



ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΜΠΕΝΑΤΑΤΟΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ

ΘΕΜΑ:

«Ο τουρισμός κατά βάση αποτελεί ανθρωποκεντρικό φαινόμενο με πολλά υποσχόμενα οικονομικά αποτελέσματα. Σχολιάστε την αξία αυτών των αποτελεσμάτων στα πλαίσια του ευρύτερου επιχειρηματικού σχεδιασμού»



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ:

ΚΑΛΟΔΙΚΗΣ ΓΕΡΑΣΙΜΟΣ

ΠΑΤΡΑ – 2002

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	6230
----------------------	------

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι. : ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ

Α. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ	1 – 38
Β. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ	39 – 58

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ. : ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Α. ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ	60 – 74
Β. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ	75 – 89
Γ. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ	90 – 112
Δ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ	113 – 131

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ. : ΚΡΙΤΙΚΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Α. ΔΙΧΟΓΝΩΜΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	132 – 133
Β. ΑΠΟΤΕΛΕΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΧΕΓΓΥΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΔΟ ΕΝΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ;	134 – 136
Γ. ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	137 – 138

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι.

ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ

Α. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός και τα ταξίδια διαχρονικά αποτελούσαν μια πανάρχαια διαδικασία βασισμένη στην ανθρώπινη περιέργεια και στο ενδιαφέρον που εμπεριέχει το άγνωστο, η ανακάλυψη και η γνωριμία με νέους τόπους, ήθη και έθιμα. Το ταξίδι και η τουριστική μετακίνηση δεν αποτελεί μια σύγχρονη δραστηριότητα, αντίθετα ακολούθησε και επηρεάστηκε από τις εξελίξεις και τις μεταβολές που επήλθαν στην ανθρωπότητα κατά την διάρκεια των ετών. Συνεπώς, η έμφυτη ανάγκη για τουριστική μετακίνηση και η ασίγαστη επιθυμία του ανθρώπου να ταξιδέψει, να γνωρίσει και να θαυμάσει νέους τόπους και πολιτισμούς, να διευρύνει τους ορίζοντες του και να ανακαλύψει νέους προορισμούς δεν είναι ένα τυχαίο φαινόμενο .

Πως όμως αντιλαμβάνεται κανείς σήμερα τον τουρισμό; Οι περισσότεροι από μας έχουν σχηματίσει μια ειδυλλιακή εικόνα για ότι ονομάζουμε σήμερα τουρισμό, διακοπές, αναψυχή. Συχνά στο μυαλό μας έρχονται σκηνές από πανέμορφες παραλίες, καταπράσινα τοπία, πολυτελή ξενοδοχεία. Από την άλλη πλευρά όμως, πόσες φορές έχουμε απογοητευτεί με την εικόνα που αντικρίσαμε όταν επιτέλους φτάσαμε στον «προορισμό των ονείρων μας», ή πόσες φορές έχουμε εκνευριστεί με την κακή εξυπηρέτηση σε κάποιο εστιατόριο ή την έλλειψη δωματίων σε περίοδο αιχμής ; Τι από όλα αυτά όμως είναι τελικά ο τουρισμός ; μάλλον όλα .

Ο τουρισμός στο πέρασμα των ετών παρουσίασε μια ταχύτατη ανάπτυξη, μια τεράστια εξάπλωση και μια κοινωνική αποδοχή, ώστε σήμερα να αποτελεί ένα αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης πραγματικότητας. Η δε οικονομική και κοινωνική του σημασία χαρακτηρίζεται μεγάλη, καθότι αποτελεί βασικότερη πηγή εσόδων ιδίως για τις αναπτυσσόμενες χώρες, οι οποίες στηρίζουν μεγάλο μέρος της οικονομικής τους ανάπτυξης στην μαζική προσέλευση τουριστών και στην τόνωση του ενδιαφέροντος των ξένων για την χώρα τους .

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

Από τα πρώτα κιόλας χρόνια μετά την λήξη του 2^{ου} Παγκοσμίου Πολέμου, ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας με ραγδαία ανάπτυξη και πολυεπίπεδη εξέλιξη. Στα μέσα της προηγούμενης δεκαετίας οι τουριστικές αφίξεις πλησίασαν τα 592,8 εκατ. άτομα, δηλαδή αυξήθηκαν κατά 23,4 φορές σε διάστημα μικρότερο των 50 ετών. Επιπλέον τα έσοδα από τον τουρισμό αυξήθηκαν με εξαιρετικά ταχείς ρυθμούς, ενώ το 1996 έφτασαν τα 423 εκατ. δολάρια τα οποία αντιπροσωπεύουν 201,4 φορές τις εισπράξεις του 1950. Σύμφωνα μάλιστα με τις προβλέψεις του *Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού* (Π.Ο.Τ) κατά το έτος 2010 οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις θα είναι 40,2 φορές μεγαλύτερες, συγκριτικά με εκείνες του 1950, ενώ οι τουριστικές εισπράξεις 699,9 φορές υψηλότερες¹.

Αλλά και όσον αφορά την ελληνική πραγματικότητα η σπουδαιότητα του τουριστικού φαινομένου είναι μεγάλη και μπορεί μερικώς να διαπιστωθεί από τα παρακάτω² :

➤ Ο τουρισμός στην Ελλάδα απασχολεί το 11% του ενεργού πληθυσμού, ενώ το 40% του συνολικού πληθυσμού επηρεάζεται άμεσα ή έμμεσα από τον τουρισμό .

➤ Ο τουρισμός αποτελεί την πιο συναλλαγατοφόρα πηγή για την Εθνική Οικονομία και παρέχει την οικονομική δυνατότητα στην Πολιτεία να καλύπτει με το τουριστικό συνάλλαγμα (που αντιπροσωπεύει το 35% των αδήλων πόρων) μέρος των συναλλαγματικών της παθητικών.

➤ Ο τουρισμός είναι μία από τις μεγαλύτερες παγκόσμιες οικονομίες και πολύ σύντομα θα γίνει η μεγαλύτερη βιομηχανία και για την Ελλάδα, καθώς θα είναι η μόνη ανταγωνιστική λόγω των συγκριτικών πλεονεκτημάτων που διαθέτει και η μόνη που θα αντιμετωπίσει επιτυχώς τις προκλήσεις της παγκοσμιοποίησης .

Κατά συνέπεια λοιπόν ο τουρισμός αντιπροσωπεύει έναν από τους σημαντικότερους οικονομικούς κλάδους σε παγκόσμια κλίμακα, αποτελεί το 10 – 12% του Α.Ε.Π, ενώ η οικονομική συμβολή του υπολογίζεται από τον όγκο των συναλλαγματικών εσόδων, από τον βαθμό

¹ Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (W.T.O)

² Μανόλης Σφακιανάκης: *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*, Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα 2000, σελ.161

εξισορρόπησης του ισοζυγίου πληρωμών, την δημιουργία θέσεων εργασίας, την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη και από άλλα μεγέθη (Barbarezos, 1998) .

Οι επικριτές ωστόσο (γιατί υπάρχουν και αυτοί) του φαινομένου, αμφισβητούν έντονα τα οικονομικά αποτελέσματα του τουρισμού, ενώ υποστηρίζουν (και όχι άδικα) ότι ο τουρισμός συχνά γίνεται φορέας δυσμενών επιπτώσεων με κοινωνικές, πολιτισμικές και περιβαλλοντικές προεκτάσεις. Πράγματι σε αρκετές περιπτώσεις τόσο ο δημόσιος, όσο και ο ιδιωτικός τομέας λειτουργώντας ανεύθυνα και απρογραμματίστα, στον βωμό του βραχυπρόθεσμου κέρδους και της όποιας τουριστικής ανάπτυξης, αδιαφόρησαν για τις αρνητικές συνέπειες του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον, στον πολιτισμικό χαρακτήρα του τόπου, στον ντόπιο πληθυσμό και φυσικά στην οικονομία .

Αναμφισβήτητα, πέρα από τις όποιες θετικές ή αρνητικές συνέπειες μπορεί να έχει η ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων σε ένα τόπο, τα πολλά υποσχόμενα οικονομικά αποτελέσματα που έχει ο τουρισμός υποδηλώνουν εν μέρει και την δυναμική του. Στα κεφάλαια που θα ακολουθήσουν θα επιχειρήσουμε να καταγράψουμε τα βασικότερα χαρακτηριστικά του τουριστικού φαινομένου και να προσδιορίσουμε σε βάθος τις σπουδαιότερες συνέπειες και τα οφέλη που προκύπτουν από αυτό .

ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Σε γενικές γραμμές θα μπορούσαμε να πούμε πως ο τουρισμός αναφέρεται στην δραστηριότητα ή πρακτική του ταξιδιού για λόγους ξεκούρασης, εκπαίδευσης, αναψυχής, κ.λ.π . Με μια ευρύτερη έννοια ο τουρισμός αποτελεί την ομάδα επιχειρήσεων παροχής πληροφοριών, μεταφοράς, εστίασης, και στέγασης. Η ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία έχει δημιουργηθεί από εταιρίες οι οποίες παρέχουν υπηρεσίες όλων των ειδών στους ταξιδιώτες, ανεξάρτητα από το εάν ταξιδεύουν για επιχειρηματικούς λόγους ή λόγους αναψυχής (Foster, 1998) .

Ο προσδιορισμός όμως της έννοιας του τουρισμού δεν είναι τόσο εύκολη υπόθεση. Ο τουρισμός ως οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο εμφανίζεται κατά καιρούς με διάφορες μορφές και ιδιότητες. Για το λόγο αυτό θεωρείται από τους ειδικούς του κλάδου εξαιρετικά δύσκολος τόσο ο προσδιορισμός όσο και η ακριβής ερμηνεία του.

Μια από τις πρώτες προσπάθειες που έγιναν για να οριστεί ο τουρισμός με όσο το δυνατόν ακριβέστερο τρόπο ήταν από τους καθηγητές Hanziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης, η

οποία στη συνέχεια υιοθετήθηκε από την Διεθνή Ένωση Επιστημονικών Εμπειρογνομόνων του τουρισμού. Σύμφωνα με αυτούς ο τουρισμός μπορεί να οριστεί ως το : « σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και τη διαμονή των μη μόνιμων κατοίκων, εφόσον δεν κατευθύνονται σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με καμιά κερδοσκοπική δραστηριότητα » (Ηγουμενάκης – Κραβαρίτης – Λύτρας, 1998) .

Αν και αρκετά ασαφής, ο παραπάνω ορισμός βοηθά ώστε να γίνει διάκριση μεταξύ τουρισμού και αποδημίας. Παράλληλα, προσδιορίζει τόσο το ταξίδι, όσο και τη διαμονή ως αλληλένδετα στοιχεία του τουρισμού, αποκλείοντας όμως κατ' αυτό τον τρόπο τις ημερήσιες περιηγήσεις, δηλαδή τις εκδρομές. Πόσο λογικό όμως είναι αυτό από τη στιγμή που και στις δύο περιπτώσεις αναπτύσσονται παρόμοιες δραστηριότητες ; Επιπλέον, δεν περιλαμβάνει τα επαγγελματικά ταξίδια τα οποία συνδέονται αποκλειστικά με κερδοσκοπική δραστηριότητα. Βέβαια η διάκριση ενός επαγγελματικού ταξιδιού από ένα ταξίδι αναψυχής, κάθε άλλο παρά εύκολη υπόθεση είναι, αφού πολλά ταξίδια αποτελούν συνδυασμό και των δύο. Τα τελευταία χρόνια ωστόσο η έννοια του τουρισμού έχει διευρυνθεί τόσο, ώστε να περιλαμβάνει πλέον και διάφορες μορφές επαγγελματικών ταξιδιών τα οποία δεν οδηγούν σε μόνιμη εγκατάσταση ή σε αμειβόμενη απασχόληση στον τόπο υποδοχής και φιλοξενίας του .

Μια σειρά ερευνών που πραγματοποιήθηκαν από τους επιστήμονες του τουριστικού κλάδου, οδήγησαν στην διαμόρφωση των βασικών χαρακτηριστικών του τουρισμού, τα οποία μπορούν να συνοψισθούν στα εξής (Ηγουμενάκης – Κραβαρίτης – Λύτρας, 1998) :

- Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ατόμων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και διαμονής σε αυτούς τουλάχιστον επί ένα 24ώρο με σκοπό τη ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους .
- Οι διάφορες μορφές τουρισμού ανεξαρτήτως των ιδιοτήτων και χαρακτηριστικών που τις διέπουν, απαιτούν την ύπαρξη δύο βασικών στοιχείων: το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένης και της διατροφής .
- Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου κατοικίας των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους .

➤ Η μετακίνηση ανθρώπων προς διάφορες τουριστικές περιοχές είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, γεγονός που φανερώνει την πρόθεση τους να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας σε διάστημα λίγων ημερών, βδομάδων ή μηνών .

➤ Οι άνθρωποι επισκέπτονται τους τουριστικούς προορισμούς της επιλογής τους για τουριστικούς σκοπούς, οι οποίοι δεν αφορούν αυτούς της επαγγελματικής απασχόλησης στον τόπο της μόνιμης διαμονής .

Ένας από τους πιο περιεκτικούς ορισμούς ήταν αυτός των McIntosh – Goeldner (1995) : «τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν μέσα από τις συναλλαγές με τους τουρίστες, τους επαγγελματικούς προμηθευτές, τις κυβερνήσεις των χωρών φιλοξενίας, και τις κοινότητες υποδοχής κατά την διαδικασία προσέλκυσης και φιλοξενίας τουριστών και άλλων επισκεπτών». Ο ορισμός αυτός προσδιορίζει τέσσερα άλλα βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού : τους τουρίστες, τις επιχειρήσεις που προσφέρουν ταξιδιωτικές υπηρεσίες, τις κυβερνήσεις που ασκούν έλεγχο στον τουρισμό και τους ανθρώπους που ζουν στις περιοχές φιλοξενίας τουριστών .

Ο τουρισμός σε όλες ανεξαιρέτως τις μορφές του προϋποθέτει την ύπαρξη χρηματικών πόρων και ελεύθερου χρόνου, η έλλειψη των οποίων καθιστά ανέφικτη την πραγματοποίηση τουριστικής μετακίνησης .

Κύριος σκοπός της ολοένα αυξανόμενης συμμετοχής των ανθρώπων στον τουρισμό είναι ασφαλώς η ξεκούραση, η ψυχαγωγία, η διασκέδαση, η φυγή από την ρουτίνα και τα προβλήματα της καθημερινότητας. Είναι επίσης η ευκαιρία να απαλλαγούν (έστω και προσωρινά) από τον ρόλο που τους επιβάλλει ο κοινωνικός περίγυρος και να αφοσιωθούν ολοκληρωτικά στην υλοποίηση των τουριστικών επιθυμιών και ονείρων. Τα στοιχεία αυτά στο σύνολο τους συνθέτουν την έννοια του ελεύθερου χρόνου, ο οποίος με τη σειρά του είναι συνυφασμένος με το τουριστικό φαινόμενο.

Τι είναι όμως στην ουσία ο ελεύθερος χρόνος ; Κατά τη διάρκεια της ημέρας ο άνθρωπος αναλώνεται σε καθήκοντα και εργασίες τα οποία στην πλειονότητα τους λίγη σχέση έχουν με τις πραγματικές επιθυμίες του. Επιπλέον, σημαντικό μερίδιο χρόνου αφιερώνεται στην κάλυψη και ικανοποίηση των φυσικών αναγκών όπως αυτές του φαγητού και του ύπνου. Επίσης, οι άνθρωποι πραγματοποιούν επιλογές σχετικά με το πώς θα αξιοποιήσουν τον χρόνο κατά τον οποίο είναι

απαλλαγμένοι από τις καθημερινές τους υποχρεώσεις, ενώ οι δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχουν έχουν περιγραφεί ως αναψυχή .

Οι κοινωνικές ομάδες στις οποίες ανήκουν οι άνθρωποι, το οικονομικό τους επίπεδο και η ηλικία, είναι ορισμένα από τα στοιχεία που διαμορφώνουν τον ελεύθερο χρόνο ανά άτομο. Για παράδειγμα οι συνταξιούχοι διαθέτουν τον περισσότερο ελεύθερο χρόνο, ενώ αντίθετα οι εργαζόμενες γυναίκες συνήθως τον λιγότερο. Το γεγονός αυτό ωστόσο δεν προϋποθέτει από πλευράς π.χ. των συνταξιούχων μεγαλύτερη αξιοποίηση των εγκαταστάσεων αναψυχής και των τουριστικών θέρετρων, καθότι αποτελούν την κοινωνική ομάδα με το χαμηλότερο εισόδημα (*Ward – Hilson – Gambel, 1994*) .

Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι η ταχύτατα αύξηση του ελεύθερου χρόνου οφείλεται σε ένα πλήθος παραγόντων, ορισμένοι από τους οποίους είναι οι εξής³ :

- Η μείωση των ωρών εργασίας
- Η κατάκτηση του δικαιώματος των εργαζομένων για διακοπές μετ' αποδοχών
- Η επέκταση της διάρκειας ζωής
- Οι τεχνολογικές ανακαλύψεις, καθώς και η πλειάδα των μηχανημάτων και οικουσκευών, οι οποίες έχουν μειώσει εξαιρετικά τον χρόνο που απαιτείται για την πραγματοποίηση ορισμένων εργασιών

Η χρήση του ελεύθερου χρόνου μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε διάφορους τομείς. Η συμμετοχή για παράδειγμα σε κάποιο σπορ θεωρείται ενεργητικός τρόπος αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου. Αντίθετα, μεγάλο τμήμα του ελεύθερου χρόνου χρησιμοποιείται παθητικά και αφορά ως επί το πλείστον δραστηριότητες που πραγματοποιούνται συνήθως στο σπίτι (παρακολούθηση κάποιας τηλεοπτικής ή ραδιοφωνικής εκπομπής) .

Πολλοί άνθρωποι επίσης επιλέγουν τα ταξίδια ως μέσο αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου, κάνοντας παράλληλα χρήση μιας μεγάλης ποικιλίας εγκαταστάσεων αναψυχής όπως θέατρα, αθλητικά κέντρα, μουσεία, κ.λ.π . Οι δραστηριότητες αυτές μπορούν επίσης να υποδιαιρεθούν σε διαφορετικά πεδία ενδιαφέροντος όπως : αθλήματα, δημόσια θεάματα, επίσκεψη αρχαιολογικών χώρων κ.α. .

³Ward – Hilson – Cambell: *Advanced Leisure and Tourism*, Εκδόσεις Stanley Thornes, Geltenham 1994, σελ.1

Για να επανέλθουμε όμως στους ορισμούς του τουρισμού, πιθανότατα υπάρχουν τόσοι όσοι και οι άνθρωποι που έχουν επιχειρήσει να ερμηνεύσουν το φαινόμενο. Ένας από τους απλούστερους και πληρέστερους ορισμούς, δίνεται από τον Jafar Jafari (1977), σύμφωνα με αυτόν : « ο τουρισμός είναι η μελέτη του ανθρώπου που βρίσκεται μακριά από το συνηθισμένο του φυσικό περιβάλλον, της βιομηχανίας που ανταποκρίνεται στις ανάγκες του και των επιδράσεων που ασκεί αυτός και η βιομηχανία στο φυσικό, οικονομικό και κοινωνικοπολιτικό περιβάλλον του χώρου που τον φιλοξενεί». Ο ορισμός αυτός αν και λακωνικός είναι αρκετά ευρύς ώστε να εξηγεί πλήρως τον τουρισμό. Κάθε ένας που φεύγει από το σπίτι του μπορεί να γίνει τουρίστας, δεν υπάρχει κανένας τοπικός περιοριστικός παράγοντας. Το στοιχείο που έχει σημασία είναι ότι ένα άτομο μπορεί να γίνει τουρίστας χωρίς να χρειαστεί να ταξιδέψει μία μεγάλη απόσταση. Ο Jafari επισημαίνει επίσης ότι ο τουρισμός έχει ένα αναπόφευκτο οικονομικό, κοινωνικοπολιτικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο, ενώ τονίζει ότι οι τουριστικοί προμηθευτές αποτελούν μία βιομηχανική ομάδα, γεγονός σημαντικό όχι μόνο για στατιστικούς λόγους, αλλά και για την δημιουργία μιας ταυτότητας του φαινομένου (Gartner, 1990) .

Γενικά μπορούμε να πούμε πως ο τουρισμός συμβολίζει ένα μετακινούμενο πληθυσμό ταξιδιωτών, οι οποίοι πλην ορισμένων εξαιρέσεων είναι ξένοι προς τους τουριστικούς προορισμούς που επισκέπτονται, ενώ παράλληλα διαθέτουν στοιχεία που τους διακρίνουν από τους ντόπιους πληθυσμούς. Όλες ανεξαιρέτως οι μορφές τουρισμού περιλαμβάνουν κάποιο ταξίδι, ωστόσο όλα τα ταξίδια δεν αποτελούν τουρισμό. Ο πρόσκαιρος και βραχυχρόνιος χαρακτήρας του αποτελεί το κυριότερο ίσως γνώρισμα που διακρίνει τον τουρισμό από την αποδημία, η οποία ως γνωστόν αντιπροσωπεύει μια μακροχρόνια μετακίνηση πληθυσμού από μια χώρα σε άλλη και αποβλέπει κατά κανόνα σε μόνιμη εγκατάσταση. Μία άλλη διαφορά του τουρισμού από την αποδημία αφορά προσωρινές και εποχιακές μετακινήσεις εργατικού δυναμικού στους τουριστικούς προορισμούς όπου υπάρχει η ζήτηση του. Επίσης, θα πρέπει να σημειωθεί στον τουρισμό ένα μέρος των χρημάτων που κερδίζονται από ένα άτομο στον τόπο της μόνιμης διαμονής του δαπανώνται τόσο σε τουριστικούς προορισμούς, όσο και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του προς αυτούς (Ηγουμενάκης – Κραβαρίτης – Λύτρας, 1998) .

Όπως διαπιστώσαμε και από τον ορισμό του Jafari, ο τουρισμός δεν αποτελεί ένα μεμονωμένο και ανεξάρτητο προς την οικονομική ζωή της χώρας κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο, αλλά περιλαμβάνει μια πληθώρα δραστηριοτήτων, προϊόντων και παραγωγικών μονάδων, τα οποία προσφέρουν μια ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία άτομα ή ομάδες τουριστών. Οι τουρίστες αυτοί

με την σειρά τους φεύγουν προσωρινά από την πόλη ή την χώρα τους με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών οι οποίες δεν είναι πάντα ανάγκες για ξεκούραση, ψυχαγωγία ή διασκέδαση. Με άλλα λόγια ο τουρισμός περιλαμβάνει πλην όλων των άλλων και τους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων, αλλά ταυτόχρονά και εκείνους που δεν σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό, ωστόσο τα προϊόντα που προσφέρουν είναι απαραίτητα για τους τουρίστες κατά τη διάρκεια της πρόσκαιρης παραμονής τους σε έναν προορισμό (Ηγουμενάκης –Κραβαρίτης – Λύτρας, 1998).

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι : « ο τουρισμός είναι ολόκληρος ο κόσμος της τουριστικής βιομηχανίας, δηλαδή οι παραγωγοί τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, οι tour operators, οι μεσίτες τουριστικών υπηρεσιών, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες και βέβαια οι ίδιοι οι τουρίστες. Επίσης, ο τουρισμός αποτελεί το σύνολο των τουριστικών δαπανών που πραγματοποιούνται στα όρια της χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών⁴ ».

Λαμβάνοντας κανείς υπόψη τον πολυδιάστατο ρόλο του τουρισμού και του ορισμούς που κατά καιρούς επιχειρήσαν να ερμηνεύσουν το σύνθετο αυτό φαινόμενο, μπορεί εύκολα να γίνει αντιληπτή η δυσκολία εύρεσης ενός ολοκληρωμένου και κοινά αποδεκτού ορισμού. Επιπλέον, κάθε ένας από τους πολλούς ορισμούς που έχουν δοθεί για το τουριστικό φαινόμενο, στόχευε στην επίλυση ενός πολύ συγκεκριμένου και ειδικού προβλήματος, γεγονός που μεταξύ άλλων έχει εμποδίσει την εκτενέστερη μελέτη του φαινομένου ως επιστημονικού κλάδου .

Ωστόσο, ο τουρισμός αποτελεί έναν ζωντανό οργανισμό και έναν συνεχώς εξελισσόμενο οικονομικό κλάδο, ο οποίος χρήζει περαιτέρω επιστημονικής έρευνας και ανάλυσης προκειμένου να φωτισθούν και να ερμηνευθούν όλες οι πτυχές του, γεγονός που θα αποτελέσει τη βάση για μια ταχύτερη και βιωσιμότερη εξέλιξη του .

⁴ ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ – ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ – ΛΥΤΡΑΣ: *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1998, σελ.89

ΟΙ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ Η ΔΙΤΤΗ ΦΥΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ⁵

Το τουριστικό φαινόμενο όπως έχει ήδη διαπιστωθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο χαρακτηρίζεται ως ιδιαίτερα πολυσύνθετο και είναι εξαιρετικά δύσκολο ακόμα και σήμερα να φωτισθούν πλήρως όλες οι πτυχές του. Ορισμένες από τις δυσκολίες προκύπτουν από ίδια τη φύση του τουρισμού, ενώ άλλες οφείλουν τη ύπαρξη τους στα προβλήματα και τα μειονεκτήματα που παρουσιάζονται κατά τη διαδικασία μέτρησης του .

Η τουριστική δραστηριότητα χαρακτηρίζεται ως “ετερογενής” και το γεγονός αυτό οφείλεται στον τρόπο παραγωγής των τουριστικών προϊόντων. Με άλλα λόγια ενώ οι άλλοι οικονομικοί κλάδοι παράγουν συγκεκριμένα αγαθά με προκαθορισμένη καταναλωτική συμπεριφορά, ο τουρισμός παράγει μια πληθώρα αγαθών και υπηρεσιών που σαν στόχο έχουν την ικανοποίηση τόσο του τουριστικού πλήθους, όσο και των μη τουριστών.

Όπως έχει ήδη ειπωθεί η πλειοψηφία των ορισμών του τουρισμού θεωρούνται ανεπαρκείς. Το γεγονός αυτό καθιστά με τη σειρά του τις στατιστικές έρευνες που κατά καιρούς έχουν γίνει για λογαριασμό διαφόρων τουριστικών οργανισμών, ελλειπείς και περιοριζόμενες σε μια επιφανειακή απεικόνιση των τουριστικών ροών .

Παράλληλα, προκύπτει η διττή φύση του τουρισμού η οποία εμπεριέχει τόσο τον τόπο προέλευσης, όσο και τον τόπο προορισμού του τουρίστα. Συνεπώς, ο τουρισμός αντιπροσωπεύει για τον τουρίστα μια μορφή κατανάλωσης, ενώ για τον κάτοικο της περιοχής μία μορφή απασχόλησης και παραγωγής .

ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

Έχοντας ήδη επιχειρήσει να προσδιορίσουμε το φαινόμενο τουρισμός μπορούμε πλέον να προχωρήσουμε σε μια περαιτέρω μελέτη του ίδιου του τουριστικού προϊόντος, ερμηνεύοντας κατά το δυνατόν αναλυτικότερα τα χαρακτηριστικά που το διακρίνουν.

Το πρώτο βασικό χαρακτηριστικό του τουριστικού προϊόντος είναι ότι πρόκειται περισσότερο για μια υπηρεσία παρά για ένα χειροποίητο αγαθό. Η ιδιαίτερη αυτή φύση του τουριστικού προϊόντος συνιστά την γενεσιουργό αιτία μιας σειράς προβλημάτων που σχετίζονται με την προβολή και προώθηση του τουριστικού προϊόντος της εκάστοτε τουριστικής επιχείρησης, βασικός

⁵Στέλιος Βαρβαρέσος: Οικονομικές Προσεγγίσεις, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 1997, σελ.40

στόχος της οποίας είναι η κατάκτηση του μεγαλύτερου δυνατού μεριδίου της αγοράς. Σε αντίθεση με άλλα προϊόντα όπως ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής ή ένα στερεοφωνικό, το τουριστικό προϊόν δεν μπορεί να ελεγχθεί από τον μελλοντικό αγοραστή πριν την αγορά. Η αγορά ενός τουριστικού πακέτου αντιπροσωπεύει μια θεωρητική επένδυση, που εμπεριέχει το στοιχείο του ρίσκου και προϋποθέτει ένα μεγάλο ποσοστό εμπιστοσύνης από πλευράς αγοραστή .

Όπως έχει χαρακτηριστικά ειπωθεί η πώληση διακοπών ή ενός τουριστικού πακέτου, ή μιας τουριστικής υπηρεσίας, αποτελεί στην ουσία “πώληση ονείρων”. Όταν ο τουρίστας αγοράζει ένα τουριστικό πακέτο εξωτερικού, αγοράζει κάτι περισσότερο από μια απλή συλλογή υπηρεσιών, όπως για παράδειγμα ένα αεροπορικό εισιτήριο, ένα δωμάτιο ξενοδοχείου, 2 ή 3 γεύματα την ημέρα και την δυνατότητα να κολυμπήσει σε μια ηλιόλουστη παραλία, αυτό που κυρίως αγοράζει είναι η προσωρινή ικανοποίηση των βαθύτερων ψυχικών του αναγκών, περιεργειών και επιθυμιών (Holloway, 1989). Η επαφή με ένα καθ’ όλα ξένο περιβάλλον, η γνωριμία με ξένα ήθη και έθιμα, διαφορετική κουλτούρα και πολιτιστική κληρονομιά, τα πανέμορφα τοπία που αντικρίζει, οι άνθρωποι με τους οποίους συναναστρέφεται και η ευκαιρία να γίνει κάτοχος και γνώστης της γλώσσας και της ιστορίας των χωρών που επισκέπτεται, αντανakλούν την σπουδαιότητα αλλά και την ιδιομορφία του τουριστικού προϊόντος .

Ο προγραμματισμός και η προσμονή του ταξιδιού αποτελούν επίσης μέρος της χαράς και της ικανοποίησης που νιώθει ο τουρίστας πέρα από αυτό καθ’ εαυτό το ταξίδι, ενώ η ανάμνηση της εμπειρίας και η υπενθύμιση των διακοπών μέσα από φωτογραφίες, slides ή video, αποτελούν μία ακόμα ικανοποίηση .

Η πρόκληση όσων ασχολούνται συστηματικά και επιστημονικά με την προώθηση τουριστικών υπηρεσιών, όπως για παράδειγμα το τμήμα *marketing* μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού, είναι καταστήσουν το όνειρο συνώνυμο της πραγματικότητας. Η δυσκολία στην πραγματοποίηση αυτού του στόχου είναι το γεγονός ότι ο τουρισμός δεν αποτελεί ένα ομοιογενές προϊόν, αλλά αντίθετα ποικίλει σε στάνταρτ και ποιότητα ανάλογα με τις συνθήκες που επικρατούν την εκάστοτε χρονική περίοδο. Η αβεβαιότητα αυτή αντανakλάται από τα προβλήματα που ξαφνικά μπορεί να ανακύψουν και τα οποία είναι δύσκολο να προβλεφθούν, όπως πολιτικές αναταραχές, ή ακραίες καιρικές συνθήκες οι οποίες είναι δυνατόν να μετατρέψουν τις διακοπές σε εφιάλτη .

Ένα επιπλέον πρόβλημα που παρουσιάζεται στη διαμόρφωση και προώθηση ενός τουριστικού πακέτου αποτελεί η αναγκαιότητα όλα τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που περιλαμβάνονται σ’ αυτό, να είναι ίσης ποιότητας (Holloway, 1989). Εν ολίγοις, η ποιότητα προϊόντων που διαφημίζονται στα

διάφορα τουριστικά φυλλάδια, θα πρέπει να αντανακλάται στην προσφερόμενη ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και να μην υστερεί έναντι άλλων . Για παράδειγμα, ένα ωραίο και πλήρως εξοπλισμένο δωμάτιο δύσκολα θα διασκεδάσει τις εντυπώσεις από μια κουραστική πτήση ή μια εξίσου απογοητευτική πρώτη εμπειρία με τον τουριστικό προορισμό, γεγονός που ομολογουμένως αυξάνει το ρίσκο του τουρίστα - καταναλωτή .

Ένα ακόμη σπουδαίο χαρακτηριστικό του τουρισμού και κατ' επέκταση του τουριστικού προϊόντος, είναι το γεγονός ότι στην πλειοψηφία των περιπτώσεων, ο ίδιος ο τουρίστας είναι υποχρεωμένος να μεταβεί στο τόπο παραγωγής και προσφοράς του προϊόντος, προκειμένου να απολαύσει τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Επιπλέον, η ιδιαιτερότητα των τουριστικών υπηρεσιών τις καθιστά ευάλωτες στις όποιες αλλαγές στην αγορά. Με λίγα λόγια τα αποθέματα του τουριστικού προϊόντος είναι καθορισμένα, αλλά ο προγραμματισμός των ξενοδοχείων, των αεροπορικών εταιριών, των τουριστικών γραφείων κ.λ.π, γίνεται με βάση τις ενδεχόμενες αλλαγές που θα προκύψουν κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης τουριστικής περιόδου. Αν η τουριστική αγορά απαιτεί αλλαγές, το τουριστικό προϊόν ίσως να χρειασθεί χρόνο να τις υιοθετήσει. Ωστόσο, τα απούλητα εισιτήρια μιας αεροπορικής εταιρίας δεν μπορούν να μείνουν για πολύ χρόνο απούλητα, ομοίως και τα δωμάτια ενός ξενοδοχείου, επιχειρήσεις που πασχίζουν να μείνουν κερδοφόρες σε μακροχρόνια περίοδο. Το παραπάνω γεγονός φανερώνει και την αδυναμία αποθήκευσης του τουριστικού προϊόντος .

Τέλος το τουριστικό προϊόν διακρίνεται σε δύο μεγάλες κατηγορίες⁶ :

- | |
|---|
| <p>A. Την πρωτογενή τουριστική προσφορά, η οποία περιλαμβάνει τους "τουριστικούς πόρους", που αποτελούν τη βάση της τουριστικής δραστηριότητας (πλαζ, χλωρίδα και πανίδα, μνημεία, πολιτισμός κ.λ.π)</p> <p>B. Τη δευτερογενή ή απορρέουσα τουριστική προσφορά, η οποία περιλαμβάνει τις διάφορες υποδομές και ανωδομές που δημιουργήθηκαν μερικά ή ολικά από τον άνθρωπο για να διευκολυνθεί η εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων. Βασικά, αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει τους γενικούς εξοπλισμούς καθώς και τους τουριστικούς εξοπλισμούς μιας περιοχής ή χώρας (αεροδρόμια, οδικό δίκτυο, τηλεπικοινωνίες, γραφεία ταξιδιών, ξενοδοχεία κ.λ.π)</p> |
|---|

⁶Στέλιος Βαρβαρέσος: Τουρισμός – Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 1998, σελ.92

ΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ

Εξαιρετικά σημαντικός κατά τη διαδικασία προσδιορισμού του εννοιολογικού περιεχομένου του τουρισμού είναι ο ορισμός των παραγόντων που συγκροτούν την τουριστική βιομηχανία και επηρεάζονται από αυτήν. Συχνά, ωστόσο κατά την ανάλυση της τουριστικής βιομηχανίας και της δυναμικής που ασκεί στους διάφορους τουριστικούς προορισμούς, παρουσιάζονται ορισμένα προβλήματα σημαντικότερο των οποίων θεωρείται ο σαφής καθορισμός των ορίων της .

Πολλοί τομείς που συνθέτουν την τουριστική βιομηχανία, όπως οι μεταφορές, παρέχουν τις υπηρεσίες τους και σε άτομα που δεν ταξιδεύουν για τουριστικούς λόγους. Με άλλα λόγια οι τομείς της οικονομικής δραστηριότητας και οι προσφερόμενες από αυτούς υπηρεσίες, είναι δυνατόν να αξιοποιηθούν με την ικανοποίηση επιθυμιών και για την κάλυψη αναγκών ανεξάρτητων προς τον τουρισμό .

Οι σπουδαιότεροι τομείς της τουριστικής βιομηχανίας μπορούν να συνοψισθούν στους εξής⁷ :

- Μεταφορές (αεροπορικές, σιδηροδρομικές, ακτοπλοϊκές κ.λ.π)
- Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, ενοικιαζόμενα δωμάτια, catering
- Tour Operators και ταξιδιωτικά γραφεία
- Πολιτιστικές εκδηλώσεις, μουσικά φεστιβάλ, θεάματα
- Δημοσιοοικονομικές επιχειρήσεις, τουριστικές πληροφορίες, τουριστικοί οδηγοί
- Τουριστικοί Οργανισμοί (τοπικοί και εθνικοί, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, Automobile Association (A.A.), Royal Automobile Club (R.A.C), τοπικά κυβερνητικά τμήματα)

⁷ WARD – HILSON – CAMBEL, *Advanced Leisure and Tourism*, Εκδόσεις, Stanley Thomes, Geltenham, 1994, σελ.5

ΟΙ ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός ως πολυδιάστατο φαινόμενο καθώς είναι απέχει πολύ από το να χαρακτηριστεί σαν ένα ενιαίο και ομοιογενές κοινωνικό και οικονομικό μέγεθος με ευδιάκριτους προσανατολισμούς και επιδιώξεις. Αντίθετα, μια καλύτερη προσέγγιση φανερώνει τη πολυμορφία του φαινομένου, καθορίζει με ακρίβεια τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του και προσδιορίζει τις κατηγορίες που μπορεί να ομαδοποιηθεί ανά περίπτωση⁸ :

Εθνικός Τουρισμός

Ως εθνικός τουρισμός χαρακτηρίζεται κάθε ταξίδι το οποίο πραγματοποιείται με στόχο την γνωριμία και την παρατήρηση των πολιτισμικών εκφράσεων, του τρόπου ζωής, των συνηθειών και των εθίμων, λαών ξένων προς τη δική μας κουλτούρα και πολιτισμική ιδιοσυγκρασία. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτό αυτού του τύπου τουρισμού είναι η “νέα μόδα” των οργανωμένων εκδρομών και περιηγήσεων σε απομακρυσμένους τόπους και εξωτικούς προορισμούς όπου ο δυτικός πολιτισμός έρχεται σε επαφή με αρχαίες παραδόσεις, ενώ ο επισκέπτης διατηρεί τη ψευδαίσθηση της πραγματικής συμμετοχής στη καθημερινότητα και τη ζωή των ξεχασμένων από την ιστορία φυλών. Τυπικές δραστηριότητες σε τέτοιους προορισμούς περιλαμβάνουν τις επισκέψεις σε σπίτια ιθαγενών, παρακολούθηση τελετών και εορτών και πιθανότατα τη συμμετοχή σε τελετουργικές εκδηλώσεις .

Ιστορικός Τουρισμός

Ο ιστορικός τουρισμός περιλαμβάνει τις επισκέψεις σε μουσεία, καθεδρικούς ναούς, ιστορικές τοποθεσίες με αρχαιολογικό ενδιαφέρον που φανερώνουν τη δόξα και το μεγαλείο παλαιότερων πολιτισμών, όπως αυτών της Ρώμης, της Αιγύπτου, της Ελλάδας. Οργανωμένες εκδρομές και περιηγήσεις σε αρχαιολογικά μουσεία, μεσαιωνικά κάστρα, και πεδία ιστορικών μαχών, αποτελούν ορισμένες από τις τυπικές δραστηριότητες στη μορφή αυτή τουρισμού, η οποία στην πλειονότητα των τουριστικών προορισμών αντιπροσωπεύει ένα ιδιαίτερα προσοδοφόρο τμήμα του οργανωμένου μαζικού τουρισμού .

⁸ McIntosh – Goeldner: *Tourism – principles, practices, philosophies*, Εκδόσεις J. Wiley&Sons, Νέα Υόρκη, 1986, σελ. 139-142

Ρούπας – Λαλούμης: *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Αθήνα, σελ. 38-41

Πολιτιστικός Τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός αντιπροσωπεύει το ταξίδι μέσω του οποίου ο επισκέπτης επιθυμεί να βιώσει και σε ορισμένες περιπτώσεις να συμμετάσχει στον καθημερινό τρόπο ζωής άλλων λαών. Μία γραφική τοποθεσία ή το τοπικό χρώμα ενός προορισμού αποτελούν τους κύριους πόλους έλξης. Οι δραστηριότητες σε αυτό τον τύπο διακοπών περιλαμβάνουν διαμονή σε παραδοσιακά καταλύματα, φεστιβάλ με παραδοσιακές ενδυμασίες και τοπικούς χορούς, επισκέψεις σε λαογραφικά μουσεία, εκθέσεις έργων λαϊκής τέχνης, δείγμα της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς. Οι εκδρομές επίσης σε παραδοσιακούς οικισμούς π.χ. της Ηπείρου, της Θεσσαλίας ή της Πελοποννήσου και η γνωριμία με τους ντόπιους πολιτισμούς αποτελούν παραδείγματα πολιτιστικού τουρισμού .

Περιβαλλοντικός Τουρισμός

Ο περιβαλλοντικός τουρισμός αποτελεί το κίνητρο για ένα πλήθος ανθρώπων με οικολογικές ανησυχίες, για να ταξιδέψουν σε απομακρυσμένους, ως επί το πλείστον, προορισμούς προκειμένου να έρθουν σε άμεση επαφή με τον φυσικό πλούτο των περιοχών αυτών. Τα ταξίδια που πραγματοποιούνται για να επαναπροσδιορίσει ο άνθρωπος τη σχέση με τη φύση και να ευαισθητοποιηθεί σε θέματα περιβαλλοντικής προστασίας, περιλαμβάνονται σε αυτή την κατηγορία. Το σύνθημα “επιστροφή στη φύση” και η φυγή από τα αστικά κέντρα, αντανακλούν το βασικό κίνητρο όσων επιλέγουν αυτό τον τύπο τουρισμού για τις διακοπές τους. Δραστηριότητες σχετικές με τον περιβαλλοντικό τουρισμό περιλαμβάνουν : ορειβασία, κάμπινγκ, trekking κ.λ.π .

Τουρισμός Αναψυχής

Το νόημα του τουρισμού αναψυχής συμπυκνώνεται στη πραγματοποίηση δραστηριοτήτων που ως στόχο έχουν την ξεκούραση, την ψυχαγωγία και την άθληση των τουριστών. Η πολιτική προώθησης αυτού του τύπου τουρισμού προβάλλει την δυνατότητα συμμετοχής σε παντός τύπου αθλήματα, θαλάσσια σπορ, κοινωνικές επαφές και γνωριμίες σε μαγευτικά θέρετρα, έτσι ώστε να προσελκύσουν τουρίστες που σαν στόχο έχουν την ξεκούραση και την ολιγόημερη φυγή από τα προβλήματα της καθημερινότητας . Ο τουρισμός αναψυχής περιλαμβάνει τον τουρισμό αναζωογόνησης και ανάπαυσης, τον αθλητικό τουρισμό, τον κυνηγετικό, τον θρησκευτικό, τις οικογενειακές επισκέψεις, τον τουρισμό των φεστιβάλ κ.λ.π .

Επαγγελματικός Τουρισμός

Ο επαγγελματικός τουρισμός ο οποίος περιλαμβάνει την τέλεση συνεδρίων, σεμιναρίων, γευμάτων εργασίας κ.λ.π, είναι μία ακόμα σημαντική μορφή ταξιδιού, ενώ συχνά συνδυάζεται με μία ή δύο από τις μορφές τουρισμού που έχουμε ήδη διακρίνει. Επιπλέον, οι τουριστικοί προορισμοί έχουν τη δυνατότητα να παρέχουν στον επισκέπτη περισσότερες του ενός τουριστικές εμπειρίες . Η πόλη της Βαρκελώνης για παράδειγμα ένας από τους διασημότερους προορισμούς για τουρισμό αναψυχής στην Ευρώπη, διαθέτει μερικά από τα πιο σύγχρονα και τεχνολογικά εξοπλισμένα συνεδριακά κέντρα. Εξωτικοί προορισμοί όπως για παράδειγμα τα νησιά του Ειρηνικού πέραν του τουρισμού αναψυχής, παρέχουν τη δυνατότητα για περιβαλλοντικό και πολιτιστικό τουρισμό αναλόγως το είδος των δραστηριοτήτων που επιθυμεί ο επισκέπτης να συμμετάσχει . Ο επαγγελματικός τουρισμός περιλαμβάνει τέλος τον συνεδριακό τουρισμό (απαιτεί την ύπαρξη συνεδριακών ευκολιών στη χώρα, κατάλληλη γεωγραφική θέση, καλό κλίμα κ.λ.π), τον τουρισμό εκθέσεων, τον φοιτητικό τουρισμό, τον τουρισμό επαγγελματικών αποστολών (εμπορικοί αντιπρόσωποι, στελέχη πολυεθνικών επιχειρήσεων κ.λ.π) .

Ο τουρισμός διακρίνεται επίσης και σε διάφορε επιμέρους κατηγορίες με βάση τον αριθμό των ατόμων που ταξιδεύουν (ατομικός, ομαδικός), το μεταφορικό μέσο (τουρισμός εδάφους, ποταμών και θαλάσσης, αεροπορικός), τη γεωγραφική τοποθεσία (εσωτερικός, περιφερειακός, διεθνής), την ηλικία (νεανικός τουρισμός, τουρισμός ενηλίκων) κ.λ.π ενώ ιδιαίτερα διαδεδομένες είναι οι λεγόμενες εναλλακτικές ή ειδικές μορφές τουρισμού :

1. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	12. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
2. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΕΝΩΣΕΩΝ	13. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
3. ΑΓΡΟΤΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	14. ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
4. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΥΠΑΙΘΡΟ	15. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
5. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ	16. ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
6. ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	17. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ
7. ΠΕΡΙΗΓΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	18. ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
8. ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	19. ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
9. ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	20. ΓΥΜΝΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
10. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ	21. ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ
11. ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	22. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ
	23. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΠΑΡΚΑ

Συμπερασματικά, κάθε τουρίστας μπορεί να επιλέξει ανάμεσα σε χιλιάδες προορισμούς, οι οποίοι θα του προσφέρουν τον βασικό τύπο τουρισμού, παράλληλα όμως με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις ιδιομορφίες κάθε τόπου .

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

Η διαχρονική πορεία του τουριστικού φαινομένου μας αποκαλύπτει την διαρκή και προαιώνια επιθυμία του ανθρώπου να ταξιδέψει, να γνωρίσει, να γνωρίσει, να θαυμάσει νέους τόπους και μακρινούς προορισμούς υποκινούμενος από το αίσθημα της περιέργειας και της δίψας για γνώση .

Η μελέτη πολλών γραπτών μνημείων της Αρχαίας Κίνας, της Ελλάδας, και της Ρώμης αποδεικνύουν στην πράξη την ύπαρξη τουριστικής διακίνησης, την λειτουργία κάποιων υποτυπωδών τουριστικών κέντρων της αρχαιότητας, αλλά και την διακίνηση ατόμων για λόγους θρησκευτικούς, θεραπευτικούς ή αθλητικούς, ιδίως στην Αρχαία Ελλάδα (*Λύτρας, 1998*) .

Ο τουρισμός από την αρχαιότητα έως σήμερα στηρίχθηκε στον ελεύθερο χρόνο και την μετακίνηση. Εντούτοις, στον αρχαίο κόσμο ο ελεύθερος χρόνος απεικόνιζε την κοινωνική προέλευση και την τάξη των πολιτών οι οποίοι ήταν ελεύθεροι, οικονομικά εύποροι και απαλλαγμένοι από κάθε εξαναγκαστική εργασία. Ωστόσο, ήταν υποχρεωμένοι να ασχολούνται με τα κοινωνικά, οικονομικά, πολιτικά ζητήματα, που δημιουργούσε η εύρυθμη λειτουργία της πολιτείας. Ενδεικτικά, αναφέρουμε τις διεθνείς ταξιδιωτικές μετακινήσεις των Αρχαίων Ελλήνων και Ρωμαίων στην Αίγυπτο, καθώς και τις εσωτερικές μετακινήσεις προκειμένου να παρευρεθούν σε αθλητικούς αγώνες, θεατρικές παραστάσεις, εορτές κ.λ.π (*Βαρβαρέσος, 1998*) .

Οι πρώτοι “τουρίστες – ταξιδιώτες” και πρωτοπόροι του περιηγητικού τουρισμού θεωρούνταν ο Ηρόδοτος (480 – 421 π.Χ.) και ο Πανσανίας (2^{ος} π.Χ. αιώνας) που εκτός από Γεωγράφοι και Ιστορικοί, ήταν και οι πρώτοι συγγραφείς τουριστικών οδηγών⁹. Ο Ηρόδοτος περιγράφει στις περιηγήσεις τα γεωγραφικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά των τόπων που επισκέπτεται, ενώ σύμφωνα με την τυπολογία που διαμορφώνεται από τον 19^ο αιώνα και ύστερα μπορεί να χαρακτηριστεί ως “μοντέλο τουρίστα”. Αυτή τη περίοδο εμφανίζονται για πρώτη φορά τα Κρατικά πανδοχεία που παρείχαν δωρεάν τις υπηρεσίες τους στους ταξιδιώτες, καθώς και τα πρώτα πανδοχεία κερδοσκοπικής μορφής. Παράλληλα, προς το τέλος της αρχαιότητας εμφανίζονται οι πρώτες τάσεις εμπορευματοποίησης των ταξιδιωτικών μετακινήσεων .

⁹ Μανόλης Σφακιανάκης: *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*, Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα, 2000, σελ.29

Κατά την περίοδο του Μεσαίωνα και της Αναγέννησης δίνεται έμφαση στη διατήρηση της ασφάλειας ως κύριου για κάθε τουριστική μετακίνηση. Τα κυρίαρχα στοιχεία παραμένουν το εμπόριο, η αναζήτηση νέων πολιτιστικών προτύπων και η ψυχαγωγία (η οποία κατά τεκμήριο αφορά άτομα υψηλότερων κοινωνικών και εισοδηματικών τάξεων). Επίσης, μετακινήσεις γίνονται για λόγους θρησκευτικούς λ.χ. επίσκεψη στους Αγίους Τόπους, Σταυροφορίες και για λόγους εξερευνητικούς (Ισπανοί και Πορτογάλοι εξερευνητές). Ωστόσο, οι επικρατούσες συνθήκες των συνεχών πολέμων στην Ευρώπη, των συνεχών κοινωνικών και πολιτικών ανακατατάξεων, της ανασφάλειας των ταξιδιών, οι σχολαστικοί κανόνες της Δυτικής Εκκλησίας και η έλλειψη συγκοινωνιακών μέσων, δεν επέτρεπαν (στις περισσότερες περιπτώσεις) να εκδηλωθεί μια αξιόλογη τουριστική δραστηριότητα (Σφακιανάκης, 2000).

Παρόλο αυτά δύο μορφές τουριστικής διακίνησης που γνώρισαν μια κάποια άνθιση την περίοδο του Μεσαίωνα, ήταν ο Πανεπιστημιακός και ο Θρησκευτικός τουρισμός (Βαρβαρέσος, 1998).

- ✓ Πανεπιστημιακός Τουρισμός : εμφανίζεται και εξελίσσεται ραγδαία γύρω από τα σπουδαιότερα πανεπιστημιακά κέντρα της Ευρώπης, όπως το Παρίσι, το Μονπελιέ, την Οξφόρδη, το Κέμπριτζ, κ.λ.π .
- ✓ Τουρισμός μεγάλων θρησκευτικών γεγονότων και εορτών : στα τέλη του Μεσαίωνα, η ελβετική και γερμανική ξενοδοχεία έχει αποκτήσει μεγάλη φήμη, χάρη στη ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, ενώ στη Γαλλία η γαστρονομία συμβάλλει στη περαιτέρω εξειδίκευση του ξενοδοχειακού προϊόντος, συνδέοντας έτσι την παραμονή με την ψυχαγωγία.

Την περίοδο της Αναγέννησης και πιο συγκεκριμένα μεταξύ 15^{ου} & 17^{ου} αιώνα, ο τουρισμός εμπλουτίζεται με νέα κίνητρα, ενώ πλέον τα ταξίδια στοχεύουν πέραν της ευχαρίστηση, στην μόρφωση και τον πολιτισμό .

Εισερχόμενοι στον 19^ο αιώνα γίνεται φανερό ότι έχουν ωριμάσει οι συνθήκες μέσα από τις οποίες σύντομα θα επακολουθήσει η ραγδαία ανάπτυξη του φαινομένου με την Γαλλία και την Αγγλία να έχουν την πρωτοκαθεδρία στην οργάνωση τουριστικών εκδρομών και περιηγήσεων .

Στα 1800 χρησιμοποιείται για πρώτη φορά η λέξη *tourist* για να προσδιορίσει τα άτομα που συμμετείχαν σε μακρά περιήγηση (*grand tour*), ενώ λίγα χρόνια αργότερα πρωτοεμφανίζεται η λέξη *tourism*, για να επεξηγήσει την πρακτική του να ταξιδεύει κανείς για λόγους ψυχαγωγίας

διακρίνοντας τον από άλλες μορφές ταξιδιού . Στα χρόνια που ακολούθησαν η ανάπτυξη του τουρισμού συνέπεσε με την ανακάλυψη της ατμομηχανής και την εμφάνιση του σιδηροδρόμου και της ακτοπλοΐας. Η αλματώδης ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων και η παράλληλη ανάπτυξη των οδικών δικτύων συνέβαλαν στη μαζικοποίηση των μεταφορών και στην ταχύτερη αύξηση των τουριστικών μετακινήσεων. Το 1839 εκδίδονται οι πρώτοι τουριστικοί οδηγοί (με στοιχεία που αφορούν την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού στο Ρήνο), ενώ το 1841 εμφανίζονται οι πρώτοι οργανωτές ταξιδιών (Tour Operators και ταξιδιωτικά γραφεία) με πρωτοπόρο τον Thomas Cook που εμπορευματοποιεί σε μεγάλη κλίμακα τα τουριστικά ταξίδια. Ο οργανωμένος τουρισμός εδραιώνεται λόγω της χαμηλής σχετικά τιμής των πακέτων, προαναγγέλλεται ο Μαζικός Τουρισμός (Σφακιανάκης, 2000) . Παράλληλα, στα τέλη του αιώνα παρατηρείται μια θεαματική ανάπτυξη των ξενοδοχείων από πλευράς κατασκευής, μεγέθους, χωρητικότητας, βοηθητικών εγκαταστάσεων, εξοπλισμού κ.λ.π και ιδιαίτερα των ξενοδοχείων πολυτελείας (το Grand Hotel στη Ρώμη, το Ritz του Παρισιού, το Carlton του Λονδίνου) .

Ο 19^{ος} αιώνας θα αποτελέσει την χρονική περίοδο σταθμό για τις μεταγενέστερες εξελίξεις του τουριστικού κλάδου. Το πλήθος των θεσμικών, οικονομικών, τεχνολογικών και κοινωνικών ανακατατάξεων που θα σημειωθούν στα πλαίσια της βιομηχανικής επανάστασης, θα επηρεάσουν αισθητά τους παράγοντες που θα καθορίσουν τη μετέπειτα πορεία του τουρισμού. Επιπλέον, οι αλλαγές που θα συντελεστούν στη διάρκεια αυτής τη περιόδου (διεύρυνση της μεσαίας τάξης, αύξηση των εισοδημάτων, αλλαγή των καταναλωτικών προτύπων θα θέσουν τις βάσεις για την εμφάνιση των πρώτων τάσεων μαζικοποίησης και εμπορευματοποίησης του φαινομένου .

Στις αρχές του 20^{ου} αιώνα το τουριστικό φαινόμενο μεταβάλλεται αισθητά. Σε αυτό συμβάλλουν οι ακόλουθοι λόγοι (Βαρβαρέσος, 1998) :

- ✓ Η οικονομική συγκυρία της περιόδου 1905 – 1914 .
- ✓ Ο Α΄ Παγκόσμιος Πόλεμος (1914 – 1918), όπου οι αριστοκράτες και οι μονάρχες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης ουσιαστικά εξαφανίζονται .
- ✓ Οι πληθωριστικές τάσεις που αφανίζουν ολοκληρωτικά τους εισοδηματίες (rentiers) που αποτελούσαν τουριστική κοινωνία (tourist society) του 19^{ου} αιώνα.
- ✓ Η οικονομική κρίση του 1929, η οποία καταστρέφει ολοκληρωτικά τον αριστοκρατικό τουρισμό του 19^{ου} αιώνα .

Η ΜΑΖΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο 20^{ος} αιώνας θα μπορούσε ανεπιφύλακτα να χαρακτηριστεί ως “αιώνας του τουρισμού”, αφού στη διάρκεια του σημειώθηκαν κοσμογονικές αλλαγές, οι οποίες διαδραματίζουν το δικό τους σπουδαίο ρόλο, αναφορικά με την τουριστική ανάπτυξη.

Οι αλλαγές αυτές που συντελέστηκαν στη διάρκεια του 20^{ου} αιώνα, ουσιαστικά διακρίνονται σε δύο περιόδους : αυτή προ του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου η οποία θέτει τις βάσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού και αυτή με τη λήξη του πολέμου έως και τις μέρες μας, περίοδο κατά την οποία μαζικοποιείτε ο τουρισμός και αναγάγετε σε κύριο κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο της εποχής μας (Λύτρας, 1998) .

Στις πρώτες δεκαετίες του περασμένου αιώνα παρατηρείται μια αξιοσημείωτη αλλαγή στο είδος των τουριστικών μετακινήσεων. Ο τουρισμός παραχείμασης – αναψυχής των αριστοκρατών και των εισοδηματιών (στις παράκτιες ζώνες και τα τουριστικά θέρετρα της Μεσογείου), αντικαθίσταται από τον παραθεριστικό τουρισμό. Οι δημοφιλείς τουριστικοί προορισμοί των αριστοκρατών παραμένουν, ωστόσο μεταβάλλεται η περίοδος λειτουργίας τους καθώς επίσης τα κίνητρα και το προφίλ της πελατείας τους.

Από το 1936 οι εργατικοί αγώνες κέρδισαν μια μεγάλη μάχη, η οποία τους οδήγησε στην κατοχύρωση του δικαιώματος των πληρωμένων διακοπών τόσο νομοθετικά, όσο και πρακτικά. Το Διεθνές Γραφείο Εργασίας υποχρεώθηκε να υιοθετήσει μια πρώτη σύμβαση που προέβλεπε αρχικά τη θέσπιση μιας γενικευμένης άδεια μετ’ αποδοχών διάρκειας τουλάχιστον 6 ημερών. Παράλληλα, την ίδια περίπου χρονική περίοδο μια σειρά Ευρωπαϊκών χωρών υιοθετεί τις “διακοπές μετ’ αποδοχών” είτε με την υπογραφή αντίστοιχων νομοθετικών διαταγμάτων (Ιταλία 1925, Αυστρία 1910, Γαλλία 1936), είτε με τη δημιουργία εργατικής νομοθεσίας (Ρωσία, 1922). Την χρονική περίοδο έως και το 1936 σηματοδοτούνται οι εξελίξεις που μοιραία θα οδηγήσουν στην υιοθέτηση μιας νέας μεταβλητής, η οποία θεωρείται από τις πλέον σημαντικές αναφορικά με την μαζικοποίηση του τουρισμού και τις περαιτέρω οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις για τις χώρες υποδοχής τουριστών. Η μεταβλητή αυτή η οποία με τη πάροδο του χρόνου θα επηρεάσει δραστικά το σύνολο του τουριστικού φαινομένου είναι γνωστή ως “εκδημοκρατισμός των διακοπών” (Βαρβαρέσος, 1998) .

Οι πληρωμένες διακοπές εάν χρησιμοποιηθούν σωστά μπορεί να φέρουν μια αληθινή και πλήρη απόδραση από το περιβάλλον στο οποίο είναι κανείς υποχρεωμένος να ζει και να εργάζεται,

προνόμιο που για χρόνια απολάμβανε μια μικρή μειοψηφία. Η απόδραση αυτή είναι φυσικά προς όφελος και της ίδιας της παραγωγικής διαδικασίας, αφού πλέον ο εργαζόμενος επιστρέφει ανανεωμένος και ξεκούραστος στην εργασία του .

Μεταξύ των παραγόντων που συνέβαλαν στην διάδοση των τουριστικών μετακινήσεων, στη μετατροπή του “ελιτίστικου” χαρακτήρα τους και στον πλήρη εκδημοκρατισμό τους, ήταν η δημιουργία μιας πληθώρας οργανώσεων, οι οποίες σε πρώτο στάδιο αποσκοπούσαν στην προώθηση του εσωτερικού τουρισμού. Με την ανάπτυξη και του εσωτερικού τουρισμού μια νέα «τουριστική φιλοσοφία» δημιουργείται, η οποία είχε ως αποτέλεσμα ο τουρισμός να καταστεί κοινωνική αναγκαιότητα, να εξελιχθεί σε αναπόσπαστο τμήμα του ελεύθερου χρόνου και να αντιμετωπίζεται πλέον με το ίδιο τρόπο όπως το δικαίωμα στη μόρφωση και τη δημοκρατία .

Ο εκδημοκρατισμός των διακοπών δίνει τη δυνατότητα σε κοινωνικές ομάδες που θεωρούνταν αποκλεισμένες των διακοπών, να απολαμβάνουν επί ίσους όρους τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες στους τόπους υποδοχής τουριστών και στους υπάρχοντες τουριστικούς προορισμούς. Παράλληλα, συμβάλει ώστε τα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες να γίνουν προσιτά σε όλες τις κοινωνικές και οικονομικές βαθμίδες .

Οι σημαντικότεροι παράγοντες οι οποίοι συνέβαλαν στον εκδημοκρατισμό, και την περαιτέρω μαζικοποίηση του τουρισμού συνοψίζονται στους εξής¹⁰ :

- ❖ Πολλαπλασιασμός και βελτίωση των ταξιδιωτικών οδηγών, οι οποίοι παρέχουν πληροφορίες στους τουρίστες για όλο και περισσότερους προορισμούς .
- ❖ Πολλαπλασιασμός των ταξιδιωτικών οργανώσεων, οι οποίες αυξάνουν τον αριθμό των τουριστικών προϊόντων και προορισμών .
- ❖ Δημιουργία τουριστικής νομοθεσίας η οποία έχει σαν στόχο την προστασία των αρχαιολογικών χώρων, ιστορικών οικισμών, φυσικού περιβάλλοντος κ.λ.π .
- ❖ Αύξηση του εισοδήματος και του ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων .
- ❖ Βελτίωση των μεταφορών (ανάπτυξη αυτοκινητοβιομηχανίας, μείωση του κόστους ταξιδιού, διάδοση αερομεταφορών και σιδηροδρόμου) .

¹⁰ Ward – Hilson – Cambell: **Advanced Leisure and Tourism**, Εκδόσεις Stanley Thornes, Geltenham 1994, σελ.5

Στέλιος Βαρβαρέσος: **Οικονομικές Προσεγγίσεις**, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 1997, σελ.36-37

- ❖ Διάδοση των πτήσεων charters που μείωσαν σημαντικά το κόστος των αερομεταφορών και ελάττωσαν τον χρόνο ταξιδιού .
- ❖ Πολλαπλασιασμός τουριστικών καταλυμάτων και των κινήτρων ταξιδιού, αύξηση της παραγωγής και διάθεσης σχετικά φτηνών πακέτων διακοπών που συνέβαλαν στη δημιουργία μεγαλύτερων ευκαιριών για πραγματοποίηση ταξιδιών .
- ❖ Βελτίωση στην πληροφόρηση και των υπηρεσιών υποδοχής, διευκολύνσεις στα σύνορα .
- ❖ Ποιοτική προσαρμογή των τουριστικών καταλυμάτων στις νέες, αυξημένες ανάγκες της τουριστικής αγοράς .
- ❖ Δημιουργία μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών (Tour Operators) οι οποίοι συνέβαλαν στη μαζικοποίηση του τουριστικού προϊόντος, στη μείωση των τιμών και στην προώθηση πληθώρας τουριστικών προορισμών .
- ❖ Η κατάσταση διαρκούς ειρήνης, βασικός παράγοντας για την σταθερή και διαρκή εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου .

Βέβαια υπάρχει και η άλλη όψη του νομίσματος (με την οποία συμφωνούν και πολλοί μελετητές του φαινομένου) κατά την οποία η μαζικοποίηση του τουρισμού δεν επέφερε μονάχα τον εκδημοκρατισμό του φαινομένου, αλλά και μια σειρά δυσμενών επιπτώσεων. Ασφαλώς η τουριστική ανάπτυξη είναι επιθυμητή, όπως επιθυμητή είναι και η συνεχής αύξηση του τουριστικού πλήθους. Δεν είναι όμως επιθυμητή η πλήρης εμπορευματοποίηση του τουρισμού που είχε ως αποτέλεσμα την άναρχη και ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη, τη δημιουργία του προβλήματος της εποχικότητας, τη συγκέντρωση τουριστών σε ορισμένους μόνο προορισμούς, την υπερεκμετάλλευση των τουριστικών περιοχών από τους επιχειρηματίες, την εξάντληση των πόρων τους και τελικώς την εγκατάλειψή τους. Σε πολλές περιπτώσεις δεν λαμβάνονται μέτρα προστασίας των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, ενώ τα όποια κέρδη βραχυχρόνια κερδίζονται από την τουριστική αξιοποίηση της περιοχής συχνά δεν χρησιμοποιούνται προς όφελος της τοπικής ανάπτυξης, αλλά μένουν στην τσέπη των επιχειρηματιών .

Στο σημείο αυτό πρέπει να σημειώσουμε ότι παρά τη θεσμοθέτηση των διακοπών και τις συνεχείς προσπάθειες για την ευρύτερη κοινωνικοποίηση και εκδημοκρατισμό του η εμπέδωση και κατανόηση της έννοιας μαζικός τουρισμός, έρχεται αρκετά χρόνια αργότερα . Από το 1936 έως και

σήμερα μεσολάβησαν αρκετές διασκέψεις και διαφωνίες σχετικά με το περιεχόμενο και τη χρήση του όρου τουρισμός (Ρώμη 1962 Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για τα Διεθνή Ταξίδια). Οι όροι που κατά καιρούς χρησιμοποιήθηκαν προκειμένου να τονιστεί ο κοινωνικός χαρακτήρας του τουρισμού ήταν : “συλλογικός τουρισμός”, “λαϊκός τουρισμός”, “δημοφιλής τουρισμός”, “τουρισμός για όλους”. Το 1956 ωστόσο στο Διεθνές Συνέδριο της Βιέννης για το Κοινωνικό Τουρισμό χρησιμοποιείται για πρώτη φορά ο όρος “κοινωνικός” για να προσδιοριστεί με ακρίβεια ο χαρακτήρας του τουριστικού φαινομένου (Λύτρας, 1998) .

Για πολλούς (για ορισμένους πάλι όχι) το τουριστικό φαινόμενο ενηλικιώνεται και αποκτά όλα εκείνα τα προσδιοριστικά στοιχεία που το συνθέτουν, τον 20^ο αιώνα. Παράλληλα περνά μέσα από διάφορες εξελικτικές φάσεις κατά τις οποίες εδραιώνεται η μαζικοποίησή του, και γίνεται αποδεκτή η οικονομική, κοινωνική, και περιβαλλοντική του διάσταση .

Η ΡΑΓΔΑΙΑ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ & Η ΕΠΙΤΑΧΥΝΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΕΤΑΠΟΛΕΜΙΚΑ

Όπως αναφέραμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο ο τουρισμός διερχόμενος από διάφορες ιστορικές περιόδους κατορθώνει μέσα από συνεχείς διεκδικήσεις και αγώνες των εργαζομένων να πετύχει τον εκδημοκρατισμό του. Ωστόσο, για δεκαετίες δεν παύει να αποτελεί προνόμιο των υψηλών κοινωνικών και οικονομικών τάξεων, δηλαδή μιας μικρής μερίδας ανθρώπων που διαθέτει χρήματα και ελεύθερο χρόνο για τουρισμό .

Οι ταχύτατες όμως εξελίξεις που μεσολάβησαν από τα μέσα του 20^{ου} αιώνα έως και σήμερα και κοσμογονία των αλλαγών που σημειώθηκαν σε όλα τα επίπεδα, σηματοδότησε μια άνευ προηγουμένου εξάπλωση του τουρισμού. Αναλυτικότερα, ο αυξημένος ελεύθερος χρόνος στη διάθεση των εργαζομένων σε συνδυασμό με τις θεσμοθετημένες πληρωμένες διακοπές, τα υψηλότερα πλέον εισοδήματα, τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και τη διαμόρφωση νέων συνθηκών διαβίωσης, συνέβαλαν αποφασιστικά στην θεαματική αύξηση των τουριστικών μετακινήσεων .

Η αλματώδης τεχνολογική εξέλιξη και οι σημαντικές βελτιώσεις στα συγκοινωνιακά μέσα, ουσιαστικά εκμηδένισε τις αποστάσεις, παρέχοντας τη δυνατότητα στο σύγχρονο άνθρωπο να επισκεφθεί και τους πιο απομακρυσμένους προορισμούς του πλανήτη. Βέβαια αυτό δεν σημαίνει ότι

η μεγάλη πλειοψηφία των εργαζομένων μπορεί να κάνει χρήση αυτών των επιλογών, δεν παύει όμως να αποτελεί μια ουσιαστική εξέλιξη.

Η ποιοτική υποβάθμιση της ζωής τέλος για μια μεγάλη ομάδα ανθρώπων, ως αποτέλεσμα της διαρκούς συσσώρευσης πληθυσμού στα αστικά και βιομηχανικά κέντρα, οδήγησε μοιραία σε σωρεία ψυχολογικών επιβαρύνσεων και στην εμφάνιση παθολογικών συμπτωμάτων όπως άγχος, αποξένωση, καθιστική ζωή, κακή διατροφή, μόλυνση του περιβάλλοντος, ναρκωτικά. Κατά συνέπεια ο τουρισμός και τα ταξίδια έγιναν αναγκαιότητα και διέξοδος για εκατομμύρια ανθρώπους σε όλο τον κόσμο .

Σήμερα η πλειοψηφία των κατοίκων στις ανεπτυγμένες χώρες (καθώς και ένα τμήμα των αναπτυσσομένων κρατών) έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν κάποιας μορφής τουρισμό και να ικανοποιήσουν στο μέτρο του δυνατού ένα μέρος των τουριστικών αναγκών και επιθυμιών. Ο τουρισμός αποτελεί ένα αναπόσπαστο τμήμα της ζωής ενός μεγάλου και συνεχώς αυξανόμενου αριθμού ανθρώπων .

Όπως άλλωστε έχει ήδη ειπωθεί, η ανάπτυξη του τουρισμού μετά την λήξη του πολέμου υπήρξε πραγματικά εντυπωσιακή. Σύμφωνα μάλιστα με τα επίσημα στατιστικά στοιχεία του Π.Ο.Τ, το 1996 592 εκατ. άνθρωποι έκαναν εξωτερικό τουρισμό (διεθνή), ενώ άλλα 2 περίπου δις έκαναν εσωτερικό τουρισμό .

Ο Jean Fourastier αναφέρει χαρακτηριστικά¹¹ : “η ταχύτερη ανάπτυξη του τουρισμού μεταπολεμικά οφείλεται στις σημαντικές εξελίξεις που καταγράφηκαν στον τομέα της παραγωγής, της παραγωγικότητας, της αγοραστικής δύναμης του βιοτικού επιπέδου, της αύξησης του μέσου όρου ζωής, της μείωσης του χρόνου συνταξιοδότησης, της μείωσης της διάρκειας της εβδομαδιαίας εργασίας και της αύξησης της διάρκειας των διακοπών μετ’ αποδοχών, οι οποίες συνέβαλαν στην αύξηση του ελεύθερου χρόνου”.

Εκτός από τα παραπάνω, ο βιομηχανικός πολιτισμός δημιούργησε έναν επιπλέον αριθμό αναγκών, οι οποίες προκαλούν εκ νέου την τουριστική μετακίνηση και εντείνουν τη φυγή από τους αργάδες ρυθμούς της καθημερινότητας και το εργασιακό περιβάλλον .

Συνοψίζοντας, ο τουρισμός και ιδιαίτερα ο διεθνής αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα εξαγόμενα είδη σε παγκόσμιο επίπεδο, ενώ σε πολλές χώρες του κόσμου (μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα) συνιστά τη σπουδαιότερη εξαγωγική τους βιομηχανία και κατ’ επέκταση έχει αναθίσει σε σημαντικότερη πηγή εσόδων .

¹¹ Στέλιος Βαρβαρέσος: Οικονομικές Προσεγγίσεις, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 1997, σελ.38

ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ¹²

Η μαζική πλέον μετακίνηση τουριστών (με όλα όσα αυτή συνεπάγεται, θετικά και αρνητικά για τη χώρα υποδοχής) μέσα και έξω από τη χώρα στην οποία διαμένουν μόνιμα αποτελεί ένα από τα πιο αξιοσημείωτα χαρακτηριστικά του σύγχρονου τουρισμού. Η λαϊκοποίηση του τουριστικού φαινομένου και ο έντονη εμπορευματοποίηση του ακολουθούν σαν φυσική συνέπεια του παραπάνω γεγονότος. Φυσικά σπουδαίο ρόλο στη μαζικοποίηση της παραγωγής, στην εμπορευματοποίηση του τουριστικού κλάδου και την τυποποίηση του τουριστικού προϊόντος παίζουν οι κατά τόπους τουριστικοί επιχειρηματίες, καθώς ο τουρισμός περνά σταδιακά στα χέρια των μεγάλων πολυεθνικών tour operator, οι οποίοι διαμορφώνουν τους κανόνες του παιχνιδιού στην τουριστική αγορά ανάλογα με τα κατά περίπτωση συμφέροντα τους .

Η λαϊκοποίηση και ο εκδημοκρατισμός του τουρισμού υπήρξαν για πολλούς από τις βασικότερες (θετικές) συνέπειες της θεαματικής αύξησης στη ζήτηση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, η οποία προκλήθηκε κατά κύριο λόγο από τους εργαζομένους σαν φυσικό επακόλουθο της ανάγκης για φυγή από τους εξαντλητικούς ρυθμούς της καθημερινότητας. Για άλλους πάλι τα δύο αυτά στοιχεία δεν αρκούν για να υπερκεράσουν τις αρνητικές επιπτώσεις που προκάλεσε η απότομη σε αρκετές περιπτώσεις εξάπλωση του τουρισμού (φαινόμενα τα οποία θα εξετάσουμε εκτενώς σε παρακάτω κεφάλαια) .

Για να επιστρέψουμε όμως στον μαζικό τουρισμό, στο σημείο αυτό μπορούμε να παραθέσουμε ορισμένες τάσεις οι οποίες διαμορφώνονται κατά κύριο λόγο στην Ευρώπη :

- ❖ Ο μαζικός τουρισμός σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες αντιπροσωπεύει το 20 – 30% των αναχωρήσεων που πραγματοποιούνται στο εξωτερικό .
- ❖ Το υπόλοιπο ποσοστό το οποίο κυμαίνεται μεταξύ 70 – 80% του συνόλου των αναχωρήσεων στο εξωτερικό αποτελούν οι μεμονωμένοι γενικά τουρίστες που ταξιδεύουν σε γειτονικές ως επί το πλείστον χώρες .
- ❖ Η σχέση αυτή τείνει να μεταβάλλεται σταθερά προς όφελος του μαζικού τουρισμού, γεγονός που οφείλεται στους εξής λόγους :

¹² Πηγή: Ηγουμενάκης – Κραβαρίτης – Λύτρας, Εισαγωγή στον Τουρισμό, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1998

- Στη μείωση του αριθμού των ημερών των συνεχών διακοπών και παράλληλα στη αύξηση της συχνότητας πραγματοποίηση ταξιδιών .
- Στα χαμηλά επίπεδα του κόστους αερομεταφοράς, παρά τις σημαντικές αύξησης των υγρών καυσίμων από το 1973 και μετά .
- Στη ραγδαία αύξηση των ναυλωμένων πτήσεων (charters) ώστε να εξυπηρετηθεί όσο το δυνατό καλύτερα μαζικός τουρισμός .
- Στην ανάμειξη των tour operators και στο πλήθος των δραστηριοτήτων που ανέπτυξαν με στόχο την αύξηση του μαζικού τουρισμού ο οποίος αποφέρει τεράστια κέρδη
- Στην αναζήτηση νέων τουριστικών προορισμών από τους tour operator, οι οποίοι θα είναι περισσότερο επικερδείς από τους ήδη υπάρχοντες .
- Στην αύξηση των μετακινήσεων του μαζικού τουρισμού με τουριστικά λεωφορεία λόγω της σχετικά χαμηλής επιβάρυνσης του τουριστικού πακέτου, αλλά και της ποιοτικής αναβάθμισης του συγκεκριμένου μεταφορικού μέσου .

Αναφορικά με τον μαζικό τουρισμό διαπιστώνουμε επίσης ότι :

- Ο ατομικός τουρισμός, δηλαδή τα άτομα εκείνα που ταξιδεύουν μεμονωμένα αυξάνεται αλλά με ρυθμούς μικρότερους του μαζικού τουρισμού .
- Μολονότι ένα αρκετά μεγάλο πλήθος τουριστών επιθυμούν να «απαγκιστρωθούν» από τον έλεγχο των tour operators και να ανεξαρτητοποιήσουν το ατομικό πρόγραμμα διακοπών τους, επιλέγοντας μια περισσότερο εναλλακτική μορφή τουρισμού, η εκτέλεση ενός τέτοιου προγράμματος είναι ιδιαίτερα δύσκολη, ειδικά όσον αφορά μακρινούς τουριστικούς προορισμούς, όπου δεν υπάρχει επαρκής υποδομή για την εξυπηρέτηση του μεμονωμένου τουρίστα .

Εν τω μεταξύ οι διαφοροποιήσεις στις τουριστικές μετακινήσεις που σηματοδότησαν την παγκόσμια εξάπλωση του μαζικού τουρισμού είχαν εν μέρει ως αποτέλεσμα τις μεταβολές στις προτιμήσεις των τουριστών. Τρία είναι τα βασικά στοιχεία που προξένησαν τις αλλαγές στις προτιμήσεις του τουρίστα – καταναλωτή :

- 1) Ο κορεσμός του ενδιαφέροντος για τους καθιερωμένους και παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς .
- 2) Η στροφή του τουρίστα προς ηπιότερες μορφές τουρισμού
- 3) Η αναζήτηση εναλλακτικών δραστηριοτήτων αναψυχής κατά τη διάρκεια των διακοπών όπως : αθλητικές, μουσικές, πολιτιστικές εκδηλώσεις, νυχτερινή ζωή, γαστρονομικές απολαύσεις, κ.λ.π.

Βέβαια πρέπει να τονιστεί ότι χωρίς την ουσιαστική αναβάθμιση βασικών υποδομών και υπηρεσιών, (ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, αερομεταφορές κ.λ.π) η οποιαδήποτε περαιτέρω ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού μένει μόνο στα λόγια .

Δύο λόγια τώρα για τον ατομικό τουρισμό, ευεργετικό ρόλο θα παίξει στην ανάπτυξη του, η βελτίωση και επέκταση του τοπικού οδικού δικτύου και των συγκοινωνιών, καθώς και μια σειρά άλλων μέτρων όπως : η ίδρυση γραφείων πληροφόρησης τουριστών, η απλούστευση των διαδικασιών εισόδου – εξόδου στη χώρα, η βελτίωση της οδικής σήμανσης κ.α. . Λεπτομέρειες που όμως αποκτούν ιδιαίτερη σημασία για την εικόνα που θα σχηματίσει ο τουρίστας για τη ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών κατά την επίσκεψη του στη χώρα .

Ο μαζικός τουρισμός πέρα από τις ευεργετικές επιδράσεις του, οι οποίες εστιάζονται κυρίως στην οικονομία του τουριστικού προορισμού, παρουσιάζει αντίστοιχα δύο σοβαρά μειονεκτήματα :

- Ο κατ' εξοχήν εποχιακός χαρακτήρας του, αφού ταυτίζεται σχεδόν αποκλειστικά με τη θερινή περίοδο .
- Η άμεση εξάρτηση από τους tour operator οι οποίοι κατευθύνουν τη τουριστική ζήτηση εκεί όπου μεγιστοποιούνται τα κέρδη τους, αδιαφορώντας για τις αρνητικές παραμέτρους της διαδικασίας αυτής στην ανάπτυξη του τουρισμού .

Αν και πολλοί θα περίμεναν πως η εμφάνιση αυτών των προβλημάτων θα είχε ως αποτέλεσμα την άμεση ενεργοποίηση του κρατικού φορέα με σκοπό την επίλυση τους, πολύ λίγα πράγματα έχουν γίνει προς αυτήν τη κατεύθυνση. Επιπλέον, ο ιδιωτικός τομέας για τον οποίο πολλοί πιστεύουν ότι αποτελεί τη μοναδική ίσως κινητήριο δύναμη για την ανάπτυξη του τουρισμού, επικρίνει μεν τη στάση του κράτους απέναντι στα προβλήματα που αντιμετωπίζει σήμερα ο τουρισμός, χωρίς ωστόσο να προτείνει ουσιαστικές λύσεις, ενώ όσες συζητήσεις έχουν κατά καιρούς γίνει πάνω στο θέμα, κινούνται μάλλον περισσότερο σε θεωρητικό επίπεδο.

Η αναζήτηση εναλλακτικών προτάσεων αναφορικά με τις νέες μορφές τουρισμού, για τις οποίες τόσος λόγος έχει γίνει, οι οποίες θα είναι οικονομικά αποδοτικότερες, λιγότερο συνδεδεμένες με την καλοκαιρινή περίοδο, και λιγότερο εξαρτημένες από τους tour operator ίσως να αποτελεί μια αρκετά αξιόπιστη λύση στο πρόβλημα της εποχικότητας ή της εξάρτησης από τους μεσάζοντες. Τέτοιου είδους εναλλακτικές προτάσεις για τουρισμό είναι ο λεγόμενος συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός περιπέτειας, ο περιηγητικός, ο οικολογικός, ο τουρισμός υγείας κ.λ.π . Οι δυναμικές αυτές μορφές τουρισμού οι οποίες είναι δυνατόν να περιορίσουν την πλήρη μαζικοποίηση της τουριστικής διακίνησης, προϋποθέτουν ωστόσο υψηλά επίπεδα οργάνωσης και συνεργασίας των επιμέρους εθνικών και περιφερειακών φορέων, καθώς και μια σειρά από βασικά έργα υποδομής, ενώ η εφαρμογή προγραμμάτων προβολής και προώθησης σε διάφορα τμήματα της τουριστικής αγοράς, είναι εξίσου απαραίτητη. Το γεγονός ότι στην Ελλάδα η υλοποίηση τέτοιων προγραμμάτων βρίσκεται ακόμα σε νηπιακό στάδιο δε μας κάνει να αισιοδοξούμε ιδιαίτερα .

Θεωρητικά τουλάχιστον, η ευόδωση τέτοιων προσπαθειών θα έχει ως αποτέλεσμα την βαθμιαία αύξηση της οικονομικής αποδοτικότητας στους διάφορους προορισμούς, καθώς και την απαγκίστρωση από τους tour operator, οι οποίοι ως γνωστόν διαμορφώνουν και καθορίζουν την παγκόσμια τουριστική αγορά, ανάλογα με τα οικονομικά τους συμφέροντα .

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ & Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ¹³

Στα μέσα της προηγούμενης δεκαετίας ο διεθνής τουρισμός παρουσίασε σε παγκόσμιο επίπεδο συγκριτικά μεγαλύτερη αύξηση στις αναπτυσσόμενες χώρες από ότι στις ανεπτυγμένες. Ανάμεσα στις περιοχές του πλανήτη με τη μεγαλύτερη τουριστική ανάπτυξη δεσπόζει η Μέση Ανατολή η οποία εκτόπισε την Ανατολική Ασία και τον Ειρηνικό στη δεύτερη θέση. Αξιόλογη αύξηση παρουσίασε και η Νότια Ασία, ενώ η Ευρώπη παρά το γεγονός ότι το μερίδιο που κατέχει στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις και εισπράξεις μειώθηκε, εξακολουθεί να είναι αδιαφιλονίκητα πρώτη στη παγκόσμια κατάταξη των διεθνών τουριστικών μετακινήσεων. Συγκεκριμένα, από το 1975 η Γηραιά Ήπειρος έχει χάσει περίπου 10,5% στις παγκόσμιες συνολικές τουριστικές αφίξεις και 12,7% από τα συνολικά τουριστικά έσοδα. Εν τούτοις παραμένει από τους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, πραγματοποιώντας τα μεγαλύτερα τουριστικά έσοδα σε παγκόσμια κλίμακα (πίνακας 1).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

Παγκόσμιες Τουριστικές Αφίξεις και Εισπράξεις '95-'96

	Τουριστικές Αφίξεις		Αλλαγή %		Τουριστικές Εισπράξεις		Αλλαγή %	
	1995	1996	96/95	95/94	1995	1996	96/95	95/94
ΚΟΣΜΟΣ	566.384	591.864	4,5	3,6	393.278	423.022	7,6	13,1
Αφρική	19.045	19.593	2,9	2,7	6.980	7.621	9,2	7,2
Αμερική	110.768	115.572	4,3	4,1	100.225	106.330	6,1	5,4
Ανατολική Ασία Ειρηνικός	83.189	89.774	7,9	7,9	72.738	82.207	13	16,9
Ευρώπη	335.378	347.329	3,6	2,1	202.507	214.673	6,0	15,5
Μέση ανατολή	13.703	15.521	10,3	13,2	7.185	8.243	14,7	32,2
Νότια Ασία	4.301	4.475	4,0	9,0	3.643	3.948	8,4	14,6

¹³ Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

Αναφορικά με τις δημοφιλέστερες χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών εδώ και πολλά χρόνια η Γαλλία, η Ισπανία, η Ιταλία και οι Η.Π.Α διατηρούν τα πρωτεία. Ωστόσο, χώρες με μικρή τουριστική παράδοση κατά το παρελθόν, έχουν πραγματοποιήσει εντυπωσιακή ανάπτυξη στο τομέα αυτό τα τελευταία χρόνια. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτό της Κίνας και της Πολωνίας οι οποίες ανέβηκαν στην 5^η και 9^η θέση αντίστοιχα της παγκόσμιας τουριστικής κατάταξης. Αντίθετα, χώρες με παράδοση στον τουριστικό κλάδο, όπως η Ελλάδα σημείωσαν αισθητή πτώση, γεγονός που πρέπει να προβληματίσει τους ειδικούς του κλάδου. Συγκεκριμένα κατά τη περίοδο 96 – 97 η Ελλάδα κατείχε μόλις την 17^η θέση στην παγκόσμια τουριστική κατάταξη, από τη 13^η που βρισκόταν στις αρχές της δεκαετίας (πίνακας 2).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2**Οι είκοσι δημοφιλέστεροι τουριστικοί προορισμοί στον κόσμο**

Σερά κατάταξης	Χώρες	Διεθνείς αφίξεις σε (χιλ.)		Αλλαγή %		Μερίδιο στην αγορά %	
		1990	1995	1996	95/96	1990	1996
1	Γαλλία	52.497	60.110	61.500	2,31	11,46	10,39
2	Η.Π.Α	39.363	39.385	44.791	3,24	8,59	7,57
3	Ισπανία	34.085	39.324	41.295	5,01	7,44	6,98
4	Ιταλία	26.679	31.052	35.500	14,32	5,82	6,00
5	Κίνα	10.487	23.368	26.055	11,50	2,29	4,40
6	Αγγλία	18.013	24.008	25.800	7,46	3,93	4,36
7	Μεξικό	17.176	20.162	21.732	7,79	3,75	3,67
8	Ουγγαρία	20.510	20.690	20.670	- 0,10	4,48	3,49
9	Πολωνία	3.400	19.200	19.420	1,15	0,74	3,28
10	Καναδάς	15.209	16.896	17.345	2,66	3,32	2,93

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

11	Τσεχία	7.278	15.500	17.205	11,00	1,59	2,91
12	Αυστρία	19.011	17.713	16.644	- 3,10	4,15	2,81
13	Γερμανία	17.045	14.847	15.070	1,50	3,72	2,55
14	Χονγκ-Κονγκ	6.581	10.200	11.700	17,41	1,44	1,98
15	Ελβετία	13.200	11.500	11.097	- 3,50	2,88	1,87
16	Πορτογαλία	8.020	9.706	9.900	2,00	1,75	1,67
17	Ελλάδα	8.873	10.130	9.725	- 4,00	1,94	1,64
18	Ρωσία	—	9.262	9.678	4,49	0,00	1,64
19	Τουρκία	4.799	7.083	7.935	12,03	1,05	1,34
20	Μαλαισία	7.446	7.496	7.742	3,66	1,62	1,31
	Σύνολο	329.669	411.065	430.841	4,80	71,94	72,79
	Π. Σύνολο	458.278	566.384	591.864	4,50	100,00	100,00

Πηγή: W.T.O

Η γεωγραφική κατανομή των διεθνών τουριστικών αφίξεων υπήρξε άνιση. Η Ευρώπη και η Αμερική δέχτηκαν τις περισσότερες αφίξεις διεθνών τουριστών 89,7% στις αρχές της δεκαετίας του '80 και 78,2% στα τέλη του '90. Αντίθετα, η Νότια Ασία και η Μέση Ανατολή συγκεντρώνουν στις αντίστοιχες χρονικές περιόδους το 2,6% και 3,3% των συνολικών διεθνών αφίξεων. Η άνιση κατανομή σύμφωνα με τις προβλέψεις του Π.Ο.Τ θα συνεχιστεί έστω και σε μικρότερο βαθμό μέχρι και το έτος 2010 θα συνεχίσουν να δέχονται περίπου το 76,2% και 70,7% των συνολικών τουριστικών αφίξεων. Αξίζει κανείς να υπογραμμίσει την ταχύτατη ανάπτυξη της Ανατολικής Ασίας και του Ειρηνικού, η οποία αποσπά σημαντικά μερίδια της αγοράς από τις παραδοσιακές ζώνες υποδοχής τουριστών, όπως η Ευρώπη και η Αμερική. Ήδη η περιοχή της Ανατολικής Ασίας και του Ειρηνικού από το 7,3% των συνολικών αφίξεων το 1980, αναμένεται να φτάσει το 22,5% το 2010, δηλαδή αναδεικνύεται ως δεύτερος προορισμός στον κόσμο υποσκελίζοντας την Αμερική. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα αυτής της περιοχής (εξωτισμός, φολκλόρ, ποιότητα φυσικού

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

περιβάλλοντος, χαμηλές τιμές) έχουν δημιουργήσει έναν πρόσθετο αναπτυσσόμενο τόπο διακοπών, ο οποίος ανταγωνίζεται με επιτυχία παραδοσιακούς προορισμούς, όπως η Μεσόγειος και η Καραϊβική .

Σε ότι αφορά τα διεθνή τουριστικά έσοδα οι Η.Π.Α κατέχουν την πρώτη θέση στην παγκόσμια κατάταξη και ακολουθεί η Ισπανία, η Γαλλία και η Ιταλία. Άλλες Ευρωπαϊκές χώρες με σημαντική τουριστική παράδοση (Αυστρία, Γερμανία) ακολουθούν στην 6^η και 7^η αντίστοιχα. Όπως έχει ήδη ειπωθεί Κίνα και Πολωνία έχουν σημειώσει εντυπωσιακή άνοδο με την πρώτη να βρίσκεται πλέον στην 9^η θέση και την δεύτερη να κατέχει την 15^η , από την 64^η όπου βρισκόταν πριν από μερικά χρόνια . Επιπλέον, μέσω της περιφερειακής κατανομής των διεθνών τουριστικών εισπράξεων βλέπουμε Ευρώπη και Αμερική αποκομίζουν το μεγαλύτερο τμήμα των συναλλαγματικών εισπράξεων. Ωστόσο, παρουσιάζουν μεγαλύτερες μειωτικές τάσεις απ' ότι οι αφίξεις, ενώ αντίθετα Ανατολική Ασία και Ειρηνικός παρουσιάζουν υψηλή ποσοστιαία συμμετοχή στις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις (πίνακας 3) .

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

Περιφερειακή κατανομή των συναλλαγματικών εισπράξεων του διεθνούς τουρισμού (δισ \$ Η.Π.Α) (1980 – 1996)

Περιοχές/έτη	1980	%	1990	%	1996	%
Αφρική	2,8	2,7	4,4	1,7	7,6	1,8
Αμερική	25,7	25,1	74,5	28,7	106,4	25,1
Ανατολική Ασία & Ειρηνικός	7,0	6,8	38,3	14,7	82,2	19,4
Ευρώπη	63,2	62,0	137,2	52,6	214,7	50,8
Μέση Ανατολή	2,5	2,4	4,4	1,7	8,2	1,9
Νότια Ασία	1,0	1,0	1,0	0,7	3,9	1,0
Σύνολο	102,2	100	260,0	100	423,0	100

Πηγή: W.T.O

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

Η ραγδαία τουριστική ανάπτυξη που σημείωσε ο διεθνής τουρισμός τις τελευταίες δεκαετίες, οι μεταβολές στις διεθνείς οικονομίες και το κλίμα εμπιστοσύνης των τουριστών, είχε θετικότερη επιρροή όσον αφορά τις τουριστικές δαπάνες που πραγματοποιούν κατά τη διάρκεια της σύντομης παραμονής τους στους διάφορους τουριστικούς προορισμούς. Ωστόσο, οι μεταβολές των προτιμήσεων των τουριστών σηματοδότησαν και την αύξηση των απαιτήσεων καθώς και την επιθυμία για υπηρεσίες υψηλής ποιοτικής στάθμης. Άλλωστε, επιδίωξη των περισσότερων χωρών είναι η προσέλκυση υψηλού ποιοτικά και οικονομικά τμήματος της αγοράς. Προς την κατεύθυνση αυτή συνέβαλε η μείωση του πληθωρισμού σε πολλές χώρες, γεγονός που παίζει το δικό του ρόλο στη διατήρηση των τουριστικών υπηρεσιών σε ένα υψηλότερο επίπεδο και στην διευκόλυνση των τουριστικών συναλλαγών .

Οι προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ) στις αρχές της δεκαετίας του '80 ότι ο διεθνής τουρισμός θα ξεπεράσει τα 600 εκατ. άτομα πριν το τέλος του 20^{ου} αιώνα, επιβεβαιώθηκαν. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται σε μεγάλο ποσοστό στην θεαματικά επιτάχυνση που σημειώθηκε κατά το έτος 1996 στο ποσοστό αύξησης του διεθνούς τουρισμού. Συγκεκριμένα, οι αφίξεις αυξήθηκαν κατά 4,5% το 1996 πλησιάζοντας τα 592 εκατ. περίπου, ενώ τα διεθνή τουριστικά έσοδα εμφάνισαν αύξηση της τάξης του 7,6%, φτάνοντας τα 423 δις . δολάρια . Παράλληλα, οι αφίξεις διεθνών τουριστών το έτος 2000 έφτασαν περίπου τα 702 εκατ., ενώ οι τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις τα 621 δις δολάρια (πίνακας 4) .

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

Η εξέλιξη του διεθνούς τουρισμού στον κόσμο (1960 – 2000)

	1960	1970	1980	1984	1989	1990	1996	2000	2010*
Αφίξεις διεθνών Τουριστών (εκατ.)	71,0	168,0	279,0	300,0	405,2	448,5	591,8	702,0	1018,8
Τουριστικές συναλ. Εισπράξεις (δις)	6,8	17,9	91,6	100,0	209,2	260,8	423,0	621,0	1500,0

* Προβλέψεις
Πηγή: W.T.O

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

Μερικά επιπλέον στατιστικά στοιχεία αναφορικά με τον διεθνή τουρισμό : η τουριστική βιομηχανία ενεργοποίησε 4,494.5 περίπου δις δολάρια οικονομικής δραστηριότητας (συνολική ζήτηση) το έτος 2001, ενώ αναμένεται να πλησιάσει τα 9,285.9 μέχρι το 2011. Η συνολική τουριστική ζήτηση αναμένεται να αυξηθεί κατά 4% μεταξύ των ετών 2001 – 2011. Επίσης, η τουριστική βιομηχανία συνείσφερε περίπου το 4,2% στο παγκόσμιο Α.Ε.Π το 2001 (1,381.5 δις \$) και αναμένεται να αυξηθεί σε 2,654.4 δις \$ το 2011. Όσον αφορά την απασχόληση στον τουριστικό κλάδο αυτή υπολογίζεται σε 207.062.000 θέσεις εργασίας , δηλαδή το 8,2% της συνολικής απασχόλησης ή αλλιώς 1 σε κάθε 12,2θέσεις εργασίας. Μέχρι το έτος 2011 ο αριθμός αυτός υπολογίζεται να φτάσει τις 260.417.000 θέσεις εργασίας δηλαδή το 9% της συνολικής απασχόλησης. Τέλος, όσον αφορά τις τουριστικές επενδύσεις αυτές έχουν υπολογιστεί σε 656.7 δις \$ το 2001, δηλαδή το 9% των συνολικών επενδύσεων. Μέχρι το έτος 2011 ο αριθμός αυτός αναμένεται να αυξηθεί και φτάσει τα 1,434.0 δις \$ ή το 9% των συνολικών και πάλι επενδύσεων (πίνακας 5). Τα παραπάνω στοιχεία φανερώνουν εν πολλοίς την οικονομική σπουδαιότητα του οικονομικού κλάδου, καθώς και τις συνεχώς αυξητικές τάσεις του στον τομέα αυτό .

ΠΙΝΑΚΑΣ 5

Εκτιμήσεις και Προβλέψεις του W.T.T.C.(World Travel & Tourism Council)

Κόσμος	2001			2011		
	Δις \$	% επί του συν.	Ανάπτυξη	Δις \$	% επί του συν.	Ανάπτυξη
Προσωπικός Τουρισμός	2,104.1	10,4	4,3	3,999.5	10,5	3,1
Επαγγελματικός Τουρισμός	453.8	–	3,9	855.6	–	3,2
Κυβερνητικές Δαπάνες	216.2	4,2	3,8	413.9	4,9	3,2
Τουριστικές Επενδύσεις	656.7	9,0	5,2	1,434.0	9,3	4,6
Συνολική Τουρ. Ζήτηση	4,494.5	–	5,9	9,285.9	–	4,0
Συνεισφορά Τουρ. στο Α.Ε.Π	1,381.5	4,2	4,3	2,654.4	4,2	3,3
Τουριστική Απασχόληση	207,062.0	8,2	3,2	260,417.0	9,0	2,3

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

Όσον αφορά τώρα την ελληνική τουριστική πραγματικότητα, σύμφωνα με τις στατιστικές καταγραφές, το 1996 επισκέφθηκαν την χώρα 9,78 εκατ. διεθνείς τουρίστες., το μεγαλύτερο μέρος των οποίων χρησιμοποίησε για την μεταφορά του πτήσεις charters. Οι διεθνείς τουρίστες μεταξύ 1960 και 1996 αυξήθηκαν κατά 24,5 φορές. Οι στατιστικές που συλλέγονται στα τουριστικά καταλύματα δείχνουν ότι το μεγαλύτερο μέρος των διανυκτερεύσεων πραγματοποιείται από τους αλλοδαπούς τουρίστες, ενώ ένα μικρό μέρος αφορά τους Έλληνες. Αναλογικά βλέπουμε ότι τα 3/4 των συνολικών διανυκτερεύσεων πραγματοποιούνται από τους ξένους τουρίστες, ενώ μόλις το 1/4 από τους Έλληνες. Το ταξιδιωτικό συνάλλαγμα τέλος παρουσίασε αυξητικές τάσεις υψηλότερες από τις τουριστικές αφίξεις, το 1996 πολλαπλασιάστηκε 75,1 φορές σε σχέση με το 1960, φτάνοντας τα 3,7 δις \$ (πίνακες 6,7,8).

ΠΙΝΑΚΑΣ 6

Η Εξέλιξη του Διεθνούς Τουρισμού στην Ελλάδα

	1960	1970	1980	1984	1989	1991	1995	1996
Αφίξεις Διεθνών τουριστών (εκατ.)	394,4	1609,2	5271,1	6027,3	8541,4	8271,0	10712,0	9782,0
Τουριστικές Συναλ. σπράξεις (εκατ. \$)	49,3	193,5	1733,0	1315,0	1977,0	2567,4	4106,0	3705.8
Σχέση Κατά Κεφαλή τουριστική Δαπάνη (\$ Η.Π.Α)	141	155	361	238	245	319	383	378

Πηγή: E.O.T

ΠΙΝΑΚΑΣ 7

Ελλάδα : βασικά τουριστικά μεγέθη (1996)

Σύνολο τουριστικών αφίξεων	7.683.659
Αφίξεις με πτήσεις charters	5.735.660
Αφίξεις με τακτικές πτήσεις	1.947.999
Αφίξεις από θάλασσα	578.044
Αφίξεις με κρουαζιέρες	548.766
Αφίξεις οδικώς	943.209
Αφίξεις σιδηροδρομικώς	28.383
Σύνολο αφίξεων αλ. τουρ.	9.782.061
Διανυκτερεύσεις αλ. τουρ.	36.268.524
Διανυκτερεύσεις ημεδ. τουρ.	12.814.899
Σύνολο διανυκτερεύσεων	49.083.423
Πληρότητες	53,98
Ταξιδιωτικό συνάλλαγμα (\$)	3.705,8
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη (\$)	378,8

ΠΙΝΑΚΑΣ 8

Διανυκτερεύσεις Ελλήνων και ξένων τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα
(1960 – 1996)

Έτος	Διαν. Ελλήνων τουριστών	%	Διαν. Αλλοδαπών τουριστών	%	Σύνολο διανυκτερεύσεων	%
1975	10.116.100	42,7	13.579.800	57,3	23.695.900	100
1980	10.415.800	27,3	27.664.700	72,7	28.080.900	100
1985	9.969.415	24,0	31.479.975	76,0	41.449.390	100
1990	11.480.096	24,4	35.556.921	75,6	47.037.017	100
1995	12.522.573	24,4	38.771.623	75,6	51.294.196	100

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

1996	12.814.899	26,1	36.268.524	73,9	49.083.423	100
-------------	-------------------	-------------	-------------------	-------------	-------------------	------------

Πηγή: Ε.Ο.Τ

Το 2001 ο διεθνής τουρισμός ενεργοποίησε 10,707.7 δις δρχ. οικονομικής δραστηριότητας (συνολική ζήτηση), ενώ κατά το έτος 2011 αναμένεται να αυξηθεί φτάνοντας τα 16,864.5 δις δρχ. Η συνολική τουριστική ζήτηση αναμένεται να αυξηθεί κατά 2,3% μεταξύ των ετών 2001 – 2011. Η τουριστική βιομηχανία συνείσφερε το 5,8% του Α.Ε.Π το 2001 (3,222.5 δις δρχ.), ενώ σύμφωνα με τις προβλέψεις πρόκειται να φτάσει τα 5,090.5 δις δρχ. μέχρι το έτος 2011. αναφορικά με την τουριστική απασχόληση στην Ελλάδα, αυτή υπολογίζεται σε 756.606 θέσεις εργασίας οι οποίες αντιπροσωπεύουν το 19,7% της συνολικής απασχόλησης, ή αλλιώς 1 σε κάθε 5.1 θέσεις εργασίας. Τέλος, το 2001 οι τουριστικές επενδύσεις στην Ελλάδα έφτασαν 3,684.8 δις δρχ. δηλαδή το 29,4% των συνολικών επενδύσεων. Μέχρι το 2011 οι τουριστικές επενδύσεις αναμένεται να πλησιάσουν 5,754.0 δις δρχ. ή αλλιώς το 29,1 του συνόλου των επενδύσεων στη χώρα (πίνακας 9) .

ΠΙΝΑΚΑΣ 9

Εκτιμήσεις και Προβλέψεις του W.T.T.C (World Travel & Tourism Council)

Ελλάδα	2001			2011		
	Δις δρχ.	% επί του συνόλου	Ανάπτυξη	Δις δρχ.	% επί του συνόλου	Ανάπτυξη
Κοσμοπολιτικός Τουρισμός	3,449.0	8,7	26,0	5,433.2	8,8	2,3
Παροικιακός Τουρισμός	527.9	—	25,8	840.2	—	2,4
Καταναλωτικές Δαπάνες	351.7	4,6	3,7	582.8	5,3	2,8
Τουριστικές Επενδύσεις	3,684.8	29,4	13,3	5,754.0	29,1	2,2
Συνολική Τουρ. Ζήτηση	10,770.7	—	21,9	16,864.5	—	2,3
Συνεισφορά Τουρ. στο Α.Ε.Π	3,222.5	5,8	22,9	5,090.5	5,8	2,4
Τουριστική Απασχόληση	756.6	19,7	18,8	755,2	19,1	-0,1

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

* Πρέπει να σημειωθεί ότι τα παραπάνω στοιχεία αφορούν στατιστικές μετρήσεις που πραγματοποιήθηκαν για λογαριασμό του Π.Ο.Τ και του Ε.Ο.Τ πριν από την τρομοκρατική επίθεση της 11^{ης} Σεπτεμβρίου στην Νέα Υόρκη, κατά συνέπεια οι όποιες επιδράσεις επακολούθησαν δεν έχουν καταγραφεί. Ωστόσο, η κρίση που επήλθε ιδίως στις αερομεταφορές δεν άφησε ανεπηρέαστο τον τουρισμό και ήδη παρατηρείται μια μείωση στον αριθμό των ταξιδιών στο εξωτερικό. Ιδιωτικοί φορείς πάντως και τουριστικοί οργανισμοί θεωρούν πως η ανασφάλεια που δημιουργήθηκε στις μετακινήσεις ύστερα από το τρομοκρατικό χτύπημα θα είναι προσωρινή και ευελπιστούν σε μια αναστροφή του αρνητικού κλίματος τους επόμενους μήνες .

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ανακεφαλαιώνοντας τα όσα ήδη γνωρίζουμε για την ταχύτατη εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου τις τελευταίες δεκαετίες ας δούμε πως έχει διαμορφωθεί ο τουρισμός σήμερα και ποιες οι βασικότερες διαφορές του σε σχέση με το παρελθόν .

Ο “ελιτίστικος” χαρακτήρας του τουρισμού που τοποθετείται χρονολογικά το πρώτο μισό του 20^{ου} αιώνα, δίνει τη θέση του στον πλήρη εκδημοκρατισμό και την λαϊκοποίηση του φαινομένου (έννοιες με τις οποίες ασχοληθήκαμε διεξοδικά και στα προηγούμενα κεφάλαια) αποτελώντας κεκτημένο όλων των κοινωνικών ομάδων και όχι μόνο των πλουσίων και της αριστοκρατίας. Κατά συνέπεια ο τουρισμός σήμερα αποτελεί περισσότερο μια διέξοδο από τα καθημερινά προβλήματα και ένα μέσο ξεκούρασης και ανανέωσης, παρά μέσο κοινωνικής προβολής και επίδειξης .

Αναμφίβολα, καθοριστικό ρόλο στην επέκταση του τουρισμού διαδραμάτισαν οι παντός τύπου τεχνολογικές εξελίξεις και ιδίως η βελτίωση των μέσων και συνθηκών μεταφοράς (ταχύτητα, ασφάλεια, άνεση), οι οποίες συνέτειναν στο να καταστεί ο τουρισμός πιο προσιτός στις λαϊκότερες μάζες .

Τα στοιχεία αυτά σκιαγραφούν τη δυναμική και την φυσιγνωμία του σύγχρονου τουρισμού. Ωστόσο, φαινόμενα όπως η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος, η αισθητή βελτίωση των συνθηκών εργασίας και διαβίωσης, η εξασφάλιση κοινωνικών παροχών και ελαφρύνσεων στις οικονομικά ασθενέστερες ομάδες του πληθυσμού, η απλούστευση των διατυπώσεων στις διεθνείς μετακινήσεις, αποτελούν παράγοντες που έπαιξαν τον δικό τους ρόλο στην εδραίωση του τουρισμού όπως τον γνωρίζουμε σήμερα .

Ένα ακόμα χαρακτηριστικό γνώρισμα του σημερινού τουρισμού είναι ο έντονος κρατικός παρεμβατισμός, ο οποίος φαινομενικά τουλάχιστον έχει σαν στόχο την λήψη μέτρων για την ανάπτυξη του τουρισμού, ουσιαστικά όμως πολύ λίγα πράγματα έχει κάνει προς αυτή την κατεύθυνση. Για τον λόγο αυτό ο σύγχρονος τουρισμός έχει ανάγκη την ιδιωτική πρωτοβουλία, η οποία όμως μπορεί να προσελκυσθεί μόνο με αξιόπιστα χρηματοδοτικά προγράμματα και παροχή κινήτρων .

Τέλος, ο τουρισμός στις μέρες μας διακρίνεται από μια σειρά παραγόντων που τονίζουν ακόμα περισσότερο την σπουδαιότητα του στην σημερινή εποχή (Λύτρας, 1998) :

- Θεωρείται ουσιώδης δραστηριότητα για την ζωή του ανθρώπου και οι επιπτώσεις του εμφανίζονται τόσο σε οικονομικό, όσο και σε πολιτισμικό, μορφωτικό και πολιτιστικό επίπεδο.
- Έχουν πλέον εντατικοποιηθεί οι προσπάθειες από τις αρμόδιες υπηρεσίες και τα όργανα των εργαζομένων, για την επέκταση του χρόνου των πληρωμένων διακοπών από τις 4 στις 6 εβδομάδες που φανερώνει το μέγεθος της ανάγκης του σύγχρονου ανθρώπου για ξεκούραση και αναψυχή .
- Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού δραστηριοποιείται έντονα ως προς την διασφάλιση της ελεύθερης και χωρίς διακρίσεις πρόσβασης για όλους τους κατοίκους του κόσμου στις διακοπές.
- Καταβάλλεται προσπάθεια από τους διεθνείς οργανισμούς για την εξάλειψη των γραφειοκρατικών περιορισμών στην τουριστική διακίνηση στο εξωτερικό, καθώς και για την επέκταση του εσωτερικού τουρισμού .
- Γίνεται επίσης προσπάθεια για την εδραίωση της διαπίστωσης πως ο τουρισμός δεν αντιπροσωπεύει αποκλειστικά ένα οικονομικό φαινόμενο, αλλά μια πολύπλευρη δραστηριότητα, η οποία παρέχει την ευκαιρία της γνώσης και της προσέγγισης του περιβάλλοντος, συνιστά παράγοντα διεθνούς συνεργασίας και αλληλεγγύης και βοηθά στην διατήρηση της βιολογικής και ψυχολογικής ισορροπίας του ατόμου .
- Επιδιώκει τη δημιουργία νέων απασχολήσεων για τους ανέργους που κατακλύζουν τον βιομηχανικά ανεπτυγμένο κόσμο .

Β. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ

Τι είναι ο τουρίστας :

Ο προσδιορισμός της έννοιας και του ρόλου του σύγχρονου τουρίστα δεν υπήρξε εύκολη υπόθεση. Πολλοί διεθνείς οργανισμοί και πλήθος ειδικών επιχείρησαν να σκιαγραφήσουν τον σύγχρονο τουρίστα, προσδιορίζοντας παράλληλα με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη σαφήνεια τα κυριότερα χαρακτηριστικά του.

Με λίγα λόγια θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι τουρίστες γενικά επισκέπτονται έναν προορισμό για μια συγκεκριμένη περίοδο χρόνου και επιστρέφουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους στο τέλος αυτής. Βέβαια, οι επισκέπτες που φτάνουν σε ένα τόπο με σκοπό την εγκατάσταση ή την ανεύρεση εργασίας δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται σαν τουρίστες. Αντίθετα, όσοι επισκέπτονται έναν τόπο προκειμένου να παρευρεθούν σε κάποιο συνέδριο, σε ένα τοπικό γεγονός, φεστιβάλ, σε μια επαγγελματική συνάντηση, κ.λ.π, θα πρέπει να θεωρούνται τουρίστες. Αυτό συμβαίνει διότι τα κίνητρα των ανθρώπων αυτών συμβαδίζουν με τα περισσότερα από τα κριτήρια που προσδιορίζουν τον τουρίστα. Ταξιδεύουν σε έναν προορισμό, πραγματοποιούν μια πρόσκαιρη παραμονή και κάνουν χρήση ορισμένων από τις υπηρεσίες και τις εγκαταστάσεις που είναι διαθέσιμες εκεί .

Από την εξέταση των παραπάνω βλέπουμε ότι οι δύο βασικές έννοιες που οριοθετούν ουσιαστικά τον τουρίστα, είναι το *κίνητρο και η μετακίνηση*. Παράλληλα, το πλήθος των διεθνών και επιστημονικών οργανισμών που ασχολήθηκαν συστηματικά με την εννοιολογική προσέγγιση του τουρίστα (Κοινωνία των Εθνών, Π.Ο.Τ, Ε.Ε.), θεώρησαν σκόπιμο να συμπεριλάβουν στις μελέτες τους τις παραπάνω έννοιες, οι οποίες εν μέρει αντανακλούν τον σκοπό του ταξιδιού (*κίνητρο*) και την διάρκεια παραμονής (*μετακίνηση*) (Βαρβαρέσος, 1998) .

Το 1937 η Κοινωνία των Εθνών προτείνει στα κράτη μέλη της να υιοθετήσουν έναν ορισμό ο οποίος προσδιόριζε τον τουρίστα ως : « κάθε άτομο το οποίο ταξιδεύει για διάστημα 24 ωρών ή και περισσότερο εκτός του τόπου όπου βρίσκεται η μόνιμη κατοικία του » (Holloway, 1989). Ο ορισμός αυτός θεωρεί σαν τουρίστες :

- Τα άτομα που πραγματοποιούν ένα ταξίδι για λόγους αναψυχής, καθώς και εκείνα που ταξιδεύουν για οικογενειακούς λόγους ή λόγους υγείας .
- Τα άτομα που συμμετέχουν σε διάφορα συνέδρια, συγκεντρώσεις, συσκέψεις ή σε διπλωματικές, θρησκευτικές αποστολές κ.λ.π .

- Τα άτομα που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους .
- Τα άτομα που πραγματοποιούν κρουαζιέρες, έστω και αν η διάρκεια παραμονής στα λιμάνια που προσεγγίζουν είναι μικρότερη των 24 ωρών .

Ο ορισμός αυτός αν και αποτέλεσε ουσιαστικά την πρώτη σοβαρή προσπάθεια καταγραφής και προσδιορισμού της έννοιας του τουρίστα, παρουσίαζε ορισμένες ασάφειες και αδυναμίες, σημαντικότερη των οποίων ήταν ότι παρέλειπε τελείως να αναφερθεί στην μετακίνηση των ντόπιων τουριστών μέσα στην επικράτεια της χώρας τους (εσωτερικός τουρισμός) .

Το 1963 η Συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών στη Ρώμη αναφορικά με τον τουρισμό και τα διεθνή ταξίδια προσδιόριζε ως επισκέπτη : « κάθε άτομο το οποίο μετακινείται σε μια άλλη χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής για οποιοδήποτε λόγο πλην της άσκησης κάποιου αμειβομένου επαγγέλματος » (Holloway, 1989) .

Έως και τη δεκαετία του '90 μεσολάβησαν πολλές προσπάθειες οριοθέτησης του τουρίστα και καταγραφής του πολυσύνθετου χαρακτήρα του, ο οποίος εμπεριέχει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που διέπουν το ίδιο το τουριστικό φαινόμενο, με άλλα λόγια *τον ελεύθερο χρόνο, την μετακίνηση, την αναψυχή, τον πολιτισμό, την κοινωνία, την οικονομία* .

Μια τελευταία προσπάθεια προσδιορισμού της έννοιας και του ρόλου του σύγχρονου τουρίστα πραγματοποιήθηκε από τον Π.Ο.Τ τον Μάρτιο του 1993, ο οποίος σε γενικές γραμμές αποδέχεται και επαναλαμβάνει τις παλαιότερες ερμηνείες. Σύμφωνα με τον ορισμό αυτό σαν τουρίστας ορίζεται: «κάθε άτομο το οποίο ταξιδεύει σε μία χώρα εκτός εκείνης της μόνιμης διαμονής για χρονικό διάστημα 24 ωρών το ελάχιστο και ενός έτους το μέγιστο και ο σκοπός επίσκεψης του οποίου δεν έχει σχέση με την άσκηση οποιουδήποτε επαγγέλματος ή άλλης αμειβομένης δραστηριότητας στη χώρα υποδοχής και φιλοξενίας». Ο ορισμός αυτός περιλαμβάνει τα άτομα εκείνα που ταξιδεύουν για αναψυχή – ξεκούραση, καθώς επίσης και επισκέψεις φίλων, συγγενών και ταξίδια για λόγους επαγγελματικούς, θρησκευτικούς, υγείας κ.λ.π .

ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ – ΕΚΔΡΟΜΕΩΝ

Ο ορισμός του 1963 διέκρινε τους επισκέπτες σε δύο βασικές κατηγορίες :

- Τους τουρίστες : είναι οι προσωρινοί ως επί το πλείστον επισκέπτες, η διαμονή των οποίων στην επισκεπτόμενη χώρα είναι τουλάχιστον ενός 24ώρου και οι λόγοι της επίσκεψης όπως έχει ειπωθεί είναι επαγγελματικοί, θρησκευτικοί, αναψυχής, άθλησης, συμμετοχής σε συνέδρια κ.λ.π.
- Τους εκδρομείς : δηλαδή τα άτομα που επισκέπτονται προσωρινά μία χώρα για χρονική περίοδο μικρότερη της μιας ημέρας. Στη κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, οι επισκέπτες που έρχονται και αναχωρούν την ίδια μέρα, καθώς και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων κ.λ.π που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι της χώρας που επισκέπτονται και που διαμένουν σ' αυτήν ολόκληρη τη μέρα χωρίς διανυκτέρευση (*Holloway, 1989*) .

Η διάκριση που πραγματοποιείται μεταξύ τουριστών και εκδρομέων είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη στις προηγμένες τουριστικά χώρες κατά την ανάλυση των τουριστικών ρευμάτων που καταφθάνουν σ' αυτές και του σχεδιασμού των τουριστικών τους προγραμμάτων. Αρκετοί μελετητές θεωρούν σπουδαία τη διάκριση αυτή καθότι οι προβλέψεις για τις αφίξεις επισκεπτών συνοδεύονται και από τον ανάλογο προγραμματισμό για την περαιτέρω ανάπτυξη της τουριστικής υποδομής, χρήστες της οποίας θεωρούνται ως επί το πλείστον οι τουρίστες και όχι οι εκδρομείς. Από την άλλη βέβαια υπάρχουν αυτοί που υποστηρίζουν πως οι καταναλωτικές συνήθειες τουριστών και εκδρομέων ταυτίζονται σε μεγάλο βαθμό, ενώ η συμπεριφορά, οι ανάγκες και οι επιθυμίες των εκδρομέων δεν διαφέρουν σημαντικά από αυτές των τουριστών, για το λόγο αυτό ο διαχωρισμός τους δεν ευσταθεί .

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ – ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Η Στατιστική Υπηρεσία των Ηνωμένων Εθνών διέκρινε τις παρακάτω κατηγορίες ατόμων οι οποίοι μπορούν να χαρακτηριστούν ως διεθνείς επισκέπτες (*Βαρβαρέσος, 1998*) :

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

- Τα άτομα που επισκέπτονται μια χώρα του εξωτερικού και σκοπεύουν να παραμείνουν έως και ένα χρόνο, ενώ σαν κίνητρο μετακίνησης έχουν τις διακοπές, την ψυχαγωγία, την υγεία, τη θρησκεία, τις οικογενειακές υποθέσεις, τις σπουδές, τον αθλητισμό, τα συνέδρια, την επιστημονική έρευνα, όπως επίσης και όσα άτομα βρίσκονται σε transit με προορισμό μια άλλη χώρα. Στη κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται και οι κάτοικοι μιας χώρας που χαρακτηριστεί ως μακροχρόνιοι μετανάστες .
- Τα μέλη του πληρώματος των πλοίων ή των αεροσκαφών ξένης εθνικότητας που πραγματοποιούν επιδιορθώσεις ή σταθμεύουν προσωρινά μέσα στη χώρα .
- Οι ταξιδιώτες που επισκέπτονται μια χώρα και παραμένουν σ' αυτή μέχρι ένα χρόνο, καθώς και τα άτομα που εργάζονται ως μισθωτοί σε ξένες επιχειρήσεις με μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής το ένα έτος .
- Διπλωματικοί αντιπρόσωποι, καθώς και κρατικοί υπηρεσιακοί παράγοντες και στρατιωτικοί, οι οποίοι επισκέπτονται μια χώρα για τους προαναφερθέντες λόγους ή σαν μέλη επίσημων αποστολών διάρκεια μέχρι ενός έτους .
- Τέλος, το προσωπικό των Διεθνών Οργανισμών σε αποστολές διάρκειας μέχρι ένα χρόνο .

Μπορούμε να διακρίνουμε επίσης, τις εξής κατηγορίες ατόμων τα οποία δεν μπορούν να θεωρηθούν διεθνείς επισκέπτες :

- Κάθε άτομο το οποίο διαμένει πάνω από έναν χρόνο σε μία χώρα δεν μπορεί να θεωρηθεί ως διεθνής επισκέπτης και φυσικά να καταχωρηθεί στις τουριστικές αφίξεις της χώρας
- Κάθε άτομο το οποίο έχει πρόθεση να εξασκήσει για οποιαδήποτε χρονική περίοδο αμειβόμενο επάγγελμα στην επισκεπτόμενη χώρα. Οι μετανάστες, οι νομάδες, κ.λ.π δεν μπορούν να χαρακτηρισθούν σαν διεθνείς επισκέπτες .

- Οι κάτοικοι που επιστρέφουν στη χώρα τους ύστερα από μια επίσκεψη στο εξωτερικό, δεν θεωρούνται επισκέπτες. Αντίθετα, οι μακροχρόνιοι μετανάστες κατά την επιστροφή στην χώρα τους θα πρέπει να χαρακτηρίζονται διεθνείς επισκέπτες .

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΟΥΝ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Η ταχύτερη εξέλιξη του τουρισμού διαχρονικά σηματοδότηκε από μια σειρά γεγονότων τα οποία δεν ήταν δυνατόν να αφήσουν ανεπηρέαστο τον κύριο εκφραστή του φαινομένου αυτού, δηλαδή τον ίδιο τον τουρίστα – καταναλωτή. Η ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών, η εξέλιξη των μεταφορών, οι κοινωνικές ανακατατάξεις που σημειώθηκαν το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα, καθώς και η αύξηση των ατόμων που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα, άλλαξαν άρδην την στερεότυπη εικόνα που είχε ο κόσμος για τον μέσο τουρίστα.

Οι τουρίστες πλέον ανήκουν σε μια διευρυμένη κοινωνική ομάδα στην οποία συμπεριλαμβάνονται άτομα από διαφορετικές κοινωνικές τάξεις, τα οποία επηρεάζονται από ένα πλήθος μεταβλητών και παραγόντων που με τη σειρά τους διαδραματίζουν τον δικό τους σπουδαίο ρόλο στην επιλογή του τουριστικού προορισμού και του είδους του τουριστικού ταξιδιού. Άλλωστε, σαν συνεχώς εξελισσόμενο κοινωνικό φαινόμενο ο τουρισμός επηρεάζει και επηρεάζεται τόσο από τα υφιστάμενα καταναλωτικά πρότυπα, όσο και από την εξάπλωση των ΜΜΕ, καθώς επίσης και από πάσης φύσεως κοινωνικές δραστηριότητες .

Εξάλλου, ο ίδιος ο τουρίστας επηρεάζεται από το είδος του ταξιδιού που επιλέγει να κάνει και χαρακτηρίζεται απ' αυτό. Κάθε τουριστικώς μετακινούμενο άτομο συγκεντρώνει πλέον μια πληθώρα χαρακτηριστικών που το διαφοροποιούν σημαντικά από την τυποποιημένη και εν μέρει ξεπερασμένη εικόνα του ατόμου που ανήκε στην υψηλή κοινωνική ομάδα και ταξίδευε κυρίως για επιστημονικούς και επαγγελματικούς λόγους .

Οι καταλυτικές κοινωνικό – οικονομικές αλλαγές σηματοδότησαν παράλληλα μια νέα εποχή για τον τουρισμό, όπου ο τουρίστας αυξάνει τις δυνατότητες του για τουριστικά ταξίδια, ενώ ταυτόχρονα διαφοροποιεί τα κίνητρα που διαμορφώνουν τις επιλογές του. Επιπρόσθετα, οι καταναλωτικές του επιλογές καθορίζουν με τη σειρά τους και τα πρότυπα κοινωνικής συμπεριφοράς, ενώ και οι κάτοικοι των προορισμών που επισκέπτονται δεν μένουν ανεπηρέαστοι από τις αλλαγές αυτές .

Το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν τη συμπεριφορά των τουριστών και προσδιορίζουν τα βασικά χαρακτηριστικά τους, μπορούν να συνοψισθούν σε 4 κύριες κατηγορίες (Τσάρτας, 1996) :

1. Κοινωνικοί και Ψυχολογικοί Παράγοντες
2. Δημογραφικοί Παράγοντες
3. Οικονομικοί Παράγοντες
4. Θεσμικοί και Οργανωτικοί Παράγοντες (πίνακας 1)

Πίνακας 1

1. <u>Κοινωνικοί – Ψυχολογικοί παράγοντες</u> Κοινωνικά πρότυπα, καταναλωτικά πρότυπα, κύκλος ζωής, τρόπος ζωής, τύποι προσωπικότητας, αξίες, συμπεριφορές, διαφήμιση, ΜΜΕ, θρησκεία, πολιτισμός .	3. <u>Οικονομικοί παράγοντες</u> Εισόδημα, επίπεδο ανάπτυξης, χώρα προέλευσης, επάγγελμα, κόστος ταξιδιών, τόπος κατοικίας .
2. <u>Δημογραφικοί παράγοντες</u> Φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, εκπαίδευση, κύκλος ζωής, τόπος κατοικίας .	4. <u>Θεσμικοί - Οργανωτικοί παράγοντες</u> Ανάπτυξη τουριστικού τομέα στη χώρα προέλευσης, θεσμικό πλαίσιο στα θέματα των πληρωμένων αδειών, θεσμικό πλαίσιο που διέπει τις διεθνείς σχέσεις της χώρας .

1. Κοινωνικοί & Ψυχολογικοί παράγοντες

Η επικράτηση των καταναλωτικών προτύπων και η επιβολή συγκεκριμένων τύπων κοινωνικής συμπεριφοράς μέσω των οποίων επιδιώκεται η κοινωνική ανάδειξη, είχε ως επακόλουθο να θεωρηθεί ο τουρισμός και το τουριστικό ταξίδι ως ένα από τα αγαθά με τα οποία επιτυγχάνεται αυτή καθ' εαυτή η κοινωνικά προβολή. Η άποψη αυτή μάλιστα ενισχύεται ακόμα περισσότερο με την εξάπλωση των ΜΜΕ και της διαφήμισης, τα μηνύματα των οποίων οδηγούν στο συμπέρασμα, ότι

το ταξίδι από μόνο του πέραν των όποιων ευεργετικών του επιδράσεων στην σωματική και πνευματικά μας υγεία, στην ξεκούραση κ.λ.π, αποτελεί και στοιχείο της σύγχρονης κοινωνικής ζωής και των αντίστοιχων προτύπων .

Ωστόσο, ο σύγχρονος άνθρωπος ανεξάρτητα από την κοινωνική του θέση, χαρακτηρίζεται από την έντονη επιθυμία για ξεκούραση και ηρεμία, για φυγή από του έντονους καθημερινούς ρυθμούς που αναπόφευκτα οδηγούν στην αποξένωση και τη μονοτονία. Η στροφή συνεπώς των ανθρώπων είναι προϊόν της ανάγκης για ανανέωση και ανάκτηση των ψυχικών και σωματικών δυνάμεων, η με τη σειρά της καθορίζει εν μέρει και την συμπεριφορά τους .

Μεταξύ των παραγόντων που επηρεάζουν τα χαρακτηριστικά του τουρίστα συμπεριλαμβάνεται η θρησκεία, και ο πολιτισμός. Ορισμένα θεολογικά δόγματα επιβάλλουν ένα αυστηρό πλαίσιο κανόνων αναφορικά με τις σχέσεις και επαφές των πιστών με άτομα διαφορετικών θρησκευτικών πεποιθήσεων. Το γεγονός αυτό είναι δυνατόν να προξενήσει προβλήματα ως προς την πραγμάτωση τουριστικών μετακινήσεων. Αντίστοιχα, οι πολιτισμικές διαφορές μεταξύ των λαών μπορεί να οδηγήσουν στη δημιουργία ενός αρνητικού κλίματος μεταξύ των ντόπιων κατοίκων ενός τουριστικού προορισμού και των τουριστών, καθώς και στην υιοθέτηση λανθασμένων στερεοτύπων.

Τέλος, τα ψυχολογικά ερεθίσματα τα οποία δέχεται ο μέσος τουρίστας, είτε από τον κοινωνικό του περίγυρο είτε από τα ΜΜΕ και τη διαφήμιση, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας και η εν γένει συμπεριφορά του τόσο στον οργανωμένο τουρισμό, όσο και σε μεμονωμένα ταξίδια, συνιστούν παράγοντες που διαμορφώνουν τα χαρακτηριστικά του .

2. Δημογραφικοί παράγοντες

Οι διάφορες ηλικιακές κατηγορίες που συνιστούν μια κοινωνική ομάδα αντιπροσωπεύονται από ορισμένους παράγοντες οι οποίοι με τη σειρά τους προσδιορίζουν τα βασικά γνωρίσματα τους ως τουριστικώς διακινούμενα άτομα. Για παράδειγμα, η επιλογή των νέων αναφορικά με το που θα ταξιδέψουν εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από μια έμφυτη περιέργεια και επιθυμία για γνωριμία με νέους τόπους, για συνεχή πληροφόρηση και απόκτηση γνώσεων και εμπειριών. Άλλωστε, η συμμετοχή πλέον όλο και περισσότερων ανθρώπων σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού ή η ανακάλυψη νέων τουριστικών προορισμών οφείλεται ιδίως σ' αυτούς .

Αντίθετα, τα μεγαλύτερης ηλικίας άτομα έχουν συνήθως ως αφετηρία των όποιων επιλογών τους τα μηνύματα του οργανωμένου μαζικού τουρισμού, τα χαρακτηριστικά του οποίου σχετίζονται

περισσότερο με τα κοινωνικά πρότυπα της ηλικιακής αυτής ομάδας, όπως η κοινωνική προβολή, η παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών σε ένα άρτια οργανωμένο και ασφαλές ταξίδι κ.λ.π .

Επιπλέον, η οικογενειακή κατάσταση ή ο τόπος της μόνιμης διαμονής των τουριστών συνιστούν παράγοντες με τους οποίους μπορούν να ερμηνευθούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Είναι γεγονός πως οι αποφάσεις μιας οικογένειας σχετικά με το που θα ταξιδέψει υπαγορεύονται από ορισμένες μεταβλητές όπως η ύπαρξη παιδιών, οι ανάγκες των οποίων λειτουργούν πολλές φορές ανασταλτικά ή περιοριστικά στην τελική επιλογή ενός τουριστικού προορισμού .

Αντίστοιχα, ο κύκλος ζωής και τα στάδια μέσα από τα οποία διέρχεται ο τουρίστας διαδραματίζουν εξίσου σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των επιλογών τους, καθώς και στην ικανοποίηση που θα προέλθει από τη χρήση του ελεύθερου χρόνου .

Παράλληλα, η αποδοχή στερεοτύπων μέσω των οποίων ερμηνεύονται τα χαρακτηριστικά του τουρίστα, όπως το γεγονός ότι ο άνδρας ταξιδεύει περισσότερο, πρέπει να συνδυαστεί και με μια σειρά άλλων παραγόντων. Για παράδειγμα, η θέση των γυναικών στη σημερινή κοινωνία ή ο ενισχυμένος ρόλος των ανδρών στον επαγγελματικό τομέα και συνεπώς και στα ταξίδια επαγγελματικού τουρισμού. Αναλόγως, δημογραφικοί παράγοντες όπως το μορφωτικό επίπεδο πρέπει να αναλυθούν σε συνδυασμό με άλλες κοινωνικές μεταβλητές, όπως τα καταναλωτικά πρότυπα, το επίπεδο του εισοδήματος, το επάγγελμα κ.λ.π .

3. Οικονομικοί παράγοντες

Το επίπεδο του εισοδήματος αποτελεί ένα αρκετά ασφαλές μέσο προσδιορισμού της δυνατότητας ενός ατόμου αλλά και του πλήθους των επιλογών σχετικά με το είδος του ταξιδιού, όπως για παράδειγμα ταξίδια στα πλαίσια του οργανωμένου τουρισμού, επαγγελματικά ταξίδια ή ταξίδια για λόγους αναψυχής σε εξωτικούς προορισμούς. Επίσης, το ύψος του εισοδήματος μπορεί να καθορίσει και την συχνότητα των τουριστικών ταξιδιών σε μηνιαία ή ετήσια βάση .

Εν τούτοις το εύρος της επιρροής του εισοδήματος στις επιλογές και τις αποφάσεις των τουριστών δεν είναι ανεξάρτητο τόσο από την οικονομική κατάσταση της χώρας, όσο και από τις διεθνείς οικονομικές συγκυρίες. Λόγω μάλιστα των διαφορετικών συνθηκών διαβίωσης ανάμεσα στις ανεπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες, οι επιπτώσεις στα χαρακτηριστικά των τουριστών ποικίλουν .

Στις ανεπτυγμένες χώρες ή σταθερή και μακροχρόνια ανάπτυξη που πραγματοποιήθηκε σε όλα τα επίπεδα (τεχνολογικό, οικονομικό, πολιτισμικό) μεταπολεμικά σε συνδυασμό με την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, έδωσε τη δυνατότητα στον οικονομικά ενεργό πληθυσμό να διαθέτει επιπλέον εισόδημα για την κάλυψη των τουριστικών του αναγκών. Συνεπώς, στις χώρες αυτές όπου η οικονομική ανάπτυξη βρίσκεται σε υψηλά επίπεδα, το εισόδημα διαδραματίζει μεν σημαντικό ρόλο, αλλά δεν αποτελεί καθοριστικής σημασίας προσδιοριστικό παράγοντα των επιλογών και των σύνθετων χαρακτηριστικών του μέσου τουρίστα .

Αντίθετα στις χώρες όπου βρίσκονται στο στάδιο της ανάπτυξης το εισόδημα και ειδικότερα το κόστος πραγματοποίησης τουριστικής μετακίνησης αποτελεί βασικό παράγοντα ερμηνείας των χαρακτηριστικών του τουρίστα, αλλά και καθορισμού του αριθμού και του είδους του ταξιδιού. Στην περίπτωση αυτή όπου το επίπεδο του εισοδήματος είναι χαμηλότερο και η οικονομική ανάπτυξη πραγματοποιείται με βραδείς ρυθμούς, το ποσοστό όσων ταξιδεύουν είναι χαμηλότερο και περιορίζεται συνήθως στα υψηλότερα κοινωνικό – οικονομικά στρώματα .

Ένας άλλος παράγοντας με οικονομικές όσο και κοινωνικές και δημογραφικές προεκτάσεις είναι αυτός της αστικοποίησης στα πλαίσια της οποίας επηρεάζεται η συμπεριφορά και τα χαρακτηριστικά τω κατοίκων των αστικών κέντρων και κατά συνέπεια του μέσου τουρίστα που προέρχεται από αυτά. Οι συνθήκες διαβίωσης στα μεγάλα αστικά κέντρα, οι έντονοι καθημερινοί ρυθμοί επηρεάζουν με η σειρά τους και προβάλλουν στοιχεία του χαρακτήρα, της προσωπικότητας και της συμπεριφοράς του τουρίστα .

Συμπερασματικά, το γενικότερο επίπεδο ανάπτυξης μιας χώρας σε οικονομική, κοινωνική ή πολιτισμική κλίμακα συνιστά ουσιαστικό παράγοντα επιρροής των τουριστών .

3. Θεσμικοί & Οργανωτικοί παράγοντες

Η εξάπλωση των τουριστικών επιχειρήσεων και η δημιουργία ενός παγκόσμιου δικτύου πληροφόρησης, οδήγησε στη δημιουργία ευνοϊκότερων συνθηκών για την αγορά, διάθεση, προβολή και διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος, στις ανεπτυγμένες ως επί το πλείστον χώρες. Η δυνατότητα των κατοίκων μιας ανεπτυγμένης χώρας για άμεση πληροφόρηση σχετικά με το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν, η πληθώρα των επιλογών και η ευκολία πρόσβασης και η ευκολία πρόσβασης στην τουριστική αγορά επηρεάζει ουσιαστικά τις επιλογές του. Άλλωστε, η

δυναμική προώθηση πωλήσεων και η συστηματική διαφήμιση των εταιριών που ελέγχουν και κατευθύνουν την παγκόσμια αγορά επηρεάζει το σύνολο ή μέρος των επιλογών αυτών.

Επιπλέον, όπως έχει ειπωθεί το πλήθος των λύσεων και των επιλογών αναφορικά με την αγορά ενός τουριστικού προϊόντος διαμορφώνει ανάλογα και το εύρος των δυνατοτήτων του μέσου τουρίστα .

Σαν αποτέλεσμα όλων αυτών προκύπτει η ανάδειξη του σύγχρονου τουρίστα καταναλωτή ο οποίος πλέον αγοράζει ένα ταξίδι όπως θα αγόραζε, όπως θα αγόραζε οποιοδήποτε άλλο καταναλωτικό αγαθό. Παράλληλα, διαμορφώνει το σύνολο των επιλογών του και γενικά την καταναλωτική του συμπεριφορά σε μεσοπρόθεσμο στάδιο, ενώ και ο ίδιος με τη σειρά του επηρεάζει με τις αποφάσεις του και με τα όποια κοινωνικό – οικονομικά γνωρίσματα τον συνθέτουν, τη σύγχρονη μορφή του οργανωμένου τουρισμού .

Στο σημείο αυτό πρέπει να τονισθεί, ότι ο ρόλος του τουρίστα και η διαμόρφωση των χαρακτηριστικών του επηρεάζεται και από το θεσμικό πλαίσιο, τους νόμους και τις κοινωνικές συνθήκες της εκάστοτε χώρας. Για παράδειγμα, χορήγηση αδειών πληρωμένων διακοπών, συντάξεων, ασφάλισης, ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης και οτιδήποτε ενισχύει το κοινωνικό προφίλ του κράτους, έχει ανάλογη επίπτωση στον προσδιορισμό των χαρακτηριστικών και των επιλογών του σύγχρονου τουρίστα .

ΚΙΝΗΤΡΑ ΚΑΙ ΦΡΑΓΜΟΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗΣ

Από καταβολής της ανθρώπινης ιστορίας η επιθυμία του ανθρώπου να ταξιδεύει ήταν συνώνυμη της ανθρώπινης φύσης του. Το αίσθημα της περιέργειας και η έντονη επιθυμία να επισκεφθεί, να γνωρίσει, να εξερευνήσει, συνοδεύουν το ανήσυχο πνεύμα του και τον παρακινούν να ταξιδεύει .

Ωστόσο, ο ιδιαίτερος χαρακτήρας της τουριστικής μετακίνησης και κατ' επέκταση των τουριστών και η πολύπλοκη φύση τους, απαιτεί την επιστημονική προσέγγιση και οριοθέτηση των λόγων για τους οποίους ο μέσος τουρίστας ταξιδεύει .

Στο κεφάλαιο αυτό θα επιχειρήσουμε να καταγράψουμε τα βασικά κίνητρα και τους παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρίστα κατά την διαδικασία λήψης της απόφασης να ταξιδέψει, καθώς και τους λόγους που τον αποτρέπουν να πραγματοποιήσει ένα τουριστικό ταξίδι .

Στο σημείο αυτό και πριν προχωρήσουμε στην καταγραφή και ανάλυση των τουριστικών κινήτρων πρέπει να τονίσουμε ότι ο βαθμός επιρροής των παραγόντων που ωθούν ένα άτομο να

ταξιδέψει, είναι διαφορετικός για κάθε τύπο τουρίστα. Άλλωστε, το ίδιο το ταξίδι αποτελεί μια εμπειρία και όχι ένα χειροπιαστό αγαθό, ενώ παράλληλα προκαλεί μια ευχάριστη αναμονή, έναν ενθουσιασμό και μια πρόκληση ή και απογοήτευση. Η αναμονή, η εμπειρία και οι αναμνήσεις επανέρχονται στη μνήμη μας χωρίς να δίνουν ξεκάθαρες απαντήσεις για το πώς το ίδιο ταξίδι έχει βιωθεί με τόσους διαφορετικούς τρόπους από ανθρώπους που έχουν ταξιδέψει για τους ίδιους ή παρεμφερείς λόγους .

Αναμφισβήτητα, η ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο παίζουν σημαντικό ρόλο στο γεγονός ότι τα κίνητρα αλλά και το ίδιο το ταξίδι δεν έχει πάντα την ίδια επίδραση στα άτομα. Για παράδειγμα οι νέοι έχουν υψηλό δείκτη ανεκτικότητας προς όλους τους τύπους ταξιδιών και τουριστικών εμπειριών, είναι περισσότερο δεκτικά σε νέες ιδέες και αντιλήψεις, ενώ τείνουν να επιλέγουν νέους τουριστικούς προορισμούς. Αντίθετα, άτομα μεγαλύτερης ηλικίας καθοδηγούμενοι ίσως και από την κοινωνική θέση που κατέχουν, προσβλέπουν σε ένα ταξίδι (στα πλαίσια συνήθως του ομαδικού τουρισμού) ασφαλές και άνετο, δίνοντας παράλληλα μεγάλη βάση στην ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών. Όσον αφορά το μέρος όπου θα ταξιδέψουν επιλέγουν συνήθως γνωστές και δοκιμασμένες λύσεις .

Διαφορές σε μορφωτικό και πολιτισμικό επίπεδο επηρεάζουν το είδος των τουριστικών εμπειριών που βιώνουν οι τουρίστες κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού. Γενικά, άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, με ανάλογο κοινωνικό και οικονομικό υπόβαθρο βρίσκονται ψηλά στη κλίμακα πραγματοποίησης τουριστικών ταξιδιών στο εξωτερικό, ιδίως για επαγγελματικούς λόγους και σε προορισμούς που συνδυάζουν υψηλή ποιότητα υπηρεσιών και πλήθος φυσικών καλλονών .

Ο αριθμός των κινήτρων που ενεργοποιούν την επιθυμία του ανθρώπου να ταξιδέψει μπορεί να ομαδοποιηθεί σε τέσσερις βασικές κατηγορίες : *φυσικά και κλιματολογικά κίνητρα, πολιτισμικά κίνητρα, οικονομικά και ψυχολογικά κίνητρα*. Ωστόσο, στα παραπάνω υπάγονται δεκάδες υποομάδες κινήτρων με τις οποίες επιχειρούμε να προσδιορίσουμε το σύνολο των λόγων για τους οποίους ταξιδεύει ο σύγχρονος τουρίστας. Παραθέτουμε τα σημαντικότερα :

Φυσικά και Κλιματολογικά κίνητρα

Σε αυτήν τη κατηγορία τουριστικών κινήτρων περιλαμβάνονται οι φυσικοί πόροι ενός προορισμού οι οποίοι αποτελούν ισχυρό πόλο έλξης τουριστών. Οι άριστες κλιματολογικές συνθήκες, η έντονη βλάστηση, η μορφολογία του εδάφους συνιστούν παράγοντες προσέλκυσης τουριστών. Περιοχές όπου συναντώνται ιδανικές συνθήκες για την πραγματοποίηση διαφόρων

μορφών τουρισμού, δραστηριοτήτων αναψυχής (θαλάσσιος τουρισμός, τουρισμός παραχείμασης, χειμερινών σπορ) και σπορ, συνοδεύονται και από αντίστοιχα αυξημένη κίνηση. Η ομορφιά της φύσης, το ηλιοβασίλεμα, τα βουνά, το δάσος είναι εικόνες ευχάριστες για τον τουρίστα. Οι περισσότεροι εμπνέονται και συγκινούνται από την ομορφιά και τη γαλήνη που προσφέρει η φύση. Άλλωστε, η μαζική έξοδος από τις πόλεις και τα προάστια τα σαββατοκύριακα είναι απόδειξη της ανθρώπινης ανάγκης για επαφή με τους φυσικούς πόρους ενός τόπου (Lundberg, 1990). Σε αυτά να προσθέσουμε την ηλιοφάνεια, τον γενικά καλό καιρό των χωρών π.χ. της Μεσογείου κ.λ.π που αναμφίβολα αποτελούν ισχυρά κίνητρα ιδίως για τους κατοίκους των βορειότερων κρατών .

Εκπαιδευτικά – Πολιτιστικά Κίνητρα

Η επιθυμία ενός ανθρώπου να ταξιδέψει μπορεί να ενεργοποιηθεί και από την έμφυτη ανάγκη του για μάθηση. Δεδομένου, ότι ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει ενεργά στην ευρύτερη μόρφωση του ατόμου, τα ταξίδια για μορφωτικούς ή πολιτιστικούς λόγους είναι ιδιαίτερα διαδεδομένα .

Οι πολιτισμικοί πόροι και γενικά τα στοιχεία που συνθέτουν την πολιτιστική κληρονομιά μιας χώρας όπως, αρχαιολογικοί τόποι, μνημεία, ιστορικά πεδία μαχών, παλιές εκκλησίες και μουσεία, αλλά και οι ίδιοι οι άνθρωποι με τις συνήθειες, τα έθιμα και την κουλτούρα τους, αποτελούν κίνητρα πραγματοποίησης τουριστικού ταξιδιού. Καθηγητές, φοιτητές, αλλά και μεμονωμένα άτομα που ταξιδεύουν ανά τον κόσμο για εκπαιδευτικούς σκοπούς, συνδυάζουν το ταξίδι και τις διακοπές με τη γνώση και την μάθηση. Η επίσκεψη σε διάσημα πανεπιστήμια της Ευρώπης, σε πινακοθήκες και βιβλιοθήκες ανεπτυγμένων χωρών, η παραμονή στο εξωτερικό για εκπαιδευτικούς σκοπούς όπως, μεταπτυχιακές σπουδές, ερευνητικό έργο κ.λ.π, είναι στοιχεία που προκαλούν την ανάγκη τουριστικής μετακίνησης σε άτομα με ανάλογα ενδιαφέροντα (Τσάρτας, 1996). Στο πλαίσιο αυτό πολλά πανεπιστήμια της Ευρώπης και της Αμερικής συνεργάζονται προσφέροντας τη δυνατότητα στους σπουδαστές τους να παρακολουθήσουν σειρά μαθημάτων στο εξωτερικό .

Στη κατηγορία αυτή κινήτρων περιλαμβάνονται και τα ταξίδια περιήγησης ανθρώπων που επιθυμούν να γνωρίσουν τον κόσμο, να αποκτήσουν νέες εμπειρίες και να αλλάξουν τις παραστάσεις και τις εικόνες από την καθημερινή τους ζωή. Τα κίνητρα αυτά ωθούν νέους κυρίως ανθρώπους να χαθούν σε εξωτικούς προορισμούς της Ασίας, να ταξιδέψουν στο εσωτερικό της Αμερικής ή να επισκεφθούν τα μεσαιωνικά κάστρα της Σκωτίας αναζητώντας νέα ενδιαφέροντα, ενώ παράλληλα προσπαθούν να επικοινωνήσουν με το παρελθόν και να αισθανθούν τμήμα της περιοχής όπου επισκέπτονται (Lundberg, 1990). Πολλοί επίσης άνθρωποι που ταξιδεύουν για

πολιτιστικούς λόγους, έχουν τη ψευδαίσθηση ότι αποτελούν κομμάτι της τοπικής κουλτούρας, βλέποντας για παράδειγμα μια θεατρική παράσταση στο Λονδίνο ή πίνοντας την παραδοσιακή χλιαρή μπίρα των Βρετανών σε κάποια pub. Για τους ίδιους λόγους άλλωστε παρακολουθούν τις ταυρομαχίες στην Ισπανία ή συμμετέχουν σε διαγωνισμούς μπίρας στην Γερμανία .

Βέβαια, κάθε προορισμός δεν έχει την ίδια απήχηση σε όλους τους τουρίστες, ενώ ασφαλώς και δεν μπορούμε να πούμε ότι όλοι οι τουρίστες έχουν την ίδια θέληση για μάθηση. Πολλοί, ταξιδιώτες είναι απλοί παρατηρητές της περιοχής που επισκέπτονται, ενώ άλλοι απογοητεύονται εάν ο τελικός προορισμός διαψεύσει τις προσδοκίες τους ή αν το ταξίδι είναι μακρύ και κουραστικό .

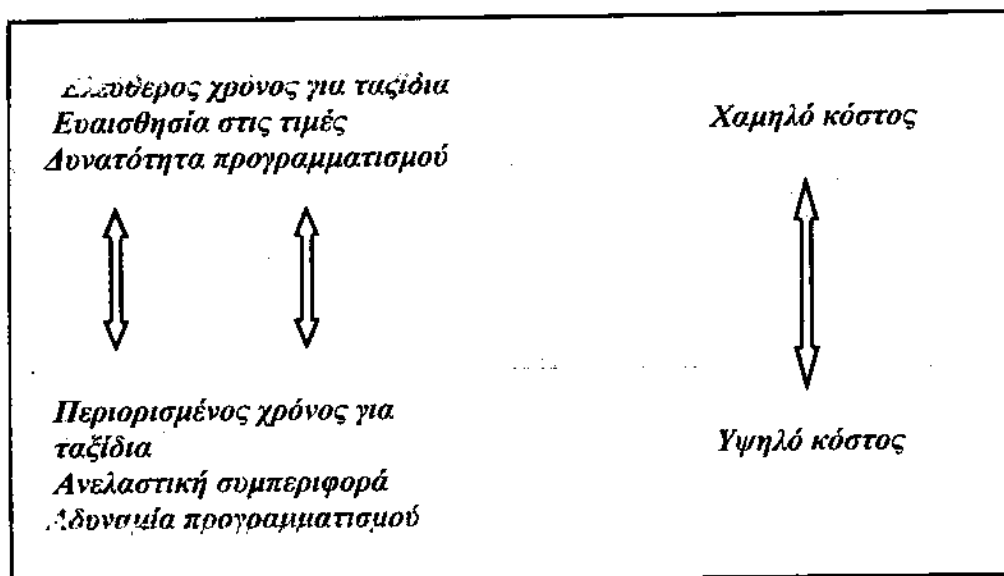
Παρόλο αυτά, το ταξίδι παραμένει μια πολύτιμη διαδικασία εμπλουτισμού γνώσεων και εμπειριών για τους περισσότερους ανθρώπους .

Οικονομικά – Επαγγελματικά κίνητρα

Βασικό κίνητρο πραγματοποίησης ενός τουριστικού ταξιδιού είναι το σύνολο των οικονομικών στοιχείων που συνθέτουν το κόστος ζωής ενός τουριστικού προορισμού ή το κόστος του τουριστικού πακέτου. Ως εκ τούτου, οι παράγοντες αυτοί είναι καθοριστικής σημασίας για το είδος του ταξιδιού που θα πραγματοποιήσει ο τουρίστας και για την επιλογή του τουριστικού προορισμού (Ηγουμενάκης – Κραβαρίτης – Λύτρας, 1998). Ιδίως, οι μεσαίες εισοδηματικές τάξεις τείνουν συνήθως να επιλέγουν περισσότερο προσιτά τουριστικά πακέτα. Πρέπει να σημειωθεί ότι το κόστος για ένα συγκεκριμένο ταξίδι, σε συγκεκριμένη περίοδο, συνήθως αυξάνει στην περίπτωση που το ταξίδι δεν πραγματοποιείται έγκαιρα, στην περίπτωση που ο τουρίστας δεν έχει τη δυνατότητα να επιλέξει ανάμεσα σε διαφορετικές ημερομηνίες, καθώς και στην περίπτωση που ο τουρίστας δεν ενδιαφέρεται για την τιμή (πίνακας 2).

Σε αυτή την κατηγορία κινήτρων περιλαμβάνονται επίσης ταξίδια που γίνονται για επαγγελματικούς λόγους. Προκύπτει κατά συνέπεια ένα πλαίσιο το οποίο καλύπτει αρκετούς επαγγελματικούς κλάδους όπως επιχειρηματίες, επιστήμονες, διπλωματικούς υπαλλήλους, αντιπροσώπους μεγάλων εταιριών, εργαζόμενους στις διεθνείς μεταφορές κ.α., οι οποίοι είναι υποχρεωμένοι να ταξιδεύουν στο εξωτερικό. Ωστόσο, τα όρια για το πού ξεκινάει η εργασία και το που τελειώνει η διασκέδαση είναι μάλλον δυσδιάκριτα, ειδικά όταν πρόκειται για διαμονή σε πολυτελή ξενοδοχεία ή συνέδρια σε προορισμούς όπου παράλληλα με την εργασία προσφέρουν τη δυνατότητα για διασκέδαση, χαλάρωση, περιήγηση σε όμορφες τοποθεσίες κ.λ.π .

Πίνακας 2



Πηγή : Τσάρτας (1996)

Ψυχολογικά κίνητρα

Τα κίνητρα αυτά συνδέονται με την διάθεση φυγής και την έντονη ανάγκη για αλλαγή του σύγχρονου ανθρώπου. Αφορούν κυρίως εσωτερικές παρορμήσεις των τουριστών οι οποίοι αισθάνονται την ψυχολογική ανάγκη για φυγή από το ασφυκτικό περιβάλλον των μεγαλουπόλεων. Το σύγχρονο εργασιακό περιβάλλον αλλά και ο κοινωνικός περίγυρος έχουν εξελιχθεί σε πηγές άγχους και έντονων ψυχολογικών πιέσεων που ωθούν τον σύγχρονο άνθρωπο να αναζητήσει διεξόδους και ευχάριστα διαλείμματα μέσα στη δύσκολη πραγματικότητα όπου ζει. Η διάθεση μάλιστα φυγής ενισχύεται και από την πλήξη που νιώθει το άτομο επικοινωνώντας με τα ίδια άτομα και παράλληλα ζώντας σε ένα περιβάλλον το οποίο δεν έχει να του προσφέρει τίποτα καινούργιο. Το ταξίδι και οι διακοπές προσφέρουν αυτή ακριβώς τη δυνατότητα στον τουρίστα να απολαύσει το καινούργιο, το ευχάριστα διαφορετικό και ταυτόχρονα συναρπαστικό. Άλλωστε, η ποικιλία, η εναλλαγή εικόνων, όπως και η διαφοροποίηση – έστω και προσωρινή – από τα στάνταρτ και τους κανόνες συμπεριφοράς των σύγχρονων κοινωνιών, αποτελεί το "αλατοπίπερο" στη ζωή κάθε ανθρώπου.

Ο διευθυντής Έρευνας και Marketing Russ Johnston το θέτει πιο απλά : "ο σπουδαιότερος λόγος πραγματοποίησης ενός ταξιδιού μπορεί να συμπυκνωθεί σε μία μόνο λέξη «φυγή». Φυγή από την καθημερινή βαρετή ρουτίνα, φυγή από το οικογενειακό, το τυπικό, το συνηθισμένο. Φυγή από

τη δουλειά, το αφεντικό, τους πελάτες, το σπίτι, τους γείτονες” (Lundberg, 1990). Τα ψυχολογικά κατά συνέπεια κίνητρα παρακινούν το άτομο να μεταβεί εκεί όπου οι ρυθμοί είναι περισσότερο χαλαροί, εκεί όπου μπορεί να ικανοποιήσει το αίσθημα φυγής και ελεύθερης επιλογής .

Ωστόσο, οι άνθρωποι αν και ευμετάβλητοι τείνουν να συνηθίζουν το περιβάλλον όπου ζουν για χρόνια, τον τρόπο ζωής, τα άτομα με τα οποία συναναστρέφονται καθημερινά. Προτιμάμε το φαγητό της τοπικής κουζίνας, τη μουσική του τόπου απ’ όπου καταγόμαστε, το αρχιτεκτονικό στυλ της χώρας μας ή τις συνήθειες που υπαγορεύονται από τις παραδόσεις μας. Εν τούτοις οι περισσότεροι άνθρωποι δεχόμαστε ευχάριστα την αλλαγή εάν δεν είναι πολύ δραστική και απαιτητική και αν παράλληλα συνοδεύεται από τις ανάλογες ανέσεις. Το ταξίδι και οι διακοπές μπορούν να προσφέρουν τέτοιου είδους αλλαγές .

Στα ψυχολογικά κίνητρα μπορεί να συμπεριληφθεί και μια άλλη ομάδα κινήτρων, αυτά που συνδέονται με τη φαντασία και τη νοσταλγία (Τσάρτας, 1996). Η επιλογή των ταξιδιών που υπαγορεύονται από τα στοιχεία αυτά χαρακτηρίζονται από διαφορετικά καταναλωτικά και κοινωνικά πρότυπα από εκείνα που συνήθως προτιμά ο μέσος τουρίστας. Πλέον, η επιθυμία του τουρίστα να ταξιδέψει ενεργοποιείται από την ανάγκη να υποδυθεί για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα ένα φανταστικό ρόλο βγαλμένο από κάποια ιστορία του παρελθόντος .

Η τουριστική βιομηχανία ανταποκρίθηκε στις ψυχολογικές αυτές επιθυμίες του τουρίστα και οδηγήθηκε στη δημιουργία θεματικών πάρκων τουρισμού και αντίστοιχων υποδομών, όπως μεσαιωνικά κάστρα που έχουν μετατραπεί σε ξενοδοχεία και μονάδες αγροτουρισμού με παραδοσιακούς οικισμούς, ικανοποιώντας έτσι το αίσθημα της νοσταλγίας του τουρίστα που θεωρεί ότι τα χρόνια αυτά ήταν περισσότερο αληθινά ή ηρωικά. Παράλληλα, με την πραγματοποίηση ξεναγήσεων, πολιτιστικών εκδηλώσεων ή αναπαραστάσεων, δίνει στον τουρίστα τη ψευδαίσθηση της συμμετοχής και της φανταστικής ανάπλασης μιας εποχής .

Η συνεχής αναζήτηση του διαφορετικού και η απομάκρυνση από τα τετριμμένα και καθημερινά ενισχύουν ακόμα περισσότερο τα κίνητρα της φαντασίας και της νοσταλγίας, τα οποία με τη σειρά τους αποτελούν μια άλλη πτυχή των κινήτρων φυγής του σύγχρονου τουρίστα .

Κίνητρα που συνδέουν το ταξίδι με το γόητρο και την κοινωνική αναγνώριση

Το ταξίδι μπορεί να θεωρηθεί σαν ένα κοινωνικά αποδεκτό μέσο αναγνώρισης για όσους διαθέτουν τον χρόνο, το χρήμα και την “ενέργεια” για να το πραγματοποιήσουν. Για ένα μάλιστα σημαντικό μέρος του πληθυσμού το ίδιο το τουριστικό ταξίδι αντιπροσωπεύει την υψηλή κοινωνική

θέση εκείνου που το πραγματοποιεί. Επιπλέον, η ταύτιση του τουρίστα με την εικόνα του πετυχημένου ή του πλούσιου είναι ακόμα μεγαλύτερη εάν το ταξίδι πραγματοποιηθεί σε έναν όχι συνηθισμένο προορισμό ή οικονομικά απρόσιτο για τη μεγάλη μάζα των τουριστών. Εάν για παράδειγμα το ταξίδι αυτό γίνει σε κάποιο εξωτικό προορισμό ή σε περιοχή γνωστή για την παρουσία κάποιας ελίτ π.χ. Κυανή Ακτή, τότε το τουριστικό ταξίδι διαφοροποιείται από τα κλασσικά ταξίδια διακοπών και συνδέεται με το κίνητρο του γοήτρου και της κοινωνικής ανόδου .

Αξίζει να σημειωθεί ότι κατά την εκτέλεση ενός ταξιδιού πολλά άτομα επιδιώκουν αυτήν ακριβώς την κοινωνική αναγνώριση για λόγους επίδειξης. Τα άτομα αυτά επιθυμούν να διηγούνται στο εργασιακό τους περιβάλλον σε γείτονες ή φίλους για τα μέρη που επισκέφθηκαν, τα ξενοδοχεία όπου έμειναν ή τους ανθρώπους με τους οποίους συναναστάθηκαν προσδοκώντας να δώσουν μεγαλύτερη αίγλη και γοητεία στο ταξίδι τους και παράλληλα να εντυπωσιάσουν .

Το κίνητρο αυτό έχει βέβαια σαν συνέπεια να ενισχυθούν οι τάσεις μίμησης από τα μεσαία ιδίως στρώματα, τα οποία σπεύδουν να πάνε ένα ταξίδι τουρισμού επειδή αυτό επιτάσσουν τα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα .

Κίνητρα που σχετίζονται με το παιχνίδι και την περιπέτεια

Το τουριστικό ταξίδι μπορεί να ικανοποιήσει μία από τις σημαντικότερες ανάγκες του ανθρώπου, αυτή της αναψυχής ή του παιχνιδιού. Ο τουρίστας επιδιώκει μέσα από το ταξίδι να απελευθερωθεί – έστω και προσωρινά – από τους τυποποιημένους ρόλους που συχνά επιβάλλει η σύγχρονη κοινωνία. Πολλές επιχειρήσεις σήμερα προσανατολίζονται στην ικανοποίηση αυτού ακριβώς του κινήτρου αυξάνοντας ταυτόχρονα τις παρεχόμενες υπηρεσίες που σχετίζονται με την άθληση και την ψυχαγωγία .

Κατά την διάρκεια των διακοπών, οι περισσότεροι τουρίστες υιοθετούν πρότυπα συμπεριφοράς πολύ διαφορετικά που επιβάλλει η ηθική των σύγχρονων κοινωνιών με σκοπό την ψυχική ευχαρίστηση και ελευθερία που εκ των πραγμάτων δεν μπορούν να έχουν στην καθημερινή τους ζωή. Άλλωστε το γεγονός αυτό τονίζεται ακόμα περισσότερο από την αίσθηση της έλλειψης ευθυνών και προβλημάτων που νιώθει κανείς σε ένα τουριστικό περιβάλλον .

Για πολλούς επίσης ανθρώπους το ταξίδι έχει συνδυαστεί με την περιπέτεια και την πρόκληση του αγνώστου. Το ρίσκο και οι κίνδυνοι που κρύβουν ταξίδια σε μακρινούς προορισμούς (όπως το Νεπάλ ή τα δάση του Αμαζονίου) αποτελούν το βασικότερο κίνητρο πραγματοποίησης τέτοιων ταξιδιών. Αυτού του είδους τα κίνητρα απευθύνονται σε ανθρώπους σε ανθρώπους που επιθυμούν

να περάσουν τις διακοπές τους όχι σύμφωνα με τα στάνταρτ που προσβέδουν οι σύγχρονες ταξιδιωτικές συνήθειες, όπως η πληθώρα των προσφερομένων υπηρεσιών, οι άνετες μετακινήσεις και οι παντός τύπου ευκολίες. Άλλωστε, η πολυτέλεια δεν εγγυάται απαραίτητα και την ευχαρίστηση, πόσο μάλλον για τουρίστες που κατευθύνονται από το κίνητρο της περιπέτειας και επιθυμούν να βιώσουν εμπειρίες και καταστάσεις το λιγότερο ασυνήθιστες για τη μεγάλη μάζα των τουριστών, να ξεπεράσουν με άλλα λόγια τους εαυτούς φτάνοντας ορισμένες φορές στα όρια της αντοχής τους .

Η συμμετοχή σε ορειβατικές αποστολές, οι καταδύσεις σε αφιλόξενα νερά και ναυάγια, οι ελεύθερες πτώσεις από ύψος 10.000 ποδών, είναι μερικά παραδείγματα δραστηριοτήτων από τουρίστες που οδηγούμενοι από την περιέργεια και την φαντασία, τολμούν να αναζητήσουν την περιέργεια και την πρόκληση κατά την διάρκεια των διακοπών .

Κίνητρα που συνδέονται με το θρησκευτικό συναίσθημα των ανθρώπων

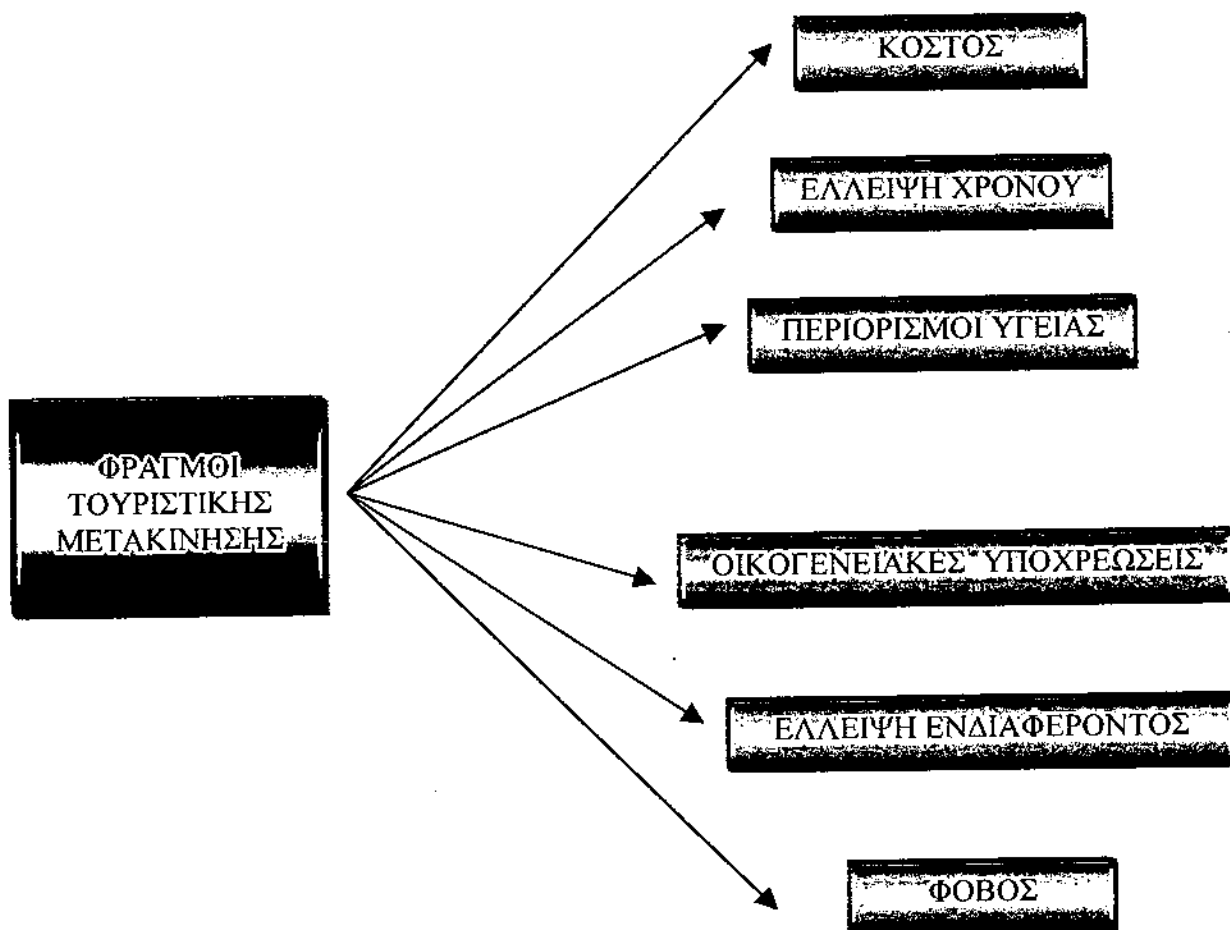
Ο τουρισμός για θρησκευτικούς λόγους υπήρξε μία από τις παλαιότερες και πιο διαδεδομένες μορφές τουριστικής μετακίνησης. Ανεξαρτήτως θεολογικών δογμάτων το θρησκευτικό κίνητρο παραμένει ισχυρό τόσο για Χριστιανούς, όσο για Μουσουλμάνου ή Βουδιστές. Εκατομμύρια άνθρωποι σε όλο τον κόσμο παρακινούμενοι από το θρησκευτικό τους συναίσθημα, ταξιδεύουν στο Βατικανό, τη Μέκκα και άλλους λατρευτικούς τόπους και σύμβολα της πίστης τους. Μάλιστα τα τελευταία χρόνια το θρησκευτικό συναίσθημα – ιδιαίτερα – στον Ευρωπαϊκό χώρο ενισχύθηκε ακόμα περισσότερο μετά την πτώση του υπαρκτικού σοσιαλισμού και την αναθέρμανση των θρησκευτικών διαφορών μεταξύ των λαών (π.χ. πρώην Γιουγκοσλαβία) .

Πέρα όμως από την ικανοποίηση των θρησκευτικών αναγκών, ο τουρισμός βοηθά το άτομο να ανακτήσει την χαμένη του ισορροπία και ηρεμία που ο σύγχρονος τρόπος ζωής του έχει αφαιρέσει (Τσάρτας, 1996) .

Από την άλλη υπάρχουν εξίσου σημαντικοί λόγοι γνωστοί ως αντικίνητρα ή φραγμοί τουριστικής μετακίνησης, οι οποίοι λειτουργούν ανασταλτικά στην επιθυμία του ανθρώπου να ταξιδέψει. Βέβαια, ο σαφής προσδιορισμός κάθε άλλο παρά εύκολη υπόθεση είναι καθώς αρκετοί από τους λόγους που περιορίζουν ένα άτομο να ταξιδέψει είναι ψυχολογικού περιεχομένου και χρήζουν περαιτέρω ανάλυσης (όπως άλλωστε συμβαίνει και με τα κίνητρα). Εδώ θα περιοριστούμε

σε 6 βασικές κατηγορίες φραγμών τουριστικής μετακίνησης (διάγραμμα 1) που κατά τη γνώμη μας είναι και οι σημαντικότερες¹⁴ :

Διάγραμμα 1
Φραγμοί Τουριστικής Μετακίνησης



¹⁴ Ηγουμενάκης – Κραβαρίτης – Λύτρας: **Εισαγωγή στον Τουρισμό**, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1998, σελ.59

Κόστος : Το κόστος αποτελεί έναν από τους σοβαρότερους περιοριστικούς παράγοντες πραγματοποίησης ενός τουριστικού ταξιδιού. Ο μέσος τουρίστας με τις περιορισμένες οικονομικές δυνατότητες είναι υποχρεωμένος να επιλέξει αυτόν το τύπο διακοπών που να ανταποκρίνεται στο εισόδημα του. Αναλόγως επιλέγει και τον τόπο που θα επισκεφθεί. Πολυήμερες διακοπές σε εξωτικούς προορισμούς, πολυτελή ξενοδοχεία, κρουαζιέρες κ.λ.π, συνεπάγονται κόστος μάλλον απαγορευτικό για την τσέπη του μέσου τουρίστα. Βέβαια, σήμερα παρατηρείται μια υπερπροσφορά τουριστικών πακέτων που απευθύνονται σε τουρίστες κάθε τύπου και οικονομικής τάξης, γεγονός που έχει καταστήσει τον τουρισμό ένα καταναλωτικό αγαθό προσιτό σχεδόν σε όλους .

Έλλειψη χρόνου : Τόνισαμε και σε προηγούμενο κεφάλαιο ότι η ύπαρξη ή μη ελεύθερου χρόνου καθορίζει σε μεγάλο ποσοστό τη δυνατότητα πραγματοποίησης ενός τουριστικού ταξιδιού. Στην εποχή μας όπου ο μέσος εργαζόμενος είναι υποχρεωμένος να δουλεύει για μεγάλα χρονικά διαστήματα, ο χρόνος συνιστά ένα από τα σημαντικότερα αγαθά η σωστή αξιοποίηση του οποίου λειτουργεί ευεργετικά τόσο για την σωματική, όσο και για την ψυχική του υγεία. Κατά συνέπεια, όσο μικρότερα είναι τα περιθώρια ελεύθερου χρόνου, τόσο μικρότερη είναι και για τον άνθρωπο η δυνατότητα ικανοποίησης των τουριστικών του αναγκών .

Περιορισμοί υγείας : Άτομα με σοβαρά προβλήματα υγείας, με αναπηρίες κ.λ.π, εκ των πραγμάτων δεν έχουν πολλές ευκαιρίες για τουρισμό. Πολλά μάλιστα από αυτά είναι υποχρεωμένα να περνούν το μεγαλύτερο διάστημα του χρόνου καθηλωμένα στο σπίτι τους, εκτός εάν η οικονομική τους επιφάνεια είναι τέτοια που να τους επιτρέπει να πραγματοποιούν διάφορες ειδικές μορφές τουρισμού, όπως τουρισμό υγείας, ιαματικό ή θεραπευτικό τουρισμό, όπως αλλιώς είναι γνωστός .

Οικογενειακή κατάσταση : Οι οικογένειες αντιμετωπίζουν συχνά προβλήματα στις μετακινήσεις τους, ιδίως όταν και οι δύο γονείς είναι εργαζόμενοι και τα παιδιά μικρά. Πρέπει να λαμβάνουν διάφορα πράγματα υπόψη τους όπως τη χρονική διάρκεια του ταξιδιού, το μέρος που θα επισκεφθούν, το μεταφορικό μέσον που θα χρησιμοποιήσουν. Προφανώς, μακρινοί τουριστικοί προορισμοί ή περιοχές με ελλειπή ή ανύπαρκτη νοσοκομειακή περίθαλψη, αποκλείονται. Οι tour operators συνειδητοποιώντας τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι οικογένειες, ανέπτυξαν τον λεγόμενο οικογενειακό τουρισμό. Οικονομικά τουριστικά πακέτα, ειδικές εκπτώσεις για παιδιά και

προορισμοί που διαθέτουν την κατάλληλη υποδομή για την ανάπτυξη οικογενειακού τουρισμού κατέστησαν τα ταξίδια περισσότερο ελκυστικά για τους γονείς και τα παιδιά τους .

Έλλειψη ενδιαφέροντος : Ένα μεγάλο κομμάτι των εν δυνάμει τουριστών έχουν μερική ή και πλήρη άγνοια για τους διάφορους τουριστικούς προορισμούς, αλλά κυρίως για τις ευκαιρίες, την ικανοποίηση και τις ευχάριστες εμπειρίες που προσφέρει το τουριστικό ταξίδι. Η έλλειψη αυτή πληροφόρησης έχει σαν αποτέλεσμα πολλοί απ' αυτούς να έχουν ταξιδέψει ελάχιστα ή και καθόλου στη ζωή τους και κατά συνέπεια οι περισσότεροι έχουν πολύ μικρή γνώση αλλά και ενδιαφέρον για όλα όσα ένα τουριστικό ταξίδι μπορεί να τους προσφέρει .

Φόβος : Υπάρχει μια αρκετά μεγάλη κατηγορία ανθρώπων που για λόγους ψυχολογικούς ή καλύτερα φοβίας αρνούνται να μετακινηθούν τουριστικά, πόσο μάλλον να πραγματοποιήσουν ένα μεγάλο ταξίδι στο εξωτερικό. Έτσι άτομα που φοβούνται τα αεροπορικά ταξίδια, σπάνια αποφασίζουν να ταξιδέψουν σε περιοχές όπου το μεταφορικό μέσο είναι αποκλειστικά το αεροπλάνο. Αντίστοιχα, υπάρχουν άτομα που φοβούνται να ταξιδέψουν με άλλα μέσα και στην περίπτωση που δεν υπάρχουν εναλλακτικά μεταφορικά μέσα προτιμούν να μην ταξιδέψουν καθόλου. Από την άλλη ο φόβος του πολέμου, των πολιτικών αναταραχών, των επιδημιών ή η αρνητική φήμη που έχει ένας προορισμός, αποτελούν εξίσου σημαντικούς περιοριστικούς παράγοντες πραγματοποίησης ενός τουριστικού ταξιδιού .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ II

ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο περισσότερος κόσμος αντιλαμβάνεται τον τουρισμό απλά ως ένα μέσο ξεκούρασης και διακοπών, λίγοι γνωρίζουν τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για την ανάπτυξη του και ακόμα λιγότεροι τις συνέπειες που βραχυπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα προκύπτουν απ' αυτόν. Ο τουρισμός όπως άλλωστε είδαμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο είναι ένα πολυσύνθετο φαινόμενο με θετικές και αρνητικές προεκτάσεις για κάθε περιοχή. Πολλοί, ωστόσο καταλήγουν στο μάλλον απλοϊκό συμπέρασμα ότι από τη στιγμή που ο τουρισμός φέρνει χρήματα τότε η ανάπτυξη του θεωρείται επιβεβλημένη, αγνοώντας την αρνητική πλευρά του φαινομένου και τις παρενέργειες που ποικίλουν για κάθε περιοχή .

Με μια πρώτη ματιά πάντως βλέπουμε ότι ο τουρισμός συμμετέχει ενεργά στην οικονομική ζωή του τόπου βοηθώντας την αναζωογόνηση της τοπικής οικονομίας, αυξάνοντας το εισόδημα του ντόπιου πληθυσμού και συμβάλλοντας στην ανάπτυξη και άλλων κλάδων της οικονομικής και επαγγελματικής δραστηριότητας. Παράλληλα, συμβάλει στην κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη φέρνοντας σε επαφή λαούς, κοινωνίες και πολιτισμούς .

Είναι όλα αυτά ο τουρισμός ; Οπωσδήποτε ναι. Αλλά τόσο ο ιδιωτικός όσο και ο δημόσιος φορέας είτε αδιαφόρησαν, είτε συνειδητά παρέβλεψαν την αναμφισβήτητη αρνητική πλευρά του τουρισμού. Το αποτέλεσμα αυτής της συχνά ανεύθυνης ή συμφεροντολογικής συμπεριφοράς ήταν μην ληφθούν υπόψη οι δυσμενείς επιδράσεις της τουριστικής παρέμβασης στο φυσικό περιβάλλον και τα οικοσυστήματα, στην πολιτιστική κληρονομιά, στην τοπική κοινωνία και φυσικά στην οικονομία (πληθωριστικές τάσεις, μονόπλευρη ανάπτυξη, εγκατάλειψη άλλων παραγωγικών δραστηριοτήτων) .

Φυσικά όλα αυτά δεν έγιναν τυχαία ούτε από την μια στιγμή στην άλλη. Αντίθετα ήταν προϊόν της άναρχης, αυθαίρετης και απρογραμματίστης τουριστικής ανάπτυξης που σαν στόχο είχε το γρήγορο οικονομικό όφελος. Μέσα σε λίγα χρόνια άνθρωποι, φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον έγιναν αντικείμενο εκμετάλλευσης από μια μεγάλη μερίδα επιχειρηματιών οι οποίοι τους μετέτρεψαν σε ένα εξαιρετικά επικερδές τουριστικό προϊόν .

Στο κεφάλαιο αυτό δεν θα επιχειρήσουμε ούτε να εκθειάσουμε, αλλά ούτε και να δαιμονοποιήσουμε το τουριστικό φαινόμενο, θα προσπαθήσουμε να καταγράψουμε όσο το δυνατόν αναλυτικότερα το σύνολο των θετικών και αρνητικών επιδράσεων του τουρισμού και τα αίτια που τις προκαλούν .

A. ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΡΜΗΝΕΙΑΣ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΔΡΑΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ένα από τα πρώτα αντικείμενα μελέτης από την Κοινωνιολογία του τουρισμού, υπήρξε η καταγραφή και ανάλυση των κοινωνικών επιπτώσεων. Άλλωστε, το κοινωνικό πεδίο διερεύνησης έχει ήδη αποτελέσει αντικείμενο επιστημονικής έρευνας εδώ και 30 περίπου χρόνια σε διεθνή κλίμακα (Λύτρας, 1998), γεγονός που φανερώνει ότι η κοινωνιολογική ανάλυση του τουρισμού δεν υπολείπεται σε σημασία της οικονομικής .

Με την έννοια των κοινωνικών επιπτώσεων αναφερόμαστε στο σύνολο των κοινωνικών αλλαγών που άμεσα ή έμμεσα επιφέρει ο τουρισμός στην τοπική κοινωνία¹⁵. Η μελέτη των κοινωνικών επιπτώσεων προϋποθέτει την έρευνα σε βάθος όλων αυτών των στοιχείων που συνθέτουν την κοινωνική και οικονομική δομή της τουριστικής περιοχής. Παράλληλα, απαιτεί την ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν τη πορεία της τουριστικής ανάπτυξης, αλλά και το εύρος των κοινωνικών αλλαγών στην περιοχή που εμφανίζονται .

Η κοινωνιολογική προσέγγιση του τουριστικού φαινομένου και η μελέτη των επιπτώσεων που αυτό προκαλεί στους τόπους φιλοξενίας τουριστών, ξεκίνησε κατά τη δεκαετία του '60 και συνεχίστηκε την επόμενη δεκαετία, ιδίως στις αναπτυσσόμενες χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής. Βασικό αντικείμενο της μελέτης αυτής υπήρξε η προσπάθεια ερμηνείας των κοινωνιολογικών διαστάσεων του τουρισμού. Ωστόσο, στοιχεία που απασχόλησαν έντονα την επιστημονική έρευνα, υπήρξε η ίδια η κοινωνία, ο τρόπος ζωής, η χωροταξική και αρχιτεκτονική δόμηση, η σχέση ανθρώπου - περιβάλλοντος καθώς επίσης η οργάνωση και διοίκηση (Ηγουμενάκης -Κραβαρίτης - Λύτρας, 1998) .

¹⁵ Πάρις Τσάρτας: Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό, Εκδόσεις Εξάντας, Αθήνα 1996, σελ.257

Αναφορικά, με τις κοινωνικές επιδράσεις τα στοιχεία που ερευνήθηκαν ως επί το πλείστον, ήταν το είδος των κοινωνικών αλλαγών και ο βαθμός επίδρασης τους στις τοπικές κοινωνίες, τα αποτελέσματα της επαφής των ντόπιων με τους τουρίστες και το είδος του τουρισμού και των επισκεπτών που συνδέονται περισσότερο με τις κοινωνικές επιπτώσεις. Επίσης, ερευνήθηκαν παράγοντες που επηρεάζουν τη λεγόμενη κοινωνική και επαγγελματική κινητικότητα στους τουριστικούς προορισμούς, η έκταση και η δυναμική των κοινωνικών επιδράσεων που εμφανίζονται συχνότερα και η σύγκριση αυτών σε περιοχές που παρουσιάζουν παρόμοια οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά. Τέλος, ασχολήθηκαν με ζητήματα που αφορούν την τοπική κοινωνική ανάπτυξη, το περιβάλλον, τον πολιτισμό .

Οι κοινωνικές επιπτώσεις σε μια χώρα υποδοχής ενός μεγάλου αριθμού τουριστών, οι οποίοι μοιράζονται διαφορετικά συστήματα αξιών, είναι ένα θέμα στο οποίο έχει δοθεί μεγάλη προσοχή από τους κοινωνιολόγους αλλά και από όσους έχουν την ευθύνη του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης στις χώρες του τρίτου κόσμου (McIntosh – Goeldner, 1986). Από σχετικές έρευνες προκύπτει ότι η ένταση των κοινωνικών επιδράσεων γίνεται περισσότερο αισθητή στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες, αλλά όχι μόνο σ' αυτές. Για παράδειγμα ο τουρισμός ευθύνεται για μια σειρά κοινωνικών προβλημάτων όπως η αύξηση της εγκληματικότητας σε περιοχές όπου το κοινωνικό και βιοτικό επίπεδο είναι γενικά υψηλό (Λονδίνο, Νέα Υόρκη, Μόντε Κάρλο κ.λ.π) .

Ωστόσο, η ένταση των κοινωνικών επιδράσεων τείνει να γίνει μεγαλύτερη στις αναπτυσσόμενες χώρες και ιδιαίτερα στις αγροτικού τύπου οικονομίες, οι οποίες στηρίζουν το σύνολο σχεδόν της ανάπτυξης τους στον οργανωμένο μαζικό τουρισμό. Επιπλέον, η σφοδρότητα των κοινωνικών επιπτώσεων γίνεται εντονότερη στις περιπτώσεις όπου τοπικές κοινωνίες με παραδοσιακούς κώδικες επικοινωνίας, αρχές και παραδόσεις (δηλαδή αναπτυσσόμενου τύπου οικονομίες), αφομοιώνουν πλήρως αυτό το μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης. Το φαινόμενο αυτό γίνεται περισσότερο έντονο από τη στιγμή μάλιστα που κρατικοί θεσμοί και οι μηχανισμοί ελέγχου στις περιοχές αυτές δεν επαρκούν για περιορίσουν τις συνέπειες που προκύπτουν, όταν ο τουρισμός αναπτύσσεται γρήγορα απρογραμματίιστα και ανορθόδοξα .

Παρ' όλα αυτά οι κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού πλήττουν εξίσου καταλυτικά σε αρκετές περιπτώσεις, ακόμα και προορισμούς που ανήκουν στις λεγόμενες ανεπτυγμένες χώρες, βασικό χαρακτηριστικών των οποίων είναι η πληθώρα των τουριστικών πόρων. Εν τούτοις η ισομερής ανάπτυξη και άλλων παραγωγικών κλάδων της τοπικής οικονομίας, αμβλύνει και διαφοροποιεί από τόπο σε τόπο την ένταση των επιδράσεων του τουρισμού .

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

Σε αυτό έρχεται να προστεθεί η ύπαρξη αξιόπιστων μεθόδων ελέγχου της τουριστικής ανάπτυξης, η ομαλή είσοδος του τουρισμού στην τοπική οικονομία και η μη υιοθέτηση του οργανωμένου μαζικού τουρισμού ως μοναδικού προτύπου ανάπτυξης της περιοχής. Κατά συνέπεια όταν μιλάμε για κοινωνικές επιδράσεις αναφερόμαστε περισσότερο στις αναπτυσσόμενες οικονομίες, οι οποίες είναι περισσότερο δεκτικές στη απότομη και πολλές φορές επισφαλή είσοδο του τουρισμού σε αυτές .

Γίνεται πλέον αντιληπτό ότι ο τουρισμός παρά την αναμφισβήτητη ώθηση που δίνει στην τοπική οικονομία, δεν έχει μόνο οικονομικές προεκτάσεις αλλά κοινωνικές και κατ' επέκταση πολιτιστικές και περιβαλλοντικές, ο βαθμός έντασης των οποίων καθορίζει και την αποτελεσματικότητα της τουριστικής πολιτικής που έχει ακολουθηθεί .

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ ΛΟΓΩ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η τουριστική ανάπτυξη όπως και κάθε άλλη μορφή τουριστικής ανάπτυξης προκαλεί σημαντικές διαφοροποιήσεις σε μια περιοχή, σε έναν προορισμό ή μια χώρα. Το τουριστικό φαινόμενο επιφέρει τόσο οφέλη, όσο και μια σειρά προβλημάτων στην τοπική κοινωνία και στο πολιτιστικό της υπόβαθρο. Οι επιδράσεις αυτές έχουν κοινωνικό, πολιτιστικό καθώς και περιβαλλοντικό αντίκτυπο, ενώ όπως έχει αναφερθεί είναι ιδιαίτερα σημαντικές για χώρες με παραδοσιακές κοινωνίες και οικονομίες .

Μία από τις πλέον σημαντικές επιπτώσεις είναι το σύνολο των κοινωνικών μεταβολών που επέρχονται σε ένα τόπο λόγω του τουρισμού, φαινόμενο που συναντάται συχνά στην επαρχία και λιγότερο στα μεγάλα αστικά και βιομηχανικά κέντρα .

Μία πρώτη διαφοροποίηση που παρουσιάζεται λόγω της ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού, είναι η επικράτηση των οργανωμένων (γκρουπαρισμένων) τουριστών έναντι των μεμονωμένων που επισκέπτονται αρχικά τον τόπο (Λύτρας, 1998) .

Ωστόσο, οι κυριότερες κοινωνικές (και όχι μόνο) αλλαγές που επέρχονται σαν συνέπεια της τουριστικής ανάπτυξης είναι οι ακόλουθες :

- Αλλαγές στα ήθη και τα έθιμα στους οικογενειακούς θεσμούς τις παραδόσεις και εν γένει στους κατοίκους περιοχών όπου ο τουρισμός αναπτύσσεται με υπερβολικά ταχείς ρυθμούς .

- Αλλαγές στις εργασιακές σχέσεις με την δημιουργία μιας έντονης εργασιακής και επαγγελματικής κινητικότητας η οποία οδηγεί σε μια σειρά από κοινωνικές ανακατατάξεις. Παράλληλα, διαμορφώνει τη βάση για την εμφάνιση νέων επαγγελματικών κατηγοριών στα πλαίσια της τουριστικής ανάπτυξης (Τσάρτας, 1996). Σαν συνέπεια όλων αυτών παρατηρούμε τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, την εγκατάλειψη του αγροτικού τρόπου ζωής με τους παραδοσιακούς ρυθμούς της υπαίθρου και την αναζήτηση και δεύτερης δουλειάς για την συμπλήρωση του εισοδήματος .
- Αλλαγές στην χωροταξία και το φυσικό περιβάλλον οι οποίες αλλοιώνουν τον πολεοδομικό και αρχιτεκτονικό χαρακτήρα της περιοχής με τον πολλαπλασιασμό των τουριστικών εγκαταστάσεων εμπορικών καταστημάτων και των πάσης φύσεως οικοδομών. Επίσης, η καταστροφή των φυσικών πόρων γίνεται άμεσα ορατή σε περιοχές όπου αδυνατούν να αντεπεξέλθουν στον δεκαπλασιασμό του τουριστικού πλήθους κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου .
- Αλλαγές στην οργανωτική και διοικητική δομή λόγω της συσπείρωσης των τοπικών παραγόντων και της ανάπτυξης πρωτοβουλιών τόσο από κρατικούς, όσο και από επαγγελματικούς φορείς, με σκοπό την επιμόρφωση των κατοίκων, την προστασία του περιβάλλοντος, την διεθνή προβολή .
- Αλλαγές στην τοπική οικονομία, όπου μέσω του τουρισμού αλλάζουν τα οικονομικά δεδομένα, δημιουργούνται νέες οικονομικές τάξεις (ενισχύεται η μεσαία), ενώ παρατηρείται μια εγκατάλειψη των παραδοσιακών οικονομικών δραστηριοτήτων και μια στροφή του εργατικού δυναμικού στα τουριστικά επαγγέλματα .

Όπως γίνεται αντιληπτό οι κοινωνικές αλλαγές που εμφανίζονται ως αποτέλεσμα της τουριστικής ανάπτυξης συνεπάγονται μια σειρά επιδράσεων τόσο θετικών, όσο και δυσμενών για τον τουριστικό προορισμό. Η επικράτηση της μιας ή της άλλης ομάδας επιδράσεων εξαρτάται από την τουριστική πολιτική που εφαρμόζεται κατά περίπτωση. Συνεπώς όπου συναντούμε φαινόμενα

πλημμελούς ελέγχου από την επίσημη πολιτεία και τους τοπικούς φορείς, καθώς και όπου η ανάπτυξη γίνεται με τρόπο άναρχο και απρογραμματίστο επικρατούν οι αρνητικές επιπτώσεις. Αντίθετα, όπου η εφαρμογή της τουριστικής πολιτικής γίνεται με ορθολογικά κριτήρια με σωστούς ελέγχους και σεβασμό των ισχυόντων νόμων και θεσμών, επικρατούν οι θετικές επιπτώσεις που προκαλεί η κοινωνική αλλαγή σε έναν τουριστικό τόπο .

ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ – ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ – ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου σε μια περιοχή συνεπάγεται μια σειρά θετικών επιδράσεων για τα μέλη της τοπικής κοινωνίας, η οποία προσδοκά μέσω του τουρισμού την οικονομική και κοινωνική της εξέλιξη .

Σε πρώτη φάση παρατηρούμε ότι ο τουρισμός προκαλεί μια έντονη κοινωνική και επαγγελματική κινητικότητα που σαν αποτέλεσμα έχει τη δημιουργία νέων επαγγελματικών κατηγοριών και την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Φορείς αυτής της κινητικότητας είναι κατά κύριο λόγο είναι οι νέοι, αλλά και όσοι άμεσα συνδέονται με τον τουρισμό, δύο διαφορετικές δηλαδή κοινωνικές ομάδες οι οποίες όμως συμμετέχουν από κοινού στην ανάπτυξη του τουρισμού σε μια περιοχή. Η ενεργή συμμετοχή στην οικονομική ζωή του τόπου διαμέσου του τουρισμού, η αύξηση των εισοδημάτων και του βιοτικού τους επιπέδου, καθώς και η εδραίωση και επέκταση των επαγγελματικών τους δραστηριοτήτων, συνδέεται άμεσα με την άνοδο τους στην κοινωνική ιεραρχία. *Κατά συνέπεια ο τουρισμός γίνεται η βάση για την κοινωνική ανέλιξη διαφόρων κοινωνικών ομάδων που άμεσα ή έμμεσα συνδέονται με τον τουρισμό (Τσάρτας, 1996)*. Παράλληλα, παρατηρούμε την αργή αλλά σταθερή αστικοποίηση των τουριστικών περιοχών με κύριο χαρακτηριστικό την διεύρυνση της λεγόμενης “μεσαίας” τάξης και την μεταβολή της κοινωνικής διαστρωμάτωσης στις περιοχές αυτές .

Μία επιπλέον θετική επίδραση του τουρισμού είναι η ενίσχυση του ρόλου της γυναίκας στην σύγχρονη κοινωνία. Η θέση της γυναίκας στις αγροτικές ιδίως περιοχές ήταν συχνά υποβαθμισμένη και περιθωριακή. Με την ανάπτυξη του τουρισμού επιτυγχάνεται η κοινωνική της χειραφέτηση και η οικονομική της ανεξαρτησία, αναλαμβάνει ουσιαστικές πρωτοβουλίες στην οικονομική ζωή του τόπου και καταλαμβάνει καίριες θέσεις σε τουριστικές μονάδες και οργανισμούς. Ωστόσο, παρατηρείται ακόμα το φαινόμενο η οικονομική ανεξαρτησία των γυναικών να μην συνοδεύεται πάντα και από αντίστοιχη κοινωνική. Αυτό συμβαίνει συνήθως σε αυστηρά κοινωνικά δομημένες

περιοχές, όπου οι θρησκευτικές παραδόσεις και τα κοινωνικά χαρακτηριστικά δεν επιδέχονται αμφισβήτηση (Μουσουλμανικές χώρες, αγροτικές περιοχές κ.λ.π) .

Παράλληλη με της γυναίκας ήταν η πορεία των νέων οι οποίοι αυτονομήθηκαν οικονομικά και ανεξαρτητοποιήθηκαν μερικώς από την οικογένεια, στα πλαίσια της οποίας συχνά έρχονται σε σύγκρουση για δικαιώματα και της επιλογές τους. Εν τούτοις οι νέοι εξελίσσονται στο πιο δημιουργικό και ελπιδοφόρο ίσως κομμάτι του τουριστικού κλάδου, βοηθώντας παράλληλα την οικογένεια να ανοιχτεί στις ευκαιρίες που προσφέρει ο τουρισμός .

Επιπλέον, ο τουρισμός γίνεται φορέας τεχνολογικών εξελίξεων και καινοτομιών, συνεισφέρει ουσιαστικά στην βελτίωση των υπηρεσιών και υποδομών στην περιοχή, συνδράμει στην αύξηση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων και συμβάλει ώστε τουριστικός τόπος να ανοιχτεί στα μηνύματα της εποχής και την πληροφόρηση των μέσων ενημέρωσης. Όλα τα παραπάνω αποτελούν τη βάση για τη δημιουργία νέων κοινωνικών απαιτήσεων για καλύτερη εκπαίδευση, αύξηση των κοινωνικών παροχών και εκσυγχρονισμό των υπηρεσιών. Τα φαινόμενα αυτά οδηγούν στην πρόοδο της παραγωγικής και κοινωνικής δομής του τόπου .

«Πλέον το άτομο λειτουργώντας μέσα σε θεσμούς όπως ο τουρισμός, έχει τη δυνατότητα επιλογής και διαμόρφωσης πιστεύω, θέλω και αξιών τις οποίες δεν θα μπορούσε να προσεγγίσει χωρίς την χρησιμοποίηση της τουριστικής μετακίνησης ως μέσο» (Ηγουμενάκης – Κραβαρίτης – Λύτρας, 1998). Επιπλέον, «ο τουρισμός συμβάλει στην ικανοποίηση βαθύτερων ενστίκτων του ανθρώπου όπως η περιέργεια» (Λύτρας, 1998), καθώς και της ανάγκης συναναστροφής με άτομα που προέρχονται από διαφορετικό περιβάλλον. Συμβάλει με άλλα λόγια στην κοινωνικοποίηση του ατόμου .

Τέλος, συχνά παρατηρούμε μεγάλες πολιτισμικές και κοινωνικές διαφορές μεταξύ των τουριστών και των κατοίκων των περιοχών που επισκέπτονται, όπως διαφορές στη γλώσσα, στη θρησκεία, το ντύσιμο ή ακόμα στους κώδικες ηθικής και επικοινωνίας. Οι συναντήσεις μεταξύ των δύο, μπορεί θεωρητικά τουλάχιστον να οδηγήσουν σε μια μεγαλύτερη κατανόηση των πιστεύω και των αξιών των κατοίκων άλλων χωρών, γεγονός που ενθαρρύνει την ανταλλαγή ιδεών και την καλλιέργεια ενός κλίματος συνεννόησης μεταξύ των λαών .

Στο πλαίσιο αυτό ο τουρισμός προωθεί έννοιες όπως η «παγκόσμια ειρήνη και κατανόηση», η «εμπέδωση της διεθνούς ύφεσης και συνεργασίας» και η «προώθηση μιας παγκόσμιας κοινότητας», παράλληλα με την άμβλυνση των διαφορών σε πολιτισμικό, κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο .

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε ότι οι διαφωνίες μεταξύ των κοινωνικών ομάδων μπορούν να μειωθούν μέσα από τη γνωριμία και την εκμάθηση των σημαντικότερων στοιχείων του συστήματος αξιών της κάθε ομάδας. Ο τουρισμός προσφέρει την ευκαιρία να πραγματοποιηθεί αυτή η γνωριμία και η εκμάθηση (Gartner, 1990).

Ωστόσο, υπάρχει και η άλλη όψη του νομίσματος με την οποία τείνουν να συμφωνήσουν πολλοί μελετητές αλλά και πολέμιοι του τουριστικού φαινομένου. Ο τουρισμός δεν έχει μόνο θετικές συνέπειες για τον τουριστικό τόπο, αντίθετα παρουσιάζει μια σειρά από αρνητικότερες επιπτώσεις ιδιαίτερα όπου χάνεται το μέτρο και η ανάπτυξη του κλάδου γίνεται με τρόπο πρόχειρο και αλόγιστο.

Σε πρώτη φάση η συνεχής εισροή χρημάτων από την πραγματοποίηση τουριστικών δραστηριοτήτων, έχει σαν συνέπεια την πλήρη αστικοποίηση του τρόπου ζωής των παραδοσιακών κοινωνιών. Η ταχύτατη αυτή αύξηση των εισοδημάτων οδηγεί σε έντονα φαινόμενα καταναλωτισμού, ιδιαίτερα στο χώρο των επιχειρηματιών που συνδέονται με τον τουρισμό, αλλά και στους νέους που υιοθετούν τον τρόπο ζωής που η τουριστική περίοδος επιβάλλει (διασκέδαση, ελεύθερος χρόνος, επιδεικτική κατανάλωση) (Τσάρτας, 1996).

Το φαινόμενο που ακολουθεί είναι η αλλοτρίωση των παραδοσιακών θεσμών (μεταξύ των οποίων και αυτού της οικογένειας) γεγονός που συνδέεται με τον μιμητισμό και την υιοθέτηση από πλευράς νέων του τρόπου συμπεριφοράς και του συστήματος αξιών των τουριστών, οι οποίοι φέρνουν μαζί τους νέα κοινωνικά πρότυπα, ξένα προς τη κουλτούρα και τις παραδόσεις της τοπικής κοινωνίας. Αυτές ακριβώς οι διαφορές στις παραδόσεις, τη θρησκεία και ιδιαίτερα τη γλώσσα, μπορεί να οδηγήσουν σε έντονες ενοχλήσεις και παρεξηγήσεις μεταξύ ντόπιων κατοίκων και τουριστών.

Στο σημείο αυτό πρέπει να παρατηρήσουμε ότι όσο μεγαλύτερες είναι οι διαφορές σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο, τόσο πιο εμφανείς γίνονται οι κοινωνικές επιπτώσεις. Το φαινόμενο αυτό γίνεται αντιληπτό από το γεγονός ότι οι οικονομικά ασθενέστερες περιοχές είναι περισσότερο ευάλωτες στα νέα ήθη και πρότυπα που φέρνει μαζί του ο σύγχρονος τουρίστας. Όπου το επίπεδο διαβίωσης είναι χαμηλότερο από αυτό των τουριστών, τότε μοιραία οδηγούμαστε στη μίμηση και την αντιγραφή.

Στις μέρες μας ο τουρισμός έχει συνδεθεί με την αλόγιστη σπατάλη χρημάτων και την διαρκή απόλαυση από κάθε είδους καταναλωτικές δραστηριότητες. Συχνά τουρίστες με μεγάλη οικονομική επιφάνεια οδηγούνται σε μια επίδειξη ισχύος έναντι, των ντόπιων, γεγονός που επιδρά καταλυτικά

στη συμπεριφορά και την ψυχοσύνθεση των νέων της τοπικής κοινότητας, που οδηγούνται με την σειρά τους σε ένα είδος καταναλωτικής επίδειξης, ταυτίζοντας την κοινωνική άνοδο με την κατοχή εισοδημάτων .

Αυτό έχει σαν επακόλουθο την εγκατάλειψη των παραδοσιακών οικογενειακών επιχειρήσεων, την εγκατάλειψη του πρωτογενή τομέα και του παραδοσιακού τρόπου ζωής, την στροφή των νέων προς τα τουριστικά επαγγέλματα και την συνεχή μετακίνηση από την ύπαιθρο προς τις αστικοποιημένες τουριστικές περιοχές .

Πλέον αμφισβητείται έντονα ο ρόλος της οικογένειας, ενώ η οικονομική χειραφέτηση γυναικών και νέων γίνεται αφορμή για εσωτερικές συγκρούσεις, καθώς έρχεται σε αντίθεση προς τον παραδοσιακό τρόπο λειτουργίας των τοπικών κοινωνιών. Επιπλέον, η ολοένα αυξανόμενη συμμετοχή των νέων στις τουριστικές δραστηριότητες λόγω του πιθανού εισοδήματος από τον τουρισμό, έστω και αν αυτό είναι προσωρινό και βραχυπρόθεσμο, αντιμετωπίζεται ορισμένες φορές ως πιο σημαντικό γεγονός από την ολοκλήρωση των σπουδών (Ward, 1994). Παράλληλα, πολλές περιοχές που είχαν στηρίξει άλλοτε την ανάπτυξη τους στις τοπικές τέχνες και την λαογραφία, οδηγούνται σε οικονομικό και πολιτισμικό μαρασμό, αφού οι νέοι έχουν πάψει να ασχολούνται με τις παραδοσιακές εργασίες και αρκούνται στην ευκαιριακή τουριστική απασχόληση .

Ένα ακόμη σημείο που αξίζει της προσοχής μας είναι οι οικονομικές και επαγγελματικές παραμορφώσεις που σημειώνονται στους τουριστικούς προορισμούς. Οικονομικές αλλοιώσεις μπορούν να λάβουν χώρα γεωγραφικά, εάν η ανάπτυξη επικεντρωθεί σε ορισμένες μόνο περιοχές της χώρας. Το γεγονός αυτό μπορεί να προξενήσει αντιδράσεις από τους κατοίκους περιοχών που δεν έχουν περιληφθεί στις τουριστικές ζώνες (της χώρας) και ουσιαστικά έχουν αφεθεί στη τύχη τους. Αλλά ακόμα και εντός τουριστικών ζωνών μπορεί να προκληθούν συγκρούσεις μεταξύ των κατοίκων που κερδίζουν υψηλά εισοδήματα από τον τουρισμό και αυτών που παραμένουν άνεργοι ή απασχολούνται σε εργασίες με μειωμένες απολαβές. Επαγγελματικές παραμορφώσεις είναι δυνατόν να προξενηθούν εάν ο τουρισμός απορροφήσει εργατικό δυναμικό από άλλους οικονομικούς τομείς αποδυναμώνοντας έτσι σημαντικές επαγγελματικές δραστηριότητες για την περιοχή όπως για παράδειγμα η γεωργία και η αλιεία (Inskoop) .

Συγκρούσεις όμως είναι δυνατόν να προκληθούν και μέσα στην οικογένεια, ιδίως όταν τα νεαρότερα μέλη κερδίζουν περισσότερα χρήματα από την ενασχόληση τους με τον τουρισμό, συγκριτικά με τον αρχηγό της οικογένειας ο ρόλος του οποίου αμφισβητείται πλέον ανοιχτά .

Υπάρχει επίσης ένας αριθμός λιγότερων άμεσων και ίσως λιγότερο ορατών συνεπειών για τους τουριστικούς προορισμούς. Καθώς ολοένα και περισσότεροι προορισμοί “πακετάρονται” για πλούσιους τουρίστες ως αποτέλεσμα του οργανωμένου μαζικού τουρισμού¹⁶, παρουσιάζεται το φαινόμενο της εξάρτησης των περιοχών αυτών από τις χώρες προέλευσης των τουριστών. Πρόκειται για ένα φαινόμενο που είναι συχνότερο στις αναπτυσσόμενες χώρες που δεν διαθέτουν δική τους τουριστική βιομηχανία. Αντίθετα, εξαρτώνται από τις επιχειρήσεις του ανεπτυγμένου κόσμου για την εισροή του τουρισμού στη περιοχή, την ανέργεια εγκαταστάσεων και την διαχείριση της βιομηχανίας. Το αποτέλεσμα είναι μια αυξημένη διαρροή αφού τα τουριστικά χρήματα δεν παραμένουν στη περιοχή για περαιτέρω ανάπτυξη ή αύξηση των εισοδημάτων, αλλά επιστρέφουν στις πολυεθνικές εταιρίες που διαχειρίζονται τις τουριστικές εγκαταστάσεις και προσφέρουν τις μεταφορικές υπηρεσίες (Gartner, 1990). Το γεγονός αυτό έχει χαρακτηριστεί και ως “νεοαποικιοκρατία”, ενώ οι σχέσεις εξάρτησης μεταξύ τουριστών και ντόπιων επιτείνονται από την εμπορευματοποίηση των κοινωνικών και πολιτισμικών χαρακτηριστικών του τουριστικού τόπου, τα οποία προσαρμόζονται στα γούστα και τις προτιμήσεις των ταξιδιωτών .

Παράλληλα, οι ντόπιοι κάτοικοι ενός προορισμού αντιλαμβάνονται ότι δεν μπορούν να προσβλέπουν σε μεγάλα οικονομικά οφέλη, όσο ο τόπος τους αντιμετωπίζεται ως αποικία αναψυχής για τους προνομιούχους του ανεπτυγμένου κόσμου. Επίσης, η συμπεριφορά των κατοίκων χαρακτηρίζεται πολλές φορές από τάσεις δουλοπρέπειας και υποτέλειας έναντι των τουριστών, προσδοκώντας στην προσέλκυση μεγαλύτερων τουριστικών ρευμάτων και ανάλογη αύξηση των κερδών .

Ο οικονομικός αντίκτυπος δεν περιορίζεται στα παραπάνω αλλά έχει και ευρύτερες προεκτάσεις. Η έλευση του τουρισμού σε μια περιοχή συχνά συνοδεύεται, όπως άλλωστε έχει ειπωθεί, από νέα ήθη στις επαγγελματικές και οικονομικές σχέσεις όπου κυριαρχεί το κυνήγι του γρήγορου, βραχυπρόθεσμου κέρδους. «Το γεγονός αυτό ενισχύει στις τάσεις ατομικισμού και του έντονου ανταγωνισμού μεταξύ των επαγγελματιών του τουριστικού τομέα» (Τσάρτας, 1996). Επιπλέον, η συνεχής εξάρτηση από τον τουρισμό και η υπέρμετρη ανάπτυξη δεν οδηγεί απαραίτητα και σε αντίστοιχη αύξηση των εισοδημάτων, πράγμα που αν μη τι άλλο έχει αρνητικές επιπτώσεις στην ψυχολογία των ντόπιων .

Η έλευση των τουριστών στην τοπική κοινωνία και η πληθυσμιακή έκρηξη που παρατηρείται κατά την καλοκαιρινή περίοδο, συνιστά μια ακόμα αρνητική επίπτωση του τουρισμού στην

¹⁶ J. Christopher Holloway: *The Business of Tourism*, Εκδόσεις Pitman, Λονδίνο, 1989, σελ. 179

καθημερινή ζωή των ντόπιων. Όπου η ανάπτυξη του τουρισμού δεν είναι επαρκώς σχεδιασμένη και επεκτείνεται σε περιοχές περιβαλλοντικά ευαίσθητες, τότε εμφανίζεται το σύνηθες πρόβλημα της υπερπληθώρας τουριστών. Αξιοθέατα και αρχαιολογικοί χώροι, καταστήματα, εστιατόρια, παραλίες αθλητικές εγκαταστάσεις και αστικά μέσα μεταφοράς, κατακλύζονται από τουρίστες, ιδιαίτερα τη περίοδο αιχμής. Το γεγονός αυτό αναπόφευκτα οδηγεί στον εκνευρισμό των ντόπιων κατοίκων της περιοχής.

Μεγάλοι αριθμοί τουριστών μπορεί να γίνουν ιδιαίτερα καταστροφικοί για μικρές αγροτικές κοινωνίες. Παραδοσιακοί οικισμοί της υπαίθρου χάνουν τον ιδιαίτερο χαρακτήρα τους, ενώ υφίστανται και χωροταξική αλλοίωση λόγω ανέργεσης εκατοντάδων ξενοδοχειακών και άλλων εγκαταστάσεων. Η εχθρική στάση των ντόπιων κατά των τουριστών γίνεται ακόμα μεγαλύτερη όταν τους απαγορεύεται η πρόσβαση στις τουριστικές εγκαταστάσεις, στις παραλίες και εν γένει στους τουριστικούς πόρους του ίδιου τους του τόπου. *Οι κάτοικοι σταδιακά αντιλαμβάνονται μια απώλεια του τόπου του και κατηγορούν για αυτό τον τουρισμό (Gartner, 1990).* Η κατάσταση μάλιστα επιδεινώνεται όταν φυσικά εμπόδια, όπως οι φράχτες που χτίζονται κατά μήκος των παραλιών υψώνονται (επιβάλλονται) μεταξύ ντόπιων και τουριστών.

Έτσι το αρχικό αίσθημα του ενθουσιασμού για την έλευση του τουρισμού σύντομα μετατρέπεται σε έντονη ενόχληση ή και απέχθεια για τους τουρίστες και καταλήγει πολλές φορές να γίνει ξενοφοβία και σε ακραίες περιπτώσεις ρατσισμός.

Βέβαιοι οι κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού δεν περιορίζονται μόνο στον τόπο φιλοξενίας τουριστών, αλλά έχουν αντίκτυπο και στον ίδιο τον τουρίστα. Ο σημερινός τουρίστας παρά την οικονομική του ανωτερότητα, δεν αισθάνεται αρκετά άνετα στον τουριστικό τόπο, γεγονός που συχνά οδηγεί σε εκμετάλλευση του από τον ντόπιο. Οι μη κερδοσκοπικές σχέσεις όπως η φιλοξενία, η ανθρώπινη επαφή κ.λ.π, παραχώρησαν σταδιακά τη θέση τους σε καθαρά κερδοσκοπικές σχέσεις, παράλληλα βέβαια με την άφιξη του μαζικού τουρισμού¹⁷.

Τέλος, ο τουρισμός γίνεται αιτία διχασμού των κατοίκων ενός προορισμού ανάμεσα σε αυτούς που επικροτούν την ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου, λόγω του οικονομικού οφέλους που προκύπτει από αυτό και σε εκείνους που εμφανίζονται περισσότερο σκεπτικιστές και προβληματισμένοι εξαιτίας των προβλημάτων που προξενούνται στην τοπική κοινωνία.

Έτσι καταλήγουμε στο εξής οξύμωρο συμπέρασμα : από την μία παραπονούμαστε για τις αρνητικές μεταβολές που υφίσταται η κοινωνία και ο τοπικός χαρακτήρας του τόπου μας από την

¹⁷ Στέλιος Βαρβαρέσος: Τουρισμός : Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 1998, σελ.233

έλευση τουριστών και από την άλλη ανησυχούμε μήπως το τουριστικό ρεύμα φέτος είναι μικρό και αντιστοίχως μικρά είναι και τα οικονομικά οφέλη από τον τουρισμό .

ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΗΘΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ

Σε αρκετά αναπτυσσόμενα έθνη η απότομη έκθεση στις δυτικές ιδέες και τεχνολογίες δημιούργησε μια ποικιλία προβλημάτων που συνδέονται με την ηθική συμπεριφορά των ανθρώπων. Η είσοδος του τουρισμού σε νέες περιοχές με διαφορετική κουλτούρα απ' αυτή του ανεπτυγμένου κόσμου, αναπόφευκτα άλλαξε την καθημερινή ζωή των κατοίκων. Σε ορισμένες περιπτώσεις η υπερβολικά γρήγορη τουριστική ανάπτυξη συνέβαλε στην αύξηση της εγκληματικότητας και εισήγαγε έννοιες όπως ο τζόγος, ο υλισμός και η απληστία (Foster, 1995) .

Αναφορικά με τις αυξητικές τάσεις της εγκληματικότητας στους τουριστικούς προορισμούς, παρατηρούμε ότι ένα μεγάλο ποσοστό ευθύνες για την “άνθιση” του φαινομένου αφορά την πληθυσμιακή έκρηξη κατά την περίοδο τουριστικής αιχμής, όπου πέρα των τουριστών προσελκύνονται και άτομα με σκοπό την εργασία, αλλοιώνοντας όμως έτσι το δημογραφικό χαρακτήρα του τόπου. Η αύξηση του πληθυσμού συνεπάγεται και αύξηση της πιθανότητας για εγκληματικές πράξεις, δεν ισχύει όμως πάντα και σε όλες τις περιπτώσεις .

Η αλόγιστη σπατάλη χρημάτων και η επίδειξη πλούτου αποτελεί μια από τις πλέον βασικές αιτίες αύξησης των εγκληματικών ενεργειών σε βάρος των τουριστών. Η επιδεικτική καταναλωτική συμπεριφορά των επισκεπτών ενός τουριστικού τόπου προκαλεί το κοινό αίσθημα, ενώ παράλληλα αποτελούν τον εύκολο στόχο για εγκληματίες, ιδιαίτερα όταν στην κατοχή τους έχουν κοσμήματα, κάμερες και γενικά αντικείμενα μεγάλης χρηματικής αξίας. Παρατηρείται έτσι μια αύξηση των κλοπών, των ληστειών ή και των βιασμών ειδικότερα σε χώρες με χαμηλό βιοτικό επίπεδο όπου τονίζεται το εισοδηματικό χάσμα μεταξύ τουριστών και ντόπιων (π.χ. ορισμένες μεσογειακές χώρες, Καραϊβική, Λατινική Αμερική) .

Ένα ακόμα αρνητικό φαινόμενο, προϊόν της τουριστικής ανάπτυξης είναι αυτό της πορνείας το οποίο τα τελευταία χρόνια έχει λάβει πολύ μεγάλες διαστάσεις, ιδιαίτερα στις χώρες της άλλοτε Σοβιετικής Ένωσης, την Νότια Αμερική (Βραζιλία, κ.λ.π), και την ΝΑ Ασία (Ταϊλάνδη, Ινδονησία, κ.λ.π). Το φαινόμενο αυτό δεν είναι αποτέλεσμα μόνο της λεγόμενης αλλοίωσης των ηθών, αλλά κυρίως της παγκόσμιας προώθησης ενός νέου μοντέλου τουριστικής διακίνησης, βασικό περιεχόμενο της οποίας είναι η αναζήτηση της απόλαυσης. Ο “σεξουαλικός τουρισμός” όπως είναι

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

ευρύτερα γνωστός αν και διώκεται ποινικά έχει αναπτυχθεί εξαιρετικά το τελευταίο διάστημα, καθώς προβάλλεται συστηματικά ιδίως μέσα από το διαδίκτυο. Η μορφή αυτή τουρισμού ενισχύεται ακόμα περισσότερο από το γεγονός ότι αρκετά συχνά αποτελεί βασικό πλουτοπαραγωγικό πόρο για ένα σημαντικό αριθμό χωρών, ενώ σε αρκετές από αυτές αποτελεί μέρος της τοπικής κουλτούρας και πολιτισμικό χαρακτηριστικό της περιοχής. Πρέπει ακόμη να σημειώσουμε ότι η πορνεία και ιδίως η παιδική συνιστά κύριο βιοποριστικό μέσο σε χώρες όπου το επίπεδο διαβίωσης είναι εξαιρετικά χαμηλό .

Τέλος ο τουρισμός έχει συνδεθεί και με μια σειρά άλλων προβλημάτων όπως ο τζόγος, ο αλκοολισμός και τα ναρκωτικά. Ειδικότερα όσον αφορά τον τζόγο αποτελεί σε αρκετές περιπτώσεις (π.χ. Las Vegas) την βασική τουριστική ατραξιόν μιας περιοχής που πέρασε μέσα σε λίγα χρόνια από την υανάπτυξη στο στάδιο της τουριστικής ανάπτυξης (*Ηγουμενάκης – Κραβαρίτης – Λύτρας, 1998*). Τα καζίνο αν και βασική συναλλαγματική δραστηριότητα για ορισμένες οικονομίες, επέδρασε αρνητικά στις τοπικές κοινωνίες με την απώλεια τεράστιων ποσών από τους ντόπιους και την εκροή του τοπικού εισοδήματος σε ξένες επιχειρήσεις. Επίσης τονίζεται η ψευδαίσθηση του γρήγορου και εύκολου κέρδους, αποπροσανατολίζοντας τους νέους από τους πραγματικούς τους στόχους .

ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΑ ΥΓΕΙΑ

Η πληθυσμιακή συσσώρευση σε έναν τόπο υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών εγκυμονεί κινδύνους για την υγεία τόσο για το τουριστικό πλήθος, όσο και για τους ντόπιους κατοίκους της περιοχής. Η τουριστική επαφή άλλωστε έχει συνδεθεί με την εξάπλωση διαφόρων ασθενειών, ιδίως των σεξουαλικά μεταδιδόμενων όπως το AIDS .

Οι εξελίξεις που σημειώθηκαν το 2^ο μισό του 20^{ου} αιώνα στις τεχνολογίες και τις μεταφορές διευκόλυναν την πρόσβαση των τουριστών ακόμα και στους πιο απομακρυσμένους προορισμούς. Σαν αποτέλεσμα οι διάφοροι μελετητές του φαινομένου παρατήρησαν μια ραγδαία εξάπλωση ασθενειών σε περιοχές χωρίς ανάλογο ιστορικό τέτοιων παθήσεων.

Για το λόγο αυτό σε αρκετές (προηγμένες) χώρες του κόσμου έχει σημάνει συναγερμός προβαίνοντας στη λήψη μέτρων με σκοπό την προστασία του τοπικού πληθυσμού αλλά και των ίδιων των τουριστών. Τα μέτρα αυτά στην πλειοψηφία τους αναφέρονται στην ασφάλεια και υγιεινή των χώρων υποδοχής τουριστών όπως αεροδρόμια, λιμάνια, αρχαιολογικοί χώροι. Επίσης, στην

ασφάλεια και υγιεινή χώρων εστίασης (κουζίνες, εστιατόρια) όπου συνωστίζονται οι τουρίστες και τέλος των χώρων παραμονής όπου επιβάλλεται η αμερικάνικη εργονομική προστασία (όχι μυτερές επιφάνειες και γωνίες στα δωμάτια, αλλά κυρτές επιφάνειες, όχι μοκέτες αλλά πλάκες που δεν συγκρατούν μύκητες κ.λ.π) (Λύτρας, 1998). Τέλος, στην ασφάλεια των τουριστών λόγω της πορνείας και των κινδύνων που συνεπάγονται.

Ορισμένες επίσης χώρες έχουν θεσπίσει πιο αυστηρούς νόμους, απαιτώντας τον εμβολιασμό επισκεπτών που προέρχονται από τριτοκοσμικές χώρες για την αποφυγή μετάδοσης λοιμωδών ασθενειών .

Οι κίνδυνοι που συνεπάγονται για τη δημόσια υγεία έχουν απασχολήσει έντονα την διεθνή κοινότητα (και τους κατά τόπους οργανισμούς τουρισμού), η οποία αναμένεται να εντατικοποιήσει τα προγράμματα ενημέρωσης του κοινού, εστιάζοντας παράλληλα την προσοχή της στις χώρες όπου οι σχετικοί έλεγχοι ατονούν, οι εθνικές νομοθεσίες πάσχουν και οι συνθήκες διαβίωσης επιτρέπουν την εξάπλωση ασθενειών .

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Είναι αναμφισβήτητο γεγονός ότι τα στερεότυπα διαδραματίζουν έναν πολύ σπουδαίο ρόλο σε όλες τις πτυχές της ανθρώπινης ζωής. Οι διάφορες κοινωνικό – οικονομικές δραστηριότητες (μεταξύ των οποίων και ο τουρισμός) με τις οποίες καταπιάνεται καθημερινά ο άνθρωπος επηρεάζονται σε σημαντικό βαθμό από την στερεοτυπική εικόνα που έχει δημιουργήσει για μια ομάδα ατόμων, κοινωνιών, διαδικασιών ή καταστάσεων. Με άλλα λόγια με τον όρο στερεότυπα εννοούμε την *παγιωμένη άποψη της κοινής γνώμης αλλά και κάθε ανθρώπου ξεχωριστά, η οποία έχει σχηματισθεί με το πέρασμα των ετών για ένα έθνος, μια κοινωνία, ένα σύνολο ανθρώπων κ.λ.π και η οποία έρχεται συνειρμικά στο μυαλό του καθενός όταν αναφέρεται σ' αυτά .*

Παράλληλα, τα στερεότυπα χαρακτηρίζονται για την υποκειμενική μη επαρκώς τεκμηριωμένη και συχνά αναληθή εικόνα ενός γεγονότος. Επίσης, τα στερεότυπα παίζουν έναν πολύ σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των κοινωνικών και πολιτισμικών προτύπων που καθορίζουν τη συμπεριφορά των μελών μιας κοινωνίας, αλλά και στην απόδοση βασικών χαρακτηριστικών γνωρισμάτων ενός ολόκληρου λαού. Για παράδειγμα η φιλαργυρία των Σκοτσέζων, το φλέγμα των Βρετανών, το φιλότιμο των Ελλήνων, η αφέλεια των Ποντίων κ.λ.π (Λύτρας, 1998) .

Φυσικά ο ρόλος των ΜΜΕ στην παγίωση των στερεοτύπων είναι εξαιρετικά σημαντικός, αφού συχνά οδηγούν στην εσφαλμένη και επιπόλαιη διαμόρφωση εντυπώσεων για τα μέλη μιας κοινότητας, τα οποία δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα (π.χ. η περίπτωση των μεταναστών στην Ελλάδα στους οποίους αποδίδεται το σύνολο σχεδόν των εγκληματικών ενεργειών). Ταυτόχρονα, διευρύνουν τις διαφορές μεταξύ διαφορετικών κοινωνικών ομάδων καθιστώντας δύσκολη την επικοινωνία μεταξύ τους .

Σε ότι αφορά τον τουριστικό κλάδο η σπουδαιότητα του τουρισμού είναι μεγάλη, για το λόγο ότι μπορούν να αναχθούν σε βασικούς περιοριστικούς παράγοντες της τουριστικής αξιοποίησης ενός προορισμού, εάν αυτά παρουσιασθούν εντέχνως από τα μέσα ενημέρωσης. Επίσης, διότι το τουριστικό προϊόν παρουσιάζει την ιδιαιτερότητα να καταναλώνεται στο τόπο που αυτό βρίσκεται και συνεπώς μια θετική ή αρνητική στερεοτυπική τοποθέτηση μπορεί να επιδράσει ανάλογα θετικά ή αρνητικά .

Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι το διαφημιστικού χαρακτήρα υλικό μπορεί να οδηγήσει σε μια λάθος εκτίμηση της πραγματικότητας, υπερβάλλοντας τα θετικά και αποσιωπώντας τα αρνητικά ενός συγκεκριμένου τουριστικού προορισμού. Επιπλέον, γιατί από τη φύση του το τουριστικό προϊόν, οδηγεί σε μια στερεοτυπική περιγραφή του από τον ήδη γνώστη της πραγματικότητας, ο οποίος ουσιαστικά γίνεται διαμορφωτής της κοινής γνώμης. Τέλος, διότι τα σύγχρονα μέσα πληροφόρησης είναι δυνατόν να δημιουργήσουν στον μέσο τουρίστα, έστω και χωρίς την ύπαρξη σκοπιμότητας, μια στερεότυπη εικόνα που διαψεύδεται στην πράξη από την πραγματικότητα .

Γεγονός είναι πάντως ότι οι στερεοτυπικές εικόνες που σχηματίζουμε για έναν τουριστικό τόπο, επηρεάζουν εξαιρετικά την απόφασή μας για μετάβαση ή όχι σε αυτόν .

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Από όσα αναλύσαμε παραπάνω εύλογα καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως η μελέτη του τουριστικού φαινομένου κάθε άλλο παρά σε φιλολογικό επίπεδο πρέπει να γίνεται, καθώς οι συνέπειες που προκύπτουν είναι ασφαλώς πολύ συγκεκριμένες και καθοριστικές για την εξέλιξη του τουριστικού τόπου .

Παρ' όλο που η δυσκολία προσέγγισης των κοινωνικών επιπτώσεων είναι σαφώς μεγαλύτερη από αυτή των οικονομικών ή περιβαλλοντικών, πρέπει πάντοτε να λαμβάνονται υπόψη κατά τη διαδικασία τουριστικής ανάπτυξης σε έναν προορισμό, ιδιαίτερα όταν αναφερόμαστε σε

παραδοσιακές ή κλειστές κοινωνίες με κώδικες ηθικής που διαφέρουν σημαντικά από αυτούς που ισχύουν στις αστικοποιημένες ζώνες .

Παρά το γεγονός ότι ο τουρισμός μπορεί να ενεργοποιήσει σοβαρές κοινωνικές μεταβολές, πρέπει να τονιστεί ότι κάθε μορφή ανάπτυξης επιφέρει αλλαγές. Ο τουρισμός είναι μόνο μία από τις πηγές αλλαγών σε μια κοινωνικό περιβάλλον, όχι απαραίτητα ανεπιθύμητων που μακροπρόθεσμα μπορεί να βοηθήσουν ώστε να διατηρηθεί η ζωτικότητα των κοινωνιών. Πλήθος αλλαγών μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω της ανάπτυξης και άλλων οικονομικών κλάδων, οι κατασκευές και η βιομηχανία, η βελτίωση του εκπαιδευτικού συστήματος και των κοινωνικών υπηρεσιών, η έκθεση στα μηνύματα ηλεκτρονικών μέσων ενημέρωσης ή απλά των κατοίκων που έχουν επισκεφθεί άλλες περιοχές και φέρνουν μαζί τους νέες ιδέες και προκλήσεις για τις τοπικές κοινωνίες και παραδόσεις .

Συχνά ωστόσο ο τουρισμός αντιμετωπίζεται ως ο «αποδιοπομπαίος τράγος» για όλες τις ανεπιθύμητες αλλαγές που μπορεί να λάβουν χώρα σε μια κοινωνία, έστω και αν στην ουσία αποτελεί ένα μόνο στοιχείο ενός περίπλοκου συστήματος ανάπτυξης (*Inskoop*). Το ερώτημα που προκύπτει είναι εάν οι θετικές κοινωνικές μεταβολές μπορούν να υπερκεράσουν τις αρνητικές. Και σε αυτό το ερώτημα δεν είναι δυνατόν να υπάρξει σαφής τοποθέτηση. Η απόκτηση υλικών αγαθών για παράδειγμα μπορεί να θεωρηθεί μια μετακίνηση προς την κοσμικοποίηση και μακριά από τις παραδοσιακές πνευματικές αξίες. Από την άλλη πλευρά, μπορεί να θεωρηθεί ως μια μετακίνηση προς την βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και της ποιότητας ζωής. Το ποια στοιχεία τελικά τα κοινωνικά και κατ' επέκταση τα πολιτιστικά οφέλη, παραμένει ένα θέμα με πολλές αντιφατικές απόψεις (*Gartner, 1990*) .

Πρέπει επομένως να δεχτούμε ότι ο τουρισμός δεν είναι ούτε ευχή ούτε κατάρα, όπως επίσης δεν μπορεί να είναι ούτε καταστροφή αλλά ούτε και πανάκεια. Η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να επιδράσει θετικότερα στην τοπική κοινωνία, προσφέροντας ευκαιρίες για την βελτίωση της ποιότητας της ζωής, όπως αντίστοιχα μπορεί να προξενήσει μεγάλα κοινωνικά προβλήματα και παρεξηγήσεις. Αυτό που ίσως πρέπει να γίνει είναι να αναζητηθούν τρόποι εξισορρόπησης των ωφελειών και των επιπτώσεων λαμβάνοντας υπόψη τα ιδιαίτερα γνωρίσματα κάθε τόπου, ώστε κατά τη διαδικασία ανάπτυξης να προκύψουν τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα .

Β. ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

Ο ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΟΡΟΣ

Παρά το γεγονός ότι έχει δοθεί πολύ μεγάλη έμφαση στην οικονομική και κοινωνική διάσταση του τουρισμού ή ανάλυση των πολιτισμικών επιδράσεων του φαινομένου στον τόπο υποδοχής τουριστών, συνιστά ένα ευρύ πεδίο μελέτης για αρκετούς ερευνητές. Άλλωστε, το περιεχόμενο του πολιτισμού με ότι αυτό συνεπάγεται ανέκαθεν αποτέλεσε έναν από τους βασικότερους λόγους ταξιδιού και ένα ισχυρό κίνητρο για πολλούς τουρίστες .

Αλλαγές και επιπτώσεις στο πολιτιστικό περιβάλλον έχουμε όταν κοινωνικές ομάδες με διαφορετικές κουλτούρες έρχονται σε άμεση επαφή. Οι επιπτώσεις αυτές εντείνονται όταν τουρίστες που προέρχονται από τις προηγμένες χώρες της Δύσης επισκέπτονται προορισμούς σε αναπτυσσόμενες χώρες, όπου η πολιτισμική αλλά και οικονομική διαφορά είναι χαώδης .

Ο βαθμός αλληλεπίδρασης μεταξύ των ντόπιων κατοίκων μιας περιοχής και των τουριστών που την επισκέπτονται, επηρεάζει και το μέγεθος των πολιτιστικών διαφορών και ενδεχομένως των εντάσεων που θα αναπτυχθούν μεταξύ τους. Όσο μεγαλύτερη είναι η επίδραση μεταξύ ανθρωπίνων ομάδων, τόσο λιγότερο ευδιάκριτα είναι τα διαφορετικά μοτίβα συμπεριφοράς τους κι αυτό γιατί σταδιακά προκύπτει η αφομοίωση της μιας κουλτούρας από την άλλη, φαινόμενο γνωστό και ως “εκπολιτισμός”. Για παράδειγμα ορισμένα στοιχεία της μιας κουλτούρας υιοθετούνται από την άλλη, με αποτέλεσμα τη δημιουργία μιας νέας κουλτούρας στην οποία κυριαρχούν τα πολιτισμικά χαρακτηριστικά της ισχυρότερης ή κυρίαρχης κοινωνικής ομάδας. *Οι κοινωνικό – πολιτιστικές επιδράσεις είναι το αποτέλεσμα των αντιδράσεων στον εκπολιτισμό*¹⁸ .

Οι τουρίστες εν γένει επισκέπτονται μια χώρα παρακινούμενοι από το αίσθημα της περιέργειας και της ανάγκης γνωριμίας με άτομα από διαφορετικά κοινωνικά, πολιτισμικά και γεωγραφικά περιβάλλοντα. Παράλληλα, επιδιώκουν να γνωρίσουν τα υλικά και άυλα χαρακτηριστικά της πνευματικής και πολιτισμικής παράδοσης της χώρας που επισκέπτονται, όπως μνημεία, χειροτεχνήματα, έθιμα, πολιτιστικές δραστηριότητες, διάφορες μορφές τέχνης κ.λ.π .

Σήμερα, με την ανάπτυξη και την επέκταση του οργανωμένου μαζικού τουρισμού σε όλο τον κόσμο, τα στοιχεία του πολιτισμού μιας χώρας, ενός έθνους ή μιας κοινότητας σε μια απομακρυσμένη γεωγραφική περιφέρεια, αποτελούν αναπόσπαστο πλέον τμήμα των τουριστικών

¹⁸ Gartner: Τουριστική Ανάπτυξη – Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές, Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα, 2001, σελ.191

πακέτων. Ο πολιτισμός προβάλλεται συστηματικά ως τουριστικός πόρος μιας περιοχής, ενώ τα στοιχεία που διέπουν τον πολιτιστικό χαρακτήρα μίας χώρας, συνιστούν βασικούς πόλους έλξης τουριστών. Πιο συγκεκριμένα θεωρούμε ότι ο πολιτισμός ως τουριστικός πόρος περιλαμβάνει :

- ✓ Αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία
- ✓ Λαογραφικά εθνολογικά στοιχεία
- ✓ Έθιμα και παραδόσεις που σχετίζονται με την τοπική παράδοση
- ✓ Μορφές τέχνης (μουσική, χορός, ζωγραφική, γλυπτική κ.λ.π)
- ✓ Ιστορία και θρησκεία
- ✓ Τα αρχιτεκτονικά δεδομένα των επιμέρους περιοχών (παραδοσιακοί οικισμοί, ιστορικά κέντρα κ.λ.π)
- ✓ Τοπικές εκδηλώσεις και φεστιβάλ

Στο κεφάλαιο αυτό θα επιχειρηθεί μια προσέγγιση στις σχέσεις, τις αλλαγές και τις αντιδράσεις που δημιουργεί η πολιτισμική επικοινωνία των εκπροσώπων δύο διαφορετικών πολιτισμών, παράλληλα με τη καταγραφή των σπουδαιότερων επιδράσεων, θετικών και αρνητικών που προκύπτουν από την επαφή αυτή. Τέλος, μέσα από την ανάλυση των πολιτισμικών επιπτώσεων θα προσπαθήσουμε να διαχωρίσουμε τις έννοιες του πραγματικού πολιτισμού από αυτή του τουριστικού πολιτισμού, που στην ουσία δεν είναι τίποτα άλλο παρά ένα δημιούργημα της τουριστικής βιομηχανίας με σκοπό να ανταποκριθεί στα πολιτισμικά στερεότυπα των τουριστών (Τσάρτας, 1996).

ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΠΙΚΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ

Η ανάδειξη του πολιτισμού μιας περιοχής ως τουριστικού προϊόντος γίνεται συχνά αιτία για την ευρύτερη διαμόρφωση ενός πλαισίου ανάπτυξης με επίκεντρο την προβολή των πολιτισμικών στοιχείων του τόπου, όπως π.χ. κάστρα, μοναστήρια, ή κάποιο ιστορικό γεγονός.

Σαν πρώτο πολιτισμικό όφελος συναντάμε την αξιοποίηση των πολιτισμικών δεδομένων μιας περιοχής κυρίως λόγω της ευαισθητοποίησης των πολιτών και της συνειδητοποίησης της σπουδαιότητας ενός χώρου ή μνημείου, η οποία επέρχεται μετά την εμφάνιση του τουρισμού. Η αίσθηση και μόνο ότι τουρίστες από όλο τον κόσμο διανύουν χιλιάδες χιλιόμετρα προκειμένου να θαυμάσουν από κοντά τα στοιχεία του πολιτισμού τους, δημιουργεί νέα ψυχολογικά δεδομένα στους κατοίκους (Ηγουμενάκης – Κραβαρίτης – Λύτρας, 1998). Το γεγονός αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να ενισχυθεί το αίσθημα της πολιτισμικής υπερηφάνειας στους ντόπιους για τον τόπο και την κουλτούρα τους. Πράγματι, το φαινόμενο αυτό γίνεται ιδιαίτερα αντιληπτό σε παραδοσιακές κοινωνίες όπου έχουν βιώσει ραγδαίες αλλαγές σαν αποτέλεσμα της γενικής οικονομικής ανάπτυξης, χάνοντας σταδιακά την ιδιαίτερη πολιτισμική τους φυσιογνωμία. Επιπλέον σε αρκετές πολύ – πολιτισμικές χώρες ο τουρισμός μπορεί να βοηθήσει ώστε να διατηρηθεί η πολιτιστική ταυτότητα των μειονοτήτων που διαφορετικά θα είχε αφομοιωθεί από την κυρίαρχη κουλτούρα του έθνους.

Ο τουρισμός γίνεται αφορμή για την διατήρηση και αναζωογόνηση της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς. Σε πολλές περιπτώσεις μάλιστα ο τουρισμός έχει βοηθήσει ώστε να ανανεωθεί το ενδιαφέρον για τις τοπικές παραδόσεις στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες. Η διατήρηση και προβολή αρχαιολογικών και ιστορικών τοποθεσιών, η αναζωογόνηση των παραδοσιακών τεχνών, της μουσικής, του χορού, των εθίμων, και των θρησκευτικών τελετών, καθώς και η επανεμφάνιση παραδοσιακών οικονομικών δραστηριοτήτων, είναι μερικές μόνο από τις θετικές πολιτιστικές επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης. Άλλωστε, τα παραπάνω πολιτιστικά δεδομένα αποτελούν σημαντικούς πόλους έλξης τουριστών, ο ερχομός των οποίων βοηθά στο να διατηρηθεί το ενδιαφέρον για αυτά.

Ιδιαίτερα σε ότι αφορά την τοπική βιοτεχνία και λαογραφία ο τουρισμός συνέβαλε στη διάσωση και αναβίωση παραδοσιακών διαδικασιών. Η ύπαρξη ζήτησης για αντιπροσωπευτικά αντικείμενα τέχνης και δείγματα του τοπικού πολιτισμού, αποτέλεσε τον παράγοντα κλειδί για την ανάδειξη των δεξιοτήτων ενός λαού (ινδιάνων της Αμερικής, Εσκιμώων κ.λ.π), την προβολή της συμβολικής

σημασίας των παραγόμενων προϊόντων και την διατήρηση ενός ικανού αριθμού τεχνητών πρόθυμων να συνεχίσουν την τοπική παράδοση .

Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από τον τουρισμό, συνιστούν ένα βασικότατο κίνητρο για την κρατική αξιοποίηση μνημείων, χώρων πολιτισμού και την ενεργοποίηση διακρατικών ή εθνικών πολιτιστικών προγραμμάτων. Στόχος αυτών των προγραμμάτων είναι η οργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων την περίοδο τουριστικής αιχμής και η προβολή της ιστορίας της παράδοσης και της λαογραφίας, στοιχεία που εν γένει διατρανώνουν την ιστορικότητα και την πολιτισμική διαδρομή κάθε τόπου. Στα πλαίσια αυτά αναπτύσσονται επίσης διάφορα προγράμματα με κρατική ή κοινοτική επιχορήγηση, τα οποία άπτονται του πολιτισμού, όπως οι ανακαινίσεις παραδοσιακών οικισμών οι αναπαλαιώσεις κτηρίων, η επαναλειτουργία αρχαίων θεάτρων, καθώς και επιμορφωτικά σεμινάρια των απασχολούμενων σε πολιτιστικούς χώρους (Λότρας, 1998) .

Ο τουρισμός μπορεί να γίνει επίσης φορέας μεγάλης οικονομικής ενίσχυσης μουσείων, θεάτρων και άλλων χώρων πολιτισμού τα οποία εν τέλει επισκέπτονται όχι μόνο οι τουρίστες αλλά και οι μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής. Μεγάλα μουσεία και θέατρα σε όλο τον κόσμο λαμβάνουν σημαντική οικονομική υποστήριξη από τους τουρίστες που τα επισκέπτονται κατά χιλιάδες (π.χ. το μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι, το Βρετανικό μουσείο στο Λονδίνο, τα περίφημα θέατρα του Μπρόντγουεϊ στη Νέα Υόρκη κ.λ.π)¹⁹ .

Ένα τελευταίο άλλα όχι λιγότερο σημαντικό όφελος της τουριστικής ανάπτυξης είναι η πολιτιστική ανταλλαγή και η δυνατότητα προώθησης του σεβασμού, της αμοιβαίας κατανόησης, και της ανεκτικότητας μεταξύ διαφορετικών εθνοτήτων. Παρ' όλο που η διαπίστωση αυτή έχει αμφισβητηθεί λόγω της επιφανειακής πολλές φορές επαφής μεταξύ ντόπιων και τουριστών, ο εγχώριος τουρισμός μπορεί να ωφελήσει σημαντικά χώρες που αποτελούνται από κοινότητες με διαφορετικά εθνολογικά χαρακτηριστικά, όπως οι Ινδίες, η Γιουγκοσλαβία κ.λ.π . Η πολιτιστική ανταλλαγή και κατανόηση μπορεί τελικά να οδηγήσει στην εδραίωση μιας έννοιας εθνικής ενότητας ανάμεσα σε διαφορετικές ομάδες ανθρώπων .

Γενικά σήμερα κάτω από την πίεση της παγκοσμιοποίησης και τον δραματικών εξελίξεων ανά τον κόσμο σε πολιτικό και κοινωνικό επίπεδο, η ανταλλαγή γνώσης, ιδεών και παραδόσεων είναι περισσότερο σημαντική από κάθε άλλη φορά. *Πέρα από την απλή ικανοποίηση της περιέργειας ο*

¹⁹ W.T.O: *National and Regional Tourism Planning*, Έκδοση W.T.O, Λονδίνο, Νέα Υόρκη, 1994 σελ.35

τουρισμός προωθεί την διεθνή “καλή θέληση” και την ανταλλαγή πολιτισμικών αξιών (Foster, 1995), γεγονός που θεωρητικά τουλάχιστον αμβλύνει τις διαφορές και τις εντάσεις μεταξύ των λαών .

Ωστόσο, η ιδεατή αυτή εικόνα που προκύπτει από τις ομολογουμένως σημαντικές πολιτιστικές ωφέλειες του τουρισμού, συχνά προσκρούει στην ασυντόνιστη και αλόγιστη εκμετάλλευση των πολιτισμικών πόρων με φυσικό επακόλουθο την εμφάνιση αρνητικών μεταβολών και επιπτώσεων στον πολιτισμό ενός τόπου. Ο τουρισμός εν τούτοις δεν είναι το μόνο κοινωνικό φαινόμενο ή η μόνη μορφή ανάπτυξης που οδήγησε σε εμπορική εκμετάλλευση. Η διαφορά στην περίπτωση του έγκειται στα εξής στοιχεία :

1. Η μαζικοποίηση του τουρισμού μεγιστοποιεί σε όλα τα επίπεδα την τάση εμπορευματοποίησης
2. Η τουριστική ανάπτυξη συχνά δημιουργεί μια ειδική αγορά και υπηρεσίες πολιτισμού αποκλειστικά για τουρίστες
3. Ο τουρισμός διευρύνει σημαντικά την ζήτηση για μια μεγάλη ποικιλία τουριστικών πόρων και αγαθών την τελευταία δεκαετία

Ένα πρώτο αρνητικό στοιχείο των επιπτώσεων του τουρισμού στην τοπική κουλτούρα είναι μετατροπή του πολιτισμού σε εμπόρευμα ή αλλιώς η πολιτισμική εμπορευματοποίηση. Στις μέρες μας ισχυρό στοιχείο προσέλκυσης τουριστών αποτελούν οι πολιτισμικές συνήθειες ενός λαού και ιδιαίτερα ότι ονομάζουμε ως “εξωτικό”, “πρωτόγονο” ή παραδοσιακό .

Το πακετάρισμα των πολιτισμικών γνωρισμάτων ενός τόπου και η μετατροπή τους σε προϊόν προς πώληση είναι ένα πρώτο δείγμα της μαζικοποίησης του πολιτισμού. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η αλλαγή πολιτιστικών εκδηλώσεων και θρησκευτικών τελετών, μουσικών παραστάσεων και παραδοσιακών χορών (με μεγάλη θρησκευτική αξία), σε ένα προϊόν εύπεπτο για τους τουρίστες και σε ένα θέαμα ή μια παράσταση προσαρμοσμένη στα γούστα και τις επιθυμίες τους. Έτσι έθιμα και παραδόσεις που συμβολίζουν κατά τα άλλα την ιστορική συνέχεια , την διαφορετικότητα και την κοινή καταγωγή ενός λαού, υφίστανται μικρές ή μεγάλες αλλαγές και προσαρμόζονται στις ανάγκες των τουριστών για ψυχαγωγία και απόκτηση τουριστικών εμπειριών σε μικρό χρονικό διάστημα .

Υπάρχουν αρκετά παραδείγματα τοπικών φορέων που αναβίωσαν παλαιά έθιμα και σχεδόν ξεχασμένες θρησκευτικές εκδηλώσεις με σκοπό την προσέλκυση τουριστών. Σε ορισμένες περιπτώσεις μάλιστα παραδοσιακές τελετές (νησιά του Ειρηνικού, Καραϊβική κ.λπ) μπορεί να

διαρκούν και μέρες, χρονικό διάστημα αρκετό ώστε να διατηρηθεί το ενδιαφέρον του τουρίστα. Επίσης τα διάφορα κουστούμια και χειροτεχνήματα που χρησιμοποιούνται, συχνά αντιμετωπίζονται από τους τουρίστες σαν στοιχεία μιας εξωτικής ή άγνωστης κουλτούρας που αξίζουν να αγοραστούν. Όταν γενικά οργανώνονται τελετές με σκοπό την τουριστική κατανάλωση, υπάρχει πολιτισμική εμπορευματοποίηση²⁰.

Αποτέλεσμα όλων των παραπάνω ήταν η απώλεια της αυθεντικότητας του τοπικού πολιτισμού ή όπως αλλιώς ονομάστηκε η “*σκηνοθετημένη αυθεντικότητα*”. Η προβολή του δήθεν παραδοσιακού, η προσπάθεια να πεισθεί ο τουρίστας ότι ο χώρος που επισκέπτεται είναι ο πραγματικά αυθεντικός και η προώθηση επιφανειακών στοιχείων της τοπικής κουλτούρας, είναι μερικά μόνο χαρακτηριστικά αυτού του φαινομένου.

Επιπλέον αποτέλεσμα της μαζικοποίησης του τουρισμού είναι η παγίωση πολιτισμικών στερεοτύπων, που είτε έχουν λίγη σχέση με την πραγματικότητα είτε έχουν ξεπεραστεί. Η τουριστική διαφήμιση με τη διανομή πρόχειρου πολλές φορές διαφημιστικού υλικού, συμβάλει ενεργά στην εξαγωγή λανθασμένων συμπερασμάτων και στην επιφανειακή γνωριμία με ένα τόπο.

Σε ακραίες περιπτώσεις ο τουρισμός είναι δυνατόν να οδηγήσει σε απώλεια της πολιτιστικής ταυτότητας μιας περιοχής ή αλλιώς σε ένα είδος πολιτισμικής υποβάθμισης. Σε περιοχές που συγκεντρώνονται μεγάλες μάζες τουριστών, παρουσιάζεται το φαινόμενο της σταδιακής απομάκρυνσης από τα τοπικά κοινωνικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά και της υιοθέτησης των δυτικών καταναλωτικών προτύπων. Έτσι συχνά παρατηρούμε γραφικές τοποθεσίες να έχουν απολέσει σε μεγάλο βαθμό το παραδοσιακό χαρακτήρα που τις διέκρινε από άλλους προορισμούς.

Εστιατόρια για παράδειγμα που άλλοτε σέρβιραν τοπικά πιάτα, σήμερα έχουν μετατραπεί στα γνωστά σε όλους Fast Food. Παραδοσιακά μουσικά όργανα χρησιμοποιούνται πλέον για την παραγωγή νέων ειδών δημοφιλούς μουσικής, εκκλησίες που κάποτε αποτελούσαν λατρευτικούς χώρους έχουν μετατραπεί σε τουριστικές ατραξιόν ή καταστήματα πώληση ταξιδιωτικών οδηγών, σουβενίρ κ.λ.π. Κινηματογράφοι τέλος που δείχνουν αμερικάνικες και ευρωπαϊκές ταινίες έχουν αντικαταστήσει την τοπική “ζωντανή” διασκέδαση. Με λίγα λόγια παρουσιάζεται το δυσάρεστο φαινόμενο της τυποποίησης (ομογενοποίησης) των τουριστικών προορισμών με αποτέλεσμα την απώλεια της διαφορετικότητας των χαρακτηριστικών τους.

²⁰ Gartner: Τουριστική Ανάπτυξη – Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές, Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα 2001, σελ.201

Πλέον, οι τουριστικοί τόποι μοιάζουν ολοένα και περισσότερο λόγω της διάθεσης του μαζικού τουρισμού να προωθεί ένα παρόμοιο τύπο διακοπών και προϊόντων σε όλο τον κόσμο. Βλέπουμε να δημιουργείται ένα συνονθύλευμα κοινωνικών, καταναλωτικών και πολιτιστικών προσμείξεων με συνέπεια μέσα σε λίγα μόλις χρόνια να χάνονται τα τοπικά ήθη και έθιμα και η μακρόχρονη παράδοση .

Η ξενομανία, οι τάσεις επίδειξης των νέων ειδικά κατοίκων μιας περιοχής που παρατηρούν και μιμούνται την συμπεριφορά και τον τρόπο ζωής των τουριστών και οι παρεξηγήσεις που δημιουργούνται λόγω των διαφορών στη γλώσσα, στη θρησκεία κ.λ.π, είναι ορισμένες ακόμη αρνητικές προεκτάσεις του τουρισμού .

Από την άλλη είναι μάλλον άδικο να θεωρούμε τον τουρισμό ως τον μοναδικό υπεύθυνο για αυτές τις αλλαγές. Μεταβολές στην ηθική συμπεριφορά, στη μόδα ή στις διατροφικές συνήθειες είναι πιθανό να προκληθούν από την τηλεόραση και γενικά σύγχρονα μέσα πληροφόρησης που “βομβαρδίζουν” καθημερινά τις αναπτυσσόμενες χώρες με τα πρότυπα του δυτικού πολιτισμού .

Μία επιπλέον επίπτωση σχετίζεται με την διαφοροποίηση της παραγωγής αντικειμένων τοπικής τεχνοτροπίας. Η μαζικοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας, προκειμένου να ανταποκριθεί στις αυξημένες απαιτήσεις της τουριστικής αγοράς, η αντικατάσταση της βιοτεχνικής παραγωγής από βιομηχανοποιημένες μεθόδους και η προσαρμογή στις προδιαγραφές των τουριστών, παραγκώνισε τις παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής υλικών μορφών τέχνης. Σαν αποτέλεσμα είχαμε τη φτηνή αναπαράσταση παραδοσιακών αντικειμένων που εν γένει στοχεύουν στην μαζική αγορά των τουριστών, οι οποίοι θεωρούν σκόπιμο να γυρίσουν με κάποιο φτηνό ενθύμιο που θα χρησιμεύσει για την διακόσμηση του σπιτιού ή για δώρο σε φίλους και συγγενείς. Ένα φαινόμενο γνωστό και ως “τέχνη του αεροδρομίου” (Holloway, 1989) .

Πρέπει βέβαια να σημειώσουμε ότι η μετατροπή των παραδοσιακών μορφών τέχνης είναι μεν προϊόν της τουριστικής ανάπτυξης, αλλά δεν οδηγεί πάντα στον εκφυλισμό της τοπικής παράδοσης. Υπάρχουν άλλωστε παραδείγματα χωρών όπου η τοπική κουλτούρα και τεχνοτροπία αναζωογονήθηκε, σαν αποτέλεσμα της έλευσης τουριστών. Για να διατηρηθεί η αυθεντικότητα των παραδοσιακών αντικειμένων τέχνης θα πρέπει να συνδυάζει τόσο την ιστορική παράδοση, όσο και την σημερινή πραγματικότητα. Η αυθεντικότητα δεν μπορεί να επιτευχθεί μονάχα με τη διατήρηση, καθώς αυτή μπορεί να οδηγήσει στην γραφικότητα και την απομυθοποίηση .

Τέλος η μαζική και αδιάκοπη προσέλευση επισκεπτών σε τουριστικούς τόπους είναι δυνατό να προκαλέσει σημαντικές φθορές σε αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία, θρησκευτικούς τόπους και

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

παραδοσιακούς οικισμούς. Παράλληλα, η ανέγερση εκατοντάδων οικοδομών, γιγαντιαίων ξενοδοχειακών μονάδων και τουριστικών εγκαταστάσεων ασφαλώς δεν βοηθάει την διατήρηση του πολεοδομικού, αρχιτεκτονικού και εν τέλει πολιτισμικού χαρακτήρα της περιοχής .

Το γεγονός αυτό οδήγησε σταδιακά στην ανάγκη λήψης μέτρων με στόχο την αύξηση των εκτεταμένων ελέγχων και την ορθολογική διαχείριση χώρων αυτών, ιδίως των περισσότερο ευαίσθητων στη φθορά .

ΓΛΩΣΣΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Μια άλλη παράμετρος των πολιτισμικών επιπτώσεων είναι οι αλλαγές που επιφέρει ο μαζικός τουρισμός στην γλώσσα της τοπικής κοινωνίας. Ο ερχομός των πρώτων τουριστών και οι προσμίξεις ξένων γλωσσών, αναπόφευκτα οδηγούν στην αλλοίωση των τοπικών γλωσσικών ιδιωμάτων τα οποία σταδιακά εγκαταλείπονται.

Παράλληλα, η υποχρέωση των απασχολούμενων στον τουριστικό κλάδο να γνωρίζουν ξένες γλώσσες αλλά και η επέκταση της χρήσης ξένων λέξεων και εκφράσεων στις καθημερινές κοινωνικές επαφές των ντόπιων, οδηγεί – μακροπρόθεσμα έστω – στην αλλοίωση της γλωσσολογικής ταυτότητας της περιοχής. Το πρόβλημα γίνεται εντονότερο στους κύκλους των νέων οι οποίοι πέρα από το σύτως ή άλλως περιορισμένο λεξιλόγιο τους, χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο ξένα γλωσσικά στοιχεία με σκοπό την συναναστροφή με ξένους τουρίστες .

Εν τούτοις, η γλωσσολογική αυτή ταυτοποίηση των τουριστικών περιοχών μετριάζεται από το γεγονός ότι η εκμάθηση ξένων γλωσσών μετατρέπει τους κατοίκους σε “*πολίτες του κόσμου*”, ενώ τους παρέχει την δυνατότητα μελλοντικής ενασχόλησης με τα τουριστικά επαγγέλματα, ιδίως στον συνεχώς αναπτυσσόμενο χώρο του πολιτιστικού τουρισμού .

Η ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΑΛΑΖΟΝΕΙΑ

Ένα από τα όχι και τόσο εμφανή αποτελέσματα των πολιτιστικών επιδράσεων είναι η λεγόμενη “*πολιτιστική αλαζονεία*”, φαινόμενο το οποίο έκανε την εμφάνιση του τόσο σε εθνικό ή περιφερειακό επίπεδο, όσο και σε διεθνές. Με τον όρο πολιτιστική αλαζονεία εννοούμε κάθε

προσπάθεια από πλευράς ιδιωτικού ή δημόσιου φορέα παροχής υπερβολικών ή ψευδών πληροφοριών για έναν τόπο, η οποία έχει σαν αποτέλεσμα την παραπληροφόρηση και τον αθέμιτο ανταγωνισμό. Η Ελλάδα ως χώρα έχει πέσει αρκετές φορές θύμα τέτοιας παραπληροφόρησης από την γείτονα Τουρκία, όταν για παράδειγμα παρουσιάζει ελληνικούς αρχαιολογικούς τόπους ως τουρκικούς .

Τέτοιου είδους πρακτικές έχουν σαν συνέπεια να έρχονται αντιμέτωποι δύο ή και περισσότεροι τουριστικοί τόποι, οι οποίοι στην προσπάθεια του εντυπωσιασμού και της κατάκτησης μεγαλύτερου μεριδίου στην αγορά παραποιούν συστηματικά τα πολιτιστικά δεδομένα της περιοχής, προβάλλοντας ως κουλτούρα του τόπου ένα απίστευτο συνονθύλευμα από πολιτισμικά στοιχεία που λίγη σχέση έχουν με την πραγματικότητα .

Και σε διεθνές όμως επίπεδο η πολιτιστική αλαζονεία γίνεται αισθητή όταν μέτρο της πολιτιστικής ανωτερότητας ενός τόπου γίνεται η ποσότητα των πολιτισμικών στοιχείων και όχι η ποιότητα αυτών. Στόχος αυτής της πρακτικής είναι να καταδείξει το ποιος διαθέτει τα περισσότερα, υπάρχουν άλλωστε αρκετά παραδείγματα κρατών με ελάχιστους αιώνες ιστορίας, όπως οι Η.Π.Α που για λόγους τουριστικής προβολής οδηγούνται στην υπερβολή και στην παραποίηση της ιστορίας .

Μια τελευταία παράμετρος της πολιτιστικής αλαζονείας παρατηρείται όταν εντέχνως αποσιωπούμε τα προτερήματα ενός τόπου και ταυτόχρονα προβάλλουμε συχνά ωραιοποιημένα τα πλεονεκτήματα ενός άλλου. Η μέθοδος αυτή αν και αξιοποιήσιμη από τη σύγχρονη διαφήμιση, πέρα από αντιδεοντολογική, φαντάζει ανεπίτρεπτη στα πλαίσια οργάνωσης και λειτουργίας του σύγχρονου μαζικού τουρισμού .

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΜΕ

Όπως χαρακτηριστικά έχουμε αναφέρει και σε προηγούμενο κεφάλαιο η αντιμετώπιση του τουρισμού ως του μοναδικού υπαίτιου για τις εκάστοτε αλλαγές σε μια κοινωνία, είναι μάλλον άδικη και υπερβολική .

Η έλευση της δορυφορικής τεχνολογίας για παράδειγμα δίνει τη δυνατότητα σε άλλοτε απομονωμένες περιοχές να παρακολουθούν τα τηλεοπτικά προγράμματα του δυτικού κόσμου. Τα κοινωνικά πρότυπα και ο τρόπος ζωής των ανεπτυγμένων χωρών μπορούν πλέον να αφομοιωθούν από τις αναπτυσσόμενες χώρες μέσω της τηλεόρασης. Ωστόσο, καθώς τα περισσότερα από αυτά τα

προγράμματα είναι φανταστικά, η εικόνα που προβάλλεται απέχει αρκετά από την καθημερινότητα που βιώνει η πλειοψηφία των κατοίκων στις πλουσιότερες οικονομίες ²¹.

Από την άλλη η συμβολή των ηλεκτρονικών μέσων ενημέρωσης (τηλεόραση, ραδιόφωνο, internet) ήταν τεράστια αναφορικά με τη δυνατότητα που προσφέρουν στον σύγχρονο τουρίστα – καταναλωτή να ενημερωθεί για τους τουριστικούς προορισμούς σε όλο τον κόσμο και το είδος των υπηρεσιών που προσφέρονται σ’ αυτούς, πράγμα αδιανόητο για τον τουριστικό κλάδο μέχρι και πριν από λίγα χρόνια .

ΜΕΤΡΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ – ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΔΡΑΣΕΩΝ

Η προώθηση του τουριστικού κλάδου όπως εκτενώς έχει αναφερθεί, επιφέρει άμεσες και ορατές κοινωνικές και κατ’ επέκταση πολιτιστικές μεταβολές στην περιοχή όπου αναπτύσσεται. Το πλήθος των ερευνητών που έχει ασχοληθεί με την επίδραση του τουρισμού στον πολιτιστικό χαρακτήρα ενός τουριστικού τόπου, συγκλίνει στην άποψη ότι η βαθμιαία τουριστική ανάπτυξη και η υιοθέτηση μορφών τουρισμού εναρμονισμένων με τα πολιτιστικά δεδομένα της περιοχής, αποτελεί την ουσιαστικότερη απάντηση στο πρόβλημα .

Αναλυτικότερα, η σταδιακή ανάπτυξη του τουρισμού προσφέρει την δυνατότητα στην τοπική κοινωνία να συμφιλιωθεί με την ιδέα του τουρισμού στην περιοχή, καθώς και με τις επερχόμενες αλλαγές που αναπόφευκτα θα προκύψουν. Επίσης, είναι αναγκαίο οι κάτοικοι να περιλαμβάνονται στον σχεδιασμό και την οργάνωση του τουρισμού, ώστε να έχουν λόγο κατά την λήψη των αποφάσεων, να γνωρίζουν ποια οφέλη και προβλήματα προκύπτουν από την τουριστική ανάπτυξη και πως αυτά μπορούν να αξιολογηθούν .

Παράλληλα, μέσω της τοπικής κοινοτικής ανάμειξης είναι πιθανό οι κάτοικοι να δραστηριοποιηθούν ενεργά και στο μέλλον σε ανάλογες προσπάθειες. Αντίθετα, στην περίπτωση που η τουριστική πολιτική τους επιβληθεί από εξωτερικούς παράγοντες όπως η κυβέρνηση ή ο ιδιωτικός τομέας, τότε πολύ πιθανό είναι να αδιαφορήσουν ή ακόμα και να εναντιωθούν στο όλο εγχείρημα .

Η προσέγγιση της βαθμιαίας τουριστικής ανάπτυξης παρέχει επίσης σε κυβερνητικούς και τοπικούς φορείς αρκετό χρόνο ώστε να προσδιορίσουν τα κοινωνικά προβλήματα (που ενδεχομένως να προκύψουν) και να τα “θεραπεύσουν”, προτού η κατάσταση ξεφύγει από τον έλεγχο. Επιπλέον

²¹ John Ward: *Advanced Leisure and Tourism*, Εκδόσεις Stanley Thornes, Geltenham, 1994, σελ.82

όπως έχει ειπωθεί είναι αναγκαία η επιλογή μορφών τουρισμού και ανάπτυξης συμβατών προς τον χαρακτήρα της τοπικής κοινωνίας. Για παράδειγμα σε ορισμένες περιοχές με στενούς κοινωνικούς δεσμούς, η εφαρμογή μικρής κλίμακας τουριστική ανάπτυξη είναι πιο αποδεκτή και βιώσιμη λύση. Από την άλλη πλευρά, η υιοθέτηση προγραμμάτων μαζικού τουρισμού ή ο συνδυασμός διαφόρων μορφών τουριστικής ανάπτυξης ίσως να είναι καταλληλότερη σε περισσότερο αναπτυγμένες κοινωνίες. Πρέπει ακόμα να σημειωθεί ότι η εφαρμογή επιλεκτικού marketing, μπορεί υπό προϋποθέσεις να προσελκύσει τουρίστες οι οποίοι θα σέβονται τις τοπικές συνήθειες και πολιτιστικές παραδόσεις (W.T.O, 1994) .

Απαραίτητο είναι επίσης να ληφθούν υπόψη όροι και έννοιες όπως η “*φέρουσα κοινωνική ικανότητα*”, δηλαδή ο βαθμός ανεκτικότητας των κατοίκων στον εισερχόμενο τουρισμό. Με άλλα λόγια μέχρι ποιο σημείο η τοπική κοινωνία μπορεί να αντέξει την εισροή ξένων πολιτισμικών στοιχείων, ώστε να μην αλλοιωθούν τα τοπικά χαρακτηριστικά της. Εάν τα επίπεδα τη φέρουσας ικανότητας ή ανεκτικότητας διαταραχθούν ή ξεπεραστούν, τότε οι κάτοικοι όχι μόνο θα δυσανασχετήσουν από την παρουσία των τουριστών, αλλά θα πάνουν να είναι πλέον φιλικό και φιλόξενοι προς αυτούς, γεγονός που θα προκαλέσει την λεγόμενη *τουριστική δυσαρέσκεια (Inskoop)* .

Ο τουρισμός μπορεί να βοηθήσει ώστε να δικαιολογηθεί η οικονομική ενίσχυση και διατήρηση αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων, η διατήρηση και διάδοση παραδοσιακών τεχνών, η ανάπτυξη πολιτιστικών κέντρων και μουσείων και η οργάνωση εκδηλώσεων. Για το λόγο αυτό κάθε πολιτική που έχει σαν στόχο την πολιτιστική διατήρηση και αναζωογόνηση, θα πρέπει να βασίζεται στην καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων της περιοχής .

Η εφαρμογή της καλύτερης κατά περίπτωση τουριστικής πολιτικής μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στον μετριασμό των συνεπειών στον τοπικό πολιτισμό. Παράλληλα, οι περισσότερες κοινωνικές ομάδες επιθυμούν να βιώσουν τις θετικές αλλαγές και τα οφέλη που προκύπτουν από την σύγχρονη ανάπτυξη. Από την άλλη ωστόσο, επιθυμούν να διαφυλάξουν την εθνική τους ταυτότητα και την πολιτιστική τους κληρονομιά. Για το λόγο αυτό συχνά προσεγγίζουν τη λεγόμενη “*πολιτιστική εκλεκτικότητα*”²². Επιλέγουν δηλαδή τα καλύτερα στοιχεία από την ιστορική και πολιτιστική τους παράδοση, ενώ παράλληλα υιοθετούν τις αλλαγές που προέρχονται από τον τουρισμό και μεταβάλλουν τις ζωή τους προς το καλύτερο, κάνοντας την περισσότερο άνετη και ενδιαφέρουσα .

²² W.T.O: *National and Regional Tourism Planning*, Εκδόσεις W.T.O, Λονδίνο, Νέα Υόρκη, 1994, σελ.37

Διάφορα μέτρα καταπολέμησης των κοινωνικών και πολιτιστικών επιδράσεων μπορούν να εφαρμοστούν στις τουριστικές περιοχές. Τα μέτρα αυτά περιλαμβάνουν τα ακόλουθα²³ :

1. Ενημέρωση των κατοίκων σχετικά με τα πλεονεκτήματα και το κόστος της τουριστικής ανάπτυξης. Στόχος αυτού του προγράμματος είναι η ενημέρωση των κατοίκων αναφορικά με τον τρόπο που θα διανέμονται τα έσοδα του τουρισμού μέσα στην τοπική οικονομία. Πληροφορίες επίσης θα πρέπει να δοθούν για τις επιπτώσεις που θα προκύψουν από τα αυξημένα επίπεδα τουριστικής ανάπτυξης για να αποφευχθούν ενδεχόμενες “εκπλήξεις” .
2. Διατήρηση της αυθεντικότητας των τοπικών τεχνών, ενδυμασιών, χειροτεχνημάτων κ.λ.π, έστω και αν έχουν προσαρμοστεί στις ανάγκες της τουριστικής αγοράς. Ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα και έλεγχοι ποιότητας είναι δυνατόν να χρειαστούν .
3. Τουριστικός σχεδιασμός βάσει των στόχων και των προτεραιοτήτων που θέτουν οι κάτοικοι. Πρακτικά η εφαρμογή αυτής της μεθόδου δεν είναι εύκολη. Σημαντικό είναι ωστόσο οι κάτοικοι να νιώσουν μέρος της διαδικασίας του αναπτυξιακού σχεδιασμού. Τα αναπτυξιακά προγράμματα εξελίσσονται πολύ πιο εύκολα και ομαλά όταν οι κάτοικοι νιώθουν ότι έχουν την ιδιοκτησία των πόρων που χρειάζονται .
4. Διατήρηση του τοπικού αρχιτεκτονικού χρώματος και ενθάρρυνση των ιδιωτών και για κατασκευή τουριστικών εγκαταστάσεων σύμφωνα με τα αρχιτεκτονικά μοτίβα της περιοχής .
5. Εξασφάλιση της εύκολης, ασφαλούς και άνετης πρόσβασης των κατοίκων στις τουριστικές τοποθεσίες και αρχαιολογικούς χώρους και θέσπιση μέτρων για τον έλεγχο του αριθμού των επισκεπτών .

²³ Gartner: Τουριστική Ανάπτυξη – Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές, Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα, 2001, σελ.214

W.T.O: National and Regional Tourism Planning, Εκδόσεις W.T.O, Λονδίνο, Νέα Υόρκη, 1994, σελ.37
Inskeep: Tourism Planning, σελ.377

6. Προσφορά εναλλακτικών προτάσεων και οικονομικότερων λύσεων στην περίπτωση που οι κάτοικοι δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν τις τοπικές τουριστικές εγκαταστάσεις .
7. Σωστή χρήση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, ώστε να διατηρηθεί η ακεραιότητά τους και οι κάτοικοι να μην έχουν αντίρρηση, ούτε να δυσανασχετούν με την χρήση των πόρων αυτών από τους επισκέπτες .
8. Ενημέρωση των τουριστών για την τοπική κοινωνία, τις συνήθειες, τα έθιμα, τους κώδικες συμπεριφοράς σε θρησκευτικούς και άλλους χώρους, τις παραδόσεις. Εάν οι επισκέπτες καταλάβουν τη σημασία αυτών, τότε είναι περισσότερο πιθανό να τα σεβαστούν .
9. Προσφορά ευκαιριών προς τις μειονότητες ή τους ντόπιους κατοίκους να συμμετέχουν ενεργά στην τουριστική βιομηχανία. Η αξιοποίηση της πολιτισμικής πολυμορφίας ενός τόπου μπορεί να αποδειχθεί θετική για την τουριστική ανάπτυξη και να αποτελέσει ένα επιπρόσθετο στοιχείο του συνολικού τουριστικού πακέτου .
10. Προσφορά ευκαιριών για συμμετοχή της κοινότητας σε γεγονότα και εκδηλώσεις που τονίζουν τις αξίες και την ταυτότητα της περιοχής. Με αυτόν τον τρόπο θα ενισχυθεί η υπερηφάνεια που νιώθουν οι ντόπιοι για τον τόπο τους .
11. Μέσω της εφαρμογής του επιλεκτικού marketing και του ελέγχου του είδους των τουριστικών δραστηριοτήτων που παρέχονται, θα στοχεύσουμε σε αυτό το τμήμα της αγοράς που σέβεται και εκτιμά την τοπική πολιτιστική παράδοση .
12. Εκπαίδευση των ντόπιων κατοίκων ώστε να εργάζονται αποδοτικά σε όλα τα επίπεδα του τουρισμού με σκοπό τα οικονομικά οφέλη να παραμένουν στην περιοχή, να μειωθούν τα ξένα εργατικά χέρια και να αποφθεχθούν παρεξηγήσεις με τους τουρίστες λόγω της χαμηλής ποιότητας υπηρεσιών και των γλωσσικών ή πολιτιστικών διαφορών.

13. Χρήση των τοπικών κεφαλαίων, της εργασίας και της εμπειρίας όπου αυτό είναι δυνατό. Η τοπική ιδιοκτησία της τουριστικής βιομηχανίας είναι σημαντικό στοιχείο για την απόκτηση της υποστήριξης των κατοίκων. Βέβαια η χρήση τοπικών κεφαλαίων στις αναπτυσσόμενες οικονομίες ή τις αγροτικές κοινωνίες δεν είναι πάντα εφικτή. Για τον λόγο αυτό η χρήση των διαθέσιμων πόρων θα πρέπει να γίνεται προσεκτικά και ανάπτυξη να προχωράει σταδιακά. Η ραγδαία ανάπτυξη συχνά αποκλείει την τοπική ιδιωτική πρωτοβουλία και την επιθυμία για πραγματοποίηση επενδύσεων, με αποτέλεσμα ο τοπικός πληθυσμός να μην συμμερίζεται την προσπάθεια για τουριστική ανάπτυξη ή και να εναντιώνεται σ' αυτήν .
14. Αντιμετώπιση των υφιστάμενων κοινωνικό – πολιτιστικών προβλημάτων (τζόγος, εγκληματικότητα, πορνεία, ναρκωτικά) πριν την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού και θέσπιση αυστηρότερων μέτρων αν χρειαστεί για την προστασία ντόπιων και τουριστών .
15. Αν επιλεγθεί η θεματική ανάπτυξη αυτή θα πρέπει να αντανakλά την ιστορία, τον τρόπο ζωής ή την γεωγραφική θέση της περιοχής, ενώ τα διαφημιστικά προγράμματα θα πρέπει να προωθούν εικόνες σύμφωνες με το τι προσδοκούν οι ίδιοι οι κάτοικοι από τον τουρισμό.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Οι πολιτισμικές καταβολές ενός τόπου, οι ιδιαιτερότητες και τα χαρακτηριστικά του που συνήθως περιλαμβάνουν μνημεία μεγάλης αρχαιολογικής αξίας, τοπικά φεστιβάλ, ήθη και έθιμα, παραδοσιακές ενδυμασίες και χοροί, συνιστούν βασικούς πόλους έλξης τουριστών. Ο σωστός σχεδιασμός, η προβολή και αξιοποίηση των πολιτισμικών αυτών πόρων, μπορεί να αποδειχθεί ευεργετική τόσο για την οικονομία της περιοχής, όσο και για την αναθέρμανση του ενδιαφέροντος για την ιστορία και τον πολιτισμό του συγκεκριμένου προορισμού .

Εν τούτοις, η αψυχολόγητη και απρογραμματίστη τουριστική ανάπτυξη επιφέρει τα ακριβώς αντίθετα αποτελέσματα. Εκφυλίζονται οι τοπικές παραδόσεις, εμπορευματοποιούνται εκδηλώσεις θρησκευτικού περιεχομένου, μαζικοποιείτε η παραγωγή έργων τέχνης, αφομοιώνονται ξένες συνήθειες και πρότυπα συμπεριφοράς. Αν σε όλα αυτά προστεθεί η ταυτοποίηση των τουριστικών προορισμών ή αλλιώς η ομογενοποίηση τους, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως η μαζική έλευση τουριστών οδηγεί μαθηματικά στην αλλοίωση της μοναδικότητάς τους. Φυσικά, σε αυτό συμβάλει ενεργά και η τυποποιημένη προσφορά υπηρεσιών σε ένα πλήθος προορισμών από τον σύγχρονο μαζικό τουρισμό.

Η αρνητική αυτή θέση αναφορικά με τις επιδράσεις του τουρισμού στον πολιτισμικό χαρακτήρα μιας περιοχής, βρίσκει σύμφωνους πολλούς από τους μελετητές του φαινομένου. Ωστόσο, πρέπει και εδώ να τονίσουμε πως ο τουριστικός κλάδος είναι μόνο μία από τις πηγές αλλαγών σε μία κοινωνία και ως τέτοια πρέπει να αντιμετωπίζεται .

Η σωστή και αποδοτική διαχείριση των τουριστικών πόρων και εν προκειμένω των πολιτιστικών και ο σεβασμός των παραδόσεων που διέπουν έναν τόπο αποτελεί ίσως την απάντηση στο πρόβλημα, έστω και αν για πολλούς μια τέτοια προσέγγιση στην εποχή του άκρατου ανταγωνισμού φαντάζει ουτοπία .

Γ. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

ΣΧΕΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ – ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η συνεχής και δραματική υποβάθμιση του περιβάλλοντος τις τελευταίες δεκαετίες με την ανεξέλεγκτη εκμετάλλευση των φυσικών πόρων του πλανήτη, από τις ανεπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες του κόσμου, είναι μαθηματικά βέβαιο ότι θα οδηγήσει σύντομα σε μια ταυτόχρονη υποβάθμιση του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων. Η μόλυνση της ατμόσφαιρας, η καταστροφή των δασών, οι ραγδαίες κλιματολογικές αλλαγές, καθώς και οι αλλαγές στις διατροφικές μας συνήθειες, είναι μερικές μόνο από τις επιπτώσεις των διαφόρων οικονομικών και βιομηχανικών κλάδων και δραστηριοτήτων, μεταξύ των οποίων και του τουρισμού, πάνω στο περιβάλλον και κατ' επέκταση στους ανθρώπους. Παράλληλα, η ευαισθητοποίηση των κατοίκων ανά τον κόσμο πάνω σε θέματα οικολογίας και περιβάλλοντος, καθώς και η δραστηριοποίηση διαφόρων οργανισμών στον τομέα της προστασίας των οικοσυστημάτων, δεν επαρκεί για να αναστρέψει την αρνητική κατάσταση που έχει δημιουργηθεί, αναφορικά με την συρρίκνωση των φυσικών πόρων του πλανήτη .

Αξίζει να σημειωθεί ότι πολλοί οικονομικοί παράγοντες με την επιθυμία τους να επενδύσουν για άμεσο κέρδος ή προσωπική ικανοποίηση, δεν εξετάζουν τις συνέπειες αυτής της απόφασης. Το φαινόμενο αυτό ισχύει κυρίως για τουριστικές περιοχές όπου η ίδια η φύση αποτελεί πόλο έλξης. Το περιβάλλον αποτελεί ίσως τον κυριότερο παράγοντα για τον τουρισμό και η διατήρηση ενός υγιούς περιβάλλοντος συνιστά τη σημαντικότερη ίσως μεταβλητή για την τουριστική ανάπτυξη. Αντίθετα, η υποβάθμιση και καταστροφή του περιβάλλοντος οδηγούν μοιραία στην παρακμή του τουριστικού προϊόντος .

Η οικονομική υγεία του τουρισμού βασίζεται ως επί το πλείστον στην οικολογική του υγεία . Ωστόσο, η επιδιωκόμενη ανάπτυξη δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί εάν προηγουμένως δεν διασφαλιστεί η ποιότητα του περιβάλλοντος το οποίο απειλείται από την μη συντονισμένη και υπέρμετρη τουριστική ανάπτυξη. Το περιβάλλον και οι φυσικοί πόροι δεν είναι ανεξάντλητοι, αντίθετα θεωρούνται ως τα πλέον φθαρτά αγαθά, καθώς η φύση χρειάζεται χρόνια για να επουλώσει τις πληγές τις από την ανθρώπινη παρέμβαση. Από την άλλη, ο τουρισμός ο οποίος χρησιμοποιεί το περιβάλλον ως μέσο προσέλκυσης τουριστών, αντιπροσωπεύει μια δυναμική δραστηριότητα που αναπτύσσεται συνεχώς .

Η Ελλάδα, ένας από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς στον κόσμο, χάρη στις ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες, τις ασυνήθιστες φυσικές ομορφιές και την πολιτιστική της κληρονομιά κατέχει τα τελευταία χρόνια “εξέχουσα” θέση ανάμεσα στις χώρες που αντιμετωπίζουν οξύτατο οικολογικό πρόβλημα. Η δημιουργία εκτεταμένης τουριστικής υποδομής και η ταυτόχρονη συσσώρευση δυσανάλογα μεγάλου αριθμού τουριστών για την τοπική υποδομή οδήγησε σε έντονα φαινόμενα πληθυσμιακού κορεσμού και σε επιπλέον υποβάθμιση του περιβάλλοντος (πίνακας 1).

Ο τουρισμός κατά συνέπεια έχει το δικό του μεγάλο μερίδιο ευθύνης στην αλλοίωση των φυσικών τοπίων, στην περιβαλλοντική και αισθητική ρύπανση και εν τέλει στην μετατροπή των περιοχών υποδοχής μαζικού τουρισμού, σε περιοχές περιβαλλοντικά υποβαθμισμένες. Δεν είναι λοιπόν υπερβολή να ισχυριστούμε ότι σε ορισμένες ακραίες περιπτώσεις ο “τουρισμός καταστρέφει τον τουρισμό”.

Πίνακας 1
Αφίξεις τουριστών ανά κάτοικο (1994) – Δείκτης Κορεσμού

Χώρες	Δείκτης
Ελλάδα	1,026
Ιταλία	0,481
Ισπανία	1,103
Πορτογαλία	0,919
Γαλλία	1,058
Τουρκία	0,099

Πηγή: Σ. Βαρβαρέσος

Η αρνητική κατάσταση η οποία δημιουργείται αναφορικά με την επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος από τις δραστηριότητες του τουρισμού απεικονίζεται αρκετά ρεαλιστικά από το πλάνο της ανεξέλεγκτης τουριστικής ανάπτυξης των P. Deffert και R. Baretje²⁴ (πίνακες 2,3) :

²⁴ Στέλιος Βαρβαρέσος: Τουρισμός – Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 2001, σελ.241

Πλάνο ανεξέλεγκτης τουριστικής ανάπτυξης

Α' φάση : Έναρξη τουριστικής δραστηριότητας

Πίνακας 2

- ┐ Αναρχία των πρωτοβουλιών ανάπτυξης και κατασκευών
- Τιμές οικοπέδων ακόμα προσιτές
- Έλλειψη συντονισμού
- Έλλειψη πολεοδομικών σχεδίων
- Ανοπαρξία ζωνών
- Συγκέντρωση σε μερικά μόνο μέρη λόγω μόδας ή μιμητισμού
- Συγκέντρωση εποχική
- Πελατεία τοπική ή περιφερειακή (μαζικός τουρισμός)
- ┐ Κατασκευή αεθίσαιτων κέμπινγκ χωρίς υποδομή

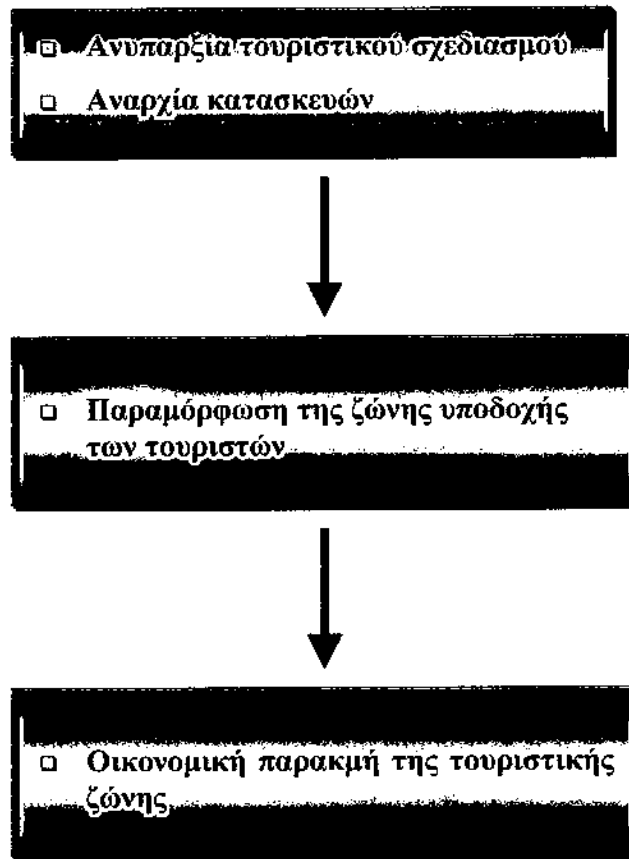
Β' φάση : Περίοδος αποικιοποίησης

Πίνακας 3

- ┐ Αύξηση της τιμής των οικοπέδων
- Σπανιότητα
- Ενδείξεις κερδοσκοπίας
- Κατάτμηση της γης σε μικρούς κλήρους προς πώληση
- Παρέμβαση ιδιωτικών οργανισμών αγοραπωλησίας
- Ηλεκτροδότηση – ύδρευση – αποχέτευση
- Δημιουργία βιλών και πολυτελών τουριστικών καταλυμάτων
- Κατασκευή ξενοδοχείων και εμπορικών κέντρων
- Καταπάτηση των κατασκευαστικών νόμων
- ┐ Ανταγωνισμός και ασχήμια

Απόρροια των παραπάνω και ιδίως όπου το περιβάλλον έχει υποστεί ανεπανόρθωτες βλάβες, είναι η οικονομική παρακμή των περιοχών που προχώρησαν σε ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων χωρίς προηγουμένως να έχουν εξασφαλιστεί οι απαραίτητες προϋποθέσεις. Σχηματικά μπορούμε να παραστήσουμε τη πορεία της ανεξέλεγκτης τουριστικής ανάπτυξης και τις συνέπειες της στο περιβάλλον με το παρακάτω διάγραμμα :

Διάγραμμα 1



Στα κεφάλαια που θα ακολουθήσουν θα εξετάσουμε τις αρνητικές και θετικές προεκτάσεις του τουρισμού στο περιβάλλον, καθώς και τα μέτρα που ενδεχομένως πρέπει να εφαρμοστούν για την επίλυση των προβλημάτων .

ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Οι Επιδράσεις του Τουρισμού στα Οικοσυστήματα

Η ραγδαία όσο και άναρχη ανάπτυξη του τουρισμού στους επιμέρους τουριστικούς προορισμούς, όπως ήταν επόμενο δεν άφησε ανεπηρέαστο τόσο το φυσικό περιβάλλον, όσο και τις τοπικές κοινωνίες οι οποίες βίωσαν σε ένα μεγάλο βαθμό μια εξαιρετικά απότομη αλλαγή και επιβάρυνση των τοπικών χαρακτηριστικών καθώς και αλλοίωση των πολιτισμικών ιδιαιτεροτήτων που τις καθιστούν μοναδικές. Στο σημείο αυτό θα εξετασθούν οι συνέπειες στο περιβάλλον από την κακή χρήση των τουριστικών πόρων :

Τουριστικά καταλύματα: Η ανεξέλεγκτη δόμηση χιλιάδων τουριστικών εγκαταστάσεων με την παράλληλη εμφάνιση μεγαθηρίων από μπετόν που μεταξύ άλλων είναι και αντιαισθητικά από αρχιτεκτονικής πλευράς, προκάλεσε τεράστιες περιβαλλοντικές καταστροφές, ενώ επιπλέον αλλοίωσε τον τοπικό πολεοδομικό χαρακτήρα των περιοχών (Λύτρας, 1998). Ειδικότερα, οι ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις προκαλούν εκτεταμένη ρύπανση στον περιβάλλοντα χώρο και στην θάλασσα λόγω της ρίψης σκουπιδιών και υγρών αποβλήτων, η οποία προξενεί κυρίως από την έλλειψη εγκαταστάσεων βιολογικού καθαρισμού στην συντριπτική πλειοψηφία των ξενοδοχείων .

Στα τουριστικά καταλύματα τα οποία προκαλούν αλλοίωση του περιβάλλοντος θα μπορούσαμε να συμπεριλάβουμε τις διάφορες αμφιβόλου αισθητικής, παραθεριστικές κατοικίες (πολλές εκ των οποίων αυθαίρετες) οι οποίες έχουν εμφανιστεί κατά χιλιάδες ιδίως στις παράκτιες περιοχές και αποτελούν με την σειρά τους έναν παράγοντα καταστροφής της υπαίθρου, αφού προκαλεί τον κατακερματισμό της γης σε μικρά τεμάχια και την διαφοροποίηση της φυσιογνωμίας μιας περιοχής . Χαρακτηριστική μάλιστα είναι η παρατήρηση του J. Krippendorf σύμφωνα με τον οποίο: “*την ημέρα που όλος ο κόσμος θα διαθέτει παραθεριστική κατοικία, δε θα υπάρχει πια εζοχή*”.

Μπορούμε επίσης να σημειώσουμε τις διάφορες κατασκηνώσεις και κάμπινγκ τα οποία ιδίως την περίοδο τουριστικής αιχμής, όπου ο αριθμός των τουριστών πολλαπλασιάζεται, δημιουργούν σωρεία προβλημάτων στο φυσικό περιβάλλον, όπως μόλυνση της ατμόσφαιρας, αλόγιστη χρήση του εδάφους, ρίψη κάθε λογής αντικειμένων και σκουπιδιών, καταστροφή της τοπικής βλάστησης .

Πρέπει να επισημανθεί τέλος ότι η ανεξέλεγκτη δόμηση τουριστικών εγκαταστάσεων έχει ως αποτέλεσμα την καταπάτηση δασικών ή γεωργικών εκτάσεων, ενώ ταυτόχρονα στερεί τη

δυνατότητα πρόσβασης σε φυσικούς τόπους μοναδικής ομορφιάς, οι οποίοι χρησιμοποιούνται μόνο από τους ενοίκους ξενοδοχείων ή άλλων παραθεριστικών κέντρων .

Τουριστική μετακίνηση: Η αύξηση των μετακινήσεων τουριστών από τις περιοχές προέλευσης στους τουριστικούς προορισμούς, συνοδεύτηκε από την κατακόρυφη αύξηση των αερομεταφορών η οποία πέρα από την ατμοσφαιρική και ηχητική ρύπανση προκαλεί καταστροφή της χλωρίδας και της πανίδας, καθώς και διατάραξη των παραδοσιακών ρυθμών ζωής στις μικρές επαρχιακές κοινωνίες .

Επιπλέον, οι μεγάλοι οδικοί άξονες που διασχίζουν μια χώρα προκαλούν μια σειρά προβλημάτων όπως έντονη ηχορύπανση με συνέπεια την απομάκρυνση διάφορων ειδών ζώων, αλλοίωση του φυσικού τοπίου, καταστροφή της πανίδας. Επίσης, συχνά παρατηρείται το φαινόμενο της απόθεσης σκουπιδιών κατά μήκος των οδικών αξόνων, της ανάρτησης διαφημιστικών πινακίδων, καθώς και της ανέγερσης διαφόρων εγκαταστάσεων όπως μοτέλ, εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες και σταθμοί βενζίνης που στο σύνολο τους επιβαρύνουν το φυσικό περιβάλλον και μεταβάλλουν αρνητικά την εικόνα που έχει ο επισκέπτης για αυτό. Δεν πρέπει να ξεχνάμε τέλος τα διάφορα τουριστικά πλοιάρια και σκάφη αναψυχής τα οποία ρυπαίνουν κατά κόρον τις θάλασσες .

Δραστηριότητες αναψυχής: Κατά την περίοδο των διακοπών οι τουρίστες που συρρέουν κατά χιλιάδες στις παραθεριστικές ζώνες ασχολούνται με πλήθος δραστηριοτήτων οι οποίες είναι δυνατόν να προκαλέσουν βλάβες στο υπάρχον οικοσύστημα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η υπεραλίευση ορισμένων περιοχών και ιδιαιτέρως το υποβρύχιο ψάρεμα, το οποίο τις περισσότερες φορές ασκείται παράνομα, με συνέπεια την εξαφάνιση πολλών ειδών ψαριών από θάλασσές όπου άλλοτε αφθονούσαν .

Επιπρόσθετα, έχει επισημανθεί το φαινόμενο της παράνομης συγκομιδής φρούτων, πτηνών, πεταλούδων κ.λ.π. συμβάλλοντας έτσι στη μείωση της χλωρίδας και πανίδας της περιοχής και δημιουργώντας στον τοπικό πληθυσμό αρνητικά συναισθήματα έναντι των τουριστών (Βαρβαρέσος, 1998) .

Μαρίνες: Η δημιουργία μαρίνων απευθύνεται σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα στον τύπο του τουρισμού ο οποίος αφορά τις υψηλές εισοδηματικές τάξεις. Η κατασκευή ενός λιμανιού για πολυτελή σκάφη προϋποθέτει την αλλοίωση και μετατροπή ενός τμήματος της παραθαλάσσιας

ζώνης. Πέραν της καταστροφής των τοπικών χαρακτηριστικών, τόσο η κατασκευή, όσο και η χρήση της μαρίνας θεωρούνται εξαιρετικά ρυπογόνες .

Διακρίνουμε διάφορα είδη ρύπανσης : την οργανική και βακτηριδιακή ρύπανση, τη χημική ρύπανση (καθαρισμός πλοίων, οικιακά απόβλητα, αστικά απόβλητα), τη ρύπανση από τη χρήση καυσίμων .

Εξωγενείς παράγοντες: Εκτός από την τουριστική δραστηριότητα μια σειρά από άλλες δραστηριότητες προκαλούν εξίσου σημαντική υποβάθμιση του περιβάλλοντος, προσθέτοντας και άλλα προβλήματα στα ήδη υπάρχοντα. Πέραν λοιπόν από τις επιπτώσεις της τουριστικής ρύπανσης, ο τουριστικός τόπος υφίσταται τις επιπτώσεις της αστικής και βιομηχανικής ρύπανσης από αστικά και βιομηχανικά απόβλητα, καταστροφή των δασών από πυρκαγιές, καθαρισμό των δεξαμενών των πετρελαιοφόρων, δημιουργία κορεσμένων τουριστικών περιοχών .

Αύξηση τουριστικού πλήθους: Ο συνεχώς αυξανόμενος αριθμός των τουριστών από την δεκαετία το '70 και μετέπειτα (λίγο πριν το 2000 έφτασε τα 600.000.000 άτομα) , η έλλειψη τουριστικής συνείδησης και η ελλιπής περιβαλλοντική ενημέρωση , προκαλούν με τη σειρά τους οικολογικά προβλήματα όπως²⁵ :

- Εκτεταμένη ρύπανση από την ανεξέλεγκτη ρίψη ή εγκατάλειψη σκουπιδιών σε ακτές, παράκτιες ζώνες ή κοινόχρηστους χώρους (η άκρατη χρήση προϊόντων με πλαστική συσκευασία εντείνει το πρόβλημα) .
- Φωτοχημική ρύπανση προκαλούμενη από τη πολυάριθμη συγκέντρωση οχημάτων με αποτέλεσμα την μόλυνση της ατμόσφαιρας, καθώς και την φθορά ιστορικών μνημείων .
- Ρύπανση ακτών και παράκτιων τουριστικών ζωνών λόγω της εκτεταμένης κατασκήνωσης .
- Εγκληματική πολλές φορές συμπεριφορά και αδιαφορία των επισκεπτών μιας περιοχής οι οποίοι συχνά προξενούν μεγάλες πυρκαγιές καταστρέφοντας τεράστιες δασικές εκτάσεις .

²⁵ Περικλής Λύτρας: *Κοινωνιολογία του Τουρισμού*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1998, σελ.174

Θετικές περιβαλλοντικές επιδράσεις της τουριστικής παρέμβασης

Η χρησιμοποίηση μεθόδων αξιοποίησης των τουριστικών πόρων μιας περιοχής, συμβατών προς το περιβάλλον είναι δυνατόν να έχει θετικό αντίκτυπο για το οικοσύστημα και εξίσου ευεργετικά αποτελέσματα, τα οποία συνοψίζονται στα ακόλουθα²⁶ :

- Βοηθά ώστε να δικαιολογηθεί μακροπρόθεσμα η προστασία και διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος, και χρηματοδοτεί την προστασία σημαντικών φυσικών περιοχών (εθνικά και τοπικά πάρκα), καθότι αυτές αποτελούν σημαντικούς πόλους έλξης τουριστών. Αυτό είναι μεγάλης σημασίας ιδιαίτερα για χώρες με περιορισμένους πόρους για την προστασία του περιβάλλοντος .
- Συμβάλλει στην βελτίωση της περιβαλλοντικής ποιότητας ενός τόπου, καθώς οι τουρίστες προτιμούν να επισκέπτονται τόπους ελκυστικούς, καθαρούς και με χαμηλά επίπεδα μόλυνσης. Ο τουρισμός παρέχει το κίνητρο για εντατικότερη προστασία του περιβάλλοντος, μέσω της εφαρμογής προγραμμάτων ελέγχου της ατμοσφαιρικής, θαλάσσιας, ηχητικής και αισθητικής ρύπανσης. Επίσης, τουριστικές εγκαταστάσεις που δεν αλλοιώνουν τα φυσικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά του τόπου, βοηθούν εξίσου στην βελτίωση της εικόνας της περιοχής .
- Αυξάνει την τοπική περιβαλλοντική ευαισθησία και προσοχή, όταν οι ντόπιοι κάτοικοι της τουριστικής περιοχής και ιδίως οι νέοι παρατηρούν το συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον των τουριστών γύρω από το περιβάλλον. Κατόπιν, οι ίδιοι οι κάτοικοι αρχίζουν να συνειδητοποιούν την σπουδαιότητα της οικολογικής ισορροπίας των περιοχών τους .

²⁶ W.T.O: **National and Regional Tourism Planning**, Εκδόσεις W.T.O, Νέα Υόρκη, Λονδίνο 1994, σελ.32
Middleton: **Sustainable Tourism**, Εκδόσεις Butterworth – Heinemann, Οξφόρδη 1998, σελ.76

Η Υποβάθμιση της Ζώνης Υποδοχής Τουριστών

Τα αίτια της υποβάθμισης στις ζώνες υποδοχής τουριστών οφείλονται σε ένα βαθμό στην ίδια την φύση του τουριστικού φαινομένου, όπως επίσης στην ανεπαρκή τουριστική πολιτική του κράτους. Η αθρόα προσέλευση επισκεπτών σε μια περιοχή που αδυνατεί κατά την περίοδο αιχμής να εξυπηρετήσει τον αυξημένο αριθμό επισκεπτών, έχει ως αποτέλεσμα μια σειρά αρνητικών επιπτώσεων τόσο στο φυσικό περιβάλλον της περιοχής, όσο και στην ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών.

Ένα παράδειγμα αλλαγής ενός τόπου υποδοχής τουριστών που συνδέεται με την αλλοίωση του ανθρώπινου και φυσικού περιβάλλοντος, αποτελούν οι δημοφιλείς παράκτιες περιοχές της Μεσογείου. Εκατοντάδες παραθαλάσσια χωριά και παραδοσιακοί οικισμοί έχουν αλλάξει δραματικά τα τελευταία χρόνια. Τα διάφορα διαφημιστικά φυλλάδια και ταξιδιωτικοί οδηγοί παρουσιάζουν τον τόπο όπως ήταν πριν από μερικές δεκαετίες. Ωστόσο, όταν το επισκέπτεται ο τουρίστας δεν αναγνωρίζει σχεδόν τίποτα από όσα είχε διαβάσει ή γνώριζε για την περιοχή κατά το παρελθόν. Οι τόποι αυτοί έχουν υποστεί ριζικές αλλαγές σε βαθμό που να μην είναι πλέον αναγνωρίσιμοι, έχουν χάσει το φυσικό και πολιτιστικό τους χαρακτήρα και το φαινόμενο αυτό είναι αποτέλεσμα της μεγάλης τουριστικής ανάπτυξης. Η μόλυνση, η ανεξέλεγκτη δόμηση ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, δωματίων, μπαρ, εστιατορίων, έχουν αλλάξει εκατοντάδες χιλιόμετρα παράκτιων περιοχών στις ζώνες υποδοχής τουριστών.

Στο σημείο αυτό υπεισέρχεται ο παράγοντας της *φέρουσας ικανότητας* την σπουδαιότητα του οποίου είχαμε επισημάνει και στο κεφάλαιο των κοινωνικών επιδράσεων. Κάθε τουριστικός τόπος έχει τη δυνατότητα να φιλοξενήσει έναν ορισμένο αριθμό τουριστών, βάσει πάντα των υποδομών και τουριστικών εγκαταστάσεων που διαθέτει, την φυσιογνωμία της περιοχής (φυσικό – πολιτιστικό περιβάλλον) και την εκάστοτε τουριστική πολιτική που έχει επιλεγεί για την περιοχή. Εάν η φέρουσα αυτή ικανότητα διαταραχθεί, ή πιο απλά εάν ο αριθμός των επισκεπτών αυξηθεί κατά πολύ περισσότερο από αυτόν που πληθυσμιακά μπορεί να αντέξει η περιοχή, τότε φυσιολογικά θα αρχίσουν να διαφαίνονται τα πρώτα συμπτώματα παρακμής (οικονομικής και περιβαλλοντικής).

Η υποβάθμιση της ζωής των μόνιμων κατοίκων είναι το στάδιο που ακολουθεί την ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη. Τα καυσαέρια από τα μέσα συγκοινωνίας, η ηχορύπανση ως αποτέλεσμα του υπερπληθυσμού κατά τις περιόδους τουριστικής αιχμής και η έλλειψη πολλές φορές ενός ικανοποιητικού συστήματος αποχέτευσης και υδροδότησης, είναι μερικά μόνο από τα καθημερινά προβλήματα των ντόπιων. Τα όποια προβλήματα αντιμετωπίζουν οι τουρίστες έχουν να κάνουν

αποκλειστικά και μόνο με την πρόσκαιρη παραμονή τους. Αντίθετα, οι κάτοικοι θα παραμείνουν στον τόπο και μετά το τέλος της τουριστικής περιόδου και θα αντιμετωπίσουν τις συνέπειες της αυξημένης τουριστικής ζήτησης και μετά την πάροδο αυτής .

Από την άλλη πλευρά, παρουσιάζεται συχνά το φαινόμενο η τουριστική πολιτική να επιζητά τον προσανατολισμό και την διοχέτευση των τουριστικών επενδύσεων σε περιοχές που είναι ήδη τουριστικά κορεσμένες και με σημαντικό αριθμό προβλημάτων και ανεπαρκειών, όπως υπερεκμετάλλευση τουριστικών πόρων, υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος και των χώρων υποδοχής, ανεπάρκεια γενικών υποδομών (τουριστικές – αθλητικές εγκαταστάσεις, εστιατόρια κ.λ.π), κακή χρήση των εδαφών, ελλιπής νομοθεσία αναφορικά με τις κατασκευές .

Ο Ρόλος των Κύριων Παραγόντων του Τουριστικού Τομέα στην Υποβάθμιση του Περιβάλλοντος

Η επιβάρυνση του περιβάλλοντος ακολουθεί σαν συνέπεια την οικονομική τακτική του συνόλου των παραγόντων που αποτελούν τον τουριστικό κλάδο, οι οποίοι στην πλειοψηφία των περιπτώσεων προσδοκούν την επίτευξη των στόχων τους, αδιαφορώντας για τις βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες επιπτώσεις ενεργειών τους²⁷ :

Τουρίστας – Καταναλωτής: Η ιδιαιτερότητα του τμήματος της αγοράς που αντιπροσωπεύει ο τουρίστας – καταναλωτής, έγκειται στην εν γένει συμπεριφορά του, η οποία εκπορεύεται από την ανάγκη της όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ικανοποίησης των επιθυμιών του κατά την περίοδο των διακοπών, με βάση τα χρήματα που διαθέτει και τους κοινωνικό – οικονομικούς παράγοντες που τον διέπουν. Βέβαια, η πληροφόρηση που λαμβάνει σχετικά με το περιβάλλον στο οποίο ζει και κινείται είναι μάλλον ελλιπής, χωρίς παράλληλα να γνωρίζει τις βλάβες που προκαλεί ο ίδιος σ' αυτό με την συμπεριφορά του .

Ιδιώτης – Επιχειρηματίας: Η ανάκαμψη του τουρισμού και η οργάνωση του σε πολλές περιοχές της Ελλάδας και του εξωτερικού οφείλεται κατά κύριο λόγο στην ιδιωτική πρωτοβουλία. Στις περισσότερες περιπτώσεις όμως, στόχος των διάφορων οικονομικών παραγόντων δεν είναι η συνολική και συντονισμένη ανάκαμψη ενός τόσο ζωτικού τμήματος της εθνικής οικονομίας, αλλά η επίτευξη του μεγαλύτερου δυνατού προσωπικού κέρδους. Η κοντόφθαλμη αυτή αντίληψη πολλών

²⁷ Στέλιος Βαρβαρέσος: Τουρισμός – Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1998, σελ.246

επιχειρηματιών και η επιθυμία αύξησης των βραχυπρόθεσμων κερδών, οδηγεί τελικά στην αλόγιστη εκμετάλλευση των φυσικών πόρων έως ότου τελικά εξαντληθούν .

Τοπική Διοίκηση: Αρμοδιότητα της τοπικής αυτοδιοίκησης είναι η κάλυψη των αναγκών του τοπικού πληθυσμού και η ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών. Κινούμενη προς την κατεύθυνση αυτή επιδιώκει την προσέλκυση όσο το δυνατό περισσότερων τουριστών, γεγονός που ισοδυναμεί με αύξηση του εισοδήματος και με βελτίωση των οικονομικών δεδομένων της περιοχής .

Παρ' όλα αυτά, η έλλειψη υποδομής για την κάλυψη της αυξημένης τουριστικής κίνηση και η μη λήψη μέτρων προστασίας του φυσικού τοπίου, αφήνει εκτεθειμένο το ίδιο το περιβάλλον μέσα στο οποίο ζουν .

Κεντρική Διοίκηση – Πολιτική Ηγεςία: Στόχος και ρόλος της κεντρικής διοίκησης είναι (ή τουλάχιστο πρέπει να είναι) η ισόρροπη ανάπτυξη του τουρισμού στις περιοχές της χώρας με παράλληλη αύξηση των τουριστικών εισπράξεων, αφίξεων και δαπανών. Συχνά, ωστόσο δεν λαμβάνονται υπόψη γεγονότα όπως η μείωση των φυσικών πόρων και η καταστροφή περιοχών μοναδικής ομορφιάς, λόγω της υπέρμετρης αύξησης του μαζικού τουρισμού και της προσέλευσης τουριστών. Σαν αποτέλεσμα παρατηρούμε οι τουριστικοί πόροι της περιοχής (στην προκειμένη περίπτωση το φυσικό περιβάλλον) να μπαίνουν σε δεύτερη μοίρα σε σχέση με τα αναμφισβήτητα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από την τουριστική ανάπτυξη, καθώς η κρατική (αν υπάρχει τέτοια) τουριστική πολιτική δεν μεριμνεί εξίσου για τις συνέπειες που επίσης προκύπτουν από αυτήν .

ΜΕΤΡΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

Σε θεωρητικό επίπεδο η αναζήτηση μέτρων για την αντιμετώπιση της περιβαλλοντικής υποβάθμισης είναι μάλλον εύκολη υπόθεση, αφού λίγο – πολύ όλοι μπορούμε να φανταστούμε τα μέτρα που πρέπει να εφαρμοστούν για τον περιορισμό της έκτασης του προβλήματος. Στην πράξη ωστόσο, τα πράγματα δυσκολεύουν αφού η εμπειρία από το παρελθόν μας έχει δείξει πως σπάνια τέτοια μέτρα εφαρμόζονται (ή τουλάχιστον όχι στην έκταση που θα έπρεπε), πολύ περισσότερο αποδίδουν όταν υπάρχουν μεγάλα οικονομικά συμφέροντα .

Ωστόσο, παραθέτουμε ενδεικτικά μια σειρά από μέτρα που ενδεχομένως πρέπει να εφαρμοστούν, σε συνάρτηση πάντα με το είδος του τουρισμού ανά περιοχή και τα χαρακτηριστικά που τη διέπουν (οικονομικά, κοινωνικά, πολιτιστικά, οικολογικά) ²⁸ :

- ✓ Σεβασμό των πολιτικών, λαογραφικών, θρησκευτικών, κοινωνικών και πολιτιστικών γνωρισμάτων ενός τόπου .
- ✓ Αναζήτηση νέων καθαρότερων τεχνολογιών όσον αφορά την θαλάσσια και εναέρια μεταφορά .
- ✓ Θέσπιση αυστηρότερων κριτηρίων αναφορικά με την ανέγερση κτηρίων σε δασικές εκτάσεις, τους βιολογικούς καθαρισμούς, το αποχετευτικό δίκτυο .
- ✓ Οι επιχειρήσεις που συνθέτουν την τουριστική βιομηχανία, οι εκάστοτε κυβερνήσεις, τα μέσα ενημέρωσης, να συμμετέχουν στο έργο της περιβαλλοντικής προστασίας μέσω της εκπαίδευσης, της πληροφόρησης και του κατάλληλου σχεδιασμού, έτσι ώστε σε όλους συνείδηση η προστασία των ήδη επιβαρημένων τουριστικών ζωνών .
- ✓ Αναζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, φιλικών προς το περιβάλλον .
- ✓ Αναδάσωση των πληγέντων από πυρκαγιά περιοχών, προστασία των υγροβιότοπων, των δασών, των εθνικών δρυμών, μέσα από την εφαρμογή ειδικών περιβαλλοντικών προγραμμάτων που αποτελούν από μόνα πόλοι έλξης τουριστών .

²⁸ Περικλής Λύτρας: **Κοινωνιολογία του τουρισμού**, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1998 σελ. 170
Ρούπας – Λαλούμης: **Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων**, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 1998, σελ.85

- ✓ Πριν από οποιαδήποτε τουριστική δραστηριότητα θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η κατανομή της τουριστικής κίνησης, καθώς και η πρόβλεψη του αριθμού των τουριστών που θα επισκεφθούν ένα προορισμό, έτσι ώστε να αποφευχθούν φαινόμενα συνωστισμού, να μην ξεπεραστούν τα επίπεδα κορεσμού της περιοχής και να μην αλλοιωθεί το φυσικό τοπίο .

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Τα τελευταία χρόνια επιχειρείται από διάφορους τουριστικούς φορείς η ανάπτυξη εκπαιδευτικών και οικολογικών προγραμμάτων τα οποία έχουν ως στόχο την άσκηση ηπιότερων μορφών τουρισμού, τέτοιες που η τουριστική ανάπτυξη να εναρμονίζεται με τα φυσικά στοιχεία κάθε τόπου, τις ιδιαιτερότητες και τον πολιτισμό του.

Οι υποστηρικτές τέτοιων προγραμμάτων θεωρούν πως μέχρι πρόσφατα άγνωστες μορφές τουρισμού όπως για παράδειγμα ο λεγόμενος *οικολογικός τουρισμός*, ο *τουρισμός περιπέτειας*, ο *περιηγητικός τουρισμός* κ.λ.π, μπορούν να αποτελέσουν το συνδετικό κρίκο ανάμεσα στην φύση και τον άνθρωπο. Σε μια ιδεατή πραγματικότητα οι ειδικές αυτές μορφές τουριστικής μετακίνησης θα ήταν δυνατόν να προσφέρουν στους συμμετέχοντες, πέραν της περιήγησης σε καταπληκτικής ομορφιάς τοποθεσίες, την δυνατότητα να γίνουν περισσότερο υπεύθυνοι για το περιβάλλον και να βοηθούν στη διατήρηση του χαρακτήρα της περιοχής που επισκέπτονται. Επίσης, θα ήταν δυνατόν να αναζητηθούν μέσω αυτής της διαδικασίας μέθοδοι μείωσης της επίδρασης του τουρισμού στις περιβαλλοντικά ευαίσθητες περιοχές και στους τοπικούς πληθυσμούς .

Η πραγματικότητα ωστόσο απέχει πολύ από την εξιδανικευμένη αυτή εικόνα. Η φύση γίνεται αντικείμενο εμπορικής εκμετάλλευσης και οι ειδικές μορφές τουρισμού συχνά το μέσο για να “χρυσωθεί το χάπι” της καταπάτησης από τον άνθρωπο κάθε κομματιού γης που έχει παραμείνει ανέγγιχτο. Η τουριστική βιομηχανία δεν ήταν φυσικά δυνατόν να αφήσει ανεκμετάλλευτο αυτό το εξαιρετικά κερδοφόρο είδος τουρισμού, κάνοντας έτσι νέο σλόγκαν του μαζικού τουρισμού την “*περιβαλλοντική συνείδηση*” .

Από την άλλη πλευρά βέβαια υπάρχουν παραδείγματα ομάδων περιβαλλοντικής προστασίας αλλά και ανθρώπων του τουρισμού οι οποίοι με συντονισμένες προσπάθειες κατάφεραν να προωθήσουν την ιδέα της προστασίας του περιβάλλοντος και παράλληλα της ενασχόλησης με τον τουρισμό. Ο τουρισμός στη φύση, ως ανερχόμενη τάση στην τουριστική βιομηχανία, εκτιμήθηκε από πολλούς ως ευκαιρία για την ανάπτυξη μιας ήπιας οικονομικής δραστηριότητας του οικοτουρισμού, που θα συνέβαλε τόσο στην οικονομική ευημερία, όσο και στην ίδια την προστασία της φύσης. Η ιστορία ωστόσο μας έχει διδάξει πως δεν αρκούν πάντα ορισμένοι μόνο ρομαντικοί για να αλλάξουν την ροή των πραγμάτων και ιδίως όπου τα οικονομικά συμφέροντα είναι μεγάλα .

Προσέγγιση στον λεγόμενο Οικολογικό Τουρισμό²⁹

Ο όρος «οικοτουρισμός» εμφανίστηκε στα τέλη της δεκαετίας του '80 και προήλθε από τη συνάρτηση δύο παράλληλων τάσεων που εμφανίστηκαν στους τομείς του τουρισμού και της προστασίας του περιβάλλοντος :

Στον τομέα του τουρισμού, σημειώθηκε μια αυξανόμενη τάση για διακοπές σε περιοχές παρθένες, ιδιαίτερου φυσικού κάλλους και οικολογικής αξίας με έντονο το στοιχείο της συμμετοχής, της περιπέτειας, της ανακάλυψης, της γνώσης και της επαφής με νέους πολιτισμούς. Οι προορισμοί του μαζικού τουρισμού όπου κυριαρχεί το υποβαθμισμένο, δομημένο, φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον, καθώς και το ύφος των προσφερόμενων οργανωμένων εκδρομών, άρχισαν να δέχονται κριτική και να φτάνουν στο «όριο του κύκλου ζωής τους». Η νέα τάση του τουρισμού στη φύση για ενεργητική συμμετοχή, που εμφανίστηκε τη δεκαετία του '80, εντάσσεται στο γενικό κλίμα ενδιαφέροντος που δημιουργήθηκε στον κόσμο για την κατάσταση του περιβάλλοντος. Αποτέλεσμα αυτού του ενδιαφέροντος ήταν και η επιθυμία για γνωριμία με τα απειλούμενα οικοσυστήματα, τα απειλούμενα είδη και γενικά τη φύση που χάνεται .

Στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος, σημειώθηκε στροφή προς μια ολοκληρωμένη προσέγγιση που θα συνδύαζε την προστασία της φύσης με την οικονομική ανάπτυξη. Αναζητήθηκαν, τρόποι με τους οποίους θα μπορούσε η προστασία της φύσης να συμβάλλει στην

²⁹ Πηγές: Συνεδριακή Εκδήλωση για τον Τουρισμό, Money Show, Πάτρα 2001

Άρθρο της Γεωργίας Ζαφειτσάνου στην "E online", Αύγουστος 2000

Διεθνές Συνέδριο Οικοτουρισμού, Θεσσαλονίκη 2001

Ρούπας – Λαλούμης: Διοίκηση Τουριστικών επιχειρήσεων, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 1998

οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής και πιο πρόσφατα αναζητήθηκαν τρόποι με τους οποίους, η οικονομική δραστηριότητα, που αξιοποιεί το καθεστώς προστασίας, μπορεί να συμβάλλει στην αυτοχρηματοδότηση της ίδιας της διαδικασίας της προστασίας .

Ωστόσο, από την εποχή που πρωτοεμφανίστηκε ο όρος δεν έχει ξεκαθαριστεί ακόμα τι ακριβώς εννοούμε λέγοντας οικοτουρισμός. Η λέξη χρησιμοποιείται τόσο από αβλαβείς ομάδες κατασκηνωτών, όσο και από ξενοδοχειακές μονάδες που αποψίλωσαν χιλιάδες τετραγωνικά χιλιόμετρα από δάση για να “φυτέψουν” εκεί τα δικά τους πολυτελή ξενοδοχειακά συγκροτήματα, ώστε να επιτρέψουν στους τουρίστες να θαυμάσουν με ασφάλεια τη διπλανή ζούγκλα .

Η ασάφεια αυτή επόμενο ήταν να οδηγήσει σε παρερμηνείες του όρου, με αποτέλεσμα να μπορεί να χρησιμοποιηθεί από οποιονδήποτε φορέα ή επιχειρηματία που προσφέρει ένα οικοτουριστικό προϊόν χωρίς να υπάρχει κριτήριο αξιολόγησης. Στη συνέχεια θα παραθέσουμε κάποια παραδείγματα «καλώς» και «κακώς» εννοούμενου οικοτουρισμού τόσο από την ελληνική, όσο και από την διεθνή πραγματικότητα :

ο Τουριστική βιομηχανία

Ένα πρακτορείο που προσφέρει οικοτουριστικά προγράμματα χωρίς να λαμβάνει υπόψη την χωρητικότητα του προορισμού, δίνει ανεπαρκείς πληροφορίες για τον τόπο που προτείνει στο τουριστικό κοινό, μεταφέρει το δικό του φαγητό από την πόλη αποφεύγοντας να προμηθευτεί από την τοπική αγορά, δεν προβλέπει την απόθεση απορριμμάτων που παράγονται στο ταξίδι, δεν χρησιμοποιεί τοπικούς ξεναγούς και δραστηριοποιεί σε προστατευόμενες περιοχές, όπου απαγορεύονται πάσης φύσεως δραστηριότητες .

Δε : είναι οικοτουρισμός

ο Κρατικός φορέας

Ένας κρατικός φορέας συζητά με τους κατοίκους ενός χωριού που γειτνιάζει με μια δασική προστατευόμενη περιοχή και τους βοηθά να συντάξουν ένα συμφωνητικό υπενοικίασης τμήματος της περιοχής σε μια τουριστική εταιρία, γνωστή από άλλες πετυχημένες οικοτουριστικές παρεμβάσεις. Ο κρατικός φορέας ζητάει από την εν λόγω εταιρεία να συντάξει ένα σχέδιο απασχόλησης και κατάρτισης ανθρώπινου δυναμικού από την τοπική κοινωνία .

Είναι δυνατικά, οικοτουρισμός

ο Τοπική κοινωνία

Η πώληση χαμηλής ποιότητας απομιμήσεων λαϊκής χειροτεχνίας ή άλλων προϊόντων δήθεν δείγμα της τοπικής κουλτούρας και παραγωγής, που μεταδίδει λάθος μηνύματα για τον τοπικό πολιτισμό. Για παράδειγμα τα ινδικά ξυλόγλυπτα στο Μέτσοβο ή ασημικά Ινδίας σε κάποια μαγαζιά των Ιωαννίνων .

Δεν είναι οικοτουρισμός

- Η διάθεση προϊόντων τοπικής χειροτεχνίας, αγροτικής παραγωγής ή διατροφής, η μετάδοση ειλικρινών πληροφοριών για τον βαθμό αυθεντικότητας του προϊόντος και η προσπάθεια να μην παραποιήσουν το ύφος και την ποιότητα του τοπικού πολιτισμού .

Είναι οικοτουρισμός

ο Τουριστικό κοινό

νιμονωμενοι καγιακερ (εκτος πρακτορείου) σε μικρές η μεγάλες ομάδες επισκέπτονται ποτάμια της Δυτικής Ελλάδας (π.χ. Αώος, Αραχθος, Βοΐδομάτης) κυρίως την άνοιξη. Κοιμούνται σχεδόν πάντα στα αυτοκίνητα τους ή σε σκηνές (εκτός κάμπινγκ), φέρνουν τρόφιμα από το εξωτερικό και μαγειρεύουν έξω. Ξοδεύουν ελάχιστα και δεν αγοράζουν σχεδόν τίποτα από το χωριό .

*Δεν συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος,
ούτε στην οικονομική τόνωση της τοπικής κοινωνίας
Δεν είναι οικοτουρισμός*

Παρ' όλη την ασάφεια, πολλοί συγγραφείς που ασχολήθηκαν με το θέμα συμφωνούν ότι για να είναι αποτελεσματικός ο οικοτουρισμός, θα πρέπει να ισχύουν (θεωρητικά και πρακτικά) τρεις βασικές αρχές :

1^ο Η διατήρηση της οικολογικής ισορροπίας στην περιοχή και κατά συνέπεια, η προστασία σπάνιων ειδών του ζωικού και φυτικού βασιλείου. Μπορεί ο καθένας να επισκέπτεται τα ανέγγιχτα από τον άνθρωπο μέρη, να κατασκηνώνει εκεί ,να παρατηρεί τους ρυθμούς της φύσης, αλλά χωρίς να απειλεί την χλωρίδα ή την πανίδα της περιοχής .

2^ο Η δεύτερη αρχή αφορά την αναζωογόνηση της οικονομίας της ντόπιας κοινωνίας. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι χρέος του καλού και ευσυνείδητου ταξιδιώτη είναι να ενισχύει με κάθε τρόπο την τοπική αγορά. Δηλαδή, να ψωνίζει τα προϊόντα που αφήνουν κέρδος στους ντόπιους και όχι άλλα εισαγόμενα, να νοικιάζει τα δικά τους δωμάτια, να χρησιμοποιεί τα δικά τους μέσα μεταφοράς. Με αυτόν τον τρόπο, θεωρητικά τουλάχιστον, θα ανακάμψουν οι εξαθλιωμένες οικονομίες των ιθαγενών, οπότε δεν θα χρειαστεί να συνεχίσουν να καταστρέφουν το περιβάλλον για να

επιβιώσουν. Σκοπός του ταξιδιού είναι να δεις και να απολαύσεις από κοντά την αληθινή φύση, επεμβαίνοντας δημιουργικά και όχι καταστρεπτικά στο φυσικό περιβάλλον .

3^ο Τελευταία προϋπόθεση για ένα οικοφίλικό ταξίδι αφορά την ευαισθητοποίηση των ίδιων των τουριστών, στους ρυθμούς που μπορεί να έχει η ζωή, όταν βρισκόμαστε μακριά από τις ανέσεις των αστικών κέντρων και τα τεχνολογικά επιτεύγματα της εποχής. Για το λόγο αυτό είναι αναγκαίο αφενός, οι τουρίστες να συμμετέχουν στις εργασίες της κοινότητας που τους φιλοξενεί, αφετέρου να προσφέρουν αφειδώς την βοήθεια τους στους ντόπιους. Μόνο μέσα από τη γνώση για το φυσικό περιβάλλον και την επαφή με την κουλτούρα του οικοδεσπότη έχει νόημα ο οικοτουρισμός. Σύμφωνα με την άποψη αυτή, ο τουρίστας δεν επισκέπτεται τον προορισμό με σκοπό μα μάθει τους ντόπιους τον δικό του τρόπο ζωής, αλλά να διδαχθεί από αυτούς την πραγματική επαφή με την φύση. Άλλωστε, σκοπός ενός τέτοιου ταξιδιού είναι ακριβώς η επικοινωνία με άλλους πολιτισμούς και η γνωριμία με ανθρώπους που βιώνουν μια διαφορετική καθημερινότητα .

Στα πλαίσια αυτά εντάσσεται και η έννοια του της *αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης* (STD, Sustainable Tourism Development), για την οποία πολύς λόγος έχει γίνει τα τελευταία χρόνια. Κάθε είδους οικονομική ανάπτυξη συνεπάγεται μια σειρά προβλημάτων για το περιβάλλον και κατ' επέκταση για την κοινωνία όπου πραγματοποιείται. Για το λόγο αυτό πρέπει να συνοδεύεται από συγκεκριμένα μέτρα προστασίας ώστε να μην κληροδοτήσουμε στις επόμενες γενιές ένα φτωχότερο περιβάλλον. Η αειφόρος ανάπτυξη έχει σαν στόχο (σύμφωνα πάντα με τους υποστηρικτές της) τη δημιουργία ενός συστήματος μέσα από το οποίο οι ανάγκες που οδηγούν στον τουρισμό (οικονομικές, κοινωνικές, αισθητικές, κ.λ.π) να μπορούν να ικανοποιηθούν, με ταυτόχρονη όμως διατήρηση της πολιτιστικής ακεραιότητας και οικολογικής ισορροπίας. Με άλλα λόγια η ισόρροπη και με μέτρο διαχείριση των οικονομικών, φυσικών και πολιτιστικών πόρων μπορεί να οδηγήσει επί της ουσίας σε ανάλογη ανάπτυξη της περιοχής .

Πολλές περιοχές που κατά το παρελθόν βίωσαν πειστική τουριστική ανάπτυξη σήμερα βρίσκονται στο στάδιο της ύφεσης και σε ορισμένες περιπτώσεις της παρακμής. Οι φορείς της τουριστικής ανάπτυξης δεν φρόντισαν να μάθουν ότι οι οικονομικοί και ιδίως οι φυσικοί πόροι ενός τόπου δεν είναι ανεξάντλητοι. Συνεπώς, οι περιοχές αυτές μοιραία οδηγήθηκαν σε πρόωρη εξάντληση των πηγών κέρδους. Η συνειδητοποίηση της ανάγκης για την υιοθέτηση μιας πολιτικής η οποία θα συμβαδίζει με τους ευρύτερους στόχους της περιοχής, που θα σέβεται την τοπική

κληρονομιά και κουλτούρα και δεν θα έχει σαν αυτοσκοπό το κέρδος, αποτελεί την βασική αρχή από την οποία διέπεται η έννοια της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης .

Η χάραξη μιας φιλοπεριβαλλοντικής πολιτικής που θα έχει σαν στόχο την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής του τόπου και την ταυτόχρονη τουριστική προβολή του, σε θεωρητικό τουλάχιστον πλαίσιο ακούγεται αρκετά ελπιδοφόρα. Η ευαισθητοποιημένη οικολογική συμπεριφορά της τοπικής αυτοδιοίκησης, τουριστικών επιχειρήσεων και φορέων, οργανισμών και κράτους είναι εξίσου αναγκαία στοιχεία. Βέβαια, όλα τα παραπάνω λίγη σημασία έχουν εάν πρώτα δεν ληφθεί υπόψη η αρχή της χωρητικότητας, κατά την οποία το **τουριστικό φορτίο** (ο τύπος, το μέγεθος και η μορφή του) δεν πρέπει να υπερβαίνει την χωρητικότητα της περιοχής .

Ωστόσο, όλα αυτά απέχουν πολύ από το να γίνουν πράξη. Έννοιες, όπως αειφόρος τουριστική ανάπτυξη, φέρουσα ικανότητα κ.λ.π πράγματι ακούγονται ωραία, η πραγματικότητα όμως διαψεύδει όσους πιστεύουν πως οι θεωρίες αυτές θα δώσουν απάντηση στο πρόβλημα. Πολλοί μάλιστα υποστηρίζουν πως η αειφόρος ανάπτυξη δεν είναι τίποτα περισσότερο από ουτοπία αφού εκ των πραγμάτων όπου υπεισέρχεται ο ανθρώπινος παράγοντας και δη ο τουριστικός, η αλλαγή είναι αναπόφευκτη. Από την άλλη όμως δεν έχουν να αντιπροτείνουν κάποια άλλη ουσιαστικότερη λύση, παρά αρκούνται στην εκ του ασφαλούς κριτική .

Εάν αναλύσουμε τον λεγόμενο οικολογικό τουρισμό έτσι όπως εμφανίζεται σήμερα, θα καταλήξουμε σε μια σειρά από διαπιστώσεις όχι και τόσο ενθαρρυντικές. Πράγματι, φαντάζει μάλλον ωραιοποιημένη η εικόνα μιας ομάδας καλοαναθρεμμένων Ευρωπαίων και Αμερικανών να ζει κοντά σε φτωχές κοινωνίες χωρίς να επηρεάζει καθόλου τόσο την φυσική ισορροπία του περιβάλλοντος, όσο και των τρόπο ζωής των ντόπιων. Κάθε τουρίστας όσο ευσυνείδητος και αν είναι δεν μπορεί να εμποδίσει την τουριστική βιομηχανία να αλλάξει τις ισορροπίες. Η μόλυνση και η καταστροφή είναι φυσικό επακόλουθο όταν τουριστικές εγκαταστάσεις εξαντλούν τους φυσικούς πόρους, αποψιλώνουν τεράστιες δασικές εκτάσεις ή καταπατούν λατρευτικούς και ιερούς χώρους των ντόπιων .

Επίσης, όταν χιλιάδες οικοτουρίστες και ευαισθητοποιημένοι κατ' άλλα πολίτες επισκέπτονται μια περιοχή, τότε η ίδια η έννοια του οικοτουρισμού αυτοκαταργείται, αφού πλέον δεν μπορούμε να μιλάμε για οικολογική ισορροπία. Ο αριθμός επισκεπτών που μπορεί να αντέξει μια περιοχή είναι σταθερός και συγκεκριμένος .

Βέβαια, ο οικότουρισμός μπορεί πράγματι να βοηθήσει να σωθούν διάφορα σπάνια είδη ζώων, όπως για παράδειγμα στην Αφρική όπου τα οικολογικά πάρκα που έγιναν με πρωτοβουλία διεθνών και τοπικών οργανισμών βοήθησαν τους ντόπιους να σταματήσουν την λαθροθηρία και να ζήσουν από τον οικότουρισμό, εν τω μεταξύ όμως ο πολιτισμός τους είχε ήδη χαθεί. Όταν η ανάγκη της επιβίωσης ή ακόμα και του εύκολου κέρδους στρέψει τους κατοίκους στην εγκατάλειψη των παραδοσιακών επαγγελμάτων και τους μετατρέψει σε μάγειρες, ξεναγούς και εμπόρους τότε αργά ή γρήγορα θα έχει χαθεί κάθε έννοια τοπικής κουλτούρας. Η πανίσχυρη βιομηχανία του τουρισμού μπορεί πράγματι να τους σώσει από την εξαθλίωση και τη μιζέρια, με τίμημα όμως την απώλεια της διαφορετικότητάς τους. Το τονίσαμε άλλωστε και στις πολιτιστικές επιδράσεις, *όταν οι τελετουργικοί χοροί γίνονται κατά παραγγελία, τα τραγούδια τουριστική ατραξιόν και τα παραδοσιακά αντικείμενα εμπορεύσιμο είδος, τότε η οικολογική πρόφαση του οικότουρισμού καταρρέει σαν χάρτινος πύργος*.

Σήμερα υπάρχουν δεκάδες οργανωμένα γκρουπ σε όλο τον κόσμο τα οποία προσφέρουν σε “ευαισθητοποιημένους” πολίτες τη δυνατότητα να ικανοποιήσουν τις οικολογικές τους ανησυχίες και να επισκεφθούν παρθένες περιοχές στις λεγόμενες υπανάπτυκτες ή αναπτυσσόμενες χώρες. Τα εύπορα ωστόσο αυτά άτομα που συμμετέχουν σε τέτοιου είδους αποστολές, διαφέρουν αρκετά από τα μέλη μικρών ομάδων που κινούνται στο εσωτερικό της χώρας με πολύ λιγότερες ανέσεις και ίσως και με αγνότερες προθέσεις. Και στις δύο πάντως περιπτώσεις το ζητούμενο είναι η αναζήτηση της περιπέτειας ή μάλλον η ψευδαίσθηση αυτής.

Είναι σίγουρο πως το να περιπλανιόμαστε σε άγρια και άγνωστα μέρη είναι όμορφο και συναρπαστικό, ιδίως όταν υπάρχει κάποιος που να μπορεί να εγγυηθεί για την ασφάλεια μας. Τώρα βέβαια το γιατί όσοι συμμετέχουν σε τέτοιου είδους προγράμματα πρέπει να θεωρούνται απαραίτητα και οικολόγοι, αυτό είναι κάτι που έχει γίνει αντικείμενο διαφωνιών. Είναι πάντως αμφίβολο το κατά πόσο μια επίσκεψη στη φύση είναι αρκετή για να ευαισθητοποιήσει την περιβαλλοντική μας συνείδηση.

Στην πραγματικότητα για τους σύγχρονους κατοίκους των μεγαλουπόλεων, τα ταξίδια υπό το πρίσμα του οικότουρισμού σε μέρη εξωτικά και εν μέρει πρωτόγονα, αποτελούν μια πολύ καλή διέξοδο και μια μοναδική εμπειρία. Τα κίνητρα ωστόσο δεν είναι πάντα οικολογικά. Βέβαια αυτό δεν αποκλείει το ενδεχόμενο ένα «οικοφιλικό» ταξίδι να μας “ταρακουνήσει” σε βαθμό τέτοιο που αν μη τι άλλο να μην προσπερνάμε αδιάφορα τις ειδήσεις που αναφέρονται σε οικολογικές καταστροφές.

Εάν πάντως κατά την επιστροφή μας στο σπίτι ξεχάσουμε να πάρουμε μαζί μας και τις οικολογικές συνήθειες που διδαχτήκαμε, τότε στην περίπτωση αυτή δεν θα μας έχει μείνει τίποτα άλλο παρά ένα ισχυρό άλλοθι για την προσπάθεια μας να εκπολιτίσουμε και τα τελευταία οχυρά της φύσης .

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΩΣ ΧΩΡΑΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Το περιβάλλον αποτελεί το κύριο συστατικό στοιχείο μιας χώρας και επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τόσο τη διαμόρφωση της εικόνας, όσο και την ανταγωνιστικότητα και την προσέλευση των τουριστών σε έναν τουριστικό προορισμό .

Σε έρευνες που κατά καιρούς έχουν γίνει για να διαπιστωθεί η ανταγωνιστικότητα και η θέση της Ελλάδας στην παγκόσμια τουριστική αγορά, προκύπτει το συμπέρασμα ότι η Ελλάδα εξακολουθεί να είναι ένας δημοφιλής τουριστικός προορισμός, κυρίως λόγω των φυσικών και πολιτιστικών πλεονεκτημάτων έναντι των άλλων χωρών, αλλά με μέτρια τουριστική υποδομή και προσφορά υπηρεσιών σε συνδυασμό με αρκετά περιβαλλοντικά προβλήματα .

Ο ξένος επισκέπτης επισημαίνει μια σειρά από αρνητικά σημεία που σχετίζονται με το περιβάλλον και την γενικότερη υποδομή στη χώρα, γεγονός που καθιστά επισφαλή τη θέση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στην διεθνή τουριστική αγορά. Συχνά τονίζεται αρνητικά από τους τουρίστες το γεγονός ότι όμορφες κατά τα άλλα τοποθεσίες, δασικές εκτάσεις, ποτάμια και παραλίες έχουν μετατραπεί σε σκουπιδότοπους. Ομοίως, αρνητική εικόνα έχουν σχηματίσει για τους δημόσιους χώρους, ενώ η ελληνική συνήθεια της μέχρι πρωίας νυχτερινή διασκέδαση (φωνές, θόρυβοι, τραγούδια) σαφώς και δεν συγκαταλέγεται στα υπέρ της εικόνας μας. Οι πρόχειρες κατασκευές και η ελλιπής ηχομόνωση απλά εντείνουν το πρόβλημα .

Επίσης, γίνεται λόγος και σχολιάζονται με επικριτικό ύφος τα προβλήματα και οι καθυστερήσεις στα δημόσια μέσα μεταφοράς, για παράδειγμα ο συνωστισμός στα λεωφορεία και η πολύωρη αναμονή στις στάσεις είναι φαινόμενα με τα οποία δυσανασχετούν τόσο οι ντόπιοι, όσο και οι ξένοι επισκέπτες. Παράλληλα, αρνητική εντύπωση προκαλεί στους τουρίστες το γεγονός ότι την περίοδο εκτός της τουριστικής αιχμής, σχεδόν τα πάντα “νεκρώνουν”, με το σύνολο σχεδόν των εγκαταστάσεων (άθλησης, αναψυχής) να τίθενται εκτός λειτουργίας .

Η μεταβολή του κλασσικού προφίλ των τουριστών και η αύξηση της τουριστικής πελατείας με περιβαλλοντική συνείδηση απεικονίζεται στα αποτελέσματα μιας έρευνας που πραγματοποίησε το

γερμανικό περιοδικό “Stern” και αφορούσε μεταξύ άλλων συσχετισμούς του τύπου: « περιβάλλον – διακοπές – ελεύθερος χρόνος » (Βαρβαρέσος, 1998) :

Το 72% των τουριστών που πραγματοποίησαν διακοπές κάθε χρόνο δήλωσαν :

- Ειδήσεις για μόλυνση του περιβάλλοντος
- Ρύπανση της θάλασσας
- Ρύπανση των ακτών
- Ατμοσφαιρική ρύπανση

Το 66% δήλωσαν :

- Προβληματικές συνθήκες υγιεινής

Το 48% υπογράμμισαν :

- Θόρυβοι

Μία παρόμοια έρευνα του κέντρου ερευνών “Starnberger Studienkreis” έδειξε ότι το 14% των Γερμανών που έκαναν διακοπές στην Μεσόγειο δεν θα επισκεφθούν πάλι τους τόπους των διακοπών τους, καθώς ενοχλούνται από την ατμοσφαιρική ρύπανση και τη μείωση των δασικών εκτάσεων (πυρκαγιές) .

Όλα τα παραπάνω στοιχεία εξηγούν με τον πλέον πειστικό τρόπο τη δυσκολία προσέλκυσης του ποιοτικά και εισοδηματικά υψηλού τμήματος της αγοράς, αλλά και εν μέρει την αμαύρωση της εικόνας και του προφίλ της χώρας στο εξωτερικό. Τέτοιου είδους διαπιστώσεις τονίζουν ακόμα περισσότερο τη σπουδαιότητα του περιβάλλοντος στην προβολή και προώθηση του τουριστικού προϊόντος και απεικονίζουν με ακρίβεια τις τάσεις που ισχύουν στις διεθνείς αγορές, ενώ υπογραμμίζουν την αναγκαιότητα λήψης άμεσων μέτρων προστασίας του περιβάλλοντος στις χώρες υποδοχής τουριστών .

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ανάπτυξη του τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες αποτέλεσε παράγοντα ανάκαμψης τοπικών οικονομιών, ανάδειξης περιοχών και αναζωογόνησης ιστορικών τοποθεσιών. Ωστόσο, η γενική επίδραση του τουρισμού φαίνεται να είναι θετική μόνο όταν η προσέλευση των τουριστών δεν είναι υπερβολική και ο προγραμματισμός ανάπτυξης του τουρισμού γίνεται με γνώμονα το γενικό συμφέρον των τουριστικών ζωνών, την αξιοποίηση των τουριστικών πόρων και τον σεβασμό του περιβάλλοντος που έχει υποστεί τις συνέπειες της άναρχης και ασυνείδητης πολλές φορές εκμετάλλευσης των τουριστικών περιοχών.

Ειδικότερα, η διάσπαρτη από χιλιάδες αρχαιολογικά μνημεία και θαυμάσιες τοποθεσίες Ελλάδα αντιμετωπίζει τις συνέπειες των λανθασμένων επιλογών και της αλόγιστης επέκτασης των τουριστικών της δραστηριοτήτων. Την ίδια στιγμή θα μπορούσε να ασκεί πρωτεύοντα ρόλο και να κρατάει τα σκήπτρα του τουρισμού στη Μεσόγειο, διατηρώντας το τουριστικό της προϊόν σε υψηλότερο επίπεδο έναντι των ανταγωνιστών της, απλά εκμεταλλευόμενη με πιο γόνιμο και ουσιαστικό τρόπο τα πλεονεκτήματά της .

Το ζητούμενο πλέον στον σύγχρονο τουρισμό βρίσκεται στην αναζήτηση μιας συμβιωτικής σχέσης μεταξύ *περιβάλλοντος – τουρισμού*, τέτοια που να καθιστά βιώσιμη και πραγματοποιήσιμη την προβολή του τουριστικού προϊόντος στο εξωτερικό, δίχως την καταστρατήγηση κάθε νομικού και ηθικού πλαισίου από πλευράς επιχειρηματιών και κράτους, στο βωμό του προσωπικού κέρδους και της μονομερούς ανάπτυξης της οικονομίας .

Η τήρηση και εφαρμογή του τριπτύχου *τουρισμός – περιβάλλον – πολιτισμός*³⁰ (διάγραμμα 2), αποτελεί ίσως το μόνο εχέγγυο για την ομαλή ανάπτυξη του τουρισμού, παράλληλα με τον σεβασμό των ιδιαίτερων φυσικών πολιτιστικών και ιστορικών γνωρισμάτων κάθε τόπου. Φυσικά, η ευαισθητοποίηση των αρμοδίων σε συνδυασμό με την θέσπιση αυστηρότερων μέτρων για τους παραβάτες, αποτελεί βασική προϋπόθεση και την ανάκαμψη της τουριστικής οικονομίας και την προστασία του περιβάλλοντος .

Διάγραμμα 2



³⁰ Ηγουμενάκης – Κραβαρίτης – Λύτρας: Εισαγωγή στον Τουρισμό, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1998, σελ.170

Δ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

Η ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΗΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Ο τουρισμός έχει θεωρηθεί – και όχι άδικα – ως μία από τις γρηγορότερα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες του κόσμου. Τόσο στις ανεπτυγμένες, όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες, ο τουριστικός τομέας αντιμετωπίζεται ως ένα μέσο ενίσχυσης του εισοδήματος και της απασχόλησης, ιδίως στις λεγόμενες ευάλωτες οικονομίες .

Για πολλές χώρες του τρίτου κόσμου, αλλά και για κράτη τα οποία βρίσκονται στο στάδιο της ανάπτυξης, ο τουρισμός αντιπροσωπεύει τον κύριο εκφραστή της οικονομικής τους στρατηγικής. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτό της Ισπανίας, η οποία μέσα σε λίγα χρόνια κατάφερε να αναδειχθεί ως ένας από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς και παράλληλα να επιτύχει οικονομικά αποτελέσματα μεγαλύτερα από αυτά άλλων παραδοσιακών χωρών υποδοχής (Γαλλία, Ιταλία, Ελβετία, Ελλάδα κ.λ.π). Ο διεθνής ανταγωνισμός συνέβαλε στην οικονομική της ανάπτυξη, μέσω των τουριστικών συναλλαγματικών εισροών, ώστε σήμερα να κατέχει τη δέκατη θέση μεταξύ των βιομηχανικών χωρών ³¹ .

Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτή η ολοένα αυξανόμενη πίεση για τουριστική ανάπτυξη. Οι τοπικές κυβερνήσεις για παράδειγμα αναζητούν και προσπαθούν να προσελκύσουν ιδιώτες προκειμένου να χρηματοδοτήσουν την ανάπτυξη του κλάδου, σαν ένα μέσο αξιοποίησης των φυσικών και άλλων πόρων της χώρας. Ξενοδόχοι και άλλοι ιδιωτικοί φορείς συνιστούν ένα ακόμα μοχλό πίεσης για περαιτέρω δραστηριοποίηση στον χώρο της τουριστικής ανάπτυξης. Ομοίως πράττουν και οι κάτοικοι πολλών τουριστικών προορισμών, ιδίως σε χώρες με υψηλά ποσοστά ανεργίας .

Γενικά μπορούμε να υποθέσουμε πως ο τουρισμός κάτω από προϋποθέσεις μπορεί να συμβάλει ενεργά στην οικονομική αναζωογόνηση μιας χώρας (κυρίως όταν στερείται άλλων σημαντικών βιομηχανικών κλάδων), αλλά και στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της .

Πέρα όμως από αυτή την μάλλον απλοϊκή θεώρηση, ο τουριστικός τομέας μπορεί γίνει φορέας και αρνητικών επιπτώσεων για την τοπική οικονομία, ειδικά όταν στόχος του όποιου αναπτυξιακού προγράμματος καταλήγει να είναι η μεγιστοποίηση του βραχυπρόθεσμου κέρδους. Παράλληλα, προκύπτουν μια σειρά από ερωτήματα τα οποία χρήζουν απάντησης από τους φορείς (ιδιώτες και

³¹ Βαρβαρέσος: Οικονομικές Προσεγγίσεις, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 1997, σελ 93

κυβέρνηση) που αναλαμβάνουν την υλοποίηση των εκάστοτε προγραμμάτων. Συνοπτικά, θα μπορούσαμε να θέσουμε τα εξής ερωτήματα όπως ³² :

- 1. Πόσο σημαντικός είναι ο τουρισμός για μια συγκεκριμένη περιοχή και με ποιο τρόπο μπορεί να υπολογιστεί η σπουδαιότητά του ;*
- 2. Ποιος αληθινά ωφελείται από τον τουρισμό και ποιες οι ζημιές ή τα κέρδη που προκύπτουν απ' αυτόν ;*
- 3. Μπορεί πραγματικά ο τουριστικός κλάδος να αυξήσει το εισόδημα και την απασχόληση που άλλωστε είναι και το ζητούμενο για μια κοινότητα υποδοχής τουριστών ;*
- 4. Ποιος τέλος τύπος τουριστικής ανάπτυξης ενδείκνυται σε κάθε περιοχή και ποιο το περιεχόμενο αυτής ;*

Βέβαια όσον αφορά την ελληνική πραγματικότητα τα ερωτήματα αυτά αντιμετωπίζονται από τους «αρμόδιους» περισσότερο ως τοποθετήσεις φιλολογικού περιεχομένου παρά ως θέματα ουσιαστικής σημασίας τα οποία πρέπει να τίθενται κατά τον σχεδιασμό της τουριστικής πολιτικής. Αυτό συμβαίνει διότι συχνά ο τουριστικός κλάδος στη χώρα μας αντιμετωπίζεται μάλλον επιπόλαια, ασυντόνιστα και χωρίς αξιόπιστα προγράμματα ελέγχου των οικονομικών και άλλων αποτελεσμάτων που προκύπτουν.

Η Ελλάδα πράττοντας απλά το αυτονόητο, δηλαδή εκμεταλλευόμενη σωστά τα φυσικά της προτερήματα έναντι των άλλων χωρών και την πλούσια ιστορία της, θα μπορούσε να διαδραματίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στον τομέα του τουρισμού, αποκομίζοντας σημαντικά οικονομικά οφέλη. Άλλωστε για την χώρα μας ο τουρισμός αποτελεί ουσιαστικά την μοναδική βαριά βιομηχανία. Αντίθετα, παρατηρούμε χρόνο με το χρόνο τη μείωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού προϊόντος και την αδυναμία προσέλκυσης τουριστών υψηλής εισοδηματικής στάθμης .

Ταυτόχρονα, (όπως έχουμε τονίσει και σε προηγούμενη αναφορά μας) χώρες με μικρότερη τουριστική παράδοση όπως η Πορτογαλία, μας έχουν ήδη ξεπεράσει στην παγκόσμια τουριστική κατάταξη των δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών, ενώ ένα ποσοστό του τουριστικού ρεύματος που επιλέγει την ανατολική Μεσόγειο ως τόπο διακοπών καταλήγει στην Τουρκία .

Για να επανέλθουμε όμως στα προαναφερθέντα ερωτήματα, ο βαθμός οικονομικής επίδρασης διαφέρει από τόπο σε τόπο. Για παράδειγμα η δραστηριότητα των οικονομικών και λοιπών

³² Chris Ryan: *Recreational Tourism*, Εκδόσεις Routledge, Λονδίνο 1991, σελ.66

επιδράσεων που προξενούνται από τους ιδιοκτήτες μικρών ξενοδοχείων και τουριστικών εγκαταστάσεων είναι απείρως μικρότερη συγκρινόμενη με αυτή των μεγάλων πολυεθνικών. Ομοίως, διαφορετικός είναι ο βαθμός επίδρασης του τουριστικού πλήθους στα αστικά κέντρα και τις μεγάλες πόλεις συγκριτικά με αυτόν της περιφέρειας .

Η οικονομική σπουδαιότητα του τουριστικού φαινομένου αποτελεί ένα αναμφισβήτητο γεγονός με θετικές και αρνητικές προεκτάσεις, τόσο για εκείνους που το έχουν σχεδόν “θεοποιήσει”, όσο και για αυτούς που το κατακρίνουν. Στόχος, αυτού του κεφαλαίου δεν είναι η υιοθέτηση της μιας ή της άλλης άποψης αλλά η καταγραφή και ανάλυση των οικονομικών επιπτώσεων. Παράλληλα, θα προσπαθήσουμε να προσδιορίσουμε τον βαθμό επίδρασης αυτών στην τοπική οικονομία και να δώσουμε μια όσο το δυνατόν ασφαλή απάντηση στο αν ο τουρισμός αποτελεί πανάκεια στην οικονομική βιωσιμότητα ενός τόπου .

ΟΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΔΡΑΣΕΩΝ

Προτού εξετάσουμε αναλυτικά την φύση των οικονομικών επιδράσεων με τις ωφέλειες και τα προβλήματα που προκαλούν, είναι σημαντικό να προσδιορίσουμε ένα πλαίσιο και μία λίστα μεταβλητών που επηρεάζουν με τη σειρά το μέγεθος και την ένταση των επιπτώσεων αυτών (Ryan, 1991) :

Πίνακας 1

1. Το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης στην περιοχή
2. Η φύση των τουριστικών εγκαταστάσεων και η ελκυστικότητα αυτών
3. Ο βαθμός ξένης ιδιοκτησίας των τουριστικών επιχειρήσεων
4. Η απασχόληση εργαζομένων από άλλες περιοχές
5. Ο βαθμός συμμετοχής της πολιτείας στη δημιουργία τουριστικής υποδομής
6. Ο τύπος των τουριστών

Το Επίπεδο της Οικονομικής Ανάπτυξης στην Περιοχή

Όπως έχουμε ήδη σημειώσει το είδος των τουριστών, το ύψος των δαπανών και κατ' επέκταση η μορφή των οικονομικών επιδράσεων διαφοροποιείται από τόπο σε τόπο. Για παράδειγμα, η έλευση τουριστών μία μεγάλη πόλη και οι δαπάνες που θα πραγματοποιήσουν για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες αντιπροσωπεύει μεν μια πηγή εσόδων για κατοίκους, αλλά όχι τη μοναδική. Αντίθετα, περιοχές (π.χ. χωριά) που στερούνται άλλων εσόδων, βασικών υποδομών, βιομηχανίας κ.λ.π, προσδοκούν την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας μέσω του τουρισμού .

Η Φύση των Τουριστικών Εγκαταστάσεων και η Ελκυστικότητα Αυτών

Η φύση των τουριστικών εγκαταστάσεων μας βοηθά να ορίσουμε την τουριστική δαπάνη που πραγματοποιείται. Είναι γενικά παραδεκτό ότι ένα υψηλότερο ποσοστό χρημάτων θα παραμείνει στην τοπική οικονομία εάν η τουριστική δαπάνη πραγματοποιηθεί σε ένα μικρό ξενοδοχείο σε κάποιο παραδοσιακό κατάλυμα, από ότι σε μια μεγάλη ξενοδοχειακή επιχείρηση. Η άποψη αυτή στηρίζεται στο ότι ο ντόπιος ιδιοκτήτης του μικρού ξενοδοχείου έχει σαφώς μεγαλύτερη τάση να αγοράζει αγαθά και υπηρεσίες στην περιοχή όπου ζει και φυσικά ένα μέρος του εισοδήματος που προέρχεται από τουριστικές δραστηριότητες διανέμεται σε τοπικό επίπεδο .

Από την άλλη πλευρά βέβαια κάποιος μπορεί να ισχυριστεί ότι οι επισκέπτες που διαμένουν σε ένα μεγάλο ξενοδοχείο είναι πιθανότερο να ξοδέψουν ένα μεγαλύτερο αριθμό χρημάτων κατά την παραμονή τους. Παρόλο που ένα μικρότερο ποσοστό της τουριστικής δαπάνης απορροφάται από την τοπική οικονομία, εν τούτοις τα ποσά που διακινούνται στην δεύτερη περίπτωση είναι σαφώς μεγαλύτερα. Θεωρητικά τουλάχιστον ένα μεγάλο ξενοδοχείο μπορεί να αποφέρει περισσότερα από ότι μια μικρή επιχείρηση μακροπρόθεσμα .

Ο Βαθμός Ξένης Ιδιοκτησίας των Τουριστικών Επιχειρήσεων

Η πραγματοποίηση επενδύσεων σε μια περιοχή και η κατασκευή πολυτελών ξενοδοχειακών μονάδων, δεν σημαίνει απαραίτητα αύξηση των εσόδων για τους ντόπιους. Η διαρροή χρημάτων από την περιοχή (έννοια που θα εξετάσουμε παρακάτω) είναι σχεδόν βέβαιο πως θα αυξηθεί εάν τα ξενοδοχεία και οι λοιπές τουριστικές εγκαταστάσεις βρίσκονται ή περάσουν στα χέρια ξένων

ιδιοκτητών. Στην περίπτωση αυτή τα κέρδη επιστρέφονται στην ιδιοκτήτρια εταιρία και διαφεύγουν από την τοπική οικονομία. Το φαινόμενο αυτό δεν περιορίζεται μόνο στα ξενοδοχεία τα οποία ανήκουν σε ιδιοκτήτες του εξωτερικού, αλλά εμφανίζεται γενικά όπου η τουριστικές επιχειρήσεις δεν ανήκουν σε ντόπιους. Για παράδειγμα σε πολλά ελληνικά νησιά, εστιατόρια ή καταστήματα διαχειρίζονται από Αθηναίους, οι οποίοι μετά το τέλος της τουριστικής σεζόν επιστρέφουν στην Αθήνα .

Η Απασχόληση Εργαζομένων από άλλες Περιοχές

Η μορφή και η ένταση των οικονομικών επιδράσεων σε έναν τουριστικό τόπο επηρεάζεται εξίσου σημαντικά από τον βαθμό απασχόλησης εργαζομένων από άλλες περιοχές. Η έλλειψη ντόπιων εργαζομένων ικανών να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της υψηλής τουριστικής περιόδου ή η απροθυμία των κατοίκων να ασχοληθούν με τον τουριστικό κλάδο συχνά υποχρεώνει τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις προσφέρουν εργασία σε ξένα εργατικά χέρια. Είναι επίσης πιθανό οι κάτοικοι να μην ανταποκρίνονται στις ικανότητες και τα προσόντα που απαιτούνται από την επιχείρηση (ιδίως όταν αυτή ανήκει σε μεγάλες πολυεθνικές π.χ. Hilton, Intercontinental). Μικρές επίσης τουριστικές επιχειρήσεις που διοικούνται από επιχειρηματίες της ίδιας εθνικότητας αλλά κατάγονται από διαφορετική περιοχή συνήθως απασχολούν μέλη της οικογένειας του επιχειρηματία.

Πρέπει να σημειωθεί πως ένας σημαντικός αριθμός τουριστικών περιοχών προσελκύει εργαζομένους από επαρχιακές οικονομίες οι οποίες έχουν χαρακτηριστεί ως περιοχές χαμηλού εισοδήματος με υψηλή ποσοστά ανεργίας ή υποαπασχόλησης. Στις περιπτώσεις αυτές ο τουρισμός αντιγράφει το παράδειγμα άλλων βιομηχανιών, οι οποίες στην πλειονότητα τους απασχολούν εργαζομένους από “περιθωριακές” οικονομίες. Τέτοια παραδείγματα συναντάμε στην Ισπανία, αλλά και σε άλλες μεσογειακές χώρες όπως η Ελλάδα, όπου παρουσιάστηκε υψηλό κύμα μετανάστευσης από την ενδοχώρα προς τα παραλιακά τουριστικά θέρετρα .

Βασική συνέπεια της μη απασχόληση ντόπιων κατοίκων στις τουριστικές επιχειρήσεις της περιοχής, είναι η απώλεια σημαντικών εισοδημάτων για την τοπική οικονομία από την ενασχόληση με τις τουριστικές δραστηριότητες .

Ο Βαθμός Συμμετοχής της Πολιτείας στην Δημιουργία Τουριστικής Υποδομής

Το είδος των επενδύσεων που πραγματοποιούνται σε ένα προορισμό με στόχο τη μαζική προσέλευση τουριστών, προσδιορίζει σε μεγάλο βαθμό και το είδος των επιδράσεων που θα προκύψουν από την τουριστική ανάπτυξη. Η κυβέρνηση οφείλει να προχωρήσει σε μια σειρά επενδύσεων με στόχο την κατασκευή ξενοδοχειακών μονάδων, κέντρων διασκέδασης, εστιατορίων, αθλητικών κέντρων και λοιπών εγκαταστάσεων, που θα αναβαθμίσουν την τουριστική υποδομή στην περιοχή. Παράλληλα με τα παραπάνω θα πρέπει να είναι η βελτίωση του οδικού δικτύου και των υπηρεσιών υγιεινής, η παροχή ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης, γραφεία πληροφοριών και εξυπηρέτηση τουριστών κ.λ.π .

Η παροχή τέτοιων υπηρεσιών θέτει ένα πλαίσιο κερδών αλλά και ζημιών για την τοπική οικονομία. Τα διάφορα κατασκευαστικά προγράμματα αντιμετωπίζονται για παράδειγμα ως μία θετική συνέπεια, καθώς βοηθούν στην αύξηση της απασχόλησης, κυρίως σε περιοχές με υψηλό δείκτη ανεργίας. Πράγματι, η παροχή όλων αυτών των υπηρεσιών θα αποτελέσει πόλο έλξης για τον ιδιωτικό τομέα και κινητήριο δύναμη για την πραγματοποίηση επενδύσεων. Άλλωστε, η τουριστική ανάπτυξη στηρίζει πολλά (αν όχι όλα) και στην ιδιωτική πρωτοβουλία .

Εκτός όμως των θετικών επιδράσεων μια σειρά αρνητικών συνεπάγονται της κυβερνητικής ανάμιξης. Οι αρνητικές αυτές επιπτώσεις σχετίζονται με το είδος και ύψος της χρηματοδότησης των επενδύσεων. Όπου η κεντρική κυβέρνηση αναμειγνύεται, τα οικονομικά μεγέθη αυτών των επενδύσεων και κατά συνέπεια και οι ζημιές αφορούν ολόκληρη τη χώρα και όχι μόνο τον τουριστικό προορισμό. Η χώρα υποδοχής αναμένει οικονομικά οφέλη που θα επιδράσουν ευνοϊκά στο ισοζύγιο πληρωμών. Ωστόσο, όπου οι επενδύσεις χρηματοδοτούνται από κρατικά κεφάλαια, τότε λογικό είναι να αναμένουμε και μια ανάλογη αύξηση της φορολογίας. Επιπλέον, κανείς δεν μπορεί να εγγυηθεί σε απόλυτο βαθμό την επιτυχία μιας επενδυτικής κίνησης και την εξισορρόπηση κερδών και εξόδων. Η τουριστική προσέλευση εξαρτάται σε μεγάλο ποσοστό από την εκάστοτε «μόδα», το τουριστικό ρεύμα άλλωστε (όπως επίσης και το σύνολο της τουριστικής αγοράς) είναι αρκετά ευμετάβλητο και αν για διάφορους λόγους μετακινηθεί προς κάποιον άλλο προορισμό, τότε πολύ γρήγορα η αρχική ευφορία θα μετατραπεί σε δυσαρέσκεια και αβεβαιότητα για το μέλλον. Οι επενδυτικές κινήσεις λοιπόν από πλευράς κράτους δεν εγγυώνται πάντα την επιτυχία, ιδίως όταν «γίνονται στο πόδι» .

Ο Τύπος των Τουριστών

Όπως γνωρίζουμε βασικό στοιχείο της οικονομικής βιωσιμότητας ενός προορισμού είναι η αθρόα προσέλευση τουριστών. Όσο μεγαλύτερη είναι η προσέλευση τουριστών που επισκέπτονται ένα τόπο, τόσο μεγαλύτερο είναι και το ποσοστό δαπάνης ανά τουρίστα .

Ωστόσο, εξίσου σημαντική είναι και η φύση της τουριστικής δαπάνης. Εάν ο μαζικός τουρισμός απαιτεί προϊόντα και υπηρεσίες τις οποίες δεν μπορεί να διαθέσει η τουριστική περιοχή, τότε ένα σημαντικό ποσοστό των κερδών που εισρέουν από τον τουρισμό διαφεύγουν λόγω της ανάγκης εισαγωγής προϊόντων αυτών από το εξωτερικό. Παραδόξως λοιπόν, η υψηλή τουριστική δαπάνη δεν σημαίνει πάντα αύξηση των κερδών για τον ντόπιο επιχειρηματία. Αντίθετα, μικρότερα επίπεδα τουριστικής δαπάνης μπορούν πραγματικά να έχουν μεγαλύτερα οφέλη για την τοπική οικονομία, εάν αντίστοιχα μικρή είναι και η ανάγκη εισαγωγής προϊόντων και υπηρεσιών από άλλες περιοχές .

Ομοίως, μπορεί να θεωρηθεί ότι η μαζική προσέλευση τουριστών είναι δυνατόν να προκαλέσει μια σειρά από σημαντικά κοινωνικά προβλήματα, ιδίως όπου υπάρχουν μεγάλες πολιτισμικές διαφορές ανάμεσα στους ντόπιους κατοίκους και τους τουρίστες. Για παράδειγμα εάν ένας Αμερικάνος επισκεφθεί τον Καναδά, ο βαθμός επίδρασης στην τοπική κοινωνία είναι εξαιρετικά μικρός. Εάν όμως ίδιος επισκεφθεί μια τριτοκοσμική χώρα ,τότε η επιρροή στον τρόπο ζωής των κατοίκων θα είναι πολύ μεγαλύτερη .

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΠΟ ΥΠΟΔΟΧΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Όταν αναφερόμαστε σε τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής το πρώτο πράγμα που έρχεται στο μυαλό του καθενός είναι τα οικονομικά οφέλη που θα αποκομίσει η περιοχή από την δραστηριοποίηση στον κλάδο αυτό. Είναι γεγονός πάντως ότι ο τουρισμός έχει συνδεθεί με την αύξηση του *εισοδήματος* και της *απασχόλησης*.

Πράγματι, ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει την βάση για την εξοικονόμηση πρόσθετων εσόδων για την οικογένεια, την τοπική αυτοδιοίκηση, το κράτος. Παίρνοντας σαν δεδομένο ότι ο τουρισμός προκαλεί μια ραγδαία αύξηση της παραγωγικής δραστηριότητας και της καταναλωτικής συμπεριφοράς, η πραγματοποίηση τουριστικών δαπανών από πλευράς τουριστών σηματοδοτεί την αύξηση των εισοδημάτων. Αυτονόητο είναι πως όπου ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί επαρκώς η δημιουργία επιπλέον κερδών για τον τοπικό πληθυσμό είναι σημαντική, το οποίο έχει σαν συνέπεια

την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων και την δημιουργία των προϋποθέσεων για μια γενικότερη οικονομική ανάπτυξη σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο. Βέβαια, όπου τα επίπεδα των μισθών είναι υψηλά ανάλογη είναι και αύξηση του εισοδήματος, από το οποίο μπορεί κανείς συμπεράνει ότι πέραν του τουρισμού, το εργατικό δυναμικό μπορεί να απασχοληθεί και σε άλλες εξίσου υψηλόμισθες εργασίες σε περιοχές με χαμηλά επίπεδα ανεργίας. Ωστόσο, η αξία του τουρισμού είναι συγκριτικά μεγαλύτερη σε περιοχές όπου η ευκαιρίες απασχόλησης είναι περιορισμένες και ο τουρισμός αποτελεί τη μόνη οικονομική διέξοδο. Αλλά και σε εθνικό επίπεδο χώρες που βρίσκονται στο στάδιο της ανάπτυξης αντιμετωπίζουν τον τουρισμό ως την αφετηρία για την οικονομική αναζωογόνηση περιοχών όπου δεν υπάρχουν εναλλακτικές πηγές εσόδων ή άλλες βιομηχανίες ικανές να στηρίξουν ένα πρόγραμμα οικονομικής ανάπτυξης .

Το σύνολο όλων των εισοδημάτων σε μία χώρα καλείται *Εθνικό Εισόδημα* και η σημασία του τουρισμού στην οικονομία της χώρας μπορεί να διαπιστωθεί από το ποσοστό συμμετοχής του τουρισμού στην δημιουργία του Εθνικού Εισοδήματος. Στην Βρετανία για παράδειγμα το ποσοστό αυτό έχει υπολογιστεί γύρω στο 4% και περιλαμβάνει την διαμονή των τουριστών, τις μεταφορές και όλων των ειδών τις δαπάνες που μπορούν να πραγματοποιήσουν. Το ποσοστό αυτό μπορεί να φαίνεται μικρό, αλλά ακόμα και η μηχανική – η μεγαλύτερη βιομηχανία της χώρας, αποτελεί μόνο το 8% του Εθνικού Εισοδήματος. Αντίθετα, ο τουρισμός για παράδειγμα στα νησιά Barbados συνεισφέρει το 30% στο Εθνικό Εισόδημα, χωρίς αυτό να είναι απαραίτητα καλό, αφού η υπερβολική εξάρτηση και εκμετάλλευση μιας μόνο βιομηχανίας δεν αποτελεί δείγμα υγιούς οικονομίας (Holloway, 1989). Ανάλογη είναι και η συμβολή του τουρισμού στην διαμόρφωση του *Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος* .

Η αύξηση των *συναλλαγματικών εσόδων* για τη χώρα υποδοχής και η επιβολή *φορολογίας* στις τουριστικές επιχειρήσεις είναι επίσης πολύ σημαντικές για χώρες που δεν είναι σε θέση να προχωρήσουν σε εισαγωγή υλικών και άυλων προϊόντων, όπως για παράδειγμα κεφαλαιουχικών αγαθών και τεχνολογίας. Ως εκ τούτου η αύξηση του Εθνικού Εισοδήματος από την εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων της χώρας αυξάνει την δυνατότητα για πραγματοποίηση επενδύσεων και έργων υποδομής ιδίως σε περιοχές που προσελκύουν μεγάλα τουριστικά ρεύματα .

Η σπουδαιότητα του τουρισμού στην εισοδηματική ενίσχυση μιας περιοχής μπορεί εύκολα να διαπιστωθεί εάν παρατηρήσουμε τις επιδράσεις του *πολλαπλασιαστή τουριστικού εισοδήματος*. Η βάση της ερμηνείας του *πολλαπλασιαστή* σχετίζεται με την κυκλοφορία και επανακυκλοφορία του τουριστικού εισοδήματος στην οικονομία ενός προορισμού. Στους οικονομολόγους η έννοια του

πολλαπλασιαστή είναι γνωστή σαν ένα μέσο να υπολογιστεί πόσο επιπλέον εισόδημα δημιουργήθηκε σε μια οικονομία σαν αποτέλεσμα της αρχικής δαπάνης των τουριστών. Για παράδειγμα μια οικογένεια τουριστών επισκέπτεται έναν τουριστικό προορισμό και ξοδεύει ένα "X" χρηματικό ποσό. Το ποσό αυτό που εισπράττεται από τον ξενοδόχο χρησιμοποιείται εκ νέου για την πληρωμή των φόρων, ένα μέρος από αυτό αποταμιεύεται, ενώ το υπόλοιπο ξοδεύεται. Ένα μέρος των χρημάτων αυτών δαπανάται για αγορές προϊόντων που δεν παράγει η τοπική οικονομία, ενώ τα υπόλοιπα διανέμονται στους καταστηματάρχες και προμηθευτές της περιοχής. Αυτοί με τη σειρά τους πληρώνουν με τα χρήματα που εισέπραξαν φόρους, ένα ποσό το αποταμιεύουν και το υπόλοιπο το χρησιμοποιούν για διάφορους σκοπούς. Έτσι τα χρήματα που αρχικά ξοδεύει ένας τουρίστας σε κάποιον προορισμό δημιουργούν ένα εισόδημα, το οποίο με τη σειρά του δημιουργεί μια αλυσίδα : **δαπάνη – εισόδημα – δαπάνη** κ.λ.π. Κατά συνέπεια πέραν του τουριστικού κλάδου, ένας πλήθος επαγγελματικών κατηγοριών ωφελούνται από την τουριστική ανάπτυξη, συμβάλλοντας έτσι στην γενικότερη οικονομική πρόοδο της περιοχής. Πρέπει βέβαια να σημειώσουμε ότι μερικά από τα χρήματα αυτά δεν κυκλοφορούν καθόλου, καθώς χρησιμοποιούνται από αυτούς που τα εισέπραξαν για να πληρωθούν φόροι, να αγοραστούν εισαγόμενα είδη και να γίνει κάποια αποταμίευση. *Οι δαπάνες αυτού του είδους χαρακτηρίζονται σαν διαρροές από το σύστημα ή την οικονομία του τουριστικού προορισμού (Ηγουμενάκης – Κραβαρίτης – Λύτρας, 1998).*

Ενδεικτικά, ο πολλαπλασιαστής τουριστικού εισοδήματος μπορεί να βρεθεί χρησιμοποιώντας τον παρακάτω τύπο :

$$\text{Πολλαπλασιαστής Τουριστικού Εισοδήματος} = \frac{1}{\text{αναλογία διαρροών από την οικονομία}}$$

Εάν λοιπόν το ποσοστό των διαρροών από την οικονομία ενός τουριστικού προορισμού είναι υψηλό, ο πολλαπλασιαστής είναι αντίστοιχα χαμηλός και κατά συνέπεια ο τουρισμός δεν τονώνει την οικονομία σε σημαντικό βαθμό. Αντίθετα, αν η αναλογία των διαρροών από το οικονομικό σύστημα της περιοχής είναι χαμηλή, τότε ο πολλαπλασιαστής θα είναι υψηλός και η συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομία του προορισμού θα είναι σαφώς μεγαλύτερη .

Τέλος, για την καλύτερη κατανόηση του πολλαπλασιαστή πρέπει να τονίσουμε ότι η δυνατότητα ενός τουριστικού προορισμού να συγκρατήσει το τουριστικό εισόδημα εξαρτάται από το κατά πόσο αυτάρκης είναι η οικονομία του. Αν υποθέσουμε πως η οικονομία ενός προορισμού είναι σε θέση να παράγει το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών που αγοράζουν οι τουρίστες, η επίδραση του πολλαπλασιαστή είναι μεγάλη. Σε αντίθετη περίπτωση, όσο περισσότερα είναι τα προϊόντα που

εισάγει, τόσο μικρότερη είναι η επίδραση του πολλαπλασιαστή τουριστικού εισοδήματος στην βελτίωση των οικονομικών δεδομένων της περιοχής .

Πέρα από την αύξηση του εισοδήματος ο τουρισμός συμβάλλει ενεργά στην αύξηση των ευκαιριών απασχόλησης και τη δημιουργία θέσεων εργασίας, όχι μόνο στα στενά πλαίσια του τουριστικού κλάδου αλλά και σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας που άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από την τουριστική ανάπτυξη. Η συμβολή του τουρισμού στην αντιμετώπιση της ανεργίας, έστω και εποχιακά, είναι αναμφισβήτητη ενώ σε αρκετές περιπτώσεις συμβάλλει ώστε να μειωθεί το μεταναστευτικό ρεύμα από την περιφέρεια προς τα αστικά κέντρα, παρέχοντας στους νέους τη δυνατότητα να εργαστούν στον τόπο καταγωγής τους .

Ένας αρκετά μεγάλος αριθμός εργασιών στον τουρισμό είναι εποχιακός ή μερικής απασχόλησης. Για το λόγο αυτό ο τουριστικός κλάδος έγινε αντικείμενο κριτικής, καθώς σε πολλές περιπτώσεις χρειάστηκε να δαπανηθούν τεράστια ποσά σε μια προσπάθεια να επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο. Ωστόσο, ακόμα και έτσι ο τουρισμός έγινε η αφετηρία για να δημιουργηθούν επιπλέον θέσεις εργασίας σε περιοχές όπου δεν υπάρχουν πολλές εναλλακτικές ευκαιρίες απασχόλησης .

Ένα έμμεσο αλλά εξίσου σημαντικό όφελος του τουρισμού είναι ότι πολλές φορές λειτουργεί ως καταλύτης για την ανάπτυξη ή επέκταση και άλλων παραγωγικών κλάδων όπως είναι η γεωργία, η αλιεία, η βιομηχανία, οι μεταφορές και διάφοροι τύποι παραγωγής ειδών χειροτεχνίας, μέσω της διάθεσης των αγαθών και υπηρεσιών στον τουρισμό (*Inskoop*). Έτσι, ο τουρισμός γίνεται η αιτία για την δημιουργία κύριων και συμπληρωματικών εσόδων για τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό, έστω και αν δεν δραστηριοποιείται άμεσα στον τουριστικό τομέα .

Σημαντική είναι επίσης η συμβολή του τουρισμού στη εξισορρόπηση του *ισοζυγίου πληρωμών* των χωρών υποδοχής τουριστών και ιδίως αυτών που ναι μεν έχουν αναπτύξει τον τουρισμό σε ικανοποιητικό βαθμό, αλλά υστερούν σε άλλους οικονομικούς κλάδους όπως η βιομηχανία ή η γεωργία. Το *ισοζύγιο πληρωμών ουσιαστικά δεν είναι τίποτα άλλο, παρά ένας λογαριασμός στατιστικών εγγραφών που φανερώνει τις πραγματοποιούμενες συναλλαγές μεταξύ των κατοίκων μιας χώρας με τον υπόλοιπο κόσμο*(*Barbaréσος, 1998*). Η εισροή χρημάτων από την έλευση τουριστών βοηθά ώστε να μειωθεί το έλλειμμα του *ισοζυγίου πληρωμών*, παρ' όλο αυτά τα οικονομικά αποτελέσματα δεν είναι πάντα τα αναμενόμενα για τις αναπτυσσόμενες χώρες. Τέλος, εξίσου σημαντική με τον εισερχόμενο τουρισμό είναι η συνεισφορά του εσωτερικού τουρισμού στο

ισοζύγιο πληρωμών, δηλαδή των κατοίκων της χώρας που πραγματοποιούν τουριστικές δραστηριότητες στο εσωτερικό της .

Η ανάπτυξη του τουρισμού συνεπάγεται την πραγματοποίηση μεγάλων επενδύσεων κεφαλαίου, τόσο από πλευράς του δημοσίου, όσο και από πλευράς της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, γεγονός που συνιστά ένα από τα σημαντικότερα οικονομικά οφέλη του τουρισμού. Πολλές φορές βέβαια η πραγματοποίηση επενδύσεων από δημόσιους φορείς δεν επαρκεί για την τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου. Για το λόγο αυτό αναζητούνται ξένοι επενδυτές και ιδιωτικοί φορείς προκειμένου να χρηματοδοτήσουν τα διάφορα επενδυτικά προγράμματα. Πρέπει βέβαια να διευκρινίσουμε πως ότι είναι επένδυση για ένα άτομο ή μια επιχείρηση, δεν είναι απαραίτητα επένδυση και για το σύνολο της οικονομίας. Για παράδειγμα, η αγορά κτιριακών εγκαταστάσεων μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης από μία άλλη, είναι μεν μια μορφή επένδυσης για την επιχείρηση που τις απέκτησε, αλλά για την τουριστική οικονομία είναι μια απλή μεταβίβαση κυριότητας κεφαλαίου. *Τουριστική επένδυση συνεπώς είναι ως επί το πλείστον η δημιουργία κεφαλαίου (Ηγουμενάκης – Κραβαρίτης – Λύτρας, 1998) .*

Τουριστική ανάπτυξη λοιπόν δεν νοείται χωρίς ανάληψη πρωτοβουλιών για πραγματοποίηση τουριστικών επενδύσεων, το ύψος των οποίων εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τα κέρδη τα οποία προσδοκούν πως θα έχουν οι επενδυτές, καθώς επίσης και από μια σειρά άλλων παραγόντων (πίνακας 2) .

Πίνακας 2

1. *Ο ρυθμός ανάπτυξης νέων παραγωγικών μεθόδων στην τουριστική οικονομία*
2. *Το κόστος αγοράς και παραγωγής των κεφαλαιουχικών προϊόντων*
3. *Το κόστος του χρηματικού κεφαλαίου που απαιτείται για την αγορά του υλικού κεφαλαίου*
4. *Η κερατική πολιτική για την τόνωση της επενδυτικής δραστηριότητας*

Η τόνωση τέλος της οικονομικής δραστηριότητας στην περιφέρεια συνιστά μία από τις ευεργετικότερες θετικές επιρροές της τουριστικής παρέμβασης. Η φθίνουσα πορεία της υπαίθρου μπορεί πράγματι να καταπολεμηθεί με την αξιοποίηση των τουριστικών πόρων αυτής. Ωστόσο, η

ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια δεν είναι τόσο εύκολη υπόθεση όσο αρχικά φαίνεται. Στις περισσότερες μάλιστα περιπτώσεις πέρα από ότι είναι απρογραμμάτιστη και ευκαιριακή, επικεντρώνεται κατά κύριο λόγο σε περιοχές ήδη τουριστικά κορεσμένες .

Η επιτυχία λοιπόν του οποιοδήποτε αναπτυξιακού προγράμματος απαιτεί την εκτέλεση έργων τουριστικής υποδομής είτε με κρατική χρηματοδότηση, είτε με ανάπτυξη επενδύσεων εκ μέρους της ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Αυτονόητη είναι η ανάλογη εκπαίδευση των στελεχών του κλάδου και η επαγγελματική κατάρτιση του εργατικού δυναμικού και φυσικά η ποιότητα του τουριστικού προϊόντος πρέπει να είναι τέτοια ώστε να ικανοποιεί τις τουριστικές ανάγκες των επισκεπτών. Πάνω από όλα όμως η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια, απαιτεί την εφαρμογή μιας ρεαλιστικής πολιτικής που να συμβαδίζει με τα οικονομικά δεδομένα της περιοχής .

Η υλοποίηση των παραπάνω προϋποθέσεων συμβάλλει στην αξιοποίηση του υπάρχοντος ανθρώπινου δυναμικού της υπαίθρου, στην αύξηση του κατά κεφαλή ακαθάριστου εισοδήματος και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των μόνιμων κατοίκων της περιοχής. Υπάρχουν μάλιστα καταγεγραμμένες περιπτώσεις, όπου η ανάπτυξη του τουρισμού έχει ενεργά συμβάλλει στη συγκράτηση του πληθυσμού της υπαίθρου, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις στην επιστροφή πολλών από αυτούς που για διάφορους λόγους την είχαν εγκαταλείψει .

Πριν προχωρήσουμε στις αρνητικές οικονομικές επιδράσεις πρέπει να προσδιορίσουμε δύο πολύ σημαντικές έννοιες της τουριστικής οικονομίας αυτές των «εισροών» και των «εκροών» .

Πολλοί οικονομολόγοι θεωρούν (Kahn – Keynes)³³ πως η οικονομική ανάπτυξη υπαγορεύεται από δύο βασικές ροές οικονομικής δραστηριότητας, που όπως επισημάναμε και πιο πάνω είναι οι εισροές από το οικονομικό σύστημα και οι εκροές. Οι λεγόμενες εισροές περιλαμβάνουν τις επενδύσεις, τις εξαγωγές αγαθών και τις κυβερνητικές δαπάνες. Οι επενδύσεις είναι ιδιαίτερα σημαντικές για δύο τουλάχιστον λόγους. Η πραγματοποίηση επενδυτικών προγραμμάτων αποτελεί στην ουσία ένα αρκετά ασφαλές μέσο για τη δημιουργία θέσεων εργασίας και εισοδήματος. Οι εξαγωγές από την άλλη πλευρά αποτελούν ένα πολύ σημαντικό μέσο ενίσχυσης της οικονομίας, για όποια χώρα έχει τη δυνατότητα να τις πραγματοποιήσει. Οι κυβερνητικές δαπάνες με τη σειρά τους συνιστούν ένα μέσο χρηματοδότησης των επενδύσεων, καθώς και της μεταφοράς εισοδήματος σε άτομα, τα οποία πλέον θα είναι σε θέση να αγοράσουν διάφορα είδη και να ενεργοποιήσουν έτσι τη ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες. Εάν εξετάσουμε τις εισροές στο οικονομικό σύστημα μιας χώρας

³³ Chris Ryan: *Recreational Tourism*, Εκδόσεις Routledge, Λονδίνο 1991, σελ.71

σε σχέση με τον τουρισμό, θα παρατηρήσουμε ότι η χρηματοδότηση για παράδειγμα μιας τουριστικής ατραξιόν αποτελεί επένδυση που βοηθά στην προσέλκυση τουριστών από το εξωτερικό, ενώ η διατήρηση και ανάπτυξη των τουριστικών εγκαταστάσεων μπορεί να αποτελέσει ένα ισχυρό κίνητρο για τους κατοίκους της χώρας να παραμείνουν στον τόπο τους για διακοπές και μαζί μ' αυτούς και τα χρήματα τους .

Οι διαρροές ή εκροές από το οικονομικό σύστημα αντιπροσωπεύουν κυρίως την αποταμίευση χρημάτων, την φορολογία και τις εισαγωγές προϊόντων. Η αποταμίευση αποτραβά χρήματα από την οικονομία και κατά συνέπεια περιορίζει σημαντικά τα επίπεδα της ζήτησης προϊόντων και της απασχόλησης. Οι αποταμιεύσεις αποδεικνύονται χρήσιμες μόνο εφόσον χρησιμοποιούνται ως οικονομικοί “μεσάζοντες” για την χρηματοδότηση επενδύσεων. Ομοίως, συμβαίνει και με την φορολογία. Αυξάνοντας τους φόρους η κυβέρνηση μειώνει το χρήμα που “κινείται” στην αγορά, με αποτέλεσμα να μειωθούν και πάλι τα επίπεδα της ζήτησης. Άλλωστε, μόνο μέσω των κυβερνητικών δαπανών το χρήμα απελευθερώνεται και πάλι στην οικονομία. Μία πολύ σημαντική αιτία διαρροής χρήματος στο εξωτερικό, είναι το σύνολο των εισαγωγών που πραγματοποιεί μία χώρα για να ικανοποιήσει τις ανάγκες τις σε αγαθά και υπηρεσίες. Τα κέρδη κατά συνέπεια από την τουριστική ανάπτυξη δεν συγκρατούνται στα πλαίσια της εθνικής ή τοπικής οικονομίας, αλλά επιστρέφονται και πάλι στο εξωτερικό για την αγορά προϊόντων που τουριστικός προορισμός δεν είναι σε θέση να παράγει. Παραδείγματα τέτοιων εκροών είναι :

- Η εισαγωγή τροφίμων για τους τουρίστες
- Η εισαγωγή κατασκευαστικών υλικών ή ακόμα και εργασίας από άλλες περιοχές για την κατασκευή τουριστικών εγκαταστάσεων
- Η αποπληρωμή δανείων από το εξωτερικό με σκοπό την χρηματοδότηση της τουριστικής ανάπτυξης
- Ανάπτυξη στην περιοχή τουριστικών επιχειρήσεων που εδρεύουν στο εξωτερικό

Η μείωση των εκροών τουριστικού συναλλάγματος αποτελεί ζωτικής σημασίας στόχο για κάθε τουριστικό προορισμό. Συγκεκριμένα θα πρέπει να ληφθούν μέτρα για τον περιορισμό στο ελάχιστο δυνατό του τουριστικού συναλλάγματος που δαπανάται στο εξωτερικό για τουριστικούς σκοπούς. Επίσης, είναι αναγκαίο να υποκατασταθούν τα αγαθά και υπηρεσίες που εισάγονται από το εξωτερικό για να ικανοποιήσουν ανάγκες ή επιθυμίες των τουριστών με παρόμοια προϊόντα που παράγονται στους τουριστικούς προορισμούς με την προϋπόθεση όμως ότι δεν θα υστερούν τόσο σε

ποιότητα, όσο και ποσότητα αυτών του εξωτερικού. Πρέπει να σημειωθεί μάλιστα ότι η δραστική μείωση στις εισαγωγές για παράδειγμα τροφίμων, ποτών ή και εξοπλισμών μπορούν να εξοικονομηθούν σημαντικές ποσότητες οικονομικών πόρων. Παράλληλα, θα ενισχυθούν σημαντικά οι οικονομίες των χωρών υποδοχής και θα οδηγηθούν σε μια αύξηση της παραγωγικής τους διαδικασίας (Ηγουμενάκης – Κραβαρίτης – Λύτρας, 1998).

Οι αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού είναι πολλαπλές. Η κακή διαχείριση των οικονομικών πόρων μιας περιοχής συνεπάγεται αυτόματα αύξηση του κόστους ζωής των κατοίκων της. Επιπλέον, όπου ο τουρισμός αναπτύσσεται με εξαιρετικά γοργό ρυθμό, έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση του ανταγωνισμού για την απόκτηση γης και κατά συνέπεια την αύξηση των τιμών της και τον κατακερματισμό της αγροτικής ιδιοκτησίας. Τα νέα αυτά δεδομένα προκαλούν την εμφάνιση πληθωριστικών πιέσεων, ενώ οι τουριστικοί προορισμοί γίνονται λιγότερο αυτόνομοι και περισσότερο εξαρτημένοι από εξωτερικούς παράγοντες.

Μία άνοδος τώρα των τιμών κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου εξαιτίας μιας εποχικής μαζικής ζήτησης είναι αρκετά συνηθισμένο φαινόμενο. Στο τέλος όμως της περιόδου αντί οι τιμές να επανέλθουν στα φυσιολογικά τους επίπεδα, σταθεροποιούνται σε ένα υψηλότερο επίπεδο. Εάν η αύξηση αυτή των τιμών αφορούσε αποκλειστικά αγαθά πολυτελείας, τότε οι συνέπειες θα ήταν λιγότερο επιβαρυντικές για τους ντόπιους. Στις περισσότερες όμως περιπτώσεις αφορούν εξίσου αγαθά πρώτης ανάγκης, όπως τρόφιμα, με αποτέλεσμα οι κάτοικοι να βιώνουν τις δυσμενείς επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης και μετά το τέλος της τουριστικής περιόδου.

Η τάση του τουρισμού να απορροφά εργατικό δυναμικό από άλλους παραγωγικούς κλάδους της οικονομικής ζωής του τόπου συνιστά μια πολύ σημαντική επίπτωση της τουριστικής ανάπτυξης. Ο τουρισμός να μεν αναπτύσσεται, αλλά σε βάρος άλλων παραδοσιακών κλάδων της τοπικής οικονομίας που μπορούν να συμβάλλουν εξίσου σημαντικά (εάν βέβαια αξιοποιηθούν σωστά) στην οικονομική ευμάρεια της περιοχής. Πολλοί αγρότες και εργάτες εγκατέλειψαν την ύπαιθρο για να απασχοληθούν στο περισσότερο προσοδοφόρο και σαφώς πιο ελκυστικό τουριστικό τομέα. Έτσι ελάχιστοι νέοι άνθρωποι παραμένουν στις αγροτικές περιοχές με αποτέλεσμα το μέλλον της περιφέρειας και των παραδοσιακών παραγωγικών κλάδων να διαγράφεται δυσόπινο. Το φαινόμενο αυτό είναι γνωστό ως «*μονοκαλλιέργεια*» και το συναντάμε συχνά σε αναπτυσσόμενους προορισμούς, όπου η έλλειψη εναλλακτικών οικονομικών πόρων ή η κακοδιαχείριση των ήδη

υπαρχόντων, αλλά κυρίως η προσδοκία του εύκολου και προπαντός γρήγορου κέρδους, έστρεψε ένα μεγάλο μέρος του οικονομικά ενεργού πληθυσμού στον τουρισμό .

Ο τουρισμός ναι μεν συμβάλει ώστε να μειωθούν τα επίπεδα της ανεργίας, αλλά στην πλειοψηφία των περιπτώσεων αυτό συμβαίνει εποχιακά, πράγμα που σημαίνει πως μετά το τέλος της τουριστικής περιόδου, ένα μεγάλο μέρος του ανθρώπινου δυναμικού που απασχολείται στον τουρισμό υποχρεώνεται να εγκαταλείψει τις εργασίες του. Το φαινόμενο αυτό αφορά κυρίως τις λιγότερο ειδικευμένες εποχιακές θέσεις εργασίας, οι οποίες καταλαμβάνονται συνήθως από άτομα που ζουν στις γύρω από την τουριστική επιχείρηση περιοχές .

Η χαμηλή εξειδίκευση του προσωπικού δεν αφορά μόνο τον τουρισμό, προσφέροντας υπηρεσίες χαμηλού επιπέδου και αμαυρώνοντας τη συνολική προσπάθεια για ανάπτυξη, αλλά και τη γενικότερη οικονομία της περιοχής καθώς όλοι προσβλέπουν στα μεγάλα κέρδη που αφήνει το επάγγελμα. Έτσι παρατηρείται μια έντονη αποστροφή των νέων από τις παραδοσιακές (ως επί ο πλείστον) εργασίες που αποτελούν μια βραδεία, πλην όμως σταθερή μορφή ανάπτυξης της οικονομίας. Αυτή η θεώρηση μπορεί να αφορά μια μεμονωμένη περιοχή ή ακόμα και μια ολόκληρη χώρα .

Επιπλέον μία περιοχή μπορεί να οδηγηθεί σε οικονομικό μαρασμό εάν δεν συνειδητοποιήσει πως η τουριστική κίνηση δεν είναι δυνατόν να παραμείνει αναλλοίωτη καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Το τουριστικό ρεύμα χαρακτηρίζεται από εποχικότητα και τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν κατά την περίοδο τουριστικής αιχμής δεν επαρκούν για να στηρίξουν την οικονομική ευημερία της περιοχής .

Πέρα από την εποχικότητα, άλλο σοβαρό πρόβλημα που θα πρέπει να απασχολεί κάθε επίδοξο επιχειρηματία, είναι το ρίσκο που λαμβάνει κάθε φορά που επιχειρεί κάποιο “άνοιγμα” στον τουρισμό. Η επικινδυνότητα της τουριστικής επένδυσης επισημαίνεται από το ότι ένα τυχαίο γεγονός όπως ένα πόλεμος ή μια φυσική καταστροφή ή ακόμα και πολιτικές ανακατατάξεις μπορούν αυτόματα να στρέψουν το τουριστικό ενδιαφέρον σε άλλη περιοχή. Το τουριστικό ρεύμα άλλωστε είναι ιδιαίτερα ευμετάβλητο και τέτοιου είδους μεταβολές διαμορφώνουν θετικά ή αρνητικά τη εικόνα που έχουν σχηματίσει για ένα προορισμό .

Τέλος, όπως επισημάναμε και παραπάνω η ικανότητα μιας οικονομίας να είναι αυτόαρκτης σε τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες προσδιορίζει σε μεγάλο βαθμό και το ποσοστό του τουριστικού συναλλάγματος που θα διαρρεύσει στο εξωτερικό για την προμήθεια των αγαθών αυτών, το οποίο με τη σειρά του καθορίζει τα επίπεδα της τουριστικής ανάπτυξης και οικονομικής άνθισης στην

περιοχή. Όσο μεγαλύτερες είναι οι διαρροές από το οικονομικό σύστημα, τόσο μικρότερα θα είναι τα κέρδη που θα αποκομίσει προορισμός από την ενασχόληση του με τον τουρισμό. Επιπλέον, η χρησιμοποίηση ξένων στελεχών στην οργάνωση και διοίκηση των τουριστικών επιχειρήσεων, η απασχόληση των ντόπιων στις εργασίες με την μικρότερη ειδίκευση και η ξένη ιδιοκτησία των τοπικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων εξηγεί με τον πλέον σαφή τρόπο γιατί η τουριστική ανάπτυξη δεν εγγυάται πάντα και την οικονομική ανάπτυξη .

Η ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΩΦΕΛΕΙΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Υπάρχουν διάφορες τεχνικές η εφαρμογή των οποίων μπορεί να βοηθήσει ώστε να διατηρηθούν ή και να αυξηθούν τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από την τουριστική ανάπτυξη. Οι μέθοδοι αυτές θα μπορούσαν να εισαχθούν στο αρχικό πλάνο ανάπτυξης και να ληφθούν υπόψη κατά τον προγραμματισμό, έτσι ώστε πιθανά προβλήματα να προβλεφθούν και να αντιμετωπιστούν εγκαίρως³⁴ :

- Περιορισμός των διαρροών μεταξύ του τουρισμού και άλλων οικονομικών κλάδων. Μειώνεται ο ρυθμός εισαγωγής προϊόντων από τον τουρισμό, δημιουργούνται περισσότερες ευκαιρίες απασχόλησης και αυξάνεται το εισόδημα που προέρχεται από τουριστικές δραστηριότητες. Επίσης, η τουριστική βιομηχανία θα πρέπει να ενθαρρύνεται περισσότερο ώστε να αξιοποιεί τους ντόπιους οικονομικούς, φυσικούς τεχνολογικούς πόρους κατά την ανάπτυξη και διαχείριση των ξενοδοχειακών και άλλων επιχειρήσεων.
- Η αύξηση τη ιδιοκτησίας τουριστικών εγκαταστάσεων από ντόπιους επιχειρηματίες είναι εξαιρετικά σημαντική ώστε όλο και περισσότερα από τα κέρδη που προκύπτουν από τον τουρισμό να συγκρατούνται στα πλαίσια της τοπικής οικονομίας. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί με ποικίλους τρόπους : παροχή επενδυτικών κινήτρων, η συμμετοχή ντόπιων επιχειρήσεων στην τουριστική ανάπτυξη κ.α. Ειδικές μορφές τουρισμού μπορούν επίσης να ενθαρρυνθούν και νέες ευκαιρίες να εμφανιστούν για μικρές τοπικές επιχειρήσεις. Ένα το τοπικό κεφάλαιο είναι πολύ περιορισμένο, είναι δυνατόν να εφαρμοστεί μια τέτοια πολιτική ώστε αρχικά να επιτρέπει την ξένη ιδιοκτησία, αλλά να προϋποθέτει την αγορά από ντόπιους ιδιοκτήτες όταν το κεφάλαιο είναι διαθέσιμο .

³⁴ W.T.O: *National and Regional Tourism Planning*, Εκδόσεις W.T.O, Νέα Υόρκη, Λονδίνο 1994, σελ.31

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

- Η ξένη διαχείριση ξενοδοχείων που ανήκουν σε μεγάλες πολυεθνικές αλυσίδες ξενοδοχειακών επιχειρήσεων συνιστά μια σημαντική απώλεια εσόδων για τη χώρα. Από την άλλη όμως παρέχει όλα τα πλεονεκτήματα της επαγγελματικής διοίκησης, του διεθνούς marketing και των υπηρεσιών κράτησης. Είναι επίσης σημαντικό τα τοπικά τουριστικά πρακτορεία να μην εξαρτώνται (στο μέτρο του δυνατού) από τις “διαθέσεις” των μεγάλων tour operator του εξωτερικού .
- Η μεγιστοποίηση της τοπικής απασχόλησης στον τουρισμό μπορεί να επιτευχθεί με την κατάλληλη εκπαίδευση του προσωπικού εργάζεται ή επιθυμεί να εργαστεί στον κλάδο. Σε ορισμένες περιοχές οι κάτοικοι μπορεί να είναι επιφυλακτικοί ως προς την χρησιμότητα αυτών των επαγγελμάτων, για το λόγο αυτό είναι αναγκαίο οι κάτοικοι της περιοχής να καταλάβουν ότι ο τουρισμός είναι ένας καθ’ όλα σεβαστός και πολλά υποσχόμενος κλάδος οικονομικής δραστηριότητας. Η εκπαίδευση θα πρέπει να επεκταθεί και σε διοικητικά επίπεδα, έτσι ώστε μελλοντικά οι υψηλόβαθμες αυτές θέσεις να μπορούν να καλυφθούν από ντόπιο προσωπικό .
- Οι τουριστικές δαπάνες μπορούν να αυξηθούν με διάφορους τρόπους. Αύξηση των πωλήσεων έργων παραδοσιακής χειροτεχνίας, επέκταση των τουριστικών δραστηριοτήτων π.χ. οργάνωση εκδρομών και περιηγήσεων με σκοπό την παραμονή των τουριστών για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Ο εμπλουτισμός επίσης και η διαφορετικότητα του τουριστικού προϊόντος θα καθορίσει την επιπλέον επέκταση του τουρισμού στις ήδη τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές .
- Τέλος, αναπτύσσοντας τον τουρισμό σταδιακά, πληθωριστικά προβλήματα όπως η αύξηση της αξίας της γης και των αγαθών πρώτης ανάγκης μπορούν συχνά να μειωθούν διότι η οικονομία θα έχει περισσότερο χρόνο να υιοθετήσει τις νέες εξελίξεις .

ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΞΙΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η καθαρή οικονομική αξία του τουρισμού σε μια περιοχή ή μία χώρα προσδιορίζεται από μια σειρά παραγόντων, σημαντικότεροι των οποίων είναι οι παρακάτω (πίνακας 3)³⁵ :

³⁵ Ward – Hilson – Cambell: *Advanced Leisure and Tourism*, Εκδόσεις Stanley Thornes, Geltenham 1994, σελ.80 – 81

Πίνακας 3

1. Εάν το εισόδημα προέρχεται και από άλλες βιομηχανικές πηγές
2. Εάν η ζήτηση για συγκεκριμένα θέρετρα και εγκαταστάσεις είναι συνεχής
3. Εάν η πλειοψηφία των τουριστικών εγκαταστάσεων είναι τοπικής ιδιοκτησίας
4. Το φορολογικό σύστημα και οι δημόσιες δαπάνες
5. Στην περίπτωση του διεθνούς τουρισμού οι δυνατότητες της τοπικής οικονομίας συγκρινόμενη με αυτές του εξωτερικού
6. Η δυνατότητα της τουριστικής ανάπτυξης να συμβαδίσει με τις αυξημένες απαιτήσεις της διεθνούς αγοράς
7. Η δυνατότητα να πεισθούν οι ντόπιοι κάτοικοι να μην εξουδετερώνουν τα αυξανόμενα κέρδη από τον τουρισμό ξοδεύοντας τα σε άλλες περιοχές εκτός του τόπου διανομής τους

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Δεν μπορούμε παρά να παραδεχτούμε ότι η άσκηση μια σωστά μελετημένης τουριστικής πολιτικής μπορεί να έχει άμεσα και ουσιαστικά οφέλη για την ανάπτυξη του τουριστικού προορισμού στον οποίο εφαρμόζεται, είτε πρόκειται για μια ολόκληρη χώρα, είτε μια μεμονωμένη περιοχή. Η πρακτική έχει δείξει ότι η τουριστική ανάπτυξη είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την εν γένει οικονομική ανάπτυξη σε απόλυτα οικονομικά μεγέθη, ιδίως σε αναπτυσσόμενες οικονομίες για τον απλούστατο λόγο ότι αποτελεί έναν γρήγορο και ασφαλή – βραχυπρόθεσμα – τρόπο να αυξηθεί το κατά κεφαλήν εισόδημα και οι επενδύσεις στην περιοχή .

Εν τούτοις, η πολυσχιδής μορφή του τουριστικού φαινομένου δεν μας επιτρέπει να καταλήξουμε σε ασφαλή συμπεράσματα αναφορικά με τη αποτελεσματικότητα μιας τέτοιας επένδυσης. Στις αναπτυσσόμενες περιοχές ειδικότερα, όπου οι κρατικοί θεσμοί και οι περιορισμοί είναι πολλές φορές ανεπαρκείς, η ανάπτυξη γίνεται με τρόπο άναρχο και ασυμβίβαστο προς τον χαρακτήρα της περιοχής. Οι κοινωνικό – οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού στις περιοχές που αναπτύσσεται η

τουριστική βιομηχανία έχουν θέσει το συγκεκριμένο πεδίο κάτω από εξαιρετικά μεγάλη αμφισβήτηση. Αμφιλεγόμενη είναι επίσης η συμβολή του τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη : « Η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια παρά τα όποια προβλήματα ενδέχεται να δημιουργήσει, μπορεί επίσης να προκαλέσει ανάπτυξη της οικονομικής δραστηριότητας η σημασία της οποίας κάθε άλλο μπορεί να παραβλεφθεί, πολύ περισσότερο να αποσιωπηθεί. Η διαπίστωση όμως αυτή δεν αναιρεί μίαν άλλη: η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να θεωρηθεί πανάκεια για την αντιμετώπιση των οικονομικών προβλημάτων της. Αναμφίβολα όμως μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στην άμβλυνση τους, που είναι και το ζητούμενο » (Κραβαρίτης – Ηγουμενάκης – Λύτρας, 1998) .

Όλα αυτά λοιπόν έχουν ως αποτέλεσμα την αντίθεση ορισμένων κατοίκων ή ακόμα και φορέων οι οποίοι δεν ωφελούνται άμεσα από τη ανάπτυξη του τουρισμού, αλλά αντίθετα ζημιώνονται αφού αλλοιώνονται που τους κάνουν να ξεχωρίζουν σαν παραδοσιακή ομάδα μέσα στο ελληνικό κοινωνικό σύνολο. Ακόμα και η καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος είναι σίγουρο ότι θα οδηγήσει σε οικονομικό μαρασμό την περιοχή που έχουν αλόγιστα σπαταληθεί οι φυσικοί πόροι, μετά την παρακμή του τουριστικού φαινομένου. Όταν το τουριστικό ρεύμα θα στραφεί προς άλλους προορισμούς, τότε η μόνη διέξοδος θα είναι η επιστροφή στον προηγούμενο τομέα παραγωγής που συνήθως είναι ο πρωτοβάθμιος, ο οποίος στηρίζεται πάνω στους φυσικούς πόρους που ήδη θα είναι επιβαρημένοι από το αδηφάγο πέρασμα του τουριστικού πλήθους .

Εισήγηση όλων όσων επιθυμούν την πραγματική ανάπτυξη του τουρισμού, είναι ο αυστηρότερος καθορισμός του σχετικού πλαισίου, έτσι ώστε να διασφαλιστεί η μέχρις ώρας ουτοπική έννοια της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης. Η βραχυπρόθεσμη θεώρηση των πολύ σοβαρών αυτών θεμάτων δεν ωφελεί πουθενά, αυτό που χρειάζεται είναι σωστός προγραμματισμός πάνω σε διορατική επαρκώς μελετημένη τουριστική πολιτική .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ.

ΚΡΙΤΙΚΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Α. Η ΔΙΧΟΓΝΩΜΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι καταφανέστερες επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης (οικονομικές, κοινωνικές, πολιτιστικές, περιβαλλοντικές) για χρόνια αποτελούσαν αντικείμενο ερευνών, συζητήσεων και διαφωνιών για τους μελετητές του τουριστικού φαινομένου. Ωστόσο, μέχρι και πριν από μερικά χρόνια η προσοχή όλων ήταν σχεδόν αποκλειστικά στραμμένη στις προφανείς οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού και στην συμβολή αυτών στην οικονομική ενίσχυση ενός τουριστικού προορισμού.

Η ολιγωρία αυτή στη διερεύνηση των επιδράσεων του τουρισμού είχε σαν αποτέλεσμα την μεγέθυνση αυτών και την εμφάνιση προβλημάτων που σχετίζονται με την μαζική εξάπλωση του τουρισμού. Στην γενική εφορεία για τις ομολογουμένως ευνοϊκές οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού, συνέβαλε η αναμφισβήτητη συμβολή της τουριστικής ανάπτυξης στη δημιουργία μιας πληθώρας θετικών επιπτώσεων σε ορισμένους οικονομικούς δείκτες όπως το ισοζύγιο πληρωμών, το εισόδημα, η απασχόληση, τα φορολογικά έσοδα κ.λ.π. Συνειδητά ή ασυνειδήτα ωστόσο αγνοήθηκε μια πολύ σημαντική παράμετρος: *η μαζικοποίηση του τουριστικού φαινομένου και η μετατροπή των τουριστικών περιοχών σε προϊόντα προς πώληση.*

Η παραπάνω εξέλιξη πολύ σύντομα και σε αρκετές περιπτώσεις απρόσμενα, επέφερε μια σειρά από ανεπιθύμητες κοινωνικές, πολιτιστικές και ιδιαίτερα περιβαλλοντικές επιπτώσεις τόσο στους τουριστικούς τόπους, όσο και στους μόνιμους κατοίκους των περιοχών αυτών που κατά το παρελθόν δεν είχαν αντιμετωπίσει ποτέ ανάλογα προβλήματα.

Η διάσταση απόψεων δεν είναι σημερινό φαινόμενο, υπήρχε κατά το παρελθόν και όπως όλα δείχνουν θα υπάρχει και στο μέλλον. Το αρνητικό φυσικά δεν είναι η ύπαρξη διαφωνιών, αφού άλλωστε οι πιο ενδεδειγμένες λύσεις προκύπτουν μέσα από συζητήσεις και διαφωνίες, είναι όμως

εξαιρετικά ανησυχητική η αδυναμία απαγκίστρωσης από απαρχαιωμένες θεωρίες και αντιλήψεις ή η διατήρηση της εξουσίας με οποιοδήποτε κόστος που μόνο καλό δεν έχει κάνει στον κλάδο .

Οι “υπέρμαχοι” λοιπόν της τουριστικής ανάπτυξης υποστηρίζουν πως ο τουρισμός συμβάλλει ενεργά στην αύξηση του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος, περιορίζει το έλλειμμα στο ισοζύγιο πληρωμών, δημιουργεί εκ νέου ευκαιρίες απασχόλησης, δημιουργεί επιπλέον εισοδήματα για τον πληθυσμό, το κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση, αυξάνει τον ρυθμό των επενδύσεων στην περιφέρεια και προβάλλει τη χώρα υποδοχής τουριστών διεθνώς .

Από την άλλη πλευρά όσοι εναντιώνονται με την τουριστική ανάπτυξη συγκλίνουν στην άποψη ότι ο τουρισμός γίνεται αιτία να δαπανηθούν τεράστια ποσά σε επενδύσεις αμφιβόλου αποδοτικότητας και να διαταραχθεί η οικονομική ισορροπία μίας χώρας λόγω της έμφασης που δίνεται στην μονόπλευρη ανάπτυξη ενός μόνο οικονομικού κλάδου και στην απαξίωση ή εγκατάλειψη άλλων παραδοσιακών κλάδων παραγωγής όπως η γεωργία. Επίσης, σύμφωνα πάντα με τους “πολέμιους” του τουρισμού, προκαλεί πληθωριστικές πιέσεις, χαλαρώνει τα ήθη, εξαφανίζει τις παραδόσεις ή τις χρησιμοποιεί σαν μέσο προσέλκυσης τουριστών, γίνεται φορέας προβλημάτων όπως η εγκληματικότητα και η πορνεία .

Εύλογα λοιπόν γεννιέται το ερώτημα ποια από τις δύο απόψεις είναι σωστή; η πρώτη που εξιδανικεύει την εικόνα του σύγχρονου τουρισμού ή η δεύτερη που τη μηδενίζει; Στην πραγματικότητα η απάντηση βρίσκεται κάπου στη μέση. Όταν ο τουρισμός αναπτύσσεται μονοδιάστατα τότε μακροχρόνια οι επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία θα είναι δυσμενείς καθώς έτσι αποδυναμώνονται άλλοι εξίσου σημαντικοί παραγωγικοί κλάδοι και ιδίως η βιομηχανία και η γεωργία. Από την άλλη όμως η ανάπτυξη του τουρισμού λύνει έστω και προσωρινά ορισμένα πιεστικά προβλήματα της οικονομίας όπως η ανεργία ή το άνοιγμα του ελλείμματος στο ισοζύγιο πληρωμών.

Για το λόγο αυτό η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να πραγματοποιείται σε συνδυασμό με την προώθηση και άλλων παραγωγικών κλάδων της οικονομίας, ισόρροπα και προγραμματισμένα και να χρησιμοποιείται σαν συμπληρωματικό μέσο της οικονομικής ανάπτυξης και όχι ως κύριο.

Β. ΑΠΟΤΕΛΕΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΧΕΓΓΥΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΔΟ ΜΙΑΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ;

Στα κεφάλαια που προηγήθηκαν αναλύσαμε διεξοδικά το σύνολο των επιδράσεων (θετικών και αρνητικών) που προκύπτουν από την ανάπτυξη του τουρισμού σε έναν προορισμό καθώς και τις συνέπειες που ενδεχομένως να αντιμετωπίσουν οι περιοχές που λαμβάνουν το ρίσκο της τουριστικής επένδυσης .

Κατά τη γνώμη μας κάθε φορέας εθνικός, τοπικός ή περιφερειακός που αποφασίζει να δραστηριοποιηθεί επενδυτικά στον τουριστικό κλάδο πρέπει πάντοτε πριν από την εφαρμογή του όποιου προγράμματος να θέτει στον εαυτό του αλλά και στους κατοίκους του εν δυνάμει τουριστικού προορισμού το εξής απλό ερώτημα: *«μπορεί ο τουρισμός από μόνος του να διασφαλίσει μακροπρόθεσμα την οικονομική και κοινωνική κατ' επέκταση ανάπτυξη της περιοχής»* ; Προσωπική μας εκτίμηση και με βάση τα όσα εξετάσαμε παραπάνω είναι πως όχι .

Όπως είδαμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο η μονοδιάστατη ανάπτυξη ενός μόνο κλάδου της οικονομίας δεν μπορεί από μόνη της να φέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Αντίθετα θα οδηγήσει στην βαθμιαία εγκατάλειψη άλλων εξίσου σημαντικών παραγωγικών κλάδων και την απορρόφηση από τον τουρισμό τεράστιων τμημάτων του εργατικού δυναμικού που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν και σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας. Στην καλύτερη περίπτωση να παρατηρήσουμε μια εποχιακή και ως εκ τούτου παροδική αύξηση της απασχόλησης και ανάλογη αύξηση των εισοδημάτων. Σε αυτήν την δυσοίωνα πρόβλεψη συνηγορεί το γεγονός ότι στην Ελλάδα τουλάχιστον, υπάρχουν πολλά παραδείγματα ιδιωτών αλλά και επίσημων φορέων του κράτους που κινητοποιούμενοι από το κίνητρο του εύκολου και βραχυπρόθεσμου κέρδους, οδηγήθηκαν σε μια χωρίς μέτρο τουριστική ανάπτυξη με καταστροφικά αποτελέσματα για τις περιοχές που είχαν την ατυχία να βιώσουν μια τέτοια «ανάπτυξη» .

Σε αρκετές μάλιστα περιπτώσεις έχουμε γίνει μάρτυρες της υπερεκμετάλλευσης τουριστικών περιοχών από επιχειρηματίες με τρόπο συχνά ανεξέλεγκτο και ληστρικό, έως ότου εξαντληθούν οι οικονομικοί και φυσικοί πόροι με συνέπεια την εγκατάλειψη της περιοχής και της αναζήτησης νέων προορισμών που παράγουν νέα τουριστικά προϊόντα. Οι επιχειρηματίες φεύγουν με τα κέρδη τους και ο ντόπιος πληθυσμός αλλά και ο τόπος τους μένουν με τα σημάδια της παρακμής. Επίσης, πολλές αναπτυσσόμενες χώρες παρά τις συνεχείς προσπάθειες να αναπτύξουν τον τουρισμό τους, δεν κατάφεραν να συμβαδίσουν με τους στόχους που αρχικά είχαν θέσει λόγω της υπερεκμετάλλευσης των τουριστικών πόρων ή της κακοδιαχείρισής τους .

Ωστόσο το γεγονός ότι όλο και περισσότερες χώρες αντιμετωπίζουν τον τουρισμό ως έναν από τους πιο ελπιδοφόρους τομείς της οικονομίας τους, δεν είναι τυχαίο. Ο τουρισμός πράγματι, υπό προϋποθέσεις μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στις μεν αναπτυσσόμενες χώρες να βγουν από τον φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας, στις δε ανεπτυγμένες να μεγεθυνθεί ακόμα περισσότερο η οικονομία τους. Όντως, η ορθολογική ανάπτυξη του τουρισμού σε μία αναπτυσσόμενη χώρα όχι μόνο μπορεί να εξασφαλίσει τα συναλλαγματικά έσοδα που δεν διαθέτει και η έλλειψη των οποίων επιβραδύνει την οικονομική ανάπτυξη, αλλά μπορεί επιπλέον να περιορίσει το πρόβλημα της ανεργίας στα αστικά κέντρα, ενώ μακροπρόθεσμα ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει ένα υποκατάστατο για τις παραδοσιακές εξαγωγές που έχουν φθίνουσα πορεία .

Θεωρούμε πάντως πως η υλοποίηση των παραπάνω στόχων φαντάζει ανέφικτη εάν προηγουμένως και πριν το σχεδιασμό της οποιαδήποτε τουριστικής πολιτικής δεν ληφθούν υπόψη ορισμένες παράμετροι. Κατ' αρχήν ο προορισμός που φιλοδοξεί να αναπτυχθεί τουριστικά πρέπει να προσδιορίσει ακριβώς τι είδους τουρισμό επιθυμεί να αναπτύξει με βάση τα γεωγραφικά, κλιματολογικά, κοινωνικά και οικονομικά δεδομένα της περιοχής. Για παράδειγμα μια περιοχή που διαθέτει όλες τις προδιαγραφές για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού, εκ των πραγμάτων δεν μπορεί να έχει ως στόχο την ανάπτυξη π.χ. του ορεινού τουρισμού ή του τουρισμού παραχείμασης. Επίσης, είναι πολύ σημαντικό να έχει με σαφήνεια προσδιορίσει σε ποιο τμήμα της τουριστικής αγοράς θα απευθυνθεί, έτσι ώστε οι τουριστικές δραστηριότητες που θα αναπτύξει να ανταποκρίνονται στις επιθυμίες και ανάγκες της αγοράς αυτής και ανάλογα να διαμορφώσει τις κατάλληλες τεχνικές προβολής και προώθησης του προϊόντος της. Παράλληλα, να προχωρήσει στην κατασκευή των απαιτούμενων, για το είδος του τουρισμού που στοχεύει να αναπτύξει, υποδομών έχοντας φυσικά εξασφαλίσει τις απαραίτητες πηγές χρηματοδότησης. Επιπλέον, όπου τα συστήματα ελέγχου της αναπτυξιακής πορείας και οι κρατικοί θεσμοί είναι ανεπαρκείς, δεν μπορούμε να μιλάμε για βιώσιμη και μακροχρόνια τουριστική ανάπτυξη .

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε πως η ανάπτυξη του τουρισμού σε μία περιοχή δεν εξασφαλίζει την μακροπρόθεσμη ευημερία και πρόοδο των κατοίκων της, άλλωστε η εποχιακή απασχόληση ή η παροδική αύξηση των εισοδημάτων δεν συνιστούν απαραίτητα και ανάπτυξη. Όταν μάλιστα η παρακμή διαδέχεται την "ανάπτυξη" τόσο γρήγορα, ο αρχικός ενθουσιασμός για τον ερχομό των τουριστών εύκολα μετατρέπεται σε απογοήτευση ή εκνευρισμό. Ουσιαστική ανάπτυξη της περιοχής μας έχουμε όταν γνωρίζουμε τι ακριβώς θέλουμε από τον τουρισμό, που στοχεύουμε και φυσικά όταν αντιμετωπίζουμε τον τόπο μας με γνώμονα το συμφέρον του και όχι

ως προϊόν προς εκμετάλλευση. Βέβαια όλα τα παραπάνω προϋποθέτουν προγραμματισμό και σωστό σχεδιασμό και άσκηση τουριστικής πολιτικής ή εφαρμογή της οποίας επιφέρει μια σειρά από σημαντικά πλεονεκτήματα (W.T.O, 1994). Συνεπώς με τον σωστό προγραμματισμό πετυχαίνουμε :

Πίνακας 1

Οι στόχοι που πρέπει να επιτευχθούν από τον προγραμματισμό του τουρισμού είναι οι ακόλουθοι, καθώς αυτοί οι στόχοι θα επιτευχθούν .

- Αναπτύσσουμε τον τουρισμό κατά τέτοιο τρόπο έτσι ώστε οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι να προστατευθούν και να διατηρηθούν .
- Εισάγουμε τον τουρισμό στα πλαίσια του οικονομικού σχεδιασμού για το σύνολο της ανάπτυξης μιας γεωγραφικής περιφέρειας ή μιας χώρας .
- Παρέχουμε μια εθνική βάση στη λήψη των αποφάσεων τόσο από το δημόσιο, όσο και από τον ιδιωτικό τομέα .
- Πετυχαίνουμε τη συντονισμένη ανάπτυξη όλων των στοιχείων που συναποτελούν τον τουριστικό τομέα. Αυτό περιλαμβάνει την σύνδεση των τουριστικών αξιοθέατων, δραστηριοτήτων, εγκαταστάσεων και υπηρεσιών και τις θρυμματισμένες τουριστικές αγορές .
- Αυξάνουμε τα οικονομικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά πλεονεκτήματα του τουρισμού, παράλληλά με την ισότιμη διανομή τους στη κοινωνία, ενώ ελαχιστοποιούμε τα πιθανά προβλήματα του τουρισμού .
- Παρέχουμε τους κανόνες που προσδιορίζουν την τοποθεσία, τον τύπο και την έκταση της τουριστικής ανάπτυξης των θέρετρων, των εγκαταστάσεων και των υπηρεσιών .
- εξασφαλίζουμε τις αναγκαίες πηγές χρηματοδότησης καθώς και την σωστή διαχείριση των οικονομικών πόρων .

Πετυχαίνουμε τον αποτελεσματικό σχεδιασμό των προσκευασιών και την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα .

Γ. ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ³⁶

Από όσα εκτέθηκαν μέχρι τώρα γίνεται αντιληπτό πως ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί σε τέτοιο βαθμό ώστε να θεωρείτε σήμερα ένας εξαιρετικά σημαντικός οικονομικός κλάδος αλλά και ένας παράγοντας επηρεασμού των κοινωνικών αλλαγών που σημειώθηκαν στους τουριστικούς προορισμούς. Ωστόσο, η εντυπωσιακή πράγματι τουριστική ανάπτυξη που σημειώθηκε από τη δεκαετία του '50 και έπειτα θεωρείτε μάλλον απίθανο να συνεχιστεί με τους ίδιους ρυθμούς και στον 21^ο αιώνα. Η εκτίμηση αυτή αφορά ιδιαίτερα τον μαζικό τουρισμό. Η αύξηση του πλούτου και της οικονομικής ευημερίας στις ανεπτυγμένες χώρες έχει μειωθεί, ενώ και οι οικονομολόγοι αμφισβητούν πλέον ανοιχτά εάν η βελτίωση της υλικής ευημερίας της κοινωνίας είναι δυνατή ή ακόμα και επιθυμητή .

Παρ' όλα αυτά ολόκληρος ο κόσμος και κατ' επέκταση ο τουρισμός διανύουν μια περίοδο μεγάλων αλλαγών που επηρεάζουν ιδιαίτερα τις βιομηχανικές κοινωνίες και μεταβάλουν τον τρόπο ζωής και τις αξίες των ανθρώπων. Η παρούσα επιθυμία για συγκέντρωση όλο και περισσότερων υλικών αγαθών παρουσιάζει σημάδια μείωσης. Το ερώτημα που κατά συνέπεια προκύπτει, είναι κατά πόσο οι αλλαγές αυτές θα επηρεάσουν τον τρόπο που μέχρι τώρα ταξίδευαν αλλά και την επιθυμία τους να πραγματοποιήσουν ταξίδια αναψυχής .

Ο τρόπος με τον οποίο θα ταξιδεύουμε στο μέλλον αναμφίβολα θα επηρεαστεί από τις τεχνολογικές εξελίξεις. Στον τομέα των αερομεταφορών για παράδειγμα οι αποστάσεις έχουν σμικρυνθεί τόσο ώστε ταξίδια που σήμερα φαντάζουν μεγάλα και κουραστικά σε λίγα χρόνια θα διανύονται μέσα σε ελάχιστες ώρες. Αλλά και οι χερσαίες μεταφορές σημειώνουν μεγάλη πρόοδο με τις υπερταχείες αμαξοστοιχίες να μπορούν πλέον να κινούνται με εξαιρετικά μεγάλες ταχύτητες, προσφέροντας παράλληλα πολύ μεγαλύτερες ανέσεις στους επιβάτες τους. Προβλέπετε μάλιστα ότι τα τρένα του μέλλοντος θα αγγίζουν ταχύτητες που θα πλησιάζουν τα 500 χιλ. και θα αποτελούν πραγματική απειλή για τα αεροπορικά δρομολόγια .

Αλλά και στην ναυσιπλοΐα σημειώνονται μεγάλες τεχνολογικές εξελίξεις με σκοπό την μείωση του κόστους ταξιδιού καθώς και της διάρκειάς του. Για παράδειγμα στο τομέα των κρουαζιερόπλοιων παρατηρούμε την κατασκευή όλο και μεγαλύτερων και πολυτελέστερων σκαφών, τα οποία φαντάζουν πλέον ως πλωτά ξενοδοχεία και προφέρουν ένα μεγάλο αριθμό δραστηριοτήτων αναψυχής και εγκαταστάσεων .

³⁶ Πηγή: Holloway, *The Business of Tourism*, Εκδόσεις Pitman, Λονδίνο 1989

Οι αλλαγές που αναμένονται στις αγοραστικές συνήθειες των τουριστών, δηλαδή στην καταναλωτική τους συμπεριφορά, η αλλαγή των αναγκών αλλά και των αξιών που φέρνουν μαζί στα ταξίδια τους θα επηρεάσει φυσιολογικά τον κλάδο της τουριστικής βιομηχανίας, η οποία θα προσαρμοστεί αναλόγως στις νέες επιθυμίες των τουριστών. Για παράδειγμα η αύξηση του αριθμού των γυναικών που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς σκοπούς προβλέπεται ότι θα υποχρεώσει τον τουριστικό τομέα να προσαρμόσει τα προϊόντα του στις ανάγκες τους, ώστε να προσελκύσουν δυναμικά το τμήμα αυτό της τουριστικής αγοράς .

Οι αλλαγές στον τρόπο ζωής ασφαλώς θα επηρεάσουν το είδος των καταλυμάτων στα οποία θα διαμένουν οι τουρίστες την περίοδο των διακοπών τους. Η τάση των τουριστών σήμερα να προτιμούν άνετα αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα, ώστε να μπορούν οι ίδιοι να κανονίζουν για παράδειγμα τι και πότε θα φάνε, που θα διασκεδάσουν, πως θα ψυχαγωγηθούν με ποιο μέσο θα μετακινηθούν. Σύμφωνα με όλες τις προβλέψεις η τάση αυτή θα συνεχιστεί και στο μέλλον σε βάρος των ξενοδοχείων τα οποία προκειμένου να καταστήσουν το προϊόν τους ελκυστικότερο προς τη τουριστική πελατεία θα πρέπει να προσφέρουν μια πληθώρα διευκολύνσεων, υπηρεσιών και ανέσεων χωρίς όμως πρόσθετη επιβάρυνση .

Τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν οι κρατήσεις με ηλεκτρονικούς υπολογιστές θα επιτρέπει πλέον στους τουρίστες να επιλέγουν από το σπίτι τους προορισμούς που επιθυμούν να επισκεφθούν, να παίρνουν μια πρώτη γεύση από τα διάφορα τουριστικά θέρετρα και να επιλέγουν τα μεταφορικά μέσα με τα οποία θα ταξιδέψουν. Επίσης, να αγοράζουν εισιτήρια χρεώνοντας απευθείας τον τραπεζικό τους λογαριασμό, να επιλέξουν τα καταλύματα που θα μείνουν και τις υπηρεσίες που θα τους παρασχεθούν, τα τράνσφερ ή ακόμα και να φτιάξουν το δικό τους τουριστικό πακέτο .

Οι αλλαγές που σημειώνονται καθημερινά στις οικονομίες των χωρών, οι τεχνολογικές εξελίξεις, οι μεταβολές στον τρόπο με τον οποίο συναλλάσσονται σήμερα οι άνθρωποι είναι βέβαιο πως θα υποχρεώσει πολύ σύντομα και την τουριστική βιομηχανία να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα και στις απαιτήσεις του αγοραστικού κοινού. Τελειώνοντας, να συμπληρώσουμε μόνο την προσωπική μας εκτίμηση πως όσο η τουριστική και κατ' επέκταση οικονομική ανάπτυξη δεν συμβαδίζει με τις πραγματικές ανάγκες του ανθρώπου, αλλά υπαγορεύεται από προσωρινές σκοπιμότητες, τόσο το ίδιο το τουριστικό φαινόμενο θα αποβαίνει εις βάρος του. Εκείνο πάντως που δεν πρόκειται να εκλείψει ποτέ είναι η επιθυμία του ανθρώπου να ταξιδεύει .



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΠΑΡΑΠΟΜΠΕΣ

1. Ηγουμενάκης – Κραβαρίτης – Λύτρας: **Εισαγωγή στον Τουρισμό**, Interbooks, Αθήνα 1998
2. Πάρις Τσάρτας: **Τουρίστες – Ταξίδια – Τόποι / Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις**, Εξάντας, Αθήνα 1996
3. Στέλιος Βαρβαρέσος: **Τουρισμός – Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, Προπομπός**, Αθήνα 1998
4. Στέλιος Βαρβαρέσος: **Οικονομικές Προσεγγίσεις**, Προπομπός, Αθήνα 1997
5. McIntosh – Goeldner: **Tourism – Principles, Practices, philosophies**, John Wiley & Sons inc., Νέα Υόρκη 1986
6. Chris Ryan: **Recreational Tourism**, Routledge, Λονδίνο 1991
7. Christopher Holloway: **The Business of Tourism**, Pitman, Λονδίνο, 1989
8. Lundberg: **The Tourist Business**, Van Nostrand Reinhold, Νέα Υόρκη 1990
9. Denis Foster: **An Introduction to Travel and Tourism**, Stanley Thornes, Geltenham 1994
10. John Tribe: **The Economics of Leisure and Tourism**, Butterworth – Heinemann, Λονδίνο, 1999
11. W.T.O: **National and Regional Tourism Planning**, W.T.O, Λονδίνο, Νέα Υόρκη, 1994
12. Robert C. Mill – Alastair M. Morrison: **The Tourism System**, Prentice Hall, New Jersey, 1992
13. Περικλής Λύτρας: **Κοινωνιολογία του Τουρισμού**, Interbooks, Αθήνα 1996
14. William C. Gartner: **Τουριστική Ανάπτυξη – Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές**, Mansell, Νέα Υόρκη 1990
15. Ρούπας – Λαλούμης: **Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων**, Σταμούλης, Αθήνα 1998
16. Μανόλης Σφακιανάκης: **Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού**, Έλλην, Αθήνα 2000
17. Edward Inskeep: **Tourism Planning**

Άρθρα – Συνέδρια:

- Άρθρο της Γεωργίας Ζαβιτσάνου για τον οικοτουρισμό στην “Ε” on line Αύγουστος 2000
- Συνεδριακή Εκδήλωση για τον Τουρισμό “**Money Show**” Πάτρα 2001