



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΠΑΤΡΑΣ**

ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ :ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΘΕΜΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ: ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ
ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΤΡΕΖΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΜΟΥΡΜΟΥΡΗ ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ

ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΓΑΛΑΝΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ

ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2009

Περιεχόμενα

Μεθοδολογία.....	3
Εισαγωγή.....	4
Μέρος Α.	
Κεφάλαιο 1. Γενικά στοιχεία τουρισμού και οικολογίας.	
1.1 Εννοιολογική οριοθέτηση και ιστορική εξέλιξη του τουρισμού....	8
1.2 Σπουδαιότητα του τουρισμού.....	10
1.3 Εννοιολογική οριοθέτηση και ιστορική εξέλιξη της οικολογίας....	12
1.4 Σπουδαιότητα της οικολογίας και παγκόσμια πολιτική.....	14
1.5 Οικοτουρισμός: Μια πρόκληση για το μέλλον.....	15
1.6 Σπουδαιότητα του Οικοτουρισμού.....	17
1.7 Λόγοι που ενδυναμώνουν την άποψη για τουρισμό σε οικολογικά πλαίσια.....	18
1.8 Ευρωπαϊκός και Ελληνικός Τουρισμός.....	22
1.9 Αξιολογώντας το Τουριστικό Περιβάλλον της Ελλάδας.....	23
Κεφάλαιο 2. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.	
2.1 Εναλλακτικός Τουρισμός-Ιστορική αναδρομή.....	25
2.2 Τουρισμός και Πολιτισμός.....	26
2.3 Αγροτικός Τουρισμός.....	28
2.4 Οικολογικός Τουρισμός.....	30
2.5 Τουρισμός Υγείας.....	33
2.6 Επαγγελματικός Τουρισμός.....	36
2.7 Τουρισμός και Νερό.....	38
2.8 Ορεινός Τουρισμός.....	40
2.9 Θρησκευτικός Τουρισμός.....	42
2.10 Αθλητικός Τουρισμός.....	44
2.11 Τουρισμός και Εποχικότητα.....	46
2.12 Τουρισμός και Περιβάλλον.....	46
2.12.1 Πολιτικές της Ε.Ε για την βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού και την προστασία του περιβάλλοντος.....	48

2.12.2 Φορείς και μέσα άσκησης πολιτικής για τον τουρισμό και το περιβάλλον.....50

2.12.3 Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας–«Πράσινα νησιά» στο Αιγαίο.....58

Μέρος Β.

Κεφάλαιο 3. Οι τουριστικοί προορισμοί και οι προοπτικές του οικοτουρισμού στην Ελλάδα.

3.1 Ο τουριστικός προορισμός.....63

3.1.2 Τα χαρακτηριστικά των τουριστικών προορισμών.....64

3.2 Παράγοντες που προσδιορίζουν την δυναμική των τουριστικών προορισμών.....65

3.3 Παράγοντες ελκυστικότητας τουριστικών προορισμών.....75

3.4 Τα σημεία διαμόρφωσης του βιώσιμου τουρισμού.....78

3.5 Κοινωνία, οικονομία και βιώσιμος τουρισμός.....83

3.6 Σημεία και φορείς τουριστικής προβολής της Ελλάδας.....89

3.7 Σημεία της Ελλάδας που θα μπορούσαν να αναδείξουν οικολογικά θέματα και να τα εκμεταλλευθεί ο τουρισμός.....101

3.8 Προοπτικές του οικοτουρισμού και γενικότερα του τουρισμού σε συνδυασμό με την οικολογία.....107

3.9 Προτάσεις μας για ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού και συμπεράσματα.....112

3.10 Προτάσεις για πιστοποίηση και βιώσιμο τουρισμό.....119

3.11 Ορισμοί για την ποιότητα και προτάσεις.....126

Παράρτημα.....136

Βιβλιογραφία.....140

Μεθοδολογία

Αντικείμενο αυτής της εργασίας είναι η ανάλυση του Ελληνικού τουρισμού, η ανάλυση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και ειδικότερα του οικοτουρισμού, οι προοπτικές ανάπτυξης ενός οικολογικού αλλά και βιώσιμου τουρισμού στην χώρα μας με στόχο την ανάδειξη της Ελλάδας σε ισχυρό και ανταγωνιστικό προορισμό ανάμεσα στα υπόλοιπα ευρωπαϊκά κράτη.

Τα στοιχεία, τα οποία αναφέρονται προέρχονται κυρίως από ελληνική βιβλιογραφία, από άρθρα από το διαδίκτυο καθώς και από περιοδικά. Η παρούσα εργασία είναι χωρισμένη σε δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος γίνεται αναφορά στους λόγους που ενδυναμώνουν την άποψη του τουρισμού σε οικολογικά πλαίσια και στην αξιολόγηση του Ελληνικού τουριστικού περιβάλλοντος. Εν συνεχεία αναλύονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως: ο αγροτικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο επαγγελματικός τουρισμός, ο τουρισμός και το περιβάλλον, ο τουρισμός και ο αθλητισμός, ο τουρισμός και το νερό, ο ορεινός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο τουρισμός και η εποχικότητα καθώς και ο πολιτιστικός τουρισμός.

Στο δεύτερο μέρος παρουσιάζονται οι παράγοντες που προσδιορίζουν τη δυναμική και την ελκυστικότητα των τουριστικών προορισμών, τα σημεία διαμόρφωσης του βιώσιμου τουρισμού, οι φορείς τουριστικής προβολής της Ελλάδας, τα σημεία της χώρας μας που θα μπορούσαν να αναδείξουν οικολογικά θέματα και οι προοπτικές του τουρισμού σε συνδυασμό με την οικολογία. Τέλος, παρουσιάζονται τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την συγκεκριμένη εργασία καθώς και προτάσεις για μια συντονισμένη και ισορροπημένη ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού, προτάσεις για πιστοποίηση και βιώσιμο τουρισμό και προτάσεις για την ποιότητα.

Εισαγωγή

Ο τουρισμός αποτελεί για ορισμένες χώρες μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα, η οποία συμβάλλει καθοριστικά στην οικονομική τους ανάπτυξη αφού δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, μειώνει την ανεργία και την οικονομική μετανάστευση και βελτιώνει τις προοπτικές για κέρδος μέσα από επαγγελματική τουριστική κατάρτιση, επιχειρηματική ανάπτυξη και οργανωτικές δεξιότητες.

Επιπλέον, σε περιπτώσεις που η τουριστική βιομηχανία υποστηρίζει τη δημιουργία κοινοτικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών, οι οποίες δεν θα είχαν αλλιώς τη δυνατότητα να αναπτυχθούν, τότε μπορεί να αποφέρει υψηλότερα σπάντα στον προορισμό αλλά και να λειτουργήσει ως όφελος για τους μόνιμους κατοίκους. Στις ωφέλειες περιλαμβάνονται οι αναβαθμισμένες υποδομές, οι βελτιώσεις σε θέματα υγιεινής και συγκοινωνιών, οι νέες αθλητικές και αναψυχικές εγκαταστάσεις, τα εστιατόρια και οι δημόσιοι χώροι καθώς και μια μαζική εισροή καλύτερης ποιότητας αγαθών και ειδών διατροφής.

Άλλος τομέας που επηρεάζεται από την τουριστική διαδικασία είναι ο κοινωνικός. Αδιαμφισβήτητα, ο τουρισμός αποτελεί μέσο διάδοσης πληροφοριών σχετικών με τα ήθη, τα έθιμα και τρόπο ζωής των διαφορετικών πολιτισμών του πλανήτη μας και συνεισφέρει θετικά στην γνωριμία των λαών και την ειρηνική συνύπαρξή τους.

Ακόμα, είναι σημαντικό να επισημάνουμε τις θετικές επιδράσεις που διαπιστώνουμε στο φυσικό περιβάλλον. Οι απαιτήσεις των τουριστών για καθαρό περιβάλλον, καθαρό νερό και υγειονομικά συστήματα αποχέτευσης, ενθαρρύνουν τη δημιουργία έργων υποδομής που ωφελούν ταυτόχρονα τους μόνιμους κατοίκους των τουριστικών περιοχών.

Όμως εκτός από τις θετικές επιδράσεις, η ανάπτυξη του τουρισμού σε ορισμένο τόπο και χρόνο ασκεί και αξιοσημείωτες δυσμενείς επιδράσεις σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντολογικό επίπεδο. Στον οικονομικό τομέα, αρκετές είναι οι περιπτώσεις όπου μεγάλο μερίδιο των εσόδων από τις δραστηριότητες του τουρισμού καταλήγει σε πολυεθνικούς τουριστικούς

πράκτορες, σε εισαγωγές αγαθών που επιθυμούν οι ξένοι τουρίστες, σε εισιτήρια πολυεθνικών εταιριών ή σε αλυσίδες πολυεθνικών ξενοδοχειακών μονάδων, με αποτέλεσμα αξιοσημείωτο ποσοστό από τα οικονομικά οφέλη των τουριστών να διαφεύγουν από την τοπική οικονομία χωρίς να συνεισφέρουν στην αναβάθμισή της.

Σε κοινωνικό επίπεδο, ο δυτικός τρόπος ζωής και τα έντονα καταναλωτικά πρότυπα που συχνά προβάλλουν οι τουρίστες επηρεάζουν, φέρνουν αλλαγές και σύγχυση στις συνήθειες και τους ρυθμούς ζωής των τοπικών κοινωνιών υποβαθμίζοντας ή καταστρέφοντας την σημασία της τοπικής κουλτούρας. Ζωντανό παράδειγμα για μας τους Έλληνες οι αλλαγές που προκλήθηκαν σε αξίες, ήθη και έθιμα ελληνικών περιοχών ύστερα από την τουριστικοποίησή τους. Επιπλέον, έχει παρατηρηθεί ότι τα ποσοστά εγκληματικότητας και σεξουαλικής εκμετάλλευσης αυξάνονται με την αύξηση και την αστικοποίηση μιας περιοχής.

Όσον αφορά το φυσικό περιβάλλον, η απαίτηση για διαφορετική εκμετάλλευση της ελεύθερης γης (παραθαλάσσιας ή ορεινής) με σκοπό τη δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων που εξυπηρετούν τις ανάγκες των επισκεπτών, καταλήγει συχνά στην εξαφάνιση της βιοποικιλότητας των τουριστικών περιοχών και την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντός τους. Επιπροσθέτως, η αυξημένη ζήτηση για αγαθά πρώτης ανάγκης (π.χ. νερό) και πηγές ενέργειας (π.χ. ηλεκτρισμός, καύσιμες ύλες κ.λ.π.) κατά τη διάρκεια των τουριστικών περιόδων αυξάνει τις ελλείψεις αυτών των αγαθών δημιουργώντας προβλήματα στις σχέσεις μονίμων κατοίκων και τουριστικής βιομηχανίας.

Από τις παραπάνω επισημάνσεις φαίνεται ότι οι αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού είναι δυνατόν να βλάψουν μακροχρόνια τον ίδιο τον τουρισμό. Το «παρθένο» φυσικό περιβάλλον και οι πολιτισμικές δραστηριότητες (αξιοθέατα, ήθη, έθιμα κ.λ.π.) ενός τόπου είναι οι αιτίες που τον καθιερώνουν ως τουριστικό προορισμό. Η υποβάθμιση αυτών των στοιχείων καταλήγει αντίστοιχα στην ανάλογη υποβάθμιση της τουριστικής δραστηριότητας.

Οι αρνητικές αυτές επιπτώσεις ανέδειξαν την ανάγκη για την ύπαρξη και την ανάπτυξη των ήπιων μορφών τουρισμού, με σκοπό τον σεβασμό των τοπικών ιδιαιτεροτήτων, καθώς και σε μια ισορροπημένη σχεδίαση ανάμεσα στο περιβάλλον, στην οικονομία, στην κοινωνία και στον πολιτισμό. Η στροφή

προς τον εναλλακτικό τουρισμό θα επιτευχθεί εάν και μόνο οι οικολογικές απαιτήσεις αποδειχθεί ότι εξυπηρετούν και τις μακροπρόθεσμες οικονομικές επιδιώξεις μιας περιοχής. Οικονομία και οικολογία οφείλουν να βαδίσουν χέρι χέρι στον τουριστικό τομέα, εγκαταλείποντας τις επιταγές της μέχρι σήμερα άλογης, χωρίς όρια ανάπτυξης.

Ο οικοτουρισμός αποτελεί μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού, ο οποίος γνωρίζει σημαντική ανάπτυξη παγκοσμίως. Πρόκειται για ένα νέο είδος τουρισμού που συνδέει τον ελεύθερο χρόνο του μετακινούμενου με την περιήγηση, την ανάγνωση νέων χωρών, την ανακάλυψη άλλων τρόπων ζωής και την εξερεύνηση της φύσης. Πρόκειται για την αναβίωση ενός νέου είδους γεωγραφικής ανακάλυψης, που ξεφεύγει από τη μαζικότητα και την τυποποίηση.

Παρόλα αυτά, οι προσπάθειες για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού στην χώρας μας είναι ευκαιριακές, ασυντόνιστες και συνοδεύονται από αυθαιρεσίες. Τα προβλήματα αυτά μπορούν να ξεπεραστούν ώστε ο οικοτουρισμός να λειτουργήσει θετικά και στην Ελλάδα, μόνο μέσω προσεχτικά σχεδιασμένων και συντονισμένων ενεργειών, δημιουργία νομοθετικών διατάξεων και κανονισμών αλλά και συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα.

Αν ο οικοτουρισμός συνδέεται με την επιστροφή στη φύση και της ιστορίας, είναι αυτονόητο ότι μαζί του συμβαδίζουν μια σειρά αειφόρων πρακτικών: ορθολογική διαχείριση των φυσικών πόρων μιας περιοχής, καλή ποιότητα περιβάλλοντος, σεβασμός στις παραδόσεις και την ιστορία, ξενοδοχειακές μονάδες μικρής κλίμακας αλλά υψηλής αισθητικής και ενεργειακά αυτόνομες κ.λπ. Αυτές οι οικολογικές πρακτικές απαιτούν την «ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής πολιτικής στην πολιτική τουριστικής ανάπτυξης», και τούτο απαιτεί έναν καθολικό ανασχεδιασμό «τουριστικού προϊόντος», αλλά και ολότελα νέες κοινωνικές παραδοχές και αξίες.

Μέρος Α΄

Κεφάλαιο 1

Κεφάλαιο 2

1.1 Εννοιολογική οριοθέτηση και ιστορική εξέλιξη του τουρισμού

Ο τουρισμός προέρχεται από τη γαλλική λέξη "tour", που έχει την σημασία του τριγυρίζω. Αποτελεί την πρόσκαιρη διακίνηση ατόμων από το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής σε άλλο, με σκοπό την ψυχική ευχαρίστηση.

Το στοιχείο της μετακίνησης αποτελεί ένα θέμα το οποίο απαιτεί προσέγγιση σε σχέση με το χρόνο που διαρκεί. Συνηθίζεται να θεωρείται τουριστική η μετακίνηση η οποία έχει διάρκεια τουλάχιστον είκοσι τέσσερις ώρες ενώ το maximum διάρκειας ενός τουριστικού ταξιδιού θεωρείται το εξάμηνο, ενώ κατ' άλλους το έτος. Σε κάθε περίπτωση όμως, κατά τη διάρκεια του ταξιδιού πρέπει να υπάρχει οπωσδήποτε η προδιάθεση επανόδου του ατόμου στον τόπο της μόνιμης διαβίωσης.

Ο σκοπός του ταξιδιού είναι κάτι το υποκειμενικό. Για να ονομάσουμε όμως έναν άνθρωπο τουρίστα, μια από τις κυριότερες αιτίες που τον οδήγησαν στο τουριστικό ταξίδι πρέπει να είναι η ψυχική ευχαρίστηση, η οποία μπορεί να έχει τη μορφή της ηρεμίας, της ξεκούρασης, της ανάληψης δυνάμεων, της ψυχαγωγίας, της παρακολούθησης καλλιτεχνικών ή αθλητικών εκδηλώσεων, της δημιουργίας νέων γνωριμιών, της ανάπτυξης των ανθρωπίνων σχέσεων, κ.λπ.

Ο τουρισμός στην Αρχαία Ελλάδα, αρχικά, δεν ήταν διαδεδομένο φαινόμενο. Ο τουρίστας ήταν άνθρωπος κοσμογυρισμένος, με πληθώρα πληροφοριών γι' άλλες κοινωνίες και πολιτισμούς γεγονός που τον έκανε πρόσωπο περιζήτητο στον τουριστικό προορισμό. Όταν οι τουρίστες πολλαπλασιάστηκαν σε αριθμό, τότε χάθηκε το πλεονέκτημα της κατά περίπτωση μοναδικότητάς τους.

Στην περίοδο της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας υπήρχε τουριστική κίνηση για επαγγελματικούς ή θρησκευτικούς λόγους, παρακολούθηση αγώνων κι άλλων θεαμάτων, για λόγους υγείας, για ψυχαγωγία ή περιέργεια. Η ρωμαϊκή αυτοκρατορία κατασκεύασε ένα πρωτοποριακό και τεράστιο οδικό δίκτυο, ενώ ταυτόχρονα οι μετακινήσεις έγιναν περισσότερο ασφαλείς. Αποτέλεσμα ήταν η αύξηση της τουριστικής κίνησης και οι ανάλογες πολιτισμικές αλληλεπιδράσεις

των λαών. Ο τουρισμός της εποχής εξυπηρέτησε αποφασιστικά την πολιτισμική αναβάθμιση των περισσότερο απολίτιστων περιοχών της εποχής.

Στο Μεσαίωνα διατηρήθηκε κάποια μορφή τουριστικής δραστηριότητας, κυρίως για θρησκευτικούς και επαγγελματικούς λόγους.

Την εποχή της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας ήταν εύκολο να γίνουν τεράστια ταξίδια χωρίς διατυπώσεις. Από την Περσία μέχρι την Ισπανία κι από την Ουγγαρία μέχρι την Αίγυπτο, παρουσιάστηκε έντονη, για την εποχή, διάθεση για ταξίδια.

Στο μεσοπόλεμο οι Άγγλοι αριστοκράτες θεωρούσαν τον τουρισμό βασικό στοιχείο της εκπαίδευσης και μόρφωσής τους. Αυτή η άποψη επικράτησε σε όλη την πολιτισμένη δυτική και βόρεια Ευρώπη.

Μια από τις πιο σημαντικές εξελικτικές φάσεις του τουρισμού, θεωρείται αυτή του «εκδημοκρατισμού» του, η οποία τοποθετείται χρονολογικά αμέσως μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου πολέμου. Το φαινόμενο του τουρισμού παρουσίασε έξαρση. Ο τουρισμός από προνόμιο των πλουσίων και της αριστοκρατίας άρχισε βαθμιαία, αλλά σταθερά να γίνεται δικαίωμα των εργαζομένων και γενικότερα των μη προνομιούχων.

Ταυτόχρονα οι κοινωνίες ανέπτυξαν πολιτιστικά στοιχεία, τα οποία συμπεριέλαβαν το ταξιδιωτικό φαινόμενο και τα ταξίδια έγιναν περισσότερο ασφαλή. Σε αυτή την χρονική περίοδο παρουσιάστηκε επίσης το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού. Προφανώς υπήρχαν πολλοί ενδιαφερόμενοι για τουρισμό, ενώ ταυτόχρονα υπήρχαν οι κατάλληλες συνθήκες για ανέμελα ταξίδια. Ο τουρισμός λοιπόν, από τη μεταπολεμική περίοδο, έπαιρνε πλέον την διαδρομή που θα τον έφερνε στη σημερινή του μορφή. Με την πάροδο των ετών παρουσιάστηκε ένα είδος ταξιδιώτη ο οποίος ταξίδευε για να ξεκουραστεί και αυτός είναι ο τουρίστας με την έννοια που έχει σήμερα. (Ρούπας-Λαλούμης 1998)

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι στην ανάπτυξη του τουρισμού καθοριστικό ρόλο έπαιξε και η τεχνολογική εξέλιξη των μεταφορικών μέσων, η αύξηση του κατά κεφαλήν εθνικού εισοδήματος, η βελτίωση των συνθηκών απασχόλησης και όρων αμοιβής των εργαζομένων, η εξασφάλιση κοινωνικών παροχών στις οικονομικά ασθενέστερες τάξεις του πληθυσμού, η απλούστευση των διατυπώσεων στις μετακινήσεις των ανθρώπων μεταξύ των διαφόρων

χωρών, η ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων και η διεθνοποίηση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. (Ηγουμενάκης, 1999).

1.2 Σπουδαιότητα του τουρισμού

Τα πλεονεκτήματα που παρέχει ο τουρισμός σε μια χώρα-δέκτη θα μπορούσαν να είναι τα παρακάτω:

(α) Είναι ένας σημαντικός παράγοντας κοινωνικής προσέγγισης ανθρώπων από διαφορετικές περιοχές, με διαφορετική γλώσσα και συνήθειες.

(β) Αποτελεί σημαντικό παράγοντα **οικονομικής ανάπτυξης**, διότι:

- Αυξάνει τη μετατροπή αγροτικών περιοχών σε αστικές. Ο τουρισμός δημιουργεί τις αιτίες για βελτίωση της γενικής υποδομής της περιοχής με την κατασκευή οδικού δικτύου, λιμανιών, αεροδρομίων, καλλωπιστικών έργων, κ.λπ. Ταυτόχρονα αυξάνει την οικονομική δραστηριότητα για το κτίσιμο ξενοδοχείων, επιπλωμένων δωματίων, καταστημάτων κι άλλων τουριστικών επιχειρήσεων. Επίσης οδηγεί στη συγκέντρωση ατόμων σ' απομακρυσμένες περιοχές.
- Ενεργοποιεί βιομηχανίες που συνδέονται με τις τουριστικές υπηρεσίες, όπως οι βιομηχανίες μεταφορών, διαμονής (ξενοδοχεία, πανδοχεία, τουριστικά χωριά, κατασκηνωτικοί χώροι, κ.λπ.), ξενοδοχειακού εξοπλισμού, χειροτεχνίας κ.ο.κ.
- Αυξάνει τη ζήτηση στην αγροτική παραγωγή, λόγω της αύξησης στην κατανάλωση.
- Μεγαλώνει την αγορά διακίνησης εγχώριων αγαθών, όπως είδη τροφίμων, ποτών κ.λπ.
- Εξασφαλίζει στο κράτος την εισαγωγή συναλλάγματος, που είναι αναγκαίο για τη μείωση του ελλείμματος στον προϋπολογισμό, μ' ευνοϊκό αποτέλεσμα για την εθνική οικονομία.

- Επιδρά ευνοϊκά στην απασχόληση στη χώρα, διότι αυξάνει τις διαθέσιμες θέσεις εργασίας με νέες δουλειές σε ξενοδοχεία κι άλλους χώρους διαμονής, σε ταξιδιωτικά γραφεία, σε βιομηχανίες χειροτεχνίας και αναμνηστικών, στον κλάδο των ξεναγών και διερμηνέων κ.λπ.
- Είναι ένας από τους αποτελεσματικότερους παράγοντες αναδιανομής στις διεθνείς οικονομικές σχέσεις. Δεδομένου ότι τα ταξίδια είναι μια κοινωνική δραστηριότητα επιπρόσθετου εισοδήματος, η ροή διεθνούς τουρισμού συνήθως κατευθύνεται από τις πλουσιότερες χώρες προς τις λιγότερο προνομιούχες. Μια ουσιαστική μερίδα διεθνούς τουρισμού κατευθύνεται προς αναπτυσσόμενες χώρες που είναι ίσως περισσότερο ελκυστικές, επειδή δεν έχουν ακόμη καταστραφεί από τη βιομηχανοποίηση. Έτσι ο τουρισμός αναδιανέμει κεφάλαια ανάμεσα στις ανεπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες.
- Βοηθά στην ανάπτυξη των απομονωμένων περιοχών της χώρας, οι οποίες έχουν βέβαια κάποια τουριστική σημασία.
- Απαιτεί σχετικά χαμηλές επενδύσεις κεφαλαίων, σε σχέση με τη ροή εισοδήματος που επιτυγχάνει.
- Διαμορφώνει μια ειδική μορφή αγοράς «εξαγωγών», στην οποία ο καταναλωτής έρχεται σε αναζήτηση του προϊόντος.
- Το προϊόν που πωλείται είναι κυρίως υπηρεσίες κι άυλα αγαθά (καλός καιρός, φυσικές καλλονές, υπάρχουσες ιστορικές τοποθεσίες), που προφανώς έχουν απεριόριστες δυνατότητες, η δε απόδοσή του εξαρτάται από τη συμπληρωματική υποδομή και την προώθηση πωλήσεων.
- Είναι ένας κλάδος που συνεχώς επεκτείνεται.

(γ) Ο διεθνής τουρισμός θεωρείται προωθητής της διεθνούς κατανόησης και μέσο ανακούφισης των πολιτικών εντάσεων, διότι όταν άνθρωποι από διαφορετικές εθνικότητες συναντιόνται και βλέπουν τη ζωή των άλλων στην πατρίδα τους, είναι ευκολότερο να καταλάβουν οι μεν τους δε κι αντίστροφα.

(δ) Ο τουρισμός παίζει ένα θεραπευτικό ρόλο στην υγεία των ανθρώπων. Η αλλαγή χώρου και κλίματος και η απομάκρυνση από τα προβλήματα επανενεργοποιεί τη φυσική αντίσταση και μειώνει σε μεγάλο βαθμό τη νευρική ένταση. Ακόμη περισσότερο τα ταξίδια σε κέντρα υγείας και οι θεραπευτικές διαδικασίες σε διαφορετικό περιβάλλον αποδείχθηκε ότι

έχουν ευνοϊκά αποτελέσματα σε ορισμένες ασθένειες. (Ρούπας-Λαλούμης,1998).

1.3 Εννοιολογική οριοθέτηση και ιστορική εξέλιξη της οικολογίας

Τον όρο «Οικολογία» επινόησε ο Γερμανός βιολόγος Ernest Haeckel το 1866, συνθέτοντας τις ελληνικές λέξεις «οίκος» και «λόγος». Ο ίδιος όρισε την Οικολογία ως «επιστήμη της σχέσεως των οργανισμών με το περιβάλλον» χωρίς να επεξεργαστεί περισσότερο αυτή την ιδέα του.

Το πρώτο οικολογικό εγχειρίδιο γράφτηκε το 1895 από έναν Δανό βοτανολόγο, τον Eugenius Warming, ο οποίος αναφέρεται ως ο θεμελιωτής της σύγχρονης οικολογίας.

Πρόδρομος της επιστήμης θεωρείται ο μαθητής του Αριστοτέλη Θεόφραστος, ο οποίος περιέγραψε τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των ζώων καθώς και μεταξύ των ζώων και του περιβάλλοντός τους, ήδη από τον 4^ο αιώνα π.Χ. (Ramalay,1940).

Η Οικολογία θεωρείται συνήθως κλάδος της βιολογίας, της γενικής επιστήμης που μελετά τους οργανισμούς. Τα κύρια γνωστικά αντικείμενα της Οικολογίας είναι η μελέτη των οργανισμών στο επίπεδο των κοινοτήτων και των οικοσυστημάτων καθώς και στο επίπεδο του συνόλου της βιόσφαιρας.

Επειδή επικεντρώνεται στα υψηλότερα επίπεδα οργάνωσης της ζωής και στις αλληλεπιδράσεις μεταξύ οργανισμών και του περιβάλλοντός τους, βασίζεται σε πολλούς άλλους επιστημονικούς κλάδους, ιδιαίτερα στη γεωλογία, τη μετεωρολογία, την εδαφολογία, τη χημεία και τη φυσική. Γι' αυτό η Οικολογία θεωρείται **ολιστική** επιστήμη.

Η διατήρηση της βιοποικιλότητας και άλλοι ανάλογοι οικολογικοί στόχοι αποτελούν την επιστημονική βάση για την έκφραση των στόχων του οικολογικού κινήματος, ενώ η οικολογική επιστήμη βοηθά στην αντιμετώπιση των οικολογικών προβλημάτων παρέχοντας επιστημονικές μεθοδολογίες, μετρήσεις και ορολογία. Επιπροσθέτως, η ολιστική θεώρηση της φύσης

αποτελεί κύριο πυλώνα τόσο της οικολογικής επιστήμης όσο και του οικολογικού κινήματος.

Κατά την διάρκεια του 18^{ου} αιώνα ο Γερμανός εξερευνητής Αλεξάντερ φον Χούμπολντ, πατέρας της Οικολογίας, ήταν ο πρώτος που μελέτησε τις σχέσεις μεταξύ των οργανισμών και του φυσικού περιβάλλοντός τους ενώ ένα από τα γνωστότερα έργα του ήταν το *Ιδέα για μια Φυτική Γεωγραφία* (1805).

Κατά τη διάρκεια του 1850 υπήρξε μια επαναστατική πρόοδος στο θέμα με την έκδοση του έργου του Δαρβίνου για την *Προέλευση των Ειδών*. Ο Άλφερντ Ράσσελ Γουάλλας ήταν ο πρώτος που πρότεινε την «γεωγραφία» των ζωικών ειδών ενώ ο όρος «βιοκοινότητες» επινοήθηκε το 1877 από τον Κάρλ Μέμπιους.

Από το 19^ο αιώνα, η Οικολογία άνθισε λόγω των νέων ανακαλύψεων στη χημεία από τον Λαβουαζιέ και τον de Saussure. Το 1875 ο Αυστριακός γεωλόγος Eduard Suess πρότεινε τον όρο «βιόσφαιρα» ενώ το 1920 ο Ρώσος γεωλόγος Vladimir I. Vernadsky, ανέλυσε λεπτομερώς την ιδέα της βιόσφαιρας. Επιπλέον, με τη βιομηχανική επανάσταση μεγάλωσαν οι πιέσεις για τον αντίκτυπο της ανθρώπινης δραστηριότητας στο περιβάλλον, με αποτέλεσμα να χρησιμοποιηθεί ο όρος «οικολόγος» στα τέλη του ίδιου αιώνα.

Το 1935 ο Αρθουρ Τάνσλεϊ, Βρετανός οικολόγος, επινόησε τον όρο «οικοσύστημα» και «βιότοπος» και έτσι η Οικολογία έγινε η επιστήμη των οικοσυστημάτων.

Μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, οι ανθρώπινες δραστηριότητες όπως η ανάπτυξη της πυρηνικής ενέργειας, η βιομηχανοποίηση, η ρύπανση, η εξαφάνιση των φυσικών πόρων σε συνδυασμό με τον υπερπληθυσμό, απειλούσαν τις οικολογικές εξελίξεις σε παγκόσμιο επίπεδο.

Από τη δεκαετία του 70' και μετά, η Οικολογία απέκτησε επίσης πολιτικό και φιλοσοφικό νόημα, καθώς υιοθετήθηκε από το οικολογικό κίνημα που εμφανίστηκε εκείνη την εποχή. Παράλληλα, άρχισαν τότε να γίνονται αισθητά τα προβλήματα της εκβιομηχάνισης, ιδιαίτερα μετά το βιβλίο της Rachel Carson «Σιωπηλή Άνοιξη» (1962), όπου για πρώτη φορά έγινε λόγος για τις παρενέργειες της χημικής γεωργίας.

Από το 19^ο αιώνα η Οικολογία σχετιζόταν με κοινωνικά και φιλοσοφικά κινήματα που αφορούσαν την προστασία του περιβάλλοντος, όπως το *κίνημα της διατήρησης* ή το *κίνημα του περιβαλλοντισμού*.

Στις μέρες μας η Οικολογία αποτελεί πολιτικό θέμα και ταυτόχρονα πηγή ιδεολογίας για αρκετούς πολιτικούς οργανισμούς, όπως το Πράσινο Κόμμα και η Greenpeace. (www.el.wikipedia.org)

1.4 Σπουδαιότητα της Οικολογίας και παγκόσμια πολιτική

Η οικολογία έγινε βασικό κομμάτι της Παγκόσμιας πολιτικής και το 1971, η UNESCO οργάνωσε ένα ερευνητικό πρόγραμμα με τίτλο «Άνθρωπος και Βίοςφαιρα», που είχε ως στόχο την αύξηση της γνώσης γύρω από την αμοιβαία σχέση μεταξύ του ανθρώπου και του περιβάλλοντος.

Το 1972, τα Ηνωμένα Έθνη διοργάνωσαν στην Στοκχόλμη με τη βοήθεια του Rene Dubos και άλλων ειδικών, την πρώτη παγκόσμια σύσκεψη για το ανθρώπινο περιβάλλον. Αυτή η σύσκεψη ήταν η προέλευση της φράσης "Think Globally, Act Locally". Το επόμενο σημαντικό γεγονός στην οικολογία ήταν η ανάπτυξη της αρχής της βίοςφαιρας και η εμφάνιση του όρου «βιολογική ποικιλία»- ή όπως την αποκαλούμε σήμερα βιοποικιλότητα- στη δεκαετία του 80'. Αυτοί οι όροι εμφανίστηκαν κατά τη διάρκεια της Earth Summit στο Ρίο ντε Τζανέιρο το 1992, όπου η έννοια της βίοςφαιρας αναγνωρίστηκε από τις μείζονες διεθνείς οργανώσεις, και οι κίνδυνοι που σχετίζονται με τη μείωση της βιοποικιλότητας αναγνωρίστηκαν δημοσίως.

Έτσι, το 1977, οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει η βίοςφαιρα αναγνωρίστηκαν διεθνώς στην σύσκεψη που οδήγησε στο Πρωτόκολλο του Κιότο. Συγκεκριμένα, αυτή η σύσκεψη επισήμανε τους αυξημένους κινδύνους - από το φαινόμενο του θερμοκηπίου- σχετικά με την αυξανόμενη συγκέντρωση των αερίων του θερμοκηπίου στην ατμόσφαιρα, που οδηγούν σε παγκόσμιες κλιματικές αλλαγές. Στο Κιότο, οι περισσότερες χώρες του κόσμου αναγνώρισαν την **σπουδαιότητα της αντιμετώπισης της οικολογίας** από μια παγκόσμια οπτική, και της ανάγκης να ληφθεί υπόψη η επίδραση της ανθρώπινης δραστηριότητας στο γήινο περιβάλλον. (www.el.wikipedia.org)

1.5 Οικοτουρισμός: Μια πρόκληση για το μέλλον

Το πρώτο συνθετικό -οίκο της λέξης «οικοανάπτυξη», παραπέμπει σε μια ανάπτυξη φιλική προς το περιβάλλον. Όμως και η σύνθετη λέξη «οικοτουρισμός» παραπέμπει σε κάτι ανάλογο μέσα στα πλαίσια του τουριστικού τομέα.

Οι τουριστικές δραστηριότητες μπορούν να διακριθούν σε δύο τύπους. Ο ένας είναι ο τουρισμός- βιομηχανία ακολουθώντας ένα προκαθορισμένο πρόγραμμα-πακέτο και ο άλλος είναι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ο οικοτουρισμός, καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα τουριστικών δραστηριοτήτων που παραμένει φιλικό προς το τοπικό φυσικό και πολιτιστικό τοπίο.

Ο οικοτουρισμός αναπτύσσεται σε οικολογικά αξιόλογες περιοχές, δεν υπερβαίνει τη 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. (Εθνική Επιτροπή Οικοτουρισμού 2002)

Ο οικοτουρισμός παρουσιάζει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Είναι μικρής κλίμακας καθώς δεν προϋποθέτει μεγάλες εγκαταστάσεις του τύπου των συγκροτημάτων. Οι επεμβάσεις μεγάλης κλίμακας προκαλούν τις περισσότερες φορές προβλήματα, των οποίων η επίλυση απαιτεί δυσβάσταχτο κόστος για την τοπική οικονομία. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι "Κουκουναριές", το στολίδι της Σκιάθου, όπου στη δεκαετία του 70' μειώθηκε η τροφοδοσία των δέντρων σε γλυκό νερό λόγω της ανεπιτυχούς τελικά προσπάθειας για την κατασκευή μεγάλης μαρίνας.
- Είναι αναπτυξιακός καθώς στηρίζει τις τοπικές παραγωγικές και πολιτιστικές δραστηριότητες. Η κατανάλωση ντόπιων αγαθών το καλοκαίρι, δίνει τη δυνατότητα απασχόλησης στους κατοίκους που διαχειμάζουν με την προϋπόθεση να υπάρχει οργάνωση στον χώρο και στο χρόνο. Παραδείγματος χάριν τα ξακουστά κεντήματα των Καρυών στη Λευκάδα μπορούν να γίνουν και το χειμώνα, ενώ τα

δαμάσκηνα της Σκοπέλου απαιτούν ένα πλεονάζον εργατικό δυναμικό στα μέσα Αυγούστου που συνήθως λείπει.

- Επεκτείνει την τουριστική περίοδο. Είναι γνωστό ότι η παράκτια ζώνη της χώρας ασφυκτιά την περίοδο Ιουλίου-Αυγούστου ενώ η μετατροπή της αγροτικής γης σε οικιστική και τουριστική ανέβασε κατακόρυφα το κόστος αγοράς γης, των υλικών και κατ' επέκταση της ζωής. Παρόλα αυτά, υπάρχουν σήμερα οι δυνατότητες ανάπτυξης ενός τουριστικού ρεύματος που θα μπορούσε να κατανεμηθεί πιο «δημοκρατικά» μέσα στο χώρο και στο χρόνο. Για παράδειγμα, οι υγροβιότοποι της Πρέσπας, της Κερκίνης και του Μεσολογγίου με μια σωστή διαχείριση, μπορούν να τραβήξουν κόσμο για ένα τμήμα τουλάχιστον των διακοπών τους. Ακόμα, στο δάσος της Δαδιάς στον Έβρο έχει δημιουργηθεί ο πρώτος ξενώνας για τους ανθρώπους που θέλουν να παρατηρήσουν τα πιο σπάνια αρπακτικά στην Ευρώπη καθώς και τα ιστορικά μονοπάτια των Ζαγοροχωριών στην Ήπειρο που προσφέρουν μοναδικές εμπειρίες ιδίως το φθινόπωρο.
- Είναι συμπληρωματική δραστηριότητα καθώς λειτουργεί παράλληλα με τον μαζικό τουρισμό και τις αγροτικές δραστηριότητες.
- Απαιτεί εξειδίκευση καθώς οι ξεναγοί, που κατά προτίμηση θα πρέπει να είναι ντόπιοι θα μπορούσαν να αποκτήσουν μια βασική παιδεία στην οικολογία, την ιστορία, τον πολιτισμό καθώς και γνώση στα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τόπος όπως δασική και γεωργική εκμετάλλευση και επάρκεια σε νερό.
- Στηρίζεται στην έρευνα. Περιοχές με έντονο φυσικό ή πολιτιστικό ενδιαφέρον μπορούν να προσελκύσουν το ενδιαφέρον Ελλήνων και ξένων ερευνητών και φοιτητών. Η επέκταση της μηχανογράφησης και των δυνατοτήτων που παρέχει η πληροφορική δίνει τη δυνατότητα αποθήκευσης, μετάδοσης και επεξεργασίας πληροφοριών κατά τρόπο που η γνώση να γίνεται άμεσα προσιτή στην επαρχία. Με αυτό τον τρόπο, οι μικρές κοινότητες που απαρτίζουν την ξεχασμένη Ελλάδα μπορούν να δραστηριοποιηθούν μέσα από την ανάκτηση της χαμένης τους ταυτότητας. (Μάργαρης ,1995)

1.6 Σπουδαιότητα του οικοτουρισμού

Η ακόλουθη λίστα παρουσιάζει ορισμένα μόνο από τα πλεονεκτήματα που αποδίδονται στον οικοτουρισμό υπέρ του παραδοσιακού μαζικού τουρισμού :

- Υψηλότερος μέσος όρος ημερήσιων δαπανών και μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής από ότι ο μαζικός τουρισμός.
- Λιγότερες απαιτήσεις σε κεφάλαια, αφού ο οικοτουρισμός απαιτεί απλούστερες υπηρεσίες που παρέχονται από τις τοπικές ενώσεις.
- Λιγότερες οικονομικές διαρροές, αφού παράγονται περισσότερες τοπικές καταναλώσεις.
- Αύξηση των θέσεων εργασίας στις αγροτικές κοινωνίες, αφού χρησιμοποιούνται περισσότερο οι τοπικοί πόροι (π.χ. κεφάλαιο και εργασία).
- Υποστηρίζεται η μόρφωση των τοπικών κατοίκων και των επισκεπτών. Αν υπάρχει έντονη εξάρτηση από τους φυσικούς πόρους μιας περιοχής και υποστηρίζεται η τοπική ενασχόληση στην τουριστική ανάπτυξη, τότε αυτό θα μπορούσε να οδηγήσει στην υψηλότερη συνειδητοποίηση των περιβαλλοντικών θεμάτων από την πλευρά των επισκεπτών και των κατοίκων.
- Λιγότερο καταστροφικές περιβαλλοντικές συνέπειες, αφού οι πόροι προστατεύονται για την μακροπρόθεσμη τουριστική ανάπτυξη.
- Λιγότερες κοινωνικές συνέπειες, αφού οι σχέσεις μεταξύ των επισκεπτών και των κατοίκων είναι περισσότερο αμφίδρομες. (Gartner, 2001)

1.7 Λόγοι που ενδυναμώνουν την άποψη για τουρισμό σε οικολογικά πλαίσια

Ο οικολογικός τουρισμός έχει ως βασικό χαρακτηριστικό την ανθρώπινη επαφή με το οικοσύστημα, είτε γιατί αυτό διαθέτει εξαιρετική ομορφιά και πρωτοτυπία είτε γιατί προκαλεί την ευαισθητοποίηση του τουρίστα και πλουτίζει τις γνώσεις του για τη λειτουργία του και τους κινδύνους που διατρέχει.

Στις μέρες μας, υπάρχει έντονο ευρωπαϊκό ενδιαφέρον για οτιδήποτε έχει σχέση με την οικολογία και το περιβάλλον. Το καλοκαίρι του 2002 οι πλημμύρες που σημειώθηκαν στην Ευρώπη ήταν οι καταστροφικότερες των τελευταίων ετών και το εν λόγω έτος χαρακτηρίστηκε Παγκόσμιο Έτος Οικοτουρισμού. Αυτονόητο βέβαια είναι ότι τα φαινόμενα αυτά οφείλονται στη διατάραξη της παγκόσμιας οικολογικής ισορροπίας.

Από τους λαούς της Ευρώπης, τη μεγαλύτερη εμπειρία στον οικολογικό τουρισμό διαθέτει η Γερμανία, με τα 13 Εθνικά πάρκα της και το ειδικό σήμα οικοτουρισμού "Vabono", που είναι ιδιαίτερα δύσκολο στην απόκτησή του και χαρακτηρίζει τουριστικές επιχειρήσεις ιδιαίτερα φιλικές στο περιβάλλον.

Μια πολύ ενδιαφέρουσα οικοτουριστική εξέλιξη σημειώνεται τα τελευταία χρόνια στην Ισλανδία, με αφορμή την απαγόρευση του κυνηγιού της φάλαινας που απασχολούντο οι κάτοικοι από το 1896. Η απόφαση της Διεθνούς Επιτροπής για τη σωτηρία της φάλαινας δεν βρήκε σύμφωνη την Ισλανδία, η οποία αποχώρησε από την επιτροπή αυτή το 1992. Τελικά, οι Ισλανδοί είδαν ότι σταματώντας το βάρβαρο κυνήγι των φαλαινών, όχι μόνο έπαψαν οι καταγγελίες της Διεθνούς Κοινότητας, αλλά και ότι η χώρα τους αναβαθμίστηκε ως τουριστικός προορισμός.

Μετατρέποντας τα φαλινοθηρικά σε φαλινο-παρατηρητήρια, οι Ισλανδοί βάζουν πλέον κάθε χρόνο στα ταμεία τους 8 εκατ. Δολάρια από το φαλινοτουρισμό, ενώ η φαλινοθηρία τους απέφερε μόλις 3 εκατ. Δολάρια. Το πιο εκπληκτικό είναι ότι σε 87 χώρες του κόσμου λειτουργεί ο φαλινοτουρισμός ως niche market και δημιουργεί έσοδα 1 δις. Δολαρίων.

Όσον αφορά τον οικότουρισμό στην Ελλάδα, το 1992 λειτούργησε το πρώτο Κέντρο Περιβαλλοντικής Ενημέρωσης στις Πρέσπες, ενώ μερικά χρόνια αργότερα εγκαινιάστηκε το φιλόδοξο Κέντρο Προστασίας Αρπακτικών Πουλιών στη Δαδιά του Έβρου. Σήμερα το Νυμφαίο, το Παρανέστι, ο Αξιός και ο Ταΰγετος αποτελούν περιοχές οργανωμένου οικότουρισμού. Στο όρος Βέρνο, λίγα χιλιόμετρα έξω από το Νυμφαίο, ο οικολογικός σύλλογος του Αρκτούρος ίδρυσε το Καταφύγιο του Λύκου.

Επιπροσθέτως, στο Παρανέστι λειτουργεί το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Ροδόπης και στην Αναβρυτή λειτουργεί το Βοτανικό και Γεωλογικό Μουσείο Ταΰγétου. Στην περιοχή Βίκου-Αώου, που έχει ανακηρυχθεί από το 1972 Εθνικός Δρυμός, λειτουργεί κέντρο ενημέρωσης του WWF ενώ στους υγρότοπους της περιοχής Αλιάκμονα-Αξιού λειτουργεί το Κέντρο Πληροφόρησης Χαλάστρας Αξιού. Η περιοχή φιλοξενεί πάνω από 215 διαφορετικά είδη πουλιών και από το πέτρινο παρατηρητήριο του Δήμου Νέας Αγαθούπολης μπορεί κανείς να κάνει bird-watching.

Ένα ελπιδοφόρο παράδειγμα προς μίμηση αποτελεί αυτό ενός ιδιόμορφου μείγματος αγρο-οικότουρισμού, που υλοποιείται στο Λασίθι της Κρήτης. Πρόκειται για το πιλοτικό πρόγραμμα LOOK (Local is OK), που υλοποιείται με τη χρηματοδότηση της Ε.Ε. εκτός από την Κρήτη στην περιφέρεια Τάμπερε της Φιλανδίας, στο Βέρμλαντ της Σουηδίας, στη Λάρνακα της Κύπρου και στην Τρίπολη του Λιβάνου.

Το πρόγραμμα προτρέπει τις μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις να παρέχουν στους πελάτες τους υψηλού επιπέδου ποιοτικές υπηρεσίες, αναδεικνύοντας παράλληλα τα τοπικά -οικολογικής και πολιτιστικής διάστασης- χαρακτηριστικά της περιοχής. Διαχειριστής του προγράμματος αυτού είναι η τοπική αυτοδιοίκηση, που μέσω της συμμετοχής της εμπλουτίζει τις εμπειρίες και την τεχνογνωσία της. Μακροπρόθεσμος στόχος του προγράμματος είναι να βοηθηθούν και να αναπτυχθούν τουριστικά οι λιγότερο προνομιούχες περιοχές.

Έχουν μεγάλο ενδιαφέρον τα τουριστικά προγράμματα που προσφέρουν οι συγκεκριμένες περιοχές στον ξένο επισκέπτη ο οποίος αναζητά διαφορετικές εμπειρίες:

- Στην **Ελλάδα**, σε ένα ταξίδι που ονομάζεται «Μια εβδομάδα ως Κρητικός», οι εκδρομείς έχουν την ευκαιρία να απολαύσουν την περίφημη Κρητική διατροφή, να μάθουν παραδοσιακούς χορούς, αγγειοπλαστική και ζωγραφική. Τέλος, να ακολουθήσουν τα μονοπάτια των βουνών, να γνωρίσουν τους τρόπους καλλιέργειας, το μάζεμα της σοδειάς και τη μελισσοκομία.
- Στην **Κύπρο**, ο επισκέπτης που αναζητά νέα ενδιαφέροντα έχει να επιλέξει ανάμεσα σε μαθήματα αγγειοπλαστικής, ψαρέματος με καΐκια και χορού. Θα ψωνίσει στην τοπική αγορά, θα περιπλανηθεί στην κυπριακή ύπαιθρο συμμετέχοντας σε πικνίκ, θα γνωρίσει τη ζωή του αγρότη μένοντας σε αγρόκτημα, ενώ θα επισκεφθεί παραδοσιακά καφενεία και εστιατόρια. «Εμπειρίες από τη λαϊκή παράδοση» τιτλοφορείται η πρόταση της Κύπρου.
- Στο **Λίβανο**, μια ομάδα ντόπιων επιχειρήσεων δημιουργεί ένα νέο προϊόν σε ενδιαφέροντα σημεία επίσκεψης στην παλιά πόλη της Τρίπολης. Ο ταξιδιώτης μπορεί να επισκεφθεί σαπωνοποιεία και μαγαζιά με βότανα της Ανατολής, να δοκιμάσει τα περίφημα ανατολίτικα σιροπιαστά γλυκά, να ψωνίσει στο παζάρι, κυρίως όμως να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι στην ιστορία του Λιβάνου, να επισκεφθεί το σπίτι του Χαλίλ Γκιμπράν, τους περίφημους κέδρους του Λιβάνου και τους τόσο σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους. «Ιστορία και παράδοση» τιτλοφορείται το λιβανέζικο πρόγραμμα.
- Στη **Φιλανδία** οι ταξιδιώτες θα δοκιμάσουν «Εμπειρίες σε φάρμες και στη φύση». Θα δοκιμάσουν τη ζωή σε μια αρκτική φάρμα όπως οι Φιλανδοί αγρότες, θα δουν τη ζωή στο Αρχιπέλαγος την εποχή των Βίκινγκς και σήμερα, θα ταξιδέψουν με βάρκες και έλκηθρα στην παγωμένη λίμνη και θα κάνουν σάουνα.
- Στη **Σουηδία** οι ταξιδιώτες θα δοκιμάσουν «Εμπειρίες στην ύπαιθρο». Ο ταξιδιώτης μπορεί να συμμετάσχει σε μια σειρά φυσιολατρικών δραστηριοτήτων όπως ψάρεμα, κανό και σαφάρι. Θα γνωρίσει τον τρόπο που ναυπηγούσαν τα πλοία τους οι Βίκινγκς, θα περάσει το βράδυ σε ένα νησί-μοναστήρι και θα γευτεί τα παραδοσιακά σουηδικά φαγητά στον μπουφέ παλιών αρχοντικών. (Σιταράς-Τζένος,2004)

Τα τελευταία χρόνια το πρότυπο του μαζικού τουρισμού διακοπών δημιουργεί περισσότερες αρνητικές επιπτώσεις στους τουριστικούς προορισμούς, αφού χαρακτηρίζεται από επενδύσεις μεγάλης κλίμακας και λιγότερη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στην αναπτυξιακή διαδικασία, την εποχικότητα της ζήτησης με αιχμή το καλοκαίρι, ενώ είναι πολύ καθοριστική η σημασία του στην παραγωγική δομή της περιοχής, που έχει ως αποτέλεσμα σχεδόν το σύνολο των υπολοίπων κλάδων να εξαρτώνται σταδιακά από τον τουρισμό και επιπλέον οι συχνά δυσμενείς επιπτώσεις της ανάπτυξής του στο περιβάλλον (Ανδριώτης,2005).

Τα παραπάνω προβλήματα και η αυξανόμενη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του πληθυσμού γενικά ή της τουριστικής αγοράς ειδικότερα και οι στόχοι για μια βιώσιμη και αειφόρο τουριστική ανάπτυξη που επιδιώκουν διάφοροι ιδιωτικοί και δημόσιοι φορείς είναι οι κυριότεροι προωθητικοί παράγοντες των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. (οικοτουρισμός, αγροτουρισμός) (Κομίλης,2001).

Η γεωγραφική θέση της Ελλάδας και οι ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες σε συνδυασμό με τον πολιτισμό και την ιστορία της συνέβαλαν σημαντικά στην τουριστική της ανάπτυξη. Το ελληνικό τοπίο αποτελεί έναν ιδανικό συνδυασμό βουνών και θάλασσας και μαζί με τα πολυάριθμα νησιά προσδίδουν στη χώρα σημαντικά πλεονεκτήματα τουλάχιστον όσον αφορά τον Ευρωπαϊκό χώρο. Επιπλέον, η έντονη διαφοροποίηση των συνθηκών του φυσικού περιβάλλοντος σε συνδυασμό με την επίδραση ενός πλήθους ιστορικών, πολιτιστικών και κοινωνικών παραγόντων καθώς και τεχνολογικών εξελίξεων έχουν ως αποτέλεσμα τη διαμόρφωση μιας μεγάλης ποικιλομορφίας τουριστικών δομών.

Ιδιαίτερα, η κλιματική διαφοροποίηση (περιοχές με μεσογειακό, εύκρατο και ηπειρωτικό κλίμα), καθώς και οι μεγάλες διαφορές από πλευράς γεωμορφολογικών και υδρολογικών συνθηκών, αρχαιολογικών μνημείων που χρονολογούνται από το 3000 π.χ., μουσείων και παραδοσιακών οικισμών έχουν ως αποτέλεσμα την ύπαρξη διαφορετικών επιπέδων τουριστικής ανάπτυξης μεταξύ των περιοχών της Ελλάδας. Συμπερασματικά, παρατηρείται ότι η Ελλάδα, λόγω των πλούσιων φυσικών και πολιτιστικών πόρων του, έχει τη δυνατότητα ανάπτυξης του οικοτουρισμού γεγονός που

βοηθά τη χώρα να αναδείξει νέους τουριστικούς προορισμούς. (Ζαπουνίδης-Σίσκος,2006)

1.8 Ευρωπαϊκός και Ελληνικός τουρισμός

Για πολλά χρόνια οι ευρωπαϊκές χώρες αποτελούν τον κύριο προορισμό του παγκόσμιου τουρισμού (60% των διεθνών αφίξεων-ΠΟΕ). Η μεγάλη πλειοψηφία των ευρωπαϊκών τουριστών(91%) επιλέγουν να επισκεφτούν μια περιοχή στην Ευρώπη.

Ο τουρισμός είναι ένας από τους ισχυρότερους οικονομικούς τομείς στα Ευρωπαϊκά κράτη και στην Ελλάδα. Οι τουριστικές δραστηριότητες στην ΕΕ(15) αποδίδουν μέχρι 12% του ΑΕΠ(άμεσα ή έμμεσα) και 6%(άμεσα). Σήμερα, στην ΕΕ, το σύνολο αυτής της δραστηριότητας περιλαμβάνει περισσότερες από δύο εκατ. τουριστικές επιχειρήσεις με 7,7 εκατ. εργαζόμενους. Ο αριθμός αυτός-κατά τις εκτιμήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής- αναμένεται να αυξηθεί κατά περίπου 15% την επόμενη δεκαετία.

Η Μεσόγειος θεωρείται ως ο μεγαλύτερος τουριστικός προορισμός στον κόσμο. Η Ισπανία, η Γαλλία, η Ιταλία και η Ελλάδα παραμένουν κατά πολύ ο κεντρικός προορισμός για το διεθνή τουρισμό. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 15^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη των χωρών υποδοχής. Το 80% του συνόλου των αλλοδαπών τουριστών φθάνει στη χώρα αεροπορικώς-λόγω της απελευθέρωσης των αεροπορικών συγκοινωνιών και της μείωσης των ναύλων- ενώ μειώνεται αντίστοιχα η συμμετοχή των άλλων μέσων μεταφοράς.

Επιπλέον, διαπιστώνεται μια έντονη συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας σε λίγες περιοχές της Ελλάδας. Πέντε από τις 13 Περιφέρειες συγκεντρώνουν το 75% των ξενοδοχειακών κλινών και συγκεκριμένα στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (24% του συνόλου), τη Κρήτη(19%), τα Ιόνια Νησιά(11%), την Αττική(11%) και την Κεντρική Μακεδονία(10%).

Επιπροσθέτως, με βάση την παγκόσμια κατάταξη η Ελλάδα κατατάσσεται στην 10^η θέση από άποψη τουριστικών εισπράξεων. Αν και το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής δαπάνης(μ.ο.40%), προορίζεται για διαμονή και διατροφή, η Ελλάδα εξακολουθεί να θεωρείται χώρα φιλοξενίας τουριστών χαμηλής εισοδηματικής στάθμης. Για αυτό το λόγο, πρέπει να διαμορφωθεί μια μακροχρόνια στρατηγική για τον τουρισμό με στόχο την περιφερειακή ανάπτυξη, λαμβάνοντας υπόψη τις τοπικές ιδιαιτερότητες. (Ζαπουνίδης-Σίσκος,2006)

1.9 Αξιολογώντας το Τουριστικό Περιβάλλον της Ελλάδας

Ο τουρισμός στις μέρες μας αποτελεί μια κυρίαρχη οικονομική δραστηριότητα για την Ελλάδα καθώς τις δύο τελευταίες δεκαετίες έχει αποδείξει ότι έχει τη δυνατότητα να δημιουργεί πλούτο και οικονομική άνθηση για ολόκληρες περιφέρειες, θέσεις εργασίας και ευημερία για τους κατοίκους των.

Τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται μια σταδιακή μεταστροφή των προτιμήσεων των τουριστών, προς πιο ειδικές και ανεξάρτητες μορφές, προσαρμοσμένες στα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα του κάθε τουρίστα για περιπλάνηση στη φύση, αναζήτηση πολιτισμικών δραστηριοτήτων, έντονη άσκηση και αναζήτηση εναλλακτικών τρόπων ζωής. Οι νέες τάσεις που διαφαίνονται φανερώνουν μια στροφή από το μαζικό απρόσωπο και παθητικό τουρισμό, σε τουρισμό συμμετοχικό, επιλεκτικό, με σεβασμό στο τοπικό πολιτισμό και περιβάλλον.

Με αυτό τον τρόπο, η τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα, πρέπει να κατευθυνθεί προς τον **επιλεκτικό** και **πολυμορφικό** τουρισμό, ο οποίος μπορεί να ικανοποιήσει τις απαιτήσεις του σύγχρονου τουρίστα αλλά και να βοηθήσει στην αξιοποίηση της μοναδικότητας και του πλούτου των πόρων της χώρας. Η εξέλιξη αυτή δε συνεπάγεται καθόλου τον περιορισμό του μαζικού και οργανωμένου τουρισμού, αλλά την ποιοτική βελτίωσή του.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού επιβάλλουν με έμφαση την ποιότητα στο προσφερόμενο τουριστικό προϊόν και μέρος αυτής της ποιότητας είναι το περιβάλλον (φυσικό και πολιτισμικό). Η προστασία της ποιότητας του περιβάλλοντος αποτελεί βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη και διατήρηση της ελληνικής τουριστικής δραστηριότητας μέσα σε ένα ευρύτερο πλαίσιο βιώσιμης ανάπτυξης της χώρας. Έτσι, ο τουρισμός στην Ελλάδα κρίνεται σκόπιμο να επαναπροσανατολιστεί με βάση την **ποιότητα και αξία της φυσικής και πολιτιστικής της κληρονομιάς**.

Η ανταγωνιστικότητα στην ποιότητα όμως δεν αφορά μόνο τη διαμονή σε ένα τουριστικό προορισμό αλλά και όλους τους φορείς και επιχειρήσεις που εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα στην τουριστική οικονομία. Το ζητούμενο λοιπόν είναι η ενσωμάτωση του ελληνικού τουριστικού τομέα στο συνολικό σύστημα παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών, και η δημιουργία μόνιμων διασυνδέσεων με τους άλλους παραγωγικούς τομείς της οικονομίας.

Ο τουρισμός στην Ελλάδα είναι ανάγκη αδήριτη να αποκτήσει τα στοιχεία της μοναδικότητάς του ενσωματώνοντας τις άυλες και υλικές αξίες του χώρου του. Με τέτοια στοιχεία ο **ελληνικός τουρισμός** θα αναβαθμιστεί ποιοτικά, θα γίνει **διακριτός, ελκυστικός, επιζητούμενος και ισχυρός προορισμός**. Η Ελλάδα έχει τη δυνατότητα να ανταγωνιστεί τα γειτονικά κράτη αναδεικνύοντας απλά αυτό που είναι: Ένας τόπος με απaráμμηλη φυσική ομορφιά και με μνημεία πολιτισμού διαφόρων ξεχωριστών λαών που έζησαν εδώ. Ταυτόχρονα όμως η προβολή του ιδιαίτερου χαρακτήρα της Ελλάδας θα πρέπει να συνοδεύεται από την **ύπαρξη άριστης υλικοτεχνικής υποδομής και παροχές υψηλών προδιαγραφών υπηρεσιών**. (Ζαπουνίδης-Σίσκος,2006)

Τις παραπάνω προϋποθέσεις φαίνεται ότι εκπληρώνουν ο νομός Αττικής, ο οποίος κατατάσσεται ως ο καλύτερος νομός από πλευράς τουριστικών πόρων, και ακολουθούν δύο νησιωτικοί νομοί, ο νομός Κυκλάδων και ο νομός Δωδεκανήσων. Συγκεκριμένα, στο νομό Αττικής, η παρουσία δύο εθνικών δρυμών αλλά και οργανωμένων χώρων αναψυχής έχει συμβάλει στην ανάπτυξη του ορεινού και φυσιολατρικού τουρισμού. Παράλληλα, η συγκέντρωση πολλών εκθεμάτων από όλη την Ελλάδα στα μουσεία της Αθήνας, συντελεί στην ανάπτυξη του αστικού και πολιτιστικού τουρισμού.

Ο νομός Κυκλάδων, αποτελείται από πολλά νησιά ορισμένα από τα οποία (Μύκονος, Σαντορίνη), είναι πόλοι έλξης διεθνών τουριστικών ροών με υψηλά εισοδήματα, έχει εκτεταμένο μήκος ακτών, ενώ διαθέτει πολλά αρχαία μνημεία και παραδοσιακούς οικισμούς. Επίσης, ο νομός Δωδεκανήσων και ειδικότερα η Ρόδος αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς τόσο των Ελλήνων όσο και των αλλοδαπών, καθώς πέρα από τους αξιόλογους φυσικούς πόρους, διαθέτει καλές υποδομές αλλά και υπηρεσίες.

Η Ελλάδα αξιοποιώντας τους τουριστικούς της πόρους, θα μπορούσε να προσφέρει παράλληλα με το βασικό τουριστικό προϊόν, εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Η προσφορά των νέων τουριστικών προϊόντων/ υπηρεσιών αναμένεται να βοηθήσει την ελληνική τουριστική βιομηχανία, καθώς θα επιτευχθεί η προσέγγιση μεγαλύτερων παγκόσμιων αγορών και η άμβλυνση της εποχικότητας της ζήτησης. (Ζαπουνίδης-Σίσκος)

2.1 Εναλλακτικός Τουρισμός – Ιστορική Αναδρομή

Τα ζητήματα που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος, οι ανησυχίες που εκφράζονται για τις κλιματικές αλλαγές στον πλανήτη μας, οι αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού, μεταξύ των οποίων και το θέμα της τουριστικής εποχικότητας αποτελούν κάποια από τα σοβαρά προβλήματα που απασχολούν τον τουρισμό σήμερα. Για την αντιμετώπισή τους, οι πολιτικές ηγεσίες, καθώς και οι αρμόδιοι φορείς του τουρισμού σε ιδιωτικό και δημόσιο τομέα προσπαθούν ολοένα να αναπτύξουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού και δραστηριότητες που συμβάλλουν στην ανάδειξη και προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, στην διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των περιοχών της περιφέρειας, περιορίζοντας έτσι τον μαζικό τουρισμό, και δρώντας συμπληρωματικά προς αυτόν, αλλά και δίνοντας κάποιες λύσεις στο ζήτημα της εποχικότητας. Η Διεθνής Ακαδημία για την μελέτη του Τουρισμού (1990) προσδιορίζει 3

στοιχεία των εναλλακτικών μορφών τουρισμού τα οποία αποκαλύπτουν την ανθρώπινη διάστασή του:

1. Πιο ευαίσθητος και φιλικός προς τις κοινότητες υποδοχής και το ευρύτερο περιβάλλον τους.
2. Πιο ενήμερος σχετικά με τους τουρίστες και την ποιότητα της εμπειρίας τους.
3. Πιο ικανοποιητικός για τους ανθρώπους που εμπλέκονται στην λειτουργική δομή του τουρισμού.(Gartner,2001)

Ο τουρισμός υπήρχε από την αρχαιότητα, στα προ Χριστού χρόνια. Μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο ο τουρισμός σημείωσε ιδιαίτερη άνθηση. Μεταξύ του 1950-1980 εξελίχθηκε σε μια ανεξέλεγκτη βιομηχανία που πήρε το όνομα του μαζικού τουρισμού. Το 1960 αναπτύσσεται στις ΗΠΑ ο αγροτουρισμός, ο ιαματικός και ο επαγγελματικός τουρισμός. Μετά το 1970 πολλές ομάδες ανθρώπων όπως οικολόγοι, ερευνητές τουρισμού και περιβαλλοντικές οργανώσεις προσπάθησαν να πάρουν προστατευτικά μέτρα και αναζητήθηκαν πιο φιλικές και ήπιες προς το περιβάλλον μορφές τουρισμού αλλά και πιο ανθρωποκεντρικές. Αναπτύσσεται ο περιπατητικός τουρισμός και λίγο αργότερα ο τουρισμός παραχείμασης (για αποφυγή του χειμώνα) που απευθύνεται κυρίως στα άτομα τρίτης ηλικίας και στους συνταξιούχους. Επίσης ο κοινωνικός τουρισμός και ο τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες.

Στην Ελλάδα ο τουρισμός αλλάζει κατεύθυνση και επικεντρώνεται στην ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού δίνοντας μεγάλη έμφαση στην ποιότητα που είναι απαραίτητο συστατικό για την αύξηση του αριθμού των αφίξεων και των εσόδων, αλλά και για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Στην Ελλάδα, ο εναλλακτικός τουρισμός έχει την προοπτική να αποτελέσει το μέσο για την δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Αυτό θα το διαπιστώσουμε στην συνέχεια αναλύοντας κάθε μια χωριστά αυτές τις μορφές τουρισμού.

2.2 Τουρισμός και Πολιτισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού όπου κύριος σκοπός του κάθε επισκέπτη είναι η συμμετοχή του σε πολιτιστικές,

καλλιτεχνικές και μορφωτικές δραστηριότητες. Πιο συγκεκριμένα περιλαμβάνονται οι επισκέψεις σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους και ιστορικά μνημεία, οι παρακολουθήσεις θεατρικών παραστάσεων, συναυλιών και παραδοσιακών χορών, αλλά και η συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις όπως τα πανηγύρια και τα φεστιβάλ. Με αυτόν τον τρόπο ο επισκέπτης έρχεται σε επαφή με τον πολιτισμό, τον τρόπο ζωής των ανθρώπων, τα ήθη και τα έθιμα του τόπου που επισκέπτεται, και παράλληλα εμπλουτίζει τις γνώσεις του.

Βλέποντας όμως τον πολιτιστικό τουρισμό και μέσα από την οικολογία, μπορούμε σε αυτό το σημείο να αναφερθούμε στα διατηρητέα μνημεία της φύσης που έχουν κηρυχθεί στην Ελλάδα. Είναι μια κατηγορία προστατευόμενων φυσικών περιοχών. Περιοχές δημόσιες ή ιδιωτικές που έχουν φυσικά χαρακτηριστικά μεγάλης οικολογικής αξίας. Μπορεί να είναι μεμονωμένα δέντρα, τμήματα δάσους, περιοχές με σπάνια είδη φυτών που παρουσιάζουν μεγάλη βοτανική, ιστορική ή αισθητική σημασία. Κάποια από αυτά είναι το Απολιθωμένο δάσος της Λέσβου, το Παρθένο δάσος Ροδόπης, το Δάσος Μουριών Κιλκίς καθώς και πολλά άλλα. Από την άλλη μεριά συναντάμε τους παραδοσιακούς οικισμούς της Ελλάδας που αποτελούν στοιχεία της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής και πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας μας. Στην Πελοπόννησο, την Μακεδονία και την Θράκη, στα νησιά του ΒΑ Αιγαίου, στις Κυκλάδες και τα Δωδεκάνησα, στα νησιά του Ιονίου και στην Κρήτη, στην Θεσσαλία, την Ήπειρο, την Στερεά Ελλάδα αλλά και την Αττική με τα νησιά του Αργοσαρωνικού. Με την διατήρηση και ανάδειξή τους προσφέρονται και εναλλακτικές δραστηριότητες για τον τουρισμό. Πολλά κτίρια από αυτά λειτουργούν σαν τουριστικά καταλύματα, μουσεία, εστιατόρια και δημόσιες υπηρεσίες.

Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί παράλληλα και με άλλες μορφές τουρισμού. Για παράδειγμα ο γεωτουρισμός, που θεωρείται μια νέα μορφή πολιτιστικό-περιβαλλοντικού τουρισμού και μπορεί να αναπτυχθεί σε περιοχές που διαθέτουν γεωλογικά μνημεία. Κύριος στόχος του γεωτουρισμού είναι η σύνδεση του φυσικού περιβάλλοντος με την γεωλογική κληρονομιά, τα πολιτιστικά μνημεία και τις παραδόσεις του κάθε τόπου. Στην Κρήτη συναντάμε το φαράγγι της Σαμαριάς, στην Σαντορίνη το ηφαίστειο και στην Καλαμπάκα τα Μετέωρα. Στο Απολιθωμένο δάσος της Λέσβου που

αναφέραμε παραπάνω πραγματοποιούνται πολλές δραστηριότητες. Στο μουσείο Φυσικής Ιστορίας της περιοχής αναπτύσσονται εκπαιδευτικές δραστηριότητες, διοργανώσεις εκδηλώσεων και διεθνών συνεδρίων. Ο γεωτουρισμός αποδεικνύει ότι συμβάλλει θετικά στην περιφέρεια με την δημιουργία θέσεων εργασίας και την αύξηση των εισοδημάτων, την συγκράτηση του πληθυσμού και την προσέλκυση επιστημονικού ενδιαφέροντος. Η ανάπτυξη του γεωτουρισμού απαιτεί και την δημιουργία υποδομών, όπως ενημερωτικά περίπτερα και σημάσεις διαδρομών, κέντρα περιβαλλοντικής ενημέρωσης και εκπαίδευσης, παραγωγή γεωτουριστικών προϊόντων όπως ενημερωτικοί οδηγοί και αναμνηστικά. Επιπλέον τα Γεωπολιτιστικά μονοπάτια και οι Γεωμυθότοποι μας αποκαλύπτουν ότι αρκετά στοιχεία της ελληνικής μυθολογίας σχετίζονται με γεωλογικά φαινόμενα. Τόποι γεωλογικού ενδιαφέροντος που σχετίζονται με κάποιο μυθικό πρόσωπο-ήρωα μπορούν να αποτελέσουν ειδική κατηγορία δραστηριοτήτων γεωτουρισμού, στην δημιουργία γεωμυθολογικών διαδρομών. Οι Αρχαίοι Έλληνες δημιούργησαν πολλούς μύθους που αφορούσαν τις περιβαλλοντικές αλλαγές στον ελλαδικό χώρο, όπως οι σεισμικές και ηφαιστειακές δραστηριότητες. Στην Κεντρική Ελλάδα σημειώθηκαν μεγάλες γεωλογικές μεταβολές στην προϊστορική εποχή και έτσι δημιουργήθηκαν πολλοί μύθοι. Οι Άθλοι του Ηρακλή, η Τιτανομαχία, ο μύθος του Δευκαλίωνα και της Πύρρας.(Πηγές: Ηγουμενάκης-Κραβαρίτης- Λύτρας, 1999, Διαδίκτυο: www.anthropos.gr, www.gnto.gr)

2.3 Αγροτικός Τουρισμός

Ο αγροτικός τουρισμός ή διαφορετικά τουρισμός υπαίθρου απευθύνεται στους τουρίστες που αναζητούν να έρθουν πιο κοντά στην φύση. Είναι για εκείνους που επιθυμούν να ζήσουν κάτι πρωτόγνωρο και διαφορετικό που δεν μπορεί να τους προσφέρει ο μαζικός τουρισμός. Να ξεφύγουν από τις πολύβουες πόλεις και το άγχος της καθημερινότητας, και να απολαύσουν την ηρεμία και γαλήνη στο τόπο των διακοπών τους. Τα άτομα αυτά είναι συνήθως φυσιολάτρεις και ιδιαίτερα ευαίσθητοποιημένα στα περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα.

Η πρώτη εμφάνιση του τουρισμού υπαίθρου είναι το 19^ο αιώνα όταν ο τότε αστικός πληθυσμός πραγματοποιούσε εκδρομές με τους ατμοκίνητους σιδηρόδρομους. Όμως σαν συγκροτημένη εναλλακτική μορφή τουρισμού εμφανίστηκε το 1960 στις ΗΠΑ και αφορούσε δυο κατηγορίες τουριστών. Αυτούς που έμεναν σε αγροκτήματα ή ράντζα, ζούσαν μαζί με τους αγρότες, έτρωγαν τα ίδια φαγητά και συμμετείχαν στις γεωργικές δραστηριότητες, και σε αυτούς που έμεναν και έτρωγαν σε ξενοδοχεία ή τουριστικά καταλύματα, που βρίσκονταν μέσα ή κοντά σε αγροτική περιοχή και από τα οποία μετέβαιναν στους αγρούς για να συμμετέχουν στις αγροτικές δραστηριότητες. Με αυτόν τον τρόπο ο επισκέπτης βιώνει τον τρόπο ζωής των ανθρώπων της επαρχίας, γνωρίζει την γαστρονομική τους παράδοση και τα τοπικά τους προϊόντα, τα ήθη και έθιμα καθώς και την τοπική αρχιτεκτονική. Παράλληλα αναπτύσσονται και άλλες τουριστικές δραστηριότητες στην ύπαιθρο όπως η πεζοπορία, η ορειβασία και η παρατήρηση της χλωρίδας και πανίδας της περιοχής.

Ο αγροτουρισμός εκτός των άλλων μπορεί να βελτιώσει την ποιότητα ζωής των κατοίκων των αγροτικών περιοχών με την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας με αποτέλεσμα την συγκράτηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο. Η δημιουργία υποδομών ήπιας κλίμακας που εναρμονίζονται με το φυσικό περιβάλλον συμβάλλουν επίσης στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων. Η προώθηση των γεωργικών προϊόντων στην αγορά αυξάνει τα έσοδα των ατόμων που ασχολούνται με τον γεωργικό τομέα. Ο αγροτουρισμός μπορεί να συνδυάσει την ανάπτυξη της περιφέρειας με την προστασία και ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος. Η δραστηριότητά του δεν δρα ανταγωνιστικά προς την φύση και αναπτύσσεται όλες τις εποχές του χρόνου δίνοντας κάποιες λύσεις στο πρόβλημα της εποχικότητας. Η ευαισθητοποίηση και το αίσθημα ευθύνης των κατοίκων αλλά και των επισκεπτών μεγαλώνει, τόσο για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος όσο και για την διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Στην χώρα μας οι πρώτες μορφές αγροτουριστικής δραστηριότητας εμφανίστηκαν το 1984 με την ίδρυση των πρώτων γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών (Πέτρα Λέσβου, Αμπελάκια, Αράχωβα, Μαστιχοχώρια Χίου). Η Ελλάδα θεωρείται ιδανικός προορισμός για αγροτικό-οικολογικό τουρισμό, αφού διαθέτει εντυπωσιακά τοπία και μοναδικά

οικοσυστήματα, λίμνες και ποτάμια, βουνά και υπέροχες ακτές που σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα της δημιουργεί τις κατάλληλες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη πολλών μορφών εναλλακτικού τουρισμού. (Πηγή: Διαδίκτυο: www.anthropos.gr)

2.4 Οικολογικός Τουρισμός

Ο οικολογικός τουρισμός αποτελεί την εξισορρόπηση μιας χώρας στο μαζικό τουρισμό και τα προβλήματά του και γι' αυτό η ανάπτυξή του κρίνεται επιτακτική όπου είναι εφικτή. Για την ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού δεν χρησιμοποιούνται βαριές κατασκευές. Ο τουρίστας και το τουριστικό κύκλωμα υποδοχής και εξυπηρέτησης σέβονται την φύση σε σημείο που να αποφεύγονται τα μαζικά μέσα μετακίνησης όπου είναι εφικτό. Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οικολογικού τουρισμού εντάσσεται η τουριστική ανάπτυξη των παραδοσιακών οικισμών, των βιότοπων, των εθνικών δρυμών.

Η Ελλάδα διαθέτει ιδιαίτερα πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον, καθώς παρά τη μικρή της έκταση παρουσιάζει σπάνια γεωμορφολογία με έντονες αντιθέσεις και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας. Από το 1937 άρχισε να αναγνωρίζει περιοχές με ιδιαίτερο οικολογικό ενδιαφέρον και να τις θέτει υπό καθεστώς ειδικής προστασίας. Διατηρητέα μνημεία της φύσης, Θαλάσσια Πάρκα, Υγρότοποι Διεθνούς Σημασίας οι οποίοι περιλαμβάνονται στην Διεθνή Σύμβαση Ramsar (1971) που έχει υπογραφεί από την χώρα μας και περιοχές προστασίας που περιλαμβάνονται στο ευρωπαϊκό δίκτυο Natura 2000 βάσει της Κοινοτικής Οδηγίας 92/43 για την διατήρηση των φυσικών οικοτόπων , της άγριας πανίδας και της αυτοφυούς χλωρίδας. (Πηγή: www.gnto.gr)

Οι δραστηριότητες και οι μορφές οικοτουρισμού

Οι δραστηριότητες οικοτουρισμού παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλία, καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα περιβαλλοντικών πόρων. Όλες αυτές οι

δραστηριότητες συναρτώνται με εμπειρίες, που βασίζονται στα χαρακτηριστικά και τις συνθήκες κάθε χώρου οικοτουρισμού. Οι προκαλούμενες εμπειρίες διακρίνονται σε:

-Άμεσες εμπειρίες, που σχετίζονται με την ενεργό συμμετοχή του επισκέπτη σε διάφορες δραστηριότητες (π.χ. υπαίθριας αναψυχής) ή κοινωνικά-πολιτιστικά δρώμενα.

-Έμμεσες εμπειρίες, ή συχνά αποκαλούμενες «υποκατάστατες δραστηριότητες και αισθητικές εμπειρίες». Στην περίπτωση αυτή ο οικοτουρίστας δεν αποκομίζει εμπειρίες από άμεση κατανάλωση φυσικών ή πολιτιστικών πόρων, αλλά απολαμβάνει τους πόρους μέσω ορισμένων μορφών αναπαράστασης (φωτογράφιση) ή παρατήρησης της άγριας πανίδας και χλωρίδας.

Οι μορφές οικοτουρισμού συναρτώνται με συγκεκριμένους τόπους, τα είδη περιβαλλοντικών πόρων που διαθέτουν και τις δραστηριότητες που ασκούνται σε αυτούς τους τόπους. Έτσι, διακρίνουμε αφενός μορφές που αναπτύσσονται σε φυσικές περιοχές, άθικτες και συνήθως ακατοίκητες περιοχές (ορεινές αλλά και παράκτιες), αφετέρου μορφές που αναπτύσσονται σε σχέση με αγροτικούς/παραδοσιακούς οικισμούς καθώς και τις παραγωγικές/πολιτιστικές δραστηριότητες του τοπικού πληθυσμού.

-Στην πρώτη περίπτωση έχουμε μορφές που αφορούν: (α) ταξίδια για παρατήρηση(φωτογράφιση, βιντεοσκόπηση) και κατανόηση χαρακτηριστικών των φυσικών πόρων και της άγριας ζωής, (β) ταξίδια περιπέτειας και δραστηριότητες που απαιτούν αντοχή (π.χ. καταδύσεις, διασχίσεις φαραγγίων κ.λπ., (γ) ταξίδια υπαίθριας αναψυχής και ήπιας μορφής δραστηριοτήτων σε άθικτο περιβάλλον.

-Στη δεύτερη περίπτωση, οι σχετικές μορφές αφορούν: (α) ταξίδια με κύρια έλξη το ανθρωπογενές περιβάλλον: γνωριμία ντόπιων κατοίκων και συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις,(β) ταξίδια με βασικό κίνητρο την προσωπική αναζωογόνηση και με ενδιαφέροντα επικεντρωμένα σε βιολογικά προϊόντα διατροφής και υγείας (π.χ. φαρμακευτικά βότανα) και (γ) ταξίδια γνωριμίας της φύσης του αγροτικού χώρου με περιηγήσεις (π.χ. караβάνια αλόγων), επισκέψεις (οικομουσείων, βοτανικών κήπων κ.λπ.) και παραμονή σε φάρμες. Οι περιπτώσεις (β) και (γ) σχετίζονται με τον αγροτουρισμό. (Κομίλης,2001)

Μελέτη Περίπτωσης – Οικοτουρισμός : Νεπάλ-Ελλάδα

Οι διαφορετικές περιπτώσεις ανάπτυξης του οικοτουρισμού σε επίπεδο χώρας ή περιοχής αναλύονται από τους D. B. Weaver (1998, σ.142-154) για το Νεπάλ και από τους Β. Βλάμη και Σ. Ζόγκαρη (1997) για την Σκόπελο. Στην περίπτωση του Νεπάλ, αναλύονται οι ιδιαιτερότητές του ως χώρα με παράδοση σε ένα σύνθετο τύπο οικοτουρισμού που δίνει μεγάλη έμφαση στην περιήγηση και την γνωριμία με τον τοπικό πολιτισμό. Εξετάζεται η σημασία της διαχείρισης των περιοχών οικοτουριστικής περιήγησης και ο ρόλος του δικτύου των προστατευμένων περιοχών της χώρας για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού. Αναδεικνύεται η σημασία της προγραμματισμένης και συγκροτημένης διαχείρισης λόγω του μεγάλου αριθμού τουριστών και της μαζικοποίησης της τουριστικής ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο. Όσον αφορά την Σκόπελο, αναλύεται ο μεγάλος πλούτος των πόρων για οικοτουρισμό στο νησί και επισημαίνονται οι συγκεκριμένες περιοχές που ενδείκνυνται για αυτόν τον τύπο ανάπτυξης. Με βάση γεωγραφικά, χωρικά και οικοτουριστικά κριτήρια προτείνεται η ανάπτυξη μιας ομάδας πεζοπορικών διαδρομών και μονοπατιών που θα συμβάλλουν σε μια συγκροτημένη ανάπτυξη του οικοτουρισμού για το νησί και την γενικότερη ανάπτυξή του σε ένα περισσότερο αειφορικό πρότυπο.

Οι τύποι των οικοτουριστών-ψυχογραφικά χαρακτηριστικά

Οι τύποι των οικοτουριστών διακρίνονται ανάλογα με τις γνώσεις, τα ενδιαφέροντα τους και τις δραστηριότητες που ασκούν. Ο Mowforth βασισμένος σε ορισμένες μελέτες των Ruschmann και Budowski, ταξινομεί τους οικοτουρίστες σε τρεις κατηγορίες σε σχέση με ορισμένα χαρακτηριστικά (π.χ. ηλικία, οργάνωση ταξιδιού, δαπάνες, ενδιαφέροντα):

-οικοτουρίστες δραστήριοι ή τραχείς (rough), που επιδιώκουν δραστηριότητες άθλησης, κυρίως περιπετειώδεις και επικίνδυνου τύπου.

-οικοτουρίστες ήπιοι/ήρεμοι (smooth), που ενδιαφέρονται κυρίως για παρατήρηση και απόλαυση της φύσης ή για οργανωμένα ταξίδια.

-οικοτουρίστες ειδικοί/σπεσιαλίστες (specialists), που ταξιδεύουν και για επιστημονικούς λόγους (διερεύνηση φυσικών πόρων) αλλά και για χόμπι.

Μια ενδιαφέρουσα προσέγγιση (Ballantine & Eagles 1994) των οικοτουριστών αναλύει τα «ψυχογραφικά χαρακτηριστικά» που παρουσιάζουν σε διάφορο βαθμό. Σύμφωνα με αυτή, οι οικοτουρίστες:

- διακατέχονται από περιβαλλοντική ηθική
- προθυμοποιούνται για την προστασία των περιβαλλοντικών πόρων
- συμπεριφέρονται με εσωτερικά παρά με εξωγενή κίνητρα
- χαρακτηρίζονται από βιοκεντρικό παρά ανθρωποκεντρικό προσανατολισμό και υψηλές γνωστικές και συναισθηματικές λειτουργίες
- επιδιώκουν να προστατέψουν την άγρια ζωή στο περιβάλλον που αυτή εντάσσεται
- αγωνίζονται να αποκτήσουν άμεσες εμπειρίες στο φυσικό περιβάλλον
- προσδοκούν επιμόρφωση (σωστή αναγνώριση και κατανόηση) ως προς τις ιδιότητες των περιβαλλοντικών πόρων. (Κομίλης,2001)

2.5 Τουρισμός Υγείας

Ο τουρισμός υγείας θεωρείται από τις σημαντικότερες μορφές τουρισμού όπου μετέχουν τις περισσότερες φορές άτομα της δεύτερης και τρίτης ηλικίας. Σαν κύριο στόχο έχουν την αποκατάσταση και διατήρηση της υγείας τους, την θεραπεία και ανάρρωσή τους από διάφορες ασθένειες με σύγχρονες ιατρικές και φυσικές μεθόδους. Συνήθως τα άτομα αυτά είναι εύπορα που κατοικούν σε μεγαλουπόλεις και επενδύουν χρόνο και χρήματα για την υγεία και μακροζωία τους. Ο τουρισμός υγείας περιλαμβάνει τις εξής μορφές τουρισμού:

1)Θεραπευτικός-Ιαματικός τουρισμός ή Θερμαλισμός που περιλαμβάνει την ενεργειακή αξιοποίηση των θερμομεταλλικών νερών και την γενικότερη χρήση της γεωθερμικής ενέργειας και την χρήση των μεταλλικών πηγών. Η Ελλάδα προσφέρει στον επισκέπτη πηγές με σημαντικές θεραπευτικές ιδιότητες που ήταν γνωστές από τους αρχαίους χρόνους. Για παράδειγμα τα ιαματικά λουτρά της Αιδηψού έχουν ιστορία μεγαλύτερη των 20000 ετών. Αναφέρονται από τον Αριστοτέλη και τον Στράβωνα και σήμερα

αποτελούν την πιο ονομαστή λουτρόπολη της Ελλάδας. Τα νερά των πηγών χαρακτηρίζονται μεταλλικά λόγω της θερμοκρασίας ή λόγω της γενικής χημικής τους σύστασης. Υπάρχουν ψυχρές μεταλλικές πηγές και θερμοπηγές. Η γεωγραφική κατανομή τους συνδέεται με τεκτονικά γεγονότα όπως για παράδειγμα οι πηγές του Καϊάφα, της Κυλλήνης και του Λαγκαδά, αλλά και με ηφαιστειακές δραστηριότητες όπως οι πηγές των Μεθάνων, της Λήμνου, της Λέσβου, της Μήλου και της Σαμοθράκης.

Η υδροθεραπεία είναι ιδιαίτερα σημαντική για την αντιμετώπιση πολλών ασθενειών και διακρίνεται σε εσωτερική (με την πόση των ιαματικών νερών, την εισπνοή των αερίων ή σταγονιδίων των μεταλλικών νερών) και την εξωτερική (λουτρά, υδρομαλάξεις, υδροκινησιοθεραπεία, πηλοθεραπεία). Η θαλασσοθεραπεία από την άλλη, σύμφωνα με τους ειδικούς είναι η αγωγή που χρησιμοποιεί σαν θεραπευτικό μέσο το θαλασσίνο νερό και παρασκευάσματα που περιέχουν θαλάσσιους οργανισμούς κυρίως φύκια. Πρέπει να γίνεται κοντά στο θαλασσίνο νερό, δίνοντας την δυνατότητα της ουσιαστικής εφαρμογής της μόνο σε παραθαλάσσια ξενοδοχεία. Η γρήγορη παροχή του νερού από την θάλασσα στο κέντρο θαλασσοθεραπείας αποτελεί βασικό παράγοντα της επιτυχημένης εφαρμογής ενός τέτοιου προγράμματος. Το θαλασσίνο νερό περιέχει περισσότερα από 60 μεταλλικά άλατα και μεγάλο αριθμό ιχνοστοιχείων. Οι αντισηπτικές και αντιβιοτικές δράσεις του είναι αποδεδειγμένες και έχουν αποδοθεί σε συγκεκριμένα συστατικά του. Οι δράσεις αυτές παρουσιάζουν εποχική διακύμανση εμφανίζοντας το μέγιστό τους κατά την διάρκεια του καλοκαιριού. Η θαλασσοθεραπεία αναφέρεται και στα αρχαία κείμενα του Ιπποκράτη ο οποίος σύστηνε την χρήση θαλασσινού νερού για διάφορους θεραπευτικούς λόγους. Παρά το γεγονός όμως, ότι οι ευεργετικές του ιδιότητες ήταν γνωστές από πολύ παλαιά μόνο τον τελευταίο αιώνα παρατηρείται έντονο ενδιαφέρον για αυτή την εναλλακτική μέθοδο θεραπείας. Ήδη στην Ελλάδα λειτουργούν κέντρα θαλασσοθεραπείας σε μεγάλα ξενοδοχεία (Κρήτη) καθώς και υδροθεραπευτήρια ιδιοκτησίας του ΕΟΤ.

2) Τουρισμός ομορφιάς και ευεξίας, που περιλαμβάνει προγράμματα αδυνατίσματος, αισθητικής, κομμωτικής, πλαστικής χειρουργικής σε σύγχρονα τουριστικά Κέντρα Υγείας και Spa. Τα Spa είναι κέντρα ευεξίας και χαλάρωσης, ξεκίνησαν από την Καλιφόρνια και γρήγορα κατέκτησαν τον

κόσμο. Τα συναντάμε σε μεγάλα ξενοδοχεία και διακρίνονται στις κατηγορίες του α) Day Spa, δηλαδή σε συγκροτήματα όπου ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα να ακολουθήσει όποια θεραπεία ή μέθοδο χαλάρωσης επιθυμεί για μερικές ώρες ή και ολόκληρη την ημέρα χωρίς να διανυκτερεύσει, β) το Ιατρικό Spa, που συνδυάζει ορθοπεδικές και δερματολογικές θεραπείες με εναλλακτικές κούρες και ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει ταυτόχρονα και τις διακοπές του.

Ο όρος Spa αποτελεί αρκτικόλεξο του λατινικού Sanus Per Aqua δηλαδή (υγεία μέσα από το νερό) και διατυπώθηκε το 1967 από τον γιατρό Bonnardiere. Μεγάλα ξενοδοχεία στην Ελλάδα όπως:

α) Το Divani Appolon Palace & Spa που βρίσκεται στα Νότια Προάστια της Αθήνας στην περιοχή της Βουλιαγμένης, μέλος των Leading Spas, είναι ένα από τα πιο σύγχρονα και πολυτελή spa στην Ευρώπη, διαθέτει κέντρο θαλασσοθεραπείας εξοπλισμένο με τα πιο σύγχρονα μηχανήματα, Ρωμαϊκά λουτρά καθώς και ευρύχωρες αίθουσες γυμναστικής.

β) Το Grecotel Cape Sounio στην περιοχή του Σουνίου, με θέα τον Ναό του Ποσειδώνα, διαθέτει ένα οκταγωνικό spa με γυάλινους εξωτερικούς τοίχους και υποδοχή διακοσμημένη με πετρώματα και μέταλλα από τα πλούσια κοιτάσματα του Σουνίου. Ένα από τα προγράμματα θεραπείας είναι και το Poseidon Elixir, το Ελιξίριο του Ποσειδώνα που είναι εμπνευσμένο από τις τεχνικές καλλωπισμού που χρησιμοποιούσαν οι καλλονές της αρχαιότητας.

γ) Στο Kos Imperial Thalasso στην Κω, την πατρίδα του Ιπποκράτη, ο οποίος γνώριζε τις θεραπευτικές ιδιότητες του θαλασσινού νερού πριν από 2.500 χρόνια, συναντάμε το πολυτελή Elixir Thalasso-Spa. (Πηγές: Ηγουμενάκης- Κραβαρίτης- Λύτρας, 1999) -

(Διαδίκτυο: www.gnto.gr, www.divanis.com, www.grecotel.com)

2.6 Επαγγελματικός Τουρισμός

Στο συνεδριακό τουρισμό υπάγονται οργανωμένες εκδηλώσεις, συνέδρια και συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετοχών σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο. Επειδή ο συνεδριακός τουρισμός είναι περιορισμένης διάρκειας, δηλαδή δυο έως τέσσερις μέρες, συνδυάζεται

και με κάποια άλλη μορφή τουρισμού όπως ο τουρισμός πόλης ή ο μορφωτικός τουρισμός. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξή του είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής, κατασκευή σύγχρονων συνεδριακών κέντρων τεχνολογικά εξοπλισμένων, που θα αποτελούνται από βοηθητικούς χώρους όπως εστιατόρια, χώροι στάθμευσης αυτοκινήτων, αναψυκτήρια, ιατρεία, ταχυδρομεία, γραφεία εξυπηρέτησης συνέδρων. Επίσης στα μεγάλα ξενοδοχεία η κατασκευή αιθουσών συνεδρίων μεγάλης χωρητικότητας. Η έγκαιρη πληροφόρηση των ενδιαφερόμενων κύκλων για τα συνέδρια και τις διάφορες εκδηλώσεις που θα πραγματοποιηθούν σε μια χώρα που επιδιώκει την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, δεν θα βοηθήσει σημαντικά μόνο στην προσέλκυσή τους αλλά θα προβάλλει και την ίδια την χώρα στο εξωτερικό σαν χώρα συνεδριακού τουρισμού.

Η διοργάνωση των συνεδρίων αποτελεί έναν από τους αναπτυσσόμενους και δυναμικούς τομείς για τον ελληνικό τουρισμό. Οι εταιρείες που αποφασίζουν για τους προορισμούς όπου θα διεξαχθούν τα συνέδρια, γίνονται περισσότερο απαιτητικές, γιατί παράλληλα με την συνεδριακή υποδομή απαιτούν τόπους με πολιτισμό, ιστορία και φυσική ομορφιά. Η χώρα μας συγκεντρώνει τις προϋποθέσεις για μια επιτυχημένη ανάπτυξη συνεδριακού τουρισμού. Ήδη τα τελευταία χρόνια, καθώς και με την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας το 2004 αναπτύχθηκαν οι αναγκαίες υποδομές για την διοργάνωση συνεδρίων. Εκτός από την Αθήνα, προορισμοί όπως η Θεσσαλονίκη, η Κρήτη, η Ρόδος, η Κέρκυρα, οι Κυκλάδες και η Χαλκιδική αναπτύχθηκαν αρκετά στον τομέα αυτό.

Όσον αφορά την ανταγωνιστικότητα και τις προοπτικές του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού, σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2006 από την εταιρεία Hospitality & Tourism Consulting παρουσιάζονται τα εξής συμπεράσματα και αποτελέσματα:

α) Από τα 16 κριτήρια επιλογής της Ελλάδας ως συνεδριακού τουρισμού, τα κριτήρια με το υψηλότερο ποσοστό βαθμού ικανοποίησης (με άθροισμα του Very και Quite Satisfied) είναι : ο πολιτισμός-ιστορία 93%, ασφάλεια προορισμού 91%, κλίμα 89%, image-prestige 88%.

β) Τα κριτήρια επιλογής της Ελλάδας που εμφάνισαν το υψηλότερο ποσοστό μη ικανοποίησης (που προκύπτει από το άθροισμα Not very και Not at all satisfied) είναι: πρόσβαση σε ενημέρωση-χρηστικές πληροφορίες 34%,

ύπαρξη τοπικού ή εθνικού convention bureau 26%, αξιοπιστία τοπικού οργανωτή 23%, έλλειψη χώρων για εκδηλώσεις- off site venues 20%, έλλειψη απευθείας αεροπορικής πρόσβασης 18%, το κόστος – value for money 18%.

Για την περαιτέρω αξιολόγηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος, η έρευνα περιελάμβανε την αξιολόγηση του βαθμού ικανοποίησης των μεσογειακών χωρών ως συνεδριακών προορισμών με εντυπωσιακό το ποσοστό ικανοποίησης για την Ισπανία με 100%, δεύτερη η Ελλάδα με 95%, η Πορτογαλία με 92% και η Ιταλία με 91%. Ενδιαφέρον παρουσιάζει και το ποσοστό της Κροατίας που δίνει το παράδειγμα μιας ανερχόμενης χώρας στο συνεδριακό τουρισμό. Όσο για τις προοπτικές του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού ζητήθηκε από τους οργανωτές συνεδρίων να δηλώσουν τις προθέσεις τους για την διοργάνωση ενός Meeting, Incentive ή Congress στην Ελλάδα τα επόμενα 5 χρόνια. Τα αποτελέσματα ήταν: Πολύ καλές προοπτικές για τα ταξίδια κινήτρων, αξιόλογο ποσοστό για την διοργάνωση meetings, όμως δυσοίωνες προοπτικές για την διοργάνωση ενός Congress.

Από τα συμπεράσματα της έρευνας προκύπτει η έλλειψη εξειδικευμένης προβολής του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος, έλλειψη οργανωμένης και ολοκληρωμένης πληροφόρησης, επιπλέον ότι το ελληνικό συνεδριακό προϊόν δεν διαφοροποιείται, απλά είναι αποδέκτης των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων που παρουσιάζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν και τέλος υπάρχει αυξημένη ζήτηση και ενδιαφέρον για συνέδρια και ταξίδια κινήτρων, οπότε το ζητούμενο είναι να κεφαλαιοποιηθεί το ενδιαφέρον με το κλείσιμο συνεργασιών.

Η έρευνα αυτή συγχρηματοδοτήθηκε από το HAPCO και τα αποτελέσματα παρουσιάστηκαν από τον Γ. Διευθυντή της εταιρείας κ. Γιάννη Μιχαηλίδη, στο 2^ο Πανελλήνιο Συνέδριο του HAPCO. Κάποια από τα αποτελέσματα αυτά δανειστήκαμε και εμείς για το συγκεκριμένο κείμενο που αφορά τον επαγγελματικό τουρισμό. (Πηγές: Ηγουμενάκης- Κραβαρίτης- Λύτρας, 1999), Διαδίκτυο: www.synedrio.gr }

2.7 Τουρισμός και Νερό

Ο τουρισμός σαν ανθρώπινη δραστηριότητα έχει άμεση και στενή επαφή με το νερό το οποίο και αποτελεί το μεγαλύτερο τμήμα του πλανήτη. Το γεγονός αυτό διαμόρφωσε πολλές εναλλακτικές μορφές τουρισμού που σχετίζονται με το νερό. Αυτές οι μορφές είναι:

- Ο θαλάσσιος τουρισμός, ο οποίος αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων που διεξάγονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, αποτελεί μια από τις δυναμικότερες μορφές του σύγχρονου τουρισμού αφού η σημασία του στις τουριστικές οικονομίες των χωρών που έχουν τόσο τις φυσικές προϋποθέσεις αλλά και τις οικονομικές δυνατότητες για να τον αναπτύξουν είναι μεγάλη. Η πιο παραγωγική και συναλλαγματοφόρα δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι εκείνη της ναύλωσης σκαφών αναψυχής κάθε είδους όπως πολυτελών θαλαμηγών, ιστιοφόρων, ταχύπλων σκαφών. Η πελατεία στην οποία απευθύνεται και οι ανάγκες ή επιθυμίες της οποίας ικανοποιεί είναι περισσότερο υψηλής εισοδηματικής στάθμης.
- Άλλη αξιόλογη συναλλαγματική δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι αυτή των κρουαζιερών, η ζήτηση των οποίων παρουσιάζει διεθνώς σημαντική αύξηση. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού είναι η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, το κόστος της οποίας δεν είναι καθόλου χαμηλό, ιδιαίτερα σε ότι αφορά την κατασκευή σύγχρονων και άρτια εξοπλισμένων μαρίνων για τον ελλιμενισμό, τον ανεφοδιασμό και γενικά την εξυπηρέτηση των σκαφών αναψυχής, των επιβατών και των πληρωμάτων τους άσχετα αν αυτά είναι ενοικιαζόμενα ή ιδιωτικής χρήσης και στην συμπλήρωση ή ανανέωση του στόλου των σκαφών αναψυχής των κρουαζιερόπλοιων.

Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα άρχισε να αναπτύσσεται την δεκαετία του '60 και τα τελευταία χρόνια εξελίσσεται με γρήγορους ρυθμούς. Αποτελεί ιδανικό προορισμό για κρουαζιέρες καθώς διαθέτει πολλά νησιά και λιμάνια αλλά και ήπιο κλίμα που επιτρέπει ένα ευχάριστο ταξίδι τις περισσότερες εποχές του χρόνου. Για την οργάνωση κρουαζιερών λειτουργούν αρκετές ελληνικές και ξένες

εταιρείες. Όσον αφορά τα σκάφη αναψυχής, η ναυσιπλοΐα στις ελληνικές θάλασσες είναι πιο εύκολη σε γενικές γραμμές απ' ό,τι σε άλλα σημεία του πλανήτη καθώς διαθέτει πολλούς φάρους και σημεία αναφοράς ενώ η ομίχλη είναι σπάνιο φαινόμενο. Οι 19 μαρίνες που λειτουργούν στην Ελλάδα διαθέτουν περισσότερες από 6000 θέσεις ελλιμενισμού και προσφέρουν υπηρεσίες υψηλού επιπέδου. Αρκετές από αυτές είναι βραβευμένες από το πρόγραμμα «Γαλάζιες Σημαίες της Ευρώπης».

- Ο παραλίμιος και παραποτάμιος τουρισμός.
- Ο τουρισμός του αθλήματος κατάβασης ποταμών. Το άθλημα αυτό συγκεκριμένα ανήκει στον τουρισμό περιπέτειας. Τα άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τουρισμό είναι συνήθως νέοι άνθρωποι. Η ζήτηση του προβλέπεται μελλοντικά να σημειώσει διεθνώς αύξηση και έρχεται να καλύψει μια ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου των μεγαλουπόλεων για εκτόνωση από το στρες που του προκαλεί ο σύγχρονος τρόπος ζωής και η ρουτίνα. Άλλα σπορ που πραγματοποιούνται στις ελληνικές θάλασσες είναι το θαλάσσιο σκι, η ιστιοπλοΐα που είναι ένα άθλημα που συνδέεται με τον ελληνικό λαό μέσα από την ιστορία της χώρας και την θαλασσινή της παράδοση, η ιστιοσανίδα (Windsurfing), αλλά και οι καταδύσεις.
- Ο θερμαλισμός που αναφέραμε παραπάνω σε άλλη ενότητα.
- Πολλές μορφές του τουρισμού υγείας.
- Ο χιονοδρομικός, παγοδρομικός και τουρισμός χειμερινών αθλημάτων που αναπτύσσονται πάνω στην στερεά μορφή του νερού. Είναι μια δυναμική μορφή τουρισμού που προσπαθούν να αναπτύξουν οι χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών στο πλαίσιο της προσπάθειάς τους να διαφοροποιήσουν το τουριστικό τους προϊόν και με αυτόν τον τρόπο να αξιοποιήσουν και να εκμεταλλευτούν τους αδρανείς μήνες και να προσελκύσουν διάφορες κατηγορίες τουριστών κυρίως υψηλής εισοδηματικής στάθμης.
- Ο τουρισμός των υδροβιότοπων όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός παρατήρησης πουλιών και χλωρίδας. {(Πηγές: Ηγουμενάκης-Κραβαρίτης-Λύτρας, 1999) , Διαδίκτυο: www.gnto.gr }

2.8 Ορεινός Τουρισμός

Ο ορεινός τουρισμός δεν έχει χρονικούς περιορισμούς εκδήλωσης και αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού, που εκδηλώνεται αποκλειστικά σε ορεινές περιοχές. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξή του είναι η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων που να διαθέτουν συμπληρωματικούς χώρους όπως εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες και αίθουσες αναψυχής. Επίσης οι ορεινές περιοχές στις οποίες θα αναπτύσσονται οι δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής θα πρέπει να εξυπηρετούνται συγκοινωνιακά όσο καλύτερα γίνεται.

Η Ελλάδα είναι μια ορεινή χώρα με περισσότερα από 300 μεγαλύτερα ή μικρότερα βουνά, τα οποία χαρακτηρίζονται από την ποικιλομορφία τους, τα σπάνια τοπία και τα μοναδικά δάση. Λόγω του φυσικού τους πλούτου σε χλωρίδα και πανίδα πολλά από αυτά προστατεύονται ως Εθνικοί Δρυμοί. Αποτελούν ιδανικούς προορισμούς για όσους θέλουν να πραγματοποιήσουν δραστηριότητες ορεινού τουρισμού. Για παράδειγμα η χιονοδρομία και το άθλημα του σκι έγιναν ιδιαίτερα δημοφιλή τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα με αποτέλεσμα την λειτουργία 19 χιονοδρομικών κέντρων στο ηπειρωτικό τμήμα της χώρας να αποτελούν πόλους έλξης για τους Έλληνες αλλά και ξένους επισκέπτες.

Άλλες δραστηριότητες που αναπτύσσονται είναι η πεζοπορία, η ορειβασία και η αναρρίχηση. Το μονοπάτι E4 (-GR) ξεκινά από τα Πυρηναία Όρη και φθάνει στην Ελλάδα μέσω της Πρώην Γιουγκοσλαβίας. Το ελληνικό τμήμα του E4 διασχίζει την βόρεια και κεντρική Ελλάδα, την Πελοπόννησο, καταλήγει στο Γύθειο και συνεχίζεται στο νησί της Κρήτης. Προσφέρει την δυνατότητα στον πεζοπόρο και ορειβάτη να γνωρίσει όλη την ποικιλία του ελληνικού τοπίου και την πλούσια ελληνική φύση. Ιδανική περίοδος για να περπατηθεί το E4 είναι από τις 15 Μαΐου έως αρχές Οκτωβρίου. Χιόνια κατά μήκος της διαδρομής μπορεί να συναντήσει κανείς από τον Νοέμβριο έως τον Ιούνιο. Η διαδρομή του νότιου τμήματος του μονοπατιού, δηλαδή Πελοπόννησος και Κρήτη είναι ευκολότερη από εκείνη του βόρειου τμήματος

και μπορεί να περπατηθεί όλες τις εποχές του χρόνου επειδή το κλίμα είναι ηπιότερο. Το άλλο μονοπάτι είναι το Ε6, όπου το ελληνικό τμήμα του έχει δυο σκέλη. Το πρώτο ξεκινάει από την περιοχή των Πρεσπών και μέσω Καστοριάς, Ιωαννίνων και Δωδώνης φτάνει μέχρι την πόλη της Ηγουμενίτσας. Το δεύτερο σκέλος ξεκινά από την περιοχή της Φλώρινας, διασχίζει τις ορεινές περιοχές της δυτικής, κεντρικής και ανατολικής Μακεδονίας και φτάνει μέχρι την πόλη της Αλεξανδρούπολης. Όσον αφορά την αναρρίχηση, στην Ελλάδα υπάρχουν πολλές περιοχές όπου μπορεί κανείς να κάνει ελεύθερη αναρρίχηση όπως επίσης και πολλές σχολές τεχνητής αναρρίχησης. Τέλος μια άλλη δραστηριότητα είναι το Αλεξίπτωτο πλαγιάς γνωστό και ως Parapente. Το άθλημα ξεκίνησε την δεκαετία του '70 στις ΗΠΑ και την Αυστραλία και σημείωσε σημαντική ανάπτυξη. Αργότερα έγινε γνωστό και σε παγκόσμιο επίπεδο. Στην Ελλάδα εμφανίστηκε το 1978 και το 1999 εντάχθηκε στην Ελληνική Αεραθλητική Ομοσπονδία ΕΛ.Α.Ο. Σήμερα ο Αιωροπτερισμός γίνεται όλο και πιο δημοφιλής, με αποτέλεσμα να υπάρχουν στην χώρα πολλά σωματεία που ασχολούνται με το άθλημα αυτό και μπορούν να παρέχουν υπηρεσίες εκπαίδευσης. Ανάλογα με τον καιρό, το αλεξίπτωτο πλαγιάς μπορεί να φτάσει μέχρι το ύψος των 4.000 μέτρων και να διανύσει απόσταση 2-2,5 χ.λμ. Η Ελλάδα διαθέτει ιδανικό κλίμα για πτήσεις με το αλεξίπτωτο πλαγιάς διότι όσο πιο ξηρό είναι το κλίμα μιας περιοχής τόσο καταλληλότερο είναι για την ανάπτυξη του αθλήματος. {(Πηγές: Ηγουμενάκης-Κραβαρίτης-Λύτρας, 1999), Διαδίκτυο: www.gnto.gr }

2.9 Θρησκευτικός Τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που αφορά την κατηγορία των ταξιδιωτών που επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους για λόγους λατρείας ή με σκοπό να συμμετάσχουν σε θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές. Οι θρησκευτικοί τόποι μπορεί να βρίσκονται στην χώρα της μόνιμης διαμονής τους ή και σε κάποια άλλη. Είναι περιορισμένης διάρκειας, και διαρκεί συνήθως από μια έως τρεις ημέρες. Τα τουριστικά του πακέτα είναι σχετικά φθηνότερα από εκείνα άλλων μορφών τουρισμού, επειδή είναι λιτότερα, ενώ τα οικονομικά ωφελήματα για τους θρησκευτικούς τόπους και κατ' επέκταση για τις οικονομίες των χωρών στις οποίες βρίσκονται είναι σημαντικά. Όσον αφορά την υποδομή για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού δεν χρειάζεται ειδική παρά μόνο βασική.

Οι εκκλησίες και τα μοναστήρια είναι στενά συνδεδεμένα με την ιστορία και παράδοση της Ελλάδας. Αποτελούν τμήμα της εθνικής κληρονομιάς και πόλο έλξης πολλών επισκεπτών. Μοναδικά θρησκευτικά μνημεία στην Ελλάδα είναι η μοναστική πολιτεία του Άγιου Όρους, τα Μετέωρα, η βυζαντινή πόλη του Μιστρά. Οι παλαιότερες εκκλησίες στον ελλαδικό χώρο συναντώνται στην Θεσσαλονίκη, Νέα Αγχίαλο, Νικόπολη, Αθήνα, Κόρινθο και χρονολογούνται στους πρώτους βυζαντινούς αιώνες 4^{ος} – 6^{ος} αι. μ.χ. Η μεγαλύτερη μοναστηριακή κοινότητα στον ελληνικό χώρο, βρίσκεται στο Άγιο Όρος που είναι γνωστό και σαν περιβόλι της Παναγίας. Οι πρώτοι μοναχοί εγκαταστάθηκαν εκεί τον 5^ο αι. μ.Χ. Το πρώτο κοινόβιο ιδρύθηκε τον 10^ο αι., όταν ο Όσιος Αθανάσιος ο Αθωνίτης θεμελίωσε την Μονή Μεγίστης Λαύρας (963), η οποία διατηρεί έκτοτε πρωτεύουσα θέση μεταξύ των άλλων αθωνικών ιδρυμάτων. Η ιδιαιτερότητα του Αγίου Όρους είναι ότι αποτελεί αυτοδιοίκητο τμήμα του ελληνικού κράτους, υπαγόμενο πολιτικά στο Υπουργείο Εξωτερικών και θρησκευτικά στην δικαιοδοσία του Οικουμενικού Πατριαρχείου της Κωνσταντινούπολης. Τα Μετέωρα είναι ένα σύμπλεγμα από τεράστιους σκοτεινόχρωμους βράχους που υψώνονται έξω από την Καλαμπάκα κοντά στα πρώτα υψώματα της Πίνδου και των Χασίων. Τα μοναστήρια των Μετεώρων που είναι χτισμένα στις κορυφές κάποιων από τους βράχους, είναι σήμερα το δεύτερο σημαντικό μοναστικό συγκρότημα στην Ελλάδα μετά από το Άγιο Όρος. Από τα 30 που υπήρξαν ιστορικά

σήμερα λειτουργούν μόνο έξι και τα οποία από το 1988 περιλαμβάνονται στον κατάλογο μνημείων παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO.

Ο επισκέπτης μπορεί επίσης με οδηγό ειδική έκδοση του ΕΟΤ να ακολουθήσει « Τα βήματα του Απόστολου Παύλου στην Ελλάδα». Σε αυτόν τον οδηγό παρουσιάζονται τα ταξίδια του Απόστολου Παύλου στον ελληνικό χώρο, τις περιοχές από τις οποίες πέρασε και δίδαξε. Σε ξεχωριστές ενότητες παρουσιάζονται τα άλλα τουριστικά αξιοθέατα των ελληνικών πόλεων απ' όπου διήλθε ο Απόστολος Παύλος (Καβάλα-Φίλιπποι, Θεσσαλονίκη, Βέροια, Αθήνα-Πειραιάς, Κόρινθος, και Αργοστόλι Κεφαλονιάς) δίνοντας την ευκαιρία στον αναγνώστη να συνδυάσει την περιήγησή του στα θρησκευτικά-λατρευτικά μνημεία και τους αρχαιολογικούς χώρους με την εξερεύνηση της γενικότερης ιστορικής, πολιτιστικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς των πόλεων αυτών. Σε ειδικό τμήμα περιλαμβάνονται πρακτικές πληροφορίες για τον χρήστη του οδηγού όπως τηλέφωνα πρώτης ανάγκης, τηλέφωνα και διευθύνσεις μουσείων και αρχαιολογικών χώρων, συγκοινωνιακές συνδέσεις καθώς και δυο χάρτες στους οποίους σημειώνονται οι διαδρομές που ακολούθησε ο Απόστολος Παύλος στις τέσσερις περιοδείες του. Η έκδοση του οδηγού εντάσσεται σε ένα ευρύτερο πρόγραμμα ανάδειξης και προβολής της πολιτιστικής διαδρομής θεματικού θρησκευτικού τουρισμού.

Ο ταξιδιώτης στην Ελλάδα μπορεί επίσης να επισκεφθεί και το νησί της Πάτμου γνωστό ως το νησί της Αποκάλυψης του Ιωάννη. Το σπήλαιο στο οποίο ο Άγιος Ιωάννης ο Θεολόγος έζησε κατά την διάρκεια της εξορίας του και έγραψε το Βιβλίο της Αποκάλυψης επισκέπτονται και προσκυνούν άνθρωποι από όλο τον κόσμο. Το ιστορικό κέντρο (χώρα) με το μοναστήρι του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου και το σπήλαιο της Αποκάλυψης περιέλαβε η UNESCO στα προστατευόμενα Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς. { (Πηγές: Ηγουμενάκης,ΚραβαρίτηςΛύτρας,1999, Διαδίκτυο:www.gnto.gr,www.patmos.gr }

2.10 Αθλητικός Τουρισμός

Ο αθλητικός τουρισμός έχει σαν κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος όπως η ποδηλασία, η ιππασία, το τένις, το γκολφ αλλά και διάφορα προγράμματα γυμναστικής. Η άθληση σαν απασχόληση κατά την διάρκεια των διακοπών θεωρείται ο πιο σημαντικός παράγοντας σε αυτήν την μορφή τουρισμού μαζί με την δυνατότητα που υπάρχει για την πραγματοποίηση εκδρομών και περιηγήσεων. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού είναι η δημιουργία εγκαταστάσεων άθλησης στα ξενοδοχεία και η απασχόληση έμπειρων γυμναστών και εκπαιδευτών. Οι συμπληρωματικές εγκαταστάσεις σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ανεβάζουν την ποιότητα των διακοπών και προσελκύουν πελατεία υψηλής εισοδηματικής στάθμης. Υπάρχει όμως και μια άλλη ειδική μορφή τουρισμού που είναι διαφορετική. Ο αθλητικός τουρισμός επιδόσεων ή άμιλλας. Δεν είναι τουρίστες που κατά τη διάρκεια των διακοπών τους έχουν αθλητικές δραστηριότητες, αλλά είναι τουρίστες που το κύριο κίνητρο του ταξιδιού τους είναι η ικανοποίηση αθλητικών αναγκών. Σε αυτή την περίπτωση γίνεται για συμμετοχή ή παρακολούθηση αθλητικών γεγονότων που λαμβάνουν χώρα σε τόπους διαφορετικούς εκείνων στους οποίους ζουν μόνιμα οι αθλητές, οι προπονητές, οι συνοδοί και οι οπαδοί που τους ακολουθούν.

Οι αγώνες που προσελκύουν το κοινό και παρακινούν τους οπαδούς των διαφόρων ομάδων να μετακινούνται είναι:

1. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες
2. Οι Χειμερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες
3. Οι Ηπειρωτικοί Αγώνες (Πανευρωπαϊκοί, Παναμερικανικοί, κλπ)
4. Διεθνείς Αγώνες μεταξύ Εθνικών Ομάδων
5. Αγώνες μεταξύ μεγάλων ομάδων

Το σημαντικότερο από τουριστικής πλευράς είναι ότι μερικοί από τους παραπάνω αγώνες συγκεντρώνουν εκατομμύρια τουρίστες. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες για παράδειγμα προσελκύουν εκατομμύρια τουρίστες, μετατρέποντας τον αθλητικό τουρισμό σε μαζικό τουρισμό με όλα τα σχετικά χαρακτηριστικά.

Η Ελλάδα είναι ιδανική για την ανάπτυξη αθλητικών δραστηριοτήτων αλλά και για την τέλεση αθλητικών αγώνων. Τις τελευταίες δεκαετίες διοργανώνονται παγκόσμια πρωταθλήματα, πανευρωπαϊκοί αγώνες και διεθνή τουρνουά. Η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004 συνέβαλε στην δημιουργία σύγχρονων αθλητικών εγκαταστάσεων και σταδίων για ένα ευρύ φάσμα αθλημάτων που μπορούν να πραγματοποιήσουν οι κάτοικοι της χώρας αλλά και οι επισκέπτες της.

Το γκολφ είναι ένα από τα αθλήματα που αποκτούν όλο και περισσότερους φίλους στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Σε όλη την χώρα λειτουργούν πέντε γήπεδα γκολφ διεθνών προδιαγραφών (18 οπών), στην Αθήνα (Γλυφάδα), στην Κέρκυρα, την Ρόδο, την Χαλκιδική και την Χερσόνησο Κρήτης. Όσον αφορά την ιππασία ενδεικτικά αναφέρεται ότι σήμερα λειτουργούν πάνω από 50 ιππικοί όμιλοι και σχολές ιππασίας από τους οποίους οι 46 είναι αναγνωρισμένοι από την Ελληνική Ομοσπονδία Ιππασίας. Εκτός από την αγωνιστική ιππασία μπορεί κάποιος να συμμετάσχει σε προγράμματα ιππασίας για αρχάριους αλλά και εμπειρότερους αναβάτες σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους και αγροκτήματα (ιππικά κέντρα) που βρίσκονται σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας. Τέλος, για το τένις, αρχικά εμφανίστηκε ως άθλημα της αστικής κοινωνίας στις παραμονές των Α' Ολυμπιακών Αγώνων του 1896 στην Αθήνα, στους οποίους και συμμετείχε, συμβάλλοντας ενεργά στην αναγέννηση τους. Σήμερα είναι ένα εξαιρετικά δημοφιλές άθλημα και πάρα πολλοί Έλληνες ασκούνται σε αυτό.

Πολλά ξενοδοχεία στην Ελλάδα έχουν αναπτύξει ειδικές εγκαταστάσεις για τις αθλητικές δραστηριότητες των πελατών τους. Για παράδειγμα το ξενοδοχείο Mandola Rosa της Grecotel που βρίσκεται στην Πελοπόννησο στην περιοχή της Κυλλήνης, διαθέτει Λέσχη Τένις με 2 γήπεδα τένις και προπονητή (με χρέωση), θαλάσσιες δραστηριότητες όπως wind surfing, ποδήλατα θαλάσσης, κανό, δυνατότητα μαθημάτων για θαλάσσια σπορ, ορεινή ποδηλασία με προπόνηση, εκδρομές και ενοικίαση ποδηλάτων, Πινγκ Πονγκ, Beach Volley και Basket. Το ήπιο κλίμα της χώρας βοηθά σημαντικά στην εξάσκηση τέτοιων σπορ.

{ (Πηγές: Ηγουμενάκης-Κραβαρίτης-Λύτρας,1999)

Διαδίκτυο: www.gnto.gr, www.grecotel.com/Peloponnese}

2.11 Τουρισμός και εποχικότητα

Τουριστική εποχικότητα είναι η ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας σε ορισμένη εποχή του χρόνου. Εννοείται η ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας την εποχή του χρόνου που επικρατεί στο τουριστικό προορισμό και όχι στον τόπο προέλευσης των τουριστών. Πολλές μορφές τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί λόγω εποχικών παραγόντων και δραστηριοτήτων είναι ο χιονοδρομικός και παγοδρομικός τουρισμός τον χειμώνα, ο παράκτιος και ο θαλάσσιος τουρισμός το καλοκαίρι, ο αγροτουρισμός και οικοτουρισμός την άνοιξη και το φθινόπωρο κυρίως λόγω του ηπιότερου κλίματος που επικρατεί.

Μια άλλη μορφή τουρισμού είναι ο τουρισμός παραχείμασης. Αυτή η μορφή τουρισμού αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων που κατά την διάρκεια του χειμώνα κάνουν διακοπές μικρής ή μεγάλης διάρκειας σε χώρες με ήπια κλίματα για να αποφύγουν τις αντίξοες καιρικές συνθήκες που επικρατούν στους τόπους μόνιμης διαμονής τους. Τα άτομα που πραγματοποιούν αυτής της μορφής τουρισμό είναι τις περισσότερες φορές άτομα τρίτης ηλικίας που αντιμετωπίζουν πρόβλημα υγείας, άτομα που έχουν ελεύθερο χρόνο στην διάθεσή τους και σταθερό εισόδημα. (Πηγές: Ηγουμενάκης- Κραβαρίτης-Λύτρας,1999)

2.12 Τουρισμός και Περιβάλλον

Η μελέτη της σχέσης φυσικού περιβάλλοντος και τουριστικής ανάπτυξης θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις εξής βασικές έννοιες, οι οποίες είναι άμεσα συνδεδεμένες με την οικολογική διάσταση της βιώσιμης ανάπτυξης :

- Οικοσύστημα (ecosystem). Σύστημα το οποίο περιέχει όλους τους οργανισμούς μιας περιοχής και το περιβάλλον στο οποίο ζουν.
- Βιότοπος (habitat). Τύπος περιβάλλοντος όπου ζει ένας οργανισμός.

- Ποικιλότητα (diversity). Αφθονία του αριθμού των ειδών σε μια περιοχή και διακρίνεται σε :
 - α) Ποικιλότητα (τοπική). Αριθμός ειδών σε μια μικρή περιοχή.
 - β) Ποικιλότητα (περιφερειακή). Αριθμός ειδών σε μια ευρύτερη περιφέρεια.
- Διατήρηση της ποικιλότητας. Ο στόχος της διατήρησης της βιολογικής ποικιλότητας των ειδών θα πρέπει να θεωρείται δεδομένος. Οι ανθρώπινες δραστηριότητες που έχουν σαν άμεσο αποτέλεσμα τη μείωση της βιολογικής ποικιλότητας, πρέπει να εξαλειφθούν, διότι δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί η διαδικασία βιώσιμης ανάπτυξης με την ταυτόχρονη απώλεια φυτικών και ζωικών ειδών.
- Μέγιστη βιώσιμη απόδοση (maximum sustainable yield). Η αξιοποίηση ενός φυσικού πόρου είναι βιώσιμη μέχρι ενός σημείου απόδοσης. Η απόδοση μιας ανανεώσιμης πηγής αυξάνει σταθερά μέχρι να φτάσει στο σημείο της μέγιστης βιώσιμης απόδοσης. Μετά από αυτό το όριο έχουμε απότομη πτώση της απόδοσης.
- Φέρουσα ικανότητα (carrying capacity). Είναι σημαντικό για μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή να καθορίζει την ικανότητά της για συντήρηση συγκεκριμένου αριθμού ανθρώπων, πανίδας, χλωρίδας και γενικότερα ατόμων ή μονάδων.

Ο τουρισμός έχει θετικές οικονομικές επιδράσεις και δημιουργεί ωφέλιμες επιδράσεις σε ορισμένους οικονομικούς δείκτες όπως είναι το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, το εισόδημα και η απασχόληση και συμβάλλει στην ανάπτυξη των τουριστικών χωρών. Όμως η ραγδαία τουριστική ανάπτυξη μετά το 1950, σε πολλές περιπτώσεις ήταν άναρχη και απρογραμματίστη με αποτέλεσμα ο τουρισμός να γίνει μέσο εκμετάλλευσης του ανθρώπου, του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Μπροστά σε αυτήν την εξέλιξη υπήρξε μια έντονη αντίδραση σε παγκόσμιο επίπεδο μέσω του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού και του προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον, και σε ευρωπαϊκό επίπεδο μέσω της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Σφακιανάκης, 2000).

Οι κυριότερες εκφράσεις αυτής της αντίδρασης ήταν:

- Ο επαναπροσδιορισμός της σχέσης περιβάλλοντος και τουρισμού.

- Η λήψη μέτρων για μια τουριστική ανάπτυξη ορθολογική, προγραμματισμένη, ελεγχόμενη και αειφορική.
- Η χάραξη πολιτικής με κέντρο τον άνθρωπο, σαν παραγωγό και καταναλωτή τουριστικών προϊόντων.
- Η οικονομική και πληροφοριακή υποστήριξη και προώθηση των φιλικών προς το περιβάλλον εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Η μελέτη, ο υπολογισμός και η γνωστοποίηση του τουριστικού κόστους με μελέτες περιβαλλοντικών επιπτώσεων για κάθε τουριστική δόμηση.

2.12.1 Πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού και την προστασία του περιβάλλοντος.

Στην Ευρώπη είναι αναγκαίο να υπάρχει πολιτική για τον τουρισμό και το περιβάλλον. Παρόλο που υπάρχουν πολιτικές σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που δημιουργεί ο τουρισμός, αυτές πρέπει να συμπληρωθούν και από δράσεις σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η σχέση πολιτικής περιβάλλοντος και τουρισμού έχει απασχολήσει ιδιαίτερα την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Στο **5^ο Πρόγραμμα Δράσης** για το Περιβάλλον, της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με τίτλο «Προς την Αειφορία», που κάλυπτε την χρονική περίοδο 1992-2000, αναγνωρίζονται 5 τομείς με προτεραιότητα για παρέμβαση: η βιομηχανία, η ενέργεια, οι μεταφορές, η γεωργία και ο τουρισμός. Η κοινοτική προσέγγιση θεωρείται ότι μπορεί να συμβάλλει στην αποτελεσματική επίλυση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν ή προκαλούν αυτοί οι τομείς, και που έχουν επιλεγεί λόγω των σημαντικών επιπτώσεών τους στο περιβάλλον και λόγω του ρόλου τους στην επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης. Για τον τουρισμό αναγνωρίζονται τρεις βασικές κατευθύνσεις δράσης που περιλαμβάνουν τη **διαφοροποίηση των τουριστικών δραστηριοτήτων**, τη **βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών** και την **αλλαγή της τουριστικής συμπεριφοράς**.

(«Στόχος η Αειφορία», Πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Κοινότητας σχετικά με την πολιτική και την δράση για το περιβάλλον και την αειφόρο ανάπτυξη.)

Βάσει των αρχών της βιώσιμης ανάπτυξης που αναπτύχθηκαν στο **5^ο Πρόγραμμα Δράσης** για το Περιβάλλον είναι απαραίτητη η συντονισμένη δράση, που βασίζεται στην κατανόηση των αλληλεπιδράσεων μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος μέσα από έρευνα, εκπαίδευση και ανταλλαγή εμπειριών σε θέματα κλειδιά και πρακτικές τουριστικής ανάπτυξης με περιβαλλοντικό χαρακτήρα.

Ενδεχόμενες δράσεις αφορούν:

- Στο είδος (τύπο) του τουρισμού:
 - α) Καλύτερη διαχείριση του μαζικού τουρισμού.
 - β) Εθνικά και περιφερειακά χωροταξικά σχέδια για την ολοκληρωμένη διαχείριση παράκτιων και ορεινών περιοχών.
- Στην συμπεριφορά των τουριστών:
 - α) Βελτίωση της περιβαλλοντικής ευαισθησίας.
 - β) Απελευθέρωση των μεταφορών με αεροπλάνο, τρένο και λεωφορεία.
 - γ) Αύξηση του οριακού κόστους χρήσης ΙΧ αυτοκινήτων και προώθηση εναλλακτικών τρόπων μεταφοράς στους τόπους προορισμού.
 - δ) Διασπορά στο χρόνο των διακοπών.
 - ε) Διαφοροποίηση του τουρισμού (συμπεριλαμβάνοντας αγροτουρισμό και πολιτιστικό τουρισμό).
- Στην ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών:
 - α) Προώθηση νέων μορφών τουρισμού που σέβονται το περιβάλλον.
 - β) Προσεκτική επιλογή καταλυμάτων.
 - γ) Περιβαλλοντική ευαισθησία γι' αυτούς που ασχολούνται με την διαχείριση των τουριστικών περιοχών.
 - δ) Βελτίωση της περιβαλλοντικής ευαισθησίας της τοπικής κοινωνίας και των υπηρεσιών τουρισμού.

Για την επίτευξη αυτών των δράσεων προτείνονται μέτρα που περιλαμβάνουν τη χρήση νομοθετικών μέσων, μέσων βασιζόμενων στους μηχανισμούς της αγοράς (εφαρμογή οικονομικών και φορολογικών κινήτρων και αντικινήτρων), οριζόντια βοηθητικά μέσα (επιστημονική έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη, βελτίωση κλαδικού και χωροταξικού σχεδιασμού,

ενημέρωση και αγωγή κοινού και καταναλωτών, επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση) και μηχανισμούς χρηματοδοτικής στήριξης.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει προχωρήσει από το 1996 στην δημιουργία του Δικτύου ECONETT, που είναι το δίκτυο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τον τουρισμό και το περιβάλλον. Το δίκτυο παρέχει πληροφορίες σε θέματα που αφορούν τον τουρισμό και το περιβάλλον, περιέχει πάνω από 250 αναφορές που περιλαμβάνουν οδηγούς καλής πρακτικής, άλλα βιβλία και εκθέσεις. Επίσης μέσω άλλων διαφόρων προγραμμάτων και πρωτοβουλιών όπως το Thermie (στόχος η αύξηση της ενεργειακής απόδοσης των συστημάτων και η ενθάρρυνση των ήπιων μορφών ενέργειας) και το Life (στόχος η προστασία του περιβάλλοντος) επιδιώκει την βελτίωση της λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων και την ενθάρρυνση δράσεων προς την κατεύθυνση του βιώσιμου τουρισμού. Σημαντική πρωτοβουλία αναλαμβάνει και το Συμβούλιο της Ευρώπης. Διοργανώνει συναντήσεις, σεμινάρια, με στόχο την παρουσίαση και μελέτη των προβλημάτων που σχετίζονται με την ανάπτυξη του τουρισμού σε ορισμένες περιοχές, όπως χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης και σε ορισμένα συστήματα όπως δάση, δέλτα και ορεινές περιοχές.

Τέλος το **6^ο Κοινοτικό Πρόγραμμα Δράσης** για το περιβάλλον, με τίτλο «Περιβάλλον 2010 – Το μέλλον μας, η επιλογή μας», καλύπτει την χρονική περίοδο από 22 Ιουλίου 2002 μέχρι 21 Ιουλίου 2012 και στρέφεται σε 4 άξονες προτεραιότητας: κλιματικές αλλαγές, βιοποικιλότητα, περιβάλλον και υγεία, αειφόρος χρήση των φυσικών πόρων και διαχείριση των αποβλήτων. Αναζητεί επίσης τρόπους για συμμετοχή των πολιτών και άλλων συναφών φορέων στην διαδικασία χάραξης πολιτικής και στην λήψη αποφάσεων με βάση την ορθή επιστημονική τεκμηρίωση. Για την αντιμετώπιση πιο εξειδικευμένων περιβαλλοντικών προβλημάτων με τον πιο οικονομικά αποδοτικό τρόπο, η ΕΕ θα υιοθετήσει επίσης επτά θεματικές στρατηγικές: 1) Ατμοσφαιρική ρύπανση, 2) Πρόληψη και Ανακύκλωση Αποβλήτων, 3) Προστασία και Διαφύλαξη του Θαλάσσιου Περιβάλλοντος, 4) Έδαφος, 5) Αειφόρος Χρήση Φυτοφαρμάκων, 6) Αειφόρος Χρήση Πόρων, 7) Αστικό Περιβάλλον. Κάθε στρατηγική θα βασιστεί σε έρευνα και επιστημονική τεκμηρίωση και θα θέσει σαφείς περιβαλλοντικούς στόχους που θα πρέπει να

επιτευχθούν έως το 2020. (Πηγή: Διαδίκτυο : www.gr.european-lung-foundation.org)

2.12.2 Φορείς και μέσα άσκησης πολιτικής για τον τουρισμό και το περιβάλλον.

Η αναζήτηση μιας πολιτικής βιώσιμης ανάπτυξης για τον τουρισμό δεν περιορίζεται αποκλειστικά στον δημόσιο τομέα. Μια σειρά από «δρώντες» θα μπορούσαν να έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον ή ευθύνη. Οι κάτοικοι, οι τουρίστες/επισκέπτες, οι τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις, οι τουριστικοί πράκτορες και οι κρατικοί ή τοπικοί φορείς άσκησης τουριστικής πολιτικής. Καθεμιά από αυτές τις κατηγορίες έχει συχνά διαφορετικούς στόχους ή προοπτικές ως προς την ανάγκη, το βαθμό, το εύρος και τα μέσα προστασίας του περιβάλλοντος για την στήριξη του τουρισμού. Επιπλέον, εσωτερικά σε κάθε κατηγορία η προοπτική αυτή μπορεί να είναι αρκετά διαφοροποιημένη, αντανακλώντας κοινωνικοοικονομικούς, πολιτισμικούς και οργανωτικούς/θεσμικούς παράγοντες. (Coccosis και Nijkamp, 1995)

Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις.

Όλα τα ξενοδοχεία ανεξαρτήτου μεγέθους επιβαρύνουν το περιβάλλον. Για την εξυπηρέτηση των πελατών τους καταναλώνουν νερό, ενέργεια και διάφορες άλλες πρώτες ύλες. Χρησιμοποιούνται επικίνδυνες ουσίες (όπως οι οργανωμένοι χλωροφθοράνθρακες και οι χλωριωμένοι διαλύτες), παράγονται απόβλητα και απελευθερώνονται αέριοι ρύποι. Πολλά από τα αγαθά που αγοράζονται έχουν περιβαλλοντικές επιπτώσεις στο στάδιο της κατασκευής, της χρήσης ή της διάθεσης στο περιβάλλον.

Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα Grecotel – Βασικές Προοπτικές

Οι πρωτοβουλίες της εταιρείας στον τομέα της γεωργίας περιλαμβάνουν οργανικές και εναλλακτικές μορφές καλλιέργειας οπωροκηπευτικών, την δημιουργία γεωργικών πάρκων αλλά και την προώθηση των βιολογικών και παραδοσιακών προϊόντων στα εστιατόρια και στις αγορές των ξενοδοχείων. Ένας από τους βασικούς στόχους της περιβαλλοντικής πολιτικής της Grecotel είναι η σωστή διαχείριση των λυμάτων, του νερού και της ενέργειας. Ο έλεγχος της μόλυνσης περιλαμβάνει την διαχείριση των υδάτινων πόρων, συστήματα ιονισμού του νερού στις πισίνες, τακτικές μικροβιολογικές και χημικές αναλύσεις αλλά και χρήση απορρυπαντικών προϊόντων που είναι φιλικά προς το περιβάλλον. Επιπλέον μεριμνά για την προστασία των παράκτιων οικοσυστημάτων των ακτών και των σπάνιων φυτών των ξενοδοχείων της και του υπό εξαφάνιση είδους θαλάσσιας χελώνας Καρέτα-Καρέτα και του φυσικού της περιβάλλοντος. Τα ξενοδοχεία συνεργάζονται με τον Σύλλογο Προστασίας της Ελληνικής Θαλάσσιας Χελώνας Αρχέλων για να διασφαλιστεί πλήρως η διαδικασία αναπαραγωγής στις παραλίες τους. Η Grecotel συμβάλλει με το έργο της στην καλύτερη ενημέρωση του κοινού μέσω διαλέξεων στο προσωπικό, στους φιλοξενούμενους, στους συνεργάτες της και στον Τύπο.

Το 1992, η Grecotel έγινε η πρώτη ξενοδοχειακή αλυσίδα που δημιούργησε τμήμα Περιβάλλοντος και Πολιτισμού. Από τότε απασχολεί επαγγελματίες περιβαλλοντολόγο και γεωπόνο για να μειώσει τις επιπτώσεις στο περιβάλλον από την λειτουργία των ξενοδοχείων της. Μέτρα όπως η φιλική προς το περιβάλλον κηπουρική και η ανακύκλωση των απορριμμάτων βοηθούν στην επίτευξη αυτού του στόχου.

Αποτελέσματα της διαχείρισης απορριμμάτων της Grecotel είναι ότι ανακυκλώθηκαν 70 τόνοι χαρτιού σώζοντας με αυτό τον τρόπο 1200 δέντρα και 2240m³ νερού, τα οποία είναι αρκετά για να υδροδοτήσουν μια πόλη 18000 κατοίκων για μια ολόκληρη μέρα. Η ηλεκτρική ενέργεια που εξοικονομήθηκε (287000 kwh) , θα μπορούσε να δώσει ρεύμα σε ένα ξενοδοχείο 250 κλινών για μια ολόκληρη καλοκαιρινή σεζόν. Ανακυκλώθηκαν επίσης 18000 μπαταρίες, αποφεύγοντας την ρύπανση ποσότητας νερού που

είναι αρκετή για να λειτουργήσουν 120 ξενοδοχεία 400 κλινών για μια ολόκληρη καλοκαιρινή σεζόν. Επιστράφηκαν 1.600.000 γυάλινα μπουκάλια ώστε η ενέργεια που εξοικονομήθηκε θα μπορούσε να δώσει ρεύμα σε λαμπτήρα 100-watt για 1460 χρόνια.

Αποτέλεσμα αυτής της προσπάθειας για μια πιο βιώσιμη διαχείριση των ξενοδοχείων της Greotel είναι η διεθνής αναγνώριση και η βράβευση από πανεπιστήμια, φορείς ποιότητας και τουριστικούς οργανισμούς.

Ταξιδιωτικές εταιρίες.

Η TUI GROUP είναι ο μεγαλύτερος τουριστικός οργανισμός στον κόσμο και ο μεγαλύτερος tour operator της Ευρώπης με υποκαταστήματα στην Ευρώπη και συνεργάτες ανά τον κόσμο, εξυπηρετώντας άλλους πελάτες tour operator που πωλούν πακέτα διακοπών. Χαρακτηρίζεται μαζί με όλες τις Group εταιρείες της καθώς και τους υπαλλήλους της από την μακροπρόθεσμη αφοσίωσή τους για την υπεύθυνη και αειφόρο διαχείριση του περιβάλλοντος και των φυσικών πηγών του.

TUI Hellas.

Η TUI Hellas (πρώην Airtour Greece S.A), είναι μέλος της TUI Travel PLC που δημιουργήθηκε στις 3 Σεπτεμβρίου του 2007 από την συγχώνευση της First Choice Holidays PLC και της TUI AG. Η TUI Travel PLC είναι από τις μεγαλύτερες ταξιδιωτικές εταιρίες σε όλο τον κόσμο, προσφέρει ταξιδιωτικές υπηρεσίες σε 180 χώρες, εξυπηρετεί πάνω από 30.000.000 πελάτες σε περισσότερες από 20 κύριες αγορές και απασχολεί 48000 εργαζόμενους. Σήμερα διαθέτει ένα δίκτυο 25 υποκαταστημάτων σε όλους τους σημαντικούς ελληνικούς προορισμούς και με την διεθνή συνεργασία του Ομίλου της TUI, η

εταιρία έχει ισχυροποιήσει την θέση της ως ο μεγαλύτερος τουριστικός οργανισμός στην Ελλάδα.

Η περιβαλλοντική πολιτική της TUI Hellas.

Η TUI Hellas έχει ξεκινήσει μια συστηματική καταγραφή των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των δραστηριοτήτων της με στόχο να τις αμβλύνει στο μέγιστο δυνατό βαθμό.

Για τον έλεγχο της περιβαλλοντικής ποιότητας στους προορισμούς των πακέτων της TUI Hellas, η εταιρία επιδιώκει την συνεργασία με τις τοπικές αρχές και τις περιβαλλοντικές οργανώσεις που δραστηριοποιούνται στον χώρο. Με αυτό τον τρόπο καλλιεργείται και αναπτύσσεται η περιβαλλοντική συνείδηση των κατοίκων αλλά και όλων των φορέων των περιοχών αυτών.

Ο Όμιλος της TUI δημιούργησε το δικό του Περιβαλλοντικό Δίκτυο TUI με την ονομασία «TEN!», μέσα από το οποίο κάθε εργαζόμενος στον Όμιλο της TUI και οι συνεργάτες του σε διεθνές επίπεδο προωθεί τον διάλογο και την συνεργασία για το περιβάλλον. Από το 1991, υποστηρίζει κάθε δραστηριότητα και πρωτοβουλία για την προστασία της φύσης σε όλο τον κόσμο ως μέρος της στρατηγικής εταιρικής πολιτικής για την περιβαλλοντική προστασία και θεσπίζοντας ένα Διεθνές Περιβαλλοντικό Βραβείο το οποίο συνοδεύεται με χρηματική ενίσχυση των βραβευμένων ενεργειών.

Επιπλέον η TUI συνεργάστηκε με την Bonn Convention (CMS – Conservation of Migratory Species of Wild Animals) και τον Οργανισμό περιβαλλοντικής προστασίας των Ηνωμένων Εθνών (UNEP) για την προώθηση της εκστρατείας της «Χρονιάς των Δελφινιών 2007». Ο οργανισμός CMS αυξάνει την ενημέρωση της κοινής γνώμης για τις απειλές που αντιμετωπίζουν τα ζώα που μεταναστεύουν και συμβάλλει στην επίτευξη του στόχου «2010». Κάθε χρόνο επικεντρώνεται σε ένα συγκεκριμένο είδος ή σύνολο ειδών και συνεργάζεται με φορείς για την ενημέρωσή τους. Η Χρονιά του Δελφινιού σκοπό είχε να σταματήσει τις διάφορες απειλές που αφορούν στην επιβίωση των δελφινιών, όπως την υποβάθμιση του φυσικού τους περιβάλλοντος μέσω της θαλάσσιας μόλυνσης και την μείωση των

αποθεμάτων τροφής λόγω της υπεραλιείας. Οι ενέργειες που προωθούνται μέσα από την συμμαχία της TUI και του CMS, είναι η δημοσίευση πληροφοριών για τα δελφίνια σε μπροσούρες και ταξιδιωτικούς κατάλογους, σε in-flight περιοδικά και σε ειδική ιστοσελίδα.

Tour Operators.

Η TUI για να ενδυναμώσει τις αρχές της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης, προώθησε την πρωτοβουλία των Tour Operators TOI (Tour Operators Initiative) μαζί με άλλους τουριστικούς πράκτορες και την υποστήριξη της UNEP, UNESCO και WTO. Όλα τα μέλη αυτής της παγκόσμιας πρωτοβουλίας έχουν δεσμευθεί εθελοντικά για την αειφόρο, περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του τουρισμού. Σαν ιδρυτικό μέλος της πρωτοβουλίας των Tour Operators, η TUI έχει αποδεχθεί την δέσμευση για οικολογική, οικονομική και κοινωνική σταθερότητα.

TOI (Tour Operators Initiative)

Οι Tour Operators ενδιαφέρονται για την επίδραση των ταξιδιών και των δραστηριοτήτων τους. Αναγνωρίζουν την ευθύνη να αναπτύξουν και να χειρίζονται με τέτοιο τρόπο που να δίνει μια θετική συνεισφορά στο φυσικό, κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Αναγνωρίζουν επίσης και αποδέχονται την ευθύνη να δράσουν με τρόπους που να μειώνει τις περιβαλλοντικές επιδράσεις, να ωφελούν τις οικοδέσποινες κοινότητες, να διασφαλίζουν τους μελλοντικούς πόρους ζωής των ντόπιων κατοίκων, και να εξασφαλίζουν την προστασία των προορισμών για τις μελλοντικές γενιές. Για να ανταποκριθούν σε αυτήν την ευθύνη, έχουν ενωθεί ώστε να έρθουν σε στενή συνεργασία με το Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών UNEP (United Nations Environment Programme), με την UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Culture Organisation) και με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού WTO (World Tourism Organization).

Στην πραγματικότητα δεσμεύονται σε αυτήν την πρωτοβουλία για να :

- Ø Προστατεύσουν υπεύθυνα το φυσικό περιβάλλον και την πολιτιστική κληρονομιά.
- Ø Να συνεργαστούν με τοπικές κοινότητες και ανθρώπους, να εξασφαλίσουν ότι αυτοί ωφελούνται από τις επισκέψεις των πελατών τους και να ενθαρρύνουν τους πελάτες τους να σέβονται τον τοπικό τρόπο ζωής.
- Ø Να διαφυλάξουν τα φυτά και τα ζώα, τις προστατευόμενες περιοχές και τα τοπία.
- Ø Να μειώσουν, ελαχιστοποιήσουν και να αποτρέψουν την ρύπανση (στερεά και υγρά απόβλητα).
- Ø Να σεβαστούν την τοπική κουλτούρα και τα κοινωνικά τους ιδρύματα.
- Ø Να συμμορφωθούν με τους τοπικούς, εθνικούς και διεθνείς νόμους και κανονισμούς.
- Ø Να αντιμάχονται και να αποθαρρύνουν ενεργά παράνομες, υβριστικές ή άλλες μορφές εκμετάλλευσης του τουρισμού.
- Ø Να εργάζονται στενά με επιχειρηματικούς συνεργάτες, τοπικές αρχές, περιφερειακές και εθνικές κυβερνήσεις και άλλους οργανισμούς για να κατορθώσουν αειφόρο τουριστική ανάπτυξη.
- Ø Να παρέχουν πληροφορίες πάνω στις δραστηριότητες τους για να αναπτύξουν και να ενθαρρύνουν την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη και διοίκηση.
- Ø Να γνωστοποιούν την πρόοδό τους για να εκπληρώσουν αυτήν την δέσμευση.
- Ø Είναι δεσμευμένοι σε μια συνεχή προσπάθεια να βελτιώσουν την παρουσίασή τους στο πλαίσιο της αειφόρου ανάπτυξης και διοίκησης του τουρισμού.

Responsible Tourism – Υπεύθυνος Τουρισμός

Το My Travel είναι ένα από τα πρωτοπόρα group για διακοπές αναψυχής στην Αγγλία. Όλες οι εταιρείες του My Travel Group (My Travel, Airtours, Panorama, Manos, Aspro και Escapades) είναι δεσμευμένες για να υποστηρίξουν πρακτικές για τον υπεύθυνο τουρισμό (Responsible Tourism). Αναγνωρίζει την σημασία του τουρισμού για τις οικονομίες και τις κοινότητες, ενώ συγχρόνως ενημερώνεται για τις συνεχείς επιδράσεις στο περιβάλλον, τις κοινότητες και τις κουλτούρες στα μέρη όπου λειτουργεί. Έτσι σαν αποτέλεσμα, προσπαθούν να διαβεβαιώσουν ότι οι επιχειρηματικές λειτουργίες πραγματοποιούνται με υπεύθυνο τρόπο, μεγιστοποιώντας οικονομικά οφέλη αλλά και ελαχιστοποιώντας κάθε επίδραση.

Οι τουριστικοί πράκτορες μπορούν να ενθαρρύνουν τους πελάτες τους να συμβάλλουν και αυτοί στην προστασία του περιβάλλοντος κατά την διάρκεια των διακοπών τους.

Κάποιες από τις συμβουλές που δίνουν προς τους πελάτες τους για υπεύθυνο τουρισμό είναι:

Στις διακοπές:

- § Να δείχνουν σεβασμό στην φυσική και τοπική κληρονομιά. Πριν ξεκινήσουν να απολαμβάνουν τις διακοπές τους να ενημερωθούν για την ιστορία των ανθρώπων και των προορισμών που θα επισκεφθούν. Η υποδοχή από τους κατοίκους θα είναι επίσης πιο ζεστή εάν ενδιαφερθούν να πουν κάποιες απλές φράσεις στην τοπική γλώσσα.
- § Να σέβονται τις τοπικές παραδόσεις – αυτό μπορεί να σημαίνει κώδικες ενδυμασίας και την σωστή συμπεριφορά σε συγκεκριμένα μέρη. Εάν δεν είναι βέβαιοι ας συζητήσουν με τους ντόπιους κατοίκους ή ας ρωτήσουν τον ταξιδιωτικό τους αντιπρόσωπο.
- § Να μην βγαίνουν φωτογραφίες με άγρια ζώα, όπως λιοντάρια, τίγρεις, φίδια και εξωτικά πουλιά. Αυτά τα ζώα, τα παίρνουν από την άγρια φύση σε μικρή ηλικία και συχνά κακομεταχειρίζονται ή και σκοτώνονται όταν πια μεγαλώσουν ή είναι δύσκολο να τα χειριστούν.
- § Τα κοράλλια είναι εξαιρετικά εύθραυστα και χρειάζονται δεκαετίες για να μεγαλώσουν. Καλό είναι να μην μετακινούνται κατά την διάρκεια των

καταδύσεων και να αποφεύγεται η κάλυψή τους με άμμο καθώς αυτή μπορεί να τα σκοτώσει.

- § Να είναι ανοιχτοί σε διαφορετικούς τρόπους σκέψης, ζωής και εργασίας. Όλα είναι μέρος της ταξιδιωτικής εμπειρίας.
- § Επιδεικνύοντας ακριβά κοσμήματα ή κάμερες, ειδικά σε πολύ φτωχές κοινότητες, μπορεί να τους αποστασιοποιήσει από την κουλτούρα που ήρθαν να ζήσουν.
- § Να μειώνουν τα απορρίμματα χρησιμοποιώντας ξανά τις ίδιες πλαστικές σακούλες.

Στις αγορές:

- § Η αγορά τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών βοηθούν την τοπική οικονομία.
- § Πρέπει να αποφεύγουν να αγοράζουν προϊόντα που προέρχονται από τα άγρια ζώα και φυτά που βρίσκονται υπό εξαφάνιση, όπως για παράδειγμα ελεφαντόδοντα, κοράλλια, αστερίες, κοχύλια.

Κατά την διαμονή στο ξενοδοχείο:

- § Να κλείνουν την θέρμανση ή το air condition όταν δεν είναι απαραίτητο. Να σβήνουν τα φώτα καθώς φεύγουν από το δωμάτιο.
- § Να κάνουν μέτρια κατανάλωση νερού. Να ενημερώνουν το προσωπικό του ξενοδοχείου σε περίπτωση που επιθυμούν να ξαναχρησιμοποιήσουν τις ίδιες πετσέτες και σεντόνια ώστε να μην αντικαθίστανται καθημερινά.

2.12.3 Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας

«Πράσινα νησιά» στο Αιγαίο.

Τα νησιά Μήλος, Νίσυρος, Λέσβος, Χίος, Σαμοθράκη, Τήλος και Αη Στράτης είναι κάποια από τα νησιά που ανταποκρίθηκαν στο κάλεσμα του Υπουργού Ανάπτυξης κ. Κωστή Χατζιδάκη για την δημιουργία του «ελληνικού Samsø». Το Samsø είναι το πρώτο οικολογικά αυτόνομο ενεργειακά νησί που δημιούργησε πριν από δέκα χρόνια η πρωτοπόρος χώρα Δανία, στις Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας. Η απόφαση για την ανάπτυξη και στην Ελλάδα ενός πράσινου νησιού έχει δημιουργήσει υψηλές προσδοκίες στις τοπικές κοινωνίες. (Βίκυ Καραντζαβέλου www.traveldailynews.gr)

Το νησί Samsø της Δανίας είναι γνωστό ως το πράσινο νησί. Το 100% των αναγκών του σε ηλεκτρισμό και το 75% σε θερμότητα προέρχονται από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Έχει έκταση 114 τετρ. Χλμ και 4100 περίπου κατοίκους. Την ίδια περίπου έκταση και ίδιο περίπου αριθμό κατοίκων συναντάμε στο νησί της Μήλου στις Κυκλάδες (150 τετρ.χλμ έκταση και 4700 κατοίκους), το οποίο θα μπορούσε να αποκτήσει και αυτό ενεργειακή αυτονομία με ανανεώσιμες πηγές.

Η Ελλάδα μπορεί να εκμεταλλευτεί την αφθονία αιολικής, γεωθερμικής και ηλιακής ενέργειας που έχουν πολλά από τα νησιά μας. Εκτιμάται ότι από τα γεωθερμικά πεδία θερμοκρασιών άνω των 150 C θα μπορούσε να προμηθεύεται ηλεκτροπαραγωγή 120MW. Όπως λέει ο υπεύθυνος εκστρατειών πολιτικής του WWF Ελλάς κ. Αχιλλέας Πληθάρας, «η ηλεκτρική ενέργεια θα μπορούσε να καλύψει τις ανάγκες πολύ περισσότερων νησιών, ίσως όλων των Κυκλάδων». Στο παρελθόν είχε στηθεί από την ΔΕΗ μια μονάδα ηλεκτροπαραγωγής από γεωθερμία των 2 μεγαβάτ, όμως υπήρξαν αντιδράσεις από τους κατοίκους. Οι επιφυλάξεις εξακολουθούν να υπάρχουν στο ενδεχόμενο να στηθεί μια νέα μονάδα. Ο δήμαρχος κ. Γεώργιος Τσαΐνης ανέφερε στα «Νέα» ότι είναι ανοιχτοί σε προτάσεις για την εκμετάλλευση γεωθερμικών πεδίων χαμηλότερων θερμοκρασιών, 40-50 βαθμών, που μπορούν να δώσουν ζεστό νερό σε σπίτια, ξενοδοχεία και σπα, να χρησιμοποιηθούν για τηλεθέρμανση και τηλεψύξη και λένε όχι στην παραγωγή ενέργειας από γεωθερμία με θερμοκρασίες άνω των 150 βαθμών. Αναφέρει επίσης ότι ο δήμος έχει εφαρμόσει πρακτικές πράσινης ανάπτυξης, όπως για παράδειγμα την δημιουργία μονάδας αφαλάτωσης με την χρήση αιολικής ενέργειας, η οποία λειτουργεί με ανεμογεννήτριες από κοντινό

αιολικό πάρκο. Σήμερα στην Μήλο ο αυτόνομος σταθμός της ΔΕΗ έχει εγκατεστημένη ισχύ 7600kw και η ετήσια ζήτηση ενέργειας είναι 23.912MWh.

Σύμφωνα με περιβαλλοντολόγους και επιστήμονες, τα νησιά που κερδίζουν πόντους για να γίνουν πράσινα είναι κυρίως αυτά που διαθέτουν γεωθερμικά πεδία, δηλαδή υψηλές θερμοκρασίες στο υπέδαφος, και γιατί έτσι μπορούν να μετατρέψουν την γεωθερμική σε ηλεκτρική. Η Λέσβος είναι ένα νησί πλούσιο σε γεωθερμικά πεδία στο υπέδαφός του. Το γεγονός ότι είναι μεγάλο σε μέγεθος, το τρίτο στην Ελλάδα με 100.000 κατοίκους περίπου αποτελεί πρόκληση για να γίνει αυτόνομο ενεργειακά.

Νίσυρος

Ο δήμαρχος κ. Νίκος Καρακωνσταντίνος εξέφρασε στα «Νέα», ότι θα μπορούσε η Νίσυρος να γίνει πράσινο νησί, λόγω του γεωθερμικού πεδίου που διαθέτει, το πραγματικό πράσινο και εξαιτίας των 4-5 περιοχών που είναι ενταγμένες στο Δίκτυο Natura. Ο κ. Πληθάρης αναφέρει επίσης ότι ένα πλεονέκτημα του νησιού, είναι ότι πρόκειται για νησί παρθένο, χωρίς μεγάλη τουριστική ανάπτυξη.

Ικαρία

Τέλος το νησί της Ικαρίας μπορεί και αυτό να εκμεταλλευτεί ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Πριν από λίγους μήνες εγκαινιάστηκε στις Ράχες μια υβριδική μονάδα παραγωγής ρεύματος από την ΔΕΗ Ανανεώσιμες ΑΕ, η οποία συνδυάζει δυο μορφές ανανεώσιμης ενέργειας, την αιολική και το νερό, και θα μπορεί να καλύψει το 30% της ζήτησης του νησιού. Στα πλεονεκτήματα οι ειδικοί περιλαμβάνουν τις περιοχές που ο τουρισμός δεν έχει προκαλέσει ζημιές στο φυσικό περιβάλλον.

Εκτός από το Samsø της Δανίας, πράσινα είναι και τα νησάκια Λόλαντ και Φόλστερ στα νοτιοανατολικά της χώρας, που καλύπτουν το 100% της ηλεκτρικής ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές, κυρίως αιολική, και το 75% των αναγκών για θέρμανση.

Επίσης το νησί Πέλβορμ στα βόρεια της Γερμανίας, όπου παράγει ηλεκτρική ενέργεια σε ποσοστό 75% από εργοστάσιο που χρησιμοποιεί αιολική και ηλιακή ενέργεια. Τον άνεμο εκμεταλλεύονται και στο νησάκι Ράθλιν στη Β. Ιρλανδία. Το ηλεκτρικό παράγεται σε ποσοστό 75% από την αιολική ενέργεια και το υπόλοιπο με συμβατικές μεθόδους. Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας σε ποσοστό 40%-59% χρησιμοποιούν και τα νησιά Βόρνχολμ στην Δανία και η γαλλική νήσος Ρεΐνιόν στον Ινδικό.

Το πρώτο 100% πράσινο νησί ευελπιστεί να γίνει ο Άγιος Ευστράτιος. Η μελέτη του καθηγητή κ. Ν. Νικητάκο του Πανεπιστημίου Αιγαίου, προβλέπει την παραγωγή ηλεκτρισμού από ανεμογεννήτριες, φωτοβολταϊκά, θέρμανση και κλιματισμό από γεωθερμία, δημιουργία βιοκλιματικών κτιρίων και βιολογική γεωργία. Την ενέργεια από την γη θα εκμεταλλεύεται ο δήμος Πολιχνίτου στη Λέσβο για την θέρμανση και ψύξη 6 δημόσιων κτιρίων. Είναι το έργο «Θερμόπολις» στο οποίο συνεργάστηκαν το Πανεπιστήμιο Αιγαίου, το ΙΓΜΕ, το ΚΑΠΕ και τα ΤΕΙ Χαλκίδας. Το δίκτυο τηλεθέρμανσης μήκους 4,2 χιλιομέτρων έχει ολοκληρωθεί και απομένει η σύνδεση με τα κτίρια. (Πηγή: Άρθρο από την εφημερίδα ΤΑ ΝΕΑ, 20/02/2009 του Μάνου Χαραλαμπίκη www.energia.gr)

Μέρος Β΄

Κεφάλαιο 3

3.1 Ο τουριστικός προορισμός

Προορισμός ή αντικείμενο των διακοπών δεν είναι απαραίτητως η χώρα, ή ακόμα η πόλη ή η περιοχή. Προορισμός μπορεί να είναι ένα ολοκληρωμένο θέρετρο που προσφέρει μια συνολική εμπειρία. Ακόμα, προορισμός μπορεί να είναι μια πόλη, μια περιοχή ή ένα νησί. Φαίνεται ότι ο κόσμος επισκέπτεται περισσότερο το Βαραντέρο παρά την Κούβα. Αναμφίβολα, πηγαίνουν στο Μπαλί και όχι στην Ινδονησία. Σκέπτονται το Πουκέτ και όχι την Ταϊλάνδη, ή ακόμα την Ίμπιζα και όχι την Ισπανία.

Παρομοίως, το θέμα των διακοπών (το ειδικό ενδιαφέρον) μπορεί να είναι πιο σημαντικό από τον τόπο ή τη χώρα. Για παράδειγμα, το σκι ως σκοπός μπορεί να είναι σημαντικότερο από τον προορισμό. Μπορεί να τυχαίνει να είναι στη Νορβηγία. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση των καταδύσεων στις Μπαχάμες ή των σαφάρι στην Κένυα. Για τους οπαδούς του τένις, ο καλύτερος προορισμός μπορεί να είναι το πρωτάθλημα του Γουίμπλετον και όχι το Λονδίνο ή η Βρετανία. (Doswell, 2002)

Παρόλα αυτά, καθοριστικό ρόλο στην επιλογή ενός προορισμού για την τουριστική του ανάπτυξη παίζουν τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία που διαθέτει. Για παράδειγμα η ανάπτυξη του τουρισμού πόλης, χειμερινών σπορ, υγείας, παραχείμασης, συνεδρίων κ.λ.π. προϋποθέτει ορισμένα φυσικά, κλιματολογικά και τεχνικά δεδομένα, που βρίσκονται σε συγκεκριμένους προορισμούς και επιλέγονται για την ανάπτυξη κάποιας εναλλακτικής μορφής τουρισμού.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι σπάνια συναντά κανείς τουριστικό προορισμό με αμιγή τύπο και αυτό γιατί καθένας από αυτούς έχει τα δικά του φυσικά ή/και πολιτιστικά χαρακτηριστικά στοιχεία που τον προσδιορίζουν. Με βάση λοιπόν το κυρίαρχο χαρακτηριστικό στοιχείο κάθε τουριστικού προορισμού μπορεί να διακρίνει κανείς τους εξής δώδεκα βασικούς τύπους τουριστικών προορισμών: αστικοί, παραθαλάσσιοι, νησιωτικοί, παρόχθιοι, παραλίμνιοι, ορεινοί, πεδινοί, δασώδεις, θερμοπηγών, πολιτιστικοί, θρησκευτικοί και αρχαιολογικοί. (Ηγουμενάκης-Κραβαρίτης-Λύτρας, 1999)

3.1.2 Τα χαρακτηριστικά των τουριστικών προορισμών

Τα χαρακτηριστικά των τουριστικών προορισμών και των πληθυσμών τους επηρεάζουν αποφασιστικά τόσο τις τουριστικές επιδράσεις όσο και την αντοχή τους στις πληθυσμιακές πιέσεις που δέχονται από τις επισκέψεις μεγάλου αριθμού τουριστών. Αυτά είναι:

(α) Περιβαλλοντικές μεταβολές: λεπτομερειακά χαρακτηριστικά της περιοχής, βουνά, λίμνες, ποταμούς, θάλασσα, έδαφος, χλωρίδα, πανίδα, ηλιοφάνεια, θερμοκρασία, βροχοπτώσεις, φωτοσύνθεση, διάβρωση κλπ.

(β) Οικονομική διάρθρωση: διαφοροποίηση της οικονομικής βάσης, χαρακτηριστικά της ανάπτυξης του χώρου, οικονομικές δραστηριότητες, συντελεστές παραγωγής, επενδυτικά πρότυπα, εισαγωγές-εξαγωγές, έσοδα-δαπάνες κλπ.

(γ) Πολιτική οργάνωση: πολιτική διάρθρωση, ιδεολογικά ρεύματα, κομματικές οργανώσεις, πολιτικές στρατηγικές, διαδικασίες λήψης πολιτικών αποφάσεων, πολιτικό περιβάλλον, δημόσιες υπηρεσίες κλπ.

(δ) Κοινωνική διάρθρωση: δημογραφικά στοιχεία, τοπική κουλτούρα, πρότυπα κοινωνικής οργάνωσης και κοινωνικής συμπεριφοράς, διαθεσιμότητα και ποιότητα κοινωνικών διευκολύνσεων, γυναίκες στους χώρους εργασίας, θρησκευτικοί συσχετισμοί, ηθικές αξίες, επίπεδα υγείας και ασφάλειας, παράδοση, γλώσσα κλπ.

(ε) Τουριστική ανάπτυξη: επίπεδο και ρυθμός τουριστικής ανάπτυξης, διάρθρωση τουριστικής βιομηχανίας, επενδύσεις στον τουρισμό, τουριστική κατάρτιση και εκπαίδευση, τύποι και κατηγορίες καταλυμάτων, ποιοτική στάθμη υπηρεσιών φιλοξενίας, δυνατότητες ψυχαγωγίας και διασκέδασης, φύση και ποικιλία θέλγητρων, προγραμματισμός και εκτέλεση έργων τουριστικής υποδομής . (Ηγουμενάκης-Κραβαρίτης-Λύτρας,1999)

3.2 Παράγοντες που προσδιορίζουν τη δυναμική των τουριστικών προορισμών

Οι παράγοντες που παρακινούν τους πιθανούς τουρίστες να επισκεφθούν έναν τουριστικό προορισμό είναι:

Θέρετρα

Πρόκειται για καλά σχεδιασμένα συγκροτήματα διακοπών. Κρατούν τους τουρίστες σε μία περιοχή, δίνουν έμφαση στο σύνολο των υποδομών και επιτρέπουν την ελεγχόμενη και συντονισμένη δημιουργία μεγάλου αριθμού ξενοδοχείων και μονάδων διαμονής.

Η ανάπτυξη αυτού του είδους εξισορροπείται από το σωστό μείγμα συμπληρωματικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών. Τα θέρετρα προϋποθέτουν την ύπαρξη μεγάλων εκτάσεων. Η γη πρέπει να αγοραστεί σε λογική τιμή, καθώς πρόκειται για σχέδια που δεν αξιοποιούν πλήρως ολόκληρο το χώρο. Από πλευράς μάρκετινγκ, τα θέρετρα συνήθως προσφέρουν προϊόντα υψηλής ποιότητας σε ένα καλά δομημένο και ελκυστικό περιβάλλον.

Τα θέρετρα αυτού του είδους είναι ελκυστικά και εμπορεύσιμα. Ο επισκέπτης μένει σε μία περιοχή και δεν ενοχλείται από τα διαφορετικά είδη τουρισμού που βρίσκονται έξω από την περιοχή αυτή. Ορισμένα παραδείγματα είναι το Κανκούν στο Μεξικό, η Πλάγια Ντοράντα ή το Πουέρτο Πλάτα στη Δομινικανή Δημοκρατία, η Νούσα Ντούα στο Μπαλί και το Λανγκουί στη Μαλαισία.

Οι εγκαταστάσεις και υπηρεσίες

Ένας προορισμός με μεγάλες τουριστικές δυνατότητες συγκεντρώνει, μέσα σε ένα συγκεκριμένο γεωγραφικό και χωρικό πλαίσιο, μεγάλη γκάμα στοιχείων που συμπληρώνουν την τουριστική εμπειρία. Το εύρος των εγκαταστάσεων, των υπηρεσιών και των αξιοθέατων με εύκολη πρόσβαση από το ένα στο άλλο εξαρτάται από τον τόπο. Υπάρχει ένα βασικό προϊόν και ένα περιφερειακό.

Το βασικό προϊόν περιλαμβάνει το σωστό είδος μονάδων διαμονής, εστιατορίων και εγκαταστάσεων αναψυχής μαζί με τουριστικά αξιοθέατα.

Το περιφερειακό προϊόν χτίζεται πάνω στο βασικό, δημιουργώντας πρόσθετες δυνατότητες για τον επισκέπτη. Συνήθως πρόκειται για περιοχές φυσικού κάλλους, ιστορικούς χώρους και εγκαταστάσεις για αναψυχή, διασκέδαση, ενημέρωση και αγορές.

Ένα ευρύ φάσμα εγκαταστάσεων και υπηρεσιών συμβάλλει στη διαμόρφωση του τελικού προϊόντος: ξενοδοχεία και άλλες μονάδες διαμονής, κάμπινγκ, εστιατόρια και υπηρεσίες εστίασης, θέρετρα, θεματικά πάρκα, καζίνο, υπηρεσίες πληροφόρησης, τοπικές εκδρομές και περιηγήσεις, πολιτιστικά αξιοθέατα, αγορές, υπηρεσίες αναψυχής, άθλησης και διασκέδασης.

Στον τουρισμό, η διαμονή, το φαγητό και το ποτό αποτελούν τμήμα του βασικού προϊόντος- και συνήθως οι επισκέπτες χρησιμοποιούν τις προσφερόμενες εγκαταστάσεις. Η χρήση των άλλων συστατικών είναι προαιρετική και εξαρτάται από τις ανάγκες και τις προτιμήσεις του επισκέπτη.

Προκειμένου να μεγιστοποιηθούν τα οφέλη από τον τουρισμό, θα πρέπει ο προορισμός να πείσει τον επισκέπτη να δει, να κάνει και να αγοράσει όσο το δυνατόν περισσότερα. Αυτό σημαίνει ενημερωμένη και εύκολα προσβάσιμη πληροφόρηση για οτιδήποτε είναι διαθέσιμο, καθώς και καλά οργανωμένες υπηρεσίες πώλησης και προώθησης των προϊόντων.

Η ευκολία προσέγγισης

Προσεγγίσιμος θεωρείται ένας τουριστικός προορισμός που έχει συχνές και εξυπηρετικές από πλευράς χρόνου και απόστασης συγκοινωνιακές

διασυνδέσεις με άλλες χώρες ή άλλες πόλεις στο εσωτερικό της χώρας απ'όπου διοχετεύονται ξένοι και ντόπιοι τουρίστες σε αυτόν και όλα αυτά βέβαια σε τιμές προσιτές στους τουρίστες.

Ο προορισμός θα πρέπει να διαθέτει καλό οδικό δίκτυο με σταθμούς ανεφοδιασμού καυσίμων κλπ., σύγχρονους και εξυπηρετικούς σταθμούς εισόδου-εξόδου, όπως αεροδρόμια, λιμάνια, σιδηροδρομικούς σταθμούς, σταθμούς υπεραστικών λεωφορείων καθώς και σύγχρονα και άνετα μεταφορικά μέσα.

Οι μεταφορές ανοίγουν τις τουριστικές ευκαιρίες και επιτρέπουν τη σύνδεση μεταξύ περισσότερων τόπων και εμπειριών, οδηγώντας συχνά σε παράταση του χρόνου παραμονής.

Οι αεροπορικές μεταφορές εξαρτώνται από τα αεροδρόμια, που αποτελούν σημαντικό τμήμα των υποδομών, και τα αεροσκάφη. Οι υπερδομές αφορούν τις αεροπορικές εταιρίες και ένα σύνολο υποστηρικτικών υπηρεσιών και εγκαταστάσεων.

Όσον αφορά τις θαλάσσιες μεταφορές, χρησιμοποιούνται ευρέως τα κρουαζιερόπλοια ενώ παράλληλα έχουν κατασκευαστεί νέα και μικρότερα πλοία που εξυπηρετούν νέους προορισμούς, π.χ. τη Νοτιοανατολική Ασία και τον Ειρηνικό ωκεανό. Επίσης έχει αναπτυχθεί η ενοικίαση σκαφών αναψυχής με ή χωρίς πλήρωμα.

Τα κρουαζιερόπλοια σταματούν πλέον σε περισσότερες περιοχές και νησιά. Τα μέρη αυτά επωφελούνται από τον τουρισμό καθώς μπορούν να προσφέρουν τοπικές περιηγήσεις, φολκλορικές εκδηλώσεις και παραδοσιακά είδη χειροτεχνίας.

Τέλος, με την αναβάθμιση των υπηρεσιών και την κατάλληλη προώθηση, αρκετές διαδρομές με τρένο προσελκύουν μεγάλους αριθμούς τουριστών. Για παράδειγμα, υπάρχουν ειδικά τρένα στην Ινδία, τη Μαλαισία/Ταϊλάνδη και την Ευρώπη τα οποία γνωρίζουν μεγάλη επιτυχία. Λόγω της επιτυχίας τους, μπορεί να αποτελέσουν παράδειγμα προς μίμηση από άλλες χώρες και περιφέρειες.

Τουρισμός-μια επιχείρηση συνδεδεμένη με το δρόμο

Ο δρόμος με τα καταστήματά του, τις βιτρίνες, τις ταμπέλες, τα περίπτερα και τους πάγκους, τους θορύβους και τις μυρωδιές του, το χρώμα, τη διάθεση και την ατμόσφαιρά του, παίζει σημαντικό ρόλο στην τουριστική εμπειρία.

Σε πολλές παραθαλάσσιες περιοχές υπάρχουν χωριά και κοινότητες που παλαιότερα ζούσαν από το ψάρεμα και πλέον έχουν προσαρμοστεί στον τουρισμό.

Σε πολλές πόλεις έχουν γίνει προσπάθειες να πεζοδρομηθούν οι κυριότερες τουριστικές περιοχές. Πρόκειται για τις περιοχές όπου οι άνθρωποι βγαίνουν για περίπατο, ψωνίζουν ή πηγαίνουν σε μπαρ και εστιατόρια. Το κέντρο της πόλης λοιπόν και οι δρόμοι του πρέπει να δημιουργούν την απαραίτητη ατμόσφαιρα καλωσορίσματος και φιλοξενίας. (Doswell, 2002)

Η εικόνα

Ένας από τους ορισμούς που κατά καιρούς προτάθηκαν είναι: «Η εικόνα ενός προορισμού αναφέρεται στο συνδυασμό απόψεων και εντυπώσεων που βασίζονται σε πληροφορίες, οι οποίες προέρχονται από μια πληθώρα πηγών και δίνουν υπόσταση σε ένα νοητικό δημιούργημα (Assael, 1984 & Gartner 1993).

Από τον παραπάνω ορισμό αντιλαμβανόμαστε ότι η εικόνα είναι μια πνευματική κατασκευή η οποία επηρεάζεται από μια πληθώρα παραγόντων. Ο εντοπισμός των παραγόντων και η ικανότητα μας να τους διαμορφώσουμε με τον θεμιτό τρόπο είναι δύο στοιχεία που μπορούν να οδηγήσουν στην δημιουργία μιας αποτελεσματικής εικόνας για τον προορισμό.

Η εικόνα αυτή μάλιστα θα πρέπει να είναι απόλυτα συμβατή με το λογότυπο και το σύνθημα που έχουμε προωθήσει για τον κάθε προορισμό. Ακόμη περισσότερο, η εικόνα θα πρέπει να βρίσκεται σε απόλυτη αρμονία με τη σύγχρονη πραγματικότητα ενός προορισμού. Αυτό σημαίνει ότι η εικόνα θα πρέπει να αντιπροσωπεύει όχι αυτό που θα θέλαμε να είναι ο προορισμός, αλλά αυτό που πραγματικά αντικρίζει ο τουρίστας.

Σε αντίθετη περίπτωση, ο τουρίστας εμφανίζει γνωστική δυσαρμονία που οδηγεί με τη σειρά της σε δυσαρέσκεια, χαμηλά επίπεδα ικανοποίησης και κακή φήμη. Φυσικά, η εικόνα του προορισμού θα πρέπει να είναι ελκτική, και αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει να βελτιώσουμε την πραγματική κατάσταση του προορισμού ώστε να ομοιάσει στην επιθυμητή, και όχι το αντίστροφο.

Ένας προορισμός θα πρέπει να είναι παρών στις σημαντικότερες διεθνείς εκθέσεις, ενώ τα μέσα μαζικής ενημέρωσης θα πρέπει να μιλούν και να γράφουν γι'αυτόν. Θα πρέπει να δίνονται κίνητρα στους συγγραφείς, τους δημοσιογράφους και όλους όσοι επηρεάζουν την κοινή γνώμη να ενδιαφερθούν για τον τόπο. Η προώθηση και η διαφήμιση θα πρέπει να δίνουν έμφαση στα πιο σημαντικά στοιχεία του προορισμού. Για παράδειγμα, η Δυτική Σαμόα είναι η πιο ρομαντική περιοχή της Πολυνησίας ενώ ταυτόχρονα ήταν και το τελευταίο καταφύγιο του Robert Louis Stevenson.

Επίσης στενά συνδεδεμένη με την εικόνα είναι η τιμή. Πρέπει να αντανακλά και να υποστηρίζει την εικόνα και όχι να μειώνει τη σημασία της. Με λίγα λόγια θα μπορούσαμε να πούμε ότι η εικόνα ενός προορισμού:

- 1) Είναι δημοφιλής και αναγνωρίσιμη.
- 2) Είναι αντιπροσωπευτική.
- 3) Ενισχύει την τουριστική δραστηριότητα.
- 4) Βοηθά στην επέκταση της τουριστικής περιόδου.
- 5) Αποτελεί βάση για την εδραίωση του προορισμού στον ανταγωνισμό.
- 6) Επικεντρώνει το ενδιαφέρον της αγοράς στη συγκεκριμένη περιοχή.
- 7) Πρέπει να είναι πάντα στο προσκήνιο- οι άνθρωποι πρέπει να γράφουν και να μιλούν για έναν τόπο.

Όταν κάποιος λοιπόν επισκέπτεται έναν τόπο, σχηματίζει τη δική του άποψη γι'αυτόν. Φεύγοντας, παίρνει μαζί του μια εικόνα. Όσα θα πει και όσα θα προτείνει ακούν μεγάλη επιρροή.

Τιμή

Η τιμή πρέπει να είναι ελκυστική και ανταγωνιστική, αλλά πάντα να συμβαδίζει με την εικόνα. Η εικόνα είναι αυτή που καθορίζει τη σχέση συγκεκριμένης τιμής/αξίας.

Η τελική τιμή αφορά το συνολικό κόστος του ταξιδιού δηλαδή τα έξοδα μεταφοράς, τη διαμονή και τη διατροφή, καθώς και πιθανές αγορές και πρόσθετες υπηρεσίες που αγόρασε ο επισκέπτης στον προορισμό. Το πόσα χρήματα ξόδεψε ο επισκέπτης παίζει σημαντικό ρόλο. Η Κρατική Διοίκηση Τουρισμού μπορεί να παρακολουθεί και να συγκρίνει τα έξοδα των επισκεπτών μέσω ενός Δείκτη Τιμών Επισκέπτη.

Η συναλλαγματική ισοτιμία έχει άμεσο αντίκτυπο στον προορισμό αφού αυτή καθορίζει την αγοραστική δύναμη των επισκεπτών. Έτσι, αν ένας επισκέπτης μπορεί να αγοράσει και να κάνει πολλά πράγματα σε έναν προορισμό, είναι πολύ πιθανόν να τον επισκεφθεί ξανά.

Οι προορισμοί συνήθως εντάσσονται σε κατηγορίες τιμών, και αυτό σημαίνει ότι η τιμή γίνεται τμήμα της εικόνας. Αν και οι τιμές θα εξαρτηθούν από το είδος της διαμονής που επιλέγει ο επισκέπτης, η γενική κλίμακα τιμών διαφέρει από τον έναν προορισμό στον άλλο. Τα επίπεδα των τιμών επίσης περιλαμβάνουν την έννοια της σχετικής αποκλειστικότητας.

Για παράδειγμα, οι κατάλογοι των τουρ-οπερέιτορ παρουσιάζουν τους πιο ακριβούς προορισμούς έναντι των φθηνότερων. Με αυτό τον τρόπο μπορεί κανείς να δει πού τοποθετείται ένας προορισμός σε σύγκριση με έναν άλλο.

Πάνω απ'όλα, η τιμή είναι αυτή που ορίζει τη θέση ενός προορισμού στην αγορά. Η τιμή λοιπόν μπορεί να υποστηρίξει την εικόνα, αλλά μπορεί και να τη μειώσει. (Doswell, 2002)

Η φέρουσα ικανότητα

Η φέρουσα ικανότητα είναι το οριακό εκείνο σημείο όπου επιπλέον επισκέπτες θα μπορούσαν να προκαλέσουν ζημία στο περιβάλλον ή να

μειώσουν το επίπεδο ικανοποίησης των ανθρώπων κάτω από ένα αποδεκτό όριο.

Κάθε προορισμός έχει όρια ως προς το συνολικό αριθμό ατόμων που μπορούν να τον επισκεφτούν. Τα όρια αυτά είναι που καθορίζουν τη δυναμικότητα του προορισμού. Αυτό με τη σειρά του μπορεί να διαιρεθεί σε πέντε στοιχεία, εκ των οποίων τα δύο είναι ποσοτικά και τα τρία ποιοτικά:

- Ζημία. Ο αριθμός των επισκεπτών που δεν προκαλεί μετρήσιμη ζημία στο περιβάλλον.
- Καθυστέρηση. Ο αριθμός των επισκεπτών που δεν δημιουργεί μεγάλη καθυστέρηση στη χρήση ενός αξιοθέατου.
- Πολυκοσμία. Ο αριθμός των επισκεπτών που δεν δημιουργεί την αίσθηση της πολυκοσμίας.
- Εικόνα. Ο αριθμός των επισκεπτών εντός και γύρω από τον προορισμό που δεν αλλάζει την εικόνα του και την ατμόσφαιρά του που αποτελεί τμήμα της ικανοποίησης.
- Αντίδραση. Ο αριθμός των επισκεπτών που δεν δημιουργεί έντονη αντίδραση από πλευράς τοπικού πληθυσμού λόγω των υπερβολικών πιέσεων που έχουν ασκηθεί. Το αίσθημα της πολιτιστικής εισβολής δημιουργείται όταν φαίνεται να απειλείται η θρησκεία, η γλώσσα, η κληρονομιά και οι παραδόσεις του τόπου.

Τέλος, η φέρουσα ικανότητα ενός τόπου μπορεί να αυξηθεί μέσα από καλοσχεδιασμένο προγραμματισμό και σωστή διαχείριση. Η βελτίωση των εγκαταστάσεων που ήδη υπάρχουν και η καλύτερη οργάνωση μπορεί να οδηγήσουν σε αύξηση του αριθμού των τουριστών, χωρίς να δημιουργηθούν προβλήματα. (Doswell, 2002)

Η τουριστική προβολή

Η προβολή ενός προορισμού αποτελεί θεμέλιο λίθο για την επιτυχία ή αποτυχία του στην αγορά. Αυτό μπορεί να γίνει άμεσα αντιληπτό αν σκεφτούμε ότι μια επιτυχημένη στρατηγική προβολή ενός προορισμού μπορεί:

- 1) να προσελκύσει τουρίστες στην περιοχή
- 2) να προσελκύσει τουρίστες εκτός περιόδου αιχμής
- 3) να κεντρίσει το ενδιαφέρον των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και να βελτιώσει το Προφίλ της περιοχής
- 4) να αναζωογονήσει τα υπάρχοντα Θέλητρα
- 5) να ενισχύσει τις επαναλαμβανόμενες επισκέψεις και
- 6) να διατηρήσει την υφιστάμενη πελατεία.

Ωστόσο δεν είναι λίγες οι φορές που μια στρατηγική προβολής είτε απέτυχε, είτε δεν είχε περιορισμένη μόνο επιτυχία. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι παραγνωρίστηκαν βασικά χαρακτηριστικά μιας επιτυχημένης στρατηγικής προβολής ενός προορισμού. Αυτά είναι:

- Η αρμονική συνεργασία των εργαλείων τουριστικής προβολής, δηλαδή της εικόνας του προορισμού, του λογότυπου (Logo), του συνθήματος (Slogan) και της προώθησης του προορισμού μέσω των δημοσίων σχέσεων και της διαφήμισης.
- Η έγκαιρη χάραξη πολιτικής που να λαμβάνει σοβαρά υπ' όψιν της την υπάρχουσα κατάσταση, όσο άσχημη και αν είναι αυτή.
- Η στόχευση της στρατηγικής προβολής σε συγκεκριμένα, προσβάσιμα και ήδη εξυπηρετούμενα τμήματα της αγοράς.
- Η εκμετάλλευση των δυνατοτήτων της έρευνας της τουριστικής αγοράς και
- Η αξιοποίηση των ευρημάτων και η άμεση προσαρμογή μέσα από την διαρκή ανατροφοδότηση.

Όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά αποτελούν δυνατότητες τις οποίες οφείλει να εκμεταλλευτεί μια σύγχρονη πόλη για την ανάπτυξη και προβολή της, γι' αυτό αναφέρουμε την περίπτωση της Καβάλας. Από έρευνα που έγινε σε Δείγμα Ευκολίας διαπιστώθηκε ότι για την εν λόγω πόλη:

- Δεν υπάρχει κάποιο σταθερό σημείο αναφοράς
- Συχνά γίνεται αντιληπτή μόνο σε συνδυασμό με τη Θάσο
- Οι κάτοικοι της Ν. Ελλάδας γνωρίζουν πολύ λίγα για την περιοχή
- Ο χαρακτηρισμός που της αποδίδεται συνήθως είναι «όμορφη», μάλλον μετριοπαθής χαρακτηρισμός για μια πόλη που αποτελεί δυναμικό τουριστικό προορισμό
- Το Slogan που συναντούμε για την πόλη: «Καβάλα: το Μικρό Μόντε Κάρλο!» είναι μάλλον άστοχο και δεν αναδεικνύει τον πραγματικό χαρακτήρα της πόλης
- Δεν έχει εδραιωθεί ένα δημοφιλές Logo

Ακόμη από την έρευνα προέκυψε μια σειρά χρήσιμων ευρημάτων αναφορικά με την τουριστική δραστηριότητα:

- Έχει πολυσυλλεκτική τουριστική πελατεία (business, transit, επισκέψεις φίλων και συγγενών, εκδρομείς του σαββατοκύριακου, τουρίστες σε διακοπές, τουρισμό 3S και πολιτισμικό τουρισμό).
- Η μέση περίοδο παραμονής στην περιοχή είναι μικρή.
- Η πόλη δεν έχει εκμεταλλευτεί κάποιο ισχυρό **συγκριτικό πλεονέκτημα** που να την κάνει ξεχωριστή από τον ανταγωνισμό.
- Υποφέρει από την προβολή της ιδιαίτερής της **ταυτότητας**, όπως και οι περισσότερες ελληνικές πόλεις
- Πρέπει να αναδείξει την **μοναδικότητά** της και να επικεντρώσει το ενδιαφέρον της αγοράς πάνω σε συγκεκριμένα τμήματα της τουριστικής αγοράς.

Λαμβάνοντας υπ' όψιν τα χαρακτηριστικά της Καβάλας προτείνουμε:

- Να αναβαθμιστούν τα έργα υποδομής και οι υπάρχουσες εγκαταστάσεις φιλοξενίας

- Να αναδειχθούν τα μνημεία και τα θέλγητρά της με σύγχρονες επιστημονικές μεθόδους (Interpretation)
- Δημιουργία δράσεων που θα καλούν τον τουρίστα να χαρεί την πόλη π.χ. θεματικοί περίπατοι, επισκέψεις σε μουσεία (Μουσείο Καπνού)
- Να υιοθετηθεί μια κοινή στάση των φορέων της πόλης, της ιδιωτικής πρωτοβουλίας αλλά και των μεμονωμένων πολιτών προς την τουριστική ανάπτυξη
- **Διαφοροποίηση** του τουριστικού προορισμού ώστε να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των εξυπηρετούμενων σήμερα τμημάτων της αγοράς
- Εμβάθυνση στις αγορές (καλλιέργεια δημοτικότητας της πόλης στις ήδη δραστηριοποιημένες αγορές)
- Τέλος, προτείνεται η υιοθέτηση ενός μακρόχρονου προγράμματος που θα εξασφαλίζει την ενσωματωμένη δημιουργία του τουριστικού προορισμού «Καβάλα» με **προσωπικότητα, χαρακτήρα** και το αναγκαίο **συγκριτικό πλεονέκτημα**.

3.3 Παράγοντες ελκυστικότητας των τουριστικών προορισμών

Η ύπαρξη **τουριστικών πόρων** σε ένα προορισμό αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα γι' αυτόν, αφού δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την τουριστική του ανάπτυξη. Οι τουριστικοί πόροι συνιστούν ένα σημαντικό μέρος της «προσφοράς» του τουριστικού προϊόντος μιας περιοχής και το κύριο χαρακτηριστικό τους-σε αντίθεση με άλλων μορφών φυσικούς πόρους-είναι ότι δε μεταφέρονται από περιοχή σε περιοχή. Η σύνθεση του συνόλου των πόρων που εντοπίζονται σε έναν προορισμό συνιστούν το προφίλ του στο πλαίσιο του **ανταγωνιστικού** εθνικού και διεθνούς τουριστικού περιβάλλοντος.

Οι φυσικοί πόροι

Οι φυσικοί πόροι συντελούν στην τουριστική **ελκυστικότητα** ενός προορισμού και διαμορφώνουν το είδος του τουρισμού που αυτός θα αναπτύξει (μαζικός, οικοτουρισμός, αγροτουρισμός κλπ.) Οι φυσικοί και περιβαλλοντικοί πόροι καλύπτουν ορισμένα από τα βασικότερα κίνητρα της ζήτησης των τουριστών στη σύγχρονη εποχή.

Τα δάση, οι λίμνες, οι θαλάσσιες ακτές, τα εθνικά πάρκα, τα τοπία είναι πόροι τουριστικής ελκυστικότητας(Παπαγεωργίου κα Αραμπατζής,2006). Ο πλούτος, η ποικιλία τους και κυρίως η προστασία και η διαχείρισή τους αποτελούν σημαντικές παραμέτρους της ζήτησης για αυτούς τους πόρους. Αποτελούν τη βάση για οργανωμένα ταξίδια αλλά και για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Κοκκώσης και Τσάρτας,2001). Αυτή η ολοένα αυξανόμενη ζήτηση των πολιτών για αναψυχή, έχει οδηγήσει τους προορισμούς και τους τοπικούς αναπτυξιακούς φορείς να επενδύουν για την αξιοποίηση των φυσικών πόρων με σκοπό την παροχή υπηρεσιών αναψυχής.

Οι πολιτιστικοί πόροι

Είναι ανθρωπογενείς, χαρακτηρίζουν τα επιτεύγματα του ανθρώπου στην ικανοποίηση της ανάγκης για επικοινωνία, ανάπτυξη της κουλτούρας, του πνεύματος και γνώσης. Οι πολιτιστικοί και ιστορικοί πόροι αποτελούν τη βάση για ταξίδια με κίνητρο τις διακοπές αλλά και για την ανάπτυξη του πολιτιστικού, του θρησκευτικού και εκπαιδευτικού τουρισμού. Για πολλές χώρες μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μία από τις κύριες τουριστικές δραστηριότητες στα πλαίσια της οποίας ο πολιτιστικός τουρίστας μπορεί να αναπτύξει παράλληλες τουριστικές δραστηριότητες άλλων μορφών.

Οι ανθρωπογενείς πόροι είναι συνήθως σύνθετοι (πολιτισμός, ιστορία, περιβάλλον), δημιουργημένοι από τον άνθρωπο. Η χρήση τους μπορεί να αφορά τους τουρίστες(π.χ. θεματικό πάρκο Disneyland) ή όχι (π.χ. οι παραδοσιακοί οικισμοί της υπαίθρου). Τα τοπία αποτελούν τη σύνθεση διαφορετικών στοιχείων: περιβάλλον, πολιτισμός, ιστορία καθώς και ότι η παρέμβαση του ανθρώπου είναι λιγότερο ή περισσότερο σημαντική στη διαμόρφωσή τους ως «πόρων». (Ζαπουνίδης-Σίσκος, 2006)

Συμπερασματικά η Ελλάδα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως **ελκυστικός προορισμός** καθώς διαθέτει πλούσιους **φυσικούς** αλλά και **πολιτιστικούς πόρους**. Ειδικότερα:

Κλίμα και γεωμορφολογία: Η Ελλάδα βρίσκεται στο σταυροδρόμι τριών ηπείρων με διαφορετικό κλίμα, με αποτέλεσμα να διαμορφώνεται ένα ειδικό μεσογειακό κλίμα, το οποίο διακυμαίνεται από το ξηροθερμικό-ημερημικό της Β.Αφρικής(Κρήτη), μέχρι το υγρόψυχρο και ηπειρωτικό της Κ. Ευρώπης(Ροδόπη).

Η ποικιλία γεωλογικών σχηματισμών και το ισχυρό ανάγλυφο αποτελούν επίσης βασικά χαρακτηριστικά της γεωμορφολογίας του ελληνικού χώρου. Ο συνδυασμός της γεωγραφικής θέσης με την ποικιλία πετρωμάτων και την ισχυρή γεωμορφολογική πτύχωση, οδηγεί στη δημιουργία ενός μωσαϊκού τοπικών βιοκλιμάτων που ευνοούν την ανάπτυξη μιας πλούσιας χλωρίδας και πανίδας.

Χλωρίδα και πανίδα: Στην ελληνική φύση μεγάλος αριθμός φυτών και ζώων είναι ενδημικά, που σημαίνει ότι δεν υπάρχουν σε καμιά άλλη χώρα του κόσμου. Ο συνολικός αριθμός των ειδών χλωρίδας είναι σχεδόν 5000 από τα οποία τα 742 είναι ενδημικά(15%). Επίσης, όσον αφορά την πανίδα, το 49%

των θηλαστικών ειδών που υπάρχουν στην Ευρώπη απαντώνται και στην Ελλάδα, γεγονός που φέρνει τη χώρα μας στην τέταρτη θέση από άποψη γενετικής ποικιλότητας.

Τα προστατευόμενα δάση: Οι Εθνικοί Δρυμοί περιλαμβάνουν σήμερα 10 περιοχές(Ολύμπου, Παρνασσού, Πάρνηθας, Αίνου Κεφαλληνίας, Σαμαριάς Κρήτης, Οίτης, Πίνδου, Βίκου Αώου , Πρεσπών και Σουνίου).

Ως Αισθητικά Δάση ανακηρύχθηκαν 19 περιοχές μεταξύ των οποίων το Φοινικόδασος Βαι, το Δάσος Καισαριανής, η Κοιλάδα των Τεμπών, το Δάσος Στενής Ευβοίας, τα Στενά του ποταμού Νέστου κ.ά.

Επιπροσθέτως, έχουν ανακηρυχθεί 51 δάση ως Διατηρητέα Μνημεία της Φύσης όπως δάσος Κυνουρίας, παρθένο δάσος Κεντρικής Ροδόπης, απολιθωμένο δάσος της Ρόδου, δάσος Μεσσηνίας, μικτό δάσος Γράμμου κ.ά.

Στις Περιοχές Ειδικής Προστασίας εντάσσονται οι 11 υγρότοποι (Ramsar), τα Θαλάσσια Πάρκα(περιοχή ωτοκίας της θαλάσσιας χελώνας στη Ζάκυνθο και το Θαλάσσιο Πάρκο των Βόρειων Σποράδων για την προστασία της μεσογειακής φώκιας) και οι περιοχές των Μετεώρων και του Αγίου Όρους που κηρύχθηκαν ως μικτά αγαθά (φυσικά και πολιτιστικά).

Ως Περιοχές Ειδικής Προστασίας θεωρούνται επίσης και μια σειρά άλλων περιοχών μεταξύ των οποίων και το δάσος Δαδιάς Σουφλίου. Το δάσος αυτό εμφανίζει μια όλως ιδιαίτερη σημασία για τη διατήρηση και προστασία ενός μεγάλου αριθμού αρπακτικών και σπάνιων ειδών.

Τα καταφύγια θηραμάτων, μαζί με τα εκτροφεία τους(21) και τις ελεγχόμενες κυνηγετικές περιοχές(7), συγκροτούν ένα δίκτυο προστατευόμενων περιοχών, όπου οι διατάξεις περί θήρας παίζουν σημαντικό ρόλο στην προστασία της πανίδας. Μεταξύ αυτών τα νησιά Αντίμηλος και Θοδωρού, το Δάσος Μονής Αγάθωνα κ.α.

Τα Φεστιβάλ: κοντά σε αρχαιολογικούς χώρους αλλά και αλλού οργανώνονται διάφορες καλλιτεχνικές και πνευματικές εκδηλώσεις όπως τα φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου, τα Δημήτρια στη Θεσσαλονίκη, το Ήχος και Φως της Αθήνας και της Ρόδου, τα Ηπειρώτικα στα Ιωάννινα και το Διεθνές φεστιβάλ της Πάτρας.

Αρχαιολογικοί χώροι: υπάρχουν 60 κηρυγμένα μνημεία και 103 ακήρυχτα μνημεία. Τα κυριότερα είναι το κάστρο των Πατρών, το Ενετικό φρούριο του Ρίου, η Ακρόπολη Δυμαίων, ο Θέρμος Απόλλωνας, η αρχαία

Καλυδούνα, το Αμφιλοχικό Άργος, η αρχαία Ολυμπία, ο κόλπος των Ηρώων, το μοναστήρι του Λιγοβιτσίου καθώς και το κάστρο της Ναυπάκτου, Ακτίνου, Βόνιτσας και Κυλλήνης.

Παραδοσιακοί οικισμοί: υπάρχουν οικισμοί που έχουν κηρυχθεί σαν παραδοσιακοί (Βεσίνιο και Αλεποχώριο), άλλοι που χρειάζονται προστασία (Πάος, Δεχούνιο, Αροάνια κ.α.) και ορισμένοι που χρειάζονται περιορισμένη προστασία (όλοι οι οικισμοί της ορεινής περιοχής του Ακράτους(17), ο Πλάτανος κ.α.). Ακόμα το Πάπιγγο, η Βυζίτσα, η Μακρυνίτσα, οι Μηλιές, οι Κορυσχάδες, η Μονεμβασία, η Βάθεια, τα Ψαρά, τα Μεστά, η Οία, ο Αστακός αποτελούν περιοχές με παλιά αρχοντικά και διατηρημένους οικισμούς.

Τα σπήλαια: στην Ελλάδα υπάρχουν πάνω από 15.000 σπήλαια εκ των οποίων μόνο τα 3.800 έχουν ερευνηθεί. Τα 100 περίπου έχουν χαρακτηριστεί σαν Α' κατηγορίας και είναι στη λίστα των αξιοποιημένων ή υπό αξιοποίηση. Μερικά απ' αυτά είναι το Κουτούκι Παιανίας, ο Προφήτης Ηλίας, το Σπηλαιοβάραθρο Άνω Γλυφάδας, το σπήλαιο Νυμφολύπτου, το σπήλαιο Δυρού, το Καταφύγι, η Αλεπότρυπα, το σπήλαιο Λιμνών, το Πέραμα Ιωαννίνων, το σπήλαιο Πετραλώνων, η Μελισάνη και η Δρογοράτη Κεφαλονιάς, η Γαλάζια Σπηλιά Καστελόριζου, το Σεντόνι Ρέθυμνου και το Γουβερντέτο Χανίων. (Παπασπηλιόπουλος,1996)

3.4 Τα σημεία διαμόρφωσης του βιώσιμου τουρισμού.

Αρχές για την βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού

Οι γενικές αρχές για την βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού διατυπώθηκε με την μορφή Χάρτας στο Παγκόσμιο Συνέδριο στο Λανθαρότε, Κανάριοι Νήσοι, Ισπανία το 1995. Οι βασικές αρχές και στόχοι για μια προσέγγιση στον τουρισμό από την σκοπιά της βιώσιμης ανάπτυξης είναι οι εξής:

- 1) Βιωσιμότητα στην τουριστική ανάπτυξη σημαίνει ότι θα πρέπει να είναι φιλική προς το περιβάλλον, στο παρόν και στο μέλλον, οικονομικά βιώσιμη και κοινωνικά δίκαιη για τις τοπικές κοινωνίες.
- 2) Ο τουρισμός πρέπει να εναρμονίζεται με το φυσικό, πολιτισμικό και ανθρώπινο περιβάλλον.
- 3) Θα πρέπει να μεριμνά για τις επιπτώσεις του στην πολιτισμική κληρονομιά και την παράδοση της τοπικής κοινωνίας.
- 4) Μια ενεργός συμμετοχή του τουρισμού στην βιώσιμη ανάπτυξη προϋποθέτει κοινές δράσεις και συμμετοχή σε αυτές όλων των φορέων του ιδιωτικού και δημοσίου τομέα και αποτελεσματικούς μηχανισμούς συντονισμού σε όλα τα επίπεδα (τοπικό, περιφερειακό, εθνικό).
- 5) Πρωτεύοντες στόχοι στην τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να είναι η διατήρηση του τουριστικού προορισμού και η ικανότητα εξυπηρέτησης των τουριστών στο πλαίσιο μιας στρατηγικής για την βιώσιμη ανάπτυξη.
- 6) Ο τουρισμός πρέπει να βασίζεται στην διεύρυνση των ευκαιριών για τις τοπικές κοινωνίες συμβάλλοντας στο μέγιστο στην τοπική οικονομία.
- 7) Πρέπει να συμβάλλει αποτελεσματικά στην βελτίωση της ποιότητας της ζωής όλων.
- 8) Η κεντρική διοίκηση και οι συναφείς φορείς με την συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων θα πρέπει να αναλάβουν δράσεις που να συμβάλλουν στον ολοκληρωμένο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης.
- 9) Προτεραιότητα πρέπει να δίνεται στις δράσεις που συμβάλλουν στην προστασία και ανάδειξη του περιβάλλοντος και στους μηχανισμούς ενσωμάτωσης του περιβαλλοντικού κόστους στις επενδύσεις και παρεμβάσεις για τον τουρισμό.

- 10) Πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στις περιοχές που είναι περιβαλλοντικά και πολιτισμικά ευαίσθητες.
- 11) Στην αναζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού πρέπει να δίνεται προτεραιότητα σε εκείνες που συμβάλλουν σε μια προοπτική βιώσιμης ανάπτυξης με σεβασμό στο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον.
- 12) Επίσης πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη σημασία στην διάδοση και ανταλλαγή εμπειριών και γνώσης για δράσεις, αλλά και τεχνολογίες που ενσωματώνουν τον τουρισμό στην στρατηγική βιώσιμης ανάπτυξης.
- 13) Η πολιτική βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στον τουρισμό απαιτεί την υποστήριξη και προώθηση περιβαλλοντικά φιλικών συστημάτων διαχείρισης του τουρισμού.
- 14) Όσον αφορά τις μεταφορές θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή για τις επιπτώσεις στο περιβάλλον, καθώς επίσης και στην αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών ενέργειας και στην διαχείριση των αποβλήτων.
- 15) Η ευαισθητοποίηση όλων είναι σημαντική για την εφαρμογή των παραπάνω αρχών και στόχων. (Πηγή: WTO-World Tourism Organization internet site και German Federal Agency for Nature Conservation. Biodiversity and Tourism . Springer : Frankfurt 1997 (Appendix K))

Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές στην βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, χρησιμοποιούνται στα πλαίσια ενός προγραμματισμού με δυο στόχους. Την προσφορά μεγαλύτερου αριθμού εξειδικευμένων υπηρεσιών που καλύπτουν την ζήτηση ειδικών ομάδων τουριστών και την συγκρότηση ενός πρότυπου ανάπτυξης που εντάσσεται με ισορροπία στην υπάρχουσα δομή, βελτιώνοντας την προϋπάρχουσα κατάσταση ή διαμορφώνοντας μια νέα παραγωγική δομή στον τουριστικό τομέα όπου θα κυριαρχούν οι υπηρεσίες των ειδικών και εναλλακτικών μορφών.

Μετά το 1980 οι προσπάθειες για να προωθηθεί ένα πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης του οποίου το βασικό χαρακτηριστικό θα είναι η βιώσιμη ανάπτυξη, γίνονται όλο και περισσότερες. Στόχος είναι οι περιοχές που έχουν υιοθετήσει το πρότυπο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού και οι περιοχές που βρίσκονται στα πρώτα στάδια της ανάπτυξής τους και οι οποίες με τον ανάλογο προγραμματισμό μπορούν να αποκτήσουν βιώσιμα αναπτυξιακά χαρακτηριστικά. (, Smith V. L. – Eadington W. R., Weiler B. – Hall M. C., 1992, Τσάρτας Π., 1996)

1)Βιώσιμα πρότυπα ανάπτυξης για περιοχές οργανωμένου μαζικού τουρισμού.

Οι περιοχές αυτές αποτελούν μια μεγάλη ομάδα τουριστικών προορισμών με σταθερά δυναμική ζήτηση η οποία έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Οι επιπτώσεις στην παραγωγική δομή και το περιβάλλον αυτών των περιοχών λόγω της παρουσίας μεγάλου αριθμού τουριστών και λόγω των ελλείψεων σε προγραμματισμό της ανάπτυξης, ήταν από τις βασικές αιτίες για αναζήτηση προτύπων βιώσιμης ανάπτυξης σε αυτές τις περιοχές. Τα ζητήματα όπου εστιάζεται η έρευνα και η τουριστική πολιτική σε αυτές τις περιοχές τα τελευταία χρόνια είναι:

- α) Η προώθηση πολιτικών που να είναι συγκροτημένου σχεδιασμού και προγραμματισμού της ανάπτυξης αυτών των περιοχών για να αποφεύγονται οι αρνητικές επιπτώσεις της μη ελεγχόμενης επέκτασης.
- β) Θέσπιση όρων και ορίων της χωρικής επέκτασης της τουριστικής ανάπτυξης, ιδιαίτερα στις περιοχές που το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν χρειάζεται ανανέωση και δεν είναι ανταγωνιστικό.
- γ) Παράλληλη ανάπτυξη άλλων τύπων τουρισμού στην περιοχή (ειδικές και εναλλακτικές μορφές) για να εμπλουτιστεί και να γίνει περισσότερο ισόρροπο το πρότυπο αναψυχής.
- δ) Προώθηση προγραμμάτων περιβαλλοντικής προστασίας και κατάρτισης των εργαζομένων με βάση τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και διαχείρισης.

2)Βιώσιμα πρότυπα ανάπτυξης που αφορούν περιοχές με ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Στις περιοχές αυτές έχει επικεντρωθεί μεγάλος αριθμός ερευνών και μελετών σχετικών με την βιωσιμότητα. Η ζήτηση για ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια και αυτό αναδεικνύει την ιδιαίτερη σημασία που θα έχει η συστηματική προώθηση προτύπων βιώσιμης ανάπτυξης. Τα κυριότερα ζητήματα στα οποία εστιάζεται το ενδιαφέρον των ερευνητών για τα βιώσιμα πρότυπα ανάπτυξης για αυτές τις περιοχές είναι :

α) Η προώθηση πολιτικών ελέγχου της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης, με έμφαση στην προστασία του περιβάλλοντος, του πολιτισμού, της ιστορίας και της τοπικής παράδοσης.

β) Η προσπάθεια λειτουργικής διασύνδεσης των εναλλακτικών μορφών μεταξύ τους για να αποτελέσουν ένα δυναμικό και συγκροτημένο τουριστικό προϊόν με βιώσιμα χαρακτηριστικά.

γ) Η συστηματική προβολή των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών αυτών των περιοχών μέσω προγραμμάτων μάρκετινγκ, ως τουριστικών προορισμών με ειδικούς και εναλλακτικούς πόρους (υποδομές και υπηρεσίες).

δ) Η πολιτική μιας συμμετοχικής διαχείρισης όπου όλοι οι εμπλεκόμενοι, όπως κάτοικοι, επιχειρηματίες, tour operators και τουρίστες, προβάλλουν και προωθούν σαν κοινό αγαθό, τις αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.(Πηγή: Κοκκώσης –Τσάρτας,2001)

3.5 Κοινωνία, οικονομία και βιώσιμος τουρισμός

Η «διαρκής και ισόρροπη ανάπτυξη», η «βιώσιμη ανάπτυξη» και οι «βιώσιμες εναλλακτικές μορφές τουρισμού» είναι έννοιες που χρησιμοποιούνται συχνά τελευταία. Ο βιώσιμος τουρισμός(που συνήθως περιλαμβάνει και τους όρους «υπεύθυνος», «ήπιος») είναι όρος που αναφέρεται σε μορφές τουρισμού εκτός του μαζικού, οι οποίες επιδιώκουν την αποφυγή αρνητικών και τη δημιουργία θετικών **κοινωνικών, πολιτιστικών, και περιβαλλοντικών** επιπτώσεων.

Κύρια χαρακτηριστικά αυτού του όρου είναι:(α) η μικρής κλίμακας, ελεγχόμενη και ρυθμιζόμενη ανάπτυξη, (β) η ποικιλία δραστηριοτήτων σε βάση ατομική ή μικρής κλίμακας και (γ) η έμφαση στην απόκτηση εμπειριών για τις τοπικές κουλτούρες και στη διατήρηση παραδοσιακών αξιών. Έτσι, όταν αναφερόμαστε στο **βιώσιμο τουρισμό** εννοούμε μια αναπτυξιακή διαδικασία με τους εξής κοινούς παρονομαστές:

- Κατηγορίες και κλίμακα τουριστικής παραγωγής και κατανάλωσης που είναι προσαρμοσμένες στο τοπικό-περιφερειακό παραγωγικό σύστημα.
- Ισότητα ως προς τις δυνατότητες προσπέλασης του πληθυσμού στα οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά αγαθά και ευκαιρίες, ή ως προς την κατανομή του αναπτυξιακού οφέλους.
- Αναπτυξιακούς στόχους τουρισμού σε αρμονική συνάρτηση με οικολογικές-περιβαλλοντικές παραμέτρους της περιοχής.
- Τουριστικές δραστηριότητες και χρήσεις που βασίζονται σε επιστημονικά θεμελιωμένες αρχές ως προς τη χρήση και ανανέωση των πόρων.
- Ανταπόκριση σε διεθνή καταναλωτικά πρότυπα και προτιμήσεις της τουριστικής αγοράς.
- Αποσκοπεί στη μείωση ποικίλων εντάσεων που προκύπτουν μεταξύ των επισκεπτών, των τοπικών κοινοτήτων και του περιβάλλοντος. (Κομίλης, 2001)

Όσον αφορά τα δυνάμει **κοινωνικο-οικονομικά** οφέλη από την βιώσιμη ανάπτυξη αποτελούν:

- Συναλλαγματικές εισροές αλλοδαπών και έσοδα από δαπάνες ντόπιων επισκεπτών.
- Διαφοροποίηση και ενδυνάμωση της τοπικής οικονομίας, ειδικά σε απομακρυσμένες/ αγροτικές περιοχές.
- Αύξηση άμεσης και έμμεσης απασχόλησης.
- Αύξηση της ζήτησης για ορισμένα τοπικά αγροτικά προϊόντα (οικολογικά/βιολογικά) και σχετικά κέντρα διατροφής.
- Στήριξη της ανάπτυξης ντόπιων βιοτεχνικών προϊόντων (λαϊκής τέχνης) και καταστημάτων διάθεσής τους.
- Ενθάρρυνση της ανάπτυξης τοπικών δικτύων και υπηρεσιών μεταφορών, αλλά και της διαμόρφωσης και υλοποίησης προγραμμάτων περιβαλλοντικής προστασίας.

Μια ενδιαφέρουσα προσέγγιση του βιώσιμου τουρισμού αποτελούν τα 17 σχέδια που ολοκληρώθηκαν με τη στήριξη της Ε.Ε και αφορούν ορισμένους χώρους και τουριστικές επιχειρήσεις.

-Το σχέδιο «ECOTOE» περιλαμβάνει 12 μελέτες περιπτώσεων σε 7 κράτη (Ιρλανδία, Μ. Βρετανία, Ολλανδία, Ελλάδα, Γερμανία, Ισπανία και Τσεχία) και είχε ως αντικείμενο το παράκτιο περιβάλλον αλλά και αυτό ορισμένων λιμνών και παραποτάμιων περιοχών (π.χ. Λίμνη Πρέσπα και Κοιλάδα Αμπελάκια/Τέμπη στην Ελλάδα). Βασικός στόχος ήταν η ενθάρρυνση της συλλογικής δράσης τοπικών κοινοτήτων για περιβαλλοντική προστασία του χώρου τους.

-Το σχέδιο « GRECOTEL Hotels-Tourismus und Umwelt» της ελληνικής αλυσίδας ξενοδοχείων GRECOTEL, που αναφέρεται σε ειδική μελέτη του αειφόρου τουρισμού και περιλαμβάνει δράσεις σε δύο επίπεδα: (α) το «εσωτερικό επίπεδο», που καλύπτει ζητήματα διαχείρισης(π.χ. αποβλήτων), οίκο-ελέγχου, ενημέρωσης προσωπικού και επισκεπτών κ.λ.π., δράσεων που στοχεύουν στην ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων (π.χ. παραγωγή/διάθεση βιολογικών προϊόντων) στους επισκέπτες, και (β) το «εξωτερικό επίπεδο», που αφορά ενέργειες της επιχείρησης που καλύπτουν ένα πρόγραμμα προστασίας των ακτών, με σύμπραξη και της εταιρείας προστασίας της φώκιας και τη δημιουργία ειδικού χώρου έκθεσης πολιτιστικών και περιβαλλοντικών δεδομένων σε αρχαιολογικό μουσείο. (Κομίλης,2001)

Εάν η προστασία του περιβάλλοντος οδηγεί σε απώλεια εισοδήματος, ο τοπικός πληθυσμός θα πρέπει με κάποιον τρόπο να αποζημιωθεί. Αυτό μπορεί να γίνει μέσω της δημιουργίας θέσεων απασχόλησης του τουρισμού καθώς και των παροχών υπηρεσιών και πώλησης αγαθών.

Για παράδειγμα, για τη δημιουργία των πάρκων της Ανατολικής Αφρικής χρησιμοποιήθηκαν μεγάλα τμήματα γης. Οι άνθρωποι μπορεί να έρχονται αντιμέτωποι με τα ζώα για τη χρήση γης, με αποτέλεσμα να γεννιούνται φαινόμενα λαθροθηρίας. Ο τοπικός πληθυσμός θα υποστηρίξει τα πάρκα μόνο εάν του διατεθεί μέρος των εσόδων. Σε κάθε περίπτωση λοιπόν η **τοπική υποστήριξη** αποτελεί προϋπόθεση για την προστασία του περιβάλλοντος.

Οι μελέτες των περιβαλλοντικών επιπτώσεων βοηθούν στη μέτρηση του κόστους και της ωφέλειας της απόδοσης που θα υπάρξει για το σύνολο της κοινωνίας. Για του λόγου το αληθές, στο Μπουτάν, η ποσότητα του νερού που κυλά στα πολυάριθμα ποτάμια της χώρας είναι γνωστή ως «λευκή δύναμη». Η χρήση όμως όλου αυτού του νερού για παραγωγή ενέργειας μέσω της δημιουργίας υδροηλεκτρικών σταθμών κρίθηκε ότι θα είχε πολύ υψηλό περιβαλλοντικό κόστος. Επιπλέον, η κυβέρνηση της χώρας χρεώνει υψηλό τίμημα για το προνόμιο να επισκεφτεί κανείς τη χώρα.

Με αυτόν τον τρόπο, το Μπουτάν εξετάζει τη **δυναμικότητα** με την ευρεία της έννοια-την αφομοίωση δηλαδή του τουρισμού όχι μόνο ως προς την επίδραση που μπορεί να έχει στο περιβάλλον - αλλά και στη βάση **κοινωνικο-πολιτισμικών** κριτηρίων και την πιθανή διατάραξη του τοπικού τρόπου ζωής. Έτσι, αν και φτωχή χώρα, επιλέγει να μην αναπτύξει πόρους που θα προκαλέσουν ζημία στο περιβάλλον, και επιβάλλει υψηλά δικαιώματα χρήσης των πόρων που προστατεύει.

Αν και πολλά περιβαλλοντικά στοιχεία δεν υπόκεινται σε εμπορικές συναλλαγές, χρησιμοποιούνται, εξαντλούνται και πρέπει να κοστολογούνται. Για το λόγο αυτό, θα πρέπει να περιλαμβάνεται και η νομισματική αξία όλων των φυσικών πόρων που χρησιμοποιούνται, και να υπολογίζεται τυχόν περιβαλλοντική ζημιά.

Με τον τρόπο αυτό μπορεί να υπολογιστεί και το εγχώριο προϊόν που είναι προσαρμοσμένο στο περιβάλλον- γνωστό και ως **Πράσινο ΑΕΠ**. Η βιώσιμη ανάπτυξη επιτυγχάνεται μόνο όταν το εγχώριο προϊόν, που είναι

προσαρμοσμένο στο περιβάλλον, δεν υποβαθμίζεται με την πάροδο του χρόνου (Lange και Duchin, 1993).

Όσον αφορά το σχεδιασμό τουριστικών εγκαταστάσεων, θα πρέπει να συμμορφώνονται με όλους τους σχετικούς κώδικες. Ειδικότερα, θα πρέπει:

- Θα πρέπει τα κτίρια να δένουν με το περιβάλλον. Η ανάπτυξη θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τον τοπικό πολιτισμό και το περιβάλλον.

- Να αναπαλαιώνονται τα παλιά κτίρια, με σεβασμό στην αρχική τους χρήση.

- Να επιτρέπεται η οικοδόμηση πολυώροφων κτιρίων μόνο όταν αυτό συνάδει με το συνολικό σχέδιο ανάπτυξης και όταν συμμορφώνεται με τους κατά τόπους συντελεστές δόμησης.

- Να μην αλλοιώνονται οι χώροι πρασίνου ούτε οι φυσικοί χώροι των ζώων.

- Να μην κόβονται δέντρα και, όπου είναι εφικτό, να φυτεύονται λουλούδια και να αναδασώνονται περιοχές.

- Να μην είναι εμφανή τα μηχανήματα και οι θέσεις στάθμευσης.

- Να μην κτίζονται κτίρια που περιορίζουν τη θέα. Εάν είναι δυνατόν, θα πρέπει να υπάρχει ανοικτή θέα από κάθε μπαλκόνι ή παράθυρο.

Το 1993 ψηφίστηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση ο κανονισμός για την **οικολογική διαχείριση** και τα **συστήματα ελέγχου**. Σύμφωνα με αυτόν, κάθε κράτος ορίζει μια αρχή η οποία είναι αρμόδια για το περιβάλλον και ελέγχει τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις. Ανακοινώνονται τα περιβαλλοντικά πρότυπα και οι επιχειρήσεις ελέγχονται από πιστοποιημένο εξωτερικό ελεγκτή.

Εκπομπές αερίων

Διέπει τις εκπομπές αερίων από τα εργοστάσια, τα μεταφορικά μέσα και αφορά τις ουσίες που καταστρέφουν τη ζώνη του όζοντος.

Χώροι αναψυχής, δέντρα και άγρια πανίδα

Οι επιχειρήσεις πρέπει να σέβονται όλους τους σχετικούς εθνικούς κανονισμούς.

Θόρυβος

Αφορά καθιερωμένα πρότυπα για τα επιτρεπόμενα επίπεδα θορύβου από εργοστάσια και μηχανήματα, συμπεριλαμβανομένων για παράδειγμα των θεριστικών μηχανών.

Οχλήσεις

Αφορά πολλά στοιχεία που προσβάλλουν το περιβάλλον, όπως συστήματα αποχέτευσης, τροχόσπιτα, προσωρινά κτίρια ή ακόμα και οχήματα.

Φυσικός σχεδιασμός

Οι σχετικές διατάξεις καλύπτουν, ανάλογα με τις συνθήκες που επικρατούν σε κάθε περιοχή, τον οικοδομικό συντελεστή, το ύψος, τον περιβάλλοντα χώρο, κ.λ.π.

Ακτινοβολία

Αφορά όλους τους κανονισμούς που διέπουν τα επιτρεπόμενα όρια ακτινοβολίας.

Αστική ανάπτυξη

Καλύπτουν τα διατηρητέα κτίρια, την ανάγκη ανακαίνισης για την εξασφάλιση συνθηκών υγιεινής και ασφάλειας και τον καθορισμό σχεδίων αστικής ανάπτυξης.

Απόβλητα

Αφορά τη διαχείριση των αποβλήτων , την απόρριψη τοξικών αποβλήτων στη θάλασσα και τη μεταφορά τοξικών αποβλήτων.

Υδάτινοι πόροι

Καλύπτει τη μόλυνση του υδάτινου περιβάλλοντος και τις προδιαγραφές για την ποιότητα του νερού.

Υδροδότηση και επεξεργασία λυμάτων

Καλύπτει θέματα μόλυνσης και προστασίας των συστημάτων υδροδότησης. Ταυτόχρονα περιλαμβάνονται μέτρα προστασίας ως προς τη σωστή χρήση των προϊόντων, την εξοικονόμηση ενέργειας και κανονισμοί υγιεινής και ασφάλειας. Επίσης οι κανονισμοί αφορούν τη συσκευασία, προκειμένου να προωθηθεί η ανακύκλωση και να μειωθεί η ποσότητα αποβλήτων που καταλήγουν στις χωματερές.

Εθελοντισμός

Η **εκπαίδευση** και η **ευαισθητοποίηση** του κοινού αποτελούν σημαντικά συστατικά για τη διατήρηση της ποιότητας του περιβάλλοντος. Αυτό σημαίνει ότι όλοι θα ακολουθούν τους κανονισμούς και θα συμμορφώνονται με αυτούς **εθελοντικά** και όχι επειδή είναι υποχρεωμένοι.

Οι κώδικες θα πρέπει να προκύψουν από πλήρη και διεξοδική συζήτηση ως προς τα πρότυπα που εξυπηρετούν καλύτερα το **κοινό συμφέρον**. Μόνο έτσι οι άνθρωποι θα επιλέξουν να τους τηρήσουν. Η ευαισθητοποίηση θα πρέπει να αφορά επίσης την προστασία κτιρίων που δηλώνουν την ιστορική κληρονομιά, των περιοχών πολιτισμικής κληρονομιάς, μέτρα για την προστασίας της υπαίθρου, των εθνικών δρυμών και άλλων προστατευόμενων περιοχών. (Doswell,2002)

3.6 Σημεία και φορείς τουριστικής προβολής της Ελλάδας.

Ε.Ο.Τ (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού).

Η ανάγκη για την δημιουργία ενός αρμόδιου οργάνου για τα θέματα του Τουρισμού, έγινε αισθητή στις αρχές του αιώνα μας. Η πρώτη προσπάθεια της Πολιτείας προς αυτή την κατεύθυνση ήταν η σύσταση του «Γραφείου Ξένων και Εκθέσεων» το 1919, το οποίο λειτούργησε από το 1922 με την ονομασία «Υπηρεσία Ξένων και Εκθέσεων». Το 1929 εμφανίζεται για πρώτη φορά ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ), με την μορφή κοινωφελούς νομικού προσώπου δημοσίου δικαίου. Σκοπός της σύστασής του, η οργάνωση, ενίσχυση και προαγωγή του τουρισμού στην Ελλάδα. Το 1936 οι αρμοδιότητές του περιέρχονται στο Υφυπουργείο Τύπου και Τουρισμού και στην συνέχεια το 1941 στην Διεύθυνση Λουτροπόλεων και Τουρισμού του Υπουργείου Εθνικής Οικονομίας, της οποίας η σύσταση γίνεται για το σκοπό αυτό. Το 1945 δημιουργείται η Γενική Γραμματεία Τουρισμού που υπάγεται στον Πρόεδρο της Κυβέρνησης και αναλαμβάνει όλες τις σχετικές με τον τουρισμό αρμοδιότητες των υπηρεσιών του Υπουργείου Εθνικής Οικονομίας. Το 1950-1951 γίνεται επανασύσταση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού με την μορφή που έχει μέχρι σήμερα και έτσι καταργούνται η Γενική Γραμματεία Τουρισμού και το Ανώτατο Συμβούλιο Τουρισμού που λειτούργησε το 1948-1951. Όλες οι αρμοδιότητές τους μεταβιβάζονται στον ΕΟΤ. Τα τελευταία χρόνια το Κράτος έκρινε απαραίτητη, για την σωστότερη τουριστική ανάπτυξη της χώρας, την ενεργοποίηση των περιφερειακών φορέων και την αποκέντρωση των αρμοδιοτήτων του ΕΟΤ. Έτσι ενισχύθηκε ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης, απέκτησαν περισσότερες αρμοδιότητες τα περιφερειακά γραφεία του ΕΟΤ, τα οποία συνδέθηκαν με τους ΟΤΑ και τα Νομαρχιακά Συμβούλια. (Ευθυμιάτου-Πουλάκου, 1997).

Ο σκοπός του ΕΟΤ είναι η οργάνωση και προαγωγή του τουρισμού στην Ελλάδα, με την αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων της χώρας. Η υποχρέωση αυτή των διάφορων εθνικών οργανισμών τουρισμού τονίστηκε σε διεθνές επίπεδο. Σε συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών που

πραγματοποιήθηκε πριν από 30 χρόνια, επισημαίνεται ότι για να επιτευχθεί η προώθηση κάθε χώρας ως ταξιδιωτικού προορισμού για τους τουρίστες θα πρέπει να γίνεται η σωστή διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις, παροχή κάθε είδους πληροφοριών και διανομή έντυπου υλικού. (Recommendation on International Travel and Tourism της U.N. Conference on International Travel and Tourism, Rome 1963). Επίσης, ο συντονισμός προς ενιαία κατεύθυνση των ενεργειών κάθε δημόσιας, δημοτικής ή κοινοτικής αρχής ή νομικών προσώπων ιδιωτικού ή δημοσίου δικαίου ή κοινωφελών οργανισμών καθώς και ιδιωτικών οργανώσεων ή επιχειρήσεων που αποβλέπουν στην εξυπηρέτηση των κύριων σκοπών του τουρισμού στην Ελλάδα.

Για το σκοπό αυτό καταρτίζει και εφαρμόζει πρόγραμμα τουρισμού που αποβλέπει κύρια στην προσέλκυση ξένων περιηγητών και στην τόνωση του εσωτερικού τουρισμού. Αυτό είναι δυνατό να επιτευχθεί με:

- Την ανάπτυξη τουριστικών κέντρων και τόπων.
- Την βελτίωση και παρακολούθηση των συγκοινωνιών που ενδιαφέρουν τον τουρισμό.
- Την επιστημονική και καλαισθητική διαρρύθμιση των λουτροπόλεων, των αρχαιολογικών και των υπόλοιπων τουριστικών τόπων σε συνεργασία με τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης.
- Την τελειοποίηση και την ανέγερση νέων ξενοδοχείων και τουριστικών περιπτέρων, οδικών σταθμών και τουριστικών εγκαταστάσεων.
- Την διοργάνωση περιηγήσεων, εορτών και παραστάσεων.
- Την ενίσχυση των δημόσιων υπηρεσιών, οργανισμών και κάθε είδους σωματίων που επιδιώκουν σκοπούς που έχουν σχέση με την τουριστική ανάπτυξη της χώρας.
- Την ανάπτυξη της τουριστικής συνείδησης.
- Την διαφήμιση του ελληνικού τουρισμού στο εσωτερικό και εξωτερικό.

Κατά την επιδίωξη των σκοπών του ο ΕΟΤ αναλαμβάνει:

- Ø Την εκτέλεση κάθε είδους διαφημιστικών ενεργειών του ελληνικού τουρισμού στο εσωτερικό και το εξωτερικό.
- Ø Την διοργάνωση κάθε μορφής τουριστικών εκδηλώσεων που αποβλέπουν στην προώθηση της τουριστικής κίνησης στη χώρα.

Ø Την κατασκευή και εκμετάλλευση τουριστικών καταστημάτων, εγκαταστάσεων και γενικά έργων τουριστικής ανάπτυξης και καταρτίζει σχετικά προγράμματα. Σε αυτά περιλαμβάνεται η τουριστική αξιοποίηση των λουτροπόλεων και ιαματικών πηγών.

Επιπλέον:

- Υποβάλλει προτάσεις στην Κυβέρνηση για χάραξη της τουριστικής πολιτικής.
- Υλοποιεί την τουριστική πολιτική που χαράσσει η Κυβέρνηση.
- Συντονίζει τις ενέργειες των συναρμόδιων φορέων για την εξυπηρέτηση των τουριστικών σκοπών.
- Έχει την ευθύνη της τουριστικής επιμόρφωσης.
- Εποπτεύει και ελέγχει τις τουριστικές εγκαταστάσεις και δραστηριότητες οποιασδήποτε κατηγορίας.
- Αναλαμβάνει κάθε άλλη δραστηριότητα ή ενέργεια που αποβλέπει στην οργάνωση, ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού. (Πηγή: Ευθυμιάτου-Πουλάκου,1997).

Στις βασικότερες αποστολές του ΕΟΤ περιλαμβάνεται η έγκαιρη, στοχευόμενη και αποτελεσματική διαφήμιση του τουρισμού.

Έγκαιρη θεωρείται η διαφημιστική καμπάνια που ξεκινάει παράλληλα με την εποχή που αρχίζουν οι πρώτες μαζικές κρατήσεις, στοχευόμενη όταν έχει στόχο μια συγκεκριμένη ομάδα τουριστών ανά χώρα και είδος τουρισμού (target group) και αποτελεσματική αν με τα ποσά που διατίθενται επιτυγχάνονται τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα (σχέση κόστους – αποτελέσματος).

- Για να διαφημιστεί το οποιοδήποτε προϊόν, πρέπει αρχικά να είναι προσδιορισίμο. Η τουριστική προβολή της χώρας είναι ένα πολύπλευρο ζήτημα μαζί με το τουριστικό προϊόν που πρόκειται να προωθήσει. Το μοντέλο «Ήλιος – Θάλασσα – Αρχαιότητες» στην δεκαετία του '80-'90 ήταν η μόνη διαφήμιση της χώρας, διότι τα δεδομένα της εποχής εκείνης αφορούσαν αυτό το τουριστικό προϊόν.

- Το τουριστικό προϊόν που είναι προς «διαφήμιση» και «πλασάρισμα», διαμορφώνεται αλλά υλοποιείται κατά την κατανάλωσή του. Το τελικό τουριστικό προϊόν που καταναλώνει ο τουρίστας-πελάτης εξαρτάται από μια σειρά υπηρεσιών, υποδομών αλλά και τυχαίων γεγονότων.
- Πλέον δεν υπάρχει ένα τουριστικό προϊόν προς διαφήμιση. Το μοντέλο «Ήλιος – Θάλασσα» δίνει την θέση του σε νέα προϊόντα . Αυτά τα νέα τουριστικά προϊόντα πρέπει να διαφημιστούν. Υπάρχει για παράδειγμα μεγάλη διαφορά μεταξύ κλασικής τουριστικής προβολής «Ήλιος – Θάλασσα» και προώθηση ενός άλλου image ή νέου προϊόντος. Το μοντέλο προβολής των δεκαετιών του '80 και '90 δεν υπάρχει πλέον. Τότε ήταν εύκολη η καθολική διαφήμιση δηλαδή το image της χώρας.
- Σήμερα τα είδη του τουριστικού προϊόντος είναι πάρα πολλά (ιαματικός, θρησκευτικός, συνεδριακός, αθλητικός τουρισμός) και διαφορετικά για κάθε περιοχή και κάθε εποχή του έτους.
- Η έκφραση «προβολή του τουρισμού» καλύπτει πολλά είδη τουρισμού, πολλές περιοχές, πολλά προϊόντα, πολλές διαφορετικές υπηρεσίες και διαφορετικά media έκφρασης.
- Υποθετικά αν συνδυάσουμε θεματικές μορφές τουρισμού με τριάντα προς προβολή τουριστικές περιοχές της χώρας, μας δίνουν πεπερασμένες αλλά σε αρκετό αριθμό πιθανές εναλλακτικές μορφές παρουσίασης, διαφήμισης συγκεκριμένης περιοχής και συγκεκριμένου προϊόντος.
- Διαφορετική είναι η έκφραση στο διαδίκτυο, στην τηλεόραση, στην εφημερίδα, στο ραδιόφωνο και στον ειδικό Τύπο.
- Η αναγκαία εθνική τουριστική προβολή σε επίπεδο χώρας και η αναγκαία προβολή σε επίπεδο περιοχής και επίπεδο θεματικού τουρισμού πρέπει να διαφοροποιηθεί ανάλογα με τον καλύτερο επικοινωνιακό δρόμο, τα ανάλογα μέσα και το στόχο. Για παράδειγμα η διαφήμιση μέσω CNN δεν έχει απήχηση στο μέσο Γερμανό, όπως και η διαφήμιση του συνεδριακού τουρισμού στο Internet δεν έχει την ίδια απήχηση που θα είχε η διαφήμιση μέσω Internet του μαζικού τουρισμού σε νεαρούς τουρίστες που είναι συνήθως χρήστες Internet.

- Επίσης το τουριστικό προϊόν είναι πολύ ευάλωτο σε συγκυρίες και ξαφνικά γεγονότα.
- Η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης προϋποθέτει ορισμένες παραδοχές και ακριβή μετρήσιμα μεγέθη για να στηθούν οι απαραίτητοι μηχανισμοί και οι παράμετροι μέτρησης και αξιολόγησης. (Πηγή: Διαδίκτυο: www.traveldailynews.gr Μελέτες και Έρευνες: Ανάλυση της δαπάνης διαφημιστικών ενεργειών τουριστικής προβολής εξωτερικού, Γιάννης Πατέλλης.
Το παραπάνω κείμενο αποτελεί τμηματική διασκευή της μελέτης «Τουριστική Διαφήμιση και αποτελεσματικότητα», 2008, PatellisConsultants).

Διαχείριση ενός προγράμματος μάρκετινγκ της τουριστικής περιοχής

Η οργάνωση, προώθηση και διαχείριση ενός σταθερού προγράμματος μάρκετινγκ (WTO, 1993, Doswell R., 1997, Heath E. – Wall G., 1991, Swarbroke J., 1997) αποτελεί στοιχείο μεσοπρόθεσμης σταθερότητας της τουριστικής ανάπτυξης. Οι κυριότεροι στόχοι ενός τέτοιου προγράμματος είναι:

- Η συστηματική προβολή της περιοχής.
Το μάρκετινγκ μιας περιοχής πρέπει να χρησιμοποιεί όλα τα μέσα που διαθέτει (συμμετοχή σε εκθέσεις, διαφημιστικές εκστρατείες, συνεργασία με tour-operators, απευθείας πωλήσεις, δημόσιες σχέσεις), ώστε να προβάλλεται η περιοχή σταθερά στις διεθνείς και εθνικές αγορές. Η πολιτική προβολής πρέπει να έχει χαρακτήρα συστηματικό και να μην επηρεάζεται από την συγκυρία.
- Η συγκρότηση ιδιαίτερης διαφημιστικής «εικόνας» της περιοχής.
Το μάρκετινγκ πρέπει να εστιάσει στην ανάδειξη των πόρων της περιοχής που μπορούν να θεωρηθούν συγκριτικά της πλεονεκτήματα. Με αυτόν τον τρόπο θα συγκροτηθεί η ιδιαίτερη διαφημιστική εικόνα της περιοχής που θα λειτουργεί και σαν σήμα κατατεθέν της.
- Η διαρκής αναζήτηση νέων αγορών και «ομάδων στόχων».

Η συνεχής αύξηση του αριθμού των καταναλωτών για τουριστικά ταξίδια και η διαρκής τάση για εξειδίκευση της ζήτησης, επιτρέπουν σε όλο και περισσότερες τουριστικές περιοχές να διεκδικούν τμήματα της παγκόσμιας τουριστικής ζήτησης. Μέσα σε αυτά τα πλαίσια, το μάρκετινγκ πρέπει να λειτουργεί δυναμικά, να αναζητεί νέες αγορές και ομάδες καταναλωτών οι οποίοι ενδιαφέρονται για τους τουριστικούς πόρους που διαθέτει η περιοχή.

- Η συνεργασία με κατοίκους, κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς αλλά και επιχειρήσεις της περιοχής.

Το πρόγραμμα μάρκετινγκ πρέπει να αποτελεί την σύνθεση των απόψεων των διαφορετικών ομάδων που συμμετέχουν στις διαδικασίες της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής. Είναι σκόπιμο, η σχεδίαση, οργάνωση και προώθηση του προγράμματος, να αποτελεί αντικείμενο συμμετοχικών και συναινετικών διαδικασιών.

- Η σύνδεση του προγράμματος μάρκετινγκ με τους βασικούς στόχους και σκοπούς του σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής.

Το πρόγραμμα πρέπει να είναι συναφές με τις βασικές επιλογές του σχεδιασμού της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης. Επισημαίνεται η μεγάλη σημασία της ύπαρξης συγκροτημένων και συγκεκριμένων στόχων στην διαμόρφωση της ζήτησης για να εξυπηρετείται ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης και οι διαδικασίες διαχείρισής της.

Εταιρεία Τουριστικής & Οικονομικής Ανάπτυξης Αθηνών (ΕΤΟΑΑ)

Η έλλειψη συγκεκριμένων διαχειριστικών δομών από τους τοπικούς φορείς και η αδυναμία της Αθήνας να αναπτύξει, να διαχειριστεί και να προβάλλει το τουριστικό προϊόν της μέσα από έναν ειδικό φορέα τουρισμού, οδήγησε στην σύσταση της Εταιρείας Τουριστικής & Οικονομικής Ανάπτυξης Αθηνών από τον Δήμο Αθηναίων, για να λειτουργήσει στα πρότυπα των επιτυχημένων πρακτικών άλλων αντίστοιχων δομών του εξωτερικού. Η

ΕΤΟΑΑ δημιουργήθηκε με σκοπό την ανάδειξη της Αθήνας σε μια ισχυρή Ευρωπαϊκή μητρόπολη και σε έναν ανταγωνιστικό τουριστικό και συνεδριακό προορισμό.

Δράσεις της ΕΤΟΑΑ

1. Η ΕΤΟΑΑ έχει προχωρήσει στην δημιουργία της ταυτότητας «Breathtaking Athens», που θα εφαρμόζεται σε όλη την οπτική επικοινωνία και τις προωθητικές ενέργειες για την προβολή της Αθήνας. Ένα motto-μήνυμα είναι απαραίτητο για να επικοινωνήσει αποτελεσματικά κάθε τουριστικός προορισμός, θα δίνει την επιθυμητή εικόνα του προορισμού και θα προσθέτει αξία στις προωθητικές ενέργειες του φορέα.
2. Τα προωθητικά έντυπα.
Η ΕΤΟΑΑ έχει εκδώσει και συνεχίζει να παράγει έντυπα που προωθούν την εικόνα μιας σύγχρονης Ευρωπαϊκής πρωτεύουσας με πάρα πολλές επιλογές και εκδηλώσεις, που μπορεί να αποτελέσει τουριστικό προορισμό σε 12μηνη βάση. Τα έντυπα αυτά διανέμονται σε συνέδρια που πραγματοποιούνται στην Αθήνα, σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις, τουριστικά γραφεία και ξενοδοχεία κατόπιν αιτήματος.
3. Δημόσιες Σχέσεις.
Η στενή επαφή με τα ΜΜΕ και η τροφοδότησή τους με ειδήσεις και δεδομένα για την Αθήνα δημιούργησε μια σειρά από θετικά δημοσιεύματα σε έντυπα όπως τα Forbes Traveler, Conde Nast Traveler, International Herald Tribune αλλά και την προβολή της Αθήνας και των δράσεων του φορέα στην ψηφιακή τηλεόραση της ΕΡΤ και σε διεθνή τηλεοπτικά δίκτυα όπως το BBC και το Travel Channel. Η ΕΤΟΑΑ έχει ανταποκριθεί σε 100 αιτήματα δημοσιογραφικού χαρακτήρα μέχρι σήμερα.
4. Εκθέσεις Τουρισμού.
Η συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις, είναι μια ιδιαίτερα σημαντική δράση για ένα φορέα που δραστηριοποιείται στην προώθηση ενός προορισμού. Η ΕΤΟΑΑ έχει παρευρεθεί σε διεθνείς

εκθέσεις όπως, η WTM & IMEX, προβάλλοντας το τουριστικό προϊόν της Αθήνας σε ταξιδιωτικούς πράκτορες και δημοσιογράφους.

5. Website.

Ο επίσημος τουριστικός φορέας ενός προορισμού αποτελεί την πρώτη επιλογή πληροφόρησης για τον επισκέπτη. Η ΕΤΟΑΑ έχει δημιουργήσει δυο σύγχρονα και λειτουργικά Portal, παρέχοντας σωστή και αντικειμενική πληροφόρηση στον επισκέπτη για υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ανάγκες του.(www.breathtakingathens.com και www.athensconventionbureau.gr)

6. Δίκτυο Πληροφόρησης Επισκεπτών (Info Point).

Με σκοπό την καλύτερη πληροφόρηση του επισκέπτη, η ΕΤΟΑΑ έχει προχωρήσει στον σχεδιασμό ενός δικτύου πληροφόρησης. Ο επισκέπτης θα ενημερώνεται από εκπαιδευμένο προσωπικό και από φυλλάδια που θα διανέμονται για όσα προσφέρει η Αθήνα σαν τουριστικός προορισμός.

7. Έρευνα και Μελέτες.

Σε συνεργασία με το Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου, η ΕΤΟΑΑ προχώρησε στην εκπόνηση μελέτης με τίτλο: Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού- από την Προ- Ολυμπιακή στην Μετα-Ολυμπιακή περίοδο: Η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητες, οι προοπτικές-προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη 5ετία (2008-2012). Σκοπός αυτής της μελέτης είναι να αποτελέσει την πρώτη καταγραφή της πορείας του Αθηναϊκού Τουρισμού για το χρονικό διάστημα του 2000-2007, να λειτουργήσει σαν σημείο εκκίνησης και βάση του παρατηρητηρίου τουρισμού του Δήμου Αθηναίων και να αναδείξει τις προκλήσεις και τα επόμενα βήματα για τουριστική ανάπτυξη, διαχείριση και προβολή της Αθήνας για τα επόμενα χρόνια.

8. Συνεργασίες.

Η Εταιρεία έχει εγγραφεί στους διεθνείς οργανισμούς τουρισμού ICCA, WTO, ECM με σκοπό την συλλογή τεχνογνωσίας στους τομείς ανάπτυξης, διαχείρισης και προβολής του τουριστικού και συνεδριακού προϊόντος. Η εταιρεία έχει αναπτύξει στενή συνεργασία με όλους τους

εγγώριους τουριστικούς φορείς για την καλύτερη προβολή και προώθηση της Αθήνας.

9. Συνεδριακός και Εκθεσιακός Τουρισμός.

Η ανάπτυξη του συνεδριακού και επιχειρηματικού τουρισμού αποτελεί άμεση προτεραιότητα γι' αυτό και ιδρύθηκε το γραφείο συνεδρίων Αθηνών που λειτουργεί στα πρότυπα αντίστοιχων γραφείων του εξωτερικού. Το Athens Convention Bureau ACB, έχει σαν βασικούς στόχους:

- Την προβολή της Αθήνας σαν συνεδριακό προορισμό.
- Την προσέλκυση διεθνών συνεδρίων, εταιρικών συναντήσεων και κάθε άλλης μορφής διοργάνωση ή εκδήλωση διεθνούς ενδιαφέροντος στην Αθήνα.
- Την εξυπηρέτηση αιτημάτων από meeting planners
- Την ανάδειξη της ιδιαίτερης σημασίας που έχει για την οικονομία της πόλης η συνεδριακή δραστηριότητα. (Πηγή: Διαδίκτυο: www.atedco.gr)

Συμμετοχή του γραφείου ΕΟΤ Ρώμης σε διεθνείς εναλλακτικές εκθέσεις τουρισμού

Το γραφείο του ΕΟΤ Ρώμης, στα πλαίσια των ενεργειών για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, συμμετείχε σε τρεις νέες θεματικές εκθέσεις στην κεντρική και νότια Ιταλία.

- 1) Έκθεση με θέμα τις Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη (Περιφέρεια Lazio) από τις 16 έως 19 Οκτωβρίου 2008. Συμμετοχή με περίπτερο εκτός από τον ΕΟΤ είχαν οι Νομαρχίες Λάρισας και Καβάλας.
- 2) Έκθεση Αρχαιολογικού Τουρισμού που πραγματοποιήθηκε στην πόλη Paestum (Περιφέρεια Campania) από τις 13 έως 16 Νοεμβρίου 2008.

Το πολυάριθμο κοινό που επισκέπτεται την έκθεση είναι αρχαιολόγοι, αρχαιολογικές σχολές, καθηγητές και σχολεία με κλασική κατεύθυνση. Το γραφείο ΕΟΤ που φιλοξενήθηκε από την Οργανωτική Επιτροπή της έκθεσης διένειμε πληροφοριακό υλικό πολιτιστικού περιεχομένου.

- 3) Έκθεση για τον Θρησκευτικό Τουρισμό που πραγματοποιήθηκε από τις 20 έως 22 Νοεμβρίου 2008 στην πόλη Foggia (Περιφέρεια Πούλιας). Στην έκθεση συμμετείχαν οι μεγαλύτεροι Tour Operators που σχετίζονται με τον Θρησκευτικό Τουρισμό. (Θοδωρής Κουμέλης www.traveldailynews.gr)

Διεθνής Τουριστική Έκθεση Βιέννης 2009.

Η έκθεση ξεκίνησε την Πέμπτη 15 Ιανουαρίου 2009 με πάνω από 800 εκθέτες από 60 χώρες και αναμένεται να προσελκύσει πάνω από 150.000 επισκέπτες. Η Ελλάδα παραμένει στην πρώτη θέση των προτιμήσεων των Αυστριακών όσον αφορά τις κύριες διακοπές τους και τα αεροπορικά πακέτα ταξιδιών με τάσεις ανόδου, όπως φαίνεται από την διεύρυνση των προγραμμάτων και των αεροπορικών θέσεων των μεγαλύτερων Tour Operator που δραστηριοποιούνται στην αυστριακή αγορά. Το 2008 περίπου 600.000 Αυστριακοί επισκέφθηκαν ελληνικούς προορισμούς ανάγοντας την Αυστρία, αναλογικά του πληθυσμού της, στην πρώτη θέση των χωρών προέλευσης τουριστών, οι οποίοι είναι κατά το πλείστον επαναλαμβανόμενοι.

Η συμμετοχή της Ελλάδας σε περίπτερο 400τ.μ, πλαισιώνεται από σειρά εκδηλώσεων όπως συνέντευξη τύπου, παρουσιάσεις προγραμμάτων ελληνικής μουσικής και χορού, γευσιγνωσία και προβολή περιοχών στην κινηματογραφική αίθουσα του εκθεσιακού κέντρου. Συνεκθέτες στο ελληνικό περίπτερο είναι οι : Πιερία, Θεσσαλονίκη, Χαλκιδική, Καβάλα-Θάσος, Λάρισα, Μαγνησία, Σκιάθος, Τρίκαλα, Ρόδος, Κως, Κάρπαθος, Λασιθί, Ηράκλειο, Ρέθυμνο, Χανιά, Κέρκυρα-Παξοί, Λευκάδα, Κεφαλονιά-Ιθάκη, Ζάκυνθος, Μεσσηνία, Αργολίδα, Κύθηρα, Σάμος, η γνωστή αλυσίδα Helios Hotels και το Attika Reisen ιδιαίτερα γνωστό στο γερμανόφωνο χώρο. Η Κάρπαθος σε

ειδική εκδήλωση τίμησε την αεροπορική εταιρία Lauda για την συμπλήρωση 20 ετών σύνδεσης της Καρπάθου με την Αυστρία. Το γραφείο ΕΟΤ Αυστρίας, το οποίο από φέτος είναι αρμόδιο και για την αγορά της Ουγγαρίας, έχει ιδιαίτερα ενεργό παρουσία με πρωτότυπες πρωτοβουλίες προβολής του ελληνικού τουρισμού και της Ελλάδας, όπως εικαστικές εκθέσεις, βραδιές ελληνικής μουσικής, κινηματογραφικές προβολές, μαθήματα χορού και ελληνικής γλώσσας, διαλέξεις και συμμετοχή σε εκθέσεις γνωστών μουσείων, διατηρώντας την Ελλάδα στο κέντρο του ενδιαφέροντος. (Πηγή: Θοδωρής Κουμέλης www.traveldailynews.gr)

Διεθνής Έκθεση Τουρισμού των Βρυξελλών

Η Ελλάδα συμμετείχε και φέτος στην 51^η Διεθνή Έκθεση Τουρισμού “Salon des Vacances” των Βρυξελλών που πραγματοποιήθηκε από τις 5 μέχρι τις 9 Φεβρουαρίου 2009 στο εκθεσιακό κέντρο Brussels Expo. Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία της διοίκησης συμμετείχαν στην έκθεση πάνω από 700 εκθέτες από 40 χώρες σε 5 διαφορετικούς εκθεσιακούς χώρους. Εκτός από την κεντρική παρουσία του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, παρουσίες είχαν και πολλές περιοχές της χώρας για πρώτη φορά στην ιστορία της συγκεκριμένης έκθεσης. Η Κρήτη, τα νησιά του Ιονίου, η Ρόδος, η Χαλκιδική με την Ένωση Ξενοδόχων που επιμελήθηκε και παρουσίασε ελληνικούς χορούς από χοροδιδασκάλους του Δήμου Αρναίας και παραδόθηκαν μαθήματα τοπικής γαστρονομίας από εκπροσώπους του ξενοδοχείου Germany. Επίσης οι τέσσερις νομοί της Δυτικής Μακεδονίας, η Νάξος, η Πάρος και η Αντίπαρος, η Χίος, η Σάμος, αλλά και μεμονωμένες ξενοδοχειακές μονάδες όπως το Rodian Amathus και ναυτιλιακές εταιρίες όπως η Minoan Lines. Από τις Βρυξέλλες συμμετείχε με την παρουσία των τουριστικών του πακέτων και των υπηρεσιών που προσφέρει στον τομέα της μετακίνησης από το Βέλγιο προς την Ελλάδα, το ταξιδιωτικό γραφείο Grecorama, το οποίο εκπροσώπησε την Superfast.

Στην διάρκεια της έκθεσης το ελληνικό περίπτερο έτυχε της προσοχής πλήθους επισκεπτών από το Βέλγιο. Τέλος έγινε πρόταση της διοίκησης της Brussels Expo να είναι η Ελλάδα η τιμώμενη χώρα στην 52^η έκθεση το 2010. (Τατιάνα Ρόκου 17/02/2009 www.traveldailynews.gr)

Έκθεση με αφίσες του ΕΟΤ στο Λονδίνο.

Στο γνωστό πολυκατάστημα Harrods του Λονδίνου πραγματοποιείται έκθεση με αφίσες του ΕΟΤ από το 1929 έως σήμερα. Την έκθεση εγκαινίασε ο υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης κ. Κώστας Μαρκόπουλος. Για την χρονική περίοδο μέχρι το τέλος του Φεβρουαρίου 2009, η Ελλάδα διαφημίζεται σε 10 από τις 72 βιτρίνες, προβάλλονται βίντεο διαφημιστικής καμπάνιας του ΕΟΤ και διανέμεται έντυπο υλικό σε κεντρικά σημεία του Harrods. Οι επισκέπτες μπορούν να δοκιμάσουν την ελληνική κουζίνα στα εστιατόρια του πολυκαταστήματος. Επίσης στην πίσω όψη όλων των αποδείξεων για οποιαδήποτε αγορά στα Harrods προβάλλεται η Ελλάδα, μέσω του διαφημιστικού της λογότυπου και ενός σύντομου κειμένου για την χρονική περίοδο του Φεβρουαρίου. Σύμφωνα με τους αρμόδιους υπολογίζεται ότι 1εκατ. Πολίτες θα επισκεφθούν το Harrods, το διάστημα της διαφημιστικής καμπάνιας της Ελλάδας.(Πηγή: Διαδίκτυο 11/2/2009 Τατιάνα Ρόκου www.traveldailynews.gr)

3.7 Σημεία της Ελλάδας που θα μπορούσαν να αναδείξουν οικολογικά θέματα και να τα εκμεταλλευθεί ο τουρισμός

Το γεγονός ότι οι υπηρεσίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού παρουσιάζουν υψηλή και συνεχώς αυξανόμενη τουριστική ζήτηση, δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη μιας ειδικής θεματικής τουριστικής αγοράς με αναβαθμισμένες ποιοτικά υπηρεσίες και ενδιαφέροντα. Η τουριστική πολιτική της χώρας μας λοιπόν θα πρέπει να κατευθύνεται προς την ανάπτυξη των **ήπιων μορφών τουρισμού** σε ισορροπία όμως με τις άλλες μορφές συμβατικού τουρισμού.

Όσον αφορά τον **ιαματικό τουρισμό**, η βελτίωση των εγκαταστάσεων των λουτροπόλεων της χώρας με σύγχρονη υποδομή και εξοπλισμό είναι αναγκαία για την πλήρη αξιοποίηση των ιαματικών ιδιοτήτων των νερών τους. Ταυτόχρονα με την ένταξη των πηγών σε ένα πλέγμα ποικίλων εγκαταστάσεων που να συνδυάζουν και άλλες δραστηριότητες (αθλητισμό για όλες τις ηλικίες, πολιτιστικά, εγκαταστάσεις αναψυχής για νέους, πάρκα πρασίνου) επιτυγχάνεται η ανάδειξή τους σε παραθεριστικά κέντρα τουρισμού μακράς παραμονής και όλων των ηλικιών.

Τα απαιτούμενα έργα υποδομής για τις λουτροπόλεις θα πρέπει να είναι μεγάλης κλίμακας, γιατί οι χώροι που θα προσφέρονται προορίζονται εκτός της θεραπείας ιατρικών παθήσεων και για τη γενικότερη βελτίωση της φυσικής κατάστασης των επισκεπτών τους. Τα κέντρα λουτροθεραπείας που έχουν δημιουργηθεί αποτελούν και κέντρα παραθερισμού. Επομένως, οι περιοχές με ήδη αναπτυγμένη υποδομή για τις ανάγκες του εποχιακού τουρισμού ξεκινούν με σημαντικό πλεονέκτημα σε σχέση με περιοχές που δεν έχουν αναδειχθεί σε τουριστικά κέντρα.

Βασική επιδίωξη πρέπει να είναι η σωστά οργανωμένη υποδομή μεταφορών, καθώς συμβάλλει και στην αξιοποίηση του φυσικού δυναμικού των πηγών λόγω της μεγαλύτερης προβολής που θα αποκτήσουν. Η αξιοποίηση των πηγών από ιδιώτες ή από την Τοπική Αυτοδιοίκηση με τη δημιουργία κοινοτικών επιχειρήσεων αποτελεί επί πλέον και μια μορφή τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης της χώρας.

Επίσης, χρειάζεται να ληφθούν μέτρα για την προστασία του τοπίου και την εξασφάλιση της ποιότητας του περιβάλλοντος, γιατί οι περισσότερες ιαματικές πηγές βρίσκονται σε περιοχές όπου συνδυάζεται βουνό με θάλασσα κάτω από εξαιρετικές κλιματολογικές συνθήκες. Είναι γνωστό ότι η **υποβάθμιση του περιβάλλοντος**, πέρα από την καταστροφή της αρχικής φυσικής ομορφιάς, συντελεί και στη **μείωση της ανταγωνιστικότητας** του συγκεκριμένου θερέτρου στην τουριστική αγορά. Η διατήρηση λοιπόν του γνήσιου φυσικού περιβάλλοντος στα κέντρα παραθερισμού-λουτροπόλεις αποτελεί κύριο μέλημα.

Βασική είναι και η σημασία της έρευνας αγοράς και διαφήμισης, η οποία ήδη γίνεται σε άλλες χώρες της Ευρώπης, ενώ στην Ελλάδα υστερεί κατά πολύ, με αποτέλεσμα οι ιαματικές πηγές της χώρας να μην είναι διεθνώς γνωστές. Παρόλα αυτά, όπως έχει αναφερθεί σε διεθνή συνέδρια, η Ελλάδα έχει πολύ καλές ιαματικές πηγές, που μπορούν να συνδυαστούν με το θαλάσσιο τουρισμό και οι λουτροπόλεις της να αποτελέσουν «πρότυπο» για όλες τις σχετικές πόλεις στην περιοχή της Μεσογείου. (Σπαθή,2000)

Για την προώθηση του **αγροτουρισμού** στην Ελλάδα είναι σκόπιμο να επισημανθούν τα εξής:

- Η ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού δεν πρέπει να είναι ανταγωνιστική προς τις άλλες μορφές του τουρισμού αλλά συμπληρωματική, διότι διαφορετικά θα έχει ως αποτέλεσμα να μειώσει το ποσοστό πληρότητας των υπάρχοντων καταλυμάτων και να επιδεινώσει τη βιωσιμότητα πολλών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.
- Θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα ευρύ πρόγραμμα ενημέρωσης και τουριστικής αγωγής των κατοίκων των περιοχών που θα επιλεγούν για τον αγροτουρισμό.
- Θα πρέπει να γίνει αναβάθμιση των επαγγελματιών που σχετίζονται με τον εν λόγω τουρισμό από πλευράς γνώσεων και δεξιοτήτων αλλά και από πλευράς κοινωνικού και επαγγελματικού κύρους.
- Θα πρέπει να οργανωθεί έγκαιρα και σωστά η επαγγελματική εκπαίδευση των αγροτών, που θα συμμετάσχουν στα προγράμματα αγροτουρισμού.

- Θα πρέπει κάθε χρόνο, στο πλαίσιο τουριστικής προβολής της χώρας μας από τον ΕΟΤ, να προβλέπεται ένα ειδικό κονδύλι για την προβολή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού της υπαίθρου και τη δημιουργία αγροτουριστικών δικτύων ανά περιοχές.
- Θα πρέπει να συσταθεί ένας νέος ισχυρός οργανισμός (Οργανισμός Τουρισμού Υπαίθρου Α.Ε.), ο οποίος θα προωθήσει αποφασιστικά τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
- Θα πρέπει σε όλες τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις να εφαρμόζονται συστήματα διαχείρισης ποιότητας με αντίστοιχες πιστοποιήσεις (ISO 9001, HACCP, κ.ά.) για τα προϊόντα που παράγουν και τις υπηρεσίες που προσφέρουν.

Οι βασικές κατευθύνσεις της τουριστικής πολιτικής για την ανάπτυξη του **θαλάσσιου τουρισμού**, που αποφέρει πολλαπλά οφέλη στη χώρα μας, πρέπει να επικεντρωθούν:

- Στην κατασκευή σύγχρονων μαρίνων που, πέρα από τις άνετες προβλήτες, θα πρέπει να έχουν πρατήρια καυσίμων, νερό, φως, αποθήκες, τουαλέτες, πλήρως εξοπλισμένο σέρβις για την παροχή οποιασδήποτε εξυπηρέτησης, εστιατόρια, πισίνες, ξενοδοχεία κ.λπ.
- Θα πρέπει να αναβαθμιστούν οι προσφερόμενες υπηρεσίες και η προστασία των τουριστών και κυρίως να καθιερωθούν κυρώσεις για την παράνομη ναύλωση πλοίων αναψυχής η περιήγησης.
- Η οργάνωση κέντρων θαλάσσιων σπορ θα μπορούσε να προσφέρει και δυνατότητες εκπαίδευσης, οργάνωσης διεθνών ή ευρωπαϊκών αγώνων και προβολής μέσω των εκδηλώσεων αυτών.
- Να δοθούν οικονομικά κίνητρα με τη μορφή ενίσχυσης στις επιχειρήσεις θαλάσσιου τουρισμού (κρουαζιερόπλοια, θαλαμηγοί κ.λπ.).
- Το πρόγραμμα διαφήμισης του ελληνικού τουρισμού τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό πρέπει να συμπεριλάβει και το θαλάσσιο τουρισμό.

Οι προοπτικές ανάπτυξης του **καταδυτικού τουρισμού** στη χώρα μας είναι τεράστιες καθώς η Ελλάδα είναι μια χώρα ασφαλής, με σταθερό και

ήρεμο πολιτικό περιβάλλον, ολοκληρωμένες υποδομές, άριστες καιρικές συνθήκες, διαυγή και ζεστά νερά και μεγάλη ποικιλία θαλάσσιας ζωής και μορφολογίας.

Επίσης, η χώρα μας συγκεντρώνει τη μεγαλύτερη πυκνότητα από οποιαδήποτε άλλη σε ενάλιες αρχαιότητες. Αρχαία ναυάγια είναι διάσπαρτα σχεδόν σε όλες τις ακτές της, που θα μπορούσαν να προσελκύσουν εκατοντάδες τουρίστες. Έχει όμως αναφερθεί ότι αρκετά από αυτά τα ναυάγια είναι λεηλατημένα από αρχαιοκάπηλους. Η αρχαιολογική υπηρεσία έχει τη δυνατότητα να δεσμεύει κάθε σπιθαμή των ελληνικών θαλασσών με αποτέλεσμα τη γενική απαγόρευση των καταδύσεων.

Έτσι, για να μπορέσει η Ελλάδα να αναπτύξει σωστά τον καταδυτικό τουρισμό, θα πρέπει να ανοίξει όχι μόνο τις θάλασσες αλλά και την ίδια την αγορά της. Παράλληλα, οι καταδυτικές επιχειρήσεις ενδιαφέρονται να **προστατεύσουν** τις περιοχές όπου καταδύονται και όχι να τις καταστρέψουν. Η ύπαρξη καταδυτικών κέντρων μπορεί να αποτρέψει τους επίδοξους αρχαιοκάπηλους να επιδοθούν στο έργο τους, καθώς υπάρχει κίνδυνος να εντοπιστούν.

Επιπροσθέτως, για την προστασία των ενάλιων αρχαιολογικών χώρων και την αξιοποίησή τους, θα μπορούσαν να δημιουργηθούν υποθαλάσσια αρχαιολογικά πάρκα. Σε αυτά έμπειροι αρχαιολόγοι-δύτες θα μπορούσαν να ενημερώνουν και να επιβλέπουν τους επισκέπτες κατά τη διάρκεια της κατάδυσης, προσφέροντας έτσι ένα σημαντικό έσοδο στην αρχαιολογική υπηρεσία.

Αντίστοιχες κινήσεις έχουν γίνει στο Μπουντρούμ της Τουρκίας, στην Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου και στη Μάλτα όπου χιλιάδες καταδύτες την επισκέπτονται για να γνωρίσουν από κοντά τα εκεί ναυάγια. Επίσης, στη χώρα μας από το 2003 λειτουργεί υποβρύχιο σκάφος, το οποίο χρησιμοποιείται για ξεναγήσεις στο βυθό της Σαντορίνης. Η ανάπτυξη του καταδυτικού τουρισμού δεν θα ωφελήσει μόνο τους ξένους τουρίστες αλλά και τους Έλληνες πολίτες, που ενδιαφέρονται για το συγκεκριμένο σπορ.

Ο **θρησκευτικός τουρισμός** μπορεί να τονωθεί με την διοργάνωση από την εκκλησία θρησκευτικών εκδηλώσεων, που να πλαισιώνονται από πολιτιστικό πρόγραμμα, το οποίο θα διαμνησεί στον επισκέπτη τους δεσμούς της θρησκείας με την τέχνη, π.χ. την αρχιτεκτονική, τη ζωγραφική, τη

γλυπτική, τη μουσική κ.λπ., αφού η τέχνη με τις διάφορες μορφές της αποτελεί μέσο επικοινωνίας του ατόμου με το θείο.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η διοργάνωση, από το 1995, στη Βέροια μιας σειράς λατρευτικών, πολιτιστικών, αθλητικών και καλλιτεχνικών εκδηλώσεων με τον τίτλο «Παύλεια», που ολοκληρώνονται με ένα επιστημονικό συνέδριο, καθώς στην πόλη δίδαξε ο Απόστολος Παύλος και η τοποθεσία αυτή αποτελεί παγκόσμιο προσκύνημα του χριστιανισμού. Μάλιστα είναι ενταγμένη ως πολιτιστική διαδρομή στο Πρόγραμμα του ΕΟΤ «στα Βήματα του Αποστόλου Παύλου».

Τα μέσα για την επίτευξη μιας τέτοιας προσέγγισης θα πρέπει να είναι διάφορες σταθερές εκθέσεις, οργανωμένες ξεναγήσεις, εορταστικές εκδηλώσεις, φεστιβάλ με θρησκευτικές αναφορές, δημιουργία συνεδρίων με θρησκευτικό περιεχόμενο, προβολή των παραγωγικών δραστηριοτήτων της καθημερινής ζωής, που είναι άμεσα συνδεδεμένες με τους ναούς, τα μοναστήρια, με το περιβάλλον, με ήπιες μορφές δράσης οικολογικά επιτρεπτές, καθώς και σύγχρονα μέσα, π.χ. οπτικοακουστικό υλικό και χρήση της τεχνολογίας των πολυμέσων.

Τέλος, απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτών των δραστηριοτήτων είναι η προστασία και προβολή των θρησκευτικών μνημείων και του ευρύτερου περιβάλλοντα χώρου τους.

Όσον αφορά τα συνέδρια που γίνονται στην Ελλάδα είναι λίγα σε σύγκριση με άλλες χώρες, πράγμα που οφείλεται κυρίως στην έλλειψη επαρκών συνεδριακών κέντρων, στο ανεπαρκές μάρκετινγκ και στη χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών.

Για την ανάπτυξη του **συνεδριακού τουρισμού** στην Ελλάδα προτείνουμε:

- Να δημιουργηθεί θεσμικό πλαίσιο για την πιστοποίηση των γραφείων τουρισμού, που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων.
- Να δημιουργηθεί ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός συνεδρίων και φιλοξενίας (convention and visitors bureau).

- Να δημιουργηθεί μια βάση δεδομένων, σε έντυπη ή ηλεκτρονική μορφή, η οποία θα παρουσιάζει όλα τα στοιχεία για συνέδρια/εκθέσεις.
- Να υπάρξει δικτύωση του συνεδριακού δικτύου (ξενοδοχειακού, πανεπιστημιακού κ.λπ.).
- Να γίνει χωροταξική κατανομή της συνεδριακής κίνησης και σε περιοχές του ελλαδικού χώρου που έχουν συγκριτικά πλεονεκτήματα για ειδικές ή θεματικές συνεδριακές εκδηλώσεις, με την ενίσχυση της συνεδριακής υποδομής και σε μικρότερες κατηγορίες ξενοδοχείων ή σε αυτόνομα συνεδριακά κέντρα.
- Τέλος, πάγιο αίτημα της Ένωσης Ξενοδόχων Αττικής είναι η δημιουργία ενός μητροπολιτικού συνεδριακού/εκθεσιακού κέντρου στην πρωτεύουσα, δυναμικότητας 7.000 ατόμων, το οποίο θα μπορούσε να φέρει στην Ελλάδα τουρίστες υψηλού επιπέδου.

Κύριο μέλημα των αρμόδιων φορέων λοιπόν είναι να οργανώσουν τις υπηρεσίες που θα εξασφαλίσουν την προώθηση, τη διαφήμιση, τη γνωστοποίηση και την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού συνεδριακού τουριστικού προϊόντος.(Βενετσανοπούλου,2006)

3.8 Προοπτικές του οικοτουρισμού και γενικότερα του τουρισμού σε συνδυασμό με την οικολογία

Ενώ κάποτε ο οικοτουρισμός θεωρούνταν μια μικρή εξειδικευμένη αγορά που προσφέρει συγκεκριμένες δραστηριότητες, οι οποίες εστιάζονται σε «προϊόντα που προσφέρουν ειδικές εμπειρίες», τελευταία θεωρείται ως μια ευρύτερη αγορά προσφοράς φυσικών και πολιτιστικών προϊόντων. Τούτο διαπιστώνεται από το γεγονός ότι η ζήτηση για οικοτουρισμό δεν ικανοποιείται πια μόνο από μικρές και εξειδικευμένες εταιρίες ή γραφεία τουρισμού, αλλά και από μεγάλους Tour Operators.

Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού, που θεωρείται ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς του τουρισμού, εξηγείται ως αποτέλεσμα της αυξανόμενης **περιβαλλοντικής και κοινωνικής ευαισθητοποίησης** και συνειδητοποίησης σημαντικού μέρους του πληθυσμού στον αναπτυσσόμενο κόσμο, μιας συνειδητοποίησης των αρνητικών επιπτώσεων που έχει επιφέρει ο μαζικός τουρισμός, αλλά και της αξίας του φυσικού περιβάλλοντος.

Όπως αναφέρεται σε ειδικό άρθρο (Russel et al.1996), ο οικοτουρισμός εκτιμάται ότι καλύπτει το 12-15% της συνολικής ταξιδιωτικής αγοράς. Ακόμα και μεγάλες επιχειρήσεις ή Tour Operators αναγνωρίζουν τα οικολογικά ζητήματα ως συστατικό μέρος του ασκούμενου μάρκετινγκ. Για παράδειγμα, όπως αναφέρει ο πρόεδρος της μεγάλης γερμανικής εταιρείας TUI, οι εταιρείες της τουριστικής βιομηχανίας πρέπει να στοχεύουν στη μείωση των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων ή της μόλυνσης που προκαλείται από διάφορες δραστηριότητες.

Ένα άθικτο και ελκυστικό περιβάλλον, ταυτόχρονα και συνιστά το κύριο συστατικό στοιχείο του ίδιου του τουριστικού προϊόντος, η διαρκής **ελκυστικότητα** του οποίου αποτελεί προϋπόθεση για ευχάριστες διακοπές αλλά και για ευρύτερα οικονομικά οφέλη από την αυξανόμενη ζήτηση. Στο πλαίσιο της εξέτασης της σχέσης τουρισμού-οικολογίας, ορισμένοι ερευνητές.

(Farrel & Runyan 1991) θεωρούν τον οικοτουρισμό έναν τύπο ανάπτυξης που ενσωματώνει τρία αλληλένδετα χαρακτηριστικά:

-Οικολογικά: προστασία και ανάδειξη φυσικών περιβαλλοντικών πόρων.

-Πολιτιστικά: εναρμονισμός τουριστικών δραστηριοτήτων με πολιτισμικές καταστάσεις και δρώμενα στους χώρους υποδοχής.

-Κοινωνικο-οικονομικά: ταιριαστή συμμετοχή τοπικού πληθυσμού στα δρώμενα (λήψη αποφάσεων, οικονομικά οφέλη κ.λπ.).

Η **αναπτυξιακή προοπτική** του οικοτουρισμού συναρτάται με τις πολιτικές αειφόρου ανάπτυξης που προωθούν εθνικοί και διεθνείς φορείς, αλλά και επιχειρηματικοί κλάδοι της τουριστικής βιομηχανίας, και κυρίως με την **περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση** του πληθυσμού. Το τελευταίο εξαρτάται από τη **συμμετοχή των πολιτών** στα κοινωνικά δρώμενα, συμβάλλοντας σε ομαδικές και ατομικές αποφάσεις.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το σχέδιο που ανατέθηκε με τη στήριξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης στους εθνικούς οργανισμούς του «Δικτύου Ευρωπράσινο» ορισμένων χωρών(Ιρλανδία, Μ.Βρετανία, Ολλανδία, Γαλλία, Πορτογαλία, Ισπανία, Ιταλία). Το σχέδιο προέβλεπε διαδικασίες αμοιβαίας ανταλλαγής εμπειριών περιβαλλοντικής προστασίας και την οριοθέτηση κοινά αποδεκτών δράσεων προώθησης αναπτυξιακών προγραμμάτων περιβαλλοντικής προστασίας.

Επιπροσθέτως, ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα «πιλοτικά προγράμματα ανάπτυξης οικοτουρισμού» που ανατέθηκαν από τον ΕΟΤ στο Παγκόσμιο Ταμείο για τη Φύση(WWF-Ελλάς) με στόχο έναν ολοκληρωμένο σχεδιασμό προγραμμάτων οικοτουρισμού στην Ελλάδα. Τα προγράμματα περιλαμβάνουν: την περιοχή δυτικού Ζαγορίου στη Β. Πίνδο και τη Λίμνη Κερκίνη με τα γύρω χωριά στο νομό Σερρών. Πρόκειται για δύο περιοχές που «αντιπροσωπεύουν δύο τύπους τοπίων και οικοσυστημάτων που χαρακτηρίζουν τη βιοποικιλότητα της Ελλάδας: τις ορεινές περιοχές και τους υγρότοπους.

Τα προγράμματα περιλαμβάνουν μια σειρά ενδεικνυόμενων δράσεων για κάθε περιοχή όπως π.χ. δράσεις διασύνδεσης οικοτουρισμού και αγροτουρισμού (δυτικό Ζαγόρι), δράσεις ανάδειξης του υγροτόπου της Λίμνης Κερκίνης, δράσεις εκπαίδευσης /ευαισθητοποίησης των ασχολούμενων με τον οικοτουρισμό ατόμων και ομάδων, καθώς και δράσεις διαχείρισης των αναγκαίων έργων υποδομής(π.χ. μελέτη λειτουργίας πρότυπου οικολογικού καταλύματος).

Συμπαιρνούμε λοιπόν ότι η Εθνική Αναπτυξιακή Στρατηγική Οικοτουρισμού κρίνεται αναγκαία. Στη διαμόρφωση των περιοχών οικοτουρισμού και στη συγκρότηση των επιμέρους προϊόντων οικοτουρισμού στις διάφορες περιοχές της Ελλάδας, θεωρούμε αναγκαίο να ενταχτούν, εκτός από τις γνωστές φυσικές περιοχές(Εθνικοί Δρυμοί, υγρότοποι Ramsar κ.λπ.), οι ακόλουθοι πόροι τουριστικής έλξης:

-Το δίκτυο ορεινών καταφυγίων, που περιλαμβάνει κέντρα διαμονής ορειβατών που ενδιαφέρονται για ορεινές περιηγήσεις, υπαίθρια αναψυχή/άθληση και απόλαυση της ορεινής φύσης.

- Το δίκτυο σπηλαίων, που χαρακτηρίζεται από μεγάλο αριθμό σπηλαίων, ευρύτατη γεωγραφική κάλυψη και ποικιλία φυσικών και πολιτιστικών χαρακτηριστικών.

-Ορισμένες περιοχές που διακρίνονται ως προς το ελκυστικό τοπίο(πανίδα και χλωρίδα), ειδικές υποδομές, καθώς και ως προς συγκεκριμένες δραστηριότητες (παραγωγή βιολογικών γεωργικών προϊόντων, προστασία οικόσιτων φυλών ζώων κ.λπ.). Ειδικότερα, στις εν λόγω περιοχές εντάσσονται:(α) παράκτιες ζώνες ιδιαίτερης φυσικής έλξης, όπως ζώνες με αμμοθίνες (όπου συχνάζουν σπάνια είδη πουλιών και ερπετών),(β) ειδικές φάρμες με συγκεκριμένες δραστηριότητες(π.χ. Αγρόκτημα Αμφικαία Παρνασσού που δραστηριοποιείται στην προστασία ελληνικών φυλών αλόγων, στη βιολογική γεωργία και την περιβαλλοντική εκπαίδευση)(γ) τόποι με ελκυστική πανίδα(π.χ. βιότοπος αναπαραγωγής της πεταλούδας στη Ρόδο, τα αλογάκια της Σκύρου, τα ελάφια *Dama dama* στο Κάστρο Μύρινας και τα φλαμίγκος στην Αλυκή Λήμνου)(δ) βραχονησίδες και μικρά νησιά του Αιγαίου και του Ιονίου(οργάνωση επισκέψεων με μικρά πλοία και ειδικούς οδηγούς σε ακτές τοπία άγριας φυσικής ομορφιάς) και (ε) διάφορα

οικομουσειά, υφιστάμενα(π.χ. μουσείο Φυσικής Ιστορίας Απολιθωμένου Δάσους Λέσβου) ή δημιουργούμενα(π.χ. οικομουσειά παραδοσιακών οικισμών και οικομουσειά επιμέρους ειδικών κλάδων: δασών-ξυλείας, αμπελουργίας-οινοπαραγωγής, αγγειοπλαστικής και γεωλογικά οικομουσειά μεταλλευμάτων).

Επιπλέον, ενδιαφέρον παρουσιάζει η μελέτη του Υπουργείου Ανάπτυξης που έχει ως αντικείμενο: «την ήπια οικολογική τουριστική ανάπτυξη, του τμήματος της ενδοχώρας που ορίζεται από τον άξονα της οροσειράς της Πίνδου και από τις Πρέσπες έως τη Ναύπακτο και την αναγνώριση ορεινών χιονοδρομικών όγκων». Η εν λόγω μελέτη αποτελεί πλαίσιο μακροχρόνιου σχεδιασμού(έως το 2020) και προτείνει 19 περιοχές, για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων ήπιας μορφής, χρησιμοποιώντας κριτήρια «οικονομίας κλίμακας, ιστορικού και πολιτιστικού υπόβαθρου και οργανωτικής σημασίας».

Ειδικότερα, βασικές προϋποθέσεις ήπιας τουριστικής ανάπτυξης στην Πίνδο θεωρούνται: (α) η αναβάθμιση της αυθεντικής φυσιογνωμίας των ορεινών χωριών και του παραδοσιακού χαρακτήρα κάθε οικισμού και (β) η διατήρηση των φυσικών περιβαλλοντικών στοιχείων εντός ή πέριξ των οικισμών που σε συνδυασμό με τα πολιτιστικά συνιστούν βασικούς πόλους οικοτουριστικής έλξης. Τα προτεινόμενα μέτρα είναι η επιβολή ορίων τουριστικής ανάπτυξης σε ορισμένα χωριά, η ανάπλαση του φυσικού περιβάλλοντος εντός των οικισμών, η θέσπιση κανόνων δόμησης εντός των οικισμών με «οικολογικούς όρους» και η απαγόρευση δημιουργίας ορισμένων έργων(τελεφερίκ, πίστες σκι) που μπορεί να υποβαθμίσουν την οικολογική αξία ελκυστικών φυσικών τοπίων.

Επιπλέον, η μελέτη προτείνει επενδυτικά και χρηματοδοτικά μέτρα όπως: (α)κίνητρα για ιδιωτικές επενδύσεις (δημιουργία καταλυμάτων) ή για ιδιωτικές και δημόσιες, με κατεύθυνση την αξιοποίηση πόρων, (β) δημόσιες επενδύσεις για βελτίωση των υποδομών (π.χ. οδικά δίκτυα), για την ανάδειξη του παραδοσιακού οικιστικού περιβάλλοντος καθώς και για την προστασία οικολογικών πόρων και της άγριας φύσης, (γ) δημόσιες δαπάνες για λειτουργία τοπικών φορέων και για την ενίσχυση του τοπικού πληθυσμού (μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων), που συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος και στη στήριξη της οικολογικής τουριστικής ανάπτυξης.

Τέλος, στη μελέτη αναλύεται το προφίλ(ιδιαιτερότητες και ταυτότητα) για καθεμία από τις 19 περιοχές. Επίσης αναλύονται ορισμένες «προδιαγραφές επιχειρηματικών παραμέτρων», για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας μικρής κλίμακας τουριστικών μονάδων, που θεωρούνται οι πλέον κατάλληλες μορφές σε ευαίσθητες οικολογικά περιοχές. (Κομίλης,2001)

3.9 Προτάσεις για ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού και συμπεράσματα

(α) Κλαδικές διασυνδέσεις. Το διακλαδικό πλαίσιο οικοτουριστικής ανάπτυξης αναφέρεται στις σχέσεις, τη διασύνδεση και τη συνδυασμένη ανάπτυξη του οικοτουρισμού και ορισμένων άλλων παραγωγικών κλάδων και υπηρεσιών. Παρακάτω διαγράφονται ορισμένοι κλάδοι και δραστηριότητες που παρουσιάζουν δυνατότητες μιας συνδυασμένης (χωρικά και διαχρονικά) ανάπτυξης με τον οικοτουρισμό.

Στον **πρωτογενή τομέα**, και ειδικότερα σε **γεωργικούς** κλάδους, επισημαίνονται ορισμένες δυνατότητες ανάπτυξης σε προϊόντα όπως:

-Χαρακτηριστικά τοπικά ή **οικολογικά** προϊόντα, τα οποία μπορούν να λειτουργήσουν ως εισροές τοπικής γαστρονομίας ή ως **ελκυστικά** προϊόντα τοπικής τουριστικής κατανάλωσης (διασυνδεδεμένα με τις μονάδες καταλυμάτων), ή ως προϊόντα με εξαγωγικό προσανατολισμό (π.χ. οικολογικό λάδι και οπωροκηπευτικά, κρασιά ποιότητας, βρώσιμη ελιά, μαστίχα κ.λπ.).

-Χαρακτηριστικά αρωματικά φυτά, άνθη και θεραπευτικά βότανα, σε συνάρτηση με ανθοκομικά κέντρα, βοτανικούς κήπους αλλά και πρότυπες οργανώσεις (συνεταιρισμοί, εταιρίες), όπως π.χ. επιχειρήσεις αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών.

Σε ότι αφορά τους κλάδους της **κτηνοτροφίας**, των **δασών** και της **αλιείας** επισημαίνονται οι δυνατότητες ανάπτυξης:

-Ορισμένων χαρακτηριστικών και αγνών ζωοκομικών προϊόντων (π.χ. τυρί, γιαούρτι).

-Δασικών προϊόντων, με εισροές σε τοπικές παραδοσιακές βιοτεχνίες (ξυλοτεχνία), και κυρίως χαρακτηριστικών δασικών περιοχών που εντάσσονται σε χερσαία οικοσυστήματα ή δίκτυα πάρκων υπαίθριας αναψυχής-περιήγησης.

-Αλιευτικών προϊόντων, ως προϊόντων τοπικής γαστρονομίας και τουριστικής έλξης, με την προϋπόθεση και στο πλαίσιο επίλυσης των οξύτατων προβλημάτων που αντιμετωπίζει η παραδοσιακή παράκτια αλιεία λόγω της φθίνουσας πορείας της (υποδομές, υποβάθμιση στοκ ή αλιευτικών πεδίων κ.λπ.). Επίσης επισημαίνεται η δυνατότητα ορθολογικής χωροθέτησης

ιχθυοκαλλιεργειών και αποτελεσματικής προστασίας και διαχείρισης θαλάσσιων οικοσυστημάτων.

Στον **δευτερογενή τομέα** και ορισμένους κλάδους όπως **μεταποίηση, βιοτεχνία, ενέργεια**, εντοπίζονται:

-Κλάδοι βιοτεχνίας και παραδοσιακής-καλλιτεχνικής χειροτεχνίας: δυνατότητες ποσοτικής και ποιοτικής αύξησης παραγωγής προϊόντων (artifacts) τουριστικής κατανάλωσης, που συμβάλλουν στην ενίσχυση τοπικών εισοδημάτων και στην ενίσχυση της τουριστικής έλξης πολλών περιοχών (σε συνάρτηση με μουσεία-συλλογές-εκθέσεις). Επιλεκτικά αναφέρονται: η κεραμική, η λιθογλυπτική, η υφαντική, η ξυλογλυπτική(τέμπλα, κασέλες, μικροαντικείμενα) και η καλαθοπλεκτική.

-Ενεργειακοί κλάδοι: δυνατότητες εφαρμογής αιολικών, ηλιακών και γεωθερμικών συστημάτων (υπάρχουν αξιόλογα γεωθερμικά πεδία σε πολλές περιοχές), για εξοικονόμηση ενέργειας και προστασία του περιβάλλοντος και σε συνδυασμό (σε ορισμένες περιπτώσεις) με παθητικά συστήματα (εξωτερικά κελύφη κτιρίων).

-Κλάδος μεταποίησης παραγωγής γεωργικών, κτηνοτροφικών και αλιευτικών προϊόντων: σε σχέση με όσα αναφέρθηκαν παραπάνω στον πρωτογενή τομέα.

Στον **τριογενή τομέα** και σε σχέση με τον οικοτουρισμό, οι αναπτυξιακές δυνατότητες επικεντρώνονται στη δημιουργία επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών και συνακόλουθα θέσεων εργασίας, σε κλάδους όπως:

-**Πληροφορική**: προϊόντα και υπηρεσίες οργάνωσης οικοτουριστικών επιχειρήσεων, ενημέρωσης τουριστών, τηλεπληροφοριών ιδιαίτερα χρήσιμων στον ορεινό και νησιωτικό χώρο, ειδικά για ορισμένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως ο οικοτουρισμός.

-**Προστασία** και διαχείριση του **φυσικού** και **ανθρωπογενούς περιβάλλοντος**: πρόκειται για ποικίλες υπηρεσίες (επιχειρήσεις, εταιρίες κ.λπ.) προστασίας -συντήρησης των περιβαλλοντικών πόρων και της σχετικής τουριστικής ανωδομής και υποδομής. Επιπροσθέτως, ο περιβαλλοντικός πλούτος της χώρας (**βασικό στοιχείο τουριστικής έλξης**) και η αποτελεσματική προστασία του απαιτεί και εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό και ενίσχυση των τοπικών παραδοσιακών «τεχνολογιών-γνώσεων» (know-how), σε συνδυασμό με σύγχρονες τεχνολογίες.

-Δίκτυα διατηρητέων περιοχών με παραδοσιακές καλλιέργειες, που, επιλεκτικά ως προς το χώρο, προστατεύονται σε συνάρτηση και με υποστήριξη ολόκληρου του πλέγματος ανθρώπινων πόρων και παραδοσιακών τεχνικών εργαλείων (δημιουργία θεματικών πάρκων ή οικομουσείων).

Σύμφωνα με τα παραπάνω, ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στη συσχέτιση (σε επίπεδο σχεδιασμού μέτρων πολιτικής και αναπτυξιακών δράσεων) της οικολογικής γεωργίας με τον οικοτουρισμό και τον αγροτουρισμό.

Η **οικολογική γεωργία** προσεγγίζει τη φύση με φιλικό τρόπο προσαρμοζόμενη στους **φυσικούς ρυθμούς ανάπτυξης** και συνδυάζοντας παραδοσιακές εμπειρίες και την πλέον προωθημένη σχετική τεχνολογία. Οι εφαρμοζόμενες μέθοδοι έχουν στόχο να συνδυάζουν την ανθρώπινη ανάγκη υγιεινής διατροφής με την **προστασίας της φύσης**. Ακόμα και τα χρησιμοποιούμενα φάρμακα είναι προϊόντα της φύσης και όχι χημικά φυτοφάρμακα.

Εκτός από την τοπική κατανάλωση και τις εξαγωγές, τα παραγόμενα προϊόντα της οικολογικής γεωργίας αποτελούν σημαντικούς πόρους έλξης για τους τουρίστες, και ειδικότερα τους οικοτουρίστες. Στην Ελλάδα βρίσκονται σε εξέλιξη **βιοκαλλιέργειες** σε ορισμένες περιοχές της χώρας(18 σύμφωνα με το Σύλλογο Οικολογικής Γεωργίας), στις οποίες παράγονται **υγιεινά προϊόντα** όπως λαχανικά, εσπεριδοειδή, κρασί, λάδι, αρωματικά και φαρμακευτικά φυτά και ζωοκομικά προϊόντα που διατίθενται στην αγορά.

(β) Συνεργασία και συντονισμός δράσεων φορέων. Εκείνο που θεωρούμε βασική προϋπόθεση για μια ολοκληρωμένη ανάπτυξη του οικοτουρισμού είναι η αποτελεσματική συνεργασία μεταξύ των αρμόδιων φορέων (κεντρικοί, περιφερειακοί, τοπικοί, δημόσιοι και ιδιωτικοί), με σκοπό το συντονισμό των δράσεων στη διαχείριση αναπτυξιακών σχεδίων οικοτουρισμού. Τόσο οι κλαδικές διασυνδέσεις του οικοτουρισμού, που αναφέραμε παραπάνω, όσο και ο σχεδιασμός και η υλοποίηση σχετικών προγραμμάτων (αγροτικής ανάπτυξης, περιβαλλοντικής προστασίας, προστασίας φυσικών και πολιτιστικών πόρων κ.λπ.) απαιτούν λειτουργικές διασυνδέσεις(σύγκλιση απόψεων) μεταξύ φορέων σε διάφορα χωρικά επίπεδα. Επίσης, η συνεργασία με διεθνείς οργανισμούς αλλά και σχετικούς φορείς άλλων χωρών

μπορεί να συμβάλει (με τη γνώση των εμπειριών τους) στην καλύτερη δυνατή διαμόρφωση μέτρων οικοτουριστικής πολιτικής.

Σχετικά με τις ενέργειες ορισμένων αρμόδιων φορέων, διαγράφουμε παρακάτω ένα γενικό πλαίσιο πολιτικών που πρέπει, κατά την άποψή μας, να προωθήσουν (επιλεκτικά και συντονισμένα) οι εν λόγω φορείς, στο πλαίσιο μιας ενιαίας αναπτυξιακής στρατηγικής οικοτουρισμού.

-Υπουργείο Ανάπτυξης/ ΕΟΤ. Η μελλοντική ανάπτυξη του οικοτουρισμού θα πρέπει κατ' αρχάς να ενταχθεί σε μια **ενιαία στρατηγική τουριστική ανάπτυξη** της χώρας. Απαιτείται μια μακροπρόθεσμη στρατηγική, που θα βασίζεται σε εμπειριστατωμένη ανάλυση της διεθνούς αγοράς (διαπίστωση της μελλοντικής διάρθρωσης της ζήτησης στον ευρωπαϊκό χώρο), σε άμεση συνάρτηση με τη σύνθεση του τουριστικού προϊόντος. Μια τέτοια στρατηγική βασίζεται σε μια πρόταση προσφοράς που λαμβάνει υπόψη τις τάσεις της ζήτησης, κυρίως όμως στηρίζεται σε μια εμπειριστατωμένη αξιολόγηση των περιβαλλοντικών πόρων της χώρας και της δυνάμει συμβολής τους σε μια αειφορική τουριστική ανάπτυξη. Ο σχεδιασμός του οικοτουρισμού θα πρέπει να ολοκληρωθεί μέσω συντονισμένων δράσεων με άλλους φορείς, που αναφέρουμε στη συνέχεια, αλλά και σε συνεργασία με οργανώσεις ιδιωτικού τομέα (π.χ. ΞΕΕ ,ΠΟΞ, ΣΕΤΕ) και επιστημονικούς οργανισμούς, ινστιτούτα και εταιρείες (π.χ. Διεπιστημονικό Ινστιτούτο Περιβαλλοντικών Ερευνών, Ελληνική Εταιρεία Προστασίας της Φύσης, Ελληνικό Κέντρο Βιοτόπων-Υγροτόπων, Μουσείο Γουλανδρή Φυσικής Ιστορίας κ.λπ.).

-ΥΠΕΧΩΔΕ/Υπουργείο Γεωργίας. Οι σχετικές δράσεις των εν λόγω φορέων (σε συνεργασία και με άλλους οργανισμούς) επικεντρώνονται: (α) Στη διαμόρφωση και υλοποίηση προγραμμάτων (π.χ. χρήσεων γης, ΖΟΕ κ.λπ.), στη διαχείριση και προστασία ολόκληρου του πλέγματος φυσικών περιοχών της χώρας ή του δικτύου προστατευόμενων φυσικών περιοχών, αλλά και στην παράλληλη αναγκαία επέκταση του εν λόγω δικτύου με τη δημιουργία νέων Εθνικών Δρυμών και θαλάσσιων πάρκων, καθώς και στη διαμόρφωση ειδικών ζωνών απόλυτης προστασίας της φύσης (biosphere reserves). (β) Στην προώθηση σε επιλεγμένες αγροτικές περιοχές της **οικολογικής γεωργίας**, που τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες. Με τη χρήση συγκεκριμένων κινήτρων μπορεί να επιτευχθεί η

ενθάρρυνση της παραγωγής οικολογικών προϊόντων υγιεινής διατροφής, η οποία θα έχει ευνοϊκές επιδράσεις στον τοπικό πληθυσμό και θετική συμβολή στον οικότουρισμό. (γ) Στην αντιμετώπιση συγκεκριμένων προβλημάτων /απειλών και υποβάθμισης φυσικών πόρων που οφείλονται σε παράνομες ενέργειες (π.χ. αυθαίρετες οικοδομές, χρήση κύριας κατοικίας ως παραθεριστικής), σε «λαθροεκμεταλλεύσεις» (από λαθροκυνηγούς, βοσκούς, υλοτόμους κ.λπ.), σε λανθασμένες χωροθετήσεις (π.χ. ιχθυοκαλλιέργειες) και σε ελλείψεις ελέγχου και διαχείριση φυσικών πόρων (δασικές πυρκαγιές). Όσον αφορά τις «λαθροεκμεταλλεύσεις» προτείνουμε την ανάγκη διαμόρφωσης ενός αποδεκτού **πλαισίου ρυθμίσεων για το κυνήγι** που να καλύπτει όλες τις περιοχές της χώρας και να αλληλοσυναρτά (1) όρους κυνηγιού (συμβατές σχέσεις περιβαλλοντικής προστασίας και κυνηγετικών δραστηριοτήτων), (2) χωρικές ρυθμίσεις (οριοθέτηση κυνηγετικών ζωνών), (3) χρονικές ρυθμίσεις (διάρκεια κυνηγετικής περιόδου), και (4) επιτρεπόμενα όρια θήρευσης, κανόνες ασφαλείας και προϋποθέσεις κυνηγιού (άδεια, εκπαίδευση, φόρος).

-Υπουργείο Πολιτισμού/Υπουργείο Παιδείας. Διακρίνουμε δύο βασικούς τομείς δράσεων από πλευράς των δύο υπουργείων: (α) Επιλεκτική ανάπτυξη και αναβάθμιση **πολιτιστικών πόρων** που εντάσσονται ή βρίσκονται κοντά σε περιοχές οικότουρισμού. Ιδιαίτερα σημαντική θεωρείται η ένταξή τους σε ειδικά διαμορφωμένες διαδρομές (μονοπάτια) πολιτιστικής κληρονομιάς (heritage trails), που, όπως διαπιστώνεται σε πολλές περιπτώσεις, διασυνδέονται με περιοχές και δίκτυα οικότουρισμού. Σχετικά με τη χρηματοδότηση της προσπάθειας αυτής, θα πρέπει να εξεταστεί και η δυνατότητα ίδρυσης ειδικού ταμείου πολιτιστικής κληρονομιάς (heritage fund), που θα προσελκύσει κεφάλαια από διάφορες πηγές (π.χ. οργανώσεις/άτομα της ελληνικής διασποράς). (β) Διαμόρφωση και προώθηση, γενικά, σε όλα τα εκπαιδευτικά επίπεδα (από δημοτικό μέχρι πανεπιστήμιο) προγραμμάτων περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, με μαθήματα και δραστηριότητες (π.χ. επισκέψεις στην ύπαιθρο) που στοχεύουν στην κατανόηση της αξίας των πόρων φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά και στις προϋποθέσεις και στις ενδεικνυόμενες ενέργειες για περιβαλλοντική προστασία και αειφόρο ανάπτυξή τους. Ειδικότερα, κρίνεται σκόπιμη η ίδρυση περιφερειακού **δικτύου Ειδικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων Περιβάλλοντος**, τα οποία, σε

συνεργασία με υφιστάμενες οικολογικές οργανώσεις, θα προωθούν προγράμματα εκπαίδευσης, αφενός περιφερειακών, νομαρχιακών και δημοτικών φορέων, αφετέρου διαφόρων τοπικών οργανώσεων (π.χ. συνεταιρισμών), με στόχο τη διαχείριση των πόρων, την παραγωγή οικολογικών προϊόντων κ.λπ.

Συμπεράσματα

Οι ενισχυτικοί και προωθητικοί παράγοντες του οικοτουρισμού που παρουσιάζουμε παρακάτω διακρίνονται σε δύο επίπεδα.

Στο πρώτο, το **διεθνές επίπεδο**, διαπιστώνεται (από διασκοπήσεις δράσεων διαφόρων δημόσιων και ιδιωτικών φορέων) μια γενικότερη σύγκλιση απόψεων ως προς τους παράγοντες στήριξης του οικοτουρισμού. Τέτοιοι παράγοντες είναι:

-Η ανάγκη για μια **συνολική (όχι αποσπασματική) προσέγγιση θεμάτων περιβαλλοντικής προστασίας**, σε συνάρτηση με καινοτόμου χαρακτήρα αναπτυξιακές δραστηριότητες, όπως αυτές του οικοτουρισμού.

-Η γενικότερα παρατηρούμενη **τάση μεταστροφής** από την ως τώρα συμβατική μορφή τουρισμού (μαζικού) **προς νέες μορφές τουρισμού**, στις οποίες ενσωματώνονται εντονότερα οι διαστάσεις: (1) της τοπικής παράδοσης, (2) του φυσικού περιβάλλοντος και (3) της εντονότερης συμμετοχής του περιηγητή στα τοπικά δρώμενα.

-Η **φιλική και συμβατή προς το περιβάλλον διάσταση** αυτής της μορφής τουρισμού (οικοτουρισμός). Η ευελιξία και συμβατότητα των οικοτουριστικών δραστηριοτήτων προς το φυσικό περιβάλλον δεν δημιουργούν μη αναστρέψιμες μεταβλητές, και συνεπώς δεν αλλοιώνουν το περιβάλλον.

-Η **ευρεία διεποχικότητα άσκησης δραστηριοτήτων οικοτουρισμού** (σε κάθε εποχή του έτους και όχι σε μία και μόνο περίοδο).

Στο δεύτερο, το **εθνικό επίπεδο**, σχετικά με την αναγκαιότητα **ανάπτυξης του οικοτουρισμού στην Ελλάδα**, ιδιαίτερα σε σωστή

αναπτυξιακή διασύνδεση με άλλες εναλλακτικές του μαζικού μορφές τουρισμού, επισημαίνουμε τα ακόλουθα.

Κατ' αρχάς θεωρούμε ότι ο οικοτουρισμός αποτελεί μία όχι μόνο **επιθυμητή**, αλλά και **σκόπιμη** μορφή τουριστικής ανάπτυξης για **όλη τη χώρα** και όχι αποκλειστικά για ορισμένες περιοχές (πάρκα). Η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού στην Ελλάδα ευνοείται και υποστηρίζεται από τα σημαντικά μεγέθη, την εξαιρετική ποικιλία και τα ελκυστικά χαρακτηριστικά των περιβαλλοντικών πόρων σε ολόκληρο τον ελλαδικό χώρο (φυσικών και πολιτιστικών). Μια ολοκληρωμένη ανάπτυξη του οικοτουρισμού μπορεί να προστατέψει και να αναβαθμίσει αυτούς τους πόρους, συμβάλλοντας (ασφαλώς με παράλληλα και συντονισμένα μέτρα και σε άλλους τομείς) στην ανατροπή της υποβάθμισής τους.

Σχετικά με τα δυνάμει οφέλη του οικοτουρισμού, αναφέρουμε επιλεκτικά τα εξής:

- Κοινωνικοοικονομικά οφέλη και συμβολή στη στήριξη, ενίσχυση και αναβάθμιση τοπικών κοινοτήτων του αγροτικού κυρίως χώρου, ιδιαίτερα σε απομακρυσμένες ορεινές αλλά και νησιωτικές περιοχές.
- Συμβολή στην προστασία και αναβάθμιση των περιβαλλοντικών πόρων της χώρας, όχι μόνο μέσω διαφόρων παρεμβάσεων, αλλά και μέσω περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης του τοπικού πληθυσμού.
- Συμβολή στη διαφοροποίηση και προώθηση ενός πιο ανταγωνιστικού προϊόντος και, παράλληλα, στη διεθνή προβολή των περιβαλλοντικών πόρων της χώρας.

Ως προς το τελευταίο σημείο, της ανταγωνιστικότητας, επισημαίνονται οι σχετικές πολιτικές ευρωπαϊκών χωρών, η εκδηλούμενη στήριξη από αρμόδια όργανα της Ε.Ε. φιλικών προς το περιβάλλον μορφών τουρισμού και η ανάγκη να προωθήσει η Ελλάδα χωρίς χρονική καθυστέρηση τον οικοτουρισμό.

Ένα ζήτημα που κρίνουμε σκόπιμο να επισημάνουμε, είναι ότι ο οικοτουρισμός δεν πρέπει να αποτελέσει μοναδικό εργαλείο ανάπτυξης για τις απομακρυσμένες περιοχές της χώρας. Η παράλληλη και συντονισμένη ανάπτυξη και άλλων παραγωγικών δραστηριοτήτων, που επισημίναμε προηγουμένως-σύμφωνα με τις αναπτυξιακές δυνατότητες κλάδων κάθε

περιοχής-θεωρείται αναγκαία και προωθητική της αειφορικής ανάπτυξης μιας περιοχής.

Τέλος, κατά την άποψή μας, μια σωστή ανάπτυξη του οικότουρισμού στην Ελλάδα θα είναι **δύσκολη, επίπονη και μακροχρόνιας διαρκείας**. Και αυτό γιατί απαιτείται μια προσεκτική και αναπτυξιακή διαδικασία, που θα στηρίζεται κυρίως σε νέες δομές και αναπτυξιακά πρότυπα. Προϋποθέτει έναν **ολοκληρωμένο σχεδιασμό**, για να αποφευχθεί η υιοθέτηση ευνοϊκών προοπτικών (που οριοθετούν κυρίως οι δυνατότητες των περιβαλλοντικών πόρων της χώρας) με πρόωρες και παρορμητικές ενέργειες, ασυντόνιστες δράσεις και πολιτικές εντυπωσιασμού. (Κομίλης, 2001)

3.10 Προτάσεις για πιστοποίηση και βιώσιμο τουρισμό.

Τα εργαλεία περιβαλλοντικής διαχείρισης που έχουν αναπτυχθεί για τον κλάδο του τουρισμού, δίνουν την δυνατότητα στις τουριστικές επιχειρήσεις να υιοθετήσουν πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον, συμβάλλοντας στην προστασία του και ικανοποιώντας τις απαιτήσεις μεγάλου αριθμού επισκεπτών σε ολόκληρο τον κόσμο. Υπάρχουν εργαλεία που αφορούν στην συνεχή βελτίωση της περιβαλλοντικής διαχείρισης μιας τουριστικής επιχείρησης (συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης), και στην ικανοποίηση μιας σειράς κριτηρίων και προϋποθέσεων έτσι ώστε η συγκεκριμένη δραστηριότητα να θεωρείται φιλική προς το περιβάλλον (συστήματα απονομής οικολογικού σήματος). Επίσης έχουν θεσπιστεί εθνικά και ευρωπαϊκά βραβεία για την καλύτερη περιβαλλοντική επίδοση μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων και έχουν υιοθετηθεί εκπαιδευτικά μέσα για την περιβαλλοντική διαχείριση των επιχειρήσεων, όπως εκδόσεις και κώδικες καλής πρακτικής του Περιβαλλοντικού Προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών (United Nations Environment Programme). Ενώ τέτοιου είδους εργαλεία και πρωτοβουλίες μπορούν να αξιοποιηθούν από το σύνολο του ιδιωτικού τομέα, μερικές θεωρούνται καταλληλότερες για ξενοδοχειακές μονάδες μεγάλου μεγέθους, ενώ άλλες προτείνονται για τουριστικές επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους.

Η ανάπτυξη, η εφαρμογή και η πιστοποίηση εθελοντικών συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης όπως το πρότυπο της σειράς ISO 14001 και το Κοινοτικό Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου (Eco Management and Audit Scheme-EMAS) δίνουν στις τουριστικές επιχειρήσεις την δυνατότητα να αναπτύξουν περιβαλλοντική πολιτική και συγχρόνως να εισαγάγουν διαχειριστικές και τεχνικές πρακτικές για την υλοποίηση συγκεκριμένων ποιοτικών και ποσοτικών στόχων. (Πηγή: Διαδίκτυο: www.ecocrete.gr “Εργαλεία Περιβαλλοντικής Διαχείρισης για τον Τουρισμό” Γιάννης Χ. Παπατζανής)

Αναλυτικότερα:

EMAS

Το Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου (EMAS), είναι ένας μηχανισμός της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω του οποίου αναγνωρίζονται οι οργανισμοί εκείνοι που βελτιώνουν τις περιβαλλοντικές τους επιδόσεις σε διαρκή βάση. Η συμμετοχή στο EMAS είναι εθελοντική. Το σύστημα βασίζεται στον Κανονισμό (ΕΚ) 761/2001 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου. Στόχοι του EMAS είναι:

- Η προώθηση της συνεχούς βελτίωσης των περιβαλλοντικών επιδόσεων όλων των οργανισμών που εδρεύουν στην Ευρώπη, δημοσίων και ιδιωτικών.
- Η αναγνώριση των οργανισμών εκείνων που έχουν υιοθετήσει συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης και έχουν φροντίσει για την εξωτερική πιστοποίησή τους.
- Η γνωστοποίηση της περιβαλλοντικής προόδου των οργανισμών αυτών στο ευρύτερο κοινό, τόσο για επιβράβευση των ίδιων όσο και για την ενθάρρυνση άλλων να ακολουθήσουν τον ίδιο δρόμο. (Πηγή: Διαδίκτυο: www.minenv.gr/emas/)

EMAS και Τουρισμός.

Η υιοθέτηση του κανονισμού EMAS από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις μπορεί να δημιουργήσει σημαντικά περιβαλλοντικά και επιχειρηματικά οφέλη. Ενδεικτικά :

- Μείωση της κατανάλωσης των φυσικών πόρων (νερού-ενέργειας) και επομένως του λειτουργικού κόστους της επιχείρησης.
- Βελτίωση της δημόσιας εικόνας και της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης καθώς όλο και περισσότεροι επισκέπτες είναι ευαισθητοποιημένοι σε θέματα προστασίας περιβάλλοντος.
- Αναβάθμιση / προστασία του τοπικού περιβάλλοντος μέσω της συνεργασίας με εργαζόμενους της επιχείρησης, εξωτερικούς συνεργάτες και προμηθευτές, τοπικούς φορείς (ΟΤΑ, περιβαλλοντικές οργανώσεις) και τους κατοίκους της περιοχής. Η διασφάλιση υψηλής ποιότητας φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος αποτελεί πλέον από τα πιο σημαντικά στοιχεία προσέλκυσης επισκεπτών.

Επιπλέον, η ανάπτυξη και εφαρμογή συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης δημιουργεί κάποιες υποχρεώσεις και δαπάνες όπως: α) αμοιβή των εξωτερικών συμβούλων και φορέων πιστοποίησης, β) αγορά νέου τεχνολογικού εξοπλισμού και γ) απασχόληση προσωπικού που να είναι αρμόδιο για την υλοποίηση και παρακολούθηση του συστήματος.

Κατά τα έτη 1997-1998, υλοποιήθηκε ευρωπαϊκό πιλοτικό πρόγραμμα για την επέκταση και εφαρμογή του κανονισμού EMAS σε ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις από τις εταιρίες Ευρωσύμβουλοι ΑΕ και Alteren ΟΕ, υπό την αιγίδα της Ένωσης Ξενοδόχων Χαλκιδικής και την υποστήριξη της Γενικής Διεύθυνσης Περιβάλλοντος και του ΥΠΕΧΩΔΕ. Ο σκοπός του προγράμματος ήταν η προσαρμογή του κανονισμού EMAS για την πιστοποίηση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Από τις περιβαλλοντικές αναλύσεις που πραγματοποιήθηκαν σε επτά ξενοδοχειακές μονάδες, στην συνέχεια δυο από αυτές εκδήλωσαν ενδιαφέρον για την υιοθέτηση και πλήρη εφαρμογή του κανονισμού. Τα αποτελέσματα του πιλοτικού προγράμματος ήταν η πιστοποίηση της περιβαλλοντικής δήλωσης μιας από τις δυο μονάδες από

διαπιστευμένο επιθεωρητή περιβάλλοντος και η παραγωγή Οδηγού για την εφαρμογή του Κοινοτικού Κανονισμού EMAS σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

Η υλοποίηση του προγράμματος έδειξε ότι:

- 1) Οι ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις δείχνουν ενδιαφέρον για την υιοθέτηση Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης διότι αναγνωρίζουν ότι το περιβάλλον είναι απαραίτητη προϋπόθεση για τουριστική ανάπτυξη.
- 2) Οι μεμονωμένες ενέργειες πολλών ξενοδοχείων δεν μπορούν να αποδώσουν αν δεν υπάρχει ο συντονισμός σε ευρύτερο επίπεδο, όπως για παράδειγμα επιμελητήρια, ενώσεις ξενοδόχων και συνεργασία με την τοπική αυτοδιοίκηση.
- 3) Επιπλέον δεν υπάρχει ενημέρωση για την υπάρχουσα περιβαλλοντική νομοθεσία και τις νέες διαθέσιμες τεχνολογίες και τέλος
- 4) Η εποχιακή λειτουργία αρκετών ξενοδοχείων δεν ευνοεί την εφαρμογή επίσημων συστημάτων διαχείρισης. (Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., 2001)

Οικο-σήμανση (Eco – label).

Κατάλληλα οικολογικά σήματα ή σφραγίδες περιβαλλοντικής ποιότητας έχουν αναπτυχθεί σε τοπικό ή περιφερειακό επίπεδο που έχουν ως στόχο την εφαρμογή βέλτιστων τεχνικών λύσεων κατά την πρόληψη και αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων που προέρχονται από την λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων. Στην Ευρώπη λειτουργούν 30-40 τέτοια σχήματα για τον τομέα του τουρισμού. Κάποια από αυτά είναι το Nordic Ecolabelling (Σκανδιναβία), το Embel (Καταλονία-Ισπανία), το Environmental Quality Seal “Dehoga” (Γερμανία), το Green Key (Δανία), το Green Suitcase της Ένωσης Οικολογικού Τουρισμού στην Ευρώπη. (Πηγή : Διαδίκτυο: www.ecocrete.gr “Εργαλεία Περιβαλλοντικής Διαχείρισης για τον Τουρισμό” Γιάννης Χ. Παπατζανής).

Το οικολογικό σήμα της ΕΕ, το Λουλούδι, το οποίο θεσπίστηκε το 1992, αποτελεί ένα μοναδικό σύστημα πιστοποίησης με στόχο να βοηθήσει

τους Ευρωπαίους καταναλωτές να διακρίνουν τα πιο φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες. Με την χρήση της οικο-σήμανσης ενθαρρύνεται η υιοθέτηση δράσεων για την προστασία του περιβάλλοντος, με την εκμετάλλευση του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων και την ανάγκη τους να διακριθούν και να διαφοροποιηθούν. Μέσω της οικο-σήμανσης, βοηθά κανείς την επιλογή των τουριστών προς όφελος των προορισμών και γενικότερα των επιχειρήσεων που αναπτύσσουν δραστηριότητες λαμβάνοντας υπόψη την προστασία του περιβάλλοντος. Με την αύξηση της συνειδητοποίησης του ευρύτερου κοινού, για την οικολογική κρίση που διέρχεται ο πλανήτης και την επιθυμία του να συμβάλλει στην προστασία του, το οικολογικό αυτό σήμα είναι ένας πολύτιμος οδηγός για αρκετές καθημερινές επιλογές. (Πηγή: Διαδίκτυο: www.eco-label.com)

Η ανάπτυξη ενός συστήματος απονομής οικολογικού σήματος εξαρτάται και έχει άμεση σχέση με τις ιδιαιτερότητες του τουριστικού προορισμού ή της ευρύτερης περιοχής στην οποία αναφέρεται. Τα χαρακτηριστικά των ξενοδοχειακών μονάδων, το φυσικό, πολιτισμικό και κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον, το είδος των επισκεπτών, αποτελούν κάποιους από τους παράγοντες που θα εξειδικεύσουν τα κριτήρια απονομής ενός συστήματος οικολογικού σήματος. Ιδιαίτερα στην Ελλάδα ένα τέτοιο σύστημα θα πρέπει να βασίζεται σε αποτελεσματικά κριτήρια που είναι εύκολο να εφαρμοστούν, θα δίνουν έμφαση σε διαχειριστικά μέτρα και τεχνικές λύσεις με χαμηλό κόστος και τέλος θα συμβάλλουν στην ανάδειξη των τοπικών χαρακτηριστικών και ιδιαιτεροτήτων του κάθε προορισμού.

Τον Απρίλιο του 2003 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προχώρησε στην θέσπιση προδιαγραφών για την απονομή οικολογικού σήματος στα τουριστικά καταλύματα. Στόχος αυτών των προδιαγραφών είναι:

- Ο περιορισμός κατανάλωσης νερού και ενέργειας
- Μείωση στερεών και υγρών αποβλήτων
- Προώθηση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και της χρήσης ουσιών λιγότερο βλαβερών για το περιβάλλον
- Προώθηση της ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης των επισκεπτών και των εργαζόμενων στον τουριστικό τομέα.

Τα υποχρεωτικά κριτήρια όσον αφορά την ενέργεια είναι:

- Τουλάχιστον το 22% της ηλεκτρικής ενέργειας θα πρέπει να παράγεται από ανανεώσιμες πηγές όταν υπάρχει πρόσβαση σε αυτές.
- Το 23% της ηλεκτρικής ενέργειας που χρησιμοποιείται για θέρμανση χώρων, πρέπει να προέρχεται από ανανεώσιμες πηγές.
- Εάν δεν υπάρχει διακόπτης αυτόματος για να σβήνουν τα φώτα, επισημάνσεις σε εμφανή σημεία παροτρύνουν τους επισκέπτες να σβήνουν τα φώτα καθώς φεύγουν από το δωμάτιο.

Όσον αφορά το νερό:

- Η παροχή του νερού από τις βρύσες και το ντους δεν θα πρέπει να υπερβαίνουν τα 12λίτρα/λεπτό.
- Να υπάρχουν οι κατάλληλες πληροφορίες στα λουτρά και τα αποχωρητήρια ώστε να ενημερώνονται οι επισκέπτες πως μπορούν να συνεισφέρουν στην εξοικονόμηση του νερού από το τουριστικό κατάλυμα.
- Όλα τα λύματα πρέπει να υπόκεινται σε καθαρισμό.
- Ο επισκέπτης να ενημερώνεται για την πολιτική του τουριστικού καταλύματος όσον αφορά τα σεντόνια και τις πετσέτες όπου αλλάζονται ή αφού το ζητήσει ή κάθε εβδομάδα για χαμηλής κατηγορίας καταλύματα.

Για τα απορρυπαντικά-απολυμαντικά, χρησιμοποιούνται μόνο όπου είναι αναγκαίο έτσι ώστε να τηρούνται οι κανόνες υγιεινής οι προβλεπόμενες από τον νόμο.

Για τα απορρίμματα και απόβλητα, να υπάρχουν επαρκή δοχεία για να μπορούν οι επισκέπτες να τα διαχωρίζουν σύμφωνα με το τοπικό ή εθνικό σύστημα. Επίσης το προσωπικό να διαχωρίζει τα επικίνδυνα απόβλητα και να επιδιώκεται η κατάλληλη διάθεσή τους.

Τέλος χώρος απαγόρευσης καπνίσματος να υπάρχει σε όλους τους κοινόχρηστους χώρους.

Με τα υποχρεωτικά κριτήρια υπάρχουν και προαιρετικά που πριμοδοτούν ένα τουριστικό κατάλυμα κατά την αίτηση του για απονομή

οικολογικού σήματος. Η χρήση φωτοβολταϊκού ή αιολικού συστήματος παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας, η κατασκευή του κτιρίου με βάση τους κανόνες της βιοκλιματικής αρχιτεκτονικής, η καλλιέργεια οικολογικών κήπων, η καταχώρηση κατά EMAS ή ISO 14001 του ίδιου του καταλύματος και των προμηθευτών.

Άλλα εργαλεία περιβαλλοντικής διαχείρισης που έχουν αναπτυχθεί από διεθνείς τουριστικούς και περιβαλλοντικούς οργανισμούς είναι απλοί οδηγοί καλής πρακτικής, τεχνικά εγχειρίδια και άλλες πρωτοβουλίες όπως: (Green Hotelier, Environmental Management for Hotels, Environmental Action Pack for Hotels, Going Green Makes Cents, EcoNett, Green Globe) τα οποία στοχεύουν στην ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των επιχειρηματιών του κλάδου για το περιβάλλον, προτείνουν χαμηλού κόστους προσαρμογές και απλά τεχνικά μέσα για όλες τις εταιρίες που εμπλέκονται με τον τουρισμό και την αναψυχή. Ένα απλό εργαλείο είναι “Το Πακέτο Περιβαλλοντικής Δράσης για Ξενοδοχεία” (Environmental Action Pack for Hotels) το οποίο έχει αναπτυχθεί από την Διεθνή Ένωση Ξενοδοχειακών Μονάδων (International Hotel Association) και το Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών. (Πηγή: Διαδίκτυο : www.ecocrete.gr “Εργαλεία Περιβαλλοντικής Διαχείρισης για τον Τουρισμό” Γιάννης Χ. Παπατζανής)

3.11 Ορισμοί για την Ποιότητα και προτάσεις

Στον τουρισμό η προσπάθεια για εφαρμογή προτύπων ποιότητας ξεκίνησε από τις παρεχόμενες υπηρεσίες των επιχειρήσεων, κυρίως των ξενοδοχείων, και στη συνέχεια συνδέθηκε με ζητήματα που αφορούν το περιβάλλον αλλά και την περιβαλλοντική εκπαίδευση των εργαζομένων στις ξενοδοχειακές μονάδες. Σιγά σιγά και μέσα στο πλαίσιο ενός όλο και πιο έντονου ανταγωνισμού, γίνεται όλο και συστηματικότερη η προβολή των ποιοτικών προτύπων που έχουν σχέση με το σύνολο μιας περιοχής και περισσότερο με ζητήματα ελέγχου και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης. Τα πεδία όπου επεκτείνονται τα πρότυπα ποιότητας είναι:

- Πρότυπα ποιότητας που έχουν σχέση με την προστασία του περιβάλλοντος και τον περιβαλλοντικό σχεδιασμό στις τουριστικές περιοχές μαζί με την προώθηση ενός «οικολογικού σήματος» για τις επιτυχείς παρεμβάσεις σε αυτά τα ζητήματα.
- Πρότυπα ποιότητας για την βιωσιμότητα σε επιχειρήσεις και τουριστικές περιοχές, που θα σχετίζονται με την χρήση βιολογικών καθαρισμών, χρήση ανακυκλώσιμων υλικών, καλλιέργεια και χρήση βιολογικών προϊόντων μέσα στις επιχειρήσεις.
- Πρότυπα ποιότητας στις προσφερόμενες υπηρεσίες και την κατασκευή τουριστικών επιχειρήσεων.
- Πρότυπα ποιότητας που θα επισημαίνουν την αναβάθμιση και προβολή της τοπικής παράδοσης αλλά και του πολιτισμού μέσω δραστηριοτήτων πολιτιστικού περιεχομένου. (Πηγή: Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π.)

Η Ποιότητα ετυμολογικά προέρχεται από την αρχαία ελληνική λέξη «ποιότης» με ρίζα το «ποιός-τι λογής» και σημαίνει το ποιόν, την φύση ή την εσωτερική υπόσταση ενός προσώπου ή πράγματος αλλά και το σύνολο των ιδιοτήτων που χαρακτηρίζουν ένα εμπόρευμα σε σχέση με τα ομοειδή του. Στο πλαίσιο της διαχείρισης και διασφάλισης της ποιότητας είναι απαραίτητος ένας ακριβής ορισμός. Κοινά αποδεκτοί ορισμοί που έχουν επιχειρηθεί να διατυπωθούν είναι:

- Η «καταλληλότητα για χρήση» (Juran, 1964)
- Η «συμμόρφωση με προδιαγραφές» (Juran, 1968)
- Η «συμμόρφωση με απαιτήσεις» (Crosby, 1979)
- «Το σύνθετο άθροισμα των χαρακτηριστικών του μάρκετινγκ, της μηχανικής, της παραγωγής και της συντήρησης ενός προϊόντος και μιας υπηρεσίας, μέσω των οποίων το προϊόν και η υπηρεσία όταν αποδοθούν σε χρήση θα ανταποκριθούν στις απαιτήσεις του πελάτη» (Feigenbaum,1983)
- Η «στόχευση στις ανάγκες των πελατών, παρούσες και μελλοντικές» (Deming, 1986)
- «Οι απώλειες προς την κοινωνία» (Tagushi, 1986)

Ποιότητα ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας ονομάζουμε επίσης: (Weaver C. N., Management Ολικής Ποιότητας,1995):

- Τα χαρακτηριστικά ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας που ικανοποιούν πλήρως ή και ξεπερνούν τις προσδοκίες των καταναλωτών.
- Τα χαρακτηριστικά του αγαθού ή της υπηρεσίας που ικανοποιούν συγκεκριμένες προδιαγραφές.
- Το σύνολο των ιδιοτήτων και στοιχείων της παραγωγής, του μάρκετινγκ και της συντήρησης μέσω των οποίων ένα προϊόν συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις του πελάτη.
- Το βαθμό στον οποίο ένα προϊόν συμμορφώνεται με τις προδιαγραφές του σχεδίου του.

Σύμφωνα με τον S. Silbiger με τον όρο ποιότητα εννοούμε απλά ότι το προϊόν ή υπηρεσία ανταποκρίνεται στα πρότυπα που έχει θέσει ο παραγωγός ή ο καταναλωτής. Δεν εννοούμε απαραίτητα ότι το προϊόν ή υπηρεσία δεν παρουσιάζει κανένα ελάττωμα αλλά ούτε ότι πρόκειται για το πιο ακριβό προϊόν της κατηγορίας του. Η επίτευξη των ποιοτικών προτύπων απλά σημαίνει ότι το προϊόν ανταποκρίνεται στα πρότυπά του.

Κατά τον Crosby, η ποιότητα είναι δωρεάν. Εκείνο που έχει υψηλό κόστος είναι η απουσία της ποιότητας.

Σαν Σύστημα Διασφάλισης Ποιότητας ορίζεται το σύνολο όλων των σχεδιασμένων και συστηματικών ενεργειών που είναι απαραίτητες για να

δώσουν ένα υψηλό επίπεδο εμπιστοσύνης ότι το αγαθό ή η υπηρεσία ικανοποιούν προσδιορισμένες απαιτήσεις. Η καθιέρωση ενός τέτοιου Συστήματος είναι αναγκαία για κάθε επιχείρηση, ανεξάρτητα το μέγεθός της. Τα βασικά πλεονεκτήματα που προκύπτουν από την εφαρμογή ενός τέτοιου συστήματος και την πιστοποίηση, σαν αποτέλεσμα έχουν την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, τον αποτελεσματικό έλεγχο, την αύξηση της παραγωγικότητας, την βελτίωση της αξιοπιστίας, της φήμης και της εμπιστοσύνης, την μείωση των ελαττωματικών προϊόντων, την ελαχιστοποίηση του λειτουργικού κόστους και τους ικανοποιημένους πελάτες. Όσον αφορά τα προβλήματα που μπορούν να ανακύψουν από την εφαρμογή ενός Συστήματος Ποιότητας, το μεγαλύτερο από αυτά είναι οι αντιδράσεις των εργαζομένων στις νέες συνθήκες εργασίας και οι δυσκολίες στην αλλαγή της νοοτροπίας τους. Η επίλυση ενός τέτοιου προβλήματος βρίσκεται στην καλή θέληση και πρόθεση της διοίκησης να εξηγήσει στους εργαζόμενους ότι οι αλλαγές που γίνονται είναι προς βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης και οι ίδιοι θα έχουν να αποκομίσουν μόνο οφέλη. Δεν οδηγούν σε δραστηριότητες μειωτικές για την προσωπικότητά τους όπως υποβάθμιση ή απολύσεις. Ένα άλλο πρόβλημα που παρατηρείται είναι η επιλογή του κατάλληλου φορέα πιστοποίησης, η έλλειψη πεπειραμένων εσωτερικών ελεγκτών ποιότητας καθώς επίσης και η υπερβολική γραφειοκρατία που απαιτείται μέχρι να λάβει το πιστοποιητικό ποιότητας μια οικονομική μονάδα. (Κέφης,2005)

Τα πρότυπα ISO.

Ως πρότυπα νοούνται όλα τα έγγραφα που έχουν εκδοθεί από αναγνωρισμένους φορείς και περιέχουν κανόνες, κατευθυντήριες οδηγίες και τεχνικές προδιαγραφές, που εξασφαλίζουν την ανταπόκριση των πρώτων υλών, των αγαθών και των υπηρεσιών στο σκοπό για τον οποίο προορίζονται. Η νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης έδωσε ιδιαίτερη σημασία στην ανάπτυξη των προτύπων και στον καθοριστικό ρόλο που διαδραματίζουν στην διενέργεια των δοκιμών και της πιστοποίησης, για να

διασφαλίζεται η ελεύθερη κυκλοφορία των αγαθών και των υπηρεσιών καθώς και ο ποιοτικός τους έλεγχος.

Ο ISO (International Standardization Organization-Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης), είναι ο μεγαλύτερος αναπτυξιακός φορέας προτύπων στο κόσμο. Τα Διεθνή Πρότυπα που αναπτύσσει είναι πολύ χρήσιμα. Αυτό διαφαίνεται σε επιχειρηματικούς και βιομηχανικούς οργανισμούς όλων των τύπων, σε προμηθευτές και καταναλωτές των αγαθών και υπηρεσιών, στο δημόσιο και ιδιωτικό τομέα και σε άτομα που έχουν τον ρόλο των σύγχρονων καταναλωτών και τελικών χρηστών. Διευκολύνουν το εμπόριο μεταξύ κρατών και προσφέρουν στις κυβερνήσεις την τεχνική βάση για την υγεία, την ασφάλεια και την περιβαλλοντική νομοθεσία. Σκοπός τους είναι να διαδώσουν την τεχνολογία στις αναπτυσσόμενες χώρες και να προστατεύσουν τους καταναλωτές από αγαθά και υπηρεσίες ευτελούς αξίας. Η χρησιμοποίησή τους καθιστά τις επιχειρήσεις ελεύθερες, να κατακτήσουν όλο και περισσότερες αγορές δίνοντάς τους ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η πλέον σημαντική προσφορά τους αφορά την διαχείριση των φυσικών πόρων και την προστασία του εδάφους, του αέρα και των υδάτινων πόρων. (Κέφης,2005)

Πρότυπα της σειράς ISO 14000

Οι επιχειρήσεις που απαιτούν μεγαλύτερη αναγνώριση για ένα ευρύ φάσμα θεμάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης επιδιώκουν να αποκτήσουν το πρότυπο ISO 14000 «Συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης- Γενικές κατευθυντήριες οδηγίες για αρχές, συστήματα και τεχνικές υποστήριξης». Σκοπός των προτύπων ISO 14000 είναι να συμβάλλουν ώστε οι επιχειρήσεις να δρουν μέσα στο φυσικό περιβάλλον χωρίς να το καταστρέφουν. Καθορίζουν προδιαγραφές σύμφωνα με τις οποίες μια οικονομική μονάδα διαμορφώνει, διατηρεί και βελτιώνει συνεχώς το σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης και παράλληλα οφείλει να συμμορφώνεται με τις εθνικές και διεθνείς οδηγίες για σημαντικά θέματα περιβάλλοντος. Την χρονική περίοδο 2000-2002 εκδόθηκε ένας σημαντικός αριθμός πιστοποιητικών ISO 14000

παγκοσμίως, το οποίο και δηλώνει το αυξανόμενο ενδιαφέρον των επιχειρήσεων όχι μόνο για την μεγιστοποίηση των κερδών τους αλλά και για την προστασία του περιβάλλοντος που αποτελεί πλέον επιτακτική ανάγκη.

Τέλος όσον αφορά τις ημερομηνίες σταθμούς που οδήγησαν στην δημιουργία της σειράς ISO 14000 είναι:

- Το 1955 που γίνεται για πρώτη φορά στο Πρίνστον των ΗΠΑ το Διεθνές Συνέδριο για το Περιβάλλον.
- Το 1972 πραγματοποιήθηκε στη Στοκχόλμη της Σουηδίας το Συνέδριο του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον .
- Το 1980 η κυβέρνηση των ΗΠΑ υπό την προεδρία του Τζίμι Κάρτερ δημοσίευσε την αναφορά Γη 2000.
- Το 1984 καθιερώνεται το πρώτο περιβαλλοντικό σύστημα, γνωστό ως Responsible Care.
- Το 1987 είναι η χρονιά σταθμός για τα πρότυπα διασφάλισης της ποιότητας με την εμφάνιση του ISO 9000.
- Το 1991 στην Ιαπωνία καθιερώνεται το σύστημα Keidahren.
- Ένα χρόνο μετά η Ευρωπαϊκή Ένωση προτείνει τους περιβαλλοντικούς ελέγχους.
- Το 1993 η Ευρωπαϊκή Ένωση υιοθετεί και δημοσιεύει το EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) το οποίο λειτουργεί το 1995.
- Το 1996 είναι το έτος-ορόσημο με την δημιουργία της σειράς ISO 14000. (Κέφης,2005)

Προτάσεις

Τέλος, ακολουθούν 20 προτάσεις-σκέψεις οι οποίες παρουσιάστηκαν στην ημερίδα «τουρισμός και οικολογία» που πραγματοποιήθηκε τον Οκτώβρη του 2008 στα Χανιά, που πιθανόν να μπορούν να συμβάλλουν στην αλλαγή τουριστικής πολιτικής προς μια οικολογική κατεύθυνση.

1.Άμεση Σύσταση Φορέων Διαχείρισης Προστατευόμενων Περιοχών για κάθε εθνικό πάρκο και προστατευόμενη περιοχή, με συμμετοχή της τοπικής αυτοδιοίκησης, μκο, ειδικών, τουριστικών επιχειρηματιών. Επανακαθορισμός

ορίων με τη σύμφωνη γνώμη όλων, όπου αυτό χρειάζεται, με σκοπό ότι προστατεύεται να προστατεύεται πραγματικά.

2. Δημιουργία Εθνικού Ταμείου Προστατευομένων Περιοχών & Περιβαλλοντικών Απαλλοτριώσεων το οποίο θα διαχειρίζεται η Τράπεζα της Ελλάδας – και όχι η εκάστοτε κυβέρνηση – με πόρους από τουριστικές επιχειρήσεις, ιδιωτικές δωρεές (και από τουρίστες) και κρατικά κονδύλια, με σκοπό την αγορά γης σε τουριστικές περιοχές όπου είναι ρεαλιστικό, καθώς και την πρόσληψη και πληρωμή προσωπικού για τους Φορείς Διαχείρισης Π.Π. Να θεσπισθεί περιβαλλοντικός φόρος 5 Ευρώ για τους ξένους επισκέπτες (75 εκατομμύρια Ευρώ το χρόνο) ο οποίος να αποδίδεται απευθείας στο Εθνικό Ταμείο Π.Π.

3. Πρακτική Περιβαλλοντική Εκπαίδευση για τους Εργαζόμενους στον Τουρισμό

Εθνικό Πρόγραμμα Υποχρεωτικών Εκπαιδευτικών Σεμιναρίων των Εργαζομένων στον Τουρισμό (δωρεάν) κατά τους χειμερινούς μήνες σε βασικά θέματα προστασίας περιβάλλοντος & εξοικονόμησης φυσικών πόρων στους χώρους δουλειάς.

4. Τουριστική Εκπαίδευση

Καθιέρωση μαθήματος για την αειφορία και τον τουρισμό σε σχολεία τουριστικών περιοχών, μαζί με εκπαιδευτικές επισκέψεις σε μονάδες και εργασίες σχετικές με το περιβάλλον και τον τουρισμό. Αυτό χρειάζεται και γιατί σύμφωνα με μετρήσεις ένας στους 5 νέους των τουριστικών περιοχών εγκαταλείπει το σχολείο μετά το Δημοτικό! (26% των ατόμων μεταξύ 15-29 στο Νομό Ζακύνθου έχει μόνο απολυτήριο Δημοτικού, 18.5 % στο νομό Ρεθύμνου, 18% στην Κέρκυρα, 17.5% στη Χαλκιδική). Δημιουργία πανεπιστημιακών τμημάτων αειφορικού / οικολογικού τουρισμού στις κύριες τουριστικές περιοχές, εκπόνηση μελετών και διεξαγωγή διεθνών συνεδρίων.

5. Κίνητρα για Μετατροπή Ξενοδοχείων σε Πράσινα Ξενοδοχεία

Πρόγραμμα (Κίνητρα & Εκπαίδευση, Φόροι & Επιδοτήσεις) για την υποχρεωτική οικο-πιστοποίηση καταλυμάτων με βάση τα Κοινοτικά Πρότυπα χωρίς επιπλέον κόστος από ανεξάρτητο φορέα (για να μην υπάρχει χρηματισμός), τον σημαντικό περιορισμό των πλαστικών συσκευασιών στον Τουρισμό, την ανακύκλωση, την χρήση ΑΠΕ, και οικολογικών απορρυπαντικών και απολυμαντικών στα ξενοδοχεία. Σεβασμός στην

παραδοσιακή αρχιτεκτονική. Επιδοτήσεις μόνο σε τουριστικές επιχειρήσεις που κάνουν χρήση περιβαλλοντικών τεχνολογιών και δραστηριοποιούνται εντός σχεδίου δόμησης και σε παραδοσιακούς οικισμούς. Σε μελλοντικό στάδιο, η χρέωση των δωματίων να αυξάνεται (με νόμο και μετρητή) ανάλογα με τη χρήση νερού και ηλεκτρικού – για να υπάρχουν αντικίνητρα για την κατάχρηση. Κατασκευή νέων μονάδων υποχρεωτικά με βάση τις αρχές της περιβαλλοντικής δόμησης για μείωση σε ανάγκες τεχνητού δροσισμού και θέρμανσης, ειδικές επιδοτήσεις για χρήσεις ΑΠΕ σε ξενοδοχεία.

6. Μορατόριουμ στα Γκολφ, την Παραθεριστική Κατοικία και τα All-Inclusive

Μορατόριουμ στην κατασκευή νέων γκολφ και συγκροτημάτων παραθεριστικών κατοικιών, τουλάχιστον για τα εκτός σχεδίου. Εισαγωγή ειδικού φόρου πολυτελείας για υδροδότηση γηπέδων γκολφ, ο οποίος θα είναι ακόμα μεγαλύτερος σε άλυτες περιοχές και θα αποδίδεται απευθείας στο Εθνικό Ταμείο Προστατευόμενων Περιοχών. Απαγόρευση δημιουργίας περικλειστων κοινοτήτων, ως αντισυνταγματικές.

7. Δημιουργία Προγράμματος ‘Επίσημων’ Ζώων και ‘Φυτών’ ανά Νομό

Κάθε νομός να θεσπίσει ένα ή και περισσότερα είδη τα οποία θα χαίρουν ιδιαίτερης προβολής και προστασίας ως αντιπροσωπευτικά, να παράγονται καλαίσθητα επίσημα προϊόντα-σουβενίρ που θα το εικονίζουν για τους τουρίστες, και τα έσοδα να πηγαίνουν απευθείας για την προστασία του.

8. Εργασιακές Συνθήκες

Πρόγραμμα βελτίωσης των συνθηκών εργασίας στον τουρισμό (απασχόληση όλο το χρόνο, ασφάλιση για όλους, ανθρώπινο ωράριο) για ημεδαπούς και αλλοδαπούς εργαζομένους. Διατήρηση των κεκτημένων για βαρέα και ανθυγιεινά.

9. Πράσινα Μαζικά Μέσα Μεταφοράς για τον Τουρισμό

Επέκταση και Επιχορήγηση Μέσων Μαζικής Μεταφοράς (Τραίνα, Λεωφορεία) σε όλη τη χώρα, διασύνδεση με διεθνή δίκτυα, και δράσεις (εκπτώτικα κουπόνια, διαγωνισμοί κτλ) για διάδοση της χρήσης τους από τους τουρίστες. Περιβαλλοντικός φόρος σε εταιρείες ενοικίασεως αυτοκινήτων ή / και κίνητρα για αγορά εκ μέρους τους αυτοκινήτων με χαμηλή εκπομπή ρύπων, ηλεκτρικών και υβριδικών, καθώς και ποδηλάτων. Δημιουργία τουριστικών

τρένων με καλές συνδέσεις με τα κανονικά. Δημιουργία τουριστικών πακέτων από τον ΟΣΕ, όπως ισχύει σε άλλες χώρες. Πρόγραμμα ενοικίασης ηλεκτρικών & υβριδικών αυτοκινήτων σε περιοχές όπου δεν υπάρχουν λεωφορεία ή τραίνα. Αντικατάσταση όλων των δικύκλων προς ενοικίαση από τουρίστες με ηλεκτροκίνητα τα οποία θα έχουν περιορισμένη ταχύτητα. Πεζοδρομήσεις & ποδηλατοδρόμοι σε τουριστικούς προορισμούς. Πρόγραμμα απόσυρσης συμβατικών και παλαιών πούλμαν, και αντικατάσταση με υβριδικά.

10. Διασυνοριακά Τουριστικά Προγράμματα

Δημιουργία μικτών δημοτικών τουριστικών επιχειρήσεων, με συμμετοχή δήμων / νομών και από τις δύο πλευρές των συνόρων, με όλα τα γειτονικά μας κράτη, με σκοπό την δημιουργία και προώθηση 'πακέτων' επίσκεψης προς την εσωτερική αλλά και εξωτερική τουριστική αγορά, και πολιτιστικών ανταλλαγών. Πιλοτικό πρόγραμμα εκπαιδευτικών επισκέψεων σχολείων από παραμεθόριες περιοχές σε γειτονικές χώρες.

11. Ο Δίκαιος Τουρισμός εναντίον του Κοινωνικού Αποκλεισμού

Πρόγραμμα ένταξης κοινωνικών ομάδων όπως οι Ρομά, στην Ελληνική τουριστική οικονομία, (υποστήριξη τουριστικής επιχειρηματικότητας, εκπαίδευση) και την ανάδειξη των ιδιαίτερων πολιτισμικών χαρακτηριστικών τους, στα πλαίσια της μείωσης της απομόνωσης τους και των προκαταλήψεων. Δημιουργία δημοτικών προγραμμάτων πολιτιστικών τουριστικών ανταλλαγών με χώρες από τις οποίες προέρχονται οι μετανάστες στα μεγάλα αστικά κέντρα.

12. Επέκταση του Κοινωνικού Τουρισμού

Επέκταση των προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού σε μετανάστες, ΑΜΕΑ, απεξαρτημένα άτομα, και σύνδεσή τους κατά προτεραιότητα με πράσινες τουριστικές μονάδες και εκδρομές.

13. Μείωση Φοροδιαφυγής-Εισφοροδιαφυγής

Πάταξη της φοροδιαφυγής και της εισφοροδιαφυγής στον τουρισμό, με εισαγωγή αντικειμενικών κριτηρίων – φόροι και εισφορές με βάση τον αριθμό δωματίων, με γενναίες φοροελαφρύνσεις σε πιστοποιημένες, περιβαλλοντικά-φιλικές μονάδες.

14. Μείωση της Ανεργίας μέσω αποτελεσματικότερης χρήσης Μνημείων & Αξιοθέατων

Σύσταση αυτονομημένου φορέα διαχείρισης σε κάθε σημαντικό μνημείο, στα πρότυπα των Φορέων Διαχείρισης ΠΠ, με σκοπό την αποκέντρωση, την αύξηση της απασχόλησης, την καλύτερη ανάδειξη, προσέλκυση επισκεπτών, αύξηση εσόδων, βελτίωση επιπέδου συντήρησης, την καλύτερη απορρόφηση κονδυλίων, την υποστήριξη από δωρεές.

15. Διανομή Δωρεάν Φυλλαδίου με πληροφορίες για αποδεκτή συμπεριφορά προς το περιβάλλον και την τοπική κοινωνία σε κάθε τουριστικό προορισμό

Με ευθύνη της τοπικής αυτοδιοίκησης διανομή σε ξενοδοχεία, αεροδρόμια, πλοία, για αποφυγή παρεξηγήσεων, περιβαλλοντική & πολιτιστική ενημέρωση.

16. Μεγαλύτερη Φορολογία στα Μπαρ και τα σκληρά ποτά – βαριές ποινές για νοθεία & λαθρεμπόριο

Το φτηνό και νοθευμένο αλκοόλ είναι από τους βασικούς λόγους εκτρόπων και ατυχημάτων σε τουριστικές περιοχές, δυσφημίζοντας τον ελληνικό τουρισμό. Τα έσοδα από τη φορολογία των ποτών απευθείας σε χορηγίες πολιτιστικών εκδηλώσεων σε κάθε τουριστική περιοχή.

17. Δημοτική Τουριστική Αστυνομία – Έξωση της Μαφίας

Σε ένα δημοκρατικό κράτος δεν μπορεί η αστυνόμευση στα κέντρα διασκέδασης τουριστικών περιοχών να γίνεται από μπράβους, αλλά από ειδικό σώμα δημοτικής τουριστικής αστυνομίας, με καλά καταρτισμένους υπαλλήλους με γνώση ξένων γλωσσών, οι οποίοι δεν θα οπλοφορούν. Χρειάζεται επίσης μεγάλη προσοχή, καθώς η χώρα μας ως σταυροδρόμι, αποτελεί τόπο διακίνησης ουσιών και γυναικών-σκλάβων από την Ανατολική Ευρώπη και την Δυτική Αφρική, να μην προκύψουν φαινόμενα σεξοτουρισμού και ναρκοτουρισμού.

18. Ουσιαστικά Μέτρα Στήριξης του Τουρισμού στις Πυρόπληκτες Περιοχές

Πολιτιστικές εκδηλώσεις, διεθνή συνέδρια, ίδρυση κέντρων μελετών για αποκατάσταση μετά από φυσικές καταστροφές, μελετητικών προγραμμάτων, πιλοτικά προγράμματα για οικολογική δόμηση, φοροαπαλλαγές.

19. Δίκαιη Φορολογία – σύνδεση με τοπικά κοινωνικά & περιβαλλοντικά προγράμματα

Οι Φόροι των τουριστικών επιχειρήσεων να αποδίδονται κατά 50% στον δήμο ή τη νομαρχία, 25% στο κεντρικό κράτος για δράσεις υποδομής (λιμάνια, δημόσιες συγκοινωνίες) και κατά 25% για προστασία περιβάλλοντος & απαλλοτριώσεις για δημιουργία ελεύθερων χώρων σε τουριστικά θέρετρα, απόσυρση ή αλλαγή χρήσης ξενοδοχείων.

20.Προσβασιμότητα

Ουσιαστική επιδότηση τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών για δημιουργία υποδομών για χρήση από ΑΜΕΑ και ηλικιωμένους, καθώς και πρόσληψη ΑΜΕΑ σε τουριστικές επιχειρήσεις.(Πηγή: Διαδύκτιο: www.ecogreens.gr)

Παράρτημα









Βιβλιογραφία

Βενετσανοπούλου Γ. Μάρω (2006) *Η κρατική συμβολή στον Τουρισμό-Εναλλακτικές μορφές Τουρισμού-Ιστορική εξέλιξη-Θεσμικό πλαίσιο.* **Interbooks, Αθήνα**, σελ. 177-178, 199, 203-205, 262, 272-273

Gartner William C. (2001) *Τουριστική Ανάπτυξη-Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές.* Έλλην, **Αθήνα**, σελ. 181, 376-377

Doswell Roger (2002) *Τουρισμός-Ο ρόλος του αποτελεσματικού μάναντμεντ-Τουρισμός & Αναψυχή. Κριτική, Αθήνα*, σελ. 66-69, 75-80, 148-149, 152, 155-156,

Ευθυμιάτου-Πουλάκου Αντωνία (1997) *Τουριστικό Δίκαιο. Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή*, σελ. 779-781, 159-161

Ζαπουνίδης Κωσταντίνος, Σίσκος Γιάννης (2006) *Τουριστικό Μάνατζμεντ. Κλειδάριθμος, Αθήνα*, σελ. 12-13, 16-18, 91, 96

Ηγουμενάκης Νίκος, Κραβαρίτης Κώστας, Λύτρας Περικλής (1999) *Εισαγωγή στον Τουρισμό. Interbooks, Αθήνα*, σελ. 35-36, 111, 114-117, 120-124, 142-143, 146

Κέφης Βασίλης Ν. (2005) *Διοίκηση Ολικής Ποιότητας – Θεωρία και Πρότυπα. Κριτική, Αθήνα*, σελ. 36-38, 122, 125, 128, 133-135, 139, 148-150

Κομίλης Παναγιώτης (2001) *Η εναλλακτική προοπτική αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης. Προπομπός, Αθήνα, σελ.31-32, 37-38,43, 45, 49,57,121-122,150-152,154,160-161,164-171*

Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π. (2001) *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον. Κριτική, Αθήνα, σελ.80-81,84,109,118,126-127,183-185*

Μάργαρης Ν.Σ. (1995) *Οικολογία και Περιβάλλον στην Ελλάδα του 2000 (Άνθρωπος-φύση 3)-Τμήμα Περιβάλλοντος Πανεπιστημίου Αιγαίου. Φιλιππούτη, Αθήνα, σελ.95-100*

Παπασπηλιόπουλος Σπήλιος, Παπαγιάννης Θύμιος, Κουβέλης Σπύρος (1996) *Το Περιβάλλον στην Ελλάδα 1991-1996. Σιδέρη, Αθήνα, σελ.184-187*

Ρούπας Βασίλης, Λαλούμης Δημήτρης (1998) *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων. Α.Σταμούλης, Αθήνα, σελ.33-38, 42-44*

Σιταράς Θωμάς, Τζένος Χρήστος (2004) *Μάρκετινγκ τουρισμού & ποιοτική εξυπηρέτηση-Τουρίστες & ταξιδιώτες στη σύγχρονη Ελλάδα. Interbooks, Αθήνα, σελ. 290-295*

Σπαθή Κ.Σοφία (2000) *Ο ιαματικός τουρισμός στην Ελλάδα & η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα, από το Κέντρο Προγραμματισμού & Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα, σελ.33-35*

Από το διαδίκτυο:

<http://www.el.wikipedia.org>

<http://www.danek.gr>

<http://www.traveldailynews.gr>

<http://www.ecocrete.gr>

<http://www.ecolabel.com>

<http://atedco.gr>

<http://www.gnto.gr>

<http://www.energia.gr>

<http://www.european-lung-foundation.org>

<http://www.grecotel.com>

<http://www.patmos.gr>

<http://www.synedrio.gr>

<http://www.divanis.com>

<http://www.anthropos.gr>

<http://www.minenv.gr/emas/>

<http://www.oikologos.gr>

<http://www.ecogreens.gr>

<http://www.coastlearn.org>

<http://www.thetravelfoundation.org.uk>

<http://www.toinitiative.org>

Εικόνες απο το Διαδίκτυο:

<http://www.electricecology.com>

<http://www.xeniosmagazine.gr>

<http://www.agrotourismos.wordpress.com>

<http://www.istockphoto.com>