



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ»

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΚΟΤΡΩΝΗ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΣΤΕΡΓΙΟΥ

ΠΑΤΡΑ 2012

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή	5
Κεφάλαιο 1 ^ο : Το φαινόμενο του τουρισμού στην Ευρώπη και την Ελλάδα – Ιστορική αναδρομή, κατηγορίες τουριστών και Κινήσεις Ευρωπαϊκής Κοινότητας σχετικά με την ενδυνάμωση Του τουρισμού	6
1.1 Ιστορική αναδρομή – Κατηγορίες τουριστών	6
1.2 Εσωτερικό τουρισμός	9
1.3 Διακρίσεις τουρισμού	10
1.4 Μαζικός τουρισμός	11
1.5 Ελλάδα και τουρισμός	12
1.6 Νησιά και τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα	14
1.7 Η εξέλιξη του τουρισμού και η σημασία του	16
1.8 Αντιμετώπιση του τουριστικού τομέα από την ΕΕ Με χρήση οριζόντιων και κάθετων πολιτικών αντίστοιχα	18
1.9 Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και προστασία των τουριστών	21
1.10 Σχέσεις ανάμεσα σε Αρχές για μια κοινή στρατηγική Και βιώσιμη ανάπτυξη στα πλαίσια της πολιτικής Που υιοθετείται για την αιεφορία του τουρισμού στα πλαίσια Λειτουργίας της ΕΕ	23
1.11 Εφαρμογή προγράμματος “Σύγχρονη επιχείρηση” Με σκοπό την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα	25

Κεφάλαιο 2 ^ο : Η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός –	
Σημαντικότεροι αρχαιολογικοί χώροι καθώς και σχετικά	
Στοιχεία ανάπτυξης και λειτουργίες ξενοδοχειακών επιχειρήσεων	30
2.1 Η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός	30
2.2.1 Τι μνημείο της Ακρόπολης	32
2.2.2 Παρθενώνας	33
2.2.3 Αρχαία Επίδαυρος	34
2.2.4 Μυκήνες	35
2.2.5 Οικισμός Μολοσσών στη Βίτσα	35
2.2.6 Αρχαία Ολυμπία	36
2.2.7 Δελφοί	37
2.2.8 Ναός του Απόλλωνα	38
2.2.9 Λευκός Πύργος	39
2.3 Ανάπτυξη ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα	
Και σχετική κατανομή αυτών ανά διαμέρισμα	43
Κεφάλαιο 3 ^ο : Ο τουρισμός στην Ελλάδα, η τουριστική	
Κίνηση στη χώρα το 2012 καθώς και η συμβολή θαλάσσιων	
Σπορ και χειμερινού τουρισμού στην ενδυνάμωση του τουριστικού	
Προϊόντος της χώρας	51
3.1 Αντιμετώπιση του τουριστικού τομέα από την ΕΕ με	
Χρήση οριζόντιων και κάθετων πολιτικών αντίστοιχα	53
3.2 Νησιά και τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα	53
3.3 Η Ελλάδα σαν ένας τουριστικός αναγνωρίσιμος προορισμός	54

3.4 Η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα το 2012	57
3.5 Τα αίτια των Ελληνικών "απωλειών"	60
3.6 Η συμβολή των θαλάσσιων αθλημάτων στον Ελληνικό Τουρισμό	61
3.6.1 Ιστιοπλοία	62
3.6.2 Καταδύσεις	63
3.6.3 Ιστιοσανίδα	63
3.6.4 Parapente	65
3.6.5 Ορειβασία στον Ταύγετο	65
3.6.7 Το θαλάσσιο Καγιάκ στην Ελλάδα	66
3.7 Ο χειμερινός τουρισμός στην Ελλάδα	68
3.8 Πως αναπτύσσεται ο χειμερινός τουρισμός	70
3.8.1 Ποια τα χαρακτηριστικά του χειμερινού τουρισμού Στην Ελλάδα και χιονοδρομικές δραστηριότητες	72
3.8.2 Η έννοια του χειμερινού τουρισμού στην Ελλάδα	74
Επίλογος - συμπεράσματα	76
Βιβλιογραφία	81

Εισαγωγή

Ο Τουρισμός όπως τον γνωρίζουμε στις μέρες μας, αποτελεί κατεξοχήν φαινόμενο του 20ου αιώνα. Η αρχή μαζικού τουρισμού ξεκίνησε από την χώρα της Αγγλίας κατά τη διάρκεια της βιομηχανικής επανάστασης με την άνοδο της αστικής τάξης και την σχετική φθηνή μεταφορά. Η δημιουργία της εμπορικής αεροπορικής βιομηχανίας μετά το τέλος του 2^{ου} παγκοσμίου πολέμου και η μετέπειτα ανάπτυξη των υπερηχητικών αεροσκαφών στη δεκαετία του 1950, έδωσε το σήμα για την γρήγορη ανάπτυξη των υπερπόντιων ταξιδιών¹.

Αυτή η ανάπτυξη οδήγησε στη δημιουργία και ανάπτυξη μιας νέας βιομηχανίας, εκείνης της Τουριστικής. Με τη σειρά του, ο Διεθνής Τουρισμός έγινε το σημείο ενδιαφέροντος για έναν μεγάλο αριθμό κυβερνήσεων σε όλο τον κόσμο, αφού όχι μόνο έδινε νέες θέσεις εργασίας αλλά μετατρέποταν ένα σημαντικό μέσο για την εισροή ξένου συναλλάγματος. Ο τουρισμός στις μέρες μας έχει αναπτυχθεί σημαντικά σε οικονομική και σε κοινωνική σημασία, είτε αυτός απευθύνεται σε τουρισμό πόλης είτε υπαίθρου και στα διάφορα καταλύματα και ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν εκεί. Άλλωστε, ο πιο γρήγορα αναπτυσσόμενος οικονομικός τομέας των πιο αναπτυγμένων βιομηχανικά χωρών τα τελευταία χρόνια, είναι ο τομέας των υπηρεσιών. Το μεγαλύτερο κομμάτι του τομέα των υπηρεσιών είναι τα ταξίδια και ο τουρισμός. Αποτελεί τέλος αδιαμφισβήτητο γεγονός πως τουρισμός είναι δυνατόν να αποτελέσει μέσο αναζωογόνησης και ανανέωσης των ανθρώπων εκτός από απλό μέσο ξεκούρασης εντός μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου².

¹ Θεώρημα Α.Ε. – Σύμβουλοι Ανάπτυξης - Μελέτη (2007) *‘Χωροταξικός σχεδιασμός και τουριστική Ανάπτυξη’*, Αθήνα

² Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π., 2001, *“Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον”*, Εκδόσεις Κριτική

1. Κεφάλαιο 1^ο : Το Φαινόμενο του Τουρισμού στην Ευρώπη και την Ελλάδα – Ιστορική Αναδρομή, Κατηγορίες Τουριστών και Κινήσεις Ευρωπαϊκής Κοινότητας Σχετικά με την Ενδυνάμωση του Τουριστικού Προϊόντος

1.1 Ιστορική Αναδρομή – Κατηγορίες Τουριστών

Ο τουρισμός είναι ένας πολύ διαδεδομένος τρόπος ψυχαγωγίας ενώ παράλληλα αποτελεί μια πολύ μεγάλη βιομηχανία και σημαντικότερη πηγή εσόδων για παραδοσιακά τουριστικές χώρες ανάμεσα σε αυτές και η Ελλάδα. Πολλές είναι οι προσπάθειες που έχουν γίνει για να δοθεί ένας επακριβής ορισμός του Τουρισμού. Από τα κύρια χαρακτηριστικά του, πέντε μπορούν να εξακριβωθούν εννοιολογικά και συγκεκριμένα τα εξής³:

- Ø Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς επί τουλάχιστον ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών.
- Ø Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: Το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένης της διατροφής.
- Ø Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.
- Ø Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα σε λίγες, μέρες βδομάδες ή μήνες.

³ Βελισσαρίου Ε., 2002, “Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, από το πρόγραμμα σπουδών Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων” (τόμος Δ’), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

- Ø Οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους.

Το 1941 οι καθηγητές Hunziker και Krafz του Πανεπιστημίου της Βέρνης υποστήριζαν την άποψη πως ο τουρισμός πρέπει να οριστεί σαν το σύνολο των φαινόμενων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν μη μόνιμων κατοίκων του, στο βαθμό όμως που δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με κερδοσκοπική δραστηριότητα⁴.

Το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών σύστησε στις χώρες-μέλη της να υιοθετήσουν έναν ορισμό που χαρακτήριζε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή περισσότερο σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα. Ο ορισμός αυτός περιλάμβανε στους τουρίστες τα εξής άτομα:

- Ø Αυτά που ταξιδεύουν για ευχαρίστηση, για οικογενειακούς λόγους, για λόγους υγείας και άλλους
- Ø Αυτά που ταξιδεύουν για να πάρουν μέρος σε διάφορες συσκέψεις, συγκεντρώσεις, συνέδρια κ.λ.π. με οποιουδήποτε είδους αντιπροσωπευτική ιδιότητα
- Ø Αυτά που ταξιδεύουν για καθαρά επαγγελματικούς λόγους
- Ø Αυτά που φτάνουν σε μια χώρα, όταν το κρουαζιερόπλοιο με το οποίο ταξιδεύουν προσεγγίσει κάποιο λιμάνι της, ακόμα και αν το χρονικό διάστημα της παραμονής τους σε αυτήν είναι μικρότερο από ένα εικοσιτετράωρο.

Αντίθετα ο ορισμός αυτός δεν περιλάμβανε στους τουρίστες τα εξής άτομα⁵ :

⁴ Βελισσαρίου Ε., 2002, “Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, από το πρόγραμμα σπουδών Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων” (τόμος Δ’), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

⁵ Βελισσαρίου Ε., 2002, “Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, από το πρόγραμμα σπουδών Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων” (τόμος Δ’), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

- Ø Αυτά που φτάνουν σε μια χώρα με ή χωρίς σύμβαση εργασίας για να ασκήσουν κάποιο επάγγελμα ή για να αναπτύξουν κάποια επιχειρηματική δραστηριότητα.
- Ø Αυτά που φτάνουν σε μια χώρα για να εγκατασταθούν μόνιμα σε αυτήν.
- Ø Αυτά που φτάνουν σε μια χώρα για να φοιτήσουν σε εκπαιδευτικά ιδρύματα όλων των βαθμίδων της εκπαίδευσης.
- Ø Αυτά που κατοικούν σε παραμεθόριες και άλλες περιοχές μιας χώρας και εργάζονται σε μια γειτονική
- Ø Αυτά που έχουν την ιδιότητα του ταξιδιώτη και περνούν μέσα από μια χώρα χωρίς να σταματήσουν καθόλου, ακόμα και αν η διάρκεια του ταξιδιού μέσα στη χώρα αυτή είναι μεγαλύτερη από ένα εικοσιτετράωρο.

Ο ορισμός αυτός της Επιτροπής των Στατιστικών Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών παρουσίαζε ορισμένες αδυναμίες. Η κυριότερη από αυτές ήταν ότι δεν λάμβανε καθόλου υπόψη τη μετακίνηση των ντόπιων τουριστών μέσα στην επικράτεια της χώρας τους.

Δυόμιση δεκαετίες αργότερα, το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό, που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη, έλαβε υπόψη τις εισηγήσεις που υπέβαλλε η Διεθνής Ένωση Επίσημων Τουριστικών Οργανισμών, που αργότερα μετεξελίχθηκε και μετονομάστηκε σε Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) και συμφώνησε ο όρος επισκέπτης να περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μία χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος για το οποίο να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται. Ο ορισμός αυτό καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών⁶:

- Ø Τους τουρίστες, τα άτομα δηλαδή που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί ένα 24ωρο και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές οι διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές,

⁶ Βελισσαρίου Ε., 2002, “Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, από το πρόγραμμα σπουδών Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων” (τόμος Δ'), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.

- Ø Τους εκδρομείς τα άτομα δηλαδή που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιεροπλοίων, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν την ίδια μέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων και άλλων μεταφορικών μέσων.

Ο παραπάνω ορισμός όμως δεν καλύπτει τις εξής κατηγορίες ταξιδιωτών:

- Ø Τους μεθοριακούς εργάτες που απασχολούνται επαγγελματικά σε γειτονικές χώρες, πλην όμως δεν διαμένουν σε αυτές.
- Ø Τους επιβάτες με αναμονή που δεν εγκαταλείπουν την περιοχή αναμονής των σταθμών εισόδου-εξόδου μιας χώρας.
- Ø Τους νομάδες που δεν έχουν μόνιμη διαμονή.
- Ø Τους πρόσφυγες που αναγκάζονται να εκπατριστούν.
- Ø Τους στρατιωτικούς όταν ταξιδεύουν από τη χώρα προέλευσης τους στη χώρα που σταθμεύει η υπηρεσία τους και αντίστροφα.
- Ø Τις προξενικές αντιπροσωπείες όταν ταξιδεύουν από τη χώρα προέλευσης τους στη χώρα που είναι διαπιστευμένοι και αντίστροφα.
- Ø Τους προσωρινούς μετανάστες.
- Ø Τους μόνιμους μετανάστες.

1.2 Εσωτερικός Τουρισμός

Ακόμα και ο παραπάνω εκτενής ορισμός γίνεται περιοριστικός εξαιτίας του γεγονότος ότι δεν λαμβάνει καθόλου υπόψη του τον εσωτερικό τουρισμό και κατ' επέκταση τον τουρίστα που κάνει εσωτερικό τουρισμό. Τελευταία φορά, το θέμα της υιοθέτησης ενός ορισμού για τον εσωτερικό τουρισμό τέθηκε στην Παγκόσμια Διάσκεψη για τον Τουρισμό που συγκλήθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού το έτος 1980.

Η ινδική αντιπροσωπεία ήταν αυτή που ουσιαστικά έθεσε το θέμα χωρίς όμως θετικό αποτέλεσμα ακόμα μέχρι και σήμερα. Σήμερα, κάποιες χώρες έχουν δώσει

έναν ορισμό για τον ντόπιο τουρίστα. Για παράδειγμα η Εθνική Αναθεωρητική Επιτροπή Τουριστικών Πόρων στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής όρισε σαν τουρίστα που κάνει εσωτερικό τουρισμό οποιοδήποτε άτομο φεύγει από το σπίτι του με σκοπό να επισκεφτεί κάποιο μέρος που απέχει τουλάχιστον 50 μίλια από αυτό για επαγγελματικούς λόγους, για ευχαρίστηση, για προσωπικές υποθέσεις ή για οποιαδήποτε άλλο λόγο εκτός της καθημερινής του μετάβασης στον τόπο εργασίας του και αντίστροφα με δημόσιο μεταφορικό μέσο.

Για ένα ντόπιο τουρίστα, που κάνει εσωτερικό τουρισμό, δεν είναι απαραίτητο να παραμένει στον τουριστικό προορισμό που επισκέπτεται τουλάχιστον για ένα εικοσιτετράωρο, που σημαίνει ότι έχει τη δυνατότητα αν θέλει να διανυκτερεύσει εκεί ή αν δεν το επιθυμεί να επιστρέψει αυθημερόν στο σπίτι του. Ενδιαφέρον έχει επίσης ο αντίστοιχος ορισμός που έδωσε ο Καναδάς. Σύμφωνα με αυτόν, εσωτερικό τουρισμό θεωρείται ότι κάνει ένα άτομο όταν ταξιδεύει τουλάχιστον 25 μίλια (40,24 χιλιόμετρα) πέρα από τα όρια του δήμου ή της κοινότητας στην οποία ζει μόνιμα⁷.

Συμπερασματικά καταλήγουμε ότι κάθε άλλο παρά εύκολο είναι να αποδοθεί με ακρίβεια ένας ορισμός για την έννοια του τουρισμού. Παρόλα αυτά ακόμα γίνονται προσπάθειες έτσι ώστε να συμπεριληφθούν σε ένα πλήρη και ακριβή ορισμό όλες οι περιπτώσεις που αναφέρθηκαν παραπάνω. Δηλαδή να καλύπτεται τόσο το άτομο που κάνει εσωτερικό τουρισμό όσο και εκείνο που κάνει εξωτερικό τουρισμό.

1.3 Δαικρίσεις Τουρισμού

Ο τουρισμός μπορεί να διαχωριστεί σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που παρουσιάζει η εκάστοτε μετακίνηση. Ορισμένες κατηγορίες έχουν ουσιαστικό διαχωρισμό ενώ ορισμένες εξυπηρετούν καθαρά εννοιολογικούς σκοπούς.

- Ø Εγχώριος τουρισμός (domestic tourism): ο τουρισμός των κατοίκων μίας χώρας όταν ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής όπως για παράδειγμα όταν ένας μόνιμος κάτοικος της Αθήνας ταξιδεύει στη Θεσσαλονίκη.

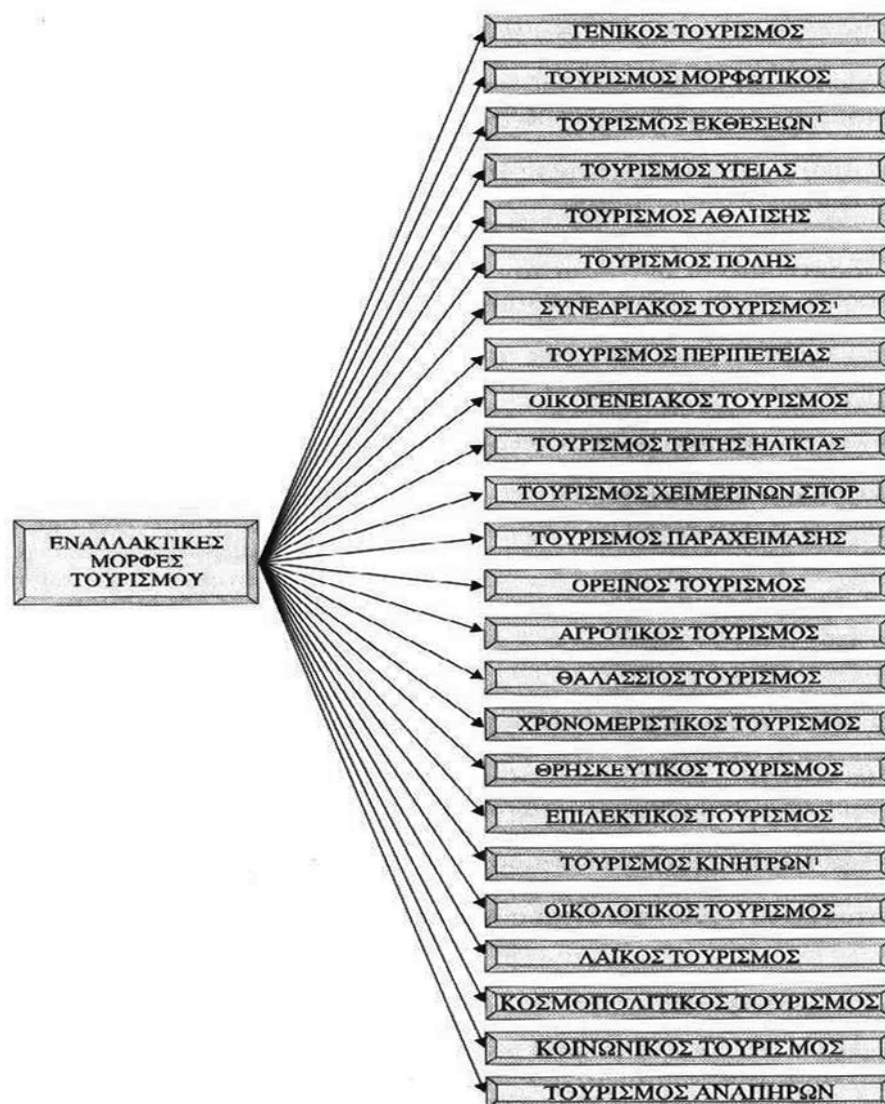
⁷ Βελισσαρίου Ε., 2002, “Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, από το πρόγραμμα σπουδών Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων” (τόμος Δ'), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

- ∅ Εξερχόμενος τουρισμός (outbound tourism): αφορά στους μόνιμους κατοίκους μίας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν σε μία άλλη χώρα όπως όταν ένας Έλληνας ταξιδεύει στην Ιταλία.
- ∅ Εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism): ο τουρισμός των αλλοδαπών οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα (πχ. ένας Άγγλος που ταξιδεύει στην Ελλάδα)
- ∅ Διεθνής τουρισμός (international tourism): το σύνολο του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού.
- ∅ Εσωτερικός τουρισμός (internal tourism): το σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού
- ∅ Εθνικός τουρισμός: (national tourism): το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού.

1.4 Μαζικός Τουρισμός

Ο μαζικός τουρισμός είναι μια σχετικά νέα ιδέα, που προήλθε από την μεγάλη άνοδο των εισοδημάτων μετά την Βιομηχανική Επανάσταση. Πριν από αυτή, τα ταξίδια πολιτιστικού ή ψυχαγωγικού χαρακτήρα ήταν αποκλειστικό προνόμιο λίγων εκλεκτών περιηγητών, συνήθως αριστοκρατών. Σήμερα, ο μαζικός τουρισμός δεν είναι επιθυμητός λόγω των δυσμενών επιπτώσεων που προκαλεί στο φυσικό περιβάλλον αλλά και σε κοινωνικό επίπεδο.

Η παγκόσμια τάση σήμερα είναι ο τουρισμός να είναι φιλικός ως προς τον άνθρωπο και ως προς το φυσικό περιβάλλον. Τέτοιες μορφές 'εναλλακτικού' τουρισμού έχουν αναπτυχθεί και θεωρούνται σήμερα οι μορφές που θα πρέπει να επικρατήσουν προκειμένου η τουριστική ανάπτυξη να καταστεί βιώσιμη καθώς και να καταπολεμηθεί η εποχικότητα και να αντιμετωπιστούν τα όποια προβλήματα υπάρχει η πιθανότητα να προκύψουν από το μαζικό τουρισμό.



Διάγραμμα 1 - Οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού (Πηγή: Ν.Γ. Ηγουμενάκης, Τουριστική Οικονομία, 1997)

1.5 Ελλάδα και Τουρισμός

Η θέση της Ελλάδας παραμένει σταθερή τα τελευταία χρόνια καθώς ευνοείται κυρίως από τους πλούσιους πολιτιστικούς πόρους, την άριστη υγεία και υγιεινή και τις καλές τουριστικές υποδομές. Η Ελλάδα ταξινομείται πολύ υψηλά όσον αφορά το βαθμό προτεραιότητας που δίνει η Κυβέρνηση στον τουριστικό τομέα. Περαιτέρω, υπάρχει σημαντική σχέση της κοινωνίας με τον τουρισμό συγκριτικά με πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες, η οποία αντανακλάται σε μια γενικά ανοικτή και θετική στάση απέναντι στους τουρίστες.

Ωστόσο η συνολική απόδοση της χώρας συγκρατείται από τους κανονισμούς που δεν είναι εξ ολοκλήρου ενθαρρυντικοί για την ανάπτυξη του τομέα, τους αυστηρούς κανόνες που υπάρχουν για τις άμεσες ξένες επενδύσεις (FDI), καθώς επίσης και το σημαντικό χρόνο και κόστος που απαιτείται για την έναρξη μιας νέας επιχείρησης. Άλλο ένα αδύνατο σημείο είναι οι υποδομές των επίγειων μεταφορών της χώρας, οι οποίες είναι χειρότερες απ' ό,τι είναι σε πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες (κυρίως η ποιότητα των σιδηροδρόμων και των λιμένων)».

Σημειώνεται ότι σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού του ΟΗΕ (UNWTO), οι αφίξεις τουριστών έφτασαν τα 924 εκατομμύρια το 2008 παγκοσμίως, παρουσιάζοντας αύξηση 2% σε σχέση με το 2007, παρά τη μείωση που εμφανίσθηκε στο δεύτερο εξάμηνο του προηγούμενου έτους. Από αυτούς τα 180 εκ. επισκέφθηκαν τη Μεσόγειο και τα 15 με 16 εκατ. Επισκέφθηκαν την Ελλάδα. Η Ελλάδα στην πρόσφατη Έκθεση που παρουσιάστηκε το Μάρτιο του 2009 βρίσκεται στην 24η θέση μεταξύ των 133 οικονομιών με βαθμολογία 4,9 (με άριστα το 7). Σε σχέση με πέρυσι η Ελλάδα υποχώρησε δύο θέσεις χωρίς να αλλάξει η συνολική της βαθμολογία, ωστόσο πέρυσι οι χώρες που διαγωνίζονταν ήταν 130⁸.

Το θετικό στοιχείο των αναλύσεων είναι ότι τα νησιά του Αιγαίου και η Κρήτη, εμφανίζουν ιστορικά μεγαλύτερες αντοχές απέναντι στην πτώση ζήτησης και στις οικονομικές κρίσεις, σε αντιδιαστολή με την Αθήνα. Επιπλέον, πιο ισχυρός στις οικονομικές επιβραδύνσεις εμφανίζεται ο εγχώριος τουρισμός, ο οποίος μειώνεται αλλά με βραδύτερους ρυθμούς από ό,τι ο ξένος.

Κατά γενική εκτίμηση, η Ελλάδα χαίρει αρκετά καλής διαφοροποίησης στο τουριστικό της χαρτοφυλάκιο σε σχέση με άλλες Μεσογειακές χώρες. Ωστόσο πρέπει να διατηρήσει και να αυξήσει τα μερίδιά της στις παραδοσιακές της αγορές (ΗΠΑ, Γερμανία, ΗΒ, Ιταλία κ.ά.) καθώς επεκτείνει το χαρτοφυλάκιο της στις νέες αγορές της Ρωσίας και της Ασίας⁹.

⁸ www.touristorama.gr, 2010

⁹ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

1.6 Νησιά και Τουριστική Ανάπτυξη στην Ελλάδα

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί έντονα το φαινόμενο της αύξησης του τουρισμού όχι μόνο με προορισμό τις χώρες του εξωτερικού αλλά και την Ελλάδα. Η αύξηση αυτή εξαρτάται σημαντικά από την οικονομική κατάσταση της κάθε χώρας και συνεπώς των κατοίκων της, την ηρεμία που επικρατεί στις σχέσεις μεταξύ των κρατών αλλά και στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον της κάθε χώρας.

Αποτελεί γεγονός πως όταν υπάρχει μια κατάσταση σταθερής και υγιούς οικονομίας, ο πελάτης – τουρίστας μπορεί να προγραμματίσει σωστά την περίοδο των διακοπών του είτε χειμώνα είτε καλοκαίρι, βάση των εσόδων του. Για να μπορέσει όμως μια χώρα όπως η Ελλάδα να προσελκύσει έναν αριθμό τουριστών, θα πρέπει να διαθέτει εκείνο το φυσικό περιβάλλον στην ύπαιθρο και στα νησιά το οποίο θα μπορεί να προσφέρει κάποιες φυσικές ομορφιές και στιγμές ξεγνοιασιάς και ξεκούρασης ή ακόμα και περιπέτειας κατά την διάρκεια των διακοπών αυτών¹⁰.

Υπάρχουν άνθρωποι οι οποίοι επιλέγουν να κάνουν τις διακοπές τους σε διάφορες χρονικές περιόδους εντός του χρόνου και αντί να προτιμήσουν ένα ήσυχο μέρος για ξεκούραση με ωραία θάλασσα και αρμονική φυσική ζωή, προτιμούν να περάσουν ένα διάστημα μακριά από το άγχος της καθημερινότητας και της δουλειάς σε ένα περιβάλλον όπου θα τους προσφέρει την περιπέτεια και συγκεκριμένες δραστηριότητες¹¹. Για το λόγο αυτό, έχουν αναπτυχθεί στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια διάφορα καταλύματα υπαίθριου τουρισμού και ξενοδοχειακά συγκροτήματα στα νησιά τα οποία προσελκύουν ένα μεγάλο αριθμό πελατών με σκοπό την διαμονή σε αυτά και την απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος.

Φυσικά για να μπορέσει ένα αντίστοιχο τουριστικό κατάλυμα υπαίθρου ή ξενοδοχειακό συγκρότημα να ανταπεξέλθει στην σωστή οργάνωση που απαιτείται για μια τέτοια διαμονή και πλήρης λειτουργία το καλοκαίρι αλλά και το χειμώνα, θα πρέπει να διαθέτει την κατάλληλη εμπειρία και γνώση των στελεχών του

¹⁰ Λογοθέτη, Χ., 2009, “*Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας*”, Εκδόσεις Σακκουλά

¹¹ Τσάρτας, Π., 1996, “*Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι : κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*,” Εκδόσεις Σταμούλη

προκειμένου να γνωρίζει τι ακριβώς αναζητά ο κάθε πελάτης και πως θα μπορέσει να ικανοποιήσει τα αιτήματά του. Στην προσπάθεια λοιπόν αυτή που καταβάλει το κάθε ξενοδοχειακό συγκρότημα, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει θεσπίσει για την προστασία του τουριστικού τομέα ειδικούς νόμους και ψηφίσματα τα οποία ενισχύουν τον υγιή ανταγωνισμό των τουριστικών αυτών επιχειρήσεων εντός των χωρών της Ένωσης και φυσικά στην Ελλάδα.

Τα περισσότερα ξενοδοχεία που λειτουργούν στα νησιά στις μέρες μας φροντίζουν να προσφέρουν στους πελάτες τους δελεαστικά πακέτα διακοπών, προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες τους στο έπακρον αλλά και να εξασφαλίσουν την μακροχρόνια πελατειακή σχέση μαζί τους. Τα ξενοδοχεία αυτά έχουν πλέον κατανοήσει πως πρόκειται για επιχειρήσεις οι οποίες έχουν ως σκοπό την κάλυψη των αναγκών των πελατών τους στον τομέα του τουρισμού και των διακοπών, αλλά όχι για μια και μόνο φορά.

Σκοπός του κάθε ξενοδοχείου είναι να προσφέρει ευχάριστη και ήσυχη διαμονή στους τουρίστες που θα επισκεφτούν την Ελλάδα και τα νησιά, με το δυνατόν χαμηλότερο κόστος προσφέροντας ταυτόχρονα στον κάθε πελάτη την άνεση και την πολυτέλεια που εκείνος επιθυμεί για τις διακοπές του. Το φαινόμενο του τουρισμού στα νησιά, εμφανίστηκε στην Ελλάδα τα τελευταία 40 χρόνια περίπου και αποτελεί σημαντικό τομέα ανάπτυξης του Ελληνικού τουρισμού και διακοπών.

Τα σημεία τα οποία υπάρχουν εντός της Ελληνικής επικράτειας και μπορούν να προσφερθούν στους πελάτες για να περάσουν τέτοιου είδους διακοπές είναι πολλά και διάσπαρτα στα διάφορα μέρη. Το μόνο λοιπόν που πραγματικά μένει στους τουρίστες που θα προτιμήσουν ένα τέτοιο είδος διακοπών, είναι να αναφερθούν σε αυτούς τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που συνδυάζει το κάθε μέρος στο νησί και κατόπιν οι ίδιοι να επιλέξουν αυτό που πραγματικά επιθυμούν.

Η Ελλάδα διαθέτει μια πληθώρα τόπων και τουριστικών θέρετρων, όπου κάποιος μπορεί να απολαύσει ήσυχες ή περιπετειώδης διακοπές. Οι διακοπές στην ύπαιθρο και στα νησιά διεξάγονται συνήθως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες ή την άνοιξη όπου και ο καιρός προσφέρεται για αυτές. Το γεγονός όμως αυτό και το οποίο είναι γνωστό ως εποχικότητα στο τομέα του τουρισμού, φαίνεται να είναι το

σημαντικότερο που έχουν να αντιμετωπίσουν οι επιχειρηματίες στο κλάδο αυτό και προσπαθούν συνεχώς να αναζητούν λύσεις ως προς την αντιμετώπιση του.

Ο τουρισμός στα νησιά έχει ως σκοπό, ο τουρίστας να γνωρίσει καλύτερα τον τόπο και να περιηγηθεί στα δασώδη μονοπάτια, τις γαλήνιες λίμνες ή τα ορμητικά ποτάμια και γενικότερα σε ότι ιδιαίτερο υπάρχει η δυνατότητα να συναντήσει κανείς στο φυσικό τοπίο του τουριστικού του προορισμού. Το φυσικό αυτό τοπίο θα μπορούσε να συνδυαστεί με την δυνατότητα για αθλήματα περιπέτειας (extreme sports) καθώς και την ξενάγηση σε παλιές εκκλησιές και μοναστήρια, πέτρινα γεφύρια και αρχαιολογικά ευρήματα. Ιδιαίτερα σημαντική έτσι ώστε να εγκλιματιστεί πλήρως με την περιοχή και με τον καθημερινό τρόπο ζωής της ο τουρίστας, είναι η συμμετοχή σε τοπικά πανηγύρια, γιορτές, έθιμα¹². Με λίγα λόγια ο τουρίστας γίνεται μέλος, έστω και προσωρινά, αυτού του τόπου που επισκέφθηκε και μέσω ουσιαστικά των διακοπών του και της ψυχαγωγίας του αποκτά γνώσεις για την περιοχή υπαίθρου που επισκέφτηκε¹³.

1.7 Η Εξέλιξη του Τουρισμού και η Σημασία του

Βασικός σκοπός των αναπτυξιακών σχεδιασμών του τομέα του τουρισμού σε σχέση με την τουριστική ανάπτυξη των διαφόρων ξενοδοχείων στα νησιά, θα πρέπει να είναι η προσέλκυση νέων επενδύσεων στον τομέα αυτό ώστε να αναπτυχθούν σύγχρονα κέντρα τουρισμού και αντίστοιχες ξενοδοχειακές μονάδες, όπως ήδη γίνεται με ταχείς ρυθμούς στις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης.

Τα κέντρα αυτά προσφέρονται για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών του τουριστικού προϊόντος και παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση τελευταία. Ήδη έχει επιδειχθεί ενδιαφέρον από ξένους και Έλληνες επενδυτές για την αξιοποίηση των τουριστικών πηγών της Ελλάδας στα νησιά με απώτερο στόχο την μετατροπή τους σε σύγχρονα κέντρα τουρισμού και αναψυχής¹⁴.

¹² Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

¹³ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ΄, «Τουριστικός Τομέας», Έκδοση για Ε.Α.Π.

¹⁴ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

Οι νέοι οι οποίοι σκοπεύουν να ασχοληθούν με την τουριστική βιομηχανία στα νησιά και αποφοιτούν από τις Ανώτερες σχολές τουριστικής εκπαίδευσης, έχουν ως πρωταρχικό σκοπό την αναβάθμιση των περιοχών με ήδη αναπτυγμένη υποδομή για τις ανάγκες του εποχιακού τουρισμού και οι οποίες ξεκινούν με σημαντικό πλεονέκτημα συγκριτικά με περιοχές που δεν έχουν αναδειχθεί ακόμα σε αξιοσημείωτα τουριστικά κέντρα. Οι απόφοιτοι των σχολών αυτών και οι οποίοι ξεκινούν να εργάζονται σε τουριστικές επιχειρήσεις, ξέρουν πως θα πρέπει να δώσουν ιδιαίτερη βαρύτητα στα μη καθιερωμένα τουριστικά κέντρα, παρόλα τα φυσικά πλεονεκτήματα που διαθέτουν και αποτελούν νέους τουριστικούς τόπους¹⁵.

Γεγονός πάντως είναι πως οι τόποι αυτοί θα πρέπει να διαθέτουν πολύ καλό εξοπλισμό για να μπορέσουν να ανταγωνιστούν με επιτυχία τα ήδη καθιερωμένα κέντρα. Για το λόγο λοιπόν ότι ο τουρισμός πλέον αποτελεί μια ολόκληρη βιομηχανία με απαιτήσεις που γεννιούνται σε καθημερινή βάση, οι ειδικοί προσπαθούν να εκπαιδεύουν τους νέους και μελλοντικά εργαζόμενους στη τουριστική βιομηχανία, με τρόπο τέτοιο ώστε να μπορούν να αντιλαμβάνονται πως βασικό αίτημα στον τομέα αυτό είναι η ευχέρεια προσπέλασης δηλαδή οι περιοχές που προορίζονται για κέντρα τουρισμού μακράς παραμονής και θα πρέπει να βρίσκονται κοντά σε αερολιμένα και να εξυπηρετούνται από καλό οδικό δίκτυο¹⁶.

Χαρακτηριστικό της τουριστικής ανάπτυξης των νησιών είναι η άμεση αλληλεξάρτηση των επαγγελματιών μεταξύ τους αλλά και με τον τουρίστα η οποία πηγάζει από το γεγονός ότι στο τουρισμό υπαίθρου ο τουρίστας είναι επισκέπτης, φίλος, θαυμαστής του τόπου, είναι ένας «φιλοξενούμενος», ένας ταξιδιώτης που αναζητά τα μυστικά, την αυθεντικότητα και την ομορφιά του τόπου, εστιάζοντας στην ήσυχη ζωή, τη φυσική κληρονομιά και όλα όσα μοναδικά και ξεχωριστά έχει να προσφέρει ο κάθε προορισμός¹⁷.

¹⁵ Βελισσαρίου Ε., 2002, «Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, από το πρόγραμμα σπουδών Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων» (τόμος Δ'), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

¹⁶ Λογοθέτη, Χ., 2009, «Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας», Εκδόσεις Σακκουλά

¹⁷ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

Ολόκληρη η φιλοσοφία του τουρισμού στα νησιά βασίζεται στη διαπροσωπική, ανθρώπινη, άμεση και φιλόξενη σχέση μεταξύ του κατοίκου του κάθε νησιού και του επισκέπτη. Για το λόγο αυτό είναι απαραίτητο ο επισκέπτης να έρθει σε επαφή με τη φύση, με την καλλιέργεια της γης, την περισυλλογή του καρπού, με τους ανθρώπους της περιοχής. Ο επισκέπτης μαθαίνει να φτιάχνει στον αργαλειό, να κεντάει, να παρατηρεί τα ζώα και τα πουλιά, να δοκιμάζει το κρασί και το τσίπουρο, να συμμετέχει στην παραγωγή τους, να καταλαβαίνει τη σωστή ώρα του τρύγου, τη γεύση, το άρωμα, το χρώμα του κρασιού της περιοχής μας, τη χρήση του κρόκου, τη διαφορά στις ποικιλίες του μελιού, τη διαδικασία και επιλογή κατά την περισυλλογή των μανιταριών ή των κάστανων.

1.8 Αντιμετώπιση του Τουριστικού Τομέα από την Ευρωπαϊκή Ένωση με Χρήση Οριζόντιων και Κάθετων Πολιτικών Αντίστοιχα

Σχετικά με τον τρόπο αντιμετώπισης του τουριστικού τομέα από την Ευρωπαϊκή Ένωση στα πλαίσιο λειτουργίας των τομεακών πολιτικών, θα μπορούσαν να αναφερθούν τα ακόλουθα. Στόχος της Ε.Ε. είναι η εφαρμογή συγκεκριμένων μέτρων δράσης για το περιβάλλον και την σωστή βιώσιμη ανάπτυξη¹⁸. Σημαντικός τομέας ο οποίος επηρεάζει το περιβάλλον γύρω μας, είναι εκείνος των μεταφορών. Οι μεταφορές οι οποίες εκτελούνται στις μέρες μας μπορούν να γίνουν με διάφορες μορφές, όπως οδικώς, αεροπορικώς και θαλασσίως.

Όποια όμως και να είναι η μορφή της μεταφοράς, δεν παύει αυτή και με τον τρόπο που διενεργείται να προκαλεί μόλυνση στο περιβάλλον. Είναι λοιπόν αναγκαία εκ μέρους της Ε.Ε. μια υιοθέτηση πολιτικής και στρατηγικής, οι οποίες θα μπορούν να ελέγξουν και να καθορίσουν τους συντελεστές και τις δραστηριότητες μεταφορών οι οποίοι θα απευθύνονται στο περιβάλλον¹⁹. Σε καμία περίπτωση δεν θα πρέπει να επηρεάζονται οι φυσικοί πόροι εκείνοι οι οποίοι βλάπτουν το περιβάλλον και προκαλούν μόλυνση. Ο τομέας του τουρισμού είναι άμεσα συνδεδεμένος με εκείνον της μεταφοράς και κατ' επέκταση με το περιβάλλον. Συνεπώς υπάρχει μια άμεση

¹⁸ Bruce, M., “*New Technology and the Future of Tourism*”, McGraw Hill, London, 1997

¹⁹ Bruce, M., “*New Technology and the Future of Tourism*”, McGraw Hill, London, 1997

ανάγκη για αλλαγή στην συμπεριφορά όσων προσπαθούν να προκαλέσουν ζημιά στο περιβάλλον, δημιουργώντας άλυτα προβλήματα σε αυτό.

Δεν θα πρέπει να ξεχνά όποιος ασχολείται με τις μεταφορές και τον τουρισμό, ότι ο τομέας αυτός παρουσιάζει μια μεγάλη ανάπτυξη εντός των χωρών της Ε.Ε. Κάτι τέτοιο έχει ως αποτέλεσμα την χρησιμοποίηση μέσων μεταφορών σε ευρεία κλίμακα και ως συνεπακόλουθο την μόλυνση του περιβάλλοντος. Τα προτεινόμενα μέτρα αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος, μέσω της σωστής ρύθμισης των μεταφορών. Θα πρέπει να παρθούν και να εφαρμοστούν όλα τα κατάλληλα μέτρα για μαζικές μεταφορές και φυσικά παροχή καλύτερης ποιότητας καυσίμων. Η Ε.Ε. έχει θεσπίσει μέτρα τα οποία απευθύνονται στον τουρισμό και τις μεταφορές και φροντίζουν να παρέχουν όλες τις κατάλληλες υποδομές και εξοπλισμούς μεταφοράς, με σκοπό την λιγότερη δυνατή μείωση μόλυνσης του περιβάλλοντος. Ως παραδείγματα σε αυτή την περίπτωση μπορούν να αναφερθούν οι περιορισμοί στο ωράριο κυκλοφορίας των φορτηγών διεθνών μεταφορών στις χώρες της Ευρώπης, η προτίμηση ως προς τις μεταφορές στα φορτηγά δημοσίας χρήσης αφού αυτά δέχονται εξονυχιστικό έλεγχο ως προς τις εκπομπές ρύπων και καυσαερίων στο περιβάλλον και τέλος η συστηματική ενημέρωση μέσω φυλλαδίων προς τους οδηγούς φορτηγών και οχημάτων μεταφορών, για τακτικότερο έλεγχο των οχημάτων τους και λιγότερες εκπομπές ρύπων στο περιβάλλον²⁰.

Τέλος στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφερθεί και το φαινόμενο της υποβάθμισης κάποιων ορεινών και παράκτιων περιοχών, οι οποίες δεν αποτελούν παραθεριστικό θέρετρο. Κάτι τέτοιο έχει ως αποτέλεσμα μεγάλο μέρος του τουρισμού να συγκεντρώνεται σε πλήρως τουριστικά μέρη. Γίνεται λοιπόν προσπάθεια για σωστή διαχείριση των ομάδων αυτών καθώς και διάφορες εκστρατείες για σωστή ενημέρωση και ευαισθητοποίηση. Μια ενημέρωση και ευαισθητοποίηση η οποία θα βελτιώσει το σύστημα μεταφορών και θα συνεισφέρει αποτελεσματικά στην μείωση της ρύπανσης του περιβάλλοντος²¹.

Σχετικά με τις οριζόντιες πολιτικές της Ε.Ε. στον τομέα του τουρισμού, θα μπορούσε να ειπωθεί πως έχουν παρθεί όλα τα αναγκαία μέτρα τα οποία στην

²⁰ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

²¹ Λογοθέτη, Χ., 2009, "Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας", Εκδόσεις Σακκουλά

προστασία του περιβάλλοντος. Ως παράδειγμα μπορεί να αναφερθεί η περίπτωση Μεταφορές – Ενέργεια – Περιβάλλον και για τα οποία έχουν θεσπιστεί συγκεκριμένα μέτρα. Ο αντικειμενικός σκοπός σε αυτήν την περίπτωση είναι η μείωση της επιρροής των μεταφορών στο περιβάλλον. Ο σκοπός αυτός τείνει να καλύψει τις ερωτήσεις οι οποίες μπορούν να τεθούν εντός των χωρών της Ε.Ε., προσπαθώντας να σκιαγραφήσουν το πλάνο της πολιτικής μεταφορών στους τομείς που εμπλέκονται²². Φυσικά ένας τέτοιος τομέας είναι και εκείνος του τουρισμού. Παρά το γεγονός ότι όλα αυτά τα χρόνια η Ε.Ε. έχει θεσπίσει όρους σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος και οι οποίοι έχουν επιφέρει κάποια σημαντικά αποτελέσματα, υπάρχει ακόμα η ανάγκη για περαιτέρω θεσπίσεις νόμων. Τα μέτρα αυτά έχουν ως σκοπό την εκπλήρωση των παρακάτω :

- Ø Αποφυγή και / η μείωση των αρνητικών επιρροών της αύξησης των μεταφορών, συγκεκριμένα μέσω οδικών μεταφορών.
- Ø Προώθηση της δημόσιας μεταφοράς, διεθνής και συνδυασμένης μεταφοράς και λιγότερο επιβλαβής επιρροές στο περιβάλλον.
- Ø Αύξηση ενημέρωσης του κοινού, οδηγών οχημάτων και των βιομηχανιών σχετικά με την μείωση των επιρροών μεταφοράς στο περιβάλλον.

Η στρατηγική αυτή καλεί όλα τα εμπλεκόμενα μέρη – κράτη στην Ε.Ε. να πάρουν όλα τα απαραίτητα μέτρα σε εθνικό επίπεδο και βάση των πλαισίων των διεθνών οργανισμών. Θα πρέπει όλα τα μέρη να συγκεντρώσουν τις κατάλληλες πληροφορίες οι οποίες σχετίζονται με το φαινόμενο επιρροής των μεταφορών στο περιβάλλον και κατ' επέκταση στον τομέα του τουρισμού²³. Έχει ήδη προταθεί και ψηφιστεί ένας αριθμός μέτρων και νόμων από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το οποίο αφορά τους συγκεκριμένους τομείς. Οι νόμοι αυτοί αφορούν τους διάφορους τρόπους μεταφοράς και οι οποίοι έχουν να κάνουν με την οδική, θαλάσσια και αεροπορική μεταφορά²⁴.

²² Bruce, M., “*New Technology and the Future of Tourism*”, McGraw Hill, London, 1997

²³ Bruce, M., “*New Technology and the Future of Tourism*”, McGraw Hill, London, 1997

²⁴ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', “*Τουριστικός Τομέας*”, Έκδοση για Ε.Α.Π.

Ειδικότερα στην τελευταία έχει γίνει εκτενή αναφορά, αφού ο τομέας του τουρισμού χρησιμοποιεί εκτενώς το συγκεκριμένο μέσο για τις εκάστοτε μεταφορές των τουριστών. Για να μπορέσει λοιπόν η Ε.Ε. να προστατέψει το περιβάλλον από την μόλυνση που προκαλείται από τέτοιου είδους μεταφορά, θέσπισε ειδικούς όρους και κανόνες οι οποίοι ευνοούν κάτι τέτοιο. Οι όροι αυτοί σχετίζονται με την βελτίωση κατασκευής των αεροσκαφών και των standards που πρέπει να τα διακρίνουν σχετικά με τον θόρυβο και τις εκπομπές ρύπων στο περιβάλλον, μεγαλύτερα οικονομικά κίνητρα για τελειότερες κατασκευές αεροσκαφών φιλικά προς το περιβάλλον, βοήθεια στα διάφορα αεροδρόμια και ως προς τις περιβαλλοντολογικές τους προσπάθειες και προώθηση έρευνας και ανάπτυξης σε μελλοντική βάση.

Όλα τα παραπάνω λοιπόν σχετίζονται άμεσα με το φαινόμενο του τουρισμού και πως αυτό μπορεί να έχει αρνητικές επιρροές στο περιβάλλον. Παραδείγματα που μπορούν αναφερθούν σε αυτή την περίπτωση είναι η ρύπανση μιας ακτής ή θάλασσας με πλαστικά και υλικά τα οποία δεν αλλοιώνονται εύκολα ή με χημικές ουσίες. Ο ρόλος του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου είναι τέτοιος ο οποίος προασπίζει την επιβολή όρων και νόμων που έχουν άμεση σχέση με το περιβάλλον. Για το λόγο ότι και ο τομέας του τουρισμού είναι άμεσα συνδεδεμένος με το περιβάλλον και βρίσκεται σε ραγδαία αύξηση, επηρεάζεται άμεσα από αυτούς τους νόμους.

1.9 Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Προστασία των Τουριστών

Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο στις μέρες μας έχει θεσπίσει διάφορα μέτρα και νόμους, τα οποία σχετίζονται με την προστασία του τουρίστα. Δεν θα πρέπει να παραβλέπεται το γεγονός ότι ο τουρίστας αποτελεί τον πυρήνα των τουριστικών επιχειρήσεων και οποιαδήποτε ενέργεια διεξάγεται, θα πρέπει να γίνεται με πρωταρχικό σκοπό την προστασία του. Όλοι αυτοί οι όροι και οι νόμοι που έχουν ψηφιστεί, έχουν καταφέρει να τον προστατέψουν σε ένα μεγάλο βαθμό, χρειάζονται όμως ακόμα κάποια περαιτέρω βήματα για την παροχή σε αυτόν ότι πραγματικά δικαιούται.

Οι σχετικοί νόμοι οι οποίοι έχουν ψηφιστεί να μην παρουσιάζουν κυρίαρχο πρόσωπο σε αυτούς τον τουρίστα, παράλληλα όμως προσπαθούν να δώσουν την πέπουσα σημασία και στον περιβάλλον και την επιρροή που δέχεται αυτό από τις μεταφορές. Η Ε.Ε. θεωρεί ότι ο τομέας του τουρισμού θα πρέπει να αναπτυχθεί

περαιτέρω, κάτι τέτοιο όμως καλείται να πραγματοποιηθεί όχι εις βάρος του περιβάλλοντος. Στις προηγούμενες σελίδες αναφέρθηκαν συνοπτικά τα μέτρα τα οποία έχουν θεσπιστεί και αποσκοπούν στην προστασία του περιβάλλοντος και πως αυτό επηρεάζεται από τις μεταφορές σε όλους τους τομείς, συμπεριλαμβανομένου εκείνου του τουρισμού. Για να μπορέσει λοιπόν να βελτιωθεί περαιτέρω ο τομέας του τουρισμού αλλά και το περιβάλλον να διατηρήσει την φυσικότητα τους και τους πόρους μπορεί να προσφέρει, έχουν θεσπιστεί νόμοι οι οποίοι αφορούν αυτό αλλά σε κάποιο βαθμό (άμεσα ή έμμεσα) επηρεάζουν τον τομέα του τουρισμού και τον τουρίστα.

Για τον λόγο ότι η Ευρώπη παραμένει υψηλός τουριστικός προορισμός, θα πρέπει να ληφθούν τα αναγκαία μέτρα θα οριοθετούν μια ενιαία πολιτική στρατηγική σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος. Θα πρέπει να υπάρχει ένας βιώσιμος τουριστικός πληθυσμός, ο οποίος θα σέβεται και θα προασπίζει το φυσικό περιβάλλον αυτής της ηπείρου. Σε κάθε χώρα υπάρχει ένα φυσικό περιβάλλον το οποίο προσφέρει συγκεκριμένους πόρους στους πολίτες της χώρας αυτής. Μέσα σε κάθε εθνικό πλαίσιο υπάρχουν συγκεκριμένοι όροι και νόμοι που προστατεύουν το περιβάλλον αυτό και προσπαθούν να το ανανεώνουν για να συνεχίσει να υπάρχει και να προσφέρει αυτά που ήδη παρέχει. Οι νόμοι και οι όροι αυτοί επηρεάζουν σημαντικά τον τουρίστα, ο οποίος θα πρέπει να δείξει τον ανάλογο σεβασμό στην χώρα που επισκέπτεται και να μην θίγει τα συμφέροντα και δικαιώματα των πολιτών αυτών.

Επιπλέον οι διάφοροι νόμοι οι οποίοι έχουν ψηφιστεί από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην προστασία του περιβάλλοντος από τις πυρκαγιές. Κάθε καλοκαίρι εκδηλώνονται πολλές πυρκαγιές από απροσεξίες και μέσα σε αυτές συγκαταλέγονται και των τουριστών. Είναι λοιπόν επιτακτική η προστασία του περιβάλλοντος από τέτοιου είδους ενέργειες και η επιρροή αυτών των νόμων στους τουρίστες είναι άμεση, αφού καλούνται να γνωρίζουν τα καθήκοντα τους σχετικά με αυτό το σημείο που μπορεί να αποβεί καταστρεπτικό για το περιβάλλον ²⁵ . Ο τομέας του τουρισμού είναι επίσης σημαντικός και τις

²⁵Bruce, M., "New Technology and the Future of Tourism", McGraw Hill, London, 1997

απομακρυσμένες και ιδιαίτερες γεωγραφικές περιοχές. Αν δεν υπάρχει ανάπτυξη σε έναν τόπο, τότε είναι πολύ πιθανό να μην υπάρχει και τουριστικός πληθυσμός. Η προστασία περιβαλλοντικών ζωνών οι οποίες βρίσκονται σε περιοχές απομακρυσμένες, είναι εντελώς αναγκαίο. Αν επιτευχθεί κάτι τέτοιο, τότε η προστασία του περιβάλλοντος θα είναι σε μεγαλύτερο επίπεδο και η τόνωση του τουρισμού θα βοηθήσει επίσης σε αυτήν την προσπάθεια²⁶.

Τέλος θα πρέπει να αναφερθεί για την προστασία του περιβάλλοντος και τα μέτρα που έχουν παρθεί για αυτό το σκοπό, θα βοηθηθεί ιδιαίτερα και η ίδια η τουριστική βιομηχανία. Πάντα ένα φυσικό περιβάλλον με ιδιαίτερες αρετές και φυσικούς πόρους είναι ικανό να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες. Με τον τρόπο λοιπόν αυτό αναπτύσσεται η τουριστική βιομηχανία και τα έσοδα για τις επιχειρήσεις και όσους ασχολούνται με τον τουρισμό αυξάνονται.

1.10 Σχέσεις Μεταξύ των Αρχών για μια Κοινή Στρατηγική και Βιώσιμη Ανάπτυξη στα Πλαίσια της Πολιτικής που Υιοθετείται για την Αειφορία του Τουρισμού στα Πλαίσια Λειτουργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Σχετικά με τον ανταγωνισμό ο οποίος υπάρχει στις μέρες στους τομείς του τουρισμού, έχουν θεσπιστεί διάφορα μέτρα και μέσα τα οποία ρυθμίζουν διάφορες καταστάσεις και θεσμούς εντός των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Προσπαθώντας η επιτροπή της Ευρωπαϊκής Ένωσης να διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο και να προασπίσει τα συμφέροντα των επιχειρήσεων καθώς επίσης και των καταναλωτών, έχει ψηφίσει και εκδώσει μια συγκεκριμένη ατζέντα η οποία ασχολείται με την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων εντός των ευρωπαϊκών συνόρων.

Ο τουρισμός είναι πράγματι μία από τις οικονομικές δραστηριότητες με το σημαντικότερο δυναμικό για τη δημιουργία μελλοντικής ανάπτυξης και απασχόλησης στην ΕΕ. Υπό το στενότερο ορισμό του, ο τουρισμός παράγει σήμερα πάνω από το 4% του ΑΕγχΠ της ΕΕ και ποικίλλει από 2% περίπου σε διάφορα νέα κράτη μέλη έως 12% στη Μάλτα. Η έμμεση συμβολή του στο ΑΕγχΠ είναι πολύ υψηλότερη - ο

²⁶ Λογοθέτη, Χ., 2009, “Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας”, Εκδόσεις Σακκουλά

τουρισμός παράγει έμμεσα πάνω από 10% του ΑεγχΠ της ΕΕ και παρέχει περίπου 12% του συνόλου των θέσεων εργασίας²⁷

Για το γεγονός ότι ο τουρισμός αλλά και η βιομηχανία γύρω από αυτόν παρουσιάζει συγκεκριμένους ανοδικούς ρυθμούς ανάπτυξης, η Ευρωπαϊκή Ένωση μέσω των συγκεκριμένων μέσων έχει φροντίσει να προστατέψει τον τομέα αυτόν σε πρωταρχικό επίπεδο. Τα μέτρα τα οποία λαμβάνει η Ευρωπαϊκή Ένωση για την προάσπιση του τουρισμού, έχουν άμεση συνάρτηση με το φυσικό περιβάλλον, τις κοινωνικές συνθήκες, την ασφάλεια των κατοίκων που ζουν στους συγκεκριμένους χώρους καθώς και την ευημερία τους. Μέσω λοιπόν της συντήρησης και της ανάπτυξης των τόπων που θεωρούνται τουριστικά θέρετρα, οι αρχές της Ευρώπης προσπαθούν να αυξάνουν τον αριθμό τουριστών που τους επισκέπτονται. Επιπλέον βοηθούν σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών καθώς και μακρυπρόθεσμη αειφορία και υγιή ανταγωνισμό²⁸.

Εξαρχής η ανάπτυξη του τουρισμού εντός των πλαισίων μια βιώσιμης ανάπτυξης, έχει κεντρίσει το ενδιαφέρον παγκοσμίως. Στην Παγκόσμια Συνδιάσκεψη για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, στο Ρίο της Βραζιλίας το 1992, τέθηκαν διάφορα ζητήματα για το περιβάλλον και τα οποία αφορούσαν άμεσα και τις πηγές ενέργειες, τις μεταφορές και κατ' επέκταση τον τουρισμό. Επιπλέον το 1995 παρουσιάστηκε στο Παγκόσμιο Συνέδριο στο Λανθαρότε στους Κανάριους Νήσους της Ισπανίας, η “*Χάρτα για τον Τουρισμό και την Βιώσιμη Ανάπτυξη*”.

Θα πρέπει επιπλέον να σημειωθεί πως το “5^ο Πρόγραμμα Δράσης για το Περιβάλλον” της Ευρωπαϊκή Ένωσης, αναγνωρίζονται σημαντικοί τομείς που θα πρέπει να γίνει άμεση παρέμβαση. Αυτοί οι τομείς είναι η βιομηχανία, η ενέργεια, οι μεταφορές, η γεωργία και ο τουρισμός. Θωρείται ότι η προσέγγιση της Ευρωπαϊκής Ένωσης μπορεί να συμβάλει αποτελεσματικότερα στην επίλυση των συγκεκριμένων προβλημάτων, τόσο στο περιβάλλον όσο και στον ρόλο της βιώσιμης ανάπτυξη του τουρισμού.

²⁷ Bruce, M., “*New Technology and the Future of Tourism*”, McGraw Hill, London, 1997

²⁸ Ι.Τ.Ξ.Ε., «*Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού*», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

Ο στόχος όλων των αυτών είναι να εξακολουθήσει ο τομέας του τουρισμού να σημειώνει υψηλά ποσοστά κέρδους και τα επόμενα χρόνια και να παραμείνει ανταγωνιστικός. Φυσικά για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο άμεσα, θα πρέπει να συμβάλλουν αποτελεσματικά και οι διάφορες βιομηχανίες με τα μέσα μεταφοράς αφού θα πρέπει να ελέγχουν τις εκπομπές αερίου προς την ατμόσφαιρα. Επιπλέον μακρυπρόθεσμοι στόχοι που τοποθετούνται από τις αρχές της Ευρωπαϊκής Ένωσης αφορούν την οικονομική ανάπτυξη δύσκολων προσβάσιμων τουριστικών τόπων και ανταγωνιστικότερα πλεονεκτήματα τα οποία θα καθιστούν την Ευρωπαϊκή ήπειρο ως ένα καλύτερο και ομορφότερο μέρος προορισμού. Όλα αυτά βέβαια θα πρέπει να γίνουν με κοινωνικά αποδεκτό τρόπο και με συνθήκες οι οποίες θα ευνοούν την επίτευξη αυτών των στόχων αλλά και μέσων.

Εν κατακλείδι, θα λέγαμε πως τελευταία έχει διαπιστωθεί πως ο τομέας του τουρισμού παρουσιάζει έντονα φαινόμενα ανάπτυξης σε παγκόσμιο επίπεδο. Όλοι όσοι ασχολούνται με αυτόν τον τομέα έχουν διαπιστώσει πως αν εκμεταλλευτούν με σωστό τρόπο τις ευκαιρίες αυτές, θα μπορέσουν να αντεπεξέλθουν στις απαιτήσεις των εποχών και να καταστήσουν την Ευρώπη ως μια από τις δημοφιλέστερες ηπείρους για διακοπές.

Για να μπορέσει βέβαια να γίνει κάτι τέτοιο πραγματικότητα, θα πρέπει όλοι όσοι εμπλέκονται με τις λειτουργίες του τουρισμού στην Ευρώπη να εφαρμόζουν σωστά και πιστά τους νόμους του οποίους έχει θεσπίσει η Ευρωπαϊκή Ένωση και αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος και τις μεταφορές. Ειδικές διατάξεις έχουν θεσπιστεί και οποίες αναφέρουν τις προσπάθειες που πρέπει να γίνουν από όλους για ένα καλύτερο προστατευμένο περιβάλλον και μικρότερη χρησιμοποίηση πηγών ενέργειας. Αν κάτι τέτοιο γίνει πραγματικότητα, τότε όλοι θα μπορέσουμε να έχουμε στην διάθεση μας ένα περιβάλλον χωρίς μεγάλες ποσότητες μόλυνσης και επιβάρυνσης από τις μεταφορές. Επιπλέον κάτι τέτοιο θα συμβάλει αποτελεσματικά και στην αύξηση του τουρισμού στην Ευρώπη και σε ανάπτυξη κοινωνιών οι οποίες σχετίζονται άμεσα με την τουριστική βιομηχανία²⁹.

1.11 Εφαρμογή Προγράμματος «Σύγχρονη Επιχείρηση» με Σκοπό την Ανάπτυξη του Τουρισμού στην Ελλάδα

²⁹ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

Το Πρόγραμμα «Σύγχρονη Επιχείρηση 2009» το οποίο είχε σαν σκοπό την ενσωμάτωση της σύγχρονης τεχνογνωσίας και καινοτομίας με ποιότητα στην περιβαλλοντική ευαισθησία, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών επιχειρήσεων στα τουριστικά προϊόντα στην ελληνική και στις διεθνείς αγορές, την πιστοποίηση των επιχειρήσεων σύμφωνα με τις απαιτήσεις των νέων πανευρωπαϊκών προτύπων, την βελτίωση των ήδη εγκατεστημένων συστημάτων διαχείρισης, την ενίσχυση των υποδομών έτσι ώστε να μπορέσουν οι επιχειρήσεις να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις για την πιστοποίησή τους, αλλά και την πιστοποίηση προϊόντων και υπηρεσιών σύμφωνα με τα αναγνωρισμένα πρότυπα.

Φυσικά για όλα τα παραπάνω προγράμματα υπάρχουν και κάποιες προϋποθέσεις ή ακόμα και δεσμεύσεις οι οποίες είναι αδύνατον να πραγματοποιηθούν για ευνόητους λόγους. Ήδη τα πρώτα προγράμματα στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007-2013 έχουν δημοσιευθεί ή και προκηρυχθεί τους τελευταίους μήνες αλλά η διαδικασία υποβολής των αιτήσεων δεν έχει ακόμα ολοκληρωθεί. Αυτό σημαίνει ότι δεν υπάρχουν στο σημείο αυτό χρηματοδοτήσεις στο πλαίσιο της τέταρτης προγραμματικής περιόδου. Στην περίπτωση που ολοκληρωθεί η διαδικασία υποβολής αιτήσεων, ο Αρμόδιος Φορέας υλοποίησης του κάθε προγράμματος θα συνεχίσει σε αξιολογήσεις των επενδυτικών προγραμμάτων και θα πάρει αποφάσεις υπαγωγής για τα εγκεκριμένα σχέδια. Ο Επενδυτικός Νόμος είναι το μόνο σχέδιο ενίσχυσε τις τουριστικές επενδύσεις και στου οποίου τις διατάξεις έχουν υπαχθεί εκατοντάδες τουριστικές επενδύσεις από όλη την Ελλάδα³⁰.

Σχετικά με τα προβλήματα και τις λύσεις στην πορεία για την επιδότηση των τουριστικών προϊόντων, θα πρέπει να σημειωθεί πως σε πρώτη φάση η ένταξη μιας επιχείρησης σε κάποιο χρηματοδοτικό πρόγραμμα και η υλοποίηση ενός επιδοτούμενου επενδυτικού σχεδίου σε δεύτερη φάση για τα τουριστικά προϊόντα, απαιτούν την ικανοποίηση κάποιων προϋποθέσεων και όρων. Όσα προβλήματα απασχολούν τους επενδυτές έχουν να κάνουν άμεσα με τις παραπάνω προϋποθέσεις και όρους. Βέβαια και με κάποιους άλλους παράγοντες

³⁰ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

όπως το ύψος του επενδυτικού σχεδίου, την περιοχή υλοποίησής του, το είδος του επενδυτικού σχεδίου, κλπ.

Αν είναι δυνατόν να εξασφαλισθεί από τον δυνητικό δικαιούχο της επιχείρησης, τότε το πρόβλημα περιορίζεται στο ελάχιστο. Και αυτό που πρέπει να εξασφαλισθεί είναι :

- Ø Η ρευστότητα για το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα πριν την υποβολή της αίτησής του αλλά και για το χρονικό διάστημα υλοποίησής του επενδυτικού σχεδίου.
- Ø Η διαδικασία προσκόμισης των δικαιολογητικών που χρειάζονται από κάθε χρηματοδοτικό πρόγραμμα.
- Ø Η δυνατότητα λήψης μεσομακροπρόθεσμου και βραχυπρόθεσμου τραπεζικού δανεισμού.
- Ø Η δυνατότητα λήψης των εγκρίσεων και αδειών που χρειάζονται από τους ανάλογους φορείς κάθε φορά για την δημιουργία της επιδότησης.

Είναι επίσης γεγονός πως θεωρείται αρκετά δύσκολο να περιγραφούν οι διαφορές ανάμεσα στα δυο αυτά προγράμματα. Το σίγουρο είναι πως οι βασικές διαφορές εστιάζουν στον προϋπολογισμό του επενδυτικού σχεδίου αλλά και στις ανάλογες προδιαγραφές. Ο Αναπτυξιακός Νόμος δεν βάζει ανώτατο όριο προϋπολογισμού επένδυσης αλλά το πρόγραμμα LEADER έχει τα αντίστοιχα όρια αλλά και ενισχύει βασικά τις μικρότερες επενδύσεις σε αγροτουριστικά καταλύματα και τα οποία υπάγονται στα τουριστικά προϊόντα. Από την άλλη πλευρά, ο Αναπτυξιακός νόμος προχωρά σε επιδοτήσεις οι οποίες προχωρούν βάσει του ΕΟΤ αλλά ο LEADER προχωρά σε επενδύσεις οι οποίες υλοποιούνται κάτω υπό ορισμένες προϋποθέσεις και προδιαγραφές στις αντίστοιχες προκηρύξεις.

Βασικό είναι επίσης ότι ο Αναπτυξιακός νόμος χρηματοδοτεί επενδύσεις σε ολόκληρη την ελληνική επικράτεια ενώ ο LEADER επιδοτεί αγροτουριστικές επενδύσεις σε συγκεκριμένες ορεινές πεδινές περιοχές της χώρας και σε κάποιες νησιωτικές περιοχές που διαθέτουν τα απαραίτητα κριτήρια. Αυτό που πρέπει να κάνει κανείς αρχικά και πριν από οποιαδήποτε κίνηση, είναι να καταγράψει τις πραγματικές ανάγκες που χρειάζεται και να τις αξιολογήσει, ώστε να βελτιώσει

την επιχείρησή του για προβολή των τουριστικών προϊόντων που προωθεί και πουλά. Κάτι που θα γίνει είτε με την βοήθεια των εξειδικευμένων συνεργατών είτε θα το κάνει μόνος του. Η επιδότηση θα πρέπει να αντιμετωπίζεται σαν ένα μέσο για την βελτίωση της επιχείρησης και όχι σαν ένας αυτοσκοπός. Η επιδότηση δεν θα πρέπει να τον παρασύρει και να τον κάνει να οδηγηθεί σε μια διαδικασία υλοποίησης ενός επενδυτικού σχεδίου που δεν θα του χρειαστεί ή θα είναι υπερβολικά μεγάλο για τα σχέδιά του και τις ανάγκες του³¹.

Η επόμενη κίνηση που θα κάνει αφού αναφέρει τις ανάγκες του θα πρέπει να είναι η επιλογή ενός Συμβούλου ή μίας εταιρείας Συμβούλων η οποία θα είναι εξειδικευμένη στον τομέα των χρηματοδοτικών προγραμμάτων και να πάρει από εκεί όλες τις πληροφορίες που χρειάζεται για τα σχετικά προγράμματα που αφορούν την επιχείρησή του. Εκείνος που θα τον καθοδηγήσει θα είναι ο Σύμβουλος ή η Εταιρεία Συμβούλων για να εντάξει την επένδυσή του μέσα στο πρόγραμμα της πιο κατάλληλης χρηματοδότησης. Οι όροι και οι προϋποθέσεις για την υλοποίηση αλλά και την ένταξη στο κατάλληλο επιδοτούμενο πρόγραμμα θα πρέπει να είναι από την αρχή γνωστοί. Οι υποχρεώσεις του ενδιαφερόμενου το ίδιο επίσης.

Είναι γνωστό επίσης ότι η Ελλάδα είναι μια χώρα τουριστική η οποία διαθέτει πολλά πλεονεκτήματα έναντι άλλων ανταγωνιστικών χωρών. Επίσης όμως διαθέτει και κάποια μειονεκτήματα γνωστά στον τουριστικό κόσμο. Ο οργανισμός γύρω από τις επενδύσεις τόσο σε υφιστάμενες όσο και σε καινούργιες είναι μεγάλος τα τελευταία χρόνια. Κυρίως σε τουριστικά καταλύματα. Σύμφωνα με τους ειδικούς, ο χώρος που υπάρχει για νέες επενδύσεις στα νέα τουριστικά προϊόντα είναι αρκετός και όλες αφορούν τον τουρισμό. Αλλά κυρίως σε υποδομές που συμπληρώνουν το τουριστικό προϊόν κάποιας περιοχής και είναι πόλοι έλξης για νέους επισκέπτες. Τέτοιοι πόλοι μπορεί να τα τουριστικά πάρκα, τα συνεδριακά κέντρα ή τα κέντρα θαλασσοθεραπείας³².

Όλες οι επενδύσεις που αφορούν τις νέες κλίνες θα πρέπει πάντα να υλοποιούνται βάσει σχεδιασμού και με μέτρο σε περιοχές που διαθέτουν τα

³¹ Λογοθέτη, Χ., 2009, “Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας”, Εκδόσεις Σακκουλά

³² Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ’, “Τουριστικός Τομέας”, Έκδοση για Ε.Α.Π.

απαραίτητα στοιχεία και σε τουριστικά αναπτυσσόμενες. Οι επενδύσεις πάνω σε υφιστάμενα καταλύματα θα πρέπει να είναι πιο συνεχείς και να συμβαδίζουν με τις ανάγκες της κάθε επιχείρησης. Τέλος, στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007-2013, το πρώτο πρόγραμμα (Ενίσχυση Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων από τα Περιφερειακά Προγράμματα Τουριστικών Προϊόντων) όπου και στο οποίο οι τράπεζες θα είναι εκείνες που θα έχουν τον μεσολαβητικό ρόλο βρίσκεται ακόμα σε στάδιο προδημοσίευσης. Δεν υπάρχουν ακόμα συγκεκριμένα στοιχεία. Αλλά αν ληφθεί υπόψη η εμπειρία του Γ'ΚΠΣ, συνήθως οι χρόνοι έγκρισης των χρηματοδοτήσεων φτάνουν τους 4-5 μήνες από την ημερομηνία υποβολής των επενδυτικών σχεδίων των επιχειρήσεων³³.

³³ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

2. Κεφάλαιο 2^ο : Η Ελλάδα ως Τουριστικός Προορισμός - Σημαντικότεροι Αρχαιολογικοί Χώροι Καθώς και Σχετικά Στοιχεία Ανάπτυξης και Λειτουργίας Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων

2.1 Η Ελλάδα ως Τουριστικός Προορισμός

Η Ελλάδα είναι ένας από τους δημοφιλέστερους προορισμούς παγκοσμίως με απaráμιλλη φυσική ομορφιά και πλούσια ιστορία. Προσελκύει χιλιάδες τουρίστες κάθε χρόνο που επιθυμούν να χαλαρώσουν σε μαγευτικές παραλίες, να κολυμπήσουν σε κρυστάλλινα νερά και να επισκεφθούν μερικά από τα πιο εντυπωσιακά αρχαιολογικά μνημεία στον κόσμο³⁴. Οι Έλληνες είναι ιδιαίτερα περήφανοι για τη χώρα τους και θέλουν να μοιραστούν τις ομορφιές της με τους επισκέπτες της. Ο τουρισμός που δεν είναι μια ξεκομμένη και αυτόνομη, οικονομική και κοινωνική δραστηριότητα αλλά αποτελεί, μαζί με τους άλλους τομείς, ένα ενιαίο παραγωγικό σύμπλεγμα και πρέπει να τον δούμε και να τον διαχειριστούμε ως την κινητήρια δύναμη της ελληνικής οικονομίας³⁵.

Ο τουριστικός κλάδος είναι ένας από τους βασικότερους πυλώνες ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας, εξαιτίας της γεωγραφικής θέσης, της κλιματικής υπεροχής και του μεγάλου ιστορικού πλούτου της Ελλάδας στον παγκόσμιο χάρτη. Στα χρόνια που πέρασαν το ισοζύγιο του τουρισμού ήταν θετικό για την ελληνική οικονομία.

Στην δύνη της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, πλήττεται σοβαρά ο τουρισμός, ο οποίος προσελκύει πελάτες με χαμηλό εισόδημα. Διότι αρκετοί υποψήφιοι τουρίστες δυστυχώς, έχουν χάσει την εργασία τους. Ενώ κάποια άλλη ομάδα εξ αιτίας του φόβου της οικονομικής κρίσης σφίγγει κατά πολύ το εισόδημα της για ώρα έκτακτης ανάγκης, αποφεύγοντας φυσικά τον τουρισμό. Οι ομάδες αυτές όμως είναι πάρα πολλά εκατομμύρια ανά τον κόσμο, και φυσικά θα τους χάσει η

³⁴ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

³⁵ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

τουριστική βιομηχανία από πελάτες, εξαιτίας της οικονομικής αδυναμίας τους να αντεπεξέλθουν στις βασικές απαιτήσεις της ζωής. Το μόνο δεδομένο της εποχής είναι δεκάδες εκατομμύρια άνεργοι σε εργασιακή απόγνωση.

Η έννοια του τουρισμού είτε διεθνής είτε τοπική, δημιουργεί μια συγχώνευση ανθρώπων από διαφορετικές κοινωνικές και πολιτισμικές ρίζες, και μία σημαντική αναδιανομή εισοδήματος από κυρίως εύρωστες βιομηχανικά περιοχές προς περιοχές που δεν έχουν βιομηχανική βάση ή κάποιον άλλο παράγοντα δημιουργίας μεγάλης προστιθέμενης αξίας³⁶. Οι περισσότερες μελέτες για τις επιπτώσεις της εποχικότητας στο φαινόμενο του τουρισμού και την ανάπτυξη μιας χώρας σε αυτόν τον τομέα, οδήγησαν κυρίως σε οικονομικούς παράγοντες.

Η Ελλάδα συνολικά σαν τουριστικός προορισμός βρίσκεται τα τελευταία χρόνια ανάμεσα στους 15 σημαντικότερους στον κόσμο, δυστυχώς όμως, δεν επιτυγχάνει αντίστοιχη κατάταξη σαν συνεδριακός προορισμός όπου το μερίδιο της Ελλάδας στην κατηγορία conference / congress / seminar είναι μικρότερο του 0,5% στις αγορές της Μεγάλης Βρετανίας, Γερμανίας, Ιταλίας, Ολλανδίας, Γαλλίας, Αυστρίας και Ελβετίας και μόνο στην αγορά της Σουηδίας, φτάνουμε το 2%. Επίσης, σύμφωνα με τα στοιχεία της ICCA (International Congress & Convention Association) εκτιμάται ότι η Ελλάδα κατέχει περίπου το 1,9% της παγκόσμιας αγοράς, όταν μια πόλη - όχι χώρα - όπως η Βιέννη κατέχει μερίδιο πάνω από 2,5%. Όμως, σε επίπεδο αερομεταφορών δεν υπάρχει ουσιαστική πρόοδος, γεγονός που συνιστά ανταγωνιστικό μειονέκτημα έναντι άλλων συνεδριακών προορισμών³⁷.

Επίσης, απουσιάζει ακόμα η οργάνωση του χώρου για την οποία είναι απαραίτητη η συνέργεια του δημόσιου με τον ιδιωτικό τομέα. Συνεπώς, το μέλλον του κλάδου στη χώρα μας θα εξαρτηθεί από το βαθμό που θα ενεργοποιηθούμε σε επίπεδο αερομεταφορών και οργάνωσης / προβολής άλλων προϊόντων. Η όποια διαφημιστική προσπάθεια γίνει για την προβολή του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας, χωρίς παράλληλα να έχει εξασφαλισθεί η υποστήριξη από πλευράς αερομεταφορών και product management, ελάχιστα αποτελέσματα θα έχει.

³⁶ Λογοθέτη, Χ., 2009, “*Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας*”, Εκδόσεις Σακκουλά

³⁷ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ’, “*Τουριστικός Τομέας*”, Έκδοση για Ε.Α.Π.

2.2 Σημαντικότεροι Αρχαιολογικοί Χώροι στην Ελλάδα

Πόλος έλξης αποτελεί η Ελλάδα πάνω από όλα για την πορεία που έχει διαγράψει ανά τους αιώνες και την αρχαιολογική κληρονομιά της. Τουρίστες απ' όλο τον κόσμο έχουν σαν βασικό τους στόχο να επισκεφθούν την Ελλάδα και να βιώσουν από κοντά όλα όσα έχουν διαβάσει κ ακούσει για τη σπουδαία αρχαία Ελλάδα. Ορισμένοι από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς με τεράστια επισκευσιμότητα όλα αυτά τα χρόνια είναι οι παρακάτω³⁸:

2.2.1 Το Μνημείο της Ακρόπολης



Στο βραχώδη λόφο της Ακρόπολης, που δεσπόζει στο κέντρο της σύγχρονης Αθήνας, βρισκόταν το σπουδαιότερο και μεγαλοπρεπέστερο ιερό της αρχαίας πόλης, αφιερωμένο, κατά κύριο λόγο, στην προστάτιδα θεά της, την Αθηνά. Με τον ιερό αυτό χώρο σχετίζονται οι σημαντικότεροι μύθοι της αρχαίας Αθήνας, οι μεγάλες θρησκευτικές εορτές, οι παλαιότερες λατρείες της πόλης αλλά και ορισμένα από τα καθοριστικά για την ιστορία της γεγονότα³⁹. Τα μνημεία της Ακρόπολης, αρμονικά συνδυασμένα με το φυσικό περιβάλλον, αποτελούν μοναδικά αριστουργήματα της αρχαίας αρχιτεκτονικής, που εκφράζουν πρωτοποριακούς συσχετισμούς ρυθμών και τάσεων της κλασικής τέχνης και επηρέασαν την πνευματική και καλλιτεχνική δημιουργία για πολλούς αιώνες αργότερα. Η Ακρόπολη του 5ου αι. π.Χ. αποδίδει με

³⁸ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

³⁹ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

τον τελειότερο τρόπο το μεγαλείο, τη δύναμη και τον πλούτο της Αθήνας στην εποχή της μεγαλύτερης ακμής της, το "χρυσό αιώνα" του Περικλή⁴⁰.

2.2.2 Παρθενώνας



Ο Παρθενώνας, ναός χτισμένος προς τιμήν της Αθηνάς, προστάτιδας της πόλης της Αθήνας, υπήρξε το αποτέλεσμα της συνεργασίας σημαντικών αρχιτεκτόνων και γλυπτών στα μέσα του 5ου π.Χ. αιώνα. Η εποχή της κατασκευής του συνταντίζεται με τα φιλόδοξα επεκτατικά σχέδια της Αθήνας και της πολιτικής κύρους που ακολούθησε έναντι των συμμάχων της κατά την περίοδο της αθηναϊκής ηγεμονίας.

⁴⁰ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

2.2.3 Αρχαία Επίδαυρος



Στις ράχες του βουνού Άκρα και με τα πεύκα να κατεβαίνουν απ' τις πλαγιές μέχρι τα νερά του ομώνυμου κόλπου της Επιδαύρου, η Αρχαία Επίδαυρος είναι χτισμένη στη θέση όπου αναπτύχθηκε ο αρχαίος πολιτισμός της Επιδαύρου, όχι μακριά από το ιερό του Ασκληπιού και το γνωστό σε όλους, αρχαίο θέατρο. Περνώντας, διαδοχικά, από τους Κάρεις, τους Ίωνες και τους Δωριείς, έγινε σπουδαίο εμπορικό κέντρο διατηρώντας δικές του αποικίες. Εδώ, υπήρχε ιερό του Ασκληπιού, ναός αφιερωμένος στο Διόνυσο, άλσος αφιερωμένο στην θεά Άρτεμη και ιερό της Αφροδίτης, ενώ στην περιοχή της χερσονήσου που αγκαλιάζει προστατευτικά τα νερά του λιμανιού, με το ιερό της Ήρας, αποκαλύφθηκαν θαλαμοειδείς μυκηναϊκοί τάφοι, νεκροταφείο με επιτύμβιες πλάκες και μια πληθώρα αγαλμάτων και επιγραφών. Στην ίδια περιοχή της χερσονήσου ανακαλύφθηκε το θαυμάσια διατηρημένο μικρό θέατρο της Επιδαύρου με τις 6.000 θέσεις που μοιάζουν λίγες για τα υψηλής καλλιτεχνικής αξίας δρώμενα που φιλοξενεί σήμερα⁴¹.

⁴¹ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

2.2.4 Μυκήνες



Οι Μυκήνες είναι μια από τις αρχαιότερες και μυθικές πόλεις της Ευρώπης. Βρίσκεται στον αυτοκινητόδρομο Κορίνθου - Άργους και κατέχει ένα μεγάλο αρχαιολογικό χώρο. Πολλοί από τους πιο συγκινητικούς και πασίγνωστους μύθους της ελληνικής αρχαιότητας είναι δεμένοι με τον τόπο αυτό. Ο επισκέπτης μπορεί να δει τους θολωτούς τάφους, τα υψηλά τείχη γύρω από την πύλη των Λεόντων, και τον εντυπωσιακό θολωτό τάφο του Αγαμέμνονα που αντικατοπτρίζει όλο το θησαυρό και την ιστορία των Ατρέων.

2.2.5 Οικισμός Μολοσσών στη Βίτσα



Πρόκειται για συνοικισμό κτηνοτρόφων. Η έρευνα άρχισε το 1965 και ολοκληρώθηκε το 1975. Στο βόρειο νεκροταφείο του οικισμού βρέθηκαν 26 τάφοι του 8ου - 4ου π.Χ. αιώνα, και στο νότιο νεκροταφείο 151 τάφοι του 9ου - 4ου π.Χ. αιώνα. Τα κτερίσματα των τάφων ήταν όπλα, ξίφη, μαχαίρια και αιχμές δοράτων στους ανδρικούς τάφους, ενώ στους τάφους των γυναικών βρέθηκαν κοσμήματα, περιδέραια, δακτυλίδια, κ.λ.π. Επίσης σε όλους τους τάφους βρέθηκαν Κορινθιακά και Αττικά αγγεία του 6ου - 4ου π.Χ. αιώνα και χάλκινα σκεύη. Ευρήματα από το χώρο εκτίθενται στο Αρχαιολογικό Μουσείο Ιωαννίνων.

2.2.6 Αρχαία Ολυμπία



Η Ολυμπία είναι η γενέτειρα των Ολυμπιακών Αγώνων και ο ιερός τόπος του Δία, η Ολυμπία καλλιέργησε ιδανικά από την αρχαιότητα. Ποτέ δεν ήταν μόνο οι αγώνες το κύριο ιδανικό, αλλά και η τιμή, η ειρήνη, η πάλη και το σώμα - όλα σε ένα.

Σε μια επίσκεψη στον αρχαιολογικό χώρο και το μουσείο της Αρχαίας Ολυμπίας, μπορείτε να περπατήσετε σε ένα από τα σημαντικότερα ιερά της αρχαίας Ελλάδας. Η Αρχαία Ολυμπία βρίσκεται στη Ηλεία, στα πόδια του Κρονίου Λόφου Ολυμπίας σας καλεί να πάρετε μέρος της ιστορίας της Ελλάδας⁴².

Μουσείο της Ολυμπίας: Ακριβώς απέναντι από τον αρχαιολογικό χώρο είναι το μουσείο. Έχει ένα μεγάλο πρότυπο σχέδιο για το πώς ήταν ο χώρος στην αρχαιότητα, και πολλά ενδιαφέροντα αντικείμενα. Τα πιο γνωστά έργα τέχνης είναι το άγαλμα του Ερμή του Πραξιτέλη, η Νίκη του Παιωνίου, το κράνος του Μιλτιάδη και τα αετώματα του ναού του Δία, που αναπαριστούν το μύθο του Πηλέα και της Ιπποδάμειας από τη μία πλευρά, και το μύθο του Απόλλωνα και Κένταυρους με Λάπηθες από την άλλη. Υπάρχουν επίσης πολλά αντικείμενα από τους αρχαίους αγώνες όπως αντικείμενα που χρησιμοποιούσαν οι αθλητές για τον καθαρισμό τους, καθώς και αφιερώματα στους θεούς⁴³.

2.2.7 Δελφοί



Οι Δελφοί ήταν αρχαία ελληνική πόλη στην οποία λειτούργησε το σημαντικότερο μαντείο του αρχαιοελληνικού κόσμου. Η πόλη αναφέρεται από τους ομηρικούς χρόνους με την ονομασία Πυθώ. Στην αρχή των ιστορικών χρόνων ήταν

⁴² Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

⁴³ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

μία από τις πόλεις της αρχαίας Φωκίδας, αλλά σταδιακά ο ρόλος της πόλης ενισχύθηκε και εξελίχθηκε σε πανελλήνιο κέντρο και ιερή πόλη των αρχαίων Ελλήνων. Αποτέλεσε επίσης κέντρο της Δελφικής Αμφικτυονίας. Οι Δελφοί διατήρησαν τη σημαντική τους θέση μέχρι τα τέλη του 4ου αιώνα μ.Χ., οπότε δόθηκε οριστικό τέλος στη λειτουργία του μαντείου με διάταγμα του αυτοκράτορα Θεοδοσίου Α΄. Τους επόμενους αιώνες η πόλη παρήκμασε και εγκαταλείφθηκε οριστικά την περίοδο των σλαβικών επιδρομών.

Οι Δελφοί είναι μια περιοχή με έντονο τουρισμό και έχει χαρακτηριστεί μνημείο παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς της ΟΥΝΕΣΚΟ. Εκτός του αρχαιολογικού χώρου και του μουσείου, υπάρχει το Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο και στην ευρύτερη περιοχή μια σειρά Ιερών Μονών θρησκευτικού ενδιαφέροντος. Επίσης, οι Δελφοί βρίσκονται σε μικρή απόσταση 10 χλμ από την Αράχοβα, σημαντικό χειμερινό προορισμό της Στερεάς Ελλάδας και το Γαλαξίδι⁴⁴.

Το Μαντείο των Δελφών ήταν το γνωστότερο μαντείο της Αρχαίας Ελλάδας. Θεωρείται ο ομφαλός του κόσμου, γιατί, σύμφωνα με την παράδοση, όταν ο Ζευς άφησε δύο αετούς, έναν προς την Ανατολή και έναν προς την Δύση, συναντήθηκαν στους Δελφούς. Ήταν αφιερωμένο στον θεό Απόλλωνα. Η Πυθία ήταν το διάμεσο, με το οποίο επικοινωνούσε ο θεός, και έδινε τους χρησμούς, που καταγράφονταν⁴⁵.

2.2.8 Ναός του Απόλλωνα

⁴⁴ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

⁴⁵ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011



Βρίσκεται στο κέντρο της σύγχρονης πόλης Άρτας. Πρόκειται για περίπτερο ναό δωρικού ρυθμού, με πρόναο και επιμήκη σηκό, διαστάσεων 20,75X44 μ. Στο βάθος του σηκού υπάρχει η θεμελίωση του βάρου για το άγαλμα ή το σύμβολο της λατρευόμενης θεότητας. Ο ναός σώζεται ως την ευθυνηρία, αφού ήδη από τους πρώιμους χριστιανικούς χρόνους χρησίμευε ως λατομείο. Ο ναός χρονολογείται με βάση πάρινα αρχιτεκτονικά μέλη γύρω στο 500 π.Χ. Από τα πρώτα χριστιανικά χρόνια τοποθετήθηκαν στο μνημείο κεραμοσκεπείς τάφοι και στη συνέχεια χρησιμοποιήθηκε ως λατομείο⁴⁶.

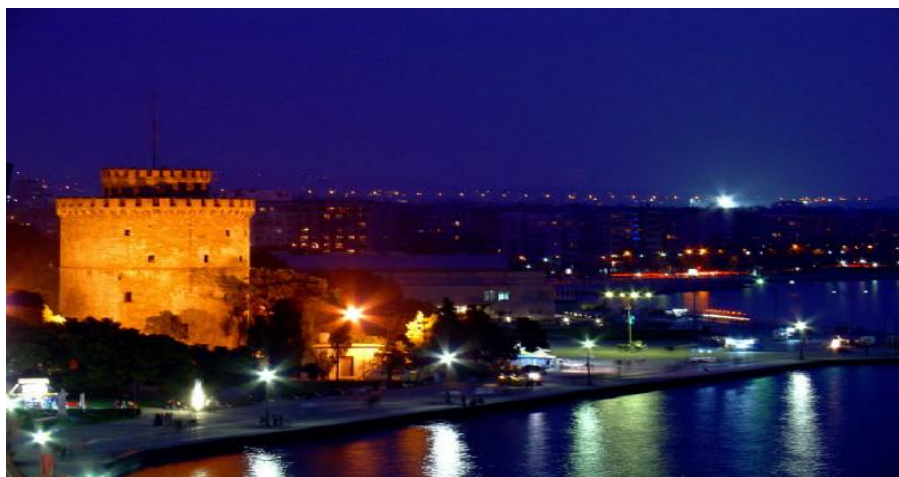
2.2.9 Λευκός Πύργος



⁴⁶ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

Ο Λευκός Πύργος της Θεσσαλονίκης είναι ένας Πύργος οθωμανικής οχύρωσης του 15ου αιώνα (χτίστηκε πιθανόν μεταξύ 1450-70). Σήμερα θεωρείται το βασικό μνημείο της Θεσσαλονίκης και είναι ότι έχει σωθεί από την κατεδαφισμένη οθωμανική οχύρωση της Θεσσαλονίκης. Η σημερινή μορφή του πύργου αντικατέστησε μια παλιά βυζαντινή οχύρωση που είχε αναφορά στον 12ο αιώνα για να χρησιμοποιηθεί στη συνέχεια ως κατάλυμα φρουράς Γενιτσάρων και ως φυλακή θανατοποινιτών. Σήμερα λειτουργεί ως μουσείο και είναι ένα από πιο γνωστά κτίσματα-σύμβολα πόλεων στην Ελλάδα. Έχει 6 ορόφους, 34 μέτρα ύψος και 70 μέτρα περίμετρο⁴⁷.

Η Θεσσαλονίκη, είναι η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της Ελλάδας. Αποτελεί έδρα της Περιφερειακής Ενότητας Θεσσαλονίκης και της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας. Από την ίδρυσή της από τον Κάσσανδρο ως μια ακμάζουσα ελληνιστική πόλη μέχρι την οθωμανική κυριαρχία αξιοποιεί την στρατηγική της θέση και αναπτύσσεται σε μια πολυπολιτισμική πόλη. Από το 1912, με τη λήξη των Βαλκανικών Πολέμων και την ενσωμάτωση της περιοχής στο σύγχρονο Ελληνικό Κράτος, η Θεσσαλονίκη αποτελεί τη δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της Ελλάδας. Ο πληθυσμός του πολεοδομικού συγκροτήματος υπολογίζεται σήμερα στους 790.824 κατοίκους (2011).



Η Θεσσαλονίκη βρίσκεται στο δυτικό τμήμα του σημερινού νομού Θεσσαλονίκης, στο μυχό του Θερμαϊκού κόλπου. Είναι κτισμένη αμφιθεατρικά στις

⁴⁷ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

πλαγιές του Κεδρηνού Λόφου και περιβάλλεται στα βόρεια από το δάσος του Σείχ Σου. Στη Σίνδο υπάρχει η βιομηχανική ζώνη της πόλης και στα ανατολικά βρίσκονται οι περιοχές του αεροδρομίου, της Θέρμης και του Πανοράματος. Βόρεια-Βορειοανατολικά της πόλης υψώνεται ο Χορτιάτης, φυσική οχύρωση και πηγή μέρους του νερού που χρησιμοποιείται για την ύδρευση της. Βορειοδυτικά απλώνεται η πεδιάδα της Θεσσαλονίκης, που συμπληρώνει τις ανάγκες της Θεσσαλονίκης σε ύδρευση. Η πεδιάδα ευνόησε την οικονομική ανάπτυξη της πόλης και της γύρω περιοχής, καθώς σχηματίστηκε (περίπου τον 1ο π.Χ. αιώνα) από τις προσχώσεις των ποταμών που διαρρέουν το νομό κι έτσι είναι ιδιαίτερα εύφορη.

Οι τρεις αυτοί ποταμοί, ο Αξιός, ο Λουδίας και ο Γαλλικός, εκβάλλουν δυτικά της πόλης ενώ ακόμα νοτιότερα εκβάλλει ο Αλιάκμονας. Οι ποταμοί αποτέλεσαν και φυσικά υδάτινα κωλύματα σε προσπάθειες προσέγγισης της πόλης από τα νότια· η διάβαση του Γαλλικού ποταμού από τα ελληνικά στρατεύματα, το 1912, οριστικοποίησε την άνευ όρων παράδοση των Οθωμανών. Το δέλτα του Αξιού αποτελεί υδροβιότοπο 22.000 στρεμμάτων ιδιαίτερης σημασίας, που προστατεύεται από τη συνθήκη Ραμσάρ.

Η θέση της πόλης στην ευρύτερη περιοχή Μακεδονίας-Θράκης, η ύπαρξη του λιμανιού της ως φυσικής πύλης της περιοχής αυτής προς τη θάλασσα αλλά και η φυσική οχύρωσή της καθιστούν τη Θεσσαλονίκη αφενός σημαντικό στρατηγικό σημείο, αφετέρου εμπορικό, συγκοινωνιακό και πολιτισμικό σταυροδρόμι από την αρχαιότητα έως και τα σημερινά χρόνια.

Αποτελεί γεγονός πως η πλατεία Αριστοτέλους αποτελεί ιστορικό και ταυτόχρονα ζωτικό τμήμα της σύγχρονης Θεσσαλονίκης. Η ιστορική της σπουδαιότητα απορρέει από την ένταξή της στον ομώνυμο άξονα, ένα γραμμικό σύνολο δημόσιων χώρων που αποτέλεσε τον κεντρικό χειρισμό κατά τον ανασχεδιασμό της πόλης μετά την πυρκαγιά του 1917. Αφετηρία και σημείο επαφής του άξονα με τη θάλασσα, αποτελεί ένα από τα πιο χαρακτηριστικά σημεία του. Πλαισιώνεται από ένα σπάνιο δείγμα υλοποίησης προγραμματισμένης αρχιτεκτονικής και, χάρη στον προσεγμένο προσανατολισμό, προσφέρει μια σαγηνευτική θέα προς τον Όλυμπο.



Η πλατεία Αριστοτέλους μπορεί και αναδεικνύει επιπρόσθετα το πρόσφατο πολεοδομικό παρελθόν της Θεσσαλονίκης. Η μαζική ανοικοδόμηση και η απουσία μέριμνας για τον δημόσιο χώρο αντανακλώνται χαρακτηριστικά στις προσθήκες ορόφων στα γύρω κτήρια καθ' υπέρβαση του ύψους που είχε προβλέψει ο δημιουργός της, Γάλλος αρχιτέκτονας Ernest Hébrard και στην απρογραμματίστη ανάπτυξη χρήσεων αναψυχής κατά μήκος της δυτικής και της ανατολικής πλευράς της. Ως προς την ιδιότητα του ζωτικού χώρου για τη σύγχρονη Θεσσαλονίκη, αυτή πηγάζει από την ταύτιση της πλατείας με τον μεγαλύτερο ενιαίο υπαίθριο χώρο στο κέντρο της πόλης, σημείο φιλοξενίας πλήθους εκδηλώσεων σε όλη τη διάρκεια του χρόνου αλλά και βασική περιοχή περιπάτου και αναψυχής των πολιτών της.

Η μορφή που παρουσιάζει σήμερα αυτό το τόσο σημαντικό τμήμα του αστικού χώρου αποτελεί κατά βάση προϊόν παρεμβάσεων των πρώτων μεταπολεμικών δεκαετιών και σε καμία περίπτωση δεν δικαιολογεί κολακευτικά σχόλια. Στην ισχνή αισθητική ποιότητα, τον ελλιπή αστικό εξοπλισμό και το παραμελημένο πράσινο, έρχεται να προστεθεί μια άνευ προηγουμένου αταξία: καταστήματα αναψυχής σε ελεύθερη ανάπτυξη στις δύο πλευρές της πλατείας με κάθε λογής ετερόκλητο εξοπλισμό, ασφυκτική στάθμευση στην πλευρά της θάλασσας, πινακίδες, τέντες και κλιματιστικά σε ανεξέλεγκτη διασπορά στις όψεις των γειτονικών κτηρίων⁴⁸.

Την Πλατεία Αριστοτέλους που επιθυμούν να επισκεφθούν άτομα ηλικίας κυρίως από 18 έως 55 ετών, μπορούν να το κάνουν μέσω των ακόλουθων συγκοινωνιακών μέσων και τρόπων ως εξής⁴⁹.

⁴⁸ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

⁴⁹ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

- Λεωφορεία: Η Θεσσαλονίκη διαθέτει ένα εκτεταμένο δίκτυο λεωφορειακών γραμμών που εξυπηρετούν ολόκληρη τη μητροπολιτική περιοχή και όπου οι περισσότερες διέρχονται παράλληλα της πλατείας Αριστοτέλους
- Μετρό: Το Μετρό Θεσσαλονίκης ξεκίνησε να κατασκευάζεται το 2006 και αναμένεται να ολοκληρωθεί το 2014. Η πρώτη γραμμή θα πραγματοποιεί τη διαδρομή Νέος Σιδηροδρομικός Σταθμός - Νέα Ελβετία, ενώ προγραμματίζονται και επεκτάσεις προς άλλες περιοχές και οι οποίες θα συνδέονται με άλλα συγκοινωνιακά μέσα που θα διέρχονται από την περιοχή της πλατείας Αριστοτέλους.
- Ποδήλατο: Η Θεσσαλονίκη διαθέτει δίκτυο ποδηλατοδρόμων 12 km, κυρίως στο παραλιακό μέτωπο και με εύκολη πρόσβαση στη πλατεία.
- Τέλος, δεν θα πρέπει να ξεχνάμε πως η Θεσσαλονίκη βρίσκεται στο σταυροδρόμι των αυτοκινητοδρόμων (Πατρών-Αθηνών-Θεσσαλονίκης-Ευζώνων-Προμαχώνα) και της Εγνατίας Οδού. Υπάρχει καθημερινή σύνδεση με λεωφορεία (ΚΤΕΛ) από το Σταθμό Υπεραστικών Λεωφορείων «Μακεδονία, στα βόρεια της πόλης, προς όλους τους νομούς της χώρας. Βέβαια σχεδόν οι περισσότεροι και οι οποίοι θα επισκεφθούν την Θεσσαλονίκη, θα προσπαθήσουν να περάσουν μια βόλτα από την πλατεία Αριστοτέλους και προκειμένου να θαυμάσουν την ομορφιά της σε ένα από τα πολυάριθμα café bar που υπάρχουν εκεί.

2.3 *Ανάπτυξη Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων στην Ελλάδα και Σχετική Κατανομή Αυτών ανά Διαμέρισμα*

Ο ελληνικός τουρισμός εξακολουθεί να διατηρεί τον εξαγωγικό του χαρακτήρα, καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό της τουριστικής κίνησης πραγματοποιείται από αλλοδαπούς. Ωστόσο, η προβολή ελληνικών τουριστικών προορισμών συνέτεινε στην άνοδο και της εσωτερικής τουριστικής κίνησης⁵⁰.

Η Γαλλία, η Πορτογαλία και η Ιταλία γνώρισαν χαμηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης έναντι των υπολοίπων ανταγωνιστών, ενώ μεγαλύτερη είναι η αύξηση σε

⁵⁰ Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδα, 2009, Στοιχεία Σχετικά με την Κατηγοριοποίηση και Λειτουργία Ξενοδοχείων

Κροατία, Ισπανία και Ελλάδα. Ωστόσο οι μεγαλύτερες ανταγωνιστικές πιέσεις προέρχονταν από την Τουρκία, η οποία τα τελευταία χρόνια εμφανίζει εντυπωσιακή τουριστική ανάπτυξη, ωθούμενη από τη στρατηγική έντονης προβολής των τουρκικών προορισμών, την αναβάθμιση τόσο της ποικιλομορφίας όσο και της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών, αλλά και τις τάσεις υποτίμησης του δολαρίου έναντι του ευρώ. Εκτιμάται ότι η Τουρκία δεν είναι σε θέση να υποστηρίξει περαιτέρω αύξηση των αφίξεων, καθώς η συνεχής άνοδος του τουριστικού προϊόντος οδηγεί το ποσοστό πληρότητας σχεδόν στο 100%⁵¹.

Η κλιμάκωση του ανταγωνισμού από το εξωτερικό, κυρίως από την Τουρκία, έχει αρνητικές επιπτώσεις στη δραστηριότητα των ελληνικών μικρών ξενοδοχείων χαμηλότερων κατηγοριών, τα οποία αποτελούν και την πλειοψηφία των εγχώριων ξενοδοχειακών μονάδων. Οι αλλοδαποί τουρίστες, μέσω των τουριστικών πρακτόρων, προτιμούν ομοιομεγέθη καταλύματα γειτονικών χωρών (Τουρκία, Κροατία, Αίγυπτος), τα οποία προσφέρουν εξίσου χαμηλές τιμές, παρέχουν όμως ποιοτικότερες υπηρεσίες. Αντιθέτως, τα μεγάλα ελληνικά ξενοδοχεία παρουσιάζονται ενισχυμένα, παρέχοντας υπηρεσίες ανώτερης ποιότητας.

Από το 2005 και μετά, η αγορά των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων κινείται ανοδικά. Ο εισερχόμενος τουρισμός και συγκεκριμένα οι αλλοδαποί τουρίστες οι οποίοι επισκέπτονται την Ελλάδα κυρίως τους θερινούς μήνες για παραθερισμό, αποτελεί τον κύριο τροφοδότη των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα⁵². Σύμφωνα με δείγμα άνω των 800 ισολογισμών του 2006 που επεξεργάστηκε η Hellastat, η μέση αύξηση των εσόδων το 2006 εκτιμήθηκε σε 8,4%, με 3 στις 4 επιχειρήσεις να κινούνται ανοδικά έναντι του 2005. Η επίδοση αυτή ήταν βελτιωμένη έναντι τόσο του 2005 (2 στις 3 επιχειρήσεις του δείγματος με αύξηση των πωλήσεων)

⁵¹ Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδα, 2010, Στοιχεία Σχετικά με την Κατηγοριοποίηση και Λειτουργία Ξενοδοχείων

⁵² Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδα, 2009, Στοιχεία Σχετικά με την Κατηγοριοποίηση και Λειτουργία Ξενοδοχείων

αλλά πολύ περισσότερο της περιόδου 2003 -2004 όπου μόλις 1 στις 2 πέτυχε ανάκαμψη των εσόδων⁵³.

Σε επιχειρηματικό επίπεδο, η βελτίωση της εικόνας του τουρισμού αποδίδεται κυρίως στις εταιρείες που διαχειρίζονται πολυτελείς ξενοδοχειακές μονάδες, οι οποίες τα τελευταία χρόνια υλοποίησαν σημαντικές επενδύσεις αναβάθμισης υπηρεσιών, κατασκευής νέων μονάδων και ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Αυτό γίνεται ορατό και από τα αποτελέσματα επιχειρήσεων του κλάδου με έσοδα κατά το 2006 μεγαλύτερα των 10 εκ. € όπου ο μέσος ρυθμός ανάπτυξης διαμορφώθηκε σε 11%, αρκετά υψηλότερα σε σύγκριση με τη μέση ετήσια αύξηση κατά 8,2% την τριετία 2004 – 2006⁵⁴.

Το 2007, αποτέλεσε άλλη μια χρονιά όπου ο τουρισμός αποτέλεσε σημαντική πηγή εσόδων της εθνικής οικονομίας. Σε επίπεδο λειτουργικών κερδών, οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις βελτιώθηκαν συνεχώς ενώ ακάθι για τον κλάδο παρέμεινε το υψηλό ποσοστό των ζημιολόγων επιχειρήσεων. Η επενδυτική δραστηριότητα αναφορικά με ίδρυση νέων μονάδων, εκσυγχρονισμό και επέκταση των υπαρχόντων εγκαταστάσεων επέδρασε άμεσα στο υψηλό ποσοστό συμμετοχής του πάγιου ενεργητικού στα συνολικά κεφάλαια και στη μεγάλη μέση αύξηση τριετίας. Η τάση ενίσχυσης των επενδύσεων καταγράφηκε και στις μικρότερες επιχειρήσεις (ενδεικτικά με κύκλο εργασιών κάτω των 300 χιλ. €), με ελαφρώς χαμηλότερο ρυθμό, στο 12% ετησίως (Hellastat, 2008).

Το 2008, παρά τις δύσκολες οικονομικές συνθήκες, η τουριστική περίοδος εμφάνισε σταθερότητα σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή. Αυτό προκύπτει από έρευνα που διεξήγαγε το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (Ι.Τ.Ε.Π) μεταξύ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Ελλάδας. Τα ευρήματα της έρευνας έδειξαν ότι το ποσοστό των επιχειρήσεων που είχαν αύξηση της μέσης πληρότητας, σε σχέση με πέρυσι, συμπίπτει με το ποσοστό των επιχειρήσεων που

⁵³ Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδα, 2009, Στοιχεία Σχετικά με την Κατηγοριοποίηση και Λειτουργία Ξενοδοχείων

⁵⁴ Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδα, 2010, Στοιχεία Σχετικά με την Κατηγοριοποίηση και Λειτουργία Ξενοδοχείων

σημείωσαν μείωση. Θετική, όμως, πορεία παρουσίασε ο κύκλος εργασιών και ο αριθμός των απασχολουμένων. Τα ποσοστά των επιχειρήσεων που αύξησαν τον κύκλο εργασιών τους και τον αριθμό των απασχολουμένων ήταν σαφώς μεγαλύτερα από τα ποσοστά των ξενοδοχείων που είχαν μείωση⁵⁵.

Επίσης, από την ανάλυση των σχετικών στοιχείων προέκυψε ότι οι μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (άνω των 100 κλινών) είχαν καλύτερες επιδόσεις σε σχέση με τις μεσαίες επιχειρήσεις (μέχρι 100 κλίνες). Διαφορές παρατηρήθηκαν μεταξύ των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων ως προς τα εμπόδια που εμποδίζουν την ανάπτυξη τους. Με εξαίρεση την γενική οικονομική κρίση και τη μικρή περίοδο επαρκούς πληρότητας λόγω εποχικότητας, που και στις δύο κατηγορίες θεωρούνται οι κυριότεροι ανασταλτικοί παράγοντες με την ίδια σχεδόν βαρύτητα, η σειρά σπουδαιότητας διέφερε στους λοιπούς παράγοντες⁵⁶.

Στο σύνολο της χώρας, τα ξενοδοχεία, από 7.477 χιλιάδες που ήταν το 1996, αυξήθηκαν σε 9.554 χιλιάδες το 2009. Μεταξύ των περιφερειών παρατηρούνται διαφοροποιήσεις. Αναλυτικότερα, τα περισσότερα ξενοδοχεία είναι συγκεντρωμένα στην περιφέρεια του Νοτίου Αιγαίου και ο αριθμός τους ανέρχεται σε 1.974. Από αυτά τα 1.004 βρίσκονται στα Δωδεκάνησα και τα 970 στις Κυκλάδες. Ακολουθεί η περιφέρεια της Μακεδονίας που συγκεντρώνει το 16,58% των ελληνικών ξενοδοχείων (1.584 ξενοδοχεία), ενώ υψηλούς αριθμούς ξενοδοχείων παρουσιάζουν, επίσης, οι περιφέρειες της Θεσσαλίας (599) και του Ιονίου (912)⁵⁷.

Επιπλέον, πρέπει να σημειωθεί πως από την περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας ξεχωρίζουν ο νομός Χαλκιδικής που παρουσιάζει έντονη τουριστική ανάπτυξη και κατά δεύτερο λόγο ο νομός Πιερίας. Αντίθετα, ο χαμηλότερος αριθμός ξενοδοχείων εμφανίζεται στη Θράκη (106) και ακολουθεί η περιφέρεια της Ηπείρου

⁵⁵ Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδα, 2009, Στοιχεία Σχετικά με την Κατηγοριοποίηση και Λειτουργία Ξενοδοχείων

⁵⁶ Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδα, 2010, Στοιχεία Σχετικά με την Κατηγοριοποίηση και Λειτουργία Ξενοδοχείων

⁵⁷ Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδα, 2009, Στοιχεία Σχετικά με την Κατηγοριοποίηση και Λειτουργία Ξενοδοχείων

με 337 ξενοδοχεία. Οι παραπάνω περιοχές, παρουσιάζουν εξαιρετικά συγκριτικά πλεονεκτήματα (φυσική ομορφιά, ιστορική παράδοση κ.λπ.) που ευνοούν την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού. Τα πλεονεκτήματα αυτά δεν έχουν, προς το παρόν, αξιοποιηθεί⁵⁸.

Στον πίνακα Νο. 1 παρουσιάζεται η γεωγραφική κατανομή των ξενοδοχείων κατά κατηγορία. Το υψηλότερο ποσοστό ξενοδοχείων πολυτελείας συγκεντρώνεται στην Κρήτη και ανέρχεται στο 23,97% του συνολικού αριθμού των ξενοδοχείων πολυτελείας. Ακολουθούν η Μακεδονία (14,61%), η Στερεά Ελλάδα (14,23%), και τα Δωδεκάνησα (12,73%). Σε γενικές γραμμές παρατηρείται πως οι νησιωτικές και εν γένει οι παραθαλάσσιες περιοχές της χώρας συγκεντρώνουν τα περισσότερα ξενοδοχεία, καθώς επίσης τα περισσότερα ξενοδοχεία υψηλής κατηγορίας (Α' κατηγορίας και πολυτελείας). Αντίθετα, οι ορεινές περιοχές παρουσιάζουν ένα μικρό αριθμό ξενοδοχείων, γεγονός που φανερώνει τη χαμηλή τουριστική τους ανάπτυξη⁵⁹.

Πίνακας Νο. 1. Γεωγραφική κατανομή των ξενοδοχείων

Διαμέρισμα		5*****	4****	3***	2**	1*	Γενικό άθροισμα
Στερεά Ελλάδα	ΜΟΝΑΔΕΣ	38	126	266	641	239	1.310
	ΔΩΜΑΤΙΑ	6.991	10.345	11.740	17.388	4.143	50.607
	ΚΛΙΝΕΣ	13.411	19.678	21.885	32.362	7.877	95.213
Ήπειρος	ΜΟΝΑΔΕΣ	3	46	109	146	33	337
	ΔΩΜΑΤΙΑ	334	950	2.238	2.685	556	6.763
	ΚΛΙΝΕΣ	671	1.953	4.393	5.167	1.062	13.246
Μακεδονία	ΜΟΝΑΔΕΣ	39	101	353	596	495	1.584
	ΔΩΜΑΤΙΑ	5.741	8.796	13.913	14.583	9.361	52.394
	ΚΛΙΝΕΣ	11.600	16.874	27.040	28.122	17.941	101.577

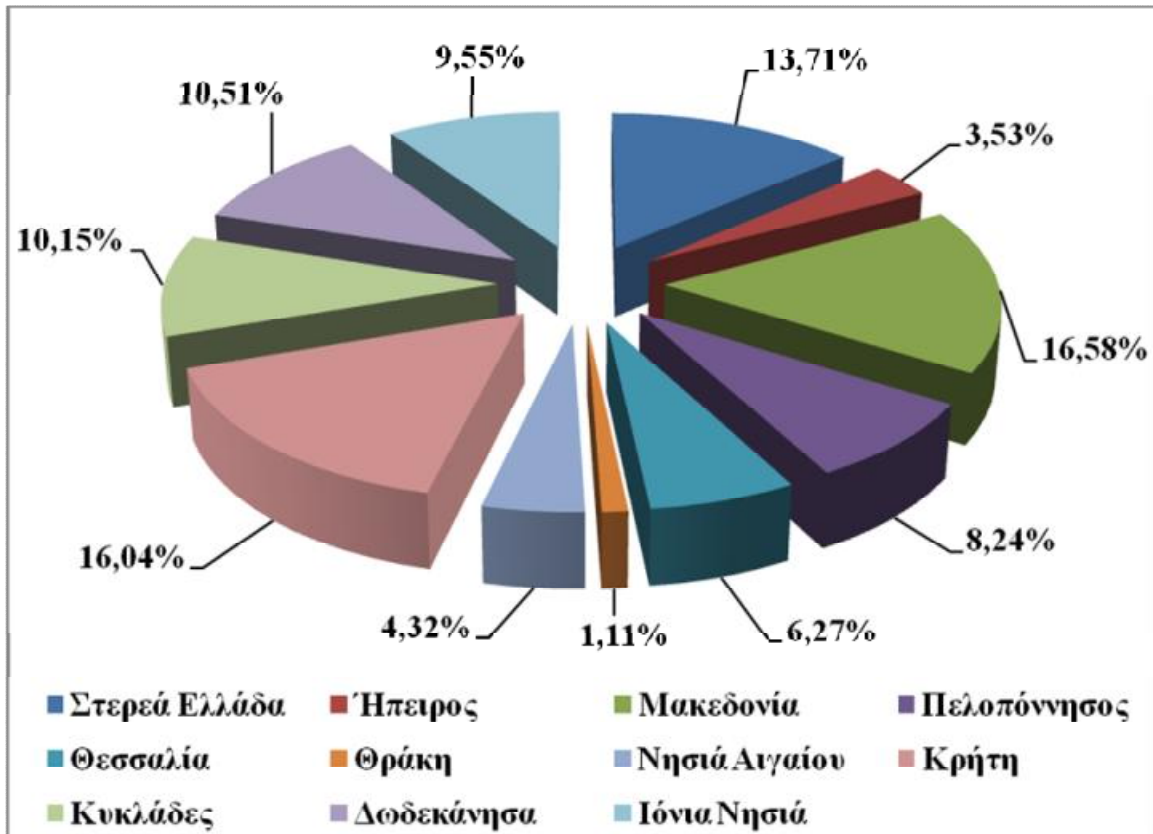
⁵⁸ Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδα, 2009, Στοιχεία Σχετικά με την Κατηγοριοποίηση και Λειτουργία Ξενοδοχείων

⁵⁹ Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδα, 2010, Στοιχεία Σχετικά με την Κατηγοριοποίηση και Λειτουργία Ξενοδοχείων

Πελοπόννησος	ΜΟΝΑΔΕΣ	12	97	207	370	101	787
	ΔΩΜΑΤΙΑ	2.818	4.866	7.361	9.341	1.296	25.682
	ΚΛΙΝΕΣ	5.785	9.510	14.143	17.698	2.579	49.715
Θεσσαλία	ΜΟΝΑΔΕΣ	20	109	119	259	92	599
	ΔΩΜΑΤΙΑ	892	2.839	3.573	5.727	1.616	14.647
	ΚΛΙΝΕΣ	1.789	5.632	6.862	10.937	3.170	28.390
Θράκη	ΜΟΝΑΔΕΣ	4	8	37	41	16	106
	ΔΩΜΑΤΙΑ	388	406	1.326	1.053	284	3.457
	ΚΛΙΝΕΣ	779	830	2.560	1.960	540	6.669
Νησιά Αιγαίου	ΜΟΝΑΔΕΣ	6	30	126	197	54	413
	ΔΩΜΑΤΙΑ	744	1.367	4.070	4.464	761	11.406
	ΚΛΙΝΕΣ	1.558	2.489	7.742	8.453	1.469	21.711
Κρήτη	ΜΟΝΑΔΕΣ	64	228	325	699	216	1.532
	ΔΩΜΑΤΙΑ	13.394	23.662	15.256	23.777	5.506	81.595
	ΚΛΙΝΕΣ	26.491	45.430	28.566	43.003	10.098	153.588
Κυκλάδες	ΜΟΝΑΔΕΣ	28	148	184	433	177	970
	ΔΩΜΑΤΙΑ	1.237	4.582	4.740	9.503	2.568	22.630
	ΚΛΙΝΕΣ	2.471	8.703	9.142	18.240	5.016	43.572
Δωδεκάνησα	ΜΟΝΑΔΕΣ	34	164	238	492	76	1.004
	ΔΩΜΑΤΙΑ	8.240	27.876	12.381	15.721	1.267	65.485
	ΚΛΙΝΕΣ	16.535	53.909	23.599	29.401	2.417	125.861
Ιόνια Νησιά	ΜΟΝΑΔΕΣ	19	96	195	515	87	912
	ΔΩΜΑΤΙΑ	3.257	10.571	13.196	16.676	1.802	45.502
	ΚΛΙΝΕΣ	6.259	20.212	25.281	31.800	3.452	87.004
ΣΥΝΟΛΟ	ΜΟΝΑΔΕΣ	267	1.153	2.159	4.389	1.586	9.554
	ΔΩΜΑΤΙΑ	44.036	96.260	89.794	120.918	29.160	380.168
	ΚΛΙΝΕΣ	87.349	185.220	171.213	227.143	55.621	726.546

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδα, 2009

Διάγραμμα Νο. 1. Ποσοστιαία κατανομή ξενοδοχειακών μονάδων ανά περιφέρεια



Πηγή: *Ίδια επεξεργασία, 2010*

Οι τύποι των ξενοδοχειακών καταλυμάτων παρουσιάζονται, κατά περιφέρεια, στον πίνακα 2. Σε όλες τις περιοχές της χώρας, με εξαίρεση την Πιερία, τα ξενοδοχεία κλασσικού τύπου αποτελούν την πλειοψηφία. Το υψηλότερο ποσοστό ξενοδοχείων κλασσικού τύπου εμφανίζεται στο υπόλοιπο Αττικής (96,7%) και ακολουθούν η Αθήνα (90,9%) και το υπόλοιπο της Μακεδονίας (85,7%), με στατιστικώς σημαντική διαφορά⁶⁰.

Αντίθετα, τα χαμηλότερα ποσοστά ξενοδοχείων κλασσικού τύπου εμφανίζονται σε δύο περιοχές που αποτελούν δυναμικούς πόλους έλξης του τουρισμού, στη Χαλκιδική (51,6%) και στην Κρήτη (54,6%). Οι δύο αυτές περιφέρειες εμφανίζουν τα υψηλότερα ποσοστά επιπλωμένων διαμερισμάτων/studios (35,5% και 39,8%, αντίστοιχα). Ο συγκεκριμένος τύπος έχει εμφανιστεί στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία και αποτελεί μια πιο σύγχρονη μορφή ξενοδοχειακού καταλύματος. Είναι φυσικό, λοιπόν, περιοχές με μεγάλη τουριστική κίνηση, όπως είναι η Κρήτη και η Χαλκιδική, να προσαρμόζονται στα νέα

⁶⁰ Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδα, 2009, Στοιχεία Σχετικά με την Κατηγοριοποίηση και Λειτουργία Ξενοδοχείων

δεδομένα και να περιλαμβάνουν στην υποδομή τους και τέτοιου τύπου ξενοδοχειακά καταλύματα⁶¹.

Πίνακας Νο. 2. Τύποι ξενοδοχειακών καταλυμάτων κατά περιφέρεια

<i>Περιφέρειες</i>	<i>Παραδοσιακό κατάλυμα</i>	<i>Camping</i>	<i>Bungalows</i>	<i>Επιπλωμένα Διαμερίσματα - Studios</i>	<i>Ξενοδοχεία Κλασσικού Τύπου</i>
Στερεά Ελλάδα	2,30%	6,80%	4,60%	9,10%	77,30%
Αττική (εκτός Αθήνας)	0%	0%	0%	3,30%	96,70%
Αθήνα	4,60%	0%	0%	4,60%	90,90%
Ήπειρος	7,70%	0%	7,70%	7,70%	76,90%
Μακεδονία (υπόλοιπο)	0%	9,50%	0%	4,80%	85,70%
Θεσσαλονίκη	0%	9,10%	0%	18,20%	72,70%
Χαλκιδική	0%	6,50%	6,50%	35,50%	51,60%
Περία	3,60%	10,70%	0%	50%	35,70%
Πελοπόννησος	2,10%	6,40%	2,10%	8,50%	80,90%
Θεσσαλία	8,30%	4,20%	4,20%	4,20%	79,20%
Θράκη	0%	0%	0%	0%	100%
Βόρειο Αιγαίο	4,20%	0%	8,30%	20,80%	66,70%
Κρήτη	2,30%	0%	3,40%	39,80%	54,6%
Κυκλάδες	6,50%	1,60%	4,80%	12,9%	74,20%
Δωδεκάνησα	4,60%	0%	3,10%	30,80%	61,50%
Νησιά Ιονίου	1,90%	0%	7,70%	21,20%	69,20%
Σποράδες	0%	0%	10,00%	30,00%	60,00%
Σύνολο Χώρας	3,10%	2,80%	3,80%	21,20%	69,10%

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, 2009

⁶¹ Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, 2010, Στοιχεία Σχετικά με την Κατηγοριοποίηση και Λειτουργία Ξενοδοχείων

3. Κεφάλαιο 3^ο : Ο Τουρισμός στην Ελλάδα, Η Τουριστική Κίνηση στη Χώρα το 2012 Καθώς και Συμβολή Θαλάσσιων Σπορ και Χειμερινού Τουρισμού στην Ενδυνάμωση του Τουριστικού Προϊόντος της Χώρας

3.1 Αντιμετώπιση του Τουριστικού Τομέα από την Ευρωπαϊκή Ένωση με Χρήση Οριζόντιων και Κάθετων Πολιτικών Αντίστοιχα



Ο τουρισμός στη χώρα είναι η κινητήρια δύναμη της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης. Δεν είναι αυτοτελής τομέας, με τους άλλους τομείς συνδέει ένα ενιαίο παραγωγικό σύμπλεγμα. Ωστόσο, έχει χάσει την ανταγωνιστικότητα του από άποψη σχέσης αξίας τιμής. Ως αποτέλεσμα, υπάρχει συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου, μείωση της διαπραγματευτικής μας ικανότητας (στάσιμες ή μειούμενες τιμές, περισσότερα συμβόλαια «all inclusive», τουρίστες χαμηλότερου οικονομικού και κοινωνικού προφίλ, κ.λπ.)⁶².

Το γεγονός αυτό επιβάλλει την επανατοποθέτησή των υπευθύνων στη διεθνή και στην εγχώρια τουριστική αγορά με μια πιο σύνθετη και ποιοτικά αναβαθμισμένη τουριστική προσφορά που θα απευθύνεται σε πιο ενήμερους, πιο εκλεκτικούς, πιο απαιτητικούς και πιο εύπορους τουρίστες και μάλιστα για

⁶² Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

δώδεκα μήνες τον χρόνο. Έτσι λοιπόν κάποια προαπαιτούμενα μέτρα τα οποία θα ενθαρρύνουν την περίπτωση της τουριστικής κίνησης στην Ελλάδα, είναι τα εξής⁶³

- Ø Ποιοτικές ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις,
- Ø Ανάσχεση της ανάπτυξης σε κορεσμένες περιοχές,
- Ø Βελτιωμένες ειδικές τουριστικές υποδομές,
- Ø Γενικές υποδομές για προσβασιμότητα,
- Ø Σύνθετα προγράμματα απασχόλησης ελεύθερου χρόνου,
- Ø Εναλλακτικές μορφές τουρισμού,
- Ø Εκ βάθρων αναδιάρθρωση της τουριστικής παιδείας, εκπαίδευσης και κατάρτισης,
- Ø Προστασία και ανάδειξη του περιβάλλοντος και του πολιτισμού μας

Έτσι λοιπόν θα λέγαμε πως η θέση της Ελλάδας παραμένει σταθερή τα τελευταία χρόνια καθώς ευνοείται κυρίως από τους πλούσιους πολιτιστικούς πόρους, την άριστη υγεία και υγιεινή και τις καλές τουριστικές υποδομές. Η Ελλάδα ταξινομείται πολύ υψηλά όσον αφορά το βαθμό προτεραιότητας που δίνει η Κυβέρνηση στον τουριστικό τομέα. Περαιτέρω, υπάρχει σημαντική σχέση της κοινωνίας με τον τουρισμό συγκριτικά με πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες, η οποία αντανακλάται σε μια γενικά ανοικτή και θετική στάση απέναντι στους τουρίστες.

Ωστόσο η συνολική απόδοση της χώρας συγκρατείται από τους κανονισμούς που δεν είναι εξ ολοκλήρου ενθαρρυντικοί για την ανάπτυξη του τομέα, τους αυστηρούς κανόνες που υπάρχουν για τις άμεσες ξένες επενδύσεις (FDI), καθώς επίσης και το σημαντικό χρόνο και κόστος που απαιτείται για την έναρξη μιας νέας επιχείρησης. Άλλο ένα αδύνατο σημείο είναι οι υποδομές των επίγειων μεταφορών της χώρας, οι οποίες είναι χειρότερες απ' ό τι είναι σε πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες (κυρίως η ποιότητα των σιδηροδρόμων και των λιμένων)».

⁶³ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

Σημειώνεται ότι σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού του ΟΗΕ (UNWTO), οι αφίξεις τουριστών έφτασαν τα 924 εκατομμύρια το 2008 παγκοσμίως, παρουσιάζοντας αύξηση 2% σε σχέση με το 2007, παρά τη μείωση που εμφανίσθηκε στο δεύτερο εξάμηνο του προηγούμενου έτους. Από αυτούς τα 180 εκ. επισκέφθηκαν τη Μεσόγειο και τα 15 με 16 εκατ. Επισκέφθηκαν την Ελλάδα. Η Ελλάδα στην πρόσφατη Έκθεση που παρουσιάσθηκε το Μάρτιο του 2009 βρίσκεται στην 24η θέση μεταξύ των 133 οικονομιών με βαθμολογία 4,9 (με άριστα το 7)⁶⁴.

Σε σχέση με το 2009, η Ελλάδα υποχώρησε δύο θέσεις χωρίς να αλλάξει η συνολική της βαθμολογία, ωστόσο πέρυσι οι χώρες που διαγωνίζονταν ήταν 130. Το θετικό στοιχείο των αναλύσεων είναι ότι τα νησιά του Αιγαίου και η Κρήτη, εμφανίζουν ιστορικά μεγαλύτερες αντοχές απέναντι στην πτώση ζήτησης και στις οικονομικές κρίσεις, σε αντιδιαστολή με την Αθήνα. Επιπλέον, πιο ισχυρός στις οικονομικές επιβραδύνσεις εμφανίζεται ο εγχώριος τουρισμός, ο οποίος μειώνεται αλλά με βραδύτερους ρυθμούς από ό,τι ο ξένος. Κατά γενική εκτίμηση, η Ελλάδα χαίρει αρκετά καλής διαφοροποίησης στο τουριστικό της χαρτοφυλάκιο σε σχέση με άλλες Μεσογειακές χώρες. Ωστόσο πρέπει να διατηρήσει και να αυξήσει τα μερίδιά της στις παραδοσιακές της αγορές (ΗΠΑ, Γερμανία, ΗΒ, Ιταλία κ.ά.) καθώς επεκτείνει το χαρτοφυλάκιο της στις νέες αγορές της Ρωσίας και της Ασίας⁶⁵.

3.2 Νησιά και Τουριστική Ανάπτυξη στην Ελλάδα

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί έντονα το φαινόμενο της αύξησης του τουρισμού όχι μόνο με προορισμό τις χώρες του εξωτερικού αλλά και την Ελλάδα. Η αύξηση αυτή εξαρτάται σημαντικά από την οικονομική κατάσταση της κάθε χώρας και συνεπώς των κατοίκων της, την ηρεμία που επικρατεί στις σχέσεις μεταξύ των κρατών αλλά και στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον της κάθε χώρας.

⁶⁴ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

⁶⁵ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

Αποτελεί γεγονός πως όταν υπάρχει μια κατάσταση σταθερής και υγιής οικονομίας, ο πελάτης – τουρίστας μπορεί να προγραμματίσει σωστά την περίοδο των διακοπών του είτε χειμώνα είτε καλοκαίρι, βάση των εσόδων του. Για να μπορέσει όμως μια χώρα όπως η Ελλάδα να προσελκύσει έναν αριθμό τουριστών, θα πρέπει να διαθέτει εκείνο το φυσικό περιβάλλον στην ύπαιθρο και στα νησιά το οποίο θα μπορεί να προσφέρει κάποιες φυσικές ομορφιές και στιγμές ξεγνοιασιάς και ξεκούρασης ή ακόμα και περιπέτειας κατά την διάρκεια των διακοπών αυτών. Υπάρχουν άνθρωποι οι οποίοι επιλέγουν να κάνουν τις διακοπές τους σε διάφορες χρονικές περιόδους εντός του χρόνου και αντί να προτιμήσουν ένα ήσυχο μέρος για ξεκούραση με ωραία θάλασσα και αρμονική φυσική ζωή, προτιμούν να περάσουν ένα διάστημα μακριά από το άγχος της καθημερινότητας και της δουλειάς σε ένα περιβάλλον όπου θα τους προσφέρει την περιπέτεια και συγκεκριμένες δραστηριότητες.

Για το λόγο αυτό, έχουν αναπτυχθεί στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια διάφορα καταλύματα υπαίθριου τουρισμού και ξενοδοχειακά συγκροτήματα στα νησιά τα οποία προσελκύουν ένα μεγάλο αριθμό πελατών με σκοπό την διαμονή σε αυτά και την απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος. Φυσικά για να μπορέσει ένα αντίστοιχο τουριστικό καταλυμα υπαίθρου ή ξενοδοχειακό συγκρότημα να ανταπεξέλθει στην σωστή οργάνωση που απαιτείται για μια τέτοια διαμονή και πλήρης λειτουργία το καλοκαίρι αλλά και το χειμώνα, θα πρέπει να διαθέτει την κατάλληλη εμπειρία και γνώση των στελεχών του προκειμένου να γνωρίζει τι ακριβώς αναζητά ο κάθε πελάτης και πως θα μπορέσει να ικανοποιήσει τα αιτήματά του. Στην προσπάθεια λοιπόν αυτή που καταβάλει το κάθε ξενοδοχειακό συγκρότημα, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει θεσπίσει για την προστασία του τουριστικού τομέα ειδικούς νόμους και ψηφίσματα τα οποία ενισχύουν τον υγιή ανταγωνισμό των τουριστικών αυτών επιχειρήσεων εντός των χωρών της Ένωσης και φυσικά στην Ελλάδα⁶⁶.

3.3 Η Ελλάδα ως Ένας παγκοσμίως αναγνωρίσιμος προορισμός

Η Ελλάδα αποτελεί κορυφαίο τουριστικό προορισμό παγκοσμίως. Η Ελλάδα κατατάσσεται ανάμεσα στους Top 10 τουριστικούς προορισμούς για το

⁶⁶ Λογοθέτη, Χ., 2009, “Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας”, Εκδόσεις Σακκουλά

2010 σύμφωνα με τη Lonely Planet και επίσης βρίσκεται στη δεύτερη θέση σύμφωνα με τα Telegraph Travel Awards 2008 της Αγγλίας στην κατηγορία της Καλύτερης Ευρωπαϊκής Χώρας⁶⁷. Την τελευταία δεκαετία, ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται σταθερά. Το 2004, 14,2 εκατομμύρια άτομα επισκέφθηκαν την Ελλάδα, αριθμός που αυξήθηκε σε 17 εκατομμύρια το 2008 και αναμένεται ότι οι επισκέπτες θα αυξηθούν σε 20 εκατομμύρια τα επόμενα χρόνια, σχεδόν το διπλάσιο του πληθυσμού της χώρας.

Ο τουρισμός αποτελεί το 18% του ΑΕΠ της Ελλάδας, απασχολεί περισσότερα από 900.000 άτομα και είναι η μεγαλύτερη πηγή άδηλων πόρων της χώρας (36% το 2007). Σήμερα, λειτουργούν περισσότερα από 9.000 ξενοδοχεία στην Ελλάδα. Το γεωγραφικό εύρος των τουριστικών προορισμών είναι ιδιαίτερα μεγάλο, εξαιτίας του γεγονότος ότι η Ελλάδα διαθέτει πάνω από 6.000 μεγάλα και μικρότερα νησιά. Επιπλέον, η μεγάλη ποικιλία σε φυσικά τοπία, ο μεγάλος αριθμός ιστορικών μνημείων και χωριών και η δυνατότητα πολλών δραστηριοτήτων υποδηλώνουν ότι οι ευκαιρίες ουσιαστικά είναι απεριόριστες⁶⁸.

Παρ' όλο που η χώρα διαθέτει άρτια τουριστική υποδομή, η Ελλάδα έχει θέσει ως στόχο να αναπτύξει περαιτέρω τις τουριστικές της δυνατότητες και να αποτελέσει προορισμό διακοπών για όλο το χρόνο. Το μεσογειακό κλίμα της χώρας είναι ιδανικό για δραστηριότητες, όπως γκολφ και οδοιπορία, και εκτιμάται ότι ένα εκατομμύριο Ευρωπαίοι θεωρούν την Ελλάδα ως υποψήφιο προορισμό δεύτερης κατοικίας.

Τα περισσότερα ξενοδοχεία στην Ελλάδα εντάσσονται στην κατηγορία των καταλυμάτων 1 και 2 αστέρων, που σημαίνει ότι υπάρχουν μεγάλα περιθώρια για τους επενδυτές να δημιουργήσουν ξενοδοχειακές μονάδες 4 και 5 αστέρων. Σύμφωνα με το Greek Hotel Branding Report, τα επώνυμα ξενοδοχεία στην Ελλάδα αποτελούν το 4% στο σύνολο των ξενοδοχείων και το 19% στη συνολική

⁶⁷ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

⁶⁸ Λογοθέτη, Χ., 2009, «Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας», Εκδόσεις Σακκουλά

διαθεσιμότητα κλινών, ενώ σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες το ποσοστό αυτό κυμαίνεται μεταξύ 25 και 40%⁶⁹.

Μετά την επιτυχή διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, η Ελλάδα έγινε το επίκεντρο της τουριστικής αγοράς, σημειώνοντας αλματώδη αύξηση στις επισκέψεις τουριστών. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτέλεσαν καταλυτικό παράγοντα για την ανάπτυξη υποδομών. Ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών έχει αναγνωριστεί ως ένα από τα καλύτερα αεροδρόμια του κόσμου. Το 2009, ήταν το μοναδικό ευρωπαϊκό αεροδρόμιο που παρουσίασε αύξηση στον αριθμό πτήσεων. Επίσης, τα προγράμματα marketing που υλοποίησε προσέλκυσαν 12 νέες αεροπορικές εταιρείες στην Αθήνα.

Τα αεροδρόμια της Ελλάδας, 40 στο σύνολο, εκ των οποίων τα 15 είναι διεθνή, αναβαθμίζονται για να εξυπηρετήσουν τους επισκέπτες και τις πτήσεις τσάρτερ που έχουν πλέον αυξηθεί σημαντικά. Επιπλέον, πρώην στρατιωτικά αεροδρόμια ανά τη χώρα ανακατασκευάζονται για πολιτική χρήση.

Το εθνικό οδικό σύστημα συνδέει το Βορρά με το Νότο, την Ανατολή και τη Δύση με ένα ενιαίο και άρτια σχεδιασμένο δίκτυο. Η πρόσφατα ολοκληρωμένη Εγνατία Οδός, που συνδέει την Ηγουμενίτσα με τα Τουρκικά σύνορα, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα έργα μεταφοράς στην Ευρωπαϊκή Ένωση την τελευταία δεκαετία. Η Ιόνια Οδός που συνδέει την Πάτρα με την Ηγουμενίτσα, συμπληρώνει την αναβάθμιση του συστήματος. Η Αττική Οδός, η οποία βρίσκεται κοντά στην πρωτεύουσα, άλλαξε τον τρόπο μεταφοράς στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας και αποτελεί μια σημαντική οδική αρτηρία για την εφοδιαστική αλυσίδα (logistics) που συνδέει το αεροδρόμιο με εφοδιαστικά κέντρα, λιμάνια και σιδηροδρομικούς σταθμούς.

Αναπόσπαστο μέρος της πολιτικής της τουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα είναι το θέμα της αιεφόρου ανάπτυξης. Πολλά ξενοδοχειακά συγκροτήματα και θέρετρα σήμερα εγκαθιστούν φωτοβολταϊκά συστήματα, στην προσπάθεια τους να μειώσουν τις εκπομπές του άνθρακα. Νέες και ενεργειακά αποτελεσματικές κατασκευαστικές λύσεις, εγκαταστάσεις αφαλάτωσης,

⁶⁹ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

αποτελεσματικός ενεργειακός εφοδιασμός και λογισμικά συστημάτων ελέγχου είναι μόνο μερικοί από τους τομείς στο πλαίσιο των οποίων ο τουριστικός τομέας μπορεί να αξιοποιήσει τα πλεονεκτήματα των νέων τεχνολογιών.

Επίσης, η Ελλάδα προβάλλει τα μοναδικά οικοσυστήματα και φυσικά αποθέματα της που προστατεύονται από τη Συνθήκη Ramsar. Οι προορισμοί αυτοί είναι εξαιρετικής ομορφιάς και οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν μία από τις πιο ποικίλες χλωρίδες και πανίδες στην Ευρώπη. Ιδιαίτερα δημοφιλείς για τους ταξιδιώτες που αναζητούν διαφορετικές εμπειρίες είναι δραστηριότητες όπως η παρατήρηση πουλιών (bird watching) και η ορειβατική πεζοπορία (mountain hiking), οι οποίες μπορούν να συνδυαστούν με την παραμονή σε εξαιρετικά καταλύματα.

3.4 Η Τουριστική Κίνηση στην Ελλάδα το 2012



Μείωση κατά 6,7% παρουσίασαν οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις στη χώρα το δίμηνο Ιανουαρίου - Φεβρουαρίου 2012 σε σχέση με το ίδιο διάστημα πέρυσι. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) από τα κυριότερα αεροδρόμια της χώρας, οι αφίξεις κυμάνθηκαν στις 360.931 από 386.930 το 2011, ενώ στους περισσότερους προορισμούς δεν παρατηρείται κίνηση λόγω εποχικότητας. Σημαντική πτώση καταγράφεται στην Αθήνα, η οποία το συγκεκριμένο διάστημα παρουσιάζει απώλειες 10,72% (με 243.520 αφίξεις από 272.752 το 2011). Από την άλλη άνοδο 8,92% σημειώνει η Θεσσαλονίκη με 112.397 αφίξεις από 103.189 πέρυσι.

Περιορισμένη ήταν η κίνηση και στους άλλους προορισμούς με τη Ρόδο να συγκεντρώνει 1.797 αφίξεις από 6.064 το 2011 (-70,37%), το Ηράκλειο 3.200 από 3.818 (-16,19), ενώ η Κως εφέτος δεν είχε αφίξεις σε αντίθεση με το περσινό διάστημα που είχε 1.044 επισκέπτες⁷⁰.

Όλο και λιγότεροι είναι οι Έλληνες που κάνουν κρατήσεις σε ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια ενώ από την κρίση δεν έχουν ξεφύγει ούτε καν τα κάμπινγκ. Οι παράγοντες τουρισμού στην Ελλάδα περιγράφουν με τα μελανότερα χρώματα την κατάσταση σε ότι αφορά την εγχώρια τουριστική κίνηση. Σημειώνουν ότι οι κρατήσεις από το εξωτερικό ανεβαίνουν αλλά για λιγότερες διανυκτερεύσεις και σε εξευτελιστικές τιμές.

Στις κρατήσεις του Αυγούστου θα κριθεί η πορεία των τουριστικών μεγεθών για την εφετινή χρονιά που, όπως τονίζεται από τον τουριστικό κόσμο της χώρας, σε καμία περίπτωση δεν μπορούν αυτές να ανατρέψουν την καθοδική πορεία του προηγούμενου πενταμήνου στις αφίξεις και τα έσοδα. Παρά την αλλαγή της εικόνας στις κρατήσεις προς την Ελλάδα, από τις αγορές του εξωτερικού αυτή την περίοδο, εκτίμηση των φορέων του τουρισμού είναι ότι ο συνδυασμός φτηνών τουριστικών πακέτων με ολιγοήμερη παραμονή θα οδηγήσει σε μειωμένο αποτέλεσμα σε σχέση με πέρυσι⁷¹.

Μιλώντας στο ΑΜΠΕ το μέλος του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων Αλέξανδρος Αγγελόπουλος, επιβεβαίωσε την αλλαγή του κλίματος στις κρατήσεις και ναι μεν οι Γερμανοί ξανάρχονται, όπως αναφέρει, αλλά όχι με τις σωστές τιμές και επιπλέον επιλέγουν ολιγοήμερες αποδράσεις. Το μεγάλο αγκάθι για τον ελληνικό τουρισμό ωστόσο -και την εφετινή περίοδο- παραμένει ο Έλληνας τουρίστας, με τον Δημήτρη Πολλάλη πρόεδρο των ξενοδόχων Λακωνίας, να τονίζει ότι εφέτος ο ντόπιος τουρίστας πολύ δύσκολα θα κάνει διακοπές, απόρροια της οικονομικής κρίσης. Πέρυσι οι πτώση στον εγχώριο τουρισμό ξεπέρασε το 30%, ενώ για φέτος εκτιμάται ότι θα ξεπεράσει το 50%. «Είναι περιοχές της χώρας που οι πληρότητες των καταλυμάτων αγγίζουν

⁷⁰ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

⁷¹ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

μονοψήφιο ποσοστό», δηλώνει ο πρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Γιώργος Τσακίρης.

Χαρακτηριστική είναι και η δήλωση του Κώστα Παπαδόπουλου, προέδρου της Ένωσης Κάμπινγκ, που κάνει λόγο για κατάρρευση της αγοράς, με την πτώση να φτάνει το 80% σε σχέση με πέρυσι. Σταχυολογώντας τον χάρτη των κρατήσεων, ακόμα και η Μύκονος μετράει πληγές από την οικονομική κρίση και την πολιτική αστάθεια του προηγούμενου διαστήματος. Όπως τονίζει ο πρόεδρος των ξενοδόχων Μυκόνου Ανδρέας Φιορεντίνος στο μεσοδιάστημα των εκλογών δεν υπήρχαν καθόλου κρατήσεις, με την ελληνική αγορά να είναι ανύπαρκτη. Μάλιστα επισημαίνει ότι αυτή η ζημιά δεν αναπληρώνεται παρά τις ελκυστικές τιμές που έχουν διαμορφωθεί.

Την ίδια στιγμή, μιλώντας στο ΑΜΠΕ, ο πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Ηρακλείου Ανδρέας Μεταξάς επισημαίνει ότι η Κρήτη κινείται με πτώση 30% σε σχέση με πέρυσι. Εκτίμησε ότι ο Αύγουστος θα πάει πολύ καλά για τον πρώτο σε επισκεψιμότητα ελληνικό προορισμό, ωστόσο στάθηκε στον Έλληνα τουρίστα, η απουσία του οποίου είναι αισθητή και στην Κρήτη. Βελτιωμένη ωστόσο είναι η εικόνα σε έναν ακόμη δημοφιλή προορισμό, αυτόν της Χαλκιδικής, με τον Γρηγόρη Τάσσιο πρόεδρο της ένωσης ξενοδόχων Χαλκιδικής να τονίζει στο ΑΜΠΕ, ότι η πτώση έχει περιοριστεί στο -15% από το -20% που ήταν τον Απρίλιο.

Στη Χαλκιδική, Ρώσοι και Ουκρανοί κρατούν ψηλά των πήχη των προσδοκιών για τους επιχειρηματίες της βόρειας Ελλάδας. Στα Δωδεκάνησα τα μηνύματα είναι πιο αισιόδοξα παρά την πτώση 7% που διαπιστώνει για την Κω, ο πρόεδρος των ξενοδόχων του νησιού Μηνάς Χατζημιχαήλ υπογραμμίζοντας ότι οι επικοινωνιακές κινήσεις της Δωδεκανήσου έχουν αρχίσει να αποδίδουν και τα αποτελέσματα αυτών φαίνονται ήδη στις κρατήσεις.

Για να περιγράψει την κατάσταση στο νησί της Κεφαλλονιάς ο πρόεδρος των ξενοδόχων Σπύρος Γαλιατσάτος έκανε λόγο για πτώση με αλεξίπτωτο σημειώνοντας, ότι παρά τις χαμηλές πληρότητες και αφίξεις, οι τουριστικές μονάδες αντέχουν ακόμα. «Δεν υπάρχουν πλειστηριασμοί, δεν υπάρχουν μέτρα

κατά των ξενοδόχων, τα χαράτσια πληρώνονται, οι εργαζόμενοι είναι πληρωμένοι».

Τέλος, για το έτερο νησί του Ιονίου, αυτό της Ζακύνθου η πρόεδρος της ένωσης ξενοδόχων Χριστίνα Τετράδη εστιάζει στην πτώση κατά 50% του εγχώριου τουρισμού που, όπως τονίζει, ο Έλληνας τουρίστας θα επιλέξει να παραθερίσει μόνο στο εξοχικό τους ή σε εξοχικά συγγενών και φίλων. Το 2011 ήταν χρονιά σταθμός για τον ελληνικό τουρισμό, που με τη σφραγίδα των επεξεργασμένων στοιχείων της ελληνικής στατιστικής αρχής και της Τράπεζας της Ελλάδας οι αφίξεις ανήλθαν στα 16.427.247 σημειώνοντας άνοδο 9,46% σε σχέση με το 2010. Πλέον το 2011 ήταν η πλέον παραγωγική χρονιά για τον ελληνικό τουρισμό, ξεπερνώντας ακόμα και τη χρονιά του 2007 όταν η Ελλάδα προσέελκυσε 16.165.265.

Εκτός των παραπάνω όμως, θα λέγαμε πως οι εικόνες με τα επεισόδια από την Αθήνα και η καθημερινή κινδυνολογία για έξοδο της χώρας μας από το ευρώ με το ενδεχόμενο χάος που θα ακολουθήσει, έχουν τρομάξει τους Γερμανούς τουρίστες οι οποίοι ακυρώνουν μαζικώς τις διακοπές τους στην Ελλάδα. Οι Γερμανοί πολίτες που θέλουν να έρθουν στην χώρα μας για να απολαύουν τις παραλίες μας έχουν πειστεί από την ανηλεή προπαγάνδα των ΜΜΕ ότι αν τους δουν οι Έλληνες στους δρόμους και καταλάβουν ότι είναι Γερμανοί-και υπεύθυνοι για την λιτότητα που βιώνουν- κινδυνεύει η ζωή τους.

3.5 Τα Αίτια των Ελληνικών "Απολειών"

Σημαντικός παράγοντας για τον ρυθμό κρατήσεων και αγοράς τουριστικών πακέτων με προορισμό την Ελλάδα είναι και η αρνητική δημοσιότητα που έχει λάβει η χώρα μας από τα διεθνή μέσα ενημέρωσης και που σχετίζονται με τις δυσχερείς οικονομικές συνθήκες, την αβεβαιότητα που επικρατεί σχετικά με την παραμονή της χώρας στο ευρώ, αλλά και την αστάθεια με τις υπάρχουσες πολιτικές συνθήκες, και επιπρόσθετα τις φήμες για ένα αντι-γερμανικό αίσθημα που διακατέχει τον Ελληνικό λαό, που καλλιεργεί μερίδα του διεθνούς τύπου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η σημαντικότερη επίδραση, με πτώση 6 ποσοστιαίων μονάδων στα κέρδη από τις κρατήσεις της Γερμανίας, και 3,9 από την αγορά της Ολλανδίας που έγιναν την περίοδο του Φεβρουαρίου, ένα

μήνα που αποτελεί κατεξοχήν μήνα κρατήσεων για τις παραπάνω χώρες, ενώ παράλληλα στιγματίστηκε και από τις έντονες διαμαρτυρίες στο κέντρο της Αθήνα⁷².

Για την Ελληνική τουριστική αγορά, που βασίζεται σχεδόν αποκλειστικά στους καλοκαιρινούς μήνες, σε σχέση με άλλες γειτονικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου, παρατηρείται ότι οι δύο σημαντικότερες τουριστικές αγορές της Ευρώπης παρουσιάζουν σημαντική μείωση ως προς την επιλογή της Ελλάδας σαν τον τόπο προορισμού για τις καλοκαιρινές διακοπές τους. Αυτές οι χώρες είναι η Γερμανία και η Ολλανδία, ενώ σημειώνουν σημαντική αύξηση στα κέρδη για τα πακέτα στις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου (Γερμανία 5%, Ολλανδία 2.3%), για την Ελλάδα αναμένεται μείωση -27,4% για τα έσοδα από την Γερμανία (- 135.000 τουρίστες) και - 13,7% για τα έσοδα από την Ολλανδία (- 37.000 τουρίστες)⁷³.

3.6 Η Συμβολή των Θαλάσσιων Αθλημάτων στον Ελληνικό Τουρισμό

Ο ρόλος των θαλάσσιων *extreme sports* στον ελληνικό τουρισμό είναι πολύ σημαντικός γιατί αποτελεί για την Ελλάδα πόρο εσόδων. Οι καιρικές συνθήκες που επικρατούν όπως ήλιος, δυνατοί άνεμοι, βοηθούν να πραγματοποιούνται πολλά είδη θαλάσσιων sports καλύπτοντας έτσι όλα τα γούστα. Οι τουρίστες ανακαλύπτουν τον μαγικό κόσμο της θάλασσας είτε εξερευνώντας τον βυθό της, βλέποντας όλους τους θησαυρούς που κρύβει, είτε μένοντας στην επιφάνειά της, κάνοντας τα ανάλογα αθλήματα. Με τον ένα ή τον άλλο τρόπο όλοι ευνοούνται κάνοντας το αγαπημένο τους άθλημα και συντελούν έτσι στην τουριστική οικονομία της Ελλάδας.

Η Ελλάδα λοιπόν είναι μια χώρα με ποικίλα χαρακτηριστικά που την κάνουν ξεχωριστή για τον κάθε ένα, ένα από αυτά είναι και τα πολλά είδη των *extreme sports* που προσελκύουν πολλούς τουρίστες συντελώντας έτσι στην τουριστική ανάπτυξη της χώρας. Η Ελλάδα είναι μια χώρα που αποτελεί πόλο έλξης για πολλούς ανθρώπους από όλο τον κόσμο. Αιτία είναι οι ευνοϊκές

⁷² Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

⁷³ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', «Τουριστικός Τομέας», Έκδοση για Ε.Α.Π.

καιρικές συνθήκες που επικρατούν στην Ελλάδα και συντελούν στα θαλάσσια σπορ που γίνονται το καλοκαίρι σε όλα τα νησιά. Αυτό αποτελεί δέλεαρ για τους ξένους τουρίστες αλλά και Έλληνες που επισκέπτονται καλοκαιρινούς προορισμούς για να απολαύσουν τον καυτό ήλιο κάνοντας θαλάσσια extreme sports. Υπάρχει πληθώρα θαλάσσιων αθλημάτων για όλα τα γούστα. Μερικά από αυτά είναι θαλάσσιο σκί, ιστιοπλοΐα, ιστιοσανίδα (windsurfing), καταδύσεις, kitesurfing κ.α.

3.6.1 Ιστιοπλοΐα



Στη σημερινή εποχή, όταν γίνεται λόγος για ιστιοπλοΐα, γίνεται για το άθλημα που είναι συναρπαστικό και ένα από τα ωραιότερα που υπάρχουν, γιατί συνδυάζει τη γοητεία της. Η ιστιοπλοΐα είναι ένα άθλημα που συνδέεται άρρηκτα τον ελληνικό λαό, μέσα από τη μακρόχρονη ιστορία της χώρας και τη μακραίωνα θαλασσινή παράδοσή της. Σήμερα, είναι ένα από τα δημοφιλέστερα αθλήματα και χιλιάδες Έλληνες ασκούνται συστηματικά (ως πρωταθλητές ή απλοί αθλητές) σε όλους τους τύπους ιστιοπλοϊκών σκαφών. Η ιστιοπλοΐα απευθύνεται σε όλες τις ηλικίες και προσφέρει μοναδικές συγκινήσεις.

3.6.2 Καταδύσεις



Η ιδιαίτερη καθαρότητα των ελληνικών θαλασσών και ο τεράστιος πλούτος του βυθού, αποτελούν πόλο έλξης για όσους αναζητούν τη μαγεία της υποβρύχιας εξερεύνησης. Στην Ελλάδα λειτουργούν δεκάδες σχολές καταδύσεων, που υπόκεινται σε ειδική άδεια του υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας.

3.6.3 Ιστιοσανίδα (Windsurfing)



Η ιστιοσανίδα (windsurfing) είναι ένα συναρπαστικό άθλημα για όλους τους ανθρώπους, ανεξαρτήτως ηλικίας και φύλου, αφού δεν απαιτεί ιδιαίτερη σωματική δύναμη, τουλάχιστον στην αρχή. Στην Ελλάδα έχουν αρχίσει και οργανώνονται αγώνες, ιδιαίτερα στις Κυκλάδες, κατά τους οποίους οι αθλητές

ταξιδεύουν από νησί σε νησί. Ενδεικτικά (και μόνο) σημεία, όπου μπορεί κάποιος να κάνει οργανωμένα windsurfing είναι:

- Αττική: στις παραλίες Αναβύσσου, Βάρκιζας, Λαυρίου, Λούτσας, Ραφήνας, Σχοινιά (Μαραθώνα) και Γαλάζια Ακτή (Μαραθώνα)
- Κυκλάδες: στην Πάρο (παραλίες Χρυσή Ακτή, Νέα Χρυσή Ακτή, Τσουκαλιά, Σάντα Μαρία και Πούντα), στη Μύκονο (παραλίες Φτελιά και Καλαφάτης), στη Νάξο (παραλίες Άγιος Γεώργιος και Μικρή Βίγλα), στην Ίο (παραλία Μυλόποτας), στη Σαντορίνη κ.α.
- Δωδεκάνησα: στη Ρόδο (παραλίες Τριάντα, Φανές, Πρασσονήσι και Θεολόγος), στην Κάρπαθο (Όρμος του Διαβόλου), στην Κω κ.α.
- Πάτρα (Πελοπόννησος): στις παραλίες Δρέπανο και Ζαχάρω
- Ιόνια νησιά: στη Λευκάδα (παραλία Βασιλική), στη Ζάκυνθο
- Κρήτη
- Σποράδες: στην Σκιάθο
- Μακεδονία: στο νομό Θεσσαλονίκης (παραλίες Αγία Τριάδα και Νέα Μηχανιώνα και στη λίμνη Βόλβη), στη Χαλκιδική (παραλία Sunny Beach)

3.6.4 Parapente



Ως άθλημα το parapente υπάρχει από τα μέσα της δεκαετίας του '80. Αναπτύσσεται όμως ραγδαία σε όλο τον κόσμο λόγω της ευκολίας εκμάθησης, του χαμηλού κόστους, της ασφάλειας και της ικανοποίησης που προσφέρει. Ιδιαίτερα η Ελλάδα είναι ιδανική για το σπορ αυτό, καθώς οι κλιματολογικές και εδαφολογικές συνθήκες το ευνοούν. Το αλεξίπτωτο πλαγιάς ή αλλιώς Parapente από τη γαλλική του σύνθετη ονομασία (para- από το parachute = αλεξίπτωτο και pente= πλαγιά), πραγματοποιεί μια πανάρχαια ανθρώπινη επιθυμία: την ελεύθερη πτήση. Δίνει την ευκαιρία στον οποιονδήποτε να πετάξει σαν πουλί και να γνωρίσει μαγευτικές συγκινήσεις. Όπως προδίδει και η ελληνική του ονομασία, πρόκειται για ένα "ειδικό" αλεξίπτωτο, με το οποίο μπορεί κανείς να απογειωθεί από μια πλαγιά ανεξάρτητα από το ύψος της (όταν βέβαια το επιτρέπουν οι καιρικές συνθήκες) και δεν απαιτεί κανενός είδους μηχανή⁷⁴.

⁷⁴ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011

3.6.5 Ορειβασία στον Ταΰγετο



Η σχέση του ανθρώπου με το βουνό είναι πολύ παλιά, καθώς οι ψηλές κορυφές αποτελούσαν πάντα καταφύγιο, ορμητήριο, σύμβολο ελευθερίας, αλλά και πρόκληση για τον άνθρωπο που πάντα επιθυμούσε να εξερευνήσει τα όρια του πλανήτη. Από τον 19ο αιώνα οι εξερευνητές έθεταν ως στόχο την κατάκτηση των ψηλότερων κορυφών, αναζητώντας παράλληλα τρόπους και μέσα ανάβασης. Η ορειβασία είναι μια σύνθετη και υψηλού επιπέδου δραστηριότητα, η οποία υπήρξε ο θεμέλιος λίθος για μια σειρά από σπορ στη φύση, από τα πλέον ήπια έως τα ιδιαίτερα απαιτητικά.

Σήμερα τα τεχνικά μέσα έχουν κάπως διευκολύνει την επιβίωση των ορειβατών σε εξαιρετικά αντίξοες συνθήκες, όμως, κατά βάση είναι ο ίδιος ο άνθρωπος που δοκιμάζεται, ξεπερνά τα όριά του και τελικά επιτυγχάνει ή αποτυγχάνει να κατακτήσει μια κορυφή. Η ορειβασία ως σπορ αλλά και ως δραστηριότητα έχει διαβαθμίσεις, που κυμαίνονται από την απλή ορεινή πεζοπορία μέχρι την αναρρίχηση σε μεγάλο υψόμετρο. Είναι ένα σπορ που εκθέτει τον άνθρωπο στις δυνάμεις της φύσης, συχνά ακραίες. Η αποθέωση της ορειβατικής προσπάθειας είναι αυτό που στη διάλεκτο των ορειβατών ονομάζεται αλπινισμός και αφορά το σκαρφάλωμα δύσκολων τεχνικά ορθοπλαγιών σε μεγάλο υψόμετρο, σε συχνά αντίξοες συνθήκες (χιόνια, πάγοι, αντικειμενικοί κίνδυνοι). Η λέξη προέρχεται από τις αναβάσεις στις Άλπεις, αλλά χαρακτηρίζει τη δραστηριότητα σε όλα τα βουνά, από τον Όλυμπο της Ελλάδας έως το

Έβερρεστ των Ιμαλαΐων. Είναι μια δράση αθλητική, αλλά και έντονα ψυχική, χωρίς σκοπό («κατακτητές του ανέφελου», χαρακτηρίζονται οι ορειβάτες στην ευρωπαϊκή βιβλιογραφία). Η κατάκτηση της κορυφής είναι η ικανοποίηση της ανθρώπινης περιέργειας, η πιστοποίηση της ανθρώπινης ικανότητας, η υπέρβαση της ανθρώπινης μετριότητας. Για το λόγο αυτό συγκινούσε και συγκινεί πολύ κόσμο σε κάθε γωνιά της γης.

3.6.7 Το Θαλάσσιο Καγιάκ στην Ελλάδα



Το θαλάσσιο καγιάκ είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για να απολαύσουμε τα νησιά, τις όμορφες ακτές, και τις βραχονησίδες της Ελλάδας. Το καγιάκ είναι ένα εύελκτο και ελαφρύ σκάφος που μας δίνει τη δυνατότητα να εξερευνήσουμε το φυσικό περιβάλλον και τον παράκτιο χώρο του Αιγαίου από μια διαφορετική οπτική γωνία. Στην Ελλάδα υπάρχουν επαγγελματίες που προσφέρουν ενοικιάσεις σκαφών, ταξίδια περιήγησης, και μαθήματα καγιάκ. Το σπορ του θαλάσσιου καγιάκ είναι σχετικά άγνωστο στο ευρύ κοινό και λίγοι προσφέρουν οργανωμένες περιηγήσεις και ταξίδια περιπέτειας με θαλάσσια kayak.

3.7 Χειμερινός Τουρισμός στην Ελλάδα

Ο χειμερινός τουρισμός, όπως και ο θερινός, δεν είναι μορφή τουρισμού υπό την έννοια της ανεξαρτησίας και των ίδιων χαρακτηριστικών. Είναι απλά η ονομασία της κατηγορίας εκείνων των μορφών τουρισμού, που έχουν κοινό χαρακτηριστικό ότι αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια του χειμώνα, όταν δηλαδή στον τουριστικό προορισμό επικρατεί χειμώνας⁷⁵. Οι μορφές του χειμερινού τουρισμού είναι οι παρακάτω :

- *Ο χιονοδρομικός τουρισμός.*
- *Ο τουρισμός παραχείμασης.*
- *Ο τουρισμός χειμερινών αθλημάτων και ο αθλητικός τουρισμός των χειμερινών Ολυμπιακών Αγώνων.*

Ο χειμώνας αρχίζει ημερολογιακά την 21η Δεκεμβρίου και τελειώνει την 21η Μαρτίου για το Βόρειο Ημισφαίριο. Από τουριστική όμως άποψη, η χειμερινή περίοδος διαρκεί από τις αρχές Νοεμβρίου, μέχρι τις αρχές Απριλίου. Φυσικά, ο χειμώνας διαρκεί περισσότερο στις βόρειες χώρες. Το κύριο χαρακτηριστικό του χειμώνα, πάνω στο οποίο στηρίχθηκε η ανάπτυξη του χιονοδρομικού, παγοδρομικού και του τουρισμού χειμερινών αθλημάτων, είναι το χιόνι και ο πάγος.

Η ενασχόληση του ανθρώπου με το χιόνι επιβλήθηκε από την ίδια τη φύση, η οποία ανάγκασε τους κατοίκους των χιονοσκεπών περιοχών και κυρίως των Βόρειων χωρών, να κινούνται με διάφορα μέσα πάνω σ' αυτό, για να αντιμετωπίσουν τις καθημερινές τους ανάγκες. Με την πάροδο του χρόνου και στην προσπάθεια να γίνει ταχύτερη η μετακίνησή τους, διαμορφώθηκε το άθλημα των χιονοδρομιών, το οποίο διαδόθηκε και στους κατοίκους άλλων χωρών που διέθεταν χιονοσκεπείς περιοχές. Η μετέπειτα ανάπτυξη των χιονοδρομιών υπήρξε θεαματική. Αναπτύχθηκαν πολλά επί μέρους χιονοπαγοδρομικά αθλήματα και το 1921 καθιερώθηκαν οι χειμερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες, ενώ παράλληλα αναπτύχθηκαν οι διάφορες μορφές χειμερινού τουρισμού.

⁷⁵ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2005

Το μέγεθος της αγοράς του χιονοδρομικού τουρισμού διαφέρει από χώρα σε χώρα. Σε χώρες της Βόρειας Ευρώπης και Βόρειας Αμερικής, στις οποίες μεγάλες περιοχές είναι χιονοσκεπείς κατά τη μεγαλύτερη διάρκεια του χρόνου, υπάρχει μακράιωνη παράδοση χιονοδρομιών και οι κάτοικοί τους είναι εξοικειωμένοι με το αντίστοιχο άθλημα. Οι κάτοικοι των αστικών κέντρων αυτών των περιοχών, κάνουν συχνά μικρές ή μεγάλες εκδρομές για να βρεθούν στα χιονοδρομικά κέντρα. Συνήθως αφιερώνουν τα Σαββατοκύριακά τους, αλλά και πολλοί από αυτούς αφιερώνουν μέρος από τις κύριες ή τις δευτερεύουσες διακοπές τους για να κάνουν χιονοδρομίες.

Στις χώρες της Εύκρατης ζώνης η περίοδος του χιονοδρομικού τουρισμού, περιορίζεται συνήθως στους τρεις χειμερινούς μήνες (Δεκέμβριος, Ιανουάριος, Φεβρουάριος) και ο αριθμός των χιονοδρόμων είναι πολύ χαμηλός. Στη χώρα μας για παράδειγμα υπάρχουν 60.000 χιονοδρόμοι περίπου, αν και οι επισκέπτες των χιονοδρομικών κέντρων είναι περισσότεροι. Όσον αφορά τους τουρίστες του χιονοδρομικού τουρισμού είναι άνθρωποι νεαρής ή μέσης ηλικίας, κυρίως εύποροι, ξοδεύουν τρεις φορές περισσότερα από όσα ξοδεύει ένας μέσος τουρίστας του μαζικού τουρισμού, και όσους από αυτούς κάνουν χιονοδρομίες ξοδεύουν πολύ περισσότερα. Έχει υπολογιστεί ότι από τους επισκέπτες ενός χιονοδρομικού κέντρου, μόνο το 1/3 επιδίδεται στις χιονοδρομίες, ενώ τα 2/3 ή αγοράζουν τα υπόλοιπα προϊόντα εκτός των χιονοδρομικών ή απλώς το επισκέπτονται

Συνήθως, οι τουρίστες του χιονοδρομικού τουρισμού κάνουν και θερινές διακοπές, μια ή δυο φορές το χρόνο και ανήκουν στην κατηγορία των δύσκολων και απαιτητικών τουριστών. Στην Ελλάδα λειτουργούν 21 οργανωμένα χιονοδρομικά κέντρα, που κατά τη διάρκεια της χιονοδρομικής περιόδου συγκεντρώνουν ικανοποιητικό αριθμό επισκεπτών. Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα κέντρα αυτά, συνίστανται στα πλαίσια της υποδοχής που σχετίζεται είτε με την προσπελασιμότητα, είτε με το μηχανολογικό εξοπλισμό καθώς και με το διαθέσιμο εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό.

Παρόλα αυτά κατόρθωσαν να περιορίσουν ένα μεγάλο αριθμό Ελλήνων που ταξίδευε στο εξωτερικό προς αναζήτηση χιονοδρομικών κέντρων, για να ικανοποιήσουν το χόμπι τους, με αποτέλεσμα τον περιορισμό της εκροής πολύτιμου συναλλάγματος. Πάντως σε σχέση με την οργάνωση των ξένων χιονοδρομικών

κέντρων, είμαστε σαν χώρα πολύ πίσω και ίσως αυτός είναι και ο λόγος, της μη ικανοποιητικής προβολής της μορφής αυτής για προσέλκυση ξένων τουριστών.

3.8 Πως Αναπτύσσεται ο Χειμερινός Τουρισμός

Ο Χειμερινός τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων που γίνονται κατά την διάρκεια της χειμερινής περιόδου, δηλαδή κατά το διάστημα των μηνών Νοεμβρίου – Μαρτίου. Συγκεκριμένα καλύπτει τις δραστηριότητες εκείνες, που εκδηλώνονται σε ορεινές κυρίως περιοχές, κάτω πάντα από ορισμένες κλιματολογικές συνθήκες, όπως για παράδειγμα χαμηλές θερμοκρασίες που πλησιάζουν τους 0 κελσίου και συνήθως τους ξεπερνούν. Το κρύο κλίμα της εποχής και οι χαμηλές θερμοκρασίες είναι ιδανικές για την διεξαγωγή αθλημάτων που ενδείκνυται για τους μήνες αυτούς και απαιτούν χιόνι, ή ακόμα και την ύπαρξη πάγου. Τέτοιες δραστηριότητες είναι για παράδειγμα η χιονοδρομία και η ελκηθοδρομία .

Άλλωστε η Ελλάδα ως μια κατ' εξοχήν ορεινή χώρα, χαρακτηρίζεται από βουνά απaráμιλλου φυσικού κάλλους, πλούσια σε γλωρίδα και πανίδα. Σπάνια τοπία και μοναδικά δάση, πολλά απ' τα οποία προστατεύονται ως Εθνικοί Δρυμοί, υπογραμμίζουν την ποικιλομορφία της ομορφιάς του ελληνικού στοιχείου. Η μοναδική αυτή ομορφιά της χώρας μαγνητίζει τον επισκέπτη, αναδεικνύοντας την μαγεία της φύσης καθώς ο ίδιος έρχεται σ' επαφή μ' όλες τις εκφάνσεις της φυσικής δημιουργίας της υπαίθρου.

Ταξίδια σε ορεινά απόμακρα χωριά αποτελούν μια διέξοδο φυγής απ' τα προβλήματα της καθημερινότητας, όπου μπορεί κανείς να χαλαρώσει και να απολαύσει την ξεγνοιασιά και την ηρεμία κοντά στην φύση. Περίπατοι στους Εθνικούς Δρυμούς της χώρας, αποτελούν ανεπανάληπτες διαδρομές στα φυσικά ελληνικά μονοπάτια που δίνουν την δυνατότητα στον περιηγητή να τολμήσει και να ελέγξει τις αντοχές του, δοκιμάζοντας κάτι διαφορετικό και ξεχωριστό, όπως δραστηριότητες στον παραλίμνιο ή παραποτάμιο χώρο του τόπου μας. Ανάμεσα σε αυτές είναι το καγιάκ, το ράφτινγκ, όπως και πολλές άλλες.

Παράλληλα δραστηριότητες με έντονο περιβαλλοντικό χαρακτήρα, που υπογραμμίζουν για μια ακόμη φορά την μοναδικότητα του ελληνικού φυσικού

στοιχείου, πραγματοποιούνται τους μήνες αυτούς και σε διάφορες περιοχές υγροβιότοπων της χώρας. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Ελλάδα βρίσκεται μεταξύ των πρώτων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όσον αφορά τον αριθμό των υγροβιότοπων της, παρόλο που τα τελευταία πενήντα χρόνια έχει χάσει πάνω από το 60% των λιμνών της⁷⁶.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να υπογραμμιστεί το γεγονός ότι για την διεξαγωγή αυτών των δραστηριοτήτων, απαιτείται κατάλληλη κτιριακή υποδομή που να ενισχύει την τουριστική κίνηση και να προσιδιάζει σε μια ανώτερη ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών. Τέτοιου είδους κτιριακή υποδομή και εγκαταστάσεις που να τονώνουν τον χειμερινό τουρισμό αποτελούν τα καταφύγια και τα χιονοδρομικά κέντρα.

Σε γενικές γραμμές όμως, αξίζει να τονιστεί ότι ο χειμερινός τουρισμός αποτελεί μια τουριστική μορφή που επιμηκύνει την τουριστική κίνηση καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και συμβάλει πραγματικά στην άμβλυνση του εποχικού φαινομένου. Μ' αυτό τον τρόπο γίνεται μια ουσιαστική προσπάθεια ισόποσης διανομής και εξισορρόπησης της τουριστικής κίνησης, τόσο χρονικά όσο και γεωγραφικά, σε τουριστικούς προορισμούς σε ορεινές περιοχές, πέρα της νησιωτικής και καθαρά θαλάσσιας πλευράς της χώρας. Έτσι διατηρείται η πληρότητα των επισκεπτών ενός τουριστικού προορισμού, αλλά και αναδεικνύονται οι κρυμμένες πτυχές αυτής.

Ο χειμερινός τουρισμός απευθύνεται σ' όλες τις ηλικιακές ομάδες κυρίως όμως στους νέους, στους οποίους είναι αρεστά τα ακραία αθλήματα, που ενέχουν μεγαλύτερο βαθμό επικινδυνότητας και ανεβάζουν την αδρεναλίνη στα ύψη. Τουρίστες αυτής της κατηγορίας αφιερώνουν συνήθως τα Σαββατοκύριακα τους, αλλά και μέρος των κυριών διακοπών τους, όπως γιορτές και αργίες, για παράδειγμα τα Χριστούγεννα. Οι τουρίστες αυτοί προέρχονται από τάξεις μεσαίας ή και μεγάλης οικονομικής επιφάνειας, δεδομένου ότι τα χειμερινά σπορ απαιτούν σημαντικά έξοδα για την διεξαγωγή τους. Τέτοιες δραστηριότητες είναι για παράδειγμα η χιονοδρομία και όλες οι παραλλαγές αθλημάτων αυτής, που σχετίζονται με το χιόνι καθώς επίσης και δραστηριότητες που συνδέονται.

⁷⁶ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2005

Πέρα όμως από τους νέους, ο χειμερινός τουρισμός είναι ιδιαίτερα αρεστός και στα άτομα της τρίτης ηλικίας. Η τρίτη ηλικία ορίζεται συνήθως ευρύτερα ώστε να περιβάλλει τις ηλικίες από 55 ετών και άνω. Παρουσιάζει δε ιδιαίτερο ενδιαφέρον από τουριστικής πλευράς, διότι αποτελείται από ηλικίες, οι οποίες σε πολύ υψηλό ποσοστό, έχουν τα οικονομικά μέσα, αλλά και άπλετο ελεύθερο χρόνο για να ταξιδεύουν οποιαδήποτε εποχή του έτους, σε αντίθεση με τους μετέχοντες στην αγορά εργασίας, είτε εργαζόμενοι είναι αυτοί, είτε σπουδαστές κτλ.

Ιδιαίτερη σημασία αποτελεί επίσης το γεγονός, ότι εξαρτώνται από σταθερό εισόδημα (σύνταξη, εισοδήματα από περιουσία) και ως εκ τούτου η τουριστική τους συμπεριφορά παραμένει σε μεγάλο βαθμό ανεπηρέαστη από τις οικονομικές διακυμάνσεις. Άλλωστε τα άτομα αυτά πραγματοποιούν πολλά από τα νεανικά τους όνειρα , τα ταξίδια , που δεν κατάφεραν ως νέοι να κάνουν. Ιδιαίτερα μάλιστα οι αλλοδαποί τουρίστες αυτής της ομάδας προτιμούν να ταξιδεύουν στον ελλαδικό χώρο το χειμώνα , γιατί επιθυμούν πιο ευνοϊκές καιρικές συνθήκες που να προσιδιάζουν όχι απλά στον χειμερινό τουρισμό, αλλά και να κλείνουν στον τουρισμό παραχείμασης.

3.8.1 Ποια τα Χαρακτηριστικά του Χειμερινού Τουρισμού Στην Ελλάδα και Χιονοδρομικές Δραστηριότητες

Η Ελλάδα διαθέτει ήπιο κλίμα και αποτελεί σταυροδρόμι πολλών ηπείρων και θαλασσών, γεγονός που ενδείκνυται για τον τουρισμό παραχείμασης. Ο τουρισμός παραχείμασης αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων που κατά τη διάρκεια του χειμώνα αποφασίζουν να κάνουν διακοπές σε χώρες με ηπιότερα κλίματα, για να αποφύγουν τα έντονα καιρικά φαινόμενα και τις αντίξοες καιρικές συνθήκες που συνήθως επικρατούν στους τόπους που διαμένουν μόνιμα. Κατά μεγάλο ποσοστό τα άτομα αυτά ανήκουν στην τρίτη ηλικία και κατά γενική ομολογία προτιμούν τις μεσογειακές χώρες, ανάμεσα σ' αυτές και η Ελλάδα όπου ο χειμώνας είναι σαφώς πιο ήπιος.

Σκανδιναβοί, Άγγλοι, Σκωτσέζοι και Γερμανοί, οι οποίοι δεν παραχειμάζουν απλά, αλλά αγοράζουν αγροτόσπιτα ή εγκαταλελειμμένους πύργους στη Μάνη, σπίτια ή μετόχια στην Κρήτη, τα οποία αξιοποιούν και τα χρησιμοποιούν για εξοχική κατοικία τους. Η παραχείμαση δεν γίνεται πάντα και κατά ανάγκη σε τουριστικούς προορισμούς στους οποίους επικρατεί το θέρος. Γίνεται και σε δροσερότερους

τόπους, στους οποίους είναι δυνατό να επικρατεί χειμώνας, αλλά να είναι ηπιότερος και θερμότερος από ότι στις χώρες των τουριστών⁷⁷.

Ο τουρισμός παραχείμασης μπορεί να αποτελέσει μια από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που μπορούν να αμβλύνουν την εποχικότητα και στη χώρα μας. Τα μέτρα που μπορούν να ληφθούν είναι βασικά επιδοτούμενα προγράμματα σε όλα τα στοιχεία του τουριστικού πακέτου, ιδιαίτερα στις περιοχές που ευνοούν οι καιρικές συνθήκες και η υποδομή και ανωδομή μπορεί να ανταποκριθεί στην κάλυψη των τουριστών, που θα επιλέγουν αυτή τη μορφή τουρισμού.

Για να γίνουν χιονοδρομίες είναι απαραίτητη η ύπαρξη terrain ή πιστών χιονοδρομίας, που είναι συνήθως υψίπεδα και ελαφριάς κλίσης πλαγιές, σκεπασμένες με στρώμα χιονιού αρκετού πάχους. Οι καιρικές συνθήκες πρέπει να είναι κατάλληλες για τη διατήρηση του χιονιού και κατά κανόνα, τέτοιες καιρικές συνθήκες επικρατούν κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Επίσης, οι πίστες χιονοδρομίας πρέπει να είναι προσπελάσιμες⁷⁸. Στις περιοχές που υπάρχουν οι παραπάνω βασικές και απαραίτητες προϋποθέσεις, ιδρύονται τα χιονοδρομικά κέντρα, τα οποία είναι κέντρα υποστήριξης των χιονοδρομιών και των χιονοδρομικών αθλημάτων, καθώς και κέντρα εξυπηρέτησης των τουριστών και των αθλητών.

Τα χιονοδρομικά κέντρα ποικίλλουν σε μέγεθος. Από τα πιο μικρά, που διαθέτουν τον ελάχιστο απαιτούμενο εξοπλισμό, μέχρι και τα μεγάλα χιονοδρομικά τουριστικά θέρετρα, που εξυπηρετούν χιλιάδες χιονοδρόμους και επισκέπτες και έχουν την κατάλληλη υποδομή για τη διεξαγωγή κάθε χιονοδρομικού αθλήματος. Ανάλογα με το μέγεθος του χιονοδρομικού κέντρου είναι και το μέγεθος της γενικής και ειδικής υποδομής του κέντρου.

Με εύκολες ή δύσκολες πίστες, με πατημένο ή απάτητο χιόνι, τα χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδας δεν υστερούν σε τίποτα από εκείνα του εξωτερικού. Με διαρκώς αναπτυσσόμενη υποδομή, τα τελευταία χρόνια προσφέρουν στους επισκέπτες όλες τις προϋποθέσεις για αξέχαστες χειμερινές διακοπές,

⁷⁷ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2005

⁷⁸ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2005

καλύπτοντας τις ανάγκες αρχαρίων, αλλά και επαγγελματιών. Στη χώρα μας λειτουργούν 21 χιονοδρομικά κέντρα, τα οποία καλύπτουν όλες τις απαιτήσεις των φίλων των χιονοδρομικών αθλημάτων.

3.8.2 Η Έννοια του Χειμερινού Τουρισμού στην Ελλάδα

Σε «τουρισμό όλο το χρόνο» στοχεύουν οι επιχειρηματίες του ορεινού όγκου στις περιοχές που προσφέρονται για χειμερινό τουρισμό και προς αυτή τη κατεύθυνση κινούνται μεθοδικά τα τελευταία χρόνια. Οι επενδύσεις που γίνονται στα ορεινά τουριστικά θέρετρα της κάθε περιοχής είναι μεγάλες και σημαντικές. Θεωρούν πως έτσι θα προσελκύσουν και περισσότερο και «ποιοτικότερο» κόσμο καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και όχι μόνο για μερικές εβδομάδες το καλοκαίρι ή μερικούς μήνες το χειμώνα⁷⁹.

Από άποψη τουριστικών καταλυμάτων και ξενοδοχειακών υποδομών βελτιώνονται συνεχώς τα τελευταία χρόνια. Ίσως σε αυτό που θέλουν επιπλέον βελτίωση είναι οι υποδομές, όσον αφορά την πρόσβαση των επισκεπτών, η βελτίωση δηλαδή του οδικού δικτύου και η δημιουργία ίσως εναλλακτικών διαδρομών που θα συνδέσουν σημεία αναφοράς του κάθε νομού ξεχωριστά. Οι επαγγελματίες του ορεινού όγκου πάντως επιμένουν στην δημιουργία ενός νέου χιονοδρομικού κέντρου τουλάχιστον ανά πέντε έτη. Είναι βέβαιο ότι εφόσον προχωρήσουν οι μελέτες και κατασκευαστεί κάποια στιγμή το χιονοδρομικό κέντρο σε κάποια περιοχή ανά πέντε έτη, θα εκτιναχθεί η προσέλευση επισκεπτών στην κάθε περιοχή αφού θα είναι ένα έργο πνοής που θα δώσει οικονομική ανάσα όχι μόνο στον ορεινό όγκο αλλά και σε ολόκληρη τη χώρα.

Η «στροφή» πάντως των τουριστικών επιχειρήσεων στον τουρισμό όλης της χρονιάς επιβεβαιώνεται και από τα στοιχεία που έρχονται στο φως της δημοσιότητας για τον «χειμερινό τουρισμό», από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Σύμφωνα με αυτά ο χειμερινός τουρισμός αποτελεί ένα διαφοροποιημένο «προϊόν», γίνεται για λόγους αναψυχής, ενώ συντρέχουν ειδικές συνθήκες. Συνήθως το τουριστικό χειμερινό

⁷⁹ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2005

πλήθος αποτελείται από συνταξιούχους και από τους «τουρίστες του σαββατοκύριακου» και γενικότερα των βραχείας διάρκειας ταξιδιών αναψυχής⁸⁰.

Όσον αφορά τα αριθμητικά αποτελέσματα, η Ελλάδα κατατάσσεται στις τελευταίες θέσεις στην ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού καθώς για την περίοδο Νοεμβρίου 2003 - Απριλίου 2004 σημειώθηκε 3,8% αύξηση των αφίξεων σε σχέση με την αντίστοιχη προηγούμενη χειμερινή περίοδο. Στην τελευταία θέση βρίσκεται η Κύπρος, εμφανίζοντας μείωση 9,5%, ενώ ακολουθούν οι Σλοβακία και Αυστρία με μείωση 1,2% και 0,4% αντίστοιχα. Στην τέταρτη χειρότερη θέση βρίσκεται η Γαλλία με αύξηση 3,3% ενώ στην πέμπτη θέση βρίσκεται η Ελλάδα. Αξίζει να σημειωθεί ότι είχαμε τη δεύτερη χειρότερη επίδοση στο θέμα της πληρότητας στην αιχμή της χειμερινής περιόδου. Συγκεκριμένα το μήνα Μάρτιο, η πληρότητα άγγιξε μόλις το 32%⁸¹.

⁸⁰ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2005

⁸¹ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2005

Επίλογος – Συμπεράσματα

Σκοπός της φοιτήτριας στη παρούσα πτυχιακή εργασία, ήταν ν' αναλύσει και να παραθέσει στοιχεία σχετικά με την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα, θέση της χώρας στο διεθνές τουριστικό προϊόν, παράγοντες που επηρεάζουν την θέση της χώρας στη τουριστική αγορά αλλά και ποιες οι τουριστικές δραστηριότητες που μπορούν να αναπτυχθούν σχετικά στην χώρα και να προσφέρουν περισσότερα πλεονεκτήματα στο τουριστικό προϊόν.

Η τουριστική ανάπτυξη μίας περιοχής εξαρτάται από διάφορους παραμέτρους οι οποίες συντελούν ή και επηρεάζουν την επίτευξη των στόχων της, τις οποίες αναφέραμε στην προηγούμενη ενότητα. Σύμφωνα με τον Κοκκώση, όλες οι παράμετροι είναι ουσιαστικά εξίσου σημαντικές, ξεχωρίζουν όμως δύο, αυτή της «φέρουσας ικανότητας» της υπό ανάπτυξη περιοχής την οποία και θα εξετάσουμε στην επόμενη ενότητα αλλά και της τουριστικής πολιτικής σε τοπικό και διεθνές επίπεδο.

Τα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα προϋποθέτουν σε μεγάλο βαθμό πλην μερικών εξαιρέσεων, την προστασία του περιβάλλοντος, φυσικού, οικονομικού, πολιτιστικού και πολιτισμικού με σκοπό την ορθολογικότερη, συνολικότερη και αποτελεσματικότερη τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής δράσης με μακροπρόθεσμο στόχο την συνέχισή της σε βάθος χρόνου και πεδίου. Επίσης τα οφέλη της προϋποτίθεται ότι αυτά πρέπει να μεταβιβαστούν στο τουριστικό περιβάλλον και σε αυτούς που δραστηριοποιούνται σε αυτό άμεσα ή έμμεσα.

Θα πρέπει να σημειωθεί πως η παγκόσμια οικονομική ύφεση του 2008 και η οποία συνεχίζεται με μεγαλύτερη ένταση το 2009 καθώς και όλο το 2010, θεωρείται το αποτέλεσμα το οποίο προκλήθηκε από τη διεθνή χρηματοπιστωτική κρίση του 2007 σε τομείς της πραγματικής οικονομίας της διεθνούς κοινότητας. Κάποιοι σημαντικοί κλάδοι της οικονομίας επλήγησαν εξίσου σε μεγάλο βαθμό, όπως ο τραπεζικός, ο ασφαλιστικός, ο κτηματομεσιτικός, οι αυτοκινητοβιομηχανίες, το εμπόριο και άλλοι, με άμεσα αποτελέσματα στα οικονομικά μεγέθη των οικονομιών, όπως αύξηση της ανεργίας, νέες πληθωριστικές πιέσεις, υποτίμηση νομισμάτων κ.ά.

Είναι αυτονόητο ότι το νερό των ιαματικών πηγών που χρησιμοποιείται για πόση, εισπνοή, λουτρά ή που εμφιαλώνεται, πρέπει να είναι απολύτως καθαρό από μικροβιολογικής πλευράς, δηλαδή να μην περιέχει μικρόβια που θα βλάψουν την υγεία αυτών που τα χρησιμοποιεί. Η παροχή καθαρού νερού είναι καίριας σημασίας, γιατί η επιτυχία της θεραπευτικής ιδιότητας του αμφισβητείται και θα αμφισβητείται εντονότερα όταν άτομα που προσέρχονται για κάποιο πρόβλημα υγείας αποκτούν από την παραμονή τους κάποιο άλλο πρόβλημα υγείας (εντερική ή δερματική λοίμωξη) που οφείλεται σε μικρόβια που βρίσκονται στο νερό.

Η Ελλάδα είναι πλούσια σε ιαματικές πηγές με νερά που έχουν ποικίλη φυσικοχημική σύσταση και ενδείκνυνται για εφαρμογή στη σύγχρονη φυσική υδροθεραπεία. Σε όλες τις ιαματικές πηγές που λειτουργούν στην Ελλάδα συναντάτε μόνο η μορφή της θεραπείας και όχι η προσφορά υπηρεσιών που έχουν σχέση με την αναζωογόνηση του οργανισμού. Δηλαδή τα κέντρα που λειτουργούν στην Ελλάδα είναι κέντρα ιαματικού τουρισμού και όχι κέντρα τουρισμού υγείας.

Οι κλιματικές συνθήκες που επικρατούν στις ιαματικές πηγές είναι παρόμοιες για όλες, δηλαδή μεσογειακό κλίμα, με ήπιους χειμώνες και δροσερά καλοκαίρια, με μικρή διαφοροποίηση στις πηγές που βρίσκονται μακριά από τη θάλασσα (Λουτράκι, Αγκιστρο, Σιδηρόκαστρο), όπου το κλίμα πλησιάζει το ηπειρωτικό με πιο ψυχρούς χειμώνες και πιο θερμά καλοκαίρια.

Βάση λοιπόν των όσων παρετάθησαν στη παρούσα πτυχιακή εργασία, θα λέγαμε πως προκειμένου να ενισχυθεί το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας θα πρέπει να διεξαχθούν συγκεκριμένες ενέργειες από μέρους των τουριστικών πρακτόρων αλλά και των ιθυνόντων με σκοπό την προσέλκυση τουριστών αλλά και την καλύτερη οργάνωση των παροχών τουρισμού, βασιζόμενοι στη καλύτερη διεξαγωγή των τρόπων Management και προγραμματισμού των κινήσεων τουρισμού.

Θα πρέπει να σημειωθεί λοιπόν πως ως management θεωρείται η αποτελεσματική αξιοποίηση των ανθρωπίνων πόρων για την ύπαρξη μιας κοινωνικής οργάνωσης ή επιχείρησης με βάση τη λειτουργία του προγραμματισμού της οργάνωσης, της διοίκησης ή διεύθυνσης των ανθρώπων και

του ελέγχου⁸². Για την κατανόηση της ερμηνείας του όρου management στις επιχειρήσεις και τουριστικά γραφεία τα οποία ασχολούνται με το φαινόμενο του τουρισμού και σχετικά με την αρτιότερη οργάνωσή του, θα αναλύσουμε τις επιμέρους λειτουργίες του και οι οποίες κατέχουν καθοριστικό ρόλο σε αυτό τον τομέα.

Ø Προγραμματισμός

Στη λειτουργία αυτή προσδιορίζονται η παρούσα κατάσταση της τουριστικής επιχείρησης, π.χ. τα κέρδη, οι κοινωνική κατάσταση, οι εξωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν την λειτουργία της επιχείρησης, και η μελλοντική επιθυμητή εξέλιξη της στο τομέα του τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, θέτονται οι στόχοι, προσδιορίζεται η στρατηγική και η τακτική που θα ακολουθηθεί, καθορίζονται οι ενέργειες και τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Ο προγραμματισμός σε μια εταιρία είναι η λειτουργία μέσω της οποίας γεφυρώνεται το χάσμα ή η απόσταση του σημείου που βρίσκεται σήμερα το άτομο ή η κοινωνική οργάνωση και του σημείου στο οποίο θέλει να βρίσκεται στο μέλλον, αποφασίζοντας τι θα γίνει, πώς θα γίνει, πότε θα γίνει και ποιος θα το κάνει.

Η οργάνωση στο τουρισμό είναι μια λειτουργία η οποία ακολουθεί τον προγραμματισμό και προσδιορίζει ποιες είναι οι εργασίες που πρέπει να γίνουν σε μια τουριστική επιχείρηση παροχής υπηρεσιών διακοπών μέσω κρουαζιέρας. Οι εργασίες αυτές, στην συνέχεια ανατίθενται σε ομάδες εργαζομένων και διαμορφώνονται οι σχέσεις μεταξύ τους καθώς επίσης προσδιορίζονται και οι πόροι της κοινωνικής οργάνωσης για την αποτελεσματική επίτευξη των στόχων. Η διεύθυνση στην περίπτωση αυτή, ασχολείται με τη λειτουργία που επηρεάζει άμεσα την συμπεριφορά των ομάδων και κάθε ατόμου στην εταιρία ξεχωριστά μέσω του ελέγχου, της επιβράβευσης και της καθοδήγησης, δίνοντας έτσι κίνητρα για την αποτελεσματική απόδοση εργασίας.

Τελευταία λειτουργία σε μια επιχείρηση παροχής τουριστικών υπηρεσιών είναι ο έλεγχος. Στην φάση αυτή εξετάζονται τα αποτελέσματα της εργασίας με βάση

⁸² Clarke T. & Clegg S., “*Changing Paradigms: The Transformation of Management Knowledge for the 21st Century*”, Profile Books Ltd., London, 1998

τα πρότυπα που έχουν τεθεί και αναφέρονται οι αποκλίσεις, τα αποτελέσματα και οι τυχόν διορθώσεις που πρέπει να γίνουν. Μια από τις λειτουργίες του μανάτζμεντ στις επιχειρήσεις αυτές αποτελεί η στελέχωση του ανθρωπίνου δυναμικού, οι προσλήψεις, η εκπαίδευση κ.α. Κύριο στέλεχος του μανάτζμεντ στις τουριστικές αυτές επιχειρήσεις είναι ο μανάτζερ ο οποίος έχει την ευθύνη και το δικαίωμα της αποτελεσματικής αξιοποίησης των πόρων μιας οργάνωσης ασκώντας τις λειτουργίες του μανάτζμεντ στον τομέα αυτό. Επίσης ευθύνεται για αποτελέσματα άλλων ανθρώπων και ασκεί εξουσία πάνω σε αυτούς.

Σημαντικό ρόλο στη καλύτερη διαχείριση του τουρισμού, κατέχει και η συμβολή του τουριστικού πρακτορείου και το πόσο ενεργά προσπαθεί να αναπτύξει το συγκεκριμένο τομέα. Είναι γεγονός πως στις πρώτες μορφές του τουρισμού, οι τουριστικές ανάγκες δεν μπορούσαν να ικανοποιηθούν λόγω του φόβου της εγκληματικότητας. Με την πάροδο όμως του χρόνου και την τεχνολογική ανάπτυξη ήταν πιο εύκολο να ενημερωθούν για τους ασφαλείς τόπους προορισμού, με αποτέλεσμα να αναπτύσσεται ο τουρισμός. Στη δεκαετία του 1950, το επάγγελμα του τουριστικού πράκτορα άρχισε να έχει καθοριστική θέση στην τουριστική ανάπτυξη και σήμερα παίζει τον ρόλο του ρυθμιστή της τουριστικής κίνησης⁸³.

Πράκτορας, είναι ο άνθρωπος που αναλαμβάνει την διεκπεραίωση της υπόθεσης ενός τρίτου κατ' εντολή του. Τουριστικός πράκτορας είναι ο άνθρωπος που μεσολαβεί για την τακτοποίηση τουριστικών υποθέσεων άλλων⁸⁴. Με την πάροδο όμως των χρόνων, τα τουριστικά πρακτορεία εξελίχθηκαν και αναπτύχθηκαν ιδιαίτερα στο χώρο του τουρισμού. Το κάθε τουριστικό γραφείο είναι μια εμπορική επιχείρηση η οποία παίζει το ρόλο του μεσολαβητή ανάμεσα στον άνθρωπο τουρίστα και στα τουριστικά προϊόντα που διαθέτει και ένα εκ των οποίων είναι και εκείνο των διακοπών τουρισμού. Τα τουριστικά αυτά πρακτορεία διακρίνονται ανάλογα με το μέγεθός τους σε δύο κατηγορίες όπως :

Ø Τους τουριστικούς οργανισμούς ή Tour Operators τους οποίους μπορούμε να χαρακτηρίσουμε σαν χονδρέμποροι του τουρισμού επειδή είναι σε θέση να προσφέρουν ολοκληρωμένα τουριστικά ταξίδια

⁸³ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

⁸⁴ Σφακιανάκης Μανόλης, 2000, "Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού", ΕΛΛΗΝ, Αθήνα

- Ø *Τουριστικά γραφεία τα οποία λειτουργούν αυτόνομα ή συνεργάζονται με τουριστικούς οργανισμούς για τον συγκεκριμένο κλάδο τουρισμού*

Τέλος, σύμφωνα με την έδρα τους χωρίζονται επίσης σε:

- Ø *Εκείνα που είναι εγκατεστημένα στις χώρες προέλευσης των τουριστικών επιχειρήσεων και τα οποία αποτελούν δίκτυο διανομής των τουριστικών υπηρεσιών που συνθέτουν το τελικό τουριστικό προϊόν της χώρας υποδοχής*
- Ø *Σε εκείνα που βρίσκονται στις χώρες υποδοχής που εκτός από την πώληση μιας σειράς υπηρεσιών ασχολούνται και με την οργάνωση του τουρισμού*

Βιβλιογραφία

- Ø Βαρβαρέσου, Στ., 2000, “*Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές*”, Εκδόσεις Σακουλά
- Ø Βελισσαρίου Ε., 2002, “*Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, από το πρόγραμμα σπουδών Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων*” (τόμος Δ’), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα
- Ø Τσάρτας, Π., 1996, “*Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι : κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό,*” Εκδόσεις Σταμούλη
- Ø Τσάρτας, Π., 1996, “*Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι : κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*”, Εκδόσεις Σταμούλη
- Ø Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ’, “*Τουριστικός Τομέας*”, Έκδοση για Ε.Α.Π.
- Ø Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π., 2001, “*Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*”, Εκδόσεις Κριτική
- Ø Σφακιανάκης Μανόλης, 2000, “*Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*”, ΕΛΛΗΝ, Αθήνα
- Ø Μπουρδή Μ., Ευσταθίου, Π., Καπέλλας, Στ., 2003, “*Λειτουργίες Τουριστικών Γραφείων*”, Αθήνα, ΥΠΕΠΘ, ΟΕΔΒ
- Ø Σφακιανάκης Μανόλης, 2000, “*Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*”, ΕΛΛΗΝ, Αθήνα
- Ø Λογοθέτη, Χ., 1997, “*Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη*”, Εκδόσεις Σακουλά
- Ø Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π., 2001, “*Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*”, Εκδόσεις Κριτική
- Ø Σφακιανάκης Μανόλης, 2000, “*Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*”, ΕΛΛΗΝ, Αθήνα
- Ø Χρήστου Ευαγ., 1999, “*Έρευνα Τουριστικής Αγοράς*”, εκδόσεις interbooks, Αθήνα
- Ø Λογοθέτη, Χ., 2009, “*Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας*”, Εκδόσεις Σακουλά
- Ø Τσίτουρα, Αν., 1998, “*Η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα και τις ανταγωνίστριες χώρες*”, έκδοση ΙΤΕΠ
- Ø Χρήστου Ευαγ., 1999, “*Έρευνα Τουριστικής Αγοράς*”, εκδόσεις interbooks, Αθήνα

- Ø Crick, M., 1989, “*Representations of International Tourism in the Social Sciences*”, McGraw Hill, London
- Ø Sheldon, P.J., 1997, “*Tourism Information Technology*”, McGraw Hill, London
- Ø Bruce, M., “*New Technology and the Future of Tourism*”, McGraw Hill, London, 1997
- Ø Clarke T. & Clegg S., “*Changing Paradigms: The Transformation of Management Knowledge for the 21st Century*”, Profile Books Ltd., London, 1998
- Ø Crick, M., “*Representations of International Tourism in the Social Sciences*”, McGraw Hill, London, 1989
- Ø Consolidated version hotel classification survey, 2004: The Joint WTO&IH&RA study on hotel classification
- Ø Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2009, Στοιχεία Κατηγοριοποίησης Ξενοδοχείων
- Ø Ι.Τ.Ξ.Ε., «*Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού*», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2009
- Ø Ι.Τ.Ξ.Ε., «*Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού*», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2010
- Ø Ι.Τ.Ξ.Ε., «*Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού*», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2012