



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

<<ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ>>

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ: ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ
ΑΛΙΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ-ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΗ
ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ**

Φοιτητής: Τσαφούτης Δημήτριος

Πατρώνυμο: Κωνσταντίνος

Επιβλέπων καθηγητής: Θεόδωρος Μεταξάς , Αναπληρωτής Καθηγητής
του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

ΒΟΛΟΣ

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2022

Ο υπογεγραμμένος μεταπτυχιακός φοιτητής, Τσαφούτης Δημήτριος, δηλώνω ρητά ότι η παρούσα Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία εκπονήθηκε από εμένα τον ίδιο και αντιπροσωπεύει τις προσωπικές μου απόψεις. Επιπρόσθετα, αναφέρω πλήρως όλες τις πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας.

Ο δηλών,

Τσαφούτης Δημήτριος

Περίληψη

Η μετατροπή του κλάδου της αλιείας σε τουρισμό έχει γίνει παγκόσμια τάση. Λόγω της συνεχούς κρίσης του αλιευτικού τομέα, οι επαγγελματίες ψαράδες στρέφονται σε δραστηριότητες θαλάσσιου τουρισμού, προσφέροντας στους επισκέπτες μια αξέχαστη τουριστική εμπειρία. Ο αλιευτικός τουρισμός αποτελεί πλέον μια νέα εξέλιξη στον αειφόρο τουρισμό, όπου δίνεται η ευκαιρία στους τουρίστες να συμμετάσχουν σε αλιευτικές δραστηριότητες και παράλληλα να γευτούν τα αλιεύματα μαγειρεμένα στο σκάφος. Τα τελευταία επτά χρόνια, η Ελλάδα, ακολουθώντας τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες, υιοθέτησε γρήγορα αυτή τη μετατροπή της αλιείας σε τουρισμό. Στόχος της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να εξετάσει τις δυνατότητες και τις προοπτικές ανάπτυξης του αλιευτικού τουρισμού στην Ελλάδα. Αυτό επετεύχθη με ημιδομημένες συνεντεύξεις όπου οι 40 πιο έμπειροι ψαράδες δέχτηκαν να συμβάλουν σε όλη αυτή την προσπάθεια. Η ανάλυση των αποτελεσμάτων αποκάλυψε θετικές τάσεις όσον αφορά αυτή την πρωτοποριακή μορφή τουρισμού.

Λέξεις Κλειδιά: Αλιευτικός Τουρισμός, Ελλάδα, εμπειρική έρευνα, εναλλακτικός τουρισμός

Title: Possibilities and prospects for the development of fishing tourism in Greece - Pan-Hellenic approach

Abstract

The transformation of the fishing industry into tourism has become a global trend. Due to the continuous crisis on the field, professional fishermen turn to maritime tourism activities, providing a memorable tourism experience to visitors. Fishing tourism is a relatively new development in sustainable tourism, where tourists have the opportunity to participate in fishing operations by casting and pulling in the nets and taste freshly caught fish cooked on board. Over the past seven years, Greece, following the other European countries, has rapidly adopted this conversion into tourism. The aim of this research is to examine the possibilities and prospects for the development of fishing tourism in Greece. This is achieved through face-to-face interviews with 40 experienced fishers who wanted to be actively involved in this whole process. The analysis of data revealed positive results in this groundbreaking form of tourism.

Keywords: Fishing Tourism, Greece, empirical research, alternative tourism

Πίνακας Περιεχομένων

Περίληψη.....	3
Περιεχόμενα.....	4
Κατάλογον Πινάκων/ Γραφημάτων/Σχημάτων/Αρκτικόλεξα.....	5
Ευχαριστίες.....	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
1.1 Εισαγωγή.....	7
1.2 Καινοτόμος χαρακτήρας.....	8
1.3 Σκοπός και επιμέρους στόχοι.....	8
1.4 Παρουσίαση κεφαλαίων.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΑΛΙΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	10
2.1 Εισαγωγή στον Τουρισμό.....	10
2.2 Εναλλακτικός Τουρισμός.....	11
2.3 Ο κλάδος της αλιείας- Ψυχαγωγική αλιεία.....	12
2.4 Ψυχαγωγική αλιεία και Τουρισμός- Ορισμός Αλιευτικού Τουρισμού.....	13
2.5 Αλιευτικός Τουρισμός και Τουρισμός Αλιείας.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΔΙΕΡΕΥΝΥΣΗ ΑΛΙΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	18
3.1 Η εξέλιξη του Αλιευτικού Τουρισμού.....	18
3.2 Η εξάπλωση του Αλιευτικού Τουρισμού.....	19
3.3 Αλιευτικός τουρισμός στην Μεσόγειο.....	20
3.3.1 Αλιευτικός Τουρισμός σε Ιταλία και Ισπανία.....	21
3.4 Μελέτη Περίπτωσης- Ελλάδα.....	22
3.4.1 Αλιεία στην Ελλάδα.....	22
3.4.2 Αλιευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα.....	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ.....	28
4.1 Ανασκόπηση Βιβλιογραφίας.....	28
4.2 Ανασκόπηση Ερευνητικών Ερωτημάτων.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	42
5.1 Μεθοδολογία.....	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 :ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	45
6.1 Αποτελέσματα.....	45

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	60
7.1 Συμπέρασμα.....	60
7.2 Περιορισμοί και Περαιτέρω έρευνα.....	62
Βιβλιογραφικές Αναφορές.....	63

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1:Άδειες αλιευτικού τουρισμού στην Ελλάδα, 2021

Πίνακας 2: Κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά αλιέων

Πίνακας 3: Στοιχεία αλιευτικών σκαφών

Πίνακας 4 : Μεταβλητές εντοπισμού κινήτρων μετακίνησης σε θαλάσσιους προορισμούς

Πίνακας 5: Θεωρητικό υπόβαθρο για το ψάρεμα ως μεταβλητές τουριστικής εμπειρίας

Κατάλογος Γραφημάτων

Γράφημα 1: Η κατά κεφαλήν παραγωγή αλιείας και άλλων προϊόντων στην Ελλάδα και παγκοσμίως (σε τόνους).

Γράφημα 2: Συνολική παραγωγή αλιείας και υδατοκαλλιέργειας βαθέων υδάτων στην Ελλάδα κατά την περίοδο 1980-2017 (σε τόνους).

Γράφημα 3: Κύριοι παράγοντες παρακίνησης για την επιλογή των Westfjords ως προορισμού για ψάρεμα

Γράφημα 4: Μέσο επίπεδο ικανοποίησης των ερωτηθέντων κατά τη διάρκεια των διακοπών με ψάρεμα στα νησιά Westfjords

Κατάλογος Σχημάτων

Σχήμα 1: Σχέση μεταξύ αλιείας, ελεύθερου χρόνου, αναψυχής και τουρισμού.

Σχήμα 2: Αλιευτικός Τουρισμός και Τουρισμός Αλιείας

Σχήμα 3: Η ανάλυση του Αλιευτικού Τουρισμού

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1: Στολισμένο τραπέζι υποδοχής των τουριστών

Εικόνα 2: Ψαροκάικο στη Ρόδο κατά την έξοδο του από το λιμάνι που χρησιμοποιεί ως τοπική ιδιαιτερότητα το κάστρο του νησιού

Εικόνα 3: Επαγγελματίας αλιέας ως πρότυπο για τους τουρίστες

ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΑ

EUMOFA: European Market Observatory for Fisheries and Aquaculture Products

FAO: Food and Agriculture Organization

FARNET: Federation of American Research Networks

FTE: Full Time Equivalent

GT: Χωρητικότητα πλοίου

RQ: Research Question

VMS: Virtual Memory System

UNWTO: United Nations World Tourism Organization

ΕΕ: Ευρωπαϊκή Ένωση

ΚΥΑ: Κοινή Υπουργική Απόφαση

Ευχαριστίες

Με την παρούσα διπλωματική εργασία κλείνει ο κύκλος του διατμηματικού μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών «Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού» του Τμήματος Χωροταξίας Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Αξίζει να επισημανθεί ότι η εκπόνηση αυτής της διπλωματικής εργασίας δεν θα είχε ολοκληρωθεί χωρίς τη συμβολή ορισμένων ατόμων. Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους 40 αλιείς που δέχτηκαν να συμμετάσχουν σε όλη αυτή την προσπάθεια ανάδειξης του αλιευτικού τουρισμού καθώς επίσης και στα τμήματα αλιείας που μου παρείχαν τα απαραίτητα στοιχεία των αλιέων έτσι ώστε να πραγματοποιηθεί η εμπειρική έρευνα. Επίσης, ευχαριστώ θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή κύριο Θεόδωρο Μεταξά που με τις ακαδημαϊκές του γνώσεις και την αμέριστη υποστήριξή του συνέβαλε καταλυτικά ώστε να ολοκληρωθεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο η παρούσα διπλωματική εργασία. Επίσης, ευχαριστώ ιδιαιτέρως την κυρία Marie-Noelle Ntyken για τον πολύτιμο χρόνο που αφιέρωσε για την υποστήριξη της διπλωματικής. Τέλος, θα ήθελα να εκφράσω τη βαθιά ευγνωμοσύνη μου και στο υπόλοιπο ακαδημαϊκό προσωπικό του συγκεκριμένου μεταπτυχιακού προγράμματος που συνείσφερε ο καθένας ξεχωριστά έτσι ώστε να υλοποιήσω τα πρώτα μου ερευνητικά βήματα καθώς επίσης και για την ολοκλήρωση αυτού του ακαδημαϊκού ταξιδιού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 Εισαγωγή

Ο αλιευτικός τουρισμός αποτελεί μια σχετικά πρόσφατη εναλλακτική μορφή τουρισμού που πρωτοξεκίνησε στην Ελλάδα το καλοκαίρι του 2015 παρουσιάζοντας στην πορεία πολλαπλά οφέλη. Δίνεται ουσιαστικά η δυνατότητα στον τουρίστα να ‘ξεφύγει’ από το κλασικό τουριστικό μοντέλο των 3S απολαμβάνοντας κάτι πιο διαδραστικό, αυθεντικό και συνάμα δημιουργικό. Πιο συγκεκριμένα ο κάθε επισκέπτης έχει την ευκαιρία να εισέλθει ομαλά στον κόσμο της αλιείας απολαμβάνοντας ένα ημερήσιο αλιευτικό ταξίδι με την συνοδεία ενός επαγγελματία αλιέα. Υποστηρίζεται ότι μέσω αυτής της τουριστικής δραστηριότητας επιτυγχάνεται το τρίγωνο της αειφορίας (οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική βιωσιμότητα) προσφέροντας μια διευκόλυνση τόσο στον ήδη επιβαρυνμένο αλιευτικό κλάδο όσο και μεμονωμένα στις νησιωτικές και παράκτιες περιοχές.

Η παρούσα διπλωματική εργασία, πέρα από την λεπτομερή ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας, επιδιώκει να εξετάσει τις δυνατότητες αλλά και τις προοπτικές αυτής της μορφής τουρισμού σε πανελλαδικό επίπεδο. Η γενικότερη μεθοδολογία στηρίζεται στην διενέργεια ποιοτικής έρευνας μέσω ημιδομημένων συνεντεύξεων. Από τους 197 αλιείς που ασκούν αλιευτικό τουρισμό στην χώρα μας επιλέχθηκαν οι 40 πιο έμπειροι για την υποστήριξη της συγκεκριμένης εμπειρικής έρευνας. Η γνώση τους από τα αλιευτικά ταξίδια, το μεράκι τους για αυτό που κάνουν καθώς και η θέληση τους διαδοθεί αυτό το καινοτόμο τουριστικό προϊόν συνέβαλε έτσι ώστε να ολοκληρωθεί με επιτυχία όλη αυτή η προσπάθεια. Διενεργήθηκαν και με τους 40 συνεντεύξις πρόσωπο με πρόσωπο οι οποίες έλαβαν μέρος στο ψαροκάικο του καθενός ξεχωριστά. Οι απαντήσεις τους στα ερευνητικά ερωτήματα καταγράφηκαν οδηγώντας σε χρήσιμα αποτελέσματα. Αποτελέσματα που μπορούν να συμβάλουν στην λήψη αποφάσεων για τον στρατηγικό σχεδιασμό περαιτέρω ανάπτυξης του αλιευτικού τουρισμού καθώς και την ενθάρρυνση νέων επαγγελματιών του κλάδου να ξεκινήσουν αυτή τη τουριστική δραστηριότητα.

1.2 Καινοτόμος χαρακτήρας

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, ο αλιευτικός τουρισμός αποτελεί από μόνος του μια καινοτόμα και σχετική πρόσφατη εναλλακτική μορφή τουρισμού για την Ελλάδα. Στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες τα ταξίδια ψαρέματος έχουν αναπτυχθεί τόσο παράκτια όσο και στο εσωτερικό των χωρών (ποτάμια, λιμνοθάλασσες). Η χώρα μας παρά την εξαιρετική γεωγραφική της θέση και το σύμπλεγμα νησιών της έχει μείνει αρκετά πίσω σε αυτό το πρωτοποριακό τουριστικό προϊόν. Σύμφωνα με European Anglers Alliance (2004) υπάρχουν 25 εκατομμύρια ψαράδες αναψυχής στην Ευρώπη και εκτιμάται ότι 28 δισεκατομμύρια ευρώ δαπανώνται το χρόνο για ψυχαγωγική αλιεία. Βιβλιογραφικά το θέμα έχει εξεταστεί ελάχιστα στον ελλαδικό χώρο. Λίγες έρευνες έχουν διεξαχθεί στο λεκανοπέδιο της Αττικής και σε επιλεγμένα νησιά(Σαντορίνη, Κεφαλονιά). Το ερευνητικό πεδίο της παρούσας διπλωματικής καλύπτει γεωγραφικά όλη την κλίμακα της Ελλάδας (από το λιμάνι της Αλεξανδρούπολης έως το Καστέλι στον Κίσσαμο και από το βορειότερο σημείο της Κέρκυρας έως το Μανδράκι της Ρόδου) καθώς η έρευνα έτρεξε σε 26 περιοχές από τις οποίες τα 15 ήταν νησιά. Παράλληλα καινοτόμος μπορεί να χαρακτηριστεί και ο τρόπος με τον οποίο πραγματοποιήθηκαν οι συνεντεύξεις καθώς όλοι οι αλιείς συμφώνησαν η συνάντηση να πραγματοποιηθεί στο δεύτερο τους σπίτι που ήταν το καϊκι τους. Με αυτό τον τρόπο επετεύχθη το ιδανικότερο κλίμα για μια εποικοδομητική ομιλία μαζί τους καθώς το τριγύρω περιβάλλον ήταν οικείο για αυτούς.

1.3 Σκοπός και επιμέρους στόχοι

Κύριος σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να εξετάσει τις δυνατότητες αλλά και τις προοπτικές ανάπτυξης του αλιευτικού τουρισμού για την Ελλάδα. Σε αρχικό στάδιο απαραίτητη κρίνεται η ανάδειξη αυτού του τουριστικού προϊόντος αλλά και τα οφέλη που μπορεί να προσφέρει τόσο μεμονωμένα σε κάθε νησιωτική ή παράκτια περιοχή όσο και για τη χώρα. Οφέλη που έχουν αν κάνουν με την οικονομική διευκόλυνση του ήδη επιβαρυσμένου αλιευτικού κλάδου, την αποσυμπίεση των ιχθυοαποθεμάτων καθώς και την τουριστική προώθηση των προορισμών. Επιπρόσθετα μέσω των συνεντεύξεων θα εντοπιστούν εκείνα τα χαρακτηριστικά τα οποία απογειώνουν αυτό το τουριστικό προϊόν καθώς και οι αδυναμίες που μπορεί να στερούν την ομαλή ανάπτυξη του. Σε δεύτερο στάδιο θα

μελετηθεί κατά πόσο μπορεί να επέλθει περαιτέρω ανάπτυξη αυτής της τουριστικής δραστηριότητας και πέρα από την καλοκαιρινή σεζόν. Αυτό καθώς τα αλιευτικά ταξίδια στην Μεσόγειο έχουν την δυνατότητα να διεξάγονται μέχρι και 10 μήνες το χρόνο. Θα εξεταστεί λοιπόν κατά πόσο ο αλιευτικός τουρισμός διαθέτει τις προδιαγραφές έτσι ώστε να αποτελέσει βασική δραστηριότητα των αλιέων για όλο τον χρόνο οδηγώντας σε επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν.

1.4 Παρουσίαση κεφαλαίων

Στο πρώτο κεφάλαιο της διπλωματικής εργασίας δίνεται μια εισαγωγή για το που περίπου κινείται η εργασία καθώς επίσης αναφέρεται ο καινοτόμος χαρακτήρας, ο σκοπός αλλά και οι επιμέρους στόχοι της. Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται μια θεωρητική προσέγγιση βάση επιστημονικής βιβλιογραφίας κάνοντας μια απλή αναφορά στον τουρισμό, τονίζοντας την σημαντικότητα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και στη συνέχεια πραγματοποιείται μια ανάλυση των εννοιών της ψυχαγωγικής αλιείας ξεχωριστά, τον συνδυασμό της με τουρισμό και γενικότερα την έννοια του αλιευτικού τουρισμού. Το τρίτο κεφάλαιο, αρχικά εστιάζει στην εξέλιξη και στην εξάπλωση αυτής της μορφής τουρισμού ενώ στην συνέχεια εμβαθύνει στον αλιευτικό τουρισμό στην Μεσόγειο αναφέροντας παραδείγματα από την Ιταλία και την Ισπανία δίνοντας έμφαση στο τέλος στην Ελλάδα που αποτελεί τον λόγο συγγραφής της παρούσας εργασίας. Το 4^ο κεφάλαιο ασχολείται με την μεθοδολογία που εφαρμόστηκε τονίζοντας τους ερευνητικούς στόχους/ ερωτήματα, την ερευνητική μέθοδο συλλογής δεδομένων καθώς και το δείγμα της έρευνας. Στο κεφάλαιο 5 γίνεται λόγος για τα ερευνητικά αποτελέσματα που προέκυψαν από τα 7 ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν στους αλιείς. Τέλος το κεφάλαιο 6 εμπεριέχει τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την εμπειρική έρευνα καθώς επίσης τους περιορισμούς αλλά και τις προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 Εισαγωγή στον Τουρισμό

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, ο τουρισμός έχει αλλάξει, εξελίσσεται και θα εξελίσσεται και για τα επόμενα χρόνια. Πλέον ο τουρισμός δεν είναι ένα προϊόν, αλλά ψυχολογία. Αυτό γιατί χαρακτηρίζεται ως διεπιστημονικό πεδίο επιστημονικής έρευνας (Frechtling, 2010). Ένας από τους κλάδους που έχουν συμβάλει σημαντικά στην τουριστική έρευνα είναι η ψυχολογία. Μέσα από αυτή οι ερευνητές του τουρισμού μπορούν να βγάλουν σημαντικά συμπεράσματα που αφορούν τις συμπεριφορές των καταναλωτών, τις λήψεις των αποφάσεών τους καθώς και την συνολική ικανοποίηση τους από τα τουριστικά προϊόντα. Ωστόσο οι αρμόδιοι κρατικοί οργανισμοί και οι αντίστοιχες επιχειρήσεις εστιάζουν μόνο στις οικονομικές πτυχές του τουρισμού επιδιώκοντας μέγιστο κέρδος, αγνοώντας όμως τις κοινωνικές πτυχές του.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο που συνεπάγεται με τη μεταφορά ανθρώπων σε χώρες ή μέρη εκτός του συνήθους περιβάλλοντος για προσωπικούς ή επαγγελματικούς σκοπούς. Αυτοί οι άνθρωποι καλούνται επισκέπτες (που μπορεί να είναι είτε τουρίστες είτε εκδρομές · κάτοικοι ή μη κάτοικοι) και ο τουρισμός έχει να κάνει με τις δραστηριότητές τους, μερικές από τις οποίες περιλαμβάνουν τουριστικές δαπάνες (UNWTO,2016). Ο τουρισμός έχει γίνει τα τελευταία χρόνια μια σημαντική μεταβλητή του παγκόσμιου εμπορίου αλλά και βασικός πυλώνας στο ισοζύγιο πληρωμών πολλών χωρών. Του έχει δοθεί ο τίτλος ως μια από τις πιο κερδοφόρες και επικερδείς βιομηχανίες, οι οποίες δημιουργούν έναν προμαχώνα οικονομικής ανάπτυξης καθώς προσφέρει απασχόληση, αποτελεί σημαντικό στοιχείο της ευημερίας της κοινότητας αλλά και μια δραστηριότητα κοινωνικής, πολιτικής, περιβαλλοντικής και πολιτιστικής σημασίας.

2.2 Εναλλακτικός Τουρισμός

Παρά τα θετικά του όμως ο τουρισμός έχει προκαλέσει και πολλά οικονομικά προβλήματα ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες χώρες. Ο Macleod (2004) θεωρεί πως με τον τουρισμό οι περιοχές μετατράπηκαν σε βιομηχανίες τουρισμού διαταράσσοντας έτσι την πολιτιστική τους ταυτότητα. Πιο συγκεκριμένα τα οικονομικά, περιβαλλοντικά και τα κοινωνικά ζητήματα οδήγησαν στην ανάγκη διαφορετικής προσέγγισης του τουρισμού. Αυτό γιατί οι δραστηριότητες του μαζικού τουρισμού είναι κατά κύριο λόγο εποχιακές δραστηριότητες με αποτέλεσμα να υπάρχει μεγάλη εισροή τουριστών στους τουριστικούς προορισμούς προκαλώντας έτσι τεράστια συμφόρηση. Αυτός ήταν ένας από τους κύριους λόγους όπου στις αρχές της δεκαετίας του 1980 ήρθε στο προσκήνιο ο εναλλακτικός τουρισμός με σκοπό να αντικαταστήσει τον μαζικό τουρισμό. Χρησιμοποιήθηκε ως η μόνη ελπίδα για να μειώσει τις αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού και ταυτόχρονα να αυξήσει οικονομικά τους τουριστικούς προορισμούς. Σε αντίθεση με τον μαζικό που απευθύνεται σε μεγάλες ομάδες ατόμων, ο εναλλακτικός τουρισμός βασίζεται σε μικρές ομάδες τουριστών προσφέροντας έτσι μεγαλύτερη ικανοποίηση (Dodds, 2005). Επιπρόσθετα μπορεί να χωριστεί σε ορισμένες κατηγορίες καθώς ενσωματώνει το μακροπρόθεσμο ενδιαφέρον και την ποιότητα του τουρισμού όλων των ενδιαφερομένων. Κάποιες από αυτές τις κατηγορίες είναι : ο πολιτιστικός τουρισμός, ο συνεδριακός, ο αθλητικός, ο τουρισμός που βασίζεται στη φύση κα. Ουσιαστικά αυτές οι μορφές τουρισμού αποσκοπούν σε μια ευαίσθητη προσέγγιση, λαμβάνοντας υπόψη και αναδεικνύοντας τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους των περιοχών. Σημαντική είναι και η συνεισφορά του τοπικού πληθυσμού καθώς ενισχύει τη σχέση μεταξύ φιλοξενούμενων και ξένων επισκεπτών προσφέροντας μια ικανοποιητική εμπειρία και για τους δύο. Έτσι, κύριο μέλημα του εναλλακτικού τουρισμού είναι η προσωπική και πολιτιστική επικοινωνία μεταξύ οικοδεσπότη και τουρίστα. Παράλληλα με αυτό επιτυγχάνεται αλληλεγγύη και ισότητα μεταξύ των συμμετεχόντων. Σε γενικές γραμμές ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ως εκείνες οι μορφές τουρισμού οι οποίες συνάδουν με τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και κοινοτικές αξίες έτσι ώστε να επιτρέπουν τόσο στους οικοδεσπότες όσο και στους τουρίστες την δυνατότητα να ζήσουν θετικές κι αξέχαστες τουριστικές εμπειρίες.

2.3 Ο κλάδος της αλιείας- Ψυχαγωγική αλιεία

Η αλιεία αποτελεί ένα αρκετά σύνθετο κλάδο που ανήκει στον πρωτογενή τομέα. Η πρακτική της αλιείας είναι αρχαία καθώς ξεκίνησε πριν περίπου 60.000 χρόνια. Όπως και το κυνήγι, έτσι και το ψάρεμα πρωτοεμφανίστηκε με βασικό σκοπό την διαβίωση. Η αλιεία ενδείκνυται όχι μόνο ως πράξη απόκτησης ψαριών για κατανάλωση, αλλά και ως τρόπος κατανόησης της ζωής και στενής επαφής με το φυσικό περιβάλλον (Stedman, 2003). Με άλλα λόγια, η αλιεία αγγίζει όλες τις πτυχές του πολιτισμού (Ford, 2011). Δημιουργεί ένα σύνολο γνώσεων, δεξιοτήτων και τεχνικών που μεταδίδονται από τη μία γενιά στην άλλη. Όλα αυτά δηλώνουν ότι η αλιεία είναι κάτι που χαρακτηρίζει την κοινωνία στο σύνολό της. Πλέον υπάρχουν τρεις βασικοί κλάδοι της αλιευτικής βιομηχανίας: ο εμπορικός/επαγγελματικός, ο ερασιτεχνικός και ο τομέας της ψυχαγωγίας. Ωστόσο, η συνεχόμενη κρίση της επαγγελματικής αλιείας σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο, οδήγησε αρκετούς ερευνητές να εξετάσουν τις δυνατότητες της ψυχαγωγικής αλιείας.

Η διεθνής βιβλιογραφία περιλαμβάνει διάφορους ορισμούς για την ψυχαγωγική αλιεία καθώς και για τα συστατικά της μέρη. Αρχικά, ο Smith (1986) υποστήριξε παρόλο που η αλιεία αποτελεί βασικό κομμάτι στην ζωή των ανθρώπων, στις αναπτυγμένες βιομηχανικές χώρες εξελίσσεται ως μια δραστηριότητα ελεύθερου χρόνου με ψυχαγωγικό χαρακτήρα. Με αυτό τον τρόπο η αλιεία αρχίζει να συνδέεται με την προσωπική ευημερία παρά τις διατροφικές προοπτικές (Smith, 1986). Αυτή η εξέλιξη έχει μειώσει αισθητά την ποσότητα των αλιευμάτων (Cooke & Cowx, 2004), αφού οι διατροφικές συνήθειες των ανθρώπων δεν εξαρτώνται κατά αποκλειστικότητα από την αλιεία. Πλέον περιλαμβάνει κάθε είδος αλιείας που μπορεί να επικεντρωθεί στην αναψυχή, την ευχαρίστηση, τον ανταγωνισμό ή ακόμα και στον τουρισμό. Επιπρόσθετα, κάποιοι ορισμοί που έχουν δοθεί στην ψυχαγωγική αλιεία έχουν επικεντρωθεί στους ίδιους τους αλιείς, όπου μέσα από τις συμπεριφορές τους και τα χαρακτηριστικά στον τρόπο ψαρέματός τους προσπάθησαν να βγάλουν κάποια συμπεράσματα. Ο Graefe (1980) έδωσε μεγάλη βαρύτητα στο καταναλωτικό πρότυπο των αλιέων χωρίζοντας έτσι τις καταναλωτικές συμπεριφορές σε τρεις κατηγορίες, χαμηλή κατανάλωση, μεσαία κατανάλωση και υψηλή κατανάλωση. Έπειτα, οι Graefe & Ditton (1986,) ταξινόμησαν αυτές τις τρεις κατηγορίες με βάση τη σημασία που δίνουν οι ψαράδες για την αλίευση ενός ψαριού. Η υψηλή επικεντρώνεται στην σημασία της αλιευτικής δραστηριότητας αλλά και των επιμέρους αλιευτικών στοιχείων.

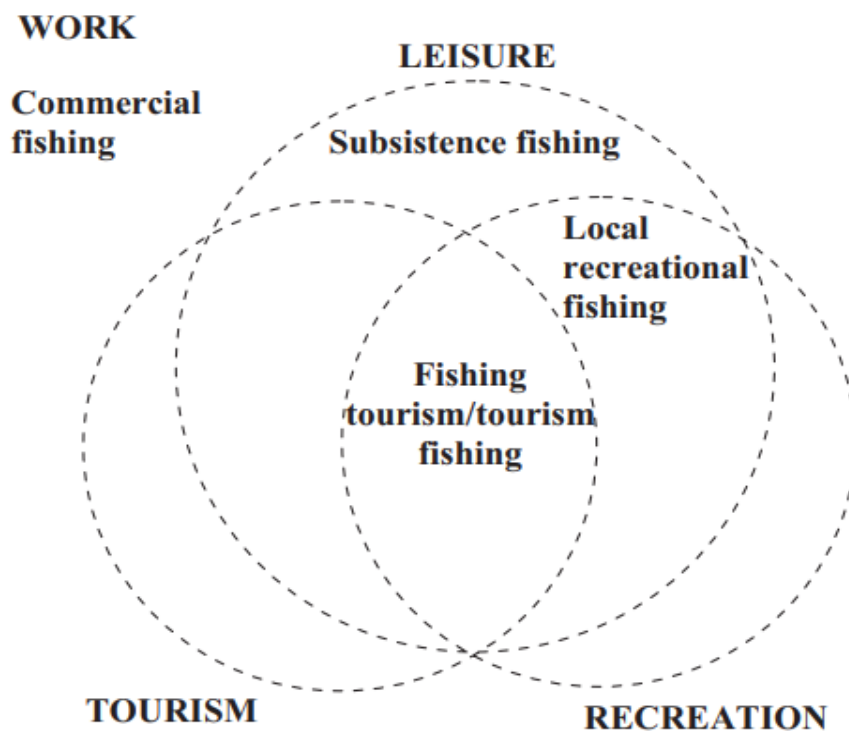
Η χαμηλή κατανάλωση εστιάζει κυρίως σε αυτούς του αλιείες που περισσότερο τους ενδιαφέρει η απόδραση στην φύση, η χαλάρωση και γενικότερα ότι διαφέρει από την καθημερινή ρουτίνα. Σε αυτή την κατηγορία το μεγαλύτερο ποσοστό των αλιέων είναι ικανοποιημένοι από το ταξίδι τους. (Graefe & Ditton 1986.). Με βάση τους παραπάνω ορισμούς βγαίνει το συμπέρασμα πως η ψυχαγωγική αλιεία δεν μπορεί να είναι εμπορική ούτε άρρηκτα συνδεδεμένη με την αλιεία διαβίωσης καθώς δεν εμπεριέχει ούτε αποσκοπεί σε οικονομικά οφέλη (Arlinghaus et al. 2020)

2.4 Ψυχαγωγική αλιεία και Τουρισμός - Ορισμός Αλιευτικού Τουρισμού

Αν και η ψυχαγωγική αλιεία έχει μελετηθεί αρκετά από αξιόλογους ερευνητές, είναι εντυπωσιακό πως υπάρχει μια μικρή βιβλιογραφία η οποία αναγνωρίζει την ψυχαγωγική αλιεία ως τουρισμό Holland et al. (1998), Ditton et al. (2002) και Zwim et al. (2005). Αυτή η ελάχιστη βιβλιογραφική ανασκόπηση προσπαθεί να εντάξει τον αλιευτικό τουρισμό ως μια αυτόνομη μορφή τουρισμού (Smith 1986; Ditton et al. 2002). Μια εξήγηση για αυτή την τάση είναι ότι στόχος των περισσότερων ερευνών ήταν η διαχείριση και η διατήρηση των πόρων. Ήδη από το 1970 οι τουριστικές έρευνες άρχισαν να επικεντρώνονται στη σχέση μεταξύ τουρισμού και φυσικών πόρων όπου υλοποιείται αυτή η δραστηριότητα. Οι παραπάνω μελέτες τονίζουν την ραγδαία εξέλιξη της αλιείας σε επίπεδο που σχετίζονται άμεσα με τον ελεύθερο χρόνο αλλά και την ανάγκη των ατόμων για διακοπές που βασίζονται σε αυτή. Αυτός είναι ο λόγος που στην διεθνή βιβλιογραφία έχουν δοθεί αρκετοί ορισμοί που περιγράφουν την σχέση μεταξύ αλιείας και τουρισμού. Αρχικά οι Bauer & Herr (2004) τόνισαν πως η έννοια του αλιευτικού τουρισμού εμπεριέχει αρκετά στοιχεία του τουρισμού, όπως το ταξίδι από μία περιοχή σε μία άλλη, τις τουριστικές υπηρεσίες οι οποίες παρέχουν το προϊόν, την διανυκτέρευση, τον ελεύθερο χρόνο αλλά και την αναψυχή. Σύμφωνα με μια άλλη εκδοχή ο MacCannell (1989) διατύπωσε πως ο τουρισμός που βασίζεται στο ψάρεμα είναι ένα ταξίδι αναψυχής όπου το άτομο μετακινείται από τον τόπο καταγωγής του σε μια άλλη περιοχή για διανυκτέρευση με σκοπό να συμμετάσχει σε μια αλιευτική δραστηριότητα λαμβάνοντας τουριστικές υπηρεσίες. Ωστόσο ο Wight (1996) θεώρησε πως αυτοί οι ορισμοί είναι αρκετά γενικοί υποστηρίζοντας πως θα πρέπει να υπάρξει ένας διαχωρισμός των τουριστών ανάλογα με τις προσδοκίες και το ενδιαφέρον τους για τα ταξίδια ψαρέματος. Για αυτό το λόγο χρησιμοποιήθηκαν δύο έννοιες για να

περιγράψουν τις δύο αυτές ομάδες κινητικότητας, τον <<ειδικό>> και τον <<γενικό>> (Wight 1996). Με βάση αυτούς τους δύο ορισμούς το κίνητρο για τα ταξίδια ψαρέματος είναι διαφορετικό και δεν θα πρέπει να συγκρίνεται μεταξύ τους.

Το παρακάτω σχήμα απεικονίζει τη σχέση μεταξύ αλιείας, ελεύθερου χρόνου, τουρισμού και αναψυχής. Οι έννοιες μπορούν να προσεγγιστούν εφαρμόζοντας τους ορισμούς Kauppara και Karjalainen (2012) περί ελεύθερου χρόνου, τουρισμού και αναψυχής.



Σχήμα 1: Σχέση μεταξύ αλιείας, ελεύθερου χρόνου, αναψυχής και τουρισμού.

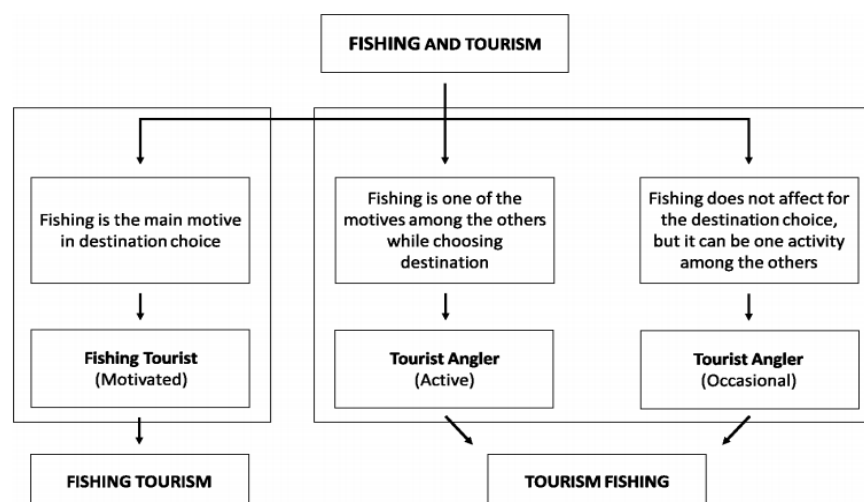
Πηγή: Kauppara και Karjalainen (2012), A process model to assess the regional economic impacts of fishing tourism: A case study in northern Finland

Το σημείο εκκίνησης είναι ένας διαθέσιμος χρόνος, ο οποίος χωρίζεται σε δύο μέρη, την εργασία και τον ελεύθερο χρόνο. Υπάρχει μια αντίθεση μεταξύ εργασίας και του ελεύθερου χρόνου καθώς ο ελεύθερος χρόνος είναι ο «χρόνος μη εργασίας» τον οποίο το άτομο επιλέγει να κάνει ότι επιθυμεί. Με αυτό τον τρόπο φαίνεται η εμφανής διαφορά μεταξύ εμπορικής και ψυχαγωγικής αλιείας. Ο ορισμός του τουρισμού έχει επωθεί πιο πάνω. Στην προκειμένη περίπτωση εμπεριέχει τόσο τον τουρισμό αναψυχής

όσο και τον επιχειρηματικό τουρισμό. Όσον αφορά την αναψυχή, εννοείται η ενασχόληση με διάφορες δραστηριότητες που μπορεί να υλοποιήσει ένα άτομο στο καθημερινό του περιβάλλον. Επομένως, δεν είναι απαραίτητη η μετακίνηση σε κάποιον άλλο προορισμό για την παροχή υπηρεσιών. Με αυτό τον τρόπο μπορεί να πασιφανής η διαφορά μεταξύ τουρισμού και αναψυχής. Παρόλα αυτά, υπάρχει άμεση σχέση μεταξύ αυτών των δύο εννοιών όταν μιλάμε για τουρισμό αναψυχής, όπου ο τουρίστας μετακινείται από την περιοχή καταγωγής σε κάποιον άλλο προορισμό για να υλοποιήσει ορισμένες δραστηριότητες χρησιμοποιώντας τουριστικές υπηρεσίες που τις παρέχει ο ιδιωτικός τομέας. Στην προκειμένη περίπτωση γίνεται αναφορά για τον αλιευτικό τουρισμό.

2.5 Αλιευτικός Τουρισμός και Τουρισμός Αλιείας

Όσον αφορά τη σχέση μεταξύ της αλιείας και του τουρισμού, η διεθνής βιβλιογραφία έχει αναπτύξει δύο διαφορετικές έννοιες, τον αλιευτικό τουρισμό και τον τουρισμό αλιείας (Kauppila και Karjalainen, 2012). Και στις δύο περιπτώσεις, το ψάρεμα πραγματοποιείται κατά τη διάρκεια του ελεύθερου χρόνου και έχει τουριστικό και ψυχαγωγικό χαρακτήρα. Η κύρια διαφορά μεταξύ του αλιευτικού τουρισμού και του τουρισμού αλιείας είναι η σημασία της αλιείας ως κίνητρο για το ταξίδι. Στην πρώτη περίπτωση η αλιεία αποτελεί το βασικό κίνητρο για το ταξίδι, ενώ στην δεύτερη περίπτωση αποτελεί ένα μόνο κίνητρο μεταξύ άλλων για την επιλογή προορισμού.



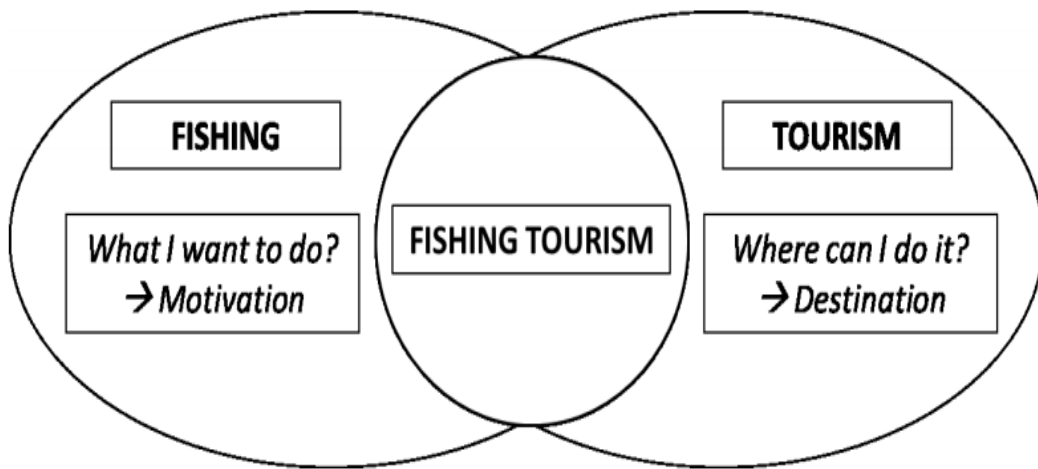
Σχήμα 2: Αλιευτικός Τουρισμός και Τουρισμός Αλιείας

Πηγή: (Lari Turunen, Raija Komppula, Juho Pesonen), Fishing as a Tourist Experience: Finnish Recreational Fishermen

Σύμφωνα με τον (Jaakkola et al. 1990), στον αλιευτικό τουρισμό η πραγματική αναψυχή συνδέεται με την αλιευτική δραστηριότητα καθώς οι αλιείς μετακινούνται σε κάποιον άλλο προορισμό για να αποκτήσουν νέες εμπειρίες πάνω στο χόμπι τους. Από την άλλη πλευρά, στον τουρισμό αλιείας οι αλιείς ενσωματώνουν την αλιευτική δραστηριότητα στο ταξίδι τους χωρίς όμως να αποτελεί καθοριστικό παράγοντα. Επιπρόσθετα, η διαφορά μεταξύ αλιευτικού τουρισμού και τουρισμού αλιείας μπορεί να προσδιοριστεί με κάποιες έννοιες που είναι οικίες όταν ο τουρισμός βασίζεται στον πολιτισμό(τουρίστας με κουλτούρα, εμπνευσμένος από τον πολιτισμό, προεγκυόμενος από τον πολιτισμό). Εάν το κύριο κίνητρο στη διαδικασία επιλογής προορισμού είναι η αλιεία, τότε ο τουρίστας ψαρέματος μπορεί να θεωρηθεί ως τουρίστας με κίνητρο για ψάρεμα. Αντιστοίχως, εάν η αλιεία είναι ένα μόνο κίνητρο μεταξύ των άλλων κινήτρων, τότε ο τουρίστας ψαρέματος φαίνεται να μοιάζει με έναν τουρίστα που εμπνέεται από την αλιεία. Επιπλέον, επειδή ο ρόλος της αλιείας είναι δευτερεύων στη διαδικασία επιλογής προορισμού, ο τουρίστας ψαρέματος είναι στην πραγματικότητα ψαράς του τουρισμού. Τέλος, σε πολλές περιπτώσεις οι τουρίστες λαμβάνουν την απόφασή τους για το εάν και πού να ψαρεύουν όταν φτάνουν στον προορισμό. Επομένως, η αλιεία δεν έχει νόημα στη διαδικασία επιλογής προορισμού. Ο τουρίστας ψαρέματος ορίζεται ως τουρίστας που προσελκύει ψάρεμα. Σε γενικές γραμμές, είναι δύσκολο - ίσως αδύνατο - να διαχωριστούν εκείνοι που ασκούν τον τουρισμό αλιείας από εκείνους που ασκούν τον τουρισμό στην αλιεία κατά τη μέτρηση των περιφερειακών οικονομικών επιπτώσεων του αλιευτικού τουρισμού.

Οι σαφείς διαφορές μεταξύ των δύο εννοιών οδήγησαν κάποιους συγγραφείς να υποστηρίξουν πως ο τουρισμός αλιείας δεν θα πρέπει να θεωρείται κομμάτι του αλιευτικού τουρισμού (Jaakkola et al. 1990). Αυτοί οι επονομαζόμενοι <<ψαράδες του τουρισμού>> μπορεί να βρίσκονται σε ένα ταξίδι ψαρέματος χωρίς να είναι κύριος σκοπός του ταξιδιού τους το ψάρεμα. Αντίθετοι με αυτό το σκεπτικό ήταν οι Laiho et al. (2005) καθώς θεώρησαν πως οι τουρίστες δεν σκέφτονται όλοι με τον ίδιο τρόπο. Διατύπωσαν ότι όταν κάποιος συμμετέχει σε ένα ταξίδι ψαρέματος καταναλώνει τους ίδιους πόρους με τους υπόλοιπους τουρίστες . Για αυτό τον λόγο θεώρησαν πως πρέπει να υπάρξει μόνο η ονομασία του αλιευτικού τουρισμού καθώς ο σκοπός του ταξιδιού δεν επηρεάζει την συνολική δραστηριότητα (Laiho et al. 2005).

Γενικότερα με τον αλιευτικό τουρισμό, ο τουρίστας μετακινείται από τον τόπο καταγωγής του σε μια άλλη περιοχή για διανυκτέρευση με σκοπό να συμμετάσχει σε μια αλιευτική δραστηριότητα λαμβάνοντας τουριστικές υπηρεσίες MacCannell (1989). Έτσι, ο αλιευτικός τουρισμός συνδυάζει δύο ανεξάρτητες έννοιες (1) Ψάρεμα, και (2) Τουρισμό, όπου το «ψάρεμα» απαντά στην ερώτηση του καταναλωτή «Τι θέλω να κάνω» και «τουρισμός» με τη σειρά του « Πού μπορώ να το κάνω »(Jaakkola et al. 1990).



Σχήμα 3: Η ανάλυση του Αλιευτικού Τουρισμού

Πηγή:Jaakkola et al. (1990), International fishing tourism, past, present and future

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1. Η εξέλιξη του Αλιευτικού Τουρισμού

Με την πάροδο του χρόνου, τα καλύτερα συστήματα μεταφοράς, τα φθηνότερα ταξίδια καθώς και οι δυνατότητες που παρείχε το Διαδίκτυο οδήγησαν στην αύξηση του διεθνούς αλιευτικού τουρισμού (Smith και Eadington 1992). Αυτοί οι παράγοντες ενίσχυσαν την τάση για συχνότερες και συντομότερες διακοπές δίνοντας την ευκαιρία στους τουρίστες να ταξιδεύουν μακριά από το σπίτι τους και να ασχοληθούν ενεργά με δραστηριότητες αναψυχής. Αυτό το πρωτοποριακό και ταυτόχρονα καινοτόμο τουριστικό προϊόν προέβλεπε την διεξαγωγή ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων πάνω σε ένα τουριστικό σκάφος το οποίο πραγματοποιούσε την μεταφορά των τουριστών με την συνοδεία πληρώματος. Αυτή η δραστηριότητα αναπτύχθηκε σιγά σιγά σε πολλές περιοχές παγκοσμίως καθώς αποτέλεσε μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που βασίζεται σε παραδοσιακές δραστηριότητες, προσελκύοντας τουρίστες να ζήσουν αυθεντικές εμπειρίες. Μπορεί να υπάρχουν κάποιες διαφοροποιήσεις όσον αφορά τα μέρη επίσκεψης κάθε προορισμού ή τα πιάτα που σερβίρονται (κάποιες φορές το πακέτο δεν περιέχει φαγητό), αλλά σε γενικές γραμμές οι δραστηριότητες που προσφέρονται σε κάθε ταξίδι περιέχουν:

- 1) Ρίψη και τράβηγμα δικτυών με ενεργό συμμετοχή των τουριστών. Κατά την διάρκεια αυτής της δραστηριότητας οι επαγγελματίες αλιείς εξηγούν στους τουρίστες τις παραδοσιακές τεχνικές αλιείας, περιγράφουν τα είδη ψαριών που αλιευτήκαν καθώς και τους δίνουν συμβουλές για την προστασία του θαλάσσιου οικοσυστήματος.
- 2) Κολύμπι ή καταδύσεις σε απόμερες παραλίες που είναι προσβάσιμες μόνο με βάρκα
- 3) Μεσημεριανό γεύμα που ετοιμάζεται επί του σκάφους με τα ψάρια που μόλις πιάστηκαν σύμφωνα με τοπικές συνταγές που συνήθως εκτελούν οι γυναίκες των ψαράδων.
- 4) Επίσκεψη σε ιδιαίτερες τοποθεσίες ιστορικού και πολιτισμικού ενδιαφέροντος

Θεωρείται σημαντική πηγή συμπληρωματικού εισοδήματος καθώς μειώνεται αισθητά η αλιευτική προσπάθεια, προστατεύεται το θαλάσσιο περιβάλλον και ταυτόχρονα ενισχύεται το πολιτισμικό ενδιαφέρον στις παράκτιες κοινότητες. Πιο συγκεκριμένα η Bellia (2011) βασισμένη στο τρίγωνο της αειφορίας υποστηρίζει πως αυτή η μορφή

τουρισμού αποτελεί παράδειγμα βιωσιμότητας. Αυτό καθώς αποφέρει μεγαλύτερο κέρδος στους αλιείς σε σχέση με την επαγγελματική αλιεία δημιουργώντας ένα επιπρόσθετο εισόδημα (οικονομική βιωσιμότητα). Παράλληλα, οι ψαράδες χρησιμοποιούν ελάχιστα αλιευτικά εργαλεία κατά την διεξαγωγή του αλιευτικού ταξιδιού με αποτέλεσμα την σύλληψη μικρότερης ποσότητας ψαριών σε σχέση με μια μέρα κανονικής εμπορικής αλιείας(περιβαλλοντική βιωσιμότητα). Τέλος αυξάνεται η αναγνώριση του επαγγέλματος καθώς προωθείται η αλιευτική πολιτισμική κληρονομιά και γενικότερα η ιστορία των παράκτιων περιοχών. Έτσι οι αλιείς βρίσκονται στο επίκεντρο όλης αυτής της προσπάθειας καθώς όχι μόνο διατηρούν τα ιχθυαποθέματα, αλλά κρατούν με την βοήθεια του τουρισμού τον κλάδο της αλιείας ζωντανό (κοινωνική βιωσιμότητα).

3.2 Η εξάπλωση του αλιευτικού τουρισμού

Ένα από τα πιο σύνηθες προβλήματα που αντιμετωπίζει ο σύγχρονος πολιτισμός είναι η δυσκολία να ισορροπήσει τις ανθρώπινες δραστηριότητες με την διατήρηση του περιβάλλοντος. Αυτό το ζήτημα αφορά ιδιαίτερα τις κοινωνικά ευάλωτες περιοχές μέσα στις οποίες υλοποιούνται αρκετές κοινωνικοοικονομικές δραστηριότητες. Σε αρκετές χώρες, οι παράκτιες και οι νησιωτικές ζώνες μπορούν να θεωρηθούν ως τέτοιες περιοχές καθώς αποτελούν τουριστικούς προορισμούς για πολλούς επισκέπτες. Μια δραστηριότητα που δείχνει να μπορεί να αντιμετωπίσει τα παραπάνω προβλήματα είναι ο βιώσιμος τουρισμός. Αποτελεί ουσιαστικά μια έννοια που επιτρέπει την επίσκεψη σε μέρη χωρίς να δημιουργούνται αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία, το περιβάλλον και την ευρύτερη οικονομία (Butler 1999). Επιτυγχάνεται με αυτό τον τρόπο μια αρμονία μεταξύ της τουριστικής δραστηριότητας, του περιβάλλοντος και των αναγκών των τοπικών κοινοτήτων. Πιο συγκεκριμένα, ο βιώσιμος τουρισμός που εμπεριέχει και θέματα αλιείας εφαρμόστηκε σταδιακά ανάλογα με τη ζήτηση σε διάφορες νησιωτικές και παράκτιες περιοχές. Είναι αρκετά δύσκολο να προσδιορίσουμε από πού ξεκίνησε ο αλιευτικός τουρισμός καθώς φαίνεται πως αυτή η μορφή τουρισμού πιθανώς να είναι τόσο παλιά όσο και ο τουρισμός. Είναι πιθανό να εμφανίστηκε σε διάφορα μέρη του πλανήτη χωρίς όμως να επικρατεί η ιδέα της σημερινής εποχής. Στην πορεία, αρκετές χώρες τόσο στην Ευρώπη όσο και σε διεθνές επίπεδο βλέποντας το επιτυχημένο τουριστικό μοντέλο των αλιευτικών ταξιδιών, ενδιαφέρθηκαν και αυτές να υλοποιήσουν το συγκεκριμένο πρωτοποριακό προϊόν και στις δικές τους περιοχές.

3.3 Αλιευτικός Τουρισμός στη Μεσόγειο

Η εξάπλωση του αλιευτικού τουρισμού δεν ήταν τόσο ομοιογενής, καθώς οι χώρες που συνόρευαν με την Μεσόγειο θάλασσα ευνοήθηκαν λίγο περισσότερο στην ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού. Η αλιεία αποτελεί μια από τις βασικές μηχανές αειφόρου ανάπτυξης στην ανατολική Μεσόγειο, τόσο για την οικονομική της επιρροή όσο και για την κοινωνική της διάσταση. Γενικότερα, η Μεσόγειος θεωρείται μια από τις σημαντικότερες θάλασσες της Ευρώπης τόσο για το πλούσιο οξυγόνο της όσο και για την υψηλή αλατότητα σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές θάλασσες. Ο αλιευτικός στόλος της Μεσογείου φτάνει περίπου τα 82.000 σκάφη, από τα οποία τα σκάφη μικρής κλίμακας αποτελούν το 80%. Ο τομέας της αλιείας στην Μεσόγειο παρέχει περίπου 314.000 άμεσες θέσεις εργασίας (FAO, 2016). Γενικότερα, Μεσόγειος έχει γίνει η κορυφαία τουριστική περιοχή στον κόσμο, αντιπροσωπεύοντας περίπου το 35% όλων των διεθνών τουριστικών αφίξεων και εσόδων (Farsari et al., 2007). Διαφορετικές δραστηριότητες αναψυχής, όπως ψυχαγωγική αλιεία, καταδύσεις, παρακολούθηση φαλαινών έχουν αναπτυχθεί με σκοπό την προσέλκυση τουριστών από όλο τον κόσμο (Lloret, 2010).

Παρόλα αυτά, η ανθρώπινη ένταση που προέρχεται κατά κύριο λόγο από τους επαγγελματίες αλιείς έχει προκαλέσει σοβαρές μειώσεις στα ιχθυοαποθέματα αλλά και πολλά σημεία ρύπανσης. Επιπρόσθετα, παρατηρούνται ανισορροπίες μεταξύ πληθυσμών ψαριών και άφιξη ξένων ειδών, πράγμα που οφείλεται στην ευπάθεια η οποία σχετίζεται με την κλιματική αλλαγή. Αρκετές επιστημονικές μελέτες επιβεβαιώνουν την σταδιακή μείωση των αποθεμάτων ψαριών και την πιθανή εξάντληση τους. Για αυτό το λόγο ζητήθηκε από πολλά κράτη μέλη της ΕΕ να μειώσουν τα αλιευτικά σκάφη αλλά και να θεσπίσουν νόμους που αποσκοπούν στην διατήρηση και τον έλεγχο των αλιευμάτων. Ωστόσο, είναι ευρέως γνωστό ότι για να υπάρξει διατήρηση των ιχθυοαποθεμάτων, απαιτούνται άμεσες και εξειδικευμένες λύσεις από τις χώρες που αποτελούν συνδυαστικό κρίκο της Μεσογείου. Αυτός αποτέλεσε ένας από τους λόγους για τους οποίους η Ευρωπαϊκή Επιτροπή Αλιείας έδωσε μεγάλη βαρύτητα στην ανάπτυξη έργων στις νησιωτικές και παράκτιες περιοχές με απώτερο σκοπό την διαφοροποίηση της αλιείας έτσι ώστε να συμβαδίζει με τον τουριστικό τομέα. Έτσι ήρθε στο προσκήνιο ο αλιευτικός τουρισμός ο οποίος αποτέλεσε μοναδική λύση για αρκετές ευρωπαϊκές χώρες, ιδιαίτερα σε αυτές που βρέχονται από την Μεσόγειο.

3.3.1 Αλιευτικός Τουρισμός σε Ιταλία και Ισπανία

Η Ιταλία αποτέλεσε την πρώτη μεσογειακή χώρα και μία από τις πρώτες παγκοσμίως όπου γεννήθηκε ο αλιευτικός τουρισμός με την ονομασία του pesca-turismo. Το 1982 βάση νομοθετικού πλαισίου ο pesca-τουρισμός ορίζεται ως την επιβίβαση μη αλιέων ηλικίας άνω των 14 ετών σε αλιευτικά σκάφη με απώτερο σκοπό τον τουρισμό αναψυχής (Saba et al. 2013). Μόνο οι ψαράδες έχουν την δυνατότητα να προτείνουν δραστηριότητες pesca-τουρισμού, πάντα στηριζόμενοι στις εδαφικές ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής. Πέρα από τα θαλάσσια ύδατα ο pesca-τουρισμός αναπτύσσεται επίσης κατά μήκος ποταμών και λιμνοθαλασσών προσδίδοντας μια ποικιλομορφία στις επιλογές των τουριστών. Επιπλέον δίνεται η δυνατότητα στους τουρίστες να περάσουν μία ή περισσότερες μέρες στις οικίες των ψαράδων νοικιάζοντας ένα δωμάτιο. Με αυτό τον τρόπο οι επισκέπτες συμμετέχουν στην καθημερινή ρουτίνα του ιδιοκτήτη καθώς του δίνεται η ευκαιρία να προβούν σε οικιακές εργασίες σχετικές με την αλιεία. Αυτό το είδος εξέλιξης του pescaturism ονομάζεται itti-turismo (ichthyotourism) (Saba et al. 2013). Αυτή η καινοτόμα ιδέα βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην εξερεύνηση των τοπικών πολιτισμικών χαρακτηριστικών των παράκτιων περιοχών προσδίδοντας ταυτόχρονα την αίσθηση της φιλοξενίας. Η βασική διαφορά μεταξύ αγροτουρισμού και του ιχθυοτουρισμού είναι ότι ο δεύτερος αφορά παράκτιες και νησιωτικές κοινότητες, ενώ ο πρώτος είναι στενά συνδεδεμένος με τη γεωργία και γενικότερα τις αγροτικές περιοχές. Αν και ο pesca-τουρισμός έχει μακρά ιστορία, εξακολουθεί έως και σήμερα να αποτελεί ένα πρωτοποριακό τουριστικό προϊόν. Αυτό γιατί οι επαγγελματίες αλιείς αλλά και οι αλιευτικές εταιρίες ξεπερνούν τα επιχειρηματικά κέρδη και δίνουν μεγάλη βαρύτητα στη δημιουργία φιλικών σχέσεων με τους καταναλωτές προσφέροντας μια αξέχαστη τουριστική εμπειρία.

Στην Ισπανία, η ύπαρξη αλιευτικών ενώσεων υπολογίζεται κατά τον δέκατο τρίτο αιώνα. Γενικότερα οι παράκτιες κοινότητες εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την αλιεία, ειδικότερα στο βορειοδυτικό κομμάτι της Ισπανίας που βρίσκεται η Γαλικία (Surís-Regueiro και Santiago, 2014). Αξίζει να σημειωθεί ότι το εργατικό δυναμικό που ασχολείται με τον κλάδο της αλιείας στην ευρύτερη περιοχή αντιπροσωπεύει το 4,6% της ΕΕ (Villasante, 2010). Το 2009 η κυβέρνηση της Γαλικίας προσπάθησε να δημοσιεύσει ένα κανονισμό για την ανάπτυξη του αλιευτικού τουρισμού αλλά η όλη προσπάθεια δεν καρποφόρησε. Στις αρχές του εικοστού πρώτου αιώνα, ο αλιευτικός τουρισμός κατάφερε να συμπεριληφθεί στην αλιευτική νομοθεσία της Ισπανίας με

σκοπό την προώθηση της οικονομικής διαφοροποίησης του τομέα της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας. Αν και ξεκίνησαν πολλά έργα για την ανάδειξη της συγκεκριμένης δραστηριότητας στη Γαλικία η εξέλιξη δεν ήταν η ιδανική καθώς δημιουργήθηκαν δυσκολίες που είχαν να κάνουν με την έλλειψη τουριστικής κατάρτισης των αλιέων (Pardellas,2016) και της ελάχιστης θεσμικής υποστήριξης και των ειδικών κανονισμών που στρέφονται γύρω από αυτή τη δραστηριότητα.

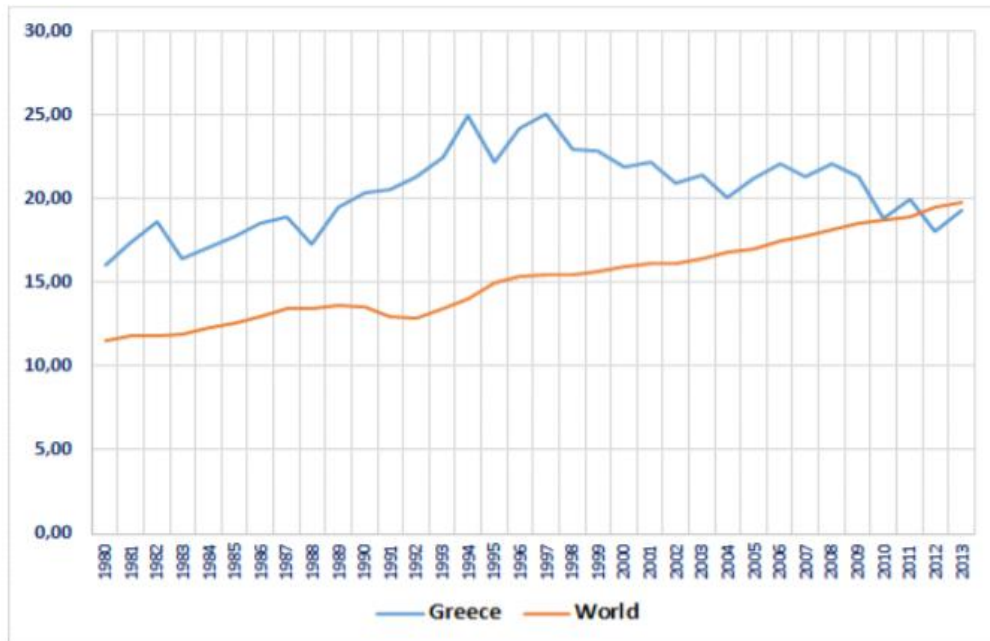
3.4 Μελέτη Περίπτωσης- Ελλάδα

3.4.1 Αλιεία στην Ελλάδα

Η Ελλάδα χαρακτηρίζεται τα τελευταία τριάντα χρόνια ως μια χώρα με ιδιαίτερη και παραδοσιακή αλιευτική παράδοση η οποία παρατηρείται τόσο στις νησιωτικές όσο και στις παράκτιες κοινότητες. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Γενικής Διεύθυνσης Αλιείας του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, ο αλιευτικός μας στόλος αποτελείται από 14.985 σκάφη συνολικής χωρητικότητας 71.085 (GT) και ισχύς 426.683 k.w. Η μέση ηλικία των σκαφών μας αυξήθηκε κατά 2,7% με βάση την τελευταία μέτρηση το 2016 φτάνοντας τα 30,22 έτη. Αξίζει σε αυτό το σημείο να αναφερθεί πως το 94,3% αφορά σκάφη μήκους 0-11 μέτρων, ακολουθούμενα από αυτά των 12-23 μέτρων (4,6%) και τα 24-39 μέτρων(1,1%). Η συνεισφορά των μικρών σκαφών μήκους 0–11 μέτρων στον ελληνικό στόλο είναι 94,3%, ακολουθούμενη από σκάφη μήκους 12–23 μ., 4,6% και σκαφών μήκους 24–39 μ. 1,1. Σε ότι έχει να κάνει με την απασχόληση, σύμφωνα με τα στοιχεία του 2015 ο τομέας της αλιείας στη χώρα μας (FTE) απασχολεί 23.431 άτομα, το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών να απαρτίζεται στα σκάφη μικρής κλίμακας 0-11m (FARNET,2014). Εστιάζοντας στο εργατικό δυναμικό, το 96% αποτελείται από άνδρες και το 4% από γυναίκες. Από αυτούς, το 74,8% ξεπερνά τα 40 έτη, από τα οποία το 64,4% είναι από 40-64 ετών και το υπόλοιπο 10,4% άνω των 65 ετών. Τέλος , με βάση το επίπεδο εκπαίδευσης, το 57% είναι απόφοιτοι δημοτικού, το 36,5% απόφοιτοι γυμνασίου και το 6,2% απόφοιτοι της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (FAO ,2019).

Κατά την περίοδο 1980-2011, σύμφωνα με τα στοιχεία που υπέβαλε η (FAO ,2019), η κατά κεφαλήν παραγωγή της ελληνικής αλιείας ήταν μεγαλύτερη από την αντίστοιχη παραγωγή παγκοσμίως. Πιο συγκεκριμένα, το 1997 η κατά κεφαλήν παραγωγή της Ελλάδας ήταν 25 τόνοι ενώ ταυτόχρονα η μέση παραγωγή παγκοσμίως ξεπερνούσε οριακά τους 15 τόνους. Η μείωση που επήλθε τα τελευταία 15 χρόνια οδήγησε για

πρώτη φορά την διετή περίοδο 2012-2013 η παγκόσμια κατά κεφαλήν παραγωγή να ξεπεράσει την ελληνική.(European Parliament Resolution,2017)

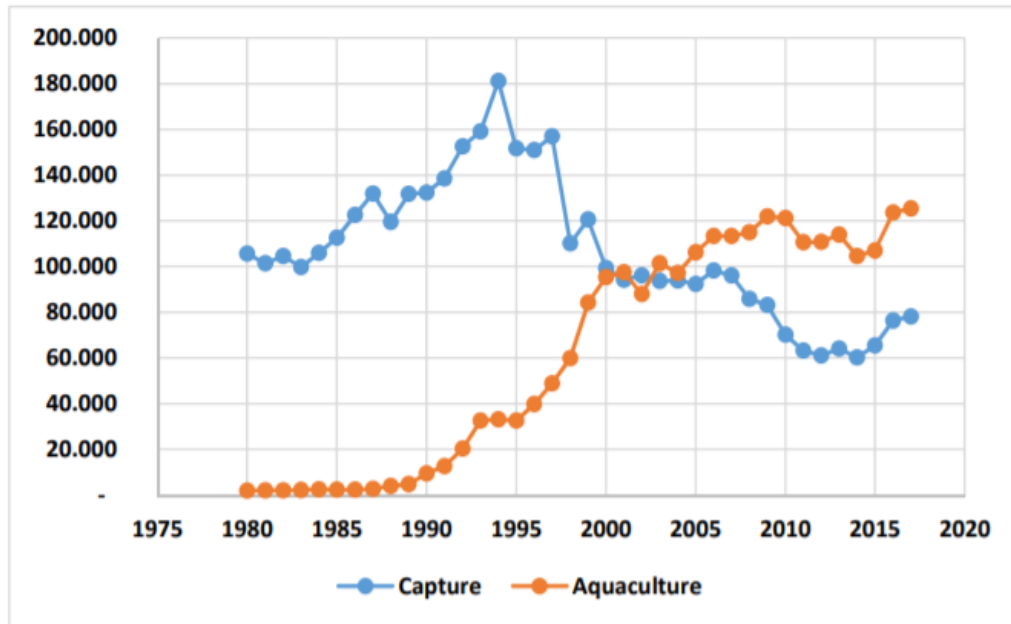


Γράφημα 1: η κατά κεφαλήν παραγωγή αλιείας και άλλων προϊόντων στην Ελλάδα και παγκοσμίως (σε τόνους).

Πηγή: Stella Sofia I. Kyvelou and Dimitrios G. Ierapetritis, Fisheries Sustainability through Soft Multi-Use Maritime Spatial Planning and Local Development Co-Management: Potentials and Challenges in Greece

Πιο συγκεκριμένα, η εθνική παραγωγή προϊόντων αλιείας και υδατοκαλλιέργειας το 2017 ανήλθε συνολικά σε 203.612 τόνους, εκ των οποίων το 38,4% (78.190 τόνοι) ήταν προϊόντα βαθέων υδάτων και το υπόλοιπο 61,6% (125.422 τόνοι) ήταν προϊόντα υδατοκαλλιέργειας. Τις τελευταίες δεκαετίες, η αλιεία και η υδατοκαλλιέργεια στην χώρα μας συμβάλει σταθερά κατά 0,4% του εθνικού ΑΕΠ παρουσιάζοντας με αυτό τον τρόπο αξιοσημείωτη δραστηριότητα στους συγκεκριμένους τομείς καθώς οι βαθμολογίες της είναι υψηλότερες από όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ στους δύο αυτούς τομείς (EUMOFA,2019). Με βάση τα πιο πρόσφατα στοιχεία η χώρα μας παράγει 170.000 τόνους, από τους οποίους οι 106.000 προέρχονται από δραστηριότητες υδατοκαλλιέργειας και οι υπόλοιποι 64.000 τόνοι από βιοτεχνικές αλιευτικές

προσπάθειες, αποτελώντας συνολικά το 2,6% της συνολικής αλιευτικής παραγωγής στην ΕΕ και 0,1% της παγκόσμιας παραγωγής. Η Ελλάδα αποτελεί ένα από τα πέντε κράτη μέλη της ΕΕ που παράγουν συνολικά τα $\frac{3}{4}$ της συνολικής παραγωγής υδατοκαλλιέργειας, τόσο σε ποσότητα όσο και σε αξία. Ειδικότερα, βάση στατιστικών στοιχείων η χώρα μας κατατάσσεται τέταρτη(11%) έπειτα από το Ηνωμένο Βασίλειο (24%), Γαλλία (15%), Ισπανία (12%) και Ιταλία (11%) (FARNET,2014).



Γράφημα 2: Συνολική παραγωγή αλιείας και υδατοκαλλιέργειας βαθέων υδάτων στην Ελλάδα κατά την περίοδο 1980-2017 (σε τόνους).

Πηγή: Stella Sofia I. Kyvelou and Dimitrios G. Ierapetritis, Fisheries Sustainability through Soft Multi-Use Maritime Spatial Planning and Local Development Co-Management: Potentials and Challenges in Greece

3.4.2 Αλιευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα

Παρόλο που η αλιεία παραμένει μια ζωτικής σημασίας δραστηριότητα για τις ελληνικές παράκτιες και νησιωτικές κοινότητες, η αλιευτική βιομηχανία διατρέχει μεγάλο κίνδυνο εξαιτίας της υπερβολικής εκμετάλλευσης των θαλάσσιων πόρων, τις παράνομες τεχνικές αλίευσης αλλά και στη γενικότερη ρύπανση του θαλάσσιου οικοσυστήματος. Καθώς οι παραπάνω παράγοντες περιορίζουν αρκετά το αλιευτικό εισόδημα, κάποιοι αλιείς αναγκάστηκαν να αναζητήσουν εναλλακτικές λύσεις έτσι ώστε να τους αποφέρουν ένα συμπληρωματικό εισόδημα(Archipelagos Institute,2019). Έτσι η επιρροή από τις γείτονες χώρες (Ιταλία και Ισπανία) έφερε στο προσκήνιο τον

αλιευτικό τουρισμό ως μοναδική λύση για την διατήρηση και την αναβάθμιση του ελληνικού αλιευτικού κλάδου. Το 2004 πραγματοποιήθηκε ένα πιλοτικό πρόγραμμα με Γερμανούς τουρίστες στην Κόρινθο και την Ικαρία έτσι ώστε να προσαρμοστεί αυτό το τουριστικό προϊόν για τα ελληνικά δεδομένα. Ωστόσο η καθυστέρηση μέχρι να νομοθετηθεί αυτή η δραστηριότητα ως αυτόνομη και ανεξάρτητη μορφή τουρισμού περιόρισε αρκετά την άνθιση της. Τον Μάιο του 2015 υπογράφηκε η κοινή υπουργική απόφαση (ΚΥΑ) περί αλιευτικού τουρισμού και το ίδιο καλοκαίρι ξεκίνησαν τα πρώτα αλιευτικά ταξίδια σε Κεφαλονιά, Σαντορίνη, Σκιάθο και Χανιά. Στην πορεία αυτό το τουριστικό προϊόν διαδόθηκε και αναπτύχθηκε και σε άλλες νησιωτικές και παράκτιες περιοχές.

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία τα οποία δόθηκαν από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων ο συνολικός αριθμός κατόχων άδειας αλιευτικού τουρισμού για το 2021 ανέρχεται στους 197. Όπως φαίνεται και από τον Πίνακα 1 η πλειοψηφία αυτών βρίσκεται στις νησιωτικές περιοχές με τη Ρόδο να αποτελεί το νησί με τις περισσότερες άδειες αλιευτικού τουρισμού. Τα νησιά του Βορείου Αιγαίου μαζί με την Κρήτη βρίσκονται στις πρώτες θέσεις του Πίνακα 1 όσον αφορά τις αλιευτικές άδειες (13,70%) με την Αττική να είναι πολύ κοντά (13,19%). Στην συνέχεια ακολουθούν οι Κυκλάδες (11,16%), τα νησιά του Νότιου Αιγαίου(9,13%), η Θεσσαλία με την Πελοπόννησο (7,10%) και τέλος η Μακεδονία (7,61%), η Θράκη(6,09%) και η Ήπειρος(1,01%). Γενικότερα υπάρχει μια ισόποση κατανομή των αδειών δείχνοντας ότι παρά 6 χρόνια που υλοποιείται αυτή η τουριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα η ζήτηση για τα αλιευτικά ταξίδια είναι έντονη.

Region	Regional Unit	Fishing Tourism Licences	Total Per Region
South Aegean (13.70%)	Rhodes	20	
	Chalki	1	
	Karpathos	2	
	Kos	1	
	Kalymnos	1	
	Leros	1	
	Patmos	1	
			27
Kykklades (11.16%)	Santorini	6	
	Milos	4	
	Paros	3	
	Naxos	3	
	Mykonos	2	
	Kythnos	1	
	Antyparos	1	
	Folegandros	1	
	Koufonisi	1	
			22
Crete (13.70%)	Chania	13	
	Lasithi	6	
	Retymno	4	
	Herakleio	4	
			27
Ionian Islands (9.13%)	Kerkyra	9	
	Kefalonia	7	
	Zakynthos	1	
	Lefkada	1	
			18
Attica (13.19%)	Attica	16	
	Evvoia	8	
	Agistri	2	
			26
Thessaly (7.10%)	Magnesia/Sporades	13	
	Larissa	1	
			14

Northern Aegean (9.13%)	Mytiline	7	
	Lesvos	4	
	Chios	3	
	Samos	2	
	Agios Efstratios	2	
			18
Peloponnese (8.12%)	Laconia	4	
	Arcadia	3	
	Achaia	3	
	Elia	2	
	Poros	2	
			16
Macedonia (7.10%)	Thessaloniki	7	
	Chalkadiki	5	
	Pieria	2	
			14
Thrace (6.59%)	Evros	5	
	Alexandroupoli	3	
	Kavala	2	
	Rodopi	2	
	Komotini	1	
			--
			13
Epirus (1.01%)	Preveza	2	
			2
TOTAL			197

Πίνακας 1. Άδειες αλιευτικού τουρισμού στην Ελλάδα, 2021

Πηγή: Dimitris Tsafoutis, Theodore Metaxas, Fishing Tourism in Greece: Defining Possibilities and Prospects, Sustainability 2021, 13, 13847.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1 Ανασκόπηση βιβλιογραφίας

Καθώς ο αλιευτικός τουρισμός αποτελεί ένα τουριστικό προϊόν με πολλαπλά οφέλη η επιστημονική προσέγγιση του τα τελευταία χρόνια είναι έντονη καθώς οι μέθοδοι ανάδειξης του ποικίλουν. Έχουν αναπτυχθεί τόσο εξειδικευμένα μοντέλα αναγνώρισης του όσο και ποιοτικές και ποσοτικές μέθοδοι (συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια). Αρχικά ο δήμος Risor στη νότια Νορβηγία προσπαθώντας να εξετάσει κάποιο ενδεχόμενο περαιτέρω ανάπτυξης του θαλάσσιου αλιευτικού τουρισμού ανέπτυξε ένα ολοκληρωμένο μοντέλο με κοινωνικοοικονομικά στοιχεία που εφαρμόστηκε στο λογισμικό ExtendSim προσπαθώντας να προβλέψει τις περιβαλλοντικές συνθήκες και για τοπικά οικονομικά οφέλη για τον δήμο υπό διάφορα σενάρια διαχείρισης. Το μοντέλο είχε τρεις αλληλένδετες κύριες συνιστώσες, περιβαλλοντικό, κοινωνικό και οικονομικό, και σχεδιάστηκε για να αξιολογεί σενάρια διαχείρισης συγκρίνοντας την κατάσταση του αποθέματος γάδου, την υπολογιζόμενη οικονομική παραγωγή και έναν δείκτη δυνητικής σύγκρουσης για κάθε σενάριο. Η συγκεκριμένη έρευνα έδειξε πώς ένα μοντέλο οικοσυστήματος μπορεί να βοηθήσει τις τοπικές αρχές στη λήψη ορθολογικών αποφάσεων διαχείρισης της παράκτιας ζώνης. Παράλληλα ένα ακόμα μοντέλο δοκιμών εξισώσεων τέθηκε σε ισχύ στα παράλια της Λας Πάλμας (Ισπανία) με σκοπό να αξιολογήσει τη σχέση μεταξύ ικανοποίησης των τουριστών, των δαπανών τους από την αλιευτική δραστηριότητα αλλά και την αφοσίωση τους στην αλιευτική διαδικασία. Έτσι τρεις διαστάσεις με βάση τα παραπάνω λήφθηκαν υπόψη: 1) συνολική ικανοποίηση και ικανοποίηση που σχετίζεται με τα αλιεύματα 2) δαπάνες για τουριστικά και αλιευτικά προϊόντα και υπηρεσίες, και 3) πίστη συμπεριφοράς και συμπεριφοράς. Χρησιμοποιώντας δεδομένα που συλλέχθηκαν από 482 ψαράδες που επισκέφθηκαν τα Κανάρια Νησιά (Ισπανία) και το Πράσινο Ακρωτήριο. Η μελέτη διαπίστωσε ότι η συνολική ικανοποίηση αυξάνεται με την αντίληψη ενός πιο υγιεινού και λιγότερο μολυσμένου περιβάλλοντος στους προορισμούς. Ταυτόχρονα η ικανοποίηση από τη σύλληψη αλιευμάτων ήταν ο μόνος παράγοντας με άμεση και θετική σχέση με την πίστη στον προορισμό. Τέλος ένα ακόμα επιχειρηματικό μοντέλο εφαρμόστηκε σε ένα ψαροχώρι (Kuala Pahang) της Μαλαισίας. Αυτό το βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο βασίστηκε σε ανάλυση Porter και ανάλυση SWOT. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι δεν υπάρχει ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σύγκριση με άλλα κοντινά αξιοθέατα. Υπάρχουν πολύ λίγες τουριστικές υποδομές και

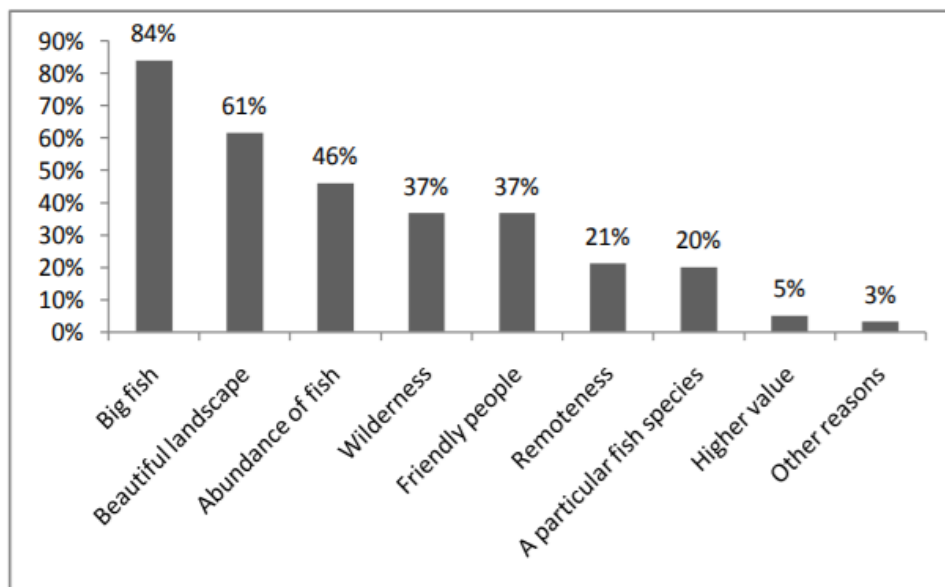
εγκαταστάσεις για τη φιλοξενία τουριστών στην περιοχή και η τοπική κοινότητα δεν δείχνει μεγάλο ενδιαφέρον να υποστηρίξει και να συμμετάσχει στην ανάπτυξη της Kuala Pahang ως τουριστικού προορισμού.

Όσον αφορά το κομμάτι των ποιοτικών μεθόδων αρκετοί ερευνητές χρησιμοποίησαν συνεντεύξεις για την εμπειρική τους ανασκόπηση. Οι συνεντεύξεις απευθύνονταν τόσο σε τοπικούς φορείς όσο και στους ίδιους τους αλιείς. Αρχικά στην περιοχή Changdao της Κίνας πραγματοποιήθηκαν ημιδομημένες συνεντεύξεις με τον δήμαρχο του χωριού και έπειτα με την τουριστική επιτροπή του χωριού για να ληφθούν οι απόψεις τους σχετικά με την κατάσταση της τουριστικής ανάπτυξης και τη συμμετοχή της κοινότητας στην ανάπτυξη του αλιευτικού τουρισμού καθώς επίσης τις ανησυχίες αλλά και τις φιλοδοξίες για το μέλλον. Στη συνέχεια ρωτήθηκαν οι ίδιοι οι κάτοικοι του χωριού συμπεριλαμβανομένων τόσο των συμμετεχόντων όσο και των μη συμμετεχόντων στον τουρισμό. Οι συνεντεύξεις με όσους δεν ασχολούνται με τον τουρισμό αποκάλυψαν τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά τους, τους λόγους για τους οποίους δεν συμμετέχουν στον τουρισμό, τη στάση απέναντι στον τουρισμό, ζητήματα και ανησυχίες και φιλοδοξίες για το μέλλον. Μια τεχνική χιονόμπαλας χρησιμοποιήθηκε για την απόκτηση ερωτηθέντων σε συνέντευξη. Παράλληλα μια ακόμη έρευνα που διεξήχθη στην Αυστραλία πραγματοποιήθηκαν περισσότερες από 160 συνεντεύξεις με άτομα από όλη την πολιτεία που ασχολούνται με την επαγγελματική αλιεία (αδειούχοι αλιείας, συνεργάτης ή έμπορος/συνεταιρισμός ψαριών), εκπρόσωποι κυβερνητικών και τουριστικών φορέων και ερασιτεχνικοί ψαράδες. Αυτή η πτυχή της μελέτης περιλάμβανε λεπτομερή εξέταση του τρόπου με τον οποίο η επαγγελματική αλιεία αλληλεπιδρά με τους τομείς της ψυχαγωγικής αλιείας και του τουρισμού στις παράκτιες κοινότητες.

Ωστόσο υπήρξαν και έρευνες όπου οι συνεντεύξεις αφορούσαν μόνο τους επαγγελματίες αλιείς που ασκούν αλιευτικό τουρισμό. Αρχικά 38 συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν με αλιείς που ήταν γεωγραφικά κατανομημένοι στα βόρεια, νότια, ανατολικά, δυτικά και απομακρυσμένα νησάκια της Ταϊβάν. Το πρώτο μέρος της συνέντευξης ασχολήθηκε με τις δημογραφικές πληροφορίες των ψαράδων. Το δεύτερο μέρος εστίαζε στην αντιληπτή ποιότητα ταξιδιού τους και το τρίτο μέρος εξέταζε τη στάση των ψαράδων απέναντι σε πιθανές επιλογές διαχείρισης, οι οποίες δεν έχουν ακόμη επιβληθεί, αλλά είναι αρκετά σχετικές με τη βιώσιμη χρήση των αλιευτικών πόρων. Σχεδιάστηκαν τέσσερις επιλογές, οι οποίες ήταν: όριο για τα είδη ψαριών που

αντιμετωπίζουν σοβαρές μειώσεις ή προκλήσεις στην ανοικοδόμηση, διατήρηση ορίων ανά ταξίδι, ελάχιστο μέγεθος ψαριών και αναφορά αλιευμάτων. Μια ακόμα έρευνα έγινε και στο νησί Zanzibar όπου οι συνεντεύξεις με τους ντόπιους ψαράδες αποσκοπούσαν στην άντληση πληροφοριών σχετικά με θέματα που αφορούν την αλιεία και την τουριστική ανάπτυξη του νησιού. Ζητήθηκε από τους ντόπιους ψαράδες να απαριθμήσουν και να κατατάξουν τους πιο σημαντικούς τύπους δραστηριοτήτων που παράγουν εισόδημα που απαιτούνται για την κάλυψη των καθημερινών τους συνθηκών απαίτηση πριν και μετά την ανάπτυξη του τουρισμού κατά μήκος της παραθαλάσσια χωριά. Έγιναν ερωτήσεις ανοιχτού τύπου σχετικά με τις αλιευτικές δραστηριότητες και την τουριστική ανάπτυξη και τις ανησυχίες τους για το μέλλον.

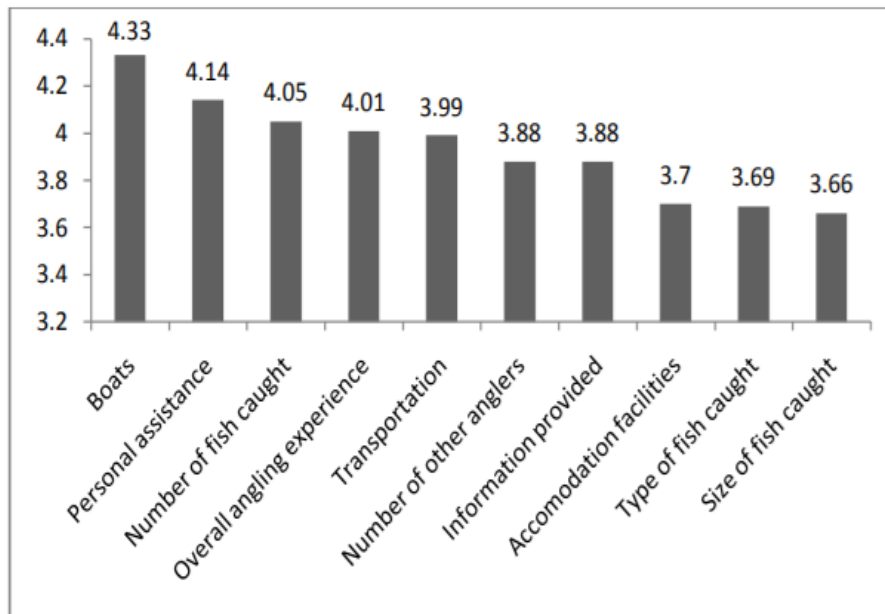
Όσον αφορά τώρα το κομμάτι των ποσοτικών μετρήσεων έχουν χρησιμοποιηθεί και ερωτηματολόγια ως εργαλείο άντλησης πληροφοριών. Οι λόγοι για τους οποίους οι άνθρωποι πηγαίνουν για ψάρεμα, όπως και για κάθε άλλη μορφή υπαίθριας αναψυχής, είναι τεράστιοι. Καθώς η αλιεία γίνεται σημαντικό μέρος του παγκόσμιου τουρισμού, η γνώση σχετικά με τα κίνητρα των αλιέων τουριστών είναι απαραίτητη για τη μελλοντική ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού που βασίζεται στη φύση. Μια διατριβή που έγινε στα Westfjords της Ισλανδίας προσπάθησε να αναλύσει τα κίνητρα που οδηγούν τους τουρίστες στα αλιευτικά ταξίδια καθώς επίσης την ικανοποίηση τους από αυτά. Οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν για να εξετάσου το πρώτο σκέλος φαίνονται παρακάτω:



Γράφημα 3: Κύριοι παράγοντες παρακίνησης για την επιλογή των Westfjords ως προορισμού για ψάρεμα

Πηγή: Motivations of marine fishing tourists in the Westfjords, Iceland, Claudia Matzdorf Brenner

Επίσης στην ίδια διατριβή οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν για να εξετάσουν την ικανοποίηση των τουριστών από το αλιευτικό ταξίδι ήταν οι εξής:



Γράφημα 4: Μέσο επίπεδο ικανοποίησης των ερωτηθέντων κατά τη διάρκεια των διακοπών με ψάρεμα στα νησιά Westfjords

Πηγή: Motivations of marine fishing tourists in the Westfjords, Iceland , Claudia Matzdorf Brenner

Παράλληλα αρκετές έρευνες έχουν χρησιμοποιήσει τον παρακάτω πίνακα για να εντοπίσουν τους λόγους για τους οποίους οδηγούνται οι τουρίστες σε θαλάσσιους προορισμούς.

Table 2.1: Previous studies on marine destinations, nature areas and Parks

Researchers	Travel motives to marine destinations	
Kozak (2002), Yoon and Uysal (2005), Molera and Albaladejo (2007), Saayman, Slabbert & Van der Merwe (2009)	<ul style="list-style-type: none"> • Culture • Pleasure • seeking/fantasy • Relaxation • Physical attributes • Climate • Destination attractiveness • Adventure • Personal attachment • Site attributes • Personal • Education • Rural life 	<ul style="list-style-type: none"> • Sites and festivals • Excitement • Knowledge and learning experience • Achievement • Family togetherness • Escape • Safety • Fun • Nature and peacefulness • Trip features

Πίνακας 4 : Μεταβλητές εντοπισμού κινήτρων μετακίνησης σε θαλάσσιους προορισμούς

Πηγή: Πηγή: Travel motivations of tourists to selected Marine National Parks ,Charper 2

Ο Πίνακας 5 εμπεριέχει μεταβλητές οι οποίες έχουν χρησιμοποιηθεί με σκοπό να ανακαλύψουν πώς διαμορφώνεται η εμπειρία των αλιέων τουριστών στα αλιευτικά ταξίδια.

FACTOR/DIMENSION	STATEMENT	ADOPTED FROM
Recreation Specialization		
<i>Behavioural Commitment</i>	Because of fishing, I don't have time to spend participating in other leisure activities	(Lee & Scott 2013; Lee & Scott 2004; Suni 2017)
	If I stopped fishing, I would probably lose touch with a lot of my friends	(Lee & Scott 2013; Lee & Scott 2004; Suni 2017)
	Most of my friends are in some way connected with fishing	(Lee & Scott 2013; Lee & Scott 2004; Suni 2017)
<i>Personal Commitment</i>	I find that a lot of my life is organized around fishing	(Lee & Scott 2013; Lee & Scott 2004; Suni 2017)
	Others would probably say that I spend too much time fishing	(Lee & Scott 2013; Lee & Scott 2004; Suni 2017)
	Fishing is very important to me	(Lee & Scott 2013; Lee & Scott 2004; Suni 2017)
	I would rather go fishing than do most anything else	(Lee & Scott 2013; Lee & Scott 2004; Suni 2017)
Serious Leisure		
<i>Perseverance</i>	I overcome difficulties in fishing by being persistent	(Lee & Scott 2013; Gould et al. 2008; Suni 2017)
	By persevering, I have overcome adversity in fishing	(Lee & Scott 2013; Gould et al. 2008; Suni 2017)
	If I encounter obstacles in fishing, I persist until I overcome them	(Lee & Scott 2013; Gould et al. 2008; Suni 2017)
<i>Career Progress</i>	I feel that I have progressed in fishing over the years	(Lee & Scott 2013; Gould et al. 2008; Suni 2017)
	I have improved at fishing since I began participating	(Lee & Scott 2013; Gould et al. 2008; Suni 2017)
	Since I began fishing, I have improved my skills	(Lee & Scott 2013; Gould et al. 2008; Suni 2017)
<i>Effort</i>	I try to become more competent at fishing	(Lee & Scott 2013; Gould et al. 2008; Suni 2017)
	I work at improving my fishing skills	(Lee & Scott 2013; Gould et al. 2008; Suni 2017)
	I am willing to exert considerable effort to be more skilled at fishing	(Lee & Scott 2013; Gould et al. 2008; Suni 2017)
<i>Identity</i>	I am often recognized as one devoted to fishing	(Lee & Scott 2013; Gould et al. 2008; Suni 2017)
	Others recognize that I identify with fishing	(Lee & Scott 2013; Gould et al. 2008; Suni 2017)
	Others who know me understand that fishing is a part of who I am	(Lee & Scott 2013; Gould et al. 2008; Suni 2017)
	In social situations I normally steer the conversation to my fishing interests	(Lee & Scott 2013; Gould et al. 2008; Suni 2017)

FACTOR/DIMENSION	STATEMENT	ADOPTED FROM
Functional Value	For me, the fish and fishing mainly reflects nutrition	(Kyle et al. 2007)
	I don't care if the caught fish is wild or farm-raised	(Kyle et al. 2007)
	I would rather catch one or two big fish than have five smaller fish	(Kyle et al. 2007)
	The bigger the fish I catch, the better the fishing trip	(Kyle et al. 2007)
	When I go fishing, I'm just as happy if don't catch fish	(Kyle et al. 2007)
	A fishing trip can be enjoyable even if no fish are caught	(Kyle et al. 2007)
	I must catch fish for the fishing trip to be enjoyable	(Kyle et al. 2007)
	A successful fishing trip is one in which many fish are caught	(Kyle et al. 2007)
	The more fish I catch the happier I am	(Kyle et al. 2007)
	I must keep the fish I catch for trip to be successful	(Kyle et al. 2007)
	I'm just as happy if I release the fish I catch	(Kyle et al. 2007)
	Social Value	I am happy/proud to tell my friends about my fishing trips
My friends appreciate me as a fisherman due to my fishing trips		(Komppula & Gartner 2013; Holbrook 1994a; 1994b)
I like to share my fishing related knowledge to other people		(Komppula & Gartner 2013; Holbrook 1994a; 1994b)
I like to tell my friends about the good catch I got		(Komppula & Gartner 2013; Holbrook 1994a; 1994b)
I like to share pictures or videos for those whom were not participating for fishing trip		(Komppula & Gartner 2013; Holbrook 1994a; 1994b)
I like to share stories about my fishing trips through social media and other fishing related forums		(Komppula & Gartner 2013; Holbrook 1994a; 1994b)
Togetherness	Fishing is to me an opportunity for socializing with my friends	(Komppula & Gartner 2013)
	It is important for me to go fishing to certain places with particular friends	(Komppula & Gartner 2013)
	I enjoy fishing as it is a family hobby for me	(Komppula & Gartner 2013)
Emotional Value	Fishing provides me often with "wow" experiences	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	Enjoying the beauty of nature is part of my fishing experience	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	I travel that I can enjoy the nature in deviating environment	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	Experiencing solitude is part of my fishing experience	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	I like to visit silent and peaceful places	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	For me it is important to give space for my thoughts	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	I need to get out of the crowds	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	Fishing is to me a boring experience	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	Playfulness is part of fishing	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	I enjoy the excitement of fishing	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	Taking care of my physical condition is important	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	Epistemic Value	I enjoy fishing as it is challenging
I like to catch new species when fishing		(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
I like to learn new methods of fishing		(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
I like to fish because I can always learn something new		(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
I am always looking opportunities to fish that I can gain more fishing experience and develop my skills		(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
I like to go to new places when fishing		(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
Meeting new people is rather important part of fishing		(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
Meeting with new friends is important when fishing		(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
Conditional Value	Fishing is so important to me that I'll choose another destination if fishing is not possible in the destination chosen	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	Regardless of bad weather or other unfavorable circumstances, I'll take my fishing trip	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	In my opinion, only amateurs uses guiding services while fishing	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	I think that fish caught with help of fishing guide is not valued as equal than fish caught without guide	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	I don't like to pay about guiding services because I can carry out same things cheaper by myself	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)
	Guiding services which are subject to a charge, does not bring any extra value for me	(Komppula & Gartner 2013; Gallarza & Gil Saura 2006)

Πίνακας 5: Θεωρητικό υπόβαθρο για το ψάρεμα ως μεταβλητές τουριστικής εμπειρίας

Πηγή: Lari, T., Komppula, R., Pesonen, J, (2019), Fishing as a Tourist Experience Case: Finnish Recreational Fishermen. Master's Thesis, University of Eastern Finland Faculty of Social Sciences and Business Studies, Kuopio, Finland, 2019

Οι παραπάνω μεταβλητές έχουν χρησιμοποιηθεί και από τις παρακάτω έρευνες για τον εντοπισμό χρήσιμων πληροφοριών σχετικά με το υπόβαθρο των αλιέων όσον αφορά την αλιευτική διαδικασία:

- From a traditionally open access fishery to modern restrictions: Portuguese anglers' perceptions about newly implemented recreational fishing regulations, *Marine policy*, Elsevier
- 1999 Texas International Fishing Tournament: Participants' Characteristics, Participation in Fishing, Attitudes, Expenditures, and Economic Impacts, Department of Wildlife and Fisheries Sciences
- University of Akureyri Faculty of Business and Science University Centre of the Westfjords, Motivations of marine fishing tourists in the Westfjords Iceland

4.2 Ανασκόπηση Ερευνητικών Ερωτημάτων

1^ο ερευνητικό ερώτημα

Υπάρχουν πάνω από 250 εκατομμύρια άνθρωποι που ασχολούνται με τη θάλασσα αλιεία στον κόσμο, το 90% εξ αυτών ανήκει στην αλιεία μικρής κλίμακας (Rocklin 2016), αλλά η έλλειψη ολοκληρωμένων δεδομένων καθιστά δύσκολο τον προσδιορισμό της συμβολής των γυναικών (Harper and Kleiber 2016). Οι γυναίκες πιστεύεται ότι αντιπροσωπεύουν το 47% του παγκόσμιου εργατικού δυναμικού της αλιείας (World Bank, 2012) και σε ορισμένες περιοχές συνεισφέρουν κατά 25–50% στην αλιεία μικρής κλίμακας (Harper et al., 2013). Ωστόσο, αυτές οι συνεισφορές συχνά παραβλέπονται ή και υποτιμώνται. Ένας λόγος για αυτήν την παράβλεψη είναι ο τρόπος με τον οποίο ορίζεται η αλιεία, δηλαδή ποιος υπολογίζεται ως «ψαράς» και τι μετρείται ως «ψάρεμα» (Kleiber, Harris και Vincent 2015). Παραδοσιακά, οι άνδρες είναι αυτοί που βγαίνουν στη θάλασσα για να πιάσουν ψάρια χρησιμοποιώντας εξειδικευμένα εργαλεία ενώ οι γυναίκες και τα παιδιά συλλέγουν ασπόνδυλα και μικρά ψάρια από την ακτή. Ένας άλλος λόγος που παραβλέπεται η συνεισφορά των γυναικών στον τομέα της αλιείας είναι ότι η εργασία τους χαρακτηρίζεται απλήρωτη, άτυπη και επέκταση των οικιακών υποχρεώσεων. Αν και δίνεται αυξανόμενη προσοχή στις διαστάσεις του

φύλου της αλιείας σε διεθνές επίπεδο (FAO 2013, HLPE 2014, Monfort 2015), οι γυναίκες συνεχίζουν να περιθωριοποιούνται ως προς την πρόσβαση και τον έλεγχο των αλιευτικών πόρων σε πολλές χώρες (Thorpe et al., 2014). Η γενική έλλειψη προσοχής στις διαστάσεις του φύλου στην αλιευτική πολιτική μπορεί να θέσει σε κίνδυνο τα αποτελέσματα των πολύτιμων προσπαθειών για την ανοικοδόμηση της αλιείας και τη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης όλων των αλιευτικών κοινοτήτων. Ωστόσο τα τελευταία χρόνια με την εξέλιξη του τουρισμού και την εμφάνιση αρκετών εναλλακτικών μορφών τουρισμού έγινε αισθητή η εμφάνιση του ρόλου των γυναικών στον κλάδο της αλιείας με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Μέσω των αλιευτικών ταξιδιών έχει παρατηρηθεί η ομαλή προσαρμογή και συνεισφορά των γυναικών σε αυτή την τουριστική δραστηριότητα. Όπως παρατήρησε ο Bell, την τελευταία δεκαετία έχει ανανεωθεί το ενδιαφέρον γύρω από την έννοια της φιλοξενίας καθώς πλήθος τουριστικών πακέτων προσπαθούν να την εντάξουν στις προδιαγραφές τους (Bell, 2012). Σε μια αντίστοιχη έρευνα που έτρεξε στην περιοχή Ιζόλα της Σλοβενίας, όταν οι επαγγελματίες αλιείς ρωτήθηκαν κατά πόσο θεωρείται η παρέμβαση των γυναικών τους στα αλιευτικά ταξίδια, οι περισσότεροι από αυτούς τόνισαν πως γίνεται ξεκάθαρα για λόγους φιλοξενίας. Στις ιστοσελίδες τους όπως επισημαίνουν την ιστορικότητα του τόπου τους σχετικά με την αλιευτική τους κληρονομιά, αλλά αναφέρονται στην οικογενειακή τους παράδοση αναμένουν ότι η πλειονότητα των καλεσμένων τους θα γοητευτεί από το οικείο περιβάλλον που θα συναντήσουν στο ψαροκάικο. Δίνουν ουσιαστικά έμφαση στις πραγματικές βιωματικές δραστηριότητες (ψάρεμα, παροχή φρέσκων και υγιεινών μεσογειακών τροφίμων) και οικοδομούν τη φιλοξενία τους σε «γνήσιες» σχέσεις με τους επισκέπτες. Η παραπάνω τοποθέτηση αποτέλεσε το έναυσμα έτσι ώστε και οι Έλληνες επαγγελματίες αλιείς να απαντήσουν στο συγκεκριμένο ερευνητικό ερώτημα, κατά πόσο δηλαδή θεωρούν σημαντική την συνεισφορά των γυναικών και γενικότερα των μελών της οικογενείας στα αλιευτικά ταξίδια. Αυτό καθώς η ισότητα των φύλων είναι απαραίτητη για την ευημερία και αποτελεί μέρος της βιώσιμη αλιείας, επομένως είναι σημαντικό να κατανοηθεί ο ρόλος των γυναικών σε αυτόν τον τομέα, καθώς και ο ρόλος τους στο ευρύτερο πλαίσιο της κατασκευής γνώσης και της ανάπτυξης πολιτικών.

2^ο ερευνητικό ερώτημα

Τις τελευταίες δύο δεκαετίες, η κουζίνα έχει γίνει πρωταρχικός παράγοντας επηρεάζοντας την ταξιδιωτική συμπεριφορά και τη λήψη αποφάσεων (Hall et al., 2003; Mitchell and Hall, 2003) καθώς στοιχεία που σχετίζονται με τη μαγειρική έχουν γίνει μέρος της συνολικής ελκυστικότητας τόσο των προορισμών όσο και των τουριστικών εμπειριών (Kalkstein-Silkes et al., 2008). Η κατανάλωση φαγητού και ποτού είναι ένα σημαντικό μέρος του σύγχρονου τρόπου ζωής, υποδεικνύοντας συχνά την κοινωνική θέση και την έκταση του πολιτιστικού κεφαλαίου (Scott, 2006). Επομένως, δεν πρέπει να προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι συγκεκριμένες μορφές γαστρονομικής κατανάλωσης έχουν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι του τουρισμού (Hall and Mitchell, 2005). Οι Quan και Wang (2004) σημείωσαν ότι το φαγητό μπορεί να μεταφέρει μοναδική εμπειρία και απόλαυση στους ταξιδιώτες. Πιο συγκεκριμένα, το φαγητό όχι μόνο έχει την ικανότητα να βελτιώσει πλήρως στην εμπειρία των τουριστών αλλά ταυτόχρονα να αναδείξει και τον κάθε τόπο ξεχωριστά προβάλλοντας τις ιδιαιτερότητές του. Αυτό καθώς ο γαστρονομικός τουρισμός είναι σταθερά αναπτυσσόμενος και ιδιαίτερα απαιτητικός στη σημερινή τουριστική αγορά συμβάλλοντας στην κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική ανάπτυξη ενός προορισμού.

Λίγες μελέτες έχουν διερευνήσει τα κίνητρα των τουριστών να επισκεφτούν τους αγροτικούς προορισμούς (Santeramo et al., 2017), ορισμένοι από τις οποίες επικεντρώθηκαν κυρίως στην ψυχαγωγική συνιστώσα του αγροτουρισμού, συμπεριλαμβανομένης της διαμονής με την οικογένεια και της απόλαυσης των φυσικών τοπίων και ήχων της φύσης (Sotomayor et al., 2014). Ωστόσο αρκετοί συγγραφείς ισχυρίστηκαν ότι ο πιο σημαντικός παράγοντας που ωθεί τους γαστρονομικούς τουρίστες προς συγκεκριμένους προορισμούς είναι η επιθυμία να γευτούν την τοπική γαστρονομία. Σύμφωνα με τον Fields (Fields, 2002), η επιθυμία των τουριστών να γευτούν τα τοπικά φαγητά σε έναν τουριστικό προορισμό συνδέεται αυστηρά με πολιτιστικά κίνητρα καθώς η εμπειρία σημαίνει ότι ο κάθε επισκέπτης έρχεται σε επαφή με νέους πολιτισμούς. Επιπλέον, ο Kim και οι συνεργάτες του (Kim et al., 2009) έδειξαν ότι η υγιεινή διατροφή είναι ένας άλλος σημαντικός κινητήριο παράγοντας που επηρεάζει το ενδιαφέρον των τουριστών για το τοπικό φαγητό. Επιβεβαίωσαν ότι η δοκιμή τοπικών φαγητών και ποτών στον τόπο του οικοδεσπότη γίνεται αντιληπτή από

τους τουρίστες ως μέσο βελτίωσης της ψυχοσωματικής υγείας, καθώς τα τρόφιμα θεωρούνται πιο φρέσκα και πιο θρεπτικά. Παράλληλα, προηγούμενες μελέτες τόνισαν πως ως γαστρονομικός τουρισμός θα μπορούσε να είναι μια ευκαιρία κοινωνικοποίησης και συνεργασίας με τους ντόπιους της κάθε περιοχής συμβάλλοντας στην δημιουργία στενών κοινωνικών σχέσεων και στην δημιουργία μιας πιο ευχάριστης τουριστικής εμπειρίας (Levitt et all, 2017). Αυτό υποστηρίζεται επίσης από τον Sotomayor και τους συνεργάτες του (Sotomayor et all, 2014) οι οποίοι μέσα από μια επιτόπια έρευνα ανάδειξης μιας αγροτουριστικής περιοχής στο Μισούρι των ΗΠΑ διαπίστωσαν ότι οι γαστρονομικές εμπειρίες σε συνδυασμό με την επαφή με τους ντόπιους κατοίκους και την απόλαυση του φυσικού τοπίου αποτέλεσαν σημαντικά κίνητρα για μια μελλοντική επιστροφή σε αυτό τον τόπο. Οι παραπάνω οπτικές είχαν ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός ερευνητικού ερωτήματος σχετικά με το αν το φαγητό θεωρείται σημαντικός παράγοντας για τα αλιευτικά ταξίδια καθώς μέσα από αυτά όχι μόνο δίνεται η δυνατότητα στους τουρίστες να γευτούν ότι πιο φρέσκο σε ψάρι και τοπικά προϊόντα αλλά προστίθενται επίσης και άλλοι παράμετροι(απόδραση στη φύση, αγροτουριστικό προϊόν, επαφή με τους ντόπιους αλιείς και τις οικογένειες τους).

3^ο ερευνητικό ερώτημα

Οι τουρίστες αναζητούν ολοένα και περισσότερο μοναδικές και αυθεντικές εμπειρίες οι οποίες να συνάδουν με τον πολιτιστικό τουρισμό (Buhalis, 2000; Sedmak & Mihalic, 2008). Οι ψαράδες και η υλική τους κουλτούρα αποτελούν μέρος ενός θαλάσσιου πολιτιστικού τοπίου και μια παραδοσιακή προκυμαία. Οι αλιευτικές κοινότητες μπορούν να είναι ο τόπος για τη δημιουργία βαθιάς προσκόλλησης σε μια περιοχή, προσθέτοντας κοινωνική αξία στον αλιευτικό κλάδο. Αυτά τα μέρη βοηθούν στην κατανόηση της ζωής των ψαράδων και της σημασίας αυτής της κληρονομιάς στην καθημερινότητά τους (Ford, 2011). Έχει σημειωθεί ότι για τη διατήρηση των αλιευτικών κοινοτήτων χρειάζονται νέες προοπτικές και μέθοδοι έτσι ώστε να αναδείξουν το ευρύ φάσμα πολιτιστικών και κοινωνικών αξιών που δημιουργούνται από τις θαλάσσιες αλιευτικές δραστηριότητες (FAO, 2016, Kofinas and Chapin, 2009· Johnson et al., 2014). Λέγεται συχνά ότι εκτιμάται μόνο ότι είναι γνωστό και δεν υπάρχει καλύτερος τρόπος να γνωρίσεις μια δραστηριότητα από το να την βιώσεις προσωπικά. Στην περίπτωση του ψαρέματος μέσω δραστηριοτήτων όπως επίσκεψη σε λιμάνια, ιχθυαγορές και συντεχνίες, ανακάλυψη από πρώτο χέρι πώς τα εργαλεία και τα σκάφη κατασκευάζονται καθώς και οι αλιευτικές δραστηριότητες, τόσο στην ξηρά όσο

και σε σκάφος. Στόχος είναι να φέρει τον επισκέπτη πιο κοντά στον κόσμο του ψαρέματος, όπως τον παρουσιάζουν απευθείας οι ίδιοι οι ψαράδες.

Ως αποτέλεσμα, η πολιτιστική κληρονομιά της αλιείας προσφέρει τεράστιες δυνατότητες για την ανάπτυξη συμπληρωματικών τουριστικών προϊόντων που συνδυάζουν τη φύση και τον παραδοσιακό πολιτισμό των παράκτιων περιοχών. Ο τουρισμός έχει επομένως διαφοροποιηθεί σύμφωνα με τα αναδυόμενα συμφέροντα. Μέσα σε αυτά τα νέα ενδιαφέροντα, μπορεί να συμπεριληφθεί το ενδιαφέρον για την αλιευτική κληρονομιά ως τουριστικό πόρο. Σε τοπικό επίπεδο, η απόδοση της αλιευτικής κληρονομιάς ως τουριστικού πόρου μπορεί να γίνει αντιπαραγωγική για τον ίδιο τον αλιευτικό τομέα και τις συναφείς δραστηριότητες που επιχειρούν να αντισταθμίσουν την παρακμή του. Μπορεί επίσης να αυξήσει την προστιθέμενη αξία του για να προωθήσει τη βιωσιμότητα της αλιείας τονώνοντας την επιβίωση του κλάδου χωρίς να αλλάξει πολιτιστικές συνήθειες, έθιμα και τον τρόπο ζωής των ψαράδων. Επιπλέον, μπορεί να βοηθήσει τους ανθρώπους να συνειδητοποιήσουν την πολιτιστική αξία του ψαρέματος και έτσι να συμβάλει στη διατήρηση της ταυτότητάς τους (Claesson, 2011). Τα ευρήματα από διάφορες μελέτες δείχνουν ότι η αλιεία παρέχει σημαντικά πολιτιστικά αγαθά που συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη (Acott & Urquhart, 2012, Pinder & Vallega, 2003). Παράλληλα άλλες μελέτες υποστηρίζουν πως πολλοί άνθρωποι θεωρούν την εμπορική αλιεία και τον υλικό πολιτισμό της ως ένα ελκυστικό μέρος (Jacob & Witman, 2006). Μέσω των αλιευτικών ταξιδιών δίνεται η δυνατότητα στους τουρίστες να εισέλθουν ομαλά στον κόσμο της αλιείας και να ζήσουν την καθημερινότητα των ψαράδων. Έτσι κρίθηκε αναγκαίο να ερωτηθούν οι ίδιοι οι αλιείς τι είναι αυτό που κάνει τους τουρίστες να δένονται περισσότερο με τις παράκτιες και νησιωτικές περιοχές.

4^ο ερευνητικό ερώτημα

Καθώς τα τελευταία χρόνια τα βλέμματα στρέφονται κυρίως στην διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος και την ανάδειξη του τοπικού πολιτισμού οι σημερινοί σχεδιαστές τουρισμού πρέπει να δώσουν περισσότερη προσοχή στη στάση των κατοίκων της κάθε περιοχής απέναντι στην τουριστική ανάπτυξη. Θεωρείται πως η συνολική στάση και συμπεριφορά των κατοίκων απέναντι στην περιοχή τους είναι απαραίτητη για την ικανοποίηση των επισκεπτών στον προορισμό τους καθώς και για μια αξέχαστη τουριστική εμπειρία. Αυτή η συλλογιστική σκέψη αποδίδεται στο γεγονός

ότι ο τουρισμός είναι ουσιαστικά ένα φαινόμενο που βασίζεται στον τόπο όπου περιλαμβάνει την παραγωγή ταυτότητας τόπου σε διαφορετικές κλίμακες. Δεδομένης της αυξανόμενης σημασίας του, οι τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να συμμετέχουν ενεργά στην παρουσίαση και την προώθηση της ταυτότητας του τόπου, προκειμένου να προσελκύσουν τουρίστες και να βελτιώσουν το μερίδιο αγοράς (Dredge & Jenkins, 2003). Σε ένα αυξανόμενο πλαίσιο ανταγωνισμού του τουρισμού, η τοπική ιδιαιτερότητα θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως μια πηγή για την παραγωγή μοναδικών διαφοροποιημένων εμπειριών για τους καταναλωτές, δημιουργώντας έτσι μια ανταγωνιστική ταυτότητα για τον προορισμό. Η χρήση των μοναδικών και διακριτικών χαρακτηριστικών ενός τόπου στις τουριστικές προσφορές είναι μια κατεύθυνση διαφοροποίησης από την πλευρά της προσφοράς (Benur & Bramwell, 2015) καθώς αποδίδει τη μοναδικότητα του προορισμού προσθέτοντας μια προστιθέμενη αξία στον τόπο (Tussyadiah, 2014).

Η τοπική ιδιαιτερότητα είναι στενά συνδεδεμένη με το περιβάλλον, την οικονομία και την κοινωνική ατμόσφαιρα ενός τόπου (παράγοντες που συνθέτουν τη βιωσιμότητα). Για την τουριστική βιομηχανία, η τοπική ιδιαιτερότητα μπορεί να είναι ένας παράγοντας που βοηθά έναν τουρίστα να επιλέξει έναν προορισμό. Για ορισμένους τουρίστες, η τοπική ιδιαιτερότητα είναι ο κύριος λόγος για το ταξίδι. Είναι, επομένως, σημαντικό να ορίσουμε τι είναι και να κατανοήσουμε την δυναμική της σημασία. Η τοπική ιδιαιτερότητα ορίζεται ως «αυτό που κάνει τον τόπο ξεχωριστό, διαφοροποιώντας τον από οπουδήποτε αλλού» (Grant, Human, & Le Pelley, 2002:21). Αυτή η έννοια αναφέρεται σε μοναδικά και διακριτικά χαρακτηριστικά ενός τόπου και στην αλληλεπίδραση των ανθρώπων με αυτά τα χαρακτηριστικά. Αποτελεί ουσιαστικά ένα δυνατό χαρτί όσον αφορά την διαμόρφωση της εικόνας ενός προορισμού (Echtner & Ritchie, 1993, Qu, Kim, & Im, 2011), στην προσκόλληση με αυτόν (Prayag & Ryan, 2012, Scannell & Gifford, 2010, Tsai, 2012), στην κατασκευή ταυτότητας επωνυμίας ενός τόπου, ή στην ανάδειξη τουριστικών προϊόντων. Είναι κατανοητό ότι το κλειδί για την επιβίωση και την υπεροχή στην ολοένα και πιο ανταγωνιστική τουριστική αγορά είναι η προσφορά μοναδικών, διαφοροποιημένων προϊόντων και υπηρεσιών που οδηγούν σε αξέχαστες εμπειρίες που προσθέτουν αξία για τους επισκέπτες» (Tussyadiah, 2014). Είναι σαφές πως η εξέταση της ιδιαιτερότητας αποτέλεσε βασικό πυλώνα στο στήσιμο της συνέντευξης και συμπεριλήφθηκε ως ένα από τα ερευνητικά ερωτήματα καθώς όπως θα φανεί και στη μεθοδολογία η έρευνα έτρεξε σε αρκετές

περιοχές. Είναι αρκετά ενδιαφέρον να φανεί αν οι αλιείς μέσα από τα αλιευτικά τους ταξίδια αν χρησιμοποιούν κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά για να προβάλλουν τον τόπο τους.

5^ο ερευνητικό ερώτημα

Καθώς ο αλιευτικός τουρισμός ήρθε στο προσκήνιο με απώτερο σκοπό την προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος και πιο συγκεκριμένα την αποσυμπίεση των ήδη επιβαρυσμένων ιχθυοαποθεμάτων, η αναφορά και η δημιουργία ερευνητικού ερωτήματος περί αυτού τα θέματα είναι αισθητή στην διεθνή βιβλιογραφία. Αντίστοιχη έρευνα που διεξήχθη στην Ταιβάν οι αλιείς ρωτήθηκαν σχετικά με την οικολογική πτυχή αυτής της τουριστικής δραστηριότητας. Πιο συγκεκριμένα τους ζητήθηκε να τονίσουν τις περιβαλλοντικές συμπεριφορές τους κατά τη διάρκεια του αλιευτικού ταξιδιού, συμπεριλαμβανομένων των τρόπων αντιμετώπισης των σκουπιδιών στο σκάφος και των οδηγιών προς τους τουρίστες για τη διατήρηση της θάλασσας. Παράλληλα ακόμα μια έρευνα που έλαβε χώρα σε ένα ψαροχώρι των Φιλιππίνων, οι συνεντεύξεις που δημιουργήθηκαν για τους αλιείς επικεντρώθηκαν σε θέματα βιοπορισμού, αλιείας, τουρισμού, διατήρησης και διακυβέρνησης των θαλάσσιων πόρων (Fabinyi 2012). Επιπρόσθετα μέσα από την διατήρηση και προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος εμφανίστηκαν διάφορες πρακτικές περί βιώσιμης προστασίας. Η σύλληψη και απελευθέρωση των ψαριών (C&R) ήταν μία από αυτές καθώς με αυτή την πράξη οι αλιείς δείχνουν στους τουρίστες ότι σέβονται τη θάλασσα με αποτελέσματα τα ψάρια που δεν είναι κατάλληλα για τους (μέγεθος, είδος, γέυση) τα ελευθερώνουν πάλι πίσω. Άρθρα που γράφτηκαν σχετικά με αυτή την πρακτική είναι τα ακόλουθα:

- Understanding the effects of recreational catch-and-release angling on an increasingly important foreign fishing tourism species, the giant African threadfin *Polydactylus quadrifilis* (Cuvier)
- Unexpectedly high catch-and-release rates in European marine recreational fisheries: implications for science and management
- Catch-and-release science and its application to conservation and management of recreational fisheries
- Angler behaviour and implications for management - catch-and-release among marine angling tourists in Norway

- Do Catch-and-Release Guidelines from State and Provincial Fisheries Agencies in North America Conform to Scientifically Based Best Practices
- Personal and Situational Determinants of Catchand-Release Choice of Freshwater Anglers

Έτσι λοιπόν στο 5^ο ερευνητικό ερώτημα οι υποψήφιοι αλιείς ρωτήθηκαν αν εφαρμόζουν κάποια μέτρα/πρακτικές με απώτερο σκοπό την προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος. Τέλος τα 2 τελευταία ερευνητικά ερωτήματα (6^ο και 7^ο) προστεθήκαν με απώτερο σκοπό να βοηθήσουν στην απάντηση του βασικού κεντρικού ερωτήματος της έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1 Μεθοδολογία

Κύριος στόχος αυτής της μελέτης είναι η διερεύνηση των δυνατοτήτων και προοπτικών ανάπτυξης του αλιευτικού τουρισμού στην Ελλάδα. Για την αντιμετώπιση του ερευνητικού ερωτήματος, και δεδομένου της ελλιπής βιβλιογραφίας περί αλιευτικού τουρισμού για τα ελληνικά δεδομένα, πραγματοποιήθηκε πρωτογενή έρευνα χρησιμοποιώντας συνεντεύξεις. Οι ποιοτικές ερευνητικές μέθοδοι χαρακτηρίζονται ως μια ιδιαίτερη διαδικασία συλλογής, ανάλυσης και ερμηνείας των δεδομένων εστιάζοντας στην ποσοτικοποίηση των πολύπλοκων και δεσμευμένων παρατηρήσεων (Richards, 2013). Σε αντίθεση με τις υπόλοιπες τεχνικές συλλογής δεδομένων, όπως π.χ ερωτηματολόγιο, συμμετοχική παρατήρηση, κύριος στόχος της συνέντευξης είναι να δώσει στον ερευνητή ένα πλούσιο και λεπτομερές σύνολο δεδομένων σχετικά με τις αντιλήψεις, τις σκέψεις και τις εντυπώσεις των ανθρώπων με τα δικά τους λόγια. Έχει αποδεχτεί βάση βιβλιογραφίας χάρη στην ανεπίσημη ατμόσφαιρα που επικρατεί κατά την διάρκεια των συνεντεύξεων, οι συμμετέχοντες ενθαρρύνονται να συζητήσουν συγκεκριμένα θέματα που βιώνουν στην καθημερινότητά τους (Bloor et al., 2011).

Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω στην Ελλάδα για το 2021 έχουν δοθεί 197 άδειες αλιευτικού τουρισμού. Το βασικό κριτήριο έτσι ώστε να επιλεγεί το πιο αντιπροσωπευτικό δείγμα αλιέων για την υποστήριξη της παρούσας μελέτης ήταν η τουριστική εμπειρία των αλιέων μέσα από τα συνεχόμενα αλιευτικά ταξίδια που πραγματοποίησαν. Συνολικά 40 αλιείς δέχτηκαν να συμμετάσχουν στην έρευνα. Αυτοί οι υποψήφιοι αλιείς ήταν κατανεμημένοι με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να καλύψουν γεωγραφικά όλη της έκταση της Ελλάδας. Αξίζει να αναφερθεί ότι η πανελλαδική έρευνα διεξήχθη συνολικά σε 26 περιοχές από τις οποίες τα 15 ήταν νησιά. Αυτός ήταν ο κύριος λόγος για τον οποίο χρειάστηκαν 4 μήνες (14-3-2021/18-6-21) για να υλοποιηθεί το πρακτικό κομμάτι των συνεντεύξεων. Κάθε συνέντευξη διαρκούσε κατά μέσο όρο μία με μιάμιση ώρες και διεξαγόταν πάνω στο αλιευτικό σκάφος του κάθε ψαρά. Επιλέχτηκε σκόπιμα το σημείο συνέντευξης να είναι στο καΐκι ή κάπου κοντά στο λιμάνι καθώς το όλο περιβάλλον θεωρείται οικείο για τους αλιείς ευνοώντας την όλη διαδικασία της συνέντευξης. Σε αυτό το σημείο να τονιστεί ότι πραγματοποιήθηκε τον Ιούνιο του 2020 πιλοτική έρευνα των ερωτήσεων της συνέντευξης με 5 αλιείς στις περιοχές Βόλος(2 person) ,Λάρισα(1 άτομο) και Κεφαλονιά (2άτομα) , οι οποίοι ήταν

κάτοχοι άδειας αλιευτικού τουρισμού αλλά δεν είχαν επιλεγεί στους τελικούς 40. Όλες οι συνεντεύξεις είχαν ανώνυμο χαρακτήρα με κάθε ψαροκάικο να έχει τον δικό του κωδικό (από B1 έως B40).

Τα πιο ενδιαφέροντα ερωτήματα που τέθηκαν στους αλιείς με σκοπό να καλυφθεί πλήρως το κεντρικό ερευνητικό ερώτημα ήταν τα εξής:

RQ1: κατά πόσο θεωρούν σημαντική την προσθήκη ενός μέλους της οικογένειας ή γενικότερα ενός 2^{ου} ατόμου για την υποστήριξη του αλιευτικού ταξιδιού

Παρά την ελάχιστη επιστημονική εξέταση του ρόλου των γυναικών στην εμπορική αλιεία, η ενεργός παρουσία τους, ιδιαίτερα τις τελευταίες δεκαετίες, έχει αναδείξει τον ρόλο τους. Ωστόσο, τα στατιστικά συστήματα παραβλέπουν τη συμβολή τους και τις οικονομικές συνεισφορές τους στον κλάδο (Frangoudes et. all, 2018). Η έλλειψη αυτών των πληροφοριών τόσο στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Frangoudes et. all, 2004) όσο και στον υπόλοιπο κόσμο (Harper et all., 2004) έχει βαθιές κοινωνικές και πολιτικές επιπτώσεις καθώς εμποδίζει την αναγνώριση των γυναικών ως ειδικευμένου εργατικού δυναμικού.

RQ2: αν το φαγητό αποτελεί σημαντικό παράγοντα της αλιευτικής εμπειρίας

Η αλληλεπίδραση μεταξύ τουρισμού και γαστρονομίας δεν μπορεί να αγνοηθεί. Αρκετές μελέτες έχουν δείξει ότι το φαγητό έχει μεγάλο αντίκτυπο στις αποφάσεις των τουριστών όταν επιλέγουν τον προορισμό των διακοπών τους. Καθώς όλο και περισσότεροι ερευνητές επικεντρώνονται στον ρόλο του φαγητού στον πολιτισμό (Hegarty, J.A. και O'Mahony, G.B., 2001) ο φαγητό θεωρείται όχι μόνο βασική ανάγκη για τουριστική κατανάλωση αλλά και βασικό στοιχείο του τοπικού πολιτισμού (Jones, A. και Jenkins, I., 2002).

RQ3: με ποιους τρόπους συμβάλει η αλιεία έτσι ώστε οι τουρίστες να δένονται με τις νησιωτικές και παράκτιες περιοχές

Η κληρονομιά που αποτελεί μέρος ενός συνεχούς και παραδοσιακού τρόπου ζωής είναι ένας σημαντικός πολιτιστικός πόρος που έχει πολύπλευρες αξίες για τα κοινωνικοοικονομικά και πολιτιστικά οφέλη των κοινοτήτων, συμπεριλαμβανομένου του τουρισμού. Προηγούμενες μελέτες δείχνουν ότι πολλοί άνθρωποι θεωρούν την εμπορική αλιεία και τον υλικό πολιτισμό της ένα ελκυστικό μέρος του τοπίου (Jacob, S.

Και Witman,J.,2006). Τα θαλάσσια πολιτιστικά τοπία, συμπεριλαμβανομένου του δομημένου περιβάλλοντος και της αλληλεπίδρασης των ανθρώπων με τη θάλασσα, είναι τα κύρια στοιχεία που αυξάνουν την ελκυστικότητα τέτοιων παράκτιων πόλεων(Westerdahl,2011).

RQ4: αν υπάρχει στην περιοχή τους κάποια τοπική ιδιαιτερότητα και πως την εκμεταλλεύονται στο αλιευτικό τους ταξίδι

Οι υπεύθυνοι τουρισμού προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν τα μοναδικά και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των προορισμών για να κεντρίσουν το ενδιαφέρον των τουριστών χτίζοντας μια ξεχωριστή εικόνα για κάθε μέρος. Η ιδιαιτερότητα, λόγω της υψηλής συσχέτισής της με τη διαφοροποίηση, είναι σημαντική επιρροή στο μυαλό των καταναλωτών. Αυτά τα χαρακτηριστικά μπορούν να αυξήσουν την ελκυστικότητα και την ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού, ειδικά όταν οι τουρίστες αναζητούν ολοένα και περισσότερο μοναδικές και αυθεντικές εμπειρίες (Kim,2014).

RQ5: αν εφαρμόζουν κάποια μέτρα ή πρακτικές διατήρησης προστατεύοντας το θαλάσσιο περιβάλλον

Ένας από τους κύριους λόγους για τη δημιουργία αυτής της μορφής τουρισμού είναι η προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος. Ο σκοπός αυτής της ερώτησης είναι να τεκμηριώσει τους τρόπους με τους οποίους επιτυγχάνεται η περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Η ίδια ερώτηση έχει χρησιμοποιηθεί από αντίστοιχους ερευνητές σε έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στην Ταϊβάν και τη Νορβηγία

RQ6: αν πιστεύουν πως υπάρχουν κάποια εμπόδια τα οποία στερούν την περαιτέρω ανάπτυξη του αλιευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

RQ7: αν υπάρχει περιθώριο τουριστικής επιμήκυνσης αυτής της μορφής τουρισμού

Οι τελευταίες 2 ερωτήσεις είναι βασικά εφόδια για την υποστήριξη του κύριου ερευνητικού ερωτήματος. Οι απόψεις των ψαράδων για τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν και τις μελλοντικές αναβαθμίσεις που μπορούν να γίνουν στον κλάδο κρίνονται απαραίτητες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

6.1 Αποτελέσματα

Ο Πίνακας 1 παρουσιάζει τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των αλιέων που συμμετείχαν στην πανελλαδική έρευνα καθώς επίσης και ορισμένα στοιχεία για τα αλιευτικά τους σκάφη. Αρχικά η λίστα των αλιέων αποτελείται από 39 άνδρες και 1 γυναίκα (B20). Η μέση ηλικία αυτών είναι τα ... έτη και η ελάχιστη επαγγελματική ενασχόληση των ανδρών με τον κλάδο της αλιείας είναι τα 15 χρόνια. Το 70% αυτών προέρχονται από οικογένειες ψαράδων. Αυτός είναι ένας από τους βασικότερους λόγους σε συνδυασμό με τη μέση αλιευτική τους εμπειρία(24,97έτη) στο να υπάρχουν διαφοροποιήσεις τόσο στο μορφωτικό τους επίπεδο όσο και στην γνώση ξένων γλωσσών. Πιο συγκεκριμένα το 25% των αλιέων έχουν σταματήσει την σχολική τους εκπαίδευση στις πρώτες τάξεις του δημοτικού ενώ μόνο το 12,5% αυτών έχει προβεί σε προπτυχιακές σπουδές. Επιπρόσθετα, οι 19 στους 40 δεν γνωρίζουν κάποια ξένη γλώσσα με αποτέλεσμα ορισμένοι από αυτούς να δέχονται την βοήθεια ενός 2^{ου} μέλους κατά την διενέργεια του αλιευτικού ταξιδιού.

CODE	LOCATION	AGE	EDUCATION	FOREIGN LANGUAGE	YEARS OF FISHING	FROM FAMILY FISHERY	ADDITIONAL HELP
B1	RHODES	54	PRIMARY	NO	37	YES	NO
B2	RHODES	50	HIGH	ENGLISH	29	YES	NO
B3	RHODES	48	PRIMARY	NO	22	YES	NO
B4	RHODES	52	HIGH	ENGLISH	17	NO	NO
B5	KEFALONIA	31	HIGH	NO	18	YES	MEMBER OF FAMILY
B6	KEFALONIA	54	HIGH	NO	36	NO	MEMBER OF FAMILY
B7	KERKIRA	30	HIGH	ENGLISH	15	YES	MEMBER OF FAMILY
B8	PREVEZA	50	HIGH	NO	17	NO	MEMBER OF FAMILY
B9	ZAKINTHOS	42	GRADUATED DEGREE	ENGLISH	16	YES	MEMBER OF FAMILY
B10	KEFALONIA	62	GRADUATED DEGREE	NO	45	YES	MATE
B11	VOLOS	53	HIGH	ENGLISH	28	YES	MEMBER OF FAMILY
B12	SKIATHOS	47	HIGH	ENGLISH	30	YES	NO
B13	KITHIRA	61	GRADUATED DEGREE	ENGLISH	29	NO	MATE
B14	KITHIRA	38	HIGH	NO	30	YES	MEMBER OF FAMILY
B15	MILOS	60	HIGH	NO	35	YES	MEMBER OF FAMILY
B16	MILOS	63	HIGH	NO	47	YES	MEMBER OF FAMILY
B17	MILOS	50	HIGH	ENGLISH	20	YES	MATE
B18	PAROS	64	HIGH	NO	50	YES	MEMBER OF FAMILY
B19	PAROS	42	PRIMARY	NO	30	YES	MEMBER OF FAMILY
B20	THIRA	31	GRADUATED DEGREE	ENGLISH-SPANISH-FRENCH	8	YES	MATE
B21	NAXOS	47	HIGH	NO	25	YES	NO
B22	MYKONOS	42	PRIMARY	NO	32	YES	MEMBER OF FAMILY
B23	ATHENS	50	PRIMARY	NO	23	NO	NO
B24	ATHENS	55	GRADUATED DEGREE	ENGLISH-GERMAN	36	NO	MATE
B25	SAMOS	54	HIGH	ENGLISH-GERMAN	17	YES	MEMBER OF FAMILY
B26	POROS	50	HIGH	ENGLISH	26	NO	NO
B27	CHANIA	53	PRIMARY	ENGLISH	22	NO	MEMBER OF FAMILY
B28	CHANIA	44	GRADUATED DEGREE	ENGLISH-ITALIAN	30	YES	NO
B29	RETHYMNO	47	PRIMARY	ENGLISH	19	NO	MATE
B30	RETHYMNO	45	HIGH	NO	22	NO	NO
B31	LASITHI	52	HIGH	NO	24	YES	NO
B32	HERAKLEION	49	PRIMARY	ENGLISH	19	NO	NO
B33	HERAKLEION	56	HIGH	NO	28	YES	MATE
B34	THES/NIKI	39	HIGH	NO	15	YES	NO
B35	CHANIA	72	PRIMARY	ENGLISH	20	YES	MATE
B36	CHANIA	47	GRADUATED DEGREE	ENGLISH	19	YES	MATE

B37	LEMNOS	53	HIGH	NO	35	YES	MEMBER OF FAMILY
B38	KAVALA	31	HIGH	NO	14	YES	MATE
B39	KOMOTINI	44	GRADUATED DEGREE	ENGLISH	15	NO	NO
B40	ALEX/POLI	35	HIGH	ENGLISH	16	YES	MATE
AVERAGE		48.65			24.75		

Πίνακας 2: Κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά αλιέων

Πηγή: Dimitris Tsafoutis, Theodore Metaxas, Fishing Tourism in Greece: Defining Possibilities and Prospects, Sustainability 2021, 13, 13847.

Όσον αφορά τα αλιευτικά σκάφη, η μέση ηλικία τους είναι τα 19 έτη με την πλειοψηφία αυτών (70%) να διαθέτουν ως κύριο υλικό κατασκευής το πλαστικό (ισχυρός πολυεστέρας). Αντίθετα τα υπόλοιπα 12 ψαροκάικα θεωρούνται παραδοσιακά τρεχαντήρια με βασικό υλικό κατασκευής το ξύλο (πεύκο ή ιρόκο). Η παρουσία των παραδοσιακών σκαριών παραμένει ανεκτίμητη καθώς διατηρείται ζωντανή η πολιτιστική κληρονομία αλλά και η αλιευτική παράδοση της Ελλάδας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η παλαιότητα αυτών των σκαφών με το σύνολο αυτών να έχουν κατασκευαστεί πριν το 2004. Τέλος τα αλιευτικά εργαλεία επίδειξης ποικίλουν ανάλογα με τις προδιαγραφές του καϊκιού αλλά και την ζήτηση των τουριστών.

CODE	REGION OF STARTING TRIPS	YEAR OF BOAT	MATERIAL	LENGTH	DISPLAY FISHING TOOL
B1	KOLONA PORT	18	PLASTIC	8.40	FISHING RODS
B2	KOLONA PORT	16	PLASTIC	8.70	FISHING RODS-NETS
B3	FALIRAKI	26	PLASTIC	13.40	FISHING RODS
B4	MANDRAKI	40	WOOD	14.00	FISHING RODS
B5	AGIA KYRIAKI	16	PLASTIC	8.50	NETS
B6	SVORONATA	23	WOOD	15.00	NETS
B7	ASTRAKERI	15	WOOD	8.00	FISHING RODS
B8	PSATHAKI	19	PLASTIC	8.50	NETS
B9	ZAKYNTHOS PORT	23	WOOD	14.95	FISHING RODS-NETS
B10	LIXURI	31	WOOD	9.70	FISHING RODS-NETS
B11	MILINA	20	PLASTIC	7.30	FISHING RODS-NETS
B12	SKIATHOS PORT	16	PLASTIC	9.60	FISHING RODS
B13	AGIA PELAGIA	14	PLASTIC	12.65	NETS
B14	AVLEMONAS	17	PLASTIC	10.00	FISHING RODS-NETS
B15	POLLONIA	16	PLASTIC	10.90	NETS
B16	ADAMAS	9	PLASTIC	10.00	FISHING RODS
B17	POLLONIA	16	PLASTIC	9.00	FISHING RODS-NETS
B18	PISO LIVADI	38	WOOD	14.90	FISHING RODS-NETS
B19	ALIKI	35	WOOD	14.00	FISHING RODS-NETS
B20	VLIXADA	31	WOOD	14.80	FISHING RODS-NETS
B21	PANORMOS	19	PLASTIC	8.70	FISHING RODS-NETS

B22	ANO MERA	18	PLASTIC	9.95	NETS
B23	KALITHEA	20	PLASTIC	8.90	NETS
B24	NEA MAKRI	41	WOOD	11.00	FISHING RODS-NETS
B25	PYTHAGOREIO	9	PLASTIC	9.10	FISHING RODS
B26	GALATAS TROIZINIAS	16	WOOD	9.00	FISHING RODS-NETS
B27	MARATHI	6	PLASTIC	9.35	FISHING RODS
B28	KISSAMOS	9	PLASTIC	8.40	FISHING RODS
B29	PLAKIAS	11	PLASTIC	8.30	FISHING RODS-NETS
B30	RETHYMNO PORT	6	PLASTIC	7.50	FISHING RODS
B31	IERAPETRA	19	PLASTIC	8.70	FISHING RODS-NETS
B32	MALIA	15	PLASTIC	10.00	FISHING RODS-NETS
B33	LENTAS	26	WOOD	11.30	NETS
B34	XALASTRA	33	PLASTIC	8.70	FISHING RODS
B35	NEORIA	19	WOOD	11.90	FISHING RODS
B36	KOLIMPARI PORT	7	PLASTIC	8.50	FISHING RODS-NETS
B37	MIRINA	6	PLASTIC	10.00	FISHING RODS-NETS
B38	NEA IRAKLEITSA	25	WOOD	8.90	NETS
B39	FANARI	19	PLASTIC	7.50	FISHING RODS
B40	ALEX/POLI PORT	19	PLASTIC	9.99	FISHING RODS-NETS
AVERAGE		19.55		10.19	

Πίνακας 3: Στοιχεία αλιευτικών σκαφών

Πηγή: Dimitris Tsafoutis, Theodore Metaxas, Fishing Tourism in Greece: Defining Possibilities and Prospects, Sustainability 2021, 13, 13847

Η συμβολή των μελών της οικογένειας και γενικότερα ενός 2^{ου} ατόμου για την υποστήριξη του αλιευτικού ταξιδιού

Ο αλιευτικός τουρισμός αποτέλεσε το κλειδί έτσι ώστε να γίνει ορατή η συνεισφορά των γυναικών και των παιδιών όχι μόνο στα ελληνικά ψαροκάικα που εκτελούν τα αλιευτικά ταξίδια αλλά παγκοσμίως. Αυτό γιατί οι επαγγελματίες αλιείς δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν μόνοι τους με μια μικρή ομάδα 8 έως 12 τουριστών στα αλιευτικά τους σκάφη. Πιο συγκεκριμένα από τα 40 ψαροκάικα που ασκούν ενεργά αλιευτικό τουρισμό στην Ελλάδα και έχουν επιλεγεί για την έρευνα το 77% αυτών (31 ψαροκάικα) πέρα από τον καπετάνιο έχουν επιπλέον ένα άτομο ώστε να συνεισφέρει στο αλιευτικό ταξίδι. Ειδικότερα τα 21 από αυτά διαθέτουν ως αλιευτικό προσωπικό μέλος της οικογένειας του αλιέα (σύζυγος, παιδί, μητέρα) ενώ στα υπόλοιπα είναι ενσωματωμένος ένα έμπειρος αλιεργάτης. Όταν οι αλιείς ρωτήθηκαν κατά πόσο είναι σημαντική η συγκεκριμένη προσθήκη οι απαντήσεις τους είχαν μια κοινή οπτική. Όσον αφορά την συμβολή των παιδιών οι αλιείς θεωρούν πως ο αλιευτικός τουρισμός είναι η μοναδική ευκαιρία να εισέλθουν τα παιδιά τους ομαλά στον κλάδο της αλιείας. Αυτό

καθώς κανένας ψαράς δεν επιθυμεί στις μέρες μας να ωθήσει το παιδί του στην επαγγελματική αλιεία καθώς λόγω της υπεραλίευσης είναι κουραστική και μη κερδοφόρα η δουλειά του ψαρά. Με αυτό τον τρόπο οι νέοι όχι μόνο εξειδικεύονται στον κλάδο της αλιείας, αλλά τους δίνεται η δυνατότητα μέσα από τις καινοτόμες ιδέες τους να επιτευχθεί ένα τεράστιο άλμα εκσυγχρονισμού του αλιευτικού τομέα. Αντίστοιχα, ο ρόλος των γυναικών δίνει την αίσθηση ότι η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού δεν απευθύνεται μόνο σε άνδρες αλλά σε μια ευρεία γκάμα τουριστών. Γενικότερα, η συμβολή των μελών της οικογένειας πάνω στο αλιευτικό σκάφος δημιουργεί αυτόματα ένα φιλικό και οικείο περιβάλλον για τους τουρίστες. Ένα μέρος των ερωτηθέντων τόνισαν πως η ενσωμάτωση των μελών της οικογένειας γίνεται με απώτερο σκοπό την δημιουργία ενός ζεστού οικογενειακού περιβάλλοντος. Ο ερωτώμενος αλιέας με κωδικό B9 όπου συνεργάζεται με την μητέρα του στο αλιευτικό ταξίδι τόνισε:

<Αρέσει στους τουρίστες το οικογενειακό περιβάλλον, βλέπουν τον καπετάνιο μαζί με την μητέρα του. Η μητέρα μου τους καθαρίζει τα ψάρια, τους μαγειρεύει, δηλαδή νιώθουν σαν το σπίτι τους.>

Πάνω σε αυτό το θέμα ο καπετάνιος με τον κωδικό B26 για την συνεισφορά των μελών της οικογένειας πρόσθεσε:

<νιώθει ο τουρίστας πιο οικεία γιατί βρίσκεται πάνω σε ένα σκάφος με μια οικογένεια, είναι πολύ σημαντικό αυτό γιατί μετά από μία ώρα νιώθει ότι σε ήξερε και από εχθές, είναι μεγάλη υπόθεση, γινόμαστε όλοι μια οικογένεια.>

Παράλληλα η βοήθεια ενός δεύτερου ατόμου είτε αυτό είναι μέλος της οικογένειας είτε αλιεργάτης έχει πολλαπλά οφέλη σύμφωνα με τους αλιείς. Αυτό καθώς ο κάθε καπετάνιος δεν μπορεί εύκολα να ανταπεξέλθει με μια ομάδα 8 έως 12 τουριστών. Κύριο μέλημα του είναι η ναυσιπλοΐα, η επίδειξη αλιευτικών τεχνικών και το μαγείρεμα των αλιευμάτων. Από εκεί και πέρα το δεύτερο άτομο εισέρχεται με απώτερο σκοπό την ασφάλεια και την καλύτερη συνεργασία με τον καπετάνιο για θέματα που αφορούν το λειτουργικό κομμάτι του σκάφος, το ξεψάρισμα καθώς και όλα τα διαδικαστικά περί φαγητού. Επιπρόσθετα ο δημογραφικός πίνακας των αλιέων δείχνει πως το 27% των αλιέων δεν γνωρίζουν κάποια ξένη γλώσσα. Επομένως το 2^ο άτομο όχι μόνο βοηθά στην καλύτερη επικοινωνία με τους τουρίστες αλλά τους παρέχει σημαντικές πληροφορίες σχετικές με το αλιευτικό εργαλείο επίδειξης (επεξήγηση αλιευτικής μεθόδου, ονομασία και τρόπο μαγειρέματος των αλιευμάτων, κ.α), αλλά και

πολύπλευρες γνώσεις που αφορούν γεωμορφολογικά, ιστορικά και αρχαιολογικά χαρακτηριστικά της εκάστοτε περιοχής. Ουσιαστικά αποτελεί έναν ξεναγό-πληροφοριοδότη του όλου αλιευτικού ταξιδιού. Τέλος, πέρα από την ορατή συμβολή τους απαραίτητες είναι και διενέργειες τους εκτός του αλιευτικού ταξιδιού καθώς τις περισσότερες φορές οι γυναίκες και τα παιδιά των ψαράδων αναλαμβάνουν την όλη προετοιμασία πριν το αλιευτικό ταξίδι(πλύσιμο καϊκιού, απαραίτητες προμήθειες για το γεύμα κ.α),τις ηλεκτρονικές κρατήσεις αλλά και την προβολή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Μόνο 2 από τους 40 αλιείς θεώρησαν ότι δεν χρειάζονται επιπλέον άτομο στο όλο αλιευτικό ταξίδι καθώς το υπόλοιπο 17% του δείγματος (7 αλιείς) υποστήριξαν παρόλο που δεν έχουν ένα επιπλέον άτομο να τους βοηθήσει, κρίνουν πως η συμβολή του θα ήταν πολύτιμη

Το φαγητό ως παράγοντας της αλιευτικής εμπειρίας

Παρόλο που υπάρχει αρκετή βιβλιογραφία που εξετάζει τουρισμό και γαστρονομία, ελάχιστες έρευνες έχουν εστιάσει στην παροχή φαγητού σε ασυνήθιστα και μη καθημερινά περιβάλλοντα (Warde and Martens, 2000). Η ατμόσφαιρα, η παρέα και γενικότερα η απομόνωση σε μια απόμερη και ασυνήθιστη τοποθεσία κάνουν την εμπειρία του φαγητού πιο ευχάριστη και απολαυστική (Warde and Martens, 2000). Στην περίπτωση του αλιευτικού τουρισμού πέρα από την αλιευτική διαδικασία δίνεται η δυνατότητα στους τουρίστες να γευματίσουν επί του σκάφους δοκιμάζοντας τα ψάρια που ήδη αλιεύτηκαν καθώς και άλλες παραδοσιακές συνταγές. Το 85% των καϊκιών που συμμετείχαν στην έρευνα θεωρούν πως το φαγητό αποτελεί σημαντικό και αναπόσπαστο κομμάτι της αλιευτικής εμπειρίας ενσωματώνοντας το σε κάθε αλιευτικό ταξίδι. Αυτό καθώς αξιολογείται ως βασικό σκέλος της όλης αλιευτικής διαδικασίας και ολοκλήρωση της όλης εμπειρίας. Δίνεται με αυτό τον τρόπο η δυνατότητα στον επισκέπτη πέρα από την αλίευση και το ξεψάρισμα να δει τον καθαρισμό, το μαγείρεμα και στο τέλος να βρεθεί το αλιεύμα στο πιάτο του. Μια μικρή ομάδα αλιέων επισήμαναν πως οι τουρίστες επιθυμούν να συμμετάσχουν στην διαδικασία του μαγειρέματος αλλά και να γευτούν το ψάρι που οι ίδιοι αλίευσαν. Επιπρόσθετα τρώγοντας πάνω σε ένα αλιευτικό σκάφος έχουν το προνόμιο να δοκιμάζουν φρέσκες και αυθεντικές γεύσεις απολαμβάνοντας την παραδοσιακή κουζίνα και γενικότερα τα τοπικά προϊόντα του εκάστοτε τόπου. Όσον αφορά τα παραπάνω ο συνεντευξιαζόμενος B35 επισήμανε:

< οι γεύσεις μας είναι μοναδικές, το μεγάλο συν που έχουμε είναι ότι όλα τα προϊόντα μας είναι ά ποιότητας , το λάδι είναι από την ελιά την δικιά μας, τα λαχανικά από τον κήπο μας, το κρασί από τους αμπελώνες μας >.

Επί του ίδιου θέματος ο ερωτώμενος με κωδικό B10 υποστήριξε:

<Η ώρα του φαγητού και η ποιότητά του αποτελεί για εμένα το 60 % της όλης εμπειρίας, οι γεύσεις είναι πρωτόγνωρες για τους τουρίστες, δεν τις έχουν ζαναγευτεί, εντυπωσιάζονται γιατί είναι ότι πιο φρέσκο μπορούν να δοκιμάσουν>

Σε γενικές γραμμές επειδή τα αλιευτικά ταξίδια διαρκούν από 4 έως και 7 ώρες οι αλιείς θεωρούν πως χωρίς το φαγητό το όλο αλιευτικό ταξίδι θα ήταν μονότονο και ταυτόχρονα οι τουρίστες δεν θα έμεναν αρκετά ικανοποιημένοι από την όλη τουριστική εμπειρία. Τα υπόλοιπα 7 αλιευτικά (17% του συνόλου) που δεν παρέχουν αυτή την γαστρονομική εμπειρία παρέχουν δωρεάν τα αλιεύματα στους επισκέπτες για ατομική κατανάλωση.



Εικόνα 1: Στολισμένο τραπέζι υποδοχής των τουριστών

Πηγή 2: Zante Fishing Tours

Τα αλιευτικά ταξίδια ως μέσο διατήρησης της αλιευτικής κληρονομιάς

Ο τουρισμός έχει διαφοροποιηθεί με βάση τα νέα ενδιαφέροντα καθώς ένα κομμάτι αυτού στρέφεται προς την πολιτιστική κληρονομιά ως τουριστικό πόρο. Πλέον οι τουρίστες αναζητούν ολοένα και περισσότερες μοναδικές και αυθεντικές εμπειρίες συμβατές με την πολιτιστική κληρονομιά της εκάστοτε περιοχής (Buhalis, 2000). Όσον αφορά τον κλάδο της αλιείας, η πρόσβαση των επισκεπτών με παραδοσιακά παράκτια χαρακτηριστικά, όπως μια αλιευτική βιομηχανία, εμπορικές αποβάθρες, παράκτιους πόρους κ.α, δημιουργεί αυτόματα μια αυθεντική εμπειρία συμβάλλοντας σε μια ζωντανή κουλτούρα (Lacher, Oh, Jodice, & Norman, 2013). Αυτό μπορεί να προσφέρει μια μοναδική εμπειρία για τους τουρίστες αλλά και παράλληλα ανανέωση των παραδοσιακών δραστηριοτήτων και ταυτόχρονη διατήρησή τους (Acott & Urquhart, 2014). Συχνά λέγεται ότι μόνο αυτό που είναι γνωστό εκτιμάται και δεν υπάρχει καλύτερος τρόπος να γνωρίσει κάποιος μια δραστηριότητα αν δεν την έχει δοκιμάσει προσωπικά. Στην περίπτωση του αλιευτικού τουρισμού αυτό επιτυγχάνεται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο καθώς μέσω των αλιευτικών ταξιδιών οι τουρίστες ανεβαίνοντας σε ένα ψαροκάικο μπαίνουν κατευθείαν στον κόσμο της αλιείας και στην τοπική παράδοση των αλιευτικών κοινοτήτων. Όταν οι αλιείς ρωτήθηκαν τι είναι αυτό που κάνει τους τουρίστες να δένονται με τις παράκτιες περιοχές οι περισσότεροι υποστήριξαν πως με το αλιευτικό ταξίδι ο επισκέπτης μπαίνει κατευθείαν στο πετσί του ψαρά, στην καθημερινότητά του και γενικότερα στον τρόπο ζωής του. Πιο συγκεκριμένα ο ερωτώμενος με τον κωδικό Β3 είπε πως :

<επιλέγοντας ο τουρίστας να ανέβει στο καΐκι μου, θέλει να βιώσει τον τρόπο ζωής, θέλει να γίνει ένα με τους ψαράδες, θέλει να λερωθεί, θέλει να φάει αυτά που τρώει ο ψαράς, θέλει να περπατήσει ξιπόλητος, θέλει να ζήσει ότι έβλεπε στα όνειρά του.>

Παράλληλα, οι πληροφορίες που δέχονται αλλά και η ενεργή συμμετοχή τους στην αλιευτική διαδικασία τους φέρνει αυτόματα σε επαφή με υλικά ή άυλα χαρακτηριστικά όπως για παράδειγμα το ίδιο το καΐκι, τα αλιευτικά του εργαλεία (δίχτυα, καλάμια), το βυθόμετρο, ακόμα και την μυρωδιά της λαδομπογιάς από το παραδοσιακό τρεχαντήρι. Τα παραπάνω στοιχεία απαρτίζουν όχι μόνο τον αλιευτικό πολιτισμό, αλλά αποτελούν αντιπροσωπευτικά χαρακτηριστικά του αλιευτικού ταξιδιού. Πρόκειται για στοιχεία που προσδιορίζουν συμβολικά μια αλιευτική κοινότητα αλλά λειτουργούν και ως παράγοντες διαφοροποίησης των αλιευτικών ταξιδιών. Τα παραπάνω στοιχεία

ορίζονται ως δείκτες πολιτιστικής κληρονομιάς επηρεάζοντας τον τρόπο ζωής τόσο των ντόπιων ψαράδων όσο και των τουριστών καθώς εμπεριέχουν την ιδιότητα τόσο των πολιτιστικών όσο και των τουριστικών πόρων. Ακόμα και οι ίδιοι οι ψαράδες αποτελούν ένα κομμάτι του θαλάσσιου πολιτιστικού τοπίου και γενικότερα το κεντρικό στοιχείο του αλιευτικού ταξιδιού (Davis, 2001). Σε γενικές γραμμές δίνεται η ευκαιρία στους τουρίστες να ζήσουν μια πρωτόγνωρη, βιωματική και συνάμα αυθεντική εμπειρία λόγω του ότι καταφέρνουν να γνωρίσουν τον προορισμό των διακοπών τους και δια θαλάσσης ερχόμενοι σε άμεση επαφή με τη θάλασσα και το φυσικό περιβάλλον. Τέλος ο ενεργός ρόλος των τουριστών στην αλιευτική διαδικασία από μια ουδέτερη στάση που είχαν στην αρχή τους επιφέρει μια αίσθηση αδρεναλίνης με αποτέλεσμα να τους γεννιέται το ένστικτο του κυνηγού θέλοντας και οι ίδιοι να αλιεύσουν το δικό τους θήραμα. Η στάση αυτή και γενικότερα η εναλλαγή της όλης συμπεριφοράς κάνει τους αλιείς να πιστεύουν ότι πέτυχαν τον αρχικό τους σκοπό που είναι πέρα από την ικανοποίηση των τουριστών η αγάπη για τον κλάδο της αλιείας και η προσκόλληση που δημιουργείται για τις αλιευτικές περιοχές

Οι τοπικές ιδιαιτερότητες ως βασικό στοιχείο ανάδειξης των προορισμών

Μια από τις βασικές προτεραιότητες που θέτουν οι αλιείς στα αλιευτικά ταξίδια τους είναι η εκμετάλλευση των ιδιαιτεροτήτων της περιοχής τους. Οι περισσότεροι τόνισαν ότι η ίδια η Ελλάδα αποτελεί μια ιδιαιτερότητα με τα νησιά, τον πολιτισμό και την ιστορία της με αποτέλεσμα ο κάθε τόπος να μπορεί να αναδείξει το κάτι ξεχωριστό. Πιο συγκεκριμένα ο αλιείς δίνουν μεγάλη βαρύτητα στα ιστορικά, αρχαιολογικά αλλά και μυθολογικά χαρακτηριστικά του τόπου τους. Για παράδειγμα, στα Κύθηρα το αλιευτικό πλήρωμα εξηγεί στους τουρίστες για το μινωικό πολιτισμό, στον Βόλο για την αργοναυτική εκστρατεία, ο καπετάνιος στην Ρόδο στην αρχή του ταξιδιού κάνει μια μικρή βόλτα στο λιμάνι του νησιού με σκοπό οι τουρίστες να βγάλουν μια φωτογραφία το κάστρο. Επιπρόσθετα, τα γεωφυσικά αλλά και γεωμορφολογικά στοιχεία παίζουν σημαντικό ρόλο για το αλιευτικό ταξίδι. Οι παρθένες παραλίες με τα καταγάλανα νερά, οι σπηλιές με τις σταλαχτίδες όπου το καϊκι μπορεί να εισέλθει μέσα, οι βράχοι, οι κολπίσκοι και τα ναυάγια απογειώνουν την αλιευτική εκδρομή κάνοντας τους επισκέπτες να δένονται με τον κάθε τόπο. Ένα μεγάλο προτέρημα που χαρακτηρίζει την Ελλάδα και γενικότερα τις χώρες που βρέχονται στην Μεσόγειο είναι τα καλά αλιευτικά πεδία και η βιοποικιλότητα. Ως αποτέλεσμα αυτού κάποιες περιοχές φημίζονται για τα αλιεύματα τους όπως η Κεφαλονιά για τους αστακούς, η Σαντορίνη

για το σημειακό γαριδάκι, η Πάρος για το σαλάχι και ο Αμβρακικός κόλπος για την γάμπαρι. Η ευκαιρία που τους δίνεται να γευματίσουν πάνω στο σκάφος έχει ως αποτέλεσμα την δοκιμή τόσο της παραδοσιακής διατροφής των ψαράδων(κακαβιά, γαριδομακαρονάδα κ.α) αλλά και των τοπικών προϊόντων του κάθε τόπου (πχ. Σαμιώτικο κρασί, μυκονιάτικο τυρί, λαδένια Μήλου). Αξίζει σε αυτό το σημείο να αναφερθεί ότι η μετάβαση από την επαγγελματική στην τουριστική και ψυχαγωγική αλιεία έφερε μια διαφορετική αντιμετώπιση προς τα θηλαστικά της θάλασσας. Αυτό καθώς τα δελφίνια, οι φώκιες και οι χελώνες ήταν και είναι ακόμα βασικοί εχθροί των ψαράδων καθώς καταστρέφουν τα αλιευτικά εργαλεία. Στη περίπτωση του αλιευτικού τουρισμού αυτό το μειονέκτημα κατάφεραν οι αλιείες να το κάνουν πλεονέκτημα καθώς προσπαθούν στα αλιευτικά τους ταξίδια να πετύχουν ένα τέτοιο θηλαστικό προσφέροντας μια μοναδική εικόνα στους τουρίστες. Τέλος οι αλιείες σαν ιδιαιτερότητα χαρακτήρισαν κάποια στοιχεία που για αυτούς ήταν συνηθισμένα αλλά για τους τουρίστες πρωτόγνωρα. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα επί αυτού δόθηκε από ένα αλιέα της Μήλου (κωδικός B17) ο οποίος επεσήμανε πως :

< τα κατσίκια στον Πολύαιγο τα βλέπω από μικρός σχεδόν κάθε μέρα, δεν περίμενα πως οι τουρίστες θα ενθουσιάζονται τόσο πολύ όταν τα βλέπουν. Πλέον είναι κομμάτι του ταξιδιού μου να τους πάω όσο πιο κοντά στα βράχια μπορώ να τα φωτογραφίσουν.>

Ένα παραπλήσιο περιστατικό συμβαίνει και με το αλιευτικό σκάφος το οποίο πραγματοποιεί αλιευτικά ταξίδια στην Σάμο. Σύμφωνα με τον καπετάνιο (κωδικός B25) ένας γλάρος αποτελεί βασικό στοιχείο του αλιευτικού ταξιδιού καθώς κατά την διάρκεια της συνέντευξης υποστήριξε:

<Τον τελευταίο χρόνο στα ταξίδια μας προσεγγίζει ένας συγκεκριμένος γλάρος όταν αγκυριβολούμε στον κόλπο . Έχει εξοικειωθεί μαζί μας. Οι τουρίστες τον ταΐζουν μικρά ψάρια. Πολλοί από αυτούς ρωτάνε όταν είναι να ξαναέρθουν αν θα τον συναντήσουν.>

Φαίνεται λοιπόν πως η ιδιαιτερότητα εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις εικόνες , τις αντιλήψεις αλλά και τα βιώματα που έχει ο καθένας στην καθημερινή του ζωή. Ως αποτέλεσμα των παραπάνω ορισμένες συνθήκες και καταστάσεις που βιώνουν οι ντόπιοι μπορούν να αποτελέσουν βασικό παράγοντα επανεξέτασης του προορισμού.



Εικόνα 2: Ψαροκάικο στη Ρόδο κατά την έξοδο του από το λιμάνι που χρησιμοποιεί ως τοπική ιδιαιτερότητα το κάστρο του νησιού.

Πηγή: Makarounas Fishing Trips Rhodes

Πρακτικές Διατήρησης και προστασίας του θαλάσσιου περιβάλλοντος μέσω του αλιευτικού ταξιδιού

Ένας από τους βασικότερους σκοπούς δημιουργίας των αδειών αλιευτικού τουρισμού ήταν η προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος βοηθώντας στην αποσυμπίεση των ιχθυοαποθεμάτων . Σύμφωνα με τους αλιείς αυτό επιτυγχάνεται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο καθώς τα αλιευτικά τους εργαλεία έχουν μειωθεί κατά πολύ σε σχέση με αυτά που χρησιμοποιούσαν όταν ασκούσαν επαγγελματική αλιεία. Επισημαίνουν πως η αλιευτική τους προσπάθεια είναι τόση έτσι ώστε να καλυφθεί το γεύμα των τουριστών και τίποτα περισσότερο. Πέρα από αυτούς που έχουν ως αλιευτικό εργαλείο επίδειξης τα καλάμια, οι υπόλοιποι που χρησιμοποιούν δίχτυα τόνισαν πως το μάτι των δικτυών είναι τέτοιο έτσι ώστε να πιάνονται αλιεύματα άνω των 400 γραμμαρίων με τα μικρότερα να ξεφεύγουν. Ταυτόχρονα σημαντική είναι η συνεισφορά τους στην συλλογή σκουπιδιών καθώς ότι απορρίμματα μαζεύονται από τα δίχτυα είτε από τις παραλίες αποθηκεύονται με σκοπό την ανακύκλωση. Φαίνεται πως η αλιεία ανοίγει νέους δρόμους πράγμα που οι περισσότεροι αλιείς δεν το περίμεναν. Όλη αυτή η νοοτροπία πιστεύουν ότι οφείλεται στην συνολική συμπεριφορά και στάση που δείχνουν οι ξένοι τουρίστες για το περιβάλλον. Ο ερωτώμενος B15 πάνω σε αυτό το θέμα υποστήριξε:

<Οι ξένοι τουρίστες είναι πιο μπροστά οικολογικά σε σχέση με εμάς, με μαλώνουν ακόμα και όταν πετάω το τσιγάρο στην θάλασσα. Είναι πολύ ευαισθητοποιημένοι πάνω σε αυτά τα θέματα, μας κάνουν και εμάς καλύτερους.>

Ο παραπάνω είναι ένας από τους λόγους για τους οποίους στα ελληνικά ψαροκάικα δεν χρησιμοποιείται καθόλου πλαστικό, όλα τα υλικά είναι ανακυκλώσιμα, καθώς και υπάρχουν κάδοι για τα απορρίμματα. Στο ίδιο μήκος κύματος ήταν και ο καπετάνιος με κωδικό B24 ο οποίος πρόσθεσε:

< εμείς αναγκαστήκαμε να γίνουμε καλύτεροι καθώς ο μέσος Ευρωπαίος σκέφτεται πιο οικολογικά από τον μέσο Έλληνα, αναγκαζόμαστε από πριν να δημιουργήσουμε στον εαυτό μας την οικολογική συνείδηση και όλο αυτό βγαίνει αυτόματα.>

Τέλος, σε μεγάλο βαθμό παρατηρήθηκε ότι με τα αλιευτικά ταξίδια εφαρμόζεται η τεχνική του catch and release fishing. Είναι ουσιαστικά μια τεχνική ψαρέματος που χρησιμοποιείται στο ψυχαγωγικό ψάρεμα. Έχει μακρά ιστορία και για το λόγο αυτό έχει κεντρίσει το ενδιαφέρον τόσο των ερευνητών όσο και των ψαράδων. Τα πλεονεκτήματα αυτής της μεθόδου είναι προφανή, καθώς υπάρχει αξιοσημείωτη βελτίωση στα αλιευτικά αποθέματα και πολλά κοινωνικοοικονομικά οφέλη για τις κοινωνίες (Arlinghaus et al. 2007). Αυτή η τεχνική αλιείας μπορεί να ταξινομηθεί σε δύο βασικές κατηγορίες: (1) ρυθμιστικό C&R και (2) εθελοντικό C&R (Ditton et al., 2002). Το πρώτο αναφέρεται στη νομοθεσία της χώρας και στις περιφερειακές αλιευτικές πολιτικές. Πρακτικά, η αλιεία μπορεί να ρυθμίζεται από νόμους και κατευθυντήριες γραμμές όπως οι προστατευόμενες εποχές βάσει μήκους, τα προστατευόμενα είδη [17], τα ημερήσια όρια αποσκευών και οι ετήσιες ποσοστώσεις. Το τελευταίο, αντίθετα, βασίζεται στην οικειοθελή απόφαση του ψαρά να απελευθερώσει ή όχι ψάρια και η ίδια η συμπεριφορά δεν συνδέεται με ισχύοντες κανονισμούς (Arlinghaus et al. 2007). Είναι προφανές ότι στην περίπτωση του αλιευτικού τουρισμού αυτή η αλιευτική πολιτική ασκείται για καθαρά εθελοντικούς σκοπούς, χωρίς κανέναν εξωτερικό καταναγκασμό. Σε κάποιες περιπτώσεις οι ίδιοι οι τουρίστες απελευθερώνουν τα ψάρια που αλιεύτηκαν. Τους δίνεται ουσιαστικά η ευκαιρία μέσω του αλιευτικού ταξιδιού να ζήσουν από κοντά μια βιώσιμη εμπειρία. Ήδη τα τελευταία χρόνια οι τουριστικές έρευνες έστρεψαν την προσοχή τους στις βιώσιμες εμπειρίες καθώς αποτελούν δυνητικά μέσα για την απόκτηση ανταγωνιστικών πλεονασμάτων, ενισχύοντας παράλληλα την αειφορία προορισμού και την αντιληπτή αξία εμπειρίας (Chen et al., 2011; Liu et al., 2016; Lu et al. al., 2017; Poudel &

Nyaupane, 2013). Προς το παρόν δεν υπάρχει σαφής ορισμός της βιώσιμης εμπειρίας ωστόσο ένας αρχικός μπορεί να είναι ο εξής :

<μια βιωματική εμπειρία που αποσκοπεί στην δημιουργία έντονων συναισθημάτων και αναμνήσεων εξασφαλίζοντας περιβαλλοντική βιωσιμότητα στους προορισμούς>

Αυτό καθώς μέσω της τουριστικής δραστηριότητας παρατηρείται η ανησυχία των επισκεπτών και των κατοίκων σχετικά με περιβαλλοντικά και κοινωνικοπολιτικά ζητήματα αειφορίας, όπως σκουπίδια, ρύπανση των υδάτων, κλιματική αλλαγή. Τέλος για να εφαρμοστεί μια βιώσιμη εμπειρία θα πρέπει να υφίστανται οι 4 παρακάτω διαστάσεις, 1) αλληλεπίδραση με το φυσικό περιβάλλον, 2) αλληλεπίδραση με το πολιτιστικό περιβάλλον, 3) αντιλήψεις και απόψεις και 4) δραστηριότητες με βάση τη φύση

Εμπόδια περαιτέρω ανάπτυξης του αλιευτικού ταξιδιού

Από τις παραπάνω ενότητες φαίνεται ότι τα τελευταία 6 χρόνια που υφίσταται ο αλιευτικός τουρισμός στην Ελλάδα έχουν γίνει σημαντικά βήματα προόδου και ανάπτυξης αυτής δραστηριότητας. Ωστόσο οι ίδιοι οι αλιείς έχοντας μια καλύτερη εικόνα λόγω της συνεχής αλληλεπίδρασής τους με το αντικείμενο επισημαίνουν πως υπάρχουν κάποιες δυσκολίες οι οποίες στερούν την περαιτέρω ανάπτυξη και διάδοσή του αλιευτικού τουρισμού. Πρώτο και σημαντικότερο δεν υφίστανται ενέργειες προβολής και ανάδειξης αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού τόσο σε τοπικό όσο και σε κρατικό επίπεδο. Προς το παρόν όλο το κομμάτι της διαφήμισης αναλαμβάνεται μεμονωμένα από το κάθε καΐκι ξεχωριστά. Αυτός θεωρούν είναι και ο βασικός λόγος που σε αρκετές νησιωτικές αλλά και παράκτιες περιοχές δεν υπάρχουν άδειες αλιευτικού τουρισμού. Δεύτερον, οι ασάφειες περί νομοθεσίας που αφορούν κατά κύριο λόγο την διεξαγωγή του μπάνιου σε κάποια παραλία και του φαγητού επηρεάζουν αρνητικά την όλη διαδικασία οργάνωσης της αλιευτικής εκδρομής. Αυτό καθώς λόγω της μη ξεκάθαρης ΚΥΑ που δεν διευκρινίζεται η διενέργεια των 2 παραπάνω στοιχείων υπάρχουν σε κάποιες περιοχές ψαροκάικα που σαν υπηρεσία παρέχουν μόνο την αλιευτική δραστηριότητα. Για τους περισσότερους αλιείς το μπάνιο και το φαγητό αποτελούν βασικούς πυλώνες της τουριστικής εμπειρίας αλλά και κύριους λόγους που οι τουρίστες έρχονται για τα αλιευτικά ταξίδια. Χωρίς αυτά τα δύο το ταξίδι θα είναι μονότονο και τα επίπεδα ικανοποίησης των τουριστών θα είναι χαμηλότερα. Παράλληλα πέρα από τις φορολογικές τους υποχρεώσεις που είναι και

αυτές υπερβολικές με βάση με την αρμοδιότητα που τους έχει δοθεί βάση αλιευτικού τουρισμού, υπάρχουν κάποιοι ακόμα περιορισμοί που εμποδίζουν την όλη ασφάλεια των τουριστών κατά τη διάρκεια του αλιευτικού ταξιδιού. Ένας από αυτούς είναι οι ίπποι της κεντρικής μηχανής του καϊκιού οι οποίοι βάση νόμου δεν θα πρέπει να ξεπερνά τους 15BB. Σύμφωνα με τους αλιείς όχι μόνο οι ίπποι αυτοί είναι ελάχιστοι για την ομαλή διεξαγωγή των αλιευτικών ταξιδιών αλλά τα καϊκια που ασκούν αλιευτικό τουρισμό θα πρέπει να είναι ενσωματωμένα με 2 βασικές μηχανές έτσι ώστε να παρέχεται πλήρη ασφάλεια στους τουρίστες σε περίπτωση που συμβεί κάτι. Παράλληλα σε αρκετές περιοχές της Ελλάδας υπάρχουν ερασιτέχνες ψαράδες οι οποίοι με μια άδεια ναυσιπλόου (skipper) ασκούν παράνομα ταξίδια αλιευτικού τουρισμού. Αυτό καθώς ο αλιευτικός τουρισμός βάση νόμου πρέπει να ασκείται μόνο από τους επαγγελματίες αλιείς, τους έχοντες στην κατοχή τους επαγγελματικό σκάφος αλιείας. Η όλη αυτή παρανομία αλλοιώνει σύμφωνα με τους επαγγελματίες αλιείς την έννοια και την νοοτροπία που προσπαθεί να περαστεί με τα αλιευτικά ταξίδια οδηγώντας μόνο σε κερδοσκοπία και εκμετάλλευση των τουριστών. Τέλος η έλλειψη σεμιναρίων που θα αφορά τόσο τους κατόχους άδειας αλιευτικού τουρισμού αλλά και όσους επαγγελματίες επιθυμούν να το ξεκινήσουν για θέματα σχετικά με τον τουρισμό, την εκμάθηση των νέων αλιευτικών τεχνικών, την παροχή πρώτων βοηθειών αλλά και γνώσεων ναυαγοσωστικής που κρίνονται απαραίτητα για την ασφάλεια των τουριστών δυσκολεύουν περισσότερο την όλη κατάσταση.

Αλιευτικός Τουρισμός 365 μέρες το χρόνο

Προς το παρόν η διάρκεια του αλιευτικού τουρισμού είναι ανάλογη με την τουριστική περίοδο της κάθε περιοχής. Ωστόσο οι αλιείς επισημαίνουν πως οι αλιευτικές εκδρομές μπορούν να επεκταθούν μέχρι και 10 μήνες το χρόνο. Η μόνη διαφορά που θα πρέπει να εφαρμοστεί είναι να διαμορφώσουν το αλιευτικό τους ταξίδι με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να απευθύνεται σε μια ξεχωριστή ομάδα τουριστών με διαφορετικά κίνητρα και προτιμήσεις. Οι τουρίστες που θα επισκεφτούν την Ελλάδα κατά την χειμερινή περίοδο δεν θα έχουν καμία σχέση με το προφίλ των επισκεπτών που έρχονται το καλοκαίρι καθώς θα έχουν ως βασικό στόχο και κίνητρο την αλιεία. Ουσιαστικά θα είναι μανιώδεις ερασιτέχνες ψαράδες που θα μπορούν να αντέξουν τις αντίξοες συνθήκες (φουρτούνες, βροχή, αέρα) με απώτερο σκοπό την αλίευση ενός ψάρι τροπαίου. Προς το παρόν στην Ρόδο και τα Χανιά υπάρχει ζήτηση για αυτές τις δραστηριότητες sportfishing οι οποίες υλοποιούνται κατά την καλοκαιρινή περίοδο. Η πλειοψηφία των

αλιέων που συμμετείχαν στην έρευνα θεώρησαν πως η Ελλάδα μπορεί επάξια να υποστηρίξει και αυτή τη δραστηριότητα καθώς την χειμερινή περίοδο υπάρχουν περισσότερα και μεγαλύτερα θηράματα με την αλίευση τους να γίνεται πιο εύκολα. Ωστόσο θα πρέπει να γίνει μια μικρή αναδιαμόρφωση των ήδη υπάρχοντων σκαφών έτσι ώστε να γίνουν κλειστού τύπου. Όσον αφορά την αλίευση αυτών των θηραμάτων όσα ψαροκάικα έχουν ειδική άδεια πελαγικών θηραμάτων θα μπορούν να κρατήσουν τα αλιεύματα ενώ τα υπόλοιπα καΐκια που δεν έχουν εγκατεστημένο το σύστημα VMS θα πρέπει μετά την αλίευση να γίνεται και η απελευθέρωση. Τέλος ανεξάρτητα από το κομμάτι του ψαρέματος έγινε λόγος μια μικρή ομάδα αλιέων για χερσαίες δραστηριότητες αλιευτικού τουρισμού. Θα δίνεται ουσιαστικά η ευκαιρία στους τουρίστες να συμμετέχουν στην προεργασία και τη συντήρηση του αλιευτικού σκάφους (βάψιμο, ξύσιμο) όταν αυτό θα βρίσκεται ακόμα στο καρνάγιο τους χειμερινούς μήνες. Με αυτό τον τρόπο η ενεργή συμμετοχή τους μέσα σε ένα παραδοσιακό ναυπηγείο υπό της οδηγίες έμπειρων παραβομαραγκών θα τους παρέχει γνώσεις για την ναυπηγική κληρονομία της Ελλάδας αλλά και το σημαντικότερο ένα άμεσο και στενό δέσιμο με το ίδιο το ψαροκάικο. Αυτή η χερσαίου τύπου αλιευτική διαδικασία δεν έχει ακόμα εφαρμοστεί για τα Ελληνικά δεδομένα.

Κεφάλαιο 7

7.1 Συμπέρασμα

Με μια απλή ματιά, μπορεί να υποστηριχθεί ότι με την εμφάνιση του αλιευτικού τουρισμού, έχουν συμβεί αρκετές αλλαγές στον αλιευτικό κλάδο, οι οποίες σχετίζονται με διάφορους άλλους παράγοντες, οι οποίοι είναι όλοι αλληλένδετοι: αλλαγές στην ίδια την αλιεία με την ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών στα σκάφη (VMS) και τη χρήση πιο σύγχρονων αλιευτικών εργαλείων και τεχνικών αλιείας για μεγαλύτερη ικανοποίηση των τουριστών, αλλαγές στον τρόπο αλιείας των ψαριών καθώς δίνεται μεγάλη προσοχή στην ποσότητα και το μέγεθος των αλιευμάτων και ακόμη και στη γενικότερη αντίληψη και προσοχή που δείχνουν οι τουρίστες για το φυσικό περιβάλλον. Όλες αυτές οι αλλαγές αποκαλύπτουν μια μεταμόρφωση στην αντίληψη της αλιείας ως τουριστικού πόρου που προσφέρει πολλαπλά οφέλη. Αυτά τα οφέλη σχετίζονται με την αναζωογόνηση του αλιευτικού τομέα και επίσης με την προώθηση της αλιευτικής πολιτιστικής κληρονομιάς, ώστε οι ψαράδες να μπορούν να συνεχίσουν να εκμεταλλεύονται τις γνώσεις και τις επαγγελματικές τους δεξιότητες και να διατηρούν τα κοινωνικά δίκτυα που συνδέονται με την αλιεία (Morgan et al., 2014). Ταυτόχρονα, με τον αλιευτικό τουρισμό επιτυγχάνεται το τρίγωνο της βιωσιμότητας καθώς οι ψαράδες, μέσω των αλιευτικών ταξιδιών, προστατεύουν τον κλάδο της αλιείας από την εξαφάνιση ενώ έχουν συμπληρωματικό εισόδημα. Ουσιαστικά, από αλιείς μετατρέπονται σε δασκάλους αναδεικνύοντας τη δουλειά και τον τόπο τους.



Εικόνα 3: Επαγγελματίας αλιείας ως πρότυπο για τους τουρίστες

Πηγή: Armenistis Boat Activities

Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν θετική στάση των ψαράδων απέναντι στον συγκεκριμένο κλάδο του τουρισμού. Οι αλιείς πιστεύουν ότι έχει επιτευχθεί διπλό έργο, δηλαδή την προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος με τα περιορισμένα αλιευτικά εργαλεία και την προώθηση της περιοχής τους προβάλλοντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής τους στους τουρίστες. Η τοπική ιδιαιτερότητα αφορά κυρίως τα ιστορικά, αρχαιολογικά και μυθολογικά χαρακτηριστικά του τόπου τους, τα γεωφυσικά και γεωμορφολογικά στοιχεία, τα παραδοσιακά τοπικά προϊόντα καθώς και την παρατήρηση άλλων θηλαστικών. Ο αλιευτικός τουρισμός έχει γενικά συμπεριλάβει στοιχεία περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης και ως εκ τούτου έχει συμβάλει στον μετασχηματισμό των στάσεων και των αξιών των μερών που εμπλέκονται στις τοπικές κοινότητες και στον αλιευτικό τομέα. Αναμφίβολα, αυτή η μορφή τουρισμού περιέχει και στοιχεία συνδημιουργικού τουρισμού με τον ενεργό ρόλο των τουριστών κατά τη διάρκεια του αλιευτικού ταξιδιού (ενεργή συμμετοχή στην αλιευτική διαδικασία, καθάρισμα ψαριών, προετοιμασία φαγητού κ.λπ.). Η συμμετοχή του δεύτερου ατόμου στην ενασχόλησή τους είναι επιβεβλημένη, κυρίως σε θέματα που αφορούν την ασφάλεια των τουριστών, τις αναβαθμισμένες υπηρεσίες και την καλύτερη συνεργασία με τον καπετάνιο για ομαλή ξενάγηση. Ουσιαστικά το δεύτερο άτομο αποκτά το ρόλο του πληροφοριοδότη ξεναγού καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιού. Ειδικά αν αυτή η προσθήκη γίνει από κάποιο μέλος της οικογένειας, τότε τα οφέλη είναι πολλαπλά. Η έρευνα δείχνει ότι είναι μια μεγάλη ευκαιρία να γίνει ορατή η συμβολή των γυναικών στον κλάδο της αλιείας αλλά και να ενταχθούν ομαλά τα παιδιά σε αυτή τη δραστηριότητα. Επιπλέον, η παροχή γαστρονομικών εμπειριών επί του σκάφους αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του ταξιδιού και ολοκλήρωσης της αλιευτικής εμπειρίας ανακαλύπτοντας οι τουρίστες το πνεύμα της ελληνικής φιλοξενίας. Το φαγητό μπορεί να θεωρηθεί ως όχημα μέσω του οποίου ο επισκέπτης βιώνει τον πολιτιστικό κόσμο των ψαράδων, π.χ. στην ελληνική κουλτούρα καθώς η γαστρονομική εμπειρία έχει αναγνωριστεί εδώ και πολύ καιρό ως πολιτιστική έκφραση μιας περιοχής ή μιας κοινότητας, υπό τον γλωσσικό συνδυασμό *sapere-sapere*. (γνώση-γεύση) (Lai et all.,2016). Τέλος, ορισμένα εμπόδια τα οποία εμποδίζουν την περαιτέρω ανάπτυξη του αλιευτικού τουρισμού στην Ελλάδα είναι η έλλειψη προβολής αυτής της καινοτόμου μορφής τουρισμού κυρίως από κρατικούς φορείς, καθώς και ορισμένα νομοθετικά προβλήματα που, σε ορισμένες περιπτώσεις, περιορίζουν την ομαλή λειτουργία του. Όσον αφορά τα νομοθετικά προβλήματα (νομική αβεβαιότητα ως προς την πρακτική της κολύμβησης και της κατανάλωσης γεύματος), η παρούσα έρευνα

μπορεί να βοηθήσει στη λήψη των απαραίτητων πολιτικών αποφάσεων για την ομαλή διεξαγωγή αυτής της τουριστικής δραστηριότητας. Γενικότερα, ο αλιευτικός τουρισμός αντιπροσωπεύει για την Ελλάδα μια μακροπρόθεσμη οικονομικά βιώσιμη δραστηριότητα που μπορεί να αναπτυχθεί όλο το χρόνο παρέχοντας είτε πιο εξειδικευμένα πακέτα αλιείας (sport fishing) είτε χερσαίες αλιευτικές δραστηριότητες.

7.2 Περιορισμοί και Περαιτέρω Έρευνα

Όπως σε κάθε εμπειρική έρευνα έτσι και σε αυτή παρουσιάστηκαν κάποιες δυσκολίες/περιορισμοί. Αρχικά η περίοδος που ξεκίνησε να τρέχει πρακτικά η έρευνα υπήρχε καθεστώς lockdown λόγω της πανδημίας του Covid-19. Παρόλα αυτά ναί μεν επετεύχθη η ομαλή διεξαγωγή των συνεντεύξεων αλλά καθυστέρησε η συνολική διάρκεια τους κλείνοντας το πρακτικό κομμάτι ένα μήνα πιο μετά από το καθορισμένο. Επιπρόσθετα, η μέση χρονική διάρκεια της κάθε συνέντευξης δεν ξεπερνούσε την μία ώρα. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο μορφωτικό επίπεδο των αλιέων ωστόσο ο μεγάλος αριθμός των συνεντεύξεων οδήγησε στο επιθυμητό αποτέλεσμα. Όσον αφορά την μελλοντική έρευνα, όπως προαναφέρθηκε και πιο πάνω το ερευνητικό έργο αυτής της μορφής τουρισμού για την Ελλάδα είναι ελάχιστο. Αρχικά θα ήταν αρκετά ενδιαφέρον αν είχαμε μια γνώμη των τουριστών σχετικά με αυτή την πρωτοποριακή μορφή τουρισμού. Αυτό θα βοηθούσε στο να παρθούν οι κατάλληλες αποφάσεις για περαιτέρω βελτίωση αυτού του τουριστικού προϊόντος. Παράλληλα, αν ληφθεί ως πρότυπο η Ιταλία σχετικά με την ανάπτυξη του αλιευτικού τουρισμού θα μπορούσαν να γίνουν οι απαραίτητες αναβαθμίσεις και στην Ελλάδα. Αναβαθμίσεις σχετικά με το ίδιο το τουριστικό προϊόν(χερσαίες αλιευτικές δραστηριότητες,itti-tourismo)αλλά και την επέκταση του στο εσωτερικό της χώρας(λίμνες, ποτάμια). Είναι ολοφάνερο πόσο ερευνητική προσπάθεια χρειάζεται για να υλοποιηθεί κάτι τέτοιο και ταυτόχρονη υποστήριξη από τους κρατικούς φορείς. Η ερευνητική ενασχόληση μου με αυτό το καινοτόμο τουριστικό προϊόν τα τελευταία 2 χρόνια μου δίνει βάσιμες ελπίδες ότι τα παραπάνω μελλοντικά σχέδια κάποια στιγμή θα πραγματοποιηθούν. Το παρόν θέμα θα συνεχιστεί και ως διδακτορική διατριβή.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Acott, T.G., Urquhart, J. ,(2014), Sense of place and socio-cultural values in fishing communities along the English channel, *Social Issues in Sustainable Fisheries Management*, vol.9, pp.257–277.
- Arlinghaus, R., Cooke, S.J., Lyman, J., Policansky, D., Schwab, A., Sutton, S.G., Thorstad, E.B. ,(2020), Understanding the effects of recreational catch-and-release angling on an increasingly important foreign fishing tourism species, the giant African threadfin *Polydactylus quadrifilis* (Cuvier), *Fish. Manag. Ecol.*, vol.27, pp.603–614
- Bauer, J., Herr, A., (2004), Hunting and Fishing tourism. In *Wildlife Tourism: Impacts, Management and Planning*; Common Ground Publishing: Champaign, IL, USA, Chapter 4, pp. 57–77.
- Bell, D. (2012): *Tourism and Hospitality*. In: Jamal T. & M. Robinson (eds): *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. Sage publication Ltd, 19-34
- Bellia, R., (2011), Pescatourism, a sustainable tourist experience, *Journal of Cleaner Production*, vol. 133, pp. 1034–1042
- Benur, A. M., Bramwell, B., (2015), Tourism product development and product diversification in destinations, *Tourism Management*, vol.50, pp.213–224.
- Bloor, M., Frankland, J., Thomas, M., Robson, K., (2011), Focus group method and methodology: Current practice and recent debate, *International Journal of Research & Method in Education*, vol. 29, pp.23–37
- Buhalis, D.,(2000), Marketing the competitive destination of the future, *Tourism Management*, vol.21, pp. 97–116
- Butler, R.W.,(1999), Sustainable tourism: A state-of-the-art review, *Tourism Geographies*, vol.1, pp.7–25.
- Chen, C.M., Chen, S.H., Lee, H.T., (2011), The destination competitiveness of Kinmen’s tourism industry: Exploring the interrelationships between tourist perceptions, service performance, customer satisfaction and sustainable tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, vol.19, pp.247–264.
- Claesson, S., (2011), The value and valuation of maritime cultural heritage. *Int. J. Cult. Property* 18, 61–80 <https://doi.org/10.1017/S0940739111000051>.
- Cooke, S.J., Cowx, I.G., (2004), The Role of Recreational Fishing in Global Fish Crises, *BioScience*, vol.54, pp.547–560
- Davis, E.,(2001), Preserving Municipal Waterfronts in Maine for Water Dependent Uses: Tax Incentives, Zoning, and the Balance of Growth and Preservation, *Ocean and Coastal Law Journal*, vol.6, pp.141
- Ditton, R.B., Holland, S.M., Anderson, D.K., (2002), Recreational Fishing as Tourism, *Fisheries*, vol.27, pp.17–24
- Dodds, R. (2005). *New Tourism Realities for Sustainable Tourism Policy? Implications and Recommendations for Stakeholders*. TTRA Canada Conference, Kelowna, November 2-5, 2005
- Dredge, D., & Jenkins, J., (2003), Destination place identity and regional, *Tourism Geographies*, 5(4), 383–407.

- Echtner, C. M., Ritchie, J. R. B., (1993), The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment, *Journal of Travel Research*, vol.31, pp.3–13.
- European Anglers Alliance, (2004).Recreational Angling Definition. Belgium: European Anglers Alliance.
- European Parliament Resolution (2017), The Role of Fisheries-Related Tourism in the Diversification of fisheries (2016/2035(INI).
- Fabinyi, M., W. Dressler, M. Pido, (2019), Access to fisheries in the maritime frontier of Palawan Province, Philippines, *Singapore Journal of Tropical Geography*, vol.40, pp92–110.
- FAO (2013), Good practice policies to eliminate gender inequalities in fish value chains. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nation
- FAO (2016), The State of Mediterranean and Black Sea Fisheries; General Fisheries Commission for the Mediterranean: Rome, Italy, Available online: <http://www.fao.org/3/a-i5496e.pdf> (accessed on 15 January 2020)
- FAO (2019), Available online: <http://www.fao.org/fishery/statistics/en> (accessed on 14 February 2020).
- FARNET (2014), Fisheries and Tourism: Creating Benefits for the Community; European Commission, Directorate-General for Maritime Affairs and Fisheries, Director-General (FARNET): Brussels, Belgium
- Farsari, Y., Butler, R., Prastacos, P., Sustainable tourism policy for Mediterranean destinations: Issues and interrelationships, *International Journal of Tourism Policy*, vol.1, pp.58–77
- Fields, K., (2002), Demand for the gastronomy tourism product: Motivational factors. In *Tourism and Gastronomy*; Hjalager, A., Richards, G., Eds.; Routledge: London, UK, pp. 37–50.
- Ford, B. (Ed.), (2011), Introduction. In *The Archaeology of the Maritime Landscapes*, Springer: Berlin/Heidelberg, Germany, pp. 1–9
- Frangoudes, K., O’Doherty, J., (2004), Legal recognition of women’s contributions in fisheries and aquaculture in the European Union. In *Proceedings of the Global Symposium on Gender and Fisheries*, 7th Asian Fisheries Forum, Penang, Malaysia, 1–2 December, pp. 139–148.
- Frangoudes, K., Gerrard, S., (2018),(En) Gendering Change in Small-Scale Fisheries and Fishing Communities in a Globalized World, *Maritime Studies*, vol.17, pp.117–124
- Frechtling, D. C., (2010), The tourism satellite account: A primer, *Annals of Tourism Research*, vol.37, pp.136–153
- Graefe, A.R., (1980), The relationship between Level of Participation and Selected Aspects of Specialization in Recreational Fishing. Doctoral Dissertation, Texas A&M University, College Station, TX, USA, 1980. Unpublished.
- Graefe, A.R., Ditton, R.B.,(1986), Bay and Offshore Fishing in the Galveston Bay Area: A Comparative Study of Fishing Patterns, Fishermen Characteristics, and Expenditures. *N. Am. J., Fish. Management*, vol. 6, pp.192–199
- Grant, M., Human, B., & Le Pelley, B., (2002), Destinations and Local Distinctiveness. *Tourism Intelligence Papers*, (July), pp.21–28.

- Hall, C.M., Sharples, L. and Smith, A. ,(2003), “The experience of consumption or the consumption of experiences? Challenges and issues in food tourism”, in Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Cambourne, B. and Macionis, N. (Eds), *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*, Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 314-336
- Hall, C.M. and Mitchell, R. (2005), “Gastronomic tourism: comparing food and wine tourism experiences”, in Novelli, M. (Ed.), *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*, Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 73-88
- Harper, Sarah, Dirk Zeller, Melissa Hauzer, Daniel Pauly, and Rashid Sumaila Ussif., (2013), Women and fisheries: Contribution to food security and local economies, *Marine Policy*, vol. 39, pp.56–63
- Harper, S., Zeller, D., Hauzer, M., Pauly, D., Sumaila, U.R., (2013), Women and fisheries: Contribution to food security and local economies, *Marine Policy*, vol.39, pp.56–63
- Hegarty, J.A., O’Mahony, G.B., (2001), Gastronomy: A phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living, *International Journal of Hospitality Management*, vol.20, pp.3–13.
- HLPE (2014), Sustainable fisheries and aquaculture for food security and nutrition. Rome: FAO. www.fao.org/3/a-i3844e.pdf (accessed December 12, 2016)
- Holland, S.M., Ditton, R.B., Graefe, A.R., (1988), An Ecotourism Perspective on Billfish Fisheries, *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 6, pp. 97–116.
- Jaakkola, M., Lankinen, Y., Koironen, M. Kalastusmatkailun nykytila ja kehitystarpeet 1990. In *Soveltavan Eläintieteen Julkaisuja; Kuopion Yliopiston Painatuskeskus: Kuopio, Finland, 1990*
- Jacob, S., Witman, J., (2006), Human ecological sources of fishing heritage and use in and impact on coastal tourism. In *Proceedings of the 2006 Northeastern Recreation Research Symposium*, Bolton, NY, USA, 9–11 April 2006.
- Jones, A., Jenkins, I., (2002), “A taste of wales—Blas Ar Gymru”: Institutional malaise in promoting welsh food tourism products. In *Tourism and Gastronomy*; Hjalager, A.M., Richards, G., Eds.; Routledge: Oxfordshire, UK, pp.113–115
- Johnson, T.R., Henry, A., Thompson, C., (2014), In their own word: Fishermen’s Perspectives of Community Resilience, *Maine Sea Grant Research-in-Focus Report*
- Kauppila, P., Karjalainen, T., (2012), A process model to assess the regional economic impacts of fishing tourism: A case study in northern Finland, *Fisheries Research*, vol.127-128, pp. 88-97
- Kim, Y.; Eves, A.; Scarles, C., (2009), Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach, *Int. J. Hosp. Manag.*, vol.28, pp.423–431
- Kim, J., (2014), Destination distinctiveness: Concept, measurement, and impact on tourist satisfaction, *Journal of Destination Marketing & Management*, vol.8, pp.214-231
- Kleiber, Danika Lynn, Leila M. Harris, and Amanda C. J. Vincent., (2015), Gender and small-scale fisheries: A case for counting women and beyond. *Fish and Fisheries* 16: 547–562
- Kofinas, G.P., Chapin, F.S., (2009), Sustaining livelihoods and human well-being during social-ecological change. In: Chapin, F., Kofinas, G., Folke, C., Chapin, M. (Eds.), *Principles of Ecosystem Stewardship*. Springer, New York.

- Lacher, R., Oh, C., Jodice, L., Norman, W., (2013), The role of heritage and cultural elements in coastal tourism destination preferences: A choice modeling-based analysis, *Journal of Travel Resources*, vol.52, pp.534–546
- Lai, M.B., Cicia, G., Del Giudice, T., (2016), Pescatourism, a sustainable tourist experience, *Journal of Cleaner Production*, vol.133, pp.1034–1042
- Laiho, M., Herranen, V., Kivi, E., (2005), Kalastusmatkailun Nykytila, Kehittämishaasteet ja Hanketoiminta Suomessa; Maa- ja Metsätalousministeriön Julkaisuja 3/2005; Vammalan Kirjapaino Oy: Vammala, Finland, 69p
- Lari, T., Komppula, R., Pesonen, J., (2019), Fishing as a Tourist Experience Case: Finnish Recreational Fishermen. Master's Thesis, University of Eastern Finland Faculty of Social Sciences and Business Studies, Kuopio, Finland, 2019
- Levitt, J.A.; Zhang, P.; Di Pietro, R.B.; Meng, F., (2017), Food tourist segmentation: Attitude, behavioral intentions and travel planning behavior base on food involvement and motivation. *Int. J. Hosp. Tour. Adm.*, vol.20, pp.129–155.
- Liu, C.H., Horng, J.S., Chou, S.F., Chen, Y.C., Lin, Y.C., Zhu, Y.Q.,(2016),An empirical examination of the form of relationship between sustainable tourism experiences and satisfaction, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, vol.21, pp.717–740.
- Lloret, J., (2010), Human health benefits supplied by Mediterranean marine biodiversity, *Marine Pollution Bulletin*, vol. 60, pp.1640–1646
- Lu, D., Liu, Y., Lai, I., Yang, L., (2017), An important emotional experience in sustainable tourism, *Sustainability*, vol.9, 2189; doi:10.3390/su9122189
- MacCannell, D., (1989), *International Fishing Tourism*, Blackwell Publishing Ltd.: Oxford, UK, pp. 268–291
- Macleod, D.V.L., (2004), *Tourism, Globalisation and Cultural Change: An Island Community Perspective*, Cleveland: Channel View Publications
- McKercher, B., Okumus, F. and Okumus, B., (2008), “Food tourism as a viable market segment: it’s all how you cook the numbers!”, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol.25, pp. 137-148
- Mitchell, R. and Hall, C.M., (2003), “Consuming tourists: food tourism consumer behaviour”, in Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Cambourne, B. and Macionis, N. (Eds), *Food Tourism around the World: Development, Management and Markets*, Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 60-81
- Monfort, M. C. (2015), The role of women in the seafood industry. GLOBEFISH Research Programme 119. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations
- Morgan, R., Lesueur, M., Henichart, L.-M., (2014), Fisheries diversification: A case study of French and English fishers in the Channel, *Social Issues in Sustainable Fisheries Management*, pp. 165–182
- Pardellas, X.X., (2016), O turismo pesqueiro. Motivacións da demanda e efectos, *Aunios*, vol. 19, pp. 32–34
- Pinder, D., & Vallega, A., (2003), Coastal cultural heritage and sustainable development: introduction., *Journal of Cultural Heritage*, vol.4, pp.3–4.

- Poudel, S., Nyaupane, G.P., (2013), The role of interpretative tour guiding in sustainable destination management: A comparison between guided and no guided tourists, *Journal of Travel Research*, vol.52, pp.659–672.
- Prayag, G., & Ryan, C. ,(2012), Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction. *Journal of Travel Research*, vol.51, pp.342–356.
- Qu, H., Kim, H. L., & Im, H. H. ,(2011), A model of destination branding : Integrating the concepts of the branding and destination image, *Tourism Management*, vol.32, pp.465–476
- Quan, S., & Wang, N. ,(2004), Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism, *Tourism Management*, vol.25,pp.297–300
- Richards, L., (2013), The Influence of Power Shifts in Data Collection and Analysis Stages: A Focus on Qualitative Research Interview, *Qualitative Report*, vol.18, pp.1-9
- Rocklin, Delphine, (2016), State of the art in small-scale fisheries. In *Smallscale fisheries of the world*, ed. Ratana Chuenpagdee and Delphine Rocklin, 8. St. John's, NL: TBTI Publication Series
- Saba, G., Favero, R.; Canale, E., Meliador, E., Molinari, A., Vatteone, D., Manaratti, G., Ierardi, S., Tiribocchi, (2013), Pescaturism—A European Review and Perspective, *Acta Ichthyologica et Piscatoria*, vol.4, pp.325–350
- Santeramo, F.G.; Barbieri, C.,(2017), On the demand for agritourism: A cursory review of methodologies and practice, *Tour. Plan. Dev*, vol.14, pp.139–148
- Scannell, L., & Gifford, R. ,(2010), Defining place attachment: A tripartite organizing framework, *Journal of Environmental Psychology*, vol.30,pp.1–10.
- Scott, B. (2006), “Scottish café society: contemporary consumption issues and lifestyle identities”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 18, pp.60-68.
- Sedmak, G., & Mihalic, T. ,(2008), Authenticity in mature seaside resorts, *Annals of Tourism Research*, vol.35, pp.1007– 1031
- Smith, C.L., (1986), The life cycle of fisheries, *Fisheries*, vol.11, pp.20–25
- Smith, V., Eadington, W., (1992), *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*; University of Pennsylvania Press: Philadelphia, PA, USA.
- Sotomayor, S., Barbieri, C., Stanis, S.W.; Aguilar, F.X.; Smith, J.W, (2014), Motivations for recreating on farmlands, private forests, and state or national parks, *Environ. Manag*, vol.54, pp.138–150
- Stedman, R.C.,(2003), Is it really just a social construction: The contribution of the physical environment to sense of place. *Soc. Nat. Resources*, vol.16, pp.671–685.
- Surís-Regueiro, J.C., Santiago, J.L.,(2014), Characterization of fisheries dependence in Galicia (Spain), *Marine Policy*, vol. 47, pp.99–109.
- Thorpe, A., N. Pouw, A. Baio, R. Sandi, E. T. Ndomahina, and T. Lebbie. ,(2014), ‘Fishing na everybody business’: Women’s work and gender relations in Sierra Leone’s Fisheries, *Feminist Economics*, vol.20, pp.1–25
- Tsai, S. ,(2012), Place attachment and Tourism Marketing: Investigating International Tourists in Singapore, *International Journal of Tourism Research*, vol.14,pp.139–152

- Tussyadiah, I. P., (2014), Toward a Theoretical Foundation for Experience Design in Tourism, *Journal of Travel Research*, vol.53, pp.543–564
- UNWTO, 2016, Tourism development trends in the world, *European Journal of Economic Studies*, vol. 17, pp. 3
- Villasante, S., (2010), Sostenibilidad de las Pesquerías Artesanales de Galicia, Instituto Universitario de Estudios Marítimos: A Coruña, Spain
- Warde, A., Martens, L., (2000), Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, vol.19, pp.531–555
- Westerdahl, C., (2011), Maritime cultural landscape. In *Oxford Handbook of Maritime Archaeology*; Catsambis, A., Ford, B., Hamilton, D., Eds.; Oxford University Press: New York, NY, USA, pp.733–757
- Wight, P.A., (1996), North American Ecotourists: Market Profile and Trip Characteristics, *Journal of Travel Research*, vol. 34, pp.2–10.
- World Bank (2012), Hidden harvest: The global contribution of capture fisheries. Washington, DC.
- Zwirn, M., Pinski, M., Rahr, G., (2005), Angling ecotourism: Issues, guidelines and experiences from Kamchatka, *Journal of Ecotourism*, vol.4, pp.16–31.