

Τ.Ε.Ι ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Οι διαδικασίες και οι ιδιαιτερότητες στον
σχεδιασμό και την διοργάνωση τουριστικών πακέτων
ήπιων μορφών τουρισμού**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ:

ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΑΡΙΣΤΕΑ

ΚΑΪΠΑΝΟΥ ΑΛΕΞΙΑ

ΓΙΑΝΝΑΚΟΥ-ΜΠΡΟΥΜΑ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ-ΕΛΕΩΝΟΡΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

ΑΒΡΑΜΟΠΟΥΛΟΣ ΑΒΡΑΑΜ

ΕΡΓ. ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

ΑΘΗΝΑ 2009

Περιεχόμενα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο – ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ – ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	8
1.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	8
1.2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	8
1.3. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΑΞΙΔΙΩΝ	10
1.4. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	11
1.4.1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΑΚΟΠΩΝ – ΑΝΑΨΥΧΗΣ.....	12
1.4.2. ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	12
1.4.3. ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	13
1.4.4. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ	13
1.4.5. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΆΘΛΗΣΗΣ.....	13
1.4.6. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΗΣ.....	14
1.4.7. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	14
1.4.8. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ	14
1.4.9. ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	15
1.4.10. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ.....	15
1.4.11. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΧΕΙΜΕΡΙΝΩΝ ΣΠΟΡ	15
1.4.12. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ	16
1.4.13. ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	16
1.4.14. ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	16
1.4.15. ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	17
1.4.16. ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	17
1.4.17. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ	18
1.4.18. ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	18
1.4.19. ΛΑΪΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	18
1.4.20. ΚΟΣΜΟΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	18
1.4.21. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	19
1.4.22. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	19
1.4.23. ΘΕΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο – Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	20
2.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	20
2.2. ΣΤΟΧΟΙ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	24
2.3. ΟΦΕΛΗ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	25
2.4. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	26
2.5. ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.....	29
2.6. ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	32
2.7.ΠΡΟΦΙΛ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΑ	34
2.8. ΤΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	35
2.9. ΛΟΓΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	37
2.10. ΆΞΟΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟ	39
2.11. ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΤΟΥ ΕΟΤ	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο – Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ	43
3.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ	43
3.2. ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ	43
3.3. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	46
3.4. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΔΙΕΘΝΩΣ	50
3.5. SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ.....	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ & Η ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥΣ.....	63
4.1. ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ.....	64
4.2. ΣΥΝΘΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΑΚΕΤΟΥ	66
4.2.1. ΠΡΩΤΗ ΦΑΣΗ. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ: ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ.	67
4.2.2. ΔΕΥΤΕΡΗ ΦΑΣΗ. ΣΤΑΔΙΟ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ: ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΩΝ / ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.	67
4.2.3. ΤΡΙΤΗ ΦΑΣΗ. ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΜΠΡΟΣΟΥΡΑΣ.....	68
4.2.4. ΤΕΛΙΚΗ ΦΑΣΗ. ΠΡΟΒΟΛΗ-ΠΡΟΩΘΗΣΗ, ΠΩΛΗΣΗ.....	69
4.3. ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΑΚΕΤΟΥ	70
4.4. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ.....	71
4.5. ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.....	73
4.6. ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ.....	74
4.7. ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ.....	77
4.7.1. ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΚΑΙ ΕΓΓΥΗΣΕΙΣ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΝ	77

4.7.2. ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ.....	79
4.7.3. OVERBOOKING.....	81
4.7.4. ΣΥΜΒΑΣΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ: ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ.....	81
4.8. ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΑΡΧΕΣ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	82
4.8.1. ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΕΣ.....	91
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο - ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ.....	94
5.1. Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	94
5.2. ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΒΟΥΝΑ	96
5.3. ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΣΠΟΡ.....	98
5.3.1. ΘΑΛΑΣΣΙΟ-ΣΚΙ	98
5.3.2. ΙΣΤΙΟΠΛΟΪΑ.....	98
5.3.3. ΙΣΤΙΟΣΑΝΙΔΑ(WINDSURFING)	98
5.3.4. ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	99
5.3.5. Η ΑΠΛΗ ΚΟΛΥΜΒΗΣΗ (ΚΟΛΥΜΠΙ).....	100
5.3.6. Η ΚΩΠΗΛΑΣΙΑ	101
5.3.7. ΤΟ ΚΑΝΟ.....	102
5.3.8. ΤΑ ΥΔΡΟΠΟΔΗΛΑΤΑ.....	102
5.3.9. Η ΕΡΑΣΙΤΕΧΝΙΚΗ ΑΛΙΕΙΑ.....	102
5.4. ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	103
5.5. ΤΟ ΠΑΡΚΟ ΤΩΝ ΛΥΚΩΝ / ΑΓΡΑΠΙΔΙΑ ΦΛΩΡΙΝΑΣ, ΠΕΡΙΟΧΗ ΝΥΜΦΑΙΟΥ.....	105
5.6. ΈΝΑ ΜΟΥΣΕΙΟ-ΕΚΠΛΗΞΗ / ΠΑΡΑΝΕΣΤΙ	107
5.7. ΣΠΗΛΑΙΟ ΑΓΓΙΤΗ / ΔΡΑΜΑ	108
5.8. ΚΕΝΤΡΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ WWF / ΖΑΓΟΡΙ.....	109
5.9. ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΝΑΒΡΥΤΗΣ / ΣΤΑ ΜΟΝΟΠΑΤΙΑ ΤΟΥ ΤΑΥΓΕΤΟΥ.....	110
5.10. ΈΝΑΣ ΟΡΝΙΘΟΛΟΓΙΚΟΣ ΠΑΡΑΔΕΙΣΟΣ / ΑΞΙΟΣ – ΑΛΙΑΚΜΟΝΑΣ.....	111
5.11. ΠΟΔΗΛΑΣΙΑ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ.....	113
5.12. JEEP SAFARI 3ΩΝ ΗΜΕΡΩΝ ΣΤΗΝ ΔΥΤΙΚΗ ΛΕΣΒΟ.....	115
5.13. ΕΚΔΡΟΜΗ ΣΤΑ ΑΓΡΟΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ.....	118
5.14. ΠΑΣΧΑ ΚΑΙ ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ ΣΤΗΝ ΧΙΟ.....	121
5.15. ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ ΔΙΑΚΟΠΩΝ.....	126
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο - ΤΑΞΙΔΙΑ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ.....	134

6.1. Ο ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	134
6.2. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΗΝ ΦΛΟΡΙΝΤΑ.....	135
6.3. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΗΝ ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ.....	136
6.4. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΙΣ ΓΑΛΛΙΚΕΣ ΆΛΠΕΙΣ.....	137
6.5. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΗΝ ΣΟΥΗΔΙΑ	138
6.6. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΗΝ ΧΑΒΑΗ	139
6.7. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΗΝ ΚΑΛΙΦΟΡΝΙΑ	140
6.8. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΗΝ ΚΟΣΤΑ ΡΙΚΑ	140
6.9. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΗΝ ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ.....	141
6.10. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ.....	142
6.11. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΗΝ ΒΟΛΙΒΙΑ	143
6.12. ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΗΝ ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ ΓΙΑ 4 ΗΜΕΡΕΣ	144
6.13. ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ – ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ ΔΟΥΝΑΒΗ – ΠΡΑΓΑ - ΚΑΡΛΟΥ ΒΑΡΥ – ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ ΜΟΛΔΑΒΑ – ΒΙΕΝΝΗ	146
6.14. ΕΚΔΡΟΜΗ ΣΤΟΝ ΖΩΟΛΟΓΙΚΟ ΚΗΠΟ ΤΗΣ ΑΥΣΤΡΑΛΙΑΣ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΘΑΛΑΣΣΙΟ ΚΟΣΜΟ.....	150
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	153
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	155

Εισαγωγή

Η παρούσα μελέτη σαν στόχο έχει να παρουσιάσει την διαμόρφωση των ήπιων τουριστικών πακέτων διακοπών και τι στρατηγική ακολουθούν τα ταξιδιωτικά γραφεία για να πετύχουν τους στόχους τους.

Σκοπός μας είναι να δείξουμε τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν τα ταξιδιωτικά γραφεία και τι πολιτική ακολουθούν μέχρι τη επίτευξη του τελικού σκοπού τους. Ειδικότερα παρουσιάζουμε την στρατηγική τους σε θέματα οργάνωσης, κοστολόγησης, διανομής, προβολής κ.α.

Η συγκεκριμένη μελέτη διακρίνεται σε 4 κεφάλαια. Ειδικότερα:

- ✚ Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζονται γενικά στοιχεία για τον τουρισμό όπως η έννοια, η ιστορία του τουριστικού τομέα στην χώρα μας, οι κατηγορίες των ταξιδιών που υπάρχουν και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
- ✚ Στο δεύτερο κεφάλαιο εστιάζουμε σε μια πολύ διαδεδομένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού, στον οικοτουρισμό. Ειδικότερα παρουσιάζουμε τη ερμηνεία του σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία, τα οφέλη και τα τυχόν μειονεκτήματα του καθώς επίσης και τους στόχους τους, την αναγκαιότητα ανάπτυξης του οικοτουρισμού, τι προγράμματα υπάρχουν και τι μέτρα έχει λάβει η πολιτεία.
- ✚ Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύουμε τι ισχύει με τα ταξιδιωτικά γραφεία και τα τουριστικά πακέτα. Πιο συγκεκριμένα αρχικά δίνουμε έναν ορισμό του τουρισμού γραφείου και αναλύουμε τα είδη που υπάρχουν. Εν συνεχεία παρουσιάζουμε τα είδη των τουριστικών πακέτων, την σύνθεση τους, τη κοστολόγηση του, τις δυσκολίες διοργάνωσής τους και τι ισχύει για την προβολή και προώθηση κ.α.
- ✚ Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύουμε ορισμένες περιπτώσεις τουριστικών πακέτων από διαφορετικούς ταξιδιωτικούς πράκτορες στην Ελλάδα. Ουσιαστικά παρουσιάζουμε οικονομικά πακέτα διακοπών για εντός και εκτός Ελλάδος προκειμένου να δείξουμε τις παροχές του κάθε

ταξιδιωτικού γραφείου. Επίσης σε αυτό το κεφάλαιο αναλύουμε και τους γενικούς όρους συμμετοχής στα ταξιδιωτικά πακέτα τους οποίους οφείλουν να γνωρίζουν οι καταναλωτές – τουρίστες.

- ✚ Στο πέμπτο κεφάλαιο αναλύονται διεθνείς οικοτουριστικοί προορισμοί. Παρουσιάζονται τα τουριστικά πακέτα που προσφέρονται από ξένα τουριστικά γραφεία καθώς και τι προσφορές έχουν.

Κεφάλαιο 1^ο - Ο Τουρισμός γενικά

1.1. Ορισμός τουρισμού

Ο τουρισμός είναι ένα σπουδαίο φαινόμενο παγκοσμίως το οποίο τα τελευταία χρόνια έχει αποκτήσει τεράστιες διαστάσεις και πολλές οικονομίες εξαρτώνται από αυτόν τον κλάδο για την εισροή χρήματος και για την ενίσχυση της απασχόλησής τους.

Λέγοντας τουρισμό εννοούμε την πρόσκαιρη περιήγηση από τόπο σε τόπο για αναψυχή των ταξιδιωτών. Ωστόσο αξίζει να σημειωθεί ότι :

α) λέγοντας τουριστική κίνηση εννοούμε την πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας ή διαμονής τους για λόγους ψυχαγωγίας, β) η οργανωτική οργανωμένη προσπάθεια για προσέλκυση των τουριστών είναι ιδιαίτερα έντονη.

Ο τουρισμός κατά καιρούς έχει ερμηνευτεί από πολλούς θεωρητικούς, ωστόσο κανένας δεν κατάφερε να συμπεριλάβει στον ορισμό όλες τις διαστάσεις του τουριστικού φαινομένου. Ο πιο ολοκληρωμένος ορισμός είναι ο διατυπωμένος από την Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού και ο οποίος αναφέρει ότι *“Ο τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρωπίνων μετακινήσεων και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν απ’ αυτές και που προκαλούνται από την εξωτερική και την πραγματοποίηση του πόθου απόδρασης που αδρανεί σε κάθε άτομο, σε διάφορους βαθμούς και σε διαφορετική ένταση”*¹.

1.2. Ιστορική αναδρομή

Ο τουρισμός δεν είναι φαινόμενο των σημερινών κοινωνιών αλλά έχει τις ρίζες του στον αρχαίο κόσμο. Ανέκαθεν υπήρχε η ανάγκη ή ακόμη και η τάση για μετακίνηση, ψυχαγωγία ή απόκτηση γνώσεων.

¹ Τσάρτας, Π., 1996, «Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό», Εξάντας

Οι εποχές που διακρίνεται ο τουρισμός είναι:

- Ø Από την προϊστορική και Αρχαία εποχή, μετά τη Ρωμαϊκή και Βυζαντινή περίοδο, την Τουρκοκρατία και τους νεότερους χρόνους, μέχρι την εποχή του σιδηρόδρομου (1840).
- Ø Από το 1840 μέχρι τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο 1940
- Ø Από το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου 1945 μέχρι σήμερα.

Από το 1950 και μετά ο Τουρισμός αυξήθηκε με εντυπωσιακούς ρυθμούς και βασική αιτία που επηρέασε αυτή την δυναμική ανάπτυξη του τουριστικού τομέα είναι τα υψηλότερα εισοδήματα κι η αύξηση του ελεύθερου χρόνου στους κατοίκους των προηγμένων χωρών.

Ο Τουρισμός έγινε σημαντικός βιομηχανικός κλάδος και για πολλές χώρες αποτέλεσε μία από τις κυριότερες πηγές εισοδήματος και για μερικές μάλιστα είναι ο σπουδαιότερος τομέας εξαγωγικού εμπορίου δηλαδή ο κυριότερος παράγοντας εισροής ξένου συναλλάγματος.

Η ανάπτυξη των σύγχρονων μεταφορικών μέσων καθώς και η επέκταση και διεθνοποίηση της υποδομής του τουρισμού με ξενοδοχεία, πρακτορεία, εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων κ.τ.λ. οδήγησε και σε μια εντυπωσιακή αύξηση της ζήτησης με αποτέλεσμα τη σταδιακή μετατροπή του τουρισμού σε έναν τομέα με τεράστιες οικονομικές προοπτικές στον παγκόσμιο χώρο.

Οι τουριστικές μονάδες στις μέρες μας έχουν αποκτήσει εντελώς δική τους φυσιογνωμία συγκρότησης και λειτουργίας και έχουν εξελιχθεί από απλές ερασιτεχνικές επιχειρήσεις σε σύνθετες επιχειρήσεις που απαιτούν σοβαρή επαγγελματική κατάρτιση και πλατιές τεχνικές γνώσεις.

Η αύξηση των εισοδημάτων και του ελεύθερου χρόνου στη μεταπολεμική περίοδο έχει άμεση σχέση με μια έντονη επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα στις ανεπτυγμένες κοινωνίες που οδήγησε σε μια διόγκωση των μεσαίων στρωμάτων που έχουν ως κύριο χώρο απασχόλησης τις υπηρεσίες.

Ο τουρισμός αποτελεί έναν προνομιακό χώρο ενεργοποίησης των νέων καταναλωτικών κοινωνικών προτύπων αφού διαθέτει όλα τα στοιχεία που μπορούν να αποτελέσουν έκφρασή τους όπως ελεύθερο χρόνο, υπερκατανάλωση, διαφορετική ηθικά και κοινωνικά συμπεριφοράς,

δραστηριότητες που τονίζουν τη φυσική και πνευματική υγεία, πολιτισμικό περιεχόμενο, νέες εμπειρίες και κοινωνικές σχέσεις, υποδομές για ξεκούραση και ψυχαγωγία κ.ά.

Το γεγονός παράλληλα ότι όλα αυτά προσφέρονται σε τιμές που μπορούν να ικανοποιήσουν όλα τα επίπεδα εισοδήματος, ισχυροποιεί το ρόλο του τουρισμού ως κοινωνικού φαινομένου το οποίο μπορεί να εκφράσει τα πρότυπα της ανερχόμενης μεσαίας τάξης.

Με την πάροδο των ετών αναδεικνύεται ο σύγχρονος τουρισμός ως ένα πολυσχιδές κοινωνικό φαινόμενο, οι διαπλοκές της ανάπτυξης του οποίου επηρεάζουν την κοινωνία, την οικονομία, τον πολιτισμό και το περιβάλλον ενός πλήθους χωρών του κόσμου².

1.3. Κατηγορίες ταξιδιών

Η ανάγκη των τουριστών να ταξιδέψουν χαρακτηρίζεται πολλές φορές περισσότερο από την επιθυμία τους να ξεφύγουν από την καθημερινότητα παρά από το ενδιαφέρον τους να επισκεφθούν άλλα μέρη και να γνωρίσουν άλλους ανθρώπους και πολιτισμούς.

Η απόφαση να ταξιδέψει κανείς για διακοπές είναι ουσιαστικά μια σειρά από απαντήσεις σε ερωτήματα όπως: “που πρέπει να πάω;”, “πότε να πάω;”, “με ποιόν να πάω;”, “πόσο να μείνω;”, “πόσα να ξοδέψω;” κ.α.

Υποστηρίζεται ότι υπάρχουν 440 διαφορετικά πράγματα που οι άνθρωποι θέλουν να κάνουν στις διακοπές τους.

Γενικά όμως υπάρχουν δύο μεγάλες κατηγορίες ταξιδιών που πραγματοποιεί ο τουρίστας και τα οποία περιλαμβάνουν όλες τις επιθυμίες τους:

- ο Τα ταξίδια εκείνα που πραγματοποιούνται για την διασκέδαση και για προσωπικούς λόγους όπως τα ταξίδια αναψυχής και ψυχαγωγίας, τα ταξίδια για σπουδές, για αρχαιολογικό ή ιστορικό ενδιαφέρον, για λόγους υγείας κ.λ.π.

² Τσάρτας, Π., 1996, «Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό», Εξάντας

- ο Τα ταξίδια εκείνα που γίνονται για δουλειές όπως:
 1. τα ταξίδια εργασίας
 2. τα συνέδρια και
 3. τα ταξίδια κινήτρων, που στην ουσία είναι ταξίδια για διασκέδαση με την πρόφαση της εργασίας.

Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι υπάρχουν δύο μεγάλες κατηγορίες ταξιδιωτών. Είναι εκείνοι που έχουν κι εκείνοι που δεν έχουν σχέση με τον τουρισμό. Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν εκείνοι που ταξιδεύουν για λόγους διακοπών, διασκέδασης και αναψυχής και στη δεύτερη περίπτωση ανήκουν οι μετανάστες, οι φοιτητές, τα πληρώματα αεροπορικών εταιριών, οι προσωρινοί εργάτες κι οι επιχειρηματίες ή στελέχη επιχειρήσεων³.

1.4. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Ο μαζικός τουρισμός τα τελευταία χρόνια έχει δημιουργήσει πολλά προβλήματα με σημαντικότερα αυτά της επιβάρυνσης στο περιβαλλοντικό και κοινωνικό γίγνεσθαι. Λόγω αυτών των επιπτώσεων θεωρείται αναγκαία η προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού προκειμένου να επιτευχθεί βιωσιμότητα και αειφορία

Ο μαζικός τουρισμός έχει κορεστεί και στην θέση του έχουν λάβει μορφές εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες έχουν την ικανότητα να χρησιμοποιούνται και να αξιοποιούνται ανάλογα με το τουριστικό προϊόν της κάθε περιοχής και τις δραστηριότητες που αναπτύσσει.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν ως στόχο τον σεβασμό προς το περιβάλλον και την πολιτιστική κληρονομιά μιας χώρας αλλά και την δημιουργία νέων τρόπων προσέλευσης τουριστών.

Η ανάπτυξη αυτών των εναλλακτικών μορφών τουρισμού απαιτεί τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και την δημιουργία ειδικών υποδομών που θα ικανοποιούν τις ανάγκες των τουριστών.

³ World Tourism Organization

Οι πιο σημαντικές μορφές εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι⁴:

1.4.1. Τουρισμός διακοπών – αναψυχής

Ο τουρισμός διακοπών – αναψυχής, είναι μια από τις πιο σημαντικές μορφές τουρισμού λόγω του ότι καταλαμβάνει το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής αγοράς και σχετίζεται άμεσα με την ανάγκη του ανθρώπου για ανάπαυση και αναψυχή.

Στην κατηγορία αυτή ο τουρίστας έχει τη δυνατότητα να μετακινηθεί από χώρα σε χώρα ή από περιοχή σε περιοχή ή να παραμένει στον ίδιο τόπο σε όλη τη διάρκεια των διακοπών του για ανάπαυση

Προκειμένου να αναπτυχθεί ο τουρισμός διακοπών χρειάζεται η δημιουργία κατάλληλων υποδομών η οποία θα περιλαμβάνει: α) κατασκευή τουριστικών καταλυμάτων, β) ύπαρξη συγκοινωνιακού δικτύου και μεταφορικών μέσων και γ) ανάπτυξη πολλαπλών μέσων ψυχαγωγίας κ.λ.π.

1.4.2. Μορφωτικός τουρισμός

Ο μορφωτικός τουρισμός έχει σαν στόχο να προσφέρει την δυνατότητα στους τουρίστες να συμμετάσχουν σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, όπως είναι οι επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία, πινακοθήκες, να παρακολουθήσουν συναυλίες και θεατρικές παραστάσεις.

Ωστόσο η ανάπτυξη αυτής της μορφής του τουρισμού απαιτεί και την ανάπτυξη ειδικών υποδομών όπως είναι η ύπαρξη θεάτρων, εκθέσεων ζωγραφικής κ.λ.π.

⁴ Ηγουμενάκης Ν.Γ., Κραβαρίτης Κ. Ν., Λύτρας Π.Ν., 2000, «Εισαγωγή στον τουρισμό», Interbooks, Αθήνα

1.4.3. Εκθεσιακός Τουρισμός

Ο εκθεσιακός τουρισμός έχει σχέση με την επίσκεψη σε διάφορες εκθέσεις. Οι τουρίστες - επισκέπτες συνδυάζουν την επαγγελματική ενημέρωση με άλλες μορφές τουρισμού, όπως είναι ο τουρισμός της πόλης ή ο μορφωτικός τουρισμός.

1.4.4. Τουρισμός υγείας

Ο τουρισμός υγείας έχει ως κύριο κίνητρο την διατήρηση ή την αποκατάσταση της υγείας των τουριστών. Τα άτομα που είναι οι βασικοί χρήστες του τουρισμού υγείας κατοικούν κυρίως στις μεγαλουπόλεις, είναι ηλικιωμένοι και συνήθως προέρχονται από τα μεσαία και ανώτερα εισοδηματικά στρώματα.

Για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού απαιτούνται ποιοτικά καταλύματα, ειδικές εγκαταστάσεις λουτροθεραπείας, και ιατρικές-φυσιοθεραπευτικές υπηρεσίες.

Στην Ελλάδα είναι γνωστό το παράδειγμα των λουτροπόλεων της Αιδηψού, των Καμένων Βούρλων και του Λουτρακίου που έχουν αναπτύξει ευρύ τουρισμό υγείας, λόγω των ιαματικών πηγών που διαθέτουν.

1.4.5. Τουρισμός Άθλησης

Ο τουρισμός άθλησης επιδιώκει την άσκηση ενός αθλήματος, όπως είναι το τένις, η ποδηλασία, η ιππασία, η πεζοπορία, γκολφ κ.λ.π με άλλα λόγια το κύριο κίνητρο του τουρίστα είναι η άθληση.

Για την ανάπτυξη του τουρισμού άθλησης απαιτείται η δημιουργία αθλητικών εγκαταστάσεων από το κράτος και τις τουριστικές επιχειρήσεις σε συνδυασμό με την ύπαρξη εκπαιδευμένου προσωπικού.

1.4.6. Τουρισμός πόλης

Η μορφή αυτή του τουρισμού έχει σαν κύριο χαρακτηριστικό το ταξίδι σε μια πόλη και την περιήγηση της για λόγους πολιτιστικούς, επαγγελματικούς, διασκέδασης, για την πραγματοποίηση αγορών κ.λ.π.

1.4.7. Συνεδριακός τουρισμός

Ο συνεδριακός τουρισμός σχετίζεται με την συμμετοχή των ατόμων σε συνέδρια, σεμινάρια και συσκέψεις. Το βασικό κίνητρο για την συμμετοχή σε αυτή την μορφή τουρισμού είναι η επιστημονική και επαγγελματική ενημέρωση και η ανταλλαγή απόψεων.

Τα τελευταία χρόνια αυτή η μορφή τουρισμού αναπτύσσεται ραγδαία και πολλές πόλεις ανταγωνίζονται μεταξύ τους για την οργάνωση συνεδρίων και την προσέλευση συνεδριακών τουριστών. Σημαντική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι η ύπαρξη συνεδριακών κέντρων, τεχνολογικά εξοπλισμένων. Πολλά ξενοδοχεία έχουν δημιουργήσει χώρους για συνέδρια προκειμένου να μπορούν να συνδυάσουν τον τουρισμό με την επαγγελματική ενημέρωση.

1.4.8. Τουρισμός περιπέτειας

Ο τουρισμός περιπέτειας χαρακτηρίζεται από το στοιχείο του απρόσμενου, του άγνωστου και της έκπληξης και τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς και καλύπτει την ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου της πόλης να εκτονωθεί από το στρες που δημιουργεί ο καταναλωτικός τρόπος ζωής.

Στον τουρισμό περιπέτειας περιλαμβάνονται δραστηριότητες όπως η παραμονή και διαβίωση στη φύση, η ορειβασία, το σαφάρι και η κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς κ.λ.π.

1.4.9. Οικογενειακός τουρισμός

Ο οικογενειακός τουρισμός έχει άμεση σχέση με την ύπαρξη παιδιών ή όχι σε μια οικογένεια. Οι ταξιδιωτικοί οργανισμοί προκειμένου να προσελκύσουν οικογενειακές διακοπές προσφέρουν τουριστικά προγράμματα σε προσιτές τιμές για τον οικογενειακό προϋπολογισμό⁵.

1.4.10. Τουρισμός τρίτης ηλικίας

Τα άτομα που ανήκουν στην Τρίτη ηλικία είναι από τους πιο σημαντικούς χρήστες των τουριστικών υπηρεσιών αφού διαθέτουν πολύ ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα και μεγάλη επιθυμία για ταξίδια.

Οι τουριστικοί οργανισμοί δίνουν μεγάλο βάρος στην κατηγορία αυτή των τουριστών, οι οποίοι συνήθως μετακινούνται σε όλη την διάρκεια του χρόνου, ενισχύοντας έτσι την προσπάθεια επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.

1.4.11. Τουρισμός χειμερινών σπορ

Ο τουρισμός χειμερινών σπορ αφορά όλες τις τουριστικές δραστηριότητες που γίνονται στην διάρκεια του χειμώνα, κυρίως σε ορεινές περιοχές και υπό ορισμένες κλιματικές συνθήκες.

Η ανάπτυξη του συγκεκριμένου είδους τουρισμού οφείλεται στην προσπάθεια των χώρων να διαφοροποιήσουν το τουριστικό προϊόν και να αξιοποιήσουν τους αδρανείς τουριστικούς μήνες.

Ο τουρισμός αυτής της κατηγορίας απαιτεί την ύπαρξη οργανωμένων χιονοδρομικών κέντρων, πίστες πάγου για παγοδρομίες, πατινάζ, έλκηθρα, αγωνιστικές πίστες σκι κ.α.

⁵ Ηγουμενάκης Ν.Γ., Κραβαρίτης Κ.Ν., Λύτρας Π.Ν., 2000, «Εισαγωγή στον τουρισμό», Interbooks, Αθήνα

1.4.12. Τουρισμός παραχείμασης

Ο τουρισμός παραχείμασης σχετίζεται με τις τουριστικές δραστηριότητες των ατόμων που προέρχονται από μέρη με χαμηλές θερμοκρασίες τους χειμερινούς μήνες, σε περιοχές με ήπιες κλιματολογικές συνθήκες. Στην Ελλάδα τέτοιες περιοχές είναι η Κρήτη, η Ρόδος, η Νότια Πελοπόννησος κλπ. Ο τουρισμός αυτής της κατηγορίας μπορεί να συμβάλλει στην μείωση του προβλήματος της εποχικότητας.

1.4.13. Ορεινός τουρισμός

Η μορφή αυτή του τουρισμού αναπτύσσεται στο ορεινό περιβάλλον όλες τις εποχές του έτους και παρότι παρουσιάζει ομοιότητες με τον τουρισμό χειμερινών σπορ δεν ταυτίζεται με αυτόν.

Στο ορεινό περιβάλλον μπορούν να αναπτυχθούν δραστηριότητες περιήγησης με ειδικά οχήματα εκτός δρόμων, πεζοπορίες, ορειβασίες, επισκέψεις σε σπήλαια κλπ.

1.4.14. Αγροτικός τουρισμός

Ο αγροτικός τουρισμός σχετίζεται με εκείνες τις δραστηριότητες της υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και περιλαμβάνονται στο πλαίσιο του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής.

Είναι τουριστικές δραστηριότητες συμπληρωματικές και μη συγκρουόμενες με άλλες δραστηριότητες που χαρακτηρίζουν τον αγροτικό χώρο.

Ο αγροτουρισμός περιλαμβάνει διακοπές σε κάποια φάρμα και την εξοικείωση του επισκέπτη με την ζωή στην ύπαιθρο συμμετέχοντας στον τρόπο ζωής των αγροτών και στις αγροτικές δραστηριότητες γενικότερα⁶.

1.4.15. Θαλάσσιος τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός έχει σχέση με κάθε τουριστική δραστηριότητα που λαμβάνει μέρος στη θάλασσα και τις ακτές της. Οι πιο κερδοφόρες δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού είναι αυτές της ναύλωσης σκαφών αναψυχής και οι κρουαζιέρες.

Η Ελλάδα θεωρείται μια από τις ανταγωνιστικότερες χώρες στον θαλάσσιο τουρισμό λόγω της ποικιλίας των ακτών που διαθέτει και του συνδυασμού θάλασσας – ήλιου.

Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού απαιτεί την ύπαρξη σύγχρονων και σωστά εξοπλισμένων μαρίνων για τον ελλιμενισμό, τον ανεφοδιασμό και την γενική εξυπηρέτηση των σκαφών αναψυχής, των επιβατών και των πληρωμάτων τους και την ύπαρξη ακτών οργανωμένων.

1.4.16. Θρησκευτικός Τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός πραγματοποιείται για λόγους λατρείας. Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού είναι μικρής διάρκειας και η ανάπτυξη της δεν χρειάζεται ειδική υποδομή καθότι αναπτύσσεται σε χώρες που έχουν μεγάλο αριθμό μοναστηριών και εκκλησιών.

Η Ελλάδα είναι μια χώρα πλούσια σε θρησκευτικό πολιτισμό και σε μοναστήρια γεγονός που επιτρέπει την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού.

⁶ Ηγουμενάκης Ν.Γ., Κραβαρίτης Κ.Ν., Λύτρας Π.Ν., 2000, «Εισαγωγή στον τουρισμό», Interbooks, Αθήνα

1.4.17. Τουρισμός κινήτρων

Ο τουρισμός κινήτρων είναι μια μορφή τουρισμού που αναπτύχθηκε λόγω των μεγάλων επιχειρήσεων οι οποίες προσφέρουν κίνητρα στους εργαζόμενους για να τους υποκινήσουν να είναι πιο παραγωγικοί και αποδοτικοί. Πρόκειται για τουριστικά πακέτα με προορισμό συνήθως το εξωτερικό, που φτιάχνουν οι τουριστικοί πράκτορες για τις επιχειρήσεις.

1.4.18. Οικολογικός τουρισμός

Οικολογικός τουρισμός ή οικοτουρισμός είναι ο τουρισμός που αναπτύσσεται σε περιοχές με ιδιαίτερα φυσικά χαρακτηριστικά. Σε αυτή την μορφή τουρισμού εντάσσεται η προστασία και δημιουργία παραδοσιακών οικισμών, η προστασία των βιοτόπων και των εθνικών δρυμών και η ανάπτυξη δραστηριοτήτων όπως η πεζοπορία, οι αναρριχήσεις, οι υποβρύχιες παρατηρήσεις κλπ

1.4.19. Λαϊκός τουρισμός

Βασικό χαρακτηριστικό αυτής της μορφής τουρισμού είναι οι χρήστες του προέρχονται από χαμηλές εισοδηματικές τάξεις και ταξιδεύουν οικογενειακά. Οι υποδομές που είναι απαραίτητες είναι η δημιουργία κάμπινγκ και τα φτηνά καταλύματα κλπ.

1.4.20. Κοσμοπολίτικος Τουρισμός

Ο κοσμοπολίτικος τουρισμός απευθύνεται σε άτομα υψηλών εισοδηματικών τάξεων που έχουν υψηλές απαιτήσεις για την ποιότητα των

παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών. Η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού απαιτεί ένα πολύ υψηλό επίπεδο βασικής και ειδικής υποδομής και ποιότητα υπηρεσιών.

1.4.21. Κοινωνικός τουρισμός

Ο κοινωνικός τουρισμός έχει ως στόχο να δώσει την δυνατότητα σε ασθενέστερες οικονομικές τάξεις να ταξιδέψουν. Η δυνατότητα αυτή παρέχεται μέσω ειδικών παροχών από το κράτος από τον Ε.Ο.Τ., την Εργατική Εστία, και την Γ.Γ. Νέας Γενιάς κλπ.

1.4.22. Τουρισμός ατόμων περιορισμένης κινητικότητας

Η μορφή αυτή του τουρισμού απευθύνεται στα άτομα με ειδικές ανάγκες και για να αναπτυχθεί είναι απαραίτητο τα τουριστικά καταλύματα να τηρούν ειδικές τεχνικές προδιαγραφές όπως είναι η ύπαρξη ραμπών, ανελκυστήρων και ειδικού εξοπλισμού.

1.4.23. Θεματικός τουρισμός

Αυτή η τελευταία κατηγορία εναλλακτικού τουρισμού σχετίζεται με την ύπαρξη ενός συγκεκριμένου θέματος όπως για παράδειγμα η Disney Land και η Eurodisney όπως επίσης και οι διάφορες Water Land⁷.

⁷ Ηγουμενάκης Ν.Γ., Κραβαρίτης Κ.Ν., Λύτρας Π.Ν., 2000, «Εισαγωγή στον τουρισμό», Interbooks, Αθήνα

Κεφάλαιο 2^ο - Οικοτουρισμός

2.1. Ορισμός του οικοτουρισμού

Η εμφάνιση της ιδέας του οικοτουρισμού, ήδη από τη δεκαετία του 1970, είναι άμεσα συνδεδεμένη με το περιβαλλοντικό κίνημα και τις προσπάθειες προστασίας της φύσης των χωρών του αναπτυσσομένου κόσμου.

Ο οικοτουρισμός γεννήθηκε με την ελπίδα ότι θα μπορούσε να συμβάλει στην προστασία των πολυτίμων οικοσυστημάτων των χωρών αυτών, προσφέροντας μια εναλλακτική πηγή εισοδημάτων σε αντιστάθμισμα των οικονομικών δραστηριοτήτων που έπρεπε να απαγορευτούν ως ασύμβατες με τη προστασία των φυσικών πόρων.

Οι Laarman και Durst (1993)⁸, στις αρχικές αναφορές που έγιναν για τον οικοτουρισμό, τον όριζαν ως φυσικό τουρισμό, όπου ο ταξιδιώτης προσελκύεται σε έναν προορισμό, χάρη στο ενδιαφέρον του να γνωρίσει ένα ή περισσότερα στοιχεία της φυσικής ιστορίας του προορισμού αυτού.

Οι Laarman και Durst (1993)⁹ υποστηρίζουν ότι κάποιοι επιστήμονες θα είναι πιθανότατα περισσότερο προσηλωμένοι και λιγότερο χαλαροί στην ερευνά του οικοτουρισμού και ότι ορισμένοι τύποι οικοτουριστών θα είναι περισσότερο πρόθυμοι από κάποιους άλλους να υπομείνουν κάποιες δυσκολίες, προκειμένου να βιώσουν την εμπειρία τους.

Ο επόμενος ορισμός που έδωσαν οι ίδιοι συγγραφείς προσδιορίζει μια θεωρητική διάφορα μεταξύ οικοτουρισμού και φυσικού τουρισμού. Αναγνωρίζοντας τις δυσκολίες που υπάρχουν στον ορισμό του φυσικού τουρισμού, προσδίδουν μια ευρεία και ταυτόχρονα στενή έννοια στον ορισμό του. Τα στενά πλαίσια του ορισμού αναφέρονται στους υπεύθυνους που διοργανώνουν περιηγήσεις φυσικού τουρισμού.

⁸ Laarman, J. G., and P. B. Durst, 1993, "Nature Tourism as a Tool for Economic Development and Conservation of Natural Resources", Washington

⁹ Laarman, J. G., and P. B. Durst, 1993, "Nature Tourism as a Tool for Economic Development and Conservation of Natural Resources", Washington

Ευρέως, αφορά τη χρήση των φυσικών πόρων, όπως οι παράλιες και τα φυσικά τοπία για τουριστικούς σκοπούς. Στη μελέτη τους ορίζουν το φυσικό τουρισμό ως τουρισμό που προσανατολίζεται κυρίως στους φυσικούς πόρους, όπως τα σχετικά αδιατάρακτα πάρκα και φυσικές περιοχές, υδάτινες εκτάσεις, προστατευόμενοι φυσικοί τόποι, και άλλες περιοχές προστατευόμενης χλωρίδας και πανίδας¹⁰.

Αυτό γίνεται ιδιαίτερα φανερό στην ανάλυση του Goodwin¹¹, ο οποίος γράφει ότι ο φυσικός τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις μορφές του τουρισμού – μαζικό τουρισμό, τουρισμό περιπέτειας, τουρισμό ήπιων επιδράσεων, οικοτουρισμό – που χρησιμοποιεί φυσικούς πόρους σε αγρία ή μη ανεπτυγμένη μορφή, όπου περιλαμβάνονται είδη ζώων, βιότοποι, φυσικά τοπία, θάλασσες και λίμνες.

Ο φυσικός τουρισμός είναι ένα ταξίδι με στόχο την απόλαυση των μη – ανεπτυγμένων φυσικών περιοχών ή της φύσης. Ενώ αντίθετα ο οικοτουρισμός είναι φυσικός τουρισμός λίγων επιπτώσεων που συμβάλλει στη διατήρηση των βιότοπων και των ειδών της χλωρίδας και της πανίδας είτε άμεσα μέσα από τη συμβολή στη διατήρηση του περιβάλλοντος είτε έμμεσα μέσα από την εξασφάλιση εσόδων στη τοπική κοινότητα αρκετών για τους κατοίκους της, προστατεύοντας, έτσι τη φυσική τους κληρονομιά ως πηγή εσόδων.

Επίσης μια άλλη άποψη για τον ορισμό του φυσικού τουρισμού και του οικοτουρισμού, είναι αυτοί της Ziffer. Η Ziffer¹² υποστηρίζει ότι ο φυσικός τουρισμός, που μπορεί να μην είναι απόλυτα οικολογικός, επικεντρώνεται περισσότερο στην υποκίνηση και στη συμπεριφορά του ταξιδιώτη. Αντίθετα, ο οικοτουρισμός γίνεται δυσκολότερα αντιληπτός εξαιτίας της πολύπλευρης φύσης του. Έτσι, οικοτουρισμός ορίζεται ως μια μορφή τουρισμού που εμπνέεται κατά κύριο λόγο από τη φυσική ιστορία μιας περιοχής, συμπεριλαμβανομένης και της τοπικής κουλτούρας. Ο οικοτουρίστας επισκέπτεται μη ανεπτυγμένες περιοχές με ένα πνεύμα εκτίμησης, συμμετοχής και ευαισθησίας.

¹⁰ Laarman, J. G., and P. B. Durst, 1993, "Nature Tourism as a Tool for Economic Development and Conservation of Natural Resources", Washington

¹¹ Goodwin, H., 1996, «In pursuit of ecotourism», Biodiversity and Conservation, UK

¹² Ziffer, K., 1989, "Ecotourism: The Uneasy Alliance", Ernst. & Young, US

Ο οικοτουρίστας δε χρησιμοποιεί με καταναλωτικό τρόπο τους φυσικούς πόρους και την αγρία φύση, ενώ συμβάλλει ακόμα στη ζωή της περιοχής που επισκέπτεται μέσα από την προσωπική του εργασία ή την οικονομική του βοήθεια για τη διατήρηση της περιοχής και την οικονομική ευημερία των κατοίκων της.

Οι Wallace και Pierce¹³ αναφέρουν ότι ο οικοτουρισμός είναι ταξίδι προς σχετικά αδιατάρακτες φυσικές περιοχές με στόχο την ερευνά, την απόλαυση ή την εθελοντική βοήθεια. Είναι ένα ταξίδι, που έχει σαν θέμα τη χλωρίδα, την πανίδα, τη γεωλογία, και τα οικοσυστήματα μιας περιοχής καθώς και με τους ανθρώπους, που ζουν σε αυτήν, τις ανάγκες τους, την κουλτούρα τους και τη σχέση τους με τη γη. Αντιμετωπίζει τις φυσικές περιοχές ως « σπίτι για όλους » αλλά και ειδικότερα ως σπίτι για τους ντόπιους κατοίκους.

Οι Wallace και Pierce¹⁴ υποστηρίζουν ότι αυτός ο τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως αυθεντικός οικοτουρισμός, εφόσον καλύπτει τις εξής αρχές:

- ✓ Αφορά έναν τύπο χρήσης, που ελαχιστοποιεί τις αρνητικές συνέπειες για το περιβάλλον και τους ντόπιους κατοίκους.
- ✓ Αυξάνει την ενημέρωση και την κατανόηση για τα φυσικά και πολιτιστικά συστήματα μιας περιοχής καθώς και την επακόλουθη ενασχόληση των επισκεπτών σε θέματα που τα επηρεάζουν.
- ✓ Συμβάλει στην προστασία και τη διαχείριση των νομικά προστατευμένων και άλλων φυσικών περιοχών.
- ✓ Μεγιστοποιεί την αρχική και μακροπρόθεσμη συμμετοχή των ντόπιων κατοίκων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, η οποία καθορίζει και τον τύπο και όγκο του τουριστικού ρεύματος που θα υποδεχθεί.
- ✓ Κατευθύνει τα οικονομικά και αλλά οφέλη προς τους ντόπιους κατοίκους, οι οποίοι συμπληρώνουν αντί να αντικαθιστούν ή να εξαλείφουν παραδοσιακές δραστηριότητες (γεωργία, αλιεία κ.λ.π.)
- ✓ Προσφέρει ειδικές ευκαιρίες στους ντόπιους κατοίκους και στους ανθρώπους που ασχολούνται με το φυσικό τουρισμό να επισκέπτονται φυσικές περιοχές και να μαθαίνουν περισσότερα για τα θαύματα της φύσης που επιθυμούν να δουν οι επισκέπτες.

¹³ Wallace, G. & Pierce, S., 1996, «An evaluation of ecotourism in Amazonas, Brazil», Annals of Tourism Research

¹⁴ Wallace, G. & Pierce, S., 1996, «An evaluation of ecotourism in Amazonas, Brazil», Annals of Tourism Research

Η δήλωση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού σχετικά με τον οικοτουρισμό είναι η εξής: Ο οικοτουρισμός "αγκαλιάζει" τις αρχές του βιώσιμου τουρισμού και τις ακόλουθες αρχές, που τον διακρίνουν από την ευρύτερη έννοια του βιώσιμου τουρισμού:

1. να συμβάλει ενεργά στη διατήρηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, να περιλαμβάνει τις τοπικές και γηγενείς κοινότητες στον προγραμματισμό του, την ανάπτυξη και λειτουργία που συμβάλλουν στην ευημερία τους, να ερμηνεύει τη φυσική και πολιτιστική κληρονομιά του προορισμού στον επισκέπτη,
2. να παραχωρεί καλύτερες υπηρεσίες στους ανεξάρτητους ταξιδιώτες, καθώς επίσης και στους οργανωμένους, για τις μικρές ομάδες μεγέθους».

Σε γενικές γραμμές, ο οικοτουρισμός σαν όρος δηλώνει θετικά και άμεσα μια άλλη, συμβιωτική σχέση ανάμεσα στην ανθρώπινη φύση και το περιβάλλον κατά τη διάρκεια της χωρικής μετακίνησης. Ο οικοτουρισμός σαν όρος πλεονεκτεί, παρά το γεγονός ότι αποπνέει ως ένα βαθμό τη πλεονεξία ενός νέου κινήματος, του κινήματος της πολιτικής οικολογίας, που θέτει πολύ συχνά και κάποτε καταχρηστικά την ετικέτα «οικολογικός» μπροστά από πρακτικές και θεωρητικές κατευθύνσεις.

Ο ίδιος ο όρος ακόμα πλεονεκτεί, παρά το γεγονός ότι συγγέεται με τον ομώνυμο του «οικολογικό τουρισμό», που περιορίζεται στην εποπτεία του φυσικού περιβάλλοντος χωρίς γενικότερες, πολιτιστικές, κοινωνικό-ψυχολογικές και πολιτιστικές προεκτάσεις.

Μέσα σε ένα κόσμο πολλών, οικονομικών, τεχνολογικών και πληροφορικών ταχυτήτων, ο συμβατικός τουρισμός δεν εισάγει μια νέα, μικρότερη ταχύτητα, αλλά συχνά πλειοδοτεί και διεκδικεί κορυφαίες επιταχύνσεις. Αντίθετα, ο οικοτουρισμός είναι εμπειρία συμφιλίωσης με τους προσωπικούς ρυθμούς, αποδοχής της προσωπικής « χωρητικότητας » του προσωπικού χρόνου, άντλησης των επιθυμητών αλλά ταυτόχρονα και εφικτών καταστάσεων.

2.2. Στόχοι οικοτουρισμού

Ο οικοτουρισμός είναι μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού ο οποίος σαν στόχο έχει:

- Ενίσχυση του ενδιαφέροντος για το περιβάλλον του τουριστικού προορισμού: Το κυριότερο κίνητρο του οικοτουρισμού είναι η γνωριμία, η γνώση και η απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος των τουριστικών προορισμών. Αν αυτό το περιβάλλον αλλοιωθεί ή υποβαθμιστεί ή καταστραφεί θα πάψει πλέον να ελκύει τους οικοτουρίστες αλλά προπαντός θα χάσει την ταυτότητα του.
- Ενίσχυση του ενδιαφέροντος για τον τοπικό πληθυσμό: Ο οικοτουρισμός πρέπει πάντα να έχει τοπικό προσανατολισμό. Να διαχειρίζεται από τον ντόπιο πληθυσμό. Να αναπτύσσεται σε τοπική κλίμακα. Να βασίζεται στην τοπική υποδομή. Τα κέρδη του να περνούν στον ντόπιο πληθυσμό για να αυξήσουν το χαμηλό πράγματι εισόδημα τους και έμμεσα να χρησιμοποιούνται για τη συντήρηση της τοπικής κοινωνίας και του τοπικού περιβάλλοντος. Αν ο οικοτουρισμός περάσει στα χέρια τουριστικών επιχειρηματιών, τότε θα εμπορευματοποιηθεί, θα μεγεθυνθεί, θα γίνει καταναλωτικός και τα κέρδη του θα διαφεύγουν. Ο τοπικός πληθυσμός τότε, αν και βραχυχρόνια μπορεί να αποκτήσει οφέλη, μακροχρόνια θα ζημιωθεί και ο ίδιος ο οικοτουρισμός θα μετατραπεί σε μια άλλη μορφή τουρισμού.
- Η αειφορία, η ηπιότητα και το μικρό μέγεθος: Ο οικοτουρισμός ακολουθεί όλες τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης και το δόγμα του συμπίπτει με το δόγμα του αειφόρου τουρισμού. Και σαν μορφή του εναλλακτικού τουρισμού είναι επίσης ήπιος και όχι μαζικός. Δεν απαιτεί ιδιαίτερες ή προσθετές εγκαταστάσεις, χρησιμοποιεί την υπάρχουσα υποδομή, δεν διαταράσσει την τοπική ισορροπία και την αρμονία του τοπίου και δεν χρησιμοποιεί καταχρηστικά τους φυσικούς πόρους, αντίθετα επιδιώκει την διατήρηση της περιοχής και της φύσης και για τις επόμενες γενιές.
- Η γνωριμία με τη φύση, η απόκτηση γνώσεων για τη φύση και η απαίτηση εμπειριών: Οι οικοτουρίστες είναι άνθρωποι που αγαπούν τη

φύση, για αυτό και ο οικοτουρισμός ονομάζεται και φυσιολατρικός τουρισμός. Θέλουν να γνωριστούν με τη φύση, αν ο τρόπος ζωής τους και το περιβάλλον στο οποίο βρέθηκαν να ζουν, τους την αποστερεί. Θέλουν να μάθουν τη φύση, να γνωρίσουν τους νόμους της και να αποκτήσουν εμπειρίες από τη προσωρινή συμβίωση τους με τη φύση¹⁵.

2.3. Οφέλη Οικοτουρισμού

Ο οικοτουρισμός έχει χαρακτηριστεί ως ένα από τα πιο ισχυρά εργαλεία για τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος. Παρουσιάζει μια περιβαλλοντικά πιο φιλική και ενδεχομένως περισσότερη βιώσιμη εναλλακτική λύση στις εξαγωγικές δραστηριότητες, όπως η καλλιέργεια, η καταγραφή, και η εξαγωγή της συγκομιδής της άγριας φύσης.

Προσφέρει στους τοπικούς ανθρώπους την πιθανότητα να δραπετεύσουν και να διαμοιράσουν τις γνώσεις της οικολογίας στους επισκέπτες, να αναπτύξουν μια ισχυρότερη αίσθηση της κοινοτικής υπερηφάνειας και μιας ευρύτερης, πιο σφαιρικής προοπτικής που αναγνωρίζει την αξία της βιοποικιλότητας σε όλους τους ανθρώπους.

Οι επιχειρήσεις που αρχίζουν να ασχολούνται με τον οικοτουρισμό μπορούν να γίνουν αυτόνομες μέσα σε έναν σύντομο χρόνο και μπορούν να ενισχύσουν τις μακροπρόθεσμες οικονομικές προοπτικές μιας κοινότητας. Ο οικοτουρισμός ενθαρρύνει επίσης την ανάπτυξη των αγορών στις εγγενείς βιοτεχνίες και των έργων τέχνης, και συμβάλλει έτσι στη συντήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Για τους ξένους επισκέπτες, ο τουρισμός παρέχει μια εκπαιδευτική αναλαμπή ενός κόσμου φυσικής ομορφιάς και πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς. Εκπαιδευτικός και πνευματικά ικανοποιητικός, ο οικοτουρισμός απευθύνεται στην επιθυμία "να επιστρέψουμε στη φύση." Ένα άλλο όφελος αυτών που ασχολούνται με τον οικοτουρισμό, είναι η ευκαιρία να συμμετέχουν σε έναν διεθνή διάλογο με τους ανθρώπους από διαφορετικά υπόβαθρα. Αυτή η πολιτισμική ανταλλαγή μπορεί να διαμορφώσει μια υγιή γέφυρα μεταξύ των βιομηχανικών και αναπτυσσόμενων χωρών.

¹⁵ Σφακιανάκης, Μ., 2000, «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδόσεις Έλλην

Για τους οικολόγους, ο οικοτουρισμός παρέχει μια ευκαιρία για τη μακροπρόθεσμη προστασία του εδάφους και των πόρων του. Αυτό είναι ιδιαίτερα πολύτιμο θεωρώντας ότι τα καυτά σημεία της βιολογικής ποικιλομορφίας είναι γενικά οι φτωχότερες περιοχές του κόσμου, όπου η οικονομική ανάγκη είναι πλέον πιθανή να οδηγήσει τους ανθρώπους να ακολουθήσουν τις περιβαλλοντικά καταστρεπτικές επιλογές.

Ο οικοτουρισμός είναι μια ευκαιρία να συντηρηθούν τα οικοσυστήματα και η βιολογική ποικιλομορφία που ειδάλλως θα χάνονταν. Είναι επίσης μια πιθανότητα να παραχθεί το εισόδημα που υποστηρίζει τις ερευνητικές προσπάθειες. Οι αμοιβές εισόδων από μια έλξη οικοτουρισμού μπορούν να διοχετευθούν στα προγράμματα που προάγουν την επιστημονική γνώση για την οικολογία της περιοχής, την αναπαραγωγή, αποκατάσταση, ή αναδάσωση¹⁶.

2.4. Προϋποθέσεις οικοτουρισμού

Ο οικοτουρισμός αποτελεί μια ειδική κατηγορία εναλλακτικού τουρισμού, που αναπτύχθηκε στις αρχές τις δεκαετίας του '90. Λόγω του «νεαρού» της ηλικίας, αλλά και της φύσης του, δεν έχει ακόμη διαμορφωθεί ένας κοινά αποδεκτός ορισμός, σε αντίθεση με τα γενικά χαρακτηριστικά του, τα οποία θα μπορούσαν να συνοψιστούν στα εξής:

1. Περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού που βασίζονται στη φύση, στις οποίες το κύριο κίνητρο των τουριστών είναι η παρατήρηση και η εκτίμηση της φύσης, καθώς επίσης και οι παραδοσιακοί πολιτισμοί που κυριαρχούν στις φυσικές περιοχές.
2. Περιέχει επιστημονικά, εκπαιδευτικά και διερευνητικά χαρακτηριστικά.
3. Είναι συνήθως οργανωμένος σε μικρές ομάδες από εξειδικευμένες και μικρές τοπικές επιχειρήσεις.
4. Ελαχιστοποιεί τις αρνητικές επιδράσεις πάνω στο φυσικό και κοινωνικό-οικονομικό περιβάλλον.
5. Υποστηρίζει την προστασία των φυσικών περιοχών:

¹⁶ Τσάρτας Π., 1996, "Αειφορική Ανάπτυξη και Τουρισμός: Προβληματισμοί και Προτάσεις για έναν Διαφορετικό Τύπο Τουριστικής Ανάπτυξης", εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα.

- παράγοντας οικονομικά οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες, τους οργανισμούς και τους φορείς διαχείρισης φυσικών περιοχών που αποσκοπούν στη διατήρηση και προστασία,
- παρέχοντας εναλλακτική απασχόληση και ευκαιρίες εισοδήματος για τις τοπικές κοινότητες,
- αυξάνοντας την ευαισθησία των τοπικών κοινωνιών και των τουριστών για τη διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών στοιχείων.

Είναι σαφές ότι ο οικοτουρισμός εμφανίζεται μεν ως τουρισμός φύσης, αλλά με στοιχεία ρυθμιστικά ή αειφορίας . Διότι θα πρέπει να τονιστεί ότι οικοτουρισμός και τουρισμός φύσης δεν είναι κατ' ανάγκη όροι ταυτόσημοι. Ο τουρισμός φύσης θα μπορούσε να εξισωθεί με τον οικοτουρισμό μόνο εάν παρήγαγε καλύτερη προστασία.

Επομένως, ο οικοτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται και διαχειρίζεται με τέτοιο τρόπο ώστε όλη η τουριστική δραστηριότητα να μπορεί να συνεχιστεί στο διηνεκές.

Αναζητεί να στηρίξει διαχρονικά την ποιότητα, την ποσότητα και την παραγωγικότητα των συστημάτων των ανθρωπίνων και φυσικών πόρων, ενώ σέβεται και διευκολύνει τις δυναμικές τέτοιων συστημάτων.

Είναι φιλικός με τη φύση που περιβάλλει τον άνθρωπο και συμβατός με τοπικά περιβάλλοντα και τοπικές κοινωνίες. Η αειφορία, που εμπεριέχεται στον οικοτουρισμό, υποδηλώνει τη συμβιωτική σχέση ανάμεσα στην ανθρώπινη φύση και στο περιβάλλον κατά τη διάρκεια της χωρικής μετακίνησης και συνιστά μια υπέρβαση των κυρίαρχων μορφών ταξιδιωτικής αναψυχής.

Ειδικότερα, μια δραστηριότητα για να αξιολογηθεί σαν οικοτουριστική πρέπει:

1. να προάγει θετικές περιβαλλοντικές ηθικές και να καλλιεργεί την ενδεικνυόμενη συμπεριφορά στους συμμετέχοντες,
2. να μην υποβαθμίζει τον φυσικό πόρο,
3. να επικεντρώνεται περισσότερο στις εγγενείς παρά στις επίκτητες αξίες,

4. να προσανατολίζεται γύρω από το περιβάλλον και όχι γύρω από τον άνθρωπο,
5. να ωφελεί την άγρια ζωή και το περιβάλλον,
6. να παρέχει άμεση επαφή με το φυσικό περιβάλλον,
7. να συμπεριλαμβάνει ενεργά την τοπική κοινωνία στην τουριστική διαδικασία,
8. να εκτιμάται το επίπεδο ικανοποίησης σε κλίμακες εκπαίδευσης και/ή εκτίμησης,
9. να συνεπάγεται σημαντική προετοιμασία και απαιτήσεις γνώσεων σε βάθος από μέρους των ξεναγών και συμμετεχόντων.

Από τις ανωτέρω παραθέσεις, θα μπορούσαμε να συνοψίσουμε τα κύρια χαρακτηριστικά του οικοτουρισμού στα εξής:

- § Βασίζεται στη φύση και σε περιοχές με σχετικά ανόθευτα στοιχεία φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς, όπου τα κύρια κίνητρα των τουριστών είναι η παρατήρηση και η εκτίμηση της φύσης, καθώς και τα επιστημονικά, εκπαιδευτικά και διερευνητικά τους ενδιαφέροντα.
- § Έχει σαφώς φυσιολατρικό χαρακτήρα και έντονο το στοιχείο προστασίας του περιβάλλοντος. Τούτο έχει ιδιαίτερη σημασία, αν λάβει κανείς υπόψη ότι οι πρώτες περιοχές στις οποίες απευθύνεται ο οικοτουρισμός είναι προφανώς περιοχές με τεράστιο οικοτουριστικό δυναμικό, όπως οι προστατευόμενες φυσικές περιοχές και οι περιοχές παγκόσμιας κληρονομιάς.
- § Ενισχύει τη γηγενή πολιτιστική ταυτότητα, προϋποθέτει την ενεργό συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας σε όλο το φάσμα της τουριστικής διαδικασίας και συμβάλλει στην κοινωνική, οικονομική και πολιτιστική της εξύψωση.
- § Απαιτεί, τέλος, την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και συμπεριφορά όλων των εμπλεκομένων στο τουριστικό «κύκλωμα»: διαχειριστές φυσικών περιοχών και βοηθητικό προσωπικό, φύλακες, κρατικές υπηρεσίες, πολιτικούς, τουριστικούς πράκτορες, ξεναγούς, τουριστικά πρακτορεία, ιδιοκτήτες και υπαλληλικό προσωπικό ξενοδοχείων και

εστιατορίων και τοπική κοινωνία, γεγονός που προϋποθέτει την περιβαλλοντική αγωγή όλων των εμπλεκομένων.

Τα χαρακτηριστικά αυτά υπογραμμίζουν τις ιδιαιτερότητες και διαγράφουν τις προϋποθέσεις κάθε αγροτουριστικής προσπάθειας. Διότι δεν νοείται οικοτουρισμός χωρίς σημείο αναφοράς το φυσικό περιβάλλον και κέντρο βάρους την προστασία του, χωρίς την ενεργό συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, χωρίς την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των εμπλεκομένων¹⁷.

2.5. Δυνατότητες και προοπτικές

Αν οι σκιαγραφηθείσες προϋποθέσεις αποτελούν το ένα σκέλος του οικοτουριστικού προβλήματος, το άλλο αναφέρεται στις δυνατότητες που υπάρχουν για μια τέτοια δραστηριότητα, δηλαδή στη διαθεσιμότητα φυσικών και πολιτιστικών πόρων, οι οποίοι θα αποτελέσουν αντικείμενο της εν λόγω δραστηριότητας.

Αναφερόμενοι στους πολιτιστικούς πόρους, περιοριζόμαστε συνήθως στα κλασικά μνημεία, πάνω στα οποία στηρίχθηκε και η τουριστική ανάπτυξη της χώρας στα πρώτα της βήματα, όταν ο αρχαιολογικός τουρισμός ήταν στις άμεσες προτεραιότητες της ζήτησης. Όμως, δεν είναι μόνο αυτά.

Είναι τα μνημεία των νεότερων χρόνων, οι παραδοσιακοί οικισμοί, τα γραφικά χωριά των ορεινών κυρίως περιοχών, τα ήθη και έθιμα του τόπου μας, οι παραδοσιακές ενασχολήσεις, ο πληθυσμός της υπαίθρου με τις ιδιομορφίες του, την αγνότητα και το άδολο του χαρακτήρα του, τη φιλοξενία και την αμεσότητά του. Είναι όλα αυτά, όπως διαμορφώθηκαν στην πορεία της ελληνικής φυλής μέσα στο χρόνο και που μας χαρακτηρίζουν.

Είναι αυτά τα οποία για ένα μεγάλο διάστημα στο παρελθόν τα απαρνηθήκαμε ή τα υποτιμήσαμε για να «θεοποιήσουμε» και να οικειοποιηθούμε αλλότρια πρότυπα στην προσπάθειά μας να «εκσυγχρονιστούμε». Τα ανακαλύψαμε, όμως, και τα προβάλλουμε δειλά-δειλά

¹⁷ Καραμέρης, Α., 2006, «προϋποθέσεις και προοπτικές ανάπτυξης οικοτουρισμού», Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο

τα τελευταία χρόνια, επιδιώκοντας να αναδείξουμε, να διατηρήσουμε και να προβάλλουμε τον πολιτισμό μας, την ιδιαιτερότητα και μοναδικότητά μας, να δείξουμε αυτό που είμαστε, χωρίς αισθήματα κατωτερότητας.

Είναι, άλλωστε, αυτό που αποζητά ο σύγχρονος τουρίστας και ειδικότερα ο οικοτουρίστας, τη γνωριμία και επαφή με την παράδοση, το αγνό και άδολο, την εμπειρία της γόνιμης ώσμωσης του ξένου με το εγχώριο στοιχείο στη φυσική του κατάσταση χωρίς εξωραϊσμούς και προσποιήσεις, την εμπειρία να ανακαλύπτει νέες αξίες και να επιβεβαιώνει παλιές.

Αν οι πολιτιστικοί πόροι και ειδικότερα οι αρχαιολογικοί θησαυροί αναδείχθηκαν και αξιοποιήθηκαν, λιγότερο ή περισσότερο, σε όλη την έκταση της χώρας, οι φυσικοί πόροι, αντίθετα, αγνοήθηκαν, δεν αξιοποιήθηκαν ισότιμα, επιβεβαιώνοντας έτσι το «ανισόρροπο» της τουριστικής ανάπτυξης. Η συσσώρευση των τουριστών στις παράκτιες περιοχές και η αποκλειστική αξιοποίηση των φυσικών τους πόρων, άφησαν κατά μέρος τους αντίστοιχους της ενδοχώρας.

Η εξέλιξη αυτή είχε και τη θετική της πλευρά, αφού παραμένοντας ανεκμετάλλευτοι δεν υποβαθμίστηκαν, όπως σε άλλες περιπτώσεις. Όμως, όταν η χώρα μας αποζητά την ανάπτυξη και δη την ισόρροπη ανάπτυξή της, αποτελεί πολυτέλεια να παραμένουν ανεκμετάλλευτοι φυσικοί πόροι.

Παρά τις κατά καιρούς αντίθετες απόψεις, η ηπειρωτική χώρα διαθέτει ένα ανεκτίμητο κεφάλαιο: το φυσικό περιβάλλον. Το έντονο ανάγλυφο, οι γεωμορφολογικοί σχηματισμοί, το πολύμορφο του τοπίου και το ευρύ φάσμα υψομετρικών διαφορών διαμορφώνουν αναρίθμητες οπτικές εικόνες και μεγάλη ποικιλία βιοτόπων σπάνιας ομορφιάς.

Σε συνδυασμό δε με τη γεωγραφική θέση και το κλιματικό περιβάλλον, δημιουργούνται ευνοϊκές συνθήκες, όπου αναπτύσσεται πολυποίκιλη και μοναδική χλωρίδα και ενδιαιτάται πλούσια και σπάνια πανίδα αμφιβίων, ερπετών, πτηνών, μικρών και μεγάλων θηλαστικών. Όλα αυτά παρέχουν πολυάριθμες ευκαιρίες παρατήρησης, θαυμασμού και απόλαυσης του τοπίου και της άγριας ζωής, ενσταλάζοντας στον επισκέπτη ανεπανάληπτες εμπειρίες.

Η δασική βλάστηση, έτσι καθώς ξεδιπλώνεται από τις παραλιακές περιοχές μέχρι την αλπική ζώνη και από την Κρήτη ως τη Ροδόπη, με το πολυάριθμο των ειδών της και το πολυποίκιλο των μορφών, δομών και εναλλαγών

των χρωματισμών της, αποτελεί αντικείμενο μελέτης, παρατήρησης, θαυμασμού και αναψυχής.

Η ποικιλία της χλωρίδας της χώρας μας είναι πλούσια. Αριθμεί περισσότερα από 6.000 είδη, το 1/10 των οποίων είναι ενδημικά, και κατατάσσει τη χώρα μας στη δεύτερη θέση από άποψη βιοποικιλότητας σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Πρόκειται για ένα πολύτιμο φυσικό κεφάλαιο, μια ανεκτίμητη φυσική κληρονομιά, όχι μόνο για την Ελλάδα, αλλά και για ολόκληρη την Ευρώπη.

Μεταξύ των βιοτόπων, ξεχωριστή θέση κατέχουν οι υγροβιότοποι. Πάνω από 400 λίμνες, λιμνοθάλασσες, έλη, υγρά λιβάδια, εκβολές ποταμών και κάθε είδους υγρές εκτάσεις, πρόσκαιρες ή μόνιμες, φυσικές ή ανθρωπογενείς, δημιουργούν έναν ιστό μοναδικής οικολογικής και αισθητικής αξίας.

Τα πολυάριθμα είδη χλωρίδας και πανίδας, ιδιαίτερα δε της πανίδας των πτηνών, οι παραδοσιακές ασχολίες των κατοίκων (ψάρεμα, κτηνοτροφία, κ.λπ.), σε συνδυασμό με το πανέμορφο τοπίο τους, μπορούν να αποτελέσουν μοχλό οικοτουριστικής ανάπτυξης για αρκετές περιοχές.

Ειδικού οικοτουριστικού ενδιαφέροντος είναι επίσης οι προστατευμένες φυσικές περιοχές, οι οποίες χαρακτηρίζονται για τη μοναδικότητα της χλωρίδας, της πανίδας, των γεωμορφολογικών χαρακτηριστικών και των υδάτων που εμπεριέχουν.

Η χώρα μας διαθέτει ένα σχετικά μεγάλο φάσμα τέτοιων περιοχών: 10 εθνικούς δρυμούς, 19 αισθητικά δάση (όπως το Φοινικόδασος Βαί στην Κρήτη, η Κοιλιάδα των Τεμπών, τα δάση της Σκιάθου, τα στενά του ποταμού Νέστου κ.ά), τα ανεπηρέαστα από ανθρώπινες επεμβάσεις παρθένα δάση στη Ροδόπη, καθώς και 51 διατηρητέα μνημεία της φύσης (το δάσος Χαϊντού Ξάνθης, το απολιθωμένο δάσος της Λέσβου, το δάσος δενδρωδών αειφύλλων πλατυφύλλων στη νήσο Σαπιέντζα κ.ά.).

Αυτό το δίκτυο των προστατευμένων φυσικών περιοχών, με τη μοναδικότητα των φυσικών χαρακτηριστικών, παρέχει θαυμάσιες ευκαιρίες για οικοτουρίστες και μπορεί να αποτελέσει σημείο αναφοράς της οικοτουριστικής ανάπτυξης.

Όλα τα ανωτέρω αποτελούν στοιχεία παρατήρησης, ανεξάντλητη πηγή έμπνευσης και στοχασμού, αλλά και επιστημονικής, ιστορικής και λαογραφικής ομορφιάς και αξίας. Συνιστούν ένα μοναδικό κεφάλαιο για τη

χώρα μας και, συγχρόνως, το συγκριτικό της πλεονέκτημα, που παραμένει «ανέγγιχτο», παρά το ότι αυτό είναι το επιζητούμενο στην οικοτουριστική αγορά.

Κατά συνέπεια, η χώρα μας διαθέτει ένα ευρύ φάσμα αξιόλογων οικοτουριστικών αντικειμένων και προορισμών και μπορεί να ικανοποιήσει ποικιλία ενδιαφερόντων των οικοτουριστών, είτε αυτοί ανήκουν σε φανατικούς λάτρεις της φύσης και της παράδοσης των τόπων είτε είναι ομάδες επιστημόνων που αποζητούν τον εμπλουτισμό των παραστάσεων και των γνώσεών τους είτε είναι απλοί επισκέπτες με κίνητρα την παρατήρηση, την εκτίμηση της φύσης και την απόκτηση εμπειριών¹⁸.

2.6. Κίνδυνοι οικοτουρισμού

Δεν είναι όλες οι προσπάθειες του οικοτουρισμού πάντα ευεργετικές στους τοπικούς ανθρώπους και τα οικοσυστήματα. Λόγω της θέσης τους, στις περιβαλλοντικά ευαίσθητες περιοχές, οι διαδικασίες οικοτουρισμού μπορεί να αποτύχουν και να προκαλέσουν πολύ σοβαρές περιβαλλοντικές συνέπειες. Οι τουρίστες αντιπροσωπεύουν μια αύξηση στον πληθυσμό, προσωρινή, αλλά οι απαιτήσεις τους στους τοπικούς πόρους μπορούν να απαιτήσουν την εγκατάσταση πρόσθετης υποδομής, μεγάλα ποσά αποβλήτων και ρύπανσης, και την υποβάθμιση των εύθραυστων οικοσυστημάτων.

Επίσης οι τουρίστες που πηγαίνουν να δουν την άγρια φύση μπορούν να φοβίσουν τα ζώα ενώ εκείνοι που επιλέγουν τους γύρους αεροπλάνων ή βαρκών συμβάλλουν στη ρύπανση και στο θόρυβο στο περιβάλλον.

Οι τουρίστες μπορούν ακόμη και να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη των καταστρεπτικών οικονομιών, όπως οι αγορές των αναμνηστικών που σχετίζονται με την άγρια φύση (όπως δέρματα, κόκαλα.). Ο τουρισμός σε μια περιοχή που καυχιέται για τις ευκαιρίες να αντιμετωπίσει τα απειλούμενα υπό

¹⁸ Καραμέρης, Α., 2006, «προϋποθέσεις και προοπτικές ανάπτυξης οικοτουρισμού», Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο

εξαφάνιση είδη, μπορεί να προκαλέσει την περαιτέρω διακινδύνευση ή την εξάλειψη αυτών των ειδών.

Τέτοιες αποτυχίες μπορούν να εμφανιστούν και λόγω της έλλειψης οργάνωσης και της έλλειψης δέσμευσης για τους στόχους συντήρησης. Πολλές κυβερνήσεις και κράτη δεν έχουν τα επαρκή τμήματα τουρισμού και είναι ανίκανα να χρηματοδοτήσουν τις αρμόδιες προσπάθειες ανάπτυξης. Άλλοι είναι απρόθυμοι να περιορίσουν τη ροή των χρημάτων των τουριστών στη χώρα, και έτσι ενθαρρύνουν την ανάπτυξη πάνω από τα βιώσιμα επίπεδα.

Μια αρχική αξία του οικοτουρισμού είναι οι ευκαιρίες απασχόλησης που παρέχονται στους τοπικούς ανθρώπους, όμως πολλές διαδικασίες τουρισμού ρυθμίζονται από τις ξένες εταιρίες, που παρέχουν ελάχιστο ή κανένα όφελος για τους ντόπιους. Τα εισοδήματα μειώνονται σταδιακά από τους ξένους επενδυτές, αντί να επενδυθούν στην κοινότητα, οι περιβαλλοντικοί πόροι υποβιβάζονται, και οι ανάγκες του τοπικού πληθυσμού περιθωριοποιούνται

Επειδή οι ντόπιοι δεν λαμβάνουν κανένα όφελος από τους τουρίστες, δεν έχουν κανένα κίνητρο για να προστατεύσουν την περιοχή αυτή όπου μια σημαντική μερίδα του προϋπολογισμού της περιοχής, πρέπει να πάει στη φύλαξη της από τους λαθροκυνηγούς.

Μερικές φορές οι ντόπιοι έχουν αντισταθεί στις προσπάθειες ανάπτυξης τουρισμού, συμπεριλαμβανομένου του οικοτουρισμού, λόγω της πιθανότητας για τη διάσπαση στις ζωές τους.

Οι τοπικοί άνθρωποι μπορούν επίσης να αντιτάξουν τον τουρισμό, επειδή αγανακτούν με τις πολιτικές που βλέπουν. Ο τουρισμός πρέπει και μπορεί να φέρει νέους περιορισμούς ή την αυστηρότερη επιβολή της υπάρχουσας νομοθεσίας που προστατεύει τα είδη και τους βιότοπούς τους, και να σταματήσει η ασυνήθιστη κυβερνητική παρέμβαση στις τοπικές δραστηριότητες, να αναπαραγάγει τη διαδεδομένη δυσαρέσκεια μεταξύ των κατοίκων. Ο τουρισμός μπορεί επίσης να επιφέρει τις κοινωνικές αλλαγές, όπως η ανταλλαγή των παραδοσιακών ρόλων για μη συμβατικούς, οι οποίοι αναστατώνουν την κοινωνική ιεραρχία στην κοινότητα¹⁹.

¹⁹ Σφακιανάκης, Μ., 2000, «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδόσεις Έλλην

2.7. Προφίλ οικοτουρίστα

Υπάρχουν ορισμένα που διακρίνουν τον οικοτουρίστα από τις υπόλοιπες κατηγορίες τουριστών και του προσδίδουν ένα ξεχωριστό προφίλ. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε η πλειοψηφία των οικοτουριστών έχουν τα εξής χαρακτηριστικά²⁰:

Ηλικία: Μέσος όρος 35-45 ετών, αν και οι ηλικίες διαφοροποιούνται ανάλογα με τις δραστηριότητες και το κόστος του ταξιδιού

Φύλο: 50% γυναίκες -50% άντρες, έντονη διαφοροποίηση παρουσιάζεται ανάλογα με τη δραστηριότητα

Εκπαίδευση: Το 82% ήταν ανώτερου μορφωτικού επιπέδου. Επίσης, παρατηρείται μια μετακίνηση του ενδιαφέροντος για τον οικοτουρισμό από τα άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, σε ομάδες χαμηλότερου μορφωτικού επιπέδου, καταδεικνύοντας μια μετακίνηση του ενδιαφέροντος και στις κλασικές τουριστικές αγορές.

Οικογενειακή κατάσταση: Δεν υπάρχουν διαφορές ανάμεσα στους κλασικούς τουρίστες και στους έμπειρους οικοτουρίστες

Σύνθεση ταξιδιωτών: Η πλειοψηφία των έμπειρων οικοτουριστών σε ποσοστό 60% προτιμά να ταξιδεύει σε ζευγάρια, το 15% προτιμά ταξίδια με την οικογένεια και το 13% προτιμά να ταξιδεύει μόνο του.

Διάρκεια ταξιδιού: Η πλειοψηφία των έμπειρων οικοτουριστών θεωρεί ως ιδανικότερη διάρκεια ταξιδιού τις 8-14 μέρες

Κόστος ταξιδιού: Το σύνολο των έμπειρων οικοτουριστών είναι διατεθειμένο να πληρώσει παραπάνω από ότι οι κλασικοί τουρίστες.

Σημαντικά στοιχεία του ταξιδιού: Οι οικοτουρίστες ενδιαφέρονται α) για την άγρια φυσική ομορφιά του τοπίου, β) την παρακολούθηση της άγριας πανίδας και χλωρίδας, γ) τους περιπάτους και την ορειβασία

²⁰ The international ecotourism society, 1994

Κίνητρα για το επόμενο ταξίδι: Οι οικοτουρίστες προτιμούν α) να απολαύσουν και να έρθουν σε επαφή με τη φύση και β) νέες εμπειρίες-νέα μέρη.

Το παραπάνω προφίλ μπορεί να μην αντικατοπτρίζει απόλυτα την Ελληνική πραγματικότητα, είναι όμως αντιπροσωπευτικό προφίλ μιας μερίδας τουριστών. Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι από την πλευρά των επιχειρήσεων ο οικοτουρισμός είναι μία ανερχόμενη αγορά η οποία προσδίδει στις εταιρείες που δραστηριοποιούνται την εικόνα ότι ενδιαφέρονται για το περιβάλλον, το οποίο από μόνο του είναι μια πολύ καλή μορφή διαφήμισης.

Από την πλευρά του τουρίστα, διαπιστώνουμε ότι για την πλειοψηφία των τουριστών ο οικοτουρισμός προσδιορίζει περισσότερο το επίπεδο της ταξιδιωτικής τους εμπειρίας, χωρίς οι ίδιοι να είναι ενεργοί όσον αφορά την προστασία του περιβάλλοντος²¹.

2.8. Τα επίπεδα του οικοτουρισμού

Ο οικοτουρισμός προτού αναπτυχθεί περνά από κάποια επίπεδα ανάπτυξης μέχρι να φτάσει στην τελική του μορφή. Ουσιαστικά υπάρχει μια κλίμακα η οποία εκτιμά την οικοτουριστική κατάσταση της περιοχής και την κατατάσσει στο κατάλληλο επίπεδο.

Σε κάθε επίπεδο καθορίζεται διαφορετικός τύπος τουρισμών και επιδράσεων. Η κλίμακα που θα αναλύσουμε στην συνέχεια μετρά το επίπεδο επιτεύγματος σύμφωνα με τις αρχές του οικοτουρισμού. Τα διαφορετικά επίπεδα της κλίμακας οικοτουρισμού μετρούν σε μερικές περιπτώσεις τις διαφορετικές ιδιότητες παρά την αύξηση ή τη μείωση των ποσών των ίδιων ιδιοτήτων.

Η κλίμακα του οικοτουρισμού

Το επίπεδο μηδέν, είναι το αρχικό επίπεδο του οικοτουρισμού το οποίο θεωρεί, ότι οι ταξιδιώτες εκτίθενται ή δεν είναι ενήμεροι για το εύθραυστο των οικοσυστημάτων που έχουν έρθει να απολαύσουν. Αυτό είναι το κατώτατο όριο

²¹ Ασπιώτης, Ν., 2005, «Οικοτουρισμός και αειφορία: η περίπτωση της Ελλάδος», Παν. Κρήτης

"συνειδητοποίησης". Το τυχαίο ταξίδι φύσης θα ήταν κατάλληλο συνήθως σε αυτό το επίπεδο.

Το επίπεδο 1 του οικοτουρισμού θεωρεί ότι μια καθαρή θετική ροή της νομισματικής υποστήριξης εμφανίζεται μεταξύ του διακινούμενου οικοτουρίστας και των οικοσυστημάτων που επισκέπτεται. Τα οικονομικά διακριτικά σημεία, είτε φόροι αναχώρησης αερολιμένων είτε προσδιορισμοί μιας μερίδας των δαπανών ταξιδιού εδάφους, θα ήταν κατάλληλα σε αυτό το επίπεδο.

Το επίπεδο 2 θεωρεί ότι ο οικοτουρίστας συμμετέχει με έναν προσωπικό τρόπο στην υποστήριξη του περιβάλλοντος. Μερικοί οικοτουρίστες φυτεύουν δέντρα και άλλοι συμμετέχουν σε καθαρισμούς απορριμμάτων.

Το επίπεδο 3 θεωρεί ότι το συγκεκριμένο σύστημα είναι καλοκάγαθο για το περιβάλλον. Το σύστημα πρέπει να περιλάβει το διεθνές αεροπορικό ταξίδι καθώς επίσης και την επιτόπια μεταφορά και στέγαση. Το επίπεδο αυτό θεωρεί ότι η καθαρή επίδραση της ταξιδιωτικής παρουσίας είναι ουδέτερη ή θετική.

Το επίπεδο 4 θεωρεί ότι η καθαρή επίδραση των ταξιδιωτών είναι θετική. Οι επιτόπιες προσπάθειες στο να χρησιμοποιηθεί η κατάλληλη τεχνολογία, μικρή κατανάλωση ενέργειας, η ανακύκλωση, η οργανική γεωργία, βιώσιμες μέθοδοι συγκομιδής, και να γίνει μια προσωπική συμβολή στην αποκατάσταση οικοσυστήματος μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να ισορροπήσουν τις λιγότερο περιβαλλοντικά καλοκάγαθες πτυχές του μεγαλύτερου συστήματος του ταξιδιού που να περιλαμβάνει, το αεροπορικό ταξίδι, τις παραμονές στα ξενοδοχεία πολυτέλειας, και την υπερβολική κατανάλωση ενέργειας.

Το επίπεδο 5 είναι το άριστο επίπεδο στον οικοτουρισμό και αποτελεί ένα ταξίδι όπου ολόκληρο το σύστημα λειτουργούσε με έναν περιβαλλοντικά υγιή τρόπο. Αυτό σημαίνει ότι η διαφήμιση, η μεταφορά, η στέγαση, και η επεξεργασία των υπόλοιπων προϊόντων πρέπει να εξετάζονται σε όλο το ταξίδι.

Το επίπεδο 5, πρέπει να είναι ο τελευταίος στόχος για τους υποστηρικτές οικοτουρισμού. Η μεταφορά πρέπει να είναι περιβαλλοντικά καλοκάγαθη μέσω της περιορισμένης χρήσης των πετρελαιοειδών.

Οι επιτόπιες στεγάσεις και όλες οι δραστηριότητες επισκεπτών και προσωπικού πρέπει να είναι καλοκάγαθες στο περιβάλλον. Η θέρμανση και ο κλιματισμός θα ήταν ηλιακοί και με χαμηλό αντίκτυπο. Τα τρόφιμα και τα

αναμνηστικά θα παράγονται με βιώσιμους τρόπους. Όλα τα υπόλοιπα προϊόντα θα έπρεπε να αντιμετωπιστούν με έναν καλοκάγαθο τρόπο.

Τα χρησιμοποιημένα προϊόντα θα πρέπει να ανακυκλώνονται, τα σαπούνια και οι λύσεις καθαρισμού θα πρέπει να είναι βιοδιασπώμενα, και η μη-υποβάθμιση του περιβάλλοντος θα είναι παράδειγμα για όλους²².

2.9. Λόγοι ανάπτυξης οικότουρισμού

Αν οι δυνατότητες και οι προοπτικές εγγυώνται την ανάπτυξη του οικότουρισμού, οι ανάγκες τις οποίες επιδιώκει να ικανοποιήσει επιβάλλουν την πραγμάτωσή του.

Διότι ο οικότουρισμός, εκτός των άλλων, φιλοδοξεί:

- ∅ να αναδείξει και να προστατεύσει τον πλούτο και την αυθεντικότητα των περιοχών, παρέχοντας τη δυνατότητα στους επισκέπτες να θαυμάσουν τις φυσικές περιοχές και την πλούσια πολιτιστική μας ιστορία,
- ∅ να ικανοποιήσει επί μέρους ανάγκες και επιθυμίες ειδικών ομάδων ή κατηγοριών επισκεπτών, π.χ. εκείνων που ενδιαφέρονται για τη φυσική ιστορία, τη γλώσσα, ή την πολιτισμική κληρονομιά,
- ∅ να συμπληρώσει τα εισοδήματα των κατοίκων των αγροτικών και ορεινών περιοχών μέσα από επιχειρήσεις αγροτουρισμού, ξενάγησης, χειροτεχνίας, ύπνου-πρωινού κ.λπ.,
- ∅ να επιτρέψει την ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών της χώρας μας ή τη μερική τουριστική ανάπτυξη περιοχών με περιορισμένα περιβαλλοντικά και/ή κοινωνικά όρια χωρητικότητας,
- ∅ να συμβάλει στη διατήρηση της δομής και του μεγέθους του τοπικού πληθυσμού μέσω της αύξησης του εισοδήματος και της συνεπαγομένης βελτίωσης του επιπέδου ζωής, επιτυγχάνοντας έτσι, την αναστροφή της ερήμωσης της υπαίθρου,
- ∅ να προάγει τη συμμετοχή του ντόπιου πληθυσμού στις ενέργειες και αποφάσεις που αφορούν το μέλλον των περιφερειών της χώρας,

²² Ασπιώτης, Ν., 2005, «Οικότουρισμός και αειφορία: η περίπτωση της Ελλάδος», Παν. Κρήτης

- Ø να αποτελέσει έναν ισχυρό μοχλό καταπολέμησης της ανεργίας στις ιδιαίτερα προβληματικές περιοχές και να προάγει την ενσωμάτωση συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων, όπως οι γυναίκες, στην οικονομική ζωή της τοπικής κοινωνίας,
- Ø να αναδείξει, να αξιοποιήσει και να διασώσει την πολιτιστική μας κληρονομιά και παράδοση,
- Ø να δώσει τη δυνατότητα για περιβαλλοντική και πολιτιστική ευαισθητοποίηση των επισκεπτών μέσα από τις επισκέψεις σε τοπία εξαιρετης οικολογικής, αισθητικής, αρχιτεκτονικής και ιστορικής αξίας,
- Ø να αυξήσει τα συναλλαγματικά αποθέματα της χώρας μέσω του εισαγόμενου τουρισμού και να μη χάσει παράλληλα τους “δυσारेστημένους” του μαζικού τουρισμού, παρέχοντας σ’ αυτούς τη ζητούμενη εναλλακτική λύση, και, τέλος,
- Ø να μειώσει την εκροή συναλλάγματος, μέσα από τη συγκράτηση των ημεδαπών τουριστών, οι οποίοι αναζητούν τις φυσικές ομορφιές στην αλλοδαπή.
- Ø Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι η σύγκλιση των τριών παραγόντων: προϋποθέσεις, δυνατότητες και αναγκαιότητα, προδιαγράφουν ευοίωνες προοπτικές για τον οικοτουρισμό στη χώρα μας και εγγυώνται την επιτυχία της ανάπτυξής του. Ο οικοτουρισμός δύναται να μετεξελιχθεί σε κορυφαίο εθνικό προϊόν. Ο ισχυρισμός αυτός δεν απέχει από την πραγματικότητα, αν λάβουμε υπόψη:
 1. ότι η εξέλιξη του τουρισμού του προσανατολισμένου στη φύση είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της τουριστικής οικονομίας, η αξία του οποίου εκτιμήθηκε το 1988 στο 1 τρισεκατομμύριο δολάρια σε παγκόσμιο επίπεδο και
 2. την περίπτωση της Αυστρίας, χώρας εξίσου ορεινής, χωρίς το πλεονέκτημα της θάλασσας και με φυσικό εξοπλισμό παρόμοιο με αυτόν της Ελλάδας. Συγκεκριμένα, η Αυστρία έχει αναδείξει και αξιοποιήσει άριστα το φυσικό της περιβάλλον, μέσα από έναν αυστηρό περιβαλλοντικό σχεδιασμό και έχει δραστηριοποιηθεί έντονα προς την κατεύθυνση του οικοτουρισμού, αξιοποιώντας συστηματικά τις διαγραφόμενες τουριστικές τάσεις, με προοπτική να καταστεί ο οικοτουρισμός ο κυριότερος άξονας της

τουριστικής της πολιτικής στην τρέχουσα δεκαετία. Το αποτέλεσμα της μακρόπνοης, διορατικής και συνεπούς πολιτικής που εφαρμόζει, φαίνεται από τη συμβολή του τουρισμού στην οικονομία της χώρας. Τα έσοδα από τον τουρισμό καλύπτουν το 15% του ΑΕΠ, ενώ στη χώρα μας, με πολύ μεγαλύτερες δυνατότητες, τα έσοδα είναι σημαντικά λιγότερα (μόλις 5%)²³.

2.10. Άξονες τουριστικής πολιτικής για τον οικοτουρισμό

Η βελτίωση της ποιότητας του φυσικού και του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος έχει ζωτική σημασία για την επιτυχία των τουριστικών προορισμών της χώρας και αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επίτευξη της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Στο πλαίσιο των σχετικών πολιτικών και δράσεων της Ε.Ε. εντάσσονται οι συνεχείς προσπάθειες του Ε.Ο.Τ. για να ενσωματωθούν οι αρχές της αειφορίας στη στρατηγική και τις πρακτικές της ανάπτυξης του τουριστικού τομέα, και για την προστασία και ανάδειξη του περιβάλλοντος ως πολύτιμου τουριστικού πόρου.

Η δραστηριότητα του Ε.Ο.Τ. εστιάζει στην σταθερή εφαρμογή των ρυθμίσεων και μέτρων που ισχύουν, καθώς και στην προώθηση επιλεκτικών νέων νομοθετικών και χρηματοδοτικών εργαλείων που σχετίζονται ιδιαίτερα με την προστασία και ανάδειξη του περιβάλλοντος και τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Ειδικότερα, η σχετική πολιτική του Ε.Ο.Τ. ακολουθεί τέσσερις κύριους άξονες²⁴:

- **Προώθηση χωρικών ρυθμίσεων και ελέγχων.** γνωμοδότηση για τη σκοπιμότητα ως προς τη χωροθέτηση τουριστικών εγκαταστάσεων, καθορισμός τουριστικά κορεσμένων περιοχών, έλεγχος μελετών περιβαλλοντικών επιπτώσεων από την ίδρυση ή επέκταση τουριστικών

²³ Καραμέρης, Α., 2006, «προϋποθέσεις και προοπτικές ανάπτυξης οικοτουρισμού», Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο

²⁴ ΕΟΤ, 2005

εγκαταστάσεων, σύνταξη και έλεγχος τήρησης τεχνικών προδιαγραφών ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων και εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής, καθορισμός χρήσεων γης σε παραλιακές περιοχές, εφαρμογή κοινοτικών οδηγιών, κλπ.

- **Προώθηση πρότυπων δράσεων και σχεδίων διαχείρισης ειδικών περιοχών** εκπόνηση μελετών σχετικά με την οργάνωση και την ανάδειξη χώρων και τη διαχείριση επισκεπτών - κατάρτιση και επιμόρφωση σε περιβαλλοντικά θέματα - ενέργειες ενημέρωσης και προβολής - σύσταση ειδικών φορέων διαχείρισης.
- **Πολιτική προώθησης οικονομικών κινήτρων.** επιχορηγήσεις σε επενδύσεις σε μη κορεσμένες περιοχές, εκσυγχρονισμός εγκαταστάσεων με φιλικές προς το περιβάλλον τεχνικές και μεθόδους, στήριξη μικρών και μεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων για την προώθηση ήπιων μορφών τουρισμού κλπ
- **Ευαισθητοποίηση του κοινού,** σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος και ήπιων μορφών τουρισμού. Για την εφαρμογή αυτών των πολιτικών ο Ε.Ο.Τ. χρησιμοποιεί, ως κατάλληλο εργαλείο ένα ευρύ φάσμα επιμέρους δράσεων, χρησιμοποιώντας εθνικούς και κοινοτικούς πόρους. Η Ελλάδα συμμετέχει στο 5ο Πρόγραμμα Δράσης για το Περιβάλλον 1992-2000 ("Προς την αειφορία") της Ε.Ε., στο οποίο περιλαμβάνονται ειδικά μέτρα πολιτικής για τον τουριστικό τομέα και τα οποία καθορίζουν το πλαίσιο πάνω στο οποίο θα βασίζεται η ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας.

Οι ομάδες - στόχος αυτών των μέτρων είναι το γενικό κοινό και οι τοπικές κοινωνίες, οι επισκέπτες τουρίστες, η τοπική και η νομαρχιακή αυτοδιοίκηση, οι επαγγελματίες του τουριστικού τομέα, τα στελέχη και το προσωπικό υπηρεσιών και φορέων που συνδέονται με την ανάπτυξη του τουρισμού.

2.11. Πρωτοβουλίες του ΕΟΤ

Οι κυριότερες πρωτοβουλίες και δράσεις που έχει αναλάβει τα τελευταία χρόνια ο Ε.Ο.Τ., στο πλαίσιο του 5ου Ευρωπαϊκού προγράμματος δράσης, είναι ενδεικτικά οι εξής²⁵:

- προώθηση διαφόρων προγραμμάτων βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, με μελέτες και έργα που έχουν αναλάβει οι υπηρεσίες του Ε.Ο.Τ.
- ανταλλαγή εμπειριών και τεχνογνωσίας (με διοργάνωση και συμμετοχή σε διεθνή και εσωτερικά συνέδρια, συναντήσεις και σεμινάρια, κλπ.)
- ενημέρωση και επιμόρφωση του κοινού για την προστασία του περιβάλλοντος (έκδοση και διανομή σχετικών αφισών και φυλλαδίων, συμμετοχή σε εκθέσεις και συνέδρια)
- συμμετοχή στο σχεδιασμό της αναβάθμισης του ελέγχου των χρήσεων γης, σε συνεργασία με το Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε.
- επιβολή αυστηρού θεσμικού πλαισίου για την ανέγερση τουριστικών εγκαταστάσεων, με την απαίτηση εκπόνησης μελετών περιβαλλοντικών επιπτώσεων και την τήρηση περιβαλλοντικών όρων (ιδιαίτερα, ως προς την κατανάλωση νερού και ενέργειας, την διάθεση λυμάτων και απορριμμάτων, τις εκπομπές θορύβου και αερίων, κλπ.)
- ειδικά προγράμματα κατάρτισης και επιμόρφωσης προσωπικού και στελεχών του τουριστικού τομέα σε θέματα προστασίας περιβάλλοντος και εναλλακτικών μορφών τουρισμού
- συμμετοχή σε διάφορα ευρωπαϊκά πιλοτικά προγράμματα σχετικά με τον ορεινό τουρισμό και την προστασία του περιβάλλοντος σε παραλιακές περιοχές, σε συνεργασία με ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και την τοπική αυτοδιοίκηση (προγράμματα "Smart", "Γαλάζιες Σημαίες")
- συμμετοχή σε ειδικά διεθνή προγράμματα "ήπιου" τουρισμού (πολιτιστικές διαδρομές του Συμβουλίου της Ευρώπης: "Πολιτιστικό Οδοιπορικό Μάνης", "Οι δρόμοι του ορθόδοξου μοναχισμού" - WTO και UNESCO: "Ο δρόμος του μεταξιού")
- εκπόνηση μελετών περιβαλλοντικών επιπτώσεων για τα έργα κατασκευής μαρίνων και άλλων εγκαταστάσεων του ΕΟΤ

²⁵ ΕΟΤ, 2005

- σύνταξη εθνικού τομέα σχεδίου ανάπτυξης στο πλαίσιο του Σχεδίου Περιφερειακής Ανάπτυξης 2000-2006, στο οποίο περιλαμβάνονται δράσεις φιλικές προς το περιβάλλον και προώθηση ήπιων μορφών τουρισμού
- προώθηση και προβολή ήπιων μορφών τουρισμού (ορεινού, οικολογικού, πολιτιστικού, αγροτικού) μέσω δημοσίων επενδύσεων και του Γ' Κ.Π.Σ. σε ορεινές διαδρομές, μονοπάτια και καταφύγια, αποκατάσταση και ανάδειξη παραδοσιακών οικισμών και διατηρητέων κτιρίων, έργα ανάδειξης κάστρων, προβολή πολιτιστικής κληρονομιάς και φυσικών τοπίων, κλπ)
- μελέτη ήπιας και οικολογικής τουριστικής ανάπτυξης
- συνεργασία και συντονισμός δράσεων με διάφορους φορείς και μη κυβερνητικές οργανώσεις για την προώθηση του οικολογικού τουρισμού

Κεφάλαιο 3^ο Η επιχείρηση Τουριστικό Γραφείο

3.1. Ορισμός τουριστικών γραφείων

Τα τουριστικά πρακτορεία, σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία, ορίζονται ως «Νόμιμα οργανωμένες επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν την μεταφορά, την διακίνηση και την ψυχαγωγία μεμονωμένων ατόμων μέσα και έξω από την χώρα».

Συγκεκριμένα οι κυριότερες εργασίες νομικά σύμφωνες είναι :

- ✚ Κατάρτιση και εκτέλεση προγραμματισμένων εκδρομών μέσα και έξω από την χώρα
- ✚ Μεσολάβηση για έκδοση εισιτηρίων
- ✚ Μεσολάβηση για οργάνωση συνεδρίων
- ✚ Παραλαβή και μεταφορά αποσκευών
- ✚ Παροχή πάσης φύσεως υπηρεσίας που έχει άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουρισμό²⁶.

3.2. Είδη τουριστικών γραφείων

Τα ταξιδιωτικά πρακτορεία διακρίνονται σε αρκετές κατηγορίες :

Σύμφωνα με την τουριστική νομοθεσία:

- i. Πρακτορεία εσωτερικού τουρισμού. Βρίσκονται σε περιοχές που δεν έχουν τουριστικά ρεύματα από το εξωτερικό. Οι δραστηριότητές τους είναι περιορισμένες αποκλειστικά στο εσωτερικό της χώρας.
- ii. Πρακτορεία γενικού τουρισμού. Το πεδίο δραστηριότητάς τους είναι διευρυμένο αφού υποδέχονται μεγάλο αριθμό ξένων και Ελλήνων τουριστών. Δραστηριοποιούνται είτε στον εισερχόμενο είτε στον εξερχόμενο τουρισμό.

²⁶ Σωτηριάδης Μ., 2001, «Ταξιδιωτικά Πρακτορεία Incoming και Outgoing», Εκδόσεις Προπομπός

Σύμφωνα με το αντικείμενο ενασχόλησης:

- i. Πρακτορεία Outgoing. Εξερχομένου τουρισμού. Διακίνηση, δηλαδή, τουριστών από τον τόπο διαμονής τους προς το εξωτερικό.
- ii. Πρακτορεία Incoming. Εισερχομένου τουρισμού. Μετακίνηση, δηλαδή, από το εξωτερικό προς έναν οποιοδήποτε άλλον προορισμό τουριστικού ενδιαφέροντος.
- iii. Πρακτορεία Incoming – outgoing. Δηλαδή, πρακτορεία που ασχολούνται και με τα δυο.

Σύμφωνα με το μέγεθος και την εξειδίκευση τους:

- i. Tour operator (διοργανωτής ταξιδιών, γενικός ή εξειδικευμένος).
 - ο Οι Tour operators είναι άρρηκτα συνδεδεμένοι με τον εξερχόμενο τουρισμό. Είναι οι οργανωτές – παραγωγοί ταξιδιών. Ασχολούνται με την κατάρτιση πακέτων διακοπών, την προβολή και πώληση αυτών (Χονδρέμποροι). Ο ρόλος τους εντάσσεται στα πλαίσια μιας πολιτικής εμπορίας (παραγωγής και διάθεσης) του τουριστικού προϊόντος στη διεθνή τουριστική αγορά.
 - ο Η μαζικοποίηση του τουρισμού είναι που κατέστησε επιτακτική την ανάγκη για σχεδιασμό και προγραμματισμό, την ανάγκη, δηλαδή, «τουριστικών πακέτων», με τα οποία εξοικονομείται χρήμα και χρόνος και εξασφαλίζεται ο πελάτης από δυσάρεστες εκπλήξεις.
 - ο Οι Tour operators συντέλεσαν στον πλήρη εκδημοκρατισμό και την βιομηχανοποίηση των τουριστικών μετακινήσεων.
 - ο Οι μεγαλύτεροι χονδρέμποροι (Tour operators) τουριστικών επιχειρήσεων σήμερα στην Ευρώπη είναι Γερμανοί και Άγγλοι και στην Ελλάδα το 60% των συνολικών αφίξεων διακινείται μέσω αυτών, ενώ σε ορισμένους προορισμούς, όπως Κρήτη και Ρόδος, το ποσοστό αυτό ανέρχεται στο 90-95% του συνολικού αριθμού των πελατών – επισκεπτών.
- ii. Πρακτορεία ταξιδιών – λιανοπωλητές (RETAILERS).
 - ο Οι Retailers διαθέτουν στην αγορά τα έτοιμα πακέτα των Tour operators και έχουν την δυνατότητα να διακινούν μεμονωμένα άτομα που δεν επιθυμούν την αγορά τουριστικού πακέτου.

Πρόκειται για μεσολαβητικές επιχειρήσεις μεταξύ προμηθευτών και τουριστών – καταναλωτών.

- ο Πρακτορεία εισερχόμενου τουρισμού.
- ο Παίζουν τον ρόλο ανταποκριτών του Tour operator σε έναν προορισμό. Δημιουργήθηκαν από την ανάγκη αντιπροσώπευσης των Tour operators στους προορισμούς πραγματοποίησης των διακοπών.

Σύμφωνα με τον τύπο και το εύρος των υπηρεσιών:

1. Γενικού τουρισμό και αναψυχής
2. Διακοπών
3. Εμπορικών, Επιχειρηματικών ταξιδιών
4. Διοργάνωσης συνεδρίων και ταξιδιών κινήτρων
5. Ειδικού τουρισμού

Συνοπτικά οι υπηρεσίες και τα προϊόντα που διαθέτει ένα ταξιδιωτικό πρακτορείο είναι :

1. Εισερχόμενο τουρισμό incoming – αντιπροσώπευση ενός Tour operator.
2. Εξερχόμενο τουρισμό outgoing – διοργάνωση και εκτέλεση διακοπών προς το εξωτερικό για Έλληνες πελάτες.
3. Air ticketing
4. Sea ticketing
5. Accommodation booking
6. Package tours
7. Transfers
8. Tours / excursions
9. Coach bookings
10. Cruises
11. Yachting
12. Car rental – motor
13. Exchange²⁷

²⁷ Σωτηριάδης Μ., 2001, «Ταξιδιωτικά Πρακτορεία Incoming και Outgoing», Εκδόσεις Προπομπός

3.3. Χαρακτηριστικά των τουριστικών γραφείων στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα ο κλάδος των τουριστικών γραφείων αποτελείται από επιχειρήσεις που στην πλειοψηφία τους είναι μικρομεσαίες ή πολύ μικρές. Δεν υπάρχουν επίσημα στοιχεία σχετικά με τα ποσοτικά χαρακτηριστικά των ελληνικών τουριστικών γραφείων και συνεπώς δεν είναι δυνατή η σαφής πληροφόρηση για τον συνολικό αριθμό των τουριστικών γραφείων και την κατηγοριοποίησή τους βάσει διασποράς, μεγέθους ή αριθμού εργαζομένων.

Ωστόσο σύμφωνα με στοιχεία της ΗΑΤΤΑ η πλειοψηφία των ελληνικών τουριστικών γραφείων απασχολεί από 6 έως 15 εργαζόμενους. Αντίθετα, εξαιρετικά μικρό είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων του κλάδου που απασχολούν πάνω από 30 εργαζόμενους. Τα περισσότερα τουριστικά γραφεία υπάρχουν σε μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας μας με την Αττική να έχει την πρώτη θέση. Ακολουθούν η Πάτρα, η Θεσσαλονίκη, τα Δωδεκάνησα, οι Κυκλάδες, η Κρήτη κλπ²⁸. Αξίζει να επισημανθεί ότι η Αττική συγκεντρώνει το 36,58% του συνόλου των τουριστικών γραφείων της χώρας, η Μακεδονία και η Θράκη το 19,50%, ενώ σημαντική συγκέντρωση καταγράφεται και στις κύριες περιοχές υποδοχής τουριστών όπως η Κρήτη (8,90%) και τα νησιά του Ιονίου Πελάγους (7,77%).

Η κατανομή αυτή σχετίζεται άμεσα με το βαθμό συγκέντρωσης της τουριστικής δραστηριότητας στο εσωτερικό της ελληνικής επικράτειας και την άνιση διασπορά της τουριστικής ζήτησης. Ο πίνακας που ακολουθεί δίνει αναλυτικότερη πληροφόρηση για τη γεωγραφική κατανομή των τουριστικών - ταξιδιωτικών γραφείων της χώρας.

Γεωγραφική κατανομή ελληνικών τουριστικών γραφείων (2005)

²⁸ ΗΑΤΤΑ, 2005

Περιοχή	Αριθμός τουριστικών γραφείων
Αττική	1450
Κρήτη	353
Κεντρική Ελλάδα	210
Ήπειρος	91
Μακεδονία – Θράκη	773
Βόρειο Αιγαίο	87
Νησιά Ιονίου	308
Σποράδες	37
Κυκλάδες	201
Δωδεκάνησα	217
Πελοπόννησος – Σαρωνικός	236
Σύνολο	3963

Πηγή ΗΑΤΤΑ

Ως προς τη νομική τους μορφή, η πλειοψηφία των ελληνικών τουριστικών γραφείων είναι μικρές – προσωπικές επιχειρήσεις, σε μικρότερο βαθμό Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης και Ομόρρυθμες Εταιρείες. Ιδιαίτερα περιορισμένη μεταξύ των τουριστικών γραφείων είναι η παρουσία Ανώνυμων Εταιρειών. Ο πίνακας στην συνέχεια παρουσιάζει, με στοιχεία του 2001 και του 2002, την κατανομή των ελληνικών τουριστικών γραφείων με κριτήριο τη νομική τους μορφή²⁹.

²⁹ ICAP, 2004, «Τουριστικά – ταξιδιωτικά γραφεία», Αθήνα

Κατανομή ταξιδιωτικών γραφείων κατά νομική μορφή (2001 και 2002)

Νομική μορφή	Αριθμός επιχειρήσεων		Κύκλος εργασιών (σε εκατ. €)	
	2001	2002	2001	2002
Α.Ε.	339	324	528,79	587,43
Ε.Π.Ε.	570	600	299,68	299,15
Ο.Ε.	432	430	89,42	106,27
Ε.Ε.	106	110	20,97	25,83
Προσωπικές	1721	1814	228,32	222,13
Άλλες	41	31	22,22	12,91
Σύνολο	3209	3309	1220,07	1286,41

Πηγή: ICAP, 2004

Πρέπει να διευκρινιστεί ότι τα ελληνικά τουριστικά γραφεία εξετάζονται ως ενιαίο σύνολο από άποψη δραστηριοτήτων, δεδομένου ότι το περιορισμένο μέγεθος της αγοράς και η φύση του τουριστικού προϊόντος της χώρας δεν επιτρέπει τον ουσιαστικό διαχωρισμό τους σε τουριστικά γραφεία και tour operator.

Ωστόσο, τα μεγαλύτερα τουριστικά γραφεία της χώρας λειτουργούν και ως «εθνικοί tour operator» δεδομένου ότι οργανώνουν και πωλούν τουριστικά πακέτα σε Έλληνες τουρίστες για χώρες της Ευρώπης και της Αφρικής.

Αν επιχειρούσαμε να διακρίνουμε τα τουριστικά γραφεία της χώρας με βάση τις κύριες δραστηριότητές τους, αυτές θα ήταν:

- Ø δραστηριότητες incoming με την ιδιότητα του tour operator, και με κύριο αντικείμενο τη σύνθεση, οργάνωση και πώληση (σε καταναλωτές ή/και σε travel agents) τουριστικών πακέτων και προγραμμάτων που εκτελούνται στον ελληνικό χώρο
- Ø δραστηριότητες incoming με την ιδιότητα του travel agent και με κύριο αντικείμενο την υποδοχή οργανωμένων ομάδων τουριστών και την εκτέλεση των προγραμμάτων των tour operator

- Ø δραστηριότητες outgoing με την ιδιότητα του tour operator, με κύριο αντικείμενο τη σύνθεση και πώληση (σε καταναλωτές ή/και σε travel agents) τουριστικών πακέτων που αφορούν σε χώρες του εξωτερικού
- Ø δραστηριότητες outgoing με την ιδιότητα του travel agent, με κύριο αντικείμενο την πώληση, σε καταναλωτές, τουριστικών πακέτων των Ελλήνων tour operators.
- Ø δραστηριότητες χερσαίων μεταφορών, με ιδιόκτητο στόλο τουριστικών λεωφορείων και με κύριο αντικείμενο την ενοικίαση τουριστικών λεωφορείων σε tour operators και travel agents ή/και τη διοργάνωση χερσαίων εκδρομών, transfers και μεταφορών.
- Ø Ως προς τα βαθμό εξειδίκευσής τους τα τουριστικά γραφεία της χώρας διακρίνονται σε αυτά που ειδικεύονται:
 - Ø σε συγκεκριμένες αγορές - χώρες (π.χ. εξερχόμενος τουρισμός προς χώρες όπως η Κούβα ή εισερχόμενος τουρισμός από χώρες όπως η Ρωσία)
 - Ø σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού (π.χ. γραφεία εναλλακτικών δραστηριοτήτων, γραφεία συνεδριακού τουρισμού).

Στο incoming παρατηρείται η τάση των καταναλωτών για ζήτηση νέων εξειδικευμένων πακέτων, αλλά και η άνοδος της ζήτησης από νέες χώρες, όπως η Κίνα, η Ρωσία κ.λπ.. Στο outgoing, οι καταναλωτές ζητούν νέους μη κορεσμένους - ανερχόμενους προορισμούς (π.χ. χώρες της Μέσης Ανατολής). Οι τάσεις αυτές οφείλονται είτε σε διεθνείς οικονομικές και πολιτικές συγκυρίες είτε σε στοχευόμενες ενέργειες³⁰.

³⁰ ICAP, 2004, «Τουριστικά – ταξιδιωτικά γραφεία», Αθήνα

3.4. Χαρακτηριστικά των τουριστικών γραφείων διεθνώς

Οι αλλαγές στο διεθνές τουριστικό περιβάλλον και οι διεθνείς εξελίξεις των τελευταίων ετών όπως ο πόλεμος στο Ιράκ, οι τρομοκρατικές επιθέσεις και η αύξηση τιμών πετρελαίου επηρέασαν ιδιαίτερα δυσμενώς το κλάδο των τουριστικών γραφείων που ούτως ή άλλως επηρεάζεται καθοριστικά από τις ενέργειες και τις νέες στρατηγικές αποφάσεις των μεγάλων tour operator.

Η εμπορική πολιτική των Ευρωπαίων tour operator καθορίστηκε τα τελευταία χρόνια από τις νέες τάσεις που πυροδότησε η εμφάνιση αφενός του Internet και αφετέρου των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.

Για παράδειγμα στη Γερμανική αγορά έχει διαμορφωθεί τα τελευταία χρόνια μια διαφοροποιημένη ως προς το παρελθόν καταναλωτική συμπεριφορά καθώς οι Γερμανοί κάνουν τις κρατήσεις τους για ταξίδια διακοπών πιο αργά, δείχνουν αυξημένη προτίμηση για εξατομικευμένες ταξιδιωτικές εμπειρίες, αλλάζουν πιο συχνά τον τύπο των διακοπών τους, δίνουν μεγαλύτερη σημασία στις τιμές και επιζητούν τις οικονομικότερες προσφορές.

Η αντίδραση από πλευράς των μεγάλων tour operator ήταν να δημιουργήσουν νέες μάρκες για φθηνά ταξίδια, οι οποίες καλύπτουν τη ζήτηση για ειδικές προσφορές και ταξίδια της τελευταίας στιγμής. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα πάνω από το 40% των Γερμανών πελατών της TUI να κάνει το 2003 τις κρατήσεις των πακέτων του οκτώ ή και λιγότερες εβδομάδες πριν την αναχώρηση του. Η νέα αυτή τάση εντείνει τον ανταγωνισμό αναγκάζοντας τους tour operator να καταφεύγουν σε εκπτώσεις και να επιδιώκουν τη μείωση των προμηθειών των τουριστικών γραφείων.

Παράλληλα, τα ταξιδιωτικά γραφεία που έχουν επεκτείνει τη λειτουργία τους μέσω της δυνατότητας ηλεκτρονικών κρατήσεων και market places, αλλά και όσα λειτουργούν μόνο μέσω internet, αυξάνουν διαρκώς την πελατεία τους, αφαιρώντας έτσι έσοδα από τους κλασικούς tour operators.

Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι ενώ η Βρετανική αγορά των αεροπορικών πακέτων υφίσταται κάμψη την τελευταία τριετία, αυτές οι εταιρίες διευρύνουν ραγδαία την πελατεία τους. Έτσι, το 2004 η Expedia αύξησε τους πελάτες της στη Βρετανία κατά 287% έναντι του προηγούμενου

έτους και οι δε θυγατρικές της Lastminute.com, Destination Group κατά 107% και Globepost κατά 68%³¹.

Σύμφωνα με την Ένωση των Βρετανών Travel Agents, τα τελευταία χρόνια, οι κρατήσεις κλασικών οργανωμένων πακέτων διακοπών έχουν μειωθεί, καθώς οι καταναλωτές ενδιαφέρονται όλο και περισσότερο για την αγορά ξεχωριστών ταξιδιωτικών υπηρεσιών, είτε αυτές οι υπηρεσίες προσφέρονται προς πώληση από διοργανωτές είτε απ' ευθείας από προμηθευτές ταξιδιωτικών υπηρεσιών.

Η μεταβολή στις αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών οφείλεται κυρίως στην είσοδο αερομεταφορέων χαμηλού κόστους, σε συνδυασμό με την ταχεία ανάπτυξη του Διαδικτύου. Ο καταναλωτής διαθέτει άμεση πρόσβαση στους προμηθευτές ταξιδιωτικών υπηρεσιών, καθώς και πολυάριθμα εργαλεία κρατήσεων.

Μπορεί έτσι να συγκρίνει τιμές, καθώς είναι γνωστό ότι η τιμή έχει καταστεί ένας από τους πλέον αποφασιστικούς παράγοντες για τον ταξιδιώτη - τουρίστα. Μ' αυτές τις εξελίξεις θεωρείται πιθανόν σε μερικά χρόνια η πώληση των οργανωμένων πακέτων διακοπών να αποτελεί μικρό ποσοστό του συνόλου των πωλήσεων ταξιδιών.

Με δεδομένα τα παραπάνω άρχισαν και οι tour operators να αξιοποιούν τις δυνατότητες του Internet για απευθείας πώληση των πακέτων τους στους καταναλωτές, γεγονός που τους επιτρέπει να εξοικονομήσουν την προμήθεια που χορηγούν στα τουριστικά γραφεία.

Τεχνολογικά εργαλεία, όπως προγράμματα τύπου «dynamic packaging», μετατρέπουν τις ιστοσελίδες των tour operator σε εικονικά τουριστικά γραφεία, επιτρέποντας στον πελάτη να διαμορφώνει το πακέτο του όπως αυτός θέλει.

Ταυτόχρονα, οι μεγαλύτερες διεθνείς τουριστικές επιχειρήσεις, κυρίως οι tour operators, προχωρούν σε προσαρμογή της στρατηγικής τους στα νέα δεδομένα με κύριο στόχο την ανάπτυξη συνεργασιών και τη σταδιακή ενδυνάμωση της παρουσίας τους διεθνώς, κυρίως μέσα από εξαγορές και συγχωνεύσεις που αυξάνουν τα μερίδια των ισχυρών παραγόντων της παγκόσμιας τουριστικής προσφοράς³².

³¹ Civil Aviation Authority, 2004, «ATOL Business», Civil Aviation Authority.

³² ICAP, 2004, «Τουριστικά – ταξιδιωτικά γραφεία», Αθήνα.

Τις τελευταίες δεκαετίες έλαβε χώρα στην Ευρώπη μια διαρκής αύξηση των tour operators που εδρεύουν στις κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών. Αυτή η εξέλιξη πήρε, ειδικότερα, τις εξής μορφές:

- Ø αύξηση του μεριδίου των tour operator στη διαρκώς αναπτυσσόμενη αγορά των οργανωμένων ταξιδιών
- Ø οριζόντια επέκταση με την εξαγορά tour operator στο εσωτερικό καθώς και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες
- Ø κάθετη επέκταση τόσο στο πεδίο των τουριστικών παραγωγών (αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχειακές αλυσίδες) όσο και στο λιανικό εμπόριο με την απόκτηση αλυσίδων τουριστικών γραφείων³³.

Η παραπάνω εξέλιξη εντοπίζεται κυρίως στη Γερμανία και τη Βρετανία, με τους γερμανικούς ομίλους TUI και Thomas Cook καθώς και το βρετανικό MyTravel να έχουν επεκταθεί σε πανευρωπαϊκό επίπεδο. Το παράδειγμά τους ακολούθησαν, σε μικρότερη έκταση, και άλλες ευρωπαϊκές τουριστικές επιχειρήσεις.

Η παγίωση της θέσης των tour operator μεταξύ των τουριστικών παραγωγών και των καταναλωτών, σε συνδυασμό με τη γιγάντωση μερικών εξ αυτών δημιούργησε έντονα ολιγοπωλιακές συνθήκες στην ευρωπαϊκή αγορά ταξιδιών διακοπών. Αυτό οδήγησε σε αφόρητες πιέσεις των tour operator επί των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που συνθέτουν τη συντριπτική πλειοψηφία της τουριστικής προσφοράς.

Χώρες όπως η Ελλάδα εξαρτώνται σε πολύ μεγάλο βαθμό τόσο από την πελατεία που θα τους φέρουν οι μεγάλοι tour operator όσο και από τις πτήσεις charter που εξασφαλίζουν τη μαζική πρόσβαση των τουριστών³⁴.

Οι tour operator παγκοσμίως που έχουν καταφέρει να εδραιώσουν τη θέση τους έχουν μεταβληθεί από το 1999 μέχρι το 2003. Οι αλλαγές αυτές παρουσιάζονται στην συνέχεια³⁵

³³ Κούτουλας, Δ., Σταυρινούδης, Θ., 2006, Διαχρονική εξέλιξη και στρατηγικές κατευθύνσεις ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού σε συνθήκες διεθνούς επέκτασης και γιγάντωσης των Ευρωπαίων tour operator», Έκδοση Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων – Πανεπιστημίου Αιγαίου.

³⁴ Bastakis, C., & Buhalis, D., & Butler, R., 2004, “The perception of small and medium sized tourism accommodation providers on the impacts of the tour operators”, *Tourism Management*, Vol. 25

³⁵ Rheinsberg, T., 2004, «Change is the Challenge is the Chance», International WTO Conference, Larnaca, October 22nd

Οι δέκα μεγαλύτεροι tour operators της Ευρώπης το 1999	Οι έξι μεγαλύτεροι tour operators της Ευρώπης το 2003
TUI (Γερμανία)	TUI (με Thomson και Nouvelles
Air Tours (Βρετανία)	Thomas Cook (πρώην C&N)
C&N (Γερμανία)	MyTravel (πρώην Air Tours)
Thomson (Βρετανία)	Rewe (με LTU)
First Choice (Βρετανία)	First Choice
Kuoni (Ελβετία)	Kuoni
LTU (Γερμανία)	
Rewe (Γερμανία)	
Club Med (Γαλλία)	
Nouvelles Frontieres (Γαλλία)	

Σε αυτό το έντονα ανταγωνιστικό και διαρκώς διαφοροποιούμενο διεθνές τουριστικό περιβάλλον ο κλάδος των τουριστικών γραφείων καλείται να αναγνωρίσει τις εξελίξεις και τις μελλοντικές τάσεις της αγοράς και της τουριστικής ζήτησης και να ανταποκριθεί σ' αυτές.

Κυρίαρχη θέση μεταξύ αυτών των τάσεων κατέχει η αυξανόμενη ανεξαρτησία των τουριστών – ταξιδιωτών ως προς τον προγραμματισμό των ταξιδιών τους, γεγονός που ενισχύεται σημαντικά από την αυξανόμενη εμπιστοσύνη που εκδηλώνουν στη δυνατότητα τους να ικανοποιήσουν με τον καλύτερο τρόπο τις ταξιδιωτικές τους ανάγκες, επιτυγχάνοντας το καλύτερο «προϊόν» στην καλύτερη τιμή.

Στη σχέση τιμής – ποιότητας έρχεται να προστεθεί, τα τελευταία χρόνια, και η διάσταση της ευελιξίας στον προγραμματισμό των ταξιδιών, ιδιαίτερα όταν αυτά αφορούν σύντομες διακοπές (short breaks). Καθοριστική για τη δημιουργία αυτού του κλίματος είναι η δυνατότητα ανεξάρτητων online κρατήσεων η οποία έχει προχωρήσει πέρα από την κράτηση εισιτηρίων σε αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους προς περισσότερο υψηλής ποιότητας - παροχών τουριστικά προϊόντα.

Η ενδυνάμωση του ανεξάρτητου προγραμματισμού – οργάνωσης των διακοπών και η σταδιακή μείωση της δύναμης των πακέτων διακοπών

επηρεάζει καθοριστικά το κλάδο των τουριστικών γραφείων διεθνώς καθώς αυτά πρέπει να στραφούν στην ικανοποίηση των αναγκών μιας απαιτητικής αγοράς ταξιδιωτών – τουριστών η οποία προσανατολίζεται σταδιακά σε επιλογές διακοπών τύπου “tailor-made”.

Χαρακτηριστική είναι η εμφάνιση και εξάπλωση τα τελευταία χρόνια του “dynamic packaging” η οποία, όπως προαναφέρθηκε, έρχεται να ανατρέψει τις παγιωμένες τακτικές στο σχεδιασμό και την οργάνωση των ταξιδιών και των διακοπών.

Η σημαντική διείσδυση που παρουσιάζει η χρήση του Internet παγκοσμίως, σε συνδυασμό με τη σταδιακή αναβάθμιση της ταχύτητας και της ποιότητας των συνδέσεων αναμένεται να καταστήσει το Internet το πλέον δημοφιλές κανάλι διανομής τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Σημαντική εξέλιξη, η βαρύτητα της οποίας αναμένεται να γίνει περισσότερο εμφανής τα επόμενα χρόνια, είναι η επέκταση της χρήσης της digital TV η οποία με τη χρήση multi-media τεχνολογίας παρέχει τη δυνατότητα πραγματοποίησης αγορών από το σπίτι³⁶.

Θετική εξέλιξη για την τουριστική βιομηχανία, και συνεπώς για τον κλάδο των τουριστικών γραφείων, θεωρείται η αύξηση του ποσοστού του πληθυσμού που πραγματοποιεί διακοπές, όπως επίσης και του ποσοστού αυτών που πραγματοποιούν περισσότερες φορές διακοπές στη διάρκεια του έτους. Είναι χαρακτηριστικό ότι στο Η. Βασίλειο το ποσοστό του πληθυσμού που κάνει διακοπές αυξήθηκε από το 61,2% το 2000 στο 65,3% το 2004.

Ακόμη μεγαλύτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η σημαντική αύξηση του ποσοστού αυτών που πραγματοποιούν διακοπές περισσότερες από μια φορές το χρόνο, και η αντίστοιχη ποσοστιαία μείωση αυτών που κάνουν διακοπές μία φορά ανά έτος

Η εξέλιξη αυτή οδήγησε μοιραία στη μείωση του μέσου όρου της διάρκειας των διακοπών και ως εκ τούτου στην συμπεριφορά και τις επιλογές των ταξιδιωτών - τουριστών, με σημαντικότερη συνέπεια τη μείωση της εξάρτησης αυτών που πραγματοποιούν μικρής διάρκειας διακοπές από τα τουριστικά γραφεία.

³⁶ Mintel, 2005, “Holiday bookings – UK”, Mintel.

Καθοριστικής σημασίας για τη διαμόρφωση των νέων συνθηκών που αντιμετωπίζει ο κλάδος των τουριστικών γραφείων διεθνώς είναι η λειτουργία των αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους. Η καθιέρωση από τις εταιρείες αυτές καναλιών διανομής που στηρίζονται κυρίως στη χρήση του Internet και οι χαμηλοί τους ναύλοι, αφενός συνέβαλαν στην ανάπτυξη των μικρής χρονικής διάρκειας διακοπών, αφετέρου υποβοήθησαν την επέκταση των ανεξάρτητων διακοπών και επηρέασαν καθοριστικά την εξοικείωση των ταξιδιωτών με τη χρήση των νέων τεχνολογιών για την οργάνωση του ταξιδιού - διακοπών τους.

Παράλληλα, η αύξηση του αριθμού των ανεξάρτητων ταξιδιωτών έχει ως αποτέλεσμα την ενίσχυση του ποσοστού των τουριστών που οργανώνουν μόνοι τους το ταξίδι και τις διακοπές τους, φροντίζοντας για τις κρατήσεις τους χωρίς τη μεσολάβηση κάποιου ταξιδιωτικού γραφείου. Αντίθετα, η συμμετοχή των τουριστικών γραφείων είναι σαφώς σημαντικότερη στην περίπτωση των package holidays, ενός τομέα που παρουσιάζει μειωμένη όμως ζήτηση τα τελευταία χρόνια³⁷.

Όσον αφορά τον εσωτερικό τουρισμό, ο ρόλος των τουριστικών γραφείων εμφανίζεται σημαντικά περιορισμένος καθώς οι περισσότεροι τουρίστες – ταξιδιώτες χρησιμοποιούν το δικό τους μέσο μεταφοράς, ενώ η έλλειψη περιορισμών στη γλώσσα συχνά οδηγεί στον ανεξάρτητο προγραμματισμό των διακοπών.

Ως προς τις διακοπές που πραγματοποιούνται σε ξένη χώρα, η χρήση των τουριστικών γραφείων είναι σαφώς ενισχυμένη, αν και παρουσιάζει αξιοσημείωτη πτώση τα τελευταία χρόνια.

Ως προς τον τρόπο πραγματοποίησης των κρατήσεων, η πλειοψηφία των τουριστών καταφεύγει στη χρήση του Internet η οποία παρουσιάζει διαχρονικά σημαντική αύξηση, ενώ κάποιοι άλλοι τουρίστες πραγματοποιούν κρατήσεις μέσω τηλεφώνου και μόνο κάποιοι παραδοσιακοί ταξιδιώτες επιλέγουν επιτόπια επίσκεψη σε τουριστικό γραφείο προκειμένου να ρυθμίσει τις σχετικές με τις διακοπές του κρατήσεις.

Οι ανεξάρτητοι τουρίστες συνήθως πραγματοποιούν μόνοι τους τις σχετικές με το ταξίδι τους ρυθμίσεις πραγματοποιώντας κρατήσεις για τις

³⁷ Mintel, 2005, “Holiday bookings – UK”, Mintel.

πτήσεις τους και το κατάλυμα τους ξεχωριστά, είτε μέσω τηλεφώνου, είτε μέσω του Internet, γεγονός που συμβάλλει στη σταδιακή συμμετοχή των τουριστικών γραφείων στις σχετικές με τις διακοπές διαδικασίες, χωρίς όμως να επιλέγουν την επιτόπια επίσκεψη σε κάποιο τουριστικό γραφείο.

3.5. SWOT ανάλυση για τα ελληνικά τουριστικά γραφεία

Έχοντας μέχρι στιγμής αναλύσει τι ισχύει σε επίπεδο εθνικό αλλά και διεθνώς σχετικά με τα τουριστικά γραφεία, κρίνεται αναγκαίο να γίνει μια αξιολόγηση των τουριστικών γραφείων της Ελλάδος προκειμένου να εκτιμηθούν οι αδυναμίες, δυνατότητες, ευκαιρίες και απειλές.

Είναι σαφές ότι τα τουριστικά γραφεία διεθνώς βρίσκονται σε μια κρίσιμη συγκυρία, κυρίως λόγω των αλλαγών που έχουν παρουσιαστεί στο διεθνές τουριστικό περιβάλλον. Συνεπώς ο ρόλος των τουριστικών γραφείων στο πλαίσιο της τουριστικής «βιομηχανίας» έχει αλλάξει, έχει περιοριστεί, γεγονός που απαιτεί από τα τουριστικά γραφεία να εκτιμήσουν τη νέα κατάσταση που διαμορφώνεται, να αντιμετωπίσουν τις απειλές και να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται με απώτερο στόχο να επαναπροσδιορίσουν το ρόλο τους ως συστατικά στοιχεία της διεθνούς τουριστικής προσφοράς και της αλυσίδας διανομής του τουριστικού προϊόντος.

Με την ανάλυση SWOT επιχειρείται η παρουσίαση των σημαντικότερων σημείων των τουριστικών γραφείων στην Ελλάδα και ο προσδιορισμός των αδυναμιών τους.

Στις δυνατότητες των ελληνικών τουριστικών γραφείων ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στην ευελιξία που χαρακτηρίζει τις μικρές – περιορισμένου μεγέθους επιχειρήσεις. Η ευελιξία αυτή επιτρέπει συχνά την γρήγορη και σχετικά εύκολη προσαρμογή στις αλλαγές που πραγματοποιούνται στο εξωτερικό περιβάλλον τους.

Ταυτόχρονα, η έμφαση που δίνεται από τους τουρίστες – ταξιδιώτες στη σχέση ποιότητας – τιμής και η ανάγκη για πιο προσωποποιημένες υπηρεσίες μπορεί ευκολότερα να ικανοποιηθεί από μικρού μεγέθους επιχειρήσεις. Τα ελληνικά τουριστικά γραφεία έχουν το πλεονέκτημα να λειτουργούν σε μια

γνωστή και καθιερωμένη τουριστική αγορά γεγονός που διευκολύνει την εκδήλωση της τουριστικής ζήτησης.

Οι αδυναμίες των τουριστικών γραφείων της χώρας είναι σαφώς περισσότερες και σε σημαντικό βαθμό σχετίζονται με τον τρόπο που είναι οργανωμένη και λειτουργεί η αγορά εδώ και χρόνια. Σ' αυτές ιδιαίτερη θέση, κυρίως όσον αφορά στην ευρωπαϊκή αγορά, κατέχει η μεγάλη εξάρτηση από τους tour operators, γεγονός που σε συνδυασμό με την διαρκή προσπάθεια των τελευταίων να ενισχύουν τη θέση τους στην αγορά μέσα από συγχωνεύσεις και εξαγορές, ασκούν μεγαλύτερη πίεση στους λιανοπωλητές, και περιορίζουν σημαντικά την αυτονομία και την ανταγωνιστικότητά των τουριστικών γραφείων.

Το μέγεθος και τα χαρακτηριστικά των ελληνικών τουριστικών γραφείων καθιστούν πολύ δύσκολη την «παράκαμψη» των tour operators και την απευθείας επαφή με τους αλλοδαπούς καταναλωτές, γεγονός που φαίνεται κυρίως στη δραστηριότητα του incoming tour operating.

Παράλληλα, το μικρό μέγεθος και συχνά ο οικογενειακός χαρακτήρας των ελληνικών τουριστικών γραφείων οδηγεί στην εμφάνιση των αδυναμιών εκείνων που παρουσιάζει η πλειοψηφία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Μεταξύ αυτών κυρίαρχη θέση κατέχει η δυσκολία εξασφάλισης επαρκούς χρηματοδότησης και συνακόλουθα πραγματοποίησης νέων επενδύσεων ή επέκτασης σε νέες δραστηριότητες.

Το μικρό τους μέγεθος είναι υπεύθυνο για την μη ύπαρξη οικονομικών κλίμακας και για το αυξημένο κόστος λειτουργίας τους. Ταυτόχρονα, τα ελληνικά τουριστικά γραφεία παρουσιάζουν σημαντική αδυναμία, γεγονός που εν μέρει συνδέεται με τη γεωγραφική τους διασπορά, να επιτύχουν ουσιαστικές και σαφώς δομημένες συνεργασίες μεταξύ τους ή με άλλες κατηγορίες τουριστικών επιχειρήσεων.

Σε θέματα ανθρώπινου δυναμικού αδυναμίες καταγράφονται σε επίπεδο ικανοποιητικής στελέχωσης. Μεγάλος αριθμός εργαζομένων σε τουριστικά γραφεία της χώρας δεν διαθέτει επαρκή η κατάλληλη εκπαίδευση στο αντικείμενο εργασίας του. Αυτό αφενός είναι αποτέλεσμα της έλλειψης ενδιαφέροντος από την πλευρά των εργοδοτών στις γνώσεις και δεξιότητες του προσωπικού και αφετέρου της προσπάθειας μείωσης του κόστους εργασίας μέσα από την πρόσληψη στελεχών με περιορισμένες γνώσεις και προσόντα.

Συχνά στα τουριστικά γραφεία προσλαμβάνονται νέοι εργαζόμενοι χωρίς προηγούμενη εργασιακή εμπειρία ή σπουδές στο αντικείμενο. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να παρατηρείται χαμηλή εξοικείωση με τη χρήση των νέων τεχνολογιών ή ακόμη περισσότερο με τη χρήση εξειδικευμένων προγραμμάτων.

Σημαντική αδυναμία για μεγάλο μέρος των ελληνικών τουριστικών γραφείων αποτελεί η ουσιαστική έλλειψη εξειδίκευσης, στοιχείο απαραίτητο για την ανταγωνιστικότητα τους στα πλαίσια των νέων συνθηκών λειτουργίας της τουριστικής αγοράς.

Με τα δεδομένα που προαναφέρθηκαν, είναι απαραίτητο να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στις απειλές που αντιμετωπίζουν τα ελληνικά τουριστικά γραφεία και κυρίως αυτές που προέρχονται από μη προβλέψιμους παράγοντες όπως πόλεμοι, τρομοκρατικές ενέργειες, φυσικές καταστροφές κ.λπ. οι οποίοι επιδρούν καταλυτικά στην εκδήλωση της τουριστικής ζήτησης για συγκεκριμένες περιοχές - χώρες και στη σταδιακή αλλαγή της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς των τουριστών.

Σημαντική απειλή για τον ελληνικό τουρισμό και κατά συνέπεια τα ελληνικά τουριστικά γραφεία αποτελεί η πρόσφατη διεύρυνση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Και αυτό γιατί, παρότι οι περισσότερες χώρες της διεύρυνσης προσφέρουν σημαντικά διαφορετικό τουριστικό προϊόν από ότι η Ελλάδα, τα επόμενα χρόνια αναμένεται να εκμεταλλευτούν τα γεωγραφικά, φυσικά και πολιτισμικά τους πλεονεκτήματα και να αναδειχθούν σε σημαντικούς, περιφερειακούς κυρίως, τουριστικούς προορισμούς που θα προσελκύσουν τουρίστες από τις γειτονικές τους χώρες και τις κύριες πηγές αποστολής τουριστών προς την Ελλάδα όπως το Η. Βασίλειο και την Γερμανία.

Παρόλα αυτά, ο κλάδος των ελληνικών τουριστικών γραφείων ενδέχεται να ωφεληθεί κυρίως από τον εξερχόμενο οργανωμένο τουρισμό που μπορεί να κατευθυνθεί προς τις νέες χώρες – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Τα ελληνικά τουριστικά γραφεία οφείλουν να αναγνωρίσουν τις αλλαγές που παρουσιάζονται στο διεθνές και εθνικό τουριστικό περιβάλλον και να εντοπίσουν μέσα σ' αυτές τις παραμέτρους εκείνες που μπορούν να λειτουργήσουν ευεργετικά για την πορεία του κλάδου και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων του.

Θετική παράμετρο στην παρούσα τουριστική συγκυρία αποτελεί η διαρκής αύξηση της ζήτησης για διακοπές που παρατηρείται διεθνώς. Η ζήτηση για

τουριστικά προϊόντα και συναφείς υπηρεσίες θα συνεχίσει να αυξάνεται τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Ωστόσο, η ποσοτική ενίσχυση της ζήτησης είναι η μια μόνο πλευρά του νομίσματος, είναι απαραίτητο να γίνει σαφές ότι η τουριστική ζήτηση διαφοροποιείται πλέον έντονα και ποιοτικά. Η ποιοτική αυτή διαφοροποίηση οδηγεί σταδιακά τους τουρίστες ταξιδιώτες να ζητούν διαρκώς προϊόντα και υπηρεσίες που είναι περισσότερο διαφοροποιημένα, περισσότερο εμπλουτισμένα και πιο κοντά στις ατομικές ανάγκες και απαιτήσεις τους.

Η τάση αυτή έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση του ενδιαφέροντος για τα κλασικά τουριστικά προϊόντα και το τουριστικό πακέτο, η οποία επεκτείνεται διαρκώς στις κύριες και πλέον διαδεδομένες περιοχές αποστολής τουριστών, στοιχείο που συνιστά σημαντική απειλή για τα τουριστικά γραφεία που δραστηριοποιούνται μόνο στον εισερχόμενο τουρισμό και εξαρτούν την επιβίωση και την κερδοφορία τους από τους μεγάλους διεθνείς τουριστικούς παραγωγούς.

Αντίθετα, ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί από τα τουριστικά γραφεία στην αυξανόμενη ζήτηση για νέα και περισσότερο εμπλουτισμένα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες αυτές θα πρέπει να είναι εξειδικευμένα και προσαρμοσμένα στις ιδιαιτερότητες και τις ανάγκες του καταναλωτή με τρόπο που θα μετατρέπει τον παραδοσιακό τουριστικό πράκτορα σε «ταξιδιωτικό σύμβουλο», ο οποίος θα εντοπίζει ανάγκες και θα δημιουργεί προϊόντα και υπηρεσίες.

Κύρια απειλή που αντιμετωπίζει ο κλάδος των τουριστικών γραφείων, σε διεθνές και εθνικό επίπεδο, είναι η διαρκής αύξηση της δύναμης των μεγάλων tour operators και η ενίσχυση της θέσης τους παγκοσμίως. Η παγκοσμιοποίηση βρίσκει εφαρμογή και στην περίπτωση των tour operators οι οποίοι μέσα από διαδικασίες συγχωνεύσεων και εξαγορών ενισχύουν δυναμικά τη διεθνή τους παρουσία, ελέγχοντας ολόκληρες αγορές προορισμούς.

Ιδιαίτερη ανησυχία προκαλεί η δημιουργία ολιγοπωλιακών ολιγοψωνιακών συνθηκών οι οποίες οδηγούν στην άσκηση πίεσης από την πλευρά των μεγάλων τουριστικών παραγωγών στις ανεξάρτητες επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν τη διάθεση των προϊόντων τους στην αγορά ή την αντιπροσώπευση των δικαιωμάτων τους. Ταυτόχρονα, δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις μεγάλων tour operator οι οποίοι επιδιώκοντας να ελέγξουν πλήρως

την αγορά αναπτύσσουν κάθετες μορφές οργάνωσης και παραγωγής αποκτώντας ή ιδρύοντας, μεταξύ άλλων, και τουριστικά γραφεία.

Σημαντική εξέλιξη η οποία θέτει σε κίνδυνο την κερδοφόρα λειτουργία των τουριστικών γραφείων αποτελεί η δυναμική δραστηριοποίηση των tour operators στην απευθείας λιανική - ηλεκτρονική πώληση πακέτων διακοπών στους τουρίστες μέσα από τις ιστοσελίδες τους.

Η τάση αυτή, η οποία αναμένεται να ενισχυθεί σημαντικά τα επόμενα χρόνια, μετατρέπει ουσιαστικά τις ιστοσελίδες των tour operator σε «εικονικά τουριστικά γραφεία», επιτρέποντας τους να χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες ως «εργαλείο» που αλλάζει ριζικά τα υπάρχοντα κανάλια διανομής, καθιστώντας την ύπαρξη των ανεξάρτητων τουριστικών γραφείων περιττή.

Ταυτόχρονα, υλοποιούν καινοτόμες επιχειρηματικές στρατηγικές οι οποίες αποσκοπούν στην εκμετάλλευση της τάσης για ανεξαρτησία του σύγχρονου ταξιδιώτη - τουρίστα προσφέροντας του νέα ευέλικτα τουριστικά προϊόντα τα οποία επιτρέπουν την προσαρμογή των διακοπών στις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητές του. Χαρακτηριστική περίπτωση αποτελεί εδώ το “dynamic packaging” που συνιστά επαναστατικό προϊόν επιτρέποντας τον προσωπικό σχεδιασμό μοναδικών ταξιδιών.

Ταυτόχρονα, η απελευθέρωση των αερομεταφορών και κυρίως η δραστηριοποίηση σε Ευρωπαϊκό επίπεδο των αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους και ο αυξανόμενος αριθμός επιβατών που σταδιακά τις επιλέγει ως μέσο μετακίνησης οδηγεί σε δραματική μείωση της ζήτησης συναφών υπηρεσιών, που σε σημαντικό βαθμό προσέφεραν παραδοσιακά τα τουριστικά γραφεία, οδηγώντας σε περαιτέρω συρρίκνωση των εσόδων τους.

Παράλληλα, οι δυνατότητες on line κρατήσεων και ακόμη περισσότερο on line check in αναμένεται να οδηγήσει μεγάλο αριθμό επιβατών εκτός των τουριστικών γραφείων. Στον τομέα του air ticketing η κατάργηση των προμηθειών των τουριστικών γραφείων από τις αεροπορικές εταιρείες και η μετακίνηση του κόστους στον πελάτη με τη μορφή service fee αναμένεται να μειώσει τον τζίρο των τουριστικών γραφείων.

Σημαντικότερη όμως απειλή συνιστά η επέκταση της χρήσης του Internet από όλο και μεγαλύτερα τμήματα του πληθυσμού και κυρίως η σταδιακή εξοικείωσή τους με τις λειτουργίες του και τις ευκαιρίες που αυτό προσφέρει. Έτσι, η αυξανόμενη στροφή των επιχειρήσεων και κυρίως των

καταναλωτών στις νέες τεχνολογίες και το Internet τους παρέχει τη δυνατότητα να πραγματοποιούν μεγάλο τμήμα των αγορών τους ηλεκτρονικά.

Μεταξύ αυτών των αγορών κυρίαρχη θέση κατέχουν τα τουριστικά προϊόντα τα οποία συχνά, μέσω της χρήσης του Διαδικτύου, παρέχουν ίδια πληροφόρηση στα τουριστικά γραφεία και τους απλούς τουρίστες – ταξιδιώτες, καθιστώντας τα τουριστικά γραφεία και τις υπηρεσίες τους περιττές.

Αυτό ενισχύει την αμφίδρομη σχέση που ούτως ή άλλως υπάρχει μεταξύ της τάσης για ανεξαρτησία στον σχεδιασμό, στον προγραμματισμό και στην αγορά των διακοπών και τη χρήση των νέων τεχνολογιών για την ενίσχυση αυτής της ανεξαρτησίας.

Ειδικά για τα τουριστικά γραφεία της χώρας, παρά τη μικρή μέχρι σήμερα διείσδυση του Διαδικτύου, η διαφαινόμενη ραγδαία εξάπλωση της χρήσης του Internet στη χώρα και η μεγάλη εμπιστοσύνη που απολαμβάνει αυτό ως «εργαλείο» εντοπισμού και αγοράς τουριστικών προϊόντων αναμένεται να εξελιχθεί σε μείζονα απειλή.

Αυτό σε συνδυασμό με τη μεγάλη επιρροή που ασκεί η γνώμη συγγενών και φίλων στην επιλογή του τόπου και του είδους των διακοπών αναμένεται να οδηγήσει σε περαιτέρω συρρίκνωση της χρήσης των τουριστικών γραφείων για τις διακοπές που πραγματοποιούνται από Έλληνες στο εσωτερικό της χώρας.

Σημαντική ευκαιρία για τα τουριστικά γραφεία της χώρας αποτελεί η δραστηριοποίηση τους στην παραγωγή και πώληση τουριστικών προϊόντων που θα απευθύνονται σε νέα και ανερχόμενα τμήματα της τουριστικής ζήτησης αλλά και σε νέες αγορές, π.χ. χώρες της Μέσης Ανατολής, Ανατολική Ευρώπη, Κίνα, Ινδίες, κ.λπ..

Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι διακοπές που απευθύνονται σε τουρίστες τρίτης ηλικίας και σε περιβαλλοντικά ευαίσθητους ταξιδιώτες - τουρίστες.

Τα τουριστικά γραφεία πρέπει να στραφούν σε νέες συνεργασίες με επιχειρήσεις που παράγουν τουριστικά προϊόντα που προσφέρουν διακοπές εμπειρίας και απευθύνονται σε περισσότερο συνειδητοποιημένα και ποιοτικά αναβαθμισμένα τμήματα της τουριστικής ζήτησης.

Ο βαθμός στον οποίο τα ελληνικά τουριστικά γραφεία θα καταφέρουν να εξειδικευθούν σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς θα κρίνει και τη δυνατότητα παραμονής τους στην αγορά και φυσικά την εξέλιξή τους.

Κομβικό σημείο σε αυτή την προσπάθεια αποτελεί η μετεξέλιξη των τουριστικών γραφείων σε περισσότερο εξειδικευμένες και ευέλικτες τουριστικές επιχειρήσεις που θα ξεφύγουν από τη λειτουργία τους ως λιανοπωλητές τουριστικών πακέτων μαζικού τουρισμού και θα παρουσιάσουν στην τουριστική ζήτηση νέα, διαφοροποιημένα και περισσότερο εξειδικευμένα τουριστικά προϊόντα που θα δίνουν λύσεις στις σημερινές τουριστικές τους ανάγκες και απαιτήσεις.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την επιβίωση και την επιχειρηματική εξέλιξη των ελληνικών τουριστικών γραφείων είναι η καλλιέργεια επιχειρηματικής εξωστρέφειας και η ανάπτυξη συνεργασιών με τουριστικές επιχειρήσεις που βρίσκονται σε άλλες χώρες, κυρίως σε γειτονικούς ανερχόμενους τουριστικούς προορισμούς.

Η ευκαιρία συνίσταται στην προσπάθεια των ελληνικών τουριστικών γραφείων να στραφούν στον εξερχόμενο οργανωμένο τουρισμό και στην παραγωγή τουριστικών προϊόντων που θα διαθέτουν στην ελληνική αγορά, δεδομένου ότι αυτή βρίσκεται ακόμη σε φάση ανάπτυξης και δεν έχουν παρουσιαστεί τα σημάδια ωρίμανσης που χαρακτηρίζουν τη ζήτηση για τουριστικά πακέτα στις κλασσικές χώρες αποστολής τουριστών.

Είναι λοιπόν σαφές ότι τα ελληνικά τουριστικά γραφεία πρέπει να εκμεταλλευτούν στο έπακρο τις όποιες ευκαιρίες παρουσιάζουν οι πρόσφατες εξελίξεις. Μεταξύ αυτών, θεωρείται αναγκαία η εντατικότερη χρήση των νέων τεχνολογιών και η ενδυνάμωση της παρουσίας τους και της παροχής υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου.

Η χρήση των νέων τεχνολογιών πρέπει να γίνεται με τρόπο που θα επιτρέπει την εξ' αποστάσεως εξυπηρέτηση των ταξιδιωτών - τουριστών, καθώς αναμένεται να γενικευθεί η τάση της μη φυσικής παρουσίας των τουριστών – ταξιδιωτών εντός των τουριστικών γραφείων.

Ωστόσο, η υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών πρέπει να συνοδεύεται από την υιοθέτηση πολιτικών επιχειρηματικής εξειδίκευσης, διακριτής τιμολόγησης και προσήλωση σε περισσότερο εξειδικευμένα τουριστικά προϊόντα³⁸.

³⁸ Χυτήρης Λ., 1995, "Τουριστικά Πρακτορεία -Ίδρυση – Οργάνωση – Λειτουργία" Εκδόσεις Προπομπός

Κεφάλαιο 4^ο – Τα τουριστικά πακέτα και η διοργάνωσή τους

Το Package Tour είναι ένα σύνθετο προϊόν, που στην ουσία αποτελείται από μια δέσμη προϊόντων και υπηρεσιών και διατίθεται ως ενιαίο σύνολο με συγκεκριμένη τιμή στην αγορά.

Στο Διεθνές Ταξιδιωτικό λεξικό της Ακαδημίας Τουρισμού του Μονακό ορίζεται το Package Tour ως << το ατομικό ή (και) το ομαδικό ταξίδι ή περιοδεία που οργανώνεται από πρακτορείο ταξιδίων στα πλαίσια μιας γενικότερης συμφωνίας (agreement) και χρέωσης που καλύπτει όλες τις υπηρεσίες. >>

Στο σημείο αυτό, ενδιαφέρον έχει να αναφέρουμε κάποιες αντιπροσωπευτικές θέσεις και απόψεις για τον ορισμό του τουριστικού πακέτου.

Ο Krippendorf (1971) επισημαίνει ότι τα πακέτα δεν παράγονται μόνο από τους Tour Operators, αλλά στην παραγωγή τους εμπλέκονται και οι τουριστικοί υπερεπιχειρησιακοί φορείς, σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Συνδυάζεται ένας αριθμός επιμέρους τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες προσφέρονται σε ενιαία τιμή και αποτελεί για τον τουρίστα συνολική λύση για τις ταξιδιωτικές του ανάγκες.

Ο Tietz (1975) υποστηρίζει ότι το πακέτο περιέχει επιμέρους υπηρεσίες, οι οποίες μπορούν να διατεθούν και μεμονωμένα στην αγορά., ενώ τα επιμέρους στοιχεία του, όπως μεταφορά, διαμονή, διατροφή και άλλες υπηρεσίες, πρέπει να αλληλοσυμπληρώνονται και να ταιριάζουν μεταξύ τους.

Ο Schorcher (1983) θεωρεί ότι το πακέτο είναι ένα σύνολο υπηρεσιών, οι οποίες διατίθεται ως μια ενιαία δέσμη στην αγορά.

Ο Haedrich (1983) ομαδοποιεί τα επιμέρους στοιχεία από τα οποία αποτελούνται τα πακέτα και τα διακρίνει σε δύο κατηγορίες : στον πυρήνα του προϊόντος που είναι κοινός για όλα τα πακέτα και στις πρόσθετες υπηρεσίες που συμβάλλουν στη διαφοροποίηση ενός πακέτου από άλλα ανταγωνιστικά.

Ο Middleton (1988) ορίζει το πακέτο ως ένα συνδυασμό επιμέρους στοιχείων του συνολικού τουριστικού προϊόντος, ο οποίος διατίθεται στην αγορά με μια συγκεκριμένη εμπορική ονομασία (μάρκα) και σε ενιαία τιμή.







Ο Coltman (1989) ορίζει το τουριστικό πακέτο ως σύνθεση δύο ή περισσότερων τουριστικών προϊόντων, τα οποία παρά το ότι μπορούν να διατεθούν και αυτοτελώς στην αγορά, ωστόσο διατίθενται ως ένα ενιαίο προϊόν σε μια συνολική τιμή.

Όλες οι παραπάνω θέσεις συμφωνούν στο ότι το τουριστικό πακέτο διευκολύνει κατά πολύ τον τουρίστα και για αυτό το λόγο έχει και τόσο μεγάλη απήχηση. Πολλοί δεν έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιούν τις διακοπές τους οποιαδήποτε στιγμή κατά τη διάρκεια του έτους, με αποτέλεσμα να ταξιδεύουν σε περιόδους αιχμής. Τα τουριστικά πακέτα προσφέρουν έτσι το πλεονέκτημα ότι επιτρέπουν την αγορά ενός ταξιδιού μήνες πριν τη διεξαγωγή του. Οι τουρίστες εξασφαλίζουν με αυτό τον τρόπο τη θέση τους στον τόπο επιλογής των διακοπών τους. Επίσης, κάποια πρόσθετα πλεονεκτήματά του τουριστικού πακέτου που συμβάλουν σημαντικά στην επιλογή τους από τον τουρίστα είναι η παρεχόμενη ασφάλεια, η άνεση στην αγορά και τη διεκπεραίωση του ταξιδιού, οι χαμηλές τιμές, η προστασία που παρέχει η νομοθεσία στους αγοραστές των πακέτων, η παρουσία συνοδών στη χώρα και η εύκολη πρόσβαση στα σημεία λιανικής πώλησης των πακέτων χάρη σε ένα πυκνό δίκτυο τουριστικών γραφείων .

4.1. Είδη τουριστικών πακέτων

Το τουριστικό προϊόν μπορεί να χωριστεί σε δύο μεγάλες κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία αφορά στον εισερχόμενο τουρισμό και η άλλη στον εξερχόμενο τουρισμό. *Θα μπορούσαμε να αναφέρουμε ότι κάθε τύπος ταξιδιού αποτελεί και εν δυνάμει τύπο τουριστικού πακέτου.*

Ο εισερχόμενος υποδιαιρείται σε :

-  Ατομικά ταξίδια.
-  Ομαδικά ταξίδια (κανονικών πτήσεων και ειδικών πτήσεων – charters).
-  Κρουαζιέρες.
-  Ταξίδια κινήτρων.
-  Επαγγελματικά ταξίδια.
-  Συνεδριακός τουρισμός.

- ✚ Ταξίδια ειδικών ενδιαφερόντων όπως επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, σε μουσεία, σε θρησκευτικούς χώρους, σε περιοχές ειδικής φυσικής ομορφιάς κλπ.
- ✚ Αθλητικός τουρισμός.
- ✚ Θαλάσσιος τουρισμός (ταξίδια με μικρά σκάφη).
- ✚ Ο εξερχόμενος υποδιαιρείται σε :
- ✚ Ατομικά ταξίδια.
- ✚ Ομαδικά ταξίδια.
- ✚ Ταξίδια κινήτρων.
- ✚ Συνεδριακός τουρισμός.
- ✚ Επαγγελματικά ταξίδια.
- ✚ Εκθέσεις στο εξωτερικό.
- ✚ Κρουαζιέρες.
- ✚ Πρωτοποριακά, ειδικού ενδιαφέροντος, ταξίδια.
- ✚ Εκπαιδευτικά ταξίδια.

Βέβαια θα πρέπει να θεωρούμε ότι για κάθε προϊόν από αυτά, το μερίδιο – στόχος της αγοράς είναι διαφορετικό. Για το τουριστικό προϊόν πρέπει να διαφοροποιήσουμε την ανάλυση ανάλογα με την αντίληψη που έχει για αυτό ο κατά περίπτωση ενδιαφερόμενος.

Έτσι, για τον τουρίστα καταναλωτή, τουριστικό προϊόν είναι το τουριστικό ταξίδι που περιέχει και άλλα στοιχεία πέρα από το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών, όπως η ζέστη, η ηλιοφάνεια, το τοπίο κλπ.

Το προϊόν που προσφέρουν τα τουριστικά γραφεία μπορεί να απευθύνεται σε αυτό που ονομάζεται βιομηχανική αγορά, δηλαδή σ' όλα τα μέρη πριν τον τελικό καταναλωτή και στον τελικό καταναλωτή απευθείας. Το προϊόν προσφέρεται ως ένα πακέτο από υπηρεσίες που ομαδοποιούνται έτσι, ώστε να προσφέρουν στον τουρίστα καταναλωτή τη μέγιστη ικανοποίηση.

Οι παράγοντες που πρέπει να λαμβάνει υπ' όψη ο υπεύθυνος για το μάρκετινγκ του προϊόντος είναι:

- Τα φυσικά πλεονεκτήματα του προϊόντος που υπαγορεύουν και καθορίζουν την θέση του έναντι των ανταγωνιστών, ώστε να γίνει περισσότερο ανταγωνιστικό

- Û Η εικόνα, δηλαδή η αντίληψη των καταναλωτών για το προϊόν, που εξαρτάται από τη φημολογούμενη και την πραγματική του ποιότητα.
- Û Το επώνυμο του προϊόντος. Ο καταναλωτής χρειάζεται βοήθεια για να θυμάται το προϊόν.
- Û Η τυποποίηση. Ειδικότερα η μεταφορά, διαμονή και ενέργειες αναψυχής μπορούν να πουληθούν μαζί ως πακέτο, ατομικό ή ομαδικό³⁹.

4.2. Σύνθεση τουριστικού πακέτου

Το tour operating, δηλαδή η σύνθεση, σχεδιασμός και εκτέλεση ενός προγράμματος-πακέτου διακοπών είναι ένα ιδιαίτερα σύνθετο έργο. Προκειμένου το τουριστικό γραφείο να ανταπεξέλθει στις υποχρεώσεις που δημιουργεί η παραγωγή και προσφορά του τουριστικού πακέτου στους καταναλωτές-τουρίστες πρέπει να εξασφαλίσει όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις, δηλαδή:

1. Να εξασφαλίσει έναν αριθμό θέσεων στα διάφορα μέσα μεταφοράς, είτε αυτά αφορούν ναυλωμένες πτήσεις (charters) είτε τακτικές πτήσεις είτε τη χρησιμοποίηση άλλων μέσων όπως πλοίο, λεωφορείο, τρένο.
2. Να εξασφαλίσει ένα αριθμό δωματίων στα διάφορα καταλύματα που έχει επιλέξει. Αυτό μπορεί να γίνει με την υπογραφή σύμβασης allotment απευθείας με τα ξενοδοχεία ή με τη μεσολάβηση κάποιου τοπικού πρακτορείου.
3. Να συνάψει συμβάσεις συνεργασίας -άμεσα ή έμμεσα- με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις παροχής συμπληρωματικών υπηρεσιών: λεωφορεία, ή ταξιδιωτικά πρακτορεία (για τοπικές εκδρομές), ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα, ψυχαγωγικές δραστηριότητες κ.τ.λ.

Όλα αυτά προϋποθέτουν μια πλήρη και ολοκληρωμένη έρευνα αγοράς, ώστε πρώτα να εκτιμηθεί η ζήτηση για διακοπές για έναν προορισμό και

³⁹ Χυτήρης Λ., 1995, “Τουριστικά Πρακτορεία -Ίδρυση – Οργάνωση – Λειτουργία” Εκδόσεις Προπομπός

κατόπιν να προβεί το τουριστικό γραφείο στη σύναψη των διαφόρων συμβάσεων συνεργασίας.

Για να κατασκευαστεί ένα τουριστικό πακέτο το τουριστικό γραφείο θα πρέπει να λάβει υπόψη του τις ανάγκες των δυνητικών ή υφιστάμενων τουριστών, το τουριστικό προϊόν που θα ικανοποιήσει τις ανάγκες αυτές, την κατάλληλη τελική τιμή του προϊόντος-πακέτου και την ενδεδειγμένη προβολή και προώθηση των πωλήσεων. Συνεπώς οι σημαντικότεροι παράγοντες στη δημιουργία ενός πακέτου διακοπών είναι ο προορισμός, το μεταφορικό μέσο και οι υπηρεσίες στον προορισμό.

Οι εργασίες του τουριστικού γραφείου για την σύνθεση και εκτέλεση των πακέτων είναι:

4.2.1. Πρώτη φάση. Ανάλυση αγοράς: προσδιορισμός της ζήτησης.

Ο πελάτης προσέρχεται και διατυπώνει την επιθυμία του. Στην περίπτωση αυτή το τουριστικό γραφείο φροντίζει ώστε ο πελάτης να εκφράσει τις επιθυμίες του σχετικά με τον προορισμό, το τύπο πακέτου (παραθεριστική διαμονή, περιήγηση, συνδυασμός) το περιεχόμενο του ταξιδιού (αναψυχή, σπορ, πολιτιστικές δραστηριότητες), τις ημερομηνίες και διάρκεια του ταξιδιού, επίπεδα τιμών, (διαθέσιμος προϋπολογισμός), τις ιδιαίτερες επιθυμητές υπηρεσίες (επισκέψεις, ψυχαγωγία κ.λ.π.).

Το τουριστικό γραφείο πραγματοποιεί μια έρευνα αγοράς για τον προσδιορισμό της δυνητικής ζήτησης. Στην περίπτωση αυτή χρησιμοποιεί ένα ερωτηματολόγιο το οποίο, εκτός των παραπάνω πληροφοριών, θα πρέπει να εντοπίσει την ύπαρξη μιας πρόθεσης διακοπών και μια αγοραστική δύναμη.

4.2.2. Δεύτερη φάση. Στάδιο της παραγωγής: εξασφάλιση προϋποθέσεων / υπηρεσιών.

Το τουριστικό γραφείο κινείται σε ένα ευρύ φάσμα επιχειρήσεων, όπως αεροπορικών εταιρειών, άλλων μεταφορικών μέσων (πλοίων, κρουαζιερόπλοιων, λεωφορείων), ξενοδοχείων, γραφείων ενοικίασης

αυτοκινήτων. Επιλέγει τους πιο κατάλληλους και συνάπτει συμβάσεις συνεργασίας με τους παραπάνω προμηθευτές υπηρεσιών για ένα συγκεκριμένο αριθμό θέσεων, κλινών, αυτοκινήτων κ.λ.π.

Επίσης αναλαμβάνει την προετοιμασία των προγραμμάτων και την κοστολόγηση και τιμολόγηση των προϊόντων. Η προετοιμασία των προγραμμάτων αρχίζει περίπου ένα χρόνο πριν από την ημερομηνία της πρώτης αναχώρησης. Υπολογίζεται το κόστος και προσδιορίζεται η τιμή πώλησης.

4.2.3. Τρίτη φάση. Παραγωγή μπροσούρας

Το επόμενο βήμα είναι η παραγωγή και εκτύπωση της μπροσούρας (brochure) σε πολλά αντίτυπα. Ο κατάλογος είναι το κύριο "εργαλείο" για την προβολή και την προώθηση πωλήσεων. Οι πληροφορίες πρέπει να είναι απόλυτα ακριβείς ως προς όλα τα στοιχεία που περιέχονται.

Η μπροσούρα περιλαμβάνει τις εξής κατηγορίες πληροφοριακών στοιχείων:

- I. Τους πίνακες/καταλόγους τιμών και ημερών αναχώρησης, που καθορίζουν τα τουριστικά πακέτα.
- II. Τις φωτογραφίες, που παρέχουν μια εικόνα, η οποία αφενός βοηθάει να «πουληθεί» το ξενοδοχείο και αφετέρου διευκολύνει το πελάτη στην επιλογή του.
- III. Ένα φύλλο που παρέχει πληροφορίες οι οποίες βοηθούν τον πελάτη να κάνει την επιλογή του.
- IV. Την πληροφορία “στην τιμή του προγράμματος περιλαμβάνονται / δεν περιλαμβάνονται”.
- V. Οι γενικοί και ειδικοί όροι πώλησης.
- VI. Για κάθε πακέτο/προϊόν: η διάρκεια σε ημέρες και διανυκτερεύσεις, οι ημερομηνίες αναχώρησης, οι τιμές, οι φωτογραφίες, και πιθανότητα ένα όνομα.

VII. Γενικές τουριστικές πληροφορίες για τον προορισμό: κλιματολογικές συνθήκες, αξιοθέατα, ιστορία, δυνατότητες αναψυχής κ.λ.π.

Όλες αυτές οι πληροφορίες αναφέρονται και ως “γενικοί όροι συμμετοχής” στο ταξίδι και τις συναντάμε στην τελευταία σελίδα της μπροσούρας. Αυτοί οι όροι συμμετοχής πρέπει να συμφωνούν με την Κοινοτική Οδηγία 90/314.

Σε αυτό το σημείο αναφέρονται οι ευθύνες του ταξιδιωτικού γραφείου, οι υποχρεώσεις των πελατών, πληροφορίες για τα ξενοδοχεία, πότε μια κράτηση είναι έγκυρη, τι γίνεται σε περιπτώσεις που κάποιος επιθυμεί να κάνει ακύρωση ή όταν υπάρχουν αλλαγές ή ακυρώσεις προγραμμάτων από το τουριστικό γραφείο.

Επίσης αναφέρονται οι τυχόν ταξιδιωτικές ασφάλειες που έχουν οι πελάτες, οι διάφορες εκπτώσεις, η ισχύς του προγράμματος και η προθεσμία για δηλώσεις συμμετοχής. Τέλος αναφέρεται το τι πρέπει να κάνουν οι συμμετέχοντες με τα διαβατήριά τους, τις θεωρήσεις τους και τις διάφορες υγειονομικές διατυπώσεις. Η μπροσούρα μπορεί να είναι αρκετά δαπανηρή, ωστόσο είναι το μέσο πωλήσεων που προτιμάται τόσο από τα τουριστικά γραφεία όσο και από τους πελάτες⁴⁰.

4.2.4. Τελική φάση. Προβολή-προώθηση, πώληση

Αφού ολοκληρωθεί η έκδοση του καταλόγου, γίνεται η επίσημη παρουσίασή του και υποστηρίζεται διαφημιστικά. Οι πωλήσεις αρχίζουν με την έκδοση του καταλόγου. Οργανώνονται από τα τουριστικά γραφεία πληροφοριακά ταξίδια (info tours) για επίσκεψη των προορισμών και απόκτηση καλύτερης γνώσης των προϊόντων που πωλούν.

Πρέπει τέλος να σημειωθεί ότι οι εργασίες του τουριστικού γραφείου είναι κυκλικές. Σε κάθε περίοδο του χρόνου, ο οργανωτής μπορεί να ετοιμάζει

⁴⁰ Χυτήρης Λ., 1995, “Τουριστικά Πρακτορεία -Ίδρυση – Οργάνωση – Λειτουργία” Εκδόσεις Προπομπός

τον κατάλογο της επόμενης περιόδου, ενώ ταυτόχρονα να διαφημίζει και να πουλά τα τρέχοντα προγράμματα.

4.3. Κοστολόγηση τουριστικού πακέτου

Το πιο σημαντικό στοιχείο για τον καθορισμό της τιμής του τουριστικού προϊόντος είναι η κατάλληλη επιλογή από τους συνδυασμούς μεταξύ των επιπέδων ποιότητας και τιμής. Για τον λόγο αυτό, η τιμολόγηση αποτελεί ένα μέρος τμήματος του μάρκετινγκ καθαρά εξατομικευμένο, που εμπίπτει στην οικονομική πολιτική του εκάστοτε γραφείου, και που δύσκολα μπορεί να διερευνηθεί. Η τιμή του τουριστικού προϊόντος διαμορφώνεται και επηρεάζεται από αρκετούς παράγοντες.

Το τμήμα μάρκετινγκ θα πρέπει ακόμα να λάβει υπ' όψη του και τους εξής παράγοντες, προκειμένου να τιμολογήσει «σωστά» το τουριστικό προϊόν:

- i. Το μέγεθος του ανταγωνισμού που επικρατεί στην αγορά (αριθμός και δυνατότητες ανταγωνισμού).
- ii. Τις εφικτές μεθόδους δύναμης.
- iii. Το πραγματικό κόστος προϊόντων και υπηρεσιών.
- iv. Το επιθυμητό περιθώριο κέρδους, από κάθε προσφερόμενο προϊόν ή παρεχόμενες υπηρεσίες.
- v. Τη διάρκεια της εποχικότητας.
- vi. Τις ειδικές τιμές προώθησης.
- vii. Την ποιότητα του προϊόντος (σχέση ποιότητας – τιμής).
- viii. Το κόστος της διανομής.
- ix. Τα χαρακτηριστικά της αγοράς, δηλαδή τον αριθμό και τον τύπο των αγοραστών – τουριστών (μεγάλος αριθμός – μικρή τιμή και αντίστροφα), καθώς και τις συνήθειες, δυνατότητες αυτών των αγοραστών.
- x. Τον ψυχολογικό παράγοντα.
- xi. Τα στοιχεία διαφοροποίησης του προϊόντος.

Οι μέθοδοι τιμολόγησης που χρησιμοποιούνται, ταξινομούνται σε κατηγορίες με βάση το λειτουργικό κόστος, το ύψος του επιθυμητού κέρδους, τον υπάρχοντα ανταγωνισμό και το πρόγραμμα στρατηγικής μάρκετινγκ της επιχείρησης. Εδώ η παρουσία των μεθόδων περιορίζεται στην ανάλυση των μεθόδων τιμολόγησης με βάση το επιθυμητό κέρδος⁴¹.

4.4. Διαφήμιση και προώθηση

Η διαφήμιση των τουριστικών πακέτων μπορεί να γίνει με άμεσο ή έμμεσο τρόπο. Ο άμεσος τρόπος είναι εκείνος που απευθύνεται προς τον πελάτη με σκοπό την προώθηση πωλήσεων. Οποιοδήποτε μέσο ενημέρωσης χρησιμοποιηθεί πρέπει να είναι ικανό να καλύψει την αγορά και τον γεωγραφικό χώρο που απευθύνεται, να αρμόζει στην εικόνα και ποιότητα του προϊόντος και να καλύπτεται από τον προϋπολογισμό.

Τέτοια μέσα είναι:

- ▼ **εφημερίδες.** Απλό και προσφιλές μέσο διαφήμισης. Καλό είναι να επιλεχτεί εφημερίδα ευρείας κυκλοφορίας και η διατύπωση της διαφήμισης να είναι φιλική προς το κοινό.
- ▼ **ραδιόφωνο.** Τα ραδιόφωνα καλύπτουν μεγάλο φάσμα πελατείας. Η διαφήμιση σε ώρες αιχμής (πριν τις ειδήσεις) στοιχίζει ακριβότερα αλλά είναι αποτελεσματικότερη.
- ▼ **τηλεόραση.** Η διαφήμιση μέσω τηλεόρασης είναι πολύ ακριβή και επιλέγεται από τους μεγαλύτερους τουριστικούς οδηγούς.
- ▼ **περιοδικά (τουριστικά ή μη)** Είναι ακριβότερη από την διαφήμιση στην εφημερίδα, αλλά φτάνει στον τύπο του πελάτη που αρέσκει στα διαφημιζόμενα προϊόντα. Τα περιοδικά επίσης, παρέχουν την δυνατότητα διαφήμισης με μεγαλύτερη διάρκεια, εφόσον είναι εβδομαδιαία ή δεκαπενθήμερα.

⁴¹ Χυτήρης Λ., 1995, “Τουριστικά Πρακτορεία -Ίδρυση – Οργάνωση – Λειτουργία” Εκδόσεις Προπομπός

- ▼ **ταχυδρομείο.** Κατευθείαν επικοινωνία με τον πελάτη με την μορφή κουπονιών, επιστολών, διαφημιστικών φυλλαδίων με επιλεγμένα σημεία του καταλόγου. Μπορεί να είναι αποδοτικό, ιδιαίτερα προς τους παλιούς πελάτες.
- ▼ **αφίσες.** Σε λεωφορεία, σιδηροδρόμους και σε διάφορους πίνακες σε κεντρικά σημεία των πόλεων.

Ο έμμεσος τρόπος διαφήμισης γίνεται μέσω Τουριστικών Οργανισμών, που αναλαμβάνουν να διαφημίσουν τα τουριστικά πακέτα διαφόρων οργανωτών. Επίσης, αφού ολοκληρωθεί η έκδοση του καταλόγου, γίνεται η επίσημη παρουσίασή του, όπου προσκαλούνται οι αρχές του τόπου, παράγοντες του τουρισμού, τύπος και όλοι οι συνεργάτες του οργανωτή.

Η παρουσίαση παίρνει μορφή ολιγοήμερων διακοπών, με έξοδα του tour operator και η οργάνωση της εκδήλωσης γίνεται από το τμήμα των δημοσίων σχέσεων. Τα έξοδα από την διοργάνωση αυτή είναι μεγάλα, αλλά τα οφέλη διαρκούν περισσότερο από κάθε άλλο τρόπο.

Η διαφήμιση ξεκινά λίγους μήνες πριν την πρώτη αναχώρηση και συνεχίζεται και σε όλη τη διάρκεια της περιόδου των προγραμμάτων για συνεχή προσέλκυση των πελατών.

Οι πωλήσεις αρχίζουν με την έκδοση του καταλόγου, Υπεύθυνοι πωλητές, άτομα με γνώση των διαφόρων προορισμών, επανδρώνουν τα γραφεία του οργανωτή. Σε πολλές περιπτώσεις επιλέγονται άτομα που έχουν ήδη εργαστεί για τον οργανωτή στους διάφορους προορισμούς και έχουν καλύτερη γνώση του προϊόντος.

Τακτικά οργανώνονται από τους tour operators ταξίδια προς τους διάφορους προορισμούς, στα οποία λαμβάνουν μέρος στελέχη από το προσωπικό των tour operators, κατά την διάρκεια της χαμηλής περιόδου. Σκοπός των ταξιδιών είναι η επίσκεψη τόσο των ξενοδοχείων του προγράμματος, όσο και αξιοθέατα της περιοχής, για απόκτηση καλύτερης γνώσης του αντικειμένων που πωλούν.

Παρόμοια ταξίδια οργανώνονται για τους travel agents, συνεργάτες του tour operator, με ίδιο αντικειμενικό σκοπό. Τα ταξίδια αυτά προσφέρονται δωρεάν από τον οργανωτή, που, εκτός από την γνώση των προορισμών,

προσφέρει και κίνητρο για πωλήσεις στους συνεργάτες του με την παροχή ολιγοήμερων ανέξοδων διακοπών.

Για την προώθηση των πωλήσεων, δίνονται από νωρίς εκπτώσεις και προσφορές σε όσους κάνουν κρατήσεις έγκαιρα και μέχρι κάποια συγκεκριμένη ημερομηνία (π.χ. έκπτωση 10% στο συνολικό πακέτο στους πελάτες που κάνουν κράτηση για τις διακοπές τους μέχρι τις 15 Μαρτίου). Σε πολλές περιπτώσεις, η έκπτωση αυτή διαφημίζεται με έντονο τρόπο σε έντυπο που διανέμεται μαζί με τους καταλόγους.

Κατά την διάρκεια της τουριστικής περιόδου, με τρόπο που επιλέγει κάθε οργανωτής (έντυπο υλικό, εφημερίδα, ενημέρωση μέσω υπολογιστή – με δεδομένη on line σύνδεση μεταξύ των tour operators και των συνεργατών τους) Σε αρκετές από τις περιπτώσεις αυτές, η προσφορά μπορεί να γίνεται και μονόπλευρα από τον tour operator, χωρίς μείωση τιμής από κάποιο ξενοδοχείο, με συμπίεση του κόστους και μείωση του κέρδους του.

Είναι προτιμότερο να μην κερδίσει τα προβλεπόμενα και να καλύψει τις αεροπορικές του θέσεις, που έτσι κι αλλιώς θα πρέπει να προπληρώσει στο ακέραιο. Έτσι με αυτόν τον τρόπο το τουριστικό πακέτο φτάνει στα χέρια του πελάτη – τουρίστα και εκείνος με την σειρά του εκτελεί το ταξίδι⁴².

4.5. Σχέσεις και συνεργασία με προμηθευτές υπηρεσιών

Οι επιχειρήσεις τουριστικών λεωφορείων ή ενοικίασης μέσων μεταφοράς (αυτοκινήτων, μμοτοσικλετιστών, ποδηλάτων), τα εστιατόρια, τα καταστήματα και αξιοθέατα είναι οι προμηθευτές υπηρεσιών. Το ζητούμενο είναι η επιλογή των κατάλληλων συνεργατών και η επιτυχημένη συνεργασία με τους διάφορους συντελεστές που υπεισέρχονται σε μια οργανωμένη εκδρομή.

α) Ο βασικός στόχος του ταξιδιωτικού πρακτορείου είναι η αποτελεσματικότερη επικοινωνία και συνεργασία, με σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη τόσο σε πληροφόρηση όσο και σε παροχή υπηρεσιών.

⁴² Χυτήρης Λ., 1995, “Τουριστικά Πρακτορεία -Ίδρυση – Οργάνωση – Λειτουργία” Εκδόσεις Προπομπός

β) Η συνολική ποιότητα της οργανωμένης εκδρομής εξαρτάται από την ποιότητα των επιμέρους στοιχείων της. Συνεπώς, βασική προϋπόθεση για την εξασφάλιση συγκεκριμένων προτύπων ποιότητας αποτελεί η διαμόρφωση και ανάπτυξη σχέσεων συνεργασίας και επικοινωνίας με όλες τις επιχειρήσεις που εμπλέκονται στην παραγωγή του προϊόντος.

γ) Οι σχέσεις αυτές πρέπει να έχουν ως βασικό σκοπό τον καθορισμό του πλαισίου και όρων συνεργασίας και συναλλαγών, καθώς και την ανταλλαγή πληροφοριών προς αμοιβαίο όφελος .

δ) Οι σχέσεις μεταξύ ταξιδιωτικών πρακτορείων μπορεί να είναι και συνεργατικές -όχι μόνο ανταγωνιστικές - με σκοπό την από κοινού προβολή ή/και εξυπηρέτηση πελατών.

ε) Σχέσεις με τα μεταφορικά μέσα. Βασικό στοιχείο του προϊόντος για την υλοποίηση της εκδρομής και καθοριστικό στοιχείο του κόστους. Απαιτείται λοιπόν καλή γνώση των επιμέρους πτυχών: διαδικασίες, τιμές, όροι, ευθύνες, υποχρεώσεις

στ) Ως προς τους άλλους προμηθευτές υπηρεσιών:

- Κέντρα εστίασης και αναψυχής: ώρες λειτουργίας, προσφερόμενα μενού, τιμές.
- Αρχαιολογικοί χώροι και άλλα αξιοθέατα: προσφερόμενες δυνατότητες και ωράρια λειτουργίας.
- Ξεναγοί - συνοδοί: με ελεύθερη συνεργασία ή μισθωτοί.
- Καταστήματα ή άλλα σημεία πώλησης προϊόντων: ύψος προμήθειας.

4.6. Δυσκολίες διοργάνωσης τουριστικών πακέτων

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια μείωση του μεγέθους της ελληνικής αγοράς τουριστικών πακέτων από τα ταξιδιωτικά γραφεία. Η βασική κατηγορία πελατών των τουριστικών πακέτων είναι κυρίως αλλοδαποί τουρίστες που

έρχονται στην χώρα μας τους θερινούς μήνες για διακοπές. Ωστόσο πολλοί τουρίστες επιλέγουν τα τελευταία χρόνια άλλους προορισμούς οι οποίοι είναι πιο οικονομικοί σε σχέση με την χώρα μας π.χ. Τουρκία

Στην Ελλάδα λειτουργούν περίπου 4.000 τουριστικά γραφεία εκ των οποίων τα περισσότερα είναι στο νομό της Αττικής. Τα περισσότερα από τα γραφεία αυτά δεν είναι εφοδιασμένα με το ειδικό σήμα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού και λειτουργούν μόνον κατά τους θερινούς μήνες ως υπεργολάβοι μεγαλύτερων ταξιδιωτικών γραφείων. Το γεγονός αυτό ωστόσο εντείνει τα προβλήματα των τουριστικών γραφείων καθότι ενισχύει τον ανταγωνισμό και σε αρκετές περιπτώσεις προσφέρει μη ποιοτικές υπηρεσίες με αποτέλεσμα να δυσφημίζει τον κλάδο στην χώρα μας.

Η πορεία του κλάδου των τουριστικών - ταξιδιωτικών γραφείων είναι στενά συνδεδεμένη με την εξέλιξη του τουρισμού στην Ελλάδα. Από το 2005 η διοργάνωση τουριστικών πακέτων έχει αντιμετωπίσει σημαντικές δυσκολίες καθότι έχει υπάρξει σημαντική μείωση της ζήτησης με αποτέλεσμα να έχει περιοριστεί ο αλλοδαπός τουρισμός. Οι προσδοκίες όλων έχουν εναποτεθεί στην αποδοτική προβολή της χώρας μας στο εξωτερικό.

Τα τουριστικά γραφεία πλέον αντιμετωπίζουν σημαντικά προβλήματα και δυσκολίες όπως:

- 1) Η ύπαρξη μεγάλου αριθμού μη νόμιμων τουριστικών γραφείων εντείνουν τον ανταγωνισμό ενώ παράλληλα δεν παρέχουν ποιοτικές τουριστικές υπηρεσίες
- 2) Ο μη εκσυγχρονισμός του θεσμικού πλαισίου στο βαθμό που απαιτείται με αποτέλεσμα να αδυνατεί να εξυπηρετήσει τόσο τις ανάγκες της ελληνικής τουριστικής αγοράς όσο και της διεθνούς αγοράς.
- 3) Η διοργάνωση τουριστικών πακέτων ελκυστικών για τον αλλοδαπό τουρίστα είναι δύσκολη λόγω των υψηλών τιμών σε σχέση με άλλες χώρες
- 4) Ο ανταγωνισμός μεταξύ των χωρών εντείνεται καθώς νέοι τουριστικοί προορισμοί αναδύονται και αποτελούν σημαντική απειλή για την Ελλάδα (π.χ. Τουρκία, Αίγυπτος)

- 5) Η μικρή ζήτηση τουριστικών πακέτων για την χώρα μας αποτελεί αντικίνητρο για τις τουριστικές επιχειρήσεις⁴³
- 6) Ο πράκτορας είναι υποχρεωμένος να προσφέρει τους τουρίστες κατά τη διάρκεια ταξιδιών αναψυχής ταξιδιωτική κάλυψη που συνήθως εμπεριέχει τα εξής :
- 7) προσωπικό ατύχημα, δηλαδή απώλεια ζωής, μόνιμη ολική ανικανότητα, μόνιμη μερική ανικανότητα
- 8) Ιατροφαρμακευτικά έξοδα και λοιπά έξοδα λόγω ατυχήματος
- 9) Ασφάλεια αποσκευών
- 10) Ακύρωση ή συντόμευση ταξιδιού
- 11) Προσωπική αστική ευθύνη
- 12) Οι απαιτήσεις των ταξιδιωτών είναι πάντα αυξημένες και έχουν την απαίτηση από τον τουριστικό πράκτορα να συντονίσει και να εκτελέσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο το ταξίδι που τους διαθέτει μεσολαβώντας μεταξύ των ταξιδιωτών και κάθε τρίτου που παρέχει τις υπηρεσίες που περιλαμβάνει το πακέτο (μεταφορέων, ξενοδόχων, πρακτόρων κτλ).
- 13) Η αναζήτηση των καταλληλότερων καταλυμάτων και η επιλογή της διαμονής είναι ίσως και το πιο σημαντικό μέρος του πακέτου για τους ταξιδιώτες και το πιο δύσκολο για τους ταξιδιωτικούς πράκτορες. Καθώς, πρέπει να συνδυάσουν την τοποθεσία του καταλύματος με τις παροχές υπηρεσιών στην καλύτερη δυνατή τιμή για τους τουρίστες.
- 14) Η επιλογή των σημείων επίσκεψης , δηλαδή τα αξιοθέατα ή μέρη που πρέπει (ή θέλουν) να επισκεφθούν οι τουρίστες σε κάθε ταξίδι, δεν είναι εύκολο να συνδυαστούν, λόγω της απόστασης μεταξύ τους, τις ώρες λειτουργίας του κάθε σημείου και της πρόσβασης του καθενός.
- 15) Οι τιμές μεταφοράς και καταλύματος , είναι τέλος ένα από τα πιο σημαντικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα τουριστικά γραφεία .Η χαμηλή τιμή στις μεταφορές και στο κατάλυμα που μπορεί να εξασφαλίσει ο πράκτορας , εξαρτάται από τον αριθμό των ατόμων που

⁴³ ICAP, 2004, «Τουριστικά – ταξιδιωτικά γραφεία», Αθήνα

θα συμμετέχουν στην εκδρομή και από τις συμφωνίες που έχει γίνει μεταξύ του πράκτορα και των προμηθευτών.

4.7. Προστασία καταναλωτή

4.7.1. Προδιαγραφές και εγγυήσεις οργανωμένων ταξιδιών

Τόσο η Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.) όσο και το ελληνικό κράτος έχουν θεσπίσει πλαίσιο προστασίας των καταναλωτών σχετικά με τα οργανωμένα ταξίδια. Μια κοινοτική οδηγία και ένα προεδρικό διάταγμα καθορίζουν τις υποχρεώσεις των ταξιδιωτικών πρακτορείων και τα δικαιώματα των ταξιδιωτών.

Η νομοθεσία παρέχει ορισμένα δικαιώματα στους αγοραστές των πακέτων διακοπών, τα οποία πραγματοποιούνται σε κράτη-μέλη της Ε.Ε. Σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία ως πακέτο διακοπών ορίζεται το οργανωμένο ταξίδι που έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- § προσφέρεται σε μια συνολική τιμή,
- § η διάρκεια της παροχής του υπερβαίνει τις 24 ώρες, και
- § περιλαμβάνει διανυκτέρευση και συνδυάζει τουλάχιστον μεταφορά, διαμονή ή άλλες τουριστικές υπηρεσίες που αντιπροσωπεύουν σημαντικό τμήμα της συνολικής τιμής του οργανωμένου ταξιδιού.

Ο διοργανωτής ταξιδιών δεν υποχρεούται να θέσει στη διάθεση του καταναλωτή διαφημιστικό φυλλάδιο, εφόσον όμως το κάνει, καμία από τις πληροφορίες που περιέχει το φυλλάδιο δεν πρέπει να είναι παραπλανητική. Το ίδιο ισχύει και για τις πληροφορίες που περιλαμβάνονται στο διαφημιστικό υλικό όπου περιγράφεται το ταξίδι. Οι περιγραφικές πληροφορίες αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της σύμβασης και δεσμεύουν το διοργανωτή ή το ταξιδιωτικό πρακτορείο σε περίπτωση που οι παρεχόμενες υπηρεσίες δεν αντιστοιχούν σε εκείνες που κοινοποιούνται στον καταναλωτή. Θίγονται επίσης θέματα που αφορούν τις συνέπειες της μη εκτέλεσης ή της πλημμελούς

εκτέλεσης της σύμβασης, συμπεριλαμβανομένης της ευθύνης και των εγγυήσεων σε περίπτωση αφερεγγυότητας ή πτώχευσης του φορέα παροχής υπηρεσιών.

Το ελληνικό δίκαιο έχει ενσωματώσει την οδηγία 90/134 (EEL 158/59) «για τα οργανωμένα ταξίδια, για τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις» με τη μορφή προεδρικού διατάγματος (Π.Δ. 339/96). Σύμφωνα λοιπόν με το περιεχόμενο του συγκεκριμένου διατάγματος, «κάθε περιγραφή του οργανωμένου ταξιδιού, που κοινοποιείται υποχρεωτικά πριν από τη σύναψη της σύμβασης από το διοργανωτή ή τον πωλητή στον καταναλωτή, καθώς επίσης η τιμή του οργανωμένου ταξιδιού και όλοι οι όροι δεν πρέπει να περιλαμβάνουν απατηλές ενδείξεις». Όταν διατίθεται στον καταναλωτή διαφημιστικό φυλλάδιο, αυτό πρέπει να αναφέρει κατά τρόπο ευανάγνωστο, σαφή και επακριβή την τιμή καθώς και τις κατάλληλες πληροφορίες σχετικά με τα βασικά στοιχεία του οργανωμένου ταξιδιού, όπως παρακάτω:

- ✚ Οι κυριότερες πληροφορίες οργανωμένου ταξιδιού που περιλαμβάνονται σε διαφημιστικό φυλλάδιο (κυρίως brochure)
- ✚ Ο προορισμός, τα χρησιμοποιούμενα μέσα μεταφοράς, τα χαρακτηριστικά τους και οι τύποι/κατηγορίες.
- ✚ Τα καταλύματα, η θέση εγκατάστασης, η κατηγορία ή το επίπεδο εξυπηρέτησης και τα βασικά χαρακτηριστικά.
- ✚ Όσον αφορά το κατάλυμα: ο τύπος, η θέση, η κατηγορία και τα κυριότερα χαρακτηριστικά και η κατάταξη του, σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία.
- ✚ Τα παρεχόμενα γεύματα.
- ✚ Η περιγραφή του δρομολογίου/διαδρομής όταν πρόκειται για περιήγηση.
- ✚ Γενικές πληροφορίες σχετικά με τα διαβατήρια, τη βίζα, καθώς επίσης και τις υγειονομικές διατυπώσεις που είναι αναγκαίες για το ταξίδι και τη διαμονή.
- ✚ Το ποσό ή ποσοστό της τιμής που πρέπει να καταβληθεί ως προκαταβολή και το χρονοδιάγραμμα καταβολής του υπολοίπου.
- ✚ Η προθεσμία ειδοποίησης του καταναλωτή σε περίπτωση ματαίωσης οργανωμένου ταξιδιού, του οποίου η πραγματοποίηση απαιτεί έναν ελάχιστο αριθμό ατόμων.

Σημειώνεται ότι οι πληροφορίες που περιλαμβάνονται στο διαφωτιστικό φυλλάδιο δεσμεύουν το διοργανωτή ή τον πωλητή, εκτός αν οι μεταβολές που επήλθαν στις πληροφορίες αυτές έχουν κοινοποιηθεί στον καταναλωτή εγγράφως και οπωσδήποτε πριν από τη σύναψη της σύμβασης. Επίσης, στο διαφημιστικό φυλλάδιο πρέπει να αναφέρονται οι δεσμεύσεις του διοργανωτή που προαναφέρθηκαν, μαζί με τις σχετικές εξαιρέσεις.

Ο διοργανωτής υποχρεούται ακόμη να παρέχει στον καταναλωτή εγκαίρως και πριν από την έναρξη του ταξιδιού γραπτές πληροφορίες σχετικά με τα ωράρια, τις ενδιάμεσες στάσεις, τις ανταποκρίσεις, τη θέση του ταξιδιώτη καθώς και το όνομα, τη διεύθυνση και τον αριθμό τηλεφώνου του τοπικού ανταποκριτή/αντιπρόσωπου του διοργανωτή, ή το όνομα, τη διεύθυνση και τον αριθμό των τοπικών φορέων που μπορούν να βοηθήσουν σε περίπτωση δυσχερειών. Εάν υπάρχει πλήρης έλλειψη των ανωτέρω αντιπροσώπων ή φορέων, πρέπει να δοθεί στον καταναλωτή αριθμός τηλεφώνου επείγουσας ανάγκης ή κάθε άλλη πληροφορία, για να έρθει σε επαφή με το διοργανωτή. Επίσης, πριν από τη σύναψη της σύμβασης, ο καταναλωτής πρέπει να ενημερώνεται για την υποχρέωση του διοργανωτή να καλύπτει με ειδική ασφάλιση εγγυήσεων τους κινδύνους μη εκτέλεσης ή πλημμελούς εκτέλεσης της σύμβασης εκ μέρους του, καθώς και την περίπτωση αφερεγγυότητας ή πτώχευσης του. Ο καταναλωτής ενημερώνεται, τέλος, για τη δυνατότητα σύναψης ασφαλιστικής σύμβασης που θα καλύπτει τα έξοδα σε περίπτωση ατυχήματος ή ασθενείας.

4.7.2. Δικαιώματα του καταναλωτή

Σε περίπτωση που ο καταναλωτής δεν είναι σε θέση να συμμετάσχει στο οργανωμένο ταξίδι, μπορεί να εκχωρεί την κράτησή του πέντε εργάσιμες ημέρες πριν από την αναχώρηση σε πρόσωπο που πληρεί όλους τους απαιτούμενους όρους για το οργανωμένο ταξίδι. Για τις θαλάσσιες μεταφορές η προθεσμία ανέρχεται σε 10 ημέρες. Σημειώνεται ότι σε αυτήν την περίπτωση τόσο ο καταναλωτής που εκχωρεί το δικαίωμα αγοράς του πακέτου όσο και

εκείνος που ενδεχομένως το αγοράζει έχουν την ίδια ευθύνη απέναντι στο διοργανωτή για την καταβολή του υπόλοιπου οφειλόμενου ποσού.

Η τιμή που καθορίζεται στη σύμβαση δεν μπορεί να αυξηθεί κατά τη διάρκεια των 20 ημερών που προηγούνται από την προβλεπόμενη ημερομηνία αναχώρησης. Εάν πριν από την αναχώρηση ο διοργανωτής υποχρεωθεί να τροποποιήσει ένα από τα ουσιαστικά σημεία της σύμβασης, όπως την τιμή, πρέπει να το γνωστοποιήσει το ταχύτερο δυνατόν στον καταναλωτή, ο οποίος από την πλευρά του δικαιούται να καταγγείλει τη σύμβαση χωρίς να υποστεί κυρώσεις.

Αν ο καταναλωτής καταγγείλει τη σύμβαση ή αν ο διοργανωτής ματαιώσει το οργανωμένο ταξίδι πριν από τη συμφωνηθείσα ημερομηνία αναχώρησης, για οποιονδήποτε λόγο που δεν οφείλεται σε υπαιτιότητα του καταναλωτή, αυτός δικαιούται να απαιτήσει:

είτε ένα άλλο οργανωμένο ταξίδι ίδιας ή ανώτερης ποιότητας, που θα προτείνει ο διοργανωτής (αν όμως το προσφερόμενο οργανωμένο ταξίδι είναι κατώτερης ποιότητας, ο διοργανωτής υποχρεούται να καταβάλει στον καταναλωτή τη διαφορά της τιμής)

είτε την επιστροφή, το συντομότερο δυνατόν, του ποσού που κατέβαλε.

Αν μμετά την αναχώρηση υπάρξει αδυναμία παροχής σημαντικού τμήματος των υπηρεσιών που προβλέπονται στη σύμβαση, ο διοργανωτής προβαίνει σε άλλους διακανονισμούς, χωρίς πρόσθετη επιβάρυνση του καταναλωτή, και ενδεχομένως τον αποζημιώνει. Το ύψος της αποζημίωσης καθορίζεται από τη διαφορά που προκύπτει μεταξύ των υπηρεσιών που είχαν προβλεφθεί και των υπηρεσιών που παρασχέθηκαν. Στην περίπτωση που ο καταναλωτής δεν αποδέχεται έναν τέτοιο διακανονισμό, ο διοργανωτής του παρέχει χωρίς επιβάρυνση μεταφορικό μέσο για να επιστρέψει στον τόπο αναχώρησης ή σε οποιοδήποτε άλλο σημείο επιστροφής είχε συμφωνηθεί.

Τέλος, οι διοργανωτές οργανωμένων ταξιδιών είναι υποχρεωμένοι να συνάπτουν με ασφαλιστική εταιρεία, η οποία λειτουργεί νόμιμα στην Ελλάδα ή σε άλλο κράτος μέλος της Ε.Ε., ασφαλιστήρια συμβόλαια αστικής επαγγελματικής ευθύνης, η οποία τους καλύπτει σε ότι αφορά λάθη και παραλείψεις κατά την άσκηση του επαγγέλματος τους. Η ασφαλιστική αυτή σύμβαση καλύπτει δηλαδή τον καταναλωτή στην περίπτωση αφερεγγυότητας του διοργανωτή.

4.7.3. Overbooking

Αναφορικά με τις υπερκρατήσεις (overbooking), η κείμενη νομοθεσία(N.1652/86, άρθρο 10) προβλέπει τα ακόλουθα: «ο ξενοδόχος οφείλει να διαθέτει στους πελάτες του τα δωμάτια που έχουν έγγραφα παραγγείλει, είτε μόνοι τους είτε μέσω συμβολαίων του με ταξιδιωτικό πρακτορείο. Υποχρεώνεται δε, σε αντίθετη περίπτωση, να εξασφαλίσει τη διαμονή τους σε κάποιο ξενοδοχείο, της ίδιας τουλάχιστον κατηγορίας, που να βρίσκεται στην ίδια περιοχή και να διαθέτει τις ίδιες ανέσεις και προϋποθέσεις διαμονής (θάλασσα, γήπεδο τένις κ.λ.π.), όπως και εκείνες που διαφημίζει ότι έχει το δικό του ξενοδοχείο. Ο ξενοδόχος οφείλει να επιβαρυνθεί τα έξοδα μεταφοράς τους και την τυχόν διαφορά τιμής μεταξύ των δύο ξενοδοχείων. Εφόσον τα παραπάνω δεν είναι δυνατόν να παρασχεθούν στον πελάτη, ο ξενοδόχος υποχρεούται να αποζημιώσει τον πελάτη με το σύνολο της συμφωνηθείσας τιμής για ολόκληρο το χρονικό διάστημα της παραμονής του.

Απαγορεύεται στον ξενοδόχο να υπογράψει συμβόλαια εκμίσθωσης για κλίνες περισσότερες από εκείνες που διαθέτει. Παράβαση της διάταξης αυτής θα επιφέρει, ως διοικητική κύρωση κατά του ξενοδόχου, τον υποβιβασμό του ξενοδοχείου στην αμέσως κατώτερη τάξη, για διάρκεια ενός έτους».

4.7.4. Σύμβαση ταξιδιού: γενικοί όροι

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζεται το θέμα της σύμβασης ταξιδιού κατά τρόπο πρακτικό, όπως διαμορφώνεται στην επαγγελματική πρακτική. Ανάλογα με το είδος του ταξιδιού, η σύμβαση πρέπει να περιλαμβάνει τα στοιχεία που παρουσιάζονται παρακάτω

- Προορισμός ή προορισμοί του ταξιδιού, καθώς και ημερομηνίες, ώρες και τόποι αναχώρησης και επιστροφής.
- Μεταφορικά μέσα: Χαρακτηριστικά και κατηγορίες των μεταφορικών μέσων που πρόκειται να χρησιμοποιηθούν, ημερομηνίες, ώρες και

τόποι αναχώρησης και επιστροφής, καθώς και τα διανυόμενα χιλιόμετρα ημερησίως.

- Κατάλυμα: λεπτομερείς πληροφορίες για τον τύπο, την άδεια λειτουργίας, τη θέση, τη κατηγορία και τα κυριότερα χαρακτηριστικά, σύμφωνα με τη νομοθεσία του κράτους υποδοχής, καθώς και τα παρεχόμενα γεύματα και οι λοιπές προσφερόμενες υπηρεσίες.
- Αναλυτικά στοιχεία για τα δρομολόγια, τις επισκέψεις, τις εκδρομές ή άλλες υπηρεσίες που συμπεριλαμβάνονται στη συνολική τιμή του ταξιδιού.
- Στοιχεία για το όνομα, τη διεύθυνση του διοργανωτή και της ασφαλιστικής εταιρείας, τον αριθμό του ασφαλιστηρίου συμβολαίου και το ποσό της ασφαλιστικής κάλυψης.
- Τιμή του οργανωμένου ταξιδιού, καθώς και κάθε ενδεχόμενη αναθεώρηση της τιμής και τα ενδεχόμενα τέλη και φόροι που οφείλονται για ορισμένες υπηρεσίες, εφόσον δεν περιλαμβάνονται στην τιμή του οργανωμένου ταξιδιού.
- Χρονοδιάγραμμα και λεπτομέρειες πληρωμής της τιμής.

4.8. Κατευθυντήριες αρχές οικοτουρισμού

Κατά τη διάρκεια της προηγούμενης δεκαετίας, η φράση "οικοτουρισμός" χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο ως συσκευή μάρκετινγκ, διεθνώς και παγκοσμίως, αλλά και ως μέθοδος επηρεασμού των κοινοτήτων σε όλο τον κόσμο για την μείωση της εξάρτησής τους στην εξαγωγή των φυσικών πόρων και την βελτίωση της οικονομία τους.

Όπως πολλές άλλες τέτοιες « φιλικές προς το περιβάλλον αξιώσεις » δεν έχει υπάρξει κανένας επίσημος έλεγχος αυτών των ισχυρισμών, αλλά οι αντιπροσωπείες τουρισμού έχουν χρησιμοποιήσει τέτοιες φράσεις ελεύθερα.

Τα οφέλη της εφαρμογής του "καλού" οικοτουρισμού δεν μπορούν να αμφισβητηθούν. Το παράδειγμα των οργανικών προϊόντων παρουσιάζει τα πλεονεκτήματα της πιστοποίησης της πολιτικής και της πρακτικής των αγροτών που ενδιαφέρονται για την εύρεση μια θέσης στην αγορά. Είναι

προφανές ότι υπάρχει ένα πλεονέκτημα αγοράς που μπορεί να εξερευνηθεί με τη χρήση του φιλικού προς το περιβάλλον τουρισμού, και ο μόνος δρόμος να εξασφαλίσει την ποιότητα τέτοιων ισχυρισμών είναι μέσω των οδηγιών προς αυτούς που ενδιαφέρονται να συμμετέχουν σε τέτοιες επιχειρήσεις. Για να διατηρήσει την ποιότητα των επιχειρήσεων οικοτουρισμού που υποστηρίζονται από τις καναδικές οργανώσεις, το Κέντρο Falls Brook έχει αναπτύξει ένα σύνολο οδηγιών οικοτουρισμού για τη χρήση του καναδικού περιβαλλοντικού δικτύου και τις οργανώσεις των συνεργατών τους.

Οι οδηγίες που αναπτύσσονται εδώ είναι βασισμένες στη λογοτεχνία των καναδικών αντιπροσωπειών τουρισμού, στη βιώσιμη ανάπτυξη (Ατζέντα 21) της Επιτροπής Ηνωμένων Εθνών και στην οργάνωση παγκόσμιου ταξιδιού και τουρισμού. Έχουν αναπτυχθεί και άλλες οδηγίες από μερικές οργανώσεις σε όλο τον κόσμο (π.χ., η κοινωνία οικοτουρισμού) που όμως δεν επαρκούν για τις ανάγκες των περιβαλλοντικών δικτύων.

Οδηγίες οικοτουρισμού

A. Προβλέπουν την συμμετοχή όλων των τομέων της κοινωνίας

I. Οι κοινοτικές σχέσεις και τα δικαιώματα των εργατών να εκπαιδεύουν τους τοπικούς συμμετόχους έτσι ώστε να τους οδηγήσουν στη συνειδητοποίηση των κοινωνικών, οικονομικών, και περιβαλλοντικών δαπανών και των κερδών που θα προέλθουν από αυτό το πρόγραμμα.

I. Παραδώστε την περιβαλλοντική εκπαίδευση στους κατοίκους.

II. Απασχολήστε τα τοπικά άτομα σε όλα τα επίπεδα του προγράμματος.

III. Προάγετε την αγορά από τους τοπικούς ανθρώπους μέσω του συνυπολογισμού των τοπικών συμμετόχων σε όλες τις πτυχές του προγράμματος (αρχική ανάπτυξη, περάτωση προγράμματος, εφαρμογή, συντήρηση, και συνεχείς ανάλυση και αναθεώρηση του προγράμματος και των αποτελεσμάτων του).

- IV.** Προσδιορίστε άλλες οδηγίες και εναρμονίστε τα πρότυπα με όλες τις σημαντικές ομάδες που επηρεάζονται.
- V.** Υποστηρίξτε τις τοπικές επιχειρήσεις μέσω των άμεσων επιχειρησιακών συναλλαγών και κάποιου κεφαλαίου για να ενθαρρύνετε τη χρήση και την ανάπτυξη των βιώσιμων ενεργειακών συστημάτων (π.χ., ηλιακές ελαφριές επιτροπές).
- VI.** Διατηρήστε τη διαθεσιμότητα των φυσικών πόρων στους ντόπιους.
- VII.** Ικανότητα οικοδόμησης με τους γηγενείς και τις τοπικές κοινότητες να διευκολύνουν τα ενεργά επίπεδα συμμετοχής τους καθ'όλη τη διαδικασία.
- VIII.** Εξασφαλίστε την ανάπτυξη και την επιβολή της νομοθεσίας/των μέτρων ενάντια σε οποιαδήποτε παράνομη, καταχρηστική, ή εκμεταλλευτική δραστηριότητα των τουριστών.
- IX.** Εξασφαλίστε τη γνώση και τη συμμόρφωση των τοπικών και διεθνών εργατικών δικαίων.
- X.** Όπου απαιτείται, δώστε τα τρόφιμα στις τοπικές τράπεζες τροφίμων.
- XI.** Υποστηρίξτε τα πολιτιστικά και περιβαλλοντικά προγράμματα των κοινοτικών ομάδων και των οργανώσεων.
- XII.** Προωθήστε την ανταλλαγή πληροφοριών στη μεταφορά, στη στέγαση, στα δημόσια προγράμματα και στην εκπαίδευση για την ευαισθητοποίηση, και την ελαχιστοποίηση των αρνητικών αποτελεσμάτων του τουρισμού, με άλλες ομάδες που ασκούν τον οικοτουρισμό.
- XIII.** Εξασφαλίστε τη βοήθεια των εθελοντών και,
- XIV.** Χρησιμοποιήστε τα σήματα για να εκπαιδεύσετε τους επισκέπτες για τα πιθανά προβλήματα των ταξιδιών , και τα αναμνηστικά για το σπίτι από την περιοχή.

2. Εκπαίδευση τουριστών.

- I.** Φροντίστε οι πληροφορίες που διαδίδεται στους τουρίστες να είναι ακριβείς - εξασφαλίστε υψηλής ποιότητας ερμηνευτικές δεξιότητες.
- II.** Προωθήστε την περιβαλλοντική και πολιτιστική κατάρτιση διαχείρισης που παρέχεται σε όλα τα επίπεδα προσωπικού.

III. Τροφοδοτήστε τους ντόπιους με πληροφορίες για τους τουρίστες.

IV. Ενημερώστε τους τουρίστες για τις πολιτιστικές και οικολογικές αξίες (δώστε παραδείγματα για το πώς οι τουρίστες μπορούν να βοηθήσουν να συντηρηθεί η ενέργεια, το νερό, και να βοηθήσουν με την ανακύκλωση των αποβλήτων).

B. Αξιολόγηση των οικονομικών, κοινωνικών, πολιτιστικών, και περιβαλλοντικών επιπτώσεων της οργάνωσης.

1. Κοινωνικές αξιολογήσεις του αντίκτυπου που ολοκληρώνονται πριν από την έναρξη προγράμματος.
2. Ολοκληρώστε μια εκτίμηση της περιβαλλοντικής επίδρασης και,
3. Ολοκληρώστε μια οικονομική αξιολόγηση του αντίκτυπου.

Γ. Σχέδιο των νέων προϊόντων τουρισμού με την ικανότητα υποστήριξης στον πυρήνα τους - σχέδιο διαχείρισης.

1. Περιβαλλοντική επίδραση.

I. Εξασφαλίστε έλεγχο της εδαφολογικής διάβρωσης και της συμπίεσης.

II. " Σχέδιο με τη φύση" σε συνεργασία με τις αρχές χρησιμοποιώντας χαμηλού αντίκτυπου σχέδια, υλικά και τεχνολογίες.

III. Ελαχιστοποιήστε τις επιδράσεις της υποδομής στη βλάστηση και τα ζώα. Αναπτύξτε ένα σχέδιο μεταφορών με την ελάχιστη υποδομή αντίκτυπου που μπορεί να προγραμματιστεί (π.χ., χαμηλοί δρόμοι συμπίεσης).

IV. Η μη-γηγενής χλωρίδα και η πανίδα δεν πρέπει ποτέ να εισαχθεί στην περιοχή.

V. Διευθύνετε την προσεκτική πώληση των στοιχείων από την περιοχή για να αποφύγετε τη δυνατότητα υπερεκμετάλλευσης και τις αρνητικές πρακτικές συλλογής.

VI. χρησιμοποιήστε τις τεχνικές προγραμματισμού χρήσης του εδάφους και διαχείρισης της παράκτιας ζώνης.

- VII.** Ελαχιστοποιήστε την τροποποίηση βιότοπων.
- VIII.** Λάβετε αποτελεσματικά μέτρα για να μειώσετε τον όγκο των αποβλήτων που συνδέεται με τα ταξίδια και τον τουρισμό.
- IX.** Εξασκήστε τη διατήρηση της ενέργειας σε όλες τις μορφές (θέρμανση, κλιματισμός, φωτισμός). Χρησιμοποιήστε τα ηλιακά συστήματα οπουδήποτε είναι δυνατόν.
- X.** Εξασκήστε τη συντήρηση του νερού και κάνετε εγκαταστάσεις για τη συντήρησή του.
- XI.** Ενθαρρύνετε τη χρήση των δημόσιων μέσων μεταφοράς. Διευκολύνετε το περπάτημα, την ποδηλασία, και τις εναλλακτικές μεθόδους μεταφοράς.
- XII.** Όπου είναι δυνατόν, αγοράστε τα επαναχρησιμοποιήσιμα, ανακυκλωμένα, και αλεύκαντα προϊόντα εγγράφου για τα δωμάτια των φιλοξενούμενων, τις εγκαταστάσεις του φαγητού, και των γραφείων.
- XIII.** Ελαχιστοποιήστε την απελευθέρωση των ρύπων.
- XIV.** Αναζητήστε τις επιλογές για την παρεκτροπή των αποβλήτων σε άλλα προϊόντα (δηλ., ζωική τροφή και λίπασμα).
- XV.** Αγοράστε τις προμήθειες σε μεγάλη ποσότητα για να μειώσετε τα απόβλητα συσκευασίας.
- XVI.** Βελτιώστε την πρόσβαση στους ερευνητές.
- XVII.** Καθορίστε τον τύπο τουρίστα που ενδιαφέρεται. Προωθήστε και αναπτύξτε τις στρατηγικές αναλόγως.
- XVIII.** Χρησιμοποιήστε σταθερά σημεία εξέτασης για να ελαχιστοποιήσετε τη διαταραχή των βιότοπων.
- XIX.** Καθορίστε οδηγίες για τις ελάχιστες αποστάσεις εξέτασης της χλωρίδας και της πανίδας.
- XX.** Οργανώστε συστήματα αστυνόμευσης που να εξασφαλίζουν την προστασία από τις καταστροφές ή τη διαταραχή των βιότοπων.
- XXI.** Καθορίστε τους μέγιστους αριθμούς επισκεπτών που επιτρέπονται μέσα σε μια περιοχή (ικανότητα μεταφοράς).
- XXII.** Ελαχιστοποιήστε τη χρήση των επικίνδυνων ουσιών και,
- XXIII.** Αποβάλετε την απελευθέρωση των ρύπων.

2. Οικονομικός αντίκτυπος

- I. Προωθήστε ένα ευνοϊκό πλαίσιο για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις με τη μείωση των φορτίων διοίκησης, τη διευκόλυνση της πρόσβασης στο κεφάλαιο, και την παροχή της κατάρτισης στη διαχείριση και άλλες δεξιότητες και,
- II. Εξασφαλίστε τη χρήση της λογιστικής δαπανών.

3. Πολιτιστικός και κοινωνικός αντίκτυπος.

- I. Εκδρομές και δραστηριότητες που είναι σύμφωνες με τον «οικοδεσπότη», που ενισχύουν την κοινοτική ταυτότητα, και παρέχουν τα ισόμετρα οφέλη στην κοινότητα οικοδεσποτών.
- II. Ενθαρρύνετε και υποστηρίξτε τις κοινοτικές, περιβαλλοντικές και πολιτιστικές πρωτοβουλίες και τις προσπάθειες των οικοδεσποτών προς το βιώσιμο τουρισμό.
- III. Αποστασιοποιηθείτε από τις παράνομες καταχρηστικές και εκμεταλλευτικές μορφές τουρισμού.

Α. Διαδικασίες μέτρησης στην επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης.

1. Διεξαγωγή ελέγχων για την ενέργεια και το νερό.
2. Παρακολουθήστε τις επιπτώσεις του τουρισμού στο τοπικό πολιτισμό και το περιβάλλον και επινοήστε τρόπους για την μείωση των αρνητικών επιπτώσεων και την αύξηση των θετικών.
3. Διεξαγωγή κοινωνικής και γεωλογικής απογραφής της ζώνης του οικοσυστήματος πριν και αφού αρχίσει το έργο - χρησιμοποιήστε την ανάλυση των διαφορών για τη μελλοντική χάραξη πολιτικής και κάνετε αυτήν την πληροφορία διαθέσιμη σε άλλα προγράμματα οικοτουρισμού.
4. Χρησιμοποίησε ποσοστό της επιστροφής για την προώθηση της έρευνας για το περιβάλλον και τα κοινωνικά θέματα.

Ε. Συνεργασίες για την Αειφόρο Ανάπτυξη.

1. Συνεργασίες με τις διεθνείς και εθνικές κυβερνήσεις .

- I.** Καθιερώστε τα ασφαλιστικά πρότυπα ποιότητας των προϊόντων.
 - II.** Αναπτύξτε και εφαρμόστε τις συντονισμένες πολιτικές διαχείρισης γης και διαχείρισης των φυσικών πόρων.
 - III.** Διευκολύνετε την πρόσβαση στη χρηματοδότηση.
 - IV.** Παρέχετε τεχνική βοήθεια ανάπτυξης προϊόντος για τους χειριστές.
 - V.** Εξασφαλίστε επαρκή προστασία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων.
 - VI.** Συντονισμός της αρμοδιότητας που περιλαμβάνεται στη διαχείριση γης/τη διαχείριση των φυσικών πόρων.
 - VII.** Ενισχυμένη έρευνα για τις περιβαλλοντικές ικανότητες μεταφοράς και τη ποιότητα των απομακρυσμένων προϊόντων τουρισμού.
 - VIII.** Αναπτύξτε τους πρόσθετους κανονισμούς και τη χορήγηση αδειών σε μερικές περιοχές για τις συγκεκριμένες δραστηριότητες.
 - IX.** Ανάπτυξη των καταλόγων αναγνωρισμένων πρωτοβουλιών οικοτουρισμού στη χώρα ή/και την περιοχή.
 - X.** Ενθαρρύνετε την αποκατάσταση και την επαναχρησιμοποίηση των κτηρίων κληρονομιάς.
- 2.** Συνεργασίες με τα πρώτα έθνη και τους γηγενείς λαούς.
 - I.** Αναπτύξτε μοναδικά προϊόντα και υπηρεσίες.
 - 3.** Συνεργασία με τους προμηθευτές.
 - I.** Προσπαθήστε με τους προμηθευτές να αναπτύξετε τα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα.
 - II.** Μειώστε τη συσκευασία.
 - III.** Χρησιμοποιήστε τα επαναχρησιμοποιήσιμα μεταφορικά κιβώτια.
 - 4.** Συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις οικοτουρισμού.
 - I.** Ενθαρρύνετε την ανταλλαγή των πληροφοριών που οδηγεί στη βελτιωμένη ενεργειακή αποδοτικότητα και την Περιβαλλοντική Υγιεινή.

Z. Διευκόλυνση ανταλλαγής των πληροφοριών, των δεξιοτήτων, και της τεχνολογίας σχετικά με το βιώσιμο τουρισμό.

1. Παρέχετε την τεχνική βοήθεια ανάπτυξης προϊόντος για τους χειριστές.
2. Ενισχύστε την έρευνα για τις περιβαλλοντικές ικανότητες μεταφοράς και τη μακρινή ποιότητα των προϊόντων τουρισμού.
3. Συμμετέχετε σε γεγονότα όπως η εβδομάδα συνειδητοποίησης τουρισμού, η γήινη ημέρα, η ημέρα παγκόσμιου τουρισμού, η ημέρα κληρονομιάς, η ημέρα πάρκων, η παγκόσμια δεκαετία της UNESCO για την πολιτιστική ανάπτυξη, και άλλες παγκόσμιες εκδηλώσεις.
4. Συνεργαστείτε με άλλα έθνη και διεθνή σώματα για την ενίσχυση του ρόλου του τουρισμού στην προώθηση της διεθνούς κατανόησης και της συνεργασίας.
5. Μοιραστείτε τη γνώση των βιώσιμων εννοιών, αρχών, και πρακτικών του τουρισμού με άλλες χώρες.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.

Έντυπα που χρησιμοποιούνται για την ανάπτυξη των οδηγιών

- 1) Η καναδική Επιτροπή τουρισμού. Εργαστήρια εφαρμογής ταξιδιού και οικοτουρισμού περιπέτειας - Συνοπτική έκθεση. Δεκεμβρίου 1997.
- 2) Ένωση Βιομηχανίας Τουρισμού του Καναδά και η εθνική διάσκεψη στρογγυλής τραπέζης για το περιβάλλον και την οικονομία. Κώδικας ηθικής και οδηγιών για τον βιώσιμο τουρισμό. 199x.
- 3) Η Επιτροπή των Ενωμένων Εθνών για την βιώσιμη ανάπτυξη, μη κυβερνητική επιτροπή οργάνωσης. Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη: Βιώσιμος τουρισμός - μια μη κυβερνητική οργάνωση προοπτικής, έγγραφο υποβάθρου #4. Επιτροπή Ενωμένων Εθνών για την βιώσιμη ανάπτυξη, έβδομη σύνοδος, 19-30 Απριλίου 1999, Νέα Υόρκη.
- 4) Η Επιτροπή Ενωμένων Εθνών για την βιώσιμη ανάπτυξη. Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη - έκθεση του Γενικού Γραμματέα. Επιτροπή Ενωμένων Εθνών για την βιώσιμη ανάπτυξη, έβδομη σύνοδος, 19-30 Απριλίου 1999, Νέα Υόρκη.

- 5) Παγκόσμια ταξίδια και τουριστική οργάνωση και διεθνής ένωση ξενοδοχείων και εστιατορίων. Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη: Η παγκόσμια σημασία του τουρισμού, , έγγραφο υποβάθρου #1. Επιτροπή Ενωμένων Εθνών για την βιώσιμη ανάπτυξη, έβδομη σύνοδος, 19-30 Απριλίου 1999, Νέα Υόρκη.
- 6) Παγκόσμια ταξίδια και τουριστική οργάνωση, Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, και το Συμβούλιο Γης. Ατζέντα για την βιομηχανία ταξιδιού και Τουρισμού – Βιώσιμη περιβαλλοντολογική ανάπτυξη. 1996.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II.

Οι κατευθυντήριες αρχές που αναπτύχθηκαν βάση της Διακήρυξης του Ρίου σχετικά με το περιβάλλον και την ανάπτυξη, Ατζέντα 21 για την βιομηχανία ταξιδιού και Τουρισμού – Βιώσιμη περιβαλλοντολογική ανάπτυξη.

- 1) Το ταξίδι και ο τουρισμός πρέπει να βοηθήσουν τους ανθρώπους για υγιή και παραγωγική ζωή σε αρμονία με τη φύση.
- 2) Το ταξίδι και ο τουρισμός πρέπει να συμβάλουν στη συντήρηση, την προστασία, και την αποκατάσταση του παγκόσμιου οικοσυστήματος.
- 3) Το ταξίδι και ο τουρισμός πρέπει να βασίζονται στις βιώσιμες μορφές της παραγωγής και της κατανάλωσης.
- 4) Τα έθνη πρέπει να συνεργαστούν για να προωθήσουν ένα ανοικτό οικονομικό σύστημα στο οποίο το διεθνές εμπόριο των υπηρεσιών ταξιδιού και τουρισμού μπορεί να πραγματοποιηθεί σε μόνιμη βάση.
- 5) Το ταξίδι και ο τουρισμός, η ειρήνη, η ανάπτυξη, και η προστασία του περιβάλλοντος είναι αλληλένδετα.
- 6) Ο προστατευτισμός στο εμπόριο τουριστικών και ταξιδιωτικών υπηρεσιών θα πρέπει να σταματήσει ή να αναστραφεί.
- 7) Η προστασία του περιβάλλοντος πρέπει να αποτελέσει ένα αναπόσπαστο τμήμα της αναπτυξιακής διαδικασίας του τουρισμού.
- 8) Τα ζητήματα ανάπτυξης τουρισμού πρέπει να αντιμετωπιστούν με τη συμμετοχή των ενδιαφερόμενων πολιτών και τον προγραμματισμό των αποφάσεων να υιοθετούνται σε τοπικό επίπεδο.

- 9) Τα έθνη θα πρέπει να προειδοποιήσουν το ένα το άλλο για τις φυσικές καταστροφές που θα μπορούσαν να έχουν επιπτώσεις στους τουρίστες και τις τουριστικές περιοχές.
- 10) Το ταξίδι και ο τουρισμός θα πρέπει να χρησιμοποιήσουν την ικανότητά τους για να δημιουργηθούν θέσεις απασχόλησης για τις γυναίκες και τους αυτόχθονες πληθυσμούς.
- 11) Η ανάπτυξη του τουρισμού θα πρέπει να αναγνωρίσει και να υποστηρίξει την ταυτότητα, τον πολιτισμό, και τα συμφέροντα των γηγενών λαών.
- 12) Οι διεθνείς νόμοι που προστατεύουν το περιβάλλον θα πρέπει να γίνουν σεβαστοί από την βιομηχανία ταξιδιού το ταξίδι και Τουρισμού

4.8.1 Οδηγίες για υπεύθυνους ταξιδιώτες

Η συνειδητή στάση, δράσεις, συμμετοχή και αλληλεπιδράσεις από την πλευρά του ταξιδιώτη, επηρεάζουν άμεσα το αποτέλεσμα για όλους τους εμπλεκόμενους. Ως ένας συνετός και υπεύθυνος επισκέπτης υπάρχουν πολλά πράγματα που μπορείτε να κάνετε πριν, κατά τη διάρκεια και μετά το ταξίδι σας για να εξασφαλίσετε ότι η εμπειρία σας είναι σύμφωνη με τις αξίες του "οικοτουρισμού" και να ελαχιστοποιήσετε τις επιπτώσεις της άφιξης σας που θα έχουν αντίκτυπο στη χώρα υποδοχής. Είναι πολύ ευκολότερο να πάμε απλά για διακοπές ως απληροφόρητοι τουρίστες αλλά επιλέγοντας να είμαστε τεκμηριωμένοι ταξιδιώτες μπορεί να έχει σημαντικότερες επιπτώσεις για τον κόσμο γύρω μας. Όσα περισσότερα τεθούν στο ταξίδι σας τόσα περισσότερα θα λάβετε από αυτό. Τα παρακάτω είναι ένας κώδικας δεοντολογίας για υπεύθυνους ταξιδιώτες.

- 1) Προετοιμασία για το ταξίδι σας: Εκπαιδεύστε τον εαυτό σας σχετικά με τον προορισμό σας. Μεριμνώντας ιδιαίτερα για τις ειδήσεις και τα τρέχοντα γεγονότα σχετικά με την περιοχή. Μάθετε για την τοπική ιστορία, τα έθιμα και τον πολιτισμό, καθώς και για τα ζωτικής σημασίας οικοσυστήματα. Μάθετε

τουλάχιστον τα βασικά στην τοπική γλώσσα. Ένα απλό γεια, παρακαλώ ή ευχαριστώ είναι αρκετά. Προσεγγίστε το ταξίδι με την επιθυμία να μάθετε και όχι μόνο να παρατηρείτε.

2) Σεβασμός των τοπικών παραδόσεων και εθιμοτυπιών: Να φοράτε ρουχισμό που είναι αποδεκτός από την τοπική κουλτούρα. Να είστε ενήμεροι για την ευαισθησία των ανθρώπων στο να φωτογραφίζονται, πάντα να ρωτάτε πρώτα. Παρατηρήστε τα τοπικά έθιμα. Γίνετε διορατικοί για τις δικές σας τις πολιτιστικές αξίες και πώς αυτές επηρεάζουν την απόφαση των άλλων. Να θυμάστε ότι εσείς είστε ο επισκέπτης. Υπάρχουν πολλές διαφορετικές έννοιες του χρόνου, προσωπικός χώρος, επικοινωνία, κλπ. που δεν είναι λάθος ή κατώτερη, απλώς διαφορετική. Πράξτε ως παράδειγμα για τους άλλους ταξιδιώτες οι οποίοι είναι λιγότερο ενημερωμένοι από εσάς.

3) Αποφύγετε την επιδεικτική επίδειξη πλούτου: Κάτι που μπορεί να μην φαίνεται σαν επίδειξη πλούτου για σας μπορεί να θεωρηθεί υπερβολικό από έναν άλλο πολιτισμό. Για παράδειγμα, μια κάμερα κρεμασμένη στο λαιμό ή κάτι τόσο απλό όσο ένα ρολόι ή βέρες γάμου. Κρύψτε τέτοια αντικείμενα όταν επισκέπτεστε αγροτικές κοινότητες. Αφήστε κοσμήματα και άλλα τέτοια πολύτιμα αντικείμενα στο σπίτι το μόνο που κάνουν είναι να δημιουργούν φραγμούς και να αναστέλλουν τις πραγματικές αλληλεπιδράσεις. Ας μην τους παραπλανούμε με αλλαγές που δεν είναι ουσιαστικές και σκοπό έχουν μόνο να διαφθείρουν την υπάρχουσα νοοτροπία.

4) Να είστε ευέλικτοι με τις προσδοκίες σας: Προσεγγίστε την περιπέτεια σας με ανοιχτό μυαλό και δεν θα απογοητευθείτε. Μερικές φορές, τα σχέδια αλλάζουν και μια ευκαιρία για βαθύτερη μάθηση ή μια μοναδική πολιτιστική εμπειρία παρουσιάζεται. Προσαρμόστε τον εαυτό σας με την κατάσταση αντί να προσπαθείτε να προσαρμόσετε την κατάσταση σε εσάς.

5) Διατήρηση πόρων: Πολλές φορές οι πόροι σε μια περιοχή όπου πραγματοποιούνται επισκέψεις τουριστών βρίσκονται ήδη υπό μεγάλη πίεση. Να είστε ενήμεροι για τους πόρους που χρησιμοποιούνται, λόγω της επίσκεψής σας.

Αυτό περιλαμβάνει την προσωπική σας κατανάλωση των ειδών, όπως είναι το νερό και τα ξύλα για πυρκαγιές κτιρίων ή ειδικά τρόφιμα που πρέπει να μεταφερθούν από μακριά. Μην αφήσετε να σας καθοδηγήσουν να κυνηγήσετε απειλούμενα υπό εξαφάνιση είδη ή συγκομιδής σπάνιων φυτών για κατανάλωση σας. Ένα μεγάλο πολυτελές ξενοδοχείο στη μέση του πουθενά χρειάζεται πολύ περισσότερους πόρους για την κατασκευή και τη διατήρηση του από ό, τι μια μικρή οικογενειακή επιχείρηση.

6) Πράξτε με ελάχιστο αντίκτυπο προς το περιβάλλον: Ακολουθήστε τους Διεθνείς -δεν αφήνουμε ίχνη- Κανονισμούς. Μαζέψτε ότι είχατε μαζί σας συμπεριλαμβανομένων χαρτί υγείας (αν δεν υπάρχει τουαλέτα) ή πλαστικά μπουκάλια νερού (χρήση δισκίων καθαρισμού ή φίλτρο). Πηγαίνετε τουαλέτα τουλάχιστον 200 πόδια (70 βήματα) από κάθε πηγή νερού. Μαζέψτε ότι σκουπίδια έχουν αφήσει άλλοι. Μην αφαιρείτε οποιαδήποτε αντικείμενα, φυτά ή ζωικά προϊόντα από τη φύση. Να είστε ενήμεροι των τοπικών απειλούμενων υπό εξαφάνιση ειδών, έτσι ώστε να μην γίνει αγορά σουβενίρ από το δέρμα τους, φτερά κ.λπ. Μία τέτοια ενέργεια δεν έχει αντίκτυπο μόνο στο περιβάλλον αλλά είναι και παράνομη.

7) Η επιλογή του αερομεταφορέα ή του ξεναγού: Ερευνήστε σε βάθος τον ταξιδιωτικό σας πράκτορα ή τον οδηγό, ζητώντας τους να σας επισημάνει συγκεκριμένα ερωτήματα σχετικά με το ότι αυτό που κάνουν είναι "οικολογικό" και τον τρόπο με τον οποίο συμμετέχουν στις τοπικές κοινωνίες και οικονομίες. Όσο μεγαλύτερη είναι η εταιρεία και με πιο πολυτελή καταλύματα, το λιγότερο πιθανό να είναι πραγματικά οικοτουρισμού. Να είστε επίμονοι στα ερωτήματα σας στον διεθνή ή τοπικό ταξιδιωτικό πράκτορα.

8) Η στήριξη των τοπικών οικονομιών: Πώς η επίσκεψη σας θα ωφελήσει άμεσα την τοπική οικονομία ή ολόκληρης την κοινότητας; Αυτό αποτελεί ένα αναπόσπαστο μέρος του πραγματικού οικοτουρισμού. Χρησιμοποιήστε τα τοπικά μέσα μεταφοράς, οδηγούς, πανδοχεία, εστιατόρια και τις αγορές. Αυτό βοηθά στο να δημιουργηθεί μια ζώνη ασφαλείας για το περιβάλλον γύρω από προστατευμένες φυσικές περιοχές, δίνοντας στους ντόπιους μια οικονομική

εναλλακτική λύση στις δυνητικά καταστροφικές πράξεις.

9) Η γεφύρωση του πολιτιστικού χάσματος: Πάρτε την ευκαιρία να γίνετε ένας πολιτιστικός πρεσβευτής. Το μεγαλύτερο μέρος της εικόνας του κόσμου για τους Δυτικούς τουρίστες βασίζεται στις αναλήθειες της τηλεόρασης και των περιοδικών. Ψάξτε για καταστάσεις που υπάρχει πολιτισμική ανταλλαγή με την οποία ο ένας μαθαίνει για την ζωή του άλλου. Προσπαθήστε να γνωρίσετε το πρόσωπο που κάθεται δίπλα σας σε ένα τοπικό λεωφορείο ή το πρόσωπο που σας μαγειρεύει, χρειάζεται μεγάλη προσπάθεια αλλά συχνά αποτελεί μια εμπειρία που δικαιώνει τους κόπους σας.

10) Συνεχής οικοτουρισμός: Ο Οικοτουρισμός δεν χρειάζεται να τελειώσει μαζί με το ταξίδι σας . μπορείτε να συνεχίσετε τη δέσμευσή σας για τη διατήρηση στη καθημερινή σας ζωή. Μοιραστείτε την εμπειρία σας με άλλους για να τους ενθαρρύνετε και να τους βοηθήσετε να κατανοήσουν καλύτερα τον κόσμο μας. Σίγουρα, θα έχετε δει και θα έχετε μάθει πολλά από το ταξίδι σας. Γι αυτό όσο είναι ακόμα φρέσκο στην καρδιά και το μυαλό σας ενεργήστε χρησιμοποιώντας τις διάφορες αντιπροσωπείες, τις οργανώσεις και όλους τους διαθέσιμους πόρους που έχετε.

Κεφάλαιο 5^ο - Μελέτη περίπτωσης ελληνικών τουριστικών πακέτων

5.1. Ο οικοτουρισμός στην Ελλάδα

Τα τελευταία χρόνια βλέπουμε ότι και στην Ελλάδα έχει αρχίσει να αναπτύσσεται ο οικοτουρισμός και συγχρόνως διαπιστώνεται ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον τόσο από την ίδια την πολιτεία όσο και από την τοπική αυτοδιοίκηση.

Αυτό το ενδιαφέρον έχει δημιουργηθεί από την ανάγκη αλλαγής του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, ώστε να μπορέσει να ανταπεξέλθει στη σύγχρονη διαφοροποιημένη τουριστική ζήτηση.

Ο έντονος ανταγωνισμός που αντιμετωπίζει η χώρα μας από γειτονικούς μεσογειακούς προορισμούς, όπως Ισπανία, Ιταλία, κλπ, η άνοδος της φθηνής Τουρκίας ως σημαντικού ανταγωνιστή, η απουσία για χρόνια μιας συντονισμένης τουριστικής πολιτικής και διαφημιστικής εκστρατείας, η οποία αν και καθυστερημένα προσπαθεί να αντιμετωπιστεί τώρα με τη δημιουργία του Υπουργείου Τουρισμού, όπως επίσης και η επιβράδυνση της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας από μη οικονομικούς λόγους (τρομοκρατία, τσουνάμι, πολέμους), κάνουν επιτακτική την ανάγκη διαφοροποίησης του προσφερόμενου προϊόντος.

Κατά την τριετία 2000-2003, ο μέσος ετήσιος ρυθμός μείωσης των αφίξεων ήταν περίπου στο 1,7%, των δε συναλλαγματικών στο 2%⁴⁴. Από τα παραπάνω διαπιστώνουμε ότι το πρότυπο του μαζικού τουρισμού που υπάρχει στην Ελλάδα δεν επαρκεί πλέον για να καλύψει την σύγχρονη τουριστική ζήτηση. Έτσι, κρίνεται αναγκαία η ανάπτυξη και άλλων μορφών τουρισμού, όπως ο οικοτουρισμός.

Ο οικοτουρισμός, ειδικότερα στην Ελλάδα, θα πρέπει να έχει ως στόχο του τη διαμόρφωση ενός ποιοτικού και πολύμορφου τουριστικού προϊόντος, μέσω της ποιοτικής αναβάθμισης των καταλυμάτων και λοιπών τουριστικών υπηρεσιών, της αξιοποίησης και ένταξης στο τουριστικό προϊόν νέων φυσικών πόρων (ορεινή ενδοχώρα, ποτάμια, μικρά νησιά, σημεία οικολογικού ενδιαφέροντος), και πολιτιστικού πλούτου (βυζαντινά, μεταβυζαντινά και νεότερα μνημεία, παραδοσιακή αρχιτεκτονική, ελληνική κουζίνα, σύγχρονη εικαστική και λογοτεχνική παραγωγή) και της δημιουργίας υποδομών για την ικανοποίηση ποικίλων αναγκών και ενδιαφερόντων των τουριστών (υγεία-υγιεινή διαβίωση και διατροφή, αθλητισμός, ψώνια, κλπ)

Στόχος είναι να συνδυαστεί η αναξιοποίητη ενδοχώρα με το υφιστάμενο τουριστικό προϊόν των γειτονικών ανεπτυγμένων περιοχών ώστε να προσελκύσουν σταδιακά ζήτηση θεματικού τουρισμού (ορεινού, πολιτιστικού, οικολογικού, αγροτουρισμού, κλπ).

⁴⁴ ΕΣΥΕ, 2003

Η πολιτεία μέσω του Υπουργείου Τουρισμού και του Υπουργείου Ανάπτυξης έχει εκπονήσει μια σειρά προγραμμάτων οικονομικής ενίσχυσης και εκπαίδευσης \ κατάρτισης τόσο για ιδιώτες όσο και για επιχειρήσεις πάνω στο θέμα της ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Από τα κυριότερα προγράμματα είναι το LEADER, το οποίο χρηματοδοτείται από το 3ο Κοινοτικό πλαίσιο Στήριξης και βασικός του στόχος είναι η χρηματοδότηση απομονωμένων περιοχών και η Αγροτουριστική Α.Ε, η οποία ασχολείται κυρίως με έρευνες και μελέτες.

Σε περιφερειακό επίπεδο υπάρχουν τα Π.Ε.Π (Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα), τα οποία ασχολούνται με τη χρηματοδότηση έργων στην περιφέρεια.

5.2. Πεζοπορία στα ελληνικά βουνά

Η πεζοπορία σαν φυσική σωματική δραστηριότητα είναι συμφυής της ανθρώπινης σωματικής οντότητας, εύκολη στην εξάσκησή της και προσιτή σε όλους.

Η πεζοπορία γίνεται σε βατές λοφώδεις και ημιορεινές περιοχές με σκοπό την ήπια σωματική άθληση μέσα σε ένα παρθένο φυσικό περιβάλλον και με τη δυνατότητα περιήγησης και επίσκεψης αξιοθέατων περιοχών που βρίσκονται κοντά στα μονοπάτια της πεζοπορίας.

Ο περιπατητικός τουρισμός αλληλοσυνδέεται σε πολλές περιπτώσεις με τον οικοτουρισμό. Η βασική διαφορά των δύο έγκειται στο ότι ο οικοτουρισμός προϋποθέτει τη συμμετοχή του επισκέπτη για τη διατήρηση του τοπίου και της οικολογικής ισορροπίας, ενώ ο περιπατητικός τουρισμός όχι.

Η Ελλάδα άργησε να δημιουργήσει ολοκληρωμένο δίκτυο αυτοκινητοδρόμων, πέραν των βασικών οδικών αρτηριών που διέσχιζαν τη χώρα. Μέχρι τότε, η επικοινωνία πραγματοποιούνταν, κυρίως, μέσω των μονοπατιών, τα οποία οι γεροντότεροι κάτοικοι των ορεινών χωριών αναφέρουν ακόμα σαν «δημοσιά» (δημόσιος, κεντρικός δρόμος), διότι γι' αυτούς αποτελούσε τη σημαντικότερη οδική πρόσβαση.

Παρόλο που κάποια από τα παλιά μονοπάτια και τα πετρόκτιστα καλντερίμια, αληθινά έργα τέχνης, έχουν γίνει ασφαλτοστρωμένοι δρόμοι, τα περισσότερα από αυτά ξεγλιστρούν ανάμεσα στους δρόμους και συνεχίζουν να υπάρχουν και να διατρέχουν βουνά, λόγγους και χαράδρες. Έτσι, τα τελευταία χρόνια, με διάφορες χρηματοδοτήσεις και από ποικίλους φορείς (δήμους ορειβατικούς συλλόγους, ιδιώτες κ.α.) συντηρήθηκαν, αναβίωσαν και σηματοδοτήθηκαν μεγάλα τμήματά τους σε όλη την Ελλάδα, δημιουργώντας ένα ευρύ δίκτυο συνολικού μήκους, περίπου, 3.500 χλμ.

Το κυριότερο τμήμα τους καταλαμβάνουν οι επεκτάσεις των Ευρωπαϊκών Μονοπατιών Μεγάλων Διαδρομών E4, E6 και κατηγορίας O (3.000 χλμ.), ενώ εκτός από αυτά έχουν διαμορφωθεί ακόμα 500 χλμ. μικρότερων μονοπατιών, που παρουσιάζουν εφάμιλλο ενδιαφέρον.

- **Μονοπάτι E4 (-GR):** Ξεκινά από τα Πυρηναία Όρη και φθάνει στην Ελλάδα, μέσω της πρώην Γιουγκοσλαβίας. Το ελληνικό τμήμα του E4, διασχίζει τη βόρεια και κεντρική Ελλάδα, την Πελοπόννησο, καταλήγει στο Γύθειο και συνεχίζεται στο νησί της Κρήτης. Προσφέρει, έτσι, τη δυνατότητα στον πεζοπόρο ή τον ορειβάτη να γνωρίσει όλη την ποικιλία του ελληνικού τοπίου και τον πλούτο της ελληνικής φύσης.

- **Μονοπάτι E6:** Το ελληνικό τμήμα του έχει δύο σκέλη. Το πρώτο ξεκινά από την περιοχή των Πρεσπών και μέσω Καστοριάς, Ιωαννίνων και Δωδώνης φτάνει ως την πόλη της Ηγουμενίτσας. Το δεύτερο σκέλος ξεκινά από την περιοχή της Φλώρινας, διασχίζει τις ορεινές περιοχές της δυτικής, κεντρικής και ανατολικής Μακεδονίας (κατά μήκος των συνόρων της Ελλάδας με τη FYROM και τη Βουλγαρία) και φτάνει ως την πόλη της Αλεξανδρούπολης, στην περιοχή της Θράκης⁴⁵.

⁴⁵ Σφακιανάκης, Μ., 2000, «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδ. Έλλην

5.3. Θαλάσσια σπορ

5.3.1 Θαλάσσιο-σκι

Το θαλάσσιο σκι «γεννήθηκε» γύρω στο 1900, από μια παρέα νεαρών που διασκεδάζε στα νερά μιας λίμνης των Η.Π.Α. Γρήγορα η μόδα εξαπλώθηκε, ενώ με την εμφάνιση όλο και πιο δυνατών μηχανών στα σκάφη, αυξήθηκε η ταχύτητα, η δυσκολία αλλά και η δημοτικότητα του αθλήματος.

Στην Ελλάδα, ο Ναυτικός Όμιλος Βουλιαγμένης (στην περιοχή της Αττικής) ήταν το πρώτο σωματείο, που το 1957 ίδρυσε τμήμα θαλάσσιου σκι, ενώ το 1963 ιδρύθηκε η Ελληνική Ομοσπονδία Θαλάσσιου Σκι, με στόχο τη διάδοση του αθλήματος στη χώρα.

Το θαλάσσιο σκι είναι πλέον από τα πιο διαδεδομένα σύγχρονα σπορ του νερού και δεν χρειάζεται ιδιαίτερη εξάσκηση όταν γίνεται ερασιτεχνικά. Σε όλη την Ελλάδα υπάρχουν ιδιωτικές σχολές εκπαίδευσης, οι οποίες λειτουργούν σε οργανωμένες παραλίες ή στις εγκαταστάσεις μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων.

5.3.2. Ιστιοπλοΐα

Η ιστιοπλοΐα είναι ένα άθλημα που συνδέεται άρρηκτα τον ελληνικό λαό, μέσα από τη μακρόχρονη ιστορία της χώρας και τη μακραίωνη θαλασσινή παράδοσή της. Σήμερα, είναι ένα από τα δημοφιλέστερα αθλήματα και χιλιάδες Έλληνες ασκούνται συστηματικά (ως πρωταθλητές ή απλοί αθλητές) σε όλους τους τύπους ιστιοπλοϊκών σκαφών.

5.3.3. Ιστιοσανίδα (Windsurfing)

Η ιστιοσανίδα (windsurfing) είναι ένα συναρπαστικό άθλημα για όλους τους ανθρώπους, ανεξαρτήτως ηλικίας και φύλου. Δεν απαιτεί ιδιαίτερη

σωματική δύναμη, τουλάχιστον στην αρχή, τον κυριότερο ρόλο παίζει η σωστή τεχνική.

Εκτός από διασκέδαση και ολυμπιακό άθλημα, το windsurfing έχει γίνει και επαγγελματικό σπορ από το 1985, καθώς και άθλημα επιδείξεων και αγώνων σε κλειστούς χώρους, όπου δημιουργούνται τεχνητά οι απαραίτητες συνθήκες.

Καθώς στην Ελλάδα, οι καιρικές συνθήκες είναι ιδανικές (ήπιο κλίμα, κατάλληλη ένταση ανέμων κ.λπ.) το άθλημα έχει γνωρίσει θεαματική ανάπτυξη και ολοένα και περισσότεροι Έλληνες ασχολούνται συστηματικά με αυτό. Μάλιστα, τα τελευταία χρόνια, κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, πραγματοποιούνται σε διάφορα σημεία της χώρας ευρωπαϊκοί και παγκόσμιοι αγώνες (τουρνουά) και πρωταθλήματα, μερικοί από τους οποίους είναι από τους σημαντικότερους διεθνώς. Στις περισσότερες οργανωμένες παραλίες της χώρας, έχετε τη δυνατότητα να χαρείτε το άθλημα της ιστιοσανίδας ή να πάρετε μαθήματα από εξειδικευμένους εκπαιδευτές⁴⁶.

5.3.4. Καταδυτικός τουρισμός

Η ιδιαίτερη καθαρότητα των ελληνικών θαλασσών και ο τεράστιος πλούτος του βυθού, αποτελούν πόλο έλξης για όσους αναζητούν τη μαγεία της υποβρύχιας εξερεύνησης. Με μάσκα επιτρέπεται παντού η ελεύθερη κατάδυση, αλλά η κατάδυση με τη χρήση φιαλών ατμοσφαιρικού αέρα (80% άζωτο + 20% οξυγόνο) απαγορεύεται σε περιοχές με υποθαλάσσιες αρχαιότητες.

Στην Ελλάδα λειτουργούν δεκάδες σχολές καταδύσεων, που υπόκεινται σε ειδική άδεια του υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας. Όλοι οι αυτοδύτες υποχρεούνται να συμφωνούν και να τηρούν τους κανονισμούς και τους περιορισμούς του νόμου 5351/32 περί αρχαιοτήτων. Υποβρύχιες δραστηριότητες με καταδυτικό εξοπλισμό επιτρέπονται από την ανατολή μέχρι τη δύση του ηλίου.

⁴⁶ Ρίγγας, Χ., 2003, «Αειφορία και εναλλακτικές μορφές τουρισμού», ΤΕΙ Κρήτης

Ειδικότερα, οι ενδιαφερόμενοι θα πρέπει να γνωρίζουν ότι απαγορεύεται:

- ✚ -το ψάρεμα με εξοπλισμό αυτόνομης κατάδυσης (το ψαροντούφεκο με μπουκάλες).
- ✚ -η φωτογράφιση, η αφαίρεση ή η μεταφορά αρχαιοτήτων. Σε περίπτωση εντοπισμού αρχαίων πρέπει αμέσως να το αναφέρετε στην πλησιέστερη αρχαιολογική υπηρεσία του υπουργείου Πολιτισμού (ή στην Εφορεία Εναλίων Αρχαιοτήτων), λιμενική ή αστυνομική αρχή.
- ✚ -η χρήση και κατοχή (πάνω σε πλοίο) ειδικού εξοπλισμού ανεύρεσης αρχαιοτήτων⁴⁷.



5.3.5. Η απλή κολύμβηση (κολύμπι)

Οι τουρίστες επιδίδονται στο κολύμπι σχεδόν καθημερινά, ανεξάρτητα από την ηλικία τους και την ικανότητα τους να κολυμπούν. Αν δεν ξέρουν να κολυμπούν απλά μπαίνουν στη θάλασσα για να παίζουν με το νερό, να ψυχαγωγηθούν και να δροσιστούν. Το κολύμπι, όσο αθώο και αν φαίνεται σαν άθλημα, συχνά γίνεται επικίνδυνο, ιδίως όταν κάποιος τουρίστας δεν γνωρίζει να κολυμπά ή κολυμπά σε επικίνδυνα νερά ή σε ταραγμένη θάλασσα ή όταν βρίσκεται σε βεβαρημένη σωματική κατάσταση.

Τα μεγάλα τουριστικά θέρετρα και ξενοδοχεία διαθέτουν οργανωμένες πλαζ και έμπειρο προσωπικό για την επίβλεψη των κολυμβητών. Σηματοδοτούν τις ζώνες κολύμβησης, επισημαίνουν (συνήθως με σημαίες) την κατάσταση του κυματισμού, έχουν παρατηρητήρια και κυρίως έχουν κατάλληλους ναυαγοσώστες, καθώς και τα κατάλληλα μέσα για να βοηθήσουν έναν

⁴⁷ Ρίγγας, Χ., 2003, «Αειφορία και εναλλακτικές μορφές τουρισμού», ΤΕΙ Κρήτης

κολυμβητή που κινδυνεύει. Υπεύθυνος για την κανονική λειτουργία της πλαζ είναι συνήθως ένας animator, γυμναστής

5.3.6. Η Κωπηλασία

Κωπηλασία είναι η πράξη και η τέχνη του χειρισμού των κουπιών μιας βάρκας για την κίνηση της πάνω στο νερό. Είναι άριστο μέσο άσκησης και ψυχαγωγίας των τουριστών. Σαν ναυτικό άθλημα καθιερώθηκε το δέκατο έκτο αιώνα στην Αγγλία και σήμερα μερικές παραλλαγές της είναι και ολυμπιακά αθλήματα.

Ένας τουρίστας παράκτιου τουρισμού μπορεί εύκολα να μάθει και να κάνει κωπηλασία. Είναι εύκολο άθλημα, απευθύνεται σε όλες τις ηλικίες και δεν είναι επικίνδυνο όταν ακολουθούνται οι βασικοί κανόνες του και γίνεται κάτω από την επίβλεψη ενός γυμναστή / animator.



5.3.7. Το κανό

Το κανό είναι μικρές, στενόμακρες, μονοθέσιες ή διθέσιες κωπηλάτες βάρκες που είναι κατασκευασμένες από πολυμερή υλικά ή από ξύλο ή από άλλα ανθεκτικά και ελαφρά υλικά.

Τα κουπιά τους είναι δίπλατα ή μονόπλατα (κωπηλατούν από τα δύο ή από το ένα άκρο τους) και ο χειριστής τους κάθεται πάνω στο κανό ή είναι γονατιστός. Είναι εύκολα στο χειρισμό, κατάλληλα για κωπηλατική άσκηση και σχετικά φθηνά και στην απόκτηση και στην ενοικίαση τους.

5.3.8. Τα υδροποδήλατα

Τα μονά ή διπλά ποδήλατα της θάλασσας είναι γνωστά σε όλες τις ελληνικές παραλίες, όπου και ενοικιάζονται σε σχετικά χαμηλές τιμές.

Είναι ακίνδυνα ποδήλατα χαμηλής ταχύτητας, κατάλληλα για όλες τις ηλικίες, πολύ σταθερά σε ήσυχη θάλασσα και προσφέρουν άριστη σωματική άσκηση.

Δεν χρειάζονται άδεια οδήγησης, ούτε ειδικές γνώσεις. Πάντα φυσικά αποτελούν ξένα αντικείμενα μέσα στη θάλασσα η οποία όταν αγριεύει τους συμπεριφέρεται άγρια.

5.3.9. Η ερασιτεχνική αλιεία

Πολλοί τουρίστες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους θέλουν να ψαρεύουν. Το ψάρεμα για αυτούς είναι ψυχαγωγία και μερικοί είναι τόσο μανιώδεις, ερασιτέχνες ψαράδες, που δεν μπορούν να φανταστούν καλές διακοπές χωρίς ψάρεμα.

Το ερασιτεχνικό ψάρεμα γίνεται από τη στεριά ή από ένα πλεούμενο (συνήθως βάρκα). Τα παράκτια Ξενοδοχεία δεν έχουν συνήθως θέσεις κατάλληλες για ψάρεμα και οι τουρίστες ψαράδες πρέπει να τις αναζητήσουν στις γύρω περιοχές ή να χρησιμοποιήσουν βάρκες.

Υπάρχουν 10 περίπου είδη ψαρέματος και το κάθε είδος απαιτεί ειδικά εργαλεία και ειδική τεχνική. Οι ερασιτέχνες ψαράδες ασχολούνται συνήθως με ένα ή δύο είδη ψαρέματος⁴⁸.

5.4. Προορισμοί Οικοτουρισμού στην Ελλάδα

Η Ελλάδα διαθέτει ιδιαίτερα πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον, καθώς παρά την μικρή της έκταση παρουσιάζει σπάνια γεωμορφολογία με έντονες αντιθέσεις και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας. Χιλιάδες δαντελωτές ακτές, επιβλητικά βουνά, σπήλαια και φαράγγια, λίμνες, ποτάμια, βιότοποι εξαιρετικής ομορφιάς και μοναδικά οικοσυστήματα «προικίζουν» την ελληνική γη με εντυπωσιακά τοπία, τα οποία σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα της χώρας καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για τους λάτρεις του οικολογικού εναλλακτικού τουρισμού.

Νέα περιβαλλοντικά κέντρα και μουσεία σε ολόκληρη την Ελλάδα κάνουν ακόμη πιο προσιτή την υπόθεση του οικοτουρισμού. Από το Παρανέστι της Δράμας μέχρι την Αναβρυτή του Ταΰγετου, ένα μικρό οδοιπορικό που καταγράφει τις σημαντικές ευπρόσδεκτες αλλαγές που έγιναν τα τελευταία χρόνια, και που μας φέρνουν σε πιο ουσιαστική επαφή με την ελληνική φύση.

Το 1992 λειτούργησε το πρώτο κέντρο περιβαλλοντικής ενημέρωσης στις Πρέσπες, ενώ κάποια χρόνια αργότερα εγκαινιάστηκε το φιλόδοξο κέντρο προστασίας αρπακτικών πουλιών στη Δαδιά του Έβρου. Σήμερα, το Νυμφαίο, το Παρανέστι, ο Αξιός, ο Ταΰγετος κατοχυρώνονται πλέον στη συνείδηση των ανήσυχων ταξιδιωτών ως περιοχές οργανωμένου οικοτουρισμού. Και όπως κάποτε ταξιδεύαμε στην Κρήτη για να δούμε την Κνωσό, στην Αργολίδα για τις Μυκήνες και στη Βεργίνα για να γνωρίσουμε τους βασιλικούς μακεδονικούς τάφους, τώρα μπορούμε να σχεδιάζουμε τις εκδρομές μας για να γνωρίσουμε τους λύκους στην Αγραπιδιά. Από υπόθεση λίγων και ψαγμένων ταξιδιωτών, ο οικοτουρισμός γίνεται προσιτός σε όσους από εμάς έχουμε το ενδιαφέρον να κατανοήσουμε την ελληνική φύση. Πιο απλά, να τη γνωρίσουμε πραγματικά.

⁴⁸ Σφακιανάκης, Μ., 2000, «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδόσεις Έλλην

Επισκεπτόμενος διάφορες περιοχές της χώρας, ο φυσιολάτρης-περιηγητής έχει την ευκαιρία:

- ✚ να περιπλανηθεί στα αισθητικά δάση ή να εξερευνήσει τους εθνικούς δρυμούς όχι μόνο στην ορεινή ενδοχώρα αλλά και σε ορισμένα νησιά ή κοντά σε ποταμούς ή λίμνες
- ✚ να απολαύσει τα υπέροχα μνημεία της φύσης, τα φαράγγια, τα σπήλαια και τους καταρράκτες
- ✚ να παρατηρήσει και να θαυμάσει τα σπάνια είδη πουλιών που φωλιάζουν ή καταφεύγουν στα παράκτια οικοσυστήματα και τους υγρότοπους (βραχώδεις ακτές, αμμώδεις παραλίες, αμμοθίνες, δέλτα ποταμών, λίμνες, έλη κτλ.)
- ✚ να μελετήσει την εξαιρετική ποικιλία της χλωρίδας στην ελληνική ύπαιθρο
- ✚ να συμμετάσχει σε δραστηριότητες extreme σπορ (κανό-καγιακ, rafting, monocraft, hydro speed, ποδήλατο βουνού κ.ά.) που τα τελευταία χρόνια γνωρίζουν θεαματική άνοδο στην Ελλάδα
- ✚ τέλος, να διαμείνει σε πρότυπες αγροτουριστικές μονάδες, που αναπτύσσονται σε όλη την επικράτεια και δίνουν την δυνατότητα στον επισκέπτη να γνωρίσει την τοπική αρχιτεκτονική, πολιτιστική και γαστρονομική παράδοση, αλλά και τα προϊόντα, τις αγροτικές ασχολίες και την καθημερινή ζωή των κατοίκων κάθε περιοχής

Οι επισκέπτες των οικολογικά ευαίσθητων περιοχών οφείλουν να τηρούν προσεκτικά τις απαιτήσεις για την προστασία του περιβάλλοντος από την ρύπανση, την αποφυγή κάθε ενόχλησης των φυσικών βιοτόπων και διατάραξης της ισορροπίας των οικοσυστημάτων.

Τα κυριότερα μέρη που μπορεί ο επισκέπτης να χαρεί την φύση και να ζήσει οικολογικά είναι:

- ✚ δάσος Δαδιά, Ν. Έβρου
- ✚ εκβολές ποταμού Έβρου, Ν. Έβρου
- ✚ κοιλάδα Νέστου, Ν. Καβάλας
- ✚ λιμνοθάλασσα Πόρτο Λάγος, Ν. Ξάνθης
- ✚ λίμνη Λαγκαδά, Ν. Θεσσαλονίκης

- ✚ λίμνη Βόλβη, Ν. Θεσσαλονίκης
- ✚ λίμνη Κερκίνη, Ν. Κιλκίς
- ✚ εκβολές ποταμού Αξιού, Ν. Θεσσαλονίκης
- ✚ εκβολές ποταμού Αλιάκμονα, Ν. Θεσσαλονίκης
- ✚ εκβολές ποταμού Λουδία, Ν. Θεσσαλονίκης
- ✚ λίμνη Μικρή Πρέσπα, Ν. Φλώρινας
- ✚ κοιλάδα Τεμπών, Ν. Λάρισας
- ✚ ποτάμια Βίκου και Αώου, Ν. Ιωαννίνων
- ✚ Πίνδος, Ν. Ιωαννίνων
- ✚ Όλυμπος, Ν. Πιερίας
- ✚ Παρνασσός, Ν. Βοιωτίας
- ✚ Όσσα, Ν. Λάρισας
- ✚ Κουρί-Αλμυρός, Ν. Μαγνησίας
- ✚ Κουκουναριές-Σκιάθος, Ν. Μαγνησίας
- ✚ Αμβρακικός Κόλπος, Ν. Πρεβέζης
- ✚ Λιμνοθάλασσα Μεσολογγίου, Ν. Αιτωλοακαρνανίας
- ✚ Πάρνηθα, Ν. Αττικής
- ✚ Στενή, Ν. Ευβοίας
- ✚ Φοινικόδασος Βάι, Ν. Λασιθίου
- ✚ Αίνος, Ν. Κεφαλληνίας⁴⁹

5.5. Το πάρκο των λύκων / Αγραπιδιά Φλώρινας, περιοχή Νυμφαίου



Στους πρόποδες του όρους Βέρνο, λίγα μόλις χιλιόμετρα από το πανέμορφο Νυμφαίο, σε ένα μικρό ειδυλλιακό λόφο με βελανιδιές και ένα μικρό ποταμάκι στους πρόποδες, ζουν... 17 λύκοι. Πρόκειται για το Καταφύγιο του λύκου, μια φιλόδοξη προσπάθεια του Αρκτούρου, που από τις αρχές του 2003 είναι ανοιχτό για το

⁴⁹ Σφακιανάκης, Μ., 2000, «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Έλλην

κοινό. Εδώ μπορούμε να γνωρίσουμε σε (σχεδόν) φυσικό περιβάλλον αυτόν το μεγάλο άγνωστο της ελληνικής φύσης. Οι άνθρωποι του κέντρου καλωσορίζουν τους επισκέπτες και κάνουν μια πρώτη μικρή εισαγωγή. Πριν περάσετε μέσα στο πάρκο, ένα μικρό κέντρο ενημέρωσης θα σας δώσει τα πρώτα στοιχεία γι' αυτό το ζώο, τόσο όμορφο και επιβλητικό, αλλά και τόσο τρομακτικό, προσωποποίηση του προαιώνιου φόβου, από την εποχή που άνθρωπος και λύκος ήταν αντίπαλοι στο μοίρασμα της πολύτιμης τροφής, του κρέατος. Στο κέντρο μαθαίνουμε για το πρόβλημα των αιχμάλωτων λύκων, που κρατούνται παράνομα από ιδιώτες, και μάλιστα σε συνθήκες τελείως ακατάλληλες (οι λύκοι που θα δούμε στη συνέχεια υπήρξαν αιχμάλωτοι και απελευθερώθηκαν από τον Αρκτούρο, επειδή όμως δεν μπορούν πλέον να επιστρέψουν στη φύση, φιλοξενούνται εδώ). Η βόλτα μέσα στο πάρκο είναι μάλλον μικρή, πρόκειται για ένα ειδικά διαμορφωμένο μονοπάτι 300 περίπου μέτρων (πίσω φυσικά από συρματοπλέγματα). Τα ζώα τα βλέπουμε συνήθως από μακριά (οι λύκοι είναι πολύ κρυπτικοί στη συμπεριφορά τους και κυρίως νυκτόβιοι). Ωστόσο, η εμπειρία είναι μοναδική. Ιδιαίτερη εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι ακόμη και τα συγκεκριμένα ζώα, τα οποία έζησαν τόσο καιρό σε αφύσικες συνθήκες αιχμαλωσίας, εδώ τείνουν να ξαναβρούν την ενστικτώδη συμπεριφορά τους σχηματίζοντας αγέλη. Στο μέλλον προγραμματίζεται η εγκατάσταση κλειστού κυκλώματος με κάμερες, το οποίο θα επιτρέπει την πληρέστερη παρακολούθησή τους από τους επισκέπτες. Φεύγοντας από το κέντρο σταματάμε στο μικρό πωλητήριο της οργάνωσης -ένα αναμνηστικό επιβάλλεται, πολύ περισσότερο αφού το κέντρο στηρίζεται αποκλειστικά στην αυτοχρηματοδότηση, δηλαδή στα έσοδα από τους επισκέπτες.

Με αυτό το κέντρο ο Αρκτούρος κατοχυρώνει πλέον οριστικά την περιοχή του Νυμφαίου ως έναν από τους πιο ελκυστικούς οικοτουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα. Το πάρκο της αρκούδας έξω από το χωριό Νυμφαίο, που λειτουργεί εδώ και χρόνια, ο κτηνιατρικός σταθμός του Περιβαλλοντικού Κέντρου, στον Αετό Φλώρινας (επίσης επισκέψιμος), και τώρα το Καταφύγιο του λύκου, δημιουργούν ένα μοναδικό πλέγμα οικοτουριστικών αξιοθέατων για τα ελληνικά δεδομένα. Και μάλιστα σε μια περιοχή με υπέροχα φυσικά τοπία.

5.6. Ένα μουσείο-έκπληξη / Παρανέστι



Το Παρανέστι είναι μια μικρή ήσυχη κωμόπολη στα μισά ακριβώς του επαρχιακού δρόμου Δράμας-Ξάνθης. Θεωρείται η «πύλη» για το μεγαλείο των βουνών της Ροδόπης, καθώς από εδώ ξεκινά ο δρόμος που οδηγεί στο παρθένο δάσος του Φρακτού αλλά και σε δεκάδες ακόμη τοποθεσίες ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (δάσος της Τσίγλας, τεχνητές λίμνες του Νέστου, καταρράκτης της Αγίας Βαρβάρας κ.ά.). Πριν από μερικά χρόνια το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Ηρακλείου αποφάσισε να φτιάξει εδώ ένα μουσείο αφιερωμένο στην οικολογική σημασία της ευρύτερης περιοχής. Εδώ και ένα χρόνο το φιλόδοξο σχέδιο ολοκληρώθηκε και παραδόθηκε στο κοινό. Κάποια προβλήματα διοικητικής φύσεως (κυρίως θέματα προσωπικού) σιγά σιγά ξεπερνιούνται. Στόχος του μουσείου είναι να λειτουργήσει ως σταθμός ενημέρωσης για όσους θέλουν να εξερευνήσουν τα ορεινά ενδότερα της περιοχής, ταυτόχρονα όμως δίνει πληροφορίες και για ευρύτερα θέματα φυσικής ιστορίας (π.χ. πετρώματα). Στεγάζεται σε ένα απλό καινούργιο κτίριο και ο κυρίως εκθεσιακός του χώρος απλώνεται σε μια μεγάλη αίθουσα. Τα πιο εντυπωσιακά εκθέματα είναι οι ειδικές προθήκες όπου χαρακτηριστικοί τύποι βιοτόπων παρουσιάζονται μέσα από τρισδιάστατες αναπαραστάσεις (διοράματα). Γενικά η έκθεση είναι φτιαγμένη έτσι ώστε να τραβάει εξίσου την προσοχή των ενηλίκων αλλά και των παιδιών. Σε μια χώρα που τα μουσεία φυσικής ιστορίας μετρούνται στα δάχτυλα, αυτό το περιφερειακό ίδρυμα ξεφρνιάζει με τη σύγχρονη εκθεσιακή του λογική. Οι οικοτουριστικές παρεμβάσεις πάντως στην περιοχή δεν τελειώνουν εδώ. Όταν θα πάρετε το δρόμο για τα ορεινά, θα ανακαλύψετε ότι το δασαρχείο έχει τοποθετήσει σε διάφορα σημεία ενημερωτικές πινακίδες που δίνουν πολύτιμες πληροφορίες σε όσους θέλουν να γνωρίσουν ουσιαστικά την περιοχή. Παραδείγματος χάριν, λίγο μετά την περιοχή Θέρμια, εκεί που τα φυλλοβόλα δέντρα δίνουν τη θέση τους στα μαυρόπευκα, το δασαρχείο έχει τοποθετήσει μια ξύλινη πινακίδα όπου παρουσιάζεται η σημασία του συγκεκριμένου δέντρου για τα ορεινά οικοσυστήματα, ενώ αργότερα θα συναντήσετε

αντίστοιχες παρουσιάσεις για το αγριόγιδρο (ένας μικρός αλλά σημαντικός πληθυσμός ζει στο παρθένο δάσος του Φρακτού) και άλλα χαρακτηριστικά είδη χλωρίδας ή πανίδας της περιοχής.

5.7. Σπήλαιο Αγγίτη / Δράμα

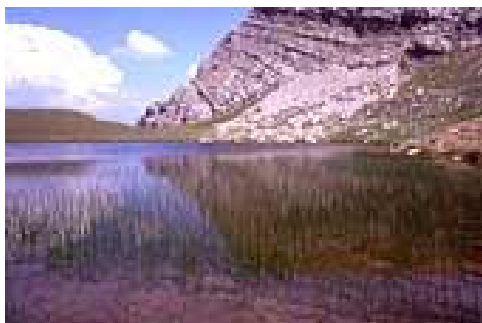


Μέχρι πρόσφατα ξενάγηση σε σπήλαιο σήμαινε μια ατελείωτη παράθεση ποιητικών μεταφορών («ιδού η αίθουσα με τους πολυελαίους» ή «κοιτάξτε αυτόν το σταλαγμίτη που μοιάζει σαν μια αρκούδα μαζί με το μικρό της»). Ακόμη και σήμερα η ξενάγηση στα σπήλαια του Δυρού, π.χ., δίνει κυρίως βάρος στα περίεργα σχήματα των σταλαγμιτών και τι πιθανόν μας

θυμίζουν αυτά. Μια τελείως διαφορετικής αντίληψης ξενάγηση συναντάμε στο Σπήλαιο του Αγγίτη, 30 χλμ. περίπου έξω από την πόλη της Δράμας. Κατ' αρχήν να σημειώσουμε ότι το ίδιο το σπήλαιο είναι πολύ σημαντικό, καθώς είναι το μοναδικό στην Ελλάδα όπου ένας υπόγειος ποταμός κυλάει μέχρι και σήμερα στα έγκατά του. Πριν από τρία χρόνια έγιναν οι απαραίτητες εργασίες και το σπήλαιο άνοιξε στους επισκέπτες. Η περιήγηση στο εσωτερικό του γίνεται μόνο με ξεναγό, ο οποίος πολύ απλά μας παρουσιάζει τα αναγκαία στοιχεία για να κατανοήσουμε αυτά που βλέπουμε. Πώς δημιουργούνται οι σταλακτίτες, πώς μπορούμε να διακρίνουμε ποιοι είναι οι αρχαιότεροι, καθώς και παλαιοντολογικά στοιχεία για τις ανασκαφές που έγιναν στην είσοδο και ενδιαφέρουσες πληροφορίες για την πανίδα του σπηλαίου (π.χ. τις νυχτερίδες). Όλα αυτά χωρίς φραστικές υπερβολές, ενώ επίσης λείπουν τα θεαματικά, αλλά άστοχα εφέ (π.χ. οι πολύχρωμοι φωτισμοί). Εξάλλου η απόκοσμη ομορφιά του σπηλαίου μιλάει από μόνη της. Έτσι λοιπόν, όπως περπατάτε στον ειδικά διαμορφωμένο διάδρομο με τον υπόγειο ποταμό να κυλάει δίπλα σας και τους σταλακτίτες να κρέμονται από την οροφή, όλες αυτές οι επιστημονικές πληροφορίες από το στόμα του ξεναγού γίνονται πιο εύκολα κατανοητές και

μας κάνουν να εκτιμήσουμε ακόμη περισσότερο τις εντυπωσιακές αυτές υπόγειες αίθουσες. Η εταιρεία διαχείρισης του σπηλαίου έχει δώσει ιδιαίτερη έμφαση και στον εξωτερικό χώρο του σπηλαίου, εκεί που ο Αγγίτης ξεπροβάλλει και κυλάει πλέον ελεύθερος στην επιφάνεια της γης. Ειδικά μονοπάτια αλλά και υπαίθρια καθιστικά έχουν σχεδιαστεί για τους επισκέπτες, δίνοντάς τους την ευκαιρία να χαρούν την καταπράσινη ρεματιά με τα θεόρατα πλατάνια. Η εμπειρία ολοκληρώνεται στο μικρό αρχαιολογικό μουσείο της Δράμας, όπου εκτίθενται τα ευρήματα από τις παλαιοντολογικές ανασκαφές στον Αγγίτη. Τέλος, να σημειώσουμε ότι λίγα χιλιόμετρα μακριά από το Σπήλαιο του Αγγίτη, στο δρόμο για τις Σέρρες, βρίσκουμε ένα ακόμη σημαντικό σπήλαιο που άνοιξε τις πόρτες του στο κοινό πριν από πέντε χρόνια. Πρόκειται για το σπήλαιο της Αλιστράτης, ένα από τα μεγαλύτερα όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και στην Ευρώπη.

5.8. Κέντρο ενημέρωσης WWF / Ζαγόρι



Η περιοχή Βίκου-Αώου έχει ανακηρυχθεί σε εθνικό δρυμό από το 1972. Χιλιάδες επισκέπτες φτάνουν εδώ κάθε χρόνο για να θαυμάσουν τα εντυπωσιακά τοπία του φαραγγιού του Βίκου. Ο εναλλακτικός τουρισμός (ράφτινγκ, παραπέντε, αναρρίχηση και φυσικά ορειβασία) αποτελεί εδώ την κυρίαρχη τάση. Μέχρι πρόσφατα όμως στην περιοχή δεν υπήρχε ούτε ένα κέντρο ενημέρωσης, ώστε οι επισκέπτες πέρα από την προφανή φυσική ομορφιά να έρχονται σε επαφή με τα μεγάλα οικολογικά ζητήματα προστασίας αυτής της τόσο σημαντικής περιοχής. Τελικά η WWF ανέλαβε να καλύψει το κενό δημιουργώντας το Κέντρο Ενημέρωσης Ζαγορίου στο Μικρό Πάπιγκο. Η επιλογή του χωριού καθόλου τυχαία, αφού πρόκειται για ένα από τα ελάχιστα χωριά που βρίσκονται μέσα στα όρια του εθνικού δρυμού. Το κέντρο στεγάζεται στο παλιό σχολείο του χωριού, δίπλα στην πλατεία.

Η μικρή έκθεση δίνει εξίσου έμφαση σε θέματα φυσικής ιστορίας, αλλά και στην προαιώνια σχέση του ανθρώπου με το χώρο. Έτσι, εκτός από τα καθαρά περιβαλλοντικά θέματα, παρουσιάζονται στοιχεία ιστορίας της περιοχής, αλλά και πτυχές του πολιτισμού των χωριών του Ζαγορίου που ανά τους αιώνες έζησαν σε δημιουργική εξάρτηση με το ορεινό τους περιβάλλον. Ο εκθεσιακός χώρος καλύπτει τόσο εύστοχα το θέμα του, ώστε δεν θα ήταν αδόκιμο να τον αποκαλέσουμε ένα πραγματικό, έστω μικρό, μουσείο. Από το κέντρο ενημέρωσης φυσικά μπορείτε να πάρετε εγγυημένες πληροφορίες για διαδρομές ιδιαίτερου ενδιαφέροντος στην περιοχή, αλλά και να μάθετε περισσότερα για τη WWF, μια από τις σημαντικότερες περιβαλλοντικές οργανώσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Τέλος, να σημειώσουμε ότι στο Ζαγόρι ετοιμάζονται να λειτουργήσουν δύο ακόμη κέντρα πληροφόρησης, στους Ασπράγγελους (για τη Βόρεια Πίνδο) και στο Μεσοβούνι (περίπτερο ενημέρωσης), τα οποία είναι ήδη έτοιμα και μέσα στο 2003 θα ανοίξουν κανονικά για τους επισκέπτες.

5.9. Μουσείο Αναβρυτής / στα μονοπάτια του Ταΰγετου



Ο ορεινός όγκος του Ταΰγετου δεσπόζει και ορίζει το λακωνικό τοπίο. είναι το φυσικό σύνορο της Λακωνίας με τη Μεσσηνία, ταυτισμένο με δεκάδες μύθους, αλλά και ιστορικά γεγονότα. Εδώ βρισκόταν ο τρομερός Καιάδας των Σπαρτιατών, εδώ και το κάστρο του Μυστρά. Την οικολογική σημασία του βουνού με τα σπάνια και ενδημικά λουλούδια, την αξιοπρόσεκτη ορνιθοπανίδα και τα εκτεταμένα δάση αναγνωρίζει και προστατεύει το δίκτυο βιοτόπων Natura 2000, ωστόσο εκκρεμεί το σχέδιο που έχει στόχο να αναγνωρισθεί η περιοχή ως εθνικός δρυμός. Η Αναπτυξιακή Εταιρεία Πάρνωνα-Ταΰγέτου αλλά και ο Δήμος Σπάρτης έχουν προχωρήσει τα τελευταία χρόνια σε μια σειρά από δράσεις που ευνοούν την ανάπτυξη ήπιων μορφών οικοτουρισμού. Έτσι δημιούργησαν ένα μικρό μουσείο στο πανέμορφο χωριό της Αναβρυτής, που

βρίσκεται ακριβώς στα όρια της μελλοντικής χάραξης του εθνικού δρυμού. Το μουσείο στεγάζεται στις αίθουσες του παλιού δημοτικού σχολείου του χωριού και παρουσιάζει τόσο το βοτανικό όσο και το γεωλογικό πλούτο της ευρύτερης περιοχής. Ο εκθεσιακός χώρος είναι μάλλον απλός (υπάρχουν κυρίως φωτογραφίες και επεξηγηματικά κείμενα), ωστόσο αποτελεί ένα σημαντικό χώρο ενημέρωσης για όσους θέλουν να γνωρίσουν ουσιαστικά την περιοχή. Επιπλέον σε όλο το βουνό έχει καταβληθεί μια σημαντική προσπάθεια να σηματοδοτηθούν τα παλιά μονοπάτια και να γίνουν προσιτά στους επισκέπτες του σήμερα. Συγκεκριμένα από το χωριό της Αναβρυτής ξεκινούν τρία τέτοια μονοπάτια, που μπορούν εύκολα να σας οδηγήσουν στην καρδιά της ορεινής μαγείας του Ταΰγετου. Έτσι μπορείτε να περπατήσετε μία με μιάμιση ώρα μέσα στο φαράγγι της Αναβρυτής, να πάρετε το μονοπάτι που οδηγεί στο Μυστρά ή αντίθετα να ανεβείτε μέχρι το ορεινό καταφύγιο της Βαρβάρας.

5.10. Ένας ορνιθολογικός παράδεισος / Αξιός – Αλιάκμονας



Έχουμε συνηθίσει να σκεφτόμαστε τους υγροτόπους σαν περιοχές μακρινές, σε δυσπρόσιτα ακριτικά σημεία. Κι όμως, η περιοχή Αλιάκμονα-Αξιού αποκαλύπτει τη σημασία της ακόμη και στους εποχούμενους της εθνικής οδού. Οι προσεκτικοί ταξιδιώτες εύκολα διαπιστώνουν ότι στις κοίτες των δύο αυτών ποταμών φιλοξενούνται εκατοντάδες παρυδάτια πουλιά, που ούτε καν ο θόρυβος των αυτοκινήτων τα αποθαρρύνει. Πέρα από τους δύο μεγάλους ποταμούς που ήδη αναφέραμε, ο σημαντικός αυτός υγρότοπος αποτελείται ακόμη από το Λουδία και το Γαλλικό, αλλά και από την Αλυκή του Κίτρους. Η περιοχή προστατεύεται τόσο από τη συνθήκη Ραμσάρ όσο και από το δίκτυο Natura 2000. Τους καλαμιώνες και τους αμμόλοφους διαδέχονται οι ατελείωτες καλλιεργημένες εκτάσεις των ορυζώνων, αλλά και τα χωράφια με τα βαμβάκια και τα καλαμπόκια. Νησίδες παρόχθιων δασών (ιτιές, σκλήθρα, λεύκες) συμπληρώνουν την εικόνα. Αν και η περιοχή αποτελεί στην ουσία προάστιο

της Θεσσαλονίκης και είναι επιβαρυνόμενη από βιομηχανικές δραστηριότητες, φιλοξενεί 215 είδη πουλιών. Οι ερωδιοί είναι από τα πιο χαρακτηριστικά πουλιά κάθε άνοιξη και καλοκαίρι, καθώς σχηματίζουν στο δέλτα του Αξιού μια από τις σημαντικότερες αποικίες φωλιάσματος, όχι μόνο όσον αφορά την Ελλάδα, αλλά και ολόκληρη την Ευρώπη. Από τον Απρίλιο έως τα τέλη Σεπτεμβρίου, μπορεί επίσης κάποιος να δει λευκοτσικνιάδες, νυχτοκόρακες, χουλιανομύτες, αργυροπελεκάνους, λεπτομύτες και πολλά ακόμη είδη. Η μεγαλύτερη αποικία σε ολόκληρη την Ευρώπη μαυροκέφαλου γλάρου συναντάτε στην Αλυκή Κίτρους. Η πρόσβαση είναι μάλλον εύκολη, καθώς ένα εκτεταμένο δίκτυο χωματόδρομων επιτρέπει στους επισκέπτες να πλησιάσουν στο δέλτα ή να βρεθούν σε διάφορα σημεία στις όχθες των ποταμών. Αυτό ακριβώς όμως είναι και το πρόβλημα του υγρότοπου που βρίσκεται σε απόλυτη συνύπαρξη με τις ανθρώπινες δραστηριότητες. Η οικολογική σημασία της περιοχής πάντως σιγά σιγά συνειδητοποιείται. Σημαντικό ρόλο σε αυτό παίζει το κέντρο ενημέρωσης στη Χαλάστρα που λειτουργεί εδώ και λίγα χρόνια κατευθύνοντας τους επισκέπτες και ξεναγώντας τους στην ευαίσθητη αυτή περιοχή. Επίσης και ο Δήμος Νέας Αγαθούπολης έχει φτιάξει ένα πέτρινο παρατηρητήριο. Στη συγκεκριμένη περιοχή εκτείνεται ένα μικρό έλος, που συγκεντρώνει πολλά πουλιά, αναδεικνύοντάς τη σε ιδανικό μέρος για bird watching.

Οι οικοτουριστικές εξελίξεις δεν τελειώνουν εδώ. Όπως μαθαίνουμε, στο Λιτόχωρο ετοιμάζεται ένα μουσείο φυσικής ιστορίας αφιερωμένο στον παλαιότερο εθνικό δρυμό της χώρας, τον Όλυμπο. Αν και η περιοχή έχει πολύ καλή υποδομή για ορειβατικό τουρισμό (εξάλλου εκατοντάδες επισκέπτες κάθε χρόνο έρχονται εδώ με σκοπό να περπατήσουν στις πλαγιές του θεϊκού βουνού), το νέο ίδρυμα σίγουρα θα υπογραμμίσει με περισσότερη σαφήνεια τη σημασία αυτής της μοναδικής περιοχής, που από το 1981 έχει ανακηρυχθεί βιοσφαιρικό απόθεμα από την UNESCO.

Σε κάποιες άλλες περιπτώσεις, το ζητούμενο δεν είναι ο σχεδιασμός και η εκπόνηση ενός έργου, αλλά το να βρεθεί τρόπος να λειτουργήσει μετά την ολοκλήρωσή του. Αυτή είναι η περίπτωση του φιλόδοξου Βοτανικού Κέντρου Βαλκανίων στα Κρούσια (ένα βουνό πολύ κοντά στην Κερκίνη), που ενώ έχει ολοκληρωθεί εδώ και δύο περίπου χρόνια δεν μπορεί να εξυπηρετήσει τους επισκέπτες με τον τρόπο που είχε αρχικά σχεδιαστεί. Πρόκειται για μια

τεράστια δασική έκταση με τεχνητές λίμνες και δάση δρυός, που και μόνο ως χώρος αποτελεί ένα εντυπωσιακό πάρκο. Ωστόσο, πέρα από τη δεδομένη αισθητική αξία του, αποτελεί ένα σημαντικό βοτανικό κήπο που συγκεντρώνει χαρακτηριστικά και σπάνια δείγματα χλωρίδας από όλη την περιοχή της Βαλκανικής. Το γεγονός αποκτά μεγαλύτερη σημασία καθώς οι βοτανικοί κήποι (και μάλιστα ανοιχτοί στο ευρύ κοινό) σπανίζουν. Προς στιγμήν, όμως, δεν υπάρχουν οι απαραίτητοι ξεναγοί για να μένει το κέντρο ανοιχτό σε τακτική βάση.

5.11. ποδηλασία στην Κρήτη

ΠΟΔΗΛΑΣΙΑ ΣΤΑ ΣΥΝΟΡΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

Η εκδρομή:

Περιλαμβάνει ακριβώς τα πάντα. Καθημερινά οδηγάμε από χωριό σε χωριό. Απολαμβάνουμε όλα τα μεσημεριανά και βραδινά γεύματα. Περιλαμβανομένων τα μπουκάλια νερό, τα σνακ, τα αναψυκτικά, τους χάρτες, τους τουριστικούς οδηγούς και πολλά άλλα, την διαμονή σε γοητευτικά ξενοδοχεία, βίλλες ή παραδοσιακά πανδοχεία, πλούσια, φρέσκα και απολύτως υγιή γεύματα, εκτενείς πληροφορίες για τις διαδρομές και πολλά χιλιόμετρα ποδηλασίας. Πούλμαν με αγγλόφωνη οδηγό γνώστη της Κρήτης και των διαδρομών.

Επιπλέον υπηρεσίες

Περιλαμβάνονται επιπλέον: ποδήλατα – νέα μοντέλα- δρόμου ή βουνού, χάρτες, κράνη, μεταφορά των αποσκευών, λεπτομερή βιβλία και πληροφορίες για τις ιστορικές/αρχαιολογικές περιοχές και κυριότερα σημεία πολιτισμού στο δρόμο μας.

ΤΙΜΗ ΚΑΤΑ ΑΤΟΜΟ

ΜΟΝΟΚΛΙΝΟ: 1.566

ΔΙΚΛΙΝΟ: 1.344

8 ΗΜΕΡΕΣ / 7 ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ

Περιλαμβάνονται: 7 διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχείο 3 αστερών ή σε ιδιωτικές κατοικίες-πανδοχεία κατηγορίας όπου διπλασιάζεται η τιμή της διαμονής. Ποδήλατο και κράνος. Πούλμαν για 7 ημέρες με τον οδηγό για όλες τις μετακινήσεις.

Όλα τα γεύματα: σύμφωνα με τα θρεπτικά αθλητικά πρότυπα και την παραδοσιακή Κρητική μεσογειακή διατροφή.
(Πρωινό/μεσημεριανό γεύμα/δείπνο)

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

ΗΜΕΡΑ 1: Άφιξη στο Ηράκλειο. Υποδοχή στο λιμάνι ή στο αεροδρόμιο. Μεταφορά στο ξενοδοχείο. (Όταν η άφιξη είναι νωρίς το πρωί μπορεί να πραγματοποιηθεί βόλτα με τα ποδήλατα. Όταν είναι αργότερα την ημέρα μπορεί να πραγματοποιηθεί πολιτιστική ξενάγηση ή επίσκεψη στο παλάτι της Κνωσού). Διαμονή στο Ηράκλειο.

ΗΜΕΡΑ 2: Μεταφορά με το πούλμαν στο χωριό Αρχάνες. Ξεκινώντας από το χωριό Αρχάνες κατευθυνόμαστε στον τελικό προορισμό μας – το Ηράκλειο-μέσω της υπαίθρου της περιοχής. Διανυκτέρευση στο Ηράκλειο.

ΗΜΕΡΑ 3: Ξεκινώντας από το Ηράκλειο κάνουμε 56 διαδρομές κοντά στην περιοχή του Ηρακλείου. Διανυκτέρευση στο Ηράκλειο.

ΗΜΕΡΑ 4: Ξεκινώντας από το Ηράκλειο κατευθυνόμαστε για Μάραθο συνεχίζουμε για Δαμάστα με τελικό μας προορισμό την Δροσιά όπου και θα γίνει διανυκτέρευση.

ΗΜΕΡΑ 5: ΔΡΟΣΙΑ-ΜΟΥΡΤΖΑΝΑ-ΠΕΡΑΜΑ-ΡΕΘΥΜΝΟ. Μια εύκολη επίπεδη διαδρομή. Διανυκτέρευση στο Ρέθυμνο.

ΗΜΕΡΑ 6: Συνεχίζουμε Δυτικά ακολουθώντας τους δρόμους που περνούν μέσα από εξοχικά τοπία και όμορφα μικρά χωριά. Διανυκτέρευση στην Αργυρούπολη.

ΗΜΕΡΑ 7: Συνεχίζουμε Δυτικά ακολουθώντας τους δρόμους που περνούν μέσα από εξοχικά τοπία και όμορφα μικρά χωριά. 30 ποδηλατικές διαδρομές και τερματίζουμε την περιήγηση επιστρέφοντας με αυτοκίνητο στην πόλη του Ηρακλείου, όπου και θα γίνει η διανυκτέρευση.

ΗΜΕΡΑ 8: Πρωινό στο ξενοδοχείο και αναχώρηση προς το αεροδρόμιο ή το λιμάνι.



5.12. Jeep Safari 3^{ov} ημερών στην Δυτική Λέσβο

JEEP SAFARI 3^{ov} ΗΜΕΡΩΝ ΣΤΗΝ ΔΥΤΙΚΗ ΛΕΣΒΟ

Οι περιπετειώδεις διαδρομές «off road» εξερευνώντας την δυτική Λέσβο περιλαμβάνει

Το Απολιθωμένο Δάσος της Λέσβου, του Μουσείου Φυσικής Ιστορίας και το μοναστήρι της Πυθαρίου. Χωριά που πρόκειται να επισκεφθείτε: Βατούσα, Χίδηρα, Σκάλα Ερεσού, Σίγρι, Μεσότοπος και τη Σκάλα Καλλονής. Οι παραλίες που θα κολυπήσετε: Σκάλα Ερεσού, Σίγρι, Κρούσος και τη Σκάλα Καλλονής.



Ημέρα 1

Αναχώρηση από Μόλυβο στις 8:30 για Βατούσα. , ένα μικρό παραδοσιακό χωριό με μια μικρή πλατεία στην είσοδο, όπου θα απολαύσετε ελληνικό καφέ ή τοπικό αφέψημα. Ύστερα οδηγούμαστε στη Χίδηρα όπου θα γευτείτε το βιολογικό κρασί Μεθυμναίος. Επόμενη στάση είναι η Μονή της Πυθαρίου, ιδρύθηκε τον δέκατο έβδομο αιώνα, περιβάλλεται από δέντρα δρυών και φίκων. Η περιοδεία τελειώνει στην Σκάλα Ερεσού, όπου θα μας φιλοξενήσει ο ξενώνας Κρίνελος. Περιλαμβάνεται δείπνο και πρωινό.

Ημέρα 2

Αναχωρούμε στις 9:30 π.μ. με προορισμό τη μονή του Υψηλού για μια πανοραμική θέα της περιοχής και στη συνέχεια για το Απολιθωμένο Δάσος για μια μοναδική ευκαιρία να δείτε χιλιάδες ετών απολιθωμένα δέντρα. Τότε θα συνεχίσουμε προς το Σίγρι, ένα μικρό ψαροχώρι για μπάνιο αλλά και για να επισκεφτούμε το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας, όπου μια τεράστια συλλογή από απολιθώματα εκτίθενται και θα έχουμε μια σύντομη αναφορά σχετικά με την ηφαιστειακή δραστηριότητα στη Λέσβο. Η ξενάγηση μας τελειώνει με την επιστροφή μας στην Σκάλα Ερεσού, μέσω της επαρχιακής οδού, με μπάμπεκιου στον κήπο του ξενώνα..

Ημέρα 3

Αναχώρηση από τη Σκάλα Ερεσού στις 8:30 π.μ. προς το χωριό του Μεσότοπου όπου οι γυναίκες του τοπικού συνεταιρισμού θα μας υποδεχτούν και θα μας προσφέρουν τα παραδοσιακά τους προϊόντα: γλυκά, σάλτσες και τα οιοπνευματώδη ποτά. Οδηγώντας 3 χιλιόμετρα βόρεια φτάνουμε στον Κρούσο, μια μικρή αμμώδης παραλία για κολύμπι και μεσημεριανό. Τέλος κατευθυνόμαστε προς την Σκάλα Καλλονής, όπου θα έχουμε ελεύθερο χρόνο για καφέ στην παραλία και θα επιστρέψουμε στο Μόλυβο στις 20:00 μ.μ.

Πληροφορίες και τιμές κατ 'άτομο

Ανά κατηγορία	2-3 άτομα	4-10 Άτομα	11-20 Πρόσωπα
Δυτική Λέσβο	€260 €260	€240 €240	€210 €210

Οι παραπάνω τιμές περιλαμβάνουν:

1. «Off Road» εκδρομές και τις μεταφορές, όπως περιγράφεται στο δρομολόγιο.
2. Αγγλόφωνο ταξιδιωτικός οδηγός.
3. Διαμονή σε ξενοδοχεία που καθορίζονται.
4. Γεύματα και αναψυκτικά, όπως ορίζεται στην διαδρομή.
5. Το ταξίδι ξεκινά και τελειώνει στο Μόλυβο.
6. Η βενζίνη για όλο το ταξίδι.
7. Δεν περιλαμβάνονται:
8. Υπηρεσίες που δεν αναφέρονται στη διαδρομή.
9. Γεύματα που δεν αναφέρονται.
10. Εισιτήρια εισόδων.
11. Προσωπικά έξοδα.

5.13. Εκδρομή στα αγροκτήματα της Κρήτης



ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ

ΕΚΔΡΟΜΗ ΣΤΑ ΑΓΡΟΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

8 ημέρες / 7 διανυκτερεύσεις

ΤΙΜΗ ΚΑΤΑ ΑΤΟΜΟ

€777,00



Η ΤΙΜΗ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ:

- **7 Διανυκτερεύσεις** με ημιδιατροφή
- **Μεταφορά** από το αεροδρόμιο στο ξενοδοχείο και από το ξενοδοχείο στο αεροδρόμιο
- **Μετακινήσεις** 6 ημερών για εκδρομές και επισκέψεις σύμφωνα με το πρόγραμμα
- **6 ημερήσιες επισκέψεις:** σε αγροκτήματα / εργοστάσια / κλπ.
- **Πεπειραμένος ξεναγός** για την περιήγηση του νησιού
- **Γεύματα:** 7 πρωινά – 7 βραδινά στο ξενοδοχείο – 7 μεσημεριανά (στα αγροκτήματα, στις τοπικές ταβέρνες, πικνίκ κλπ. (πλούσια – υγιεινά – φρέσκα σύμφωνα με την Κρητική παραδοσιακή Μεσογειακή διατροφή)



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ:

Ημέρα 1.

Άφιξη. Υποδοχή στο αεροδρόμιο. Μεταφορά στο ξενοδοχείο. Παρουσίαση του προγράμματος. Δείπνο στο ξενοδοχείο.

Ημέρα 2.

Αγρόκτημα παραγωγής γαλακτοκομικών

Επίσκεψη σε παραδοσιακό εργοστάσιο παραγωγής τυριού στο χωριό των Ανωγείων. Μεσημεριανό στην περιοχή. Δείπνο στο ξενοδοχείο.

Ημέρα 3.

Αγρόκτημα ιχθυοκαλλιέργειας

Περιοχή Αγίου Νικολάου. Μεσημεριανό στην περιοχή. Δείπνο στο ξενοδοχείο.

Ημέρα 4.

Γνωριμία και περιήγηση με τους βοσκούς

Περιοχή Ηρακλείου. Μεσημεριανό στην περιοχή. Δείπνο στο ξενοδοχείο.

Ημέρα 5.

Το παλάτι της ΚΝΩΣΟΥ και το αρχαιολογικό μουσείο του Ηρακλείου

Μεσημεριανό στην περιοχή του Ηρακλείου. Δείπνο στο ξενοδοχείο.

Ημέρα 6.

Αγρόκτημα παραγωγής κρασιού

Παρακολούθηση του ραντίσματος και της περιποίησης των αμπελιών.

Γεύμα στο αγρόκτημα. Δείπνο στο ξενοδοχείο.

Ημέρα 7.

Φάρμα στρουθοκαμήλων / εκδρομή στο βουνό / επίσκεψη στα τοπικά μοναστήρια.

Γεύμα στην περιοχή. Δείπνο στο ξενοδοχείο.

Ημέρα 8.

Γνωριμία με τους κατοίκους

Θα επισκεφτούμε τους κατοίκους στα σπίτια τους. Θα περάσουμε την ημέρα μαζί τους φτιάχνοντας τοπικά παραδοσιακά κουλουράκια. Θα γευματίσουμε μαζί τους. Ύστερα μεταφορά στο αεροδρόμιο για την αναχώρηση.

5.14. Πάσχα και πεζοπορία στη Χίο

Πάσχα και πεζοπορία στη Χίο



12-19 Απριλίου 2009

Ημέρα 1 έως 4: Μοναστήρια, Ορχιδέες, Μεσαιωνικά χωριά στα Αυγώνυμα και στο Βορρά της Χίου

Το Μεσαιωνικό χωριό Αυγώνυμα θα είναι η βάση μας για τις εκδρομές αναγνώρισης ορχιδέων, για τις πεζοπορικές εκδρομές στην ορεινή και ανεξερεύνητη Χίο, για τις επισκέψεις στον ερημωμένο Ανάβατο και το φημισμένο Μοναστήρι της Νέας Μονής.

Ø **Κυριακή:** Παραλαβή του αυτοκινήτου από το αεροδρόμιο με την άφιξη της πτήσης των Ολυμπιακών Αερογραμμών OA768 που φτάνει στη Χίο στις 8:10 μμ από Αθήνα. Οδηγούμε προς το Μεσαιωνικό χωριό Αυγώνυμα όπου θα μείνουμε για τα επόμενα τρία βράδια. Δείπνο καλωσορίσματος σε παραδοσιακή ταβέρνα και ενημέρωση για το πρόγραμμα της εκδρομής.

Ø **Μ. Δευτέρα:** Πρωινό στα Αυγώνυμα, κατόπιν μετακίνηση με τα αυτοκίνητα σε κοντινή τοποθεσία για τον εντοπισμό και την αναγνώριση

ορχιδέων. Γεύμα στα Αυγώνυμα και το απόγευμα προαιρετική εκδρομή στο ερημωμένο χωριό του Ανάβατου. Δείπνο στα Αυγώνυμα.

Ø Μ. Τρίτη: Ξύπνημα νωρίς το πρωί και μετακίνηση με τα αυτοκίνητα στο χωριό Βίκι για πεζοπορία προς την κορυφή του Πελλιναίου όρους. Πικνίκ στο βουνό και μετά πεζοπορία πίσω στο Βίκι για γεύμα σε παραδοσιακή ταβέρνα. Μετακίνηση με αυτοκίνητα στο Μεσαιωνικό χωριό Πιτύος για επίσκεψη στον οχυρωμένο πύργο και σε παραδοσιακό αρτοποιείο. Μετακίνηση με αυτοκίνητα πίσω στα Αυγώνυμα για δείπνο και διανυκτέρευση.

Ø Μ. Τετάρτη: Πρωινό στα Αυγώνυμα. Μετακίνηση με αυτοκίνητο στη Νέα Μονή και επίσκεψη στο μοναστήρι, κατόπιν πεζοπορία προς το παραθαλάσσιο χωριό Λιθί. Πικνίκ στη διαδρομή και γεύμα με θαλασσινά στο Λιθί. Μετακίνηση με τα αυτοκίνητα πίσω στα Αυγώνυμα για συλλογή αποσκευών στη συνέχεια μετακίνηση στην περιοχή Κάμπος για δείπνο και διανυκτέρευση.

Ημέρα 5: Ένα αρχοντικό στον Κάμπο, στίτι για δύο βραδιές

Ένα από τα παλιά αρχοντικά του Κάμπου θα μας φιλοξενήσει για δύο βραδιές. Στην περιοχή αυτή θα επισκεφτούμε μια ποτοποιία που παράγει ούζο και λικέρ με άρωμα μαστίχας και ένα λαογραφικό μουσείο. Επίσης θα επισκεφτούμε ένα μουσείο αφιερωμένο στα εσπεριδοειδή του Κάμπου.

Ø Μ. Πέμπτη: Μετακίνηση με τα αυτοκίνητα στην Καλλιμασιά και επίσκεψη στο Λαογραφικό Μουσείο. Κατόπιν μετακίνηση στο χωριό Θολό ποτάμι για αναζήτηση άγριων ορχιδέων. Στη συνέχεια επιστροφή στον Κάμπο για επίσκεψη σε ποτοποιία με προϊόντα μαστίχας και παρακολούθηση της διαδικασίας απόσταξης. Μετά το γεύμα περπάτημα στην περιοχή του Κάμπου και επίσκεψη στο Μουσείο Citrus που είναι αφιερωμένο στην ιστορία του Κάμπου μέσα από το πρίσμα της καλλιέργειας των εσπεριδοειδών. Το βράδυ στο ξενοδοχείο, πριν το δείπνο θα έχουμε την ευκαιρία να βάλουμε και πασχαλινά αυγά.



Ημέρα 6 έως 8: Μαστίχα, Μαστιχόδενδρα, Μαστιχοχώρια και τα έθιμα του Πάσχα.

Οι φιλόξενοι κάτοικοι των Μεστών θα είναι οι οικοδεσπότες για τα επόμενα δύο βράδια. Τα Μεστά θα αποτελέσουν επίσης το ορμητήριό μας για εκδρομές σε μαστιχόνες και σε κάποια άλλα από τα περίφημα Μαστιχοχώρια όπως το Πυργί. Στα Μεστά θα ζήσουμε και τις σημαντικότερες λειτουργίες και τα έθιμα του Πάσχα παρέα με τους ντόπιους.

Ø Μ. Παρασκευή: Πρωινό στον Κάμπο, κατόπιν μετακίνηση στην περίφημη παραλία Μαύρα Βόλια με τα ηφαιστειογενή βότσαλα. Πεζοπορία στην περιοχή. Γεύμα σε γραφική ψαροταβέρνα, κατόπιν επίσκεψη στο διάσημο Πυργί με τα περίφημα ξυστά, τα γεωμετρικά μοτίβα που διακοσμούν τις προσόψεις των κτηρίων. Τέλος, μετακίνηση στα Μεστά την ώρα της περιφοράς του Επιταφίου. Δείπνο και διανυκτέρευση στα Μεστά.

Ø Μ. Σάββατο: Πρωινό στα Μεστά. Πεζοπορία προς τους μαστιχόνες και ελαιώνες της περιοχής για μια βιωματική δραστηριότητα σε σχέση με την διαδικασία καλλιέργειας του μαστιχόδενδρου. Πικνίκ στο χωράφι. Επιστροφή στα Μεστά όπου θα βοηθήσουμε τους νέους του χωριού να

μεταφέρουν κορμούς δέντρων στην πλατεία για το στήσιμο του φανού. Το απόγευμα ξεκούραση και μετά συνάντηση στην μεγαλοπρεπή εκκλησία του Ταξιάρχη για τη Θεία Λειτουργία της Ανάστασης. Το "Χριστός Ανέστη" συνοδεύεται από ανταλλαγές ευχών με τους ντόπιους, βεγγαλικά και το άναμμα του φανού, της μεγάλης φωτιάς που θα καίει στην πλατεία μέχρι το πρωί. Δείπνο της Ανάστασης σε ταβέρνα του χωριού. Προαιρετικά, από το απόγευμα όσοι το επιθυμούν θα λάβουν οδηγίες για να μετακινηθούν στον Βροντάδο όπου γίνεται ο περίφημος Ρουκετοπόλεμος της Χίου.



Κυριακή του Πάσχα: Ώρα για γλέντι, παραδοσιακό με σούβλες, τοπικό κρασί, σούμα μουσική και χορό. Ένας υπέροχος τρόπος για να ολοκληρωθεί η εκδρομή αυτή.



12 – 19 Απριλίου, 2009

- § Φιλοξενία, καθημερινές εκδρομές ή δραστηριότητες με οδηγούς, πλήρης διατροφή με πρωινό, πικνίκ, μεσημεριανά και δείπνα, ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο συμπεριλαμβάνονται στην τιμή.
- § Μικρό γκρουπ από 8 έως 20 άτομα.
- § Ντόπιοι οδηγοί, οικοδεσπότες και διοργανωτές.
- § Το πρόγραμμα αυτό ενισχύει στον μέγιστο βαθμό την τοπική οικονομία.

7 νύχτες,

780 ευρώ

5.15. Γενικοί όροι συμμετοχής στα τουριστικά πακέτα διακοπών

Οι παρακάτω όροι Συμμετοχής στις οργανωμένες εκδρομές συμφωνούν με την Κοινοτική Οδηγία 90/314. Η πληρωμή και υπογραφή του θεωρημένου Δελτίου Παροχής Υπηρεσιών που εκδίδεται για την συμμετοχή σε οργανωμένη εκδρομή σημαίνει την ταυτόχρονη αποδοχή των κατωτέρω Γενικών Όρων Συμμετοχής.

1) ΕΥΘΥΝΕΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Για την διοργάνωση των ταξιδιών του, το γραφείο χρησιμοποιεί πλοία, αεροπλάνα, ξενοδοχεία, τοπικά ταξιδιωτικά γραφεία και άλλους φορείς στους οποίους δεν έχει άμεσο έλεγχο. Το γραφείο δεν έχει δικά του πλοία, αεροπλάνα ξενοδοχεία ή γραφεία ταξιδιών για να θεωρείται υπεύθυνο για την σωστή ή μη λειτουργία τους. Ο ρόλος του είναι καθαρά μεσολαβητικός, για την παροχή υπηρεσιών προς τους πελάτες του γι' αυτό και οι ευθύνες του εντοπίζονται μόνο σε περιπτώσεις παραλείψεων και οργανωτικών αδυναμιών.

Το γραφείο δεν κάνει κατάχρηση των ελαφρυντικών που συνεπάγεται ο μεσολαβητικός ρόλος του και καταβάλει κάθε προσπάθεια για να ανταποκριθεί στις προσδοκίες των πελατών του. Δεν είναι ωστόσο ούτε δυνατό ούτε δίκαιο να θεωρηθεί υπεύθυνο για ανωμαλίες που δεν είναι σε θέση να προβλέψει ή να ελέγξει αποτελεσματικά όπως:

- § Αλλαγές, καθυστερήσεις ή ακυρώσεις προγραμματισμένων δρομολογίων κάθε μορφής.
- § Ατυχήματα, ασθένειες ή δυσάρεστες οργανικές επιπτώσεις από κλιματολογικές συνθήκες, υψόμετρο, επιδημίες, τροφικές δηλητηριάσεις ή ανεπαρκείς συνθήκες καθαριότητας.
- § Οποιοσδήποτε δυσχέρειες που μπορεί να προκληθούν από απρόβλεπτες καταστάσεις όπως: δυσμενείς καιρικές συνθήκες, απεργίες,

πραξικοπήματα, πολέμους, πυρκαγιές σεισμούς, πλημμύρες και οποιαδήποτε άλλη ανάγκη ή κατάσταση ανώτερης βίας.

§ Φθορά, απώλεια ή κλοπή αποσκευών, προσωπικών αντικειμένων, χρημάτων ή ταξιδιωτικών εγγράφων κι οποιασδήποτε συνέπειας από εγκληματική ή άλλη αξιόποινη πράξη.

2) ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ / ΕΓΓΡΑΦΗΣ

Για κάθε ταξίδι αυτού του προγράμματος ισχύει προθεσμία συμμετοχής 20 ημερών πριν την αναχώρηση. Η προθεσμία συμμετοχής προσδιορίζει και τα χρονικά όρια στα οποία μπορούμε να ακυρώσουμε το αντίστοιχο ταξίδι χωρίς κάποια οικονομική επίπτωση σε βάρος μας. Η δήλωση συμμετοχής είναι έγκυρη μόνο όταν ο πελάτης προκαταβάλλει το 1/5 του ποσού εκάστης εκδρομής.

Τηλεφωνικές ή άλλου είδους κρατήσεις που δεν επικυρώνονται με πληρωμή της ανάλογης προκαταβολής δεν υποχρεώνουν το γραφείο να δεσμεύει θέσεις. Οι τιμές συμμετοχής καλύπτουν σαφώς μόνο τα όσα αναφέρονται στα “περιλαμβανόμενα” της κάθε εκδρομής. Στην διάρκεια του ταξιδιού συνυπολογίζονται οι ημέρες αναχώρησης και άφιξης των εκδρομών. Οι κρατήσεις γίνονται με την έκδοση του προγράμματος και μέσα στην καθοριζόμενη για κάθε ταξίδι προθεσμία εγγραφής που, ωστόσο δεν υποχρεώνει το γραφείο να εξασφαλίσει θέση στον ενδιαφερόμενο αν στο μεταξύ έχουν εξαντληθεί οι προβλεπόμενες θέσεις. Η εξόφληση του υπολοίπου γίνεται προκαταβολικά όχι αργότερα από 10 ημέρες πριν από την έναρξη του ταξιδιού.

3) ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

Βασική υποχρέωση όσων συμμετέχουν σε ομαδικά ταξίδια είναι η έγκαιρη προσέλευση στις εκδηλώσεις του προγράμματος. Η έλλειψη συνέπειας

εκτός των άλλων προβλημάτων που δημιουργεί δίνει το δικαίωμα στον συνοδό να αγνοήσει τον αδιάφορο πελάτη και στο γραφείο να αρνηθεί οποιαδήποτε αποζημίωση για υπηρεσίες που δεν του δόθηκαν.

Οι συμμετέχοντες στα οργανωμένα ταξίδια του γραφείου είναι επίσης αποκλειστικά υπεύθυνοι για την έγκαιρη εξασφάλιση και διαφύλαξη των απαραίτητων ταξιδιωτικών εγγράφων (διαβατηρίων, πιστοποιητικών εμβολιασμού, αδειών αποδημίας κ.α.) καθώς και την γνησιότητα των δηλώσεων τους στις ελληνικές ή ξένες νομισματικές και τελωνειακές αρχές.

Οι αναφερόμενες πληροφορίες αφορούν κατόχους ελληνικών διαβατηρίων μόνο. Εξάλλου ο πελάτης υποχρεούται να διαμαρτυρηθεί γραπτώς και εντός προθεσμίας δέκα ημερών από την επιστροφή της εκδρομής για τυχόν παραλείψεις και πλημμελή εκτέλεση αυτής. Σε επιστολές παραπόνων που θα αποσταλούν μετά το πέρας της ανωτέρω προθεσμίας το γραφείο διατηρεί το δικαίωμα να μην απαντήσει.

4) ΑΣΦΑΛΙΣΗ

Το γραφείο έχει συνάψει ασφαλιστήριο συμβόλαιο αστικής επαγγελματικής ευθύνης που καλύπτει τυχόν αξιώσεις πελατών οι οποίες προέρχονται από την μη εκτέλεση ή την πλημμελή εκτέλεση της εκδρομής καθώς επίσης καλύπτει σε περίπτωση αφερεγγυότητας ή πτώχευσης και την υποχρέωση επιστροφής των καταβληθέντων καθώς και τον επαναπατρισμό των εκδρομέων. Εξάλλου για όλους τους συμμετέχοντες στις οργανωμένες εκδρομές γίνεται αυτόματα ασφάλεια που καλύπτει τυχόν ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, στην διάρκεια της εκδρομής και μόνο.

5) ΠΟΥΛΜΑΝ

Οι θέσεις στα λεωφορεία αλλάζουν καθημερινά από όλους ανεξαιρέτως τους εκδρομείς. Το κάπνισμα εντός του πούλμαν απαγορεύεται. Η φράση “μέσω της πόλης” υποδηλώνει την ένδειξη κατεύθυνσης δρομολογίου του

προγράμματος και όχι την διέλευση και περιήγηση της αναγραφόμενης πόλης. Η φράση “θα δούμε” πολλές φορές υποδηλώνει την από του πούλμαν εξωτερική άποψη του εκάστοτε μνημείου - κτιρίου.

6) ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Όλα τα χρησιμοποιούμενα από το γραφείο καταλύματα έχουν την νόμιμη και εν ισχύ άδεια λειτουργίας που απαιτείται από τις αρμόδιες αρχές του κράτους υποδοχής. Η επιλογή τους γίνεται με κριτήρια την θέση τους και τις υπηρεσίες που προσφέρουν σε συνδυασμό με την καλύτερη δυνατή τιμή ανάλογα με την κατηγορία τους ως αυτή αναφέρεται στην περιγραφή κάθε εκδρομής.

Σε περίπτωση που θα χρειαστεί να παραταθεί το ταξίδι για λόγους ανωτέρας βίας (κακοκαιρία, αναβολή δρομολογίων, απεργία κ.λ.π.) οι εκδρομείς υποχρεούνται να πληρώσουν για τις παραπάνω ημέρες ή για την διαφορά τιμής που θα προκύψει από την αλλαγή πλοίου ή αεροπλάνου. Τα δωμάτια των ξενοδοχείων παραλαμβάνονται και παραδίδονται στις 12 το μεσημέρι, ανεξάρτητα από την ώρα άφιξης ή αναχώρησης των εκδρομέων. Τα δωμάτια των περισσότερων ανά τον κόσμο ξενοδοχείων, έχουν μελετηθεί για να φιλοξενούν δύο κλίνες. Ως εκ τούτου τα τρίκλινα δωμάτια είναι στην πραγματικότητα δίκλινα με επιπλέον κλίνη.

Τα μονόκλινα είναι πάντα λίγα και διατίθενται με την σειρά εγγραφής των ενδιαφερομένων. Είναι δυνατόν να μοιραστεί κάποιος ένα δίκλινο δωμάτιο, εφόσον υπάρξει και άλλος εκδρομέας με την αυτή επιθυμία. Διαφορετικά η χρήση μονόκλινου δωματίου είναι υποχρεωτική και η επιπλέον δαπάνη (διαφορά μονόκλινου) βαρύνει τον εκδρομέα. Σε περιόδους εκθέσεων ή άλλων εκδηλώσεων σε διάφορες πόλεις δύναται οι διανυκτερεύσεις να γίνουν στις γύρω ευρείες περιοχές αυτών.

7) ΓΕΥΜΑΤΑ

Οι εκδρομές περιλαμβάνουν τα αναφερόμενα στα “περιλαμβανόμενα” προγεύματα και γεύματα. Το γραφείο προσπαθεί κατά την διάρκεια των εκδρομών να περιλαμβάνει σε αυτές την καλύτερη δυνατή διατροφή των εκδρομέων, αλλά δεν είναι δυνατόν να φέρει ευθύνη για την τυχόν ποσοτική ή ποιοτική ανεπάρκεια των γευμάτων γιατί καθορίζεται αποκλειστικά από τα ξενοδοχεία.

8) ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ / ΕΚΔΡΟΜΕΣ - ΜΟΥΣΕΙΑ

Στις εκδρομές των Χριστουγέννων, του Νέου Έτους και Πάσχα οι επισκέψεις σε μουσεία και άλλους αρχαιολογικούς χώρους πιθανόν να μην πραγματοποιηθούν ή να γίνουν σε διαφορετική από την προβλεπόμενη ημέρα λόγω αργιών και μη λειτουργίας τους.

9) ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ

Τα οργανωμένα ομαδικά ταξίδια προϋποθέτουν αμοιβαία κατανόηση ανάμεσα στους ταξιδιώτες. Το γραφείο καταβάλλοντας κάθε δυνατή προσπάθεια για την αρμονική εξέλιξη των εκδρομών του, συνιστά σε όσους αντιμετωπίζουν προβλήματα προσαρμογής στις συνθήκες των ομαδικών ταξιδιών να καταβάλουν κάθε δυνατή προσπάθεια προσαρμογής τους ώστε να μη θέτουν σε δοκιμασία την προσωπική τους διάθεση των άλλων εκδρομέων.

10) ΑΚΥΡΩΣΗ

Για την εξασφάλιση ξενοδοχείων και άλλων απαραίτητων υπηρεσιών το γραφείο προπληρώνει σημαντικά ποσά αρκετούς μήνες πριν από την

πραγματοποίηση των ταξιδιών που έχει προγραμματίσει και δεσμεύεται με συγκεκριμένες υποχρεώσεις αποζημίωσης σε περίπτωση μερικής ή ολικής ακύρωσης. Γι' αυτό και είναι με την σειρά του υποχρεωμένο να παρακρατήσει ολόκληρη τη προκαταβολή ή να ζητήσει συμπληρωματική πληρωμή σε περίπτωση άκυρης ακύρωσης. Θεωρείται άκυρη οποιαδήποτε ακύρωση γίνεται μέσα στις 15 τελευταίες ημέρες που προηγούνται της έναρξης του ταξιδιού εκτός αν άλλως αναφέρεται στην περιγραφή της εκδρομής.

Εξάλλου ο πελάτης που αδυνατεί να συμμετάσχει στο οργανωμένο ταξίδι για το οποίο έχει ήδη πληρώσει προκαταβολή ή και εξόφληση, μπορεί να εκχωρεί την κράτηση του σε άλλο πρόσωπο που πληρεί όλους τους απαιτούμενους όρους, για το οργανωμένο ταξίδι αφού ενημερώσει το γραφείο τουλάχιστον 5 εργάσιμες ημέρες πριν την αναχώρηση, εκτός αν άλλως αναφέρεται στο συγκεκριμένο ταξίδι.

Ο πελάτης που εκχωρεί και ο πελάτης που αποδέχεται την συμμετοχή του στην εκδρομή ευθύνονται αλληλεγγύως έναντι του γραφείου για το οφειλόμενο υπόλοιπο του ποσού καθώς και για ενδεχομένως πρόσθετα έξοδα της εκχώρησης αυτής. Το γραφείο δικαιούται σε περίπτωση που δεν εξοφληθεί ο λογαριασμός μέχρι την ώρα της αναχώρησης να ζητήσει την εξόφληση με κάθε νόμιμο μέσο.

11) ΑΛΛΑΓΗ Η ΑΚΥΡΩΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Ελάχιστη απαιτούμενη συμμετοχή για όλες τις οργανωμένες εκδρομές είναι 20 άτομα. Το γραφείο διατηρεί το δικαίωμα να ματαιώνει οποιοδήποτε ταξίδι του αν η συμμετοχή κριθεί ανεπαρκής ή για άλλους λόγους που κατά την κρίση του δεν ευνοούν την πραγματοποίησή του.

Το γραφείο οφείλει να ειδοποιήσει τους πελάτες για την ματαίωση της εκδρομής μέχρι και 8 ημέρες από την έναρξη του ταξιδιού. Στην περίπτωση αυτή οι υποχρεώσεις του γραφείου περιορίζονται στη επιστροφή και μόνο των χρημάτων που έχει εισπράξει. Εξάλλου το γραφείο δεσμεύεται να τηρήσει το πρόγραμμα των εκδρομών ως αυτό αναφέρεται στην περιγραφή έκαστου ταξιδιού. Το γραφείο έχει επίσης το δικαίωμα να επιφέρει αλλαγές στο

πρόγραμμα κατά το μέτρο που κρίνει σκόπιμο προκειμένου να ξεπεραστούν τεχνικά προβλήματα ή απρόβλεπτες δυσκολίες. Εφόσον οι μεταβολές που επήλθαν στο περιγραφόμενο πρόγραμμα έχουν κοινοποιηθεί με οποιοδήποτε εύληπτο τρόπο στον πελάτη, το γραφείο δεν δεσμεύεται από την περιγραφή του προγράμματος της εκδρομής.

Οι αλλαγές αυτές, είναι δυνατόν να γίνουν πριν αρχίσει το ταξίδι και αν είναι τόσο σημαντικές ώστε να αλλοιώνεται ο χαρακτήρας του, οι συμμετέχοντες δικαιούνται να ακυρώσουν την κράτησή τους και να πάρουν πίσω τα χρήματα που πλήρωσαν, χωρίς άλλη αξίωση. Αν όμως οι αλλαγές κριθούν απαραίτητες κατά την εξέλιξη του ταξιδιού, οι συμμετέχοντες είναι υποχρεωμένοι να τις δεχτούν. Για τις αναχωρήσεις Πάσχα και Χριστουγέννων, ενδέχεται να γίνει αλλαγή του προγράμματος.

12) ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ

Παιδιά 2-12 ετών δικαιούνται την έκπτωση ατμοπλοϊκού ή αεροπορικού εισιτηρίου που αναγράφεται στον ένθετο τιμοκατάλογο. Παιδιά κάτω των 2 ετών πληρώνουν μόνο το 10% του ναύλου, αλλά δεν δικαιούνται κρεβάτι στο πλοίο και στο ξενοδοχείο και θέση στο αεροπλάνο.

13) ΤΙΜΕΣ

Όλες οι αναγραφόμενες τιμές στον ένθετο τιμοκατάλογο υπολογίσθηκαν βάση τις συναλλαγματικές ισοτιμίες και τους ακτοπλοϊκούς / αεροπορικούς ναύλους που ίσχυαν την περίοδο έκδοσης του προγράμματος.

Τα έξοδα συμμετοχής οποιουδήποτε ταξιδιού μπορεί να αυξηθούν απροειδοποίητα για τις ακόλουθες πιθανές αιτίες:

- ο Αύξηση των υπολογισθέντων κατά την κοστολόγηση ναύλων.
- ο Αδυναμία συγκεντρώσεως του ελάχιστου απαιτούμενου αριθμού συμμετεχόντων κατά δρομολόγιο ή μετάταξη σε ακριβότερο ναύλο.

- ο Αισθητή αύξηση της τιμής συναλλαγματικών μονάδων σε σχέση με τις ληφθείσες, κατά την κοστολόγηση της τιμής της εκδρομής. Η αλλαγή της τιμής μπορεί να γίνει μέχρι και 20 ημέρες πριν από την έναρξη του ταξιδιού και δεν αποτελεί δικαιολογία για ακύρωση συμμετοχής. Οι οργανωμένες εκδρομές συμπεριλαμβάνουν τα απαιτούμενα έξοδα για τέλη παραμονής, λιμενικά τέλη, εκτός αν άλλως αναφέρεται στην περιγραφή της συγκεκριμένης εκδρομής. Για τις τιμές της κάθε εκδρομής δείτε τον ένθετο τιμοκατάλογο.

14) ΑΠΟΣΚΕΥΕΣ

Κάθε εκδρομέας δικαιούται τη μεταφορά μιας βαλίτσας μέχρι 20 κιλά. Το γραφείο καμιά ευθύνη δεν έχει σε περίπτωση που χαθεί ή χαλάσει μια βαλίτσα. Αξίωση αποζημίωσης δεν γίνεται δεκτή για πιθανή φθορά βαλίτσας. Για τις εκδρομές με πούλμαν συνιστούμε να έχετε, αν είναι δυνατόν, μόνο μια αποσκευή και όχι πολλές μικρές οι οποίες δυσχεραίνουν τις μετακινήσεις.

15) Φ.Π.Α.

Βάσει του ισχύοντος νόμου, το γραφείο είναι υποχρεωμένο να προσθέσει 18% στις παρεχόμενες υπηρεσίες, που περιλαμβάνεται στις αναφερόμενες τιμές του τιμοκαταλόγου.

16) ΔΙΑΒΑΤΗΡΙΑ

Για όλους τους συμμετέχοντες στις οργανωμένες εκδρομές εξωτερικού απαιτείται η κατοχή ισχύοντος διαβατηρίου.

Κεφάλαιο 6^ο - Ταξίδια Οικοτουρισμού – Η Διεθνής Εμπειρία

6.1. Ο Διεθνής Οικοτουρισμός

Για τον προσδιορισμό της έννοιας του οικοτουρισμού έχουν δοθεί μέχρι σήμερα πολλές ερμηνείες. Σε διεθνές επίπεδο έχουν υπάρξει ποικίλες θεωρητικές προσεγγίσεις που δείχνουν την ευρύτητα του αντικειμένου, καθώς και πολλές προσπάθειες έμπρακτης ανάπτυξης πρωτοβουλιών (με θετικά ή αρνητικά αποτελέσματα). Η εκάστοτε προσέγγιση, με διαφορετικές αναλογίες, προσδιορίζει τη συμβολή του οικοτουρισμού: **(α)** στην προστασία της φύσης, **(β)** στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς, **(γ)** στην αειφόρο ανάπτυξη, **(δ)** στην ευημερία της τοπικής κοινωνίας, **(ε)** στη δυνατότητα να παρέχει απόλαυση και συμμετοχικές δραστηριότητες στους τουρίστες, σε φυσικά τοπία και, **(στ)** στην προώθηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης.

Λαμβάνοντας υπόψη τους πολυάριθμους ορισμούς και τα διάφορα χαρακτηριστικά που τους διέπουν, ο ορισμός του οικοτουρισμού που επικράτησε περισσότερο είναι ο εξής:

“Οικοτουρισμός είναι ο τουρισμός που αναπτύσσεται σε οικολογικά αξιόλογες περιοχές, δεν υπερβαίνει την φέρουσα ικανότητα της περιοχής, προωθεί την προστασία και διαχείριση του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος – σύμφωνα με νομικά ή άλλου τύπου αποτελεσματικά μέτρα – ενώ ταυτόχρονα διατηρεί τη συνοχή του κοινωνικού ιστού”⁵⁰

Ο οικοτουρισμός αναγνωρίζεται διεθνώς ως βασικό μέσο μεγιστοποίησης των οικονομικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών ωφελειών και αποφυγής των αρνητικών επιδράσεων και αδυναμιών του παρελθόντος

⁵⁰ .Εθνική Επιτροπή Οικοτουρισμού, 2002

6.2. Οικοτουριστικό Ταξίδι στην Φλόριντα

Το Charlotte Harbour στην Φλόριντα είναι ένας από τους πιο γνωστούς οικοτουριστικούς προορισμούς. Είναι ένα απομονωμένο τουριστικό θέρετρο το οποίο γοητεύει όλους όσους το επισκέπτονται. Οι παραλίες του είναι ερημικές, έχει λίγα καταστήματα για ψώνια, πέντε πάρκα άγριας φύσης και πολλά εστιατόρια.

Πρόκειται για μια από τις ωραίες περιοχές για τους λάτρεις του ψαρέματος και της ιστιοπλοΐας. Επίσης η περιοχή έχει 16 γήπεδα γκολφ τα οποία είναι κατάλληλα για αρχάριους αλλά και για πρωταθλητές του αθλήματος. Πρόκειται για έναν μικρό παράδεισο που οι λάτρεις της φύσης σίγουρα πρέπει να επισκεφτούν. Το αληθινό διαμάντι της περιοχής είναι η άγρια φύση ενώ ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει την θαλάσσια ζωή όπως τα δελφίνια και τις θαλάσσιες χελώνες.

Το Charlotte Harbour περιλαμβάνει μια από τις παγκόσμιες μεγαλύτερες προστατευμένες θαλάσσιες εκβολές με 350 χιλιόμετρα φυσικής ακτής. Ο επισκέπτης μπορεί να κάνει καγιάκ κατά μήκος των υδάτινων οδών, μπορεί να νοικιάσει ποδήλατο ή να κάνει έναν περίπατο στην φύση.. Αφότου δύσει ο ήλιος, τα εστιατόρια παρουσιάζουν την τοπική κουζίνα και τα υπέροχα φαγητά της περιοχής⁵¹.



⁵¹ <http://www.thomson.co.uk/destinations/the-americas/united-states-of-america/florida/charlotte-harbour/guide-to-charlotte-harbour.html>

6.3. Οικοτουριστικό ταξίδι στην Πορτογαλία

Πρόκειται για ένα σπίτι το οποίο προσφέρεται σε οικογένεια ή σε παρέα που είναι λάτρεις του οικοτουρισμού. Το σπίτι χαρακτηρίζεται από την απόλυτη ηρεμία και η περιοχή είναι κοντά στο



Moncarapacho. Το σπίτι αυτό είναι ανακαινισμένο από το 2001 και στόχος του είναι να προσφέρει στους επισκέπτες ηρεμία ενώ ταυτόχρονα να τους φέρει σε επαφή με την φύση.

Μέσα στο οικόπεδο που βρίσκεται το σπίτι υπάρχουν πολλές πορτοκαλιές, ελιές και υπέροχοι κήποι με ανθισμένα λουλούδια καθώς και μια πισίνα. Ο επισκέπτης μπορεί να περάσει όμορφα τις μέρες του εξερευνώντας την περιοχή της Algarve και την προστατευμένη περιοχή Ria Formosa Reserve η οποία περιλαμβάνει μια μεγάλη ποικιλία από πουλιά και λουλούδια.

Εναλλακτικά ο επισκέπτης μπορεί να επισκεφτεί την περιοχή Tavira η οποία αποτελείται από έναν χώρο με γήπεδα του γκολφ, χώρο για ιππασία και θαλάσσια αθλήματα. Στην ίδια περιοχή υπάρχουν 7 γέφυρες και 21 εκκλησίες που μπορεί να επισκεφτεί ο τουρίστας. Επίσης η περιοχή χαρακτηρίζεται για τις όμορφες παραλίες της με την χρυσή άμμο και τα καταγάλανα νερά της. Σίγουρα αποτελεί μια πολύ όμορφη εμπειρία για τον οικοτουρίστα⁵².



⁵² <http://www.thomson.co.uk/destinations/europe/portugal/algarve/moncarapacho/hotels/hotel-casa-da-calma.html>

6.4. Οικοτουριστικό ταξίδι στις Γαλλικές Άλπεις

Όλη αυτή η περιοχή των συνόρων είναι ένα ενδιαφέρον μείγμα της γαλλικής και της ιταλικής κουλτούρας. Το πακέτο περιλαμβάνει εξερεύνηση της φύσης μέσω περιπάτων και γνωριμία με τις Γαλλικές Άλπεις. Ειδικότερα:

Διανυκτερεύσεις: 6

Έδαφος: διαδρομές και μονοπάτια σε βουνά και κοιλάδες

Γεύματα: κάθε μέρα πρωινό, δείπνο για 4 διανυκτερεύσεις, συν 2 πικνίκ

Κλίμα: θερμοκρασίες περίπου 21 ° C, τον Μάιο και τον Οκτώβριο, και 28 ° C τον Ιούλιο και τον Αύγουστο.

Αφετηρία: Ξενοδοχείο Mirval (2 *). Τα Υπνοδωμάτια είναι ευχάριστα διακοσμημένα, ενώ το εστιατόριο προσφέρει μια καλή επιλογή από νόστιμα πιάτα.

Ημέρα 1: προτείνουμε δυο πιθανές διαδρομές για την ημέρα. Η πρώτη είναι με τα πόδια που ξεκινά από το Boselia Pass και συνεχίζει για το γραφικό χωριό της Tende. Η δεύτερη διαδρομή έχει να κάνει με οδήγηση μέσα σε δασώδεις περιοχές.

Ημέρα 2: Από το La Brigue θα ξεκινήσει μια διαδρομή από μονοπάτια και χωματόδρομους, μέσω μιας σειράς ελκυστικών κοιλάδων.

Ημέρα 3: Η διαδρομή περιλαμβάνει βόλτα μέσα στο δάσος μέσω μιας κοιλάδας και θα συνεχιστεί μέσα σε ελαιώνες. Στη συνέχεια η διαδρομή οδηγεί πάνω από την πανοραμική Paula Pass και επιστρέφει στην Κοιλάδα Sospel.

Ημέρα 4: Η ημέρα ξεκινά με μια μεταφορά στο Baisse du Scuvion. Εκεί η θέα είναι θαυμάσια. Κατηφορίζουμε προς την Razet Pass, και φτάνουμε σε μια μαγική κοιλάδα γεμάτη με λουλούδια και βελανιδιές.

Ημέρα 5: Η Τελευταία ημέρα είναι ελεύθερη για να εξερευνήσετε το Menton. Υπάρχουν διάφορα μουσεία και γκαλερί, όπως επίσης και κάποια πάρκα και κήποι⁵³.

⁵³ <http://www.filoxenia.co.uk/walking/guides/alpsmed.htm>

Τιμές 2008

£ ανά άτομο το δίκλινο	Αρχική Τιμή	Επιστροφή με σιδηρόδρομο	Ατομική μεταφορά	Μονόκλινο
6 διανυκτερεύσεις: 1 Απριλίου-31 Ιουλίου & 1 Σεπτεμβρίου-31 Οκτώβρη				
1-14 Απρ	398	574	442	112
15 Απριλίου-23	435	594	480	112
24 Μαΐου-31 Ιουλίου	472	638	515	127
1-30 Σεπτέμβρη	472	638	515	127
1-31 Οκτώβρη	435	594	480	112
3ο πρόσωπο	20	20	60	

6.5.Οικοτουριστικό ταξίδι στην Σουηδία



Θέση: Σουηδία

Δραστηριότητα: Κωπηλασία, πεζοπορία/οδοιπορία, ιππασία, οικοτουρισμός

Τιμή: Από \$923

Αναχωρήσεις: Τον Ιούνιο, Ιούλιο, Αύγουστο

Διάρκεια: 4 - 7 ημέρες

Ελάχιστη ηλικία: 15

Η εμπειρία εστιάζει σε μια περιπέτεια πολυδραστηριότητας στις ορεινές περιοχές της νότιας Σουηδίας. Ταξίδι στο έδαφος και στο νερό με διαφορετικούς τρόπους μεταφοράς προκειμένου να έρθει ο άνθρωπος σε επαφή

με την φύση. Ο επισκέπτης μπορεί να κάνει πεζοπορία ή ποδηλασία εξερευνώντας το φανταστικό φυσικό τοπίο. Απολαύστε τα μεσημεριανά γεύματα στα αγαπημένα σημεία κάθε ημέρα και επιστρέψτε στα άνετα κρεβάτια σας στο αγρόκτημα κάθε βράδυ για τα γεύματα. Εάν θέλετε μια επιπλέον ημέρα τότε μπορείτε να προσθέσετε στο πρόγραμμα σας ένα ταξίδι κωπηλασίας σε κανό στα κρύα νερά του κολπίσκου Stangan, περνώντας από διάφορες περιοχές και απολαμβάνοντας μια αίσθηση αγριότητας⁵⁴.

6.6. Οικοτουριστικό ταξίδι στην Χαβάη



Θέση: Χαβάη

Δραστηριότητα: ποδηλασία,
οικοτουρισμός

Τιμή: Από \$695

Αναχωρήσεις: Δεκέμβριος
Ιανουάριος

Διάρκεια: 7 - 14 ημέρες

Κατοικία: Στρατοπέδευση

Ελάχιστη ηλικία: 15

Επισκεφτείτε τα μοναδικά οργανικά αγροκτήματα και τις κοινότητες. Συμμετέχετε στα προγράμματα υπηρεσιών και τους κύκλους συζήτησης. Ζήστε στη γη και κάτω από τα αστέρια. Ανακαλύψτε τους νέους τρόπους επιβίωσης. Το πακέτο προσφέρει μια μοναδική και σημαντική εμπειρία ζωής. Εσείς θα αποκτήσετε την από πρώτο χέρι γνώση για το πώς οι πραγματικοί άνθρωποι λαμβάνουν τα πραγματικά μέτρα για να ζήσουν σωστά στον πλανήτη. Τα προγράμματα σας δίνουν μια ευκαιρία για ποδηλασία και να συναντηθείτε με τους ντόπιους⁵⁵.

⁵⁴ http://gorptravel.away.com/xnet/one-product.tcl?product_id=118410

⁵⁵ http://gorptravel.away.com/xnet/one-product.tcl?product_id=130490

6.7. Οικοτουριστικό ταξίδι στην Καλιφόρνια



Θέση: Καλιφόρνια

Δραστηριότητα: Εθελοντικές διακοπές

Τιμή: Από \$995

Αναχωρήσεις: Αύγουστος

Διάρκεια: 8 ημέρες

Κατοικία: Στρατοπέδευση

Ελάχιστη ηλικία: 18

Στο ταξίδι αυτό θα στρατοπεδεύσετε και θα εργαστείτε στην οροσειρά του εθνικού δάσους. Επειδή είναι μια από τις πιο σημαντικές περιοχές αγριότητας και λόγω των απίστευτα εύθραυστων αλπικών λιβαδιών στο φαράγγι, τα σημαντικότερα ίχνη έχουν υποβιβαστεί σοβαρά κατά τη διάρκεια του χρόνου⁵⁶.

6.8. Οικοτουριστικό ταξίδι στην Κόστα Ρίκα



Θέση: Κόστα Ρίκα

Δραστηριότητα: Εθελοντικές διακοπές, οικοτουρισμός, διακοπές εκμάθησης, εξέταση άγριας φύσης

Τιμή: Από \$995

Αναχωρήσεις: Καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου

Διάρκεια: 7 - 84 ημέρες

Κατοικία: Εγχώριες παραμονές

Ελάχιστη ηλικία: 18

⁵⁶ http://gorptravel.away.com/xnet/one-product.tcl?product_id=128430

Θα μπορέσετε να συμμετάσχετε σε 1 ή 2 θαλάσσια προγράμματα συντήρησης χελωνών, που περιλαμβάνονται στην καθημερινή συντήρηση για τα απειλούμενα υπό εξαφάνιση είδη χελωνών. Θα μπορέσετε να προετοιμάσετε τα εκκολαπτήρια, να καθαρίσετε τις παραλίες και να περιπολείτε την νύχτα. Θα λάβετε κατάρτιση σχετικά με το θέμα των θαλασσίων χελωνών και επομένως θα είστε σε θέση να βοηθήσετε στην έρευνα και τη συλλογή δεδομένων.

Ο τόπος εγκατάστασης εξαρτάται από την εποχή του χρόνου καθώς οι χελώνες βρίσκονται στην καραϊβική ακτή μέσα Μαρτίου μέχρι τον Ιούλιο και στην ειρηνική ακτή τον Ιούλιο μέχρι τον Μάρτιο. Εργαζόμαστε παράλληλα με τις ερευνητικές οργανώσεις και θα βοηθάτε στη ζωτικής σημασίας εργασία έρευνας και συντήρησης για να μειώσετε τους θανάτους αυτών των πλασμάτων⁵⁷.

6.9. Οικοτουριστικό ταξίδι στην Αργεντινή



Θέση: Αργεντινή

Δραστηριότητα: Εθελοντικές διακοπές, οικοτουρισμός, διακοπές εκμάθησης

Τιμή: Από \$1225

Αναχωρήσεις: Καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου

Διάρκεια: 14 - 42 ημέρες

Κατοικία: Εγχώριες παραμονές

Ελάχιστη ηλικία: 18

Το οικολογικό πάρκο EL Puma είναι μια ζωική αναπαραγωγή και κέντρο αποκατάστασης που στοχεύει να προωθήσει την ευημερία των άγριων ζώων που είναι εγγενή στη συντήρηση της Αργεντινής και της άγριας φύσης.

⁵⁷ http://gorptravel.away.com/xnet/one-product.tcl?product_id=133030

Οι στόχοι τους είναι να βοηθήσουν τα άρρωστα ή τραυματισμένα ζώα που έχουν συλληφθεί για να αυξήσουν τους αριθμούς εγγενών ειδών με την αναπαραγωγή τους. Τα ζώα αποκαθίστανται στο κέντρο και έπειτα απελευθερώνονται πίσω στο φυσικό βιότοπό τους. Η EL Puma συνεργάζεται με το Υπουργείο οικολογίας της επαρχίας και εξαρτάται από αυτούς για τη χρηματοδότηση⁵⁸.

6.10. Οικοτουριστικό ταξίδι στην Κίνα



Θέση: Κίνα

Δραστηριότητα: Εθελοντικές διακοπές, διακοπές εκμάθησης, εξέταση άγριας φύσης

Τιμή: Από \$2235

Αναχωρήσεις: Καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου

Διάρκεια: 14 - 28 ημέρες

Κατοικία: Ξενοδοχεία

Ελάχιστη ηλικία: 18

Σε αυτό το πρόγραμμα θα εργάζεστε σε ένα κινεζικό κέντρο συντήρησης που στοχεύει να συντηρήσει μερικά από τα παγκόσμια πιο απειλούμενα υπό εξαφάνιση είδη Panda και όχι μόνο. Τα είδη αυτά είναι γιγαντιαίο Panda, χρυσοί πίθηκοι, το Takin το οποίο είναι μεγάλο πρόβατο, καθώς επίσης και το Sika το οποίο είναι παρόμοιο στην εμφάνιση με ένα ελάφι.

Οι εθελοντές μπορούν να βοηθήσουν το προσωπικό με τα αγγλικά τους, που είναι σημαντικά έτσι ώστε να μπορούν να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες και να παραγάγουν μια αύξηση στο εισόδημα της περιοχής⁵⁹.

⁵⁸ <http://gorptravel.away.com/xnet/one-product.tcl?>

⁵⁹ http://gorptravel.away.com/xnet/one-product.tcl?product_id=133070

6.11. Οικοτουριστικό ταξίδι στην Βολιβία



Θέση: Βολιβία

Δραστηριότητα: Εξερεύνηση ζούγκλων, οικοτουρισμός, ενεργά θέρετρα

Τιμή: Από \$895

Αναχωρήσεις: Καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου

Διάρκεια: 7 ημέρες

Ελάχιστη ηλικία: 12

Στην καρδιά της Βολιβίας βρίσκεται το παλιό εθνικό πάρκο Chalalan Ecolodge. Το Chalalan είναι το αποτέλεσμα 6 ετών σκληρής εργασίας από την κοντινή γηγενή κοινότητα του SAN Jose Uchuriamonas και της υποχρέωσης δύο ξένων οργανώσεων ενίσχυσης που ήταν πρόθυμες να υποστηρίξουν την κοινοτική πρωτοβουλία.

Το αποτέλεσμα είναι η παροχή άνετης στέγασης που περιβάλλεται από 4,5 εκατομμύρια στρέμματα προστατευμένης αγριότητας. Αν και η κοινότητα έλαβε βοήθεια από τις εξωτερικές οργανώσεις στην αρχή, το οίκημα είναι κύριο τώρα και ρυθμίζεται εξ ολοκλήρου από το Quechuas.

Τα ταξίδια περιπέτειας ασκούν θετική επίδραση στον τοπικό πολιτισμό και το περιβάλλον. Οι ομάδες είναι σπάνια μεγαλύτερες από δώδεκα, και κάθε ταξίδι σχεδιάζεται από τον ιδρυτή της επιχείρησης με το στόχο τη διασκέδαση και τις διακοπές, δημιουργώντας μια καλύτερη επικοινωνία μεταξύ των ταξιδιωτών και των ντόπιων⁶⁰.

⁶⁰http://gorptravel.away.com/xnet/one-product.tcl?product_id=114470

6.12.Ταξίδι στην Βαρκελώνη για 4 Ημέρες

Πολλοί είναι αυτοί οι οποίοι επιλέγουν τουριστικά πακέτα διακοπών στο εξωτερικό για να γνωρίσουν καινούργια μέρη, ήθη έθιμα και παραδόσεις. Μια από τις πιο δημοφιλείς πόλεις του εξωτερικού είναι και η Βαρκελώνη. Το ταξιδιωτικό γραφείο Travelink προσφέρει 4ήμερο ταξίδι στην Βαρκελώνη με €249. Ειδικότερα το πρόγραμμα περιλαμβάνει:

1η μέρα : ΑΘΗΝΑ – ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ

Συγκέντρωση νωρίς το πρωί στο Αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος και πτήση για Βαρκελώνη. Άφιξη και πανοραμική περιήγηση της πόλης. Θα δούμε τη Γοτθική Συνοικία, τον εντυπωσιακό Καθεδρικό Ναό και τη Σαγράδα Φαμίλια έργο του πασίγνωστου αρχιτέκτονα Γκαουντί. Θα απολαύσουμε την θέα από το λόφο Μόντζουικ της πόλης και του λιμανιού. Περνώντας από το Ολυμπιακό Στάδιο και το Ολυμπιακό χωριό θα καταλήξουμε στο παραδοσιακό χωριό Πουέμπλο Εσπανιόλ, μικρογραφία χαρακτηριστικής Ισπανικής αρχιτεκτονικής. Στη συνέχεια ακολουθεί μεταφορά στο ξενοδοχείο της επιλογής σας και διανυκτέρευση.

2η μέρα : ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ (προαιρετική εκδρομή στη Μοντσερράτ)

Πρωινό και η ημέρα στη διάθεσή σας. Προαιρετική εκδρομή μισής ημέρας στη Μοντσερράτ, το ιερό βουνό της Καταλονίας, με το Μοναστήρι αφιερωμένο στην Παναγία της Μοντσερράτ και το εντυπωσιακό πέτρινο τοπίο. Επιστροφή το απόγευμα στο ξενοδοχείο σας. Διανυκτέρευση.

3η μέρα : ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ (προαιρετική εκδρομή στο Φιγκέρας)

Πρωινό και η ημέρα στη διάθεσή σας. Προτείνουμε μια εκδρομή στην γενέτειρα του γνωστού ζωγράφου Σαλβαντόρ Νταλί όπου και το ομώνυμο μουσείο, στο Μεσαιωνικό Φιγκέρας. Το απόγευμα μεταφορά στο ξενοδοχείο και διανυκτέρευση.

4η μέρα : ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ (προαιρετική εκδρομή Universal studios) – ΑΘΗΝΑ

Πρωινό και η ημέρα στη διάθεσή σας. Προαιρετικά και για όσους το επιθυμούν, θα επισκεφθούμε τα Universal Studios και το μαγικό κόσμο της Port Aventura. Ένα μεγάλο «πάρκο» διασκέδασης και χαράς όπου νοιώθει κανείς και πάλι παιδί! Αργά το βράδυ μεταφορά στο αεροδρόμιο για την πτήση της επιστροφής.

Περιλαμβάνονται :

- Ø Αεροπορικά εισιτήρια Αθήνα – Βαρκελώνη – Αθήνα με την αεροπορική εταιρεία VUELING
- Ø Μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο της Βαρκελώνης
- Ø Διαμονή στο ξενοδοχείο της επιλογής σας
- Ø Διατροφή (Πρωινό ή ημιδιατροφή) αναλόγως της επιλογής σας
- Ø Πανοραμική περιήγηση πόλης με την άφιξη
- Ø Υπηρεσίες τοπικού αντιπροσώπου μας
- Ø Βασική ταξιδιωτική ασφάλιση βάσει των διατάξεων της Ε.Ε.
- Ø Δεν περιλαμβάνονται :
- Ø Φόροι αεροδρομίων (95.00€)⁶¹

Οι τιμές είναι οι εξής:

Κόστος κατ' άτομο σε :	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ			
	3* περιοχή Santa Susanna (ΜΕ ΠΡΩΙΝΟ)	3* sup / 4* περιοχή Santa Susanna (ΜΕ ΗΜΙΔ/ΦΗ)	3* ημικεντρικό στη Βαρκελώνη (ΜΕ ΠΡΩΙΝΟ)	4* κεντρικό στη Βαρκελώνη (ΜΕ ΠΡΩΙΝΟ)
Δίκλινο / Τρίκλινο	249.00€	299.00€	369.00€	449.00€
Μονόκλινο	299.00€	379.00€	489.00€	609.00€

⁶¹ www.travellink.gr

6.13. Βουδαπέστη – Κρουαζιέρα Δούναβη – Πράγα - Κάρλοβν Βάρν – Κρουαζιέρα Μολδάβα – Βιέννη

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΔΡΟΜΗΣ

1η ημέρα: ΑΘΗΝΑ –ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ

Συγκέντρωση στο αεροδρόμιο και πτήση για Βουδαπέστη . Αφίξη και μεταφορά στο ξενοδοχείο για την τακτοποίηση στα δωμάτια. Το απόγευμα το Μαργαριτάρι του Δούναβη , η πανέμορφη Βουδαπέστη μας καλωσορίζει και μας προσκαλεί να την γνωρίσουμε . Κρουαζιέρα στο Δούναβη και δείπνο . Διανουκτέρευση .

2η ημέρα : ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ (ξενάγηση)

Πρωινό , επιβίβαση στο πούλμαν και ξεκινάμε για την ξενάγηση της βασίλισσας της τσιγγάνικης μουσικής .Η Βούδα πάνω σε χαμηλούς λόφους , η Πέστη απέναντί της σε μεγάλη πεδιάδα .Στη μέση ο γαλάζιος Θεός ο Δούναβης .Θα αρχίσουμε την ξενάγηση μας από την Πέστη .Θα επισκεφθούμε την Πλατεία Ηρώων , τον καθεδρικό ναό του Αγ.Στεφάνου και την Όπερα . Ύστερα διασχίζοντας τον Δούναβη θα βρεθούμε στην Βούδα για να δούμε τον Πύργο των Ψαράδων , την θαυμαστή εκκλησία του Ματία και θα απολαύσουμε την εξαιρετική θέα που προσφέρει η πόλη από τον λόφο του Γκέλερτ και το ολόδροσο νησάκι της Μαργαρίτας στη μέση του Δούναβη.

Γεύμα και το απόγευμα ελεύθερο να χαρείτε το Παρίσι της Ανατολής .Αξιοποιήστε τον ελεύθερο χρόνο σας επισκεπτόμενοι τα πραγματικά αξιόλογα μουσεία της πόλης .Επισκεφθείτε τις θέρμες της πόλης , το Κοινοβούλιο , την Εθνική Πινακοθήκη κ.α. Για την διασκέδασή σας προτείνουμε τον Ζωολογικό κήπο .Αν θέλετε στιγμές ηρεμίας , βρεθείτε για μια βόλτα ή ένα ποτό στο καταπράσινο περιβάλλον του νησιού της Μαργαρίτας.

Για τις αγορές σας επισκεφθείτε τη λεωφόρο Ρακότσι και τον πεζόδρομο Βάτσι . Το απόγευμα απολαύστε τον καφέ και το γλυκό σας στο CAFÉ

CERBAUD ή σε κάποιο άλλο café της πόλης .Για το βράδυ σας προτείνουμε προαιρετικά ξεφάντωμα σε παραδοσιακή ταβέρνα με τσιγγάνικα βιολιά. Διανυκτέρευση .

3η ημέρα: ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ –ΠΡΑΓΑ (520χλμ)

Μετά το πρωινό , επιβίβαση στο πούλμαν και αναχώρηση για την πρωτεύουσα της Τσεχίας , την Πράγα .Οι τελευταίες εικόνες από μια μαγευτική πόλη θα μας συντροφεύουν στη διαδρομή μας μέχρι την πόλη που ο Γκαίτε ονόμασε σαν Πολύτιμο πετράδι στην Κορώνα του κόσμου .Άφιξη στην Χρυσή Πόλη , τακτοποίηση στο ξενοδοχείο , δείπνο ,χρόνος ελεύθερος για μια πρώτη γνωριμία με την πόλη , διανυκτέρευση .

4η ημέρα: ΠΡΑΓΑ (ξενάγηση)

Πρωινό και η σημερινή μας ξενάγηση ξεκινά από το Κάστρο Χρατσάνυ και το μοναστήρι Στράχωφ , συνεχίζουμε με το Λορέτο , την Αρχιεπισκοπή ,και τον εντυπωσιακό ναό του Αγίου Βίτου. Ακολουθεί η συνοικία των Αλχημιστών του Ροδόλφου με το χρυσό δρομάκι , πριν περάσουμε στην άλλη της πόλης , με τη Μάλα Στράνα και τον ναό του Αγίου Νικολάου και την φημισμένη γέφυρα του Καρόλου.

Τελειώνουμε την ξενάγησή μας με την Εβραϊκή συνοικία και περπατώντας τον ακριβότερο δρόμο της πόλης , την οδό Παρισίων, καταλήγουμε στην Παλιά Πόλη . Γεύμα και κρουαζιέρα στο Μολδάβα. Χρόνος ελεύθερος στη διάθεσή σας για περίπατο , άφθονη μουσική και εμπειρίες Χαρείτε την μαγευτική πόλη .Περιπλανηθείτε στα στενά δρομάκια της πόλης που είναι στολισμένα από πανέμορφα μπαρόκ κτίρια και καθίστε σε κάποιο από τα γραφικά café .

5η ημέρα : ΠΡΑΓΑ-Κ.ΒΑΡΥ (127χλμ)

Μετά το πρωινό πραγματοποιούμε μια ολόημερη εκδρομή στην Λουτρόπολη του Καρόλου , το Κάρλοβυ Βάρυ .Χτισμένο κατά μήκος του ποταμού Τέπλα σε ένα γραφικό περιβάλλον έγινε γνωστό για τις ιδιότητες των ιαματικών του πηγών .Τον 14ο αιώνα ο αυτοκράτορας Κάρολος ο 4ος τη

χαρακτήρισε Βασιλική Πόλη και την καθιέρωσε σαν κέντρο συνάντησης ανθρώπων των γραμμάτων και των τεχνών.

Αποτέλεσε αγαπημένο προορισμό προσωπικοτήτων όπως ο Μέγας Πέτρος , η Μαρία Θηρεσία , ο Γκαίτε , ο Σίλερ , ο Μπετόβεν , ο Μπαχ και άλλοι. Γεύμα σε τοπικό εστιατόριο. Προαιρετική επίσκεψη στην πόλη κόσμημα της Ανατολικής Γερμανίας τη Δρέσδη. Επιστροφή στην Πράγα και για το απόγευμα σας προτείνουμε προαιρετική παρακολούθηση παράστασης Μαύρου Θεάτρου .Διανυκτέρευση .

6η ημέρα: ΠΡΑΓΑ-BIENNH (295χλμ)

Πρωινό ,επιβίβαση στο πούλμαν και αναχώρηση για την πρωτεύουσα της Αυστρίας , την Βιέννη με την μαγευτική αυστριακή ύπαιθρος να συντροφεύει την διαδρομή μας .Αφιξη στην πόλη του Μότσαρτ και του Στράους ,τακτοποίηση στο ξενοδοχείο ,γεύμα , χρόνος ελεύθερος για μια πρώτη γνωριμία με την πόλη.

Αν σας ενδιαφέρουν οι αγορές βρεθείτε στον εμπορικό δρόμο της Μαρίαχιλφεστράσσε ή στον πεζόδρομο Κερτνερστράσσε και απολαύστε γνήσιο καφέ βιεννούα σε κάποιο από τα πολλά καφέ της πόλης .σας προτείνουμε επίσκεψη στον πύργο του Δούναβη , για καφέ ή φαγητό στο περιστρεφόμενο εστιατόριό του , με πανοραμική θέα της όμορφης πόλης . Διανυκτέρευση.

7η ημέρα : BIENNH (ξενάγηση) –ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ (240χλμ) – ΑΘΗΝΑ

Πρωινό και στην σημερινή μας πλούσια ξενάγηση θα δούμε την Όπερα , το μουσείο Φυσικής Ιστορίας , τους αυτοκρατορικούς και Λαϊκούς κήπους , το συγκρότημα των Ανακτόρων Χόμπουργκ , το Κοινοβούλιο , το θαυμάσιο Νεογοθτικό Δημαρχείο , τον Καθεδρικό ναό του Αγίου Στεφάνου , το μουσείο Καλών Τεχνών και όλα τα άλλα πανέμορφα κτίρια που στολίζουν την πρωτεύουσα.

Η ξενάγηση μας θα ολοκληρωθεί για σήμερα με την επίσκεψη στα θερινά ανάκτορα του Σεμπρούν που με τα 1400 δωμάτια του Φίσερ Φον Έρλαχ δίκαια θεωρούνται ισάξια των Βερσαλλιών. Επιβίβαση στο πούλμαν και αναχώρηση για τη Βουδαπέστη και την πτήση για Αθήνα.

Για το ταξίδι :

- Ø Το Κόστος κατ' άτομο σε δίκλινο ή τρίκλινο είναι 595.00€
- Ø Η Επιβάρυνση του μονόκλινου είναι 180.00€
- Ø Παιδί 2-12 ετών στο δωμάτιο των γονέων : 560.00€

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ

- Ø Αεροπορικά εισιτήρια Αθήνα – Βουδαπέστη – Αθήνα
- Ø Μεταφορές, ξεναγήσεις, περιηγήσεις με πολυτελή κλιματιζόμενο πούλμαν
- Ø Διαμονή σε ξενοδοχεία 4* στην Βουδαπέστη, Πράγα , Βιέννη
- Ø Ημιδιατροφή -6 ΚΥΡΙΩΣ ΦΑΓΗΤΑ –
- Ø Ξεναγήσεις όπως αναφέρονται στο πρόγραμμα με ελληνόφωνα ξεναγό
- Ø Αρχηγός / συνοδός του γραφείου μας
- Ø Ασφάλεια ταξιδιού - Φ.Π.Α

ΔΕΝ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ

- Ø Φόροι αεροδρομίων (87.00€)
- Ø Είσοδοι σε Μουσεία, Ανάκτορα, αρχαιολογικούς χώρους.
- Ø Ποτά, φιλοδωρήματα, αχθοφορικά κ.λ.π⁶²

⁶² www.signature.gr

6.14 Εκδρομή στον ζωολογικό κήπο της Αυστραλίας και στον θαλάσσιο κόσμο.



ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ

- Ø Τιμή από: \$1,171 για 4 άτομα
- Ø Ενοικίαση αυτοκινήτου για 4 ημέρες
- Ø 3 διανυκτερεύσεις στο ξενοδοχείο Novotel Twin Waters Resort
- Ø ολοήμερη ξενάγηση στο Ζωολογικό Κήπο της Αυστραλίας
- Ø ολοήμερη ξενάγηση στον Θαλάσσιο Κόσμο
- Ø Ζωολογικός Κήπος της Αυστραλίας.
- Ø Bonus: το πρωινό για μέχρι και 2 παιδιά είναι δωρεάν όταν συνοδεύονται από 2 ενήλικες στο the Zaniths Restaurant.

Μια περιπέτεια 4 ημερών για όλη την οικογένεια στην πανέμορφη Ηλιόλουστη Ακτή. Θα μείνετε στο ξενοδοχείο Novotel Twin Waters Resort – ιδανικό για οικογένειες – και με το αυτοκίνητο που θα έχετε ενοικιάσει, θα είστε ελεύθεροι να εξερευνήσετε τα αξιοθέατα και τις ομορφιές που έχει αυτός ο τόπος να προσφέρει. Στο πακέτο περιλαμβάνονται και οι επισκέψεις στο Ζωολογικό Κήπο Australia Zoo -και στον Θαλάσσιο Κόσμο.

Ημέρα 1

Κατά την άφιξη σας είτε στο αεροδρόμιο Μπάθερστ, είτε στο αεροδρόμιο Γκολντ Κόουστ, θα παραλάβετε το ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο και θα οδηγήσετε μέχρι την πανέμορφη Ηλιόλουστη Ακτή και το ξενοδοχείο σας Novotel Twin Waters Resort.

Αυτό το πολυβραβευμένο κατάλυμα είναι τοποθετημένο μπροστά σε μια από τις πιο μαγευτικές παραλίες της Ηλιόλουστης Ακτής και προσφέρει την τέλεια βάση από όπου θα εξερευνήσετε την περιοχή

. Μόλις φθάσετε στο θέρετρο, το υπόλοιπο της ημέρας σας θα είναι στον ελεύθερο χρόνο σας. Μπορείτε να εκμεταλλευθείτε αυτήν την ευκαιρία της πρόκλησης του γηπέδου του γκολφ πρωταθλήματος 18 τρυπών, ή για εκείνους που ψάχνουν λίγη χαλάρωση υπάρχει SPA ημέρας όπου θα απολαύσετε τις διαθέσιμες θεραπείες.

Ημέρα 2

Μετά από το πρωινό σας σήμερα, οδηγήστε προς το ζωολογικό κήπο της Αυστραλίας για μια ημέρα γεμάτη περιπέτεια στην άγρια φύση! Θα βιώσετε την συγκίνηση να κρατήσετε με τα χέρια σας ένα πραγματικό ζώο, επιλέγοντας ανάμεσα στα iguanas, possums, dingoes, wombats και ακόμα περισσότερα! Ο Ζωολογικός κήπος της Αυστραλίας σας παρέχει περισσότερες πληροφορίες για τα διαθέσιμα ζώα. Περάστε την ημέρα ερευνώντας τις νέες και συναρπαστικές εξελίξεις μέσα στο ζωολογικό κήπο της Αυστραλίας, από το τάϊσμα των ασιατικών ελεφάντων δωρεάν, στην απόλαυση της κατάπληξης των τίγρεων της Βεγγάλης, των αλμυρών νερών κροκοδείλων, των κόκκινων καγκουρό και πολλά, πολλά περισσότερα



Μετά από την πολυάσχολη ημέρα σας στο ζωολογικό κήπο της Αυστραλίας, χαλαρώστε οδηγώντας μέσω της ενδοχώρας Marleton προς Novotel Twin Waters Resort.

Ημέρα 3

Σήμερα είναι η ώρα για μια επίσκεψη σε μια άλλη έλξη της άγριας φύσης, στον Θαλάσσιο Κόσμο στη Moooloolaba, όπου θα δείτε πάνω από 25.000 παράξενα και θαυμάσια θαλάσσια πλάσματα και θα έρθετε πρόσωπο με πρόσωπο με τους καρχαρίες και άλλα αρπακτικά ζώα! Το απόγευμά σας μπορείτε να το περάσετε σε οποιεσδήποτε από τις διάσημες παραλίες κατά μήκος της Ηλιόλουστη

Ακτή, ή θα μπορούσατε ακόμη και να οδηγήσετε μέχρι την Noosa για ένα γρήγορο γεύμα .

Ημέρα 4

Επιστροφή στο αεροδρόμιο για την αναχώρησή σας.

Συμπεράσματα

Ο τουρισμός τα τελευταία χρόνια επεκτείνεται όλο και πιο πολύ και πλέον οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν τον σημαντικότερο πόλο ανάπτυξης του τουριστικού τομέα. Πλέον εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως είναι ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός κ.α. έχουν ιδιαίτερη ζήτηση στα ταξιδιωτικά γραφεία τα οποία επιδιώκουν να προσαρμοστούν στις ανάγκες της εποχής.

Ωστόσο τα ταξιδιωτικά γραφεία θα πρέπει να έχουν συγκεκριμένη στρατηγική, στόχους και πρόγραμμα για να καταφέρουν να υλοποιήσουν με επιτυχία τα διάφορα τουριστικά προγράμματα εναλλακτικού τουρισμού που εφαρμόζουν.

Η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών και η εστίαση στην άριστη ικανοποίηση του καταναλωτή – τουρίστα είναι οι πρωταρχικοί στόχοι ενός γραφείου και εργάζεται έχοντας ως βάση αυτούς τους στόχους καθότι αυτοί αποτελούν και την καλύτερη προβολή του.

Η ικανοποίηση των πελατών τους σημαίνει αυτόματα και περισσότερα κέρδη για το γραφείο και περισσότερους πελάτες. Ωστόσο τα γραφεία πολλές φορές αντιμετωπίζουν και σημαντικά προβλήματα τα οποία θα πρέπει να ξεπεραστούν άμεσα για να υπάρχει επιτυχία.

Τέτοια προβλήματα είναι για παράδειγμα η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού το οποίο θα μπορεί να αναγνωρίζει τις ανάγκες των πελατών και να τις ικανοποιεί. Άλλη δυσχέρεια είναι η έλλειψη ποιότητας παροχής υπηρεσιών προς τους τουρίστες που μπορεί να δημιουργήσει άσχημη εικόνα για το ταξιδιωτικό γραφείο. Το υψηλό λειτουργικό κόστος ενός γραφείου είναι εξίσου σημαντικό μειονέκτημα αφού δεν αφήνει περιθώρια για περισσότερα κέρδη και συνεπώς αποδοτικές επενδύσεις.

Τα τουριστικά γραφεία της χώρας μας βρίσκονται πολύ πίσω σε σχέση με τα διεθνή τουριστικά γραφεία. Ειδικότερα στην χώρα μας παρά τις προσπάθειες που γίνονται για ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, τα τουριστικά γραφεία δεν έχουν ακόμα υιοθετήσει εναλλακτικά τουριστικά πακέτα όπως ισχύει στο εξωτερικό.

Χαρακτηριστικό είναι ότι πολλά ξένα τουριστικά γραφεία παρουσιάζουν την Ελλάδα και διάφορους προορισμούς της για εναλλακτικό τουρισμό, γεγονός το οποίο δεν ισχύει και από τα ελληνικά τουριστικά γραφεία.

Αντίθετα τα περισσότερα διεθνή ταξιδιωτικά γραφεία προσφέρουν τουριστικά πακέτα εναλλακτικού τουρισμού για τους λάτρεις της φύσης, της πεζοπορίας, της ορειβασίας κλπ.

Κάθε ταξιδιωτικό γραφείο ξεχωριστά θα πρέπει να επιδιώκει να προσφέρει ποιοτικές και επαρκείς τουριστικές υπηρεσίες στους καταναλωτές, διασφαλίζοντας ταυτόχρονα και την βιωσιμότητα του γραφείου του αλλά και την καλύτερευση της εικόνας του.

Βέβαια, όλες αυτές οι εναλλακτικές μορφές ήπιου τουρισμού θα πρέπει να έχουν ως βασικό άξονα την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, του δομημένου και του ανθρωπογενούς. Αυτά βέβαια τα δεδομένα, σε μεγάλο βαθμό αποτελούν και τις δυσκολίες των τουριστικών πακέτων, οι οποίες όμως θα μπορούσαν να αντιμετωπιστούν με την σωστή ενημέρωση και εκπαίδευση τόσο των εργαζομένων όσο και των πελατών. Η ενημέρωση αυτή μπορεί να γίνει είτε μέσω κάποιου έντυπου υλικού είτε μέσω κάποιου εξοπλισμού είτε μέσω κάποιου ειδικού σεμιναρίου που μπορεί να βοηθήσει στην απόκτηση περιβαλλοντολογικής συνείδησης.

Τέλος, η στροφή προς τον εναλλακτικό τουρισμό τα τελευταία χρόνια καθώς επίσης και η ύπαρξη όλο και περισσότερων εναλλακτικών τουριστών θα πρέπει να ωθήσει τα ταξιδιωτικά γραφεία στην υιοθέτηση τουριστικών πακέτων εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα προκειμένου να ενισχυθεί η ζήτηση αλλά και να επεκταθεί ακόμα περισσότερο ο εναλλακτικός τουρισμός στην χώρα μας.

Βιβλιογραφία

1. Bastakis, C., & Buhalis, D., & Butler, R., 2004, "The perception of small and medium sized tourism accommodation providers on the impacts of the tour operators", *Tourism Management*, Vol. 25
2. Civil Aviation Authority, 2004, «ATOL Business», Civil Aviation Authority.
3. Goodwin, H., 1996, «In pursuit of ecotourism», *Biodiversity and Conservation*, UK
4. ICAP, 2004, «Τουριστικά – ταξιδιωτικά γραφεία», Αθήνα.
5. Laarman, J. G., and P. B. Durst, 1993, "Nature Tourism as a Tool for Economic Development and Conservation of Natural Resources", Washington
6. Mintel, 2005, "Holiday bookings – UK", Mintel.
7. Rheinsberg, T., 2004, «Change is the Challenge is the Chance», International WTO Conference, Larnaca, October 22nd
8. Wallace, G. & Pierce, S., 1996, «An evaluation of ecotourism in Amazonas, Brazil», *Annals of Tourism Research*
9. World Tourism Organization
10. Ziffer, K., 1989, "Ecotourism: The Uneasy Alliance", Ernst. & Young, US
11. Ασπιώτης, Ν., 2005, «Οικοτουρισμός και αειφορία: η περίπτωση της Ελλάδος», Παν. Κρήτης
12. ΕΟΤ, 2005
13. ΕΣΥΕ, 2003
14. ΗΑΤΤΑ, 2005
15. Εθνική Επιτροπή Οικοτουρισμού, 2002
16. Ηγουμενάκης Ν.Γ., Κραβαρίτης Κ.Ν., Λύτρας Π.Ν., 2000, «Εισαγωγή στον τουρισμό», Interbooks, Αθήνα
17. Καραμέρης, Α., 2006, «προϋποθέσεις και προοπτικές ανάπτυξης οικοτουρισμού», Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο
18. Κούτουλας, Δ., Σταυρινούδης, Θ., 2006, Διαχρονική εξέλιξη και στρατηγικές κατευθύνσεις ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού σε

συνθήκες διεθνούς επέκτασης και γιγάντωσης των Ευρωπαίων tour operator», Έκδοση Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων – Πανεπιστημίου Αιγαίου.

19. Σφακιανάκης, Μ., 2000, «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδόσεις Έλλην
20. Σωτηριάδης Μ., 2001, «Ταξιδιωτικά Πρακτορεία Incoming και Outgoing», Εκδόσεις Προπομπός
21. The international ecotourism society, 1994
22. Τσάρτας Π., 1996, “Αειφορική Ανάπτυξη και Τουρισμός: Προβληματισμοί και Προτάσεις για έναν Διαφορετικό Τύπο Τουριστικής Ανάπτυξης”, εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα.
23. Τσάρτας, Π., 1996, «Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό», Εξάντας
24. Χυτήρης Λ., 1995, “Τουριστικά Πρακτορεία -Ίδρυση – Οργάνωση – Λειτουργία” Εκδόσεις Προπομπός
25. <http://www.acadimotravel.gr>
26. <http://www.manassis.gr>
27. <http://www.signature.gr>
28. <http://www.travellink.gr>
29. <http://www.thomson.co.uk/destinations/the-americas/united-states-of-america/florida/charlotte-harbour/guide-to-charlotte-harbour.html>
30. <http://www.thomson.co.uk/destinations/europe/portugal/algarve/moncarapacho/hotels/hotel-casa-da-calma.html>
31. <http://www.filoxenia.co.uk/walking/guides/alpsmed.htm>
32. http://gorptravel.away.com/xnet/one-product.tcl?product_id=118410
33. http://gorptravel.away.com/xnet/one-product.tcl?product_id=130490
34. http://gorptravel.away.com/xnet/one-product.tcl?product_id=128430
35. http://gorptravel.away.com/xnet/one-product.tcl?product_id=133030
36. http://gorptravel.away.com/xnet/one-product.tcl?product_id=132970
37. http://gorptravel.away.com/xnet/one-product.tcl?product_id=133070
38. http://gorptravel.away.com/xnet/one-product.tcl?product_id=114470
39. <http://untamedpath.com/ecotourism/guidelines.html>
40. <http://australiazootravel.com.au>
41. http://cen-rce.org/international/CENIP_Ecotourism_guide.pdf