

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ  
ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ  
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ & ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ  
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

# **Ο εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα: μεγέθη, εξέλιξη, προοπτικές**

Διπλωματική Εργασία  
του Παναγιώτη Μαντρατζή (ΑΜ:1119)

Επιβλέπων καθηγητής:  
Σεραφείμ Πολύζος, αναπληρωτής καθηγητής

ΒΟΛΟΣ 2016

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	Σελίδα
<i>Σκοπός και στόχοι της εργασίας</i>	1
<i>Εισαγωγή</i>	2
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 <sup>ο</sup> : <i>Ανάλυση βασικών τουριστικών εννοιών</i>	4
1.1. Εννοιολογική προσέγγιση	4
1.2. Τα συστατικά του τουρισμού	5
1.3. Η διαχρονική μεταβολή του ελληνικού τουρισμού	6
1.4. Η διαχρονική εξέλιξη του ελληνικού εναλλακτικού τουρισμού	7
1.5. Τουριστική κατηγοριοποίηση με βάση το κίνητρο του επισκέπτη	8
1.6. Από το τουριστικό μοντέλο 4S στο τουριστικό μοντέλο 4E	9
1.7. Η έννοια του τουριστικού προϊόντος	9
1.8. Το κοινωνικό φαινόμενο του τουρισμού	11
1.9. Η τουριστική τυπολογία	12
1.10. Η τουριστική μορφολογία	14
1.10.1. Μορφές τουρισμού με βάση τα διακινούμενα πρόσωπα	14
1.10.2. Μορφές τουρισμού με βάση την τουριστική μετακίνηση	15
1.10.3. Μορφές τουρισμού με βάση τη διαμονή	17
1.10.4. Μορφές τουρισμού με βάση την εποχή των διακοπών	18
1.10.5. Μορφές τουρισμού με βάση τον τουριστικό προορισμό	21
1.10.6. Μορφές τουρισμού με βάση το σκοπό του τουριστικού ταξιδιού	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 <sup>ο</sup> : <i>Ιστορική αναδρομή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού</i>	23
2.1. Η πρώτη τουριστική περίοδος	23
2.2. Η δεύτερη τουριστική περίοδος	25
2.3. Η τρίτη τουριστική περίοδος	27
2.4. Η τέταρτη τουριστική περίοδος	28
2.5. Η σύγχρονη τουριστική περίοδος	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 <sup>ο</sup> : <i>Τουριστική ανάπτυξη και αειφορία</i>	33
3.1. Τουριστική ανάπτυξη	33
3.1.1. Έννοια της τουριστικής ανάπτυξης	33
3.1.2. Τουριστική ζήτηση	34
3.1.3. Τουριστική προσφορά	37

3.2.	Αειφορική ανάπτυξη	41
3.2.1.	Η στατιστική προσέγγιση της τουριστικής ανάπτυξης	41
3.2.2.	Η αειφορία ως συστατικός παράγοντας της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 <sup>ο</sup> :	<i>Η πτώση του κυρίαρχου μαζικού τουρισμού και η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού</i>	45
4.1.	Προβλήματα ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού	46
4.2.	Κρίση του μαζικού τουρισμού	49
4.3.	Έννοια και χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού	53
4.4.	Συγκριτική παράθεση μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού	56
4.5.	Τα χαρακτηριστικά του τουρίστα	60
4.5.1.	Τα χαρακτηριστικά του μαζικού τουρίστα	60
4.5.2.	Τα χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρίστα	61
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 <sup>ο</sup> :	<i>Μορφές εναλλακτικού τουρισμού</i>	63
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 <sup>ο</sup> :	<i>Προϋποθέσεις εφαρμογής και ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού</i>	89
6.1.	Απαραίτητοι πόροι, υποδομές και υπηρεσίες	89
6.2.	Αναπτυξιακός σχεδιασμός και διαχείριση του εναλλακτικού τουρισμού	93
6.2.1.	Σχεδιασμός της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού	93
6.2.2.	Διαχείριση της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού	94
6.3.	Στόχοι της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού	95
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 <sup>ο</sup> :	<i>Στατιστική προσέγγιση της τουριστικής εποχικότητας</i>	97
7.1.	Συμπέρασμα	106
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 <sup>ο</sup> :	<i>Γενικά συμπεράσματα</i>	107
Βιβλιογραφία		110

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

		Σελίδα
Πίνακας 4.1	Συγκριτικός πίνακας των χαρακτηριστικών του μαζικού και του εναλλακτικού τουρισμού	56
Πίνακας 7.1	Αναλυτικός πίνακας της εξέλιξης των τιμών του Δείκτη Τουριστικής Εποχικότητας (TSI) ανά νομό για όλη την επικράτεια κατά την εξεταζόμενη οκταετία (2005-2012)	98
Πίνακας 7.2	Η χρονική απόσταση σε min των τριών μεγαλύτερων αστικών κέντρων της χώρας με τις πρωτεύουσες των νομών που παρουσιάζουν τον υψηλότερο πανελλαδικά TSI	104
Πίνακας 7.3	Η χρονική απόσταση σε min των τριών μεγαλύτερων αστικών κέντρων της χώρας με τις πρωτεύουσες των νομών που παρουσιάζουν το χαμηλότερο πανελλαδικά TSI	104
Πίνακας 7.4	Οι δέκα ελληνικοί τουριστικοί προορισμοί, που επιλέχθηκαν περισσότερο από οποιονδήποτε τουρίστα το 2012, για διάρκεια ταξιδιού μεγαλύτερη των τεσσάρων διανυκτερεύσεων και το TSI που παρουσιάζουν	105
Πίνακας 7.5	Οι δέκα ελληνικοί τουριστικοί προορισμοί, που επιλέχθηκαν περισσότερο από οποιονδήποτε τουρίστα το 2015, για διάρκεια ταξιδιού μεγαλύτερη των τεσσάρων διανυκτερεύσεων και το TSI που παρουσιάζουν	105

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

	Σελίδα	
Εικόνα 1.1	Παράδειγμα τοπικής ανάπτυξης με σεβασμό στο περιβάλλον: Παραδοσιακός οικισμός Αρκοχωρίου Νάουσας	7
Εικόνα 1.2	Κοσμοπολίτικος τουρισμός στη Μύκονο	16
Εικόνα 1.3	Εξέλιξη της τεχνολογίας στα μέσα μεταφοράς	17
Εικόνα 1.4	Το Παρίσι, ο διασημότερος παγκοσμίως τουριστικός προορισμός	19
Εικόνα 1.5	Σαντορίνη, κλασικό παράδειγμα τουριστικής εποχικότητας	20
Εικόνα 2.1	Ιαματικός τουρισμός στην ρωμαϊκή εποχή	24
Εικόνα 2.2	Αμφικτιονία των Δελφών, ο πρόδρομος του συνεδριακού τουρισμού	24
Εικόνα 2.3	Η βελτίωση των μεταφορικών υποδομών προώθησε τον τουρισμό από την αρχαιότητα	26
Εικόνα 2.4	Κορυφαίο γεγονός εκθεσιακού τουρισμού, η διεθνής έκθεση βιβλίου στη Φραγκφούρτη	28
Εικόνα 2.5	Περιηγητικός τουρισμός στη Βόρεια Ελλάδα	30
Εικόνα 2.6	Παράδειγμα καταχρηστικής εκμετάλλευσης φυσικών πόρων, στην Ηλεία	31
Εικόνα 3.1	Κατάσταση των μεταφορικών υποδομών και τουρισμός στο Ν. Φλώρινας	38
Εικόνα 3.2	Τουρισμός και τρομοκρατία στο Παρίσι	40
Εικόνα 4.1	Ανεξέλεγκτος μαζικός τουρισμός στη Ζάκυνθο	47
Εικόνα 4.2	Τουριστική αισθητική σε κρίση στη Βόρεια Ελλάδα	50
Εικόνα 4.3	Τουριστική ανάπτυξη και φυσικό περιβάλλον στην Κέρκυρα	51
Εικόνα 5.1	Παράδειγμα αγροτουριστικής επιχείρησης στην Κύμη Ευβοίας	64
Εικόνα 5.2	Οικοτουριστική δραστηριότητα στον ποταμό Αώο	67
Εικόνα 5.3	Θρησκευτικός τουρισμός στα Μετέωρα Τρικάλων	69
Εικόνα 5.4	Κορυφαίο παράδειγμα εκδήλωσης πολιτισμού, το Φεστιβάλ Αθηνών – Επιδαύρου	71
Εικόνα 5.5	Αθλητικός τουρισμός και αθλητικά γεγονότα παγκόσμιας εμβέλειας	74
Εικόνα 5.6	Χειμερινός τουρισμός και αθλητικά γεγονότα	75

Εικόνα 5.7	Δράσεις τουρισμού περιπέτειας	76
Εικόνα 5.8	Απαραίτητες υποδομές για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού	80
Εικόνα 5.9	Αντιπροσωπευτικό παράδειγμα συνεδριακού τουρισμού	81
Εικόνα 6.1	Φυσικοί – περιβαλλοντικοί πόροι	90
Εικόνα 6.2	Πολιτισμικοί -ιστορικοί πόροι	91
Εικόνα 6.3	Ανθρωπογενείς πόροι	92
Εικόνα 6.4	Υποδομές και υπηρεσίες	93

**ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΧΑΡΤΩΝ**

		Σελίδα
Χάρτης 5.1	Αναγνωρισμένες από το κράτος ιαματικές πηγές της Ελλάδας σε λειτουργία	85
Χάρτης 5.2	Κατανομή θερμομεταλλικών πηγών της Ελλάδας ανά νομό	85
Χάρτης 7.1	Η κατάταξη των νομών της χώρας με βάση το μέσο όρο του Δείκτη Τουριστικής Εποχικότητας (TSI) για την οκταετία (2005-2012)	101

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

		Σελίδα
Σχήμα 1.1	Το προφίλ του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα και στις ανταγωνίστριες χώρες, το 2005	11
Σχήμα 1.2	Τα κριτήρια διάκρισης των τουριστικών τύπων	13
Σχήμα 3.1	Οι παράμετροι των διαφοροποιητικών χαρακτηριστικών της τουριστικής ανάπτυξης	33
Σχήμα 3.2	Η ανάλυση της τοπικής ανάπτυξης σε συνιστώσες	34
Σχήμα 3.3	Το κίνητρο επίσκεψης των αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα (%) κατά τη διάρκεια του χειμώνα και του καλοκαιριού	39
Σχήμα 3.4	Είδη αειφορικότητας	43
Σχήμα 4.1	Η διαχρονική ποιοτική εξέλιξη των ομάδων τουρισμού από το 1950 έως σήμερα	52
Σχήμα 4.2	Συγκριτικό διάγραμμα του μαζικού και του εναλλακτικού τουρίστα	59
Σχήμα 5.1	Ο αριθμός των διοργανωμένων συνεδρίων στις ΗΠΑ (1 <sup>η</sup> στην ιεραρχία) και στις ανταγωνίστριες της Ελλάδας, μεσογειακές χώρες, από το 2001 έως και το 2014	71
Σχήμα 5.2	Παράμετροι ανταγωνιστικότητας μιας χώρας στον Αθλητικό Τουρισμό	73
Σχήμα 5.3	Το εκατοστιαίο ποσοστό μήκους ακτογραμμών και θέσεων ελλιμενισμού στη Μεσόγειο, για την Ελλάδα και τις ανταγωνίστριες χώρες, το 2012	78
Σχήμα 5.4	Ο αριθμός των διοργανωμένων συνεδρίων στις ΗΠΑ (1 <sup>η</sup> στην ιεραρχία) και στις ανταγωνίστριες της Ελλάδας, μεσογειακές χώρες, από το 2001 έως και το 2014	82
Σχήμα 5.5	Η εξέλιξη του αριθμού των επισκεπτών στις ελληνικές λουτρικές μονάδες ανά περιφέρεια, κατά την περίοδο 2005-2014	84
Σχήμα 5.6	Η εξέλιξη του αριθμού των ταξιδιωτών κοινωνικού τουρισμού στην Ελλάδα, κατά την περίοδο 2005-2015	86
Σχήμα 7.1	Η εξέλιξη της εποχικότητας του συνολικού τουρισμού στη χώρα μας και στις ανταγωνίστριες χώρες από το 2000 έως το 2012	97
Σχήμα 7.2	Εξέλιξη της συμμεταβολής των τιμών της μέσης μηνιαίας θερμοκρασίας αέρα (°C) και των διανυκτερεύσεων ανά μήνα στους πέντε νομούς με τον υψηλότερο Δείκτη Τουριστικής Εποχικότητας (TSD) σε όλη την επικράτεια, κατά το έτος 2012	100
Σχήμα 7.3	Η εξέλιξη της θέσης στην πανελλαδική ιεραρχία του κατά κεφαλήν ΑΕγχΠ, που ουσιαστικά αντικατοπτρίζει το επίπεδο ανάπτυξης των	102



πέντε νομών με το μικρότερο TSI για την εξεταζόμενη οκταετία (2005-2012)

Σχήμα 7.4	Η εξέλιξη της θέσης στην πανελλαδική ιεραρχία του κατά κεφαλήν ΑΕγχΠ, που ουσιαστικά αντικατοπτρίζει το επίπεδο ανάπτυξης των πέντε νομών με το μεγαλύτερο TSI για την εξεταζόμενη οκταετία (2005-2012)	103
-----------	---	-----

**ΑΡΤΙΚΟΛΕΞΑ**

<b>Α.Εγχ.Π.:</b>	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (G.D.P.)
<b>Α.Ε.Π.:</b>	Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (G.N.P.)
<b>Δ.Ν.Τ.:</b>	Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (I.M.F.)
<b>Ε.Κ.Κ.Ε.</b>	Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών
<b>ΕΛ.ΣΤΑΤ.:</b>	Ελληνική Στατιστική Αρχή
<b>Ε.Ο.Τ.:</b>	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
<b>Ε.Π.Χ.Σ.Α.Α.:</b>	Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης
<b>Ι.Τ.Ε.Π.:</b>	Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων
<b>Ν.Ε.Ε.:</b>	Ναυτικό Επιμελητήριο Ελλάδας
<b>Ξ.Ε.Ε.:</b>	Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας
<b>Ο.Η.Ε.:</b>	Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών (U.N.)
<b>Ο.Ο.Σ.Α.:</b>	Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (OECD)
<b>Ο.Π.Τ.:</b>	Όμιλος Παγκόσμιας Τράπεζας (World Bank Group)
<b>ΠΑ.ΠΕΙ.:</b>	Πανεπιστήμιο Πειραιά
<b>Π.Ο.Τ.:</b>	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού
<b>Α.Ι.Ε.Σ.Τ.:</b>	Διεθνής Οργάνωση των Επιστημονικά Εξειδικευμένων στο Τουρισμό (Association Internationale D'Experts Scientifiques Du Tourisme)
<b>Α.Τ.:</b>	Εναλλακτικός Τουρισμός (Alternative Tourism)
<b>Ι.С.С.Α.:</b>	Παγκόσμιος οργανισμός διοργάνωσης συνεδρίων
<b>S.U.V.:</b>	Όχημα αθλητικής χρήσης (Sport Utility Vehicle)
<b>T.U.I.:</b>	Διεθνής Τουριστική Ένωση (Touristik Union International)

**ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Το παρόν πόνημα ολοκληρώθηκε χάρη στη συνεχή καθοδήγηση και τις εποικοδομητικές παρατηρήσεις του επιβλέποντα καθηγητή κ. Σεραφείμ Πολύζου, τον οποίο και ευχαριστώ.

Επιπλέον, οφείλω να ευχαριστώ την κυρία Ελένη Κατσώρχη του Τμήματος Παροχής Πληροφόρησης της Γενικής Διεύθυνσης Διοίκησης και Οργάνωσης της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας (ΕΛΣΤΑΤ), για την άμεση ανταπόκριση σε όσα της ζητήθηκαν.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου, για τη συμπαράστασή της στη διάρκεια της προσπάθειάς μου.

**ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Το τουριστικό φαινόμενο αποτελεί μια από τις σημαντικότερες μεταπολεμικές οικονομικές και κοινωνικές δραστηριότητες, παγκόσμιας εμβέλειας, με πολυεπίπεδο χαρακτήρα, που μπορεί να επιφέρει πολυάριθμες και σημαντικές θετικές και αρνητικές επιδράσεις στον τόπο υποδοχής.

Τα οφέλη για κάθε χώρα εξαρτώνται από την ποιότητα και την ποσότητα των τουριστικών υπηρεσιών, την προτίμηση του τουρίστα και την ένταση μεταξύ των ανταγωνιστικών χωρών.

Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου, η αύξηση του διαθέσιμου χρόνου, η τεχνολογική πρόοδος, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και η πολιτική και κοινωνική σταθερότητα αποτελούν σημαντικούς παράγοντες τουριστικής ανάπτυξης, ενισχύοντας ανισομερώς τη μαζική μορφή τουρισμού.

Ο ελληνικός τουρισμός, πιο συγκεκριμένα, αποτελεί βασικό πυλώνα στήριξης της εθνικής οικονομίας και της αναπτυξιακής προοπτικής της χώρας, συμβάλλοντας στην αύξηση του εισρέοντος συναλλάγματος, των κρατικών εσόδων και της απασχόλησης, αλλά και δημιουργώντας εισόδημα για τον ενεργό τοπικό πληθυσμό.

Απότοκο αυτού, είναι η μεταμόρφωση του μεγαλύτερου τμήματος του τουριστικού φαινομένου, στην κυρίαρχη μορφή του, το μαζικό τουρισμό που παρουσιάζει πολυάριθμα και δυσεπίλυτα προβλήματα για την τουριστική περιοχή και τον πληθυσμό του.

Αυτά τις δυσλειτουργίες καλείται να περιορίσει η εκ διαμέτρου αντίθετη τουριστική μορφή, ο εναλλακτικός τουρισμός, που θέτοντας το σύνολο των παραγωγικών δραστηριοτήτων στο πλαίσιο της αειφόρου ανάπτυξης, της περιβαλλοντικής προστασίας και της λογισμένης διαχείρισης φυσικών πόρων, οδηγεί σε ολοκληρωμένη τουριστική ανάπτυξη, βασισμένη στην αξιοποίηση των συγκριτικών τοπικών πλεονεκτημάτων και των ευκαιριών για τοπική ανάπτυξη της περιοχής, ειδικά, σήμερα, σε περίοδο ισχυρής δημοσιονομικής διόρθωσης για τη χώρα μας.

**Λέξεις – κλειδιά:** μαζικός τουρισμός, εναλλακτικός τουρισμός, αειφόρος ανάπτυξη, τουριστική ανάπτυξη

**ABSTRACT**

It is a given fact that tourism industry has been one of the most important economic and social activities worldwide since the end of the Second World War. It is characterized by multiple levels which have both positive and negative effects.

The benefits for each country depend on the quality and quantity of the tourism services offered, tourist's preferences concerning their holiday destinations and the level of competition among the countries

The improvement of living standards, the increase of the time available for holidays, the technological progress, the media along with the political and social stability are important factors contributing to development by unequally reinforcing the form of the mass tourism market.

Greek tourism, in particular, is a key factor in the development of the national economy and prospects of the country, as it increases exchange influent, the government's revenue and the employment rate. Furthermore, tourism generates income for the local active population.

As a product of the above is the transformation of the greatest part of the tourist phenomenon, in its dominant form, that is mass tourism which causes numerous and difficult problems in the tourist area and its population.

These malfunctions may be limited by the diametrically opposite tourist form, that is alternative tourism, that sets all the production activities within a frame of sustainable development, environmental protection and prudent management of natural resources.

As a result, a complete tourist development, based on the use of local comparative advantages and opportunities for the development of the region, is necessary nowadays, that Greece is in economic crisis

**Key-words:** mass tourism, alternative tourism, sustainable development, tourism development

**ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Η συγκεκριμένη εργασία έχει πρόθεση να μελετήσει το φαινόμενο του εναλλακτικού τουρισμού, σε αντιδιαστολή με το μαζικό τουρισμό, αφού προηγηθεί μια εισαγωγική παρουσίαση σχετικών εννοιών και να εμφανίσει την ποσοτική και ποιοτική εξέλιξη του πρώτου τουριστικού είδους στη διάρκεια των τελευταίων ετών, υπό το πρίσμα της περιβαλλοντικής προστασίας και αειφόρου ανάπτυξης.

Πέραν της θεωρητικής ανάπτυξης, θα γίνει επεξεργασία σχετικών στατιστικών παραμέτρων, προκειμένου να εξαχθούν συμπεράσματα που θα εξηγήσουν τις κάθε φορά τοπικές ιδιαιτερότητες.

Ειδικότερα, οι επιμέρους στόχοι της αναφέρονται:

- στον καθορισμό των αιτιών που καθιστούν αναγκαία την περεταίρω ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη χώρα μας
- στον προσδιορισμό των αναγκαίων προϋποθέσεων εφαρμογής και ανάπτυξης αυτού του τουριστικού είδους
- στην αποσαφήνιση των θετικών και αρνητικών επιδράσεων του εναλλακτικού τουρισμού στα διάφορα επίπεδα του χώρου υποδοχής
- στο σύνολο των απαραίτητων συμπληρωματικών δράσεων του σχετικού εθνικού αναπτυξιακού πλαισίου
- στον προσδιορισμό των διαδικασιών που συμβάλλουν στην ολοκληρωμένη τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής

**ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Ο τουρισμός είναι ένα πολυσχιδές φαινόμενο, κυρίως οικονομικό και κοινωνικό, που γνώρισε παγκόσμια ανάπτυξη, μεταπολεμικά, συμβάλλοντας στην τοπική, περιφερειακή και εθνική ανάπτυξη.

Αν και ο εννοιολογικά ο όρος ‘τουρισμός’ δύσκολα προσεγγίζεται και παρά τις πολλές προσπάθειες που έγιναν, κυρίως από τον AIEST (Association Internationale d’Experts Scientifiques de Tourisme), κάποιες από τις οποίες ήταν ανεπαρκείς, ένας αρκετά γενικός ορισμός του (Πολύζος, 2015), περιλαμβάνει τη μεμονωμένη ή ομαδική μετακίνηση ανθρώπων προς διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς, τουλάχιστον για ένα εικοσιτετράωρο, με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών αναγκών τους.

Αφενός, αποτελεί τον πλέον διαδεδομένο τρόπο αναψυχής στις χώρες με υψηλό επίπεδο κοινωνικής ευημερίας και αφετέρου θεωρείται, ως οικονομική δραστηριότητα, μια από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων στις τουριστικές περιοχές, που επιφέρουν δημιουργία θέσεων εργασίας, βελτίωση και αύξηση των υποδομών, εξασφάλιση κεφαλαίων για νέες επενδύσεις και άνοδο του βιοτικού επιπέδου του τοπικού πληθυσμού.

Ειδικότερα, για τη χώρα μας, συγκροτεί το βασικότερο, ίσως, πυλώνα της εθνικής οικονομίας, αλλά και της εθνικής αναπτυξιακής πολιτικής, με όλα τα θετικά συνεπακόλουθα για την ηπειρωτική και νησιωτική περιφέρεια, που μαστιάζονται από ανεργία, υποβάθμιση, αστυφιλία και χαμηλό επίπεδο διαβίωσης (Τσάρτας, 2010).

Η Ελλάδα, βρισκόμενη στο σημείο συνάντησης ηπείρων και θαλασσών, διαθέτει όλο τον απαιτούμενο ‘φυσικό εξοπλισμό’ για μια εντυπωσιακή ανάπτυξη του πράσινου τουρισμού, κυρίως στις σημερινές δυσχερείς, στην επικράτεια της και διεθνώς, δημοσιονομικές συνθήκες, αρκεί να δράξει τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται και κυρίως με την ισχυρή στροφή του παγκόσμιου τουριστικού περιβάλλοντος στις εναλλακτικές μορφές.

Η τουριστική δραστηριότητα εμπεριέχει ένα σύνολο ανθρωπογενών δράσεων που επηρεάζουν, άμεσα ή έμμεσα, τους διαθέσιμους φυσικούς πόρους, με συνέπεια οποιαδήποτε μη λογική διαχείριση τους και πέραν της ικανότητάς τους για φυσική

αναπλήρωση, να δημιουργεί σοβαρά προβλήματα, τόσο στο περιβάλλον, όσο και στην κοινωνία και στην οικονομία της τουριστικής περιοχής (Κοκκώσης και άλλοι, 1999).

Για το λόγο αυτό, είναι πολύ ενδιαφέρον να γίνει κατ' αρχήν μια προσπάθεια προσέγγισης του τουριστικού φαινομένου και των επιμέρους συνιστωσών του, αλλά και των παραγόντων που το επηρεάζουν ή που επηρεάζονται από αυτό.

Επίσης, η μελέτη θα επιχειρήσει να εστιάσει στην κυρίαρχη μορφή του τουρισμού, στο μαζικό τουρισμό, που θα αντιδιαστείλει με την αναδυόμενη μορφή του, τον εναλλακτικό και στα προβλήματα που ανακύπτουν στο σύνολο των τομέων με τους οποίους συγκοινωνεί, αλλά και των πιθανών λύσεων τους.

Τέλος γίνεται απόπειρα προσέγγισης ενός εκ των σημαντικότερων χαρακτηριστικών του ελληνικού τουρισμού, της εποχικότητας, ανά νομό της επικράτειας, με βάση τα στατιστικά τουριστικά στοιχεία της τελευταίας δεκαετίας, στοχεύοντας στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων.



**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1****ΑΝΑΛΥΣΗ ΒΑΣΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ***1.1.Εννοιολογική προσέγγιση*

Ο όρος ‘τουρισμός’, ετυμολογικά, παρά την επικρατούσα κοινή αντίληψη για αγγλική και γαλλική προέλευση (‘touring’ και ‘tour’ οι αντίστοιχοι όροι), προέρχεται από μετεξέλιξη του αρχαιοελληνικού ρήματος «τείρω» (τρίβω, τρυπάω), στη λατινική «torpare» (περιστρέφομαι, περιφέρομαι).

Πρωτοχρησιμοποιήθηκε στην Αγγλία των αρχών του 19<sup>ου</sup> αιώνα, ενώ το 1855 ιδρύθηκε από τον πρωτοπόρο Τόμας Κουκ, ως πρώτο εκδρομικό σωματείο, το αγγλικό ‘Circular Club’, το οποίο ακολούθησαν το γαλλικό ‘Turning club’ το 1890, αλλά και πέντε χρόνια αργότερα, η ‘Ελληνική Εταιρία Περιηγήσεων’.

Ο όρος ‘επισκέπτης’, που αποτελεί πρόδρομο του όρου ‘τουρίστας’ αποκτά σαφές εννοιολογικό περιεχόμενο στη σύσκεψη του ΟΗΕ στη Ρώμη το 1963 και περιλαμβάνει κάθε άτομο το οποίο μετακινείται σε μια άλλη χώρα, διαφορετική από κείνη της μόνιμης κατοικίας του, για οποιονδήποτε λόγο εκτός από εκείνον της άσκησης αμειβομένου επαγγέλματος.

Λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών και της βαρύνουσας σημασίας του συγκεκριμένου φαινομένου στους τομείς της οικονομίας, της κοινωνίας, του πολιτισμού, της πολιτικής και του περιβάλλοντος, πολυάριθμοι επιστήμονες, διαχρονικά, προσπάθησαν να συγκεκριμενοποιήσουν την έννοια, όχι πάντα επιτυχώς, αφού ανάλογα με το επιστημονικό πρίσμα εξέτασης, ο προσδιορισμός διαφοροποιούταν.

Ο Ζαχαράτος (2000) αναφέρει ότι τόσο το ευρύ φάσμα των κινήτρων για το ταξίδι (για κάποιους είναι η αναψυχή, για κάποιους άλλους η ανθρώπινη δραστηριότητα, ενώ για κάποιους άλλους αποτελεί κοινωνική ανάγκη) όσο και της διάρκειας διαμονής αποτελούν τροχοπέδη στο σαφή προσδιορισμό του όρου.

Ο πρώτος ορισμός που υιοθετήθηκε από πολλούς, αν και δεν περιείχε νύξη για τις οικονομικές και κοινωνικές συνέπειες του φαινομένου, δόθηκε το 1942 από τους Hunziger και Krapf και αφορούσε την ομάδα μη κερδοσκοπικών φαινομένων που

εμφανίζονται από το ταξίδι και τη διαμονή κάποιου σε ένα νέο τόπο, ενώ μισό αιώνα αργότερα, οι Mill και Morrison, διευρύνουν τη χρονική διάρκεια των παραπάνω φαινομένων από την πραγματοποίηση του ταξιδιού μέχρι και τις αναμνήσεις στην επιστροφή.

Ευρύτατα αποδεκτός, σήμερα, είναι ο ορισμός που χαρακτηρίζει το τουριστικό φαινόμενο ως οικονομικό, κοινωνικό και πολυπρισματικό, με στόχο την κάλυψη των σωματικών και ψυχικών αναγκών του ατόμου, λόγω ενσυνείδητης και προσωρινής μετακίνησης του σε ξένο τόπο για χρονικό διάστημα μέχρι ενός έτους (Λαγός, 2005), το οποίο στους πλέον πρόσφατους ορισμούς προσδιορίζεται ως άνω του εικοσιτετραώρου (Πολύζος, 2015).

Σύμφωνα με την υπηρεσία των Ηνωμένων Εθνών που ασχολείται με την τουριστική βιομηχανία, τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO, 2015), αυτή έχει εξελιχθεί σε έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας και με δεδομένη τη στενή σύνδεσή της με το γενικό αναπτυξιακό πλαίσιο κάθε περιοχής, έχει μετατραπεί σε βασική κινητήρια δύναμη για την κοινωνικο-οικονομική πρόοδο.

Ο αριθμός των τουριστικών επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο ξεπερνά πλήθος των βιομηχανιών πετρελαιοειδών, προϊόντων διατροφής ή αυτοκινητοβιομηχανιών. Ο τουρισμός διαδραματίζει έναν από τους σημαντικότερους παίκτες στο διεθνές εμπόριο, και αποτελεί ταυτόχρονα μία από τις κύριες πηγές εσόδων για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες, που εξαρτώνται από την αύξηση της διαφοροποίησης και του ανταγωνισμού μεταξύ των προορισμών.

Αυτή η παγκόσμια εξάπλωσή του παράγει οικονομίες κλίμακας σε πολλούς συναφείς τομείς (κατασκευαστικός, γεωργίας, τηλεπικοινωνιών).

### *1.2. Τα συστατικά του τουρισμού*

Οι ειδοποιόι οικονομικές διαφορές του τουρισμού σε σχέση με άλλους ομοειδείς κλάδους είναι (Ηγουμενάκης και Κραβαρίτης, 2004):

- (α) ο χαρακτηρισμός των τουριστικών υπηρεσιών ως άυλα και εξαγόμενα, αφού τα τουριστικά προϊόντα, που ουσιαστικά είναι οι τουριστικές υπηρεσίες, δεν

διαθέτουν υλική υπόσταση και καταναλώνονται καθ' ολοκληρία από τον τουρίστα στον τόπο παραγωγής τους.

(β) η αναζήτηση κατάλληλης ποιοτικά και ποσοτικά υποδομής, εκ μέρους των επισκεπτών, υψηλών προδιαγραφών, που θα καλύψει τις ανάγκες τους

(γ) η συνθετότητα των τουριστικών προϊόντων που επιδρά εμμέσως ή αμέσως σε πολλούς οικονομικούς κλάδους

(δ) η υψηλή τουριστική εποχικότητα, λόγω κλιματικών συνθηκών, κοινωνικής ή οικονομικής κρίσης

(ε) η ελαστικότητα του τουρισμού ως προς το εισόδημα και την τιμή του προϊόντος, που διαστρεβλώνει την τουριστική ζήτηση

### *1.3. Η διαχρονική μεταβολή του ελληνικού τουρισμού*

Η περίσσεια του διατιθέμενου πλούτου, που προέκυψε, κυρίως στην μεταπολεμική Ευρώπη, λόγω των παρουσιαζόμενων τεχνολογικών καινοτομιών και της οικονομικής ανάκαμψης, προκειμένου να απορροφηθεί στην ανάπτυξη, ανάγκασε την εθνική πολιτική κάθε χώρας να περιορίσει το φάσμα της κοινωνικής ευαισθησίας ιδιαίτερα για τη διαχείριση των φυσικών πόρων και την προστασία του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος (Κοκκώσης και Τσάρτας, 1999 και Μόσχου, 2013).

Αυτή η περιβαλλοντική υποτίμηση οδήγησε, αρχικά, σε μη λογική διαχείριση και στη συνέχεια σε κατασπατάληση φυσικών πόρων και σε σωρεία κοινωνικών και οικονομικών προβλημάτων του τοπικού πληθυσμού, στο βωμό του αβέβαιου, σε τελική ανάλυση, κέρδους και της υποτιθέμενης τοπικής ανάπτυξης.

Ειδικότερα για τη χώρα μας, η πρώτη προσπάθεια τουριστικής ανάπτυξης, στο δεύτερο μισό του εικοστού αιώνα, χαρακτηρίστηκε από αναρχία που συνοδεύτηκε από πλήθος αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον, που λόγω της περιρρέουσας κατάστασης (συγκεκριμένες περιοχές υποδοχής και περιορισμένη τουριστική κίνηση), μέχρι την πτώση της δικτατορίας, θα μπορούσε να θεωρηθεί ανεκτή.

Από το 1974 μέχρι τις αρχές του εικοστού πρώτου αιώνα, η χωρίς κανέναν ουσιαστικό αναπτυξιακό σχεδιασμό, κορύφωση της τουριστικής δραστηριότητας, οδήγησε σε

σημαντική περιβαλλοντική υποβάθμιση πολλών περιοχών με μεγάλη επισκεψιμότητα (Τσάρτας, 1996 και Τσάρτας, 2010).

#### *1.4. Η διαχρονική εξέλιξη του ελληνικού εναλλακτικού τουρισμού*

Οι εφαρμοζόμενες πολιτικές για την θεραπεία των προαναφερομένων προβλημάτων μετά το 1980, αν και αντιστρατεύονται κατ' ουσία την τοπική οικονομική ανάπτυξη, αποτέλεσαν τη βάση για συγκρότηση τουριστικής στρατηγικής με ευαισθησία στο περιβάλλον και στις ανθρώπινες δραστηριότητες (Κοκκώσης και Τσάρτας, 1999).

Ως τέτοιο παράδειγμα τοπικής ανάπτυξης με περιβαλλοντικό σεβασμό, μπορεί να αναφερθεί η επιδότηση με 1,5 εκ €, το 2004, της ανακαίνισης παραδοσιακών κτιρίων του οικισμού Αρκοχωρίου, στη Νάουσα, που λειτουργούν ως οικοτουριστικοί ξενώνες και φιλοξενούν τους τουρίστες του Βερμίου, μέσω του χρηματοδοτικού προγράμματος Leader.



**ΕΙΚΟΝΑ 1.1:** Παράδειγμα τοπικής ανάπτυξης με σεβασμό στο περιβάλλον: Παραδοσιακός οικισμός Αρκοχωρίου Νάουσας (Πηγή: Γ. Αδαμίδης)

Μετά τη διακήρυξη της παγκόσμιας διάσκεψης για τον τουρισμό στη Μανίλα, το φθινόπωρο του 1980, στην οποία συστήνεται η λελογισμένη χρήση των φυσικών πόρων, άρχισε να καταδεικνύεται και να συνειδητοποιείται σε ευρεία κλίμακα, η μεγάλη σημασία του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον και να προβάλλει με επιχειρήματα η άποψη ότι το συγκριτικό πλεονέκτημα της περιοχής υποδοχής έγκειται στους διαθέσιμους φυσικούς πόρους της και όχι στη τουριστική μαζικοποίηση

(Τσάρτας, 2010). Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ενδυναμωμένες από αυτό, ξεκίνησαν να αναπτύσσονται με υψηλό ρυθμό, σχετιζόμενες άμεσα με την αειφόρο ανάπτυξη, ωθώντας την κρατική πολιτική στη συγκρότηση αρμόδιων δομών ελέγχου.

Μέχρι σήμερα, οι θεσμοθετημένοι φορείς σε παγκόσμιο επίπεδο, έχουν οδηγήσει την τουριστική δραστηριότητα, μέσω μέτρων και επιβραβεύσεων των ορθών τακτικών, στο δρόμο της περιβαλλοντικής προστασίας, της ελαχιστοποίησης των δυσμενών επιπτώσεων της τουριστικής μαζικοποίησης και της αειφορικής ανάπτυξης.

### *1.5. Τουριστική κατηγοριοποίηση με κριτήριο το κίνητρο του επισκέπτη*

Το τουριστικό φαινόμενο, με κριτήριο το κίνητρο του επισκέπτη, ιεραρχείται, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ, 2015) σε:

- (α) ατομικό τουρισμό, κυρίως για άτομα με μεγάλη οικονομική δυνατότητα, που αναζητούν συνήθως την περιήγηση και οργανώνεται και πραγματοποιείται από τους ίδιους
- (β) μαζικό τουρισμό, για πολυάριθμα άτομα, που χρησιμοποιώντας το ίδιο μεταφορικό μέσο, σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο, κινούνται, διαμένουν και δρουν συλλογικά και ταυτόχρονα
- (γ) εσωτερικό τουρισμό, για κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν εντός της επικράτειάς της
- (δ) εξωτερικό τουρισμό, για κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν στο εξωτερικό
- (ε) εποχιακό τουρισμό, για επισκέπτες συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος, κυρίως λόγω καιρικών αλλαγών
- (στ) συνεχή τουρισμό, για τουρίστες μιας περιοχής ανεξαρτήτου εποχής
- (ζ) εναλλακτικό τουρισμό, για επισκέπτες που αναζητούν αντίβαρο στη συνολική δράση του μαζικού τουρισμού

### *1.6. Από το τουριστικό μοντέλο 4S στο τουριστικό μοντέλο 4E*

Αν και το μοντέλο τουρισμού 4S (sun, sand, sea and sex) αποτέλεσε τον ακρογωνιαίο λίθο του οικήματος του ελληνικού τουρισμού, προσφέροντας, αρχικά, μια υψηλής έντασης ανάπτυξη από ευρύτατα στρώματα τουριστών μικρομεσαίων εισοδημάτων, στην πορεία, όσο γινόταν αναγκαία η συνεχής επένδυση, ο ρυθμός μειώθηκε και μηδενίστηκε, δημιουργώντας παράλληλα σχετική αύξηση των τιμών (Βαρβαρέσος, 2009). Αυτό οφείλεται στην αύξηση του κόστους χρήσης πόρων και συντελεστών παραγωγής, που προκαλεί περιορισμένη αύξηση στην παραγωγικότητα, η οποία με τη σειρά της, συμπαρασύρει σε αύξηση τις τιμές του τουριστικού προϊόντος, δημιουργώντας συνθήκες οικονομικής ασφυξίας (μεγάλο κόστος και χαμηλή παραγόμενη ποιότητα).

Σαν εξέλιξη του παραπάνω μοντέλου, που προσομοιάστηκε με την αγελαία, καταναλωτική, χωρίς ελευθερία τακτική και συνεπώς δεν ανταποκρίνεται πια στις ολοένα αυξανόμενες και διαφοροποιούμενες απαιτήσεις των επισκεπτών, παρουσιάστηκε το μοντέλο 4E (environment and clean nature, educational tourism and culture, event, entertainment and fun), που προσαρμόζεται στο χαρακτήρα του κάθε τουρίστα και στις κρατούσες αντιλήψεις περί φύσης, πόρων και περιβάλλοντος. Σκοπός του συγκεκριμένου σχήματος, που ουσιαστικά καθίσταται εκ των ων ουκ άνευ, ειδικά με την υδρόγειο, αλλά και τη χώρα μας να διανύουν περίοδο μεγάλης δημοσιονομικής αστάθειας, είναι η δημιουργία και εφαρμογή ενός μακροπρόθεσμου αναπτυξιακού τουριστικού μοντέλου, που θα στηρίζεται στην προβολή της ποιότητας έναντι της ποσότητας και του ξεχωριστού και διαφορετικού, αντί του παλιού άχρωμου και ίδιου.

### *1.7. Η έννοια του τουριστικού προϊόντος*

Ως «τουριστικό προϊόν» εννοούμε το σύνολο των επιμέρους τύπων τουρισμού (π.χ. τουρισμός ήλιου και θάλασσας, αστικός, επιχειρηματικός και ορεινός τουρισμός) που διατίθενται από τους τοπικούς παραγωγούς – υποδοχείς, προκειμένου να αποκομίσουν οικονομικό κέρδος, καλύπτοντας αντίστοιχες ανάγκες των καταναλωτών – τουριστών. Τα συστατικά στοιχεία του παραπάνω όρου, ιεραρχημένα κατά φθίνουσα κλίμακα, είναι (Τόλιας, 1999):

- (α) τα σημεία προβολής της τουριστικής περιοχής, που συγκροτούν την πρωτογενή τουριστική προσφορά και τα οποία πείθουν τον ταξιδιώτη να την

επιλέξει έναντι άλλων προορισμών, όπως είναι οι φυσικοί πόροι, το φυσικό περιβάλλον και τα ιστορικά και θρησκευτικά μνημεία

(β) ο τοπικός πληθυσμός της τουριστικής περιοχής, ο οποίος με την εν γένει συμπεριφορά του, επιδρά άμεσα στην ποιότητα και στο χαρακτήρα του τουριστικού προϊόντος, λόγω της όσμωσης του πρώτου με τον πληθυσμό των επισκεπτών

(γ) οι συνοδές υποδομές στην περιοχή, οι οποίες κατασκευάζονται κυρίως με κρατική μέριμνα, προκειμένου να ικανοποιήσουν τις τρέχουσες τάσεις της τουριστικής αγοράς και να προσελκύσουν ευρύτερο φάσμα εν δυνάμει τουριστών, πάντα με βάση την κείμενη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης, όπως η δημιουργία ενός σύγχρονου κέντρου αθλητικών εγκαταστάσεων

(δ) το περιβάλλον διαβίωσης και η δυνατότητα για ψυχαγωγία είναι από τις σημαντικότερες αναζητήσεις ενός τουρίστα, που θα τον οδηγήσουν να κλίνει υπέρ της επιλογής ενός συγκεκριμένου τόπου για τουρισμό. Οι συγκεκριμένοι παράγοντες επηρεάζουν σημαντικά την τουριστική έλξη και συνεπώς την εμπορικότητα μιας τέτοιας περιοχής

(ε) η συγκοινωνιακή υποδομή του τόπου, που περιλαμβάνει το σύνολο των εκεί υφισταμένων αυτοκινητοδρόμων, λιμανιών, αεροδρομίων και σιδηροδρομικών γραμμών, που προσφέρουν στον ενδιαφερόμενο ταξιδιώτη γρήγορη και ασφαλή μετάβαση, άνετη μετακίνηση εντός της τουριστικής περιοχής και με το μικρότερο κόστος, αλλά και με συνέπεια τήρησης του εφαρμοζόμενου χρονοδιαγράμματος.

Το ελληνικό τουριστικό προϊόν περιστρέφεται γύρω από το βασικό τουριστικό πυλώνα «ήλιος και θάλασσα» και κατά μικρότερο ποσοστό από τον περιηγητικό τουρισμό, όπως παρουσιάζεται στο παρακάτω διάγραμμα.

Η συγκεκριμένη ποσοτική κατανομή δικαιολογείται απόλυτα από τη γεωγραφική θέση της χώρας στον παγκόσμιο χάρτη και το διατιθέμενο φυσικό και πολιτιστικό πλούτο της, ενώ προΐδεάζει το μελετητή για την έντονη εποχικότητα που εμφανίζει το τουριστικό προϊόν, με όλα τα αρνητικά συνακόλουθα (EOT, 2005).

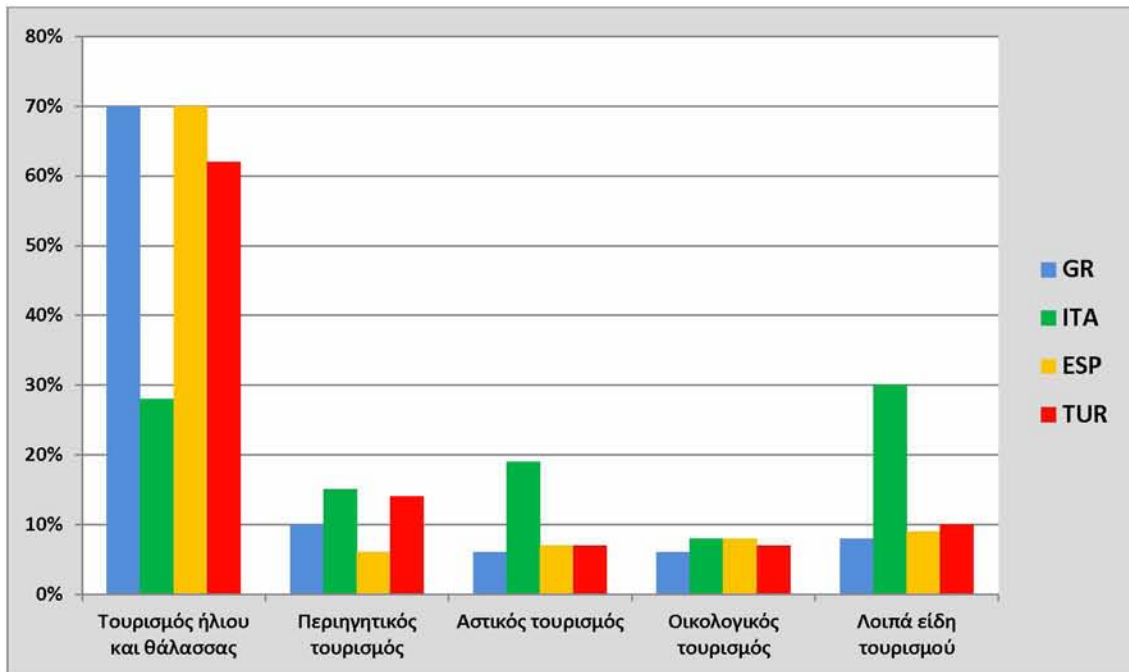
Αυτό το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό, περιορίζει τις επιλογές της τουριστικής βιομηχανίας, υποχρεώνοντας τη να κινηθεί σε τουριστικές μορφές που όχι μόνο έχουν κουράσει τις δύο πλευρές (παραγωγών και καταναλωτών), αλλά και πνέουν τα λούστια.

### 1.8. Το κοινωνικό φαινόμενο του τουρισμού

Ο σύγχρονος άνθρωπος θεωρεί ανάγκη την πρόσκαιρη μετακίνηση του από τον τόπο διαμονής του, σε άλλες περιοχές της χώρας του ή άλλων χωρών, προκειμένου να ξεκουραστεί και να χαλαρώσει.

Η αφθονία των σύγχρονων απολαύσεων οδηγεί τον πολιτισμένο άνθρωπο σε φυγή, ενώ παραλλήλως ο άνθρωπος της υπαίθρου μαγεύεται και έλκεται από την σύγχρονη ζωή των μεγαλουπόλεων.

Παρατηρήθηκε ότι η αύξηση της τουριστικής κίνησης υπήρξε μετά το Β΄ παγκόσμιο πόλεμο, διπλάσια από την αύξηση του κοινωνικού εισοδήματος, αν και η βελτίωση του κοινωνικού εισοδήματος διαδραματίζει σημαντικό ρόλο, στην τουριστική κίνηση.



**ΣΧΗΜΑ 1.1.:** Το προφίλ του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα και στις ανταγωνίστριες χώρες, το 2005 (πηγή: European Travel Monitor)

Η Ιταλία εδώ και δεκαετίες και η Ισπανία πιο πρόσφατα, κυρίως λόγω οικονομικής και τουριστικής ωριμότητας, είναι οι μεσογειακές ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδας, που έχουν αντιληφθεί αυτό το διαφαινόμενο κίνδυνο και προσπαθούν να επιτύχουν και εν πολλοίς τα καταφέρνουν, ισοκατανομή τουριστικών δραστηριοτήτων. Σε αντίθεση, στη χώρα μας, η τουριστική βιομηχανία παρουσιάζει πολλές εγγενείς αδυναμίες, με κυριότερη την εξαιρετικά υψηλή εποχικότητα, αφού έξι (6) στους δέκα (10) επισκέπτες από το εξωτερικό ταξιδεύουν στην Ελλάδα το τρίμηνο Ιουλίου – Σεπτεμβρίου.



Ανάλογα με την ψυχοσύνθεση και τις συγκεκριμένες κοινωνικές συνθήκες είναι δυνατό η ανάγκη της μετακίνησης να ικανοποιείται με περιορισμό της ικανοποίησης άλλων βασικών αναγκών, όταν το διατιθέμενο ατομικό εισόδημα δεν επαρκεί.

Δεν είναι λίγοι αυτοί που, ειδικά στις ημέρες μας, χωρίς οικονομικά μέσα, στερούνται και τα πιο στοιχειώδη μέσα άνεσης κατά τη μετακίνηση τους στη χώρα προορισμού, στην οποία πολλές φορές αναζητώντας οικονομικούς πόρους, προσφέρουν εργασία.

Στην αύξηση της τουριστικής κίνησης συντελούν:

- το επικρατούν κοινωνικό στερεότυπο, η μόδα και η προσπάθεια να μην θεωρείται το άτομο οπισθοδρομικό και εκτός εποχής
- η κοινωνική προβολή που επιτυγχάνεται με εντυπωσιακό τρόπο μέσα από ένα πολυδάπανο ταξίδι αναψυχής
- η επιθυμία απασχόλησης με θέματα εκτός καθημερινής ρουτίνας για αποτοξίνωση από την καθημερινότητα και η αναζήτηση καινούργιων ευκαιριών προσωπικής δραστηριότητας
- η μείωση του ενδιαφέροντος για αποταμίευση, λόγω της τηρούμενης οικονομικής πολιτικής, που απομακρύνει τον άνθρωπο από τη σκέψη για εξασφάλιση του αύριο και τον προσελκύει περισσότερο στην απόλαυση της ζωής σήμερα

Ο Ηγουμενάκης (1997) τονίζει ότι ο άνθρωπος στη διάρκεια του ταξιδιού, πλέον, αισθάνεται ελεύθερος, απομακρύνεται από καθημερινές φροντίδες για την εξασφάλιση οικονομικών πόρων, από το καθήκον και μετατρέπεται σε άνθρωπο της αμεριμνησίας.

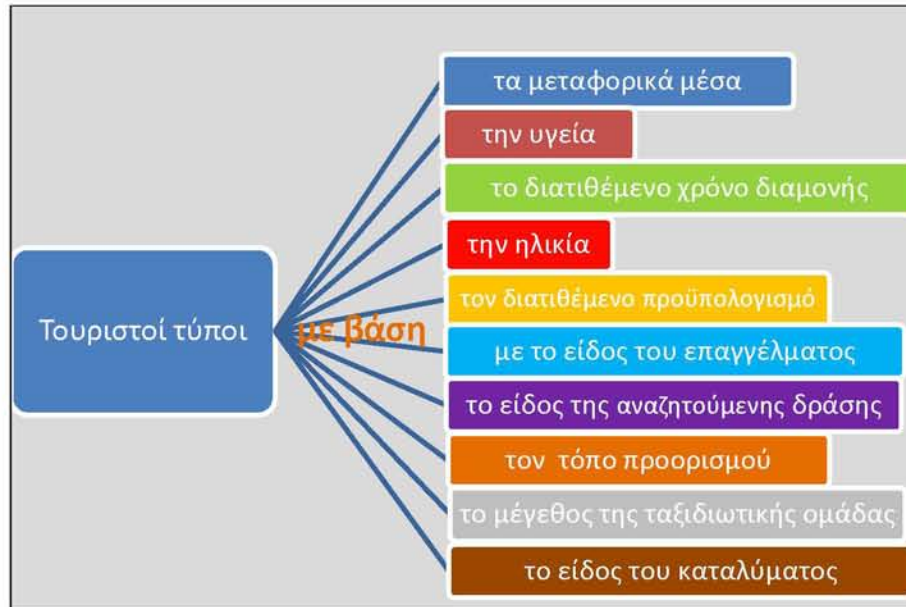
### *1.9. Η τουριστική τυπολογία*

Ο τουρισμός ως πολύμορφη, πολυπαραγοντική και πολύπλοκη ενέργεια, αλληλεξαρτάται άμεσα και σε μεγάλο βαθμό με το οικονομικό, κοινωνικό, πολιτιστικό και φυσικό περιβάλλον, οι ποιοτικοί και ποσοτικοί παράγοντες των οποίων διαμορφώνουν τη βασική τουριστική τυπολογία, που περιλαμβάνει (α) την κατηγοριοποίηση των κινήτρων της τουριστικής μετακίνησης και (β) την κατάταξη τους σε αντίστοιχους στρατηγικούς άξονες ανάπτυξης που είναι (Τόλιας, 1997):

- ο θαλάσσιος, ο οδικός, ο περιπατητικός, ο ποδηλατικός, ο σιδηροδρομικός και ο αεροπορικός τουρισμός, αλλά και ο ιπποτουρισμός ανήκουν στους τουριστικούς τύπους με βάση τα μεταφορικά μέσα
- ο τουρισμός σε κάθε είδους κατάλυμα (όπως κάμπινγκ, πανσιόν, ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, παραθεριστική κατοικία, τροχόσπιτο)
- ο τουρισμός προς κάθε προορισμό (όπως εσωτερικός, διεθνής, διηπειρωτικός, ορεινός, αστικός, παραλίμνιος, υπαίθριος, παραθαλάσσιος)
- ο αθλητικός, ο θρησκευτικός, ο πολιτιστικός, ο γαστρονομικός, ο κυνηγετικός και ο εορταστικός τουρισμός, αλλά και ο τουρισμός αναψυχής και ο

αγροτουρισμός ανήκουν στους τουριστικούς τύπους με βάση την ενεργούμενη δραστηριότητα

- ο επιστημονικός, ο εκθεσιακός, ο συνεδριακός, ο τεχνικός τουρισμός ανήκουν στους τουριστικούς τύπους με βάση την ασκούμενη επαγγελματική δραστηριότητα



ΣΧΗΜΑ 1.2.: Τα κριτήρια διάκρισης των τουριστικών τύπων (πηγή: Τόλιας, 1997)

- ο τουρισμός υγείας και θεραπείας (ανάπαυσης, θαλασσοθεραπείας, αλλά και ιαματικός)
- ο ατομικός, ο οικογενειακός και ο ομαδικός τουρισμός, ανάλογα με το είδος του συνόλου που ταξιδεύει
- ο τουρισμός ανάλογα με την ηλικία των συμμετεχόντων (τρίτης ηλικίας και νέων)
- ο τουρισμός ανάλογα με το προϋπολογιζόμενο διατιθέμενο ποσό (πολυτελείας, μαζικός, κοινωνικός)
- ο τουρισμός του Σαββατοκύριακου, μικρής και μεγάλης διάρκειας, ανάλογα με το χρόνο που ο τουρίστας είναι αποφασισμένος να ξοδέψει

Στην πράξη, βεβαίως, η διάκριση μεταξύ των τουριστικών τύπων δεν είναι προφανής, αφού ο ένας τύπος πολλές φορές εμπεριέχει ταυτόχρονα και άλλες (π.χ. ο περιηγητής τουρίστας πιθανότατα να ενδιαφέρεται και για τα πολιτιστικά μνημεία που θα συναντήσει κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του) και συνεπώς κανένας τους δεν είναι δυνατόν να παρουσιαστεί αμιγής.

### *1.10. Η τουριστική μορφολογία*

Τα βασικά, διαφοροποιητικά στοιχεία διαμόρφωσης της τουριστικής συμπεριφοράς κάθε περιηγητή είναι (Ακογλάνης, 2011):

- (α) η μοναδική προσωπικότητα του
- (β) τα ιδιαίτερα οικονομικά, κοινωνικά, πολιτικά, σωματικά και ψυχικά χαρακτηριστικά του
- (γ) ο τρόπος ζωής του και
- (δ) οι εμπειρίες που έχει βιώσει

Γενεσιουργό αίτιο πολλών μορφών τουρισμού είναι η επαναλαμβανόμενη στο χρόνο εκδήλωση μιας ιδιαίτερης τουριστικής δραστηριότητας, από πολλούς τουρίστες με κοινά, πολλά από τα προαναφερόμενα, προσωπικά στοιχεία. Έτσι ο τουρισμός μπορεί να πάρει π.χ. τη μορφή του τουρισμού τρίτης ηλικίας, όταν η ηλικία των συμμετεχόντων σε αυτόν υπερβαίνει τα εξήντα χρόνια, του μαθητικού ή σπουδαστικού τουρισμού, του τουρισμού γυναικών και του τουρισμού ατόμων με ειδικές δεξιότητες, όταν οι τουρίστες, αντίστοιχα, έχουν τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, της ηλικίας, του φύλου και της αρτιμέλειας.

Η μορφή του τουρισμού μπορεί να αποτελεί μέρος μιας ευρείας μορφής ή να προσδιορίζεται από περισσότερους από έναν παράγοντες.

Τις τελευταίες δεκαετίες, η εξέλιξη της επιστήμης του μάρκετινγκ τουρισμού έχει συντελέσει στο διαχωρισμό ενός συστατικού στοιχείου της τουριστικής αγοράς, της ονομαζόμενης τουριστικής πελατείας, με βάση τα συγκεκριμένα προσωπικά δεδομένα κάθε ταξιδιώτη.

#### *1.10.1. Μορφές τουρισμού με βάση τα διακινούμενα πρόσωπα*

Ο εσωτερικός ή εγχώριος τουρισμός (domestic tourism) περιλαμβάνει το σύνολο των μετακινήσεων που πραγματοποιούνται από ημεδαπούς τουρίστες εντός της χώρας ή από αλλοδαπούς που είναι όμως μόνιμα εγκατεστημένοι σε αυτή.

Ως σημαντικό οικονομικό όφελος του συγκεκριμένου είδους τουρισμού, θεωρείται ο περιορισμός της διαφυγής συναλλάγματος στο εξωτερικό, λόγω της απόρριψης από τον τοπικό πληθυσμό της επιλογής για διεθνή ταξίδια.

Αναγκαίες συνθήκες για την ανάπτυξη αυτής της τουριστικής κατηγορίας είναι η ύπαρξη των απαραίτητων μέσων υποδομής και ανωδομής, που θα πρέπει να είναι οικονομικά προσιτά στους ταξιδιώτες.

Ο τουρισμός αλλοδαπών ή εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism) περιλαμβάνει τις μετακινήσεις των ξένων τουριστών εντός μίας χώρας αλλά και των ημεδαπών που μένουν μόνιμα στο εξωτερικό.

Η διάκριση αυτή είναι ιδιαίτερα σημαντική για την εθνική οικονομική ανάπτυξη, αφού η προσπάθεια προσέλκυσης ξένων τουριστών σε αυτήν αφορά κυρίως την εισροή ξένου συναλλάγματος (Λύτρας 1993, Πολύζος 2015).

#### *1.10.2. Μορφές τουρισμού με βάση την τουριστική μετακίνηση*

Ο τρόπος μετάβασης των τουριστών στον τουριστικό προορισμό, καθορίζεται από το είδος των μεταφορών που χρησιμοποιούνται, την οργάνωση της μετακίνησης και το μέγεθος της μετακινούμενης τουριστικής ομάδας.

Με βάση το χρησιμοποιούμενο μεταφορικό είδος, ο τουρισμός περιλαμβάνει το θαλάσσιο, τον οδικό, τον αεροπορικό, το σιδηροδρομικό, τον ποτάμιο και το μεικτό τουρισμό.

Όσον αφορά την οργάνωση της τουριστικής μετακίνησης, ο τουρισμός διακρίνεται σε:

(α) τουρισμό με οργανωμένη μετακίνηση, από τους οργανωτές ταξιδιών και από τα ταξιδιωτικά γραφεία, εντός του πλαισίου οργάνωσης ολόκληρου τουριστικού πακέτου, που αποτελεί τη χαρακτηριστική περίπτωση μαζικού τουρισμού, μέσω ναυλωμένων πτήσεων για μεγάλες αποστάσεις ή με ενοικιαζόμενα τουριστικά λεωφορεία για μικρές αποστάσεις, χωρίς να αποκλείεται η μετακίνηση των τουριστών και με άλλα μέσα μεταφοράς και

(β) τουρισμό με μη οργανωμένη μετακίνηση, όπου ένας τουρίστας μόνος επιλέγει τον τρόπο μετακίνησης του, χωροχρονικά.

Τέλος, εάν ως κριτήριο κατηγοριοποίησης ληφθεί το μέγεθος της μετακινούμενης ομάδας, ο τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί ατομικός (μετακίνηση μόνο ενός ατόμου), οικογενειακός (μετακίνηση μιας οικογένειας) και ομαδικός (μετακίνηση ομάδας ατόμων).

Ατομικός, θεωρείται, το τουριστικό είδος που ακολουθεί ένα άτομο ή περισσότερα τα οποία συνδέονται φιλικά και πραγματοποιείται κατόπιν δικής τους πρωτοβουλίας και οργάνωσης.

Σε αντιδιαστολή, ο συλλογικός ή ομαδικός τουρισμός είναι η οργανωμένη συλλογική μετακίνηση ατόμων, τα οποία χωρίς να έχουν καμία προηγούμενη σχέση μεταξύ τους, συνέβη να συμμετέχουν στο ίδιο ταξίδι που οργανώθηκε και εκτελέστηκε από κάποιο τουριστικό γραφείο, επιχείρηση μεταφορών ή άλλη ιδιωτική ή δημόσια οργάνωση (Ηγουμενάκης, 1998).

Οι προαναφερόμενοι παράγοντες τουριστικής μετακίνησης, σε πλείστες όσες περιπτώσεις, αποτελούν και βασικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα των διαφόρων μορφών εναλλακτικού τουρισμού.



**ΕΙΚΟΝΑ 1.2.:** Κοσμοπολίτικος τουρισμός στη Μύκονο: πανάκριβο ρωσικό ιδιωτικό γιότ, αγκυροβολημένο στην παραλία Ψαρού, τον Οκτώβριο 2015 (πηγή: <http://www.protothema.gr>, 11/11/2015)

Για τον ατομικό τουρισμό, σαν παράδειγμα υπάρχει η μεμονωμένη μετακίνηση με μεταφορικό μέσο που ουσιαστικά αντιστοιχεί στην οικονομική δυνατότητα του μεμονωμένου τουρίστα, ενώ αντίθετα, ένας από τους πιο ακριβούς τουρισμούς είναι ο

κοσμοπολίτικος τουρισμός ή τουρισμός του διεθνούς jet set, όπου η μετακίνηση γίνεται με ιδιωτικά αεροπλάνα, πολυτελή ιδιωτικά κρουαζιερόπλοια, γιότ ή ελικόπτερα.

Η μετακίνηση των τουριστών κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, εντός ή πέριξ του τουριστικού προορισμού τους, γίνεται με όλους τους δυνατούς τρόπους, ανάλογα με τη μορφή του τουρισμού (με δημόσια ή με ενοικιαζόμενα μέσα μεταφοράς ή ακόμα και με ειδικά οχήματα).

Πλέον με τα σύγχρονα αεροπλάνα, οι αυτόνομες πτήσεις μεγάλων αποστάσεων, έχουν μειώσει δραματικά τη χρονική διάρκεια των ταξιδιών και συνεπώς τις δαπάνες τους, με αποτέλεσμα να οδηγούμαστε στην παγκοσμιοποίηση της τουριστικής αγοράς και στην καταπολέμηση της τουριστικής εποχικότητας.



**ΕΙΚΟΝΑ 1.3:** Εξέλιξη της τεχνολογίας στα μέσα μεταφοράς: το δώροφο τζετ ευρείας ατράκτου της Airbus, A380, με μέγιστη ταχύτητα λειτουργίας τα 1100 km/h, είναι ένα από τα κλασικά παραδείγματα αεροσκαφών τελευταίας τεχνολογίας που έχουν εκμηδενίσει τις αποστάσεις σε παγκόσμια κλίμακα (πηγή: <https://commons.wikimedia.org>, 11/11/2015)

### 1.10.3. Μορφές τουρισμού με βάση τη διαμονή

Η τουριστική διαμονή περιλαμβάνει (Καραχοντζίδης κ.α., 2002):

(α) τη διάρκεια διαμονής των τουριστών στον τουριστικό προορισμό, που ταυτίζεται με τη διάρκεια των διακοπών και εμπεριέχει:

- τις κύριες διακοπές, με διάρκεια δεκαπέντε έως τριάντα ημέρες
- τις δευτερεύουσες διακοπές, με διάρκεια δέκα έως δεκαπέντε ημέρες

- τις λεγόμενες μικρές διακοπές, με διάρκεια από μία έως τέσσερις μέρες, όπως τα γνωστά εορταστικά τριήμερα και τετραήμερα (long weekends)

(β) το είδος του καταλύματος, στο οποίο εμπεριέχονται ξενοδοχεία, μοτέλ, πανδοχεία, ξενώνες, πλωτά καταλύματα, οικοτροφεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, διαμερίσματα τροχόσπιτα, σκηνές, σπίτια φίλων ή συγγενών, που ανήκουν στα κύρια ή στα συμπληρωματικά τουριστικά καταλύματα και

(γ) τη δαπάνη διαμονής

Ο παράγοντας «μετακίνηση» και ο παράγοντας «διαμονή» σε πολλές περιπτώσεις γίνονται βασικό γνώρισμα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Για παράδειγμα, ενώ στο λεγόμενο «λαϊκό» τουρισμό, οι ταξιδιώτες διαμένουν σε φθηνότερα καταλύματα, στον τουρισμό πολυτελείας επιλέγονται τα ξενοδοχεία πολυτελείας για διαμονή.

#### *1.10.4. Μορφές τουρισμού με βάση την εποχή των διακοπών*

Η εννοιολογική προσέγγιση του εποχικού τουρισμού (tourism of season) περιλαμβάνει τη συσσώρευση του συνόλου των τουριστικών δραστηριοτήτων ενός τόπου, σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο, δίνοντας έτσι μέρος ή το σύνολο της κίνησης ενός θερέτρου και κατ' ουσία περιλαμβάνει την πλειονότητα των κύριων διακοπών και των ταξιδιών της κύριας θερινής περιόδου, η οποία εκτείνεται το δίμηνο Ιουλίου και Αυγούστου για το βόρειο ημισφαίριο και Ιανουαρίου και Φεβρουαρίου για το νότιο ημισφαίριο.

Ο εποχιακός τουρισμός αφορά το θερινό αλλά και το χειμερινό τουρισμό και προφανώς, ενδιαφέρει τους τουρίστες και των δύο μορφών.

Το φαινόμενο της τουριστικής εποχικότητας συγκροτείται από:

- (α) την εποχή των διακοπών, δηλαδή την εποχή της κύριας τουριστικής δραστηριότητας
- (β) τις αιτίες της εκδήλωσης, αυτής της δραστηριότητας σε συγκεκριμένη εποχή του έτους

(γ) τα προβλήματα που δημιουργεί χωροχρονικά η πραγματοποίηση αυτού του μεγάλου αριθμού τουριστικών ταξιδιών

Η τουριστική εποχικότητα επιδρά δυσμενώς στη λειτουργία ολόκληρου του τουριστικού κυκλώματος και στην ποιότητα των προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών.

Η τουριστική κίνηση σε έναν τόπο μπορεί να είναι συνεχής σε όλη τη διάρκεια του χρόνου, με μικρές μόνο παραλλαγές κάθε εποχή. Αυτό συμβαίνει κυρίως στις μεγάλες πόλεις που διαθέτουν πολλά και ποικίλα ενδιαφέροντα για τον τουρίστα, οπότε η κίνηση σε αυτές διατηρείται σχεδόν αδιάκοπη και αμείωτη. Υπάρχουν, όμως, και τόποι που έχουν μόνο εποχικό τουρισμό.



**ΕΙΚΟΝΑ 1.4:** Το Παρίσι, ο διασημότερος παγκοσμίως τουριστικός προορισμός: με αναρίθμητα αξιοθέατα κάθε είδους, παρουσιάζει συνεχή τουριστική κίνηση καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, υποδεχόμενο 45 εκ. τουρίστες κάθε χρόνο (πηγή: <https://www.pacsafe.com>, 02/11/2015)

Συνέπεια της τουριστικής εποχικότητας είναι η δημιουργία τουριστικής αιχμής και νεκρής εποχής, όπου έχουμε διακοπή της λειτουργίας των εγκαταστάσεων υποδοχής και των μέσων συγκοινωνίας.

Η τουριστική εποχικότητα περιλαμβάνει τρεις τουριστικές περιόδους:

(α) την περίοδο αιχμής: Ιούλιο και Αύγουστο ή Ιανουάριο και Φεβρουάριο, αντίστοιχα για τα δύο ημισφαίρια



(β) την ενδιάμεση περίοδο: Μάιο, Ιούνιο, Σεπτέμβριο, Οκτώβριο ή Νοέμβριο, Δεκέμβριο, Μάρτιο, Απρίλιο, αντίστοιχα για τα δύο ημισφαίρια

(γ) τη νεκρή περίοδο, που καλύπτει τους μήνες Νοέμβριο, Δεκέμβριο, Ιανουάριο, Φεβρουάριο, Μάρτιο και Απρίλιο ή Μάιο, Ιούνιο, Ιούλιο, Αύγουστο, Σεπτέμβριο και Οκτώβριο, αντίστοιχα για τα δύο ημισφαίρια



**ΕΙΚΟΝΑ 1.5:** Σαντορίνη, κλασικό παράδειγμα τουριστικής εποχικότητας: Η έρημη από τουρίστες, παραλία του Αγίου Γεωργίου, κατά τη διάρκεια του χειμώνα του 2010 (πηγή: <http://santo-rinios.blogspot.gr>, 02/11/2015)

Σε τοπική κλίμακα η εποχή των διακοπών διαδραματίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στη δημιουργία των μορφών τουρισμού. Οι περισσότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού έχουν έντονο εποχιακό χαρακτήρα και πολλές από αυτές υπάρχουν γιατί υφίστανται οι κατάλληλες εποχές.

Έτσι ο θερινός τουρισμός, ο παραθεριστικός τουρισμός και ο παράκτιος τουρισμός υπάρχουν το καλοκαίρι, ενώ αντίθετα, ο χειμερινός τουρισμός, ο τουρισμός παραχείμασης και ο χιονοδρομικός τουρισμός υπάρχουν το χειμώνα, ο αγροτουρισμός κυρίως την άνοιξη και το καλοκαίρι, όταν γίνονται οι περισσότερες γεωργικές εργασίες, ο περιπατητικός, ο οικολογικός και ο φυσιογνωστικός τουρισμός κυρίως το καλοκαίρι, την άνοιξη και το φθινόπωρο, για να αποφεύγεται ο δυσμενής χειμώνας και ο μαζικός τουρισμός το καλοκαίρι.

Άλλες μορφές τουρισμού, όπως ο επαγγελματικός, ο αθλητικός τουρισμός, ο αστικός και τουρισμός υγείας συνήθως εμφανίζονται καλοκαίρι. Ο μόνος τουρισμός που δεν ακολουθεί τις εποχές του έτους είναι ο θρησκευτικός, γιατί ακολουθεί το εορτολόγιο της κάθε θρησκείας (Σφακιανάκης, 2000).

#### *1.10.5. Μορφές τουρισμού με βάση τον τουριστικό προορισμό*

Η ονοματοδοσία των περισσότερων εναλλακτικών μορφών τουρισμού βασίστηκε στο όνομα του τουριστικού προορισμού, που φιλοξενεί τους κάθε είδους τουρίστες (ο θαλάσσιος τουρισμός στη θάλασσα, ο παράκτιος στις ακτές, ο υπαίθριος στην ύπαιθρο κ.ο.κ.).

Ένας προορισμός χαρακτηρίζεται τουριστικός όταν δέχεται και φιλοξενεί τουρίστες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους και για το σκοπό αυτό, θα πρέπει να διαθέτει:

- (α) ορισμένα στοιχεία έλξης και ικανοποίησης τους, τα αποκαλούμενα τουριστικά θέλγητρα, που μπορεί να είναι φυσικά, κλιματολογικά, γεωγραφικά, πολιτικά, πολιτιστικά, αλλά και ανθρωπογενή
- (β) την κατάλληλη τουριστική υποδομή, για την εξυπηρέτηση της συνολικής τουριστικής διαδικασίας

Η κατηγοριοποίηση των τουριστικών προορισμών στηρίζεται κυρίως στο κριτήριο της γεωγραφικής θέσης και συνεπώς, είναι δυνατόν να προσδιοριστούν τουριστικοί προορισμοί, που βρίσκονται σε παράκτιες και ορεινές, σε αστικές περιοχές, σε προστατευόμενες, άμεσα ή έμμεσα, φυσικές περιοχές (εθνικοί δρυμοί, πάρκα αναψυχής κ.α.).

Ιδιαίτερα σημαντικό είναι ότι οι τουριστικοί προορισμοί παράγουν τουριστικά προϊόντα, τα οποία, όμως, καταναλώνονται επί τόπου για να τα απολαύσουν οι τουρίστες, αφού δεν υπάρχει η δυνατότητα ούτε της μεταφοράς, ούτε της αποθήκευσης τους.

Στις χρονικές περιόδους, μάλιστα, που δεν παράγονται, οι προορισμοί παύουν να χαρακτηρίζονται ως τουριστικοί.

Όταν η τουριστική ανάπτυξη χαρακτηρίζεται από αναποτελεσματικότητα και σχεδιάζεται χωρίς προγραμματισμό, λόγω σημαντικής χωροχρονικής τουριστικής επιβάρυνσης και συνεπώς εμφάνισης μεγάλης τουριστικής εποχικότητας, προκύπτουν ουσιαστικά περιβαλλοντικά ζητήματα, όπως η αλλοίωση και η υπερεκμετάλλευση του φυσικού τοπίου, που οδηγούν έναν τουριστικό προορισμό στην απώλεια της τουριστικής παραγωγικότητας του.

Για να καταπολεμηθεί ο κίνδυνος της απαξίωσης του τουριστικού προϊόντος, υπεισέρχεται ο όρος «αιφορικός τουρισμός», που αντιπροσωπεύει την αιφορική τουριστική ανάπτυξη και εξασφαλίζει την μακροχρόνια παραγωγή τουριστικών προϊόντων από τον τουριστικό προορισμό (Σφακιανάκης, 2000).

#### *1.10.6. Μορφές τουρισμού με βάση το σκοπό του ταξιδιού*

Ανάλογα με το σκοπό που ωθεί τον ταξιδιώτη να πραγματοποιήσει το ταξίδι, ο τουρισμός διακρίνεται σε:

(α) τουρισμό διακοπών, (β) περιηγητικό, (γ) εκπαιδευτικό, (δ) σπουδαστικό, (ε) αθλητικό, (στ) περιπατητικό, (ζ) θεραπευτικό-υγείας, (η) ιαματικό, (θ) θρησκευτικό, (ι) επαγγελματικό, (ια) συνεδριακό, (ιβ) εκθεσιακό, (ιγ) τουρισμό κινήτρων, (ιδ) τουρισμό μεγάλων συγκινήσεων, (ιε) αστικό, (ιστ) πολιτιστικό, (ιζ) φυσιολατρικό, (ιη) φυσιολογιστικό, (ιθ) οικοτουρισμό, (κ) φιλοξενίας, (κα) επιστροφής στο παρελθόν, (κβ) νεονύμφων, (κγ) αγροτουρισμό, (κδ) θερινό, (κε) χειμερινό, (κστ) θαλάσσιο, (κζ) παραχείμασης, (κη) παραθεριστικό, (κθ) παρατήρησης χλωρίδας, (λ) πανίδας, (λα) κυνηγετικό, (λβ) παράκτιο, (λγ) γυμναστικό, (λδ) μαζικό, (λε) ερωτικό, (λζ) τουρισμό αγορών και (λη) υπαίθρου.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Με βάση την ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου από τη σχετική βιβλιογραφία, εξάγεται το συμπέρασμα ότι κάποιες εναλλακτικές μορφές τουρισμού ξεκίνησαν να αναπτύσσονται πολύ νωρίτερα από τις υπόλοιπες, αποτελώντας μάλιστα εκείνη την εποχή, τη μοναδική τουριστική δραστηριότητα (Ματζουράνη κ.α., 2007).

Ο όρος «νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού» πρωτοχρησιμοποιήθηκε τη δεκαετία του 1970 για να περιγράψει το σύνολο των δραστηριοτήτων του ήπιου έναντι του «σκληρού», μαζικού, τουρισμού, αφού σε αντίθεση με την κρατούσα άποψη, όλες οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δεν είναι νέες.

Κάποιες από αυτές, έχουν ρίζες στην αρχαιότητα, ενώ άλλες δημιουργήθηκαν τις τελευταίες δεκαετίες. Με βάση της αρχής της εναλλακτικότητας και των γενικών τουριστικών χαρακτηριστικών τους μπορούν να αλληλοαντικαθίστανται ανάλογα με το τοπικό περιβάλλον και το μέγεθος τους.

#### *2.1. Η πρώτη τουριστική περίοδος*

Παράλληλα με το συνολικό τουριστικό φαινόμενο, η εμφάνιση των κύριων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, ανάγεται στους προχριστιανικούς αιώνες, όπως ο τουρισμός αναψυχής, ο επαγγελματικός τουρισμός, ο πολιτιστικός, ο θρησκευτικός, ο αθλητικός και ο ιαματικός τουρισμός, που πρωτοεμφανίστηκαν στην ευρύτερη περιοχή της νοτιοανατολικής Μεσογείου (στην αρχαία Αίγυπτο, στην Αρχαία Ελλάδα, αλλά και στη Μεσοποταμία, στην Περσία και στη Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία).

Οι Αιγύπτιοι και οι Ασσύριοι δημόσιοι υπάλληλοι μετακινούνταν για κρατικές υποθέσεις, κάνοντας επαγγελματικά ταξίδια, ενώ οι Αιγύπτιοι διοργάνωναν ημερήσιες εκδρομές στις όχθες του Νείλου, ασκώντας μια πρωτογενή μορφή παραποτάμιου τουρισμού.

Ο θεσμός των Αμφικτιονιών στην Αρχαία Ελλάδα, που ουσιαστικά ήταν συσκέψεις αντιπροσώπων γειτονικών πόλεων-κρατών για επίλυση τοπικών προβλημάτων, συνήθως γύρω από ένα μαντείο, αποτέλεσε την πρώτη μορφή συνεδριακού τουρισμού.



**ΕΙΚΟΝΑ 2.1:** Ιαματικός τουρισμός στην ρωμαϊκή εποχή: η σπηλιά του Σύλλα στην Αιδηψό Ευβοίας Ρωμαϊκά λουτρά που επισκέπτονταν για θεραπεία, ο Ρωμαίος στρατηγός Λεύκιος Κορνήλιος Σύλλας (138 π.Χ.-78 π.Χ.) (πηγή: <http://www.visitedipsos.gr>, 12/12/2015)

Ο αθλητικός και ο θρησκευτικός τουρισμός αναπτύχθηκε κυρίως στην Αρχαία Ελλάδα τους τελευταίους προχριστιανικούς αιώνες, με τον αθλητικό τουρισμό να περιλαμβάνει την μετάβαση αθλητών στους τόπους μεγάλων πανελλήνιων αγώνων, που διεξάγονταν προς τιμή ολύμπιων θεών (οι Ολυμπιακοί Αγώνες στην Ολυμπία προς τιμή του Δία, τα Πύθια στους Δελφούς προς τιμή του Απόλλωνα, τα Ίσθμια στον Ισθμό της Κορίνθου προς τιμή του Ποσειδώνα και τα Νεμέα, στη Νεμέα προς τιμή της Δήμητρας).



**ΕΙΚΟΝΑ 2.2:** Αμφικτιονία των Δελφών, ο πρόδρομος του συνεδριακού τουρισμού: η πολιτικά ισχυρότερη στην αρχαιότητα (6<sup>ο</sup> αιώνα π.Χ.), (πηγή: <http://arcadia.ceid.upatras.gr>, 12/12/2015)

Στην Αρχαία Ελλάδα, επίσης, υπήρχαν οι Διονυσιακές γιορτές προς τιμή του Διόνυσου, τα Ελευσίνια Μυστήρια προς τιμή της Δήμητρας και της Περσεφόνης, τα Παναθήναια προς τιμή της Αθηνάς και πλήθος άλλων γιορτών προς τιμή θεών και ημίθεων, οι οποίες αποτέλεσαν τις πρώτες εκδηλώσεις θρησκευτικού τουρισμού στην αρχαιότητα, χωρίς να παραβλεφθεί, από την εποχή εκείνη ακόμη, η προαναφερόμενη σύνδεση του αθλητικού με τον θρησκευτικό τουρισμό.

Ο Ηρόδοτος (4<sup>ος</sup> αιώνας π.Χ.) και ο Πausανίας (2<sup>ος</sup> αιώνας π.Χ.) εκτός από σπουδαίοι γεωγράφοι και ιστορικοί ήταν και συγγραφείς των πρώτων τουριστικών οδηγών στην ανθρώπινη ιστορία, όντες οι πρώτοι ταξιδιώτες-τουρίστες του περιηγητικού τουρισμού.

Τα Ασκληπιεία, τα πρώτα κέντρα υγείας που δημιουργήθηκαν γύρω από θερμομεταλλικές πηγές και η λουτροθεραπεία που αναπτύχθηκε ιδιαίτερα κατά τους ρωμαϊκούς χρόνους αποτελούν τα πρώτα βήματα του ιαματικού τουρισμού.

Τέλος, σαν αρχαία συνδυαστικά δείγματα πολιτιστικού και τουρισμού αναψυχής, μπορούν να θεωρηθούν οι πολυάριθμες επισκέψεις των ταξιδιωτών της εποχής, στα επτά θαύματα του τότε γνωστού κόσμου και κυρίως στον Ναό της Αρτέμιδος Έφεσο.

## *2.2. Η δεύτερη τουριστική περίοδος*

Εκτείνεται χρονικά από τη γέννηση του Χριστού έως και το 1850 και περιλαμβάνει τρεις ιστορικές υποπεριόδους: (α) τη μεταχριστιανική ρωμαϊκή και τη βυζαντινή περίοδο, έως και την πτώση της Κων/πολης, το 1453, (β) την περίοδο του Μεσαίωνα στη Δυτική Ευρώπη και της Αναγέννησης (μέχρι το 1618) και τέλος (γ) την ευρύτερη περίοδο της Γαλλικής Επανάστασης και των Ναπολεόντειων πολέμων.

Με δεδομένες τις τότε επικρατούσες συνθήκες (εθνικές ανακατατάξεις, κοινωνική αναταραχή, ανασφάλεια ταξιδιών, φεουδαρχία, θεοκρατισμός, έλλειψη συγκοινωνιακών μέσων και υποδομών, μειωμένο διαθέσιμο εισόδημα), η δεύτερη αυτή χρονική περίοδος, θεωρείται τουριστικά ανενεργή, αφού καταγράφηκε απουσία νέων μορφών τουρισμού, χωρίς αυτό να σημαίνει, βέβαια, ότι δεν υπήρχε καμία τουριστική δραστηριότητα.

Η κατασκευή μεταφορικών υποδομών, ουσιαστικά, βοήθησε και υπηρέτησε, χωρίς να ήταν προτεραιότητα, τουριστικούς σκοπούς, αφού κατά την πρώτη μεταχριστιανική

περίοδο, ολοκληρώνεται από τη Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία, η «Via Egnatia», η πρώτη και σημαντικότερη, οργανωμένη και εποπτευόμενη οδός, με θέσεις ανάπαυσης σε τακτές αποστάσεις και με πανδοχεία κατά μήκος της, για διαμονή των ταξιδιωτών.



**ΕΙΚΟΝΑ 2.3:** Η βελτίωση των μεταφορικών υποδομών προώθησε τον τουρισμό από την αρχαιότητα: τμήμα της αρχαίας Εγνατίας οδού, στην περιοχή της Ι.Μ. Αγίου Σύλλα Καβάλας (πηγή: <http://www.kavalagreece.gr>, 15/11/2015)

Πολλοί κάτοικοι ρωμαϊκών πόλεων, που είχαν τη οικονομική δυνατότητα, επισκέπτονταν τις τότε φημισμένες, για τον πολιτισμό τους, πόλεις της Ελλάδας και της Ανατολής, δίνοντας ώθηση στον ιαματικό, αθλητικό και θρησκευτικό τουρισμό της εποχής.

Και ενώ στην Ανατολική Ευρώπη κατά τη Βυζαντινή περίοδο, δεν καταγράφηκε αυτοτελής τουριστική δραστηριότητα (με εξαίρεση τις πολυάριθμες μετακινήσεις των πιστών στους Αγίους Τόπους μετά την εύρεση του Τιμίου Σταυρού από την Αγία Ελένη), το ίδιο συνέβη και στη Δυτική Ευρώπη του Μεσαίωνα και της Αναγέννησης.

Η συγκεκριμένη κατάσταση συνεχίστηκε και κατά τη διάρκεια της Γαλλικής Επανάστασης και των Ναπολεόντειων Πολέμων, με αξιοσημείωτα συμβάντα, την περίοδο αυτή, τη χρήση του ατμοκίνητου σιδηροδρόμου, τη κατασκευή οδικών δικτύων μεταξύ αστικών περιοχών, την εμφάνιση των πρώτων εστιατορίων (όταν μετά την πτώση της Βαστίλης, οι αυλικοί σεφ διασκορπίζονται) και την γενικευμένη χρήση ξενοδοχείων, στα οποία διέμεναν άνθρωποι που δεν ανήκαν αποκλειστικά σε οικονομικά και κοινωνικά προνομιούχες τάξεις.

### 2.3. Η τρίτη τουριστική περίοδος

Η μετέπειτα τουριστική περίοδος, μέσα 19<sup>ου</sup> – μέσα 20<sup>ου</sup>, αιώνα χαρακτηρίζεται από την εμφάνιση νέων εναλλακτικών μορφών τουρισμού και την ενίσχυση τους, με σημαντικότερα σημεία αυτού του χρονικού διαστήματος να είναι:

(α) Η καθιέρωση των ταξιδιών «grand tour», που ουσιαστικά ήταν ένας συνδυασμός μιας μορφής περιηγητικού τουρισμού, με πολιτιστικό και με μορφωτικό τουρισμό. Αρχικά, τα πραγματοποιούσαν, προκειμένου να συμπληρώσουν την ακαδημαϊκή τους μόρφωση, γόννοι αριστοκρατικών και πλουσίων οικογενειών της Γαλλίας, της Μεγάλης Βρετανίας και αργότερα των ΗΠΑ, οι οποίοι επισκέπτονταν ιστορικές πόλεις της Ευρώπης, που θεωρούντο κέντρα γραμμάτων και εμπορίου (όπως το Παρίσι, η Ρώμη και η Φλωρεντία). Αργότερα, τα ταξίδια αυτού του είδους, πραγματοποιούνταν από πολλά ευρωπαϊκά πανεπιστήμια στα πλαίσια επιμορφωτικών και εξερευνητικών προγραμμάτων, με αποστολές τους σε αρχαιολογικούς χώρους για ανασκαφές ή για μελέτη ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.

(β) Η εφεύρεση μεγάλων τεχνολογικών επιτευγμάτων στα μεταφορικά μέσα, με αποτέλεσμα:

- την αλματώδη ανάπτυξη των οδικών δικτύων, και
- την κοινή, πλέον, χρήση του αυτοκινήτου, του σιδηροδρόμου και αργότερα του αεροπλάνου.

(γ) Η χωρητικότητα, το μέγεθος, αλλά και ο τρόπος κατασκευής, οι βοηθητικές εγκαταστάσεις και το πλήθος των ξενοδοχείων παρουσιάζει εξαιρετική ανάπτυξη

(δ) Ο μέσος εργαζόμενος πολίτης ταξιδεύει ευκολότερα, αφού αρχικά στη Γαλλία και στη συνέχεια στην υπόλοιπη Ευρώπη, καθιερώνεται ο θεσμός των πληρωμένων διακοπών.

Ο οργανωμένος τουρισμός, με την πάροδο του χρόνου, εδραιώνεται, προαναγγέλλοντας το μαζικό τουρισμό, όχι μόνο λόγω καλύτερης οργάνωσης από τα πρώτα οργανωτικά γραφεία (tour operators με πρωτοπόρο τον Thomas Cook), αλλά και λόγω της σχετικά χαμηλής τιμής.



Ο παράκτιος, ο ορεινός και ο φυσιολατρικός τουρισμός διαφοροποιούνται από τον περιηγητικό και εμφανίζονται ως νέες μορφές τουρισμού, δεχόμενοι ώθηση από την ίδρυση και οργάνωση παράκτιων και ορεινών θερέτρων και την ανάπτυξη λουτροπόλεων (Κυανή Ακτή, Ανδόρρα, Τοσκάνη).

Εμφανίζεται ο εκθεσιακός τουρισμός ως νέα μορφή εναλλακτικού τουρισμού, με τη γενίκευση του θεσμού των διεθνών εκθέσεων σε πολλές ευρωπαϊκές πόλεις, οι οποίες προσελκύουν μεγάλο πλήθος επισκεπτών.



**ΕΙΚΟΝΑ 2.4:** Κορυφαίο γεγονός εκθεσιακού τουρισμού, η διεθνής έκθεση βιβλίου στη Φραγκφούρτη: (το συγκεκριμένο στιγμιότυπο είναι από την έκθεση του 2015), αποτελεί τη μεγαλύτερη παγκοσμίως στο είδος της, με παράδοση πάνω από πέντε αιώνες (πηγή: [www.protothema.gr](http://www.protothema.gr), 15/11/2015)

Η απόσταση Ευρώπης – Αμερικής μειώθηκε δραματικά, με τη χρήση νέων, ταχύτερων και μεγαλύτερων μέσων μεταφοράς, ενισχύοντας το τουριστικό φαινόμενο, ενώ τέλος, αφού οι πολίτες διεκδίκησαν δυναμικά το κοινωνικό αγαθό του τουρισμού, τα κράτη έσπευσαν να ιδρύσουν δημόσιους τουριστικούς φορείς, συνειδητοποιώντας την οικονομική και κοινωνική διάσταση του.

#### *2.4. Η τέταρτη τουριστική περίοδος*

Η συγκεκριμένη χρονική περίοδος περιλαμβάνει την τριακονταετία, από το 1950 έως τις αρχές τις δεκαετίας του 1980 και χαρακτηρίζεται από την κορύφωση του τουριστικού φαινομένου.

Στατιστικά έχει προσδιοριστεί ότι τα τουριστικά μεγέθη της δεκαπλασιάστηκαν ή και εικοσαπλασιάστηκαν, γεγονός που οφείλεται κυρίως στους εξής παράγοντες:

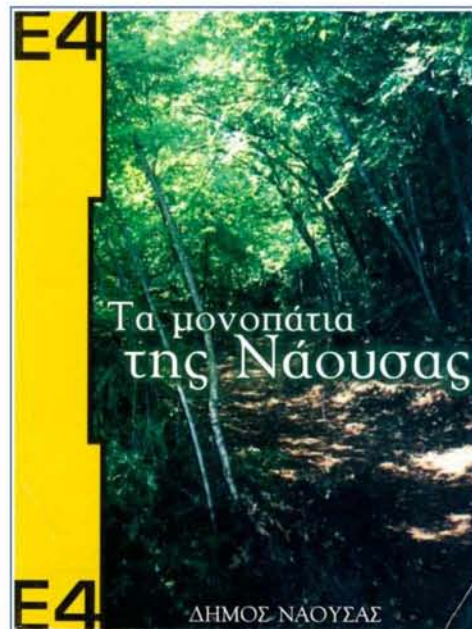
- (α) στην ελαχιστοποίηση της χρονοαπόστασης μεταξύ τόπων προέλευσης και τόπων υποδοχής των τουριστών, με τη χρήση νέων υπερσύγχρονων μεταφορικών μέσων (αυτοκινήτων, πλοίων, σιδηροδρόμων και αεροπλάνων)
- (β) στις κανονικές και ειδικές άδειες των εργαζομένων, που αυξήθηκαν σημαντικά, αγγίζοντας τις εικοσιπέντε ημέρες, ενώ αν σε αυτές συνυπολογιστούν οι επίσημες αργίες και τα πενήντα δύο Σαββατοκύριακα κάθε έτους, συμπεραίνουμε ότι οι ημέρες πληρωμένων διακοπών αυξήθηκαν σημαντικά
- (γ) στη μείωση των τιμών πολλών τουριστικών προϊόντων, κυρίως του οργανωμένου τουρισμού, με παράλληλη αύξηση των εισοδημάτων των εργαζομένων
- (δ) στο ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης των πολιτών, με δεδομένο ότι τουριστική δραστηριότητα των ανθρώπων αυξάνεται ανάλογα με την εκπαίδευσή τους
- (ε) στην είσοδο στην τουριστική αγορά, ανθρώπων τρίτης ηλικίας, ατόμων με ειδικές δεξιότητες και μειωμένου εισοδήματος, ομάδων πληθυσμού που μέχρι τότε ήταν αποκλεισμένες από την αγορά αυτή
- (στ) στη συνειδητοποίηση από την πλευρά της πολιτείας ότι ο τουρισμός αποτελεί κοινωνικό αγαθό και στην απόφαση να προωθήσει την τουριστική ανάπτυξη για όλους
- (ζ) στην ευρεία εμπορευματοποίηση του τουρισμού από όλους τους συμμετέχοντες στην τουριστική αγορά και τέλος
- (η) στη μεγάλη και δυσανάλογη αύξηση των κοινωνικών, οικογενειακών και ψυχοσωματικών επιβαρύνσεων των κατοίκων της πόλης, που θεωρώντας ότι καταπιέζονται, αναζητούν, μέσω του τουρισμού, ελευθερία στην εξοχή, στη θάλασσα, στο βουνό και ανάκτηση της ψυχικής και της σωματικής ισορροπίας τους.

Την περίοδο αυτή, εμφανίζεται το νέο δύσμορφο πρόσωπο του τουρισμού, που ονομάζεται «μαζικός τουρισμός», με κύρια χαρακτηριστικά του, την υπέρμετρη

χωροχρονική επιβάρυνση συγκεκριμένων περιοχών, που προκάλεσε σημαντικά προβλήματα στο ανθρωπογενές και φυσικό περιβάλλον τους.

Ανάλογη πορεία κορύφωσης με το μαζικό τουρισμό, ακολούθησαν και οι προϋπάρχουσες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως ο παράκτιος, ο χιονοδρομικός και ο θρησκευτικός τουρισμός, ενώ κάποιες άλλες μορφές του, διαφοροποιήθηκαν και μεγεθύνθηκαν, όπως:

- (α) ο αγροτουρισμός, που στις ΗΠΑ καθιερώνεται με δύο παραλλαγές: τον αγροτουρισμό και τον αγροτικός τουρισμός
- (β) ο ιαματικός τουρισμός που γίνεται κλάδος του ευρύτερου τουρισμού υγείας
- (γ) ο επαγγελματικός τουρισμός, που καθιερώνεται
- (δ) ο τουρισμός των ορεινών σπορ, που αναπτύσσεται παράλληλα με το θαλάσσιο τουρισμό και αμφότεροι γίνονται προσιτοί στο μέσο τουρίστα, λόγω μείωσης των τιμών των προσφερόμενων προϊόντων και
- (ε) ο περιπατητικός τουρισμός, που δέχεται ιδιαίτερη ώθηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση, η οποία μέσω χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων της, σημαίνει οκτώ ευρωπαϊκά μονοπάτια εκ των οποίων, το Ε4 και το Ε6 καταλήγουν στη χώρα μας.



**ΕΙΚΟΝΑ 2.5:** Περιηγητικός τουρισμός στη Βόρεια Ελλάδα: Πληροφοριακό τουριστικό φυλλάδιο για το τμήμα του ευρωπαϊκού μονοπατιού Ε4 στην περιοχή του Δήμου Νάουσας Ημαθίας (πηγή: ίδια δημιουργία για το Δήμο Νάουσας Ημαθίας)

### 2.5. Η σύγχρονη τουριστική περίοδος

Η συγκεκριμένη χρονική περίοδος εκτείνεται από το 1980 έως και σήμερα και χαρακτηρίζεται από μαζικοποίηση του τουρισμού, έχοντας σαν κύριο χαρακτηριστικό της, τη χωρική ανισοκατανομή των τουριστών, που προκαλεί την άναρχη, την ανεξέλεγκτη και απρογραμματίστη τουριστική ανάπτυξη.

Η τουριστική εποχικότητα και η συγκέντρωση τουριστών σε συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς, έχει ως αποτέλεσμα να υπεραναπτύσσονται τουριστικά και να γίνονται αντικείμενο εξαντλητικής εκμετάλλευσης από τους τουριστικούς επιχειρηματίες, δημιουργώντας προβλήματα στο φυσικό, πολιτιστικό και ανθρωπογενές περιβάλλον της περιοχής, που συχνά είναι μη αναστρέψιμα.

Ο μαζικός τουρισμός σήμερα θεωρείται ότι δεν έχει κανένα αντισταθμιστικό όφελος για τον τουριστικό προορισμό και τον ντόπιο πληθυσμό.

Ο λόγος είναι ότι οι μεγάλοι «tour operators» που διευθύνουν τη διαμορφούμενη κατάσταση από μητροπολιτικά κέντρα, επιδιώκοντας μόνο μεγιστοποίηση του κέρδους και επιβάλλοντας νόμους και κανόνες της αγοράς και του marketing, δεν χρησιμοποιούν τα τοπικά προϊόντα, εκμεταλλεύονται καταχρηστικά τους τοπικούς πόρους και εξυπηρετούν ξένα συμφέροντα, αφού, ουσιαστικά, η όποια απασχόληση εργαζομένων σε τέτοιου είδους επιχειρήσεις είναι εποχιακή.



**ΕΙΚΟΝΑ 2.6:** Παράδειγμα καταχρηστικής εκμετάλλευσης φυσικών πόρων, στην Ηλεία: διαπλάτυνση οδού προς τα υπάρχοντα τουριστικά αναψυκτήρια στο Εθνικό Πάρκο Υγροτόπων Κοτυχίου Στροφυλιάς (πηγή: <http://oikologein.blogspot.gr>, 15/11/2015)

Η πολιτεία χάριν του άμεσου και καθαρού συναλλαγματικού οφέλους, που δεν αποτελεί υποχρεωτικά εθνικό εισόδημα (αφού μπορεί να μεταφερθεί όπου επιθυμούν οι επιχειρηματίες μέσα στο χώρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης), εξακολουθεί να ανέχεται την υπερεκμετάλλευση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της επικράτειας της. Και αυτό, παρά την ηχηρή διαμαρτυρία κοινωνικών ομάδων, που βλέπουν να αλλοιώνεται η τουριστική ιδέα από τον κονσερβοποιημένο, οργανωμένο τουρισμό. και ζητούν επανεξέταση και επαναξιολόγηση των ενεργειών τουριστικής δραστηριότητας, δημιουργώντας μια σαφή τάση (που μετεξελίχθηκε σε συμπεριφορά πολλών τουριστών), για αναζήτηση πιο φιλικών και ήπιων προς το περιβάλλον, μορφών τουρισμού, που στο σύνολο τους αποτελούν σήμερα τον λεγόμενο εναλλακτικό τουρισμό (alternative tourism, AT).

Στη συγκεκριμένη τουριστική περίοδο, υπάρχει σαφής τάση περιορισμού του μαζικού τουρισμού και ενθάρρυνσης των εναλλακτικών μορφών του, με προώθηση μορφών, που μπορούν να αναπτυχθούν εκτός κορεσμένων τουριστικών προορισμών, προσπάθεια στην οποία συνεισφέρει και ο ΠΟΤ, η Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά και πολλοί εθνικοί ιδιωτικοί και δημόσιοι τουριστικοί φορείς.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

## ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΙΑ

## 3.1. Τουριστική ανάπτυξη

## 3.1.1. Έννοια της τουριστικής ανάπτυξης

Οι παράμετροι που προσδιορίζουν τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης είναι οι τουριστικές επιχειρήσεις, η ακολουθούμενη τουριστική πολιτική σε κάθε επίπεδο διοίκησης, οι προς εκμετάλλευση τουριστικοί πόροι, τα ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης και οι τουριστικοί φορείς, οργανισμοί και σύλλογοι (Κοκκώσης και άλλοι, 2001).

Γενικά, η έννοια της ανάπτυξης εμπεριέχει το σύνολο των οικονομικών και κοινωνικών διαδικασιών, που συμβάλλουν στη βελτίωση της υφιστάμενης κατάστασης μιας περιοχής και επομένως αντιπροσωπεύει μια δυναμική λειτουργία με συγκεκριμένες επιδιώξεις και τρόπους για να τις επιτύχουν (Κόκκαλη, 2007).

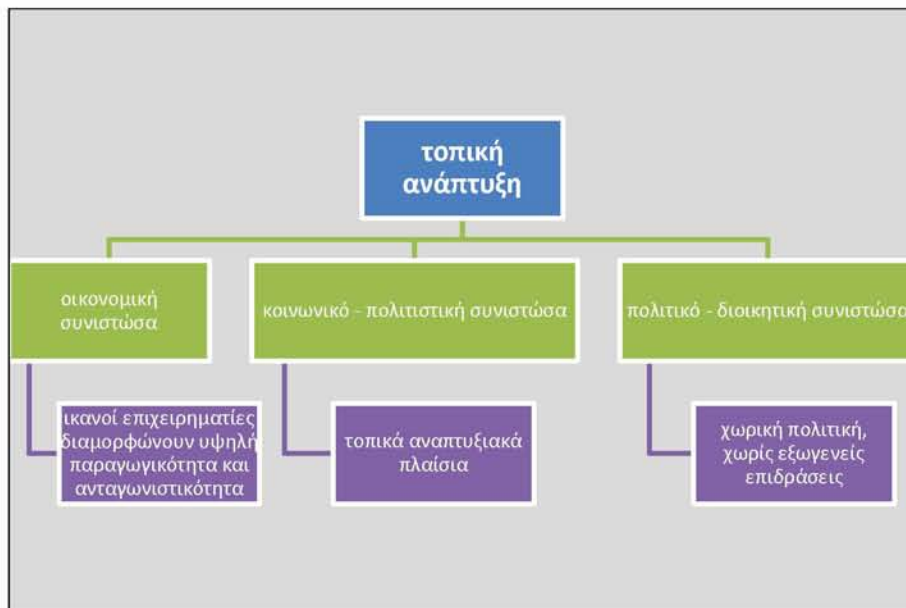


**ΣΧΗΜΑ 3.1:** Οι παράμετροι των διαφοροποιητικών χαρακτηριστικών της τουριστικής ανάπτυξης (Πηγές: Ιδία επεξεργασία από σκαρίφημα δεδομένων των Κοκκώση και Τσάρτα, που δημοσίευσε η Μόσχογ το 2013)

Ειδικότερα, η τουριστική ανάπτυξη θεωρείται ως μια ιδιαίτερα σημαντική κρατική πολιτική, για την άνοδο του ατομικού εισοδήματος και του ποσοστού απασχόλησης του

τοπικού πληθυσμού μιας περιοχής, μεγέθη που συμπαρασύρουν σε βελτίωση το αντίστοιχο βιοτικό επίπεδο και μεταβάλλουν το χαρακτηρισμό του τόπου υποδοχής από «υπανάπτυκτο» σε «αναπτυσσόμενο», με την αποτελεσματικότερη και λελογισμένη αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων, την ποιοτική και ποσοτική βελτίωση της τουριστικής παραγωγής και την πλήρη ικανοποίηση της τουριστικής ζήτησης (Ανδριώτης, 2005).

Ο Barquero (1991) ορίζει την τοπική απασχόληση ως μίγμα οικονομικής προόδου και εφαρμοστικών πλαισίων, με στόχο την άνοδο του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού. Αναλύεται (α) σε μια οικονομική συνιστώσα, εντός της οποίας ο δείκτης ανταγωνιστικότητας και παραγωγικότητας των τοπικών επιχειρήσεων καθίσταται υψηλός, λόγω κατάλληλης οργάνωσης των συντελεστών παραγωγής, (β) σε μια κοινωνικό – πολιτιστική συνιστώσα, η οποία περιλαμβάνει το θεσμικό αναπτυξιακό πλαίσιο και (γ) σε μια πολιτικό – διοικητική συνιστώσα, όπου η χωρική πολιτική ευνοεί την οικονομική ανάπτυξη, απαλλάσσοντας την από εξωγενείς δυσμενείς παράγοντες.



**ΣΧΗΜΑ 3.2:** Η ανάλυση της τοπικής ανάπτυξης σε συνιστώσες (Πηγές: Ιδία επεξεργασία)

### 3.1.2. Τουριστική ζήτηση

Ο Βαρβαρέσος (1998) προσδιορίζει εννοιολογικά την τουριστική ζήτηση ως το σύνολο των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, που οι τουρίστες εκδηλώνουν την πρόθεση να

καταναλώσουν σε συγκεκριμένη χρονική στιγμή, λόγω επιρροής πολυάριθμων παραγόντων, όπως οικονομικών, κοινωνικών και γεωγραφικών.

Η τουριστική ζήτηση αποτελεί την αρχή μιας πολύ σημαντικής συνεπαγωγής, αφού συμβάλλει τα μέγιστα στην τουριστική αναπτυξιακή πορεία ενός τόπου (όπως αγροτικών, ορεινών, παραθαλάσσιων περιοχών λουτροπόλεων), η οποία με τη σειρά της προσφέρει σπουδαίες θετικές οικονομικές, κοινωνικές, χωροταξικές και περιβαλλοντικές συνέπειες.

Η τουριστική ζήτηση χαρακτηρίζεται από τρεις, κυρίως, παραμέτρους (Βαρβαρέσσος, 1998):

(α) την ετερογένεια της πληθώρας των αγαθών και υπηρεσιών που ζητά να καταναλώσει ο τουρίστας, προκειμένου να ικανοποιήσει τις ανάγκες του, τόσο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, όσο στον τόπο υποδοχής. Η μορφή αυτής της τουριστικής ζήτησης, που ουσιαστικά αντικατοπτρίζει τη συγκεκριμένη συνολική τουριστική οργάνωση, είναι προφανώς ιδιαίτερα ετερογενής

(β) τις χρονικές συγκεντρώσεις, με δεδομένο τον εξαιρετικά εποχικό χαρακτήρα της τουριστικής δραστηριότητας, η οποία συμπυκνώνεται στη διάρκεια λίγων μηνών και δημιουργεί πολλαπλά προβλήματα στη συνολική οργάνωση και διαχείριση των τουριστικών επιχειρήσεων

(γ) τις χωρικές συγκεντρώσεις, οι οποίες λόγω διαφόρων παραγόντων, όπως η πρόοδος των αερομεταφορών που κορύφωσε την γεωγραφική κινητικότητα των τουριστών (ταχύτερα, φτηνότερα, με μεγαλύτερη άνεση και ασφάλεια ταξίδια) και το «κυνήγι» του καινούργιου και του μοντέρνου, εμφανίζονται λιγότερο ανελαστικές από τις αντίστοιχες χρονικές

Οι σημαντικότερες παράμετροι της τουριστικής ζήτησης, σε εθνικό και διεθνές πλαίσιο, που θεωρούνται είτε βραχυπρόθεσμα (π.χ. η εφήμερη τάση για τουρισμό σε συγκεκριμένο προορισμό), είτε μακροπρόθεσμα σταθερές είναι (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001):

(i) οι παγιωμένες τάσεις της διεθνούς ζήτησης για οργανωμένο μαζικό τουρισμό σε πολλές περιοχές ανά τον κόσμο



- (ii) οι πολυάριθμοί λόγοι ώθησης των τουριστών σε ταξίδια, που διαμορφώνουν ανάλογα τα πλαίσια ανάπτυξης και αναγκάζουν τις περιοχές υποδοχής να διαμορφώσουν τις κατάλληλες υποδομές και υπηρεσίες, προκειμένου να ανταποκριθούν σε αυτά
- (iii) η διαφήμιση, προκειμένου να δημιουργηθεί η περισσότερο δυνατή ελκυστική εικόνα, που είναι απαραίτητη για τις τουριστικές περιοχές, ιδιαίτερο στο σημερινό εξαιρετικά ανταγωνιστικό εθνικό, αλλά και διεθνές τουριστικό περιβάλλον
- (iv) η πολιτική που ακολουθούν οι τουριστικοί πράκτορες για κάθε περιοχή, ανάλογα με τα πρωτογενή χαρακτηριστικά της (π.χ. η τουριστική ζήτηση σε περιοχές με διεθνή τουρισμό, προσδιορίζεται σε μεγάλο βαθμό από τους επιχειρηματίες των τουριστικών ταξιδιών)
- (v) η γεωγραφική θέση της περιοχής, αφού η τουριστική ζήτηση για έναν τόπο, που βρίσκεται εντός ανεπτυγμένης τουριστικής ζώνης, επηρεάζεται, προφανώς, θετικά
- (vi) το τουριστικό μάρκετινγκ, του οποίου η αποτελεσματικότητα επιδρά στη σχετική ζήτηση και κατ' επέκταση και στο τοπικό αναπτυξιακό πλαίσιο
- (vii) η περιρρέουσα πολιτική και οικονομική κατάσταση, που επικρατεί τόσο στις χώρες προορισμού, όσο και στις χώρες προέλευσης των ταξιδιωτών (π.χ. η πρόσφατη ρωσοτουρκική κρίση αναμένεται να μειώσει σε μεγάλο ποσοστό τους ρώσους ταξιδιώτες στην γείτονα, ιδίως το ερχόμενο καλοκαίρι).
- (viii) το διαθέσιμο εισόδημα των υποψηφίων τουριστών, με βάση τη νόρμα ότι οι κάτοικοι χωρών με υψηλότερο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν ανά κάτοικο, ταξιδεύουν περισσότερες φορές και για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα
- (ix) οι τιμές του τουριστικού προϊόντος, με βάση τον κανόνα ότι οι χαμηλότερες τιμές του, προσελκύουν μεγαλύτερο ποσοστό ταξιδιωτών
- (x) διάφοροι υποκειμενικοί, αστάθμητοι παράγοντες, π.χ. επιθυμίες και ανάγκες των ταξιδιωτών, που προσδιορίζουν σε ένα ποσοστό την τουριστική ζήτηση

### 3.1.3. Τουριστική προσφορά

Κατ' αναλογία με την τουριστική ζήτηση, ως τουριστική προσφορά, εννοιολογικά, προσδιορίζεται το σύνολο των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών ευρέως φάσματος μιας περιοχής ή μιας χώρας (υλικά και άυλα αγαθά και υπηρεσίες, οργανωτικά σχήματα φιλοξενίας τα οποία συμβάλλουν στη διαμόρφωση της τουριστικής εμπειρίας), που διατίθενται για κατανάλωση στον τουρίστα, σε συγκεκριμένη χρονική στιγμή και τα οποία, λόγω του υψηλού βαθμού ετερογένειας που παρουσιάζουν, εντοπίζονται και κατηγοριοποιούνται με δυσκολία (Κομίλης και Βαγιονής, 1999).

Οι παράμετροι της τουριστικής προσφοράς, η έλλειψη των οποίων επηρεάζει αρνητικά την τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου, είναι (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001):

(α) ο φυσικός και πολιτιστικός πλούτος της περιοχής, που αποτελούν την πρώτη συνιστώσα της πρωτογενούς τουριστικής προσφοράς και επιδρούν σημαντικά στις μορφές τουριστικής ζήτησης, π.χ. το φυσικό περιβάλλον, τα ήθη και έθιμα, οι εκδηλώσεις πολιτισμού

(β) οι ανθρωπογενείς πόροι, που αναφέρονται στο δομημένο περιβάλλον, π.χ. μουσεία, μνημεία, ιστορικά κέντρα μεγαλουπόλεων, αναγνωρισμένοι παραδοσιακοί οικισμοί και συγκροτούν την δεύτερη συνιστώσα της πρωτογενούς τουριστικής προσφοράς

(γ) το σύνολο των υποδομών και υπηρεσιών, που αφορούν το τομέα της τουριστικής διαμονής σε έναν τόπο, π.χ. επιχειρήσεις εστίασης, αναψυχής, διανυκτέρευσης, τουριστικοί πράκτορες, και αποτελούν την δευτερογενή τουριστική προσφορά.

Η κάθε μορφή τουριστικής δραστηριότητας θεωρείται ότι θεμελιώνεται στην πρωτογενή τουριστική προσφορά (φυσικούς, πολιτιστικούς και ανθρωπογενείς πόρους), ενώ ο βαθμός χρησιμότητας των τελευταίων καθορίζεται από τη δευτερογενή τουριστική προσφορά (υποδομές και υπηρεσίες). Είναι προφανές ότι π.χ. η πολύ κακή κατάσταση του οδοστρώματος στην εθνική οδό Φλώρινας – Κρυσταλλοπηγής, που καθιστά κοπιαστική και δύσκολη την μετάβαση στην περιοχή, η απουσία σύγχρονου και λειτουργικού αεροδρομίου πέριξ της Φλώρινας (το αεροδρόμιο Κοζάνης μπορεί να εξυπηρετήσει μόνο μικρά αεροσκάφη και μόνο κάποιες ημέρες την εβδομάδα), αλλά και η εκεί περιορισμένη υποδομή για διαμονή και αναψυχή, περιορίζει την περεταίρω

τουριστική αξιοποίηση του Εθνικού Δρυμού Πρεσπών, με τη μοναδική, πανευρωπαϊκά, πανίδα και χλωρίδα. Και αυτό εξηγείται, διότι ο εν δυνάμει τουρίστας, προκειμένου να επιλέξει τον τόπο φιλοξενίας του, εξετάζει ένα σύνολο παραμέτρων με κυριότερες την κατάσταση του οδικού υφιστάμενου οδικού δικτύου, την ευκολία μετάβασης, την ύπαρξη υποδομών για φιλοξενία και αναψυχή, το ύψος των παρεχόμενων υπηρεσιών και αγαθών και την απόσταση από τα μεγάλα αστικά κέντρα.



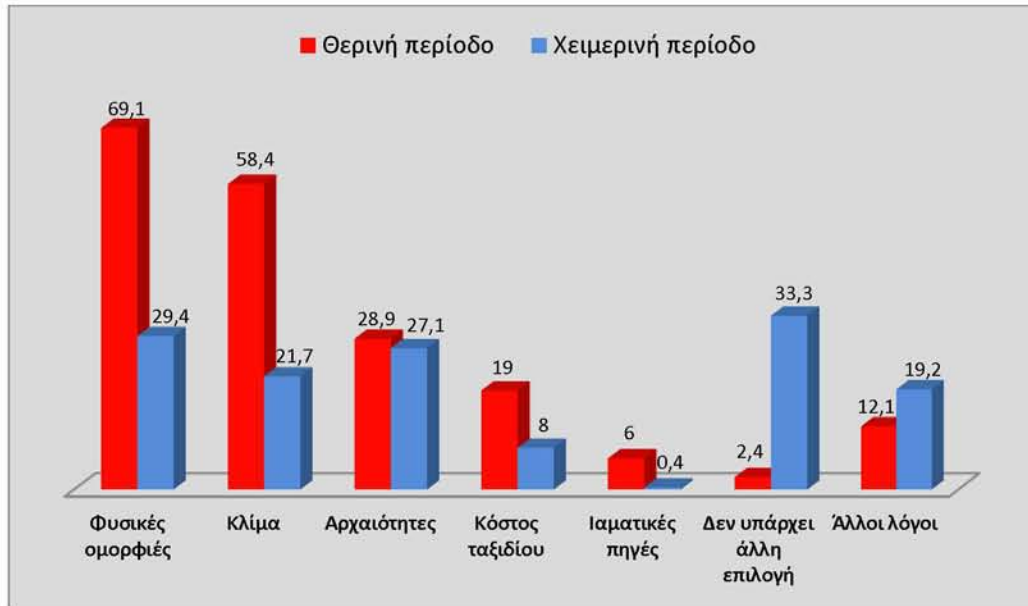
**ΕΙΚΟΝΑ 3.1:** Κατάσταση των μεταφορικών υποδομών και τουρισμός στο Ν. Φλώρινας: η κακή κατάσταση του οδοστρώματος προς Πρέσπες ( Ε.Ο. Φλώρινας – Κρυσταλλοπηγής) είναι από τα σημαντικά εμπόδια της περαιτέρω τουριστικής αξιοποίησης του μοναδικού στην Ευρώπη τοπίου της περιοχής. (πηγή: <http://vounisios.pblogs.gr>, 04/12/2015).

Σύμφωνα με το ΙΤΕΠ, σημαντικότερα κίνητρα επίσκεψης των αλλοδαπών τουριστών κατά τους θερινούς μήνες είναι οι φυσικές ομορφιές, το κλίμα και οι αρχαιότητες, ενώ με σημαντική διαφορά, ακολουθεί το κόστος ταξιδιού. Αντίστοιχα, κατά τους χειμερινούς μήνες, ως πρώτο κίνητρο αναφέρεται η μη ύπαρξη άλλης επιλογής, λόγω επαγγελματικών ταξιδιών και συνεδρίων και έπονται οι φυσικές ομορφιές, το κλίμα και οι αρχαιότητες, ενώ το κόστος του ταξιδιού αποτελεί μικρότερο κίνητρο το χειμώνα και πάλι λόγω αυξημένων επαγγελματικών ταξιδιών.

Τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος, που προσδιορίζονται κυρίως από την ετερογενή φύση του είναι (Βαρβαρέσος 1998):

- (α) το τουριστικό προϊόν δεν μπορεί να αποθηκευτεί, γιατί ως ολότητα, βασίζεται στην κατανάλωση χώρου, πόρων και υπηρεσιών, η οποία δημιουργείται κατόπιν ζήτησης του ίδιου του τουρίστα

(β) το τουριστικό προϊόν δεν είναι ελαστικό, αφού π.χ. μια αύξηση της τουριστικής ζήτησης ή των τιμών των προσφερόμενων αγαθών δεν συνοδεύεται από ανάλογη αύξηση του τουριστικού προϊόντος, το οποίο εξαρτάται από τα ποιοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά της υποδοχής τόπου φιλοξενίας



**ΣΧΗΜΑ 3.3:** Το κίνητρο επίσκεψης των αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα (%) κατά τη διάρκεια του χειμώνα και του καλοκαιριού (πηγή: ΙΤΕΠ, ίδια επεξεργασία στοιχείων)

(γ) η αναγκαστική κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος στον τόπο παραγωγής, αφού η χρήση του αγαθού ή της υπηρεσίας, προϋποθέτει τη μετάβαση του τουρίστα από τον τόπο κατοικίας του στον τόπο φιλοξενίας

(δ) η υποκατάσταση ορισμένων τουριστικών προϊόντων με κάποια άλλα, όπως π.χ. η επιλογή από τον ταξιδιώτη φθηνότερης μετακίνησης (τρένου ή πλοίου, αντί αεροπλάνου ή αυτοκίνητου) και οικονομικότερης διαμονής και αναψυχής (καταλύματος μικρότερου κόστους και εστιατορίου γρήγορου φαγητού, αντί πολυτελούς ξενοδοχείου και εστιατορίου εξωτικής κουζίνας)

(ε) η συμπληρωματικότητα που παρουσιάζουν αρκετά δευτερεύοντα τουριστικά προϊόντα, παρά την ισχυρή ετερογένεια που χαρακτηρίζει το ολικό τουριστικό προϊόν.

(στ) οι κάθε είδους κρίσεις και εποχιακές μεταβολές (οικονομικές, κοινωνικές, πολιτικές και περιβαλλοντικές) σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο, όπως π.χ. η

πολύνεκρη τρομοκρατική επίθεση σε μουσικό κέντρο του Παρισιού στις αρχές Νοεμβρίου του 2015, μείωσε σημαντικά την τουριστική κίνηση στην πόλη του φωτός κατά τη διάρκεια των εορτών των Χριστουγέννων



**ΕΙΚΟΝΑ 3.2:** Τουρισμός και τρομοκρατία στο Παρίσι: ελάχιστοι τουρίστες και πολυάριθμοι, πάνοπλοι στρατιώτες κυκλοφορούν δίπλα στον άλλοτε πολυσύχναστο Πύργο του Αιφελ, ανήμερα των Χριστουγέννων του 2015, (πηγή: <http://news24.gr>, 28/12/2015).

(ζ) η προβληματική διαχείριση και αποδοτικότητα των πολύ μεγάλων αρχικών επενδύσεων στον τουρισμό, για έργα υποδομής και ανωδομής, κυρίως λόγω του εποχικού χαρακτήρα τους.

(η) το παράδοξο της καταστροφής των τουριστικών υπηρεσιών, όταν καταναλώνονται, διότι οι ευχάριστες αναμνήσεις και η αναπόληση των διακοπών είναι αυτές που απομένουν, μετά την χρήση των άυλων αγαθών της μετάβασης, της διανομής και της αναψυχής του ταξιδιώτη στον τουριστικό προορισμό

(θ) η τουριστική εργασία στον τόπο υποδοχής είναι στο μεγαλύτερο ποσοστό της, χειρονακτική, αν και είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη η χρήση πληροφορικής και κάθε μορφής ηλεκτρονικού υπολογιστή στο σύνολο της τουριστικής εξυπηρέτησης (μονάδες διανυκτέρευσης, αναψυχής και εστίασης),

(ι) ο κοινός τόπος και χρόνος της παραγωγής και κατανάλωσης του τουριστικού προϊόντος, με δεδομένη τη ζήτηση του ταξιδιώτη – πελάτη και την ετοιμότητα του τόπου φιλοξενίας για να ανταποκριθεί σε αυτήν, γιατί π.χ. το ταξίδι για έναν τελικό αγώνα στην ποδοσφαιρική διοργάνωση του Champions League σε μια ευρωπαϊκή πρωτεύουσα, πιθανώς, να περιλαμβάνει την παρακολούθηση του

αγώνα, την κατανάλωση γευμάτων και τη διανυκτέρευση στη χρονική διάρκεια ενός εικοσιτετραώρου και στην χωρική περιοχή της διεξαγωγής του.

Ο άλλοτε κυρίαρχος μαζικός τουρισμός, που πριν από λίγες δεκαετίες διαμόρφωνε το δικό του αναπτυξιακό πλαίσιο και επηρέαζε καταλυτικά την τουριστική προσφορά του κάθε τόπου, σήμερα, πλέον, βρίσκεται σε διαρκή ανταγωνισμό, με άλλες μορφές τουρισμού (εναλλακτικό τουρισμό), που σχηματοποιούν άλλα τουριστικά πρότυπα, θέτοντας το αρχικό σε αμφισβήτηση και κρίση. Ως παράδειγμα μπορεί να αναφερθεί η προσπάθεια δημιουργίας ενός είδους εναλλακτικού προϊόντος (αγροτουριστικού) σε πολλές ορεινές και αναξιοποίητες περιοχές της ελληνικής υπαίθρου, τα τελευταία χρόνια.

### *3.2. Αειφορική ανάπτυξη*

#### *3.2.1. Η στατιστική προσέγγιση της τουριστικής ανάπτυξης*

Λαμβάνοντας υπόψη τη συσχέτιση του τουρισμού με άλλους τομείς της οικονομίας, η συνεισφορά τους στο ΑΕγχΠ ανέρχεται στο 11%, απασχολώντας το 12% του εργατικού δυναμικού της ΕΕ.

Η Ευρώπη θεωρείται η σημαντικότερη τουριστική περιοχή στον κόσμο, είτε ως προέλευση είτε ως προορισμός, με κεντρικό ρόλο στην παγκόσμια τουριστική αγορά.

Είναι προφανές ότι η παγκοσμιοποίηση των αγορών δε δημιούργησε μόνο ανταγωνιστική ένταση, αλλά και ευκαιρίες τουριστικής ανάπτυξης σε νέες αγορές, ενώ η Επιτροπή των ΕΚ διαχωρίζει τις χώρες της ΕΕ σε χώρες προέλευσης (όπως η Γερμανία και οι Σκανδιναβικές χώρες), σε χώρες προορισμού (όπως Ελλάδα, Κύπρος) και σε χώρες που αποτελούν εξίσου χώρες προορισμού και χώρες προέλευσης.

Η Ελλάδα, στη λίστα των δέκα δημοφιλέστερων προορισμών της ΕΕ για τη δεκαετία 1995-2005, σύμφωνα με τη Eurostat, κατέλαβε την 7η θέση σε διανυκτερεύσεις, ενώ δημοφιλέστερος τουριστικός προορισμός αναδείχτηκε η Ισπανία, με δεύτερη την Ιταλία.

Οι τουριστικές ροές και οι σχετικές με αυτές δραστηριότητες εμφανίζουν μεγάλη αύξηση, γεγονός που οδήγησε σε σημαντική αύξηση της τουριστικής ζήτησης και μαζικοποίηση του τουριστικού φαινομένου.

Το κύριο χαρακτηριστικό του τουρισμού στην Ελλάδα, όπως και σε άλλες μεσογειακές χώρες είναι η μαζικότητα, λόγω αύξησης των εισοδημάτων και ανόδου του επιπέδου

ευημερίας των πολιτικών, ενώ προ μαζικού τουρισμού, τα τουριστικά ταξίδια ήταν προνόμιο λίγων και πλούσιων.

Στην Ελλάδα ο μαζικός τουρισμός, βασίζεται στην προβολή των περίφημων 3 S (sea, sun, sand) σε συνδυασμό με την αξιοποίηση της αρχαίας πολιτιστικής κληρονομιάς και αναπτύσσεται κυρίως στις παράκτιες και νησιωτικές περιοχές κατά τη θερινή περίοδο.

Ως δεύτερο χαρακτηριστικό του ελληνικού τουρισμού η υψηλή χωρική και χρονική συγκέντρωση με προφανείς σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον και στις τοπικές κοινωνίες και οικονομίες, αφού ένας τόπος που δέχεται σημαντική μερίδα μαζικού τουρισμού και υποβαθμίζεται περιβαλλοντικά και δημιουργεί υπερβολική οικονομική εξάρτηση από τις τουριστικές δραστηριότητες.

Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης διαμορφώνονται από (Κοκκώσης, Τσάρτας, 2001):

- (α) τους τουριστικούς πόρους της περιοχής
- (β) τις τουριστικές επιχειρήσεις
- (γ) τη χαρασσόμενη τοπική και διεθνή τουριστική πολιτική
- (δ) τους φορείς, οργανισμούς, επαγγελματικές ομάδες, που εμπλέκονται στην τουριστική αναπτυξιακή διαδικασία
- (ε) τους εθνικούς τουριστικούς πόρους,
- (στ) από τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης

Κατά τον Gant για να μπορέσει να λειτουργήσει ορθολογικά το τουριστικό σύστημα, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η ισορροπία ανάμεσα στην σχεδιασμένη χωρική προσφορά για τουρίστες στον τόπο προορισμού και στη ζήτηση από άτομα στον τόπο προέλευσης με ενδιαφέρον και την ικανότητα να ταξιδεύουν.

### *3.2.2. Η αειφορία ως συστατικός παράγοντας της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης*

Ο όρος «αειφορικότητα» που περιλαμβάνει το σύνολο των αναγκαίων και ικανών συνθηκών για τη βιωσιμότητα μιας δραστηριότητας, αποτελεί τον χρυσό κανόνα για την ανάπτυξη της, πέραν του οποίου, οι χωρίς οργάνωση τάσεις της αγοράς θα συμβάλλουν στην αυτοακύρωση των συστατικών στοιχείων της.

Επειδή ο μαζικός τουρισμός, θεωρείται, από τους εμπλεκόμενους στην τουριστική διαδικασία, ότι συνεπάγεται άνοδο των ατομικών εισοδημάτων, χωρίς να συνοδεύεται από ορθολογική και οργανωμένη τουριστική ανάπτυξη, αγνοώντας τοπικά κοινωνικά θέματα και έχοντας επικεντρωθεί κυρίως σε ζητήματα οικονομίας και περιβάλλοντος, η

πλέον πρόσφατη εννοιολογική προσέγγιση της αειφόρου ανάπτυξης περιλαμβάνει τρεις συνδυασμένους θεωρητικούς πυλώνες, του τοπικού περιβάλλοντος, της οικονομίας της περιοχής, αλλά και της τοπικής κοινωνίας. Υπό τη θεώρηση αυτή, παράλληλες επιδράσεις διαφόρων παραμέτρων του παγκόσμιου τουρισμού, π.χ. οι αρνητικές επιδράσεις στο φυσικό περιβάλλον και τα αίτια των ταξιδιών, κατέληξαν στη διάπλαση νέων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, οι οποίες στην κοινή συνείδηση διατρανώθηκαν ως καινούργια τουριστικά αειφορικά αναπτυξιακά πρότυπα.

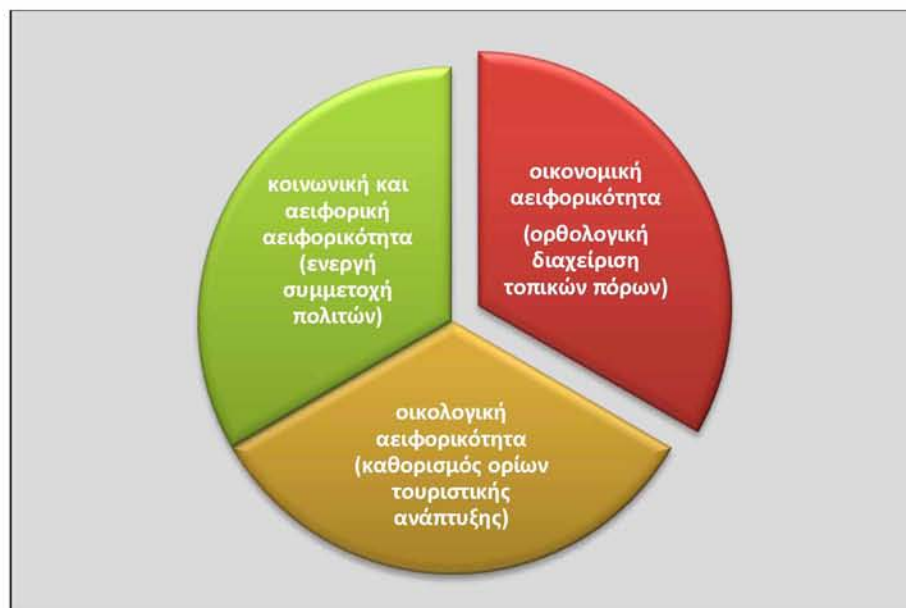
Η μακροπρόθεσμη και παγκόσμια, οικονομική, ηθική, πολιτική και κοινωνική μετεξέλιξη προς μια καλύτερη μορφή προσδιορίζεται ως «ανάπτυξη».

Ο Λαμπρόπουλος (2002), καθορίζει ως είδη της αειφορικότητας:

(α) την αειφορικότητα στην οικολογία, που στηρίζεται στη νόρμα της προστασίας κάθε είδους οικοσυστήματος και της μη υπέρβασης των ορίων του από την τουριστική ανάπτυξη,

(β) την αειφορικότητα στον πολιτισμό και στην κοινωνία, η οποία έχει στόχο την δραστηριοποίηση του τοπικού πληθυσμού στη διαβούλευση θεμάτων τουριστικής ανάπτυξης, ώστε να προστατευτεί η ταυτότητα του και

(γ) την αειφορικότητα στην οικονομία, που περιλαμβάνει την ορθολογική διαχείριση των διατιθέμενων τοπικών πόρων.



**ΣΧΗΜΑ 3.4:** Είδη αειφορικότητας (Πηγές: Ιδία επεξεργασία από δεδομένα Λαμπρόπουλου 2002)



Ως βιώσιμη ή αειφόρος τουριστική ανάπτυξη, μπορεί να θεωρηθεί η χρυσή τομή ανάμεσα στην προστασία του περιβάλλοντος μιας περιοχής και στην κερδοφορία των τουριστικών δραστηριοτήτων της. Αποτελεί μια διαδικασία διευθέτησης, κυρίως κοινωνικών και περιβαλλοντικών, ζητημάτων που προκύπτουν από το συγχρωτισμό φιλοξενουμένων και φιλοξενούντων σε έναν τόπο, προς όφελος αμφοτέρων, με τη δημιουργία κατάλληλης υποδομής και ανωδομής και με στόχο την ανατροφοδότηση της ανάπτυξης (Κοκκώσης, 1999).

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4****Η ΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΚΥΡΙΑΡΧΟΥ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ο ελεύθερος χρόνος του ταξιδιώτη και η μετάβαση του προς τον τόπο υποδοχής, αποτελούν τα βασικά χαρακτηριστικά στοιχεία κάθε τουριστικής δραστηριότητας, η οποία με την πάροδο του χρόνου, ανέπτυξε μεγαλύτερο χωρικό φάσμα και μεταβλήθηκε μορφολογικά (Βαρβαρέσος, 1998).

Οι Κοκκώσης και Τσάρτας (2001) θεωρούν ότι τα αναπτυξιακά πρότυπα του τουρισμού επηρεάζονται από:

(α) κάθε είδους τουριστικές επιχειρήσεις, όπως π.χ. επιχειρήσεις διανυκτέρευσης, αναψυχής, εστίασης και μεταφορών

(β) περιφερειακά, εθνικά και διεθνή επιστημονικά και χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, συλλόγους και οργανισμούς, που έμμεσα ή άμεσα συνδέονται με το τουριστικό γίγνεσθαι ενός τόπου, όπως π.χ. το ΔΝΤ (IMF), τα πανεπιστημιακά ιδρύματα, τα ερευνητικά ινστιτούτα, ο ΟΟΣΑ (OECD), ο ΟΠΤ (World Bank Group), ο ΟΗΕ (UN), ο ΠΟΤ (UNWTO)

(γ) τα θεσμοθετημένα τοπικά, περιφερειακά και εθνικά συντονιστικά όργανα τουριστικού σχεδιασμού, ανάπτυξης και οργάνωσης, όπως π.χ. (για την περίπτωση της χώρας μας), το υπουργείο οικονομίας, ανάπτυξης και τουρισμού, ο ΕΟΤ, το ΞΕΕ, η γενική διεύθυνση τουρισμού ανά περιφέρεια, οι επιτροπές τουριστικής προβολής και οργάνωσης ανά Περιφερειακή Ενότητα (Βαρβαρέσος και Σωτηριάδης, 2002), αλλά και τους τοπικούς συλλόγους ανάπτυξης και περιβαλλοντικής προστασίας

(δ) τις μεταβολές της τουριστικής προσφοράς και ζήτησης στην περιφέρεια, στη χώρα και διεθνώς και τις συνιστώσες που επιδρούν σε αυτές. Η προσφορά επηρεάζεται κυρίως από τους κάθε είδους διαθέσιμους πόρους της περιοχής, ενώ αντίστοιχα, η ζήτηση καθορίζεται κυρίως από επιρροές στην εκλογή χώρου υποδοχής και παρεχόμενων αγαθών και υπηρεσιών

(ε) τη ακολουθούμενη τουριστική στρατηγική, με τις παρελκόμενες μεθόδους, σε κάθε επίπεδο διοίκησης, για την τουριστική και περιφερειακή ανάπτυξη, το περιβάλλον, τον πολιτισμό, την ύπαιθρο και τον εναλλακτικό τουρισμό

Τις τελευταίες τρεις δεκαετίες, κυρίως, παρατηρείται σαφής μετεξέλιξη των υφιστάμενων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης (τα οποία βασίστηκαν στις παραπάνω παραμέτρους), σε νέα, με απόλυτη εξειδίκευση και αυτόνομα λειτουργικά και εφαρμόσιμα αναπτυξιακά πρότυπα, για κάθε τουριστικό προορισμό, διαμορφώνοντας παράλληλα και την ειδοποιό διαφορά του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Μια τέτοιου είδους διαφοροποίηση χαρακτηρίζει και το αναπτυξιακό πρότυπο του εναλλακτικού τουρισμού, που συγκροτήθηκε ως αντίπαλο δέος του έως τότε απόλυτα κυρίαρχου μαζικού τουρισμού.

#### *4.1. Προβλήματα ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού*

Η έννοια του μαζικού τουρισμού, προσδιορίζεται από τον Ηγουμενάκη (1998), ως η ομαδική συμμετοχή των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας, χωρίς όμως να συνδέεται αποκλειστικά με το κλασικό τουρισμό διακοπών – αναψυχής.

Στην πραγματικότητα, αποτελεί αποτέλεσμα της αύξησης των εισοδημάτων των πολιτών σε πολλές χώρες τις τελευταίες δεκαετίες, γεγονός που μεγιστοποίησε τον αριθμό των ταξιδιωτών με πολιτιστικό ή ψυχαγωγικό κίνητρο.

Με βάση το ΕΠΧΣΑΑ για τον τουρισμό, ο μαζικός τουρισμός εμπεριέχει την έννοια της οργανωμένης εκτέλεσης από τους εμπλεκόμενους στην τουριστική δραστηριότητα και της αλληλεπίδρασης με τα κάθε φορά υπερισχύοντα τουριστικά είδη.

Υπό αυτό το πρίσμα θεώρησης, ο μαζικός τουρισμός εμπλέκεται με τη συνολική διαχείριση ενός ταξιδιού, όμως διαφοροποιείται πλήρως από τον εναλλακτικό τουρισμό, ο οποίος χαρακτηρίζεται από πληθώρα επιλογών και αιτίων (Τουφεγγοπούλου 2008).

Με τον τρόπο αυτό, οι ρόλοι στην τουριστική σκακιέρα αντιστρέφονται και ο ταξιδιώτης, μετατρέπεται από υποψήφιος πελάτης σε προϊόν προς κατανάλωση, εντός ενός ασφυκτικού πλαισίου, όπου ο τοπικός πληθυσμός συμμετέχει ελάχιστα και ο

τουρίστας, τελικώς, προσπαθεί να συλλέξει απολαύσεις και αναμνήσεις των τριών S (sun, sea, sand), χωρίς να υπάρξει ώσμωση με τα πολιτιστικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά της περιοχής (Τσάρτας, 2010).

Η υπέρμετρη μετάβαση ταξιδιωτών στον τόπο υποδοχής, στο μαζικό τουρισμό, η οποία κατά το συνηθέστερο, υπερβαίνει τη λεγόμενη φέρουσα ικανότητα του προορισμού, αν και προσφέρει άμεσο και εύκολο οικονομικό όφελος στον τοπικό πληθυσμό, εκτρέπεται σε άμετρη και χωρίς οργάνωση, πολεοδομική, χωροταξική και περιβαλλοντική ανάπτυξη, κατασπαταλώντας κάθε είδους διαθέσιμους τοπικούς πόρους.

Ως βασικά στοιχεία του μαζικού τουρισμού, θεωρούνται η συμβολή στην ταχύτατη τοπική ανάπτυξη, που συνοδεύεται από οικονομικές αποδόσεις βραχυπρόθεσμου ορίζοντα και η εκδήλωση περιορισμένης περιβαλλοντικής και κοινωνικής ευαισθησίας, τα οποία επάγουν μια πρόοδο χωρίς οργάνωση και έλεγχο. Η προσπάθεια αυτή, οδηγεί σε περεταίρω μαζικοποίηση με προσφορά τουριστικών πακέτων (καθετοποίηση της προσφοράς) και ώθηση τουριστικών μορφών που δεν συνάδουν με τα διαφοροποιητικά στοιχεία της τουριστικής περιοχής. Για παράδειγμα η ανεξέλεγκτη και ανοργάνωτη μαζική εισροή Βρετανών τουριστών στο Λαγανά της Ζακύνθου, οδηγεί εδώ και τουλάχιστον μια τριετία, σε δυσφήμιση της περιοχής, που βρίσκεται το εθνικό θαλάσσιο πάρκο για την αναπαραγωγή της χελώνας caretta-caretta.



**ΕΙΚΟΝΑ 4.1:** Ανεξέλεγκτος μαζικός τουρισμός στη Ζάκυνθο: ο Λαγανάς αντί να διαφημίζεται για την αγαθή τύχη του, να βρίσκεται πλησίον του χώρου αναπαραγωγής ενός σπάνιου είδους χελώνας, δυσφημίζεται με τις καθόλου κολακευτικές εικόνες από έκτροπα Βρετανών τουριστών, λόγω του χωρίς όριο τουρισμού (Πηγές: <http://www.kathimerini.gr> και [kalamakizante.blogspot.com](http://kalamakizante.blogspot.com), 04/12/2015)

Η συλλογική δράση στο μαζικό τουρισμό, (δηλαδή η ένταξη του ατόμου, συμφωνώντας ή μη, σε σύνολα τουριστών με ομοειδείς, ως επί το πλείστον, επιθυμίες για την

πραγμάτωση ενός ταξιδιού, με ότι αυτό εμπεριέχει), οδηγεί τον τουρίστα στην υιοθέτηση συγκεκριμένων τρόπων έκφρασης, προκειμένου να αποκομίσει ένα ελάχιστο ποσοστό ικανοποίησης (Μόσχου, 2013).

Ο μαζικός τουρισμός καθιερώνει ένα είδος άμεσης εξάρτησης της περιοχής φιλοξενίας με τους τουριστικούς πράκτορες, οι οποίοι στην προσπάθειά τους για μεγαλύτερο κέρδος και για συμπίεση των πραγματοποιούμενων δαπανών, προωθούν τα τουριστικά πακέτα συνολικής εξυπηρέτησης, απομονώνοντας τον ταξιδιώτη από την τοπική οικονομία, κοινωνία και πολιτισμό και ευτελίζοντας τη διαδικασία συλλογής τουριστικών εμπειριών (Page, 2006).

Βασικά χαρακτηριστικά του μαζικού τουρισμού είναι:

- Η σημαντική οργάνωση και έκταση των προσφερόμενων υποδομών και υπηρεσιών του, σε χαμηλές τιμές
- Η απόλυτη κυριαρχία του στην τοπική οικονομική πυραμίδα, που με αποτέλεσμα την άμεση εξάρτηση όλων των άλλων παραγωγικών τομέα από αυτόν
- Η πληθώρα αρνητικών οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδράσεων του στην περιοχή που εμφανίζεται
- Η ανεπιφύλακτη αποδοχή, αγορά και κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος από ταξιδιώτες που δεν αναζητούν το καινοτόμο ή το διαφορετικό
- Ο ιδιαίτερα μεγάλος αριθμός τουριστών, που τροφοδοτεί την ήδη ενισχυμένη μαζική παραγωγή, που θεωρείται εξαιρετικά τυποποιημένη, ανελαστική και εξαρτώμενη από οικονομίες κλίμακας
- τα προσφερόμενα στοιχεία, σύμβολα και υπηρεσίες του, προβάλλουν ως οικεία στους ταξιδιώτες, που ενσυνείδητα τον επιλέγουν λόγω ενός είδους αισθήματος ασφάλειας και σιγουριάς
- Η παρουσία του κυρίως σε πολυσύχναστους παραθεριστικούς προορισμούς, που ικανοποιούν την πολωμένη και εποχιακή κατανάλωση (Τσάρτας, 2001) και Shaw και Williams, 2004).

Τα παραπάνω ενδυναμώνει ο Siegfried (1995), ο οποίος αναφέρει χαρακτηριστικά ότι: «ο μαζικός τουρισμός είναι υιός της ταχύτητας και της δημοκρατίας, που είναι

αναπόσπαστα μέλη της βιομηχανικής εξέλιξης, της οποίας εξολοκλήρου ακολούθησε τα βήματα».

Η παρατηρούμενη κατακόρυφη αύξηση του μαζικού τουρισμού μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο (στη χώρα μας κυρίως μετά το 1960), οφείλεται κατά το ήττον ή έλαττον (Ακογλάνης, 2011):

- (α) στην παρατηρούμενη σημαντική εισοδηματική αύξηση, αλλά και στην αύξηση της ποιότητας και της ποσότητας του ελεύθερου χρόνου, στις χώρες της κεντροδυτικής Ευρώπης
- (β) στη βελτίωση των μεταφορικών μέσων, που έδωσαν τη δυνατότητα στους τουριστικούς πράκτορες να διαθέσουν φθηνότερα, ανετότερα και συντομότερα ταξίδια στους μαζικούς τουρίστες
- (γ) στη σταθεροποίηση του καθεστώτος παροχής σύνταξης και αμειβόμενης άδειας, στα πλαίσια ενός προνοιακού κράτους

Απόρροια των παραπάνω, για τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο στη χώρα μας, ήταν η κατακόρυφη άνοδος του αριθμού των ομαδικών ταξιδιών και των ημερήσιων διαμονών σε καταλύματα, που συμπαρέσυρε και σε αντίστοιχη συμπεριφορά τον αριθμό των χώρων διανυκτέρευσης, το τουριστικό συνάλλαγμα, την απασχόληση στην ισχυρά εποχιακή τουριστική δραστηριότητα, αλλά και η ισχυρή τουριστική, χωροταξική ανισοκατανομή, με κορύφωση την περιοχή της πρωτεύουσας, την Κέρκυρα, τη Ρόδο και την Κρήτη (Αυγερινού, 1996).

#### *4.2. Κρίση του μαζικού τουρισμού*

Λόγω των παρατηρούμενων ζητημάτων, που εγείρει ο μαζικός τουρισμός σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο, εντός και πέριξ της περιοχής φιλοξενίας, οι εμπλεκόμενοι, άμεσα ή έμμεσα, με την τουριστική διαδικασία, έχουν προβάλλει, ιδιαίτερα τα τελευταία τριάντα χρόνια, αυστηρή κριτική απέναντι του.

Ως σπουδαιότερα από αυτά, εντοπίζονται:

- η σταδιακή μετεξέλιξη του τοπικού πληθυσμού σε ένα άχρωμο και ομοιογενές σύνολο, εξαλείφοντας τις προϋπάρχουσες, κυρίως πολιτισμικές, ιδιαιτερότητες
- η κάθε είδους προκαλούμενη ρύπανση (ηχητική, υδάτινη, εδαφική, αέρια, φυσικού περιβάλλοντος), ως προφανές επακόλουθο της τουριστικής υπερσυγκέντρωσης σε ένα συγκεκριμένο τόπο
- η αδυναμία του τοπικού πληθυσμού να γίνει ιδιοκτήτης της περιοχής του
- η αμφιβόλου αισθητικής τουριστική ανάπτυξη



**ΕΙΚΟΝΑ 4.2:** Τουριστική αισθητική σε κρίση στη Βόρεια Ελλάδα: σε ξενοδοχείο της Χαλκιδικής, οι τουρίστες μπορούν να απολαύσουν τον καφέ τους με θέα την πισίνα, υπό τη σκιά ομοιώματος του Παρθενώνα! (Πηγές: <http://www.espressonews.gr>, 06/12/2015)

- η άνοδος του κόστους διαβίωσης, την οποία επωμίζονται οι κάτοικοι της περιοχής, λόγω των συνεχών αυξήσεων των τιμών των αγαθών, των υπηρεσιών και των συντελεστών παραγωγής, εξαιτίας της αντίστοιχης αύξησης της ζήτησης
- η απουσία ελεγκτικού μηχανισμού και η αδυναμία επιβολής των προβλεπομένων κατά νόμο, για όλα τα παραπάνω, αφού η γραφειοκρατία και ένα σύνολο φανερών και αφανών συμφερόντων κωλυσιεργεί, προκαλώντας δυσλειτουργίες

Όλα αυτά οδήγησαν στην ανοικτή αμφισβήτηση των «αυτονόητων» θετικών επιδράσεων του οργανωμένου, μαζικού τουρισμού και κυρίως του βραχυπρόθεσμου οικονομικού οφέλους που προκύπτει, αφού οι μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις, προκειμένου να ικανοποιήσουν την μεγάλη ζήτηση και να μεγιστοποιήσουν το κέρδος τους, συμβάλλουν στην άναρχη ανάπτυξη της περιοχής, αδιαφορώντας για τη λήψη των προστατευτικών ή κατασταλτικών αναγκαίων μέτρων.

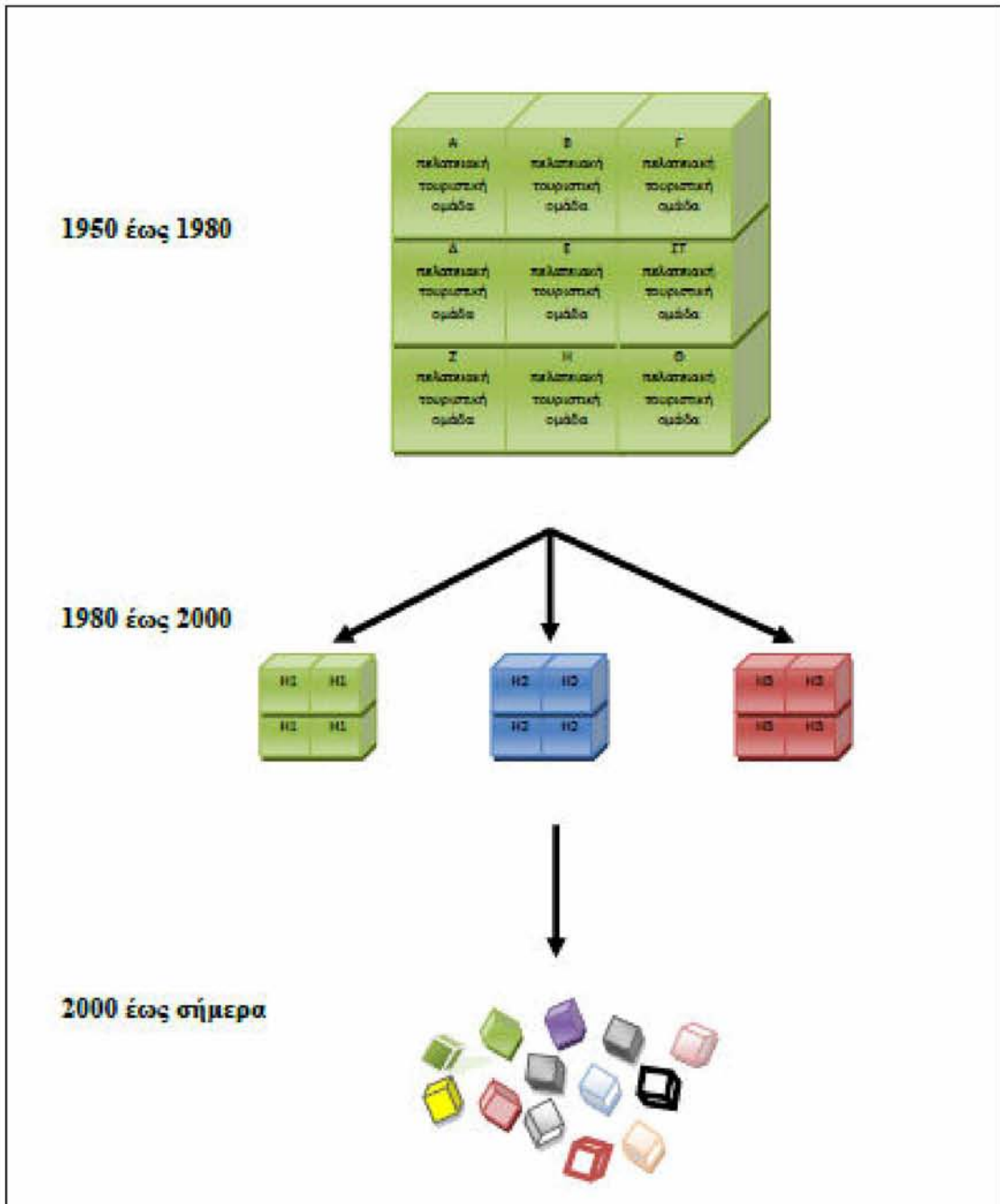


**ΕΙΚΟΝΑ 4.3:** Τουριστική ανάπτυξη και φυσικό περιβάλλον στην Κέρκυρα: στην σπάνιας ομορφιάς περιοχή «Ερημίτης», που αποτελεί πολύτιμο βιότοπο για υδρόβια θηλαστικά, πρόκειται να λειτουργήσει μεγάλη τουριστική επένδυση, με άγνωστες συνέπειες για το φυσικό περιβάλλον (Πηγές: <http://syrizacorfu.blogspot.gr>, 06/12/2015)

Τα παραπάνω διαμειβόμενα, προκάλεσαν, αρχικά, τη μετατόπιση της τουριστικής ζήτησης και στη συνέχεια και την αντίστοιχη μετατόπιση της τουριστικής προσφοράς, σε αναζήτηση ταξιδιών με χαρακτήρα περισσότερο φιλικό προς το φυσικό περιβάλλον (π.χ. οικοτουρισμό), τον τοπικό πολιτισμό (π.χ. πολιτιστικό), συμμετοχής ή παρακολούθησης αθλητικών δραστηριοτήτων (π.χ. αθλητικό τουρισμό) και σε κάθε περίπτωση ταξιδιών προσαρμοσμένων στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ενδιαφέροντα του κάθε τουρίστα.

Με τον τρόπο αυτό, ο κάθε ταξιδιώτης, τον τελευταίο μισό αιώνα, αποτελώντας το δέκτη σημαντικών οικονομικών, κοινωνικών, αλλά και καταναλωτικών ερεθισμάτων, προσπαθεί να ανταποκριθεί στις συνεχείς μεταβολές, ταξιδεύοντας περισσότερες φορές και για μεγαλύτερη διάρκεια και πραγματοποιώντας και ταξίδια εναλλακτικού τουρισμού. Σε αυτά, ο τουρίστας ψάχνει το καινούργιο και το ξεχωριστό, χωρίς να αρνείται να συμμετέχει σε δράσεις που ανταποκρίνονται στην ψυχογραφία του, απολαμβάνοντας τη «συνάντηση» του με την παράδοση και τους κατοίκους της περιοχής. Για το λόγο αυτό, ο τουριστικός πληθυσμός παρουσιάζει εξαιρετική ετερογένεια, με πολυάριθμες και διαφορετικών ενδιαφερόντων ομάδες – στόχους (Τουφεγγούπουλου 2008).





**ΣΧΗΜΑ 4.1:** Η διαχρονική ποιοτική εξέλιξη των ομάδων τουρισμού από το 1950 έως σήμερα. Στην πρώτη χρονική περίοδο οι τουριστικές ομάδες έχουν απαιτήσεις όμοιας μορφής, στη δεύτερη περίοδο δημιουργούνται υποομάδες με απαιτήσεις όμοιας μορφής, ενώ στην τρίτη περίοδο κάθε τουρίστας εμφανίζει τις δικές του, ξεχωριστές, απαιτήσεις (Πηγές: Ίδια επεξεργασία από σχεδιάγραμμα σε παρουσίαση της TUI στην τουριστική έκθεση Filoxenia 2004, που δημοσίευσε η Τουφεγοπούλου το 2008).

Οι ανά τον κόσμο γιγαντιαίες τουριστικές επιχειρήσεις, που αναλαμβάνουν τη μεταφορά, τη διαμονή και την αναψυχή εκατομμυρίων τουριστών, συνειδητοποιώντας

τα προκύπτοντα προβλήματα, προσπαθούν με όχι ιδιαίτερα κινήσεις να ανασκευάσουν τις άσχημες εντυπώσεις.

Για το λόγο αυτό, φαίνονται να πρωτοστατούν σε εκστρατείες καθαρισμού των περιοχών όπου βρίσκονται, να προσφέρουν στους ταξιδιώτες σειρές βιολογικών τροφίμων που παράγουν οι οικολογικές μονάδες της ιδιοκτησίας τους, να υιοθετούν και να φυλάσσουν με δικά τους έξοδα ευαίσθητες περιβαλλοντικά περιοχές και γενικά να υποκαθιστούν την δημόσια φροντίδα, όπου το κράτος εκδηλώνει αδυναμία (Ακογλάνης, 2011)

#### *4.3. Έννοια και χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού*

Ετυμολογικά, ο επιθετικός προσδιορισμός «εναλλακτικός» αναφέρεται σε αυτόν που μπορεί να αντικαταστήσει, να διαδεχτεί κάποιον άλλο, ενώ με την ευρύτερη έννοια χαρακτηρίζεται ο μη παραδοσιακός. Συνεπώς, ο εναλλακτικός τουρισμός εμπεριέχει εκείνες τις τουριστικές μορφές, οι οποίες μπορούν να αντικαταστήσουν τον οργανωμένο μαζικό τουρισμό, με όλες τις αρνητικές συνεπαγωγές του.

Οι Eadington et al. (1992) θεωρούν, γενικά, ότι ο εναλλακτικός τουρισμός «περιλαμβάνει μορφές τουρισμού οι οποίες δεν αντιβαίνουν τις ευρύτερες κοινωνικές και κοινοτικές αξίες, καθώς και τις αξίες που σχετίζονται με τη φύση, αλλά παρέχουν στους υποδοχείς και τους τουρίστες την ευκαιρία για θετικές αναδράσεις, καθώς και για απόκτηση κοινών εμπειριών».

Ακριβέστερα προσδιορισμένα, ο Πολύζος (2015) ορίζει την έννοια του εναλλακτικού τουρισμού (ΑΤ) ως ο τουρισμός που διαφέρει κατά περίπτωση από το κυρίαρχο υπόδειγμα του μαζικού τουρισμού, στους πόρους που αξιοποιεί, στο βαθμό χωρικής συγκέντρωσης, στον τρόπο και στο χώρο διάθεσης του, καθώς και στη χρονική περίοδο ανάπτυξης του.

Με άλλα λόγια, είναι το σύνολο των ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών που απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, στηρίζονται σε οικολογικά ανεκτές και ήπιες δραστηριότητες, ενώ αναδεικνύουν, χωρίς να καταστρέφουν τα φυσικά κάλλη μιας περιοχής. Αυτές οι τουριστικές μορφές συνδέονται με τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές αξίες κάθε τύπου υποδοχής και δίνουν τη δυνατότητα, σε ταξιδιώτες και τοπικό πληθυσμό που συγχρωτίζονται, να δημιουργούν ένα σύνολο θετικών

αλληλεπιδράσεων και πολύτιμων εμπειριών, το οποίο στη συνέχεια να απολαμβάνουν αμφότεροι. Ιδιαίτερα σημαντικό φαίνεται να είναι το γεγονός ότι τα παραπάνω συμβαίνουν χωρίς να περιορίζονται τα οικονομικά οφέλη, που θεμιτά επιδιώκονται από όλους τους συμμετέχοντες στο τουριστικό γίγνεσθαι (Butler, 1990).

Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί τμήμα των ειδικών μορφών τουρισμού, στον οποίο οι περιηγητές αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών, συνδεδεμένο με την προστασία της τοπικής κουλτούρας, του φυσικού ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, αλλά και με την αποφυγή της χρήσης υπηρεσιών του οργανωμένου μαζικού τουρισμού.

Οι έννοιες «αειφόρος ανάπτυξη» και «εναλλακτικός τουρισμός» εισήγαγαν νέα προβληματική σε ζητήματα που είχαν ανακύψει κατά το παρελθόν, αφού εμπεριέχουν την απαραίτητη συμμετοχή φιλοξενουμένων και φιλοξενούντων σε βασικά περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα.

Υπό την έννοια αυτή, ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί (Μόσχου, 2013):

- (α) μέρος της στρατηγικής για τη βιώσιμη ανάπτυξη, δια της ανάπτυξης στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον
- (β) αίτιο δημιουργία ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και συνεπώς ωφελειών στο απώτερο μέλλον
- (γ) αίτιο για την προστασία του περιβάλλοντος
- (δ) σημαντική οικονομική δραστηριότητα της αειφόρου ανάπτυξης

Ο εναλλακτικός τουρισμός παρέχει τη δυνατότητα σε κάθε τοπική κοινότητα να δημιουργήσει την κατάλληλη υποδομή και ανωδομή, ώστε περιορίζοντας στο ελάχιστο την κάθε είδους εξωτερική επιρροή, να αυτενεργήσει για την ανάπτυξη της, χωρίς την προβληματική, τις περισσότερες φορές, ανάμειξη ξένων τουριστικών παραγόντων.

Τα κύρια χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι (Πολύζος, 2015):

- (α) η αναζήτηση του αυθεντικού και της επαφής με το φυσικό περιβάλλον
- (β) ο αποκλεισμός των απρόσωπων τουριστικών «πακέτων» που καθιστούν τον τουρίστα ένα αριθμό

(γ) η αποφυγή των κοσμικών παραλιών και συνδυασμός των διακοπών με την εθελοντική προσφορά εργασίας, που συνεισφέρει στην προστασία τόσο του φυσικού, όσο και του πολιτιστικού περιβάλλοντος της περιοχής υποδοχής και λύνει, τουλάχιστον εν μέρει, το σημαντικότερο πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας

Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού εμπεριέχει τουριστικές δραστηριότητες μικρής κλίμακας, που προέρχονται και οργανώνονται από τον τοπικό πληθυσμό ή τους τοπικούς φορείς και προσελκύουν τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα.

Παρόλα αυτά, δεν υπάρχει ορισμός για τη συγκεκριμένη τουριστική έννοια, που να αποδέχεται το σύνολο των εμπλεκόμενων στην τουριστική δραστηριότητα, οδηγώντας κάποιους ερευνητές να προσπαθούν να την προσδιορίσουν μέσω του αποκλεισμού (κάθε μορφή τουρισμού εκτός του μαζικού), κάποιους άλλους μέσω της κατηγοριοποίησης των δρώντων υποκειμένων (τουρίστες και τοπικό πληθυσμό).

Η δεδομένη αντιδιαστολή οργανωμένου, μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού, δεν παρέχει τη δυνατότητα σαφούς διάκρισης των ορίων της κάθε τουριστικής μορφής, αφού υπάρχουν μορφές της πρώτης (π.χ. ο τουρισμός υπαίθρου), οι οποίες πιθανώς να περιλαμβάνουν και μορφές της δεύτερης (π.χ. τουρισμό παραλίας). Επιπλέον, ο συνδυασμός κινήτρων που πολλές φορές ενυπάρχει στις τουριστικές επισκέψεις καθιστά δυσκολότερη την ταξινόμηση του τουριστικού φαινομένου. Σε πολλές περιπτώσεις, τα κίνητρα του τουρίστα μπορεί να είναι πολλαπλά και ο σκοπός της τουριστικής επίσκεψης να μπορεί να συμπεριληφθεί σε περισσότερες από μια κατηγορία εναλλακτικού τουρισμού. Για παράδειγμα, η επίσκεψη στο Άγιο Όρος, ικανοποιεί το θρησκευτικό συναίσθημα, αλλά περιλαμβάνει και στοιχεία πολιτιστικού και κοινωνικού τουρισμού, ενώ ο αστικός τουρισμός στο Παρίσι, μπορεί να συνδέεται άμεσα με τον επαγγελματικό και τον αθλητικό τουρισμό.

Ο Τσάρτας (2010) υποστηρίζει ότι αν και σε επίπεδο τουριστικής προσφοράς, παρατηρείται έλλειμμα υποδομών και εκπαιδευμένου προσωπικού, ο εναλλακτικός τουρισμός αρχίζει να καταλαμβάνει σημαντικό μερίδιο στην τουριστική ζήτηση.

Βεβαίως, επειδή προϋποθέτει ακριβή σχεδιασμό και παρουσιάζει μεγάλη ευαισθησία στις κάθε είδους ανάγκες του τοπικού πληθυσμού, αλλά και στοχεύει σε

μακροπρόθεσμα οικονομικά οφέλη, αναπτύσσεται με χαρακτηριστικά αργό ρυθμό, αν και απέσπασε την προσοχή των τουριστικών επιχειρήσεων.

#### 4.4. Συγκριτική παράθεση μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού

Το πρίσμα θεώρησης που επιλέγεται για την εξέταση των δύο αυτών μορφών τουρισμού, είναι το βασικό στοιχείο για τον καθορισμό του αποτελέσματος σύγκρισης.

α/α	Χαρακτηριστικά τουρισμού	Μαζικός τουρισμός	Εναλλακτικός τουρισμός
1	Τύπος ταξιδιού	Ομαδικός	Ατομικό, οικογενειακό, φιλικό
2	Διάρκεια ταξιδιού	Τουριστικό πακέτο	Επιθυμία τουριστών
3	Μέσο μεταφοράς	Charters	Επιθυμία τουριστών
4	Πρόγραμμα τουρισμού	Οργανώνεται από το τουριστικό πρακτορείο και δε μεταβάλλεται	Μεταβάλλεται από τους τουρίστες κατά βούληση
5	Χαρακτήρας ταξιδιού	Παθητικό και άνετο	Κουραστικό και ενεργητικό
6	Προετοιμασία ταξιδιού	Μικρή	Μεγάλη
7	Γνώση της γλώσσας του τουριστικού προϊόντος	Δεν είναι απαραίτητη	Είναι απαραίτητη
8	Σκοπός ταξιδιού	Παθητικός (ξεκούραση)	Ενεργητικός (Εμπειρίες και γνώσεις)
9	Καταναλωτικές συνήθειες	Καλύτερα ψώνια	Αναμνηστικά και δώρα
10	Εντυπώσεις	Postcards	Φωτογραφίες και πίνακες
11	Αντιμετώπιση τοπικού πολιτισμού	Με περιέργεια	Με ενδιαφέρον
12	Επαφές με το ντόπιο πληθυσμό	Απρόσωπες	Φιλικές, προσωπικές
13	Παρουσία μορφής	Τουριστικό χάος	Σιωπηλιά
14	Μορφή ταξιδιού	3S (sun, sand, sea)	3Φ (φιλία, φύση, φιλοξενία)
15	Τήρηση χρονολογιών	Αυστηρή τήρηση	Επιθυμία και βούληση των τουριστών
16	Πολήσεις (Marketing)	Σύμφωνα με τους όρους της αγοράς	Σε συνάρτηση με τις επιθυμίες
17	Δαπάνη	Μικρή	Μεγάλη
18	Ασφάλεια ταξιδιού	Εξασφαλισμένη	Ανάλογη με την ικανότητα των τουριστών
19	Ψυχολογία τουριστών	Ομαδική	Ατομική, ανεξάρτητη, ελεύθερη
20	Εμπειρίες	Ελάχιστες	Ζωηρές και πρωτόγνωρες
21	Ανέσεις	Πολλές	Λίγες

**ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1:** Συγκριτικός πίνακας των χαρακτηριστικών του μαζικού και του εναλλακτικού τουρισμού (Πηγές: Ιδία επεξεργασία από δεδομένα που δημοσίευσε ο Ακογλάνης το 2011)

Γι' αυτό είναι λογικό συνεπακόλουθο οι δραστηριοποιούμενοι επιχειρηματικά στο χώρο του τουρισμού διάκεινται ευμενώς προς τον μαζικό τουρισμό, που τους εξασφαλίζει τη διατήρηση υψηλής κερδοφορίας, με κάθε τίμημα, ενώ αντίθετα, ο

τοπικός πληθυσμός αντιτίθεται σε αυτόν, έχοντας συνειδητοποιήσει τις αρνητικές επιπτώσεις του.

Οι Βελισσαρίου (2000), Lane (1993) και Pearce (1992) χαρακτηρίζουν το μαζικό τουρισμό εκ διαμέτρου αντίθετο του εναλλακτικού, με τον πρώτο να «περιβάλλεται» από αρνητική αίσθηση, λόγω των προβλημάτων που δημιουργεί, όπως π.χ. διάσπαση της τοπικής κοινωνική συνοχή, περιβαλλοντική ρύπανση και υπερεκμετάλλευση διαθέσιμων πόρων.

Αν και οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού είναι πολυάριθμες, με περισσότερο οικία έννοια στην πλειοψηφία του πληθυσμού, τον αγροτουρισμό, ο μαζικός τουρισμός, που παρουσιάζει σημαντικές αδυναμίες προσαρμογής του στην οικονομία, τη φύση και την κοινωνία κάθε τόπου, είναι κυρίαρχος παγκοσμίως με το αναλογούν ποσοστό του στην τουριστική διαδικασία, να πλησιάζει το 90%.

Πέρα από τις παραπάνω αδυναμίες, ο μαζικός τουρισμός προϋποθέτει τη ύπαρξη μεγάλου αριθμού έργων υποδομής και ανωδομής σε μια περιοχή, χωρίς στην πλειονότητα των περιπτώσεων ο τοπικός πληθυσμός να εμπλέκεται και να ωφελείται ενεργά. Τα έργα αυτά, μοιραία, οδηγούν σε κατασπατάληση των τοπικών διαθέσιμων πόρων κάθε είδους και κατά συνέπεια στην υποβάθμιση της περιοχής (Coccosis, 1996).

Και ενώ ο στόχος του μαζικού τουρισμού είναι η προσέλκυση του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού τουριστών σε έναν τόπο, ώστε να μεγιστοποιηθεί το απολαμβανόμενο κέρδος, επειδή, συνήθως, η οικονομική δυνατότητα των ταξιδιωτών δεν είναι υψηλή, το μεγάλο πλήθος επισκεπτών δεν συνεπάγεται, πάντα και τοπική οικονομική ανάπτυξη, αλλά τουναντίον, ειδικά στις περιπτώσεις προσφοράς τουριστικών πακέτων τύπου «όλα εντός της τιμής» τα οφέλη για την περιοχή είναι πενιχρά.

Σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ του μαζικού και του εναλλακτικού τουρισμού είναι:

- (α) η διαχείριση του πρώτου τουριστικού είδους γίνεται από τους τουριστικούς πράκτορες και ξένες οικονομικές στρατηγικές, ενώ του δεύτερου από τον τοπικό πληθυσμό

(β) η τοπική ανάπτυξη στο πρώτο είδος γίνεται ανοργάνωτα, ενώ στο δεύτερο προσαρμόζεται στη φέρουσα ικανότητα του τόπου και στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του και

(γ) ο μαζικός τουρισμός δεν αντιμετωπίζει ηθικά διλήμματα για την υπερεκμετάλλευση κάθε τοπικού φυσικού πόρου, σε αντίθεση με τον εναλλακτικό.

Σε μια συστηματικότερη συγκριτική εξέταση των δύο μορφών τουρισμού, ο Gartner (2001), προχωρεί σε ανάλυση τεσσάρων επιπέδων: της συμπεριφοράς τουριστών, των χαρακτηριστικών, των τουριστικών αναπτυξιακών πολιτικών και των βασικών αξιώσεων.

Στο πρώτο επίπεδο, στο μαζικό τουρισμό συμμετέχουν πολυάριθμα σύνολα ταξιδιωτών που δεν ενδιαφέρονται να αισθανθούν οικεία με τον τοπικό πληθυσμό και μεταφέρονται από προορισμό σε προορισμό, πάντα βάσει προγράμματος, χωρίς χρονοτριβή και για συγκεκριμένο χρόνο. Σε αντιδιαστολή, στον εναλλακτικό τουρισμό, ολιγάριθμα σύνολα ταξιδιωτών, επισκέπτονται συγκεκριμένες περιοχές, για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, προσπαθώντας να επικοινωνήσουν με τους κατοίκους και ακολουθώντας τις τηρούμενες παραδόσεις, ήθη και έθιμα.

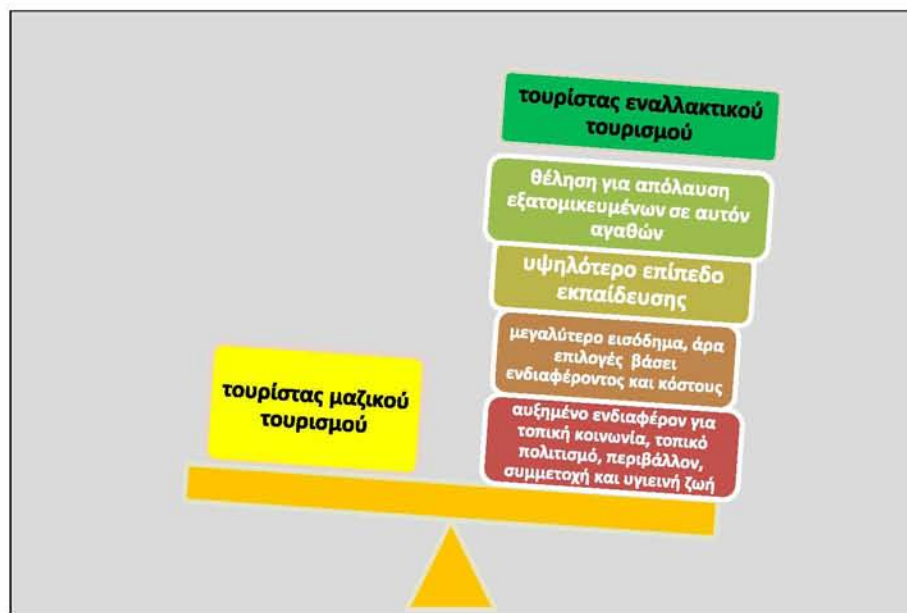
Στο δεύτερο επίπεδο, ο μαζικός τουρισμός εδράζεται στην γρήγορη, ανοργάνωτη και μη λελογισμένη ανάπτυξη, αποσκοπώντας σε οικονομικά οφέλη με βραχυπρόθεσμο ορίζοντα και αδιαφορώντας για τις αρνητικές περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιδράσεις που προκαλεί. Σε αντίθεση, ο εναλλακτικός τουρισμός προϋποθέτει οργανωμένη στρατηγική ώστε η ανάπτυξη που θα επιτευχθεί να είναι μεν αργή, αλλά να παρουσιάζει και μεγάλη σταθερότητα. Απόρροια αυτού αφενός να παρουσιάζει περιβαλλοντική και κοινωνική ευαισθησία και αφετέρου οι σχετικές οικονομικές αποδόσεις να χαρακτηρίζονται μεσο-μακροπρόθεσμες.

Ο τομέας των τουριστικών αναπτυξιακών πολιτικών περιλαμβάνει για τον μαζικό τουρισμό, ανεξέλεγκτη ανάπτυξη, που εμπεριέχει κάθοδο του πρωτογενούς παραγωγικού τομέα και επιτυγχάνεται από το μη τοπικό πληθυσμό. Στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, στον αντίποδα, οι τοπικοί πόροι εκμεταλλεύονται ορθολογικά και με βάση τους κανόνες της αειφορίας, από τοπικό εργατικό δυναμικό, σύμφωνα με καλά

οργανωμένο προγραμματισμό, με σκοπό τη διατήρηση της υφιστάμενης τοπικής κοινωνικής κατάστασης (Μόσχου, 2013).

Ο ταξιδιώτης που επιλέγει τον εναλλακτικό τουρισμό, φαίνεται σε σχέση με τον τουρίστα του μαζικού τουρισμού (Σπιλάνης, 2000):

- (α) να έχει υψηλότερο επίπεδο μόρφωσης,
- (β) να προσδοκά διακοπές με ενεργό συμμετοχή του,
- (γ) να θέλει να ασχοληθεί περισσότερο με την τοπική κοινωνία, τον τοπικό πολιτισμό, το περιβάλλον και τον υγιεινό τρόπο ζωής,
- (δ) να εισπράττει μεγαλύτερο εισόδημα και συνεπώς διαθέτει μεγαλύτερη αγοραστική δύναμη, άρα οι εκάστοτε επιλογές του να προσδιορίζονται ισομερώς από το κριτήριο του κόστους και του ενδιαφέροντος,
- (ε) να επιδιώκει την απόλαυση αγαθών και υπηρεσιών που είναι προσαρμοσμένα στις δικές του απαιτήσεις



**ΣΧΗΜΑ 4.2:** Συγκριτικό διάγραμμα του μαζικού και του εναλλακτικού τουρίστα (Πηγές: Ίδια επεξεργασία από δεδομένα που δημοσίευσε ο Σπιλάνης το 2000)

Παρόλο που από το σύνολο των προαναφερθέντων, εξάγεται αβίαστα το συμπέρασμα ότι ο μαζικός προβάλλει ως ο «κακός» τουρισμός και ο εκ διαμέτρου αντίθετος



εναλλακτικός, ως «καλύτερος» (Lane 1993), υπάρχει ευρέως διαδεδομένη η άποψη πολλών μελετητών ότι ο δεύτερος δεν είναι δυνατόν, αλλά και δε θα πρέπει να αντικαταστήσει τον πρώτο, ουσιαστικά εξαφανίζοντας τον. Η γνώμη τους αυτή στηρίζεται στο μεγάλο αριθμό μαζικών τουριστών, με όποια οικονομική συνέπεια συνοδεύεται, στην ύπαρξη πολλών ταξιδιωτών που έλκονται στην ιδέα της ξεκούρασης για λίγες ημέρες, χωρίς να απαιτείται κάποια φροντίδα από τους ίδιους (εύρεση εισιτηρίων μεταφοράς και καταλύματος διανυκτέρευσης, επιλογή διατροφής και κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών χωρίς τη χρήση αγγλικής γλώσσας), με περιορισμένη δαπάνη χρημάτων (Κατωτριάτου, 2001 και Μόσχου, 2013).

Σε κάθε περίπτωση, κρίνεται απαραίτητη η εκ νέου χάραξη της τουριστικής στρατηγικής ανάπτυξης και ο επανακαθορισμός των σχετικών πλαισίων, ώστε να δοθεί ώθηση ανάπτυξης στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες χωρίς να υποκαθιστούν το μαζικό τουρισμό, να στοχεύουν στον περιορισμό των δυσμενών επιδράσεων του τελευταίου, προστατεύοντας την τοπική οικονομία, κοινωνία και περιβάλλον και περιορίζοντας την εποχικότητα.

#### *4.5. Τα χαρακτηριστικά του τουρίστα*

##### *4.5.1. Τα χαρακτηριστικά του μαζικού τουρίστα*

Έως και τα τέλη του 20<sup>ου</sup> αιώνα, ο μαζικός τουρίστας εμφανίζεται με δύο μορφές:

(α) είτε ως μοναχικός τουρίστας, ο οποίος θα επισκεφτεί μόνος του ή με μικρό σύνολο (οικογένεια ή φίλους) μια τουριστική περιοχή, με διάθεση να ανακαλύψει κάποια αντιπροσωπευτικά στοιχεία του (πολιτιστικά και κοινωνικά)

(β) είτε ως οργανωμένος τουρίστας, ο οποίος επιλέγει το συμφερότερο για αυτόν πακέτο ταξιδιού που του προσφέρει ο τουριστικός πράκτορας, αδιαφορώντας για την αναζήτηση χαρακτηριστικών στοιχείων του τόπου υποδοχής και επιζητώντας απλά και μόνο την ξεκούραση (Cohen, 1972).

Από τις αρχές του 21<sup>ου</sup> αιώνα, τον μαζικό τουρισμό ακολουθούν κυρίως δημογραφικές ομάδες (π.χ. ενήλικες άνω των 65 ετών, νέοι ηλικίας 18 έως 30 ετών), με συγκεκριμένο κοινωνικό και οικονομικό προφίλ, όχι πάντα ιδιαίτερα ενθαρρυντικό και ελπιδοφόρο (Τσάρτας, 2010).

#### 4.5.2. Τα χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρίστα

Ο Ανδριώτης (2003), θεωρεί ότι ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει σπάνιες τουριστικές διεξόδους στον ταξιδιώτη που τον ακολουθεί, οι οποίες δεν μπορούν να ενταχθούν στα συνηθισμένα, τετριμμένα πρότυπα του φθηνού μαζικού τουρισμού. Για το λόγο αυτό, ο εναλλακτικός τουρίστας δεν είναι δυνατό να αντιμετωπιστεί ως ένας απλός καταναλωτής μαζικών τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, αλλά ως σημαντικός παράγοντας της τουριστικής αγοράς με χαρακτηριστικές διαφορές στο κίνητρο ταξιδιού, αλλά και στις δράσεις του κατά τη διάρκεια των διακοπών. Εξαιτίας αυτών των διαφοροποιητικών στοιχείων τους, κατατάσσονται για μελέτη, σε ξεχωριστές συστηματικές κατηγορίες, που η κάθε μια παρουσιάζει τα δικά της χαρακτηριστικά.

Το προφίλ της προσωπικότητας κάθε εναλλακτικού τουρίστα περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία (Laarman et al., 1987):

- (α) τον διεγείρει το αίσθημα της περιήγησης
- (β) είναι καλά εκπαιδευμένος
- (γ) απολαμβάνει εισόδημα άνω του μέσου όρου
- (δ) προτιμά να ταξιδεύει μόνος ή με ολιγομελείς ομάδες
- (ε) πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού συλλέγει πληροφορίες για τα κοινωνικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά στοιχεία της περιοχής που επισκέπτεται
- (στ) δε θεωρεί αναγκαία την ύπαρξη τουριστικής υποδομής
- (ζ) προτιμά την απομάκρυνση του από τον πολιτισμό, για την χρονική περίοδο των διακοπών του
- (η) η διάρκεια παραμονής του στην περιοχή είναι συνήθως μεγαλύτερη από τον κλασικό τύπο τουρίστα
- (θ) έχει διάθεση να δημιουργήσει γέφυρες επικοινωνίας και να συνδεθεί συναισθηματικά με τον τοπικό πληθυσμό
- (ι) έχει διάθεση να επισκεφθεί απάτητες και ανεξερεύνητες περιοχές

Εν δυνάμει τουρίστες του εναλλακτικού τουρισμού, θα πρέπει να θεωρούνται και αυτοί του μαζικού τουρισμού, που διαισθανόμενοι την αδυναμία τους να συνεχίσουν να λειτουργούν στα στενά, ομοιόμορφα και απρόσωπα πλαίσια που τους προσφέρει αυτό το τουριστικό είδος, αναζητούν μια προσωποποιημένη και εξειδικευμένη τουριστική μορφή, που την ανακαλύπτουν στον εναλλακτικό.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5****ΜΟΡΦΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Είναι απολύτως αποδεκτό και πέραν κάθε αμφισβήτησης από το σύνολο των εμπλεκομένων στο τουριστικό φαινόμενο, σε παγκόσμια κλίμακα, η καταλυτική συμβολή του τουρισμού τόσο σε αναπτυξιακό επίπεδο, όσο και σε επίπεδο απασχόλησης, χωρίς καν να συνυπολογιστούν οι παράπλευρες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην συνολική οικονομία κάθε χώρας.

Προς επίρρωση των παραπάνω και εστιάζοντας σε εθνικό επίπεδο, δεν μπορεί να παραβλεφθεί:

(α) το γεγονός ότι σχεδόν το μισό έλλειμμα του εξωτερικού ισοζυγίου πληρωμών καλύπτεται από το σύνολο των τουριστικών εσόδων της χώρας, το οποίο ξεπερνά κατά πολύ τα οικονομικά οφέλη από τις εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών, προσφέροντας περίπου το ¼ του ΑΕΠ και

(β) η καταγραφή του περίπου 1 εκατ. άμεσα και έμμεσα συσχετιζόμενων απασχολούμενων στον συγκεκριμένο τομέα, σε μια χώρα με σχεδόν 5 εκατ. εργατικό δυναμικό και 2,5 εκατ. επίσημα καταγεγραμμένους ανέργους, σύμφωνα με την τελευταία σχετική καταγραφή της ΕΛΣΤΑΤ. Αυτό αποκτά ακόμα μεγαλύτερη σημασία, αν επισημάνουμε ότι πάνω από τους μισούς των εργαζομένων στον τουρισμό, ανήκουν στις πολύπαθες μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που αποτελούν το υγιές, αναπτυξιακό κύτταρο της επιχειρηματικότητας.

Στο σημείο αυτό, αναδεικνύεται ο πολυσχιδής ρόλος του εναλλακτικού τουρισμού, που με τις διαφορετικές μορφές του, καλείται να ξεχωρίσει από τον μέχρι σήμερα πραγματοποιούμενο, κατά κόρον, παραδοσιακό τουρισμό (μαζικό τουρισμό) και αποκτώντας ακόμα ισχυρότερη ροπή, να συμβάλλει το μέγιστο δυνατό, στη χειμαζόμενη σήμερα, εθνική οικονομία.

Ως σημαντικότερες μορφές του εναλλακτικού τουρισμού θεωρούνται:

(α) *ο αγροτουρισμός*: Πρόκειται για σύνολο ενεργειών και δραστηριοτήτων αγροτικού χαρακτήρα, προκειμένου να δοθεί η δυνατότητα στον τουρίστα να προσεγγίσει το τοπικό φυσικό περιβάλλον και την ποιότητα και χαρακτήρα της ελληνικής εξοχής, είτε παρατηρώντας είτε συμμετέχοντας και ο ίδιος στην

παραγωγή και συσκευασία αγροτικών προϊόντων, στη μαγειρική φαγητών της τοπικής παραδοσιακής κουζίνας, αλλά και στην ρουτίνα του ντόπιου αγροτικού πληθυσμού. Με τον τρόπο αυτό, ο επισκέπτης ψυχαγωγείται και αισθάνεται την πρόκληση της ανακάλυψης και της επαφής με την εμπειρία και τις κρατούσες συνθήκες της περιοχής.

Διεθνώς, ο αγροτουρισμός περιλαμβάνει δύο κλάδους:

- τις διακοπές σε αγροκτήματα (farmhouse holidays) σε περιοχές με μεγάλης έκτασης αγροτεμάχια, στη διάρκεια των οποίων οι τουρίστες ακολουθούν τους φιλοξενούντες στις εκτέλεση των καθημερινών εργασιών τους, προσπαθώντας να προσομοιάσουν στους τελευταίους
- τις διακοπές διανυκτέρευσης και διατροφής (bed and breakfast) σε περιοχές με μικρής έκτασης αγροτεμάχια, στη διάρκεια των οποίων οι τουρίστες απολαμβάνουν σε μικρές επιχειρήσεις φιλοξενίας, διαμονή και τοπικά εδέσματα (Βελισσαρίου, 2000).



**ΕΙΚΟΝΑ 5.1:** Παράδειγμα αγροτουριστικής επιχείρησης στην Κύμη Ευβοίας: Βιολογικό κτήμα Σάρλη (Πηγή: <http://www.agrodata.gr>, 04/12/2015)

Με βάση τον ΕΟΤ (<http://www.gnto.gov.gr>, 14/12/2015) οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις διακρίνονται σε:

- αγροκτήματα
- αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής
- επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων

- εργαστήρια λαϊκής τέχνης
- τουριστικά γραφεία διοργάνωσης προγραμμάτων αγροτουρισμού
- σημεία πώλησης αγροτουριστικών προϊόντων

Η Ιακωβίδου (2003) παρατηρεί ότι στη χώρα μας την τελευταία εικοσαετία η αγροτική πολιτική που υιοθετείται συμπλέκει τα τοπικά χαρακτηριστικά της περιοχής με τις υπηρεσίες αγροτουρισμού που διατίθενται κατά τόπους.

Τα κοινοτικά αγροτουριστικά προγράμματα σκοπεύουν:

- στην αγροτουριστική ανάπτυξη της κάθε περιοχής
- στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς
- στην αριστοποίηση των συνθηκών εργασίας και της αγροτικής καθημερινότητας
- στην μεγιστοποίηση του αγροτικού εισοδήματος
- στην συγκράτηση του αυτόχθονου πληθυσμού στην περιοχή καταγωγής του

Η Ελλάδα, βρισκόμενη στο σταυροδρόμι τριών ηπείρων, παρουσιάζει εξαιρετικά μεγάλη γεωφυσική και πολιτιστική ποικιλομορφία, με σπάνιας ομορφιάς χλωρίδα και πανίδα, σπουδαία ιστορία, παράδοση, ήθη και έθιμα, αρχιτεκτονική, με πανέμορφους παραδοσιακούς οικισμούς, πολλοί από τους οποίους έχουν διακριθεί διεθνώς και με ξακουστή ορεογραφική διαμόρφωση.

Το παραπάνω μοναδικό σύνολο θα πρέπει να αναδειχθεί και αξιοποιηθεί κατάλληλα, μέσα από ένα πλαίσιο σεβασμού στην ελληνική φύση, στην παράδοση και στην ιστορία, προβάλλοντας το σπάνιο και αυθεντικό.

(β) ο *οικοτουρισμός – οικολογικός τουρισμός*: Ονομάζεται η μορφή του εναλλακτικού τουρισμού στη φύση που σε αντίθεση με το συμβατικό (μαζικό) τουρισμό, (α) δεν υπερβαίνει τη φέρουσα ικανότητα της περιοχής στην οποία εφαρμόζεται, (β) περιλαμβάνει επίσκεψη σε φυσικές περιοχές και (γ) αποσκοπεί στην απόλαυση και εκτίμηση της φύσης και των πολιτισμικών και ανθρωπογενών στοιχείων του παρόντος και του παρελθόντος.

Ως δραστηριότητα προάγει τη διατήρηση της φύσης στους τουριστικούς προορισμούς, έχει χαμηλή επίδραση επισκεπτών και παρέχει χρήσιμη ενεργή

κοινωνική και οικονομική ανάμιξη των επισκεπτών με τον τοπικό πληθυσμό, διατηρώντας την πολύτιμη για κάθε χώρα συνοχή του κοινωνικού ιστού, ενώ παράλληλα συνεισφέρει σημαντικά έσοδα στον τοπικό πληθυσμό (Πολύζος, 2014).

Συνεπώς, είναι ένα τουριστικό κράμα τοπικής οικονομικής ανάπτυξης, προβολής της τοπικής φυσικής και πολιτιστικής υπεροχής και της προσπάθειας για τοπική περιβαλλοντική προστασία.

Ειδικώς για τη χώρα μας, λόγω της ύπαρξης μοναδικών υδάτων (ποτάμια, λίμνες, θάλασσα) και χερσαίων (βουνά, κάθε είδους προστατευόμενες περιοχές) οικοσυστημάτων και σπάνιων γεωμορφολογικών σχηματισμών (σπήλαια, φαράγγια), αλλά και του εύκρατου μεσογειακού κλίματος της, η Ελλάδα αποτελεί ή θα έπρεπε να αποτελεί από τους παγκόσμιους σημαντικότερους προορισμούς του είδους, παρά την περιορισμένη έκτασή της.

Ο τουρίστας του οικοτουρισμού, διαμένοντας σε πρότυπες αγροτουριστικές επιχειρήσεις, μπορεί

- να επισκεφθεί και να ξεναγηθεί σε εθνικούς δρυμούς, σε καταφύγια άγριων ζώων, σε ελεγχόμενες κυνηγητικές περιοχές, σε αισθητικά δάση, σε θαλάσσια πάρκα και σε λίμνες και ποτάμια, τα οποία έχει γνωρίσει μέχρι τότε μόνο δια ακοής,
- να παρατηρήσει με ειδικό εξοπλισμό σπάνια είδη χλωρίδας, αλλά και πανίδας στο φυσικό τους χώρο, και
- να κάνει ράφτινγκ, κανόε – καγιάκ, μάουντεν μπάικ, παραπέντε, αναρρίχηση και πολλά άλλα ακραία αθλήματα

Ως αναμενόμενα οφέλη και ευκαιρίες από τον οικοτουρισμό, προσδιορίζονται (ΕΟΤ, 2000):

- η οικονομική συμβολή στην προστασία της φύσης και της πολιτιστικής κληρονομιάς, που καθίσταται εφικτή μέσω της επιστροφής μέρους των εσόδων από τον οικοτουρισμό στους σκοπούς της προστασίας
- η συμβολή στην τοπική οικονομία και την περιφερειακή ανάπτυξη, δημιουργώντας ευκαιρίες απασχόλησης σε απομακρυσμένες περιοχές

- η δημιουργία πολλαπλών δυνατοτήτων για περιβαλλοντική εκπαίδευση για την ευαισθητοποίηση του κοινού σε θέματα προστασία του περιβάλλοντος
- η συμβολή στη συγκράτηση του πληθυσμού και τη δημιουργία μιας υγιούς κοινωνικής δομής και ζωής, τονώνοντας το αίσθημα της υπερηφάνειας για τον τόπο τους και την παράδοσή τους
- η προστασία του προβάλλοντος ως «αξιοποιήσιμου κεφαλαίου για κερδοσκοπική δραστηριότητα» και η παροχή επιπλέον κινήτρων για την προστασία του
- η ύπαρξη πολλών διάσπαρτων στον ελληνικό χώρο και αναξιοποίητων περιοχών με πλούσιους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους, που έχουν διαφύγει της άναρχης ανάπτυξης
- η στήριξη από το θεσμικό πλαίσιο προστατευόμενων περιοχών, ώστε να αποτελέσουν ευκαιρίες για οργανωμένες οικοτουριστικές πρωτοβουλίες
- τα οικονομικά κίνητρα που προσφέρονται από τον κρατικό τομέα για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού, αξιοποιώντας εθνικούς ή κοινοτικούς πόρους
- η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση του κοινού για το περιβάλλον και κατά συνέπεια, αυξανόμενο ενδιαφέρον για μία οικοτουριστική εμπειρία
- η συσσώρευση εμπειρίας γύρω από τον οικοτουρισμό, η οποία προσφέρει μία βάση για αξιολόγηση και χάραξη στρατηγικής



**ΕΙΚΟΝΑ 5.2:** Οικοτουριστική δραστηριότητα στον ποταμό Αώο: ράφτινγκ οργανωμένο από το τουριστικό γραφείο εναλλακτικών μορφών τουρισμού Alpine Zone (<http://www.konitsa.gr>, 10/12/2015)



Από την άλλη, περιοριστικοί παράγοντες για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού είναι (ΕΟΤ, 2000):

- η αδυναμία και διάσπαση θεσμικού και οργανωτικού πλαισίου για την προστασία του περιβάλλοντος, οπότε ο οικοτουρισμός κινδυνεύει να χάσει το βασικό πόρο στον οποίο θα έχει επενδύσει
- η έλλειψη υποδομής για την οικοτουριστική ανάπτυξη, με κίνδυνο να μην αποκτηθούν τα εργαλεία αξιολόγησης της εμπειρίας και βελτίωσης μιας στρατηγικής για τον οικοτουρισμό
- η μακροπρόθεσμη και αργή απόδοση κέρδους από τον οικοτουρισμό, όπως συμβαίνει με το μαζικό τουρισμό
- η έλλειψη κινήτρων παραμονής τοπικού πληθυσμού στην ύπαιθρο, λόγω των δύσκολων κοινωνικών συνθηκών του μικρού τόπου και το πρότυπο ζωής που έχει κυριαρχήσει στην εποχή μας
- η απουσία μηχανισμού ελέγχου χρήσης των πόρων που προορίζονται για τον οικοτουρισμό αλλά και γενικότερα για την ανάπτυξη της υπαίθρου
- η έλλειψη γνώσης και κατάρτισης γύρω από τον οικοτουρισμό, λόγω ελάχιστης συστηματικής επεξεργασίας και αξιολόγησης της εμπειρίας
- οι αδύναμοι μηχανισμοί εφαρμογής της κρατικής πολιτικής σε τοπικό επίπεδο, λόγω τοπικών παραγόντων που εμποδίζουν την αποτελεσματική εφαρμογή της κρατικής πολιτικής

(γ) *ο θρησκευτικός τουρισμός*: Περιλαμβάνει όλες τις τουριστικές δραστηριότητες που άμεσα ή έμμεσα αφορούν τις επισκέψεις τουριστών σε μνημεία, χώρους και εκδηλώσεις θρησκευτικής σημασίας. Αν και ο όρος «θρησκευτικός» ή «προσκυνηματικός» εκφράζει με μεγάλη ακρίβεια το βασικό ερέθισμα του συγκεκριμένου τουρίστα αυτού του είδους, υπό αυστηρό θεολογικό πρίσμα, πιθανώς να θεωρηθεί αδόκιμος.

Ο Σφακιανάκης (2000) προσδιορίζει ως δομικά στοιχεία του:

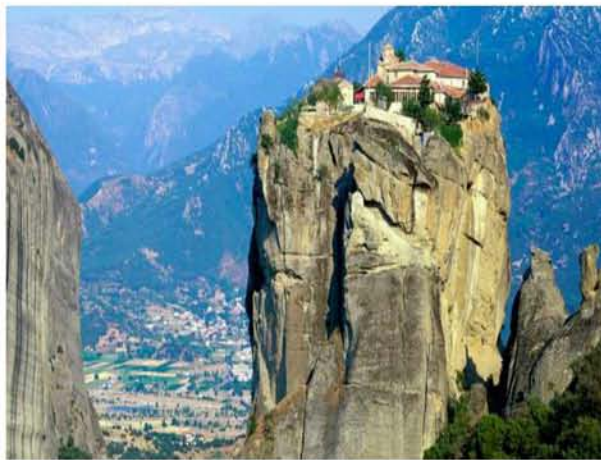
- τους τουρίστες που συνδυάζουν το ταξίδι τους και με άλλες τουριστικές δραστηριότητες, ταξιδεύοντας σε ομάδες και

- τους προσκυνητές τουρίστες, οι οποίοι ορμώμενοι από το θρησκευτικό κίνητρο, επισκέπτονται την περιοχή αποκλειστικά για να επισκεφτούν συγκεκριμένο θρησκευτικό χώρο.

Ιστορικά, ο θρησκευτικός τουρισμός εμφανίζεται από τους προχριστιανικούς αιώνες, αφού οι ιεροί τόποι και οι επίσημες θρησκευτικές εορτές και εκδηλώσεις, αποτελούσαν, από τότε, θρησκευτικούς προορισμούς, δημιουργώντας μια ιδιαίτερη ελκυστικότητα για συγκεκριμένες περιοχές. Η γέννηση του σύγχρονου τουρισμού, οφείλει πολλά στην παράδοση του λατρευτικού τουρισμού, κατά πολλούς, αφού το «προσκύνημα» ήταν πάντοτε κίνητρο για τη μετακίνηση ανθρώπων. Αυτό το κίνητρο, συνδέεται ακόμα και σήμερα, με τη θρησκευτική ή ιστορική αξία των ναών ή εκκλησιών, τις θρησκευτικές εορτές, τα ιστορικά γεγονότα, τις θρησκευτικές ή πολιτικές εξελίξεις και τα χαρακτηριστικά του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος (Πολύζος, 2010).

Ο οικιστικός πλούτος που επηρεάζει τις θρησκευτικές τουριστικές ροές περιλαμβάνει: κτίσματα με θρησκευτική λειτουργία, κτίσματα με θρησκευτικό, αρχιτεκτονικό ή ιστορικό ενδιαφέρον, μοναστήρια, θεολογικές σχολές και βιβλιοθήκες και μουσεία ή εκθεσιακοί χώροι θρησκευτικών αντικειμένων.

Βέβαια, υπάρχουν και περιοχές με θρησκευτικό ενδιαφέρον, που έχοντας απολέσει το πνευματικό χαρακτήρα του προσκυνήματος, έλκουν τον κάθε θρησκείας επισκέπτη, μεταβάλλοντας το θρησκευτικό αξιοθέατο σε πολιτισμικό, γεγονός που τον καθιστά τουρίστα πολιτισμού και μόνο.



**ΕΙΚΟΝΑ 5.3:** Θρησκευτικός τουρισμός στα Μετέωρα Τρικάλων: τα μοναστήρια στην Καλαμπάκα αποτελούν ένα από τα σημαντικότερα θρησκευτικά προσκυνήματα στην Ελλάδα (Πηγή: <http://www.enleftotv.com>, 19/12/2015)

Η πολυλειτουργική μορφή, που χαρακτηρίζει το θρησκευτικό τουρισμό, αφού ανέκαθεν τα θρησκευτικά κίνητρα αν και κυρίαρχα, ποτέ δεν είναι αμιγή, εμφανίζεται περισσότερο στις αναπτυγμένες και λιγότερο στις αναπτυσσόμενες χώρες.

Για το λόγο αυτό, η περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού μπορεί να επιτευχθεί εφόσον οι περιοχές προσκυνηματικού προορισμού έχουν να επιδείξουν όχι μόνο θρησκευτικά μνημεία, αλλά και άλλους τουριστικούς πόρους ή βρίσκονται στην ακτίνα επιρροής τουριστικών αξιοθέατων (Πολύζος Σεραφείμ, 2002).

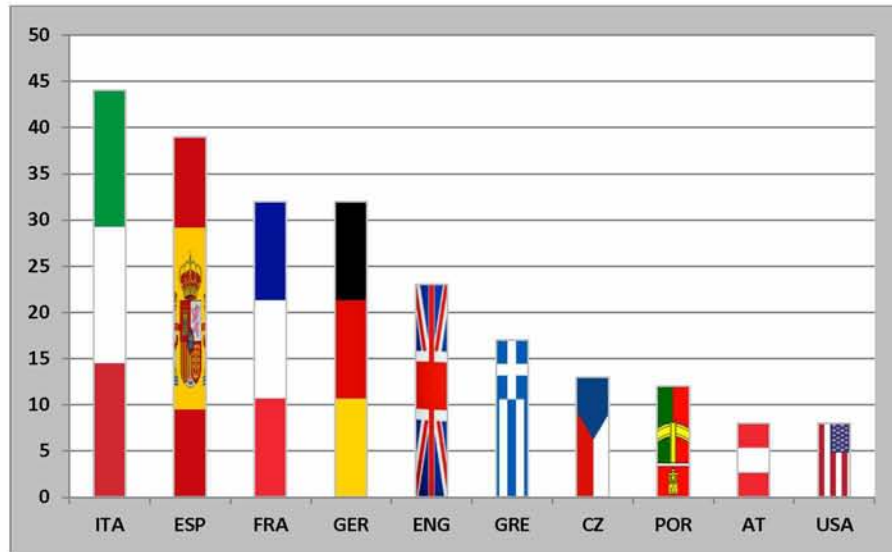
Κίνητρα επίσκεψης για τον τουρίστα θρησκευτικών χώρων θεωρούνται:

- το θρησκευτικό συναίσθημα, που είναι κυρίαρχο σε αυτού του είδους τους ταξιδιώτες
- η ημερολογιακή σύμπτωση θρησκευτικών εορτών και επίσημων κρατικών αργιών
- η ελκυστικότητα των θρησκευτικών μνημείων ως τόποι λατρείας και πολιτισμού
- η έμφυτη επιθυμία του επισκέπτη για επιστροφή στις ρίζες, αλλά και
- η ανάγκη απομάκρυνσης, έστω και για μικρό χρονικό διάστημα, από την καθημερινότητα της πόλης, κάτι που ισχύει για το σύνολο σχεδόν των μορφών εναλλακτικού τουρισμού.

Στις αναπτυγμένες χώρες, η αύξηση της συμπληρωματικότητας του θρησκευτικού τουρισμού με άλλες τουριστικές μορφές, θα οδηγήσει στην μείωση της τουριστικής έλξης των απομονωμένων περιοχών. Εξαιτίας αυτού, ως βασικές προϋποθέσεις για τη μελλοντική διασφάλιση της θρησκευτικής και πολιτιστικής ελκυστικότητας είναι η ύπαρξη ικανοποιητικού μεταφορικού δικτύου και η εγγύτητα των θρησκευτικών μνημείων με μεγάλα αστικά κέντρα ή περιοχές με μεγάλη υπερτοπική, εθνική ή διεθνή τουριστική ροή.

(δ) ο πολιτιστικός τουρισμός: σχετίζεται με την επίσκεψη σε έναν τόπο με στόχο την επαφή με τα πολιτιστικά στοιχεία του (αρχιτεκτονική, ιστορία, γράμματα και τέχνες, τοπικά προϊόντα, αρχαιότητες, εκδηλώσεις, παράδοση, ήθη και έθιμα και

κοινωνικό χαρακτήρα) και συνήθως δεν εμφανίζεται μεμονωμένα, αλλά συμπληρωματικά με κάποιο άλλο είδος τουρισμού.



**ΣΧΗΜΑ 5.1:** Η πρώτη δεκάδα των χωρών με τα περισσότερα μνημεία παγκόσμιας φυσικής κληρονομιάς (Πηγή: World Travel & Tourism Competitiveness Report, 2010)

Η χώρα μας, διαθέτοντας τεράστιο πλούτο αρχαιολογικών χώρων, παραδόσεις που τα ίχνη τους χάνονται στα βάθη της ιστορίας, μεγάλο αριθμό μνημείων



**ΕΙΚΟΝΑ 5.4:** Κορυφαίο παράδειγμα εκδήλωσης πολιτισμού, το Φεστιβάλ Αθηνών – Επιδαύρου: αποτελεί μια από τις πιο σημαντικές πανελλήνιες πολιτιστικές εκδηλώσεις, με πλήθος σχετικών δράσεων καθ' όλη τη διάρκεια του καλοκαιριού (Πηγή: <http://www.thetoc.gr>, 25/11/2015)

φυσικής κληρονομιάς, που έχουν αναγνωριστεί παγκοσμίως, σημαντικότερα εκθέματα στα μουσεία της και αστικά κέντρα που παρουσιάζονται αναγεννημένα και αποτελούν πόλο έλξης, κατέχει θέση ισχύος και στο τουριστικό αυτό είδος, με μεγάλα περιθώρια βελτίωσης, προς όφελος της τοπικής και εθνικής οικονομίας.

(ε) *ο αθλητικός τουρισμός*: η συγκεκριμένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού, αποτελεί το συνδυασμό δύο τεράστιων οικονομικών βιομηχανιών (αθλητισμού και τουρισμού) με πλήθος αλληλεπιδράσεων.

Εμπεριέχει την έννοια του συνόλου των μορφών ενεργητικής και παθητικής ανάμειξης 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 (Standeven et al. 1999). Η ενεργητική και παθητική ανάμειξη, στην περίπτωση του, στην περίπτωση αυτή, θεωρούνται εξίσου σημαντικές μορφές σε αντιδιαστολή με την περίπτωση της προαγωγής υγείας όπου η ενεργητική συμμετοχή σε φυσικές δραστηριότητες αποσπά το κύριο ενδιαφέρον.

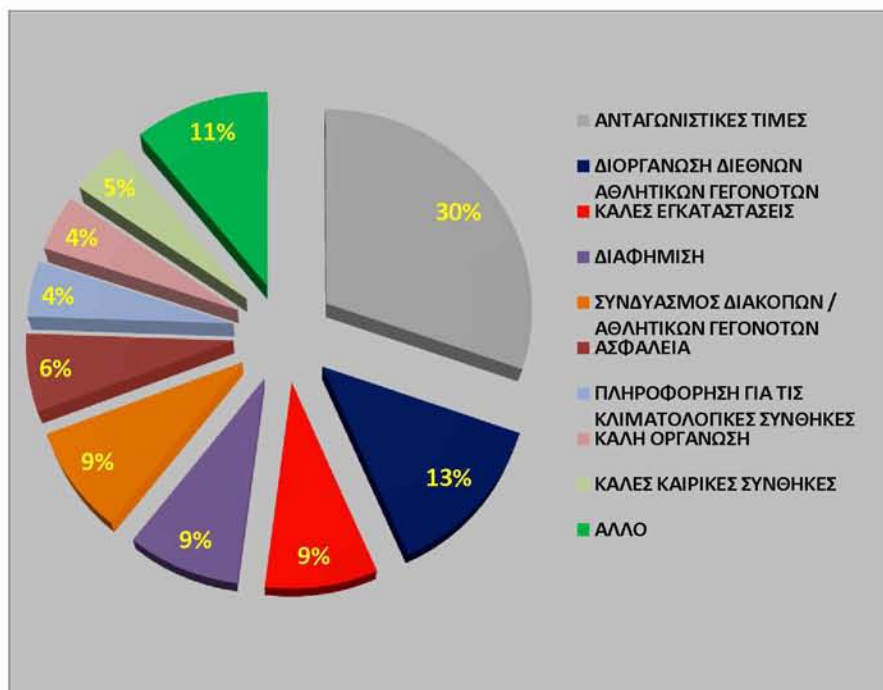
Οι Standeven et al. (1999) διακρίνουν το θεωρητικό μοντέλο μελέτης του αθλητικού τουρισμού σε δύο τομείς:

- την ενεργητική συμμετοχή (π.χ. αθλητές στο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Ποδοσφαίρου) και την παθητική συμμετοχή (π.χ. δημοσιογράφοι ΜΜΕ που καλύπτουν το Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Ποδοσφαίρου) στον επαγγελματικό αθλητικό τουρισμό
- την ενεργητική μορφή (όταν ο αθλητής – ταξιδιώτης συμμετέχει σε αθλητικές δραστηριότητες διακοπών ή σε διακοπές αθλητικής δραστηριότητας) και παθητική μορφή (όταν ο παρατηρητής – ταξιδιώτης σχεδιάζει ή τυχαία παρακολουθεί κάποιο αθλητικό γεγονός) του αθλητικού τουρισμού διακοπών

Περιλαμβάνει πέντε κατηγορίες γεγονότων:

- Αθλητικά γεγονότα και εκδηλώσεις (events), όπως οι Ολυμπιακοί αγώνες, τα τοπικά, περιφερειακά, εθνικά και διεθνή τουρνουά, διάφορες αθλητικές συναντήσεις, τα παγκόσμια πρωταθλήματα, τα φιλικά παιχνίδια και τα αθλητικά φεστιβάλ

- Αθλητικά– τουριστικά σημεία προσέλκυσης κοινού, όπως τα αθλητικά μουσεία, τα αθλητικά shows και οι επιδείξεις, τα σεμινάρια και τα συνέδρια.
- Tours αθλητικού τουρισμού, όπως το περπάτημα, η σπηλαιολογία, το σαφάρι, η ποδηλασία και τα αθλήματα περιπέτειας.
- Θέρετρα αθλητικού τουρισμού, όπως θέρετρα γκολφ, καταδύσεων, ψαρέματος, φυσικής κατάστασης και ευεξίας, αλλά και οι λουτροπόλεις.
- Κρουαζιέρες αθλητικού τουρισμού, όπως οι κρουαζιέρες αθλητικών διασημοτήτων, φυσικής κατάστασης και ευεξίας και οι κρουαζιέρες επισκέψεων σε προορισμούς με αθλητικές εγκαταστάσεις



**ΣΧΗΜΑ 5.2:** Παράμετροι ανταγωνιστικότητας μιας χώρας στον Αθλητικό Τουρισμό (Γκουτζιούπας, 2008)

Ο αθλητικός τουρισμός επιφέρει πληθώρα σημαντικών επιδράσεων όπως:

- οικονομικές επιπτώσεις: ο αθλητικός τουρισμός υπολογίζεται ότι καταλαμβάνει ένα μερίδιο της τάξης του 10-20% επί του συνολικού τουριστικού προϊόντος μιας χώρας.

Η ανάλυση μιας εκδήλωσης αθλητικού τουρισμού περιλαμβάνει τον υπολογισμό του οφέλους έναντι του κόστους, ενώ η λήψη πολιτικών αποφάσεων για την οργάνωση εκδηλώσεων, θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τη διάχυση των οικονομικών και λοιπών επιπτώσεων του αθλητικού τουρισμού

στις διάφορες τοπικές κοινωνικές ομάδες, το μέγεθος της επίδρασης και τη σημαντικότητα κάθε ομάδας από πλευράς πληθυσμού της

- κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις: Θετικές (όπως η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, η ενδυνάμωση των τοπικών παραδόσεων και της ταυτότητας των κατοίκων μιας περιοχής, η διευκόλυνση των σχέσεων των κατοίκων μιας περιοχής με τον υπόλοιπο κόσμο και το ερέθισμα για την κατασκευή υποδομών) και αρνητικές (όπως η διαταραχή της τοπικής οικονομίας, η επίπτωση στην τοπική παράδοση και ταυτότητα, η εμφάνιση βίας σχετικής με την διεξαγωγή των εκδηλώσεων, η πιθανή εκδήλωση τριβών μεταξύ κοινωνιών
- λήψη όλων των απαραίτητων μέτρων για την ομαλή του ανάπτυξη με σεβασμό στο φυσικό περιβάλλον ενός τόπου. Η ύπαρξη υποδομών υψηλής ποιότητας, τα προηγμένα μέσα μαζικής μεταφοράς, αλλά και η ποιότητα φυσικού και τεχνητού περιβάλλοντος είναι τα βασικά στοιχεία για την περαιτέρω ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού και την αύξηση της ανταγωνιστικότητας μιας χώρας στον τομέα αυτό.



**ΕΙΚΟΝΑ 5.5:** Αθλητικός τουρισμός και αθλητικά γεγονότα παγκόσμιας εμβέλειας: παγκόσμιο πρωτάθλημα πετοσφαίρισης (βόλει) του 2014 στην Βαρσοβία (πηγή: <http://www.onsports.gr>, 14/11/2015)

(στ) *ο χειμερινός τουρισμός:* περιλαμβάνει το σύνολο των μορφών τουρισμού (χιονοδρομίες, παγοδρομίες), οι οποίες αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια των μηνών Νοεμβρίου – Μαρτίου σε ορεινές, ως επί το πλείστον, περιοχές υποδοχής και υπό συγκεκριμένες κλιματολογικές συνθήκες.

Αποτελεί πρώτης τάξεως αφορμή για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, αμβλύνοντας το φαινόμενο της εποχικότητας και προσπαθώντας να ισοκατανεμηθεί χωροχρονικά η κίνηση σε ορεινούς και πεδινούς οικισμούς.

Περιλαμβάνει (α) το χιονοδρομικό τουρισμό, (β) τον τουρισμό παραχείμανσης και (γ) τον τουρισμό χειμερινών αθλημάτων

Η διεξαγωγή αυτών των δραστηριοτήτων, απαιτεί κατάλληλη κτιριακή υποδομή που να ενισχύει την τουριστική κίνηση και να προσιδιάζει σε μια ανώτερη ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών. Τέτοιου είδους κτιριακή υποδομή και εγκαταστάσεις που να τονώνουν τον χειμερινό τουρισμό αποτελούν τα καταφύγια και τα χιονοδρομικά κέντρα.



**ΕΙΚΟΝΑ 5.6:** Χειμερινός τουρισμός και αθλητικά γεγονότα: η χιονοδρομία αποτελεί κύρια μορφή χειμερινού τουρισμού (πηγή: [www.onsports.gr](http://www.onsports.gr), 21/11/2015)

Τουρίστες αυτής της κατηγορίας αφιερώνουν συνήθως τα Σαββατοκύριακα τους, αλλά και μέρος των κυριών διακοπών τους, όπως γιορτές και αργίες. Οι τουρίστες αυτοί προέρχονται από τάξεις μεσαίας ή και μεγάλης σταθερής οικονομικής επιφάνειας, δεδομένου ότι τα χειμερινά σπορ απαιτούν σημαντικά έξοδα για την διεξαγωγή τους και συνεπώς η τουριστική τους συμπεριφορά είναι ανεπηρέαστη από τις διακυμάνσεις της οικονομίας.

Η χώρα μας ενδείκνυται για τουρισμό παραχείμανσης, λόγω του σαφώς ηπιότερου χειμώνα που επικρατεί σε σύγκριση με την Κεντροδυτική Ευρώπη.

Τα προτεινόμενα προς λήψη μέτρα είναι βασικά επιδοτούμενα προγράμματα σε όλα τα στοιχεία του τουριστικού πακέτου, ιδιαίτερα στις περιοχές που ευνοούν οι



καιρικές συνθήκες και η υποδομή και ανωδομή μπορεί να ανταποκριθεί στην κάλυψη των τουριστών, που θα επιλέγουν αυτή τη μορφή τουρισμού

Η Ελλάδα κατατάσσεται στις τελευταίες θέσεις στην ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού στην Ευρώπη και τα περιθώρια βελτίωσης και οικονομικών ωφελειών είναι ιδιαίτερα μεγάλα.

(ζ) *ο ορεινός τουρισμός*: παρά τα εκ πρώτης όψεως κοινά σημεία με τον τουρισμό χειμερινών αθλημάτων, ο πρώτος δεν παρουσιάζει χρονικούς περιορισμούς εκδήλωσης και περιλαμβάνει το σύνολο τουριστικών δραστηριοτήτων μόνο σε ορεινές περιοχές.

Η Ελλάδα με το ποικιλόμορφο οριζόντιο και κατακόρυφο γεωγραφικό διαμελισμό και το απaráμιλλης ομορφιάς φυσικό περιβάλλον, που περιλαμβάνει σπουδαία δασικά συμπλέγματα, αποτελεί ιδανικό προορισμό για το τουριστικό αυτό είδος, αφού ειδικά τις τελευταίες δεκαετίες, πραγματοποιήθηκαν σημαντικές επενδύσεις στην κατασκευή τουριστικών καταλυμάτων και συμπληρωματικών χώρων στον ορεινό χώρο.

(η) *ο τουρισμός περιπέτειας*: Ως τουρισμός περιπέτειας το σύνολο των δραστηριοτήτων ψυχαγωγίας (όπως ράφτινγκ, μόνοραφτ, διάσχιση φαραγγιού, κανόε-καγιάκ, υποβρύχιες καταδύσεις, θαλάσσιο σκι, ιστιοσανίδα, μπαντζι-τζάμπινγκ, παράντε, κάιτ σέρφ) με συνήθως υψηλό επίπεδο κινδύνου, υπερέκκριση αδρεναλίνης και προσωπικές προκλήσεις, σε μη συμβατικούς



**ΕΙΚΟΝΑ 5.7:** Δράσεις τουρισμού περιπέτειας: ράφτινγκ και αναρρίχηση (πηγή: <http://www.plutontravel.com.cy>, 12/11/2015)

προορισμούς, με κύριο χαρακτηριστικό του, την έντονη έμφαση σε εξωτερικές ενασχολήσεις, (Μουζακίτης, 2011).

Αυτές οι δραστηριότητες που προάγουν την φυσική ικανότητα (ευρωστία) του ανθρώπου έχουν σαν αποτέλεσμα φυσικά οφέλη και την δημιουργική αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου του τουρίστα, ενδυναμώνοντας την ένταση των βιωμάτων και συνεπώς την αύξηση της σημασίας των διακοπών

Το τυπικό προφίλ των τουριστών περιπέτειας είναι άτομα ηλικίας 40-45 ετών, υψηλού επιπέδου εκπαίδευσης και διαθέσιμου εισοδήματος και με δικαίωμα λήψης μεγαλύτερης άδειας για διακοπές

Οι κακοτράχαλοι ελληνικοί δρόμοι, τα στενά και ανηφορικά μονοπάτια μέσα από πυκνά δάση ανάμεσα σε μικρούς ορεινούς οικισμούς και τα ορμητικά ποτάμια με πυκνούς μαιανδρισμούς, συνθέτουν ένα τοπίο καταπληκτικής φυσικής ομορφιάς και περιπέτειας, το οποίο θα πρέπει οι αρμόδιοι φορείς να θέσουν ως βάση για την περαιτέρω ανάπτυξη του.

(θ) *ο θαλάσσιος τουρισμός*: χαρακτηρίζει το τουριστικό είδος που σχετίζεται με την πραγματοποίηση υπηρεσιών και δραστηριοτήτων στη θάλασσα, οι οποίες αποτελούν θεμελιώδη στοιχεία του και όχι διαδικαστικό μέσο πραγμάτωσης του (κολύμβηση, αναψυχή στην παραλία, αλλά και με την εναλλακτική έννοια εμπεριέχει και λοιπές δραστηριότητες, όπως θαλάσσια σπορ, παρακολούθηση βυθού).

Οι σημαντικότεροι κλάδοι του είναι, σύμφωνα με τον Βελισσαρίου (2000) είναι:

- ο τουρισμός κρουαζιέρας: η κρουαζιέρα, δηλαδή το ταξίδι αναψυχής με κρουαζιερόπλοια σε κοσμοπολίτικα λιμάνια, όχι για συγκοινωνιακούς λόγους αλλά για γνωριμία και επαφή με νέους τόπους και πολιτισμούς, αποτελεί αμιγή δραστηριότητα αναψυχής και διαφοροποιείται από τις υπηρεσίες που προσφέρει το απλό επιβατηγό πλοίο.

Όμως οι υπηρεσίες διαμονή σε αυτού του είδους τα πλοία, πλεονεκτεί του συμβατικού ξενοδοχείου, αφού δεν προσφέρει μόνο όσα έχει την ικανότητα να διαθέσει το τελευταίο, αλλά επιπλέον, παρέχει τη δυνατότητα πλεύσης και γεωγραφικής μετακίνησης (Μοίρα κ.α., 2004). Σήμερα, είναι σαφής η τάση για ναυπήγηση όλο και μεγαλύτερων και πολυτελέστερων κρουαζιερόπλοιων, με δεδομένη την θεαματική αύξηση των επιβατών τους,

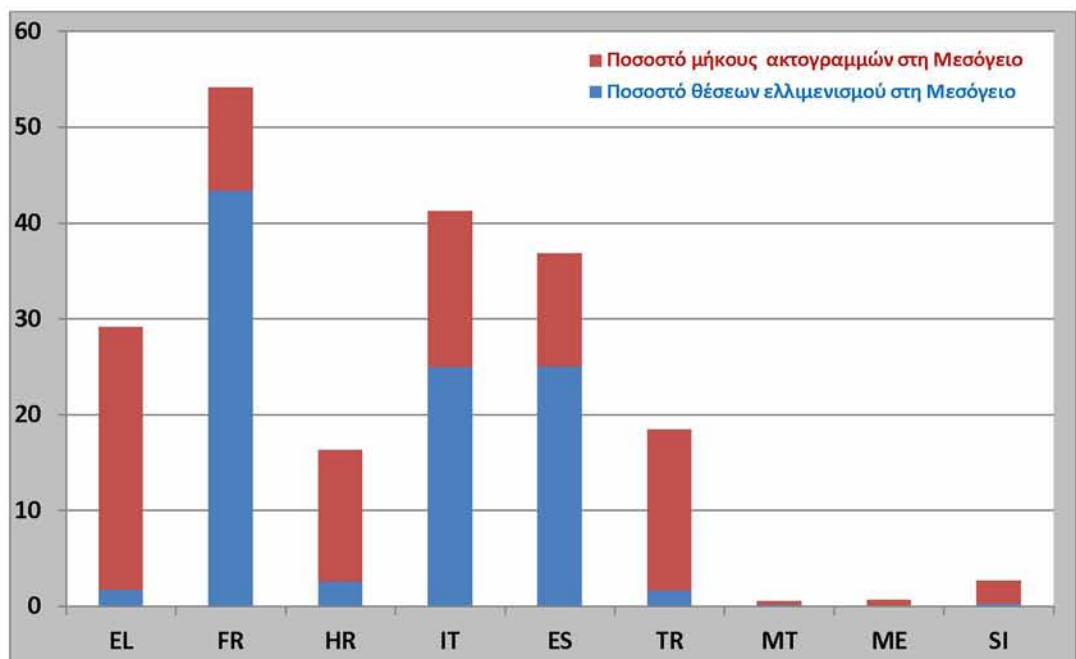
τις τελευταίες δεκαετίες και κατά συνέπεια της αντίστοιχης αύξησης των σχετικών εσόδων.

Με τον τρόπο αυτό οι κρουαζιέρες γίνονται περισσότερο προσιτές σε κοινωνικά στρώματα με μικρότερη οικονομική δύναμη, σε οικογένειες και νεότερα άτομα, καταρρίπτοντας τον αστικό μύθο της συμμετοχής σε τέτοιου είδους ταξίδια, μόνο ισχυρών του χρήματος.

Σύμφωνα με τον ΕΟΤ, τα κρουαζιερόπλοια που ταξιδεύουν στις ελληνικές θάλασσες, έχουν προορισμό τη Μεσόγειο, γενικά, προσφέροντας, συνήθως, εβδομαδιαία ταξίδια

- και ο τουρισμός ιστιοπλοΐας με ιδιωτικά σκάφη, που αφορά τα θαλάσσια ταξίδια αναψυχής με αυτά και διακρίνεται για την ανθεκτικότητά του στις πολλές κατά καιρούς «ατυχίες» ή «κακοδαιμονίες» που συμβαίνουν στον ελληνικό τουρισμό.

Ο επαγγελματισμός των επιχειρηματιών και η ποιότητα των σκαφών σε συνδυασμό με το νησιωτικό και παράλιο τοπίο της χώρας μας, συμβάλλουν στο να αντιστέκεται το yachting στα όποια προβλήματα.



**ΣΧΗΜΑ 5.3:** Το εκατοστιαίο ποσοστό μήκους ακτογραμμών και θέσεων ελλιμενισμού στη Μεσόγειο, για την Ελλάδα και τις ανταγωνίστριες χώρες, το 2012 (Πηγή: NEE και ΠΑ.ΠΕΙ., 2012)

Η Ελλάδα ούσα ένας δημοφιλής προορισμός για τα κρουαζιερόπλοια και τα μικρότερα σκάφη, εδώ και αρκετά χρόνια, παρουσιάζει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα (κυρίως η έλλειψη θέσεων ελλιμενισμού) για την ανάπτυξη αυτού του τουριστικού είδους στη χώρα μας.

Ως πλεονεκτήματα μπορούν να θεωρηθούν:

- οι άριστες κλιματολογικές συνθήκες
- η μακραίωνη ιστορία της χώρας
- το φυσικό κάλλος των ακτών
- η γεωγραφική θέση και
- οι μικρές αποστάσεις μεταξύ των πολυάριθμων νησιών

Αντίθετα, σαν μειονεκτήματα εμφανίζονται:

- οι σοβαρές ελλείψεις σε υποδομές στα λιμάνια
- η απουσία έργων νέων υποδομών
- ο παρατηρούμενος κορεσμός των προγραμμάτων θαλάσσιου τουρισμού, με τη συμμετοχή, εδώ και δεκαετίες των ίδιων ελληνικών νησιών

Με βάση τα προαναφερόμενα και δεδομένου του ισχυρού συγκριτικού πλεονεκτήματος που εμφανίζει η χώρα μας στο συγκεκριμένο τουριστικό τομέα, θα πρέπει:

- να γίνουν άμεσα νομοθετικές ρυθμίσεις που να καθιστούν ελκυστική από επιχειρηματική σκοπιά τη χώρα μας για τις εταιρίες κρουαζιέρας.
- να ακολουθηθεί επιθετική στρατηγική μάρκετινγκ προς τις εταιρίες κρουαζιέρας, προκειμένου να πειστούν να χρησιμοποιούν ελληνικά λιμάνια ως λιμάνια αφετηρίας για τις κρουαζιέρες τους

(ι) *ο μορφωτικός τουρισμός*: αφορά τον τουρισμό ατόμων με κίνητρο την παρακολούθηση κάθε είδους πολιτιστικών εκδηλώσεων (επισκέψεις σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, συναυλίες, όπερα, θεατρικές παραστάσεις, παρακολούθηση σεμιναρίων ψυχολογίας, φιλοσοφίας κ.τ.λ.).

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του, προφανώς, είναι η ύπαρξη τόσο της κοινής τουριστικής υποδομής, όσο και εξειδικευμένης (πολιτιστικές και καλλιτεχνικές δράσεις).

Και αυτό το εναλλακτικό είδος τουρισμού, παρουσιάζει διεθνώς σημαντική ανάπτυξη, με την χώρα μας να ακολουθεί ως ουραγός, παρά τις σχετικές δράσεις την τελευταία δεκαετία.

(ια) *ο επαγγελματικός – συνεδριακός – εκθεσιακός τουρισμός*: Σε αυτή τη μορφή εναλλακτικού τουρισμού, ανήκουν τα κάθε είδους επαγγελματικά ταξίδια για συμμετοχή ή οργάνωση εθνικών ή διεθνών συναντήσεων, συνεδρίων και εκθέσεων.

Ο επαγγελματικός τουρισμός διακρίνεται σε:

- εκθεσιακό τουρισμό: που περιλαμβάνει τη διοργάνωση εκθέσεων από ιδιωτικούς ή κρατικούς οργανισμούς και επιχειρήσεις, σε συγκεκριμένους εκθεσιακούς χώρους, ώστε η ενημέρωση να διαχυθεί σε όλο το φάσμα των ενδιαφερομένων, στο πλαίσιο διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων



**ΕΙΚΟΝΑ 5.8:** Απαραίτητες υποδομές για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού: Συνεδριακό Κέντρο στο Πόρτο Χέλι Ερμιονίδας. (Πηγή: <http://www.aksconference.com>, 19/12/2015)

- συνεδριακό τουρισμό: που περιλαμβάνει τη διοργάνωση συναντήσεων με προκαθορισμένο πρόγραμμα, που συνήθως διαρκούν έως τέσσερις ημέρες,

για να καταστεί δυνατή η ανταλλαγή γνώσεων και εμπειριών, συνήθως μεταξύ επιστημονικών κλάδων.

- Ταξίδια κινήτρων: τα οποία διοργανώνουν οι μεγάλες επιχειρήσεις, ακολουθώντας πιστά τις σύγχρονες προσταγές του marketing, με προσφορά δωρεάν πολυτελών διακοπών σε κοσμοπολίτικους προορισμούς, διάρκειας συνήθως έως τέσσερις ημέρες σε συνεργαζόμενα στελέχη τους, ως ανταμοιβή της συμπεριφοράς και της απόδοσης τους.

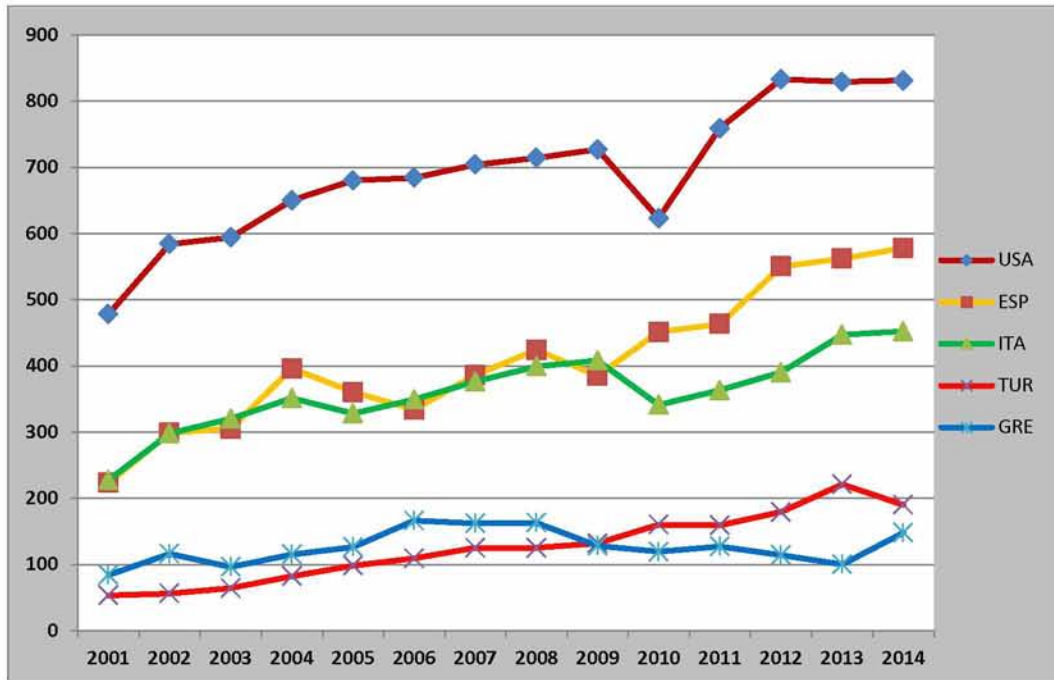
Παρόλο που η μέχρι σήμερα πρακτική επιβράβευσε όσες επιχειρήσεις καταλυμάτων επένδυσαν στο συνεδριακό τουρισμό, διπλασιάζοντας τον αριθμό των πελατών τους, με δεδομένη τον συνεχή αυξητικό ρυθμό της ζήτησης του και παρά τις τεράστιες δυνατότητες της χώρας μας, η Ελλάδα κατέχει μικρό ποσοστό φιλοξενούμενων συνεδρίων.

Στην παγκόσμια ιεραρχία των χωρών που αναπτύσσουν αυτού του είδους τον τουρισμό, ηγούνται, τουλάχιστον από την αρχή του 21<sup>ου</sup>, οι ΗΠΑ με μεγάλη διαφορά από τις υπόλοιπες, ενώ ανάμεσα στις ανταγωνίστριες της Ελλάδας, μεσογειακές χώρες, η Ισπανία και η Ιταλία, για το ίδιο χρονικό διάστημα,



**ΕΙΚΟΝΑ 5.9:** Αντιπροσωπευτικό παράδειγμα συνεδριακού τουρισμού: το ετήσιο πανελλήνιο συνέδριο δασολόγων. Άποψη από το 17<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Δασολογικό Συνέδριο, στο Δημοτικό Θέατρο «Κέφαλος» στην Κεφαλονιά, τον Οκτώβριο του 2015 (Πηγή: <http://www.porioni.gr>, 19/11/2015)

διοργανώνουν τουλάχιστον διπλάσιο αριθμό συνεδρίων. Η χώρα μας, με κομβικό σημείο το 2009, υπολείπεται και της Τουρκίας, αν και προσπαθεί να ανακάμψει μετά το 2014, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα



**ΣΧΗΜΑ 5.4:** Ο αριθμός των διοργανωμένων συνεδρίων στις ΗΠΑ (1<sup>η</sup> στην ιεραρχία) και στις ανταγωνίστριες της Ελλάδας, μεσογειακές χώρες, από το 2001 έως και το 2014 (Πηγή: ICCA, 2015)

Όπως και στις περισσότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, έτσι και στο συγκεκριμένο είδος, η κατασκευή κατάλληλης υποδομής (σύγχρονα και μεγάλης χωρητικότητας συνεδριακά κέντρα) και η αυστηροποίηση του σχετικού νομοθετικού πλαισίου οργάνωσης τους, ώστε αυτή να γίνεται μόνο από απόλυτα εξειδικευμένο προσωπικό, θεωρούνται τα απαραίτητα βήματα για την περαιτέρω ανάπτυξη του.

(ιβ) *ο θεραπευτικός – ιαματικός τουρισμός*: Εμπεριέχει την προσφορά υπηρεσιών από δημόσια ή ιδιωτικά υδροθεραπευτήρια, κέντρα ευεξίας, θαλασσοθεραπείας, κέντρα αναζωογόνησης σώματος με χρήση μεταλλικών, ιαματικών νερών (spa) κατά το πρότυπο της ομώνυμης βελγικής πόλης, κοντά στη Λιέγη, που προσέφερε το όνομα της σε αυτά και από ιαματικά λουτρά, με απώτερο στόχο την επανάκτηση ψυχικών και σωματικών δυνάμεων των τουριστών, αλλά και την ίαση από σωματικές, κυρίως δερματικές παθήσεις και παθήσεις του ερειστικού συστήματος.

Διαχρονικά, ο άνθρωπος, στην προσπάθεια του να εξασφαλίσει περισσότερη ευχαρίστηση, αλλά και ανακούφιση και θεραπεία στα προβλήματα υγείας του, επισκέπτονταν λουτροπόλεις και θεραπευτήρια από την αρχαιότητα.

Σημειώνεται ότι οι Βαβυλώνιοι και οι Αρχαίοι Έλληνες, δύο χιλιετίες πριν τη γέννηση του Χριστού κατέφευγαν σε θερμές πηγές και σε θαλασσοθεραπεία (Κούρκουλου Ελένη, 2011). Βέβαια, αυτός ο κλάδος του τουρισμού υγείας μεγεθύνθηκε το τελευταίο μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα, κυρίως στην Κεντρική και Βόρεια Ευρώπη.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την περεταίρω ορθολογική ανάπτυξη αυτού του τουριστικού είδους, είναι κατασκευή στους χώρους προσφοράς του, αξιόλογων αγαθών και υπηρεσιών (πολυτελών ξενοδοχείων, ενεργοποίηση εξειδικευμένων προγραμμάτων αναζωογόνησης και σωματικής και ψυχικής ευεξίας, συμπεριλαμβανομένων της φυσιοθεραπείας, των στοχευμένων ιατρικών ελέγχων, της διαιτητικής, της υπνοθεραπείας, της κινησιοθεραπείας, της γυμναστικής και της anti-stress θεραπείας).

Η ομάδα – στόχος στην οποία απευθύνεται, εμπεριέχει ενήλικα άτομα κάθε ηλικίας (νέους, δεύτερης και τρίτης ηλικίας), που θα ήθελαν να απολαύσουν μια από τις παραπάνω παροχές.

Λόγω της ιδιαίτερης γεωφυσικής της θέσης, η χώρα μας (βρίσκεται στα όρια σύγκρουσης της ευρωπαϊκής και αφρικανικής λιθοσφαιρικής πλάκας, με όλες τις επαγόμενες από αυτό συνέπειες) διαθέτει σε όλη την έκταση της, ιαματικούς φυσικούς πόρους, σημαντικό κομμάτι του φυσικού πλούτου της, που ήταν πασίγνωστες για τις θεραπευτικές ιδιότητες από τους προχριστιανικούς αιώνες.

Από αυτά τα ιαματικά λουτρά πηγάζουν ύδατα υψηλής ή χαμηλότερης θερμοκρασίας και υψηλής περιεκτικότητας σε ιχνοστοιχεία, τα φυσικά μεταλλικά ύδατα, που τα καθιστούν διαφορετικά από τα λοιπά κοινά νερά άλλων πηγών, αλλά και αφετέρου αποτελούν τη βάση του θερμαλισμού, της ιαματικής υδροθεραπείας (spa).

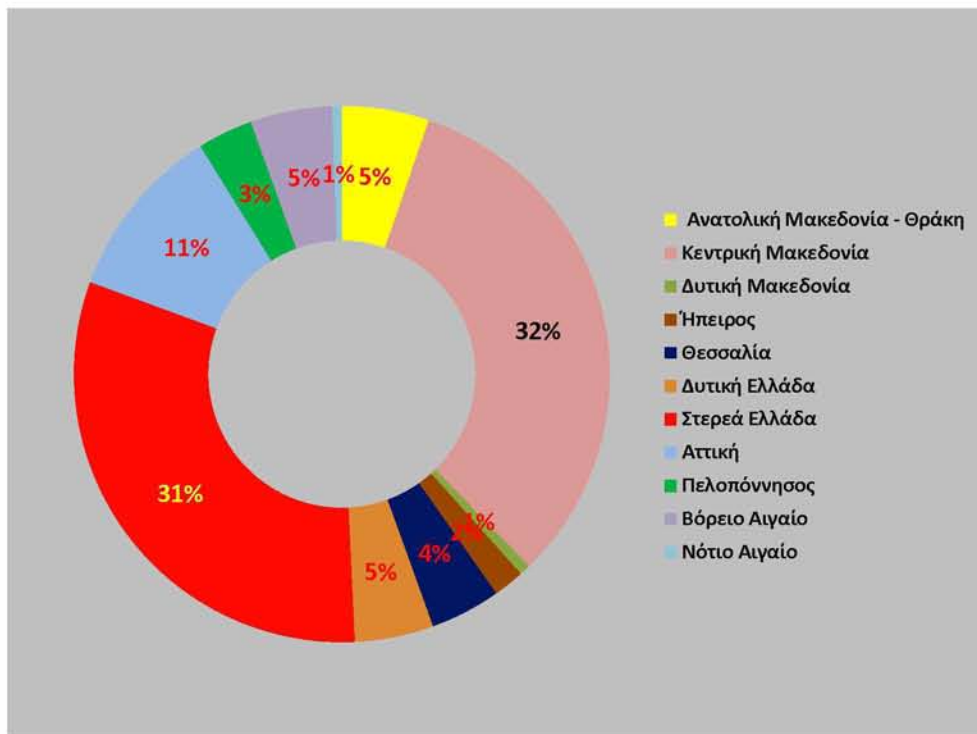
Στην παραπάνω κατηγορία ανήκουν ενδεικτικά οι πηγές στην Αιδηψό Ευβοίας, στο Λουτράκι Αριδαίας, στο Λουτράκι Κορινθίας, στο Σιδηρόκαστρο Σερρών,



στο Λαγκαδά Θεσσαλονίκης, στη Μακρακώμη Φθιώτιδας, στη Θερμή Λέσβου και σε πολλά ηφαιστειακά νησιά των Κυκλάδων και της Δωδεκανήσου.

Όπως παρουσιάζεται ευκρινώς στο παρακάτω σχήμα, έως το 2009 οι επισκέπτες των λουτρικών μονάδων στη Στερεά Ελλάδα είναι σαφώς περισσότεροι, σε σύγκριση με αυτούς στην Κεντρική Μακεδονία, ενώ από το 2010 η τελευταία υπερέχει της πρώτης, με πλήρη ανατροπή των στατιστικών δεδομένων, στην οποία, πιθανώς, να συνέβαλε η δημοσιονομική κρίση.

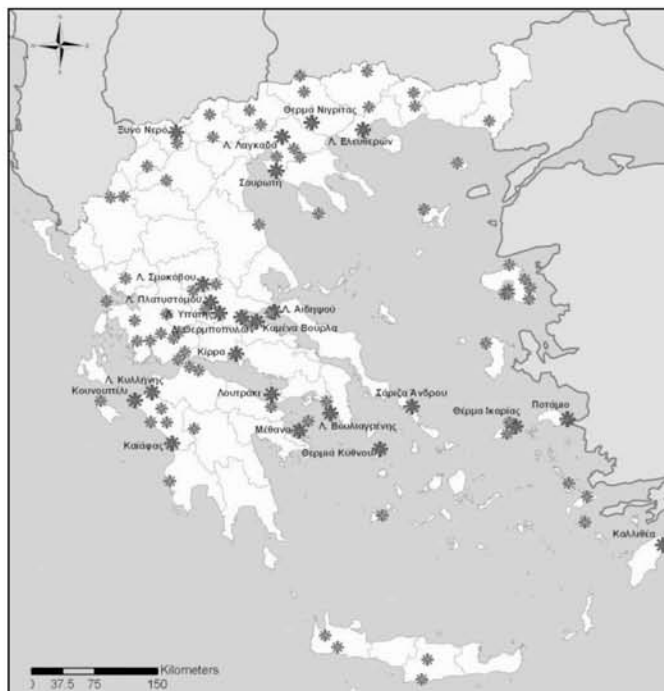
Οι ασθενείς, στο συγκεκριμένο κλάδο θεραπευτικής αγωγής, μπορούν είτε με την εισπνοθεραπεία, την ποσιθεραπεία ή την έκπλυση (εσωτερική υδροθεραπεία), αλλά και την κινήσιοθεραπεία, τις καταιωνίσεις, την πηλοθεραπεία ή το υδρομασάζ (εξωτερική υδροθεραπεία) να αντιμετωπίσουν πλήθος παθήσεων.



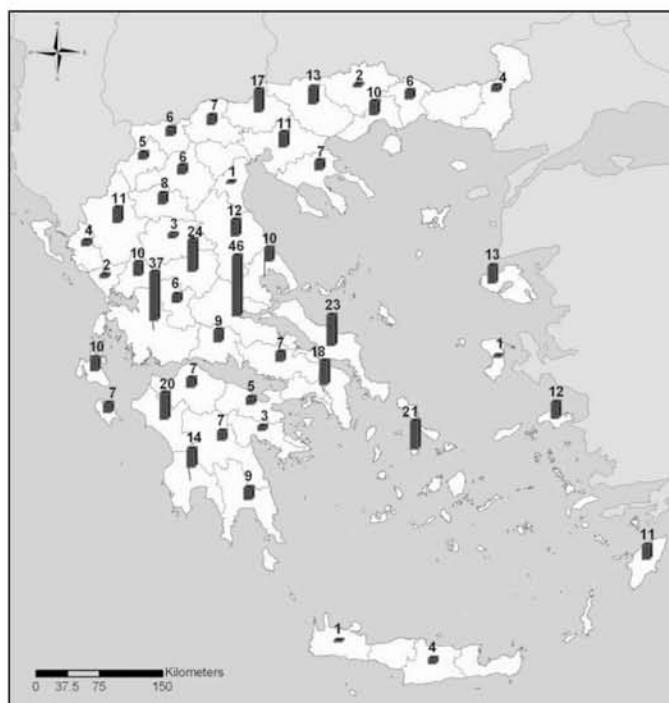
**ΣΧΗΜΑ 5.5:** Η εξέλιξη του αριθμού των επισκεπτών στις ελληνικές λουτρικές μονάδες ανά περιφέρεια, κατά την περίοδο 2005-2014. (Πηγή: ΕΚΚΕ, 2015)

Σήμερα, στην Ελλάδα λειτουργούν δεκαεννέα κέντρα υδροθεραπείας με την απαραίτητη έγκριση του ΕΟΤ στην Κρήτη, στην Πελοπόννησο, στη Στερεά Ελλάδα και στη Μακεδονία, εξυπηρετώντας πάνω από 100.000 ετησίως

επισκέπτες και ενεργώντας 1,5 εκατ. θεραπευτικές αγωγές  
(<http://www.enterprisegreece.gov.gr>, 08/11/2015).

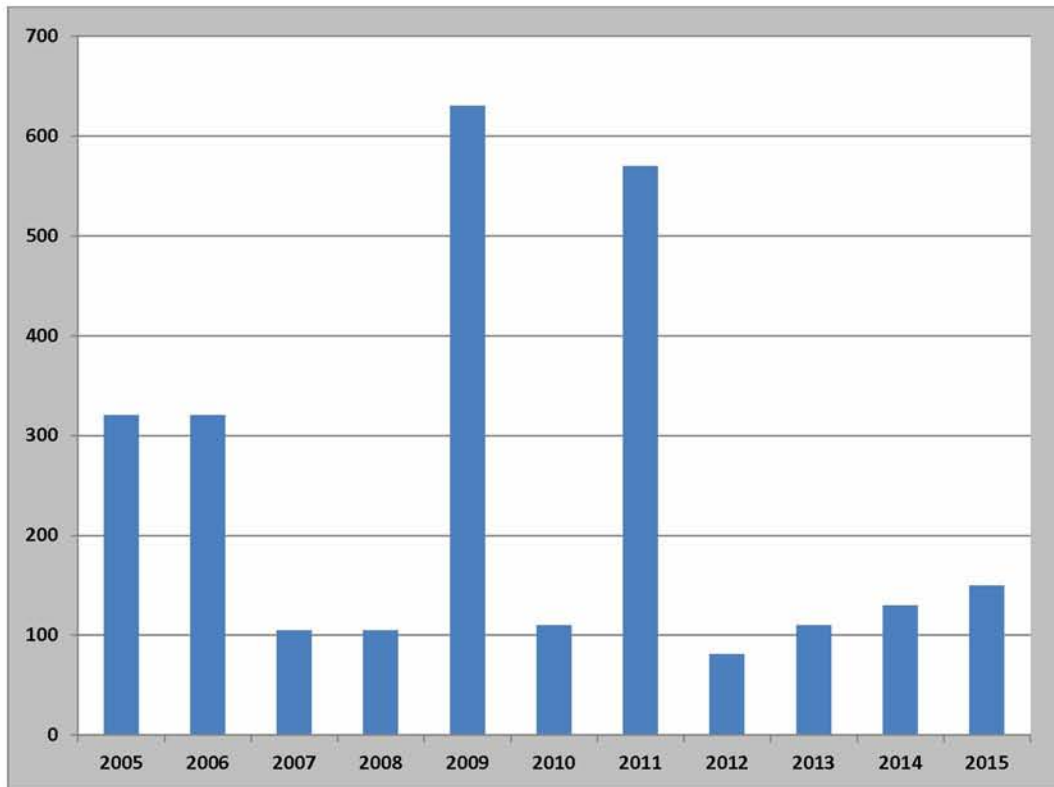


**ΧΑΡΤΗΣ 5.1:** Αναγνωρισμένες από το κράτος ιαματικές πηγές της Ελλάδας σε λειτουργία (Πηγή: Παπαγεωργίου Μαριλένα, 2011)



**ΧΑΡΤΗΣ 5.2:** Κατανομή θερμομεταλλικών πηγών της Ελλάδας ανά νομό (Πηγή: Παπαγεωργίου Μαριλένα, 2011)

(ιγ) ο κοινωνικός τουρισμός: Ο κοινωνικός ή επιδοτούμενος τουρισμός, ουσιαστικά είναι μια σημαντική κοινωνική κατάκτηση των οικονομικά ασθενέστερων τάξεων στις σύγχρονες δυτικές οικονομίες, αφού προσφέρει την ευκαιρία και στους πολίτες χαμηλού εισοδήματος, να ξεφύγουν από την καθημερινότητα και τη ρουτίνα του σύγχρονου τρόπου ζωής, προς όφελος της σωματικής και ψυχικής υγείας τους.



**ΣΧΗΜΑ 5.6:** Η εξέλιξη του αριθμού των ταξιδιωτών κοινωνικού τουρισμού στην Ελλάδα, κατά την περίοδο 2005-2015. (Πηγή: Ίδια επεξεργασία)

Ο συγκεκριμένος τουριστικός κλάδος, που σαφώς διακρίνεται από τους υπολοίπους, εμπεριέχει την ολότητα των τουριστικών σχέσεων και φαινομένων, που κάθε κράτος με διευρυμένο «κοινωνικό πρόσωπο», στους περισσότερο οικονομικά αδύναμους πολίτες του, πέραν άλλων έμμεσων ή άμεσων παροχών.

Ο Σφακιανάκης (2000) θέτει ως θεμελιώδη προϋπόθεση ανάπτυξης αυτού του είδους τουρισμού, την δημιουργία και λειτουργία της απαραίτητης υποδομής και αναδομής στον τόπο προσφοράς του τουριστικού προϊόντος, όπως επί παραδείγματι, η κατασκευή κατάλληλων τουριστικών καταλυμάτων, που να

προσαρμόζονται στο διαθέσιμο «βαλάντιο» των κοινωνικών τουριστών, η πραγματοποίηση προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού, που εστιάζουν σε ομάδες – στόχους ατόμων, όπως π.χ. συνταξιούχοι, στρατιώτες, σπουδαστές και φοιτητές, με χαμηλή αγοραστική δύναμη, η επιχορήγηση ποσοστού των δαπανών για τουρισμό ή ακόμα και η πλήρης κάλυψη τους.

Από όλα τα παραπάνω, προκύπτει αβίαστα, η σπουδαιότητα του συγκεκριμένου τουριστικού κλάδου, τόσο σε κοινωνικό, όσο και σε οικονομικό επίπεδο.

Στις θετικές κοινωνικές επιδράσεις, συγκαταλέγονται:

- η δημιουργία ενός συνόλου συμμετεχόντων, με κοινή οικογενειακή και επαγγελματική κατάσταση και ηλικία, που συγχρωτίζονται και γνωρίζονται καλύτερα με αφορμή το ταξίδι, ξεφεύγοντας από το στενό και ασφυκτικό πλαίσιο του παλαιού, μαζικού και εμπορικού τουρισμού
- η προσφορά ευκαιρίας για τουρισμό, σε πολίτες που χωρίς την εφαρμογή σχετικού προγράμματος δεν θα ήταν σε θέση να ταξιδέψουν
- η δυνατότητα που προσφέρεται σε ειδικές πληθυσμιακές ομάδες (άτομα με ειδικές δεξιότητες, ηλικιωμένοι, αγρότες), για κοινωνικοποίηση τους, μέσω της κοινής συμμετοχής τους σε δράσεις

Σε οικονομικό επίπεδο, ο κοινωνικός τουρισμός, αποτελεί ένα εξέχον μέτρο στην κοινωνική πολιτική κάθε κράτους, προβάλλοντας τις παρεχόμενες κοινωνικές παροχές του και ενδυναμώνοντας την τοπική απασχόληση και επεκτείνοντας την υφιστάμενη τουριστική περίοδο.

Επίσης, δεν θα μπορούσαμε να παραβλέψουμε το γεγονός ότι οι κοινωνικοί τουρίστες διαθέτουν όχι μόνο την κρατική οικονομική ενίσχυση που λαμβάνουν, αλλά και πιθανώς, παρασυρόμενοι από το γενικό κλίμα ευφορίας και ένα μέρος του χαμηλού εισοδήματός τους, στην τοπική αγορά, ενισχύοντας με τον τρόπο αυτό, κράτος και τοπική επιχειρηματικότητα.

Η τελευταία ωφελείται και από τον περιορισμό της εποχικότητας του μαζικού τουρισμού, λόγω του μεγάλου μεγέθους των εμπλεκομένων στον κοινωνικό τουρισμό.

Από την άλλη, ιδιαίτερα στη σημερινή δύσκολη δημοσιονομική συγκυρία, η κάθε είδους παροχή στους πολίτες, στα πλαίσια του κοινωνικού κράτους, αποτελεί, πρώτιστα για τη χώρα μας, σημείο προβληματισμού και αντιπαράθεσης, μεταξύ των κοινωνικών εταίρων, χωρίς αυτό να μειώνει κατ' ελάχιστον τις ευεργετικές οικονομικές επιδράσεις αυτού του είδους του τουρισμού.

Η διακύμανση του αριθμού των τουριστών κοινωνικού τουρισμού στη χώρα μας, κατά τη διάρκεια της χρονικής περιόδου 2005 έως και 2015 παρουσίασε σημαντική μείωση μετά το 2006, με εξαίρεση το εκλογικό έτος 2009 και ένα από τα πρώτα έτη δημοσιονομικής προσαρμογής, το 2011.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6****ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ***6.1. Απαραίτητοι πόροι, υποδομές και υπηρεσίες*

Η οργάνωση, η διαχείριση και η ανάπτυξη των προσφερόμενων πόρων, των υποδομών και των υπηρεσιών κάθε περιοχής, αλλά και το είδος των τουριστικών ρευμάτων της, συγκροτούν την έννοια της τοπικής τουριστικής ζήτησης. Η τελευταία παίζει ιδιαίτερο ρόλο στη δημιουργία και λειτουργία των τουριστικών αναπτυξιακών προτύπων, που επιδρούν άμεσα στην εδραίωση της περιοχής στον εθνικό και στο διεθνή χώρο (Τσάρτας, 1999).

Οι αναγκαίες προϋποθέσεις – πλαίσια για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, μπορούν:

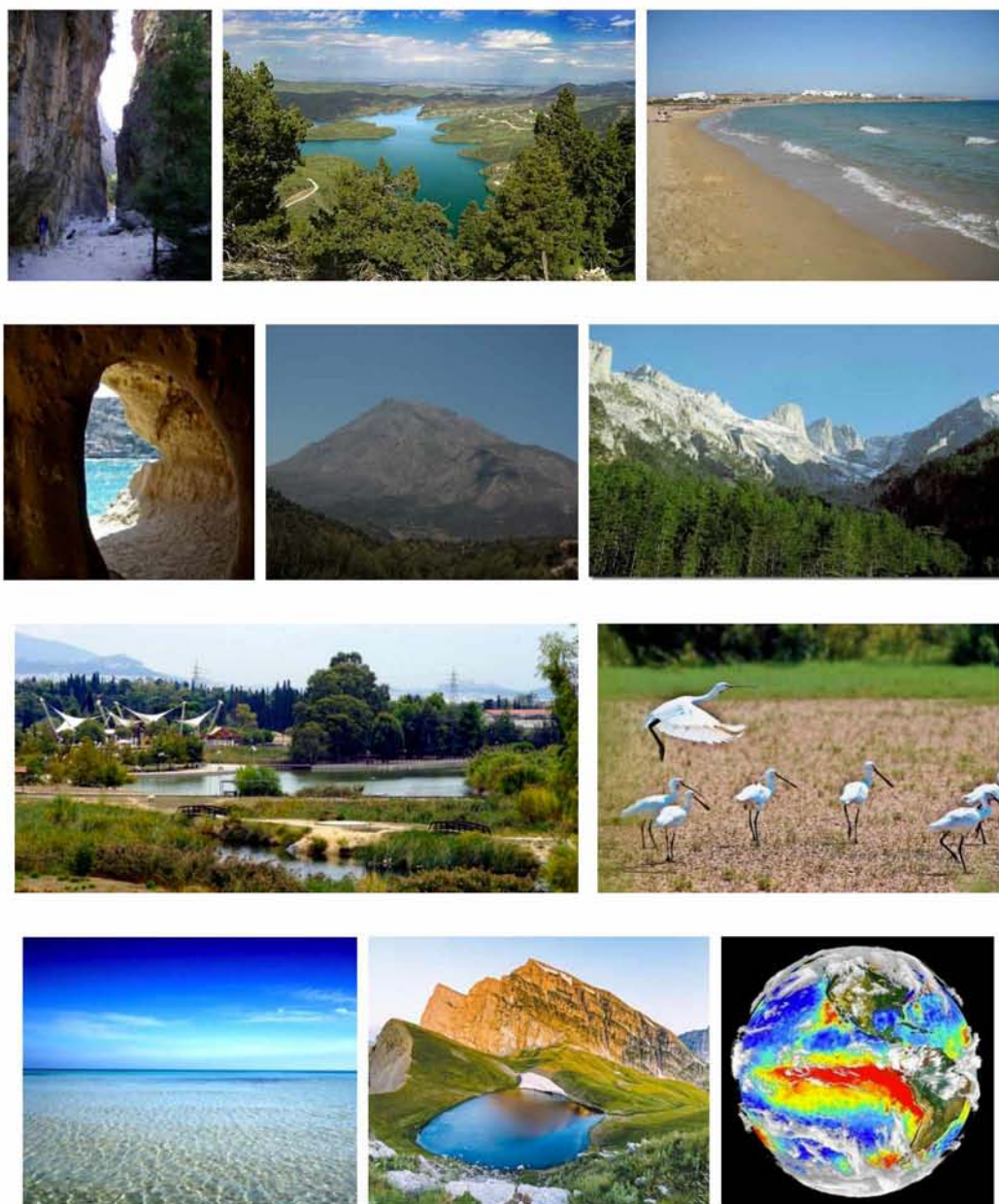
- (α) να συνεισφέρουν στη βελτιστοποίηση της υφιστάμενης κατάστασης, ή
- (β) να απορροφηθούν από την υπάρχουσα δομή, ή
- (γ) να οικοδομήσουν μια νέα δομή παραγωγής, με τις υποδομές και τις υπηρεσίες του εναλλακτικού τουρισμού να διαδραματίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο

Πέραν αυτών, η ταυτόχρονη τριπλή δράση της κρατικής παρέμβασης σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, για το φυσικό, οικονομικό και κοινωνικό τομέα, είναι εξίσου αναγκαία για την εφαρμογή των μορφών αυτού του είδους τουρισμού (Τσάρτας, 1999).

Ο ισχυρότερος άξονας κινήτρων της παγκόσμιας τουριστικής ζήτησης, αφορά τους φυσικούς και περιβαλλοντικού πόρους, των οποίων η ανάπτυξη στηρίζεται στην ύπαρξη περιοχών ιδιαίτερου φυσικού κάλλους και στην προστασία των τελευταίων, κατά την κατασκευή και κατά την τουριστική χρήση των αντίστοιχων υποδομών (Βελισσαρίου, 2000).

Ο αμέσως επόμενος, σε δυναμικότητα, τουριστικός άξονας ζήτησης, εμπεριέχει τους

πολιτισμικούς και ιστορικούς πόρους, που τις περισσότερες φορές, προσδιορίζονται από την ανθρώπινη παρέμβαση και προσδιορίζουν ταξίδια ειδικών κινήτρων, π.χ.: εκπαιδευτικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός.



**ΕΙΚΟΝΑ 6.1:** φυσικοί – περιβαλλοντικοί πόροι: ως τέτοιοι θεωρούνται τα φαράγγια (φαράγγι της Σαμαριάς στην Κρήτη, πηγή: [www.samaria.gr](http://www.samaria.gr)), οι λίμνες (λίμνη Πλαστήρα στην Καρδίτσα, πηγή: [www.seleo.gr](http://www.seleo.gr)), οι ακτές (παραλία Χρυσή Ακτή στην Πάρο, πηγή: [www.parosislandinfo.gr](http://www.parosislandinfo.gr)), οι σπηλιές (σπηλιά στα Μάταλα στο Ηράκλειο, πηγή: [www.digital-camera.gr](http://www.digital-camera.gr)), οι ορεινοί όγκοι (όρος Κάρταλος στην Κρήτη, πηγή: [www.cretanmagazine.gr](http://www.cretanmagazine.gr)), οι εθνικοί δρυμοί (εθνικός δρυμός Ολύμπου, πηγή: [7gym-laris.lar.sch.gr](http://7gym-laris.lar.sch.gr)), τα περιβαλλοντικά πάρκα (περιβαλλοντικό πάρκο Αντώνη Τρίτση, στην Αθήνα, πηγή: [www.naturagraeca.com](http://www.naturagraeca.com)), η άγρια φύση (χουλιαρομύτες στο Δέλτα του Αλιάκμονα, πηγή: [www.ethnos.gr](http://www.ethnos.gr)), η θάλασσα (πηγή: [rigaeusview.gr](http://rigaeusview.gr)), οι προστατευόμενες περιοχές (Δρακολίμνη στην περιοχή Natura 2000, στην Τύμφη, πηγή: [www.kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr)), το κλίμα (πηγή: [exarchia.pblogs.gr](http://exarchia.pblogs.gr)), τα τοπία (τοπίο ιδιαίτερου κάλλους στη Σητεία Κρήτης, (πηγή: [biodiversitysitia.gr](http://biodiversitysitia.gr), 04/12/2015).

Όσον αφορά τους ανθρωπογενείς πόρους, αυτοί χαρακτηρίζονται από υψηλή συνθετότητα των δύο προαναφερομένων ειδών πόρων, ενώ ο τέταρτος άξονας,



**ΕΙΚΟΝΑ 6.2:** πολιτισμικοί -ιστορικοί πόροι: ως τέτοιοι θεωρούνται τα μνημεία (Παρθενώνας στην Ακρόπολη, πηγή: [www.travelstyle.gr](http://www.travelstyle.gr)), τα ήθη και τα έθιμα (έθιμο των Μπότηδων στην Κέρκυρα, τη Μεγάλη Παρασκευή, πηγή: [checkin.trivago.gr](http://checkin.trivago.gr)), οι μορφές τέχνης (θεατρικό έργο: το παιχνίδι της επιθυμίας και του φόβου, πηγή: [www.clickatlife.gr](http://www.clickatlife.gr)), τα παραδοσιακά προϊόντα (ροδίτικο μελεκούνι, πηγή: [www.agro24.gr](http://www.agro24.gr)), η θρησκεία (Ι.Μ. Αγίων Πάντων, στα Πιέρια, πηγή: αρχείο συγγραφέα), η παράδοση της περιοχής (επιμορφωτικός σύλλογος Φοίνικας στη Σύρο, πηγή: <http://www.koinignomi.gr>), οι πολιτιστικές δραστηριότητες (15<sup>ο</sup> αθηναϊκό φεστιβάλ τζαζ, πηγή: [www.artplay.gr](http://www.artplay.gr)), η γλώσσα (πηγή: [koukfamily.blogspot.com](http://koukfamily.blogspot.com)), η ιστορία της περιοχής (το αρχαίο θέατρο της Βεργίνας στην Ημαθία, πηγή: [art-hellas.blogspot.com](http://art-hellas.blogspot.com)), 04/12/2015)



των τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών, αποτελεί κατ' ουσία το θεμέλιο του τοπικού τουρισμού και περιλαμβάνει: (α) χώρους διαμονής και εστίασης, (β) διάφορες διευκολύνσεις και υπηρεσίες, (γ) δραστηριότητες ειδικών συμφερόντων και (δ) επαρκή οδική συγκοινωνιακή πρόσβαση (υποδομές, εξοπλισμός, λειτουργικοί παράγοντες και κυβερνητικοί κανονισμοί) στην περιοχή (Τσάρτας, 1999).



**ΕΙΚΟΝΑ 6.3:** *ανθρωπογενείς πόροι:* ως τέτοιοι θεωρούνται οι παραδοσιακοί οικισμοί (Νυμφαίο στη Φλώρινα, πηγή: [www.agro-tour.net](http://www.agro-tour.net)), η παραδοσιακή αρχιτεκτονική (συνοικισμός Κυριώτισσας στη Βέροια, πηγή: [girismata.skai.gr](http://girismata.skai.gr)), τα μουσεία (Μουσείο Ακροπόλεως, πηγή: [www.parapolitika.gr](http://www.parapolitika.gr)), τα ιστορικά κέντρα (ιστορικό κέντρο Αθήνας, πηγή: [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr)), τα θεματικά πάρκα (η Eurodisney, στο Παρίσι πηγή: [www.athensvoice.gr](http://www.athensvoice.gr)), 04/12/2015

Η διαμόρφωση της τουριστικής προσφοράς κάθε περιοχής στηρίζεται στην ποικιλία, ποιότητα, εξειδίκευση και σωστή διαχείριση τους.

Βεβαίως, θα πρέπει να σημειωθεί ότι η πλειονότητα των εναλλακτικών τουριστών χρησιμοποιούν για τη προσέγγιση τους στις περιοχές υποδοχής, τα δικά τους οχήματα. Συνεπώς, η ύπαρξη ενός ικανοποιητικού οδικού δικτύου είναι ιδιαίτερο πλεονέκτημα για τις τελευταίες, αν και η γενικευμένη χρησιμοποίησή, πλέον, εξελιγμένων οχημάτων SUV ή εκτός δρόμου (off road), έχει συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη, κυρίως, του ορεινού τουρισμού, ακόμα και σε τόπους χωρίς τέτοιο δίκτυο (Βελισσαρίου, 2000).

## 6.2. Αναπτυξιακός σχεδιασμός και διαχείριση του εναλλακτικού τουρισμού

### 6.2.1. Σχεδιασμός της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού

Ο τουριστικός σχεδιασμός διεξάγεται σε πέντε βήματα (φάσεις):



**ΕΙΚΟΝΑ 6.4:** υποδομές και υπηρεσίες: ως τέτοιες θεωρούνται τα αεροδρόμια (Αεροδρόμιο Αθηνών Ελ. Βενιζέλος, πηγή: [www.crashonline.gr](http://www.crashonline.gr)), τα λιμάνια (το λιμάνι του Πειραιά, πηγή: [www.elculture.gr](http://www.elculture.gr)), οι υποδομές αθλητισμού (το Ολυμπιακό Αθλητικό Κέντρο Αθηνών, πηγή: [www.sport24.gr](http://www.sport24.gr)), οι επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής (εστιατόριο στη Σκιάθο, πηγή: [e-thessalia.gr](http://e-thessalia.gr)), τα ξενοδοχεία (το Holton Hotel, στην Αθήνα, πηγή: [www.hiltonathens.gr](http://www.hiltonathens.gr)), το οδικό δίκτυο (Αττική Οδός, πηγή: [www.crashonline.gr](http://www.crashonline.gr)), 04/12/2015

- Στην πρώτη φάση (φάση έρευνας και συνθετικής καταγραφής των βασικών παραμέτρων της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής) καταγράφεται λεπτομερώς το σύνολο των συνιστωσών της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης, προκειμένου να προσδιοριστούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της, στα

οποία στηρίζεται η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε κάθε περιοχή

- Στη δεύτερη βάση (φάση προσδιορισμού των κύριων σκοπών του σχεδίου της τουριστικής ανάπτυξης) συγκεκριμενοποιούνται οι κύριοι σχεδιαστικοί σκοποί σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο (π.χ. το τουριστικό οικονομικό όφελος, η περιβαλλοντική προστασία, η εξέλιξη των υποδομών τουρισμού).
- Στην τρίτη φάση (φάση επιλογής του κυρίου αναπτυξιακού πλαισίου), καθορίζεται το κύριο αναπτυξιακό πλαίσιο, από το σύνολο των εναλλακτικών σχεδίων ανάπτυξης, που αντιπροσωπεύουν τα διαφορετικά αντίστοιχα πρότυπα, με βάση τα τοπικά χαρακτηριστικά και τις τοπικές ιδιαιτερότητες
- Στην τέταρτη φάση (φάση διαμόρφωσης των βασικών συνισταμένων: στρατηγικών, μελετών και προγραμμάτων, στο αναπτυξιακό σχέδιο της τουριστικής πολιτικής), προσδιορίζονται τα προγράμματα εκπαίδευσης, μάρκετινγκ και περιβαλλοντικής προστασίας, οι στρατηγικές προσέλκυσης επενδύσεων και ειδικές μελέτες
- Στην πέμπτη φάση (φάση μεθόδων και πολιτικών εφαρμογής του τουριστικού αναπτυξιακού σχεδίου) συνίσταται εξειδικευμένος φορέας εφαρμογής, διαχείρισης και παρακολούθησης του αναπτυξιακού σχεδίου

Με βάση τα παραπάνω, η δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος πολλαπλών κινήτρων, πλήρως συναρμοσμένου με όλους τους άλλους τοπικούς οικονομικούς κλάδους στηρίζεται στο σωστό σχεδιασμό και στις ορθές χωροταξικές επιλογές. Οποιαδήποτε άλλη προσπάθεια εκφεύγει του παραπάνω πλαισίου, μοιραία, θα οδηγείται σε αποτυχία (Τσάρτας 1996).

#### *6.2.2. Διαχείριση της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού*

Το σχήμα οργάνωσης, παρακολούθησης και διαχείρισης, συμπεριλαμβανομένων των διαδικαστικών ρυθμίσεων δικαίου της τελευταίας, θα πρέπει να εδράζεται σε λειτουργικό θεσμικό πλαίσιο, ώστε η συνολική διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης, να χαρακτηρίζεται τουλάχιστον ικανοποιητική (Τσάρτας, 1996).

Τρία είναι τα σημαντικότερα επίπεδα διαχείρισης:

(α) η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού εντός των πλαισίων της τουριστικής ανάπτυξης, που περιλαμβάνει προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης, επιμορφωτικά προγράμματα του τοπικού πληθυσμού, προγράμματα τουριστικής και περιβαλλοντικής εκπαίδευσης.

(β) η διαχείριση της τουριστικής περιοχής, υπό το πρίσμα του τουριστικού προϊόντος, που εμπεριέχει τη διαχείριση των κοινωνικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων σε αυτή, αλλά και τη διαχείριση της υποβάθμιση της

(γ) η διαχείριση του προγράμματος τουριστικού μάρκετινγκ της περιοχής, που αποτελείται από τη διαμόρφωση συγκεκριμένης τουριστικής εικόνας για την περιοχή, τη συνεχή, διαφημιστική προβολή της και την αδιάκοπη έρευνα για νέες, πολλά υποσχόμενες, αγορές.

### *6.3. Στόχοι της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού*

Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί ένα ισχυρό όπλο στη φαρέτρα του τουριστικού ανταγωνισμού κάθε τόπου, με στόχο την τουριστική ανάπτυξη του, μέσα από επιδιώξεις στον κοινωνικό, οικονομικό και περιβαλλοντικό τομέα.

Σε κοινωνικό επίπεδο, οι στόχοι αφορούν: την ενεργή συμμετοχικότητα των τουριστών, την αγαστή συνεργασία και επικοινωνία των τουριστών με τον τοπικό πληθυσμό και τη δυνατότητα διάχυσης στην τοπική κοινωνία του οικονομικού οφέλους που αποκομίζεται από τον τουρισμό.

Όσον αφορά το οικονομικό επίπεδο, περιλαμβάνονται επιδιώξεις στην περιφερειακή ανάπτυξη (για ισόρροπη ανάπτυξη των περιφερειών), επιδιώξεις στην απασχόληση (για δημιουργία μεγάλου αριθμού θέσεων εργασίας), επιδιώξεις στην αξιοποίηση των παραγόμενων τοπικών προϊόντων, αλλά και επιδιώξεις στις πολλαπλασιαστικές επιδράσεις σε άλλους οικονομικούς κλάδους (εμπόριο, βιομηχανία, μεταφορές).

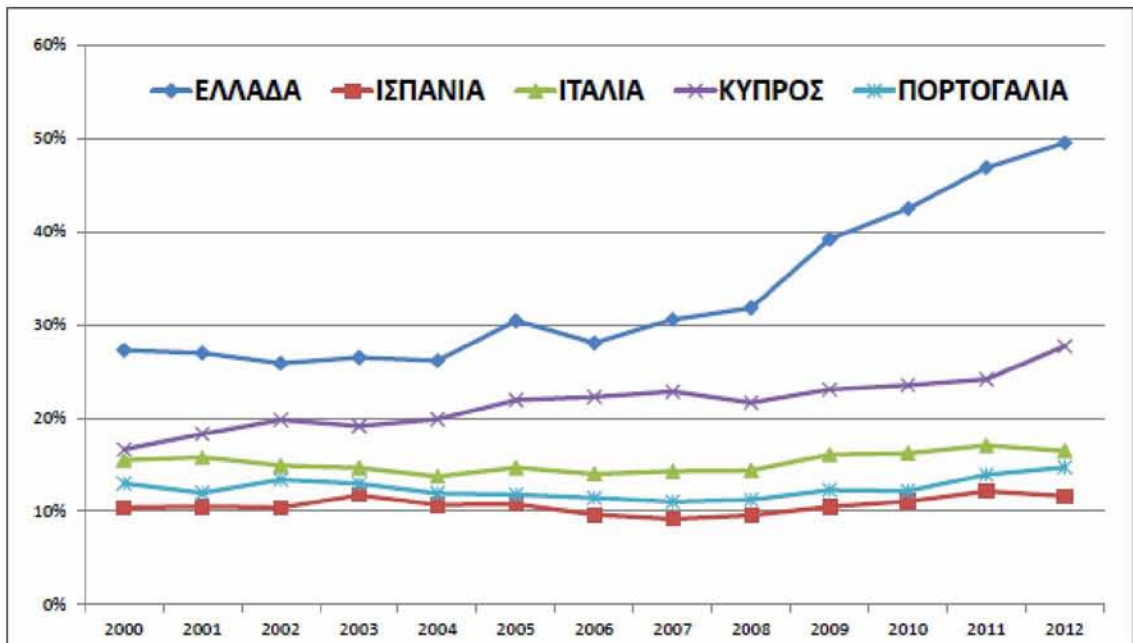
Οι περιβαλλοντικοί στόχοι, αναλύονται σε στόχους περιβαλλοντικής προστασίας και προστασίας της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς.

Ουσιώδες διακύβευμα της ανάπτυξης των μορφών του εναλλακτικού τουρισμού, αποτελεί η δημιουργία ενός πλήρους και πολυσύνθετου τουριστικού προϊόντος, το οποίο θα συντελέσει στην χρονική διεύρυνση της τουριστικής δραστηριότητας εντός του έτους, επιμηκύνοντας και την και περιορίζοντας στο ελάχιστο τη σχετική εποχικότητα και όλα τα δυσμενή οικονομικά και κοινωνικά επακόλουθα.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

## ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η υψηλή εποχικότητα του τουριστικού προϊόντος είναι από τα σημαντικότερα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού, λόγω των προβλημάτων που απορρέουν από αυτήν (χαμηλή αποδοτικότητα των κεφαλαίων που επενδύονται στον τουρισμό, υποβάθμιση του περιβάλλοντος, υποβάθμιση του εργατικού δυναμικού και ανεπαρκείς υποδομές). Με τον τρόπο αυτό, επιδεινώνεται η ιδιαίτερα προβληματική ανταγωνιστικότητά του σε σχέση με τις παλαιότερες και νέες ανταγωνίστριες χώρες (Τσίτουρας 1998).



**ΣΧΗΜΑ 7.1:** Η εξέλιξη της εποχικότητας του συνολικού τουρισμού στη χώρα μας και στις ανταγωνίστριες χώρες από το 2000 έως το 2012 (Πηγές: Παρουσίαση Μελέτη Εποχικότητας, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, 2014)

Η αντιμετώπιση του εποχικού φαινομένου στη χώρα, συνδέεται, άρρηκτα, με την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αφού βραχυπρόθεσμα στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου θα μπορούσε να συνεισφέρει η ενίσχυση τουριστικών μορφών, πέραν του μαζικού.

Εξαιτίας της βαρύτητας του συγκεκριμένου ζητήματος, αρχικώς, έγινε προσπάθεια δημιουργίας μιας σχετικής παραμέτρου που ονομάστηκε Δείκτης Τουριστικής Εποχικότητας T.S.I. (tourism seasonality index), σχετίστηκε με το άθροισμα των διανυκτερεύσεων σε οποιοδήποτε κατάλυμα κατά την περίοδο κορύφωσης της τουριστικής κίνησης κάθε έτους (δηλαδή τους μήνες Ιούνιο, Ιούλιο Αύγουστο και

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	M.O.
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΘΗΝΩΝ	37,99%	39,33%	40,90%	40,57%	41,16%	40,46%	40,36%	39,43%	40,02%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	56,65%	56,38%	57,09%	54,31%	54,66%	54,23%	60,05%	58,53%	56,49%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	53,60%	56,10%	56,37%	59,51%	60,00%	66,28%	58,18%	40,84%	56,36%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	57,19%	56,26%	59,17%	57,93%	59,13%	61,21%	61,74%	61,08%	59,22%
ΝΟΜΟΣ ΑΙΤΩΛΙΑΣ ΚΑΙ ΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	47,79%	43,50%	56,10%	52,33%	51,62%	51,36%	49,56%	47,88%	50,02%
ΝΟΜΟΣ ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ	68,62%	63,37%	65,03%	66,79%	71,43%	70,53%	71,34%	69,67%	68,35%
ΝΟΜΟΣ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	43,69%	42,63%	47,10%	40,97%	41,73%	44,56%	45,48%	41,22%	43,42%
ΝΟΜΟΣ ΑΡΤΗΣ	44,46%	35,02%	36,89%	33,05%	38,67%	38,20%	38,66%	42,61%	38,45%
ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ	55,03%	53,14%	65,26%	68,63%	67,89%	64,01%	62,18%	62,23%	62,30%
ΝΟΜΟΣ ΒΟΙΩΤΙΑΣ	32,37%	29,47%	32,85%	35,12%	33,69%	32,25%	77,74%	24,11%	37,20%
ΝΟΜΟΣ ΓΡΕΒΕΝΩΝ	30,99%	28,59%	30,60%	30,01%	30,91%	33,95%	21,82%	52,49%	32,42%
ΝΟΜΟΣ ΔΡΑΜΑΣ	33,73%	35,80%	37,66%	36,33%	33,63%	38,92%	31,67%	26,89%	34,33%
ΝΟΜΟΣ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ	77,75%	78,06%	79,27%	80,70%	79,48%	79,65%	79,03%	80,02%	79,24%
ΝΟΜΟΣ ΕΒΡΟΥ	53,89%	50,05%	57,40%	50,92%	52,60%	49,82%	51,42%	49,79%	51,99%
ΝΟΜΟΣ ΕΥΒΟΙΑΣ	72,99%	71,28%	76,87%	76,51%	78,03%	78,85%	78,89%	77,50%	76,37%
ΝΟΜΟΣ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	31,60%	30,08%	35,42%	29,89%	32,24%	32,77%	34,10%	30,96%	32,13%
ΝΟΜΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ	77,99%	78,47%	80,52%	82,43%	81,17%	82,72%	82,93%	84,30%	81,32%
ΝΟΜΟΣ ΗΛΕΙΑΣ	63,01%	65,51%	71,13%	70,58%	73,28%	72,97%	74,00%	75,20%	70,71%
ΝΟΜΟΣ ΗΜΑΘΙΑΣ	37,00%	39,14%	36,63%	37,33%	36,06%	38,42%	35,37%	31,86%	36,48%
ΝΟΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	73,00%	73,27%	76,57%	76,37%	75,14%	76,46%	75,84%	76,57%	75,40%
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	85,44%	81,76%	78,85%	77,28%	78,70%	76,48%	76,58%	74,11%	78,65%
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	36,14%	36,15%	37,52%	39,64%	40,86%	39,38%	38,97%	37,75%	38,30%
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	38,83%	36,06%	39,07%	35,67%	35,32%	32,86%	33,39%	29,85%	35,13%
ΝΟΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ	78,78%	78,40%	81,09%	80,12%	83,33%	84,06%	83,59%	82,56%	81,49%
ΝΟΜΟΣ ΚΑΡΔΙΤΣΗΣ	49,40%	48,21%	48,43%	45,64%	44,61%	43,47%	40,24%	38,82%	44,85%
ΝΟΜΟΣ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	37,32%	36,83%	32,77%	32,55%	34,48%	31,78%	27,93%	28,70%	32,79%
ΝΟΜΟΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	79,76%	79,10%	81,30%	80,85%	80,28%	80,64%	81,00%	82,26%	80,65%
ΝΟΜΟΣ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	82,34%	78,63%	83,61%	83,34%	83,77%	82,96%	82,72%	84,52%	82,73%
ΝΟΜΟΣ ΚΙΛΙΚΙΑΣ	43,21%	42,77%	43,17%	48,71%	43,61%	48,18%	42,06%	44,21%	44,49%
ΝΟΜΟΣ ΚΟΖΑΝΗΣ	30,95%	34,74%	34,73%	34,68%	35,06%	38,17%	38,70%	37,00%	35,50%
ΝΟΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	58,40%	61,06%	61,80%	62,34%	59,52%	58,19%	61,24%	63,33%	60,73%
ΝΟΜΟΣ ΚΥΚΛΑΔΩΝ	85,37%	84,67%	84,39%	85,43%	85,71%	85,39%	85,52%	87,06%	85,44%
ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	68,23%	66,80%	66,27%	64,82%	65,48%	64,97%	67,03%	65,12%	66,09%
ΝΟΜΟΣ ΛΑΡΙΣΗΣ	41,23%	40,18%	39,47%	37,21%	39,08%	41,28%	43,63%	40,31%	40,30%
ΝΟΜΟΣ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	73,36%	73,87%	75,64%	77,75%	76,13%	77,16%	75,13%	76,27%	75,66%
ΝΟΜΟΣ ΛΕΣΒΟΥ	80,05%	79,43%	81,46%	80,76%	80,88%	81,28%	78,25%	76,97%	79,88%
ΝΟΜΟΣ ΛΕΥΚΑΔΟΣ	83,65%	85,80%	82,64%	86,03%	86,34%	87,48%	84,27%	88,14%	85,54%
ΝΟΜΟΣ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	70,95%	69,64%	75,14%	75,16%	75,69%	77,00%	73,34%	73,61%	73,82%
ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	71,24%	70,84%	72,79%	72,31%	71,76%	71,75%	63,47%	74,90%	71,13%
ΝΟΜΟΣ ΞΑΝΘΗΣ	36,20%	34,04%	35,97%	38,11%	37,60%	41,16%	41,21%	43,15%	38,43%
ΝΟΜΟΣ ΠΕΛΛΗΣ	39,71%	36,33%	40,24%	39,02%	38,71%	36,35%	32,76%	29,19%	36,54%
ΝΟΜΟΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	80,87%	82,37%	84,33%	83,94%	84,18%	84,32%	86,59%	88,80%	84,42%
ΝΟΜΟΣ ΠΡΕΒΕΖΗΣ	83,10%	80,63%	83,16%	82,16%	84,55%	83,74%	86,72%	84,46%	83,57%
ΝΟΜΟΣ ΡΕΘΥΜΝΗΣ	74,88%	73,39%	75,28%	75,75%	76,09%	77,49%	75,53%	76,81%	75,65%
ΝΟΜΟΣ ΡΟΔΟΠΗΣ	45,87%	46,62%	43,55%	41,32%	49,76%	44,95%	41,26%	47,66%	45,12%
ΝΟΜΟΣ ΣΑΜΟΥ	82,08%	81,95%	84,32%	85,75%	83,56%	83,88%	84,43%	85,04%	83,88%
ΝΟΜΟΣ ΣΕΡΡΩΝ	42,82%	43,59%	45,49%	44,80%	38,20%	39,69%	39,55%	41,18%	41,92%
ΝΟΜΟΣ ΤΡΙΚΑΛΩΝ	34,98%	38,31%	46,12%	41,99%	45,08%	43,53%	41,35%	39,94%	41,41%
ΝΟΜΟΣ ΦΘΙΩΤΙΔΟΣ	63,88%	58,72%	54,47%	52,56%	55,00%	51,63%	56,85%	54,91%	56,00%
ΝΟΜΟΣ ΦΛΩΡΙΝΗΣ	38,27%	34,53%	35,06%	37,35%	34,98%	33,86%	30,32%	28,63%	34,13%
ΝΟΜΟΣ ΦΩΚΙΔΟΣ	45,59%	46,21%	50,44%	48,67%	52,90%	49,99%	48,30%	44,71%	48,35%
ΝΟΜΟΣ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	82,45%	81,66%	81,49%	78,71%	77,38%	78,57%	85,83%	86,85%	81,62%
ΝΟΜΟΣ ΧΑΝΙΩΝ	76,42%	74,54%	77,15%	78,27%	76,89%	76,80%	77,01%	79,29%	77,05%
ΝΟΜΟΣ ΧΙΟΥ	72,39%	70,88%	71,49%	73,83%	73,04%	74,35%	70,79%	65,89%	71,58%

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7.1:** Αναλυτικός πίνακας της εξέλιξης των τιμών του Δείκτη Τουριστικής Εποχικότητας (TSI) ανά νομό για όλη την επικράτεια κατά την εξεταζόμενη οκταετία (2005-2012). (Ίδια επεξεργασία, πηγές δεδομένων: ΕΛΣΤΑΤ)

Σεπτέμβριο) και με το ετήσιο συνολικό αριθμό διανυκτερεύσεων, ενώ προσδιορίστηκε από τη σχέση:

$$TSI = \frac{\text{Άθροισμα των διανυκτερεύσεων σε οποιοδήποτε κατάλυμα κατά τους μήνες Ιούνιο, Ιούλιο, Αύγουστο}}{\text{Ετήσιος συνολικός αριθμός διανυκτερεύσεων σε οποιοδήποτε κατάλυμα}}$$

Στη συνέχεια, αφού υπολογίστηκε ο συγκεκριμένος δείκτης για κάθε νομό της χώρας και για κάθε έτος (για την οκταετία 2005 έως και 2012, για την οποία και διατίθενται σχετικά στοιχεία από την Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία), προέκυψε ο μέσος όρος οκταετίας του TSI ανά νομό, όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα.

Κατόπιν, κατηγοριοποιήσαμε τους ελληνικούς νομούς σε τέσσερις κλίμακες, ανάλογα με τη μέση τιμή του δείκτη τουριστικής εποχικότητας που παρουσίαζαν:

- 1<sup>η</sup> κατηγορία: νομοί με χαμηλή τουριστική εποχικότητα ( $TSI < 40\%$ )
- 2<sup>η</sup> κατηγορία: νομοί με μέση τουριστική εποχικότητα ( $40\% \leq TSI < 60\%$ )
- 3<sup>η</sup> κατηγορία: νομοί με υψηλή τουριστική εποχικότητα ( $60\% \leq TSI < 80\%$ )
- 4<sup>η</sup> κατηγορία: νομοί με πολύ υψηλή τουριστική εποχικότητα ( $TSI \geq 80\%$ )

και τέλος οπτικοποιήσαμε την παραγόμενη πληροφορία, όπως παρουσιάζεται στο χάρτη.

Όπως γίνεται αντιληπτό, στην κατηγορία χαμηλής τουριστικής εποχικότητας κατατάσσονται δεκατρείς (13) νομοί της ηπειρωτικής χώρας, που ανήκουν χωροταξικά στην πλειονότητα τους (οκτώ), στο γεωγραφικό διαμέρισμα της Μακεδονίας. Μόνο δύο (2) νομοί, τέλος, από την Ήπειρο και ένας (1) από τη Θράκη και την Στερεά Ελλάδα, συμπληρώνουν τον αριθμό.

Η κατηγορία μέσης εποχικότητας περιλαμβάνει δεκαπέντε (15) νομούς (τη Θράκη, πλην της Ξάνθης, την Θεσσαλία εκτός από τη Μαγνησία, την Στερεά εκτός Ευρυτανίας, Βοιωτίας και Εύβοιας, τους νομούς της Κεντρικής Μακεδονίας, Σέρρες και Κιλκίς και την Αρκαδία).

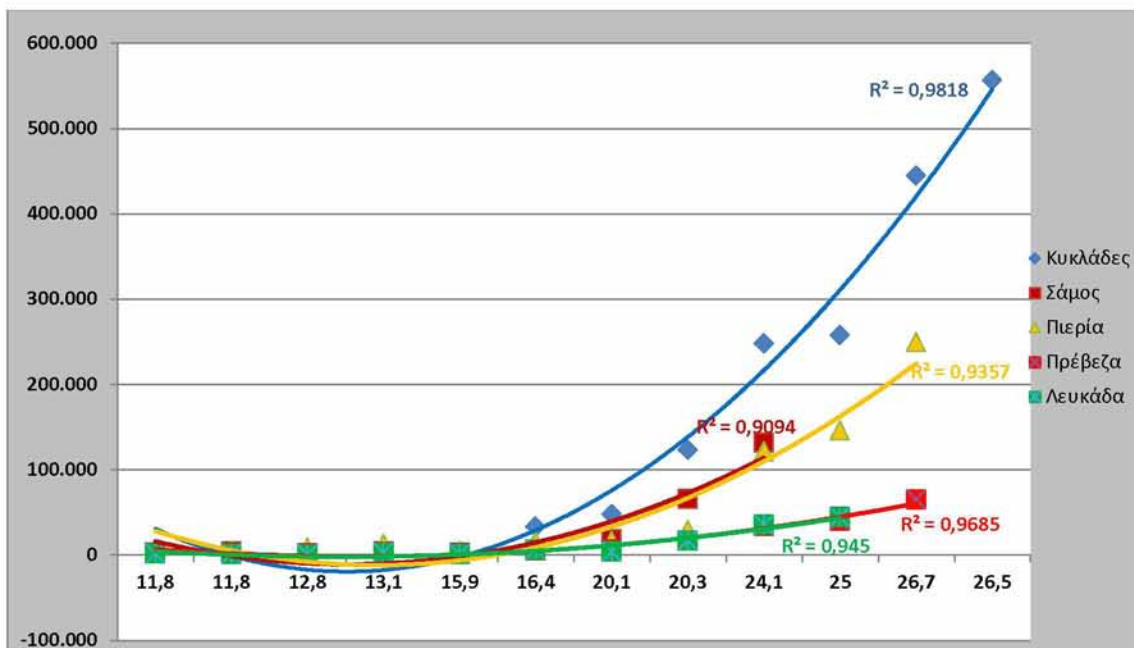
Αντίθετα στη κατηγορία υψηλής τουριστικής εποχικότητας εντάσσονται δεκαέξι (16) νομοί (όλοι οι υπόλοιποι πελοποννησιακοί νομοί, η Μαγνησία και Θεσπρωτία και οι



νησιωτικοί νομοί της Κρήτης, του Βορειοανατολικού Αιγαίου, εκτός Σάμου και της Δωδεκανήσου).

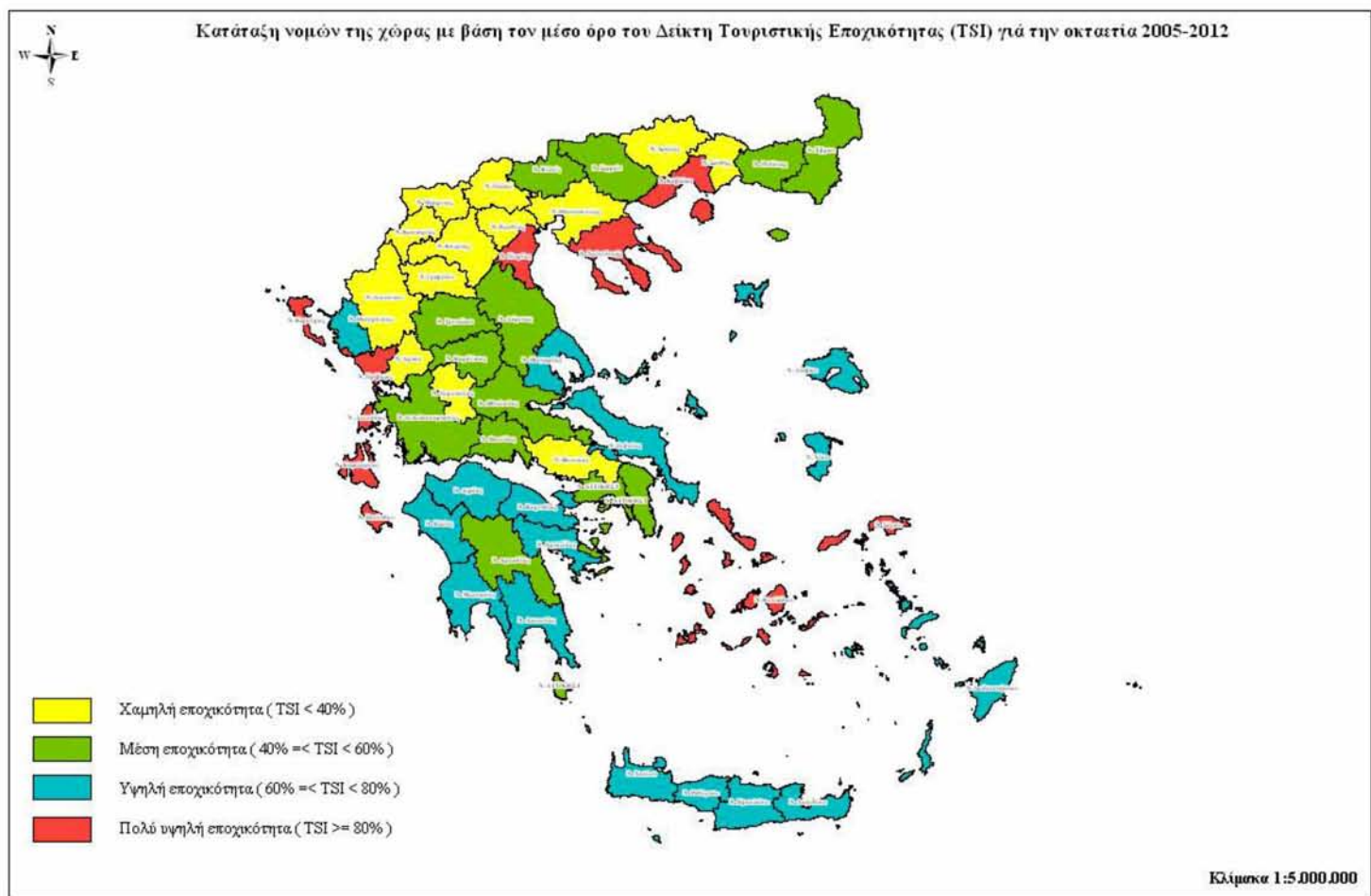
Τέλος, νομοί με πολύ υψηλή τουριστική εποχικότητα φαίνεται να χαρακτηρίζονται οι εξής δέκα (οι νησιωτικοί των Κυκλάδων, των Επτανήσων, της Σάμου και οι παραθαλάσσιοι της Χαλκιδικής, της Καβάλας της Πιερίας και της Πρέβεζας).

Προσπαθώντας να εντοπίσουμε πιθανούς παράγοντες τουριστικής εποχικότητας, συσχετίζουμε, αρχικώς, την εξέλιξη της μέσης μηνιαίας θερμοκρασίας για το έτος 2012 (το τελευταίο έτος για το οποίο υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία) για τους πέντε νομούς με τους υψηλότερους TSI με τις αντίστοιχες συνολικές διανυκτερεύσεις σε οποιοδήποτε κατάλυμα. Από το σχετικό διάγραμμα, προκύπτει ότι παρουσιάζεται πολύ υψηλή συσχέτιση μεταξύ των μέσων μηνιαίων θερμοκρασιών και των μηνιαίων διανυκτερεύσεων, αφού ο συντελεστής προσδιορισμού  $R^2$  ξεκινά από 0,909 και αγγίζει το 0,981 και συνεπώς ελάχιστη είναι η διασπορά του σφάλματος της παλινδρόμησης και άρα η πρόβλεψη που βασίζεται στην ευθεία παλινδρόμησης πλησιάζει το άριστο.



**ΣΧΗΜΑ 7.2:** Εξέλιξη της συμμεταβολής των τιμών της μέσης μηνιαίας θερμοκρασίας αέρα ( $^{\circ}\text{C}$ ) και των διανυκτερεύσεων ανά μήνα στους πέντε νομούς με τον υψηλότερο Δείκτη Τουριστικής Εποχικότητας (TSI) σε όλη την επικράτεια, κατά το έτος 2012. (Ίδια επεξεργασία, πηγές δεδομένων: ΕΛΣΤΑΤ και ΕΜΥ)

Στη συνέχεια, διαπιστώνουμε ότι και οι πέντε νομοί με τον υψηλότερο μέσο Δείκτη Τουριστικής Εποχικότητας για την εξεταζόμενη οκταετία (2005-2012) είναι νησιωτικοί

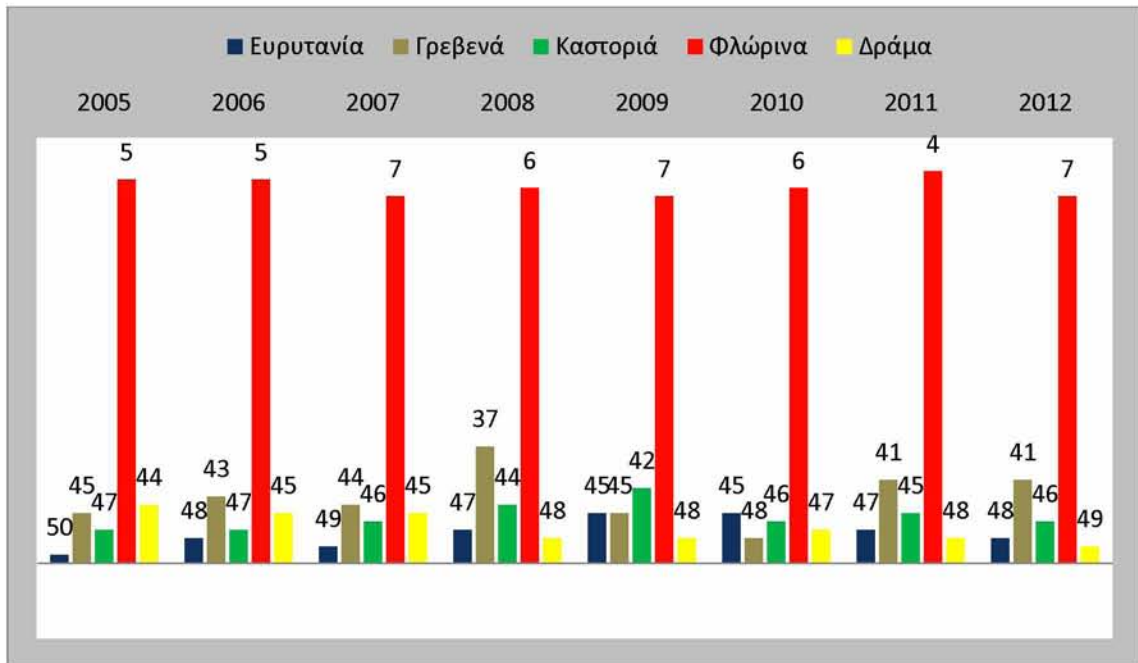


Δημιουργία χάρτη : Μαντρατζής Παναγιώτης, φοιτητής ΤΜΧΠΠΑ, Α.Μ.1119

ΧΑΡΤΗΣ 7.1: Η κατάταξη των νομών της χώρας με βάση το μέσο όρο του Δείκτη Τουριστικής Εποχικότητας (TSE) για την οκταετία (2005-2012). (Ίδια επεξεργασία, πηγές δεδομένων: ΕΛΣΤΑΤ)

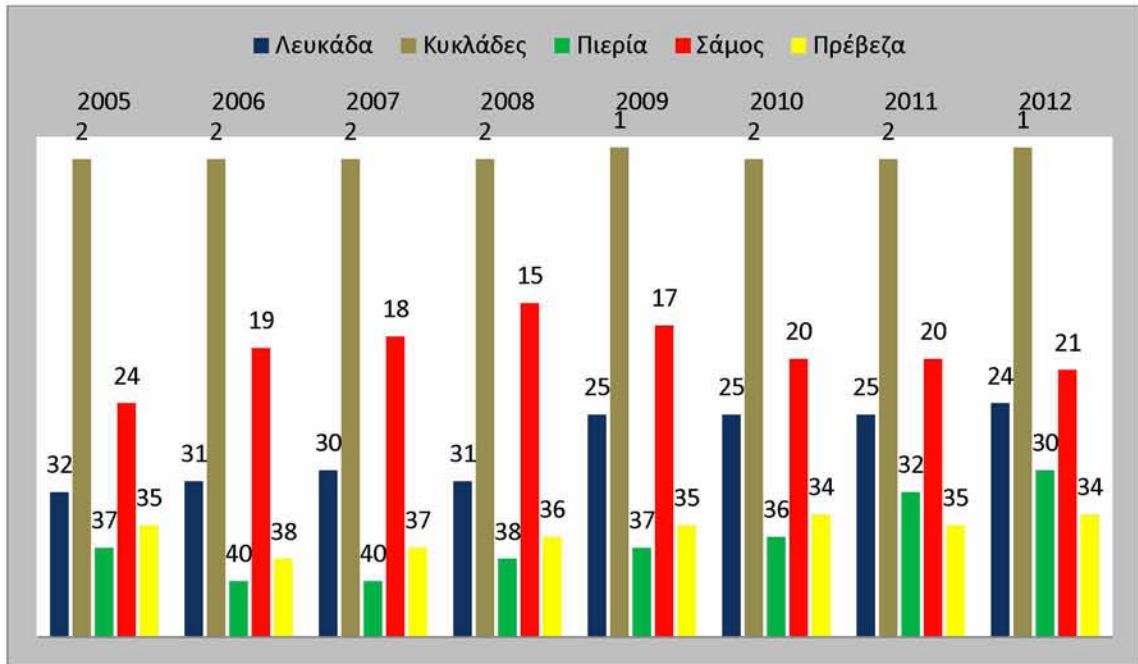
(Κυκλάδες, Σάμος, Λευκάδα) ή παράκτιοι με μεγάλο μήκος ακτών (Περία με παραθαλάσσιο μέτωπο μήκους 71 χλμ και Πρέβεζα με παραθαλάσσιο μέτωπο 91 χλμ), ενώ αντίθετα, κανείς από τους πέντε νομούς με το χαμηλότερο πανελλαδικά μέσο δείκτη (Ευρυτανία, Γρεβενά, Καστοριά, Δράμα, Φλώρινα) δεν βρέχεται από θάλασσα. Η συγκεκριμένη παρατήρηση, πιθανώς να θέτει και την εγγύτητα κάθε τουριστικής περιοχής με την θάλασσα, ως ένα δεύτερο παράγοντα δημιουργίας εποχικότητας.

Προσεγγίζοντας τις τιμές του κατά κεφαλήν Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος, ως δείκτη του επιπέδου ανάπτυξης της κάθε περιοχής (πηλίκο του πραγματικού ΑΕΠ / πληθυσμό της περιοχής, σε € και σε τρέχουσες τιμές) για τους πέντε νομούς με τον υψηλότερο TSI και για τους πέντε νομούς με το χαμηλότερο TSI (ώστε να συγκεκριμενοποιηθεί η θέση που κατέχουν στην πανελλαδική ιεραρχία), καταλήγουμε στα παρακάτω διαγράμματα:



**ΣΧΗΜΑ 7.3:** Η εξέλιξη της θέσης στην πανελλαδική ιεραρχία του κατά κεφαλήν ΑΕγχΠ, που ουσιαστικά αντικατοπτρίζει το επίπεδο ανάπτυξης των πέντε νομών με το μικρότερο TSI για την εξεταζόμενη οκταετία (2005-2012). (Ίδια επεξεργασία, πηγές δεδομένων: ΕΛΣΤΑΤ)

Από τα παραπάνω εξάγεται το συμπέρασμα ότι πιθανώς οι νομοί με πολύ μικρότερο ΑΕγχΠ και συνεπώς επίπεδο ανάπτυξης (άρα και υποδομών) παρουσιάζουν μικρότερο TSI σε σχέση με νομούς με υψηλό ΑΕγχΠ, καθιστώντας τον τελευταίο έναν τρίτο



**ΣΧΗΜΑ 7.4:** Η εξέλιξη της θέσης στην πανελλαδική ιεραρχία του κατά κεφαλήν ΑΕγχΠ, που ουσιαστικά αντικατοπτρίζει το επίπεδο ανάπτυξης των πέντε νομών με το μεγαλύτερο TSI για την εξεταζόμενη οκταετία (2005-2012). (Ίδια επεξεργασία, πηγές δεδομένων: ΕΛΣΤΑΤ)

παράγοντας δημιουργίας τουριστικής εποχικότητας. Ως εξαίρεση στο παραπάνω μοτίβο εμφανίζεται ο νομός Φλώρινας, με χαμηλό TSI, αλλά υψηλό ΑΕγχΠ, που ίσως να οφείλεται στη λειτουργία εδώ και τουλάχιστον μισό αιώνα ενός λιγνιτωρυχείου (Αμύνταιο Φλώρινας) και ενός μεγάλου θερμοηλεκτρικού εργοστασίου της ΔΕΗ στην περιοχή (Μελίτη Φλώρινας), που συνεισέφεραν και συνεισφέρουν τα μέγιστα στην τοπική ανάπτυξη.

Αν εξετάσουμε την εγγύτητα των συγκεκριμένων δέκα αυτών νομών με μεγάλες πόλεις (για την ελληνική κλίμακα), θα παρατηρήσουμε ότι οι ηπειρωτικοί νομοί με υψηλή εποχικότητα, βρίσκονται σε οδική απόσταση που χρονικά καλύπτεται εντός των πολύ 150 λεπτών από κάποιες από αυτές (Πάτρα προς Λευκάδα και Πρέβεζα, Θεσσαλονίκη προς Πιερία), ενώ το ίδιο ισχύει και για τα νησιά της κατηγορίας αυτής από το λιμάνι του Πειραιά, με εξαίρεση τη Σάμο. Αντίθετα, οι νομοί με χαμηλό TSI απέχουν χρονικά κατά πολύ περισσότερο από τα ίδια αστικά κέντρα (Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Πάτρα). Για το λόγο αυτό, είναι πιθανώς η εποχικότητα της κάθε τουριστικής περιοχής να επηρεάζεται σημαντικά από την απόσταση της από τα μεγάλα ελληνικά αστικά κέντρα.

		Προορισμός				
		Λευκάδα	Κυκλάδες	Πιερία	Σάμος	Πρέβεζα
Αφετηρία	Αθήνα	290	60	260	780	310
	Θεσσαλονίκη	270	510	50	1080	230
	Πάτρα	130	370	310	940	150

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7.2:** Η χρονική απόσταση σε min των τριών μεγαλύτερων αστικών κέντρων της χώρας με τις πρωτεύουσες των νομών (για τις Κυκλάδες επιλέχθηκε η Χώρα της Κύθνου) που παρουσιάζουν τον υψηλότερο πανελλαδικά TSI (Ιδία επεξεργασία, πηγές δεδομένων: www.vriskoapostasi.gr, 02/01/2016)

Βέβαια, δεν θα πρέπει να παραλειφθεί, η προφανής σχέση του TSI με την επικρατούσα ανά περίοδο και περιοχή κοινωνική πίεση και τουριστική μόδα, που καθορίζουν εν πολλοίς τους προορισμούς με υψηλή επισκεψιμότητα. Προς επίρρωση του παραπάνω, παρατίθενται οι πίνακες αμερικανικού ταξιδιωτικού ιστότοπου ('tripAdvisor'), με τους δέκα τουριστικούς

		Προορισμός				
		Ευρυτανία	Γρεβενά	Καστοριά	Δράμα	Φλώρινα
Αφετηρία	Αθήνα	220	310	350	380	370
	Θεσσαλονίκη	290	100	120	90	120
	Πάτρα	180	230	270	400	300

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7.3:** Η χρονική απόσταση σε min των τριών μεγαλύτερων αστικών κέντρων της χώρας με τις πρωτεύουσες των νομών που παρουσιάζουν το χαμηλότερο πανελλαδικά TSI (Ιδία επεξεργασία, πηγές δεδομένων: www.vriskoapostasi.gr, 02/01/2016)

προορισμούς στην Ελλάδα για το 2012 και το 2015, που επιλέχθηκαν περισσότερο, για τουρισμό μεγαλύτερο των 4 διανυκτερεύσεων, από υποψήφιους ταξιδιώτες. Το σύνολο των περιοχών και στους δύο καταλόγους (με εξαίρεση την Αττική) παρουσίασαν υψηλό ή πολύ υψηλό δείκτη τουριστικής εποχικότητας (Ζάκυνθος, Κυκλάδες, Κρήτη, Μαγνησία, Κέρκυρα).

	Οι δέκα δημοφιλέστεροι ελληνικοί προορισμοί για το 2012	Νομός	TSI
1	Σκιάθος	Μαγνησίας	Υψηλό
2	Μύκονος	Κυκλάδων	Πολύ υψηλό
3	Κέρκυρα	Κέρκυρας	Πολύ υψηλό
4	Λίνδος	Δωδεκανήσου	Υψηλό
5	Σταλίδα	Ηρακλείου	Υψηλό
6	Φαληράκι	Δωδεκανήσου	Υψηλό
7	Πεύκοι	Δωδεκανήσου	Υψηλό
8	Τσιλιβί	Ζακύνθου	Πολύ υψηλό
9	Μάλια	Ηρακλείου	Υψηλό
10	Καλαμάκι	Ηρακλείου	Υψηλό

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7.4:** Οι δέκα ελληνικοί τουριστικοί προορισμοί, που επιλέχθηκαν περισσότερο από οποιονδήποτε τουρίστα το 2012, για διάρκεια ταξιδιού μεγαλύτερη των τεσσάρων διανυκτερεύσεων και το TSI που παρουσιάζουν (Ιδία επεξεργασία, πηγές δεδομένων: <http://www.tripadvisor.com>, 02/01/2016)

	Οι δέκα δημοφιλέστεροι ελληνικοί προορισμοί για το 2015	Νομός	TSI
1	Αθήνα	Αττικής	Μέσο
2	Χανιά	Χανίων	Υψηλό
3	Ημεροβίγλι	Κυκλάδων	Πολύ υψηλό
4	Οία	Κυκλάδων	Πολύ υψηλό
5	Φηρά	Κυκλάδων	Πολύ υψηλό
6	Χερσόνησος	Ηρακλείου	Υψηλό
7	Ρέθυμνο	Ρεθύμνου	Υψηλό
8	Μύκονος	Κυκλάδων	Πολύ υψηλό
9	Τσιλιβί	Ζακύνθου	Πολύ υψηλό
10	Αποκορώνας	Χανίων	Υψηλό

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7.5:** Οι δέκα ελληνικοί τουριστικοί προορισμοί, που επιλέχθηκαν περισσότερο από οποιονδήποτε τουρίστα το 2015, για διάρκεια ταξιδιού μεγαλύτερη των τεσσάρων διανυκτερεύσεων και το TSI που παρουσιάζουν (Ιδία επεξεργασία, πηγές δεδομένων: <http://www.tripadvisor.com>, 02/01/2016)

### 7.1. Συμπέρασμα

Ανακεφαλαιώνοντας, πρέπει να επισημανθεί ότι ένας βασικός παράγοντας περιορισμού του εναλλακτικού τουρισμού παγκοσμίως, όπως και στη χώρα μας, είναι η εμφάνιση του φαινομένου της εποχικότητας στον τουρισμό. Το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό οφείλεται σε πλήθος παραγόντων, οι οποίοι συνήθως είναι περίπλοκοι και οι σπουδαιότεροι είναι (Baum&Morrisson, 2004):

- (α) φυσικά αίτια, όπως ο καιρός και τα προβλήματα που δημιουργεί, το κλίμα, η γεωγραφική θέση
- (β) θεσμικά και πολιτιστικά αίτια, όπως η διαθεσιμότητα ελεύθερου χρόνου, οι θρησκευτικές εκδηλώσεις, η διαθεσιμότητα του ελεύθερου χρόνου, η διάρκεια των διακοπών και αργιών, η απόσταση από μεγάλα αστικά κέντρα

Αφετέρου, οι επιπτώσεις στην περιοχή είναι ιδιαίτερα δυσμενείς κυρίως σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο.

Επειδή, για το λόγο αυτό, κρίθηκε ότι θα έπρεπε να μελετηθεί περαιτέρω, αρχικά προσδιορίστηκε ένας δείκτης τουριστικής εποχικότητας με την ονομασία TSI και στη συνέχεια υπολογίστηκε ο μέσος όρος της οκταετίας, με βάση τα διαθέσιμα στατιστικά δεδομένα της ΕΛΣΤΑΤ για την οκταετία 2005 έως και 2012. Το αποτέλεσμα κατηγοριοποίησε τους ελληνικούς νομούς σε τέσσερις κλίμακες (χαμηλή, μέση, υψηλή και πολύ υψηλή εποχικότητα), ενώ η επεξεργασία αποτυπώθηκε και οπτικά.

Ως παράγοντες δημιουργίας της τουριστικής εποχικότητας δείχνουν να λειτουργούν στη συγκεκριμένη περίπτωση:

- (α) η μέση μηνιαία θερμοκρασία ανά έτος της περιοχής (φυσικός παράγοντας)
- (β) η γεωγραφική θέση της περιοχής (φυσικός παράγοντας)
- (γ) η υπάρχουσα υποδομή και ανάπτυξη στην περιοχή (θεσμικός παράγοντας)
- (δ) η εγγύτητα της περιοχής με μεγάλα αστικά κέντρα (θεσμικός παράγοντας)
- (ε) η επικρατούσα κοινωνική αντίληψη και μόδα (θεσμικός παράγοντας)

γεγονός που συνάδει απόλυτα με την προαναφερόμενη βιβλιογραφία.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8****ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Ο πολυσύνθετος χαρακτήρας του τουρισμού τον καθιστά αδιαμφισβήτητα εξέχοντα παράγοντα ανάπτυξης του τόπου υποδοχής, αφού επιδρά σε μεγάλο βαθμό στην οικονομία (προσελκύοντας επενδύσεις, αυξάνοντας την απασχόληση, το ΑΕγχΠ και τα φορολογικά έσοδα), στην κοινωνία (αυξάνοντας την επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα και αποτελώντας σημείο επικοινωνίας και διαπολιτισμικής ανταλλαγής), στο περιβάλλον (ευαισθητοποιώντας την τοπική κοινωνία σε θέματα προστασίας φυσικού και δομημένου χώρου, στη χρήση φυσικών πόρων και στην ανάδειξη και επαναχρησιμοποίηση παραδοσιακών οικημάτων και εγκαταστάσεων) αλλά και στον πολιτισμό του (αναβιώνοντας και προβάλλοντας τις ειδοποιούς πολιτιστικές διαφορές).

Από τις αρχές του εικοστού αιώνα, ο σημαίνοντας ρόλος της τουριστικής βιομηχανίας γίνεται κοινή συνείδηση, σε αναπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες, αναγκάζοντας τις να επιδοθούν σε έναν, άνευ προηγουμένου, αγώνα για την κατάκτηση της πιο υψηλής θέσης στην παγκόσμια τουριστική ιεραρχία, που θα αποφέρει και τα περισσότερα οφέλη γι' αυτές.

Σε πολλές χώρες, όπως και στη χώρα μας, αυτή η συνολική διαδικασία έγινε, τουλάχιστον στις πρώτες δεκαετίες, χωρίς να εφαρμοστεί συγκεκριμένο πλαίσιο τουριστικής ανάπτυξης από την συντεταγμένη πολιτεία, που πελαγοδρομούσε στη χάραξη σχετικής πολιτικής, με αποτέλεσμα το μοντέλο μαζικού τουρισμού που αρχικά ακολουθήθηκε, σχεδόν αποκλειστικά, για να πετύχει τον στόχο της τοπικής ανάπτυξης, να κορεστεί και να παρεκτραπεί από το βασικό άξονα του, θέτοντας το θεωρούμενο οικονομικό όφελος μακράν το σημαντικότερο στοιχείο του.

Όμως, από τα μέσα της δεκαετίας του 1980, αρχίζει να γίνεται κατανοητή η υφιστάμενη δυσμενής κατάσταση, τόσο σε παγκόσμιο όσο και σε εθνικό επίπεδο και καθίσταται εμφανώς αναγκαία η εφαρμογή ορθολογικού συστήματος ανάπτυξης, οπότε και βρίσκει γόνιμο έδαφος για να αναδυθεί ο εντελώς διαφορετικός του μαζικού, εναλλακτικός τουρισμός.

Ο εναλλακτικός τουρίστας αναζητεί την επαφή με τη φύση και τον πολιτισμό, αρνείται τα απρόσωπα τουριστικά πακέτα και αποφεύγει τις κοσμικές και πολυσύχναστες περιοχές.

Η χώρα μας, λόγω γεωπολιτικής θέσης και κλίματος, παρουσιάζει εξαιρετικές προϋποθέσεις ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού (χιλιάδες χιλιόμετρα ακτών, πολυάριθμοι και ποικιλόμορφοι σχηματισμοί τόσο στον οριζόντιο όσο και στον κατακόρυφο διαμελισμό της, μοναδική και πλουσιότατη χλωρίδα και πανίδα, πλήθος ιαματικών πηγών, αρχαιοτήτων και θρησκευτικών μνημείων βαρύνουσας σημασίας), ο οποίος θα αποτελέσει το ανάχωμα στις προβληματικές καταστάσεις του μαζικού.



Προϋποθέσεις για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στη χώρα, μέσω του εναλλακτικού τουρισμού, θεωρούνται:

- (α) η άμεση κατάργηση της «μονοκαλλιέργειας» του μαζικού τουρισμού και της μονοσήμαντης και αποκλειστικής εξάρτησης της οικονομίας από τη μαζική ζήτηση υποδομών και υπηρεσιών σε περιορισμένη χρονική περίοδο,
- (β) η συγκρότηση ενός εθνικού, πλήρους, διαφοροποιημένου και ποιοτικού τουριστικού πακέτου προϊόντων και υπηρεσιών υπό τον ακριβή κρατικό συντονισμό και ακολουθώντας τις προσαγωγές του σύγχρονου μάρκετινγκ,
- (γ) ο κατακερματισμός της παρατηρούμενης τουριστικής χωρικής υπερσυγκέντρωσης σε όλη την επικράτεια, ώστε να περιοριστούν οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα
- (δ) η ακριβής εφαρμογή του θεσμικού στρατηγικού σχεδιασμού, από όλα τα επίπεδα τουριστικής πολιτικής
- (ε) η προσφορά γενναίων κινήτρων για ποιοτική αναβάθμιση των προσφερόμενων αγαθών και υπηρεσιών
- (στ) η εξεύρεση νέων τουριστικών αγορών, βάσει επανασχεδιασμού στόχων και σκοπών
- (ζ) ο συστηματικός, εμπειριστατωμένος και επιστημονικός τουριστικός σχεδιασμός, με δύο κεντρικούς πυλώνες, τον κρατικό (στενό ή ευρύ) και τον ιδιωτικό (επαγγελματικοί και επιστημονικοί φορείς και τοπική κοινωνία).

Η προσπάθεια της στατιστικής προσέγγισης του προβλήματος της τουριστικής εποχικότητας στη χώρα μας, οδήγησε στην άποψη ότι αυτή συνδέεται με:

- το κλίμα (περιοχές θερμότερο κλίμα φαίνεται να παρουσιάζουν υψηλότερη εποχικότητα),
- την εγγύτητα με τη θάλασσα (περιοχές πλησιέστερα στη θάλασσα φαίνεται να παρουσιάζουν υψηλότερη εποχικότητα),
- το επίπεδο τοπικής ανάπτυξης (περιοχές με μικρότερη ανάπτυξη φαίνεται να παρουσιάζουν μικρότερη εποχικότητα)
- την απόσταση από τα τρία μεγάλα αστικά κέντρα (περιοχές πλησιέστερα στην Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Πάτρα φαίνεται να παρουσιάζουν μεγαλύτερη εποχικότητα)
- την επικρατούσα τουριστική μόδα (περιοχές που προβάλλονται περισσότερο φαίνεται να παρουσιάζουν μεγαλύτερη εποχικότητα)

Επομένως είναι απαραίτητο

- να καθιερωθούν και να εφαρμοστούν με ακρίβεια κατάλληλα τουριστικά αναπτυξιακά πλαίσια, ώστε να αποκατασταθεί η ισορροπία τουρισμού και περιβάλλοντος,

- να καθοριστεί η φέρουσα τουριστική ικανότητα κάθε περιοχής, προκειμένου να διατηρηθούν οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι κάθε περιοχής
- να προσδιοριστούν συγκεκριμένα εργαλεία και μέθοδοι τουριστικής ανάπτυξης
- να προβληθούν τουριστικές επιχειρηματικές δραστηριότητες στο πνεύμα της αειφορικότητας, που αξιοποιούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα και τις τοπικές αναπτυξιακές ευκαιρίες
- να αναπτύξει την περιβαλλοντική εκπαίδευση σε όλο το εύρος της

Ο μαζικός τουρισμός, ούτε είναι δυνατόν, ούτε θα πρέπει να αντικατασταθεί ολοκληρωτικά από τον εναλλακτικό τουρισμό, λόγω της υψηλής ζήτησης και των μεγάλων επενδύσεων που έχουν πραγματοποιηθεί. Αναγκαίο, όμως, είναι να γίνει το ιδεατό περισσότερο εφικτό, με την προώθηση ενός πλαισίου οργανωμένου μαζικού τουρισμού που να ελαχιστοποιεί τις κάθε είδους αρνητικές συνεπαγωγές.

Ο εναλλακτικός τουρισμός, όμως, θα πρέπει να αποτελέσει το βασικό πυλώνα της σύγχρονης ελληνικής τουριστικής πολιτικής, με δεδομένο τον προφανή υψηλό αριθμό τουριστών στην Ευρώπη και σε όλο τον κόσμο που τον αναζητούν τα τελευταία χρόνια.

Η ανάπτυξη του, όμως, ιδιαίτερα σε μια τόσο δύσκολη περίοδο δημοσιονομικής προσαρμογής, αποτελεί ευκαιρία για κρατική ανάκαμψη και δεν θα πρέπει να αφεθεί ανεκμετάλλευτη, πραγματοποιούμενη εντός θεσμικής αναπτυξιακής στρατηγικής που θα διεγείρει όλες τις συνιστώσες της, για μια ολιστική δράση.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## Ξενόγλωσση

- Barquero, A., V. (1991) *Τοπική Ανάπτυξη. Μια Στρατηγική για τη δημιουργία Απασχόλησης*, μετάφραση Β. Χωραφά, πτυχ. Ι.Π.Α., Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση.
- Butler, R.W., (1990) 'Alternative tourism: pious hope or Trojan Horse?', *Journal of Travel Research*, **28** (3), 40-45
- Coccosis, H., (1996). 'Tourism and Sustainability: Perspectives and Implications' στο: *Sustainable Tourism: European Experiences* (eds Priestley G.K, Edwards J.A. and Coccosis H.), Wallingford UK: CAB INTERNATIONAL
- Cohen, E. (1972) 'Towards an sociology of international tourism', *Journal of Social Research*, 39, 164-182
- Eadington, R. and Smith, V. (1992) *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Gartner W. (2001) *Τουριστική ανάπτυξη-Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές*, Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην
- Laarman, J.G. and P.B. Durst, (1987), 'Nature travel and tropical forests' FPEI Working Paper 23, Research Triangle Park, NC: Southeastern Center of Forest Economics Research
- Lane, B. (1993), 'Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation', στο : Bramwell, B & Lane, B. (eds) (1993), *Rural Tourism and sustainable Tourism Development*, Channel view, Clevedon
- Page, S. (2006) *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Μετάφραση Γ. & Θ. Αθανασίου, Επιμέλεια Θ. Μαυροδόντης, Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήσης
- Pearce, D.G., (1992), 'Alternative Tourism : Concepts, classifications and questions' στο: Eadington, R. and Smith, V. (1992) *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

- Shaw, G., Williams, M. (2004) *Tourism and Tourist Spaces*, London: Sage Publishing
- Siegfried, A., (1995), 'Les Aspects du XX Siecle' στο Βαρβαρέσος Στ., (2000), "Τουρισμός: Οικονομικές Προσεγγίσεις", Εκδόσεις Προπομπός 2000
- Standeven, J. and De Knop, P. (1999) *Sport tourism*, Canberra: Human Kinetics

### Ελληνόγλωσση

- Ακογλάνης, Μ. (2011) 'Εναλλακτικές μορφές τουρισμού για την Κρήτη'. Πτυχιακή εργασία, Ηράκλειο: Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΑΤΕΙ Κρήτης
- Ανδριώτης, Κ. (2003) 'Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του', *ΤΟΠΟΣ Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης, Σχεδιασμού και Περιβάλλοντος*, **20-21**, 139-154
- Ανδριώτης Κ. (2005) *Τουριστική ανάπτυξη και σχεδιασμός*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε.
- Αυγερινού - Κολώνια Σ. (1996) *Ειδικά Θέματα Αναπτυξιακού Σχεδιασμού*. Αθήνα: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Τμήμα Αρχιτεκτόνων, Τομέας Πολεοδομίας – Χωροταξίας
- Βαρβαρέσος, Σ. (1998) *Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές: η ελληνική πραγματικότητα*, Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός
- Βαρβαρέσος, Σ. και Σωτηριάδης, Μ. (2002) 'Θεσμοθετημένα όργανα τουριστικής διοίκησης και πολιτικής: Συγκριτική μελέτη Γαλλίας – Ελλάδας', *Αρχείο Οικονομικής Ιστορίας*, **1**, 249-275
- Βελισσαρίου, Ε. (2000) *Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού*, ΕΑΠ, Πάτρα
- ΕΟΤ (2000), *Ανάπτυξη, συμμετοχή, ποιότητα ζωής*, Αθήνα: Έκδοση Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού
- Ηγουμενάκης, Ν., (2007), *Τουρισμός και Οικονομία*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης

- Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. και Λύτρας, Π. (1998) *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks
- Ιακωβίδου, Ο. (2003), 'Ο Αγροτουρισμός στην Ελλάδα - ένας απολογισμός της αποκτηθείσας εμπειρίας', ΓΕΩΤΕΧΝΙΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ, εκδ. Γεωτεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας, **132**
- Καραχοντζίδης, Δ. και Σφακιανάκης, Κ. (2002) 'Τουριστική εποχικότητα', Περιοδικό Τουρισμός και Οικονομία, **278**
- Κατωτριάτου Ε, (2001), *Ο Γεωτουρισμός και η συμβολή του στη βιώσιμη ανάπτυξη: Η περίπτωση της Λέσβου*, Λέσβος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π. (2001) *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική ΑΕ.
- Κομίλης, Π. και Βαγιονής, Ν.(1999), *Τουριστικός Σχεδιασμός Μέθοδος & πρακτικές αξιολόγησης*, Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός
- Κούρκουλου, Ε. (2011) 'Ο τουρισμός υγείας και η ανάπτυξη του στην Ελλάδα, με ιδιαίτερη προσέγγιση στον ιαματικό τουρισμό – ευεξίας'. Πτυχιακή εργασία, Ηράκλειο: Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΑΤΕΙ Κρήτης
- Λύτρας Π. (1983), *Τουριστική ανάπτυξη: θεωρία και πράξη: τουριστική υποδομή, τουριστική εκπαίδευση, τουριστικό περιβάλλον*, Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήσης.
- Ματζουράνη, Κ. και Τζιφάκη, Χ. (2006) 'Επιπτώσεις – προοπτικές εξέλιξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα'. Πτυχιακή εργασία, Ηράκλειο: Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΑΤΕΙ Κρήτης
- Μοίρα, Π. και Μυλωνόπουλος Δ. (2006) 'Η κρουαζιέρα ως τουριστική υπηρεσία: κοινωνιολογική προσέγγιση', *e-Περιοδικό Επιστήμης & Τεχνολογίας*, (2), 28-38
- Μόσχου, Α. (2013) 'Διαφορές εναλλακτικού και μαζικού τουρισμού: Διερεύνηση των χαρακτηριστικών των τουριστών στην Εύβοια'. Διπλωματική εργασία, Ηράκλειο: Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΑΤΕΙ Κρήτης

- Μουζακίτης, Ι.Β. και Κ. και Πολυκανδριώτης, Η. (2011) 'Αθλήματα περιπέτειας'. Πτυχιακή εργασία, Ηράκλειο: Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΑΤΕΙ Κρήτης
- Παπαγεωργίου, Μ. (2011), 'Η γεωγραφία και χωροταξία του θερμολιστικού τουρισμού στην Ελλάδα', Γεωγραφίες, (18),58-80
- Πολύζος, Σ. (2002), 'Ανάλυση Παραγόντων Επιρροής και Εμπειρική Διερεύνηση των Εσωτερικών Τουριστικών Ροών στην Ελλάδα', ΤΟΠΟΣ, (18-19), 87-108
- Πολύζος, Σ. (2010) 'Θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα: Χωρική ανάλυση και συμβολή στην ανάπτυξη μειονεκτικών περιοχών', Σειρά ερευνητικών εργασιών, 16 (9),203-222
- Πολύζος, Σ. (2014) *Σημειώσεις Αστικής ανάπτυξης*, Βόλος: Πανεπιστημιακές εκδόσεις Θεσσαλίας
- Πολύζος, Σ. (2015) *Αστική ανάπτυξη*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική ΑΕ
- Σπιλάνης, Γ. (2000), 'Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη: Η περίπτωση των νησιών του Αιγαίου' στο: Π. Τσάρτας (επ.) Τουριστική ανάπτυξη πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις, Αθήνα: Εκδόσεις Εξάντας
- Σφακιανάκης Μ.,(2000), *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Εκδόσεις Έλλην
- Τουφεγοπούλου, Α. (2008) 'Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και νέες τουριστικές περιοχές: Διερεύνηση της τουριστικής ανάπτυξης των Λουτρών Αριδαίας'. Διπλωματική εργασία, Αθήνα: ΔΠΜΣ Αρχιτεκτονική και σχεδιασμός του χώρου, ΕΜΠ
- Τσάρτας Π. (1996), 'Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό', Αθήνα: εκδ. Εξάντας, 1996, στο « Παράλληλα Κείμενα για τη θεματική ενότητα « Τουριστικός τομέας», Πάτρα, ΕΑΠ, 2000
- Τσάρτας Π., Μανώλογλου Ε., Μάρκου Α. (2001) *Ποιοτικά χαρακτηριστικά και τάσεις ζήτησης εσωτερικού τουρισμού*, Αθήνα: ΕΚΚΕ

Τσάρτας, Π. (1999), 'Τουριστική Ανάπτυξη: Χαρακτηριστικά και Πρότυπα', στο Κοκκώσης, Χ.-. Τσάρτας, Π.: « Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό», Πάτρα: ΕΑΠ

Τσάρτας, Π. (2010) *Ελληνική τουριστική ανάπτυξη*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική ΑΕ

#### *Θεσμικά κείμενα*

Κ.Υ.Α. 67659/2013 (ΦΕΚ 3155B Έγκριση τροποποίησης Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό και της Στρατηγικής Μελέτης Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων αυτού

Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων, ΓΓΔΕ (2013), '2<sup>η</sup> Εγκύκλιος σχεδιασμού και κατάρτισης αναπτυξιακού προγραμματισμού περιόδου 2014-2020', Αθήνα

#### *Διαδικτυακοί τόποι*

[www.kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr)

[www.kalamaki-zante.blogspot.com](http://www.kalamaki-zante.blogspot.com)

[www.espressonews.gr](http://www.espressonews.gr)

[www.syrizacorfu.blogspot.gr](http://www.syrizacorfu.blogspot.gr)

[www.visitedipsos.gr](http://www.visitedipsos.gr)

<https://arcadia.ceid.upatras.gr>

[www.kavalagreece.gr](http://www.kavalagreece.gr)

[www.protothema.gr](http://www.protothema.gr)

<https://oikologein.blogspot.gr>

[www.flowmagazine.gr](http://www.flowmagazine.gr)

[www.ntua.gr](http://www.ntua.gr)

<http://dasarxeio.com>

[www.greeknaturephotopress.gr](http://www.greeknaturephotopress.gr)

[www.espa.gr](http://www.espa.gr)

<http://tourismlobby.blogspot.gr>

<http://appsso.eurostat.ec.europa.eu>

[www.lidoriki.com](http://www.lidoriki.com)  
[www.gnto.gov.gr](http://www.gnto.gov.gr)  
[www.agrodata.gr](http://www.agrodata.gr)  
[www.konitsa.gr](http://www.konitsa.gr)  
[www.enlefkotv.com](http://www.enlefkotv.com)  
[www.thetoc.gr](http://www.thetoc.gr)  
[www.onsports.gr](http://www.onsports.gr)  
[www.plutontravel.com.cy](http://www.plutontravel.com.cy)  
[www.aksconference.com](http://www.aksconference.com)  
[www.portoni.gr](http://www.portoni.gr)  
[www.enterprisegreece.gov.gr](http://www.enterprisegreece.gov.gr)  
[http://vounisios.pblogs.gr](http://http://vounisios.pblogs.gr)  
[www.news24.gr](http://www.news24.gr)  
[www.samaria.gr](http://www.samaria.gr)  
[www.seleo.gr](http://www.seleo.gr)  
[www.parosislandinfo.gr](http://www.parosislandinfo.gr)  
[www.digital-camera.gr](http://www.digital-camera.gr)  
[www.cretanmagazine.gr](http://www.cretanmagazine.gr)  
[www.7gym-laris.lar.sch.gr](http://www.7gym-laris.lar.sch.gr)  
[www.naturagraeca.com](http://www.naturagraeca.com)  
[www.ethnos.gr](http://www.ethnos.gr)  
[www.piraeusview.gr](http://www.piraeusview.gr)  
[www.kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr)  
[www.exarchia.pblogs.gr](http://www.exarchia.pblogs.gr)  
[www.biodiversitysitia.gr](http://www.biodiversitysitia.gr)  
[www.travelstyle.gr](http://www.travelstyle.gr)  
[www.checkin.trivago.gr](http://www.checkin.trivago.gr)  
[www.clickatlife.gr](http://www.clickatlife.gr)  
[www.agro24.gr](http://www.agro24.gr)  
[www.koinignomi.gr](http://www.koinignomi.gr)  
[www.artplay.gr](http://www.artplay.gr)



[www.koukfamily.blogspot.com](http://www.koukfamily.blogspot.com)

[www.art-hellas.blogspot.com](http://www.art-hellas.blogspot.com)

[www.agro-tour.net](http://www.agro-tour.net)

[www.girismata.skai.gr](http://www.girismata.skai.gr)

[www.parapolitika.gr](http://www.parapolitika.gr)

[www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr)

[www.athensvoice.gr](http://www.athensvoice.gr)

<https://commons.wikimedia.org>

[www.pacsafe.com](http://www.pacsafe.com)

<http://santo-rinios.blogspot.gr>