

**Α.Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**Πτυχιακή εργασία**

**Θέμα: Ολοκληρωμένα συστήματα διαχείρισης προορισμού και τουριστικής ανάπτυξης.**

**Ο ρόλος των ομάδων συμφερόντων και σύγχρονα μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης.**

**Μια μελέτη περίπτωση για την ελληνική περιφέρεια.**

**Επιμέλεια: Αξαρχής Δημήτριος**  
**Πάστρας Ιωάννης**  
**Πετροπούλου Ιωάννα**

**Υπεύθυνος καθηγητής: Μπενετάτος Θεόδωρος**

**ΠΑΤΡΑ 2005**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>:

Έννοια Τουρισμού: σελ.8

Έννοια Τουρίστα: σελ. 10

Είδη Τουρίστα σελ: 10

#### Ιστορική αναδρομή

Προϊστορία: σελ. 12

Πρώιμοι πολιτισμοί: σελ. 12

Τα πρώτα μεγάλα έργα: σελ. 13

Μεσαίωνας: σελ. 14

Αναγέννηση: σελ. 15

Οι μεγάλες επαναστάσεις: σελ. 16

Τα υπερατλαντικά ταξίδια: σελ. 17

Οι 2 Παγκόσμιοι Πόλεμοι και η περίοδος του Μεσοπολέμου: σελ. 18

Εναέρια Ταξίδια: σελ.19

Ψυχρός Πόλεμος και διαστημικά ταξίδια: σελ. 20

Ο παράγοντας «Ελεύθερος Χρόνος»: σελ. 20

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>

#### Επιδράσεις του τουρισμού

Α. Οι περιβαλλοντικές επιδράσεις του τουρισμού: σελ. 21

Αρνητικές επιδράσεις: σελ. 22

α. Ρύπανση των υδάτων: σελ. 22

β. Ατμοσφαιρική ρύπανση: σελ. 23

γ. Η ανάγκη εξεύρεσης νέων χώρων: σελ. 23

δ. Ρύπανση του περιβάλλοντος: σελ. 24

ε. Καταστροφή της άγριας και υπό εξαφάνισης πανίδας: σελ. 24

στ. Φθορά ή και διάλυση μνημείων: σελ. 25

ζ. Χρήση πηγών: σελ. 25

η. Υπερεκμετάλλευση της γης: σελ. 25

θ. Αποθέματα νερού: σελ. 25

**Αρνητικές επιδράσεις άλλων βιομηχανιών στον τουρισμό: σελ. 27**

**Θετικές επιδράσεις: σελ. 30**

Άμεσες οικονομικές εισφορές: σελ. 30

Έμμεσες οικονομικές εισφορές: σελ. 30

Βελτίωση τουριστικού σχεδιασμού και διαχείρισης του περιβάλλοντος: σελ. 31

Ευαισθητοποίηση για περιβαλλοντικά θέματα: σελ. 32

Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη: σελ. 32

Προστασία και Διατήρηση: σελ. 32

## **B. ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

**Αρνητικές επιδράσεις: σελ. 34**

Εμπορευματοποίηση τρόπου ζωής: σελ. 34

Κίνδυνος έλλειψης αυθεντικότητας: σελ. 34

Σκηνοθετημένη αυθεντικότητα: σελ. 35

Προσαρμογή στις ανάγκες των τουριστών: σελ. 35

**Κοινωνικές συγκρούσεις: σελ. 35**

Διαφορετικό οικονομικό status: σελ. 36

Εκνευρισμός εξαιτίας της συμπεριφοράς των τουριστών: σελ. 36

Ιεραρχία: σελ. 36

Επιδράσεις στο περιβάλλον που επιφέρουν κοινωνικές διαταραχές: σελ. 37

**Εθνικά θέματα:** σελ. 38

Εγκληματικότητα: σελ. 38

Πορνεία και σεξουαλικός τουρισμός: σελ. 38

Τζόγος: σελ. 39

Δημόσια Υγεία: σελ. 40

Παιδική εργασία: σελ. 40

**Θετικές επιδράσεις:** σελ. 41

Η ειρήνη ως αποτέλεσμα του τουρισμού: σελ. 41

Ενδυνάμωση των κοινωνικών σχέσεων: σελ. 41

Εγκαταστάσεις κατασκευασμένες απ' τον τουρισμό: σελ. 42

Επανεκτίμηση του πολιτισμού και των παραδόσεων: σελ. 42

Εργασία ντόπιου πληθυσμού και υπερηφάνεια: σελ. 42

**B. ΟΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ:** σελ. 43

**Αρνητικές επιδράσεις:** σελ. 43

1. Δέσμευση πόρων: σελ. 43

2. Χρήση κεφαλαίων: σελ. 43

3. Αλλαγή στην επαγγελματική απασχόληση: σελ. 43

4. Κατανάλωση ενέργειας και νερού: σελ. 44

**Θετικές επιδράσεις:** σελ. 44

1. Δημιουργία εισοδήματος: σελ. 44

2. Πρόσθετο εισόδημα: σελ. 44

**Ο ρόλος των ομάδων συμφερόντων (group stakeholders):** σελ. 46

**ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ: απολογισμός 2004, προβλέψεις 2005**

2004: σελ. 48

2005: σελ. 49

**Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη**

A) Εννοιολογικοί προσδιορισμοί: σελ. 51

B) Ιστορική ανασκόπηση: σελ. 52

Γ) Δείκτες αειφόρου ανάπτυξης: σελ. 53

Δ) Συμπεράσματα: σελ. 55

**Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού: σελ. 56**

Αγροτικός – γεωργικός τουρισμός – αγροτουρισμός: σελ. 57

Τουρισμός Υπαίθρου: σελ. 57

Τουρισμός Υγείας: σελ. 59

Ιαματικός τουρισμός: σελ. 59

Θερμαλισμός: σελ. 60

Τουρισμός φυσικοθεραπείας: σελ. 61

Τουρισμός υγιεινής διαβίωσης: σελ. 61

Τουρισμός ομορφιάς: σελ. 61

Επαγγελματικός – Συνεδριακός Τουρισμός: σελ. 62

Οικοτουρισμός: σελ. 63

Αθλητικός Τουρισμός: σελ. 65

Τουρισμός αθλημάτων υπαίθρου: σελ. 65

Κοινωνικός Τουρισμός: σελ. 67

Τουρισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες: σελ. 68

Τουρισμός της τρίτης ηλικίας: σελ. 68

Τουρισμός νέων: σελ. 68

Τουρισμός και νερό: σελ. 69

**Τουριστική Εποχικότητα:** σελ. 70

**Τουρισμός και Πολιτισμός:** σελ. 71

Πολιτιστικός τουρισμός: σελ. 71

Θρησκευτικός τουρισμός: σελ. 72

Μαθησιακός τουρισμός: σελ. 72

Βίο – τουρισμός: σελ. 73

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>**

**Τουριστική ανάπτυξη:** σελ. 74

1. Υποδομές τουριστικής ανάπτυξης: σελ. 75

2. Υποδομές και διαδικασία ανάπτυξης: σελ. 78

3. Οι επιπτώσεις των υποδομών στην τουριστική ανάπτυξη: σελ. 80

4. Οι τουριστικές υποδομές στην Ελλάδα: σελ. 84

Τουρισμός, περιβάλλον, πολιτισμός, βιώσιμη  
και περιφερειακή ανάπτυξη: σελ. 85

Δομημένο περιβάλλον: σελ. 90

Φυσικό περιβάλλον: σελ. 91

Απαιτήσεις μιας σύγχρονης περιβαλλοντικής τουριστικής πολιτικής: σελ. 93

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>**

**Μελέτη περίπτωσης (case study) 1:**

Η Τουριστική Ανάπτυξη της Θράκης. Προβλήματα & προοπτικές: σελ. 96

Συμπεράσματα: σελ. 98

**Μελέτη περίπτωσης (case study) 2:**

Η Τουριστική Ανάπτυξη στα Ελληνικά Νησιά: σελ. 100

Πρόλογος: σελ. 100

Η συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη ενός κράτους

Γενικά: σελ. 101

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (Μ.Μ.Ε.): σελ. 103

Η σημασία και η συμβολή του τουρισμού στην Ελλάδα και στα νησιά του Αιγαίου: σελ. 104

Τουριστική Προσφορά: σελ. 106

Φορείς Τουρισμού στην Ελλάδα: σελ.107

Το προϊόν «Αιγαίο»: σελ.108

Όταν η ανάλυση SWOT γίνεται ανάγκη: σελ. 108

Strengths – Δυνάμεις: σελ. 110

Weaknesses – Αδυναμίες: σελ. 111

Opportunities –Ευκαιρίες: σελ. 113

Threats – Απειλές: σελ. 114

Αρνητικά αποτελέσματα: σελ. 115

**ΠΗΓΕΣ:** σελ. 117

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>

## Έννοια Τουρισμού

Όσον αφορά την έννοια του τουρισμού, έχουν δοθεί κατά καιρούς διάφοροι ορισμοί, οι οποίοι εμπεριέχουν ορισμένα κοινά στοιχεία. Τα στοιχεία αυτά αποτελούνται από τον ανθρώπινο παράγοντα και τις ανάγκες του, την περιβαλλοντική - κοινωνική - οικονομική κατάσταση της χώρας υποδοχής και προέλευσης, την βιομηχανία που εκμεταλλεύεται τον τουρισμό. Λόγω της πληθώρας ύπαρξης διαφορετικής βάσης στην ερμηνεία του τουρισμού, το 1975, ο Cook τους κατηγοριοποίησε ως εξής:

1. Ορισμοί που βασίζονται σε γεωγραφικές διαστάσεις (π.χ. διεθνής και εσωτερικός τουρισμός)
2. Σε χρόνο παραμονής μακριά από το σπίτι
3. Σε μέσα μεταφοράς
4. Σε σκοπό του ταξιδιού
5. Σε απόσταση που καλύπτεται
6. Σε συνδυασμό όλων των παραπάνω

Ένας από τους πληρέστερους και απλούστερους ορισμούς έχει δοθεί από τον Jafar Jafari (1977): «Ο τουρισμός είναι η μελέτη του ανθρώπου που βρίσκεται μακριά από το συνηθισμένο του φυσικό περιβάλλον, της βιομηχανίας που ανταποκρίνεται στις ανάγκες του και των επιδράσεων που ασκεί αυτός και η βιομηχανία στο φυσικό - οικονομικό και κοινωνικό-πολιτικό περιβάλλον του χώρου που τον φιλοξενεί.»

Ένας ακόμη έγκυρος ορισμός δόθηκε από τον Leiper (1981): «Ο τουρισμός



είναι ένα ανοιχτό σύστημα πέντε στοιχείων που αλληλεπιδρούν με τα ευρύτερα περιβάλλοντα, το ανθρώπινο στοιχείο, τους τουρίστες, τρία γεωγραφικά στοιχεία: τον χώρο προέλευσης, τη διαδρομή και το χώρο προορισμού, και ένα οικονομικό στοιχείο, την τουριστική βιομηχανία. Και τα πέντε στοιχεία οργανώνονται σε μια λειτουργική και τοπική σχέση, αλληλεπιδρώντας με τους φυσικούς, τεχνολογικούς, κοινωνικούς, πολιτιστικούς, οικονομικούς και πολιτικούς παράγοντες. Το δυναμικό στοιχείο αποτελείται από την μετακίνηση των ανθρώπων, η οποία, σε κάποιο βαθμό, έχει ως βάση της την αναψυχή και περιλαμβάνει την προσωρινή διαμονή μακριά από το σπίτι, για τουλάχιστον μία νύχτα.»

Αναλύοντας τους παραπάνω ορισμούς γίνεται κατανοητή η σχέση μεταξύ των στοιχείων που τους απαρτίζουν.

## **Έννοια Τουρίστα**

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO) ως τουρίστας θεωρείται το άτομο που ταξιδεύει με σκοπό την αναψυχή, για περίοδο μεγαλύτερη από μία διανυκτέρευση, αλλά όχι περισσότερο από ένα έτος για τους διεθνείς τουρίστες και έξι μήνες για τους εσωτερικούς τουρίστες, με κύριο σκοπό την ψυχαγωγία στα μέρη που επισκέπτονται.

### Είδη Τουρίστα

Παρόλο που όλοι οι τουρίστες χαρακτηρίζονται από τον προαναφερθέντα ορισμό, δεν παύουν να υπάρχουν διαφορές στις προτιμήσεις, τις ανάγκες και διαθέσεις τους. Έτσι λοιπόν, σύμφωνα με τον Cohen (1972) οι τουρίστες ομαδοποιούνται σε τέσσερις κατηγορίες:

1. Μαζικοί τουρίστες
2. Μεμονωμένοι τουρίστες
3. Εξερευνητές
4. Περιφερόμενοι τουρίστες

Στην κατηγορία των μαζικών τουριστών, αυτοί διαθέτουν ελάχιστα κίνητρα για να φύγουν από τα όρια που τίθενται από το οικείο περιβάλλον τους. Γι' αυτούς το πιο διαδεδομένο κίνητρο είναι οι διακοπές, δηλαδή η ανάπαυση, η διασκέδαση και η ευχαρίστηση.

Οι μεμονωμένοι τουρίστες παρουσιάζουν τους ίδιους λόγους μετακίνησης με τους μαζικούς, αλλά θέλουν να έχουν την πρωτοβουλία της επιλογής όχι μόνο αναφορικά στον τόπο διαμονής, αλλά και στα μέσα μεταφοράς, όπως και στο χρόνο παραμονής.

Οι εξερευνητές αναζητούν κάτι το μη τετριμμένο και αντιεμπορικό,

προσπαθώντας να ανακαλύψουν την πραγματική συμπεριφορά των κατοίκων στους προορισμούς που κατευθύνονται.

Οι περιφερόμενοι αναζητούν αυθεντικές ταξιδιωτικές εμπειρίες, αδιαφορώντας για την εμπορική - τουριστική επιχείρηση.

## **Ιστορική αναδρομή**

### Προϊστορία

Η ιστορία του τουρισμού είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τις πρώτες μετακινήσεις των ανθρώπων πάνω στον πλανήτη. Βέβαια, οι λόγοι για τους οποίους λάμβανε χώρα η μετακίνηση είναι κατά πολύ διαφορετικοί από τους σημερινούς. Ξεκινώντας από την προϊστορική περίοδο (40.000 - 10.000 π.Χ.), η πρώτη ανακάλυψη αφορά τον Άνθρωπο Κρο - Μανιόν, ο οποίος κινήθηκε προς την ευρωπαϊκή ήπειρο. Οι λόγοι που τον οδήγησαν ήταν πιθανότατα λόγοι επιβίωσης, όπως απειλή από άλλους πληθυσμούς ή αναζήτηση τροφής.

### Πρώιμοι πολιτισμοί

Την περίοδο ανάπτυξης των πρώιμων πολιτισμών (10.000 - 500 π.Χ.), ο άνθρωπος ανέπτυξε δραστηριότητες που του επέτρεψαν να διαμορφώσει ένα νέο ρόλο. Η σημαντικότερη εξ αυτών είναι η καλλιέργεια της γης. Με τη γεωργία δεν υπήρχε πλέον λόγος καθημερινής αναζήτησης της τροφής, αφού υπήρχαν εξασφαλισμένα τρόφιμα για ορισμένο χρονικό διάστημα. Έτσι, ο άνθρωπος μπόρεσε να δημιουργήσει ελεύθερο χρόνο, γεγονός σημαντικότερο, αφού ανέπτυξε παράλληλα και άλλες δραστηριότητες, όπως διοίκηση και η παραγωγή εμπορεύσιμων ειδών. Στις μεγάλες ανακαλύψεις ανήκει αδιαμφισβήτητα και αυτή του τροχού από τους Σουμέριους (3.500 - 3.000 π. Χ.), καθώς έγινε δυνατή η μεταφορά μεγάλων φορτίων από έναν τόπο σε άλλον. Σ' αυτό το λαό αποδίδεται και η πρωτοβουλία χρήσης χρημάτων για τις εμπορικές τους συναλλαγές.

Μέσα στους επόμενους αιώνες οι ανθρώπινες φυλές άρχισαν να ενώνονται και να πολεμούν δημιουργώντας μεγάλα κράτη και αυτοκρατορίες. Ως φυσικό επακόλουθο οι άνθρωποι που απάρτιζαν αυτές τις ενωμένες εκτάσεις γης, άρχισαν να αναπτύσσουν το συναίσθημα του «ανήκειν», θεωρώντας ένα τόπο ως μόνιμη κατοικία και αναπτύσσοντας μία κοινή κουλτούρα. Αυτή η διαφορετικότητα που δημιουργήθηκε μεταξύ των φυλών είναι ένα πρώτο αποτέλεσμα που αφορά τον

τουρισμό, μιας και η εξερεύνηση νέων ηθών και εθίμων είναι ένα βασικό κίνητρο τουριστικής μετακίνησης. Το προαναφερθέν αποτέλεσμα υποστηρίχθηκε από τη εμφάνιση μιας πρώτης μορφής καταλυμάτων, που έγιναν γνωστά ως χάνια. Μπορεί αυτά να απέχουν πολύ από τη σημερινή έννοια των χώρων φιλοξενίας, αλλά δεν παύουν να αποτελούν την αρχή της τουριστικής βιομηχανίας.

### Τα πρώτα μεγάλα έργα

Κατά την περίοδο ανάπτυξης του ελληνικού, αλλά και του ρωμαϊκού πολιτισμού πραγματοποιήθηκαν έργα υποδομής που όμοιά τους δεν είχαν γίνει ποτέ στο παρελθόν. Το σημαντικότερο από αυτά ήταν η κατασκευή εκτεταμένου οδικού δικτύου, που συνέδεε με ασφάλεια τις πόλεις μεταξύ τους, αλλά και με τα μαντεία που λειτουργούσαν και με τους τόπους διοργάνωσης αθλητικών και καλλιτεχνικών εκδηλώσεων. Τα ταξίδια είχαν ξεφύγει πια από τα στενά πλαίσια που έθετε η επιβίωση και αποτελούσαν μέρος της κοινωνικής ζωής των πολιτών.

Σύγχρονος με τον ελληνικό και τον ρωμαϊκό πολιτισμό ήταν και αυτός των Μάγια στην κεντρική Αμερική. Εκεί δημιουργήθηκαν ανάλογες υποδομές, όπως δρόμοι, παρατηρητήρια, αθλητικά κέντρα και ναοί.

Η ασιατική ήπειρος είχε το δικό της εκπρόσωπο στα μεγάλα έργα. Η Κίνα που επιτάχυνε την ανάπτυξη της μετά την ενοποίηση της χώρας με τη δυναστεία των Ch'in (221 - 207



π.Χ.), κατασκεύασε το Σινικό Τείχος, αποκρούοντας όσους επιδρομείς προσπαθούσαν να ληστέψουν τους έμπορους και τις απομακρυσμένες πόλεις.

## Μεσαίωνας

Τα μεσαιωνικά χρόνια θεωρείται ότι ξεκινούν με την ήττα του τελευταίου Ρωμαίου αυτοκράτορα από τους Γότθους (476 μ.Χ.). Τα ταξίδια ήταν πλέον μη ασφαλή και πραγματοποιούνταν μόνο από ριψοκίνδυνους και οικονομικά κατεστραμμένους ανθρώπους. Οι ρωμαϊκές οδοί βρίσκονταν σε κακή κατάσταση και η μόνη εναλλακτική λύση ήταν η διακίνηση μέσω υδάτινων δρόμων. Ο κάθε έμπορος δε μπορούσε πλέον να ταξιδεύει μόνος, αλλά σε караβάνια. Οι εμπορικοί σταθμοί εγκαθίστανται σε μεγάλα σταυροδρόμια, όπου και έκαναν την εμφάνισή τους πανδοχεία και επιχειρήσεις εστίασης. Επιπρόσθετα στη επικινδυνότητα των ταξιδιών εφαρμόστηκε το φεουδαρχικό σύστημα, που απαιτούσε τη συγκέντρωση εργατικού δυναμικού κοντά στα φέουδα που ήταν αυτάρκη, γεγονός που αποθάρρυνε την κινητικότητα.

Παράλληλα με την ανάπτυξη των μεσαιωνικών ευρωπαϊκών κρατών μία διαφορετική δύναμη ασκούσε μεγάλη εξουσία: η Ρωμαϊκή Εκκλησία. Με τη συνδρομή πλούσιων αριστοκρατών χτίστηκαν πολλά μοναστήρια σε όλη την Ευρώπη που, λόγω της θέσης όπου βρίσκονταν, λειτουργούσαν και ως ξενώνες για τους ταξιδιώτες. Η Ρωμαϊκή Εκκλησία όμως, δεν περιορίστηκε στην ανέγερση μοναστηριών αλλά μεταξύ του 12<sup>ου</sup> και του 14<sup>ου</sup> αιώνα άρχισε να κατασκευάζει μεγάλους καθεδρικούς ναούς, όπως π.χ. η Παναγία των Παρισίων. Αυτοί οι ναοί λειτούργησαν ως πόλοι έλξης για προσκυνητές που έφταναν σε όλα τα μέρη της ηπείρου και στους Άγιους Τόπους. Επειδή πολλές φορές η «ζωή» πολλών εκκλησιών εξαρτιόταν άμεσα από τις προσφορές των προσκυνητών, οι διοικούντες ξεκίνησαν την πρώτη καταγεγραμμένη μορφή τουριστικής προώθησης, προβάλλοντας ιερά λείψανα, κομμάτια του Τιμίου Σταυρού κ.α. Το φαινόμενο του συγκεκριμένου ταξιδιωτικού ρεύματος δεν ήταν αποκλειστικότητα για τη Γηραιά ήπειρο. Το ίδιο συνέβη και με την επίσκεψη ιερών τόπων άλλων θρησκειών, όπως η οικία του Μωάμεθ στην ιερή πόλη των Μουσουλμάνων, τη Μέκκα.

Στη διάδοση των ταξιδιών συνέβαλλε σε μεγάλο βαθμό και η Magna Carta

(1215). Το έγγραφο αυτό περιείχε, μεταξύ άλλων, και το δικαίωμα για ταξίδια. Όμως, ο επόμενος ενάμισης αιώνας επεφύλασσε ένα ισχυρό πλήγμα για τη Μεσαιωνική Ευρώπη. Αιτία αποτέλεσε μια θανατηφόρα μεταδοτική ασθένεια, η βουβωνική χολέρα. Πιθανότατα μέσω των караβανιών που ταξίδευαν από την ανατολή στη δύση, η ταχέως μεταδιδόμενη ασθένεια θανάτωσε περισσότερους από 25 εκατομμύρια ανθρώπους. Το τραγικό αυτό γεγονός είχε δύο αποτελέσματα που σχετίζονται με την τουριστική βιομηχανία. Πρώτον, οι έχοντες μεγάλη οικονομική επιφάνεια κατευθύνθηκαν από την ενδοχώρα προς τα παράλια της ηπείρου, ελπίζοντας στον καθαρό αέρα του ωκεανού. Έτσι, άρχισε η ανάπτυξη των παράλιων παραθεριστικών κέντρων. Η δεύτερη επίπτωση της χολέρας ήταν η κατάρρευση του φεουδαρχικού συστήματος. Χωρίς τα απαραίτητα εργατικά χέρια, τα φέουδα δε μπορούσαν πλέον να υφίστανται. Δεν υπήρχε πια λόγος μόνιμης συγκράτησης των εργαζόμενων σε συγκεκριμένες περιοχές.

Την ίδια περίοδο και ενώ στην Ευρώπη συνέβαιναν τα προαναφερθέντα, ένας άλλος πολιτισμός άκμαζε: ο κινεζικός. Κυβερνώμενος από τις δυναστείες των Τανγκ και των Μινγκ, ο πολιτισμός αυτός επιδόθηκε α) στην κατασκευή πολλών έργων, όπως η ανακατασκευή του Σινικού Τείχους, η ευρεία χρήση του Δρόμου του Μεταξιού και β) στην ανάδειξη μεγάλων εμπορικών και πολιτιστικών κέντρων, όπως το Ξιάν και το Πεκίνο. Έργα, μνημεία και έθιμα που έχουν τις ρίζες τους στη μεσαιωνική Κίνα αποτελούν σήμερα πόλους έλξης μεγάλων τουριστικών πληθών.

### Αναγέννηση

Το τέλος των σκοτεινών μεσαιωνικών χρόνων διαδέχθηκε μια καινούργια, εντελώς διαφορετική εποχή: η Αναγέννηση. Σ' αυτήν την περίοδο αναπτύχθηκαν ιδιαίτερα οι τέχνες σε διαφορετική βάση όμως, χωρίς να είναι τόσο προσκολλημένες στις ηθικές αξίες που επέβαλλε η Ρωμαϊκή εκκλησία. Τα έργα της αναγέννησης αποτέλεσαν βασικότατο λόγο επίσκεψης των τόπων όπου δημιουργήθηκαν και φιλοξενήθηκαν. Καλλιτέχνες όπως ο Λεονάρντο Ντα Βίντσι

και ο Μιχαήλ Άγγελος παρέδωσαν έργα που δημιούργησαν το λόγο δημιουργίας της Μεγάλης Περιήγησης.

Το λεγόμενο Grand Tour ξεκίνησε από τη Βρετανία και απότερο σκοπό είχε τη, θρησκευτική, εμπορική (κατά το Μεσαίωνα), επιστημονική, ιστορική και κυρίως (κατά την Αναγέννηση) την πολιτιστική



διαπαιδαγώγηση των γόνων πλούσιων και αριστοκρατών. Το ταξίδι αυτό είχε ως σταθμούς μεγάλες ευρωπαϊκές πόλεις, όπως το Παρίσι, η Ρώμη, το Μιλάνο και έγινε η αιτία ανέγερσης τουριστικών επιχειρήσεων: πολλά πολυτελή ξενοδοχεία κτίστηκαν, όπως και κάθε άλλη μορφή τουριστικής υποδομής. Χρησιμοποιώντας τη μίσθωση οχημάτων, σωματοφυλάκων και άλλων τουριστικών υπηρεσιών, διαμένοντας για μεγάλα διαστήματα στις πόλεις υποδοχής, αλλά και στην επαρχία, η σύγχρονη τουριστική βιομηχανία οφείλει πολλά στη Μεγάλη Περιήγηση.

### Οι μεγάλες επαναστάσεις

Μετά την αναγεννησιακή περίοδο η ευρεία εξάπλωση της αποικιοκρατίας και η άντληση φυσικού πλούτου από διάφορα μέρη της γης καθόρισε τη μετέπειτα ροή της παγκόσμιας ιστορίας. Οι κοινωνικές επαναστάσεις που σημειώθηκαν μετά τα 1700 κατοχύρωσαν βασικά δικαιώματα του ανθρώπου. Επαναστάσεις όπως η αμερικανική και η γαλλική κατάφεραν να αλλάξουν τα υπάρχοντα πολιτικά συστήματα που βασίζονταν στην απόλυτη εξουσία του ενός.

Δεν θα ήταν όμως βέβαιη η ύπαρξη αυτών των επαναστάσεων κοινωνικού χαρακτήρα, εάν δεν είχε προηγηθεί μια άλλη που σχετιζόταν με τις μηχανές. Η Βιομηχανική Επανάσταση έκανε την αρχή της στην Αγγλία στα μέσα του 1700. Χάρη στην παρουσίαση της εξελιγμένης ατμομηχανής από τον James Watt το



1769, οι μηχανές άρχισαν να αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι κάθε ανθρώπινης δραστηριότητας.

Οι ατμοκινητήρες χρησιμοποιήθηκαν αρχικά στις θαλάσσιες μετακινήσεις, αφού μέχρι τότε τα πλοία κινούνταν μόνο με την εκμετάλλευση της αιολικής ενέργειας. Η χρήση τους δεν περιορίστηκε εκεί, αλλά από το 1813 επεκτάθηκε στους σιδηρόδρομους. Ο πρωτοπόρος στην τουριστική εκμετάλλευση των επιβατικών τρένων ήταν ο Thomas Cook. Ιδρύοντας το πρώτο ταξιδιωτικό πρακτορείο σε συνεργασία με προμηθευτές τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, ο Cook δημιούργησε το πρώτο τουριστικό πακέτο, προσφέροντας στο κοινό φθηνότερους ναύλους και διαμονή. Ακόμη, προέβη στη χρήση ταξιδιωτικών επιταγών (voucher), εξαλείφοντας την ανάγκη των ταξιδιωτών μεταφοράς μεγάλων χρηματικών ποσών.

Με την ευρεία χρήση του σιδηροδρομικού δικτύου στον τουρισμό, το να ταξιδέψει κάποιος δεν αποτελούσε τεκμήριο πλούτου, αφού οι τιμές ήταν σαφώς πιο προσιτές. Έτσι άρχισε ο οικονομικό - κοινωνικός διαχωρισμός των τουριστών που ισχύει μέχρι τις μέρες μας. Όπως έχει αναφέρει ο Urry (1990), «τώρα που τα ταξίδια ήταν διαθέσιμα σε περισσότερους ανθρώπους, το κύρος, μέσω των ταξιδιών συνδέθηκε με τις διαφορετικές τάξεις των ταξιδιωτών».

Η ανακάλυψη και η χρήση του αυτοκινήτου ανήκει σίγουρα στις μεγάλες επαναστάσεις, αφού είναι το μέσο με το οποίο οι άνθρωποι διανύουν τις μεγαλύτερες αποστάσεις σε σχέση με οποιοδήποτε άλλο. Η δυνατότητα αγοράς του από το ευρύ κοινό έγινε μόνο όταν το έναυσμα δόθηκε από τον ιδρυτή της αμερικανικής Ford Motor Company, Henry Ford προσφέροντας ιδιαίτερα μεγάλους μισθούς στο εργατικό του δυναμικό.

### Τα υπερατλαντικά ταξίδια

Η Βιομηχανική Επανάσταση άλλαξε άρδην τα ταξίδια μεγάλων αποστάσεων δια θαλάσσης. Τα δρομολόγια που διέσχιζαν τον Ατλαντικό Ωκεανό έκαναν την εμφάνισή τους στα 1867 (πλοίο Quaker City). Έγιναν γρήγορα

διάσημα καθώς πρόσφεραν στους επιβάτες εξωπραγματική πολυτέλεια, συγκρινόμενη ακόμα και με τα σημερινά δεδομένα. Σημαδεύτηκαν όμως με τη βύθιση του Τιτανικού το 1912 και την απώλεια 1513 ανθρώπινων ζώων. Αργότερα επανέκαμψαν, όχι για πολύ όμως, αφού ξέσπασε ο Πρώτος Παγκόσμιος Πόλεμος.

### Οι 2 Παγκόσμιοι Πόλεμοι και η περίοδος του Μεσοπολέμου

Ο 1<sup>ος</sup> Π.Π. ξέσπασε το 1914 μεταξύ των Ευρωπαϊκών κρατών για οικονομικούς λόγους, που αφορούσαν τις αποικίες και την εκμετάλλευσή τους. Η Βιομηχανική Επανάσταση παρήγαγε αρκετά προϊόντα που βρήκαν χρήση στην πολεμική βιομηχανία. Αποτέλεσμα αυτού ήταν οι πρωτοφανείς καταστροφές που μπορούσαν να προξενήσουν τα νέα όπλα. Οι ανάγκες των καιρών επέβαλλαν την ανάπτυξη της αεροπορίας και των τηλεπικοινωνιών, τα αποτελέσματα των οποίων έγιναν αντικείμενα χρήσης του μετέπειτα τουρισμού.

Το τέλος του 1<sup>ου</sup> Π.Π. βρήκε τόσο τις ΗΠΑ όσο και τις ευρωπαϊκές χώρες με ανθηρή οικονομία. Ο τουρισμός επανήλθε στις προτιμήσεις των ανθρώπων, τα υπερατλαντικά ταξίδια ξανάρχισαν, το κάμπινγκ έγινε μόδα και πολλά παραθεριστικά κέντρα άνοιξαν τις πόρτες τους. Οι πολίτες είχαν εξασφαλίσει χρήμα και χρόνο και ο τουρισμός ήταν έτοιμος να τους υποδεχθεί.

Η ταχεία ανάπτυξη σταμάτησε απότομα εξαιτίας του αμερικανικού οικονομικού κραχ το 1930. Ο κόσμος, συνηθισμένος στη συνεχή ζήτηση και κατανάλωση ξαφνικά έπαψε να έχει τα μέσα για να αγοράζει. Ως φυσικό επακόλουθο οι μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις έκλεισαν στη συντριπτική τους πλειοψηφία. Στις ΗΠΑ η εσωτερική μετανάστευση ήταν συχνό φαινόμενο, αφήνοντας έτσι την ελπίδα επαναπατριsmού ή επίσκεψης των συγγενών. Η κυβέρνηση των ΗΠΑ κατάφερε να επαναφέρει την οικονομία, αλλά το 1939 ξεκινά ο 2<sup>ος</sup> Παγκόσμιος πόλεμος.

Αν ο 1<sup>ος</sup> Π.Π. έγινε αιτία της αναγκαίας έρευνας και ανάπτυξης σε τηλεπικοινωνία και αεροπορία, τότε μπορούμε με βεβαιότητα να πούμε ότι ο 2<sup>ος</sup>

έδωσε την αποφασιστική ώθηση. Ποτέ άλλοτε δεν είχε σημειωθεί τόσο γρήγορη ανάπτυξη, ούτε και είχε κατανοηθεί από το ευρύ κοινό, μέχρι την έκρηξη της πρώτης ατομικής βόμβας στην Ιαπωνία.

Η βιομηχανία που είχε δώσει τις βάσεις για την νίκη των συμμαχικών δυνάμεων, με τη λήξη του πολέμου παρέδωσε προϊόντα και υπηρεσίες στον κόσμο που πριν θα ήταν δύσκολο να αποκτηθούν. Στις νικήτριες ΗΠΑ ο πλούτος που παράχθηκε, σε συνδυασμό με τις επιτυχίες των εργατικών σωματείων, προκάλεσε νέα πνοή για την τουριστική βιομηχανία.

### Εναέρια Ταξίδια

Η πρώτη πτήση με επιτεύχθηκε με τη χρήση αερόστατου στην Γαλλία του 1783. Ωστόσο, πρωτοπόροι της αεροπορίας θεωρούνται οι αμερικανοί αδελφοί Ράιτ, οι οποίοι το 1903 πραγματοποίησαν την πρώτη επιτυχή πτήση με μηχανοκίνητο αεροσκάφος. Τα ταξίδια αυτά όμως, παρά την ανάπτυξη που σημειώθηκε στην αεροπλοΐα, δεν κατάφερε να προσελκύσει μεγάλη μερίδα του αγοραστικού κοινού καθώς πρώτον, οι ναύλοι ήταν ιδιαίτερα ακριβοί και δεύτερον, ο προγραμματισμός των δρομολογίων ήταν ανακριβής. Η επανάσταση ήρθε με τη χρήση των κινητήρων jet και τους φθηνούς ναύλους στα 1958, όπως και με την εμφάνιση των μεγάλης χωρητικότητας αεροσκαφών Boeing 747 (Jumbo Jet).



### Ψυχρός Πόλεμος και διαστημικά ταξίδια

Η έρευνα και η ανάπτυξη των αεροπορικών ταξιδιών συνεχίστηκε και μετά τη λήξη των παγκοσμίων πολέμων. Οι δύο υπερδυνάμεις, ΗΠΑ και ΕΣΣΔ, είχαν ξεκινήσει μια κούρσα για την κατάκτηση του διαστήματος. Τελικά, ο πρώτος άνθρωπος που τέθηκε σε τροχιά ήταν ο Ρώσος Γιούρι Γκαγκάριν το 1961 και το 1969 ο Αμερικανός Νηλ Άρμστρονγκ προσεληνώθηκε. Έκτοτε, ο κόσμος των τηλεπικοινωνιών μεταμορφώθηκε, παρέχοντας υπηρεσίες, όπως η ασφαλής πρόγνωση των καιρικών συνθηκών και το Διαδίκτυο που «έλυσαν τα χέρια» στη σύγχρονη τουριστική βιομηχανία.

Το 1991 η Ένωση Σοβιετικών Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών καταρρέει. Τα κράτη της πρώην Ένωσης αρχίζουν να αναπτύσσουν τη δική τους τουριστική ανάπτυξη. Χώρες όπως η Τσεχία, Πολωνία κ.α. αποτελούν πλέον αντικείμενο περιέργειας για τους Δυτικούς τουρίστες που προσπαθούν να ανακαλύψουν το τι κρυβόταν τόσα χρόνια πίσω από το λεγόμενο Σιδηρούν Παραπέτασμα.

### Ο παράγοντας «Ελεύθερος Χρόνος»

Η τουριστική ζήτηση ήταν, είναι και θα είναι δέσμια του ελεύθερου χρόνου των υποψήφιων τουριστών. Στους αρχαίους χρόνους μόνο οι αριστοκράτες Ρωμαίοι είναι γνωστό ότι είχαν το 1/3 του χρόνου τους ελεύθερο. Η βιομηχανική επανάσταση είχε καταστροφικές συνέπειες στο ωράριο των εργαζομένων: όταν δε δούλευαν, έτρωγαν ή αναπαύονταν. Μόλις το 1970 κατάφερε η εργατική τάξη να περιορίσει τις ώρες σε 40, από 70 που ίσχυε μέχρι τότε. Η επίτευξη αυτή, σε συνδυασμό με την άδεια μετ' αποδοχών και την αύξηση του εισοδήματος, οδήγησαν σε ευρύτατη τουριστική ζήτηση, από όλα -πλέον- τα κοινωνικά στρώματα. Όμως οι δύο τελευταίες δεκαετίες του 20<sup>ου</sup> αιώνα επεφύλασσαν νέα αύξηση των εργασιακών ωρών. Λόγω του ότι αυτές οι ώρες δεν προβλέπεται να αλλάξουν στο άμεσο μέλλον, η τουριστική ζήτηση θα εξαρτάται πλέον σε μεγάλο βαθμό από τους ανθρώπους που θα συνταξιοδοτούνται, με πλήρη ασφάλεια και αποδοχές.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>

### ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

#### Α. ΟΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η οικολογία, και γενικώς όλα τα θέματα που σχετίζονται με το φυσικό περιβάλλον του ανθρώπου, απασχολούν ολοένα και περισσότερο τους κατοίκους ολόκληρου του πλανήτη. Αλλά γενικότερα και σε πιο οργανωμένο επίπεδο, κυβερνήσεις κρατών, διεθνείς οργανισμοί και οργανώσεις προστασίας του περιβάλλοντος, έχουν ευαισθητοποιηθεί για ολοκληρωμένη και συλλογική προστασία του. Αιτία όλης αυτής της εκστρατείας είναι η ραγδαία -τα τελευταία εκατό χρόνια- ρύπανση, και τελικά μόλυνση, του εδάφους, του υπεδάφους, των υδάτων και του ατμοσφαιρικού αέρα. Αυτό οφείλεται στην ανεξέλεγκτη εκβιομηχάνιση σε όλους τους τομείς παραγωγής, αλλά και στην εξέλιξη της τεχνολογίας. Αποτέλεσμα αυτών είναι η διάχυση ουσιών στο περιβάλλον, όπως τοξικά, χημικά, ακόμη και πυρηνικά απόβλητα, που είναι βλαβερές προς αυτό και προς των οργανισμών που ζουν σε αυτό.



## ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

Οι επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο περιβάλλον δε μπορούν να συσχετιστούν με μια πρώτη ματιά με τα προαναφερθέντα, καθώς η κοινή σκέψη ανατρέχει στο ότι η μόλυνση αυτή οφείλεται αποκλειστικά στη βαριά βιομηχανία. Όμως ο τουρισμός, καθώς γιγαντώνεται και το ευρύ προϊόν του έχει συνεχώς περισσότερη ζήτηση (το 2000 ο αριθμός των τουριστών ξεπέρασε τα 698 εκ., σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 7,3% σε σχέση με το 1999), μπορεί να προκαλέσει σωρεία επεμβάσεων και φυσικών καταστροφών. Την καταστροφή αυτή επιδέχονται τα φυσικά οικοσυστήματα. Η απειλή των οικοσυστημάτων σήμερα απ' τις οικονομικές δραστηριότητες των ανθρώπων, συμπεριλαμβανομένου ,φυσικά, και του τουρισμού, είναι πολύ μεγάλη. Τα φυσικά οικοσυστήματα διαίρονται σε τρία είδη, ανάλογα με το βαθμό αυτορρύθμισης και αυτοσυντήρησης, αλλά κυρίως ανάλογα με το βαθμό που έχουν επηρεαστεί απ' τον ανθρώπινο παράγοντα: α) Τα σταθερά, που δεν έχουν επιδεχθεί καμία αλλοίωση, β) τα επηρεαζόμενα (απ' τον άνθρωπο), γ) τα υποβαθμισμένα (λόγω των συνεχών οικολογικών διαταραχών), δ) τα τεχνητά (μονοκαλλιέργειες για επιχειρηματική εκμετάλλευση) και, ε) τα ασθενή, τα οποία βρίσκονται σε αστικές και βιομηχανοποιημένες περιοχές και είναι υπό πλήρη οικολογική αποδιοργάνωση.

Η καταστροφές που προαναφέρθηκαν και είναι υπεύθυνες για την αλλοίωση του περιβάλλοντος μπορούν να αναλυθούν στα παρακάτω:

A. Ρύπανση των υδάτων (θάλασσας, ποταμών ή λιμνών) λόγω των αποβλήτων των ξενοδοχειακών μονάδων, αλλά και των δια θαλάσσης μετακινήσεων. Παράδειγμα αυτού είναι η Βραζιλία αλλά και πολλές άλλες χώρες οι οποίες χρησιμοποιώντας ακατάλληλο αποχετευτικό σύστημα κατά μήκους των παραλιών τους, μόλυναν τις διόδους του νερού, τις λίμνες και τους ωκεανούς, κάνοντας έτσι γλυκό και αλμυρό νερό ακατάλληλο προς αλιεία και κολύμβηση.

Β. Ατμοσφαιρική ρύπανση, αφού το αεροπλάνο είναι απ' τα δημοφιλέστερα μέσα μετακίνησης των τουριστών και οι αεροπορικές εταιρίες έχουν προσθέσει πολλά νέα δρομολόγια και έχουν κάνει πιο συχνή τη μεταφορά στα ήδη υπάρχοντα (Γεγονός πριν την 11<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου).

Γ. Η ανάγκη εξεύρεσης ολοένα και περισσότερο νέων χώρων για ανοικοδόμηση εγκαταστάσεων σε παρθένους προορισμούς, συμβάλλει στην οικολογική αλλοίωση που συμβαδίζει με το είδος των επεμβάσεων που γίνονται κατά τόπους. Είναι πολύ σύνηθες το φαινόμενο κατασκευής τέτοιων -τεράστιων ως προς την έκταση που καταλαμβάνουν- μονάδων, οι οποίες εκτός της ακαλαισθησίας που τις διέπει (από αρχιτεκτονικής πλευράς είναι παράταιρα ως προς τα υπόλοιπα οικοδομήματα αφού χρησιμοποιούν μπετόν και όχι παραδοσιακά υλικά όπως ξύλα ή πετρώματα), προκαλούν μια άνευ προηγουμένου περιβαλλοντική καταστροφή από την ύπαρξη τους και μόνο.

Ζωντανό παράδειγμα αυτού του φαινομένου είναι το νησί της Χαβάη, στις παραλίες του οποίου έχουν οικοδομηθεί τεράστια ξενοδοχεία και έχουν προκαλέσει διάβρωση στο έδαφος, πλημμύρες, εξαφάνιση φυσικών υδρότοπων και βουνά σκουπιδιών. Ακόμη, στην προσπάθεια εξεύρεσης χώρου για ανέγερση κτιρίων για τουριστική εκμετάλλευση και διαμόρφωση βατών παραλίων σε προορισμούς όπως οι Φιλιπίνες, οι Μαλδίβες ή ο Μαυρίκιος, έχουν χρησιμοποιηθεί εκρηκτικές ύλες για τη διάσπαση βράχων σε παράκτιες τοποθεσίες. Με τη μέθοδο όμως αυτή, έχουν καταστραφεί κοραλλιογενείς ύφαλοι και περιοχές αλιείας που συντηρούσαν τις τοπικές κοινωνίες.

Δ. Ρύπανση του περιβάλλοντος (γης και θάλασσας), λόγω της μαζικής χρήσης οποιουδήποτε χώρου που προσφέρεται για τουριστικές ανάγκες. Παραδείγματα όπως η εγκατάλειψη πληθώρας σκουπιδιών (ειδικά πλαστικών συσκευασιών) σε παραλίες ή δάση μετά από επίσκεψη ή κατασκήνωση, η εγκληματική πράξη της εγκατάλειψης αναμμένου τσιγάρου με αποτέλεσμα την πυρκαγιά, επιβεβαιώνουν την καταστροφή. Σ' αυτά μπορεί να προστεθεί το ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις προκειμένου να διαφημιστούν και να γνωστοποιήσουν την ύπαρξή τους στο ευρύ κοινό, χρησιμοποιούν διαφημιστικά, πινακίδες, αφίσες, κτλ, συντελώντας στην περιβαλλοντική αλλοίωση, η οποία συμπληρώνεται με την ηχορύπανση που προκαλείται απ' την εκκωφαντική ένταση της μουσικής των νυχτερινών κέντρων των ξενοδοχείων και το θόρυβο πάσης φύσεως μηχανών.



Ε. Καταστροφή της άγριας και υπό εξαφάνιση πανίδας. Παραδείγματα υπάρχουν πολλά παγκοσμίως, όπως οι αφρικανικές χώρες (π.χ. Κένυα) στις οποίες το σαφάρι και η θανάτωση άγριων ζώων για την απόκτηση σουβενίρ, έχει επιφέρει τραγικά αποτελέσματα, όπως η εξαφάνιση σπάνιων ειδών. Το φαινόμενο αυτό όμως έχει παρατηρηθεί ακόμα και σε ειδικά πάρκα προστασίας ζώων, όπως το εθνικό πάρκο Yellowstone, όπου οι επισκέπτες ρύπαιναν την περιοχή σε τέτοιο βαθμό που οδήγησαν έναν πληθυσμό αρκούδων σε αναγκαστική μετανάστευση και, τελικά, στο θάνατο.

Αλλά και στην περίπτωση της χλωρίδας, συνήθη φαινόμενα είναι η καταστροφή της για τη συγκέντρωση ξυλείας και φυτών, αλλά και αποψίλωση για την ανέγερση οικοδομών, ή για φύτευση κατά παραγγελία.



ΣΤ. Φθορά ή ακόμη χειρότερα και διάλυση αρχαιολογικών ή θρησκευτικών μνημείων λόγω της μαζικότητας και της συχνότητας των τουριστικών επισκέψεων σ' αυτούς τους χώρους, γεγονός το οποίο μπορεί να οφείλεται είτε στην ασέβεια που δείχνουν οι επισκέπτες καταστρέφοντάς εσκεμμένα, είτε στη φωτοχημική ρύπανση, που προκαλείται λόγω της συγκέντρωσης πολλών οχημάτων. Σ' αυτό το είδος ρύπανσης, άλλωστε, οφείλεται και η χημική αντίδραση που άρχισε να μετατρέπει μέρος των μαρμάρων της Ακρόπολης σε κιμωλία και ανάγκασε την λήψη ειδικών μέτρων.

Ζ. Χρήση όλων των πηγών, νερού, υπόγειων πηγών καυσίμων, απαραίτητων για τη λειτουργία των τουριστικών εγκαταστάσεων.

Η. Υπερεκμετάλλευση της γης. Σημαντικοί πόροι του εδάφους αποτελούν τα μέταλλα, τα καύσιμα, η γόνιμη γη, τα δάση, οι υδροτόποι και η άγρια πανίδα. Η αυξανόμενη ζήτηση για τουριστικές υποδομές πιέζουν ακόμα περισσότερο την εκμετάλλευση των προαναφερθέντων πόρων. Άμεση επίδραση σε -ανανεώσιμους και μη- πόρους προκαλείται από την ανάγκη εξεύρεσης οικοπέδων και οικοδομικών υλικών.

Τα δάση γίνονται αποδέκτες των αρνητικών επιδράσεων του τουρισμού, λόγω της αποψίλωσης που προσφέρει ξυλεία για καύσιμα και εκκαθάριση της γης για δημιουργία οικοπέδων. Παραδείγματος χάριν, ένας πεζοπόρος τουρίστας στο Νεπάλ, μια περιοχή που ήδη γίνεται δέκτης των επιδράσεων της αποψίλωσης, μπορεί να χρησιμοποιήσει 4 έως 5 κιλά ξυλείας την ημέρα.

Θ. Αποθέματα νερού. Το νερό και ιδιαίτερα το πόσιμο, είναι από τους σημαντικότερους φυσικούς πόρους. Η τουριστική βιομηχανία υπέρ-χρησιμοποιεί τα αποθέματα νερού για ξενοδοχεία, πισίνες, γήπεδα γκολφ και προσωπική χρήση των τουριστών. Αυτό έχει ως συνέπεια τη λειψυδρία και την ώθηση για

μεγαλύτερη σπατάλη.

Σε ξηρές περιοχές, όπως η Μεσόγειος, το θέμα της λειψυδρίας είναι πρωτεύον. Λόγω του θερμού κλίματος και της συνήθειας των τουριστών να καταναλώνουν περισσότερο νερό στις διακοπές απ' ότι στο σπίτι τους, η ποσότητα που χρησιμοποιείται μπορεί να ανέλθει στα 440 λίτρα ημερησίως. Αυτό το ποσό είναι σχεδόν το διπλάσιο από αυτό που καταναλώνει μια μέση Ισπανική πόλη.

Η συντήρηση των γηπέδων του γκολφ μπορεί επίσης να εξαντλήσει τα αποθέματα πόσιμου νερού. Κατά τα τελευταία χρόνια ο τουρισμός που σχετίζεται με το συγκεκριμένο άθλημα έχει αυξηθεί με ταχύτατους ρυθμούς. Τα γήπεδα αυτά χρειάζονται τεράστιες ποσότητες νερού καθημερινά και αν το νερό αυτό προέρχεται από πηγάδια, η άντληση του πέρα από τα όρια μπορεί να προκαλέσει εισροή αλμυρού νερού στα υπόγεια ύδατα. Τα παραθεριστικά κέντρα γκολφ εγκαθίστανται όλο και συχνότερα κοντά σε προστατευόμενες περιοχές, ή σε τοποθεσίες που τα αποθέματα νερού είναι περιορισμένα, αυξάνοντας κατά πολύ τις αρνητικές τους επιδράσεις.

Όλες οι παραπάνω επιδράσεις του τουρισμού προς το περιβάλλον, προκαλούν τόσο ισχυρές βλάβες στις ισορροπίες των οικοσυστημάτων που συχνά είναι ανεπανόρθωτες. Ακόμη, είναι πολύ δύσκολο αφενός να εντοπιστούν και, αφετέρου να προσδιοριστεί το μέγεθός τους. Γι' αυτό το λόγο, κανένας φορέας ή οργάνωση δε μπόρεσε στο παρελθόν να προβλέψει αυτές τις επιδράσεις. Ακόμα και σήμερα όμως το έργο αυτό είναι δύσκολο και μόλις στις μέρες μας επιστήμη και τεχνολογία αναζητούν, προς το παρόν μόνο σε οικονομικά και τουριστικά ανεπτυγμένες χώρες, το βαθμό που έχουν επηρεαστεί τα οικοσυστήματα κάθε περιοχής από τις ανθρώπινες ενέργειες.

Πρέπει όμως να τονισθεί ότι όλα αυτά είναι πολύ πιθανό να συμβούν και συμβαίνουν, στην περίπτωση που είτε δεν υπάρχει νομοθεσία που να προστατεύει το περιβάλλον, είτε οι τουριστικές επιχειρήσεις δεν εφαρμόζουν την ισχύουσα

νομοθεσία, συνήθως λόγω των πλημμελών ελέγχων. Αντικειμενικά πάντως, η εξάπλωση του τουριστικού φαινομένου, παρασύρει ανοδικά και τις μεταφορές ατόμων με τη χρήση οποιουδήποτε μέσου και επιβαρύνει σοβαρά το περιβάλλον και αυτός είναι τελικά και ο λόγος που ενεργοποιούνται οι μηχανισμοί προστασίας του από κάθε πλευρά.

### **Αρνητικές επιδράσεις άλλων βιομηχανιών στον τουρισμό**

Ο τουρισμός είναι μια πολύ ευαίσθητη βιομηχανία, καθώς εξαρτάται άμεσα από το φυσικό περιβάλλον. Γεγονότα όπως τα παρακάτω μπορεί να έχουν καταστροφικές συνέπειες για την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής:

- Οι πετρελαιοκηλίδες, όπως αυτή που εμφανίστηκε στα Νησιά Γκαλαπάκος το 2001 μετά από ατύχημα με τάνκερ, μπορούν να προκαλέσουν βραχυπρόθεσμες ζημιές στην έλξη τουριστών. Στη συγκεκριμένη περίπτωση εκχύθηκαν από το πετρελαιοφόρο 160.000 γαλόνια καύσιμου ντίζελ και 80.000 γαλόνια άλλων πετρελαϊκών προϊόντων. Η μοναδική τοπική υποθαλάσσια ζωή, τα είδη ζώων της στεριάς και ο τουρισμός επηρεάστηκαν βαθύτατα.
- Τα απόβλητα των καλλιεργειών και των βιομηχανιών μπορούν να προκαλέσουν μόλυνση των υδάτων, όπως συνέβη στην Αδριατική στις αρχές της δεκαετίας του '90. Παρόλο τον βελτιωμένο έλεγχο των αποχετευτικών συστημάτων των τουριστικών επιχειρήσεων, ο βυθός



της Μεσογείου είναι επικαλυμμένος με τέτοια στοιχεία.

- Καταστροφικές πρακτικές όπως η αλιεία με χρήση εκρηκτικών υλών, με χημικά κ.α. καταστρέφουν άμεσα τα κοράλλια, όπως και απωθούν το τουριστικό κοινό.
- Οι τουρίστες - περιηγητές που χρησιμοποιούν το ίδιο μονοπάτι ξανά και ξανά, καταστρέφουν τη χλωρίδα και το έδαφος, γεγονός που μπορεί να αποβεί μοιραίο για τη βιοποικιλότητα της περιοχής. Αυτή η ζημία μπορεί να γίνει πιο εκτενής, όταν οι επισκέπτες περπατούν εκτός των τεθέντων ορίων. Πιο αναλυτικά παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

Επιδράσεις της περιήγησης σε βλάστηση	Επιδράσεις της περιήγησης σε έδαφος
Σπάσιμο ή ζημία σε κορμούς	Απώλεια οργανικής ύλης
Μειωμένη δράση των φυτών	Μείωση των πόρων του εδάφους
Μειωμένη δυνατότητα ανανέωσης	Μείωση της διεισδυτικότητας αέρα και νερού στο έδαφος
Καταστροφή της επιφάνειας του εδάφους	Αυξανόμενη ξήρανση
Αλλαγές στη βιοποικιλότητα	Επιταχυνόμενη διάβρωση
Πηγή: Πανεπιστήμιο του Αίνταχο, Η.Π.Α.	

- Αγκυροβόλια και άλλες θαλάσσιες δραστηριότητες. Σε περιοχές με μαρίνες (γύρω από παράκτια ύδατα, υφάλους, παραλίες και ακτογραμμές, νερά μακριά από ακτές και λίμνες), πολλές τουριστικές δραστηριότητες λαμβάνουν χώρα μέσα ή γύρω από εύθραυστα οικοσυστήματα. Το αγκυροβόλιο, η περιηγήσεις σε μικρά βάθη, το ψάρεμα, οι καταδύσεις, τα

ταξίδια με σκάφη αναψυχής και οι κρουαζιέρες είναι μερικές από τις δραστηριότητες που προκαλούν άμεση μείωση της βιοποικιλότητας στα θαλάσσια οικοσυστήματα.

## ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

Όπως φάνηκε από όσα προαναφέρθηκαν, οι δραστηριότητες του τουρισμού έχουν πολλές καταστρεπτικές συνέπειες προς το περιβάλλον. Όμως κάθε νόμισμα έχει δύο όψεις και έτσι ο τουρισμός έχει να προσφέρει αξιόλογα θετικά στοιχεία που μπορούν να μεταβάλλουν το φυσικό περιβάλλον προς το καλύτερο. Αυτό επιτυγχάνεται με πολλές μεθόδους, άλλες περισσότερο εμφανείς και άλλες λιγότερο και που αναλύονται παρακάτω:

### Άμεσες οικονομικές εισφορές

Ο τουρισμός μπορεί να συνεισφέρει άμεσα στην επιβίωση «ευαίσθητων» περιοχών και κατοίκων. Τα χρήματα που συγκεντρώνονται προέρχονται από μεμονωμένους τουρίστες ή tour operators. Πηγές τέτοιων χρημάτων μπορεί να είναι επιπλέον φόροι σε εισόδους πάρκων που κατευθύνονται στην προστασία και στη διαχείριση αυτών των περιοχών.

Παράδειγμα τέτοιας εισφοράς είναι ο tour operator “Discovery Initiatives”, ο οποίος προσφέρει ετησίως ποσά που ανέρχονται στα 45.000\$ στο εθνικό πάρκο Tanjing Putting, και έτσι πληρώνεται όλο το προσωπικό και συντηρείται το κέντρο φροντίδας.

### Έμμεσες οικονομικές εισφορές

Ορισμένες κυβερνήσεις συγκεντρώνουν χρηματικά ποσά με πιο έμμεσους τρόπους, που δεν σχετίζονται με πάρκα ή συγκεκριμένες περιοχές. Φόροι είσπραξης, φόροι επί των πωλήσεων ή επί των ενοικίασης εξοπλισμού αναψυχής και φόροι για δραστηριότητες όπως το ψάρεμα ή το κυνήγι, μπορούν να προσφέρουν στις κυβερνήσεις τα έσοδα που χρειάζονται για να διαχειριστούν προγράμματα προστασίας και δραστηριότητες, όπως μισθοί φυλάκων σε πάρκα και τη γενικότερη λειτουργία τέτοιων πάρκων.

Παράδειγμα τέτοιας μεθόδου είναι οι Σεϋχέλλες του Ινδικού Ωκεανού, στις

οποίες επιβάλλεται φόρος 90\$ σε όλους τους επισκέπτες που εισέρχονται στο νησί. Τα έσοδα θα χρησιμοποιούνται για τη διατήρηση του περιβάλλοντος και στη βελτίωση των τουριστικών εγκαταστάσεων.

### Βελτίωση τουριστικού σχεδιασμού και διαχείρισης του περιβάλλοντος

Αυτή η βελτίωση μπορεί να επέλθει μέσω μεγάλων επιχειρήσεων, όπως τα ξενοδοχεία. Όμως απαιτείται προσεκτικός σχεδιασμός για ελεγχόμενη ανάπτυξη, βασισμένος στα περιβαλλοντικά αποθέματα της περιοχής. Ο σχεδιασμός αυτός βοηθά να γίνονται επιλογές μεταξύ αλληλοσυγκρουόμενων χρήσεων γης, ή έστω να μπορούν να αναπτυχθούν βιώσιμα ταυτόχρονα. Έτσι επιτυγχάνεται η αποφυγή λαθών που στοιχίζουν και αποφεύγονται οι αρνητικές συνέπειες στο περιβάλλον, που είναι ευρέως αξιοποιήσιμο στον τομέα του τουρισμού.

Παραδείγματα τέτοιου σχεδιασμού είναι η κατασκευή «πράσινων» εγκαταστάσεων, οι οποίες:

- α) στην ανέγερση τους χρησιμοποιούνται υλικά που δε μολύνουν, με μονώσεις, ώστε να αποφεύγεται η σπατάλη ενέργειας,
- β) χρησιμοποιούν κατάλληλα αποχετευτικά συστήματα και,
- γ) ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.

Ακόμη, επειδή η διαχείριση λυμάτων αποτελεί μακροχρόνιο και μεγάλο πρόβλημα, η πρόληψη κατά της μόλυνσης, η ελαχιστοποίηση των απορριμμάτων και η -φιλική προς το περιβάλλον- διαχείρισή τους είναι πολύ σημαντικά για την τουριστική βιομηχανία.

### Ευαισθητοποίηση για περιβαλλοντικά θέματα

Ο τουρισμός έχει το προσόν να αυξάνει την εκτίμηση της κοινωνίας προς το περιβάλλον και την ανησυχία για τα θέματά που το απειλούν και έτσι φέρνει άνθρωπο και περιβάλλον πιο κοντά. Αυτή η μέθοδος μπορεί να οδηγήσει σε μια συνειδητοποιημένη συμπεριφορά των ατόμων προς το περιβάλλον.

Τέτοιες περιπτώσεις είναι τα επιδοτούμενα -από διάφορους φορείς- προγράμματα εκπαιδευτικών εκδρομών που απευθύνονται σε μαθητές και φοιτητές, όπου μαθαίνουν για το περιβάλλον τους, βλέπουν την ομορφιά του και τρέφουν αίσθημα σεβασμού προς αυτό.

### Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη

Εάν ο απώτερος σκοπός του τουριστικού σχεδιασμού είναι η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη, πρέπει να εφαρμόζονται ορισμένες αρχές και μέθοδοι της αειφόρου κατανάλωσης. Αυτή η κατανάλωση περιλαμβάνει α) προϊόντα τα οποία έχουν παρασκευαστεί με τη χρήση «καθαρών» μεθόδων β) υπηρεσίες - συμπεριλαμβανομένου του τουρισμού- με τρόπο που να ελαχιστοποιεί τις περιβαλλοντικές επιδράσεις, γ) συντηρητική χρήση των φυσικών πόρων και δ) μείωση της υπερκατανάλωσης και των ρύπων.



### Προστασία και Διατήρηση

Ο τουρισμός μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στην περιβαλλοντική προστασία, στην επαναφορά και τη διατήρηση της βιοποικιλότητας και της συντηρητικής χρήσης των φυσικών πόρων. Λόγω της έλξης που προκαλούν, οι παρθένοι προορισμοί αναγνωρίζονται ως άξιοι διατήρησης της φυσικής τους ομορφιάς και έτσι οδηγούμαστε στη δημιουργία εθνικών πάρκων και πάρκων



άγριων ζώων.

Αξιοσημείωτο είναι το κατόρθωμα της Χαβάη, η οποία πέτυχε την προστασία των τροπικών δασών της, των κοραλλιών της και της θαλάσσιας ζωής που εξαρτάται απ' αυτά. Σήμερα, το νησί έχει γίνει διεθνές κέντρο ερευνών για οικοσυστήματα. Το σημαντικό όμως σ' αυτό είναι ότι όλα αυτά οφείλονται στην ανάπτυξη και την διατήρηση του τουρισμού, ο οποίος αποτέλεσε την αιτία ενεργοποίησης όλων αυτών των μηχανισμών.

Ακόμα ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η προστασία άγριας πανίδας στην Αφρική, στη Ν. Αμερική, στην Ασία, στην Αυστραλία και στο νότιο Ειρηνικό. Παρόλο που πολλά είδη ζώων και φυτών έχουν εκλείψει ή θα εκλείψουν, πολλά κράτη έχουν θεσπίσει αυστηρούς νόμους όσον αφορά την προστασία αυτών και αποτελούν πόλο έλξης τουριστών που ενδιαφέρονται για τη φύση. Έτσι, πολλά είδη έχουν αρχίσει να ανακάμπτουν και να επανέρχονται στη φυσική τους ισορροπία.

## **B. ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Το τουριστικό φαινόμενο, όπως όλα τα είδη οικονομικής ανάπτυξης, επιφέρει πληθώρα αλλαγών στην περιοχή ή, και γενικότερα, στο κράτος που αναπτύσσεται και δημιουργεί ένα πλαίσιο κοινωνικών επιδράσεων. Αυτές οι επιδράσεις αναφέρονται σε κοινωνικό, σε πολιτιστικό, αλλά και σε περιβαλλοντικό επίπεδο.

### **ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ**

#### Εμπορευματοποίηση τρόπου ζωής

Ο τουρισμός μπορεί να αλλοιώσει την τοπική κουλτούρα μιας περιοχής, όταν οι θρησκευτικές και οι παραδοσιακές εκδηλώσεις διαμορφώνονται ανάλογα με τις ανάγκες των τουριστών, έχοντας σαν αποτέλεσμα μια νέα, διασκευασμένη προβολή της εικόνας των κατοίκων. Απ' τη στιγμή που ένας προορισμός πωλείται ως τουριστικό προϊόν, οι επισκέπτες ζητούν αναμνηστικά, αντικείμενα τέχνης και άλλα εμπορεύματα, που μπορούν να επιφέρουν βασικές αλλαγές στις αξίες του τόπιου πληθυσμού. Ακόμη, ιερές τοποθεσίες και ιερά αντικείμενα είναι πιθανό να χάσουν το σεβασμό που τους αρμόζει, όταν μεταχειρίζονται σαν αγαθά προς πώληση.

#### Κίνδυνος έλλειψης αυθεντικότητας

Οι προορισμοί κινδυνεύουν να χάσουν το «χρώμα» τους στην προσπάθεια να ικανοποιήσουν την ανάγκη του τουρίστα για ύπαρξη γνώριμων ειδών εγκαταστάσεων. Παρόλο που ο τελευταίος ζητά να γνωρίσει πρωτόγνωρους τόπους, είδη διαμονής, φαγητά και ποτά, παράλληλα πρέπει οι υπηρεσίες που του προσφέρονται να μην είναι τελείως άγνωστες, καθώς λίγοι είναι αυτοί που θέλουν κάτι εντελώς καινούργιο. Οι περισσότεροι ψάχνουν για μια γνωστή μονάδα-υπηρεσία σε ένα άγνωστο περιβάλλον, όπως γνωστά fast-food και αλυσίδες

ξενοδοχείων.

### Σκηνοθετημένη αυθεντικότητα

Αυτό συμβαίνει όταν οι ανάγκες των τουριστών που επισκέπτονται ένα τόπο περιορίζονται στο να δουν επιφανειακά μόνο τη ζωή των κατοίκων. Έτσι οι τελευταίοι καταφεύγουν στο να διαδραματίζουν το ρόλο του ντόπιου, δίνοντας ένα είδος παράστασης, χάνοντας φυσικά την αυθεντικότητά τους. Αυτό όμως έχει επιτυχία μόνο με τις παραπάνω προϋποθέσεις, γιατί εάν κάποιος επιχειρήσει να δει πίσω απ' αυτή την «κουρτίνα», όλη αυτή η παράσταση θα καταρρεύσει.

### Προσαρμογή στις ανάγκες των τουριστών

Όπως προαναφέρθηκε, οι τουρίστες ζητούν να αγοράσουν κάτι μοναδικό απ' τον τόπο που επισκέφτηκαν. Γι' αυτό το λόγο, πολλοί καλλιτέχνες-τεχνίτες προσαρμόστηκαν σ' αυτή τη ζήτηση και έκαναν τα προϊόντα τους πιο γνώριμα στο γούστο των αγοραστών. Παρόλο που αυτό το γεγονός μπορεί να βοηθήσει στην αναγνώριση της αξίας των καλλιτεχνών-τεχνιτών, μπορεί να επιφέρει πολιτιστική αλλοίωση και τελικά αυτοί οι άνθρωποι να γίνουν μηχανές που θα κατασκευάζουν σουβενίρ.

### ***Κοινωνικές συγκρούσεις***

Ο τουρισμός εμπλέκει ανθρώπους από διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές, με διαφορετική γλώσσα, θρησκεία, πολιτισμό, τρόπο και επίπεδο ζωής που δε θα γνωρίζονταν μεταξύ τους σε καμία άλλη περίπτωση. Λόγω αυτών των διαφορών λαμβάνουν χώρα κοινωνικές συγκρούσεις που πολλές φορές γίνονται αιτία αποστροφής των κατοίκων προς την τουριστική βιομηχανία και μπορούν να συμπεριληφθούν στα παρακάτω:

### Διαφορετικό οικονομικό status

Πολλοί τουρίστες προέρχονται από κοινωνίες οικονομικά πιο ανεπτυγμένες αυτές που επισκέπτονται. Έτσι, όταν βρίσκονται εκτός του μόνιμου τόπου κατοικίας τους, ξοδεύουν πολλά χρήματα σε σύντομο χρονικό διάστημα αλλά με τρόπο που δε θα έκαναν ποτέ στην πατρίδα τους. Βλέποντας αυτή τη συμπεριφορά οι ντόπιοι, θέλουν να τους μιμηθούν και επειδή αυτό συνήθως δεν είναι δυνατό, δημιουργούνται κοινωνικές αλλά και -πολλές φορές- εθνικές εντάσεις. Όμως αυτό είναι φυσικό όταν υπάλληλοι τουριστικών επιχειρήσεων που αμείβονται με 1.200\$ ετησίως (σε κράτη όπως η Βραζιλία και η Τζαμάικα), περνούν τις εργασιακές τους ώρες κοντά σε ανθρώπους με ετήσιο εισόδημα τα 80.000\$.

### Εκνευρισμός εξαιτίας της συμπεριφοράς των τουριστών

Οι τουρίστες συχνά, λόγω άγνοιας ή απροσεξίας δείχνουν ασέβεια προς τα τοπικά έθιμα και αξίες. Όταν συμβαίνει αυτό μπορεί να προκαλέσει εκνευρισμό και δημιουργία στερεοτύπων. Μπορεί να μην μένουν για πολύ καιρό στο συγκεκριμένο τόπο, αλλά με αυτή τη συμπεριφορά διαταράσσεται η ζωή των ντόπιων.

Παράδειγμα αυτού είναι ο τρόπος ενδυμασίας των τουριστριών στις μουσουλμανικές χώρες (απουσία μαντίλας, κοντές φούστες, μαγιό μπικίνι στις παραλίες, κτλ) που προκαλούν τους ντόπιους, οι οποίοι επιτρέπουν στις γυναίκες να κυκλοφορούν χωρίς να αποκαλύπτεται κανένα σημείο του σώματός τους.

### Ιεραρχία

Ειδικά στις αναπτυσσόμενες χώρες, ο ντόπιος πληθυσμός κατέχει θέσεις εργασίας που είναι χαμηλά στην ιεραρχία, όπως καμαριέρες, λόγω της έλλειψης επαγγελματικής εκπαίδευσης, ενώ τα υψηλά πόστα τα κατέχουν ξένοι. Αυτό το φαινόμενο είναι πιθανό να προκαλέσει κοινωνικές αναταραχές.

## **Επιδράσεις στο περιβάλλον που επιφέρουν κοινωνικές διαταραχές**

Οι αλλαγές που επιφέρει η τουριστική βιομηχανία και η επακόλουθη ανάπτυξη σε ένα προορισμό, μπορούν να προκαλέσουν άγχος στον ντόπιο πληθυσμό, αφού επηρεάζουν την τοπική τους κοινωνία. Αυτά τα μειονεκτήματα μπορούν να προέλθουν απ' τα παρακάτω:

1. Επιπλοκές λόγω της χρήσης -δύσκολων στην ανεύρεση- φυσικών πόρων, όπως νερό και πηγές ενέργειας, ανάμεσα στις τουριστικές επιχειρήσεις και το ντόπιο πληθυσμό. Επίσης ίδια αποτελέσματα μπορεί να έχει η υποβάθμιση του περιβάλλοντος και η φορολογία που μπορεί να επιβληθεί στους κατοίκους λόγω έργων υποδομής, όπως π.χ. νέες εγκαταστάσεις για τη χρήση του νερού.

2. Καταστροφές σε πολιτιστικά μνημεία που μπορεί να προέλθει από βανδαλισμούς, απορρίμματα ή ακόμη και παράνομη αφαίρεση αντικειμένων που σχετίζονται με τον πολιτισμό. Τέτοιες περιπτώσεις συμβαίνουν σε χώρες όπως η Αίγυπτος, η Κολομβία, το Περού και το Μεξικό, όπου οι κακοπληρωμένοι φύλακες των αρχαιολογικών χώρων συμπληρώνουν το εισόδημά τους πουλώντας αντικείμενα ιστορικής αξίας.

3. Επιπλοκές σχετικά με τη χρήση της γης, ειδικά όταν πρόκειται για περιοχές όπως οι παραλίες, που είναι δημοφιλείς για της παραλίες και τα νησιά. Οι επιπλοκές αυτές δημιουργούνται όταν εμφανίζεται η επιλογή μεταξύ της χρήσης της γης από τουριστικές εγκαταστάσεις ή της χρήσης με τον παραδοσιακό τοπικό τρόπο. Σε τέτοιες περιπτώσεις οι κάτοικοι είναι συνήθως οι χαμένοι, αφού η οικονομική αξία που επιφέρει ο τουρισμός είναι αυτή που συνήθως έχει την μεγαλύτερη βαρύτητα. Τέτοιο παράδειγμα αποτελεί το Μπαλί της Ινδονησίας, στο οποίο οι γεωργικές εκτάσεις και οι πηγές νερού που αγοράστηκαν και χρησιμοποιήθηκαν από μεγάλα ξενοδοχεία ως γήπεδα γκολφ.

## ***Εθνικά θέματα***

### Εγκληματικότητα

Ο ρυθμός ανάπτυξης του εγκλήματος αυξάνεται ταυτόχρονα με την ανάπτυξη και την αστικοποίηση μιας περιοχής και η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού συχνά συνοδεύεται από το αυξανόμενο έγκλημα. Η παρουσία μεγάλου αριθμού τουριστών (σε πολλές περιπτώσεις τριπλασιάζεται ως και δεκαπλασιάζεται ο πληθυσμός), με πολλά χρήματα πάνω τους και συχνά έχοντας μαζί αντικείμενα αξίας, όπως φωτογραφικές μηχανές ή κοσμήματα, τραβάει την προσοχή εγκληματιών και δημιουργεί φαινόμενα όπως κλοπές, ληστείες, βιασμοί, εμπόριο ναρκωτικών, ακόμα και δολοφονίες. Τέτοια φαινόμενα προκαλούν κοινωνικές εντάσεις, αφού οι αστυνομικές δυνάμεις, σε μικρά κυρίως μέρη, στέκονται αδύναμες να αντιμετωπίσουν το ξαφνικό κύμα εγκληματικότητας.

### Πορνεία και σεξουαλικός τουρισμός

Η σεξουαλική εκμετάλλευση παιδιών και νέων γυναικών για εμπορικούς σκοπούς, συμβαδίζει με την ανάπτυξη του τουρισμού σε πολλά μέρη του κόσμου. Παρόλο που ο τουρισμός δεν είναι η αιτία εμφάνισης της σεξουαλικής εκμετάλλευσης, προσφέρει εύκολη πρόσβαση σ' αυτήν. Επιπρόσθετα, το τουριστικό φαινόμενο, προκαλεί καταναλωτισμό σε χώρες που προηγουμένως αρνούσαν τις πολυτέλειες σε προϊόντα και υπηρεσίες. Όμως, η απόκτηση εύκολου χρήματος έχει ωθήσει πολλούς νέους και νέες, συμπεριλαμβανομένων των παιδιών, στο να εμπορευτούν το σώμα τους, με αντάλλαγμα T-shirts, ηχητικά συστήματα, ποδήλατα, ακόμη και αεροπορικά εισιτήρια για εξωτερικό. Σε άλλες περιπτώσεις, ανήλικοι αναγκάζονται να δουλέψουν σε οίκους ανοχής σε τουριστικές περιοχές και πωλούνται σε κυκλώματα σεξουαλικής δουλείας, ενώ πολύ σπάνια αποκτούν το απαιτούμενο χρηματικό ποσό για να ξεφύγουν.

Ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών ορίζει το σεξουαλικό τουρισμό ως «τουρισμό οργανωμένο με πρωταρχικό σκοπό τη σύναψη εμπορικής σεξουαλικής

σχέσης με ένα παιδί». Συγκεκριμένοι προορισμοί έχουν γίνει κέντρα για αυτό το παράνομο εμπόριο που στοχεύει σε παιδόφιλους και υποστηρίζεται από δίκτυα οδηγών ταξί, στελέχη ξενοδοχείων, ιδιοκτήτες οίκων ανοχής, επιχειρήσεις ψυχαγωγίας και tour operators, που οργανώνουν πακέτα σεξουαλικού περιεχομένου.

Το είδος αυτό του τουρισμού είναι πιο διαδεδομένο στην Ασία, αλλά δεν παύει να αποτελεί παγκόσμιο φαινόμενο και αυτός είναι ο λόγος ίδρυσης οργανισμών, όπως ο ECPAT.

### Τζόγος

Ανθεί σε κάθε περιοχή που κάνει την εμφάνισή της η τουριστική βιομηχανία και αποτελεί πόλο έλξης μιας περιοχής που απ' τη φάση της υπανάπτυξης, πέρασε στην τουριστική ανάπτυξη και δημιουργεί διαφοροποιήσεις στην κοινωνία. Η πιο διαδεδομένη μορφή του είναι τα καζίνο, τα οποία για



περίπου σαράντα χρόνια κυριαρχούν στο χώρο. Παρόλο που αυτές οι επιχειρήσεις είναι μια πολύ σοβαρή συναλλαγματική δραστηριότητα του τουρισμού, αλλά και των εθνικών οικονομιών, δεν παύουν να δημιουργούν -ειδικά κατά τους πρώτους χρόνους λειτουργίας- σοβαρά προβλήματα στις κλειστές κοινωνίες, καθώς χάνονται ολόκληρες περιουσίες, ανακατανέμεται το εισόδημα, δημιουργούνται νέες τάξεις κ.α.

Η σοβαρότερη επίπτωση όμως αφορά τη νεολαία, αφού με αυτόν τον τρόπο αναζητά εύκολα και γρήγορα κέρδη, η οποία αποπροσανατολίζεται, «παίζει» ποσά που αποκτήθηκαν με κόπο και χάνει τη θέληση για εργασία.

### Δημόσια Υγεία

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δίνεται στον τομέα της δημόσιας υγείας στις περιοχές που αναπτύσσεται ο τουρισμός, αφού με την πληθυσμιακή συσσώρευση μπορεί να εμφανιστούν διάφορες μεταδιδόμενες και μη, ασθένειες. Έτσι, πρέπει να δίνεται έμφαση α) στην ασφάλεια και την υγιεινή των χώρων τουριστικής υποδοχής, όπως αεροδρόμια, λιμάνια, ξενοδοχεία, αρχαιολογικοί χώροι κτλ, κυρίως λόγω της εμφάνισης του AIDS, β) στην ασφάλεια και την υγιεινή των χώρων εστίασης, γ) στην ασφάλεια και την υγιεινή των χώρων παραμονής και δ) στην ασφάλεια των τουριστών λόγω της πορνείας.

Οι απειλές για την υγεία των κατοίκων των κρατών, απασχολεί έντονα τον τουριστικό κλάδο, αλλά και τις κυβερνήσεις των κρατών, οι οποίες προχώρησαν σε θέσπιση μέτρων προστασίας, όχι μόνο των τουριστών αλλά περισσότερο των πολιτών της χώρας.

### Παιδική εργασία

Μελέτες έδειξαν ότι πολλές δουλειές στον τουριστικό τομέα έχουν συνθήκες που δεν χαρακτηρίζονται ιδανικές. Πολλές ώρες, ασταθής απασχόληση, χαμηλοί μισθοί, λίγη εκπαίδευση και ελάχιστες δυνατότητες για καριέρα. Επιπρόσθετα, οι τελευταίες εξελίξεις στην τουριστική βιομηχανία, (ελεύθερη αγορά, ανταγωνισμός, συγκεντρωτισμός, πτώση των ναύλων) και η παρουσία νέων τεχνολογιών ωθούν στην υιοθέτηση πιο ευέλικτων ωραρίων. Για τέτοιες εργασίες επιλέγονται νέα παιδιά, καθώς είναι φθηνοί και ευέλικτοι υπάλληλοι.



## ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

Ο τουρισμός, εκτός από αρνητικά αποτελέσματα, έχει να προσφέρει και θετικά, όπως η προώθηση της ανάπτυξης μέσω της απασχόλησης, η ανακατανομή του εισοδήματος και η καταπολέμηση της φτώχειας. Επιπρόσθετα:

### Η ειρήνη ως αποτέλεσμα του τουρισμού

Τα ταξίδια φέρνουν τους ανθρώπους σε επαφή μεταξύ τους και καθώς ο τουρισμός έχει και επιμορφωτικά στοιχεία, μπορεί να έχει αποτέλεσμα την αλληλοκατανόηση μεταξύ ατόμων διαφορετικής κουλτούρας, αλλά και την ανταλλαγή πολιτιστικών στοιχείων. Έτσι, αυξάνονται οι πιθανότητες ανάπτυξης συμπάθειας και απ' τις δύο πλευρές, αφήνοντας πίσω τις διαμάχες. Παράδειγμα αυτού είναι οι δουλειές που προσφέρονται στο Μπέλφαστ της Β. Ιρλανδίας και αναμένονται να αποδιοργανώσουν τις παραστρατιωτικές οργανώσεις και να επικρατήσει η ειρήνη. Τελικά, η συμπάθεια και η αλληλοκατανόηση μπορούν να οδηγήσουν στη μείωση των εντάσεων και έτσι να συνεισφέρουν προς όφελος της ειρήνης.

### Ενδυνάμωση των κοινωνικών σχέσεων

Ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει ζωτικό στοιχείο για μια κοινωνία ποικιλοτρόπως. Ένα παράδειγμα είναι οι εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ, στα οποία οι κάτοικοι είναι αυτοί που κυρίως είναι πρωταγωνιστές και θεατές, αναζωογονούνται και εξελίσσονται λόγω του τουριστικού ενδιαφέροντος.

Οι θέσεις εργασίας που προσφέρονται λόγω του τουριστικού φαινομένου μπορούν να δράσουν ως μέσο μείωσης της μετανάστευσης απ' τις επαρχίες. Οι ντόπιοι μπορούν ακόμη να αυξήσουν την επιρροή τους στην τουριστική ανάπτυξη, όπως και να βελτιώσουν τις δουλειές και τις αποδοχές.

### Εγκαταστάσεις κατασκευασμένες απ' τον τουρισμό

Ο τουρισμός υποστηρίζει τη δημιουργία νέων εγκαταστάσεων και υπηρεσιών, κάτι που δε θα γινόταν σε περίπτωση που δε θα είχε επέμβει και έτσι, το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων ενός προορισμού μπορεί να ανέβει. Τα οφέλη σχετίζονται με τις βελτιωμένες υποδομές, την υγεία, τις συγκοινωνίες, τις νέες αθλητικές εγκαταστάσεις, τις μονάδες εστίασης, κτλ.

### Επανεκτίμηση του πολιτισμού και των παραδόσεων

Ο τουρισμός μπορεί να προωθήσει την διατήρηση των πολιτιστικών και των ιστορικών παραδόσεων, οι οποίες συνεισφέρουν στη σωστή διαχείριση των φυσικών πόρων, την προστασία της τοπικής κληρονομιάς και την αναγέννηση πολιτισμών και τεχνών που πιθανώς να έχουν ξεχαστεί.

Παράδειγμα αυτού είναι διάφοροι tour operators που συμβάλλουν στη διατήρηση τοπικών εκδηλώσεων, όπως ο Travel Walji's, ο οποίος με τη βοήθεια που απέστειλε σε ένα ορεινό προορισμό στη Ν. Ασία (στην επαρχία Karakorum), βοήθησε την τοπική μουσική αλλά και δραστηριότητες όπως ο χορός με ξίφη, να έρθουν και πάλι στο προσκήνιο.

### Εργασία ντόπιου πληθυσμού και υπερηφάνεια

Το τουριστικό φαινόμενο βοηθά στο να τονωθεί το τοπικό ενδιαφέρον για το περιβάλλον και τον πολιτισμό και παράλληλα να ενδυναμώσει την εθνική υπερηφάνεια αλλά και την ανάγκη για διατήρηση όλων αυτών. Μακροπρόθεσμα, η ασχολία του ντόπιου πληθυσμού με τις επιχειρήσεις αυτές, αποδεικνύεται πολύ σημαντική όσον αφορά την κατάσταση για τη διατήρηση και τη συντηρητική χρήση της βιοποικιλότητας. Ακόμη, η προσφορά της τοπικής κοινωνίας όταν σχεδιάζει την ανάπτυξη είναι μεγάλη, καθώς οι κάτοικοι έχουν πιο θετική στάση και έχουν ευκαιρία να αποκομίσουν κέρδη, σε σχέση με ένα πληθυσμό που παθητικά εξουσιάζεται απ' τον τουρισμό.

## **B. ΟΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ο τουρισμός είναι μια καθαρά οικονομική δραστηριότητα και δε θα μπορούσε να μην επιδρά στον τομέα της οικονομίας στις περιοχές όπου αναπτύσσεται. Πολλοί τον θεωρούν πανάκεια για τη λύση των προβλημάτων μιας κοινωνίας, κάτι που στην πραγματικότητα δεν επαληθεύεται. Οι αλλαγές που επιφέρει είναι διαρθρωτικές για τις εθνικές οικονομίες και μπορούν να συμπεριληφθούν στα παρακάτω:

### **ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ**

1 Η παραγωγή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών απαιτεί δέσμευση πόρων που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σε άλλους τομείς. Παραδείγματος χάριν, η κατασκευή μιας ξενοδοχειακής μονάδας μπορεί να προκαλέσει μετακίνηση εργατικού δυναμικού από την επαρχία στις πόλεις. Έτσι, η επαρχία θα χάσει κάποιους εργάτες, ενώ η πόλη θα πρέπει να δημιουργήσει τις απαραίτητες υποδομές για τους νέους κατοίκους, σχετικά με την υγεία, τη μόρφωση κτλ. Ακόμη, εάν το απαιτούμενο δυναμικό δεν είναι σε αφθονία, θα χρειαστεί να μεταφερθεί από κάποια άλλη βιομηχανία (όπως η γεωργία), κόστος το οποίο συχνά δεν υπολογίζεται κατά τη μέτρηση της οικονομικής επίδρασης του τουρισμού.

2 Αναλογικά, η χρήση κεφαλαίων (τα οποία είναι σπάνια) στην τουριστική ανάπτυξη, εμποδίζουν τη χρήση τους από άλλους κλάδους. Αυτή είναι μία δεύτερη παράμετρος που πρέπει να ληφθεί υπόψη όταν υπολογίζεται η συνεισφορά του τουρισμού.

3 Η κυριότερη επίδραση του τουρισμού όταν αναπτύσσεται στην ύπαιθρο, είναι η αλλαγή που προκαλεί στην επαγγελματική απασχόληση των

κατοίκων: εγκαταλείπουν τις παραδοσιακές τους ασχολίες (γεωργία, αλιεία, κτηνοτροφία) και ασχολούνται με τον τουρισμό απ' τον οποίο αποκομίζουν περισσότερα κέρδη. Ακόμη ένα αποτέλεσμα της τουριστικής βιομηχανίας είναι η ραγδαία αύξηση της αξίας των οικοπέδων, αφού εμφανίζεται ανταγωνισμός για την απόκτηση της γης. Αυτή η αύξηση προκαλεί πληθωριστικές τάσεις και τα μεγαλύτερα θύματά της είναι οι νέοι που προσπαθούν να αγοράσουν ένα μέρος της γης είτε για καλλιέργεια, είτε για ανέγερση κατοικίας.

4 Τα ξενοδοχεία καταναλώνουν μεγάλα ποσά ενέργειας και νερού για να καλύψουν τις ανάγκες τους και προκαλούν αυξήσεις στις τιμές αυτών των υπηρεσιών και αγαθών. Επίσης, εμποδίζουν την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας, πραγματοποιώντας μαζικές εισαγωγές τροφίμων και άλλων αντικειμένων (π.χ. σουβενίρ) από μεγάλες αγορές, αγνοώντας την ύπαρξη της τοπικής.

### **ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ**

1 Η μεγαλύτερη προσφορά του τουρισμού είναι η δημιουργία εισοδήματος στον ενεργό πληθυσμό της περιφέρειας, γεγονός που συντελεί στην εξομάλυνση του προσωπικού εισοδήματος, ειδικά όταν η περιοχή παρουσιάζει χαμηλό δείκτη παραγωγικότητας, και περιορίζει την ψαλίδα των εισοδημάτων των κατοίκων της περιφέρειας με αυτών των πόλεων.

2 Το πρόσθετο εισόδημα που προσφέρει ο τουρισμός δεν είναι σημαντικό μόνο για αυτούς που ασχολούνται με τον κλάδο, αλλά απ' τις δαπάνες αυτές επωφελούνται και όλοι οι άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας, όπως η βιομηχανία, οι μεταφορές, η γεωργία (έμμεσα) κτλ. Ακόμη, οφέλη έχει και ο κρατικός μηχανισμός και οι τοπικές αυτοδιοικήσεις.

Αποτέλεσμα των οικονομικών εισφορών είναι και η συγκράτηση -και πολλές φορές η αύξηση- του πληθυσμού της περιφέρειας, αφού οι λόγοι της αστυφιλίας σχετίζονται καθαρά με το χρήμα.

## **Ο ρόλος των ομάδων συμφερόντων (group stakeholders)**

Όταν γίνεται λόγος για τις επιδράσεις που προκαλεί ο τουρισμός, πρέπει να σημειωθούν και οι αντιδράσεις που προκαλούνται από την ανάπτυξη του ίδιου του τουρισμού προερχόμενες από διάφορες κοινωνικές ομάδες.. Ομάδες συμφερόντων μπορούν να αποτελέσουν μεμονωμένα φυσικά πρόσωπα, μεγαλύτερα γκρουπ ατόμων ή και οργανισμοί. Πρωταρχικές ομάδες συμφερόντων είναι αυτές που έχουν άμεσα συμφέροντα, ενώ δευτερεύουσες ονομάζονται αυτές που παρεμβάλλονται κατά τη διάρκεια μιας δραστηριότητας, όπως οι δημόσιοι φορείς και τα διάφορα όργανα. Σε πολλές περιπτώσεις, οι προαναφερθείσες ομάδες δε θεωρούν τον εαυτό τους ομάδα συμφερόντων, γιατί απλά πιστεύουν ότι τους ανήκει η υλοποίηση μιας ιδέας.

Μια σωστή διαδικασία λήψης αποφάσεων θα πρέπει να περιλαμβάνει τις ομάδες που θα οδηγήσουν σε επιτυχημένο αποτέλεσμα. Για να επιτευχθεί αυτό, θα πρέπει να συμπεριληφθούν όσες ομάδες διασφαλίζουν τον ανωτέρω στόχο και να αποκλειστούν όσες μπορούν να προκαλέσουν εμπόδια στην υλοποίηση ενός έργου. Οι ομάδες μπορεί να είναι ιδιαίτερες συγκεκριμένες, όπως μεμονωμένα άτομα ή ομάδες που μπορούν να εντοπιστούν γεωγραφικά, ενώ υπάρχει και η περίπτωση να είναι «άμορφες» όπου θα πρέπει να ακολουθηθεί πιο πολύπλοκο σχέδιο για να εγκαθιδρυθεί και να διατηρηθεί σχέση συνεργασίας μαζί τους. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να εντοπιστούν και να καταγραφούν οι ομάδες συμφερόντων πριν την λήψη οποιασδήποτε απόφασης. Συχνά αποδεικνύεται καλύτερο να διασπαστούν σε υποομάδες, π.χ. κατά φύλο, εθνικότητα, τόπο κτλ., καθώς έτσι εντοπίζονται ουσιώδεις ομάδες που διαφορετικά θα μπορούσαν να είχαν παραβλεφθεί. Η ανάλυση των ομάδων στοχεύει στην εμπλοκή όσων έχουν συμφέροντα στη διαδικασία αποφάσεων, γεγονός σημαντικό, αφού πολλές φορές έχουν πολλά θετικά στοιχεία να προσφέρουν.

Οι ομάδες αυτές ενεργούν κάθε φορά που απειλούνται από δράσεις ιδιωτικών αλλά και δημόσιων φορέων . Η δύναμη δε που έχουν στα χέρια τους δεν πρέπει να υποτιμάται ποτέ, διότι είναι εύκολο για μια ισχυρή ομάδα συμφερόντων να εμποδίσει κάποιο εγχείρημα που δεν επιθυμεί. Το μέγεθος των ομάδων ποικίλλει αναλόγως με την περίπτωση. Έτσι, ομάδα συμφερόντων μπορεί να χαρακτηριστεί τόσο ένας μικρός αριθμός επιχειρηματιών που αντιτίθενται π.χ. στην κατασκευή ενός δημόσιου έργου που θα μειώσει την οικονομική τους δραστηριότητα, όσο και τα πανίσχυρα lobby των διεθνών tour operators, τα οποία π.χ. επιθυμούν τη μείωση των προσφερόμενων τιμών των ξενοδοχείων ενός τόπου.

## **ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ: απολογισμός 2004, προβλέψεις 2005**

### **2004**

Το 2004 αποδείχθηκε πολύ καλή χρονιά για την ανάπτυξη του τουρισμού, τουλάχιστον μέχρι λίγο πριν το τέλος του. Ανάλογη οικονομική ανάπτυξη είχε να σημειωθεί από το 1976. Η βιομηχανία μπόρεσε τελικά να ξεπεράσει προβλήματα όπως η τρομοκρατία (Η.Π.Α., 11/9/01), η φονική επιδημία του ιού SARS στις ασιατικές χώρες, αλλά δεν μπόρεσε να αντεπεξέλθει στις καταστροφές που προκάλεσε το τσουνάμι στη νότιο-ανατολική Ασία. Χώρες, όπως η Ινδονησία, η Μαλαισία, το Μπαγκλαντές, οι Μαλδίβες κ.α. υπέστησαν πολύ μεγάλες ανθρώπινες απώλειες.

Αύξηση 15% για τις αερομεταφορές ανακοίνωσε η IATA για το προηγούμενο έτος. Έγινε ωστόσο φανερό πια η ανάγκη για περισσότερες εταιρίες χαμηλού κόστους (low - cost carriers), αφού όλο και περισσότεροι τουρίστες χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για να κάνουν κράτηση ενός φθηνού εισιτηρίου. Επίσης έγιναν γνωστές ορισμένες αλλαγές στις προτιμήσεις του κοινού, όπως η ανεξαρτησία στο σχεδιασμό ταξιδιών, οι συντομότερες στάσεις και οι περισσότερες ευκαιρίες διακοπών.

Στη γηραιά ήπειρο, οι χώρες - μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης αποτελούν ακριβό προορισμό τόσο για τον τουρισμό μέσα στην κοινότητα, όσο και για τους πολίτες κρατών εκτός Ε.Ε. Το γεγονός αυτό οφείλεται στην μεγάλη αξία που διατηρεί το «σκληρό» ευρωπαϊκό νόμισμα. Έτσι, επωφελούνται χώρες γειτονικές σ' αυτές της Ένωσης, όπως η Τουρκία που για το 2004 σημείωσε αύξηση αφίξεων της τάξης του 27%. Ανάλογα μεγάλη αύξηση παρατηρήθηκε και στις βαλτικές χώρες, στην Τσεχία και στις υπόλοιπες χώρες της ανατολικής Ευρώπης.

Στην Ασία -αν εξαιρεθεί το πλήγμα του τσουνάμι- αναπληρώθηκαν οι ζημιές του 2003, σημειώνοντας άνοδο 29% στις αφίξεις, με το συνολικό αριθμό των επισκεπτών να αγγίζει τα 154 εκατομμύρια.

Στην Αμερική οι Ηνωμένες Πολιτείες εκμεταλλεύθηκαν τη χαμηλή



ισοτιμία του δολαρίου τους, έναντι στο ευρώ και πέτυχαν αύξηση 9%. Το ίδιο συνέβη και με το φθηνό προϊόν που προσέφεραν οι χώρες της κεντρικής και νότιας Αμερικής που, μαζί με την Καραϊβική σημείωσαν αύξηση αφίξεων. Στον αντίποδα βρέθηκε ο Καναδάς, λόγω του ακριβού νομίσματος σε σχέση με τις Η.Π.Α.

Οι αφρικανικές χώρες του βορρά (Μαρόκο, Τυνησία, Αίγυπτος κτλ) σημείωσαν σημαντική άνοδο, κυρίως λόγω του ότι αποτελούν παρεμφερές προϊόν με τις μεσογειακές χώρες της Ε.Ε. Στα κράτη που βρίσκονται νότια της ερήμου Σαχάρα δεν εντοπίστηκε καμία σημαντική μεταβολή σε σχέση με το 2003, με εξαίρεση την Κένυα που αύξησε τις αφίξεις της.

Στη Μέση Ανατολή ο τουρισμός τα τελευταία χρόνια αποτελεί τον κυριότερο τομέα εκμετάλλευσης. Όλα τα κράτη της αραβικής χερσονήσου σημείωσαν άνοδο το 2004. Αυτό δεν είναι καθόλου τυχαίο γεγονός. Οι χώρες αυτές βελτίωσαν και συνεχίζουν να βελτιώνουν σε μεγάλο βαθμό τις υποδομές τους, παρέχουν ευκολίες όπως η έκδοση βίζα για Αμερική και Ευρώπη, έχουν καλή διασυνοριακή πολιτική και προσφέρουν διακοπές χαμηλού κόστους.

## **2005**

Οι προβλέψεις για το τρέχον έτος είναι αισιόδοξες. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού αναφέρεται σε παγκόσμια άνοδο της τάξης του 4,1%. Όσον αφορά το φαινόμενο του τσουνάμι στην Ασία, ο τουρισμός αποδείχθηκε ότι δεν επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό. Έγινε κατανοητό από το τουριστικό καταναλωτικό κοινό ότι αποτέλεσε ένα μεμονωμένο φυσικό γεγονός που δεν είναι μεν προβλέψιμο, αλλά δεν είναι τόσο πιθανό να επαναληφθεί σύντομα. Αυτό αποδεικνύεται και από το ότι στις Μαλδίβες συγκεκριμένα το 76% των ξενοδοχειακών μονάδων είχε επισκευάσει τις όποιες ζημιές του και επαναλειτούργησε μέχρι τις 16/1/2005. Επίσης σημαντικό παράγοντα αποτέλεσε η τηλεοπτική κάλυψη του καταστροφικού γεγονότος, αφού σχηματίστηκε κλίμα

συμπάθειας προς τις τοπικές κοινωνίες.

Στην Ευρώπη, και πάλι λόγω του «ακριβού» ευρώ δε θα υπάρξουν σημαντικές μεταβολές. Μόνη ελπίδα αποτελεί η συνεχώς αναπτυσσόμενη Κίνα που έχει συνάψει συμφωνία εγκεκριμένου προορισμού (Approved Destination Status) με την Ε.Ε. αλλά και με το Ηνωμένο Βασίλειο. Σημαντική άνοδο στην ήπειρο αναμένεται να παρουσιάσουν μόνο η Ρωσία και η Τουρκία.

Στην αμερικανική ήπειρο οι Η.Π.Α. θα συνεχίσουν να εκμεταλλεύονται την αρνητική ισοτιμία του δολαρίου έναντι του ευρώ, ενώ ο Καναδάς αναμένεται να ωφεληθεί από τη συμφωνία ADS με την Κίνα. Τα κράτη της κεντρικής και νότιας Αμερικής θα έχουν τα ίδια θετικά αποτελέσματα λόγω δολαρίου, αλλά μαζί με την Κούβα θα γίνουν δέκτες όσων τουριστών αποφύγουν τη ΝΑ Ασία, λόγω του τσουνάμι.

Η Ασία θα παρουσιάζει άνοδο με τη σειρά της, με πρωταγωνιστές την Κίνα (9%) και την Ινδία (7%), λόγω της βελτίωσης της πολιτικής των συνόρων και των μεταφορών χαμηλού κόστους.

Στη Μ. Ανατολή θα συνεχιστεί η άνοδος όπως και το 2004, ενώ στη Β. Αφρική θα συνεχιστεί ο ανταγωνισμός με τις χώρες - μέλη της ευρωπαϊκής κοινότητας, στοχεύοντας στους τουρίστες που αναζητούν το προϊόν «ήλιος και θάλασσα». Όμως και η νότια πλευρά της μαύρης ηπείρου θα παρουσιάσει θετική μεταβολή στις αφίξεις, αφού αναμένεται τουριστικό ρεύμα από Ευρώπη και Ασία. Ακόμα, δέκτες της μεταστροφής από την ΝΑ Ασία θα αποτελέσουν νησιωτικές χώρες, όπως οι Σεϋχέλλες και ο Μαυρίκιος.

## Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη

### A) Εννοιολογικοί προσδιορισμοί

Αειφορική ανάπτυξη είναι η ανάπτυξη που πραγματοποιείται για να αντιμετωπιστούν οι ανάγκες του «σήμερα», χωρίς να τίθεται σε κίνδυνο η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να αντιμετωπίσουν τις δικές τους. Η ευρύτητα του όρου «αειφόρος ανάπτυξη» καλύπτει όλες τις μορφές της οικονομικής δραστηριότητας. Μέσα σε αυτές περιλαμβάνεται και ο τουρισμός, ο οποίος έρχεται να δηλώσει την ανάγκη για μια διαφορετική αντίληψη της έννοιας αυτής, βασισμένη τόσο στην ποσοτική ανάπτυξη όσο και στην ποιοτική. Εκτός όμως από τις οικονομικές παραμέτρους, στην αειφορική ανάπτυξη παίζουν σημαντικό ρόλο και οι περιβαλλοντικοί αλλά και οι κοινωνικό-πολιτιστικοί παράμετροι.

Αειφορική τουριστική ανάπτυξη, είναι η ανάπτυξη ενός τουριστικού προορισμού - έτσι ώστε να μπορέσει να ικανοποιήσει τις τουριστικές ανάγκες των επισκεπτών του - η οποία ανάπτυξη πραγματοποιείται χωρίς να καταστρέφει το ευρύτερο περιβάλλον ή τους πόρους του τουριστικού προορισμού. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα τη μελλοντική προσέλκυση και άλλων τουριστών, με σκοπό να απολαύσουν το περιβάλλον αλλά και τους πόρους του εξίσου καλά. Επομένως ο αειφόρος τουρισμός είναι ένα δόγμα, τουριστικής ανάπτυξης που μπορεί να εφαρμοστεί σχεδόν σε όλες τις μορφές του τουρισμού (τουρισμό, τουρισμό υπαίθρου, αγροτουρισμό, οικολογικό, κ.τ.λ.).



## **B) Ιστορική ανασκόπηση**

Η ιδέα του αειφόρου τουρισμού γεννήθηκε στο τέλος της δεκαετίας του 1980 και αναπτύχθηκε από επιστήμονες του τουρισμού και του περιβάλλοντος της Κεντρικής Ευρώπης που αναζητούσαν τρόπους αντιμετώπισης των προβλημάτων που δημιούργησε ο μαζικός τουρισμός στις Άλπεις και στις παράκτιες περιοχές των χωρών της Μεσογείου. («Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Μανώλης Κων. Σφακιανάκης, Εκδόσεις «Έλλην», 2000)

Η αειφόρος ανάπτυξη προτάθηκε ως ένα μοντέλο, που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία ενός εναύσματος για μια ριζική αλλαγή μέσα στην κοινωνία, μια αλλαγή που δεν θα έχει ως επίκεντρό της, την κοινωνικό-οικονομική ανάπτυξη, αλλά μια ανάπτυξη που θα «ικανοποιεί τους σημερινούς στόχους χωρίς να συμβιβάζει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιούν τις δικές τους ανάγκες» (Παγκόσμια Επιτροπή Περιβάλλοντος και Ανάπτυξης, 1987).

Μία από τις πρώτες στρατηγικές για τον τουρισμό και την αειφόρο ανάπτυξη, προέκυψε από το Συνέδριο Globe 1990 στον Καναδά. Εκεί, εκπρόσωποι της τουριστικής βιομηχανίας, κυβερνητικές και μη οργανώσεις και ακαδημαϊκοί, ανέλυσαν τη σημασία του περιβάλλοντος για τη βιωσιμότητα της τουριστικής βιομηχανίας και το πώς τα κακά προγράμματα τουριστικής ανάπτυξης μπορούν να διαβρώσουν την ποιότητα του φυσικού και κοινωνικού περιβάλλοντος που υποδέχεται τον τουρισμό. Οι εκπρόσωποι του Συνεδρίου εξέφρασαν την άποψη, ότι οι στόχοι του αειφόρου τουρισμού είναι: (1) η ανάπτυξη μιας ευρύτερης γνώσης και κατανόησης για τη συμβολή του τουρισμού στο περιβάλλον και την οικονομία, (2) η προώθηση της ανάπτυξης, (3) η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου στις κοινότητες υποδοχής τουριστών, (4) η προσφορά εμπειριών υψηλής ποιότητας στους επισκέπτες, και (5) η διατήρηση της ποιότητας του περιβάλλοντος από το οποίο εξαρτώνται παραπάνω στόχοι. («Οικοτουρισμός», David A. Fennell, Εκδόσεις «Έλλην», 2001)

Καθότι ο αειφόρος τουρισμός και η αειφόρος ανάπτυξη είναι καινούργιες ιδέες, έχουν επικριθεί από πολλούς ερευνητές που διατύπωναν επιφυλάξεις ως προς τη δυνατότητα, ως προς τη σκοπιμότητα και τις προϋποθέσεις της εφαρμογής τους και ως προς τους υπεύθυνους φορείς που θα τις εφαρμόσουν στην πράξη.

Στις μέρες μας, η ιδέα του αειφόρου τουρισμού θεωρείται σαν το πιο σωστό σύστημα τουριστικού σχεδιασμού και τουριστικής ανάπτυξης, αλλά ως καινούργια ιδέα δεν έχει ακόμη επαρκώς δοκιμαστεί στην πράξη, πλην λίγων εξαιρέσεων (Αυστρία, Αυστραλία, Καναδάς, Τέξας των Η.Π.Α, κ.τ.λ.).

Αλλά παρά τα μη ορατά αποτελέσματα και τις επικρίσεις που δέχεται η ιδέα της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης υιοθετήθηκε και από τους διεθνείς φορείς τουρισμού (ΟΗΕ – ΟΟΣΑ – ΕΕ) και από τους Εθνικούς φορείς τουρισμού, οι οποίοι χρηματοδοτούν προγράμματα έρευνας, μελέτης και εφαρμογής του αειφόρου τουρισμού, προληπτικά και κατασταλτικά. («Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Μανώλης Κων. Σφακιανάκης, Εκδόσεις «Έλλην», 2000)

### **Γ) Δείκτες αειφόρου ανάπτυξης**

Παρόλο που οι ορισμοί και τα μέτρα εφαρμογής της αειφόρου ανάπτυξης μπορούν να χαρακτηριστούν ασαφή λόγω της ευρύτητας του όρου, είναι αναγκαίο να εξασφαλίζεται η συμβατότητα με την έννοια και τις αρχές της σε κάθε προσπάθεια εφαρμογής. Άλλωστε, η έρευνα και η πρακτική εφαρμογή αυτών των αρχών μπορούν να οδηγήσουν και σε αποσαφήνιση του πώς εφαρμόζεται. Η εκτίμηση της έκτασης της ανάπτυξης μιας περιοχής (π.χ. το επίπεδο της κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας) έχει γίνει εφικτή με τη διάγνωση και τον προσδιορισμό της με τη βοήθεια ενός αριθμού οικονομικών δεικτών.

Οι δείκτες αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης (sustainable tourism indicators) είναι ένα εργαλείο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αειφόρο τουριστική διαχείριση ή πιο σωστά για την αειφόρο ανάπτυξη τουριστικών περιοχών. Έτσι οι

δείκτες αυτοί άρχισαν να αναπτύσσονται για την αξιολόγηση αναπτυξιακών επιλογών, επεμβάσεων στο περιβάλλον και επιδράσεων που ασκούνται στους οικονομικούς, περιβαλλοντικούς και κοινωνικό-πολιτιστικούς τομείς. Πρόκειται για ένα εργαλείο το οποίο στοχεύει στην αξιολόγηση τόσο της υφιστάμενης κατάστασης όσο και μελλοντικών αναπτυξιακών επιλογών και επεμβάσεων στο χώρο που δραστηριοποιείται και διαμορφώνεται το τουριστικό προϊόν.

Ως πλεονεκτήματα των δεικτών, μπορούν να θεωρηθούν η αμεσότητα στην παρουσίαση και εκτίμηση διαφόρων παραμέτρων και η καθοδήγηση σε θέματα που θεωρούνται σημαντικά. Επομένως, θα έπρεπε να ληφθούν υπόψη στο σχεδιασμό και στην αναπτυξιακή διαδικασία αλλά και στην συγκρισιμότητα των αποτελεσμάτων. Οι λειτουργίες που επιτελούν είναι διάφορες και περιλαμβάνουν:

- την περιγραφή μιας κατάστασης
- την επισήμανση των προβλημάτων
- την υποστήριξη λήψης αποφάσεων
- την αξιολόγηση μέτρων και επιλογών κ.ά.

Οπωσδήποτε όμως είναι πιθανόν να προκύψουν ορισμένα προβλήματα, κατά την επιλογή και τη χρήση των δεικτών. Αυτά μπορεί να προέλθουν από:

- την έλλειψη κατάλληλων στοιχείων για τον υπολογισμό τους
- τη γενίκευση δεικτών για να συμπεριλάβουν διάφορες περιπτώσεις ή για να αντιπαρέλθουν την έλλειψη στοιχείων
- την υποκειμενικότητα που λίγο έως πολύ μπορεί να διακρίνει τόσο κατά τη διαδικασία επιλογής τους και ακόμα περισσότερο κατά την αξιολόγησή τους (λιγότερο για τους λεγόμενους ποσοτικούς δείκτες και περισσότερο για τους ποιοτικούς).

Σε αντίθεση με τους παραδοσιακούς δείκτες που χρησιμοποιούνται στον τουρισμό (όπως οι αφίξεις, οι ημερήσιες διανυκτερεύσεις, η πληρότητα, η κατανάλωση σε πόσιμο νερό, η ποιότητα του αέρα, τα καύσιμα, η φροντίδα της υγείας, η μόρφωση, η εργασία, το Α.Ε.Π. κ.τ.λ.), οι δείκτες αυτοί έχουν ως στόχο

να συμπεριλάβουν περιβαλλοντικές και κοινωνικό- πολιτιστικές παραμέτρους καθώς και το πλέγμα των αλληλεπιδράσεων τους μέσα στο πλαίσιο που καθορίζουν οι αρχές και οι επιταγές της αειφόρου ανάπτυξης. ([poulicos@iacm.forth.gr](mailto:poulicos@iacm.forth.gr)), «Δείκτες, ένα εργαλείο για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη», Γιάννα Φαρσάρη, Πουλίκος, Πραστάκος).

#### **Δ) Συμπεράσματα**

Η σημασία της εφαρμογής των αρχών της αειφόρου ανάπτυξης και στο χώρο του μαζικού τουρισμού έχει αρχίσει να τονίζεται τα τελευταία χρόνια (Butler, 1998). Ο καθορισμός των δεικτών για ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή καθώς πρόκειται για περιοχές με μια ήδη παγιωμένη κατάσταση στην τουριστική τους ανάπτυξη η οποία συνήθως σχετίζεται με το μαζικό τουρισμό. Γενικότερα, ο αειφόρος τουρισμός επιδιώκει σε ένα βεβαρημένο τουριστικά περιβάλλον να περιορίσει τις περαιτέρω δυσμενείς επιδράσεις του τουρισμού, να αποτρέψει τη γένεση τέτοιων επιδράσεων στο μέλλον και για τις εν δυνάμει τουριστικές περιοχές να εξασφαλίσει την αειφορική τους τουριστική ανάπτυξη.

Έτσι, ενώ μέχρι πρόσφατα η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη ταυτιζόταν με τον οικοτουρισμό και άλλες ήπιες μορφές τουρισμού, έχει αρχίσει πια να γίνεται αντιληπτό ότι δεν είναι μια ακόμη μορφή τουρισμού στην ολοένα και αυξανόμενη λίστα των «νέων» μορφών τουρισμού, ούτε συνώνυμο του εναλλακτικού και του μαζικού τουρισμού. Η υπάρχουσα έρευνα σε θέματα δεικτών αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης (W.T.O., 1993, 1995) εστιάζεται στην εκτίμηση δεικτών για καινούργιους τουριστικούς προορισμούς, δηλαδή για περιοχές που πρόκειται να αναπτυχθούν τουριστικά και συνεπώς τα θέματα που σχετίζονται με την αειφόρο ανάπτυξη είναι πρωταρχικός στόχος για τα πρώτα στάδια της ανάπτυξης τους,

Επομένως, παρά τα όποια κοινά σημεία που φυσικά υπάρχουν λόγω των κοινών γενικών κατευθύνσεων της αειφόρου ανάπτυξης και των αναγκών της τουριστικής βιομηχανίας, υπάρχει η ανάγκη για τον προσδιορισμό δεικτών με επίκεντρο τις ανάγκες των ήδη ανεπτυγμένων τουριστικά περιοχών.

### **Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού**

Μία μεγάλη διακριτή κατηγορία του τουρισμού, είναι αυτή των εναλλακτικών μορφών του τουρισμού, κατ' αναλογία και κατ' επέκταση, είναι μία από τις πολλές μορφές τουρισμού που υπάρχουν που μπορεί να αντικατασταθεί ή να αντικαταστήσει μια κάποια άλλη μορφή.

Ο εναλλακτικός τουρισμός δεν είναι κάτι πρόσφατο. Αναφορές στην τουριστική βιβλιογραφία αποδεικνύουν ότι κάποιες μορφές του (π.χ. Επαγγελματικός, Αθλητικός, Ιαματικός τουρισμός κ.τ.λ.) έχουν υπάρξει και αναπτυχθεί από την αρχαιότητα, δηλαδή από τους πρώτους χρόνους της εμφάνισης τουριστικής δραστηριότητας.

Ο όρος «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού» άρχισε να χρησιμοποιείται τη δεκαετία του 1970 με σκοπό να περιγράψει τις νέες αυτές μορφές τουρισμού αλλά και να διαχωρίσει τον ήπιο – μαλακό χαρακτήρα τους από τον σκληρό μαζικό τουρισμό και τις δυσμενείς για το περιβάλλον και την κοινωνία επιπτώσεις. Για την εναλλακτικότητα των μορφών / τύπων του τουρισμού, από την οποία και ο όρος « εναλλακτικές μορφές » πρέπει να διευκρινιστεί ότι η δυνατότητα εναλλαγής υπάρχει όταν μία μορφή τουρισμού μπορεί να αντικαταστήσει κάποια άλλη.



## **Αγροτικός – γεωργικός τουρισμός – αγροτουρισμός**

Μια εναλλακτική μορφή τουρισμού που πρωτοεμφανίστηκε το 1960 στις Η.Π.Α., είναι αυτή που σαν τουριστικό προορισμό έχει περιοχές όπου υπάρχουν αγροί και καλλιεργήσιμες εκτάσεις γης. Η μορφή αυτή του τουρισμού, έχει δύο παραλλαγές.

Στην πρώτη, οι τουρίστες ζούσαν μέσα σε φάρμα ή σε ράντζο μαζί με τους γεωργούς και έπαιρναν μέρος σε όλες τις εργασίες και τις δραστηριότητές τους. Ζούσαν δηλαδή την πραγματική αγροτική ζωή και για το λόγο αυτό η παραλλαγή αυτή ονομάστηκε «γεωργικός τουρισμός». Στη δεύτερη παραλλαγή, οι τουρίστες έμεναν σε οργανωμένο τουριστικό κατάλυμα κοντά σε αγροτικές περιοχές όπου και μετέβαιναν για να παρατηρήσουν τις αγροτικές δραστηριότητες. Η παραλλαγή αυτή ονομάστηκε «αγροτουρισμός». Τόσο στην ελληνική όσο και στην ξένη βιβλιογραφία δε χρησιμοποιείται ο όρος γεωργικός τουρισμός. Η έννοια αυτή ταυτίζεται με τον αγροτουρισμό, γι' αυτό και οι δύο έννοιες εξετάζονται μαζί μιας και η μόνη διαφορά που παρουσιάζουν, είναι αυτή του καταλύματος.

## **Τουρισμός Υπαίθρου**

Ο τουρισμός Υπαίθρου ή Υπαίθριος τουρισμός, περιλαμβάνει κάθε μορφή τουρισμού που εκδηλώνεται και λαμβάνει χώρα στην ύπαιθρο. Για παράδειγμα, ο χιονοδρομικός τουρισμός στα χιονισμένα βουνά, ο παραλίμνιος και παραποτάμιος, ο αγροτουρισμός κ. τ. λ. Η στροφή του ανθρώπου προς αυτήν την εναλλακτική μορφή τουρισμού είναι ανάλογη με την οικονομική και τεχνολογική ανάπτυξη των σημερινών κοινωνιών. Έχει δηλαδή αναπτυχθεί παράλληλα με την ανάπτυξη της κοινωνίας σε όλα τα επίπεδα και έχει εδραιωθεί σαν αντίδραση του ανθρώπου απέναντι στο σημερινό πιεστικό τρόπο ζωής ( ιδιαίτερα στα μεγάλα

αστικά κέντρα ). Κάποιοι παράγοντες που συμβάλουν στην προτίμηση του ανθρώπου για τον Υπαίθριο τουρισμό είναι :

#### Το ενδιαφέρον του ανθρώπου για το περιβάλλον

Η φύση έχει υποστεί πολύ σημαντικά πλήγματα από την ανάπτυξη της ανθρώπινης δραστηριότητας, η οποία χάριν του κέρδους έχει εκμεταλλευτεί και συνεχίζει, μεγάλο μέρος των φυσικών πόρων. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την κινητοποίηση ενός μεγάλου μέρους του γήινου πληθυσμού με αποτέλεσμα τη δημιουργία οικολογικών και περιβαλλοντικών ομάδων με σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος.

#### Την αναζήτηση της φυσικότητας / αυθεντικότητας

Η σύγχρονη αστική κοινωνία διέπεται από τον τεχνολογικό πολιτισμό, τα αποτελέσματα του οποίου προσφέρουν στον σύγχρονο άνθρωπο έναν τεχνητό τρόπο ζωής ( π. χ. διασκέδαση, φαγητό, σχέσεις, κ. τ. λ.). Η ύπαιθρος είναι ο μόνος χώρος εύρεσης της αυθεντικότητας και ενός φυσικού τρόπου ζωής.

#### Αναζήτηση ηρεμίας και ησυχίας

Το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού ζει και εργάζεται στα μεγάλα αστικά κέντρα. Δηλαδή, στο αυστηρό ωράριο, κούραση, ελάχιστο ελεύθερο χρόνο, άγχος κ.τ.λ. Η εξισορρόπηση της σωματικής και ψυχικής ηρεμίας είναι πρωταρχική ανάγκη και ο τρόπος για να την επιτύχουν είναι ο τουρισμός υπαίθρου.

#### Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τα θέματα υγείας και υγιεινής

Τα τελευταία χρόνια αυξάνεται ο αριθμός των ανθρώπων που ενδιαφέρονται περισσότερο για τα θέματα υγείας. Οι άνθρωποι διαπίστωσαν ότι πρέπει να ζουν υγιεινά, για να προφυλάξουν την υγεία τους, πράγμα το οποίο αποδεικνύεται αδύνατο να συμβεί μέσα στα αστικά κέντρα, όπου οι συνθήκες υγείας και υγιεινής δεν είναι οι καλύτερες δυνατές. Έτσι, στράφηκαν προς τον

υπαίθριο τουρισμό ( περιπατητικός, ορειβατικός, κ.τ.λ.) που φέρνει τους τουρίστες στην ύπαιθρο και τους προσφέρει τις ιδανικές συνθήκες υγείας και υγιεινής.

Ο υπαίθριος τουρισμός παίζει το ρόλο της «γέφυρας» από την οποία περνούν οι άνθρωποι για να ξεφύγουν από το αστικό περιβάλλον.

### **Τουρισμός Υγείας**

Ως τουρισμός Υγείας χαρακτηρίζεται το είδος του τουρισμού κατά τη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες συμμετέχουν σε προγράμματα υγείας ή σε προγράμματα που σχετίζονται με αυτήν. Με την ευρεία του έννοια ο τουρισμός αυτός περιλαμβάνει ορισμένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

### **Ιαματικός τουρισμός**

Ο Ιαματικός τουρισμός είναι μία από τις αρχαιότερες μορφές του τουρισμού υγείας και περιλαμβάνει ταξίδια σε τουριστικούς προορισμούς όπου υπάρχουν ιαματικές πηγές, ώστε οι τουρίστες να μπορέσουν να κάνουν χρήση αυτών.

Το σύνολο των ιαματικών πηγών στην Ελλάδα δεν είναι ακριβώς γνωστό. Το βέβαιο όμως είναι, ότι το νερό 142 πηγών έχει αναλυθεί χημικά και ότι οι 76 από τις πηγές είναι ανακηρυγμένες ως ιαματικές πηγές. Από τις επίσημα χαρακτηρισμένες ιαματικές πηγές, οι 23 είναι πηγές τουριστικής σημασίας και οι 53 τοπικής σημασίας. ( «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού»- Μανώλης Κων. Σφακιανάκης-Εκδόσεις Έλλην-2000)

Οι πηγές αυτές διακρίνονται :

1. Ανάλογα με τη χωροταξική τους διάταξη και το αναπτυξιακό τους μέγεθος (λουτροπόλεις, λουτρικά πολύ-λειτουργικά κέντρα, πολύ-λειτουργικά συγκροτήματα θεραπευτικού τουρισμού, λουτρικοί σταθμοί).
2. Ανάλογα με τη θερμοκρασία των νερών τους (ψυχρές, υπόθερμες, μεσόθερμες, υπέρθερμες, θερμές).
3. Ανάλογα με τη χημική σύσταση των νερών τους.
4. Ανάλογα με τον τρόπο δημιουργίας των γεωθερμικών ρευστών και του τρόπου ανόδου τους. Και
5. Ανάλογα με τις θέσεις εμφάνισης των πηγών.

Επομένως, ο μεγάλος αριθμός των ιαματικών πηγών είναι οι δυνατότητες που προσφέρουν στους τουρίστες για την αποκατάσταση της υγείας τους, ήταν ο κυριότερος λόγος για τον οποίο όλος και μεγαλύτερος αριθμός ανθρώπων άρχισε να αναζητά αυτό το είδος του τουρισμού, ώστε να μπορέσει να ξεφύγει από τα αστικά κέντρα και να προστατεύσει την υγεία του.

## **Θερμαλισμός**

Θερμαλισμός ή Θερμαλιστικός τουρισμός, είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων του ιαματικού τουρισμού μαζί με τις διευρυμένες δραστηριότητες αναψυχής και ζωογόνησης, που μπορούν να έχουν και μη ασθενείς τουρίστες που επισκέπτονται τις ιαματικές πηγές. Ο Θερμαλισμός περιλαμβάνει ακόμη την ενεργειακή αξιοποίηση των θερμομεταλλικών νερών και τη γενικότερη χρήση της γεωθερμικής ενέργειας και τη χρήση των μεταλλικών νερών. Από την άποψη του τουρισμού, ο θερμαλισμός ταυτίζεται με τον ιαματικό τουρισμό και συχνά οι δύο αυτές έννοιες χρησιμοποιούνται αδιακρίτως.

### **Τουρισμός φυσικοθεραπείας**

Είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου γίνεται χρήση των φυσικών μεθόδων θεραπείας της εναλλακτικής ιατρικής για διατήρηση, πρόληψη, θεραπεία και αποκατάσταση της υγείας. Ανάλογα με τη μέθοδο που χρησιμοποιείται, ο τουρισμός της φυσικοθεραπείας παίρνει μια ειδικότερη ονομασία με στενότερη έννοια ( τουρισμός υδροθεραπείας, τουρισμός κινησιοθεραπείας, κ.τ.λ. )

### **Τουρισμός υγιεινής διαβίωσης**

Είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες, ανεξάρτητα από την κατάσταση της υγείας τους, ακολουθούν ένα πρόγραμμα υγιεινής και φυσικής ζωής που περιλαμβάνει υγιεινή διατροφή, ευεργετική άθληση, δίαιτα, ωράριο παράλληλο με τους φυσικούς βιορυθμούς, δραστηριότητες διαφόρων μορφών του υπαίθριου τουρισμού (περιπατητικού, αγροτικού, αθλητικού, κ.τ.λ.) και προγράμματα ψυχικής ισορροπίας και καταστολής του άγχους.

### **Τουρισμός ομορφιάς**

Είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου ακολουθούνται διάφορα προγράμματα ομορφιάς όπως αισθητικής, κομμωτικής, τοπικού ή ολικού αδυνατίσματος, σύσφιξη μυών, περιποίηση προσώπου, αποτρίχωσης, ενδυματολογίας, πλαστικής χειρουργικής ( στα σύγχρονα τουριστικά κέντρα υγείας ) και ακόμη μαθημάτων κοινωνικής παρουσίας ( που συμπληρώνει την εικόνα της ομορφιάς ). (Εναλλακτικές μορφές τουρισμού-Μανώλης Κων. Σφακιανάκης-Εκδόσεις Έλλην-2000)

## Επαγγελματικός – Συνεδριακός Τουρισμός

Είναι πολύ συχνό το φαινόμενο επαγγελματίες να πραγματοποιούν κάποιο ταξίδι για επαγγελματικούς λόγους. Ο επαγγελματικός τουρισμός αναπτύσσεται όταν οι επαγγελματίες αυτοί, εκτός από τις επαγγελματικές τους δραστηριότητες έχουν και ορισμένες τουριστικές.

Αυτή η μορφή τουρισμού διακρίνεται ανάλογα με το κριτήριο του σκοπού για τον οποίο γίνεται το επαγγελματικό ταξίδι. Εάν ο σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή των επαγγελματιών σε ένα συνέδριο, τότε αναπτύσσεται η εναλλακτική μορφή τουρισμού που ονομάζεται συνεδριακός τουρισμός. Άρα, συνεδριακός τουρισμός ονομάζεται ο τουρισμός που γίνεται κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου, στον οποίο οι επαγγελματίες, αφού ολοκληρώσουν τις συζητήσεις και πάρουν τις αποφάσεις τους, έχουν τουριστικές δραστηριότητες είτε στο χρονικό περιθώριο του συνεδρίου είτε σε σκόπιμα προγραμματισμένο χρόνο.

Ο επαγγελματικός τουρισμός εμφανίστηκε για πρώτη φορά στις Η.Π.Α. τη δεκαετία του 1960 και διαδόθηκε αμέσως μετά στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης



και στην Ιαπωνία και αργότερα σε όλες τις ανεπτυγμένες χώρες. Ενώ λοιπόν είναι μία από τις νεότερες μορφές τουρισμού, σήμερα αντιπροσωπεύει το 40% της συνολικής παγκόσμιας τουριστικής αγοράς με αυξητικές τάσεις. Από την άλλη μεριά, ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί την κυριότερη μορφή του επαγγελματικού τουρισμού και αντιπροσωπεύει το

40% της συνολικής επαγγελματικής τουριστικής αγοράς. Είναι μία συνηθισμένη επιχειρηματική τακτική η οποία συνεχώς διευρύνεται αφού τα αποτελέσματά της είναι ευνοϊκά για τους οργανωτές του συνεδρίου και ευρύτερα για τον γενικό τουρισμό.

## Οικοτουρισμός

Ο οικοτουρισμός υπάγεται στην ευρύτερη μορφή του τουρισμού υπαίθρου. Το κυριότερο χαρακτηριστικό που ενώνει τις δυο αυτές μορφές τουρισμού είναι ο κοινός τουριστικός προορισμός που είναι η ύπαιθρος στην ευρύτερη έννοιά της. Επίσης, ο οικοτουρισμός είναι αειφορικός, δηλαδή αναπτύσσεται σύμφωνα με τις αρχές της Αειφορική τουριστικής ανάπτυξης που αποτελούν το δόγμα του αειφόρου τουρισμό που δεν αποτελεί μορφή τουρισμού, αλλά χαρακτηριστικό της τουριστικής ανάπτυξης. Φυσιογνωστικός τουρισμός, ονομάζεται αυτός που κατά τη διάρκειά του επιδιώκεται η γνώση της φύσης. Είναι δηλαδή μια μορφή οικοτουρισμού που χαρακτηρίζεται από το σκοπό του ταξιδιού και περιορίζεται στα όρια της αναζήτησης της γνώσης. Ο τουρισμός στις προστατευόμενες περιοχές ( δρυμοί, υδροβιότοποι, κ.τ.λ.) είναι ο καθαρός οικοτουρισμός, με τη διαφορά ότι ο τουριστικός προορισμός είναι μόνο ένα κομμάτι της φύσης, αυτό που προστατεύεται.

Με βάση όλα τα παραπάνω, ένας από τους αντιπροσωπευτικότερους ορισμούς, είναι ο εξής: «οικοτουρισμός, είναι μια αειφορική μορφή τουρισμού υπαίθρου που εστιάζεται πρωτίστως στην απόκτηση εμπειριών και γνώσεων για τη φύση και ο οποίος διαχωρίζεται με τρόπο έτσι ώστε να είναι ήπιος, μη καταναλωτικός και τοπικά προσανατολισμένος. Αναπτύσσεται τυπικά σε φυσικές περιοχές και πρέπει να συντελεί στην δραστηριότητα και στη συντήρηση αυτών των περιοχών».

Τα χαρακτηριστικά του οικοτουρισμού είναι :

- οι τουριστικοί προορισμοί που προσελκύουν τους οικοτουρίστες
- το ενδιαφέρον για το περιβάλλον του τουριστικού προορισμού ( η γνωριμία, η γνώση και η απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος των τουριστικών προορισμών )
- το ενδιαφέρον για τον τοπικό πληθυσμό
- η αειφορία, η ηπιότητα και το μικρό μέγεθος

- η γνωριμία με τη φύση, η απόκτηση γνώσεων για τη φύση και η απόκτηση εμπειριών (γνωριμία με τους νόμους της φύσης και η απόκτηση εμπειριών από την προσωρινή συμβίωση με αυτή ).

Τα οικοτουριστικά προϊόντα αποτελούνται από αγαθά και υπηρεσίες που έχουν πηγές το φυσικό περιβάλλον και τον ντόπιο πληθυσμό του τουριστικού προορισμού και το είδος τους όπως και η ποιότητά τους είναι ανάλογη του είδους και της ποιότητας των πηγών τους. Γενικά, χαρακτηριστικό των οικοτουριστικών προϊόντων είναι ότι κυριαρχεί η άυλη πλευρά τους έναντι της υλικής. Ένας οικοτουρίστας δεν επιδιώκει υπηρεσίες διαμονής και διατροφής υψηλής ποιότητας όπως κάνει ένας τουρίστας του μαζικού τουρισμού. Ενδιαφέρεται περισσότερο να αποκτήσει εμπειρίες από την προσωρινή του συμβίωση με αυτό, να ικανοποιήσει τις τυχόν περιέργειές του και να χαρεί αυτά που του στερεί το αστικό περιβάλλον μέσα στο οποίο ζει.

Ο οικοτουρισμός, σύμφωνα με το δόγμα του και τις επιθυμίες των οπαδών του δεν έχει καμία δυσμενή επίδραση στο περιβάλλον. Αντίθετα, σκοπός του είναι να προστατεύσει το περιβάλλον και να αποτελεί μέσο ικανοποίησης των τουριστικών αναγκών, όσων έχουν ευαισθητοποιηθεί για το περιβάλλον και τα προβλήματα της κακής τους διαχείρισης από τους ανθρώπους. (Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Μαν. Κων. Σφακιανάκης, Εκδόσεις Έλλην, 2000).



## Αθλητικός Τουρισμός

Ξεκινώντας με μία χρονολογική ανασκόπηση παρατηρούμε ότι από το 1960 έως σήμερα, σημειώθηκαν σημαντικές τάσεις εξειδίκευσης και ανάπτυξης στο χώρο του τουρισμού και παράλληλα του αθλητισμού. Οι δύο αυτοί τομείς εξελίχθηκαν στις πιο κερδοφόρες βιομηχανίες του παγκόσμιου οικονομικού στερεώματος. Περίπου την ίδια χρονική περίοδο και συγκεκριμένα μετά το 1970, άρχισε να γίνεται χρήση του όρου αθλητικός τουρισμός με σκοπό να περιγραφεί η ειδική μορφή τουρισμού που συνδύαζε και την αθλητική δραστηριότητα.

Αθλητικός τουρισμός λοιπόν, είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας οι τουρίστες ασκούνται, γυμνάζονται, παίζουν ή αθλούνται και συγκεκριμένα επιδίδονται σε ένα ή περισσότερα αγωνίσματα του μαζικού αθλητισμού. Η μορφή αυτή ονομάζεται ειδικότερα *αθλητικός τουρισμός ανάπαυσης ή αναψυχής* και χωρίζεται σε :

### Τουρισμός αθλημάτων υπαίθρου

Είναι η μορφή τουρισμού που εκδηλώνεται στην ύπαιθρο και περιλαμβάνει:

1) Καταβάσεις ποταμών με σκάφη kayak και raft : Το άθλημα αυτό θεωρείται επικίνδυνο και το κάνουν μόνο νέοι, δυνατοί και έμπειροι χειριστές. Κάθε χρόνο διεξάγονται αγώνες που προσελκύουν όχι μόνο αθλητές που παίρνουν μέρος στους αγώνες αλλά και πολλούς θεατές. Όταν είναι αναγκαίο ένα ταξίδι μετάβασης στον τόπο διεξαγωγής των αγώνων και όταν πριν, κατά και μετά τους αγώνες εκδηλώνονται τουριστικές δραστηριότητες, τότε υπάρχει η περίπτωση του τουρισμού κατάβασης ποταμών.

2) Αιωπερισμός : Αιωπερισμός είναι το άθλημα κατά το οποίο ο αθλητής αιωρείται με τη βοήθεια πτερών. Τα μέσα με τα οποία ο άνθρωπος μπορεί να αιωρηθεί και να μετακινηθεί είναι το ανεμόπτερο ( ανεμοπερισμός ), ο αετός ή αιωρόπτερο και το μοτοαιωρόπτερο ( αιωπερισμός ) και το αλεξίπτωτο πλαγιάς.

3) Ορειβατικός τουρισμός : Ορειβατικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας οι τουρίστες αναπτύσσουν ορειβατικές δραστηριότητες ή τις παρακολουθούν. Σε αυτόν συγκαταλέγεται η απλή και τεχνητή ορειβασία, ο αλπινισμός και οι αναρριχήσεις. Είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού μικρή σε μέγεθος και προσιτή μόνο στους ορειβάτες. Οι ορειβάτες – τουρίστες πρέπει να είναι μικρής ηλικίας και έμπειροι για να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες της ορειβασίας που συχνά πολλαπλασιάζονται από τις κακές καιρικές συνθήκες που συνήθως επικρατούν στα βουνά.

4) Χιονοδρομικός – Χειμερινός τουρισμός : Είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι οι χιονοδρομίες. Τα κυριότερα χιονοδρομικά αθλήματα είναι αυτά του ski και αυτά των παγοδρομιών. Και για τα δύο αυτά αθλήματα διοργανώνονται αγώνες που συνήθως συγκεντρώνουν πολλούς θεατές, οι οποίοι όταν μετακινούνται για να μεταβούν στους τόπους τέλεσης των αγώνων, χαρακτηρίζονται σαν τουρίστες του τουρισμού των χειμερινών αθλημάτων.

5) Περιπατητικός τουρισμός : Υπήρξε η πρώτη μορφή του ορειβατικού τουρισμού αργότερα όμως, όταν οι ορειβάτες καθόρισαν σαν κύριο σκοπό τους την ανάβαση στις κορυφές των βουνών, ο περιπατητικός τουρισμός ξεχώρισε και ανεξαρτητοποιήθηκε από τον ορειβατικό σαν τουρισμός για όλους που μπορούν να περπατήσουν, ανεξάρτητα από την ηλικία τους, χωρίς να είναι απαραίτητο να έχουν ειδικές γνώσεις ή να χρησιμοποιούν ειδικό εξοπλισμό. Συνήθως ο περιπατητικός τουρισμός γίνεται από ομάδες 5 – 15 ατόμων, οι οποίες θα πρέπει να είναι κατάλληλα οργανωμένες και εξοπλισμένες και να ξέρουν ποια μονοπάτια θα περπατήσουν. Ο περιπατητικός τουρισμός δεν είναι άθλημα αντοχής, απόστασης ή χρόνου, αλλά είναι μια ευχάριστη, ψυχαγωγική, περιηγητική δραστηριότητα.

Συνδυάζοντας δύο από τις πλέον δημοφιλείς δραστηριότητες, ο αθλητικός τουρισμός κατάφερε να προσελκύσει σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων

αποκτώντας την αντίστοιχη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία.

Παράλληλα, οι παραγωγοί της τουριστικής βιομηχανίας, οι οποίοι ανέκαθεν αναζητούσαν νέους τομείς επέκτασης των δραστηριοτήτων τους, διέκριναν νωρίς τα οικονομικά κυρίως οφέλη του αθλητικού τουρισμού και προχώρησαν σε σημαντικές επενδύσεις. Ως συνέπεια, ο αθλητικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από γοργό ρυθμό ανάπτυξης, μεγάλες δυνατότητες εξέλιξης αλλά και από το ιδιαίτερο ενδιαφέρον που δημιουργεί σε όλους τους εμπλεκόμενους στο τουριστικό κύκλωμα παραγωγούς και καταναλωτές. (ιστοσελίδα [www.e-telescope.gr](http://www.e-telescope.gr))

### **Κοινωνικός Τουρισμός**

Οι ρίζες του κοινωνικού τουρισμού ανάγονται στο 1920 τότε που το Διεθνές Γραφείο Εργασίας (I.L.D.) οργάνωσε το πρώτο διεθνές συνέδριο για τον ελεύθερο χρόνο των εργαζομένων, όπου και αναγνωρίστηκε το δικαίωμα όλων των εργαζομένων να κάνουν διακοπές. Σύμφωνα με το Διεθνές Γραφείο Κοινωνικού Τουρισμού (BITS – Bureau Internationale, la Tourisme Social), κοινωνικός τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και διεργασιών που προκύπτουν από την επιδοτούμενη από την πολιτεία συμμετοχή στον τουρισμό των κοινωνικών στρωμάτων με χαμηλό εισόδημα.

Από τη φύση του ο κοινωνικός τουρισμός, θεωρητικά τουλάχιστον, έχει μεγάλη σημασία για τα μέλη μιας κοινωνίας που αδυνατούν, για διάφορους λόγους, να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες με δικά τους μέσα. Αυτή η σημασία προσδιορίζεται από τον ανθρωπιστικό, κοινωνικό, οικονομικό και πολιτικό χαρακτήρα αυτής της μορφής τουρισμού.

Ο ανθρωπιστικός χαρακτήρας του κοινωνικού τουρισμού προκύπτει από το γεγονός ότι απευθύνεται σε αναξιοπαθούντες ανθρώπους τους οποίους και υποστηρίζει την άσκηση του τουριστικού τους δικαιώματος με ανθρωπιστικά

κριτήρια. Ο κοινωνικός χαρακτήρας που προκύπτει από το γεγονός ότι προσφέρει ένα κοινωνικό αγαθό, όπως είναι ο τουρισμός, το οποίο δικαιούνται όλα τα μέλη της κοινωνίας. Ο οικονομικός του χαρακτήρας στηρίζεται στο γεγονός ότι μπορεί να βοηθήσει οικονομικά μια περιοχή ή τις τουριστικές επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν προβλήματα πληρότητας. Ο πολιτικός, έγκειται στο γεγονός ότι χρησιμοποιείται σαν μέσο άσκησης μιας χρήσιμης τουριστικής πολιτικής (π.χ. της ισοκατανομής του τουριστικού φορτίου) (Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Μαν. Κων Σφακιανάκης, Εκδόσεις Έλλην, 2000)

Στην εναλλακτική μορφή τουρισμού περιλαμβάνονται :

#### Τουρισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες

Όλα τα άτομα με ειδικές ανάγκες μπορούν να κάνουν τουρισμό όποτε θέλουν, σε όποιο τουριστικό προορισμό επιθυμούν και για όσο χρονικό διάστημα θέλουν, όπως ακριβώς μπορούν να κάνουν και οι υπόλοιποι τουρίστες.

#### Τουρισμός της τρίτης ηλικίας

Είναι ο τουρισμός που πραγματοποιείται από τα άτομα της τρίτης ηλικίας. Η γενική τάση είναι να θεωρείται ότι η τρίτη ηλικία αρχίζει στα 65 χρόνια ζωής, θεώρηση που στηρίζεται και στην αύξηση του ορίου ζωής. Τα άτομα της τρίτης ηλικίας που υπερβαίνουν τα 75 συγκαταλέγονται στον τουρισμό για άτομα με ειδικές ανάγκες.

#### Τουρισμός νέων

Είναι ο τουρισμός που πραγματοποιείται από νέους. Από όλες τις άλλες ηλικιακές κατηγορίες είναι η μόνη που σχεδόν στο σύνολό της κάνει τουρισμό. Είναι νέοι που αναζητούν εμπειρίες και έντονες συγκινήσεις και επιδιώκουν να «χορτάσουν» τουριστικά από το πρώτο τους τουριστικό ταξίδι.

## Τουρισμός και νερό

Η άμεση σχέση και η στενή επαφή του τουρισμού με το νερό, έχει δημιουργήσει πολλές εναλλακτικές μορφές τουρισμού που στηρίζονται σε αυτό. Μερικές από αυτές είναι :

1) Ο παράκτιος τουρισμός : Είναι αυτός στη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες διαμένουν και διατρέφονται σε παράκτια τουριστικά θέρετρα και ξενοδοχεία και η κύρια τουριστική τους δραστηριότητα εκδηλώνεται κοντά ή δίπλα στις ακτές και μέσα στα νερά των αιγιαλών και συνιστάται στην ενασχόλησή τους με τη θάλασσα, τον ήλιο, την άμμο και τα παράκτια παιχνίδια (απλή κολύμβηση, θαλάσσιο ski, κωπηλασία, κανό, κυματοδρομίες, καταδύσεις, jet ski, κ.τ.λ.)

2) Ο θαλάσσιος τουρισμός : Κατά τη διάρκειά του οι τουρίστες ικανοποιούν τις βασικές τουριστικές τους ανάγκες (διαμονή, διατροφή και διασκέδαση, κ.τ.λ.) εν πλω, δηλαδή ενώ ταξιδεύουν με ένα πλοίο, το οποίο σε αυτή την περίπτωση έχει τη μορφή ενός πλωτού ξενοδοχείου (ο τουρισμός κρουαζιερόπλοιων – κρουαζιέρες, ο τουρισμός των yachts – yachting ,τα σκάφη bare boats – 5 έως 6 άτομα, ο τουρισμός με φουσκωτά σκάφη, ο θαλάσσιος τουρισμός με πλοία της γραμμής).

3) Ο παραλίμιος τουρισμός : Σε χώρες όπου υπάρχουν λίμνες και κυρίως σε περιοχές όπου δεν υπάρχει θάλασσα ή η πρόσβαση σε αυτή είναι δύσκολη, αναπτύσσεται ο παραλίμιος τουρισμός ο οποίος είναι μια μορφή παράκτιου τουρισμού.

4) Ο παραποτάμιος τουρισμός : Αρκετές φορές ο τουριστικός προορισμός πολλών τουριστών είναι τα ποτάμια και έτσι αναπτύσσεται ο λεγόμενος παραποτάμιος τουρισμός κατά τον οποίο οι τουρίστες μπορούν να κατασκηνώσουν στις όχθες του ποταμού ή να μένουν κάπου κοντά και να πάρουν μέρος σε αθλητικές δραστηριότητες ή να απολαύσουν τη φύση.

5) Ο τουρισμός των υδροβιότοπων : Αυτός είναι κυρίως τουρισμός παρατήρησης πουλιών και άλλων ειδών της πανίδας και της χλωρίδας και

αναπτύσσεται από τους παρατηρητές πουλιών, φυσιολόγους, περιβαντολόγους και επιστήμονες που μελετούν τη φύση.

### **Τουριστική Εποχικότητα**

Ένας από τους βασικότερους παράγοντες τοπολογίας των διαφόρων μορφών τουρισμού, είναι η εποχή του έτους κατά την οποία εκδηλώνεται η τουριστική δραστηριότητα. Τουριστική εποχικότητα είναι το φαινόμενο της εκδήλωσης της τουριστικής δραστηριότητας σε ορισμένη εποχή του έτους. Έτσι, διακρίνονται οι εξής μορφές εναλλακτικού τουρισμού :

1) Θερινός τουρισμός : Ο θερινός τουρισμός δεν είναι ένα «καθαρό» δείγμα τουρισμού. Είναι ένας επιθετικός προσδιορισμός των μορφών τουρισμού που αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια του θέρους. Έτσι δηλαδή, εκείνες οι μορφές που αναπτύσσονται κατά τη θερινή περίοδο και πήραν το όνομά τους από τις υψηλές θερμοκρασίες που επικρατούν κατά τη διάρκειά τους.

2) Χειμερινός τουρισμός : Ο χειμερινός (όπως και ο θερινός) περιλαμβάνει εκείνες τις μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια του χειμώνα ή όταν πραγματοποιούνται σε τουριστικούς προορισμούς στους οποίους επικρατεί χειμώνας (χαμηλές θερμοκρασίες).

3) Παραθεριστικός τουρισμός : Η μετακίνηση προς τον τόπο παραθερισμού αποτελεί τουριστικό ταξίδι και η αντίστοιχη μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται ονομάζεται παραθεριστικός τουρισμός. Γίνεται μόνο όταν στον τόπο προέλευσης των τουριστών επικρατεί θέρους (και μπορεί να διαρκέσει ολόκληρη τη θερινή περίοδο) και μετακινούνται σε προορισμούς με ψυχρότερο κλίμα.

4) Τουρισμός παραχείμασης : Είναι η τουριστική μετακίνηση των ανθρώπων από τον τόπο διαμονή τους (όπου επικρατεί η χειμερινή περίοδος) προς προορισμούς όπου επικρατούν οι υψηλές θερμοκρασίες.

5) Δημισφαιρικός τουρισμός : Τη δεκαετία του 1930 υπήρξε μια τεχνολογική επανάσταση στις αεροπορικές συγκοινωνίες. Από τότε ο άνθρωπος απέκτησε την ικανότητα να ταξιδεύει από το ένα μέρος της γης στο άλλο σε σύντομο χρονικό διάστημα και με δαπάνη που μπορεί να αντιμετωπίσει. Έτσι, γεννήθηκε ο διεθνής, ο Δημειρωτικός και ο Δημισφαιρικός τουρισμός. Ο Δημισφαιρικός τουρισμός είναι ο τουρισμός όλων των εποχών, όλων των καιρικών συνθηκών αλλά και των επιδράσεων των φυσικών φαινομένων. Υπό αυτή την έννοια, δεν υπάρχουν καιρικά φαινόμενα και κλιματολογικές συνθήκες που να εμποδίζουν τους τουρίστες να κάνουν μία μορφή τουρισμού που επιθυμούν, γιατί αυτή τη μορφή που θέλουν μπορούν να τη βρουν στο άλλο ημισφαίριο. (Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Μαν. Κων. Σφακιανάκης, Εκδόσεις Έλλην, 2000)

## Τουρισμός και Πολιτισμός

### Πολιτιστικός τουρισμός

Είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού που έχει σαν κύρια τουριστική δραστηριότητα την επαφή, γνωριμία, γνώση και απόλαυση του πολιτιστικού πολιτισμού των τουριστικών προορισμών και τη συμμετοχή ή παρακολούθηση διαφόρων πολιτιστικών εκδηλώσεων. Θεωρείται μορφωτικός τουρισμός (οι τουρίστες μέσω αυτού μαθαίνουν για τον πολιτισμό του τουριστικού προορισμού), συντελεί στη προβολή των χαρακτηριστικών του πολιτισμού του τουριστικού προορισμού (και προκαλεί την ανάπτυξη των πολιτιστικών στοιχείων) και θεωρείται φιλικός για το περιβάλλον αφού προστατεύει το ανθρωπογενές και φυσικό περιβάλλον.



## **Θρησκευτικός τουρισμός**

Είναι μια μορφή τουρισμού που δεν έχει εποχή και δεν προτιμάει εποχή. Ακολουθεί αυστηρά το θρησκευτικό εορτολόγιο ανεξάρτητα από τις εποχές του έτους και τις καιρικές συνθήκες. Είναι η μόνη μορφή που δεν διαλέγει και δεν προτιμάει τους τουριστικούς προορισμούς, αφού αυτοί είναι οι τόποι που εκδηλώνονται οι θρησκευτικές τελετές. Τα χαρακτηριστικά του θρησκευτικού τουριστικού προϊόντος αποτελούνται από τα καθαρά τουριστικά χαρακτηριστικά (ικανοποίηση της θρησκευτικής ανάγκης) και από τα θρησκευτικά (σχετίζονται με την πίστη του κάθε ανθρώπου και εκτιμούνται σύμφωνα με τις προσωπικές αξίες του καθενός).

## **Μαθησιακός τουρισμός**

Είναι κάθε μορφή τουρισμού που έχει σαν κύριο τουριστικό προϊόν τη μάθηση.

Μέσα στο μαθησιακό τουρισμό, υπάγεται ο εκπαιδευτικός τουρισμός, κατά τη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες μεταβαίνουν σε έναν τουριστικό προορισμό για να εκπαιδευτούν, αλλά κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσής τους έχουν και τουριστικές δραστηριότητες. Ένα άλλο είδος που ανήκει στον μαθησιακό τουρισμό, είναι ο μαθητικός – σπουδαστικός – φοιτητικός τουρισμός. Η τουριστική πελατεία του αποτελείται από νέους που έχουν θεσμική σχέση με την εκπαίδευση, δηλαδή φοιτούν σε κάποιο εκπαιδευτικό ίδρυμα. Επίσης υπάρχει ο μορφωτικός τουρισμός. Αυτή η κατηγορία τουρισμού αναφέρεται γενικά στη μόρφωση και έτσι περιλαμβάνει τις έννοιες του εκπαιδευτικού, του μαθητικού – φοιτητικού – σπουδαστικού αλλά και την έννοια του πολιτιστικού πολιτισμού αφού όλα αυτά έχουν σαν σκοπό τη μόρφωση των τουριστών. Τέλος στο μαθησιακό τουρισμό ανήκει και ο προσκοπικός τουρισμός, του οποίου η πελατεία



αποτελείται κυρίως από την μαθητιώσα νεολαία και έχει έντονα μαθησιακά χαρακτηριστικά.

### **Βίο – τουρισμός**

Η πολιτιστική ποικιλότητα, οι παραδόσεις, η ιστορία και ο «μύθος» είναι η ακρογωνιαίος λίθος του βίο – τουρισμού. Είναι μια προσπάθεια ανακάλυψης της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς του πλανήτη μας.

Ο βίο – τουρισμός ωφελεί και τον επισκέπτη και τον τοπικό πληθυσμό βοηθώντας στην προστασία μιας περιοχής για χάρη και των επισκεπτών και των κατοίκων. Οι τουρίστες γνωρίζουν και ζουν με τον τοπικό πληθυσμό, μαθαίνουν για τον πολιτισμό του και βιώνουν από κοντά τον τοπικό τρόπο ζωής, ερχόμενοι σε επαφή με τη φύση και τη βιοποικιλότητα. Αποκτώντας γνώση για τις τοπικές φυσικές και πολιτιστικές συνθήκες. Ο επισκέπτης – τουρίστας αποκτά την απαραίτητη κατανόηση και εκτίμηση του πολιτισμού της περιοχής. Έτσι ενισχύεται η φιλία, η συνεργασία, η αλληλοκατανόηση και η ειρήνη.

Ο βίο – τουρισμός δεν είναι μία εγωκεντρική προσέγγιση της ψυχαγωγίας, αλλά μία βιοκεντρική αλληλεπίδραση με το βίο – περιβάλλον. ([www.hol.gr/bio](http://www.hol.gr/bio))

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>

### ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Σύμφωνα με μια δημόσια ενημέρωση που έγινε από το Διοικητικό Συμβούλιο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε.) συνοψίζοντας τις εκκρεμότητες και τις προτεραιότητες που αφορούν τον Τουριστικό κλάδο στην χώρα μας , επισημάνθηκαν τα προβλήματα που απασχολούν γενικά τον χώρο.

Όπως σημειώθηκε , η χώρα μας φιλοδοξεί να πρωταγωνιστήσει στην διεθνή τουριστική σκηνή και γι' αυτό είναι απαραίτητο να ακολουθήσει μια μακροχρόνια στρατηγική.

Αναφορικά με τις προτεραιότητες του κλάδου τέθηκαν τα εξής :

- 1) Κατάρτιση στρατηγικού σχεδίου με συγκεκριμένους στόχους για τον Ελληνικό τουρισμό.
- 2) Προώθηση των αλλαγών στον Αναπτυξιακό νόμο.
- 3) Πλήρης άρση του Ξενοδοχειακού κορεσμού, απελευθέρωση της επίγειας εξυπηρέτησης στα τουριστικά αεροδρόμια, άρση του σαμποτάζ.
- 4) 10 δις δραχμές επιπλέον για την επιπλέον προβολή της χώρας και δημιουργία μικτού φορέα σε συμμετοχή του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα για τη προβολή του Ελληνικού τουρισμού.
- 5) Ανάλυση πρωτοβουλίας για τον τουρισμό σε ευρωπαϊκό επίπεδο με αφορμή το ξεπέρασμα της κρίσης και στο πλαίσιο της επικείμενης Ελληνικής Προεδρίας.

Από τα κυρίαρχα θέματα του τουρισμού είναι χωρίς αμφιβολία τα έσοδα και οι συναλλαγματικές εισπράξεις από τον τουρισμό. Επισημαίνεται ότι θα πρέπει να δοθεί η πρέπουσα βαρύτητα στο ανάλογο μέγεθος των εσόδων και όχι τόσο για τις αφίξεις που συνήθως μονοπωλούν το ενδιαφέρον.

Στις άμεσες προτεραιότητες αυτή τη στιγμή είναι να ενταχθεί η συστηματική διαφήμιση της χώρας μας με ιδιαίτερη έμφαση από εδώ και στο εξής στην προβολή και να υπάρξουν οι κατάλληλες υποδομές.

## **ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

Οι υποδομές είναι μία έννοια που δύσκολα προσδιορίζεται στην οικονομική θεωρία. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι δεν υπάρχει καμιά αυτοτελής "θεωρία υποδομών" που per se να ερμηνεύει τις σχετικές επιπτώσεις στους πολλαπλούς τομείς της κοινωνικοοικονομικής πραγματικότητας και τη συμβολή τους στην αναπτυξιακή διαδικασία. Οι παραδοσιακές προσεγγίσεις στο ζήτημα των υποδομών προέρχονται από τις αναπτυξιακές θεωρίες που αναφέρονται κυρίως στις αναπτυσσόμενες χώρες. Οι νεότερες προσεγγίσεις που αναφέρονται στις "νέες υποδομές" υποστηρίζουν ότι αυτές είναι δημιούργημα της μετά - φορντιστικής καπιταλιστικής κοινωνίας και στηρίζονται στις τεχνολογίες πληροφόρησης (information technology). Η μελέτη των νέων υποδομών αποτελεί αναγκαία συνθήκη για την αναπτυξιακή διαδικασία, καθ' ότι δημιουργούν πληθώρα εξωτερικών οικονομιών και αποτελούν εισροή για το σύνολο των οικονομικών δραστηριοτήτων.

Ειδικότερα στον τουρισμό, όπου οι υποδομές έχουν ιδιαίτερη σημασία, η γνώση των χαρακτηριστικών τους στοιχείων μπορούν να συμβάλλουν ουσιαστικά στον αρτιότερο σχεδιασμό και στον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης. Η δημιουργία δικτύου γενικών και ειδικών τουριστικών υποδομών διαφοροποιεί το τουριστικό προϊόν, βελτιώνει την τουριστική εικόνα της χώρας / περιοχής προορισμού και προωθεί τη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης.

Στην Ελλάδα, οι υποδομές στην τουριστική βιομηχανία είναι αναπτυγμένες σε ικανοποιητικό επίπεδο. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, η προσπάθεια ποιοτικής βελτίωσής τους, μέσω των διαφόρων προγραμμάτων του Γ' ΚΠΣ, διευρύνεται

σημαντικά, λόγω εισροών χρηματοδοτικών πόρων από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Σχετικά με τον προσδιορισμό του εννοιολογικού περιεχομένου του όρου «υποδομή», έχουν γίνει σημαντικές προσπάθειες, οι κυριότερες από τις οποίες είναι οι ακόλουθες:

- Ο Nurske (1952) ορίζει ότι η υποδομή «παρέχει βασικές υπηρεσίες σε κάθε παραγωγική διαδικασία», «δεν μπορεί να εισαχθεί από το εξωτερικό», «είναι ευρείας κλίμακας και περιλαμβάνει εγκαταστάσεις υψηλού κόστους».

- Ο Hirschman (1958), ορίζοντας το πάγιο κοινωνικό κεφάλαιο (Social Overhead Capital), σημειώνει ότι «στην ευρύτερη έννοια του όρου αυτού περιλαμβάνονται μια σειρά από υποδομές όπως είναι της δημόσιας τάξης, της εκπαίδευσης, της δημόσιας υγείας, των μεταφορών, των επικοινωνιών, των μεταφορών, της ενέργειας, της ύδρευσης, της άρδευσης και της αποχέτευσης».

- Ο Lakshmanan (1989), επισημαίνει ότι υπάρχει «δυσκολία επακριβή ορισμού των υποδομών» και «εισέρχεται στην παραγωγική διαδικασία κατά έναν a priori ασαφή και ιδιαίτερο κάθε φορά τρόπο».

- Οι Andersson - Andersson – Kōmbayashi (1989), ορίζουν την υποδομή «ως μια ιδιαίτερη περίπτωση εξωτερικών οικονομιών των δημοσίων αγαθών».

- Ο Vickerman (1991) ορίζει την υποδομή ως «το μέρος του συνολικού αποθέματος κεφαλαίου των εθνικών και περιφερειακών οικονομιών» που «χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό “δημοσίου ενδιαφέροντος” και καθορίζει ενδεχόμενες επιδράσεις στα εισοδήματα, στην παραγωγικότητα και την απασχόληση».

- Οι Batten – Karlsson (1996) παρέχουν έναν ευρύτερο ορισμό και υποστηρίζουν ότι οι «υποδομές καλούνται οι μηχανικές κατασκευές, ο εξοπλισμός, οι παροχές και όποια άλλη υπηρεσία παρέχεται από αυτές και έχει μεγάλη διάρκεια ζωής. Χρησιμοποιούνται δε, τόσο για την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης, όσο και για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των νοικοκυριών. Στις υποδομές περιλαμβάνονται οι δημόσιες παροχές (ηλεκτρική ενέργεια, τηλεπικοινωνίες, ύδρευση, αποχέτευση, κ.λπ.), δημόσια έργα (φράγματα, άρδευση, οδικά έργα

κ.λπ.), καθώς και άλλα έργα για τις μεταφορές (σιδηρόδρομοι, αστικές συγκοινωνίες, λιμάνια, αεροδρόμια, κ.α.)».

- Ο Σκάγιαννης (1994), αναφέρει ότι «υποδομή είναι κάθε επένδυση παγίου κεφαλαίου σταθερό στο έδαφος ως επί των πλείστων μεγάλης κλίμακας που στοχεύει στην εξυπηρέτηση των ανθρωπίνων δραστηριοτήτων». Ο ορισμός αυτός, είναι περισσότερο εμπειριστατώμενος και προσιδιάζει στους αντίστοιχους ορισμούς των νεοκλασικών οικονομολόγων, οι οποίοι θεωρούν την υποδομή ως δημόσια επένδυση παγίου κεφαλαίου.

Από τους παραπάνω ορισμούς προκύπτει ότι οι υποδομές σχετίζονται με αναπτυξιακά χαρακτηριστικά, δεδομένου ότι :

Αποτελούν προϋπόθεση για την παραγωγική διαδικασία. Προκαλούν εξωτερικές οικονομίες. Επηρεάζουν την κοινωνική ζωή.

Περαιτέρω, οι υποδομές διακρίνονται σε παραδοσιακές που βασίζονται στον τομέα των κατασκευών και σε νέες που βασίζονται στον συνδυασμό των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής, οι οποίες είναι και κυρίαρχες στο υφιστάμενο μοντέλο ανάπτυξης (Σκάγιαννης 1992:45)

Οι παραπάνω εννοιολογικές προσεγγίσεις στο όρο "υποδομές" αποτελούν μια αξιολογή προσπάθεια για την αποσαφήνιση του σχετικού όρου. Ωστόσο, στο πλαίσιο μιας ολοκληρωμένης αναπτυξιακής προσέγγισης θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι οι υποδομές που στηρίζονται στα «παραδοσιακά χαρακτηριστικά» αναιρούνται από τις σύγχρονες μορφές της. Αυτό σημαίνει ότι όλο και περισσότερες υποδομές δεν είναι προσδεμένες στη γη (π.χ. δορυφόροι, ασύρματες επικοινωνίες). Άρα, η ιδιότητα της ακινησίας των υποδομών γίνεται σχετική και ο διαχωρισμός τους από τα υπόλοιπα μέρη του παγίου κεφαλαίου γίνεται ακόμη πιο δυσχερής. Εντούτοις, το σύνολο των επιμέρους χαρακτηριστικών τους στοιχείων που αναφέρθηκαν βοηθούν στη σύλληψη τους οικονομικής διάστασης και του ρόλου τους στην αναπτυξιακή διαδικασία.

Στον τουρισμό, η χρήση των νέων τεχνολογιών αποδίδεται με τον όρο "τουρισματική" και έχει ιδιαίτερη σημασία, γιατί οι εξειδικευμένες τουριστικές

υποδομές και ανωδομές όπως γκολφ, μαρίνες, προβλήτες, συνεδριακά κέντρα, αθλητικά κέντρα, κέντρα θαλασσοθεραπείας, μικροί ξενοδοχειακοί λιμένες, εγκαταστάσεις για θαλάσσια σπορ, εξυπηρετούν αποκλειστικά ή κατά κύριο λόγο ανάγκες του τουριστικού τομέα και συγκεκριμένα των αναγκών διαμονής, εστίασης, αναψυχής, άθλησης και δημιουργικής διάθεσης του ελεύθερου χρόνου των τουριστών.

## **2. ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

Είναι γενικά αποδεκτό ότι ένα ολοκληρωμένο και σύγχρονο δίκτυο υποδομών αυξάνει το εύρος των δυνατοτήτων για υψηλότερους ρυθμούς οικονομικής ανάπτυξης (Aschauer 1989, Munnell 1990, Tatom 1991). Τα οικονομικά αποτελέσματα που δύνανται να επιφέρουν οι υποδομές δεν είναι a priori καθορισμένα, ούτε επέρχονται κατά πανομοιότυπο τρόπο σε κάθε περιοχή ή και σε κάθε χρονική περίοδο. Αυτά οφείλονται σε διάφορους παράγοντες που επηρεάζουν την έκταση των εξωτερικών οικονομιών και το μέγεθος των πολλαπλασιαστικών αποτελεσμάτων που προκαλούνται σε μια δεδομένη περιοχή (ή περιφέρεια ή χώρα). Οι κυριότεροι από αυτούς τους παράγοντες είναι οι ακόλουθοι:

- Οι υφιστάμενοι φυσικοί πόροι.
- Οι γεωγραφικές και μορφολογικές δυσκολίες που υπάρχουν σε κάθε περιοχή.
- Οι διαθέσιμοι συντελεστές παραγωγής.
- Η γεωγραφική θέση της περιοχής.
- Οι συντελεστές παραγωγής των γειτονικών περιοχών.
- Η προϋπάρχουσα υποδομή.

- Το είδος και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των "νέων υποδομών", καθώς και η τεχνολογία που αυτές ενσωματώνουν.
- Η σωστή συντήρηση των έργων, εγκαταστάσεων και δικτύων υποδομών.

Για την αξιολόγηση της συμβολής ενός έργου υποδομής στην αναπτυξιακή διαδικασία πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα δύο ακόλουθα βασικά «κατώφλια». Το πρώτο «κατώφλι» που είναι ο ελάχιστος αριθμός των χρηστών που θα χρησιμοποιήσουν το συγκεκριμένο έργο υποδομής, το οποίο θα πρέπει να ξεπερασθεί. Το δεύτερο «κατώφλι» που είναι ο καθορισμός του μέγιστου αριθμού των χρηστών της συγκεκριμένης υποδομής, το οποίο δεν πρέπει να ξεπερασθεί για να μην προκληθεί συμφόρηση και κατά συνέπεια δυσχέρεια στην αξιοποίησή της.

Είναι γενικά αποδεκτό ότι μια ισχυρή οικονομία μπορεί να δημιουργήσει ευκολότερα ένα δίκτυο υποδομών που να δίνει προοπτική επίτευξης υψηλών ρυθμών ανάπτυξης της. Όμως, η τελική αξιοποίηση του δικτύου των υποδομών εξαρτάται από την αποτελεσματικότητα και την ικανότητα των υπολοίπων συντελεστών παραγωγής, οι οποίοι και καθορίζουν το ποσοστό εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων που οριοθετείται από το συγκεκριμένο δίκτυο υποδομών.

Οι υποδομές αποτελούν βασικό συντελεστή παραγωγής που εισέρχεται ως εισροή στη διαδικασία παραγωγής αρκετών οικονομικών αγαθών, διαμορφώνοντας κατά αυτόν τον τρόπο την τελική τιμή διάθεσής τους. Κάθε μείωση στο κόστος αυτού του συντελεστή μπορεί να συμπαρασύρει την τελική τιμή του προϊόντος, να αυξήσει τα περιθώρια κερδοφορίας και να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για αύξηση της παραγωγής και της απασχόλησης. Παρόμοια αποτελέσματα δημιουργούνται και στις υπηρεσίες που χρησιμοποιούν τις υποδομές ως εισροή τους. Ο σημαντικός αυτός ρόλος των υποδομών δημιουργεί αναπτυξιακές συνθήκες. Ειδικότερα, τα έργα υποδομής αυξάνουν την παραγωγικότητα κατά άμεσο τρόπο (μειώνοντας τα κόστη παραγωγής) και κατά έμμεσο τρόπο (βελτιώνοντας την ποιότητα ζωής, την υγεία και τη διάρκεια ζωής των ανθρώπινων συντελεστών). Δημιουργούν, λοιπόν, τις προϋποθέσεις για

ποιοτική αναβάθμιση και αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας.

Από τα παραπάνω, προκύπτει ότι η δημιουργία υποδομών (π.χ. έργων, εγκαταστάσεων, δικτύων) τροφοδοτεί την αναπτυξιακή διαδικασία και ενισχύει την επιχειρηματικότητα. Όμως, η κατασκευή νέων υποδομών δεν είναι ανεξάρτητη της ευρύτερης οικονομικής και κοινωνικής κυβερνητικής πολιτικής, η οποία εστιάζεται κυρίως στην οικονομική μεγέθυνση και ανάπτυξη.

### **3. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

Στην τουριστική οικονομία η σημασία των τουριστικών επενδύσεων είναι μεγάλη, αφού το επενδύόμενο κεφάλαιο (ιδιωτικό ή δημόσιο) είναι ένας από τους σημαντικότερους συντελεστές της τουριστικής παραγωγής. Η παραγωγή κεφαλαιουχικών αγαθών (π.χ. τουριστικά καταλύματα, τουριστικά μεταφορικά μέσα κ.λπ.) γίνεται με τη βοήθεια της τουριστικής επενδυτικής δαπάνης. Είναι εύλογο, λοιπόν, οι αυξομειώσεις της τουριστικής επενδυτικής δαπάνης να προκαλούν ανάλογες μεταβολές στην παραγωγική ικανότητα της τουριστικής οικονομίας. Ένα θέμα που αποτελεί αντικείμενο ευρείας συζήτησης και επιστημονικής έρευνας είναι το είδος, η έκταση των επιπτώσεων που δημιουργούν οι τουριστικές υποδομές στον τουριστικό τομέα και στην ανάπτυξή του.

Η έκταση των επιπτώσεων στη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης εξαρτάται από τη φύση, το μέγεθος και την ποιότητα των υποδομών που πραγματοποιούνται στην τουριστική οικονομία, μέσω των τουριστικών επενδύσεων (ιδιωτικών και δημοσίων).

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά των τουριστικών επενδύσεων είναι (Λαγός 1996:152):



- Οι επενδύσεις στον τουριστικό τομέα είναι ένα μίγμα ιδιωτικών και δημοσίων πόρων που δημιουργεί δυσκολίες στην αξιολόγηση των οικονομικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης και στη χάραξη κατάλληλης στρατηγικής οικονομικού προγραμματισμού της.
- Η συμμετοχή του δημόσιου τομέα στο τουριστικό γίνεσθαι που περιλαμβάνει επενδύσεις τόσο για τουριστική υποδομή όσο και για υπηρεσίες δημόσιας ωφέλειας συνεπάγεται δυσκολίες στην εκτίμηση και απόδοση του κόστους και των ωφελειών της τουριστικής δραστηριότητας.
- Η συμπληρωματικότητα των τουριστικών επενδύσεων σε σχέση με τις επενδύσεις των άλλων τομέων της οικονομικής δραστηριότητας προσδίδει ένα βαθμό δυσκολίας στην διάκριση των επενδύσεων για τουρισμό και εμπλέκει έναν αριθμό τομέων οικονομικής δραστηριότητας πέραν του τουριστικού.

Τα κυριότερα θετικά αποτελέσματα που προκαλεί η δημιουργία των τουριστικών υποδομών στην οικονομική και κοινωνική ζωή μιας χώρας / περιοχής είναι τα εξής:

- Προσφέρουν νέες ευκαιρίες απασχόλησης.
- Αξιοποιούν τους αδρανείς τουριστικούς πλουτοπαραγωγικούς πόρους.
- Επιταχύνουν τη διαδικασία της τουριστικής οικονομικής ανάπτυξης.
- Προκαλούν πολυσχιδείς προωθητικές επιδράσεις στον παραγωγικό μηχανισμό της τουριστικής οικονομίας.
- Ενισχύουν την προσφορά τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.
- Βελτιώνουν την τουριστική παραγωγικότητα και ανταγωνιστικότητα.
- Προκαλούν αναδιανεμητικές επιπτώσεις στις παραγωγικές τάξεις και τις διάφορες περιοχές.
- Επεκτείνουν τον κύκλο εργασιών της τουριστικής οικονομικής δραστηριότητας και δημιουργούν δυνητικές πηγές αύξησης των δημοσίων εσόδων.

- Ενισχύουν την οικονομική δραστηριότητα σε περιόδους ύφεσης.
- Συμβάλλουν στην προαγωγή της τεχνολογικής προόδου, δεδομένου ότι οι τουριστικές υποδομές ενσωματώνουν στην παραγωγική διαδικασία και προχωρημένη τεχνολογία.

Ο βαθμός και η έκταση των παραπάνω δυνητικών επιπτώσεων των υποδομών εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, οι οποίοι διαφοροποιούνται από περιοχή σε περιοχή ή από χώρα σε χώρα. Οι κυριότεροι από αυτούς είναι:

- Το στάδιο της τουριστικής ανάπτυξης, που βρίσκεται η χώρα / περιοχή.
- Τη γενικότερη στρατηγική και το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης.
- Τα μέτρα της τουριστικής ανάπτυξης (π.χ. χρηματοδότηση τουριστικών επιχειρήσεων, ενίσχυση της τουριστικής επιχειρηματικότητας).
- Το θεσμικό πλαίσιο της τουριστικής ανάπτυξης.
- Την πολιτική της εθνικής και περιφερειακής τουριστικής ανάπτυξης.

Η τουριστική ανάπτυξη είναι μία διαδικασία που προσδιορίζεται από ένα πλήθος χαρακτηριστικών, τα οποία είναι καθοριστικά και απαιτούν την ακριβή κατανόησή τους για την εκτίμηση της φύσης των προβλημάτων της. Δύο από αυτά τα χαρακτηριστικά είναι ιδιαίτερος θεμελιώδη:

Πρώτον, ο τουριστικός τομέας περιλαμβάνει την παραγωγή και κατανάλωση ή τη χρήση μίας ευρείας έκτασης αγαθών, δηλ. προϊόντων και υπηρεσιών, τα οποία παράγονται και προσφέρονται από διαφορετικούς παραγωγούς και οικονομικούς τομείς ή κλάδους της παραγωγικής δραστηριότητας.

Δεύτερο, οι επενδύσεις στον τουριστικό τομέα περιλαμβάνουν τρεις διαφορετικές κατηγορίες στοιχείων. Τις άμεσες παραγωγικές επενδύσεις (π.χ. για μέσα διανομής, για τουριστικά μεταφορικά μέσα κ.λπ.), που είναι μια μίξη ιδιωτικών και δημόσιων πόρων. Τις επενδύσεις σε βοηθητικές υπηρεσίες. Τις επενδύσεις σε κοινωνική υποδομή (μουσεία, μαρίνες, τουριστικά αξιοθέατα

κ.λ.π.), που αναλαμβάνονται, κύρια, από την κρατική πρωτοβουλία.

Η γνώση και η ταξινόμηση των παραπάνω αναπτυξιακών χαρακτηριστικών της τουριστικής δραστηριότητας είναι αναγκαία προϋπόθεση για την εκτίμηση του κόστους και του οφέλους που συνεπάγεται η τουριστική ανάπτυξη και των επιπτώσεων που δημιουργεί στην οικονομία και κοινωνία. Η εκτίμηση αυτή μπορεί, μεθοδολογικά, να γίνει μέσω της τουριστικής (καταναλωτικής και επενδυτικής) δαπάνης και συνεπώς στο θεωρητικό πλαίσιο της τουριστικής κατανάλωσης (Ζαχαράτος, 1986).

Με βάση τα δύο παραπάνω χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης, οι τουριστικές υποδομές δημιουργούν οικονομικές ροές από τους διάφορους τομείς (νοικοκυριών, παραγωγικός, δημόσιος), της οικονομικής δραστηριότητας και παράγουν οικονομικά αποτελέσματα (άμεσα ή έμμεσα) σε δύο στάδια: Το κατασκευαστικό στάδιο και το στάδιο της λειτουργίας και συντήρησης αυτών.

Στο κατασκευαστικό στάδιο το επενδυτικό κεφάλαιο περιλαμβάνει την κατασκευή βασικών τουριστικών έργων, όπου οι αρχικές εισροές (κόστος), που προέρχονται από τους συντελεστές τουριστικής παραγωγής, ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, μετασχηματίζονται σε εκροές και δημιουργείται η παραγωγή τουριστικών αγαθών (όφελος). Στο στάδιο αυτό δημιουργείται η τουριστική υποδομή (προσφορά) για την παροχή τουριστικών αγαθών στην τουριστική αγορά.

Στο στάδιο λειτουργίας και συντήρησης, προκαλούνται διάφορα οικονομικά αποτελέσματα στην τουριστική ανάπτυξη και η χρήση της υποδομής αποσκοπεί στην κάλυψη της τουριστικής ζήτησης (εγχώριας και αλλοδαπής). Στο στάδιο αυτό θα πρέπει να επισημανθεί ότι είναι αναγκαία η μεταβίβαση αρμοδιοτήτων και πόρων από το επίπεδο της κεντρικής εξουσίας προς την τοπική αυτοδιοίκηση, ώστε το συγκεκριμένο έργο να επιτελεσθεί κατά το βέλτιστο δυνατόν τρόπο. Στους πόρους που συνιστάται να εκχωρηθούν, περιλαμβάνονται τα απαραίτητα οικονομικά μέσα, ο κατάλληλος εξοπλισμός και το ανάλογο επιμορφωμένο ανθρώπινο δυναμικό.

Οι υποδομές, ωστόσο, δεν μπορούν να οδηγήσουν αυτόματα σε οικονομική ευημερία, ούτε να παράσχουν με βεβαιότητα συγκριτικά πλεονεκτήματα. Απαιτούν συμπληρωματικές κλαδικές πολιτικές οι οποίες θα πρέπει να συνδέονται και με την εισαγωγή των νέων τεχνολογιών που θα εξασφαλίζουν διάφορες μορφές ευελιξίας και θα ενισχύουν την κερδοφορία των επιχειρήσεων και την τουριστική αστικοποίηση (Λαγός, 2001).

Τέλος, επισημαίνεται ότι οι επενδύσεις σε έργα, εγκαταστάσεις και δίκτυα υποδομών δεν είναι μία εφάπαξ δημόσια ή ιδιωτική επένδυση. Πέρα από το κόστος λειτουργίας και συντήρησης, οι υποδομές θα πρέπει να εκσυγχρονίζονται και να συμπληρώνονται, ανάλογα με τις διακυμάνσεις της τουριστικής ζήτησης, τις τεχνολογικές εξελίξεις και τις αλλαγές που τυχόν προκαλούνται στη δομή της οικονομίας.

#### **4. ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Το επίπεδο ανάπτυξης των τουριστικών υποδομών είναι συνάρτηση των ιδιαιτεροτήτων που παρουσιάζει ο τουριστικός τομέας στην Ελλάδα. Οι ιδιαιτερότητες αυτές εντοπίζονται κυρίως στην ύπαρξη πληθώρας επιχειρήσεων μικρού μεγέθους που χρήζουν της αναγκαιότητας για κρατική προώθηση των δημοσίων επενδύσεων, με σκοπό τη δημιουργία έργων, εγκαταστάσεων και δικτύων τουριστικών υποδομών.

Οι τουριστικές υποδομές μπορούν να διακριθούν στις γενικές και στις ειδικές. Στις



γενικές υποδομές περιλαμβάνονται, μεταφορικά δίκτυα, δίκτυα υδροδότησης,

δίκτυα τηλεπικοινωνιών, υπηρεσιών μεταφοράς, εγκαταστάσεις υγείας κ.λπ. Οι γενικές υποδομές, όπως είναι ευνόητο, εξυπηρετούν και άλλους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας. Στις ειδικές υποδομές περιλαμβάνονται, μαρίνες, εγκαταστάσεις για σκι, γκολφ κ.λπ. Στις τουριστικές ανωδομές περιλαμβάνονται εγκαταστάσεις άμεσα επιχειρηματικού χαρακτήρα (π.χ. ξενοδοχειακά καταλύματα, ταξιδιωτικά γραφεία, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων).

## **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, ΒΙΩΣΙΜΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

Ο τουρισμός ως κλάδος οικονομικής δραστηριότητας προκαλεί και δέχεται άμεσες ή έμμεσες επιδράσεις από το όλο κύκλωμα της ανάπτυξης, μετέχοντας σ' αυτό θετικά ή αρνητικά. Ως πολύμορφη - και ταυτόχρονα αστάθμητη, σε σημαντικό βαθμό - δραστηριότητα, η μελέτη του τουρισμού παρουσιάζει δυσκολίες, αλλά και αποτελεί πρόκληση για συνεχή επαναπροσέγγιση, κύρια ως - προς το κόστος και την ωφέλεια στη διάσταση του χώρο - χρόνου που απαιτεί δυναμική ανάλυση της χωρικής και περιφερειακής διάρθρωσης των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών μεγεθών, στο πλαίσιο της σύγχρονης προσπάθειας που καταβάλλουν οι περισσότερες χώρες για:

- Μείωση των οικονομικών και κοινωνικών ανισοτήτων μεταξύ περιφερειών
- Μεγιστοποίηση και ορθολογικοποίηση της προσφοράς κάθε περιφέρειας και περιοχής στην ανάπτυξη του συνόλου.
- Προώθηση της ισόρροπης ανάπτυξης κάθε περιοχής για να επιτύχουν μάκρο και μικρο - ισορροπία του συστήματος.

Ιδιαίτερα στην Ελλάδα , ο τουρισμός είναι σε πολλές περιοχές και περιπτώσεις, η κύρια (αν όχι η μόνη) οικονομική δύναμη και το βασικό εργαλείο προώθησης της περιφερειακής ανάπτυξης, καθώς και εξάλειψης ή

ελαχιστοποίησης των οικονομικών και κοινωνικών ανισοτήτων. Το "εργαλείο" όμως, αυτό, χωρίς την κατάλληλη καθοδήγηση (σχεδιασμός, προγραμματισμός και διαχείριση) ορισμένες φορές οδηγεί σε υπερεκμετάλλευση των πόρων και στη συνακόλουθη "**μονοκαλλιέργεια**", σε βάρος παραδοσιακών και άλλων δυνητικών δραστηριοτήτων (κλάδων) με μακροχρόνιες επιπτώσεις γενικά, αλλά και στον ίδιο τον κλάδο του τουρισμού, ιδιαίτερα. Ασφαλιστικές δικλείδες για τα ανωτέρω αποτελούν η συγκρότηση αναπτυξιακών φορέων και περιφερειακών αρχών, η βελτίωση της προγραμματικής αλλά και καθοδηγητικής τους ικανότητας, η λήψη αποφάσεων με διαφάνεια και συμμετοχή των πραγματικά ενδιαφερομένων ομάδων και φορέων, η σαφήνεια στους αναπτυξιακούς στόχους και τη στρατηγική (βασισμένη σε αναγνώριση των πραγματικών προβλημάτων και δυνατοτήτων), ο συντονισμός και η αλληλοσυμπλήρωση δράσεων (θετικών και αρνητικών) στο πλαίσιο αναπτυξιακών προγραμμάτων κ.α. Με βάση τις δικλείδες αυτές είναι δυνατόν να επιτευχθεί ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού όπως θεωρείται ο πολιτιστικός, περιπατητικός, ορειβατικός, φυσιολατρικός, αγροτικός και οικολογικός, καθώς και ο εκπαιδευτικός τουρισμός με μακροχρόνια προοπτική και μεγιστοποίηση της συμβολής του τομέα στην εθνική αλλά και στην περιφερειακή (της Θράκης στην παρούσα περίπτωση) αναπτυξιακή προσπάθεια.

Τα πιο κάτω στοιχεία είναι ανάγκη να αποτελέσουν το ευρύτερο πλαίσιο για την πρόταση αξόνων ανάπτυξης των δράσεων σε ορεινές, παραμεθόριες και παράκτιες περιοχές - με κύριες αρχές ότι:

Ο τουρισμός είναι δραστηριότητα που βασίζεται μεν στους πόρους, αλλά έχει και έντονες εξωγενείς επιδράσεις, παρουσιάζει κυκλικές διακυμάνσεις και είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος σαν κλάδος στη γενικότερη πολιτική, κοινωνική και οικονομική κατάσταση της ευρύτερης περιοχής όπου αναπτύσσεται.

Σε περιοχές όπως οι απομονωμένες και σε σημαντικό βαθμό χωρίς ανάπτυξη παραμεθόριες, ορεινές, νησιωτικές και παράκτιες περιοχές, η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού βασίζεται κυρίως στους πόρους (περίπτωση Θράκης) φυσικούς και πολιτιστικούς. Με την πάροδο, όμως, των ετών και την εξέλιξη της ανάπτυξης, παράγοντες όπως η ποσότητα και η ποιότητα των προϊόντων, των υπηρεσιών και του περιβάλλοντος, καθώς και η υποδομή και η προσπελασιμότητα περιοχών και άλλα συναφή, αποκτούν καθοριστική σημασία για τον τομέα και την ελκυστικότητα που ασκεί σε διεθνή κλίμακα και που επηρεάζει τα μεγέθη. τη διάρθρωση και τη δυνατότητα διάχυσης των πλεονεκτημάτων που δημιουργεί.

Η υποδομή και ανωδομή που δημιουργείται ως ανταπόκριση στην ζήτηση ειδικών προϊόντων του εναλλακτικού τουρισμού συχνά δεν ανταποκρίνεται σε ποιοτικές προδιαγραφές - που εξασφαλίζουν μακροπρόθεσμη προοπτική, αλλά και κοινωνική και πολιτιστική ισορροπία. Αυτό είναι ιδιαίτερα εμφανές σε ευαίσθητες περιοχές - όπως η εξεταζόμενη της Θράκης με τα παραποτάμια, παραλίμνια, νησιωτικά και παράκτια οικοσυστήματα που είναι δυνατό να αναπτύσσονται ταχύτατα. Η ταχύτητα αυτή εξασφαλίζει μεν σχετικά υψηλά εισοδήματα σε σύντομο χρονικό διάστημα σε φορείς του τομέα, αλλά όταν συνοδεύεται με έλλειψη προγραμματισμού, εγκαταστάσεις και υπηρεσίες χαμηλού κόστους, πολλές φορές οδηγεί σε υποβάθμιση, καταστρέφει τους πόρους, όπως δυστυχώς συνέβη σε πολλές περιοχές της χώρας που πρωτογνώρισαν την ανάπτυξη (Μύκονος, Κρήτη, Πάρος, Σαντορίνη κ.τ.λ.), που είναι ο πυρήνας της ελκυστικότητας και, μέσο-μακροπρόθεσμα, μειώνει την ανταγωνιστικότητα της περιοχής.

- Βασικός στόχος επομένως θα πρέπει να είναι η αξιοποίηση της δυναμικής των τάσεων, των συγκριτικών πλεονεκτημάτων (περιβάλλον φυσικό και πολιτιστικό) με κατάλληλη, όμως, συμπλήρωση και διοχέτευσή της με τρόπο που να μην αντιβαίνει στις μακροπρόθεσμες - επιδιώξεις, με σχεδιασμό και

εφαρμογή κατάλληλων προδιαγραφών και κριτηρίων για τον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα, στο πλαίσιο των ευρύτερων δυνατοτήτων αλλά και δεσμεύσεων που υπάρχουν σήμερα. ο στόχος αυτός συμπληρώνεται από αντίστοιχους στόχους για διοχέτευση της ωφέλειας της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού σε περιοχές που ως σήμερα δεν έχουν αναπτυχθεί (π.χ. μέσω διαφήμισης, δημιουργίας εγκαταστάσεων και υποδομής, ένταξής τους σε κυκλώματα ολοκληρωμένων αναπτυξιακών δραστηριοτήτων του τουρισμού κ.λ.π.), αρμονική συνεργασία του τουριστικού κλάδου με τις άλλες δραστηριότητες, διατήρηση, ανάδειξη και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς των ευαίσθητων περιοχών όπου αναπτύσσεται ο αγροτικός - τουριστικός τομέας κ.α.

- Συχνά, επίσης, η ταχύτητα της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού οδηγεί σε μονοσήμαντη εξάρτηση ολόκληρων ορεινών, παραμεθόριων, νησιωτικών και παράκτιων περιοχών από περιορισμένο αριθμό φορέων. Αυτό μπορεί να έχει ορισμένες έντονες αρνητικές συνέπειες σε περιπτώσεις όπως η αποδυνάμωση των φορέων αυτών, η στροφή προς άλλες περιοχές κ.λ.π. και γενικά αποδυναμώνει τις δυνατότητες επιλογής της τοπικής κοινωνίας (που π.χ. μπορεί να έχει διενεργήσει σημαντικές επενδύσεις με βάση τις απαιτήσεις των φορέων αυτών). Καθίσταται, επομένως, επιτακτική η ανάγκη αναζήτησης εναλλακτικών πηγών ζήτησης με διεύρυνση στις σχετικές αγορές, η δημιουργία υποδομής και ανωδομής κατάλληλης για διάφορα στρώματα τουριστών (λαμβάνοντας υπ' όψιν και τις πλέον πρόσφατες εξελίξεις στις προτιμήσεις και διακινήσεις τους) και η αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων που παρέχουν τα διάφορα προγράμματα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων και για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού γενικότερα, και του πολιτιστικού – οικολογικού τουρισμού ειδικότερα.

Στο ανωτέρω πλαίσιο, που σχετίζεται και με την απόσβεση των επενδύσεων στον τομέα του τουρισμού, βασική επιδίωξη είναι και η επιμήκυνση της περιόδου διαχείρισης με ανάπτυξη δραστηριοτήτων κατάλληλων και ελκυστικών για διάφορες εποχές (τουρισμός τεσσάρων εποχών ιδιαίτερα για τη



Θράκη), πάντα στο πλαίσιο των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της υπό μελέτη περιοχής.

Οι ανωτέρω είναι γενικά μερικές - από τις βασικές αρχές που θα πρέπει να καθοδηγήσουν τις προτάσεις που θα διαμορφωθούν και θα συσχετιστούν με την περιφερειακή και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Οι αρχές αυτές (μαζί με αυτές που αφορούν στο κοινωνικό, πολιτιστικό και φυσικό περιβάλλον) θα καθορίσουν και τα περιεχόμενα και τη μεθοδολογία της μελέτης που, σε γενικές γραμμές, πρέπει να καλύψει:

Τον τομέα της ζήτησης γενικά και ως προς τη διάρθρωσή της κατά περιοχές προέλευσης καταναλωτών, τα εισοδηματικά κλιμάκια, τις προτιμήσεις, κανάλια (πράκτορες, μέσα μεταφοράς κ.α.), σήμερα και στο μέλλον.

Στον τομέα της προσφοράς στις περιοχές που θα επιλεγούν ως πιλοτικό πρόγραμμα κατά είδος και κατηγορία εγκαταστάσεων, δραστηριοτήτων και υπηρεσιών (οικισμοί, μνημεία, δίκτυα κ.λ.π.) και σήμερα, και σε σχέση με γνωστά , προγράμματα και προοπτικές, που προσδιορίζουν την ανταγωνιστικότητα της υπό μελέτη περιοχής.

Τους πόρους, τις εγκαταστάσεις και την υποδομή τού ιδιαίτερα ευαίσθητου τουριστικού κλάδου, τη σχετική δυναμική, που καθορίζουν την θέση, τα προβλήματα και τις προοπτικές ανάπτυξης του τομέα στο μέλλον.

Τις δραστηριότητες , τα προβλήματα, τις επιδιώξεις και τα σχέδια των φορέων της τουριστικής θρακικής οικογένειας και όχι μόνο, που σχετίζονται με την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, ιδιαίτερα στις ευαίσθητες περιοχές.

### Δομημένο περιβάλλον

Το δομημένο περιβάλλον ειδικά με ιστορική, πολιτιστική αξία δέχεται συχνά πιέσεις εξαιτίας του ενδιαφέροντος που παρουσιάζει. Προβλήματα υποβάθμισης αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων, προβλήματα ηχορύπανσης αλλά και αισθητικής, ρύπανσης εμφανίζεται συχνά σε αυτές τις περιπτώσεις. Πολλοί ιστορικοί οικισμοί και μνημεία τόσο στο εξωτερικό όσο και στην Ελλάδα (π.χ. αρχαίο θέατρο Επιδαύρου, Κνωσός, Φαιστός κ.α.) απειλούνται από τις χιλιάδες επισκέψεις κάθε χρόνο. Η φθορά των μαρμάρων, των τοιχογραφιών είναι μερικά μόνο από τα προβλήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν.

Θα πρέπει βέβαια να σημειωθεί ότι σε ορισμένες περιπτώσεις έχει παρατηρηθεί ότι ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει θετικά στην προστασία και ανάδειξη ορισμένων φυσικών περιοχών, αρχαιολογικών χώρων. (π.χ. για χάρη τουριστικής ανάπτυξης και πόλου έλξης τουριστών και προστασίας ιστορικών και πολιτιστικών μνημείων, το Υπουργείο Πολιτισμού, σε συνεργασία με την Αρχαιολογία πριν εκδώσει άδεια ανέγερσης ξενοδοχείων και άλλων τουριστικών καταλυμάτων ζητά τη γνωμοδότηση τους και σε θετική απάντηση εγκρίνει, διαφορετικά απορρίπτει).

Σε πολλές περιοχές η ανάπτυξη του τουρισμού και το ενδιαφέρον του για την ιστορία και ιδιαίτερα των παραδοσιακών οικισμών ενθάρρυνε τους κατοίκους να προχωρήσουν σε μια αναπαλαίωση πολλών κτιρίων τα οποία στη συνέχεια χρησιμοποιήθηκαν είτε για τους ίδιους ως κατοικία, είτε ως τουριστικές ξενώνες, μαγαζιά κ.α. Τέτοιες περιπτώσεις μπορεί να συναντήσει κανείς σε πολλές περιοχές στην Ελλάδα (οικισμός Οίας στη Σαντορίνη, Γαλαξίδι κ.α.)

Αυτό που θα πρέπει να τονισθεί είναι ότι οι περισσότερες επεμβάσεις στο δομημένο περιβάλλον μιας περιοχής είναι κύρια μη αντιστρεπτού χαρακτήρα, δηλαδή υπάρχει μια πολύ περιορισμένη δυνατότητα, εκ των υστέρων, παρέμβασης για την αποκατάσταση ή βελτίωση της εικόνας του τουριστικού προορισμού.

Εκτός όμως από το δομημένο περιβάλλον αρνητικές επιπτώσεις και σε

διπλάσιο σχεδόν αριθμό παρατηρείται στην αυθαίρετη δόμηση, η αστικοποίηση του παράκτιου χώρου, ενώ τα έργα υποδομής (Αεροδρόμια, Λιμάνια, Μαρίνες, Αλιευτικά Καταφύγια, σταθμοί μεταφοράς κ.α.). Αν και είναι προφανές ότι η παρουσία τεχνικής υποστήριξης είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού, συχνά δημιουργούνται προβλήματα, καθώς η κατασκευή της (παρά τις περιβαλλοντικές μελέτες) δεν λαμβάνει υπόψη τις τοπικές ιδιαιτερότητες του περιβάλλοντος.

### **Φυσικό περιβάλλον**

Για να μπορέσουμε να κατανοήσουμε τις επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο φυσικό περιβάλλον, πρέπει να τις αντιμετωπίσουμε χωριστά ανάλογα με τα φυσικά οικοσυστήματα και περιοχές. Έτσι μπορούμε να διακρίνουμε τις επιπτώσεις σε : α) Παράκτιες και νησιώτικες περιοχές, β) Ορεινές περιοχές, γ) Περιοχές με ιδιαίτερη οικολογική αξία και δ) Αστικές περιοχές:

α) Παράκτιες και νησιώτικες περιοχές: Η ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα μας ειδικά, παραμένει συνδεδεμένη κύρια με τις παράκτιες και νησιώτικες περιοχές. Αυτό οφείλεται σε ένα μεγάλο βαθμό στην υιοθέτηση του κυρίαρχου μοντέλου του τουρισμού ( τουρισμός των 40' s, sun - sea, sand - sex). Στην Ελλάδα το 90% όλων των τουριστικών δραστηριοτήτων - συμπεριλαμβανομένης και της αναψυχής - βρίσκονται συγκεντρωμένα στις ακτές. Περιληπτικά μπορούμε να αποδώσουμε στη τουριστική ανάπτυξη τις παρακάτω επιπτώσεις σε σχέση με το παράκτιο περιβάλλον:

- Σημαντικές πιέσεις στους τοπικούς πληθυσμούς λόγω της υπερσυγκέντρωσης της τουριστικής ανάπτυξης, η οποία ξεπερνά συχνά τα όρια ανοχής του συστήματος.
- Αλλοιώσεις στα χαρακτηριστικά και φυσιογνωμία μικρών και παραδοσιακών οικισμών
- Η περιορισμένη ύπαρξη υδάτινων αποθεμάτων σ' όλες τις παράκτιες

Μεσογειακές χώρες έχει οδηγήσει σε υποβάθμιση της ποιότητας ως αποτέλεσμα της υπεράντλησης. Για να ικανοποιηθούν οι ανάγκες αυτές συχνά κατασκευάζονται μονάδες αφαλάτωσης (υπάρχουν αρκετές σε ξενοδοχεία των βορείων παραλίων της Κρήτης, Greta Sun, Greta Maris κ.α) οι οποίες βέβαια δημιουργούν άλλες πιέσεις στο περιβάλλον μετατοπίζοντας και όχι επιλύοντας το πρόβλημα.

- Ρύπανση των υπογείων υδάτων, ακτών, ποταμών, λιμνών, θαλάσσιου νερού λόγω απουσίας επαρκούς υποδομής (εμφάνιση φαινομένων ευτροφισμού)
- Υποβάθμιση ευαίσθητων παράκτιων οικοσυστημάτων, όπως οι αμμοθύνες, όπου η ανάγκη απόληψης άμμου δημιουργεί λαγούμια και αλλαγή στη φυσιολογία στους σχηματισμούς αυτούς (π.χ. Καλαμάκι, Τυμπάκι κ.α.)
- Η κατασκευή έργων όπως οι μαρίνες σκαφών αναψυχής, κυματοθραύστες, μπορεί να προκαλέσει απώλεια άμμου, καθώς η κίνηση των ρευμάτων, τα οποία συντελούσαν στην αναπλήρωση της άμμου έχει τώρα τροποποιηθεί ή εμποδιστεί πλήρως με αποτέλεσμα την διατάραξη των παράκτιων οικοσυστημάτων και της θαλάσσιας ζωής. Η τουριστική ανάπτυξη και η δημιουργία δρόμων κοντά στις ακτές οδηγεί επίσης σε σταδιακή μείωση της ποσότητας της άμμου. (Η Κρήτη χωρίς ακτομηχανικές μελέτες έχει κατασκευάσει μια σειρά τέτοιων έργων, τα οποία δημιουργούν προβλήματα στην παράκτια ζώνη)
- Απώλεια γεωργικής γης, συχνά υψηλής παραγωγικότητας για τουριστική ανάπτυξη, εις βάρος κυρίως του πρωτογενούς τομέα.
- Ορισμένες αθλητικές δραστηριότητες όπως αυτές στη περιοχή της Χερσονήσου αποτελούν αιτία ρύπανσης και περιβαλλοντικής υποβάθμισης (οχλήσεις, θόρυβος κ.α.)
- Υποβάθμιση ή και απώλεια αρχαιολογικών και ιστορικών πόρων, ιδιαίτερα όταν η αξία τους δεν είναι αναγνωρισμένη και ταυτόχρονα υπάρχουν σημαντικές πιέσεις.

Τα νησιά αν και φιλοξενούν τον ίδιο τύπο επισκεπτών με τις παράκτιες περιοχές αποτελούν μια ιδιαίτερη περίπτωση εξαιτίας της ύπαρξης μιας

ευαίσθητης ισορροπίας μεταξύ περιβάλλοντος, οικονομίας και κοινωνίας.

Τα νησιά εξαιτίας του μικρού μεγέθους και της απομόνωσης από τις ηπειρωτικές περιοχές εμφανίζουν μεγαλύτερη ποικιλότητα ως οικοσυστήματα τα οποία όμως ταυτόχρονα παρουσιάζουν αυξημένη ευαισθησία στις διάφορες διαταραχές. Εκτός όμως από τις οικολογικές ιδιαιτερότητες φαίνεται ότι οι νησιώτικες κοινωνίες παρουσιάζουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και στην κοινωνική οργάνωση. Η οικονομική τέλος ανάπτυξη των νησιών φαίνεται να αντιμετωπίζει, ιδιαίτερα στην εποχή μας, σημαντικούς περιορισμούς λόγω των περιορισμένων πόρων, του μεγέθους της τοπικής αγοράς, της δυσκολίας στην πρόσβαση κ.α. (ΥΠΕΧΩΔΕ,1994).

Στο πλαίσιο αυτό συχνά αρκετές παραδοσιακές δραστηριότητες αποδεικνύεται ότι δεν είναι βιώσιμες. Ο τουρισμός προβάλλει ως η εναλλακτική δυνατότητα και όχι πάντα αδικαιολόγητα. Η τουριστική ανάπτυξη κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις είναι δυνατό να λειτουργήσει θετικά χωρίς βέβαια να θεωρείται από μόνη της πανάκεια για την οποιαδήποτε ανάπτυξη. Παράλληλα αιτείται ιδιαίτερα προσοχή στο είδος του τουρισμού που θα ενθαρρυνθεί, ιδιαίτερα δε στην περίπτωση των μικρών νησιών που παρουσιάζουν όπως ήδη έχει αναφερθεί ορισμένες ιδιαιτερότητες. Το μοντέλο του μαζικού τουρισμού φαίνεται καταρχήν ακατάλληλο καθώς απαιτεί σημαντικές υποδομές και κατ' επέκταση σημαντικές παρεμβάσεις στο ευαίσθητο νησιωτικό οικοσύστημα.

## **ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΜΙΑΣ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ**

Το περιβαλλοντικό πρόβλημα, που συχνά αντιμετωπίζεται δικαιολογημένα ως υπερεθνικό, των περισσότερων περιοχών του πλανήτη, σήμερα είναι μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις και τούτο όχι μόνο από καθαρά περιβαλλοντική θεώρηση, αλλά, επίσης, λόγω των πολύπλοκων σχέσεων που δημιουργούνται

ανάμεσα στην ανάπτυξη, τοπική περιφερειακή και εθνική, την πληθυσμιακή συγκέντρωση, την ποιότητα ζωής και το περιβάλλον - Parrairis (1995).

Το οικονομικό κόστος της υποβάθμισης του περιβάλλοντος από τη μια μεριά είναι ήδη αρκετά υψηλό για τις περισσότερες χώρες- και τη δική μας φυσικά- ενώ από την άλλη έχει αποδειχθεί ότι η οικονομική ανάπτυξη μπορεί να μειώσει ακόμα και το ρυθμό φθοράς του περιβάλλοντος και ταυτόχρονα να περιορίσει τη φτώχεια. Συνακόλουθα η πιο πάνω πρόκληση σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη, αποτελεί μια καλή ευκαιρία περιβαλλοντικής αναβάθμισης με την προϋπόθεση βέβαια ότι για τη διατήρηση και πιθανή διεύρυνση των ωφελειών της οικονομίας, θα πρέπει να διατυπωθεί μια νέα περιβαλλοντική πολιτική και να δημιουργηθούν οι κατάλληλοι θεσμοί για την εφαρμογή της, πεδία όμως που από την αποκτηθείσα εμπειρία , διαπιστώνεται ότι εξαιτίας της απουσίας τους έχουν σημειωθεί σημαντικές παρενέργειες.

Πρόσθετα στην περίπτωση του βορειοελλαδικού χώρου με την αλλαγή και των γεωπολιτικών δεδομένων - Κοκκώσης – Παρπαΐρης (1994) φαίνεται ότι με την συνεργασία που επιβάλλεται, ανάμεσα στις γειτονικές, ιδιαίτερα, χώρες, παρέχεται η δυνατότητα πολυεθνικού χαρακτήρα επενδύσεων, ιδιωτικών και δημοσίων κεφαλαίων, που μπορούν να δρομολογηθούν στην κατεύθυνση μια νέας ανάπτυξης, όπως του εναλλακτικού (οικολογικού - πολιτιστικού) τουρισμού και της υποδομής, συμβάλλοντας στη μείωση της περιβαλλοντικής ρύπανσης, αφ' ενός και περιορίζοντας τις αποδεδειγμένες κρατικές "αυθαιρεσίες" στον τομέα προστασίας του περιβάλλοντος (χωροθέτηση σε ακατάλληλα εδάφη, σε συνοριακές περιοχές και ευαίσθητα παράκτια, παραλίμνια και παραποτάμια οικοσυστήματα βιομηχανικών έργων, αξόνων κυκλοφορίας και πυρηνικούς σταθμούς παραγωγής ενέργειας ) αφ' ετέρου. Κατ' αρχήν είναι χρήσιμο να παρουσιασθούν εδώ πολύ περιληπτικά οι ομάδες προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι υπεύθυνοι φορείς χάραξης πολιτικής ιδιαίτερα στον ευαίσθητο περιβάλλον - που αναφέρονται και στο βορειοελλαδικό και Θρακικό χώρο ιδιαίτερα - όπως τα ακόλουθα:

- Εφαρμογής στρατηγικής οικονομικής ανάπτυξης,
- Ικανοποίησης αυξανόμενων αναγκών για τουρισμό και αναψυχή - (Parpairis 1989),
- Προστασίας ευαίσθητων περιοχών με σκηνικά, οικολογικά, γεωλογικά και ανθρωπογενή χαρακτηριστικά – (The Planner, 1994)

Προστασίας παράκτιων, παραποτάμιων και παραλίμνιων ζωνών ενάντια στις μακροχρόνιες επιπτώσεις από καιρικά φαινόμενα (πλημμύρες, διαβρώσεις, κ.λ.π.) (Coccosis Parpairis, 1995), και βέβαια αποκατάστασης αρμονικών σχέσεων ανάμεσα στους φυσικούς πολιτιστικούς πόρους και στις ανθρώπινες απαιτήσεις - προκειμένου να διασφαλιστεί η διατηρησιμότητα των πόρων από τη μια μεριά και η απολύτως αναγκαία ικανοποίηση των ανθρωπίνων δραστηριοτήτων από την άλλη – (Parpairis,1995).

Η ανεύρεση της ζητούμενης ισορροπίας πολύ συχνά μπορεί να οδηγήσει σε συγκρούσεις καθώς από τη μια αρκετές Τοπικές Αυτοδιοικήσεις και επιχειρήσεις θεωρούν ότι οι πολιτικές - προστασίας και διατήρησης περιορίζουν την τοπική οικονομική αύξηση και ανάπτυξη, ενώ από την άλλη οργανώσεις και κοινό θεωρούν ότι περιοχές - με υπερτοπική σημασία (περιφερειακή, εθνική, παγκόσμια) προοδευτικά καταστρέφονται από ακατάλληλες μορφές και ένταση της χρήσης των πόρων εξ' αιτίας της αλόγιστης ανάπτυξης.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>

Μελέτη περίπτωσης (case study) 1:

Η Τουριστική Ανάπτυξη της Θράκης. Προβλήματα & προοπτικές

Κάθε αντικειμενική προσέγγιση, όπως πολλές έρευνες - πιστοποιούν, της διαχρονικής ανθρώπινης δράσης σ' ένα συγκεκριμένο γεωγραφικό χώρο, όπως στην περίπτωση της Θράκης, ασφαλώς - πρέπει να αναφέρονται στην πολιτιστική διάσταση αυτών των δράσεων που όχι μόνο παράγουν την ποιότητα του χώρου αλλά διαμορφώνουν και το πλαίσιο μέσα στο οποίο λαμβάνουν χώρα όλες οι ανθρώπινες σχέσεις - και συνακόλουθα η ίδια η ανάπτυξη.

Αυτό σημαίνει ότι οι πολιτιστικοί πόροι προκαθορίζουν την πορεία και διαμορφώνουν την εικόνα του χώρου. Ένα πρώτο δίλημμα βέβαια που προκύπτει είναι πώς μπορεί να καθοριστεί το πολιτιστικό προϊόν, να οριοθετηθεί και τελικά να ενταχθεί στις - αναπτυξιακές στρατηγικές με στόχο την προστασία και ανάδειξή τους. Η περίπτωση της τουριστικής ανάπτυξης δεν διαφοροποιείται σημαντικά σε σχέση με τις υπόλοιπες ανθρώπινες δράσεις. Μάλιστα, η μέχρι σήμερα πορεία και οι τάσεις, τόσο στο διεθνή όσο και στον εθνικό χώρο, δεν αφήνουν περιθώρια αμφιβολιών για τις διαβρωτικές επιπτώσεις που ο μέχρι πρόσφατα μαζικός τύπος τουρισμού έχει προκαλέσει στους πολιτιστικούς και οικολογικούς πόρους των περιοχών επίσκεψης. Με δεδομένο το ρόλο του τουρισμού, αλλά και με βάση τις σύγχρονες τάσεις και απαιτήσεις του εναλλακτικού τύπου τουρισμού μέσα στον οποίο εντάσσεται και ο πολιτιστικός, η εξέταση των προοπτικών και της πορείας της τουριστικής ανάπτυξης στο θρακικό χώρο θα πρέπει αναγκαστικά να εντοπιστεί στην ενίσχυση της σωστής προετοιμασίας της τουριστικής ανάπτυξης μέσα σε ασφαλιστικές διαδρομές, όπου θα αναβαθμίζεται τόσο η πολιτιστική και ιστορική φυσιογνωμία του θρακικού χώρου, όσο και οι εμπειρίες και τα συναισθήματα του ανθρώπινου παράγοντα



(φορείς, ντόπιος πληθυσμός, τουρίστες), καθώς μια τέτοια συνδυασμένη ανάπτυξη αποβαίνει αμφίδρομα θετική.

Σε μια εποχή που ο άνθρωπος (επισκέπτης, τουρίστας) έχει πάψει από καιρό να επικοινωνεί με το περιβάλλον της μόνιμης διαμονής του (οικιστικό ή



δομημένο) και έχει η σχέση τους διαστρεβλωθεί με τα γνωστά ολέθρια αποτελέσματα για τον ίδιο τον άνθρωπο είναι δικαιολογημένο να ανακύπτουν ακόμη και άβολα, για το θέμα που εξετάζουμε, ερωτήματα του τύπου *"ποια είναι σήμερα η σχέση πολιτισμού - περιβάλλοντος- τουρισμού για το συγκεκριμένο τύπο ανθρώπου"*;

Έχει ο άνθρωπος -τουρίστας ανάγκη να έρθει σε πιο κοντινή επαφή με το *"περιβάλλον"* του χώρου επίσκεψης, επειδή τόσο πολύ του λείπει στον τόπο της μόνιμης κατοικίας του ή απλά, άθελά του καμιά φορά, μεταφέρει μαζί του συμπεριφορές και επιθυμίες πιστά αντίγραφα - πρότυπα που ενσωματώνονται στο τοπικό τουριστικό προϊόν; Ένας τέτοιος κίνδυνος βέβαια δεν είναι μόνο θεωρητικός, μας υποχρεώνει ωστόσο σε μια πιο προσεκτική προσέγγιση του πολιτιστικού τουρισμού.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο σημαντικός ρόλος των υποδομών έχει υπογραμμιστεί από σημαντικούς θεωρητικούς της οικονομικής ανάπτυξης. Οι υποδομές παρέχουν το υπόβαθρο για την ανάπτυξη των οικονομικών δραστηριοτήτων και οριοθετούν τις δυνατότητες μιας οικονομίας, διότι η ποιότητα και η ποσότητα των υποδομών βελτιώνει το εισόδημα, την παραγωγικότητα και την απασχόληση και αποτελεί ένα μέσο πολιτικής για την περιφερειακή ανάπτυξη.

Οι υποδομές επηρεάζουν κατά ουσιαστικό τρόπο την οικονομική δραστηριότητα, επειδή δημιουργούν θετικές εξωτερικές οικονομίες. Ωστόσο, η τελική αξιοποίησή τους εξαρτάται από τις ιδιαιτερότητες της οικονομίας και τους υπόλοιπους συντελεστές παραγωγής.

Επενεργούν, ακόμη, στη βελτίωση της ποιότητας ζωής, επηρεάζοντας με αυτόν τον τρόπο το σύνολο – σχεδόν – της κοινωνικής ζωής. Προσδίδεται, έτσι, ένα κοινωνικό ενδιαφέρον τόσο στο στάδιο δημιουργίας όσο και στο στάδιο της λειτουργίας τους.

Στην περίπτωση της τουριστικής δραστηριότητας η δημιουργία υποδομών διευκολύνει την τουριστική δραστηριότητα και συμβάλλει στη διαδικασία της οικονομικής ανάπτυξης, δεδομένου ότι ο τουρισμός είναι ένας ιδιαίτερα δυναμικός κλάδος της ελληνικής οικονομίας. Οι επιπτώσεις που προκαλούν οι τουριστικές υποδομές είναι πολλαπλές και αναφέρονται κυρίως στη βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος και της τουριστικής εικόνας της χώρας ή περιοχής προορισμού.

Τα μεγάλα και μικρά έργα που συνοδεύουν την τουριστική ανάπτυξη απαιτούν μεθοδολογία επιλογής, καταλληλότητα χώρου, επιλεξιμότητα εναλλακτικών λύσεων, και διαχειριστική συνεκτικότητα κάτι που μας οδηγεί στην αναζήτηση ενός οργανισμού για το σχεδιασμό μακροπρόθεσμης περιβαλλοντικής και πολιτιστικής τουριστικής πολιτικής, με την αναγκαία επιστημονική τεκμηρίωση και την ανεξάρτητη λειτουργική και θεσμική κατοχύρωση, έτσι ώστε

το πρόβλημα των μεγάλων έργων υποδομής και το αντίστοιχο της τουριστικής ανάπτυξης - που ακόμη μια φορά χρησιμοποιείται σαν ατμομηχανή ανάπτυξης - να μην θεωρείται συγκυριακό και γι' αυτό υπό αμφισβήτηση.

Στη σημερινή συγκυρία, η συμμετοχή μας στην παγκόσμια καπιταλιστική οικονομία γενικά, και στην Ευρωπαϊκή Ένωση ειδικά, είναι αναπόφευκτη και σε ό,τι αφορά την ανάπτυξη του τουρισμού. Η διαφορά μπορεί να εντοπιστεί στη μόνη ρεαλιστική επιλογή που έχουμε να διαμορφώσουμε μία αυτόνομη συμμετοχή στο πλαίσιο της Ε.Ε. σε ό,τι αφορά και το τουριστικό προϊόν μας, έτσι ώστε να διασφαλίσουμε διαχρονική και ποιοτική αντοχή, κάτι που ο πολιτιστικός - οικολογικός τουρισμός ασφαλώς εξασφαλίζει.

Μελέτη περίπτωσης (case study) 2:

Η Τουριστική Ανάπτυξη στα Ελληνικά Νησιά.

### **Πρόλογος**

Το Αιγαίο πέλαγος αποτελεί το μεγαλύτερο σύμπλεγμα νησιών στην ευρωπαϊκή ήπειρο, όπου συνολικά κατοικούν 500.000 άνθρωποι. Η οικονομία του εξαρτάται άμεσα από τον τουρισμό, αφού από εκεί αντλείται το 50 – 90% του ακαθάριστου τοπικού προϊόντος. Το τουριστικό ρεύμα προς την περιοχή ξεκινά κατά τη δεκαετία του 1960, οπότε και υπήρξε η πρώτη μεγάλη προσφορά εγκαταστάσεων. Οι δύο πόλοι έλξης ήταν -και είναι- η παραδοσιακή αρχιτεκτονική από τη μία μεριά και, από την άλλη, οι καθαρές θάλασσες. Το τρίπτυχο του προϊόντος ήταν «ήλιος, θάλασσα και σεξ», το οποίο συχνά επισκίαζε την πλούσια αρχαιολογική, πολιτιστική και περιβαλλοντική κληρονομιά των νησιών.

Οι τουριστικοί προορισμοί του Αιγαίου, έχοντας ανάγκη ένα κανάλι «διοχέτευσης» πελατών προς αυτούς, ανέπτυξαν μια σχέση υπερεξάρτησης από τους παγκόσμιους και ισχυρούς tour operators. Οι τελευταίοι, επιθυμώντας όλο και οικονομικότερα πακέτα ώστε να γίνουν περισσότερο ανταγωνιστικοί στην αγορά, ασκούν συνεχώς πίεση προς τους κατά τόπους συνεργάτες τους. Αυτό έχει ως φυσικό επακόλουθο τη μείωση του κέρδους των τοπικών τουριστικών επιχειρήσεων. Έτσι, παρόλο που υπάρχουν οι προϋποθέσεις για την έλξη τουριστών υψηλού οικονομικού status (φυσικό / τεχνητό περιβάλλον και μακρόχρονη ιστορία), κάτι τέτοιο δεν έχει συμβεί. Οι επισκέπτες έτσι, αρνούνται να ξοδέψουν μεγάλα ποσά σε ένα προορισμό με μία όχι και τόσο καλή εικόνα και ως φυσική συνέπεια, το προϊόν γίνεται όλο και χειρότερο ποιοτικά, αφού οι παραγωγοί χρησιμοποιούν τις χαμηλές τιμές ως μέσον έλξης.

Η δύναμη σκληρών διαπραγματεύσεων από πλευράς tour operators, σε συνδυασμό με την αδυναμία αυτοπροβολής των ελληνικών επιχειρήσεων, όπως προαναφέρθηκε, μειώνει τα περιθώρια κέρδους των παραγωγών και έτσι είναι ακόμα δυσκολότερο να επιστραφεί μέρος των κερδών σε νέες επενδύσεις. Έτσι, τα ποσά που διαθέτουν οι τουρίστες μειώνονται, παρόλο που ο αριθμός των επισκεπτών αυξάνεται. Εξαιτίας αυτού, οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην προσπάθεια ανταγωνισμού και τα οικονομικά οφέλη εξανεμίζονται. Επιπροσθέτως, οι πολιτιστικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις αποσταθεροποιούν την ισορροπία που απαιτεί η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη.

Αυτό που προτείνεται να γίνει είναι επιστημονική έρευνα, πολιτικός διάλογος και κοινωνική δράση, εάν επιθυμείται η θέσπιση ενιαίας στρατηγικής και επιστροφή των κεφαλαίων στους τοπικούς παραγωγούς, αλλά και επενδυτές γενικότερα.

Η συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη ενός κράτους

### **Γενικά**

Ο τουρισμός έχει αποτελέσει παγκοσμίως το μέσο ανάπτυξης πολλών περιοχών, οι οποίες απέτυχαν να δημιουργήσουν ισχυρή βιομηχανία για διάφορους λόγους (μεγάλες αποστάσεις, «εύθραυστο περιβάλλον», ανυπαρξία φυσικών υλών, απουσία προσφοράς εργατικού δυναμικού κ.α.). Η τουριστική βιομηχανία έχει χρησιμοποιηθεί ώστε οι αναπτυσσόμενες χώρες να καλύψουν το κενό που τις χωρίζει από τις αναπτυγμένες, όπως και για να βοηθήσει στην μετάβαση από αγροτικές οικονομίες σε οικονομίες παροχής υπηρεσιών (King, 1993).

Όταν ο τουρισμός αναπτύσσεται σε μικρά νησιά –χαρακτηριστικό παράδειγμα τα τροπικά νησιά-, τότε είναι αναπόφευκτη η *παραδοσιακή* μορφή

ανάπτυξης. Με τον όρο παραδοσιακή, εννοείται ο μαζικός τουρισμός που ελέγχεται από πολυεθνικές επιχειρήσεις, χρησιμοποιώντας μονάδες μεγάλου μεγέθους. Λόγω της ανικανότητας ανάπτυξης βαριάς βιομηχανίας, οι φυσικοί πόροι παραμένουν ως έχουν και αποτελούν τουριστικό πόλο έλξης.

Παραδοσιακά, σε παγκόσμια κλίμακα, ο τουρισμός βρίσκεται στα χέρια μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν κάθε είδους υπηρεσία, ενώ παράλληλα επιτυγχάνουν την επικοινωνία ανάμεσα σε επισκέπτες και ντόπιο πληθυσμό, όπως και την άμεση εισροή χρημάτων στην τοπική κοινωνία (Cooper and Buhalis, 1992).

Παρόλη την εντυπωσιακή ανάπτυξη του τουρισμού, πολλοί ερευνητές αμφισβητούν το ότι πραγματικά αποτελεί ανάπτυξη όταν αναπτύσσεται σε τέτοιες (παρθένες) περιοχές. Εν μέρει η φράση είναι αληθινή, ειδικά όταν πρόκειται για νησιά (χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτά του Ειρηνικού Ωκεανού). Αυτό συμβαίνει διότι οι πολυεθνικές ελέγχουν απόλυτα την τουριστική κίνηση και τα κέρδη επιστρέφουν στα χέρια της— εγχώριας και μη - οικονομικής ελίτ. Η πλειονότητα του ντόπιου πληθυσμού δε λαμβάνει μέρος σ' αυτήν την προσοδοφόρα διαδικασία. Αντιθέτως, συμμετέχουν μόνο με χαμηλά ημερομίσθια ή ως μικροπωλητές αντικειμένων, όπως τα αναμνηστικά. Με αυτόν τον τρόπο, πρώτον, αναπτύσσεται εξάρτηση από την προαναφερθείσα ελίτ και, δεύτερον, τα κέρδη που αποφέρει ο τουρισμός μετακινούνται από τον πληθυσμό που τον πλαισιώνει, στις περιοχές όπου σχηματίζεται η τουριστική ζήτηση (Hall, 1994).

Σε πολλές περιπτώσεις, στοχεύοντας στον πολλαπλασιασμό των κερδών που αποφέρει ο τουρισμός, κυβερνήσεις και άλλα κέντρα αποφάσεων παρασύρονται στην ανάπτυξη ενός και μόνο είδους τουρισμού. Τέτοιες κινήσεις μπορεί να έχουν σύντομα οικονομικά αποτελέσματα, αλλά μακροπρόθεσμα αποτυγχάνουν. Η τουριστική μονοκαλλιέργεια μαγνητίζει οικονομικές εξαρτήσεις και θέτει σε κίνδυνο την οικονομική πορεία ενός τόπου (Ritchie, 1993).

## Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (Μ.Μ.Ε.)

Μερίδιο ευθύνης για την πτώση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών στον τουρισμό έχουν και οι Μίκρο – Μεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Παρόλη την παντοδυναμία και τεράστια εξάπλωσή τους, οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν τέσσερα προβλήματα που θέτουν σε κίνδυνο την οικονομία των περιοχών στις οποίες δραστηριοποιούνται. Αυτά είναι:

- Η υπερπροσφορά
- Ο μαζικός τουρισμός
- Ο βιομηχανικός συγκεντρωτισμός, και
- Οι αδυναμίες των ίδιων των ΜΜΕ

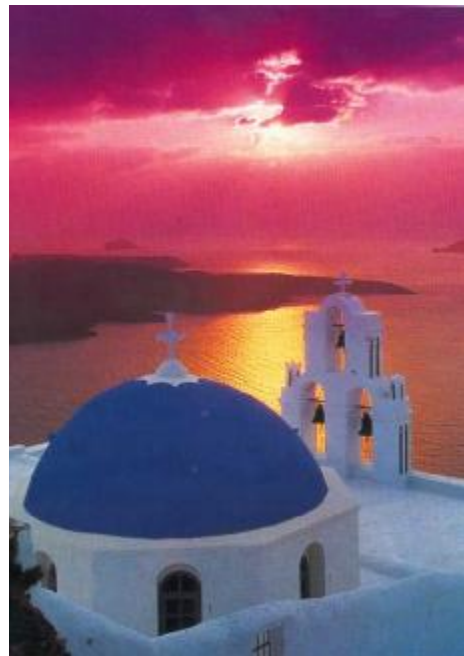
Η υπερπροσφορά τουριστικών προϊόντων, παράλληλα με την πτωτική πορεία της ζήτησης, έχει οδηγήσει στον ανταγωνισμό των ΜΜΕ, με βάση τη χαμηλότερη τιμή. Έτσι, αυξάνεται η κινητικότητα, αλλά όχι και τα οφέλη. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη τουρισμού που απευθύνεται στον καθένα, ανεξαρτήτως οικονομικής επιφάνειας, δηλαδή τον μαζικό τουρισμό. Οι περιοχές στις οποίες πραγματοποιείται η ταχεία αυτή ανάπτυξη, σύντομα γίνονται αποπνικτικές από τα πλήθη των επισκεπτών και σε μικρό χρονικό διάστημα επηρεάζεται αρνητικά ολόκληρη η περιοχή. Πρωταγωνιστές σε αυτήν την ανάπτυξη είναι οι πολυεθνικές επιχειρήσεις, καθώς απαιτούνται μεγάλα κεφάλαια και μέθοδοι οργάνωσης που ακολουθούν οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις. Ο συγκεντρωτισμός που διαμορφώνουν είναι εμφανής, αφού καταφέρνουν να ελέγχουν τα κανάλια διανομής τουριστών, γεγονός που οφείλεται στο ανεπτυγμένο τομέα του μάρκετινγκ που διαθέτουν και στις διαπραγματευτικές τους δυνατότητες. Έτσι, το μόνο που μένει στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι να ακολουθήσουν τα βήματα των πολυεθνικών, αναπτύσσοντας εξάρτηση σε

αυτές και να θέσουν σε κίνδυνο την φυσική ισορροπία του τόπου όπου βρίσκονται, μιας και οι επιδόσεις τους στη διοίκηση, το μάρκετινγκ και την οικονομική διαχείριση δεν τους επιτρέπουν κάτι καλύτερο.

Ο Middleton (1994), σημειώνει ότι στα χρόνια που θα ακολουθήσουν, τα μεγαλύτερα θέματα θα σχετίζονται με τον ορισμό και την προσπάθεια εξισορρόπησης των αναγκών της Οικονομίας από τη μία και της Οικολογίας από την άλλη. Επίσης θέτει τον ορισμό της Ισότητας όσον αφορά τους φυσικούς πόρους, μιας και προτείνει την ίση διανομή πόρων για τις ανάγκες του παρόντος και του μέλλοντος, αλλά και για την περαιτέρω οικονομική ανάπτυξη.

## Η σημασία και η συμβολή του τουρισμού στην Ελλάδα και στα νησιά του Αιγαίου

Ο τουρισμός έχει μακρά ιστορία στην Ελλάδα, κυρίως λόγω του πολιτισμού που αναπτύχθηκε στη χώρα και την ιστορία που έχει αφήσει κληρονομιά (Briassoulis, 1993). Ειδικά κατά τις δεκαετίες του '70 και '80 σημειώθηκε κατακόρυφη άνοδος, λόγω της ωρίμανσης πλέον της χώρας ως προορισμού, του κοινωνικού – πολιτιστικού – περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος που παρουσιάζει, την ευκολότερη πρόσβαση στα νησιά και τέλος, λόγω του χαμηλού κόστους διαβίωσης σε σχέση με τις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες (Komilis, 1987, Papadopoulos, 1989, EIU, 1990, Leontidou, 1991).





Από το σύνολο των νησιών του Αιγαίου κατοικούνται τα 95, από το 4,5% του συνολικού πληθυσμού του κράτους (Eurostat, 1993). Λόγω του νησιωτικού χαρακτήρα έχει αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό η ναυτιλία και σε –αρκετά– μικρότερο βαθμό η αλιεία και η καλλιέργεια της γης, ενώ ο πραγματικός κυρίαρχος είναι ο τουρισμός. Λόγω της απόστασης που χωρίζει τα νησιά από την ηπειρωτική Ελλάδα, του ιστορικού κακών σχέσεων με τη γειτονική Τουρκία και σε συνδυασμό με την έλλειψη βιομηχανικών υποδομών και πρώτων υλών, το σύμπλεγμα του Αιγαίου δεν εναρμονίστηκε με τα επίπεδα ανάπτυξης που ακολούθησε η Ευρωπαϊκή Ένωση και η υπόλοιπη Ελλάδα.

Ο τουρισμός είναι ένας πολύ σημαντικός μοχλός για την ελληνική οικονομία, αφού συνεισφέρει στο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν με ποσοστό 4,4% και καλύπτει το εμπορικό έλλειμμα κατά 26%. Αυτά τα ποσοστά όμως, δεν εμπεριέχουν τις συναλλαγές παλαιότερων ετών σε δραχμές από το εξωτερικό, τις πιστωτικές κάρτες, τα κέρδη από κρουαζιέρες και από άλλες δραστηριότητες, που αυξάνουν το προαναφερθέν ποσοστό στο 80% (EIU 1990, The Economist, 1993). Επίσης, ο τουρισμός απορροφά το 10,6% του ελληνικού εργατικού δυναμικού (350.000 εργαζόμενοι), παρά την εποχικότητα που χαρακτηρίζει το επάγγελμα και ως αποτέλεσμα έχει την οικονομική ανάπτυξη φτωχών περιοχών της χώρας που ερημώνουν λόγω της εσωτερικής μετανάστευσης (OECD, 1992, EOT, 1993, Loukissas, 1992). Αυτή όμως η εικόνα δεν ανταποκρίνεται πλήρως στην πραγματικότητα. Η αληθινή συνεισφορά του τουρισμού γίνεται μέσω της παραοικονομίας (χωρίς την επιβολή των νόμιμων φόρων), αγγίζοντας το 28 – 50% του ΑΕΠ (Zacharatos, 1988, EIU, 1990, 1993). Οικονομικά στοιχεία αποκλειστικά για την γεωγραφική περιοχή του Αιγαίου Πελάγους δεν υπάρχουν. Ακόμη όμως και να υπήρχαν θα ήταν πολύ γενικά, αφού η τουριστική ανάπτυξη διαφέρει από νησί σε νησί. Το 37,5% από τις 28.000 των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο Αιγαίο ανήκουν στον τομέα του τουρισμού. Τα 2/3 του εργατικού δυναμικού απασχολούνται σε εργασίες προσφοράς υπηρεσιών, κυρίως στον τουρισμό (Eurostat, 1993, Litinas, 1993,

Logothetis, 1990). Στα Δωδεκάνησα ο τουρισμός καλύπτει το 58% του τοπικού ακαθαρίστου προϊόντος, δημιουργεί πλεόνασμα στο διεθνές εμπόριο και βοηθά τη χώρα στη μείωση του ελλείμματος (Finas, 1991).

## Τουριστική Προσφορά

Το ελληνικό τουριστικό προϊόν δεν είναι ομοιογενές. Αντιθέτως, είναι ένα μείγμα που αποτελείται από φυσικές καλλονές, κοινωνικούς και ιστορικούς πόλους έλξης, που βρίσκονται διασκορπισμένοι σε ολόκληρη την επικράτεια. Στην Ελλάδα βρίσκονται περίπου 25.000 φυλασσόμενες θέσεις αρχαιολογικού ενδιαφέροντος, πληθώρα μουσείων και 500 χαρακτηρισμένοι παραδοσιακοί οικισμοί, δίνοντας έτσι πλήθος επιλογών σε κάθε είδους επισκέπτη. Όλες οι τουριστικές παροχές προσφέρονται σχεδόν αποκλειστικά από μικρομεσαίες επιχειρήσεις (περίπου 7.500), οι οποίες διαθέτουν 500.000 κρεβάτια σε διάφορες κατηγορίες. Στον αριθμό αυτόν πρέπει να προστεθούν και το 1.000.000 των κλινών των καταλυμάτων επιχειρήσεων οι οποίες δεν είναι καταγεγραμμένες στα μητρώα της εφορίας (EIU, 1990, Jenner & Smith, 1993, Zacharatos, 1993).

Η ευρωπαϊκή στατιστική υπηρεσία (Eurostat) υπολογίζει περίπου 20.000 εστιατόρια στην Ελλάδα και αμέτρητες άλλες επιχειρήσεις που ασχολούνται με τη διασκέδαση και την εστίαση. Επιπρόσθετα, δραστηριοποιούνται 7.000 τουριστικά γραφεία, 1.500 επιχειρήσεις ενοικίασης λεωφορείων και περίπου 4.000 εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων. Η είσοδος στη χώρα μπορεί εύκολα να γίνει μέσω των 32 αερολιμένων, οι οποίοι συνδέονται με το εξωτερικό απευθείας με πτήσεις charter. Η εναέρια κάλυψη προσφέρεται από τον εθνικό αερομεταφορέα (Ολυμπιακές Αερογραμμές), καθώς και από άλλες, νεοεμφανισθείσες εταιρίες της χώρας. Εκτός αυτών, η μεταφορές πραγματοποιούνται μέσω ενός συνδυασμού θαλάσσιων και επίγειων μεταφορικών μέσων, κάνοντας την πρόσβαση σε κάθε περιοχή εύκολη. Όμως, η Ελλάδα πάσχει στον τομέα των υποδομών. Μη έχοντας

τη δυνατότητα να ακολουθήσουν την πορεία των ανωδομών, τηλεπικοινωνίες, μεταφορές, ύδρευση, αποχέτευση, περίθαλψη και αστυνόμευση βρίσκονται κατά τους μήνες της υψηλής ζήτησης υπό συνεχή και μεγάλη πίεση, για να καλυφθεί η αυξημένη ζήτηση.

### Φορείς Τουρισμού στην Ελλάδα

Τη διεκπεραίωση των θεμάτων του τουρισμού στην Ελλάδα την έχουν αναλάβει από κοινού ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού και το Υπουργείο Τουρισμού. Ανάμεσα στους τομείς δραστηριοποίησης είναι ο σχεδιασμός, η προβολή της χώρας στην εγχώρια αλλά και στην παγκόσμια αγορά, όπως και ο συγχρονισμός των δράσεων ιδιωτικού και δημόσιου τομέα. Η εμπλοκή του δημόσιου τομέα άρχισε νωρίς, αφενός για να εκμεταλλευτεί την τουριστική ζήτηση και, αφετέρου, για να δημιουργήσει το απαραίτητο περιβάλλον που θα προσέφερε τις απαραίτητες εγγυήσεις που θα προσέλκυαν τα ιδιωτικά κεφάλαια. Ο ΕΟΤ λειτουργεί 46 υποκαταστήματα σε τοπικό και παγκόσμιο επίπεδο (Leontidou, 1991, Konsolas & Zacharatos, 1993), 6 γραφεία πληροφοριών στο Αιγαίο, ενώ με την ίδια εργασία ασχολούνται και διάφορες κατά τόπους αρχές, μοιράζοντας παράλληλα υλικό προώθησης. Η περιοχή του Αιγαίου είναι χωρισμένη σε δύο μέρη από τον ΕΟΤ, για καλύτερη διοίκηση. Έτσι,

Στις αρμοδιότητες του ΕΟΤ σε παγκόσμια κλίμακα συμπεριλαμβάνεται η διανομή διαφημιστικού υλικού σε δυνητικούς πελάτες, το μάρκετινγκ, όλες οι λειτουργίες των δημοσίων σχέσεων σε μεμονωμένους –και μη- πελάτες. Η κεντρική διοίκηση βρίσκεται στην Αθήνα και, σε στενή συνεργασία με το Υπουργείο Τουρισμού, εκεί λαμβάνονται αποφάσεις που αφορούν τον τουριστικό σχεδιασμό, την τουριστική νομοθεσία και το μάρκετινγκ, συνεργασία με tour operators, σχεδιασμός πολιτικής κινήτρων και θέσπιση κανονισμών τόσο σε τοπικό, όσο και σε εθνικό επίπεδο.

## Το προϊόν «Αιγαίο»

Όπως έχει προαναφερθεί τα νησιά του Αιγαίου αποτέλεσαν αγαπημένο προορισμό για πολλούς ανθρώπους από τη δεκαετία του 1960 και ύστερα, λόγω της μοναδικότητάς τους μορφολογικά, κοινωνικά, πολιτιστικά και ιστορικά. Το Αιγαίο, ως τουριστικό προϊόν, διατίθεται στην παγκόσμια αγορά μέσω των tour operator. Το 1994 καταγράφηκαν 800 που δραστηριοποιούνταν στην Ελλάδα (Tourism in Greece Business, 1993). Παράλληλα, λειτουργούν περισσότερα από 300 τουριστικά γραφεία εισερχόμενου τουρισμού στο Αιγαίο, τα οποία δραστηριοποιούνται σαν tour operators, χρησιμοποιώντας τουριστικούς πράκτορες και παρέχοντας μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών απευθείας στους τελικούς καταναλωτές. Συνήθως λαμβάνουν μέρος στις διαπραγματεύσεις μεταξύ των tour operators και των παροχών καταλυμάτων, καθώς και συνεργάζονται με τους αντιπροσώπους των πρώτων στους τόπους υποδοχής των τουριστών.

## Όταν η ανάλυση SWOT γίνεται ανάγκη

Αν και ο ελληνικός τουρισμός χαίρει μεγάλης δημοτικότητας, έχει φτάσει σε ένα σημείο όπου η περαιτέρω ανάπτυξη και η ανταγωνιστικότητά του είναι αμφισβητήσιμη. Αυτό το γεγονός οφείλεται σε λάθη που συνέβησαν εξαιτίας της ταχύτατης ανάπτυξης, λάθη που έχουν συμβεί και στην αναπτυξιακή πορεία της Ισπανίας. Οι ξαφνικές και αδικαιολόγητες ανατιμήσεις όλων των προϊόντων στην Ελλάδα, προκάλεσαν τον αποχαρκτηρισμό της χώρας που ήταν γνωστή ως οικονομικός προορισμός, έναντι των ανταγωνιστών της στη Μεσόγειο. Έτσι, δεν ανταποκρίνεται πλέον στις ανάγκες της εποχής, όπου οι τουρίστες αναζητούν καλή σχέση τιμής / ποιότητας (EIU, 1990).

Η τουριστική ανάπτυξη που λαμβάνει χώρα στο Αιγαίο γίνεται συχνά χωρίς να προϋπάρχει ένα σχέδιο που να καλύπτει όλη την οργάνωση που

απαιτείται για ένα τέτοιο εγχείρημα, όπως συμβαίνει ανά τον κόσμο σε ανάλογες περιπτώσεις (Richter – Papaconstantinou, 1992). Εάν η πορεία συνεχιστεί ως έχει, τότε το μέλλον της τουριστικής οικονομίας του Αιγαίου θα είναι ασταθές. Για τη διόρθωση αυτής της λανθασμένης πορείας είναι πολύ χρήσιμη μια οικονομική – διοικητική ανάλυση, που είναι γνωστή ως SWOT analysis, της οποίας το όνομα αποτελείται από τα αρχικά των λέξεων Strengths (Δυνάμεις), Weaknesses (Αδυναμίες), Opportunities (Ευκαιρίες), Threats (Απειλές). Έτσι, ειδικά για την περίπτωση των νησιών του Αιγαίου είναι η εξής:

Strengths	Weaknesses
Ευελιξία	Διοίκηση και Μάρκετινγκ
Δημιουργία προϊόντων «κατά παραγγελία»	Έλλειψη standards
Έμπιστοι εργαζόμενοι και οικονομία	Εποχικότητα
Τοπικό «χρώμα»	Ηλεκτρονικός Αναλφαβητισμός
Ελληνική φιλοξενία	Εξάρτηση από Tour Operators
Προσωπικές σχέσεις	Έλλειψη βοηθητικών αγορών
Απασχόληση της οικογένειας στην επιχείρηση	Απουσία οικονομιών κλίμακας
	Μεταφορές και προσβασιμότητα
	Οικονομική διαχείριση και πόροι
Opportunities	Threats
Οικονομική ενίσχυση από την Ε.Ε.	Περιβαλλοντικές επιπτώσεις
Εργατικό δυναμικό από την Ε.Ε.	Συγκεντρωτισμός
Αύξηση τουριστικής ζήτησης	Παγκοσμιοποίηση
Τουριστικές καταναλωτικές τάσεις	Υπερβολική ζήτηση για τη δεδομένη προσφορά
Χαμηλό κόστος διαβίωσης	Υποδομές
Νέες τεχνολογίες	Πολιτική
	Παγκόσμιο κλίμα αστάθειας

## Strengths - Δυνάμεις

Η ανάλυση SWOT επηρεάζει τόσο τον κρατικό, όσο και τον ιδιωτικό (Μικρο - Μεσαίες Επιχειρήσεις) τομέα στην τουριστική ανάπτυξη του Αιγαίου, αφού βρίσκονται σε συνεχή αλληλεπίδραση και συνεργασία. Το μεγαλύτερο προσόν των ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται είναι η ευελιξία που έχουν και το αποτέλεσμα αυτής, η ικανότητα δηλαδή να προσφέρουν προϊόντα που ανταποκρίνονται πλήρως στις ειδικευμένες απαιτήσεις των πελατών τους (tailor made products). Η προαναφερθείσα ευελιξία είναι απόρροια της ικανότητας του προσωπικού αυτών των επιχειρήσεων στο να λύνει σε μικρό χρονικό διάστημα όποιο πρόβλημα προκύψει. Αυτό το γεγονός οφείλεται στο μικρό αριθμό εργαζόμενων, οι οποίοι αποκτούν ευρύ πεδίο γνώσεων και λόγω του ότι συνήθως προέρχονται από το στενό οικογενειακό κύκλο του ιδιοκτήτη της επιχείρησης, είναι αφοσιωμένοι και έμπιστοι. Εκτός αυτού, λόγω της απουσίας μεγάλης ιεραρχικής κλίμακας είναι δυνατόν να προσφερθούν στους πελάτες εξατομικευμένες υπηρεσίες. Μεγάλη δύναμη στα χέρια των ΜΜΕ είναι το μοναδικό φυσικό – πολιτιστικό περιβάλλον του Αιγαίου, το οποίο αποτελεί από μόνο του έναν ισχυρό τουριστικό πόλο έλξης. Οι ΜΜΕ επενδύουν πολύ στο ότι συχνά, λόγω της φύσης των εργαζομένων της περιοχής που επιδιώκουν την καλύτερη δυνατή φιλοξενία, αλλά και γενικά όλου του κλίματος αναπτύσσονται φιλικές σχέσεις με τους πελάτες και συχνά αντιμετωπίζονται ως φίλοι. Το προσωπικό, όπως προαναφέρθηκε, συνήθως αποτελείται από μέλη της οικογένειας του ιδιοκτήτη της επιχείρησης και γι' αυτό το λόγο είναι διατεθειμένο να εργαστεί σύμφωνα με ένα διευρυμένο ωράριο που δεν επιτρέπει την ύπαρξη προσωπικής ζωής, καθώς κυριαρχεί η άποψη ότι πρέπει να γίνει κάθε δυνατή προσπάθεια για το καλό της επιχείρησης. Ακόμα συχνά εργάζονται χωρίς την καταβολή μισθού, γεγονός που, σε συνδυασμό με το χαμηλό κόστος διαβίωσης στην περιφέρεια όπου δραστηριοποιούνται, συμβάλλει στον περιορισμό των εξόδων της επιχείρησης.

## Weaknesses – Αδυναμίες

Αν και συνήθως η ενασχόληση των ιδιοκτητών των ΜΜΕ με τη διοίκηση αποτελεί πλεονέκτημα, πολλές φορές προκύπτουν διοικητικά προβλήματα. Αυτό συμβαίνει λόγω της έλλειψης βασικών διοικητικών γνώσεων που αποτελούν τροχοπέδη στη δημιουργία και στην προσφορά του προϊόντος, κάτι που έχει αντίκτυπο στη συνολική εικόνα της επιχείρησης. Το διοικητικό πλάνο της επιχείρησης είναι απλά μια προέκταση του οικιακού. Όπως προαναφέρθηκε στα πλαίσια των Δυνάμεων των ΜΜΕ, η στελέχωση γίνεται σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα από τον οικογενειακό κύκλο. Αυτό όμως έχει πολλά αρνητικά αποτελέσματα, καθώς στην αγορά εργασίας μπορούν να βρεθούν ικανότερα και αποτελεσματικότερα στελέχη. Από τη στιγμή όμως που δε συμβαίνει αυτό, η ΜΜΕ θα διακατέχεται από το οικογενειακό πνεύμα του ιδιοκτήτη της, με ό,τι αυτό συνεπάγεται. Μένοντας στο ίδιο θέμα, παρατηρείται συχνά η αδυναμία α) δημιουργίας επαφών μεταξύ ΜΜΕ και διεθνών οργανισμών και β) διατήρησης ορισμένων standards ποιότητας, λόγω έλλειψης των απαραίτητων προσόντων από ιδιοκτήτη και υπάλληλους. Η έλλειψη ικανών στελεχών στις ΜΜΕ οφείλεται και σε έναν ακόμη λόγο: την εποχικότητα. Η εποχικότητα επιφέρει σωρεία προβλημάτων στο θέμα αυτό, καθώς δε θα βρεθούν στην αγορά καταρτισμένα και έμπειρα άτομα, λόγω του μικρού χρόνου απασχόλησης, αλλά και λόγω της μηδενικής δυνατότητας ανέλιξης.

Άλλη αδυναμία είναι η έλλειψη μάρκετινγκ και η μηδενική γνώση των τεχνικών και των εργαλείων του, που ως αποτέλεσμα έχει το συχνό αποπροσανατολισμό της επιχείρησης από τον ουσιαστικό στόχο. Η έλλειψη μάρκετινγκ τόσο από πλευράς κράτους, όσο και από πλευράς ΜΜΕ έχει ως αποτέλεσμα την αδυναμία δημιουργίας μιας ολοκληρωμένης εικόνας και συγκεκριμένου brand name για τον εκάστοτε προορισμό στο Αιγαίο. Έτσι, κάθε προσπάθεια διαφημιστικής εκστρατείας και προωθητικών εργαλείων για το προϊόν θα αποδεικνύονταν μάταιη και το τουριστικό προϊόν παραμένει

δυσδιάκριτο στην αγορά. Στην αδυναμία αυτή συμβάλλει κατά πολύ ο ηλεκτρονικός αναλαβητισμός. Όταν η ΜΜΕ δε δύναται προωθήσει τον εαυτό της μέσω των σύγχρονων ψηφιακών οδών (Ίντερνετ και ηλεκτρονικών προγραμμάτων κρατήσεων –CRS-), η υπερξάρτηση από τους παγκόσμιους Tour Operators αποτελεί τη μόνη λύση. Έτσι όμως, οι Τ.Ο. συγκεντρώνουν τεράστια δύναμη στα χέρια τους και αποκτούν τη δυνατότητα καθολικής επιρροής σε εσωτερικά θέματα των ΜΜΕ, όπως το ίδιο το προϊόν, η τιμή του, ο τρόπος διάθεσης του και το μάρκετινγκ που το περιβάλλει. Παράδειγμα αυτού είναι το ότι στο εξωτερικό φωτογραφίες των νησιών του Αιγαίου μπορεί κανείς να δει μόνο στα διαφημιστικά φυλλάδια των Τ.Ο. Οι τελευταίοι διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο και στις μεταφορές από και προς τα νησιά, αφού είναι οι ίδιοι που κλείνουν συμφωνίες για απευθείας πτήσεις charter, μιας και οι προορισμοί από μόνοι τους αδυνατούν να το πραγματοποιήσουν.

Λόγω της περιορισμένης οικονομικής ανάπτυξης των νησιών, οι ΜΜΕ είναι αναγκασμένες να εισάγουν πρώτες ύλες τόσο για την κατασκευή, όσο και για τη λειτουργία τους. Σε συνδυασμό με την έλλειψη οικονομικών κλίμακας (που ως αποτέλεσμα έχει οι ΜΜΕ να αγοράζουν τα ίδια προϊόντα με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις σε υψηλότερες τιμές), παρατηρείται αύξηση του κόστους αγοράς και δημιουργία επιπλοκών στη διαδικασία προμήθειας.



## Opportunities – Ευκαιρίες

Η ανάπτυξη που σημειώνεται στις μέρες μας προσφέρει πλέον πολλές ευκαιρίες για τις Μικρό-Μεσαίες Επιχειρήσεις. Η Ευρωπαϊκή Ένωση κάνει πολλές ενέργειες αφενός, για την ενίσχυση αυτού του είδους των επιχειρήσεων (EC, 1993a) και αφετέρου, για τη βελτίωση των υποδομών της περιφέρειας, κάτι που επηρεάζει εξίσου θετικά την καλή λειτουργία των ΜΜΕ. Πολλά κονδύλια προερχόμενα από την Κομισιόν έχουν δεσμευτεί για την ανάπτυξη τόσο της υποδομής, όσο και της ανωδομής των νησιών του Αιγαίου.

Στο θέμα της στελέχωσης των επιχειρήσεων βρίσκεται μια ακόμη ευκαιρία επίσης ευρωπαϊκής «προέλευσης». Είναι πια δυνατή η σταδιακή αναδιανομή των εργασιακών πόρων στην ΕΕ. Για τις ΜΜΕ αυτό σημαίνει θα είναι σε θέση να «εκμεταλλευτούν» τις εξειδικευμένες γνώσεις των ευρωπαίων εργαζομένων και να επωφεληθούν από το αποτέλεσμα.

Η –παγκόσμια- αυξημένη τουριστική ζήτηση δε θα μπορούσε να αφήσει ανεπηρέαστες τις ΜΜΕ του Αιγαίου. Οι επιχειρήσεις αυτές βρίσκονται ψηλά στις προτιμήσεις των «καταναλωτικά υποψιασμένων» τουριστών, μιας και λόγω του μεγέθους και της οργάνωσής τους δύνανται να ανταποκριθούν στις ιδιαίτερες απαιτήσεις αυτών των ανθρώπων.

Όπως έχει προαναφερθεί, ένα σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ των νησιών του Αιγαίου είναι η απομόνωση από την παγκόσμια αγορά και ό,τι αυτό συνεπάγεται. Η τεχνολογία όμως έρχεται να καλύψει αυτό το κενό, προσφέροντας υπηρεσίες που ενισχύουν την προώθηση των προϊόντων των ΜΜΕ, φέρνοντάς τες κοντά σε κάθε καταναλωτή, όπου και αν διαμένει. Αυτά τα προϊόντα είναι γνωστά ως Destination Management Systems και μπορούν να διευρύνουν το πεδίο δραστηριοποίησης των ΜΜΕ. Επίσης, μέσω των σύγχρονων εγκαταστάσεων που μπορεί κάθε ΜΜΕ να έχει, οι τουρίστες μπορούν πλέον να συνδυάζουν τις διακοπές τους με την εργασία τους, αφού η απόσταση από το

χώρο όπου δουλεύουν δεν τους εμποδίζει στο να έχουν τα επιθυμητά αποτελέσματα (Buchalis, 1993, 1994).

### Threats – Απειλές

Μία από τις σημαντικότερες εξωτερικές απειλές των ΜΜΕ στο Αιγαίο οφείλεται στην έλλειψη οργάνωσης και διοικητικών γνώσεων. Η καταστροφή του περιβάλλοντος και η υπεράντληση των φυσικών πόρων κάθε νησιού είναι προβλήματα που προκύπτουν από τον κακό σχεδιασμό και την κακή λειτουργία των επιχειρήσεων. Αυτό συμβαίνει διότι οι ιδιοκτήτες δεν θέτουν στόχο την μακροχρόνια εύρυθμη λειτουργία των ΜΜΕ τους, αλλά αποβλέπουν στην αποκόμιση του γρήγορου και εύκολου κέρδους. Έτσι δημιουργούν μια σειρά οικολογικών καταστροφών, ενώ δεν ασχολούνται με το πώς θα διορθωθεί αυτή η κατάσταση.

Ακόμη, ένα ολέθριο λάθος έχει να κάνει με τον κρατικό τουριστικό αυτών των νησιών. Η έλλειψη σαφούς ορισμού στο θέμα των δημοσίων δικτύων, ύδρευσης, αποχέτευσης, του οδικού δικτύου κτλ οδηγεί στην υπερφόρτωσή τους και σε καταστάσεις που κατά τη διάρκεια των περιόδων υψηλής ζήτησης εμποδίζουν την ομαλή προσφορά του τουριστικού προϊόντος.

Σε εθνικό πολιτικό επίπεδο, το μεγάλο αρνητικό των μικρό-μεσαίων επιχειρήσεων είναι η πολύ μικρή ισχύς που έχουν σε μορφή άσκησης πολιτικών και οικονομικών πιέσεων, σε αντίθεση με το πολύ ισχυρό λόμπι των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων που συγκεντρώνουν όλες τις περισσότερες οικονομικές και πολιτικές απολαβές που προσφέρει ο τουρισμός.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι διεθνείς πολιτικές εξελίξεις δε θα μπορούσαν να μην αγγίξουν και τον ελληνικό τουρισμό, αφού η γεωγραφική θέση της Ελλάδας κοντά σε περιοχές με πολιτική αστάθεια και εκρήξεις βίας την καθιστούν ευαίσθητη.

## Αρνητικά αποτελέσματα;

Τα νησιά του Αιγαίου πρέπει να συνειδητοποιήσουν και την αρνητική πλευρά της τουριστικής βιομηχανίας. Ειδικά με τα λάθη του παρελθόντος που συνεχίζονται μέχρι σήμερα (οικονομικά – κοινωνικά – περιβαλλοντικά), ο εντόπιος πληθυσμός πρέπει να ανεχθεί την άλλη πλευρά της τουριστικής ανάπτυξης και, κυρίως, να την αντιμετωπίσει αποτελεσματικά.

Στα οικονομικά θέματα είναι βέβαιο ότι ο τουρισμός συνέβαλε στην καταπολέμηση της ανεργίας, αλλά υπάρχουν και αρκετά αρνητικά, κυρίως λόγω της αποκλειστικής μονόδρομης ανάπτυξης της βιομηχανίας. Η μονοκαλλιέργεια του τουρισμού στα νησιά αυτά είναι δίκικο μαχαίρι. Μπορεί να έχει αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό αλλά άλλοι τομείς, όπως η γεωργία και η βιομηχανία έχουν υπάρξει θύματα. Αυτό συνέβη καθώς τα ποσά που επενδύθηκαν ήταν ελάχιστα σε σχέση με τον τουρισμό. Επίσης ένα άλλο θέμα είναι και ο ανταγωνισμός μεταξύ της γεωργίας και του τουρισμού όσον αφορά την απορρόφηση του – περιορισμένου στα νησιά- εργατικού δυναμικού. Κατά αυτόν τον τρόπο, η οικονομία βρίσκεται σε ρίσκο, αφού η υπερξάρτηση στον τουρισμό είναι αναπόφευκτη. Ακόμη, η ανεργία που δημιουργείται κατά τους λεγόμενους «off season» μήνες (Οκτώβριος - Απρίλιος), σε συνδυασμό με το γεγονός ότι ο κρατικός τομέας υπερκαλύπτει τον ιδιωτικό, αποτελούν μεγάλα θέματα. Οι παγκόσμιοι Tour Operators έχουν μερίδιο στις επιπτώσεις του τουριστικού φαινομένου από τη στιγμή που κάνουν μεγάλα παζάρια στις τιμές που προσφέρουν οι ΜΜΕ, με αποτέλεσμα οι τελευταίες να ακολουθούν επιζήμια τιμολογιακή πολιτική (τιμές κάτω του κόστους). Πρέπει όμως να σημειωθεί ότι λόγω της έλλειψης επιστημονικής έρευνας όσον αφορά τα πραγματικά οικονομικά αποτελέσματα, μπορούν να γίνουν μόνο υποθέσεις αντί ουσιαστικών συμπερασμάτων (Ζαχαράτος, 1988, 1989).

Η τουριστική βιομηχανία δε θα μπορούσε να αφήσει ανεπηρέαστη την κοινωνία του Αιγαίου. Πριν την ανάπτυξη, τα νησιά θεωρούνταν ζώνες σχεδόν

μηδενικής εγκληματικότητας, λόγω των στενών σχέσεων που είχαν οι κάτοικοι. Ο τουρισμός έφερε μαζί του φαινόμενα όπως ο χουλιγκανισμός, ο γυμνισμός και η διατάραξη της κοινής ησυχίας που ήταν λογικό να ενοχλήσουν τους νησιώτες, οι οποίοι το μόνο που μπορούσαν να κάνουν ήταν να τα ανεχθούν (Τσάρτας, 1989, 1992). Επηρεάστηκε ακόμα και η καθημερινή κοινωνική ζωή των εντόπιων πληθυσμών λόγω των υπερβολικών ωρών εργασίας που ως αποτέλεσμα είχε την αθέτηση κοινωνικών υποχρεώσεων όπως αυτές προς την οικογένεια, την εκκλησία κτλ (Moore, 1992).

Στο θέμα περιβάλλον τα νησιά υποφέρουν από τα προβλήματα που αντιμετωπίζει κάθε τουριστικά ανεπτυγμένος τόπος, όπως έχει ήδη αναφερθεί στο κεφάλαιο «οι περιβαλλοντικές επιδράσεις του τουρισμού». Η μόλυνση του αέρα, των υδάτων και του εδάφους, η εξάντληση των φυσικών πόρων, το κυκλοφοριακό πρόβλημα είναι κάποια από τα προβλήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν (Παπαδόπουλος, 1988b, Peterson, 1990). Τα ανωτέρω προβλήματα τονίζουν το ότι όσο αναπτύσσεται ο τουρισμός –και δη ο μαζικός-, τόσο χάνεται η εξουσία των πρώτων υλών από τα χέρια του εντόπιου τουρισμού. Επειδή αυτές οι επιπτώσεις είναι το αντάλλαγμα για τις οικονομικές απολαβές που προσφέρει η βιομηχανία, είναι ανάγκη να πραγματοποιηθεί μακροπρόθεσμος στρατηγικός σχεδιασμός με σκοπό τη διαχείριση και την αειφορία των φυσικών πόρων. Ένα τέτοιο εγχείρημα απαιτεί βεβαίως την προαναφερθείσα έρευνα και την απαραίτητη πολιτική βούληση.

## ΠΗΓΕΣ

### Διαδίκτυο

[www.dolnet.gr](http://www.dolnet.gr) (άρθρα από «ΤΑ ΝΕΑ»)

[www.ecotourism.org](http://www.ecotourism.org)

[www.landcareresearch.co.nz](http://www.landcareresearch.co.nz)

[www.landcareresearch.co.nz](http://www.landcareresearch.co.nz)

[www.tourismconcern.org.uk](http://www.tourismconcern.org.uk)

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

[www.unep.org](http://www.unep.org), Production and Consumption Branch, Tourism

[www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

[www.wttc.org](http://www.wttc.org)

### Βιβλιογραφία

#### Ελληνική

«Εισαγωγή στον Τουρισμό», Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, Κώστας Ν. Κραβαρίτης, Περικλής Ν. Λύτρας, εκδόσεις Interbooks, 1998

«Κοινωνιολογία του Τουρισμού», Περικλής Ν. Λύτρας, εκδόσεις Interbooks, 1998

#### Ξενόγλωσση

“Tourism: Principles and Practice”, Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd, Wanhill, εκδόσεις Longman, 1998 (2<sup>nd</sup> edition)

Τουριστική Ανάπτυξη, William C. Gartner, εκδόσεις

### Άρθρα

Tourism on the Greek Islands: Issues of Peripherality, Competitiveness, and Development, Dimitrios Buchalis

WTO, World Tourism Barometer, Vol.3, No 1, January 2005