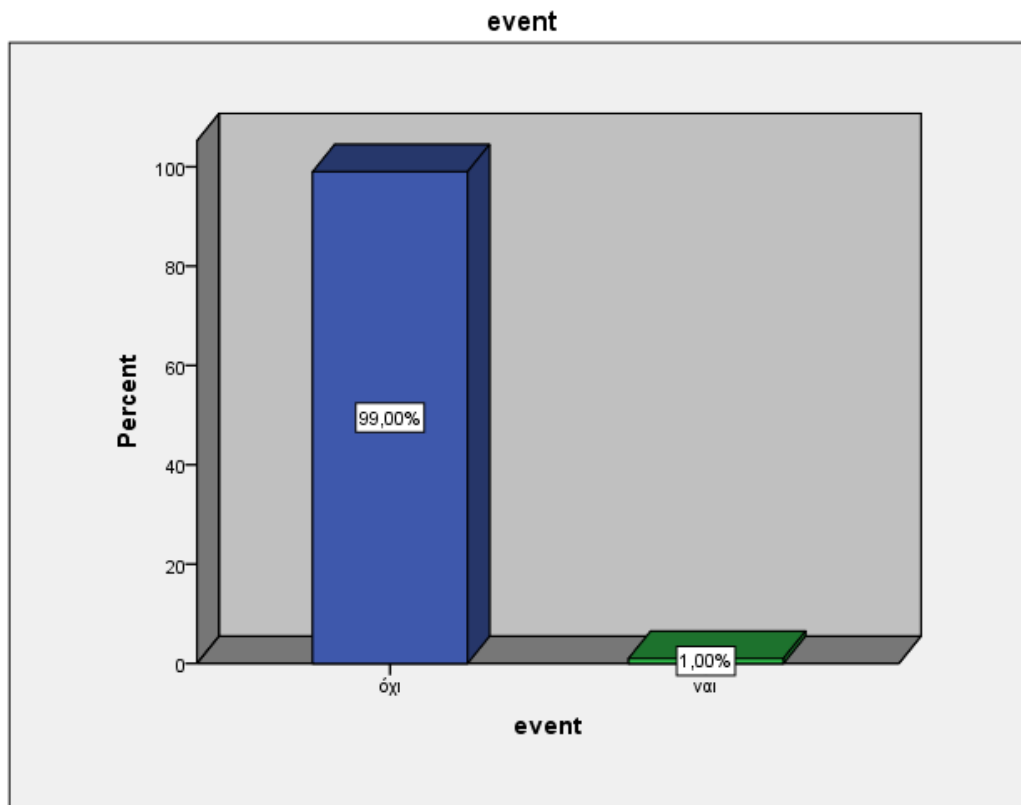
**Διάγραμμα 7. Λόγος επίσκεψη στην Ελλάδα: Για τα μνημεία**

Το 77% απάντησε πως δεν θα επισκέπτονταν την χώρα για τα μνημεία και το 23% θα την επισκεπτόταν για αυτά.



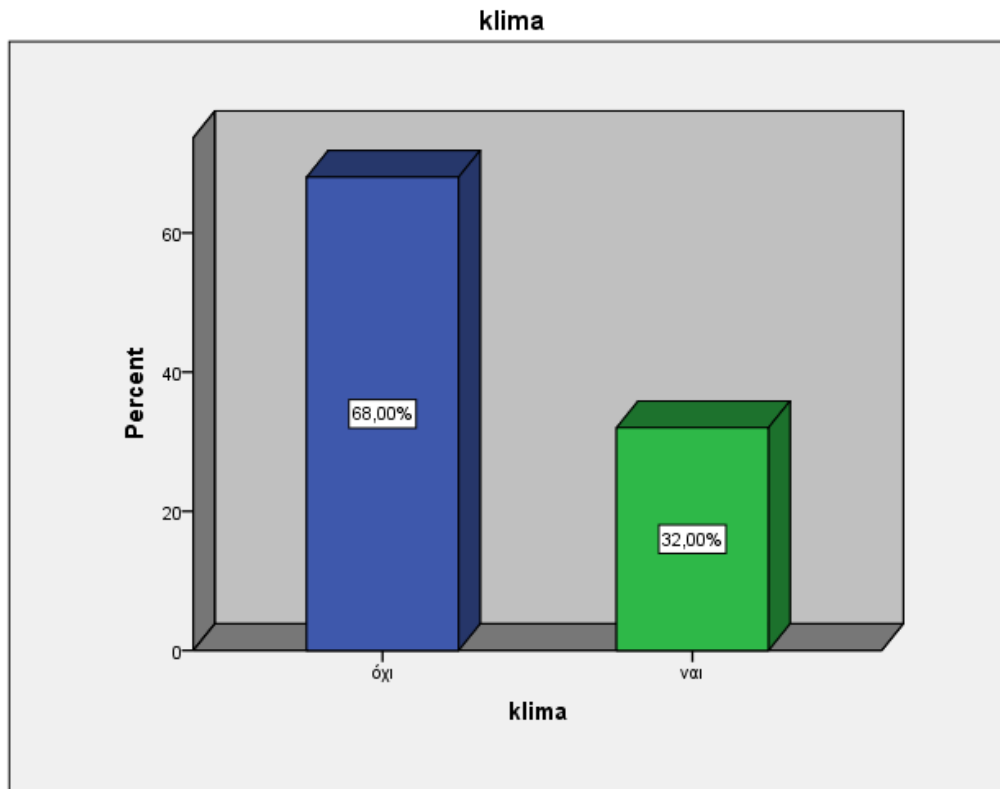
**Διάγραμμα 8. Λόγος επίσκεψη στην Ελλάδα: Για τη νυχτερινή ζωή**

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δεν έχουν σαν κύρια επιλογή τη νυχτερινή ζωή που προσφέρει η Ελλάδα και μόνο το 4% είναι απάντησε θετικά.



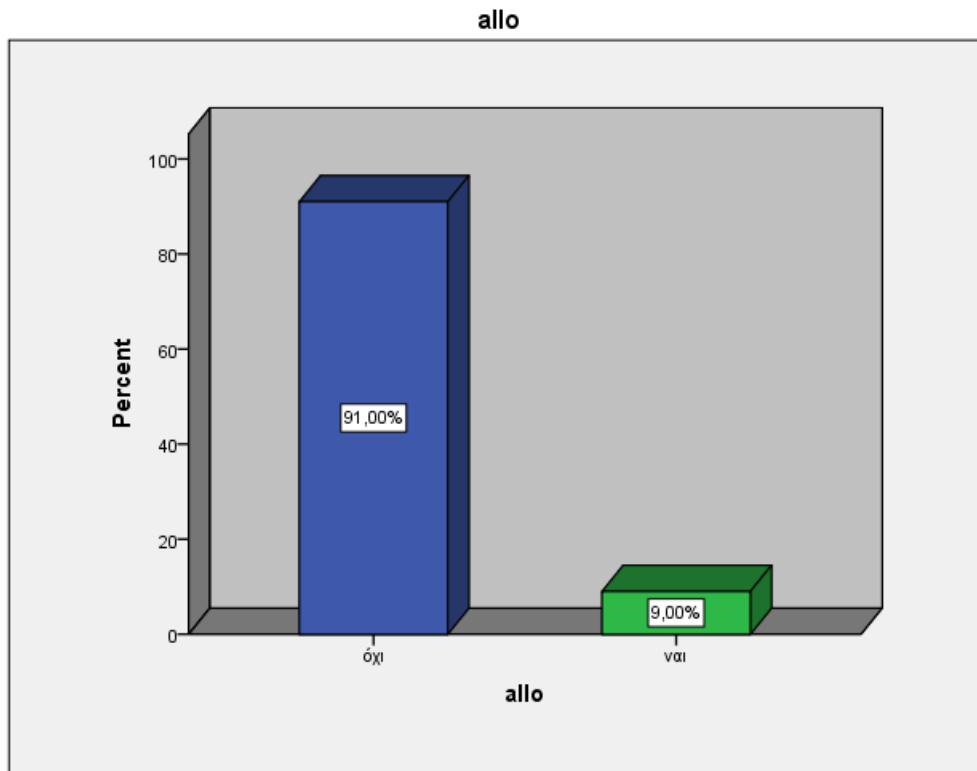
**Διάγραμμα 9. Λόγος επίσκεψη στην Ελλάδα: Για διάφορα event**

Το συντριπτικό ποσο 99% απάντησε πως δεν τους ενδιαφέρουν τα διάφορα event που γίνονται στην χώρα και μόνο το 1% θα επέλεγε την Ελλάδα για αυτόν τον λόγο.



**Διάγραμμα 10. Λόγος επίσκεψη στην Ελλάδα: Για το ευνοϊκό κλίμα**

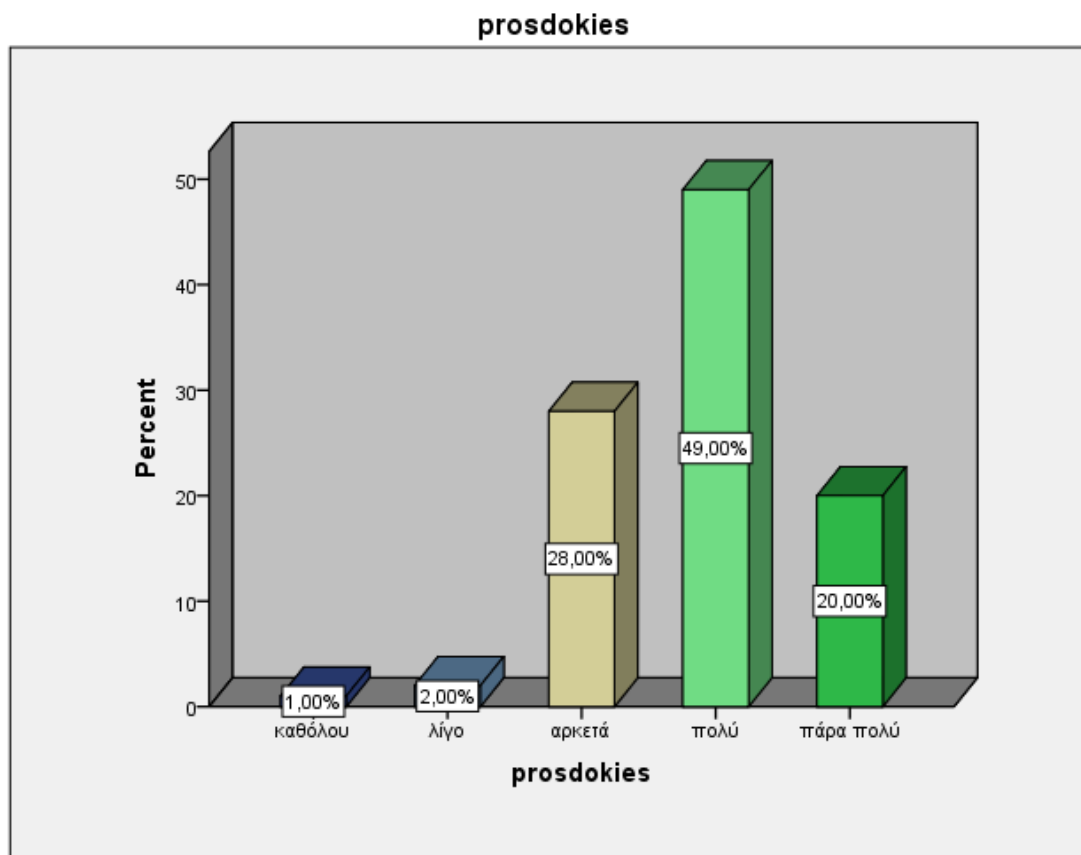
Το 68% δεν θα επέλεγε την Ελλάδα για το ευνοϊκό της κλίμα ενώ το ποσοστό του 32% το θεωρεί καλό λόγο για να την επιλέξει.



**Διάγραμμα 11. Λόγος επίσκεψη στην Ελλάδα: Άλλο**

Το 91% δεν χρειάζεται άλλο λόγο για να επισκεφθεί την Ελλάδα πέρα από τους παραπάνω λόγους που προαναφέρθηκαν. Και μόλις το 9% έχει και άλλους λόγους για τους οποίους θα επέλεγε την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό.

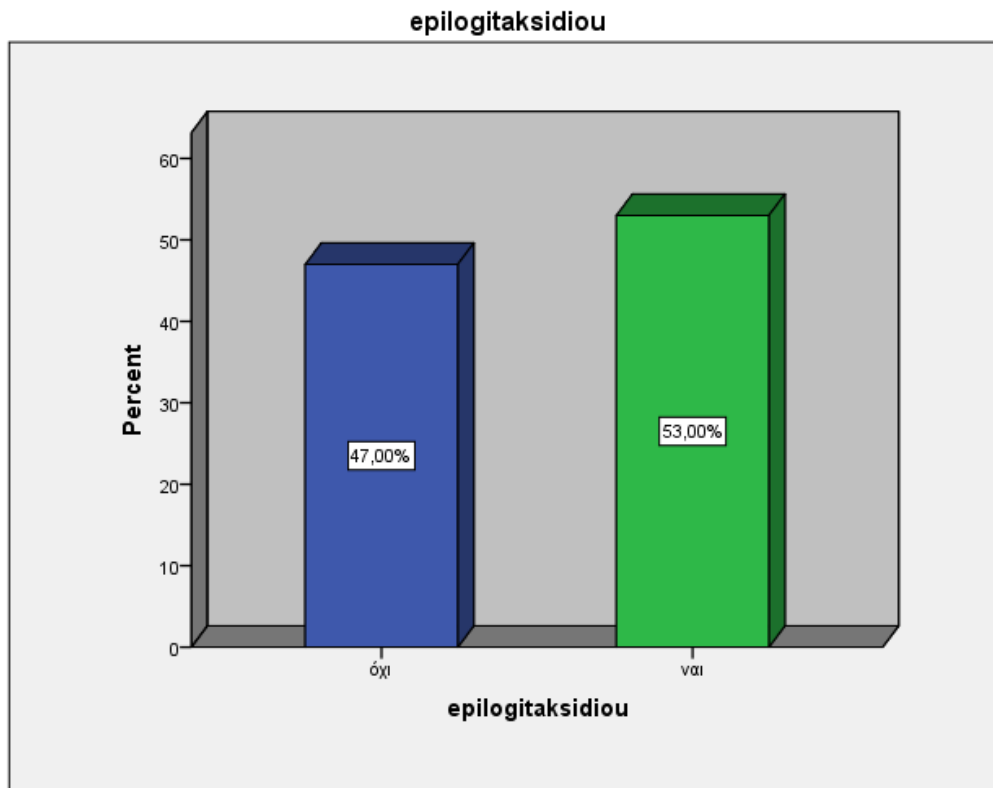
3. Οι προσδοκίες σας αντιστοιχούν σε αυτό που προσφέρει ο ελληνικός τουρισμός;



**Διάγραμμα 12. Οι προσδοκίες από τον Ελληνικό τουρισμό**

Το μεγαλύτερο ποσοστό 49% απάντησε πως οι προσδοκίες τους καλύπτονται ‘πολύ’ σε ότι αφορά το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας, το 28% απάντησε ‘αρκετά’, το 20% είναι ‘πάρα πολύ’ ευχαριστημένο, ενώ μόλις το 2% είπε όχι και το 1% δεν καλύπτεται.

4. Θα επιλέγατε να ταξιδέψετε στην Ελλάδα πέρα από τους θερινούς μήνες και τους χειμερινούς αντίστοιχα;

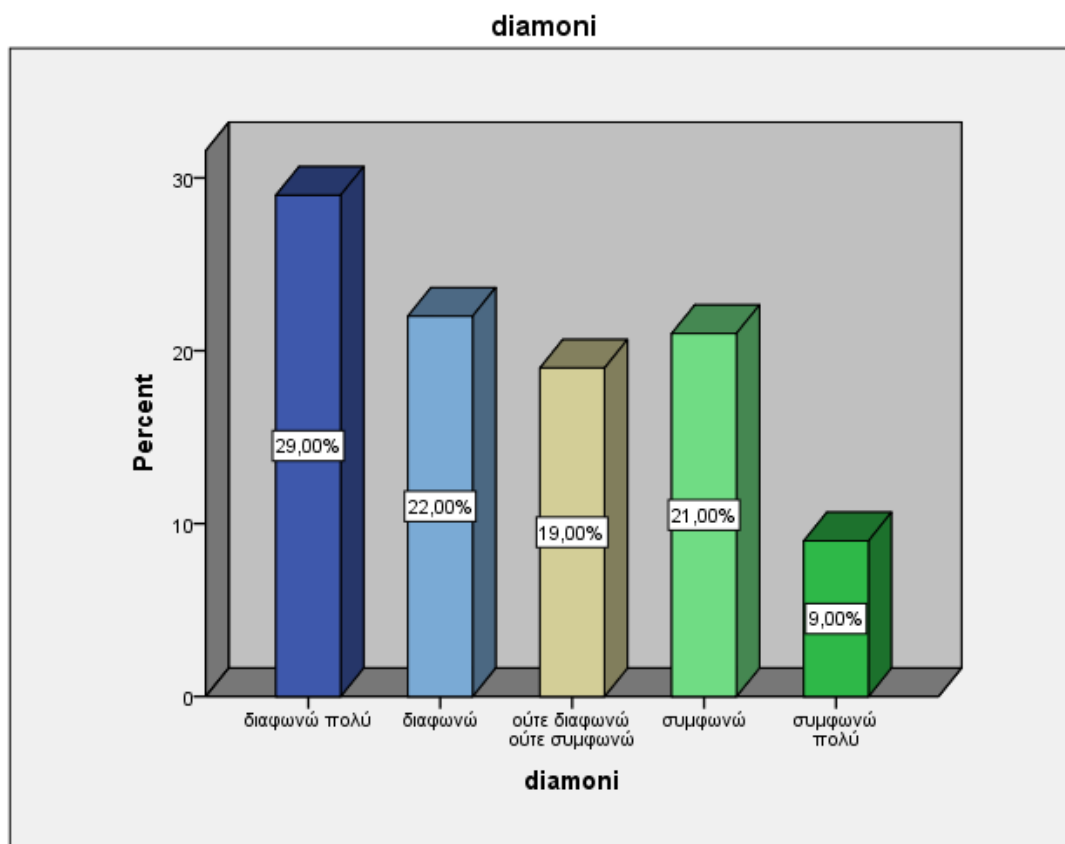


**Διάγραμμα 13. Επιλογή της Ελλάδας ως τουριστικό προορισμό πέρα από τους θερινούς μήνες και χειμερινούς αντίστοιχα**

Το 53% των ερωτηθέντων θα επέλεγαν την Ελλάδα όχι μόνο για καλοκαιρινό προορισμό αλλά και για χειμερινό. Ενώ με μικρή διαφορά του ποσοστού θα επέλεγε τη χώρα μόνο για τους καλοκαιρινούς μήνες.

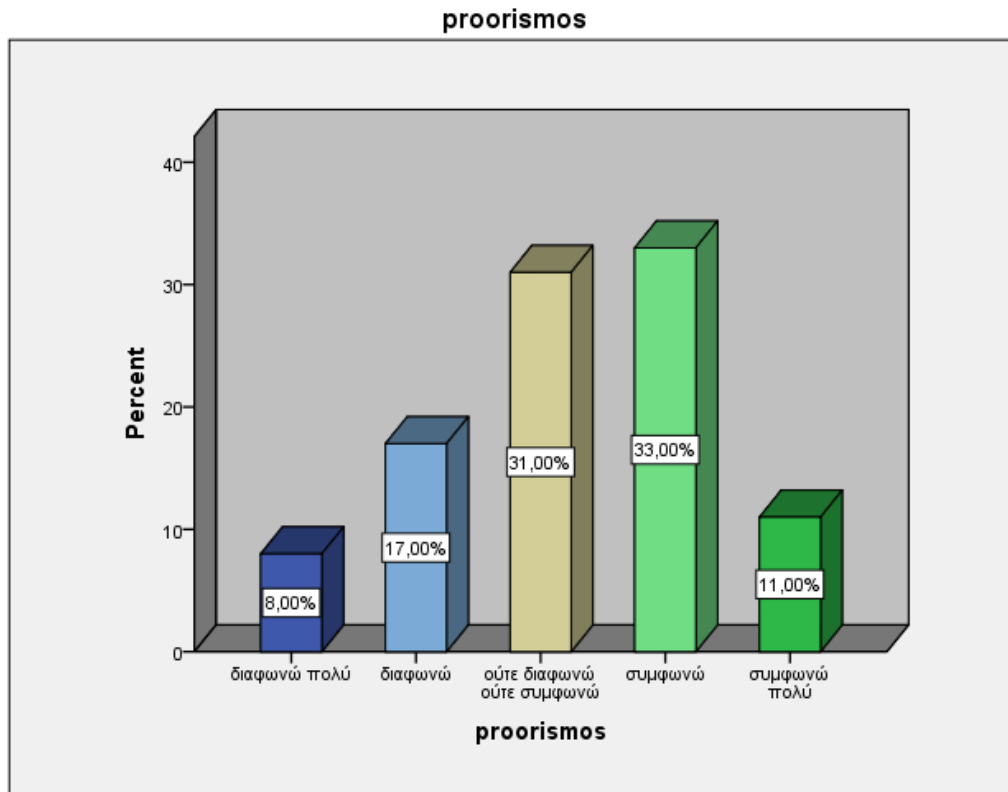


5. Σας παρακαλώ να απαντήσετε εάν συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις:



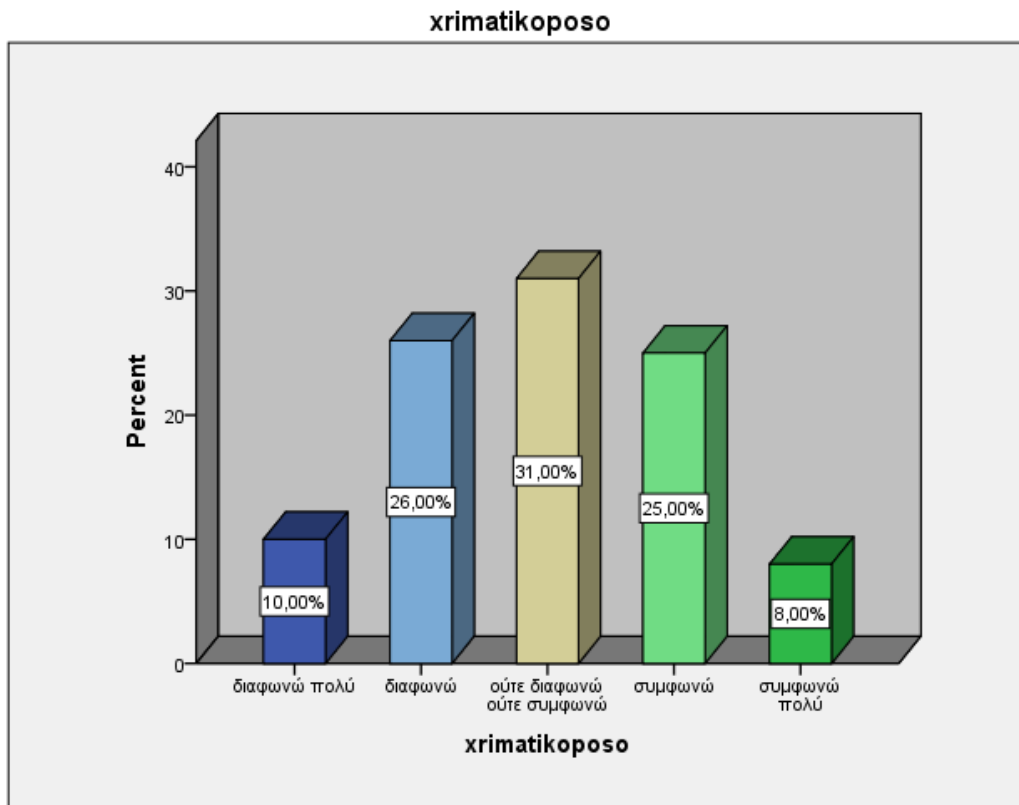
**Διάγραμμα 14.** Για την διαμονή μου στις διακοπές επιλέγω μεγάλες και οργανωμένες τουριστικές μονάδες

Το μεγαλύτερο ποσοστό 29% απάντησε πως διαφωνεί πολύ στο να επιλέξει μεγάλες και οργανωμένες τουριστικές μονάδες, το 22% απάντησε πως διαφωνεί ενώ σε αντίθετη γνώμη έχει το 21% που συμφωνεί και το μικρό ποσό 9% που συμφωνεί πολύ. Τέλος το 19% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί .



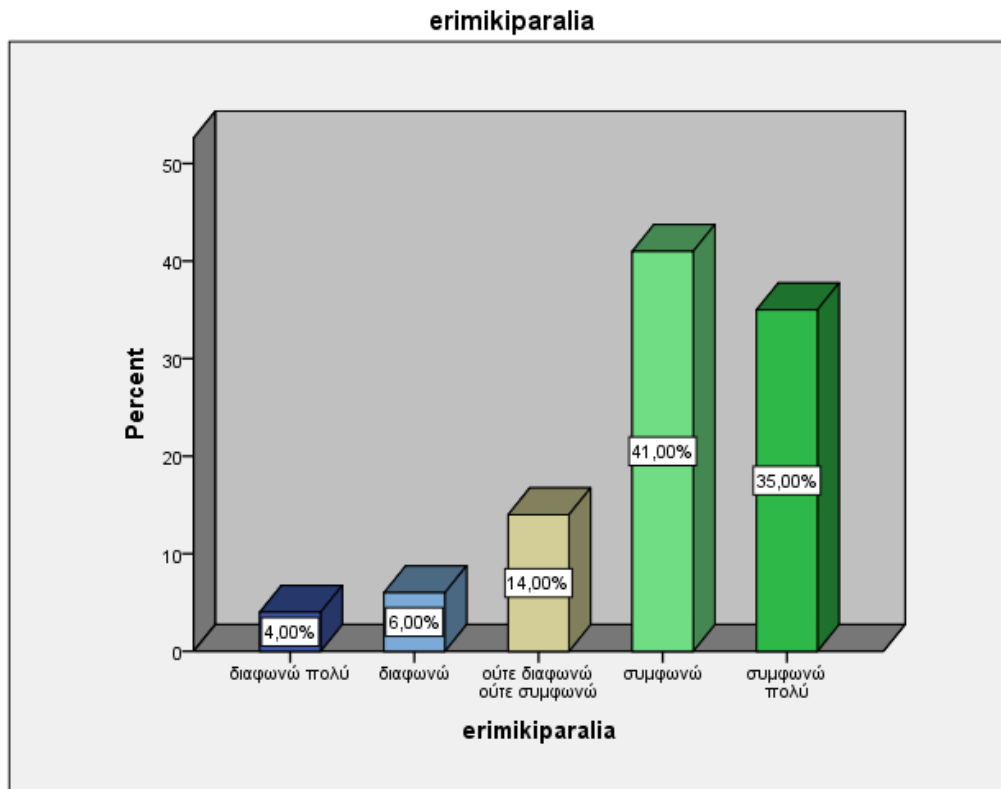
**Διάγραμμα 15.Για τουριστικό προορισμό επιλέγω γνωστά κοσμοπολίτικα νησιά.**

Το 33% των ερωτηθέντων συμφωνεί πως επιλέγει γνωστά κοσμοπολίτικα νησιά για να επισκεφθεί την Ελλάδα και το 11% συμφωνεί πολύ. Το 31% έχει μια ουδέτερη στάση ενώ το 17% διαφωνεί και το 8% διαφωνεί πολύ.



**Διάγραμμα 16.** Δεν με ενοχλεί το χρηματικό ποσό που θα ξοδέψω στις διακοπές μου.

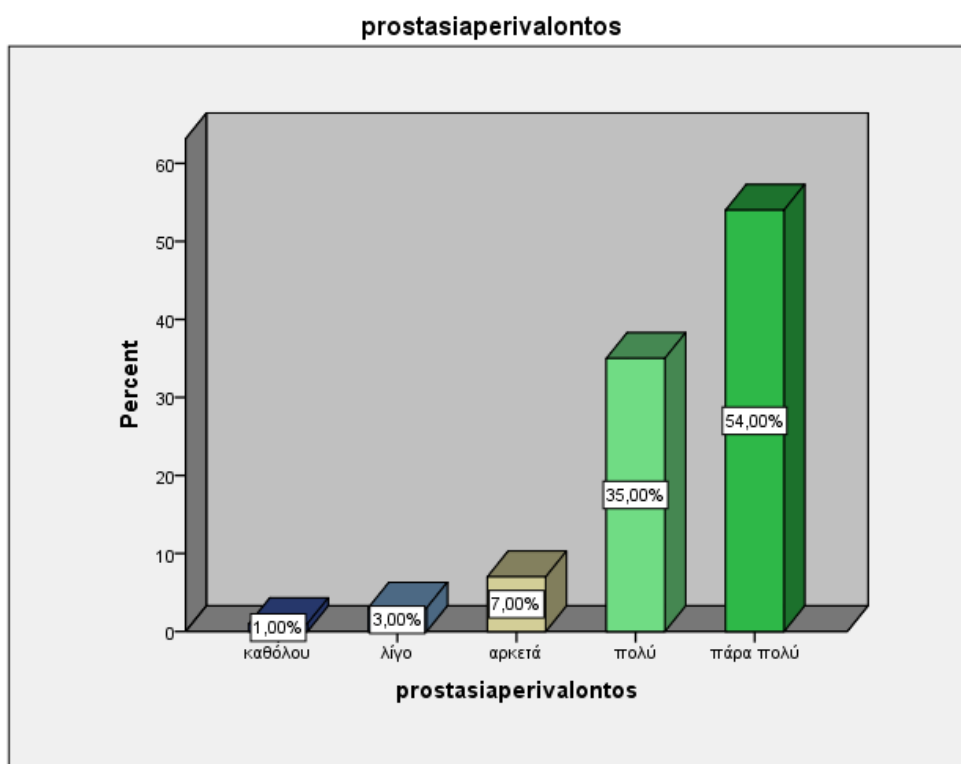
Το 31% απάντησε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί για το εάν τον ενδιαφέρει το χρηματικό ποσό που θα σπαταλήσει στις διακοπές του, το 26% του είναι αδιάφορο το πόσο που θα σπαταλήσει στον τουριστικό προορισμό και το 10% διαφωνεί πολύ ένα τον ενοχλεί η σπατάλη κατά τις διακοπές του. Τέλος το 25% συμφωνεί ότι τον ενδιαφέρει το πόσο θα αφιερώσει στις διακοπές ενώ το 8% συμφωνεί πολύ.



**Διάγραμμα 17. Για να κάνω το μπάνιο μου θα προτιμούσα μια ερημική παραλία**

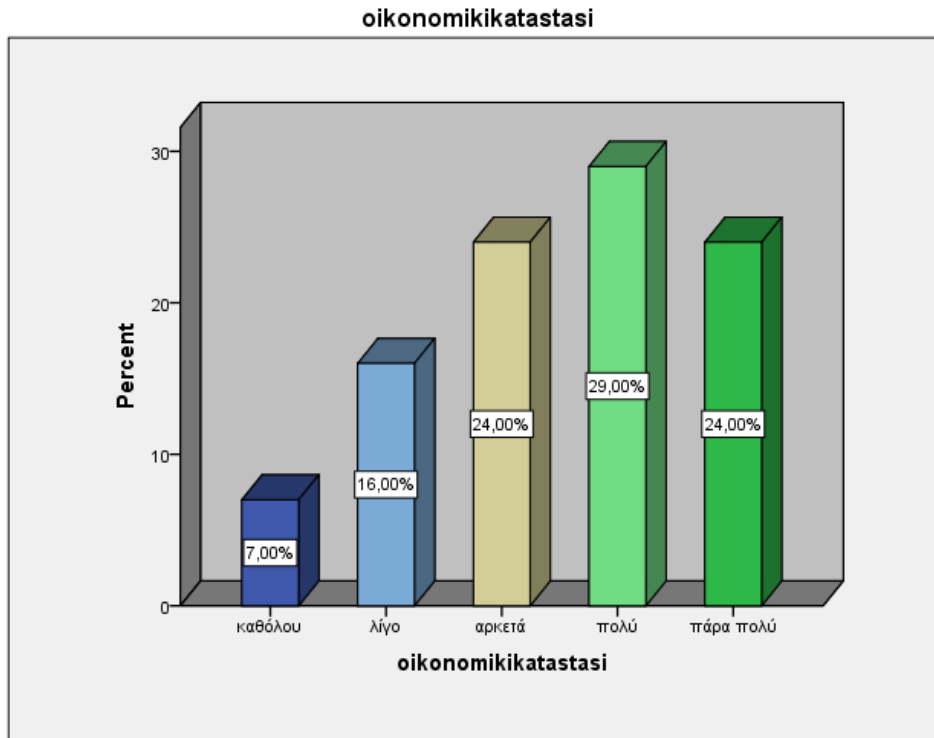
Το 41% συμφωνεί και το 35% συμφωνεί πολύ στο ότι θα επέλεγε μια ερημική παραλία για να κάνει μπάνιο, ενώ το 14% έχει μια ουδέτερη στάση στο συγκεκριμένο ερώτημα. Αντίθετα το 6% διαφωνεί και το 4% διαφωνεί πολύ και δεν θα επέλεγε μια ερημική παραλία.

6. Παρακαλώ σημειώστε το βαθμό σημαντικότητας για εσάς των παρακάτω προτάσεων σχετικά με τον τουρισμό:



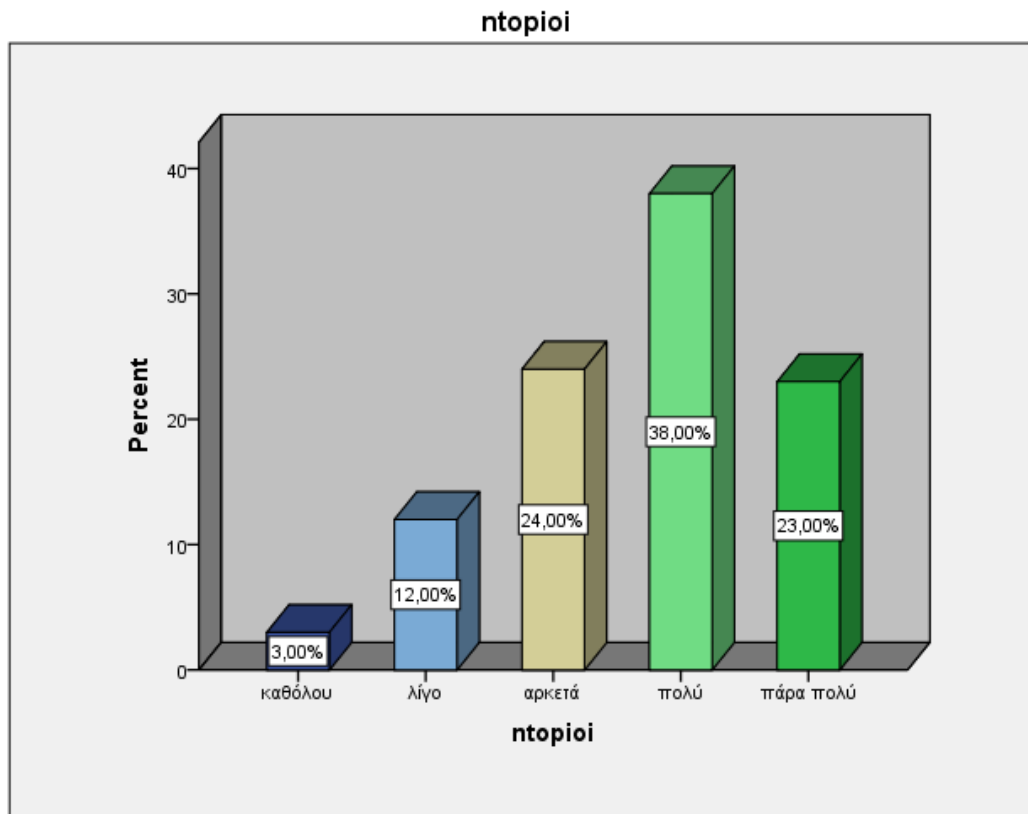
**Διάγραμμα 18.**Σας ενδιαφέρει η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος του τόπου που κάνετε τις διακοπές σας;

Το συντριπτικό ποσοστό 54% ενδιαφέρεται πάρα πολύ για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος του τόπου που κάνει τις διακοπές του και το 35% πολύ. Το 7% αρκετά και στη συνέχεια το 3% ενδιαφέρεται λίγο και το 1% καθόλου.



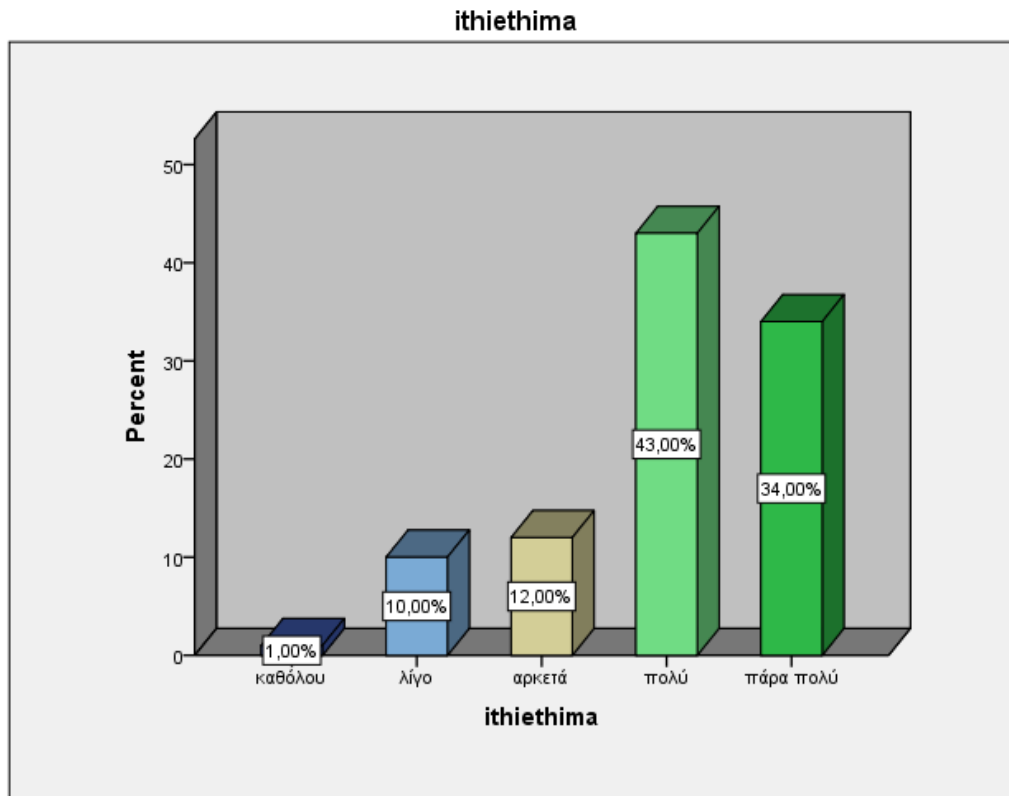
**Διάγραμμα 19.** Σας ενδιαφέρει η οικονομική κατάσταση της χώρας που επιλέγετε για διακοπές;

Το ποσοστό 29% ενδιαφέρεται για την οικονομική κατάσταση της χώρας που επιλέγει να κάνει τις διακοπές του. Σε ισοψηφία της τάξεως 24% έρχεται το πάρα πολύ και το αρκετά. Αντίθετα το 16% ενδιαφέρεται λίγο ενώ το 7% καθόλου.



**Διάγραμμα 20. Θα ήταν σημαντικό για εσάς να γνωρίσετε και να συναναστραφείτε με τους ντόπιους;**

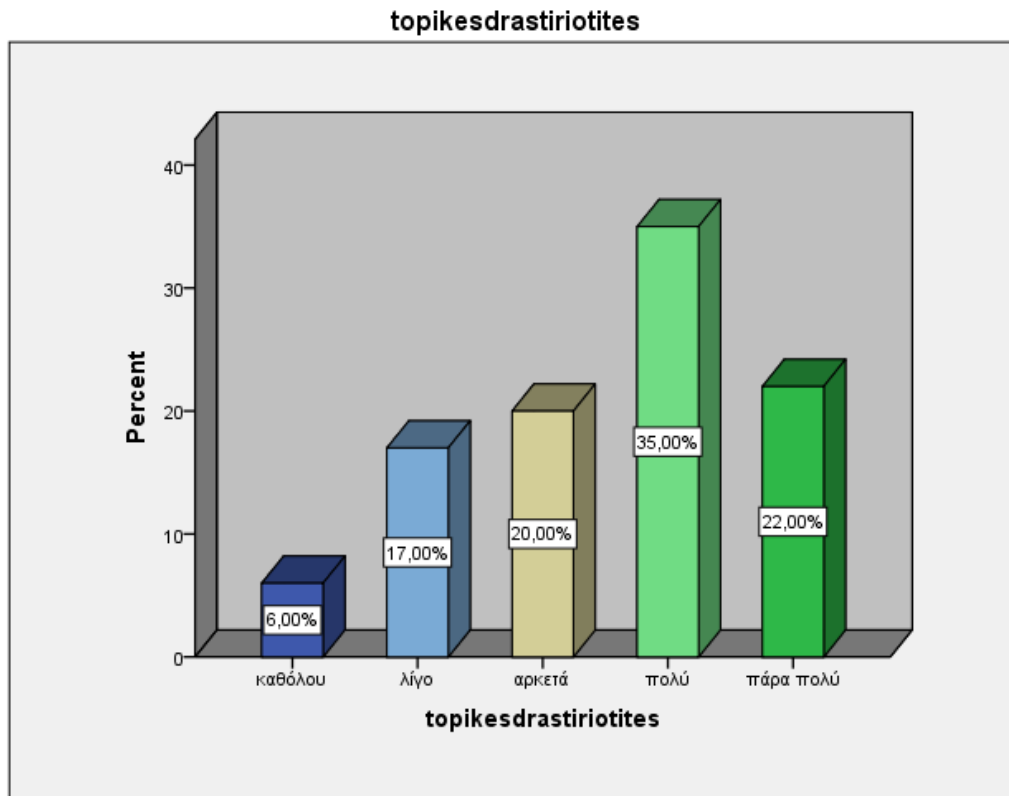
Το 38% θα ήθελε πολύ να έχει επαφή με τους ντόπιους του τόπου που επιλέγει για τουριστικό προορισμό και το 23% πάρα πολύ. Το 24% απάντησε αρκετά ενώ το 12% λίγο και το 3% δεν θα ήθελε καμία επαφή με τους ντόπιους του τόπου.



**Διάγραμμα 21. Θα θέλατε να γνωρίσετε τα ήθη και τα έθιμα του τόπου που επισκέπτεστε;**

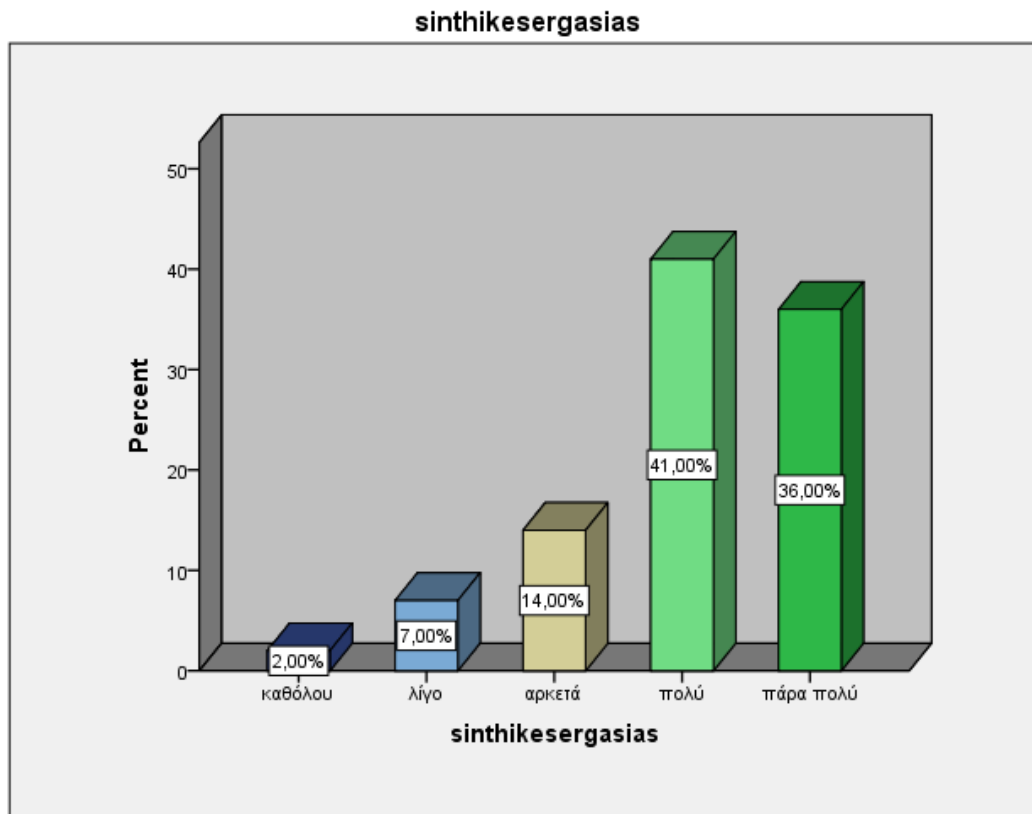
Για επαφή με τα ήθη και έθιμα του τόπου επίσκεψης, πολύ και πάρα πολύ απάντησε το ποσοστό 43% και 34% αντίστοιχα. Το 12% απάντησε αρκετά ενώ μόλις το 10% απάντησε λίγο σε μια τέτοια εμπειρία και μόνο το 1% καθόλου.





**Διάγραμμα 22.Θα σας ενδιέφερε να συμμετάσχετε σε τοπικές δραστηριότητες;**

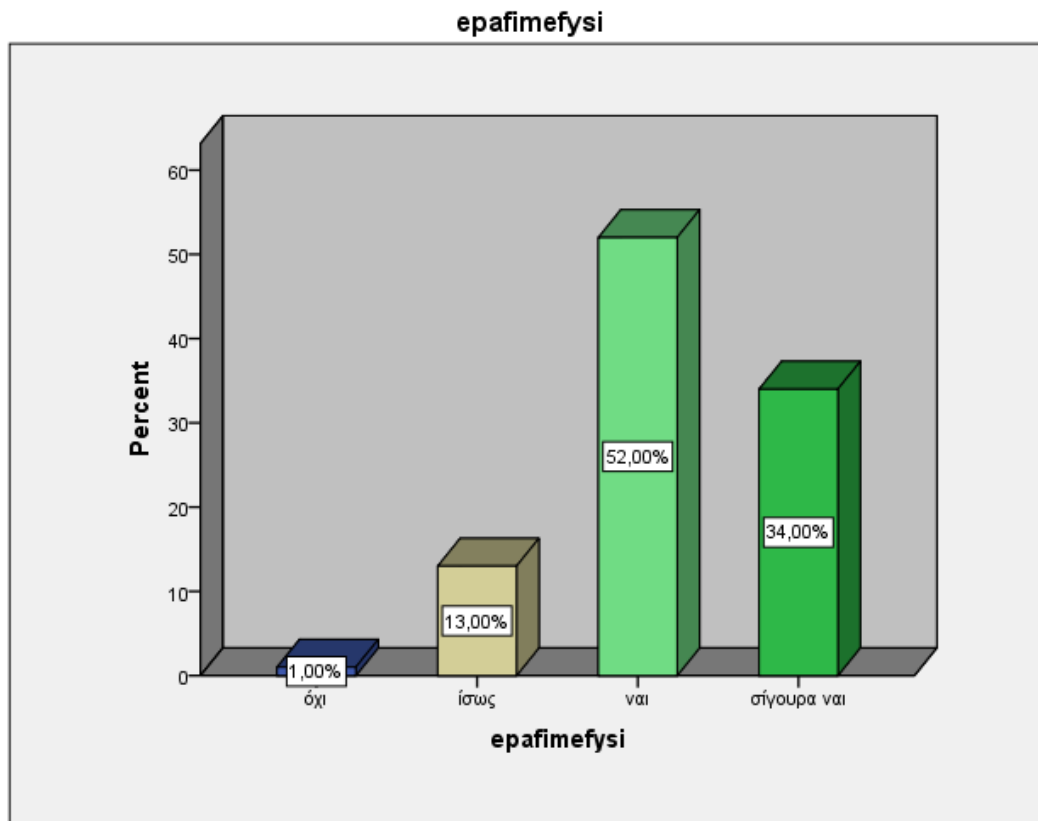
Το 35% θα ήθελε πολύ να συμμετάσχει σε τοπικές δραστηριότητες και το 22% πάρα πολύ. Το 20% απάντησε αρκετά κρατώντας μια ουδέτερη στάση. Ενώ το 17% είπε πως θα το ενδιέφερε λίγο να συμμετάσχει και το 6% καθόλου.



**Διάγραμμα 23.** Είναι σημαντικό για εσάς οι συνθήκες εργασίας των εργαζομένων του τόπου που επισκέπτεστε;

Το 41% απάντησε πως έχει πολύ σημασία για αυτούς οι συνθήκες εργασίας των εργαζομένων του τόπου που επισκέπτονται και το 36% απάντησε ότι θα τους ενδιέφερε πάρα πολύ. Το 17% απάντησε αρκετά ενώ το 7% λίγο και το 2% δεν το απασχολεί καθόλου οι συνθήκες εργασίας των εργαζομένων.

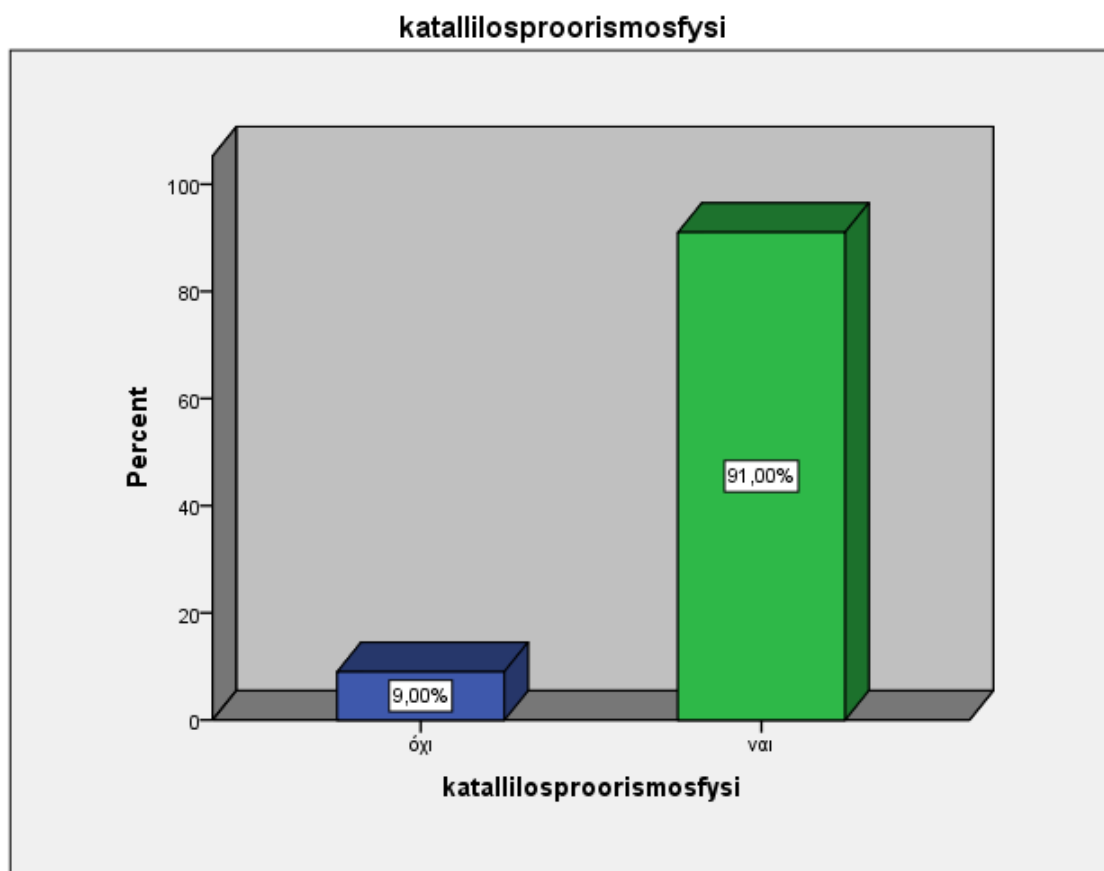
7. Θα σας ενδιέφερε η επαφή με την φύση στις διακοπές σας;



Διάγραμμα 24. Επαφή με τη φύση

Η πλειοψηφία 52% απάντησε ναι στην επαφή με τη φύση κατά τη διάρκεια των διακοπών και 34% απάντησε σίγουρα ναι. Το 13% απάντησε ίσως και μόλις το 1% απάντησε όχι στην επαφή με τη φύση.

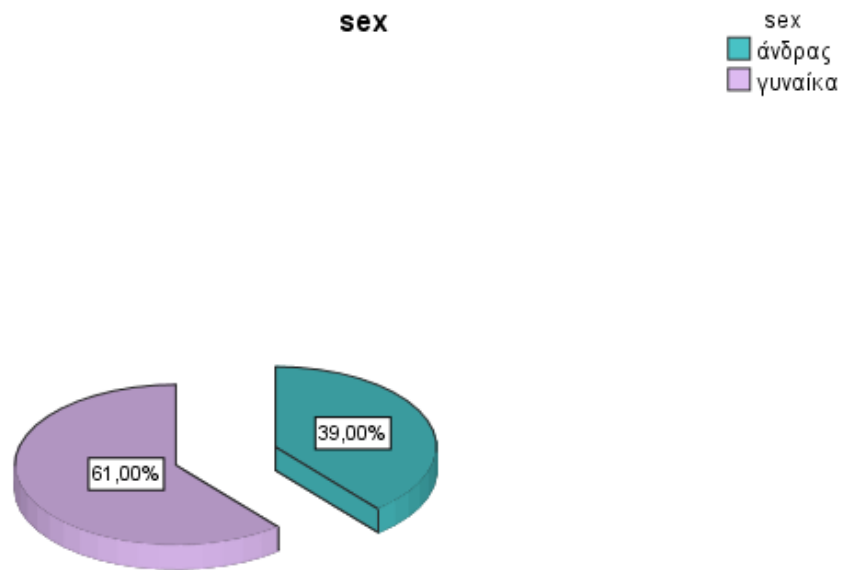
8. Θεωρείτε την Ελλάδα κατάλληλο τουριστικό προορισμό για επαφή με την φύση;



**Διάγραμμα 25. Η Ελλάδα ως κατάλληλος προορισμός για επαφή με τη φύση**

Το 91% των ερωτηθέντων απάντησε πως θεωρεί την Ελλάδα κατάλληλο τουριστικό προορισμό για επαφή με τη φύση. Και μόνο το 9% διαφωνεί σε αυτή την ερώτηση.

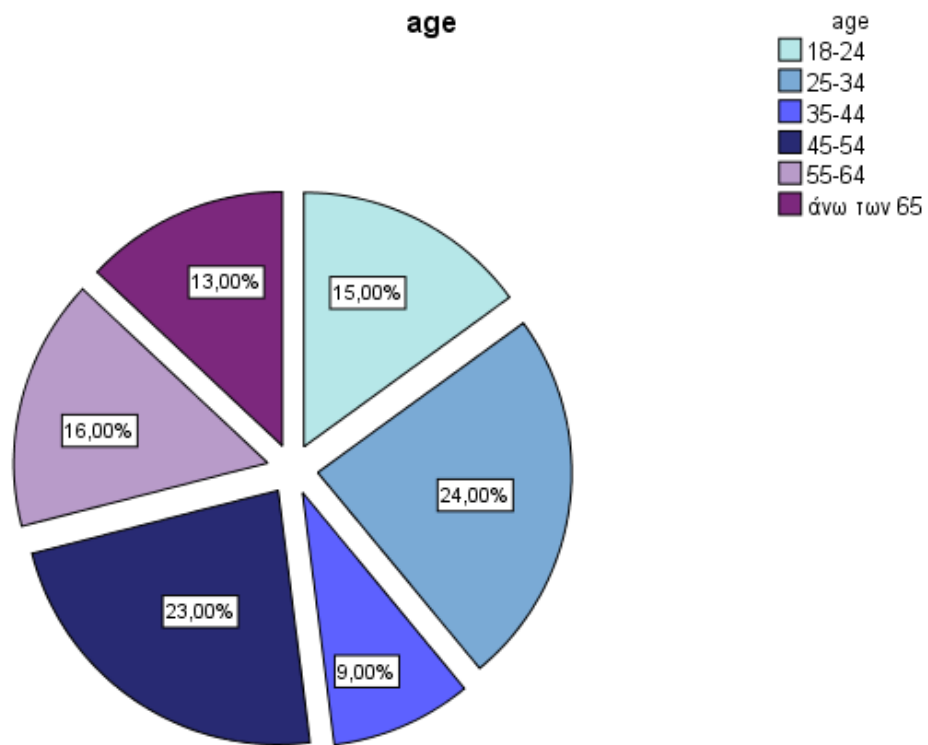
## 9. Φύλο



### Διάγραμμα 26. Φύλο

Το 61% των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες και το 39% ήταν άντρες.

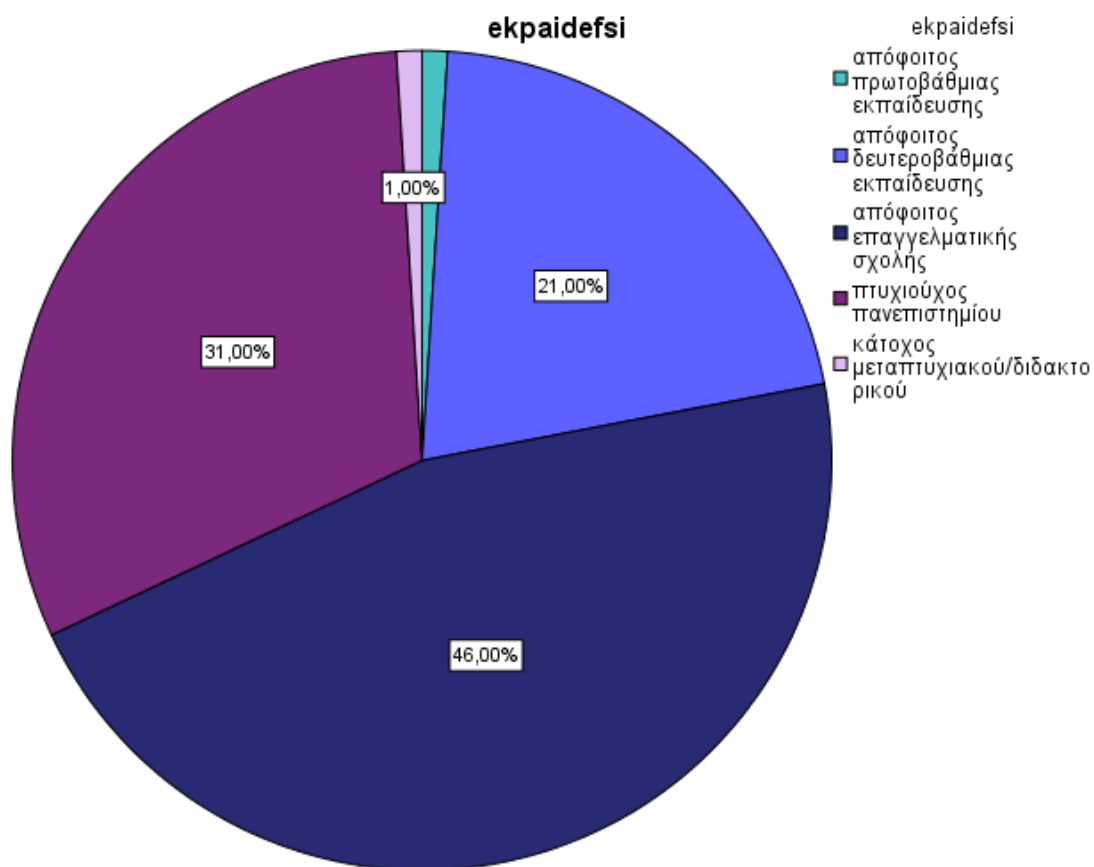
## 10. Ηλικία



**Διάγραμμα 27. Ηλικία**

Από τους ερωτηθέντες το ποσοστό 15% ήταν ηλικίας 18-24 ετών, το 24% 25-34, το 9% 35-44, το 23% 45-54, το 16% ήταν 55-64 και τέλος το 13% ήταν άτομα ηλικίας από 65 και πάνω.

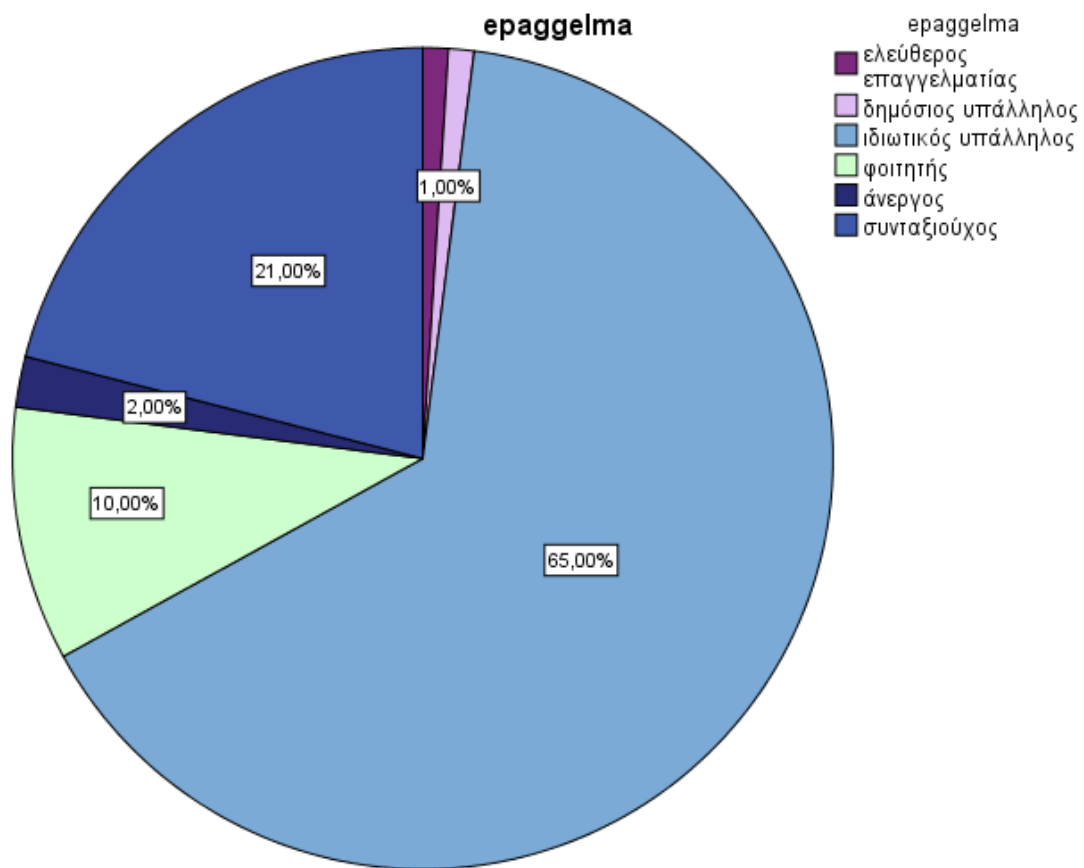
## 11. Εκπαίδευση



**Διάγραμμα 28. Εκπαίδευση**

Από τους ερωτηθέντες το 46% που είναι και το μεγαλύτερο ποσοστό είναι απόφοιτος κάποιας επαγγελματικής σχολής, το αμέσως επόμενο ποσοστό 31% είναι πτυχιούχος πανεπιστημίου, το 21% είναι απόφοιτος από δευτεροβάθμια εκπαίδευση, και μόλις το 1% είναι κάτοχος μεταπτυχιακού/ διδακτορικού ενώ 1% είναι ακόμα και απόφοιτος πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης.

## 12. Επαγγελματική κατάσταση

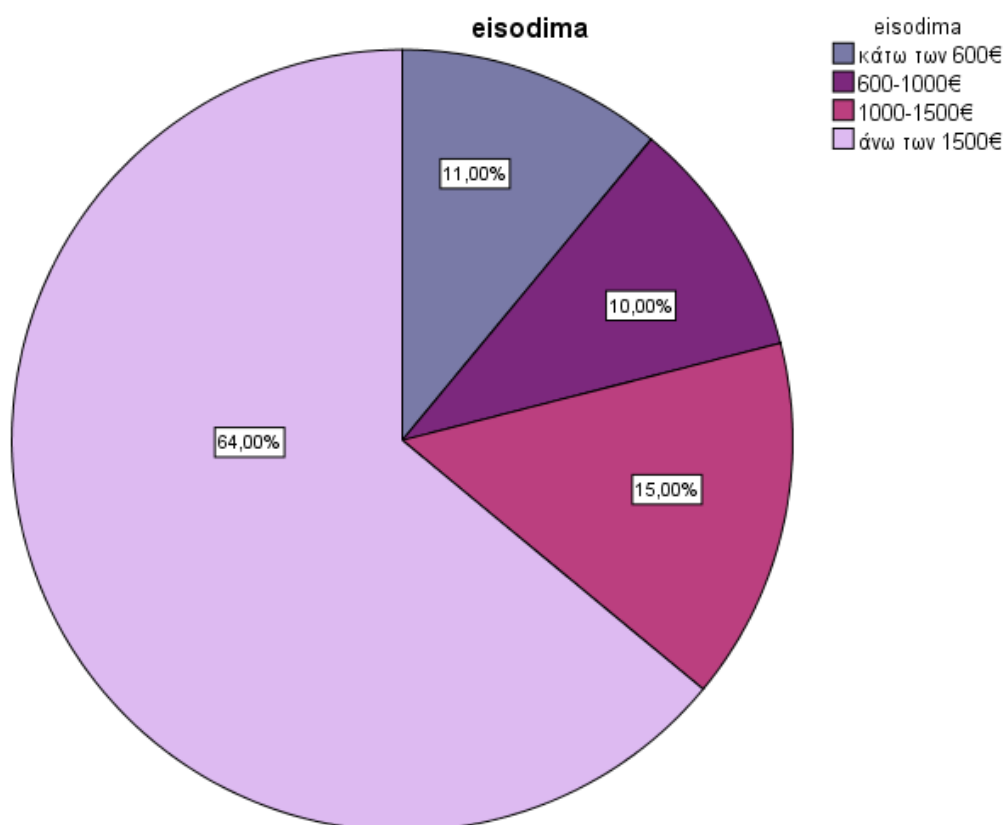


**Διάγραμμα 29. Επαγγελματική κατάσταση**

Το 65% των ερωτηθέντων είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι ενώ το 23% είναι συνταξιούχοι. Το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό 10% είναι φοιτητές, μόνο το 2% είναι άνεργοι και τέλος το 1% είναι ελεύθεροι επαγγελματίες και 1% είναι δημόσιοι υπάλληλοι.

### 13. Μηνιαίο εισόδημα





**Διάγραμμα 30. Μηνιαίο εισόδημα**

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων 64% παίρνει εισόδημα άνω των 1500 ευρώ, το 15% παίρνει 1000-1500 ευρώ το μήνα, το 11% παίρνει κάτω των 600 ευρώ και τέλος το 10% παίρνει 600-1000 ευρώ το μήνα.

## Διασταύρωση ερωτήσεων

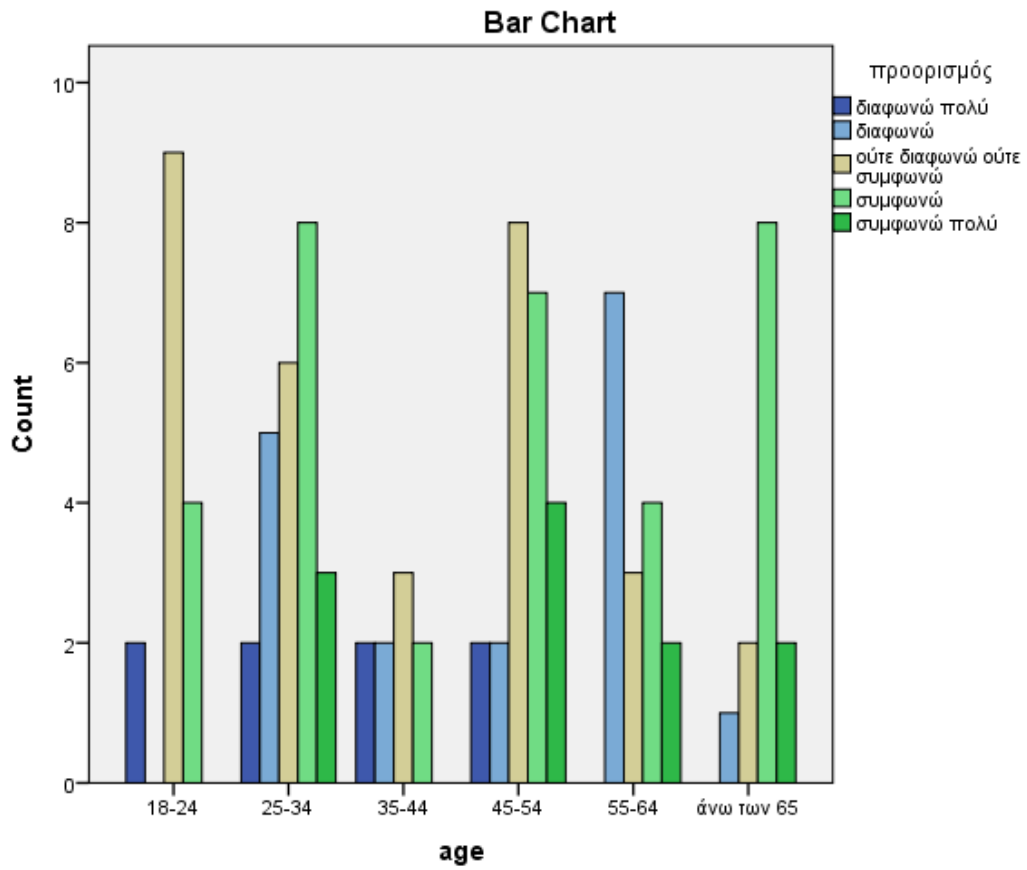
- Ηλικία και επιλογή για τουριστικό προορισμό γνωστά και κοσμοπολίτικα νησιά.  
(ερώτηση 10 με ερώτηση 5)

Count

	Προορισμός					Total
	διαφωνώ πολύ	διαφωνώ	ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	συμφωνώ	συμφωνώ πολύ	
ηλικία 18-24	2	0	9	4	0	15
α 25-34	2	5	6	8	3	24
35-44	2	2	3	2	0	9
45-54	2	2	8	7	4	23
55-64	0	7	3	4	2	16
άνω των 65	0	1	2	8	2	13
Total	8	17	31	33	11	100

**Πίνακας 1. Ηλικία\* προορισμός γνωστά και κοσμοπολίτικα νησιά**

Ηλικίας 18-24 ήταν 15 άτομα από τα οποία τα 9 απάντησαν πως ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν για την επιλογή ενός κοσμοπολίτικου και γνωστού νησιού στις διακοπές τους. Οι ηλικίες 25-34 από τα 24 άτομα που απάντησα οι 8, οι περισσότεροι, συμφωνούν για την επιλογή αυτή, 35-44 από τα 9 άτομα που απάντησαν αυτής της ηλικίας οι 3 το μεγαλύτερο ποσό ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 45-54 στο πλαίσιο αυτής της ηλικίας από τα 16 άτομα τα 7 απάντησαν αντίθετα με τις υπόλοιπες ηλικίες και διαφωνούν στην επιλογή ενός γνωστού και κοσμοπολίτικου νησιού για τουριστικό προορισμό. Τέλος οι ηλικίες άνω των 65 ετών από τους 13 οι 8 συμφωνούν στην παραπάνω επιλογή.



**Διάγραμμα 31. Ηλικία\*προορισμός**

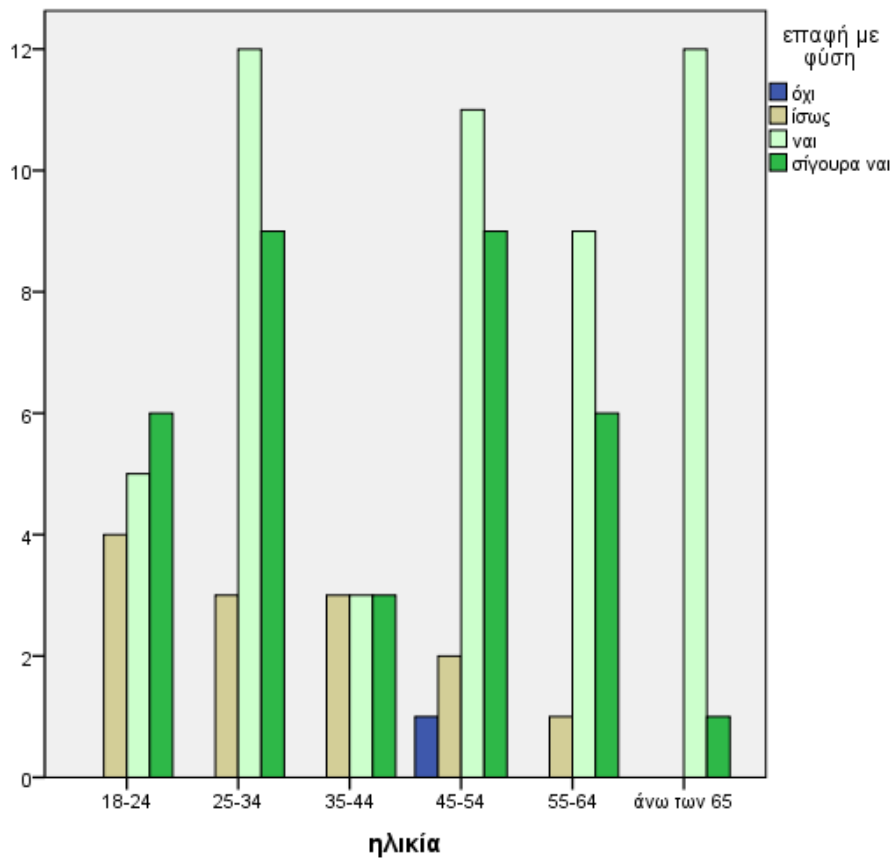
- Ηλικία και επαφή με τη φύση κατά τη διάρκεια των διακοπών. (ερώτηση 10 με ερώτηση 7)

Count

	επαφή με φύση				Total
	Όχι	ίσως	ναι	σίγουρα ναι	
ηλικία 18-24	0	4	5	6	15
25-34	0	3	12	9	24
35-44	0	3	3	3	9
45-54	1	2	11	9	23
55-64	0	1	9	6	16
άνω των 65	0	0	12	1	13
Total	1	13	52	34	100

Πίνακας 2. Ηλικία\* επαφή με τη φύση

Η πλειοψηφία των Αυστριακών στις περισσότερες ηλικίες απάντησε ναι σε μια επαφή με τη φύση κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Σίγουρα ναι είπαν 6 από τα 15 άτομα 18-24 ετών και μόνο στην ηλικία 35-44 υπήρξε ισοψηφία όπου 3 άτομα από τα 9 είπαν ίσως, τα επόμενα 3 άτομα απάντησαν ναι και τα υπόλοιπα 3 άτομα απάντησαν σίγουρα ναι. Αξίζει να σημειωθεί ότι μόνο 1 άτομο από 100 είναι αρνητικό σε επαφή με τη φύση.



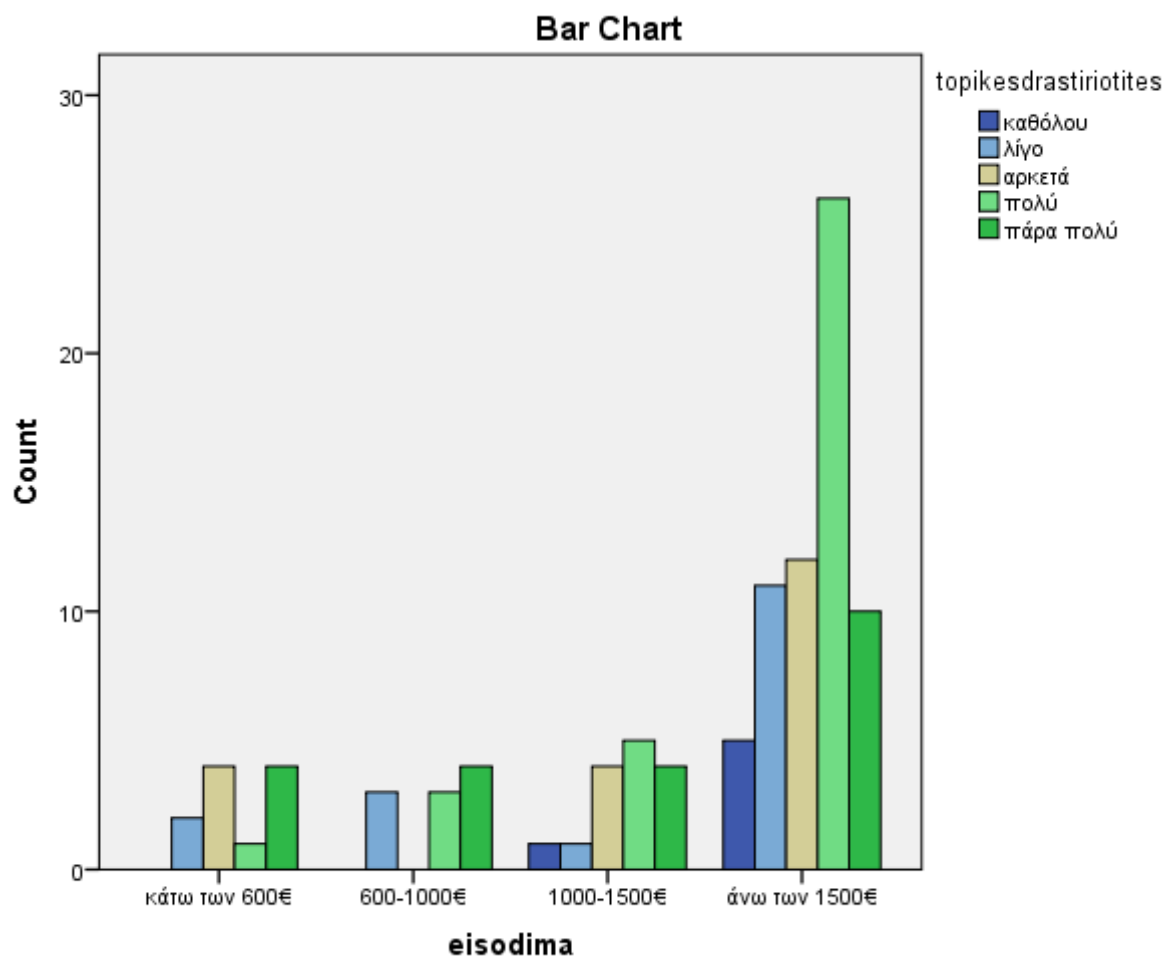
Διάγραμμα 32. Ηλικία και επαφή με τη φύση

- Εισόδημα και συμμετοχή στις τοπικές δραστηριότητες. (ερώτηση 13 με ερώτηση 6)

Count

	Τοπικές δραστηριότητες					Total
	καθόλου	λίγο	αρκετά	πολύ	πάρα πολύ	
εισόδημα κάτω των 600€	0	2	4	1	4	11
600-1000€	0	3	0	3	4	10
1000-1500€	1	1	4	5	4	15
άνω των 1500€	5	11	12	26	10	64
Total	6	17	20	35	22	100

Από τα 11 άτομα που παίρνουν μηνιαίο εισόδημα κάτω των 600 ευρώ οι 4 θέλουν πάρα πολύ να συμμετάσχουν σε τοπικές δραστηριότητες του τόπου που επισκέπτονται και 4 άτομα απάντησαν αρκετά. 4 από τα 10 άτομα με μηνιαίο εισόδημα 600-1000 ευρώ απάντησαν πάρα πολύ σε μια τέτοια επιλογή. Επίσης 5 από τα 15 άτομα με εισόδημα 1000-1500 ευρώ απάντησε πολύ και τέλος τα περισσότερα άτομα που λαμβάνουν το πόσο άνω των 1500 ευρώ μηνιαίως, 26 άτομα από τα 64, απάντησαν πάρα πολύ σε μία επαφή με τη φύση.



**Διάγραμμα 33. Εισόδημα και επαφή με τη φύση**

### 3. Συμπεράσματα πρωτογενούς έρευνας.

Στην έρευνα που διεξήγαμε προσπαθήσαμε να βγάλουμε ένα συμπέρασμα για τον τύπο τουρισμού που επιλέγουν οι Αυστριακοί, για τους λόγους που επιλέγουν την Ελλάδα για τις διακοπές τους εδώ και αρκετά χρόνια αλλά και για τον εάν είναι θετικοί σε μια διαφορετική μορφή τουρισμού, την εναλλακτική. Στο ερωτηματολόγιο που καλέστηκαν να απαντήσουν δεν υπήρχε η άμεση ερώτηση στο εάν θα επέλεγαν εναλλακτικές μορφές τουρισμού αλλά προσπαθήσαμε να πάρουμε την απάντηση μας μέσα από πιο έμμεσες ερωτήσεις που όλες τους αφορούσαν τις μορφές που διέπει η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Τα συμπεράσματα που προέκυψαν είναι τα παρακάτω.

Με χαρά διαπιστώνουμε ότι το 70% των ερωτηθέντων έχουν επισκεφθεί την Ελλάδα κάτι που σημαίνει ότι η χώρα μας παρά την οικονομική κρίση και την πολιτική αστάθεια παραμένει σταθερά στις επιλογές των Αυστριακών πάρα το γεγονός ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δίνει ιδιαίτερη σημασία στην οικονομική κατάσταση του τουριστικού προορισμού. Στην ερώτηση 2 ξεχωρίσαμε μορφές που έχει ο μαζικός και ο εναλλακτικός τουρισμός, για παράδειγμα ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται κυρίως από τον ήλιο και τη θάλασσα που προβάλλει η χώρα ενώ αντίστοιχα ο εναλλακτικός τουρισμός αφορά κυρίως τα φυσικά τοπία του προορισμού, θαλάσσια σπορ, επαφή με τους ντόπιους, μνημεία, κλπ. Σύμφωνα με τις απαντήσεις των αυστριακών πάνω σε αυτό το ερώτημα φτάσαμε στο συμπέρασμα ότι η πλειοψηφία το 79% επιλέγει την Ελλάδα για τη θάλασσα ενώ πολύ λίγοι ήταν αυτοί που την επιλέγουν για τα μνημεία, για την φιλοξενία, για τα φυσικά τοπία.

Στις παρακάτω απαντήσεις υπάρχει μια ασάφεια, διότι η πλειοψηφία(33%) των αυστριακών που επισκέπτονται τη χώρα δεν επιλέγουν μεγάλες τουριστικές μονάδες για τη διαμονή τους, κάτι που δίνει περιθώρια στον εναλλακτικό τουρισμό, αλλά ταυτόχρονα η πλειοψηφία επιλέγει και γνωστά κοσμοπολιτικά νησιά κάτι που παραπέμπει στον μαζικό τουρισμό. Θετικό είναι ότι το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό(31%) έχει μια ουδέτερη στάση για τα κοσμοπολίτικα νησιά. Δεν είναι σίγουροι αν θα τα επέλεγαν και σε συνδυασμό με το ότι η συντριπτική πλειοψηφία επιλέγει ερημικές παραλίες μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι αυστριακοί τείνουν προς μια ήπια και εναλλακτική μορφή τουρισμού.

Οι κυριότερες απαντήσεις που πήραμε για να καταλάβουμε εάν ο εναλλακτικός τουρισμός είναι κάτι που θα επέλεγαν οι αυστριακοί αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος, την επαφή τους με τη φύση, τα ήθη, τα έθιμα, τις τοπικές



δραστηριότητες και τους κατοίκους του ταξιδιωτικού προορισμού. Σε αυτό το σημείο συναντάμε πάλι μια συντριπτική πλειοψηφία που είναι θετική στις παραπάνω επιλογές, επιλογές που συναντάμε μόνο στον εναλλακτικό τουρισμό και μας οδηγούν πανηγυρικά στο συμπέρασμα πως επί των πλείστων οι αυστριακοί είναι εναλλακτικοί τουρίστες.

Δυσκολευόμαστε να έρθουμε σε ένα ακριβές συμπέρασμα για το εάν οι αυστριακοί θεωρούν την Ελλάδα προορισμό για εναλλακτικό τουρισμό, διότι ενώ καταλαβαίνουμε ότι το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων ,τείνει προς τον εναλλακτικό τουρισμό και θεωρεί την Ελλάδα κατάλληλο προορισμό για επαφή με τη φύση καθώς επίσης και κατάλληλο προορισμό και για την χειμερινή εποχή πέρα της θερινής, έχει σαν κύριο λόγο για να επισκεφθεί τη χώρα, τα νησιά. Αυτό ίσως και να οφείλεται στο γεγονός ότι η Ελλάδα προβάλλει μόνο αυτό το κομμάτι τουρισμού αφήνοντας στην αφάνεια τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνική

Αγροτουρισμός. Διαθέσιμο στο [www.minagric.gr](http://www.minagric.gr).

Αγροτουρισμός και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, διαθέσιμο στο <https://agrotourism.wordpress.com/Οι-μορφές-αγροτουρισμού/>.

Ανδριώτης Κ., (2003). «Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του». *ΤΟΠΟΣ – Επιθεώρηση χωρικής ανάπτυξης, σχεδιασμού και περιβάλλοντος*, σσ. 139-154.

Ανδριώτης Κ., (2005). *Τουριστική ανάπτυξη και σχεδιασμός*. Αθήνα.

Ανδριώτης, Κ., (2008). *Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός*. Αθήνα: Σταμούλης.

Βαρβαρέσος, Σ., (1997). *Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις*. Προπομπός, Αθήνα.

Βουμβουλάκη, Αι., (2007). *Οργανισμοί διαχείρισης προορισμών και νέες τεχνολογίες: Στρατηγικές και εφαρμογές προώθησης προορισμών*. Διδακτορική διατριβή. Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης. Αθήνα.

Gartner, C.W., (2001). *Τουριστική ανάπτυξη: Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές*. Μετάφραση Αντιγόνη Αποστολοπούλου. Αθήνα, εκδόσεις ΕΛΛΗΝ.

Γιαννούλης, Θ., (2016). *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, καινοτόμες ιδέες και προοπτικές*. Διδακτορική διατριβή. Σχολή διοίκησης και οικονομίας. Αθήνα.

Διονυσοπούλου, Π., (2006). *Διεθνείς φορείς στον τουρισμό*. ΕΣΔΔ, Αθήνα.

Ελλάδα: Ο αγαπημένος προορισμός των Αυστριακών. Διαθέσιμο στο <https://www.newsbomb.gr/kosmos/story/454399/ellada-o-agapimenos-proorismos-ton-aystriakon>.

Ελλάδα ψηφίζουν οι Αυστριακοί τουρίστες για το καλοκαίρι του 2019. Στο <https://www.insider.gr/epiheiriseis/toyrismos/104614/rekor-aystriakon-toyriston-2018-stin-ellada>.

Ζαχαράτος, Γ., (2006). *Τουριστική πολιτική*. ΕΣΔΔ, Αθήνα.

Η ανοιξιάτικη Κρήτη πόλος έλξης για Αυστριακούς τουρίστες. Στο <https://www.tourismtoday.gr/η-ανοιξιάτικη-κρήτη-πόλος-έλξης-για-αυ/>.

Ηγουμενάκης, Ν.Γ., (1997). *Τουριστική οικονομία*. Τόμος Α', Interbooks, Αθήνα.

Ιακωβίδου, Ο., (2006). *Αγροτικός τουρισμός: Η ελληνική πραγματικότητα*. Εισήγηση στο Αναπτυξιακό Συνέδριο Νομού Δράμας. 3<sup>ο</sup> Θεματικό πεδίο: Περιβάλλον – Τουρισμός – Πολιτισμός, Δράμα 28-29 Ιανουαρίου 2006. Διαθέσιμο στο <http://www.drama.gr/anaptyxiako>.

Κοκκώσης, Χ., (1994). «Αξιολόγηση Προγραμμάτων: Η Περιβαλλοντική Διάσταση». *Τόπος*, (4):45-56.

Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π., (2001). *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη & Περιβάλλον*. Αθήνα.

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., Γκρίμπα, Ε., (2011). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού στη ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. Αθήνα, εκδόσεις Κριτική.

Κομπορόζου, Ε., (2017). *Η Αυστρία ως χώρα προέλευσης τουριστών. Μελέτη περίπτωσης: Οι Αυστριακοί τουρίστες στην Ελλάδα, αφίξεις – προβλέψεις*. Πανεπιστήμιο Πειραιώς. Τμήμα οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων.

Κοσμαδάκης, Ν., (2019). *Κρήτη «ψηφίζουν» οι Αυστριακοί τουρίστες*. Άρθρο στην ηλεκτρονική εφημερίδα «Νέα Κρήτη». Στο <https://www.neakriti.gr/article/kriti/1540577/kriti-psifizoun-oi-austriakoi-touristes/>.

Μοίρα, Π., (2005). *Τουριστική γεωγραφία της Ελλάδας*. Αθήνα, εκδόσεις INTERBOOKS.

Μυλωνόπουλος, Δ., Μοίρα, Π., (2005). *Θαλάσσιος τουρισμός*. Αθήνα, εκδόσεις INTERBOOKS.

Νάστο, Χρ., Μιχαήλογλου, Αι., (2015). *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Διπλωματική εργασία. Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας. Πάτρα.

Οι Αυστριακοί ψηφίζουν Ελλάδα. Διαθέσιμο στο <https://www.dikaiologitika.gr/eidhseis/koinonia/240555/oi-afstriakoi-psifizoun-ellada>.

Οικοτουρισμός. Διαθέσιμο στο <http://www.ee.teihal.gr/labs/pkoukos/PROSTASIA%20PERIBALONTOS/Ecotourism.htm>.

Στατήρη, Χ.Η., (2011). *Διερεύνηση των επιπτώσεων του τουρισμού σε μια χώρα υποδοχής επί επιλεγμένων προϊόντων που συνθέτουν την τουριστική κατανάλωση*. Σχέση εγχώριας παραγωγής και εισαγωγών. Διδακτορική διατριβή. Πανεπιστήμιο Πατρών. Τμήμα διοίκησης επιχειρήσεων.

Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), (2015). Διαθέσιμο στο <http://sete.gr>.

Σφακιανάκης, Μ., (2000). *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα.

Τουρισμός και περιβάλλον. Διαθέσιμο στο <http://www.ncu.org.cy/>.

Τσάρτας, Π., (1987). *Κοινωνικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού στις αναπτυσσόμενες χώρες*. Άρθρο διαθέσιμο στο <https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/ekke/article/viewFile/7249/6969.pdf>.

Τσάρτας, Π., (1989). *Κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο νομό Κυκλάδων κατά την περίοδο 1950-1980*. ΕΚΚΕ, Αθήνα.

Τσάρτας, Π., (1995). *Οι κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού στους νομούς Κέρκυρας και Λασιθίου*. Π., ΕΚΚΕ, Αθήνα.

Τσάρτας, Π., (1996). *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. Εξάντας, Αθήνα.

Τσάρτας, Π., (2004). *Επτά βασικές προϋποθέσεις για μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη*. Διαθέσιμο στο <http://www.kathimerini.gr/197313/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/epta-vasikes-proupodeseis-gia-mia-viwsimh-toyristikh-anapty3h>.

Φιλέλληνες και Εναλλακτικοί οι Αυστριακοί τουρίστες έρχονται στην Κρήτη. Στο <https://www.zarpanews.gr/filelines-kai-enallaktikoi-oi-aystriakoi-toyristes-erchontai-stin-kriti-photos/>.

## **Ξενογλώσση**

Cohen, E., (1979). "A Phenomenology of Tourist Experiences". *Annals of Tourism Research*. Volume 6, Issue 1, January–March 1979: 18-35.

Crouch, G.I., (1992). "Effectofincomeandpriceoninternationaltourism". *AnnalsofTourismResearch*. Vol. 19, pp. 643-664.

Dristas, M., (2003). "TourisminGreece duringthe 20th century: A way to what sort of development?" In Tissot, L. (ed), *Development of a tourist industry in the 19th and 20th centuries: Technology, Politics and Economy, International Perspectives*. NEUCHATEL, pp. 187-210.

González, P., Moral, P., (1995). "An analysis of the international tourism demand in Spain". *International journal of forecasting*, No. 11, pp. 233-251.

Guthrie, H.W., (1961). “Demand for tourists’ goods and services in a world market”. *Papers and proceedings of the regional science association*, 7, pp. 159-175.

Inskip, E., (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.

Kwack, S.Y., (1972). “Effects of income and prices on travel spending abroad 1960 III – 1967 IV”. *International Economic Review*, Vol. 13, No. 2, pp. 245-256.

Lim, C., (1997). “Review of international tourism demand models”. *Annalsoftourismresearch*. Vol. 24, No. 4., pp. 835-849.

Loeb, P.D., (1982). “International travel to the United States. An econometric evaluation”. *Annals of tourism research*. Vol. 9, pp. 7-20.

McKinsey&Company, (2011). *HEλλάδαδέκαχρονιαμπροστά. Προσδιορίζοντας τον νέο μοντέλο ανάπτυξης της Ελλάδας*. Σεπτέμβριος 2011.

Methodology for producing the 2011 WITC OE Travel and Tourism Economic impact research. World Travel and Tourism Council – Oxford Economics.

Muñoz, T.G. and Amaral, T.P., (2000). “An econometric model for international tourism flows to Spain”. *Applied economics letters*, 7, pp. 525-529.

Newsome, D., Moore, S.A., & Dowling, R.K. (2002). *Natural area tourism: ecology, impacts and management*. Clevedon, UK: Channel View Publications.

Papatheodorou, A., (1999). “The demand of international tourism in the Mediterranean region”, *Applied Economic*, 31, pp. 619-630.

Proença, S., Soukiazis, E., (2005). “Demand for tourism in Portugal. A panel data approach”. *CEUNEUROPE, Discussion Paper*, No 29, February.

Seddigni, H.R., Nuttall, M.W., Theocharous, A.L., (2001). “Does cultural background of tourists influence the destination choice? An empirical study with special reference to political instability”. *Tourism Management*, 22, pp. 181-191.

Sinclair, T., Stabler, M., (2002). *The economics of tourism*. Routledge.

Smith, V.L., & Eadington, W.R. (1992). *Tourism alternative: Potentials and problems in the development of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Song, H., Romilly, P., Liu, X., (2000). “An empirical study of outbound tourism demand in the UK”. *Applied Economics*, 32, pp. 611-624.

Summary, R., (1987). “Estimation of tourism demand by multivariable regression analysis: Evidence from Kenya”. *Tourism Management*, 8 (4), pp. 317-322.

Thompson, A., Thompson, H., (2010). “Research note: the exchange rate, euro switch and tourism revenue in Greece”. *Tourism Economics*, 16 (3). USA.

Uysal, M. and Crompton, J.L., (1984). “Determinants of demand for international tourist flows to Turkey”. *Tourism management*, 5, pp. 24-39.

Walsh, M., (1996). “Demand analysis in Irish tourism”. *Journal of the statistical and social inquiry society of Ireland*. Vol. XXVII, Part IV.

Witt, S.F. and Witt, C.A., (1995). “Forecasting tourism demand: A review of empirical research”. *International journal of forecasting*, 11, pp. 447-475.

World travel and tourism council (WTTC, 2012). Διαθέσιμο στο <http://www.wttc.org>.

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

## ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

### ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

**“Διερεύνηση των στάσεων και των προσδοκιών των αυστριακών τουριστών σχετικά με το βιώσιμο τουρισμό στην Ελλάδα”**

Το παρακάτω ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στο πλαίσιο της πτυχιακής εργασίας του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Αλεξάνδρειου Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Θεσσαλονίκης.

**1) Έχετε επιλέξει την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό;**

- Όχι
- Ναι

**2) Ποιοι είναι οι λόγοι για τους οποίους θα επιλέγατε την Ελλάδα για διακοπές; (μπορείτε να επιλέξετε έως 3 απαντήσεις)**

- Για την ντόπια κουζίνα
- Για τη θάλασσα
- Για τα φυσικά τοπία
- Για την φιλοξενία των ντόπιων
- Για τα θαλάσσια σπορ
- Για τα ιστορικής σημασίας αξιοθέατα
- Για την νυχτερινή ζωή
- Για διάφορα event
- Για το ευνοϊκό κλίμα
- Άλλο



3) Οι προσδοκίες σας αντιστοιχούν σε αυτό που προσφέρει ο ελληνικός τουρισμός;

Καθόλου    Λίγο    Αρκετά    Πολύ    Πάρα Πολύ

4) Θα επιλέγεται να ταξιδέψετε στην Ελλάδα πέρα από τους θερινούς μήνες και τους χειμερινούς αντίστοιχα;

- Όχι
- Ναι

5) Σας παρακαλώ να απαντήσετε εάν συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις:

	ΔΙΑΦΩΝΩ ΠΟΛΥ	ΔΙΑΦΩΝΩ	ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ/ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ	ΣΥΜΦΩΝΩ	ΣΥΜΦΩ ΝΩ ΠΟΛΥ
Για την διαμονή μου στις διακοπές επιλέγω μεγάλες και οργανωμένες τουριστικές μονάδες					
Για τουριστικό προορισμό επιλέγω γνωστά κοσμοπολίτικα νησιά					
Δεν με ενοχλεί το χρηματικό					

ποσό που θα ξοδέψω στις διακοπές μου					
Για να κάνω το μπάνιο μου θα προτιμούσα μια ερημική παραλία					

**6) Παρακαλώ σημειώστε το βαθμό σημαντικότητας για εσάς των παρακάτω προτάσεων σχετικά με τον τουρισμό:**

	<b>Καθόλου</b>	<b>Λίγο</b>	<b>Αρκετά</b>	<b>Πολύ</b>	<b>Πάρα Πολύ</b>
Σας ενδιαφέρει η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος του τόπου που κάνετε τις διακοπές σας;					
Σας ενδιαφέρει η οικονομική κατάσταση της χώρας που επιλέγετε για διακοπές;					
Θα ήταν σημαντικό για εσάς να γνωρίσετε και να συναναστραφείτε με τους ντόπιους;					
Θα θέλατε να γνωρίσετε τα ήθη και τα έθιμα του τόπου που επισκέπτεστε;					
Θα σας ενδιέφερε να συμμετάσχετε σε τοπικές δραστηριότητες;					
Είναι σημαντικό για εσάς οι συνθήκες εργασίας των εργαζομένων του τόπου που επισκέπτεστε;					

**7) Θα σας ενδιέφερε η επαφή με την φύση στις διακοπές σας;**

- Σίγουρα όχι
- Όχι
- Ίσως
- Ναι
- Σίγουρα ναι

**8) Θεωρείτε την Ελλάδα κατάλληλο τουριστικό προορισμό για επαφή με την φύση;**

- Όχι
- Ναι

**9) Φύλο**

- Άνδρας
- Γυναίκα

**10) Ηλικία**

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- Άνω των 65

**11) Εκπαίδευση**

- Απόφοιτος πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης
- Απόφοιτος δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης
- Απόφοιτος επαγγελματικής σχολής

- Πτυχιούχος ΤΕΙ/ΑΕΙ
- Κάτοχος μεταπτυχιακού/διδακτορικού

## **12) Επαγγελματική κατάσταση.**

- Ελεύθερος επαγγελματίας
- Δημόσιος Υπάλληλος
- Ιδιωτικός Υπάλληλος
- Φοιτητής
- Άνεργος
- Συνταξιούχος

## **13) Μηνιαίο εισόδημα**

- Κάτω των 600
- 600-1000
- 1000-1500
- Άνω των 1500

**Σας ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας !**

# ΓΕΡΜΑΝΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

## ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

### “Nachhaltiger Tourismus,,

**1) Haben Sie nach Griechenland gereist?**

- Nein
- Ja

**2) Was sind die Gründe, warum Sie Griechenland für den Urlaub wählen würden? (Sie können bis zu 3 Antworten auswählen)**

- Lokale Küche
- Meer
- Naturlandschaften
- Lokal Gastfreundschaft
- Wassersport
- Historische Monument
- Nachtleben
- Veranstaltungen
- Günstiges Wetter
- Ein anderer

**3) Sind Ihre Erwartungen entsprechend dem griechischen Tourismus?**

Gar nicht    Ein wenig    Genügend    Viel    Sehr viel

**4) Wollen Sie in den Sommermonaten und den Wintermonaten nach Griechenland reisen?**

- Nein
- Ja

**5) Bitte antworten Sie, wenn Sie mit den folgenden Anregungen zustimmen sind oder nicht zustimmen:**

	<b>Nicht zustimmen sehr viel</b>	<b>Nicht zustimmen</b>	<b>Weder nicht zustimmen/weder zustimmen</b>	<b>Zustimmen</b>	<b>Zustimmen sehr viel</b>
Für meine Unterkunft im Urlaub wähle ich große und organisiert Touristeneinheiten.					
Für ein Touristenziel wählen Sie eine bekannte Kosmopolitische Insel.					
Ich interessiere mich nicht für die Menge an Geld, die ich für meinen Urlaub verbringen werde.					
Um mein Bad zu machen, würde ich lieber einen Ruhiger Strand.					

**6) Bitte merken Sie das Grad der Wesentlichkeit der folgenden Anregungen:**

	<b>Gar nicht</b>	<b>Ein wenig</b>	<b>Genügend</b>	<b>Viel</b>	<b>Sehr viel</b>
Sind Sie daran interessiert, die natürliche Umwelt Ihres Urlaubs zu schützen?					

Interessieren Sie sich für die Wirtschaftliche Situation des Landes, das Sie für einen Urlaub wählen?					
Möchten Sie sich mit den Einheimischen treffen und kennenzulernen?					
Möchten Sie die Sitten und Gebräuche des Ortes kennen, den Sie besuchen?					
Möchten Sie an lokalen Aktivitäten teilnehmen?					
Ist es für Sie die Arbeit Bedingungen der Mitarbeiter des Ortes, den Sie besuchen, wichtig?					

**7) Möchten Sie in Kontakt mit der Natur in Ihren Urlaub?**

- Sicher nicht
- Nein
- Vielleicht
- Ja
- Sicher ja

**8) Betrachten Sie Griechenland ein geeignetes Reiseziel für den Kontakt mit der Natur?**

- Nein

- Ja

**9) Geschlechte.**

- Männlich
- Weiblich

**10) Alter.**

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- über 65

**11) Ausbildung.**

- Volksschule
- Gymnasium/ Hauptschule/Neu Mittelschule
- Berufsbildend Schule/ Polytechnisch Schule
- Universität/ Fach hoch Schule

**12) Berufsstatus.**

- Freiberuflich
- Beamte
- Angestellte/ Arbeiter
- Student
- Arbeitslos
- Pension

**13) Monatliches Einkommen**

- Weniger als 600
- 600-1000
- 1000-1500



- Über 1500

**Vielen Dank für Ihre Zeit!**