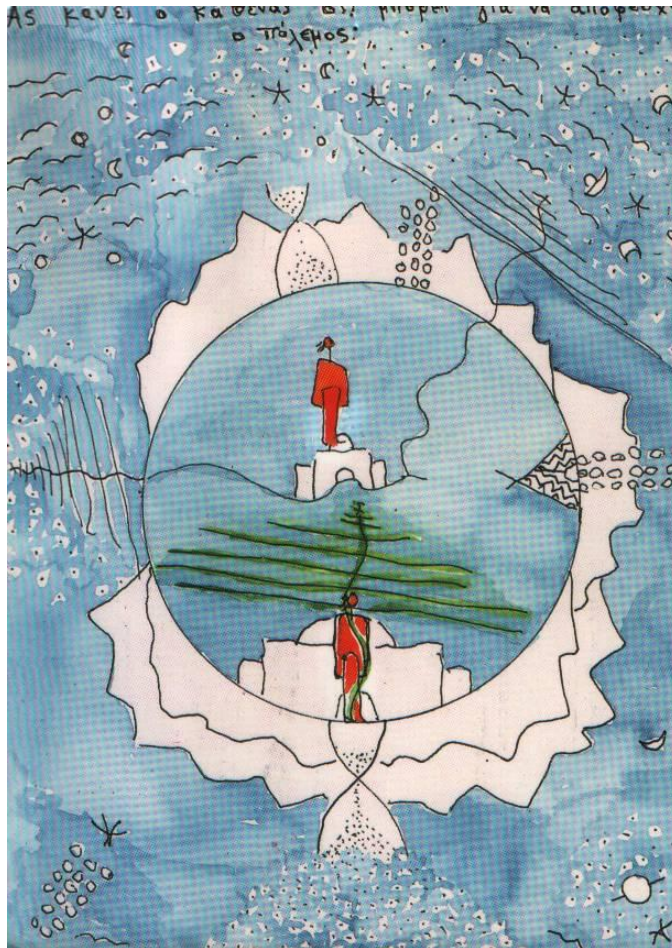


ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**Οι Κοινωνικές Επιδράσεις του Τουρισμού στη Χώρα μας και η
εξέλιξη τους.**



ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΙΓΓΛΕΣΗ ΜΑΡΙΑ
ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΔΟΥΚΕΡΗ ΝΕΚΤΑΡΙΑ

ΠΑΤΡΑ 2005

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

1. Εισαγωγή.....	3
2. Ο Ορισμός του Τουρισμού.....	4
3. Η Έννοια του Τουρίστα.....	6
4. Ιστορική Αναδρομή.....	7
5. Εννοιολογικά Στοιχεία του Τουρισμού.....	11
6. Ο Τουρισμός ως Κοινωνικό Φαινόμενο.....	13
7. Παράγοντες προκλήσεως του Τουριστικού Φαινομένου.....	20
8. Ο Σύγχρονος Τουρισμός και οι προεκτάσεις του.....	26
9. Τουριστικές Επιδράσεις.....	28
10. Οι κοινωνικές Επιδράσεις του Τουρισμού ανάλογα με τις μορφές και τις Διακρίσεις του.....	36
11. Η συνάντηση του Τουρίστα με το ντόπιο.....	74
12. Τουρισμός και κοινωνία. Οι θετικές επιδράσεις.....	76
13. Οι αρνητικές επιπτώσεις.....	78
14. Διεθνής τουριστική εξέλιξη.....	80
15. Ο Ελληνικός τουρισμός και οι προοπτικές του.....	83
16. Τουρισμός και Ευρωπαϊκή Ένωση.....	88
17. Βιβλιογραφία – Πηγές.....	91

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σύμφωνα μ' όλες τις προβλέψεις, στις αρχές του 21^{ου} αιώνα οι μεγάλες και συνεχώς αναπτυσσόμενες βιομηχανίες και παραγωγικές διαδικασίες, σε παγκόσμιο επίπεδο, θα είναι ο τουρισμός, οι μεταφορές, η πληροφορική και η βιοτεχνολογία. Όπως διαφαίνεται ο τουρισμός θα παίξει σημαντικό ρόλο στην περαιτέρω ανάπτυξη των οικονομιών πολλών περιοχών του κόσμου που τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα τις βοηθούν προς την κατεύθυνση αυτή.

Οι προβλέψεις για την διακίνηση τουριστών σ' όλο τον κόσμο για τα πρώτα 10 χρόνια του αιώνα που έρχεται, θα φθάσουν περίπου τα 2 δισεκατομμύρια. Γίνεται λοιπόν αντιληπτό το κατά πόσο ο τουρισμός θα δώσει αναπτυξιακή ώθηση στις περιοχές που αποτελούν τους τουριστικούς προορισμούς μέσα από τη διαδικασία της απασχόλησης και της παραγωγής τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σ' ένα παγκόσμιο ανταγωνιστικό περιβάλλον μ' όλες τις συνέπειες που απορρέουν από τη διαδικασία ισχυροποίησης και επέκτασης των τουριστικών αγορών.

Ήδη στην χώρα μας, ο τουρισμός στο σύνολο της οικονομικής δραστηριότητας συμβάλει κατά ορισμένες εκτιμήσεις σε ποσοστό μεγαλύτερο του 10 % στη διαμόρφωση του εθνικού εισοδήματός και απασχολεί το 7 % του ενεργητικού δυναμικού της.

Η χώρα μας διαθέτει ένα μοναδικό τουριστικό προϊόν που στηρίζεται στα αναμφισβήτητα συγκριτικά μας πλεονεκτήματα διαθέτοντας μια μοναδική αρχαιολογική, πολιτιστική και καλλιτεχνική κληρονομιά, αξιόλογες φυσικές ομορφιές και ένα τρόπο ζωής ιδιαίτερα επιθυμητό στους επισκέπτες μας.

Για το ότι η χώρα μας είναι μια από τις καλύτερες τουριστικές περιοχές του κόσμου και για το ότι πρέπει όλοι, και ιδιαίτερα οι ενασχολούμενοι με τη τουριστική παραγωγική διαδικασία, να γνωρίζουν τα περί τουρισμού γενικά, γίνεται μια προσπάθεια μέσα από τις γραμμές της εργασίας αυτής μιας κοινωνικής προέκτασης του τουρισμού με σκοπό να αναλογιστούμε τι είναι ο τουρισμός και ποιες οι επιπτώσεις αυτού, δηλαδή πως επηρεάζεται από το κοινωνικό, οικονομικό, πολιτιστικό πεδίο και το περιβάλλον, με σκοπό την καλύτερη δυνατή εκμετάλλευση των δυνατοτήτων του για όσους εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα στην τουριστική διαδικασία.

1. Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός σήμερα αποτελεί μια οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική δραστηριότητα που κινείται σε τοπικό και διεθνές επίπεδο και για πολλές εθνικές οικονομίες η πρωταρχική παραγωγική διαδικασία που λειτουργεί σα βασική πηγή εισοδήματος.

Καλύπτει σχεδόν όλα τα εισοδηματικά στρώματα και προσπαθεί να ικανοποιήσει τη βασική πλέον ανάγκη του ανθρώπου που είναι η δυνατότητα αλλαγής του περιβάλλοντος και τρόπου ζωής, για ένα χρονικό διάστημα, που σε ποιότητα και ποσότητα ποικίλλει ανάλογα με τη διάθεση και το μέγεθος της δαπάνης που ο κάθε άνθρωπος έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει.

Η κίνηση αυτή δημιουργεί πολλά γεγονότα θετικού ή αρνητικού προβληματισμού. Θετικά όσον αφορά τη δυνατότητα γνωριμίας με άλλες κοινωνικές ομάδες και αρνητικά όσον αφορά την απομάκρυνση για πολλούς από το μόνιμο περιβάλλον τους. Το τι είναι τουρισμός, το πώς δημιουργείται, το πως επηρεάζει τη ζωή των ανθρώπων που κινούνται στο χώρο που θα εξετάσουμε στη συνέχεια σα μια εισαγωγή στο αντικείμενο του τουρισμού.

Τι εννοούμε όμως με τον όρο «τουρισμός»;

- Τουρισμός, **ορίζει η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού**, είναι το σύνολο των ανθρωπίνων μετακινήσεων και οι δραστηριότητες που προκύπτουν από αυτές.
- Τουρισμός, **μας εξηγεί ο Ν. Αιγηνίτης**, καλείται η από χώρα σε χώρα ή τόπο σε τόπο μεταβίβαση ατόμων σε ομάδες ή μεμονωμένα, με σκοπό μικρή ή μεγάλη, όχι όμως μόνιμη, διαμονή, χωρίς άσκηση επαγγέλματος, για λόγους γενικά αναψυχής.
- Τουρισμός, **κατά τον Στ. Καλφιώτη**, καλείται η από γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής σε άλλο, πρόσκαιρη διακίνηση ατόμων σε ομάδες ή μεμονωμένα, που αποσκοπεί στη με τέρψη ικανοποίηση ψυχικής επιθυμίας ή πνευματικής περιέργειας γενικά, που προκαλεί τη δημιουργία οικονομικών δραστηριοτήτων.
- Τουρισμός, **μας λέει ο Jean Medecin**, είναι μια δραστηριότητα ευκαιρίας που συνίσταται στο να ταξιδεύει κανείς μακριά από το τόπο διαμονής του για διασκέδαση, για ανάπαυση, για εμπλουτισμό των εμπειριών του και την ανύψωση του

πνευματικού του επιπέδου από την παρουσίαση νέων μορφών ανθρώπινης δράσης και από τις εικόνες μιας άγνωστης φύσης. Η έννοια της ευκαιρίας δίνει μια άλλη διάσταση στον ορισμό αυτό.

- Τουρισμός, **σύμφωνα με τον De Meyer**, καλείται το σύνολο των ανθρωπίνων μετακινήσεων και οι δραστηριότητες που προκύπτουν από αυτές, που προκαλούνται από την εξωτερική και την πραγματοποίηση του πόθου, που αδρανή σε διάφορο βαθμό και ένταση σε κάθε άτομο.
- Τουρισμός, **σύμφωνα με την άποψη του Marrioti**, είναι το σύνολο των σχέσεων και των γεγονότων που σχετίζονται με την διαμονή των ξένων που ταξιδεύουν για αναψυχή, μόρφωση ή θεραπεία χωρίς κύριο σκοπό το κέρδος.
- Τουρισμός, **με την απόδοση του όρου από τον Schwihk**, είναι η κίνηση των ανθρώπων που εγκαταλείπουν προσωρινά τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους για λόγους που αφορούν το πνεύμα, το σώμα ή το επάγγελμα.
- Τουρισμός, **πιστεύει ο De Magistri**, είναι η κίνηση ανθρώπων και πραγμάτων στη ξηρά, τη θάλασσα και τον αέρα, είναι ο ανθρώπινος πόθος για κίνηση για λόγους αναψυχής, μόρφωσης και υγείας, είναι η αναζήτηση πάντοτε νέων συγκινήσεων για σωματική και ψυχική αναγέννηση.
- Τουρισμός, **με την γνώμη του Dr Stanistas Lesczyski**, είναι η κίνηση στην οποία μετέχουν όσοι για ένα χρονικό διάστημα μένουν σ'έναν τόπο. Είναι δε ξένοι αυτοί, των οποίων η διαμονή δεν έχει φιλοκερδή, ούτε υπηρεσιακό, ούτε στρατιωτικό χαρακτήρα.
- Τέλος, **Τουρισμός θεωρεί ο Hunziker**, είναι το σύνολο των σχέσεων και των γεγονότων που δημιουργούνται από την διαμονή των αλλοδαπών αν αυτή δεν έχει σαν αιτία πρόσκαιρες ή μόνιμες κερδοφόρες ενέργειες.



3. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ

Οι ορισμοί που δώσαμε με τον τουρισμό αναφέρονται σχεδόν όλοι σε άτομα είτε ή μεμονωμένα είτε σε ομάδες. Τα άτομα αυτά που πραγματοποιούν τουριστικές μετακινήσεις ή όπως συνηθίζεται να λέγεται, κάνουν τουρισμό, τα ονομάζουμε τουρίστες. Είναι όμως όλοι όσοι μετακινούνται τουρίστες ή όχι;

Η κοινωνία των εθνών, ο σημερινός ΟΗΕ, στις 22-1-1937 σύστησε επιτροπή για να καθορίσει ποιοι ταξιδιώτες χαρακτηρίζονται σαν τουρίστες και ποιοι όχι. Τουρίστες χαρακτηρίζονται:

- Τα άτομα που ταξιδεύουν για ψυχαγωγία, για οικογενειακούς λόγους, για λόγους υγείας κλπ.
- Τα άτομα που ταξιδεύουν για συμμετοχή σε συνέδρια ή για συμμετοχή σε οποιαδήποτε επιστημονική, διπλωματική, θρησκευτική, αθλητική, καλλιτεχνική ή άλλη αντιπροσωπεία.
- Τα άτομα που ταξιδεύουν για επιχειρηματικούς σκοπούς.
- Τα άτομα που καταφθάνουν με θαλάσσιες περιηγήσεις και αποβιβάζονται στη στεριά.

Δεν χαρακτηρίζονται σαν τουρίστες οι παραπάνω:

- Τα άτομα που ταξιδεύουν με ή χωρίς συμβόλαιο εργασίας για να απασχοληθούν σ' έναν άλλο τόπο.
- Τα άτομα που ταξιδεύουν για μόνιμη εγκατάσταση σ' ένα τόπο.
- Οι φοιτητές ή σπουδαστές και νέοι γενικά που φοιτούν σε ιδρύματα ή σχολεία που είναι μακριά από το τόπο της μόνιμης διαμονής τους.
- Οι μόνιμοι κάτοικοι παραμεθόριων περιοχών που κατοικούν στη μία χώρα και μετακινούνται στην άλλη για να εργαστούν.

- Οι ταξιδιώτες που διέρχονται, διαμέσου μιας χώρας χωρίς να σταματήσουν, ακόμη και αν η χρονική διάρκεια της διέλευσης, είναι μεγαλύτερη από ένα 24ώρο.

4. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Οι πρώτες μετακινήσεις του ανθρώπου για λόγους τουριστικούς, με την σημερινή έννοια του όρου, άρχισαν να εμφανίζονται στη περίοδο της αρχαίας Ελλάδας. Η μετακίνηση σε άλλους τόπους μακριά από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους πραγματοποιείτο για λόγους εμπορικούς, θρησκευτικούς, αθλητικούς και ικανοποίησης της έμφυτης περιέργειας του ανθρώπου για κάτι νέο.

Στην αρχαία Ελλάδα το αίσθημα της ξενίας ήταν έντονα ανεπτυγμένο. Αυτό το παρατηρούμε στα πολλά γραπτά κείμενα των αρχαίων συγγραφέων όπου οι αναφορές για ταξίδια είναι παρά πολλές. Ο Ηρόδοτος έκανε περιηγήσεις στην Σικελία, την Αίγυπτο, και σε άλλες χώρες με σκοπό να γνωρίσει τα ήθη και τα έθιμα τους, τα ιστορικά μνημεία, τον πολιτισμό τους κ.ά. Πολλά άτομα επίσης ταξίδευαν για ευχαρίστηση αλλά και να γνωρίσουν νέες φιλοσοφικές δοξασίες, άλλους ανθρώπους, νέες τεχνικές και γενικά να γνωρίσουν τον τρόπο ζωής άλλων κοινωνικών ομάδων που στηρίζονταν σε άλλα συστήματα.

Τουριστικές περιοχές γνωστές της εποχής εκείνης, με τα σημερινά δεδομένα, μπορούν να χαρακτηριστούν η Ολυμπία, οι Δελφοί, η Επίδαυρος, η Αιδηψός δηλαδή περιοχές που αποτελούσαν πόλο έλξης ταξιδιωτών λόγω των διαφόρων γεγονότων που αποτελούσαν κατά διάφορες χρονικές στιγμές με διαφορετικά ενδιαφέροντα, όπως αθλητικές, θρησκευτικές εκδηλώσεις ή λόγω αποκατάστασης της υγείας. Παρόλα αυτά η συχνότητα των ταξιδιών και η συμμετοχή των ταξιδιωτών δε πλησιάζει σε κανένα σημείο τη σημερινή κινητικότητα και συμμετοχή.

Στα Ρωμαίικα και Βυζαντινά χρόνια οι μετακινήσεις γίνονται περισσότερες και αρχίζουν να υπάρχουν κανόνες όσον αφορά την ασφάλεια του ταξιδιού και τα διάφορα καταλύματα που προσφέρονται για την εξυπηρέτηση των ταξιδιωτών, που είναι ο χαρακτηρισμός του μετακινούμενου την εποχή εκείνη.

Η τουριστική εξέλιξη, παρατηρώντας τη χρονικά, διαπιστώνουμε ότι έχει μια βραδεία πορεία μέχρι το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου. Τα

βασικά αίτια βρίσκονται στο ότι ο τουρισμός αποτελεί κοινωνικό φαινόμενο και σαν κοινωνικό φαινόμενο άρχισε να αναπτύσσεται στις οργανωμένες κοινωνίες και επόμενο ήταν να επιτευχθεί η ανάπτυξη αυτή με την κοινωνική.

Ξεκινώντας από την αρχαιότητα παρατηρούμε ότι η μετακίνηση των μεμονωμένων ατόμων ή σε πολλές περιπτώσεις και η μετακίνηση ομάδων ατόμων ήταν περιορισμένη και οι ανάγκες των ταξιδιωτών καλύπτονταν από μια υποτυπώδη παροχή αγαθών και υπηρεσιών γεγονός συνεφασμένο με την κοινωνικοοικονομική κατάσταση της εποχής εκείνης. Η περιορισμένη παιδεία, τα πενιχρά και μη ασφαλή μέσα συγκοινωνίας αποτελούσαν βασικά εμπόδια ανάπτυξης του τουρισμού.

Η ανάπτυξη αυτή έγινε με την ανάπτυξη των μέσων συγκοινωνίας, δημιουργώντας έτσι ασφαλέστερες και ταχύτερες μετακινήσεις, οπότε παρουσιάζονται οι πρώτες ομαδικές μετακινήσεις. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι η συστηματική και μεθοδική κατασκευή οδικού δικτύου από τους Ρωμαίους έδωσε μια σημαντική για την εποχή εκείνη ώθηση στον τουρισμό.

Τη μορφή αυτή διατήρησε ο τουρισμός και κατά την περίοδο του Φεουδαρχισμού. Την περίοδο αυτή, όπως και στην αρχαιότητα, τα μεμονωμένα μετακινούμενα άτομα ήταν κυρίως άτομα που άνηκαν στην τάξη των ευγενών. Όσο αφορά τα μετακινούμενα σε ομάδες άτομα είχαν σα σκοπό τη μετακίνηση τους τις θρησκευτικού περιεχομένου επισκέψεις. Διαφοροποίηση στους σκοπούς των μετακινήσεων παρατηρείται κατά την περίοδο της Αναγέννησης.

Οι νέες αυτές συνθήκες δημιουργούν μετακινήσεις, η δε συνεχής ανάπτυξη των συγκοινωνιακών μέσων παρέχει τις δυνατότητες για την πραγματοποίησή τους. Έτσι την εποχή αυτή παρατηρείται ένας, με σχέση με το παρελθόν, «οργανισμός» μετακίνησης ατόμων για λόγους τέρψης και ικανοποίησης πνευματικών ανησυχιών. Η μεταβίβαση ατόμων από χώρες της Ευρώπης προς την Αίγυπτο, την εγγύς Ανατολή και την Ελλάδα για λόγους κύρια αρχαιολογικού ενδιαφέροντος ή εθνολογικής έρευνας είναι πλέον γεγονός.

Η προσπάθεια για την ανάλογη προστασία του περιβάλλοντος μάλλον, στην συνέχεια προσέκρουσε σε οικονομικά προνόμια της ιδιωτικής πρωτοβουλίας που σιγά σιγά άρχισε την εκμετάλλευση του τουρισμού με αποτέλεσμα μέχρι και σήμερα να αντιμετωπίζεται το πρόβλημα της προστασίας του όχι όπως θα έπρεπε. Η εκ των υστέρων παρεμβάσεις όπως είναι φυσικό, δεν είναι ικανές να περιορίσουν το πρόβλημα.

Οι βασικές κατευθύνσεις της τουριστικής πολιτικής που εφαρμόστηκε στην αρχή της ανάπτυξης του τουρισμού εστιάζονται στις αναφερόμενες παρακάτω :

- Ανάπτυξη του παραλιακού τουρισμού, με περιφερειακή ανάπτυξη των παράλιων περιοχών των λουτροπόλεων που αποτελούν θερινά θέρετρα.
- Ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού με κρουαζιερόπλοια.
- Αποκέντρωση του τουρισμού, με περιφερειακή ανάπτυξη, καθώς και ο τουρισμός περιοριζόταν κατά κύριο λόγο στην Αθήνα, που αποτελούσε λόγω των πολιτιστικών και αρχαιολογικών προσόντων της, το κύριο πόλο έλξης ξένων τουριστών, καθώς επίσης και η αεροπορική πρόσβαση που ήταν πλέον δυνατή.
- Κατασκευή μεγάλων οδικών δικτύων τουριστικής και όχι μόνο σημασίας για την διακίνηση των τουριστών εκτός της Αθήνας και την ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού, με ιδιαίτερο χαρακτήρα την εθνική οδό μέχρι τη Θεσσαλονίκη, την Πάτρα και τη διάνοιξη οδικού δικτύου στην Ήπειρο από το Αντίρριο μέχρι την Ηγουμενίτσα για τη σύνδεση με την παραδοσιακά τουριστική χώρα, την Ιταλία.
- Ανέργεια από τον Ε.Ο.Τ ξενοδοχειακών μονάδων, πιλοτικής μορφής, με την επωνυμία «Ξενία», σε σημαντικές για την εποχή του '60 περιοχές με σκοπό να αρχίσει η αποκέντρωση των καταλυμάτων. Επίσης δημιουργήθηκαν τουριστικά περίπτερα με εστιατόρια και μικρούς ξενώνες.

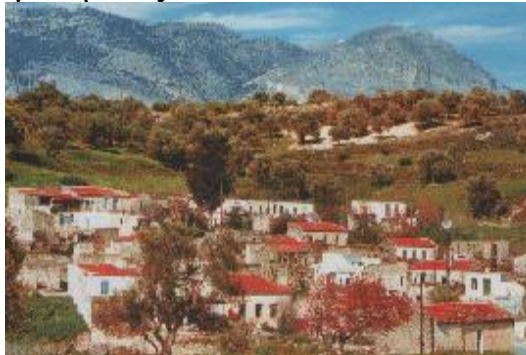
Η βασική φιλοσοφία της πολιτικής αυτής είχε σαν σκοπό την ομαλή διαδοχή στην τουριστική διαδικασία από το κράτος στην ιδιωτική πρωτοβουλία με το κράτος να αποτελεί καθαρά επιτελικό και νομοθετικό έργο, υποστηρίζοντας για το καλό του Ελληνικού τουρισμού την όλη προσπάθεια.

- Παράλληλα στην τουριστική υποδομή, εντάχθηκε η δημιουργία του πρώτου δικτύου σταθμών λιμενίσκου και ανεφοδιασμού θαλαμηγών σκαφών, οι μαρίνες , που θα αποτελούσε την αρχή για την κατασκευή μαρίνων διαχείμασης σκαφών, με σκοπό την προσέλκυση τουριστών υψηλής εισοδηματικής τάξης.

- Συστήνεται για πρώτη φορά στον ΕΟΤ υπηρεσία προβολής και διαφήμισης καθώς και δημιουργία γραφείων στο εξωτερικό.
- Στα τέλη της δεκαετίας του '60 άρχισε η επιλεκτική διαφημιστική προβολή του τουρισμού μας στο εξωτερικό με καταχωρήσεις σε εξειδικευμένες εκδόσεις για την προσέλκυση τουριστών.
- Μέσα σε αυτήν τη κοσμογονία κατασκευής τουριστικών έργων, εντάχθηκε η δημιουργία οργανωμένων ακτών καθώς και τουριστικές εκδηλώσεις με κύριο άξονα το φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου.
- Μ' αυτές τις ενέργειες άρχισε η ανάδειξη των πρώτων διεθνών τουριστικών κέντρων της χώρας όπως η Ολυμπία, οι Δελφοί, η Ρόδος, η Κέρκυρα και άλλες που λόγω των έργων έγιναν περισσότερο προσιτά.

Για να κατανοήσουμε καλύτερα τη σημασία του τουρισμού στην ανάπτυξη της Χώρας μας ας προσέξουμε την αναφορά του Ελβετού τουρισμολόγου Bitter ,που αναφέρει ότι *ο τουρισμός είναι ένα ποτάμι που μέσα σ' ένα καλά οργανωμένο δίκτυο καναλιών διαχέεται μέσα στη χώρα και προσφέρει τον επιούσιο σε διάφορες κοινωνικές τάξεις. Για να επιτευχθεί αυτό θα πρέπει οι αποφάσεις των αρμόδιων κέντρων να είναι οι πρέπουσες για να μπορεί ο τουρισμός να επιτελεί το ενεργητικό του έργο.*

Ιδιαίτερη σημασία θα πρέπει να δοθεί στα άτομα που άμεσα ή έμμεσα θα ασχολούνται στον τουρισμό που θα πρέπει να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένα και με αυξημένο το αίσθημα της ευθύνης καθώς και να έχουν αυξημένη τουριστική συνείδηση. Με τον όρο τουριστική συνείδηση εννοούμε το σύνολο των ενεργειών που συμβάλλουν στην καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των τουριστών, τη διευκόλυνση τους και την δημιουργία σε αυτούς ευχάριστη εντύπωση κατά την πρόσκαιρη παραμονή τους στο τόπο που επισκέπτονται.



5. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Από τους ορισμούς που αναφέραμε προκύπτουν ορισμένα στοιχεία που είναι βασικά και απαραίτητα ώστε μια μετακίνηση να χαρακτηρίζεται σαν τουρισμός. Τα εννοιολογικά αυτά στοιχεία είναι τα εξής :

- **Δύο διαφορετικοί γεωγραφικοί τόποι.**

Για να υπάρχει τουρισμός είναι απαραίτητη η μετακίνηση ατόμων από έναν τόπο σ έναν άλλο. Κατ' ανάγκη ο ένας τόπος είναι ο τόπος της μόνιμης διανομής και ο άλλος ένας ξένος, μακριά από τον πρώτο αλλά είναι πάντα γνωστός. Οι δύο διαφορετικοί τόποι μπορεί να είναι ή μέσα στην ίδια χώρα ή σε μια άλλη, στην αλλοδαπή.

- **Το άτομο ή η ομάδα ατόμων.**

Ο τουρισμός απευθύνεται στον άνθρωπο και έτσι είναι το υποκείμενο αλλά και το αντικείμενο του, μια και εξαρτάται από την συμμετοχή του τόσο τη φυσική, όσο και την οικονομική.

- **Πρόσκαιρη παραμονή**

Η χρονική διάρκεια παραμονής του τουρίστα αποτελεί βασικό στοιχείο γιατί από αυτή εξαρτάται αν κάποιο άτομο θα εξακολουθηθεί να χαρακτηρίζεται σαν τουρίστας ή όχι. Ειδικά για τον τουρισμό που γίνεται σ' άλλη χώρα έχει θεσπιστεί απ' όλα σχεδόν τα κράτη ανώτατο χρονικό διάστημα παραμονής στη χώρα για λόγους τουριστικούς. Το ανώτατο όριο είναι για ορισμένες χώρες το εξάμηνο. Σε συνδυασμό του ότι ο τουρίστας δεν πρέπει να κερδίζει χρήματα κατά τη διάρκεια της τουριστικής του μετακίνησης, το όριο παραμονής του τουρίστα εξαρτάται από την οικονομική του κατάσταση και από τις τιμές των αγαθών και υπηρεσιών που υφίστανται στη χώρα που επισκέπτεται.

- **Η μη άσκηση του επαγγέλματος**

Η αμοιβή του τουρίστα, κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του και την παραμονή του στις περιοχές που επισκέπτεται, είναι απαγορευτικός όρος για να αρθεί η ιδιότητα του τουρίστα, απ' οποία δραστηριότητα με σχέση εξαρτώμενης ή όχι εργασίας και αν προέρχεται.

- **Ο τουριστικός σκοπός.**

Ως σκοποί για τους οποίους μια μετακίνηση χαρακτηρίζεται τουριστική έχουν αναφερθεί στους ορισμούς που έχουν παρουσιασθεί, η αναψυχή, η ψυχαγωγία, η συμμετοχή σε διάφορες αντιπροσωπείες, οι λόγοι υγείας και όπως θα δούμε στη συνέχεια οι άλλοι.

- **Δημιουργία οικονομικών δραστηριοτήτων**

Η μετακίνηση των τουριστών υπαγορεύει την πρόκληση διαφόρων οικονομικών δραστηριοτήτων. Οι δραστηριότητες αυτές δημιουργούνται τόσο στους τόπους προέλευσης όσο και στους τόπους προορισμού για την αντιμετώπιση όλων των αναγκών των τουριστών, που παρουσιάζονται από την στιγμή που οργανώνεται μια τουριστική μετακίνηση στο τόπο της διαμονής μέχρι τη στιγμή της ολοκλήρωσης της, δηλαδή της επάνοδου του.

Μετά την αναφορά στα εννοιολογικά στοιχεία που συνθέτουν την έννοια του τουρισμού και είναι απαραίτητα για να χαρακτηριστεί μια μετακίνηση τουριστική, θα προχωρήσουμε να γνωρίσουμε αυτό που αναφέρεται σαν τουριστικό προϊόν, αγαθό η υπηρεσία.

Όταν μιλάμε για το τουριστικό προϊόν θα πρέπει να έχουμε στο μυαλό μας μια σειρά προϊόντων ή υπηρεσιών που συνθέτουν τελικά αυτό που επιζητά ο κάθε τουρίστας στο σύνολο του κατά την πραγματοποίηση του ταξιδιού του. Το σύνολο αυτό αποτελείται από την περιοχή τοποθεσία

επιλογής, τον τρόπο ή το μέσο μετακίνησης προς αυτή, την εξασφάλιση της άνετης και ασφαλούς διαμονής, της καλής και υγιεινής διατροφής και τέλος ένα ικανοποιητικό επίπεδο ψυχαγωγίας. Τα παραπάνω συνθέτουν αυτό που ονομάζεται στο τουριστικό κύκλωμα «τουριστικό πακέτο». Το τουριστικό πακέτο συνήθως προσφέρεται στους τουρίστες που κινούνται μαζικά σε τιμή που περιλαμβάνει όλα ή και σε μεμονωμένους που κινούνται συνήθως με δική τους ευθύνη όσον αφορά την οργάνωση του ταξιδιού τους.

Στο σύνολο του το τουριστικό προϊόν χαρακτηρίζεται σαν οικονομικό αγαθό και με βάση την τοποθεσία επιλογής σαν ένα προϊόν παραγωγής και κατανάλωσης στον ίδιο τόπο, γιατί το βασικότερο και ουσιαστικότερο ρόλο παίζει η επιλεγούσα περιοχή, που αποτελεί με τα φυσικά της κύρια χαρακτηριστικά μια ιδιαίτερη μοναδικότητα σε παγκόσμιο επίπεδο. Αυτά τα δύο χαρακτηριστικά είναι που διαφοροποιούν το τουριστικό προϊόν από τα άλλα αγαθά και υπηρεσίες και το καθιστούν σαν ένα προϊόν που χρήζει ιδιαίτερης μελέτης σε σχέση με όλα τα άλλα αγαθά και υπηρεσίες που υπάρχουν στη διάθεση του ανθρώπου.

6.Α Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ

Η τουριστική διακίνηση αποτελεί μια εκδήλωση του κοινωνικού ατόμου, η οποία αποσκοπεί στην ικανοποίηση των ψυχικών επιθυμιών και πνευματικών περιεργειών. Για να προβεί όμως ο άνθρωπος στην κοινωνική αυτή ενέργεια του, η οποία αποτελεί την εξωτερίκευση του σκοπού αυτού, απαιτείται άμεσος ή έμμεσος επίδραση ορισμένων παραγόντων.



Στη σύγχρονη κοινωνία των τεχνολογικών και επιστημονικών προόδων, την κοινωνία της ατομικής εποχής, οι παράγοντες, οι οποίοι προκαλούν το τουριστικό φαινόμενο είναι :

- Η τάση φυγής.
- Η τάση προς διεύρυνση του περιβάλλοντος.
- Η τάση για ανθρώπινη επικοινωνία
- Η τάση για νέες εμπειρίες.
- Η τάση μιμήσεως
- Αναζήτηση συγγενών.
- Να δουν συγκεκριμένα θεάματα.
- Να παρακολουθήσουν την εξέλιξη γεγονότων της παγκοσμίου επικαιρότητας.
- Να παρακολουθήσουν από κοντά ορισμένα εξαιρετικά γεγονότα.
- Να επισκεφθούν γεωγραφικά περιβάλλοντα με ιδιαίτερες ευνοϊκές προϋποθέσεις.



6.Β ΟΙ ΛΟΓΟΙ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

Για να εκδηλωθεί μια πράξη ή γεγονός πρέπει να προϋπάρχουν ορισμένοι λόγοι. Ο τουρισμός είναι μια πράξη που στηρίζεται σε ορισμένους λόγους στους οποίους οφείλει την ύπαρξη του. Κατά την παρουσίαση του τουρισμού έγινε αναφορά στους λόγους αυτούς. Στην ανάπτυξη του όμως συνέβαλαν και οι παρακάτω λόγοι που είναι :

A. Η βελτίωση και ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς.

Με την εμφάνιση του ο άνθρωπος στη γη μετακινείται για διάφορους λόγους από τόπο σε τόπο. Στην αρχή με δυσκολία που ήταν και ο βασικός λόγος των περιορισμένων ειδικά μακρινών μετακινήσεων. Οι δυσκολίες αυτές οφείλονται τόσο στη μη ύπαρξη μεταφορικών μέσων και κοινωνιακής υποδομής αλλά και σε λόγους ασφαλείας.

Από την αρχή του 20^{ου} αιώνα και ιδιαίτερα μετά το Β παγκόσμιο πόλεμο οι μετακινήσεις είναι πολλές και αυξάνονται περισσότερο με την συμμετοχή περισσότερων ανθρώπων στη τουριστική διαδικασία. Βασικός λόγος ήταν η βελτίωση των μέσων μεταφοράς και η ανάπτυξη τους παράλληλα με την βελτίωση της υποδομής. Η μετακίνηση έγινε περισσότερο γρήγορη, άνετη, ασφαλής και οικονομική.

Η εκμηδένιση των αποστάσεων δίνει την ευκαιρία στον καθένα μας να επισκεφτεί και τα πλέον απομακρυσμένα σημεία του πλανήτη μας σε χρόνο που πριν λίγα χρόνια δεν ήταν δυνατόν. Ο συνδυασμός δε και της ύπαρξης φτηνών ναύλων συντελούν στην αύξηση των μετακινούμενων ατόμων. Η συνεχής βελτίωση, με την βοήθεια της προηγούμενης τεχνολογίας και η ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς αποτελούν τονωτική ένεση στην ανάπτυξη του τουρισμού.



Β. Η βελτίωση της οικονομικής κατάστασης των εργαζομένων.

Η αγοραστική δύναμη του ενεργού πληθυσμού καθορίζει την δυνατότητα του στην ικανοποίηση των διαφόρων αναγκών του. Για το τουρισμό όπως γνωρίζουμε η δυνατότητα αυτή είναι βασικό και απαραίτητο στοιχείο. Έτσι κάθε προσπάθεια για αύξηση της αγοραστικής δύναμης των εργαζομένων ευνοεί κατά πολύ την ανάπτυξη του τουρισμού με την ευχέρεια που δίνεται σε μεγαλύτερο αριθμό ανθρώπων να ικανοποιήσει την ανάγκη αυτή.

Διαχρονικά η βελτίωση της οικονομικής κατάστασης των εργαζομένων πέρασε από πολλά στάδια μετά από τις αγωνιστικές τους προσπάθειες και διεκδικήσεις. Το δικαίωμα της ενεργού συμμετοχής στην τουριστική διαδικασία δίνεται πλέον σε μεγαλύτερο αριθμό ατόμων με αποτέλεσμα την ανάπτυξη του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο.

Γ. Το πολιτιστικό επίπεδο των λαών

Η πολιτιστική άνοδος των λαών που παρατηρείται με τη μεγαλύτερη συμμετοχή των ανθρώπων στην εκπαιδευτική διαδικασία και σε συνδυασμό με την οικονομική βελτίωση συνέβαλε στη τουριστική ανάπτυξη. Η γνώση μέσα από την

παρακολούθηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων ή με τη μελέτη και την ανάγνωση διαφόρων βιβλίων, της παρακολούθησης της τέχνης σε όλα τα επίπεδα της και η βοήθεια της τεχνολογίας δίνει την δυνατότητα δημιουργίας κουλτούρας που με τη σειρά της δημιουργεί ευνοϊκές προϋποθέσεις για μεγαλύτερη αύξηση του τουρισμού που μέσα στους σκοπός του εμπεριέχει το στοιχείο της γνώσης, δηλαδή των πολιτισμό.

Δ. Οι κοινωνικές παροχές.

Το σύγχρονο κράτος στα πλαίσια της υπόστασης του εφαρμόζει διάφορες πολιτικές για την καλύτερη και πιο ευχάριστη και άνετη ζωή των πολιτών του. Μια πολιτική στην οποία πρέπει να δίνεται μεγάλη σημασία είναι η κοινωνική πολιτική ή όπως απλά ονομάζεται κρατική μέριμνα που σα σκοπό έχει να απαλύνει τα προβλήματα κυρίως των πολιτών που ανήκουν στις ασθενέστερες οικονομικά ομάδες.

Η πολιτική αυτή συνιστάται στο να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις της συμμετοχής περισσότερων πολιτών σε αρκετούς τομείς της ζωής. Σχετικά με την ικανοποίηση της τουριστικής ανάγκης, το κράτος προσπαθεί μέσω της άσκησης της κοινωνικής πολιτικής να βοηθήσει άμεσα ή έμμεσα τους πολίτες δίνοντας κάποιες παροχές ανάλογα και με τη δυνατότητα του, τις λεγόμενες κοινωνικές παροχές.

Οι κοινωνικές παροχές εφαρμόστηκαν και εφαρμόζονται και χάριν του κράτους αλλά και χάριν των αγώνων των εργαζομένων και των πιέσεων που δέχτηκε το κράτος από ένα παγκόσμιο κίνημα που μετά από πολλά χρόνια κατάφερε και σε άλλα μέρη περισσότερο και σε άλλα λιγότερο να παρασχεθούν οι κοινωνικές παροχές. Για τον τουρισμό, από τις παροχές που θα αναφέρουμε στη συνέχεια, η βοήθεια συνιστάται στο ότι άλλες εξασφαλίζουν χρόνο, άλλες χρήμα και άλλες και τα δύο μαζί που είναι και τα βασικά στοιχεία, όπως έχουμε αναφέρει, για να υπάρχει η δυνατότητα πραγματοποίησης του.

Οι κοινωνικές παροχές είναι :

- **Η μείωση του ωραρίου εργασίας.** Η παροχή αυτή μετά από αγώνες, έδωσε το δικαίωμα στους εργαζομένους να εξασφαλίσουν περισσότερο καθημερινό ελεύθερο χρόνο. Αυτό συντέλεσε στο να αναπτυχθούν καλύτερες ανθρώπινες σχέσεις και έξω από τον εργασιακό χώρο. Μέσα από τις σχέσεις αυτές άρχισε να δημιουργείται μια καλύτερη κοινωνία με δυνατότητες ανάπτυξης πολιτιστικών δραστηριοτήτων και μελέτης, στοιχεία που ο τουρισμός προσφέρει ώστε να αυξηθούν και τα άτομα που θα συμμετάσχουν στην τουριστική διαδικασία.
- **Η ετήσια άδεια και το επίδομα αδειάς.** Η καθιέρωση του θεσμού αυτού δίνει τη δυνατότητα στους εργαζομένους από τη μια πλευρά να αναπαύονται και από την άλλη να εκμεταλλεύονται το χρόνο της αδειάς τους όπως αυτοί νομίζουν. Αν και η αξιοποίηση του χρόνου αυτού γίνεται για τουριστικούς λόγους, τότε φυσικά συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού. Με την ύπαρξη δε του επιδόματος δίνεται η ευκαιρία πιο άνετα να πραγματοποιήσουν την επιθυμία τους για τουρισμό. Τα τελευταία χρόνια παρατηρούμε την αγωνία των εργαζομένων για το χρονικό διάστημα που θα λάβουν την άδεια τους για να την αξιοποιήσουν για τουριστικά ταξίδια και ιδιαίτερα για τουρισμό διακοπών. Η τμηματική χρονικά άδεια θα συμβάλει ουσιαστικά στην άμβληση του προβλήματος της εποχικότητας που μαστίζει πολλές τουριστικές περιοχές δημιουργώντας τις προϋποθέσεις για συμμετοχή στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
- **Η συνταξιοδότηση.** Η σύνταξη που δίνεται στους απόμαχους της εργασίας τους απαλλάσσει από κάποια αποταμίευση που έκαναν κατά τη διάρκεια της ζωής τους για να εξασφαλίσουν το υπόλοιπό της. Έτσι κατά τη διάρκεια του χρονικού διαστήματος που εργάζεται κάποιος μπορεί γνωρίζοντας ότι αργότερα σαν απόμαχος δε θα αντιμετωπίσει προβλήματα επιβίωσης και θα πραγματοποιήσει τουριστικά ταξίδια. Άρα η συμβολή του θεσμού της συνταξιοδότησης στη

τουριστική ανάπτυξη είναι αναμφισβήτητα πολύ μεγάλη.

- **Η ιατροφαρμακευτική και νοσοκομειακή περίθαλψη.** Η παροχή αυτή απαλλάσσει σχεδόν όλους τους πολίτες από μια μεγάλη δαπάνη και έτσι τους δίνεται η ευκαιρία να εξοικονομήσουν ένα σεβαστό ποσό που ανάλογα με τις ανάγκες του καθενός να διαθέσουν. Η διάθεση τους προς ικανοποίηση της τουριστικής τους ανάγκης συμβάλλει στην ανάπτυξη του τουρισμού.
- **Οι δωρεάν τουριστικές μετακινήσεις (ταξίδια, εκδρομές).** Η δυνατότητα συμμετοχής σε τέτοιου είδους μετακινήσεις δίνονται συνήθως σε άτομα με χαμηλό εισόδημα ώστε και αυτοί να ικανοποιούν την τουριστική τους ανάγκη με δωρεάν μεταφορά και πολλές φορές και διαμονή.
- **Τα κουπόνια συμμετοχής σε προγράμματα κοινωνικού τουρισμού.** Η παροχή αυτή, όπως και η προηγούμενη, είναι χαρακτηριστική άμεσης συμβολής του κράτους στην ικανοποίηση της τουριστικής ανάγκης και συμβολής της στην ανάπτυξη του τουρισμού. Οι προϋποθέσεις δικαιώματος σε προγράμματα κοινωνικού τουρισμού καθορίζονται από το κράτος και οι συμμετέχοντες ή δεν καταβάλλουν κανένα ποσό ή συμμετέχουν με ένα μικρό ποσοστό.
- **Τα κουπόνια λουτροθεραπείας.** Η παροχή αυτή σε συνδυασμό με την κατάσταση της υγείας των ατόμων δίνει τη δυνατότητα να συμμετάσχει κάποιος σε μετακινήσεις προς περιοχές με ιαματικά λουτρά για λουτροθεραπεία ενισχύοντας έτσι την ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού.

Ε. Η ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας και ενημέρωσης.

Με την ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας και ενημέρωσης ο άνθρωπος εξασφάλισε καλύτερη επικοινωνία, ενημέρωση αλλά και γνώσεις. Η δυνατότητα αυτή του δίνει την ευχέρεια

να γνωρίσει περιοχές και κουλτούρα μακριά από το μόνιμο περιβάλλον που ζει και εργάζεται και να του δημιουργηθούν λόγοι για επίσκεψη. Έτσι δημιουργείται η ανάγκη για τουριστικές μετακινήσεις που βοηθούν στην ανάπτυξη του τουρισμού.



ΣΤ. Η σύσταση διαφόρων σωματείων και συλλόγων.

Στις οργανωμένες κοινωνίες , άνθρωποι με κοινά ενδιαφέροντα και κοινές ανησυχίες οργανώθηκαν σε συλλόγους ή σωματεία και ανέπτυξαν και αναπτύσσουν παράλληλα με τις άλλες δραστηριότητες και τουριστική δραστηριότητα στα πλαίσια της ομαδικής μετακίνησης τους για λόγους κυρίως αναψυχής, με αποτέλεσμα να συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη.

Οι λόγοι που παρουσιάστηκαν παραπάνω αποτελούν τους βασικούς που συνέβαλλαν στην ανάπτυξη του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο παράλληλα με τα προσόντα και την υποδομή των διάφορων τουριστικών περιοχών. Για τη χώρα μας την Ελλάδα μπορούμε να προσθέσουμε και τους παραπάνω λόγους που συνέβαλλαν και εξακολουθούν να συμβάλλουν στην τουριστική της ανάπτυξη παρά τα κατά καιρούς προβλήματα που παρουσιάστηκαν και θα παρουσιασθούν στο μέλλον από εσωγενείς και εξωγενείς παράγοντες, που είναι :

- Η γεωγραφική της θέση που επιτρέπει να γίνεται χώρα υποδοχής τουριστών από πολλές χώρες που θεωρούνται χώρες παραγωγής τουριστών.

- Οι κλιματολογικές συνθήκες που ευνοούν την προσέλευση τουριστών από περιοχές με χειρότερες κλιματολογικές συνθήκες με συνδυασμό με τις πολλές ακτές, την ήπια θάλασσα και την πολύνησα της.
- Η πολιτιστική της κληρονομιά που αποτελεί την βάση για την πολιτιστική εξέλιξη όλου του κόσμου προκαλώντας το ενδιαφέρον για άμεση επαφή των ξένων με επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και μουσεία.
- Η ίδια η φύση του λαού μας που θεωρείται από τους πιο φιλόξενους στον κόσμο.
- Η συμβολή του κράτους που με προσωπική επιφύλαξη αναφέρω, ότι προσπαθεί να αντιληφθεί τη σημασία του τουρισμού για την οικονομική ανόρθωση της χώρας.

7. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΩΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ.

Κατά την επιστήμη της κοινωνιολογίας, κοινωνικό φαινόμενο είναι κάθε ομαδική ανθρώπινη εκδήλωση ή ενέργεια, άσχετα με τη μορφή και το περιεχόμενο της μέσα στα πλαίσια της ανθρώπινης κοινωνίας.

Με βάση τον παραπάνω ορισμό και τον ορισμό του τουρισμού, συνάγεται το συμπέρασμα ότι ο τουρισμός αποτελεί πράγματι ένα κοινωνικό φαινόμενο. Είναι μια εκδήλωση, μια ενέργεια που πραγματοποιείται μέσα στα πλαίσια της ανθρώπινης κοινωνίας μ' ένα συγκεκριμένο σκοπό.

Στη μελέτη του τουριστικού φαινομένου έχουν προσφέρει πολλοί επιστημονικοί κλάδοι όπως η κοινωνιολογία, η οικονομία, η στατιστική, το μάρκετινγκ, η γεωγραφία κ.ά.

Ιδιαίτερη προσοχή δόθηκε στην εμφάνιση του τουριστικού φαινομένου μετά τον Β΄ παγκόσμιο πόλεμο, όταν η ζήτηση για τουριστικές μετακινήσεις άρχισε να μην αφορά μόνο τους ανθρώπους των υψηλών κοινωνιών και εισοδηματικών τάξεων, αλλά και όλους τους ανθρώπους στους οποίους προέβλεπε μια επιτακτική πλέον ανάγκη.

Η οικονομική επιστήμη δίνει τον ακόλουθο ορισμό για το τι είναι ανάγκη : ανάγκη είναι το αίσθημα της έλλειψης που συνοδεύεται από την επιθυμία της ικανοποίησης.

Ο κάθε άνθρωπος έχει στη ζωή του πολλές ανάγκες, που αξιολογούμενες ορθολογικά ακολουθούν μια φυσιολογική σειρά ιεράρχησης με σκοπό την ικανοποίησή τους. Τα αγαθά και οι υπηρεσίες που θα ικανοποιήσουν τις ανάγκες του ή βρίσκονται σε αφθονία και ελεύθερα ή όπως συμβαίνει στις σημερινές κοινωνίες βρίσκονται σε στενότητα και απαιτούν οικονομική θυσία για να τα απολαύσει. Σύμφωνα με αυτά τα δεδομένα ο σκεπτόμενος άνθρωπος ιεραρχεί τις ανάγκες του και προσπαθεί να τις ικανοποιήσει.

Η τουριστική ανάγκη είναι η επιθυμία του ανθρώπου για αλλαγή περιβάλλοντος, από την οποία απορρέουν οι ανάγκες της μεταφοράς, της διαμονής, της διατροφής και της ψυχαγωγίας. Το σύνολο αυτό των αναγκών στην τουριστική ορολογία όπως το έχουμε προαναφέρει αποδίδεται με τον όρο «τουριστικό πακέτο».

Η εκδήλωση του κοινωνικού φαινομένου προϋποθέτει την ύπαρξη ορισμένων παραγόντων. Οι παράγοντες αυτοί είναι :

A. Η τάση φυγής από την καθημερινότητα.

Ο άνθρωπος από την εμφάνιση του στη γη μοχθεί για να εξασφαλίσει τα προς το ζην. Οι κοινωνίες σήμερα στις οποίες είμαστε ενταγμένοι όλοι, έχουν πολλά προβλήματα. Η καθημερινότητα ή πιο απλά η ρουτίνα , που διέπει τη ζωή των περισσότερων δημιουργεί προβλήματα που πολλές φορές έχουν επιπτώσεις στην ψυχοσύνθεση του καθενός και επηρεάζουν την υγεία πολλών. Από μελέτες που έγιναν αποδεικνύεται ότι η αλλαγή περιβάλλοντος λειτουργεί θετικά και προς την κατεύθυνση αυτή οδηγούνται οι περισσότεροι. Είναι δυνατή όμως αυτή η αλλαγή, αυτή η φυγή σε όλους και όσο διαρκεί? Απάντηση δίνει η μετακίνηση για λόγους τουριστικούς που είναι δυνατή από τους περισσότερους σε διάφορο βαθμό και ένταση. Η τάση λοιπόν φυγής από το μόνιμο περιβάλλον που ζει και εργάζεται ο καθένας ή η τάση φυγής από την

καθημερινότητα αποτελεί βασικό παράγοντα γέννησης του τουρισμού.

Οι διακοπές ή οι τουριστικές δραστηριότητες που εντάσσονται στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού δίνουν τη δυνατότητα της φυγής, της αλλαγής που δρα εποικοδομητικά τόσο στη ψυχοσύνθεση όσο και στην υγεία του κάθε ανθρώπου. Επομένως η ανάγκη για φυγή, για τουρισμό, μπορούμε να υποστηρίξουμε ότι για το μεγαλύτερο μέρος κάθε κοινωνίας αποτελεί επιτακτική ανάγκη. Αυτή την ανάγκη ανάλογα με την δυνατότητα του ο καθένας προσπαθεί μέσα από την τουριστική διαδικασία να ικανοποιήσει.

Δημιουργήθηκε με τον τρόπο αυτό ένα ολόκληρο σύστημα, το τουριστικό, που ενεργοποίησε ομάδες ανθρώπων οι οποίοι ασχολούνται επιχειρηματικά με το να προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες στους τουρίστες ώστε να ικανοποιήσουν την ανάγκη για τουρισμό με τον καλύτερο και πολλές φορές οικονομικότερο τρόπο δημιουργώντας μια παραγωγική διαδικασία.

B. Η επιθυμία γνωριμίας με νέους τόπους.

Η αλλαγή του περιβάλλοντος αποτελεί βασικό παράγοντα πρόκλησης του τουριστικού φαινομένου. Η επίσκεψη σε νέους τόπους και η προσωρινή παραμονή σε νέο γεωγραφικό και κοινωνικό περιβάλλον αποτελούν μια μεγάλη επιθυμία. Η επιθυμία αυτή πηγάζει από την έμφυτη παρόρμηση που έχει ο άνθρωπος για φυγή, για αλλαγή, για νέες περιπέτειες και γνώσεις. Ο τουρισμός είναι ο μόνος που μπορεί να του δώσει αυτή τη δυνατότητα.

Παρατηρούμε ότι οι άνθρωποι κινούνται από τα αστικά κέντρα προς την 'ύπαιθρο, από προηγμένες χώρες σε μη, από το βουνό προς τη θάλασσα, από βορρά προς νότο, από ανατολή σε δύση και αντίθετα. Το ερώτημα είναι γιατί όλη αυτή η κίνηση; Η απάντηση είναι ότι ο άνθρωπος, με την ανήσυχη φύση του, ζητά πάντα κάτι νέο, κάτι το καινούργιο για τον εμπλουτισμό των γνώσεων του, για την τέρψη του και για οτιδήποτε δεν μπορεί να απολαύσει στο μόνιμο περιβάλλον που ζει και εργάζεται.

Γ. Η ανθρώπινη επικοινωνία.

Ο άνθρωπος σαν κοινωνικό ον αποζητά τη δημιουργία νέων σχέσεων και την επαφή με τους συνανθρώπους του στο ίδιο ή σε διαφορετικό κοινωνικό περιβάλλον. Ο τουρισμός του προσφέρει αυτή τη δυνατότητα. Με την αλλαγή περιβάλλοντος τόσο γεωγραφικού όσο και κοινωνικού που του δίνει η τουριστική μετακίνηση έχει την δυνατότητα ο τουρίστας να γνωρίσει από κοντά τη ζωή, την ιστορία, τα ήθη και τα έθιμα, την τέχνη, την επιστημονική, πνευματική και κοινωνική πρόοδο άλλων κοινωνικών ομάδων και να κάνει τις συγκρίσεις του και να υιοθετήσει τα θετικά στοιχεία μη αποδεχόμενος τα αρνητικά. Φυσικά στη διαδικασία αυτή παίζει ρόλο και η κουλτούρα που διαθέτει ο καθένας καθώς επίσης και η δυνατότητα προσαρμογής και απορροφητικότητας.

Δ. Η μόδα ή συρμός.

Στο κοινωνικό περιβάλλον που χει και κινείται ο άνθρωπος, ακολουθεί, κατά κανόνα, καθορισμένα πρότυπα συμπεριφοράς.

Τελευταία η μόδα, η καθορισμένη δηλαδή χρονικά συμπεριφορά, επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό κάθε οργανωμένη κοινωνία. Ειδικά με την ανάπτυξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας το γεγονός έγινε πιο έντονο. Σα μέλη κοινωνικών ομάδων οι άνθρωποι πολλές φορές υποχρεούνται να ακολουθούν κάθε αλλαγή στα πρότυπα συμπεριφοράς και γενικά στις συνήθειες του. Ο τουρισμός επηρεάζει και επηρεάζεται από τη μόδα σαν κοινωνικό φαινόμενο. Οι διηγήσεις συνανθρώπων μας για τουριστικά ταξίδια μας δημιουργούν την επιθυμία πραγματοποιήσεις και από μέρους μας παρόμοιων ταξιδιών. Οι διαφημιστικές καμπάνιες επίσης επηρεάζουν σε διάφορο βαθμό αρκετούς ανθρώπους.

Η διαμόρφωση λόγω μόδας καταστάσεων μας επηρεάζουν λίγο πολύ όλους. Έτσι μπορούμε να υποστηρίξουμε ότι η μόδα είναι ένας δυναμικός παράγοντας δημιουργίας αλλά και ανάπτυξης του τουριστικού φαινομένου



Ο άνθρωπος ως κοινωνικό ον που είναι, έχει τη τάση να ζει με άλλους ανθρώπους, σαν μέλος δηλαδή μιας μεγαλύτερης ή μικρότερης ανθρώπινης κοινωνίας. Επομένως το κοινωνικό άτομο έχει διάφορες ανάγκες, ο αριθμός των οποίων διαφέρει, ανάλογα με το βαθμό της πνευματικής, μορφωτικής, οικονομικής, κοινωνικής και γενικότερης πολιτισμικής κατάστασης αυτού.

Όσο περισσότερο βελτιώνεται το επίπεδο του κοινωνικού ανθρώπου από της πλευράς των παραπάνω προϋποθέσεων, τόσο περισσότερο ο άνθρωπος ξεφεύγει από τα στενά πλαίσια που καθορίζει η ανάγκη για την ικανοποίηση των περισσότερων βασικών ελλείψεων (τροφής, στέγασης, ενδυμασίας, φαρμάκων κ.λ.π) και επιδιώκει την ικανοποίηση και άλλων αναγκών του, όπως αυτές διαμορφώνονται και εξελίσσονται παράλληλα προς τη δική του κοινωνική, οικονομική, μορφωτική και γενικότερα πολιτιστική του εξέλιξη.

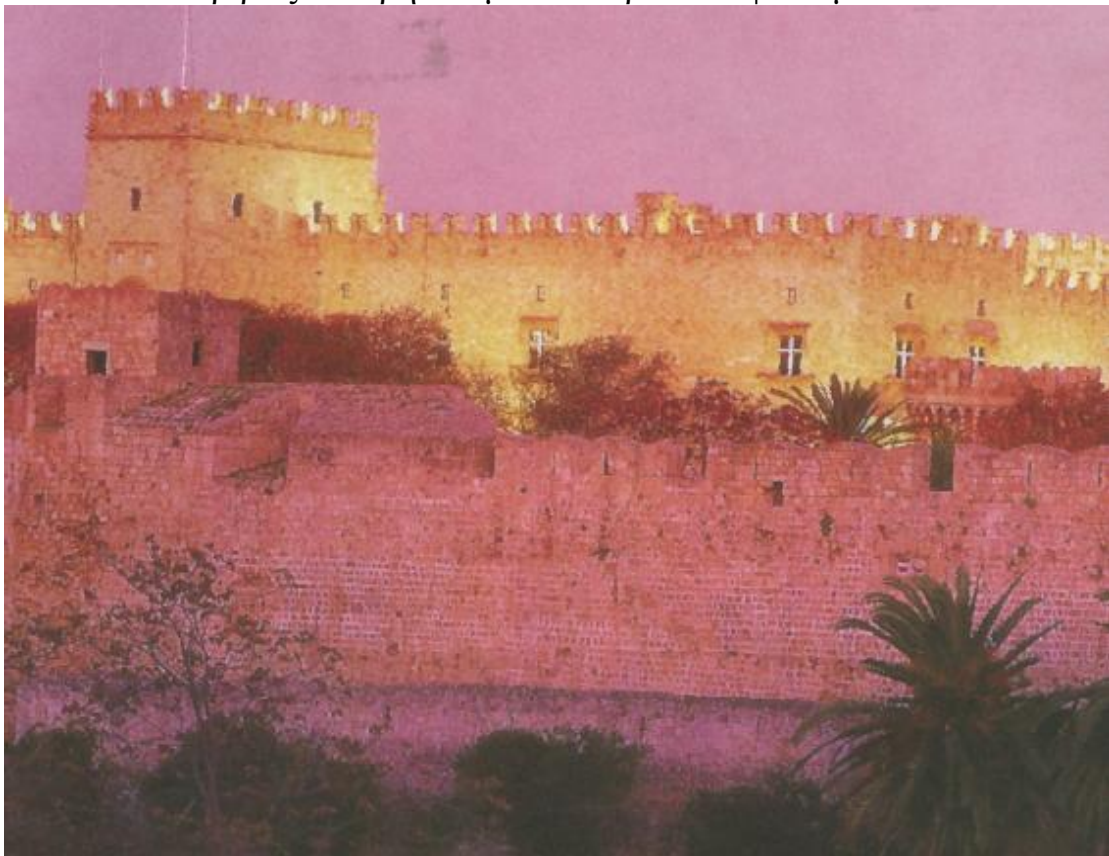
Έτσι λοιπόν ο άνθρωπος άρχισε να μετακινείται από το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής του σε άλλο ή άλλα γεωγραφικά περιβάλλοντα, επιδιώκοντας την ικανοποίηση των πνευματικών περιεργειών και των ψυχικών επιθυμιών του (τουριστικών αναγκών). Η διακίνηση αυτή του ανθρώπου, γεννάται αρχικά σαν επιθυμία και πραγματοποιείται στη συνέχεια μέσα στα πλαίσια της οργανωμένης ανθρώπινης κοινωνίας μέσα στην οποία ο

άνθρωπος ζει σαν μέλος της και κατά συνέπεια αποτελεί μια κοινωνική εκδήλωση.

Η κοινωνική αυτή εκδήλωση η οποία αναπτύσσεται μέσα στα πλαίσια του ανθρώπινου κοινωνικού περιβάλλοντος, αποτελεί και το κοινωνικό στοιχείο του τουρισμού, το οποίο του προσδίδει χαρακτηριστικά του κοινωνικού φαινομένου. Το κοινωνικό στοιχείο του τουρισμού προκαλείται από τις διάφορες παροτρύνσεις οι οποίες είναι αποτέλεσμα των κοινωνικών και πολιτιστικών εν γένει συνθηκών ζωής, οι οποίες υπάρχουν, αναπτύσσονται και εξελίσσονται στις οργανωμένες ανθρώπινες κοινωνίες της εκατοστή συγκεκριμένης περιόδου της ανθρώπινης ιστορικής εξέλιξης. Όπως καταλαβαίνουμε δηλαδή, ο τουρισμός είναι

αναμφισβήτητα ένα κοινωνικό φαινόμενο εφόσον αποτελεί μια ομαδική ανθρώπινη εκδήλωση, εντός της ανθρώπινης κοινωνίας η οποία εμπερικλείει ένα συγκεκριμένο σκοπό.

Για να εκδηλωθεί όμως ένα κοινωνικό φαινόμενο απαιτείται η ύπαρξη ορισμένων όρων, ορισμένων παραγόντων. Αυτό ακριβώς συνέβη και με το τουριστικό φαινόμενο.



8. Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΕΚΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ.

Ο τουρισμός σαν πρακτική μετακίνησης και παραμονής του ανθρώπου από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του σε κάποιον άλλο τόπο, είναι μια πανάρχαια διαδικασία, σπέρματα της οποίας βρίσκονται στους πολιτισμούς της αρχαίας Κίνας, των Φοινίκων, των Σουμέριων, των Αιγυπτίων και των Ελλήνων.

Όμως ο σύγχρονος ανεπτυγμένος τουρισμός είναι η κατάκτηση του ανθρώπου του αιώνα μας, ενώ αυτό που αποκαλείται «τουριστική βιομηχανία» ή αλλιώς και προσφύτερα «βιομηχανία χωρίς καμινάδες» είναι φαινόμενο μεταπολεμικό.

Οι λόγοι που μετέτρεψαν τον τουρισμό από ελιτικό φαινόμενο των λίγων και ευπόρων στο σημερινό μαζικό τουρισμό, δηλαδή τον τουρισμό των πολλών και ευρύτερων λαϊκών μαζών είναι οι παρακάτω :

- Η μεταβολή των κοινωνικών συνθηκών προς όφελος των εργαζομένων μέσα από τις κατακτήσεις της βιομηχανικής επανάστασης και τις επαναστατικές αλλαγές των αρχών του αιώνα μας.
- Η μεγάλη συσσώρευση πληθυσμιακών ρευμάτων στα μεγάλα αστικά κέντρα και στις βιομηχανικές περιοχές, που επέκτεινε τα κοινωνικά, οικονομικά, ψυχολογικά και περιβαλλοντικά προβλήματα, με αποτέλεσμα την αναζήτηση διεξόδου στις διακοπές.
- Η ραγδαία τεχνολογική πρόοδος, που ειδικά στα μέσα μαζικής μεταφοράς οριοθέτησε την αναπτυξιακή πορεία των σύγχρονων κοινωνικών θεσμών.
- Η θεσμοθέτηση των πληρωμένων διακοπών από το 1962, που διαφοροποίησε και ανέπτυξε μαζικά την τουριστική δραστηριότητα των πολιτών, μετατρέποντας το θεσμό από ελιτιστικό σε μαζικό.
- Η ίδια η διεθνής οργάνωση του τουρισμού, μέσα από τη δική του υποδομή, το δικό του θεσμικό πλαίσιο, τα

δικά του αναπτυξιακά μοντέλα ακόμα και το δικό του νομικό πλαίσιο, έστω και περιορισμένο.

Το θέμα λοιπόν που προκύπτει είναι η μετατροπή του τουρισμού σε σύγχρονη κοινωνική αναγκαιότητα. Έχουμε δηλαδή τη μετατροπή μιας διαδικασίας (λ.χ αναψυχή, περιέργεια, διασκέδαση) σε ανάγκη, η οποία δεν είναι απόρροια μιας κάποιας εμπορευματικής ή διαφημιστικής καμπάνιας, όπως συμβαίνει σήμερα με πολλά προϊόντα και υπηρεσίες. Πρόκειται για ανάγκη για το σύγχρονο εργαζόμενο, αφού είναι σε θέση που του προσφέρει.:

- Ξεκούραση από τη συνεχόμενη δουλειά κατά μεγάλα χρονικά διαστήματα, που έχει επιπτώσεις τόσο σωματικές όσο και στη ψυχοσύνθεση του ατόμου.
- Αλλαγή παραστάσεων, εικόνων και μηνυμάτων της συνηθισμένης καθημερινής ζωής και ρουτίνας.
- Ανακατασκευή των συνηθισμένων κοινωνικών ρόλων που η διάρκεια των διακοπών και της τουριστικής διακίνησης εμπεριέχει.
- Απόκλιση από κάποια μορφή τυποποιημένων συμπεριφορών, που αποτελεί την καλύτερη αντιμετώπιση ορισμένων ψυχοπαθολογικών συνδρόμων με ποικιλία διαταραχών και σωματικών οχλημάτων.
- Απομάκρυνση από τα κέντρα ατμοσφαιρικής κύρια μόλυνσης, από τα κέντρα υψηλής ηχορύπανσης κ.λ.π, που με τη σειρά προσδίδουν κάποιες απαμβλύνσεις.
- Επέκταση τέλος, της δημιουργικής αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου, που αποτελεί και το κύριο ζητούμενο αναπτυγμένης κοινωνίας.

9. ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

Ο τουρισμός σα μια βασική ανάγκη του ανθρώπου στη σημερινή εποχή επιδρά σε όλες τις διαδικασίες μιας οργανωμένης κοινωνίας επηρεάζοντας ζωτικούς της χώρους. Τις επιδράσεις αυτές θα εξετάσουμε στη συνέχεια, οι οποίες βασικά αναφέρονται στην κοινωνία, την οικονομία, το περιβάλλον και το πολιτισμό.

A. κοινωνικές επιδράσεις

Έχουμε ήδη αναφέρει ότι ο τουρισμός αποτελεί κοινωνικό φαινόμενο, γιατί παρουσιάζεται στις οργανωμένες κοινωνίες και ικανοποιεί την ανάγκη για φυγή από την καθημερινότητα των μελών του προάγοντας την ανθρώπινη επικοινωνία και τις ανθρώπινες σχέσεις.

Ο τουρισμός επέδρασε θετικά στην ανθρωπότητα και χάριν αυτού οι σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων, ιδιαίτερα διαφορετικών λαών με διαφορετική κουλτούρα, έγιναν πιο στενές, η μετακίνηση του ανθρώπου από τόπο σε τόπο και από χώρα σε χώρα χάριν του τουρισμού δημιούργησε στενούς δεσμούς φιλίας που διαφορετικά δεν ήταν εφικτοί.

Η γνώση από κοντά του τρόπου ζωής, της ιστορίας, του πνεύματος και της επιστήμης των μελών μιας άλλης κοινωνικής ομάδας είτε στην αλλοδαπή είτε στην ημεδαπή, έφεραν τον άνθρωπο πιο κοντά στο συνάνθρωπό του, πιο κοντά στις σκέψεις του και στους προβληματισμούς του, καθιέρωσαν το πνεύμα συνεργασίας και ανταλλαγής απόψεων προς όφελος του κοινωνικού συνόλου.

Ο τουρισμός είναι σχέση, είναι ανθρώπινη σχέση γιατί όπως έχουμε τονίσει ο άνθρωπος είναι το «υποκείμενο» και το «αντικείμενο» του. Ο άνθρωπος ζει μέσα στην κοινωνία και σα μέλος αποζητά τη σχέση με το συνάνθρωπο του, αποζητά μια σχέση καλής συνεργασίας και αρμονικής συνύπαρξης. Στη σημερινή κατάσταση της κοινωνίας παρατηρείται ότι όσοι κάνουν τουρισμό επιζητούν τις σχέσεις τις οποίες λόγω του καθημερινού άγχους, δεν μπορούν όσο θέλουν να συνάψουν στο μόνιμο περιβάλλον που ζουν και στην κοινωνική ομάδα που είναι ενταγμένοι.

Τρόποι ζωής άγνωστοι σε έναν τόπο, με το τουρισμό έρχονται και σε έναν άλλο και επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά τη ζωή των κατοίκων μιας περιοχής. Στο σημείο αυτό υπεισέρχεται ο παράγων παιδεία τόσο των μετακινούμενων όσο και των κατοίκων της τουριστικής περιοχής υποδομής. Επομένως, οι επιδράσεις του τουρισμού στη κοινωνία και στις δομές της επαφίεται στην ιδιοσυγκρασία και στο μορφωτικό επίπεδο των ανθρώπων που συμμετέχουν άμεσα ή έμμεσα στην τουριστική διαδικασία.

Η επιστήμη της κοινωνιολογίας τα τελευταία χρόνια άρχισε να ασχολείται ιδιαίτερα με το τουριστικό φαινόμενο και τις επιδράσεις του και για το λόγο αυτό δημιουργήθηκε η τουριστική κοινωνιολογία- που μελετά αναλυτικότερα τις επιδράσεις του τουρισμού στην κοινωνιολογία.

Οι κοινωνικές επιδράσεις του τουρισμού θα πρέπει να αναλυθούν σε σχέση με τις κοινωνικές μεταβολές και όχι σε σχέση με την κοινωνική εξέλιξη, καθώς οι πρώτες αφορούν κυρίως το σύνολο των αλλαγών που επιτελούνται σε μια κοινωνία κατά το διάστημα μιας μεγάλης χρονικής περιόδου, ενώ η δεύτερη αφορά τις αλλαγές που παρατηρούνται και διαπιστώνονται σε μικρότερες χρονικές περιόδους.

Οι κοινωνικές επιδράσεις δεν περιορίζονται μόνο στις κοινωνικές αλλαγές που επιτελούνται στη ζώνη υποδοχής στο εσωτερικό της χώρας προορισμού (αλλαγή των κοινωνικών δομών, των πολιτιστικών δομών, κ.λ.π.), αλλά ταυτόχρονα εντοπίζονται και στα πολιτιστικά και κοινωνικά μοντέλα που έχουν υιοθετήσει οι τουρίστες, καθώς και στις προσωπικές τους αξίες (ευκαιρία για δημιουργία έντονων συγκινησιακών καταστάσεων, επαφή με αξίες που ανήκουν στο παρελθόν κ.λ.π.)

B. οικονομικές επιδράσεις.

Ένα από τα εννοιολογικά στοιχεία του τουρισμού αναφέρεται στη δημιουργία οικονομικών δραστηριοτήτων δηλώνοντας την ουσιαστική επίδραση του στην οικονομική ζωή όλων όσων ασχολούνται άμεσα ή έμμεσα στην ικανοποίηση της τουριστικής ανάγκης. Για την θεραπεία των τουριστικών αναγκών απαραίτητη είναι η ύπαρξη των διαφόρων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Η παραγωγή και η διάθεση τους στην τουριστική αγορά ακολουθεί τους γνωστούς οικονομικούς κανόνες λειτουργίας της ελεύθερης αγοράς μια και το τουριστικό αντικείμενο κινείται σε τέτοιου είδους αγορές. Επομένως ο τουρισμός έχει άμεση σχέση με την οικονομική ζωή του ανθρώπου, την οποία επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό.

Ό,τι χρειάζεται ο τουρίστας για την ικανοποίηση των τουριστικών του αναγκών, δηλαδή αγαθά και υπηρεσίες, αποτελούν αντικείμενα οικονομικών συναλλαγών. Η ιδιαιτερότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε σύγκριση με τα υπόλοιπα αγαθά και υπηρεσίες που έχει ανάγκη ο άνθρωπος για την επιβίωση του, είναι ότι τα πάντα θεωρούνται οικονομικά, δηλαδή βρίσκονται σε στενότητα και πρέπει για να τα αποκτήσει να καταβάλλει το αντίστοιχο οικονομικό αντάλλαγμα. Ακόμη και τα τουριστικά προϊόντα μιας περιοχής είναι αντικείμενα οικονομικής συναλλαγής.

Στην τουριστική διαδικασία συμμετέχουν εκατομμύρια άνθρωποι οι οποίοι προκαλούν πολλαπλάσιο αριθμό οικονομικών πράξεων. Στην υπηρεσία του τουρισμού λειτουργούν πάρα πολλές οικονομικές μονάδες που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και στην προσφορά άμεσα ή έμμεσα τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι ο τουρισμός αποτελεί για πολλές χώρες και ιδιαίτερα γι' αυτές που χαρακτηρίζονται σαν χώρες υποδοχής τουριστών, ένα βασικό μα και δυναμικό παράγοντα οικονομικής τους ανάπτυξης που χρησιμοποιείται σαν μοχλός ανάπτυξης ιδιαίτερα των υπό ανάπτυξη χωρών.

Στη θετική ή αρνητική επίδραση του τουρισμού στην οικονομία των διαφόρων χωρών υπάρχει διάσταση απόψεων από τους ειδικούς.

Αυτοί που είναι υπέρ της θετικής επίδρασης υποστηρίζουν ότι με το τουρισμό έχουμε για την οικονομία των χωρών υποδοχής τα παρακάτω θετικά στοιχεία.:

- Εισροή συναλλάγματος , που σημαίνει βελτίωση των συναλλαγματικών αποθεμάτων.
- Αύξηση του εθνικού εισοδήματος και κατά επέκταση του κατά κεφαλή εισοδήματος.
- Μείωση των εισοδηματικών αντιθέσεων.
- Βελτίωση του ισοζυγίου των εξωτερικών πληρωμών.
- Νέες επενδύσεις.
- Νέες ευκαιρίες απασχόλησης με αποτέλεσμα τη μείωση της ανεργίας.
- Αύξηση των δημοσιονομικών εσόδων.

Αντίθετα αυτοί που τάσσονται υπέρ της αρνητικής επίδρασης υποστηρίζουν ότι ο τουρισμός έχει τις παρακάτω αρνητικές επιδράσεις για την οικονομία των χωρών υποδοχής.:

- Εξασθενεί ο πρωτογενής και ο δευτερογενής τομέας (γεωργία, βιομηχανία)
- Ευαισθητοποιείται η οικονομία της χώρας επειδή εξαρτάται από το μέγεθος της τουριστικής κίνησης το οποίο διαφοροποιείται επηρεαζόμενο από πολλούς εσωγενείς και εξωγενείς παράγοντες.
- Διαφοροποιείται το φυσικό περιβάλλον με οικονομικό αντίκτυπο στη συντήρηση και αποκατάσταση του.

Δεχόμενοι και τις δύο κριτικές, κατά τη γνώμη μας ο τουρισμός όταν αναπτύσσεται και οργανώνεται πάνω σε ορθολογικές βάσεις, με σωστό προγραμματισμό, συντονισμό και έλεγχο δεν μπορεί παρά να συντελεί θετικά στην οικονομική ζωή μιας περιοχής ή χώρας.

Από τη στιγμή που ο άνθρωπος πάρει την απόφαση να κάνει τουρισμό μέχρι την πραγματοποίησή του λαμβάνουν χώρα, όπως προαναφέραμε, ένα πλήθος οικονομικών πράξεων. Οι οικονομικές αυτές πράξεις εκτελούνται πολύ γρήγορα και δημιουργούν πολλαπλασιαστικά φαινόμενα. Τα χρήματα

που δαπανά ο τουρίστας για εισιτήρια, διαμονή, διατροφή, διασκέδαση και για κάθε ανάγκη που του παρουσιάζεται και πρέπει να την ικανοποιήσει, αλλάζουν με μεγάλη ταχύτητα πολλά χέρια. Έτσι κάθε οικονομική πράξη δημιουργεί οικονομικά κύματα που κατευθύνονται προς όλες γενικά τις ανθρώπινες οικονομικές δραστηριότητες. Το γεγονός αυτό αυξάνει τη ζήτηση και κατά συνέπεια έχουμε αύξηση των επενδύσεων, της απασχόλησης και τη δημιουργία ενός τουριστικοοικονομικού κυκλώματος με επιδράσεις προς όλες τις κατευθύνσεις και τους τομείς της οικονομικής ζωής του ανθρώπου.

Ο τουρισμός είναι ικανός να πυροδοτήσει την οικονομία μιας χώρας με πολλαπλασιαστικά φαινόμενα ικανά να αυξήσουν την απασχόληση και το εθνικό εισόδημα που αποτελούν βασικά στοιχεία της οικονομικής ανάπτυξης.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να επισημάνουμε ότι την οικονομική ανάπτυξη που θα επιδιώξουμε με την καλύτερη εκμετάλλευση των τουριστικών δυνατοτήτων, δε θα την πετύχουμε αν παραμελήσουμε τους άλλους τομείς της οικονομίας (γεωργία, κτηνοτροφία- ναυτιλία) που συμμετέχουν και αυτοί ανάλογα.

Το τουριστικό κύκλωμα προσφέρει εργασία σε πολλούς εργαζομένους με αρκετά καλές αμοιβές. Χαρακτηριστικά στη χώρα μας αναφέρουμε ότι πάνω από 200.000 άτομα ασχολούνται άμεσα και δεκαπλάσιος αριθμός έμμεσα στις τουριστικές επιχειρήσεις και όχι μόνο, είτε σε μόνιμη βάση είτε σε εποχιακή.

Συμπερασματικά μπορούμε να υποστηρίξουμε ότι ο τουρισμός, όταν είναι οργανωμένος σε σωστές βάσεις και δε βάλλεται από εξωγενείς παράγοντες, βοηθά στην οικονομική ανάπτυξη των χωρών σε μεγάλο βαθμό. Ιδιαίτερα για χώρες που διαθέτουν τουριστικά προσόντα και χαρακτηρίζονται σαν χώρες υπό ανάπτυξη ο τουρισμός αποτελεί δυναμικό τομέα για να φθάσουν μέσω αυτού σε ένα επίπεδο ανάπτυξης γρηγορότερα σε σχέση με τη βοήθεια των άλλων τομέων της οικονομίας που απαιτούν περισσότερο και καλύτερο και πλέον δαπανηρό συνδυασμό των παραγωγικών συντελεστών. Η μετακίνηση τουριστών από χώρες εύρωστες οικονομικά προς ασθενέστερες, μειώνει αρκετά το μικρό ή

μεγάλο οικονομικό χάσμα που υπάρχει μεταξύ τους, ανεβάζει το βιοτικό επίπεδο των λαών των χωρών υποδοχής και συντελεί στην εξισορρόπηση της παγκόσμιας οικονομίας.

Γ. Περιβαλλοντικές επιδράσεις.

Το φυσικό περιβάλλον στο οποίο ζει και κινείται ο άνθρωπος τα τελευταία χρόνια έχει υποστεί πολλά πλήγματα από την αλόγιστη συμπεριφορά του, με αποτέλεσμα οι επιπτώσεις να είναι πλέον ορατές και δύσκολα ανατρέψιμες.

Ο τουρισμός για τον οποίο το περιβάλλον παίζει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του δεν είναι αμέτοχος στο πρόβλημα που έχει δημιουργηθεί. Η εκμετάλλευση του περιβάλλοντος και η θυσία του στο βωμό του οικονομικού κέρδους, έχει σαν αποτέλεσμα- τις περισσότερες φορές- να έχει αρνητικές επιπτώσεις στο άμεσο μέλλον. Οι προσπάθειες για επανόρθωση απαιτούν πολύ περισσότερο χρόνο αλλά και χρήμα αλλά και πάλι δύσκολα θα επανέλθουμε στην αρχική ισορροπία.

Άρα πρέπει να δοθεί μεγάλη προσοχή στο περιβαλλοντικό κόστος του οικοσυστήματος για να μπορέσουμε να έχουμε μια ισόρροπη ανάπτυξη. Οι μεγάλες καταστροφές τόσο από τις αλόγιστες επεμβάσεις στο οικοσύστημα με έργα διαφοροποιήσεις της εικόνας νιας περιοχής όσο και στην μόλυνση του, που οφείλεται στην εξέλιξη της χημικής βιομηχανίας, διαφοροποιούν και τις κλιματολογικές συνθήκες που αποτελούν σημείο αναφοράς για την επιλογή κάποιας τουριστικής περιοχής.

Οι αρνητικές επιδράσεις από τον τουρισμό στο περιβάλλον, που προέρχονται από το βιασμό των φυσικών στοιχείων μιας περιοχής μπορούν να ανατραπούν και να γίνουν θετικές από την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού όπως ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο ορεινός και δασικός τουρισμός.

Παράλληλα με κάθε είδος εφαρμογή τουριστικής πολιτικής θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη και οι επιδράσεις της στο περιβάλλον, ώστε να γίνει ορθολογική αντιμετώπιση των προβλημάτων γενικά, γιατί όπως υποστηρίζει ο μεγάλος

Άγγλος φυσιοδίφης James Fisher στο βιβλίο του Wildlife Crisis «Η προστασία και η διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος δεν είναι εμπόδιο στην ανάπτυξη, αλλά αυτές μπορούν και την καθοδηγούν.»

Δ. Πολιτιστικές επιδράσεις.

Οι πολιτιστικές επιδράσεις του τουρισμού εξαρτώνται από την ποιότητα και τον όγκο του τουριστικού πλήθους που επισκέπτεται μια περιοχή ή χώρα.

Αναφορικά με τον εσωτερικό τουρισμό, όπου έχουμε μετακίνηση ημεδαπών στο εσωτερικό της χώρας τους, οι πολιτιστικές επιδράσεις, που δέχονται οι κάτοικοι των περιοχών υποδοχής, είναι θετικές, όταν οι τουρίστες διαθέτουν ανώτερο μορφωτικό επίπεδο. Τα θετικά στοιχεία των πολιτιστικών επιδράσεων στην παραπάνω περίπτωση πολλαπλασιάζονται, όταν το μετακινούμενο τουριστικό πλήθος δεν είναι μεγάλο και οι κάτοικοι της περιοχής υποδοχής είναι δεκτικοί γνώσεων και νέων τρόπων και συνθηκών ζωής.

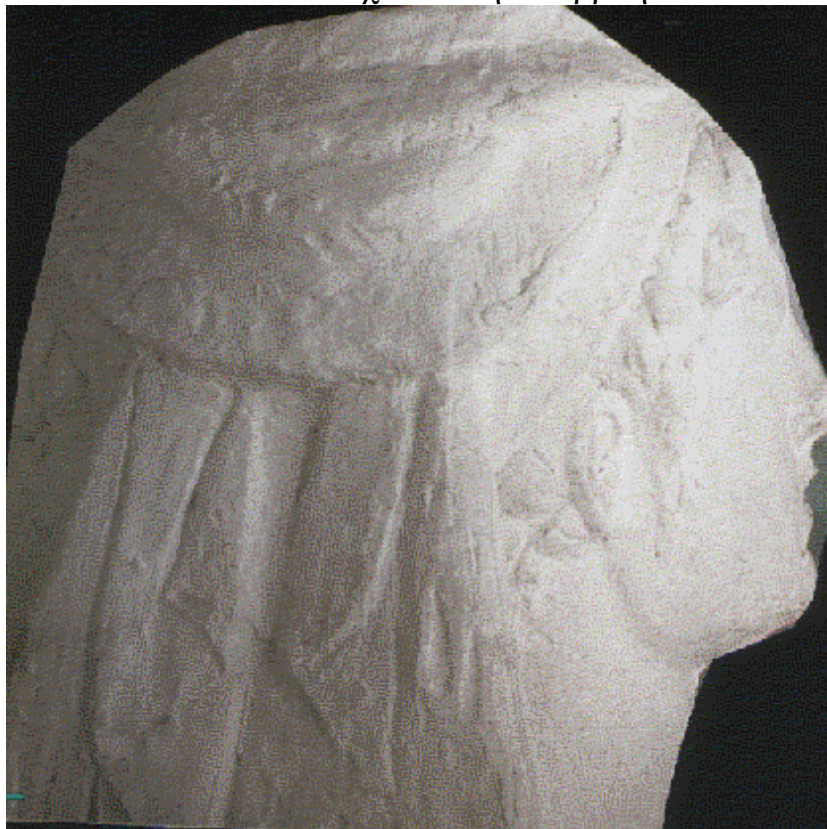
Στον εξωτερικό τουρισμό και ιδιαίτερα στον ενεργητικό, οι επιδράσεις στον πολιτιστικό επίπεδο των τουριστών είναι τις περισσότερες φορές ανώτερο.

Το πρόβλημα των πολιτιστικών επιδράσεων στο τουρισμό είναι διττό. Στην περίπτωση της θετικής επίδρασης οι τουρίστες που μετακινούνται προς τις χώρες υποδοχής φέρνουν μαζί τους και ορισμένα πολιτιστικά στοιχεία των χωρών προέλευσης τους και μπορούν να βοηθήσουν την πολιτιστική ανάπτυξη του λαού της χώρας υποδοχής. Στην περίπτωση της αρνητικής επίδρασης, η εισαγωγή πολιτιστικών στοιχείων μπορεί να είναι βλαπτικές συνέπειες στο ήδη υπάρχον πολιτιστικό επίπεδο του λαού της χώρας υποδοχής. Λύση στο πρόβλημα αυτό μπορεί να δώσει μια πολιτική του κρατικού τουριστικού φορέα με μια αξιολόγηση της πολιτιστικής προσφοράς των τουριστικών ρευμάτων ανάλογα με την περίπτωση, θετική ή αρνητική, με κατάλληλες ενέργειες προς το γενικό συμφέρον που δεν είναι άλλο από την πολιτιστική ανάπτυξη του λαού της χώρας υποδοχής.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονίσουμε το ρόλο της ποιοτικής σύνθεσης του τουριστικού ρεύματος. Ανάλογα με την ποιότητα έχουμε και τις ανάλογες επιδράσεις, όχι μόνο στο πολιτισμό αλλά και στην οικονομία και στο κοινωνικό σύνολο. Τουρίστες με μεγάλη αγοραστική δύναμη, ανεπτυγμένο πολιτιστικό επίπεδο και επηρεασμένους από τη σωστή ανάπτυξη κοινωνικών σχέσεων είναι πάντα ευπρόσδεκτοι. Όλες οι χώρες υποδοχής δίνουν ιδιαίτερη σημασία στο τρόπο εξυπηρέτησης των τουριστών της κατηγορίας που αναφέραμε για να διατηρηθεί η επαφή και να υπάρξει προοπτική αύξησης του αριθμού τους.

Μέλημα κάθε τουριστικής πολιτικής και στόχος της θα πρέπει να είναι η προσεκτική εξέταση όλων των συστατικών στοιχείων του τουρισμού με σκοπό την απομόνωση των αρνητικών και την αποδοχή των θετικών.

Θετικές ή αρνητικές επιδράσεις από το τουριστικό φαινόμενο υπήρχαν, υπάρχουν και θα υπάρχουν. Ο τουρισμός αποτελεί δυναμικό παράγοντα και θα πρέπει να αξιοποιούμε τα οφέλη του για την επίτευξη διαφόρων σκοπών οι οποίοι δέχονται την επιρροή του.



10. ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΙΣ ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΤΙΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ.

Πριν αναφερθούμε στις διακρίσεις και τις μορφές του τουρισμού θεωρείται σκόπιμο να εξετάσουμε αυτό που είναι το κατά βάση σημαντικό στοιχείο που δημιουργεί τη μετακίνηση, και δεν είναι άλλο από τον άλλο τόπο, τη νέα τοποθεσία που μας έλκει ή όπως αλλιώς ονομάζεται ο τουριστικός προορισμός.

Όταν αναφερόμαστε στον τουριστικό προορισμό εννοούμε την περιοχή η οποία διαθέτει τουριστικά θέλγητρα που θα τραβήξουν τη προσοχή των υποψηφίων τουριστών και θα είναι αυτά διαφοροποιημένα από αυτά του τόπου της μόνιμης διαμονής του. Τα θέλγητρα αυτά τα ονομάζουμε συνήθως στην τουριστική ορολογία, πόλους έλξης. Οι πόλοι αυτοί κυρίως αναφέρονται στα φυσικά στοιχεία της περιοχής και ακολουθούν στη συνέχεια τα στοιχεία υποδομής και ανωδομής καθώς και τα πολιτιστικά προσόντα της.

Οι διακρίσεις του τουρισμού είναι πολλές και εξαρτώνται από τα στοιχεία με βάση τα οποία γίνεται η διάκριση. Τα στοιχεία αυτά δεν είναι άλλα από τα εννοιολογικά στοιχεία του τουρισμού.

1. Από γεωγραφική και διοικητική άποψη.

Με βάση το στοιχείο της ύπαρξης δυο διαφορετικών τρόπων έχουμε τη διάκριση του τουρισμού στη μετακίνηση μέσα στην επικράτεια μιας χώρας και στη μετακίνηση έξω από αυτή. Στην πρώτη περίπτωση έχουμε τον εσωτερικό τουρισμό και στην δεύτερη τον εξωτερικό τουρισμό. Η σημασία των δύο αυτών κατηγοριών είναι πολύ σημαντική ιδιαίτερα στο χαρακτηρισμό μιας χώρας σαν τουριστική ή όχι κατά επέκταση στη διαμόρφωση της τουριστικής πολιτικής της. Στη συνέχεια θα εξετάσουμε τις δύο αυτές κατηγορίες.

A1. εσωτερικός τουρισμός.

Όταν η μετακίνηση ατόμου ή ομάδας ατόμων για λόγους τουριστικούς πραγματοποιείται μέσα στα όρια της επικρατείας της χώρας, της οποίας είναι πολίτες, τότε ο τουρισμός αυτός λέγεται εσωτερικός τουρισμός.

Ο εσωτερικός τουρισμός έχει σα βασικό του πλεονέκτημα την *αναδιανομή του εισοδήματος*, όταν οι μετακινήσεις γίνονται ιδιαίτερα από τα αστικά κέντρα, όπου το εισόδημα τις περισσότερες φορές είναι υψηλό, προς την περιφέρεια. Αυτό το γεγονός βοηθά και στον *περιορισμό της αστυφιλίας* λόγω του ότι δημιουργούνται θέσεις εργασίας στην περιφέρεια και κατά επέκταση *αυξάνει το βιοτικό επίπεδο* των κατοίκων της. Επίσης με τον εσωτερικό τουρισμό γνωρίζει ο καθένας τις περιοχές της χώρας του και δεν προτιμά ταξίδια στην αλλοδαπή με αποτέλεσμα *τη μείωση της εκροής του συναλλάγματός* που για πολλές χώρες είναι πολύτιμο. Στα πλαίσια του εσωτερικού τουρισμού υπάρχει η δυνατότητα της σύσφιγξης των σχέσεων μεταξύ των πολιτών της χώρας και η ανάπτυξη μεταξύ της φιλίας και συνεργασίας.

Σα μειονέκτημα του εσωτερικού τουρισμού μπορούμε να αναφέρουμε ότι οι πολίτες της χώρας με το να μην επισκέπτονται άλλες χώρες *στερούνται* της ευκαιρίας να *γνωρίσουν άλλες περιοχές* με διαφορετικά φυσικά προϊόντα και διαφορετικό πολιτισμό και γενικά κουλτούρα.

A2. Εξωτερικός τουρισμός.

Στην περίπτωση που η μετακίνηση ατόμου ή ομάδας ατόμων για λόγους τουριστικούς πραγματοποιείται έξω από τα όρια της επικρατείας της χώρας, της οποίας είναι πολίτες, τότε ο τουρισμός αυτός λέγεται εξωτερικός τουρισμός.

Ο εξωτερικός τουρισμός επειδή αφορά δύο χώρες και τους πολίτες τους που μπορούν να μετακινούνται οι μεν στη δε και αντιθέτως, χωρίζεται σε δύο υποκατηγορίες. Η μία λέγεται εξωτερικός παθητικός τουρισμός και η άλλα εξωτερικός ενεργητικός τουρισμός. Στη πρώτη ανήκουν οι πολίτες που μετακινούνται από τη χώρα τους προς μία άλλη

π.χ Έλληνες προς τη Γαλλία και στη δεύτερη, όταν οι πολίτες μετακινούνται προς τη χώρα σου π.χ. Γάλλοι προς την Ελλάδα.

Στον εξωτερικό παθητικό τουρισμό έχουμε το βασικό μειονέκτημα της *εκροής του συναλλάγματος* προς άλλες χώρες. Η εκροή αυτή τις περισσότερες φορές με κρατικές παρεμβάσεις περιορισμού του ορίου του ποσού, γίνεται προσπάθεια να αποθαρρύνει τέτοιου είδους μετακινήσεις. Σα μειονέκτημα επίσης μπορούμε να αναφέρουμε για τη χώρα της οποίας οι πολίτες μετακινούνται προς άλλες ότι *οι δικές της περιοχές μαραζώνουν τουριστικά*, ειδικά στη περίπτωση που δεν υπάρχει εξωτερικός ενεργητικός τουρισμός.

Πλεονέκτημα του εξωτερικού παθητικού τουρισμού είναι η δυνατότητα που δίνεται στους μετακινούμενους να *γνωρίσουν κάποιες άλλες χώρες*, τους ανθρώπους και το πολιτισμό τους, τον τρόπο ζωής τους και ανάλογα να λάβουν τα θετικά και να απορρίψουν τα αρνητικά στοιχεία τους. Επιτυγχάνεται επίσης και *η σύσφιξη των σχέσεων των* διαφόρων λαών που αποτελεί σημαντικό στοιχείο στα πλαίσια της διατήρησης της ειρήνης στο κόσμο.

Στον εξωτερικό ενεργητικό τουρισμό το μεγαλύτερο πλεονέκτημα, από το οποίο απορρέουν και άλλα, είναι η *εισροή του συναλλάγματος*. Το συνάλλαγμα αυξάνει τα συναλλαγματικά αποθέματα της χώρας και παράλληλα μετατρέπόμενο σε εθνικό νόμισμα ανεβάζει το εισόδημα των κατοίκων της περιοχής με αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, συγκράτηση των κατοίκων στις περιοχές και γενικά βοηθά στην αύξηση του βιοτικού τους επιπέδου. Επίσης *φέρνει σε επαφή τους κατοίκους της χώρας με άλλους λαούς και βοηθά στην συναδέλφωσή τους*.

Σα μειονεκτήματα μπορούμε να αναφέρουμε την *επιβάρυνση του περιβάλλοντος* και την *παραγκώνιση* πολλές φορές του *εσωτερικού τουρισμού*.

B. Από άποψη τουριστικού πλήθους.

Ο τουρισμός ανάλογα με το αν συμμετέχει ένα άτομο ή και οικογένεια σε σχέση με συμμετοχή ομάδας ατόμων διακρίνεται σε μεμονωμένο ή ατομικό τουρισμό και σε μαζικό ή ομαδικό τουρισμό.

B1. Μεμονωμένος ή ατομικός τουρισμός.

Η μορφή αυτή του τουρισμού είναι η πρώτη μορφή που συναντάμε στην ιστορία της τουριστικής διαδικασίας και η πλέον διαδεδομένη μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του '70. Η μετακίνηση γίνεται από ένα άτομο ή μία οικογένεια που μόνοι τους αναλαμβάνουν την οργάνωση και την πραγματοποίησή τους. Ο τρόπος αυτός είναι πιο δαπανηρός γιατί οι τιμές των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών είναι σταθερές και αρκετά υψηλές. Τα επίπεδα εκπτώσεων που μπορούν να επιτευχθούν είναι πολύ μικρά έως μηδαμινά. Το μεταφορικό μέσο κύρια είναι ιδιωτικό και πολλές φορές χρησιμοποιούνται μαζικά μέσα μεταφοράς που δρομολογούνται σε τακτικά δρομολόγια οπότε οι επιλογές είναι καθορισμένες. Όσον αφορά όμως την οικονομική του απόδοση για τις τουριστικές επιχειρήσεις είναι η μεγαλύτερη αλλά όχι μεγάλης χρονικής διάρκειας. Το ποσοστό συμμετοχής του μεμονωμένου τουρισμού στο σύνολο των μετακινουμένων τουριστών σε παγκόσμιο επίπεδο στη σημερινή εποχή είναι περίπου 15-20%.

Τα πλεονεκτήματα του μεμονωμένου τουρισμού είναι ότι η επιλογή του προγράμματος είναι ευθύνη του ιδίου του ατόμου που επιπλέον έχει τη δυνατότητα διαφοροποιήσεως του ανάλογα με τις ορέξεις του και τις καταστάσεις που θα συναντήσει κατά την εκτέλεση του. Επίσης η κατανομή του χρόνου σε ημερήσια ή όχι βάση αποτελεί βασικό πλεονέκτημα της μορφής αυτής του τουρισμού. Άλλο πλεονέκτημα είναι ότι το ποιοτικά και πολλές φορές ποσοτικά, τα αγαθά και οι υπηρεσίες που του προσφέρουν βρίσκονται σε καλύτερο επίπεδο.

Τα μειονεκτήματα του είναι ότι στοιχίζει ακριβότερα, είναι λιγότερο ασφαλές και πολλές φορές οι επιλογές της

τουριστικής περιοχής *όχι σύμφωνα με τις προσδοκώμενες και αρχικές επιθυμίες.*

B2. Μαζικός ή ομαδικός τουρισμός.

Η πλέον διαδεδομένη μορφή τουριστικής μετακίνησης στη σημερινή τουριστική πραγματικότητα που καλύπτει σε ποσοστό το 80-85% των μετακινούμενων τουριστών σε παγκόσμιο επίπεδο. Είναι η μετακίνηση που γίνεται από ομάδα ατόμων (σύλλογοι, σωματεία, τουριστικά γραφεία, κάθε είδους ενώσεις ατόμων κ.ά) με βάση προκαθορισμένο πρόγραμμα όσο αφορά τη διάρκεια ή τις περιοχές και το κόστος του. Τα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούνται είναι μαζικής μεταφοράς που τις περισσότερες φορές δεν ακολουθούν τα τακτικά δρομολόγια αλλά είναι έκτακτα. Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού έπαιξε η μεγάλη χρήση της αερομεταφοράς ειδικά οι πτήσεις τσάρτερ.

Πλεονεκτήματα του είναι *η πιστή εφαρμογή του προγράμματός του*, αν και τα τελευταία χρόνια υπάρχει η ελαστικότητα του σε πολλά σημεία, η χαμηλή ποιότητα, τις περισσότερες φορές, των υπηρεσιών του και η ανομοιογένειας του τουριστικού πλήθους που πολλές φορές επηρεάζει την ποιότητα του. Πάντως τα παραπάνω είναι ικανοποιητικά σε συνάρτηση με το *ύψος του κόστους* που συνήθως είναι ανάλογο με την ποιότητα.

Με βάση το μεγάλο ποσοστό συμμετοχής του μαζικού τουρισμού έχουν δραστηριοποιηθεί πλήθος επιχειρήσεων για την εξυπηρέτηση γεγονός που συμβάλει στη δημιουργία πολλών νέων θέσεων εργασίας.

B3. οι συγκρούσεις.

Η άφιξη του μαζικού τουρισμού στη ζώνη υποδοχής προκαλεί *μια σειρά από συγκρούσεις*, καθώς αποτελεί το πεδίο συνάντησης των δύο διαφορετικών και συχνά αντίθετων κόσμων. Οι συγκρούσεις μεταξύ των τουριστών και των ντόπιων εμφανίζονται από την έναρξη της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής και εκτείνονται στο μέτρο που η ανισορροπία διακυβεύει τη ζωή του τοπικού πληθυσμού.

Εσωτερικές συγκρούσεις παράγονται στη τοπική κοινωνία, κυρίως όσον αφορά τη θέση της γυναίκας και τον τρόπο ζωής των νέων. Ο τουρισμός βοηθά στην οικονομική ανεξαρτησία των γυναικών καθώς και στην χειραφέτηση τους, γεγονός που έρχεται συχνά σε αντίθεση με το παραδοσιακό τρόπο λειτουργίας των τοπικών κοινωνιών. Τα νέα πρότυπα καταναλωτικής συμπεριφοράς, που τείνουν να υιοθετήσουν οι νέοι, τους ωθούν συχνά να εγκαταλείψουν το γεωργικό τομέα και να αναζητήσουν τις καλύτερα αμειβόμενες θέσεις εργασίας που τους παρέχει ο τουριστικός τομέας.

Η παγκοσμιοποίηση του τουριστικού φαινομένου προκαλεί επίσης μεταβολές στη στάση του τοπικού πληθυσμού σχετικά με τις επενδυτικές δαπάνες και την αποταμίευση. Δηλαδή ο τουρισμός συμβάλει στο πέρασμα της ζώνης υποδοχής από ένα μοντέλο που χαρακτηρίζεται από παραδοσιακές δομές και κλειστή οικονομία σ' ένα μοντέλο πιο φιλελεύθερο και οικονομικά ανοιχτό.

B4. Η ξενοφοβία

Η ξενοφοβία ορίζεται ως το αποτέλεσμα της στέρησης του τοπικού πληθυσμού που προκαλείται από την παρουσία των τουριστών, οι οποίοι υπενθυμίζουν ανά πάσα στιγμή στους ντόπιους την αδυναμία του υπάρχοντος συστήματος να τους προσφέρει ένα επίπεδο διαβίωσης αντίστοιχο με εκείνο των τουριστών.

Η ξενοφοβία μπορεί να λειτουργήσει και ως ένα σύστημα άμυνας ενάντια στην αλλοίωση της κουλτούρας του τοπικού πληθυσμού κ.λ.π. ή ενάντια σε σειρά αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού, όπως ο θόρυβος, η απελευθέρωση των ηθών κ.λ.π.

Οι επιπτώσεις του τουρισμού στο κοινωνικό περιβάλλον είναι σημαντικές και *οφείλεται κυρίως στον ταχύτατο πλουτισμό μιας αγροτικής κοινωνίας, που οδήγησε τους κατοίκους σε μαζική στρόφη στα τουριστικά επαγγέλματα. Το εργατικό δυναμικό που ελκύεται στην τουριστική βιομηχανία, εγκαταλείπει τη γεωργία, με αποτέλεσμα τη σταδιακή ερήμωση των χωριών και της υπαίθρου.*

Παρά την οικονομική ανάπτυξη, μπορεί να βελτιώθηκε το βιοτικό επίπεδο του μέσου πολίτη αλλά δεν εξελίχθηκε κοινωνικά. Αντίθετα, η τουριστική ανάπτυξη λειτούργησε αρνητικά στις αξίες, τα ήθη και τα έθιμα του τοπικού πληθυσμού, με δυσμενείς επιπτώσεις στον τοπικό πολιτισμό.

Η επίδραση στους νέους, των καταναλωτικών και κοινωνικών προτύπων των τουριστών που στις διακοπές τους φέρονται πολύ πιο «ελεύθερα» και καταναλώνουν πολύ περισσότερο από ότι στην κοινωνική τους ζωή.

Η υποβάθμιση της αξίας της μόρφωσης- πολλοί νέοι εγκαταλείπουν το σχολείο με αιτιολογικό την απασχόληση στις τουριστικές επιχειρήσεις. Επίσης το νέο ήθος εργασίας αποτελεί βασικό στρόφρα διαπαιδαγώγησης των νέων ατόμων, τόσο στην επιλογή εργασίας όσο και στους τρόπους ψυχαγωγίας τους και γενικότερα στον τρόπο ζωής τους. Το προηγούμενο χαμηλό βιοτικό επίπεδο των κατοίκων και η αδυναμία έγκαιρης ενεργοποίησης του κράτους, στη διάρκεια των ταχύτατων αναπτυξιακών διαδικασιών, δεν επέτρεψαν την αφομοίωση των θετικών και μόνο στοιχείων του τουρισμού, αλλά και την άκριτη προσοχή κάθε στοιχείου.

Οι διαπιστώσεις στο κοινωνικό τομέα είναι μάλλον θλιβερές. Η απότομη αναπτυξιακή διαδικασία, αύξησε δραματικά την κατανάλωση ιδιωτικών αγαθών εις βάρος όμως των συλλογικών. Η καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος και η υποβαθμισμένη ποιότητα ζωής, συμβαδίζουν με την κοινωνική αποδιάρθρωση και αλλοτρίωση, την ανυπαρξία στόχων, προοπτικών, σχεδίου.

Γ. Από άποψη εποχής

Ανάλογα με τις εποχές του έτους που πραγματοποιούνται τουριστικές μετακινήσεις μπορούμε να διακρίνουμε ανά εποχή τον τουρισμό ή να το χαρακτηρίσουμε σα συνεχόμενο. Έτσι έχουμε τις δύο μορφές τι συνεχή ή ετήσιο τουρισμό και τον εποχιακό.

Γ1. Συνεχής ή ετήσιος τουρισμός.

Είναι η μορφή που η τουριστική κίνηση σε μια περιοχή παραμένει ποσοτικά αμετάβλητη καθόλη τη διάρκεια του έτους. Έτσι υπάρχει μια *ισοκατανομή στον αριθμό των τουριστών* ή υπάρχουν πολύ μικρές ποσοτικές διακυμάνσεις οι οποίες δεν επηρεάζουν την όλη εικόνα και το χαρακτηρισμό του τουρισμού της περιοχής σαν συνεχή. Για την περιοχή που τη χαρακτηρίζει η παραπάνω μορφή, τα πλεονεκτήματά της είναι μεγάλα γιατί και *οι επιχειρήσεις αλλά και οι εργαζόμενοι εξασφαλίζονται από μια συνεχή πελατεία και έτσι δεν δημιουργούνται προβλήματα ανεργίας και οικονομικού μαρασμού.*

Γ2. Εποχιακός τουρισμός.

Από τη μορφή αυτή του τουρισμού πηγάζουν τα περισσότερα προβλήματα του και συντονίζονται όλες οι προσπάθειες των αρμοδίων για την εξάλειψη τους. Ο εποχιακός τουρισμός είναι η παρουσία μεγάλου αριθμού τουριστών σε μια συγκεκριμένη εποχή του έτους. Μπορούμε να τον χωρίσουμε ανάλογα με τις εποχές του χρόνου σε χειμερινό, εαρινό, σε θερινό και φθινοπωρινό τουρισμό. Λόγω όμως των μεταβολών στις καιρικές συνθήκες ο τουρισμός από άποψη εποχής διακρίνεται πλέον σε δύο κατηγορίες το χειμερινό και καλοκαιρινό. Πέραν των καιρικών συνθηκών σημαντικό ρόλο, στη διαμόρφωση της μιας κατηγορίας ή της άλλης, παίζουν και τα φυσικά προσόντα και κύρια η μορφολογία του εδάφους.

Οι ήπιες θερμοκρασίες διαφόρων περιοχών κατά τη διάρκεια του χειμώνα ευνοούν τη μετακίνηση τουριστών από άλλες με χαμηλές θερμοκρασίες και έτσι δημιουργείται τουριστικό ρεύμα και έχουμε τη μορφή του τουρισμού που ονομάζουμε παραχείμαση. Οι χαμηλές θερμοκρασίες διαφόρων περιοχών σε συνδυασμό με την ύπαρξη υποδομής για χειμερινά σπορ, καθορίζει αυτό που για τους περισσότερους ονομάζεται τελικά χειμερινός τουρισμός. Και στις δύο περιπτώσεις αυτό που διακρίνουμε είναι ένας μεγάλος αριθμός τουριστών που επισκέπτεται τις περιοχές αυτές που είναι κατά πολύ μεγαλύτερος του αριθμού των τουριστών κατά τις άλλες

εποχές του έτους. Η χρονική αυτή διάρκεια είναι συνάρτηση των ευνοϊκών καιρικών συνθηκών που επιτρέπουν την άσκηση στα χειμερινά σπορ.

Οι υψηλές θερμοκρασίες σε συνδυασμό με τη θάλασσα και τον ήλιο καθορίζουν αυτό που ονομάζουμε καλοκαιρινό τουρισμό. Παρατηρείται τους καλοκαιρινούς μήνες μια αυξανόμενη κίνηση που πολλές φορές το μέγεθος της δημιουργεί προβλήματα τόσο στις διάφορες περιοχές, όσο και στους ίδιους τους τουρίστες. Οι περισσότεροι τουριστικοί πάντως προορισμοί είναι για καλοκαιρινό τουρισμό που κυριαρχεί η απόλαυση της θάλασσας και του ήλιου.

Σημαντικό ρόλο παίζει επίσης και το πότε χρονικά υπάρχει ελεύθερος χρόνος για τουρισμό μιας και πολλοί παράγοντες όπως η άδεια από την εργασία, οι σχολικές διακοπές, η κατάσταση κ.ά. τον επηρεάζουν. Μια σωστή κατανομή του χρόνου για τουρισμό από τα υποψήφια άτομα ίσως να είναι μία από τις λύσεις για τα προβλήματα που προκαλεί η εποχικότητα του.

Δ. Από άποψη του μεγέθους του τουριστικού πλήθους.

Με την διάκριση αυτή καθορίζουμε, είτε στο συνεχή τουρισμό είτε στον εποχιακό, περιόδους οι οποίες έχουν μια διακύμανση στον αριθμό των τουριστών που ανάλογα με την κατανομή τους τις χωρίζουμε σε τρεις υποπεριόδους που είναι η νεκρή ή χαμηλή περίοδος, η μέση περίοδος και η υψηλή περίοδος ή περίοδος αιχμής.

Δ1. Νεκρή περίοδος ή χαμηλή

Νεκρή ή χαμηλή τουριστική περίοδο έχουμε όταν ο αριθμός των τουριστών, σε μια χρονική περίοδο σε μια συγκεκριμένη περιοχή, καθόλου οι τουρίστες ή ο αριθμός τους είναι πάρα πολύ μικρός.

Δ2. Μέση περίοδος

Μέση τουριστική περίοδο έχουμε όταν ο αριθμός των τουριστών, σε μια χρονική περίοδο σε μια συγκεκριμένη περιοχή, είναι σχετικά καλός με τάσεις ανόδου.

Δ3. Υψηλή περίοδος ή περίοδος αιχμής.

Υψηλή περίοδο ή περίοδο αιχμής έχουμε όταν ο αριθμός των τουριστών, σε μια χρονική περίοδο σε μια συγκεκριμένη περιοχή, είναι πάρα πολύ μεγάλος σε σημείο πολλές φορές που δεν έχει τη δυνατότητα η περιοχή να τους εξυπηρετήσει και δημιουργείται στην περιοχή το λεγόμενο overbooking.

Οι παραπάνω περίοδοι ανάλογα με την ύπαρξη τους σε μια χώρα ορίζουν κατά πολύ μεγάλο ποσοστό και την *τιμολογιακή πολιτική* με σκοπό την εξάλειψή τους ώστε ο αριθμός των τουριστών να κυμαίνεται σε υψηλά ποσοστά με τις *ευεργετικές συνέπειες για την οικονομία της περιοχής* και κατά επέκταση των κατοίκων της.

Ε. Από άποψη μορφής (σκοπού ή λόγου)

Ο σκοπός ή ο λόγος της τουριστικής μετακίνησης θα πρέπει να είναι τουριστικός σύμφωνα με τους ορισμούς που έχουν δοθεί. Ο βασικότερος σκοπός της τουριστικής μετακίνησης που έχει αναφερθεί είναι η ψυχαγωγία, η αναψυχή. Στην περίπτωση αυτή λέμε ότι μιλάμε για **τη κλασική μορφή** που καθορίζει την τουριστική μετακίνηση που για τον περισσότερο κόσμο αφορά τον τουρισμό των διακοπών και ότι όλοι οι άλλοι σκοποί ή λόγοι καθορίζουν μια ομάδα τουριστικών μετακινήσεων που ονομάζονται **εναλλακτικές ή ήπιες μορφές τουρισμού**.

Ε1.Κλασική μορφή τουρισμού.

Η μορφή αυτή αναφέρεται κύρια στο τουρισμό για διακοπές που πέρα από τους λόγους της ανάπαυσης και της αναψυχής περιλαμβάνει και *επισκέψεις σε τουριστικά αξιοθέατα όπως καλλονές και πολιτιστικά μνημεία και χώρους* (μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι κ.ά.). Η συμμετοχή στη μορφή αυτή του τουρισμού είναι η μεγαλύτερη και συντελείται περισσότερο κατά την καλοκαιρινή περίοδο και λιγότερο κατά τη χειμερινή. *Ο κλασικός τουρισμός διακρίνεται από τη μαζικότητα του, χωρίς να λαμβάνουμε υπόψη μας και τη συμμετοχή του μεμονωμένου τουρισμού στον τουρισμό των διακοπών. Ο τουρισμός λοιπόν των διακοπών έρχεται*

πρώτος στις προτιμήσεις των τουριστών δημιουργώντας κύρια την περίοδο αιχμής που ποικίλει ανάλογα.

E2. Εναλλακτικές ή ειδικές μορφές τουρισμού.

Οι εναλλακτικές ή ειδικές ή ήπιες μορφές τουρισμού είναι αυτές στις οποίες στηρίζουν οι αρμόδιοι τη μεγάλη επανάσταση στον τουρισμό και προσπαθούν να τις περάσουν στο τουριστικό καταναλωτικό κοινό ώστε να *επιτευχθεί μιας συνεχής ροή τουριστών* στις τουριστικές περιοχές με όλες τις θετικές συνέπειες της και ίσως απεμπλακεί ένα μεγάλο μέρος της πελατείας της κλασικής μορφής τουρισμού, *και απαλύνει το μεγάλο πρόβλημα της εποχικότητας*. Κύριο χαρακτηριστικό των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι η αντίθεση τους προς το κλασικό τουρισμό και *ο κύριος στόχος τους η διαφύλαξη του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς*, καθώς και *η ανάπτυξη νέων θεαματικών τρόπων προσέλκυσης τουριστών και δημιουργία καινούργιων τουριστικών πόλων και αντίστοιχων τουριστικών ρευμάτων*.

Πρόγραμμα ανάπτυξης του συνόλου των μορφών αυτών δεν υπάρχει σε καμιά χώρα ώστε να λειτουργήσει πιλοτικά και για τις υπόλοιπες. Ο προγραμματισμός ξεκινά συνήθως από το τοπικό επίπεδο και συνήθως από ιδιωτικές εταιρίες που προσπαθούν να επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο και λειτουργεί σαν συμπλήρωμα του μαζικού τουρισμού των διακοπών. Σε πολλές περιπτώσεις οι μορφές αυτές μπορούν ανάλογα με τη προώθηση τους και τα ενδιαφέροντα των πελατών να μετατραπούν σε μαζικής μορφής τουρισμού. *Οι χώρες που στήριζαν την τουριστική τους ανάπτυξη στα πρότυπα του μαζικού τουρισμού άργησαν να αναπτύξουν τις εναλλακτικές μορφές*. Σε αυτές τις χώρες η ανάπτυξη των ειδικών μορφών συνδέθηκε με τον κορεσμό της κλασικής μαζικής μορφής του τουρισμού και την επίπτωση του στην *υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος και της αρνητικής επιρροής στις τοπικές κοινωνίες*.

Στην Ελλάδα οι ειδικές μορφές τουρισμού άρχισαν να γίνονται αντικείμενο μελέτης στα μέσα της δεκαετίας του '70. αποτέλεσμα αυτής της μελέτης ήταν ένα πρόγραμμα ανάπτυξης για ορισμένες μορφές που επιλέχθηκαν σύμφωνα με τις κοινωνικές και οικονομικές ανάγκες της εποχής.

Στη χώρα μας οι μορφές αυτές διακρίνονται σε:

A) ειδικές μορφές που έχουν παράδοση παρουσίας αιώνων όπως πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός λόγω του πολιτιστικού και ιστορικού πλούτου της χώρας και
B) ειδικές μορφές που λειτουργούν σα συμπλήρωμα του κλασικού μαζικού τουρισμού όπως ο θαλάσσιος και ο υπαίθριος τουρισμός. Σε χώρες που ο τουρισμός δεν αποτελεί κυρίαρχο παραγωγικό τομέα, οι ειδικές μορφές τουρισμού έχουν αναπτυχθεί αρκετά και ορισμένες χώρες διατηρούν και κάποια παράδοση.

Στη συνέχεια θα προσπαθήσουμε να θέσουμε τις κατάλληλες προϋποθέσεις και τα κατάλληλα κριτήρια που θα πρέπει να υπάρχουν για την οριοθέτηση των ειδικών ή εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Πάντως βασικοί στόχοι για την ανάπτυξη τους είναι η προστασία της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, η βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και η ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον, καθώς επίσης και η δημιουργία των κατάλληλων υποδομών και ανωδομών που θα καλύπτουν τις ανάγκες των τουριστών που θα επιλέγουν τις μορφές αυτές.

Ως απαραίτητες προϋποθέσεις μπορούμε να αναφέρουμε τις παρακάτω:

- Η ειδική μορφή να έχει τη δυνατότητα να συμπληρώνει την κλασική μαζική μορφή καλύπτοντας έτσι τα ειδικά ενδιαφέροντα του τουρίστα με σκοπό την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
- Τα ιδιαίτερα φυσικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά και οι τοπικές ιδιομορφίες της εκατοστέ περιοχής, που εφαρμόζοντας το κατάλληλο πρόγραμμα να αναπτύσσεται η κατάλληλα ειδική μορφή, όπως για παράδειγμα οικοτουρισμός, πολιτιστικός, θρησκευτικός, αθλητικός κ.ά.
- Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δίνεται στη δυνατότητα συνδυασμένων ειδικών μορφών.

- Νομοθετικό πλαίσιο.
- Εθνικό πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης. Το πρόγραμμα ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών πρέπει να εντάσσεται στο γενικότερο πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης μιας χώρας που σημαίνει ότι οι στόχοι της γενικότερης τουριστικής πολιτικής πρέπει να καλύπτουν και τους στόχους των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Πληροφόρηση επενδυτών για τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει μια τέτοια επένδυση δίνοντας έμφαση στην αλλαγή που παρουσιάζει η ζήτηση τα τελευταία χρόνια.
- Εκπαίδευση. Σημαντική προϋπόθεση για κάθε πετυχημένη προσπάθεια που ειδικά στον τουρισμό η εκπαίδευση θεωρείται πλέον απαραίτητη για να εξασφαλίσει καλύτερη αποτελεσματικότητα με στόχο την καλύτερη ανάπτυξη που να διαφυλάσσει το βασικό θύλακα, το περιβάλλον για διάρκεια στην οικονομική ανάπτυξη μέσω του τουρισμού.
- Η ενημέρωση όλων των φορέων που εμπλέκονται στην τουριστική παραγωγική διαδικασία είναι αναγκαία. Όσον αφορά τον ιδιωτικό φορέα χρήσιμη είναι η πληροφόρησή του για την αμοιβαία σχέση της περιβαλλοντικής προστασίας και οικονομικής ανάπτυξης και την αναπόφευκτη αλλαγή που παρουσιάζει η τουριστική ζήτηση.

Στην συνέχεια θα προσπαθήσουμε να παρουσιάσουμε τις εναλλακτικές μορφές που υπάρχουν και έχουν αναπτυχθεί ή συγκεντρώνουν τις προϋποθέσεις για ανάπτυξη.



1. Φυσιολατρικός ή φυσιογνωστικός τουρισμός

Ο τουρισμός της μορφής αυτής έχει σα σκοπό την απόλαυση και τη γνώση της φύσης με απώτερο *όφελος τη ψυχική και φυσική ευεξία του ατόμου* από τις καλύτερες συνθήκες ζωής κοντά στο φυσικό περιβάλλον μακριά από την καθημερινότητα των αστικών κέντρων και την επιβάρυνση του περιβάλλοντος τους. Η φύση επειδή διαφέρει ανάλογα με τις εποχές του έτους δίνει τη δυνατότητα για πολλαπλές επισκέψεις και ιδιαίτερα σε περιόδους εκτός αιχμής, με αποτέλεσμα την τουριστική ενίσχυση συγκεκριμένων περιοχών. Τη μορφή αυτή προτιμούν κύρια άτομα με κλίση προς τη φυσική ζωή και άτομα που έχουν επιστημονικά ενδιαφέροντα. Επομένως, η προσπάθεια για προσέλκυση τουριστών της κατηγορίας αυτής θα πρέπει να είναι τέτοια ώστε να *τονίζονται τα θετικά της συμμετοχής σε αυτή τη μορφή τουριστικής μετακίνησης και το κόστος να προσαρμόζεται* ανάλογα με την υποψήφια πελατεία.

2. Μορφωτικός ή γνωστικός τουρισμός

Η μορφή αυτού του τουρισμού έχει σα σκοπό να δώσει τη δυνατότητα στον τουρίστα να *αποκτήσει ή να εμπλουτίσει τις γνώσεις του* που θα προέλθουν από το χώρο του πνεύματος, της επιστήμης και της τεχνικής της περιοχής που επισκέπτεται όχι όμως σαν τακτικός ακροατής αλλά από την επικοινωνία του με φορείς και μεμονωμένους ανθρώπους της περιοχής. Η μορφή αυτή απευθύνεται σε άτομα που έχουν τη πρόθεση για τέτοιου είδους ενασχόληση κατά τη μετάβαση τους σε μια άλλη περιοχή ή χώρα.

3. Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι γνωστός από τα πανάρχαια Χρόνια με μετακινήσεις που γινόταν για επίσκεψη σε ιερούς χώρους ή για συμμετοχή σε διάφορες θρησκευτικές εκδηλώσεις. Στη σημερινή εποχή υπάρχει μεγάλη ζήτηση της μορφής αυτής απ' τη στιγμή που σε κάθε θρησκεία υπάρχουν ιεροί χώροι και γίνονται ποικίλες θρησκευτικές εκδηλώσεις.

Ο κάθε θρησκευόμενος κάνει θρησκευτικό τουρισμό για λόγους λατρείας, για να λάβει μέρος σε ειδικές θρησκευτικές τελετές ή να εκπληρώσει κάποια εσωτερική επιθυμία του, ένα τάμα του.

Στην Ορθόδοξη θρησκεία από τα απλά θρησκευτικά πανηγύρια μέχρι την επίσκεψη στους Αγίους τόπους έχουμε μεγάλη συμμετοχή πιστών που ταξιδεύουν για περισσότερες από μία φορά προς τους ίδιους προορισμούς. Η αξιοποίηση των ιερών χώρων χωρίς να γίνει «βιομηχανοποίηση» αποτελεί τεράστιο τουριστικό κεφάλαιο και είναι σοβαρός λόγος προσέλκυσης μεγάλου αριθμού τουριστών. Για το σκοπό αυτό ειδικεύονται πολλά τουριστικά γραφεία που αποκλειστικά διακινούν πιστούς στους θρησκευτικούς προορισμούς σε προσιτές τιμές και η διάρκεια των μετακινήσεων αυτών είναι συνήθως έως τρεις ημέρες.

4. Αθλητικός τουρισμός.

Ο αθλητικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που έχει σαν σκοπό την παρακολούθηση αθλητικών αγώνων ή τη συμμετοχή, επαγγελματική ή ερασιτεχνική σε αθλητικές δραστηριότητες.

Άλλη μια μορφή τουρισμού που είναι γνωστή από την αρχαιότητα και δη από τον ελληνικό χώρο όπου διεξαγόταν πάρα πολλοί αθλητικοί αγώνες, με κορυφαίους τους Ολυμπιακούς Αγώνες οι οποίοι εξακολουθούν και στην εποχή μας να είναι η πρώτη αθλητική εκδήλωση στο κόσμο. Ο αθλητισμός προσελκύει μεγάλη μάζα ανθρώπων σε όλο του το φάσμα, από τους μικρότερους αγώνες μέχρι τα κορυφαία αθλητικά γεγονότα ανά υφήλιο. Οι αθλητικές εκδηλώσεις σε πολλές χώρες έχουν λάβει τη μορφή της show business με πολλά κέρδη για τις εταιρίες που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση τους. Είναι γνωστές οι «μάχες» που δίνονται για την ανάληψη μεγάλων αθλητικών γεγονότων με τη συμμετοχή των αθλητικών αλλά και πολιτικών παραγόντων που φθάνουν και μέχρι τα υψηλά κυβερνητικά κλιμάκια. Τα οφέλη είναι πολύ μεγάλα και πέρα από τα ευκόλως εννοούμενα οικονομικά υπάρχουν και άλλα πολιτικά, εθνικά και πολιτιστικά. Η υποδομή σε αθλητικές εγκαταστάσεις άρχισε τα τελευταία χρόνια να δημιουργείται και στις τουριστικές επιχειρήσεις διαμονής για να μπορούν

οι πελάτες να αθλούνται, και παρουσιάζονται στη διαφημιστική τους καμπάνια σε περίοπτες θέσεις με σκοπό τη προσέλκυση περισσότερων πελατών. Σε πολλές περιπτώσεις ιδιωτικοί φορείς ή και η ίδια η πολιτεία διοργανώνουν σε αθλητικά κέντρα ή τουριστικές μονάδες διαμονής αθλητικά camp στα πλαίσια ανάπτυξης του αθλητισμού. *Τα παραπάνω θα αποτελέσουν κίνητρα για μεγαλύτερη συμμετοχή και αύξηση του αθλητικού τουρισμού στις περιοχές τους.*

Τα παραπάνω συνηγορούν στο ότι ο αθλητικός τουρισμός παρουσιάζει μια δυναμική που οφείλεται στην μετακίνηση θεατών, αθλητών για προετοιμασία σε καταλληλότερες κλιματολογικές συνθήκες μακριά από την έδρα τους σε συνδυασμό με τουριστική απόλαυση.

Το πρόβλημα του αθλητικού τουρισμού συνιστάται στη μη συνεχή του εκδήλωση, γιατί εξαρτάται βασικά από τη δυνατότητα διοργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων και παράλληλα από την ύπαρξη κατάλληλης αθλητικής υποδομής και ανωδομής (αθλητικές εγκαταστάσεις). Αυτό φαίνεται πιο έντονα στις χαρακτηριζόμενες μικρές αθλητικές χώρες. Στην κατηγορία αυτή ανήκει και η χώρα μας. Ένα από τα πλεονεκτήματα της χώρας μας για ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού, είναι οι καλές κλιματολογικές συνθήκες και τελευταία η κατασκευή σύγχρονων αθλητικών εγκαταστάσεων που μπορούν να χρησιμοποιούνται για προετοιμασία πολλών αθλητών διαφόρων αθλημάτων. Επίσης θα πρέπει να βοηθήσουν η πολιτεία και οι ιδιωτικοί αθλητικοί και οικονομικοί παράγοντες.

Η ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 από την Αθήνα ήταν αποτέλεσμα της κοινής προσπάθειας πολιτείας και ιδιωτικής πρωτοβουλίας και θα αποτελέσει την απαρχή πολλών αθλητικών εκδηλώσεων πριν και μετά τη διεξαγωγή τους με αποτέλεσμα να δει η χώρα μας οφέλη από τη μορφή αυτή του τουρισμού, που δεν θα είναι άμεσα οικονομικά αλλά θα λειτουργήσουν και θα λειτουργήσουν οι αγώνες σαν ένα καλό πρόγραμμα προβολής και προώθησης του ελληνικού τουρισμού.

5. Καλλιτεχνικός τουρισμός

Οι καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, κάθε μορφής, αποτελούν πόλο έλξης τουριστών με ειδικά ή όχι καλλιτεχνικά ενδιαφέροντα. Αποκλειστικός σκοπός της μετακίνησης του τουρίστα στη μορφή αυτή είναι η παρακολούθηση καλλιτεχνικών εκδηλώσεων ή να γνωρίσει από κοντά την τέχνη του τόπου τον οποίο επισκέπτεται.

Οι αρμόδιοι του τουρισμού ανάλογα με την υπάρχουσα υποδομή της περιοχής προβαίνουν στη οργάνωση διαφόρων φεστιβάλ που έχουν σαν αντικείμενα το θέατρο, τον κινηματογράφο, το τραγούδι και το χορό ή οργανώνουν εκθέσεις διαφόρων έργων τέχνης επιδιώκοντας την προσέλευση περισσότερων τουριστών τόσο κατά την περίοδο αιχμής πολύ δε περισσότερο τουριστών τόσο κατά την περίοδο αιχμής πολύ δε περισσότερο εκτός αυτής. Στον Ελλαδικό χώρο γνωστά είναι τα φεστιβάλ Αθηνών, Επιδαύρου, Ολύμπου, Θεσσαλονίκης και Φιλίππων.

6. Ιαματικός τουρισμός ή θερμαλισμός

Η υγεία, το πολυτιμότερο αγαθό του ανθρώπου, δημιούργησε μια νέα μορφή τουρισμού, γνωστή από αρχαιοτάτων χρόνων, τον ιαματικό τουρισμό ή θερμαλισμό. Αυτό συνέβη με την αξιοποίηση των διαφόρων ιαματικών, θερμών κύρια, πηγών τα νερά των οποίων έχουν θεραπευτικές ιδιότητες. Οι χρήστες των ιαματικών πηγών είναι πάρα πολλοί, ιδιαίτερα τα άτομα της τρίτης ηλικίας και η μορφή αυτή του τουρισμού προσπαθεί να καλύψει τις ανάγκες των ατόμων αυτών.

Στον Ελλαδικό χώρο η ύπαρξη πολλών ιαματικών πηγών δημιουργεί τις προϋποθέσεις για ανάπτυξη της μορφής αυτής απ' την στιγμή που η κατάλληλη υποδομή και αναδωμή θα μπορεί να εξασφαλίσει την ικανοποίηση και άλλων αναγκών τόσο των ιδίων ασθενών και των συνοδών τους.

Έτσι έχουν δημιουργηθεί ολόκληρες περιοχές, οι λεγόμενες λουτροπόλεις που προσφέρουν όλες τις σύγχρονες ανέσεις ώστε η διαμονή των λουόμενων να είναι άνετη και

ευχάριστη. Γνωστές περιοχές της χώρας με οργανωμένες λουτρικές εγκαταστάσεις είναι η Αιδηψός, τα Καμένα Βούρλα, η Υπάτη, το Λουτράκι, η Κυλλήνη και η Ικαρία στις οποίες συγκεντρώνεται ο κύριος όγκος των τουριστών της μορφής αυτής σε όλες σχεδόν τις εποχές του έτους.

7. Επαγγελματικός ή εμπορικός τουρισμός

Έχουμε διευκρινίσει ότι η μετακίνηση με σκοπό την άσκηση επαγγέλματος δεν νοείται τουρισμός. Στη μορφή αυτή του επαγγελματικού τουρισμού τα πράγματα είναι τελείως διαφορετικά. Όταν μιλάμε για επαγγελματικό τουρισμό εννοούμε τις μετακινήσεις που σα σκοπό έχουν να δώσουν, στον επαγγελματία ή στον έμπορο *τη δυνατότητα να αποκομίσει οφέλη για την άσκηση του επαγγέλματος του ή της εμπορίας του με τη συμμετοχή του σε αποστολές και συμμετοχές του στις διάφορες εκθέσεις αντίστοιχου ενδιαφέροντος ή ακόμη να αντιπροσωπεύει κάποια προϊόντα στο τόπο διαμονής του.*

Στις παραπάνω περιπτώσεις, το όφελος είναι έμμεσο και το οικονομικό αποτέλεσμα που θα έχει θα είναι στον τόπο της μόνιμης διαμονής του, οπότε δεν θα εμπίπτει στην αρχική απαγόρευση που αναφέραμε. Η διεθνοποίηση του εμπορίου έχει προσφέρει σημαντικά στη μορφή αυτή του τουρισμού που είναι από τις πλέον προσοδοφόρες για τις τουριστικές επιχειρήσεις επειδή ο κάθε επαγγελματίας ή έμπορος για λόγους τακτικής και εντυπωσιασμού δαπανά περισσότερα χρήματα.

8. Συνεδριακός τουρισμός

Ο συνεδριακός τουρισμός, η πλέον δυναμική μορφή εναλλακτικού τουρισμού, είναι η συμμετοχή διαφόρων ατόμων σε κάθε είδος συνεδρίου, σεμιναρίου, σύσκεψης ή συνεδρίασης με επιστημονικό ή άλλο ενδιαφέρον με σκοπό *την επικοινωνία, την ανταλλαγή απόψεων και την ενημέρωση.*

Οι λόγοι που οδήγησαν στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι *η ραγδαία ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς, η πρόοδος των επιστημών, της τεχνολογίας, της πληροφορικής και του αυτοματισμού παράλληλα με τις αυξανόμενες απαιτήσεις μιας κοινωνίας γεμάτης από*

γρήγορους ρυθμούς εργασίας και άγχους που δημιούργησαν την ανάγκη αναζήτησης μιας διεξόδου με την συνδυασμένη αλλαγή παραστάσεων και περιβάλλοντος.

Η δυναμική της μορφής αυτής φαίνεται από το γοργό ρυθμό της δημιουργίας *πολλών συνεδριακών κέντρων* σε όλα τα μέρη της γης και το *μεγάλο ανταγωνισμό των περιοχών* για την ανάληψη τέτοιων εκδηλώσεων. Ο συνεδριακός τουρισμός είναι η μορφή του τουρισμού που απαιτεί *ειδική υποδομή εξοπλισμού*. Ο συνεδριακός τουρίστας είναι *υψηλής κοινωνικής στάθμης (επιστήμονας, ανώτερο στέλεχος), με συνέπεια να είναι και ανωτέρου οικονομικού επιπέδου*. Για το λόγο αυτό έχει μεγάλη αγοραστική δύναμη η οποία αυξάνεται με την εξασφάλιση των βασικών του αναγκών την οποία προσφέρουν πολλές φορές διάφοροι σπόνσορες.

Τους συνεδριακούς τουρίστες πολλές φορές τους συνοδεύουν και άτομα του οικογενειακού ή εργασιακού τους περιβάλλοντος οπότε δημιουργείται μια άλλη ομάδα τουριστών, οι συνοδοί, η οποία και αυτή είναι αρκετά υπολογίσιμη τόσο από τους οργανωτές των συνεδρίων όσο και από τις τουριστικές επιχειρήσεις που υποστηρίζουν κατά κόρον τα συνέδρια.

Ο χρόνος διεξαγωγής τους στο *μεγαλύτερο ποσοστό είναι εκτός περιόδου τουριστικής αιχμής, γεγονός που βοηθά στη σταδιακή άρση του προβλήματος της εποχικότητας*. Το κέρδος, ειδικά από τα διεθνή συνέδρια, είναι η μεγάλη εισροή συναλλάγματος για τη χώρα υποδοχής. Η διάρκεια τους κυμαίνεται από μία μέρα έως μια βδομάδα με ελάχιστες εξαιρέσεις υπέρβασης. Το χρονικό αυτό διάστημα αυξάνεται με διάφορες προ ή μετά- συνεδριακές εκδηλώσεις που συμβάλλουν στην *μεγαλύτερη απόδοση της δυναμικής* αυτής μορφής τουρισμού.

Η χώρα μας και ειδικά η Αθήνα βρίσκεται στις πρώτες επιλογές των οργανωτών συνεδρίων και προσπαθεί με τη συνεχή βελτίωση της συνεδριακής της υποδομής να διατηρηθεί και να αντέξει το μεγάλο ανταγωνισμό που παρατηρείται τελευταία σε παγκόσμιο επίπεδο.

9. Τουρισμός κινήτρων (Incentive travel)

Είναι η μορφή που αφορά προσφορά διαφόρων εταιρειών και επιχειρήσεων δωρεάν ταξιδιών σε στελέχη τους σαν ένα είδος αμοιβής για την καλή τους απόδοση ή για να προτρέψουν να έχουν καλύτερη απόδοση στην εταιρεία τους. Τα incentive travels, όπως ονομάζονται στην παγκόσμια τουριστική ορολογία, αποτελούν τουρισμό μεγάλης οικονομικής απόδοσης γιατί οι συμμετέχοντες ίσως κάτω από άλλες συνθήκες δε θα μπορούσαν να πραγματοποιήσουν τέτοιου είδους τουρισμό.

Έτσι απαλλαγμένοι από τα έξοδα μεταφοράς, διαμονής και διατροφής έχουν τη διάθεση να δαπανήσουν χρήματα για την ικανοποίηση των άλλων αναγκών που δημιουργούνται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, όπως η διασκέδαση, η αγορά αναμνηστικών κ.ά αυξάνοντας την οικονομική απόδοση της μορφής αυτής του τουρισμού.

Τα οφέλη από τη μορφή αυτή είναι ότι έχει υψηλή κατά κεφαλή δαπάνη, περισσότερη και από αυτή του συνεδριακού, παρατηρείται επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, λειτουργεί σα μέσο προβολής της περιοχής υποδοχής και είναι τουρισμός που δεν ανακόπτεται η ροή του από διάφορα γεγονότα όπως οικονομικές υφέσεις ή εποχιακές κλιματολογικές μεταβολές.

10. Εκθεσιακός τουρισμός

Εκθεσιακός τουρισμός είναι ο τουρισμός που έχει σχέση με την επίσκεψη σε διάφορες εμπορικές εκθέσεις ατόμων που έχουν άμεσο ή έμμεσο κέρδος. Οι εκθέσεις αυτές μπορεί να είναι γενικές ή κλαδικές και συνήθως πραγματοποιούνται σε εκτός τουριστικής αιχμής περίοδο βοηθώντας έτσι στην άμβλυνση του προβλήματος της εποχικότητας που παρουσιάζουν πολλές τουριστικές περιοχές διεθνώς.

Σκοπός όλων των εκθέσεων εμπορικών και μη είναι να προκαλέσουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών τους για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Από τουριστική πλευρά η ύπαρξη πολλών επισκεπτών, που σε αυτό θα βοηθά και η καλή διοργάνωση, αυξάνει τη ζήτηση

τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών προς όφελος και των δύο πλευρών.

11. Θαλάσσιος τουρισμός (yachting)

Θαλάσσιος τουρισμός με την ευρύτερη του όρου έννοια θα μπορούσε να χαρακτηριστεί κάθε τουριστική δραστηριότητα που έχει σχέση με την θάλασσα και τις ακτές της.

Συνήθως όμως σαν θαλάσσιος τουρισμός νοείται κάθε θαλάσσια περιήγηση με κρουαζιερόπλοια, θαλαμηγούς καθώς επίσης και κάθε ναυταθλητική δραστηριότητα στο θαλάσσιο χώρο.

Ο θαλάσσιος τουρισμός βασικά αναφέρεται στην κρουαζιέρα και στο yachting. Κύριο μέσο, είναι το σκάφος πλοίο αναψυχής. Η θαλάσσια διαδρομή και οι τόποι προορισμού, καθώς και ο λιμενισμός των σκαφών όπως επίσης και διάφορες συμπληρωματικές υπηρεσίες συνθέτουν τα κύρια χαρακτηριστικά του θαλάσσιου τουρισμού.

Χώρες που διαθέτουν θάλασσα μπορούν να αναπτύξουν τη μορφή του θαλάσσιου τουρισμού από τη στιγμή που και οι καιρικές συνθήκες το επιτρέπουν και η υποδομή υφίσταται. Το πρόβλημα με την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού εντοπίζεται στην δυνατότητα της ύπαρξης πολλών και οργανωμένων μαρίνων που είναι αναγκαίες για την εξυπηρέτηση των σκαφών και των επιβατών τους.

Για πολλούς πιστεύεται ότι είναι μια μορφή που απευθύνεται σε άτομα υψηλού εισοδηματικού επιπέδου, ενώ στις στατιστικές φαίνεται ότι είναι μια μορφή που κερδίζει συνεχώς καινούρια μέλη. Στη χώρα μας με τις ήσυχες σχετικά θάλασσες, την πολυνησία, τις ευνοϊκές καιρικές συνθήκες και την κατασκευαστική δυνατότητα σκαφών (ιστιοπλοϊκών ή μηχανοκινήτων) ευνοείται η ανάπτυξη της μορφής αυτής. Οι αριθμοί μιλάνε για όλο και μεγαλύτερο αριθμό συμμετεχόντων στο θαλάσσιο τουρισμό.

12.Οικολογικός τουρισμός ή Οικοτουρισμός

Το οικολογικό πρόβλημα που εμφανίστηκε τα τελευταία χρόνια με τη διαφοροποίηση του περιβάλλοντος δεν άφησε αδιάφορο τον άνθρωπο που στην προσπάθεια του για καλύτερη ζωή προσπαθεί να *περιορίσει την υποβάθμιση του περιβάλλοντος του λαμβάνοντας τα κατάλληλα κατά περίπτωση μέτρα*. Ο τουρισμός συνυφασμένος με το περιβάλλον δε θα μπορούσε να μη συμβάλλει προς την κατεύθυνση αυτή.

Οικολογικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που αναπτύσσεται στο φυσικό περιβάλλον και ιδιαίτερα σε περιοχές που χαρακτηρίζονται ως υψηλής οικολογικής αξίας, προστατευμένες ή μη.

Έτσι δημιουργήθηκαν προγράμματα τουριστικών μετακινήσεων με σκοπό να διαπιστωθούν βλάβες του περιβάλλοντος αλλά και να το προστατέψουν. Πέρα από την προστασία, ο οικολογικός τουρίστας μπορεί να δραστηριοποιηθεί σε πεζοπορίες, αναρριχήσεις, υποβρύχιες παρατηρήσεις, κανό, καγιάκ και ορειβατικό σκι. Ο οικολογικός τουρισμός έχοντας σαν πελάτες τους ανά τον κόσμο οικολόγους προσπαθεί να διευρύνει την πελατεία του ευαισθητοποιώντας και άλλα άτομα προς τη μορφή αυτή του τουρισμού αλλά και γενικά στο *οικολογικό πρόβλημα*.

Χρειάζεται όμως και η ανάλογη υποδομή, όπως η χάραξη μονοπατιών, χαρτογράφηση των περιοχών, αναστύλωση παλιών κτισμάτων λαϊκής αρχιτεκτονικής και παλιών γεφυριών, να γίνουν παρατηρητήρια για τη καλύτερη παρατήρηση της χλωρίδας και πανίδας και να εκπαιδευτούν κατάλληλα άτομα που θα προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στους τουρίστες της εναλλακτικής αυτής μορφής τουρισμού.

13. Αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός αναφέρεται στις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στα πλαίσια του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής. Συγκεκριμένα αναφέρεται σε μορφές τουριστικών δραστηριοτήτων που εντάσσονται οργανικά και αρμονικά στο αγροτικό χώρο που περιλαμβάνει τουριστικές δραστηριότητες που είναι συμπληρωματικές ή δεν έρχονται σε σύγκρουση με άλλες δραστηριότητες, όπως είναι για παράδειγμα οικονομικές και κοινωνικές, που χαρακτηρίζουν τον αγροτικό χώρο.

Το κύμα αστυφιλίας που σαρώνει την Ευρώπη τις τελευταίες δεκαετίες προκάλεσε την ταχύτατη συρρίκνωση του πληθυσμού των αγροτικών περιοχών και έφερε τις χιλιάδες των αγροκτημάτων που επί σειρά ετών βρίσκονται στο χείλος της οικονομικής καταστροφής. Όμως, η σταδιακή ανάπτυξη του αγροτουρισμού, δηλαδή οι ολιγοήμερες διακοπές σε κάποια φάρμα που παρέχει στοιχειώδη τουριστικές εγκαταστάσεις και εξοικειώνει τον επισκέπτη με την ζωή στην ύπαιθρο, αποδείχτηκε σωτήρια για τους κατοίκους της υπαίθρου που ανακάλυψαν ένα σχετικά εύκολο τρόπο για να αυξήσουν σημαντικά τα πενήχρά τους εισοδήματα που τους εξασφάλιζαν μέχρι πριν οι αγροτικές τους ασχολίες. Έτσι ο αγροτουρισμός έρχεται να δώσει λύσεις στο πρόβλημα αυτό με την οργάνωση προγραμμάτων για μετακινήσεις προς την ύπαιθρο.

Η συμμετοχή των τουριστών ή η παρακολούθηση του τρόπου ζωής και εργασίας των αγροτών τους φέρνει πιο κοντά και κατά κάποιο τρόπο αμβλύνεται το χάσμα μεταξύ των κατοίκων της υπαίθρου και των αστικών κέντρων. Έτσι παρατηρούμε σε πολλές περιοχές της χώρας μας να δημιουργούνται αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί με συμμετοχή κυρίως γυναικών της υπαίθρου που έτσι μπορούν να συμπληρώσουν το εισόδημα τους.

Στη χώρα μας ο αγροτουρισμός αναπτύχθηκε στα περιθώρια του γενικού τουρισμού στα μέσα της δεκαετίας του '80 με βάση ενισχυτικά προγράμματα της πολιτείας με βασικό άξονα την ίδρυση γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών χωρίς όμως ικανοποιητική υποστήριξη, που

διαπιστώνεται από την γρήγορη εγκατάλειψη και την διατήρηση ελάχιστων βιώσιμων.

Σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες όπως η Ιταλία, η Αγγλία, η Ιρλανδία, η Δανία, η Γερμανία και άλλες χώρες όπως η Αμερική, ο Καναδάς και το Ισραήλ έχουν ανεπτυγμένη τη μορφή του αγροτουρισμού με αρκετή πελατεία και εξασφάλιση ικανοποιητικού συμπληρωματικού ή και κύριου εισοδήματος για τους ενασχολούμενους, αναφέρεται όχι μόνο στην Ιταλία υπάρχουν 9.500 αγροκτήματα, που προσφέρουν πολύ καλές και σε προσιτές τιμές υπηρεσίες στους πελάτες τους.

Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού, εκτός του ότι *αύξησε σημαντικά τα εισοδήματα των τοπικών πληθυσμών, δημιούργησε τους όρους για την ανάπτυξη των αγροτικών πληθυσμών, προσελκύοντας το ενδιαφέρον των τοπικών κυβερνήσεων αλλά και των φορέων της τοπικής αυτοδιοίκησης, που διαπίστωσαν ότι μέσα από την διατήρηση κερδοφόρων αγροκτημάτων μπορούν να αναχαιτίσουν το κύμα της αστυφιλίας.* Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού δεν ωφελεί μόνο τους ιδιοκτήτες των αγροκτημάτων αλλά και τους κατοίκους των γειτονικών χωριών που αποτελούν ιδανικούς προσδιορισμούς για τις εκδρομές των επισκεπτών.

Η ανταπόκριση του κοινού σε αυτές τις ασυνήθιστες διακοπές, για τις χώρες που αναφέρθηκαν παραπάνω, ήταν εντυπωσιακή. Η θερμή ανταπόκριση του τουριστικού κοινού έδωσε την δυνατότητα στους κατόχους των αγροκτημάτων να επεκτείνουν τις δραστηριότητες τους, *προωθώντας τα τοπικά προϊόντα και να βελτιώσουν τις εγκαταστάσεις τους.* Ταυτόχρονα όμως δημιούργησε μια νέα κατάσταση για τους επαγγελματίες του τουριστικού κλάδου που είδαν με πολύ καλό μάτι να ανοίγεται μπροστά τους μια νέα φιλόδοξη και με καλές οικονομικές προοπτικές αγορά. Ο φόβος όμως της μαζικής μετακίνησης σε τέτοιου είδους τουριστικές εγκαταστάσεις ίσως σταθεί εμπόδιο στη μεγάλη εκμετάλλευση αυτής της μορφής μ' όλα τα δυσμενή αποτελέσματα που γνωρίζουμε από άλλες περιπτώσεις, ώστε να διατηρήσει την ήπια μορφή που αρμόζει στον αγροτουρισμό.

Με την εμπειρία από τις παραπάνω χώρες και με δεδομένα τα απαραίτητα στοιχεία που η ελληνική ύπαιθρος διαθέτει θα πρέπει να ξεκινήσει μια νέα προσπάθεια για να δοθεί και πάλι η ευκαιρία να γίνει ο αγροτουρισμός ένας από τους πολλούς μοχλούς ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών, με αποτέλεσμα τη *συγκράτηση μεγαλύτερου μέρους του αγροτικού πληθυσμού στα εστίες τους και στην βελτίωση του εισοδήματος* με αρωγούς τις τοπικές κοινωνίες και ιδιαίτερα τους νέους και φιλόδοξους τοπικούς φορείς αυτοδιοίκησης.

14. Τουρισμός περιπέτειας

Τουρισμός περιπέτειας χαρακτηρίζονται οι διακοπές με έντονο το στοιχείο του απρόσμενου, του αγνώστου και της έκπληξης. Το ανήσυχο που διακρίνει τον άνθρωπο και ειδικά το νέο, δημιούργησε τον τουρισμό της περιπέτειας, που συνίσταται σε προγράμματα έξω από τα καθιερωμένα με συνεχείς εκπλήξεις που τονώνουν τη φαντασία και οδηγούν σε δράση για φυγή από την καθημερινότητα.

Η προβολή αυτή της μορφής του τουρισμού τα τελευταία χρόνια *έχει ανεβάσει τη ζήτηση* σε αρκετά υψηλά επίπεδα λόγω του ότι αποτελεί μια *ανάγκη του σύγχρονου αστού που ζητά έντονες εκτονώσεις για να ξεφύγει από την καθημερινότητα.*

Στον τουρισμό περιπέτειας περιλαμβάνονται οι δραστηριότητες όπως το σαφάρι, οι «άγνωστες» περιπλανήσεις, η κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς, η παραμονή και διαβίωση στη φύση, κυνήγι θησαυρού στη φύση και γενικά κάθε τι που προκαλεί κάτι το άγνωστο.

Στη χώρα μας ο τουρισμός περιπέτειας αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς που αποκτά ολοένα και περισσότερους λάτρεις. Σε αυτό συντελούν διάφοροι σύλλογοι και τουριστικά γραφεία που εξειδικεύονται σε προγράμματα τουρισμού περιπέτειας καθώς μεγάλη βοήθεια προσφέρει και η ίδια η Ελληνική φύση με τις άγριες περιοχές που διαθέτει και έτσι είναι ένας τρόπος ανάδειξης και προβολής τους.

15. Τουρισμός παραχείμασης

Με τον όρο παραχείμαση εννοούμε την παραμονή ατόμων, που προέρχονται από μέρη με χαμηλές θερμοκρασίες τους χειμερινούς μήνες και *προβλήματα υγείας που πηγάζουν από αυτές, σε περιοχές που τη συγκεκριμένη περίοδο οι θερμοκρασίες είναι ηπιότερες.* Η παραμονή είναι συνήθως μακράς διάρκειας (4 εβδομάδες τουλάχιστον).

Στη χώρα μας τέτοιες περιοχές είναι η Κρήτη, η Ρόδος και οι νότιες περιοχές της Πελοποννήσου, αλλά η μορφή τουρισμού είναι σχεδόν ανύπαρκτη. Αυτό που υπάρχει είναι μια μορφή κλασικού τουρισμού διακοπών εκτός τουριστικής αιχμής με επίκεντρο κάποιες πολιτιστικές δραστηριότητες.

Ο τουρισμός παραχείμασης για τη χώρα μας μπορεί να αποτελέσει μια από τις πολλές εναλλακτικές μορφές που μπορούν να *αμβλύνουν το πρόβλημα της εποχικότητας* και προς την κατεύθυνση αυτή θα πρέπει να στραφεί η πολιτεία. Τα μέτρα που μπορούν να ληφθούν είναι βασικά επιδοτούμενα προγράμματα σε όλα τα στοιχεία του τουριστικού πακέτου ιδιαίτερα στις περιοχές που ευνοούν οι καιρικές συνθήκες και η υποδομή και η ανωδομή μπορεί να ανταποκριθεί στην κάλυψη των τουριστών που θα επιλέξουν αυτή τη μορφή τουρισμού.

16. Τουρισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες.

Η μορφή αυτή απευθύνεται σε άτομα με ειδικές ανάγκες και τους συνοδούς τους. Για να μπορεί μια περιοχή να δεχτεί τέτοιου είδους τουρίστες θα πρέπει να έχει την *κατάλληλη υποδομή ώστε να καλύψει τις αυξανόμενες ανάγκες των τουριστών αυτών καθώς και των συνοδών τους,* που προκύπτουν από τις ιδιαιτερότητες που υπάρχουν λόγω της κατάστασης της υγείας τους.

17.Ορεινός τουρισμός

Υπάρχει η εσφαλμένη εντύπωση ή ίσως έχει καλλιεργηθεί ανάλογα και το έδαφος ότι στους τουριστικούς προορισμούς, τα βουνά θα πρέπει να καλύπτονται από χιόνι και να διαθέτουν πίστες για σκι ώστε να συμπεριληφθούν και αυτά. Ήδη άρχισε να αποκτά φίλους ο ορεινός τουρισμός. Είναι ο τουρισμός που αναπτύσσεται στο ορεινό περιβάλλον με τη δυνατότητα απόλαυσης της ομορφιάς του βουνού όλες τις εποχές του έτους και της διαμονής κοντά του, μακριά από τα πολυσύχναστα τουριστικά και αστικά κέντρα.

Η χώρα μας, όπως γνωρίζουμε, στο μεγαλύτερο μέρος της είναι καλυμμένη από βουνά. Αντίθετα με τα παράλια που το κλίμα είναι τυπικά μεσογειακό, στα βουνά οι βροχοπτώσεις είναι πιο ομοιόμορφα κατανεμημένες μέσα στη χρονιά. Επίσης δεν είναι σπάνιες οι καλοκαιρινές καταιγίδες, ενώ στα ψηλότερα σημεία των βουνών διατηρείται το χιόνι για μεγάλο χρονικό διάστημα του έτους. Οι κλιματολογικές συνθήκες σε συνδυασμό με το πολιτισμό που αναπτύχθηκε στους ορεινούς όγκους της χώρας μας, εξαιτίας ότι λειτουργούσαν κατά τη διάρκεια της τουρκοκρατίας ως καταφύγιο και κατοικήθηκαν ευνοεί την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού. *Πρόκειται για ένα πολιτισμό κατά κύριο λόγο ποιμενικό και σε μικρότερο βαθμό γεωργικό που δραστηριοποιήθηκε και στην ανάπτυξη διαφόρων επαγγελμάτων που τα έργα τους τα θαυμάζουμε και σήμερα όπως η ζωγραφική, η ξυλογλυπτική και η κατασκευή μονοπατιών και θολωτών κυρίως γεφυριών.*

Μια άλλη κατηγορία ενδιαφερόντων και δραστηριοτήτων του ορεινού τουρισμού είναι οι περιηγήσεις με ειδικά οχήματα εκτός χαραγμένων δρόμων, πεζοπορίες, ορειβασίες εξερεύνηση- επίσκεψη σπηλαίων, ορειβατικό ποδήλατα, πέταγμα με δέλταπλάνο, παραπέντε κ.ά.

Για την ανάπτυξη της μορφής αυτής απαιτείται βασικά καλή και ασφαλής προσπέλαση καθώς και μια τουριστική υποδομή ανάλογη με τις ανάγκες που δημιουργούνται για την ευχάριστη διαμονή των επισκεπτών αλλά και των εργαζομένων στις περιοχές αυτές.

18.Χιονοδρομικός τουρισμός

Χιονοδρομικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που γίνεται στα χιονοδρομικά κέντρα και ανήκει ουσιαστικά στο χειμερινό τουρισμό. Η μορφή αυτή μπορεί να υποστηρίξει κανείς ότι *αφορά άτομα με υψηλό εισόδημα αλλά και άτομα τα οποία ανήκουν σε ορειβατικούς συλλόγους που δεν κάνουν πρωταθλητισμό αλλά με τη βοήθεια των συλλόγων τους ξεπερνούν τα όποια οικονομικά προβλήματα, που δημιουργούνται από το κόστος του εξοπλισμού.*

Στη χώρα μας λειτουργούν γύρω στα 20 οργανωμένα, με βάση τα ελληνικά δεδομένα, χιονοδρομικά κέντρα που κατά τη διάρκεια της χιονοδρομικής περιόδου συγκεντρώνουν ικανοποιητικό αριθμό επισκεπτών. Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα κέντρα αυτά συνίστανται στα πλαίσια της υποδοχής που σχετίζεται είτε με την προσπελασιμότητα είτε με το μηχανολογικό εξοπλισμό καθώς και με διαθέσιμο εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό.

Παρόλα αυτά κατόρθωσαν να περιορίσουν ένα μεγάλο αριθμό Ελλήνων που ταξίδευε στο εξωτερικό προς αναζήτηση χιονοδρομικών κέντρων για να ικανοποιήσουν το χόμπι τους, με αποτέλεσμα τον *περιορισμό της εκροής πολύτιμου συναλλάγματος.*

Πάντως σε σχέση με την οργάνωση των ξένων χιονοδρομικών κέντρων είμαστε σαν χώρα πολύ πίσω και ίσως αυτός είναι ο λόγος της μη πρόπουσας προβολής της μορφής αυτής για προσέλκυση τουριστών.

19.Δασοτουρισμός

Είναι η μορφή που προσφέρει στον τουρίστα τη δυνατότητα να ανακαλύψει και να χαρεί τις ομορφιές του δάσους με περιπάτους, πικ-νικ, *παρατήρηση του φυτικού και ζωικού στοιχείου του και να το προστατέψει από βλάβες όπως πυρκαγιές και παράνομη υλοτομία.*

Για την ανάπτυξη της μορφής αυτής οι βασικοί φορείς ανάπτυξης είναι τα δασαρχεία και οι τοπικές αυτοδιοικήσεις των περιοχών που θα πρέπει να διευκολύνουν την πρόσβαση και την ασφαλή διακίνηση μέσα στα δάση δημιουργώντας

μονοπάτια, χώρους αναψυχής, καθώς και να υπάρχει εκπαιδευμένο προσωπικό και χάρτες των περιοχών για την καλύτερη αντιμετώπιση διαφόρων επικίνδυνων καταστάσεων.

20.Ιπποτουρισμός

Ο ιπποτουρισμός είναι μια από τις καινούργιες μορφές του τουρισμού που εμφανίστηκε πρόσφατα. Σε εγκαταστάσεις (φάρμες) όπου εκτρέφονται άλογα δίνεται η δυνατότητα στους ενδιαφερόμενους να ζήσουν ένα διάστημα κοντά στους χώρους αυτούς και να μάθουν ιππασία και όλα τα σχετικά με την εκτροφή και άσκηση των αλόγων που ήταν από τα πρώτα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποίησε ο άνθρωπος.

Στην προσπάθεια για ανάπτυξη της μορφής αυτής, που για πολλούς θεωρείται τουρισμός για υψηλά εισοδήματα, έχουν δραστηριοποιηθεί στη χώρα μας ορισμένοι λάτρεις του αλόγου που δημιούργησαν τις ανάλογες εγκαταστάσεις με σκοπό τη διάδοση της ιππασίας αλλά και της διατήρησης των αλόγων σε καλή φυσική κατάσταση.

21.Οικογενειακός τουρισμός

Είναι γνωστό ότι η ύπαρξη παιδιών σε μια οικογένεια δημιουργεί πρόβλημα στον τρόπο επιλογής του τόπου των διακοπών αλλά και της χρονικής διάρκειας αυτών.

Οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί υπολογίζοντας τις οικογενειακές διακοπές σαν ένα ικανοποιητικό κομμάτι των συνολικών διακοπών, προσφέρουν τουριστικά προγράμματα σε προσιτές τιμές που πλησιάζουν τους ετήσιους οικονομικούς προϋπολογισμούς. Σε περιπτώσεις που δεν έχουν έτοιμα προγράμματα προσφέρουν ικανοποιητικές εκπτώσεις για τα παιδιά είτε κάνουν ατομικό, είτε μαζικό τουρισμό.

Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του οικογενειακού τουρισμού είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής όπως αίθουσες παιγνιδιών, παιδικές χαρές, παιδικές πισίνες, παιδικοί σταθμοί με κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό

ώστε να απασχολούνται τα παιδιά και παράλληλα να είναι πιο ευχάριστη η διαμονή των γονέων τους.

22. Τουρισμός για νέους.

Μια ειδική μορφή τουρισμού διακρινόμενη από πλευράς ηλικιακής σύνθεσης του τουριστικού πλήθους στο οποίο αναφέρεται είναι ο τουρισμός για νέους. Όπως προκύπτει και από την ονομασία του αφορά τουριστικές δραστηριότητες για νέους.

Οι κρατικοί φορείς έδρασαν προς την κατεύθυνση αυτή δημιουργώντας ειδικά προγράμματα δωρεάν διακοπών για εργαζόμενους και μη, δίνοντας τη δυνατότητα να κάνουν τουρισμό και να ωφεληθούν με προνόμια όπως η γνώση, οι ανθρώπινες σχέσεις κ.ά.

Στη χώρα μας εφαρμόζονται προγράμματα τουρισμού για νέους υπό την αιγίδα της Γ.Γ Νέας Γενιάς που προσφέρονται στους δικαιωμένους νέους προσδοκώντας να προσφέρει με πολύ χαμηλό κόστος διακοπές, να δώσει τη δυνατότητα πολιτιστικής αναβάθμισης και επικοινωνίας στους νέους και να παρέχει γνώση, μόρφωση, βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και του βιοτικού επιπέδου.

23. Τουρισμός Γ' ηλικίας

Τα άτομα που ανήκουν στη τρίτη ηλικία είναι αυτά που ξεπερνούν το 65^ο έτος της ηλικίας τους και αποτελούν μια καλή πελατεία για το λόγο ότι τα περισσότερα εκτός του ελεύθερου χρόνου τους διαθέτουν ένα πολύ καλό εισόδημα και κυρίως έχουν τη διάθεση να ταξιδέψουν.

Είναι διαπιστωμένο ότι τα άτομα της Γ' ηλικίας ταξιδεύουν συνέχεια για να αποκτήσουν εμπειρίες και γνώσεις που κατά τη διάρκεια των προηγούμενων ετών, λόγω πολλών υποχρεώσεων δεν είχαν την ευκαιρία αυτή. Έτσι οι διάφοροι τουριστικοί οργανισμοί αλλά και οι κρατικοί φορείς άρχισαν να στρέφουν την προσοχή τους στη μερίδα αυτή των τουριστών που μπορεί να λύνει προβλήματα εποχικότητας και συνεχούς ενασχόλησης με τα τουριστικά επαγγέλματα πολλών υπαλλήλων.

Αν λάβουμε υπόψη ότι ολοένα και αυξάνεται ο αριθμός των ατόμων της Γ' ηλικίας και με το πρόβλημα της υπογεννητικότητας να εμφανίζεται έντονα στις μέρες μας, αντιλαμβανόμαστε τι συμμετοχή στη τουριστική διαδικασία θα έχουν τα άτομα αυτά.

Στη χώρα μας, που οι κλιματολογικές συνθήκες ευνοούν τον τουρισμό των ατόμων αυτών, παρατηρείται κίνηση προς τις περιοχές των ιαματικών πηγών όσο και στο νησιώτικο ιδιαίτερα με τη μορφή της συμμετοχής στις κρουαζιέρες.

23. Κοινωνικός τουρισμός

Ο κοινωνικός τουρισμός αναφέρεται στη προσπάθεια των κρατικών φορέων να δώσουν τη δυνατότητα σε ορισμένες ομάδες ατόμων με χαμηλή ή μέτρια εισοδηματική στάθμη να κάνουν τουρισμό. Η προσπάθεια αυτή χρειάζεται και τη συνεργασία των ιδιωτικών τουριστικών επιχειρήσεων που θα προσπορίσουν το όφελος από την αύξηση των πωλήσεων τους ιδιαίτερα σε χρονικές περιόδους από τις αντίστοιχες της αιχμής.

Ο κοινωνικός τουρισμός για να στηριχθεί και να συνεχίσει να προσφέρει, θα πρέπει η πολιτεία να τον στηρίζει και να κάνει σωστά τις επιλογές της σε ότι αφορά τα άτομα που έχουν τις προϋποθέσεις να κάνουν τουρισμό.

Στη χώρα μας, παρόλο που ο κοινωνικός τουρισμός λειτουργεί στην υπόλοιπη Ευρώπη εδώ και δεκαετίες, έχει αναπτυχθεί την τελευταία δεκαπενταετία με βάση την κοινωνική παροχή από το κράτος με σκοπό τη μεγαλύτερη συμμετοχή των πολιτών σε τουρισμό και την συμπαράσταση εκ μέρους μεγάλου αριθμού τουριστικών επιχειρήσεων. Τα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού ξεκίνησαν από την Ε.Ο.Τ και στην συνέχεια ακολούθησαν και άλλοι φορείς όπως η Εργατική Εστία, η ΓΓ Νέας Γενιάς, η ΓΓ Απόδημου Ελληνισμού, η ΓΓ Ισότητας των δύο φύλων, τα ΚΑΠΗ με τη συμμετοχή πολλών χαμηλού εισοδήματος εργαζομένων, που έτσι απολαμβάνουν και αυτοί τη χαρά του τουρισμού και των διακοπών.

25.Λαϊκός τουρισμός

Ο λαϊκός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που χαρακτηρίζεται για την πελατεία του και πιο συγκεκριμένα για το ότι αυτή αποτελείται από άτομα κατά το πλείστον *χαμηλής εισοδηματικής στάθμης* και ακόμη ότι τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως οικογενειακά και με κάθε είδος μεταφορικό μέσο όπως με ιδιωτικά αυτοκίνητα, τροχόσπιτα, μοτοσικλέτες κ.ά.

Παρότι τα οικονομικά οφέλη από το λαϊκό τουρισμό δεν είναι μεγάλα, έχουν αναπτυχθεί οι κατάλληλες υποδομές για την εξυπηρέτηση των τουριστών με τη *δημιουργία κάμπινγκ* που είναι η κύρια τουριστική επιχείρηση που προτιμούν λόγω του χαμηλού κόστους διαμονής.

26. Κοσμοπολίτικος τουρισμός.

Ο αριστοκρατικός τουρισμός όπως αλλιώς ονομάζεται απευθύνεται σε *άτομα υψηλών εισοδημάτων* που συνήθως δεν απασχολούνται σε εργασίες με χρονικά όρια και έτσι έχουν *ελεύθερο χρόνο* να ταξιδεύουν και οι *απαιτήσεις είναι υψηλών προδιαγραφών* σε υπηρεσίες και αγαθά.

Οι τουρίστες της μορφής αυτής ταξιδεύουν συνήθως με ιδιότητα εναέρια και θαλάσσια μέσα, διαμένουν σε πολυτελή καταλύματα και ζουν κοσμική ζωή με συναναστροφές υψηλού επιπέδου. Αντιλαμβάνεται κανείς ότι για να αναπτυχθεί τέτοιου είδους τουρισμού θα πρέπει το *επίπεδο της υποδομής και των υπηρεσιών να είναι υψηλό*. Τα οικονομικά οφέλη είναι αυτονόητα και παρατηρείται ότι *περιοχές κοσμοπολίτικου τουρισμού είναι επώνυμες* ανά τον κόσμο και η προβολή και επισήμανση τους γίνεται κύρια μέσω του τύπου και των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας όπου συρρέουν οι μεγιστάνες του πλούτου.

27. Γυμνιστικός τουρισμός

Ο γυμνισμός είναι ένα είδος *φυσιολατρίας* που συνδυάζεται με περιοχές που υπάρχει θάλασσα και κατάλληλες κλιματολογικές συνθήκες. Οι τουρίστες που προτιμούν μα χαρούν τις διακοπές τους εμφανιζόμενοι γυμνοί πρέπει να είναι *απελευθερωμένοι* και να μη διακατέχονται από

προκαταλήψεις. Το πνευματικό και οικονομικό επίπεδο των γυμνιστών ποικίλει και για το λόγο αυτό υπάρχουν ενιαία γυμνιστικά κέντρα μακριά από άλλες παραλίες και τα μάτια διαφόρων περιέργων.

Στη χώρα μας ο γυμνιστικός τουρισμός λόγω των πολλών παραλιών και της πολυνησίας αλλά και της *εισροής πολύτιμου συναλλάγματος* άρχισε να προωθείται στις αρχές της δεκαετίας του '80 και συμπίπτει με μια διεθνή στροφή προς τη μορφή αυτή με τη δημιουργία γυμνιστικών κέντρων παρά την *αρχική αντίδραση κυρίως της εκκλησίας*. Στη συνέχεια τα γυμνιστικά κέντρα περιέπεσαν σε μαρασμό και αυτή την εποχή έχουμε γυμνιστικό τουρισμό σε μη οργανωμένα κέντρα που λειτουργούν με την ευθύνη των ίδιων των γυμνιστών.

28. Θεαματικός τουρισμός

Είναι μια μορφή τουρισμού που συνδυάζεται με άλλες εναλλακτικές μορφές και αναφέρεται στον τουρισμό που γίνεται σε ορισμένο τόπο και με συγκεκριμένο θέμα.

Περιοχές όπου μπορεί κανείς να κάνει θεαματικό τουρισμό είναι:

Disney Land. Η γνωστή σε όλους πολιτεία που απευθύνεται κύρια σε παιδιά αλλά και σε μεγαλύτερους που αναπολούν τα παιδικά τους χρόνια μέσα από τις ιστορίες και τις φιγούρες- πρωταγωνιστές τους. Πολλά τουριστικά γραφεία προσφέρουν τουριστικά πακέτα για μια επίσκεψη στην Disney Land και σε όσο το δυνατό ευνοϊκές τιμές.

Euro Disney. Αναλόγου μορφής με την προηγούμενη σε Ευρωπαϊκό χώρο με τα ίδια ενδιαφέροντα και αποτεινόμενοι στις ίδιες κατηγορίες ατόμων.

Water Land. Είναι χώρος αναψυχής με θεαματικό άξονα τα παιχνίδια με το νερό.

29. Επιλεκτικός τουρισμός

Η συνειδητοποίηση των τουριστικών επιχειρήσεων, αλλά και των κρατικών φορέων άσκησης τουριστικής πολιτικής των χωρών υποδοχής τουριστών, ότι *η ικανοποιητική απόδοση των κεφαλαίων που έχουν επενδύσει γίνεται με το πέρασμα του χρόνου ολοένα και πιο δύσκολη* με την πίεση από μέρους των ταξιδιωτικών πρακτόρων για χαμηλότερες τιμές τους οδήγησε στην ανάπτυξη του επιλεκτικού τουρισμού.

Όταν αναφερόμαστε στον επιλεκτικό τουρισμό εννοούμε τους *τουρίστες υψηλής εισοδηματικής τάξης* που μπορούν να δαπανήσουν για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών μεγάλα ποσά που απαιτούν όμως προσφερόμενες σε αυτούς υπηρεσίες να είναι ανάλογες υψηλού επιπέδου.

Οι τουρίστες του επιλεκτικού τουρισμού δρουν συνήθως μεμονωμένα με τη *δημιουργία δικών τους προγραμμάτων* χωρίς να ακολουθούν καθιερωμένα τουριστικά πακέτα.

Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του επιλεκτικού τουρισμού είναι η χώρα υποδοχής να δημιουργήσει την *κατάλληλα υποδομή με καλό και άνετο συγκοινωνιακό δίκτυο, με πολυτελέστατα ξενοδοχεία υψηλής ποιοτικής στάθμης, νυχτερινή ζωή, αγορά πολυτελών ειδών, αξιόλογα μουσεία, πλούσιες πινακοθήκες και καλές περιβαλλοντικές συνθήκες.*

30. Χρονομεριστική μίσθωση (timesharing)

Η χρονομεριστική μίσθωση αποτελεί τα τελευταία χρόνια *μια επανάσταση στη χωροκατανομή* αλλά και στη σωστή διάθεση του χρόνου με τη δυνατότητα που έχουν τα μέλη της να αγοράζουν μακροχρόνια χώρους διαμονής και να τους συναλλάγουν με τα άλλα μέλη έχοντας την ευκαιρία να επισκεφτούν περισσότερες περιοχές.

Στη χώρα μας η χρονομεριστική μίσθωση άρχισε να εφαρμόζεται το 1986 και οι βασικές επιδίωξης της τουριστικής πολιτικής, μέσα στο νομοθετικό πλαίσιο που διέπει τη μορφή αυτή, είναι να ικανοποιηθεί και στη χώρα μας *η νέα τάση ζήτησης, να υπάρχει μαζική εισροή συναλλάγματος, να μειωθούν τα προβλήματα της*

εποχικότητας, να βελτιωθεί η χωροκατανομή της τουριστικής δραστηριότητας, να προσελκυσθούν υψηλότερες εισοδηματικές τάξεις τουριστών, να εξασφαλιστούν περισσότερες θέσεις απασχόλησης, να στραφούν οι επενδύσεις για απόκτηση τόπου θερινής διαμονής πιο παραγωγικής μορφής από την απόκτηση θερινής κατοικίας και τέλος μέσω του timesharing να δοθεί η δυνατότητα να λειτουργήσουν ήδη προβληματικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

Όλες οι παραπάνω μορφές του εναλλακτικού τουρισμού που αναφέραμε προσπαθούν αφενός μεν να δημιουργήσουν νέα ερεθίσματα στους υποψήφιους τουρίστες και να τους αποσπάσουν από το μαζικό κλασικό τουρισμό των διακοπών και αφετέρου να αμβλύνουν, σε πολλές περιοχές, το πρόβλημα της εποχικότητας αλλά και να συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη περιοχών χωρίς να φτάσουμε σε επίπεδα εμπορευματοποίησης, δίνοντας τη δυνατότητα σε περισσότερους να ασχοληθούν με τη τουριστική δραστηριότητα σαν κύριο αντικείμενο ενασχόλησης ή συμπληρωματικό.

ΣΤ. Από άποψη χρήσης μεταφορικού μέσου.

Ανάλογα με το μεταφορικό μέσο που χρησιμοποιείται για τις τουριστικές μετακινήσεις μπορούμε να κάνουμε τις παρακάτω διακρίσεις που είναι :

Στ1. Τουρισμός με αυτοκίνητο ή οδικός.

Η χρήση του αυτοκινήτου για τουριστική μετακίνηση αποτέλεσε την *πρώτη επανάσταση* στη μεταφορά τουριστών. Η αρχή έγινε με τα ιδιωτικής μορφής αυτοκίνητα που εξυπηρετούσαν και ακόμη εξυπηρετούν τους μεμονωμένους τουρίστες.

Το λεωφορείο αξιοποιήθηκε ιδιαίτερα στην αρχή της εμφάνισης του μαζικού τουρισμού που λόγω του χαμηλού κόστους προτιμήθηκε από πολλούς τουρίστες οι οποίοι το χρησιμοποιούσαν και με τη συμμετοχή τους στα τακτικά δρομολόγια αλλά και κύρια στα έκτακτα. Στη σημερινή εποχή το λεωφορείο με τη βοήθεια της τεχνολογίας παρέχει ανέσεις

στον επιβάτη, ταχύτητα και σχετική ασφάλεια χρησιμοποιείτε για μικρές αποστάσεις και σε μεταφορικό μέσο σε συνδυασμό με τα άλλα. Επομένως, όσοι χρησιμοποιούν τα οδικά μέσα συγκοινωνίας λέμε ότι κάνουν οδικό τουρισμό. Τελευταία παρατηρείται μια στροφή στα μηχανοκίνητα δίκυκλα ιδιαίτερα από τους νέους που τα χρησιμοποιούν και για λόγους μεταφοράς αλλά και για λόγους ξεγνοιασιάς και περιπέτειας.

Στ2. Τουρισμός με σιδηρόδρομο.

Ο σιδηρόδρομος σε μεταφορικό μέσο έχει δώσει πολλές λύσεις στις τουριστικές μετακινήσεις ειδικά εκεί όπου υπάρχει καλό δίκτυο και δίκτυο που βρίσκεται μέσα στις περιοχές των τουριστικών προορισμών. Για παράδειγμα, στη Χώρα μας το δίκτυο δεν καλύπτει όλες τις ηπειρωτικές περιοχές και αδυνατεί λόγω της υπάρχουσας υποδομής να εξυπηρετήσει με αξιοπιστία το επιβατικό κοινό. Με τη βελτίωση της υποδομής που συντελείται μέσω κοινοτικών κονδυλίων η εξυγίανση των ελληνικών σιδηροδρόμων είναι πλέον θέμα χρόνου και η συμβολή του στις μεταφορές και στις τουριστικές μετακινήσεις θα είναι μεγάλη. Σε άλλες τουριστικές χώρες ο σιδηρόδρομος συμβάλει κατά πολύ στις τουριστικές μετακινήσεις παρέχοντας υψηλή ποιότητα υπηρεσιών με τη χρήση υπερσύγχρονων συρμών που εξασφαλίζουν ακρίβεια στο χρόνο ταξιδιού, άνεση και χαμηλό κόστος.

Το μεγαλύτερο ποσοστό του τουριστικού επιβατικού κοινού είναι νέοι που με τη δυνατότητα που τους παρέχει η κάρτα *interail* το προτιμούν, κάνοντας αυτό που λέμε σιδηροδρομικό τουρισμό με χαμηλό κόστος χωρίς να παραγνωρίζεται και η χρησιμοποίηση του και από άτομα όλων των άλλων ηλικιών.

Στ3. Τουρισμός με πλωτά μέσα

Τα πλωτά μέσα ειδικά σε περιοχές με θάλασσα, νησιώτικα συμπλέγματα, λίμνες και πλωτούς ποταμούς συμμετέχουν δυναμικά στην τουριστική μετακίνηση. Ήδη έχουμε αναφερθεί στην εναλλακτική μορφή του θαλάσσιου τουρισμού και τη συμβολή του. Η χρήση πλοίων γενικά εξυπηρετεί πολλούς τουριστικούς προορισμούς στους

οποίους έχει την ιδιαίτερη προτίμηση ένας μεγάλος αριθμός τουριστών. Τόσο τα τακτικά δρομολόγια των πλοίων όσο και τα έκτακτα ειδικά στη διάρκεια της τουριστικής περιόδου αιχμής έχουν μεγάλη πληρότητα. *Οι θαλάσσιες περιηγήσεις, γνωστές σαν κρουαζιέρες, αποτελούν τουρισμό υψηλής ποιότητας, αλλά μετά την πετρελαϊκή κρίση του '70 δεν είναι σε μεγάλη ζήτηση λόγω της αύξησης του κόστους τους. Στις αρχές όμως του '90 οι κρουαζιέρες άρχισαν πάλι να ανακτούν το χαμένο έδαφος και να κερδίζουν νέους και οικονομικά συμφέροντες πελάτες.*

Στην κατηγορία των πλωτών μέσων περιλαμβάνονται και τα πορθμεία (φεριμπότ) που εξυπηρετούν τη σύνδεση κοντινών στεριανών περιοχών που τις χωρίζει θάλασσα ή μεταξύ κοντινών νησιών. Σημαντική επίσης συμβολή στις πλωτές μετακινήσεις και συντόμευσης του χρόνου ταξιδιού έχουν και τα υδροπτέρυγα, γνωστά ως *ιπτάμενα δελφίνια* και τα νέα fast ferries που έχουν δρομολογηθεί. Γενικά παρατηρείται ένας οργασμός στη ναυσιπλοΐα όπου οι διάφορες *ναυτιλιακές εταιρείες έχουν ένα έντονο ανταγωνισμό, προς όφελος του επιβατικού κοινού, που θα βελτιωθεί ακόμη περισσότερο με την επικείμενη άρση του sabotage.*

Στ4. Αεροπορικός τουρισμός

Η χρήση του αεροπλάνου για τουριστικά ταξίδια επέφερε σημαντικές μεταβολές στη τουριστική παραγωγική διαδικασία ειδικά με τη χρήση των ναυλωμένων πτήσεων, τις γνωστές πτήσεις charter. Η επανάσταση, όπως σωστά χαρακτηρίζεται, στις μεταφορές που έφερε το αεροπλάνο αμέσως *λειτούργησε ευεργετικά στο τουρισμό.* Με την *εκμηδένιση των αποστάσεων* σε συνδυασμό με τη *χωρητικότητα του, το κόστος του* σε σχέση με το κέρδος του χρόνου, την *παρεχόμενη ασφάλεια* και την *πρόοδο της αεροναυπηγικής* σηματοδότησε μια νέα εποχή για τις τουριστικές μετακινήσεις.

Τα στατιστικά στοιχεία μας δίνουν ένα υψηλό ποσοστό που κυμαίνεται στο 80% της προτίμησης του αεροπλάνου σα μεταφορικό μέσο. Η δημιουργία αεροδρομίων σε όλους σχεδόν τους τουριστικούς προορισμούς μαρτυρά τη μεγάλη προτίμηση του επιβατικού κοινού.

Στ5. Ποδηλατικός τουρισμός

Το ποδήλατο, πριν την ευρεία διάδοση του αυτοκινήτου, χρησιμοποιήθηκε για μετακινήσεις σε μικρές διαδρομές. Σήμερα βλέπουμε ελάχιστα άτομα να το χρησιμοποιούν για να κάνουν τουρισμό. Ίσως στις εναλλακτικές μορφές του *φυσιολατρικού, του οικολογικού τουρισμού και του τουρισμού περιπέτειας* χρησιμοποιηθεί περισσότερο στο μέλλον μιας και για ορισμένες μορφές αποτελεί βασικό μέσο μετακίνησης αλλά και φυσικής άσκησης.

Στ6. Πεζοπορικός τουρισμός

Η μετακίνηση με τα πόδια ήταν η πρώτη προσπάθεια του ανθρώπου για να γνωρίσει άλλες περιοχές εκτός των ορίων της μόνιμης διαμονής του. Ο πεζοπορικός τουρισμός γίνεται συνήθως από νέους ανθρώπους και δεν περιλαμβάνει αυτούς που πεζοπορούν με απώτερο σκοπό να επιβιβασθούν σε κάποιο μεταφορικό μέσο, δηλαδή τα άτομα που κάνουν τουρισμό με τη χρήση του *auto stop*. Η πεζοπορία σήμερα ταιριάζει περισσότερο στα άτομα που προτιμούν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως ο *φυσιολατρικός, ο οικολογικός, ο δασικός τουρισμός και ο τουρισμός περιπέτειας*.

Για όλα τα μέσα που αναφέραμε ο τουρίστας έχει τη δυνατότητα επιλογής ανάλογα με τις οικονομικές του δυνάμεις, επιθυμίες και ψυχολογικές αναστολές ή φοβίες ή ακόμη να επιλέξει τους πλέον οικονομικά συμφέροντες συνδυασμούς ώστε να φτάσει στον τόπο προορισμού του.



11. Η ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ ΜΕ ΤΟ ΝΤΟΠΙΟ

Η συνάντηση του τουρίστα με το «ντόπιο» οριοθετείται από συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Αυτά είναι τα εξής :

- Ο χαρακτήρας της συνάντησης είναι προσωρινός
- Η συνάντηση είναι χωρικά καθορισμένη
- Οι σχέσεις που διαμορφώνονται είναι άνισες
- Οι διαφορούμενες σχέσεις θεωρούνται εμπορευματικές.

Η συντομία η οποία χαρακτηρίζει τη συνάντηση του τουρίστα με το ντόπιο μπορεί να είναι απόρροια αφενός μεν του τύπου των διακοπών, αφετέρου δε μιας σειράς εμποδίων που θέτει ο τόπος υποδοχής, όπως η γλώσσα, οι δομές των μέσων υποδοχής, η νοοτροπία κ.λ.π.

Ο τουρίστας ελλείπει ασφάλειας κατά τη διάρκεια του πρώτου ταξιδιού, έχει ανάγκη από μεταγενέστερες ευκαιρίες για να καλύψει τον επιφανειακό χαρακτήρα των πρώτων συναντήσεων. Αντίθετα, ο ντόπιος, κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου πραγματοποιεί πολλές συναντήσεις, οι οποίες είναι συνήθως επιφανειακές και σύντομες και ως εκ τούτου διακατέχονται από ένα συναίσθημα στέρησης.

Η συντομία της παραμονής των διεθνών τουριστών εντός της χώρας υποδοχής, η οποία οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στη διάθρωση των οργανωμένων ταξιδιών και στη χρονική διάρκεια των διακοπών μετά αποδοχών, δημιουργεί προβλήματα διαθεσιμότητας του τουρίστα και κατά επέκταση του τρόπου εμπορικοποίησης των κοινωνικών και πολιτιστικών πόρων της χώρας. Αυτή επιχειρεί να διαμορφώνει μια αστεία άποψη τόσο της χώρας όσο και των κατοίκων της.

Η συντομία της παραμονής καθώς και η μη διαθεσιμότητα των τουριστών να εμβαθύνουν τη συνάντηση με τους ντόπιους απεικονίζονται αρκετά καλά σε μια απάντηση που συνηθίζουν να δίνουν οι τουρίστες όταν ερωτώνται για το συγκεκριμένο θέμα στο τόπο

υποδοχής « Ναι, αλλά δεν πρέπει οι διακοπές να διαταραχθούν».

Ωστόσο ο τουρίστας, παρόλη την οικονομική του ανωτερότητα, δεν αισθάνεται αρκετά άνετα στο τόπο υποδοχής, γεγονός που οδηγεί συχνά στην εκμετάλλευσή του από τον ντόπιο. Οι μη κερδοσκοπικές σχέσεις όπως η φιλοξενία, οι ανθρώπινες επαφές κ.λ.π., οι οποίες χαρακτήριζαν αρχικά τους κατοίκους του τόπου υποδοχής, παραχώρησαν σταδιακά τη θέση τους σε κερδοσκοπικές σχέσεις παράλληλα με την άφιξη του μαζικού τουρισμού.

Οι συνέπειες της συνάντησης.

Η συνάντηση του τουρίστα και του ντόπιου σε ένα σύνθετο και γρήγορα μεταβαλλόμενο κόσμο χαρακτηρίζεται επιφανειακή και σύντομη, ενώ παράλληλα προκαλεί μεγάλες αλλαγές στις κοινωνικές δομές της ζώνης υποδοχής.

Η τουριστική ανάπτυξη της ζώνης υποδοχής βοηθά στη δημιουργία νέων επαγγελμάτων, καθώς και στην αναδιάρθρωση του επαγγελματικού πλαισίου, των εισοδημάτων, της εκπαίδευσης, της δημιουργίας έργων κοινωνικού προσανατολισμού (σχολεία, νοσοκομεία κ.λ.π.), ενώ ταυτόχρονα προκαλεί μια σειρά από αμφισβητήσεις και επαναπροσδιορισμούς όσον αφορά τα κοινωνικά δρώμενα της τοπικής κοινωνίας.



12. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ –ΟΙ ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

Από τον τουρισμό της «Ελίτ» στο μαζικό τουρισμό. Αντιμετωπίζοντας τον τουρισμό ως κοινωνικό φαινόμενο που καθορίζεται από την μετακίνηση του ατόμου από το τόπο μόνιμης κατοικίας και διαμονής του σε κάποιο άλλο, είναι προφανές ότι πρόκειται για δραστηριότητα παλιά όσο και ο άνθρωπος. Από τη δραστηριότητα αυτή μέχρι το «μεταβατικό στάδιο», την περίοδο του μεσοπολέμου και την εμφάνιση του αριστοκρατικού τουρισμού, ο τουρισμός αποτελούσε δραστηριότητα μιας κοινωνικής-οικονομικής ελίτ.

Ο τουρισμός όμως, στη μεταπολεμική περίοδο και κυρίως όσο πλησιάζουμε στην εποχή μας, έχει εξελιχθεί σε μια μαζική ενασχόληση του σύγχρονου ατόμου, που παρά τις εγγενείς οικονομικές δυσχέρειες απευθύνεται στο σύνολο των κοινωνικών τάξεων. Η διαφοροποίηση αυτή που είναι απόρροια της θεσμοθέτησης των πληρωμένων διακοπών από τη Συνθήκη της Ρώμης το 1962, αφορά ιδιαίτερα την έννοια της κοινωνικής στρωμάτωσης και των τυπολογιών κοινωνικής στρωμάτωσης στον τουρισμό και είναι σημαντική για την κοινωνιολογία.

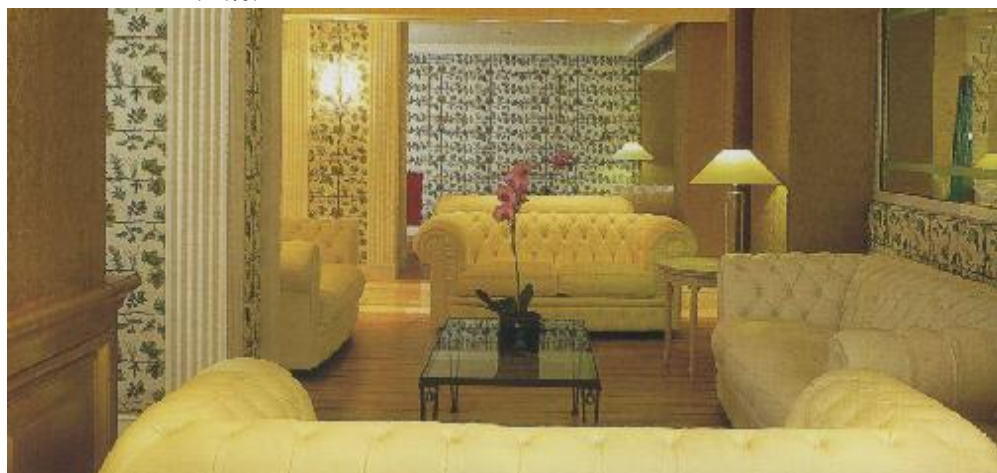
Οι επιρροές στην κοινωνική ζωή

Στην πορεία εμφάνισης του τουριστικού φαινομένου με τη μαζική του μορφή μια σειρά σημαντικών επιρροών για την σύγχρονη κοινωνία έγινε πλέον ορατή, ωθώντας σε μια νέα προβληματική αναφορά με τις επιδράσεις του θεσμού που οι κυριότερες μπορούν να συνοψιστούν στις ακόλουθες.:

- Η ώθηση για δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, γεγονός που συμβάλει ουσιαστικά στη μείωση του σύγχρονου και διεθνούς προβλήματος της ανεργίας και μάλιστα με αποκεντρωτική προοπτική.
- Η κάλυψη ιδιαίτερα σημαντικού μέρους του συναλλαγματικού ελλείμματος, ειδικά σε χώρες με προβλήματα στο ισοζύγιο πληρωμών τους (όπως λ.χ για την Ελλάδα, όπου το τουριστικό συνάλλαγμα μετά

τη συρρίκνωση του μεταναστευτικού και τη μείωση του ναυτιλιακού συναλλάγματος, αποτελεί ουσιώδη «άδηλο πόρο» της Ελληνικής οικονομίας.)

- Η συμβολή του στην αύξηση του εισοδήματος σε ατομικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο εξαιτίας των πολλαπλασιαστικών επιδράσεων του στην Ελληνική οικονομία, προωθώντας την καλύτερη ανακατομή του εισοδήματος ανάμεσα στα αστικά κέντρα και στην περιφέρεια και συνακόλουθα την περιφερειακή ανάπτυξη.
- Η βελτίωση και ενίσχυση του εισοδήματος ορισμένων κοινωνικών και επαγγελματικών κατηγοριών σε ορεινές και μειονεκτικές περιοχές όπως λ.χ με την ανάπτυξη των «αγροτο-τουριστικών συνεταιρισμών».
- Η υποβάθμιση των χαμηλόμισθων κοινωνικών τάξεων με τη δημιουργία εξειδικευμένων θεσμών, όπως ο «κοινωνικός τουρισμός» ή η επέκταση των κοινωνικών παροχών με το «τουρισμό αναπήρων» ή «μειονεκτικών ατόμων», που αποτελούν πλέον διεθνή πρακτική.
- Η ευεργετική επίδραση σε κοινωνικό- ψυχολογικό επίπεδο για το σύγχρονο άνθρωπο που μαστίζεται από την καθημερινότητα, τη ρουτίνα, το στρες, το άγχος, την έλλειψη κοινωνικών επαφών, την καθιστική ζωή και ένα πλήθος ακόμα ψυχολογικών επιβαρύνσεων, στις οποίες ο τουρισμός προσφέρει απάμβλυνση.
- Η προσφορά της αναγκαίας και επεκτατικής ικανοποίησης της ανάγκης για ξεκούραση από τον κάματο της 11μήνης εργασίας και η δυνατότητα εξεύρεσης νέων μορφών ενασχόλησης, ψυχαγωγίας κ.λ.π.



13.ΟΙ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Πέρα από τις θετικές επιδράσεις του τουριστικού θεσμού στη σύγχρονη κοινωνία υπάρχουν και οι αρνητικές επιπτώσεις του φαινομένου, οι οποίες δεν πρέπει να θεωρηθούν υποδυέστερες.

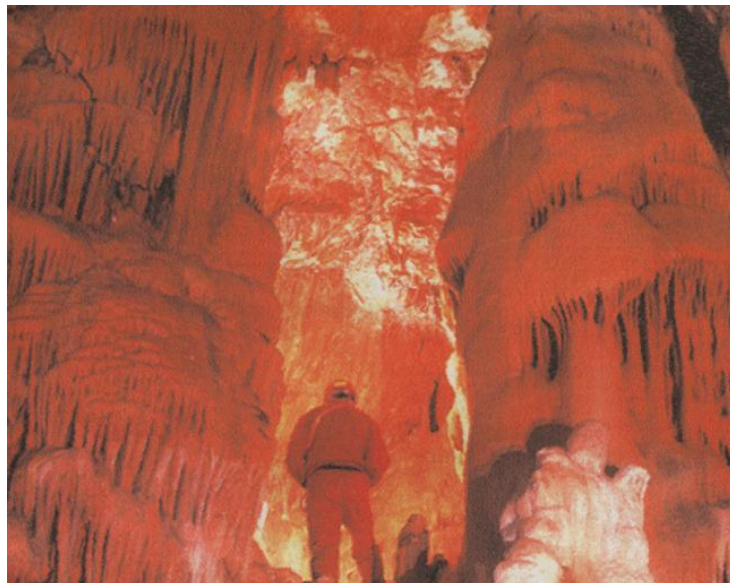
- Η παρατηρούμενη αύξηση των τιμών στις αναπτυσσόμενες τουριστικές περιοχές, που πέρα από όλα τα ωθεί στην αναζήτηση του εύκολου κέρδους, στην απότομη ανακατομή του εισοδήματος, στη μεταβολή (ποσοτική και ποιοτική) στην παροχή υπηρεσιών, δηλαδή του τριτογενούς τομέα της παραγωγής.
- Η δημογραφική διαφοροποίηση και η αλλοίωση της σύνθεσης του πληθυσμού στις υπό ανάπτυξη περιοχές, που συχνά μετατρέπονται μέσα σε χρονικό διάστημα σε κορεσμένες, σε υδροκεφαλικά κέντρα μέσα στην περιφέρεια κ.λ.π.
- Συνακόλουθα η συχνή παρατηρούμενη άναρχη πολεοδομική- αρχιτεκτονική δόμηση αποτελεί ουσιώδη παράγοντα καταστροφής του φυσικού περιβάλλοντος, επιφέροντας σοβαρές οικολογικές επιπτώσεις στο γήινο, θαλάσσιο, υδάτινο και εναέριο περιβάλλον.
- Η αλλοτρίωση του πληθυσμού στους κύριους μαζικούς τουριστικούς προορισμούς, η εύλογη διαμόρφωση της προσωπικότητας, οι ενδό-οικογενειακές ψυχολογικές επιδράσεις από την τουριστική ανάπτυξη, οι επιρροές πάνω στα τοπικά ήθη και έθιμα, κ.α.
- Οι επιδράσεις πάνω στη σεξουαλική συμπεριφορά γενικά και ειδικότερα τα τελευταία χρόνια λόγω της μάστιγας του AIDS- που έχει ήδη να καταστρέφει τουριστικούς προορισμούς- που επιφέρει ουσιώδεις διαφοροποιήσεις στα έθιμα της σεξουαλικότητας και των διαπροσωπικών σχέσεων.
- Οι παρουσιαζόμενες ισχυρές κοινωνικό- ψυχολογικές επιπτώσεις στη ζωή των μη ασχολούμενων κατοίκων με τον τουρισμό στις αναπτυγμένες τουριστικές

περιοχές, που έχουν ήδη αρχίσει να γίνονται αντικείμενο ενδιαφέροντος της κοινωνικής έρευνας. Μπροστά στην πρόσκληση της Ενιαίας Ευρωπαϊκής Αγοράς του 1992, που για τον τουριστικό χώρο σημαίνει την πλήρη απελευθέρωση του κεφαλαίου, στην εργασία και στις υπηρεσίες του κεφαλαίου, στην εργασία και στις υπηρεσίες, προβλέπονται σημαντικές ανακατατάξεις διότι :

- Οδηγείται προς μια αναπόδραστη μεγέθυνση,
- Προσφέρεται ως χώρος εντονότατου ανταγωνισμού Ελλήνων και ξένων
- Έχει τις προϋποθέσεις του ανταγωνισμού και μεταξύ των ξένων επιχειρήσεων του διεθνούς τουριστικού κεφαλαίου.

Στα πλαίσια αυτά η κατανομή του πραγματικού ρόλου που διαδραματίζει ο μαζικός αυτός θεσμός στην κοινωνία του καιρού μας ενέχει ιδιαίζουσα σημασία τόσο στο επιστημονικό επίπεδο όσο και στο πραγματικό ώστε οι λαμβανόμενες αποφάσεις να έχουν ορθολογικό χαρακτήρα.

Κύριος στόχος της διττής αυτής προσπάθειας είναι η προώθηση του ελληνικού και διεθνούς τουρισμού εξαιρώντας όμως τις γνωστές πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του που συμβάλλουν αρνητικά στη γενικότερη κοινωνική συμβίωση και διαβίωση. Προς την επίτευξη του στόχου αυτού πιθανά ο ρόλος της Κοινωνιολογίας και της Κοινωνικής Ψυχολογίας μπορεί να καταστεί απαραίτητος όσο και θεμελιώδης.



14. ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ

Όπως έχουμε αναφέρει το τουριστικό φαινόμενο μετά τον Β' παγκόσμιο πόλεμο έχει λάβει τεράστιες διαστάσεις. Εκατομμύρια τουρίστες διακινούνται καθημερινά σε όλα τα μήκη και πλάτη της γης.

Το τουριστικό κύκλωμα που έχει δημιουργηθεί με τα τεράστια οικονομικά οφέλη, παίζει σπουδαίο ρόλο στην κατεύθυνση που θα πάρουν τα τουριστικά ρεύματα.

Κύρια παρατηρούμε μια κίνηση από τις οικονομικά χώρες προς τις υποανάπτυκτες και τις υπό ανάπτυξη παρά μια αντίθετη κίνηση αν και οι σημερινές τάσεις έχουν καταργήσει την κατάσταση αυτή. Φυσικό επόμενο της κίνησης αυτής των τουριστικών ρευμάτων είναι να δημιουργεί μια χρηματική-συναλλαγματική κυκλοφορία που για τις χώρες υποδοχής τουριστών αποτελεί μια βασική πηγή εισοδήματος. Η πηγή αυτή δημιουργεί έναν έντονο ανταγωνισμό που τις περισσότερες φορές οδηγεί σε αντίθετα από τα προσδοκώμενα αποτελέσματα. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή από τους φορείς της τουριστικής πολιτικής κάθε χώρας και ιδιαίτερα των χωρών υποδοχής τουριστών στο θέμα της ποιότητας και της τιμολογιακής πολιτικής που με την βοήθεια της σωστής προβολής και των δημοσίων σχέσεων να μπορέσουν να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες.

Η σημερινή διεθνής οικονομική συγκυρία στο κατώφλι του 21^{ου} αιώνα προβάλλει άμεσα και έμμεσα το διεθνή τουρισμό, γεγονός που απαιτεί μεγαλύτερη προσπάθεια εκ μέρους των τουριστικών οργανισμών και επιχειρήσεων. Μια προσπάθεια που η κατεύθυνση της δεν μπορεί να είναι άλλη από της ποιότητας στο τουριστικό κύκλωμα και τη συνεχή βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών για ακόμη καλύτερα αποτελέσματα τόσο για τους ίδιους όσο και για τον τουρίστα – καταναλωτή.

Σε διεθνές επίπεδο τα τελευταία χρόνια έχουν δραστηριοποιηθεί μεγάλοι οικονομικοί οργανισμοί που

εντάσσουν στα αντικείμενα δράσης τους και την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών των πελατών τους.

Έτσι παρατηρούμε οικονομικούς κολοσσούς με υψηλό επίπεδο οργάνωσης και προγραμματισμό να διεκπεραιώνουν τα πάντα γύρω από την εξυπηρέτηση του τουρίστα. Με οριζόντιες και κάθετες οργανώσεις προσπαθούν όχι μόνο να καλύψουν όλες τις τουριστικές ανάγκες αλλά και να δημιουργήσουν με τον τρόπο τους και νέες.

Αντιλαμβανόμενοι τη μεγάλη σημασία του τουρισμού, τόσο για τον ίδιο τον άνθρωπο όσο και για τις οικονομίες που υπηρετεί, οι τουριστικοί οργανισμοί έχουν τη δυνατότητα να στρέψουν τα τουριστικά ρεύματα προς όποια κατεύθυνση έχουν συμφέρον. Επίσης ανακαλύπτουν ή έντεχνα δημιουργούν, νέους τόπους προορισμού αυξάνοντας τις τουριστικές περιοχές όπου εκτελούν ακόμη και τα βασικά έργα υποδομής και ανωδομής επενδύοντας τεράστια κεφάλαια έχοντας εκ των προτέρων σίγουρη την αποεπένδυση και το θετικό οικονομικό αποτέλεσμα. Οι νέες αυτές περιοχές αποτελούν νέους πόλους έλξης τουριστών με το πλεονέκτημα του καινούργιου και της μη κορεσμένης περιοχής. Δηλαδή στις περιοχές αυτές οι τουρίστες που θα τις επισκεφτούν, εκτός των βασικών τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, θα βρουν και μια σχετική ησυχία που τα τελευταία χρόνια στερούνται στις κλασικές και γνωστές σε όλους, τουριστικές περιοχές σε όλο τον κόσμο.

Πράγματι πολλές τουριστικές περιοχές έχουν χαρακτηριστεί σαν κορεσμένες και γίνονται προσπάθειες να βρεθούν οι σωστές λύσεις ώστε και οι περιοχές αυτές να ενταχθούν κανονικά στους τουριστικούς προορισμούς χωρίς την ύπαρξη των προβλημάτων που προκαλεί η μεγάλη συρροή τουριστών.

Σαν μια λύση στο πρόβλημα αυτό προτείνεται η αύξηση της τιμής των προσφερόμενων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών με την ανάλογη αύξηση της ποιότητας της προσφοράς, ώστε με λιγότερο και επιλεκτικότερο αριθμό τουριστών, το περιβάλλον να μην επιβαρύνεται και τα οικονομικά αποτελέσματα να είναι επιθυμητά. Έτσι δημιουργούνται περιοχές που απευθύνονται σε τουρίστες υψηλής εισοδηματικής τάξης.

Μια άλλη λύση που προτείνεται είναι η ηθελημένη αντιδιαφήμιση, το ηθελημένο αντιμάρκετινγκ που θα αποθαρρύνει τους υποψήφιους τουρίστες να επισκεφτούν τη περιοχή αυτή. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται το πρόβλημα στο πού θα στραφούν οι τουρίστες. Λύση δίνεται μέσα από τις πολυάριθμες και διάσπαρτες σε όλο τον κόσμο τουριστικές περιοχές καθώς επίσης και από την δυνατότητα που έχουν οι μεγάλοι τουριστικοί οργανισμοί να κατευθύνουν αυτό που θέλουν τα τουριστικά κύματα. Έτσι επιτυγχάνεται μια ισορροπία στην κατανομή του τουριστικού πλήθους που ικανοποιεί τόσο τους τουριστικούς οργανισμούς όσο και τους ίδιους τους τουρίστες.

Γενικά στο διεθνές τουριστικό στερέωμα επικρατεί η παραπάνω σκέψη, που σε πολλές περιπτώσεις αποτελεί πραγματικότητα, και η προσοχή και η δραστηριότητα στρέφεται στη δημιουργία νέων τουριστικών περιοχών με σκοπό την αποσυμφόρηση των ήδη γνωστών. Οι νέες αυτές περιοχές ανήκουν κατά κόρο στις υποανάπτυκτες χώρες και όπως έχει τονισθεί ο τουρισμός βοηθά σε σημαντικό βαθμό στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη των χωρών αυτών. Για το λόγο αυτό οι χώρες αυτές κάνουν προσπάθεια για την όσο δυνατή καλύτερη τουριστική τους οργάνωση στα πλαίσια της εφαρμογής της τουριστικής τους πολιτικής.

Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

Το Νοέμβριο του 1974 ιδρύθηκε ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού με έδρα τη Μαδρίτη και λειτουργεί υπό την αιγίδα του Ο.Η.Ε. Μέλη του είναι οι εθνικοί τουριστικοί οργανισμοί των χωρών, από αυτά 102 είναι τακτικά και 39 έκτακτα.

Οι βασικές επιδιώξεις του τουρισμού είναι :

- η προαγωγή και ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού, με παράλληλα προσπάθεια στο σεβασμό των ανθρώπινων δικαιωμάτων, την οικονομική ανάπτυξη και στην εδραίωση της ειρήνης διεθνώς.
- Η ύπαρξη μιας ενεργούς αντιπροσωπείας στα Ηνωμένα έθνη για το πρόγραμμα ανάπτυξης.

- Η ενθάρρυνση και βοήθεια στα τουριστικά θέματα των υπό ανάπτυξη ευρισκόμενων χωρών.
- Η απλοποίηση στη διακίνηση των τουριστών.

15. Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ.

Η χώρα μας ανήκει στις τουριστικές χώρες υποδοχής τουριστών και δίνει ιδιαίτερη σημασία στην προσέλκυση περισσότερων τουριστών, που σημαίνει περισσότερο συνάλλαγμα. Η εισροή συναλλάγματος σημαίνει βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, σημαίνει ανάπτυξη των υποβαθμισμένων περιοχών, σημαίνει νέες ευκαιρίες για απασχόληση, σημαίνει συγκροτήσει του πληθυσμού στις περιοχές του, σημαίνει επενδύσεις, σημαίνει γενικά οικονομική ανάπτυξη. Πάρα πολλές φορές από κυβερνητικά, και όχι μόνο χείλη έχει ειπωθεί ότι ο τουρισμός αποτελεί εθνική υπόθεση και είναι η μόνη ανταγωνιστική μας «βιομηχανία» που πρέπει όλοι μαζί να τη βοηθήσουμε και την υποστηρίξουμε.

Η τουριστική ανάπτυξη της χώρας μας, παρά τις πολλές υποσχέσεις, συνήθως στερείται ενός μακροχρόνιου και ρεαλιστικού προγράμματος που να στηρίζεται στην αποφυγή των λαθών του παρελθόντος, στις νέες διεθνείς τουριστικές εξελίξεις και να είναι συνδεδεμένο με τους υπόλοιπους τομείς της κοινωνικοοικονομικής ζωής της.

Οι σημαντικές γεωπολιτικές μεταβολές των τελευταίων χρόνων στα βόρεια σύνορα μας έχει δημιουργήσει μια άλλη κατανομή των τουριστών στις διάφορες τουριστικές περιοχές της επικρατείας δημιουργώντας για άλλη μια φορά συσσώρευση των τουριστών στη νότια Ελλάδα και στα νησιά.

Η παραπάνω κατάσταση είναι γνωστή από την άναρχη ανάπτυξη του τουρισμού στις αρχές της δεκαετίας του '60 οπότε και δημιουργήθηκε η διαφορά της τουριστικής ανάπτυξης μεταξύ βορρά και νότου με τις ευλογίες της πολιτείας.

Η σύγκλιση μεταξύ βορρά και νότου επιτεύχθηκε στα μέσα της δεκαετίας του '80 με την συμβολή της ιδιωτικής πρωτοβουλίας που διαπίστωσε και πρόβαλλε το γεγονός ότι

η χώρα διαθέτει και στο βόρειο τμήμα της αξιόλογες φυσικές ομορφιές για την ανάπτυξη τουριστικών περιοχών.

Όσον αφορά τους ρυθμούς ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού και τον αριθμό των αφίξεων ξένων τουριστών, υπάρχει μια ανοδική πορεία παρά τις διεθνείς και πολλές φορές εσωτερικές δυσκολίες που επηρεάζουν τον ευαίσθητο τομέα του τουρισμού. Η δυναμικότητα σε κλίνες ολοένα και αυξάνεται με δυνατότητα να εξυπηρετούμε πάνω από δέκα εκατομμύρια τουρίστες το χρόνο. Σημασία όμως δεν έχει η αύξηση του αριθμού των τουριστών αλλά και η ανάλογη αύξηση των τουριστικών εσόδων. Ήδη η πολιτεία προσπαθεί να περάσει μηνύματα όπως η ελεγχόμενη αύξηση με μεγαλύτερη ημερήσια δαπάνη των τουριστών, άρα προσπαθεί να προσελκύσει τουρίστες με ικανοποιητικό- ως υψηλό βαλάντιο-. Η επίτευξη του στόχου αυτού χρειάζεται και την ανάλογη βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που θα αποτελέσει κίνητρο για την άφιξη των τουριστών που επιθυμούμε.

Η διεθνής τάση για βιομηχανοποίηση του τουρισμού δεν πρέπει να μας επηρεάζει απόλυτα αλλά να διατηρήσουμε ταυτόχρονα την ελληνική φιλοξενία που αποτελεί ένα από τα βασικά προνόμια της χώρας μας στο τουριστικό στερέωμα.

Ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος, ιδιαίτερα από γειτονικές χώρες, είτε φιλικές είτε όχι, και θα πρέπει οι προσπάθειές μας να είναι εντονότερες και η τουριστική πολιτική να προσαρμόζεται γρήγορα στις απαιτήσεις της εποχής είτε εφαρμόζεται από τους κρατικούς φορείς είτε από τους ιδιωτικούς.

Για την επίτευξη των στόχων του ελληνικού τουρισμού θα πρέπει να γίνει κατανοητό από όλους ότι η τουριστική παιδεία όλων όσοι άμεσα ή έμμεσα ασχολούνται με το τουριστικό κύκλωμα θα πρέπει να είναι εθνική υποχρέωση, ώστε να μην παρατηρούνται φαινόμενα που αμαυρώνουν την εικόνα του.

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.)

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού ιδρύθηκε το 1929 με το Ν.4377 και επανιδρύθηκε με το Ν.558 το 1945 και υπαγόταν στην Εποπτεία εμπορίου αρχικά, μετά το υπουργείο Προεδρίας Κυβερνήσεως και σήμερα ανήκει μετά από πολλές έριδες στο υπουργείο Ανάπτυξης. Διοικείται από συμβούλιο και προΐσταται ο Γ.Γ. Τουρισμού.

Σκοπός του οργανισμού είναι η άσκηση της κρατικής τουριστικής πολιτικής με οργάνωση και συντονισμό των διαφόρων υπηρεσιών του, κεντρικών και περιφερειακών, με τις τοπικές αυτοδιοικήσεις και τους ιδιωτικούς τουριστικούς φορείς, ο έλεγχος των τουριστικών επιχειρήσεων, η δημιουργία προγραμμάτων προβολής των τουριστικών προσόντων της χώρας τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό και γενικά η άσκηση εποπτείας σε όλο το φάσμα του Ελληνικού τουρισμού.

Ο Ε.Ο.Τ, σαν μοναδικός φορέας του τουριστικού κλάδου στη χώρα μας, έπαιξε ένα σημαντικό ρόλο στα αρχικά στάδια του μοντέλου ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού. Η δράση του συνοδεύτηκε από πολλές επιτυχίες αλλά και αποτυχίες. Έδωσε λύσεις σε προβλήματα και βοήθησε πολλές φορές τους επαγγελματίες να ξεπεράσουν τόσο ενδογενής όσο και εξωγενείς δυσκολίες,. Πλην όμως ο Ε.Ο.Τ μετατράπηκε σε έναν υδροκέφαλο οργανισμό όπου συγχέονται και διαπλέκονται αρμοδιότητες επεξεργασίας και προώθησης της τουριστικής πολιτικής μαζί με επιχειρηματικές δραστηριότητες, όπως ξενοδοχεία, καζίνο, ιαματικές πηγές κ.ά.

Στη σημερινή πραγματικότητα, για να ανταποκριθεί κανείς στις συνθήκες του διεθνούς ανταγωνισμού, θα πρέπει να ακολουθήσει ένα διαφορετικό μοντέλο ανάπτυξης και να προσαρμοστεί σε νέες μεθόδους management και άσκησης πολιτικής.

Για το λόγο αυτό δημιουργήθηκαν οι δύο Ανώνυμες Εταιρίες (για το Φεστιβαλ και την περιουσία) οι οποίες θα

αναλάβουν τις επιχειρηματικές και επιχειρησιακές δραστηριότητες του Ε.Ο.Τ. στους τομείς ευθύνης των.

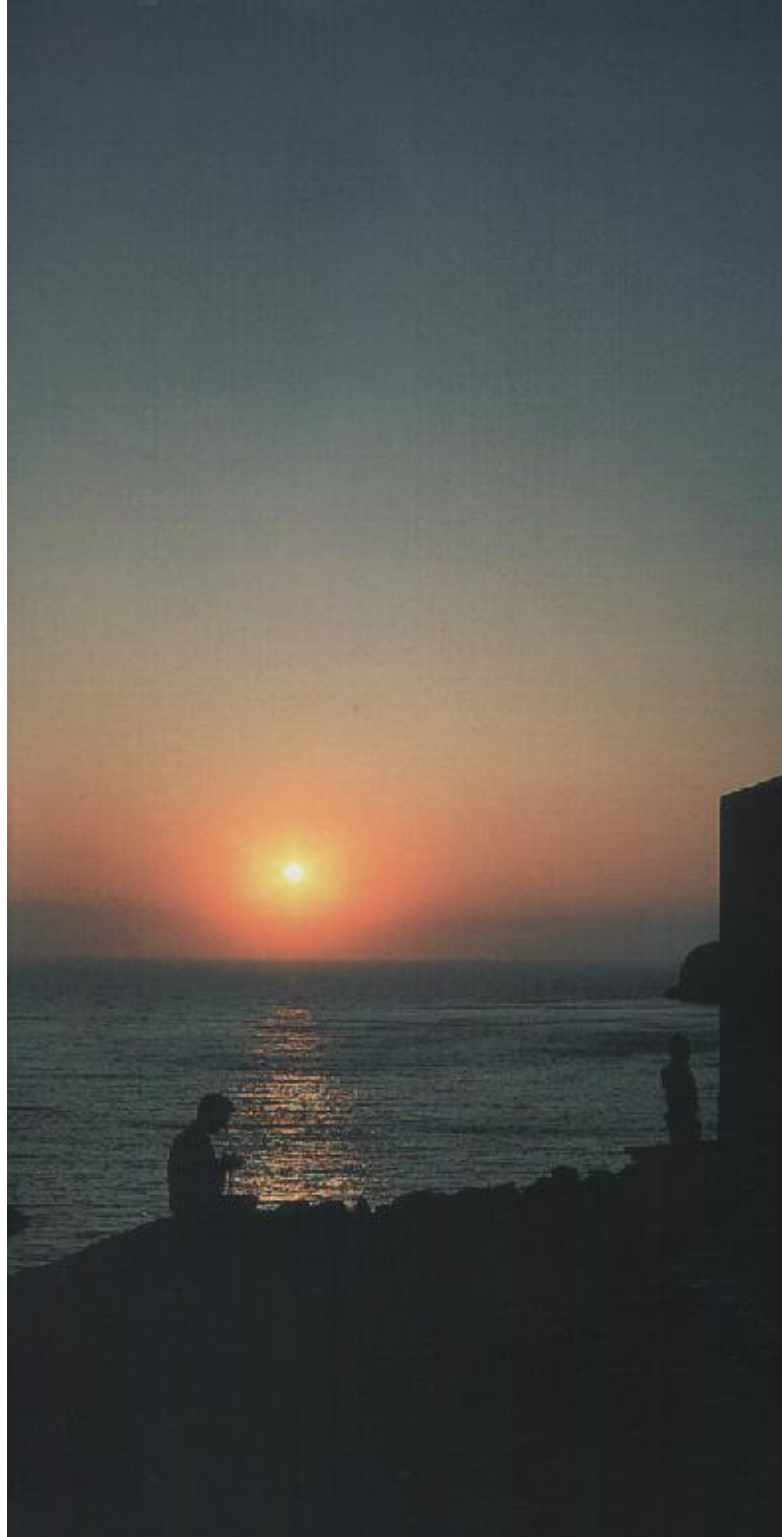
Έτσι ο νέος Ε.Ο.Τ μετατράπηκε σε επιτελικό και βασικό όργανο προώθησης και προβολής του ελληνικού τουρισμού στην παγκόσμια τουριστική αγορά με αιχμή του δόρατος τα γραφεία εξωτερικού και γενικότερα στην άμεση παρουσία του στις ξένες αγορές.

Η συμμετοχή του Ε.Ο.Τ. στη δημιουργία της κατάλληλης υποδομής υπήρξε σημαντική ιδιαίτερα με τη δημιουργία στη δεκαετία του '60 των ξενοδοχείων «ΞΕΝΙΑ» που κατασκευάστηκαν σε σημεία με τουριστικό ενδιαφέρον σε διάφορες περιοχές της χώρας, που λειτούργησαν υπό την εποπτεία του και έπαιξαν σημαντικό ρόλο ως πιλότοι ώστε να κατασκευασθεί στη συνέχεια μια πλειάδα ξενοδοχείων από ιδιώτες που αποτέλεσαν και τη βάση για τη δημιουργία της κατάλληλης σε μέσα διαμονής υποδομής και έτσι είχαμε μεγαλύτερη και ποιοτικά αναβαθμισμένη κίνηση τουριστών από το εξωτερικό προς τη χώρα μας. Σήμερα τα περισσότερα «Ξενία» λειτουργούν υπό τη διεύθυνση ιδιωτών στους οποίους ο οργανισμός παραχώρησε την εκμετάλευση τους με μακροχρόνιες μισθώσεις ενώ μερικά από αυτά λόγω παρέλευσης του ρόλου τους ή λόγω του ότι η θέση τους σήμερα δεν ευνοεί την αποτελεσματική τους λειτουργία, ή έχουν αποδοθεί σε διάφορους τομείς ή παραμένουν κλειστά.

Σημαντικό ρόλο πρέπει να παίζουν τα διάφορα γραφεία του εξωτερικού τα οποία πρέπει να στελεχώνονται με τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα που δεν είναι άλλα από την ενίσχυση του ελληνικού τουρισμού.

Η τουριστική εκπαίδευση αποτελεί για τον Ε.Ο.Τ μια άλλη βασική του επιδίωξη έχοντας δημιουργήσει σε διάφορες περιοχές της χώρας βασικές τουριστικές σχολές σε δικά του κτιριακά συγκροτήματα σε όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης, τροφοδοτώντας την τουριστική αγορά εργασίας με καταρτισμένα στελέχη τα οποία τόσο στο παρελθόν όσο και στο μέλλον έδωσαν και θα δώσουν τις γνώσεις τους για την προώθηση και ανάπτυξη του τουρισμού.

Στα πλαίσια της οριστικής ένταξης της χώρας μας στην οικονομική και νομισματική ευρωπαϊκή ένωση, ο Ε.Ο.Τ καλείται να διαδραματιστεί ένα νέο ρόλο που θα διαμορφωθεί τόσο από την πολιτική του υπουργείου Ανάπτυξης που ανήκει, αλλά και από τις νέες διαγραφόμενες τάσεις που θα προκύψουν τόσο στην ευρωπαϊκή αγορά όσο και στην παγκόσμια.



16. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

Ο τουρισμός σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης στερείται κοινής τουριστικής πολιτικής παρά τις πολλές προσπάθειες ιδίως των Ελληνικών Κοινοτικών Επιτροπών. Το πρόβλημα έγκειται στο ότι τα τουριστικά θέματα των χωρών μελών της ευρωπαϊκής ένωσης υπάγονται σε διαφορετικούς κρατικούς φορείς (διαφορετικά προϊστάμενα υπουργεία) ώστε να υπάρχουν κοινές συσκέψεις ομοειδών κρατικών υπαλλήλων και υπουργών με αποτέλεσμα οι διάφορες αποφάσεις να είναι αποσπασματικές και πολλές φορές αντικρουόμενες.

Στην Ευρώπη ο τουρισμός αντιπροσωπεύει το 6% της συνολικής απασχόλησης και για την χώρα μας το 1/3 των εξαγορών της στο τομέα των υπηρεσιων. Στη πραγματικότητα όμως ο τουρισμός συμβάλλει πολύ περισσότερο στην ευρωπαϊκή κοινωνία, γιατί ένας πολύ μεγάλος αριθμός άλλων τομέων εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το τουρισμό, όπως οι μεταφορές, οι υποδομές, η γεωργία, η κατασκευαστική βιομηχανία αλλά και η προστασία και η ανάδειξη της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς. Επίσης εξάρτηση υπάρχει και από άλλες δραστηριότητες που στηρίζονται με την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών όπως η πληροφορική και οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.

Στην πραγματικότητα, ο τουρισμός αποτελεί βασικό παράγοντα ανάπτυξης πολλών περιοχών της Ευρώπης. Ιδιαίτερα οι απομακρυσμένες και αγροτικές περιοχές (αγροτουρισμός) προβλέπουν στον τουρισμό ως το κύριο μέσο ανάπτυξης τους..

Σύμφωνα με όλες τις προβλέψεις του 21^{ου} αιώνα, στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναγνωρίζεται και αναδεικνύεται η μεγάλη δυνατότητα του τουρισμού να δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας.

Η μέχρι στιγμής προσπάθεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την υποστήριξη της ευρωπαϊκής τουριστικής παραγωγικής διαδικασίας έγκειται στην ακολουθία δυο βασικών αξόνων στρατηγικής :

A. αναλαμβάνει συγκεκριμένες δράσεις και παράλληλα υποβάλλει προτάσεις με στόχο τη βελτίωση της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας του ευρωπαϊκού τουριστικού προϊόντος που αναπτύσσονται στο πλαίσιο πολλών κοινοτικών πολιτικών.

B. τα τελευταία δύο χρόνια ανέλαβε μια σειρά από πρωτοβουλίες και το Νοέμβριο του 1997 διοργανώθηκε η Ευρωπαϊκή Συνδιάσκεψη για το τουρισμό και την απασχόληση. Η συνδιάσκεψη αυτή κατέληξε σε μια σειρά από ιδιαίτερα σημαντικά συμπεράσματα για τη πλήρη αξιοποίηση του τουρισμού στην προσπάθεια δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας.

Στη συνέχεια δημιουργήθηκε η Ομάδα Εργασίας Υψηλού Επιπέδου για τον τουρισμό και την απασχόληση. Στην ομάδα αυτή συμμετείχαν προσωπικότητες από τον χώρο του τουρισμού, από όλες τις ευρωπαϊκές χώρες, και έργο της ήταν η υποβολή και η αποστολή προτάσεων για το πώς ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει ακόμα περισσότερο στην σταθεροποίηση και την ανάπτυξη της απασχόλησης στην Ευρώπη.

Σύμφωνα με επεξεργασμένα στατιστικά στοιχεία, προβλέπεται ότι το 2010 οι διεθνείς αφίξεις τουριστών στην Ευρώπη θα φτάσουν τα 527 εκατομμύρια. Η εισαγωγή του Ευρώ και η διαδικασία διεύρυνσης της Ένωσης με τη προσχώρηση των χωρών της κεντρικής και ανατολικής Ευρώπης και της Κύπρου θα δημιουργήσουν νέες δυνατότητες για παράταιρο διεύρυνση της τουριστικής αγοράς.

Κλάδοι όπως τα ξενοδοχεία πολυτελείας, οι αεροπορικές μεταφορές, ο ιαματικός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, τα πάρκα αναψυχής καθώς και τα ηλεκτρονικά μέσα κρατήσεων αναμένονται να παρουσιάσουν θεαματική ανάπτυξη μέχρι και 100% στην πρώτη δεκαετία του 21^{ου} αιώνα. Η ζήτηση προβλέπεται να αυξηθεί τουλάχιστον κατά 50% σε μια σειρά νέων και παραδοσιακών προϊόντων και υπηρεσιών με στόχο και αποτέλεσμα τη δημιουργία 2-3 εκατομμυρίων νέων θέσεων εργασίας σε δραστηριότητες

που συνδέονται άμεσα και έμμεσα με την τουριστική παραγωγική διαδικασία.

Έχοντας υπόψη μας τα παραπάνω, αναμένεται μια πιο συντονισμένη και δραστήρια προσπάθεια των διαφόρων φορέων στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής τουριστικής πολιτικής που ουσιαστικά θα βοηθηθούν οι χώρες που αποτελούν παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς βελτιώνοντας ποιοτικά το επίπεδο των υπηρεσιών τους προς ίδιο όφελος αλλά και της τουριστικής πελατείας.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΠΗΓΕΣ

- Γ. Κολτσιδόπουλος, Σημειώσεις, Αρχές τουρισμού, διάφορες εκδόσεις ΤΕΙ
- Γ. Κολτσιδόπουλος, Σημειώσεις, Δ/νση ξενοδοχείων Ι, ΙΙ, ΤΕΙ
- Στ. Καλφιώτη, Εισαγωγή στη θεωρία του τουρισμού
- Στ. Καλφιώτη, Τουριστικές Επιχειρήσεις
- Στ. Καλφιώτη, Τουριστική Οικονομική
- Μ. Λογοθέτη, Τουριστική Πολιτική
- Α. Λασκαράτου, Τουριστικά Θέματα
- Ν. Αιγηνίτης, Τουριστική Ψυχολογία
- Π. Λύτρα, Τουριστική ανάπτυξη
- Π. Λύτρα, Τουριστική κοινωνιολογία
- Ν. Ηγουμενάκη, Τουριστικό Μάρκετινγκ
- Ν. Ηγουμενάκη, Τουριστική Οικονομία
- Ν. Ηγουμενάκη, Τουριστική πολιτική
- Γ. Κολτσιδόπουλος, Τουρισμός, θεωρητική προσέγγιση
- Κ. Κραβαρίτης, Συνεδριακός τουρισμός
- Σ. Δροσοπούλου, Αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί
- ΕΟΤ, Τουρισμός '85
- Περιοδικό Τουρισμός και οικονομία, διάφορα Τεύχη
- Περιοδικό Ξενία, Οκτώμβριος 2003