

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑΣ
ΣΤΑΜΙΡΗ ΜΑΡΙΕΤΤΑ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΕΠΟΠΤΕΥΟΥΣΑΣ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑΣ
ΜΑΡΙΑ ΒΕΝΙΕΡΗ-ΙΓΓΛΕΣΗ



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<u>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</u>	6
------------------------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
1.1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ.....	8
1.2. Η ΕΞΕΛΕΚΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	8
1.3. Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	9
1.4. Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΙΔΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	9

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ.....	11
2.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	11
2.2. ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ.....	12

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ.....	28
3.2. ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗ ΤΟΥΣ ΜΕ ΤΟΝ ΕΝΑΛ/ΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	29

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	31
4.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	44
4.3. ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	45

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	47
5.1. ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	47
5.2. ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	49
5.3. Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	55

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ Γ' ΗΛΙΚΙΑΣ.....	64
6.1. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ Γ' ΗΛΙΚΙΑΣ.....	64
6.2. ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ.....	65
6.3. ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ Γ' ΗΛΙΚΙΑΣ.....	66
6.4. Γ' ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΕ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΟΠΛΟΙΟ.....	67
6.5. ΚΡΑΤΙΚΗ ΜΕΡΙΜΝΑ.....	68
6.6. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΑΙ ΟΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ.....	68
6.7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	69

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	72
7.1. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	72
7.2. Η ΜΟΡΦΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	73
7.3. ΟΦΕΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	75
7.4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	76
7.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	79

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΟΡΕΙΝΟΣ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	81
8.1. ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	81
8.2. Ο ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	85
8.3. ΘΕΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ.....	92
8.4. ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ.....	93

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	95
9.1. ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΜΙΑ ΕΞΙΔΙΚΕΥΜΕΝΗ ΜΟΡΦΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ.....	95
9.2. ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΧΩΡΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	97

9.3. ΜΟΡΦΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	99
9.4. ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ.....	102
9.5. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	104
9.6. ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	108

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ.....	110
10.1. ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ.....	110
10.2. ΣΥΝΔΕΣΗ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ-ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΥΓΕΙΑΣ.....	110
10.3. ΧΩΡΕΣ ΚΑΙ ΤΥΠΟΣ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ.....	112
10.4. ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΑΙ ΑΝΩΔΟΜΗ ΚΕΝΤΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ.....	113
10.5. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ.....	115

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	120
11.1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ.....	120
11.2. ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ.....	120

11.3. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΔΙΑΓΡΦΕΣ.....	124
11.4. ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....	125
11.5. ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	125
11.6 ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΟΦΕΛΗ.....	126
11.7. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	128
11.8. ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ.....	129
11.9. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ-ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	131
ΓΕΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΠΗΓΕΣ.....	133

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός ως περιήγηση-γνωριμία με πολιτιστικές και κοινωνικές αξίες άλλων λαών, χρονολογείται από την αρχαιότητα και στην μορφή αυτή οφείλονται πλήθος ταξιδιωτικές, ιστορικές και γεωγραφικές πληροφορίες από ταξιδιώτες-περιηγητές διαφόρων εποχών. Θρησκευτικοί και αθλητικοί πόλοι έλξης και γεγονότα καθώς και εκπαιδευτικοί λόγοι οδήγησαν στις πρώτες «ειδικές μορφές τουρισμού» που χάνονται στα βάθη των αιώνων.

Ομαδικές μετακινήσεις για προσκύνημα ιερών τόπων, τέλεση αθλητικών αγώνων, μακροχρόνιες πολιτικές εκστρατείες και σταυροφορίες, αλλά και ατομικά, επιμορφωτικά και θεραπευτικά ταξίδια δεν είναι παρά οι προπομποί του θρησκευτικού, του αθλητικού, του θεραπευτικού, του εκπαιδευτικού τουρισμού, αλλά και του «μαζικού τουρισμού» με την έννοια της όποιας οργάνωσης ήταν δυνατόν να εξασφαλιστεί τις εποχές εκείνες σε ομαδικές μετακινήσεις.

Σήμερα λοιπόν, έναν αιώνα σχεδόν μετά την ανάπτυξη του τουρισμού παγκόσμια, επικρατεί ένας γενικότερος προβληματισμός για τον κλάδο και τις επιπτώσεις του, θετικές και αρνητικές. Δεδομένου ότι οι προοπτικές για την μελλοντική ανάπτυξη του είναι αισιόδοξες, η ανάγκη ελαχιστοποίησης των αρνητικών επιπτώσεων και η μεγιστοποίηση των θετικών είναι προφανής. Ο προβληματισμός είναι διεθνής πανευρωπαϊκός και εθνικός για όλες τις δέκτριες χώρες τουρισμού.

Η συνειδητοποίηση της περιβαλλοντολογικής διάστασης, καθώς και των φυσικών και πολιτισμικών αξιών ως τρόπου ζωής δημιουργεί νέες απαιτήσεις ζωής και διακοπών. Η ανάπτυξη προσωπικών προτιμήσεων, χόμπι και ειδικών ενδιαφερόντων οδηγεί στην αποποίηση των απρόσωπων μαζικών διακοπών.

Η μακροχρόνια προοπτική των τουριστικών εξελίξεων στο παγκόσμιο επίπεδο εξαρτάται από τις νέες κοινωνικές αξίες και το συνακόλουθο καταναλωτικό πρότυπο που προκύπτει καθώς η ανθρωπότητα κινείται προς την μεταβιομηχανική εποχή. Η εποχή αυτή θα χαρακτηρίζεται από σχετική κάμψη

του καταναλωτισμού και αυξημένη φροντίδα για ποιότητα ζωής, χαρακτηριστικά τα οποία αναμφισβήτητα θα επηρεάσουν την συμπεριφορά του τουρίστα-καταναλωτή και θα τον ωθήσουν στην κατεύθυνση ενός εναλλακτικού τουρισμού με μέτρο τον άνθρωπο και το περιβάλλον.

Σε αυτές τις νέες ανάγκες που δημιουργήσουν τόσο οι εξελίξεις στις ανεπτυγμένες χώρες όσο και τα αδιέξοδα του μαζικού τουρισμού έρχονται να απαντήσουν οι νέες ειδικές μορφές τουρισμού. Στόχος της ανάπτυξης τέτοιων προγραμμάτων ήταν η διαφοροποίηση της ποιότητας της προσφοράς ώστε να προσελκυστούν τουρίστες καλύτερης ποιότητας και υψηλότερων εισοδημάτων.

Όσο για την χώρα μας διαθέτει άπειρες δυνατότητες διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος της προκειμένου να ελαχιστοποιήσει στο μέλλον τις αρνητικές επιπτώσεις από την μορφή του πρότυπου μαζικού τουρισμού που ανέπτυξε μέχρι σήμερα.



1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1.ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Ο τουρισμός ως περιήγηση-γνωριμία με άλλους τόπους και διαφορετικές κουλτούρες, χρονολογείται από την αρχαιότητα. Από την εποχή αυτή ξεκινάει η συλλογή στοιχείων γύρω από ιστορικές και γεωγραφικές πληροφορίες από ταξιδιώτες και περιηγητές διαφόρων εποχών.

Θρησκευτικοί και αθλητικοί λόγοι, καθώς και διάφορα γεγονότα ήταν τα πρώτα κίνητρα που οδήγησαν στις πρώτες «ειδικές μορφές τουρισμού».

Ομαδικές μετακινήσεις για τέλεση αθλητικών αγώνων για προσκύνημα ιερών τόπων, μακροχρόνιες πολεμικές εκστρατείες, αλλά και ατομικά επιμορφωτικά ή θεραπευτικά ταξίδια. Είναι η αρχή του θρησκευτικού και του εκπαιδευτικού τουρισμού.

1.2.Η ΕΞΕΛΙΚΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η βιομηχανική επανάσταση, το δικαίωμα των εργαζόμενων για πληρωμένες μέρες διακοπών, η αύξηση του εισοδήματος και η άνοδος του βιοτικού επιπέδου οδήγησαν στην δημιουργία νέων κοινωνικών αναγκών, όπως της ανάπαυσης και της αναψυχής.

Η εξέλιξη των μεταφορών-οδικών, θαλάσσιων εναέριων δικτύων έκανε ευκολότερες τις μετακινήσεις και πιο προσιτά τα ταξίδια. Επίσης η εξέλιξη των επικοινωνιών έκανε πιο γνωστούς και πιο ελκυστικούς τους τόπους αναψυχής, και διακοπών.

Σε αντίθεση με όλα τα θετικά βήματα που έχουν γίνει για την ανάπτυξη του τουρισμού, εμπόδιο στέκεται ακόμα και σήμερα το πρόβλημα της εποχικότητας. Η περιορισμένη δηλαδή χρονική διάρκεια των διακοπών και η δημιουργία αιχμής κατά τους θερινούς μήνες. Το γεγονός αυτό οφείλεται στον

προκαθορισμένο χρόνο οικογενειακών διακοπών που εξαρτώνται κυρίως από τις σχολικές διακοπές οι οποίες πραγματοποιούνται τους θερινούς μήνες.

1.3. Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η σημασία του τουρισμού για την ανάπτυξη της οικονομίας είναι αναμφισβήτητη, μιας και καλύπτει σημαντικό μέρος μεγάλο αριθμό άμεσης και έμμεσης απασχόλησης. Το φαινόμενο του τουρισμού έχει επίδραση και σε άλλους τομείς της οικονομίας και κυρίως ευνοεί τις τοπικές οικονομίες. Αξιοποιώντας τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους οδηγεί στην περιφερειακή ανάπτυξη και καθιστά δυνατή την απομάκρυνση από τα μεγάλα αστικά κέντρα. Η ανάπτυξη διαφόρων περιοχών, οδηγεί πολλές φορές σε αρνητικές επιπτώσεις με αποτέλεσμα να δημιουργούνται ολιγοπωλιακά κέντρα τουρισμού, εμποδίζοντας την ανάπτυξη άλλων εξίσου αξιόλογων περιοχών, δεσμεύοντας την τουριστική κίνηση και κατά συνέπεια την ευρύτερη ανάπτυξη.

Τέλος η χρήση φυσικών και πολιτιστικών πόρων ως πόλων τουριστικής έλξης κρύβει κινδύνους υπερεκμετάλλευσης και καταστροφής τους από τον ίδιο τον τουρισμό με έμμεσο αποτέλεσμα την κατάργηση του αντικειμένου για το οποίο συντελέσθηκε.

1.4. Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΙΔΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ανάγκη του ατόμου για διακοπές άρχισε να συνδυάζεται με τα προσωπικά ενδιαφέροντα του κάθε ατόμου ξεχωριστά και σιγά-σιγά διαμορφώθηκαν ομάδες τουριστών με κοινά ενδιαφέροντα. Το γεγονός αυτό στάθηκε αφορμή για την εξειδίκευση του τουρισμού σε ειδικές μορφές που στόχο είχαν να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες προτιμήσεις ομαδοποιημένων τουριστών. Οι λόγοι που δημιουργήθηκαν αυτές οι μορφές τουρισμού έχουν άμεση σχέση με τα Hobbies του καθενός, με αθλητικές δραστηριότητες αλλά και

επαγγελματικούς λόγους (Συνέδρια) με λόγους υγείας (θεραπευτικός τουρισμός- τουρισμός υγείας) και με κάθε ιδιαίτερη προτίμηση ή λόγο που αντιστοιχεί σε μια ξεχωριστή μορφή τουρισμού.

Ένας σημαντικός παράγοντας στην ανάπτυξη και την οργάνωση του τουρισμού είναι τα τουριστικά πρακτορεία, τα οποία παίζουν καθοριστικό ρόλο στην διακίνηση των τουριστών. Παράλληλα με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αναπτύχθηκαν τουριστικά πρακτορεία που εξειδικεύονται σε αυτές τις μορφές οι λεγόμενοι σπεσιαλίστες.

Ο τουρισμός είναι μια βιομηχανία που στηρίζεται στην ανάγκη του ατόμου για διακοπές στα κίνητρα που τον ωθούν στην επιλογή του τουριστικού καταλύματος και στον φορέα που συνδυάζει όλους αυτούς τους παράγοντες δηλαδή το τουριστικό πρακτορείο που πουλάει το τουριστικό προϊόν μέσω τουριστικών πακέτων.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ

2.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα βασικά στοιχεία που συνθέτουν την υλοποίηση των διακοπών είναι ο τρόπος μεταφοράς, η εύρεση του καταλύματος (διαμονής) και η εξασφάλιση της διατροφής. Τα στοιχεία αυτά είναι και τα βασικά ερωτήματα του τουρίστα, που επιθυμεί να εξασφαλίσει την ομαλή διεξαγωγή των διακοπών του.

Το τουριστικό πρακτορείο είναι η επιχείρηση που αναλαμβάνει την ευθύνη της παροχής των απαιτούμενων πληροφοριών στον τουρίστα και την διεκπεραίωση των διακοπών του με τον τρόπο που αυτός επιθυμεί. Με λίγα λόγια το τουριστικό πρακτορείο είναι ο μεσολαβητής ανάμεσα στον τουρίστα και στους διάφορους φορείς τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών όπως:

- § Μεταφορικές επιχειρήσεις
- § Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και άλλα καταλύματα
- § Επισιτιστικές επιχειρήσεις

Τα τουριστικά πρακτορεία μπορεί να είναι αυτόνομα τουριστικά γραφεία που πολλές φορές συνεργάζονται με τουριστικούς οργανισμούς (Tour operators) οι οποίοι σχεδιάζουν και προσφέρουν ολοκληρωμένα τουριστικά ταξίδια.

2.2. ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ

§ ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τα γραφεία εσωτερικού τουρισμού είναι κυρίως εγκατεστημένα στην περιφέρεια και ασχολούνται με την έκδοση εισιτηρίων και την οργάνωση εκδρομών, η οποία δεν παρουσιάζει ιδιαίτερες δυσκολίες. Για την οργάνωση των εκδρομών αυτών απαιτείται μια σειρά διαδικασιών όπως: η επιλογή τοποθεσιών, εύρεση πελατείας, η κατάλληλη διαμόρφωση προγράμματος (π.χ. δρομολόγιο της εκδρομής, στάσης για φαγητό κ.τ.λ.), εξασφάλιση καταλύματος στην περίπτωση πολυήμερων εκδρομών.

Η έκδοση εισιτηρίων από το πρακτορείο απαιτεί τη σύναψη σύμβασης με τις μεταφορικές επιχειρήσεις, στην οποία συμπεριλαμβάνονται και η προμήθεια του πρακτορείου.

§ Β. ΓΡΑΦΕΙΑ ΓΕΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τα γραφεία γενικού τουρισμού διακρίνονται σε γραφεία εισερχόμενου τουρισμού (incoming) και σε γραφεία εξερχόμενου τουρισμού (outgoing).

§ Γ. ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ένα πρακτορείο εισερχόμενου τουρισμού λαμβάνει δράση στην χώρα εγκατάστασης του εκτός από το τμήμα πωλήσεων του, το οποίο λαμβάνει δράση στο εξωτερικό τα τμήματα που αποτελούν ένα INCOMING πρακτορείο είναι τα ακόλουθα:

A)ΤΜΗΜΑ Marketing και σχεδιασμού προϊόντων

Ασχολείται με την έρευνα αγοράς καθώς και με την επιλογή καταλυμάτων, επισιτιστικών μονάδων και με τον εντοπισμό τουριστικών προορισμών που κεντρίζουν το ενδιαφέρον των τουριστών για εκδρομές.

B)Τμήμα κρατήσεων και οργάνωσης της παραγωγής

Στο τμήμα αυτό οι εργαζόμενοι πρέπει να είναι καλά καταρτισμένοι και έμπειροι ώστε να ανταποκρίνονται έξυπνα και γρήγορα όταν ζητείται να γίνει μια κράτηση. Οι αιτήσεις κρατήσεων από τα συνεργαζόμενα πρακτορεία του εξωτερικού φθάνουν στο τμήμα αυτό και αφορούν είτε μεμονωμένα άτομα (Individuas) είτε ομάδες (groups). Επίσης συλλέγει πληροφορίες για δυνατότητες παροχής κρατήσεων και για άλλα προϊόντα, καθώς και διευκολύνσεις.

Σε περίπτωση που δεν είναι εφικτό να γίνει μια κράτηση μπορεί να προταθεί μια εναλλακτική λύση, η οποία τις περισσότερες φορές εξασφαλίζεται μέσω της συνεργασίας ενός άλλου πρακτορείου. Γι'αυτό τον λόγο είναι σημαντικό οι επιχειρησιακές σχέσεις να έχουν και προσωπικό χαρακτήρα, μεταξύ των υπευθύνων των τουριστικών πρακτορείων. Το κύκλωμα των συνεργασιών εκτός από τουριστικούς πράκτορες συμπεριλαμβάνει διευθυντές ξενοδοχείων και ενοικιάσεις αυτοκινήτων κτλ.

Τα στελέχη του τμήματος αυτού πρέπει να είναι ενημερωμένα σχετικά, με όλες τις πληροφορίες που μπορεί να ζητήσει ο πελάτης όπως επίσης και για διάφορες υπηρεσίες που αφορούν συμφωνίες με καταλύματα. Στην περίπτωση αυτή πραγματοποιείται η κράτηση ενός αριθμού δωματίων που μπορεί να συμπεριλαμβάνει πρωινό ή και κάποιο γεύμα.

Διεκπεραίωση συμφωνιών με επισιτιστικές επιχειρήσεις μεταφορικές επιχειρήσεις γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων και σχεδιασμός εκδρομών με βάση τις προσωπικές επιθυμίες των πελατών.

Γ)Τμήμα Παραγωγής

Το τμήμα παραγωγής είναι άμεσα συνδεδεμένο με το τμήμα κρατήσεων από το οποίο περιλαμβάνει τις κρατήσεις και αναλαμβάνει να υλοποιήσει τις συμφωνημένες υπηρεσίες προς τους πελάτες. Δηλαδή τσεκάρονται τα δελτία κράτησης, στη συνέχεια εκδίδονται τα απαραίτητα έντυπα όπως VOUCHERS και εισιτήρια, επίσης εξασφαλίζει συνοδούς-ξεναγούς που συνοδεύουν τους πελάτες σε περιηγήσεις. Το τμήμα παραγωγής είναι αρμόδιο και για τα TRANSFER, για τις μετακινήσεις των πελατών.

Η επαφή με τον πελάτη ξεκινά κατά την άφιξη του όπου στόχος είναι να οδηγηθεί με ασφάλεια στο κατάλυμα του. Του δίνονται διάφορες πληροφορίες σχετικά με το κλίμα, το ωράριο των καταστημάτων, το νόμισμα και περαιτέρω πληροφορίες οι οποίες μπορούν να αποβούν χρήσιμες κατά την διάρκεια της παραμονής του. Η χρέωση του λογαριασμού γίνεται απο τον υπάλληλο του τμήματος παραγωγής ο οποίος παραδίδεται στο λογιστήριο. Στην εργασιακή δικαιοδοσία του τμήματος παραγωγής ανήκει και η διεκπεραίωση των παρακάτω έργων.

Η διαχείριση των κρατήσεων καταλυμάτων η οποία γίνεται με την χρήση πλάνων κρατήσεων. Το πρακτορείο κάνει κρατήσεις μεταφορικών μέσων (Frausfer) κυρίως λεωφορείων, ενώ μερικές φορές είναι ιδιόκτητο μεταφορικό μέσο πρακτορείου. Στον τομέα της μεταφοράς των τουριστών χρησιμοποιείται ένα βιβλίο στο οποίο καταχωρούνται οι αναμενόμενες αφίξεις και αναχωρήσεις της ημέρας.

Στο βιβλίο αυτό καταχωρούνται και πληροφορίες όπως ονοματεπώνυμο πελατών, αριθμός και ώρα πτήσης, το μέρος από το οποίο θα παραληφθούν και τα άτομα που θα τους συνοδεύσουν.

Στην δικαιοδοσία του τμήματος ανήκει και η έκδοση εισιτηρίων με σκοπό την εξασφάλιση θέσεων για αεροπορικά ταξίδια, κρουαζιέρες κλπ. Το τμήμα παραγωγής αναλαμβάνει και το συνάλλαγμα, όπου ανταλλάσσονται τα ξένα με το εγχώριο νόμισμα και κρατείται η νόμιμη προμήθεια.

Δ) Τμήμα πωλήσεων

Οι πωλήσεις των πρακτορείων απαιτούν την έκδοση καταλόγων στους οποίους αναφέρεται λεπτομερώς το τουριστικό προϊόν του πρακτορείου. Οι κατάλογοι προωθούνται στις διάφορες αγορές του εξωτερικού ταχυδρομικώς, προσωπικώς καθώς και σε τουριστικές εκθέσεις και φυσικά μέσω των δικτύων του Internet. Οι παραπάνω τρόποι αφορούν πωλήσεις μόνο σε πρακτορεία ενώ οι πωλήσεις όπου δίνονται πληροφορίες για καταλύματα και για διάφορες υπηρεσίες.

Ε) Το τμήμα επικοινωνίας

Χαρακτηριστικό ενός τουριστικού πρακτορείου είναι η επικοινωνία, η οποία είναι άμεση με άλλα πρακτορεία, ξενοδοχεία και πελάτες. Γι' αυτό τον λόγο λειτουργεί ένα ειδικό τμήμα επικοινωνίας στο πρακτορείο, το οποίο είναι ο άμεσος μεσολαβητής με τρίτους και η δουλειά του χαρακτηρίζεται από μεγάλη υπευθυνότητα, γιατί μέσω αυτού προβάλλεται η εικόνα του προς τα έξω. Οι επαφές που πραγματοποιεί το πρακτορείο με πελάτες και ξενοδοχεία σε περιόδους αιχμής είναι πάρα πολλές και κατά συνέπεια η διεκπεραίωση της επικοινωνίας είναι ένα πολυσύνθετο και δύσκολο έργο. Εκτός από την προφορική επικοινωνία που γίνεται σε προσωπικό επίπεδο με τον ίδιο τον

πελάτη, υπάρχει και η γραπτή επικοινωνία στην οποία τα μέσα που χρησιμοποιούνται είναι επιστολές μέσω ταχυδρομείου, είτε fax ακόμα και μέσω e-mail.

Τέλος το τμήμα επικοινωνίας βρίσκεται σε άμεση επαφή με τα υπόλοιπα τμήματα του πρακτορείου, ώστε να, μπορεί να παρέχει και να λαμβάνει τις απαιτούμενες πληροφορίες οι οποίες είναι χρήσιμες για την διεκπεραίωση του έργου του.

Στ) Τμήμα διαφήμισης και δημόσιων σχέσεων

Οι δημόσιες σχέσεις είναι ένα σημαντικό εργαλείο των επιχειρήσεων σε συνδυασμό με το marketing και την προώθηση πωλήσεων δεν μπορεί λοιπόν να αποτελέσει εξαίρεση και για το τουριστικό πρακτορείο.

Το τμήμα αυτό αποτελείται από έμπειρα και καταρτισμένα άτομα, τα οποία αναλαμβάνουν συνεχώς να έρχονται σε επαφή με πελάτες και υπεύθυνους επιχειρήσεων που συνεργάζεται το πρακτορείο. Για την σύναψη δημοσίων σχέσεων, σημαντικό ρόλο παίζει η παρουσία τους σε διάφορες εκδηλώσεις που πολλές φορές διοργανώνονται από το ίδιο το πρακτορείο, όπως παράθεση γευμάτων, σεμινάρια, ημερίδες κτλ. Με αυτό τον τρόπο το πρακτορείο καταφέρνει να διατηρήσει καλές σχέσεις με τους ήδη συνεργάτες του και να καλλιεργήσει γνωριμίες με νέους.

Βασική επιδίωξη του τμήματος των δημοσίων σχέσεων είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους για το πρακτορείο και σε καμιά περίπτωση οι ενέργειες του να μην αποβαίνουν αρνητικές, ώστε να καλύπτεται το κόστος που παράγει το τμήμα.

Z) Τμήμα λογιστηρίου

Το τμήμα λογιστηρίου είναι απαραίτητο για κάθε επιχείρηση καθώς και για το τουριστικό πρακτορείο. Το τμήμα αυτό ασχολείται με τα οικονομικά ζητήματα της επιχείρησης τα οποία μπορεί να είναι είτε η μισθοδοσία των υπαλλήλων, είτε ο ισολογισμός κάθε χρονιάς, ασχολείται επίσης με τις εισπράξεις οφειλών μεμονωμένων και μη πελατών καθώς επίσης και με νομικά-οικονομικά ζητήματα προς την εφορία, τράπεζες και άλλους φορείς.

Το λογιστήριο ελέγχει τις προκαταβολές που έχουν δοθεί από μεμονωμένους πελάτες ή από πρακτορεία και σε αυτό βοηθάει η τήρηση μιας κατάστασης προκαταβολών.

Το τμήμα εισπράξεων λαμβάνει προμήθειες από ξενοδοχεία από γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων ή μοτοσικλετών, καθώς και από άλλα τουριστικά γραφεία.

Στις διάφορες συναλλαγές του πρακτορείου χρησιμοποιούνται τα κατάλληλα συνοδευτικά έντυπα όπως τιμολόγια διάφορες αποδείξεις, voucher, reservation form κτλ.τα οποία ελέγχονται από το λογιστήριο και καταχωρούνται σ' αυτό.

§ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (outgoing)

Τα πρακτορεία εξερχόμενου τουρισμού περιέχουν στη σύνθεσή τους τα παρακάτω τμήματα:

A)Τμήμα marketing και σχεδιασμού προϊόντων

Το τμήμα αυτό είναι η καρδιά ενός τουριστικού πρακτορείου εξερχόμενου τουρισμού εφόσον από εκεί ξεκινά ο σχεδιασμός ενός ταξιδιού στο εξωτερικό. Αρχικό στάδιο για την υλοποίηση ενός ταξιδιού είναι η έρευνα αγοράς η οποία διακρίνεται σε πρωτογενή και δευτερογενή.

Πρωτογενή έρευνα πραγματοποιείται μέσω των προσωπικών αρχείων του πρακτορείου ή με την χρήση ερωτηματολογίων τα οποία συμπληρώνονται από τους πελάτες.

Η δευτερογενής έρευνα γίνεται μέσω ήδη υπαρχόντων στοιχείων όπως διάφορες μελέτες και στατιστικά δεδομένα, τα οποία συλλέγονται από άλλους φορείς για την βοήθεια και την διεξαγωγή της έρευνας.

Διαμορφώνεται με αυτό τον τρόπο μία άποψη για τις διαθέσεις της πελατείας απέναντι στον τουρισμό, ενημερώνεται για νέους τουριστικούς προορισμούς και διευκρινίζει τις συνθήκες που επικρατούν στους προορισμούς αυτούς. Τέλος διαμορφώνει τα πακέτα που θα διοχετευτούν στην αγορά. Τα πακέτα σχεδιάζονται με βάση διάφορα γεγονότα που δημιουργούν ειδικές ανάγκες στην αγορά όπως διάφορες αθλητικές εκδηλώσεις, εκθέσεις και συνέδρια. Επίσης φτιάχνονται πακέτα από το ίδιο το πρακτορείο που στόχο έχουν να προσελκύσουν συγκεκριμένη πελατεία, είτε μεμονωμένων πελατών (Individual inclusive tours) είτε ομάδων δηλαδή groups (Group inclusive tours). Τέλος υπάρχουν πακέτα τα οποία σχεδιάζονται κατά παραγγελία, σύμφωνα με τις προτιμήσεις του πελάτη, τα λεγόμενα short και πακέτα δηλαδή κομμένα και ραμμένα στις απαιτήσεις του πελάτη. Το κόστος τους είναι συνήθως υψηλότερο από άλλων ειδών πακέτα.

B) Τμήμα οργάνωσης παραγωγής

Το τμήμα οργάνωσης παραγωγής είναι αυτό το οποίο επιλέγει τον εκπρόσωπο και συνεργάτη του πρακτορείου στην εκάστοτε χώρα προορισμού. Τα σημαντικότερα σημεία προσοχής του τμήματος αυτού είναι η οργάνωση της αερομεταφοράς και της διαμονής καθώς επίσης, εξασφαλίζει ιδιαίτερες προτιμήσεις διατροφής των πελατών. Η οργάνωση παραγωγής ασχολείται με την ασφάλιση των πελατών και την διοργάνωση εκδρομών και κρουαζιέρων.

i. Αερομεταφορά

Ο τρόπος εξασφάλισης της αερομεταφοράς πραγματοποιείται μέσω εταιρειών Master στις οποίες πληρώνονται οι θέσεις οι οποίες έχουν δεσμευτεί άσχετα με το αν καταληφθούν ή όχι. Η μέθοδος αυτή είναι η λεγόμενη *gnavanter*. Υπάρχει και η μέθοδος *on vegues* μέσω της οποίας ενοικιάζεται ένας συγκεκριμένος αριθμός θέσεων για μια συγκεκριμένη πτήση.

ii. Κατάλυμα

Η διευθέτηση του καταλύματος μεταξύ του πρακτορείου και του ξενοδοχείου γίνεται μέσω δεσμευτικής συμφωνίας *allotment* η οποία ευνοεί κυρίως τα τουριστικά πρακτορεία εφόσον η νομοθεσία τους δίνει το δικαίωμα ακύρωσης της μέχρι και είκοσι μέρες πριν την άφιξη των πελατών. Με αυτό τον τρόπο το πρακτορείο εξασφαλίζει έναν αριθμό δωματίων και αν η πελατεία δεν ανταποκριθεί τα ακυρώνει.

Η συνεργασία μεταξύ πρακτορείου και ξενοδοχείου επικυρώνεται μέσω ενός εντύπου του *VOUCHER* στο οποίο αναγράφονται η ημερομηνία άφιξης και αναχώρησης των *groups* καθώς και ο αριθμός ατόμων.

iii. Εκπρόσωπος του γραφείου

Στην χώρα του προορισμού είναι σημαντικό να υπάρχει ένας συνεργάτης του πρακτορείου ο λεγόμενος *iucsoonihg* ο οποίος αναλαμβάνει την εσωτερική μετακίνηση (*trousfa*) των πελατών. Επίσης προτείνει ξενοδοχεία για την διαμονή τους καθώς και εκδρομές εφόσον γνωρίζει καλύτερα την χώρα προορισμού.

Γ) Τμήμα υλοποίησης

Το τμήμα αυτό αναλαμβάνει δράση από την στιγμή που ξεκινάει το ταξίδι μέχρι την στιγμή που τελειώνει. Η τουριστική βιομηχανία έχει αναπτυχθεί σε τέτοιο βαθμό, ώστε να βρίσκει λύσεις σε δυτικούς πελάτες τόσο στον τρόπο που θα τους πείσει να λάβουν μέρος στο ταξίδι, όσο και στην εύρεση λύσεων σε προβλήματα που τους αποτρέπουν-δεσμεύουν να λάβουν μέρος στο ταξίδι. Τέτοιοι λόγοι μπορεί να είναι η ασφάλεια του σπιτιού της, η φύλαξη ζώων, η περιποίηση ηλικιωμένων ή μικρών παιδιών. Έτσι το πρακτορείο συνάπτει συνεργασίες με εταιρείες security, έμπειρες baby-siter κλπ. Επίσης, άλλα κίνητρα που δίνονται σε διστακτικούς πελάτες είναι η δωρεάν μεταφορά από το σπίτι στο αεροδρόμιο, η προσφορά ενοικίασης αυτοκινήτων στο χώρο προορισμού ταξί πληρωμένο από το πρακτορείο και άλλου είδους προσφορές που δελεάζουν τον πελάτη-τουρίστα.

Δ) Τμήμα εισιτηρίων (ticketing)

Το τμήμα εισιτηρίων πρέπει να επανδρώνεται με καταρτισμένο προσωπείο, εφόσον το λεγόμενο ticketing αφορά κυρίως την αερομεταφορά που είναι και το πιο δύσκολο κομμάτι. Ο υπάλληλος στο τμήμα εισιτηρίων πρέπει να έχει τις κατάλληλες γνώσεις αλλά και την ευελιξία, ώστε να μπορεί να αντεπεξέλθει στις απαιτήσεις του πελάτη. Ένας πελάτης μπορεί να ζητά συγκεκριμένη αεροπορική εταιρεία (λόγω ασφάλειας, αξιοπιστίας και εξυπηρέτησης), ένα συγκεκριμένο δρομολόγιο με ενδιάμεσες στάσεις και καθορισμένο χρόνο αναμονής. Αυτή είναι μια απλή περίπτωση αερομεταφοράς στην οποία θα πρέπει να αντεπεξέλθει ο υπάλληλος.

Ο πιο σημαντικός ρόλος του τμήματος εισιτηρίων είναι να μπορέσει να συνδυάσει τις απαιτήσεις του πελάτη με την εξασφάλιση ενός οικονομικού

ναύλου, ώστε η αερομεταφορά, να μην ανεβάζει πολύ το κόστος του τουριστικού πακέτου.

Ε) Τμήμα πωλήσεων

Το τμήμα πωλήσεων είναι αυτό το οποίο αναλαμβάνει την πώληση των πακέτων που σχεδιάζει και προωθεί το πρακτορείο. Εκτός από τις πωλήσεις που κάνει το ίδιο συνεργάζεται και με άλλα πρακτορεία τα οποία πωλούν τα πακέτα του, κρατώντας κάποια προμήθεια. Αυτά τα γραφεία μπορεί να βρίσκονται στην χώρα που εδρεύει το τουριστικό πρακτορείο ή σε χώρες εξωτερικού. Φυσικά τα πακέτα που προωθούνται και από incurring τουριστικά γραφεία στις διάφορες χώρες προορισμού.

Στ) Τμήμα διαφήμισης

Οι σημαντικότεροι τρόποι διαφήμισης των τουριστικών πακέτων είναι οι τουριστικοί κατάλογοι. Οι κατάλογοι αυτοί είναι έγχρωμα πολυσέλιδα περιοδικά που αφορούν συγκεκριμένα τουριστικά πακέτα, συγκεκριμένων τουριστικών προορισμών. Η διαδικασία έκδοσης των καταλόγων ξεκινά από την έναρξη της υψηλής περιόδου της προηγούμενης χρονιάς, δηλαδή την περίοδο Μάιο-Ιούνιο που κλείνονται οι συμφωνίες πρακτόρων και ξενοδόχων. Τον Ιούλιο ολοκληρώνεται η διαδικασία του Marketing, τον Αύγουστο ολοκληρώνονται οι τελευταίες διαδικασίες πριν την τύπωση τους. Τον Σεπτέμβρη πραγματοποιείται η τύπωση τους, τον Οκτώβρη διανέμονται τον Νοέμβρη ξεκινά η διαδικασία διαφήμισης και προώθησης του και από τον Δεκέμβρη ξεκινά η πώληση των πρώτων καταλόγων της ερχόμενης τουριστικής σαιζόν η οποία αρχίζει μετά το Πάσχα των Καθολικών.

Οι τουριστικοί κατάλογοι έχουν λεπτομερή παρουσίαση όσον αφορά τις περιοχές τα καταλύματα και όλων των στοιχείων εκείνων που μπορεί να

ενδιαφέρουν τον τουρίστα. Επίσης αναφέρονται οι τιμές ανά τουριστική περίοδο και τύπο καταλύματος. Για την εκτενέστερη ενημέρωση των πελατών υπάρχουν ειδικά σήματα τα οποία πληροφορούν για διάφορες ψυχαγωγικές δραστηριότητες όπως θαλάσσια σπορ, την ύπαρξη πισίνας, την παροχή ξαπλώστρας στην παραλία κλπ. Οι φωτογραφίες που διακοσμούν έναν τουριστικό κατάλογο θα πρέπει να είναι πολύ καλής ποιότητας ώστε και από το εξώφυλλο να τραβούν την προσοχή του πιθανού πελάτη-τουρίστα.

Τα τουριστικά πρακτορεία, προκειμένου να καλύψουν το υψηλό κόστος των καταλόγων διαφημίζουν συχνά μέσα σ' αυτούς προϊόντα διαφόρων εταιρειών. (Σπόνσορες).

Z) Τμήμα δημοσίων σχέσεων (Guest relations)

Το τμήμα δημοσίων σχέσεων προσπαθώντας να δημιουργήσει ένα κλίμα συνεργασίας και εμπιστοσύνης καθώς και ένα μόνιμο κύκλωμα πελατείας, εξασφαλίζει διάφορα προνόμια στους συχνούς αγοραστές τουριστικών πακέτων.

Κλειδί για την παροχή των προνομίων αυτών είναι η έκδοση τουριστικών καρτών στις οποίες αναγράφονται το ονοματεπώνυμο και ο προσωπικός κωδικός αριθμός του πελάτη. Τα προνόμια που του εξασφαλίζονται είναι η αυτόματη ασφάλιση του ίδιου αλλά και των ατόμων που τον συνοδεύουν στο ταξίδι δικαιούνται έκπτωση στην ενοικίαση αυτοκινήτου, μπορεί να εξοφλήσει το οφειλόμενο ποσό του ταξιδιού του υπό την μορφή δόσεων, έχει την δυνατότητα ανάληψης συναλλάγματος στον τουριστικό προορισμό μέχρι ενός ορισμένου χρηματικού ποσού του εξασφαλίζεται καλύτερη θέση στο αεροπλάνο χωρίς να χρεωθεί την διαφορά, αυξάνεται το όριο βάρους των αποσκευών που μπορεί να μεταφερθεί και τέλος γίνεται συνδρομητής ενός περιοδικού της κάρτας που περιλαμβάνει πληροφορίες και προσφορές.

H) Ασφάλιση

Η ασφάλιση των πελατών ταξιδιωτών αποτελεί βασική προϋπόθεση για την διεξαγωγή ενός ταξιδιού.

Συνήθως η ασφάλιση συμπεριλαμβάνεται στην τιμή του πακέτου, εκτός από περιπτώσεις που η ασφάλιση πραγματοποιείται ξεχωριστά από συμβαλλόμενες ασφαλιστικές εταιρείες με το πρακτορείο. Η ασφάλιση μπορεί να συμπεριλάβει την περίπτωση μη πραγματοποίησης ενός ταξιδιού εξαιτίας ενός πολύ σοβαρού λόγου όπως ατυχήματα, θάνατος, ασθένεια του ταξιδιώτη.

Σε αυτήν την περίπτωση τα έξοδα τα αναλαμβάνει η ασφαλιστική εταιρεία. Σαφώς ασφαλίζονται και οι αποσκευές των πελατών σε περίπτωση κλοπής ή καταστροφής τους. Επίσης καλύπτει νοσοκομειακή και ιατροφαρμακευτική περίθαλψη στο εξωτερικό συμπεριλαμβανομένου των εξόδων επιστροφής του ασθενή. Σε περίπτωση ατυχήματος κατά την διάρκεια του ταξιδιού, η ασφαλιστική εταιρεία οφείλει να καταβάλλει αποζημίωση για θάνατο ή αναπηρία.

§ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ

Για την δημιουργία ενός τουριστικού πακέτου χρειάζεται να υπάρχουν δύο τουλάχιστον υπηρεσίες, το κατάλυμα και η μεταφορά. Ο μεγαλύτερος όγκος τουριστικών πακέτων σχεδιάζεται να έχει διάρκεια δύο εβδομάδες. Μέσα σε ένα τουριστικό πακέτο μπορεί να υπάρχουν πολλά τουριστικά προϊόντα ή υπηρεσίες τα οποία είναι προαιρετικά για τον πελάτη. Ο πελάτης αγοράζει ένα συγκεκριμένα τουριστικό πακέτο, το οποίο του προσφέρει συγκεκριμένες τουριστικές υπηρεσίες. Στο ίδιο πακέτο μπορεί να προσφέρονται και κάποιες άλλες τουριστικές υπηρεσίες (δηλαδή ολιγοήμερες κρουαζιέρες, εκδρομές, εκδηλώσεις), στις οποίες αν ο πελάτης επιθυμεί να λάβει μέρος τις αγοράζει στην διάρκεια του ταξιδιού. Τα πακέτα αυτά απευθύνονται σε ένα μεγάλο εύρος

πελατείας από διάφορες κοινωνικές διαστρωματώσεις. Τα πακέτα αυτά διαχωρίζονται σε κατηγορίες ανάλογα με το αντικείμενο τους.

α) Κρουαζιέρες

Η κρουαζιέρα απευθύνεται σε πελάτες που επιθυμούν να ταξιδέψουν με πλοίο. Το πακέτο της κρουαζιέρας μπορεί να απευθύνεται και σε χαμηλές αλλά και σε υψηλές εισοδηματικές στάθμες. Ο διαχωρισμός αυτός εξαρτάται κυρίως από το πλωτό μέσο που θα χρησιμοποιηθεί. Σε πολλές περιπτώσεις το πακέτο μιας κρουαζιέρας μπορεί να περιλαμβάνει αερομεταφορά όταν το λιμάνι επιβίβασης βρίσκεται σε άλλη χώρα. Στην περίπτωση αυτή χρησιμοποιείται και το transfer από το αεροδρόμιο στο λιμάνι.

β) Ξενοδοχειακά πακέτα

Το ξενοδοχειακό πακέτο είναι η πιο απλή μορφή πακέτου που μπορεί να πωλήσει ένα πρακτορείο ταξιδιών και περιλαμβάνει την μεταφορά στον τουριστικό προορισμό, την μετάβαση στο ξενοδοχείο (transfer) και τέλος την παροχή ξενοδοχειακών υπηρεσιών. Η τιμή των ξενοδοχειακών πακέτων ποικίλει ανάλογα με την τουριστική περιοχή, την τουριστική περίοδο, την κατηγορία του ξενοδοχείου καθώς και τους όρους διατροφής.

γ) Πακέτα ψυχαγωγίας και άθλησης

Σε αυτό το πακέτο εκτός από τον τρόπο μεταφοράς στον τόπο προορισμού προαπαιτείται η ύπαρξη ενός hotel club ή ενός ξενοδοχείου εξοπλισμένο με πλήρης αθλητικές εγκαταστάσεις καθώς και με ειδικευμένο προσωπικό στον τομέα της ψυχαγωγίας (animation). Ανάλογα με την περιοχή που είναι εγκατεστημένο το ξενοδοχείο παρέχονται διαφορετικές δραστηριότητες. Αν το

ξενοδοχείο είναι παραθαλάσσιο το animation στηρίζεται κυρίως σε υδραθλητικές δραστηριότητες όπως καταδύσεις, θαλάσσιο σκι κλπ. Σε περίπτωση που το ξενοδοχείο είναι εγκατεστημένο σε ορεινή περιοχή, οι δραστηριότητες που προσφέρονται είναι οι λεγόμενες mountain activities (ορειβασία, πεζοπορία, αναρρίχηση, mountain bike, αλεξίπτωτο πλαγιάς κτλ).

δ) Πακέτα συνεδρίων

Τα πακέτα συνεδρίων ανήκουν σε μια εξειδικευμένη μορφή τουρισμού και διοργανώνονται συνήθως από τουριστικά πρακτορεία που ειδικεύονται στον συνεδριακό τουρισμό.

Τα πρακτορεία αυτά ανήκουν στους σπεσιαλίστες τουρ οπερέιτορ. Το σημαντικότερο μέλημα είναι η εξεύρεση ενός κατάλληλου χώρου για την διεξαγωγή του συνεδρίου καθοριστικοί παράγοντες είναι η μεταφορά, η ύπαρξη ξενοδοχειακής μονάδας κοντά στο συνεδριακό κέντρο η δυνατότητα ψυχαγωγίας καθώς και η ύπαρξη επιτροπής που θα αναλάβει την διοργάνωση του συνεδρίου.

ε) Πακέτα περιήγησης

Τα πακέτα περιήγησης είναι η πιο διαδεδομένη μορφή που διοργανώνεται κυρίως από μικρά τουριστικά πρακτορεία, εφόσον η κύρια προϋπόθεση είναι η ύπαρξη μεταφορικού μέσου από και προς το μέρος του προορισμού. Ο πιο συνηθισμένος τρόπος μεταφοράς είναι η χρήση αεροπλάνου όταν πρόκειται για άλλη χώρα προορισμού, ενώ όταν πρόκειται για μεταφορά εντός της χώρας που εδρεύει το πρακτορείο γίνεται μέσω τουριστικών λεωφορείων.

Το χαρακτηριστικό των πακέτων περιήγησης είναι η συνεχής μετακίνηση από τόπο σε τόπο καθώς και οι ξεναγήσεις σε διάφορα αξιοθέατα με την συνοδεία κάποιου ξεναγού.

Η Ελλάδα έχει το προνόμιο να πληροί τις κατάλληλες προϋποθέσεις για την δημιουργία τέτοιων πακέτων. Ο πιο διεθνές διαδεδομένος τρόπος σχεδιασμού ενός τέτοιου πακέτου είναι ο αρχαιολογικός γύρος ο οποίος περιλαμβάνει την επίσκεψη των Μυκηνών, της αρχαίας Ολυμπίας, Δελφών κτλ.

στ) Πακέτα κατά την παραγγελία του πελάτη

Το είδος των πακέτων αυτών σχεδιάζεται σύμφωνα με τις προτιμήσεις και τις υποδείξεις του πελάτη. Σε αυτές τις περιπτώσεις ο πελάτης ζητά συγκεκριμένα τουριστικά προϊόντα ή υπηρεσίες και ο αρμόδιος υπάλληλος του δίνει τις απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με το κοστολόγιο και τον τρόπο υλοποίησης του προγράμματος αυτού.

§ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Ένα τουριστικό γραφείο δεν αποτελεί εξαίρεση από άλλες επιχειρήσεις στο θέμα ύπαρξης κατάλληλου, εξοπλισμού. Το κάθε τμήμα πρέπει να είναι επανδρωμένο με τις κατάλληλες συσκευές και τα σύγχρονα τεχνολογικά μέσα. Στον τομέα επικοινωνίας χρησιμοποιούνται τηλεφωνικές συσκευές, συσκευές FAX, τηλέτυπα και μηχανές σφράγισης και αποσφράγισης αλληλογραφίας. Οι συσκευές που είναι απαραίτητες για την δημιουργία εγγράφων είναι γραφομηχανές, ηλεκτρικοί υπολογιστές φωτοτυπικά μηχανήματα κλπ. Για την λειτουργία του ταμείου χρειάζονται μηχανές, αριθμομηχανές, Η/Υ για την λειτουργία μηχανογράφησης του λογιστηρίου.

Σημαντικό για την ομαλή λειτουργία του πρακτορείου είναι και η χωροταξική οργάνωση προϋποθέτει την ύπαρξη αποθηκευτικών χώρων, συρταριών, ντουλαπιών για την ταξινόμηση και αρχειοθέτηση εγγράφων-εντύπων. Με αυτόν τον τρόπο απλοποιείται η διαδικασία ελέγχου και απογραφής.

Στο σύγχρονο τουριστικό γραφείο, το οργανωτικό σχήμα αποτελεί τον πυρήνα της επιχείρησης. Εκεί χαράζονται οι κατευθυντήριες γραμμές και συγκροτείται η πολιτική της επιχείρησης. Έτσι λοιπόν παίρνονται αποφάσεις για τον σχεδιασμό του προϊόντος και μελετάται το κόστος του.

§ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

Η συνεργασία των τουριστικών πρακτορείων και των ξενοδοχειακών μονάδων χρειάζεται ευελιξία και επαγγελματισμό ώστε να μην θιχτούν τα συμφέροντα κανενός, και να εξυπηρετηθεί σωστά ο τουρίστας.

Τα τουριστικά πρακτορεία έχουν ανάγκη τα τουριστικά καταλύματα για την υλοποίηση των πακέτων τους, αλλά ασκούν πίεση στους ξενοδόχους για μείωση των τιμών. Από την άλλη πλευρά οι ξενοδόχοι έχουν ανάγκη τους tour operators για την κάλυψη των πληροτήτων τους και την σωστή προβολή του ξενοδοχειακού προϊόντος.

Η συνεργασία των πρακτορείων με τα ξενοδοχεία πραγματοποιείται με την υπογραφή συμβολαίων. Τα συμβόλαια μπορεί να είναι allotment, δηλαδή δεσμευτική συμφωνία που γίνεται για κράτηση συγκεκριμένου αριθμού κλινών και για ορισμένη χρονική περίοδο. Στο συμβόλαιο περιέχονται τα στοιχεία του πρακτορείου, του ξενοδοχείου, ο τύπος των δωματίων, η χρονική διάρκεια της συνεργασίας καθώς και ο αριθμός διανυκτερεύσεων που έχει συμφωνηθεί κατά μήνα. Τέλος αναγράφεται η τιμή που έχει συμφωνηθεί κατά διανυκτέρευση και με τον ανάλογο τύπο διατροφής.

Το βασικότερο έντυπο που χρησιμοποιεί το τουριστικό γραφείο για την επικοινωνία τους συνεργάτες του είναι το VOUCHER το οποίο είναι εντολή παροχής υπηρεσιών. Τα VOUCHER δίνονται στους πελάτες από το τουριστικό πρακτορείο για να αποκτήσουν το δικαίωμα παροχής υπηρεσιών στο ξενοδοχείο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και τουριστικά πρακτορεία

1) Εννοιολογικές οριοθετήσεις στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Η εμπειρία και η ανάπτυξη προγραμμάτων στις ειδικές μορφές τουρισμού διαφέρει κατά επίπεδο και τύπο τουριστικής ανάπτυξης της χώρας υποδοχής. Παράλληλα, καθοριστικοί παράγοντες στην ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού αποδείχτηκαν οι τοπικές ιδιομορφίες σε χώρες ή σε περιοχές και η συχνή συνύπαρξη δύο ή τριών ειδικών μορφών σε ένα κοινό μοντέλο ανάπτυξης, συχνά με παράδοση πολλών ετών.

Κατ' αυτόν τον τρόπο υπάρχει μια τομή ανάμεσα στις ειδικές και τις νέες μορφές τουρισμού υπό δύο έννοιες. Πρώτον, σε πολλές περιπτώσεις οι ειδικές μορφές προϋπήρχαν χρονικά τόσο του μαζικού τουρισμού, όσο και των νέων μορφών τουρισμού και δεύτερον, σε πολλές περιπτώσεις λειτούργησαν ως συμπληρωματική μορφή του μαζικού τουρισμού, ενώ οι νέες μορφές εμφανίστηκαν κυρίως τα τελευταία 20 χρόνια η απάντηση στην αλλαγή των κινήτρων των τουριστών με έμφαση σε αυτά που συνδέονται με την οικολογία ή το περιβάλλον.

Είναι γεγονός ότι κάθε προσπάθεια πλήρους ανάλυσης της συνολικής εικόνας των διεθνών τάσεων στις ειδικές μορφές προσκρούει στην αδυναμία εφαρμογής μιας πλήρους και φερέγγυας τυπολογίας.

Συχνά άλλωστε οι εννοιολογικές διαφορές των όρων «ειδικές» «νέες» και «εναλλακτικές» μορφές παραμένουν ασαφείς, ενώ παράλληλα δεν υπάρχουν στοιχεία, συγκροτημένης ανάπτυξης ενός προγράμματος για το σύνολο των ειδικών μορφών καθώς οι περισσότερες περιπτώσεις αφορούν μέρος των ειδικών μορφών και ιδιαίτερα όσες εμφανίζουν συγγενή χαρακτηριστικά, όπως

για παράδειγμα, θρησκευτικό τουρισμό, πολιτιστικό εκπαιδευτικό ή περιήγησης.

3.2. ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗ ΤΟΥΣ ΜΕ ΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Είναι ήδη γνωστό ότι η οργάνωση ταξιδιών εναλλακτικού τουρισμού πραγματοποιείται από τουριστικά πρακτορεία που ασχολούνται με τον οργανωμένο τουρισμό γενικότερα. Ωστόσο, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού απαιτούν ιδιαίτερο χειρισμό στην οργάνωση ανάλογων ταξιδιών απαιτούν ίσως παραπάνω χρόνο ή εξειδικευμένες γνώσεις. Γι' αυτό και δεν είναι εύκολο για όλα τα πρακτορεία να διοργανώνουν εκδρομές που να καλύπτουν τα ειδικά αυτά ενδιαφέροντα. Από την άλλη όμως πρέπει να υπάρξει και η προσφορά στην οποία θα βρίσκει την ανταπόκριση της η συγκεκριμένη αυτή ζήτηση των τουριστών.

Παρά τα εξειδικευμένα χαρακτηριστικά του ο εναλλακτικός τουρισμός έχει ιδιαιτέρως μεγάλη ζήτηση λόγω της μεγάλης ποικιλίας που προσφέρει ενώ χαρακτηριστικό της ζήτησης αυτής είναι η σταθερότητα που παρουσιάζει.

Απ' την άλλη το πλήθος των πρακτορείων που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα είναι τόσο μεγάλο γεγονός που συνεπάγεται έναν ακόμη μεγαλύτερο ανταγωνισμό, ώστε να κατακτήσει το καθένα για λογαριασμό του όσο το δυνατόν ταχύτερο κομμάτι μπορεί από την πίτα των τουριστών που αγοράζουν τα πακέτα τους. Ανταγωνισμός, βέβαια, που σε πολλές περιπτώσεις βγάζει νικητή τον τουρίστα περισσότερο και από τους πράκτορες.

Μια πολύ καλή πιθανότητα για τα τουριστικά γραφεία να ξεχωρίσουν σε αυτό τον ανταγωνισμό έρχεται από κάθε δυνατή διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος που προσφέρουν στην αγορά. Έτσι, η προώθηση πακέτων εναλλακτικού τουρισμού βοηθάει το τουριστικό πρακτορείο που θα την κάνει να διακριθεί απ' τους ανταγωνιστές του, καθώς δεν είναι πολλοί οι

επαγγελματίες του τουριστικού κλάδου που ασχολούνται με αυτά τα εξειδικευμένα πακέτα οργανωμένου τουρισμού.

Από τα παραπάνω, καταφέρνουμε τελικά να παρουσιάσουμε συνοπτικά πλέον τα κίνητρα που οδηγούν τα τουριστικά πρακτορεία στην εξειδίκευση της οργάνωσης ή της προώθησης πακέτων με κύριο αντικείμενο κάποια απ' τις ειδικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ως εξής:

-Ο μεγάλος ανταγωνισμός οδηγεί στην αναζήτηση νέων τουριστικών προϊόντων που θα βοηθήσουν στη διαφοροποίηση και θα συμβάλλουν στη διάκριση

-Ο εναλλακτικός τουρισμός παρουσιάζει σταθερή ζήτηση και λόγω των ιδιαιτεροτήτων του δεν δουλεύεται εύκολα απ' τους ανταγωνιστές.

Βλέπουμε λοιπόν πως ο εναλλακτικός τουρισμός με τη σταθερή ζήτηση που έρχεται να καλύψει την ανάγκη αναζήτησης νέων τρόπων διαφοροποίησης ή διαφυγής απ' τον ανταγωνισμό. Ο συνδυασμός αυτών των δύο δεν έχει παρά έναν και μόνο στόχο, ο οποίος δεν είναι άλλος από το κέρδος. Άλλωστε, όπως κάθε επιχείρηση έτσι και οι τουριστικές επιχειρήσεις μ' αυτό το σκοπό δημιουργούνται γι' αυτό εργάζονται και αγωνίζονται καθώς σε όλη τους την πορεία στοχεύουν σε κάθε δυνατή μεγιστοποίηση του κέρδους του.

Στα παρακάτω κεφάλαια αναφέρομαι αναλυτικά στις πιο επικερδείς μορφές εναλλακτικού τουρισμού που προωθούν τα τουριστικά πρακτορεία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Όπως συμβαίνει με τις περισσότερες μορφές τουρισμού, ο οικοτουρισμός είναι αρκετά διαδεδομένος κυρίως στους κατοίκους των μεγαλουπόλεων των ανεπτυγμένων χωρών.

Η Ελλάδα έχει αποτελέσει χώρα προορισμού για τους οικοτουρίστες παρελθόντος και σημαντικά ιστορικά, πλέον, στοιχεία για τα φυσικά οικοσυστήματα της χώρας προέρχονται από τις περιγραφές αυτών των ταξιδιωτών.

Μια σημαντική διαφορά, μεταξύ οικοτουρισμού των παρελθόντος με το σημερινό οφείλεται κυρίως στους λόγους για τους οποίους επιλέγεται αυτή η μορφή σε σχέση με κάποια άλλη.

Παράλληλα με την αύξηση του πληθυσμού των πόλεων ανά τον κόσμο, σημειώθηκε μια αύξηση στη ζήτηση για ειδικές μορφές τουρισμού, όταν προσωρινά -τουλάχιστον- αναπληρώνεται η ανθρώπινα ανάγκη για επαφή με διάφορα στοιχεία της φύσης, κατάσταση όμως που δεν μπορεί να βιωθεί στις πόλεις ή να αναπληρωθεί από τα υποκατάστατα που προσφέρονται είτε σε μορφή πάρκων, μουσείων, ζωολογικών κήπων είτε χώρων εξάσκησης με ενεργές μορφές αναψυχής. Έτσι, πολλές μορφές τουρισμού αντικαθιστούν την ένταση της ζωής στην πόλη με γαλήνη και τους ήχους της φύσης, την πνευματική δραστηριότητα με τη φυσική κινητικότητα, με το ενδιαφέρον για άλλου είδους προϊόντα όπως χειροτεχνήματα, φυσικά προϊόντα, κ.λπ. Αυτού του είδους οι τουριστικές δραστηριότητες καλούνται σήμερα οικοτουρισμός.

Πολλές περιοχές διαθέτουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά έλξης, που είναι δυνατό να αφορούν γεωλογικά φαινόμενα (όπως ηφαίστεια, θερμοπηγές), ιστορικά ή πολιτιστικά ενδιαφέροντα, κ.λπ. Παρ' όλα αυτά, μόλις τα τελευταία

χρόνια ο οικοτουρισμός έχει αναπτυχθεί, σε διεθνές επίπεδο ως αυτοτελής μορφή τουρισμού.

Στις περισσότερες βιομηχανικά αναπτυγμένες χώρες της Ευρώπης δημιουργήθηκαν εκατοντάδες τουριστικά κέντρα όπου το κύριο στοιχείο αποτελούν τα ανθρωπογενή δημιουργήματα. Αυτά συνήθως καλύπτουν ένα φάσμα μορφών από αθλητικά κέντρα μέχρι μεγάλης κλίμακας φυσικά πάρκα, όπου περιλαμβάνονται υποδομή για ναυταθλητικές δραστηριότητες, μονοπάτια, περιοχές για πικ-νικ, κέντρα επιμόρφωσης σε θέματα φύσης.

Παρά το γεγονός ότι τα κέντρα αυτά εκμεταλλεύονται κυρίως φυσικούς σχηματισμούς όπως λίμνες, δάση, κ.λπ., ο κυριότερος παράγων έλξης δεν παύουν να είναι οι αθλητικές εγκαταστάσεις.

Επιπλέον φυσικές περιοχές (συμπεριλαμβανομένων αυτών με υψηλή αισθητική αξία και εξειδικευμένα ενδιαφέροντα σε γλωρίδα και πανίδα) έχουν γίνει αντικείμενο προστασίας μέσω του χαρακτηρισμού τους ως εθνικά πάρκα.

Η αναγκαιότητα αυτή στηρίχθηκε συχνά, εκτός άλλων, σε λόγους που αφορούν την αναγέννηση του επιστημονικού ενδιαφέροντος και την προστασία απειλούμενων οικοσυστημάτων.

Παρά το γεγονός ότι η Ελλάδα, αναλογικά με άλλες ευρωπαϊκές χώρες -και πάντοτε σε σχέση με την κατάσταση, ποικιλία και σπανιότητα του φυσικού περιβάλλοντος-, βρίσκεται σε εξαιρετικά πλεονεκτική θέση, οι προσπάθειες αξιοποίησης αυτού του δυναμικού και παρέκκλισης αυτού του είδους τουριστών-επισκεπτών δεν ανταποκρίθηκαν στη ζήτηση για τουρισμό εκτός αστικών κέντρων.

Από τις αρχές της αξιοποίησης των τουριστικών πόρων της χώρας, οι οποίες χρονολογούνται από τη δεκαετία του '60, η υποδομή σε περιοχές της ενδοχώρας παρέμεινε σχεδόν στα ίδια επίπεδα ενώ υπήρξαν και περιπτώσεις παρακμής ή και εκφυλισμού τουριστικών κέντρων. Το 80% των εθνικών πάρκων της χώρας δημιουργήθηκε μετά το 1961, παρά το γεγονός ότι την ίδια εποχή

ανταγωνίστριες χώρες είχαν ήδη αναπτύξει παρεμφερείς περιοχές πολύ μικρότερης αντικειμενικής σημασίας.

Χαρακτηριστικά Συμμετεχόντων

Η περιπατητική δραστηριότητα, ιδιαίτερα σημαντική στον οικοτουρισμό, εμφανίζεται με τρεις κυρίως μορφές. Η πρώτη αφορά τη συμβατική μορφή πεζοπορίας (Walking), η δεύτερη (trekking) χρησιμοποιεί κυρίως μονοπάτια σε ευρέως αναγνωρισμένες περιοχές φυσικού ενδιαφέροντος και η τρίτη (rambling) αφορά κυρίως περιηγητική δραστηριότητα.

Διακρίνονται κυρίως δύο κατηγορίες συμμετεχόντων. Η πρώτη αποτελείται από νέα κυρίως άτομα που επιζητούν την περιπέτεια με αρκετό βαθμό ανεξαρτησίας, ενώ η δεύτερη από άτομα μεγαλύτερης ηλικίας οργανωμένα σε ομάδες και με λιγότερο φιλόδοξους, από την άποψη της δυσκολίας, στόχους. Αποτελούνται από άτομα ηλικίας 30-40 ετών και έχουν μέσο έως υψηλό εισόδημα. Μερικές εταιρείες, για παράδειγμα η γερμανική SKR, προσφέρουν εκδρομές που στοχεύουν σε συγκεκριμένες ομάδες (όπως φοιτητές, χορτοφάγους, ενθουσιώδεις οπαδούς τεχνικών γιόγκα), γεγονός που δημιουργεί εξειδικεύσεις και αλλοιώνει, επομένως, τα γενικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

Εξορμήσεις που ικανοποιούν εξειδικευμένα ενδιαφέροντα σε χλωρίδα και πανίδα, αλλά όπου το περπάτημα δεν είναι απαραίτητο για να φθάσει κάποιος σε συγκεκριμένους προορισμούς προσελκύουν συνήθως άτομα μεγαλύτερης ηλικίας και υψηλών εισοδημάτων, συχνά δε, ζευγάρια συνταξιούχων. Η ηλικία τους συνήθως είναι άνω των 50 ετών.

Τα χαρακτηριστικά των Ελλήνων συμμετεχόντων σε οικοτουρισμό είναι παρόμοια με αυτά των Ευρωπαίων, ο αριθμός τους όμως είναι συγκριτικά μικρότερος, αν και αυξανόμενος τόσο στις νέες ηλικίες όσο και στις μεγαλύτερες.

Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει κυρίως συνταξιούχους, οι οποίοι δεν έχουν την δυνατότητα να οργανώσουν από μόνοι τους εκδρομές, αλλά παρόλα αυτά έχουν αυξημένο ενδιαφέρον για την επίσκεψη οικολογικά ελκυστικών περιοχών, που αποζητούν τη συντροφιά άλλων συνταξιδιωτών την οποία εξασφαλίζει το ταξίδι κυρίως με πούλμαν.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΒΟΥΝΟ

Τύπος καταλύματος

Ιδεώδης θεωρείται η χρησιμοποίηση μικρών ξενοδοχείων / ξενόνων (δυναμικότητα μέχρι 30 άτομα) παραδοσιακής αρχιτεκτονικής. Επίσης χρησιμοποιούνται ξενοδοχεία, ορεινά καταφύγια, σκηνές. Ως μέγιστη ενδιάμεση απόσταση μπορούν να θεωρηθούν τα 15 km στην περίπτωση της πεζοπορίας και τα 30 km στην ποδηλασία ή την ιππασία.

ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

Τα μονοπάτια πρέπει να είναι σαφώς καθορισμένα ενώ είναι απαραίτητο να υπάρχουν ενδείξεις σχετικά με τις αποστάσεις (σε χρόνο) και τις παρεχόμενες εξυπηρετήσεις στην ευρύτερη περιοχή. Ορισμένες αρχές που ακολουθούνται συνήθως στον σχεδιασμό του συστήματος μονοπατιών είναι :

- Ø Η δημιουργία μονοπατιών πλάτους 0,5 μ. έως 1 μ.
- Ø Η σωστή συνεχής συντήρηση τους.
- Ø Η κατασκευή μόνιμων γεφυριών από πέτρα, σύμφωνα με πρότυπα παραδοσιακής αρχιτεκτονικής ή προσωρινών από ξύλο.
- Ø Η συντόμευση της διαδρομής προς τα σημεία ειδικού ενδιαφέροντος (κορυφή, φαράγγια, οικισμοί).

Ø Η σύνδεση / επικοινωνία μεταξύ μονοπατιών που οδηγούν στο ίδιο σημείο ειδικού ενδιαφέροντος.

Σκι αντοχής (cross-country skiing)

Η κλίση των διαδρομών δεν πρέπει να υπερβαίνει τα 20%. Οι πορείες πρέπει να υποδεικνύονται με έγχρωμα σήματα, το δε πλάτος τους πρέπει να είναι τουλάχιστον 1μ.

Ιπασία

Το πλάτος των μονοπατιών –στην περίπτωση αυτή είναι απαραίτητο 1,5 μ έως 2,0 μ. –και την απαιτούμενη αυξημένη αντοχή σε φορτία των γεφυριών. Είναι αναγκαία η ύπαρξη στάβλων δυναμικότητας συνήθως 10-25 αλόγων και έκτασης καλυπτόμενης από χορτάρι επιφάνειας περίπου 2.000-5.000 μ². Οι απασχολούμενοι σε μια τέτοια μονάδα ανέρχονται περίπου σε 2-5 άτομα.

Χάρτες

Η κλίμακα 1:50.000 μπορεί να θεωρηθεί κατάλληλη για την πραγματοποίηση τέτοιων διαδρομών. Είναι ιδιαίτερα σημαντική η ακριβής και συνεχής ενημέρωση των χαρτών ως προς την θέση (χάραξη) των μονοπατιών, τις παρεχόμενες εξυπηρετήσεις (είδος, θέση), τα σημεία ειδικού ενδιαφέροντος και τις πιθανές περιοχές κατασκήνωσης.

Πρόσβαση

Η δραστηριότητα του οικοτουρισμού προσελκύει άτομα διαφόρων ηλικιών. Επομένως, ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δίνεται σε θέματα διευκόλυνσης της πρόσβασης, χωρίς αυτό να συνεπάγεται την υποβάθμιση του φυσικού χαρακτήρα των επισκεπτόμενων περιοχών.

Ασφαλτοστρωμένοι δρόμοι θα πρέπει να οδηγούν σε οικισμούς ή χωριά που βρίσκονται στην περιφέρεια της περιοχής ενδιαφέροντος. Πρέπει επίσης να εξασφαλίζονται χώροι στάθμευσης που ανταποκρίνονται στον αριθμό των χρηστών.

Το οδικό δίκτυο μέσα στις περιοχές ενδιαφέροντος πρέπει να περιορίζεται στον ελάχιστο δυνατό βαθμό διανοίξεων και να χρησιμοποιείται και να εξυπηρετεί μόνο τις άμεσες ανάγκες φορέων που έχουν σχέση με την προστασία και συντήρησή τους.

Θαλάσσιος τουρισμός

Για τα ταξίδια με καγιάκ ή φουσκωτές βάρκες, κανό και πιρόγες η μόνη σημαντική απαραίτητη υποδομή είναι ο ικανοποιητικού πλάτους και ασφαλτοστρωμένος δρόμος που εξασφαλίζει την πρόσβαση στο σημείο αναχώρησης. Στο σημείο αυτό, που προφανώς βρίσκεται κοντά στη θάλασσα ή τις όχθες κάποιας λίμνης ή ποταμού, θα πρέπει να δημιουργηθεί χώρος στάθμευσης. Συνήθως καταστήματα, ξενοδοχεία και ξενώνες υπάρχουν ήδη στην περιοχή εκκίνησης του ταξιδιού.

Για τις καταδύσεις είναι απαραίτητη η ύπαρξη μιας σχολής, με ειδικευμένους δασκάλους, που θα ενοικιάζει και τον απαραίτητο εξοπλισμό (στολές κατάδυσης, μπουκάλες οξυγόνου, κ.λπ.). Η λειτουργία ενός κέντρου πληροφόρησης, όπου θα εκτίθενται χάρτες του βυθού και θα γίνονται προβολές slides, είναι επιθυμητή.

Πολιτιστικός Τουρισμός σε συνδυασμό με Οικοτουριστικές Δραστηριότητες

Οι εξυπηρετήσεις που αφορούν καταλύματα, καταστήματα ή μεταφορές δεν είναι παντού ίδιες, αλλά παρουσιάζουν διαφορές ανάλογα με την τοποθεσία (απομονωμένος ορεινός οικισμός, λιμάνι σε κάποιο νησί, κ.λπ.).

Οι διακοπές που περιλαμβάνουν χορό, γιόγκα ή αυτοσυγκέντρωση, συχνά, μπορούν να οργανωθούν σε μοναστήρια ή άλλα κτίρια ιστορικού ενδιαφέροντος, όπως για παράδειγμα στο μοναστήρι της Εφταλούς στη Μυτιλήνη. Σε αυτήν την περίπτωση απαιτείται η διαθεσιμότητα δασκάλου των τοπικών παραδοσιακών χορών.

Τα τουριστικά πακέτα που περιλαμβάνουν ζωγραφική ή φωτογραφία, συνήθως, απαιτούν κάποια αίθουσα, όπου θα μπορούν να διοργανώνονται εκθέσεις με έργα τόσο των τοπικών καλλιτεχνών όσο και των τουριστών. Συχνά περιλαμβάνουν επίσης εκμάθηση παραδοσιακών τεχνών.

Για τα τουριστικά πακέτα που περιλαμβάνουν μαγειρική απαιτείται η διαθεσιμότητα των ανάλογων εγκαταστάσεων, αλλά και των ανθρώπων που θα διδάξουν τις τοπικές συνταγές. Το φαγητό που ετοιμάζεται, καταναλώνεται από το γκρουπ των επισκεπτών.

Εξειδικευμένη Υποδομή, Εξυπηρετήσεις και Εξοπλισμός

Ο συνήθης εξοπλισμός αυτού του είδους τουρισμού περιλαμβάνει mini-buses και οχήματα με τετράτροχη κίνηση (4x4) για την μεταφορά των επισκεπτών από τη βάση τους σε επιλεγμένα σημεία. Γραφεία που συμπεριλαμβάνουν το περπάτημα στην οικοτουριστική δραστηριότητα διαθέτουν συχνά σακίδια και σκι περιπατητικά ή, στην περίπτωση που το αντικείμενο είναι γύρω από το υγρό στοιχείο, βάρκες, κανό ή καγιάκ ή / και σκάφη με εξωλέμβια κίνηση.

Όλα τα πακέτα που προσφέρουν πεζοπορία, παρατήρηση πανίδας και χλωρίδας καθώς και το 90% των άλλων μορφών οικοτουρισμού προσφέρουν οδηγούς και ξενάγηση. Οι περισσότεροι οδηγοί/ ξεναγοί είναι υπάλληλοι των γραφείων με πολύ καλή γνώση χαρακτηριστικών της περιοχής.

Άλλες ανάγκες και Προϋποθέσεις

Για ορισμένες οικοτουριστικές δραστηριότητες απαιτούνται ειδικές γνώσεις για τη συμμετοχή, που συχνά μεταδίδονται επιτόπου ή σε ειδικές συναντήσεις πριν από τη συγκεκριμένη εξόρμηση όπως:

- Χειμερινές Αναβάσεις
- Αναρρίχηση και Αναβάσεις Υψηλού Κινδύνου. Χρήση ειδικών αναρριχητικών μεθόδων, ασφάλιση με σκοινί και ειδικά εξαρτήματα. Συνήθως τόπος εκμάθησης οι βουνοπλαγιές.
- Καταδύσεις. Η επίδειξη μεθόδου κατάδυσης και χρήση εξοπλισμού θεωρείται απαραίτητη και μπορεί να γίνει στο συγκεκριμένο τόπο ή σε πισίνα των τουριστικών καταλυμάτων πριν την εξόρμηση.
- Σπηλαιολογία

Περιηγητικός οικοτουρισμός

Η μορφή αυτή του τουρισμού μπορεί να υλοποιηθεί σε πολλές περιοχές της Ελλάδας. Κάθε περιοχή της χώρας μας καλύπτεται ήδη από ένα δίκτυο στοιχειωδών, τουλάχιστον, δρόμων. Σε πολλές περιπτώσεις θα ήταν προς όφελος των κατοίκων των απομονωμένων κοινοτήτων να μην επιδιώξουν την κατασκευή ενός νέου δρόμου, αλλά την ενίσχυση του ήδη υπάρχοντος δικτύου. Η επιλογή αυτή θα διαφύλασσε το φυσικό τοπίο και θα περιορίζε το ετήσιο κόστος συντήρησης, καθώς και χωματόδρομοι καταστρέφονται από τις κακές καιρικές συνθήκες και χρειάζεται να ανακατασκευάζεται κάθε χρόνο. Σε πολλές

περιπτώσεις, θα ήταν σκόπιμο τελικά να σταματήσει η συντήρηση των λιγότερο χρησιμοποιούμενων δρόμων, ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως μονοπάτια σε περιηγήσεις.

Σε σύγκριση με τις θετικές, οι αρνητικές (κυρίως περιβαλλοντικές) επιπτώσεις του περιηγητικού τουρισμού είναι μάλλον ασήμαντες. Σ' αυτές περιλαμβάνονται κυρίως η από τα απορρίμματα των επισκεπτών, η φθορά των μονοπατιών και των περιοχών όπου γίνονται στάσεις για φαγητό, η ρύπανση των λιμνών και ποταμών από κολυμβητές κ.λπ. Όλες αυτές οι αρνητικές επιπτώσεις είναι δυνατό να αποφευχθούν αν ο οδηγός-ξεναγός φροντίσει να συμβουλευθεί επαρκώς τα μέλη του group ως προς τον τρόπο συμπεριφοράς κατά την διάρκεια της περιήγησης.

Ολοκληρώνοντας την αναφορά στις περιπτώσεις του περιηγητικού τουρισμού θα μπορούσαμε να σταθούμε σε δύο ειδικότερα σημεία:

A. Ο ειδικός εξοπλισμός των επισκεπτών ιδιαίτερα τα επιβλητικά τετρακίνητα οχήματα τους δίνουν συχνά την αφορμή για την υιοθέτηση νέων αξιών από τους κατοίκους, καθώς και για τη χρήσιμη ανταλλαγή απόψεων και πληροφοριών ανάμεσα σε δύο μέρη.

B. Η επαφή εντείνεται από το γεγονός ότι ο τουρισμός συμβουλευεται συχνά τους ντόπιους για θέματα σχετικά με τις καιρικές συνθήκες ή την κατάσταση των μονοπατιών.

Οικοτουρισμός που συνδυάζει Πολιτιστικά Ενδιαφέροντα

Ο οικοτουρισμός που περιλαμβάνει πολιτιστικές δραστηριότητες παρουσιάζει τις περισσότερες θετικές κοινωνικές επιπτώσεις από όλες τις άλλες μορφές οικοτουρισμού. Συγκεκριμένα, θα μπορούσαμε να αναφερθούμε στις εξής:

A. Οι επισκέπτες έχουν την ευκαρία να ανταλλάξουν με τους ντόπιους εμπειρίες σχετικές με κάποια τεχνική, τη τέχνη ή τον πολιτισμό. Έτσι, για παράδειγμα, όσοι συμμετέχουν στα προγράμματα της Zoe Holiday μαθαίνουν τις τοπικές συνταγές μαγειρικής κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στο γυναικείο αγροτουριστικό συνεταιρισμό στα Αμπελάκια και οι τουρίστες-πελάτες της SKR διδάσκονται τους ελληνικούς παραδοσιακούς χορούς κατά την παραμονή τους στην Νάξο. Η επικοινωνία είναι αμφίδρομη: οι ντόπιοι ενημερώνονται για ανάλογα θέματα από τους τουρίστες, που μεταφέρουν την εμπειρία που έχουν από την πατρίδα τους. Ως χαρακτηριστικές περιπτώσεις σημειώνουμε τις εξής: οι ντόπιοι μπορούν αν θέλουν, να συμμετέχουν στις συναντήσεις γιόγκα και αυτοσυγκέντρωσης που οργανώνονται από την SKR στη Λέσβο και οι Έλληνες καλλιτέχνες, που εργάζονται στην Ύδρα έχουν την ευκαιρία να συναντήσουν τους Γερμανούς ερασιτέχνες ζωγράφους κ.λ.π. που συμμετέχουν στα μαθήματα τέχνης, που οργανώνονται εκεί από την SKR και ενδεχομένως να συνεργαστούν μαζί τους.

B. Οι επιχειρηματίες (tour operators) αντλούν επίσης οφέλη από την πολιτιστική αυτή επαφή. Έτσι για παράδειγμα, οι οργανωτές Pure Crete βοηθούν (συνήθως οικονομικά, αλλά και συμμετέχοντας οι ίδιοι) στην αναστήλωση εγκαταλελειμμένων παραδοσιακών κτιρίων στην Κρήτη. Η συνεργασία αυτή προάγει την αλληλοκατανόηση και αποβαίνει οικονομικά ωφέλιμη και για τις δύο πλευρές: δημιουργεί θέσεις εργασίας για τους κατοίκους και εξασφαλίζει τα καταλύματα εκείνα που μπορούν αν

χρησιμοποιηθούν από τους tour operators για την ανάπτυξη των οικοτουριστικών προγραμμάτων τους.

Γ. Εκτός από την δημιουργία θέσεων εργασίας, ο πολιτιστικός οικοτουρισμός οδηγεί στην αναβίωση παραδοσιακών δραστηριοτήτων όπως η υφαντική, οι λαϊκοί χοροί, κ.λπ. ή κατασκευαστικών μεθόδων, για παράδειγμα στην αρχιτεκτονική. Η επίπτωση αυτή είναι ιδιαίτερα σημαντική για την χώρα μας, όπου οι τοπικές κουλτούρες (όπως π.χ. των Καραγκούνηδων) απειλούνται με εξαφάνιση λόγω της επίδρασης του κέντρου αλλά και λόγω της διεθνούς επιρροής.

Παράγοντες που δυσχεραίνουν την Οικοτουριστική Ανάπτυξη

Περιηγήσεις σε ορεινές περιοχές

Α. Η διάνοιξη δρόμων προκαλεί καταστροφή του φυσικού τοπίου, διακοπή της συνέχειας των πλαγιών, δυσχέρεια στην ανεύρεση και χρησιμοποίηση του δικτύου των μονοπατιών, καταστροφές στην χλωρίδα και απομάκρυνση της πανίδας.

Β. Η καταστροφή των δασών από πυρκαγιές, υλοτομία, κατασκευή δρόμων ή κτισμάτων έχει ως αποτέλεσμα, εκτός άλλων, αλλαγές στο μικροκλίμα, τη διάβρωση του εδάφους που δυσχεραίνει την οδοιπορία και την ερημοποίηση του τοπίου.

Γ. Η ρύπανση από απορρίματα έχει ως αποτέλεσμα τις δυσάρεστες οσμές και την ρύπανση-μόλυνση ρεμάτων ή ποταμών.

Δ. Η κατασκευή πυλώνων για τη μεταφορά ηλεκτρικής ενέργειας οδηγεί σε αλλοίωση του φυσικού τοπίου.

Στ. Τα χιονοδρομικά κέντρα (ιδίως τα ειδικά μέσα μεταφοράς σκιέρ) προκαλούν αισθητική αλλοίωση του τοπίου, καταστροφή της βλάστησης και απομάκρυνση των άγριων ζώων, απαιτούν διαμόρφωση του εδάφους με

αποτέλεσμα την απώλεια όλων εκείνων των χαρακτηριστικών που κάνουν το τοπίο «άγριο» και κατ' επέκταση επιβλητικό.

Ταξίδια παρατήρησης πουλιών

- ▼ Κυνήγι: Παρά την απαγόρευση του κυνηγιού των αρπακτικών πουλιών, είναι πασίγνωστο ότι τα πουλιά αυτά κυνηγούνται κυρίως για να ταριχευτούν. Σημαντική θεωρείται, επίσης, η δραστηριότητα αυτή, ως προς τις αρνητικές της επιπτώσεις, διότι απωθεί τους επισκέπτες.
- ▼ Η καταστροφή των φυσικών οικοσυστημάτων: από τις ανθρώπινες δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα η αποστράγγιση της λίμνης Αγουλινίτσας και η καταστροφή του δάσους Κοτζιά-Ορμάν στο δέλτα του Νέστου.
- ▼ Η χρήση δηλητηριασμένων δολωμάτων και εντομοκτόνων: από τους γεωργούς. Έτσι για παράδειγμα, η προσπάθεια ελέγχου του πληθυσμού των τρωκτικών το 1979 στο δέλτα του Έβρου κατέληξε στο θάνατο γερακιών και γυπών που ζούσαν στη Θράκη.

Περιηγήσεις συνδεδεμένες με τη γλωρίδα

- ▼ Βόσκησι από κοπάδια. Τα ανοιξιάτικα λιβάδια που βρίσκονται κοντά σε χωριά με κτηνοτροφική παράδοση, συχνά αποψιλώνονται τελείως.
- ▼ Πυρκαγιές ή κατασκευή δρόμων.

Περιηγήσεις συνδεδεμένες με την πανίδα

- ✓ **Κυνήγι:** Όπως συμβαίνει και με τα αρπακτικά, το κυνήγι όλων των ειδών που κινδυνεύουν είναι παράνομο, αλλά η απαγόρευση αυτή παραβιάζεται συστηματικά. Οι αρκούδες του πάρκου της Βάλλια Κάλντα σκοτώνονται διότι προκαλούν καταστροφές στα δέντρα και τις καλλιέργειες.
- ✓ **Σκουπίδια:** Είναι γνωστό ότι οι θαλάσσιες χελώνες πεθαίνουν, καταπίνοντας τις πλαστικές σακούλες που νομίζουν ότι είναι μέδουσες, με τις οποίες συνήθως τρέφονται.

Οικοτουρισμός που έχει σχέση με πολιτιστικές δραστηριότητες

- Ø Η εγκατάλειψη των παραδοσιακών κοινοτήτων, με συνέπεια την έλλειψη καταλυμάτων που βρίσκονται σε καλή κατάσταση και την αδυναμία προμήθειας τροφίμων ή άλλων εφοδίων σε μεγάλες σχετικά ποσότητες.
- Ø Η υιοθέτηση των μοντέρνων υλικών και μεθόδων οικοδόμησης, που καταστρέφει το παραδοσιακό δομημένο περιβάλλον των οικισμών.

Είναι προφανές ότι το εύρος του φάσματος των παραγόντων που δρουν ανασταλτικά στην ανάπτυξη του οικοτουρισμού είναι μεγάλο και δεν προέρχεται μόνο από τις αρνητικές επιδράσεις των ανθρώπινων δραστηριοτήτων στο περιβάλλον. Ιδιαίτερη σημασία στην ανάπτυξη του οικοτουρισμού θα έχουν προγράμματα που θα συντελέσουν στην ανάπτυξη της περιβαλλοντικής συνείδησης, καθώς επίσης και σημαντικές αλλαγές στη νομοθεσία που αφορά θέματα προστασίας περιβάλλοντος.

4.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Από τη μέχρι στιγμής ανάλυση προκύπτει ότι για μια σειρά θεμάτων η Ελλάδα βρίσκεται σε μειονεκτική θέση ως προς την ικανοποίηση τόσο της διεθνούς ζήτησης όσο και της εγχώριας. Έχοντας ισχυρά πλεονεκτήματα ως προς τους φυσικούς πόρους μειονεκτεί σημαντικά στην ικανοποίηση ενός μεγάλου αριθμού προϋποθέσεων για την ικανοποίηση της ζήτησης.

Είναι προφανές ότι, παρά τις σχετικά <ήπιες> δραστηριότητες που θα μπορούσαν να συμπεριληφθούν στον οικοτουρισμό, μια ολοκληρωμένη προσέγγιση στην ανάπτυξη του προϋποθέτει σημαντικές επενδύσεις σε υποδομή και ανωδομή. Είναι επίσης αξιοσημείωτο ότι η χώρα μας υστερεί σημαντικά σε εγκαταστάσεις αλλά ακόμα και στην οριοθέτηση και προστασία αξιόλογων περιοχών που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν γι' αυτή τη μορφή τουριστών.

Η κατασκευή ξενώνων και η μετατροπή παραδοσιακών σπιτιών από τον ΕΟΤ και τον ιδιωτικό τομέα, δεν έχει ικανοποιήσει ούτε ποσοτικά αλλά ούτε από άποψη χωροταξικής κατανομής τις απαιτούμενες ανάγκες.

Οι κρατικοί φορείς και ιδιαίτερα το Υπουργείο Γεωργίας και το ΥΠΕΧΩΔΕ, που έχουν ίσως μονόπλευρα συνεισφέρει μέχρι σήμερα στη μελέτη προγραμματισμού ή υλοποίησης επαρκώς προδιαγεγραμμένων έργων υποδομής και ανωδομής σε περιοχές οικολογικών και περιβαλλοντικών ενδιαφέροντων (ορεινές περιοχές, δάση, λιμνοθάλασσες, ποτάμια, λίμνες, δέλτα ποταμών κ.λπ.), δεν διαθέτουν τα απαραίτητα μέσα για την άσκηση των αρμοδιοτήτων τους σ' αυτές τις περιοχές.

Οι ελλείψεις σε δρόμους πρόσβασης , μονοπάτια περιήγησης, πολλαπλά μέσα μεταφοράς (άλογα, ειδικά σχήματα), καταλύματα για μερικές ομάδες κυρίως σε ικανές αποστάσεις από τους επισκεπτόμενους χώρους καθώς και ένας μεγάλος αριθμός άλλων ελλείψεων στην υποδομή θεωρείται σήμερα ως σημαντικός ανασταλτικός παράγων ανάπτυξης.

Τα υπάρχοντα παραδοσιακά μονοπάτια καταρρέουν. Οι απαραίτητες εγκαταστάσεις για χώρους ανάπαυσης και παρατηρητήρια αποτελούν σπάνια φαινόμενα. Καλά μονοπάτια και παρατηρητήρια αποτελούν αναγκαία προϋπόθεση για τα πρακτορεία που προσελκύουν ξένους τουρίστες και αυτό εξηγεί το λόγο ότι ορισμένες περιοχές που διαθέτουν κάποια στοιχειώδη υποδομή όπως η Βόρεια Πίνδος, τα Λευκά Όρη και ορισμένα νησιά, προτιμώνται από τα ξένα πρακτορεία τουλάχιστον για τις περισσότερες δημοφιλείς οικοτουριστικές δραστηριότητες.

4.3. ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η συγκριτική υπεροχή της ποιότητας του ελληνικού φυσικού περιβάλλοντος, τουλάχιστον σε ευρωπαϊκό επίπεδο και για ορισμένα στοιχεία του και σε διεθνές επίπεδο, το καθιστά εξαιρετικά προνομιούχο για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού. Στο γεγονός αυτό οφείλεται και η επιτυχής λειτουργία ενός σεβαστού αριθμού ξένων τουριστικών πρακτορείων στη χώρα, τα οποία ασχολούνται σχεδόν αποκλειστικά με αυτή τη δραστηριότητα από τα μέσα της δεκαετίας του '70.

Η περαιτέρω ανάπτυξη της δραστηριότητας αυτής προϋποθέτει την ικανοποίηση ενός μεγάλου αριθμού αναγκών και παραγόντων, όπως αυτές της υποδομής και ανωδομής, επαγγελματικής εκπαίδευσης και επιμόρφωσης, οργάνωσης σε πολλαπλά επίπεδα, προβολής και προώθησης.

Επίσης, σημαντικές αλλαγές και άλλες απαραίτητες ενέργειες πρέπει να γίνουν άμεσα σε θέματα που αφορούν τη σχετική νομοθεσία και την εφαρμογή της υπάρχουσας και μελλοντικής.

Ο οικοτουρισμός για να αναπτύξει τις δραστηριότητες του εξαρτάται άμεσα από το υψηλής ποιότητας φυσικό περιβάλλον, που θεωρείται σήμερα, αφενός, ο πολυτιμότερος πόρος της χώρας και, αφετέρου, ο περισσότερο εύάλωτος πόρος της Ελλάδας. Έτσι η προβλεπόμενη ανάπτυξη του οικοτουριστικού θα

μπορούσε να συνδυαστεί με την εξεύρεση πόρων για τη προστασία του περιβάλλοντος.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

5.1. ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Θαλάσσιος τουρισμός με την ευρύτερη έννοια θα μπορούσε να χαρακτηριστεί κάθε δραστηριότητα τουριστική ή αναψυχής που έχει σχέση με τη θάλασσα και τις ακτές, δηλαδή όλο σχεδόν το φάσμα των τουριστικών δραστηριοτήτων. Συνήθως όμως ως θαλάσσιος ή ναυτικός τουρισμός νοούνται οι θαλάσσιες περιηγήσεις –περιπάτοι- κρουαζιέρες με κρουαζιερόπλοια ή άλλα σκάφη αναψυχής καθώς και ναυτικές δραστηριότητες όπως ιστιοπλοΐα-yachting με σκάφη αναψυχής –yachts- θαλαμηγούς ή τουριστικά σκάφη. Ανάλογες δραστηριότητες σε υδάτινες επιφάνειες της ενδοχώρας (λίμνες-ποτάμια) δεν συμπεριλαμβάνονται στο θαλάσσιο τουρισμό αλλά στις δραστηριότητες της αναψυχής γενικότερα.

Ο θαλάσσιος ή Ναυτικός τουρισμός, επομένως, βασικά αναφέρεται στο Yachting και στην Κρουαζιέρα. Το σκάφος –πλοίο αναψυχής αποτελεί έτσι κύριο συστατικό του θαλάσσιου τουρισμού.

Θαλαμηγός ή yacht είναι πλοίο ιστιοφόρο ή μηχανοκίνητο, με θαλάμους για ανάπαυση και ύπνο, ειδικότερα θαλαμηγός θεωρείται το πολυτελές και με κάθε άνεση διασκευασμένο πλοίο για μακριά ταξίδια αναψυχής. Ο όρος yacht αναφέρεται συνήθως σε μεσαία και μεγαλύτερα σκάφη δηλαδή άνω των 6 μ. Υπάρχουν όμως και μεγαλύτερα θαλάσσια σκάφη αναψυχής με περισσότερες εξυπηρετήσεις. Ενώ τα μικρότερα των 6 μ. σκάφη μπορούν εύκολα να ανελκυσθούν από το νερό και μεταφερθούν με τρέιλερ από αυτοκίνητα, τα yachts έχουν ανάγκη από μαρινές για ελλιμενισμό.

Μαρίνα είναι το λιμάνι για σκάφη αναψυχής, που μπορεί να δεχθεί ένα σημαντικό αριθμό σκαφών (500-1500) σε συγκεκριμένες θέσεις με πλήρη εξυπηρέτηση. Οι θέσεις δημιουργούνται κατά μήκος κρηπιδωμάτων ή γεφυρωμάτων (σταθερών ή πλωτών) και συνήθως έχουν όλες παροχή νερού, ηλεκτρικού και υπο ορισμένες προϋποθέσεις τηλεφώνου και τηλεορασίας.

Η φύλαξη σκαφών, ο εσωτερικός καθαρισμός σκαφών είναι μερικές από τις υπηρεσίες που παρέχει μια οργανωμένη μαρίνα, ενώ ταυτόχρονα διαθέτει υπαίθριους χώρους στάθμευσης των πλαστικών κυρίως σκαφών κατά το χειμώνα και σε μερικές περιπτώσεις ειδικά υπόστεγα αποθήκευσης μικρών σκαφών αναψυχής σε περισσότερα επίπεδα. Εκτός από σταθμό ανεφοδιασμού καυσίμων μια μαρίνα διαθέτει ναυπηγοεπισκευαστικές μονάδες για επισκευή, συντήρηση και ενδεχομένως κατασκευή νέων σκαφών.

Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στην προστασία του θαλάσσιου και του χερσαίου χώρου από ρύπανση, με την κατασκευή ειδικών σημείων συλλογής απορριμάτων, αναρρόφησης λυμάτων των σκαφών κ.λ.π. με παράλληλη αυστηρή απαγόρευση εκκένωσης των λυμάτων στη θάλασσα. Ακόμα περιέχονται συμπληρωματικές εξυπηρετήσεις και διευκολύνσεις για τους επιβάτες των σκαφών που ελλιμενίζονται στη μαρίνα, όπως χώροι στάθμευσης αυτοκινήτων, εγκαταστάσεις υγιεινής, ντους, αναψυκτήρια, εστιατόρια, καταστήματα ναυτικών ειδών κ.λπ.

Οι μαρίνες συνήθως έχουν ενιαία διαχείριση από ιδιώτες επιχειρηματίες ή club ή σε ορισμένες χώρες από το δημόσιο (τις ελληνικές μαρίνες διαχειρίζεται ο ΕΟΤ). Λειτουργούν μεμονωμένα ή σαν τμήματα ευρύτερης τουριστικής ανάπτυξης ή ανάπτυξης αναψυχής.

Για ελλιμενισμό σκαφών αναψυχής χρησιμοποιούνται και καταφύγια ή αλιευτικοί λιμένες, όταν δεν υπάρχουν μαρίνες στην περιοχή, με ελάχιστες παροχές (νερό, καύσιμα) και χωρίς ιδιαίτερες διευκολύνσεις.

5.2. ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Το 1970 αρχίζει η νέα εποχή της κρουαζιέρας , με πολυτελή κρουαζιερόπλοια ενιαίας τάξης. Το κρουαζιερόπλοιο έπαψε πια να είναι μέσο μεταφοράς και έγινε αυτό το ίδιο προορισμός διακοπών, συγκεντρώνοντας ταυτόχρονα όλους τους κλάδους του πακέτου τουριστικής προσφοράς επάνω του : κατάλυμα, εστίαση, αναψυχή- ψυχαγωγία, υπηρεσίες-εξυπηρετήσεις, μεταφορά, ενώ η κρουαζιέρα παρέμεινε ένας πολυτελής τρόπος διακοπών.

Ο διεθνής ανταγωνισμός στο κλάδο της κρουαζιέρας οδήγησε σε αυξημένη παροχή διαφοροποιημένων υπηρεσιών-εξυπηρετήσεων-δραστηριοτήτων. Χαρακτηριστικά της κρουαζιέρας, που σήμερα είναι προσιτή όχι μόνο σε υψηλές εισοδηματικές στάθμες αλλά και σε μέσες, είναι η πολυτελής διαβίωση, το εξαιρετικό φαγητό, η ψυχαγωγία με παραστάσεις, χορό, μουσική, καζίνα, καταστήματα κ.λπ. Η προσφορά διαφοροποιημένων, μυθοποιημένων διακοπών. Αυτή η ίδια η κρουαζιέρα αποτελεί για πολλούς το όνειρο μιας ζωής, μια παρένθεση στη ζωή.

Σήμερα υπάρχουν απεριόριστες δυνατότητες διαφοροποίησης και εμπλουτισμού της προσφοράς : αθλητικές δραστηριότητες σε μοντέρνα γυμναστήρια και γήπεδα (tennis, volley, ακόμα και golf) , κολύμπι και ηλιοθεραπεία στις πισίνες, δυνατότητα παρακολούθησης διαφόρων μαθημάτων, καθώς και συνεδρίων με όλες τις συναφείς εξυπηρετήσεις, συναυλιών, εκθέσεων κ.λπ. Η τάση συνεχούς εμπλουτισμού της προσφοράς οδηγεί σε συνδυασμούς μορφών τουρισμού όπως εκθεσιακός-συνεδριακός, incentive σε κρουαζιέρα, αθλητικός, εκπαιδευτικός σε κρουαζιέρα, θεραπευτικός, υγείας σε κρουαζιέρα και φυσικά καζίνα και shopping σε κρουαζιέρα.

Είναι αυτονόητο ότι για τη λειτουργία της δραστηριότητας < κρουαζιέρα > απαιτούνται υπηρεσίες οργάνωσης, τεχνικής στήριξης, διαφήμισης και προβολής, διοίκησης προσωπικού , marketing και συνεργασίας με tour operators, ταξιδιωτικούς πράκτορες κ.λπ.

Το yachting και τα σκάφη αναψυχής στοχεύουν στον ελεύθερο χρόνο και το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών. Απ' όλες τις αθλητικές δραστηριότητες το yachting απαιτεί τα περισσότερα έξοδα. Συγκεκριμένα, σε μια έρευνα που έγινε στην Αγγλία το 1980, το yachting κατείχε την πρώτη θέση με 32% των συνολικών εξόδων αθλητισμού αναψυχής μεταξύ golf, ποδοσφαίρου, tennis, ιππασίας, ιστιοπλοΐας. Το γεγονός ότι τα έξοδα για την απόκτηση σκαφών αναψυχής είναι αρκετά υψηλά, έχει κάνει τους ασχολούμενους με το marketing του κλάδου να τα διαφημίζουν σαν μακρόχρονη επένδυση, με δεδομένο ότι οι δαπάνες για διακοπές αυξάνουν συνεχώς στις πιο πολλές χώρες.

Οι λιμένες αναψυχής (μαρίνες)

Οι λιμένες αναψυχής, σαν συγκεκριμένη ανάγκη και λειτουργικά ανεξάρτητοι από τους άλλους λιμένες, εμφανίζονται ουσιαστικά μετά το 1960. Μέχρι τότε τα λιγοστά κότερα ελλιμενιζόντουσαν στα υπάρχοντα λιμάνια (επιβατικά και εμπορικά) ή τις ιχθυόσκαλες στην ηπειρωτική χώρα και τα νησιά. Εκεί το κότερο έδενε σε κάποια ασφαλή λιμενολεκάνη χωρίς να απολαμβάνει καμιάς εξυπηρέτησης. Με την αύξηση του αγοραστικού δυναμικού στις οικονομικά ανεπτυγμένες χώρες ο αριθμός των σκαφών αναψυχής αυξήθηκε εντυπωσιακά.

Η ανάπτυξη των λιμένων αναψυχής συμβαδίζει με την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού και του τουρισμού γενικότερα, δεδομένου ότι οι μαρίνες δεν αντιμετωπίζονται πια ανεξάρτητα και μόνο για τον ελλιμενισμό των σκαφών.

Σαν «ολοκληρωμένα συμπλέγματα», οι σημερινές μαρίνες περιλαμβάνουν εκτός από τις άμεσες διευκολύνσεις-εξυπηρετήσεις ελλιμενισμού σκαφών και χώρους ανέλκυσης σκαφών, εστιατόρια, κέντρα άθλησης, ψυχαγωγία, ξενοδοχειακές μονάδες. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η άμεση οδική προσπέλαση, καθώς και σε πολλές περιπτώσεις ή ύπαρξη αεροδρομίου.

Η Αγορά της Κρουαζιέρας

Η κρουαζιέρα είναι ένα πολύ σημαντικό φαινόμενο επιλεκτικού τουρισμού υψηλής στάθμης. Η αγορά της αν και υψηλού εισοδήματος είναι αγορά μαζική αφού τα τελευταία χρόνια προφέρει εκτός από την κρουαζιέρα και φθηνά αεροπορικά εισιτήρια από και προς τον τόπο αφετηρίας και προορισμού. Προσφέρει πολυτελείς διακοπές σε ολοένα ευρύτερες και νεότερες μάζες πληθυσμών.

Η αγορά της κρουαζιέρας δεν έχει ούτε σταθερή δομή ούτε σχεδιασμό-προγραμματισμό και χαρακτηρίζεται από έναν ανταγωνισμό, ανοιχτό σε όλα τα ρεύματα της διεθνούς προσφοράς και ζήτησης, ως προς τις τιμές, τα σκάφη, τα προγράμματα κ.λπ.

Η αύξηση της αγοράς κρουαζιέρας οφείλεται κυρίως στο άνοιγμα της αγοράς της Καραϊβικής και αργότερα άλλων νέων αγορών, ενώ η παλαιότερη αγορά κρουαζιέρας, η Μεσογειακή, παρέμεινε στάσιμη. Κύριοι λόγοι στασιμότητας της μεσογειακής αγοράς ήταν : η διολίσθηση του δολαρίου, που αύξησε το κόστος της μεσογειακής κρουαζιέρας για τους Αμερικάνους, κύρια πελατεία της, κάνοντας παράλληλα προσιτότερη και πιο ελκυστική την κρουαζιέρα της Καραϊβικής για την Ευρωπαϊκή πελατεία. Ο δεύτερος σημαντικός λόγος ήταν οι πληροφορίες για ανασφάλεια των ταξιδίων και τρομοκρατικές ενέργειες στην Εϋρώπη- Μεσόγειο, που μείωσε σημαντικά έως ολικά την Αμερικάνικη πελατεία στη Μεσόγειο.

Το προϊόν «κρουαζιέρα» διατίθεται στην αγορά από tour operators, όπως και τα άλλα τουριστικά προϊόντα, με προσφορά πλήρους πακέτου με αεροπορικά εισιτήρια, ύπνο και φαγητό. Ο ανταγωνισμός τιμών και προσφοράς σε παγκόσμιο επίπεδο οδηγεί σε προσφορά περισσότερων δραστηριοτήτων και περισσότερης ψυχαγωγίας, σε σκάφη με όλες τις σύγχρονες ανέσεις. Καταβάλλεται προσπάθεια να ξεοδευτούν οι επιβάτες πάνω στο σκάφος με διάφορους τρόπους (τυχερά παιχνίδια, καταστήματα κ.λπ.) Επίσης για λόγους

ανταγωνισμού προωθείται διαφοροποίηση της προσφοράς και εξειδίκευση της κρουαζιέρας, π.χ. αθλητικές κρουαζιέρες (γήπεδα, ακόμα και golf, χώροι άθλησης, μαθήματα σχετικά, τουρνουά κ.λπ.) κρουαζιέρες υγείας (ιαματικά λουτρά, προγράμματα υγιεινής και άσκησης) κρουαζιέρες τρίτης ηλικίας κ.λπ.)

Εκτός από τα συνήθη μεγάλα κρουαζιερόπλοια άνω των 100 επιβατών, πρόσφατα ευνοούνται ιδιαίτερα από πλευράς ζήτησης και τα μικρά κρουαζιερόπλοια 50-100 επιβατών. Προσφέρουν την μοναδικότητα της κρουαζιέρας για λίγους, μοναδικότητα που χάθηκε με το μαζικό κρουαζιερόπλοιο. Συνδυάζουν τις ανέσεις των κρουαζιερόπλοιων με την ευελιξία των yachts, προσφέρουν υδάτινους περιπάτους ακόμα και σε ρηχά νερά όπου ένα μεγάλο κρουαζιερόπλοιο δεν μπορεί να πλησιάσει. Η πελατεία τους είναι υψηλής εισοδηματικής στάθμης, υψηλότερης από της κρουαζιέρας.

Ο στόλος των ελληνικών και ελληνόκτητων κρουαζιεροπλοίων, ένας από τους μεγαλύτερους του κόσμου, έχει ήδη προβλέψει τις δυνατότητες που η παγκόσμια αγορά κρουαζιέρας προσφέρει και έχει ήδη επιχειρήσει επιθετική είσοδο στις νέες περιοχές –αγορές που αναπτύσσονται. Η δημιουργία ευνοϊκών προϋποθέσεων , από πλευράς του ευρύτερου δημόσιου τομέα προς την κατεύθυνση της αύξησης της ανταγωνιστικότητας του, αναμφίβολα θα βοηθήσει τόσο τον κλάδο όσο και την εθνική μας οικονομία.

Η αγορά του Yachting

Αγορά σύνθετη και καταταμημένη σε πολλές δραστηριότητες, καλύπτει ευρεία κλίμακα υπηρεσιών και επιχειρήσεων, ορισμένες από τις οποίες θεωρούνται πολύ σημαντικές για τις τοπικές οικονομίες.

Κύριοι συντελεστές της αγοράς είναι:

- Τα σκάφη αναψυχής,
- Οι ιδιοκτήτες των σκαφών,
- Οι ναυλομεσίτες,
- Οι χρήστες των σκαφών αναψυχής, των νοικιασμένων ναυλωμένων ή κρουαζιερόπλοιων. Οι χρήστες είναι συχνά τουρίστες μη ειδικευμένοι, που δεν έχουν ειδικές γνώσεις ως προς το σκάφος και απλώς πραγματοποιούν ένα όνειρο. Ο ναυτικός τουρισμός και ο τουρισμός γενικά ακολουθούν παραπλήσιους νόμους αγοράς.
- Τα λιμάνια αναψυχής ή μαρίνες,
- Οι ναυπηγοεπισκευαστικές μονάδες,
- Οι εμπορικές υπηρεσίες, τα ναυτιλιακά πρακτορεία, ταξιδιωτικά πρακτορεία κ.λπ.
- Οι νόμοι και οι διάφορες θεσμικές ρυθμίσεις.
- Το Ελληνικό μοντέλο, εντελώς προσανατολισμένο προς την τουριστική ανάπτυξη της θαλάσσιας αναψυχής, πράγμα που επιτρέπει με ένα στόλο μικρότερο και πολύ φτωχότερη έως ανύπαρκτη υποδομή να επιτυγχάνεται μεγαλύτερη επιχειρηματική και τουριστική δραστηριότητα (ναυλώσεις, κίνηση). Το ελληνικό μοντέλο, βασισμένο στη δημιουργία και λειτουργία μαρίνων από το δημόσιο τομέα, μιμήθηκε η Γιουγκοσλαβία, η Τουρκία και πρόσφατα η Τυνησία, ενώ αντίστοιχο μοντέλο αναπαράγεται στην Καραϊβική.

Κατηγορίες σκαφών αναψυχής

Τα σκάφη αναψυχής κατατάσσονται σε διάφορες κατηγορίες, ανάλογα με τον τρόπο προώθησης τους (ιστία-μηχανή) και το μήκος τους.

Ανάλογα με το μήκος τους διακρίνονται σε :

- Μικρά σκάφη, κάτω των 5 μέτρων.
- Σκάφη 5-15 μ. Είναι κυρίως σκάφη αναψυχής, που με την έννοια αυτή αναπτύχθηκαν παγκόσμια τα τελευταία 20 χρόνια και έκαναν δημοφιλή τη δραστηριότητα αυτή. Είναι πολυπληθέστερα και τα πιο διαδεδομένα.
- Μεγαλύτερα σκάφη αναψυχής (μεγαλύτερα από 15 μ.). Πολυτελέστερα, μεγαλύτερων απαιτήσεων, με μόνιμα πληρώματα και λιγότερα σε αριθμό αλλά μεγαλύτερης οικονομικής σημασίας για τη χώρα υποδοχής.
- Ναυλωμένα (charter) πλοία (μεγάλα σκάφη με πληρώματα).
- Κρουαζιερόπλοια.

Ο ρόλος Ναυλομεσιτών (Brokers)

Οι ναυλομεσίτες για το θαλάσσιο τουρισμό είναι ό,τι ακριβώς οι tour operators για τον τουρισμό, οι πράκτορες μέσω των οποίων πωλούνται τα πακέτα του τουριστικού προϊόντος. Η εκναύλωση αφορά τόσο τα σκάφη αναψυχής (επαγγελματικά τουριστικά σκάφη) όσο και τα κρουαζιερόπλοια και μπορεί να είναι ολική (να αφορά ολόκληρο το σκάφος) ή μερική (ορισμένες θέσεις μόνο).

Η ναύλωση ενός σκάφους αναψυχής (επαγγελματικού τουριστικού σκάφους) ανατίθεται από τον ιδιοκτήτη είτε σε όλους τους πράκτορες είτε σε ένα κεντρικό ο οποίος είναι υπεύθυνος για την προώθηση του έναντι κάποιας αμοιβής. Το

πλεονέκτημα είναι ότι δεν χάνεται έτσι χρόνος σε συνεννοήσεις μεταξύ ιδιοκτήτου και διαφόρων πρακτόρων σε περίπτωση ταυτόχρονων αιτήσεων για ναύλωση. Αποτελεί μάλλον σπάνιο φαινόμενο η ανάθεση ναύλωσης σε ένα μόνο πράκτορα .

5.3. Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η Ελλάδα, με 16.000 km ακτών, περισσότερα από 4.000 νησιά και 130.000 km προστατευμένες θάλασσες, αλλά και λόγω κλίματος και εναλλαγής τοπίου, αναμφισβήτητα διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα για την ανάπτυξη θαλάσσιου τουρισμού, έχοντας παράλληλα και ναυτική παράδοση αιώνων. Ήδη διεκδικεί το 5% της τουριστικής αγοράς θαλάσσιου τουρισμού της Μεσογείου, με δυνατότητες σημαντικής αύξησης του ποσοστού αυτού. Από πλευράς τουριστικού συναλλάγματος από το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων της χώρας.

Είναι χαρακτηριστικό ότι ενώ ο θαλάσσιος τουρισμός αναπτύχθηκε παράλληλα με το χερσαίο και μάλιστα σε αξιόλογο βαθμό, κινείται εντελώς στο περιθώριο, με ανυπαρξία στατιστικών στοιχείων για αξιολόγηση και προγραμματισμό. Οι δυνατότητες για παραπέρα ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού είναι τεράστιες και η αξιοποίηση τους απαιτεί σοβαρή και συστηματική οργάνωση του κλάδου και κυρίως δημιουργία υποδομής (μαρίνες).

Είναι γεγονός ότι στην Ελλάδα δεν υπάρχει λιμένας αναψυχής που να λειτουργεί σαν αυτοδύναμη τουριστική μονάδα σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα, γεγονός που επιβάλλει την οργάνωση συστήματος λιμένων αναψυχής σε επίπεδο χώρας. Η υλοποίηση ολοκληρωμένου προγράμματος λιμένων αναψυχής απαιτεί σημαντικούς πόρους αλλά και οργανωτική και διοικητική εμπειρία.

Η σημασία ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού έχει από καιρό επισημανθεί από πλευράς κυβερνητικής πολιτικής, με σκοπό την αξιοποίηση του συγκριτικού πλεονεκτήματος της χώρας, την κάλυψη ενός σημαντικού τομέα

νέας συνεχώς αυξανόμενης ζήτησης και την προσέλκυση υψηλής εισοδηματικής στάθμης τουριστών, πέρα από την αύξηση των συναλλαγματικών εσόδων γενικότερα.

Η Ελληνική Κρουαζιέρα

Τα ελληνικά ή ελληνικότητα κρουαζιερόπλοια καλύπτουν το 1/3 του παγκόσμιου στόλου κρουαζιερόπλοιων που αποτελείται από μεγάλα κρουαζιερόπλοια 200-1.500 επιβατών. Ο στόλος των ελληνικών κρουαζιερόπλοιων ουσιαστικά κυριαρχεί στη Μεσόγειο προσφέροντας ποικιλία προγραμμάτων και προορισμών, με αφετηρία πάντα την Ελλάδα.

Οι δυνατότητες που προσφέρουν οι ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες σε συνδυασμό με το νησιωτικό χαρακτήρα του ελληνικού γεωγραφικού χώρου έγιναν έγκαιρα αντιληπτές από τους Έλληνες εφοπλιστές που από το 1954 εγκαινίασαν κυκλικές περιηγήσεις (κρουαζιέρες) στα ελληνικά νησιά και παράλια, ενώ σιγά-σιγά οι κρουαζιέρες αυτές επεκτάθηκαν και σε λιμάνια του εξωτερικού, στη Μεσόγειο αρχικά (Αίγυπτος, Ισραήλ, Τουρκία) και σε άλλες αγορές κρουαζιέρας αργότερα (Καραϊβική, Β. Πόλος)

Στον τομέα των τουριστικών πλοίων η αβεβαιότητα είναι μεγάλη λόγω και της αστάθειας της τουριστικής αγοράς αλλά και λόγω του μεγάλου χρόνου ζωής των σκαφών (25-30 χρόνια). Τα βασικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα ελληνικά τουριστικά και μεσογειακά επιβατηγά πλοία είναι:

- Ø Το πρόβλημα της ανταγωνιστικότητας, με δεδομένο τον άνισο ανταγωνισμό που ασκείται από στόλους άλλων χωρών με κυβερνητικά μέτρα και κίνητρα που ενισχύουν την ανταγωνιστικότητά τους, ενώ από ελληνικής πλευράς δεν ισχύουν αντίστοιχα μέτρα-κίνητρα.
- Ø Το πρόβλημα ανανέωσης και εκσυγχρονισμού, στενά συνδεδεμένο με την ανταγωνιστικότητα.

Ø Η προσέλκυση τουριστών υψηλής εισοδηματικής στάθμης (φαίνεται δύσκολη η ανάκαμψη ή η υποκατάσταση των Αμερικανών τουριστών με άλλης εθνικότητας υψηλού εισοδηματικού επιπέδου τουρίστες).

Για την επιβίωση του κλάδου των ελληνικών κρουαζιερόπλοιων είναι απαραίτητη η λήψη μέτρων από την πολιτεία. Επίσης με κάθε τρόπο επιβάλλεται η διατήρηση και καταχώρηση του δικαιώματος της ακτοπλοΐας για τα ελληνικά επιβατηγά και κρουαζιερόπλοια.

To Yachting στην Ελλάδα

Το Yachting στην Ελλάδα ως επαγγελματική δραστηριότητα χρονολογείται από τα τέλη της δεκαετίας του '60. Ο Νόμος-Πλαίσιο για τα Επαγγελματικά Τουριστικά Σκάφη στην Ελλάδα μπορεί να είναι τα ιστιοφόρα και τα μηχανοκίνητα άνω των 6 μ. με ή χωρίς πλήρωμα. Η κύρια υποχρέωση τους είναι να υποδεικνύουν ναύλους 150 ημερών σε μια τριετία.

Τα bare boats συγκεντρώνουν την προτίμηση των Ευρωπαίων κυρίως ιστιοπλόων. Η χρήστες των ιστιοπλοϊκών αυτών σκαφών αναζητούν κυρίως τις επιδόσεις και τις συγκινήσεις ενός σπορ παρά την άνεση. Η συνεχής εξέλιξη της παραγωγής προς νέα μοντέλα, περισσότερες ανέσεις κ.λπ. αλλά και λόγοι ανταγωνιστικότητας, επιβάλλουν τη συνεχή ανανέωση των σκαφών αυτών ώστε να προσαρμόζονται στην εκάστοτε ζήτηση. Λειτουργούν σε ατομική βάση ή ομαδικά , οπότε σχηματίζουν στολίσκους με πλοίο-οδηγό (flotillas). Η προτίμηση των ξένων στα flotillas συνεχώς αυξάνει τελευταία.

Τα motor yachts, ως επί το πλείστον ελληνικής κατασκευής και μεγάλης ηλικίας, δεν ανταποκρίνονται στη ζήτηση της ειδικής πελατείας αυτής της κατηγορίας, που επιζητεί περισσότερες ανέσεις και πολυτέλεια. Η εκμετάλλευσή τους είναι πλησιέστερη στην παροχή υπηρεσιών παρά στο σπορ. Έχουν δικαιολογημένα υψηλότερους ναύλους αλλά και μεγαλύτερα έξοδα συντήρησης και προσωπικού. Ο αριθμός ημερών ναύλωσης τους είναι σημαντικά μικρότερος

από των bare boats. Τα τελευταία χρόνια τα σκάφη αυτά αντιμετωπίζουν πρόβλημα γιατί οι ναυλωτές τους- υψηλής στάθμης Αμερικανοί ή άλλοι τουρίστες- έχουν σημειώσει σημαντική κάμψη, λόγω δυσμενών συγκυριών κυρίως.

Ο κλάδος των ΕΤΣ (Ελληνικών Τουριστικών Σκαφών) στην Ελλάδα είναι αρκετά δυναμικός και συναλλαγματοφόρος. Παρουσιάζει δυνατότητες και προοπτικές ανάπτυξης με προϋπόθεση την αντίστοιχη κρατική υποστήριξη. Οι εξελίξεις στο κλάδο των/ ΕΤΣ επηρεάζονται άμεσα και από τις εξελίξεις στην Τουρκία η οποία εκμεταλεύεται τον ίδιο σχεδόν θαλάσσιο χώρο. Ο κλάδος αυτός τυγχάνει έντονης κρατικής υποστήριξης στην Τουρκία, με σημαντικά κίνητρα και διευκολύνσεις.

Κύρια προβλήματα του κλάδου είναι:

- § Η αρνητική στάση της πολιτείας και των αρχών γενικά και η έλλειψη ενημέρωσης τους ως προς τις σύγχρονες εξελίξεις του κλάδου.
- § Η έλλειψη υποδομής σε ό,τι αφορά τον ελλιμενισμό κυρίως του συνεχώς αυξανόμενου αριθμού σκαφών.
- § Η έλλειψη εξυπηρέτησης στις ήδη υπάρχουσες λιγοστές μαρίνες, σε σύγκριση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες (Τουρκία, Γιουγκοσλαβία).

Οι Ελληνικές Μαρίνες

Η Ελλάδα σε αντίθεση με το μέγεθος και την ποιότητα των φυσικών πόρων που διαθέτει (ακτές, νησιά, κλίμα) κατάλληλων για θαλάσσιο τουρισμό- yachting, αλλά ακόμα και σε αντίθεση με την ανάπτυξη της συνολικής τουριστικής υποδομής της, υστέρησε και υστερεί ποσοτικά και ποιοτικά, έναντι όλων των άλλων μεσογειακών χωρών, στην ανάπτυξη του δικτύου λιμένων αναψυχής της. Οι υπάρχουσες λιγοστές μαρίνες είναι ανεπαρκείς και ως προς

την κατασκευή αλλά κυρίως ως προς τον εξοπλισμό και τις υπηρεσίες που διαθέτουν.

Από πλευράς κυβερνητικής πολιτικής έχει επισημανθεί από ετών η σημασία του θαλάσσιου τουρισμού και έχει προωθηθεί κατά προτεραιότητα σχετικό πρόγραμμα. Για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί η δημιουργία ολοκληρωμένου συστήματος υποδομής-εγκαταστάσεων (μαρίνες-σκάλες).

Θεσμικό πλαίσιο

Το θεσμικό πλαίσιο μέσα στο οποίο λειτουργούν τα Επαγγελματικά Τουριστικά Σκάφη στην Ελλάδα καθορίζεται από το Ν. 438/76. Σύμφωνα με το νόμο αυτό Επαγγελματικά Τουριστικά Σκάφη (ΕΤΣ) είναι όλα τα τουριστικά πλοία ή πλοίαρια που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά επιβατών με ολική ή μερική ναύλωση σε ταξίδια θαλάσσιας περιήγησης και αναψυχής.

Ως κυριότερα χαρακτηριστικά τους προβλέπονται από το νόμο τα εξής: να είναι αυτικινούμενα , να έχουν ολικό μήκος ανώτερο των 6 μ., ολική χωρητικότητα μεγαλύτερη από 5 κόρους και να μπορούν να μεταφέρουν, εκτός από το πλήρωμα, μέχρι 25 επιβάτες. Από τη σκοπιά της οικονομικής τους εκμετάλλευσης θα πρέπει να αποδείξουν ότι εισάγουν συνάλλαγμα για ναύλους 150 ημερών σε μια τριετία, αλλιώς θα τους αφαιρεθεί η άδεια.

Σκάφη που υπάγονται στις διατάξεις του Ν. 438/76 αναγνωρίζονται ως επαγγελματικά τουριστικά και υπόκεινται σε συναλλαγματικό έλεγχο, (δραχμοποίηση συναλλάγματος με δικαιολογητικά κ.λπ.) Το τελευταίο ίσχυε πριν εισχωρήσει η χώρα μας στη ζώνη του Ευρώ.

Τη σύνθεση των ΕΤΣ ελληνικής σημαίας καθορίζει η Εγκύκλιος του ΕΟΤ ορίζει τη δυνατότητα ναύλωσης ως bare boat για σκάφη μέχρι 25 μ. μήκος, με προϋπόθεση την ύπαρξη δύο πτυχίων ναυτικής ικανότητας από τους ναυλωτές, αλλιώς είναι υποχρεωτική η χρησιμοποίηση κυβερνήτη (skipper).

Ο Ν. 438/76 χρειάζεται αναμόρφωση και εκσυγχρονισμό. Είχε θεσπισθεί κυρίως για τα σκάφη με πλήρωμα, ενώ το bare boat δεν συμπεριλαμβάνεται σχεδόν καθόλου, παρόλο που σήμερα αποτελεί το σημαντικότερο δυναμικό μας. Για να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα του στόλου των ΕΤΣ θα πρέπει να προβλεφθούν μεγαλύτερα ιστιοπλοϊκά σκάφη, μέχρι και 18 μ., χωρίς πλήρωμα. Για την προσαρμογή στην υπάρχουσα ζήτηση θα πρέπει επίσης να προβλεφθούν νέοι τύποι σκαφών, όπως το καταμαράν, τα σκάφη του game fishing κ.λπ.

Επιπτώσεις

Οι επιπτώσεις του θαλάσσιου τουρισμού διεθνώς αλλά και ειδικότερα για την Ελλάδα είναι ως επί το πλείστον θετικές. Οι κυριότερες επιπτώσεις κατά τομέα είναι:

Στον τουρισμό

- § Εμπλουτισμός, διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς και προσαρμογή της στη ζήτηση.
- § Αναβάθμιση τουριστικής ζήτησης με προσέλκυση ειδικής τουριστικής πελατείας ειδικών ενδιαφερόντων (θαλάσσια περιήγηση, θαλάσσια σπορ).
- § Συμπληρωματική και όχι ανταγωνιστική λειτουργία ως προς τις χερσαίες τουριστικές εγκαταστάσεις. Σε ορισμένες περιπτώσεις η ανάπτυξη θαλάσσιου τουρισμού σε μια περιοχή, είτε με τη δημιουργία μαρίνας είτε απλώς με τον ελλιμενισμό ή την επίσκεψη τουριστικών σκαφών, προκαλεί τη δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων εξυπηρέτησης.
- § Άμβλυση εποχικότητας, δυνατότητας διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου από Μάρτιο μέχρι Νοέμβριο.

- § Προσέλκυση τουριστών υψηλής εισοδηματικής στάθμης με αντίστοιχη αύξηση εισροής συναλλάγματος.
- § Επιρροή από ξένα κέντρα που κατευθύνουν την τουριστική κίνηση, όπως μεγάλους ξένους ναυλομεσίτες, tour operators κ.λπ.

Στην Εθνική Οικονομία

- Ø Εισαγωγή συναλλάγματος, ναυτιλιακό, τουριστικό και εμπορικό συνάλλαγμα από τη λειτουργία των πλοίων του κλάδου.
- Ø Είσαγωγή συναλλάγματος από ημερήσια κατανάλωση τουριστών υψηλής εισοδηματικής στάθμης.
- Ø Συμβολή στην απασχόληση. Λόγω υψηλής στάθμης προσφερόμενων υπηρεσιών ανάγκη αυξημένου και ειδικευμένου προσωπικού θαλαμηγών και κρουαζιερόπλοιων.
- Ø Έμμεση συμβολή στην απασχόληση (ναυπηγοεπισκευαστικές μονάδες, μαρίνες)
- Ø Ανάγκη αυξημένων δαπάνων για έργα υποδομής (μαρίνες).

Στην Περιφερειακή Ανάπτυξη

- § Αναθέρμανση τοπικών οικονομιών από ελλιμενισμό θαλαμηγών, μαρίνες και από στάση κρουαζιεροπλοίων.
- § Ανάπτυξη νέων περιοχών με τη δημιουργία νέων προορισμών θαλάσσιου τουρισμού.
- § Πολλαπλασιαστικά φαινόμενα τουρισμού.

§ Δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης τοπικά με την ανάπτυξη μαρίνων, εξυπηρετήσεων ελλιμενισμού.

Στο Περιβάλλον

- ▼ Θεωρητικά θα μπορούσε να λεχθεί ότι ο θαλάσσιος τουρισμός δεν έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, με δεδομένες τις αυστηρές απαγορευτικές διατάξεις που ισχύουν διεθνώς για τη ρύπανση της θάλασσας από κάθε είδους απόβλητα, λύματα, απορρίματα πλοίων-σκαφών τουριστικών, τις επίσης αυστηρές προδιαγραφές κατασκευής των τουριστικών σκαφών και των μαρίνων, αλλά και από το γεγονός ότι οι δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού ασκούνται κυρίως στη θάλασσα και δεν επιβαρύνουν άλλους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους, ούτε καν τις ακτές.
- ▼ Στην πράξη, δυστυχώς, υπάρχουν αρνητικές επιπτώσεις λόγω μη εφαρμογής των ισχυουσών διατάξεων και ανεπαρκούς αστυνόμευσης-ελέγχου από τις αρμόδιες υπηρεσίες, κυρίως σε ό,τι αφορά τη ρύπανση-μόλυνση των υδάτων από εκροή διαφόρων αποβλήτων, λυμάτων πετρελαιοειδών και απορριμάτων τουριστικών σκαφών στη θάλασσα.
- ▼ Η κοσμοσυρροή επίσης και υπερσυγκέντρωση δραστηριοτήτων σε ορισμένα τουριστικά κέντρα θαλάσσιου τουρισμού μειώνουν την έλξη τους και δρουν σαν αντικίνητρο για την περαιτέρω ανάπτυξη τους.
- ▼ Ωστόσο οι αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις από το θαλάσσιο τουρισμό είναι γενικά πολύ λιγότερες από εκείνες του μαζικού τουρισμού.

Προοπτικές Εξέλιξης του Ελληνικού Θαλάσσιου τουρισμού

Η Ελλάδα αποτελεί μια χώρα μοναδική και χαρισματική για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Προικισμένη από τη φύση με συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι όλων των άλλων χωρών της Ευρώπης, μπορεί και πρέπει να αναπτύξει το θαλάσσιο τουρισμό, όχι μόνο για τα συναλλαγματικά οφέλη που μπορεί να αποκομίσει αλλά και για τις ευνοϊκές επιπτώσεις του, γενικότερα, στον τουρισμό.

Ο κλάδος των ελληνικών κρουαζιερόπλοιων, ιδιαίτερης σημασίας για την οικονομία της χώρας μας αλλά και για τον τουρισμό μας, διαθέτει ήδη ένα αξιόλογο δυναμικό, από το σημαντικότερο και έμπειρο ανθρώπινο δυναμικό καθώς και σε υπηρεσίες στήριξης και οργάνωσης. Παρόλο τον έντονο ανταγωνισμό που υπάρχει στην παγκόσμια αγορά κρουαζιέρας, διαγράφονται ευνοϊκές δυνατότητες και προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης του ελληνικού κλάδου και προώθησης του προς νέες αγορές.

Ενώ, το Yachting στην Ελλάδα δεν προβάλλεται αρκετά, τουλάχιστον όσο και ο μαζικός τουρισμός στο πρότυπο του οποίου αναπτύχθηκε η χώρα μας, σε αντίθεση με άλλες χώρες (Γιουγκοσλαβία, Τουρκία) που προβάλλουν αυτή την τουριστική δραστηριότητα συστηματικά.

Έχει διαπιστωθεί ότι η Ελλάδα είναι μια σημαντική δύναμη στο χώρο του yachting και θα μπορούσε να λειτουργήσει ως επίκεντρο της ανάπτυξης της δραστηριότητας αυτής στη Μεσόγειο. Ο αριθμός και η ποικιλία των νησιών και οι ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες αποτελούν τα κύρια πλεονεκτήματα για το σκοπό αυτό. Υπάρχουν απεριόριστες δυνατότητες για μελλοντική ανάπτυξη με προϋπόθεση τη βελτίωση της υποδομής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ Γ΄ ΗΛΙΚΙΑΣ

6.1. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ Γ΄ ΗΛΙΚΙΑΣ

Η αφετηρία της γ΄ ηλικίας, δηλαδή της τελευταίας φάσης της ζωής του ανθρώπου, συνδυάζεται με το όριο των 65 ετών επειδή το όριο αυτό συνήθως συμπίπτει με την ηλικία συνταξιοδότησης. Επομένως ο τουρισμός γ΄ ηλικίας γίνεται από τουρίστες άνω των 65 ετών, παρόλο που για διάφορους λόγους εύλογα υπάρχει η άποψη υπέρ της μετατόπισης του ορίου νωρίτερα, δηλαδή στην ηλικία των 55 ετών. Κυριότερος λόγος είναι η γενικότερη τάση για πρόωρη συνταξιοδότηση.

Η εξέλιξη του αριθμού των κατοίκων της Ευρώπης μετά το 2000 μεταβάλλεται εντυπωσιακά. Ενώ η α΄ ηλικία, μετά από σημαντική μείωση, αρχίζει να σταθεροποιείται, η β΄ μειώνεται και η γ΄ ηλικία αυξάνει θεαματικά. Το 2015 η γ΄ ηλικία γίνεται πρώτη από πλευράς αριθμού κατοίκων στην Ευρώπη. Εύλογη επομένως είναι η τουριστική πολιτική που αποβλέπει στην έγκαιρη λήψη για την ανάπτυξη του τουρισμού της γ΄ ηλικίας.

Για τις κυριότερες χώρες-πηγές τουρισμού της Ευρώπης δηλ. Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Γαλλία, Ολλανδία, το ποσοστό των κατοίκων είναι των 65 ετών που πραγματοποιούν διακοπές τουλάχιστον μία φορά το χρόνο είναι 51%, 45%, 37%, και 33% αντίστοιχα. Είναι χαρακτηριστικό ότι το ποσοστό αυτό αυξάνει ταχύτερα από ότι άλλων ομάδων ηλικιών.

Πρόκειται λοιπόν για μια ανερχόμενη αγορά τουριστών γ΄ ηλικίας, που αποτελείται από πραγματικούς και δυνητικούς τουρίστες με χρόνο, χρήμα, ενεργητικότητα και περιέργεια για νέες εμπειρίες, μέσω των ταξιδιών. Έτσι, οι κυβερνήσεις και οι τουριστικές επιχειρήσεις άρχισαν σταδιακά να στρέφουν την προσοχή τους προς τον τουρισμό γ΄ ηλικίας, έναν τουρισμό καταναλωτών που

αφιερώνουν περισσότερο χρόνο και ξοδεύουν αρκετά χρήματα για διακοπές ψυχαγωγίας και αναψυχής.

6.2. ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Ένα από τα προβλήματα του σύγχρονου τουρισμού στην Ευρώπη είναι η εποχικότητα της ζήτησης, δηλαδή η εκδήλωση έντονης ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών μέσα σε σύντομο και συγκεκριμένο χρόνο και συνήθως, μέσα σε γεωγραφικά περιορισμένο χώρο. Η εποχικότητα οφείλεται τόσο σε φυσικά, όσο και σε θεσμικά αίτια.

Φυσικά αίτια είναι η διαφορά των κλιματολογικών συνθηκών μεταξύ των χωρών-πηγών τουρισμού και των χωρών υποδοχής, ενώ θεσμικά αίτια είναι η εποχική σύμπτωση των διακοπών μαθητών και εργαζομένων, στις χώρες-πηγές.

Τα κυριότερα μειονεκτήματα της εποχικότητας της ζήτησης είναι η εποχική ανεργία που αποτρέπει τους εργαζόμενους να επιλέγουν τουριστικά επαγγέλματα. Είναι γεγονός ότι η διακοπή της λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων, τα μηδαμινά έσοδα όσων λειτουργούν εκτός περιόδου, η υπολειτουργία των μέσων μεταφοράς και της υποδομής, είναι από τις αρνητικές επιπτώσεις της εποχικότητας.

Έτσι, η αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας στον τουρισμό απασχολεί τις κυβερνήσεις και τις τουριστικές επιχειρήσεις. Από την πλευρά των χωρών πηγών τουρισμού, πρόσφορο, αν και δύσκολο μέτρο είναι η κλιμάκωση των διακοπών των εργαζομένων. Από την πλευρά των χωρών υποδοχής πρώτος στόχος πολιτικής είναι η μη εποχικών μορφών τουρισμού και η προσέλκυση τουριστικής πελατείας που είναι αποδεσμευμένη από χρονικούς περιορισμούς. Δυνητική πελατεία με ελεύθερο χρόνο σε 12μηνη βάση είναι κυριώς οι συνταξιούχοι, πράγμα που αναδεικνύει τον τουρισμό γ' ηλικίας στο αποτελεσματικότερο μέσο αντιμετώπισης του προβλήματος της εποχικότητας.

Είναι αυτονόητο ότι η επιμήκυνση της εποχικότητας είναι στόχος τουριστικής πολιτικής και στο κοινοτικό επίπεδο, η επίτευξη του οποίου αποτελεί αντικείμενο συλλογικής προσπάθειας των φορέων που συμμετέχουν στην παραγωγή του τουριστικού προϊόντος. Εκτός από τους αρμόδιους κρατικούς φορείς που πρέπει να εφαρμόζουν πολιτική κινήτρων για τουρισμό εκτός περιόδου αιχμής, σημαντικός είναι ο ρόλος των Tour Operators (T.O.) για την οργάνωση ελκυστικών τουριστικών πακέτων, των ξενοδοχείων για την προσφορά ειδικών εκπνώσεων και των αεροπορικών εταιρειών για την καθιέρωση μειωμένων χειμερινών ναύλων.

6.3. ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ Γ' ΗΛΙΚΙΑΣ

Από πλευράς φυσικής ικανότητας οι τουρίστες της γ' ηλικίας θα ήταν κατά κανόνα σε θέση να δραστηριοποιηθούν τουριστικά, ανάλογα με τους τουρίστες της προηγούμενης ομάδας ηλικίας. Αν αυτό δεν συμβαίνει, οφείλεται όχι σε λόγους βιολογικούς, αλλά ψυχολογικούς. Είναι ευνόητη για άτομα άνω των 65 ετών η ύπαρξη ευαισθησίας και αβεβαιότητας, όπως επίσης διάθεσης για άνεση. Τα στοιχεία αυτά είναι που συνιστούν την κυριότερη ιδιομορφία του τουρισμού της γ' ηλικίας και που επιβάλλουν αυξημένη φροντίδα και ειδική μεταχείριση των τουριστών.

Οι τουρίστες γ' ηλικίας τείνουν σε δραστηριότητες που προάγουν την κοινωνική ζωή της ομάδας και ευνοούν την κινητικότητα, υπό την προϋπόθεση των σωστών ρυθμών στο πρόγραμμα διακοπών, του ήπιου κλίματος και του ευχάριστου περιβάλλοντος. Προτιμούν τον τουρισμό πόλεων και τον θεραπευτικό τουρισμό, την μακρύτερη διαμονή στο ίδιο ξενοδοχείο από την εναλλαγή καταλύματος, τα οργανωμένα ταξίδια εκτός περιόδου αιχμής, τη συμβίωση με μικρότερες ηλικίες, το αεροπλάνο και το λεωφορείο ως μέσα μεταφοράς από τον σιδηρόδρομο κ.λπ.

Οι επιπτώσεις από τις αναγκαίες προσαρμογές της προσφοράς στον τουρισμό της γ' ηλικίας θα είναι αισθητές στις περισσότερες κατηγορίες τουριστικών επιχειρήσεων, ειδικότερα όμως στα ξενοδοχεία. Τα ξενοδοχεία, ακόμα και τα μονώροφα, πρέπει να διαθέτουν ανελκυστήρα, το εδεσματολόγιο πρέπει να είναι υγιεινό, η διοργάνωση κοινωνικών δραστηριοτήτων πρέπει να είναι καθημερινή και η ιατρική περίθαλψη άμεσα διαθέσιμη.

6.4. Γ' ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΕ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΟΠΛΟΙΟ

Για τους τουρίστες της γ' ηλικίας η κρουαζιέρα αποτελεί ίσως την ιδανικότερη τουριστική δραστηριότητα, επειδή τα περιλαμβάνει όλα. Ο σχετικά περιορισμένος χώρος και η οργάνωση ενός πλοίου επιτρέπουν την άνετη προσπέλαση όλων των τουριστικών εξυπηρετήσεων, καθώς αυτές βρίσκονται σε απόσταση αναπνοής από την καμπίνα του επιβάτη. Δεν πρέπει επίσης να υποτιμηθεί η συμβολή της σύγχρονης ναυπηγικής και της τεχνολογίας στην εγγύηση ενός ασφαλούς και άνετου θαλάσσιου ταξιδιού (σταθεροποιητικά πτερύγια κατά των κλυδωνισμών, πλοήγηση μέσω δορυφόρου προς ήρεμα νερά, μετεωρολογικές προβλέψεις μακράς διάρκειας κ.λπ.)

Το συνηθισμένο δίλημμα της επιλογής ενός τουριστικού προορισμού μηδενίζεται, επειδή το κρουαζιερόπλοιο επισκέπτεται περισσότερους. Δε υπάρχει πρόβλημα γλώσσας ή ασφάλειας και υπάρχει η δυνατότητα πλήρους ιατρικής περίθαλψης. Η ποικιλία των ψυχαγωγικών προγραμμάτων και της κουζίνας ικανοποιεί τις πιο διαφορετικές απαιτήσεις.

Οι ναυτιλιακές εταιρείες κρουαζιερόπλοιων, έγκαιρα αναγνώρισαν τις δυνατότητες της γ' ηλικίας από πλευράς διαθεσιμότητας χρόνου και χρήματος. Έτσι, ανταποκρίθηκαν ανάλογα με ειδικά προγράμματα κρουαζιέρων σε θερμά κλίματα. Τα προγράμματα αυτά προβάλλονται ως «διακοπές για όλους» και η προσπάθεια γίνεται για να αναιρεθεί η κρατούσα εντύπωση ότι η κρουαζιέρα είναι προνόμιο των λίγων.

6.5. ΚΡΑΤΙΚΗ ΜΕΡΙΜΝΑ

Υπάρχουν εθνικές και διεθνείς οργανώσεις που διασφαλίζουν τα συμφέροντα της γ' ηλικίας, κρατικές υπηρεσίες που καταρτίζουν προγράμματα κοινωνικού τουρισμού και ορισμένοι εξειδικευμένοι tour operators (TD).

Στην Ελλάδα τα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού για Έλληνες στο εσωτερικό της χώρας, διαρκούν επί μία περίπου δεκαετία και συνεχίζονται με επιδοτήσεις του ΕΟΤ και της Εργατικής Εστίας, για την πραγματοποίηση 7ημερών διακοπών. Οι διακοπές γίνονται σε τουριστικά καταλύματα Α, Β και Γ τάξης με ημιδιατροφή και εκπώσεις στην κατανάλωση μέσα στο ξενοδοχείο. Επίσης προβλέπονται μειωμένες τιμές εισιτηρίων στα μαζικά μέσα μεταφοράς.

Οι δικαιούχοι στα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού προέρχονται από τις οικονομικά ασθενέστερες ομάδες του πληθυσμού στους οποίους περιλαμβάνονται οι συνταξιούχοι και οι υπερήλικες, δηλαδή η γ' ηλικία.

6.6. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΑΙ ΟΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ

Η Ελλάδα είναι χώρα-δέκτρια τουρισμού και για λόγους κυρίως κλιματολογικούς αλλά και γενικότερης ανταγωνιστικότητας, είναι κατάλληλος προορισμός για τουρισμό γ' ηλικίας. Οι τουρίστες έχουν δυνατότητες για πολιτιστικό και θεραπευτικό τουρισμό, για τουρισμό παραχείμασης, καθώς επίσης για χειμερινές κρουαζιέρες στα ελληνικά νησιά.

Όπως συμβαίνει με όλες τις χώρες-δέκτριες μαζικού τουρισμού που ειδικεύονται στο μεσογειακού τύπου τουριστικό πακέτο με βάση το «ήλιος-θάλασσα-άμμος» προϋπόθεση προσέλκυσης τουρισμού γ' ηλικίας είναι η σχετική προσαρμογή της προσφοράς στις ιδιομορφίες της νέας τουριστικής πελατείας.

Η ελληνική αγορά είναι απολύτως κατάλληλη για τουρισμό γ' ηλικίας. Και είναι θετικό ότι οι αναγκαίοι τουριστικοί πόροι υπάρχουν, είτε ως ευνοϊκές

κλιματολογικές συνθήκες κυρίως στη νότια Ελλάδα, είτε ως τουριστικά καταλύματα σε μεγάλο αριθμό και ποικιλία. Σημαντική είναι η ύπαρξη καταλυμάτων αυτοεξυπηρέτησης που κάνουν δυνατή την οικονομική και επομένως παρατεταμένη διανομή κατά την εκτός αιχμής περίοδο.

Μελλοντικά η τουριστική πελατεία της γ' ηλικίας θα διαφοροποιηθεί από πλευράς προτιμήσεων, όπως συμβαίνει σήμερα με τους μαζικούς τουρίστες της β' ηλικίας. Έτσι, οι τουρίστες γ' ηλικίας θα γίνουν κινητικότεροι και με μεγαλύτερη ακτίνα δράσης. Παράγοντες της διαφοροποίησης θα είναι το εισόδημα, δηλαδή η σύνταξη των ηλικιωμένων, το μορφωτικό επίπεδο, οι συνθήκες διαβίωσης και το επίπεδο περιθάλψης στις χώρες προέλευσης.

6.7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Οι ηλικιωμένοι σταδιακά εγκαταλείπουν την παθητική ψυχαγωγία που προσφέρουν τα μαζικά μέσα, δηλαδή το ραδιόφωνο και η τηλεόραση και ανακαλύπτουν την αναψυχή στον τουρισμό, μέσω της φυσικής και κοινωνικής δραστηριοποίησης.

Τα συμπεράσματα από τις μέχρι σήμερα εξελίξεις και τις προοπτικές σχετικά με τον τουρισμό γ' ηλικίας είναι τα εξής:

- Ο αριθμός των ηλικιωμένων αυξάνει στην κοινοτική κυρίως Ευρώπη και επομένως η πληθυσμιακή βάση για τουρισμό γ' ηλικίας, διευρύνεται.
- Ο τουρισμός αποτελεί τη δημοφιλέστερη ψυχαγωγική διέξοδο των ηλικιωμένων.
- Υπάρχει διαθεσιμότητα χρόνου και, λιγότερο, χρήματος για πραγματοποίηση διακοπών.
- Το ενδιαφέρον των τουριστικών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη του τουρισμού γ' ηλικίας είναι προς το παρόν περιορισμένο, λόγω των χαμηλών κερδών που αποφέρει. Αντίθετα, για λόγους κοινωνικούς, η

φροντίδα των κυβερνήσεων για τον τουρισμό γ' ηλικίας είναι ιδιαίτερα αυξημένη.

- Χρειάζεται προσαρμογή της προσφοράς στις ιδιομορφίες της ζήτησης.

Όπως είναι γνωστό, οι νέοι έχουν χρόνο αλλά όχι χρήμα, οι μεσήλικες έχουν μόνο χρήμα και ηλικιωμένοι έχουν και χρόνο και χρήμα. Το πρόβλημα είναι, πως η παλιά γενιά θα μεταμορφωθεί σε καινούργια πελατεία.

Η παραπάνω λογική εντάσσεται στην γενικότερη προσπάθεια προσέλκυσης νέων κοινωνικών ομάδων στην διαδικασία της τουριστικής κατανάλωσης, λόγω της κάμψης της κίνησης που παρατηρείται διεθνώς.

Λαμβάνοντας υπ' όψη την δημογραφική αύξηση της γ' ηλικίας, προτάσεις γενικότερης αποδοχής για την έγκαιρη προετοιμασία έναντι της ανερχόμενης αγοράς, είναι οι εξής:

- Οι ΤΟ πρέπει να εξειδικευθούν στην αγορά γ' ηλικίας και να αναλάβουν το μάρκετινγκ του νέου τουριστικού προϊόντος που προσφέρουν και κυρίως την πληροφόρηση της πελατείας για τις δυνατότητες διακοπών εκτός περιόδου αιχμής.
- Όταν πρόκειται για τουρισμό εκτός περιόδου αιχμής τα ξενοδοχεία πρέπει να συνδυάσουν την πολιτική ειδικών τιμών, με την διατήρηση των υπηρεσιών σε ανταγωνιστικό επίπεδο. Ανάλογη πρέπει να είναι η συμβολή των αεροπορικών εταιρειών.
- Στα πλαίσια της κοινωνικής πολιτικής, κυβερνήσεις και διεθνείς οργανισμοί θα πρέπει να καταρτίσουν προγράμματα επιδοτήσεων για την ανάπτυξη του τουρισμού γ' ηλικίας.
- Η τουριστική προσφορά και ειδικότερα τα τουριστικά καταλύματα, το προσωπικό, η εστίαση και η αναψυχή μέσα στα ξενοδοχεία, οι δυνατότητες περίθαλψης κατά τη διάρκεια των διακοπών κ.λπ. θα πρέπει σταδιακά να προσαρμοσθούν στα δεδομένα της τουριστικής αγοράς της γ' ηλικίας.

Ειδικότερα επισημαίνεται ότι η Ελλάδα διαθέτει τους κυριότερους τουριστικούς πόρους για να προσελκύσει τουρισμό γ' ηλικίας που είναι το πιο ήπιο κλίμα, το πολιτιστικό περιβάλλον και οι ιαματικές πηγές.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

7.1. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ιστορία του κοινωνικού τουρισμού καθορίζεται από τις εξελίξεις και τις αλλαγές στη σχέση ελεύθερου-εργάσιμου χρόνου και τη σύνδεση αυτών των δύο με τους ρυθμούς ανάπτυξης των τελευταίων δεκαετιών.

- Η οικονομική ανάπτυξη τις τελευταίες δεκαετίες επέτρεψε την καθιέρωση συστημάτων κοινωνικής ασφάλισης στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες.
- Επιβλήθηκε σταδιακά το σύστημα των πληρωμένων, από τις επιχειρήσεις και το κράτος, διακοπών των εργαζομένων όλων των κατηγοριών.
- Σταδιακά άρχισε μείωση των εβδομαδιαίων ωρών εργασίας με αποτέλεσμα την αντίστοιχη αύξηση του ελεύθερου χρόνου τόσο για την ψυχαγωγία, χόμπι κ.λπ. όσο και για τουρισμό.
- Οι συντάξεις στα άτομα που συμπλήρωναν 30 ή 35 χρόνια εργασίας βελτίωσαν την οικονομική θέση των εργαζομένων και συνέβαλαν στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού.
- Εκτός από τους χαμηλόμισθους και άλλες ομάδες πληθυσμού με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και προβλήματα για παράδειγμα άτομα μικρής ή μεγάλης ηλικίας, άτομα προερχόμενα από αγροτικές περιοχές, άτομα με προβλήματα υγείας, απαιτούν το δικαίωμα να ταξιδέψουν.
- Αυτό ακριβώς το δικαίωμα έγινε αίτημα των συνδικαλιστικών ενώσεων στις περισσότερες χώρες και κατέληξε στην εφαρμογή

διαφόρων προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού. Δεν είναι τυχαίο ότι σε πολλές χώρες ο κοινωνικός τουρισμός ονομάζεται και επιδοτούμενος ή επιχορηγούμενος.

- Τέσσερα είναι ουσιαστικά τα χαρακτηριστικά του κοινωνικού τουρισμού και όσων συμμετέχουν σ' αυτόν: (α) πρόκειται για άτομα χαμηλών εισοδημάτων κατηγοριών, (β) υπάρχει κάποιας μορφής επιδότηση (κράτος, συνδικαλιστικό σωματείο, κ.λπ.), (γ) το ταξίδι είναι συνήθως εσωτερικού τουρισμού και (δ) συμμετέχουν επίσης άτομα που, λόγω ειδικών προβλημάτων, θα ήταν δύσκολο να ταξιδέψουν.

Στο σημείο αυτό πρέπει να επισημάνουμε ότι η επιτυχία του κοινωνικού τουρισμού στηρίχθηκε και σε άλλους παράγοντες: (α) στο γεγονός ότι συνδυάζεται με μια μεγάλη ποικιλία άλλων ειδικών μορφών τουρισμού (ιαματικός, εκπαιδευτικός, αγροτουρισμός, κ.λπ.), (β) στη συνεχή προώθηση του από υπερεθνικούς οργανισμούς (Παγκόσμια Οργάνωση Τουρισμού, ΕΟΚ, κ.λπ.) σαν πολιτική κοινωνικών παροχών προς τους εργαζομένους (γ) στην επικράτηση του σαν αναπόσπαστο στοιχείο των παροχών προς τους εργαζομένους και (δ) στη δυνατότητα του να συμβάλλει στη επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου γεγονός που τον καθιστά ελκυστικό στους ξενοδόχους.

7.2. Η ΜΟΡΦΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο βασικός στόχος του κοινωνικού τουρισμού, δηλαδή φθηνές διακοπές για άτομα με χαμηλά εισοδήματα ή για ειδικές ομάδες (νέοι, ηλικιωμένοι, ασθενείς κ.λπ.) στην πορεία συμπληρώθηκε από δύο άλλους στόχους: την προσφορά πολιτιστικών και αθλητικών δραστηριοτήτων που θα αναζωογονήσουν τους συμμετέχοντες και την προσπάθεια να υπάρχουν σχέσεις «κοινότητας» μέσα στις μονάδες αλλά και ένταξη των μονάδων και των συμμετεχόντων (μέσα εκδηλώσεων κ.λπ.) στην κοινωνική ζωή της περιοχής.

Αυτοί ακριβώς οι φιλόδοξοι στόχοι που δίνουν την εικόνα μιας ενεργητικής μορφής τουρισμού καθόρισαν και την πολυμορφία της υποδομής. Οι διαφορετικοί τύποι προσφοράς επεδίωξαν να οργανώσουν την τουριστική δραστηριότητα με βασική αρχή το σημαντικότερο κοινό χαρακτηριστικό τους : ηλικία, χόμπι, οικογένεια, ασθένεια.

Τύποι με τη μεγαλύτερη ζήτηση:

- Κέντρα παραθερισμού που καλύπτουν την ανάγκη για φθηνές διακοπές της οικογένειας. Υπάρχει συνήθως μια κοινόχρηστη υποδομή (κουζίνα, εστιατόριο, εγκαταστάσεις υγιεινής, κ.λπ.) και επιπλέον εγκαταστάσεις που καλύπτουν τις ειδικές ανάγκες των παιδιών (παιδικές χαρές, κήποι, αθλητικά γήπεδα κ.λπ.) Οι χώροι διαμονής είναι διαφόρων ειδών (ξενοδοχεία, camping ή αυτόνομα μικρά διαμερίσματα).
- Τουρισμός στην ύπαιθρο σε camping και αυτικινούμενα οχήματα.
- Προγράμματα κοινωνικού τουρισμού για άτομα τρίτης ηλικίας και ασθενείς.

Στην περίπτωση των ηλικιωμένων προτιμώνται τα ξενοδοχεία σε περιόδους εκτός αιχμής και σε περιοχές με υποδομή σε επικοινωνίες, μεταφορές και περίθαλψη και με ύπαρξη πολιτισμικών ενδιαφερόντων. Για τους ασθενείς υπάρχουν προγράμματα ιαματικού τουρισμού σε περιοχές με παράδοση στα ιαματικά λουτρά ή/ και διαμονή σε ορεινά θέρετρα.

- Κοινωνικός τουρισμός σε ξενοδοχεία και πανσιόν διακοπών.

Η βασική προσφορά συνίσταται στις χαμηλότερες τιμές, ενώ συνήθως τα προγράμματα αυτά γίνονται εκτός τουριστικής περιόδου αιχμής ώστε να ενισχύονται οι τοπικοί ξενοδόχοι. Δεν υπάρχουν παράλληλες δραστηριότητες,

ούτε κάποια ιδιαίτερη διαφορά από τον κλασσικό μαζικό τουρισμό. Ενδείκνυται σε περιοχές με οργάνωση και υποδομή στον τουρισμό στις οποίες εμφανίζονται προβλήματα πληρότητας.

Τέλος, έχουν γίνει ενδιαφέρουσες προσπάθειες για προγράμματα κοινωνικού τουρισμού στο εξωτερικό ή για ανταλλαγές τουριστών μέσω συνδικαλιστικών σωματείων. Αυτή η διεθνοποίηση του κοινωνικού τουρισμού δεν έχει πάρει έκταση, αλλά είναι σίγουρα ενδιαφέρουσα από εμπορική πλευρά για τη χώρα υποδοχής (π.χ. υποδομή ξενοδοχείων για αλλοδαπό κοινωνικό τουρισμό στην Ελλάδα).

7.3. ΟΦΕΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι κοινωνικές επιπτώσεις αφορούν ουσιαστικά τους συμμετέχοντες και είναι αναμφισβήτητα θετικές. Το σημαντικότερο γεγονός είναι η δυνατότητα που δίνεται για τουρισμό σε άτομα τα οποία δεν θα μπορούσαν να ταξιδέψουν χωρίς την βοήθεια κάποιου τέτοιου προγράμματος. Μια δεύτερη επισήμανση είναι ότι, συνήθως, τα κοινά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων γίνονται αίτια για ευκολότερη επαφή και γνωριμία μέσα από το ταξίδι, με βάση το κοινό επάγγελμα, την ηλικία και την οικογενειακή κατάσταση (ζευγάρια με παιδιά). Δημιουργείται, έτσι, μια κοινότητα που λειτουργεί συχνά θετικότερα από την εμπορική λογική του κλασσικού τουρισμού των διακοπών. Ένα τρίτο στοιχείο αφορά τις ειδικές ομάδες πληθυσμού (ηλικιωμένοι, ασθενείς, αγρότες, ανάπηροι) για τις οποίες αυτά τα προγράμματα δίνουν δυνατότητες κοινωνικοποίησης αλλά και συμμετοχής σε δραστηριότητες.

Οι οικονομικές επιπτώσεις αφορούν τους τουρίστες, το κράτος αλλά και τους τοπικούς επιχειρηματίες. Οι τουρίστες ενισχύονται οικονομικά με διάφορους τρόπους για να ταξιδέψουν, χρησιμοποιώντας βέβαια πόρους σε μεγάλο ποσοστό δικούς τους (Ταμείου Διακοπών). Το κράτος ασκεί μέσω του κοινωνικού τουρισμού μια πολιτική ενίσχυση των κοινωνικών παροχών αλλά

και της απασχόλησης σε τοπικό επίπεδο, στοχεύοντας ουσιαστικά και στην ενίσχυση του ευρύτερου τουριστικού τομέα (επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου γενικότερα στον τόπο υποδοχής). Τέλος, οι τοπικοί επιχειρηματίες ωφελούνται από τον κοινωνικό τουρισμό, διότι είναι τουρισμός των μεγάλων αριθμών και συχνά μετριάξει το πρόβλημα της εποχικότητας. Αναμφισβήτητα υπάρχουν πολλά προβλήματα, με πρώτο το γεγονός ότι κάθε μορφή κοινωνικής παροχής αποτελεί οικονομική απειλή, αλλά συνολικά τα προγράμματα αυτά είναι πολύ θετικά για την οικονομία.

7.4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο κοινωνικός τουρισμός αναπτύχθηκε εντυπωσιακά στην τελευταία δεκαετία, έχοντας τρία βασικά χαρακτηριστικά: λειτούργησε σαν μορφή κοινωνικής παροχής του κράτους, στόχευσε κυρίως στην ανάπτυξη προγραμμάτων τουρισμού διακοπών και δεν δημιουργήθηκε ειδική υποδομή προσφοράς υπηρεσιών για τους κοινωνικούς τουρίστες, αλλά χρησιμοποιήθηκε η υπάρχουσα υποδομή του ΕΟΤ (ξενοδοχεία, camping, κ.λπ.) και ξενοδοχεία του ιδιωτικού τομέα.

Στόχος των προγραμμάτων αυτών ήταν να δοθεί η δυνατότητα σε νέους, ηλικιωμένους, πολύτεκνους, αγρότες και άτομα με ειδικές ανάγκες να κάνουν φθηνές διακοπές και να γνωρίσουν την Ελλάδα.

Τα προγράμματα ξεκίνησαν πειραματικά το 1982 από τον ΕΟΤ που τα οργάνωσε και τα προώθησε και στην συνέχεια αποτέλεσαν αντικείμενα άλλων φορέων. Οι κυριότεροι από αυτούς είναι η Εργατική Εστία, η Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς και η Γενική Γραμματεία Απόδημου Ελληνισμού. Αργότερα υπήρξαν προγράμματα στα οποία συμμετείχαν η Γενική Γραμματεία Ισότητας των δύο φύλων, το Υπουργείο Κοινωνικών Υπηρεσιών (ΚΑΠΗ και Ιδρύματα Αναπήρων), οι Νομαρχιακές Λαϊκής Επιμόρφωσης και Τοπική Αυτοδιοίκηση.

Το κόστος των προγραμμάτων κάλυπτε ο ΕΟΤ και η Εργατική Εστία, ενώ στα εξειδικευμένα προγράμματα που αναπτύχθηκαν την δαπάνη κάλυπταν από κοινού ο ΕΟΤ και οι διάφοροι φορείς που συμμετείχαν. Δικαίωμα συμμετοχής είχαν καταρχάς οι δικαιούχοι των παροχών της Εργατικής Εστίας με κάποιο όριο αποδοχών και αργότερα το δικαίωμα επεκτάθηκε και σε άλλες ομάδες ατόμων (συνταξιούχοι, αγρότες, ανάπηροι κ.λπ.) με βάση ένα όριο εισοδημάτων. Παράλληλα, η Εργατική Εστία, όρισε ορισμένες κατηγορίες δικαιούχων (πολύτεκνοι, γονείς παιδιών με ειδικές ανάγκες κ.λπ.) οι οποίες μπορούσαν να επιδοτηθούν.

Η ημερήσια επιδότηση διαφοροποιείτο ανάλογα με το είδος του καταλύματος που επέλεγε ο εργαζόμενος. Τα προγράμματα αυτά είχαν σημαντική ζήτηση τόσο από τους εργαζόμενους όσο και από τους επιχειρηματίες.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχουν και τα εξειδικευμένα προγράμματα. Σε συνεργασία με το ΙΚΑ πραγματοποιήθηκε ένα σημαντικό πρόγραμμα θεραπευτικού κοινωνικού τουρισμού με δικαιούχους άτομα χαμηλών εισοδημάτων που είχαν ανάγκη λουτροθεραπείας. Τέλος, πραγματοποιήθηκαν πολλά προγράμματα για άτομα με ειδικές ανάγκες σε συνεργασία με τους υπεύθυνους κοινωνικούς φορείς.

Ο κοινωνικός τουρισμός επεκτάθηκε και στο χώρο της νεολαίας με τη συνεργασία ΕΟΤ και Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς. Τα προγράμματα δεν στόχευαν απλώς στην παροχή φθηνών διακοπών, αλλά επίσης στη γνωριμία με την ύπαιθρο ή την εκμάθηση κάποιου σπορ (χειμερινό σκι), μέσω των προγραμμάτων χειμερινού τουρισμού και του προγράμματος «Νέοι και Βουνό». Οι δικαιούχοι είναι νέοι ηλικίας 18-35 και η συνεχής αύξηση του αριθμού δείχνει τη δυναμική της ζήτησης. Ιδιαίτερα δημοφιλείς είναι οι εκδρομές στα χειμερινά θέρετρα (Παρνασσός, κ.λπ.) Επίσης, υπάρχει συνεργασία με χιονοδρομικούς, ορειβατικούς και σπηλαιολογικούς ομίλους. Στα έξοδα του προγράμματος «Νέοι και Βουνό» συμμετέχει και η τοπική αυτοδιοίκηση. Τέλος,

το Υφυπουργείο Νέας Γενιάς ξεκίνησε το 1988 και συνεχίζει σε ετήσια βάση ένα πρόγραμμα κοινωνικού τουρισμού με ανταλλαγές νέων από την Κύπρο, με στόχο τη γνωριμία με τα προβλήματα, τους κατοίκους και την ιστορία του νησιού.

Τα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού προβλήθηκαν με αφίσες, διαφημιστικά φυλλάδια και τηλεοπτικά σποτ ενώ ειδικό έντυπο υλικό μοιράζεται από Νομαρχίες, ΟΤΑ, Γραφεία ΕΟΤ, την Εργατική Εστία και τη Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς. Παράλληλα, έγιναν πολλές εκπομπές σε ραδιόφωνο και η τηλεόραση καθώς και καταχωρήσεις στον ημερήσιο και περιοδικό τύπο.

- Ø Η προσφορά στηρίχθηκε στην υποδομή τουριστικού διακοπών για την εκτός αιχμής περίοδο και στην οργάνωση και λειτουργία των προγραμμάτων κυρίως από τον ΕΟΤ και το Υφυπουργείο Νέας Γενιάς.
- Ø Δεν δημιουργήθηκε εξειδικευμένη υποδομή προσφοράς σύμφωνα με τα διεθνή δεδομένα.
- Ø Η χρηματοδότηση των περισσότερων τέτοιων προγραμμάτων από τις Δημόσιες Επενδύσεις τα καθιστά ευάλωτα στην οικονομική συγκυρία.
- Ø Υπήρξαν λειτουργικές αδυναμίες στην οργάνωση των ξενοδοχείων και παράπονα για τις παρεχόμενες υπηρεσίες ή την «ποιότητα» των πελατών. Παρόλα αυτά, τα ξενοδοχεία που ζητούσαν συμμετοχή στα προγράμματα ήταν κάθε χρόνο και περισσότερα, γεγονός που δείχνει ότι η ζήτηση ήταν σημαντική και διαρκώς αυξανόμενη, αλλά τα κριτήρια που χρησιμοποιήθηκαν (π.χ. εισόδημα) δεν μπορούν να θεωρηθούν αντικειμενικά. Παράλληλα, η συνεχής διεύρυνση των ομάδων των δικαιούχων θα οδηγήσει σε αδυναμία ανταπόκρισης της προσφοράς στη ζήτηση.

∅ Το μεγαλύτερο μέρος των ταξιδιών πραγματοποιήθηκε στην περίοδο αιχμής, γεγονός που αναιρούσε το βασικό στόχο που ήταν η άμβλυνση της εποχικότητας.

∅ Η ζήτηση θα συνεχίσει να αυξάνεται για διαφορετικούς λόγους:

α. Κοινωνικοί: είναι πολύ μεγάλος ο αριθμός των ατόμων τρίτης ηλικίας που δεν έχουν κάνει τουρισμό ή των ατόμων με ειδικές ανάγκες που δεν έχουν οικονομικά μέσα να ταξιδέψουν.

β. Οικονομικοί: είναι σημαντικά τα ποσοστά των χαμηλόμισθων, ιδιαίτερα της τρίτης ηλικίας (συνταξιούχοι κ.λπ.), ενώ και οι νέοι αργούν να αποκτήσουν προσωπικά εισοδήματα.

γ. Τουριστική δαπάνη: η Ελλάδα εμφανίζει ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά τουριστικών αναχωρήσεων για ταξίδια στο εξωτερικό. Από αυτόν το σημαντικό οικονομικό δείκτη του τουρισμού, προκύπτει, ότι τα ταξίδια αυτού του τύπου (κοινωνικού τουρισμού, εσωτερικού τουρισμού) θα προτιμώνται για οικονομικούς λόγους.

7.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Βασική εκτίμηση, είναι ότι εάν ο κοινωνικός τουρισμός εφαρμοσθεί σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα, μπορεί να λειτουργήσει σαν μια δυναμική ειδική μορφή τουρισμού, που θα συμβάλλει ιδιαίτερα στην τουριστική ανάπτυξη περιοχών με διαφορετικό βαθμό ανάπτυξης. Οι προϋποθέσεις για να επαληθευθεί κάτι τέτοιο είναι οι ακόλουθες:

✓ Νομοθετικές ρυθμίσεις που θα επιτρέψουν την ανάπτυξη προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού για εργαζόμενους από δημόσιους φορείς, Νομαρχίες, ΟΤΑ, Συνδικαλιστικά Σωματεία όλων των βαθμίδων, Συλλόγους και Σωματεία που άμεσα ή έμμεσα

σχετίζονται με τουριστικές δραστηριότητες. Ο ΕΟΤ θα ασκεί απλώς οργανωτικό έλεγχο.

- ▼ Απόκτηση τεχνογνωσίας με την πρόκληση ειδικών από το εξωτερικό που θα συμβάλλουν στην κατάρτιση αυτών των προγραμμάτων.
- ▼ Ενημέρωση των ξενοδοχείων και όσων φορέων εμπλέκονται στο τουριστικό κύκλωμα για τα πλεονεκτήματα που θα προκύψουν από την ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού.
- ▼ Σύνδεση των προγραμμάτων αυτών με την ανάπτυξη άλλων ειδικών μορφών τουρισμού (χειμερινός, αθλητικός, ιαματικός, φυσιολατρικός), ιδιαίτερα στις τουριστικά υποβαθμισμένες περιοχές, στις κορεσμένες περιοχές όπου μπορεί να συμβάλλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και, τέλος, στις περιοχές ιαματικών πηγών, όπου εξασφαλίζεται επίσης σημαντική επιμήκυνση της περιόδου.
- ▼ Ενημέρωση για τα προγράμματα από τους κρατικούς φορείς και τα σχολεία και ενίσχυση με οικονομικά κίνητρα κάθε τέτοιου προγράμματος που θα απευθύνεται σε νέους με τους εξής στόχους: γνωριμία με την ύπαιθρο, περιβαλλοντική αγωγή, γνωριμία με μορφές και εκφράσεις του τοπικού πολιτισμού, ένταξη νέων ατόμων με ειδικές ανάγκες στην κοινωνία και συνδυασμός τουρισμού διακοπών με εκπαιδευτικά σεμινάρια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΟΡΕΙΝΟΣ- ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

8.1.ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η χιονοδρομία (ski) έχει την καταγωγή της από τις Σκανδιναβικές χώρες όπου, εκτός από άθλημα, αποτελεί και τρόπο διακίνησης προσώπων και αγαθών. Από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα αρχίζει η σταδιακή εξάπλωση της σε μια σειρά από χώρες οι οποίες διαθέτουν τις κατάλληλες κλιματολογικές συνθήκες και συγκεκριμένες οικονομικές προϋποθέσεις.

Κατά το τέλος της δεκαετίας του '30 δημιουργούνται, προοδευτικά, μια σειρά από χιονοδρομικά κέντρα στην Κεντρική Ευρώπη, τα οποία αρχικά αναπτύσσονται γύρω από υποτυπωδώς διαμορφωμένες χιονοπλαγιές με στοιχειώδη εξοπλισμό. Πολύ γρήγορα όμως εξελίσσονται σε κοσμικά χειμερινά κέντρα.

Κατά τις τελευταίες δεκαετίες, ο κλάδος του χειμερινού-ορεινού τουρισμού είναι, γενικότερα, συνδεδεμένος με τον τουρισμό στα χιονοδρομικά κέντρα. Άλλες μορφές του χειμερινού-ορεινού τουρισμού είναι ο ορειβατικός τουρισμός και οι διακοπές σε ορεινά θέρετρα. Συγγενή αθλήματα με τη χιονοδρομία (ski) είναι μια σειρά αθλημάτων που αποκαλούνται χειμερινά όπως η παγοδρομία, η ελκυθροδρομία, η αναρρίχηση.

Κυριότερες χώρες Προέλευσης και Προορισμού

Είναι ευνόητο ότι οι κυριότερες χώρες προέλευσης των σκιέρ αντιστοιχούν σ' εκείνες οι οποίες εμφανίζουν κάποια παράδοση στην ανάπτυξη των χειμερινών διακοπών ή σ' εκείνες οι οποίες, έχοντας φθάσει σε υψηλό οικονομικό επίπεδο ανάπτυξης, συγκαταλέγονται προοδευτικά στον κατάλογο των χωρών

αποστολής τουριστών για χειμερινά σπορ. Αναλυτικότερα χώρες των οποίων οι κάτοικοι επιδίδονται στο σκι είναι:

Ευρώπη: Αυστρία, Ελβετία, Γαλλία, Ιταλία, Σκανδιναβία, Μ.Βρετανία, Γερμανία.

Αμερική: ΗΠΑ, Καναδάς.

Ασία: Ιαπωνία, Κορέα.

Αντίστοιχα, μεταξύ των χωρών στις οποίες λειτουργούν αξιόλογα χιονοδρομικά κέντρα περιλαμβάνονται οι ακόλουθες:

Ευρώπη: Γαλλία, Αυστρία, Ελβετία, Ιταλία, Γερμανία, Σκανδιναβία, Γιουγκοσλαβία, Τσεχοσλοβακία.

Αμερική: ΗΠΑ, Καναδάς.

Ασία: Ιαπωνία, Κορέα.

Χαρακτηριστικά Συμμετεχόντων

Τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων ποικίλλουν από χώρα σε χώρα και εξαρτώνται επίσης από το στάδιο ανάπτυξης του σκι.

Σε μια πρώτη φάση ανάπτυξης ασχολούνται οι οικο νομικά ευρωστότερες τάξεις του πληθυσμού, δεδομένου ότι το σκι απαιτεί σημαντικά έξοδα για τη διεξαγωγή του.

Όλο και ευρύτερες ομάδες του πληθυσμού ασχολούνται με το σκι, που αποκτά πλέον μη ταξικό χαρακτήρα.

Άλλα ενδιαφέροντα στοιχεία αφορούν τους επόμενους τομείς:

✓ **Ηλικία:** η μεγαλύτερη συχνότητα απαντάται στην ομάδα 15-24 ετών.

✓ **Τόπος κατοικίας:** το 70% προέρχεται από αστικές περιοχές.

✓ **Είδος σκι:** ποσοστό 66% κάνει αποκλειστικά σκι καταβάσεων, 14% αποκλειστικά σκι αντοχής (cross country), 15% καταβάσεων και αντοχής

συγχρόνως, ενώ ένα 5% αυτών που παραθερίζουν στα χιονοδρομικά κέντρα δεν κάνει σκι, αλλά απολαμβάνει άλλες δραστηριότητες.

- ▼ Συχνότητα: από τους επισκέπτες το 1/3 αποτελούν οι «φανατικοί» σκιέρ που επισκέπτονται συχνά τα χιονοδρομικά κέντρα, ενώ τα υπόλοιπα 2/3 κατατάσσονται στους «ερασιτέχνες».
- ▼ Καταλύματα: από τους επισκέπτες των χιονοδρομικών κέντρων ποσοστό 17% διαμένει σε ξενοδοχεία, 43% σε άλλα ξενοδοχειακά καταλύματα (π.χ. πανσιόν, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, bungalows) και 24% σε παραθεριστικές κατοικίες, πατρικά σπίτια, ή φιλοξενείται σε φίλους.

Λειτουργία και Οργάνωση των Χιονοδρομικών Κέντρων

Τα χιονοδρομικά κέντρα αναπτύσσονται σε περιοχές με κατάλληλη κλίση του εδάφους, επαρκή χιόνωση και άλλες ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες (ανέμοι, υγρασία).

Άλλοι σημαντικοί παράγοντες είναι επίσης το υψόμετρο, ο γεωγραφικός παράλληλος της χώρας και η απόσταση από τα αστικά κέντρα της περιοχής.

Ο χρόνος λειτουργίας των χιονοδρομικών κέντρων ποικίλλει. Στις χώρες της Βόρειας και Κεντρικής Ευρώπης τα Χιονοδρομικά Κέντρα λειτουργούν συνήθως από τέλη Νοεμβρίου έως τέλη Απριλίου. Στη Νότια Ευρώπη ο αντίστοιχος χρόνος είναι από τα τέλη Δεκεμβρίου έως τα μέσα Απριλίου.

Το ιδιοκτησιακό καθεστώς των ski lifts ποικίλλει. Στην Βόρειο Αμερική και σε ορισμένα χιονοδρομικά κέντρα της Ευρώπης οι ιδιοκτήτες είναι ιδιώτες. Στην Ευρώπη η εκμετάλλευση των lifts πολλών χιονοδρομικών κέντρων είναι υπόθεση φορέων της τοπικής αυτοδιοίκησης ή του κράτους. Τα ξενοδοχειακά καταλύματα στο σύνολο τους, σχεδόν ανήκουν σε ιδιώτες.

Μεγάλες ξενοδοχειακές εταιρείες ανεγείρουν καταλύματα στο χώρο των πιστών ασχολούμενες ταυτόχρονα και με την προσέλκυση τουριστών.

Αρκετές απ' αυτές προσανατολίζονται στην κατασκευή ξενοδοχείων και άλλων συγκροτημάτων.

Ένα καλά οργανωμένο χιονοδρομικό κέντρο διαθέτει/ παρέχει:

- Ικανό αριθμό αναβατήρων (ski lifts) και πιστών.
- Ειδικά lifts για παιδιά.
- Ειδικές περιοχές για monoski, surfing, ελεύθερο σκι (free style skiing).
- Μηχανολογικό εξοπλισμό: ρατράκ (χιονοστρωτήρες), «κανόνι» για τεχνητό χιόνι.
- Ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό για την παρακολούθηση της ποιότητας του χιονιού και τη συντήρηση των πιστών, τη λειτουργία και συντήρηση μηχανολογικού εξοπλισμού, καθώς επίσης χιονοδρόμους τραυματιοφορείς.
- Σχολές εκμάθησης σκι με έμπειρους εκπαιδευτές σε διάφορα είδη σκι ή άλλα αθλήματα και για διάφορες ηλικίες.
- Οδηγούς για σκι καταβάσεων εκτός πιστών.
- Χώρους και εγκαταστάσεις κατάλληλες για την τέλεση χιονοδρομικών αγώνων.
- Ενοικίαση snow scooters, hang- gliding, parascending.
- Σύστημα ιατρικής και φαρμακευτικής βοήθειας, όχι μόνο στις εγκαταστάσεις του αλλά και στην ευρύτερη περιοχή.
- Εξυπηρετήσεις που επιτρέπουν την πρόσβαση με ελικόπτερα.
- Κέντρα εστίασης: εστιατόρια, καφετέριες, snack bar.
- Ξενοδοχειακά καταλύματα στο χώρο των πιστών και σε ακτίνα 30km απ' αυτόν.
- Επαρκή δημόσια υποδομή στην περιφέρεια του: νερό, ασφαλτοστρωμένους δρόμους, χώρους στάθμευσης, αποχέτευση, ηλεκτροφωτισμό, εκχιονιστικά μηχανήματα και συνεργεία διάσωσης.

Τα μεγάλα κέντρα χειμερινών δραστηριοτήτων διαθέτουν χώρους για συναφή χειμερινά αθλήματα, όπως οι παγοδρομίες και οι ελκυθροδρομίες.

Για την αναψυχή του τουρίστα διοργανώνεται μια σειρά εκδηλώσεων όπως εκδρομές, χορευτικές βραδιές και πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Η διαφήμιση των χιονοδρομιών κέντρων γίνεται από:

- Ø Το κράτος και τους εθνικούς οργανισμούς τουρισμού
- Ø Τις περιφερειακές αρχές
- Ø Τις δημοτικές αρχές
- Ø Ιδιωτικές επιχειρήσεις.

Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στην ποιότητα και παρουσίαση των διαφημιστικών εντύπων, τα οποία περιέχουν πληροφορίες όχι μόνο για το χιονοδρομικό κέντρο αλλά και για άλλα ενδιαφέροντα στην ευρύτερη περιοχή.

8.2. Ο ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ – ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στοιχεία για χιονοδρομικά κέντρα

Το ποσοστό των Ελλήνων τουριστών που πραγματοποιούν διακοπές σε ορεινά τουριστικά κέντρα το χειμώνα δεν είναι μεγάλο, παρουσιάζει όμως σημαντικές αυξητικές τάσεις τα τελευταία χρόνια.

Στην Ελλάδα λειτουργούν σήμερα 20 χιονοδρομικά κέντρα τα οποία ανήκουν σε κρατικούς ή συλλογικούς φορείς.

1. Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού Ν. Βοιωτίας. Υψόμετρο: Κελλάρια 1.750 m, Φτερόλακα 1.950m, Γεροντόβραχος 1.800m. Διαθέτει 17 ski- lifts μήκους 11.060m. Μήκος 24 πιστών 17.300m. Δυναμικότητα 6.000 σκιέρ/ ώρα.
2. Χιονοδρομικό Κέντρο Χελμού Ν. Αχαΐας. Υψόμετρο 1.650-2.100m. Διαθέτει 5 ski- lifts μήκους 2.600m. Μήκος 8 πιστών 10km. Δυναμικότητα 5.000 σκιέρ/ ώρα.
3. Χιονοδρομικό Κέντρο Μαινάλου Ν. Αρκαδίας. Υψόμετρο 1.600 m. Διαθέτει 3 ski-lifts μήκους 2000m. Μήκος 8 πιστών 10 km. Δυναμικότητα 2 πιστών 700 σκιέρ/ ώρα.
4. Χιονοδρομικό Κέντρο Τυμφρηστού Ν. Ευρυτανίας. Υψόμετρο 1.800 m. Διαθέτει 3 ski- lifts μήκους 1.510 m. Μήκος 2 πιστών 2.500m. Δυναμικότητα 2.500 σκιέρ/ ώρα.
5. Χιονοδρομικό Κέντρο Δίρφης Ν. Εύβοιας. Διαθέτει 1 ski- lifts.
6. Χιονοδρομικό Κέντρο Πηλίου Ν. Μαγνησίας. Υψόμετρο 1.500m. Διαθέτει 3 ski- lifts μήκους 1.630 m. Μήκος 3 πιστών 2.425 m.
7. Χιονοδρομικό Κέντρο Ολύμπου Ν. Λάρισας. Υψόμετρο 1.800 m. Διαθέτει 1 ski- lifts μήκους 1.140 m. Μήκος 1 πίστας 1.140 m. Δυναμικότητα 850 σκιέρ/ ώρα.
8. Χιονοδρομικό Κέντρο Σέλιου Ν. Ημαθίας. Υψόμετρο 1.500 m. Διαθέτει 5 ski-lifts μήκους 4.100 m. Υπάρχουν άλλα 2 ski-lifts στην περιοχή, που ανήκουν στο γειτονικό ιδιωτικό χιονοδρομικό κέντρο «Χρυσό Ελάφι», συνολικού μήκους 1.200 m. Μήκος 16 πίστων 22km. Δυναμικότητα 8.000 σκιέρ/ ώρα.

- 9.** Χιονοδρομικό Κέντρο Τρία-Πέντε Πηγάδια Ν. Ημαθίας. Υψόμετρο 1.420-2.005 m. Διαθέτει 4 ski-lifts μήκους 2.700 m. Μήκος 4 πιστών 5.700 m. Δυναμικότητα 2 πιστών 2.000 σκιέρ/ ώρα.
- 10.** Χιονοδρομικό Κέντρο Βασιλίτσας Ν. Γρεβενών. Υψόμετρο 1.650 m. Διαθέτει 3 ski-lifts μήκους 1.450 m. Μήκος 2 πιστών 2.550 m.
- 11.** Χιονοδρομικό Κέντρο Πισσοδερίου Ν. Φλώρινας. Υψόμετρο 1.650 m. Διαθέτει 3 ski-lifts μήκους 2.500 m. Μήκος 3 πιστών 6 km. Δυναμικότητα 6.000 σκιέρ/ ώρα.
- 12.** Χιονοδρομικό Κέντρο Βιτσιού Ν. Καστοριάς. Υψόμετρο 1.680 m. Διαθέτει 1 ski-lifts. Μήκος 3 πιστών 3.400 m. Δυναμικότητα 2 πιστών 900 σκιέρ/ ώρα.
- 13.** Χιονοδρομικό Κέντρο Μετσόβου Ν.Ιωαννίνων. Υψόμετρο 1.350 m. Διαθέτει 1 ski-lift μήκους 800m. Μήκος 1 πίστας 1 km.
- 14.** Χιονοδρομικό Κέντρο Λαϊλάς Ν. Σερρών. Υψόμετρο 1.600 m. Διαθέτει 2 ski-lifts μήκους 1.050 m. Μήκος 1 πίστας 1.100 m. Δυναμικότητα 1.200 σκιέρ/ ώρα.
- 15.** Χιονοδρομικό Κέντρο Φαλακρού Ν. Δράμας, Υψόμετρο 1.720 m. Διαθέτει δύο ski-lifts μήκους 1.150 m. Μήκος 3 πιστών 4 km. Δυναμικότητα 250 σκιέρ/ ώρα.
- 16.** Χιονοδρομικό Κέντρο Παγγαίου Ν. Καβάλας. Υψόμετρο 1.750m. Διαθέτει ένα ski-lift μήκους 300m. Μήκος 1 πίστας 400 m. Δυναμικότητα 250 σκιέρ/ ώρα.

17. Χιονοδρομικό Κέντρο Ανταλόφου Ν. Ξάνθης. Διαθέτει 1 ski-lift μήκους 400 m. Μήκος 1 πίστας 300 m.

18. Χιονοδρομικό Κέντρο Πετρουλίου Ν. Τρικάλων. Διαθέτει 1 ski-lift.

19. Χιονοδρομικό Κέντρο Λευκών Ορέων Ν. Χανίων. Διαθέτει 1 ski-lift. Μήκος 2 πιστών 300 m. Δυναμικότητα 80 σκιέρ/ ώρα.

20. Χιονοδρομικό Κέντρο Κίσαβου Ν. Λάρισας. Διαθέτει 1 ski-lift.

Υπολογίζεται ότι το συνολικό μήκος των ski-lifts στην Ελλάδα προσεγγίζει τα 34 km., σε συνολικό μήκος πιστών 75 km με δυναμικότητα 75.000 σκιέρ/ ώρα. Με εξαίρεση τον Παρνασσό και σε μικρότερο βαθμό το Σέλι, τα παραπάνω χιονοδρομικά κέντρα δεν ικανοποιούν τις διεθνείς προδιαγραφές και υστερούν έναντι χωρών με παρόμοιες κλιματολογικές και οικονομικοκοινωνικές συνθήκες.

Από πλευράς κίνησης πρώτο είναι το χιονοδρομικό κέντρο Παρνασσού και ακολουθούν τα χιονοδρομικά κέντρα Σελίου, Χελμού, Νάουσας, Πηλίου, Τυμφρηστού.

Από πλευράς προέλευσης των σκιέρ, η Αττική αντιπροσωπεύει ποσοστό μεγαλύτερο των 50% και ακολουθεί ο Ν.Θεσσαλονίκης. Η περιοχή Βέροιας-Νάουσας έχει μακρόχρονη παράδοση στην Ελληνική αθλητική χιονοδρομία. Οι περισσότεροι σκιέρ των ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων συνδυάζουν το σκι με ορισμένες άλλες δραστηριότητες όπως ενεργή αναψυχή στην ύπαιθρο, γνωριμία με τοπικά ήθη και έθιμα, επίσκεψη σε γειτονικά αξιοθέατα, κ.λπ.

Η εκμετάλευση των ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων ανήκει σε κρατικούς ή συλλογικούς φορείς.

Στη συνέχεια αναφέρονται οι φορείς εκμετάλευσης των κυριότερων Χιονοδρομικών κέντρων.

Επιπτώσεις λειτουργίας χιονοδρομικών κέντρων

Οι επιπτώσεις από τη λειτουργία των δύο σημαντικότερων ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων στην οικονομική ανάπτυξη των γειτονικών περιοχών είναι άμεσες και θετικές.

Στην Αράχοβα και τους Δελφούς παρατηρείται μια έντονη κατασκευαστική δραστηριότητα σε κύριες και δευτερεύουσες κατοικίες και ζωνηρή κίνηση στα ξενοδοχεία, εστιατόρια, καφετέριες. Η Αράχοβα, η Αγόριανη, οι Δελφοί, το Πολύδροσο και η Αμφίκλει, που ανήκουν στην ευρύτερη περιοχή επιρροής του Χιονοδρομικού Κέντρου Παρνασσού, γνωρίζουν ουσιαστική πληθυσμιακή ανάκαμψη. Το ίδιο παρατηρείται και στις κοινότητες Σελίου και Κουμαριάς που βρίσκονται στην ακτίνα επιρροής του Χιονοδρομικού κέντρου Σελίου.

Ορειβασία

Η Ελληνική Ομοσπονδία Ορειβατικών Συνδέσμων (Ε.Ο.Ο.Σ) ιδρύθηκε το 1930. Οι περισσότεροι ορειβάτες προέρχονται από τους νομούς Αττικής και Θεσσαλονίκης και τη Βόρεια Ελλάδα. Στη χώρα υπάρχουν 45 καταφύγια. Την Ελλάδα επισκέπτονται τα τελευταία έτη 6.000 περίπου αλλοδαποί ορειβάτες, οι οποίοι συνδυάζουν την ορειβασία με εκδρομές σε γειτονικά αξιοθέατα και δαπανούν αρκετό συνάλλαγμα. Οι περισσότεροι από αυτούς επισκέπτονται τον Όλυμπο που έχει τη φήμη της κατοικίας των θεών των αρχαίων Ελλήνων και την Αστράκα του Πάπιγγου. Από πλευράς εθνικότητας προηγούνται οι Γερμανοί και Άγγλοι και ακολουθούν οι Ολλανδοί και Σκανδιναβοί. Στο εξωτερικό η ορειβασία είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένη στις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης.

Παγοδρομία

Στις παγοδρομίες περιλαμβάνονται τα αθλήματα: χόκεϊ επί πάγου, καλλιτεχνικό πατινάζ, πατινάζ ταχύτητας.

Τα παγοδρόμια αναπτύσσονται αρχικά στα αστικά κέντρα, σήμερα όμως τα μεγάλα χιονοδρομικά κέντρα στο εξωτερικό διαθέτουν και αίθουσες παγοδρομιών.

Η αθλητική παγοδρομία είναι περισσότερο ανεπτυγμένη στην Τσεχοσλοβακία, Καναδά, Σοβιετική Ένωση, ΗΠΑ, ενώ η ερασιτεχνική στην Σκανδιναβία, Ολλανδία, Αυστρία, Ελβετία, Τσεχοσλοβακία, Καναδά, Μ.Βρετανία.

Στην Ελλάδα, η Ελληνική Ομοσπονδία Παγοδρομιών (Ε.Ο.ΠΑΓ.) ιδρύθηκε το 1986 και έχει 12 Σωματεία με 700 αθλητές. Υπολογίζεται ότι ο αριθμός τους έχει διπλασιαστεί. Το 80% των εγγεγραμμένων αθλητών προέρχεται από την Αττική και ακολουθεί η Θεσσαλονίκη.

Ως προς τις ηλικίες η εικόνα είναι η ακόλουθη:

Πατινάζ ταχυτήτων: 7-30 ετών, κυρίως 17-22 ετών

Πατινάζ καλλιτεχνικό: 5-23 ετών, κυρίως 17-19 ετών

Πατινάζ επί πάγου: 7-33 ετών, κυρίως 17-24 ετών

Το χρονικό διάστημα που πραγματοποιούνται τα παγοδρομικά αγωνίσματα στη χώρα μας είναι από τον Οκτώβριο έως το Μάιο.

Η κατασκευή παγοδρομιών στα ελληνικά χιονοδρομικά κέντρα θα πρέπει να απασχολήσει τους επενδυτές μακροπρόθεσμα, διότι προσελκύουν ενεργητικούς και παθητικούς επισκέπτες. Αποτέλεσμα αυτού είναι η αύξηση του χρόνου παραμονής και της ημερήσιας δαπάνης, η οποία αποβαίνει εις όφελος της ευρύτερης περιοχής.

Προβλήματα του Ορεινού Τουρισμού

Τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος στην Ελλάδα είναι:

- Έλλειψη προσπάθειας για διάδοση των «χειμερινών» αθλημάτων.
- Απουσία χιονοδρομικού κέντρου διεθνούς σημασίας και προβολής, εκτός του Παρνασσού και σε κάποιο βαθμό του Σελίου.
- Ελλείψεις στο οδικό δίκτυο και σε άλλα έργα υποδομής. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του δρόμου που συνδέει το χιονοδρομικό κέντρο Παρνασσού με την Αράχοβα που είναι στενός, ελικοειδής και δεν διαθέτει άνετους χώρους προσωρινής στάθμευσης. Αποτέλεσμα είναι το «μποτιλιάρισμα» και η απώλεια πολύτιμου χρόνου για το σκι. Επίσης, ακόμα και στα πιο δημοφιλή κέντρα, ο εκχιονισμός των δρόμων πρόσβασης συχνά καθυστερεί λόγω ανεπαρκούς εξοπλισμού και διαθέσιμου ανθρωποδυναμικού.
- Ελλείψεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό και πάγιες εγκαταστάσεις των μεγαλύτερων χιονοδρομικών κέντρων Παρνασσού, Βερμίου (Σέλι, Τρία-Πέντε Πηγάδια). Στα lifts αυτών των χιονοδρομικών κέντρων, ιδίως στον Παρνασσό και το Σέλι, ο χρόνος αναμονής στις ώρες αιχμής είναι ιδιαίτερα αυξημένος.
- Ανυπαρξία ξενοδοχειακών καταλυμάτων στη βάση των lifts. Το αποτέλεσμα είναι η δαπάνη πολύτιμης ώρας για μετάβαση από το ξενοδοχείο στις πίστες.
- Όσον αφορά τις παγοδρομίες, σοβαρό πρόβλημα στην ανάπτυξη του αθλήματος δημιουργεί η έλλειψη αιθουσών παγοδρομίας.
- Στην ορειβάσια τα κυριότερα προβλήματα συνοψίζονται στην πλημμελή συντήρηση των υπαρχόντων καταφύγιων.

- Οι σύλλογοι που ασχολούνται με τα χειμερινά αθλήματα- χιονοδρομικοί , ορειβατικοί, παγοδρομιών- χρηματοδοτούνται ανεπαρκώς σε σύγκριση με συλλόγους άλλων αθλημάτων.

8.3. ΘΕΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Από το χειμερινό τουρισμό αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις έχουν μόνο οι εγκαταστάσεις για το σκι καταβάσεων. Στην περίπτωση, δε, χιονοδρομικών κέντρων όπου οι εγκαταστάσεις καταλυμάτων, αναψυχής, εξυπηρετήσεων (γυμναστήρια, sauna) , εμπορίου, άλλων σπορ (π.χ. παγοδρομία, πισίνες) έχουν αναπτυχθεί παράλληλα με τις πίστες οι αρνητικές επιπτώσεις εντείνονται.

Το έργο ανάπτυξης των χιονοπλαγιών προϋποθέτει σημαντικές σε ένταση αλλαγές του φυσικού περιβάλλοντος. Συγκεκριμένα τα έργα αυτά επιφέρουν αλλοιώσεις του εδαφικού ανάγλυφου για τη διαμόρφωση των πιστών, την αποψίλωση σημαντικών εκτάσεων για τη διαμόρφωση διαδρόμων, εκβραχισμούς, για την εδραίωση πυλώνων αναβατήρων και τεχνικές διαδρομές. Είναι προφανές ότι τόσο κατά τη διάρκεια αυτών των έργων, όσο και κατά τη λειτουργία τους δημιουργούνται σοβαρές, καταστροφές στην πρώτη περίπτωση και ενοχλήσεις στη δεύτερη, που αφορούν την πανίδα και τη χλωρίδα ενώ σημαντικές μεταβολές δημιουργούνται και στο τοπίο.

Ακόμα και αν κανείς αποδεχθεί την παρουσία αυτών των εγκαταστάσεων κατά τη διάρκεια της χιονοδρομικής περιόδου, κυρίως διότι η χιονοκάλυψη καταφέρνει να απαλύνει τις αρνητικές επιπτώσεις αυτών των μεταβολών, η θερινή εμφάνιση αυτών των περιοχών αποκαλύπτει την πραγματική εικόνα.

Τα δίκτυα υποδομής-οδικής πρόσβασης, ύδρευσης, αποχεύσεως και μεταφοράς προξενούν ανάλογες αλλοιώσεις στα φυσικά στοιχεία της περιοχής.

Θετικές, όμως, πρέπει να θεωρηθούν οι επιπτώσεις από την ανάπτυξη κοινωνικής και τεχνικής υποδομής σε απομακρυσμένες περιοχές, την οποία οι

κάτοικοι είχαν στερηθεί στο παρελθόν και η οποία δρα καταλυτικά στη συγκράτηση του φαινομένου του αποπληθυσμού της υπαίθρου.

Οι οικονομικές επιπτώσεις πρέπει να θεωρηθούν θετικές και σημαντικές, δεν επωφελούνται όμως εξίσου όλα τα μέλη της τοπικής κοινωνίας δεδομένου ότι αρκετές από τις θέσεις απαιτούν την κάλυψη με εξειδικευμένο κυρίως προσωπικό που συχνά έρχεται από άλλες περιοχές στην αρχική περίοδο ανάπτυξης. Σταδιακά όμως, αυτές οι θέσεις στελεχώνονται από το τοπικό ανθρωποδυναμικό. Εξάλλου, η μορφή αυτή επιμηκύνει την τουριστική περίοδο, αναπτύσσει τα χειμερινά αθλήματα και προβάλλει το αθλητικό και τουριστικό προφίλ της χώρας.

8.4. ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ

Ο χιονοδρομικός τουρισμός βρίσκεται σε χαμηλότερο επίπεδο στην Ελλάδα και όχι μόνο έναντι των «αλπικών» χωρών, αλλά και έναντι χωρών με παρόμοιες κλιματολογικές και οικονομικοκοινωνικές συνθήκες όπως η Ισπανία, Ιταλία, Χιλή, Αργεντινή και τα Βαλκανικά κράτη. Ταυτόχρονα η Ελλάδα είναι μια από τις πιο ορεινές χώρες της Ευρώπης, αφού τα βουνά καταλαμβάνουν μεγάλη επιφάνεια και ο ορεινός πληθυσμός αποτελεί το 9,67% του συνόλου.

Στην αθλητική χιονοδρομία, που βρίσκεται ακόμα σε χαμηλά επίπεδα, παρατηρείται μια αυξητική τάση τα τελευταία έτη.

Αρκετά αξιόλογη είναι η προσπάθεια της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς, η οποία από το 1988 εφαρμόζει το Πρόγραμμα «Νέοι και Βουνό». Με αυτό χρηματοδοτούνται Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης οι οποίοι σε συνεργασία με Ορειβατικούς και Χιονοδρομικούς Συλλόγους οργανώνουν μαθήματα εκμάθησης των «ορεινών» αθλημάτων : χιονοδρομίας, ορειβασίας, σπηλαιολογίας.

Η χώρα μας πληροί τις προϋποθέσεις για ανάπτυξη του χιονοτουρισμού, τουλάχιστον για το τρίμηνο Ιανουαρίου- Φεβρουαρίου- Μαρτίου. Οι κυριότεροι λόγοι που συνηγορούν σ' αυτό είναι:

- Η εξοικονόμηση συναλλάγματος, δεδομένου ότι χιλιάδες Έλληνες μεταβαίνουν κάθε χρόνο σε χιονοδρομικά κέντρα του εξωτερικού- ιδίως στη Βουλγαρία, Γιουγκοσλαβία και Αυστρία- για διακοπές.
- Η οικονομική ανάπτυξη των ορεινών περιοχών και η αύξηση του βοτικού επιπέδου των κατοίκων.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

9.1. ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ : ΜΙΑ ΕΞΙΔΙΚΕΥΜΕΝΗ ΜΟΡΦΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ

Οι τουριστικές δραστηριότητες στο ύπαιθρο έχουν ιστορία συχνά αιώνων αφού υπήρξαν από παλιά ο κλασικότερος τύπος οικογενειακών διακοπών για τους κεντροευρωπαίους ιδίως. Οι αλλαγές στη μεταπολεμική περίοδο και η άνοδος του εμπορίου τουρισμού οδήγησαν και σε σημαντικές αλλαγές στην έννοια, το περιεχόμενο και τις μορφές οργάνωσης και λειτουργίας των διαφόρων τύπων τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στην ύπαιθρο. Δύο είναι οι διαφορετικοί τύποι που κυριαρχούν πλέον σ' αυτές τις μορφές: ο ένας είναι ο κλασικός «τουρισμός στην ύπαιθρο», ενώ ο άλλος είναι μια ειδικότερη μορφή αυτού, με μεγάλη ανάπτυξη μεταπολεμικά, «ο αγροτουρισμός».

Ο «τουρισμός στην ύπαιθρο» είναι η κάθε μορφής τουριστική δραστηριότητα που αναπτύσσεται ή ασκείται στην ύπαιθρο με σκοπό την αναψυχή. Τα χαρακτηριστικά της είναι:

- Ø Μπορεί ο τουρίστας να μένει σε κάποιο υπαίθριο κάμπινγκ ή σε μονάδα αγροτουριστική ή και σε ξενοδοχείο διακοπών.
- Ø Μπορεί να είναι δραστηριότητα προερχόμενη από τον ιδιωτικό τομέα (π.χ. ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα κ.λπ.) ή να είναι αποτέλεσμα πρωτοβουλιών της τοπικής αυτοδιοίκησης (π.χ. δημοτικές πανσιόν και κάμπινγκ).
- Ø Το κίνητρο να έχει σχέση με την ανάγκη του τουρίστα για την επιστροφή στη φύση (τουρισμός φυσιολατρικός, οικολογικός, ορειβατικός,

χειμερινός κ.λπ.) ή να προκειται απλώς για δραστηριότητες διακοπών και αναψυχής που αναπτύσσονται στην ύπαιθρο (παραθαλάσσια ξενοδοχειακά συγκροτήματα).

- Ø Ο τύπος της τουριστικής ανάπτυξης να εντάσσεται στα μέτρα και τα μεγέθη της τοπικής δομής ή να μην συμβαίνει κάτι τέτοιο αλλά να έχουν κάποιες μορφές προσαρμοσμένων τουριστικών δραστηριοτήτων που δεν συνδέονται με την τοπική κοινωνικοοικονομική και περιβαλλοντική δομή.

Το γεγονός ότι η έννοια «τουρισμός στην ύπαιθρο» περιλαμβάνει κάθε μορφής τουριστική δραστηριότητα στην ύπαιθρο χωρίς να υπάρχει ένα συγκεκριμένο κίνητρο που διαμορφώνει μια ειδική προσφορά με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά δείχνει ότι δεν πρόκειται για ειδική μορφή τουρισμού. Αυτή ακριβώς η εξειδικευμένη μορφή τουρισμού στην ύπαιθρο είναι ο «αγροτουρισμός» που σαν βασικό χαρακτηριστικό του έχει την προσπάθεια να συνδεθεί με διαφορετικούς οργανωτικά και λειτουργικά τρόπους η γεωργία με τον τουρισμό με τελικό στόχο την αμοιβαία ωφέλεια και ιδιαίτερα για την γεωργία τη διατήρηση οικονομικά ενεργού πληθυσμού στην ύπαιθρο. Τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά στον αγροτουρισμό είναι:

- Ø Η προσπάθεια να ενταχθεί ο τουρισμός στην τοπική αγροτική δομή ιδιαίτερα στο οικονομικό επίπεδο. Προϋποθέτει έναν αγρότη οικονομικά ενεργό που ασκεί την αγροτική δραστηριότητα σαν επάγγελμα βασικό ενώ ο τουρισμός συμβάλλει απλώς στην συμπλήρωση του εισοδήματος.
- Ø Το κίνητρο που οδηγεί τους τουρίστες στον αγροτουρισμό είναι ακριβώς η ύπαρξη κάποιας αγροτικής εκμετάλευσης σε οργανωμένο χώρο, (φάρμα, αγροικία). Πρόκειται για μια προσπάθεια περισσότερο ισορροπημένων και «ενεργών» διακοπών, γεγονός που εξηγεί γιατί συχνά οι τουρίστες ζητούν να συμμετέχουν στις αγροτικές εργασίες.

- Ø Η επαφή του τουρίστα με τον ντόπιο είναι συνήθως περισσότερο ειλικρινής και άμεση, αφού η ίδια η τουριστική δραστηριότητα προϋποθέτει την συμμετοχή σε κοινές δραστηριότητες. Δεν είναι άλλωστε τυχαίο ότι μεγάλο μέρος αυτής της μορφής τουρισμού είναι οικογενειακής μορφής: ο χώρος επιτρέπει στα παιδιά να λειτουργήσουν περισσότερο ελεύθερα.
- Ø Ο αγροτουρισμός συμβάλλει δυναμικά στην απορρόφηση τοπικών αγροτικών προϊόντων (γλυκά, διακοσμητικά, τυροκομικά κ.λπ.) δημιουργώντας έτσι ένα πρόσθετο εισόδημα στις αγροτικές περιοχές.
- Ø Ο καθοριστικός ρόλος των γυναικών, οι οποίες συχνά διευθύνουν τις αγροτουριστικές μονάδες, αφού ο σύζυγος συνήθως ασχολείται με την αγροτική απασχόληση.

9.2. ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΧΩΡΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι χώρες όπου κυρίως αναπτύχθηκε ο αγροτουρισμός είναι αυτές της Ευρώπης τόσο λόγω της παράδοσης όσο και λόγω της ανάγκης να βρεθούν τρόποι να ενισχυθεί το εισόδημα των υποβαθμισμένων αγροτικών περιοχών, αλλά και να υπάρξει μια διέξοδος για φτηνές οικογενειακές διακοπές των κατοίκων της πόλης. Οι μορφές της ανάπτυξης του αγροτουρισμού διαφοροποιήθηκαν σημαντικά ανάλογα με την χώρα, την παράδοση, το είδος της αγροτικής εκμετάλλευσης, την ανάπτυξη του αγροτικού συνεταιριστικού κινήματος και τους επιδιωκόμενους στόχους της τουριστικής και αγροτικής πολιτικής. Η ευρεία συμμετοχή των αγροτών στον αγροτουρισμό εξηγείται και από το γεγονός ότι για διαφορετικούς λόγους τόσο τα μεγάλα αγροκτήματα της Βόρειας Ευρώπης όσο και οι μικρές αγροτικές εκμεταλλεύσεις της Νότιας, ο τουρισμός λειτούργησε σαν μια συμπληρωματική, πηγή εισοδημάτων.

Οι χώρες με την σημαντικότερη ανάπτυξη είναι οι εξής:

1. Γαλλία

Η ανάπτυξη ξεκίνησε από το 1952 με την δημιουργία της οργάνωσης Agriculture et Tourisme που εκπαίδευε τους αγρότες στον αγροτουρισμό. Σταθμός θεωρείται η δημιουργία των αγροτικών καταλυμάτων που είναι διαμερίσματα ή αυτόνομες οικίες σε αγροκτήμα. Οι στόχοι που τέθηκαν ήταν η συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού και οι φτηνές διακοπές σε συνδυασμό με την προσπάθεια για επαφή των αγροτών με τους τουρίστες.

Η έκταση αυτού του τύπου ανάπτυξης στηρίχθηκε στη συνεργασία ιδιοκτητών, οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης, κράτους και αποκεντρωμένης περιφερειακής διοίκησης.

2. Ιταλία

Ο αγροτουρισμός αναπτύχθηκε και εδώ σημαντικά, στηριγμένος κυρίως σε τοπικές ενώσεις αγροτών ιδιοκτητών γης. Οι ιδιαιτερότητες του Ιταλικού αγροτουρισμού έγκειται: στην αυτόνομη περιφερειακή ανάπτυξη του , στην άμεση σύνδεση του με την τοπική αγροτική παραγωγή που προβάλλεται και προωθείται στους αγοραστές-τουρίστες που μένουν στις μονάδες, στην εξιδίκευση του π.χ. «αγροτουρισμός» πολυτελείας σε αγροκτήματα υψηλών προδιαγραφών.

Τέλος σημαντική για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού ήταν η γυναικεία εργασία.

3. Μεγάλη Βρετανία

Η βασική στόχευση της ανάπτυξης του αγροτουρισμού ήταν η βελτίωση των εισοδημάτων των πραγματικών αγροτών, ιδιαίτερα σε περιοχές αραιοκατοικημένες και υποβαθμισμένες. Μια ιδιαίτερη μορφή αγροτουρισμού είναι η παροχή χώρου και κατά περίπτωση υποδομής εστίασης σε τουρίστες με τροχόσπιτα ή σε όσους θέλουν κάποιας μορφής ελεύθερο κάμπινγκ. Ο αγροτουρισμός συνδυάστηκε με πολλές παράλληλες ψυχαγωγικές, αθλητικές και πολιτιστικές δραστηριότητες και στηρίχθηκε σε σημαντικό βαθμό σε κρατική βοήθεια, όπως κρατικά δάνεια.

4. Γερμανία- Αυστρία

Ο αγροτουρισμός είναι πολύ δημοφιλής στις δύο αυτές χώρες εδώ και πολλά χρόνια. Αναπτύχθηκε κύρια στις ορεινές και παραλίμνιες περιοχές και συνδυάζεται με μεγάλη ποικιλία αθλητικών και φυσιολατρικών εκδηλώσεων. Στις χώρες αυτές γίνεται μια προσπάθεια να αναπτυχθεί αγροτουρισμός με καθαρά εμπορική μορφή σε τουριστικά χωριά που κτίζονται με «παραδοσιακό» τρόπο. Στα κλασσικά αγροτουριστικά αγροκτήματα υπάρχει συχνά συμμετοχή στις αγροτικές εργασίες. Μεγάλο μέρος της υποδομής αναπτύχθηκε κατά περιοχές με παράδοση στον χειμερινό τουρισμό (αθλητικό, ορειβατικό).

9.3. ΜΟΡΦΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- 1.** Αγροτουρισμός σε αγροκτήματα όπου ο τουρίστας μοιράζεται φαγητό και διαμονή με τους ιδιοκτήτες.

Πρόκειται για την πιο κλασσική μορφή αγροτουρισμού όπου ο τουρίστας μένει στο αγρόκτημα σε χώρους κατάλληλα διαρρυθμισμένους. Συνήθως αυτή η

μορφή απευθύνεται σε τουρίστες χαμηλών εισοδημάτων και σε όσους έχουν διάθεση να συμμετέχουν σε αγροτικές εργασίες ή να γνωρίσουν τη ζωή της υπαίθρου. Σε πολλά απ' αυτά τα αγροκτήματα δίνεται η δυνατότητα για σπορ και φυσιολατρικές δραστηριότητες, π.χ. κολύμπι, ιππασία, πεζοπορία, ορειβασία κ.λπ.

2. Αγροτουρισμός σε αγροκτήματα με διαμονή και φαγητό των τουριστών σε ξεχωριστό οίκημα

Αυτή η μορφή αγροτουρισμού έχει συνεχή ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια λόγω των πλεονεκτημάτων που παρουσιάζει τόσο για τους αγρότες-επιχειρηματίες, όσο και για τους τουρίστες: οι μεν πρώτοι διατηρούν τον ιδιωτικό τους χώρο, ενώ παράλληλα δημιουργώντας μια υποδομή οικίσκων έχουν δυνατότητα καλύτερου μάρκετινγκ και τιμών, οι δε τουρίστες έχουν αυτονομία στον ύπνο και το φαγητό γεγονός ιδιαίτερα δελεαστικό για οικογένειες με μικρά παιδιά. Σε αυτές τις αγροτουριστικές μονάδες υπάρχει συχνά και υποδομή για παιδιά (παιδικές χαρές) ή αθλητισμό και φυσιολατρία. Η ανάπτυξη τέτοιων αγροτουριστικών μονάδων απαιτεί αρκετά σημαντική επένδυση και εκτεταμένη αγροτική εκμετάλλευση.

3. Διαφόρων μορφών κάμπινγκ μέσα σε αγρόκτημα

Είναι ίσως η φθηνότερη μορφή αγροτουρισμού και απευθύνεται σε νέους, οικογένειες με παιδιά και φυσιολάτρες. Συχνά ο αγρότης παρέχει εκτός από το χώρο και υποδομή εστιατορίου καθώς και νερό, τουαλέτες κ.λπ. Αυτές οι μονάδες έχουν το πλεονέκτημα για τον αγρότη ότι απαιτούν πολύ μικρής κλίμακας επένδυση και έτσι η απόσβεση τους είναι σύντομη.

4. Αγροτουρισμός σε προστατευμένες χώρους που μετατρέπονται σε Εθνικά Πάρκα.

Πρόκειται για περιοχές όπου τίθενται περιορισμοί στη δόμηση και σε διάφορες μορφές εκμετάλευσης που θα επηρεάζει την πανίδα και την χλωρίδα. Οι κοινότητες που βρίσκονται στα όρια αυτών των Εθνικών Πάρκων αναλαμβάνουν, συχνά σε συνεταιριστική βάση, την εκμετάλευση τους δίνοντας έμφαση στην ανάπτυξη ήπιων μορφών αγροτουρισμού αλλά και τουρισμού στο ύπαιθρο, με σεβασμό στο περιβάλλον.

5. Αγροτουριστικά συγκροτήματα συνεταιριστικής μορφής.

Το ενδιαφέρον στοιχείο έγκειται στην παρουσία των γυναικών στους συνεταιρισμούς αυτούς, γεγονός που συνδέεται και με την παραγωγή από τις ίδιες ντόπιων προϊόντων (γλυκά, υφαντά, κεραμικά, τυροκομικά προϊόντα, κρασιά κ.λπ.). Συχνά δημιουργούνται και εκθετήρια αγροτικών προϊόντων ή και μικρά μουσεία που απεικονίζουν την ιστορία και τον πολιτισμό της περιοχής. Τέτοιας μορφής αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί έχουν αρχίσει να αναπτύσσονται ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια.

6. Αγροτουρισμός σε οικισμούς που χτίζονται με παραδοσιακά υλικά ώστε να δίνουν την εικόνα ενός «παραδισιακού» χωριού: μια πρόσφατη εξέλιξη με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά.

Αυτή η μορφή γνωρίζει μεγάλη άνθηση τα τελευταία χρόνια στην κεντρική Ευρώπη. Χτίζονται ολόκληρα χωριά, ώστε να μοιάζουν παραδοσιακά. Παράλληλα δημιουργείται μια σημαντική υποδομή (μαγαζιά και εστιατόρια) που επιδιώκεται να δίνει την εικόνα ενός παραδοσιακού χωριού.

Αυτοί οι οικισμοί είναι επιχειρήσεις εμπορικού χαρακτήρα και η ένταξη τους ή όχι στους τύπους αγροτουρισμού είναι θέμα ερμηνείας. Η κυριότερη αντίρρηση είναι ότι λείπουν οι αγρότες και η αγροτική εκμετάλλευση και η γνωριμία των τουριστών με τα χαρακτηριστικά της αγροτικής ζωής είναι περισσότερο επιφανειακή. Αυτή ακριβώς η εξέλιξη εξηγεί και την ανάγκη των επιχειρήσεων του κλάδου είτε να εξειδικεύονται είτε να προσφέρουν διαρκώς και περισσότερες υπηρεσίες. Τέτοιες εξειδικεύσεις είναι οι εξής:

- Ø Ως προς το επίπεδο ανέσεων π.χ. αγροτουρισμός υψηλών προδιαγραφών (αγροκτήματα πολυτελείας, αγροτουριστικά χωριά).
- Ø Ως προς το εύρος της παράλληλης υποδομής ιδιαίτερα όσον αφορά αθλητισμό και παιδιά π.χ. τένις, κολύμπι, ιππασία, ορειβασία, παιδικές χαρές κ.λπ. Αυτή η παράλληλη υποδομή άλλωστε συχνά είναι ο παράγοντας –κλειδί της επιτυχίας της επένδυσης.
- Ø Ως προς τις δυνατότητες συνδυασμού με άλλες ειδικές μορφές τουρισμού π.χ. χειμερινό, αθλητικό, φυσιολατρικό, περιηγητικό, εκπαιδευτικό, οικοτουρισμό κ.λπ.

9.4. ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Οι κοινωνικές επιπτώσεις αφορούν τόσο τους τουρίστες όσο και τους ντόπιους. Ο τουρίστας θεωρείται ότι σε τέτοιας μορφής τουριστική δραστηριότητα βρίσκει τη δυνατότητα να επανακτήσει την ισορροπία που οι ρυθμοί εργασίας και η ζωή στην πόλη τον έκαναν να χάσει. Αυτή η διαπίστωση συνδέεται με το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος των τουριστών προέρχεται από αστικά κέντρα και είναι οικογενειάρχες. Συνδέεται επίσης με την άποψη ότι το φυσικό και δομημένο περιβάλλον ενός αγροκτήματος σε αντίθεση με μία παραθαλάσσια περιοχή τουρισμού διακοπών επιτρέπει την χαλάρωση και την ξεκούραση χωρίς εντάσεις (π.χ. βραδινή ζωή και διασκέδαση στις περιοχές

τουρισμού διακοπών). Μια δεύτερη κοινωνική επίπτωση συνδέει αυτή τη μορφή διακοπών με την ανάγκη για επιστροφή στη φύση που εννοείται σαν μια επιστροφή σε ένα παρελθόν με κοινωνικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά που δεν υπάρχουν στην καθημερινή πραγματικότητα του τουρίστα. Αυτή η επιστροφή είναι ένα ταξίδι που επιτρέπει στον τουρίστα να συνεχίζει κατόπιν να ζει στους έντονους ρυθμούς της ζωής στην πόλη.

Τέλος, σημαντικό στοιχείο του αγροτουρισμού είναι ότι επιβάλλει στον τουρίστα μια ενεργή τουριστική δραστηριότητα σε αντίθεση με την παθητικότητα του τουριστικού πακέτου. Ο τουρίστας είναι συμμετέτοχος τόσο στην τοπική κοινωνική ζωή όσο και στις ποικίλες δραστηριότητες (αθλητικές, φυσιολατρικές) που προσφέρονται σ' αυτόν και την οικογένεια του. Ο οικογενειακός χαρακτήρας του αγροτουρισμού άλλωστε είναι μία ακόμη πλευρά αυτής της ενεργοποίησης των τουριστών. Για τους ντόπιους ο αγροτουρισμός προσφέρει αρχικά την δυνατότητα μιας άμεσης, πρόσωπο με πρόσωπο, επαφής με τους τουρίστες, γεγονός που σπάζει την απομόνωση και το αίσθημα του κοινωνικού αποκλεισμού. Επιπλέον γίνεται αιτία να επανεκτιμηθούν τα στοιχεία της αγροτικής δομής αλλά και σε πολλές περιπτώσεις συμβάλλει (π.χ. αγροτικά μουσεία) στην διατήρηση των στοιχείων της τοπικής ιστορίας που αλλιώς θα χανόντουσαν.

Σε πολλές περιοχές με αγροτουρισμό δημιουργήθηκε το φαινόμενο να διατηρείται μια γεωργία (βιτρίνας) απλώς για να δικαιολογείται το γεγονός ότι πρόκειται για αγροτική εκμετάλευση με οικονομικά ενεργούς αγρότες που είναι προαπαιτούμενο για να υπάρχει τέτοια μονάδα. Κατ' αυτόν τον τρόπο η γεωργική εκμετάλλευση γίνεται «διακοσμητική» στην λειτουργία μιας καθαρά τουριστικής επιχείρησης. Αυτό το πρόβλημα δείχνει ότι για τους νεότερους αγρότες απαιτούνται και επιπλέον κίνητρα εκτός από το εισόδημα του αγροτουρισμού για να παραμείνουν οικονομικά ενεργοί αγρότες.

Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις της ανάπτυξης του αγροτουρισμού αποτέλεσαν επίσης ένα καθοριστικό στοιχείο της προτίμησης του. Θεωρείται

καταρχάς ότι καταρχάς ότι ο αγροτουρισμός εκφράζει την έννοια της «ενταγμένης» τουριστικής ανάπτυξης στην ύπαιθρο, «σέβεται» δηλαδή την υπάρχουσα περιβαλλοντική δομή. Η άποψη αυτή στηρίζεται στο γεγονός ότι δεν απαιτούνται μεγάλης έκτασης παρεμβάσεις στο φυσικό περιβάλλον (π.χ. ανέγερση ξενοδοχείων, εστιατορίων). Μια δεύτερη επίπτωση είναι ότι το ουσιαστικό κίνητρο που οδηγεί τους τουρίστες εκεί συνδέεται άμεσα με το περιβάλλον και την προστασία του. Αυτό γίνεται τόσο μέσα από τις δραστηριότητες στην αγροτική εκμετάλευση όσο και από τις παράλληλες δραστηριότητες που κυριαρχούνται από την φυσιολατρεία.

Για τα παιδιά ιδίως, αυτές οι δραστηριότητες αποτελούν μια δυναμική περιβαλλοντική αγωγή που συμβάλλει στην εμπέδωση της ιδέας της προστασίας του περιβάλλοντος. Υπάρχει τέλος μια εξέλιξη τα τελευταία χρόνια που αναφέρεται στην προσπάθεια προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς της υπαίθρου μέσω Ευρωπαϊκών προγραμμάτων που στοχεύουν συνδυασμένα στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, στην ανάπτυξη (ήπιων) μορφών τουριστικής ανάπτυξης, όπως ο αγροτουρισμός, στη ανάδειξη και προστασία των μνημείων ή παραδοσιακών οικισμών της περιοχής που συνδέονται με την τοπική ιστορία και τον πολιτισμό. Πρόκειται ουσιαστικά για μια προσπάθεια να ενταχθεί ο αγροτουρισμός σε μια συνδυασμένη αναπτυξιακή στρατηγική του τουρισμού στις περιοχές της Ευρώπης με πλούσιο πολιτιστικό παρελθόν.

9.5. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Από την δεκαετία του '60 ήδη, υπήρξε μια αποπρογραμματίστη και εμπειρική ανάπτυξη μορφών αγροτουρισμού στην Ελλάδα κυρίως σε περιοχές παραθαλάσσιες που αργότερα μετατράπηκαν σε κέντρα οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών. Η ανάπτυξη αυτή στηρίχθηκε στην προσπάθεια των ντόπιων να προσφέρουν στα σπίτια τους φιλοξενία και συχνά τοπικά προϊόντα στους τουρίστες. Η έλλειψη συγκροτημένων εθνικών και τοπικών

προγραμμάτων και η ταχύτατη ανάπτυξη του οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών στις περιοχές αυτές, άφησε ανολοκλήρωτες αυτές τις προσπάθειες που σταδιακά μετατράπηκαν σε επιχειρήσεις ενοικιαζόμενων δωματίων. Υπήρξε κατ' αυτόν τον τρόπο μία σημαντική χρονική υστέρηση σε σχέση με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες, που συχνά ανέπτυξαν τον αγροτουρισμό παράλληλα με τον κοινωνικό τουρισμό και ουσιαστικά τον χρησιμοποίησαν σαν εργαλείο περιφερειακής ανάπτυξης.

Ουσιαστικά, οι σημαντικές προσπάθειες ανάπτυξης αγροτουρισμού, είναι άμεσα συνδεδεμένες με την ένταξη της χώρας μας στην Ε.Ο.Κ., που ήδη διέθετε μια νομοθεσία, αλλά και παράλληλα προωθούσε και προωθεί συστηματικά την μορφή τουριστικής ανάπτυξης στις προβληματικές περιοχές. Τα προγράμματα αγροτουρισμού ανέλαβαν καταρχάς να προωθήσουν το Υπουργείο Γεωργίας, η Αγροτική Τράπεζα και ο Ε.Ο.Τ. σε συνεργασία με την χρηματοδότηση της Ε.Ο.Κ. Το πρόγραμμα αυτό, στο οποίο περιλήφθηκαν 217 κοινότητες και 21 άγονα νησιά σε 28 νομούς της χώρας έθετε ορισμένα κριτήρια-που αποτελούσαν άλλωστε κριτήρια παρόμοιων προγραμμάτων της Ε.Ο.Κ.:

- (1) Οι αγρότες να είναι οικονομικά ενεργοί, με κύρια απασχόληση τη γεωργία.
- (2) Οι αγρότες να είναι ιδιόκτητες κατοικίας, που διαθέτει χώρο ικανό να μετατραπεί σε τουριστικά δωμάτια ή οικοπεδική έκταση ικανή για την ανέγερση τέτοιων δωματίων.
- (3) Στο πρόγραμμα μπορούσαν, με τους ίδιους όρους, να υπαχθούν και συνταξιούχοι που επιστρέφουν με στόχο την εγκατάσταση τουλάχιστον για πέντε χρόνια.
- (4) Στο ίδιο πρόγραμμα συμμετείχαν και κοινότητες, συνεταιρισμοί, δήμοι κ.λπ. που είχαν δικαίωμα ανέγερσης οικημάτων μέχρι 15 δωματίων ή την αξιοποίηση παραδοσιακών κτιρίων κ.λπ.

Εάν οι δικαιούχοι δεν τηρούσαν τις προϋποθέσεις της δανειοδότησης υποχρεούνται να επιστρέψουν το δάνειο.

Σε μια επόμενη χρονικά φάση (1984) τα προγράμματα ανάπτυξης αγροτουρισμού προωθούνται από το Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας μέσω των Μεσογειακών Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων. Τόσο τα κριτήρια όσο και οι στόχοι δεν διαφοροποιήθηκαν στην νέα αυτή αναπτυξιακή προσπάθεια εκτός ίσως από το γεγονός ότι δόθηκε κάπου μεγαλύτερη έμφαση στην χρηματοδότηση συγκροτημένων προτάσεων (κοινότητες, συνεταιρισμοί, αναπτυξιακές εταιρείες κ.λπ.) από ότι ατομικών (αγρότες).

Η προσπάθεια να υπάρξει μια συνολική αποτίμηση των προγραμμάτων ανάπτυξης του αγροτουρισμού είναι δύσκολη κυρίως λόγω του γεγονότος ότι μέρος αυτών εξακολουθεί να είναι υπό εκτέλεση ή έχουν μερικώς ολοκληρωθεί. Σε κάθε περίπτωση υπάρχουν ήδη ορισμένες αρνητικές επισημάνσεις στον τρόπο οργάνωσης, χρηματοδότησης και ελέγχου των προγραμμάτων αυτών. Η αναφορά τους στόχο έχει να καταγράψει τα προβλήματα ενός τύπου τουρισμού που διεθνώς η ζήτηση των υπηρεσιών του εμφανίζει αυξητική τάση και ο οποίος εξακολουθεί να είναι ο κύριος αναπτυξιακός μοχλός των πολιτικών της Ε.Ο.Κ. στον αγροτικό τομέα αλλά και στον τουρισμό. Τα κυριότερα προβλήματα που παρουσιάστηκαν είναι τα εξής:

- Υπήρξε εξαρχής πληθώρα δημοσίων υπηρεσιών και οργανισμών που επεδίωξαν παράλληλα με τους βασικούς φορείς π.χ. Ε.Ο.Τ., Υπουργείο Γεωργίας, να προωθήσουν τέτοια προγράμματα.
- Δεν ολοκληρώθηκε η προσπάθεια να δημιουργηθεί ένα συντονιστικό όργανο με αρμοδιότητες χάραξης πολιτικής, προδιαγραφών, αλλά και ελέγχου εφαρμογής των προγραμμάτων αυτών, με αποτέλεσμα την αδυναμία «χρησιμοποίησης» του αγροτουρισμού για εφαρμογή μιας πολιτικής περιφερειακής ανάπτυξης των άγονων, ορεινών και ηπειρωτικών περιοχών της χώρας.

- Έλλειψε ο έλεγχος της πορείας της δανειοδότησης και της εφαρμογής των προδιαγραφών, με αποτέλεσμα μέρος των δανείων να καταλήξει σε δανειοδότηση αγροτών για οικοδόμηση των σπιτιών τους ή άλλων οικοπέδων της αγροτικής εκμετάλλευσης.
- Δεν υπήρξε σημαντικός αριθμός συγκροτημένων προσπαθειών από τοπικούς αναπτυξιακούς φορείς ή κοινότητες, ενώ δεν λήφθηκε μέριμνα για την δυνατότητα συμμετοχής σ' αυτά τα προγράμματα ιδιωτικών εταιρειών. Αντίθετα οι δανειοδοτήσεις σε άτομα, χωρίς μια οργανωτική και λειτουργική στήριξη τους από κάποιο φορέα (συνεταιρισμός-συνεταιρισμός ιδιοκτητών κ.λπ.) δεν ήταν αποδοτική, κυρίως λόγω της έλλειψης τεχνογνωσίας.
- Οι προσπάθειες που έγιναν να υπάρξει πληροφόρηση για τη διεθνή εμπειρία, ήταν αποσπασματικές και δεν κατέληξαν σε ένα πρόγραμμα που να προτείνει τα διαφορετικά μοντέλα που θα ήταν κατά περίπτωση περισσότερο ενταγμένα στην ελληνική πραγματικότητα. Αυτό, παρά το γεγονός ότι στις συναντήσεις των αρμοδίων φορέων που είχαν σαν στόχο να δημιουργηθεί ένα συντονιστικό όργανο επισημαίνεται αυτή η ανάγκη, αλλά δεν προωθείται το θέμα.
- Απαραίτητα στοιχεία σε μιας τέτοιας έκτασης αναπτυξιακή προσπάθεια είναι η ύπαρξη μιας έρευνας αγοράς (διεθνούς- εθνικής- τοπικής) που θα επιτρέψει να επιλέγουν οι ομάδες πελατών που υπάρχουν, αλλά και οι απαιτήσεις και η συνεχής παρακολούθηση των εξελίξεων στην προσφορά και τη ζήτηση αυτού του τύπου τουρισμού. Τέτοιας μορφής έρευνα έγινε μόνο σε τοπικό επίπεδο (απόψεις και αποδοχή του προγράμματος από τους ντόπιους).
- Καθοριστικό στοιχείο ήταν η λανθασμένη επιλογή των περιοχών που δόθηκαν οι δανειοδοτήσεις και τα κίνητρα. Ο αγροτουρισμός δεν μπορεί να αναπτυχθεί δίπλα σε περιοχές οργανωμένου τουρισμού διακοπών, γιατί τα στοιχεία που τον χαρακτηρίζουν (ενταγμένη ανάπτυξη, αγροτική

δομή, οικογενειακή μορφή, φυσιολατρία κ.λπ.), έρχονται σε αντίθεση με όσα χαρακτηρίζουν τον τουρισμό διακοπών. Το αποτέλεσμα είναι ότι οι αγροτουριστικές επιχειρήσεις ή συνεταιρισμοί σε περιοχές οργανωμένου τουρισμού διακοπών μετατρέπονται τελικά σε επιχειρήσεις ενοικιαζόμενων δωματίων.

9.6. ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η βασική εκτίμηση είναι ο αγροτουρισμός στις διάφορες μορφές του θα έχει διαρκώς αυξανόμενη ζήτηση διεθνώς για τους εξής λόγους:

- Α)** καλύπτει την ανάγκη φτηνών οικογενειακών διακοπών,
- Β)** ανταποκρίνεται στο νέο πρότυπο του ενεργού τουρισμού που συνδυάζει τις διακοπές με πλήθος άλλων δραστηριοτήτων,
- Γ)** προωθείται συστηματικά από υπερεθνικούς οργανισμούς κυρίως (Ε.Ο.Κ.) γιατί θεωρείται μορφή ενταγμένης ανάπτυξης,
- Δ)** συνδυάζεται με πολλές άλλες ειδικές μορφές, γεγονός που επιτρέπει την ανάπτυξη του σαν ένα «πλέγμα» δραστηριοτήτων.

Αυτή η εκτίμηση και παράλληλα πρόταση είναι ότι η ανάπτυξη του αγροτουρισμού θα πρέπει να γίνει με συγκροτημένα προγράμματα κοινοτήτων, εταιρειών κ.λπ. και με κυρίαρχο κριτήριο την θέση της περιοχής. Οι περιοχές που βρίσκονται στους ηπειρωτικούς τουριστικούς νόμους της χώρας και ιδιαίτερα στις ορεινές και ημιορεινές περιοχές έχουν περισσότερα συγκριτικά πλεονεκτήματα (χωροταξικά, περιβαλλοντικά, κοινωνικά, οικονομικά, διεθνούς ζήτησης, κριτηρίων δανειοδότησης από Ε.Ο.Κ. κ.λπ.)

Σε κάθε προσπάθεια για ανάπτυξη του αγροτουρισμού είναι αναγκαία τα εξής μέτρα:

- Δημιουργία ενός συντονιστικού φορέα όλων των οργανισμών που έχουν προγράμματα αγροτουρισμού, ο οποίος θα έχει καθοριστικές αρμοδιότητες στον προγραμματισμό, τη χρηματοδότηση, την ανάπτυξη και τον έλεγχο της σωστής εφαρμογής αυτών των προγραμμάτων. Αυτός ο φορέας θα παρέχει επίσης οικονομοτεχνική υποστήριξη, καθώς και υποδομή για το καλύτερο μάρκετινγκ και προβολή των συγκροτημάτων και περιοχών.
- Ανάπτυξη δύο ή τριών προγραμμάτων- πιλότου σε ορεινές μεσόγειες περιοχές της χώρας που θα οδηγήσουν σε φερέγγυα συμπεράσματα για τη μορφή και τους τύπους της προσφοράς που πρέπει να αναπτυχθεί.
- Σημαντική και προγραμματισμένη επιμόρφωση των απασχολούμενων και όσων θέλουν να ξεκινήσουν τέτοιες μονάδες.
- Ανάπτυξη του αγροτουρισμού σε πλέγμα με άλλες ειδικές μορφές, ώστε να γίνει δυνατή η προσέγγιση πολλών ομάδων τουριστών (χειμερινός, πολιτιστικός, περιηγητικός) με πρώτη στόχευση την ημεδαπή πελατεία.
- Κίνητρα προς τον ιδιωτικό τομέα για την ανάπτυξη εγκατελελειμμένων χωριών (σε συνεργασία με τοπικούς φορείς) ή για την δημιουργία τουριστικών χωριών με εμπορικό χαρακτήρα και στόχο υψηλότερη εισοδηματικά πελατεία που αναζητάει ξεκούραση και φυσικό περιβάλλον συνδυασμένο με παράλληλες δραστηριότητες (π.χ. χειμερινό τουρισμό).

Συμπερασματικά καταλήγουμε ότι οι λειτουργικές και οργανωτικές αδυναμίες που παρουσίασε η ανάπτυξη του αγροτουρισμού στη χώρα μας, μπορούν να εξαλειφθούν με διορθωτικές παρεμβάσεις που στόχο θα έχουν να αναδείξουν την ανάπτυξη της ζήτησης που παρουσιάζει.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ

10.1. ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ

Ο τουρισμός υγείας ιστορικά και έως το πρόσφατο παρελθόν ταυτιζόταν με το θεραπευτικό-ιαματικό τουρισμό. Τα τελευταία 15 χρόνια όμως έχει αναπτυχθεί και ένα νέο είδος τουρισμού υγείας που δεν αφορά τους αρρώστους αλλά και υγιείς κατά κύριο λόγο οι οποίοι επιδιώκουν μέσα από ειδικές «κούρες» (υγιεινή διατροφή, υδρομασάζ, γυμναστική) να διατηρήσουν μια καλή φυσική κατάσταση και να αναζωογονηθούν.

Η νέα αυτή εξειδίκευση του τουρισμού υγείας κερδίζει διαρκώς και μεγαλύτερη πελατεία στις ανεπτυγμένες χώρες. Σε κάθε περίπτωση πάντως ο ιαματικός-θεραπευτικός τουρισμός παραμένει η κυρίαρχη μορφή του τουρισμού με ιστορία και παράδοση πολλών αιώνων και με ιδιαίτερη σημασία για τη χώρα μας που διαθέτει ένα τεράστιο και σε μεγάλο ποσοστό ανεκμετάλλευτο πλούτο ιαματικών πηγών.

10.2. ΣΥΝΔΕΣΗ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ-ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΥΓΕΙΑΣ

Από τους δύο τύπους υγείας ο θεραπευτικός είναι αυτός που έχει τη μεγαλύτερη ιστορία. Οι θεραπευτικές ιδιότητες των μεταλλικών υδάτων έχουν επισημανθεί από τον Ιπποκράτη. Κατά τη Ρωμαϊκή και Βυζαντινή εποχή τα ιαματικά λουτρά γνωρίζουν μεγάλη άνθηση και συνίσταται στη θεραπεία πολλών παθήσεων. Από τον 16^ο αιώνα στη Γαλλία τοποθετούνται γιατροί στις ιαματικές πηγές ενώ από τον 19^ο αιώνα οι ιαματικές πηγές γνωρίζουν σημαντική ανάπτυξη και συνδέονται με την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων στις

περιοχές που βρίσκονται. Στην Ελλάδα το 1840 διορίζονται για πρώτη φορά γιατροί στις πηγές ενώ αρχίζει η μελέτη των ιδιοτήτων τους, οι ελληνικές λουτροπόλεις ακμάζουν και προσελκύουν τουρίστες υψηλών εισοδημάτων ενώ η επικράτηση του προτύπου «Ελλάδα χώρα διακοπών» οδηγεί σε παρακμή τις περισσότερες λουτροπόλεις. Μόνον τα τελευταία χρόνια εμφανίζεται ένα νέο ενδιαφέρον γι' αυτό τον τύπο του τουρισμού που συνδέεται και με την παράλληλη ανάπτυξη του τουρισμού υγιεινής και φυσικής διαβίωσης. Αυτή η μορφή τουρισμού αναπτύσσεται καταρχάς σε πολλές περιοχές με ιαματικά λουτρά που εμφανίζουν μείωση αφίξεων λόγω στροφής μεγάλου μέρους τουριστών (ιδιαίτερα των νέων και μεσαίων ηλικιών) στον τουρισμό διακοπών. Η ανάπτυξη αυτή καθορίστηκε από δύο παράγοντες: την ανάγκη των περιοχών αυτών – και όχι μόνον- να αναζητήσουν μια νέα πελατεία ώστε να παραμείνουν στην αγορά και την εμφάνιση κάποιων νέων κοινωνικών προτύπων στη μεσαία τάξη των αστικών κέντρων της Ευρώπης ιδιαίτερα. Σύμφωνα με αυτά η φυσική διατροφή, η υγιεινή διαβίωση και η σωματική υγεία γίνονται παράγοντες καθοριστικοί μιας «εικόνας» κοινωνικής ανόδου χαρακτηρίζοντας παράλληλα τον ανερχόμενο μεσοαστό της εποχής μας. Οι περιοχές που είχαν μια παράδοση στο θεραπευτικό τουρισμό κατόρθωσαν έτσι να διαφοροποιήσουν τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος που προσφέρουν και να αποκτήσουν μια νέα πελατεία. Τα τελευταία δέκα χρόνια αυτή η μορφή τουρισμού υγείας αναπτύσσεται ραγδαία και κατακτά ένα σημαντικό μέρος της αγοράς.

10.3. ΧΩΡΕΣ ΚΑΙ ΤΥΠΟΣ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ

Οι χώρες προέλευσης αλλά και προορισμού των περισσότερων πελατών τουρισμού υγείας είναι οι αναπτυγμένες χώρες της Κεντρικής Ευρώπης και η Σκανδιναβία. Σημαντικό ρόλο παίζει ιδιαίτερα στον θεραπευτικό τουρισμό η ιστορική παράδοση αλλά και η ιατρική που παραδέχεται σ' αυτές τις χώρες τις ιαματικές ιδιότητες των πηγών. Για τον ίδιο λόγο τα ιστορικά θέρετρα ιαματικού τουρισμού παρέμειναν δημοφιλή και μετά την επικράτηση των σύγχρονων φαρμακευτικών μεθόδων στη θεραπεία πολλών παθήσεων. Οι μεσογειακές χώρες έχουν μια ικανοποιητική ζήτηση αλλά υστερούν σε υποδομή αφού όλο το βάρος της ανάπτυξης της δόθηκε στον οργανωμένο, μαζικό τουρισμό διακοπών. Σημαντικά συγκριτικό πλεονέκτημα για τις μεσογειακές χώρες είναι το ήπιο κλίμα τους, ιδιαίτερα για τον τουρισμό υγιεινής διαβίωσης και τον τουρισμό για άτομα με ειδικές ανάγκες.

Οι περισσότεροι τουρίστες που πηγαίνουν σε θέρετρα θεραπευτικού τουρισμού είναι μέσης και μεγάλης ηλικίας, γεγονός που συνδέεται με το είδος των παθήσεων που έχουν. Το εισοδηματικό επίπεδο ποικίλει αλλά με εξαίρεση τον μικρό αριθμό των αριστοκρατικών θέρετρων η μεγάλη πλειοψηφία των πελατών είναι μεσαίου ή χαμηλού επιπέδου και πολλοί καλύπτουν το ταξίδι τους μέσω της Κοινωνικής τους Ασφάλισης ή των προγραμμάτων Κοινωνικού Τουρισμού. Στην περίπτωση του τουρισμού υγιεινής και φυσικής διαβίωσης οι πελάτες είναι κυρίως νέας και μεσαίας ηλικίας, ενώ σημαντικό είναι και το ποσοστό ηλικιωμένων. Εδώ οι ηλικίες συνδέονται με το κίνητρο που είναι η αναζωογόνηση, η κοινωνική άνοδος αλλά και η αλλαγή από τον αγχώδη ρυθμό της ζωής στην πόλη. Όσον αφορά άλλα χαρακτηριστικά των ταξιδιωτών του τουρισμού υγείας έρευνες δείχνουν ότι υπερτερούν όσοι ταξιδεύουν μόνοι καθώς και ζευγάρια.

10.4. ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΑΙ ΑΝΩΔΟΜΗ ΚΕΝΤΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ

Η αναγκαία υποδομή για τη δημιουργία ενός κέντρου θεραπευτικού τουρισμού ή τουρισμού υγιεινής διαβίωσης λαμβάνει εκτός της κλασσικής κτιριακής υποδομής (θεραπευτήριο και συχνά ξενοδοχείο) και μια σειρά άλλες παροχές που θα βελτιώσουν και θα κάνουν ανταγωνιστική την εικόνα του κέντρου. Έτσι μια τέτοια υποδομή στα σύγχρονα θεραπευτικά κέντρα περιλαμβάνει:

A. Σύγχρονα ιατρεία.

B. Θεραπευτήρια με πολλαπλές παροχές που να καλύπτουν όλες τις μορφές παθήσεων.

Γ. Πισίνες και αίθουσες γυμναστικής.

Δ. Πάρκα περιπάτου, ηλιοθεραπείας και ξεκούρασης σε αίθουσες ψυχαγωγίας και σύγχρονα κέντρα επικοινωνιών.

Εκτός όμως από αυτήν την υποδομή και επειδή αυτά τα κέντρα στοχεύουν σε τουρίστες υψηλών εισοδημάτων καθώς και στον τουρισμό υγιεινής διαβίωσης είναι αναγκαία και μια πρόσθετη υποδομή σε αθλητικές εγκαταστάσεις και σε αίθουσες προβολής (κινηματογράφος, θέατρο, βίντεο, κ.λπ.) ενώ πρέπει να λαμβάνεται μέριμνα και για ψυχαγωγία των πελατών (πολιτιστικές εκδηλώσεις, κ.λπ.) που συχνά μένουν για μεγάλα χρονικά διαστήματα. Τέλος από πλευράς αρχιτεκτονικής του τοπίου ένα τέτοιο κέντρο πρέπει να δίνει την αίσθηση της ηρεμίας και της ησυχίας στους πελάτες.

Εκτός όμως της κλασσικής υποδομής απαιτείται και μια υποδομή σε εξειδικευμένες υπηρεσίες που σχετίζονται με θέματα υγείας αλλά και με τις ανάγκες αυτού του είδους των τουριστών, αναφερόμαστε συγκεκριμένα στην υποδομή σε εξειδικευμένο ιατρικό προσωπικό που η παρουσία του είναι ουσιαστική για σωστή λειτουργία τέτοιων κέντρων.

Επιπτώσεις κοινωνικές, οικονομικές, περιβαλλοντικές από την ανάπτυξη του Τουρισμού Υγείας

Οι κοινωνικές επιπτώσεις έχουν ιδιαίτερη σημασία κυρίως για τους χρήστες τέτοιων μορφών τουρισμού. Ο θεραπευτικός τουρισμός συμβάλλει ιδιαίτερα στο αίτημα «υγείας για όλους» ιδιαίτερα σημαντικό δε είναι αυτό για τις ασθενέστερες οικονομικά τάξεις. Παράλληλα όπως έχει επισημανθεί τα κέντρα θεραπευτικού τουρισμού εξελίχθηκαν στον εικοστό αιώνα από κέντρα θεραπείας ασθενών σε κέντρα που έδιναν έμφαση στην ψυχαγωγία παράλληλα με την υγεία. Κατ' αυτόν τον τρόπο συνέβαλαν σε μιας ιδιαίτερης μορφής κοινωνικοποίηση ειδικά των ατόμων μέσης και μεγαλύτερης ηλικίας που συχνά αντιμετωπίζουν προβλήματα αποξένωσης και απομόνωσης στις σύγχρονες μεγαλουπόλεις. Με αφορμή το πρόβλημα υγείας και με την συνδρομή των προγραμμάτων ψυχαγωγίας τα άτομα αυτά (που αποτελούν το σημαντικότερο ποσοστό των πελατών) βρίσκουν ένα «κοινό τόπο» (φίλοι, κοινά προβλήματα, ίδια ηλικία) στα κέντρα, γεγονός που λειτουργεί αναμφισβήτητα θετικά και για την ψυχική τους υγεία.

Οι οικονομικές επιπτώσεις αφορούν τόσο τους τουρίστες όσο και τους κατοίκους των περιοχών που αναπτύσσονται τέτοια κέντρα. Όσον αφορά τους τουρίστες ο θεραπευτικός –ιαματικός τουρισμός ήταν μορφή επιδοτούμενου τουρισμού γαι ασθενείς προερχόμενους από τις χαμηλότερες οικονομικά τάξεις. Δεν είναι άλλωστε τυχαίο ότι πολλά προγράμματα θεραπευτικού τουρισμού περιλήφθηκαν στις επιδοτούμενες μορφές κοινωνικού τουρισμού. Τα οικονομικά οφέλη για την τοπική οικονομία εμφανίζονται ιδιαίτερα ελκυστικά. Όλες οι μορφές τουρισμού υγείας απαιτούν σημαντική υποδομή σε προσωπικό το οποίο στο μεγαλύτερο ποσοστό του απασχολείται σε όλη τη διάρκεια του έτους. Εκτός όμως της άμεσης υπάρχει και η έμμεση απασχόληση στους κλάδους που ωφελούνται από μιας τέτοιας μορφή ανάπτυξη (εμπόριο,

οικοδομή, γεωργία) αλλά και σε αυτές που συνδέονται άμεσα με αυτήν (βιομηχανίες μεταλλικών νερών).

Η αρχιτεκτονική εξέλιξη των θεραπευτικών κέντρων δείχνει ότι ξεκίνησαν από πιο απλά κτίρια δίπλα στις πηγές για να εξελιχθούν στη συνέχεια σε συγκροτήματα που καταλαμβάνουν σημαντική έκταση και περιλαμβάνουν θεραπευτήρια, ξενοδοχεία, αίθουσες αναψυχής και αθλητισμού κ.λπ.

Η εκτεταμένη υποδομή κατέληξε συχνά σε επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος αλλά και σε προβλήματα ένταξης στο δομημένο περιβάλλον. Το θέμα της προστασίας των πηγών συνδέεται με την υποδομή του γειτονικού οικισμού σε αποχετευτικό δίκτυο και συστήματα βιολογικού καθορισμού των λυμάτων. Είναι ανάγκη να δημιουργείται μια υδρογεωλογική ζώνη προστασίας γύρω από την πηγή, γεγονός που απαιτεί έργα συχνά δαπανηρά αλλά απολύτως απαραίτητα ώστε να αποφεύγονται προβλήματα μόλυνσης των ιαματικών πηγών.

10.5. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Η πρώτη προϋπόθεση είναι η έρευνα και μελέτη της ελληνικής και διεθνούς αγοράς τόσο σε ότι αφορά την ζήτηση όσο και σε ότι συνδέεται με τις εξελίξεις στην προσφορά (εγκαταστάσεις, προσωπικό, κόστος κ.λπ.) Μια τέτοια έρευνα θα θέσει τους εξής στόχους όσον αφορά την Προσφορά και τη Ζήτηση:

A. Προσφορά στον Τουρισμό Υγείας

1. Λεπτομερής απογραφή του συνόλου των ιαματικών πηγών της χώρας.
2. Εξειδικευμένες μελέτες (εδαφολογικές, υδρογεωλογικές, περιβαλλοντικές), για όσες θεωρηθούν ότι έχουν τις περισσότερες δυνατότητες για τουριστική ανάπτυξη.

3. Ανάλυση των τύπων της τουριστικής ανάπτυξης και των ροών του ημεδαπού και αλλοδαπού στις περιοχές που βρίσκονται ιαματικές πηγές.
4. Καταγραφή των περιοχών και μονάδων που προσφέρονται για ανάπτυξη τουρισμού φυσικής και υγιεινής διαβίωσης. Τέτοιες μονάδες είναι σημαντικό να βρίσκονται κοντά σε περιοχές με παράλληλη υποδομή (εμπόριο, ψυχαγωγία) ώστε να καλύπτονται όλες οι ανάγκες του τουρίστα.
5. Μελέτη των αναγκών σε εξειδικευμένο προσωπικό.

B. Ζήτηση στον Τουρισμό Υγείας

1. Έρευνα της ελληνικής και αλλοδαπής αγοράς για τις τάσεις της ζήτησης σε όλες τις μορφές τουρισμού υγείας.
2. Έρευνα των περιφερειακών ροών τουριστών σε σχέση με τους πιθανούς τόπους που συγκεντρώνεται η ζήτηση ώστε να δημιουργηθούν μικτά προγράμματα τουρισμού διακοπών και υγείας σε κοντινές περιοχές.

Η δεύτερη πρόθεση είναι οι αναγκαίες παρεμβάσεις στη νομοθεσία που θα επιτρέψουν την υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου προγράμματος ανάπτυξης τουρισμού υγείας στην χώρα μας στηριγμένου στη μελέτη της προσφοράς και της ζήτησης:

Απαιτείται:

1. Αλλαγή του νομοθετικού πλαισίου ώστε να δημιουργηθεί ένας ενιαίος φορέας που θα καλύπτει τη λειτουργία των πηγών τουριστικής σημασίας. Δημιουργία των προϋποθέσεων και προδιαγραφών που να επιτρέπουν την ανάπτυξη τουρισμού φυσικής και υγιεινής διαβίωσης και τουρισμού αναπήρων. Σαφέστατα κριτήρια ανάδειξης μιας πηγής σε πηγή τουριστικής σημασίας και σύνδεση αυτών των κριτηρίων με τους στόχους

της τουριστικής πολιτικής και ιδιαίτερα με το θέμα της ανάπτυξης ενός προγράμματος ειδικών μορφών τουρισμού.

2. Κατάρτιση ενός προγράμματος με βραχυπρόθεσμους και μεσοπρόθεσμους στόχους για την ανάπτυξη τουρισμού υγείας σε συγκεκριμένες περιοχές που θα επιλεγούν με κριτήρια: α) την υπάρχουσα υποδομή, β) την παράλληλη τουριστική υποδομή, γ) την ύπαρξη εξειδικευμένου προσωπικού, δ) το κόστος της επένδυσης, ε) τους στόχους της περιφερειακής ανάπτυξης, στ) τις αναγκαίες χωροταξικές και περιβαλλοντικές παρεμβάσεις, ζ) την υπάρχουσα ζήτηση.
3. Νομοθεσία επενδυτικών κινήτρων για δημιουργία μονάδων ειδικευμένων σε τουρισμό φυσικής και υγιεινής διαβίωσης.
4. Κίνητρα για τη δημιουργία βιομηχανιών εμφιάλωσης μεταλλικού νερού. Εκτός του γεγονότος ότι υπάρχει σημαντική ζήτηση, στο εξωτερικό αποτελούν τα προϊόντα αυτά μια χωρίς κόστος διαφήμιση, για τους συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς.
5. Προγράμματα εξειδίκευσης και μετακπαίδευσης στο εξωτερικό του ιατρικού προσωπικού ώστε να αποκτηθεί η αναγκαία αμπειρία αλλά και η τεχνογνωσία στις σύγχρονες εξελίξεις του τουρισμού υγείας.
6. Ειδικό πρόγραμμα ανάπτυξης αυτών των πηγών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για παραγωγή ενέργειας.
7. Η μετεκπαίδευση και εξειδίκευση τεχνικού προσωπικού σε θέματα που σχετίζονται με την λειτουργία των ιαματικών πηγών.

Η τρίτη προϋπόθεση είναι μια ολοκληρωμένη διαφημιστική εκστρατεία που θα στηριχθεί στα σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα που παρουσιάζει η χώρα στον τομέα αυτό. Πιο συγκεκριμένα:

1. Υπάρχει σημαντικός αριθμός ιαματικών πηγών που η σύσταση τους καλύπτει πολλές κατηγορίες παθήσεων. Το κλίμα είναι σε πολλές περιοχές με ιαματικές πηγές ήπιο και ξερό γεγονός που δείχνει δυνατότητα λειτουργίας όλων των

χρόνο. Πολλές ιαματικές πηγές βρίσκονται σε περιοχές που μπορούν να προσφέρουν και άλλες μορφές τουρισμού, π.χ. θαλάσσιο, χειμερινό, φυσιολατρικό, κ.λπ.

2. Η διαφημιστική εκστρατεία πρέπει να στηριχθεί σε ένα πρόγραμμα μάρκετινγκ που θα θέσει σαν στόχο την «πώληση» του τουρισμού υγείας σαν ένα «προϊόν», νέο και κατάλληλο για όλες τις ηλικίες και εισοδήματα. Είναι χαρακτηριστικές τέτοιες διαφημιστικές εκστρατείες που προβάλλουν ένα τόπο όπου ο τουρίστας να βρεί διαφορετικές ειδικές μορφές τουρισμού (θαλάσσιο, εκπαιδευτικό, περιηγητικό, ιαματικό κ.λπ.) ενώ σε ένα δεύτερο επίπεδο προβάλλεται η κάθε μία μορφή ξεχωριστά. Αυτός ο τύπος διαφήμισης στοχεύει σε δύο ομάδες τουριστών: σε αυτούς που ενδιαφέρονται για τις διαφορετικές μορφές τουρισμού που προσφέρει η περιοχή και σε όσους ενδιαφέρονται για τις διαφορετικές μορφές τουρισμού που προσφέρει η περιοχή και σε όσους ενδιαφέρονται για μια συγκεκριμένη ειδική μορφή.

Το ζήτημα της διαφημιστικής εκστρατείας και των χαρακτηριστικών της μας οδηγεί και στην τελευταία και καθοριστική προϋπόθεση που συνδέεται με την μορφή ανάπτυξης που θα έχει ο τουρισμός υγείας. Ο τουρισμός υγείας πρέπει να αναπτυχθεί είτε σαν ένα πλέγμα που θα καλύπτει όλες τις μορφές του ή θα συνδυάζει κάποια από τις μορφές αυτές με τουρισμό παραχείμασης ή τον θαλάσσιο. Να ενταχθούν στα προγράμματα υγείας. Αυτής της μορφής η συνδυασμένη ανάπτυξη επιτρέπει την στόχευση ευρύτερων ομάδων τουριστών και ένα περισσότερο ευέλικτο μάρκετινγκ.

Μια γενική εκτίμηση είναι λοιπόν οι διεθνείς εξελίξεις της ζήτησης για τέτοιες μορφές τουρισμού είναι θετικές καθώς και ότι μια τέτοια επένδυση προσφέρεται για μακροπρόθεσμο περιφερειακό προγραμματισμό αφού δημιουργεί σημαντικό αριθμό νέων θέσεων απασχόλησης. Σημαντικά πλεονεκτήματα είναι επίσης ότι πρόκειται για τουριστική δραστηριότητα που ασκείται καθόλη τη διάρκεια του έτους καθώς και ότι μπορεί να συμπληρώνεται σε πολλές περιπτώσεις και με προσοδοφόρες παράλληλες παραγωγικές δραστηριότητες (μεταλλικά νερά).

Τέλος πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι αυτός ο τύπος τουρισμού εμφανίζει μια συνεχή τάση ανανέωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών (τουρισμός φυσικοθεραπείας, τουρισμός αθλητικός, τουρισμός ομορφιάς) σε τρόπο ώστε να γίνεται ένας από τους δυναμικότερους νέους κλάδους της τουριστικής αγοράς ιδιαίτερα στον ευρωπαϊκό χώρο με δυνατότητες να ανταποκριθεί τόσο στην εγχώρια όσο και στη αλλοδαπή ζήτηση.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ-ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

11.1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Την περίοδο της αρχαιότητας συναντάται ο θεσμός των αμφικτιονιών, που αποτελούν τον πρόδρομο των σημερινών συνεδριών.

Ο χαρακτήρας των συγκεντρώσεων αυτών ήταν θρησκευτικός και πολιτικός. Συγκεντρώνονταν αρχικά αντιπρόσωποι του κάθε «έθνους» της Αρχαίας Ελλάδας και αργότερα της κάθε πόλης, με στόχο την συζήτηση και λήψη αποφάσεων για την αντιμετώπιση κοινών προβλημάτων.

Σήμερα, τα συνέδρια και οι εκθέσεις συνιστούν απαραίτητο μέσο επαφής με σκοπό την ενημέρωση σε επιστημονικά και τεχνολογικά θέματα που εξελίσσονται ραγδαία.

11.2. ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Λόγω της φύσης αυτής της μορφής τουρισμού- διεθνή συνέδρια και εκθέσεις- δεν μπορούν να αναφερθούν συγκεκριμένες χώρες προέλευσης των συνέδρων ή των συμμετεχόντων σε εκθέσεις. Είναι όμως γεγονός ότι ο βαθμός οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας είναι συνδεδεμένος με την ικανότητα της να αποστέλλει συνέδρους και να λαμβάνει μέρος σε εκθέσεις διεθνούς επιπέδου σε πολύ μεγαλύτερους αριθμούς από άλλες χώρες.

Προφανώς η Ευρώπη, οι ΗΠΑ και η Ιαπωνία αντιπροσωπεύουν πολύ σημαντικό ποσοστό του συνολικού αριθμού συμμετεχόντων σε συνέδρια και εκθέσεις.

Η Ευρώπη κατέχει την πρώτη θέση στη φιλοξενία συνεδρίων (το 1989, ποσοστό 60,5 % των συνεδρίων πραγματοποιήθηκε στην Ευρώπη). Στη δεύτερη

και τρίτη θέση βρίσκονται αντίστοιχα η Β. Αμερική και η Ασία (με αντίστοιχα ποσοστά 15% και 12,5% των διεθνών συνεδρίων).

Οι ΗΠΑ, Γαλλία, Μ. Βρετανία, Δ. Γερμανία, Ελβετία και ορισμένες από τις κυριότερες χώρες διοργάνωσης συνεδρίων, ενώ αξιοσημείωτη είναι η Φιλανδία, η οποία κατέχει επί σειρά ετών σταθερή θέση στον πίνακα των κυριότερων χωρών προορισμού του συνεδριακού τουρισμού.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται τάση μετακίνησης των συνεδρίων από την Ευρώπη και την Αμερική προς τις χώρες της Ν.-Α. Ασίας και Άπω Ανατολής (Χονγκ-Κονγκ, Ιαπωνία). Παρατηρείται, επίσης, τάση για διοργάνωση συνεδρίων από χώρες της Άπω Ανατολής και την Αυστραλία στην Ευρώπη.

Άλλες χώρες που καταλαμβάνουν ενδιαφέρουσα θέση, σε παγκόσμιο επίπεδο, είναι η Σ. Ένωση, Κίνα, Βραζιλία, Πορτογαλία, Ελλάδα, Νορβηγία κ.λπ. το Λονδίνο, το Παρίσι και η Βιέννη θεωρούνται σήμερα οι πιο επιτυχημένοι προορισμοί για συνέδρια.

Χαρακτηριστικά Συμμετεχόντων

Ανάλογα με τον τύπο και το θέμα του συνεδρίου οι συμμετέχοντες είναι επιχειρηματίες, στελέχη επιχειρήσεων, ειδικοί επιστήμονες διαφόρων ειδικοτήτων κ.λπ. Από έρευνες που έγιναν από το Τμήμα Συνεδρίων της Ένωσης Διεθνών Συνδέσμων/ Ενώσεων (Union des Associations Internationales) και αφορούσε 2.212 Οργανισμούς σε 110 χώρες με πλειοψηφία διεθνείς Οργανισμούς που έχουν έδρα την Ευρώπη, προκύπτει, με βάση τα πραγματοποιούμενα από μη κρατικούς / διακυβερνητικούς διεθνείς οργανισμούς συνέδρια, ότι στο 91,4% των συνεδρίων η συμμετοχή είναι έως 1.000 άτομα, ενώ το 36% των συνεδρίων έχει έως 100 συμμετέχοντες. Στα μισά περίπου συνέδρια, η συμμετοχή των συνοδών ατόμων είναι της τάξης του 10-50% του αριθμού των συνέδρων. Οι συνοδοί, κυρίως σύζυγοι των συμμετεχόντων,

επηρεάζουν σημαντικά τις επιτόπιες δαπάνες (εστιατόρια, αγορές, εκδρομές κ.λπ.).

Χαρακτηριστικά Οργάνωσης/ Λειτουργίας

Το 40% των συνεδρίων είναι ετήσια και το 24% πραγματοποιείται κάθε 2 χρόνια- γεγονός που υποδηλώνει ότι όσο συχνότερα διοργανώνονται, τόσο συχνότερα επανέρχονται.

Ως προς τη διάρκεια των συνεδρίων, παρατηρείται ότι πάνω από 1/3 αυτών διαρκεί 3 ημέρες, ενώ το 75% είναι διάρκειας 3-5 ημερών.

Εκτός του κυρίου συνεδρίου, οργανώνονται και άλλα μικρότερα συνέδρια-συναντήσεις κυρίως για διοικητικά, τεχνικά θέματα, κ.λπ. Παράλληλα με το κύριο συνέδριο οργανώνεται περιοδικά ή μόνιμα και σχετική έκθεση.

Ποσοστό 38% των συνεδρίων χρησιμοποιεί συνεδριακά κέντρα και από αυτό 33% χρησιμοποιεί αποκλειστικά και μόνο συνεδριακά κέντρα και κατευθύνεται ως εκ τούτου σε χώρες που διαθέτουν αντίστοιχες εγκαταστάσεις. Τα συνέδρια που συνοδεύονται από εκθέσεις και φιλοξενούνται κατά προτίμηση σε συνεδριακά κέντρα και Πανεπιστήμια, λόγω ύπαρξης επαρκών χώρων για τις εκθεσιακές ανάγκες.

Τα συνεδριακά κέντρα δεν χρησιμοποιούνται μόνο στην περίπτωση μεγάλων συνεδρίων, αλλά το 54% του κύκλου εργασιών τους καλύπτεται από μικρά συνέδρια.

Το 79% των αναγκών σε εκθεσιακούς χώρους είναι μέχρι 1.000 . Η τάση για οργάνωση παράλληλης με τα συνέδρια έκθεσης εντείνεται ιδιαίτερα την τελευταία δεκαπενταετία, διότι εκτός της ενημέρωσης των συμμετεχόντων αποτελεί πηγή εσόδων για την οργανωτική επιτροπή της φιλοξενούμενης χώρας.

Η Άνοιξη και το Φθινόπωρο θεωρούνται οι καταλληλότερες εποχές για την διοργάνωση συνεδρίων και ο Σεπτέμβριος ο δημοφιλέστερος μήνας.

Το 59% των συνεδριών αποφασίζονται 1 έως 2 χρόνια νωρίτερα, με ταυτόχρονο καθορισμό της χώρας διεξαγωγής τους.

Οι μισοί σχεδόν οργανισμοί ζητούν επίσημη προσφορά, πριν εκλεγεί η πόλη που θα φιλοξενήσει το συνέδριο ή την έκθεση. Το 63% των συνεδριών διοργανώνεται στις φιλοξενούσες χώρες μόνο κατόπιν προσκλήσεως ενώ οι οργανισμοί που δεν χρειάζονται πρόσκληση έχουν καθιερωμένο σύστημα διαδοχικής επανεκλογής του προορισμού. Πολλές χώρες προκειμένου να προσελκύσουν συνέδρια, κατά την εκτός αιχμής περίοδο, προσφέρουν επιδοτήσεις ή κίνητρα.

Οι οργανωτές ενός συνεδρίου προσφέρουν στους συνέδρους ένα «πακέτο» εξυπηρετήσεων, που περιλαμβάνει μεταφορά- διαμονή-διατροφή και κάποιες δραστηριότητες πριν και μετά τη διάρκεια του συνεδρίου. Οι τελευταίες μπορεί να είναι περιηγήσεις, κρουαζιέρες, δεξιώσεις κ.λπ.

Φυσικές Ιδιαιτερότητες και Περιορισμοί

Η προσέλκυση του συνεδριακού και εκθεσιακού τουρισμού, σε αντίθεση με άλλες μορφές τουρισμού όπου ως κύριο κίνητρο εμφανίζεται η αναψυχή και η γνωριμία με κάποιο περιβάλλον εκτός του καθιερωμένου, δεν είναι άμεσα εξαρτημένη από την ύπαρξη φυσικών ιδιαιτεροτήτων στον τόπο προορισμού. Αντίστοιχα, δεν επηρεάζεται από φυσικούς περιορισμούς, με την έννοια ότι η χωροθέτηση εκθεσιακών και συνεδριακών κέντρων αφορά κυρίως τα αστικά κέντρα και την άμεση περιφέρεια τους, οπότε θέματα εύκολη, γρήγορης και ασφαλούς προσπέλασης και εξασφάλισης της συμπληρωματικής τουριστικής υποδομής, θεωρητικά, τουλάχιστον, έχουν επιλύθει. Σημαντικό κριτήριο στην επιλογή του τόπου προορισμού είναι η ικανοποιητική ποιότητα σε θέματα υποδομής, ανωδομής, οργάνωσης και εξειδικευμένων υπηρεσιών.

Επίσης δεν πρέπει να θεωρηθεί αμελητέα στην ανάπτυξη του συνεδριακού και εκθεσιακού τουρισμού η συμβολή μιας σειράς παραγόντων που επηρεάζουν

έμμεσα τις τελικές επιλογές και οι οποίοι αφορούν κυρίως την υψηλή ποιότητα του ιστορικού, πολιτιστικού, σύγχρονου και του διαμορφωμένου φυσικού περιβάλλοντος, στο τεχνολογικό επίπεδο της χώρας υποδοχής και στην ύπαρξη στοιχείων έλξης που ικανοποιούν τα ενδιαφέροντα των συμμετεχόντων.

11.3. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ

Η ποιότητα των μεταφορών αποτελεί ένα βασικό κριτήριο για την επιλογή του συνεδριακού τόπου.

Με δεδομένο τον περιορισμένο χρόνο που διαθέτουν οι σύνεδροι, είναι φανερή η ανάγκη μετακίνησης τους, κυρίως, αεροπορικώς. Το ποσοστό χρήσης του αεροπλάνου στην περίπτωση του συνεδριακού τουρισμού προσεγγίζει το 100%. Οι περισσότερες από τις αεροπορικές αφίξεις γίνονται με ναυλωμένες πτήσεις (charters), οι οποίες λόγω της δυνατότητας παροχής χαμηλών ναύλων μειώνουν σημαντικά το κόστος συμμετοχής του «πακέτου» του συνεδρίου.

Από την στιγμή της άφιξης τους και μετά, οι σύνεδροι δρουν ομαδικά και προγραμματισμένα και η διακίνηση τους στο εσωτερικό γίνεται κυρίως οδικά και δευτερευόντως ακτοπλοϊκά. Σε σχέση με τον πλωτό συνεδριακό τουρισμό, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η ύπαρξη κρουαζιερόπλοιων και η υψηλή ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών σ' αυτά.

Η ύπαρξη συγγρόνων, κατάλληλα εξοπλισμένων και ολοκληρωμένων από την άποψη των εξυπηρετήσεων, συνεδριακών κέντρων και εκθεσιακών χωρών αποτελεί βασική προϋπόθεση για την εισαγωγή μιας χώρας στην αγορά συνεδριακού τουρισμού. Δεδομένη θεωρείται, επίσης, η ύπαρξη πολυτελών ξενοδοχειακών μονάδων με εγκαταστάσεις άθλησης, αναψυχής κ.λπ.

11.4. ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Το γεγονός ότι, σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα, ο σύνεδρος- τουρίστας συνδυάζει την «εργασία» με την αναψυχή, δηλώνει την ανάγκη ύπαρξης «τουριστικής υποδομής» και ειδικών εξυπηρετήσεων υψηλής στάθμης.

Η ύπαρξη οργανωμένου πακέτου πολιτιστικών εκδηλώσεων, ανάλογου με τα ενδιαφέροντα των συμμετεχόντων σε ένα συνέδριο, αποτελεί αναγκαιότητα για τη δυνατότητα οργάνωσης ενός επιτυχημένου συνεδρίου ή υποδοχής ενός ταξιδιού κινήτρων σε συνδυασμό με τη δυνατότητα προσφοράς υψηλής στάθμης ψυχαγωγίας.

Ταυτόχρονα, η λειτουργία συνεδριακών κέντρων και εκθεσιακών χώρων έχει ως απαραίτητη προϋπόθεση ή καλύτερα περιλαμβάνει μια σειρά από εξειδικευμένες υπηρεσίες-οργανωτές, υπεύθυνοι συνεδρίων/ έκθεσεων, μεταφραστικό σύστημα, κ.λπ.

Παράλληλα με την εξασφάλιση της κατάλληλης υλικοτεχνικής υποδομής, είναι ανάγκα η κατάρτιση εκπαιδευτικών προγραμμάτων που θα παρέχουν εξειδικευμένες γνώσεις στο αντικείμενο οργάνωση και διεξαγωγή συνεδρίων και εκθέσεων, ώστε να υπάρχουν ειδικευμένοι επαγγελματίες που θα έχουν τη δυνατότητα και ικανότητα επιτυχούς οργάνωσης και στελέχωσης ενός συνεδρίου.

11.5. ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο ρόλος της διαφήμισης, στο συγκεκριμένο τομέα, είναι ιδιαίτερα σημαντικός, διότι αποτελεί μέσο γνωριμίας στη διεθνή αγορά και ανάδειξης μιας περιοχής ως φιλοξενούσας συνέδρια και εκθέσεις, προβάλλοντας ένα γενικό κλίμα- ατμόσφαιρα, με ταυτόχρονη ύπαρξη απαραίτητων εγκαταστάσεων.

Πρόσφατα, διαπιστώνεται μια τάση προβολής πιθανών «συνδυασμών» του συνεδριακού τουρισμού, κυρίως με ορεινό- χιονοδρομικό τουρισμό. Προβάλλοντας τις δυνατότητες που προσφέρουν διεθνώς ανεγνωρισμένα χιονοδρομικά κέντρα από άποψη υποδομής και συμπληρωματικών εξυπηρετήσεων αλλά και την ευχαρίστηση από μια έστω και ολιγοήμερη φυγή από τις εντάσεις των αστικών κέντρων.

Η προβολή σε διεθνή περιοδικά, με ειδικό αντικείμενο συνέδρια και εκθέσεις, κυρίως για τους προορισμούς που δεν είναι καθιερωμένοι στην παγκόσμια αγορά.

11.6. ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΟΦΕΛΗ

Οι κοινωνικές επιπτώσεις από την ανάπτυξη του συνεδριακού και εκθεσιακού τουρισμού χαρακτηρίζονται θετικές, τόσο για την «τοπική» κοινωνία όσο και για τη διεθνή.

Η πραγματοποίηση ενός συνεδρίου ή μιας έκθεσης αποτελεί ουσιαστικά την υλοποίηση της ανταλλαγής γνώσης και ενημέρωσης σε θέματα τεχνολογικού και επιστημονικού ενδιαφέροντος.

Για μια χώρα υποδοχέα συνεδρίων και εκθέσεων το όφελος είναι διπλό. Πρώτον, διότι χωρίς μετακίνηση του επιστημονικού της δυναμικού ενημερώνεται και άρα προάγει το συγκεκριμένο τομέα και, δεύτερον, διότι αποκτά τη δυνατότητα συνολικής προβολής της διεθνώς.

Οικονομικές Επιπτώσεις

Με δεδομένο ότι ο συνεδριακός τουρισμός θεωρείται ως η περισσότερο συναλλαγματοφόρος μορφή τουρισμού, η ανάπτυξη αυτής της μορφής σε μια χώρα παρουσιάζει θετικές οικονομικές επιπτώσεις.

Παρόλα αυτά, η εμπειρία από τη λειτουργία των συνεδριακών κέντρων στο εξωτερικό δείχνει ότι τα περισσότερα από αυτά (όταν δεν περιλαμβάνουν στο συγκρότημα τους και άλλες χρήσεις, όπως ξενοδοχεία, εμπορικό κέντρο, κέντρα ψυχαγωγίας, κ.λπ.) παρουσιάζουν σοβαρό έλλειμμα.

Γεγονός είναι ότι ο συνεδριακός και εκθεσιακός τουρισμός περιλαμβάνουν ένα πακέτο εξυπηρετήσεων που όσο καλύτερα είναι οργανωμένο, τόσο μεγαλύτερα είναι τα οικονομικά οφέλη για τη χώρα που φιλοξενεί συνέδρια-εκθέσεις.

Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις

Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις του συνεδριακού-εκθεσιακού τουρισμού αφορούν κατά κύριο λόγο τα μεγάλα αστικά κέντρα και την περιφέρεια τους και τις ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές.

Δεδομένου ότι η ανάπτυξη αυτών των ειδικών μορφών προϋποθέτει την ύπαρξη σημαντικής υποδομής, η οποία προφανώς εξυπηρετεί γενικότερα τις ανάγκες είτε του μόνιμου πληθυσμού, στην περίπτωση των αστικών κέντρων, είτε άλλων μορφών τουριστικής δραστηριότητας. Είναι δυνατό να υποστηριχθεί ότι δεν δημιουργούνται πρόσθετες αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον. Αντίθετα, επειδή η διασφάλιση υψηλής περιβαλλοντικής ποιότητας αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην προσέλκυση της αντίστοιχης πελατείας, τα αποτελέσματα είναι θετικά.

Όσον αφορά το συνεδριακό-εκθεσιακό τουρισμό, οι αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις προέρχονται κυρίως από προβλήματα που αφορούν

το κυκλοφοριακό φόρτο που δημιουργείται σε ώρες αιχμής και είναι ανάλογος προς την χωρητικότητα του κέντρου σε συνέδρους, καθώς επίσης προς τον αριθμό υπαλλήλων που το εξυπηρετούν.

Οι επιπτώσεις αυτές αφορούν την ηχορύπανση και την μόλυνση της ατμόσφαιρας κυρίως. Πρέπει όμως αν σημειωθεί ότι η χωροθέτηση αυτών των κέντρων και η δυνατότητα εξυπηρέτησης τους από δημόσια μέσα μεταφοράς μπορούν να μειώσουν σημαντικά τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις από τη λειτουργία τους.

11.7. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα αποτελεί έναν επιτυχημένο ταξιδιωτικό προορισμό, μια «κλασσική» τουριστική χώρα. Ως εκ τούτου θεωρείται ότι μπορεί να διεκδικήσει ένα αντίστοιχο ποσοστό συνεδριακού τουρισμού με αυτό του τουρισμού διακοπών.

Το κλίμα της χώρας και η υψηλή θερμοκρασία, η πολιτιστική κληρονομιά και η σημαντική γεωγραφική θέση αποτελούν συγκριτικά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα.

Η Αθήνα εμφανίζεται ως η 5^η κατά σειρά προτίμησης πρωτεύουσα της Ευρώπης για διοργάνωση συνεδρίων από Αμερικανούς και η Ελλάδα, γενικότερα, κατέχει μια από τις υψηλότερες θέσεις στο κατάλογο των πιο ελκυστικών προτιμήσεων για τη φιλοξενία συνεδριακών και εκθεσιακών εκδηλώσεων.

Ο συνεδριακός τουρισμός σημειώνει αύξηση κάθε χρόνο στη χώρα μας, ιδιαίτερα ευνοούνται τα ξενοδοχεία υψηλών κατηγοριών της Αθήνας.

Σε σύνολο 134 αιθουσών, το 58,1% βρίσκεται μέσα σε ξενοδοχεία, ενώ μόλις το 14,9% σε άλλους χώρους. Τα συνεδριακά κέντρα που υπάρχουν εκτός ξενοδοχείων είναι: 6 στην Αθήνα, 1 στους Δελφούς, 2 στη Χίο, 1 στην Κρήτη και 1 στη Θεσσαλονίκη με αίθουσες χωρητικότητας 15-500 ατόμων, με μόνιμες εγκαταστάσεις αυτόματης μετάφρασης κ.λπ. Αντίθετα, οι περισσότερες

αίθουσες που βρίσκονται σε ξενοδοχεία ενοικιάζουν τον εξοπλισμό αυτό, ανάλογα με τις ανάγκες των συνεδρίων που φιλοξενούν. Οι αίθουσες χωρητικότητας 1.000-1.800 ατόμων είναι συνολικά 5 σε επίπεδο χώρας και βρίσκονται σε ξενοδοχεία.

Η ευθύνη της ανάληψης και οργάνωσης συνεδρίων στη χώρα μας ανήκει κατά το μεγαλύτερο ποσοστό στο Υπουργείο Πολιτισμού και εν συνεχεία στον ΕΟΤ και την ιδιωτική πρωτοβουλία (με ουσιαστικότερη συμβολή αυτή της HELEXPO ως επίσημου διοργανωτή διεθνών εκθέσεων, συνεδρίων και πολιτιστικών εκδηλώσεων). Ο ΕΟΤ διαθέτει τμήμα Συνεδρίων και Εκθέσεων και ο ρόλος του είναι η οργάνωση τουριστικών συνεδρίων και η ενίσχυση διεθνών επιστημονικών συνεδρίων που έχουν μεγάλη τουριστική σημασία, λόγω της υψηλής συμμετοχής ξένων συνέδρων και συνοδών μελών.

Η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα αφορά κυρίως τα τουριστικά γραφεία ορισμένα από τα οποία έχουν ειδικό τμήμα συνεδρίων- απασχολώντας συνήθως ένα άτομο –και τα μεγάλα ξενοδοχεία που συνήθως έχουν γραφείο συνεδρίων ώστε , χωρίς την παρέμβαση tour operators, να εξασφαλίζουν την πληρότητα των συνεδριακών εγκαταστάσεων τους. Ειδικά γραφεία εξειδικευμένα στην οργάνωση συνεδρίων υπάρχουν ελάχιστα στον ελληνικό χώρο.

Όπως αναφέρθηκε ουσιαστικότερη στο χώρο της ιδιωτικής πρωτοβουλίας είναι η συμβολή της HELEXPO. Παράλληλα σημειώνεται η ύπαρξη εταιρειών ενοικίασης τεχνικού εξοπλισμού και εταιρειών διερμηνέων- μεταφραστών που εξασφαλίζουν την απαραίτητη υποστήριξη των συνέδρων.

11.8. ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ

Ως Συνεδριακά Κέντρα (Σ.Κ.) ορίζονται «οι στεγασμένοι χώροι, συγκέντρωσης κοινού που καλύπτουν τις ανάγκες αμιγών συνεδριακών εκδηλώσεων ή μικτών εκδηλώσεων, δηλαδή συνεδριακών και συναφών

πολιτιστικών, κοινωνικών, εκθεσιακών, εμπορικών ή / και ψυχαγωγικών εκδηλώσεων, σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο».

Ως προς το μέγεθος διακρίνονται σε 3 κατηγορίες

1. Μικρό Σ.Κ. 200-500 σύνεδροι
2. Μεσαίο Σ.Κ. 501-1.200 σύνεδροι
3. Μεγάλο Σ.Κ. 1.201-3.000 σύνεδροι

Βασική προϋπόθεση για την ανέγερση Σ.Κ. θεωρείται η ύπαρξη και λειτουργία σε ακτίνα 15-30 km (ανάλογα του μεγέθους του Σ.Κ.) ξενοδοχειακών καταλυμάτων διπλάσιας δυναμικότητας σε κλίνες σε σχέση με τον αριθμό των συνέδρων. Εξάιρεση αποτελεί η περίπτωση δημιουργίας μικρού Σ.Κ. δυναμικότητας μέχρι 250 συνέδρων σε παραδοσιακά κτίσματα, μετά από σχετική έγκριση καταλληλότητας και αρχιτεκτονικής μελέτης από τον ΕΟΤ. Στην περίπτωση αυτή ως προϋπόθεση τίθεται η ύπαρξη αναλόγου αριθμού κλινών σε καταλύματα στην ευρύτερη περιοχή.

Όσον αφορά τη διαδικασία έγκρισης συνεδριακών κέντρων, ακολουθεί τα παρακάτω στάδια:

ΣΤΑΔΙΟ Α΄ : Έγκριση σκοπιμότητας-χωροθέτησης

ΣΤΑΔΙΟ Β΄ : Καταλληλότητα οικοπέδου/ γηπέδου

ΣΤΑΔΙΟ Γ΄ : Έγκριση αρχιτεκτονικής μελέτης

Υπεύθυνες είναι οι αρμόδιες υπηρεσίες του ΕΟΤ και ΥΠΕΧΩΔΕ.

Παρά το γεγονός ότι τα Σ.Κ. απολαμβάνουν κάποια ιδιαίτερα οφέλη-κίνητρα, δεν πριμοδοτείται η δημιουργία Σ.Κ. άνω των 3.000 ατόμων, η οποία θεωρείται βασική προϋπόθεση για τη διεκδίκηση μεγάλων συνεδρίων και την καθιέρωση της χώρας ως συνεδριακού προορισμού.

11.9. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ-ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η σύγχρονη τάση για ανάδειξη των τουριστικών προορισμών σε συνεδριακούς προορισμούς αφορά πλέον και την Ελλάδα. Εμπόδια στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην χώρα αποτελούν:

- Ø Η έλλειψη ενός μεγάλου Συνεδριακού Κέντρου στην Αττική.
- Ø Η έλλειψη δραστηριοτήτων ψυχαγωγίας υψηλής στάθμης σε συνδυασμό με πολιτιστικές και άλλες εκδηλώσεις.
- Ø Η αδυναμία διοργάνωσης «πλωτών συνεδρίων» σε συνδυασμό με εκδρομή ή κρουαζιέρα.

Για το συνεδριακό-εκθεσιακό τουρισμό, το ουσιαστικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει η ελληνική αγορά είναι αυτό της συνολικής τουριστικής υποδομής. Η έλλειψη εξυπηρετήσεων, σε συνδυασμό με τη χαμηλής ποιότητας παροχή υπηρεσιών, αποτελούν εμπόδια που πρέπει άμεσα να αντιμετωπισθούν ώστε να ανταποκριθεί η χώρα στις αναγκαίες προδιαγραφές-προϋποθέσεις που απαιτούνται για τη διεκδίκηση ενός σοβαρού μεριδίου σ' αυτήν τη τουριστική αγορά.

Εντοπίζεται μεγάλη δυσκολία πρόσβασης σε προορισμούς εκτός Αθήνας. Δυσχέρειες δημιουργούν ακόμα οι επιπτώσεις και οι συγκοινωνίες, η μη σταθερή ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, η έλλειψη στατιστικών στοιχείων κ.λπ.

Με δεδομένη τη σημερινή κατάσταση, η Ελλάδα δεν μπορεί να διεκδικήσει από τις ανταγωνίστριες ευρωπαϊκές χώρες τη διεξαγωγή συνεδρίων άνω των 2.000 ατόμων. Ο μοναδικός χώρος που διαθέτει η χώρα είναι το Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας στο Ν. Φάληρο, το οποίο με κατάλληλη διαμόρφωση μπορεί να δεχθεί έως 8.000 άτομα. Από τεχνική άποψη, αρτιότεροι θεωρούνται οι χώροι του Ζαπείου Μέγαρου και της HELEXPO Δ.Ε.Θ.ΑΕ στη Θεσσαλονίκη.

Για την ουσιαστική ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα χρειάζεται ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα συνεδριακής τουριστικής πολιτικής,

με καθορισμένους και εφικτούς στόχους βραχυπρόθεσμα, με ταυτόχρονη δημιουργία ενός ενιαίου φορέα συνεδρίων-εκθέσεων.

Στο επίπεδο της εκπαίδευσης απαιτείται σαφής προσανατολισμός με στόχο την απόκτηση ειδικευμένων στο συνεδριακό τουρισμό επαγγελματιών.

Τέλος, απαιτείται η συγκρότηση ενός διαφημιστικού προγράμματος για την ενίσχυση της εκστρατείας προσέλκυσης του συνεδριακού τουρισμού και η δημιουργία ειδικής τράπεζας δεδομένων για την Ελλάδα, στην οποία θα μπορούν να έχουν πρόσβαση οι αγοραστές.

Η ύπαρξη τουριστικής υποδομής κατάλληλης για σύντομες διακοπές, εξυπηρετήσεων άριστης ποιότητας, η δυνατότητα συνδυασμού ψυχαγωγίας και ξεκούρασης και, γενικά, ένα ολοκληρωμένο «πακέτο υπηρεσιών» είναι αναγκαιότητα, ώστε πετύχει η χώρα ένα σοβαρό μερίδιο αυτής της αγοράς, αλλά και να εξασφαλισθεί η επιθυμητή ώθηση στις υπόλοιπες μορφές τουρισμού στην Ελλάδα.



ΓΕΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΠΗΓΕΣ

ΒΙΒΛΙΑ

Βασίλειος Ρούπας, Δημήτρης Λαλούμης, «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ» ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α.ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ, ΑΘΗΝΑ 1998.

Ηγουμενάκης Νίκος Γ. «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ» Τόμος Α΄ Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1991.

Πάυλος Παυλίδης, «ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ», ΕΚΔΟΣΕΙΣ «Κοδαμάς», ΑΘΗΝΑ 1993.

Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, Κώστας Ν. Κραβαρίτης, Περικλής Ν. Λύτρας, «ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ» Εκδόσεις Interbooks, 1999, 1998.

Κ.Ε.Π.Ε. «ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»

Κραβαρίτης «ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ-ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ» ΕΚΔΟΣΕΙΣ Interbooks, Αθήνα 1992.

ΜΕΛΕΤΕΣ

Ελληνική Τράπεζα Βιομηχανικής Ανάπτυξης (Ε.Τ.Β.Α)

ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΤΟΥ ΠΡΟΤΥΠΟΥ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ-ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) «Διερεύνηση Σκοπιμότητας Ίδρυσης Ειδικών Σχολών Τουριστικής Εκπαίδευσης, αγροτικός τουρισμός, ορεινός τουρισμός, θρησκευτικός και πολιτιστικός τουρισμός» Planet A.E.-Ingergration Ε.Π.Ε.

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ-ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ

ΗΑΤΤΑ:

Κα Κοντοπούλου, κα Ζαφειροπούλου (πληροφορίες για τα ελληνικά τουριστικά πρακτορεία που ασχολούνται με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού)

ΕΟΤ

Κα Μπακή Αικατερίνη (γενικές πληροφορίες-κατευθύνσεις)

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ

TREKKING HELLAS- κα ΗΛΙΑΔΗ ΕΥΗ

GOLDAIR TOURS- κα ΓΚΟΛΕΜΗ ΡΕΓΓΙΝΑ

ΣΥΡΙΓΓΟΣ TRAVELS- κος ΣΥΡΙΓΓΟΣ ΛΟΥΚΑΣ

HIMALAYA TRAVEL- κος ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

AMPHITRION HOLIDAYS LTD- κος ΜΑΝΤΖΙΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

TSOKAS TRAVEL- κος ΤΣΟΚΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΥΚΤΙΟ (INTERNET)

www.Trekking.gr

www.goldair.gr

www.gho.gr

www.scools.gr/tour greece

