



Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πάτρας

Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας

Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων

Πτυχιακή Εργασία

**Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΗΣΙ ΤΗΣ
ΧΙΟΥ ΑΠΟ ΤΟ 2000-2005
(ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ)**

Σπουδάστρια: Ειρήνη Φωτεινού

Επιβλέπων Καθηγητής: Μαρουσώ Παπανικολάου

Πάτρα, Νοέμβριος 2011

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το παρόν τεύχος αποτελεί την Πτυχιακή Εργασία που εκπονήθηκε στο Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Πάτρας και αναφέρεται στην εξέλιξη του τουρισμού στο νησί της Χίου.

Στην αρχή μελετάται η έννοια του Τουρισμού και οι επιπτώσεις-επιδράσεις που έχει στο περιβάλλον και στην κοινωνία συνολικά. Στην συνέχεια υπάρχει εκτενής αναφορά στο νησί της Χίου σαν τουριστικό προορισμό (αναφορά σε ήθη, έθιμα, παραλίες, αξιοθέατα, κ.α). Απεικονίζονται τα προβλήματα της τοπικής αυτοδιοίκησης του νησιού με τον τουρισμό, αναπτύσσεται λεπτομερειακά το θέμα της Αειφόρου Ανάπτυξης στο νησί και εν κατακλείδι τα συμπεράσματα και οι προτάσεις.

Ευχαριστώ θερμά την επιβλέποντα καθηγήτρια μου κ. Παπανικολάου Καθηγήτρια του Τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων, καθηγήτρια Εφαρμογών, για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγηση που μου προσέφερε για την πραγματοποίηση της Εργασίας.

Ειρήνη Φωτεινού

Νοέμβριος 2011

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία, εστιάζει στην εξέλιξη του τουρισμού στο νησί της Χίου.

Στο 1^ο κεφάλαιο γίνεται μια γενική αναφορά στην έννοια του τουρισμού, την σπουδαιότητα επίδρασης του όχι μόνο στο νησί της Χίου, αλλά, και στην Ελλάδα γενικότερα. Στη συνέχεια του 1^{ου} κεφαλαίου αναλύονται οι επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία, (αρνητικές και θετικές επιδράσεις)την κοινωνία, (αρνητικές και θετικές κοινωνικές αλλαγές) και τέλος, στο περιβάλλον (περιβαλλοντικές επιπτώσεις).

Στη συνέχεια της πτυχιακής εργασίας εξετάζεται το νησί της Χίου σαν τουριστικός προορισμός. Η ιστορία του, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που υπάρχουν στο νησί, τα αξιοθέατα, τα ήθη και έθιμα, τα προϊόντα, κ.α. Το 2^ο κεφάλαιο κλείνει, με έναν συσχετισμό της κατάστασης του νησιού σε σχέση με τον τουρισμό.

Μελετώντας παρακάτω, διαβάζουμε μια λεπτομερή ανάλυση του Masticulture. Το Masticulture είναι, μια ιδιωτική επιχείρηση και λειτουργεί στα πλαίσια της Αειφόρου Ανάπτυξης.

Εν συνεχεία, αναλύεται η έννοια της Τουριστικής Ζήτησης και Προσφοράς αντίστοιχα και

τέλος, η πτυχιακή εργασία κλείνει με τα προβλήματα της Τοπικής Αυτοδιοίκησης με τον τουρισμό, καθώς, και τις προοπτικές ανάπτυξης, τα συμπεράσματα και προτάσεις που ενδεχομένως βοηθήσουν στην περαιτέρω αύξηση του τουρισμού στο νησί της Χίου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	ii
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	iii
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	vi
1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	1
1.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	1
1.2. ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	4
1.3. ΓΕΝΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΕ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	7
1.3.1. ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ	7
1.3.2.ΘΕΤΙΚΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ	9
1.3.3.ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ.....	11
1.3.4 ΘΕΤΙΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ	15
1.3.5 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ.....	16
2. Η ΧΙΟΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ	19
2.1 Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΧΙΟΥ	19
2.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΧΙΟ	21
2.3 ΤΑ ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ ΤΗΣ ΧΙΟΥ	23
2.3 ΗΘΗ ΚΑΙ ΕΘΙΜΑ ΤΗΣ ΧΙΟΥ	30
2.4 ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΧΙΟΥ	32
2.5 ΟΙ ΟΡΧΙΔΕΕΣ ΤΗΣ ΧΙΟΥ.....	33
2.6 ΠΑΡΑΛΙΕΣ ΤΗΣ ΧΙΟΥ.....	36
2.7 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	38
3 ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	41
Εισαγωγή.....	41
3.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΕΙΦΟΡΟ ΑΙΓΑΙΟ	42
3.2 ΣΤΟΧΟΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	43
3.3 ΔΙΚΤΥΟ «ΑΕΙΦΟΡΟ ΑΙΓΑΙΟ».....	43
3.3.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	43
4 ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗ ΧΙΟ	47
4.1 MASTICULTURE	47
4.1.1 Τι είναι το Masticulture.....	47
4.1.2 Τι κάνει το Masticulture.....	47
4.1.3 Πώς δημιουργήθηκε το Masticulture.....	49
4.1.4 Με ποιους συνεργάζεται	50
4.1.5 Σε ποιους απευθύνεται	52
4.2 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....	53

4.2.1 ΒΙΩΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	54
4.3 Επιλεγμένα καταλύματα στη Χίο	59
4.4 Exclusive services	59
4.5 Ολοκληρωμένα ταξιδιωτικά πακέτα.....	59
4.5.1 Πάσχα στα Μεστά της Χίου (Για μικρά γκρουπ).....	60
4.5.2 Εκδρομές με μοτοσικλέτα στη Χίο	64
4.6 Γάμοι, γαμήλια ταξίδια στη Χίο	65
4.7 Για επιχειρήσεις και επαγγελματίες	66
4.7.1 Εξειδικευμένα θεματικά-ταξιδιωτικά σεμινάρια στη Χίο.....	66
4.7.2 Διοργάνωση συνέδριων και ημερίδων στη Χίο	66
4.7.3 Εταιρικές εκδρομές – ταξίδια κινήτρου.....	67
4.7.4 Location shootings.....	67
4.8 Ταξιδιωτικές διευκολύνσεις.....	68
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ.....	69
5.1. Ιδιομορφίες, χαρακτηριστικά και προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης	69
5.2. Οι χώρες προέλευσης και υποδοχής των τουριστών.....	70
5.3. Η εποχικότητα του τουρισμού.....	71
5.4. Οι παράγοντες της τουριστικής ζήτησης.....	72
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ.....	81
6.1. Τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος	81
6.2. Οι ταξινομήσεις του τουριστικού προϊόντος	83
7. ΤΟΠΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΧΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	88
7.1 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΗΣ ΧΙΟΥ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	89
7.2 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	93
8 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	99
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	103

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάπτυξη των νησιωτικών περιοχών τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα συμβάλλει σημαντικά στον τουρισμό της χώρας μας και στην ενίσχυση του τουριστικού συναλλάγματος. Τα ελληνικά νησιά ετησίως δέχονται μεγάλο αριθμό ξένων και εγχωρίων, γεγονός που εκτός από τις θετικές επιπτώσεις προκαλεί και αρκετές αρνητικές όπως π.χ. επιβάρυνση του περιβάλλοντος, συγκρούσεις χρήσεων γης, αλλοίωση του πολιτισμού και της κοινωνίας κ.α.

Εξαιτίας των παραπάνω ο εναλλακτικός τουρισμός και η υιοθέτηση ενός στρατηγικού σχεδίου για την νησιωτική ανάπτυξη φαντάζουν ως την μοναδική λύση. Το πρότυπο της τουριστικής ανάπτυξης το οποίο εστιάζει στον μαζικό τουρισμό πρέπει πλέον να ξεπεραστεί και την θέση του να πάρει η βιωσιμότητα και η αειφόρος νησιωτική ανάπτυξη.

Τα τελευταία χρόνια η ανάπτυξη των νησιωτικών περιοχών αποτελεί ένα θέμα το οποία συζητάτε συνεχώς προκειμένου να βρεθεί μια πιο βιώσιμη λύση η οποία θα ενισχύσει και πάλι την κινητικότητα του τουρισμού.

Το πρότυπο της τουριστικής ανάπτυξης το οποίο εστιάζει στον μαζικό τουρισμό έχει πλέον ξεπεραστεί και θεωρείται ότι η βιώσιμη ανάπτυξη αποτελεί το μέλλον.

Ο μαζικός τουρισμός τα πρώτα χρόνια της εμφάνισης του έφερε σημαντικά πλεονεκτήματα στις νησιωτικές περιοχές, αναβαθμίζοντας την απασχόληση και την οικονομία της περιοχής. Με την πάροδο του χρόνου όμως ο κορεσμός που επήλθε από την συνεχή άνοδο του τουρισμού και της κινητικότητας των τουριστών φρέναρε την ανάπτυξη που υπήρχε ως τότε και έστρεψε το ενδιαφέρον προς την υιοθέτηση μιας πιο βιώσιμης τουριστικής πολιτικής.

Στην παρούσα μελέτη εξετάζεται η τουριστική κίνηση στο νησί της Χίου, μελετάται ο ρόλος της Τοπικής αυτοδιοίκησης στην τουριστική ανάπτυξη, εντοπίζονται προβλήματα και προτείνονται λύσεις για την περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη του νησιού.

1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός χωρίς αμφιβολία είναι ένα σημαντικό κοινωνικό φαινόμενο, το οποίο γνωρίζει στις μέρες μας ραγδαία ανάπτυξη και κοινωνική αποδοχή σε παγκόσμιο επίπεδο και τείνει να θεωρείται αναπόσπαστο τμήμα της σύγχρονης καθημερινότητας.

Σύμφωνα με πρόσφατες εκτιμήσεις αποτελεί την μεγαλύτερη Παγκόσμια «βιομηχανία» και αντιπροσωπεύει το 10-12% του Παγκόσμιου Ακαθάριστου Προϊόντος.

Η εξέλιξη του τουρισμού πραγματοποιήθηκε κυρίως μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού οι αφίξεις τουριστών διεθνώς από 25 εκατομμύρια το 1950 έφτασαν το 2003 τα 695 εκατομμύρια ενώ για το 2020 προβλέπεται να φτάσουν τα 1600 εκατομμύρια.

Σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες του κόσμου, ο τουρισμός είναι ένας από τους κυριότερους κλάδους της οικονομίας με πολύ-επίπεδες επιπτώσεις στην κοινωνία, στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον.

Ο τουρισμός όμως δεν είναι ένα σύγχρονο φαινόμενο ή αλλιώς ένα φαινόμενο της εποχής μας. Η ιστορική του πορεία είναι τέτοια όσο και ο πολιτισμός του ανθρώπου¹.

Χρήσιμο όμως πρώτα θα ήταν να ορίσουμε τον τουρισμό.

Ο Jacques Gower² ορίζει τον τουρισμό ως « τον τρόπο του να ταξιδεύεις και ο οποίος συνδυάζει σε διάφορες αναλογίες, κατά άτομα, την περιέργεια του πνεύματος, μαζί με τον πόθο να προσαρμοστεί κάποιος στα ήθη και έθιμα.

Ο Jean Medecin ορίζει τον τουρισμό ως « μια δραστηριότητα ευκαιρίας η οποία συνίσταται στο να ταξιδεύει κάποιος μακριά από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του, για διασκέδαση, ανάπαυση, εμπλουτισμού της εμπειρίας του, ανύψωση του μορφωτικού του επιπέδου από την παρουσία νέων μορφών της ανθρώπινης δράσης και από τις εικόνες μιας άγνωστης φύσης.».

Μια από τις πιο επιστημονικές προσεγγίσεις για τον τουρισμό δόθηκε από τους Hunziker και Krapf στη Βέρνη το 1942. Σύμφωνα με αυτούς « τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και των γεγονότων που δημιουργούνται κατά τη διάρκεια της μετακίνησης και παραμονής των ατόμων εκτός του τόπου της

¹ Gartner , W., 2001, "Τουριστική ανάπτυξη, .αρχές,, διαδικασίες και πολιτικές», εκδόσεις Έλλην

² Gartner , W., 2001, "Τουριστική ανάπτυξη, .αρχές,, διαδικασίες και πολιτικές», εκδόσεις Έλλην

μόνιμης κατοικίας τους, υπό τον περιορισμό ότι τόσο η μετακίνηση όσο και η παραμονή δεν έχουν ως κίνητρο την άσκηση οποιασδήποτε κερδοσκοπικής δραστηριότητας.

Η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού³ ορίζει τον τουρισμό σαν « το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές , οι οποίες μετακινήσεις και δραστηριότητες προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίηση του πόθου που έχει κάθε άτομο για απόδραση και ο οποίος πόθος εκδηλώνεται σε διάφορους βαθμούς και κατά διαφορετική ένταση σε κάθε άτομο.

Γενικά ο τουρισμός λοιπόν ορίζεται σαν «την μετακίνηση των ανθρώπων από ένα τόπο σε ένα άλλο.

Επίσης χρήσιμο θα ήταν να δώσουμε τον ορισμό του τουρίστα. Η Κοινωνία των Εθνών και τα Ηνωμένα Έθνη επιδίωξαν να προτείνουν εύχρηστους ορισμούς προκειμένου να γίνουν αποδεκτοί από τις διάφορες χώρες.

Το 1937 η Επιτροπή των στατιστικολόγων της Κοινωνίας των Εθνών πρότεινε στα κράτη-μέλη να υιοθετήσουν τον εξής ορισμό του τουρίστα: «Ως τουρίστας ορίζεται κάθε άτομο σε μετακίνηση, διάρκειας τουλάχιστον εικοσιτεσσάρων ωρών, εκτός του τόπου στον οποίο βρίσκεται η μόνιμη κατοικία του».

Το 1953 η Επιτροπή των στατιστικολόγων των Ηνωμένων Εθνών ορίζει ως τουρίστα «τον μη κάτοικο, που έχει την πρόθεση να παραμείνει εντός της χώρας ένα έτος το πολύ, χωρίς να εξασκήσει αμειβόμενο επάγγελμα»⁴.

Το 1954 η Σύνοδος των Ηνωμένων Εθνών ορίζει τον τουρίστα ως «κάθε άτομο το οποίο διαμένει από εικοσιτέσσερις ώρες μέχρι έξι μήνες σε μια ξένη χώρα και του οποίου το κίνητρο του ταξιδιού χαρακτηρίζεται 'νόμιμο' και είναι διαφορετικό της μετανάστευσης.

Το 1957 η Διεθνής Ένωση των Επισήμων Οργανισμών Τουρισμού (U.I.O.O.T) επαναφέρει τον ορισμό του τουρίστα που είχε δοθεί από την Επιτροπή των στατιστικολόγων της Κοινωνίας των Εθνών το 1937 με μερικές τροποποιήσεις.

Το 1963⁵ συνήλθε η συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών στην Ρώμη με θέμα τον τουρισμό. Στη συνδιάσκεψη αυτή προτάθηκε ένας ορισμός για τον όρο «επισκέπτης». Έτσι επισκέπτης είναι κάθε άτομο που μετακινείται σε μια άλλη χώρα , διαφορετική από εκείνη της μόνιμης κατοικίας του, για οποιονδήποτε άλλο λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης αμειβομένης εργασίας.

³ Gartner , W., 2001, "Τουριστική ανάπτυξη, .αρχές,, διαδικασίες και πολιτικές», εκδόσεις Έλλην

⁴ Βαρβαρέσος, Σ., 2000, «Τουρισμός - οικονομικές προσεγγίσεις», εκδόσεις Προπομπός

⁵ Gartner , W., 2001, "Τουριστική ανάπτυξη, .αρχές,, διαδικασίες και πολιτικές», εκδόσεις Έλλην

Ο ορισμός αυτός περιλαμβάνει δυο κατηγορίες επισκεπτών, τους τουρίστες και τους εκδρομείς.

- **Τουρίστες**⁶ είναι οι προσωρινοί επισκέπτες ,η παραμονή των οποίων υπερβαίνει τις εικοσιτέσσερις ώρες στην επισκεπτόμενη χώρα. Τα κίνητρά τους είναι τα έξης:

- α) διακοπές, θρησκεία, υγεία, σπουδές, σπορ

- β) επαγγελματικά ταξίδια, οικογενειακές υποθέσεις, συνέδρια.

- **Εκδρομείς** χαρακτηρίζονται οι προσωρινοί επισκέπτες των οποίων η παραμονή δεν υπερβαίνει τις εικοσιτέσσερις ώρες στην επισκεπτόμενη χώρα.

Στις Συνδιασκέψεις που ακολούθησαν η Επιτροπή των Ηνωμένων Εθνών επιβεβαιώνει την ισχύ του ορισμού της Συνδιάσκεψης της Ρώμης το 1963 που θεωρείται ο πιο ακριβής.

Η ίδια φιλοσοφία διέπει και στις μέρες μας τον ορισμό που συνιστά ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, ο οποίος υιοθετήθηκε από την Επιτροπή Στατιστικών Στοιχείων των Ηνωμένων Εθνών τον Μάρτιο του 1993. Σύμφωνα με αυτόν, τουρίστας θεωρείται «κάθε άτομο που ταξιδεύει για περίοδο εικοσιτεσσάρων και πλέον ωρών σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη της μόνιμης κατοικίας του.

⁶ Βαρβαρέσος, Σ., 2000, «Τουρισμός - οικονομικές προσεγγίσεις», εκδόσεις Προπομπός

1.2. ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Κατά την τελευταία δεκαετία διαπιστώθηκε σε μεγάλο βαθμό η σπουδαιότητα του τουρισμού για την μελλοντική οικονομική ανάπτυξη και τον περιορισμό της ανεργίας τόσο στην Ευρώπη όσο και στην χώρα μας.

Η συνειδητοποίηση αυτή έστρεψε τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού και τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον προσδιορισμό της συμβολής του τουριστικού τομέα στην δημιουργία του ΑΕΠ και στο μέγεθος της απασχόλησης.

Η κατασκευή και η καθιέρωση τουριστικών λογαριασμών, με βάση τα αυστηρά κριτήρια καταρτίσεως των εθνικών λογαριασμών, θα προσέφερε μια αξιόπιστη και ολοκληρωμένη γνώση για τις οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού.

Οι πληροφορίες των τουριστικών λογαριασμών έχουν σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να περιλαμβάνουν το σύνολο της δραστηριότητας που συνδέεται με τον τουρισμό.

Με βάση τα ανωτέρω, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδίων (WTTC) σε συνεργασία με την Εταιρεία Παροχής Οικονομικής Πληροφορήσεως και Συμβουλών (W.E.F.A.), χρησιμοποιούν δυο έννοιες στην προσπάθειά τους να προσεγγίσουν το πρόβλημα μετρήσεως του τουριστικού προϊόντος.

1) Την έννοια του **τουριστικού κλάδου**, ο οποίος αναφέρεται στις δραστηριότητες που παράγουν αγαθά και υπηρεσίες συνδεδόμενα με τους τουρίστες. Αυτές οι δραστηριότητες είναι τα ξενοδοχεία και τα καταλύματα, τα γραφεία ταξιδιών πάσης φύσεως, ορισμένοι κλάδοι μεταφορών, κέντρα πληροφόρησης τουριστών, κλάδοι παραγωγής κ.λ.π..

2) Την έννοια της **τουριστικής οικονομίας**, στην οποία περιλαμβάνονται τόσο τα αγαθά και υπηρεσίες που συνδέονται άμεσα με τον τουρίστα, όσο και οι παραγωγικές δραστηριότητες που εξαρτώνται σε υψηλό βαθμό, ακόμη και για την ύπαρξή τους, από την τουριστική δαπάνη.

Στα ανωτέρω πρέπει να προστεθούν και οι πολλές επιδράσεις της τουριστικής δαπάνης. Επισημαίνεται ότι η πραγματοποιηθείσα πρόοδος στην προσέγγιση του μεγέθους του τουριστικού τομέα και της συμβολής του τουρισμού στην διαμόρφωση του ΑΕΠ δεν είναι εύκολο να προσδιοριστεί στατιστικά.

Η δυσκολία αυτή έγκειται στο ότι δεν είναι γνωστό το μέγεθος του στατιστικού σφάλματος και δεν προκύπτει σαφώς από τα πρώτα ευρήματα το εννοιολογικό περιεχόμενο των κονδυλίων που περιλαμβάνονται στον λογαριασμό του Ακαθάριστου Τουριστικού Προϊόντος.

Σημαντικοί φορείς ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού

Στις συνθήκες της δεκαετίας του 1950, οι ανάγκες ισόρροπης ανάπτυξης του τουρισμού οδήγησαν την δημιουργία ενός κρατικού φορέα, ο οποίος είχε ρυθμιστικό χαρακτήρα και παράλληλα έπρεπε να λειτουργήσει και ως επιχειρηματίας επειδή η ιδιωτική πρωτοβουλία δεν μπορούσε να αναπτύξει σημαντική δραστηριότητα. Ο φορέας που έπαιξε αυτό το ρόλο ήταν ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ), ο οποίος επανασυστήθηκε το 1950 με την ίδια περίπου θεσμική μορφή με την οποία είχε ιδρυθεί επί Ελευθερίου Βενιζέλου.

Μέχρι πρόσφατα ο ΕΟΤ κατέβαλε προσπάθεια να ανταποκριθεί στο ρόλο του ρυθμιστή, του σχεδιαστή και του επιχειρηματία έχοντας την διοίκηση, την διαχείριση και την εκμετάλλευση των επιχειρηματικών μονάδων και πλήθους τουριστικών περιουσιακών στοιχείων

Παράλληλα είχε αναλάβει την τουριστική προβολή της χώρας στο εσωτερικό και εξωτερικό, ελάμβανε μέτρα και ρυθμίσεις για την ομαλή λειτουργία της τουριστικής αγοράς, και ήλεγχε τουριστικές επιχειρήσεις και την τουριστική πολιτική της χώρας.

Το εύρος αυτών των δραστηριοτήτων, γνώσεων και μεθόδων υλοποίησης ήταν τόσο μεγάλο που δεν είναι δυνατόν να ασκείται αποτελεσματικά από έναν μόνο οργανισμό, αφού κάθε μια από αυτές τις δραστηριότητες απαιτούσε ειδική στρατηγική.

Με την ίδρυση του Υπουργείου Τουρισμού, έγιναν προσπάθειες να αποδεσμευτεί ο ΕΟΤ από μέρος των δραστηριοτήτων του ώστε να ασκήσει ικανοποιητικά τις υπόλοιπες.

Όμως κάτι τέτοιο στην πράξη δεν ολοκληρώθηκε αφού δεν υπήρξε η κατάλληλη οργάνωση και στελέχωση των υπηρεσιών σε επίπεδο Υπουργείου.

Το 1998 με την ψήφιση του Ν. 2636/98 δημιουργήθηκαν δύο ανώνυμες εταιρείες για να αναλάβουν μέρος των δραστηριοτήτων του ΕΟΤ που δεν ήταν δυνατόν να ασκούνται πλέον από φορέα με την μορφή Νομικού Προσώπου Δημοσίου Δικαίου.

Οι εταιρείες αυτές ήταν το «Ελληνικό Φεστιβάλ Α.Ε.», το οποίο ανέλαβε αμέσως το σύνολο των δραστηριοτήτων του ΕΟΤ στον τομέα των καλλιτεχνικών εκδηλώσεων και η «Εταιρεία Αξιοποίησης Περιουσίας ΕΟΤ», η οποία άρχισε να παραλαμβάνει τις επιχειρηματικές μονάδες και τα περιουσιακά στοιχεία του ΕΟΤ. Η εταιρεία αυτή μετονομάστηκε σε «Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε.» και οι μετοχές της περιήλθαν στο δημόσιο.

Το 2001 δημιουργήθηκε η Γενική Γραμματεία Τουρισμού στο Υπουργείο Ανάπτυξης, στην οποία περιήλθε το μεγαλύτερο τμήμα των αρμοδιοτήτων του ΕΟΤ, ενώ την ίδια στιγμή το μεγαλύτερο τμήμα των ελεγκτικών αρμοδιοτήτων του ΕΟΤ αποκεντρώθηκε στις νεοσύστατες Διευθύνσεις Τουρισμού των 13 Περιφερειών.

Παράλληλα με τον ΕΟΤ, ένας άλλος οργανισμός ο οποίος ασχολείται και μελετά τον Τουρισμό είναι το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) το

οποίο ιδρύθηκε το 1996 με πρωτοβουλία των επιχειρηματικών φορέων, που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού της χώρας.

Το πεδίο εντός του οποίου κινείται η ερευνητική προσπάθεια του Ινστιτούτου είναι αρκετά ευρύ και προβλήματα, όπως η ανάδειξη του τουριστικού πλούτου της χώρας, η γεωγραφική κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας, η άμβλυνση της εποχικότητας και ο λειτουργικός προσδιορισμός των ορίων άριστης σωρεύσεως τουριστικών δραστηριοτήτων στον χώρο ανήκουν στα ερευνητικά ενδιαφέροντα του Ινστιτούτου⁷.

Τάσεις εξέλιξης

Η σημασία του τουρισμού για τη χώρα μας είναι εμφανής λαμβάνοντας υπόψη ορισμένα μεγέθη που χαρακτηρίζουν τις διαστάσεις του και τις τάσεις εξέλιξής του.

Η Ελλάδα, όπως ήδη αναφέραμε βρίσκεται στην 17η θέση στην παγκόσμια κατάταξη των τουριστικών προορισμών κατά τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού⁸.

Η Ελλάδα ετησίως δέχεται μεγάλο αριθμό τουριστών κατά τους καλοκαιρινούς μήνες περισσότερο και το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών είναι Ευρωπαίοι.

Είναι σημαντικό το ποσοστό του εισερχόμενου μαζικού τουρισμού, το οποίο ωστόσο τα τελευταία χρόνια διατηρείται σχετικά σταθερό. Μετά την εύλογη κάμψη που υπήρξε ως επακόλουθο της απότομης κορύφωσης του 1994, οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών έχουν ξαναβρεί τον μακροπρόθεσμα ανοδικό τους ρυθμό⁹.

⁷ Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2001, "Τουριστική Πολιτική 2002 –2006", ΕΟΤ

⁸ Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, 2005

⁹ Υπουργείο Ανάπτυξης, 2005

1.3. ΓΕΝΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΕ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

1.3.1. ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

Μαρασμός οικονομικών τομέων: Με την ανάπτυξη του τουρισμού παρατηρήθηκε μια μεταστροφή από τους παραδοσιακούς οικονομικούς τομείς προς τον τομέα του τουρισμού.

Η γεωργία για παράδειγμα είναι ένας τέτοιος τομέας. Ένα μεγάλο ποσοστό του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της υπαίθρου, κυρίως αγρότες και εργάτες σε αγροκτήματα, εγκατέλειψε την ύπαιθρο για να ασχοληθεί με τον τουρισμό.

Θέσεις εργασίας εκτός της αγροτικής οικονομίας είναι οπωσδήποτε ελκυστικότερες για τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό της υπαίθρου. Ιδιαίτερα για τους νέους ανθρώπους οι οποίοι βρίσκουν διέξοδο στον τομέα του τουρισμού θέλοντας να ξεφύγουν από μία σαφώς πιο επίπονη εργασία όπως είναι η αγροτική εργασία.

Έτσι ελάχιστοι από αυτούς παραμένουν στις αγροτικές περιοχές με αποτέλεσμα το μέλλον της γεωργίας να είναι ιδιαίτερα επισφαλές. Παράλληλα όμως ένα ακόμη φαινόμενο εμφανίζεται ως αποτέλεσμα της μεταστροφής αυτής.

Ο τουρισμός αυξάνει τον ανταγωνισμό για την απόκτηση γης. Έτσι ανεβαίνουν οι τιμές της και ενισχύεται ο κατακερματισμός της. Η γη πλέον πουλιέται σε μικρότερα τεμάχια και σε πολύ υψηλότερες τιμές.

Φυσικά τα μεγαλύτερα θύματα αυτού του φαινομένου είναι τα άτομα νεαρής ηλικίας, τα οποία προσπαθούν να αποκτήσουν γη είτε για ανέργεση κατοικιών είτε για καλλιέργεια. Διαπιστώνεται λοιπόν ότι και με αυτό τον τρόπο ενισχύεται η «φυγή» των νέων από την ύπαιθρο κυνηγώντας μια καλύτερη ποιότητα ζωής¹⁰.

Περιφερειακές ανισότητες: Ο τουρισμός στις περισσότερες χώρες δείχνει προτίμηση για ορισμένες περιοχές. Έτσι ορισμένοι τουριστικοί προορισμοί πλημμυρίζουν το καλοκαίρι ενώ άλλοι αγνοούνται.

Το μεγαλύτερο μέρος του τουριστικού ρεύματος κατευθύνεται στις παραθαλάσσιες περιοχές. Για παράδειγμα το 60% των συνολικών κλινών της

¹⁰ Ηγουμενάκης, Ν., & Κ.Κραβαρίτης, & Π.Λύτρας, 1999, «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις interbooks

χώρας μας (και ακόμη περισσότερο), συγκεντρώνεται σε 6 περιοχές: Αττική, Κ. Μακεδονία, Β. Κρήτη, Ρόδο, Κω και Κέρκυρα.

Έτσι δημιουργούνται ανισότητες στην κατανομή του εθνικού εισοδήματος κατά περιφέρειες. Έχουμε λ.χ την Κρήτη, τις Κυκλάδες να έχουν ικανοποιητικά εισοδήματα, ενώ πανέμορφες περιοχές όπως λ.χ. το Καρπενήσι, η Θράκη, κ.α. να καταλαμβάνουν τις κατώτερες θέσεις στις στατιστικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης περί περιφερειακών ανισοτήτων.

Ανεπαρκής προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού: Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν το νέο δυναμικό και αναπτυσσόμενο πρότυπο τουρισμού. Η σημασία της ανάπτυξης αυτών των μορφών έγκειται στο γεγονός ότι οι περισσότερες από αυτές προσφέρουν κάτι το πολύ διαφορετικό από ότι ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός.

Ο τουρίστας έχοντας κορεστεί από το πρότυπο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού, αναζητά στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού μια διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και των τουριστικών εμπειριών.

Ακόμη τα τελευταία χρόνια γίνεται όλο και πιο έντονη η πεποίθηση ότι ο μαζικός τουρισμός υποβαθμίζει τόσο τις υπηρεσίες που παρέχονται από την περιοχή υποδοχής όσο και από την ίδια την περιοχή.

Έτσι ένα μέρος των τουριστών (το οποίο συνεχώς αυξάνεται) έχει στραφεί προς τον εναλλακτικό τουρισμό. Δυστυχώς όμως και κυρίως στη χώρα μας, έχει παρατηρηθεί έλλειψη επαρκούς πληροφόρησης για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού με αποτέλεσμα τα οικονομικά οφέλη από αυτές να είναι υποτυπώδη ή και ανύπαρκτα και έτσι ο εναλλακτικός τουρισμός στην ουσία παραμένει ανεκμετάλλευτος.

Υψηλότερες τιμές στα αγαθά: Ο τουριστικός τομέας λόγω της σημαντικότητας του μπορεί να θεωρηθεί για ένα μεγάλο αριθμό χωρών ως ένας κύριος παράγοντας δημιουργίας πληθωριστικών τάσεων.

Η υπερσυγκέντρωση της τουριστικής ζήτησης σε μια περιοχή σε μια συγκεκριμένη περίοδο έναντι μιας περιορισμένης προσφοράς δημιουργεί μια άνοδο των τιμών. Η άνοδος αυτή των τιμών δε αφορά μόνο τα κατεξοχήν τουριστικά προϊόντα, αλλά αγαθά και υπηρεσίες που χαρακτηρίζονται ως συμπληρωματικά και σε ένα τρίτο επίπεδο σε όλα τα προϊόντα γενικά.

Είναι συνηθισμένο φαινόμενο κατά τη διάρκεια περιόδου αιχμής μια εποχική τουριστική ζήτηση να προκαλεί άνοδο των τιμών όμως στο τέλος της περιόδου αιχμής, αντί οι τιμές να επανέλθουν στο προγενέστερο επίπεδο τους σταθεροποιούνται σ'ένα υψηλότερο ή εφάμιλλο επίπεδο.

Έτσι πολλές φορές οι μόνιμη κάτοικοι της συγκεκριμένης περιοχής καλούνται να αποκτήσουν τα διάφορα καταναλωτικά αγαθά σε υψηλότερες τιμές. Αν και αυτός ο τύπος των οικονομικών επιπτώσεων δεν έχει ερευνηθεί είναι προφανές φαινόμενο¹¹.

1.3.2.ΘΕΤΙΚΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

Οικονομική ανάπτυξη της χώρας προορισμού: Σε αρκετές χώρες οι οποίες διέθεταν τουριστικούς πόρους (ήλιο, θάλασσα, πολιτισμό) με το φαινόμενο του τουρισμού άρχισε και η εισροή κεφαλαίου, η οποία συνέλαβε στην γενικότερη οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

Τα χρήματα τα οποία δαπανούν οι τουρίστες για να προμηθευτούν τα διάφορα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες ώστε να μπορούν να απολαύσουν αυτούς τους τουριστικούς προορισμούς που επισκέπτονται αποτελούν συναλλαγματικά έσοδα για αυτούς και κατ'επέκταση και για τις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τους.

Η πραγματοποίηση μιας δαπάνης εκ μέρους των τουριστών για την αγορά τουριστικών υπηρεσιών πριν την τουριστική τους μετακίνηση ή για την αγορά αγαθών και υπηρεσιών κατά τη διάρκεια της στους τόπους που επισκέπτονται ,δεν περιορίζεται απλά και μόνο σε αυτές τις συναλλαγματικές πράξεις, αλλά η ροή τους συνεχίζεται μέσα σε ένα ευρύτερο οικονομικό κύκλωμα.

Ειδικότερα στην τουριστική αγορά ξοδεύονται και εισπράττονται χρήματα μεταξύ των πωλητών τουριστικών προϊόντων από τη μια πλευρά και των αγοραστών τους από την άλλη. Έτσι για τους πρώτους προκύπτουν τουριστικά έσοδα και για τους δεύτερους τουριστικές δαπάνες.

Ακόμη η διενέργεια επενδύσεων που αφορούν άμεσα (όπως λ.χ. το χτίσιμο και ο εξοπλισμός ενός ξενοδοχείου) ή έμμεσα (όπως λ.χ. η κατασκευή ενός λιμένας) τον τουρισμό, καθώς και η λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων, έχουν ως αποτέλεσμα την αύξηση του εθνικού εισοδήματος.

Κατά συνέπεια, ένα σημαντικό μέρος της ευημερίας των λαών, που εξαρτώνται από τον τουρισμό , οφείλεται σε αυτόν. Αυτό ισχύει και για τη χώρα μας,¹² ιδιαίτερα σε ορισμένες περιοχές.

¹¹ Βαρβαρέσος Σ, 2000, « Τουρισμός οικονομικές προσεγγίσεις», εκδόσεις Προπομπός

¹² Ηγουμενάκης, Ν., & Κ.Κραβαρίτης, & Π.Λύτρας, 1999, «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις interbooks

Ενίσχυση της απασχόλησης: απασχόληση που δημιουργεί ο τουριστικός τομέας είναι πολύπλευρη. Γενικά μπορεί να διακριθεί σε τρεις κατηγορίες:

A. Άμεση απασχόληση

Αυτός ο τύπος απασχόλησης αφορά στον κυρίως τουριστικό τομέα και περιλαμβάνει τα άτομα που εργάζονται στα τουριστικά καταλύματα, τα μεταφορικά μέσα, τα εστιατόρια και τα κέντρα αναψυχής, τη διοίκηση του τουρισμού, την τουριστική εκπαίδευση, τα καταστήματα λαϊκής τέχνης, τα τουριστικά γραφεία, τα γραφεία ξεναγών κ.λπ.

B. Η έμμεση απασχόληση

Αυτή αφορά στις επιχειρήσεις που προμηθεύουν τον τουριστικό τομέα με τα αγαθά και τις υπηρεσίες που έχει ανάγκη. Έτσι θεωρούνται ως έμμεση απασχόληση οι θέσεις εργασίας που οφείλονται στην τουριστική δραστηριότητα και ανήκουν στον κλάδο των κατασκευών, της χειροτεχνίας, της γεωργίας κ.λπ. Οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται στον κλάδο των κατασκευών θεωρούνται οι πιο πολυάριθμες (τουριστικά καταλύματα, μαρίνες, συνεδριακά κέντρα, κ.λπ.)

Γ. Η απορρέουσα απασχόληση

Αυτή απορρέει από τις δαπάνες των τουριστών, οι οποίες δημιουργούν πρόσθετα εισοδήματα στον τοπικό πληθυσμό που εμπλέκεται άμεσα στην τουριστική δραστηριότητα. Συνεπώς δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας, οι οποίες αποσκοπούν να ικανοποιήσουν τις νέες ανάγκες που εμφανίστηκαν χάρη στον τουρισμό (δημόσιες υπηρεσίες, υγεία, εκπαίδευση κ.λπ.)

Η απορρέουσα απασχόληση σχετίζεται άμεσα με την οικονομική δομή της χώρας υποδοχής, δηλαδή με το περιεχόμενο των εισαγωγών στις διάφορες ενδιάμεσης κατανάλωσης και τις αγορές εξοπλισμών από τον τουριστικό τομέα. Συμπερασματικά ο τουρισμός δημιουργεί θέσεις εργασίας σε πολλούς από τους κλάδους της οικονομίας μιας χώρας, δημιουργώντας έτσι εισοδήματα για τους κατοίκους της ή ενισχύοντας τα ήδη υπάρχοντα εισοδήματα τους¹³.

Περιφερειακή ανάπτυξη: Είναι γνωστή η διαφορά που υπάρχει ανάμεσα στο κέντρο και στην περιφέρεια σε σχέση με την οικονομία. Οι προσπάθειες για

¹³ Βαρβαρέσος Σ, 2000, « Τουρισμός οικονομικές προσεγγίσεις», εκδόσεις Προπομπός

μείωση αυτής της αδικίας σε βάρος της επαρχίας, με όλα τα δεινά που αυτή συνεπάγεται, βοηθούνται σημαντικά από την τουριστική ανάπτυξη.

Ο τουρισμός από την φύση του ευνοεί την περιφερειακή ανάπτυξη. Για παράδειγμα στη χώρα μας ,τα κύρια χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος, το φυσικό κάλλος και η πολύτιμη αρχαιολογική – πολιτιστική μας κληρονομιά είναι σχεδόν ισομερώς κατανεμημένα σε όλη την ελληνική επικράτεια.

Έτσι με την κατάλληλη αξιοποίηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών κάθε περιοχής μέσα από κατάλληλους χειρισμούς, δημιουργούνται πρόσθετες ευκαιρίες απασχόλησης και σταματά ή μειώνεται δραστικά η πληθυσμιακή ερήμωση της υπαίθρου.

Δημιουργία έργων υποδομής: Ως υποδομή στην οικονομία εννοούμε τα πάσης φύσεως κεφαλαιουχικά αγαθά του οικονομικού συστήματος που βοηθούν στην εθνική παραγωγή και αφορούν όλη την οικονομία.

Σ'αυτά ανήκουν όλα τα έργα που βοηθούν στην συγκοινωνία (δρόμοι, σιδηρόδρομοι, λιμάνια, αερολιμένες κλπ.), τα έργα υδροδότησης, αποχέτευσης, τηλεπικοινωνίας, ηλεκτρισμού κ.α. Η δημιουργία νέων εγκαταστάσεων αυτής της μορφής, συνήθως από κρατικούς φορείς, αποτελούν τις επενδύσεις που βοηθούν στην καλύτερη και οικονομικότερη διεξαγωγή των οικονομικών δραστηριοτήτων και επομένως του τουρισμού. Οι ευνοϊκές αυτές επιδράσεις στην οικονομία καλούνται «εξωτερικές οικονομίες μια και δεν αφορούν άμεσα και δεν επηρεάζονται από την κάθε επιχείρηση.

Ο τουρισμός , όντας ένας σημαντικότερος τομέας της οικονομίας, αποτελεί ισχυρό παράγοντα δημιουργίας αυτών των επενδύσεων. Παράλληλα βέβαια βοηθούνται και οι υπόλοιποι τομείς. Η δημιουργία π.χ μιας μαρίνας σε ένα παραθαλάσσιο τουριστικό τόπο θα βοηθήσει και την τοπική αλιεία.

1.3.3.ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

Ξενοφοβία: Η ξενοφοβία ορίζεται ως το αποτέλεσμα της στέρησης του τοπικού πολιτισμού που προκαλείται από την παρουσία των τουριστών, οι οποίοι υπενθυμίζουν ανά πάσα στιγμή στους ντόπιους την αδυναμία του υπάρχοντος συστήματος να τους προσφέρει ένα επίπεδο διαβίωσης αντίστοιχο με εκείνο των τουριστών. Δημιουργείται δηλαδή δυσφορία και προβληματισμός στους ντόπιους καθώς όταν αυτοί εργάζονται, οι τουρίστες κάνουν διακοπές.

Ευρύτερα αυτό δημιουργεί στους ντόπιους την αίσθηση ότι ολόκληρη η περιοχή όπου κατοικούν εργάζεται για λογαριασμό των τουριστών.

Κατά την διάρκεια της τουριστικής περιόδου, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου οι τουρίστες συρρέουν μαζικά, η πλειοψηφία των κατοίκων, άσχετα με τον κλάδο που απασχολούνται, μετατρέπονται – συμβολικά έστω - σε προσωπικό εξυπηρέτησης του τουριστικού τομέα. Αυτή η αίσθηση των ντόπιων ενισχύεται και από την συμπεριφορά των τουριστών που προσπαθούν π.χ να τους φωτογραφίσουν ή να παρατηρούν τις καθημερινές τους ασχολίες, με αποτέλεσμα να αισθάνονται ό,τι ανήκουν σε ένα «παραδοσιακό ζωολογικό κήπο» όπως χαρακτηριστικά έχει ειπωθεί.

Η ξеноφοβία βέβαια οφείλεται και στην χρήση στερεοτύπων των ντόπιων προς τους τουρίστες. Τα στερεότυπα χωρίζονται σε δύο κατηγορίες. Στην πρώτη κατηγορία οι ντόπιοι γενικεύουν, ταυτίζοντας τον τουρίστα με την θετική ή αρνητική εικόνα που έχουν για τον κάτοικο μιας ανεπτυγμένης χώρας. Για παράδειγμα ο μακρυμάλλης νεαρός τουρίστας στις περισσότερες χώρες ταυτίζεται με τον «χίππυ», που για τους ντόπιους ισοδυναμεί με όλα όσα είναι αρνητικά και απορριπτέα στον δυτικό πολιτισμό.

Στην δεύτερη κατηγορία τα στερεότυπα αφορούν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που οι ντόπιοι θεωρούν ότι έχει κάποιος λαός (π.χ οι Άγγλοι είναι βρώμικοι κ.λ.π). Είναι λοιπόν αναμφίβολο ότι και η σχέση εξυπηρέτησης αλλά και τα στερεότυπα οδηγούν τους ντόπιους σε φαινόμενα ξеноφοβίας¹⁴.

Αλλαγή ρόλου οικογένειας: Οι κοινωνικές αλλαγές που έχουν να κάνουν με την παρουσία του τουρισμού ανατρέπουν σημαντικούς θεσμούς που αποτελούσαν για χρόνια την βάση της τοπικής κοινωνίας. Ένας τέτοιος θεσμός είναι και ο θεσμός της οικογένειας, ο ρόλος της οποίας αλλάζει ουσιαστικά στα πλαίσια της νέας κοινωνικής δομής που διαμορφώνεται στις τουριστικές περιοχές.

Στην πλειοψηφία των αγροτικών περιοχών ο ρόλος του πατέρα στην οικογένεια ήταν καθοριστικός όσον αφορά την διαμόρφωση των τελικών επιλογών των μελών της για πάρα πολλά θέματα όπως η επιλογή επαγγέλματος, η εκπαίδευση, ο γάμος κ.τ.λ.

Παράλληλα η οικογένεια διαδραμάτιζε έναν ευρύτερο κοινωνικό και παραγωγικό ρόλο, όχι μόνο για τα μέλη της αλλά και για το σύνολο της περιοχής. Λειτουργούσε δηλαδή ως πυρήνας μικρο-επιχειρησιακής δράσης με στόχο την βελτίωση της οικονομικής και κοινωνικής θέσης των μελών της.

Ο τουρισμός, όμως, δίνοντας επαγγελματικές διεξόδους, συνεπώς και οικονομική ανεξαρτησία, στους κατοίκους ιδιαίτερα στους νέους και στις

¹⁴ **Βαρβαρέσος, Σ.**, 1998, «Τουρισμός: Έννοιες, μεγέθη, δομές», Εκδόσεις Προπομπός

γυναίκες – που πριν δεν είχαν – οδήγησε στην αυτονόμηση των μελών της οικογένειας από την εξουσία του αρχηγού πατέρα. Με αυτόν τον τρόπο ο τουρισμός συνέβαλε στην αλλαγή των κοινωνικών σχέσεων και του τρόπου λήψης των αποφάσεων στο πλαίσιο της οικογένειας.

Μιμητισμός: Οι τουρίστες, ιδιαίτερα στα πρώτα στάδια της τουριστικής ανάπτυξης, λειτουργούν για τους ντόπιους σαν μια ζωντανή διαφήμιση όλων όσων θεωρούνται σύμβολα κοινωνικής επιτυχίας όπως εισόδημα, κατανάλωση, ελευθερία κλπ. Με αυτό τον τρόπο ο τουρισμός, μαζί με τα άλλα μέσα μαζικής επικοινωνίας, γίνεται ένα σημαντικό «κανάλι» προβολής των κοινωνικών και καταναλωτικών προτύπων των χωρών αποστολής τουριστών. Αυτοί οι οποίοι επηρεάζονται και τείνουν να μιμούνται τα πρότυπα αυτά είναι οι νέοι, και κυρίως οι νέοι άντρες.

Κι αυτό γιατί ο τουρισμός γι' αυτούς είναι ένα “παράθυρο” προς τον έξω κόσμο, τον οποίο θεωρούν περισσότερο σύγχρονο και ελεύθερο σε σύγκριση με την τοπική κοινωνία, την οποία θεωρούν αναχρονιστική και περιορισμένη. Έτσι οι νέοι μιμούνται τον τρόπο ζωής και τις συμπεριφορές των τουριστών, κάτι όμως που τους οδηγεί σε συγκρούσεις με την οικογένεια και τους μεγαλύτερους.

Επίσης όλη αυτή η λειτουργία του φαινομένου που ονομάστηκε «κίνητρο επίδειξης» οδήγησε τους νέους σε μια υπερεκτίμηση του εισοδήματος ως παράγοντα κοινωνικής ανόδου, αντίθετα υποτίμησε την τοπική παράδοση¹⁵.

Φαινόμενα κοινωνικής ανομίας: Ο τουρισμός και η τουριστική ανάπτυξη στο σύνολο της, όπως έχουμε αναφέρει, επιδρούν σαν καταλύτης σε μια τοπική κοινωνία. Η «ανάμειξη» ντόπιων και τουριστών δημιουργεί νέα κοινωνικά δεδομένα και νέους κοινωνικούς συσχετισμούς, φαινόμενα τα οποία συχνά οδηγούν σε σημαντικές κοινωνικές «παρεκκλίσεις» με κυριότερες τις ακόλουθες:

A) Την εγκληματικότητα, η οποία αυξήθηκε εξαιτίας του τουρισμού και αποτελεί πλέον πρόβλημα για τις τοπικές κοινωνίες. Η αιτία έγκειται στο γεγονός ότι ταυτόχρονα με το επίπεδο της τουριστικής ανάπτυξης υπάρχει και μια ανάλογη αύξηση στον αριθμό των ανθρώπων που προσελκύονται στην περιοχή με σκοπό να βρουν εργασία. Οι μόνιμοι κάτοικοι σε συνδυασμό με τους τουρίστες και με αυτούς που αναζητούν εργασία έχουν σαν αποτέλεσμα τον τριπλασιασμό ή και περισσότερο του πληθυσμού μιας περιοχής. Αυτό συνεπάγεται την αδυναμία των δυνάμεων δημόσιας τάξης να καλύψουν τις νέες πληθυσμιακές ανάγκες. Η πλειοψηφία των εγκλημάτων είναι κυρίως κλοπές,

¹⁵ Βαρβαρέσος, Σ., 1998, «Τουρισμός: Έννοιες, μεγέθη, δομές», Εκδόσεις Προπομπός

διαρρήξεις, ληστείες και βιασμοί τουριστριών. Μια από τις κύριες αιτίες αύξησης των εγκληματικών ενεργειών εναντίον των τουριστών είναι το οικονομικό χάσμα που υπάρχει μεταξύ ντόπιων και τουριστών, καθώς και η συμπεριφορά των τουριστών που πολλές φορές έρχεται σε αντίθεση με τα τοπικά ήθη (π.χ. προκλητικό ντύσιμο, γυμνισμός, ελεύθερη ερωτική συμπεριφορά κλπ)¹⁶

Β) Τον τζόγο, ο οποίος αποτελεί μέρος της όλης τουριστικής ατραξιόν μιας περιοχής. Στον τουρισμό η μορφή τζόγου που επικρατεί είναι τα λεγόμενα «καζίνο», τα οποία ναι μεν αναδεικνύονται ως μια σοβαρή συναλλαγματική δραστηριότητα του τουρισμού και των εθνικών οικονομιών, ταυτόχρονα όμως δημιουργούν σοβαρά προβλήματα στις τοπικές κοινωνίες καθώς χάνονται “περιουσίες” από τους κατοίκους, ανακατανέμεται το εισόδημα, δημιουργούνται νέες τάξεις κλπ. Το πιο σημαντικό βέβαια από όλα θεωρείται η αναζήτηση του εύκολου χρήματος από τους νέους.

Γ) Την πορνεία, η οποία φυσικά προϋπήρχε αλλά αυξήθηκε σε μεγάλο βαθμό εξαιτίας του τουρισμού. Στην Τυνησία, για παράδειγμα, υπάρχει ανδρική πορνεία με στόχο ηλικιωμένες τουρίστριες. Ο ίδιος τύπος πορνείας υπάρχει και σε πολλές μεσογειακές χώρες, Ιταλία, Ισπανία, Ελλάδα κ.τ.λ.

Ένα είδος πορνείας, που επίσης εμφανίζεται στις μεσογειακές χώρες, θα μπορούσαν να θεωρηθούν και οι «εραστές του καλοκαιριού» αν και συνήθως λείπει το χρηματικό αντάλλαγμα. Αυτές οι μορφές όμως ωχριούν μπροστά στο οργανωμένο κύκλωμα πορνείας για αποκλειστική εξυπηρέτηση των τουριστών (ο λεγόμενος σεξο-τουρισμός) που έχει δημιουργηθεί σε ορισμένες χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας όπως Φιλιππίνες, Ταϊλάνδη, Κορέα κ.α. Στις Φιλιππίνες και στην Ταϊλάνδη το κύκλωμα είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένο με κυριότερους πελάτες Γερμανούς, Αμερικανούς και Γιαπωνέζους.

Έχουν μάλιστα δημιουργηθεί στην Γερμανία και στην Ολλανδία ειδικά πρακτορεία που οργανώνουν ταξίδια με αυτό το σκοπό αποκλειστικά. Το κυριότερο πρόβλημα βέβαια δεν αφορά μόνο τον λεγόμενο «σεξο-τουρισμό» αλλά τον «παιδικό σεξο-τουρισμό» που έχει πάρει ενδημικές διαστάσεις σε χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας κυρίως¹⁷.

¹⁶ Ηγουμενάκης, Ν., & Κ.Κραβαρίτης, & Π.Λύτρας, 1999, «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις interbooks

¹⁷ Ηγουμενάκης, Ν., & Κ.Κραβαρίτης, & Π.Λύτρας, 1999, «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις interbooks

1.3.4 ΘΕΤΙΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ

Βελτίωση ποιότητας ζωής: Η αύξηση των εισοδημάτων, που έχει επέλθει μέσω του τουρισμού, και τα οποία διαχέονται στον τοπικό πληθυσμό έχει σαν αποτέλεσμα και την άνοδο του βιοτικού επιπέδου των ντόπιων. Το μεγαλύτερο εισόδημα δίνει την δυνατότητα για την απόκτηση αγαθών που πριν το κόστος τους θεωρούνταν απαγορευτικό.

Ακόμη, εξαιτίας του τουρισμού, βελτιώνονται οι λειτουργίες και οι υπηρεσίες των πόλεων και των τουριστικών περιοχών, γεγονός που έχει άμεσο θετικό αντίκτυπο στη ζωή των ντόπιων, οι οποίοι απολαμβάνουν τις νέες υποδομές που δημιουργούνται παράλληλα με τους τουρίστες (καλύτερες επικοινωνίες, οδικό δίκτυο, ενημέρωση, αθλητικές εγκαταστάσεις.)

Τέλος, μέσω του τουρισμού έχει επέλθει και μια βελτίωση των κοινωνικών υπηρεσιών (όπως ιατρικές, ασφάλειας κα.) για την παροχή καλύτερων υπηρεσιών στους τουρίστες. Όμως από αυτή την βελτίωση επωφελούνται και οι μόνιμοι κάτοικοι.

Όλα τα παραπάνω έχουν σαν αποτέλεσμα την γενικότερη βελτίωση της ποιότητας ζωής των ντόπιων, άσχετα εάν γίνονται κυρίως για την εξυπηρέτηση των τουριστών¹⁸.

Μείωση ανεργίας: Στο κεφάλαιο των οικονομικών επιπτώσεων αναφερθήκαμε στην σημαντικότερη, ίσως, θετική αλλαγή που έχει προσφέρει η τουριστική ανάπτυξη, την δημιουργία θέσεων εργασίας. Οι θέσεις εργασίας, λοιπόν που προσφέρθηκαν είχαν σαν αποτέλεσμα την μείωση ενός μεγάλου προβλήματος που αντιμετωπίζουν πολλά κράτη, ανάμεσά τους και η Ελλάδα : την ανεργία. Είναι πολύ σοβαρό για μια χώρα να έχει άτομα τα οποία να μπορούν και να θέλουν να δουλέψουν αλλά να μην υπάρχουν θέσεις εργασίας. Ο τουρισμός συνέβαλε στο να μειωθεί το ποσοστό ανεργίας, το οποίο είναι αρκετά υψηλό.

Επίσης, η τουριστική ανάπτυξη συνέβαλε στην συγκράτηση του πληθυσμού στην περιφέρεια. Είναι γεγονός ότι το χαμηλό εισόδημα και η έλλειψη απασχόλησης είναι η «καλύτερη συνταγή» για την μετανάστευση και την απονέκρωση μιας περιοχής. Ο τουρισμός προσφέροντας εργασία και εισόδημα σε πολλές οικογένειες έχει οδηγήσει στην συγκράτηση της διαρροής πληθυσμού σε αρκετές περιοχές⁵⁷. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για απομακρυσμένες περιοχές και δη παραμεθόριες και άγονες. Τόποι όπως το Νυμφαίον έχουν αναβιώσει χάρη στον τουρισμό (ιδίως τον εσωτερικό)¹⁹.

¹⁸ Gartner , W., 2001, "Τουριστική ανάπτυξη, αρχές,, διαδικασίες και πολιτικές», εκδόσεις Έλλην

¹⁹ Gartner , W., 2001, "Τουριστική ανάπτυξη, αρχές,, διαδικασίες και πολιτικές», εκδόσεις Έλλην

Αναβάθμιση του ρόλου της γυναίκας και των νέων: Οι ευκαιρίες για επαγγελματική απασχόληση που προσέφερε ο τουρισμός είναι ιδιαίτερα σημαντικές για συγκεκριμένες ομάδες του πληθυσμού όπως οι γυναίκες και οι νέοι που πριν την τουριστική ανάπτυξη ήταν αρκετά “ παραγκωνισμένες ”

Και στις δυο περιπτώσεις ο τουρισμός ενισχύει, μέσω της δυνατότητας για οικονομική ανεξαρτησία που προσφέρει, μεγαλύτερη αυτονομία στα πλαίσια της οικογένειας. Αυτό επιτρέπει, ιδιαίτερα στις γυναίκες, να αναζητήσουν με μεγαλύτερη ευκολία καλύτερες συνθήκες εργασίας και εκπαίδευσης.

Επιπλέον οι επιχειρηματικές δραστηριότητες του τουρισμού στις οποίες εμπλέκονται ενεργά, τους επιτρέπει εκτός της οικονομικής ανεξαρτησίας και της αυτονομίας στην οικογένεια, να διεκδικήσουν και την γενικότερη αναβάθμιση της κοινωνικής τους θέσης.

Ας σημειωθεί, βέβαια, ότι από την διεκδίκηση της αναβάθμισης έως την ουσιαστική αναβάθμιση υπάρχει μεγάλο κενό καθώς σε αυτές τις κοινωνίες υπάρχουν ακόμη πολλές συντηρητικές και παραδοσιακές αντιλήψεις γύρω από το ζήτημα αυτό²⁰.

1.3.5 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Το περιβάλλον χωρίζεται σύμφωνα με το περιβαλλοντικό Σύνταγμα στις εξής κατηγορίες:

§ **Το φυσικό περιβάλλον:** Πρόκειται για κάθε μορφή φυσικού περιβάλλοντος όπως η χλωρίδα και η πανίδα, η θάλασσα, η ατμόσφαιρα, ο υδροφόρος ορίζοντας, οι λίμνες και λιμνοθάλασσες, οι υδροβιότοποι, τα εθνικά πάρκα, τα δάση, κ.τ.λ.

§ **Το πολεοδομικό και οικιστικό (δομημένο) περιβάλλον:** Περιλαμβάνει ότι σχετίζεται με την οικιστική ανάπτυξη και την πολεοδομία (κτίσιμο οικιών και άλλων κτιρίων, καθώς και η κατασκευή δρόμων, εγκαταστάσεων, έργων υποδομής, κ.τ.λ)

Επιδράσεις στο φυσικό περιβάλλον

§ Αλλαγή οικολογικής ισορροπίας: Η αρχική περιβαλλοντική επίπτωση της τουριστικής ανάπτυξης είναι η ανατροπή της οικολογικής ισορροπίας στο

²⁰ Τσάρτας, Π., 1993, «Περιβαλλοντική κρίση», εκδόσεις ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΟΧΗ

τόπο υποδοχής εξαιτίας της τουριστικής υποδομής και της εντατικής χρήσης του τοπικού φυσικού περιβάλλοντος (ακτές, θάλασσα, βουνά...). Αυτή η ανατροπή αφορά τόσο στη χλωρίδα όσο στη πανίδα και όλους τούς παράγοντες που συνθέτουν το περιβάλλον (αέρας, έδαφος, γεωλογική σύνθεση, ποιότητα νερού, χαρακτηριστικά φυτών).

- § Προβλήματα χρήσης τοπικών φυσικών πόρων: Η ανάγκη να εξυπηρετηθεί το πλήθος των τουριστών οδηγεί σε προβλήματα χρήσης τοπικών φυσικών πόρων (π.χ νερό). Συχνά οι πόροι αυτοί δεν είναι ανεξάντλητοι και δεν επαρκούν ούτε για τούς μόνιμους κατοίκους του τόπου υποδοχής. Το αποτέλεσμα είναι μια σύγκρουση στη χρήση στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντος που παράλληλα θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν και για άλλες χρήσεις γης.
- § Υποβάθμιση φυσικού περιβάλλοντος: Ειδικά στις ορεινές περιοχές χειμερινού τουρισμού και στις παραθαλάσσιες περιοχές θερινού τουρισμού. Έργα υποδομής, μεταφορικά δίκτυα, λιμάνια και αεροδρόμια οδηγούν και αυτά σε ανατροπή της οικολογικής ισορροπίας και σε εξαφάνιση σπάνιων ειδών φυτών και πουλιών²¹.

Επιπτώσεις στο δομημένο περιβάλλον

Η έντονη τουριστική ανάπτυξη επιδρά και στο δομημένο περιβάλλον, κι αυτό γιατί μια βασική της ανάγκη είναι η ανάγκη για χώρο. Ο τουρίστας θα περάσει από τον χώρο άφιξης – υποδοχής, στον χώρο μεταφοράς – συγκοινωνίας, στον χώρο διαμονής, στον χώρο επίσκεψης, αναψυχής κ.τ.λ.. Προκύπτει λοιπόν επιτακτική, αφενός η προσαρμογή του δομημένου περιβάλλοντος στις τουριστικές ανάγκες κι αφετέρου η μετατροπή φυσικού περιβάλλοντος σε δομημένο για να εξυπηρετηθεί μια αύξηση του τουριστικού ρεύματος.

Παρ' όλα αυτά η μαζικότητα του τουρισμού δεν άφησε πολλά περιθώρια για ορθό προγραμματισμό και σχέδιο, οπότε βλέπουμε σήμερα τους καρπούς της αδιαφορίας των περασμένων δεκαετιών. Η μαζική τουριστική ανάπτυξη απαίτησε την κατασκευή εκτεταμένων έργων υποδομής και οικοδομών. Το πρόβλημα είναι ότι δεν υπήρξε ισοκατανομή του τουριστικού ρεύματος, αλλά μια μάλλον άνιση «μοιρασιά» απ' την οποία προέκυψαν υδροκέφαλα τουριστικά θέρετρα εκεί που πριν υπήρχαν απλά μικροί αγροτικοί – παραδοσιακοί οικισμοί.

Το αποτέλεσμα ήταν να δημιουργηθούν μικρές τουριστικές κοινότητες οι οποίες όμως συγκέντρωναν όλα τα χαρακτηριστικά επιβάρυνσης του αστικού χώρου²²:

²¹ Τσάρτας, Π., 1993, «Περιβαλλοντική κρίση», εκδόσεις ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΟΧΗ

πυκνή δόμηση, προβλήματα αποχέτευσης, προβλήματα κυκλοφορίας και ηχορύπανσης κ.τ.λ. Σαν αποτέλεσμα των παραπάνω, προέκυψε μια αλλοίωση της εικόνας του υπαρκτού δομημένου περιβάλλοντος μέσα από μια ανατροπή της κλίμακας μικτού δομημένου περιβάλλοντος το οποίο παρουσιάζει – δυστυχώς συχνά – τα εξής χαρακτηριστικά²²:

1. Συνύπαρξη του σύγχρονου με το παραδοσιακό χωρίς αρμονία, με τα μεγάλης κλίμακας οικοδομήματα να επιβαρύνουν ιδιαίτερα τις παραθαλάσσιες ζώνες αλλά και τις ορεινές περιοχές τουρισμού.
2. Ενίσχυση του φαύλου κύκλου δημιουργίας εναλλάξ εκτεταμένης υποδομής και ακολούθως νέων έργων για την βελτίωση της κατάστασης (π.χ δρόμοι ταχείας κυκλοφορίας, εγκαταστάσεις βιολογικού καθαρισμού, κ.τ.λ.) που ανατρέπουν συνεχώς την κατάσταση και δημιουργούν θέμα χωροθέτησης των νέων δρόμων.
3. Χρήση πολλών ξένων και ασυμβίβαστων – ως προς το χώρο – στοιχείων που προκαλούν αισθητική ρύπανση (κινητές κατασκευές, τέντες, πινακίδες, κ.τ.λ.).
4. Εξάντληση της αντοχής του υπάρχοντος δομημένου περιβάλλοντος λόγω της αντιστοιχίας της φέρουσας τουριστικής ικανότητας με τον τελικό αριθμό των τουριστών. Με λίγα λόγια αυτό που βλέπουμε δυστυχώς συχνότατα είναι η μετατροπή πολλών όμορφων χωριών και πόλεων σε εποχικές αποικίες τουριστών, που αντί να διατηρούν τον χαρακτήρα τους , μεταλλάσσονται σε πόλους νυχτερινής διασκέδασης και ψυχαγωγίας²³ .

²² Τσάρτας, Π., 1993, «Περιβαλλοντική κρίση», εκδόσεις ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΟΧΗ

²³ Τσάρτας, Π., 1993, «Περιβαλλοντική κρίση», εκδόσεις ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΟΧΗ

2. Η ΧΙΟΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

Στο μέσο του ανατολικού Αιγαίου, απέναντι από τη γη της Ιωνίας και τις μεγάλες Μητροπόλεις της Σμύρνης και της Εφέσου, βρίσκεται η Χίος. Στο σταυροδρόμι των θαλάσσιων δρόμων που συνδέουν τη Μαύρη Θάλασσα και την Κωνσταντινούπολη με την Κωνσταντινούπολη με την Αίγυπτο και τα εμπορικά λιμάνια της Δύσης, τα μεγάλα νησιά του Ανατολικού Αιγαίου, αποτέλεσαν σπουδαία εμπορικά, οικονομικά και πνευματικά κέντρα για πολλούς αιώνες²⁴. Πρόκειται για το πέμπτο μεγαλύτερο σε μέγεθος νησί στην Ελλάδα (904 τετρ.χιλιόμετρα) με μήκος ακτών 213 χιλιόμετρα και πληθυσμό που ζει τόσο στην πόλη και λιμάνι της Χίου όσο και στα 64 χωριά του νησιού. Ακόμη, η Χίος έχει μεγάλη απόδημη κοινότητα σε Λονδίνο και Νέα Υόρκη.

Τα κύρια προϊόντα που εξάγει είναι η μαστίχα, το λάδι, τα σύκα και το κρασί ενώ έχει διεθνή φήμη για το μέγεθος και την ποιότητα της ναυτιλίας της. Διοικητικά μαζί με τα νησιά Οινούσες και Ψαρά αποτελεί τον νομό Χίου, με πληθυσμό που φθάνει τους 53.817 κατοίκους (απογραφή 2005). Πρωτεύουσα του νομού είναι η πόλη της Χίου, που λέγεται και Χώρα.

2.1 Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΧΙΟΥ

Το όνομα της Χίου πιθανόν προέρχεται από την κόρη του Οينوπίοντα, Χίων, σύμφωνα όμως με μια άλλη εκδοχή πρώτοι άποικοι του νησιού ήταν οι Πελασγοί. Αυτό αποδεικνύει για πολλούς και τις πολλές περιοχές του νησιού που φέρουν το όνομα τους. Σύμφωνα με μια τελευταία εκδοχή, το όνομα του νησιού προέρχεται από τους Σύρους, στην γλώσσα των οποίων σημαίνει μαστίχα. Στο νησί κατά καιρούς δόθηκαν και άλλα ονόματα, όπως Πιτυούσα, Αιθαλία, Μακρίς και Μαυρονήσι. Οι ανασκαφές που έχουν πραγματοποιηθεί σε διάφορα μέρη του νησιού, όπως ο Εμπορείος και το Άγιο Γάλας από Βρετανούς αλλά και Έλληνες αρχαιολόγους, έχουν αποδείξει πως η Χίος ήταν κατοικήσιμη το λιγότερο από την Νεολιθική περίοδο και την εποχή του χαλκού (6000-2000 π.Χ.). Σύμφωνα με την παράδοση, ο πρώτος κάτοικος και βασιλιάς του νησιού ήταν ο Οينوπίων, γιος του Διόνυσου και της Αριάδνης, ο οποίος ήρθε από την Κρήτη το 1500 π.Χ. στο νοτιότερο άκρο της Χίου και έμαθε στους κατοίκους του νησιού το εμπόριο, τη θάλασσα και το πως να καλλιεργούν τα αμπέλια.

Ο πληθυσμός της Χίου αυξήθηκε πάνω από τους 120.000 κατοίκους κατά τον 5ο με 4ο αιώνα π.Χ. ενώ οι πλειοψηφία αυτών έμενε μάλλον στο κεντρική πόλη της Χίου. Ο Φοινικίδης γράφει ότι το νησί κατακτήθηκε από τους Λέλεγες, πρωτόγονους Έλληνες υπόδουλους των Μινών, οι οποίοι

²⁴ Θεοτοκάς Γ., Τουριστικός Οδηγός για τη Χίο

απελάθηκαν από τον βασιλιά Έκτορα. Η έναρξη του ιωνικού αποικισμού συμπίπτει με την καταστροφή του μυκηναϊκού. Γύρω στο 1100-1000 π.Χ. το νησί κατακτάται από τους Ίωνες οι οποίοι κατάγονταν από τη Βοιωτία, οπότε και η Χίος αρχίζει να διαδραματίζει σημαντικό ιστορικό ρόλο. Εκτός της Χίου, οι Ίωνες είχαν κατακτήσει τη Σάμο και άλλες δέκα 10 πόλεις της Μικράς Ασίας, ιδρύοντας έτσι την Δωδεκάπολη των Ιώνων. Σύντομα, οι πόλεις που είχαν κατακτηθεί από τους Ίωνες είχαν δημιουργήσει μια ομοσπονδία ενώ είχαν και σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη του Ελληνικού πολιτισμού.

Η Χίος αναπτύχθηκε σε μια από τις σημαντικότερες πόλεις των αρχαίων χρόνων, με πληθυσμό 60-80.000 κατοίκους και ταυτόχρονα σε μια μεγάλη ναυτική δύναμη. Είναι χαρακτηριστικό πως έχουν βρεθεί χιώτικοι αμφορείς σε κάποια σημεία της Ρωσίας αλλά και της Βόρειας Αιγύπτου. Η Χίος εξελίχθηκε σε ένα από τα μεγαλύτερα σημεία εξαγωγής κρασιού, τον επονομαζόμενο Αριούσιο οίνο, ο οποίος ήταν γνωστός για την εξαιρετική του ποιότητα αλλά και για το ότι ήταν ένα από τα πιο ακριβά κρασιά της Ελλάδας εκείνη την εποχή. Το πολίτευμα που υπήρχε κατά την Ιωνική κυριαρχία θεωρείται δημοκρατία στα πρώτα βήματα της. Η περίοδος αυτή έφτασε στο τέλος της όταν η Χίος κατακτήθηκε από τους Πέρσες το 493 π.Χ., μετά από την αποτυχημένη αντίσταση που προέβλεπαν οι Χιώτες. Οι Πέρσες κατέστρεψαν τους αμπελώνες του νησιού, έκαναν καταστροφές, ενώ έστειλαν και πολλούς αιχμαλώτους στον Πέρση βασιλιά. Το 479 π.Χ. οι Χιώτες επαναστάτησαν και μετά την μάχη της Μυκάλης απέκτησαν την ανεξαρτησία τους, ενώ συμμετείχαν και στην Αθηναϊκή Συμμαχία.

Οι Χιώτες ξανάχτισαν την πόλη και παρουσίασαν μεγάλη πρόοδο στην ναυτιλία, το εμπόριο, την βιομηχανία και την παραγωγή κρασιού. Το νησί απέκτησε πλούτο ο οποίος οδήγησε σε ανέσεις για τους κατοίκους. Χαρακτηριστικά αυτής της εποχής είναι οι φράσεις χιώτικη χαρά και χιώτικη ζωή. Η περίοδος αυτή κράτησε για μισό αιώνα, μέχρι την έναρξη δηλαδή του Πελοποννησιακού Πολέμου. Κατά τον Πελοποννησιακό πόλεμο, οι Χιώτες πολέμησαν στο πλευρό των Αθηναίων, έως και την καταστροφική ήττα τους στη Σικελία, οπότε και συμμαχούν με τους Σπαρτιάτες. Μετά την υπογραφή της Ανταλκιδείου Ειρήνης όμως, η Χίος επιστρέφει στο πλευρό των Αθηναίων. Όταν ο Μέγας Αλέξανδρος κυριάρχησε, στη Χίο υπήρχε μακεδονική φρουρά. Όταν πέθανε, το νησί βρέθηκε σε περίοδο παρακμής και πέρασε στα χέρια των Ρωμαίων.

Οι Χιώτες συμάχησαν με τους Ρωμαίους και αρχικά απολάμβαναν κάποια προνόμια. Οι Ρωμαίοι όμως με το πέρασμα των χρόνων αφαίρεσαν πολλά έργα τέχνης από το νησί, ενώ επακολούθησαν και κάποιοι καταστρεπτικοί σεισμοί. Μετά την πτώση της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας και την εξάπλωση του Χριστιανισμού, η Χίος ήταν για πολλούς αιώνες υπό την διακυβέρνηση της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας, εκτός από κάποιες σύντομες χρονικές περιόδους που λεηλατήθηκε από τους Σαρακηνούς. Όταν η Βυζαντινή

αυτοκρατορία ξαναπήρε τον έλεγχο της Χίου, αναγνώρισε την σημαντική στρατηγική θέση του νησιού. Έτσι, ξεκίνησε η οχύρωση της τον 11ο αιώνα και η κατασκευή του Κάστρου της Χίου. Το 1042 μ.Χ., ο Αυτοκράτορας Κωνσταντίνος Μονομάχος ξεκίνησε το κτίσιμο της Νέας Μονής στο σημείο που είχε βρεθεί η εικόνα της Παρθένου.

Μετά από μια σειρά επιδρομών, όπως αυτή των Ενετών, η Χίος καταλαμβάνεται από τους Γενουάτες το 1346, οι οποίοι ήταν μια ανερχόμενη δύναμη. Για δύο ολόκληρους αιώνες το νησί παρουσίαζε πρόοδο. Οι Γενουάτες, αν και καταπίεζαν τους ντόπιους, οργάνωσαν το εμπόριο μαστίχας και έφεραν στη Χίο τη καλλιέργεια εσπεριδοειδών, ενώ οι Γενουάτες κατάφεραν να κρατήσουν τους Τούρκους μακριά από τη Χίο μέχρι το 1566, οπότε και οι Τούρκοι κατακτούν το νησί. Οι καταπίεση του λαού συνεχίζεται, αλλά οι νησιώτες κρατούν τα προνόμια τους χάρη στη παραγωγή μαστίχας. Κατά την τουρκοκρατία, υπήρξε σφαγή των νησιωτών μετά από μια εξέγερση το 1822, η οποία έχει απεικονιστεί από τον Ευγένιο Ντελακρούά. Ο τουρκικός στόλος έκαιγε και κατέστρεφε τα πάντα για 15 μέρες, προσπαθώντας να παραδειγματίσει τους υπόλοιπους Έλληνες. Στην ιστορία έχει μείνει η καταστροφή της τουρκικής ναυαρχίδας από τον Κανάρη. Λίγοι Χιώτες επέζησαν της λεηλασίας και έκαναν προσπάθεια να ξαναχτίσουν το νησί το 1832.

Τελικά η Χίος ελευθερώθηκε το 1912 και έγινε κομμάτι της ανεξάρτητης Ελλάδας. Κατά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο οι Χιώτες πολέμησαν κατά των Γερμανών ενώ το νησί απελευθερώθηκε μαζί με την υπόλοιπη Ελλάδα το 1944²⁵.

2.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΧΙΟ

Η Χίος όπως και τα περισσότερα νησιά έχουν πολλά κοινά κοινωνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά, τα οποία είναι αποτέλεσμα της δομής του νησιωτικού χώρου στον οποίο εντάσσονται.

Ο τουρισμός αποτελεί την βασική οικονομική δραστηριότητα των νησιών και αν και τα περισσότερα θεωρούνται καθιερωμένος τουριστικός προορισμός, έχουν να αντιμετωπίσουν σημαντικές προκλήσεις, μέσα σ' ένα περιβάλλον έντονου ανταγωνισμού. Στη σημερινή εποχή, το συγκριτικό πλεονέκτημα ενός τουριστικού προορισμού δε βασίζεται μόνο στα αξιοθέατα που προσφέρει αλλά και στη σωστή διαχείριση των φυσικών πόρων, τεχνολογίας και ανθρώπινου δυναμικού.

²⁵

Εγκυκλοπαίδεια

Βικιπαίδεια,

ανακτημένο

από:

<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A7%CE%AF%CE%BF%CF%82>

Ο εναλλακτικός τουρισμός, συμβάλει με διάφορους τρόπους στην τοπική ανάπτυξη των νησιών, όχι μόνο με την ενεργοποίηση του δυναμικού κάθε περιοχής αλλά και με την ενίσχυση των τοπικών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Έτσι, παράλληλα με την εκρηκτική ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε περιφερειακό επίπεδο υπάρχει ήδη μια ζωνρή δραστηριοποίηση για την ανάπτυξη και τη βελτίωση της σχετικής υποδομής.

Στην Χίο ο επισκέπτης συναντά πολλές εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως είναι ο:

- § Θρησκευτικός Τουρισμός
- § Αρχαιολογικός – Ιστορικός τουρισμός
- § Συνεδριακός Τουρισμός
- § Εκπαιδευτικός Τουρισμός
- § Θαλάσσιος Τουρισμός
- § Περιπατητικός Τουρισμός
- § Αθλητικός Τουρισμός
- § Οικοτουρισμός
- § Αγροτουρισμός

Η ανάπτυξη εναλλακτικών δραστηριοτήτων, κατάλληλων και ελκυστικών για διάφορες εποχές, μπορεί να βοηθήσει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου της Χίου. Επίσης το βασικό χαρακτηριστικό των εναλλακτικών μορφών τουρισμού θα πρέπει καταρχήν να είναι ο σεβασμός στο φυσικό, κοινωνικό, οικονομικό και πολιτισμικό περιβάλλον. Έτσι, η ανάπτυξη προσφοράς εναλλακτικών μορφών τουρισμού μπορεί, επίσης, να εξασφαλίσει στο νησί την πρόληψη των δυσμενών περιβαλλοντικών, οικονομικών και κοινωνικών επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού.

Ο εναλλακτικός τουρισμός, λοιπόν, αποτελεί σημαντικό στοιχείο ανταγωνιστικότητας του σύγχρονου τουριστικού τομέα, καθώς συμβάλλει στον εμπλουτισμό της τουριστικής προσφοράς και στην διεύρυνση και διαφοροποίηση της τουριστικής ζήτησης. Οι κατηγορίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη Χίο καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα όπως:

- § ορεινής ποδηλασίας,
- § κωπηλασίας,
- § ιστιοπλοΐας,
- § ορειβασίας, αναρρίχησης,
- § πεζοπορίας
- § τουρισμού περιπέτειας,
- § αεραθλητισμού,

- § θρησκευτικού και ιστορικού,
- § σχολικού τουρισμού
- § συνεδριακού
- § θαλάσσιας δραστηριότητας κλπ.

Εν τούτοις, δεν υπάρχουν, σήμερα, επαρκείς υποδομές και υπηρεσίες, και γενικά δεν έχουν αξιοποιηθεί σε ικανοποιητικό βαθμό οι υφιστάμενες δυνατότητες. Η ποικιλία της μορφολογίας του νησιού ενδείκνυται για Φυσιολατρικό τουρισμό (περιπατητική περιήγηση, πεζοπορία, ορειβασία), αλλά και εντατικές περιπέτειες (Τρέκινγκ, ορεινή ποδηλασία, αλεξίπτωτο πλαγιάς, καταδύσεις κ.α.).

Επίσης η πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά του νησιού ενθαρρύνει τη δημιουργία τουριστικών προγραμμάτων θρησκευτικού, ιστορικού και εκπαιδευτικού χαρακτήρα, ακόμη και δραστηριότητες για την ανάδειξη της τοπικής κουζίνας.

Τα παραπάνω, βέβαια, απαιτούν παρεμβάσεις που συνοπτικά μπορούν να επικεντρωθούν σε μερικά βασικά σημεία:

- § Αξιοποίηση, αποκατάσταση και μετατροπή παλαιών παραδοσιακών κενών κατοικιών σε ξενώνες
- § Δημιουργία ξενοδοχειακών μονάδων με σεβασμό στην αρχιτεκτονική της περιοχής και στο φυσικό περιβάλλον
- § Τη βελτίωση ή και επέκταση του οδικού δικτύου και η δημιουργία μονοπατιών
- § Ανάδειξη και προστασία του οικιστικού περιβάλλοντος και των πόρων πολιτιστικής κληρονομιάς
- § Προστασία οικολογικών πόρων και άγριας φύσης
- § Ανάπτυξη ικανοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού και δημιουργία μηχανισμών υποστήριξης της διαδικασίας για ήπια-οικολογική τουριστική ανάπτυξη²⁶.

2.3 ΤΑ ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ ΤΗΣ ΧΙΟΥ

Η Χίος είναι ένα νησί που χαρακτηρίζεται για τις όμορφες παραλίες της, τα γραφικά χωριά της και το πλήθος των μοναστηριών που βρίσκονται σε διάφορα σημεία της.

²⁶ Γιακκα, Μ., 2005, «Εναλλακτικός τουρισμός», ΚΕΤΑ Ιονίων Νήσων

Οι επισκέψεις στα μουσεία του νησιού όπως επίσης και στη Βιβλιοθήκη του Κοραή δίνουν την ευκαιρία στους ταξιδιώτες να ανακαλύψουν τον πολιτισμό και την ιστορία της περιοχής.

Ο επισκέπτης που επιθυμεί να γνωρίσει την πραγματική Χίο μπορεί να περπατήσει γύρω από την πόλη της Χίου, να διαβεί τα στενά δρομάκια των γραφικών χωριών και να παρακολουθήσει τα πολιτιστικά γεγονότα και τα πανηγύρια που λαμβάνουν χώρα σε αυτό στη διάρκεια του έτους²⁷.

Κάμπος

Ο Κάμπος από τις πιο όμορφες περιοχές του νησιού, είναι κατάφυτη έκταση στα νότια της πόλης που καλύπτεται κυρίως από περιβόλια εσπεριδοειδών. Τα υπόγεια ύδατα της περιοχής, τα οποία πηγάζουν από τα γύρω βουνά κάνουν τον Κάμπο έναν απέραντο πορτοκαλεώνα.



Το χώρο επέλεξαν τόσο οι Γενοβέζοι, για να κτίσουν τις επαύλεις τους το 14ο αιώνα όσο και οι ντόπιοι αριστοκράτες στα μετέπειτα χρόνια (Ράλληδες, Αργέντηδες, Πετροκόκκινοι, Καλβοκορέσηδες κ.α), δημιουργώντας ένα νέο κοινωνικό-οικονομικό πλέγμα.

Ψηλοί τοίχοι από θυμανούσικη πέτρα προστατεύουν την κάθε ιδιοκτησία από τη σκόνη, τους αγέρηδες και το κρύο.

Τα περιβόλια ποτίζονται από πηγάδια με μάγγανο που στο παρελθόν γύριζαν με ζώα ενώ τώρα η άρδευση γίνεται με σύγχρονα μέσα.

Περίτεχνες στέρνες, κοσμημένες με μαρμάρινα ανάγλυφα και κρουνούς, κατέχουν περίοπτη θέση στο χώρο της αυλής. Σκιεροί δρόμοι, κήποι λουλουδιών κι αναρριχώμενα γιασεμιά δημιουργούν ένα μοναδικό περιβάλλον²⁸.

Τα σπίτια με δύο έως τρία πατώματα υψώνονται επιβλητικά πάνω από τις κορφές των δέντρων, για να εξασφαλίσουν πανοραμική θέα στους κυρίους τους παράλληλα με τον έλεγχο του κτήματος. Εσωτερικά και εξωτερικά κλιματοστάσια δεμένα με το κτιριακό συγκρότημα επιτελούν λειτουργικούς σκοπούς.

Αψιδωτές πόρτες και παράθυρα, στοές από μαρμάρινα κολωνάκια, μπαλκόνια που υποστοιβάζονται από μικρές αψίδες και πελώριες αυλόπορτες με θυρεούς και διάφορα ανάγλυφων, βοτσαλωτές αυλές και ζωγραφιστά ταβάνια, προσδίδουν μια ιδιαιτερότητα στον ξεχωριστό αρχιτεκτονικό τοπικό ρυθμό της

²⁷ Αξιοθέατα της Χίου, ανακτημένο από: http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09

²⁸ Αξιοθέατα της Χίου, ανακτημένο από: http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09

περιοχής , ένα αποτέλεσμα των τοπικών συνθηκών. Δυστυχώς η σφαγή του 1822 και ο σεισμός του 1881 κατέστρεψαν αυτά τα σημαντικά οικοδομήματα.

Πυργί

Ολόκληρο το χωριό Πυργί, το οποίο βρίσκεται 25 χιλιόμετρα από την πόλη της Χίου, είναι ένα από χωριά που διατηρείται έτσι όπως κτίστηκε. Χαρακτηριστικά που κάνουν το χωριό μοναδικό είναι οι στενοί δρόμοι, αμέτρητες εκκλησίες και ο βυζαντινός ναός των Αγίων Αποστόλων του 13ου αιώνα σε συνδυασμό με τη μοναδική ασπρόμαυρη γεωμετρική διακόσμηση των εξωτερικών τοίχων των σπιτιών – ξυστά-. Το Πυργί έχει αναδειχθεί διατηρητέο μνημείο. Τα σπίτια του χωριού είναι σφιχτά δεμένα το ένα με το άλλο ώστε να σχηματίζουν ένα συμπαγή δομή. Τα σοκάκια είναι πλακόστρωτα και στενά. Αυτός ο τύπος φρουρίου,



τετράγωνης και γωνιακής δομής, χτίστηκε για προστασία από τις συχνές επιδρομές των πειρατών και των Τούρκων, καθώς και για καλύτερη καλλιέργεια των μαστιχόδενδρων. Το χωριό βρίσκεται σε μικρές, άδενδρες κοιλάδες μακριά από τη θάλασσα. Οι εξωτερικοί τοίχοι περιλαμβάνουν γειτονικά παραπέτα με μικρούς πύργους στις γωνίες και μόνο μια θύρα, έτσι αν κάποιος κοιτάξει το χωριό απέξω, οι συνεχόμενοι τοίχοι των σπιτιών ακριβώς επειδή δεν έχουν πόρτες και παράθυρα δίνουν την αίσθηση του κάστρου. Μάλιστα στις γωνίες του χωριού υπήρχαν πύργοι. Οι κάτοικοι μπορούσαν να μπουν και να φύγουν από το χωριό μόνο μέσω μιας πόρτας η οποία βρίσκεται σήμερα στην τοποθεσία Κάτω Πόρτα²⁹.

Στο κέντρο του Πυργίου υψώνεται ο αμυντικός πύργος, όπου οι κάτοικοι είχαν σαν καταφύγιο σε περίπτωση επίθεσης. Οι δρόμοι είναι στενοί και πέτρινοι και συνδέονται με την κεντρική πλατεία. Σε μικρές αποστάσεις υπάρχουν εγκάρσιες στοές που υποστηρίζουν τις κατασκευές, καθώς επίσης και τους θόλους και τις στοές που υποστηρίζουν τα δωμάτια. Ο λειτουργικός χαρακτήρας των σπιτιών υποστηρίζει την άμυνα κι έτσι οι κάτοικοι ήταν ικανοί να μετακινούν τις σκεπές χωρίς να φαίνονται. Το σχήμα των τεσσάρων πλευρών αυτών των σπιτιών, η χονδρή δομή τους, το αμυντικό σύστημα, οι γκρι τοίχοι, οι μικρές περιοχές για γενική χρήση και η σχέση με τα άδενδρα, φυσικά περίχωρα πείθουν τους επισκέπτες ότι τα μεσαιωνικά χωριά της Χίου χτίστηκαν με βάση ένα σταθερό σχέδιο, το οποίο πιθανότατα να είχε υποβληθεί από τους Γενοβέζους.

²⁹ Αξιοθέατα της Χίου, ανακτημένο από: http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09

Στο Πυργί και στο Λιθί, ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει τα ξυστά στις προσόψεις των σπιτιών. Αυτή είναι μια τεχνική σκαλίσματος με το χέρι γεωμετρικών μοτίβων σε άσπρο και μαύρο σε γύψο. Βασίζεται σε γύψο- άμμος που εφαρμόζεται στον τοίχο προσεκτικά βαμμένο άσπρο και στη συνέχεια σκαλίζονται τα γεωμετρικά σχέδια. Αυτά τα ξυστά, που θυμίζουν το ιταλικό Sgraffito, ένα τύπο διακόσμησης που πηγάζει από τη Γένοβα, κάνουν το Πυργί μοναδικό.

Μεστά

Τα Μεστά είναι ένα πολύ καλά διατηρημένο χωριό – κάστρο της βυζαντινής περιόδου (14ος και 15ος αιώνας). Έχει αναδειχθεί διατηρητέο μνημείο και βρίσκεται 35 χιλιόμετρα νοτιοδυτικά της πόλης της Χίου Το καστροχώρι αυτό, σε οδηγεί πίσω στους αιώνες με τις λίγες αλλαγές που έχει υποστεί. Διατηρεί τα σπίτια του σφιχτά δεμένα το ένα με το άλλο ώστε να σχηματίζουν μία συμπαγή δομή. Οι δρόμοι είναι σκυρόστρωτοι και στενοί. Αυτός ο τύπος φρουρίου, τετράγωνης και γωνιακής δομής, χτίστηκε για προστασία από τις συχνές επιδρομές των πειρατών και των Τούρκων³⁰.



Το χωριό βρίσκεται σε μικρή, άδενδρη κοιλάδα μακριά από τη θάλασσα. Οι εξωτερικοί τοίχοι περιλαμβάνουν γειτονικά παραπέτα με μικρούς πύργους στις γωνίες και μόνο μια θύρα, έτσι αν κάποιος κοιτάξει το χωριό απέξω, οι συνεχόμενοι τοίχοι των σπιτιών ακριβώς επειδή δεν έχουν πόρτες και παράθυρα δίνουν την αίσθηση του κάστρου. Μάλιστα στις γωνίες του χωριού υπήρχαν πύργοι. Οι κάτοικοι μπορούσαν να μπου και να φύγουν από το χωριό μόνο μέσω μιας πόρτας η οποία βρίσκεται σήμερα στην τοποθεσία Κάτω Πόρτα. Στο κέντρο των Μεστών υψώνεται ο αμυντικός πύργος, ένας τύπος της Ακρόπολης τον οποίο οι κάτοικοι είχαν σαν καταφύγιο σε περίπτωση επίθεσης.

Οι δρόμοι είναι στενοί και πέτρινοι και συνδέονται με την κεντρική πλατεία. Σε μικρές αποστάσεις υπάρχουν εγκάρσιες στοές που υποστηρίζουν τις κατασκευές, καθώς επίσης και τους θόλους και τις στοές που υποστηρίζουν τα δωμάτια. Ο λειτουργικός χαρακτήρας των σπιτιών υποστηρίζει την άμυνα κι έτσι οι κάτοικοι ήταν ικανοί να μετακινούνται στις σκεπές χωρίς να φαίνονται. Το σχήμα των τεσσάρων πλευρών αυτών των σπιτιών, η χονδρή δομή τους, το αμυντικό σύστημα, οι γκρι τοίχοι, οι μικρές περιοχές για γενική χρήση και η σχέση με τα άδενδρα, φυσικά περίχωρα πείθουν τους επισκέπτες ότι τα μεσαιωνικά χωριά της Χίου χτίστηκαν με βάση ένα σταθερό σχέδιο, το οποίο πιθανότατα να είχε υποβληθεί από τους Γενοβέζους.

³⁰ Αξιοθέατα της Χίου, ανακτημένο από: http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09

Ένα θαυμάσιο μνημείο που αξίζει να δει κανείς είναι η εκκλησία του Παλαιού Ταξιάρχη, μια θολωτή βασιλική, η οποία είχε δύο διαδρόμους το 1794 κι ένα ξύλινο ανάγλυφο εικονοστάσι, δείγμα της χιώτικης ξυλογλυπτικής.

Στη διάρκεια του χρόνου στα Μεστά λαμβάνουν χώρα πανηγύρια. Ξεχωρίζει αυτό της Καθαρής Δευτέρας κατά το οποίο γίνεται αναπαράσταση του παραδοσιακού εθίμου του Αγά ο οποίος διακωμωδεί τις δίκες των Τούρκων δικαστών όπως γίνονταν κατά την περίοδο της Τουρκοκρατίας. Άλλα τοπικά πανηγύρια είναι πραγματοποιούνται στις 15 Αυγούστου και στις 8 Νοεμβρίου. Το λιμάνι των Μεστών βρίσκεται σε μια απόσταση 4 χιλιομέτρων από το χωριό.

Νέα Μονή

Η Νέα Μονή είναι αποτελεί μνημείο διεθνούς σημασίας. Το καθολικό αποτελεί το σπουδαιότερο παρά-δειγμα του οκταγωνικού τύπου ναού και είναι διακοσμημένος από ψηφιδωτά και μωσαϊκά. Νοτιοδυτικά του καθολικού βρίσκεται η Τράπεζα του μοναστηριού ενώ το δυτικό τέλος του περιφρακτου χώρου



καταλαμβάνεται από τον αμυντικό πύργο. Η κινστέρνα δηλαδή δεξαμενή βορειοδυτικά του καθολικού χρονολογείται τον 11ο αιώνα. Τα κελιά πρέπει να χρονολογούνται στα χρόνια της Γενουοκρατίας και σήμερα δεν σώζεται κανένα βυζαντινό κελί. Το μοναστήρι περιβάλλεται από έναν ακανόνιστο στο σχήμα πέτρινο περιμετρικό τοίχο. Η ίδρυση της Νέας Μονής χρονολογείται στον 11ο αιώνα, με μια δωρά του αυτοκράτορα Κωνσταντίνου Θ' του Μονομάχου και της συζύγου του Ζωής³¹.

Για πολλούς αιώνες ήταν το πιο σημαντικό θρησκευτικό κέντρο στη Χίο αλλά επανειλημμένως καταστράφηκε τι 19ο αιώνα. Το 1822 λεηλατήθηκε από τους Τούρκους και επίσης καταστράφηκε από το σεισμό του 1881, ο οποίος προκάλεσε την κατάρρευση του τρούλου, της αψίδας του ιερού του καθολικού όπως επίσης και την καταστροφή πολλών μωσαϊκών. Στα νεότερα χρόνια έγιναν προσπάθειες για την αναστύλωση του μνημείου και τη διατήρηση των μωσαϊκών του καθολικού.

³¹ Αξιοθέατα της Χίου, ανακτημένο από: http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09

Ανάβατος

Η βόρεια Χίος διαφέρει σημαντικά από τη νότια πλευρά του νησιού από την άποψη του φυσικού περιβάλλοντος και της παραγωγικότητας. Τα χωριά είναι μικρά και απομονωμένα και πάντα μακριά από τη θάλασσα. Τα σπίτια είναι πρόχειρα χτισμένα και το μοναδικό σημάδι Γενοβέζικης επιρροής, πέρα από τις γραπτές πηγές, είναι οι κεντρικοί πύργοι στα χωριά.



Ο Ανάβατος βρίσκεται 16 χιλιόμετρα από την πόλη της Χίου και αποτελεί μια εξαίρεση. Δεν έχει αμυντικό πύργο και δεν αναφέρεται στις Γενοβέζικες πηγές πληροφοριών. Το χωριό πιθανότατα χτίστηκε για άμυνα, ως μια θέση για τις γυμνές δυτικές ακτές του νησιού. Δεν είναι τόσο παλιό όπως τα μεσαιωνικά χωριά της νότιας Χίου. Έφτασε σε σημείο ακμής στα χρόνια που ακολούθησαν μετά την τουρκική κατοχή³².

Το χωριό Ανάβατος έχει χτιστεί σε ένα κωνικό βράχο 450 μέτρων πάνω από τη θάλασσα, με απόκρημνες προς τα νότια και δυτικά και με μια μόνο πρόσβαση προς βόρεια. Οι άνθρωποι επωφελήθηκαν από τη φυσική οχύρωση αυτού του βράχου και το ενδυνάμωσαν με έναν κυκλικό τοίχο που περιλαμβάνει τα σπίτια που φαίνεται να είναι συγκολλημένα το ένα με το άλλο. Μαζί με το βράχο, το χωριό διαμορφώνει την αμυντική περίμετρο του κάστρου. Τα 400 σπίτια μέσα από τα τείχη ήταν στενά και κατασκευασμένα από γκρι πέτρα με επίπεδες ξύλινες σκεπές, χαμηλές πόρτες, μικροσκοπικά κυρτά παράθυρα και ξύλινες βεράντες.

Το χωριό εγκαταλείφθηκε μετά τις φοβερές σφαγές του 1822 και σήμερα αποτελεί εθνικό μνημείο για όλους τους Χιώτες αλλά και τους Έλληνες γενικότερα. Αν και ο Ανάβατος σήμερα είναι εγκαταλελειμμένος, όπως και τα περισσότερα χωριά της βόρειας Χίου, διατηρείται ένας σημαντικός αριθμός σπιτιών όπως επίσης και το θαυμάσιο κτίριο των τριών ορόφων, όπου στεγάζονταν το ελαιοτριβείο, το Σχολείο και η εκκλησία του Ταξιάρχη και της Παρθένου Μαρίας. Η θέα είναι μια μοναδική φωτογραφία απροσδιόριστης πόλης σε ένα άγριο, φανταστικό και εντυπωσιακό περιβάλλον.



³² Αξιοθέατα της Χίου, ανακτημένο από: http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09

Ο επισκέπτης μπορεί να φθάσει στον Ανάβατο σε 45 λεπτά ακολουθώντας μια εξαιρετική διαδρομή που συνδέει το ομώνυμο χωριό με την πόλη της Χίου. Υπάρχει επίσης μονοπάτι που προσφέρεται για ανάβαση στο δάσος που ξεκινάει από το βουνό Προβατάς και οδηγεί στον Ανάβατο.

Παναγία Σικελιά

Η Παναγία Σικελιά βρίσκεται κοντά στο χωριό Έξω Διδύμα. Ήταν πιθανόν καθολικό μοναστηριού. Είναι μια μονόκλιτη καμαροσκέπαστη βασιλική με τρούλο. Χρονολογείται στον 12ο ή 13ο αιώνα. Δοκιμαστική έρευνα στο εσωτερικό του ναού έδειξε ότι κάτω από το νεώτερο επίχρισμα δεν υπάρχουν τοιχογραφίες³³.



Βέσσα

Τέσσερα χιλιόμετρα από το χωριό Ελάτα και 19 χιλιόμετρα από την πόλη της Χίου βρίσκεται το χωριό Βέσσα, το επόμενο χωριό στο οποίο κυριαρχούν τα κάστρα. Αξίζει τον κόπο ο επισκέπτης να περπατήσει στα στενά δρομάκια του χωριού και να θαυμάσει την αρχιτεκτονική των σπιτιών, η οποία έχει παραμείνει ανέπαφη. Η Βέσσα είναι ένα μικρό χωριό αλλά αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα μεσαιωνικού χωριού στη νότια Χίο. Έχει διατηρηθεί πολύ καλά στη διάρκεια των ετών, και ιδιαίτερα οι γωνιακοί πύργοι του κάστρου της και τα τμήματα του οχυρωμένου τοίχου³⁴.



Παλατάκι Ιουστινιάνη

Ιστορικό κτήριο, που βρίσκεται πλησίον της Κεντρικής Πύλης του Φρουρίου Χίου. Κτίσμα πιθανόν του 15ου αιώνα, που σχετίζεται ίσως με το ανάκτορο του Podesta. Οι αναστηλωτικές εργασίες του κτηρίου άρχισαν το έτος 1980 και ολοκληρώθηκαν το 1986.



Αποτελείται από έναν υπερυψωμένο ισόγειο χώρο με σκαρπωτή βάση και έναν χώρο ανωγείου. Στη βόρεια πλευρά του υπάρχει λότζα καθώς και εξωτερική κλίμακα που οδηγεί στο ΝΑ πύργο του Φρουρίου και στα τείχη.

³³ Αξιοθέατα της Χίου, ανακτημένο από: http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09

³⁴ Αξιοθέατα της Χίου, ανακτημένο από: http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09

Η τωρινή έκθεση περιλαμβάνει βυζαντινές τοιχογραφίες, μεταβυζαντινές εικόνες, βυζαντινά γλυπτά, γλυπτά της εποχής της γενουατοκρατίας και είδη μικροτεχνίας.

Τα σημαντικότερα εκθέματα του μουσείου είναι:

- Û Δώδεκα τοιχογραφίες προφητών βυζαντινής εποχής (αρχές 14ου αιώνα) που προέρχονται από τον τρούλο της Παναγίας Κρήνας στους Βαβύλους Χίου.
- Û Μαρμάρινο θωράκιο μεσοβυζαντινής εποχής με παράσταση φανταστικών ζώων (γρύπα, λεοντοχίμαιρας).
- Û Τμήμα άμβωνος με παράσταση της Διαλεκτικής - Εποχή γενουατοκρατίας. Αρχαίο μάρμαρο σε δεύτερη χρήση.
- Û Περίτμητη εικόνα Αρχαγγέλου Μιχαήλ του 18 ου αιώνα.
- Û Εικόνα Αγίου Αντωνίου (κρητικής σχολής).
- Û Τμήμα εικονιδίου από στεατίτη με παράσταση της Κοίμησης της Θεοτόκου (12ος αιώνας)³⁵.

2.3 ΗΘΗ ΚΑΙ ΕΘΙΜΑ ΤΗΣ ΧΙΟΥ

ΠΡΩΤΟΧΡΟΝΙΑΤΙΚΑ ΚΑΡΑΒΑΚΙΑ

Το έθιμο με τα πρωτοχροσιάτικα караβάκια αναβιώνει κάθε χρόνο στη Χίο από την Περιηγητική Λέσχη Χίου σε συνεργασία με το Δήμο Χίου.

Ομάδες ατόμων που εκπροσωπούν συνοικίες της πρωτεύουσας του νησιού κατασκευάζουν απομιμήσεις εμπορικών και πολεμικών πλοίων φτιαγμένα με ιδιαίτερη προσοχή. Το μέγεθος των πλοίων είναι μέχρι 5,5 μέτρα όπως ορίζουν οι κανονισμοί.

Σημασία για τα περισσότερα πληρώματα έχει η συμμετοχή και όχι τα χρηματικά βραβεία που έχουν καθιερωθεί για την καλύτερη παρουσία που όμως δεν εξαρτάται μόνο από την τελειότητα του πλοίου αλλά και από τα παινήματα.

Η ΜΟΣΤΡΑ ΤΩΝ ΘΥΜΙΑΝΩΝ

Η Μόστρα των Θυμιανών είναι ένα πολύ παλιό έθιμο που ανάγεται στα χρόνια του Μεσαίωνα , χωρίς να υπάρχει κάποια συγκεκριμένη ημερομηνία.

³⁵ Αξιοθέατα της Χίου, ανακτημένο από: http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09

Την τελευταία Παρασκευή του Τριωδίου, οι νεαροί του χωριού μεταμφιέζονται. Φορούν παλιά ρούχα, αντρικά ή γυναικεία, κρύβουν το πρόσωπό τους με αυτοσχέδιες προσωπίδες. Στην συνέχεια, την Κυριακή, μαζεύονται όλοι στο κέντρο του χωριού και με την συνοδεία οργάνων χορεύουν ένα χορό, το Ταλίμι.

Ο χορός αυτός είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακός και αναπαριστά με χορευτικές κινήσεις τις μάχες των ντόπιων , σώμα με σώμα, με τους πειρατές. Έπειτα, τραγουδώντας με τη συνοδεία μουσικών οργάνων ένα πολεμικό άσμα , κατευθύνονται προς την εκκλησία του Αγίου Ευστρατίου, όπου δένουν στα κάγκελα του ναού τα χιώτικα λάβαρα και τις σημαίες.

Σήμερα, η παλιά αυτή παράδοση έχει εμπλουτιστεί με νέα στοιχεία, με σατυρικά άρματα και επίκαιρες αμφιέσεις.

ΤΟ ΕΘΙΜΟ ΤΟΥ ΔΙΠΛΟΥ ΧΟΡΟΥ

Το έθιμο του Διπλού αναβιώνεται κάθε χρόνο στην Βολισσό από τον πολιτιστικό σύλλογο Βολισσού. Την τελευταία Κυριακή της Αποκριάς μια ανθρώπινη αλυσίδα τραγουδάει στην πλατεία του χωριού, τους στοίχους και χορεύει στους ρυθμούς του Βολισσιανού χορού , Διπλός. Στην πλατεία του χωριού ακολουθεί τρικούβερτο γλέντι ενώ στους καλεσμένους προσφέρεται σούμα, στραγάλια, και γλυκά.

ΤΟ ΕΘΙΜΟ ΤΟΥ ΑΓΑ

Τις Απόκριες, σε πολλά χωριά του νησιού αναβιώνει το έθιμο του Αγά. Ο Αγάς είναι ένας αυστηρός δικαστής ο οποίος ορίζεται από τους κατοίκους του χωριού. Δικάζει και καταδικάζει τους περισσότερους παρευρισκομένους. Όσο για αυτόν που θα καταδικαστεί, είναι υποχρεωμένος να εξαγοράσει την ποινή του. Κύριο χαρακτηριστικό της δίκης είναι το χιούμορ.

Είναι ένα από τα ομορφότερα και παλαιότερα έθιμα της Χίου και αναβιώνει στα Μεστά, στο Πυργί, στο Λιθί, στους Ολύμπους, στη Λαγκάδα και αλλού. Το έθιμο του Αγά ανάγεται γύρω στο 1830-1840.

ΤΟ ΕΘΙΜΟ ΤΩΝ ΡΟΥΚΕΤΩΝ ΣΤΟΝ ΒΡΟΝΤΑΔΟ

Ο ρουκετοπόλεμος είναι ένα παλιό Βρονταδούσικο έθιμο που έχει τις ρίζες του στους χρόνους της τουρκικής κατοχής.

Αρχικά, οι κάτοικοι των ενοριών του Αγίου Μάρκου και της Παναγίας Ερειθιανής, εκκλησιών που βρίσκονται αντικριστά, έφτιαχναν αυτοσχέδια κανονάκια. Με το πέρασμα του χρόνου όμως αυτά εξελίχθηκαν σε αυτοσχέδιες ρουκέτες, βεγγαλικά, φτιαγμένα από νίτρο, θειάφι και μπαρούτι.

Η προετοιμασία των ρουκετών αρχίζει αμέσως μετά το Πάσχα για να είναι έτοιμες την επόμενη χρονιά. Οι ποσότητες τα τελευταία χρόνια φτάνουν στις μερικές χιλιάδες και το θέαμα που δημιουργείται από τις ρουκέτες που εκτοξεύονται στον ουρανό του Βροντάδου το βράδυ της Ανάστασης είναι φαντασμαγορικό. Πολύς είναι ο κόσμος που επιλέγει να περάσει το Πάσχα στην Χίο για να δει αυτό το μοναδικό θέαμα.

Τα τελευταία χρόνια έχουν ληφθεί μέτρα για την προστασία των παρευρισκομένων, έτσι ώστε να διασωθεί το έθιμο³⁶.

2.4 ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΧΙΟΥ

Η Χίος είναι το μόνο μέρος στον κόσμο όπου παράγεται ένα ειδικό είδος ρετσίνας από το μαστιχόδεντρο (μαστιχοφόρος σχίνος). Η καλλιέργεια της μαστίχας ήταν γνωστή από τα αρχαία χρόνια και έχει συνδεθεί στενά με την ιστορία του νησιού. Η σημασία αυτού του μοναδικού προϊόντος έκανε το νησί πολλές φορές στο παρελθόν στόχο πολλών κατακτητών. Η προστασία της μαστίχας και των παραγωγών της, ήταν ένας από τους βασικούς λόγους που τα <Μεσαιωνικά Χωριά> χτίστηκαν σαν οχυρά, καθώς μόνο έτσι μπορούσαν να αντιμετωπιστούν οι συχνές επιδρομές πειρατών που έρχονταν για να κλέψουν από το νησί μαστίχα και γυναίκες. Την περίοδο που το νησί ήταν κάτω από τη Γενουατική και την Τουρκική κυριαρχία, στα χωριά της περιοχής όπου καλλιεργούνταν η μαστίχα δόθηκαν ιδιαίτερα προνόμια και αρκετή ελευθερία.

Η συλλογή της μαστίχας γίνεται μεταξύ 1ης Ιουλίου και 31ης Οκτωβρίου κάθε χρόνο. Για τη παραχθεί από τους σχίνους η μαστίχα, χαράζεται ο κορμός τους σε διάφορα σημεία από τα οποία ρέει η ρετσίνα. Μόλις οι σταγόνες αυτές έρθουν σε επαφή με τον αέρα, στερεοποιούνται



³⁶ Ήθη και έθιμα της Χίου, ανακτημένο από: <http://www.northaegean.gr/isisite/page/1285,1,0.asp?mu=99&cmu=117> στις 16-3-09

παίρνοντας μια χαρακτηριστική κρυσταλλική μορφή. Η διαδικασία κατά την οποία χαράζονται οι σχίνοι αποκαλείται "Κέντημα".

Το μαστιχόδεντρο και το "Κέντημα"

Ένα πλήθος από προϊόντα παράγεται από τη μαστίχα. Σε αυτά περιλαμβάνονται τσίχλες, αλκοολούχα ποτά, γλυκά, μπαχαρικά, αρώματα, και διάφορες χημικές ουσίες, ενώ η κυριότερη χρήση της είναι στην παγκόσμια φαρμακοβιομηχανία.

Σήμερα, σχεδόν 5.000 οικογένειες στη νότια Χίο έχουν ένα σημαντικό πρόσθετο εισόδημα από την καλλιέργεια της μαστίχας. Το μεγαλύτερο ποσοστό (σχεδόν 90%) του προϊόντος εξάγεται, με κύριο προορισμό τις Αραβικές χώρες³⁷.

Άλλα δημοφιλή προϊόντα της Χίου είναι:

- Διάφορα γλυκά κουταλιού και ταψιού, παρασκευασμένα με τοπικές και ανατολίτικες συνταγές.
- Ποτά, μεταξύ των οποίων αρκετές τοπικές μάρκες ούζου και λικέρ.
- Κεραμικά προϊόντα όλων των ειδών, κατασκευασμένα κυρίως στο μεσαιωνικό χωριό των Αρμολίων.
- Χειροποίητα είδη λαϊκής τέχνης, υφαντά, κεντήματα, φορεσιές, κούκλες κ.α., κατασκευασμένα με μεράκι από τοπικούς συνεταιρισμούς.
- Τσάι του βουνού, φασκόμηλο, τήλιο και άλλα βότανα, ρίγανη, μέλι.
- Χρυσά κοσμήματα και μπιζού.

2.5 ΟΙ ΟΡΧΙΔΕΕΣ ΤΗΣ ΧΙΟΥ

Οι επισκέπτες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους μπορούν να απολαύσουν τα αγριολούλουδα της Χίου. Εντούτοις, την περίοδο από τα τέλη του χειμώνα έως το πρώιμο καλοκαίρι η ποικιλία και η αφθονία των λουλουδιών είναι μεγαλύτερη.

Τα φθινοπωρινά και χειμωνιάτικα τοπία έχουν να παρουσιάσουν πολύ όμορφες εικόνες από κολχικά, κυκλάμινα, κρόκους, κρινάκια και πολλά άλλα είδη φυτών.

³⁷ Μαστίχα, ένα μοναδικό προϊόν, ανακτημένο από: http://www.chiosnet.gr/tourism/Worth/mastic_gr.htm, στις 16-3-09

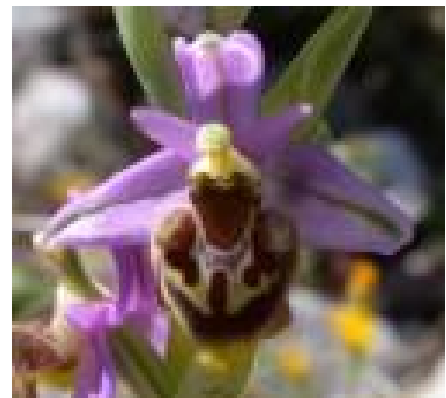
Στα τέλη του χειμώνα λουλούδια από τη μεγάλη σειρά ορχιδέων *Himantoglossum robertianum* εμφανίζονται σε διάφορες τοποθεσίες σε ολόκληρη τη Χίο. Καθώς η εποχή προχωράει αποκαλύπτεται μια διαδοχή πολλών διαφορετικών ειδών λουλουδιών που χρωματίζει τα τοπία με μια συνεχώς μεταβαλλόμενη παλέτα χρωμάτων.

Η Χίος σήμερα είναι ευρέως γνωστή ως μία από της πλουσιότερες περιοχές της Ευρώπης σε ορχιδέες. Για το λόγο αυτό τον Απρίλιο του 2005 πραγματοποιήθηκε στη Χίο το Ευρωπαϊκό Συνέδριο για της Ορχιδέες στο οποίο συμμετείχαν άνθρωποι από όλη την Ευρώπη, ειδικοί στο θέμα αλλά και απλοί πολίτες που ενδιαφέρονται για το είδος αυτό. Το Συνέδριο είχε την υποστήριξη της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Χίου, των Δημάρχων αλλά και των ντόπιων, οι οποίοι υποδέχτηκαν με εγκαρδιότητα τους αλλοδαπούς επισκέπτες του νησιού ενόψει του Συνεδρίου.

Οι παρακάτω σημειώσεις θα δώσουν στον επισκέπτη μία εικόνα για τα διάφορα είδη ορχιδέας που υπάρχουν στη Χίο, προκαλώντας τον ενθουσιασμό και το ενδιαφέρον του:

Ophrys homeri.

Το σπάνιο αυτό είδος ορχιδέας ανακαλύφθηκε στη Χίο το 1991 από τους Γερμανούς βοτανολόγους Hirth and Spaeth, οι οποίοι το περιέγραψαν και δημοσιεύθηκε ως νέο είδος το 1997 με τη Χίο αναφερόμενη ως τοποθεσία προέλευσής του. Στη συνέχεια βρέθηκε στην Κω, τη Λέσβο και στην περιοχή Mugli της Τουρκίας. Συγκεκριμένα στη Χίο αναπτύσσεται κυρίως στο κεντρικό και νότιο τμήμα του νησιού, στις περιοχές Ελίντα, Λιθί, στους Αγίους Πατέρες και το Πυργί όπου και ανθίζει τους μήνες Απρίλιο και Μάιο.



Ophrys straussii var *leucotenias*. Το είδος *Ophrys straussii* και το πολύ σχετικό *Ophrys reinholdii* έγινε γνωστό ότι εμφανίστηκαν στη Χίο στις αρχές της δεκαετίας του '90 όταν βρέθηκαν σε δύο περιοχές βορειοδυτικά της Χίου να μεγαλώνουν ανάμεσα σε βελανιδιές που ανθίζουν τους μήνες Μάρτιο και Απρίλιο. Το Μάιο του 2003 ο Mike Taylor μαζί με τον κ. Σαλιάρη βρήκαν οκτώ φυτά από το είδος *O. straussii* var *leucotenias* σε ύψος 2000 ποδιών στις βόρειες πλαγιές του όρους Πελιναίο της Χίου που ήταν γεμάτες από πεύκα. Η τοποθεσία τύπων αυτής της ποικιλίας είναι στην περιοχή Antalya της νοτιοδυτικής Τουρκίας όπου είναι γνωστή μόνο από έξι περιοχές, οι μόνες έως τώρα γνωστές θέσεις μέχρι της ανακάλυψης του είδους αυτού και στη Χίο.

Ophrys phrygia. Το είδος αυτό περιγράφηκε το 1923 από φυτά που βρέθηκαν στην περιοχή Antalya της Τουρκίας, αρχική περιοχή προέλευσης για το συγκεκριμένο τύπο ορχιδέας. Στη συνέχεια τα τελευταία δέκα χρόνια

ανακαλύφθηκε και σε διάφορες περιοχές της Χίου, κυρίως στο κεντρικό και βόρειο τμήμα του νησιού: Βροντάδος, Βίκι και στον Άγιο Ισίδωρο όπου ευδοκμεί το Μάιο.

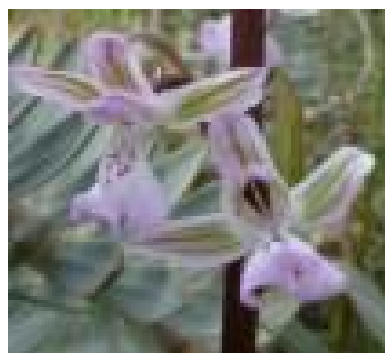
Ophrys fleischmanii. Αυτό το σπάνιο είδος ορχιδέας είναι Ελληνικό ενδημικό φυτό, γνωστό προηγουμένως από την Κρήτη, τις Κεντρικές Κυκλάδες και την Αττική. Έχει βρεθεί επίσης σε διάφορες διαδεδομένες περιοχές στη Χίο, όπως ο Βροντάδος, τα Μεστά, το Λιθί και το Πελιναίο όρος όπου και ανθίζει το Μάρτιο και τον Απρίλιο.

Ophrys omegaifera. Είναι ένα ακόμα σπάνιο είδος που περιγράφηκε το 1923 από φυτά που βρέθηκαν στην Κρήτη. Τώρα είναι γνωστό και από τις Κυκλάδες, την Κρήτη, την Κάρπαθο και τη Ρόδο. Στη Χίο έχει βρεθεί σε πολλές θέσεις σε ολόκληρο το νησί: στο Βίκι, το Βροντάδο, τον Ανάβατο και τα Μεστά. Αναπτύσσεται επίσης και στη νοτιοδυτική Ανατολία. Ανθίζει στις αρχές Μαρτίου με τα μέσα Απριλίου.

Ophrys regis-ferdinandii. Αυτό το ελκυστικό, σπάνιο είδος ορχιδέας ανακαλύφθηκε το 1939 στη Ρόδο. Τα τελευταία χρόνια έχει βρεθεί και στη Σύμη, την Τήλο και τη Σάμο αλλά και στη Χίο στο νότιο μισό τμήμα του νησιού. Τέλος υπάρχει και στην Τουρκία κοντά στον Cesme και το Kucadaci. Ανθίζει το Μάρτιο και τον Απρίλιο.

Orchis sancta. Αυτό το είδος ορχιδέας είναι διαδεδομένο κυρίως στις χαμηλότερες περιοχές της Χίου. Το όνομα «sancta» του δόθηκε επειδή το λουλούδι έχει την εμφάνιση ενός προσώπου με κουκούλα από την καλύπτρα ενός μοναχού. Θεωρείται σπάνιο είδος ορχιδέας στην Ελλάδα, την Τουρκία και στη μεσογειακή ακτή κάτω στο Ισραήλ. Εντούτοις εμφανίζεται πολύ συχνά στη Χίο, ιδιαίτερα στο πίσω μέρος της παραλίας στα Κάτω Φανά. Ανθίζει κυρίως το μήνα Μάιο όταν πέφτουν τα φύλλα.

Orchis anatolica. Αυτή η όμορφη ορχιδέα είναι πολύ διαδεδομένο φυτό στη Χίο και υπάρχει σε αφθονία, αν και θεωρείται γενικά τοπικό φυτό και σε άλλες περιοχές, πλην όμως σπάνιο. Εμφανίζεται σε μια μεγάλη ποικιλία χρωμάτων και η αφθονία της έχει το προβάδισμα στην παρουσία πολλών υβριδίων με άλλα είδη στο νησί. Ανθίζει από το Μάρτιο μέχρι τον Μάιο. Είναι επίσης γνωστό από τις Κυκλάδες και την Κρήτη στη δύση, το Λίβανο, τη Συρία και το Ισραήλ στην ανατολή.



Orchis anthropophora. Ο Mike Taylor ανακάλυψε αυτό το είδος ορχιδέας στη Χίο τον Απρίλιο του 2002, κοντά στο χωριό των Ολύμπων. Θεωρείται, γενικά, σπάνιο είδος στην περιοχή του ανατολικού Αιγαίου, αν και έχει βρεθεί επίσης και στη Λέσβο. Μια λεπτομερής αναζήτηση γύρω από την αρχική περιοχή κοντά στους Ολύμπους το 2003 βρήκε πάνω από είκοσι φυτά, ενώ οκτώ

ακόμα φυτά βρέθηκαν σε μία άλλη περιοχή βόρεια από τα Μεστά και τρία επιπλέον από το είδος αυτό κοντά στο Λιμένα Μεστών. Τα μεμονωμένα λουλούδια είναι ιδιαίτερα ελκυστικά, έτσι όπως μοιάζουν με μία ροδαλή ανθρώπινη φιγούρα με σκληρό, θολωτό καπέλο. Όλα αυτά τα φυτά βρέθηκαν κοντά σε θαμνότοπους, γεμάτους άγρια κυπαρίσσια³⁸.

2.6 ΠΑΡΑΛΙΕΣ ΤΗΣ ΧΙΟΥ

Μερικές από τις καλύτερες παραλίες της Χίου είναι:

Μαύρα Βόλια (Εμπορείός)

Τα Μαύρα Βόλια βρίσκονται στο νότιο τμήμα του νησιού, 5 χλμ από το Πυργί. Είναι μία από τις ωραιότερες και πιο κοσμοπολίτικες παραλίες του νησιού, που ταυτόχρονα αποτελεί αξιοθέατο καθώς τα μεγάλα μαύρα βότσαλα της προέκυψαν από έκρηξη ενός ηφαιστείου που βρίσκεται δίπλα, κατά την προϊστορική περιοχή. Συγκεκριμένα υπάρχουν τρεις παραλίες, η μια δίπλα στην άλλη, με το ίδιο όνομα. Τα νερά τους είναι πεντακάθαρα και κρυστάλλινα. Επίσης είναι βαθειά με σκούρο μπλε χρώμα λόγω των μαύρων βότσαλων. Η γύρω περιοχή είναι το επίνειο του Πυργίου. Υπάρχουν πολλές εξοχικές κατοικίες και ένα μικρό λιμανάκι με ψαρόβαρκες. Επίσης υπάρχουν ενοικιαζόμενα δωμάτια, λίγες καφετέριες καθώς και ψαροταβέρνες που προσφέρουν φρέσκα θαλασσινά³⁹.



Αγία Φωτιά

Η Αγία Φωτιά βρίσκεται σε απόσταση 11 χιλιομέτρων νότια της πόλης της Χίου, κοντά στο χωριό Νεχώρι. Η ακτή



³⁸ Ορχιδέες και αγριολούλουδα στη Χίο, ανακτημένο από: http://www.chios.gr/guide/1orchids3_grxx.htm στις 16-3-09

³⁹ Παραλίες της Χίου, ανακτημένο από http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09

αποτελείται από μεγάλα βότσαλα ενώ τα νερά της είναι βαθιά και κρυστάλλινα. Αποτελεί μία από τις πιο κοσμοπολίτικες παραλίες του νησιού. Είναι οργανωμένη παραλία με ναυαγοσώστη, ομπρέλες, ξαπλώστρες και λίγα θαλάσσια σπορ. Η περιοχή διαθέτει πολλά ξενοδοχεία, διαμερίσματα, ενοικιαζόμενα δωμάτια και καφετέριες καθώς επίσης και πολλά εστιατόρια και ταβέρνες που προσφέρουν θαλασσινό φαγητό και ντόπιους μεζέδες⁴⁰.

Ναγός

Ο Ναγός βρίσκεται στο βόριο τμήμα της Χίου, 5 χλμ από τα Καρδάμυλα. Πρόκειται για μία μικρή γραφική παραλία με χρωματιστά μικρά βότσα-λα, που προσελκύει πλήθος επισκεπτών. Τα νερά της είναι κρυστάλλινα, πεντακάθαρα και πολύ κρύα καθώς στην περιοχή υπάρχουν αρκετά τρεχούμενα νερά. Η περιοχή διαθέτει ενοικιαζόμενα δωμάτια και ψαροταβέρνες που προσφέρουν θαλασσινό φαγητό⁴¹.



Ελίντα

Η Ελίντα βρίσκεται στο δυτικό τμήμα της Χίου, κοντά στα Αυγώνυμα. Πήρε το όνομα της (Ελίντα ή Αλίντα) από την αρχαία ελληνική λέξη «άλιος» που σημαίνει θαλάσσιος. Πρόκειται για μία από τις ωραιότερες παραλίες του νησιού. Είναι μεγάλη παραλία με ψιλή άμμο. Χαρακτηριστικό της τα κρυστάλλινα γαλαζοπράσινα νερά της. Σε μικρή απόσταση από την ακτή υπάρχει το ναυάγιο ενός ρωμαϊκού πλοίου⁴².

⁴⁰ Παραλίες της Χίου , ανακτημένο από http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09

⁴¹ Παραλίες της Χίου , ανακτημένο από http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09

⁴² Παραλίες της Χίου , ανακτημένο από http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09

2.7 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Στόχος των κατοίκων της Χίου, δεν ήταν ποτέ η μονομερής ανάπτυξη του νησιού αλλά η ισόρροπη ανάπτυξη όλων των τομέων, όπου βέβαια αυτό είναι εφικτό (λόγω απόστασης και κόστους από το κέντρο).

Λόγω άφιξης πτήσεων από το εξωτερικό (από το 1988) αυξήθηκαν τα τουριστικά καταλύματα, έχοντας σήμερα 35 ξενοδοχειακές μονάδες-δυναμικότητας 2.350 κλινών, καλύπτοντας το 47% της συνολικής δυναμικότητας του νησιού, ενώ το υπόλοιπο 53% καλύπτεται από 175 επιχειρήσεις ενοικιαζομένων δωματίων, διαμερισμάτων και κατοικιών, δυναμικότητας 2.650 κλινών.

Το κέντρο των τουριστικών δραστηριοτήτων στο νησί επικεντρώνεται στην ανατολική πλευρά της κεντρικής Χίου και συγκεκριμένα στους δήμους Χίου και Αγίου Μηνά, καλύπτοντας το 70% του συνολικού αριθμού κλινών. Οι περισσότερες από τις επιχειρήσεις λειτουργούν εποχιακά κατά την καλοκαιρινή περίοδο.

Ένα βασικό πλεονέκτημα του νησιού είναι ότι βασίζεται σε ποσοστό 55% περίπου σε μεμονωμένους τουρίστες (το μεγαλύτερο ποσοστό καλύπτεται από Έλληνες) και 45% σε τουρίστες που φθάνουν με ναυλωμένες πτήσεις (χώρες προέλευσης: Ολλανδία, Νορβηγία, Βέλγιο, Αυστρία και Σλοβενία). Ο αριθμός αφίξεων από αυτές τις χώρες ανέρχεται στις 15.000 περίπου και οι επισκέπτες ανήκουν στις μεσαίες οικονομικές τάξεις και οι ηλικίες τους από 35-60 με επικρατέστερες τις ηλικίες 45-60.

Από δε τα τουριστικά γραφεία που δραστηριοποιούνται στη Χίο μόνο τα 3 ασχολούνται με τον εισερχόμενο τουρισμό. Τα τελευταία χρόνια υπάρχει ένα μικρό ρεύμα και από Τουρκία για μονοήμερα ή διήμερα.

Την τουριστική προβολή του Νομού έχει αναλάβει η Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής, που διαχειρίζεται και τη μικρή χρηματοδότηση από τον Ε.Ο.Τ., συνεπικουρούμενη από το Δήμο Χίου μέσω του γραφείου τουρισμού, που λειτουργεί όλο το χρόνο τους καλοκαιρινούς μήνες και όχι πάντα λειτουργεί και γραφείο Τουρισμού στον Άγιο Μηνά, μόνο για πληροφορίες.

Τα χρήματα που δαπανώνται για την τουριστική προβολή του νομού θεωρούνται από τους επαγγελματίες ελάχιστα σε σχέση με τους γειτονικούς νομούς, αλλά και η υποδομή που υπάρχει για την οποία θα μιλήσουμε είναι όπως και πριν από 20 χρόνια.

Βέβαια, δεν μπορούμε να παραλείψουμε την αναφορά στις αδυναμίες και τα προβλήματα του τοπικού τουριστικού προϊόντος

Το τοπικό τουριστικό προϊόν έχει αδυναμίες αλλά αυτές οφείλονται στις βασικές ελλείψεις υποδομών που λειτουργούν ανασταλτικά στην τουριστική ανάπτυξη του νησιού, ίδιες εδώ και 20 χρόνια.

Παρά τις προσπάθειες που γίνονται τα τελευταία χρόνια σε επίπεδο υποδομών, από την Τοπική Αυτοδιοίκηση Α΄ & Β΄ βαθμού, εξακολουθούν να υπάρχουν αδυναμίες σε ότι αφορά τις συγκοινωνίες (αεροδρόμιο-λιμάνι, υπόσχεση Πρωθυπουργού κ. Σημίτη για το αεροδρόμιο, μελέτη για λιμάνι από κα Σκέμπερη- Γ.Γραμματέα Περιφέρειας Β΄Αιγαίου), την ποσότητα και την ποιότητα του νερού, την καθαριότητα και την προστασία του περιβάλλοντος, και την περιβόητη δημιουργία μαρίνας. Όταν υπάρχει η πολιτική βούληση γίνονται έργα υποδομών όπως Αεροδρόμιο «Ελευθέριος Βενιζέλος, Αττική οδός, ζεύξη Ρίου-Αντίριου.

Τα σημαντικότερα προβλήματα είναι:

-Το ανεπαρκές συγκοινωνιακό δίκτυο με την υπόλοιπη νησιωτική χώρα και κυρίως με τη Β΄ Ελλάδα που αποτελεί σημαντική πηγή αποστολής τουριστών στο νησί

-Η εποχικότητα του τουριστικού προϊόντος που συγκεντρώνεται κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες και δη Ιούλιο και Αύγουστο.

-Η έλλειψη μεγάλων τουριστικών επενδύσεων στο νησί, όχι βέβαια πολυόροφα κτίρια αλλά δεμένα αρμονικά με το περιβάλλον καθώς και ο μικρός αριθμός κλινών σε κύρια και βοηθητικά καταλύματα υψηλών προδιαγραφών (π.χ. δεν υπάρχει ένα πέντε αστέρων ξενοδοχείο).

-Η μη συστηματική ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και η έλλειψη τουριστικής συνείδησης από μερίδα επαγγελματιών.

- Η απουσία εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού σε συνδυασμό με το μικρό αριθμό επιμορφωτικών σεμιναρίων.

Η μικρή απαιτούμενη επέκταση του αεροδρομίου θεωρείται επιβεβλημένη διότι θα φέρει κάποιες ακόμα επενδύσεις ώστε να αυξηθούν οι κλίνες για να υπάρχει και ανταποδοτικότητα στη διαφήμιση και να δώσει επιτέλους θέσεις εργασίας στους νέους. Τουριστική ανάπτυξη σημαίνει και γενική ανάπτυξη του νησιού, αφού όλα είναι μια αλυσίδα.

Το νέο μεγαλύτερο λιμάνι θα επιτρέψει και την άφιξη κρουαζιερόπλοιων με τα συναφή θετικά αποτελέσματα (ανάπτυξη και θρησκευτικού τουρισμού από Κύπρο όπως στη Μυτιλήνη).

Τη λειτουργία μαρίνας για την ανάπτυξη του γιώτινγκ. Τη σύνδεση Λαυρίου με Μεστά για την ανάπτυξη του διήμερου-τριήμερου τουρισμού από τους Χιώτες και άλλους, όπως είδαμε να εξελίσσεται τα τελευταία χρόνια κατά τη διάρκεια του Πάσχα, των Απόκριω και άλλων χρονικών περιόδων.

Με τη ανάπτυξη των ανωτέρω θεωρούμε ότι θα πάψει η εποχικότητα του τουριστικού προϊόντος, ελπίζοντας σε μία κατά 50% αύξηση του λεγόμενου μαζικού τουρισμού και με παράλληλη ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών (συνεδριακός, θαλάσσιος, περιπατητικός, αθλητικός, θρησκευτικός κ.α.) που θα επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο.

Καλό θα είναι να υπάρξει ένας φορέας τουριστικής ανάπτυξης του νησιού με τη σύμπραξη όλων των φορέων, που θα ακολουθεί μια ενιαία στρατηγική μεσοπρόθεσμου αλλά και μακροπρόθεσμου σχεδιασμού.

3 ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Εισαγωγή

Τα νησιά του Αιγαίου είναι αναμφίβολα, τόποι μοναδικής ομορφιάς παγκοσμίως. Αυτοί οι μικροί και ολιγοπληθείς τόποι, ορεινοί ή ημιορεινοί, συχνά άνυδροι, χαρακτηρίζονται από περιορισμένους φυσικούς, οικονομικούς και κοινωνικούς πόρους και σύγκρουση χρήσεων γεωργίας- τουρισμού- οικιστικής ανάπτυξης.

Σήμερα, το αναπτυξιακό μοντέλο στα νησιά του Αιγαίου στηρίζεται στη «μονοκαλλιέργεια» της παροχής υπηρεσιών φιλοξενίας και διασκέδασης, που οδηγεί στη συνεχή δόμηση (ενοικιαζόμενα δωμάτια, κατοικίες, ξενοδοχεία, μπαρ, εστιατόρια κ.τ.λ.). Το μοντέλο αυτό ανάπτυξης οδηγεί μεσοπρόθεσμα στην καταστροφή του τουριστικού προϊόντος που δεν είναι άλλο από την μοναδικότητα των τοπίων των νησιών αυτών.

Τα νησιά μέρα με τη μέρα γίνονται όλο και λιγότερο μοναδικά, υποβαθμίζονται αισθητά, καθώς, οι παραλίες τους, οι κάμποι, οι κορυφογραμμές και οι πλαγιές χτίζονται μαζικά. Αυτό απομακρύνει τον ποιοτικό τουρισμό, που προσφέρει μεγαλύτερα και πιο σταθερά εισοδήματα στους κατοίκους αλλά και διευρύνει την τουριστική περίοδο. Χαμηλής ποιότητας και ασταθής τουρισμός είναι, ο μονόδρομος στον οποίο οδηγεί η συνεχής δόμηση. Με τον τρόπο αυτό τα νησιά μας, ήδη, καλούνται να συναγωνιστούν την Τουρκία που έχει πολύ μικρότερο κόστος εργασίας και ζωής. Αυτό φυσικά είναι αδύνατο! Μοιραία, ο τουρισμός στα νησιά θα συρρικνωθεί το φαινόμενο δεν είναι πρωτόγνωρο.

Και σε άλλα μέρη του κόσμου, η μοναδικότητα του τοπίου έφερε τουρισμό και ανάπτυξη. Όταν η ανάπτυξη αυτή στηρίχθηκε στην εφήμερη εκμετάλλευση της μοναδικότητας του τόπου, μέσα από άναρχη δόμηση και συνακόλουθη υποβάθμιση του δομημένου και αδόμητου περιβάλλοντος, οι τόποι σταδιακά εγκαταλείφθηκαν πρώτα από τους τουρίστες και στη συνέχεια από τους κατοίκους.

Η Αειφόρος Ανάπτυξη⁴³ ή Βιώσιμη Ανάπτυξη αναφέρεται στην οικονομική ανάπτυξη που σχεδιάζεται και υλοποιείται λαμβάνοντας υπόψη, την προστασία του περιβάλλοντος και την βιωσιμότητα. Γνώμονας της Αειφορίας είναι η μέγιστη δυνατή απολαβή αγαθών από το περιβάλλον χωρίς όμως να διακόπτεται, η φυσική παραγωγή αυτών των προϊόντων σε ικανοποιητική ποσότητα και στο μέλλον.

Η βιώσιμη ανάπτυξη προϋποθέτει ανάπτυξη των παραγωγικών δομών της οικονομίας παράλληλα, με την δημιουργία υποδομών για μια ευαίσθητη στάση απέναντι στο φυσικό περιβάλλον. Η βιωσιμότητα υπονοεί ότι οι φυσικοί πόροι υφίστανται εκμετάλλευση με ρυθμό μικρότερο από αυτό με τον οποίο ανανεώνονται, διαφορετικά λαμβάνει χώρα περιβαλλοντική υποβάθμιση.

⁴³ www.masticulture.com

Θεωρητικά, το μακροπρόθεσμο αποτέλεσμα της περιβαλλοντικής υποβάθμισης είναι η ανικανότητα του γήινου οικοσυστήματος να υποστηρίξει την ανθρώπινη ζωή.

Σημείο αναφοράς για τις εξελίξεις στη μελέτη της οικολογικά ευαίσθητης ανάπτυξης, αποτελεί, το πρωτόκολλο του Κιότο, που υπογράφηκε το 1997 και τέθηκε μερικώς σε ισχύ από το 2005.

Ορισμένες τάσεις και τα ζητήματα που απασχολούν την βιώσιμη ανάπτυξη στην Ευρώπη από την δεκαετία του 1990 είναι:

- § Η προώθηση χρήση `` ενεργειακά καθαρών `` μορφών μετακίνησης
- § Η βιωσιμότερη αναθεώρηση της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής
- § Ο οικολογικός χαρακτηρισμός καταναλωτικών προϊόντων
- § Η βιοτεχνολογία
- § Η εξάλειψη φυλετικών και σεξιστικών διακρίσεων στον εργασιακό τομέα κ.λ.π

Συναφείς όροι, οι οποίοι συνήθως χρησιμοποιούνται με σχεδόν ταυτόσημη έννοια, είναι η πράσινη οικονομία. Ωστόσο, πρέπει να τονιστεί πως η πράσινη ανάπτυξη δίνει προτεραιότητα στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα, και όχι στην οικολογική ανάπτυξη ενώ, σχετίζεται, ως ένα βαθμό τουλάχιστον με τα πράσινα κόμματα της πολιτικής οικολογίας. Από την άλλη, η πράσινη οικονομία αποτελεί ουσιαστικά εφαρμογή των οικολογικών κοινωνιών, μιας ετερόδοξης οικονομολογικής σχολής με παρεμφερείς προβληματισμούς δίνοντας έμφαση στις ήπιες μορφές ενέργειας.

Η Αειφόρος Ανάπτυξη, η πράσινη ανάπτυξη και η πράσινη οικονομία, ανάμεσα σε άλλα, μπορούν να αξιοποιούν και τα σύγχρονα τεχνολογικά εργαλεία που παρέχει η επιστήμη των περιβαλλοντολόγων μηχανικών, καθώς, και τις αρχές της βιοκλιματικής αρχιτεκτονικής.

3.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΕΙΦΟΡΟ ΑΙΓΑΙΟ

Το πρόγραμμα « ΑΕΙΦΟΡΟ ΑΙΓΑΙΟ⁴⁴» αποτελεί μια εκστρατεία της ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ για την προώθηση της Αειφόρου Ανάπτυξης στο Αιγαίο. Στα πλαίσια αυτά δημιούργησε το Δίκτυο Αειφόρο Αιγαίο και υλοποιεί σειρά προγραμμάτων ευαισθητοποίησης σε δεκάδες σχολεία του Αιγαίου. Σήμερα, η υπερδόμηση που εξαπλώνεται στα νησιά του Αιγαίου, δεν θέτει σε κίνδυνο μόνο τα μνημεία και το περιβάλλον, αλλά και την οικολογική ζωή των νησιών, και την δυνατότητα των επερχόμενων γενεών να ζήσουν αξιοπρεπώς σε αυτά.

Οι συνθήκες είναι πλέον πρόσφορες για ένα διάλογο στις τοπικές κοινωνίες αναφορικά με το ποιο πρότυπο ανάπτυξης θα έχει τις μεγαλύτερες ωφέλειες για τους κατοίκους του Αιγαίου. Ένα διάλογο για το παρόν και το άμεσο μέλλον του Αιγαίου συνολικά, αλλά, και κάθε νησιού ξεχωριστά.

⁴⁴ www.masticulture.com

3.2 ΣΤΟΧΟΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

- 1) Ανάδειξη και τεκμηρίωση των επιπτώσεων της υπερδόμησης
- 2) Ευαισθητοποίηση τοπικής κοινωνίας στα θέματα Αειφόρου Ανάπτυξης
- 3) Προώθηση της Αειφόρου τοπικής ανάπτυξης μέσω της ανάδειξης των καλών αναπτυξιακών πρακτικών στο Αιγαίο.

3.3 ΔΙΚΤΥΟ «ΑΕΙΦΟΡΟ ΑΙΓΑΙΟ»

Αποτελεί μια πρωτοβουλία με στόχο την εμπλοκή 5 ομάδων (επιχειρηματιών, ακαδημαϊκών, οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης, τοπικών ΜΚΟ και πολιτών) στη συλλογή και προώθηση καλών προγραμμάτων τουριστικής ανάδειξης στο Αιγαίο.

Τα νησιά μας αποτελούν ένα ανεκτίμητο περιβαλλοντικό και πολιτιστικό θησαυρό. Από την ομορφιά αυτή, εξαρτάται ο τουρισμός, η βασική πηγή εισοδήματος στο Αιγαίο. Αυτό δεν είναι μια θεωρητική ιδέα. Σε όλο το Αιγαίο, επιχειρηματίες προσφέρουν στην τοπική οικονομία, στηριζόμενοι στην προστασία του τοπικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, ακαδημαϊκοί προχωρούν σε καινοτόμες ανακαλύψεις για τα θέματα Αειφόρου Ανάπτυξης και τοπικοί σύλλογοι αγωνίζονται για την ευαισθητοποίηση των συμπολιτών τους. Στόχος είναι, να φέρει σε συνεχώς στενότερη επαφή όλα αυτά τα δημιουργικά μέλη των τοπικών κοινωνιών, οργανώνοντας 5 συνεργαζόμενα υποδίκτυα και να τους προσφέρει ένα βήμα ώστε να παρουσιάσουν και να αναδείξουν το σημαντικό έργο τους. Τελικός στόχος, είναι η προώθηση των καλών πρακτικών Αειφόρου τουρισμού στο Αιγαίο και η ανάδειξή του σε πρότυπο τουριστικό προορισμό.

3.3.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

3.3.1.1 Κλασικός ορισμός

«Η ανάπτυξη που καλύπτει τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να θέτει σε κίνδυνο την δυνατότητα των μελλοντικών γενεών, να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες». Με άλλα λόγια, μεριμνά ώστε, η σημερινή μεγέθυνση να μην υπονομεύει τις δυνατότητες μεγέθυνσης των μελλοντικών γενεών. Η Αειφόρος Ανάπτυξη⁴⁵ έχει επομένως τρεις (3) συνιστώσες: Οικονομική, Κοινωνική, Περιβαλλοντική που

⁴⁵ www.masticulture.com

απαιτούν ισόρροπη πολιτική συνεκτίμηση. Η στρατηγική για την Αειφόρο ανάπτυξη⁴⁶, που εγκρίθηκε το 2001 και αναθεωρήθηκε το 2005 συμπληρώνεται μεταξύ άλλων, από την αρχή της ένταξης των περιβαλλοντικών προδιαγραφών στις Ευρωπαϊκές πολιτικές που έχουν αντίκτυπο στο περιβάλλον.

3.3.1.2 ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

- Στρατηγική υπέρ της Αειφόρου Ανάπτυξης
- Παγκόσμια συνεργασία για την Αειφόρο Ανάπτυξη
- 1 έτος μετά την παγκόσμια διάσκεψη κορυφής για την Αειφόρο Ανάπτυξη
- Επισκόπηση της περιβαλλοντικής πολιτικής -2008
- Επισκόπηση της πολιτικής περιβάλλοντος -2007
- Αναθεώρηση της περιβαλλοντικής πολιτικής-2006
- Επισκόπηση της πολιτικής περιβάλλοντος για το 2005
- Επισκόπηση της πολιτικής περιβάλλοντος για το 2004
- Επισκόπηση της πολιτικής περιβάλλοντος για το 2003

3.3.1.3 ΜΕΣΑ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

- Περιβαλλοντικοί Δείκτες
- Στρατηγική για την Αειφόρο χρήση των φυσικών πόρων
- Στρατηγική για την πρόληψη και την ανακύκλωση των αποβλήτων
- Σχέδιο δράσης προς όφελος των οικολογικών τεχνολογιών
- Πρόγραμμα- πλαίσιο για την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα
- Πρόγραμμα για τις καθαρές και ανταγωνιστικές μικρού κα μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις
- Προαγωγή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης
- Ατζέντα για ένα Αειφόρο και ανταγωνιστικό Ευρωπαϊκό τουρισμό
- Παγκόσμιο ταμείο Ενεργειακής Α Απόδειξης και Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας

3.3.1.4 ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Στρατηγική ενσωμάτωσης του περιβάλλοντος στις πολιτικές της Ένωσης:

- Ø Εσωτερικές Πολιτικές
- Û Εσωτερικές Πολιτικές Ενέργεια
- Û Βιώσιμη Ενέργεια

⁴⁶ www.masticulture.com

- Û Στρατηγική Ενσωμάτωσης του περιβάλλοντος στην ενιαία αγορά
- Û Βιομηχανία και περιβάλλον
- Û Ενίσχυση της βιώσιμης Ανάπτυξης στη μη ενεργειακή εξορυκτική βιομηχανία
- Û Ενσωμάτωση των περιβαλλοντικών απαιτήσεων στην Κοινή Αλιευτική Πολιτική
- Û Οικοδομώντας το ένα βιώσιμο μέλλον για την υδατοκαλλιέργεια
- Û Αειφόρος Ανάπτυξη της ευρύτερης υδατοκαλλιέργειας
- Û Οικονομική Πολιτική
- Û Εσωτερίκευση του εξωτερικού κόστους των μεταφορών
- Û Μεταφορές και περιβάλλον
- Û Ενσωμάτωση του περιβάλλοντος στον τομέα των αερομεταφορών
- Û Πράσινες δημόσιες συμβάσεις

- Ø Εξωτερικές Πολιτικές
- Û Ενσωμάτωση του περιβάλλοντος στις εξωτερικές σχέσεις
- Û Αειφόρος Ανάπτυξη και πολιτική συνεργασία

- Ø Δράσεις που αφορούν ιδιαίτερες γεωγραφικές ζώνες
- Û Θεματική στρατηγική για το αστικό περιβάλλον
- Û Ολοκληρωμένη διαχείριση των παράκτιων ζωνών

1. Τρόπος ζωής λιγότερο εγωιστικός
2. Ένας νέος τρόπος τι ο καθένας κάνει, και πώς το κάνει
3. Κατάσταση που φροντίζει για την υγεία μας, την γήινη υγεία και την υγεία των άλλων
4. Προστατεύοντας την βιόσφαιρα για να ελαχιστοποιήσουμε τον ανθρώπινο πόνο και για να επιτύχει στον άνθρωπο μακροζωία και ευημερία του ίδιου και του οικοσυστήματος.

Οι παραπάνω δείχνουν διαφορετικούς τρόπους για το πώς να ενεργήσουμε κατά τρόπο βιώσιμο. Ναι, η Αειφόρος Ανάπτυξη έχει πολλά να πετύχει μαζί μας - οι επιλογές μας - και οι ενέργειές μας - και πώς όλα είναι αλληλένδετα και με το φυσικό περιβάλλον.

Φαίνεται ότι δεν είναι εύκολη η συμφωνία σχετικά με έναν καθορισμό του ορισμού της Αειφόρου Ανάπτυξης⁴⁷. Τα άτομα και οι ομάδες συνεχίζουν να συζητούν, αλλά, δεν υπάρχει κοινά αποδεκτός ορισμός.

Εντούτοις, ένας διεθνώς αναγνωρισμένος ορισμός υπάρχει, προέρχεται από την έκθεση Brundtland του 1983, όπου την ορίζει ως "ικανοποιώντας τις ανάγκες του

⁴⁷ www.masticulture.com

παρόντος χωρίς να συμβιβάζει τις δυνατότητες των μελλοντικών γενεών να ικανοποιηθούν οι ανάγκες τους''.

Αν δεχόμαστε τον ορισμό αυτό είναι σημαντικό ότι μπορούμε πραγματικά να αναγνωρίσουμε την διαφορά μεταξύ των αναγκών μας και το τι θέλουμε.

4 ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗ ΧΙΟ

4.1 MASTICULTURE

4.1.1 Τι είναι το Masticulture

Το Masticulture⁴⁸ είναι μια ιδιωτική επιχείρηση που εδρεύει στο χωριό Μεστά της Χίου και λειτουργεί με άδεια του ΕΟΤ, ως γραφείο γενικού τουρισμού. Αποτελεί την πρώτη και μοναδική τουριστική επιχείρηση με εξειδίκευση στον οικοτουρισμό στο νησί. Καλύπτει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων που εμπλέκουν το περιβάλλον (φυσικό και ανθρωπογενές), τους ανθρώπους, τις επιχειρήσεις και τους συλλόγους, με την παράδοση και τον πολιτισμό της Χίου. Το Masticulture διοργανώνει οικοτουριστικά ταξιδιωτικά πακέτα που συνδυάζουν τη φιλοξενία και τις εναλλακτικές δραστηριότητες υπαίθρου με όλα αυτά που συνθέτουν την κουλτούρα της περιοχής: ήθη και έθιμα, λαϊκές τέχνες, αγροτικές εργασίες και αγροτική παραγωγή, αρχιτεκτονική κ.λπ. Όλα αυτά σε ένα νησί που έμεινε αναλλοίωτο από την τουριστική ανάπτυξη των τελευταίων δεκαετιών, και κατάφερε να διατηρήσει κόσμο στα χωριά χάρη στην αγροτική παραγωγή που αποτελεί ακόμα βασικό επάγγελμα για πολλούς κατοίκους, και αποτελεί μοχλό αειφόρου ανάπτυξης της Χίου.

Το Masticulture δημιουργήθηκε και λειτουργεί από κατοίκους των Μεστών ενώ έχει συνεργάτες από όλο το νησί.

Οι υπηρεσίες του Masticulture έχουν ως στόχο τη σύνθεση των καθημερινών αγροτικών ασχολιών με τα στοιχεία της παράδοσης και τις τουριστικές υποδομές του χωριού δημιουργώντας έτσι ένα νέο τουριστικό προϊόν με αξία όχι μόνο για τις επιχειρήσεις του τόπου, αλλά και για τους ίδιους τους κατοίκους.

4.1.2 Τι κάνει το Masticulture

Το Masticulture συνθέτει και εκτελεί προγράμματα δραστηριοτήτων οικοτουρισμού τα οποία συνδυάζει με διαμονή σε μονάδες του νησιού που ικανοποιούν συγκεκριμένα κριτήρια. Προσφέρει στους επισκέπτες του νησιού, αλλά και σε άλλες ομάδες κοινού, μεμονωμένα και ανεξάρτητα προγράμματα ή διαμονή, δηλαδή ολοκληρωμένα ταξιδιωτικά πακέτα οικοτουρισμού. Επίσης οργανώνει επαγγελματικές συναντήσεις, συνέδρια, σεμινάρια κ.λπ. στα οποία προσδίδει οικοτουριστικά χαρακτηριστικά.

⁴⁸ www.masticulture.com

Τα προγράμματα δραστηριοτήτων σχεδιάζονται με γνώμονα την ψυχαγωγία, την εκπαίδευση, την ευαισθητοποίηση και την ασφάλεια των συμμετεχόντων. Τα περισσότερα προγράμματα είναι προδιαγεγραμμένα και σαφώς διατυπωμένα σε ενημερωτικά έντυπα και στη σελίδα που υπάρχει στο Internet. Άλλα προγράμματα δημιουργούνται κατά παραγγελία με μεγάλη ευελιξία, έτσι ώστε να είναι απόλυτα προσαρμοσμένα στις ειδικές απαιτήσεις των πελατών. Τα περισσότερα προγράμματα έχουν εκδρομικό χαρακτήρα και εκτελούνται κατά κανόνα από ντόπιους συνεργάτες που μπορεί να είναι ξεναγοί, καλλιτέχνες, αθλητές, αλιείς, αγρότες κ.ά. Οι εκδρομές γίνονται κατά περίπτωση με οχήματα, σκάφη, γαϊδουράκια, ποδήλατα και φυσικά με τα πόδια.

Είδη προγραμμάτων εναλλακτικού τουρισμού

- Οργανωμένες περιήγησεις επίδειξης παραδοσιακών αγροτικών εργασιών στην ύπαιθρο και σε οικοτεχνίες - εργαστήρια. Σε πολλές περιπτώσεις συνδυάζεται στο ίδιο πρόγραμμα η εκτέλεση γεωργικών εργασιών με την επεξεργασία και μεταποίηση του προϊόντος (π.χ. μαστίχα, ελιές-λάδι, σταφύλια-κρασί, σιτάρι-αλεύρι-ψωμί κ.λπ.).
- Μαθήματα τοπικής παράδοσης και λαϊκής τέχνης, όπως χορός, υφαντική, καλαθοπλεκτική, αγιογραφία, αγγειοπλαστική κ.λπ.
- Εκπαιδευτικά ή ψυχαγωγικά προγράμματα για παιδιά, όπου μέσα από τη διδασκαλία και τη συμμετοχή γνωρίζουν τις καλλιέργειες, τη χλωρίδα και την πανίδα του τόπου, τη λαϊκή τέχνη και την παράδοση.

Φιλοξενία

Η φιλοξενία γίνεται σε επιλεγμένα τουριστικά καταλύματα, που ποικίλουν από μεσαιωνικά οικήματα διαμορφωμένα σε παραδοσιακούς ξενώνες έως πολυτελείς σουίτες μέσα σε περιβόλια με όλες τις σύγχρονες ανέσεις. Τα καταλύματα που προτιμώνται διατηρούν παραδοσιακή αρχιτεκτονική, ανήκουν σε κατοίκους του νησιού που επιπλέον μοιράζονται κοινές ανησυχίες σε σχέση με την αιφόρο τουριστική ανάπτυξη.

Η φιλοσοφία του Masticulture

Οι επισκέπτες ενθαρρύνονται να συμμετάσχουν στις δραστηριότητες και τις ασχολίες ενός χωριού σε αντίθεση με το να είναι παθητικοί θεατές, βιώνοντας με αυτό τον τρόπο την κουλτούρα του νησιού.

Μέσα από αυτή τη διαδικασία και από την επαφή των επισκεπτών με τους ντόπιους εκδηλώνονται τόσο η εκτίμηση που δείχνουν οι «ξένοι» για τον τρόπο ζωής των ανθρώπων των απομακρυσμένων περιοχών, όσο και η αναγνώριση της προσφοράς των αγροτών στην κοινωνία, λόγω της πεισματικής παραμονής τους στην ύπαιθρο, μιας επιλογής που υποστηρίζεται από τη συμμετοχή στα προγράμματα του Masticulture. Οι ντόπιοι επωφελούνται ηθικά και οικονομικά, μέσω της αναγνώρισης της αξίας τους, αλλά και μέσω της αμοιβής τους από τη συμμετοχή στα προγράμματα του Masticulture.

4.1.3 Πώς δημιουργήθηκε το Masticulture⁴⁹

Οι εμπνευστές είναι ένας και μια γυναίκα, με καταγωγή τα Μεστά της Χίου. Άφησαν πίσω την Αθήνα, τις καριέρες, σπίτι και ένα στρωμένο μέλλον για να ξαναδούνε τη ζωή από την αρχή με άλλο μάτι.

Επενδύουν σε μια αρχέγονη, αλλά άγνωστη στα παιδιά της πόλης τέχνη, την καλλιέργεια της γής. Αποκτούν χωράφια μαστίχας και ελαιόδεντρα και εγκλιματίζονται σιγά σιγά με τις παραδόσεις της περιοχής.

Θέματα όπως η οικολογία και τα βιολογικά προϊόντα, η διαχείριση των υδάτινων πόρων, η μόλυνση των θαλασσών και του εδάφους, η βιώσιμη ανάπτυξη της υπαίθρου υπήρχαν πάντα στα ενδιαφέροντά τους. Όμως, στα Μεστά της Χίου, τα θέματα αυτά από ενδιαφέροντα άρθρα και ντοκιμαντέρ έγιναν, εν δυνάμει τομείς δράσης έστω, και σε τοπικό επίπεδο.

Φίλοι και γνωστοί τους επισκέπτονταν για να δουν από κοντά τι είναι το μαστιχόδεντρο και ποια είναι η αρχαία διαδικασία καλλιέργειάς του. Έτσι, ξεκίνησε μελέτη για το πώς μπορεί να τοποθετηθεί η μαστίχα στο επίκεντρο ενός σχεδίου ήπιας, αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης. Η μελέτη αυτή οδήγησε στη δημιουργία μιας τουριστικής επιχείρησης η οποία λειτουργώντας στο χωριό των λιγιστών κατοίκων μπορεί να προσφέρει τα εξής:

- Ενίσχυση των εισοδημάτων των γεωργών και των αλιέων οι οποίοι μπορούν να συμμετέχουν σε προγράμματα επιδείξεων-περιηγήσεων ενώ θα έχουν και τη

⁴⁹ www.masticulture.com

δυνατότητα διάθεσης των προϊόντων από τον τόπο παραγωγής απευθείας στους καταναλωτές

- Ενίσχυση των τοπικών καταστημάτων που θα μπορούν να εμπορεύονται τοπικά προϊόντα υψηλής ποιότητας και διατροφικής αξίας
- Προστασία του περιβάλλοντος μέσω της ενίσχυσης του ενδιαφέροντος των γεωργών της περιοχής για τη βιολογική καλλιέργεια της γης
- Δημιουργία νέων ευκαιριών εργασίας ή επιχειρηματικής δραστηριοποίησης των κατοίκων της περιοχής
- Διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, αναβίωση και ενίσχυση της λαϊκής τέχνης
- Τόνωση του ηθικού των ανθρώπων της υπαίθρου μέσω της επαφής με τους επισκέπτες
- Και σε βάθος χρόνου δημιουργία συνθηκών που θα διευκολύνουν την παραμονή των νέων ανθρώπων στο χωριό, και ίσως να προσελκύουν και άλλους.

Έτσι δημιουργήθηκε το Masticulture, ένα σημείο αναφοράς για τις δραστηριότητες οικοτουρισμού στο νησί της Χίου, και όχι μόνο.

4.1.4 Με ποιους συνεργάζεται

Επιθυμία του Masticulture⁵⁰ είναι οι επισκέπτες να αντιλαμβάνονται το ταξίδι τους στη Χίο ως μια εμπειρία για όλες τις αισθήσεις. Οι συνεργάτες επιλέγονται προσεκτικά έτσι ώστε να μπορούν οι ίδιοι ή οι υπηρεσίες τους να προσφέρουν κάτι ξεχωριστό και αξιομνημόνευτο σε κάθε πελάτη. Κάθε συνεργασία τοποθετείται κάτω από ένα πρίσμα αξιολόγησης των κριτηρίων οικοτουρισμού ενώ φυσικά αξιολογείται και ως προς τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της.

Διαμονή στη Χίο

Το χαρακτηριστικό γνώρισμα των παραδοσιακών καταλυμάτων στη Χίο είναι η μεσαιωνική αύρα. Είτε πρόκειται για διαμορφωμένα οικήματα σε παραδοσιακά χωριά, είτε για επαύλεις χτισμένες μέσα σε εύφορα περιβόλια, σίγουρα εντυπωσιάζουν για την αρχιτεκτονική τους και το μεράκι με το οποίο κατασκευάστηκαν αιώνες πριν και αναπαλαιώθηκαν σήμερα από τους φιλόξενους ιδιοκτήτες.

⁵⁰ www.masticulture.com

Δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού στη Χίο

Αυθεντικές! Από ντόπιους που αγαπάνε, προστατεύουν και συντηρούν τη φύση, την ιστορία και την παράδοση της Χίου.

Διατροφή - Γαστρονομία της Χίου

Κουκοχιώτες! Στα Μεστά και σε άλλα χωριά της Χίου οι περισσότεροι κάτοικοι θα σπείρουν τα κουκιά τους το φθινόπωρο. Τρέφουν έτσι τη γη με αυτό το οργανικό λίπασμα, αλλά τρέφονται και οι ίδιοι με το θρεπτικό όσπριο. Τα όσπρια, τα εποχικά κηπευτικά, τα γαλακτοκομικά, τα φρούτα και φυσικά τα ψάρια και τα θαλασσινά αποτελούν ένα μέρος μόνο από τα τοπικά προϊόντα που σερβίρονται σε ταβέρνες, εστιατόρια, αλλά και στα πικ-νικ έκπληξη του Masticulture.

Μεταφορές

Συνεργάζεται με τοπικές επιχειρήσεις μεταφορών που διαθέτουν σύγχρονα κλιματιζόμενα πούλμαν και φιλικούς και ευέλικτους οδηγούς. Επίσης, συνεργάζεται με τους οδηγούς ταξί των χωριών του νησιού. Σε ειδικές περιπτώσεις επιστρατεύονται και τα γαϊδουράκια των κατοίκων. Έτσι η μεταφορά, εκτός από απλή μετάβαση, μπορεί να αποτελεί και αυτή μέρος της εμπειρίας.

Ξεναγήσεις στη Χίο

Συνεργάζεται με επαγγελματία ξεναγό που αναλαμβάνει να παρουσιάσει τα αξιοθέατα του νησιού με σοβαρότητα, ιστορική ακρίβεια και τη σωστή δόση χιούμορ.

Επιπλέον, το Masticulture αποτελεί το σημείο διάθεσης των αυτόματων ακουστικών οδηγιών Chios Echo για τα Μεστά.

Μαθήματα παραδοσιακών τεχνών στη Χίο

Χορός, αγγειοπλαστική και αγιογραφία διδάσκονται από κατοίκους των Μεστών.

Εξοπλισμός

Για τις δραστηριότητες υπαίθρου, επιλέγουν μόνο υψηλής ποιότητας εξοπλισμό, κατά προτίμηση από τοπικούς εμπόρους, με γνώμονα πάντα την ασφάλεια και την άνεση όσων συμμετέχουν στις δραστηριότητές μας.

4.1.5 Σε ποιους απευθύνεται⁵¹

Οι υπηρεσίες του Masticulture απευθύνονται σε ανθρώπους που έχουν ενδιαφέρον και ευαισθησία για το περιβάλλον και την αειφόρο ανάπτυξη. Πολλοί από αυτούς τους ανθρώπους αποτελούν μέρος της νέας γενιάς ευαισθητοποιημένων και υπεύθυνων τουριστών των οποίων τα ταξίδια δεν περιορίζονται «στον ήλιο και στη θάλασσα». Αυτοί μπορεί να είναι:

- Οικογένειες: πολλά από τα χωριά της Χίου είναι ιδανικοί προορισμοί, καθώς η κίνηση των οχημάτων είναι περιορισμένη ή τελείως απαγορευμένη, όπως στα Μεστά. Επίσης, οι δραστηριότητες υπαίθρου αποτελούν καλή ευκαιρία για να γνωρίσουν τα παιδιά που μεγαλώνουν σε αστικά κέντρα πώς είναι η ζωή στην ύπαιθρο, και πώς παράγονται βασικά αγαθά και τρόφιμα.
- Ζευγάρια: τα ρομαντικά παραδοσιακά δωμάτια των μεσαιωνικών οικισμών, οι ερημικές μυστικές παραλίες, η ποικιλία των δραστηριοτήτων και τα μεθυστικά αρώματα της «μυροβόλου» Χίου θα συγκινήσουν κάθε ζευγάρι.
- Παρέες: χάρη στην ποικιλομορφία και τις αντιθέσεις της Χίου σίγουρα θα βρεθούν τα μέρη που καλύπτουν το γούστο όλων των μελών της παρέας
- Μεμονωμένοι ταξιδιώτες: η ποικιλομορφία του περιβάλλοντος και των δραστηριοτήτων, οι γεύσεις, η ανοιχτή καρδιά των ντόπιων και άλλα χαρακτηριστικά της γεωγραφίας και της κουλτούρας της Χίου προκαλούν συνεχώς το δίλημμα: «να αράξω εδώ ή να συνεχίσω την εξερεύνηση».

Βέβαια, το νησί προσελκύει και ανθρώπους που δεν είναι κατ' ανάγκη ταξιδιώτες, όπως:

- Σύλλογοι: πολιτιστικοί, αθλητικοί, επιστημονικοί ή άλλου ενδιαφέροντος, μπορούν να επενδύσουν θεματικά την επίσκεψή τους στη Χίο και να έρθουν σε επαφή με ανθρώπους και φορείς που μοιράζονται κοινά ενδιαφέροντα στο νησί.
- Ακαδημαϊκοί: οικονομολόγοι και εκπαιδευτικοί που ασχολούνται με την περιφερειακή ανάπτυξη, ιστορικοί και ερευνητές που ασχολούνται με το βυζάντιο, τη γενετοκρατία και άλλοι επιστήμονες μπορούν να οργανώσουν στη Χίο συνέδρια και ημερίδες και να συζητήσουν για τα ερευνητικά τους θέματα μέσα στο πεδίο εφαρμογής τους.
- Σχολεία: κάθε ψυχαγωγική ή εκπαιδευτική εκδρομή μπορεί να εμπλουτιστεί με ποικίλους τρόπους στη Χίο της ζωντανής παράδοσης.

⁵¹ www.masticulture.com

- Επιχειρήσεις: το νησί της Χίου αποτελεί μια εναλλακτική πρόταση για εταιρικές εκδρομές, παρουσιάσεις προϊόντων και άλλες επαγγελματικές δραστηριότητες.
- Διαφημιστικές εταιρίες και εταιρίες τηλεοπτικών και κινηματογραφικών παραγωγών: η Ελλάδα, το Αιγαίο με τις μαγευτικές παραλίες, τα μεσαιωνικά χωριά κάστρα, το φαινόμενο της μαστίχας, η παράδοση αποτελούν λίγα μόνο από τα ενδιαφέροντα θέματα που προσφέρει η Χίος.

4.2 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ⁵²

Τι προσφέρει

Στόχος του Masticulture είναι να δίνεται η ευκαιρία στους επισκέπτες του νησιού, παράλληλα με τις διακοπές τους, να γνωρίζουν τις φυσικές ομορφιές του νησιού, αλλά και να βιώνουν την εμπειρία της αυθεντικής ζωής στην ύπαιθρο: μια παρτίδα τάβλι στο καφενείο, το μάζεμα των διχτύων με ένα ψαροκάικο ή μια μοναχική βόλτα σε παλιά μονοπάτια που οδηγούν σε μυστικά χωράφια μαστίχας.

Το Masticulture ενθαρρύνει την πρωτοβουλία κάθε επισκέπτη να αναζητήσει μόνος του όλα αυτά που συνθέτουν την κουλτούρα του νησιού. Πολλές φορές όμως, η ανασφάλεια και η διακριτικότητα αναστέλλουν τη διάθεση για ζεστή επαφή με τους ντόπιους. Άλλες φορές πολλά ενδιαφέροντα δρώμενα αποτελούν κοινό μυστικό των κατοίκων που δύσκολα ανακαλύπτει ένας επισκέπτης.

Διευκολύνει την πρόσβασή των τουριστών σε όλα αυτά μέσω των οργανωμένων δραστηριοτήτων που προσφέρει. Οι δραστηριότητες αυτές απευθύνονται σε όλους και έχουν σχεδιαστεί με γνώμονα την ψυχαγωγία, την εκπαίδευση, την ευαισθητοποίηση και την ασφάλεια. Κάποιες πραγματοποιούνται κατά παραγγελία, ενώ άλλες είναι προγραμματισμένες. Ξεφυλλίζοντας τους καταλόγους δραστηριοτήτων, μπορείτε να επιλέξετε μεμονωμένες δραστηριότητες ή κάποιο συνδυασμό τους, ολοκληρωμένα πακέτα ή μόνο τη διαμονή σας σε καταλύματα σε κάποιον από τους επιλεγμένους προορισμούς. Μπορείτε επίσης να δώσετε το προφίλ και τα ενδιαφέροντά σας και να αφήσετε τους υπεύθυνους να σας προτείνουν κάτι ολοκληρωμένο, μοναδικό και όσο πιο αυθεντικό μπορεί να γίνει.

⁵² www.masticulture.com

4.2.1 ΒΙΩΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

4.2.1.1 Δραστηριότητες αγροτουρισμού στη Χίο



Γνωρίστε από πρώτο χέρι τη διαδικασία παραγωγής αγροτικών προϊόντων όπως η **μαστίχα**, το **Μεστούσικο γλυκό κρασί**, οι **χουρμαδοελιές της Χίου** κ.ά. μέσα από θεματικές εξορμήσεις στη Χιώτικη ύπαιθρο που πολλές φορές καταλήγουν και σε μια **γαστρονομική έκπληξη**.

Η συμμετοχή σε κάποια από αυτές τις δραστηριότητες μπορεί να συνδυαστεί με φιλοξενία σε ένα από τα παραδοσιακά καταλύματα των μεσαιωνικών χωριών, του Κάμπου της Χίου ή άλλων περιοχών του νησιού.




*Διαδικασία και δήλωση συμμετοχής στα προγράμματα*⁵³

Οι περισσότερες από τις παρακάτω **βιωματικές δραστηριότητες** εκτελούνται σε σταθερή εβδομαδιαία βάση από τον Απρίλιο έως το Νοέμβριο και κατά παραγγελία τις υπόλοιπες εποχές του χρόνου

Προγραμματισμός δραστηριοτήτων από Απρίλιο έως και Οκτώβριο


<p>"Μαστιχάκι": Επίδειξη της παραγωγής τηςμαστίχας</p>	<p>Επίδειξη και συμμετοχή στην καλλιέργεια της μαστίχας. Νέοι αγρότες αναλαμβάνουν να σας δείξουν όλα τα στάδια καλλιέργειας του μαστιχόδεντρου, μέσα σε ένα πραγματικό χωράφι. Κατά την επίδειξη που πραγματοποιείται με εφαρμογή των παραδοσιακών τεχνικών και εργαλείων οι συμμετέχοντες ενθαρρύνονται να δοκιμάσουν και μόνοι τους κάθε στάδιο, με πιο χαρακτηριστικό αυτό του κεντήματος, δηλαδή της εφαρμογής μικρών τομών στον φλοιό του δέντρου απ' όπου εξάγεται η πολύτιμη μαστίχα.</p> <p>Ανάλογα με την εποχή του χρόνου το πρόγραμμα περιλαμβάνει διαφορετικές εκπλήξεις, όπως η συγκομιδή κηπευτικών βιολογικής καλλιέργειας, το πικνίκ στο χωράφι κάτω από τη σκιά των μαστιχόδεντρων όπου</p>	 
--	---	--



⁵³ www.masticulture.com

	γίνεται γευσίγνωσία προϊόντων και άλλα τοπικών	
Τρύγος,πάτημα σταφυλιών	Περπατήστε στους χιώτικους αμπελώνες, τρυγήστε τα αμπέλια και πατήστε ξυπόλητοι τα σταφύλια για να φτιάξετε μούστο.	
Βιωματική πεζοπορία	Περπατήστε σε παλιά μονοπάτια, επισκεφτείτε μαστιχώνες και πάρτε μέρος στην προετοιμασία και το κέντημα μαστιχόδεντρων.	
Πεζοπορία	Με φόντο τα μοναδικά τοπία και τη σπάνια χλωρίδα της Χίου, θα μπορείτε να κάνετε πεζοπορία στις δημοφιλείς πεζοπορικές διαδρομές του νησιού, αλλά και στις λιγότερο γνωστές.	

Άλλες δραστηριότητες κατά παραγγελία

Οι παρακάτω δραστηριότητες, λόγω της εποχικότητας ή του ειδικού ενδιαφέροντος δεν πραγματοποιούνται σε σταθερή βάση, αλλά κατόπιν συνεννόησης.

"Γέψου μια ζεστή":Απόσταξη σύκων	Η χιώτικη εκδοχή του τσίπουρου παράγεται από σύκα και λέγεται σούμα. Το φθινόπωρο τα «νεμπικαριά» (τοπικά χωριάτικα αποστακτήρα) γεμίζουν ζωή από ντόπιους που απαντέχουν για να παραλάβουν τη σούμα τους. Με καλή παρέα, μουσική και μεζέ η ώρα κυλάει πιο γρήγορα και ευχάριστα.	
--	--	---

<p>"Θα σας βγάλουμε το λάδι":Συγκομιδή ελιών, επίσκεψη σε ελαιοτριβείο</p>	<p>Συμμετέχετε με τους αγρότες της Χίου στη συγκομιδή των ελιώνσε ένα μικτό χωράφι με ελαιόδεντρα και μαστιχόδεντρα. Μάθετε πώς ένας μύκητας βελτιώνει την ελιά και ποια είναι τα μυστικά του έξτρα παρθένου ελαιόλαδου καθώς παρακολουθείτε την παραγωγή του σε ένα τοπικό ελαιοτριβείο. Ολοκληρώστε την εκδρομή βουτώντας μια φέτα χωριάτικο ζυμωτό ψωμί μέσα στο φρέσκο λάδι. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει και την παρουσίαση της διαδικασίας καλλιέργειας του μαστιχόδεντρου.</p>	
<p>Επίσκεψη σε ποτοποιία και άλλες μονάδες μεταποίησης αγροτικών προϊόντων</p>	<p>Βιώστε τη διαδικασία παραγωγής του ούζου με άρωμα μαστίχας, την παραγωγή παραδοσιακών ζυμαρικών με πρώτες ύλες από τη Χιακή γη, την παραγωγή των γλυκών του Κάμπου της Χίου και άλλων τροφίμων. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει επισκέψη σε οικοτεχνία, ποτοποιία και εύφορα περιβόλια με εσπεριδοειδή.</p>	
<p>Ξεναγήσεις</p>	<p>Ξεναγήσεις από επαγγελματία ξεναγό – ιστορικό που σας δίνουν την ευκαιρία να μάθετε με ιστορική ακρίβεια κάθε λεπτομέρεια για τους τόπους που επισκέπτεστε.</p>	

4.2.1.2 Πολιτιστικά μαθήματα και εργαστήρια στη Χίο

Το κίνητρό σας μπορεί να είναι ψυχαγωγικό, εκπαιδευτικό ή επαγγελματικό. Έτσι, το Masticulture⁵⁴ προσφέρει, μαθήματα τεχνών και πολιτιστικής παράδοσης για κάθε περίπτωση.




Εκτός από σύντομα μαθήματα γνωριμίας με τις διάφορες εκφάνσεις της τοπικής κουλτούρας, κατά καιρούς διοργανώνει και πιο εξειδικευμένα σεμινάρια.

Διαδικασία και δήλωση συμμετοχής στα προγράμματα

Οι περισσότερες από τις παρακάτω **βιωματικές δραστηριότητες** εκτελούνται σε σταθερή εβδομαδιαία βάση από τον Απρίλιο έως το Νοέμβριο και κατά παραγγελία τις υπόλοιπες εποχές του χρόνου

Μικρής διάρκειας μαθήματα γνωριμίας

Προγραμματισμός δραστηριοτήτων από Απρίλιο έως και Οκτώβριο

Μάθημα τοπικών χορών	Δεν θα γίνετε οι καλύτεροι χορευτές της Χίου, αλλά σας προετοιμάζουν πολύ γρήγορα για να χορέψετε συρτό στα πανηγύρια, στις πλατείες των χωριών.	
Εργαστήριο κεραμικής	Ζήστε τη χαρά της δημιουργίας, τη μεταμόρφωση του άμορφου πηλού σε διακοσμητικό ή χρηστικό αντικείμενο μέσα από ένα ειδικό εργαστήριο γνωριμίας με την κεραμική τέχνη.	
Μάθημα μαγειρικής	Γνωρίστε τοπικές παραδοσιακές συνταγές προετοιμασμένες με αγνά υλικά και τα μπαχαρικά της Χιώτικης κουζίνας.	

Σεμινάρια λαϊκής τέχνης στη Χίο

Εκτός από τα παραπάνω σύντομα μαθήματα διοργανώνονται κατά καιρούς και πολυήμερα ολοκληρωμένα σεμινάρια.

⁵⁴ www.masticulture.com

4.2.1.3 Δραστηριότητες για παιδιά στη Χίο

Οι περισσότερες δραστηριότητες του Masticulture⁵⁵, αν και απευθύνονται σε όλες τις ηλικίες, έχουμε διαπιστώσει ότι ξετρελαίνουν τα παιδιά.

Κατόπιν συνεννόησης μπορούν να οργανώσουν μικρά γκρουπ αποκλειστικά για τους μικρούς μας φίλους τα οποία προσφέρουν ένα ισορροπημένο μίγμα εκπαίδευσης, δημιουργικότητας και ψυχαγωγίας.

4.2.1.4 Διαδικασία και δήλωση συμμετοχής στα προγράμματα βιωματικών δραστηριοτήτων

Οι περισσότερες από τις **βιωματικές δραστηριότητες** εκτελούνται σε σταθερή εβδομαδιαία βάση από τον Απρίλιο έως το Νοέμβριο και κατά παραγγελία τις υπόλοιπες εποχές του χρόνου.

Κατά κανόνα το σημείο εκκίνησης είναι το γραφείο που βρίσκεται, στην πλατεία του χωριού Μεστά στη Νοτιοδυτική Χίο.

Για τη συμμετοχή στις δραστηριότητες απαιτείται να προηγηθεί η εκδήλωση ενδιαφέροντος και η κράτηση θέσης στο γκρουπ. Για να πραγματοποιηθούν τα προγράμματα απαιτείται ένας **ελάχιστος αριθμός ατόμων που κυμαίνεται κατά περίπτωση από 3 έως 6 άτομα**. Η εκδήλωση ενδιαφέροντος μπορεί να γίνει τηλεφωνικά, με e-mail ή δια ζώσης τουλάχιστον δύο μέρες πριν από την ημέρα του προγράμματος.

Για ομάδες άνω των 6 ατόμων μπορεί να σχεδιαστούν εναλλακτικά προγράμματα σε άλλες ημέρες και ώρες με μεγάλη ευελιξία.

⁵⁵ www.masticulture.com

4.3 Επιλεγμένα καταλύματα στη Χίο

Συνεργάζεται με επιλεγμένα ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια σε όλο το νησί της Χίου.

Οι επιλογές που προσφέρει ποικίλουν ανάλογα με τον προϋπολογισμό, το ύφος, την περιοχή και τις ιδιαίτερες απαιτήσεις σας.

Διαλέγοντας διαφορετικές περιοχές της Χίου, αλλάζουν οι επιλογές σας σε παραλίες, τύπο καταλύματος, αξιοθέατα, δραστηριότητες και ψυχαγωγία. Μπορείτε να περιγράψετε το προφίλ σας και να αφήσετε να σας προτείνουν τις πιο κατάλληλες επιλογές για εσάς.

4.4 Exclusive services

Οι Γενουάτες άρχοντες επέλεξαν τον κάμπο της Χίου για να κτίσουν τις πολυτελείς επαύλεις τους, μέσα σε εύφορα περιβόλια με δενδρώδεις καλλιέργειες. Επίσης επέλεξαν τα πιο πολυτελή υλικά και τους πιο καλούς τεχνίτες. Έχτισαν μάλιστα και ψηλούς μαντρότοιχους για να προστατεύουν τα δέντρα από τους δυνατούς ανέμους. Σήμερα κάποιες από αυτές τις επαύλεις έχουν μεταμορφωθεί σε ξενοδοχεία πολυτελείας. Οι ψηλοί μαντρότοιχοι προστατεύουν ακόμα από τους ανέμους, αλλά και από τα αδιάκριτα βλέμματα.

Το Masticulture⁵⁶ μπορεί να αναλάβει τη διαμονή σας σε ένα από τα πολυτελέστερα ξενοδοχεία του Κάμπου, ή κάποιας άλλης περιοχής της Χίου. Επίσης μπορεί να φροντίσει για τη μετακίνηση σας με πολυτελή οχήματα καθώς και τη ξενάγησή και την αποκλειστική συμμετοχή σας σε δραστηριότητες υπαίθρου κατά παραγγελία.

4.5 Ολοκληρωμένα ταξιδιωτικά πακέτα

Τα πακέτα του Masticulture προσφέρουν συνδυασμό διαμονής, δραστηριοτήτων, εστίασης και άλλων ταξιδιωτικών υπηρεσιών απαλλάσσοντάς σας από τη διαδικασία ρύθμισης των λεπτομερειών του ταξιδιού σας.

Απευθύνονται σε μεμονωμένους, αλλά και σε ομάδες ανθρώπων.

Διαθέσιμα ταξιδιωτικά πακέτα

⁵⁶ www.masticulture.com

Πάσχα **στα** **Μεστά** **της** **Χίου**
2-6 Απριλίου 2010, 4 νύχτες / από 219 ευρώ

Αναχώρηση: Μεγάλη Παρασκευή 2/4/2010 στις 17:00 από το Λαύριο για Λιμένα Μεστών.

Επιστροφή: Τρίτη 6/4/2010 στις 14:30 από το Λιμένα Μεστών για Λαύριο.

4.5.1 Πάσχα στα Μεστά της Χίου (Για μικρά γκρουπ)

22-26 Απριλίου 2011

Εισαγωγή

Ταξιδέψτε στα Μεστά της Χίου με τον πιο οικονομικό τρόπο, ταξιδεύοντας από το Λαύριο απευθείας για το Λιμένα Μεστών για να βιώσετε την Ανάσταση σε ένα μοναδικό και αυθεντικό περιβάλλον.

Αναχώρηση: Μεγάλη Παρασκευή 22/4/2011 στις 17:00 από το Λαύριο για Λιμένα Μεστών.

Επιστροφή: Τρίτη 26/4/2011 στις 14:30 από το Λιμένα Μεστών για Λαύριο.

Τα Μεστά της Χίου⁵⁷

Τα **Μεστά της Χίου** είναι το πιο καλά διατηρημένο από τα διάσημα Μαστιχοχώρια. Χτισμένο από τους Γενουάτες τον 14ο αιώνα διατηρεί τα **αυθεντικά μεσαιωνικά χαρακτηριστικά** του ενώ προσφέρει πολλές σύγχρονες υποδομές και ανέσεις μεταξύ των οποίων ελεύθερη ασύρματη πρόσβαση στο internet. Περιβάλλεται από λόφους, κάμπους και λαγκάδια με μαστιχώνες, ελαιώνες, αλλά και ξωκλήσια και αγροτικά μνημεία όπως αλώνια, στέρνες, πηγάδια και ανεμόμυλους που συνδέονται μεταξύ τους με αρχαίο δίκτυο μονοπατιών.

Χαρακτηριστικά πεζοπορικής εκδρομής Πάσχα

- Η εμπειρία του να ζεις σε **μεσαιωνικά Μαστιχοχώρια**
- Προαιρετικά **πεζοπορικές εκδρομές** όπου θα ανακαλύψετε το φυσικό περιβάλλον και την **βιοποικιλότητα** της Χίου με την πλούσια αυτοφυή βλάστηση, τα αρωματικά φυτά και βότανα, τις **άγριες τουλίπες** και τα πάνω από 70 είδη **ορχιδέας**.
- Προαιρετικά επισκέψεις στο διάσημο **Μοναστήρι της Νέας Μονής** με τα διάσημα ψηφιδωτά που δίκαια έχει χαρακτηριστεί Μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς από την UNESCO.

⁵⁷ www.masticulture.com

- Προαιρετικά επισκέψεις σε μοναδικά χωριά όπως ο **Ανάβατος**, το ερειπωμένο μεσαιωνικό χωριό της **Χίου** και το **Πυργί**, το **μαστιχοχώρι** με τα περίφημα **ξυστά**.
- Τοπικά προϊόντα και τοπική κουζίνα. **Μαστίχα**, ελιές, κρασί, λαχανικά και φρούτα, τυροκομικά και ψάρια.
- **Βιωματικές δραστηριότητες** όπου σας δίνεται η ευκαιρία να συμμετάσχετε στη διαδικασία καλλιέργειας του μαστιχόδεντρου.
- Η εμπειρία της συμμετοχής στα **Πασχαλινά έθιμα της Χίου**, όπως το έθιμο του φανού, τα πυροτεχνήματα και τα **γλέντια με οικογενειακή ατμόσφαιρα**.
- Η προαιρετική δυνατότητα για την παρακολούθηση του περιφημου **ρουκετοπόλεμου στο Βροντάδο**.

Ανάλυση Προγράμματος⁵⁸

Μεγάλη Παρασκευή

Αναχώρηση στις 17:00 και άφιξη στο **Λιμένα Μεστών** στις 23:30. Μεταφορά στα Μεστά και τακτοποίηση σε **παραδοσιακό ξενώνα**.

Μεγάλο Σάββατο και Κυριακή του Πάσχα

Πρωινό στην **πλατεία των Μεστών** και ελεύθερη ημέρα, ευκαιρία για γνωριμία με τον **μεσαιωνικό οικισμό** με τα θολωτά στενά και τα καλντερίμια. Η περιοχή προσφέρεται για ελεύθερη **πεζοπορία** σε σηματοδοτημένο **μονοπάτι** που συνδέει τα **Μεστά** με το διπλανό χωριό, τους **Ολύμπους**. Την ημέρα αυτή η νεολαία του χωριού κάνει την προετοιμασία του «υπερμεγέθους» **Φανού**, όπου θα καεί ο Ιούδας τα μεσάνυχτα. Για το βράδυ της Ανάστασης η ταβέρνα του χωριού θα διαθέτει **αναστάσιμο δείπνο** ενώ το **Πασχαλινό τραπέζι** με τον οβελία την Κυριακή του Πάσχα θα εξελιχτεί σε **νησιώτικο γλέντι** με ορχήστρα στην πλατεία του χωριού.

Δευτέρα

Ημέρα ξενοιασιάς, ιδανική για συμμετοχή σε δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού.

Τρίτη

⁵⁸ www.masticulture.com

Ελεύθερο πρωινό. Μεταφορά στο Λιμένα Μεστών και αναχώρηση για Λαύριο στις 14:30.

Προτάσεις του Masticulture

Χωρίς αυτοκίνητο

Συμμετοχή σε μια από τις δραστηριότητες οικοτουρισμού, όπως:

- η βιωματική πεζοπορία με θέμα την καλλιέργεια του μαστιχόδεντρου, όπου σας δίνεται η ευκαιρία να δείτε και να συμμετέχετε σε όλα τα στάδια της καλλιέργειας του μαστιχοφόρου σχίνου.
- το εργαστήριο κεραμικής όπου με την βοήθεια της κεραμίστριας των Μεστών θα πλάσετε τον άμορφο πηλό και θα δημιουργήσετε διακοσμητικά και χρηστικά αντικείμενα.

Ελεύθερη πεζοπορία στα μονοπάτια της περιοχής. Γνωριμία με τους ντόπιους: τα Μεστά είναι ένα ζωντανό χωριό που κατοικείται όλο το χρόνο από ζεστούς και φιλόξενους ανθρώπους που θα σας υποδεχτούν με χαρά.

Επίσκεψη στα τοπικά εργαστήρια γλυπτικής, κεραμικής και υφαντικής και στα τοπικά καταστήματα παραδοσιακών προϊόντων. Επίσκεψη στις ιστορικές εκκλησίες των Μεστών.

Με αυτοκίνητο

Αν διαθέτετε αυτοκίνητο το Masticulture⁵⁹ προτείνει να δείτε μερικά από τα πιο σημαντικά αξιοθέατα και περιοχές του νησιού όπως:

- Ο Κάμπος της Χίου με τα Γενουάτικα αρχοντικά
- Το Πυργί με τα περίφημα Ξυστά του, τα διακοσμητικά μοτίβα στις προσόψεις των σπιτιών
- Τα μεσαιωνικά χωριά, Ανάβατος, Αυγώνυμα και Βέσσα
- Η Νέα Μονή της Χίου, μνημείο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO
- και φυσικά ο περίφημος «Ρουκετοπόλεμος» του Βροντάδου

Κόστος

Από 219 ευρώ το άτομο σε παραδοσιακά ενοικιαζόμενα δωμάτια
Η τιμή αφορά ένα άτομο που μοιράζεται δίκλινο δωμάτιο.

⁵⁹ www.masticulture.com

Τι περιλαμβάνεται

- Ατομικά ακτοπλοϊκά εισιτήρια οικονομικής θέσης για τη διαδρομή Λαύριο Μεστά με επιστροφή με το «Παναγία Θαλασινή» της ΝΕΛ.
- Τέσσερις διανυκτερεύσεις σε παραδοσιακά ενοικιαζόμενα δωμάτια ή ξενοδοχείο στα Μεστά
- Τέσσερα πρωινά
- Αναστάσιμο δείπνο
- Πασχαλινό γεύμα
- Ταξί από Λιμένα Μεστών προς Μεστά και επιστροφή.
- ΦΠΑ και άλλοι φόροι.

Δεν περιλαμβάνονται

- Γεύματα και δείπνα εκτός από αυτά που αναφέρονται στο πρόγραμμα
- Ταξιδιωτική ασφάλεια
- Οδηγοί, συνοδοί ή ξεναγοί.
- Οτιδήποτε άλλο δεν αναφέρεται στο πρόγραμμα

Προαιρετικά, δυνατότητες που παρέχονται:

- Ενοικίαση αυτοκινήτου: από 32 ευρώ την ημέρα (μικτή ασφάλεια, απεριόριστα χιλιόμετρα, παράδοση και παραλαβή στο Λιμένα Μεστών).
- Ενοικίαση μοτοποδηλάτου: από 14 ευρώ την ημέρα (μικτή ασφάλεια, απεριόριστα χιλιόμετρα, παράδοση και παραλαβή στο Λιμένα Μεστών).
- Εισιτήριο πρώτης θέσης: επιπλέον 16 ευρώ (με επιστροφή)
- Εισιτήριο μοτοσικλέτας: από 34 ευρώ (μικρή μηχανή με επιστροφή)
- Εισιτήριο ΙΧ: από 150 ευρώ (μικρό αυτοκίνητο με επιστροφή)
- Συμμετοχή σε άλλες δραστηριότητες όπως μάθημα μαγειρικής, κεραμικής ή χορού: από 12 ευρώ το άτομο.
- Συμμετοχή σε άλλες δραστηριότητες όπως μάθημα μαγειρικής, κεραμικής ή χορού: από 12 ευρώ το άτομο.
- Επιπλέον διανυκτερεύσεις, παράταση διαμονής: επικοινωνήστε για πληροφορίες.

Τύπος καταλυμάτων

Έχουν επιλέξει παραδοσιακά οικήματα που έχουν αναπαλαιωθεί και λειτουργούν ως ενοικιαζόμενα δωμάτια. Ανήκουν σε ντόπιους οι οποίοι και τα διαχειρίζονται. Σε κάποιες περιπτώσεις οι ιδιοκτήτες μένουν και εργάζονται στα χωριά όλο τον χρόνο. Η διαμονή σε ένα από αυτά τα σπίτια είναι μια μοναδική εμπειρία. Πρέπει όμως να γνωρίζετε ότι τα περισσότερα από αυτά τα σπίτια δεν έχουν θέα και μπαλκόνια. Υπάρχουν φυσικά εξαιρέσεις, αλλά σε γενικές

γραμμές η περιορισμένη θέα των παραθύρων είναι προς τα στενά σοκάκια ή σε μικρά αίθρια.

Γεύματα

Το Αναστάσιμο Δείπνο και το Πασχαλινό Γεύμα γίνονται σε παραδοσιακή ταβέρνα στα Μεστά. Τα πρωινά περιλαμβάνουν και τοπικά προϊόντα και προσφέρονται στην ταβέρνα του χωριού.

Έναρξη και ολοκλήρωση προγράμματος

Το πρόγραμμα ξεκινάει⁶⁰ την Μεγάλη Παρασκευή 22 Απριλίου 2011 στο Λιμάνι του Λαυρίου με την επιβίβαση στο πλοίο Παναγία Θαλασσινή της ΝΕΛ στις 17:00.

Το πρόγραμμα ολοκληρώνεται με την επιστροφή στο Λιμάνι του Λαυρίου την Τρίτη 26 Απριλίου.

4.5.2 Εκδρομές με μοτοσικλέτα στη Χίο⁶¹

Η Χίος είναι το 5ο νησί σε έκταση μετά από την Κρήτη, την Εύβοια, τη Ρόδο και τη Λέσβο. Οι φιδίσιοι δρόμοι σας οδηγούν γρήγορα και ξεκούραστα σε ανεξερεύνητες παραλίες και απόκρημνες πλαγιές, ενώ κάθε χωριό είναι και άλλη μια πρόκληση για στάση και γνωριμία με τους φιλόξενους κατοίκους.

Χωράφια μαστίχας, αμπέλια και ελαιώνες, δάση, σεληνιακά βραχώδη τοπία, δαντελωτές ακτογραμμές, αποτελούν το σκηνικό των διαδρομών που οδηγούν σε μεσαιωνικές βίγλες, καστροχώρια και μοναστήρια. Άλλοτε σε άσφαλο, άλλοτε σε αγροτικούς δρόμους, μόνοι σας ή με τη συνοδεία ενός συνεργάτη μας, αξίζει να αφιερώσετε χρόνο για εξερεύνηση πάνω σε μια μοτοσικλέτα.

Η Χίος αποτελεί επίσης το ιδανικό νησί για το πέρασμά σας στην Τουρκία και στην Ασία. Όλο τον χρόνο εκτελούνται σχεδόν καθημερινά δρομολόγια με δυνατότητα μεταφοράς οχημάτων από τον Πειραιά στη Χίο και από τη Χίο στο Τσεσμέ, μόλις 90 χιλιόμετρα από τη Σμύρνη.

⁶⁰ www.masticulture.com

⁶¹ www.masticulture.com

Επίσης στο νησί βρίσκεται εξουσιοδοτημένο συνεργείο για όλες τις δημοφιλείς μάρκες μοτοσικλετών, καθώς και κατάστημα πώλησης εξοπλισμού αναβάτη με όλες τις δημοφιλείς μάρκες.

Το Masticulture αναλαμβάνει για εσάς την κράτηση θέσεων και την έκδοση εισιτηρίων για την Τουρκία ή τον Πειραιά και την εξασφάλιση συνοδού για τις ειδικές διαδρομές. Επίσης παρέχουν πληροφόρηση σχετικά με τις δυνατότητες επισκευής ή συντήρησης της μοτοσικλέτας σας στο νησί και την προμήθεια εξοπλισμού για εσάς ή τον συνεπιβάτη σας.

Τέλος, αν έρθετε στο νησί χωρίς εξοπλισμό, το Masticulture θα προσπαθήσει να σας εξασφαλίσει τη μοτοσικλέτα και τον εξοπλισμό που επιθυμείτε.

4.6 Γάμοι, γαμήλια ταξίδια στη Χίο

Αποφασίζοντας να πραγματοποιήσετε τον **γάμο σας στη Χίο**, σας δίνονται πολλές επιλογές για την επιλογή του σκηνικού, του θέματος και του ύφους. Το Masticulture μπορεί να επενδύσει τη μοναδική αυτή ημέρα με νότες φολκλόρ ή πολυτέλειας ή το σωστό μίγμα και των δύο, πάντα σύμφωνα με τις προτιμήσεις σας.

Άδειες και διαδικασίες

Σας διευκολύνουν με τις τυπικές **διαδικασίες για θρησκευτικούς ή πολιτικούς γάμους** και σας συμβουλεύσουν σχετικά με τους ειδικούς περιορισμούς που διέπουν **γάμους μεταξύ ετερόθρησκων**.

Ταξιδιωτικές διευκολύνσεις

Επίσης, μπορούν να αναλάβουν την διεκπεραίωση όλων των **ταξιδιωτικών εργασιών** για εσάς και τους καλεσμένους σας.

Τι κάνει έναν γάμο στη Χίο ιδιαίτερο

Παραθέτουν κάποια από τα χαρακτηριστικά που μπορούν να κάνουν τον **γάμο σας στη Χίο** ιδιαίτερο και σας αφήνουν να χρησιμοποιήσετε την φαντασία σας.

- Δυνατότητα επιλογής του σκηνικού της τελετής και της δεξίωσης ανάμεσα σε **Μεσαιωνικά χωριά, παραθαλάσσιες τοποθεσίες, πολυτελή γενουάτικα αρχοντικά και περιβόλια**.
- Ρομαντικά δωμάτια
- Τοπικά προϊόντα και τοπική κουζίνα
- Δραστηριότητες αναψυχής και ψυχαγωγίας των καλεσμένων
- Ιδιαίτερες εκκλησίες και ξωκλήσια
- Παραδοσιακές ορχήστρες, νησιωτικό γλέντι

4.7 Για επιχειρήσεις και επαγγελματίες

Αναλαμβάνουν τη διοργάνωση επαγγελματικών και πολιτιστικών συναντήσεων και εκδηλώσεων, όπως εταιρικές εκδρομές, σεμινάρια, συναυλίες κ.λπ. Όλα αυτά σε έναν από τους πολυλειτουργικούς κλειστούς ή υπαίθριους χώρους του νησιού. Οι καλεσμένοι σας θα ζήσουν σίγουρα μια ανεπανάληπτη εμπειρία, αφού η φιλοξενία τους θα μπορεί να συνδυαστεί προαιρετικά με κάποια από τις οικοτουριστικές δραστηριότητες.

4.7.1 Εξειδικευμένα θεματικά-ταξιδιωτικά σεμινάρια στη Χίο

Τα τοπία, η ιστορία, ο πολιτισμός και η ζωντανή παράδοση της Χίου δημιουργούν ένα ιδανικό πεδίο για την εκτέλεση εξειδικευμένων σεμιναρίων και παρουσιάσεων. Το Masticulture⁶² αναλαμβάνει τον συντονισμό όλων των τοπικών παραγόντων και φορέων καθώς και όλες τις ταξιδιωτικές λεπτομέρειες. Τα σεμινάρια αυτά μπορούν να αφορούν μουσική, χορό, φωτογραφία, αρχιτεκτονική, εικαστικά, μαγειρική, λαϊκή τέχνη, αγροτική παραγωγή. Οι εισηγητές προέρχονται από το νησί ή καλούνται από άλλα μέρη της Ελλάδας ή του εξωτερικού.

4.7.2 Διοργάνωση συνεδρίων και ημερίδων στη Χίο

Οργανώστε μια εκδήλωση με μοναδικά χαρακτηριστικά και τοπική, χιώτικη αύρα. Εκτός από τις συμβατικές απαιτήσεις ενός συνεδρίου σε υποδομές και ταξιδιωτικές διευκολύνσεις, το Masticulture⁶³ μπορεί να φροντίσει για παράλληλες εκδηλώσεις που θα φέρουν σε επαφή τους καλεσμένους σας με την **τοπική κουλτούρα**. Επίσης, μπορούν να φροντίσουν και για την **οργάνωση κάποιων συνεδρίων** σε αντισυμβατικούς κλειστούς ή υπαίθριους χώρους

⁶² www.masticulture.com

⁶³ www.masticulture.com

4.7.3 Εταιρικές εκδρομές – ταξίδια κινήτρου

Το φυσικό περιβάλλον και η ζωντανή παράδοση της **Χίου** αποτελούν πηγή έμπνευσης για τη σύλληψη πρωτότυπων ιδεών σχετικά με τη διοργάνωση εταιρικών εκδρομών. Παρουσιάσεις προϊόντων, εκδρομές επιβράβευσης, εκπαιδευτικές εκδρομές, φιλοξενία σημαντικών προσκεκλημένων κ.ά. μπορούν προαιρετικά να επενδυθούν με κάποια από τα παρακάτω θέματα και δράσεις:

- **Μεσαιωνικά χωριά**, κάστρα, πύργοι και επαύλεις: κυνήγι θησαυρού, κατασκευές
- **Γεωργία**: εκτέλεση γεωργικών εργασιών, συντήρηση αναβαθμίδων και ξερολιθιών
- **Αλιεία**: διαγωνισμός ψαρέματος, συντήρηση παραδοσιακών αλιευτικών, επιδιόρθωση δικτύων
- **Οικολογία**, προστασία περιβάλλοντος: κλάδεμα δασών, κατασκευή μικροφραγμάτων, καθαρισμός ακτών.
- **Λαϊκή τέχνη και χειροτεχνία**: υφαντική, γλυπτική, αγγειοπλαστική, πλέξιμο και άλλες δημιουργικές και... άκρως αγχολυτικές δραστηριότητες

Η συμμετοχή στις δράσεις αυτές, εκτός από μια ιδιαίτερη και αξέχαστη εμπειρία για τους καλεσμένους σας, κάποιες φορές αποτελεί και μια πραγματική βοήθεια για τους κατοίκους της υπαίθρου, ενώ ταυτόχρονα συμβάλλει στη βελτίωση του τοπίου και στην προστασία του περιβάλλοντος.

4.7.4 Location shootings

Η Χίος αποτελεί ένα ιδιαίτερο μέρος για τηλεοπτικές, κινηματογραφικές και φωτογραφικές παραγωγές. Η ποικιλομορφία του περιβάλλοντος, η άγρια φυσική ομορφιά, τα χωράφια, οι παρθένες παραλίες, η μοναδική μαστίχα, τα μεσαιωνικά χωριά, οι πύργοι, τα κάστρα και οι επαύλεις, οι άνθρωποι και οι παραδόσεις τους, οι φορεσιές, η λαϊκή τέχνη και τα παραδοσιακά εργαλεία. Όλα αυτά τα στοιχεία μπορούν να αποτελέσουν μέρος ενός ιδανικού σκηνικού και σεναρίου.

Το Masticulture μπορεί να μεσολαβήσει αναλαμβάνοντας την οργάνωση και διεκπεραίωση των λεπτομερειών κάθε παραγωγής. Εντοπισμός τοποθεσιών, διαμονή, σίτηση, μεταφορές, αδειοδοτήσεις κ.λπ. αποτελούν μέρος μόνο των υπηρεσιών που μπορούν να σας προσφέρουμε.

4.8 Ταξιδιωτικές διευκολύνσεις

Το Masticulture⁶⁴ λειτουργεί με άδεια του ΕΟΤ ως γραφείου γενικού τουρισμού. Επιθυμία μας είναι να παρέχουμε ολοκληρωμένες υπηρεσίες και να διευκολύνουμε τους πελάτες αποτελώντας το μοναδικό σημείο αναφοράς πριν και κατά την επίσκεψή τους στη Μυροβόλο Χίο, το νησί της μαστίχας. Μέρος λοιπόν των διευκολύνσεων που παρέχουμε στους πελάτες μας είναι και οι εξής υπηρεσίες:

- Έκδοση ακτοπλοϊκών εισιτηρίων για τη γραμμή Πειραιάς – Χίος - Μυτιλήνη για όλες τις εταιρίες
- Έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων για πτήσεις εσωτερικού και εξωτερικού
- Έκδοση εισιτηρίων για τα πλοία της γραμμής Χίος – Τσεσμέ (Τουρκία)
- Ενοικιάσεις αυτοκινήτων όλων των τύπων
- Ναυλώσεις πούλμαν και ταξί για μεταφορές και για οργανωμένες εκδρομές στο νησί της Χίου

⁶⁴ www.masticulture.com

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

5.1. Ιδιομορφίες, χαρακτηριστικά και προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης

Η εννοιολογική προσέγγιση της ζήτησης έχει αποδειχθεί αρκετά λεπτή και σχετίζεται με τον επιστημονικό διάλογο που αντιπαραβάλλει οικονομολόγους, κοινωνιολόγους, πολιτειολόγους και φιλοσόφους, αναφορικά με την έρευνα των ανθρωπίνων αναγκών. Παράλληλα όμως δημιουργεί και μία σειρά ερωτημάτων όπως:

- Εάν η ζήτηση μπορεί να θεωρηθεί ως έκφραση των ανθρωπίνων αναγκών, ποια είναι η προέλευσή τους και ποιο είναι το περιεχόμενό τους;
- Οι ανάγκες είναι απόρροια της ανθρώπινης φύσης ή όχι;
- Καθορίζονται από την οργάνωση της κοινωνίας ή επιβάλλονται από το ισχύον πολιτικο-οικονομικό και ιδεολογικό πλαίσιο;
- Δημιουργούνται και σχηματοποιούνται από το παραγωγικό σύστημα και τα διαφημιστικά μέσα;
- Η εκτίμηση της ζήτησης (κυρίως ποσοτική) διενεργείται είτε μέσω της αριθμητικής καταγραφής των αφίξεων στους σταθμούς εισόδου της χώρας (διεθνής τουρισμός) είτε μέσω της αριθμητικής καταγραφής των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων στα τουριστικά καταλύματα (διεθνής και εσωτερικός τουρισμός).

Η οικονομική ερμηνεία της ζήτησης κάνει χρήση των αναγκών του τουρίστα και του βαθμού ικανοποίησής τους, τις οποίες και ενσωματώνει στην έννοια της τουριστικής κατανάλωσης. Η τουριστική κατανάλωση ορίζεται ως "το σύνολο των αγαθών και των υπηρεσιών που καταναλώνει ο τουρίστας κατά τη διάρκεια της μετακίνησής του ή ενόψει αυτής, καθώς και το σύνολο των υπηρεσιών που παρέχονται από τους οργανισμούς που συμμετέχουν άμεσα στην τουριστική ανάπτυξη (υποδοχή, διοίκηση, προβολή)".

Ο Francois Vellas υπογραμμίζει ότι: "Η ζήτηση μπορεί να θεωρηθεί ως μία ουσιαστική μεταβλητή του διεθνούς τουρισμού. Οι θεωρίες της ζήτησης επιτρέπουν να ερμηνευθούν ταυτόχρονα οι αιτίες της ανάπτυξης των τουριστικών ροών μεταξύ των διαφόρων χωρών. Η τουριστική ζήτηση αντιπροσωπεύει τις ποσότητες των αγαθών και των τουριστικών υπηρεσιών που επιθυμούν να προμηθευτούν οι καταναλωτές μία δεδομένη στιγμή. Αυτή η

ζήτηση είναι άμεση απόρροια του κατά κεφαλήν εισοδήματος των κατοίκων μίας χώρας, καθώς και του ενδιαφέροντος του πληθυσμού να συμμετάσχει στις διεθνείς τουριστικές μετακινήσεις". Η ζήτηση, επομένως, δεν περιορίζεται απλά στο να απεικονίσει το υπάρχον τουριστικό ρεύμα, να καταμετρήσει αριθμητικά την τουριστική πελατεία και να καταγράψει τα κίνητρά της. Η εννοιολογική προσέγγισή της φαίνεται να είναι πολύ πιο σφαιρική. Εκτός από τα παραπάνω, θα πρέπει να καλύπτει όχι μόνο τις ανάγκες των τουριστών, αλλά θα πρέπει να ερευνά τα δυνητικά τους κίνητρα και τις βαθύτερες αναζητήσεις τους.

Στα πλαίσια της οικονομικής ανάλυσης, η τουριστική ζήτηση μπορεί να θεωρηθεί ένας από τους πλέον καθοριστικούς παράγοντες της διεθνούς εξειδίκευσης και της τουριστικής πολιτικής. Με τη βοήθεια και μίας ακολουθίας άλλων παραγόντων, όπως τα "συγκριτικά πλεονεκτήματα μίας χώρας", η "τεχνολογία", τα "επενδυτικά κόστη" κ.λπ. μπορεί να καταγράψει τη διεθνή χωρική διάρθρωση των τουριστικών ροών, να ερμηνεύσει την εξέλιξή τους και να διακρίνει τις χώρες προέλευσης από τις χώρες υποδοχής των τουριστών.

5.2. Οι χώρες προέλευσης και υποδοχής των τουριστών

Η τουριστική έρευνα στρέφεται κατεξοχήν στις χώρες υποδοχής των τουριστών και λιγότερο στις χώρες προέλευσης. Όσον αφορά στις χώρες προέλευσης, το ενδιαφέρον επικεντρώνεται στην τουριστική ζήτηση. Πολλά σημαντικά ερωτήματα προκύπτουν από την επιθυμία του τουρίστα να εγκαταλείψει, έστω και περιοδικά, τον τόπο κατοικίας του και να επισκεφθεί άλλους. Οι απαντήσεις οριοθετούν τη διάκριση μεταξύ χωρών προέλευσης και υποδοχής, ενώ ταυτόχρονα σκιαγραφούν τις σχέσεις κέντρου-περιφέρειας και ερμηνεύουν τη σημασία και το μέγεθος του εσωτερικού τουρισμού .

Ο Gurthie σε μία μελέτη του διαπιστώνει ότι οι τουριστικές ροές και οι διαφορές που υπάρχουν μεταξύ των χωρών προέλευσης και υποδοχής σε σχέση με τις τουριστικές τους εισπράξεις καθορίζονται από τους παρακάτω παράγοντες:

Τη γεωγραφική θέση των χωρών υποδοχής σε σχέση με τις χώρες προέλευσης.

Το επίπεδο του μέσου κατά κεφαλήν εισοδήματος των κατοίκων των γειτονικών χωρών.

Τον αριθμό των μεταναστών των χωρών υποδοχής (επισκέψεις συγγενών και φίλων).

5.3. Η εποχικότητα του τουρισμού

Η τουριστική ζήτηση χαρακτηρίζεται ως μία δίμορφη συγκέντρωση. Η πρώτη αναφέρεται στη χωρική διάρθρωση της τουριστικής ζήτησης, ενώ η δεύτερη στη χρονική περίοδο που πραγματοποιείται. Η ταύτιση αυτής της χωρικής και χρονικής συγκέντρωσης κατά τη διάρκεια της ίδιας χρονικής περιόδου, οριοθετούν την τουριστική περίοδο.

Η εποχική φυσιογνωμία του τουριστικού φαινομένου εκφράζει τη συγκέντρωση της ζήτησης σε μερικούς μήνες του έτους. Αυτή η εποχική συγκέντρωση αφορά κατεξοχήν στον τουρισμό των διακοπών και όχι στον οφειλόμενο σε άλλα κίνητρα, όπως επαγγελματικά ταξίδια, συνέδρια, οικογένεια, θρησκεία κ.λπ. Η εποχικότητα έχει τις ρίζες της στην προέλευση του ίδιου του τουριστικού φαινομένου. Οι παράγοντες που την καθόρισαν και την καθορίζουν είναι ιστορικοί, κοινωνικοί, πολιτιστικοί κ.λπ.

Οι αιτίες που επεξηγούν την εποχικότητα του τουρισμού είναι οι ακόλουθες: α) Οι κλιματολογικές συνθήκες, οι οποίες συνοδεύονται και συχνά ενισχύονται με τη σταθερή επανάληψη των συνηθειών (π.χ. μετακινήσεις) ή άλλων κοινωνικών αιτιών (π.χ. μόδα).

β) Η οργάνωση του χρόνου παραγωγής στις χώρες προέλευσης των τουριστών.

Αυτή υποδηλώνει μία περίοδο γενικευμένων διακοπών (διακοπές στον τριτογενή τομέα με ταυτόχρονο περιορισμό των παραγωγικών δραστηριοτήτων του δευτερογενή τομέα, που συνοδεύονται με διακοπές), η οποία εκτείνεται κατά το μεγαλύτερο τμήμα της σε τρεις μήνες.

γ) Η χρονική περίοδος των σχολικών διακοπών.

Ουσιαστικά, η εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης δεν είναι μόνο απόρροια των κλιματολογικών συνθηκών και της χωρικής διάρθρωσης της τουριστικής δραστηριότητας, αλλά είναι επίσης απόρροια της βιομηχανικής οργάνωσης των κύριων χωρών προέλευσης των τουριστών και της χρονικής διάρθρωσης των σχολικών διακοπών.

5.3.1. Οι συνέπειες

Οι συνέπειες της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης και κατ' επέκταση των συγκεντρωτικών της τάσεων στο χώρο και το χρόνο χαρακτηρίζονται ως αρνητικές και επιδρούν σημαντικά στα παρακάτω οικονομικά μεγέθη:

Στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνονται από τους τουρίστες.

Στην εποχική απασχόληση.

Στις τιμές.

Αυτές οι αρνητικές συνέπειες πολλαπλασιάζονται ανάλογα με το βαθμό της εποχικής-χωρικής συγκέντρωσης της τουριστικής δραστηριότητας και επηρεάζουν σημαντικά:

1. Τις τουριστικές και μη τουριστικές επιχειρήσεις.

2. Τη δημόσια διοίκηση.

3. Τα έργα υποδομής, τα οποία χαρακτηρίζονται από μία περίοδο έντονου χρησιμοποίησης τους (περίοδος αιχμής) και μία περίοδο μερικής ή σχεδόν μηδενικής χρησιμοποίησής τους (υπόλοιπο έτους).

Τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τη διαμορφούμενη κατάσταση είναι τα ακόλουθα:

- > οικονομικές σπατάλες (μεταφορικά μέσα, τουριστικά καταλύματα)
- > επιβάρυνση πολυάριθμων τομέων (ταχυδρομεία, τηλεπικοινωνίες, ηλεκτροδότηση, ύδρευση κ.λπ.)
- > κούραση, έλλειψη άνεσης, έλλειψη ασφάλειας κ.λπ.
- > ελλείψεις συνθηκών υγιεινής
- > διάρθρωση της απασχόλησης, πληθωριστικές τάσεις
- > αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις κλπ.

5.4. Οι παράγοντες της τουριστικής ζήτησης

Η εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο υπήρξε ραγδαία. Οι χώρες προέλευσης των τουριστών, η μεγέθυνση της τουριστικής ζήτησης, καθώς και οι παράγοντες που την οριοθετούν και την καθορίζουν, αποτέλεσαν αντικείμενο έρευνας ενός σημαντικού αριθμού οικονομολόγων, κοινωνιολόγων, γεωγράφων κ.λπ. Επιδίωξη όλων, μέσω μίας κοινής συχνά προβληματικής, ήταν να απαντήσουν σ' ένα βασικό ερώτημα, το οποίο αποτέλεσε και τη βάση της παγκόσμιας χωρικής διάρθρωσης του τουρισμού και της διάκρισης των χωρών σε χώρες προέλευσης και υποδοχής.

Το ερώτημα που τίθεται είναι: "Γιατί τα άτομα εγκαταλείπουν τον τόπο κατοικίας τους για να επισκεφθούν άλλους τόπους; Υπάρχει μία τουριστική ανάγκη; Εκ πρώτης όψεως, φαίνεται ότι πρόκειται για ένα ερώτημα αρκετά απλό, όπου η αναφορά και μόνο των καθοριστικών μεταβλητών της τουριστικής ζήτησης θα κάλυπτε επαρκώς. Όμως, ακόμα και σήμερα, τα κίνητρα που καθορίζουν την τουριστική ζήτηση αφορούν έναν τομέα που ουσιαστικά έχει ελάχιστα ερευνηθεί.

Τη συνθετότητα και τη δυσκολία της έρευνας των παραγόντων της τουριστικής ζήτησης διαπίστωσαν αρκετά νωρίς, μόλις το 1972, ο R. Baretje και ο P. Deffert. Στη συνέχεια, διάφοροι ψυχολόγοι και κοινωνιολόγοι, όπως ο Dann (1977, 1981), ο Grompton (1979) και ο Leiper (1984), επιδίωξαν μέσω αξιολογών ερευνών να προσεγγίσουν τις απαντήσεις στο παραπάνω ερώτημα. Το επίκεντρο του λίγο πολύ κοινότυπου πια ερωτήματος είναι ο άνθρωπος και τα βαθύτερα κίνητρα που τον υποκινούν.

Η τουριστική ζήτηση ορίζεται ως η συνισταμένη μίας πληθώρας παραγόντων. Κρίνεται απαραίτητο να ερευνηθεί η φύση, η εξέλιξη και οι μεταξύ των παραγόντων συσχετισμοί, οι οποίοι ανταποκρίνονται αφενός μεν σε μία οικονομική λογική, αφετέρου δε επιτρέπουν την "τουριστική συμμετοχή", η οποία συνδέεται με τους παράγοντες χώρο και χρόνο. Ωστόσο, φαίνεται δύσκολο να ερευνηθούν και να ιεραρχηθούν αυτοί οι παράγοντες που αναφέρονται στον μαζικό τουρισμό. Αυτός χαρακτηρίζεται από την ετερογένεια των τομέων που τον συνθέτουν, στα πλαίσια μίας τριπλής σχέσης:

επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης, εθνικές παραδόσεις, ιδεολογικό πλαίσιο.

Τα άτομα, για να συμμετάσχουν στις τουριστικές μετακινήσεις, θα πρέπει να πληρούν τέσσερις προϋποθέσεις:

- να έχουν χρόνο,
- να διαθέτουν εισοδήματα,
- να έχουν τη δυνατότητα να μετακινηθούν ,
- να έχουν τη διάθεση να μετακινηθούν.

Από ψυχο-κοινωνιολογικής άποψης, ο J. Dumazedier συνόψισε τις λειτουργίες του ελεύθερου χρόνου στα **3D** (Delassement, Divertissement, Development de la Personnalite), τα οποία σημαίνουν: Ανάπαυση, Αναψυχή, Ανάπτυξη της προσωπικότητας (3 A).

Υπό την οπτική γωνία του τουριστικού μάρκετινγκ, η έρευνα των παραγόντων της τουριστικής ζήτησης επιβάλλει μία τμηματοποίηση της αγοράς. Η ηλικία, το εισόδημα, το μορφωτικό επίπεδο, η κοινωνικο-οικονομική κατηγορία κ.λπ. αντιπροσωπεύουν την ομάδα των καθοριστικών ή πρωτογενών παραγόντων, ενώ οι υπόλοιποι αποτελούν την ομάδα των δευτερογενών ή απορρεόντων παραγόντων.

Όμως η απλή ανάλυση των κλασικών κριτηρίων της τμηματοποίησης δεν κρίνεται επαρκής. Θα πρέπει να αναζητηθούν επιπλέον οι υπάρχουσες σχέσεις μεταξύ αυτών των κριτηρίων και των βαθύτερων κινήτρων των τουριστών, οι

οποίες σχετίζονται με την τουριστική ροπή της χώρας υποδοχής. Η τουριστική ροπή της χώρας υποδοχής απεικονίζει τη σφαιρική εκτίμηση όλων των πλεονεκτημάτων καθώς και των μειονεκτημάτων που παρουσιάζει η χώρα σχετικά με τον τουρισμό, προκειμένου να είναι σε θέση να απευθυνθεί σε ένα ή περισσότερα καλά επιλεγμένα τμήματα της αγοράς για συγκεκριμένους λόγους (οικονομικούς, κοινωνικούς, περιβαλλοντικούς, πολιτιστικούς κ.λπ.).

Η προσέγγιση της τουριστικής ζήτησης, η οποία σκιαγραφεί ταυτόχρονα και τη συνθετότητά της, μπορεί να επιτευχθεί μέσω της ανάλυσης τριών μεγάλων κατηγοριών παραγόντων που είναι οι ακόλουθες:

- οι κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες
- οι κοινωνικο-ψυχολογικοί παράγοντες .
- οι παράγοντες που καθορίζουν την τουριστική προσφορά.

5.4.1. Οι κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες

Σ' αυτή την κατηγορία μπορεί να ενταχθούν οι παρακάτω παράγοντες:

Ο ελεύθερος χρόνος

Στα πλαίσια της σύγχρονης ζωής, η έννοια του ελεύθερου χρόνου αποδεικνύεται αρκετά πολυσύνθετη. Οι διακοπές θεωρούνται στο εξής ως μία κοινωνική αναγκαιότητα, η οποία επιδιώκει να επιτύχει μία πιθανή ανάπαυλα που εξισορροπεί την υπάρχουσα στις βιομηχανικές κοινωνίες ένταση και την προκαλούμενη από την εργασία φυσική και πνευματική φθορά.

Οι νέες οργανώσεις του ελεύθερου χρόνου μετέβαλαν σημαντικά και τις δομές της τουριστικής ζήτησης.

Η επιμήκυνση της συντάξιμης περιόδου, η οποία οφείλεται στη μείωση του ορίου της ηλικίας συνταξιοδότησης καθώς και η αύξηση του μέσου όρου της διάρκειας ζωής, δημιούργησαν ένα νέο σημαντικό τμήμα της τουριστικής αγοράς, εκείνο της τρίτης ηλικίας.

Φυσικά, το μεγαλύτερο ποσοστό από αυτούς διαθέτει αρκετό ελεύθερο χρόνο και είναι οικονομικά ανεξάρτητοι.. Σ' αυτό το ποσοστό προστίθενται και οι τουρίστες της τρίτης ηλικίας που προέρχονται από άλλες τουριστικές ζώνες του κόσμου.

Στα πλαίσια της επιμήκυνσης της περιόδου των σπουδών, οι νέοι διαθέτουν επίσης ένα τμήμα του ελεύθερου χρόνου τους για να συμμετάσχουν στις τουριστικές μετακινήσεις.

Οι δύο τελευταίες κατηγορίες τουριστών (τρίτη ηλικία και νέοι) θα πρέπει να μελετηθούν ευρύτερα και ουσιαστικότερα στα πλαίσια της διαμόρφωσης της τουριστικής ζήτησης, καθώς και οι τάσεις τμηματοποίησης του συνολικού χρόνου διακοπών σε μικρότερες περιόδους.

Οι δημογραφικοί παράγοντες

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται κατεξοχήν οι παρακάτω παράγοντες: *α) ο βαθμός αστικοποίησης, β) η ηλικία, γ) η δομή του νοικοκυριού, α. Η αστικοποίηση*

α) ο βαθμός αστικοποίησης

Οι κύριες χώρες προέλευσης των τουριστών διέπονται από ένα σύστημα βιομηχανικών δομών και μία αυξανόμενη αστικοποίηση. Βασικά, πρόκειται για τη δημιουργία ενός τεχνητού περιβάλλοντος, το οποίο επηρεάζει τη διαμόρφωση της προσωπικότητας του ατόμου με πολλούς τρόπους. Η ατομικότητα, ο επαγγελματισμός, η κοινωνική προβολή, η εξαφάνιση της γειτονιάς, οι απρόσωπες σχέσεις αποτελούν μερικές από τις εκφράσεις της ισχύουσας κοινωνικής διαφοροποίησης. Για τους παραπάνω λόγους, ο κάτοικος των αστικών κέντρων θεωρεί ζωτικής σημασίας την "απόδρασή του" από αυτά, συμμετέχοντας στις τουριστικές μετακινήσεις και επιδιώκοντας ταυτόχρονα την ελάττωση του "βαθμού στέρησης" που τον διακατέχει.

Ο βαθμός αστικοποίησης επηρεάζει όχι μόνο το ποσοστό αναχώρησης και κατά συνέπεια την ποσοτική διάρθρωση της ζήτησης, αλλά επηρεάζει επίσης τα κίνητρα και τις μορφές του τουρισμού.

β. Η ηλικία

Η συμπεριφορά του τουρίστα ποικίλλει ανάλογα με την ηλικία του. Οι μεγάλες ηλικίες παρουσιάζουν μεγαλύτερη δυσκολία να συμμετάσχουν στις τουριστικές μετακινήσεις. Ωστόσο, στα πλαίσια του τουριστικού σχεδιασμού και της οργάνωσης του ελεύθερου χρόνου, εκτιμάται ότι η τουριστική πελατεία θα αυξηθεί ταχύτερα, εξαιτίας της μείωσης της γεννητικότητας και θα αποτελείται κατεξοχήν από άτομα μεταξύ είκοσι πέντε και σαράντα τεσσάρων ετών και μεγαλύτερα των εξήντα πέντε ετών.

Η ηλικία αποτελεί έναν καθοριστικό παράγοντα όσον αφορά στην επιλογή του είδους των διακοπών, του μεταφορικού μέσου, του είδους και της κατηγορίας του τουριστικού καταλύματος. Έτσι, οι νέοι, για παράδειγμα, παρουσιάζουν υψηλή κινητικότητα κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, ταξιδεύουν ανεξάρτητα των οικογενειών τους και συχνά θεωρούνται πρωτοπόροι επιλέγοντας μακρινούς τουριστικούς προορισμούς.

Η συμπεριφορά όμως των παραπάνω πληθυσμιακών ομάδων (τρίτη ηλικία, νέοι) μεταβάλλεται ανάλογα με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά. Οι δημογραφικές διακυμάνσεις στις χώρες προέλευσης των τουριστών μεταβάλλουν την πυραμίδα των ηλικιών, καθώς και τη σχέση: ενεργός πληθυσμός / ανενεργός πληθυσμός. Κατ' αυτό τον τρόπο, στα πλαίσια των δημογραφικών εξελίξεων που πραγματοποιούνται στις βιομηχανικές χώρες, παρατηρείται: Μείωση του ποσοστού των γάμων και μετατόπιση της ηλικίας σύναψης γάμου και μείωση της γεννητικότητας και γήρανση των πληθυσμών.

Τα δύο αυτά χαρακτηριστικά πιστοποιούν σημαντικές αλλαγές σχετικά με το συνολικό χρόνο των διακοπών και του τρόπου διάθεσής του για μεγάλα τμήματα του πληθυσμού. Συνεπώς, είναι σε θέση να επιφέρουν αρκετές ποσοτικές και ποιοτικές διαφοροποιήσεις στην ισχύουσα διάρθρωση της τουριστικής ζήτησης.

γ. Η δομή του νοικοκυριού

Η δομή του νοικοκυριού επιδρά σημαντικά σε δύο ουσιαστικούς παράγοντες, που επηρεάζουν ποικιλοτρόπως τη διάρθρωση της τουριστικής ζήτησης. Ο πρώτος παράγοντας αφορά στον ελεύθερο χρόνο και ο δεύτερος στο εισόδημα.

Η δομή του νοικοκυριού οφείλει τη σύγχρονη μορφή της σε μία σειρά εξελικτικών διαδικασιών, απόρροια του τεχνοκρατικού πολιτισμού των χωρών προέλευσης των τουριστών.

Αυτές είναι οι παρακάτω:

- Η ύπαρξη διπλής δραστηριότητας στους κόλπους του νοικοκυριού (εργαζόμενος άνδρας και γυναίκα).
- Ο πολλαπλασιασμός των νοικοκυριών χωρίς παιδιά.
- Η αύξηση των νοικοκυριών χωρίς καμία δραστηριότητα.
- Η αύξηση του αριθμού των ανύπαντρων ατόμων.
- Η αύξηση του αριθμού των διαζευγμένων ατόμων.

Αυτές οι εξελίξεις προκαλούν σημαντικές μεταβολές στη διάρθρωση της τουριστικής ζήτησης, δημιουργώντας νέες τμηματοποιήσεις των τουριστικών αγορών.

Το εισόδημα

Η ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου είναι απόρροια του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων των χωρών προέλευσης των τουριστών. Αυτή διάκειται ανάλογα προς το εισόδημα και αντιστρόφως ανάλογα προς το κόστος

διαβίωσης. Συνεπώς, το ποσοστό αναχώρησης για διακοπές σχετίζεται άμεσα με το επίπεδο του εισοδήματος και αυξάνεται παράλληλα με τις αυξήσεις του.

Η κατάταξη των κυριότερων χωρών προέλευσης των τουριστών στην ομάδα των ανεπτυγμένων χωρών τούς εγγυάται μία οικονομική ευημερία και εξασφαλίζει στους κατοίκους τους ένα υψηλό κατά κεφαλήν εισόδημα, το οποίο με τη σειρά του διασφαλίζει υψηλά ποσοστά αναχώρησης για διακοπές. Κατ' αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται σε μεγάλο βαθμό ο εκδημοκρατισμός των τουριστικών μετακινήσεων και το πέρασμα του τουρισμού από τα αγαθά πολυτελείας, όπως εθεωρείτο πριν, στα αγαθά πρώτης ανάγκης.

Το ποσοστό αναχώρησης για διακοπές, το οποίο διαμορφώνεται από το ύψος του εισοδήματος, επηρεάζεται άμεσα από το μέγεθος του νοικοκυριού, με αποτέλεσμα τη δημιουργία μίας σειράς επιδράσεων στο ίδιο το ποσοστό αναχώρησης, τον τύπο και την κατηγορία του καταλύματος, καθώς και στη χρονική διάρκεια των διακοπών.

Η σπουδαιότητα όμως του εισοδήματος δεν περιορίζεται μόνο στη χώρα προέλευσης των τουριστών και στα ποσοστά αναχώρησης για διακοπές. Αφορά επίσης και στις χώρες υποδοχής, εφόσον το εισόδημα καθορίζει τον τύπο των διακοπών, την περιοχή υποδοχής, την απόσταση, τον τύπο και την κατηγορία του τουριστικού καταλύματος, την animation κ. λπ. Ουσιαστικά, συμβάλλει στην ποσοτική και ποιοτική προσαρμογή της τουριστικής προσφοράς στις απαιτήσεις της τουριστικής ζήτησης. Επομένως, το τουριστικό φαινόμενο εμφανίζεται στενά συσχετιζόμενο με την ιεράρχηση των εισοδημάτων και την ταξινόμηση των τουριστών σε κοινωνικά στρώματα.

Η κοινωνικο-επαγγελματική κατηγορία

Ο ρόλος αυτού του παράγοντα χαρακτηρίζεται κατεξοχήν "διορθωτικός". Ωστόσο, η σημασία του είναι μεγάλη, γιατί ασκεί μία σειρά επιδράσεων στο ποσοστό αναχώρησης και στη μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών. Από έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί, προκύπτει ότι τα ανώτατα στελέχη και οι ελεύθεροι επαγγελματίες παρουσιάζουν τα υψηλότερα ποσοστά αναχώρησης για διακοπές, ενώ αντίθετα το χαμηλότερο ποσοστό εντοπίζεται στους αγρότες. Φυσικά, ο βαθμός αστικοποίησης σχετίζεται άμεσα με τις κοινωνικο-οικονομικές κατηγορίες και παίζει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των ποσοστών αναχώρησης.

Οι τιμές

Η τουριστική αγορά, όπως οποιαδήποτε άλλη αγορά, παρουσιάζεται ιδιαίτερα ευαίσθητη στις τιμές και τις διακυμάνσεις τους. Ο τουριστικός τομέας, εκ φύσεως ετερογενής, παρεμβαίνει σ' όλους τους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας, αποσκοπώντας στην ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών-καταναλωτών. Ως εκ τούτου, φαίνεται να επηρεάζεται από την άνοδο των τιμών, οι οποίες είναι λιγότερο ή περισσότερο αισθητές στους κόλπους μίας εθνικής οικονομίας. Σ' αυτό το πλαίσιο, λαμβάνοντας υπόψη μία διπλή παράμετρο, το επίπεδο των τουριστικών τιμών και τις διακυμάνσεις τους, η ζήτηση, η οποία είναι στενά συνδεδεμένη με το ύψος των εισοδημάτων και τον προϋπολογισμό των διακοπών, φαίνεται να επηρεάζεται άμεσα.

Παρ' όλες τις ευαισθησίες που παρουσιάζει η τουριστική ζήτηση στις διακυμάνσεις των τιμών, οι δυνητικοί τουρίστες, προκειμένου να συμμετάσχουν στις τουριστικές μετακινήσεις, για μία πληθώρα από λόγους, όπως ο τρόπος ζωής, το εισόδημα, ο βαθμός αστικοποίησης, η ηλικία κ.λπ., είναι διατεθειμένοι να υποστούν εν μέρει τις επιβαρύνσεις αυτών των διακυμάνσεων.

Μερικές εμπειρικές διαπιστώσεις επιβεβαιώνουν ότι μερικά ιδιόμορφα χαρακτηριστικά της τουριστικής δραστηριότητας μπορούν να ελαττώσουν την ευαισθησία της ζήτησης έναντι των διακυμάνσεων των τιμών.

Η άποψη ότι το επίπεδο των τιμών κατέχει σημαντικό ρόλο στην επιλογή των τουριστικών προορισμών είναι γενικώς αποδεκτή και επιβεβαιώνεται από την εξέλιξη των διεθνών τουριστικών ροών.

5.4.2 Οι κοινωνικο-ψυχολογικοί παράγοντες

Στα πλαίσια μίας δυναμικής προσέγγισης της τουριστικής ζήτησης, οι κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες ερμηνεύουν μερικώς τη συμπεριφορά των καταναλωτών. Γι' αυτό συμπληρώνονται από τους υποκειμενικούς, κοινωνικο-ψυχολογικούς παράγοντες, οι οποίοι καθορίζουν τις προτιμήσεις και τις επιθυμίες των τουριστών έναντι του προϊόντος. Εάν εξαιρέσουμε τους κοινωνικο-οικονομικούς παράγοντες, η απάντηση στο ερώτημα "γιατί τα άτομα ταξιδεύουν" βρίσκεται στα βαθύτερα αίτια που τα ωθούν να συμμετάσχουν στην τουριστική μετακίνηση. Η ψυχολογική ανάλυση των κινήτρων του ταξιδιού αποδεικνύει ότι συχνά οι τουρίστες αδυνατούν να συνειδητοποιήσουν την ύπαρξή τους και συνεπώς την πραγματική τους διάσταση.

Ο σύγχρονος τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως παράγοντας κοινωνικής ισορροπίας, που συμβάλλει στην αμοιβαία γνωριμία ατόμων και λαών.

Ταυτόχρονα, μπορεί να θεωρηθεί και ως φαινόμενο μιμητισμού καταναλωτικών μοντέλων που ανήκουν σε άτομα ανωτέρων κοινωνικών τάξεων.

Πηγή: *Opinion Research Corporation*

Ο Abbey, μέσω μίας έρευνας που πραγματοποίησε για λογαριασμό ορισμένων Tour-Operators, διέκρινε δώδεκα μεταβλητές του "τρόπου ζωής", οι οποίες επιτρέπουν μία καλύτερη καταγραφή των προτιμήσεων των τουριστών και μία ακριβέστερη γνώση των τμημάτων της αγοράς.

Οι δώδεκα μεταβλητές του "τρόπου ζωής" σχετικά με τα ταξίδια

1. Ο τουρίστας που προτιμά τις οικογενειακές διακοπές. Οι οικογένειες που πραγματοποιούν ταυτόχρονα τις διακοπές τους είναι ευτυχισμένες οικογένειες.

2. Ο τουρίστας, που προτιμά τις οικονομικές διακοπές. Παραμένει στα πιο οικονομικά ξενοδοχεία κατά τη διάρκεια των διακοπών του.

3. Ο τουρίστας χωρίς εμπιστοσύνη. Προτιμά την αγορά ενός "package tour", γιατί στερείται εμπιστοσύνης να πάρει ο ίδιος όλες τις αποφάσεις.

4. Ο οργανωμένος τουρίστας. Διαπιστώνει ότι οι μη οργανωμένες και σχεδιασμένες διακοπές είναι οι λιγότερο επιτυχείς.

5. Ο τουρίστας που αναζητά ένα status. Αισθάνεται ευχαριστημένος ταξιδεύοντας σε τόπους που οι φίλοι του δεν επισκέφθηκαν ποτέ.

6. Ο τουρίστας που αγαπά την ιστορία. Του αρέσει να ταξιδεύει σε τόπους τουριστικού ενδιαφέροντος κατά τη διάρκεια των διακοπών του.

7. Ο τουρίστας που ενδιαφέρεται για τη νυχτερινή ζωή. Κατά τη διάρκεια των διακοπών του προτιμά να περάσει μία ήσυχη βραδιά, παρά να επισκεφθεί μία ντισκοτέκ

8. Ο κοινωνικός τουρίστας. Συχνά επιλέγει για τόπο διακοπών τα πολυσύχναστα μέρη, γιατί του αρέσει να περιφέρεται στο πλήθος.

9. Ο οικολόγος τουρίστας. Εάν έχει τη δυνατότητα να επιλέξει, προτιμά να περάσει τις διακοπές του στη φύση.

10. Ο τουρίστας διανοούμενος. Κατά τη διάρκεια των διακοπών του, η δυνατότητα που του δίνεται να εμβαθύνει τις γνώσεις του σ' ένα θέμα τον ευχαριστεί πολύ.

11. Ο τουρίστας που ενδιαφέρεται για τον πολιτισμό.

12. Ο τουρίστας που αγαπά τον αθλητισμό. Δεν τον ενδιαφέρουν οι διακοπές κατά τη διάρκεια των οποίων δεν υπάρχει καμία αθλητική δραστηριότητα.

Μία εκτενέστερη παρουσίαση των κοινωνικο-ψυχολογικών παραγόντων της τουριστικής ζήτησης μπορεί να επιτευχθεί στα πλαίσια μίας επιμέρους ανάλυσης των τουριστικών κινήτρων. Αυτή περιλαμβάνει τους εξής παράγοντες:

1. κοινωνικοί παράγοντες

2.προσωπικοί παράγοντες : η ανάγκη της φύσης , η ανάγκη του παιχνιδιού, η ανάγκη της επικοινωνίας και της γιορτής , η ανάγκη αλλαγής του χώρου , η ανάγκη της ασφάλειας .

3. πολιτιστικοί παράγοντες.

Οι παράγοντες που σχετίζονται με το τουριστικό προϊόν

Η ικανοποίηση των βαθύτερων αναγκών και επιθυμιών των τουριστών οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στο ίδιο τουριστικό προϊόν της ζώνης υποδοχής. Η επιλογή του τόπου υποδοχής από τους τουρίστες πραγματοποιείται σε συσχετισμό με μια ομάδα παραγόντων που χαρακτηρίζουν την τουριστική προσφορά. Αυτοί οι παράγοντες παρατίθενται παρακάτω:

α. Η απόσταση και η προσπελασιμότητα.

β. Οι σχέσεις μεταξύ χωρών προέλευσης και υποδοχής των τουριστών (πολιτιστικές, εθνικές, ιστορικές, γλωσσικές, πολιτικές, διπλωματικές κτλ.).

γ. Το επίπεδο των τιμών, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες και το κόστος ζωής στη χώρα υποδοχής.

δ. Ο βαθμός αποτελεσματικότητας της πληροφόρησης και της προβολής-προώθησης της χώρας υποδοχής στις χώρες προέλευσης των τουριστών.

ε. Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι καθώς και οι τουριστικές υπηρεσίες (τουριστική υποδομή και τουριστική ανωδομή), δηλαδή η τουριστική προσφορά της χώρας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

6.1. Τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος

Η "προσφορά" οικονομικά ορίζεται ως η ποσότητα των αγαθών και των υπηρεσιών που μπορούν να διοχετευτούν στην αγορά σε μια συγκεκριμένη τιμή.

Η τουριστική προσφορά αντιπροσωπεύει το σύνολο των αγαθών και των υπηρεσιών που προτείνονται στον καταναλωτή, για να ικανοποιήσει μια σειρά αναγκών που χαρακτηρίζονται ως τουριστικές. Δεδομένης όμως της ετερογένειας που χαρακτηρίζει τον τουριστικό τομέα, φαίνεται αρκετά δύσκολο να καθορίσουμε με ακρίβεια τα τουριστικά προϊόντα τα οποία παράγει και ομαδοποιεί η προοπτική των "διακοπών". Ως εκ τούτου, αναδεικνύεται αναγκαίο να προσδιορίσουμε εννοιολογικά το τουριστικό προϊόν, λαμβάνοντας υπόψη τη φύση του τουριστικού τομέα και τις ιδιαιτερότητες παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων. Διακρίνουμε δύο κατηγορίες προϊόντων:

α. Το σφαιρικό ή γενικό τουριστικό προϊόν, το οποίο αντιπροσωπεύουν οι διακοπές, δηλαδή ο χρόνος παραγωγής-διάθεσης και κατανάλωσης των αγαθών και υπηρεσιών που επιθυμούν και επιδιώκουν να καταναλώσουν οι τουρίστες.

β. Τα τουριστικά υπό-προϊόντα, τα οποία αποτελούν τα τμήματα του σφαιρικού τουριστικού προϊόντος. Ως τουριστικά υποπροϊόντα θεωρούνται τα τουριστικά καταλύματα, οι μεταφορές, η αναψυχή κτλ., τα οποία αποκαλούνται ως επί το πλείστον τουριστικά προϊόντα. Στο πλαίσιο της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής ή μιας χώρας, το τουριστικό προϊόν αντιπροσωπεύεται από την τουριστική προσφορά της συγκεκριμένης περιοχής ή χώρας, δηλαδή το σύνολο των τουριστικών πόρων που τη χαρακτηρίζουν.

Σχετικά με τα γραφεία ταξιδίων, το "τουριστικό προϊόν" αναφέρεται στην παραγωγή και στη διάθεση ενός "οργανωμένου ταξιδιού" (package tour).

Το τουριστικό προϊόν εκ φύσεως θεωρείται ετερογενές. Ωστόσο, ο τουρισμός φαίνεται να αντιπροσωπεύει ένα σύνθετο προϊόν, το οποίο ουσιαστικά είναι μείγμα υλικών (θάλασσα, τουριστικά καταλύματα, υποδομές κτλ.) και άυλων στοιχείων (ήλιος, κλίμα, image κτλ.).

Επομένως, ο τουρισμός μπορεί να ταξινομηθεί στους λεγόμενους μεικτούς τομείς. Αυτή η ιδιομορφία του γεννά και μια σειρά από χαρακτηριστικά, τα οποία παρατίθενται παρακάτω.

α. Η αδυναμία αποθήκευσης του τουριστικού προϊόντος: Το τουριστικό προϊόν, στο σύνολό του, χαρακτηρίζεται από την κατανάλωση χώρου (τόπος υποδοχής), ήλιου, τουριστικών καταλυμάτων, υπηρεσιών αναψυχής,

αναμνηστικών δώρων κτλ. Η λειτουργία της κατανάλωσης οριοθετεί την ύπαρξη του σφαιρικού τουριστικού προϊόντος, το οποίο παράγεται και καταναλώνεται μετά από τη ζήτηση που δημιουργεί η ίδια η παρουσία του πελάτη.

β. Η ανελαστικότητα του τουριστικού προϊόντος: Μια αύξηση της τουριστικής ζήτησης ή μια άνοδος των τιμών των τουριστικών υπηρεσιών δε συνεπάγεται παράλληλη αναλογική αύξησή τους. Αυτές χαρακτηρίζονται περιορισμένες και προσδιορίζονται από την ικανότητα υποδοχής της χώρας, η οποία προσδιορίζεται από τον αριθμό των τουριστικών καταλυμάτων, τη μεταφορική ικανότητα των μεταφορικών μέσων, τον αριθμό και το μέγεθος των τουριστικών συγκεντρώσεων κτλ.

Δηλαδή, η ζήτηση επιπλέον κλινών ή ποιοτικών υπηρεσιών ή ειδικευμένου προσωπικού τη χρονική περίοδο Χ προσκρούει σε μια ανελαστική προσφορά. Δεν μπορούν να παραχθούν τη στιγμή που ζητούνται τα συγκεκριμένα αγαθά και οι υπηρεσίες.

Απαιτούνται επενδύσεις, οι οποίες μπορούν στο μεσοπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα να ικανοποιήσουν αυτές τις απαιτήσεις της τουριστικής ζήτησης, μετατρέποντας ταυτόχρονα τη διάρθρωσή της.

γ. Το τουριστικό προϊόν δε χαρακτηρίζεται από μεγάλο βαθμό αυτοματισμού: Οι τουριστικές δραστηριότητες χαρακτηρίζονται ως εντάσεως εργασίας και είναι δύσκολο να μιλήσουμε στην παρούσα περίοδο για τη χρήση αυτοματισμού σ' εκτεταμένη κλίμακα. Θα πρέπει ωστόσο να υπογραμμίσουμε τη χρήση των συστημάτων μηχανοργάνωσης και των Η/Υ στη διαχείριση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων.

δ. Το τουριστικό προϊόν καταναλώνεται στον τόπο παραγωγής:

Το τουριστικό προϊόν δεν μπορεί να αποσταλεί στον τόπο προέλευσης του τουρίστα και να καταναλωθεί εκεί. Αυτό απαιτεί τη μετακίνηση του τουρίστα από τον τόπο μόνιμης παραμονής του στον τόπο υποδοχής, για να καταναλώσει τα τουριστικά προϊόντα. Τόσο τα υλικά (θάλασσα, ξενοδοχειακά καταλύματα κτλ.) όσο και τα άυλα στοιχεία (ήλιος, κουλτούρα κτλ.) που τα χαρακτηρίζουν διακρίνονται για τη χωρική τους ακινησία.

ε. Η παραγωγή και η κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος πραγματοποιείται ταυτόχρονα και στον ίδιο χώρο: Μια διανυκτέρευση, ένα γεύμα, ένας αγώνας τένις παράγονται και καταναλώνονται ταυτόχρονα, μια χρονική στιγμή, σ' ένα συγκεκριμένο χώρο (ξενοδοχείο, εστιατόριο, γήπεδο τένις). Αυτά προϋποθέτουν αφενός μεν την παρουσία του τουρίστα, αφετέρου

δε την ύπαρξη μιας κατάστασης ετοιμότητας υποδοχής του τουρίστα εκ μέρους των τουριστικών υπηρεσιών. Η εγγραφή ενός ατόμου στις λίστες ενός γραφείου ταξιδιών, όσον αφορά τη μελλοντική κατανάλωση ενός οργανωμένου ταξιδιού, του δίνει τη δυνατότητα μόνο μελλοντικής χρήσης των τουριστικών υπηρεσιών, αλλά όχι δυνατότητα άμεσης κατανάλωσής τους.

στ, Η κατανάλωση των τουριστικών υπηρεσιών επιφέρει την καταστροφή τους: Μετά το τέλος των διακοπών, εκτός ίσως από την αγορά αναμνηστικών δώρων και την εμφάνιση του "απαραίτητου" φωτογραφικού υλικού, οι μόνες άυλες αξίες που σχετίζονται με το κίνητρο της μετακίνησης και την περίοδο διεξαγωγής των διακοπών και οι οποίες συνοδεύουν τα άτομα είναι οι "εμπειρίες" και οι "αναμνήσεις",

ζ, Τα τουριστικά υπό-προϊόντα μπορούν να υποκατασταθούν μεταξύ τους: Το διαθέσιμο εισόδημα για διακοπές είναι συχνά καθοριστικός παράγοντας για να υποκατασταθεί ένα ξενοδοχείο πρώτης κατηγορίας με ένα τρίτης, το αεροπλάνο με το αυτοκίνητο ή το τρένο, οι διακοπές στο εξωτερικό με τις διακοπές στο εσωτερικό κτλ.

η. Τα τουριστικά υπό-προϊόντα χαρακτηρίζονται ως συμπληρωματικά: Παρ' όλο που το τουριστικό προϊόν είναι ετερογενές, μεταξύ των διαφόρων υπό-προϊόντων παρατηρείται μια συμπληρωματικότητα. Ο τουρίστας μπορεί να συνθέσει από μόνος του το σφαιρικό τουριστικό προϊόν, χωρίς ωστόσο να είναι σε θέση να αλλοιώσει τη μορφή και το χαρακτήρα των τουριστικών υπό-προϊόντων, τα οποία παραμένουν όπως έχουν, Σ' αυτό το σημείο θα πρέπει να υπογραμμίσουμε ότι αυτό το χαρακτηριστικό αποτελεί μία από τις βασικές αιτίες που αποκαλούμε αρκετά συχνά ως τουριστικά προϊόντα τα υπάρχοντα τουριστικά υπό-προϊόντα,

Η συμπληρωματικότητα που διακρίνει τα τουριστικά προϊόντα καθώς και ο μεγάλος τους αριθμός δημιουργούν αρκετά συχνά προβλήματα όσον αφορά την ποιοτική τους διάσταση. Φαίνεται λοιπόν δύσκολο να παραχθεί η ίδια ποιότητα για ένα συγκεκριμένο προϊόν, εφόσον ο αριθμός των παρεμβαλλόμενων προϊόντων είναι μεγάλος. Η συμπληρωματικότητα ωστόσο δεν αφορά μόνο τις τουριστικές επιχειρήσεις, αλλά και τις σχέσεις που αυτές διαμορφώνουν με τους υπάρχοντες τουριστικούς πόρους,

6.2. Οι ταξινομήσεις του τουριστικού προϊόντος

Σε μια γενικότερη προσέγγιση, το τουριστικό προϊόν μιας περιοχής ή μιας χώρας, δηλαδή η τουριστική προσφορά, δεδομένης της ετερογένειας που την

χαρακτηρίζει, μπορεί να διακριθεί σε μια πληθώρα διαφορετικών στοιχείων που την απαρτίζουν.

Συνήθως διακρίνουμε τις ακόλουθες δύο μεγάλες κατηγορίες:

α. Την πρωτογενή τουριστική προσφορά, η οποία περιλαμβάνει τους "τουριστικούς πόρους", που αποτελούν τη βάση της τουριστικής δραστηριότητας (πλαζ, χλωρίδα και πανίδα, μνημεία, πολιτισμός κτλ.).

β. Τη δευτερογενή ή απορρέουσα τουριστική προσφορά, η οποία περιλαμβάνει τις διάφορες υποδομές που δημιουργήθηκαν μερικά ή ολικά από τον άνθρωπο για να διευκολυνθεί η εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων. Βασικά, αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει τους γενικούς εξοπλισμούς καθώς και τους τουριστικούς εξοπλισμούς μιας περιοχής (αεροδρόμια, οδικό δίκτυο, τηλεπικοινωνίες, γραφεία ταξιδίων, ξενοδοχεία κτλ.).

6.2.1. Η πρωτογενής τουριστική προσφορά

Αυτή αποτελείται από τους φυσικούς και ανθρώπινους πόρους και καθορίζει κατεξοχήν το βαθμό ελκυστικότητας ορισμένων περιοχών μιας χώρας, καθώς και τη δυνατότητά τους να αναπτυχθούν τουριστικά. Ο εννοιολογικός προσδιορισμός των τουριστικών πόρων μπορεί να περιλαμβάνει κάθε φυσικό στοιχείο, κάθε ανθρώπινη δραστηριότητα ή κάθε προϊόν της ανθρώπινης δραστηριότητας που είναι σε θέση να προκαλέσουν την τουριστική μετακίνηση.

6.2.2. Η δευτερογενής ή απορρέουσα τουριστική προσφορά

Οι φυσικοί πόροι καθώς και οι πόροι που οφείλονται στην ανθρώπινη δραστηριότητα θα στερούνταν τουριστικής χρησιμότητας, εάν τα άτομα δεν είχαν τη δυνατότητα αφενός μεν να μετακινηθούν προς αυτούς, αφετέρου δε να παραμείνουν πλησίον αυτών. Συνεπώς, η δευτερογενής τουριστική προσφορά αποτελεί δυναμικό στοιχείο του τουριστικού συστήματος, το οποίο ενεργοποιεί την τουριστική ζήτηση και προσαρμόζεται συνεχώς στις μεταβολές της. Διακρίνουμε τη δευτερογενή τουριστική προσφορά σε δύο μεγάλες κατηγορίες, α) το γενικό εξοπλισμό ή γενικές εγκαταστάσεις, και β) τις τουριστικές εγκαταστάσεις.

6.2.2.1. Οι γενικές εγκαταστάσεις

Αυτές αφορούν όλες εκείνες τις εγκαταστάσεις και τους οργανισμούς, δημόσιους και ιδιωτικούς, οι οποίοι συμβάλουν στη βελτίωση της ζωής των κατοίκων μιας χώρας, χωρίς να αναφερόμαστε στην τουριστική δραστηριότητα. Θα πρέπει ωστόσο να υπογραμμίσουμε ότι η ύπαρξή τους και η λειτουργία τους διευκολύνει, και σε μεγάλο βαθμό επιτρέπει, την ύπαρξη τουριστικών δραστηριοτήτων. Σ' αυτή την κατηγορία μπορούμε να συμπεριλάβουμε:

Τις επικοινωνίες και τα μεταφορικά μέσα (αερομεταφορές, οδικές, σιδηροδρομικές, ακτοπλοϊκές μεταφορές).

Τα δίκτυα ύδρευσης, ηλεκτροδότησης, αποχέτευσης, συγκομιδής των απορριμμάτων.

Τις τηλεπικοινωνίες και τα ταχυδρομεία.

Τα εμπορικά καταστήματα, τα σουπερμάρκετ κτλ. Τις διοικητικές υπηρεσίες, το σύστημα υγείας, εκπαίδευσης, δημόσιας ασφάλειας κτλ.

Η παραπάνω διάρθρωση του γενικότερου εξοπλισμού σχετίζεται άμεσα με το βαθμό οικονομικής ανάπτυξης μιας περιοχής και, χωρίς να απευθύνεται αποκλειστικά στον τουρισμό, τον διευκολύνει σημαντικά. Χαρακτηρίζεται ωστόσο ανεπαρκής κατά την περίοδο αιχμής. Αν η ύπαρξη του γενικού εξοπλισμού κρίνεται απαραίτητη για το μαζικό οργανωμένο τουρισμό, ορισμένα τουριστικά προϊόντα βασίζουν τη δημιουργία τους και την ανάπτυξή τους στην έλλειψη αυτών των υποδομών.

6.2.2.2. Οι τουριστικές εγκαταστάσεις

Αυτές δημιουργήθηκαν ειδικά για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες της τουριστικής ζήτησης και αποτελούν κατεξοχήν τη δευτερογενή τουριστική προσφορά. Σ' αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται τα τουριστικά καταλύματα, οι εγκαταστάσεις εστίασης, ψυχαγωγίας, αναψυχής κτλ.

Τουριστικά καταλύματα

Τουριστικά καταλύματα είναι οι επιχειρήσεις υποδοχής οι οποίες κανονικά ή περιοδικά προσφέρουν στους πελάτες υπηρεσίες διαμονής, καθώς και άλλες συναφείς προς τη διαμονή υπηρεσίες, όπως εστίαση, ψυχαγωγία, άθληση κτλ. Τα τουριστικά καταλύματα περιλαμβάνουν όχι μόνο τα ξενοδοχεία και τις άλλες παραδοσιακές μορφές διαμονής (π.χ. μοτέλ), αλλά και χωριά διακοπών, κάμπινγκ, ξενώνες, καταλύματα συνεχής ή εποχικού χαρακτήρα κτλ. Επίσης περιλαμβάνουν και άλλες κατηγορίες καταλυμάτων, η λειτουργία των οποίων περιορίζεται κυρίως στην περίοδο αιχμής, όπως επιπλωμένα διαμερίσματα, βίλες και ενοικιαζόμενα δωμάτια. και ομοειδή καταλύματα υποδοχής" .

Οι εγκαταστάσεις αναψυχής επιτρέπουν αφενός τη μεγαλύτερη επαφή του τουρίστα με τους τουριστικούς πόρους και συνεπώς τη μεγαλύτερη ικανοποίησή του, αφετέρου την καλύτερη εκμετάλλευση των πόρων. Επίσης επιτρέπει την animation στα τουριστικά καταλύματα.

Ο αριθμός των συμμετεχόντων σε δραστηριότητες animation θα πρέπει να έχει υπολογιστεί με μεγάλη προσοχή, γιατί η χρήση τους δεν χαρακτηρίζεται αναγκαία και συνεπώς η οικονομική τους αποδοτικότητα θεωρείται ασταθής. Τις εγκαταστάσεις αναψυχής μπορούμε να τις διακρίνουμε σε τέσσερις μεγάλες ομάδες:

α. Τις εγκαταστάσεις που σχετίζονται με τη φύση: μονοπάτια πεζοπορίας, φυσικά πάρκα, ζωολογικά πάρκα, ωκεανογραφικά μουσεία.

β. Τις αθλητικές εγκαταστάσεις - Θαλάσσια σπορ: μαρίνες και σχολές θαλάσσιου σκι,

κτλ.

- Υπαίθρια σπορ: γήπεδα τένις, γκολφ, βόλεϊ, μίνι-γκολφ ή ποδοσφαίρου, πισίνες,

- Χειμερινά σπορ: μηχανικοί αναβατήρες, πίστες του σκι, σχολές σκι κτλ.

- Ιππικά σπορ: ιππικά κέντρα, σχολές κτλ.

γ. Τις πολιτιστικές εγκαταστάσεις: θέατρα, αίθουσες θεαμάτων, δ. Τις εγκαταστάσεις αναψυχής: καζίνο, ντισκοτέκ, αίθουσες χορού, κλαμπ, μπαρ κτλ.

Η αναζήτηση δραστηριοτήτων υιοθετείται όλο και περισσότερο από την τουριστική συμπεριφορά, γεγονός που φανερώνει ότι οι σύγχρονοι τουρίστες δεν περιορίζονται όπως πριν σ' ένα παθητικό τύπο διακοπών. Η animation αποτελεί πλέον ένα αναπόσπαστο τμήμα της τουριστικής προσφοράς.

Μπαίνοντας στον 21^ο αιώνα ο Ελληνικός Τουρισμός βρίσκεται σε ένα μεγάλο σταυροδρόμι. Την αιτία των αρνητικών επιπτώσεων, θα πρέπει να την αναζητήσουμε στην αλλαγή νοοτροπίας των τουριστών, τις διανυκτερεύσεις, την οικονομική συγκυρία, κλπ.

Μήπως οι Tour Operators ανεβοκατεβάζουν επιμέρους προορισμούς ευνοώντας τότε το ένα νησί και τότε το άλλο; Ας δούμε τα επιμέρους στοιχεία:

2000	2001	2002	2003	2004	2005
30.455	25.145	14.047	15.559	15.025	13.389

Αν συμπληρώσουμε αυτό τον πίνακα με την εξέλιξη των αφίξεων με τα επιμέρους στοιχεία ΕΣΥΕ 2001-2003, έχουμε μια συνολική εικόνα από το 2001-2005

2001	2002	2003	2004 ΙΤΕΠ	2005 ΙΤΕΠ	% 05/04
25.145	14.047	14.906	15.466	13.389	- 13,84%

Τα στοιχεία αποτελούν το 70% περίπου του συνόλου, αλλά, δεν παύουν να φωτίζουν μια πλευρά της ανάλυσης. Τα στοιχεία από 2001-2005 πρέπει να μας απασχολήσουν σε βάθος, καθώς, και οι επιμέρους παράμετροι, και πρέπει όλοι να βοηθήσουμε σε αυτό με βάση τα επίσημα στοιχεία από το 2004-2005 που όσο δεν δημοσιοποιούνται βαδίζουμε στα τυφλά.

7. ΤΟΠΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΧΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Στα πλαίσια της τοπικής αυτοδιοίκησης στη Χίο, λειτουργεί Γραφείο Τουρισμού, το οποίο προσπαθεί να συμβάλλει στην γενικότερη τουριστική ανάπτυξη του νησιού. Μέσω του Γραφείου Τουρισμού ο επισκέπτης μπορεί να πάρει χρήσιμες πληροφορίες για:

- ΰ Αξιοθέατα, μνημεία όλου του νησιού.
- ΰ Μουσεία, πολιτιστικές εκδηλώσεις.
- ΰ Δρομολόγια πλοίων και αεροπλάνων.
- ΰ Εσωτερικές συγκοινωνίες του νησιού.
- ΰ Τιμές ξενοδοχείων, κρατήσεις.

Το τουριστικό προϊόν της Χίου χαρακτηρίζεται από ορισμένα δυνατά σημεία στα οποία η Τοπική Αυτοδιοίκηση θα πρέπει να στοχεύσει. Παράλληλα θα πρέπει όλοι να συνειδητοποιήσουν ότι επιβάλλεται να αντιμετωπιστούν αποτελεσματικά και να ξεπεραστούν μέσα από το πνεύμα της συλλογικότητας και της συναίνεσης τα προβλήματα και οι αδυναμίες που αντιμετωπίζει τη σημερινή εποχή ο τουριστικός τομέας στη Χίο. Ταυτόχρονα θα πρέπει να γίνει κοινή συνείδηση ότι κάθε τουριστικός τόπος δεν αποτελεί από μόνος του παγκόσμιο χάρτη και δεν είναι σωστό να αγνοούνται από τους αρμόδιους φορείς οι εξελίξεις και οι αλλαγές που πραγματοποιούνται στο διεθνές περιβάλλον. Οι αλλαγές οι οποίες αποτελούν ευκαιρίες αλλά και απειλές, επιβάλλεται να ληφθούν πολύ σοβαρά υπόψη στη διαμόρφωση της στρατηγικής του τουριστικού τομέα. Συγκεκριμένα έχουμε:

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΠΙΟΥ

- § Η ομορφιά και η ποικιλία της Χίου
- § Η πλούσια ιστορική και πολιτισμική της κληρονομιά
- § Το καλό κλίμα
- § Οι δυνατότητες για την ανάπτυξη ποικίλων δραστηριοτήτων
- § Μικρές αποστάσεις
- § Εύκολα προσβάσιμος τόπος
- § Η φιλοξενία και η φιλικότητα του ντόπιου πληθυσμού
- § Αναπτυγμένη υποδομή
- § Καθιερωμένος τουριστικός προορισμός
- § Ασφάλεια

ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΠΙΟΥ

- § Τυποποίηση προϊόντος και υπηρεσιών
- § Ημιτελές προϊόν
- § Υψηλά κόστη

- § Ιεράρχηση προτεραιοτήτων για επενδύσεις σε αναπτυξιακά έργα, οι οποίες δε συμβαδίζουν με τις προτεραιότητες του τουρισμού
- § Κρούσματα αισχροκέρδειας (νοοτροπία εύκολου κέρδους)
- § Αύξησης αντικοινωνικής συμπεριφοράς του ντόπιου πληθυσμού
- § Εποχικότητα
- § Υποβάθμιση του περιβάλλοντος των τουριστικών περιοχών

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

- § Ευαισθητοποίηση σε θέματα περιβάλλοντος
- § Δυνατότητες για εξασφάλιση οικονομικών πόρων μέσω συμμετοχής σε προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης
- § Εξελίξεις στον τομέα των τεχνολογιών

ΑΠΕΙΛΕΣ

- § Μεταβαλλόμενες – αυξανόμενες απαιτήσεις των τουριστών
- § Ανταγωνιστές επιθετικοί, αποτελεσματικοί και ευέλικτοι
- § Δημογραφικές / κοινωνικές αλλαγές στις πόλεις πηγές τουρισμού
 - ο Όλα τα παραπάνω πρέπει να λαμβάνονται υπόψη προκειμένου να βελτιωθεί, να αναβαθμιστεί και να διερευνηθεί το υφιστάμενο τουριστικό προϊόν ώστε εκτός από την προσφορά του ήλιου και της θάλασσας να αναπτυχθούν προϊόντα, τα οποία αναδεικνύουν το φυσικό περιβάλλον, την ιστορία και τον πολιτισμό της Χίου.

7.1 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΗΣ ΧΙΟΥ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Αν και τα τελευταία χρόνια επαναλαμβάνεται συνεχώς, τόσο σε επίπεδο πολιτικών διακηρύξεων όσο και σε επίπεδο αναπτυξιακών προγραμμάτων, ότι ο τουρισμός αποτελεί τη μοναδική αναπτυξιακή διέξοδο για τα ελληνικά νησιά και ειδικότερα τη Χίο, μέχρι σήμερα κανένας φορέας, κρατικός, κοινωνικός ή επαγγελματικός, δεν έχει μελετήσει συστηματικά τις επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης, ούτε έχει υπάρξει συστηματικός σχεδιασμός έτσι ώστε η ανάπτυξη αυτή να αποδώσει το μέγιστο των ωφελημάτων και το μικρότερο δυνατό κόστος σε εθνικό και τοπικό επίπεδο.

Η έλλειψη σχεδιασμού έχει ως αποτέλεσμα να αναπτύσσεται ο τουρισμός ανεξέλεγκτα, ακολουθώντας την πορεία της ζήτησης όπως αυτή εκφράζεται από τους tour-operators. Έτσι χρόνο με το χρόνο σημειώνεται μείωση των

οικονομικών ωφελειών για τη χώρα (με παράλληλη αύξηση του κοινωνικού κόστους) εξ αιτίας της υποβάθμισης του παραγόμενου "τουριστικού προϊόντος", του υψηλού ανταγωνισμού που αναπτύσσεται μέσα και έξω από τη χώρα δεδομένου ότι υπάρχει υπερπροσφορά του κλασικού τουριστικού πακέτου που χαρακτηρίζεται από τα 3 S (sun, sand, sea) και της συσσώρευσης προβλημάτων που επιχειρούνται να λυθούν με αποσπασματικά και πυροσβεστικά μέτρα χωρίς στόχους και εσωτερική συνάφεια, ασύνδετα με το συνολικό αναπτυξιακό σχεδιασμό με αποτέλεσμα να είναι αναποτελεσματικά αν όχι επιζήμια μακροπρόθεσμα⁶⁵.

Ειδικότερα σε ότι αφορά τη Χίο ούτε η τουριστική ανάπτυξη φαίνεται να είναι ανάλογη με τις προσδοκίες που εκφράζονται μέσα από τα αναπτυξιακά προγράμματα, ούτε οι επιπτώσεις στο σύνολο της οικονομίας να είναι από την αύξηση των τουριστών να είναι ορατές. Αντίθετα τα τελευταία χρόνια αυξάνονται τα προβλήματα που όπως εκφράζονται από τους εμπλεκόμενους επιχειρηματίες εστιάζονται στην αστάθεια της ζήτησης και η υστέρηση της έναντι της προσφοράς, στην υποβάθμιση της ποιότητας των πελατών (που εκφράζεται μεταξύ άλλων με τη μείωση της ημερήσιας δαπάνης και τη στροφή προς τα βοηθητικά καταλύματα), στην αδυναμία των ξενοδόχων να εκπληρώσουν τις δανειακές τους υποχρεώσεις κλπ. Παράλληλα η ανεξέλεγκτη αύξηση των καταλυμάτων και της τουριστικής κίνησης δημιουργούν αρνητικές εξωτερικές οικονομίες (πχ. προβλήματα στην ύδρευση και την ηλεκτροδότηση, κακοποίηση δομημένου περιβάλλοντος, κορεσμό οδικού δικτύου και άλλων υποδομών) η αντιμετώπιση των οποίων απαιτεί τη κατασκευή έργων υποδομής απορροφώντας πόρους που θα μπορούσαν να είχαν χρησιμοποιηθεί περισσότερο αποδοτικά σε άλλους τομείς (κόστος ευκαιρίας χρηματικών πόρων). Σαν αίτια της κατάστασης αυτής αναφέρονται η παντελής έλλειψη τουριστικού σχεδιασμού σε περιφερειακό επίπεδο, οι ανεπαρκείς υποδομές, η έλλειψη διαφήμισης και τα ανεπαρκή κίνητρα από τη πλευρά της πολιτείας.

Τη προφανή έλλειψη κεντρικού τουριστικού αναπτυξιακού σχεδιασμού δεν ήρθε να υποκαταστήσει η τοπική παρέμβαση. Η επίκληση γενικών και αόριστων στόχων όπως προσέλκυση τουριστών υψηλού επιπέδου, επιμήκυνση τουριστικής περιόδου, βελτίωση παρεχόμενων υπηρεσιών, ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού κλπ χωρίς να έχει προηγηθεί στοιχειώδης μελέτη σκοπιμότητας και χωρίς να ακολουθούν συγκεκριμένα έργα ή άλλες ενέργειες δεν μπορεί να θεωρηθεί τουριστικός σχεδιασμός. Ούτε ότι η κατασκευή ορισμένων τουριστικών εγκαταστάσεων όπως πχ. μαρίνα, συνεδριακό κέντρο, καζίνο ή γήπεδο golf συνεπάγονται αυτόματα ανάπτυξη τουρισμού υψηλού επιπέδου.

⁶⁵ Briassoulis H. - Van der Straaten J. (ed), Tourism and the environment. Regional, economic and policy issues, Kluwer Academic Publishers, London, 1992

Μέχρι σήμερα δεν αποτέλεσε αντικείμενο εξέτασης αν το είδος του τουρισμού που αναπτύσσεται στη Χίο και στην ευρύτερη περιφέρεια του Β. Αιγαίου (μαζικός τουρισμός παραλίας) και ο τρόπος με τον οποίο αναπτύσσεται είναι ο πλέον κατάλληλος με δεδομένα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής και κατά πόσο συμβάλλει στην αναπτυξιακή διαδικασία. Αν δηλαδή δημιουργεί ζήτηση για άλλα προϊόντα και υπηρεσίες που παράγονται ή που μπορούν να παραχθούν στη περιοχή, πόσο επηρεάζει την απασχόληση και τα τοπικά εισοδήματα κλπ.

Ακόμη περισσότερο δεν έχει αναλυθεί πως μεταβάλλεται η ζήτηση και ποιο "τουριστικό προϊόν" έχει καλές προοπτικές στην αγορά, ποιες είναι οι τάσεις που προδιαγράφονται για τα επόμενα χρόνια και πως όλα αυτά μπορούν να συνδυαστούν με τις ιδιαιτερότητες του συγκεκριμένου χώρου έτσι ώστε το "προϊόν" που θα παραχθεί να μην αντιστρατεύεται τα βασικά χαρακτηριστικά του.

Επίσης δεν έχει εξεταστεί πως οι τοπικοί φορείς μπορούν με τα μέσα που διαθέτουν να παρέμβουν στο σχεδιασμό και στην υλοποίηση της τουριστικής ανάπτυξης αλλά και για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που έχουν ήδη επισημανθεί σαν στοιχεία που επηρεάζουν αρνητικά το τουριστικό προϊόν.

Στα παραπάνω πρέπει να προστεθεί και η έλλειψη γνώσης σχετικά με τα ποσοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά των τουριστών και με τις επιπτώσεις τους στο οικονομικό, κοινωνικό, περιβαλλοντικό σύστημα έτσι ώστε οι παρεμβάσεις που θα γίνουν να μπορούν να λάβουν υπόψη τους την υπάρχουσα κατάσταση και να τη βελτιώσουν όπου είναι δυνατό ή αναγκαίο. Αυτό οφείλεται σ' ένα βαθμό στις αδυναμίες του στατιστικού συστήματος και σε ένα άλλο βαθμό στην ιδιομορφία της τουριστικής δραστηριότητας - ότι δηλαδή δεν αποτελεί ένα ομοιογενή κλάδο εύκολα διακρινόμενο από τις άλλες δραστηριότητες - και επομένως είναι δύσκολο να απομονωθούν οι επιπτώσεις του.

Τα παραπάνω ερωτήματα δεν μπορούν να απαντηθούν με προχειρότητα, αλλά πρέπει να είναι αποτέλεσμα συστηματικής μελέτης για να εντοπιστούν τα ειδικά τουριστικά προϊόντα και οι μορφές οργάνωσης που ταιριάζουν στη Χίο καθώς και οι γενικότερες αλλαγές που πρέπει να επέλθουν στο τουριστικό τομέα έτσι ώστε να μεγιστοποιούνται τα οφέλη με παράλληλη ελαχιστοποίηση του κόστους σε οικονομικό, κοινωνικό, πολιτιστικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Η γνώση αυτή θα βοηθήσει στο να προταθούν οι παρεμβάσεις και οι άλλες δράσεις που είναι αναγκαίες για την αλλαγή της τουριστικής εικόνας της Χίου.

Πράγματι σήμερα δεν αρκεί να λέμε γενικά κι αόριστα ότι η Χίος ή το Β.Αιγαίο έχει συγκριτικό πλεονέκτημα στο τουρισμό. Το ίδιο μπορούν να ισχυριστούν όλα τα νησιά, αλλά και όλες οι παράκτιες περιοχές που βρίσκονται στην εύκρατη ζώνη (πχ. όλες οι περιοχές που βρέχονται από τη Μεσόγειο) και

πολλές απ' αυτές μπορούν για διάφορους λόγους να προσφέρουν το ίδιο προϊόν που προσπαθεί να πουλήσει η Χίος βασισμένο στα 3 S (sea, sand, sun) σε καλύτερη ποιότητα και χαμηλότερες τιμές.

Έτσι τρεις λύσεις υπάρχουν⁶⁶:

α) να κρατηθούν οι τιμές πολύ χαμηλά για να είναι τα τουριστικά πακέτα ανταγωνιστικά και στήριξη των μονάδων από το κρατικό προϋπολογισμό

β) να σταματήσει η Χίος να "παράγει" τουριστικό προϊόν ως μη κερδοφόρο και να στραφεί σε άλλες δραστηριότητες

γ) να εμπλουτίσει το τουριστικό της προϊόν με νέες μορφές προσαρμοσμένες στις ιδιαιτερότητες των νησιών του νομού, ταυτόχρονα με στροφή προς το ποιοτικό τουρισμό (βελτίωση της προσφερόμενης ποιότητας).

Εφόσον ακολουθηθεί η τρίτη λύση, που φαίνεται να είναι μονόδρομος, είναι απαραίτητο οι δράσεις που θα αναλαμβάνονται να έχουν τους παρακάτω στόχους:

- να δημιουργούν τη νέα τουριστική εικόνα της Χίου βασισμένη στο ιδιαίτερο φυσικό και πολιτιστικό της περιβάλλον

- να συνδέουν τη τουριστική δραστηριότητα με τις άλλες δραστηριότητες του νομού έτσι ώστε να υπάρξει διάχυση των κερδών και των θετικών αλληλεπιδράσεων σε όλους τους τομείς.

Το ζητούμενο λοιπόν είναι να εντοπιστεί ποια πρέπει να είναι η νέα τουριστική εικόνα της Χίου και πως αυτή η εικόνα μπορεί να υλοποιηθεί και να "φτάσει" μέχρι το καταναλωτή-τουρίστα. Για να εντοπιστεί η κατεύθυνση προς την οποία πρέπει να κινούνται οι αλλαγές αυτές, είναι απαραίτητο να διευκρινιστούν οι λόγοι που αναγκάζουν τη δρομολόγηση των αλλαγών αυτών. Οι λόγοι αυτοί είναι δύο ειδών:

ι) η στροφή της ζήτησης με τη διαμόρφωση νέου τουριστικού προτύπου

ιι) τα προβλήματα που παρουσιάζονται στη Χίο από τη μέχρι τώρα τουριστική ανάπτυξη και την εικόνα που παρουσιάζει.

Η εξέλιξη της τουριστικής ζήτησης φαίνεται να ακολουθεί τις μεταβολές που συμβαίνουν στην ευρύτερη παραγωγική διαδικασία και που σηματοδοτούνται από την αντικατάσταση των προϊόντων μαζικής ομοιόμορφης παραγωγής από προϊόντα που αλλάζουν γρήγορα και προσπαθούν να καλύψουν τη διαφοροποιημένη ζήτηση συγκεκριμένων μικρότερων ομάδων πληθυσμού. Στο τουρισμό αυτό το φαινόμενο εμφανίζεται με τις λεγόμενες "νέες μορφές" εναλλακτικού τουρισμού (θρησκευτικός, αγροτικός, εκπαιδευτικός,

⁶⁶ Κοκκώσης Χ., Προοπτικές για το σχεδιασμό στο μέλλον, Συνέδριο "Τουρισμός και Περιβάλλον", Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Μόλυβος, Οκτώβριος 1992

πολιτιστικός, ιαματικός, κινήτρων, θαλάσσιος, ναυταθλητικός, περιβαλλοντικός, χειμερινός, συνεδριακός, golf κλπ) που απευθύνονται κατά τεκμήριο σε σχετικά μικρές ομάδες ατόμων με ειδικά ενδιαφέροντα (στροφή από τον ποσοτικό στον ποιοτικό τουρισμό). Οι τουρίστες αυτοί δεν είναι παθητικοί δέκτες των όσων έχουν οργανωθεί γι' αυτούς, αλλά συμμετέχουν ενεργά σε κάτι που οι ίδιοι έχουν επιλέξει είτε γιατί το γνωρίζουν και θέλουν να αποκτήσουν νέες εμπειρίες και να πλουτίσουν τις γνώσεις τους είτε γιατί θέλουν να το γνωρίσουν, είτε ακόμη γιατί συνδυάζουν την αναψυχή με επαγγελματικές ή άλλες υποχρεώσεις (συνεδριακός, επαγγελματικός, θεραπευτικός κλπ τουρισμός).

Οι μεταβολές στη ζήτηση έχουν ενσωματώσει και αλλαγές συνηθειών και τρόπου της καθημερινής ζωής όπως είναι η προστασία του περιβάλλοντος και η ποιότητα ζωής, ενώ παράλληλα είναι έντονη η διάθεση "φυγής" από τη καθημερινή πραγματικότητα της οργανωμένης και ρυθμισμένης από τις καθημερινές υποχρεώσεις ζωής. Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν ακόμη και σήμερα μεγάλες μερίδες τουριστών που αισθάνονται μεγαλύτερη ασφάλεια όταν "μεταφέρουν" μαζί τους στις διακοπές όλες τις συνήθειες τους όπως τρόπο διατροφής, οργανωμένη σε λεπτομέρειες καθημερινή ζωή, τυποποιημένη διασκέδαση κλπ.

Από όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, που επιβεβαιώνονται και από τη διεθνή βιβλιογραφία και εμπειρία, διαπιστώνει κανείς εύκολα ότι η μονολιθικότητα της ζήτησης αποτελεί ήδη παρελθόν και ότι η προσφορά έχει αρχίσει να προσαρμόζεται με μεγαλύτερη οπωσδήποτε δυσκολία. Είναι όμως μια προσαρμογή απαραίτητη γιατί κινδυνεύουν οι παραγωγοί να δουν τα προϊόντα τους αδιάθετα και τις τιμές διάθεσης τους να υποχωρούν συνεχώς με δυσμενέστατα αποτελέσματα για την κερδοφορία των επιχειρήσεών τους.

Η δυσκολία προσαρμογής προέρχεται τόσο από υποκειμενικούς όσο και από αντικειμενικούς λόγους. Οι πρώτοι σχετίζονται με την αδράνεια που χαρακτηρίζει κάθε σύστημα και τις επιμέρους του συνιστώσες στις αλλαγές. Η διατήρηση των κεκτημένων, ο φόβος για το καινούριο, η αδυναμία προσαρμογής αποτελούν παράγοντες που συναντώνται συχνά σε όλους τους τομείς της καθημερινής ζωής.

7.2 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η αλλαγή της τουριστικής εικόνας της Χίου είναι απαραίτητη για πολλούς λόγους οι οποίοι συνοψίζονται στα παρακάτω:

- η αλλαγή της τουριστικής ζήτησης που αναφέρθηκε προηγουμένα,

- η καθιέρωσή της σαν φτηνού, μαζικού προορισμού με τυποποιημένο προϊόν χαμηλής ποιότητας,
- η ανάγκη για προώθηση επώνυμου τουριστικού προϊόντος στην αγορά έτσι ώστε η προώθηση του να μην εξαρτάται μόνο με το κατά πόσο οι προσφερόμενες τιμές πακέτου είναι χαμηλές (προϊόν χαμηλής ελαστικότητας ζήτησης),
- την έλλειψη υπηρεσιών και ποικιλίας δραστηριοτήτων που θα βοηθούσαν στην απασχόληση των τουριστών, στην αύξηση των δαπανών τους και στην επιμήκυνση της παραμονής τους,
- την έλλειψη ικανοποιητικών βοηθητικών υπηρεσιών (συγκοινωνιακών, γενικής ενημέρωσης, τραπεζικών),
- η συγκέντρωση της δραστηριότητας σε ορισμένες περιοχές με αποτέλεσμα να προδιαγράφονται αρνητικές προοπτικές και παραπέρα υποβάθμιση του παρεχόμενου προϊόντος (κίνδυνος υπέρβασης των ορίων της τουριστικής χωρητικότητας και της φέρουσας ικανότητας του φυσικού περιβάλλοντος),
- τα οικονομικά προβλήματα που παρουσιάζουν πολλές τουριστικές μονάδες του νησιού όπως παρουσιάζεται με το πρόγραμμα εκποίησης των ξενοδοχείων από τις τράπεζες λόγω χρεών,
- η γενικότερη υποβάθμιση της ποιότητας ζωής που προέρχεται από δραστηριότητες σχετικές ή άσχετες με τη τουριστική (ηχορύπανση, οπτική ρύπανση από σκουπίδια, ταμπέλες, πλαστικές καρέκλες-τραπέζια κλπ)
- η περιορισμένη συμβολή στην συνολική αναπτυξιακή προσπάθεια του νησιού.

Ο σχεδιασμός, η δημιουργία και η προώθηση της νέας τουριστικής εικόνας της Χίου αποτελεί μια σύνθετη και διαρκή διαδικασία που θα επιδιώκει να αξιοποιεί και να προβάλλει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του νησιού που ανταποκρίνονται στη ζήτηση μέσα στο κατάλληλο πλαίσιο.

Δύο στοιχεία αποτελούν καθοριστικές προϋποθέσεις για την αλλαγή της εικόνας της Χίου⁶⁷:

- 1) εμπλουτισμός και διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του νησιού,
- 2) στροφή προς τη ποιότητα με στόχο τόσο τις προσφερόμενες υπηρεσίες, δημόσιες και ιδιωτικές, όσο και το περιβάλλον, φυσικό και δομημένο.

⁶⁷ Κοκκώσης Χ., Προοπτικές για το σχεδιασμό στο μέλλον, Συνέδριο "Τουρισμός και Περιβάλλον", Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Μόλυβος, Οκτώβριος 1992

Μερικές από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στη Χίο είναι:

Οικοτουρισμός

Στα Μεστά της Χίου έχει γίνει μια ξεχωριστή προσπάθεια οικοτουρισμού με μοναδικές δυνατότητες για τον ταξιδιώτη. Η επιχείρηση που έχει αναλάβει τον οικοτουρισμό στην περιοχή ονομάζεται Masticulture και λειτουργεί με άδεια του ΕΟΤ ως γραφείο γενικού τουρισμού (αναλυτικότερη αναφορά έγινε παραπάνω).

Δύο από τα πιο χαρακτηριστικά μαστιχοχώρια είναι τα Μεστά και το Πυργί. Τα Μεστά είναι ίσως ο πιο καλά διατηρημένος μεσαιωνικός οικισμός της Χίου και έχει βρει την ισορροπία μεταξύ τουριστικών υποδομών και παράδοσης. Διατηρεί έναν μικρό αλλά οικονομικά ενεργό πληθυσμό καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Το Πυργί είναι η έδρα του Δήμου Μαστιχοχωρίων και είναι γνωστό μεταξύ άλλων για τα «ξυστά», τα ιδιαίτερα διακοσμητικά μοτίβα στους τοίχους των σπιτιών, και για το γεγονός ότι φιλοξένησε τον Χριστόφορο Κολόμβο κατά την επίσκεψή του στη Χίο, προτού ξεκινήσει για την ανακάλυψη της Αμερικής. Στα Μεστά οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να κάνουν περίπατο σε παλιά μονοπάτια που οδηγούν άλλοτε σε παλιούς ανεμόμυλους, άλλοτε σε 'ξωκλήσια και μοναστήρια, άλλοτε σε βίγλες (παλιά παρατηρητήρια) και άλλοτε σε ερημικές παραλίες. Μία από τις πιο χαρακτηριστικές υπηρεσίες του Masticulture είναι η τεχνική επίδειξη της καλλιέργειας του μαστιχόδεντρου. Οι επισκέπτες μαθαίνουν όλα τα βήματα της διαδικασίας και συμμετέχουν προαιρετικά στις σχετικές εργασίες⁶⁸.

Πολιτιστικός Τουρισμός

Το φυσικό περιβάλλον και η πολιτιστική κληρονομιά της Χίου αποτελούν τα βασικότερα χαρακτηριστικά της ταυτότητας της. Η αξιοποίηση τους λοιπόν με το κατάλληλο τρόπο είναι δυνατόν να δώσει νέα, μοναδικά προϊόντα διαφοροποιώντας το παραγόμενο τουριστικό προϊόν και προσελκύοντας νέα πελατεία, καλύτερα κατανομημένα στο χώρο και το χρόνο, ενώ παράλληλα θα συντελέσουν στην αναβάθμιση της ποιότητας ζωής του πληθυσμού. Ταυτόχρονα η αξιοποίηση αυτή μπορεί να βοηθήσει στον εμπλουτισμό και την ποιοτική αναβάθμιση του υπάρχοντος τουριστικού προϊόντος ή ακόμη να βοηθήσει να αποκτήσουν συγκεκριμένα τουριστικά προϊόντα που φαινομενικά έχουν την ίδια μορφή παντού (συνεδριακός, αθλητικός, εκπαιδευτικός, κινήτρων κλπ) ξεχωριστή ταυτότητα και διαφορετική ελκυστικότητα προς τη

⁶⁸ Οικοτουρισμός στη Χίο, 2008, ανακτημένο από:
<http://www.forthnet.gr/templates/newsPosting.aspx?p=235271>

διεθνή και ελληνική πελατεία που πάντα ψάχνει για κάτι καινούριο και πρωτότυπο.

Άλλωστε στόχος δεν είναι να φτιαχτούν προϊόντα που δεν θα συσχετίζονται μεταξύ τους, αλλά ένα βασικό κοινό υπόβαθρο το οποίο θα αποτελεί τη βάση λειτουργίας του τουρισμού αλλά και μιας αναβαθμισμένης καθημερινής ζωής των κατοίκων, ενώ ταυτόχρονα θα δημιουργήσει τη βάση για εξειδικευμένα προϊόντα που θα ανταποκρίνονται σε μια συγκεκριμένη ζήτηση και θα μπορούν να μεταβάλλονται ανάλογα⁶⁹.

Η αξιοποίηση αυτή πρέπει να γίνει μέσα σε λογική προστασίας και ανάδειξης των πόρων με τρόπο τέτοιο ώστε να αποτελέσουν βάση τουριστικής δραστηριότητας με ενεργή συμμετοχή των τουριστών, αλλά και ευρύτερα σαν ένα εργαλείο στρατηγικής ενδογενούς ανάπτυξης. Αυτό ισχύει στην περίπτωση της Χίου όπου παρατηρείται πληθυσμιακή, πολιτιστική και οικονομική συρρίκνωση. Η ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού απαιτούν σωστά σχεδιασμένες τοπικές πρωτοβουλίες και κινητοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού (εκπαίδευση, πληροφόρηση, ευαισθητοποίηση σχετικά με την αξία των πόρων, τη προστασία τους, την ανάδειξη τους) που θα συμβάλλει στη πολιτιστική επανενεργοποίηση του. Κινητήρια δύναμη για τη συνολική επαναδραστηριοποίηση είναι τόσο τα μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα οικονομικά οφέλη αλλά και τα έμμεσα οφέλη από τη βελτίωση της ποιότητας ζωής σε τοπικό επίπεδο.

Η απόδοση τιμής στους πόρους αυτούς μέσα από την αξιοποίηση τους θα πρέπει να θεωρηθεί σαν ένα κριτήριο για την ορθολογική τους χρήση, δεδομένου ότι οι πόροι (περιβαλλοντικοί και πολιτιστικοί) είτε καταναλώνονται άμεσα από το πληθυσμό είτε χρησιμεύουν έμμεσα για τη διεύρυνση της παραγωγικής ικανότητας μιας περιοχής και τη δημιουργία πλούτου. Η αξιοποίηση αυτή έρχεται σε αντίθεση με τη μέχρι σήμερα επικρατούσα λογική της δωρεάν χρήσης-κατανάλωσης της μεγάλης πλειοψηφίας των πόρων αυτών που είχε σαν αποτέλεσμα να αυξάνεται το ιδιωτικό όφελος των τουριστικών πρακτόρων και των τουριστών και το κόστος της συντήρησης, της προστασίας ή της υποβάθμισης τους να επιρρίπτεται στο κοινωνικό σύνολο.

Με την έννοια του πολιτιστικού πόρου δεν θεωρούμε στενά τα μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία που υπάρχουν στη Χίο αλλά οποιοδήποτε στοιχείο της καλλιτεχνικής και πνευματικής κληρονομιάς του. Αναφέρεται είτε σε παλαιότερη χρονική στιγμή είτε στο σήμερα, είτε έχει απλά μουσειακή αξία είτε αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής ζωής που χαρακτηρίζει το επίπεδο και την ποιότητα του πολιτισμού ενός τόπου (και κατ' επέκταση της

⁶⁹ Cappellin R., The role of cultural and natural resources in the regional development strategy, in Konsola D.(ed), Culture, environment and regional development, op.cit., p.11-18

ανάπτυξης του) και συμβάλλει στο να γνωρίσει και να καταλάβει ο επισκέπτης το παρελθόν, το παρόν και την εξέλιξη του τόπου που επισκέπτεται. Για παράδειγμα μέρος της διαδικασίας μύησης στην τοπική κουλτούρα της Χίου είναι η συγκομιδή και δοκιμή τοπικών προϊόντων όπως τα άνυδρα ντοματάκια, το ζυμωτό ψωμί, οι χουρμαδοελιές, το τοπικό γλυκό κρασί και φυσικά η σούμα, το δυνατό ποτό που προέρχεται από απόσταξη σύκων. Οι Χιώτες δεν χάνουν αφορμή να γλεντήσουν στις πλατείες των χωριών με παραδοσιακούς χορούς και τραγούδια. Το Masticulture δίνει τη δυνατότητα σε επισκέπτες να προετοιμαστούν για την εμπειρία συμμετοχής σε ένα από τα πανηγύρια με τα μαθήματα παραδοσιακών χορών που παραδίδει στους επισκέπτες των Μεστών.

Στα Μεστά επίσης το Πάσχα οι νέοι του χωριού συγκεντρώνουν ξύλα στην πλατεία όπου στήνεται μεγάλος «φανός» για να καεί ο Ιούδας. Είναι ένα από τα πολλά έθιμα του χωριού. Άλλα έθιμα είναι ο διαγωνισμός ερασιτεχνικού ψαρέματος και η μεγάλη γιορτή της Σούμας τον Αύγουστο, το Λαϊκό Δικαστήριο με τον Αγά την Καθαρή Δευτέρα, και πολλά άλλα. Ενδεχόμενα ο επισκέπτης θα μπορεί να συμμετάσχει στα δρώμενα εφόσον θα έχουν σχεδιαστεί με το κατάλληλο τρόπο.

Στους πολιτιστικούς πόρους κατατάσσονται⁷⁰:

- αρχαιολογικοί τόποι και μουσεία (περιλαμβανομένων και των βιομηχανικών)
- αρχιτεκτονική - ερείπια, διάσημα κτίρια, ολόκληρες πόλεις,
- τέχνη - γλυπτική, ζωγραφική, χειροτεχνία, festivals
- μουσική και χορός - κλασική, φολκλορική, σύγχρονη,
- θέαμα - θέατρο, κινηματογράφος, festivals
- σπουδή της γλώσσας και της λογοτεχνίας, περιηγήσεις, γεγονότα(happenings),
- κουζίνα, εκθέσεις και festivals φαγητού, τροφίμων και ποτών,
- το σύνολο ενός παραδοσιακού ή πρωτόγονου πολιτισμού.

Μέσα από αυτό το ευρύ φάσμα των πόρων που συναντά κανείς σε κάθε περιοχή χρειάζεται να γίνουν οι κατάλληλες επιλογές (ή συνδυασμός επιλογών) έτσι ώστε να δημιουργηθούν τα προϊόντα τα οποία θα την χαρακτηρίζουν και θα τη διαφοροποιούν από τις υπόλοιπες.

Ως **φυσικό περιβαλλοντικό πόρο** στο χώρο του τουρισμού εννοούμε το σύνολο των γνωρισμάτων του φυσικού υποδοχέα που διαμορφώνουν την εικόνα μιας περιοχής και υποστηρίζουν τις λειτουργίες των ανθρωπίνων κοινωνιών.

⁷⁰ Konsola D. (ed), Culture, environment and regional development, Contributions to the 6th workshop of the Joint Program on Regional Studies in Southern Europe, Regional Development Institute, May 1992

Ο ευρύς αυτός ορισμός περικλείει επομένως και τις απόλυτες αξίες του φυσικού περιβάλλοντος αλλά και τις σχετικές αξίες που προκύπτουν από τη χρήση των συνιστωσών του φυσικού περιβάλλοντος από την ανθρώπινη κοινωνία⁷¹.

Στα πλαίσια της παρούσας προβληματικής ως πόροι δεν εκλαμβάνονται μόνο τα αβιοτικά χαρακτηριστικά του υποδοχέα (θάλασσα, γλυκά ύδατα, αέρας, ήλιος, επιφάνεια γης, perse κλπ). Αντίθετα, υπογραμμίζονται ως πόροι κυρίως τα βιολογικά - οικολογικά στοιχεία του φυσικού περιβάλλοντος (πχ. είδη οργανισμών, γεωλογικοί σχηματισμοί, γεωμορφολογικές δομές, γεωγραφικές ιδιαιτερότητες των προηγούμενων κλπ), η απόλυτη αισθητική αξία του οικολογικού τοπίου, η σχετική οπτική αξία του οικολογικού τοπίου όπως διαμορφώνεται και από τις ανθρώπινες κατασκευές κλπ.

Θεωρούμε ότι η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού βασίζεται αποκλειστικά στη κάλυψη του δυναμικού έλξης των "κρυφών" περιβαλλοντικών και πολιτιστικών πόρων καθώς και στη διατήρηση ή αύξηση της ποιότητας τους.

Όσον αφορά στους "κρυφούς" περιβαλλοντικούς πόρους, η Χίος έχει μια πολλαπλότητα επιλογών για τη δημιουργία νέων προϊόντων. Για παράδειγμα αναφέρουμε:

- παρατήρηση άγριας ζωής (birdwatching, botanical excursion)
- εκπαιδευτικές εφαρμογές σε:
 - πολιτιστικά περιβαλλοντικά τοπία (πχ. ελαιώνες)
 - χερσαίους, υγροτοπικούς και υποθαλάσσιους βιοτόπους,
 - σπήλαια
- ήπιες τουριστικές χρήσεις υποδοχέα: πχ. ορεινή πεζοπορία, mountain bike, ναυταθλητισμός
- προβολή μη ορατού περιβάλλοντος: πχ. υποθαλάσσιες εκδρομές με ειδικά σκάφη
- μουσειακές οργανώσεις: πχ. οικομουσεία, αναβιούμενες παραδοσιακές πρακτικές κλπ.

⁷¹ Coccossis H. - Parpairis A., Tourism and the environment: some observations on the concept of carrying capacity, in Briassoulis H - Van der Straaten, op.cit. p.23-34

8 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Κάθε προϊόν που επιθυμεί να βρίσκεται στην αγορά και να απολαμβάνει της προτίμησης του καταναλωτικού κοινού σε τιμές που να εξασφαλίζουν τη σωστή αμοιβή των συντελεστών παραγωγής και την αναπαραγωγή τους (αναφέρουμε σαν παραδείγματα στη περίπτωση του τουρισμού την ανανέωση εξοπλισμού, την διαρκή εκπαίδευση προσωπικού, τις παρεμβάσεις προστασίας περιβάλλοντος κλπ) πρέπει μεταξύ των άλλων να παρέχει **τουλάχιστον** ένα ικανοποιητικό (ελάχιστο) επίπεδο ποιότητας.

Στη περίπτωση του τουριστικού προϊόντος η εξασφάλιση του ελαχίστου επιπέδου ποιότητας είναι εξαιρετικά πολύπλοκη διαδικασία δεδομένης της ιδιαιτερότητας του. Το γεγονός ότι δεν αποτελεί ένα "προϊόν" ομοιογενές, αλλά συνδυασμό δραστηριοτήτων του πρωτογενή, του δευτερογενή και κυρίως του τριτογενή τομέα, και δεν παράγεται σε συγκεκριμένο χώρο αλλά διαχέεται σε όλο το τόπο υποδοχής, απαιτεί από όλους εμπλεκόμενους και μη στη παραγωγή του να ενσωματώσουν τη ποιότητα σε κάθε τους πράξη. Η ποιότητα του τουριστικού προϊόντος δεν εξασφαλίζεται με το να παρέχεται κατάλυμα, ή φαγητό, ή αναψυχή υψηλής ποιότητας, αλλά θα πρέπει να συνδυάζονται όλα τα παραπάνω με σωστές μεταφορές, τηλεπικοινωνίες, τράπεζες, εμπόριο, υπηρεσίες ύδρευσης-αποχέτευσης- αποκομιδής απορριμμάτων, υπηρεσίες πληροφόρησης, υγείας κλπ ενώ παράλληλα θα πρέπει το φυσικό και δομημένο περιβάλλον να χαρακτηρίζεται από την ίδια υψηλή ποιότητα, η ηχορύπανση και η οπτική ρύπανση (πχ. ταμπέλες, πλαστικές καρέκλες κλπ) να μην βρίσκονται σε ενοχλητικά επίπεδα⁷².

Με λίγα λόγια θα πρέπει όλη η κοινωνία του χώρου υποδοχής να οργανώνεται και να δρα με τέτοιο τρόπο που, αν μη τι άλλο, να μην βλάπτει το τουρισμό (να μην δημιουργεί αρνητικές εξωτερικές οικονομίες). Με το τουρισμό μια περιοχή προβάλλει όχι μόνο το επίπεδο της οικονομικής της ανάπτυξης αλλά και το πολιτιστικό της επίπεδο. Η περιοχή μπορεί να επωφεληθεί πολλαπλά από τη τουριστική ανάπτυξη αφού ο σωστά οργανωμένος τουρισμός δημιουργεί σημαντικές θετικές εξωτερικές οικονομίες στο σύνολο της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας (πχ. ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων ή διατήρηση παλαιών που φθίνουν εξ αιτίας της τουριστικής ζήτησης, κατασκευή υποδομών για τουριστικούς λόγους που είναι "γενικής χρήσης"). Κατά συνέπεια χρειάζεται ένα ελάχιστο επίπεδο συναίνεσης όλων των μελών της κοινωνίας στο πως θα αναπτυχθεί ο τουρισμός.

Με βάση τα παραπάνω μπορούμε να διακρίνουμε τις αναγκαίες παρεμβάσεις σε δύο κατηγορίες:

⁷² Mathieson A. - Wall G., Tourism. Economic, physical and social impacts, Longman, N.York, 1988

- εκείνες που αναβαθμίζουν τις υπηρεσίες
- εκείνες που αναβαθμίζουν ή τουλάχιστον δεν υποβαθμίζουν το περιβάλλον (το περιβάλλον θεωρούμενο ως υποδοχέας των "αποβλήτων" του παραγωγικού συστήματος) μέσα στη λογική της προσέγγισης της συντηρούμενης ανάπτυξης

Και στις δύο κατηγορίες υπάρχουν παρεμβάσεις μικρής εμβέλειας και κόστους (πχ. σήμανση, ανάδειξη μνημείων, καθορισμός χώρων στάθμευσης), άλλες που απαιτούν επανασχεδιασμό λειτουργιών (πχ. αποκομιδή απορριμμάτων, δίκτυο τραπεζικών υπηρεσιών, δημόσιες συγκοινωνίες), άλλες απαιτούν τη κατασκευή υποδομών μεγάλου κόστους (πχ. τηλεπικοινωνίες, δίκτυα αποχέτευσης), άλλες μακροχρόνιο σχεδιασμό και χρονοβόρες διαδικασίες (πχ. χωροταξικά σχέδια, εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού).

Ιδιαίτερα σε ότι αφορά στο περιβάλλον, η προσοχή που δείχνει η κοινή γνώμη σε θέματα ποιότητας και προστασίας του, υποχρεώνουν τις τουριστικές περιοχές να λαμβάνουν υπόψη τους τις επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης και να επιχειρούν την ελαχιστοποίηση τους. Αναφέρουμε το παράδειγμα των "γαλάζιων σημαιών" που έχει αποτελέσει ένα τρόπο ελέγχου περιβαλλοντικής ποιότητας και έμμεσης διαφήμισης των περιοχών. Βλέπουμε λοιπόν ότι η οικολογική σήμανση (eco-labeling), που ήδη έχει εισχωρήσει στην αγορά των αγαθών, να διεισδύει και σ' εκείνη των υπηρεσιών. Επομένως όσες περιοχές διαχειρίζονται τη τουριστική ανάπτυξη και τους περιβαλλοντικούς τους πόρους μέσα στη λογική της "συντηρούμενης ανάπτυξης" βρίσκονται να έχουν σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τους ανταγωνιστές.

Με δεδομένη την πολυπλοκότητα του τουριστικού προϊόντος μπορούμε να έχουμε είτε μεμονωμένα οικολογικά προϊόντα (πχ. οικολογικά τοπικά τρόφιμα που καταναλώνονται από τους τουρίστες) ή υπηρεσίες (πχ. ξενοδοχεία που έχουν κατασκευαστεί και εξοπλιστεί με υλικά που δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον, έχουν συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας και νερού, διαχειρίζονται τα απόβλητα τους, χρησιμοποιούν ανακυκλωμένο χαρτί κλπ) είτε συνολικά τουριστικά προϊόντα με την έννοια ότι η συγκεκριμένη περιοχή διαχειρίζεται σωστά τη τουριστική της ανάπτυξη από τη περιβαλλοντική σκοπιά (πχ. δείκτες τουριστικής πυκνότητας, εφαρμογή πολεοδομικών διατάξεων).

Από τις παραπάνω παρεμβάσεις ορισμένες εμπίπτουν σε αρμοδιότητες τοπικών φορέων και άλλες σε αρμοδιότητες κεντρικών, ενώ τέλος άλλες αφορούν κατευθείαν τις παραγωγικές μονάδες και τα μέλη των τοπικών κοινωνιών. Η υλοποίηση τους μπορεί να ενταχθεί σε εθνικά, περιφερειακά ή τοπικά προγράμματα καθώς και σε ειδικές δράσεις με τη προϋπόθεση ότι υπάρχει κάποιος φορέας που παρακολουθεί συνολικά και παρεμβαίνει διορθωτικά όταν υπάρχει ανάγκη. Ο Οργανισμός Τουρισμού της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης της Χίου θα πρέπει να έχει επίσης στην ευθύνη του σχεδιασμού και της προώθησης των νέων τουριστικών προϊόντων στα οποία αναφερθήκαμε

δεδομένου ότι αποτελούν αναπόσπαστα μέρη του ίδιου στόχου: της τουριστικής ανάπτυξης.

Αν και η επίτευξη των παραπάνω στόχων απαιτεί μακροχρόνια δράση, αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν ενδιάμεσα στάδια και στόχοι που μπορούν να υλοποιηθούν άμεσα. Η προώθηση συγκεκριμένων δράσεων είναι απαραίτητη για δύο λόγους:

- χρειάζεται άμεση βελτίωση της τουριστικής εικόνας της Χίου
- χρειάζεται να προωθηθεί άμεσα δέσμη έργων για ένταξη σε κοινοτικά προγράμματα

Η προώθηση των τοπικών προϊόντων της Χίου, μπορεί να γίνει με πολλούς τρόπους όπως:

- μέσα από διαφημιστικό υλικό,
- οργάνωση εβδομάδων προβολής προϊόντων,
- προώθησης προϊόντων σε εστιατόρια-ξενοδοχεία,
- προώθηση τοπικής κουζίνας και τοπικών προϊόντων γενικότερα με καθιέρωση ειδικού χώρου στους τιμοκαταλόγους, έκδοση οδηγού τοπικής κουζίνας κλπ
- οργάνωση εκθετηρίων και επισκέψεων στους χώρους παραγωγής
- οργάνωση μαθημάτων και διαγωνισμών

Αντίστοιχα θα μπορούσα να υπάρξουν δέσμες μέτρων και παρεμβάσεων σε όλους τους τομείς που θα συνέβαλαν στη ποιοτική αναβάθμιση και στην αύξηση των ωφελειών για τη τοπική κοινωνία

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στη Χίο συμβάλλουν στην δημιουργία μιας ξεχωριστής εικόνας που είναι τόσο απαραίτητη και ταυτόχρονα βάζουν τις βάσεις για συντηρούμενη τουριστική ανάπτυξη.

Οι παρακάτω προτάσεις κατά την γνώμη μου εστιάζουν σε ένα και μόνο στόχο, την προσέλκυση νέων τουριστικών αγορών και κατά συνέπεια στην αντίστροφη του αρνητικού κλίματος των τελευταίων ετών στη Χίο.

- Ø Έρευνα για το ποιες είναι εκείνες οι αγορές, οι οποίες ταιριάζουν και έχουν την ικανότητα να ανταποκρίνονται στο επίπεδο υπηρεσιών, επιχειρήσεων και υποδομών της Χίου.
- Ø Αλλαγή κατεύθυνσης της τουριστικής προβολής από εκθέσεις και άλλου είδους ενέργειες που απευθύνονται μόνο στον απλό τουρίστα, σε ενέργειες που θα σχετίζονται κυρίως με τους Tour Operators
- Ø Αν τα χρήματα της τουριστικής προβολής κατευθυνθούν στους νέους Tour Operators, τότε, αυτοί ως επιχειρήσεις με άμεσο όφελος ή ζημιά από το επίπεδο ζήτησης του προορισμού, θα είναι πολύ πιο αποδοτικοί στην σωστή και επιτυχημένη προβολή της Χίου, και μάλιστα με άμεσο αντάλλαγμα που θα είναι, η δημιουργία αεροπορικών εκδρομών με άμεση μετακίνηση τουριστών
- Ø Μη κατάργηση, αλλά, συμπληρωματική προβολή μέσω των κλασσικών τρόπων όπως εκθέσεις, έντυπα, κ.λπ. Δηλαδή, προβολή του προορισμού με αυτούς τους τρόπους αφού όμως, θα έχει εξασφαλιστεί η σύνδεση μέσω των Tour Operators
- Ø Διερεύνηση νέων αγορών με βασικό στοιχείο την άμεση επαφή με τους υπεύθυνους των Tour Operators, με την χρηματοδότηση μελών της Επιτροπής που γνωρίζουν το αντικείμενο ώστε να επιτύχουν καλύτερα το στόχο προσέλκυσης νέων Tour Operators στο νησί μας
- Ø Η επίτευξη αεροπορικής σύνδεσης με την αγορά που μας ενδιαφέρει! Καμία χρηματοδότηση δεν θα πρέπει να δίνεται σε Tour Operator και αεροπορικές εταιρίες, εφόσον δεν μας έχουν διασφαλίσει εκ των προτέρων ότι θα προσθέσουν κάτι νέο στην τουριστική κίνηση της Χίου. Στην περίπτωση δε, που τα χρήματα έρθουν σε περίοδο που δεν ενδείκνυται για επαφές και συμφωνίες με Tour Operators, προτείνεται η αποταμίευση των χρημάτων για όσο διάστημα απαιτείται έως ότου εμφανιστεί κάποια αξιόλογη προοπτική συνεργασίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Briassoulis H. - Van der Straaten J. (ed), Tourism and the environment. Regional, economic and policy issues, Kluwer Academic Publishers, London, 1992
2. Cappellin R., The role of cultural and natural resources in the regional development strategy, in Konsola D.(ed), Culture, environment and regional development, op.cit., p.11-18
3. Coccossis H. - Parpairis A., Tourism and the environment: some observations on the concept of carrying capacity, in Briassoulis H - Van der Straaten, op.cit. p.23-34
4. Gartner , W., 2001, “Τουριστική ανάπτυξη, αρχές,, διαδικασίες και πολιτικές», εκδόσεις Έλλην
5. Konsola D. (ed), Culture, environment and regional development, Contributions to the 6th workshop of the Joint Program on Regional Studies in Southern Europe, Regional Development Institute, May 1992
6. Mathieson A. - Wall G., Tourism. Economic, physical and social impacts, Longman, N.York, 1988
7. Αξιοθέατα της Χίου, ανακτημένο από: http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09
8. Βαρβαρέσος, Σ., 2000, «Τουρισμός - οικονομικές προσεγγίσεις», εκδόσεις Προπομπός
9. Γιακκα, Μ., 2005, «Εναλλακτικός τουρισμός», ΚΕΤΑ Ιονίων Νήσων
10. Εγκυκλοπαίδεια Βικιπαίδεια, ανακτημένο από: <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A7%CE%AF%CE%BF%CF%82>
11. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2001, “Τουριστική Πολιτική 2002 –2006”, ΕΟΤ
12. Ηγουμενάκης, Ν., & Κ.Κραβαρίτης, & Π.Λύτρας, 1999, «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις interbooks
13. Ήθη και έθιμα της Χίου, ανακτημένο από: <http://www.northaegean.gr/isite/page/1285,1,0.asp?mu=99&cmu=117> στις 16-3-09

14. Θεοτοκάς Γ., Τουριστικός Οδηγός για τη Χίο
15. Κοκκώσης Χ., Προοπτικές για το σχεδιασμό στο μέλλον, Συνέδριο “Τουρισμός και Περιβάλλον”, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Μόλυβος, Οκτώβριος 1992
16. Μαστίχα, ένα μοναδικό προϊόν, ανακτημένο από:
http://www.chiosnet.gr/tourism/Worth/mastic_gr.htm, στις 16-3-09
17. Οικοτουρισμός στη Χίο, 2008, ανακτημένο από:
<http://www.forthnet.gr/templates/newsPosting.aspx?p=235271>
18. Ορχιδέες και αγριολούλουδα στη Χίο, ανακτημένο από:
http://www.chios.gr/guide/1orchids3_grxx.htm στις 16-3-09
19. Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, 2005
20. Παραλίες της Χίου , ανακτημένο από http://www.chiosonline.gr/worth_gr.asp, στις 16-3-09
21. Τσάρτας, Π., 1993, «Περιβαλλοντική κρίση», εκδόσεις ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΟΧΗ
22. Υπουργείο Ανάπτυξης, 2005