

**ΔΠΜΣ Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού
Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής
Ανάπτυξης
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας**

Διπλωματική Εργασία

**ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: Η
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΡΙΩΝ ΕΥΡΩΠΑΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ**

Ελένη Γεωργίου Ζουμπουλίδου

Επιβλέπων Καθηγητής : Καθηγητής Μιχαήλ Ζουμπουλάκης

Βόλος, 2018

Υπεύθυνη Δήλωση Πρωτοτυπίας Διπλωματικής Εργασίας

Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της διπλωματικής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στη διπλωματική εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η διπλωματική εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του διατμηματικού προγράμματος μεταπτυχιακών σπουδών του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Βόλος, Σεπτέμβριος 2018

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

ABSTRACT

Εισαγωγή

ΜΕΡΟΣ 1ο

Κεφάλαιο 1

1.1 Εννοιολογική προσέγγιση του τουρισμού

- 1.1.1 Η έννοια του τουρισμού
- 1.1.2 Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού
 - 1.1.2.1 Η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού
- 1.1.3 Οι διακρίσεις του τουρισμού
 - 1.1.3.1 Ο τουρισμός ως οικονομικός τομέας
 - 1.1.3.2 Ο τουρισμός ως ένα σύστημα
 - 1.1.3.3 Τουρισμός και ανάπτυξη

1.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση και προσφορά

- 1.2.1 Η τουριστική ζήτηση
 - 1.2.1.1 Οικονομικοί παράγοντες
 - 1.2.1.2 Μη οικονομικοί παράγοντες
- 1.2.2 Η τουριστική προσφορά

1.3 Επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης

- 1.3.1 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις
- 1.3.2 Κοινωνικές και Πολιτιστικές Επιπτώσεις
- 1.3.3 Οικονομικές επιπτώσεις

Κεφάλαιο 2

2.1 Εννοιολογική προσέγγιση της βιώσιμης ανάπτυξης

2.1.1 Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης

2.1.2 Η έννοια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης

2.1.3 Η Φέρουσα Ικανότητα μιας Τουριστικής Περιοχής

2.2 Η συμβολή του τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη

2.2.1 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

2.2.1.1 Οικοτουρισμός

2.2.1.2 Πολιτιστικός και Δημιουργικός τουρισμός

2.2.2 Λόγοι δημιουργίας εναλλακτικού τουρισμού

2.2.3 Οφέλη εναλλακτικού τουρισμού

Μέρος 2ο

Κεφάλαιο 3

3.1 Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη στην Αυστρία

3.1.1 Ο τουρισμός στην οικονομία

3.1.2 Τουριστική διακυβέρνηση και χρηματοδότηση

3.1.3 Πολιτικές και προγράμματα τουρισμού

3.1.4 Ο τουρισμός με νούμερα στην Αυστρία

3.1.5 Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

3.1.6 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Κεφάλαιο 4

4.1 Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη στην Γαλλία

4.1.1 Ο τουρισμός στην οικονομία

4.1.2 Τουριστική διακυβέρνηση και χρηματοδότηση

4.1.3 Πολιτικές και προγράμματα τουρισμού

- 4.1.4 Ο τουρισμός με νούμερα στην Γαλλία
- 4.1.5 Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη
- 4.1.6 Εναλλακτικός και «πράσινος» τουρισμός

Κεφάλαιο 5

5.1 Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη στην Ιταλία

- 5.1.1 Ο τουρισμός στην οικονομία
- 5.1.2 Τουριστική διακυβέρνηση και χρηματοδότηση
- 5.1.3 Πολιτικές και προγράμματα τουρισμού
- 5.1.4 Ο τουρισμός σε νούμερα
- 5.1.5 Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη
- 5.1.6 Εναλλακτικός τουρισμός στην Ιταλία

Συμπεράσματα

Βιβλιογραφία

Περίληψη

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και είχε ως σκοπό να μελετήσει το φαινόμενο του τουρισμού και της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης τόσο σε θεωρητικό επίπεδο όσο και σε πρακτικό επίπεδο μελετώντας την περίπτωση τριών ευρωπαϊκών χωρών. Στο πρώτο μέρος της εργασίας, παρουσιάζεται η ιστορική εξέλιξη του τουρισμού, τα θετικά και αρνητικά αποτελέσματα του τουρισμού, οι παράγοντες που επηρεάζουν την ζήτηση και την προσφορά του καθώς και οι μορφές στις οποίες συναντάμε τον τουρισμό. Στη συνέχεια, γίνεται παρουσίαση της έννοιας της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και των λόγων που οδήγησαν σε αυτή, των αρχών της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης αλλά και των μορφών εναλλακτικού τουρισμού και των πρακτικών που εφαρμόζονται. Στο δεύτερο μέρος της εργασίας, παρουσιάζονται τα μεγέθη του τουρισμού σε τρεις μεγάλες και ανεπτυγμένες ευρωπαϊκές χώρες, στην Αυστρία, στην Γαλλία και στην Ιταλία. Επιπρόσθετα, παρουσιάζεται η πρόοδος πάνω στην εφαρμογή των αρχών της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες συναντώνται. Τέλος, γίνεται μια σύντομη αναφορά στις πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης τις οποίες θα έπρεπε να υιοθετήσει η Ελλάδα προκειμένου να γίνει περισσότερο ανταγωνιστική στον τομέα του τουρισμού αλλά και να ενισχύσει την προστασία του περιβάλλοντος ταυτόχρονα.

Λέξεις Κλειδιά: Τουρισμός, Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη, Εναλλακτικός Τουρισμός

Abstract

The present study “Tourism and Sustainable Development: the Case of Three European Countries” was conducted in the context of the Master’s Program in Department of Urban Planning and Regional Development at the University of Thessaly and was designed to study the phenomenon of tourism and sustainable tourism development both at the theoretical level and at a practical level by studying the case of three European countries. The first part of the paper presents the historical development of tourism, the positive and negative effects of tourism, the factors that influence its demand and supply as well as the forms we encounter in tourism. Subsequently, the concept of sustainable tourism development and the reasons for it, the principles of sustainable tourism development, as well as the forms of alternative tourism and the practices applied are presented. In the second part of the paper, the figures of tourism are presented in three major and developed European countries, Austria, France and Italy. In addition, progress is made on the application of the principles of sustainable tourism development and forms of alternative tourism that are encountered are presented. Finally, a brief reference is made to the practices of sustainable tourism development that Greece should adopt to become more competitive in the tourism sector and to enhance environmental protection at the same time.

Key Words: Tourism, Sustainable Tourism Development, Alternative Tourism

Εισαγωγή

Ο τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό κοινωνικό φαινόμενο το οποίο γνωρίζει όλο και μεγαλύτερη ανάπτυξη στις περισσότερες χώρες του κόσμου και περιλαμβάνει ένα ευρύ σύνολο οικονομικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων. Είτε πρόκειται για εγχώριο είτε για διεθνή τουρισμό, συμβάλλει σημαντικά στην βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού του τόπου προορισμού. Με τον τουρισμό δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας, εξασφαλίζονται τα απαραίτητα κεφάλαια για νέες επενδύσεις, βελτιώνονται και αυξάνονται οι υποδομές της περιοχής και παρέχει οικονομική ενίσχυση τόσο σε τοπικό όσο και σε κρατικό επίπεδο.

Εκτός από τα θετικά αποτελέσματα του τουρισμού, υπάρχουν και ορισμένες σοβαρές, κατά περίπτωση, επιπτώσεις της μεγάλης και ταχείας τουριστικής ανάπτυξης. Ορισμένα από τα αρνητικά αποτελέσματα του τουρισμού είναι η μίμηση ξένων εθίμων και η αλλοίωση των τοπικών πρακτικών, η εμπορευματοποίηση των ανθρώπινων σχέσεων, η παραποίηση του φυσικού τοπίου, η μόλυνση του περιβάλλοντος κ.ά. Έτσι, ο τουρισμός έχει δεχτεί αρκετές αρνητικές κριτικές λόγω των αρνητικών επιπτώσεων που προκαλεί στην φύση και την κοινωνία.

Λόγω των αρνητικών συνεπειών του μαζικού τουρισμού, έχει υπάρξει η ανάγκη για την αναζήτηση και την υιοθέτηση διαφορετικών προτύπων τουριστικής ανάπτυξης. Ειδικότερα, το ενδιαφέρον των τοπικών αρχών και της ευρύτερης κοινωνίας εστιάζεται στην προώθηση ηπιότερων μορφών τουριστικής ανάπτυξης οι οποίες, παράλληλα με το οικονομικό όφελος, θα προσφέρουν προστασία στο περιβάλλον και στην κοινωνία του τόπου προορισμού. Ειδικότερα, η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι πλέον, για τους περισσότερους τουριστικούς προορισμούς, κυρίαρχος στόχος.

Μια νέα προσέγγιση ανάπτυξης των τουριστικών περιοχών και της φιλοσοφία γύρω από τον τουρισμό είναι αυτή της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Στόχος της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι η υιοθέτηση πρακτικών που βοηθούν τόσο την οικονομία και τους ανθρώπους αλλά και το περιβάλλον ώστε να υπάρξει μια αειφόρος τουριστική ανάπτυξη.

Στόχος της παρούσας εργασίας είναι να περιγράψει το φαινόμενο του τουρισμού καθώς και τις έννοιες που σχετίζονται με αυτόν καθώς και τις αρχές και τις πρακτικές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Τέλος, γίνεται μια μελέτη γύρω από τον τουρισμό, την

βιώσιμη ανάπτυξη και τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται στις χώρες της Αυστρίας, Γαλλίας και Ιταλίας. Ο λόγος που επιλέχθηκαν αυτές οι τρεις χώρες είναι ότι εφαρμόζουν σε μεγάλη κλίμακα της πρακτικές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και προσφέρουν μορφές εναλλακτικού τουρισμού για τους τουρίστες.

Κεφάλαιο 1

1.1 Εννοιολογική προσέγγιση του τουρισμού

1.1.1 Η έννοια του τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό κοινωνικό φαινόμενο το οποίο είναι στενά συνδεδεμένο με την οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική και περιβαλλοντική ζωή πολλών κοινωνιών. Στις μέρες μας ο τουρισμός γνωρίζει μεγάλη ανάπτυξη και αποτελεί μία από τις κύριες οικονομικές δραστηριότητες σε παγκόσμιο επίπεδο. Αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες και ταχύτερα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες στον κόσμο. Είναι μια όλο και πιο σημαντική πηγή εισοδήματος, απασχόλησης και πλούτου σε πολλές χώρες. Επομένως, η διατύπωση ενός κοινά αποδεκτού ορισμού για τον τουρισμό αποδείχθηκε δύσκολη υπόθεση.

Η λέξη «Τουρισμός» προέρχεται από την γαλλική λέξη “tour” και την αγγλική λέξη “touring” που σημαίνουν περιήγηση. Η πρώτη προσπάθεια εννοιολογικής προσέγγισης του τουρισμού έγινε από τους καθηγητές Krapf & Hunziker το 1942 οι οποίοι υποστήριξαν πως «ο τουρισμός έπρεπε να ορισθεί ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού, υπό την προϋπόθεση πως αυτό δεν οδηγεί σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδυάζεται με καμία κερδοσκοπική δραστηριότητα» (Ηγουμενάκης, 1991).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού το 1991 έδωσε έναν από τους πιο αξιόπιστους ορισμούς, ο οποίος στη συνέχεια εγκρίθηκε και από την Στατιστική Επιτροπή των Ηνωμένων Εθνών το 1993. Σύμφωνα με αυτό τον ορισμό «Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές έξω από το σύνηθες περιβάλλον τους για χρονικό διάστημα όχι μεγαλύτερο από ένα έτος, για ψυχαγωγία, επαγγελματικούς ή άλλους σκοπούς» (Holden, 2000).

Η ανάλυση του τουρισμού μέσα σε ένα αναπτυξιακό περιβάλλον δεν μπορεί να γίνει χωρίς να προσδιορισθεί ο χαρακτήρας και το πεδίο του τουρισμού ως κοινωνική και οικονομική δραστηριότητα. Ωστόσο, παρά την συχνή παρουσία του τουρισμού και κατά συνέπεια την πιθανότητα οι περισσότεροι άνθρωποι να έχουν κατανοήσει τον όρο, ο τουρισμός παραμένει διαφορετικά προσδιορισμένος αντιστακτώντας τόσο την αφηρημένη φύση της έννοιας του όσο και τα πολυεπιστημονικά θεμέλια στη μελέτη του (Burns and Holden, 1995). Γενικά, ένας ορισμός του τουρισμού που αναφέρεται στα αγγλικά λεξικά είναι «οι δραστηριότητες των τουριστών και αυτών που τους

φροντίζουν», ξεχωρίζοντας αμέσως τον τουρισμό ως ένα κοινωνικό φαινόμενο, και η λεγόμενη «τουριστική βιομηχανία» αναφέρεται ως το σύνολο των επιχειρήσεων που προμηθεύουν ή διευκολύνουν τις τουριστικές εμπειρίες με σκοπό, συνήθως αλλά όχι απαραίτητα, το κέρδος. Αυτός ο ορισμός αντικατοπτρίζει δύο βασικές έννοιες που περιγράφει ο τουρισμός: η πρώτη είναι η κίνηση των ανθρώπων και η δεύτερη είναι ο οικονομικός χαρακτήρας του τουρισμού, ενώ μπορεί να προστεθεί και μια τρίτη έννοια αυτή της αλληλεπίδρασης των ανθρώπων, των χωρών και των διαδικασιών. Κάθε μία από τις παραπάνω έννοιες απαιτεί κάποια προσοχή στην κατανόηση της σημασίας και του πεδίου του σύγχρονου τουρισμού γενικότερα, και της σχέσης του με τις αναπτυξιακές και περιβαλλοντικές διαδικασίες ιδιαίτερα.

Όμως, η προσέγγιση του ορισμού του τουρισμού θα μπορούσε να πει κάποιος ότι εξαρτάται και από την οπτική γωνία από την οποία εξετάζεται. Για παράδειγμα, όπως αναφέρεται στο Βλάμη (2008), οι γεωγράφοι εξετάζουν την χώρο-χρονική διάσταση του φαινομένου, τις τουριστικές ροές που δημιουργούνται, το πως αναπτύσσονται και διαφοροποιούνται οι τουριστικές περιοχές, τις επιδράσεις του τουρισμού στο περιβάλλον κ.ά, ενώ από την άλλη, οι οικονομολόγοι διερευνούν την οικονομική φύση του τουρισμού και τις επιπτώσεις που αυτός έχει στην οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής (ή μιας χώρας ευρύτερα), τους παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά και τη ζήτηση του τουρισμού καθώς και το πως επηρεάζεται το βιοτικό επίπεδο του πληθυσμού της χώρας υποδοχής.

1.1.2 Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού

Τα ψυχαγωγικά και εκπαιδευτικά ταξίδια υπήρχαν ήδη στον κλασικό κόσμο και, ακόμη και νωρίτερα, στην Αίγυπτο υπό την αιγίδα των Φαραώ. Στην Αίγυπτο, υπάρχουν ενδείξεις ταξιδιών που προέρχονται από τον πολυτελές τρόπο ζωής και την αναζήτηση διασκέδασης, εμπειρίας και χαλάρωσης. Οι προνομιούχες ομάδες του πληθυσμού ήταν αυτές που πραγματοποίησαν τα πρώτα ταξίδια αναψυχής. Τα γραπτά τους λένε ότι επισκέφτηκαν διάσημα μνημεία και κειμήλια της αρχαίας αιγυπτιακής κουλτούρας. Όπως είναι για παράδειγμα η Σφίγγα και η μεγάλη πυραμίδα της Γκίζας- κτίσματα που χτίστηκαν πριν από χιλιάδες χρόνια (Hachtmann, 2007). Οι Έλληνες είχαν παρόμοιες παραδόσεις. Ταξίδεψαν στους Δελφούς για το διάσημο Μαντείο, συμμετείχαν στους Πυθικούς Αγώνες (μουσικούς και αθλητικούς αγώνες) ή στους πρώτους Ολυμπιακούς Αγώνες. Ο Ηρόδοτος (485-424 π.Χ.), ο γνωστός συγγραφέας με ενδιαφέρον τόσο για την

ιστορία όσο και για την εθνολογία που επισκέφθηκε την Αίγυπτο, τη Βόρεια Αφρική, τη Μαύρη Θάλασσα, τη Μεσοποταμία και την Ιταλία, πρωτοστάτησε σε ένα νέο είδος ερευνητικού ταξιδιού (Ludwig, 1990).

Οι ιστορικοί αναφέρουν πως ταξίδια αναψυχής πραγματοποιούνταν και για λόγους αναψυχής ή θρησκευτικούς. Στην αρχαία Ελλάδα διάφορες θρησκευτικές γιορτές, αγώνες ή ακόμα και αμφικτιονίες αποτελούσαν αφορμή για μαζικά ταξίδια. Η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού στην αρχαία Ελλάδα βασίστηκε σε δύο κύρια στοιχεία. Το πρώτο είναι πως στην Ελλάδα υπήρχε κοινό νόμισμα και αυτό διευκόλυνε σημαντικά τις μετακινήσεις και τις συναλλαγές και το δεύτερο στοιχείο είναι πως η ελληνική γλώσσα είχε εξαπλωθεί σε όλη την περιοχή της Μεσογείου καθιστώντας ευκολότερη την επικοινωνία (Avdimiotis et al., 2009). Στην Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία, οι ανώτερες τάξεις απολάμβαναν τον ελεύθερο χρόνο τους ταξιδεύοντας σε διάφορες πόλεις. Η επίσκεψη σε αξιοθέατα ήταν πολύ δημοφιλής για τους πλούσιους Ρωμαίους και η Ελλάδα και η Αίγυπτος αποτελούσαν τις κύριες επιλογές τους (Avdimiotis et al., 2009). Όμως η παρακμή της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας προκάλεσε τον εκφυλισμό πολλών δρόμων. Τα ταξίδια έγιναν πιο δύσκολα, περισσότερο επικίνδυνα και πιο περίπλοκα.

Η κινητικότητα κατά το μεσαίωνα αυξήθηκε και διαμορφώθηκε από τις δικές της κατηγορίες ταξιδιωτών που αφορούσε κυρίως ομάδες εμπόρων, φοιτητών, στρατιωτών, προσκυνητών, τεχνιτών, ζητιάνων και ληστών. Από το 12ο αιώνα, το κίνημα των λογίων της εποχής έγινε όλο και πιο σημαντικό. Πολύ συχνά ήταν τα ταξίδια σε διάσημα εκπαιδευτικά ιδρύματα στη Γαλλία (Παρίσι, Μονπελιέ), Αγγλία (Οξφόρδη) και Ιταλία (Μπολόνια). Η επιθυμία να ζήσει κανείς τον κόσμο αναδύθηκε ως ατομική, μοναδική κατευθυντήρια αρχή. Τα κίνητρα για ταξίδια ήταν η περιπλάνηση και η γνώση που αποκτά κάποιος μέσα από αυτά (Βαρβαρέσος, 2000).

Μετά το Μεσαίωνα ακολούθησε η εποχή της Αναγέννησης κατά την οποία ο τουρισμός γνώρισε μεγαλύτερη άνθιση και δημιουργήθηκαν νέα πρότυπα τα οποία έθεσαν τις βάσεις του τουρισμού που γνωρίζουμε σήμερα. Εκτός από αυτούς που ταξιδεύουν για εκπαιδευτικούς και εργασιακούς λόγους, πλέον το μεγαλύτερο μέρος των ταξιδιωτών το κάνουν με κύριο σκοπό την διασκέδαση και την επιθυμία να γνωρίσουν νέους τόπους. Το κίνημα της «Μεγάλης Περιήγησης» (Grand Tour) έχει ξεκινήσει και γίνεται κυρίως από γόνους πλούσιων οικογενειών της Γαλλίας και της Μεγάλης Βρετανίας με σκοπό να αναβαθμίσουν την ακαδημαϊκή τους μόρφωση αλλά και την κοινωνική τους ζωή. Έτσι,

επισκέπτονται μεγάλες πόλεις της εποχής όπως είναι το Παρίσι, η Ρώμη, το Λονδίνο κλπ. (Βαρβαρέσος, 2000).

Η «πρώρη» ή «προ-αναπτυξιακή» φάση του σύγχρονου τουρισμού θεωρείται γενικά ότι διήρκεσε από τον 18ο αιώνα έως το πρώτο τρίτο του 19ου αιώνα. Κατά τη διάρκεια αυτού του σταδίου, τα τουριστικά ταξίδια παρέμειναν περιορισμένα σε μια μειοψηφία πλούσιων ευγενών και εκπαιδευμένων επαγγελματιών. Για αυτούς, τα ταξίδια ήταν μια επίδειξη έκφρασης της κοινωνικής τους τάξης, η οποία παρείχε την εξουσία, το καθεστώς, τα χρήματα και τον ελεύθερο χρόνο. Δύο χαρακτηριστικά ξεχωρίζουν: αφενός, η αναζήτηση για ευχαρίστηση αντικατέστησε όλο και περισσότερο τις εκπαιδευτικές πτυχές ενώ από την άλλη, εύπορα μέλη των μεσαίων τάξεων επιδιώκουν να μιμηθούν την ταξινόμηση συμπεριφορά των ευγενών και των ανώτερων μεσαίων τάξεων. Κατά συνέπεια, οι αριστοκράτες που ήθελαν να αποφύγουν την ανάμειξη με την αστική τάξη αναζητούσαν πιο αποκλειστικούς προορισμούς για διασκέδαση (Prahl, 1991).

1.1.2.1 Η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού

Ο 19ος αιώνας αποτέλεσε τον αιώνα-κλειδί για δυναμική ανάπτυξη του τουρισμού και τη διαμόρφωση των συνθηκών που θα οδηγήσουν στη σημερινή μαζικοποίησή του. Οι εξελίξεις στον κλάδο των μεταφορών και των επικοινωνιών ήταν καθοριστικές για την τεράστια ανάπτυξη που γνώρισε ο τουρισμός. Επίσης, η οργανωτική και οικονομική επέκταση του τουρισμού στον παγκόσμιο χώρο ολοκληρώνεται από τις θεσμικές και κοινωνικές ανακατατάξεις που οδήγησαν στην βιομηχανική επανάσταση. Το 1841, ο Thomas Cook, μετέφερε 571 επιβάτες από τον σιδηροδρομικό σταθμό του Λέστερ σε ένα συλλαλητήριο στο Λάφμπορου έχοντας κανονίσει με την εταιρεία να χρεώσει ένα σελίνι το άτομο για το εισιτήριο και για το φαγητό που θα τους προσφερόταν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Από το 1855, ο Cook προσέφερε διακοπές στο εξωτερικό, για παράδειγμα το 1863 στην Ελβετία. Αυτά τροφοδότησαν μια μικτή πελατεία, από αρχηγούς κρατών και πρίγκιπες έως μέσους εκπροσώπους των μεσαίων, κατώτερων μεσαίων και εργατικών τάξεων. Ο Cook, εμπνευσμένος από σαφή κοινωνικοπολιτικά κίνητρα, ήθελε να χρησιμοποιήσει εκδρομές της Κυριακής για να δαμάσει τους εργαζόμενους από τη δυστυχία και τον αλκοολισμό των πόλεων στο πράσινο της υπαίθρου. Είχε περισσότερη επιτυχία με ανέξοδες διακοπές all-inclusive, συχνά σε ξένους προορισμούς, για τη μεσαία

τάξη. Η εισαγωγή του κουπονιού για ξενοδοχεία και τουριστικά φυλλάδια ήταν εξαιρετικά καινοτόμο. (Avdimiotis et al., 2009).

Μέχρι το τέλος του 19ου αιώνα ο σιδηρόδρομος γίνεται ο δημοφιλέστερος τρόπος μετακίνησης στην Ευρώπη και την Αμερική κάτι το οποίο οδήγησε στην ανάπτυξη του τουρισμού. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, το ταξιδιωτικό γραφείο κατάφερε να εδραιωθεί ως εξειδικευμένο ίδρυμα. Προκάλεσε όλο και μεγαλύτερες απαιτήσεις για χαλάρωση και ποικιλία μεταξύ των κοινωνικών στρωμάτων: από τη δεκαετία του 1860, τα ταξίδια έγιναν ένα είδος «λαϊκού κινήματος» που εξαπλώθηκε σε ολόκληρη την κοινωνία. Παράλληλα, τα πλοία που συνδέουν τις δύο ηπείρους, Ευρώπη και Αμερική, δίνουν μια νέα ώθηση στη μαζικοποίηση και εντατικοποίηση του τουρισμού αλλά και στη διεθνοποίηση των ταξιδιών. Η ανάπτυξη αυτή του τουρισμού οδήγησε και στην αλλαγή των διάφορων καταλυμάτων των τουριστών τα οποία από σκηνές ή ξύλινα σπίτια έγιναν ξενοδοχεία, μοτέλ καθώς και καλοκαιρινά και χειμερινά θέρετρα (Γκανιά, 2007).

Οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την ταξιδιωτική συμπεριφορά και την τουριστική ανάπτυξη είναι οι κοινωνικές αλλαγές και οι αλλαγές στο βιοτικό επίπεδο. Κατά τη δεκαετία του 1930 ενισχύεται ο «θεσμοθετημένος» τουρισμός καθώς αναπτύσσεται νομοθεσία για την στήριξή του. Ανεπτυγμένες χώρες όπως η Μεγάλη Βρετανία και η Γαλλία, ψηφίζουν νομοθετήματα που κατοχυρώνουν τις άδειες με αποδοχές. Έτσι μαζικοποιείται ο τουρισμός και διευκολύνονται οι εργαζόμενοι. Λόγω αυτών των σημαντικών αλλαγών, η δεκαετία του 1930 μπορεί να θεωρηθεί δεκαετία – σταθμός για την εξέλιξη του τουρισμού. Στα χρόνια που ακολούθησαν, ο κλάδος του τουρισμού γίνεται ένας δυναμικός κλάδος της οικονομίας και αναδεικνύεται ως κοινωνικό φαινόμενο άμεσα συνδεδεμένο με την εξέλιξη των παραγωγικών σχέσεων και την άνοδο των μεσαίων στρωμάτων στις ανεπτυγμένες χώρες (Γκανιά, 2007).

Οι εντυπωσιακοί ρυθμοί ανάπτυξης του τουρισμού συνεχίζουν και μετά το 1950 κάτι το οποίο φαίνεται και από τους δείκτες που εμφανίζουν την κινητικότητα των τουριστών, όπως είναι ο αριθμός των αφίξεων και οι διανυκτερεύσεις, αλλά και από τους οικονομικούς και αναπτυξιακούς δείκτες όπως είναι η τουριστική δαπάνη, η απασχόληση, οι σχετικές επενδύσεις και οι υποδομές. Επομένως ο τουρισμός αποκτά μια νέα μορφή, αυτή του κοινωνικού φαινομένου που σχετίζεται με τα νέα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα που επικρατούν στις ανεπτυγμένες κοινωνίες και δημιουργεί ένα ισχυρό οικονομικό τομέα ο οποίος επηρεάζει άμεσα τις επιλογές και τα χαρακτηριστικά

ανάπτυξης των περιοχών που δέχονται μαζικό τουρισμό. Παράλληλα, δημιουργούνται και τα πρώτα ερωτήματα σχετικά με την βιωσιμότητα του τουρισμού και των περιοχών που δέχονται τον τουρισμό. (Γκανιά, 2007).

Από το 1980 ξεκινά η τελευταία και πιο πρόσφατη περίοδος του μαζικού τουρισμού. Ο μαζικός τουρισμός, που στην πράξη σημαίνει τεράστιος όγκος τουριστών σε συγκεκριμένες περιοχές ανά τον κόσμο κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου, η οποία μπορεί να διαφέρει από τόπο σε τόπο ανάλογα με τα χαρακτηριστικά της περιοχής, το κλίμα και το είδος του τουρισμού, οδήγησε όμως και στην επιβάρυνση του περιβάλλοντος, με επιπτώσεις τόσο στη φύση όσο και στην ποιότητα ζωής των κατοίκων των τουριστικών περιοχών. Έτσι γεννώνται πολλά ερωτήματα που χρήζουν επίλυση τα οποία αφορούν την βιώσιμη ανάπτυξη αυτών των περιοχών και της ποιότητας ζωής των κατοίκων (Παπαλαζαρίδου, 2010). Αυτό έδωσε ώθηση σε ένα νέο κίνημα τουρισμού, το οποίο δίνει έμφαση όχι μόνο στην τουριστική και οικονομική εκμετάλλευση ενός τόπου αλλά δείχνει ιδιαίτερη αξία και σεβασμό στο περιβάλλον και στον πολιτισμό καθώς και στην ικανοποίηση των αναγκών των κατοίκων της περιοχής που δέχεται τον τουρισμό.

1.1.3 Οι διακρίσεις του τουρισμού

1.1.3.1 Ο τουρισμός ως οικονομικός τομέας

Αν και ο τουρισμός και τα ταξίδια αποτελούν κοινωνική δραστηριότητα, η δραστηριότητα αυτή εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την παροχή αγαθών και υπηρεσιών που διευκολύνουν τα ταξίδια και τις δραστηριότητές τους στον προορισμό. Στην πραγματικότητα, όσο οι άνθρωποι μπορούσαν να ταξιδέψουν, χρειάζονται ποικίλες υπηρεσίες όπως στέγαση, φαγητό και αναψυκτικά, ενώ η ανάπτυξη του διεθνούς οργανωμένου μαζικού τουρισμού, ιδίως από τη δεκαετία του 1960, στηρίχθηκε σε μεγάλο βαθμό στην ανάπτυξη μια καινοτόμου και όλο και πιο εξελιγμένης ταξιδιωτικής βιομηχανίας.

Ο τουρισμός έχει τεράστια παγκόσμια οικονομική αξία και αποτελεί έναν από τους πιο πολύτιμους τομείς εξαγωγών στον κόσμο με ετήσιες εισπράξεις πολλών δισεκατομμυρίων δολαρίων. Ο διεθνής τουρισμός, συμπεριλαμβανομένων των εσόδων από τους διεθνείς ναύλους ταξιδιού, είναι η τέταρτη μεγαλύτερη κατηγορία εξαγωγών στον κόσμο μετά από τα χημικά προϊόντα, τα αυτοκίνητα και τα καύσιμα αυτοκινήτων.

Πιο συγκεκριμένα, η συνολική παγκόσμια τουριστική οικονομία, που περιλαμβάνει τις άμεσες και έμμεσες δαπάνες που προκύπτουν τόσο από το διεθνές όσο και από το εσωτερικό ταξίδι και τον τουρισμό, ανέρχεται σε 7 τρισεκατομμύρια δολάρια. Επομένως, δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι ο τουρισμός συχνά αναφέρεται ως ο μεγαλύτερος βιομηχανικός ή οικονομικός τομέας στον κόσμο.

Αν και τα συνολικά αυτά στοιχεία είναι αναμφίβολα πολύ εντυπωσιακά, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι αποτελούν τις εκτιμήσεις στις καλύτερες τουριστικές περιόδους. Δεδομένης της κλίμακας και της ποικιλομορφίας του τουρισμού, της έλλειψης ακριβών δεδομένων σε πολλές χώρες και της δυσκολίας στον καθορισμό της σύνθεσης και της έκτασης της τουριστικής οικονομίας, είναι σχεδόν απίθανο να αποκαλυφθεί ποτέ η πραγματική αξία του τουρισμού.

Είναι επίσης σημαντικό να εκτιμήσουμε τη φύση ή τη δομή του τουρισμού ως οικονομικού τομέα. Πολύ συχνά αναφέρεται η ύπαρξη της «τουριστικής βιομηχανίας». Ωστόσο, ενώ η έννοια της τουριστικής βιομηχανίας μπορεί να είναι συνώνυμη με ορισμένους υπό-τομείς της τουριστικής οικονομίας, όπως ο πλέον ενοποιημένος ευρωπαϊκός τουριστικός τομέας, ο τουρισμός δεν μπορεί να θεωρηθεί ως βιομηχανία. Ο όρος «βιομηχανία» αναφέρεται συνήθως σε μια ενιαία, σαφώς προσδιορισμένη οικονομική δραστηριότητα με συγκεκριμένες μεθόδους παραγωγής, αναγνωρίσιμες αλυσίδες εφοδιασμού και συγκεκριμένα προϊόντα ή αποτελέσματα, για παράδειγμα η αυτοκινητοβιομηχανία ασχολείται με το σχεδιασμό, την κατασκευή και την πώληση αυτοκινήτων και βασικά περιλαμβάνει τους κατασκευαστές αυτοκινήτων, το πλήθος μικρότερων επιχειρήσεων που προμηθεύουν προϊόντα ή εξαρτήματα σε αυτά καθώς και τα δίκτυα αντιπροσώπων που πωλούν και ίσως επισκευάζουν τα αυτοκίνητα.

Στην περίπτωση του τουρισμού, οι εισροές, τα προϊόντα, οι μέθοδοι παραγωγής και οι αλυσίδες εφοδιασμού είναι πολύ λιγότερο σαφείς (Mill and Morrison, 2002). Πρώτον, δεν υπάρχει ενιαίο, σαφώς καθορισμένο «προϊόν» του τουρισμού. Οι τουρίστες καταναλώνουν εμπειρίες, η φύση των οποίων εξαρτάται τόσο από τις δραστηριότητες των ίδιων των τουριστών όσο και από την παροχή ειδικών τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Δεύτερον, οι τουριστικές υπηρεσίες παρέχονται από μια τεράστια ποικιλία επιχειρήσεων και οργανισμών, πολλές από τις οποίες, όπως οι αεροπορικές εταιρείες ή τα καταλύματα, είναι αυτοτελή βιομηχανίες από μόνες τους. Τρίτον, παρόλο που ορισμένες επιχειρήσεις, όπως η λιανική επιχείρηση ή το ταξίδι λιανικής πώλησης, είναι

προφανώς άμεσα εμπλεκόμενες στον τουρισμό, οι σχέσεις μεταξύ τουρισμού και άλλων επιχειρήσεων ή οργανισμών είναι λιγότερο σαφείς. Για παράδειγμα, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα παρέχουν υπηρεσίες σε συνάλλαγμα και οι ασφαλιστικές εταιρείες παρέχουν ταξιδιωτική ασφάλιση, αλλά ούτε αυτές μπορούν να χαρακτηριστούν ως τουριστικές επιχειρήσεις παρά την ενασχόλησή τους και την σχέση τους με την «τουριστική βιομηχανία». Ομοίως, οι εκδοτικές εταιρείες μπορούν να παράγουν ταξιδιωτικούς οδηγούς ή οι τηλεοπτικές εταιρείες μπορούν να παράγουν προγράμματα ταξιδιών ή διακοπών, αλλά φυσικά ούτε αυτές θα θεωρούνται κανονικά μέρος του τουριστικού τομέα. Εν ολίγοις, πολλές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε βιομηχανίες που συνδέονται μόνο μερικώς ή έμμεσα με τον τουρισμό αλλά δεν μπορούν να περιληφθούν αμιγώς στην «τουριστική βιομηχανία». Τέταρτον, διάφοροι άλλοι οργανισμοί του δημόσιου τομέα, από τοπικά κέντρα πληροφόρησης σε εθνικούς οργανισμούς τουρισμού, διαδραματίζουν επίσης ρόλο στην παραγωγή τουρισμού, αν και συχνά σε μη εμπορική βάση. Τέλος, δεν υπάρχει ενιαία δομή διαχείρισης στο πλαίσιο του τουρισμού. Δεν υπάρχει ξεχωριστή αλυσίδα διοίκησης στον τουρισμό και, συχνά, η εξουσία δεν ανήκει στους «παραγωγούς», όπως οι αεροπορικές εταιρείες ή τα ξενοδοχεία, αλλά με μεσάζοντες, όπως οι ταξιδιωτικοί πράκτορες. Συνεπώς, ο τουριστικός τομέας καθορίζεται από περίπλοκα δίκτυα και σχέσεις εξουσίας και ίσως είναι καλύτερο να θεωρείται ως ένα παραγωγικό σύστημα που αποτελείται από μικρότερες επιχειρήσεις οι οποίες μπορεί να διαφέρουν ως προς τη φύση και τη δομή τους παρά ως μια βιομηχανία από μόνη της.

Επιπλέον, αυτό το σύστημα τουριστικής παραγωγής αποτελεί το ίδιο μέρος ενός ευρύτερου συστήματος. Δηλαδή, το σύστημα τουριστικής παραγωγής δεν αποτελεί παρά ένα στοιχείο ενός ευρύτερου συνόλου αλληλοσυνδεόμενων δομών και διαδικασιών που συλλογικά αναφέρονται ως το τουριστικό σύστημα, μια έννοια η οποία παρέχει ένα χρήσιμο πλαίσιο για την μελέτη του τουρισμού συνολικά (Sharpley, 2009).

1.1.3.2 Ο τουρισμός ως ένα σύστημα

Είναι ήδη προφανές ότι ο τουρισμός είναι ένα περίπλοκο, πολυδιάστατο φαινόμενο που είναι δύσκολο, αν όχι αδύνατο, να οριστεί. Δηλαδή, είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο που εκδηλώνεται στην αυξανόμενη κινητικότητα των ανθρώπων σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο για διάφορους σκοπούς που συχνά, αλλά όχι πάντα, εξαρτώνται από τον

ελεύθερο χρόνο και την οικονομική δυνατότητα. Ωστόσο, αυτή η μετακίνηση ανθρώπων δεν θα συμβεί, ως επί το πλείστον, χωρίς τα αγαθά και τις υπηρεσίες που παρέχονται από το τουριστικό σύστημα παραγωγής και αγοράζονται από τους τουρίστες. Έτσι, σε ένα επίπεδο, ο τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί απλουστευτικά ως λειτουργικό οικονομικό σύστημα ζήτησης και προσφοράς στο οποίο οι ανάγκες των τουριστών καλύπτονται από μια μεγάλη ποικιλία επιχειρήσεων που πωλούν αγαθά και υπηρεσίες για κέρδος.

Αυτό το ευρύτερο σύστημα τουρισμού θεωρείται γενικά ως ένα γεωγραφικά βασισμένο μοντέλο που αποτελείται από τέσσερα βασικά στοιχεία (Farrell and Twining-Ward, 2004):

- Η περιφέρεια που παράγει τουρισμό: είναι η περιοχή που αποτελεί πηγή τουριστών και όπου σημαντικοί τομείς του τουριστικού παραγωγικού συστήματος (π.χ. αεροπορικές εταιρείες, ταξιδιωτικοί πράκτορες, ταξιδιωτικοί λιανοπωλητές, πάροχοι διεθνών καταλυμάτων) μπορεί να βρίσκονται ή να βασίζονται.
- Η τουριστική περιοχή προορισμού: η περιοχή που προσελκύει τουρίστες, η οποία βιώνει τις συνέπειες της τουριστικής ανάπτυξης και όπου εντοπίζονται τα κύρια στοιχεία του παραγωγικού συστήματος (ξενοδοχεία, αξιοθέατα, εγκαταστάσεις).
- Η περιοχή διέλευσης: η περιοχή ή η διαδρομή που ταξιδεύει ένας τουρίστας για να φτάσει στον προορισμό.
- Το περιβάλλον εντός του οποίου εντοπίζονται οι περιοχές παραγωγής, διέλευσης και προορισμού τουρισμού και με τις οποίες οι τουρίστες αλληλοεπιδρούν.

Υπάρχουν σαφείς σχέσεις σε όλο αυτό το σύστημα. Πρώτον, οι περιοχές παραγωγής και προορισμού εξαρτώνται η μία από την άλλη από την αποτελεσματική λειτουργία του οικονομικού (τουριστικού) συστήματος: για παράδειγμα, οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί σε κάθε περιοχή εξαρτώνται αμοιβαία, ενώ τα αξιοθέατα, οι εγκαταστάσεις και οι παροχές στην περιοχή προορισμού πρέπει να ικανοποιούν τις ανάγκες των τουριστών, οι οποίες δημιουργούνται ή επηρεάζονται από το δικό τους περιβάλλον. Δεύτερον, οι περιφέρειες αλληλοεπιδρούν συλλογικά με στοιχεία του ευρύτερου περιβάλλοντος στο οποίο βρίσκονται. Για παράδειγμα, οι τουρίστες και ο τουριστικός τομέας καταναλώνουν ή επηρεάζουν το τοπικό περιβάλλον και τις κοινότητες και στις δύο περιοχές, ενώ οι εξωτερικοί παράγοντες επηρεάζουν τους τουρίστες, τα πρότυπα κατανάλωσης και τις τουριστικές επιχειρήσεις. Τρίτον, είναι δυνατόν να γίνει αντιληπτό

ένα παγκόσμιο τουριστικό σύστημα το οποίο θα περιλαμβάνει το σύνολο των υποσυστημάτων του ειδικού, παραγόμενου και προοριζόμενου τουρισμού. Στο πλαίσιο αυτού του παγκόσμιου συστήματος, υπάρχει αλληλεξάρτηση μεταξύ αυτών των υποσυστημάτων. Για παράδειγμα, οι μετασχηματισμοί σε μια ενιαία περιφέρεια που παράγει τουρισμό (πολιτιστική, οικονομική, πολιτική) μπορεί να οδηγήσουν σε μετατοπίσεις των τουριστικών ροών μεταξύ των διαφόρων περιοχών προορισμού, ωφελώντας μερικούς και δημιουργώντας μειονεκτήματα σε άλλους. Ομοίως, οι μεταβαλλόμενες εξωτερικές επιδράσεις ενδέχεται να έχουν παρόμοιο αντίκτυπο. (Sharpley, 2009).

Μπορούν να διατυπωθούν αρκετά παραδείγματα που αποδεικνύουν τη διασύνδεση όλων των συστατικών στοιχείων του παγκόσμιου τουρισμού. Το σημαντικό στοιχείο όμως είναι πως η μεγάλη έρευνα στον τουρισμό εξετάζει μόνο συγκεκριμένα στοιχεία του τουριστικού συστήματος και όχι την αλληλεπίδραση μεταξύ αυτών των στοιχείων. Το θέμα αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για την εκτίμηση των επιπτώσεων του τουρισμού, ενώ οι περισσότερες μελέτες εξετάζουν μόνο τον αντίκτυπο του τουρισμού στον προορισμό και όχι στο χώρο και το χρόνο σε όλα τα στάδια της τουριστικής κινητικότητας. Το ίδιο επιχείρημα μπορεί να εφαρμοστεί και στην έννοια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης ειδικότερα. Δηλαδή, αν και ορισμένοι ερευνητές υιοθετούν μια ευρύτερη προοπτική στο θέμα αυτό, αναγνωρίζοντας τον τουρισμό ως μία εκδήλωση ευρύτερης κοινωνικής κινητικότητας, τόσο οι αναπτυξιακές όσο και οι ανησυχίες της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης επικεντρώνονται συνήθως στη συγκεκριμένη περιοχή προορισμού, αποκλείοντας τόσο την παραγωγή όσο και τις περιοχές διαμετακόμισης καθώς και τις υπόλοιπες περιοχές προορισμού (Hoyer, 2000). Ως εκ τούτου, σχεδόν από την αρχή η βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού θεωρήθηκε από μερικούς ως μια μικρο-ανάλυση σε ένα μακροοικονομικό πρόβλημα (Wheeller, 2006).

Ωστόσο, η πολυπλοκότητα, η πολυδιάστατη και η διασυνδεσιμότητα του παγκόσμιου τουριστικού συστήματος, γενικότερα, καθώς και ο βαθμός ενσωμάτωσης του τουρισμού τόσο στην κοινωνική κινητικότητα όσο και στις παγκόσμιες οικονομικές δομές, ειδικότερα, έχει ως επακόλουθο ότι μια μονοδιάστατη εστίαση στον προορισμό είναι, απλά, λάθος. Αυτό, με τη σειρά του, υποδηλώνει ότι η εφαρμογή των αρχών της βιώσιμης ανάπτυξης στη συγκεκριμένη δραστηριότητα του τουρισμού (όσο στενά ή ευρέως ορίζεται) είναι, όπως απέδειξε η εμπειρία, καταδικασμένη σε αποτυχία και ότι μια

εναλλακτική προσέγγιση για την επίλυση του αναπτυξιακού περιβάλλοντος είναι απαραίτητη.

1.1.3.3 Τουρισμός και ανάπτυξη

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η ταχεία ανάπτυξη και εξάπλωση του τουρισμού ανά τον κόσμο οδήγησε στην ουσιαστική καθολική ενσωμάτωσή του στις τοπικές και εθνικές αναπτυξιακές πολιτικές και σχέδια. Σε ορισμένες περιπτώσεις, φυσικά, ο τουρισμός μπορεί να διαδραματίσει περιορισμένο μόνο ρόλο στην ανάπτυξη. σε άλλες περιπτώσεις, ιδιαίτερα στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες, μπορεί να αποτελεί τη μόνη ρεαλιστική επιλογή (Brown, 1985). Είτε έτσι είτε αλλιώς, ο λόγος ύπαρξης του τουρισμού, από πλευράς προορισμού, είναι ο αντιληπτός ρόλος του ως καταλύτης ανάπτυξης ή, ακριβέστερα, οικονομικής. Δηλαδή, ο πιο επιτακτικός λόγος υιοθέτησης του τουρισμού ως αναπτυξιακής στρατηγικής είναι η πιθανή συμβολή του στην τοπική ή εθνική οικονομία ως πηγή εισοδήματος, συναλλάγματος, απασχόλησης και δημόσιων εσόδων.

Ωστόσο, τίθεται το ερώτημα: γιατί προτιμάται ο τουρισμός ως αναπτυξιακή επιλογή; Πέρα από τους βασικούς οικονομικούς παράγοντες, μπορούν να εντοπιστούν ορισμένοι επιπρόσθετοι παράγοντες:

- Ο τουρισμός είναι μια βιομηχανία ανάπτυξης

Ο διεθνής τουρισμός έχει επιδείξει αξιοσημείωτη ανάπτυξη κατά το τελευταίο μισό αιώνα. Επιπλέον, μεταξύ του 1975 και του 2000, η μέση ετήσια αύξηση του τουρισμού ήταν 4,6%, υπερβαίνοντας την ετήσια αύξηση του παγκόσμιου ΑΕΠ κατά 3,5% κατά την περίοδο αυτή. Ωστόσο, ο ρυθμός ανάπτυξης μειώνεται σταθερά. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990, για παράδειγμα, ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης των αφίξεων τουριστών παγκοσμίως ήταν 4,2%, ο χαμηλότερος ρυθμός από τη δεκαετία του 1950. Ωστόσο, ο τουρισμός παραμένει μια από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες στον κόσμο και, σε παγκόσμιο επίπεδο, η ανάπτυξη προβλέπεται να συνεχιστεί. Έτσι, ο τουρισμός θεωρείται ουσιαστικά ως μια ασφαλής επιλογή ανάπτυξης (Sharpley, 2009).

- Ο τουρισμός ανακατανέμει τον πλούτο

Ο τουρισμός είναι, κατ'αρχήν, ένα αποτελεσματικό μέσο μεταφοράς του πλούτου, είτε μέσω άμεσων τουριστικών δαπανών είτε μέσω διεθνών επενδύσεων σε τουριστικές υποδομές και εγκαταστάσεις, από πλουσιότερες, ανεπτυγμένες χώρες σε φτωχότερες περιοχές. Με την προώθηση του εγχώριου τουρισμού, ανακατανέμεται επίσης ο πλούτος

σε εθνική κλίμακα. Ωστόσο, η ακαθάριστη αξία και η καθαρή διατήρηση των τουριστικών δαπανών ποικίλλουν σημαντικά από τον έναν προορισμό σε έναν άλλο - πολλοί προορισμοί υφίστανται «διαρροές», όπου οι δαπάνες τουριστών χρηματοδοτούν την εισαγωγή αγαθών για την κάλυψη των αναγκών των τουριστών.

- Ο τουρισμός χρησιμοποιεί φυσική, «ελεύθερη» υποδομή

Η ανάπτυξη του τουρισμού βασίζεται συχνά σε υπάρχοντα φυσικά ή ανθρωπογενή αξιοθέατα, όπως παραλίες, περιοχές άγριας φύσης ή περιοχές πολιτιστικής κληρονομιάς. Έτσι, ο τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ότι έχει χαμηλό κόστος εκκίνησης σε σύγκριση με άλλες βιομηχανίες. καθώς αυτοί οι πόροι, με απλοϊκή έννοια, είναι «ελεύθεροι». Ωστόσο, όλο και περισσότερο καταβάλλονται προσπάθειες για να δοθεί οικονομική αξία στη χρήση αυτών των βασικών πόρων, ενώ αναπόφευκτα προκύπτουν δαπάνες για την προστασία, συντήρηση και διαχείριση όλων των τουριστικών πόρων.

- Ο τουρισμός δεν έχει εμπορικούς φραγμούς

Με ορισμένες αξιοσημείωτες εξαιρέσεις, οι χώρες σπανίως θέτουν περιορισμούς στο δικαίωμα των πολιτών τους να ταξιδεύουν στο εξωτερικό, τις περιοχές όπου επισκέπτονται και πόσο δαπανούν (αν και οι ταξιδιωτικές συμβουλές αποτελούν μια μορφή περιορισμού των μετακινήσεων). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι χώρες προορισμού να έχουν ελεύθερη και ισότιμη πρόσβαση στη διεθνή τουριστική αγορά.

Ωστόσο, ο βαθμός στον οποίο οι προορισμοί μπορούν να επωφεληθούν από αυτήν την αγορά χωρίς εμπόδια καθορίζεται φυσικά από διάφορους παράγοντες, μεταξύ των οποίων και ο διεθνής ανταγωνισμός, γενικά, και η δομή και ο έλεγχος του διεθνούς τουριστικού συστήματος, ειδικότερα. Πράγματι, , σε παγκόσμια κλίμακα τα τουριστικά ρεύματα ακολουθούν διακριτά πρότυπα με επακόλουθες επιπτώσεις στην αναπτυξιακή συμβολή του τουρισμού (Sharpley, 2009).

1.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση και προσφορά

1.2.1 Η τουριστική ζήτηση

Ο τουρισμός ξεκίνησε να υπάρχει, αν και σε διαφορετική μορφή από τη σημερινή, από τότε που οι άνθρωποι απέκτησαν τα μέσα για να ταξιδέψουν. Με άλλα λόγια, οι άνθρωποι ταξιδεύουν για εκπαιδευτικούς, εμπορικούς, πνευματικούς, κοινωνικούς και άλλους σκοπούς εφόσον έχουν την δυνατότητα να μετακινούνται από το ένα μέρος στο άλλο. Για το μεγαλύτερο μέρος της ιστορίας του, ο τουρισμός (ή πιο συγκεκριμένα το ταξίδι, καθώς ο όρος τουρισμός χρησιμοποιήθηκε αρκετά αργότερα), παρέμεινε μια προνομιούχα δραστηριότητα. Λίγοι άνθρωποι είχαν την ικανότητα ή τα μέσα για να ταξιδέψουν και, μέχρι και την ανάπτυξη των σιδηροδρομικών δικτύων από τα μέσα του 1800, παρέμεινε σε μεγάλο βαθμό προνόμιο των πλουσίων. Έτσι, ο τουρισμός επέβαλε λίγες και περιορισμένες κοινωνικές, περιβαλλοντικές και οικονομικές επιπτώσεις στους τόπους διέλευσης και προορισμού, αν και το κίνημα των τουριστών του 18ου αιώνα έφερε πολλές αρχιτεκτονικές και πολιτιστικές αλλαγές.

Τα τελευταία χρόνια, εκτός από τη μελέτη των διάφορων ειδών τουρισμού και της ανάπτυξης τους, ένα μεγάλο μέρος των ερευνών έχει επικεντρωθεί στην εύρεση των παραγόντων που καθορίζουν την τουριστική ζήτηση. Οι περισσότεροι θεωρούν πως οι σημαντικότεροι παράγοντες που καθορίζουν την ζήτηση για τουρισμό είναι οι οικονομικοί παράγοντες, δηλαδή το εισόδημα και οι τιμές των τουριστικών προϊόντων (εισιτήρια, διαμονή, διατροφή κ.ά). Σε αυτόν τον παράγοντα έρχονται να προστεθούν και ορισμένοι νέοι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την ζήτηση για τουρισμό. Συνολικά, οι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν τον τουρισμό μπορεί να είναι κοινωνικοοικονομικοί (για παράδειγμα το επίπεδο εισοδήματος, οι τιμές στον τόπο προορισμού και ο ελεύθερος χρόνος), τεχνικοί (παράγοντες που σχετίζονται με την ευκολία ή δυσκολία μετάβασης από ένα μέρος σε ένα άλλο), πολιτιστικοί (παράγοντες που επηρεάζονται από τις προσωπικές προτιμήσεις των τουριστών και τον τρόπο ζωής τους) καθώς και διάφοροι άλλοι τυχαίοι παράγοντες που μπορεί να σχετίζονται με γεγονότα που δε μπορούν να προβλεφθούν όπως είναι οι καιρικές συνθήκες, οι πολιτικές καταστάσεις κ.ά.

Η οικονομική θεωρία θεωρεί ότι ο παράγοντας του εισοδήματος καθώς και παράγοντες που σχετίζονται με την τιμή, είναι πιθανό να διαδραματίσουν κεντρικό ρόλο στον προσδιορισμό της ζήτησης για τουρισμό. Πολλές μελέτες έχουν διαπιστώσει πως οι

οικονομικοί παράγοντες αποτελούν ένα μεγάλο μέρος της διακύμανσης του αριθμού των τουριστών και των τουριστικών δαπανών. Ωστόσο, δεν είναι εύκολο να πούμε σε ποιο βαθμό η αύξηση των τουριστικών δαπανών αντανάκλα απλώς τα υψηλότερα εισοδήματα, σε ποιο βαθμό επηρεάζονται οι δαπάνες από μια μετατόπιση των τουριστών από εγχώριο σε τουρισμό στο εξωτερικό ή σε ποιο βαθμό είναι αποτέλεσμα της μείωσης των τιμών των τουριστικών προϊόντων.

Ωστόσο, είναι προφανές ότι και οι μη οικονομικοί παράγοντες είναι σημαντικοί. Οι O'Hagan and Harrison (1984a), για παράδειγμα, διαπίστωσαν ότι οι μη οικονομικοί παράγοντες, όπως είναι οι ψυχολογικοί και κοινωνιολογικοί παράγοντες, είναι εξαιρετικά σημαντικοί στις μελέτες τους σχετικά με τις μετακινήσεις από τις Η.Π.Α. προς την Ευρώπη. Ο Kanellakis (1975) δήλωσε πως υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός δυνάμεων που επηρεάζουν τη ζήτηση του τουρισμού και παρά το γεγονός πως είναι πολλοί μικροί για να ανιχνευθούν, συνολικά σε συνδυασμό είναι πιθανό να είναι εξίσου σημαντικοί με τις τιμές και το εισόδημα για τον προσδιορισμό της τουριστικής ζήτησης. Ο Sauran (1978) κατέληξε στο συμπέρασμα ότι ίσως η κύρια διαφορά μεταξύ των δύο τύπων παραγόντων είναι ότι οι οικονομικές μεταβλητές γενικά αντιπροσωπεύουν τη συνολική ζήτηση μιας χώρας προέλευσης για όλους τους τουριστικούς προορισμούς και ότι οι κοινωνιολογικές μεταβλητές έχουν περισσότερο σχέση με την επιλογή συγκεκριμένων προορισμών ή τύπων τουρισμού. Επομένως, φαίνεται ότι στην τουριστική ζήτηση επιδρούν τόσο οι οικονομικοί όσο και οι μη οικονομικοί παράγοντες.

1.2.1.1 Οικονομικοί παράγοντες

Εισόδημα

Το επίπεδο του εισοδήματος αλλά και οι τιμές των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών παίζουν καταλυτικό ρόλο στην επιλογή του προορισμού αλλά και στη διάρκεια της διαμονής στο χώρο προορισμού. Το ποσοστό του πληθυσμού που επιλέγει τον τουρισμό σχετίζεται άμεσα με το επίπεδο εισοδήματος και αυξάνεται καθώς αυξάνεται και το εισόδημα (Βαρβαρέσος, 2000). Καθώς μεταβάλλεται το εισόδημα των τουριστών, μεταβάλλεται παράλληλα και η ζήτηση για τουρισμό. Επομένως, το εισόδημα των τουριστών αποτελεί από τους βασικότερους προσδιοριστικούς παράγοντες της τουριστικής ζήτησης (Proenca and Soukiazis, 2005).

Μέσα από την βιβλιογραφία, προκύπτει το συμπέρασμα ότι το εισόδημα είναι ο πιο σημαντικός καθοριστικός παράγοντας της ζήτησης για διεθνής τουρισμό. Η εκτιμώμενη ελαστικότητα εισοδήματος της ζήτησης για τουρισμό ήταν συνήθως πάνω από τη μονάδα, επιβεβαιώνοντας την άποψη πως το ταξίδι και ειδικά στο εξωτερικό, είναι ένα προϊόν πολυτελείας. Επίσης, η κατανομή του εισοδήματος φαίνεται να είναι αρκετά σημαντική, αλλά λίγες μελέτες εξέτασαν αυτόν τον παράγοντα (Crouch, 1994). Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο είναι το επίπεδο εισοδήματος του καταναλωτή για την επιλογή του είδους διακοπών και του προορισμού. Για παράδειγμα, σε υψηλά επίπεδα εισοδήματος, μια επιπλέον αύξησή του μπορεί να οδηγήσει σε μεγάλο βαθμό σε αυξημένες δαπάνες με μικρό αντίκτυπο στους τουριστικούς αριθμούς. Από την άλλη, σε χαμηλά επίπεδα εισοδήματος, η επίδραση του αυξημένου εισοδήματος μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση της πιθανότητας πραγματοποίησης ταξιδιού (Gray, 1982).

Τιμή

Στους οικονομικούς παράγοντες εντάσσεται και ο παράγοντας τιμή. Όπως και η ζήτηση οποιουδήποτε άλλου προϊόντος, έτσι και η ζήτηση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών επηρεάζεται άμεσα από την τιμή τους. Καθώς, όμως, ο τουρισμός είναι ένα μείγμα αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνεται από τον κάθε τουρίστα, η μεταβλητή της τιμής είναι πολύ δύσκολη και περίπλοκη να καθοριστεί επαρκώς. Παράγοντες όπως το κόστος των αγαθών και υπηρεσιών στον τόπο προορισμού, το κόστος μεταφοράς και διαμονής καθώς και οι τιμές των διάφορων υποκατάστατων και συμπληρωματικών των πιο πάνω αγαθών επηρεάζουν με διαφορετικό τρόπο και βαρύτητα την απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει και επομένως τη ζήτηση για τουρισμό (Crouch, 1994). Επιπρόσθετα, θα πρέπει να ληφθούν υπόψιν και οι σχετικές τιμές μεταξύ της χώρας υποδοχής και της χώρας προορισμού καθώς και οι σχετικές τιμές μεταξύ των διαφορετικών ανταγωνιστικών τόπων προορισμού (Proenca and Soukiazis, 2005).

Αρκετές μελέτες έχουν κάνει μια ολοκληρωμένη προσπάθεια αξιολόγησης της επίδρασης των τιμών. Για παράδειγμα, ο Anastasopoulos (1984) μελέτησε το ρόλο των σχετικών τιμών στον τουρισμό των μεσογειακών χωρών. Ο Bakkalsalihoglu (1987) εξέτασε επίσης τη ζήτηση για διεθνή ταξίδια στις βόρειες μεσογειακές χώρες. Κατά τη διαδικασία, υπολογίστηκαν πολλές χιλιάδες ελαστικότητες για τις τιμές καθώς και σταυροειδής ελαστικότητες.

Όλες οι μελέτες, ωστόσο, είχαν σημαντικές δυσκολίες να προσδιορίσουν ένα κατάλληλο μέτρο τιμής. Στο πλαίσιο των διεθνών ταξιδιών, η τιμή περιλαμβάνει την τιμή συναλλάγματος των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε προορισμούς, το κόστος μεταφοράς μεταξύ χωρών και την επίδραση των διακυμάνσεων της συναλλαγματικής ισοτιμίας στην αγοραστική δύναμη. Επιπλέον, μπορεί να ληφθεί υπόψη και το κόστος ευκαιρίας για το χρόνο ταξιδιού και το ασφάλιστρο για την κάλυψη του κινδύνου ταξιδιού σε ορισμένους προορισμούς. Περαιτέρω, καθώς οι τουρίστες επισκέπτονται συχνά περισσότερες από μία χώρες σε οποιοδήποτε ταξίδι, η τιμή ενός συγκεκριμένου προορισμού μπορεί να είναι μια σύνθετη κατασκευή (Crouch, 1994). Θεωρητικά, η μοντελοποίηση της ζήτησης θα μπορούσε να ενσωματώσει τα απόλυτα επίπεδα τιμών ενός ευρέος φάσματος αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνουν οι τουρίστες. Θα μπορούσαν επίσης να διερευνηθούν οι αλληλεξαρτημένες επιδράσεις των τιμών συμπεριλαμβάνοντας τις τιμές σε υποκατάστατους προορισμούς - καθώς και στη χώρα του τουριστικού τομέα - συν τις τιμές άλλων αγαθών και υπηρεσιών, ιδίως πολυτελείας, που ανταγωνίζονται για ένα μερίδιο της καταναλωτικής δαπάνης.

Αρκετοί ερευνητές έχουν μελετήσει πώς θα πρέπει να διαμορφωθούν τα σχετικά ποσοστά πληθωρισμού και συναλλαγματικών ισοτιμιών. Η συνήθης άποψη είναι ότι οι τουρίστες αντιδρούν διαφορετικά στις μεταβολές των συναλλαγματικών ισοτιμιών από ότι στις μεταβολές των σχετικών ποσοστών πληθωρισμού. Έτσι, οι τουρίστες μοιάζουν να είναι περισσότερο ενημερωμένοι για τις συναλλαγματικές ισοτιμίες, στην περίπτωση του διεθνούς τουρισμού, αλλά έχουν ελλιπή γνώση σχετικά με τα επίπεδα τιμών (Truett, 1987).

Όπως και με άλλους καθοριστικούς παράγοντες της ζήτησης, η μέτρηση του κόστους μεταφοράς παρουσιάζει σημαντικές δυσκολίες. Τα προβλήματα οφείλονται κυρίως στους διαφορετικούς τρόπους (π.χ. επιφάνεια, αέρα, θάλασσα) και είδη (π.χ. αυτοκίνητο, τρένο, αεροπλάνο κ.λπ.) ταξιδιού. Οι ναύλοι ποικίλλουν εποχιακά και ανά κατηγορία ταξιδιού. Για έναν προορισμό μακρινών προορισμών όπως η Αυστραλία, οι αντιπροσωπευτικές αεροπορικές τιμές παρέχουν μια λογική λύση. Ωστόσο, η μέτρηση του κόστους μεταφοράς μεταξύ των χωρών της Ευρώπης ή ακόμα και η μέτρηση του κόστους μεταφοράς μέσα στην ίδια χώρα, είναι σχεδόν αδύνατη. Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι πολυάριθμες μελέτες απέρριψαν κάθε προσπάθεια να ληφθούν υπόψη οι διακυμάνσεις του κόστους μεταφοράς (Crouch, 1994).

1.2.1.2 Μη οικονομικοί παράγοντες

Εκτός από τους οικονομικούς παράγοντες όμως, αναφέρθηκε πως υπάρχουν και άλλοι μη οικονομικοί παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν σε σημαντικό βαθμό την τουριστική ζήτηση. Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται οι ψυχολογικοί και οι δημογραφικοί-κοινωνικοί παράγοντες.

Ψυχολογικοί παράγοντες

Οι ψυχολογικοί παράγοντες αντιπροσωπεύουν κυρίως τις προσωπικές προτιμήσεις των τουριστών. Ο τουρισμός αποτελεί μια διαφυγή από την καθημερινότητα. Οι άνθρωποι επιλέγουν τα ταξίδια για να ξεφύγουν από την ρουτίνα της δουλειάς και από τη μονοτονία (Τσάρτας, 1999). Δεν είναι τυχαίο το γεγονός πως είναι πολύ λίγοι οι τουρίστες που επιλέγουν να επισκεφτούν τον ίδιο προορισμό παραπάνω από μία φορά (Ηγουμενάκης, 1997). Ο Song et al (2008) αναφέρει πως η απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από την προσωπικότητα του και την ψυχοσύνθεσή του, τις επιθυμίες του, τα ενδιαφέροντά του αλλά και από το κοινωνικό του υπόβαθρο.

Δημογραφικοί και κοινωνιολογικοί παράγοντες

Τέλος, μια σημαντική κατηγορία παραγόντων που επηρεάζει την τουριστική ζήτηση είναι οι δημογραφικοί και κοινωνιολογικοί παράγοντες. Παράγοντες όπως η ηλικία, το επάγγελμα, η οικογενειακή κατάσταση και το επίπεδο μόρφωσης των χωρών προέλευσης, επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την διάρθρωση της τουριστικής ζήτησης δημιουργώντας νέες τμηματοποιήσεις των τουριστικών αγορών (Walsh, 1996). Λόγω των παραπάνω παραγόντων μπορούν να δικαιολογηθούν και τα διάφορα μοτίβα που παρατηρούνται, όπως για παράδειγμα ότι τα άτομα τρίτης ηλικίας διαθέτουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο και έτσι ταξιδεύουν περισσότερο, τα ανώτερα στελέχη και οι επαγγελματίες ταξιδεύουν περισσότερο για διακοπές (ή για επαγγελματικούς λόγους) ενώ οι κάτοικοι των πόλεων παρουσιάζουν μεγαλύτερη επιθυμία για τουρισμό λόγω της ανάγκης τους να ξεφύγουν από την πόλη. Επιπλέον, σημαντικό ρόλο παίζει και το επίπεδο μόρφωσης. Τα μορφωμένα άτομα έχουν καλύτερη πληροφόρηση και διαφορετικά κίνητρα να ταξιδέψουν, όπως είναι τα εκπαιδευτικά ταξίδια κλπ. Τέλος, η οικογενειακή κατάσταση μπορεί πολλές φορές να αποτελέσει αποτρεπτικό παράγοντα

για τουρισμό καθώς τα μακρινά ταξίδια είναι τις περισσότερες φορές δύσκολα για μικρά παιδιά (Τσάρτας, 1999).

1.2.2 Η τουριστική προσφορά

Η τουριστική προσφορά αναφέρεται στα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρονται στους τουριστικούς προορισμούς στους επισκέπτες για κατανάλωση. Με τον όρο τουριστική προσφορά εννοούμε την ποσότητα των τουριστικών προϊόντων (αγαθών και υπηρεσιών) που οι πωλητές είναι διατεθειμένοι να πωλήσουν στην τουριστική αγορά σε συγκεκριμένη τιμή μέσα σε ένα ορισμένο χρονικό διάστημα.

Καθώς το τουριστικό προϊόν αποτελείται από αρκετά επιμέρους προϊόντα, τα οποία μπορεί να είναι αγαθά, φυσικοί πόροι ή υπηρεσίες που παράγονται και προσφέρονται με διαφορετικό τρόπο η τουριστική προσφορά χαρακτηρίζεται από μεγάλη ετερογένεια, η τουριστική προσφορά χαρακτηρίζεται από μεγάλη ετερογένεια. Επομένως, η ανάλυση της έννοιας της προσφοράς περιλαμβάνει όλα τα στοιχεία τα οποία άμεσα ή έμμεσα επηρεάζουν τον επισκέπτη για την εικόνα που θα σχηματίσει για τον τόπο προορισμού.

Ο καταναλωτής επηρεάζεται κυρίως από την ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος, δηλαδή από τις υπηρεσίες ή το προϊόν που προσφέρει ο τόπος προορισμού σε συνδυασμό με τα δίκτυα μεταφοράς, τις υποδομές, το φυσικό περιβάλλον και το εργατικό δυναμικό. Ωστόσο, η τουριστική βιομηχανία προσφέρει μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών που προέρχονται από επιχειρήσεις που ανήκουν σε άλλου κλάδους. Επομένως η τουριστική βιομηχανία μπορεί να αντιμετωπιστεί καλύτερα ως αγορά παρά ως κλάδος. Οι κύριοι τομείς που περιλαμβάνει η τουριστική αγορά είναι ο τομέας των καταλυμάτων, ο τομέας των μεσαζόντων (τουριστικά γραφεία), ο τομέας των επιχειρήσεων παροχής ψυχαγωγίας και ο τομέας παροχής λοιπών υπηρεσιών (Λαγός, 2005).

Υπάρχουν αρκετοί παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά και διαφοροποιούνται ανάλογα με τον τόπο προορισμού και το καταναλωτικό κοινό. Ορισμένοι από τους παράγοντες προσφοράς έχουν παίξει σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας σε πολλές χώρες. Σύμφωνα με τον Λαγό (2005), οι κύριοι παράγοντες που καθορίζουν την προσφορά τουριστικών προϊόντων είναι:

1. Η τιμή του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, η οποία αποτελεί κίνητρο για αύξηση ή μείωση της τουριστικής παραγωγής

2. Οι στόχοι των τουριστικών επιχειρήσεων, που μπορεί να ποικίλουν κατά περίπτωση. Αν και ο κύριος στόχος των τουριστικών επιχειρήσεων είναι το κέρδος, μπορεί να υπάρχουν και διαφορετικοί επιμέρους στόχοι.
3. Οι μεταβολές στην τεχνολογία που μπορεί να έχουν μεγάλη επίδραση στο τελικό προϊόν και κατά συνέπεια στην προσφορά του.
4. Οι μεταβολές στις τιμές των συντελεστών παραγωγής των τουριστικών προϊόντων. Αύξηση του κόστους ενός παραγωγικού συντελεστή θα έχει ως συνέπεια και αύξηση του κόστους παραγωγής του και το αντίθετο.
5. Οι προσδοκίες και οι προβλέψεις των παραγωγών σχετικά με τις μελλοντικές τιμές των τουριστικών προϊόντων.
6. Ο αριθμός των ανταγωνιστικών τουριστικών μονάδων που μπορεί να επηρεάσει θετικά ή αρνητικά την προσφορά. Μια μεταβολή στον αριθμό των τουριστικών μονάδων θα μεταβάλει και την προσφορά του.

Τέλος, σύμφωνα με τους Sinclar and Stabler (2002), οι κυριότεροι παράμετροι προσδιορισμού της τουριστικής προσφοράς είναι ο αριθμός και το μέγεθος των επιχειρήσεων, ο βαθμός συγκέντρωσης και η ευκολία εισόδου και εξόδου από την αγορά, η ύπαρξη ή μη οικονομικών κλίμακας, η εφαρμογή ή όχι διακριτής τιμολόγησης και η διαφοροποίηση του τελικού προϊόντος. Ειδικότερα, όσον αφορά τον αριθμό των τουριστικών επιχειρήσεων, δεν είναι πάντα εύκολο να προσδιοριστεί. Πχ η καταγραφή και η μέτρηση μπορεί να είναι εύκολη στην περίπτωση των τουριστικών γραφείων, δεν είναι όμως εξίσου εύκολη στην περίπτωση των καταλυμάτων, από τη στιγμή που λειτουργούν πολλές μη δηλωμένες επιχειρήσεις. Το δε μέγεθος των επιχειρήσεων μπορεί να μετρηθεί με κριτήριο τον αριθμό των εργαζόμενων, τον όγκο των πωλήσεων, τα έσοδα ή τον αριθμό των δωματίων.

1.3 Επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης

Η δραστηριότητα του τουρισμού δημιουργεί επιπτώσεις που πολλές φορές δε μπορούμε να εμποδίσουμε. Επομένως, η προσοχή έχει στραφεί στο σχεδιασμό ενός προγράμματος ελαχιστοποίησης των αρνητικών επιπτώσεων και μεγιστοποίησης των θετικών επιπτώσεων του τουρισμού. Οι επιπτώσεις του τουρισμού οφείλονται στο γεγονός ότι ο τουρισμός, τόσο ο διεθνής όσο και ο εγχώριος, προκαλεί μια ανάμειξη ανθρώπων από διαφορετικό κοινωνικό και πολιτισμικό υπόβαθρο, καθώς και μια σημαντική χωρική ανακατανομή της αγοραστικής δύναμης, η οποία έχει σημαντικό αντίκτυπο στην οικονομία του τόπου προορισμού.

Οι πρώιμες μελέτες σχετικά με τον αντίκτυπο του τουρισμού στους προορισμούς εστιάζονται κυρίως στις οικονομικές πτυχές του. Αυτό οφείλεται τόσο στο γεγονός ότι οι εν λόγω επιπτώσεις είναι πιο εύκολα ποσοτικοποιημένες και μετρήσιμες αλλά και στο γεγονός πως κυριαρχούσε η αισιοδοξία ότι ο τουρισμός είχε καθαρό οικονομικό όφελος στους τόπους προορισμού. Σε πολλές περιπτώσεις αυτό ήταν πράγματι αλήθεια. Ωστόσο, κατέστη προφανές ότι σε ορισμένες περιπτώσεις τα οικονομικά οφέλη του τουρισμού μπορούν να αντισταθμιστούν από δυσμενείς περιβαλλοντικές και κοινωνικές συνέπειες που δεν έχουν μετρηθεί.

Η μελέτη των επιπτώσεων που έχει ο τουρισμός στο περιβάλλον και στην κοινωνία είναι σχετικά νέα. Οι επιπτώσεις δεν μπορούν να κατηγοριοποιηθούν εύκολα καθώς έχουν άμεσες και έμμεσες συνιστώσες (Mason, 2003). Επίσης, ο τουρισμός είναι συχνά εποχικός και οι επιπτώσεις εμφανίζονται μόνο μετά από καιρό, με ποικίλες επιπτώσεις και σε διαφορετικά στάδια ανάπτυξης. Μπορούμε να διακρίνουμε τρεις κύριες κατηγορίες επιπτώσεων του τουρισμού:

1. Περιβαλλοντικές επιπτώσεις: επιπτώσεις που επηρεάζουν τη φέρουσα ικανότητα της περιοχής, τη βλάστηση, την ποιότητα του αέρα, τα υδάτινα σώματα, την άγρια φύση και τα φυσικά φαινόμενα.
2. Κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις: συνδέονται με τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των λαών και του πολιτισμού, τις συμπεριφορές των ατόμων και τις σχέσεις τους με τα υλικά αγαθά. Η εισαγωγή τουριστών μπορεί να είναι επιζήμια προκαλώντας απώλεια του πολιτισμού ή εναλλακτικά μπορεί να είναι και ωφέλιμη συμβάλλοντας στη διατήρηση του πολιτισμού και των πολιτιστικών χώρων μέσω των αυξημένων οικονομικών εισροών.

3. Οικονομικές επιπτώσεις: θεωρούνται συνήθως θετικές, συμβάλλοντας στην απασχόληση, στις καλύτερες υπηρεσίες και στην κοινωνική σταθερότητα. Ωστόσο, οι επιπτώσεις αυτές μπορούν επίσης να οδηγήσουν στο υψηλό κόστος διαβίωσης εντός του τόπου, δίνοντας ώθηση στις τοπικές επιχειρήσεις να αυξήσουν τις τιμές και έτσι αυξάνεται το κόστος για τους ντόπιους.

1.3.1 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις

Η σχέση του τουρισμού με το περιβάλλον είναι άμεση καθώς το περιβάλλον είναι τις περισσότερες φορές η κύρια αιτία έλξης των τουριστών στον συγκεκριμένο τόπο. Η ποιότητα του τουρισμού συνδέεται άμεσα με την ποιότητα του περιβάλλοντος (Krippendorff, 1982). Όμως, παρότι ο τουρισμός βασίζεται σε μεγάλο μέρος στο περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται, είναι ταυτόχρονα και υπεύθυνος για τη διατάραξή του. Για παράδειγμα, ο οικοτουρισμός, ο φυσικός τουρισμός και ο τουρισμός της άγριας ζωής πραγματοποιούνται σε περιβάλλοντα όπως τα τροπικά δάση, η άγρια φύση, οι λίμνες και τα ποτάμια, οι ακτές καθώς και τα αγροτικά χωριά και τα παραθαλάσσια θέρετρα. Η επιθυμία των τουριστών για πιο αυθεντικές και προκλητικές εμπειρίες έχει σαν αποτέλεσμα να ψάχνουν πιο μακρινούς προορισμούς οδηγώντας τους στους λίγους εναπομείναντες φυσικούς χώρους. Ο θετικός αντίκτυπος είναι ότι μπορεί να οδηγηθούν οι τουρίστες σε αυξημένη συνειδητοποίηση της περιβαλλοντικής διαχείρισης (Moghimehfar and Halpenny, 2016). Ο αρνητικός αντίκτυπος μπορεί να είναι η καταστροφή της ίδιας της φυσικής εμπειρίας του τουρισμού που αναζητούν οι άνθρωποι. Υπάρχουν άμεσες και έμμεσες επιπτώσεις καθώς και μακροπρόθεσμες επιπτώσεις. Τέλος, οι επιπτώσεις μπορεί να περιοριστούν στον τόπο προορισμού ή να είναι απομακρυσμένες από τον τουριστικό προορισμό.

Η έκταση και η φύση των περιβαλλοντικών και οικολογικών ζημιών που προκαλούν οι τουρίστες σχετίζεται με το μέγεθος της εξέλιξης και τον όγκο των επισκεπτών, τη συγκέντρωση της χρήσης τόσο στο χώρο όσο και στο χρόνο, τη φύση του εν λόγω περιβάλλοντος και τη φύση του σχεδιασμού καθώς και με τις πρακτικές διαχείρισης που υιοθετούνται πριν και μετά την ανάπτυξη. Η υπερβολική και κακώς προγραμματισμένη τουριστική ανάπτυξη επηρεάζει το φυσικό περιβάλλον των προορισμών (Theobald, 2005, p.92).

Οι κακές και κακοσχεδιασμένες μορφές τουριστικής ανάπτυξης καταστρέφουν επίσης αναντικατάστατα φυσικά περιβάλλοντα, τα πραγματικά και μακροπρόθεσμα οφέλη των οποίων μπορεί να μην έχουν αξιολογηθεί σωστά. Για παράδειγμα, υδάτινοι πόροι που χρειάζονται οι τοπικοί αγρότες και τα χωριά έχουν στραγγιστεί για τη δημιουργία ξενοδοχείων και αντίστοιχα σε ορισμένες ορεινές περιοχές τα δάση έχουν αντικατασταθεί με πίστες για σκι οδηγώντας σε μεγάλη διάβρωση του φυσικού περιβάλλοντος.

Γενικά, οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού είναι δύο ειδών. Υπάρχουν οι μόνιμες επιπτώσεις που προέρχονται από την αστικοποίηση του περιβάλλοντος με την κατασκευή τουριστικών υποδομών στη θέση του φυσικού περιβάλλοντος. Οι υποδομές αυτές αλλάζουν τη χρήση της γης και έχουν συνέπειες τόσο στο φυσικό τοπίο του τόπου όσο και στην ποιότητα του αστικού περιβάλλοντος. Από την άλλη υπάρχουν και οι εποχικές επιδράσεις που προέρχονται από τη λειτουργία των τουριστικών μονάδων και αφορούν την κατανάλωση ενέργειας, την παραγωγή αποβλήτων καθώς και την δημιουργία θορύβου.

Οι διάφορες αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού μπορούν να ομαδοποιηθούν σε τρεις κύριες κατηγορίες κατά τον Holden, (2008) : (α) η λανθασμένη χρήση των φυσικών πόρων, (β) η γενικότερη συμπεριφορά του επισκέπτη στο περιβάλλον και (γ) η ρύπανση λόγω της ανθρώπινης παρουσίας.

Στην πρώτη κατηγορία, ο τουρισμός συναγωνίζεται με άλλες μορφές ανάπτυξης και ανθρώπινης δραστηριότητας για τους φυσικούς πόρους (γη και νερό) και είναι φυσικό επακόλουθο η χρήση των φυσικών πόρων να οδηγεί στον μετασχηματισμό του περιβάλλοντος και σε ελλείψεις στην πανίδα και χλωρίδα του τόπου. Αυτό μπορεί να οδηγήσει στην άρνηση της πρόσβασης στους ντόπιους σε φυσικούς πόρους πάνω στους οποίους στηρίζουν την επιβίωσή τους. Ο μετασχηματισμός της γης μπορεί να οδηγήσει στην καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος. Έτσι, η χρήση των πόρων για τουρισμό δημιουργεί ένα κόστος ευκαιρίας καθώς αποκλείεται η χρήση τους σε άλλους τομείς. Στη δεύτερη κατηγορία, η ανθρώπινη συμπεριφορά ως προς το περιβάλλον του τόπου προορισμού μπορεί να δημιουργήσει σοβαρά προβλήματα. Οι τοπικοί κάτοικοι, παρακινούμενοι από τα έσοδα που έχουν από τον τουρισμό, μπορεί να αδιαφορήσουν για την λάθος συμπεριφορά των τουριστών και ό,τι επιπτώσεις έχει αυτή στο περιβάλλον. Έτσι, οδηγούμαστε σε μια σειρά από αρνητικά επακόλουθα για το φυσικό και πολιτιστικό

περιβάλλον του τόπου. Τέλος, η ρύπανση του φυσικού περιβάλλοντος, δηλαδή η ρύπανση του νερού, του αέρα αλλά και της αισθητικής, αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες κατηγορίες επιπτώσεων του τουρισμού στη φύση. Το ευρύ φάσμα των διαφορετικών ειδών ρύπανσης που μπορεί να προκληθεί από την τουριστική δραστηριότητα έχει σημαντικές επιπτώσεις σε διαφορετικές κλίμακες, από τοπικές μέχρι και παγκόσμιες (Holden, 2008).

Παρά τις πολλές, και με μεγάλη έκταση, αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον, μια σειρά από θετικές επιπτώσεις μπορούν να προκύψουν λόγω της τουριστικής δραστηριότητας. Οι θετικές επιδράσεις του τουρισμού περιλαμβάνουν κυρίως της διατήρηση σημαντικών φυσικών περιοχών, τη βελτίωση της περιβαλλοντικής ποιότητας, τη βελτίωση των υποδομών και κυρίως την αυξανόμενη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση.

Τα έσοδα του τουρισμού μπορεί να αποτελέσουν το κίνητρο για την διατήρηση σημαντικών φυσικών περιοχών και την ανάπτυξη πάρκων και προστατευόμενων περιοχών. Με τα έσοδα του τουρισμού, οι ντόπιοι μπορούν να κάνουν έργα για την προστασία ορισμένων περιοχών. Χωρίς τον τουρισμό, οι φυσικές περιοχές θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σε άλλους τομείς και εν τέλει αυτό να οδηγούσε στην καταστροφή και αλλοίωσή τους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι τα θαλάσσια πάρκα όπως αυτό της Ζακύνθου και της Αλοννήσου και οι λίμνες Κερκίνη και Πρέσπες. Παράλληλα, ο τουρισμός μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση των υποδομών και να προωθήσει σημαντικά έργα για τον τόπο προορισμού. Έτσι, συχνά υπάρχει βελτίωση των υποδομών μετακινήσεων, όπως είναι τα αεροδρόμια και οι δρόμοι, ύδρευσης, διάθεσης απορριμμάτων και επικοινωνιών. Επομένως όλα αυτά μπορεί να οδηγήσουν στη μείωση της ρύπανσης και στην περιβαλλοντική αναβάθμιση του τόπου.

Τέλος, ο τουρισμός μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης. Το ενδιαφέρον των τουριστών για τη φύση έχει ως συνέπεια τη συνειδητοποίηση της σημασίας της διατήρησης του φυσικού περιβάλλοντος αυξάνοντας την τοπική ευαισθητοποίηση σε περιβαλλοντικά ζητήματα που αλλιώς δε θα είχαν. Το τουριστικό προϊόν βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην ποιότητα του περιβάλλοντος επομένως η διατήρηση και η αναβάθμισή του αποτελεί κυρίαρχο στόχο. Ο Mieczkowski (1995) χαρακτηρίζει αυτή τη στενή σχέση τουρισμού και περιβάλλοντος ως «περιβαλλοντική συνιστώσα του τουρισμού». Το περιβάλλον είναι αυτό που προσελκύει

τους τουρίστες. Έτσι, αν θέλουμε να επιβιώσει ο τουρισμός, πρέπει να επιτευχθεί η ισορροπία μεταξύ του ανθρώπινου παράγοντα και της φύσης ώστε να ελαχιστοποιηθούν οι αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον (Mairesse, 2008). Αυτός είναι και ο λόγος που επιδιώκουμε μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στην οποία έχει στραφεί η προσοχή σε παγκόσμιο επίπεδο.

1.3.2 Κοινωνικές και Πολιτιστικές Επιπτώσεις

Η τουριστική ανάπτυξη, εκτός από διάφορες περιβαλλοντικές επιπτώσεις που έχει, επιφέρει τόσο θετικές όσο και αρνητικές κοινωνικές και πολιτιστικές αλλαγές στις κοινότητες υποδοχής. Η ύπαρξη και ο βαθμός των θετικών ή αρνητικών επιπτώσεων στις τοπικές κοινωνίες εξαρτάται κυρίως από το είδος και το μέγεθος του τουρισμού που αναπτύσσεται στην κάθε περιοχή. Ένας άλλος παράγοντας που παίζει ρόλο είναι ο βαθμός συνοχής των εσωτερικών κοινωνικών δομών της κοινότητας υποδοχής αλλά και οι κρατικοί αρμόδιοι φορείς οι οποίοι είναι υπεύθυνοι για την θέσπιση μέτρων προκειμένου να περιοριστούν οι αρνητικές επιδράσεις.

Στην βιβλιογραφία συναντάται μια σειρά από μελέτες σχετικά με τις κοινωνικές και πολιτιστικές επιδράσεις του τουρισμού. Για παράδειγμα, ο Tsartas(2003) εξετάζει την επίδραση των τοπικών κοινωνικών δομών, ιδιαίτερα της οικογένειας, τόσο στην τουριστική ανάπτυξη όσο και στην πολιτική στα ελληνικά νησιά και στις παράκτιες περιοχές. Αυτές οι κοινωνικές επιδράσεις στην πολιτική και τον προγραμματισμό οδήγησαν σε απρογραμμάτιστη και ταχεία ανάπτυξη του τουρισμού, που οφείλεται εν μέρει στις πιέσεις του μαζικού τουρισμού και στην υποβάθμιση της γεωργίας ως οικονομικού τομέα.

Ο τουρισμός συχνά συνδέεται με την επαφή μεταξύ πολιτισμών, συμπεριφορών, αξιών και παραδόσεων. Ο τουρισμός θεωρείται ένα πλαίσιο όπου οι οικοδεσπότες και οι τουρίστες μπορούν να μάθουν καλύτερα ο ένας για τον άλλον, μέσω της άμεσης αλληλεπίδρασης. Επίσης, ο τουρισμός απαιτεί οι κοινότητες υποδοχής να ανταποκρίνονται περισσότερο και να εκπαιδεύονται ώστε να παρέχουν ποιοτικές υπηρεσίες στους τουρίστες. Επιπλέον, οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ ντόπιων και τουριστών δημιουργούν την εμφάνιση νέων ιδεών, αξιών και κινήτρων για κοινωνική και οικονομική πρόοδο (Nyaupane et al. 2006). Ο τουρισμός μπορεί να αναζωογονήσει την

πολιτιστική ζωή μιας κοινότητας, καθώς η τέχνη και οι παραδόσεις αποτελούν προσέλκυση ξένων επισκεπτών.

Υπάρχουν μεγάλες πολιτισμικές διαφορές μεταξύ των διαφόρων χωρών και ενίοτε μεταξύ των διαφόρων περιοχών της ίδιας χώρας. Πράγματι, η ύπαρξη τέτοιων διαφορών μπορεί να είναι ένα από τα κύρια διεγερτικά μιας τουριστικής βιομηχανίας. Σε ορισμένες αναπτυσσόμενες χώρες, αυτά τα παραδοσιακά πρότυπα πολιτιστικής συμπεριφοράς συγκεκριμένων ομάδων ανθρώπων αποτελούν το επίκεντρο της τουριστικής βιομηχανίας (Butler and Hinch, 1996). Μερικές φορές, ωστόσο, οι διαφορές στη φυσική εμφάνιση και, ίσως το πιο σημαντικό, οι διαφορές στην πολιτιστική συμπεριφορά μεταξύ επισκεπτών και κατοίκων, είναι τόσο μεγάλες ώστε η αμοιβαία κατανόηση αντικαθίσταται από την αντιπάθεια.

Η στάση των τοπικών πληθυσμών στον τουρισμό περνά τέσσερα στάδια, όπως αυτά ορίστηκαν από τον Doxley(1976):

1. Ευφορία (*euphoria*): οι τουρίστες καλωσορίζονται από την κοινότητα χωρίς συγκεκριμένο έλεγχο ή προγραμματισμό.
2. Απάθεια (*apathy*): οι τουρίστες θεωρούνται πλέον δεδομένοι για την κοινότητα και η σχέση τουριστών-ντόπιων γίνεται κυρίως εμπορική.
3. Δυσφορία (*discomfort*): φθάνοντας στον κορεσμό της τουριστικής βιομηχανίας, η κοινότητα αρχίζει να αλλάζει τη στάση της απέναντι στον τουρισμό. Οι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων αναπτύσσουν περαιτέρω υποδομές αντί να περιορίζουν την ανάπτυξη.
4. Ανταγωνισμός (*antagonism*): οι ντόπιοι δείχνουν την ενόχλησή τους απέναντι στους τουρίστες και στον τουρισμό. Ενώ ο προγραμματισμός θα έπρεπε να είναι ένα διορθωτικό μέτρο απέναντι στα πλήγματα του τουρισμού, εντείνονται οι διαφημιστικές προσπάθειες ώστε να αντισταθμιστεί η αρνητική φήμη του τόπου.

Το πρόβλημα επιδεινώνεται καθώς οι τουρίστες είναι άγνωστοι στον προορισμό. Οι κώδικες ένδυσης και τα πρότυπα συμπεριφοράς τους διαφέρουν από τους κατοίκους και συχνά είναι διαφορετικοί ακόμα και από την συμπεριφορά του στον τόπο του. Ως ξένοι, οι τουρίστες είναι επίσης ευάλωτοι και πέφτουν θύματα ληστείας και εγκλημάτων που διαπράττονται από την τοπική κοινότητα, οι οποίοι μπορεί να δουν αυτές τις δραστηριότητες ως ένα μέσο για την «αποκατάσταση της ισορροπίας». Οι Lindberg, Andersson και Dellaert (2001) καταγράφουν τα κοινωνικά κέρδη και απώλειες

κατοικημένων πληθυσμών ως αποτέλεσμα του τουρισμού δηλώνοντας ότι η στάση των κατοίκων είναι ετερογενής, με αυτή τη μεγάλη ποικιλομορφία δημιουργώντας μια πρόκληση για τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων που προσπαθούν να επιτύχουν συναίνεση. Αυτό έρχεται να αναγνωρίσει ότι οι αξίες των κατοίκων και όχι οι ευθείες δημογραφικές εξηγήσεις μπορούν να εξηγήσουν προηγούμενες απόψεις για τον τουρισμό (Williams and Lawson, 2001).

Όταν οι πολιτιστικές διακρίσεις μεταξύ των κατοίκων και των τουριστών από τις πιο ευημερούσες χώρες και περιοχές είναι έντονες, ο τοπικός πολιτισμός και τα έθιμα μπορούν να αξιοποιηθούν για να ικανοποιήσουν τον επισκέπτη, μερικές φορές εις βάρος της τοπικής υπερηφάνειας και αξιοπρέπειας. Οι τουρίστες κινητοποιούνται όλο και περισσότερο από την αναζήτηση της αυθεντικότητας. Με καλή διαχείριση και σχεδιασμό, ωστόσο, ο τουρισμός μπορεί να δώσει ώθηση για τη διατήρηση των αρχαίων πολιτισμών, αλλά πολύ συχνά ο τοπικός τρόπος ζωής εκφυλίζεται σε μια εμπορικά οργανωμένη επιρροή του πρώην εαυτού του. Για παράδειγμα, οι παραδοσιακοί χοροί και η εξειδικευμένη χειροτεχνία δίνουν τη θέση τους σε φτηνές απομιμήσεις για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες του επισκέπτη και να κερδίσουν χρήματα με τη λιγότερη δυνατή προσπάθεια (Ingles, 2002).

Σε απομονωμένες περιοχές, η άφιξη πάρα πολλών επισκεπτών μπορεί ακόμη και να οδηγήσει τους κατοίκους της περιοχής να εγκαταλείψουν τους οικισμούς τους και να μετακινηθούν σε νέες περιοχές όπου μπορούν να παραμείνουν αδιάθετες. Για να καταπολεμηθεί αυτό σε ευπαθείς περιοχές, όπως αυτές της Βόρειας Αμερικής, διατυπώθηκαν «κανόνες διακυβέρνησης» για τους επισκέπτες. Σε πιο ανεπτυγμένες περιοχές, σε ακραίες περιπτώσεις, ο τουρισμός έχει διακόψει εντελώς τον τρόπο ζωής των κατοίκων της περιοχής. Ο θεσμός του εθνικού συστήματος πάρκων σε ορισμένες περιοχές της Αφρικής, μολονότι δικαιολογείται από τη διατήρηση της άγριας φύσης και του τουρισμού, έχει σε ορισμένες περιπτώσεις πλήξει σοβαρά την νομαδική ύπαρξη του τοπικού πληθυσμού. Στον Καναδά, για παράδειγμα, η δημιουργία πάρκων υπαίθριων χώρων αναψυχής και εγχώριου τουρισμού στις Forillon και Gros Morne καθιστούσε αναγκαία την έξωση των προηγούμενων κατοίκων και συνεπώς προκάλεσε σημαντική τοπική αντίθεση (Theobald, 2003, p.85).

Μέχρι στιγμής δεν υπάρχουν επαρκείς έρευνες για την εξάλειψη των κοινωνικών και πολιτισμικών παρενεργειών της τουριστικής ανάπτυξης. Όταν τα πολιτιστικά και

κοινωνικοοικονομικά υπόβαθρα των τουριστών είναι πολύ διαφορετικά από αυτά του τοπικού πληθυσμού, τα αποτελέσματα της ανάμειξής τους μπορεί να είναι ευνοϊκά αλλά μπορεί να είναι και εκρηκτικά. Αν η κοινωνικές διαφορές μεταξύ των λαών είναι μεγάλες, η αποκαλούμενη επίδειξη επίδρασης της ευημερίας εν μέσω φτώχειας μπορεί να δημιουργήσει μια επιθυμία μεταξύ των τοπικών πληθυσμών να εργαστούν σκληρότερα ή να επιτύχουν υψηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης για να μιμηθούν τον τρόπο ζωής των τουριστών. Από την άλλη πλευρά, σε πολλές περιπτώσεις η αδυναμία του τοπικού πληθυσμού να επιτύχει το ίδιο επίπεδο με αυτό των τουριστών μπορεί να δημιουργήσει μια αίσθηση στέρησης και απογοήτευσης, που μπορεί να αποτελέσει λόγο εχθρότητας και ακόμη και την επιθετικότητα μεταξύ των ντόπιων και των τουριστών (Theobald, 2003, p.85).

Πολλά από τα άλλα κοινωνικοπολιτιστικά προβλήματα που συνδέονται με τον τουρισμό σχετίζονται με τον βαθμό έντασης της ανάπτυξης του τουρισμού. Αν και είναι δύσκολο να μετρηθεί, υπάρχει σχέση μεταξύ της πυκνότητας του τουρισμού και της αύξησης της τοπικής δυσαρέσκειας για τον τουρισμό. Η ροή των τουριστών σε μια περιοχή αυξάνει τις πυκνότητες στις οποίες ζουν οι άνθρωποι και υπερπληρώνει τις εγκαταστάσεις που οι τουρίστες μοιράζονται με τον τοπικό πληθυσμό. Ο υπερπληθυσμός μειώνει την αξία της εμπειρίας των διακοπών και δημιουργεί πρόσθετη πίεση για τους ντόπιους.

Γενικά αυτό που παρατηρείται, είναι ο κατακερματισμός της τοπικής κουλτούρας, όπως αυτός διαφαίνεται μέσα από τη διάβρωση των παραδόσεων, τις διαφοροποιήσεις στην τοπική μουσική και στις πολιτιστικές δραστηριότητες, τις αλλαγές στην ντόπια κουζίνα, ένδυση και αρχιτεκτονικό ρυθμό για την ευχαρίστηση του τουριστικού κοινού. Σε πολλές περιπτώσεις έχουν παρατηρηθεί και αλλοιώσεις στην εγχώρια γλώσσα για χάρη των τουριστών (Doxey, 1976).

Ο τουρισμός φέρνει ενίοτε πολλές αλλαγές στα ήθη και έθιμα του τόπου προορισμού. Αρχικά, παρατηρούνται σταδιακές αλλά σημαντικές αλλαγές στον τρόπο αντιμετώπισης των θεσμών, όπως είναι η οικογένεια, η θρησκεία κ.ά ενώ στην πορεία υπάρχει αλλοίωση των ηθών και εθίμων τα οποία θυσιάζονται στο «βωμό» της τουριστικής ανάπτυξης και στα νέα «αστικοποιημένα» ήθη του. Παράλληλα, παρατηρούνται αλλαγές και στην τοπική παράδοση με τους κατοίκους να τείνουν να υιοθετούν περισσότερα αστικά πρότυπα στον τρόπο διασκέδασης ενώ οι παραδοσιακές εκδηλώσεις επηρεάζονται από

την εντατική εργασία στην τουριστική περίοδο αλλά και από την εγκατάλειψή τους κατά τις μη τουριστικές περιόδους (ΣΕΤΕ, 2010).

Παράλληλα με την διάβρωση των ηθών και εθίμων του τόπου, υπάρχει έντονα και το φαινόμενο της εμπορευματοποίησης της κουλτούρας. Όπως ειπώθηκε, πολλές φορές αυτό που δίνει ώθηση στον τουρισμό είναι η ίδια η κουλτούρα του τόπου. Έτσι, είναι εύλογο η κουλτούρα να παρέχεται ως ένα τουριστικό προϊόν. Η εμπορευματοποίηση αυτή μπορεί να επεκταθεί στην παραδοσιακή μουσική και στους χορούς. Έτσι, στους τόπους υποδοχής των τουριστών, η μουσική και οι χοροί επιδιώκουν αποκλειστικά να ικανοποιήσουν τις ανάγκες της τουριστικής αγοράς (Γκανιά, 2007).

Θα ήταν σκόπιμο σε αυτό το σημείο να διατυπωθούν και οι θετικές επιδράσεις του τουρισμού στην κοινωνία και τον πολιτισμό. Οι θετικές επιδράσεις περιλαμβάνουν την προώθηση της αμοιβαίας κατανόησης μεταξύ των λαών και στην πολιτιστική και δημογραφική αναγέννηση.

Κατά την τουριστική δραστηριότητα, έρχονται σε επαφή διαφορετικοί λαοί με διαφορετικές κουλτούρες. Έτσι, γίνεται η ανταλλαγή απόψεων, γνώσεων, παραδόσεων και εμπειριών. Με αυτόν τον τρόπο, οι άνθρωποι κατανοούν πως, αν και ανήκουν σε διαφορετικούς λαούς με διαφορετικές εμπειρίες, ήθη και έθιμα, είναι όλοι μέλη μιας μεγαλύτερης κοινότητας (Andriotis, 2000). Η δημογραφική αναγέννηση αφορά την αύξηση των θέσεων εργασίας και την αύξηση του εισοδήματος των κατοίκων των τουριστικών περιοχών. Έτσι, αποτρέπεται η μετανάστευση μέρους του πληθυσμού σε άλλα μέρη ενισχύοντας την οικονομία της τοπικής κοινωνίας (Andriotis, 2000). Παράλληλα, ο τουρισμός συμβάλλει στην διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Για παράδειγμα, πολλά μοναστήρια, αρχαιολογικοί χώροι, μνημεία και παραδοσιακοί οικισμοί διασώθηκαν λόγω της τουριστικής τους ζήτησης. Επιπλέον, με τον τουρισμό ενισχύονται οι τοπικές παραδόσεις και τέχνες, οι χειροτεχνίες και γενικά οι παραδοσιακές πολιτιστικές δραστηριότητες (Στατήρη, 2011). Τα τελευταία χρόνια υπάρχει η τάση για αναβίωση των εθίμων με τελικούς αποδέκτες τους τουρίστες. Η θετική αυτή εξέλιξη σχετίζεται με την αναζήτηση νέων πρακτικών στις τουριστικές περιοχές που θα οδηγήσουν στην αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος (ΣΕΤΕ, 2010).

1.3.3 Οικονομικές επιπτώσεις

Όπως αναφέρθηκε, οι πρώτες μελέτες σχετικά με τον αντίκτυπο που θα μπορούσε να έχει ή που έχει ο τουρισμός σε μια περιοχή, επικεντρώθηκαν στις οικονομικές επιπτώσεις. Πράγματι, τα οικονομικά οφέλη και οι οικονομικές επιπτώσεις είναι οι πιο άμεσα μετρήσιμες και εμφανείς. Εκτός από τα προφανές οικονομικό όφελος του τουρισμού, δεν λείπουν και οι αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις λόγω της εποχικότητας του τουρισμού, της διαρροής εισοδήματος, τον πληθωρισμό και την αύξηση των τιμών της γης, την άνηση της παραοικονομίας, το κόστος υποδομής και γενικά την εξάρτηση της τοπικής οικονομίας από τον τουρισμό.

Τα οφέλη και το κόστος που απορρέουν από την τουριστική δραστηριότητα πρέπει να εξεταστούν από τρεις πλευρές: τους τουρίστες, την τοπική κοινότητα και τις αρχές. Από τη μία πλευρά έχουμε τους τουρίστες οι οποίοι πληρώνουν για να απολαύσουν μια συγκεκριμένη μορφή τουρισμού. Από την άλλη, έχουμε την τοπική κοινότητα που απολαμβάνει τα οφέλη, κυρίως οικονομικά, από την τουριστική δραστηριότητα. Ταυτόχρονα, όμως, είναι αυτοί που πρέπει να αντιμετωπίσουν και να επιβαρυνθούν με τα κρυφά «κόστη» που αφήνουν πίσω τους οι τουρίστες. Τέλος, έχουμε την κυβέρνηση και τις τοπικές αρχές. Για αυτούς, ο τουρισμός παράγει εισοδήματα μέσω φόρων, δημιουργεί θέσεις εργασίας και συμβάλει στο ισοζύγιο πληρωμών. Αν προχωρήσουμε πιο βαθιά, μπορούμε να εντοπίσουμε και μια τέταρτη πλευρά, τους επενδυτές. Από την πλευρά τους τα οφέλη είναι αποκλειστικά οικονομικά και βασίζονται στα εισοδήματα των επιχειρήσεων που έχουν δημιουργήσει (Goeldner and Ritchie, 2012).

Ο Steck (2010) εξηγεί ότι οι άμεσες επιπτώσεις του τουρισμού επηρεάζουν την ευρύτερη οικονομία μέσω έξι βασικών καναλιών:

1. Δημιουργία θέσεων απασχόλησης : οι τουριστικές δραστηριότητες δημιουργούν απασχόληση μέσω διάφορων τομέων όπως είναι του προσωπικού ξενοδοχείων, των ταξιδιωτικών πρακτόρων κλπ.
2. Προμήθεια αγαθών και υπηρεσιών: Οι τοπικές ή εθνικές επιχειρήσεις μπορούν να προμηθεύουν αγαθά και υπηρεσίες σε τουριστικές επιχειρήσεις, όπως τρόφιμα ή έπιπλα. Ωστόσο αυτά τα είδη μπορούν επίσης να εισάγονται εάν η τοπική προσφορά δεν ικανοποιεί τη ζήτηση είτε από άποψη κόστους, ποιότητας ή ποσότητας.

3. Άμεσες πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών: Οι έμποροι λιανικής πώλησης σε τουριστικούς προορισμούς μπορούν να πουλήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους απευθείας στους τουρίστες (δηλαδή σουβενίρ ή φαγητό), συγκεντρώνοντας άμεσα τα χρηματικά κέρδη της τουριστικής δραστηριότητας.
4. Ίδρυση τουριστικών επιχειρήσεων: Τα υψηλά (ή αυξανόμενα) επίπεδα τουριστικής δραστηριότητας μπορούν να οδηγήσουν στη δημιουργία νέων τουριστικών επιχειρήσεων, δημιουργώντας νέες ευκαιρίες απασχόλησης κλπ.
5. Φορολογία και εισφορά: Οι τουριστικές επιχειρήσεις συμβάλλουν στο εθνικό εισόδημα μέσω φόρων, ενώ οι τουρίστες μπορούν (και συχνά) να φορολογούνται άμεσα, όπως μέσω των θεωρήσεων καρτών διαμονής, δημιουργώντας έσοδα για τις εθνικές ή τοπικές κυβερνήσεις.
6. Επενδύσεις σε υποδομές: Καθώς ο τομέας του τουρισμού διευρύνεται, οι ανάγκες του στις τοπικές υποδομές θα αυξηθούν, γεγονός που με τη σειρά του ωθεί τις επενδύσεις σε υποδομές είτε από ιδιωτικούς φορείς είτε από τον δημόσιο τομέα.

Η τουριστική βιομηχανία φαίνεται να είναι ο πιο αποδοτικός κλάδος της οικονομίας για τη δημιουργία θέσεων εργασίας και εισοδήματος σε λιγότερο ανεπτυγμένες, περιφερειακές χώρες / περιοχές, όπου οι ευκαιρίες ανάπτυξης είναι περιορισμένες. Στις περιφέρειες αυτές, ο οικονομικός αντίκτυπος του τουρισμού είναι αισθητός. Οι άνθρωποι από αυτές τις περιοχές είναι γενικά αγρότες ή αλιείς και η συμμετοχή στην τουριστική δραστηριότητα μπορεί να αυξήσει σημαντικά το εισόδημα των νοικοκυριών. Επίσης, η αύξηση της τοπικής τουριστικής βιομηχανίας μπορεί να αποτελέσει κίνητρο για συναφείς δραστηριότητες (γεωργικά προϊόντα ή αναμνηστικά που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τη διαμονή και την τροφοδοσία). Σύμφωνα με το Archer et al (2005, p.81), η εισαγωγή της τουριστικής βιομηχανίας σε αυτές τις περιοχές μπορεί να έχει μεγαλύτερη επίδραση στην ευημερία των κατοίκων σε σύγκριση με μια πιο ανεπτυγμένη περιοχή στην ίδια χώρα. Για να υπάρξει μια τέτοια ανάπτυξη του τουρισμού σε μια αναδυόμενη χώρα ή περιοχή χρειάζονται τα παρακάτω: βασική υποδομή (δρόμοι πρόσβασης, πόσιμο νερό κλπ), καταλύματα (ξενοδοχεία, οικήματα κ.ά) καθώς και άλλες εγκαταστάσεις και υπηρεσίες που είναι απαραίτητες για τον τουρισμό (μέσα συγκοινωνίας, χώροι εστίασης κλπ).

Ορισμένες από αυτές τις υπηρεσίες κοινής ωφελείας είναι αδιαίρετες, υπό την έννοια ότι παρέχονται στον τουριστικό κλάδο και ταυτόχρονα χρησιμοποιούνται και από τους ντόπιους (Archer et al, 2005, p.85). Έτσι, σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες οι

αυτοκινητόδρομοι και τα αεροδρόμια που δημιουργούνται για να εξυπηρετήσουν τον τουρισμό, προσφέρουν ευκολότερη πρόσβαση σε πιο απομακρυσμένες αγορές για πολλά τοπικά προϊόντα. Δυστυχώς όμως, ο τοπικός πληθυσμός απολαμβάνει σε μικρό βαθμό τα οφέλη από αυτή την εξέλιξη.

Η αγορά δεν διασφαλίζει ότι η ανάπτυξη θα συμβαδίζει με τη ζήτηση. Είναι επιτακτική ανάγκη να γίνει ρεαλιστικός και ακριβής προγραμματισμός και να εφαρμοστούν κανόνες και νόμοι για τη μείωση των συγκρούσεων και, ενδεχομένως, για τη διατήρηση και προστασία των μοναδικών χαρακτηριστικών της φύσης που οι τουρίστες και οι κάτοικοι απολαμβάνουν. Σε επιφανειακό επίπεδο, τα οικονομικά οφέλη του τουρισμού είναι προφανή. Τα τελευταία χρόνια ένας αυξανόμενος αριθμός συγγραφέων έχουν εκφράσει επιφυλάξεις σχετικά με τη φύση και την έκταση των οφελών του τουρισμού και εξέφρασε σκεπτικισμό σχετικά με τις δυνατότητες του τουρισμού ως καταλύτη ανάπτυξης και ως μέσο μεγιστοποίησης της ευημερίας των τοπικών πληθυσμών (Archer et al, 2005, p.83). Σε μια μελέτη που διεξήχθη στην Τουρκία (Tosun et al., 2003, p155-159), σημειώθηκε ότι παρόλο που ο τουρισμός - ως στρατηγική οικονομικής ανάπτυξης - αύξησε τον ρυθμό οικονομικής ανάπτυξης, δημιούργησε ταυτόχρονα και ανισότητες μεταξύ περιφερειών και κοινωνικών τάξεων. Οι ανισότητες προκλήθηκαν από οικονομικά κίνητρα για την ανάπτυξη του παράκτιου τουρισμού σε βάρος των αγροτικών περιοχών.

Οι αγροτικές περιοχές, γενικά, δεν έχουν οικονομική ποικιλομορφία και επαρκή υποδομή και βασίζονται σε περιορισμένο αριθμό οικονομικών δραστηριοτήτων και έχουν λιγότερο μορφωμένο πληθυσμό. Όλα αυτά συμβάλλουν στον περιορισμό του αγροτικού πληθυσμού να εξασφαλίσει θέσεις εργασίας, να προωθήσει τις επενδύσεις κλπ. Επίσης, στις περιοχές αυτές υπάρχει κάποια έλλειψη σχεδιασμού, διαχείρισης και παρακολούθησης των οικονομικών δραστηριοτήτων - συμπεριλαμβανομένου του τουρισμού. Όσον αφορά τις θέσεις εργασίας, αυτές που παρέχονται από τον τουρισμό είναι σε κάποιο βαθμό εποχικές, με χαμηλούς μισθούς και περιορισμένες ευκαιρίες προώθησης. Αν τη συγκρίνουμε με άλλες βιομηχανίες, ο τουρισμός απαιτεί εργαζόμενους με χαμηλό επίπεδο εξειδίκευσης, που καθορίζει το σχετικά χαμηλό μισθό (Mathieson and Wall, 1982).

Σε όρους κόστους-ωφέλειας, τα οικονομικά οφέλη που αποκόμισε η χώρα προορισμού από τον τουρισμό έχουν περιγραφεί προηγουμένως. Και πάλι, τα οφέλη αυτά πρέπει να αντισταθμιστούν από το οικονομικό κόστος. Το πραγματικό κόστος για την κοινωνία της

χρησιμοποίησης πόρων και παραγόντων παραγωγής σε οποιοδήποτε τομέα, συμπεριλαμβανομένης της κατασκευής και λειτουργίας ξενοδοχείων και άλλων συναφών υπηρεσιών τουρισμού, είναι η αξία της παραγωγής που θα μπορούσε να προκύψει από τη χρήση τους σε άλλους τομείς της οικονομίας (Archer, 2005). Επειδή το κεφάλαιο και η εξειδικευμένη εργασία σπάνια, αν είναι ποτέ, άφθονες σε αυτές τις χώρες, η ανάπτυξη μιας τουριστικής βιομηχανίας απαιτεί ορισμένα από αυτά τα σπάνια μέσα να εκτραπούν από τις εναλλακτικές τους χρήσεις. Βεβαίως, ορισμένοι παράγοντες παραγωγής θα ήταν διαφορετικά άνεργοι, οπότε η χρήση τους στον τουρισμό δεν συνεπάγεται πραγματικό κόστος για την κοινωνία, αλλά στις περισσότερες περιπτώσεις το κόστος ευκαιρίας που προκύπτει είναι η αξία της απώλειας παραγωγής σε άλλους τομείς.

Το εάν ο τουρισμός δημιουργεί περισσότερα καθαρά οφέλη στην κοινωνία από ό, τι άλλες μορφές ανάπτυξης εξαρτάται κυρίως από τη φύση της οικονομίας και το επίπεδο ανάπτυξης της χώρας και από ποιες εναλλακτικές μορφές ανάπτυξης είναι εφικτές. Επίσης, μερικές φορές θεωρείται επιθυμητό να προωθηθούν διάφορες μορφές ανάπτυξης, παρόλο που ένα ή περισσότερα από αυτά μπορεί να προσφέρουν σχετικά χαμηλότερα καθαρά οφέλη (Theobald, 2003, p.84).

Κεφάλαιο 2

2.1 Εννοιολογική προσέγγιση της βιώσιμης ανάπτυξης

Με βάση τις κοινωνικοοικονομικές αλλαγές στις πιο ανεπτυγμένες χώρες, ο διεθνής τουρισμός στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες έχει γίνει μια ελκυστική επιλογή για οικονομική ανάπτυξη. Καθώς ο διεθνής τουρισμός συνέχισε να αυξάνεται, έγινε φανερή μία σειρά αρνητικών επιπτώσεων. Ως αποτέλεσμα, η αειφόρος ανάπτυξη έγινε το επίκεντρο του τουρισμού ως αναπτυξιακού εργαλείου. Υπάρχουν πολλές εγγενείς προκλήσεις όσον αφορά την εφαρμογή των αρχών της βιώσιμης ανάπτυξης στον τομέα του τουρισμού. Αυτές περιλαμβάνουν τη φύση της τουριστικής βιομηχανίας και του προϊόντος, τον κατακερματισμένο τρόπο με τον οποίο γίνονται κρίσιμες αποφάσεις σχετικά με τον τουρισμό και τα ποικίλα και συχνά αντικρουόμενα συμφέροντα στην ανάπτυξη του τουρισμού που κατέχουν ευρύ φάσμα ενδιαφερομένων. Η αειφορία υπό αυτές τις συνθήκες είναι μια φευγαλέα ιδέα και ακόμη περισσότερο μια πρόκληση για εφαρμογή στο πλαίσιο του τουριστικού συστήματος.

2.1.1 Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης

Η βιώσιμη ανάπτυξη έκανε την πρώτη της εμφάνιση πίσω στο 1972 όταν «Η Ομάδα της Ρώμης» (Club of Rome) δημοσίευσε την έκθεση με τίτλο «Τα όρια της Ανάπτυξης» (Limits of Growth) για την κατάσταση του φυσικού περιβάλλοντος του πλανήτη. Στα πλαίσια αυτής της έκθεσης έγινε η πρόβλεψη πως αν η οικονομική δραστηριότητα συνεχιζόταν με τους ίδιους ρυθμούς, τα όρια της ανάπτυξης θα εξαντλούταν σε μια εικοσαετία. Η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης είναι το αποτέλεσμα της αυξανόμενης συνειδητοποίησης των παγκόσμιων δεσμών μεταξύ των αυξανόμενων περιβαλλοντικών προβλημάτων, των κοινωνικοοικονομικών ζητημάτων που συνδέονται με τη φτώχεια και την ανισότητα και των ανησυχιών για ένα υγιές μέλλον για την ανθρωπότητα. Συνδέει στενά περιβαλλοντικά και κοινωνικοοικονομικά ζητήματα. Η πρώτη σημαντική χρήση του όρου ήταν το 1980 στην Παγκόσμια Στρατηγική Διατήρησης (IUCN, 1980). Αυτή η διαδικασία συγκέντρωσης περιβαλλοντικών και κοινωνικοοικονομικών ζητημάτων εκφράστηκε με τον καλύτερο τρόπο στον ορισμό της Βιώσιμης Ανάπτυξης της Έκθεσης Brundtland ως «η ικανοποίηση των αναγκών του παρόντος χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιούν τις ανάγκες τους» (WCED, 1987, p.

43). Αυτό καθορίζει τις ανάγκες από την ανθρώπινη σκοπιά, όπως υποστήριξε ο Lee (2009, p. 32), «η αειφόρος ανάπτυξη είναι μια έντονα ανθρωποκεντρική έννοια».

Η έκθεση Brundtland και οι ιδέες της έκθεσης “Our Common Future” αναγνωρίζουν την εξάρτηση του ανθρώπου από το περιβάλλον για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους και συνδέουν την ευημερία σε μια πολύ ευρύτερη έννοια από την απλή αξιοποίηση των πόρων: «οικολογία και οικονομία γίνονται όλο και πιο σχετικές σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο» (WCED, 1987, p.5). Αντί της κυριαρχίας πάνω στη φύση, οι ζωές, οι δραστηριότητες και η κοινωνία μας είναι φωλιές μέσα στο περιβάλλον (Giddings et al, 2002). Η έκθεση τονίζει ότι η ανθρωπότητα, είτε πρόκειται για μια βιομηχανοποιημένη είτε για μια αγροτική κοινωνία επιβίωσης, εξαρτάται από την ασφάλεια και τη βασική ύπαρξη στο περιβάλλον: η οικονομία και η ευημερία μας τώρα και στο μέλλον χρειάζονται το περιβάλλον. Επισημαίνει, επίσης, τις διασυνδέσεις που υπάρχουν παντού: τα περιβαλλοντικά προβλήματα δεν είναι τοπικά αλλά παγκόσμια και έτσι οι δράσεις και οι επιπτώσεις πρέπει να θεωρούνται διεθνώς για την αποφυγή μετατόπισης του προβλήματος από τη μία περιοχή στη άλλη από ενέργειες όπως είναι η απελευθέρωση ρύπανσης που διασχίζει τα όρια μιας περιοχής. Τα περιβαλλοντικά προβλήματα απειλούν την υγεία, τα μέσα διαβίωσης και τη ζωή των ανθρώπων και μπορούν να απειλήσουν τις μελλοντικές γενιές.

Η βιώσιμη ανάπτυξη είναι μια αμφισβητούμενη έννοια. Συνήθως παρουσιάζεται ως η διασταύρωση μεταξύ περιβάλλοντος, κοινωνίας και οικονομίας, οι οποίες θεωρούνται ξεχωριστές αλλά ταυτόχρονα και συνδεδεμένες οντότητες. Η οικονομία εξαρτάται από την κοινωνία ενώ η ανθρώπινη ύπαρξη και η κοινωνία εξαρτώνται από το περιβάλλον. Η ξεχωριστή αντιμετώπιση θεμάτων του περιβάλλοντος, της κοινωνίας και της οικονομίας οδηγεί συχνά σε μια στενή τεχνικό-επιστημονική προσέγγιση, ενώ τα κοινωνικά ζητήματα που είναι πιθανότερο να προκαλέσουν την παρούσα κοινωνικοοικονομική δομή είναι συχνά περιθωριοποιημένα, ιδίως η βιωσιμότητα των κοινοτήτων και η διατήρηση της διαφορετικότητας και της κουλτούρας (Giddings et al, 2002).

Για τα περισσότερα από τα τελευταία διακόσια χρόνια το περιβάλλον αντιμετωπίστηκε, σε μεγάλο βαθμό, εξωτερικό της ανθρωπότητας, κυρίως για χρήση και εκμετάλλευση, με λίγες ειδικές περιοχές που διατηρούνται ως άγρια φύση ή πάρκα. Τα περιβαλλοντικά προβλήματα θεωρήθηκαν κυρίως τοπικά. Σε γενικές γραμμές η σχέση μεταξύ ανθρώπων και περιβάλλοντος σχεδιάστηκε ως θρίαμβος της ανθρωπότητας πάνω στη φύση. Η

άποψη που κυριαρχούσε ήταν ότι η ανθρώπινη γνώση και η τεχνολογία θα μπορούσαν να ξεπεράσουν όλα τα εμπόδια, συμπεριλαμβανομένων των φυσικών και περιβαλλοντικών (Dryzek, 1997). Η άποψη αυτή συνδέθηκε με την ανάπτυξη του καπιταλισμού, της βιομηχανικής επανάστασης και της σύγχρονης επιστήμης. Η περιβαλλοντική διαχείριση και η ανησυχία μεταξύ των περισσότερων επιχειρήσεων και κυβερνήσεων, εκτός από τα τοπικά προβλήματα και τη διατήρηση της άγριας φύσης, στηριζόταν, στην καλύτερη περίπτωση, στη διαχείριση των φυσικών πόρων. Τα οικονομικά ζητήματα έγιναν το κύριο θέμα των ανθρώπινων σχέσεων με την οικονομική ανάπτυξη, η οποία θα επιτευχθεί μέσα από την αύξηση της παραγωγής, να καθοριστεί ως κύρια προτεραιότητα (Douthwaite, 1992). Αυτή η άποψη θεωρήθηκε ως το κλειδί για την ευημερία της ανθρωπότητας και μέσω της ανάπτυξης οι χαμηλότερες τάξεις θα ξεφύγουν από την φτώχεια.

Η βιώσιμη ανάπτυξη εγείρει ερωτήματα σχετικά με τον ισχυρισμό που επικρατούσε κατά την μεταπολεμική περίοδο, ότι η διεθνής ευημερία και η ευημερία του ανθρώπου μπορούν να επιτευχθούν μέσω της αύξησης του παγκόσμιου εμπορίου και της βιομηχανίας. Αναγνωρίζει ότι τα παρελθόντα μοντέλα ανάπτυξης δεν κατόρθωσαν να εξαλείψουν την φτώχεια σε παγκόσμιο επίπεδο ή εντός των χωρών. Η έκθεση Brundtland, αναγνωρίζοντας αυτή την αποτυχία, απαιτεί μια διαφορετική μορφή ανάπτυξης η οποία περιλαμβάνει αλλαγή της ποιότητας της ανάπτυξης, κάλυψη βασικών αναγκών, συγχώνευση περιβάλλοντος και οικονομίας στη λήψη αποφάσεων με έμφαση στην ανθρώπινη ανάπτυξη, συμμετοχή στις αποφάσεις και ισότητα στα οφέλη. Η προτεινόμενη ανάπτυξη είναι ένα μέσο για την εξάλειψη της φτώχειας, την κάλυψη των ανθρώπινων αναγκών και την εξασφάλιση ότι όλοι θα αποκτήσουν ένα δίκαιο μερίδιο πόρων. Η κοινωνική δικαιοσύνη σήμερα αποτελεί βασικό στοιχείο της έννοιας της αειφόρου ανάπτυξης (Hopwood et al, 2005).

Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης αντιπροσωπεύει μια μετατόπιση στην κατανόηση της θέσης της ανθρωπότητας στον πλανήτη. Η βιώσιμη ανάπτυξη περιγράφει τις προσπάθειες συνδυασμού των ανησυχιών για το περιβάλλον με τα κοινωνικοοικονομικά προβλήματα. Η αναδιάρθρωση της βιώσιμης ανάπτυξης για την εστίαση στην ανθρώπινη ευημερία και την εξάλειψη του διαχωρισμού της οικονομίας και της κοινωνίας έχει αρκετά μειονεκτήματα ακόμα και μετά από τόσα χρόνια. Πουθενά δεν υπάρχουν σαφείς ηθικές αξίες ή κατευθυντήριες γραμμές που να υποδεικνύουν τη βάση των αποφάσεων ή ποιες είναι οι προτεραιότητες της βιώσιμης ανάπτυξης. Η αειφόρος ανάπτυξη πρέπει να

βασίζεται σε αρχές που θα εφαρμόζονται σε όλα τα ζητήματα είτε ταξινομούνται ως περιβαλλοντικά, κοινωνικά, οικονομικά είτε ως συνδυασμό των τριών. Ο Houghton (1999) συγκέντρωσε τις ιδέες της βιώσιμης ανάπτυξης σε πέντε βασικές αρχές που βασίζονται στην ισότητα:

- i. Ισότητα στο κεφάλαιο μεταξύ γενεών
- ii. Κοινωνική δικαιοσύνη – ισότητα μεταξύ των γενεών
- iii. Διασυννοριακή ευθύνη – γεωγραφική ισότητα
- iv. Διαδικαστική δικαιοσύνη – οι άνθρωποι να αντιμετωπίζονται ανοιχτά και ίσα
- v. Ισότητα μεταξύ των ειδών – σημασία στην βιοποικιλότητα.

Για να επιτευχθεί η αειφορία είναι απαραίτητο να τεθούν ορισμένοι περιορισμοί οι οποίοι αφορούν κυρίως την αντοχή και την ανοχή ενός τόπου από τη δράση κάποιας συγκεκριμένης δραστηριότητας. Επομένως, οι περιορισμοί αυτοί σχετίζονται με την φέρουσα ικανότητα του τόπου. Το γενικό πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης διαμορφώνεται με βάση δώδεκα θεμελιώδεις αρχές (Δεκλερής, 2000):

- i. Αρχή της Δημόσιας Οικολογικής Τάξης: Η βιώσιμη ανάπτυξη αποτελεί ευθύνη του κράτους και δεν αφήνεται στη λειτουργία της αγοράς
- ii. Αρχή της Βιωσιμότητας: Διατήρηση του φυσικού κεφαλαίου και απαγόρευση κάθε μείωσης ή υποβάθμισης
- iii. Αρχή της Φέρουσας Ικανότητας: Διατήρηση της σταθερής κατάστασης των οικοσυστημάτων με ανάπτυξη που βρίσκεται κάτω από τα όρια αντοχής τους
- iv. Αρχή της Υποχρεωτικής Αποκατάστασης Διαταραχθέντων Οικοσυστημάτων: Αποκατάσταση του απολεσθέντος φυσικού κεφαλαίου
- v. Αρχή της Βιοποικιλότητας: Διατήρηση της βιοποικιλότητας που θεωρείται κριτήριο και παράγοντας ευρωστίας των οικοσυστημάτων
- vi. Αρχή της Κοινής Φυσικής Κληρονομιάς: Τα κοινά φυσικά αγαθά δεν επιτρέπεται να ιδιοποιηθούν και η κοινή χρήση τους να περιορισθεί ή καταργηθεί
- vii. Αρχή της Ήπιας Ανάπτυξης των Ευπαθών Οικοσυστημάτων: Στα ευπαθή οικοσυστήματα, όπως είναι για παράδειγμα τα δάση, οι ακτές, τα βουνά κλπ, επιτρέπεται η ήπια ανάπτυξη που ορίζεται κατά περίπτωση ώστε να μην επιβαρύνεται υπέρμετρα το περιβάλλον

- viii. Αρχή της Χωρονομίας: Επιβάλλεται ο συνολικός σχεδιασμός και χωροταξικός σχεδιασμός των δραστηριοτήτων, ώστε να εξασφαλίζεται η διατήρηση της φέρουσας ικανότητας των οικοσυστημάτων
- ix. Αρχή της Πολιτιστικής Κληρονομιάς: Διατήρηση των σπουδαιότερων πολιτιστικών στοιχείων, όπως είναι τα μνημεία
- x. Αρχή του Βιώσιμου Αστικού Περιβάλλοντος: Διατήρηση της ποιότητας ζωής στις πόλεις και αναχαίτιση της ανάπτυξης μεγα-πόλεων
- xi. Αρχή Προστασίας του Φυσικού Κάλλους: Διατήρηση και προστασία του τοπίου με παρεμβάσεις που δεν οδηγούν στην αλλοίωσή του
- xii. Αρχή της Οικολογικής Συνείδησης: Καθιέρωση της οικολογικής συνείδησης των πολιτών που είναι και οι προστάτες του περιβάλλοντος

Οι υποστηρικτές της αειφόρου ανάπτυξης συμφωνούν γενικώς ότι η κοινωνία πρέπει να αλλάξει, αν και υπάρχουν σημαντικές συζητήσεις ως προς τη φύση της βιώσιμης ανάπτυξης, τις αναγκαίες αλλαγές και τα μέσα και τους παράγοντες για αυτές τις αλλαγές. Δεν υπάρχει μια ενιαία φιλοσοφία ενιαίας βιώσιμης ανάπτυξης. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι άνθρωποι φέρνουν στις συζητήσεις για την αειφόρο ανάπτυξη ήδη υπάρχουσες πολιτικές και φιλοσοφικές προοπτικές. Στον μεγαλύτερο μέρος του κόσμου, τα ζητήματα της αειφόρου ανάπτυξης δεν βρίσκονται στην κορυφή της πολιτικής ατζέντας του κόσμου. Ακόμη και θέματα όπως η κλιματική αλλαγή ή η μαζική πείνα δεν κυριαρχούν στις ειδήσεις ή στον πολιτικό διάλογο. Ωστόσο, οι προκλήσεις που βρίσκονται στον πυρήνα της αειφόρου ανάπτυξης, του περιβάλλοντος και της ισότητας, θα την ωθήσουν στην πολιτική επικαιρότητα.

Το σύνηθες μοντέλο για τη βιώσιμη ανάπτυξη αποτελείται από τρία χωριστά αλλά ταυτόχρονα συνδεδεμένα μέρη, το περιβάλλον, την κοινωνία και την οικονομία, τα οποία θεωρούμε ότι είναι, κατά ένα μέρος τουλάχιστον, ανεξάρτητα το ένα από το άλλο. Κυριαρχεί γενικά η άποψη πως η βασική αιτία της έλλειψης βιώσιμης ανάπτυξης είναι η έλλειψη γνώσης και κατάλληλων μηχανισμών. Η άποψη αυτή επιτρέπει την εξισορρόπηση μεταξύ περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων, όπως είναι για παράδειγμα η αποδοχή της ρύπανσης για την οικονομική ανάπτυξη ή η απώλεια ορισμένων βοσκοτόπων για ένα πάρκο ή και ακόμα ο καθαρός αέρας για περισσότερες θέσεις εργασίας. Αυτά τα συμπεράσματα υποδεικνύουν ένα συνεχές εννοιολογικό χάσμα μεταξύ του περιβάλλοντος και της ανθρωπότητας (Hopwood et al., 2005). Η

πραγματικότητα είναι ότι η ανθρωπότητα εξαρτάται από το περιβάλλον. Οι άνθρωποι ζουν στο περιβάλλον (Giddings et al., 2002) και εξαρτώνται από αυτό για την επιβίωση και την ευημερία, δεν μπορούμε να αγνοήσουμε το περιβάλλον.

Αν θέλουμε να κάνουμε μια κριτική για την βιώσιμη ανάπτυξη, μπορούμε να πούμε πως ο όρος της βιώσιμης ανάπτυξης έχει επισημανθεί από πολλούς ως μια διαφορούμενη και αντιφατική έννοια. Ο Robinson (2004) αναφέρει πως η βιώσιμη ανάπτυξη μπορεί να κρύβει παγίδες και να οδηγήσει στην οίκο-παραπλάνηση. Ορισμένα προϊόντα ή υπηρεσίες μπορεί να έχουν οικολογικά σήματα που συνδέονται με την βιώσιμη ανάπτυξη, ωστόσο όμως, φέρουν αδυναμίες στην εξακρίβωση των περιβαλλοντικών τους πιστοποιήσεων. Επιπλέον, οι τουρίστες μπορεί να στραφούν στον οικοτουρισμό με σκοπό να προστατεύσουν το περιβάλλον χωρίς όμως να γνωρίζουν αν η δραστηριότητα αυτή είναι στην πραγματικότητα «πράσινη» ή όχι. Τέλος, η προσέγγιση της βιώσιμης ανάπτυξης γίνεται ανθρωποκεντρικά, δηλαδή επιδιώκεται η προστασία του περιβάλλοντος αλλά για την ανθρώπινη χρήση. Η σωστή βιώσιμη ανάπτυξη θα πρέπει να είναι οικοκεντρική, δηλαδή να υπάρξει μια ισορροπημένη σχέση μεταξύ ανθρωπότητας και φύσης.

2.1.2 Η έννοια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης

Οι χώρες και οι περιφέρειες στις οποίες η οικονομία καθοδηγείται από την τουριστική βιομηχανία έχουν αρχίσει να ασχολούνται όλο και περισσότερο με τα περιβαλλοντικά, αλλά και τα κοινωνικοπολιτιστικά προβλήματα που συνδέονται με τον μη βιώσιμο τουρισμό. Ως αποτέλεσμα, υπάρχει πλέον αυξημένη συμφωνία σχετικά με την ανάγκη προώθησης της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης για την ελαχιστοποίηση του περιβαλλοντικού της αντίκτυπου και τη μεγιστοποίηση των κοινωνικοοικονομικών πλεονεκτημάτων στους τουριστικούς προορισμούς. Η έννοια του αειφόρου τουρισμού, όπως αναπτύχθηκε από τον WTO (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού) στο πλαίσιο της διαδικασίας αειφόρου ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών, αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες «που οδηγούν στη διαχείριση όλων των πόρων κατά τέτοιο τρόπο ώστε να ικανοποιούνται οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες, την ακεραιότητα, τις βασικές οικολογικές διαδικασίες, τη βιολογική ποικιλομορφία και τα συστήματα υποστήριξης της ζωής» (UN, 2001a).

Στον τουρισμό, υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός ορισμών για την αειφορία και την βιώσιμη ανάπτυξη (Butler, 1996). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO, 1993) προτείνει τον ακόλουθο ορισμό της βιώσιμης ανάπτυξης:

«Η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη ανταποκρίνεται στις ανάγκες των σημερινού τουριστών και περιφερειών υποδοχής προστατεύοντας παράλληλα και ενισχύοντας τις ευκαιρίες για το μέλλον. Προβλέπεται ότι οδηγεί στη διαχείριση όλων των πόρων κατά τέτοιο τρόπο ώστε να μπορούν να ικανοποιηθούν οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες διατηρώντας παράλληλα την πολιτιστική ακεραιότητα, τις βασικές οικολογικές διαδικασίες, τη βιολογική ποικιλότητα και τα συστήματα υποστήριξης της ζωής».

Ο Prosser (1994) υπογραμμίζει τέσσερις δυνάμεις κοινωνικής αλλαγής που οδηγούν στην αναζήτηση της βιωσιμότητας στον τουρισμό:

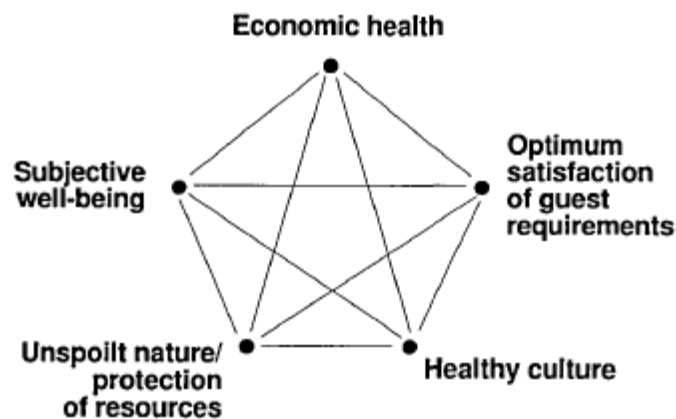
- i. δυσaréσκεια με τα υπάρχοντα προϊόντα
- ii. αυξανόμενη περιβαλλοντική συνείδηση και πολιτισμική ευαισθησία
- iii. κατανόηση από τις περιοχές προορισμού των πολύτιμων πόρων που διαθέτουν και της ευπάθειας τους και
- iv. μεταβαλλόμενη στάση των προγραμματιστών και των ταξιδιωτικών πρακτόρων

Η αειφορία έχει θεωρηθεί ευρέως ότι έχει σημαντικές υποσχέσεις ως μέσο για την αντιμετώπιση των προβλημάτων των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού και τη διατήρηση της μακροπρόθεσμης βιωσιμότητάς του. Η βιώσιμη ανάπτυξη είναι μια θετική προσέγγιση που αποσκοπεί στη μείωση των εντάσεων και των τριβών που δημιουργούνται από τις πολύπλοκες αλληλεπιδράσεις μεταξύ της τουριστικής βιομηχανίας, των τουριστών, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων υποδοχής, έτσι ώστε η μακροπρόθεσμη ικανότητα και η ποιότητα και των φυσικών και των ανθρώπινων πόρων μπορούν να διατηρηθούν (Bramwell and Lane, 1993).

Από την άλλη, ο Cater (1993) εντοπίζει τρεις βασικούς στόχους στον αειφόρο τουρισμό:

- i. κάλυψη των αναγκών του πληθυσμού υποδοχής, όσον αφορά τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου τόσο βραχυπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα
- ii. ικανοποίηση των απαιτήσεων ενός αυξανόμενου αριθμού τουριστών
- iii. προστασία του φυσικού περιβάλλοντος προκειμένου να επιτευχθούν οι δύο προηγούμενοι στόχοι

Ο Farrell (1999) υπογραμμίζει την «τριγωνική βιωσιμότητα» που στοχεύει στην ομαλή και διαφανή ενσωμάτωση της οικονομίας, της κοινωνίας και του περιβάλλοντος. Ο Muller (1994) επισημαίνει πως στην βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη εμπεριέχεται και η έννοια της ποιοτικής ανάπτυξης. Ως ποιοτική ανάπτυξη χαρακτηρίζεται η αύξηση της ποιότητας ζωής που επιτυγχάνεται με τη μείωση της χρήσης των μη ανανεώσιμων πόρων αλλά και την αποφυγή υψηλής πίεσης στο φυσικό περιβάλλον και τους ανθρώπους. Σχηματικά, αυτό αποδίδεται με το «μαγικό πεντάγωνο» του Muller που περιλαμβάνει την οικονομική ευρωστία, την ευμάρεια της τοπικής κοινωνίας, την προστασία του περιβάλλοντος και των πόρων, την πολιτιστική ευρωστία και την βέλτιστη ικανοποίηση των επιθυμιών των τουριστών, τα οποία αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους σε ζεύγη (Σχήμα 2.1).



Σχήμα 2.1: Το μαγικό πεντάγωνο του Muller (Πηγή: Muller, 1994)

Οι αρχές της αειφόρου ανάπτυξης θα πρέπει να καθοδηγούν το σύνολο της τουριστικής βιομηχανίας, συμπεριλαμβανομένου του μαζικού τουρισμού, χωρίς βέβαια να περιορίζεται μόνο στις διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Αυτό που τονίζεται κατά κύριο λόγο, είναι η υιοθέτηση της κατάλληλης ισορροπίας μεταξύ των τριών διαστάσεων της οικονομίας, της κοινωνίας και του περιβάλλοντος, με σκοπό να επιτευχθεί όχι μόνο η βραχυπρόθεσμη αλλά και η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα.

Έτσι, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη οφείλει (Sharpley, 2009):

- να μεγιστοποιεί την ωφέλεια του φυσικού περιβάλλοντος διατηρώντας μέσω οικολογικών μεθόδων τη φυσική κληρονομιά και τη βιοποικιλότητα της περιοχής

- να σέβεται την κοινωνική κληρονομιά και τη μοναδικότητα της περιοχής προορισμού, να συμβάλει στη διατήρηση των παραδόσεων, των ηθών και εθίμων, καθώς και να κατανοεί τη διαφορετική κουλτούρα του κάθε τόπου
- να υποστηρίζει τις μακροπρόθεσμες οικονομικές και πολιτικές δραστηριότητες που προσφέρουν ευκαιρίες για καλό εισόδημα, σταθερή απασχόληση και κοινωνικές υπηρεσίες αλλά που συμβάλλουν ταυτόχρονα στην καταπολέμηση της φτώχειας και της ανισότητας στις τοπικές κοινωνίες

Η βιωσιμότητα, ο βιώσιμος τουρισμός και η αειφόρος ανάπτυξη είναι όλοι οι καθιερωμένοι όροι που έχουν χρησιμοποιηθεί εναλλακτικά στη βιβλιογραφία. Ο Butler (1999b) και οι Harris και Leiper (1995) είναι μεταξύ των λίγων μελετητών που προσπάθησαν να διερευνήσουν τις διαφορές μεταξύ αυτών των όρων. Η «βιωσιμότητα» θεωρείται σε γενικές γραμμές επικεντρωμένη στο κράτος η οποία συνεπάγεται σταθερές συνθήκες ζωής για τις επόμενες γενιές ενώ η «αειφόρος ανάπτυξη» είναι περισσότερο προσανατολισμένη στις διαδικασίες και συνδέεται με τις διαχειριζόμενες αλλαγές που επιφέρουν βελτίωση των συνθηκών για όσους εμπλέκονται σε αυτή την ανάπτυξη. Ομοίως, ο βιώσιμος τουρισμός ορίζεται βολικά ως όλα τα είδη τουρισμού (συμβατικές ή εναλλακτικές μορφές) που είναι συμβατά ή συμβάλλουν στην αειφόρο ανάπτυξη.

Οι κρίσιμες αποφάσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού πραγματοποιούνται σε τοπικό, εθνικό, περιφερειακό και διεθνές επίπεδο. Παρά την φαινομενική κάθετη ενσωμάτωση αυτών των επιπέδων, οι αποφάσεις συχνά λαμβάνονται με αμοιβαία αποκλειστικό τρόπο, με ελάχιστη ή καθόλου διαβούλευση ή συνεργασία. Οι κυβερνήσεις, οι μη κυβερνητικές οργανώσεις και οι διάφορες επαγγελματικές και βιομηχανικές οργανώσεις, οι οποίες συχνά έχουν ποικίλα και αντικρουόμενα συμφέροντα στην τουριστική ανάπτυξη, επικαλύπτουν περαιτέρω αυτή την οργανωτική δομή. Από την άλλη, υπάρχουν οι μονάδες «παραγωγής» του τουρισμού (δηλαδή οι εμπορικές επιχειρήσεις που παρέχουν τις τουριστικές υπηρεσίες όπως είναι η διαμονή, η μεταφορά κλπ.) και οι τουρίστες, που είναι οι «καταναλωτές» του προϊόντος του τουρισμού. Και οι δύο αυτές ομάδες εισέρχονται στο σύστημα με μοναδικά και ποικίλα πεδία κινήτρων, στάσεων και αξιών. Κάθε μία από τις παραπάνω συνιστώσες πρέπει να ληφθεί υπόψη κατά τη λειτουργία των πρακτικών της βιώσιμης ανάπτυξης.

Καθοριστικό ρόλο στη βιώσιμη ανάπτυξη διαδραματίζει και η κατανομή της οικονομικής δύναμης που επηρεάζει τη φύση της ανάπτυξης εντός του κλάδου. Με την αύξηση του ενδιαφέροντος των διεθνών εταιρειών στον τουρισμό και την εμφάνιση παγκόσμιων

συμμαχιών σε όλες τις πτυχές του τουριστικού προϊόντος (π.χ. αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία, τουριστικοί πράκτορες κλπ.) δεν είναι σαφές αν γίνεται η προώθηση και η επιβολή βιώσιμων πρακτικών. Ο προσανατολισμός στο κέρδος της τουριστικής βιομηχανίας βρίσκεται συχνά σε άμεση αντίθεση με την ανάγκη προστασίας των κοινωνικών και περιβαλλοντικών πόρων που υπόκεινται σε αυξανόμενη πίεση. Η βιομηχανία στην πραγματικότητα, καταστρέφει το προϊόν που επιδιώκει να προωθήσει. Η βιωσιμότητα υπό αυτές τις συνθήκες είναι μια θεωρητική πρακτική και αποτελεί μια πρόκληση μέσα στο σύστημα (Berno and Bricker, 2001).

Τέλος, πρέπει επίσης να ληφθούν υπόψη τα συμφέροντα και οι ανάγκες των διαφόρων φορέων στον τομέα του τουρισμού. Τα ενδιαφερόμενα μέρη στον τομέα του τουρισμού περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα συμμετεχόντων που έχουν τόσο δικαιώματα όσο και ευθύνες στο πλαίσιο του συστήματος. Έξι σημαντικές ομάδες ενδιαφερομένων έχουν εντοπιστεί ως έχοντες συμφέροντα στον αειφόρο τουρισμό (Swarbrooke, 1999):

- Ο δημόσιος τομέας: περιλαμβάνει υπερεθνικούς φορείς όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), οι εθνικές κυβερνήσεις, οι τοπικές αρχές και οι οιοινεί κυβερνητικές οργανώσεις (όπως οι εθνικοί τουριστικοί οργανισμοί)
- Η τουριστική βιομηχανία
- Οργανισμοί εθελοντικού τομέα: περιλαμβάνουν ομάδες πίεσης όπως οι επαγγελματίες του τουρισμού για παράδειγμα η Διεθνής Ένωση Ταξιδιωτικών Φορέων (IATA)
- Η κοινότητα υποδοχής: περιλαμβάνει όσους κατοικούν στον τουριστικό προορισμό και ως αποτέλεσμα, αποτελούν μέρος του τουριστικού "προϊόντος"
- Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης: περιλαμβάνουν τόσο ταξιδιωτικά όσο και μη μέσα ενημέρωσης
- Ο τουρίστας

Επιτακτική είναι η ανάγκη για εταιρική σχέση και συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερομένων στον τομέα του τουρισμού. Ωστόσο, πρέπει να γίνει αντιληπτό ότι οι ομάδες ενδιαφερομένων, από την κοινότητα έως το διεθνές επίπεδο, έχουν διαφορετικούς στόχους όσον αφορά την ανάπτυξη του τουρισμού. Αυτός ο παγκόσμιος-τοπικός σύνδεσμος μπορεί να οδηγήσει σε ανταγωνισμό για περιορισμένους πόρους, θέματα ισότητας και διανομής και ανάγκη εξισορρόπησης του κόστους και των οφελών των διαφόρων δράσεων (Milne, 1998).

Υπάρχουν αρκετά ζητήματα για τον εναλλακτικό τουρισμό τα οποία δεν έχουν μελετηθεί επαρκώς. Σύμφωνα με τον Liu (1996), ορισμένα από τα βασικά ζητήματα προς αντιμετώπιση είναι:

1. Ενώ υπογραμμίζεται η βιωσιμότητα των τουριστικών πόρων, δεν έχει ακόμη δοθεί ιδιαίτερη προσοχή σε εκείνη της τουριστικής ζήτησης, ιδίως σε επίπεδο προορισμού, όπου μια συνεχής ροή τουριστών δεν μπορεί να θεωρηθεί δεδομένη, αν και αυτό μπορεί να συμβαίνει στην παγκόσμια επίπεδο.
2. Όταν συζητείται η βιωσιμότητα των πόρων, συχνά περιορίζεται στη διατήρηση των πόρων και υπάρχει αδυναμία εκτίμησης της δυναμικότητας των πόρων η οποία συνεχώς εξελίσσεται με αλλαγές στις ανάγκες, τις προτιμήσεις και τις τεχνολογικές δυνατότητες της κοινωνίας.
3. Μολονότι τονίζεται η ισότητα μεταξύ των γενεών, δεν έχει δοθεί ακόμη η δέουσα προσοχή στην ισότητα μεταξύ των γενεών, δηλαδή στη δίκαιη κατανομή των ωφελειών και του κόστους μεταξύ των ομάδων που ασχολούνται με την ανάπτυξη του τουρισμού.
4. Υπογραμμίζοντας τα συμφέροντα του πληθυσμού υποδοχής, η συντριπτική πλειονότητα των συγγραφέων στον τομέα φαίνεται να έχει την άποψη ότι η κοινότητα προορισμού θα πρέπει να αποκομίσει τα οικονομικά οφέλη του τουρισμού, αλλά να διατηρήσει την κουλτούρα της ανέπαφη. Πολλοί υποστηρίζουν ότι οι κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις του τουρισμού είναι κατά κύριο λόγο αρνητικές και πρέπει να αποφεύγονται οι κοινωνικοπολιτισμικές αλλαγές που σχετίζονται με τον τουρισμό.
5. Ο προσδιορισμός του απόλυτου επιπέδου και του ρυθμού ανάπτυξης αντιμετώπισε επίσης προβλήματα. Πολλοί τουριστικοί οργανισμοί και ακαδημαϊκοί έχουν αναζητήσει τρόπους για να θέσουν το όριο στην ανάπτυξη του τουρισμού, προσδιορίζοντας τις ικανότητες μεταφοράς και τους δείκτες της βιώσιμης ανάπτυξης, αλλά χωρίς ιδιαίτερη επιτυχία.
6. Τα μέσα και προωθούνται για την επίτευξη της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι συχνά γεμάτα με απλοϊκές απόψεις. Πολλοί συγγραφείς προωθούν με ενθουσιασμό τον οικοτουρισμό, τον εναλλακτικό τουρισμό, τον υπεύθυνο τουρισμό, τον τουρισμό με χαμηλό αντίκτυπο, τον κοινοτικό τουρισμό και ούτω καθεξής, ως την πορεία προς την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη. Ωστόσο, οι εμπειρίες δείχνουν ότι καμία από αυτές τις μορφές δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί

ως ο δρόμος για μια βιώσιμη και αναπτυσσόμενη τουριστική βιομηχανία παγκοσμίως.

2.1.3 Η Φέρουσα Ικανότητα μιας Τουριστικής Περιοχής

Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για αειφόρο ανάπτυξη και βιώσιμο τουρισμό έγινε παράλληλα με μια εξίσου επιταχυνόμενη ανησυχία για τις κοινωνικές και βιοφυσικές επιπτώσεις του τουρισμού. Η αυξανόμενη παγκόσμια οικονομία του τουρισμού σε συνδυασμό με την μετάβαση των τοπικών κοινοτήτων μακριά από την παραδοσιακή εξόρυξη τουριστικών πόρων, οδήγησε σε ανησυχίες σχετικά με την αποτελεσματικότητα του τουρισμού ως εργαλείο για την προώθηση κοινωνικής, οικονομικής και περιβαλλοντικής ευημερίας του λαού που υποτίθεται πως ωφελεί (Lime and McCool, 2001). Ταυτόχρονα, προέκυψαν έννοιες όπως η φέρουσα ικανότητα ως παράδειγμα για την αντιμετώπιση και τον περιορισμό του όγκου της τουριστικής ανάπτυξης αλλά και η ανάγκη για τον καθορισμό τον αριθμό των τουριστών που μπορεί να δεχθεί μία περιοχή σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Αυτές οι ανησυχίες θεωρούνται κατάλληλες για τη διατήρηση των τοπικών κοινοτήτων και του πολιτιστικού και περιβαλλοντικού πλαισίου τους. Οι φόβοι της ανεπανόρθωτης δέσμευσης πόρων για συγκεκριμένες χρήσεις είναι όλο και πιο σημαντικοί σε έναν κόσμο με αυξανόμενες ελλείψεις σε φυσικούς πόρους.

Η έννοια της φέρουσας ικανότητας στην οικολογία ορίζεται ως το μέγιστο επίπεδο ενός πληθυσμού που είναι δυνατό να υποστηριχθεί από ένα συγκεκριμένο οικοσύστημα ή ο μέγιστος αριθμός ατόμων που σχηματίζουν ένα σταθερό πληθυσμό σε δεδομένους περιβαλλοντικούς πόρους. Η φέρουσα ικανότητα επεκτείνεται και στον τομέα του τουρισμού και έχει ήδη χρησιμοποιηθεί σε πολλά προγράμματα και τουριστικές μελέτες. Η κύρια αιτία είναι η χωρική υπερσυγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας καθώς και οι επιπτώσεις που προέκυψαν από αυτήν. Ένας βασικός ορισμός της φέρουσας ικανότητας είναι αυτός που διατυπώθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO) σύμφωνα με τον οποίο «φέρουσα ικανότητα είναι η μέγιστη χρήση μιας τοποθεσίας χωρίς να προκαλούνται αρνητικές επιπτώσεις στους διαθέσιμους πόρους, καθώς και να μην μειώνεται η ικανοποίηση των τουριστών ή να ασκούνται αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία, στην οικονομία και στον πολιτισμό της κάθε τουριστικής περιοχής» (Ανδριώτης, 2000).

Η έννοια της φέρουσας ικανότητας ενός τουριστικού προορισμού αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο της τουριστικής ανάπτυξης και σχεδιασμού. Σύμφωνα με τους Watson και Korachevsky (1994) υπάρχουν πέντε διαφορετικοί τύποι της τουριστικής φέρουσας ικανότητας. Αυτοί είναι η οικολογική – περιβαλλοντική, η κοινωνική, η οικονομική, η ψυχολογική και η φέρουσα ικανότητα των φυσικών υποδομών.

1. οικολογική – περιβαλλοντική : αναφέρεται στο επίπεδο ανάπτυξης της τουριστικής δομής πέρα από το οποίο το περιβάλλον επηρεάζεται ή υποβαθμίζεται
2. κοινωνική : αναφέρεται στο σημείο πέρα από το οποίο οι κάτοικοι της περιοχής δεν θέλουν πλέον τους τουρίστες διότι δυσκολεύουν τον τρόπο ζωής τους, βλάπτουν το περιβάλλον και τους αποκλείουν από τις τοπικές δραστηριότητες
3. οικονομική: αναφέρεται στο σημείο όπου οι τουριστικές δραστηριότητες ενσωματώνονται χωρίς να παραγκωνίζονται οι υπόλοιπες οικονομικές δραστηριότητες του τόπου
4. ψυχολογική: αναφέρεται στο σημείο στο οποίο οι επισκέπτες δεν νιώθουν άνετα στην περιοχή προορισμού λόγω της αρνητικής στάσης των κατοίκων, της κυκλοφοριακής συμφόρησης ή της καταστροφής του φυσικού περιβάλλοντος
5. φυσικών υποδομών: αναφέρεται στο επίπεδο ανάπτυξης της τουριστικής δομής πέρα από το οποίο οι υποδομές είναι κορεσμένες ή η φυσική καταστροφή του περιβάλλοντος εμφανίζεται μέσω της υπέρμετρης εκμετάλλευσής του από τους τουρίστες ή του ανεπαρκούς δικτύου υποδομών

Παρατηρείται, επομένως, ένας διαχωρισμός της φέρουσας ικανότητας σε τρεις τομείς, αυτόν που αφορά τους τουρίστες, αυτόν που αφορά τους επισκέπτες και αυτόν που αφορά το περιβάλλον.

Αναγνωρίζεται ευρέως ότι απαιτείται κάποια μορφή παρέμβασης για την προστασία των περιβαλλοντικών περιουσιακών στοιχείων που βασίζονται στον τουρισμό. Παρόλα αυτά, η προστασία του περιβάλλοντος μπορεί να επιτευχθεί μόνο εάν προβλεφθεί εξ αρχής η επίδραση των αναπτυξιακών προγραμμάτων και των προγραμμάτων του τουρισμού πριν δοθεί η έγκρισή τους (Inskeep, 1991). Έτσι, ο καθορισμός της φέρουσας ικανότητας για μία περιοχή σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή αποτελεί ένα κρίσιμο σημείο. Ωστόσο, το ερώτημα που προκύπτει εδώ είναι το κατά πόσο αυτό είναι δυνατό να συμβεί.

Για να γίνει ο υπολογισμός της φέρουσας ικανότητας μιας περιοχής πρέπει να θεσπιστούν ορισμένα μέτρα ή όρια όπως είναι για παράδειγμα ο μέγιστος αριθμός τουριστών που μπορούν να επισκεφτούν μια περιοχή, ή ο μέγιστος αριθμός κλινών ή ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων οι οποίες βρίσκονται σε μια περιοχή. Αν και γίνεται η προσπάθεια για μια επιστημονική προσέγγιση αυτών των ορίων, στις περισσότερες περιπτώσεις τα όρια είναι αυθαίρετα ή προσδιορισμένα κατά προσέγγιση από την εμπειρία (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001,275).

Τα κύρια προβλήματα που υπάρχουν στην μέτρηση της φέρουσας ικανότητας είναι (Simon et al., 2004):

- Η φέρουσα ικανότητα ερμηνεύεται διαφορετικά από διαφορετικούς ανθρώπους, αυτό σημαίνει ότι δεν υπάρχει ένας καθολικός ορισμός και συγκεκριμένα επίπεδα ανοχής.
- Υπάρχουν διάφορα πρότυπα για μέτρηση. Ο κατάλογος των ακρωνυμίων των οργανισμών που συμμετέχουν στην ανάπτυξη δεικτών για την αιεφόρο ανάπτυξη είναι μακρύς. Επιπλέον, για την έννοια της φέρουσας ικανότητας, πρέπει να μετρηθούν διάφορα πράγματα όπως η περιβαλλοντική ικανότητα και η τουριστική ικανότητα που αποτελούν επιμέρους δείκτες.
- Η φέρουσα ικανότητα είναι μια δυναμική έννοια. Δεν είναι ένα στατικό μέγεθος και μπορεί να εξαρτάται από την ταχύτητα αλλαγής των συνθηκών.
- Η έννοια της φέρουσας ικανότητας είναι σχεδόν μη ποσοτικοποιήσιμη. Επομένως, υπάρχει έλλειψη μετρήσεων και προβλημάτων με ποιοτικές μετρήσεις.
- Υπάρχουν δυσκολίες στην πρόβλεψη των επιπτώσεων. Εκτός αυτού, μια επίπτωση είναι γνωστή μόνο αν είναι ανιχνεύσιμη, αλλά τα όρια ανίχνευσης μπορεί να είναι πολύ μεταβλητά.
- Οι λύσεις που προτείνονται από διάφορους εμπειρογνώμονες δεν επιτυγχάνουν συχνά γενική συμφωνία. Ειδικότερα, η επιλογή της δράσης οδηγεί σε περιβαλλοντικές απώλειες, όπως ακριβώς θα έκανε και η επιλογή της απάθειας.
- Ορισμένες έρευνες επικρίνουν ακόμα και την έννοια της φέρουσας ικανότητας επισημαίνοντας πως είναι ανεπαρκής στη θεωρία, μη ρεαλιστική στην εφαρμογή και αδύνατο να μετρηθεί.

Επομένως, προβλήματα όπως τα κοινωνικά θέματα, οι περιβαλλοντικοί παράγοντες αλλά και οι προσδοκίες των τουριστών επηρεάζουν την μέτρηση της φέρουσας

ικανότητας μια τουριστικής περιοχής. Πολλά πρακτικά προβλήματα προκύπτουν, επίσης, όπως είναι ο έλεγχος του αριθμού των τουριστών, η μέτρηση των μακροπρόθεσμων επιπτώσεων καθώς και σε ποια χωρική κλίμακα πρέπει να γίνει η ανάλυση. Έτσι, αν και η έννοια της φέρουσας ικανότητας στον τουρισμό είναι απόλυτα συνδεδεμένη με την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, ο σχεδιασμός και η λειτουργία σωστών μέτρων και πρακτικών στην τουριστική υποδομή δεν δίνουν πάντοτε τα επιθυμητά αποτελέσματα.

2.2 Η συμβολή του τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη

Η έρευνα για άλλα τουριστικά μοντέλα, άλλες μορφές τουριστικής ανάπτυξης, άλλες τουριστικές πρακτικές με άλλη σχέση με το περιβάλλον και τις κοινωνίες υποδοχής, ανταποκρίνεται στην ανάγκη οικοδόμησης άλλων μοντέλων τουρισμού, πιο βιώσιμων και πιο δεοντολογικών. Έτσι, δημιουργούνται νέα πρότυπα τουρισμού με μία άλλη φιλοσοφική προσέγγιση. Ο εναλλακτικός τουρισμός αφορά μια ποικιλία προσεγγίσεων: τον οικοτουρισμό, τον αγροτουρισμό, τον κοινοτικό τουρισμό κ.ά. Υπάρχουν πολλές πιθανές εναλλακτικές προσεγγίσεις που επιτρέπουν να βγούμε από το κυρίαρχο πρότυπο του μαζικού τουρισμού. Πέρα από τα οικονομικά ζητήματα, πρέπει να εξετάσουμε επίσης τις κοινωνικές και πολιτιστικές διαστάσεις, τη σχέση με το περιβάλλον, τη συμμετοχή των κοινοτήτων υποδοχής των τουριστών και να αναπτύξουμε βιώσιμες στρατηγικές τουρισμού με σημαντικά οικονομικά οφέλη για τη χώρα υποδοχής.

2.2.1 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Είναι προφανές ότι όχι μόνο ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί ταχέως παγκοσμίως αλλά ότι πολλοί από αυτούς που ανησυχούν για τις αρνητικές του επιπτώσεις στον προορισμό υποθέτουν ότι οι μαζικές μορφές τουρισμού ευθύνονται σε μεγάλο βαθμό για αυτά τα προβλήματα (Cooper and Ozdil, 1992). Αν και η ιδέα ότι ο μαζικός τουρισμός είναι «κακός» είναι ίσως απλοϊκός, έχει προταθεί ότι ο έλεγχος του όγκου του τουρισμού θα μπορούσε να ελέγξει την κατάσταση. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ο τουρισμός συνήθως βρίσκεται σε τοποθεσίες με εύθραυστα περιβάλλοντα, όπως τα βουνά και τις ακτές. Το αυξημένο ενδιαφέρον για εναλλακτικές μορφές τουρισμού θεωρείται ως απάντηση στην έμφαση που δίδεται στην εκμετάλλευση που συνδέεται με τον μαζικό τουρισμό, ιδίως στις αναπτυσσόμενες χώρες. Η αναζήτηση μιας διαφορετικής εμπειρίας διακοπών δεν είναι ένα νέο φαινόμενο. Έχει κωδικοποιηθεί από συγγραφείς όπως ο Cohen (1972). Αλλά υπήρξε μια νέα ανησυχία για την περιβαλλοντική ηθική, η οποία

επικεντρώθηκε στις αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού σε σημαντικά και εύθραυστα φυσικά περιβάλλοντα.

Αυτό οδήγησε στην εμφάνιση μιας πιο ευαίσθητης μορφής τουρισμού, στόχος της οποίας είναι η ελαχιστοποίηση του περιβαλλοντικού (αλλά και του κοινωνικού, πολιτιστικού και οικονομικού) κόστους και η μεγιστοποίηση των οφελών. Έχουν δοθεί αρκετές διαφορετικές ετικέτες – κατάλληλος τουρισμός, υπεύθυνος τουρισμός, πράσινος τουρισμός κ.ά. - αλλά ίσως ο πιο χρήσιμος είναι ο «εναλλακτικός» τουρισμός, δεδομένου ότι επιδιώκεται ως εναλλακτική λύση στον μαζικό τουρισμό και τις σχετικές αρνητικές επιπτώσεις του. Μικρός αριθμός μεμονωμένων ταξιδιωτών προτιμάται από μεγάλο αριθμό τουριστών, οι οποίοι είναι συχνά σε ομάδες. Η παροχή κατοικίας και η λήψη αποφάσεων σε τοπικό επίπεδο ενθαρρύνουν την αργή, ελεγχόμενη ανάπτυξη που βρίσκεται πολύ κοντά στην ικανότητα της περιοχής υποδοχής να απορροφήσει, χωρίς βλάβη στον πολιτισμό της ή στο φυσικό περιβάλλον. Αυτοί οι παράγοντες αντιτίθενται στον ταχύ ρυθμό της μεγάλης κλίμακας ανάπτυξης που συχνά προτιμούν οι πολυεθνικές εταιρείες, οι οποίες κυριαρχούν σε οποιοδήποτε προορισμό και συχνά οδηγούν σε αυξανόμενο κόστος (Kilipiris and Zardava, 2012).

Ορισμένες παραλλαγές του εναλλακτικού τουρισμού σύμφωνα με τους Kilipiris and Zardava (2012) είναι:

- Περιπετειώδης τουρισμός : Προσελκύει κυρίως τους ιδιοκτήτες της περιοχής και τους μεσαίους τουρίστες. Συνήθως βασίζεται σε πόρους. Περιλαμβάνει φυσική πρόκληση, εκπαίδευση και επαφή με τη φύση. Μπορεί να είναι μικρής κλίμακας με πολλά χαρακτηριστικά οικοτουρισμού, π.χ. παρακολούθηση πουλιών ή καταδύσεις, αθλητικά προσανατολισμένους, π.χ. κανό και ράφτινγκ κατά μήκος του ποταμού Κολοράντο. ή μεγάλης κλίμακας και μια πτυχή του μαζικού τουρισμού, π.χ. σαφάρι στην Ανατολική Αφρική.
- Φυσικός τουρισμός: Μια πτυχή του τουρισμού περιπέτειας όπου επικεντρώνεται η μελέτη ή / και η παρατήρηση της χλωρίδας, της πανίδας ή / και του τοπίου. Τείνει προς τη μικρή κλίμακα, αλλά μπορεί να γίνει μαζικός σε πολλά εθνικά πάρκα, π.χ. Yosemite. Μερικές φορές γίνεται αντιληπτή ως συνώνυμος με τον οικοτουρισμό, καθώς ένας από τους στόχους της είναι η προστασία των φυσικών περιοχών.

- Κοινοτικός τουρισμός: Ένας τύπος τουρισμού που εκτελείται από και για την τοπική κοινότητα. Μπορεί να έχει εναλλακτικό χαρακτήρα ή μπορεί να είναι σε μεγαλύτερο αριθμό και να έχει περισσότερα κοινά με τις πτυχές του μαζικού τουρισμού όπως σε κάποια κληρονομιά ή παραδοσιακούς οικισμούς. Μπορεί να συνδέεται με οργανωμένα πακέτα και ακόμη και ταξίδια με πούλμαν.

Δύο μεγάλες κατηγορίες εναλλακτικού τουρισμού είναι ο οικοτουρισμός και ο πολιτιστικός και δημιουργικός τουρισμός.

2.2.1.1 Οικοτουρισμός

Ο οικοτουρισμός έχει γίνει ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος τομέας της τουριστικής βιομηχανίας. Ο οικοτουρισμός αναπτύχθηκε στη δεκαετία του 1970 και του 1980 μέσα στην έκρηξη του περιβαλλοντικού κινήματος που έλαβε μέτρα ενάντια στις αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού στο περιβάλλον. Το περιβαλλοντικό κίνημα αναγνώρισε ότι η φύση είναι απαραίτητη για την ανθρώπινη ευημερία. Πρόσφατα, αυτή η πεποίθηση ενισχύθηκε από την επιστήμη επιβεβαιώνοντας ότι η βιοποικιλότητα είναι απαραίτητη τόσο για την ανθρώπινη ευημερία όσο και για την επιβίωση. Σταδιακά, αυξανόταν η ζήτηση για εμπειρίες που βασίζονταν στη φύση που ο μαζικός τουρισμός δεν παρείχε. Οι λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες βρήκαν τη βέλτιστη λύση στα προβλήματά τους εν όψει του φυσικού τουρισμού, καθώς συνειδητοποίησαν ότι προσφέρει ένα μέσο για την απόκτηση συναλλάγματος χωρίς να καταστρέφουν τους φυσικούς τους πόρους. Πολλές από αυτές τις χώρες προσδιόρισαν τον οικοτουρισμό ως ένα χρήσιμο εργαλείο που εξυπηρετεί στόχους διατήρησης και ανάπτυξης (Blamey, 2001).

Ο οικοτουρισμός είναι μια μορφή ταξιδιού στην οποία το φυσικό περιβάλλον είναι προτεραιότητα και αυτό είναι το σημείο εκκίνησης για την κατανόηση του οικοτουρισμού ως μια συγκεκριμένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Το ταξίδι του οικοτουρισμού γίνεται σε παρθένα φυσικά περιβάλλοντα και το περιβάλλον είναι το ίδιο ο σκοπός του τουρισμού (Wearing & Neil, 2003).

Ένας γενικός ορισμός του οικοτουρισμού μπορεί να είναι ο τουρισμός που βασίζεται στη φύση και δεν καταλήγει σε αρνητικές περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις που σχετίζονται με τον μαζικό τουρισμό. Ο ορισμός του οικοτουρισμού, όπως αναθεωρήθηκε πρόσφατα από την Διεθνή Εταιρεία Οικοτουρισμού (TIES, 2015), είναι "υπεύθυνο ταξίδι σε φυσικές περιοχές που διαφυλάσσει το περιβάλλον, διατηρεί την

ευημερία του τοπικού πληθυσμού και περιλαμβάνει παρουσίαση και εκπαίδευση". Σύμφωνα με τους Triarchi and Karamanis (2017), ο οικοτουρισμός στην αρχή ακολούθησε τρεις αρχές:

- i. Είναι μη καταναλώσιμος και μη εξορυκτικός στη χρήση των πόρων για και από τους τουρίστες, ελαχιστοποιώντας τις επιπτώσεις στο περιβάλλον και τους ανθρώπους
- ii. Δημιουργεί μια οικολογική συνείδηση
- iii. Διατηρεί οικολογικά κεντρικές αξίες και ηθική σε σχέση με τη φύση

Σύμφωνα με την Διεθνή Εταιρεία Οικοτουρισμού, ο οικολογικός τουρισμός γίνεται για την διατήρηση των κοινοτήτων και των βιώσιμων ταξιδιών. Αυτό σημαίνει ότι όσοι εφαρμόζουν, συμμετέχουν και εμπορεύονται δραστηριότητες οικοτουρισμού πρέπει να υιοθετήσουν τις ακόλουθες αρχές οικοτουρισμού (Triarchi and Karamanis, 2017):

- i. Ελαχιστοποίηση των σωματικών, κοινωνικών και ψυχολογικών επιπτώσεων
- ii. Δημιουργία περιβαλλοντικής και πολιτιστικής συνείδησης και σεβασμού
- iii. Παροχή θετικών εμπειριών τόσο για τους επισκέπτες όσο και για τους οικοδεσπότες
- iv. Παροχή άμεσου οικονομικού οφέλους
- v. Δημιουργία οικονομικού οφέλους τόσο για τον τοπικό όσο και για τον ιδιωτικό τομέα
- vi. Παροχή αξιοσημείωτων εμπειριών στους επισκέπτες που συμβάλλουν στην ευαισθητοποίηση του πολιτικού, περιβαλλοντικού και κοινωνικού κλίματος των χωρών υποδοχής
- vii. Σχεδιασμό, κατασκευή και λειτουργία εγκαταστάσεων με μικρές επιπτώσεις
- viii. Αναγνώριση των δικαιωμάτων και των πνευματικών πεποιθήσεων του αυτόχθονου λαού της κοινότητας και συνεργασία για μια βιώσιμη ενδυνάμωση

Ο οικοτουρισμός τα τελευταία χρόνια, περικλείει πολλές τουριστικές φόρμες με επίκεντρο το φυσικό περιβάλλον. Παρόλο που οι μορφές αυτές συνδέονται στενά με τον οικοτουρισμό, πρέπει να διακρίνεται από αυτόν, καθώς ο οικοτουρισμός παρουσιάζει πολλές διαστάσεις. Σύμφωνα με τους Wearing and Neil (2003), υπάρχουν πολλά επίπεδα που διακρίνουν τη σχέση μεταξύ των συγκεκριμένων τουριστικών δραστηριοτήτων και φύσης:

- Οι δραστηριότητες (εμπειρίες) που εξαρτώνται από τη φύση

- Οι δραστηριότητες (εμπειρίες) που ενισχύονται από τη φύση
- Οι δραστηριότητες (εμπειρίες) για τις οποίες το φυσικό περιβάλλον είναι τυχαίο

Έτσι, ο οικοτουρισμός περιλαμβάνει τον «φυσικό τουρισμό», τον «τουρισμό της άγριας φύσης», τον «τουρισμό με χαμηλό αντίκτυπο» και τον «αειφόρο τουρισμό».

2.2.1.2 Πολιτιστικός και Δημιουργικός τουρισμός

Ως εναλλακτική μορφή του τουρισμού, ο πολιτιστικός τουρισμός αποκαλύφθηκε ως αντίδραση στον μαζικό τουρισμό, υποδηλώνοντας το ταξίδι που αποσκοπεί στην ανακάλυψη και μάθηση περισσότερων μνημείων και τόπων ιστορικού και καλλιτεχνικού ενδιαφέροντος. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού επεσήμανε ότι ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μία από τις μεγαλύτερες και ταχύτερα αναπτυσσόμενες παγκόσμιες τουριστικές αγορές. Έχει αναπτυχθεί ώστε να αποτελέσει σημαντικό φαινόμενο στον τουριστικό τομέα και ένα βασικό στοιχείο του τουριστικού συστήματος.

Στο παρελθόν, ο πολιτισμός δεν συνδεόταν στενά με τον τουρισμό, ο οποίος θεωρήθηκε ως δραστηριότητα αναψυχής. Στην Ευρώπη, η πλειοψηφία των πλούσιων ανθρώπων θεωρούσε τις διακοπές ως χρόνο για ξεκούραση και χαλάρωση και μόνο μικρός αριθμός από αυτούς χρησιμοποίησαν για πολιτιστικές περιηγήσεις με συγκεκριμένους εκπαιδευτικούς στόχους. Η κατάσταση αυτή άλλαξε τον 20ό αιώνα, καθώς οι τουρίστες έγιναν πιο έμπειροι και άρχισαν να αναζητούν νέες εμπειρίες σχετικά με τον χρόνο των διακοπών τους και περισσότερες περιφέρειες άρχισαν να αναγνωρίζουν την αξία του πολιτισμού ως ένα δυνητικό μέσο παραγωγής τουρισμού. Σήμερα, ο τουρισμός και ο πολιτισμός είναι αδιαχώριστες έννοιες. Σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (OECD), ο πολιτισμός και ο τουρισμός έχουν μια αμοιβαία επωφελή σχέση που μπορεί να ενισχύσει την ελκυστικότητα και την ανταγωνιστικότητα των περιφερειών και των χωρών. Ο πολιτισμός αποτελεί όλο και περισσότερο ένα σημαντικό στοιχείο του τουριστικού προϊόντος, το οποίο δημιουργεί επίσης διακριτικό χαρακτήρα σε μια γεμάτη παγκόσμια αγορά. Παράλληλα, ο τουρισμός προσφέρει ένα σημαντικό μέσο για την ενίσχυση του πολιτισμού και τη δημιουργία εισοδήματος που μπορεί να στηρίξει και να ενισχύσει την πολιτιστική κληρονομιά, την πολιτιστική παραγωγή και τη δημιουργικότητα (OECD, 2009).

Ο πολιτιστικός και δημιουργικός τουρισμός έχει δύο κύριες προσεγγίσεις (Richards, 1996). Η πρώτη είναι η προσέγγιση «τοποθεσίες και μνημεία» που εστιάζει στο είδος των

αξιοθέατων που επισκέπτονται οι πολιτιστικοί τουρίστες, αναφερόμενοι σε ένα προϊόν που βασίζεται στον ορισμό του πολιτισμού. Τα πολιτιστικά αξιοθέατα μιας χώρας ή μιας περιοχής θεωρούνται βασικά ως φυσικά πολιτιστικά αξιοθέατα που ήταν σημαντικά για τον τουρισμό. Η προσέγγιση αυτή χρησιμοποιείται κυρίως για μια ποσοτική έρευνα στον πολιτιστικό τουρισμό, αλλά το μειονέκτημα της είναι ότι περιορίζει την ανάλυση σε συγκεκριμένους τόπους, που συνδέει τον πολιτιστικό τουρισμό με την έννοια του "υψηλού τουρισμού" και με την κατανάλωση πολιτιστικών προϊόντων.

Οι περιοχές ή τα αξιοθέατα που θεωρούνται πόλοι έλξης πολιτιστικών τουριστών είναι τα αρχαιολογικά αξιοθέατα και μουσεία, η αρχιτεκτονική (ερείπια, διάσημα κτίρια, ολόκληρες πόλεις), η τέχνη, τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις, η μουσική και ο χορός, τα θρησκευτικά φεστιβάλ, τα προσκυνήματα κ.ά. (Richards, 1996).

Η δεύτερη προσέγγιση είναι η εννοιολογική προσέγγιση και είναι πιο ξεκάθαρη στη διαδικασία, καθώς προσπαθεί να περιγράψει το κίνητρο και τις έννοιες που συνδέονται με την πολιτιστική τουριστική δραστηριότητα. Με αυτή την έννοια, οι πολιτιστικοί τουρίστες μαθαίνουν για τα προϊόντα και τη διαδικασία άλλων πολιτισμών. Οι τουρίστες επισκέπτονται όλο και περισσότερους προορισμούς για να βιώσουν τον τρόπο ζωής, την καθημερινή κουλτούρα και τα έθιμα των ανθρώπων που επισκέπτονται.

Τα τελευταία χρόνια, η δυναμική ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού μπορεί να εξηγηθεί από τη γρήγορη αύξηση της ζήτησης για ταξίδια σε διάφορα πολιτιστικά αξιοθέατα και ανέσεις. Η άνοδος του ενδιαφέροντος των τουριστών τόσο σε μακρινούς πολιτισμούς όσο και στην τοπική κληρονομιά συνέβη με την αύξηση των μορφωμένων ανθρώπων σε όλο τον κόσμο και την παγκοσμιοποίηση. Επιπλέον, η τεχνολογία υποστήριξε αυτή την ανάπτυξη, ιδιαίτερα το διαδίκτυο ως πηγή πληροφοριών για τα πολιτιστικά αξιοθέατα και για να δοθεί η δυνατότητα στους τουρίστες να δημιουργήσουν δικά τους προϊόντα πολιτιστικού τουρισμού. Για παράδειγμα, συνδυάζοντας τα ταξίδια, τη διαμονή και τα ελκυστικά περιεχόμενα σε ειδικά διαμορφωμένα πακέτα, αγνοώντας τους εξειδικευμένους ταξιδιωτικούς πράκτορες στον τομέα του τουρισμού. Η τεχνολογία έχει επηρεάσει βαθιά την τουριστική κατανάλωση. Οι πολιτιστικοί τουρίστες έχουν πλέον αποκτήσει περισσότερες γνώσεις σχετικά με τις εμπειρίες που καταναλώνουν από ό,τι οι άνθρωποι που τις προμηθεύουν, παίρνοντας έτσι το προβάδισμα στην παραγωγή εμπειρίας (Richards, 1996).

Καθώς ο τουριστικός πολιτισμός γίνεται πιο διαδραστικός και δημιουργικός, ο πολιτιστικός τουρισμός πρέπει να επανατοποθετηθεί και να γίνει πιο «δημιουργικός». Παρόλο που η νέα αυτή μορφή του τουρισμού είναι δύσκολη για τον παραδοσιακό τουριστικό τομέα να αντιμετωπιστεί, αποκαλύπτει μεγάλες ευκαιρίες για την παροχή εναλλακτικών πηγών εσόδων στις περιφέρειες. Ο παραδοσιακός πολιτιστικός τουρισμός, τις τελευταίες ημέρες, μοιάζει περισσότερο με τον μαζικό τουρισμό παρά με τον εναλλακτικό, καθώς διάσημες τοποθεσίες προσελκύουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών, υποβαθμίζουν την ποιότητα της εμπειρίας και πιέζοντας τους «σοβαρούς» πολιτιστικούς τουρίστες. Επιπλέον, πολλά μέρη, για να αναπτύξουν μια μοναδική εικόνα, ακολούθησαν παρόμοιες στρατηγικές που είχαν ως αποτέλεσμα να τους κάνει να φαίνονται τα ίδια στα μάτια των πολιτιστικών τουριστών. Πολλοί τουρίστες αναζητούν τώρα "εναλλακτικές" μορφές τουρισμού που συνδέονται με τη γνώση, σε "νέες περιοχές" της περιοχής, μακριά από την παραδοσιακή πολιτιστική κληρονομιά.

Σήμερα, οι τουρίστες επισκέπτονται χώρους τόσο για τη δημιουργική τους ατμόσφαιρα όσο και για την ευκαιρία να κάνουν οι ίδιοι δημιουργικές δραστηριότητες. Η νέα πρόκληση για τις περιφέρειες παγκοσμίως είναι να ανιχνεύσουν τρόπους ενσωμάτωσης της δημιουργικότητας και να κάνουν τους τουρίστες να πιστεύουν ότι βρίσκονται στο μοναδικό μέρος που επιθυμούν για τις ποιοτικές διακοπές τους. Σύμφωνα με τον Richards (2012), οι τρόποι με τους οποίους η δημιουργικότητα μπορεί να χρησιμοποιηθεί στον τουρισμό περιλαμβάνουν: "προϊόντα και εμπειρίες τουρισμού, αναζωογόνηση υφιστάμενων προϊόντων, αξιοποίηση πολιτιστικών και δημιουργικών περιουσιακών στοιχείων, παροχή οικονομικών παραγόντων δημιουργικής ανάπτυξης, εμπειρία του τουρισμού". Έτσι, μέσω αυτών των τρόπων, η δημιουργικότητα θα μπορούσε να στηρίξει την προσπάθεια των τόπων να αποκτήσουν τη μοναδικότητά τους και να εξελιχθεί ο πολιτιστικός τους τουρισμός σε ένα «δημιουργικό».

2.2.2 Λόγοι δημιουργίας εναλλακτικού τουρισμού

Αν και ο τουρισμός έχει αναγνωριστεί για τα τεράστια οικονομικά και κοινωνικά του οφέλη, καθώς είναι οικονομικός σωτήρας που παρέχει θέσεις εργασίας και αύξηση του ΑΕγχΠ, έχει κατηγορηθεί ως πηγή μεγάλου φάσματος σοβαρών προβλημάτων, ιδίως στις αναπτυσσόμενες οικονομίες. Για παράδειγμα, το γεγονός ότι δημιουργεί τεράστια οικονομική διαρροή, καθώς οι περισσότερες επενδύσεις του τουρισμού προέρχονται από

τις δυτικές πολυεθνικές εταιρείες στις οποίες θα εισρεύσουν τα εισοδήματα από τον τουριστικό τομέα. Ο Macleod (2004) υποστηρίζει ότι ο τουρισμός μεταβάλλει τη σύνθεση του εργαζόμενου πληθυσμού από τις παραδοσιακές βιομηχανίες της γεωργίας στον τουρισμό που βασίζεται στην υπηρεσία και την φιλοξενία που διαταράσσει την κοινότητα και την πολιτιστική της ταυτότητα.

Τέσσερα είναι τα κύρια φαινόμενα που οδήγησαν στην ανάγκη μιας διαφορετικής προσέγγισης στον τουρισμό (Triarchi and Karamanis, 2017) :

1. οικονομικά ζητήματα όπως το γεγονός ότι η οικονομική ανάπτυξη δεν επιλύει το πρόβλημα της φτώχειας,
2. τα περιβαλλοντικά ζητήματα που αφορούν την επιρροή του μαζικού τουρισμού στο περιβάλλον,
3. πολιτικά ζητήματα που αντανakλούν την πολιτική οικονομία της διεθνούς τουριστικής βιομηχανίας, η οποία έγινε φυσική συνέχιση των ιστορικών ανισοτήτων μεταξύ του αναπτυσσόμενου κόσμου και του Τρίτου Κόσμου και
4. κοινωνικά θέματα, συμπεριλαμβανομένης της νέας ταξιδιωτικής αγοράς του μεταμοντέρνου πολιτισμού.

Η ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος και διατήρησης της πολιτιστικής ταυτότητας ενός τόπου καθώς και η τάση απομάκρυνσης από τα μεγάλα αστικά κέντρα, οδήγησε στην εμφάνιση εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ο εναλλακτικός τουρισμός επιφέρει λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις στους προορισμούς αλλά ταυτόχρονα εξασφαλίζει θετικά οικονομικά αποτελέσματα. Επομένως, ο εναλλακτικός τουρισμός αντιτίθεται στις μέχρι τώρα παραδοσιακές μορφές μαζικής τουριστικής ανάπτυξης (ΣΕΤΕ, 2010).

Επιπρόσθετα, καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού έπαιξε η αλλαγή στα κίνητρα των τουριστών. Πολλοί τουρίστες πλέον είναι ενημερωμένοι για την κατάσταση που επικρατεί στον τόπο υποδοχής και συχνά είναι δυσαρεστημένοι με το τουριστικό προϊόν. Επομένως, απαιτούν ολοένα και πιο εξειδικευμένες τουριστικές υπηρεσίες που να ικανοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό τις ανάγκες τους. Με αυτόν τον τρόπο, οι τουρίστες αυτοί απορρίπτουν τις κλασικές μορφές του μαζικού τουρισμού και στρέφονται προς εναλλακτικές μορφές τουρισμού με επίκεντρο την φύση, το περιβάλλον καθώς και τις τοπικές κοινωνικές και πολιτισμικές παραδόσεις.

Τέλος, ένας σημαντικός παράγοντας διαφοροποίησης του κλασικού τουρισμού και της ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι η εξέλιξη της τεχνολογίας. Όπως ειπώθηκε, ο τουρίστας πλέον είναι ενημερωμένος και μπορεί να διαμορφώσει μόνος του το τουριστικό του πακέτο σύμφωνα με τις επιθυμίες και τις ανάγκες του ξεφεύγοντας από τα κλασικά τουριστικά προϊόντα των τουριστικών γραφείων. Η παρουσία του διαδικτύου στη ζήτηση και την προσφορά του τουρισμού από το 1990 και μετά συνέβαλε καθοριστικά στην επέκταση αυτού του προτύπου τουριστικής ανάπτυξης.

2.2.3 Οφέλη εναλλακτικού τουρισμού

Τα οφέλη που προκύπτουν από τον εναλλακτικό τουρισμό είναι αρκετά και εντοπίζονται σε οικονομικό, πολιτιστικό, περιβαλλοντικό και κοινωνικό επίπεδο. Άλλωστε, ο εναλλακτικός τουρισμός προτάθηκε ως η λύση για την αντιμετώπιση και την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων που προκαλεί ο μαζικός τουρισμός. Επομένως, εξ' ορισμού, ο εναλλακτικός τουρισμός έχει αρκετά οφέλη και για τους τουρίστες και για τις κοινότητες υποδοχής.

Σύμφωνα με τον Demoi (1981), ο εναλλακτικός τουρισμός ωφελεί τους κατοίκους στις χώρες υποδοχής, τις τοπικές κοινωνίες, την χώρα υποδοχής και τις διεθνείς σχέσεις. Για τα άτομα ή τις οικογένειες στον τόπο υποδοχής, ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να επιφέρει άμεσα έσοδα στους κατοίκους χωρίς την ανάμειξη τρίτων. Επιπλέον, τα άτομα αναπτύσσουν δεξιότητες προκειμένου να ανταποκριθούν καλύτερα στις τουριστικές απαιτήσεις. Για την τοπική κοινότητα, ο εναλλακτικός τουρισμός βοηθά στην πρόληψη της περιβαλλοντικής υποβάθμισης και στην αποφυγή μεγάλων δημόσιων εξόδων για υποδομές. Στη χώρα υποδοχής, οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού συμβάλουν σε μεγάλο βαθμό στις προσπάθειες του κράτους να διατηρήσει το μεγαλύτερο δυνατό εισόδημα από τον διεθνή τουρισμό χωρίς να χάνουν εισόδημα σε ξένους παραγωγούς. Επίσης, βοηθάει στην διατήρηση των τοπικών παραδόσεων και τακτικών. Τέλος, για τις διεθνείς σχέσεις, ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην προώθηση της διεθνούς/ διαπεριφερειακής και διαπολιτισμικής κατανόησης.

Σε επιχειρηματικό επίπεδο, ο εναλλακτικός τουρισμός συμβάλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Οι τουρίστες, αναζητούν νέες εμπειρίες δίνοντας ώθηση σε νέα επαγγέλματα να αναδειχθούν ή ενισχύουν ήδη υπάρχοντα που είχαν ξεχαστεί. Επιπλέον,

ο εναλλακτικός τουρισμός δημιουργεί συμπληρωματικά εισοδήματα για τις οικογένειες στις κοινότητες υποδοχής με αυτόν τον τρόπο.

Σε περιβαλλοντικό επίπεδο, ο εναλλακτικός τουρισμός ευαισθητοποιεί τους κατοίκους και τους τουρίστες ως προς την προστασία και τη διαφύλαξη του φυσικού περιβάλλοντος και των μνημείων. Καθώς ο εναλλακτικός τουρισμός στηρίζεται τις περισσότερες φορές στο ίδιο το φυσικό περιβάλλον και ότι αυτό προσφέρει και στην πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής υποδοχής, η προστασία του αποτελεί πλέον κυρίαρχο στόχο της κοινότητας και της χώρας.

Τέλος, λόγω του ιδιαίτερου χαρακτήρα του εναλλακτικού τουρισμού, δημιουργείται ένα κλίμα κατανόησης και σεβασμού μεταξύ των λαών και των πολιτισμών. Με τον τρόπο αυτό, αυξάνονται οι πιθανότητες για την ανάπτυξη αμοιβαίας συμπάθειας και κατανόησης και να μειωθούν οι προκαταλήψεις και ο ρατσισμός. Έτσι, ο εναλλακτικός τουρισμός θα μπορούσαμε να υποστηρίξουμε πως λειτουργεί και ως μέσο για τη διατήρηση της ειρήνης (Τσάρτας, 1993).

Κεφάλαιο 3

3.1 Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη στην Αυστρία

3.1.1 Ο τουρισμός στην οικονομία

Σύμφωνα με τα τελευταία αποτελέσματα του Αυστριακού Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού (TSA), οι άμεσες προστιθέμενες αξίες του τουρισμού το 2016 ανήλθαν σε 19,7 δισεκατομμύρια ευρώ (χωρίς επαγγελματικά ταξίδια) ή 5,6% του ΑΕΠ. Βάσει του TSA, περίπου 293.100 ισοδύναμα πλήρους απασχόλησης θα μπορούσαν να αποδοθούν άμεσα στις βιομηχανίες που σχετίζονται με τον τουρισμό το 2015, συμβάλλοντας στο 7,9% της συνολικής απασχόλησης στην Αυστρία.

Το 2016, ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων σε όλα τα καταλύματα (εμπορικά και ιδιωτικά) ήταν 28,1 εκατομμύρια (αύξηση 5,2% σε σχέση με το 2015) και ο αριθμός των κλινών ανήλθε σε 102,9 εκατομμύρια. Οι ταχέως αναπτυσσόμενες αγορές πηγής σε σύγκριση με το 2015 ήταν χώρες της Ασίας όπως η Ινδία (24,6% αφίξεις) και οι χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας (αύξηση 18,9%). Οι αφίξεις από τη Μέση Ανατολή μειώθηκαν. Η Γερμανία, η πιο σημαντική αγορά για την Αυστρία, αυξήθηκε κατά 7,0% σε 13,0 εκατομμύρια αφίξεις. οι Κάτω Χώρες και η Ελβετία - η δεύτερη και η τρίτη πιο σημαντικές αγορές - παρουσίασαν αυξήσεις κατά 7,4% και 3,3% αντίστοιχα.

Το 2016, οι διεθνείς εισπράξεις υπερέβησαν τις διεθνείς δαπάνες κατά περίπου 8,8 δισεκατ. ευρώ, δηλαδή 632 εκατομμύρια ευρώ από το 2015. Συνολικά, τα εισοδήματα από εισερχόμενα ταξίδια ανήλθαν σε 17,4 δισεκατομμύρια ευρώ, δηλ. έως 1 δισεκατομμύριο ευρώ σε σύγκριση με το 2015.

Το 2016, οι εγχώριες αφίξεις τουριστών σε καταλύματα που πληρώθηκαν ανήλθαν σε 13,3 εκατομμύρια (αύξηση 5,1%), με 38 εκατομμύρια ταξίδια με διανυκτέρευση (αύξηση 4,4%). Τα υψηλά επίπεδα ρεκόρ καταγράφηκαν τόσο κατά τη διάρκεια του χειμώνα (από το Νοέμβριο του 2016 έως τον Απρίλιο του 2017) όσο και κατά τις καλοκαιρινές εποχές (Μάιος έως Οκτώβριος 2016), με 5,6 εκατομμύρια και 7,8 εκατομμύρια αφίξεις αντίστοιχα.

3.1.2 Τουριστική διακυβέρνηση και χρηματοδότηση

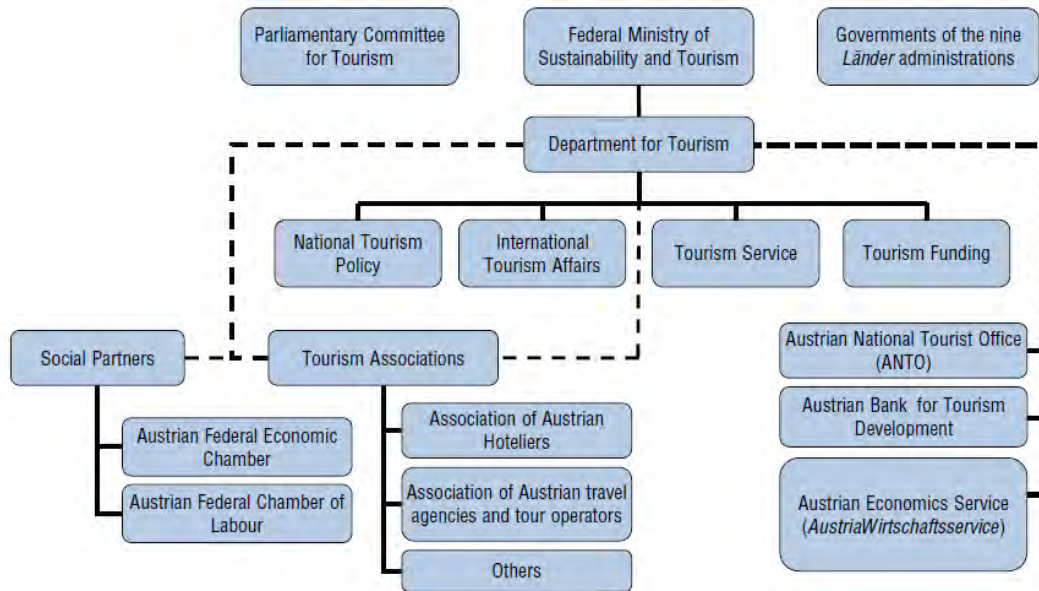
Σύμφωνα με το Ομοσπονδιακό Σύνταγμα της Αυστρίας, τα εννέα Länder (ομοσπονδιακά κράτη) έχουν νομοθετική και εκτελεστική ευθύνη για τις τουριστικές υποθέσεις. Ωστόσο, καθώς ο τουρισμός είναι ένας τομέας με διατομές, ισχύουν τόσο οι ομοσπονδιακοί όσο και οι ευρωπαϊκοί νόμοι.

Σε εθνικό επίπεδο, από τον Ιανουάριο του 2018, η τουριστική πολιτική αποτελεί ευθύνη του Ομοσπονδιακού Υπουργείου Αειφορίας και Τουρισμού. Ειδικότερα, το νέο κυβερνητικό πρόγραμμα επικεντρώνεται σε καλύτερες συνθήκες πλαισίου και επιχειρηματικό περιβάλλον και στη θέση της Αυστρίας ως ανταγωνιστικού τουριστικού προορισμού. Αυτό περιλαμβάνει τη μείωση του οικονομικού και διοικητικού φόρτου για τη μικρή δομημένη τουριστική βιομηχανία, μέτρα κατά της έλλειψης ειδικευμένου εργατικού δυναμικού και την ανάπτυξη και εφαρμογή μιας συνολικής εθνικής στρατηγικής για τον τουρισμό. Αυτή η στρατηγική προσέγγιση θα περιλαμβάνει και άλλα σημαντικά ζητήματα όπως η ενίσχυση του εθνικού σήματος, η διεθνοποίηση των αγορών, η χρηματοδότηση επιχειρήσεων / ΜΜΕ, η ψηφιοποίηση, η καινοτομία και ο τουρισμός καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Οι συνέργειες μεταξύ εθνικού και περιφερειακού επιπέδου εξακολουθούν να ενισχύονται, ιδίως όσον αφορά την προώθηση του τουρισμού.

Το Αυστριακό Εθνικό Τουριστικό Γραφείο (Austrian National Tourist Office, ANTO) είναι ο εθνικός οργανισμός μάρκετινγκ τουρισμού της χώρας. Χρηματοδοτείται από το Υπουργείο (75%) και το Ομοσπονδιακό Οικονομικό Επιμελητήριο της Αυστρίας (25%). Η ANTO συνεργάζεται στενά με τον αυστριακό τουρισμό, π.χ. τα τουριστικά συμβούλια των ομόσπονδων κρατιδίων και τις τουριστικές επιχειρήσεις. Οι βασικές αρμοδιότητες της ANTO είναι η έρευνα αγοράς, η διαχείριση μάρκας, η εμπορία, η δικτύωση τουρισμού και η παροχή πληροφοριών.

Το 2016, η εθνική τουριστική διοίκηση χορήγησε προϋπολογισμό περίπου 52 εκατομμυρίων ευρώ. Από το σύνολο αυτό, 22,2 εκατ. ευρώ αφιερώθηκαν στη χρηματοδοτική στήριξη των ΜΜΕ (μικρό-μεσαίες επιχειρήσεις) την οποία διαχειρίζεται η αυστριακή τράπεζα για την ανάπτυξη του τουρισμού, 24,1 εκατ. ευρώ προορίζονταν για τον ετήσιο προϋπολογισμό της ANTO και 5,5 εκατ. ευρώ εκταμιεύθηκαν από το Υπουργείο με τη μορφή επιμέρους επιχορηγήσεων για τη συγχρηματοδότηση τουριστικών έργων και συμβάσεων παροχής υπηρεσιών. Επίσης, διατέθηκαν 77,8 εκατ.

ευρώ σε πόρους του ευρωπαϊκού προγράμματος ανάκαμψης για δάνεια προς ΜΜΕ στον τουριστικό κλάδο. Εκτός από τον εθνικό προϋπολογισμό, και τα εννέα ομόσπονδα κράτη διαθέτουν δικούς τους τουριστικούς προϋπολογισμούς για την υποστήριξη των ειδικών προγραμμάτων τουριστικής ανάπτυξης (OECD, 2018).



Διάγραμμα 3.1: Αυστρία: οργανόγραμμα των οργανισμών τουρισμού (Πηγή: OECD, adapted from the Federal Ministry of Sustainability and Tourism, 2018)

3.1.3 Πολιτικές και προγράμματα τουρισμού

Τα βασικά ζητήματα και οι προκλήσεις για την Αυστρία περιλαμβάνουν την ανάγκη για: διαφοροποίηση των βασικών αγορών, συντονισμένες προσπάθειες μάρκετινγκ, ενθάρρυνση των επενδύσεων και την καταπολέμηση της εποχικότητας, βελτίωση της προσβασιμότητας και της συνδεσιμότητας, αντιμετώπιση των θεμάτων της απασχόλησης και της αγοράς εργασίας, συντονισμό του διοικητικού και κανονιστικού περιβάλλοντος και εξέταση της βιώσιμης ανάπτυξης και του ψηφιακού μετασχηματισμού.

Οι στρατηγικές πρωτοβουλίες σε εθνικό επίπεδο επιδιώκουν να αντιμετωπίσουν αυτά τα ζητήματα:

- Μάρκετινγκ. Η ANTO και οι εννέα οργανώσεις προώθησης του τουρισμού των ομόσπονδων κρατιδίων επιδιώκουν να εργαστούν αποτελεσματικότερα όσον

αφορά την επωνυμία, το μάρκετινγκ, την πληροφορική, την έρευνα και την επικοινωνία.

- Επενδύσεις, ποιότητα και καινοτομία. Υπάρχει συνεχής στήριξη στην Αυστριακή Τράπεζα Τουριστικής Ανάπτυξης, η οποία διαχειρίζεται προγράμματα χρηματοδότησης των ΜΜΕ, συμπεριλαμβανομένης της παροχής ευνοϊκών δανείων και της ενθάρρυνσης της ίδρυσης νέων επιχειρήσεων, ποιότητας, καινοτομίας και νέων επιχειρήσεων. Για παράδειγμα, η επιχορήγηση Innovationsmillion υποστηρίζει πρωτοποριακά τουριστικά προγράμματα, τα οποία βασίζονται στη συνεργασία των ενδιαφερομένων σε επίπεδο προορισμού και για τα οποία το υπουργείο, μαζί με την Ευρωπαϊκή Ένωση, παρέχει 1 εκατ. Ευρώ ετησίως. Το εξαμηνιαίο βραβείο, Österreichischer Innovationspreis Tourismus, απονέμεται σε συνεργασία με τα ομόσπονδα κράτη για καινοτόμες βέλτιστες πρακτικές με συγκεκριμένη εστίαση, π.χ. τον τουρισμό και το νερό, τον τουρισμό και την κινητικότητα με οικονομική υποστήριξη για τον νικητή. Επιπλέον, το Υπουργείο ξεκίνησε διάφορες πρωτοβουλίες το 2016 και το 2017 για να ενθαρρύνει τις τουριστικές επιχειρήσεις να επενδύσουν, ακόμη και στις αγροτικές περιοχές. Στο πλαίσιο διαφόρων προγραμμάτων επιδοτήσεων ανάπτυξης επενδύσεων, οι επιχορηγήσεις θα διατεθούν για επενδυτικά σχέδια στον τομέα του τουρισμού.
- Απασχόληση, εκπαίδευση και κατάρτιση. Η απασχόληση είναι θέμα μεγάλης σημασίας. Η εκπαίδευση και η κατάρτιση έχουν καθοριστεί ως αποφασιστικής σημασίας για την επιτυχία του αυστριακού τουρισμού. Το Υπουργείο μαζί με τους εταίρους του ξεκίνησε μια σειρά πρωτοβουλιών για την αύξηση της ελκυστικότητας των θέσεων εργασίας στον τουρισμό και την ικανοποίηση της υψηλής ζήτησης ειδικευμένων εργαζομένων. Οι πρωτοβουλίες αυτές περιλαμβάνουν τη συμβουλευτική στα σχολεία (για τους εκπαιδευτικούς, τους μαθητές και τους γονείς) ποικίλες προσφορές υποστήριξης μαθητείας (εκπαιδευόμενοι και εκπαιδευτές / επιχειρήσεις) σε σχετικές εφαρμογές, καθώς και διαγωνισμοί για εκπαιδευόμενους και βραβεία αναγνώρισης επιχειρήσεων για τα επιτεύγματά τους ανάπτυξη κ.λπ.
- Συνδεσιμότητα και μεταφορά. Προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο τομέας του τουρισμού όσον αφορά την κινητικότητα π.χ. οι βραχυπρόθεσμες μετακινήσεις και οι περιορισμοί μεταφορικής ικανότητας, ιδίως σε ευαίσθητους τομείς όπως οι Άλπεις, τα Υπουργεία αρμόδια για τον τουρισμό,

το περιβάλλον και τις μεταφορές έχουν αναλάβει διάφορες πρωτοβουλίες, συμπεριλαμβανομένων των διασκέψεων και των εργαστηρίων, και έχουν εκδώσει δημοσιεύσεις για τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η ετήσια διάσκεψη για τη δικτύωση, την Ημέρα κινητικότητας του τουρισμού, η οποία διοργανώθηκε για πρώτη φορά το 2014, έγινε διεθνής το 2017. Επανεξέτασε τις ανάγκες και τις προκλήσεις της τουριστικής κινητικότητας και τη σημασία της συνεργασίας μεταξύ των οργανισμών τουρισμού, μεταφορών και περιβάλλοντος με σκοπό τη δημιουργία κινητικότητας λύσεις προς και εντός των τουριστικών προορισμών που είναι φιλικές προς τον πελάτη, απλές, προσιτές και βιώσιμες. Τον Μάιο του 2016 δημοσιεύθηκε ένα εγχειρίδιο προορισμού για βιώσιμη κινητικότητα.

- Προσιτότητα. Το Υπουργείο υποστηρίζει την τουριστική βιομηχανία με κατάλληλες πληροφορίες π.χ. ένα εγχειρίδιο για την ενημέρωση των τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με το νομικό πλαίσιο και τα σχετικά πρότυπα κατασκευής, φυλλάδια για τον τρόπο δημιουργίας φυσικών και πολιτιστικών προσφορών, την εξυπηρέτηση πελατών και άλλες συναφείς τεχνικές πληροφορίες.
- Κλιματική αλλαγή. Το Υπουργείο ανέλαβε διάφορες πρωτοβουλίες π.χ. προώθηση του βιώσιμου ποιοτικού τουρισμού όλο το χρόνο, σχετική έρευνα, μεταφορά γνώσεων και ευαισθητοποίηση σχετικά με την αλλαγή του κλίματος και προώθηση της ενεργειακής απόδοσης και της βιώσιμης κινητικότητας στον τουρισμό.
- Του τουρισμού και των SDG (Sustainable Development Goals). Τον Ιανουάριο του 2017, που ξεκίνησε το Διεθνές Έτος Αειφόρου Τουρισμού για την Ανάπτυξη, το Υπουργείο ξεκίνησε online πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο ο αυστριακός τουρισμός μπορεί να βοηθήσει στην επίτευξη των SDG. Περιλαμβάνει εκτενείς πληροφορίες σχετικά με τους 17 στόχους, με πρακτικά παραδείγματα και δηλώσεις εμπειρογνομόνων, και υποστηρίχθηκε από μια σειρά σχετικών εκδηλώσεων.
- Crowdfunding. Ο νόμος περί εναλλακτικής χρηματοδότησης τέθηκε σε ισχύ τον Σεπτέμβριο του 2015. Έθεσε τα θεμέλια για εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης, συμπεριλαμβανομένου του crowdfunding, υποστηρίζοντας την αλληλεπίδραση των διαφόρων χρηματοδοτικών συνιστωσών μέσα σε μια γενική ιδέα χρηματοδότησης. Κατά συνέπεια, τον Σεπτέμβριο του 2016, ιδρύθηκε η

πλατφόρμα "we4tourism" για την περαιτέρω ανάπτυξη των δυνατοτήτων που έχουν οι τουριστικές επιχειρήσεις για πρόσβαση στη χρηματοδότηση.

- Ψηφιοποίηση. Το υπουργείο μαζί με τον Αυστριακό NTM και το Ομοσπονδιακό Οικονομικό Επιμελητήριο ξεκίνησαν μια στρατηγική ψηφιοποίησης για τον αυστριακό τουρισμό τον Σεπτέμβριο του 2017 (OECD, 2018).

3.1.4 Ο τουρισμός με νούμερα στην Αυστρία

Ο τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό οικονομικό τομέα για την Αυστρία. Το 0,8% όλων των θέσεων εργασίας (απασχολουμένων) βρίσκεται στον τομέα της στέγασης και της γαστρονομίας. Συμπεριλαμβανομένης της απασχόλησης των επιχειρήσεων και εγκαταστάσεων αναψυχής, μία στις έξι θέσεις απασχόλησης στην Αυστρία παρέχεται από τον τουρισμό. Οι λόγοι για τη θετική εξέλιξη του Αυστριακού Τουρισμού είναι ποικίλοι. Η Αυστρία διαθέτει σχεδόν 64.500 καταλύματα με περισσότερα από 1,1 εκατομμύρια κλίνες.

- 1.098 εγκαταστάσεις για σκι καθώς και 23.700 εκτάρια πίστας για σκι (εκ των οποίων 60% μπορούν να καλυφθούν από τεχνητό χιόνι), με κύκλο εργασιών άνω των 1,3 δισεκατομμυρίων ευρώ, στρέφονται στην Αυστρία, στο νούμερο ένα προορισμό για σκι της Ευρώπης.
- 695 ορεινές κορυφές άνω των 3.000 μέτρων, 6 εθνικά πάρκα, 48 φυσικά πάρκα, 629 ορειβατικά καταφύγια, 74.276 χιλιόμετρα πεζοπορικά μονοπάτια και 14 χιλιόμετρα ποδηλατικές διαδρομές, προσκαλούν τους επισκέπτες όχι μόνο για δραστηρίες αλλά και για χαλαρωτικές υπαίθριες διακοπές. Οι Άλπεις καλύπτουν σχεδόν τα δύο τρίτα της επιφάνειας της Αυστρίας.
- 9 μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO και πολυάριθμες άυλες πολιτιστικές κληρονομίες της UNESCO (όπως το "Christmas Silent Night", το Γυμνάσιο της ισπανικής σχολής ιππασίας και η κουλτούρα του καφέ της Βιέννης). περισσότερες από 2.500 φεστιβάλ και εκθέσεις κάθε χρόνο, που εκτείνονται από μικρές περιφερειακές συγκεντρώσεις έως εκδηλώσεις παγκόσμιας κλίμακας. περισσότερα από 15.550 θεατρικά έργα και συναυλίες που προσελκύουν 5.9 εκατομμύρια θεατές, 700 μουσεία που παρουσιάζουν περίπου 800 ετήσιες ειδικές

εκθέσεις, και περισσότερα από 37.700 προστατευόμενα μνημεία αποτελούν μέρος των πολύπλευρων πολιτιστικών εκδηλώσεων της Αυστρίας.

- 246 συνεδριακά ξενοδοχεία, 99 πανεπιστήμια και εκπαιδευτικά ιδρύματα, 80 συνεδριακές και εκθεσιακές αίθουσες και πολυάριθμες άλλες ειδικές εκδηλώσεις, φιλοξενώντας περισσότερα από 4 300 συνέδρια, 8 500 συνέδρια και 5 300 σεμινάρια, προσελκύοντας περισσότερους από 1.4 εκατομμύρια συμμετέχοντες MICE ανά έτος. Η Βιέννη είναι μία από τις πέντε σημαντικότερες πόλεις που συναντώνται παγκοσμίως.
- περισσότερες από 150 ιαματικές πηγές, ιαματικά λουτρά και αμέτρητα ξενοδοχεία και θέρετρα ψυχαγωγίας, δημιουργώντας πάνω από 20 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις ετησίως.

Αντλώντας πληροφορίες και στοιχεία από τις εκθέσεις που δημοσίευσε η Στατιστική Υπηρεσία της Αυστρίας, Statistics Austria, και η Ευρωπαϊκή Κομισιόν, μπορούμε να παρατηρήσουν τις αφίξεις των τουριστών στη χώρα, τον αριθμό των κλινών, την προέλευση των τουριστών και άλλες πολύ σημαντικές πληροφορίες. Η παρουσίαση των πληροφοριών θα γίνει με τη χρήση πινάκων και διαγραμμάτων.

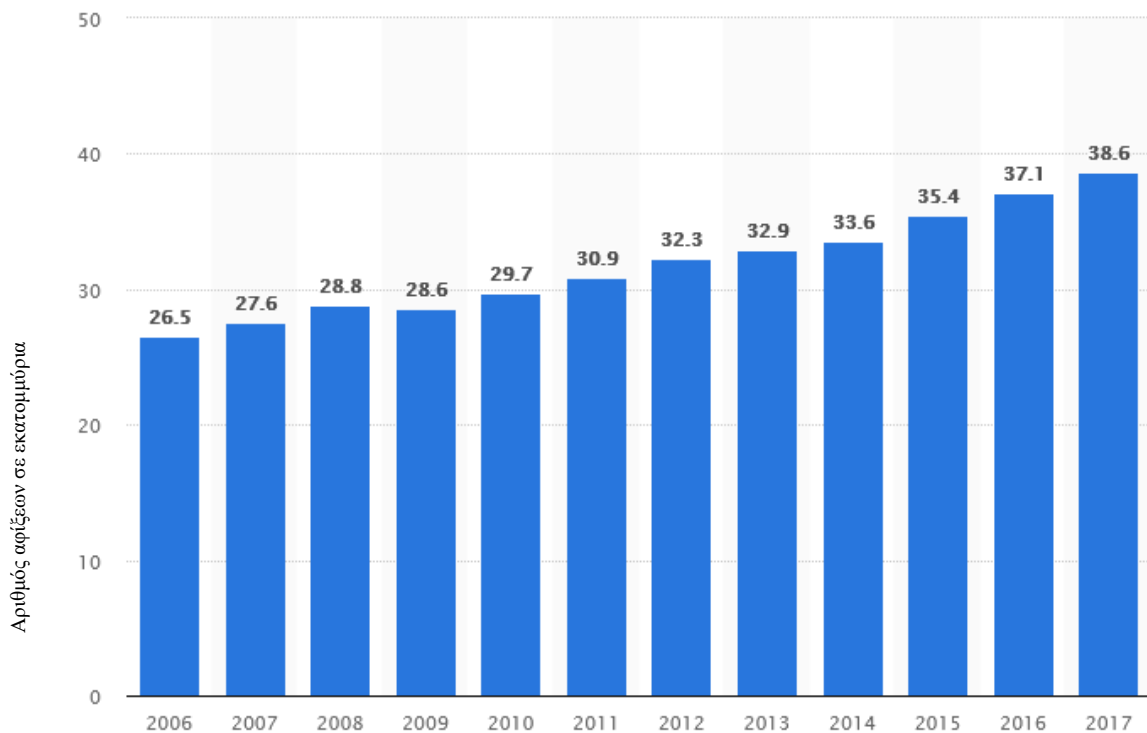
Πίνακας 3.1: Εξέλιξη των τουριστικών μονάδων και των διανυκτερεύσεων τα χρόνια 2008-2017.

Έτος	Εγκαταστάσεις διαμονής	Διανυκτερεύσεις	Μεταβολή Εγκαταστάσεων(%)	Μεταβολή Διανυκτερεύσεων(%)
2008	68261	126718888		
2009	67719	124307317	-0,794	-1,9
2010	66707	124880764	-1,494	0,5
2011	65782	126002551	-1,387	0,9
2012	65079	131016081	-1,069	4,0
2013	64532	132629032	-0,841	1,2
2014	64332	131900739	-0,310	-0,5
2015	63882	135249467	-0,699	2,5
2016	64478	140876953	0,933	4,2
2017	64830	144500153	0,546	2,6

Πηγή: Statistics Austria, www.statistik.at

Από τον πίνακα 3.1 παρατηρούμε πως ο αριθμός των τουριστικών εγκαταστάσεων έχει μειωθεί τα τελευταία 10 χρόνια σε αντίθεση με τον αριθμό των διανυκτερεύσεων που

έχει αυξηθεί. Η μεγαλύτερη μείωση των εγκαταστάσεων παρατηρήθηκε κατά τη μετάβαση από το έτος 2009 στο έτος 2010 κάτι το οποίο μπορεί να δικαιολογηθεί από το κακό οικονομικό κλίμα που ξεκίνησε να επικρατεί στον ευρωπαϊκό χώρο ενώ από το έτος 2016 παρατηρείται μια σταδιακή αύξηση των τουριστικών εγκαταστάσεων. Από την άλλη, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων είχε την μεγαλύτερη του μείωση το έτος 2009 ενώ το έτος 2016 αυξήθηκε κατά 4,2%.



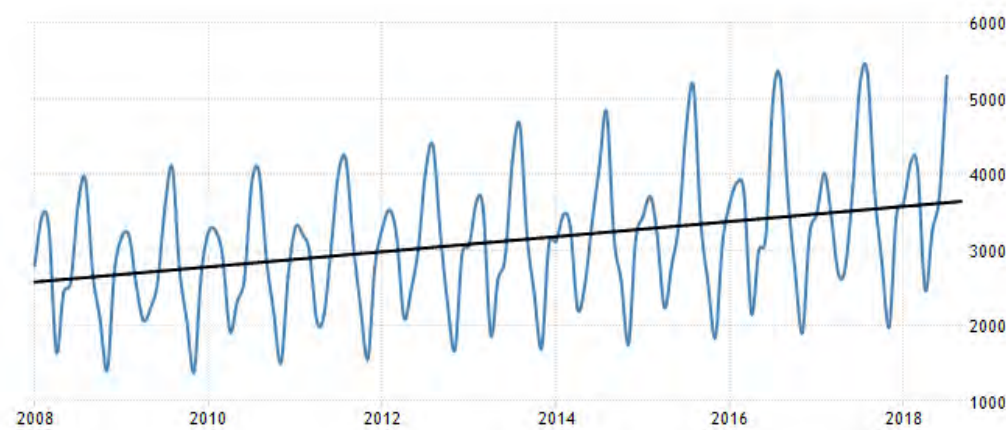
Διάγραμμα 3.2 : Αφίξεις τουριστών στην Αυστρία κατά τα έτη 2006-2017 (σε εκατομμύρια). Πηγή: Statista, www.statista.com

Από το διάγραμμα 3.2 παρατηρούμε πως υπάρχει αύξηση των τουριστών στην Αυστρία από το έτος 2006 μέχρι το 2017. Αν και κάποια έτη παρατηρήθηκε μικρή μείωση, υπάρχει γενικότερα τάση για αύξηση των τουριστικών αφίξεων.



Διάγραμμα 3.3: Ετήσιος αριθμός αφίξεων στην Αυστρία. Πηγή: www.tradingeconomics.com

Σε μηνιαία βάση παρατηρείται μείωση των τουριστικών αφίξεων κατά τους μήνες Φεβρουάριο μέχρι Απρίλιο και Αύγουστο μέχρι Οκτώβριο ενώ μεγάλη άφιξη τουριστών παρατηρούμε κυρίως στα μέσα του καλοκαιριού και αρχές του χειμώνα. Σε βάθος δεκαετίας παρατηρούμε στο παρακάτω διάγραμμα την αυξητική τάση των τουριστικών αφίξεων.

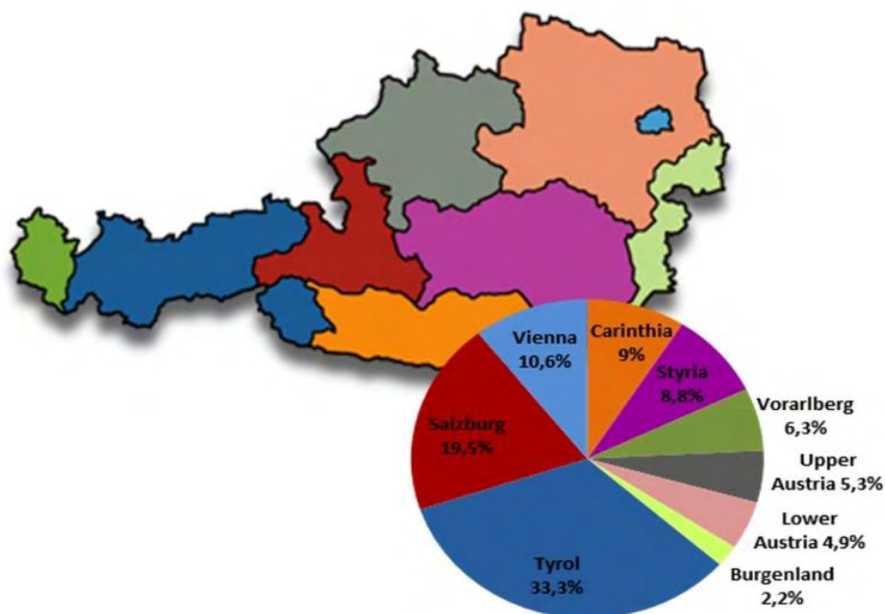


Διάγραμμα 3.4: Τάση του αριθμού αφίξεων κατά τα τελευταία 10 έτη. Πηγή: www.tradingeconomics.com

	Χώρα	Αριθμός
1	Γερμανία	11750027
2	Ολλανδία	1671581
3	Ελβετία	1309660
4	Ιταλία	1051490
5	Ηνωμένο Βασίλειο	802552
6	Τσεχία	660086
7	Η.Π.Α	632512
8	Γαλλία	516770
9	Βέλγιο	514264
10	Κίνα	497925
11	Ουγγαρία	493055
12	Ρωσία	467565
13	Πολωνία	425730
14	Ισπανία	309794
15	Δανία	264704
16	Ρουμανία	264704
17	Ιαπωνία	245306
18	Νότια Κορέα	234557
19	Σουηδία	205501
20	Σλοβακία	176760
	Σύνολο	25291371

Πίνακας 3.2: Αριθμός αφίξεων τουριστών από το εξωτερικό στην Αυστρία για το 2016.
Πηγή: Wikipedia.org

Αν θέλουμε να δούμε που διαμένουν οι τουρίστες στην Αυστρία, θα μας βοηθήσει ο επόμενος χάρτης.



Διάγραμμα 3.5: Προορισμός των τουριστών στην Αυστρία. Πηγή: Federal Ministry Republic of Austria, www.bmnt.gv.at

Οι περισσότεροι από τους επισκέπτες ταξιδεύουν στο Τιρόλο, ακολουθούμενοι από το Σάλτσμπουργκ και την πρωτεύουσα της Βιέννης. Οι τουρίστες παραμένουν κατά μέσο όρο 3,4 ημέρες, κυρίως σε ξενοδοχεία 5/4 αστέρων (41,4%) και καταλύματα 3 αστέρων (23,4%). Το 74% των επισκεπτών φτάνουν στην Αυστρία με αυτοκίνητο ακολουθούμενο από αεροπλάνο (9%) και τρένο (8%). Οι περισσότεροι από αυτούς είναι μεμονωμένοι ταξιδιώτες (89%) που καταβάλλουν κατά μέσο όρο 125 ευρώ το καλοκαίρι και 152 ευρώ τη χειμερινή περίοδο ανά ημέρα (περίπου 30% για καταλύματα, 27% για φαγητό, σχεδόν 17% για μεταφορές). Ο επαρχιακός τουρισμός αποκτά μεγαλύτερη σημασία: το 15,8% όλων των διανυκτερεύσεων δαπανήθηκε στις επαρχιακές πρωτεύουσες της Αυστρίας (Federal Ministry Republic of Austria).

3.1.5 Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

Για να παραμείνει ανταγωνιστική στον τουρισμό η Αυστρία, πρέπει να ληφθούν υπόψη και οι τρεις πυλώνες της βιώσιμης ανάπτυξης - οικολογική, οικονομική και κοινωνικοπολιτισμική βιωσιμότητα.

Τα τελευταία χρόνια το υπουργείο τουρισμού, μαζί με εταίρους του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα, δραστηριοποιούνται στους τομείς του βιώσιμου τουρισμού, ενισχύοντας τη θέση της Αυστρίας ως βιώσιμο και οικολογικό προορισμό για επισκέπτες από όλο τον κόσμο.

Το υπουργείο τουρισμού εξετάζει θέματα βιωσιμότητας, για παράδειγμα, στην κατανομή της χρηματοδότησης και προωθεί την ενεργειακή απόδοση, τη διατήρηση των πόρων και την φιλική προς το περιβάλλον λύση στις επιχειρήσεις, καθώς και τη βιώσιμη διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού και την ηγεσία. Οι πρωτοβουλίες για περισσότερη προσβασιμότητα στον τουρισμό υποστηρίζονται, προκειμένου να εξασφαλιστεί ο τουρισμός για καθέναν από αυτούς. Οι φορείς παροχής τουρισμού και κινητικότητας συνεργάζονται για την παροχή βιώσιμων λύσεων κινητικότητας. Μία από τις μείζονες προκλήσεις είναι η αλλαγή του κλίματος - ο τουρισμός αναλαμβάνει δράση για να προσαρμοστεί σε αυτό και να μειώσει τη ρύπανση του περιβάλλοντος.

Το 2015, τα Ηνωμένα Έθνη υιοθέτησαν την Ατζέντα για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη του 2030, μαζί με 17 φιλόδοξους στόχους βιώσιμης ανάπτυξης (SDG), μεταξύ άλλων, να τερματίσουν την ακραία φτώχεια, να καταπολεμήσουν την ανισότητα και την αδικία και να καθορίσουν την κλιματική αλλαγή μέχρι το 2030. Ο τουρισμός σε τρεις στόχους, αλλά έχει τη δυνατότητα να συμβάλει σε όλους τους στόχους. Αυτή η δυνατότητα τονίστηκε περαιτέρω από τα Ηνωμένα Έθνη που κήρυξαν το 2017 ως το Διεθνές Έτος του Αειφόρου Τουρισμού για την Ανάπτυξη.

Η Αυστρία είναι μια χώρα με βαθιά ριζωμένη περιβαλλοντική συνείδηση. Ενώ άλλοι προορισμοί προσπαθούν να πείσουν τον κόσμο για τις τελευταίες βιώσιμες πρωτοβουλίες πάνω στον τουρισμό, οι Αυστριακοί δεν αισθάνονται υποχρεωμένοι να δώσουν έμφαση σε κάτι που ήταν πάντα ένα εγγενές κομμάτι της ζωής τους. Στην πραγματικότητα, η Αυστρία είναι ένας από τους καλύτερους προορισμούς στον κόσμο για τον αειφόρο τουρισμό και αυτό το έχει αναγνωρίσει και επαινεί το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ στην Έκθεση για την Ανταγωνιστικότητα στον Τουρισμό.

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, η αειφορία και η περιβαλλοντική συνειδητοποίηση συχνά φαίνονται να αποτελούν το κύρος των προνομιούχων. Αλλά στην Αυστρία, υπάρχει ένας τεράστιος αριθμός και ποικιλία προσιτών θέσεων για τον περιβαλλοντικά συνειδητό επισκέπτη να μείνει, από τα B & B και τους ξενώνες μέχρι τα κάμπινγκ και τις καλύβες στο βουνό. Περισσότεροι από 180 καταλύματα έχουν επιτύχει τα πρότυπα του αυστριακού οικολογικού σήματος Östereichische Umweltzeichen - ένα κυβερνητικό πρόγραμμα που αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στην αποτελεσματική διαχείριση των αποβλήτων και της ενέργειας, στην εύκολη χρήση των συστημάτων ανακύκλωσης, στην ελαχιστοποίηση της χρήσης συσκευασιών και στη χρήση εποχιακών, τοπικά, βιολογικά τρόφιμα, βιώσιμα υλικά στα υπνοδωμάτια και «μαλακή χημεία» για καθαρισμό των λουτρών.

Σύμφωνα με τον επίσημο τουριστικό οδηγό της χώρας, η Αυστρία έχει τον μεγαλύτερο αριθμό φιλικών προς το περιβάλλον ορεινών καταλυμάτων και σαλέ στην Ευρώπη. Η καλύβα Adolf Nossberger των 40 κλινών στα βουνά Schober της Καρινθίας είναι μία από τις 63 που έχουν επιτύχει τη σφραγίδα περιβαλλοντικής αριστείας της αυστριακής αλβανικής ένωσης. Χρησιμοποιεί ηλιακά φορτισμένες μπαταρίες για την τροφοδοσία λαμπτήρων χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας, ξύλου με βιώσιμη παραγωγή για θέρμανση και συνδυασμού φιλτραρίσματος και κομποστοποίησης για την επεξεργασία αποβλήτων τουαλέτας. Είναι αυτονόητο ότι ο ιδιοκτήτης Roland Hummer παράγει τρόφιμα από τους τοπικούς προμηθευτές και ελαχιστοποιεί το μέγεθος της συσκευασίας που χρησιμοποιείται. Εντούτοις, φαίνεται ότι δεν θα σταματήσει σε τίποτα στην προσπάθειά του για βιωσιμότητα: όλο το καλοκαίρι, ωθεί 20 κιλά προμήθειες πάνω στο βουνό τρεις φορές την εβδομάδα για να μειώσει τον αριθμό των πτήσεων ελικόπτερο που απαιτούνται για την προμήθεια της καλύβας.

Οι Αυστριακοί πειραματίζονται επίσης με μακροπρόθεσμα έργα. Στο Vorarlberg, οι οικοδόμοι πρωτοπορούν στην κατασκευή «παθητικών κατοικιών», μιας ιδέας που θα εξαπλωθεί σε καταλύματα διακοπών. Αυτά τα σπίτια χρησιμοποιούν μόνο ένα κλάσμα της δύναμης των κανονικών κατοικιών. Είναι χτισμένα από τοπικό, αειφόρο ξύλο, το οποίο αποτελεί φυσικό κατάστημα άνθρακα και όπλο στη μάχη κατά της αλλαγής του κλίματος. Η έξυπνη μόνωση, τα αποτελεσματικά συστήματα θέρμανσης και εξαερισμού και ακόμη και ιδέες τόσο απλές όσο η τοποθέτηση περισσότερων παραθύρων στην πιο ζεστή πλευρά που βρίσκεται απέναντι από το νότιο τμήμα του σπιτιού παρά η ψυχρότερη προς τα βόρεια πλευρά, προστίθενται για να αποτελέσουν ένα σπίτι για το μέλλον.

3.1.6 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Η Αυστρία είναι μία χώρα, που εκτός από κάποιες μεγάλες πόλεις, περιλαμβάνει και μεγάλες αγροτικές εκτάσεις. Έτσι, ο αγροτουρισμός, ως εναλλακτική μορφή τουρισμού είναι ευρέως διαδεδομένος στην χώρα. Τοποθεσίες όπως το Lech ή το Kitzbühel είναι γνωστά παραδείγματα αποκλειστικών τουριστικών θέσεων και συγκριτικά ακριβότερα. Αξιοθέατα όπως το "Großglockner Hochalpen Straße", το οποίο είναι ανοιχτό από τον Ιούνιο έως το Σεπτέμβριο ή άλλοι υψηλοί πεζοδρομοί των Άλπεων, είναι εύκολα προσβάσιμοι και αντιπροσωπεύουν σημαντικά αξιοθέατα. Τα μεγάλα ταξιδιωτικά γραφεία προωθούν τον αγροτικό τουρισμό μόνο για συγκεκριμένους τόπους ή αξιοθέατα. Αυτές οι τοποθεσίες έχουν σχετικά μεγάλες ικανότητες και παρόμοιες ξενοδοχειακές δομές όπως ο αστικός τουρισμός.

Ο μη ειδικός αγροτικός τουρισμός είναι ένας μικρός τουρισμός που μπορεί να βρεθεί σχεδόν παντού στην Αυστρία. Αυτού του είδους ο τουρισμός είναι φθηνός και απευθείας πωλείται μεταξύ των ιδιοκτητών των εγκαταστάσεων και των πελατών. Παραδοσιακά, οι καταναλωτές του αγροτουρισμού είναι αυτο-οργανωμένοι. Οι προσωπικές επικοινωνίες και οι συστάσεις προωθούν ενιαία μέρη και μερικές φορές ειδικές ιστοσελίδες προσφέρουν δυνατότητες να κάνουν online κρατήσεις για τα μέλη τους. Συχνά οι τουρίστες συχνάζουν στο ίδιο θέρετρο κάθε χρόνο με σταθερή σχέση μεταξύ ντόπιων και τουριστών. Αυτά που μετράνε είναι τα γενικά και ποικίλα χαρακτηριστικά ενός τοπίου - ένα μείγμα βουνών, δασών, λιβαδιών, κολπίσκων ή λιμνών για παράδειγμα. Οι τουρίστες μπορούν να απολαύσουν δραστηριότητες όπως πεζοπορία, ορειβασία, κολύμπι στις αλπικές λίμνες και άλλα. Ο μη ειδικός αγροτικός τουρισμός οργανώνεται από μη επαγγελματίες του τουρισμού (Breiling, 2005).

Ιστορικά, όλος ο αγροτικός τουρισμός ξεκίνησε ως μη ειδικός αγροτικός τουρισμός για τη στήριξη της γεωργίας. Η ανάπτυξη αυτού του είδους του τουρισμού συνέβαλε στην αντιστάθμιση των ζημιών στη γεωργία. Σήμερα ο τουρισμός δίνει περισσότερο από 3 φορές το εισόδημα της γεωργίας. Η παροχή πολιτιστικού τοπίου αποτελεί βασικό προϊόν για τον τουρισμό και ήταν για μεγάλο χρονικό διάστημα δωρεάν. Ωστόσο, η περιθωριοποίηση της γεωργικής γης γίνεται όλο και περισσότερο πρόβλημα σε πιο απομακρυσμένες περιοχές της Αυστρίας. Αναμένεται ότι ο μη ειδικός αγροτικός τουρισμός θα γίνει λιγότερο σημαντικός από σήμερα. Λιγότερο εισόδημα και μεγαλύτερες ανισότητες στα αγροτικά και αστικά κέντρα οδηγούν σε επιπλέον απώλεια

πληθυσμού και λιγότερη φροντίδα στη διαχείριση του τοπίου. Η διασκορπισμένη δομή του αγροτικού τουρισμού εξαφανίζεται.

Έντατικές μορφές αγροτουρισμού

- Σκι και χιονοδρομία : ο χιονοδρομικός τουρισμός συμπίπτει σχεδόν εξ ολοκλήρου με τον χειμερινό τουρισμό αν αγνοήσουμε τα χιονοδρομικά κέντρα των παγετώνων που μπορεί να λειτουργούν ακόμη και το καλοκαίρι. Λόγω των απαιτήσεων της επένδυσης, οι τουριστικές επιχειρήσεις που εξαρτώνται από το χιόνι έχουν ιδιαίτερα σημαντικά δάνεια και είναι πιο ευάλωτες σε πρόσθετες αλλαγές και πιέσεις. Τα κέρδη συρρικνώνονται παρά τον αυξανόμενο αριθμό τουριστών. Αναπόφευκτα ορισμένες τουριστικές επιχειρήσεις θα κλείσουν τα επόμενα χρόνια. Εντούτοις, αποτελεί ενθαρρυντικό οικονομικό σημείο ότι οι αγροτικές περιοχές μπορούν να κινητοποιήσουν τόσο μεγάλες επενδύσεις και να παραμείνουν προς το παρόν ανταγωνιστικές στις μορφές ζωής στις αστικές περιοχές.
- Κολύμβηση-Σπα και Βουνά: Το κολύμπι είναι αποκλειστικά τουριστική δραστηριότητα του καλοκαιριού. Ανάλογα με τον καιρό, οι τουρίστες μπορούν αν το απολαύσουν τους μήνες Μάιο και Σεπτέμβριο. Ο τουρισμός για σπα ως κύρια εσωτερική δραστηριότητα δεν είναι απαραίτητως καλοκαιρινή δραστηριότητα και κατά συνέπεια κατανέμεται εξίσου όλο το χρόνο. Το περπάτημα και η αναρρίχηση στα βουνά είναι μια σημαντική θερινή δραστηριότητα. Οι δραστηριότητες του καλοκαιρινού τουρισμού συμβαίνουν σε περισσότερες χώρες και περιοχές από τις δραστηριότητες του χειμερινού τουρισμού. Πολλοί ανταγωνιστικοί προορισμοί αναπτύχθηκαν όχι μόνο στην Ευρώπη αλλά και αλλού στον κόσμο λόγω της διαθεσιμότητας φτηνών αεροπορικών εισιτηρίων. Οι βελτιώσεις και η εξειδίκευση στον καλοκαιρινό τουρισμό απαιτούνται κατά κύριο λόγο για να διατηρηθεί δεσπόζουσα θέση στον αυστριακό αγροτικό τουρισμό στην Ευρώπη.
- Τουρισμός στις φάρμες: Οι αγροτικές εκμεταλλεύσεις ήταν η προέλευση του αγροτικού τουρισμού. Χωρίς τον τουρισμό, οι αγροτικές περιοχές στην Αυστρία θα ήταν πολύ πιο πυκνοκατοικημένες και χωρίς αγρότες δεν θα υπήρχε αγροτικός τουρισμός. Ωστόσο, όταν οι αγρότες γίνονται επιτυχείς με τον τουρισμό, συνήθως δεν εργάζονται πλέον ως αγρότες, αλλά με τους τουρίστες. Επομένως, ο αγροτικός πληθυσμός στην Αυστρία περιλαμβάνει και την γεωργία και τον

τουρισμό. Η φράση «αγροτικός τουρισμός» τείνει να περιγράφει τους νεοεισερχόμενους στην τουριστική επιχείρηση και τον μη ειδικό αγροτικό τουρισμό ή τη μετάβαση από τη γεωργία στις τουριστικές επιχειρήσεις. Το κύριο εισόδημα εξακολουθεί όμως να είναι η γεωργία.

Το κύριο ερώτημα που προκύπτει είναι αν όντως ο εναλλακτικός τουρισμός και κυρίως ο αγροτουρισμός είναι βιώσιμος στην Αυστρία. Σύμφωνα με τον Breiling(2005), ο αυστριακός αγροτικός τουρισμός έχει πάνω από 100 εκατομμύρια νύχτες φιλοξενίας το χρόνο. περισσότερα από 10 δισ. ευρώ δαπανώνται για αγροτικό τουρισμό στην Αυστρία. Λόγω αυτών των εξελίξεων, ο αγροτικός πληθυσμός παρέμεινε σε ισχύ, διατηρήθηκε το παραδοσιακό τοπίο και οι διαφορές με τα αστικά εισοδήματα περιορίστηκαν στο ελάχιστο. Ωστόσο, με την αυξανόμενη οικονομική ανάπτυξη καθίσταται δυσκολότερη η αντιμετώπιση της κατάστασης. Οι επενδύσεις στον τουρισμό ανεβαίνουν υψηλότερα, το επίπεδο της χρήσης της τεχνολογίας αυξάνεται και μόνο οι πλουσιότερες περιοχές έχουν τα μέσα να προσαρμοστούν στις συνεχώς επιταχυνόμενες αλλαγές από το εξωτερικό. Οι καλύτερες ευκαιρίες για ασφαλή εισοδήματα προέρχονται από τα μεγάλα, εξειδικευμένα, πρώτης κατηγορίας θέρετρα με διεθνή φήμη. Τα περισσότερα από αυτά βρίσκονται στα υψηλότερα υψόμετρα. Τα θέρετρα δεύτερης και τρίτης κατηγορίας ενδέχεται να αντιμετωπίσουν προβλήματα με τους σημερινούς αριθμούς στον αγροτικό τουρισμό που είναι απίθανο να διατηρηθούν.

Οι παγκόσμιες αλλαγές, ιδίως η υπερθέρμανση του πλανήτη, θα μπορούσαν να έχουν σοβαρές επιπτώσεις στον χειμερινό τουρισμό. Τα περισσότερα χειμερινά θέρετρα έχουν προσαρμοστεί ή σχεδιάζουν να προσαρμοστούν στην υπερθέρμανση του πλανήτη δημιουργώντας εγκαταστάσεις τεχνητού χιονιού (Peck, 2006). Αυτό θα μπορούσε να είναι προβληματικό για δύο λόγους: πρώτον, το κόστος των προσαρμογών είναι υπερβολικά υψηλό σε σχέση με το πιθανό εισόδημα, και έτσι οι τουριστικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν σοβαρό πρόβλημα επειδή αποπληρώνουν τα δάνεια με ανεπαρκές εισόδημα. Δεύτερον, ο ρυθμός και το μέγεθος της υπερθέρμανσης του πλανήτη δεν είναι γνωστά και οι προσαρμογές που έγιναν σήμερα μπορεί να είναι ανεπαρκείς αύριο (Breiling & Charamza, 1999). Ορισμένα μικρά χειμερινά τουριστικά θέρετρα, όπως το Unterberg στη γειτονιά της Βιέννης, που είναι σε σχετικά χαμηλό υψόμετρο μπορούν να αντιδράσουν με ευέλικτο τρόπο στις καιρικές συνθήκες. Άνθρωποι από τη Βιέννη θα έρθουν αν οι συνθήκες είναι καλές. Άλλα θέρετρα είναι αποκλειστικά χειμερινά τουριστικά θέρετρα και εξαρτώνται από τους διεθνείς τουρίστες και είναι πιο ευαίσθητα

στο κλίμα, ακόμη και αν είναι ψηλότερα και έχουν καλύτερες συνθήκες για σκι και χειμερινά σπορ.

Το επίπεδο συντήρησης της γεωργικής γης μειώνεται χωρίς την κατάλληλη υποστήριξη από τον τουριστικό τομέα ή χωρίς σημαντικά προγράμματα από την Ευρωπαϊκή Ένωση, όπως το Πρόγραμμα Δράσης 2000. Ο αγροτικός τουρισμός θα επικεντρωθεί σε εκείνους τους τομείς που είναι αρκετά πλούσιοι για να διαχειριστούν το τοπίο τους με παραδοσιακό τρόπο. Προηγουμένως, η απόλαυση ενός φυσικού τοπίου ήταν δωρεάν, αλλά σήμερα κοστίζει. Άλλοι τομείς ενδέχεται να χάσουν την ποικιλία του τοπίου. Τα ανοιχτά λιβάδια των Άλπεων θα καλύπτονται από άλλη βλάστηση εάν τα ζώα δεν τα χρησιμοποιούν πλέον. Σε απότομες περιοχές, η βλάβη των ανώτερων στρωμάτων του εδάφους διατρέχει ιδιαίτερο κίνδυνο. Το υψηλό χόρτο που καλύπτεται από το χιόνι και τον πάγο μπορεί να είναι ένας λόγος για τέτοιες βλάβες. Η διάβρωση του εδάφους θα είναι η συνέπεια. Μέσα σε λίγα χρόνια, το τοπίο θα εμφανιστεί λιγότερο ελκυστικό, θα είναι λιγότερο προσιτό στους τουρίστες και ο τουρισμός θα μειωθεί ραγδαία (Breiling, 2005).

Υπάρχουν απώλειες στον τουρισμό. Η συρρίκνωση του τουρισμού πρέπει να αναμένεται λόγω των λιγότερων μελών τόσο στις εντατικές όσο και στις εκτεταμένες κατηγορίες αγροτουρισμού. Οι απαιτήσεις για τον επιτυχημένο τουρισμό γίνονται δυσκολότερες. Η συγκέντρωση του αγροτικού τουρισμού αναμένεται να συμβεί κοντά στα πιο πλούσια τουριστικά θέρετρα και κοντά σε μεγάλα αστικά κέντρα. Η ταχύτητα και το επίπεδο ενοποίησης είναι άγνωστες. Με τις καλές οικονομικές συνθήκες στην Αυστρία και τις γειτονικές χώρες, το επίπεδο ενοποίησης πρέπει να σταματήσει σε αρκετά υψηλό επίπεδο, ελαφρώς κάτω από αυτό που έχουμε σήμερα. Σε οποιοδήποτε σενάριο οικονομικής κρίσης, οι απώλειες του αγροτικού τουρισμού θα είναι πολύ υψηλότερες (Breiling, 2005).

Κεφάλαιο 4

4.1 Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη στην Γαλλία

4.1.1 Ο τουρισμός στην οικονομία

Ο τουρισμός διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη γαλλική οικονομία. Ο τομέας των καταλυμάτων και των υπηρεσιών εστίασης, που αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο τμήμα του τουριστικού τομέα, αντιπροσωπεύει από 2,5% έως 3% του ΑΕΠ, ενώ οι επιπτώσεις του τουρισμού επηρεάζονται και σε άλλους τομείς, όπως οι μεταφορές και ο ελεύθερος χρόνος. Κατά συνέπεια, το συνολικό ποσό της εσωτερικής τουριστικής κατανάλωσης, που συνδυάζει τις δαπάνες που σχετίζονται με τον τουρισμό τόσο από τους κατοίκους της Γαλλίας όσο και από τους μη κατοίκους, αντιπροσωπεύει περίπου 7,5% του ΑΕΠ (5% για τους κατοίκους, 2,5% για τους μη κατοίκους).

Η άμεση και έμμεση απασχόληση που σχετίζεται με τον τουρισμό αντιπροσωπεύει από κοινού πάνω από 2 εκατομμύρια θέσεις εργασίας. Ο τουρισμός είναι ένας από τους μεγαλύτερους συντελεστές του ισοζυγίου πληρωμών. Εντούτοις, μεταξύ 2015 και 2016, η διαφορά μεταξύ δαπανών ξένων τουριστών στη Γαλλία και δαπανών από Γάλλους τουρίστες στο εξωτερικό μειώθηκε από 5 δισεκατομμύρια ευρώ σε 1,8 δισεκατομμύρια ευρώ. Αυτό το ασυνήθιστο και απογοητευτικό αποτέλεσμα μπορεί να εξηγηθεί από τα αρνητικά αποτελέσματα από τα τρομοκρατικά περιστατικά το 2015 και το 2016.

Τα επίπεδα κατοχής έχουν επίσης επηρεαστεί προσωρινά από τις τρομοκρατικές επιθέσεις που σημειώθηκαν τόσο στη Γαλλία όσο και στις γειτονικές χώρες. Τα ποσοστά απασχόλησης των καταλυμάτων εμπορικού ομίλου στην ηπειρωτική Γαλλία μειώθηκαν κατά 1,3%. Η μείωση ήταν ιδιαίτερα έντονη στους ξένους επισκέπτες (μείωση 5,1% το 2016), με τις μεγαλύτερες αρνητικές επιπτώσεις σε ορισμένες ασιατικές αγορές. Η μείωση αυτή αντισταθμίστηκε εν μέρει από τις εγχώριες μετακινήσεις: οι διανυκτερεύσεις μόνιμης διαμονής αυξήθηκαν κατά 0,5% μεταξύ 2015 και 2016.

Οι διεθνείς αφίξεις στη μητροπολιτική Γαλλία μειώθηκαν κατά 2,2% σε 82,6 εκατ. το 2016, μετά από αρκετά χρόνια σταθερής ανάπτυξης. Ωστόσο, όσον αφορά τις εισροές τουριστών, η Γαλλία παραμένει ο κυριότερος προορισμός στον κόσμο. Περίπου το 40% των διεθνών αφίξεων προέρχονται από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία και το Βέλγιο. Το 2017 ήταν είναι έτος σταθερής ανάκαμψης για τον κλάδο του τουρισμού στη Γαλλία.

Τα στατιστικά στοιχεία απασχόλησης για τα τρία πρώτα τρίμηνα του 2017 ήταν πολύ θετικά.

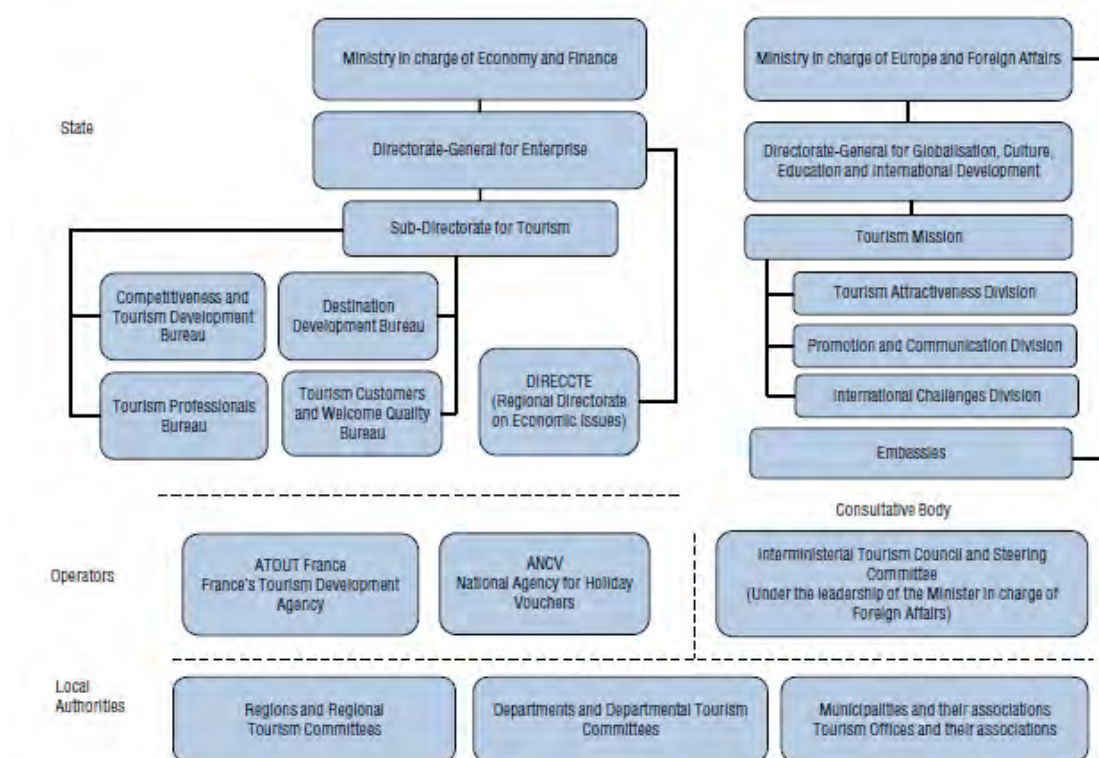
4.1.2 Τουριστική διακυβέρνηση και χρηματοδότηση

Από το 2014, η ευθύνη για την τουριστική στρατηγική της κυβέρνησης έχει κατανεμηθεί μεταξύ του Υπουργείου Ευρώπης και Εξωτερικών, το οποίο προωθεί τη Γαλλία στο εξωτερικό ως τουριστικό προορισμό και του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών, αρμόδιο για το κανονιστικό πλαίσιο και την πρόσβαση στις διακοπές. Οι αρμόδιες δημόσιες διοικήσεις είναι: η Γενική Διεύθυνση για την Παγκοσμιοποίηση, τον Πολιτισμό, την Εκπαίδευση και τη Διεθνή Ανάπτυξη και η Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων (DGE). Από τον Ιούλιο του 2016, μια Διυπουργική Επιτροπή Τουρισμού (CIT) συναντήθηκε τακτικά υπό την εποπτεία του Πρωθυπουργού.

Η εφαρμογή της πολιτικής περιλαμβάνει επίσης δύο υπηρεσίες υπό κρατικό έλεγχο. Η Atout France, η οποία είναι υπεύθυνη για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα και την προώθηση της Γαλλίας στο εξωτερικό, δημιουργήθηκε ως ομάδα οικονομικού ενδιαφέροντος για να προσφέρει πρόσθετη ευελιξία στις αποστολές της και την προμήθεια κεφαλαίων. Ο προϋπολογισμός του υπερβαίνει τα 70 εκατ. Ευρώ, περίπου το ήμισυ των οποίων συνίσταται σε κρατική επιχορήγηση που καταβάλλεται από το Υπουργείο Εξωτερικών από το 2015. Η Εθνική Υπηρεσία Παρακαταθηκών (ANVC) είναι υπεύθυνη για τη διεύρυνση της πρόσβασης στις διακοπές.

Διάφορα επίπεδα περιφερειακής και τοπικής αυτοδιοίκησης έχουν την ευθύνη για την τόνωση του τουρισμού. Κάθε περιοχή καταρτίζει ένα περιφερειακό πρόγραμμα για την ανάπτυξη του τουρισμού και τουρισμού που θέτει μεσοπρόθεσμους στόχους για την περιφερειακή τουριστική ανάπτυξη και καθορίζει τους όρους και τις προϋποθέσεις που διέπουν την εφαρμογή της πολιτικής.

Ο τουρισμός επωφελείται έμμεσα από κρατικές δαπάνες σε άλλους τομείς πολιτικής, συμπεριλαμβανομένου του πολιτισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς (μουσεία, ανακαίνιση ιστορικών μνημείων κ.λπ.), υποδομές μεταφορών και περιβάλλον. Οι συνολικοί χρηματοδοτικοί πόροι που διατίθενται για τις πολιτικές που σχετίζονται με τον τουρισμό ανέρχονται σε περίπου 2 δισεκατομμύρια ευρώ (OECD, 2018).



Διάγραμμα 4.1: Γαλλία: οργανόγραμμα των οργανισμών τουρισμού (Πηγή: OECD, adapted from the Federal Ministry of Sustainability and Tourism, 2018)

4.1.3 Πολιτικές και προγράμματα τουρισμού

Η Γαλλία, παρά τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους της και τη φήμη της για ζωντανή, καλλιτεχνική δημιουργικότητα, υπόκειται στον αυξανόμενο ανταγωνισμό από άλλους προορισμούς. Ένα μεγάλο μέρος των διεθνών τουριστών ταξιδεύει μόνο σε τρεις γαλλικές περιοχές που απολαμβάνουν ιδιαίτερη ορατότητα στο εξωτερικό: την ευρύτερη περιοχή του Παρισιού, τη γαλλική Ριβιέρα και τα χιονοδρομικά κέντρα της περιοχής Ροδανού-Άλπων. Υπάρχει ανάγκη να διαμορφωθεί η γαλλική τουριστική προσφορά και να προωθηθεί η ποικιλομορφία της. Στη συνεδρίαση της CIT τον Ιούλιο του 2017 σύμφωνα με την έκθεση του OECD για τις παγκόσμιες τουριστικές τάσεις το 2018, η κυβέρνηση δήλωσε την πρόθεσή της να εστιάσει την δράση σε έξι βασικούς τομείς:

- Η ποιότητα των υπηρεσιών και η ασφάλεια του χώρου για να εξασφαλιστεί η ικανοποίηση του τουρισμού και η αφοσίωση των προορισμών. Βασικά στοιχεία

θα περιλαμβάνουν την ταχύτερη παράδοση θεωρήσεων και τον εκσυγχρονισμό και προώθηση της ετικέτας *Qualité Tourisme*™ της κυβέρνησης.

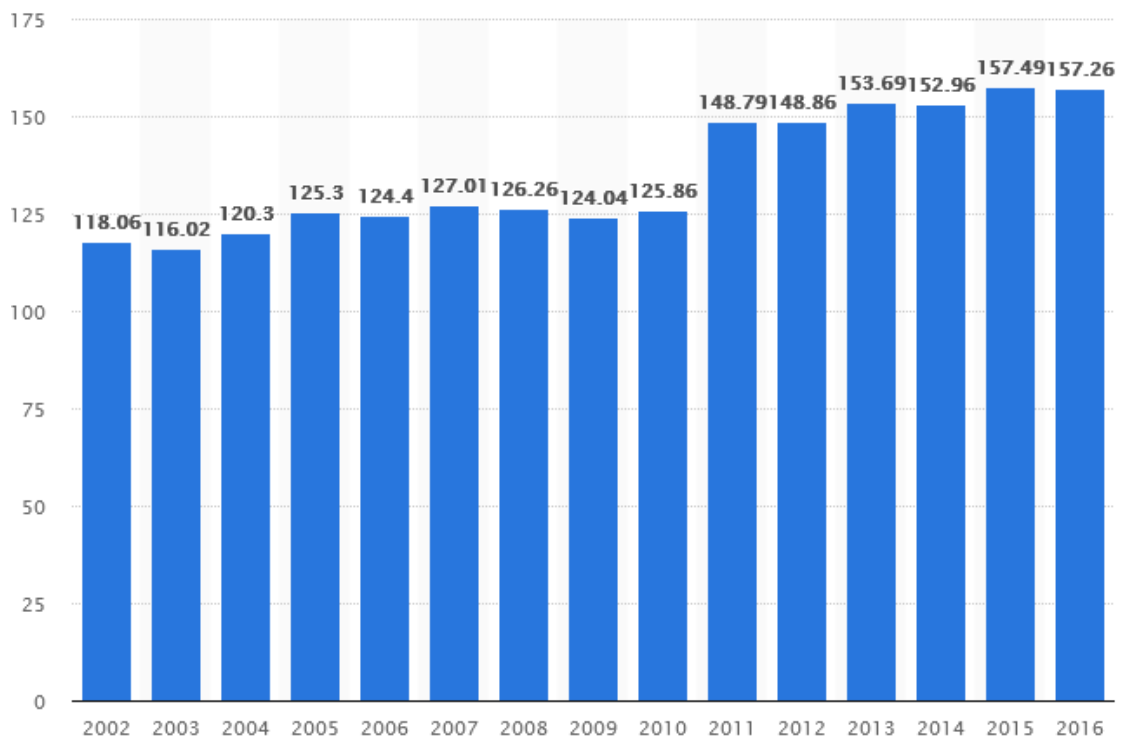
- Συντονισμός της τουριστικής προσφοράς προκειμένου να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες σε ολόκληρη τη Γαλλία, συμπεριλαμβανομένων των υπερπόντιων εδαφών της. Τα βασικά στοιχεία θα περιλαμβάνουν τμήματα αναδιάρθρωσης, όπως ο τουρισμός των πλατών οδών και η συνέχιση της πολιτικής "συμβάσεων προορισμού", η οποία συγκεντρώνει όλα τα μέρη που συμμετέχουν στην παροχή μιας τοπικής μοναδικής προσφοράς.
- Κρατική στήριξη μέσω επενδύσεων προκειμένου να βελτιωθεί η ποιότητα της προσφοράς και να ενθαρρυνθεί η καλύτερη συνδεσιμότητα.
- Εκπαίδευση και απασχόληση, κρίσιμη για την ποιότητα της προσφοράς υπηρεσιών και σημαντικό παράγοντα για την καταπολέμηση της ανεργίας.
- Υποστήριξη της ψηφιοποίησης και της ανταλλαγής πληροφοριών για την αύξηση της παγκόσμιας ανταγωνιστικότητας της τουριστικής βιομηχανίας.
- Η προώθηση της πρόσβασης στις διακοπές, ιδιαίτερα για τις οικογένειες, τους ηλικιωμένους και τα άτομα με αναπηρία, αντιπροσωπεύει τόσο έναν κοινωνικό στόχο όσο και έναν παράγοντα για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των προορισμών. Η αύξηση της προσβασιμότητας απαιτεί εκσυγχρονισμό (OECD, 2018).

4.1.4 Ο τουρισμός με νούμερα στην Γαλλία

Η Γαλλία κατάφερε να διατηρήσει τη θέση της ως η χώρα που επισκέφθηκαν οι περισσότεροι στον κόσμο χάρη στα 89 εκατομμύρια επισκέπτες που ήρθαν να δουν τα αξιοθέατα της το 2017. Ο αριθμός των επισκεπτών που επισκέφθηκαν τη Γαλλία αυξήθηκε κατά 8% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, ώθηση για τη χώρα μετά από δύο χρόνια πτώσης των αριθμών που οφείλονται κατά κύριο λόγο στις τρομοκρατικές επιθέσεις το 2015.

Τα ταξίδια και ο τουρισμός δημιούργησαν 1.180.500 θέσεις εργασίας το 2016 (4,2% της συνολικής απασχόλησης) και αυτό αυξήθηκε κατά 1,6% το 2017 σε 1.199.500. Αυτό περιλαμβάνει την απασχόληση από ξενοδοχεία, ταξιδιωτικούς πράκτορες, αεροπορικές εταιρείες και άλλες υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών (εξαιρουμένων των υπηρεσιών μετακίνησης). Περιλαμβάνει επίσης, για παράδειγμα, τις δραστηριότητες της

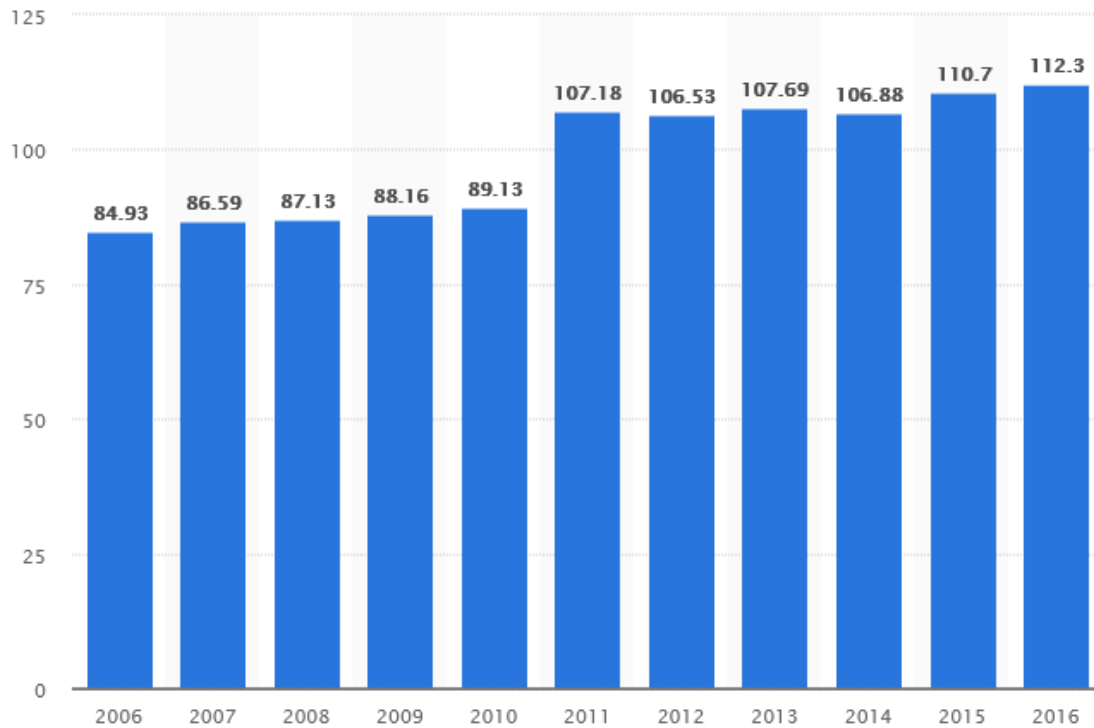
βιομηχανίας εστιατορίων και ψυχαγωγίας που υποστηρίζονται άμεσα από τους τουρίστες.



Διάγραμμα 4.2: Αφίξεις τουριστών στην Γαλλία σε εκατομμύρια για τα έτη 2003-2016.
Πηγή: statista, www.statista.com

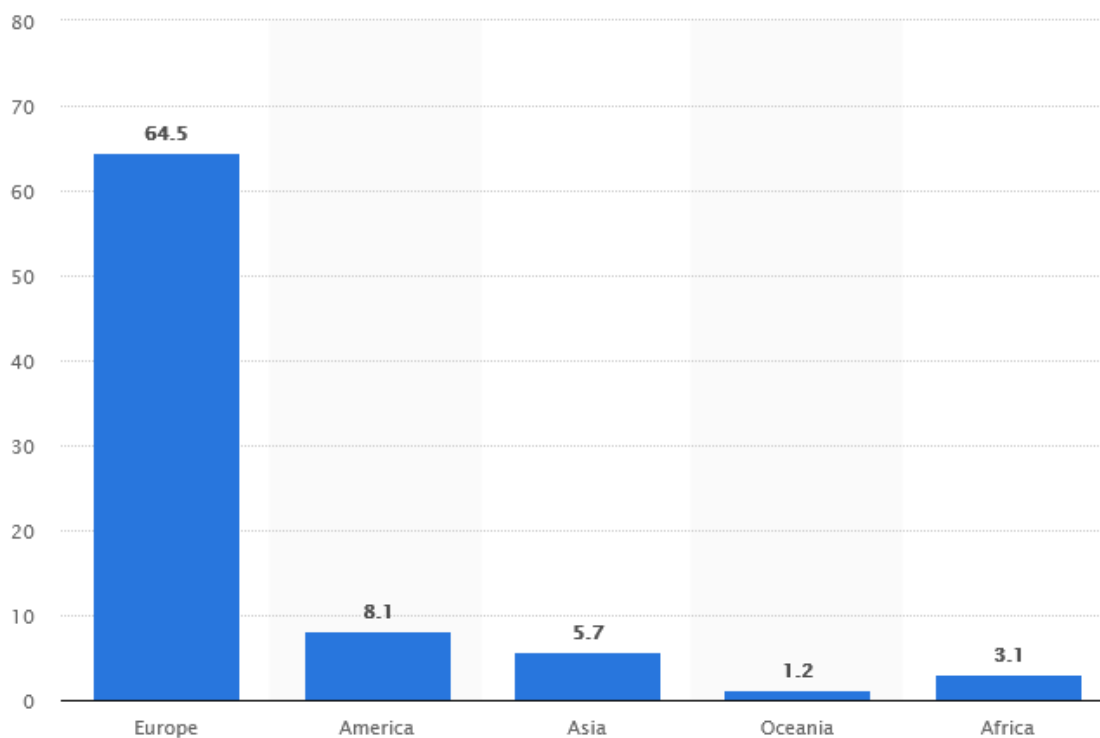
Στο διάγραμμα 4.2 παρουσιάζονται οι αφίξεις των τουριστών στην Γαλλία για τα έτη 2002-2016. Παρατηρούμε πως κατά τα έτη 2008 έως 2010 παρατηρείται μια μείωση στις αφίξεις των τουριστών κάτι το οποίο μπορεί δικαιολογείται λόγω του κακού οικονομικού κλίματος που ξεκίνησε να επικρατεί στην Ευρώπη.

Στο διάγραμμα 4.3 παρουσιάζονται οι αφίξεις των εγχώριων τουριστών σε τουριστικές εγκαταστάσεις στην Γαλλία για τα έτη 2006-2016 σε εκατομμύρια. Αυτό που παρατηρείται είναι πως ο εγχώριος τουρισμός αποτελεί ένα μεγάλο μέρος του συνολικού τουρισμού που δέχεται κάθε χρόνο η Γαλλία. Επομένως, μπορούμε να εξάγουμε το συμπέρασμα ότι ο τουρισμός της Γαλλίας στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στον εγχώριο τουρισμό και κατ' επέκταση οι τουριστικές υπηρεσίες πρέπει να καλύπτουν τις τουριστικές ανάγκες.



Διάγραμμα 4.3: Αριθμός αφίξεων εγχώριων τουριστών σε τουριστικές εγκαταστάσεις για τα έτη 2006-2016 σε εκατομμύρια. Πηγή: statista, www.statista.com

Αν θέλαμε να δούμε από πού προέρχονται κυρίως οι τουριστικές ροές στη Γαλλία, το διάγραμμα 4.4 μας δείχνει πως το 2016 σχεδόν όλο η τουριστική ροή προέρχεται από την Ευρώπη με αμέσως επόμενη την Αμερική και με μικρότερες ροές από την Ασία, την Αφρική και την Ωκεανία.



Διάγραμμα 4.4: Αριθμός εισερχόμενων ξένων τουριστικών αφίξεων στη Γαλλία το 2016 κατά ήπειρο κατοικίας (σε εκατομμύρια). Πηγή: statista, www.statista.com

	Χώρα	Αριθμός
1	Ε.Ε	68436000
2	Ελβετία	6200000
3	Η.Π.Α	3169000
4	Κίνα	1661000
5	Βραζιλία	1542000
6	Καναδάς	1001000
7	Ιαπωνία	784000
8	Ρωσία	678000
9	Σύνολο	83471000

Πίνακας 4.1: Αριθμός αφίξεων ξένων τουριστών στην Γαλλία για το έτος 2016. Πηγή: Wikipedia.org

4.1.5 Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

Από πρωτοποριακά φιλικά προς το περιβάλλον προγράμματα αυτοπαραχώρησης (ανταλλαγής αυτοκινήτων) με έναν απροσδόκητο ενθουσιασμό για τα βιοδυναμικά κρασιά, οι Γάλλοι έχουν αγκαλιάσει τη βιωσιμότητα. Σε μια εποχή όπου οι περιβαλλοντικές, ηθικές και κοινωνικές ανησυχίες καθίστανται ολοένα και πιο σημαντικές, η επικέντρωση της Γαλλίας στις πράσινες αρχές - είτε μέσω παραδοσιακών αγορών, δημόσιων συγκοινωνιών ουδέτερων από άνθρακα ή παντός φυσικής υπαίθριας περιπέτειας - προσφέρει στους επισκέπτες και τους κατοίκους του έναν βιώσιμο τουρισμό.

Το 2007, ο δήμαρχος του Παρισιού, Μπέρτλαντ Ντελάνοε, εισήγαγε το πρόγραμμα Vélib (www.velib.paris.fr), ένα δημόσιο πρόγραμμα "ανταλλαγής" ποδηλάτων. Με δεκάδες χιλιάδες ποδήλατα και σταθμούς ενοικίασης ποδηλάτων σε ολόκληρη την πόλη, είναι ένας γρήγορος και φθηνός τρόπος μετακίνησης. Παρόμοια συστήματα υπάρχουν σε πολλές άλλες μεγάλες πόλεις της Γαλλίας, όπως η Νίκαια, η Αβινιόν, η Aix-en-Provence, η Ρουέν, η Λυών, το Μπορντό και η Μασσαλία.

Επίσης, σύμφωνα με την καθοδήγηση της Delanoë, ξεκίνησε το Παρίσι, το 2011, ένα παρόμοιο πρόγραμμα κοινής χρήσης αυτοκινήτων που ονομάζεται Autolib (www.autolib.fr). Περισσότερα από 5.000 αυτοκίνητα φιλικά προς το περιβάλλον και χωρίς καυσαέρια περνούν σιωπηλά γύρω από τους παριζιάνικους δρόμους. Οι τουρίστες αλλά και οι κάτοικοι μπορούν να νοικιάσουν ένα τέτοιο αυτοκίνητο με την ώρα, την ημέρα, το μήνα ή το έτος. Η Νίκαια ακολούθησε το ίδιο πρότυπο το 2012 με το Auto Bleue (www.auto-bleue.org). Το πιο σημαντικό είναι ότι τα 50 σημεία επαναφοράς του συστήματος χρησιμεύουν ως αποθήκες χρέωσης για έναν αυξανόμενο αριθμό ηλεκτρικών αυτοκινήτων που ανήκουν σε κατοίκους. Παρόμοια συστήματα υπάρχουν τώρα στη Γαλλία, όπως το AutoCool (www.bordeaux.citiz.coop) στο Μπορντό.

Για να διασχίσουν τη μεγάλη έκταση της Γαλλίας, πολλοί Γάλλοι αποχωρίζονται τα αυτοκίνητά τους και επιλέγουν αντ' αυτού για ταξίδια σε ένα TGV. Αυτό το δίκτυο τρένων μεγάλης ταχύτητας τροφοδοτείται από την SNCF, την κρατική σιδηροδρομική εταιρεία της Γαλλίας, η οποία είναι αφιερωμένη στο να γίνει απόλυτα ουδέτερη από πλευράς άνθρακα. Τα τρένα TGVs ταξιδεύουν από το κέντρο του Παρισιού σε πόλεις σε ολόκληρη τη χώρα, όπως η Νάντη, η Ρουέν, η Λυών, η Ντιζόν, η Ρεν, η Αβινιόν, η Aix-en-Provence, η Νίκαια και η Μασσαλία.

Πολλά ξενοδοχεία στη Γαλλία έχουν λάβει μέτρα για τη διατήρηση του περιβάλλοντος και πολλά είναι εκείνα στα οποία έχει απονεμηθεί η πράσινη ετικέτα. Αναζητήστε ξενοδοχεία με τον τίτλο La Clef Verte (Πράσινο Κλειδί). Η ετικέτα επιβραβεύει ξενοδοχεία που υιοθετούν μια πιο περιβαλλοντική προσέγγιση στο νερό, την ενέργεια και τα απόβλητα και συμβάλλουν στην ευαισθητοποίηση των επισκεπτών τους.

Στην Γαλλία, ο υπεύθυνος τουρισμός σημαίνει επίσης να παραμένει ο τόπος στην ίδια κατάσταση στην οποία ήταν πριν την άφιξη των τουριστών. Έτσι, οι τουρίστες παροτρύνονται να ανακυκλώνουν, να υποστηρίζουν την τοπική οικονομία και τον πολιτισμό με τα ψώνια στα μικρά καταστήματα της γειτονιάς και τις υπαίθριες αγορές στις οποίες πωλούνται τοπικά βιολογικά προϊόντα. Επιπρόσθετα, οι τουρίστες μπορούν να αναζητήσουν βιολογικούς οίνους που πωλούνται συχνά σε καταστήματα κρασιών και σε αγροτικές αγορές.

Ο ESEC (Economic, Social and Environmental Council) επισημαίνει ζητήματα τα οποία θα βοηθήσουν στην αύξηση του τουρισμού τόσο ποσοτικά αλλά και ποιοτικά, προωθώντας τον τουρισμό που είναι σύμφωνος με την φέρουσα ικανότητα της περιοχής και βασίζεται στα περιβαλλοντικά και πολιτισμικά στοιχεία της. Η ESEC έχει διατυπώσει μια σειρά προτάσεων που αποσκοπούν στην ενθάρρυνση της αειφόρου ανάπτυξης του τουρισμού σε όλες τις γαλλικές περιοχές.

Δημιουργία κοινών περιφερειακών έργων ανάπτυξης τουρισμού

- Δημιουργία ενός κοινού περιφερειακού σχεδίου ανάπτυξης του τουρισμού βασισμένου σε γνωστά «εμπορικά σήματα» μέσω συμβατικών συμπράξεων μεταξύ τοπικών αρχών. Ανάπτυξη των απαραίτητων μηχανικών έργων με την υποστήριξη της Atout France και διορισμός ενός ηγέτη για την παρακολούθηση του έργου. Παρουσίαση του έργου στους κατοίκους της περιοχής για να τους ενθαρρύνουν να το υποστηρίξουν.
- Σχεδιασμός εργαλείων για την διευκόλυνση της εφαρμογής της έννοιας της φέρουσας ικανότητας τα οποία στη συνέχεια θα πρέπει να εισαχθούν σε περιφερειακό επίπεδο.

Προώθηση μιας καινούριας διανομής του τουρισμού σε όρους χώρου και χρόνου

- Ανάπτυξη παραθαλάσσιων, χειμερινών και αγροτικών σχολικών εκδρομών και μεγαλύτερη προσοχή στον τουρισμό μεταξύ των ηλικιωμένων

- Αύξηση της συμβολής του Ταμείου Επενδύσεων Κοινωνικού Τουρισμού (fonds "Tourisme Social Investissement") και άλλων συνεισφορών στον κοινωνικό και αλληλεγγυητικό τουρισμό

Ανάπτυξη νέων μορφών τουριστικού περιβάλλοντος

- Διατήρηση των μέσων που διατίθενται για τη διατήρηση των φυσικών περιοχών λαμβάνοντας υπόψη την περιβαλλοντική πτυχή σε όλους τους τομείς της πολιτικής τουρισμού. Ενθάρρυνση της κυκλοφορίας των «ορθών πρακτικών». Εξέταση τρόπων βελτίωσης της αναγνωσιμότητας και αύξησης του προφίλ των ετικετών και των σφραγίδων έγκρισης.
- Λαμβάνοντας υπόψη τους φυσικούς κινδύνους που συνδέονται με την αλλαγή του κλίματος στις ενδιαφερόμενες περιφερειακές αρχές μέσω αυξημένης επαγρύπνησης όσον αφορά την άδεια οικοδόμησης και την ευαισθητοποίηση των τουριστών.
- Ενθάρρυνση περιφερειακών παραγόντων και επαγγελματιών του τουριστικού κλάδου να προσφέρουν περιηγήσεις πεζοπορίας και ποδηλασίας για τους τουρίστες.
- Ανάπτυξη βιώσιμου τουρισμού στις περιφέρειες με ιδιαίτερη έμφαση στον οικοτουρισμό και τον εγχώριο τουρισμό.

Χρήση της ψηφιακής προσφοράς στο μέγιστο δυνατό

- Δημιουργία και προώθηση μιας δημόσιας πύλης με λεπτομερή περιγραφή όλων των πιστοποιημένων και εγκεκριμένων προσφορών (οικολογικά σήματα, προσβασιμότητα κλπ.) στο ευρύ κοινό. Παροχή πρόσβασης σε όλες τις εθνικές και τοπικές τουριστικές πληροφορίες για τη Γαλλία μέσω της ψηφιακής πύλης Atout France.
- Ενθάρρυνση των μεσιτών πληροφόρησης να συμπεριλάβουν τον αειφόρο τουρισμό μεταξύ των κριτηρίων επιλογής ενός προορισμού.

Βελτίωση της αειφορίας της προσφοράς τουριστικής μεταφοράς

- Συνεκτίμηση των τουριστικών ταξιδιών στο σχεδιασμό των μεταφορών και των σχεδίων αστικών ταξιδιών. Ολοκλήρωση και τυποποίηση του διευρωπαϊκού δικτύου μεταφορών επιβατών, δημιουργία πρόσθετων δρομολογίων λεωφορείων και υπηρεσιών μεταφοράς με χάρτες που συνδέονται με πολυτροπικούς κόμβους και ενίσχυση των συνδέσεων μεταξύ πόλεων.

- Ανάπτυξη πολυγλωσσικής υπηρεσίας άμεσων πληροφοριών πολλαπλών μέσων σε μεγάλους σταθμούς.
- Ενθάρρυνση της ανάπτυξης πράσινων διαδρομών πολλαπλών χρήσεων και ποδηλασίας σε αστικές περιοχές, ανάπτυξη τοπικών δικτύων δημοσίων μεταφορών και προώθηση της ήπιας κινητικότητας στις πόλεις.

Προώθηση της κατάρτισης για τη βελτίωση της απασχόλησης

- Ενσωμάτωση ενοτήτων σχετικά με τα θέματα που σχετίζονται με την ψηφιακή σφαίρα και τη διαχείριση της κοινότητας σε συνεχή προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης που απευθύνονται σε όσους εργάζονται στην τουριστική βιομηχανία.
- Η διατήρηση της αρχής της κοινωνικής ισότητας και η πραγματοποίηση επενδύσεων που αντιστοιχούν στην αξία των έργων για την ανακαίνιση ή την κατασκευή καταλυμάτων για εποχικά εργαζόμενους απαλλαγμένους από τον φόρο.

Βελτίωση της διακυβέρνησης

- Αύξηση της συμμετοχής τόσο των δημόσιων όσο και των ιδιωτικών φορέων με τη συγκέντρωση των μέσων για την προώθηση της Γαλλίας ως προορισμού που ανταποκρίνεται στις προσδοκίες.
- Έναρξη εθνικής ενημερωτικής εκστρατείας για την ευαισθητοποίηση σχετικά με τη σημασία της τουριστικής βιομηχανίας και του βιώσιμου τουρισμού.

4.1.6 Εναλλακτικός και «πράσινος» τουρισμός

Υπάρχουν πολυάριθμες δυνατότητες να γίνει ο αγροτικός τουρισμός στη Γαλλία εδώ και πολλά χρόνια, αλλά δεν έχουν πραγματικά τονιστεί. Ωστόσο, οι Γάλλοι που ασχολούνται με τον τουρισμό συνειδητοποίησαν τη σημασία της ανάπτυξης πράσινου τουρισμού. Σήμερα, όλο και περισσότερα ξενοδοχεία προσπαθούν να πληρούν τα ειδικά κριτήρια για να πάρουν την πράσινη ετικέτα.

Όσον αφορά τη διαμονή, τα ξενοδοχεία των φυσικών περιοχών διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο στην προστασία του γαλλικού περιβάλλοντος. Τα "οικολογικά καταλύματα" είναι ο όρος που δίνεται σε ξενοδοχεία ή άλλες κατασκευές καταλυμάτων

που βρίσκονται σε φυσικό περιβάλλον και υποστηρίζουν αυτό το περιβάλλον καθώς και τους ντόπιους.

Η Gîtes de France προσφέρει μια ευρεία επιλογή φιλικών προς το περιβάλλον λύσεων στέγασης, όπως για παράδειγμα κατοικίες με δυνατότητα προετοιμασίας γευμάτων, chambres et table d'hôtes (σπίτια), σπίτια διακοπών, σαλέ αναψυχής ή κάμπινγκ. Οι ντόπιοι διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στις περιοχές οικολογικής στέγασης. Πράγματι, σε αυτές τις νέες τοποθεσίες, οι οποίες προσελκύουν όλο και περισσότερους τουρίστες, οι αγρότες είναι αυτοί που τους καλωσορίζουν, ετοιμάζουν τα γεύματά τους κλπ.

Οι γαλλικές περιοχές όπως η Βρετάνη, το Haute-Marne, η Βουργουνδία, το Pays de la Loire, το κέντρο Franche-Comté, προσφέρουν πολλές επιλογές για εναλλακτικό ή πράσινο τουρισμό όπως είναι:

- Κωπηλασία με κανό, ιπασία, αναρρίχηση, πεζοπορία, canyoning, καταδύσεις κλπ.
- Επίσκεψη σε νησιά ή εθνικά πάρκα και ανακάλυψη του περιβάλλοντος των σπάνιων ζώων, όπως είναι οι βίσωνες, οι χελώνες, οι φασιανοί και οι ερωδιοί.
- Ανάπτυξη της βιοτεχνίας, των τοπικών πολιτισμών (συνήθειες, τρόφιμα κ.λπ.) και συνάντηση με τον αγροτικό πληθυσμό.
- Διαμονή σε ένα σπίτι στο κανάλι du Midi (νότια Γαλλία), σε ένα νησί κοντά στην Κορσική, σε ένα αγρόκτημα στην περιοχή Limousin, σε ένα κάστρο στην περιοχή Centre ή ακόμα και σε μια καμπίνα που σκαφαλωμένο σε ένα δέντρο στη Βρετάνη.

Τέλος, ο οινoturισμός αποτελεί μια νέα και αναπτυσσόμενη μορφή εναλλακτικού τουρισμού που έχει αρχίσει να αποκτά όλο και μεγαλύτερο κοινό. Στον οινoturισμό, οι τουρίστες μπορούν να επισκεφθούν τους αμπελώνες και να μάθουν περισσότερα για την διαδικασία παραγωγής του κρασιού. Με αυτό τον τρόπο, δίνεται ώθηση στους ντόπιους για αύξηση της παραγωγής και προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος καθώς αυτή η μορφή τουρισμού εξασφαλίζει το εισόδημά τους.

Επομένως, ο πράσινος τουρισμός και οι αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης αποτελούν ένα αναπόσπαστο κομμάτι της τουριστικής ανάπτυξης της Γαλλίας. Μπορεί οι μεγάλες πόλεις, και κυρίως το Παρίσι, να συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο μέρος των τουριστών, υπάρχει όμως σημαντική ροή τουριστών προς εναλλακτικές μορφές τουρισμού με επίκεντρο τη φύση. Αυτό έχει δημιουργήσει έντονα το συναίσθημα, στους Γάλλους αλλά

και στους τουρίστες που επισκέπτονται τη χώρα, της διατήρησης του φυσικού περιβάλλοντος κάτι το οποίο βοηθάει στην επίτευξη των στόχων για μια αειφόρο τουριστική ανάπτυξη.

Κεφάλαιο 5

5.1 Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη στην Ιταλία

5.1.1 Ο τουρισμός στην οικονομία

Σύμφωνα με την παγκόσμια τάση, τα στοιχεία για το 2016 δείχνουν σταθερή και θετική αύξηση του τουρισμού στην Ιταλία. Ο αριθμός των εισερχόμενων επισκεπτών και η μέση διάρκεια διαμονής συνέχισαν να αυξάνονται σταθερά το 2016. Οι διεθνείς αφίξεις ανήλθαν σε 84,9 εκατομμύρια, εκ των οποίων τα 32,6 εκατομμύρια ήταν διανυκτερεύσεις, με 160,4 εκατομμύρια νύχτες σε ξενοδοχεία και παρόμοια καταστήματα. Οι διεθνείς διανυκτερεύσεις αυξήθηκαν κατά 9,4% μεταξύ 2011 και 2016. Οι τέσσερις πρώτες εισερχόμενες αγορές (συμπεριλαμβανομένων των επισκεπτών με διανυκτέρευση και των επισκεπτών για μία ημέρα) ήταν η Ελβετία, η Γερμανία, η Γαλλία και η Αυστρία. Περισσότερο από το 60% των διεθνών αφίξεων κατευθύνεται προς τις τέσσερις περιοχές του Βένετο, της Λομβαρδίας, της Τοσκάνης και της Λάτσιο.

Οι διεθνείς ταξιδιωτικές εισπράξεις αυξήθηκαν με υψηλότερο ρυθμό (3,3%) από ό, τι οι ιταλικές εξαγωγές γενικά (3%) από 35,6 δισ. ευρώ το 2015 σε 36,7 δισ. ευρώ το 2016 και επιβεβαιώνοντας τον ηγετικό ρόλο του τουρισμού στην ιταλική οικονομία. Οι δαπάνες των ιταλικών εξερχόμενων τουριστών αυξήθηκαν από 22 δισ. Ευρώ το 2015 σε 22,3 δισ. Ευρώ το 2016.

Το ισοζύγιο πληρωμών του τουρισμού της Ιταλίας παραμένει θετικό και είναι κατά 6,2% υψηλότερο από ό, τι για το 2015. Συνολικά 54,7 εκατομμύρια εγχώριες διανυκτερεύσεις πραγματοποιήθηκαν το 2016 (αύξηση 16,2% το 2015), με 135,6 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις σε εμπορικά καταλύματα (αύξηση κατά 1,7% το 2015). Ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στην ιταλική οικονομία, αντιπροσωπεύοντας συνολικά το 11,8% του εθνικού ΑΕΠ και το 12,8% της συνολικής εθνικής απασχόλησης το 2015 (OECD, 2018).

5.1.2 Τουριστική διακυβέρνηση και χρηματοδότηση

Το νομοθετικό πλαίσιο για τον τουρισμό στην Ιταλία περιλαμβάνει το Υπουργείο Πολιτιστικής Κληρονομιάς, Δραστηριότητας και Τουρισμού ("το Υπουργείο"), τη Μόνιμη Διάσκεψη για τις Σχέσεις μεταξύ του κράτους, των Περιφερειών και των

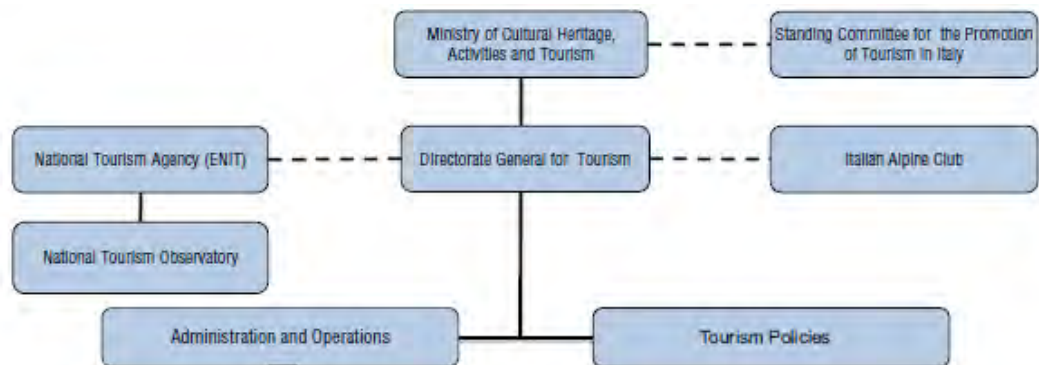
Αυτόνομων Επαρχιών του Trento και του Bolzano και την Κοινή Διάσκεψη Περιφερειών και Δήμων.

Ενώ η Γενική Διεύθυνση Τουρισμού στο Υπουργείο καθορίζει το στρατηγικό θεματολόγιο πολιτικής, το ιταλικό Σύνταγμα αποδίδει διάφορες βασικές δραστηριότητες στις περιφέρειες, συμπεριλαμβανομένης της ρύθμισης των τουριστικών επιχειρήσεων, της ανάπτυξης στρατηγικών δραστηριοτήτων μάρκετινγκ και της διαχείρισης των ευρωπαϊκών διαρθρωτικών ταμείων. Οι επαρχίες και οι δήμοι μπορούν επίσης να εκδίδουν τοπικούς κανονισμούς για τον τομέα του τουρισμού.

Η Γενική Διεύθυνση Τουρισμού, πέρα από το σημαντικό της καθήκον να αναπτύξει και να δρομολογήσει εθνικές τουριστικές πολιτικές σε συντονισμό με τις περιφέρειες και τις αυτόνομες επαρχίες, εποπτεύει τον εθνικό ιταλικό οργανισμό τουρισμού (ENIT) και την ιταλική αλπική λέσχη. Η Γενική Διεύθυνση Τουρισμού διαχειρίζεται επίσης όλες τις τουριστικές δραστηριότητες που δεν εμπίπτουν στην αρμοδιότητα των περιφερειών. Παρέχει βοήθεια και κίνητρα για την ανάπτυξη της τουριστικής ζήτησης, παρέχει πιστοποιήσεις και εξουσιοδοτήσεις σε ξένους επαγγελματίες, διαχειρίζεται τις σχέσεις με διεθνείς οργανισμούς και συμμετέχει στην ανάπτυξη και υιοθέτηση της νομοθεσίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ο ρόλος του ENIT είναι η εμπορία και η προώθηση της Ιταλίας ως τουριστικού προορισμού. Το καταστατικό του 2015 μεταμόρφωσε το ENIT από δημόσιο φορέα σε δημόσια οικονομική οντότητα. Το Διοικητικό Συμβούλιο περιλαμβάνει δύο μέλη που ορίζονται από τον Υπουργό. Η ENIT μπορεί να συνάπτει συμφωνίες με τις περιφέρειες και τις αυτόνομες επαρχίες, τις τοπικές αρχές και άλλους δημόσιους φορείς.

Ο τουρισμός λαμβάνει υποστήριξη από το πρόγραμμα Πολιτισμός και καινοτομία 2014-2020 που χρηματοδοτείται από τα διαρθρωτικά ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Από τον συνολικό προϋπολογισμό 490 εκατ. Ευρώ, ένα μεγάλο ποσοστό διατίθεται για την ανάπτυξη 60 πολιτιστικών κέντρων σε πέντε νότιες περιοχές: Καμπανία, Απουλία, Βασιλικάτα, Καλαβρία και Σικελία. Το ελεγχόμενο από την κυβέρνηση Ταμείο Επενδύσεων Τουρισμού, το οποίο ξεκίνησε το 2014 και διοικείται από την Εθνική Τράπεζα Επενδύσεων Cassa Depositi e Prestiti, έχει αυξημένο ανώτατο όριο 250 εκατ. Ευρώ, εκ των οποίων 100 εκατ. Ευρώ έχουν επενδυθεί μέχρι το 2016. Το ταμείο λειτουργεί ως γέφυρα μεταξύ των δημόσιων περιουσιακών στοιχείων που χρειάζονται ανάπτυξη και της ιδιωτικής αγοράς ακινήτων (OECD, 2018).



Διάγραμμα 5.1: Ιταλία: οργανόγραμμα των οργανισμών τουρισμού (Πηγή: OECD, adapted from the Federal Ministry of Sustainability and Tourism, 2018)

5.1.3 Πολιτικές και προγράμματα τουρισμού

Η κυβέρνηση αναδιαμορφώνει το σχέδιό της για την τουριστική οικονομία, θέτοντας το στο επίκεντρο των εθνικών πολιτικών. Το 2016, η εθνική τουριστική βιομηχανία και όλοι οι ενδιαφερόμενοι δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς συγκεντρώθηκαν για να δημιουργήσουν ένα νέο Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο για τον Τουρισμό (Piano Strategico del Turismo - PST) για την περίοδο 2017-2022. Το Σχέδιο συγκεντρώνει όλους τους τουριστικούς φορείς στην Ιταλία με μια συνεπή και συντονισμένη προσέγγιση, παρέχοντας ένα σαφές πλαίσιο για τη βελτίωση της λήψης αποφάσεων στον τομέα. Βασίζεται σε βασικούς οδηγούς όπως η τεχνολογική και οργανωτική καινοτομία, η ανάπτυξη δεξιοτήτων και οι ποιοτικές υπηρεσίες. Αυτές οι πτυχές ενσωματώνονται με μια διαρκή και βιώσιμη προσέγγιση στην περιβαλλοντική και πολιτιστική κληρονομιά της Ιταλίας.

Το όραμα του Στρατηγικού Σχεδίου για τον Τουρισμό είναι να αναζωογονήσει την ηγετική θέση της Ιταλίας στην τουριστική αγορά και να ενισχύσει τη συμβολή της στην οικονομική, κοινωνική και βιώσιμη ανάπτυξη των τοπικών της περιοχών. Επικεντρώνεται σε τέσσερα κύρια θέματα, δηλαδή την επικράτεια και την πολιτιστική κληρονομιά, την ανταγωνιστικότητα και την απασχόληση, την τοποθέτηση του τουριστικού κέντρου και την ολοκλήρωση και διαλειτουργικότητα, με τις στρατηγικές αρχές της βιωσιμότητας, της καινοτομίας και της προσβασιμότητας.

Μια νέα δέσμευση για την τουριστική κινητικότητα στην Ιταλία είναι το Ειδικό Σχέδιο για την Τουριστική Κινητικότητα έχει υπογραφεί μεταξύ του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού και του Υπουργείου Υποδομών και Μεταφορών. Το Σχέδιο παρέχει ένα σημαντικό πλαίσιο δέσμευσης και συνεργασίας για τη βελτίωση της κινητικότητας του τουρισμού, καθορίζοντας κοινούς στόχους με τους φορείς του κλάδου και τους βασικούς ενδιαφερόμενους.

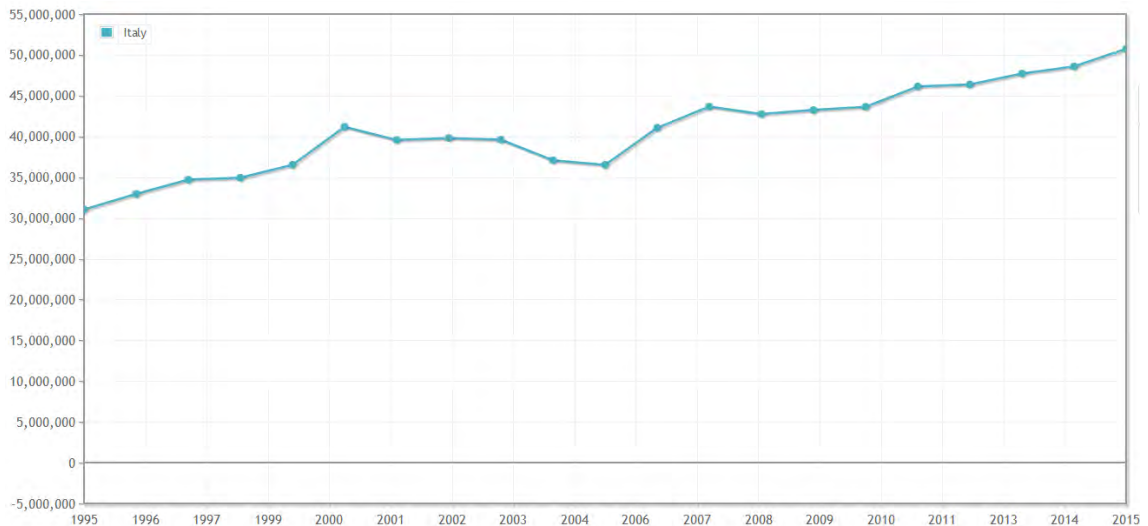
Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε σε μια προωθητική προοπτική για την επέκταση της εθνικής προσφοράς μακριά από σημαντικά αξιοθέατα (πολιτιστικές πόλεις όπως η Ρώμη, η Φλωρεντία, η Βενετία και το Μιλάνο) προς την πολυμορφία των τοπίων και των προορισμών. Μεταξύ αυτών των πρωτοβουλιών αναπτύχθηκε η πρώτη χαρτογράφηση των ιταλικών χωριών. Τέλος, εγκρίνεται ένα νέο σύστημα ταξινόμησης ξενοδοχείων με ιδιαίτερη έμφαση στη βιωσιμότητα και την προσβασιμότητα.

5.1.4 Ο τουρισμός σε νούμερα

Οι άνθρωποι επισκέπτονται την Ιταλία εδώ και αιώνες, όμως οι πρώτοι που επισκέφθηκαν τη χερσόνησο για τουριστικούς λόγους ήταν αριστοκράτες κατά τη διάρκεια του Grand Tour, που ξεκίνησε στα τέλη του 17ου αιώνα και άκμασε τον 18ο αιώνα. Τα νησιά όπως το Κάπρι έγιναν δημοφιλή στα τέλη του 14ου αιώνα και την πρώτη δεκαετία του 19ου αιώνα. Η Ρώμη, ως πρωτεύουσα της ισχυρής και επιρροής Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, προσέλκυσε χιλιάδες στην πόλη και τη χώρα από όλη την αυτοκρατορία, η οποία περιελάμβανε το μεγαλύτερο μέρος της Μεσογείου, της Βόρειας Αφρικής, της ηπειρωτικής Μεγάλης Βρετανίας (Αγγλία) και των μερών της Μέσης Ανατολής. Οι έμποροι ήρθαν στην Ιταλία από διάφορα μέρη του κόσμου.

Μετά την μεγάλη πτώση στον τουρισμό που ξεκίνησε από το 1929 περίπου και διαρκούσε μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, η Ιταλία επέστρεψε στο καθεστώς της ως δημοφιλές θέρετρο. Παρ'όλα αυτά, στα τέλη της δεκαετίας του 1970 και στις αρχές της δεκαετίας του 1980, οι οικονομικές κρίσεις και η πολιτική αστάθεια σήμαιναν μια σημαντική πτώση στην ιταλική τουριστική βιομηχανία, καθώς οι προορισμοί στην Άπω Ανατολή ή τη Νότια Αμερική αυξήθηκαν σε δημοτικότητα. Ωστόσο, από τα τέλη της δεκαετίας του 1980 και τις αρχές της δεκαετίας του 1990, ο τουρισμός είδε μια επιστροφή στη δημοτικότητα, με πόλεις όπως το Μιλάνο να γίνονται πιο δημοφιλείς προορισμοί.

Όσο αφορά τα τελευταία χρόνια, ο τουρισμός στις μεγάλες πόλεις της Ιταλίας αλλά και στην επαρχία ακολουθεί ανοδικούς ρυθμούς και μεγάλο μέρος της οικονομίας στηρίζεται σε αυτόν.



Διάγραμμα 5.2: Αφίξεις τουριστών στην Ιταλία για τα έτη 1995-2015. Πηγή: www.indexmundi.com

Αν απομονώσουμε την μεταβολή στις τουριστικές αφίξεις για την τελευταία δεκαετία θα δούμε μια ακόμα μεγαλύτερη αύξηση που φαίνεται στο διάγραμμα 6.2.



Διάγραμμα 5.3: Αφίξεις τουριστών στην Ιταλία για τα έτη 2008-2017. Πηγή: www.tradingeconomics.com

Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η κατανομή των τουριστών σε σχέση με τη χώρα από την οποία προέρχονται. Στον πίνακα 5.1 παρουσιάζονται οι 15 χώρες με τον μεγαλύτερο αριθμό αφίξεων στην Ιταλία για το έτος 2015.

	Χώρα	Αριθμός
1	Γερμανία	10858540
2	Η.Π.Α	4531141
3	Γαλλία	4331623
4	Κίνα	3338040
5	Ηνωμένο Βασίλειο	3316921
6	Ελβετία	2691106
7	Αυστρία	2320615
8	Ολλανδία	1941555
9	Ισπανία	1779258
10	Πολωνία	1203526
11	Ρωσία	1194565
12	Βέλγιο	1179933
13	Ιαπωνία	1109491
14	Αυστραλία	906224
15	Βραζιλία	872732
	Σύνολο	~50700000

Πίνακας 5.1: Αριθμός ξένων τουριστών στην Ιταλία το 2015 (15 πρώτες). Πηγή: Wikipedia.org

5.1.5 Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

Πριν από χρόνια, ο τουρισμός στην Ιταλία σήμαινε επίσκεψη στις μεγάλες πόλεις γεμάτες με τέχνη και τουρίστες. Σήμερα, οι ταξιδιώτες έχουν αρχίσει να αναζητούν για ιταλικές διακοπές κοντά στη φύση.

Οι εκκλησίες, τα μουσεία και τα μνημεία είναι ακόμα τα κύρια αξιοθέατα της Ιταλίας, αλλά οι τουριστικές υπηρεσίες αρχίζουν να αξιοποιούν τα οφέλη των εκτεταμένων φυσικών περιοχών και των αγροτικών τοποθεσιών της Ιταλίας. Ο βιώσιμος τουρισμός προσελκύει τους επισκέπτες να εξερευνήσουν νέους τομείς, έχει ως στόχο την εξάπλωση τουριστικών δολλαρίων για να υποστηρίξει περισσότερες τοπικές κοινότητες. Με αυτόν τον τρόπο, οι τουρίστες μπορούν να χαθούν με αυθεντικό ιταλικό τρόπο ζωής. Η αγροτουριστική εικόνα γίνεται ολοένα και πιο επικρατούσα και προσφέρει καταλύματα σε διάσπαρτα ξενοδοχεία γύρω από φυσικά καταφύγια. Αυτοί οι ξενώνες παρέχουν χρήματα για την αγροτική και τοπική ανάπτυξη μέσω της φιλοξενίας, της βοήθειας και

της υπηρεσίας τροφίμων. Έτσι, ο βιώσιμος τουρισμός βασίζεται στη σχέση μεταξύ τουριστών και περιοχής υποδοχής. Μέσα από τις λίμνες, τα ηφαίστεια, τις μεγάλες κοιλάδες, τις παρθένες ακτές, τους αμπελώνες και τους λόφους, έχει αρχίσει να δημιουργείται τουρισμός χαμηλής σεζόν.

Ωστόσο, ο βιώσιμος τουρισμός πρέπει να σχεδιαστεί αντί να συμβαίνει μόνο. Οι περιβαλλοντολόγοι επικεντρώνονται στον τοπικό περιβαλλοντικό βιώσιμο τουρισμό στην Ιταλία, όπως οι ταξιδιωτικές δραστηριότητες και τα μεταφορικά μέσα. Οι ιταλικές επαρχίες μπορούν να αναπτύξουν μια ακολουθία ανάπτυξης για τις υποψήφιες περιοχές για να ενσωματώσουν τον τουρισμό με βιώσιμο τρόπο. Θα ήταν απαραίτητο ένα πρωτόκολλο στο οποίο ορίζονται οι βιώσιμες χρήσεις της βιοποικιλότητας, των δασών, της πολιτιστικής ταυτότητας, των υδάτινων πόρων, της ενέργειας και του τοπίου να καθορίζει επίσης κανόνες για τις δομές και τις κατοικίες στην περιοχή. Οι προτεραιότητες για ένα σχέδιο περιοχής είναι:

- η τουριστική ροή ως αρνητική επίπτωση για το περιβάλλον και τον πολιτισμό,
- η προσιτότητα,
- η φύση και η συντήρηση του πολιτισμού,
- οι πολιτικές κατά της εγκατάλειψης του πληθυσμού.

Αυτές οι πολιτικές πρέπει να εξεταστούν σε πρόταση τουρισμού κατάλληλου για ποδηλασία, πεζοπορία, πολιτιστικά δρομολόγια και επίσης μονοπάτια για ιππικούς, για παράδειγμα, για τον αργό και τον τουριστικό τουρισμό. Στην Ευρώπη και στην Ιταλία υπάρχουν πολλές επιχειρηματικές δραστηριότητες που ασχολούνται με τη βιολογική παραγωγή, την παράδοση του κρασιού και των τροφίμων και τον οικολογικό τουρισμό, αλλά δεν επαρκούν για τη δημιουργία και τη διάδοση του βιώσιμου τουρισμού σε ολόκληρη την τουριστική βιομηχανία.

Αυτές οι στρατηγικές πρέπει να ενισχύσουν την εγγενή, κοινωνική και πολιτιστική αξία της τοπικής ενδυνάμωσης για την προώθηση της τοπικής ταυτότητας, να επιτύχει γρήγορα τα ενοποιημένα αποτελέσματα και να σχεδιάσει δραστηριότητες στις ιστορικές πόλεις καθώς και στους θαλάσσιους λιμένες ή στα μικρά βουνά χωριά.

Ωστόσο, ο βιώσιμος τουρισμός στην Ιταλία δεν γίνεται μόνο για την τόνωση της οικονομίας, αλλά αποσκοπεί επίσης να ωφελήσει τις τοπικές κοινότητες. Μερικά από τα οφέλη της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στην Ιταλία είναι:

1. Δημιουργία απασχόλησης: Η ταχεία ανάπτυξη της ιταλικής τουριστικής βιομηχανίας συνέβαλε στη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης. Πολλοί άνθρωποι έχουν απορροφηθεί στην ξενοδοχειακή βιομηχανία όπου εργάζονται τώρα. Άλλες ευκαιρίες απασχόλησης που έχουν προκύψει σε αυτόν τον τομέα είναι οι εργασίες για ταξί, οι πωλήσεις σουβενίρ καθώς και οι προσφορές για την παροχή στις επιχειρήσεις του τουρισμού των απαιτούμενων αγαθών και υπηρεσιών και πολλά άλλα.
2. Διατήρηση των τοπικών εθίμων και παραδόσεων: Οι λιγότερο γνωστές περιοχές στην Ιταλία έχουν προωθηθεί μέσω του οικολογικού τουρισμού καθώς προστατεύονται και τα τοπικά πολιτιστικά στοιχεία. Ο υπεύθυνος τουρισμός ανακαλύπτει και πάλι τα μοναδικά χαρακτηριστικά των φυσικών περιοχών αυτού του έθνους βοηθώντας έτσι στην ανάπτυξη των παραδόσεών του και της Ιταλίας στο σύνολό της. Αυτό οφείλεται στην παροχή διαπεριφερειακών δράσεων και συγκεκριμένων τοπικών δραστηριοτήτων. Το περιβάλλον αποτελεί βασικό στοιχείο του ενεργητικού του τουριστικού τομέα, με αποτέλεσμα τα έσοδα από τον τουρισμό να χρησιμοποιούνται για την ανάπτυξη των τοπικών επιχειρήσεων.
3. Συμβολή στην ανάπτυξη της ιταλικής οικονομίας: Ο υπεύθυνος τουρισμός στην Ιταλία συνέβαλε στην ανάπτυξη της οικονομίας του μέσω της δημιουργίας εισοδήματος στην κυβέρνηση. Τα τέλη που εφαρμόζονται στις κύριες εισόδους των προορισμών τουριστικού ενδιαφέροντος πηγαίνουν κυρίως στην κυβέρνηση. Επιπλέον, τα τοπικά αγαθά και υπηρεσίες που παρέχονται στους τουρίστες φορολογούνται και όλα αυτά τα χρήματα πηγαίνουν στην κυβέρνηση. Έχουν εισαχθεί άλλοι φόροι, όπως οι φόροι αναχώρησης, συμβάλλοντας έτσι σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη της Ιταλίας.
4. Συμβολή στη βελτίωση των υποδομών: Η υποδομή της Ιταλίας έχει βελτιωθεί ως αποτέλεσμα του βιώσιμου τουρισμού, όπου έχουν δημιουργηθεί καλύτερα συστήματα ύδρευσης και αποχέτευσης, καλές οδικές αρτηρίες, τηλέφωνα, δίκτυα δημόσιων μεταφορών, ηλεκτρισμός και πολλά άλλα που με τη σειρά τους συνέβαλαν στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των λαών. Οι Ιταλοί έχουν μάθει για το πώς να διατηρήσουν το περιβάλλον καθιστώντας το καθαρό. Οι περισσότεροι από τους τουριστικούς προορισμούς έχουν ανακαινιστεί, συντηρηθούν και ανακυκλωθούν παλαιά υλικά και αυτό συνέβαλε τόσο στη μείωση της ρύπανσης στην κατάσταση, μειώνοντας έτσι τα κρούσματα ορισμένων ασθενειών.

5. Προώθηση της εθνικής ασφάλειας: Καθώς η κυβέρνηση εργάστηκε για την εξασφάλιση της ασφάλειας των τουριστών, βελτιώθηκε επίσης η εθνική ασφάλεια. Η τοπική κοινότητα έχει όντως επωφεληθεί από αυτό. Η κοινότητα έχει επίσης εκπαιδεύσει πώς να ανταποκρίνεται σε φυσικούς κινδύνους. Καθώς οι επενδυτές έχουν εξασφαλίσει την ασφάλεια στην Ιταλία έχουν έρθει να επενδύσουν στο κράτος. Επιπλέον, οι ντόπιοι επενδυτές μπόρεσαν να εμπορευθούν τα προϊόντα τους στις χώρες εκτός της χώρας. Αυτό συνέβαλε στη σύνδεση της Ιταλίας με άλλα έθνη, κάτι που είναι καλό για την οικονομία της.

Συμπερασματικά, η Ιταλία έχει επιτύχει πραγματικά την ποιοτική ανάπτυξη με τρόπο που δεν έχει εξαλειφθεί κανένα από τα φυσικά και ενσωματωμένα περιβάλλοντά της. Οι παραδόσεις, η κληρονομιά και η ιστορία της διατηρούνται επίσης, χάρη στον αειφόρο τουρισμό.

5.1.6 Εναλλακτικός τουρισμός στην Ιταλία

Ένα μεγάλο παράδειγμα πράσινου τουρισμού στην Ιταλία, βασίζεται στον ήδη διάσημο τουριστικό προορισμό του Cinque Terre στη Λιγουρία. Το πρόγραμμα Cinque Terre διατηρεί μια "βιώσιμη πρωτοβουλία" όπου οι τουρίστες πηγαίνουν στην όμορφη τοποθεσία για να μάθουν για τον αντίκτυπο του τουρισμού στις μικρές πόλεις όπως το Cinque Terre. Υπάρχουν επίσης δραστηριότητες που βοηθούν τους ντόπιους να χτίσουν πέτρινους τοίχους για να βοηθήσουν τις πόλεις να διατηρήσουν τα γραφικά σπίτια τους.

Προχωρώντας ακριβώς στα βόρεια της Λιγουρίας προς την περιοχή του Πεδεμοντίου υπάρχει ένα διαφορετικό και πιο πολυτελές τέλος του βιώσιμου τουρισμού με στόχο τη διατήρηση μιας κουλτούρας «αργής τροφής» σε αντίθεση με το γρήγορο φαγητό. Η Vistaterra, μια εταιρεία αφιερωμένη στην παροχή βιώσιμου τουρισμού με τη φύση, την κουζίνα και την ιστορική κληρονομιά στην καρδιά της, άνοιξε το θέρετρο της πέρυσι. Παρέχουν δωμάτια πολυτελείας για τους επισκέπτες τους και στηρίζουν την αργή κίνηση των τροφίμων, προστατεύοντας την παραδοσιακή και τοπική κουζίνα, ενώ εργάζονται με τοπικούς παρόχους και επιχειρήσεις.

Στο άλλο άκρο της Ιταλίας, υπάρχει παρόμοια ιστορία στη Σικελία. Όπως ονομάζει ο Frommers, υπάρχει αναγέννηση οικολογικού και βιώσιμου τουρισμού στη Σικελία. Οι ίδιες τοπικές μεθόδους καλλιέργειας στην περιοχή υπάρχουν εδώ και αιώνες και τώρα αυτοί οι αγρότες θέλουν να ανοίξουν τις εκτάσεις για να κατανοήσουν οι τουρίστες και

να βιώσουν τους τρόπους ζωής τους από την πλούσια γη. Υπήρξαν επίσης πολλές πρωτοβουλίες στην περιοχή που αφιερώνουν στην προστασία της θαλάσσιας ζωής της Σικελίας.

Συμπεράσματα

Από την αρχή της δεκαετίας του '50 έως και σήμερα, ο τουρισμός αποτελεί ένα βασικό μοχλό ανάπτυξης της οικονομίας πολλών περιοχών. Η τουριστική εκμετάλλευση, ιδιαίτερα μετά την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, εκτός από κέρδη και αύξηση των δημοσίων εσόδων, προκάλεσε πληθώρα αρνητικών επιπτώσεων, τόσο στους φυσικούς όσο και στους πολιτιστικούς πόρους. Οι επιπτώσεις της ανεξέλεγκτης τουριστικής ανάπτυξης φαίνονται επίσης και στην οικονομία και την κοινωνία της περιοχής υποδοχής με αποτέλεσμα ο τουρισμός να θεωρείται πλέον απειλή για το περιβάλλον και την κοινωνία.

Η ανταγωνιστικότητα της τουριστικής βιομηχανίας συνδέεται στενά με την βιωσιμότητά της και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και οι εμπλεκόμενες χώρες εργάζονται στενά σε ορισμένες πρωτοβουλίες στον τομέα αυτό.

Η ανταγωνιστικότητα και η βιωσιμότητα της τουριστικής βιομηχανίας συμβαδίζουν, καθώς η ποιότητα των τουριστικών προορισμών επηρεάζεται έντονα από το φυσικό και πολιτιστικό τους περιβάλλον και την ένταξή τους στην τοπική κοινότητα. Η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα απαιτεί μια ισορροπία μεταξύ της οικονομικής, κοινωνικό-πολιτιστικής και της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας. Η ανάγκη συνδυασμού της οικονομικής ανάπτυξης και της αειφόρου ανάπτυξης έχει επίσης ηθική διάσταση.

Σημαντικές προκλήσεις για τον αειφόρο τουρισμό είναι:

- Η διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων
- Ο περιορισμός των αρνητικών επιπτώσεων στους τουριστικούς προορισμούς, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης των φυσικών πόρων και της παραγωγής αποβλήτων
- Η προώθηση της ευημερίας της τοπικής κοινότητας
- Η μείωση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης
- Ο περιορισμός των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των μεταφορών που συνδέονται με τον τουρισμό
- Ο καθορισμός του τουρισμού ως προσιτό σε όλους
- Η βελτίωση της ποιότητας των θέσεων εργασίας στον τομέα του τουρισμού

Οι χώρες με ιδιαίτερα τουριστική ζήτηση, όπως είναι οι περιπτώσεις της Αυστρίας, Γαλλίας και Ιταλίας που αναφέρθηκαν, έχουν δείξει ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην βιώσιμη

τουριστική ανάπτυξη εφαρμόζοντας πρακτικές για την διατήρηση του περιβάλλοντος και της κοινότητας ενώ παράλληλα θα εξασφαλίσουν συνεχή τουριστική ανάπτυξη. Ορισμένες από τις αρχές που συνδέονται για την αντιμετώπιση των προκλήσεων του βιώσιμου τουρισμού είναι:

- Υιοθέτηση ολιστικής και ολοκληρωμένης προσέγγισης
- Μακροπρόθεσμος σχεδιασμός
- Υιοθέτηση του κατάλληλου ρυθμού ανάπτυξης
- Συμμετοχή όλων των ενδιαφερομένων
- Ελαχιστοποίηση και διαχείριση του κινδύνου
- Αντανάκλαση των επιπτώσεων στο κόστος
- Καθορισμός και σεβασμός των ορίων
- Άσκηση συνεχούς παρακολούθησης

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ιδιαίτερο ο οικολογικός τουρισμός, ή αλλιώς πράσινος τουρισμός, αποτελεί μια νέα αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού η οποία κερδίζει έδαφος στις περισσότερες τουριστικές περιοχές και χώρες. Στην Αυστρία πολλοί είναι αυτοί που επιλέγουν την επίσκεψη στο βουνό για δραστηριότητες όπως είναι το σκι ή η πεζοπορία ενώ άλλοι επιλέγουν τον αγροτουρισμό. Στη Γαλλία, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη έχει γίνει πλέον τρόπος ζωής τόσο στις επαρχίες αλλά και στις μεγάλες πόλεις στις οποίες εφαρμόζονται πρακτικές όπως ηλεκτρικά αυτοκίνητα για τους τουρίστες για τη μείωση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης. Ιδιαίτερα ανεπτυγμένες είναι οι επαρχίες και τα χωριά όσο αφορά τον τουρισμό και τις πρακτικές της αειφόρου ανάπτυξης, με τους επισκέπτες να ψάχνουν την αυθεντική γαλλική εμπειρία της επαρχίας. Ο οινοτουρισμός, επίσης, έδωσε μεγάλη ώθηση στην οικονομία και προώθησε την προστασία των αμπελώνων και χωραφιών διατηρώντας το περιβάλλον αναλλοίωτο. Τέλος, στην Ιταλία μια σειρά από πρακτικές για την διασφάλιση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης έχουν καταφέρει να αποκεντρώσουν τον τουρισμό από τις κλασικές πόλεις που επισκέπτονται οι τουρίστες και να δώσουν ζωή στα χωριά και τις επαρχίες.

Στην Ελλάδα, οι αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης δεν έχουν γίνει ακόμα κτήμα των περισσότερων φορέων που εμπλέκονται στο τουριστικό προϊόν. Ο τουρισμός αποτελεί ένα αναπόσπαστο κομμάτι της ελληνικής οικονομίας και κύρια πηγή εσόδων για πολλές επιχειρήσεις και ιδιώτες. Παρά το γεγονός αυτό, όλοι συμφωνούν ότι το ελληνικό τουριστικό προϊόν υποβαθμίζεται και δεν είναι ανταγωνιστικό.

Ορισμένες βασικές προϋποθέσεις και πρακτικές για μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στη χώρα μας είναι:

1. Η διαφοροποίηση του προτύπου ανάπτυξης που επιλέχθηκε στις πρώτες δεκαετίες της μεταπολεμικής περιόδου και συνδέεται αποκλειστικά με τον οργανωμένο μαζικό τουρισμό διακοπών. Το πρότυπο αυτό ταυτίζεται με τη μικρή τουριστική περίοδο και τα συνακόλουθα προβλήματα της, τη μονοσήμαντη και συχνά εξαρτησιακή σύνδεση με συγκεκριμένες ευρωπαϊκές αγορές, τη «μονοκαλλιέργεια» του τουρισμού σε βάρος άλλων κλάδων της τοπικής οικονομίας. Η μαζική ζήτηση για τις υπηρεσίες και υποδομές αυτού του προτύπου οδήγησε σταδιακά στην υποβάθμιση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.
2. Ο εμπλουτισμός του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με υποδομές, προϊόντα και υπηρεσίες των Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών συγκροτώντας μια σημαντική και ποιοτική αγορά. Προσπάθειες προς αυτήν την κατεύθυνση έχουν γίνει τα τελευταία κυρίως 20 χρόνια (ΕΟΤ, ιδιώτες, ΟΤΑ) αλλά χαρακτηρίζονται από έλλειψη συντονισμού και ανεπαρκές μάρκετινγκ. Την ίδια στιγμή οι περισσότεροι ανταγωνιστές μας διαθέτουν παρόμοια προϊόντα ήδη από τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες, γεγονός που τους επέτρεψε τόσο την ποιοτική διαφοροποίηση του προϊόντος τους, όσο και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
3. Η γεωγραφική διασπορά της προσφοράς του τουρισμού, ώστε να ανατραπεί το σημερινό αρνητικό φαινόμενο της χωρικής υπερσυγκέντρωσης σε έναν σχετικά μικρό αριθμό νησιωτικών και παράκτιων περιοχών. Στις περιοχές αυτές τα περιβαλλοντικά προβλήματα, το υψηλό κόστος υποδομών, η υποβάθμιση του τοπικού προϊόντος, ο υπερεπαγγελματισμός και τα συνακόλουθα χαμηλά εισοδήματα αποτελούν ορισμένες βασικές επιπτώσεις αυτής της κατάστασης. Επιπλέον πολλές άλλες περιοχές της χώρας με πλούσιους τουριστικούς πόρους έχουν στερηθεί λόγω αυτής της υπερσυγκέντρωσης τα οφέλη δεκαετιών τουριστικής ανάπτυξης.
4. Η έλλειψη συνέπειας και συνέχειας στο θεσμικό πλαίσιο του στρατηγικού σχεδιασμού και τους φορείς εκπροσώπησης του τουρισμού. Το οξύμωρο είναι ότι ενώ όλοι όσοι ασκούν πολιτική τονίζουν την οικονομική και αναπτυξιακή σημασία του τουρισμού, αυτός έχει στερηθεί το ειδικό του πεδίο αναφοράς στην

πολιτική, τη νομοθεσία και την ανάπτυξη. Ακόμη και οι λίγες προσπάθειες που έγιναν, ήταν αποσπασματικές και μικρής χρονικής διάρκειας, με αποτελέσματα αντιφατικά. Την ίδια περίοδο άλλοι κλάδοι όπως η βιομηχανία, η γεωργία και η ναυτιλία με μικρότερη συμβολή στο εισόδημα, το ΑΕΠ ή την απασχόληση και κυρίως λιγότερα ανταγωνιστικά προϊόντα, διαθέτουν τον δικό τους φορέα (υπουργείο) και θεσμικό πλαίσιο που ο τουρισμός επί δεκαετίες -για μικροπολιτικούς λόγους- δεν διαθέτει. Η πρόσφατη ίδρυση υπουργείου Τουρισμού είναι σαφώς μια θετική εξέλιξη που όμως σε σχέση με τους περισσότερους ανταγωνιστές μας στον διεθνή χώρο έχει υπερβολικά καθυστερήσει και της οποίας τη σημασία μένει να δούμε στην πράξη.

5. Η αναβάθμιση και διαφοροποίηση της προσφοράς (υποδομές, υπηρεσίες, δραστηριότητες, ανθρώπινο δυναμικό) του ελληνικού τουρισμού απαιτείται επίσης άμεσα αν δεν θέλουμε να χάσουμε στο παιχνίδι του διεθνούς ανταγωνισμού, ο οποίος αυξάνεται διαρκώς και περισσότερο με νέες χώρες, νέους προορισμούς, νέα προϊόντα, χαμηλότερες τιμές, αλλά περιορισμένες προοπτικές ανάπτυξης των χωρών αποστολής τουριστών. Σε αυτήν τη ζοφερή πραγματικότητα χρειάζονται αποφάσεις (κίνητρα και θεσμικό πλαίσιο) με στόχο αφενός την ποιοτική βελτίωση και αφετέρου τη σταδιακή «έξοδο» (μέσω αλλαγής χρήσης η οριστικού κλεισίματος) πολλών επιχειρήσεων, κυρίως καταλυμάτων από την αγορά. Αυτά τα μέτρα είναι απαραίτητα όχι μόνον για να βελτιωθεί η εικόνα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, αλλά και για να ελεγχθεί ο υπερεπαγγελματισμός, τμήμα του οποίου σχετίζεται με κακής ποιότητας ή παράνομες επιχειρηματικές δραστηριότητες.
6. Η επανατοποθέτηση των προτεραιοτήτων της ζήτησης και εξειδίκευση του τουριστικού μάρκετινγκ, με σκοπό την αναβάθμιση και δυναμική προβολή της «εικόνας» της χώρας. Η εποχή των λίγων και σταθερών αγορών και του ενός τουριστικού προϊόντος έχει δώσει τη θέση της πλέον στις πολλές και ασταθείς αγορές, τα νέα και ποικίλα καταναλωτικά κίνητρα και τα πολλά και εξειδικευμένα τουριστικά προϊόντα. Σε αυτό το πλαίσιο η Ελλάδα πρέπει να αναζητήσει πλέον νέες αγορές ή νέες ομάδες-στόχους στις ήδη υπάρχουσες, επιδιώκοντας σταθερά την αύξηση αλλά και τη βελτίωση της ποιότητας των τουριστών. Δύο παραδείγματα που έχουν σημασία είναι η επί δεκαετίες υποτίμηση της σημασίας του εσωτερικού τουρισμού όσο και η υστέρηση στην ανάπτυξη ενός σχεδίου μάρκετινγκ για τις Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού.

Ακολουθώντας πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης, η Ελλάδα μπορεί να ξαναγίνει ανταγωνιστική στον τουριστικό τομέα και να επιτύχει μια συνεχή βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη με οφέλη τόσο για την οικονομία αλλά και για την κοινωνία και κυρίως το περιβάλλον.

Βιβλιογραφία

Ξένη βιβλιογραφία

Anastasopoulos, P., (1984). Interdependencies in International Travel. The Role of Relative Prices. A Case Study of the Mediterranean Region Ph D diss, New School for Social Research.

Andriotis, K. (2000): “Local Community Perceptions of Tourism as a Development Tool: The Island of Crete.” Bournemouth University. Sponsored by the Greek Foundation of State Scholarships

Archer, B., Cooper, C., Ruhanen, L. (2005) The Positive and Negative Impacts of Tourism”, in Global Tourism edited by Theobald W., Amsterdam: Elsevier, Tosun, C., D. J. Timothy, and Y. Öztürk. (2003) Tourism Growth, National Development and Regional Inequality in Turkey. *Journal of Sustainable Tourism* vol.11(2003):133–161

Avdimiotis, S., C. Bonarou, A. Dermetzopoulos, I. Karamanidis, T. Mavrodontis, V. Kelessidis and E. Kalonaki (2009). “Global Swot Analysis” A report produced for TOUREG Project, Department of Tourism Management of the Alexander Technological Educational Institute of Thessaloniki, Greece and Technical University of Crete, Greece.

Bakkalsalihoglu, I. (1987). Analysis of Demand for International Tourism in Northern Mediterranean Countries. Ph.D. diss., Northern Illinois University.

Berno, T. and Bricker, K. (2001) Sustainable Tourism Development: The Long Road from Theory to Practice, *International Journal of Economic Development* 3, 3, 2001

Blamey, R. (2001) Principles of Ecotourism. In the encyclopedia of Ecotourism, D. Weaver, ed., pp. 5-22. Wallingford: CABI.

Bramwell, B. and Lane, B. (2000) *Tourism Collaboration and Partnerships: Politics, Practice and Sustainability*. Clevedon: Channel View

Breiling M., P. Charamza. (1999). The impact of global warming on winter tourism and skiing: a regionalised model for Austrian snow conditions. *Regional Environmental Change Journal*. Volume 1.1. pp. 4-14. ISSN 1436-3798.

Breiling M. (2005). *Rural Tourism: Experiences from Austria, Opportunities for Japan*, Japanese Rural Planning Society, Kinki Meeting, Awaji Landscape Planning and Horticultural Academy, Hokudan-cho, Hyogo

Brown, G. (1985): “The Tourism Industry in Australia.” *Απυ J. Dean and B. Judd: “Tourist Developments in Australia.”* Canberra: Royal Australian Institute of Architects Educations Division

Burns, P., & Holden, A. (1995). *Tourism: A new perspective*. New Jersey: Prentice Hall.

Butler, R. and Hinch, T. (1996) *Indigenous tourism: a common ground for discussion*, *Tourism and indigenous peoples*. 1996 pp.3-19

- Cater, E. (1993) Ecotourism in the Third World: Problems for sustainable tourism development. *Tourism Management* 14 (2), 85–90.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164-182
- Cooper, C. P. and Odzil, I.(1992). ‘From mass to responsible tourism- the Turkish Experience’, *Tourism Management*, December 13 (4): 377-386.
- Crouch, G., (1994) The Study of International Tourism Demand: A Review of Finding, *Journal of Travel Research*, 33:12
- Dernoi, L. (1981) Alternative tourism Towards a new style in North-South relations, *International Journal of Tourism Management* 2(4):253-264
- Douthwaite, R.J. (1992). Non-target effects of insecticides used in tsetse control operations. *World Animal Review*, FAO, Rome.
- Doxey, G.V. (1976): “When enough“s enough: the natives are restless in Old Niagara”. *Heritage Canada*, Vol.2, no.2, pp.26-27.
- Dryzek, J. (1997) The Politics of the Earth: Environmental Discourses, *Human Ecology Review*, Vol. 5, No. 1, 1998
- Farrell, B.H. (1999) Conventional or sustainable tourism? No room for choice. *Tourism Management* 20 (2), 189–91.
- Farrell, B.H. and Twining-Ward, L. (2005) Seven steps towards sustainability: Tourism in the context of new knowledge. *Journal of Sustainable Tourism* 13 (2), 109–122
- Giddings et al, (2002) Environment, Economy and Society: Fitting them together into Sustainable Development, *Sustainable Development* Sust. Dev.10,187–196
- Goeldner, C.and Ritcie, B., (2012) *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*
- Gray, P. H. (1982) The Contributions of Economics to Tourism. *Annals of Tourism Research*, 9(1): 105-125
- Hachtmann, R. (2007): *Tourism History*, Göttingen
- Harris, R. and Leiper, N. (1995) *Sustainable Tourism: An Australian Perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Haughton G (1999) ‘The future of community economic development’ in Haughton G (ed) *Community Economic Development*, Stationery Office: London, pp. 225-233
- Høyer, K. (2000) Sustainable Tourism or Sustainable Mobility? The Norwegian Case, *Journal of Sustainable Tourism*, 8:2, 147-160
- Holden, A. (2008): “Environment and Tourism”. *Routledge Introductions to Environment Series*

- Holden, A. (2000): "Environment and Tourism". Routledge Introductions to Environment Series
- Hopwood et al, (2005) Sustainable Development: Mapping Different Approaches, Sustainable Development Sust. Dev.13, 38–52
- Hunziker, W., Krapf, K. (1942). Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre [The Outline of General Tourism Science]. Zürich: Polygraphischer Verlag.
- Ingles, P. (2002) Welcome to my Village: Hosting Tourists in the Peruvian Amazon, Tourism Recreation Research Volume 27, 2002
- Inskip, E. (1991). Tourism planning: an integrated and sustainable development approach. Van Nostrand Reinhold
- IUCN (1980), World Conservation Strategy Prepared by the International Union for Conservation of Nature and Natural Resources
- Kanellakis, V., (1975): International Tourism: Its Significance and Potential as an Instrument for the Economic Development of Greece, Doctoral Dissertation, Kansas
- Kilipiris, F., & Zardava, S. (2012). Developing Sustainable Tourism in a Changing Environment: Issues for the Tourism Enterprises (Travel Agencies and Hospitality Enterprises). Procedia - Social and Behavioral Sciences, 44, 44–52
- Krippendorf, J. (1982): "Towards New Tourism Policies - The Importance of Environmental and Sociocultural Factors".
- Lee, T.H.(2009) "A structural model for examining how destination image and interpretation services affect future visitation behavior: a case study of Taiwan's Taomi eco-village". Journal of Sustainable Tourism, 17(6): 727-745.
- Lime, D. and McCool, S (2001) Tourism Carrying Capacity: Tempting Fantasy or Useful Reality? Journal of Sustainable Tourism Volume 9, 2001
- Lindberg, K, Andersson, TD & Dellaert, BGC 2001, 'Tourism Development: Assessing Social Gains and Losses' Annals of Tourism Research, vol. 27, no. 4, pp. 1010-1030
- Liu, Z.H. and Jones, E. (1996) A systems perspective of sustainable tourism. In M. Saayman (ed.) Proceedings of the International Conference on Urban and Regional Tourism (pp. 209–21). Potchefstroom, South Africa.
- Ludwig, Klemens / Has, Michael (1990): The new tourism: respect for land and people., Munich
- Macleod, D. (2004) Tourism, Globalisation, and Cultural Change: An Island Community Perspective
- Mathieson, A. and Wall, (1982) G. Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts, New York: Longman Scientific and Technical
- Mason, P. (2003) Tourism Impacts, Planning and Management, Butterworth-Heinemann, Amsterdam, Boston, Heidelberg, London New York, Oxford, Paris, San Diego, San Francisco, Singapore, Sydney, Tokyo.

- Mairesse, J. (2008): “Environmental Consciousness in Mass Tourism: Awareness of Mass Tourists Regarding Environmental Impacts and Alternative Forms of Tourism?” MA European Tourism Management. Bournemouth University
- Mill, R.C. and Morrison, A.M. (2002) *The Tourism System*. Kendall Hunt Pub, Dubuque
- Milne, S. (1998). *Tourism and sustainable development: Exploring the global-local nexus*. In C.M. Hall. & A.A. Lew (Eds.), *Sustainable tourism: A geographical perspective* (pp. 35-48). Essex, UK: Longman
- Mieczkowski, Z. (1995): “Environmental Issues of Tourism and Recreation.” Maryland: University Presse of America
- Moghimehfar, F. and Halpenny E., (2016) How do people negotiate through their constraints to engage in pro-environmental behavior? A study of front-country campers in Alberta, Canada, *Tourism Management*, 2016, vol. 57, issue C, 362-372
- Müller, H. (1994): “The Thorny Path to Sustainable Development”, *Journal of Sustainable Tourism* 2(3), 131–136.
- Nyaupane, G. et al. (2006) The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China, *Tourism Management Volume 27, Issue 6*
- OECD (2009, 2018) *Annual Report, Organisation for Economic Co-operation and Development*
- O’Hagan, J.W., and Harrison, M.J., (1984a): Market shares of US tourist expenditure in Europe: an econometric analysis, *Applied Economics* 16, 919-931
- Peck S. (2006). *The Development of winter sports infrastructure in Austria during 1995 to 2005*. M.Sc. thesis in regional planning. TU Wien. In German: DIE ENTWICKLUNG DER WINTERSPORTINFRASTRUKTUR IN ÖSTERREICH VON 1995 BIS 2005.
- Prahl, Hans-Werner (1991): *Developmental stages of German tourism since 1945*, Berlin 1991, pp. 79–93.
- Proenca, S. and Soukiazis, E (2005): “Tourism as an Economic Growth Factor: a case study for Southern European countries”. *Tourism Economics*, 2008, 14 (4), 791–806
- Prosser, R.(1994)*Societal change and the growth in alternative tourism* .In E Caterand G. Lowman (eds) *Ecotourism: A Sustainable Option?* (pp. 19–37). Chichester: John Wiley
- Richards, G. (1996) *Cultural Tourism in Europe*. CABI, Wallingford
- Richards, G. and Marques, L.(2012) 'Exploring Creative Tourism: Editors Introduction', *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2), p. 1-11.
- Robinson, J. (2004): “Squaring the circle? Some thoughts on the idea of sustainable development”. *Ecological Economics* 48(4), 369–384

- Sauran, A., (1978) "Economic determinants of tourist demand: A survey", *The Tourist Review*, Vol. 33 Issue: 1, pp.2-4
- Sharpley, R. (2009): "Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?" London: Earthscan.
- Simón F.J., Narangajavan Y. and Marqués D.P. (2004), Carrying capacity in the tourism industry: a case study of Hengistbury Head. *Tourism Management* 25 (2004), 275–283
- Sinclair, T., Stabler, M. (2002) *The economics of tourism*, Routledge, London
- Song, H., et al (2008) Tourism demand modelling and forecasting—A review of recent research, *Tourism Management*, 29, 203-220
- Steck, B., Wood, K. and Bishop, J. (2010) 'Tourism more value for Zanzibar: Value chain analysis', Final Report, February 2010.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Wallingford, UK: CABI.
- Theobald, W. (2005) *Global Tourism*, Routledge, p.92, p.85
- Triarchi, E. and Karamanis, K. (2017) The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background, *Business & Entrepreneurship Journal*, vol. 6, no. 1, 2017, 39-59
- Truett, Dale B., and Lila J. Truett (1987). "The Response of Tourism to International Economic Conditions: Greece, Mexico and Spain." *The Journal of Developing Areas*, 21 (2): 177-90
- Tsartas, P. (2003) *Tourism Development in Greek Insular and Coastal Areas: Sociocultural Changes and Crucial Policy Issues*, *Journal of Sustainable Tourism* Volume 11, 2003
- United Nations, (2001a).: *Programme of Action for Sustainable Development and Rio Declaration*, New York
- Walsh, M (1996): "Demand Analysis in Irish Tourism", *Journal of the Statistical and Social Inquiry Society of Ireland*, Vol. XXVII, Part IV.
- Watson, G and Kopachevsky, J. (1994) Interpretations of tourism as commodity, *Annals of Tourism Research*, Volume 21, Issue 3
- WCED (1987)*Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.
- Wearing, S., & Neil, J. (2003). Expanding sustainable tourism's conceptualization: ecotourism, volunteerism and serious leisure. In S. F. McCool, & R. N. Moisey (Eds.), *Tourism, recreation and sustainability: Linking culture and the environment*
- Wheeler, K. and Nauright, J. (2006): "A Global Perspective on the Environmental Impact of Golf". New York: Routledge
- Williams, J. & Lawson, R. (2001) Community issues and resident opinions of tourism, *Annals of Tourism Research*, 28(2), pp. 269–290
- WTO, 'Sustainable tourism development: Guide for local planners', (1993), Madrid

Ελληνική βιβλιογραφία

Βαρβαρέσος, Σ. (2000): «Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές». Αθήνα, Προπομπός

Βλάμη, Α. (2008). «Η Χρηματοδότηση και Γεωγραφική Ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού: Η Περίπτωση της Ελληνικής Ξενοδοχείας 1950-2005», Διδακτορική Διατριβή, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πατρών, Πάτρα

Γκανιά, Β. (2007): «Επιλογή Τουριστικών Προορισμών από τους Καταναλωτές», Μεταπτυχιακή Διατριβή, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Δεκλερής, (2000) Το δίκαιο της βιωσίμου αναπτύξεως

Ηγουμενάκης, Ν.(1991). Τουριστική Οικονομία, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα

Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π. (1999) «Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό», Τουριστικός Τομέας, Τόμος Β, ΕΑΠ

Λαγός, Δ. (2005) Τουριστική Οικονομία, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα

Παπαλαζαρίδου, Κ. (2010): «Βιώσιμη Τουριστική Αναπτυξιακή Προοπτική Βασισμένη στον Εναλλακτικό Τουρισμό: Η περίπτωση του Νομού Φλωρίνης», Μεταπτυχιακή Διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

ΣΕΤΕ (2010): Η Σημασία του Τουρισμού για την Ελληνική Οικονομία/Κοινωνία και Προτάσεις για την Τουριστική Ανάπτυξη, Μελέτη Εκπονηθείς για Λογαριασμό του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) , Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών

Στατήρη, Η. (2011): Διερεύνηση των Επιπτώσεων του Τουρισμού σε μια Χώρα Υποδοχής Επιλεγμένων Προϊόντων που Συνθέτουν την Τουριστική Κατανάλωση, Σχέση Εγχώριας Παραγωγής και Εισαγωγών, Μεταπτυχιακή Διατριβή, Πανεπιστήμιο Πατρών

Τσάρτας, Π. (1999), Πρότυπα Τουριστικής Ανάπτυξης: Παράμετροι Συγκρότησης των Διαφορετικών προτύπων, Πάτρα : ΕΑΠ

Πηγές από το διαδίκτυο

www.statista.com

www.tradingeconomics.com

www.wikipedia.com