

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ  
ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΟΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΟΝ  
ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΑΔΑΜΑΝΤΙΑ ΚΑΟΥΡΗ**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ, 2011**

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο εναλλακτικός τουρισμός εκτός από τη συμβολική έννοια που έχει αποκτήσει ως μορφή τουρισμού, της οποίας τα κύρια χαρακτηριστικά είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με τη φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών ή ο συνδυασμός των διακοπών με την προσφορά εθελοντικής εργασίας, αναφέρεται σε κάθε ειδική μορφή τουρισμού, η οποία προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα, συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και τέλος προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας σε αντίθεση με τον απρόσωπο μαζικό τουρισμό.

Παρακάτω θα αναλυθεί πλήρως ο εναλλακτικός τουρισμός, τα είδη του και οι διαφορές ανάμεσα στον εναλλακτικό τουρισμό και στον μαζικό. Ωστόσο θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση σε δύο είδη εναλλακτικού τουρισμού στον οικοτουρισμό και στον αγροτουρισμό.

Ο οικοτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που ολοένα και περισσότερο διαδίδεται τα τελευταία χρόνια σε ολόκληρο τον πλανήτη. Πρόκειται για τουρισμό κοντά στη φύση, που σέβεται το περιβάλλον, την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής, την ιστορία της, τη διαμόρφωση της τοπικής κοινωνίας και δεν ξεπερνά τα όρια της φέρουσας ικανότητας του τόπου όπου αναπτύσσεται.

Ενώ ο αγροτουρισμός είναι μια μορφή ήπιου τουρισμού στην οποία οι επισκέπτες έχουν την δυνατότητα να μένουν σε αγρόκτημα και να συμμετέχουν στις αγροτικές εργασίες. Με το να βοηθάνε στο αγρόκτημα φυτεύοντας καρπούς ή με το να ταΐζουν τα ζώα έρχονται κοντά με την φύση οι τουρίστες και ξεφεύγουν για λίγο από το καυσαέριο και το θόρυβο της πόλης.

Σκοπός της παρούσης εργασίας είναι να αναδείξει την σημασία του εναλλακτικού τουρισμού καθώς και την σημαντικότητα που έχουν τόσο ο οικοτουρισμός όσο και ο αγροτουρισμός στα παρακάτω κεφάλαια θα αποδειχθεί ακριβώς αυτό.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η πτυχιακή αυτή εργασία επικεντρώνεται στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού για το ποιες είναι αλλά και δίνεται μία μεγαλύτερη έμφαση στον οικοτουρισμό και στον αγροτουρισμό. Ακόμα υπάρχει μία μελέτη περίπτωσης για την Ανατολική Κρήτη και για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού σε αυτή την περιοχή.

Ποιο αναλυτικά στο πρώτο κεφάλαιο αναλύεται ο τουρισμός στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς, για το ποια είναι η ιστορία του τουρισμού, ποιο το εννοιολογικό του πλαίσιο και ποιος είναι ο σύγχρονος τουρισμός.

Στο δεύτερο κεφάλαιο καθορίζονται ποιες είναι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού τι προσφέρουν στον τουρισμό, ποιος ο ορισμός τους αλλά και ποια η εξέλιξή τους.

Στο τρίτο κεφάλαιο ο οικοτουρισμός αναλύεται για το τι είναι ακριβώς ο οικοτουρισμός, ποιο το οικοτουριστικό προϊόν αλλά και ο οικοτουρίστας, ποια η εξέλιξη του και τα οφέλη κοινωνικά και οικονομικά που δίνονται στις περιοχές όπου αναπτύσσεται.

Στο τέταρτο κεφάλαιο βλέπουμε τον αγροτουρισμό το δεύτερο είδος που δίνεται ιδιαίτερη έμφαση σε αυτή την πτυχιακή και βλέπουμε ποιο το αγροτουριστικό προϊόν, ποιος ο αγροτουρίστας, ποιοι είναι οι υπάρχοντες αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί αλλά και ποια προγράμματα υπάρχουν για την ανάπτυξή του.

Στο πέμπτο κεφάλαιο υπάρχει η μελέτη περίπτωσης η οποία γίνεται στην Ανατολική Κρήτη και βλέπουμε τον υπάρχοντα οικοτουρισμό σε αυτή την περιοχή αλλά και το τι χρειάζεται για να αναπτυχτεί ο οικοτουρισμός.

Στο έκτο κεφάλαιο βγαίνουν όλα τα συμπεράσματα που μπορούν να προκύψουν από τα στοιχεία που παρέχονται στην πτυχιακή εργασία για τον εναλλακτικό τουρισμό και για τα δύο είδη τα οποία αναλύονται ποιο εκτεταμένα.

Στο έβδομο και τελευταίο κεφάλαιο δίδεται η βιβλιογραφία από την οποία πήρα πληροφορίες και το πρωτογενές υλικό που χρειάστηκε για να προσκομιστούν όλα τα παραπάνω στοιχεία.

## Πίνακας Περιεχομένων

ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΣ .....	7
1.1.Η ιστορία του τουρισμού και η εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου .....	7
1.2. Το εννοιολογικό περιεχόμενο του τουρισμού.....	9
1.3. Η ανάπτυξη του διεθνούς και ευρωπαϊκού τουρισμού.....	10
1.4.Ο σύγχρονος τουρισμός.....	13
1.5.Το ελληνικό τουριστικό προϊόν .....	19
1.6.Η ιστορία του ελληνικού τουρισμού .....	24
1.7.Το μέγεθος του τουριστικού τομέα στην Ελλάδα.....	29
1.8.Τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	38
2.1. Ορισμός εναλλακτικού τουρισμού.....	38
2.2. Εξέλιξη του μαζικού τουρισμού και οι επιπτώσεις του .....	39
2.3.Αειφόρος ανάπτυξη .....	41
2.4. Η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού.....	43
2.5. Εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα.....	45
2.7.Μορφές εναλλακτικού τουρισμού .....	48
2.7.1.Θεραπευτικός τουρισμός.....	49
2.7.2.Συνεδριακός τουρισμός .....	50
2.7.3.Θαλάσσιος τουρισμός.....	51
2.7.4.Οικοτουρισμός.....	51
2.7.5.Τουρισμός περιπέτειας.....	52
2.7.6.Χειμερινός τουρισμός .....	53
2.7.7.Πολιτιστικός τουρισμός .....	54
2.7.8.Αγροτουρισμός.....	54
2.7.9.Αθλητικός τουρισμός.....	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....	58
3.1. Εννοιολογικό πλαίσιο οικοτουρισμού .....	58
3.1.1.Τι είναι ο οικοτουρισμός;.....	58
3.1.2.Ορισμός του οικοτουρισμού.....	59
3.2.Μορφές του οικοτουρισμού .....	61
3.3.Στόχοι οικοτουρισμού .....	62
3.4.Φορείς ανάπτυξης οικοτουρισμού .....	63

3.5.Πλαίσιο ανάπτυξης οικότουρισμού .....	65
3.6. Ευρωπαϊκό και διεθνές πλαίσιο ανάπτυξης οικότουρισμού .....	69
3.6.1.Η εθνική πολιτική της Αυστραλίας για τον οικότουρισμό .....	69
3.7.Το προφίλ του οικότουρίστα .....	70
3.8.Οι λόγοι που οδήγησαν στην καθιέρωση του οικότουρισμού .....	71
3.8.1.Οικότουρισμός και προστατευόμενες περιοχές: βασικές έννοιες, προβλήματα και προοπτικές.....	74
3.8.2.Η δημιουργία δικτύου προστατευόμενων περιοχών Natura 2000: Ιστορική αναδρομή	75
3.9. Η σημερινή κατάσταση και μελλοντικές προοπτικές της προστασίας της φύσης- φορείς διαχείρισης προστατευόμενων περιοχών στην Ελλάδα και στο διεθνή χώρο .....	77
3.10.Τα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη των προστατευόμενων περιοχών .....	81
3.11.Πράσινη επιχειρηματικότητα στις προστατευόμενες περιοχές .....	83
3.12.Η σημασία του προσδιορισμού της οικότουριστικής ζήτησης .....	84
3.13.Ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης –προβλήματα που αντιμετωπίζει η ελληνική τουριστική αγορά.....	85
3.13.1. Παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά την πορεία του οικότουρισμού στην Ελλάδα	87
3.13.2.Η ζήτηση για οικότουρισμό στην Ελλάδα.....	88
3.14.Ο οικότουρισμός από την πλευρά της προσφοράς .....	90
3.14.1.Η βιοποικιλότητα της Ελλάδας .....	90
3.14.2. Η δυναμικότητα του οικότουρισμού στην Ελλάδα .....	91
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....</b>	<b>95</b>
4.1.Τι είναι αγροτουρισμός.....	95
4.2.Το αγροτουριστικό πακέτο .....	95
4.3.Το προφίλ του αγροτουρίστα .....	97
4.4.Επιπτώσεις του αγροτουρισμού .....	98
4.4.1.Οικονομικές επιπτώσεις.....	98
4.4.2.Περιβαλλοντικές επιπτώσεις.....	99
4.4.3 Κοινωνικό – Πολιτιστικές επιπτώσεις .....	100
4.5.Ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα .....	101
4.5.1. Η διαδρομή του αγροτουρισμού στην Ελλάδα .....	101
4.5.2 Αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί .....	102
4.5.3. Ελληνικό κέντρο αγροτουρισμού.....	103
4.5.4. Αγροτουριστική Α.Ε.....	104
4.5.5. Προοπτικές ανάπτυξης του αγροτουρισμού στην Ελλάδα .....	106
4.6.Προγράμματα αγροτουριστικής ανάπτυξης .....	108

4.6.1 Κανονισμός 1257/99 (πρώην 950/97, 2328/91, 797/85) .....	109
4.6.3 Πρωτοβουλία LEADER.....	112
4.7.Προβλήματα εφαρμογής των προγραμμάτων αγροτουριστικής .....	113
Ανάπτυξης στην Ελλάδα .....	113
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΚΡΗΤΗ</b> .....	115
5.1.Η Εξελικτική πορεία του τουρισμού στην Ανατολική Κρήτη .....	115
5.2. Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού στην Κρήτη .....	118
5.3. Χαρακτηριστικά παρεχόμενου προϊόντος.....	119
5.4. Φορείς οικοτουρισμού στην Ανατολική Κρήτη .....	120
5.5. Περιοχές ανάπτυξης οικοτουρισμού στην Ανατολική Κρήτη – Προτάσεις έργων-Προοπτικές ανάπτυξης .....	121
5.6.Συμπεράσματα για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού στην Ανατολική Κρήτη.....	125
5.7. Έρευνα για τον οικοτουρισμό.....	126
5.8.Αποτελέσματα έρευνας.....	127
5.9.Ερωτηματολόγιο.....	131
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ</b> .....	132
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b> .....	133

## Πίνακας Περιεχομένων Γραφημάτων

Γράφημα 1:Είδος Τουρισμού .....	128
Γράφημα 2:Τουριστική Ανάπτυξη.....	129
Γράφημα 3:Υπαρξη Οικοτουρισμού .....	129
Γράφημα 4:Συμβολή Κράτους .....	130

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός για την Ελλάδα είναι ένα πολύ σημαντικός τομέας ο οποίος θα μπορούσε να χαρακτηριστεί και ως ζωτικής σημασίας αφού είναι ο μόνος ο οποίος μπορεί να συνεισφέρει στην οικονομία της χώρας μας αλλά και στο ΑΕΠ της.

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία θα αναλυθεί σε βάθος η σημαντικότητα του τουρισμού και το τι είναι ο τουρισμός και ποια η εξέλιξη του στην πάροδο των χρόνων. Αλλά θα δούμε και ποιος είναι ο εναλλακτικός τουρισμός, τα είδη του καθώς και ποιες οι διαφορές του από τον μαζικό τουρισμό.

Όμως ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί σε δύο είδη εναλλακτικού τουρισμού στον οικοτουρισμό και στον αγροτουρισμό. Και τα δύο είδη αυτά είναι αρκετά διαδεδομένα στην Ελλάδα αλλά και παγκοσμίως, η περεταίρω ενημέρωση για το τι μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξή τους θα μπορούσε να βοηθήσει στο να βελτιωθούν οι υποδομές για να έρθουν οικοτουρίστες και αγροτουρίστες.

Μία βελτίωση στις υποδομές του τουρισμού μόνο καλό θα μπορούσε να επιφέρει για τον τουρισμό και για την προσέλευση τουριστών στην Ελλάδα η οποία θα αύξανε τα κέρδη των ντόπιων αλλά θα ενίσχυε και την οικονομία κάτι πολύ σημαντικό ιδιαίτερα για τους χαλεπούς καιρούς τους οποίους διανύουμε.

Για αυτό θα δούμε ποια τα προγράμματα δίνονται από το κράτος και την Ευρωπαϊκή Ένωση στους πολίτες ώστε να αναπτύξουν τις ειδικές μορφές τουρισμού αλλά και το αν αυτά τα προγράμματα είναι αρκετά για κάτι τέτοιο.

Τέλος αν βελτιωθεί ο τουρισμός αλλά και αναπτυχτούν αρκετά και τα είδη του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα ώστε να μην υπάρχει μόνο ο μαζικός τουρισμός που έχει και αρνητικές συνέπειες για το περιβάλλον αλλά και γενικά για την περιοχή υποδοχής των τουριστών αυτών, θα έχουμε καλύτερα αποτελέσματα στον οικονομικό, πολιτιστικό αλλά και οικονομικό τομέα.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΣ

## 1.1.Η ιστορία του τουρισμού και η εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου

Ο τουρισμός είναι μία πολύ σημαντική οικονομική δραστηριότητα και οι βάσεις της σύγχρονης μορφής του βρίσκονται στον 18ο και κυρίως στον 19ο αιώνα. Η λέξη τουρισμός έκανε την εμφάνισή της τον 19ο αιώνα και προέρχεται από την αγγλική και γαλλική λέξη «tour». Είναι όμως μια έννοια που πηγάζει από την αρχαιότητα. Οι πρώτοι ταξιδιώτες ήταν επιστήμονες και έμποροι που συνέδεαν το ταξίδι με το επάγγελμά τους. Η ανάπτυξη των πρώτων μεγάλων πόλεων στη Μεσοποταμία οδηγεί και στην ανάγκη επαφών για εμπορικούς, πολιτικούς ή μορφωτικούς λόγους. Η εφεύρεση του χρήματος από τους Σουμέριους καθώς και της σφηνοειδούς γραφής και της ρόδας, τους δίνει τον τίτλο των ιδρυτών του τουρισμού. Η βελτίωση των μεταφορικών μέσων, η χάραξη μεγαλύτερων δρόμων και η ανάπτυξη των θαλάσσιων μεταφορών δίνουν μεγάλη ώθηση στη πραγματοποίηση ταξιδιών.

Οι αρχαίοι Έλληνες και οι Ρωμαίοι ταξίδευαν τόσο για εμπορικούς όσο και για ιδιωτικούς λόγους. Αξίζει να σημειώσουμε πως στην αρχαία Ελλάδα οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι οι πρώτες οργανωμένες εκδηλώσεις με διεθνή συμμετοχή και ειδικό κίνητρο (αθλητισμός, γιορτή, φεστιβάλ κλπ.). Οι ταξιδιώτες εκείνης της εποχής ανήκαν στην άρχουσα τάξη. Ο τουρισμός πάντοτε σχετιζόταν με τον ελεύθερο χρόνο και τις δραστηριότητες που μπορούσαν να επιτελεστούν εντός αυτού. Η εξάπλωση της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας συντέλεσε στην βελτίωση του οδικού δικτύου, στην ασφάλεια στις μεταφορές και στην εξειδίκευση των τουριστικών ταξιδιών. Πολλές περιοχές (Ελλάδα, Αίγυπτος κλπ.) γίνονται πόλος έλξης τουριστών τόσο για θρησκευτικούς όσο και για πολιτιστικούς λόγους (Τσάρτας, 1996). Τον Μεσαίωνα οι περισσότερες μετακινήσεις πραγματοποιούνταν για θρησκευτικές εκδηλώσεις, γιορτές και ιαματικές θεραπείες. Ήδη από την εποχή της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας οι ιαματικές πηγές ήταν πολύ δημοφιλείς, ενώ αργότερα κατά την Αναγέννηση έγιναν κέντρα αναψυχής και διασκέδασης για την υψηλή κοινωνία (Βιτουλαδίτη, 2000). Τα ταξίδια όμως δεν ήταν ασφαλή λόγω της αναβίωσης των ληστειών και της πειρατείας. Τα περισσότερα ταξίδια εκείνη την εποχή γίνονταν στην Ιερουσαλήμ και στους Αγίους Τόπους όπου συνέρρεαν караβάνια προσκυνητών από όλη την Ευρώπη αψηφώντας τους κινδύνους και τις κακουχίες που εμπειρείχε ένα τόσο μεγάλο ταξίδι. Την περίοδο εκείνη



επίσης πραγματοποιήθηκαν τα μεγάλα ταξίδια εξερευνήσεων και ανακαλύψεων (Αμερική, Κίνα ).

Την περίοδο της Αναγέννησης οι ανάγκες των ταξιδιωτών άλλαξαν και οι γόννοι των αριστοκρατικών οικογενειών ενθαρρύνονται να ταξιδέψουν στην Ευρώπη, για τρία ή και περισσότερα έτη, ούτως ώστε να διευρύνουν τους πνευματικούς τους ορίζοντες και να γίνουν δεκτοί στις βασιλικές αυλές. Τα ταξίδια αυτά ονομάστηκαν “Grand Tour”. Η ανάπτυξη αυτών των ταξιδιών οδήγησε κατά κάποιο τρόπο στη μαζικοποίηση του τουρισμού και στη δημιουργία «τουριστικών πακέτων» με ιδιαίτερες παροχές όπως αυτή του ξεναγού. Επίσης βοήθησε στην ανάπτυξη όλων των υποδομών που έχουν σχέση με τον τουρισμό όπως ξενοδοχεία, μεταφορικά μέσα, δρόμοι. Παράλληλα με την ανάπτυξη των οργανωμένων ταξιδιών στην Ευρώπη, άρχισαν οι μεγάλες εξερευνήσεις στην Αμερική, Αφρική, Ασία, Αυστραλία και Ωκεανία. Οι λαοί της Ευρώπης διαπιστώνουν μετά την ανακάλυψη των νέων χωρών πως ο ορίζοντας των ταξιδιών τους διευρύνεται. Επιστήμονες, έμποροι, ιεραπόστολοι ακολουθούν τους θαλασσοπόρους στους νέους προορισμούς, μεταφέροντας την ιστορία, τον πολιτισμό, την επιστήμη και τις ιδέες των χωρών προέλευσής τους (Τσάρτας, 1996).

Ο 19ος αιώνας είναι ο αιώνας όπου υπήρξε μια τεράστια ανάπτυξη του τουρισμού που οδήγησε στην μελλοντική μαζικοποίησή του. Δύο τεχνολογικές αλλαγές στις αρχές του 19ου αιώνα διαδραμάτισαν πολύ σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη του ταξιδιού: η εμφάνιση του σιδηρόδρομου και η ναυπήγηση του ατμόπλοιου. Με την εμφάνιση των ατμόπλοιων και του σιδηροδρόμου, μειώθηκε αισθητά το κόστος μεταφοράς και η μετακίνηση έγινε πιο γρήγορη και ασφαλής. Καθώς, όμως, ο τουρισμός αναπτυσσόταν εμφανίστηκε η ανάγκη για οργάνωση της μετακίνησης και όλων εκείνων των στοιχείων που απαρτίζουν το ταξίδι. Έτσι, έκαναν την εμφάνισή τους εταιρίες που αναλάμβαναν την οργάνωση του ομαδικού ταξιδιού, βάζοντας τα θεμέλια του tour operating και των γραφείων ταξιδιών. Το πρώτο τουριστικό πρακτορείο δημιουργήθηκε από τον Τόμας Κουκ το 1841 στην Αγγλία. Σύντομα επεκτάθηκε και οργάνωνε δύσκολα και μακρινά ταξίδια στην Ευρώπη, στην Αμερική και στους Αγίους Τόπους. Πρόσφερε δε στους ταξιδιώτες εκτός από το ταξίδι και επιπλέον υπηρεσίες όπως τουριστικούς οδηγούς, κουπόνια για ξενοδοχεία και συναλλαγματικές διευκολύνσεις. Τον Τόμας Κουκ μιμήθηκαν και άλλοι επιχειρηματίες στην Ευρώπη και Αμερική με αποτέλεσμα τα οργανωμένα ταξίδια να γίνουν πολύ δημοφιλή στην μεσαία τάξη της εποχής. Ο τουρισμός πλέον είναι ένα καταναλωτικό αγαθό που απευθύνεται σε πολλούς.

Ο 20ος αιώνας αποτελεί συνέχεια του προηγούμενου αιώνα στον τουριστικό τομέα. Ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός ανθίζει και η Ευρώπη γίνεται ο δημοφιλέστερος τουριστικός προορισμός για τους Αμερικανούς. Τα ατμόπλοια γίνονται ταχύτερα και τα ταξίδια ασφαλέστερα. Όμως, μετά το τέλος του Α΄ Παγκοσμίου Πολέμου άλλαξαν οι τρόποι πραγματοποίησης του ταξιδιού. Η

σιδηροδρομική και αεροπλοϊκή μετακίνηση φθίνει λόγω της εισόδου του αυτοκινήτου και του αεροπλάνου (Βιτουλαδίτη, 2000).

Η μαζική παραγωγή του αυτοκινήτου οδηγεί στη δημιουργία νέου οδικού δικτύου και στην μεγάλη ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού. Η χρησιμοποίηση του αεροπλάνου είναι η βάση στην οποία στηρίχθηκε η μαζικοποίηση του διεθνούς τουρισμού στην μεταπολεμική περίοδο. Τις πρώτες δεκαετίες του 20ου αιώνα υπήρξε μια δυναμική ανάπτυξη και εξάπλωση των ξενοδοχειακών «αλυσίδων» και των μεγάλων τουριστικών πρακτορείων. Πολλές περιοχές αναπτύχθηκαν τουριστικά και ο τουρισμός έγινε μια αναπτυξιακή δραστηριότητα που παρήγαγε εισόδημα και διαμόρφωσε νέες μορφές απασχόλησης παγκοσμίως. Τα αναπτυγμένα κράτη προωθούν τον τουρισμό ως οικονομική δραστηριότητα με θετικά αποτελέσματα για τις οικονομίες τους και διαμορφώνουν το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο που θα ενισχύσει, οργανώσει και θα ελέγξει αυτή την ταχύτατα αναπτυσσόμενη «βιομηχανία» (Τσάρτας, 1996).

Μετά το 1950 η ανάπτυξη του τουρισμού είναι αλματώδης και αποτελεί πλέον ένα οικονομικό τομέα που επηρεάζει άμεσα τις χώρες όπου αναπτύσσεται. Η τεράστια αυτή ανάπτυξη του τουρισμού οφείλεται σε κάποιους παράγοντες που είναι οι εξής (Τσάρτας, 1996):

- Η πολιτική και οικονομική σταθερότητα στις αναπτυγμένες χώρες.
- Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου και η παράλληλη ανάπτυξη του «κοινωνικού κράτους» στις αναπτυγμένες χώρες.
- Δημογραφικοί και οικονομικοί παράγοντες.
- Η ανάπτυξη των μαζικών μεταφορικών μέσων.
- Οργανωμένος τουρισμός: «δημοκρατικοποίηση» του δικαιώματος στον τουρισμό.
- Η μετατροπή του τουρισμού σε καταναλωτικό προϊόν: διαφοροποίηση τιμών και εξειδίκευση υπηρεσιών.
- Ο τουρισμός γίνεται ένα «σύγχρονο» κοινωνικό αγαθό.
- Ο τουρισμός προωθείται από την πολιτική των εταιριών τουρισμού, των κρατών και των οργανώσεων του κλάδου.
- Ο τουρισμός ως κοινωνικό φαινόμενο που ανταποκρίνεται στα καταναλωτικά πρότυπα που αναπτύσσονται στη μεταπολεμική περίοδο.

## **1.2. Το εννοιολογικό περιεχόμενο του τουρισμού**

Σήμερα, ο τουρισμός μπορεί να ορισθεί ως ένα αυτοδύναμο φαινόμενο, με δύο συνιστώσες: την κατανάλωση και τον ελεύθερο χρόνο. Αναπτύχθηκε απότομα σε παγκόσμιο επίπεδο και σήμερα θεωρείται ως ένα κοινότυπο και αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής ζωής (Βαρβαρέσος, 1997). Επί πολλές δεκαετίες δινότουσαν διάφοροι ορισμοί για τον «τουρισμό» από ειδικούς επί του θέματος αυτού.

Ο πρώτος ορισμός δόθηκε το 1942 από τους Hunziger και Krapf και ήταν ο ακόλουθος : «Τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από το ταξίδι προς έναν τόπο και την παραμονή ξένων στον τόπο αυτό, εφόσον η παραμονή δεν έχει τον χαρακτήρα της μόνιμης εγκατάστασης και συνεπώς δεν ασκείται κάποια δραστηριότητα για την εξασφάλιση εισοδήματος» (Κούτουλας, 2001).

Το 1971 ο Kaspar δίνει τον ακόλουθο ορισμό: «Τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από το ταξίδι και την παραμονή ατόμων σε ένα τόπο, ο οποίος δεν αποτελεί για τα εν λόγω άτομα ούτε τον κύριο και μόνιμο τόπο διαμονής, ούτε τον κύριο και μόνιμο τόπο εργασίας» (Κούτουλας, 2001)

Τον Ιούνιο του 1991 στο διεθνές συνέδριο στατιστικής στην Οτάβα του Καναδά με περισσότερους από 250 συμμετέχοντες από 90 χώρες ο Π.Ο.Τ. ενέκρινε τον ακόλουθο ορισμό : «Ο τουρισμός αποτελεί τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε μέρη έξω από το συνηθισμένο τους περιβάλλον για όχι παραπάνω από ένα συνεχόμενο χρόνο για λόγους αναψυχής, επαγγελματικούς και άλλους». Ο ορισμός αυτός συμπεριλαμβάνει τα τρία βασικά στοιχεία του ταξιδιού και του τουρισμού :

1. Η δραστηριότητα του επισκέπτη αφορά μόνο τις πλευρές της ζωής έξω από την συνηθισμένη ρουτίνα.
2. Η δραστηριότητα απαιτεί ταξίδι.
3. Συγκεκριμένοι προορισμοί εστιάζουν μια ποικιλία εγκαταστάσεων που απαιτούνται για την υποστήριξη αυτών των δραστηριοτήτων και οι εγκαταστάσεις διαθέτουν έναν συνδυασμό πολιτιστικών, οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντολογικών επιδράσεων που αποτελούν την βάση για την πολιτική του τουρισμού και τα προγράμματα χειρισμού των επισκεπτών (Middleton & Clarke, 2001).

### **1.3. Η ανάπτυξη του διεθνούς και ευρωπαϊκού τουρισμού**

Ο τουρισμός είναι ένας από τους δυναμικότερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, τόσο σε απόλυτους όσο και σε σχετικούς όρους. Αποτελώντας κυρίαρχη δραστηριότητα σε πολλές χώρες, έχει αξιόλογες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στους άλλους τομείς της οικονομίας και συμβάλλει στη συνολική οικονομική ανάπτυξη των χωρών. Στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών σημείωσε αξιοσημείωτη μεγέθυνση, συνδεδεμένος άμεσα με την κοινωνικοοικονομική αναπτυξιακή διαδικασία, καθώς συμβάλλει σημαντικά στην άνοδο του επιπέδου διαβίωσης των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών και, συνακόλουθα, στην ευημερία των πολιτών. Η αλματώδης αυτή

ανάπτυξη (ιδιαίτερα μετά το 1960) οφείλεται στην επίδραση τεσσάρων βασικών παραγόντων:

1. Την εντυπωσιακή ανάπτυξη και οργάνωση των tour operators (διοχέτευση στο τουριστικό κοινό προσιτών από άποψη κόστους πακέτων).
2. Την επέκταση των θεσμών του κοινωνικού κράτους στις ανεπτυγμένες χώρες (κατοχύρωση του δικαιώματος ετήσιας άδειας, σχεδιασμός και υλοποίηση προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού κλπ.).
3. Την επικράτηση του ταξιδιού διακοπών ως κοινωνικού προτύπου που υποδεικνύει κοινωνική άνοδο.
4. Της άποψης των οικονομολόγων των διεθνών οργανισμών ότι ο τουρισμός είναι ένας κλάδος που μπορεί να συμβάλλει θετικά στην οικονομική ανάπτυξη των υποανάπτυκτων χωρών αλλά και όσων αναπτυσσόμενων ή αναπτυγμένων χωρών έχουν τους ανάλογους τουριστικούς πόρους.

Παράλληλα οι εξελίξεις στα μέσα μαζικής μεταφοράς (χρήση charters) και στην τεχνολογία (χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών) συνέβαλαν στην εξέλιξη του τουρισμού γιατί «απελευθέρωσαν» χρόνο ο οποίος μπορεί πλέον να χρησιμοποιηθεί σε διάφορες δραστηριότητες μεταξύ των οποίων είναι και τα ταξίδια.

Ο επιχειρηματικός όγκος του τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα ενδεχομένως ξεπερνά αυτόν των εξαγωγών πετρελαίου, ειδών διατροφής και αυτοκινήτων, ενώ παράλληλα παραμένει η βασική πηγή εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες. Ο τουρισμός ως οικονομικός τομέας συνδέεται άμεσα με πολλούς άλλους τομείς της οικονομίας και της παραγωγής. Κατά συνέπεια, τα οφέλη που η αύξησή του επιφέρει είναι πολυποίκιλα και στον τομέα της απασχόλησης.

Οι αριθμοί είναι ενδεικτικοί του μεγέθους της συμβολής του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού την περίοδο 1950-2010 έχουμε τα εξής αποτελέσματα:

- Από το 1952 ως το 2005 ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων αυξήθηκε με ρυθμό 6,5% κατ' έτος, με αποτέλεσμα ο συνολικός αριθμός των ταξιδιωτών να εκτιναχθεί από τα 25 στα 806 εκατομμύρια.
- Ο ρυθμός αύξησης του εισοδήματος που προέκυψε από αυτές τις αφίξεις ήταν ιδιαίτερα μεγάλος, αγγίζοντας το 11,2% για την προαναφερθείσα περίοδο, γιγαντώνοντας την παγκόσμια οικονομία και αγγίζοντας τα 680 δις δολάρια το 2005.
- Ως το 1950, οι 15 κορυφαίοι προορισμοί απορροφούσαν το 88% των παγκόσμιων αφίξεων, με το ποσοστό να μειώνεται στο 75% για το 1970 και στο 57% για το 2005, με αποτέλεσμα την πιο ομοιόμορφη κατανομή των οφελών του παγκόσμιου τουρισμού, συμπεριλαμβανομένων πλέον και νέων προορισμών, πολλοί εκ των οποίων βρίσκονται στις αναπτυσσόμενες χώρες.

- Το 2006 οι παγκόσμιες αφίξεις άγγιξαν τα 842 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 4,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.
- Το 2007 παρουσιάζεται ως το τέταρτο συνεχόμενο έτος σταθερής μεγέθυνσης της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, η οποία παρουσιάζεται συνολικά ευπροσάρμοστη στις ποικίλες κρίσεις που ενδεχομένως προκύπτουν.

Το 2008, οι διεθνείς αφίξεις τουριστών έφθασαν τα 924 εκατ., κατά 16 εκατ. περισσότερα από το 2007, που αντιπροσωπεύουν αύξηση 2%. Η αύξηση αυτή στηρίζεται στα ισχυρά αποτελέσματα του πρώτου εξαμήνου του έτους, πριν την κατάρρευση των χρηματοοικονομικών αγορών. Η τουριστική ζήτηση επιβραδύνθηκε σημαντικά μέσα στο έτος υπό την επήρεια της παγκόσμια οικονομικής κατάστασης (οικονομική κρίση, αύξηση τιμών προϊόντων και πετρελαίου, έντονες διακυμάνσεις συναλλαγματικής ισοτιμίας), υπονομεύοντας τόσο τον καταναλωτή όσο και την επιχειρηματική φερεγγυότητα και με συνέπεια την τρέχουσα παγκόσμια οικονομική πτώση. Το δεύτερο εξάμηνο παρουσίασε μια απότομη μετατόπιση στην τάση με τις διεθνείς αφίξεις τουριστών, οι οποίες έμειναν στάσιμες ή παρουσίασαν αρνητικό πρόσημο για κάθε έναν από τους τελευταίους έξι μήνες του 2008. Συνολικά, η αύξηση 5% μεταξύ Ιανουαρίου και Ιουνίου 2008 μετατράπηκε σε πτώση 1% στο δεύτερο εξάμηνο. Αν και ο τουρισμός δε διαθέτει ανοσία απέναντι στις δυσμενείς οικονομικές εξελίξεις, αντιστάθηκε αρχικά στην οικονομική ύφεση καλύτερα από άλλους οικονομικούς τομείς, όπως οι κατασκευές, το real estate ή η αυτοκινητοβιομηχανία. Συνολικά, το 2008 όλες οι περιοχές ήταν θετικές εκτός από την Ευρώπη, η οποία υπέστη μια στασιμότητα στις αφίξεις.

Παρά τη γενική επιβράδυνση, το 2008 αρκετοί προορισμοί σε όλο τον κόσμο παρουσίασαν πολύ θετικά αποτελέσματα σε όλες τις περιοχές, -ειδικότερα αναφέρουμε τις: Ονδούρα, Νικαράγουα, Παναμάς, Ουρουγουάη, Δημοκρατία της Κορέας, Μακάο (Κίνα), Ινδονησία, Ινδία, Αίγυπτος, Λίβανος, Ιορδανία, Μαρόκο και Τουρκία. Τα αποτελέσματα αυτά απεικονίζουν μόνο τις διεθνείς αφίξεις τουριστών, για τις οποίες τα επεξεργασμένα στοιχεία είναι σήμερα διαθέσιμα. Για τον εσωτερικό τουρισμό, ο οποίος είναι ιδιαίτερα σημαντικός για πολλούς προορισμούς, ο UNWTO αναμένεται ότι θα παρουσιάσει λίγο πολύ παρόμοια αποτελέσματα.

Όπως έχει ήδη τονιστεί, ο παγκόσμιος τουρισμός είναι ένας από τους κλάδους που έχουν επηρεαστεί άμεσα από την οικονομική κρίση: η τουριστική ζήτηση το 2008 μειώθηκε αισθητά, με τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις να αυξάνονται μόνο κατά 2%, έναντι του 6,1% που ήταν ο ρυθμός ανάπτυξης κατά το 2007. Σε αυτό το κλίμα, τουρίστες και επιχειρήσεις δημιουργούν νέες τάσεις. Οι μεν πρώτοι μειώνουν την απόσταση και τη διάρκεια παραμονής τους στον προορισμό και επιλέγουν χώρες με ευνοϊκή συναλλαγματική ισοτιμία που προσφέρουν καλή σχέση ποιότητας – τιμής. Οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν

ταυτόχρονα τα προβλήματα της μειωμένης ζήτησης και της δυσκολίας στη χρηματοδότηση και σε αυτό το πλαίσιο αναγκάζονται να αναθεωρήσουν πρακτικές και αντιλήψεις του παρελθόντος και να επανεξετάσουν τη σύνθεση και το μέγεθος των δαπανών τους.

Οι αρχικές προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (01/2009) για το 2009 έκαναν λόγο για μείωση της τουριστικής ζήτησης της τάξης του -2%-0%. Οι εν λόγω προβλέψεις προφανώς είχαν διατυπωθεί σε μία περίοδο κατά την οποία –εξαιτίας της οικονομικής κρίσης- είχε επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό η οικονομική δυνατότητα και άρα ο τρόπος που πραγματοποιεί κανείς τις διακοπές του, αλλά όχι και η σωματική ακεραιότητα των τουριστών.

Δεδομένης, όμως, της εμφάνισης της γρίπης H1N1, που έχει λάβει πλέον διαστάσεις επιδημίας, οι νεότερες εκτιμήσεις είναι περισσότερο δυσοίωνες, κάνοντας λόγο για μείωση κατά 4%-6%. Κατά το πρώτο επτάμηνο του 2009, οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις μειώθηκαν κατά 7%, με όλους τους μήνες να σημειώνουν αρνητική επίδοση σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του προηγούμενου έτους. Στην EU-27 η μείωση στις διανυκτερεύσεις κατά το α' εξάμηνο κινήθηκε στα ίδια περίπου επίπεδα (-7,4%), παρόλο που η ποσοστιαία μεταβολή του πλήθους των ταξιδιών ανήλθε στο +0,5%. Τα έσοδα έχουν επίσης πληγεί, σε μεγαλύτερο βαθμό από τις αφίξεις, αφού παραδοσιακά οι τουρίστες σε τέτοιες καταστάσεις τείνουν να περικόπτουν τις δαπάνες τους και τη διάρκεια παραμονής τους και να επιλέγουν -αν όχι τον εσωτερικό τουρισμό- κοντινούς προορισμούς.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης των διεθνών τουριστικών αφίξεων της τάξης του 4,1% με ορίζοντα το 2020. Συνεπώς, οι διεθνείς αφίξεις αναμένεται ως τότε να ξεπεράσουν το 1,5 δις ταξιδιωτών.

Ο παγκόσμιος τουρισμός αντιμετωπίζει μεγάλες προκλήσεις εν όψει του 21ου αιώνα, οι οποίες σχετίζονται με τη βιώσιμη και ισόρροπη ανάπτυξη, την αντιμετώπιση των ανισοτήτων σε ζητήματα πλούτου και ευκαιριών αλλά και την ορθή κατανομή και διαχείριση των υπαρχόντων φυσικών πόρων, όπως ακριβώς συμβαίνει με κάθε ζωντανό κομμάτι της παγκόσμιας οικονομίας που έρχεται αντιμέτωπο με τη διαρκώς εξελισσόμενη διεθνή πραγματικότητα (Πηγή: UNWTO World Tourism Barometer, Ιανουάριος 2009).

#### **1.4.Ο σύγχρονος τουρισμός**

Ο 19ος αιώνας συνέβαλε στη δυναμική ανάπτυξη του τουρισμού και στη διαμόρφωση μιας μεταβατικής κατάστασης προς τη μελλοντική μαζικοποίησή του. Οι λόγοι για τους οποίους η περίοδος αυτή ήταν καθοριστική για την αναπτυξιακή εξέλιξη του τουρισμού είναι (α) το ότι τα μεταφορικά μέσα αναπτύσσονται τότε ραγδαία και εξελίσσονται τεχνολογικά, (β) ο τουρισμός αναπτύσσεται και μετατρέπεται σε σημαντικό τομέα της οικονομίας πολλών

αναπτυγμένων κρατών, και (γ) πολλές κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές στα αναπτυγμένα κράτη συμβάλλουν στην εμπέδωση του τουρισμού ως κοινωνικού φαινομένου μεγάλης σημασίας στον σύγχρονο κόσμο.

Σύμφωνα με τους Lickorish and Jenkins (2004: 22 - 55), η εντυπωσιακή επέκταση του σιδηροδρομικού δικτύου έδωσε το έναυσμα στο να ξεκινήσουν οι μεγάλες αλλαγές στα μεταφορικά μέσα. Από τα μέσα του 19ου αιώνα αναπτύσσονται τα ατμόπλοια, ενώ στις πρώτες δεκαετίες του 20ου αιώνα ακολουθεί η μαζική παραγωγή του αυτοκινήτου, κάτι που αυξάνει τον αριθμό των οικογενειών που κατέχουν ιδιωτικό αυτοκίνητο και μπορούν να ταξιδεύουν μεμονωμένα. Η εξέλιξη δε των αεροπλάνων αποτέλεσε τη βάση στην οποία στηρίχθηκε η μαζικοποίηση του διεθνούς τουρισμού στη μεταπολεμική περίοδο.

Το αποτέλεσμα των παραπάνω ήταν να ξεκινήσουν οι άνθρωποι στις αρχές του 20ού αιώνα να ταξιδεύουν ικανοποιώντας τη βασική βιολογική τους ανάγκη για διακοπές και αναψυχή. Και έτσι καθιερώθηκε διεθνώς ο τουρισμός ως φαινόμενο και απέκτησε μαζικότητα, αφού πλέον τα αγαθά του μπορούσαν να τα απολαύσουν ευρύτερες κοινωνικές ομάδες, για να φτάσει στις μέρες μας να αποτελεί μια τεράστια πηγή εισοδήματος για εκατομμύρια απασχολούμενους στον σχετικό τομέα. Εξάλλου, στα μέσα του 20ου αιώνα αρχίζει και η εντυπωσιακή ανάπτυξη αλυσίδων ξενοδοχείων σε πολλές χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής, ενώ η εισαγωγή των ταξιδιωτικών επιταγών από τους μεγάλους τραπεζικούς οργανισμούς της εποχής στην διεθνή αγορά συμβάλλει περαιτέρω στη διάδοση των τουριστικών ταξιδιών, στη δημιουργία νέων επαγγελμάτων, στη βελτίωση των συνθηκών εργασίας και απασχόλησης και στη σταδιακή αύξηση των εισοδημάτων των εργαζομένων στον εν λόγω τομέα.

Αυτή την περίοδο λοιπόν ο τουρισμός αναπτύσσεται με αλματώδεις ρυθμούς, ως συνέπεια της πολιτικής και οικονομικής σταθερότητας στις αναπτυγμένες χώρες, της αύξησης του ελεύθερου χρόνου των ανθρώπων και της παράλληλης ανάπτυξης του λεγόμενου «κοινωνικού κράτους», λόγω δημογραφικών και οικονομικών παραγόντων, της βελτίωσης των μαζικών μεταφορικών μέσων, και της ανάπτυξης του οργανωμένου τουρισμού και της συνακόλουθης μετατροπής του σε καταναλωτικό προϊόν.

Σύμφωνα με τους Lickorish and Jenkins (2004: 22 - 55), λόγω της πολιτικής σταθερότητας και των υψηλών ρυθμών ανάπτυξης παρατηρείται μια ανακατανομή των εισοδημάτων σε περισσότερα στρώματα του πληθυσμού· παράλληλα, υπάρχει πλεονάζον εισόδημα σε μεγάλο ποσοστό των μεσαίων κοινωνικών στρωμάτων, ενώ η αίσθηση ασφάλειας στους τουρίστες ευνοεί την ανάπτυξη των ταξιδιών. Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων βοηθά στην ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου, αφού ο ελεύθερος χρόνος αποτελεί πια μαζικότερο αγαθό. Θα πρέπει συνοπτικά να σημειωθούν εδώ και άλλοι παράγοντες, όπως είναι η πολιτική που εφαρμόστηκε στις συντάξεις, η αύξηση του μέσου όρου ζωής, η εκπαίδευση, η ανάπτυξη των ΜΜΕ, η κατανάλωση αγαθών και προϊόντων που μπορούν να θεωρηθούν ενδεικτικά της κοινωνικής ανόδου, η αύξηση των οικογενειών που διαθέτουν δυο πηγές

εισοδήματος, η ιδιοκτησία του αυτοκινήτου που προσφέρει μεγάλη αυτονομία στους ταξιδιώτες, η σταδιακή μείωση του κόστους των αεροπορικών ναύλων και η ανάπτυξη των ναυλωμένων πτήσεων, κ.ά.

Λόγω της εντυπωσιακής αύξησης των ταξιδιών, τη δεκαετία του '60 αναπτύχθηκαν μεγάλες διεθνείς εταιρείες τουρισμού: αυτές ξεκίνησαν κατά κύριο λόγο από τον κλάδο των πρακτορείων και ειδικεύτηκαν στην οργάνωση, την προβολή και την πώληση ενός «πακέτου» τουριστικών υπηρεσιών σχετικών με το ταξίδι. Τέτοια πακέτα περιλαμβάνουν συνήθως μεταφορά, διαμονή, διατροφή και ξεναγήσεις σε αξιοθέατα και μουσεία (Τσάρτας, 1996: 25).

Σύμφωνα με τον Τσάρτα (1996: 51), τη θεσμοθέτηση του τουρισμού στις σύγχρονες κοινωνίες και την οργάνωσή του ως κλάδου της οικονομίας την ακολουθεί η μετατροπή του σε καταναλωτικό αγαθό. Αυτό συνδέεται τόσο με την ανάπτυξη του οργανωμένου τουρισμού, όσο και με τα νέα καταναλωτικά πρότυπα που κυριαρχούν στις αναπτυγμένες κοινωνίες και κατευθύνονται προς προϊόντα που χαρακτηρίζονται ως «νέα», «εξειδικευμένα», «μοντέρνα», ή «εξωτικά» και συνδέονται με τον μαζικό πολιτισμό. Ο οργανωμένος τουρισμός πουλάει ένα τουριστικό ταξίδι ως καταναλωτικό προϊόν, συχνά με διαφορετικά χαρακτηριστικά και συνακόλουθα με διαφορετικές τιμές.

Στα βασικά στάδια παραγωγής των τουριστικών υπηρεσιών (οι οποίες αποτελούνται από τον κλάδο των αερομεταφορών, των οργανωτών ταξιδιών και των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων) οφείλονται οι ταχύτεροι ρυθμοί ανάπτυξης του τουρισμού και η διεθνοποίησή του. Με την αύξηση των ατομικών εισοδημάτων σε όρια ανώτερα από αυτά της επιβίωσης, αύξηση που επιτεύχθηκε στις σύγχρονες κοινωνίες με την είσοδο της γυναίκας στην παραγωγική διαδικασία, εμφανίστηκε η δυνατότητα δαπάνης για διακοπές. Επίσης, στη διευκόλυνση όλο και μεγαλύτερου αριθμού ατόμων να οργανώνουν ταξίδια, που επιθυμούσαν, συνέβαλαν η βελτίωση των όρων εργασίας (μείωση των ωρών και των ημερών εργασίας), η κατοχύρωση των αμειβόμενων αδειών, η αύξηση του ελεύθερου χρόνου, η άνοδος του μορφωτικού επιπέδου των λαών και η εξασφάλιση κοινωνικών παροχών σε εργαζόμενους και σε ασθενέστερες κοινωνικές ομάδες για διακοπές (κοινωνικός τουρισμός, τουρισμός νέων, τουρισμός τρίτης ηλικίας κλπ.), η απλοποίηση των γραφειοκρατικών διαδικασιών στις μετακινήσεις και ο περιορισμός των συνοριακών ελέγχων.

Ιδιαίτερα θετικά ήταν τα πρώτα σημάδια από την ανάπτυξη των οικονομιών που ακολούθησαν αυτή τη μορφή προτύπου τουριστικής ανάπτυξης, τόσο ως προς την αύξηση των εισοδημάτων και της απασχόλησης, όσο και για την ανάπτυξη των υπόλοιπων κλάδων της οικονομίας. Όμως, τελικά, η εξέλιξη των πραγμάτων απέδειξε ότι οι υπεραισιόδοξες προβλέψεις των οικονομολόγων διαψεύστηκαν και η τελική απόδοση και ωφέλεια του τουρισμού στις οικονομίες ήταν μικρότερη του αναμενόμενου (Τσάρτας, 1996: 247).

Ο Τσάρτας σημειώνει πως απαιτείται προσεκτική μελέτη για να αναπτυχθεί η τουριστική οικονομία και να ενταχθεί η προσπάθεια ανάπτυξής της σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο. Σίγουρα, τα οικονομικά οφέληματα είναι πάρα



πολλά και γι' αυτό άλλωστε ο τουριστικός κλάδος αποσπά όλο και περισσότερο το ενδιαφέρον ιδιαίτερα των αναπτυσσόμενων χωρών. Για την ανάπτυξη όμως της τουριστικής οικονομίας απαιτείται η ύπαρξη και ο συνδυασμός φυσικών, ιστορικών, αρχαιολογικών, κλιματολογικών και άλλων στοιχείων. Υπολογίζεται πως για τα επόμενα χρόνια ο τουρισμός θα έχει αυξητική πορεία, πράγμα επίσης θετικό για την ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών. Πολλοί τουριστικοί παράγοντες βλέπουν τον τομέα τους ως το μέσο που θα επιλύσει όλα τα αναπτυξιακά προβλήματα κάθε προορισμού. Πρόκειται βέβαια για μια μάλλον ακραία άποψη, μια και η τουριστική ανάπτυξη ενός προορισμού δεν συνοδεύεται μόνον από θετικές επιπτώσεις αλλά και από αρνητικές. Κατά τον Τσάρτα (1996), εάν εξετάζαμε τα κυριότερα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα από την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας σε έναν τόπο, θα εντοπίζαμε τα ακόλουθα:

- Η ανάπτυξη του οργανωμένου μαζικού τουρισμού σηματοδοτεί την εποχή κατά την οποία το τουριστικό ταξίδι γίνεται δικαίωμα αλλά και δυνατότητα των μεσαίων και των χαμηλών εισοδηματικών τάξεων των αναπτυγμένων χωρών του κόσμου. Σε σύντομο χρονικό διάστημα δημιουργείται ένα νέο καταναλωτικό προϊόν χάρη στο χαμηλό κόστος, την ασφάλεια, την οργάνωση και τέλος τη μόδα.
- Η αρχική παρουσία και η ανάπτυξη του οργανωμένου τουρισμού συμβαδίζουν ιστορικά με την ύπαρξη πλεοναζόντων εισοδημάτων στις σταθερά αναπτυσσόμενες χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής: ως αποτέλεσμα, το οργανωμένο ταξίδι αποτελεί, ιδιαίτερα τη δεκαετία του '70, το νέο στοιχείο του εντεινόμενου καταναλωτισμού των αστών του ανεπτυγμένου κόσμου. Αυτό το πρότυπο ταξιδιού επιβάλλει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και υποδομές στις περιοχές που καταναλώνεται.
- Ξενοδοχειακές μονάδες μεγάλου όγκου, οργανωμένες κοινωνικές υπηρεσίες, εκτεταμένα μεταφορικά δίκτυα, σύγχρονες τηλεπικοινωνίες είναι ορισμένα από τα βασικά χαρακτηριστικά των περιοχών υποδοχής οργανωμένου τουρισμού διακοπών.

Επίσης, οι περιοχές που επιλέγουν να αναπτύξουν την οργανωμένη μορφή τουρισμού θα πρέπει να διαθέτουν πλούσιους περιβαλλοντικούς, πολιτιστικούς και αρχαιολογικούς πόρους, και σταδιακά θα μετατρέπονται σε τουριστικά θέρετρα καλοκαιρινής ή χειμερινής περιόδου απόλυτα προσαρμοσμένα στις απαιτήσεις αυτού του προτύπου τουρισμού.

Αν θα θέλαμε να δώσουμε έναν ορισμό για τον μαζικό τουρισμό ως διεθνές πρότυπο, θα λέγαμε ότι είναι το πρότυπο εκείνο του τουρισμού το οποίο χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής των συμμετεχόντων στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας (μετακίνηση, διαμονή, ψυχαγωγία, κτλ.). Έτσι λοιπόν το κάθε άτομο «συμμορφώνεται» με ορισμένες συμπεριφορές, ομάδες και δραστηριότητες, ανεξάρτητα αν ταυτίζεται μαζί τους ή όχι. Απολαμβάνει την ελάχιστη απόλαυση από όλα τα ανωτέρω και δεν έχει

να ανησυχήσει για τίποτε, μια και όλα είναι οργανωμένα από το τουριστικό πρακτορείο (Ηγουμενάκης κ.ά. 1999: 105). Αυτό το μοντέλο-προϊόν ήταν πολύ δημοφιλές τις προηγούμενες δεκαετίες, όταν ο τουρισμός ξεκίνησε να γνωρίζει την μεγάλη ανάπτυξή του. Ένα από τα δυνατά του σημεία ήταν η πολύ καλή οργάνωση του ταξιδιού από τα τουριστικά πρακτορεία και η ανταγωνιστική του τιμή, εφόσον επρόκειτο για ένα βιομηχανοποιημένο πια προϊόν. Αυτό βέβαια επιζητούσαν οι τουρίστες, που δεν ανήκαν μόνο στις προνομιούχες οικονομικές τάξεις.

Σε αυτό το τουριστικό προϊόν στηρίχθηκε η τουριστική ανάπτυξη πολλών περιοχών σε όλο τον κόσμο. Ένα από τα χαρακτηριστικά της μαζικής βιομηχανοποιημένης μορφής του είναι το ότι όπου εφαρμόστηκε, επικράτησε κατά κράτος των υπολοίπων κλάδων παραγωγής και όλη η περιοχή σταδιακά εξαρτήθηκε αποκλειστικά από αυτόν.

Κατά την διάρκεια της ανάπτυξής του παγκοσμίως, ο τουρισμός υποστηρίχθηκε και προωθήθηκε από οργανισμούς και εταιρείες προερχόμενες από τον οικονομικό κλάδο, με κύριο επιχείρημα τα αναπτυξιακά και οικονομικά οφέλη της υπό τουριστική ανάπτυξη περιοχής. Σταδιακά, όλο και περισσότερες χώρες και περιοχές του κόσμου αναζήτησαν μέσα από τον τουρισμό την εύκολη λύση για την ανάπτυξη της οικονομίας τους. Στην πρώτη μεταπολεμική εικοσαετία ένας μεγάλος αριθμός διεθνών και εθνικών παραγόντων ενίσχυσαν αυτή την πορεία. Ιδιαίτερα υψηλούς ρυθμούς τουριστικής ανάπτυξης παρουσιάζουν οι αναπτυσσόμενες χώρες του Τρίτου Κόσμου, καθώς και στις αναπτυγμένες χώρες οι περιοχές της υπαίθρου οι οποίες διαθέτουν τουριστικούς πόρους: αυτές (παραθαλάσσιες και ορεινές) αποτελούν πόλο έλξης τουρισμού διακοπών που αποτελεί και την πρώτη προτεραιότητα της τουριστικής πολιτικής των tour operator (Τσάρτας, 1996: 140 - 160).

Τα πρώτα σημάδια από την ανάπτυξη των οικονομιών που ακολούθησαν αυτό το τουριστικό πρότυπο ήταν ιδιαίτερα θετικά, τόσο ως προς την αύξηση των εισοδημάτων και της απασχόλησης όσο και ως προς την ανάπτυξη των υπολοίπων κλάδων της οικονομίας (βιοτεχνία, βιομηχανία, οικοδομή, αγροτικός τομέας). Αυτό ήταν ιδιαίτερα σημαντικό ειδικά για τις οικονομίες των κρατών που ήταν εξαθλιωμένες από τον καταστροφικό 2ο Παγκόσμιο Πόλεμο, καθώς αναζητούσαν στήριγμα ώστε να βγουν από την φτώχεια, την μιζέρια και την εξαθλίωση που τους ταλάνιζε. Απαραίτητη βέβαια προϋπόθεση γι' αυτό ήταν το πέρασμα αρκετών ετών ανάπτυξης του μαζικού μοντέλου τουρισμού μια και οι άσχημες επιδράσεις του δεν είναι -τουλάχιστον όλες- ορατές από την αρχή.

Στη συνέχεια, θα αναφέρουμε συνοπτικά κάποιες από τις δυσμενείς επιπτώσεις που μπορεί να επιφέρει ο μαζικός βιομηχανοποιημένος τουρισμός στον τουριστικό προορισμό και στην χώρα υποδοχής, όπως τις αναφέρει ο Τσάρτας (1996:296). Ορισμένες από αυτές μπορούν να αποφευχθούν με κατάλληλη τουριστική πολιτική και σχεδιασμό, ενώ άλλες αποτελούν εγγενή χαρακτηριστικά του· σαν τέτοια λίγα πράγματα μπορεί να επηρεάσει ο

τουριστικός προορισμός. Πιο συγκεκριμένα, όπως αναφέρονται στο Περιοδικό «Τουριστική Αγορά» (Οκτώβριος 2002):

Η πώληση του μαζικού τουρισμού βρίσκεται στα χέρια λίγων tour operator, με αποτέλεσμα ένα μικρό ποσοστό, μόλις 40%, των χρημάτων του τουρίστα-καταναλωτή να πηγαίνει στην χώρα υποδοχής. Με την πάροδο των χρόνων αυτό ενισχύεται συνεχώς, με άσχημα, βέβαια, αποτελέσματα για τη χώρα υποδοχής. Τα τελευταία χρόνια μάλιστα, σε ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς έχει γίνει ιδιαίτερα έντονο το φαινόμενο να οφείλουν οι ξένοι tour operators μεγάλα ποσά χρημάτων σε ντόπιους επιχειρηματίες.

Ένα μεγάλο μέρος των προϊόντων, που καταναλώνεται στον μαζικό τουρισμό, προέρχεται από εισαγωγές που κάνει ο τουριστικός προορισμός: ως αποτέλεσμα, παρατηρείται μεγάλη διαρροή χρηματικών πόρων. Πρόκειται για τη συνέπεια της επικυριαρχίας του μαζικού τουρισμού στους υπόλοιπους κλάδους παραγωγής. Το ίδιο συμβαίνει και με το ανθρώπινο κεφάλαιο, ένα μεγάλο μέρος του οποίου δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι του τουριστικού προορισμού (μια και αυτός δεν διαθέτει μεγάλο αριθμό εξειδικευμένου προσωπικού), με αποτέλεσμα ένα μέρος της προστιθέμενης αξίας να φεύγει από τον τόπο. Αρκετά έντονο είναι αυτό το φαινόμενο στους νησιωτικούς τουριστικούς προορισμούς.

Η ελαστικότητα ζήτησης του μαζικού προϊόντος είναι αρκετά υψηλή, με αποτέλεσμα ακόμη και μία μικρή αύξηση της τιμής του να μεταφέρει τη ζήτηση σε άλλους τουριστικούς προορισμούς. Αναγκαστικά, λοιπόν, οι τιμές κρατιούνται σε χαμηλά επίπεδα και, με δεδομένη την ετήσια αύξηση του κόστους παραγωγής, τα κέρδη των τουριστικών προορισμών συρρικνώνονται συνεχώς. Έτσι, η ποιότητα του τουριστικού προϊόντος, που προσφέρεται, υποβαθμίζεται. Κι αυτό, γιατί οι παραγωγοί του αδυνατούν να προσφέρουν ένα αναβαθμισμένο και σύγχρονο προϊόν, εξαιτίας του ότι απολαμβάνουν σημαντικά μειωμένα κέρδη. Ειδικά στον μαζικό τουρισμό παρατηρείται έντονη εμπορευματοποίηση της παράδοσης. Αυτό συμβαίνει γιατί οι τουρίστες δεν ενδιαφέρονται να διευρύνουν τις γνώσεις τους για την παράδοση του τόπου και αρκούνται σε αυτό που βλέπουν, κάτι το οποίο εκμεταλλεύονται οι ντόπιοι κάτοικοι κατασκευάζοντας φθηνές απομιμήσεις και ψεύτικες διαπροσωπικές σχέσεις.

Σημαντικό μειονέκτημα αποτελεί η έντονη παρουσία παρασιτικών επαγγελματιών του τουρισμού (μίνι-μάρκετ, μπαράκια, παμπ, μαγαζιά τουριστικών ειδών, κτλ.), τα οποία προσφέρουν στους απασχολούμενους υψηλά εισοδήματα σε σύντομο διάστημα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την προσέλκυση μεγάλου αριθμού νεολαίας σε αυτά τα επαγγέλματα, αποψιλώνοντας έτσι τους υπόλοιπους παραγωγικούς κλάδους οι οποίοι μάλιστα θεωρούνται «κατώτεροι» από το παραγωγικό δυναμικό.

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό του μαζικού προτύπου τουρισμού είναι η αισθητική και η περιβαλλοντική μόλυνση των τουριστικών προορισμών. Είναι κάτι το οποίο δεν μπορεί να αποφευχθεί σε αυτό το είδος τουρισμού, μια και

ένας τεράστιος αριθμός τουριστών «εισβάλλει» σε μία περιοχή σε ένα πολύ μικρό χρονικό διάστημα. Από την άλλη μεριά, οι μεγάλης κλίμακας υποδομές, που απαιτούνται για την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, σίγουρα δεν είναι συμβατές με το περιβάλλον. Αποτέλεσμα των ανωτέρω είναι η υποβάθμιση των τουριστικών πόρων της περιοχής, με συνέπεια οι tour operators να μεταφέρουν τη ζήτηση σε άλλους προορισμούς. Κάτι τέτοιο είναι συμβατό και με την αρχή των μεγάλων πολυεθνικών, η οποία ορίζει ότι καταναλώνουμε τους τουριστικούς πόρους μιας περιοχής και, μόλις αυτοί εξαντληθούν, μεταφέρουμε τη ζήτηση σε άλλες παρθένες περιοχές.

Εξάλλου, έντονος είναι ο ανταγωνισμός μεταξύ του τουρισμού και των άλλων κλάδων παραγωγής για τη χρήση της γης, μια και είναι εκτεταμένες οι απαιτούμενες από τον μαζικό τουρισμό υποδομές. Αυτό που στο τέλος συμβαίνει είναι να κυριαρχεί ο τουρισμός επί των υπολοίπων οικονομικών δραστηριοτήτων. Έτσι όμως έχουμε ανάπτυξη του τουρισμού, όχι όμως και ανάπτυξη της περιοχής, η οποία απαιτεί ταυτόχρονη ανάπτυξη και των άλλων παραγωγικών κλάδων και όχι επικυριαρχία ορισμένων δραστηριοτήτων πάνω σε άλλες.

Όπως ήδη έχω αναφέρει παραπάνω, ο μαζικός τουρισμός είναι ένα βιομηχανοποιημένο προϊόν, το οποίο προσφέρεται από έναν συνεχώς αυξανόμενο αριθμό τουριστικών προορισμών. Έτσι ως αποτέλεσμα, υπάρχει μεγάλη πίεση στις προσφερόμενες τιμές, οι οποίες είναι εξάλλου και ο καθοριστικός παράγοντας προσέλκυσης τουριστών λόγω της απόλυτης σχεδόν ομοιογένειας του προϊόντος. Λειτουργεί, κατά συνέπεια, και στον τουρισμό ο νόμος της προσφοράς και της ζήτησης, που – ειδικά για πλήρως ανταγωνιστικές αγορές όπως αυτή του μαζικού τουρισμού – επιβάλλει να μειώνεται η τιμή του προϊόντος όταν υπάρχει μεγάλος αριθμός παραγωγών και άρα μεγάλη προσφορά. Κάτι τέτοιο βέβαια βλέπουμε τα τελευταία χρόνια και στην χώρα μας.

### **1.5. Το ελληνικό τουριστικό προϊόν**

Για κάποιες χώρες, ο τουρισμός αποτελεί υπό ορισμένες προϋποθέσεις σημαντική οικονομική δραστηριότητα, κατέχοντας πρωταγωνιστικό ρόλο στις οικονομίες τους και συμβάλλοντας έτσι καθοριστικά στην οικονομική τους πρόοδο και ανάπτυξη. Στις χώρες αυτές συγκαταλέγεται και η Ελλάδα, καθώς ο τουρισμός συμβάλλει από τη μία στη διαμόρφωση του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος, που σήμερα αγγίζει το 7-8%, και από την άλλη του εγχώριου προϊόντος, που φθάνει το 14% περίπου: αυτό σημαίνει πως ο τουρισμός συμβάλλει περισσότερο συγκριτικά με τους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας (Πετράκος & Ψυχάρης, 2004: 42).

Μετά τη λήξη του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου και του εμφύλιου που ακολούθησε, η πολιτική ηγεσία κατέβαλε προσπάθειες για την ανάπτυξη του

τουρισμού. Από το τέλος της δεκαετίας του '50 η Ελλάδα άρχισε να προσελκύει όλο και περισσότερο το ενδιαφέρον των ξένων τουριστών ως προορισμός. Προς το τέλος της ίδιας δεκαετίας, παρόλο που δεν είχαν γίνει σημαντικά βήματα για την οικονομική της ανάπτυξη, συμπεριλαμβανόταν ήδη στις ικανά αναπτυγμένες τουριστικά χώρες. Ως τότε η τουριστική κίνηση στη χώρα μας αποτελείτο κατά κύριο λόγο από τουρίστες με υψηλό εισόδημα, που ο κύριος λόγος της επίσκεψής τους ήταν τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού. Σε αυτό το στάδιο ο τουρισμός αποτελούσε μικρό κομμάτι της οικονομικής δραστηριότητας και ήταν μάλλον ασήμαντα τα συναλλαγματικά έσοδα, που αποκόμιζε ως τότε η χώρα μας.

Κατά τους Ηγουμενάκη και Κραβαρίτη (2004: 151), η υποτίμηση της δραχμής το 1953 ήταν το γεγονός που συνέβαλε αποφασιστικά στην προσέλκυση μεγάλου αριθμού τουριστών στην Ελλάδα. Ενώ μέχρι τότε η χώρα μας συγκαταλεγόταν στους ακριβότερους τουριστικούς προορισμούς, έγινε ξαφνικά ένας από τους φθηνότερους για τους διεθνείς τουρίστες. Κι έτσι άρχισαν να επισκέπτονται την Ελλάδα και άτομα χαμηλότερης εισοδηματικής στάθμης, αφού ο τουρισμός της ήταν πλέον προσιτός και για αυτά. Στα χρόνια που ακολούθησαν, η τουριστική κίνηση συνέχισε να αυξάνεται με γρήγορους ρυθμούς, παρόλο που τα διαθέσιμα για επενδύσεις κεφάλαια ήταν περιορισμένα. Η τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας βασίστηκε σε δύο κυρίως τουριστικούς πόρους: ο πρώτος είναι οι ευνοϊκές φυσικές και κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στη χώρα μας, ενώ ο δεύτερος αφορά την ιστορία της και το ότι υπήρξε η κοιτίδα του ευρωπαϊκού πολιτισμού. Εξάλλου, το ελληνικό τοπίο συνδυάζει ιδανικά το βουνό με τη θάλασσα. Αυτό σε συνάρτηση με τα πολυάριθμα ελληνικά νησιά δίνουν στη χώρα μας ένα σπάνιο πλεονέκτημα.

Η εντυπωσιακή ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού άρχισε ουσιαστικά στα μέσα περίπου της δεκαετίας του '70, ενώ επιβραδύνθηκε αισθητά προς το τέλος της δεκαετίας του '80. Η δεκαετία του '90 χαρακτηρίζεται από μία στασιμότητα, μια και η χώρα μας έπαυσε να αποτελεί φθηνό προορισμό όντας πια μέλος της Ευρωπαϊκής Κοινότητας. Παρόλα τα υπαρκτά προβλήματα του ελληνικού τουρισμού, η χώρα μας συμπεριλαμβάνεται στις 40 χώρες με τις περισσότερες αφίξεις παγκοσμίως κατέχοντας το 2001 την 14η θέση και μερίδιο 2% των παγκόσμιων τουριστικών αφίξεων (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης, 2004: 159).

Σήμερα η Ελλάδα είναι ένας τουριστικός προορισμός που προσφέρεται σε μία ελεύθερη αγορά και έρχεται αντιμέτωπη με πολλούς προορισμούς, οι οποίοι σε γενικές γραμμές προσφέρουν το ίδιο προϊόν. Οι επισκέπτες της χώρας μας έρχονται κυρίως για να περάσουν ξέγνοιαστες και ανέμελες διακοπές, με τη θάλασσα, τον ήλιο και τον καλό καιρό να παίζουν καθοριστικό ρόλο στην εκπλήρωση αυτού του σκοπού. Αναμφίβολα, η Ελλάδα προσφέρει τεράστια ποικιλία παραλιακών θέρετρων, για την ικανοποίηση των αναγκών του τμήματος της αγοράς που επιθυμεί τέτοιου είδους διακοπές. Αξίζει να σημειωθεί πως η χώρα μας θεωρείται από τους τουρίστες, που την

επισκέπτονται, ως ένας όχι ιδιαίτερα ακριβός προορισμός, με ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες, ατελείωτες παραλίες και μεγάλη ηλιοφάνεια.

Ο ελλαδικός χώρος πληροί μάλιστα όλες τις προϋποθέσεις, για να προσελκύσει ένα αξιόλογο για τα μέτρα του τουριστικό πλήθος από το εξωτερικό. Τα τελευταία χρόνια, ανάλογα με τη διασπορά του στον γεωγραφικό χώρο και στον χρόνο, το πλήθος αυτό κυμαίνεται μεταξύ 10 και 12 εκ. αφίξεις. Τα κίνητρα πίσω από αυτές τις αφίξεις πρέπει να αποδεχτούμε τη μεγάλη ηλιοφάνεια, το γενικότερα εύκρατο κλίμα, τις γραφικότητες της στεριάς, τα πολυάριθμα νησιά αλλά και τις ανεπτυγμένες ακτές, καθώς και τη γαλήνη της ελληνικής θάλασσας (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης, 2004: 152).

Παράλληλα με αυτές τις ευνοϊκές για τον τουρισμό φυσικές συνθήκες, υπάρχει και άλλος ένας πόλος έλξης που μαγνητίζει τους ξένους. Αναφέρομαι βεβαίως στο πολιτιστικό περιβάλλον του ελληνικού χώρου, το οποίο αναμφίβολα είναι ένα από τα σπουδαιότερα στον κόσμο. Το περιβάλλον αυτό συγκροτείται από εκείνα τα στοιχεία που αντιπροσωπεύουν την πολυδιάστατη και πολυδύναμη δημιουργική έκφραση του ελληνικού λαού κατά τη διάρκεια της διάρκειας τριών χιλιάδων χρόνων ιστορικής του παρουσίας και εκφράζεται μέσα από πλήθος γραπτών μαρτυριών και μνημείων διάσπαρτων στον ελληνικό χώρο. Από την άλλη μεριά, ο ίδιος ο Έλληνας είναι ένας υπολογίσιμος συντελεστής τουριστικής έλξης χάρη στη βαθιά ριζωμένη μέσα του φιλόξενη διάθεση.

Η Ελλάδα αποτελεί έναν βασικό προορισμό για τις βασικές αγορές άντλησης τουριστών. Όπως και όλοι οι υπόλοιποι προορισμοί, έτσι και η χώρα μας επηρεάζεται άλλοτε λιγότερο άλλοτε περισσότερο, άλλοτε θετικά και άλλοτε αρνητικά, από τις διεθνείς εξελίξεις στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία. Διακρίνεται πάντως η Ελλάδα για την μεγάλη ποικιλία, τη διασπορά και την πληθώρα των φυσικών, ιστορικών και πολιτιστικών στοιχείων. Διαθέτει καλή γεωγραφική θέση, έχει το μεγαλύτερο μήκος ακτών (16,000 χιλιόμετρα), σε σχέση με τις άλλες 17 χώρες που περικλείουν την Μεσόγειο, φυσικές ομορφιές, με πλούσιο γενετικό υλικό σε πανίδα και χλωρίδα που περιλαμβάνει 5.700 είδη φυτών, πάνω από 400 είδη πουλιών και 100 είδη θηλαστικών· διαθέτει επίσης σημαντικούς βιότοπους, οι οποίοι καταλαμβάνουν το 20% της χώρας μας και εκτείνονται από τις αλπικές περιοχές τις Πίνδου μέχρι το Φοινικόδασος Βάι της νότιας Κρήτης, ενώ παράλληλα βρίσκεται σε μικρή απόσταση από τα μεγάλα αστικά Ευρωπαϊκά κέντρα (Σχέδιο μάρκετινγκ για τον τουρισμό της Ελλάδος, 2007 – 2013, ΕΟΤ).

Αναμφίβολα, η Ελλάδα αποτελεί πόλο έλξης μεγάλου αριθμού τουριστών κυρίως λόγω των άριστων κλιματολογικών συνθηκών (έχει μάλιστα την υψηλότερη στην Μεσόγειο ηλιοφάνεια, και μάλιστα ήπιο κλίμα και χαμηλές θερμοκρασίες θάλασσας) αλλά και λόγω της ομαλής πολιτικής κατάστασης. Είναι εξάπαντος βασικό το ότι στη χώρα μας διεξάγεται ομαλά ο κοινωνικός και πολιτικός βίος και οι κάτοικοι έχουν φιλόξενη και ανεκτική συμπεριφορά προς τους επισκέπτες της.

Τα παραπάνω στοιχεία συμβάλλουν στη δημιουργία ενός τεράστιου σε μέγεθος και μοναδικού στο είδος του τουριστικού κεφαλαίου για τη χώρα μας. Εάν λάβουμε υπόψη μας ότι τα προαναφερθέντα στοιχεία βρίσκονται διάσπαρτα σε όλη την έκτασή της (132.500 τετ. χλμ.), συμπεραίνουμε ότι οι τουριστικοί πόροι είναι ασυνήθιστα πυκνοί και ποικίλοι. Αυτά τα χαρακτηριστικά καθιστούν, νομίζουμε, τον ελληνικό χώρο ιδανικό για τουριστική ανάπτυξη. Πριν από τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, κάποια από τα στοιχεία αυτά αποτελούσαν πόλο έλξης για λίγους μόνο αλλοδαπούς και, κυρίως, για ντόπιους ορειβάτες και φυσιολάτρες, οι οποίοι οργάνωναν εκδρομές στη φύση, περπατούσαν στα μονοπάτια βουνών, παρατηρούσαν και μάθαιναν τα πουλιά και τα ζώα του δάσους ή των άλλων φυσικών οικοσυστημάτων (ποταμών, λιμνών, δέλτα κλπ.). Οι εξορμήσεις και οι εκδρομές αυτές πήγαζαν από μία εσωτερική παρόρμηση φυγής, από την ανάγκη για αλλαγή περιβάλλοντος, για βιώματα νέων καταστάσεων και εμπειριών αλλά και από την πηγαία δίψα και πάθος για μάθηση και γνωριμία με νέους τόπους και ανθρώπους (Ζαχαράτος & Τσάρτας, 1999: 180).

Όπως παρατηρούν οι Ηγουμενάκης και Κραβαρίτης (2004: 153), στις αρχές της δεκαετίας του '50 η Ελλάδα προσπαθεί να συνέλθει από τους πολέμους, που προηγήθηκαν, και να επουλώσει τις πληγές της. Έγιναν γι' αυτό τον σκοπό έντονες παρεμβάσεις, χωρίς όμως να υπάρξει η κατάλληλη μέριμνα και φροντίδα για το περιβάλλον. Βασικοί στόχοι και επιδιώξεις ήταν η κάλυψη των τουριστικών αναγκών, η αύξηση του αριθμού των τουριστών και η αύξηση της εισροής του συναλλάγματος. Η πορεία που ακολουθείται για τον σχεδιασμό στόχευε στην ποσοτική αύξηση του τουρισμού, χωρίς να λαμβάνεται υπόψη η φέρουσα ικανότητα και η αειφορία. Παρατηρείται έτσι μεγάλη αύξηση του αριθμού των τουριστών και επιτυγχάνεται μάλιστα υπερκορεσμός των παραπάνω στόχων, φθάνοντας από τις 33.000 αφίξεις το 1950 στα 12,6 εκατομμύρια το 1999.

Κατά τον Τσάρτα (1996: 257), η σημασία του τουρισμού στην Ελλάδα γίνεται εμφανής βάσει ορισμένων μεγεθών τα οποία είναι χαρακτηριστικά των διαστάσεων και των τάσεων εξέλιξής του. Ο τουρισμός αποτελεί αναμφίβολα στήριγμα μεγάλου μέρους της ελληνικής οικονομίας μέσω της εισροής συναλλάγματος. Η συμβολή του Ελληνικού Τουρισμού στη διαμόρφωση του εθνικού ακαθαρίστου προϊόντος είναι της τάξης του 15%-20%. Επιπλέον, συνεισφέρει ποικιλοτρόπως, άμεσα ή έμμεσα, στα δημόσια ταμεία (φορολογία, ΦΠΑ, αντικειμενικά κριτήρια, αξία ακίνητων κλπ.). Συμβάλλει επίσης στην ενίσχυση της κατανάλωσης των γεωργικών και βιομηχανικών προϊόντων, που παράγονται σε τοπική κλίμακα. Κάθε χρόνο αποφέρει πάνω από 8 δις. δολάρια και είναι η πλέον πλούσια πηγή συναλλάγματος της εθνικής μας οικονομίας. Συμβάλλει, τέλος, με ποικίλους τρόπους στην περιφερειακή αναδιανομή του εισοδήματος και στην ανάπτυξη των παραμεθόριων και των ευαίσθητων περιοχών.

Το μέλλον του τουρισμού στην Ελλάδα εξαρτάται πρωτίστως από την πρόθεση της πολιτείας να αντιμετωπίσει τα σχετικά με αυτόν θέματα συλλογικά και υπεύθυνα, αλλά και από την υπευθυνότητα των ίδιων των επαγγελματιών και την ετοιμότητά τους να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις της συνεχώς αναπτυσσόμενης αυτής αγοράς. Μοναδική επιλογή για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του Ελληνικού Τουρισμού είναι ο προσανατολισμός και η αφοσίωση στην ποιότητα και την παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών. Η τουριστική βιομηχανία είναι από τους πιο γρήγορα αναπτυσσόμενους κλάδους διεθνώς, αυξάνοντας το ποσοστό συμμετοχής της στην παγκόσμια οικονομία: σύμφωνα με εκτιμήσεις, το 12% του παγκόσμιου εισοδήματος προέρχεται από την τουριστική δραστηριότητα, η οποία δημιουργεί αντίστοιχες θέσεις εργασίας για το 8,2% του συνολικά απασχολούμενου εργατικού δυναμικού.

Η Ευρώπη, η πλέον ανεπτυγμένη τουριστικά περιοχή του κόσμου, διατηρεί τα ηνία με τουριστικό προϊόν ίσο με το 14% του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος και απασχόληση στο τομέα αυτόν ίση με το 13,2% της συνολικής απασχόλησης. Σύμφωνα με τον Πατσουράτη, στις χώρες από τις οποίες προέρχονται συνήθως οι τουρίστες η Ελλάδα ως προορισμός βρίσκεται σε θέση πρώτης επιλογής για διακοπές. Η χώρα μας, όπως και όλοι άλλωστε οι προορισμοί, εξαρτάται και επηρεάζεται άλλοτε λιγότερο και άλλοτε περισσότερο, άλλοτε θετικά και άλλοτε αρνητικά, από τις διεθνείς εξελίξεις στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία. Στην προσπάθεια μας λοιπόν να προσδιορίσουμε τους κύριους παράγοντες που διαμορφώνουν τις τάσεις στους κόλπους της τουριστικής βιομηχανίας διεθνώς και επηρεάζουν την Ελλάδα ως προορισμό, θα μπορούσαμε να αναφέρουμε τα εξής (Πατσουράτης, 2002: 611):

α) Ως κύριους και βασικούς παράγοντες θα καταγράψουμε αρχικά την είσοδο του ευρώ στη ζωή των Ευρωπαίων και κατά συνέπεια των υποψήφιων τουριστών, τον αυξημένο αριθμό των Τουριστικών Οργανισμών που διενεργούν ελέγχους σχετικά με την τουριστική κίνηση στις αγορές της βορείου Ευρώπης, αλλά και τη γοργά εξελισσόμενη τεχνολογία. Από αυτούς τους παράγοντες επηρεάζονται οι τουριστικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα, καθώς το περιβάλλον γίνεται όλο και πιο ανταγωνιστικό. Με την παρατήρηση αυτή αναφέρομαι τόσο στο μεταξύ τους ανταγωνισμό, όσο και στον ανταγωνισμό με άλλους προορισμούς διακοπών. Η είσοδος του ευρώ είχε ως αποτέλεσμα την οικονομική σταθερότητα, εξαλείφοντας τους κινδύνους που υπήρχαν από τις συναλλαγματικές διαφορές μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Κι έτσι, οι πελάτες και οι τουριστικοί οργανισμοί μπορούν πια απευθείας να συγκρίνουν τις τιμές οποιουδήποτε προορισμού μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση, συμπεριλαμβανομένης πρωτίστως της δικής τους χώρας.

Συνέπεια των νέων αυτών συνθηκών και συνθηθειών, που προέκυψαν με την είσοδο του ευρώ, είναι η διαμόρφωση ανταγωνιστικών τιμών στις τουριστικές υπηρεσίες διεθνώς. Ταυτόχρονα, η οικονομική σταθερότητα δίνει στις επιχειρήσεις τη δυνατότητα για μείωση του κόστους και για προσφορά των



υπηρεσιών τους σε πολύ καλύτερες τιμές. Βασική προϋπόθεση για κάτι τέτοιο είναι να έχουν προβεί οι τουριστικές υπηρεσίες στην κατάλληλη, για την «εποχή ευρώ», προετοιμασία και να διαθέτουν αντίληψη των νέων επιχειρηματικών οριζόντων. Οι επιχειρηματίες πάντως του τουριστικού κυκλώματος υποστηρίζουν ότι η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού έχει επηρεαστεί γενικά από την αύξηση του κόστους ζωής, σε τέτοιο βαθμό ώστε η χώρα μας να μην είναι πια προορισμός πρώτης επιλογής από τους τουρίστες στη Μεσόγειο.

β) Έχει παρατηρηθεί τα τελευταία χρόνια μία τάση δημιουργίας μεγάλων τουριστικών κοινοπραξιών, οι οποίες έχουν ως βασικό σκοπό τους τον έλεγχο των κύριων τουριστικών αγορών. Αφού ελέγξουν την εξερχόμενη τουριστική κίνηση, Τουριστικοί οργανισμοί από την βόρεια Ευρώπη επενδύουν πλέον εκτός των συνόρων της χώρας τους, ελέγχοντας έτσι την διακίνηση τουριστών και στις άλλες κύριες αγορές. Τα τελευταία χρόνια οι τουριστικοί οργανισμοί πρωτοστατούν σε επιχειρηματικές κινήσεις εξαγορών και προχωρούν σε συγχωνεύσεις ακολουθώντας τις επιταγές της παγκόσμιας οικονομίας. Ο απόλυτος έλεγχος από τους οργανισμούς του μαζικού τουρισμού και η καθετοποίηση, που επιτυγχάνεται, δίνει την δυνατότητα προσφοράς ελκυστικών οικονομικά πακέτων στον καταναλωτή. Ένας πολύ μικρός αριθμός Τουριστικών Οργανισμών, οι οποίοι διακινούν τουρίστες, έχει άμεση πρόσβαση στον πελάτη αλλά και δύναμη να πουλάει το τουριστικό προϊόν σε καλύτερη τιμή. Την πρόσβαση αυτή δεν την έχει απευθείας ο Έλληνας τουριστικός επιχειρηματίας, αλλά την αποκτά μέσω των ίδιων τουριστικών οργανισμών.

γ) Ο τρίτος παράγοντας, στον οποίο αναφερθήκαμε παραπάνω, αφορά τη ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας στον χώρο της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών. Μέσω των πληροφοριών, στις οποίες έχουμε σήμερα γρήγορη πρόσβαση, είναι δυνατό να ασκήσουμε διοίκηση. Κι αυτό, γιατί καθημερινά διαπιστώνουμε ότι κάποια συστήματα πληροφορικής ή τηλεπικοινωνιών, που στο παρελθόν δεν ήταν καν διαθέσιμα, τώρα έχουν γίνει απαραίτητα ή και εύκολα προσβάσιμα. Κατά συνέπεια, οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις οφείλουν να δώσουν μεγαλύτερη βαρύτητα στο συγκεκριμένο πεδίο επενδύοντας στις υποδομές των πληροφοριακών συστημάτων.

δ) Τέταρτος παράγοντας είναι τα αεροπορικά ταξίδια, στα οποία η πρόσβαση είναι πλέον εύκολη· το ταξίδι, τηρουμένων των αναλογιών, είναι σήμερα φθινό. Με μικρή σχετικά δαπάνη, οι ταξιδιώτες έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν τον τόπο των διακοπών τους μέσα από μια πληθώρα τουριστικών προορισμών.

## **1.6. Η ιστορία του ελληνικού τουρισμού**

Σύμφωνα με την M.Dritsas (2003), η Ελλάδα ήταν γνωστή στους Ευρωπαίους πολύ πριν ο τουρισμός αποκτήσει την σημερινή του μορφή. Το να ταξιδεύεις στην Ελλάδα ήταν επιβεβλημένο (ειδικά για τους Βρετανούς επιστήμονες) και μέρος του Grand tour, ιδιαίτερα κατά την διάρκεια των Ναπολεόντειων

πολέμων όταν τα περισσότερα μέρη της Ευρώπης ήταν απροσπέλαστα. Το ταξίδι στην Ελλάδα πολλές φορές είχε εκπαιδευτικό χαρακτήρα, ειδικά για τους ταξιδιώτες που ασχολούνταν με κλασικές σπουδές οι οποίοι βασιζόμενοι στα γραπτά των αρχαίων ιστορικών και φιλοσόφων, επισκέπτονταν περιοχές με ιδιαίτερη ιστορική και αρχαιολογική αξία (Αθήνα, Ολυμπία, Δελφοί, Μυκήνες κλπ.).

Μετά την ανεξαρτησία του ελληνικού κράτους (1821-1930) η αναβίωση της ρομαντικής ιδέας για τη αρχαία Ελλάδα και η αναβίωση της «Αρκαδίας», προσέλκυσε πολλούς Ευρωπαίους επιχειρηματίες και διπλωμάτες.

Η αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων (1896) σηματοδότησε την αρχή της προόδου και της εξέλιξης του ελληνικού τουρισμού, προσελκύνοντας πολλούς τουρίστες και δημιούργησε πολλές ξενοδοχειακές μονάδες στην Αθήνα, το Ναύπλιο, την Κέρκυρα και άλλες ελληνικές πόλεις. Άρχισαν επίσης να εμφανίζονται και να δραστηριοποιούνται πολλά άγνωστα μέχρι εκείνη την εποχή επαγγέλματα τα οποία έχουν σχέση με τον τουρισμό (ταξιδιωτικά γραφεία, ταξιδιωτικοί πράκτορες, διευθυντές ξενοδοχείων κλπ.). Ο τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται χωρίς όμως επίσημη κρατική συμμετοχή. Κυρίως Έλληνες και ξένοι επιχειρηματίες καθώς και Έλληνες της διασποράς επένδυσαν στην τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας χτίζοντας ξενοδοχεία σε διάφορα μέρη της Ελλάδας αλλά κυρίως στην Αθήνα (Dritsas, 2003).

Το 1929 με το νόμο 4377 δόθηκε σημασία στη βελτίωση των ξενοδοχειακών παροχών γεγονός που οδήγησε στη δημιουργία μερικών από τα καλύτερα και ακριβότερα ξενοδοχεία της Αθήνας. Την ίδια περίοδο ελληνικές Τράπεζες πρόσφεραν σε πελάτες τους βραχυπρόθεσμες οικονομικές διευκολύνσεις υπό τη μορφή δανείων και επιδοτήσεων για τη δημιουργία ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε διάφορες περιοχές της ελληνικής περιφέρειας εκτός της Αθήνας.

Τουριστική ανάπτυξη σημειώθηκε στις περιοχές όπου ήταν εύκολη η πρόσβαση των τουριστών με αυτοκίνητο ή με σιδηρόδρομο. Η Μακεδονία με επίκεντρο τη Θεσσαλονίκη μετά την απελευθέρωσή της το 1913, είχε δυνατότητες προσέγγισης με το σιδηροδρομικό δίκτυο οπότε η τουριστική της ανάπτυξη υπήρξε σημαντική. Επίσης σημαντική ανάπτυξη είχε ο ιαματικός τουρισμός γιατί είχε τακτικούς πελάτες που επισκέπτονταν τις περιοχές που διέθεταν ιαματικές πηγές για λόγους υγείας. Εντύπωση προκαλεί το γεγονός πως δεν υπήρχαν ξενοδοχεία σε παραλιακές περιοχές αλλά σε πόλεις και σε περιοχές με ιστορικό και αρχαιολογικό ενδιαφέρον, γεγονός που αποδεικνύει πως δεν είχε αναπτυχθεί ακόμα ο μεσογειακός τουρισμός του ήλιου και της θάλασσας (Dritsas, 2003).

Σταθμός στην ιστορία του Ελληνικού τουρισμού αποτέλεσε το 1929 η ίδρυση από την Κυβέρνηση Βενιζέλου του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού. (Στοιχεία Ε.Ο.Τ.).

Κατά το διάστημα 1929-36 ο Ε.Ο.Τ. λειτούργησε παράλληλα με τη δημόσια υπηρεσία (διεύθυνση «Ξένων και Εκθέσεων» του ΥΠΕΘΟ) που είχε δημιουργηθεί το 1914.

Με βάση συγκροτημένη πολιτική και έχοντας επικεφαλής του αξιόλογα άτομα παρήγαγε σημαντικό έργο, θέτοντας τις βάσεις του σύγχρονου τουρισμού. Οργάνωσε τα πρώτα διαφημιστικά προγράμματα, εξέδωσε έντυπα καθώς και τις πρώτες αφίσες σε δύο ξένες γλώσσες. Επίσης κατασκεύασε περίπτερα δίπλα σε αρχαιολογικούς χώρους ενώ θέσπισε τις πρώτες τεχνικές προδιαγραφές των ξενοδοχείων.

Το 1936 καταργήθηκε ο Ε.Ο.Τ. από το καθεστώς Ι. Μεταξά και έδωσε τη θέση του στο Υφυπουργείο Τύπου και Τουρισμού.

Οι βασικοί στόχοι του Υφυπουργείου ήταν η οργάνωση του τουρισμού στο εσωτερικό, η προβολή της χώρας στο εξωτερικό και ιδίως η καλλιέργεια τουριστικής συνείδησης που θεωρήθηκε και πολύ σωστά ως απαραίτητη προϋπόθεση για οποιαδήποτε τουριστική ανάπτυξη.

Στον τομέα της τουριστικής προβολής συνεχίστηκε το έργο που είχε ξεκινήσει ο Ε.Ο.Τ. αλλά με πολλές δυσκολίες λόγω της γενικής κατάστασης (παγκόσμιος πόλεμος και εμφύλιος). Αξίζει να αναφέρουμε την τουριστική κίνηση της προπολεμικής περιόδου. Το 1925 καταγράφηκαν 22.500 αφίξεις αλλοδαπών τουριστών. Τα επόμενα έτη παρατηρήθηκε συνεχής αύξηση της κίνησης μέχρι το 1938, οπότε σημειώθηκε αριθμός ρεκόρ 153.632 αφίξεων (μέση ετήσια αύξηση 10.000 άτομα) ή ετήσιο ποσοστό 50%. Χρειάστηκε να περάσουν 16 χρόνια για να φθάσουμε τον ίδιο αριθμό αφίξεων (1954).

Με την επανίδρυση του Ε.Ο.Τ. το 1950-51, ως μόνης δημόσιας υπηρεσίας για τον τουρισμό, σήμανε γενικός συναγερμός για την τουριστική ανασυγκρότηση της χώρας. Τέθηκε ως βασικός στόχος η προσέλκυση αλλοδαπών τουριστών σε μια χώρα που είχε σχεδόν καταστραφεί.

Η τότε ηγεσία του τουρισμού προχώρησε σε μια σειρά από επιτυχημένες δράσεις, όπως: ειδικά προγράμματα διαφημιστικής καμπάνιας στο εξωτερικό, κατασκευή εκατοντάδων πρότυπων τουριστικών εγκαταστάσεων (ξενοδοχεία, οδικοί σταθμοί, εστιατόρια, οργανωμένες ακτές, κάμπινγκ κ.α.).

Επίσης, ανέπτυξε τον τουρισμό στα νησιά, εξασφαλίζοντας και μεγάλες παραγωγές του Χόλυγουντ, όπως «το παιδί και το δελφίνι» και «τα κανόνια του Ναβαρόνε», ενώ ίδρυσε την περίοδο 1955-56 τα φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου. Προέβη ακόμη στην έκδοση δεκάδων αφισών με εικαστικό περιεχόμενο (Σπ. Βασιλείου, Γ. Μόραλης) που πρόβαλαν τόσο τα νησιά μας όσο και την ηπειρωτική Ελλάδα.

Έτσι μέσα σε 15 χρόνια ο αριθμός των ετήσιων αφίξεων αλλοδαπών τουριστών αυξήθηκε κατά 16 φορές περίπου ( από 68.000 αφίξεις το 1951 σε 1.130.00 το 1966).

Η ανοδική πορεία του ελληνικού τουρισμού συνεχίστηκε και κατά τη δεκαετία 1970-80, οπότε και αυξήθηκε σημαντικά η ξενοδοχειακή υποδομή της χώρας με τη δημιουργία μικρού ή μεσαίου μεγέθους ξενοδοχειακών μονάδων

που αναγέρθηκαν συχνά με δάνεια ( 57.000 κλίνες σε ξενοδοχεία όλων των τάξεων το 1961 – 286.000 κλίνες το 1980).

Η ανέγερση νέων τουριστικών κλινών συνεχίστηκε και μετά το 1980 με επιδοτήσεις μέσω του αναπτυξιακού νόμου. Μάλιστα, σε πολλές περιοχές της χώρας ραγδαία αναπτυσσόμενες, το κράτος συνέχιζε να επιδοτεί κλίνες χωρίς πολλές φορές να έχει κατασκευάσει τα αναγκαία έργα υποδομής (περίπτωση βόρειας Κρήτης).

Την περίοδο 1985-87 εξαγγέλθηκε μια τουριστική πολιτική προς την κατεύθυνση της βελτίωσης της ποιότητας του τουριστικού μας προϊόντος. Δηλαδή επιχειρήθηκε να ξεκινήσει η απεξάρτηση από το μαζικό τουρισμό και επιδιώχθηκε η αξιοποίηση όλων των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας μας για την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού.

Η πολιτική αυτή που ισχύει και μέχρι σήμερα με ελάχιστες παραλλαγές υπαγορεύθηκε κυρίως από το γεγονός ότι με την πάροδο του χρόνου είχε μειωθεί ο ρόλος του «πολιτισμού» γενικά ως ειδικής και ελκυστικής διάστασης της χώρας με αποτέλεσμα η Ελλάδα να περιοριστεί σχεδόν αποκλειστικά σε προορισμό ήλιου-θάλασσας αλλά βέβαια με πολύ πιο έντονο ανταγωνισμό και από τις αναδυόμενες τότε νέες τουριστικές αγορές της Ν.Α. Ασίας και της Αφρικής.

Επίσης τέθηκαν επί μέρους στόχοι, πέραν από την άμβλυνση της κυριαρχίας του μαζικού τουρισμού, όπως η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η καλύτερη κατανομή στο χώρο των τουριστικών δραστηριοτήτων και η προστασία του περιβάλλοντος.

Παράλληλα, η τελευταία εικοσαετία χαρακτηρίζεται και από πολλές αλλαγές στο δημόσιο φορέα του τουρισμού. Ο μεν Ε.Ο.Τ. παραμένει μέχρι σήμερα αλλά με σημαντικά μειωμένες αρμοδιότητες σε σχέση με το παρελθόν, ενώ όσον αφορά το Υπουργείο Τουρισμού έγιναν πολλές αλλαγές. Συστάθηκε το 1988, καταργήθηκε το 1991, επανιδρύθηκε το 1993 για να καταργηθεί πάλι το 1996 και να ιδρυθεί εκ νέου το 2004.

Το ελληνικό τουριστικό προϊόν διαθέτει τόσο τους απαραίτητους πόρους (φυσικούς και πολιτιστικούς) όσο και τις υποδομές, υπηρεσίες και ανθρώπινο δυναμικό που απαιτείται ώστε να υπάρξει μια μακροπρόθεσμα δυναμική και ισόρροπη τουριστική ανάπτυξη. Υπάρχουν κάποιοι ουσιαστικοί παράγοντες που διαμόρφωσαν σταδιακά τα χαρακτηριστικά του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης της χώρας στην περίοδο μετά το 1950. Οι παράγοντες αυτοί είναι οι ακόλουθοι (Τσάρτας, 2000):

1. Καθοριστικός παράγοντας με ευρύτατες επιπτώσεις στη γενικότερη ανάπτυξη της χώρας υπήρξε το πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης που υιοθετήθηκε στη μεταπολεμική περίοδο και παραμένει κυρίαρχο ως σήμερα. Το πρότυπο αυτό αφορά στην ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών του οργανωμένου μαζικού τουρισμού της θερινής κυρίως περιόδου. Οι παράγοντες διαμόρφωσης αυτού του προτύπου και αντίστοιχα του τουριστικού προϊόντος της χώρας είναι οι εξής:

- Η σταδιακή υιοθέτηση ενός προτύπου ανάπτυξης το οποίο αφορά τον τουρισμό διακοπών.
- Μονοσήμαντη ζήτηση αλλοδαπών τουριστών.
- Κατάταξη της Ελλάδας στην ευρύτερη «αγορά» των μεσογειακών χωρών.
- Εξάρτηση πολλών περιοχών από τον οργανωμένο τουρισμό της θερινής περιόδου.
- Χρονική υστέρηση και υποτυπώδης ανάπτυξη εξειδικευμένων τουριστικών προϊόντων.

2. Ο παράγοντας αυτός αφορά τόσο το υπαρκτό θεσμικό πλαίσιο του σχεδιασμού της οργάνωσης και της λειτουργίας του τουρισμού όσο και την επίσημη κρατική πολιτική και την εφαρμογή της στα ζητήματα που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη. Αναλυτικότερα:

- Ελλείψεις και αδυναμίες του θεσμικού πλαισίου λειτουργίας του τουρισμού.
- Πολιτική και στρατηγικός σχεδιασμός για την τουριστική ανάπτυξη.

3. Οργάνωση υποδομών και υπηρεσιών του τουριστικού τομέα. Αναλυτικότερα:

- Ελλείψεις υποδομών και υπηρεσιών οι οποίες συγκροτούν τον τουριστικό τομέα της Ελλάδας.
- Οργανωτικές αδυναμίες και προβλήματα εκσυγχρονισμού των τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών της χώρας.

4. Χωρική συγκέντρωση και περιβαλλοντικές διαστάσεις της τουριστικής ανάπτυξης. Αναλυτικότερα:

- Χαρακτηριστικά χωρικής συγκέντρωσης της τουριστικής ανάπτυξης: ανισομέρειες και υποβάθμιση.
- Αειφορική τουριστική ανάπτυξη: οι περιβαλλοντικές διαστάσεις ενός σύγχρονου προτύπου ανάπτυξης.

5. Υστερήσεις και αδυναμίες στην εκπαίδευση, την έρευνα και την επιστημονική ανάλυση του τουρισμού. Αναλυτικότερα:

- Τουριστική εκπαίδευση: ανεπάρκειες με βάση τα διεθνή δεδομένα και τις ανάγκες ανάπτυξης και λειτουργίας του τουρισμού στη χώρα.
- Έρευνα και επιστημονική ανάλυση του τουρισμού: υστερήσεις και αδυναμίες.

6. Πολιτικές προβολής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Αναλυτικότερα:

- Μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού: μεγάλες θεσμικές και οργανωτικές αδυναμίες.
- Διαφήμιση: αρκετές θετικές προσπάθειες αλλά και σημαντικές ελλείψεις.

Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία και κοινωνία είναι ιδιαίτερα μεγάλη. Η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2008 στο ΑΕΠ της χώρας φτάνει το 16,2%, ενώ η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (833.200 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 19,6% των απασχολούμενων. Μέχρι το 2019 η απασχόληση στην τουριστική οικονομία μπορεί να αυξηθεί τουλάχιστον κατά 360.000 άτομα, καλύπτοντας το 100% των ανέργων κατά το 2008. Συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις.

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2008 ήταν 16η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 12η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2009, η χώρα μας καταλαμβάνει την 24η θέση μεταξύ 133 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 67η. Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο.

## **1.7. Το μέγεθος του τουριστικού τομέα στην Ελλάδα**

Βασισμένοι σε προσέγγιση που έχει συνδεθεί με τη φύση του τουριστικού τομέα (Ζαχαράτος & Τσάρτας, 1999: 120) αλλά και στον τρόπο με τον οποίο ο Τσάρτας προσαρμόζει αυτήν την προσέγγιση στην ελληνική πραγματικότητα (Αυγερινού - Κολώνια κ.ά., 2000: 189 - 207), εκτιμούμε πως οι σημαντικότερες από τις επιπτώσεις του τουρισμού στην οικονομία της χώρας αφορούν τα ακόλουθα θέματα:

### **1. Περιφερειακή Ανάπτυξη**

Αρκετές φορές ο τουρισμός έχει συντελέσει στην ενίσχυση της ανάπτυξης αποβιομηχανοποιημένων περιφερειών ή περιοχών γεωγραφικά απομονωμένων, ορεινών, και γενικά μειονεκτικών ή με υποβαθμισμένο αγροτικό τομέα. Συγκεκριμένα, η πρόοδος και η διεύρυνση του τουρισμού συντέλεσε στην αύξηση των εισοδημάτων, της απασχόλησης και των επενδύσεων, ενώ παράλληλα διεύρυνε την παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας, με αποτέλεσμα να σταματήσει η μετανάστευση και να βελτιωθεί το βιοτικό επίπεδο.

### **2. Απασχόληση**

Ως τομέας εργασίας ο τουρισμός δημιουργεί πολλές ευκαιρίες και θέσεις απασχόλησης. ωστόσο, ο εποχικός τρόπος και χαρακτήρας της λειτουργίας του

καθορίζει κατ' ανάγκην και τα ιδιαίτερα γνωρίσματα αυτού του είδους της απασχόλησης: αυτή είναι σε μεγάλο βαθμό εποχική, ανειδίκευτη και περιστασιακή. Αξιοσημείωτη είναι η συμβολή του τουρισμού στην ενίσχυση της αυτοαπασχόληση (τουριστικές επιχειρήσεις, εμπορικά καταστήματα κλπ.). Σε αρκετές περιπτώσεις η απασχόληση στον τουριστικό τομέα συνδυάζεται παράλληλα και με απασχόληση σε κάποιο άλλο κλάδο της οικονομίας (π.χ. γεωργία, βιομηχανία), με αποτέλεσμα τη γενικότερη αύξηση των οικογενειακών εισοδημάτων.

### 3. Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην τοπική οικονομία

Αρκετές προσπάθειες έχουν γίνει προκειμένου να εκτιμηθούν οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις που έχει η τουριστική ανάπτυξη στους λοιπούς κλάδους της εθνικής ή της τοπικής οικονομίας. Υπάρχουν πολλές και διαφορετικές τελικές εκτιμήσεις, ωστόσο μέσω της δράσης ενός κοινού «πολλαπλασιαστή του τουρισμού» συμπεραίνουμε βάσιμα ότι υπάρχουν αρκετές θετικές επιρροές σε πολλούς κλάδους οι οποίοι σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως η βιομηχανία, η βιοτεχνία, οι κατασκευές, η γεωργοκτηνοτροφία, οι υπηρεσίες, οι μεταφορές, το εμπόριο κ.ά.

### 4. Ισοζύγιο πληρωμών

Όσον αφορά το συγκεκριμένο θέμα, δύο είναι τα ζητήματα που έχουν αναλυθεί: α) η επιβάρυνση του ισοζυγίου πληρωμών των τουριστικών χωρών από την ανάγκη εισαγωγής ειδών και προϊόντων απαραίτητων για τη λειτουργία του τουριστικού τομέα, β) η θετική επιρροή των συναλλαγματικών εισροών από τον τουρισμό στο ισοζύγιο των χωρών. Στις περισσότερες χώρες με τουριστική ανάπτυξη, και ιδιαιτέρως στις αναπτυσσόμενες, συναντούμε και τις δύο παραπάνω επιδράσεις. Η τελική έκβαση, είτε το αποτέλεσμα είναι θετικό είτε είναι αρνητικό, εξαρτάται και συνδέεται με τη δυνατότητα των χωρών αυτών για ορθολογικό σχεδιασμό και προγραμματισμό της συνολικής λειτουργίας του τουρισμού.

### 5. Πληθωρισμός και αύξηση της τιμής της γης σε τοπικό επίπεδο

Έχει παρατηρηθεί πως ο τουρισμός γενικότερα οδηγεί στην δημιουργία πληθωρικών πιέσεων και επομένως σε αύξηση του κόστους ζωής σε τοπικό επίπεδο, κυρίως στις περιοχές που η τουριστική ανάπτυξη λαμβάνει χώρα σε μαζικούς και οργανωμένους ρυθμούς. Συχνά επίσης, εξαιτίας και της ταχύτατης οικοπεδοποίησης, εμφανίζεται υπερβολική αύξηση των τιμών της γης, γεγονός που σχετίζεται και με τη γενικότερη τάση για χωρική επέκταση των δραστηριοτήτων του.

## 6. Φορολογικά έσοδα στο κράτος

Χαρακτηριστικό της τουριστικής ανάπτυξης είναι ότι αυτή, στις περιοχές όπου εξελίσσεται, ενισχύει δυναμικά τη δημιουργία πλήθους μικρών επιχειρήσεων. Το στοιχείο αυτό, σε συνδυασμό με τις επενδύσεις στον ευρύτερο τουριστικό τομέα, οδηγεί σε αύξηση των φορολογικών εσόδων του κράτους. Ένας επιπρόσθετος παράγοντας, που συντελεί στην αύξηση των εσόδων, είναι και ο αξιοσέβαστος αριθμός των απασχολούμενων στον τομέα.

Αναμφίβολα, η Ελλάδα υπήρξε μια από τις χώρες στις οποίες ο τουρισμός συνέβαλε αποφασιστικά στην ανάπτυξη πολλών περιοχών της, ειδικότερα δε παραθαλάσσιων και νησιωτικών αλλά και πολλών μικρών και μεγάλων αστικών κέντρων της υπαίθρου (Αυγερινού-Κολώνια κ.ά., 2000). Ωστόσο, παρά τον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει ο τουρισμός για την ελληνική οικονομία και κοινωνία, το θέμα αρχίζει να συζητείται επιστημονικά και να αναλύονται διεξοδικά επιμέρους ζητήματα, όπως η λειτουργία του τουρισμού και η τουριστική ανάπτυξη, μόνο μετά το 1980.

Όπως αναφέρουν οι Πετράκος & Ψυχάρης (2004: 229), ήδη στις αρχές τις δεκαετίας του 1920 αρχίζει η παρεμβατική πολιτική του ελληνικού κράτους για τη ρύθμιση αλλά και την οργάνωση του τουρισμού. Η κίνηση αυτή αποτελεί συνέπεια της αντιμετώπισης του αναδυόμενου περιηγητικού τουρισμού· αφετέρου, είναι ένδειξη της πνευματικής αφύπνισης και του έντονου προβληματισμού για τη συγκρότηση του κράτους στα πλαίσια της πρώτης Ελληνικής Δημοκρατίας.

Ακόμη και για τα σημερινά δεδομένα, το συγκροτημένο σχέδιο κρατικής παρέμβασης στον τουρισμό της εποχής του μεσοπολέμου γίνεται ακόμη πιο ουσιώδες και καταλυτικό, όσον αφορά τη σύγκριση και την αξιολόγησή του με τις μέχρι σήμερα αέναες παλινδρομήσεις της τουριστικής πολιτικής μεταξύ θεσμών, προσώπων και καταστάσεων. Η κατάσταση αυτή δεν έχει επιτρέψει ακόμη να προσδιοριστούν με σαφήνεια οι απαραίτητες αρχές και οι κανόνες για την εγχώρια παραγωγή και τη διάθεση της τουριστικής κατανάλωσης. Αναφέρομαι σε μία πιο συγκεκριμένη ιδιωτική κατανάλωση, η οποία αντιπροσωπεύει σήμερα σημαντικό ποσοστό της συνολικής κατανάλωσης στη χώρα. Συγκεκριμένα, η εκδήλωση της κρατικής παρέμβασης για τον τουρισμό πραγματοποιήθηκε με μια σειρά από επιτυχείς σχεδιασμούς και δράσεις για το συνάλλαγμα, την προστασία του τουριστικού περιβάλλοντος, την τουριστική πληροφόρηση, τη χρηματοδότηση των υποδομών καθώς και την προβολή του τουρισμού.

Αντιμέτωπη με τις ρυθμίσεις αυτές η μεταπολεμική πολιτική πρακτική δεν έχει αντίθετα να επιδείξει ισάξιο προβληματισμό και δράση για τον τουρισμό. Μέχρι σήμερα μάλιστα οι όποιες επιμέρους ουσιώδεις παρεμβάσεις ακυρώνονται στην πορεία, καθώς έρχονται αντιμέτωπες με τις αντικρουόμενες λογικές και απόψεις των εμπλεκόμενων συναρμοδίων φορέων. Η κατάλληλη



απάντηση στο πρόβλημα των συναρμόδιων φορέων για τη διευθέτηση και αποκατάσταση του τουρισμού στην Ελλάδα, απάντηση που δόθηκε στα μέσα της δεκαετίας του 1920 με τη θεσμικά καθορισμένη συγκρότηση της ειδικής σύνθεσης του Δ.Σ. στην Υπηρεσία Ξένων και Εκθέσεων, ακυρώθηκε το 1936, στοιχείο που καταδεικνύει την αδυναμία του εν λόγω οργάνου να τηρήσει στάση ουδετερότητας για την εξυπηρέτηση του συνολικού δημοσίου συμφέροντος του ελληνικού τουρισμού (Πετράκος & Ψυχάρης, 2004: 235).

Βασισμένοι τόσο στα θεωρητικά όσο και στα πρακτικά δεδομένα, μπορούμε να υποστηρίξουμε με βεβαιότητα πως στις μέρες μας το έργο της τουριστικής πολιτικής θα σημειώσει επιτυχία υπό έναν όρο: όταν η εκάστοτε κυβερνητική πολιτική, έχοντας κατανοήσει πλήρως την τεράστια λόγω του μεγέθους του σημασία του τουρισμού για τη συνολική ανάπτυξη της οικονομίας, αποδώσει στη σχετική πολιτική τη θέση που δικαιωματικά και ιεραρχικά της ανήκει: μία θέση επάλληλων επιπέδων στις οικονομικές, τις εμπορικές και τις εξωτερικές σχέσεις σε όλο το πλέγμα της ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας (Ηγουμενάκης, 1999). Για την πραγματοποίηση όμως μίας τέτοιας πρακτικής προϋποτίθεται η ριζική αναθεώρηση του τρόπου σκέψης των εμπλεκομένων, ώστε να γίνει αντιληπτό ότι η τουριστική ανάπτυξη απαιτεί τουριστική πολιτική σύνθετης λογικής και σταθερού ορίζοντα, και όχι μονόπλευρες αποσπασματικές πρακτικές του συρμού.

Μία τέτοιου είδους πολιτική μπορεί να επιτευχθεί σήμερα μόνο μέσω της συντονισμένης και υπεύθυνης παρέμβασης του κεντρικού κράτους, της περιφερειακής αυτοδιοίκησης και του ιδιωτικού στοιχείου. Η Ελλάδα είναι μία χώρα με ιδιαίτερο φυσικό κάλλος και με κλιματολογικές συνθήκες που ευνοούν την ανάδειξη αυτού. Διαθέτει πλούσιο ιστορικό παρελθόν χιλιάδων ετών, το οποίο την έχει εφοδιάσει με μία απaráμιλλη πολιτιστική αφθονία. Η αφθονία αυτή είναι φανερή στο ιδιαίτερο αρχαιολογικό και πολιτιστικό χρώμα αρκετών πόλεων και περιοχών, το οποίο είναι εξάλλου ένα από τα στοιχεία που συνιστούν την ποικιλία εναλλακτικών προορισμών στην χώρα μας. Κατά συνέπεια, η χώρα μας είναι προικισμένη με αυτά τα «απαραβίαστα» χαρακτηριστικά, αυτά δηλαδή που δεν οφείλονται σε προσχεδιασμένες πολιτικές και δράσεις. Ωστόσο, φανερή είναι η ύπαρξη αδυναμιών και ελλείψεων, όσον αφορά την προστασία και τη συντήρηση των επιμέρους στοιχείων που συνιστούν τα προαναφερόμενα χαρακτηριστικά (Πετράκος & Ψυχάρης, 2004: 245).

### **1.8. Τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουριστικού προϊόντος**

Στη συνέχεια ακολουθεί η παρουσίαση των ουσιαστικότερων, κατά τη γνώμη μας, χαρακτηριστικών και γνωρισμάτων του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, τα οποία είναι ταυτόχρονα τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία του. Επιπλέον, θα γίνει παράλληλα μία προσπάθεια να καταγραφούν οι δυνάμει ευκαιρίες τις

οποίες θα πρέπει να εκμεταλλευτεί μελλοντικά η χώρα μας, όσον αφορά την τουριστική της ανάπτυξη, αλλά και οι κίνδυνοι που την απειλούν και με τους οποίους θα βρεθεί ενδεχομένως αντιμέτωπη. Αυτό αποτελεί μία SWOT analysis (εργαλείο αναγνώρισης των δυνάμεων, αδυναμιών, απειλών και ευκαιριών από την πλευρά του μάρκετινγκ) του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, έτσι όπως παρουσιάζεται στο περιοδικό Τουριστική αγορά τον Μάρτιο του 2002. Περισσότερα θεωρητικά στοιχεία για τον συγκεκριμένο τύπο ανάλυσης αναφέρουμε στο έκτο κεφάλαιο, όπου αποτελεί ξεχωριστή ενότητα και γίνεται και εφαρμογή της για την Αμοργό.

Ειδικότερα, τα χαρακτηριστικά του Ελληνικού προϊόντος (όπως περιγράφονται στο περιοδικό Τουριστική Αγορά, Μάρτιος 2002) είναι τα ακόλουθα:

Στα ισχυρά σημεία της χώρας μας συγκαταλέγονται η πλούσια φυσική ομορφιά της, η ισχυρή ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά της, το ότι αποτελεί καταξιωμένο τουριστικό προορισμό, το ευνοϊκό της κλίμα, καθώς και η δυνατότητα επιλογής μεταξύ πολλών και διαφορετικών τουριστικών προορισμών. Επίσης, οφείλουμε να αναφέρουμε ένα επιπλέον βασικό πλεονέκτημα, ότι δηλ. η χώρα μας κατέχει σημαντική θέση στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία και αποτελεί Ευρωπαϊκό προορισμό με τα πλεονεκτήματα (υποδομές, ασφάλεια, κοινό νόμισμα) αλλά και με την ευθύνη, που αυτός ο τίτλος φέρει.

Στις αδυναμίες της χώρας μας συμπεριλαμβάνονται τα παρακάτω: το ότι είναι ακριβός προορισμός σε σχέση με άλλες ανταγωνιστικές χώρες, η υπέρ εξάρτηση από τους tour operators (μαζικός τουρισμός), η έντονη εποχικότητα, η υπερβολική εξάρτηση από περιορισμένο αριθμό αγορών, η έλλειψη διεθνούς συστήματος κατηγοριοποίησης των καταλυμάτων, η περιορισμένη παρουσία διεθνών ξενοδοχειακών αλυσίδων, όπως και το συγκριτικά χαμηλό επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών. Πρέπει επίσης να αναφερθούμε στη παντελή απουσία υποστηρικτικών δομών (γήπεδα γκολφ, μαρίνες, θεματικά πάρκα), στην άναρχη δόμηση με την περιβαλλοντική ασυμβατότητα, καθώς και στην ανεπαρκή συντήρηση και την μη κατάλληλη εκμετάλλευση των χώρων αρχαιολογικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Από τα βασικότερα μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού είναι το γεγονός ότι η οδική πρόσβαση γίνεται αποκλειστικά μέσω των Βαλκανίων, ενώ είναι ανάξια λόγου έως ανύπαρκτη μία αξιολογη προσπάθεια προώθησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στις χώρες με τις οποίες συνδέεται η Ελλάδα οδικώς (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης, 2004: 166).

Θα αναφερθούμε επίσης εδώ στις ευκαιρίες οι οποίες μπορούν μελλοντικά να ανοίξουν νέους ορίζοντες στην τουριστική ανάπτυξη της χώρας μας. Το ότι η χώρα μας είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης συνεπάγεται την ισχυρή οικονομία και την οικονομική στήριξη. Ιδιαίτερες ευκαιρίες τουριστικής ανάπτυξης για την Ελλάδα αποτελούν η επιτυχής διοργάνωση και ολοκλήρωση των Ολυμπιακών Αγώνων, η προγραμματισμένη ανάπτυξη υποδομών αναψυχής

(μαρίνες, γκολφ, θεματικά πάρκα), όπως επίσης οι συνεχώς βελτιωμένες ξενοδοχειακές υποδομές. Μέγιστης σημασίας είναι και το γεγονός πως η χώρα μας αποτελεί έναν ασφαλή προορισμό. Αξίζει να αναφερθούμε επίσης στην εφαρμογή νέων τεχνολογιών, στη δημιουργία του Υπουργείου Τουρισμού, στην επακόλουθη ανάπτυξη του εγχώριου τουρισμού και, τέλος, στις βελτιωμένες οδικές και άλλες υποδομές.

Ωστόσο, πολλές είναι και οι απειλές που έχει να αντιμετωπίσει η χώρα στο άμεσο μέλλον. Ισχυρός είναι για παράδειγμα ο ανταγωνισμός από άλλες περιοχές της Μεσογείου, κυρίως όταν οι ανταγωνίστριες χώρες ενισχύονται διαρκώς με υποδομές και με ειδικές μορφές τουρισμού (γκολφ, θαλάσσιος τουρισμός). Έτσι, η χώρα μας θα βρεθεί αντιμέτωπη με μια σειρά προκλήσεων, όπως τις ανακατατάξεις στον χώρο των αεροπορικών εταιρειών, την αριθμητική και ποσοτική ανεπάρκεια στις εγκαταστάσεις των αεροδρομίων, τον αυξανόμενο ανταγωνισμό των εταιρειών χαμηλού κόστους (low cost carrier) και της επίγειας εξυπηρέτησης (handling). Επακόλουθο θα είναι η επιφυλακτικότητα στη χρήση του αεροπλάνου ως μέσου μεταφοράς εξαιτίας των προβλημάτων που πιθανόν θα αντιμετωπίζουν οι επιβάτες από τα παραπάνω όπως η απώλεια αποσκευών κατά τις ανταποκρίσεις των αεροπλάνων (<http://www.sete.gr> , Πρόσβαση την 3<sup>η</sup> Ιουλίου 2011). Παράλληλα, τα τελευταία χρόνια έχει μεγιστοποιηθεί το επίπεδο και ο βαθμός ενημέρωσης, ετοιμότητας και απαιτήσεων των τουριστών. Με όλα τα παραπάνω πρέπει να συνυπολογίσουμε τον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει και το φαινόμενο της υπερπροσφοράς ενοικιαζόμενων δωματίων σε πολλούς ελληνικούς προορισμούς.

Σύμφωνα με μια προσέγγιση του Σπιλάνη, η οποία αναφέρεται στο «Τουριστική ανάπτυξη – Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις» (Αυγερινού-Κολώνια κ.ά., 2000: 174), θεωρείται δεδομένο πως ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο που γνώρισε ιδιαίτερη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, ενώ προβλέπεται πως θα γνωρίσει ακόμη μεγαλύτερη τα επόμενα χρόνια. Στον τουρισμό στηρίζεται αξιόλογος αριθμός εργαζομένων, ενώ ένα μεγάλο μέρος του παγκόσμιου προϊόντος προέρχεται από αυτόν. Τα στοιχεία αυτά τον καθιστούν έναν από τους μεγαλύτερους τομείς παραγωγής παγκοσμίως. Από τη μια μεριά ο τουρισμός προσφέρει ποικίλες δυνατότητες οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης σε έναν τόπο, ιδίως αν δεν υπάρχουν άλλες πλουτοπαραγωγικές πηγές σε αυτόν τον προορισμό· από την άλλη όμως εγκυμονούν και πολλοί κίνδυνοι, ειδικά όταν δεν υπάρχει προγραμματισμένη τουριστική ανάπτυξη. Για τον εξορθολογισμό αυτής της ανάπτυξης απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή κατά περιοχές, καθώς είναι απαραίτητη η αποκωδικοποίηση όλων των μηνυμάτων της σχετικής αγοράς. Σημαντικό είναι επίσης να γίνεται σχεδιασμός βάσει του συμφέροντος του ίδιου του προορισμού, και όχι τρίτων. Αρκετοί από αυτούς ανά την υφήλιο έχουν επιλέξει για την ανάπτυξή τους το μοντέλο του μαζικού τουρισμού (Αυγερινού-Κολώνια κ.ά., 2000: 180). Άμεσο επακόλουθο της συγκεκριμένης επιλογής είναι πως μετά από αρκετά χρόνια

ανάπτυξης έχουν πια αρχίσει να δέχονται όλες τις αρνητικές συνέπειες αυτού του μοντέλου. Χωρίς σωστή και έγκαιρη αντιμετώπιση των αρνητικών επιπτώσεων υπάρχει ενδεχόμενο ανεπανόρθωτης βλάβης του τουριστικού προορισμού.

Λόγω του ότι η χώρα μας στερείται δυναμικό δευτερογενούς τομέα παραγωγής, η οικονομία της βασίζεται σημαντικά στον τουρισμό, ενώ ο πρωτογενής τομέας αντιμετωπίζει επίσης πολλά προβλήματα. Μολονότι είναι αρκετά τα πλεονεκτήματα του τουριστικού μας προϊόντος καθιστώντας το αρκετά ελκυστικό, εντοπίζονται αρκετές διαρθρωτικές αδυναμίες και προβλήματα. Επακόλουθο της μονοκαλλιέργειας σχεδόν του μαζικού παραθαλάσσιου τουρισμού ήταν τα τελευταία χρόνια μια περίοδος στασιμότητας στην τουριστική μας ανάπτυξη, κυρίως λόγω της φθίνουσας πορείας που αντιμετωπίζει αυτό το είδος τουρισμού εσχάτως αλλά και του έντονου ανταγωνισμού από πολλές νέες χώρες, που εισήλθαν στην τουριστική αγορά διαθέτοντας το ίδιο προϊόν. Με τη χρήση των κατάλληλων μέτρων, την εφαρμογή των κατάλληλων πολιτικών και τη σωστή εκμετάλλευση των ευνοϊκών για εμάς συγκυριών (Ολυμπιακοί Αγώνες κτλ.) η χώρα μας είναι σε θέση να ανακάμψει και ο τουρισμός να γίνει ο τομέας παραγωγής που θα σύρει στο μέλλον το άρμα της ελληνικής οικονομίας.

Πράγματι, ο σύγχρονος τουρισμός εκτείνεται σε πολλούς τομείς (οικονομικούς, πολιτιστικούς, κοινωνικούς, πολιτικούς κτλ.) επηρεάζοντας έτσι πολλούς από τους κλάδους της οικονομίας των χωρών, στις οποίες δραστηριοποιείται (Lickorish & Jenkins, 2004: 313). Μέχρι τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο η πορεία εξέλιξης του ήταν σχετικά αργή, εφόσον όλες οι ουσιαστικές αλλαγές πραγματοποιούνταν στο κοινωνικοοικονομικό γίγνεσθαι. Διάφορα γεγονότα, όμως, όπως η μείωση των ωρών εργασίας, οι πληρωμένες διακοπές, η εμφάνιση του κοινωνικού κράτους, η ανάπτυξη των μεταφορών και της τεχνολογίας, οδήγησαν στο φαινόμενο του μαζικού τουρισμού και στα οργανωμένα πακέτα διακοπών. Χαρακτηριστικό των περιοχών που βίωσαν πρώτες την τουριστική ανάπτυξη ήταν η έλλειψη σχεδιασμού και προγραμματισμού, καθώς και η γρήγορη και άναρχη εξέλιξη τους. Η ιστορική αλλαγή από τον ατομικό ταξιδιώτη, στις «μαζικές κοινωνίες τουρισμού» είχε συντελεστεί. Στον τύπο ανάπτυξης των θέρετρων τον πλέον καθοριστικό ρόλο έπαιξαν οι ιδιωτικές και οι δημόσιες επενδύσεις, όπως επίσης και το ντόπιο ή ξένο επιχειρηματικό κεφάλαιο. Ο μαζικός τουρισμός έγινε δεκτός στα περισσότερα παραλιακά θέρετρα της Μεσογείου από το 1950 και έπειτα, μέσω των οργανωμένων πακέτων διακοπών που διοργανώνονταν από τα μεγάλα τουριστικά πρακτορεία.

Επακόλουθο της μεγάλης αυτής ζήτησης ήταν να υποστούν οι τόποι προορισμού μεγάλες πιέσεις και συγκρούσεις, ενώ ταυτόχρονα υπέστησαν συνέπειες οι οποίες σε κάποιες περιπτώσεις μπορούν να χαρακτηριστούν «μη αναστρέψιμες». Ωστόσο, και βάσει πάντα του εξελισσόμενου προτύπου ανάπτυξης της κάθε περιοχής, ο τουρισμός επέφερε και θετικές εξελίξεις. Σ'

αυτές κατατάσσονται: η αναζωογόνηση εγκαταλελειμμένων περιοχών με την υποβοήθηση της ανάπτυξής τους, η αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς τους, και η παροχή στον τοπικό πληθυσμό της δυνατότητας πρόσβασης σε υποδομές και υπηρεσίες, οι οποίες αρχικά σχεδιάστηκαν για την εξυπηρέτηση τουριστικών αναγκών. Τα τελευταία χρόνια οι επιχειρήσεις, που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα, προσφέρουν ποικιλία υπηρεσιών και προορισμών, ώστε να ικανοποιούνται οι νέες τάσεις στην ζήτηση. Κυρίαρχο αντικείμενο της τουριστικής επιχείρησης αποτελεί πλέον η ολοκληρωμένη εμπειρία μέσω της αυθεντικότητας, ενώ εξαιτίας της διεθνοποίησης του τουριστικού φαινομένου ο τουρισμός έχει πλέον μετατραπεί σε καταναλωτικό προϊόν αλλά και σε πεδίο ανταγωνισμού των συμφερόντων των διεθνών τουριστικών επιχειρήσεων.

Εξάλλου, οι τουρίστες έχουν πλέον αυξημένο μορφωτικό και οικονομικό επίπεδο, ενώ οι διακοπές είναι συνήθως μικρότερες σε διάρκεια. Τα στοιχεία αυτά οδήγησαν στην αναζήτηση δράσεων προκειμένου να πάψουν οι διακοπές να είναι τόσο απρόσωπες, αλλά να στηρίζονται στην επαφή τους με τις τοπικές κοινωνίες και τους πολιτισμούς, μειώνοντας κατά συνέπεια αρκετά την εξάρτησή τους από τους tour operators αλλά και τις μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες. Τα καταναλωτικά πρότυπα των τουριστών καθόρισαν και τις πολιτικές των μεγάλων τουριστικών εταιρειών. Αυτές με τη σειρά τους – ως κύριοι παράγοντες επηρεασμού της ζήτησης – ανέπτυξαν νέα πρότυπα, υπηρεσίες, υποδομές κτλ., για να ικανοποιήσουν τη ζήτηση η οποία συνεχώς μεταβάλλεται επηρεασμένη από διάφορους παράγοντες (τηλεόραση, νέες τεχνολογίες, κοινωνικά πρότυπα κτλ.). Παράλληλα, ο κύκλος αλληλεπίδρασης διαρκώς μεγαλώνει περιλαμβάνοντας συνεχώς καινούρια δεδομένα, οδηγώντας σε αυτό που ο Τσάρτας αναφέρει ως «μεταβιομηχανική εποχή του μαζικού πολιτισμού» (Τσάρτας, 1996: 177).

Άρχισε, επομένως, η εντατικοποίηση και η προώθηση με γοργούς ρυθμούς της παραγωγής ειδικών τουριστικών προϊόντων, όπως επίσης και η δημιουργία και η ανάδειξη διαφόρων τύπων προορισμών ως αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης ανάμεσα στην τουριστική ζήτηση και την προσφορά. Εξαιτίας της παρούσας τάσης στον τουρισμό για αναψυχή, σπορ, πολιτιστικές και άλλες δραστηριότητες, τα θέρετρα δίνουν τώρα έμφαση στην προσφορά μιας μεγάλης ποικιλίας διευκολύνσεων και υπηρεσιών (Lickorish and Jenkins, 2004: 256). Μεγάλες επενδύσεις έγιναν στην τουριστική βιομηχανία από επιχειρήσεις αλλά και κυβερνήσεις, επενδύσεις που αφορούν ξενοδοχεία, θεματικά πάρκα, μουσεία, συνεδριακά κέντρα κτλ. Επιπλέον, η αναζήτηση από τους σύγχρονους τουρίστες της αυθεντικότητας στην καθημερινή ζωή των τόπων, που επισκέπτονται, οδήγησαν την τουριστική βιομηχανία σε κερδοφόρες επενδύσεις με την οργάνωση συγκεκριμένων υπηρεσιών: αυτές με τεχνητά μέσα εκμεταλλεύονται αυτή τη ζήτηση δημιουργώντας σκηνοθετημένες εμπειρίες.

Όλα αυτά, σε συνδυασμό με την μελέτη τουριστικής ανάπτυξης περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου από τον ΕΟΤ (Καθορισμός στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης

για τις Κυκλάδες (2003): 10 - 17), μας οδηγούν στο συμπέρασμα πως για την υλοποίησή τους στο νησί που μας ενδιαφέρει απαιτούνται:

- Επιστημονική προσέγγιση της τουριστικής ανάπτυξης της Αμοργού.
- Χρήση νέων τεχνολογιών και καινοτόμων εργαλείων για τον σχεδιασμό της βιώσιμης ανάπτυξης.
- Εντατική δουλειά για να αναδειχθεί η ποικιλομορφία, η εξειδίκευση, η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος της Αμοργού, ειδικά στην κατεύθυνση των νέων τάσεων ζήτησης για βιωματικές δραστηριότητες, πολιτιστικές δραστηριότητες με μεγάλο βαθμό αυθεντικότητας.
- Εστίαση στην ανταγωνιστικότητα.
- Προαγωγή των συνεργασιών. Η εγκατάλειψη του ατομικισμού και η ομαδική εργασία, είναι ένα από τα κλειδιά της επιτυχίας στην ανάπτυξη της Αμοργού.
- Μακροχρόνιος σχεδιασμός με συνέπεια και συνέχεια.

(Πηγή : Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης περιφέρειας νοτίου Αιγαίου, ΕΟΤ, 2003)

Τέλος, αξίζει να θυμόμαστε πως ο τουρισμός ως παγκόσμιο και σύνθετο φαινόμενο γνώρισε την ανάπτυξη του σε κάθε τόπο μέσω διαφορετικών διαδικασιών. Οι συγκεκριμένες υπαγορεύθηκαν άλλοτε από τις διαμορφούμενες κοινωνικές και λοιπές ανάγκες του κοινωνικού συνόλου (αναπτυγμένες χώρες) και άλλοτε επιβλήθηκαν από την ανάγκη οικονομικής ισορροπίας (αναπτυσσόμενες χώρες, καθώς αυτές δεν κατάφεραν να διαχειριστούν και να διανείμουν με τον δικαιότερο τρόπο τα θετικά οικονομικά πλεονεκτήματα, που αποκόμισαν από τον τουρισμό). Τα επίπεδα και οι μορφές της ανάπτυξης καθορίστηκαν από τις δύο σημαντικότερες παραμέτρους της προσφοράς και της ζήτησης, δηλαδή την ιδιοκτησία της γης και τον ρόλο των επιχειρήσεων (Middleton & Clarke, 2001: 87). Συμπερασματικά, η διαφοροποίηση και ο εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος της Αμοργού, μας οδηγούν στην προσπάθεια ανάπτυξης ενός χαρτοφυλακίου τουριστικών προϊόντων, εμπλουτισμένο με ορισμένες μορφές εναλλακτικού τουρισμού.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### 2.1. Ορισμός εναλλακτικού τουρισμού

Καθώς η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού αρχικά διατυπώθηκε για να περιγράψει μορφές τουριστικής ανάπτυξης οι οποίες λειτουργούν εναλλακτικά και αντίθετα του μαζικού τουρισμού, δεν σημαίνει απαραίτητα ότι πάντα μέσω αυτών μπορεί να διασφαλιστεί η αειφορία στην περιοχή όπου αναπτύσσονται, ενώ δεν είναι και πάντα ξεκάθαρο ποιες μορφές τουρισμού μπορούν να επηρεάσουν θετικά ή να αποτρέψουν την αειφόρο ανάπτυξη μιας περιοχής, καθιστώντας την οριοθέτηση και τυπολογία του εναλλακτικού τουρισμού ένα αρκετά δύσκολο εγχείρημα (Φαρσάρη, 2009).

Ήδη από τα τέλη του 1980 ο Krippendorf (1987) υποστήριζε ότι αν και ο όρος/υπόθεση του εναλλακτικού τουρισμού δεν ήταν μια επακριβώς προσδιορισμένη υπόθεση χρησιμοποιούνταν ήδη όλο και περισσότερο για να περιγράψει διάφορους τρόπους ταξιδιού, εκπαιδευτικά ταξίδια, περιπέτειας και άλλα, κυρίως που γίνονταν προς ή μέσα στον Τρίτο Κόσμο. Χρησιμοποιούνταν και για ταξίδια που γίνονταν σε περισσότερο αναπτυγμένες χώρες από ταξιδιώτες οι οποίοι επιθυμούσαν να διαφοροποιηθούν πλήρως από τους τουρίστες μαζικού τουρισμού, επισκεπτόμενοι παρθένα μέρη και οι οποίοι ερχόμενοι σε επαφή με τους ντόπιους και χρησιμοποιώντας τους χώρους και τα μεταφορικά μέσα των ντόπιων, θα βίωναν μια περιπέτεια η οποία θα τους επέτρεπε να ξεχάσουν τον δικό τους πολιτισμό για λίγο.

Παρομοίως οι Tuner και Ash (1975) αναφέρουν ότι οι χίπις ήταν αυτοί οι οποίοι ανακάλυψαν το Νεπάλ, οι οποίοι διατέλεσαν τους πράκτορες της τουριστικής εξέλιξης της περιοχής ενώ ο Cohen (1972) αποκάλυψε τους τουρίστες αυτού του είδους «drifter», αν ως περιηγητές «εξωκείλουν» κάπου και περιφέρονται ασκόπως, προσπαθώντας να αποφύγουν τις τυποποιημένους οδούς και τις καθιερωμένες τουριστικές εγκαταστάσεις και να ζήσουν όσο γίνεται περισσότερο με τον τρόπο των ντόπιων. Κατηγοριοποίησε στην συνέχεια διάφορους τύπους τουριστών ανάλογα με το αν στο ταξίδι αναζητούν γνωστές ή ξένες συγκινήσεις.

Οι Laarman & Durst (1987, έτσι όπως αναφέρονται στον Ανδριώτη, 2003) θεωρούν ότι ο εναλλακτικός τουρίστας διακρίνεται για την προτίμηση του σε παρθένους και ανέγγιχτους προορισμούς υποκινούμενος από μια τάση εξερεύνησης ο οποίος επιζητώντας την φυγή από την καθημερινότητα του και τον πολιτισμό, αναμιγνύεται με τον ντόπιο πληθυσμό. Είναι επίσης ενημερωμένος για τις λεπτομέρειες του ταξιδιού του καθώς συνήθως ταξιδεύει μόνος, ξοδεύει περισσότερα χρήματα και παραμένει περισσότερες μέρες από τον κλασικό τουρίστα.

Στην πορεία εμφανίσθηκε και ο όρος ειδικές μορφές τουρισμού ως εκείνες οι οποίες προσελκύουν τουρίστες με ειδικά κυρίαρχα κίνητρα και ενδιαφέροντα, ενώ υποστηρίζονται από την αντίστοιχη προσφορά των ανάλογων ειδικών υποδομών για την ικανοποίηση αυτών των κινήτρων (Read, 1980; Hall & Zappell, 1990). Το κυρίαρχο κίνητρο μπορεί να είναι για «κοινωνικό τουρισμό» (Frommer, 1988), «οικοτουρισμό» (Boo, 1990) ή «εκπαιδευτικό», «περιβαλλοντικό» ή γενικά «βιώσιμο αειφόρο τουρισμό» (Gonsalves, 1997; Richter, 1987; Kutay, 1989). Όμως όπως σημειώνουν οι Spilanis & Vayianni (2003) δεν μπορούν έννοιες όπως «ήπιος και πράσινος τουρισμός», να συγχέονται απαραίτητα με τον εναλλακτικό τουρισμό αφού αυτές αναφέρονται σε δραστηριότητες που ασκούν μειωμένη επίδραση στο φυσικό περιβάλλον του προορισμού ενώ ο εναλλακτικός τουρισμός πέρα από τις φιλοπεριβαλλοντικές διαστάσεις του, οφείλει να ασκεί και ευεργετικές επιδράσεις σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο της κοινωνίας υποδοχής. Αυτό το γεγονός επισημαίνουν και οι Eadington & Smith (1992: 3) υποστηρίζοντας ότι ο εναλλακτικός τουρισμός πρέπει να διακρίνεται για τις «θετικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ του πληθυσμού και των επισκεπτών που προκύπτουν από την ανάπτυξη μορφών τουρισμού οι οποίες σέβονται τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές αξίες της κοινότητας υποδοχής».

Συμβαίνει όμως πολύ συχνά οι αρχικοί εξερευνητές οι οποίοι ανακαλύπτουν μια περιοχή να ανοίγουν τον δρόμο για μεγαλύτερες μάζες τουριστών όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο Christaller (1963) στην θεωρία του για τον κύκλο ζωής ενός προορισμού, όπου τους αρχικούς ζωγράφους επισκέπτες μιας περιοχής, οι οποίοι έψαχναν ασυνήθιστα και ανέγγιχτα τοπία για να ζωγραφίσουν, διαδέχθηκαν οι άνθρωποι της πόλης καθιστώντας το μέρος περισσότερο δημοφιλές και τρέποντας τους αρχικούς περιηγητές στην αναζήτηση άλλων ξεχασμένων τοπίων και προορισμών. Έτσι ο αρχικός σκοπός της αειφορίας, δηλαδή η επίτευξη ισόρροπης και βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης τείνει να γίνεται σε ορισμένες περιπτώσεις άπιαστος στόχος καθώς κάποιες ελάχιστες προϋποθέσεις εκλείπουν.

## **2.2. Εξέλιξη του μαζικού τουρισμού και οι επιπτώσεις του**

Υπάρχει παγκόσμιο ενδιαφέρον για τη δυνατότητα του ταξιδιού και του τουρισμού ως σημαντικού παράγοντα που συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη, σε σχέση με την επένδυση, την αγορά εργασίας και την διακύμανση των πληρωμών. Υπάρχει επίσης αυξανόμενο ενδιαφέρον για την δυνατότητα περιβαλλοντολογικής και πολιτιστικής συνεισφοράς του τουρισμού στην κοινωνική και πολιτιστική ζωή των φιλοξενούντων κοινωνιών όπως επίσης στο δομημένο και στο φυσικό περιβάλλον (Middleton, 1997).



Η ανάπτυξη του τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα πραγματοποιήθηκε πάνω στο πρότυπο του ήλιου και της θάλασσας ή αλλιώς του μαζικού τουρισμού, λόγω του μεγάλου αριθμού τουριστών που προσέλκυε. Ο μαζικός τουρισμός είναι το είδος του τουρισμού στο οποίο ο επισκέπτης απολαμβάνει παθητικά αυτά που του προσφέρουν οι οργανωμένες διακοπές, με κύριο αντικείμενο τον ήλιο, τη θάλασσα και τις υπηρεσίες των ξενοδοχείων ή άλλων ειδικών εγκαταστάσεων (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2007). Εκφράζεται από τη διεθνή τουριστική «φιλοσοφία» με τα τέσσερα «S» - sun, sea, sand and service, δηλαδή ήλιος, θάλασσα, αμμουδιά και υπηρεσίες – με κριτήριο επιλογής του τουριστικού προορισμού το κλίμα και το χαμηλό κόστος ταξιδιού (Λογοθέτης, 1988).

Ο μαζικός τουρισμός προώθησε το τουριστικό προϊόν ως ένα προϊόν μαζικής κατανάλωσης μέσω τουριστικών πακέτων τα οποία προσπάθησαν να καλύψουν τις προτιμήσεις και τα ενδιαφέροντα της πλειονότητας των ενδιαφερομένων. Η αλματώδης ανάπτυξη του τουρισμού επηρεάστηκε άμεσα και ενισχύθηκε από μια σειρά παραγόντων, εκ των οποίων οι σημαντικότεροι είναι:

- Η κατάσταση διαρκούς ειρήνης που οδήγησε πολλές χώρες να αναπτύξουν και να διατηρήσουν την πολιτική και οικονομική σταθερότητά τους (Τσάρτας: 1996).
- Η ανάπτυξη και υιοθέτηση μέτρων και πολιτικών που ενδυνάμωσαν την έννοια του κοινωνικού κράτους και οδήγησαν στην αύξηση του ελεύθερου χρόνου του ατόμου (Τσάρτας: 1996).
- Η ανάπτυξη της τεχνολογίας σε όλους τους τομείς και ιδιαίτερα η βελτίωση των μαζικών μέσων μεταφοράς που οδήγησε στην εκμηδένιση των αποστάσεων (Ηγουμενάκης: 2000).
- Η μετατροπή του τουριστικού προϊόντος σε καταναλωτικό προϊόν που οδήγησε στην ανάπτυξη του ανταγωνισμού και την παροχή νέων βελτιωμένων αλλά και εξειδικευμένων υπηρεσιών. Μέσα από αυτή την εξέλιξη δημιουργήθηκαν μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί παγκοσμίου κλίμακας που προώθησαν και έκαναν το τουριστικό προϊόν σχεδόν καθημερινή ανάγκη (Βαρβαρέσος: 2000).

Οι θετικές επιπτώσεις που προέκυψαν λόγω της ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον είναι πολλές και επηρέασαν όχι μόνο τον απλό άνθρωπο αλλά και την τοπική κοινωνία και την οικονομία γενικότερα. Δημιουργήθηκαν νέες θέσεις εργασίας και νέες ευκαιρίες για την επαγγελματική αποκατάσταση των ντόπιων κατοίκων. Η αύξηση του εισοδήματος από την τουριστική δραστηριότητα, βελτίωσε τους όρους διαβίωσης και την ποιότητα ζωής των εμπλεκόμενων (Σκάγιαννης, 2004).

Σημαντική υπήρξε και η μεταβολή της κοινωνίας και του πολιτισμού σε αυτές τις περιοχές. Η προσέλευση τουριστών και το ενδιαφέρον τους για τα τοπικά ήθη και έθιμα, συνέβαλλε στην διατήρηση της πολιτισμικής

κληρονομιάς των τόπων προσέλκυσης ενώ ταυτόχρονα και οι ντόπιοι γνώρισαν τον πολιτισμό των τουριστών.

Ο μαζικός τουρισμός, όμως, επέφερε και μια σειρά από αρνητικές επιπτώσεις στους εκάστοτε τουριστικούς προορισμούς, αφού κύριο χαρακτηριστικό του αποτέλεσε η συγκέντρωση υποδομών και τουριστών στο χρόνο και το χώρο (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2000). Επιπλέον, παρουσιάστηκε με έναν επιθετικό χαρακτήρα απέναντι στους εγχώριους πλουτοπαραγωγικούς πόρους, αλλοιώνοντας το φυσικό και το δομημένο περιβάλλον, υποδαυλίζοντας τον ερωτισμό της τουριστικής διαδικασίας και προσβάλλοντας τα χρηστά ήθη των εγχώριων κοινωνιών (Ανδριώτης: 2005, Σχίζας: 1998).

Αποτέλεσμα όλων των παραπάνω ήταν η εμφάνιση μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων, η προσφορά φτωχής ποιότητας τουριστικών υπηρεσιών, η καταστροφή του φυσικού πλούτου και η μόλυνση του περιβάλλοντος από την υπερβολική συγκέντρωση ανθρώπινων δραστηριοτήτων για μικρό χρονικό διάστημα. Έτσι μεγάλο μέρος των προορισμών που βίωσαν και βιώνουν την παραπάνω πραγματικότητα έχουν φτάσει στο στάδιο του κορεσμού (Βαρβαρέσος, 1999). Άλλωστε τη στιγμή που άλλοι τομείς της οικονομίας δεν αναπτύσσονται αρμονικά και σε αναλογία με την ανάπτυξη του τουρισμού, δημιουργούνται προβλήματα στις προτεραιότητες των ατόμων και σύγκρουση συμφερόντων ανάμεσα στους εμπλεκόμενους φορείς.

Οι επιπτώσεις αυτές του μαζικού τουρισμού, λόγω της υπερεκμετάλλευσης των τουριστικών πόρων είναι ποικίλες και πολλαπλές με τις βασικότερες από αυτές να αφορούν την υποβάθμιση του φυσικού αλλά και του πολιτιστικού περιβάλλοντος, την μη ισόρροπη οικονομική ανάπτυξη, την αλλοτρίωση του πληθυσμού των τουριστικών προορισμών ενώ σε μερικούς από αυτούς ο μαζικός τουρισμός έχει αναπτυχθεί σε τέτοιο βαθμό που τις έχει οδηγήσει σε οικονομικό μαρασμό.

### **2.3. Αειφόρος ανάπτυξη**

Η ανάπτυξη του τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες βασίστηκε στο πρότυπο του μαζικού τουρισμού, ενώ οι αρνητικές επιπτώσεις του σε όλο το φάσμα της κοινωνικής, πολιτισμικής και περιβαλλοντολογικής δραστηριότητας της κοινωνίας οδήγησε στην αναζήτηση νέων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης. Σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2001) το ενδιαφέρον πολλών επενδυτών, φορέων ανάπτυξης και μελετητών εστιάζεται στην προώθηση ηπιότερων μορφών τουριστικής ανάπτυξης, δίνοντας περισσότερη έμφαση στην προστασία του περιβάλλοντος και του πολιτισμού, καθώς και στην ικανοποίηση των αναγκών του ντόπιου πληθυσμού.

Σήμερα όλο και πιο συχνά συζητείται το θέμα της αειφόρου ανάπτυξης στον τουρισμό. Η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη (Sustainable Tourism Development) ορίζεται ως «Ο τουρισμός που αναπτύσσεται και διατηρείται

εντός μιας περιοχής, κατά τέτοιον τρόπο και σε τέτοια κλίμακα, ώστε να παραμένει βιώσιμος για ένα απεριόριστο χρονικό διάστημα, χωρίς παράλληλα να υποβαθμίζει ή να αλλοιώνει το ανθρώπινο και φυσικό περιβάλλον με το οποίο αλληλεπιδρά, σε βαθμό που να εμποδίζει την επιτυχή ανάπτυξη και ευημερία άλλων δραστηριοτήτων και διαδικασιών» (Butler, 1993, σελ. 28).

Η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης καταφέρνει να δημιουργήσει μια διαφοροποιημένη προσέγγιση η οποία λαμβάνει υπόψη της όχι μόνο οικονομικές παραμέτρους, αλλά αξιολογεί και ενσωματώνει τόσο τους περιβαλλοντικούς, κοινωνικούς και πολιτιστικούς παράγοντες. Είναι μια διαδικασία τροποποίησης και αλλαγής που δίνει έμφαση στη διατήρηση των πόρων του τουριστικού προορισμού και στην ικανοποίηση των ανθρωπίνων αναγκών.

Ο αειφορικός τουρισμός σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2005), έχει ως στόχο την διατήρηση της ποιότητας των στοιχείων του περιβάλλοντος, την εξασφάλιση ποιοτικού χρόνου για τους τουρίστες την περίοδο της επίσκεψής τους σε έναν τόπο αλλά και την διασφάλιση ποιοτικών όρων για τη ζωή των κατοίκων του τουριστικού προορισμού. Δηλαδή μέσω αυτής της μορφής εξασφαλίζεται η βιωσιμότητα και η αρμονική συνύπαρξη όλων των παραγόντων μιας περιοχής χωρίς αυτός να υποστεί ζημιές άμεσες ή μελλοντικές εξαιτίας της τουριστικής ανάπτυξης.

Ο Τσάρτας (1996) αναφέρεται στην αειφορική ανάπτυξη ως μια διαδικασία η οποία φροντίζει για την προστασία του περιβάλλοντος, για την παράλληλη ανάπτυξη όλων των κλάδων της οικονομίας, για την ένταξη νέων και καινοτομικών αναπτυξιακών δράσεων έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η ανανέωση της παραγωγικής δομής μιας περιοχής, για την ενίσχυση της ενεργούς συμμετοχής των κατοίκων στις διαδικασίες της ανάπτυξης.

Υπάρχουν τρεις βασικές αρχές στις οποίες στηρίζεται η αειφόρος ανάπτυξη: η περιβαλλοντική, η οικονομική και η πολιτιστική (Ευθυμιάδης και συν, 2004).

Η περιβαλλοντική αειφορία αναφέρεται στην διαδικασία ανάπτυξης η οποία οφείλει να σέβεται και να διατηρεί άθικτους τους φυσικούς πόρους που υπάρχουν. Η φέρουσα ικανότητα μιας περιοχής είναι συγκεκριμένη και οι ενέργειες για ανάπτυξη θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους αυτό το στοιχείο, έτσι ώστε εκ των προτέρων να υπάρχει ο σχεδιασμός για την άριστη διαχείρισή τους (Σπιλάνης, 2000).

Όσον αφορά την οικονομική αειφορία, στόχος είναι να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα της χαμηλής παραγωγικότητας και της μειωμένης ανταγωνιστικότητας, έτσι ώστε να επιτευχθεί η ανάπτυξη του βιοτικού επιπέδου των ντόπιων κατοίκων και να δημιουργηθούν οι κατάλληλες συνθήκες εκμετάλλευσης των πλουτοπαραγωγικών πόρων σήμερα αλλά ταυτόχρονα να διασφαλιστεί και η μελλοντική τους ύπαρξη (Ευθυμιάδης και συν, 2004).

Τέλος, η πολιτιστική αειφορία διασφαλίζει την διατήρηση της παράδοσης και των στοιχείων του πολιτισμού των ντόπιων κατοίκων αλλά και την προώθηση αυτών των στοιχείων για την ενδυνάμωσή τους, έτσι ώστε να μην

αλλοτριώνεται ο χαρακτήρας και οι ιδιαίτερες συνήθειές τους. (Σουκούλης και Καλογεράκος, 2004).

Ο τουρισμός δεν είναι πλέον απλώς μια επιλογή για τον ελεύθερο χρόνο για τους λίγους αλλά ένα ουσιαστικό στοιχείο της σημερινής καθημερινής ζωής που συνεχώς και περισσότερο αναγνωρίζεται ως ένας από τους πρωταρχικούς οικονομικούς τρόπους ανάπτυξης μιας περιοχής. «Ο βιώσιμος τουρισμός αποτελεί μια εφαρμογή της έμφασης που δίνεται σήμερα στην αειφόρο ανάπτυξη, ενώ μια στρατηγική βιώσιμης ανάπτυξης πρέπει να συνδυάζει την αποτελεσματικότητα της οικονομίας, την κοινωνική ισότητα και δικαιοσύνη και την προστασία του περιβάλλοντος» (Κοκκώσης – Τσάρτας, 1999, σελ.131).

Σαν βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη προβάλλεται η ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού με κυρίαρχα τα στοιχεία και χαρακτηριστικά της αειφορικότητας. Είναι αναγκαία η εφαρμογή αρχών ισορροπίας και αειφορίας, έτσι ώστε να αποφευχθούν μελλοντικές χασοτικές καταστάσεις παρόμοιες με αυτές που αντιμετωπίζουν σήμερα πολλοί τουριστικοί προορισμοί λόγω της ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού. Η ανάπτυξη φιλικών ως προς το περιβάλλον εναλλακτικών μορφών τουρισμού, με στόχο την αειφορία, θεωρείται πλέον μια αναγκαία και επιβεβλημένη διαδικασία σχεδιασμού και διαχείρισης όχι μόνο των ήδη ανεπτυγμένων, αλλά κυρίως των υπό ανάπτυξη τουριστικών προορισμών.

#### **2.4. Η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού**

Η ανάλυση των επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού τόσο στο περιβάλλον όσο και στις τοπικές κοινωνίες σε οικονομικό και πολιτιστικό επίπεδο, έχουν οδηγήσει σε μια συζήτηση έτσι ώστε να επιτευχθεί τουριστική ανάπτυξη σε συνδυασμό με την προστασία του περιβάλλοντος και την διατήρηση των ιδιαίτερων πολιτισμικών χαρακτηριστικών του τουριστικού προορισμού. Στον αντίποδα του μαζικού τουρισμού τώρα προτείνονται οι μορφές του ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού. Ειδικός τουρισμός χαρακτηρίζεται η μορφή αυτή που απευθύνεται σε ορισμένη κατηγορία τουριστών, δεν είναι ιδιαίτερα μαζική και έχοντας ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό, λειτουργεί ως κίνητρο και γίνεται αναπόσπαστο στοιχείο κατά την παραμονή των τουριστών. Ο ειδικός τουρισμός δεν πρέπει να συγχέεται με τον εναλλακτικό, αφού η έννοιά του είναι ευρύτερη και περιλαμβάνει και τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (Βελισσαρίου, 2000).

Εναλλακτικός Τουρισμός είναι εκείνες οι μορφές τουριστικής δραστηριότητας που ξεφεύγουν από τις παραδοσιακές μορφές του τουρισμού αναψυχής και οι οποίες σχετίζονται με τα ιδιαίτερα φυσικά χαρακτηριστικά μιας περιοχής ενώ σε μερικές μορφές υπάρχει έντονο το στοιχείο της περιπέτειας (Καλδής και συν., 2001).

Συνέπεια αυτής της νέας τάσης είναι η εμφάνιση των νέων μορφών τουρισμού, οι λεγόμενες εναλλακτικές. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού θεωρούνται πρότυπο «ενεργητικών» διακοπών σε αντίθεση με το πρότυπο των «παθητικών» διακοπών που συνδέονται με το οργανωμένο ταξίδι του μαζικού τουρισμού. Με αυτό τον τρόπο τουρισμός και περιβάλλον βρίσκονται σε μια σχέση αλληλεξάρτησης αφού η ανάπτυξη του τουρισμού δεν μπορεί να υπάρξει χωρίς την ύπαρξη κάποιου ιδιαίτερου χαρακτηριστικού όσον αφορά το φυσικό περιβάλλον.

Μέσω του νέου προτύπου διακοπών ο τουρίστας αναζητά νέες εμπειρίες ενώ τα κίνητρά του είναι διαφοροποιημένα. Πλέον βρίσκεται σε διαρκή αναζήτηση νέων δραστηριοτήτων πιο ουσιαστικών, όπως να ζήσει και να βιώσει ενεργητικές διακοπές, να έρθει σε επαφή με την πραγματική ζωή των ντόπιων κατοίκων και να εκμεταλλευτεί όλους τους πόρους που του προσφέρονται στο τουριστικό προορισμό. Πρόκειται για ένα είδος ήπιας μορφής τουρισμού με έμφαση στον αθλητισμό, τη φυσική ζωή, το περιβάλλον, τις περιηγήσεις, τις πολιτικές δραστηριότητες, την τοπική παράδοση και την εκπαίδευση (Τσάρτας, 1996).

Σύμφωνα με τον Τσάρτα (1996) με τον εναλλακτικό τουρισμό δίνεται έμφαση στο «ταξίδι- νόημα» και στο «ταξίδι – ποιότητα» και όχι στο «ταξίδι – φυγή». Ο Ανδριώτης (2007) με την σειρά του ορίζει τον εναλλακτικό τουρισμό ως μια διαδικασία ανάπτυξης των τουριστικών προορισμών που προωθεί την ενεργητική μορφή των διακοπών.

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μετάβαση, ένα βήμα παραπέρα, από την απλή προσφορά προϊόντων. Δεν αποτελεί μόνο ένα άλλο μοντέλο, αλλά και κάτι παραπάνω. Το τουριστικό προϊόν, εξελίχθηκε, εμπλουτίστηκε και περιελάμβανε και υπηρεσίες για την καλύτερη και ποιοτικότερη αναψυχή των επισκεπτών. Ο εναλλακτικός τουρισμός προσδίδει μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία σε αυτές τις υπηρεσίες, αφού, προκειμένου να πραγματοποιηθούν οι δραστηριότητες που προϋποθέτει ο ίδιος ο εναλλακτικός τουρισμός, απαιτείται μια οργάνωση και ένας σχεδιασμός.

Οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού με τον σωστό σχεδιασμό και την σωστή εφαρμογή τους μπορούν να αποτελέσουν την λύση για την αντιμετώπιση της φτώχειας και της ανεργίας σε μακρινές και απομονωμένες περιοχές ενώ ταυτόχρονα αποτελεί το καλύτερο εργαλείο για την ενεργή συμμετοχή των ανθρώπων όσον αφορά την προστασία και διατήρηση του περιβάλλοντος. Επιπλέον, δίνουν ουσιαστικά κίνητρα για την ανάπτυξη των υποδομών ιδιαίτερα σε αγροτικές περιοχές αλλά ενεργοποιεί και τους ντόπιους κατοίκους να στραφούν σε δραστηριότητες και να δημιουργήσουν νέες, μικρές αγορές για την προώθηση των προϊόντων αυτών.

## 2.5. Εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα

Τα τελευταία χρόνια γίνεται μεγάλη συζήτηση για την προστασία του περιβάλλοντος. Αυτή η κατεύθυνση έχει οδηγήσει σε μια μεταστροφή της συνολικής ζήτησης του τουρισμού. Πλέον ο τουρίστας ενδιαφέρεται ενεργά τόσο για τη διατήρηση του φυσικού πλούτου μιας περιοχής, όσο και για ενεργητικές και ήπιες διακοπές. Το περιβάλλον, φυσικό και δομημένο, πρέπει να θεωρείται όχι πλέον ως πόρος για ανάπτυξη αλλά πόρος που πρέπει να αξιοποιηθεί κατάλληλα για να εξασφαλίσει την μακροχρόνια δυνατή απόδοση (Σπιλιάνης, 1995, σελ. 392-404). Έτσι, η τουριστική ζήτηση πλέον προσανατολίζεται στις νέες μορφές επιλεκτικού και εναλλακτικού τουρισμού.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Ελλάδα αναφέρονται κυρίως στον εσωτερικό τουρισμό, σε αντίθεση με τον μαζικό τουρισμό ο οποίος αναφέρεται κατά κύριο λόγο σε επισκέπτες από το εξωτερικό, οπότε στον εναλλακτικό τουρισμό το μέγεθος των ομάδων στόχου αλλά και της τουριστικής ζήτησης είναι περιορισμένο. Βέβαια, οι εναλλακτικές μορφές διακοπών παρουσιάζουν σταθερή άνοδο στη ζήτησή τους και ιδιαίτερα μορφές όπως ο ιαματικός, ο ορειβατικός, ο αγροτουρισμός και ο οικολογικός τουρισμός (Τσάρτας, 2003; Φωτιάδης, 2009). Σε κάθε περιοχή, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της υποδεικνύουν και την μορφή του εναλλακτικού τουρισμού που μπορεί να αναπτυχθεί.

Η Ελλάδα αποτελεί μια από τις ορεινότερες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το ποσοστό των ορεινών και ημιορεινών δήμων και κοινοτήτων της Ελλάδας φτάνει το 60.2% και η έκτασή τους αντιστοιχεί σε ποσοστό 70.6% της χώρας (Ε.Σ.Υ.Ε, 2001). Ταυτόχρονα το 19,1 % των χερσαίων εκτάσεων της Ελλάδας έχει ενταχθεί στο Ευρωπαϊκό δίκτυο προστατευόμενων περιοχών ΦΥΣΗ (NATURA) 2000. Η Ελλάδα διαθέτει όχι μόνο αξιόλογες φυσικές περιοχές και πλήθος ορεινών περιοχών, οι οποίες στο μεγαλύτερο τους βαθμό εμπεριέχουν αξιόλογο φυσικό πλούτο, αλλά και μοναδικά ιστορικά και θρησκευτικά μνημεία, ανεξάντλητη πολιτισμική και αρχιτεκτονική ιστορία, αμέτρητες παραδόσεις, ήθη και έθιμα που συνθέτουν προορισμούς με μοναδικά χαρακτηριστικά, που αξίζει κανείς να επισκεφτεί και να τα γνωρίσει.

Η προσπάθεια για ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ελλάδα ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του '80 με μια συντονισμένη προσπάθεια από την Πολιτεία και τους αρμόδιους κρατικούς φορείς (Κίζος & Ιωσηφίδης, 2007). Η προσπάθεια αυτή αναπτύχθηκε κατά κύριο λόγο ως λύση για την αντιμετώπιση των προβλημάτων, τόσο οικονομικών όσο και κοινωνικών, της ελληνικής περιφέρειας. Σκοπός ήταν να βρεθούν τα κατάλληλα μέτρα αντιμετώπισής τους για την ανάπτυξη των ορεινών και υποβαθμισμένων περιοχών. Το «Επιχειρηματικό Σχέδιο για τουρισμό και πολιτισμό 1995-1999», υπήρξε μια κυβερνητική πρωτοβουλία η οποία θέλησε με την εφαρμογή του να αναδείξει περιοχές με μεγάλο φυσικό πλούτο, οι οποίες μέχρι εκείνη τη χρονική περίοδο έμεναν ανεκμετάλλευτες.

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο υπήρξαν πολλές περιοχές στην Ελλάδα που βίωσαν τις ευεργετικές επιδράσεις από την εφαρμογή του εναλλακτικού τουρισμού. Η Μάνη μπόρεσε να αναδειχθεί σε έναν από τους πιο σημαντικούς ιστορικά διατηρητέους προορισμούς ενώ τα Ζαγοροχώρια βίωσαν ανάπτυξη λόγω της σύνδεσής τους με δραστηριότητες ορειβατικού τουρισμού. Η Αράχοβα έχει μετατραπεί σε έναν από τους πιο δημοφιλείς χειμερινούς προορισμούς καθώς το χιονοδρομικό κέντρο στον Παρνασσό, επιτρέπει στον επισκέπτη της Αράχοβας να βιώσει όμορφες εμπειρίες όσον αφορά τον χιονοδρομικό αλλά και τον φυσιολατρικό τουρισμό.

Στο Νυμφαίο της Φλώρινας, η περιοχή μπόρεσε να γνωρίσει ανάπτυξη μέσω της εφαρμογής δραστηριοτήτων που συνδυάζονται με τον οικοτουρισμό και τον φυσιολατρικό τουρισμό, όπου δίνεται στον επισκέπτη η δυνατότητα με την περιβαλλοντική οργάνωση «Αρκτούρος». Επιπλέον, στην χώρα μας υπάρχουν κάποιες περιοχές που έχουν χαρακτηριστεί ως Εθνικοί Δρυμοί και η ως προστατευόμενες περιοχές, όπως είναι: ο Εθνικός Δρυμός του Ολύμπου, της Βάλια Κάλντα, τα Μετέωρα και η λίμνη Ταυρωπού, οι Πρέσπες, το Νυμφαίο, το Πάϊκο, το δάσος της Δαδιάς, περιοχές με αστείρευτο φυσικό πλούτο και μαγευτικά τοπία. Σε αυτές τις περιοχές οι επισκέπτες μπορούν να δραστηριοποιηθούν στην πεζοπορία, την ποδηλασία, την αναρρίχηση.

Η ανάπτυξη γυναικείων συνεταιρισμών μικρής κλίμακας με μικρή επιχειρηματική δράση, όσον αφορά την παρασκευή και συσκευασία τοπικών, παραδοσιακών προϊόντων (Κουτσού, 2002), σε περιοχές όπως τη Δαδιά, τη λίμνη Πλαστήρα, την Πέτρα της Λέσβου, αποτελούν δράσεις ενίσχυσης δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού, όσον αφορά την προώθηση του τοπικού και παραδοσιακού χαρακτήρα μιας περιοχής. Αντίστοιχες προσπάθειες έχουν γίνει στις Πρέσπες, αλλά και στην Μυτιλήνη για την ανάπτυξη και προώθηση προϊόντων βιολογικής καλλιέργειας.

Παρόλα αυτά, στη σύγχρονη Ελλάδα ακόμα, το πλαίσιο θεσμών και όρων που σχετίζονται με τον τουρισμό φέρει τα χαρακτηριστικά του μοντέλου του μαζικού τουρισμού, χωρίς να έχουν διαχωριστεί με σαφήνεια έννοιες και όροι των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης σε άμεση συνεργασία με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού πραγματοποίησαν σημαντικές προσπάθειες προβολής του εναλλακτικού τουρισμού. Όπως μάλιστα δήλωσε ο υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης τον Μάρτιο του 2008 «ο απεγκλωβισμός από το στερεότυπο ήλιος-θάλασσα, η πολυμορφία των δυνατοτήτων και της προσφοράς εναλλακτικών μορφών τουρισμού, σε συνδυασμό με την αύξηση της ποιότητας, αποτελεί τη γραμμή πλεύσης του ελληνικού τουρισμού, που με το κεντρικό σλόγκαν «The True Experience» (Η αληθινή εμπειρία) ανταποκρίνεται στο ζητούμενο του σύγχρονου ταξιδιώτη να αποκομίσει εμπειρίες διαφορετικές από την καθημερινότητά του, είτε αυτό σημαίνει ήλιο και θάλασσα, είτε νυχτερινή ζωή, είτε περιήγηση στη φύση, είτε γαστρονομική απόλαυση, είτε

καταδύσεις...» (Αβραμόπουλος, 2008). Παράλληλα τον καιρό αυτό, η διαφημιστική καμπάνια του Ε.Ο.Τ. με το σλόγκαν «Μένουμε Ελλάδα», αποτελεί άλλη μια δυναμική κρατική προσπάθεια για την ενίσχυση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Αλλά και στην πράξη, η κρατική καθημερινή εκπομπή σε συνεργασία με τον Ε.Ο.Τ. «Μένουμε Ελλάδα» αποτελεί μια πολύ σημαντική πηγή πληροφόρησης και ενημέρωσης του κοινού και για τις ορεινές περιοχές της Ελλάδας και για εναλλακτικές δραστηριότητες στη φύση.

Παρόλα αυτά, το υπόλοιπο πλαίσιο για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού δείχνει να μην είναι συντονισμένο, ούτε οργανωμένο ούτε καν σχεδιασμένο. Τα τρέχοντα προγράμματα «τουρισμός για όλους» και τα «προγράμματα τρίτης ηλικίας» δεν δίνουν κανένα κίνητρο για επιλογή των ορεινών περιοχών ως προορισμούς ή προγράμματα χειμερινού τουρισμού, αλλά και ούτε καν κίνητρα για μείωση της εποχικότητας.

Από το Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων μια μεμονωμένη προσπάθεια, προς την κατεύθυνση ενίσχυσης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, του ορεινού και εν μέρη του οικοτουρισμού αποτελεί το «Πρόγραμμα Ανοικτών Περιβαλλοντικών Τάξεων Καλλιστώ» το οποίο αφορά στην οργανωμένη επίσκεψη τριήμερης έως και πενήμερης διάρκειας ομάδων μαθητών σχολικής μονάδας Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης μαζί με τους συνοδούς εκπαιδευτικούς, σε περιοχή ιδιαίτερου περιβαλλοντικού και οικολογικού ενδιαφέροντος. Στο πρόγραμμα αυτό εγκρίθηκαν για το έτος 2007-2008 να πραγματοποιηθούν 722 σχολικές εκδρομές, κυρίως σε ορεινούς προορισμούς.

Το Υ.Π.Ε.ΧΩ.Δ.Ε πάντως πολύ πρόσφατα, έμμεσα αναγνώρισε την αδυναμία του να οργανώσει και να εφαρμόσει μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος, με την εξαγγελία της ίδρυσης αυτόνομου Υπουργείου Περιβάλλοντος, το τέλος του 2009, χωρίς όμως να υπάρχει κάποιος συγκεκριμένος σχεδιασμός πίσω από αυτή την εξαγγελία. Το ίδιο το Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον Τουρισμό (ΕΧΠΤ) περιλαμβάνει στοιχεία για τον τουρισμό σε προστατευόμενες περιοχές, σε παραδοσιακούς οικισμούς, για πολιτισμικό τουρισμό, που εμπεριέχουν εν μέρη κάποιες γενικές κατευθύνσεις. Όμως, ως συνολική εικόνα, δεν παύει να προωθεί την μονοκαλλιέργεια του τουρισμού και το μοντέλο του μαζικού τουρισμού, ελαχιστοποιώντας με αυτόν τον τρόπο τις δυνατότητες και τις προσδοκίες του περισσότερο ποιοτικού και φιλοπεριβαλλοντικού τουρισμού. Επίσης, δεν βάζει σαφή όρια σε περιοχές κορεσμένες τουριστικά παρά προτείνει ακόμα και εκεί την δημιουργία νέων ποιοτικών υποδομών, αντί να απαιτήσει μόνο τον εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων εγκαταστάσεων και την αναβάθμιση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών. Τέλος, δεν τοποθετεί πουθενά τον παράγοντα της βούλησης, των αποφάσεων και των κατευθύνσεων που θέλει ο τοπικός πληθυσμός για το μέλλον της περιοχής του, το οποίο μπορεί να διαφέρει ριζικά από το τουριστικό μοντέλο.



## **2.6.Ο εναλλακτικός τουρίστας**

Ο εναλλακτικός τουρίστας δεν μπορεί να θεωρηθεί «πελάτης» ή «καταναλωτής», αφού διαφέρει από τα καθιερωμένα πρότυπα του φθηνού μαζικού τουρισμού, ενώ είναι γεγονός ότι ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει μια εναλλαγή από τον καθιερωμένο τρόπο ζωής.

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα που αναφέρει ο Cohen (1973, 1979) σχετικά με τους νεαρούς ταξιδιώτες του παρελθόντος που δεν αποδέχονταν για τον εαυτό τους τον όρο του τουρίστα, αλλά αυτοαποκαλούνταν «ταξιδευτές» και «κοσμογυρισμένοι», που ταξιδεύουν με σκοπό την αναζήτηση του αυθεντικού, ενώ όλοι οι άλλοι τους αποκαλούσαν άσκοπα περιφερόμενους, χίπις, τουρίστες του σακιδίου, κ.λπ.. Οι εναλλακτικοί τουρίστες αποτελούν ένα τμήμα της αγοράς με διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά στα κίνητρα που τους ωθούν, σε τουριστική μετακίνηση, στις δραστηριότητές τους κατά την διάρκεια των διακοπών τους κ.λπ.. Οι διαφορές των εναλλακτικών τουριστών από όλα σχεδόν τα άλλα είδη τουρισμού τείνει να τους απομονώσει σε ευδιάκριτες κατηγορίες που η κάθε μία απ' αυτές παρουσιάζει τις δικές της ιδιαιτερότητες.

Σύμφωνα με τους Laarman & Durst (1987) ο εναλλακτικός τουρίστας έχει τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Προσπαθεί να επισκέπτεται ιδιόμορφους και ιδιαίτερους προορισμούς.
- Διεγείρεται από αίσθημα της περιήγησης.
- Προσπαθεί να αποφύγει τον πολιτισμό για κάποιο χρονικό διάστημα.
- Προσπαθεί να δημιουργήσει κανάλια επικοινωνίας με τον ντόπιο πληθυσμό.
- Δεν επιζητάει την ύπαρξη τουριστικής υποδομής.
- Συλλέγει περισσότερες πληροφορίες πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του.
- Ταξιδεύει μόνος του ή σε μικρές ομάδες.
- Είναι καλά εκπαιδευμένος.
- Έχει περισσότερα έσοδα από το μέσο όρο.
- Τείνει να παραμένει σε μια χώρα για περισσότερες μέρες από τον παραδοσιακό τουρίστα.

## **2.7.Μορφές εναλλακτικού τουρισμού**

Οι εναλλακτικές μορφές χρησιμοποιούνται στο πλαίσιο ενός προγραμματισμού που έχει δύο στόχους: αφενός την προσφορά εξειδικευμένων υπηρεσιών που καλύπτουν τη ζήτηση ειδικών ομάδων τουριστών και αφετέρου την συγκρότηση ενός πρότυπου ανάπτυξης, που θα βελτιώσει την προϋπάρχουσα κατάσταση, όπως στις περιοχές με οργανωμένο τουρισμό,

διαμορφώνοντας μια νέα παραγωγική δομή στον τουριστικό τομέα, όπου θα επικρατούν οι εναλλακτικές μορφές κατά ομάδες ή πλέγματα (Τσάρτας, 2000). Ο εναλλακτικός τουρισμός σύμφωνα με τον Τσάρτα (1996), μπορεί να κατηγοριοποιηθεί στις παρακάτω μορφές: Θεραπευτικός Τουρισμός, Συνεδριακός Τουρισμός, Θαλάσσιος Τουρισμός, Οικοτουρισμός, Ορεινός Τουρισμός, Τουρισμός Περιπέτειας, Χειμερινός Τουρισμός, Πολιτιστικός Τουρισμός, Αθλητικός Τουρισμός, Αγροτουρισμός. Έτσι, σε αυτές τις μορφές διαμορφώνονται ειδικά κίνητρα και εξειδικευμένα θέματα που σχετίζονται με τη θεραπεία, τις επαγγελματικές δραστηριότητες όπως είναι συνέδρια, ημερίδες κτλ., τη θάλασσα, τον οικοτουρισμό, τα ταξίδια περιπέτειας, τον αθλητισμό, το περιβάλλον, την τοπική παράδοση.

### **2.7.1.Θεραπευτικός τουρισμός**

Ο Θεραπευτικός Τουρισμός είναι ο τουρισμός κατά την διάρκεια του οποίου οι τουρίστες συμμετέχουν σε προγράμματα υγείας ή σε προγράμματα που σχετίζονται με την υγεία και την θεραπεία (Κούδουμα, 2003). Είναι μία επιλεκτική μορφή τουρισμού με σημαντικά οικονομικά πλεονεκτήματα. Είναι η μορφή τουρισμού που υφίσταται τις λιγότερες αρνητικές επιδράσεις από τυχόν δυσμενείς συγκυρίες και μπορεί να δώσει δωδεκάμηνη τουριστική περίοδο.

Τα πακέτα διακοπών προορισμού σε αυτά τα κέντρα συνδυάζονται τις περισσότερες φορές και με προσφορά άλλων τουριστικών υπηρεσιών αναψυχής, αναζωογόνησης, σπορ (όπως σκι, ιστιοπλοΐα, ιππασία, τένις, κλπ.) και πολιτιστικών δραστηριοτήτων της υψηλής κοινωνικής ζωής (όπως κινηματογράφο, θέατρο, φεστιβάλ μουσικής κλπ.), γιατί απευθύνονται όχι μόνο σε ασθενείς αλλά και στους συνοδούς των ασθενών, καθώς και σε άλλους επισκέπτες συνήθως ανωτέρου εισοδηματικού επιπέδου (Σφακιανάκης, 2000).

Επομένως η αναγκαστική παραμονή των επισκεπτών για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα στα κέντρα του τουρισμού υγείας απαιτεί να δημιουργηθεί όχι μόνο η κατάλληλη ατμόσφαιρα για την χαλάρωση και την αναζωογόνηση του οργανισμού αλλά και η δημιουργία και άλλων δραστηριοτήτων και τόπων έλξης των τουριστών που θα τους απασχολούν κατά τις ελεύθερες ώρες (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης και Λύτρας, 1998).

Έτσι δημιουργούνται συγκροτήματα που διαθέτουν όλη τη γενική και ειδική υποδομή και το κατάλληλο περιβάλλον που απαιτείται για τον τουρισμό μακράς παραμονής όπως πάρκα πρασίνου, κήποι, ποταμοί, λίμνες, κλινικές, κέντρα θεραπείας, κατάλληλος εξοπλισμός, ειδικευμένοι γιατροί, στέγαση σχετική με τη θεραπεία, ελεγχόμενη δίαιτα κλπ. που βοηθά στην αποτελεσματικότητα της συγκεκριμένης θεραπείας (Κούδουμα, 2003).

Η σημαντική αύξηση στη ζήτηση των προϊόντων που προσφέρονται στα κέντρα του τουρισμού υγείας που παρατηρήθηκε τελευταία, αποδίδεται στη

στροφή των ατόμων προς τις παραδοσιακές μεθόδους θεραπείας αλλά και την αυξανόμενη έμφαση που δίδεται από πολλούς στην κατ' επανάληψη επανάκαμψη του οργανισμού που επιτυγχάνεται με την σωματική άσκηση και δοκιμασία και τις ειδικές θεραπείες που ακολουθούνται σε καθαρό και υγιεινό περιβάλλον ενός κέντρου τουρισμού υγείας (Σφακιανάκης, 2000).

Αυτό είχε ως αποτέλεσμα ο κλάδος του τουρισμού υγείας να προσελκύσει αρκετές επενδύσεις και σημαντικά κεφάλαια του ιδιωτικού τομέα για την επέκταση και τον εκσυγχρονισμό των κέντρων αυτών, ώστε να προσαρμοστούν στις σύγχρονες απαιτήσεις του τουρισμού υψηλών προδιαγραφών όπως χαρακτηρίζεται ο τομέας αυτός.

### **2.7.2.Συνεδριακός τουρισμός**

Τα τελευταία χρόνια, σε παγκόσμιο επίπεδο, η συνεδριακή δραστηριότητα αναπτύσσεται με αρκετά υψηλούς ρυθμούς. Οι κυριότερες πηγές ζήτησης συνεδριακών υπηρεσιών είναι δύο: τα διάφορα είδη οργανώσεων επιστημονικών, επαγγελματικών, εκπαιδευτικών από τη μια μεριά (association market), που καλύπτουν περισσότερο από το ήμισυ της συνολικής κίνησης και οι μεγάλες κυρίως επιχειρήσεις (corporate market) από την άλλη, που καλύπτουν μεν μικρότερο μέρος της κίνησης σε αριθμούς αλλά αρκετά μεγαλύτερο μέρος του οικονομικού αντικειμένου, λόγω υψηλότερης κατά κεφαλήν δαπάνης. Ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει γενικά μικρότερο βαθμό εποχικότητας από το τουρισμό συνολικά καθώς και εποχική συμπληρωματικότητα με τη μεγάλη μάζα του γενικού τουρισμού (Dower, 2002).

Η συμμετοχή σε συνέδριο τείνει να δημιουργήσει πρόσθετη ζήτηση γενικών τουριστικών υπηρεσιών στη χώρα προορισμού, με τρόπους όπως, η επιμήκυνση της διαμονής του συνέδρου, η ταυτόχρονη επίσκεψη από συνοδούς του συνέδρου, όπως είναι η σύζυγος και τα παιδιά, για σκοπούς γενικού τουρισμού (Chacko & Fenich, 2000).

Οι χώροι που προσφέρονται για συνεδριακούς σκοπούς εξυπηρετούν κατά κανόνα και άλλους σκοπούς και χρησιμοποιούνται συχνά και για πολλά άλλα είδη εκδηλώσεων όπως είναι εορταστικές εκδηλώσεις, παραστάσεις, διαλέξεις, παρουσιάσεις. Από την πλευρά της προσφοράς, στενότητες παρουσιάζονται μόνο στις μεγάλης χωρητικότητας σύγχρονες εγκαταστάσεις ενώ άλλες αδυναμίες εντοπίζονται κυρίως στην ποιότητα της ειδικής υποδομής που είναι απαραίτητη για τη σωστή διεξαγωγή των συνεδρίων αλλά και στην ποιότητα των υπηρεσιών.

Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα λόγω της ιδιαίτερης φύσης του. Σε αντίθεση με άλλες μορφές τουρισμού καταφέρνει να προσελκύσει επισκέπτες υψηλού εισοδηματικού και πολιτιστικού επιπέδου. Επιπλέον ο συνεδριακός τουρισμός καταφέρνει να επιμηκύνει την τουριστική

περίοδο και επιτυγχάνει την εξάλειψη της εποχικότητας. Τέλος σημαντικό πλεονέκτημα αποτελεί το έσοδο το οποίο προκύπτει από τη μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη η οποία και είναι αρκετά μεγαλύτερη από το μέσο επισκέπτη σε οποιαδήποτε άλλη μορφή τουρισμού, αυξάνοντας έτσι το οικονομικό όφελος (Dwyer, 2002).

Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να μην αναμένεται να επηρεάσει εντυπωσιακά την συνολική τουριστική κίνηση, όμως λόγω της ομαλότερης εποχικής του κατανομής σε σύγκριση με το γενικό τουρισμό και της εποχικής συμπληρωματικότητας της συνεδριακής κίνησης με τη συνολική τουριστική κίνηση, ο σχετικά μικρός αριθμός πρόσθετων επισκεπτών μπορεί να αυξήσει την πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων που επωφελούνται από τη συνεδριακή κίνηση. Έτσι επιτυγχάνεται βελτίωση τόσο της πληρότητας, όσο και των οικονομικών αποτελεσμάτων για όλους τους εμπλεκόμενους φορείς.

### **2.7.3.Θαλάσσιος τουρισμός**

Με τον όρο θαλάσσιο τουρισμό σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη (2000), ορίζεται η τουριστική μορφή η οποία περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες και την παροχή υπηρεσιών οι οποίες σχετίζονται με τον θαλάσσιο χώρο. Ο θαλάσσιος τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί σε περιοχές και χώρες όπου υπάρχουν οι κατάλληλοι φυσικοί πόροι. Πέρα από αυτή την προϋπόθεση είναι αναγκαίο να αναπτυχθούν οι κατάλληλες υποδομές μέσω των οποίων θα μπορούν να υλοποιηθούν οι δραστηριότητες αυτές.

Είναι μια μορφή τουρισμού που απευθύνεται σε συγκεκριμένους τουρίστες με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και κατά κύριο λόγο σε άτομα με υψηλό εισόδημα ενώ ταυτόχρονα απαιτεί πολλή καλή οργάνωση και σχεδιασμό για την υλοποίηση των κατάλληλων υποδομών, όπως είναι η κατασκευή σύγχρονων μαρίνων για τον ανεφοδιασμό, τον ελλιμενισμό και γενικά την εξυπηρέτηση των σκαφών αναψυχής αλλά και την συμπλήρωση ή ανανέωση του στόλου (Βελισσαρίου, 2000).

Οι προσφερόμενες υπηρεσίες θαλάσσιου τουρισμού περιλαμβάνουν τόσο τις κρουαζιέρες, τις περιηγήσεις με σκάφη, τα ταξίδια με πλοία αλλά και τις αθλητικές δραστηριότητες όπως το θαλάσσιο σκί, η ιστιοσανίδα, οι καταδύσεις.

### **2.7.4.Οικοτουρισμός**

Οικοτουρισμός είναι τουρισμός στη φύση που συμβάλλει στην προστασία της, διοχετεύοντας οικονομικούς πόρους στις προστατευόμενες περιοχές, δημιουργώντας θέσεις εργασίας για τις τοπικές κοινωνίες και προσφέροντας περιβαλλοντική εκπαίδευση (Boo, 1991). Λόγω του «νεαρού» της ηλικίας αλλά και της φύσης του δεν έχει ακόμη διαμορφωθεί ένας κοινά αποδεκτός ορισμός,

σε αντίθεση με τα γενικά χαρακτηριστικά του, τα οποία θα μπορούσαν να συνοψιστούν στα εξής (Lienberg, Furze, Staff, Black 1997):

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

Ο οικοτουρισμός αποτελεί με την ανάπτυξη του παράγοντα που προσφέρει οικονομικά οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες, τους οργανισμούς και τους φορείς διαχείρισης φυσικών περιοχών που αποσκοπούν στη διατήρηση και προστασία αυτών. Επιπλέον, παρέχει εναλλακτική απασχόληση και ευκαιρίες εισοδήματος για τις τοπικές κοινότητες ενώ με την εφαρμογή του αυξάνεται η ευαισθησία των ντόπιων κατοίκων αλλά και των τουριστών για τη διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών στοιχείων ενός τόπου (Κομίλης 2001).

Επομένως ο οικοτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται και διαχειρίζεται με τέτοιο τρόπο ώστε όλη η τουριστική δραστηριότητα - η οποία επικεντρώνεται κατά κάποιο τρόπο σε ένα πόρο φυσικής ή πολιτισμικής κληρονομιάς - να μπορεί να συνεχιστεί και στο μέλλον. Αναζητεί και στηρίζει διαχρονικά την ποιότητα, την ποσότητα και την παραγωγικότητα των συστημάτων των ανθρωπίνων και φυσικών πόρων, ενώ ταυτόχρονα σέβεται και διευκολύνει τις δυναμικές τέτοιων συστημάτων (Lindberg, 1996). Η αειφορικότητα, που εμπεριέχεται στον οικοτουρισμό, υποδηλώνει τη συνύπαρξη ανάμεσα στην ανθρώπινη και στην περιβάλλουσα φύση κατά τη διάρκεια της μετακίνησης και συνιστά μια υπέρβαση των κυρίαρχων μορφών ταξιδιωτικής αναψυχής (Wood, 1993). Αυτή η μορφή εναλλακτικού τουρισμού θα αναλυθεί εκ βάθους στα επόμενα κεφάλαια.

### **2.7.5. Τουρισμός περιπέτειας**

Ο τουρισμός περιπέτειας είναι το σύνολο εκείνων των δραστηριοτήτων που χαρακτηρίζονται από έντονο το στοιχείο της περιπέτειας και στηρίζεται στον ιδιαίτερο χαρακτήρα του φυσικού περιβάλλοντος στο οποίο πραγματοποιείται και λαμβάνει χώρα σε ορεινές κυρίως περιοχές (Γκούβης και συν., 2001). Υπάρχουν δύο κατηγορίες στις οποίες μπορεί κανείς να διαχωρίσει τον τουρισμό περιπέτειας: τον ήπιο και τον ακραίο. Ο ήπιος τουρισμός περιπέτειας μπορεί να προσφερθεί σε οποιονδήποτε αφού δεν απαιτεί ιδιαίτερες δεξιότητες ή ικανότητες. Στην ακραία του μορφή, απευθύνεται σε πιο συγκεκριμένο κοινό το οποίο πρέπει να διαθέτει την κατάλληλη φυσική κατάσταση αλλά και την

εμπειρία για να ανταπεξέλθει με επιτυχία στις δραστηριότητες που εμπεριέχουν κίνδυνο (Βελισσαρίου, 2000).

Οι δραστηριότητες που συγκαταλέγονται στον τουρισμό περιπέτειας είναι οι ακόλουθες (Γκούβης και συν., 2001):

1. **Πεζοπορία (trekking)** μέσα σε μονοπάτια και διαδρομές στο βουνό με συνοδεία επαγγελματιών οδηγών βουνού. Επιπλέον, υπάρχει και η πεζοπορία στις όχθες και σε ορισμένα σημεία μέσα στα ποτάμια. Οι πεζοπορίες αυτές πραγματοποιούνται τους καλοκαιρινούς μήνες.
2. **Πλεύση σε ποταμό με σχεδία (rafting)** είναι η κατάβαση ποταμού με φουσκωτές βάρκες. Το πλήρωμα αποτελείται από 6-8 κωπηλάτες και έναν επαγγελματία οδηγό ποταμού.
3. **Αναρρίχηση** είναι η ανάβαση σε βράχους και αναρριχητικά πεδία με καθοδήγηση έμπειρων συνοδών.
4. **Ποδήλατο στο βουνό (mountain bike)** είναι η ποδηλασία σε δασικές διαδρομές, με ποδήλατα 28 ταχυτήτων με δισκόφρενα και πλήρη ανάρτηση με συνοδεία επαγγελματία οδηγού.
5. **Ορειβασία** είναι η ανάβαση, διάσχιση και κατάβαση οποιουδήποτε βουνού προς την κορυφή του. Χρειάζεται ιδιαίτερη εξάσκηση και φυσική κατάσταση.
6. **Εξερεύνηση των σπηλαίων** είναι η ξενάγηση και η εξερεύνηση σπηλαίων υπό την καθοδήγηση έμπειρων ειδικών. Η κατάλληλη φυσική εξάσκηση και τεχνική όπως και ο απαιτούμενος εξοπλισμός είναι απαραίτητα στοιχεία.

### 2.7.6. Χειμερινός τουρισμός

Ο χειμερινός τουρισμός όπως φανερώνει και το όνομά του, αναφέρεται σε δραστηριότητες οι οποίες πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Είναι οι τουριστικές δραστηριότητες αυτές που συμβαίνουν κατά κύριο λόγο σε ορεινές περιοχές σε συνδυασμό με την απαραίτητη ύπαρξη χιονιού. Έτσι αυτή η εξειδικευμένη μορφή τουρισμού, αναφέρεται αποκλειστικά στην ψυχαγωγία και αναψυχή που προσφέρουν τα χειμερινά σπορ και κατά κύριο λόγο το σκι (Σφακιανάκης, 2000).

Η ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού είναι η ιδανική λύση για τις χώρες όπου υπάρχουν οι απαιτούμενες κλιματολογικές συνθήκες έτσι ώστε να προσελκύσουν τουρίστες τους χειμωνιάτικους μήνες οι οποίοι παραδοσιακά αποτελούν περίοδο φτώχης τουριστικής κίνησης (Γκούβης και συν., 2001). Οι ενδιαφερόμενοι είναι κατά κύριο λόγο άνθρωποι υψηλής εισοδηματικής τάξης και αποτελούν ιδιαίτερη ομάδα τουριστών. Άρα, ο χειμερινός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει σημαντικό μέσο ανάπτυξης και να αποδώσει σημαντικά οικονομικά οφέλη στους τόπους προορισμού.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο χειμερινός τουρισμός είναι ικανός να τονώσει την τουριστική κίνηση όχι μόνο στους τόπους όπου υπάρχουν οι υποδομές για την διεξαγωγή των χειμερινών σπορ αλλά και σε άλλους κοντινούς προορισμούς,

τους οποίους θα επισκεφθούν κατά την διάρκεια της παραμονής τους τόσο οι τουρίστες που ασχολούνται με τα χειμερινά σπορ όσο και η συντροφιά τους.

### **2.7.7. Πολιτιστικός τουρισμός**

Πολιτιστικός τουρισμός είναι ο τουρισμός επιτρέπει στον τουρίστα να γνωρίσει και να βιώσει τον πολιτισμό του τόπου που επισκέπτεται. Αυτή η δραστηριότητα περιλαμβάνει την γνωριμία του με τα ήθη και τα έθιμα, τις παραδόσεις, την ιδιαίτερη λαογραφική τέχνη ακόμα και με τις ιδιαίτερες εμπειρίες γεύσης που του προσφέρονται (Richards and Wilson, 2006). Ο ίδιος ο τουρίστας συμμετέχει ενεργά στην καθημερινότητα των ντόπιων κατοίκων έτσι ώστε να έρθει πιο κοντά στην αυθεντικότητα και την ειλικρίνειά τους.

Σημαντικό κομμάτι αυτής της ιδιαίτερης μορφής αποτελεί η ύπαρξη μνημείων, μουσείων, πολιτιστικών κέντρων, παραδοσιακών οικισμών, αντικειμένων τέχνης, φεστιβάλ, πολιτιστικών εκδηλώσεων. Είναι σαφές ότι η ιστορική κληρονομιά και η πολιτιστική παράδοση που μπορεί να παρουσιάσει κάθε προορισμός αποτελεί σημαντικό κίνητρο προσέλκυσης τουριστών πολιτιστικού ενδιαφέροντος.

Ο Ηγουμενάκης (2000) αναφέρει ότι στον πολιτιστικό τουρισμό συγκαταλέγεται και ο θρησκευτικός τουρισμός. Είναι μια μορφή πολιτιστικού τουρισμού που αφορά μια διαφοροποιημένη ομάδα τουριστών που κάνουν ταξίδια είτε στην χώρα διαμονής τους είτε σε άλλες χώρες είτε για λόγους λατρείας είτε για να συμμετάσχουν σε κάποια θρησκευτική εκδήλωση. Ο θρησκευτικός τουρισμός δεν έχει συγκεκριμένη περίοδο που δραστηριοποιείται αλλά ταυτίζεται με το θρησκευτικό εορτολόγιο, δεν χαρακτηρίζεται από μεγάλη διάρκεια και αποτελεί ιδανική μορφή τουρισμού για να συνδυαστεί και να βοηθήσει την ανάπτυξη και άλλων μορφών (Τσάρτας, 1996).

### **2.7.8. Αγροτουρισμός**

Ο αγροτικός τουρισμός ή αγροτουρισμός, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, αναφέρεται στις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στο πλαίσιο του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής. Συγκεκριμένα αναφέρεται σε μορφές τουριστικών δραστηριοτήτων που εντάσσονται οργανικά και αρμονικά στον αγροτικό χώρο και περιλαμβάνει διάφορες τουριστικές δραστηριότητες που είναι συμπληρωματικές ή δεν έρχονται σε σύγκρουση με άλλες δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα οικονομικές και κοινωνικές, που χαρακτηρίζουν τον αγροτικό χώρο.

Σύμφωνα με την διεθνή πρακτική και εμπειρία, ο αγροτικός τουρισμός διακρίνεται σε δύο βασικές μορφές και συγκεκριμένα:

α) Σε εκείνη που καλύπτει υποδοχή και φιλοξενία τουριστών σε αγροκτήματα, όπου οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στην ζωή των αγροτών και στις αγροτικές δραστηριότητες γενικότερα. Η μορφή αυτή αγροτικού τουρισμού είναι ευρύτερα γνωστή σαν διακοπές αγροικιών.

β) Σε εκείνη που αφορά την δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και ενοικιαζομένων δωματίων σε εξωαστικούς μικροσυνοικισμούς.

Όσο αφορά την ανάπτυξη του αγροτουρισμού απαραίτητες προϋποθέσεις είναι η δημιουργία της κατάλληλης εκείνης υποδομής όπως η διάνοιξη δρόμων ή βελτίωση του ήδη υφισταμένου οδικού δικτύου, η δημιουργία χώρων εστίασης και αναψυχής στον αγροτικό χώρο, η αξιοποίηση των τουριστικών φυσικών πόρων της περιοχής κ.λπ.. Όμως αυτή η μορφή τουρισμού θα αναλυθεί εκτενέστερα περαιτέρω.

### **2.7.9.Αθλητικός τουρισμός**

Ο Αθλητισμός από την φύση του θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ένα μέσο κοινωνικής ανάπτυξης, αλλά ο Αθλητικός Τουρισμός είναι εκείνος ο οποίος συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής στην οποία αναπτύσσεται (Γκιόσος, Παπαδημητρίου, Συναδινός, 2000). Τουρισμός και αθλητισμός στη διάρκεια των τελευταίων πενήντα χρόνων ακολουθούν μια παράλληλη πορεία ανάπτυξης, αποτελώντας ταυτόχρονα και τους δυο μαζικότερους κοινωνικούς θεσμούς της διεθνούς κοινότητας. Πρόκειται για μια αναπτυξιακή πορεία της οποίας το εύρος πρόκειται να ενταθεί ακόμη περισσότερο στη δεκαετία που μόλις ξεκίνησε, αλλά και στις επερχόμενες δεκαετίες (Λύτρας, 2002). Με τον όρο “αθλητικός τουρισμός” εννοούνται όλες οι μορφές ενεργητικής ή παθητικής ανάμιξης σε αθλητικές δραστηριότητες, όπου η συμμετοχή είναι τυχαία ή οργανωμένη και γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους, με προϋπόθεση τη μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας (Getz, 1994).

Ειδικότερα ο Αθλητικός Τουρισμός είναι μια μορφή επαναλαμβανόμενου ποιοτικού τουρισμού και αποτελεί μια κερδοφόρα επιχείρηση πολλών δισεκατομμυρίων ευρώ η οποία προσφέρει πολλές ευκαιρίες ανάπτυξης σε όλους ανεξαιρέτως τους παράγοντες που συμμετέχουν στην πραγματοποίηση μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων (Biddiscombe, 2004). Ο Αθλητικός Τουρισμός καταλαμβάνει μια κύρια θέση στη στρατηγική των χωρών στην προσέλκυση αθλητικών γεγονότων, όπως οι Ολυμπιακοί / Παραολυμπιακοί Αγώνες ή το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου (Higham, 1999). Η διοργάνωση γεγονότων τέτοιου μεγέθους οδηγεί μια χώρα και σε περαιτέρω βελτιώσεις των υποδομών της όπως για παράδειγμα του συστήματος μεταφορών και καθαρισμού της πόλης (Τερζάκης, 2007). Ο Αθλητικός Τουρισμός είναι ένα εργαλείο το οποίο αν χρησιμοποιηθεί σωστά μπορεί να αποφέρει μεγάλα κέρδη, νέες θέσεις εργασίας, ακόμη και να συνεισφέρει στην πολιτιστική κουλτούρα των ανθρώπων.



## **2.8.Πλεονεκτήματα και οφέλη από την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού**

Οι περισσότερες από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι βιώσιμες δημιουργώντας κοινωνικά, οικονομικά, περιβαλλοντικά και πολιτιστικά οφέλη (Fenell,2001). Υπάρχουν σημαντικά πλεονεκτήματα και ωφέλειες από την εφαρμογή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Inskeep, 1991; Fenell, 2001). Τα κυριότερα πλεονεκτήματα συνοψίζονται ως εξής:

- Δεν απαιτούνται υψηλά κεφάλαια και σημαντικές υποδομές.
- Ιδιοκτήτης και διαχειριστής των υποδομών και των υπηρεσιών είναι κατά κύριο λόγο ο τοπικός πληθυσμός, με αποτέλεσμα να αποφεύγεται η εξάρτηση από εξωγενείς παράγοντες.
- Η τοπική κοινωνία αποφασίζει για το σχεδιασμό και την ανάπτυξη του τουρισμού.
- Αναπτύσσεται ήπιας μορφής ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων.
- Αποφεύγονται χωρικές και χρονικές υπερσυγκεντρώσεις, λόγω της ελεγχόμενης εισροής τουριστών.
- Προσελκύονται ποιοτικότεροι τουρίστες.
- Υπάρχει η δυνατότητα επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.
- Ελαχιστοποιούνται οι κίνδυνοι για κοινωνικές και περιβαλλοντικές πιέσεις.

Παράλληλα, από την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού αποκομίζονται σημαντικά οφέλη για τον πληθυσμό της περιοχής, τους τουρίστες, το φυσικό, πολιτιστικό και κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον, όπως φαίνεται παρακάτω:

- Δημιουργούνται πολλαπλασιαστικές επιδράσεις για την τοπική οικονομία και έτσι αποφεύγεται η πλήρης εξάρτησή της από τον κλάδο του τουρισμού.
- Ο τοπικός πληθυσμός οφείλεται άμεσα από την απασχόληση και τα εισοδήματα και λαμβάνει αναλογικά μεγαλύτερο μέρος από τα μεγέθη τους.
- Προστατεύει το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον της περιοχής.
- Λόγω της δημιουργίας των αναγκαίων υποδομών σε ελεγχόμενο μέγεθος και αισθητική, βελτιώνεται το επίπεδο ζωής της τοπικής κοινωνίας.
- Διατηρείται η αυθεντικότητα της περιοχής και των στοιχείων του την διαφοροποιούν από άλλες περιοχές.
- Οι τουρίστες έρχονται σε επαφή με τον ντόπιο πληθυσμό και γνωρίζουν τα ήθη, τα έθιμα και τις παραδόσεις της περιοχής.
- Οι δυνητικοί επισκέπτες μπορούν να διαμένουν στην περιοχή, που έχουν επιλέξει, χωρίς να δαπανούν μεγάλα ποσά.

- Ο τοπικός πληθυσμός αποκτά τουριστική συνείδηση και έρχεται σε επαφή με άλλους πολιτισμούς.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### 3.1. Εννοιολογικό πλαίσιο οικοτουρισμού

Σε αυτό το μέρος θα αναλύσω το εννοιολογικό πλαίσιο του οικοτουρισμού από που προήλθε ο όρος αλλά και τι ακριβώς εννοώ όταν αναφέρομαι στον οικοτουρισμό.

#### 3.1.1. Τι είναι ο οικοτουρισμός;

Ο όρος «οικοτουρισμός» εμφανίστηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1970, ως αποτέλεσμα μιας αυξανόμενης διεθνούς τάσης για βιώσιμες και κοινωνικά υπεύθυνες μορφές τουρισμού (Honey, 2002). Ιδιαίτερο γνώρισμα αυτής της μορφής τουρισμού αποτελούν οι διακοπές σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους και οικολογικής αξίας και αναζήτησης τρόπων, με τους οποίους θα μπορούσε η προστασία της φύσης να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής. Πιο πρόσφατα, αναζητήθηκαν τρόποι, με τους οποίους η οικονομική δραστηριότητα, που αξιοποιεί το καθεστώς προστασίας, μπορεί να συμβάλλει στην αυτοχρηματοδότηση της ίδιας της διαδικασίας της προστασίας. Ειδικά στις περιπτώσεις στις οποίες πολύτιμα οικοσυστήματα, με σημαντική βιοποικιλότητα, αποτελούν απομακρυσμένες περιοχές ή και περιοχές υπό εγκατάλειψη, το ζήτημα της οικονομικής και κοινωνικής αναζωογόνησης αυτών των περιοχών αποκτά ιδιαίτερη σημασία. Παράλληλα με τη θέσπιση των ζωνών προστασίας, τις ρυθμίσεις άσκησης των δραστηριοτήτων (περιορισμοί ή απαγορεύσεις) και τις πιθανές επιπτώσεις στο εισόδημα της τοπικής κοινωνίας, αναζητήθηκαν στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης των περιοχών αυτών νέες ήπιες αντισταθμιστικές οικονομικές δραστηριότητες, συμβατές με την προστασία του περιβάλλοντος.

Ο τουρισμός στη φύση, ως ανερχόμενη τάση στην τουριστική βιομηχανία, εκτιμήθηκε ως ευκαιρία για την ανάπτυξη μια ήπιας οικονομικής δραστηριότητας, που θα συνέβαλε, τόσο στην τοπική κοινωνική και οικονομική ευημερία, όσο και στην ίδια την προστασία της φύσης. Για το λόγο αυτό, άλλωστε, θεωρείται ότι μπορεί να αναγνωρισθεί ως ιδιαίτερα σημαντικό «αναπτυξιακό εργαλείο», τόσο ως προς ζητήματα προστασίας αξιόλογων φυσικών πόρων, όσο και ως προς θέματα βελτίωσης της ποιότητας ζωής της τοπικής κοινωνίας (Bakas, 2005). Ο οικοτουρισμός, εκτός από την περιβαλλοντική, μπορεί υπό προϋποθέσεις να ασκήσει και έντονη θετική οικονομική επίδραση στις περιοχές όπου αναπτύσσεται. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε το γεγονός ότι σήμερα, αποτελεί έναν αναπτυσσόμενο τομέα της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας (Φραϊδάκη, 2005).

Πιο συγκεκριμένα, η παγκόσμια οργάνωση τουρισμού (WTO) αναφέρει ότι ο τουρισμός με προορισμό τη φύση αντιστοιχεί στο 7% της παγκόσμιας τουριστικής δαπάνης και εκτιμά ότι το ποσοστό περίπου 20% από τα 600 εκατομμύρια διεθνών αφίξεων κατά το έτος 1997 αφορούσαν τον οικοτουρισμό (Linberg et al, 1997). Έχει επίσης υπολογιστεί ότι, ενώ η γενική τάση αύξησης του τουρισμού προσεγγίζει το 4% ετησίως, η ετήσια αύξηση του οικοτουρισμού αγγίζει ποσοστό 10-30% (Reingold, 1993). Τουριστικοί Πράκτορες αναφέρουν ότι η ζήτηση για τουρισμό στη φύση αυξάνεται κατά 10-25% κάθε χρόνο (The Ecotourism Society, 1995). Επιπλέον, με βάση εκτιμήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Ταξιδιών (European Travel Commission), παρατηρείται ολοένα και περισσότερο αυξημένη ζήτηση για οικοτουρισμό και διακοπές στη φύση, η οποία θα έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της ζήτησης αντίστοιχων «τουριστικών πακέτων», καθώς επίσης και την αύξηση του ενδιαφέροντος για τη «διατήρηση» αυτών των προορισμών και των συνδεδεμένων με αυτούς φυσικών πόρων (ETC, 2006). Τέλος, η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (Commission of the European Communities) προβλέπει ότι στο μέλλον θα υπάρξει σημαντική ζήτηση για τις μορφές του τουρισμού υγείας (health tourism) και του τουρισμού πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς (cultural and natural heritage tourism) (COM, 2006).

### **3.1.2.Ορισμός του οικοτουρισμού**

Ο όρος «οικοτουρισμός» διατυπώθηκε το 1983 από τον Hector Ceballos-Lascurain και χρησιμοποιήθηκε για να περιγράψει τον τουρισμό στη φύση, σε σχετικά μη διαταραγμένες περιοχές, με έμφαση στην εκπαίδευση. Από την εμφάνιση του όρου μέχρι σήμερα έχουν διατυπωθεί πολλοί ορισμοί και έχει γίνει αντικείμενο πολλών συζητήσεων και μελετών. Ο λόγος είναι ότι η έννοια του οικοτουρισμού περιγράφει ένα πολυδιάστατο φαινόμενο. Στη συνέχεια, παρατίθενται οι πλέον χρησιμοποιημένοι ορισμοί:

- Οικοτουρισμός είναι το περιβαλλοντικά υπεύθυνο ταξίδι και η επίσκεψη, σε σχετικά άθικτες φυσικές περιοχές, με στόχο την απόλαυση και εκτίμηση της φύσης (και τυχόν πολιτιστικών στοιχείων, τόσο του παρελθόντος όσο και του παρόντος) που προωθεί την προστασία της φύσης, ελαχιστοποιεί τις αρνητικές επιδράσεις στο περιβάλλον από τους επισκέπτες (low visitor impact) και προωθεί την ενεργή κοινωνικο οικονομική συμμετοχή των τοπικών πληθυσμών (Ceballos-Lascurain, 1996).
- Οικοτουρισμός είναι το ταξίδι στη φύση που συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την αειφόρο ανάπτυξη.
- Οικοτουρισμός είναι το υπεύθυνο ταξίδι σε φυσικές περιοχές, το οποίο συμβάλλει στη διατήρηση του περιβάλλοντος και στην ευημερία της τοπικής κοινωνίας (Bakas, 2005).

Ως προς την αναφορά του οικοτουρισμού ως τουρισμού στη φύση επισημαίνεται ότι υπάρχει σαφής διαφορά μεταξύ των δύο όρων. Έτσι, ενώ στην περίπτωση του τουρισμού στη φύση ο τουρίστας κάνει απλά ένα ταξίδι σε φυσικές περιοχές, στην περίπτωση του οικοτουρισμού, ο οικοτουρίστας είναι ενημερωμένος και γνώστης ειδικών περιβαλλοντικών θεμάτων, επιλέγει συνειδητοποιημένα τη φύση και επιδιώκει αλληλεπίδραση με την συγκεκριμένη περιοχή. Για παράδειγμα, ο τουρίστας πηγαίνει σε μια φυσική περιοχή απλά για αναψυχή. Ο οικοτουρίστας πηγαίνει π.χ. για παρατήρηση πουλιών με τοπικό οδηγό, μένει σε τοπικά «οικοκαταλύματα» και συνεισφέρει κατά κανόνα στην τοπική οικονομία.

Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού σε μια περιοχή συνεπάγεται τη δημιουργία καταλυμάτων, καταστημάτων, εστιατορίων, υπηρεσιών και άλλων έργων υποδομής. Ωστόσο, υπάρχουν παράγοντες που συχνά εμποδίζουν τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στα διάφορα στάδια ανάπτυξης του και έχουν ως αποτέλεσμα οι ντόπιοι κάτοικοι να μην αποκομίζουν σημαντικά οφέλη από την όλη διαδικασία. Οι παράγοντες αυτοί, μπορεί να προκύψουν από τη γεωγραφική θέση της προστατευόμενης περιοχής, δηλαδή τη γειτνίαση ή μη με αστικά κέντρα, καθώς αυτό μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα τη συγκέντρωση των έργων υποδομής και τη στελέχωση των θέσεων εργασίας με ανθρώπινο δυναμικό, που βρίσκεται στα αστικά αυτά κέντρα. Έτσι, περιορίζεται η συμμετοχή της αγροτικής κοινωνίας που ζει κοντά στην προστατευόμενη περιοχή στην οικονομική δραστηριότητα (Φραιδάκη, 2005). Βασικές παράμετροι μιας διαφορετικής τουριστικής ανάπτυξης με στόχο την αειφορία είναι (ΟΜΙΚΡΟΝ ΕΠΕ, 2006):

- ❖ Ελαχιστοποίηση των επιπτώσεων στο περιβάλλον, χρησιμοποιώντας «όρια- σημεία αναφοράς μετρήσεων».
- ❖ Συμβολή στην τοπική βιώσιμη ανάπτυξη.
- ❖ Απαίτηση-προώθηση της ελαχιστοποίησης της κατανάλωσης των μη ανανεώσιμων πόρων.
- ❖ Υποστήριξη της ευημερίας της τοπικής κοινωνίας.
- ❖ Ενίσχυση των προσπαθειών για τη διατήρηση του περιβάλλοντος.
- ❖ Συμβολή στη βιοποικιλότητα.

Συνοψίζοντας μπορούμε να πούμε ότι η εκάστοτε προσέγγιση, με διαφορετικές αναλογίες, προσδιορίζει τη συμβολή του οικοτουρισμού στην:

- ❖ Προστασία της φύσης.
- ❖ Προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- ❖ Αειφόρο ανάπτυξη.
- ❖ Ευημερία της τοπικής κοινωνίας.
- ❖ Δυνατότητα να παρέχει απόλαυση και συμμετοχικές δραστηριότητες στους επισκέπτες.
- ❖ Προώθηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης.

Οι τύποι των οικοτουριστών διαχωρίζονται και ορίζονται συνήθως σε σχέση με τις γνώσεις τους, τα ενδιαφέροντά τους και τις δραστηριότητες που

πραγματοποιούν. Μία από τις ταξινομήσεις που έχει πραγματοποιηθεί, ταξινομεί τους οικοτουρίστες σε τρεις κατηγορίες, ανάλογα με κάποια χαρακτηριστικά τους όπως η ηλικία, η οργάνωση του ταξιδιού, οι δαπάνες, τα ενδιαφέροντα/δραστηριότητες (ΕΒΕΘ, 2008).

**Οι ενεργοί ή «σκληροί» (rough) οικοτουρίστες**, που αναζητούν αθλητικές δραστηριότητες στη φύση, κυρίως έντονες και σχετικά επικίνδυνες.

**Οι ήρεμοι ή «ήπιοι» (smooth) οικοτουρίστες**, οι οποίοι ενδιαφέρονται κυρίως για την παρατήρηση και την απόλαυση της φύσης ή για οργανωμένα ταξίδια και εξορμήσεις.

**Οι ειδικοί οικοτουρίστες (specialists)**, οι οποίοι ταξιδεύουν για επιστημονικούς λόγους (έρευνα των φυσικών πόρων) αλλά και για λόγους αναψυχής. Υπάρχει δε η άποψη ότι ακόμα και οι πιο «σκληροί» οικοτουρίστες είναι επίσης τουρίστες «μαζικού τουρισμού», υπό την έννοια ότι σχεδόν αναπόφευκτα θα χρησιμοποιήσουν μία μεγάλη αεροπορική εταιρεία για να προσεγγίσουν αρχικά έναν υπερατλαντικό προορισμό και κάποιο μέσο μαζικής μεταφοράς για να φτάσουν στον οικοτουριστικό προορισμό τους από εκεί (Weaver, 2001).

Τέλος, σύμφωνα με τον ΕΟΤ (2002) οι πρώτες προσπάθειες για ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού, που υπερβαίνει το παραδοσιακό μεσογειακό πρότυπο (Ηλιος και Θάλασσα), ξεκίνησαν και στη χώρα μας από το τέλος της δεκαετίας του 1980. Ο αριθμός των ευρωπαϊών πολιτών που στρέφεται και προς τον εναλλακτικό τουρισμό ξεπερνά τα 35.000.000 και αυξάνεται με ρυθμούς άνω του 20% κατά χρόνο. Τα στρώματα που συμμετέχουν σε αυτό τον τουρισμό είναι μέσης και άνω μόρφωσης και εισοδήματος.

Στο πλαίσιο της πολιτικής του τουρισμού στην Ελλάδα για την περίοδο 2002-2006 (ΕΟΤ 2002) οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ο οικοτουρισμός αποτελούν βασικούς άξονες και προβλέπεται μια σειρά μέτρων για την ανάπτυξή τους, καθώς μπορούν να γίνουν σημαντικός μοχλός μιας νέας φάσης τουριστικής επέκτασης.

### **3.2.Μορφές του οικοτουρισμού**

Σύμφωνα με τον Κομίλη (2001), οι μορφές οικοτουρισμού συναρτώνται με συνηθισμένους τόπους ή χώρους, τα είδη περιβαλλοντικών πόρων που διαθέτουν και τις διάφορες δραστηριότητες που ασκούνται στους χώρους αυτούς. Σχετικά με το χωρικό πλαίσιο αφενός μορφές που αναπτύσσονται σε φυσικές περιοχές λη σε απομακρυσμένες άθικτες ή συνήθως ακατοίκητες περιοχές (ορεινές αλλά και νησιώτικες), αφετέρου μορφές που αναπτύσσονται σε σχέση με αγροτικούς/ παραδοσιακούς οικισμούς και τις ασκούμενες δραστηριότητες (παραγωγικές, πολιτιστικές) του τοπικού πληθυσμού.

Στην πρώτη περίπτωση συγκαταλέγονται μορφές που αφορούν ταξίδια για παρατήρηση (φωτογράφιση, βιντεοσκόπηση) και αναγνώριση, ταξίδια

περιπέτειας και ταξίδια υπαίθριας αναψυχής και ήπιας μορφής δραστηριοτήτων σε άθικτο περιβάλλον.

Στην δεύτερη περίπτωση οι σχετικές μορφές αφορούν ταξίδια με «ανθρωπολογικά κίνητρα», δηλαδή με κύρια έλξη το ανθρωπογενές περιβάλλον εννοώντας την γνωριμία ντόπιων κατοίκων και παρατήρηση ή συμμετοχή σε ασκούμενες δραστηριότητες και πολιτιστικές εκδηλώσεις, ταξίδια με βασικό κίνητρο την προσωπική αναζωογόνηση και με ενδιαφέροντα επικεντρωμένα σε βιολογικά/ οικολογικά προϊόντα σε φάρμες ή αγροκτήματα.

### **3.3.Στόχοι οικοτουρισμού**

Οι στόχοι που επιδιώκονται μέσω της ανάπτυξης του οικοτουρισμού θα πρέπει να θεωρηθούν συνυφασμένοι ή αλληλοεξαρτώμενοι, εφόσον η επιτυχία ή αποτυχία ενός μπορεί να επηρεάσει την απόδοση των άλλων. Έτσι μια ολοκληρωμένη ανάπτυξη του οικοτουρισμού θα πρέπει να επιδιώκει την υλοποίηση των ακόλουθων αντικειμενικών σκοπών:

- Οικονομικό-κοινωνικές ωφέλειες στις τοπικές κοινότητες. Τα έσοδα από τον οικοτουρισμό (άμεση δαπάνη των τουριστών) αλλά και οι επενδυτικές εισροές (από το κράτος για υποδομές και ιδιωτικές επενδύσεις) συμβάλλουν α) στην τοπική οικονομία (μείωση οικονομικών ανισοτήτων, αυξημένες ευκαιρίες απασχόλησης) και β) στη βελτίωση τεχνικών και κοινωνικών-πολιτιστικών υποδομών και υπηρεσιών.
- Προαγωγή της προστασίας και της αναβάθμισης των φυσικών περιοχών, και γενικότερα των ποικίλων τοπικών περιβαλλοντικών πόρων (φυσικών και πολιτιστικών).
- Παροχή και εξασφάλιση υπηρεσιών περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και επιμόρφωσης. Πρόκειται για υποδομές, υπηρεσίες και σχετικά προγράμματα που πραγματοποιούνται σε ειδικές περιοχές οικοτουρισμού με τη συμμετοχή τοπικών κοινοτήτων, οικολογικών οργανώσεων, σχολείων κ.λπ. και αποσκοπούν στην καλύτερη δυνατή συνειδητοποίησης και εκτίμηση της σημασίας των φυσικών πόρων, όπως επίσης και στην προαγωγή αμοιβαίας κατανόησης, εμπιστοσύνης και καλών σχέσεων μεταξύ των διαφόρων ομάδων ντόπιων και επισκεπτών.
- Προαγωγή και παροχή εμπειριών υψηλής ποιότητας στους επισκέπτες και τους ντόπιους κατοίκους. Βασική προϋπόθεση για να βιώσουν ή να αποκτήσουν τέτοιες εμπειρίες αποτελεί η υλοποίηση των προηγούμενων στόχων (1-3) αλλά και γενικότερα η βελτίωση των συνθηκών και της ποιότητας ζωής σε ευρύτερο πλαίσιο.
- Προαγωγή της περιβαλλοντικής διαχείρισης (stewardship) για την προστασία ανάδειξη τοπικών περιβαλλοντικών αγαθών και πόρων. Η υλοποίηση ενός τέτοιου στόχου πραγματοποιείται μέσω αποτελεσματικών δημόσιων πολιτικών και δράσεων αλλά και μέσω

ενεργειών προάσπισης και στήριξης από ντόπιους κατοίκους και τουρίστες. Η στήριξη που υποβοηθείται και γαλουχείται από τις θετικές εμπειρίες που αποκομίζουν αυτοί από σχέση τους με τον φυσικό περιβάλλον (Κομίλης, 2001).

### **3.4.Φορείς ανάπτυξης οικοτουρισμού**

Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού συντελείται μέσα από δράσεις που αναλαμβάνονται από φορείς του δημόσιου και του ιδιωτικού φορέα.

Ο Δημόσιος τομέας αποτελεί τον κυρίαρχο φορέα μίας και μέσω των πολιτών που προωθεί διαμορφώνει το πλαίσιο στο οποίο εξελίσσεται ο Οικοτουρισμός. Η πολιτική του που ασκείται σε διάφορα επίπεδα καθορίζει σε μεγάλο βαθμό και τις δράσεις που αναλαμβάνει ο ιδιωτικός τομέας.

Κεντρικό ρόλο έχει αναλάβει ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) που μέσα από δράσεις που αναλαμβάνει, αρκετές φορές σε συνεργασία με άλλους φορείς του δημοσίου ή του ιδιωτικού τομέα φροντίζει για την προώθηση και την εξέλιξη του Οικοτουρισμού.

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

1. Προώθηση χωρικών ρυθμίσεων και ελέγχων (γνωμοδότηση για τη σκοπιμότητα ως προς τη χωροθέτηση τουριστικών εγκαταστάσεων, καθορισμός τουριστικά κορεσμένων περιοχών, έλεγχος μελετών περιβαλλοντικών επιπτώσεων από την ίδρυση ή επέκταση τουριστικών εγκαταστάσεων, σύνταξη και έλεγχος τήρησης τεχνικών προδιαγραφών ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων και εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής, καθορισμός χρήσεων γης σε παραλιακές περιοχές, εφαρμογή κοινοτικών οδηγιών, κ.λπ.).
2. Προώθηση πρότυπων δράσεων και σχεδίων διαχείρισης ειδικών περιοχών (εκπόνηση μελετών σχετικά με την οργάνωση και την ανάδειξη χώρων και τη διαχείριση επισκεπτών- κατάρτιση και επιμόρφωση σε περιβαλλοντικά θέματα- ενέργειες ενημέρωσης και προβολής - σύσταση ειδικών φορέων διαχείρισης).
3. Πολιτική προώθησης οικονομικών κινήτρων (επιχορηγήσεις σε μη κορεσμένες περιοχές, εκσυγχρονισμός εγκαταστάσεων με φιλικές προς το περιβάλλον τεχνικές και μεθόδους, στήριξη μικρών και μεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων για την προώθηση ήπιων μορφών τουρισμού, κ.λπ.).
4. Ευαισθητοποίηση του κοινού, σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος και ήπιων μορφών τουρισμού (εκστρατείες ενημέρωσης προβολής εθνικές ή τοπικής κλίμακας, τηλεοπτικές ταινίες και σποτς, καθώς και ειδικά βραβεία όπως οι «Γαλάζιες Σημαίες»).

Οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ) είναι οι πιο κατάλληλοι φορείς από πλευράς δημόσιου τομέα για να αναλάβουν επιχειρηματικές δραστηριότητες σε τοπικό επίπεδο πάνω σε θέματα οικοτουρισμού. Διαθέτουν γνώση της περιοχής όπου μπορεί να αναπτυχθεί ο οικοτουρισμός, διαθέτουν



οργάνωση και πόρους αλλά κυρίως εκφράζουν την θέληση των δημόσιων τους στις αναπτυξιακές επιλογές της περιοχής του.

Η ανάπτυξη όμως επειδή δεν μπορεί να είναι επιδίωξη μίας τοπικής κοινωνίας αλλά ενός ευρύτερου γεωγραφικού τόπου οι οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης ξεκίνησαν το 1989 να οργανώσουν αναπτυξιακές εταιρείες όπου συμμετείχαν και άλλοι φορείς και κύριο σκοπό έχουν την ανάπτυξη περιοχών και την καλύτερη αξιοποίηση των εθνικών και κοινοτικών πόρων.

Τέλος η Ευρωπαϊκή Ένωση μέσα από τα Περιφερειακά Προγράμματα διοχετεύει τεράστια ποσά που στοχεύουν στα αδύνατα σημεία που χρειάζονται τόνωση σε όλη την επικράτεια. Τα τελευταία χρόνια έχουν υλοποιηθεί σε συνεργασία με το ελληνικό κράτος προγράμματα που αφορούν κυρίως την περιφέρεια και στοχεύουν στην βελτίωση της απασχόλησης, της ποιότητας ζωής, και γενικότερα της βιωσιμότητας της κοινωνίας.

Παράλληλα με τις δράσεις του δημόσιου τομέα αναπτύσσονται και δράσεις από ιδιωτικούς φορείς και μη κυβερνητικές οργανώσεις. Κοινός τόπος και αυτών των προσπαθειών είναι η ανάπτυξη του οικοτουρισμού με κύριο στόχο την προστασία του περιβάλλοντος και την βιωσιμότητα της κοινωνίας.

Μια σημαντική προσπάθεια, παγκοσμίως αναγνωρισμένη και καταξιωμένη, στην Ελλάδα δυστυχώς λιγότερο γνωστή, είναι το Διεθνές Δίκτυο ECOCLUB. Ιδρύθηκε το 1999 και είναι ένα δίκτυο για τον οικολογικό τουρισμό/οικοτουρισμό το οποίο αποτελείται από μέλη, -ιδιώτες και οργανισμούς - σε περισσότερες από 80 χώρες του κόσμου. Το ECOCLUB ασχολείται με την οικολογική αλλαγή στον τουριστικό τομέα, προωθώντας και υποστηρίζοντας την φιλοσοφία και τις οικοτουριστικές πρακτικές παγκοσμίως, δικτυώνοντας και συμμετέχοντας σε σημαντικές τουριστικές πολιτικές και διαδικασίες λήψης αποφάσεων σε συνέδρια. Προβάλλει τις περιβαλλοντικά φιλικές επιλογές διακοπών και τις σχετικές του υπηρεσίες και στηρίζει τους συμμετέχοντες και τους ερευνητές προσφέροντας τους εξειδικευμένα νέα του οικοτουριστικού τομέα, δικτύωση, πληροφορίες για εκδηλώσεις, νέες εκδόσεις, χρηματοδοτικές ευκαιρίες, συμβουλές κ.ά.

Επίσης η WWF μπορεί αν θεωρηθεί πρωτοπόρος σε θέματα οικοτουρισμού για την Ελληνική πραγματικότητα. Πλήθος μελετών, εκδόσεων και ημερίδων αλλά και εφαρμογές οικοτουριστικών προγραμμάτων στην πράξη αντικατοπτρίζουν την ευαισθητοποίηση της σε θέματα τα οποία αφορούν στον οικοτουρισμό. Συμπληρωματικά άλλωστε, οι περισσότερες δράσεις της WWF, εμπίπτουν στο πλαίσιο της οικοτουριστικής συμπεριφοράς, καθώς έχει ενεργή δράση στην προστασία του περιβάλλοντος, την περιβαλλοντική εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση και ενθαρρύνει την συμμετοχική διαδικασία στη λήψη και εφαρμογή αποφάσεων. Συγκεκριμένες δράσεις της Οργάνωσης, όπως αυτές στην Δαδιά και στις Πρέσπες για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού, την καθιστούν από τους λίγους φορείς με εμπειρία και επιστημονικό υπόβαθρο σε θέματα περιβαλλοντικής προστασίας, διατήρησης του κοινωνικού ιστού και οικοτουριστικής ανάπτυξης.

### **3.5.Πλαίσιο ανάπτυξης οικότουρισμού**

Την τελευταία εικοσαετία στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των πολικών που προωθεί έχουν δημιουργηθεί ευκαιρίες χρηματοδότησης για την προώθηση του οικότουρισμού και άλλων ήπιων μορφών τουρισμού στην Ελλάδα. Η δυσκολία στην ανάπτυξη του οικότουρισμού δεν έγκειται στην εξεύρεση κονδυλίων αλλά στην απορρόφηση, διαχείριση και κυρίως στον συντονισμό της χρήσης τους και την εξασφάλιση της συνέχισης και βιωσιμότητας των χρηματοδοτούμενων ενεργειών και υποδομών. Είναι εμφανής η απουσία εθνικής πολιτικής, ολοκληρωμένης προσέγγισης και κυρίως, επαρκούς συντονισμού στον τομέα (Ε.Ο.Τ., 2000).

Ενδεικτικά αναφέρω μερικά προγράμματα που στοχεύουν στην ανάπτυξη έμμεσα ή άμεσα του οικότουρισμού.

**Το Περιφερειακό Σκέλος του Γ ΚΠΣ** που στόχευε στη μείωση των περιφερειακών ανισοτήτων σε εθνικό επίπεδο. Ανάμεσα στις προβλεπόμενες ενέργειες για την μείωση των ανισοτήτων και την άρση της απομόνωσης των περιφερειών, ορισμένες συνδέονται με τον ρόλο που μπορεί να παίξει ο οικότουρισμός έμμεσα ή άμεσα:

- Τουριστική ανάπτυξη.
- Ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού.
- Συγκράτηση του πληθυσμού στην περιφέρεια.
- Αξιοποίηση της γεωγραφικής θέσης της περιφέρειας.
- Προστασία του περιβάλλοντος.

**Το κοινοτικό πρόγραμμα LIFE** που στόχο είχε την ανάδειξη και διαφύλαξη της φύσης για τη διατήρηση ή αποκατάσταση των φυσικών βιότοπων, της χλωρίδας και πανίδας της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο επιθυμητό επίπεδο.

**Η κοινοτική πρωτοβουλία INTERREG.** Η οποία προέβλεπε την ανάπτυξη της ποιότητας του τουρισμού και των οικολογικών τουριστικών δραστηριοτήτων μέσω της εκτέλεσης έργων για επενδύσεις καθώς και τον σχεδιασμό και καθιέρωση νέων τουριστικών προϊόντων (όπως ο περιβαλλοντικός τουρισμός) που δημιουργούν μόνιμες θέσεις εργασίας.

**Η κοινοτική πρωτοβουλία LEADER+.** Αφορά όλες τις αγροτικές περιοχές προβλέπει την αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων συμπεριλαμβανομένης και της αξιοποίησης των τοποθεσιών κοινοτικού ενδιαφέροντος του προγράμματος Natura 2000.

Ένας σημαντικός αριθμός έργων για την προώθηση του οικολογικού τουρισμού, χρηματοδοτήθηκαν από το επιχειρησιακό πρόγραμμα τουρισμός - πολιτισμός της περιόδου 1994-1999.

Χαρακτηριστικό είναι ότι ο οικοτουρισμός στο **Υποπρόγραμμα Τουρισμός για την περίοδο 2000-2006**, αντιμετωπίζεται ως μια από τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού που θα αποτελέσουν ένα εκμεταλλεύσιμο συγκριτικό πλεονέκτημα που μπορεί σταδιακά να μεταβάλλει την μέχρι τώρα σύνθεση των τουριστικών πόλων έλξης της χώρας.

Έπειτα από τόσα προγράμματα που δεν αξιοποιήθηκαν στο μέγιστο βαθμό πρέπει να ληφθούν σοβαρά όλες οι εμπειρίες για να αποφευχθούν λάθη και να αξιοποιηθούν οι ευκαιρίες που παρουσιάζονται με το ΕΣΠΑ.

Στον τομέα του Οικοτουρισμού, η διάσπαση αρμοδιοτήτων σε πολλούς φορείς ιδιωτικούς και δημόσιους, η πληθώρα χρηματοδοτικών μέσων, αλλά και η έλλειψη εναρμόνισης και μεταξύ γεωργικής, τουριστικής, πολεοδομικής και χωροταξικής πολιτικής και των αντίστοιχων στόχων τους καθώς και η έλλειψη ολοκληρωμένης προσέγγισης, ενιαίων κατευθυντήριων γραμμών και επαρκούς συντονισμού εμπεριέχει κινδύνους όπως, την υποβάθμιση του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος και τη σπατάλη πόρων σε μη αποδοτικές εγκαταστάσεις, τη μειωμένη αποτελεσματικότητα, δυνατότητα ελέγχου και αξιολόγησης.

Το θεσμικό πλαίσιο που αφορά την προστασία του περιβάλλοντος, τη χωροταξία, τη δόμηση, την οικονομική ανάπτυξη της υπαίθρου και μία σειρά άλλων τομέων, είναι αυτό που διαμορφώνει τις ευνοϊκές ή μη προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού. Στην Ελλάδα δεν έχει ακόμη σχεδιαστεί εθνική στρατηγική αλλά το κυριότερο ούτε θεσμικό πλαίσιο που να αφορά ειδικά τον οικοτουρισμό. Και η δυσκολία στην δημιουργία τέτοιου πλαισίου έγκειται στο γεγονός ότι ο οικοτουρισμός άπτεται θεσμών και νομοθεσιών που εμπίπτουν σε πολλούς διαφορετικούς τομείς: περιβάλλον, τουρισμός, μεταφορές κ.λπ. με αντίστοιχα διαφορετικούς φορείς (Υπουργείο Ανάπτυξης, Υπουργείο Περιβάλλοντος, Ε.Ο.Τ., Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης).

Ιδιαίτερα αυτή την περίοδο παράγοντες ανάπτυξης του οικοτουρισμού στην Ελλάδα θα μπορούσαν να διαδραματιστούν λόγω των παρακάτω προγραμμάτων:

## **Επενδυτικός Νόμος**

Ο **Νέος Επενδυτικός Νόμος (Ν.3908/2011)** δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως την **1η Φεβρουαρίου του 2011**. Στην νέα του μορφή, ο Νόμος προβλέπει κίνητρα **επιχορήγησης, επιδότησης χρηματοδοτικής μίσθωσης και φορολογικής απαλλαγής**, που συνίσταται στην απαλλαγή από την καταβολή φόρου εισοδήματος επί των πραγματοποιούμενων κερδών προ φόρων. **Η ένταση των ενισχύσεων κυμαίνεται από 15% έως 50%**, ανάλογα με το μέγεθος της αιτούσας επιχείρησης, το είδος και την περιοχή εγκατάστασης της επένδυσης. Η Ελληνική Επικράτεια έχει διαχωριστεί σε **τρεις γεωγραφικές ζώνες**, οι οποίες κατά κύριο λόγο διαφοροποιούν το ύψος της ενίσχυσης.

Στο καθεστώς ενισχύσεων του Νόμου υπάγονται επενδυτικά σχέδια σε όλους τους τομείς της Οικονομίας, πλην συγκεκριμένων εξαιρέσεων. Τα επενδυτικά σχέδια διακρίνονται στις ακόλουθες ομάδες:

## **Γενικά Επενδυτικά Σχέδια**

**α. Γενικής Επιχειρηματικότητας:** περιλαμβάνεται το σύνολο των επενδυτικών σχεδίων που μπορούν να υπαχθούν στις διατάξεις του νόμου και δεν εντάσσονται σε άλλη κατηγορία. Στα σχέδια αυτά παρέχονται φορολογικές απαλλαγές.

**β. Τεχνολογικής Ανάπτυξης:** περιλαμβάνονται επενδυτικά σχέδια τεχνολογικού εκσυγχρονισμού των επιχειρήσεων με την χρησιμοποίηση τεχνολογικών και οργανωτικών καινοτομιών. Στην κατηγορία αυτή παρέχεται επιχορήγηση και επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης, σε συνδυασμό με φορολογική απαλλαγή.

**γ. Περιφερειακής Συνοχής:** περιλαμβάνονται επενδυτικά σχέδια σε παραγωγικές δραστηριότητες που αξιοποιούν τοπικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, αντιμετωπίζουν τοπικές ανάγκες και περιφερειακά προβλήματα με περιβαλλοντικά βιώσιμες τεχνολογικές εφαρμογές, εισάγουν τεχνολογίες εξοικονόμησης ενέργειας και αξιοποίησης υδάτινων πόρων και συμβάλλουν στη φιλική προς το περιβάλλον ανασυγκρότηση, ανάπλαση και ανάπτυξη περιοχών οικονομικής δραστηριότητας.

## **Ειδικά Επενδυτικά Σχέδια**

**α. Επιχειρηματικότητας των Νέων:** στην κατηγορία αυτή ανήκουν επενδυτικά σχέδια που υποβάλλονται για την ίδρυση και τη λειτουργία μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, στο εταιρικό κεφάλαιο των οποίων συμμετέχουν με ποσοστό άνω του 50% φυσικά πρόσωπα που δεν έχουν υπερβεί το τεσσαρακοστό έτος της ηλικίας τους και ασκούν αποκλειστικά την διαχείριση της εταιρίας.

**β. Μεγάλα Επενδυτικά Σχέδια:** αφορά επενδυτικά σχέδια ύψους τουλάχιστον πενήντα εκατομμυρίων (50.000.000) ευρώ, υπολογιζόμενα με συναλλαγματικές ισοτιμίες που ισχύουν κατά το χρόνο χορήγησης της ενίσχυσης.

**γ. Ολοκληρωμένα Πολυετή Επιχειρηματικά Σχέδια:** επενδυτικά σχέδια υλοποίησης ολοκληρωμένων πολυετών (2-5 ετών) επιχειρηματικών σχεδίων επιχειρήσεων, για τις οποίες έχει παρέλθει τουλάχιστον πενταετία από τη σύστασή τους, ελάχιστου συνολικού κόστους 2.000.000 ευρώ, που

περιλαμβάνουν τον τεχνολογικό, διοικητικό, οργανωτικό και επιχειρησιακό εκσυγχρονισμό και ανάπτυξη, καθώς και τις αναγκαίες ενέργειες κατάρτισης των εργαζομένων.

**δ. Συνέργειας και Δικτύωσης:** επενδυτικά σχέδια που υποβάλλονται από σχήματα συνέργειας και δικτύωσης δέκα τουλάχιστον επιχειρήσεων, υπό μορφή Κοινοπραξίας και αποσκοπούν στην υλοποίηση προγραμμάτων, τα οποία είτε αξιοποιούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των επιχειρήσεων, είτε αξιοποιούν υποδομές που δημιουργούνται με εθνική και κοινοτική χρηματοδότηση, είτε συντελούν στην προσαρμογή στο σύγχρονο οικονομικό και τεχνολογικό περιβάλλον συγκεκριμένων και γεωγραφικά προσδιορισμένων παραγωγικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών.

## **ΣΔΙΤ**

Οι Συμπράξεις Δημοσίου και Ιδιωτικού Τομέα παρέχουν σημαντικές ευκαιρίες σε επενδυτές να συμμετέχουν σε έργα νέων υποδομών συμπεριλαμβάνοντας μαρίνες και εκμετάλλευση ιαματικών πηγών, ή η δημιουργία ολοκληρωμένων προτάσεων για την ανάπτυξη οικότουρισμού σε μια μεγάλη περιοχή (π.χ. Επένδυση Μονής Τοπλού στην Σητεία). Βέβαια εδώ χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή πρώτον για την μορφή της επένδυσης μίας και θα δεσμευτούν αρκετοί φυσικοί πόροι πέρα από οικονομικούς και δεύτερον οι επιπτώσεις της επένδυσης αυτής πέρα από το περιβάλλον στον κοινωνικό ιστό της περιοχής.

## **ΕΣΠΑ**

Στόχος του ΕΣΠΑ για την περίοδο 2007 έως 2013 είναι να επιτύχει μία ισορροπημένη ανάπτυξη της χώρας αποδίδοντας το 82% του προϋπολογισμού σε έργα ανάπτυξης της Περιφέρειας. Με συνολικό προϋπολογισμό 40 δισεκατομμυρίων Ευρώ, το ΕΣΠΑ θα προωθήσει πλήθος ευκαιριών σε επενδυτές να συμμετάσχουν σε διάφορα έργα.

Για τον Τομέα του Τουρισμού, το ΕΣΠΑ παρέχει σημαντική οικονομική υποστήριξη, με προϋπολογισμό μεγαλύτερο από 500 εκατομμύρια Ευρώ μέχρι το 2013. Ένας από τους βασικούς στόχους του ΕΣΠΑ είναι η αύξηση της ζήτησης και η ποιοτική αναβάθμιση των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών σε όλα τα επίπεδα. Η υποστήριξη του ΕΣΠΑ εστιάζεται σε:

- Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου σε όλη την Ελλάδα και μείωση της εποχικότητας.
- Προβολή της χώρας σε παγκόσμιο επίπεδο ως ασφαλή και ελκυστικό τουριστικό προορισμό.
- Αύξηση του αριθμού των διεθνών επισκεπτών.
- Ενίσχυση του εγχώριου τουρισμού.

### **3.6. Ευρωπαϊκό και διεθνές πλαίσιο ανάπτυξης οικοτουρισμού**

Θεσμικό πλαίσιο και συγκεκριμένες κατευθύνσεις από την Ευρωπαϊκή Ένωση σχετικά με τον τουρισμό επίσης δεν υπάρχουν. Ο τουρισμός, και πολύ περισσότερο ο οικοτουρισμός, δεν εντάσσονται στις ρυθμίσεις της ιδρυτικής συνθήκης της ΕΟΚ. Για πρώτη φορά στην συνθήκη του Maastricht συμπεριλαμβάνονται μέτρα για τον τουρισμό (άρθρο 3, στη λίστα των δράσεων για την προώθηση των γενικών στόχων της Ευρωπαϊκής Ένωσης). Παρόλα αυτά, δεν δίνονται πιο συγκεκριμένες κατευθύνσεις προς μια ευρωπαϊκή πολιτική τουρισμού ούτε υπάρχει νομική βάση για την λήψη μέτρων σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Αντίθετα κοινοτικές οδηγίες που αφορούν το περιβάλλον και την ανάπτυξη γενικότερα, συνδέονται έμμεσα με τον τουρισμό και τον οικοτουρισμό ειδικότερα.

Σε χώρες όπως η Μαλαισία, ή ο Καναδάς όπου ο οικοτουρισμός έχει πάρει πολύ μεγάλες διαστάσεις και αποτελεί κύρια πηγή εθνικού εισοδήματος, έχουν διαμορφωθεί εθνικές στρατηγικές για τον οικοτουρισμό και το φαινόμενο αντιμετωπίζεται σε εθνικό επίπεδο. Ενδεικτικά θα αναφέρω στοιχεία της πολιτικής που ακολουθεί η Αυστραλία, χώρα όπου παράμετροι της προστασίας του περιβάλλοντος βρίσκονται πολύ ψηλά στην ημερήσια διάταξη και λαμβάνονται σοβαρά υπόψη κατά την λήψη αποφάσεων και τη δημιουργία πολιτικής.

#### **3.6.1. Η εθνική πολιτική της Αυστραλίας για τον οικοτουρισμό**

Το 1992 το Australian department of tourism εκπόνησε ένα από τα πρώτα εθνικά προγράμματα για τον οικοτουρισμό. Η εφαρμογή του άρχισε το 1994 και είχε το ακόλουθο όραμα: «Η Αυστραλία θα έχει ένα οικολογικά και κοινωνικά αειφόρο οικοτουρισμό που θα είναι διεθνώς ανταγωνιστικός και εθνικά βιώσιμος. Ο οικοτουρισμός στην Αυστραλία θα αποτελέσει ένα διεθνές παράδειγμα περιβαλλοντικής ποιότητας και πολιτιστικής αυθεντικότητας, ενώ ταυτόχρονα θα προσφέρει επαρκές αντάλλαγμα στην αυστραλιανή κοινότητα, και την διατήρηση των πόρων».

Η εθνική πολιτική της Αυστραλίας για τον οικοτουρισμό δομείται στα ακόλουθα 8 προγράμματα:

- Πιστοποίηση, σε εθνικό επίπεδο, των επιχειρήσεων του οικοτουρισμού.
- Έρευνα για την ζήτηση και το προφίλ της αγοράς του οικοτουρισμού.
- Εφαρμογή μεθόδων ελαχιστοποίησης της κατανάλωσης της ενέργειας και των απορριμμάτων σε οικοτουριστικούς προορισμούς.
- Χρηματοδότηση έργων υποδομής.
- Εκπαίδευση για τον οικοτουρισμό, και εφαρμογή στρατηγικών επικοινωνίας και ευαισθητοποίησης προς: την βιομηχανία του τουρισμού,

τα μέσα μαζικής ενημέρωσης τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και τους καταναλωτές.

- Αρχικές μελέτες και παρακολούθηση για την αξιολόγηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του οικοτουρισμού, που οδηγούν σε καλύτερες μεθόδους διαχείρισης του.
- Προώθηση του ολοκληρωμένου περιφερειακού σχεδιασμού με ενίσχυση παραδειγματικών περιπτώσεων συνεργασίας μεταξύ των εμπλεκομένων φορέων σε όλα τα περιφερειακά επίπεδα.
- Βελτίωσης των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο χώρο του οικοτουρισμού.

Πηγή: D. Diamantis Travel and Tourism Analyst No 4. 1999

Μελετώντας την διεθνή εμπειρία και το πλαίσιο μέσα στο οποίο αναπτύχθηκε ο οικοτουρισμός διαπιστώνουμε ότι υπάρχει μια γενικότερη σύγκλιση απόψεων ως προς τους παράγοντες στήριξης και προώθησης του οικοτουρισμού. Τέτοιοι παράγοντες είναι:

- Η ανάγκη για μία συνολική (όχι αποσπασματική) προσέγγιση θεμάτων περιβαλλοντικής προστασίας, σε συνάρτηση με καινοτόμου χαρακτήρα αναπτυξιακές δραστηριότητες, όπως αυτές του οικοτουρισμού.
- Η γενικότερα παρατηρούμενη τάση μεταστροφής από την ως τώρα συμβατική μορφή τουρισμού (μαζικού) προς νέες μορφές τουρισμού στις οποίες ενσωματώνονται εντονότερα οι διαστάσεις α)της τοπικής παράδοσης, β)του φυσικού περιβάλλοντος και γ)της εντονότερης επαφής – συμμετοχής του περιηγητή στα τοπικά δρώμενα.
- Η φιλική και συμβατή προς το περιβάλλον διάσταση αυτής της μορφής τουρισμού (οικοτουρισμού). Η ευελιξία και συμβατότητα των οικοτουριστικών δραστηριοτήτων προς το φυσικό περιβάλλον δεν δημιουργούν μη αναστρέψιμες μεταβλητές, και συνεπώς δεν αλλοιώνουν το περιβάλλον.
- Η Ευρεία διεποχικότητα άσκησης δραστηριοτήτων οικοτουρισμού (σε κάθε εποχή του έτους και όχι σε μια και μόνο περίοδο), (Κομίλης, 2003).

### **3.7.Το προφίλ του οικοτουρίστα**

Οι τύποι των οικοτουριστών προσδιορίζονται ανάλογα με τις γνώσεις, τα ενδιαφέροντα και τις δραστηριότητές τους. Η προσέγγιση του Mowforth, που βασίστηκε σε κάποιες μελέτες των Ruschmann και Budowski, ταξινομεί τους οικοτουρίστες σε τρεις κατηγορίες σε σχέση με ορισμένα χαρακτηριστικά (π.χ. ηλικία, οργάνωση ταξιδιού, δαπάνες ενδιαφέροντα, δραστηριότητες):

- Οικοτουρίστες δραστήριοι ή τραχείς, που επιδιώκουν δραστηριότητες άθλησης, έντονες ή περιπετειώδεις και επικίνδυνες.

- Οικοτουρίστες ήπιοι/ήρεμοι, που ενδιαφέρονται κυρίως για παρατήρηση απόλαυση της φύσης ή για οργανωμένα ταξίδια και διαδρομές.
- Οικοτουρίστες ειδικοί/σπεσιαλίστες, που ταξιδεύουν για επιστημονικούς λόγους αλλά και από χόμπι.

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

- Διακατέχονται από περιβαλλοντική ηθική.
- Προθυμοποιούνται και ενεργοποιούνται για την προστασία του περιβάλλοντος.
- Ενεργοποιούνται και συμπεριφέρονται με εσωτερικά παρά με εξωγενή κίνητρα.
- Χαρακτηρίζονται από βιοκεντρικό παρά ανθρωποκεντρικό προσανατολισμό, υψηλές γνωστικές και συναισθηματικές λειτουργίες.
- Επιδιώκουν να προστατέψουν και να ωφελήσουν την άγρια ζωή στο περιβάλλον που αυτή εντάσσεται.
- Αγωνίζονται να αποκτήσουν άμεσες εμπειρίες στο φυσικό περιβάλλον.
- Προσδοκούν επιμόρφωση ως προς τις συνθήκες και τις ιδιότητες του περιβάλλοντος.

### **3.8.Οι λόγοι που οδήγησαν στην καθιέρωση του οικοτουρισμού**

Όπως έχει γίνει σαφές από την ανωτέρω ανάπτυξη, οι περιοχές που δέχονται μαζικό τουρισμό αντιμετωπίζουν σοβαρά περιβαλλοντικά προβλήματα, τα οποία συνίστανται συνήθως στα φαινόμενα ρύπανσης των ακτών, των υδάτινων φορέων, της ατμόσφαιρας και του περιβάλλοντος γενικότερα, στις αλόγιστες επεμβάσεις στο τοπίο και στο αρχιτεκτονικό ύφος μιας περιοχής, στην άναρχη δόμηση και στον κορεσμό ορισμένων περιοχών κάποιες περιόδους του έτους από πλήθος τουριστών (Λογοθέτης Μ., Τουρισμός και περιβάλλον, [www.eco-net.gr/13sinedr/13logothetis.htm](http://www.eco-net.gr/13sinedr/13logothetis.htm), (Πρόσβαση την 28<sup>η</sup> Απριλίου 2011)). Ο οικοτουρισμός εμφανίζεται αφενός μεν σαν άρνηση της συμβατικής μορφής τουρισμού, αφετέρου δε σαν υπέρβαση, φέρνοντας νέες στάσεις ζωής και συμπεριφοράς (Σχίζας Γ., 1998, σελ.213).

Είναι πλέον φανερό ότι ο μαζικός τουρισμός έχει παραβιάσει τα όρια της τουριστικής χωρητικότητας των περιοχών αυτών, αδυνατώντας να συνταιριάσει τον αριθμό των αφίξεων με την ποιότητα στην παροχή υπηρεσιών και τη διατήρηση της βιωσιμότητας του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος. Εξαιτίας των αρνητικών συνεπειών του μαζικού τουρισμού δημιουργήθηκε η ανάγκη να προστατευθεί το περιβάλλον και διαπιστώθηκε ότι ο υγιής τουρισμός εξαρτάται από ένα υγιές περιβάλλον. Γι' αυτό σήμερα οδηγούμαστε στην ήπια



τουριστική ανάπτυξη, στην τουριστική αποκέντρωση, στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, φιλικών προς το περιβάλλον, μία εκ των οποίων είναι και ο οικοτουρισμός, στοχεύοντας στην ελεγχόμενη ποσοτικά προσέλευση των τουριστών, στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και στην αποκατάσταση της ισορροπίας της σχέσης τουρισμού και περιβάλλοντος. Το τουριστικό προϊόν διαφοροποιείται από την συνηθισμένη προσφορά διαμονής, διατροφής και μεταφοράς και εμπλουτίζεται με την ένταξη φυσικών πόρων οικολογικού ενδιαφέροντος, διαφόρων στοιχείων της τοπικής παράδοσης, πολιτιστικών και ιστορικών μνημείων. Ταυτόχρονα προστίθενται νέοι τουριστικοί προορισμοί, περιοχές άθικτες, φιλόξενες προς τους επισκέπτες, όπως γραφικά χωριά και παραδοσιακοί οικισμοί. Πρόκειται για περιοχές που έχουν εγκαταλειφθεί ή περιοχές που μέχρι τώρα δε βάσιζαν την οικονομία τους στον τουρισμό. Με την εμφάνιση του οικοτουρισμού προβλέπεται να αναπτυχθούν και να αναβιώσουν οικονομικά.

Καθώς αναπτύχθηκε ο μαζικός τουρισμός, στα πλαίσια της προβολής των πλεονεκτημάτων κάθε τόπου και στην προσπάθεια προσέλκυσης μεγαλύτερου αριθμού τουριστών, αλλοιώθηκε η πραγματική εικόνα της περιοχής και διαμορφώθηκε σύμφωνα με τις απαιτήσεις του τουρίστα. Οι τοπικές συνθήκες προσαρμόστηκαν στον τουριστικό πληθυσμό, αντί να γίνει το αντίθετο. Έτσι η τοπική κοινωνία μεταλλάχθηκε, ο άνθρωπος επενέβη στη φύση, είτε έμμεσα, ως αποτέλεσμα της ανεξέλεγκτης παρέμβασής του στην εξάπλωση των τουριστικών περιοχών, είτε άμεσα, στοχεύοντας να μετατρέψει κάποιες φυσικές ομορφιές σε αντικείμενο προσέλκυσης τουριστών (Σχίζας Γ., 1998, σελ.117).

Στον οικοτουρισμό, αντίθετα, ο άνθρωπος δεν επεμβαίνει στη φύση με τρόπο καταστροφικό. Τουρισμός κοντά στη φύση σημαίνει μικρός αριθμός τουριστών, ώστε να μην ανατρέπονται οι ισορροπίες του οικοσυστήματος, σεβασμός στο περιβάλλον, προσεκτικός καθορισμός της χρήσης της γης, μη εξάντληση των αποθεμάτων, απόλαυση του τοπίου που προσφέρει η περιοχή, χωρίς παρεμβάσεις για να γίνει περισσότερο ελκυστικό στους τουρίστες, συνδυασμός της τουριστικής ανάπτυξης με άλλους παραγωγικούς τομείς της οικονομίας, όπως η γεωργία και το εμπόριο. Ο οικοτουρισμός ενισχύει το δικαίωμα των ανθρώπων στο χώρο, αμβλύνει τις αντιπαλότητες ανάμεσα στο εγχώριο και στο ξένο στοιχείο, προσφέρει νέους τρόπους αναψυχής και συλλογής βιωμένων γνώσεων και εμπειριών (Σχίζας Γ., 1998, σελ.208).

Η ελληνική πολιτεία έχει στρέψει την προσοχή της προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όχι μόνο στις κορεσμένες τουριστικά περιοχές, αλλά και σε νέους προορισμούς. Παράλληλα με την έμφαση στο περιβάλλον και τον πολιτισμό, ο οικοτουρισμός προσφέρει λύση στο πρόβλημα της εποχικότητας και βοηθά στην ανάπτυξη του τουρισμού των δώδεκα μηνών, με την προσφορά των κατάλληλων τουριστικών δραστηριοτήτων κάθε εποχή, δίνοντας ιδιαίτερη σημασία στην ποιοτική προσφορά του τουριστικού προϊόντος (Καραγιάννη Β., συνέντευξη του Υπουργού Τουρισμού Δ. Αβραμόπουλου, TTG-Ελληνικός Τουρισμός, τεύχος 20, Νοέμβριος 2004). Τα προγράμματα μαζικού τουρισμού

παρουσιάζουν διακυμάνσεις, έχοντας περιορισμένη διάρκεια μερικών μηνών, με περιόδους αιχμής κυρίως το καλοκαίρι όταν πρόκειται για παράκτιες περιοχές ή το χειμώνα όταν πρόκειται για περιοχές που διαθέτουν χιονοδρομικά κέντρα. Με την ανάπτυξη του οικοτουρισμού γίνεται προσπάθεια να καταπολεμηθεί η εποχικότητα και να τονισθεί ότι η ζωή κοντά στη φύση είναι προσιτή οποιαδήποτε εποχή του χρόνου και ανάλογα με την εποχή έχει να επιδείξει διαφορετικές ομορφιές.

Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού απορρέει από την σημερινή τάση που ακολουθείται τόσο από την πολιτεία, όσο και από τουριστικούς οργανισμούς, όπως ο ΕΟΤ, η οποία συνίσταται στην αναβάθμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, δίνοντας βάση στην περιφέρεια, σε μέρη που έχουν να επιδείξουν πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, φυσικές ομορφιές, ποικιλία αξιοθέατων και πολλές δυνατότητες αναψυχής και τουρισμού (Συνέντευξη του Προέδρου του ΕΟΤ Χ. Κοκκώση, Τουριστικός Τύπος, τεύχος 16).

Με την καθιέρωση του οικοτουρισμού πετυχαίνουμε την παραμονή των κατοίκων στις περιοχές τους, την διατήρηση της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, την ανακαίνιση σπιτιών και αρχοντικών. Προβάλλεται η πολιτιστική κληρονομιά και η μοναδικότητα της κάθε περιοχής. Σήμερα υπάρχουν πάρα πολλές ορεινές περιοχές που αντιμετωπίζουν το ενδεχόμενο, είτε να εξαφανιστούν ολοκληρωτικά, λόγω της αραιοκατοίκησης που συνδέεται με την μεγάλη ηλικία, είτε να αποκτήσουν ένα εντελώς νέο πληθυσμό που τυχαίνει να φτάσει εκεί σαν μετανάστης από κάποια άλλη χώρα, κινδυνεύοντας έτσι να χαθεί ένα μεγάλο κομμάτι ιστορικής συνέχειας. Ο οικοτουρισμός παρουσιάζεται ως η μόνη λύση απέναντι σ' αυτόν τον κίνδυνο. Τα σημάδια του κορεσμού από την άναρχη επέκταση του μαζικού τουρισμού είναι πλέον εμφανή και καθίσταται επιτακτική η ανάγκη αναζήτησης νέων μοντέλων τουριστικής ανάπτυξης, τα οποία να χαρακτηρίζονται από τα στοιχεία του σεβασμού στον άνθρωπο και στο περιβάλλον και να διαπαιδαγωγούν τους πολίτες ως προς την προστασία των φυσικών πόρων της ηπείρου. Η Ελλάδα διαθέτει εξαιρετικούς και ποικίλους τουριστικούς πόρους που μπορούν να αξιοποιηθούν και να αναδείξουν ένα νέο τουριστικό μοντέλο, ένα ποιοτικό προϊόν προσανατολισμένο σε ένα εξίσου ποιοτικό τμήμα της αγοράς.

Ο οικοτουρισμός είναι βιώσιμος τουρισμός. Ενισχύει την ενεργητική συμμετοχή των ατόμων κατά τη διάρκεια του οικοτουριστικού προγράμματος, ευνοεί την προστασία της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, φροντίζει για τον έλεγχο και τη διατήρηση των φυσικών πόρων. Απώτερος στόχος του οικοτουρισμού είναι είτε η θεραπεία των περιοχών που έχουν πληγεί από τον μαζικό τουρισμό, είτε η πρόληψη για όσα μέρη βρίσκονται στο πρωταρχικό στάδιο της τουριστικής ανάπτυξης. Καθώς όμως η οικοτουριστική ανάπτυξη ακόμα βρίσκεται σε πρωταρχικό στάδιο, ελλοχεύει ο κίνδυνος αυτή η μορφή τουρισμού να γίνει μόδα και να καταλήξει να δρα ενάντια στις αρχές βάσει των οποίων ξεκίνησε και διαδόθηκε. Καθώς τα οφέλη από τον οικοτουρισμό ακόμα δεν έχουν γίνει ορατά, υπάρχει ο φόβος μήπως τελικά δεν αποφευχθούν οι

περιβαλλοντικές επιπτώσεις, τις οποίες ο οικότουρισμός είχε στόχο να αποτρέψει, αλλά επιδεινωθεί η κατάσταση, με οικότουρίστες που, με το πρόσχημα ότι επιθυμούν να ζήσουν στη φύση και να βιώσουν εμπειρίες κοντά στο φυσικό περιβάλλον, καταλήξουν τελικά να προκαλούν μεγαλύτερες βλάβες (Καρβούνης Σ. – Γεωργακέλλης Δ., 2003, σελ. 805).

### **3.8.1.Οικότουρισμός και προστατευόμενες περιοχές: βασικές έννοιες, προβλήματα και προοπτικές**

Επειδή οι Προστατευόμενες Περιοχές (ΠΠ) και γενικότερα το φυσικό περιβάλλον, αποτελούν ένα πολύ σημαντικό “κεφάλαιο” για τη χώρα μας, και συνδέονται άμεσα με τον οικότουρισμό, θεωρήσαμε χρήσιμο να παραθέσουμε στην ενότητα αυτή αναλυτικά στοιχεία, που σκοπό έχουν να βοηθήσουν στην περαιτέρω κατανόηση του ρόλου και τη σημασία των ΠΠ όχι μόνο για τη χώρα μας αλλά και παγκοσμίως.

Ο ορισμός που δίνεται από τη Διεθνή Ένωση για την Προστασία της Φύσης (IUCN) σχετικά με τις ΠΠ, είναι ο εξής:

Μια χερσαία ή και θαλάσσια έκταση αφιερωμένη στην προστασία και διατήρηση της βιολογικής ποικιλότητας και των φυσικών και συναφών πολιτιστικών πόρων, η οποία υπόκειται σε διαχείριση με νομικά ή άλλους αποτελεσματικούς τρόπους (Ceballos-Lascurain, 1996).

Όταν αναφέρομαι στις προστατευόμενες περιοχές στην Ελλάδα, εννοώ κυρίως τις περιοχές που έχουν ενταχθεί στο ευρωπαϊκό οικολογικό δίκτυο **Natura 2000** και που προστατεύονται βάσει κοινοτικών Οδηγιών για τους Οικότοπους και τα Πουλιά. Σημαντικό είναι να γνωρίζουμε ότι η αναφορά γίνεται σε ευρωπαϊκό και όχι μόνο εθνικό δίκτυο περιοχών – έτσι, μπορεί να έχουμε περιοχές ή είδη που

ενώ σε εθνικό ή τοπικό επίπεδο μας φαίνονται κοινά, προστατεύονται γιατί στην υπόλοιπη Ευρώπη είναι σπάνια ή έχουν ήδη εξαφανιστεί.

Πάντως η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος δεν περιορίζεται μόνο στις περιοχές αυτές. Η βασική διαφορά μεταξύ αυτών και άλλων εκτάσεων είναι ότι στις προστατευόμενες περιοχές, ο κυρίαρχος στόχος είναι η διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών αξιών της περιοχής, γεγονός που δεν συνεπάγει αναγκαστικά και τον αποκλεισμό ανθρώπινων δραστηριοτήτων. Αντιθέτως πρέπει να επισημανθεί ότι ο ουσιαστικός στόχος της διαχείρισης μιας προστατευόμενης περιοχής, επιτυγχάνεται μέσα από τη σωστή ρύθμιση των ανθρωπίνων δραστηριοτήτων.

Για τη χώρα μας, όπου ιστορικά ο άνθρωπος συνυπήρξε για χιλιάδες χρόνια με το φυσικό περιβάλλον και το συνδιαμόρφωσε μέσα από δραστηριότητες όπως η γεωργία, ή η αλιεία, δεν θα μπορούσαν τα πράγματα να είναι διαφορετικά.

Θα πρέπει να τονισθεί ότι, ενώ στις προστατευόμενες περιοχές είναι θεμιτή η ανθρώπινη παρουσία και είναι εφικτή η οικονομική ανάπτυξη και η κοινωνική ευημερία, αυτό που παραμένει ως βασική προτεραιότητα είναι, η διατήρηση των υφιστάμενων φυσικών και πολιτιστικών αξιών.

Οι προστατευόμενες περιοχές, που είναι γνωστές και ως δίκτυο των περιοχών Natura, αποτελούν μια πρόκληση για το μέλλον, καθώς σ' αυτές τις περιοχές, πέραν των γενικών ρυθμιστικών κανόνων που εφαρμόζονται στα θέματα διαχείρισης απορριμμάτων, αποβλήτων, νερού και άλλων φυσικών πόρων, έχουμε ρυθμιστικούς κανόνες εντοπισμένους με γεωγραφικά διοικητικά όρια στη βάση της προστασίας της βιοποικιλότητας, της γενικότερης προστασίας του περιβάλλοντος και στη βάση μιας πρόκλησης για το μέλλον των περιοχών αυτών, ένα μέλλον που θα πρέπει να βασιστεί στην ποιότητα του περιβάλλοντος και όχι στην εντατική και βραχυχρόνια παραγωγική εκμετάλλευση των φυσικών πόρων.

Πρόκειται ασφαλώς για μια πρόκληση για το 20% της ελληνικής επικράτειας και το 15% της επικράτειας της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Μέχρι τώρα είχαμε ένα καθεστώς προστασίας σε πολλές περιοχές, σε ορισμένες ζώνες τους, στα δάση, στους εθνικούς δρυμούς, στις περιοχές της συνθήκης Ραμσάρ, αλλά τώρα η ιδιαιτερότητα είναι ότι αυτές οι ζώνες διευρύνονται καθώς υπάρχουν ζώνες προσαρμογής στο καθεστώς της περιβαλλοντικής προστασίας του πυρήνα, που είναι ισχυρά προστατευόμενη περιοχή. Μέσα σ' αυτές τις περιοχές πλέον, συμπεριλαμβάνονται και αυτές όπου υπάρχουν περισσότερες παραγωγικές δραστηριότητες και οικισμοί από ότι πριν και υπάρχει ένα λειτουργικό ανθρωπογενές περιβάλλον.

Ειδικότερα για την Ελλάδα, μια από τις πιο πλούσιες χώρες από άποψη βιοποικιλότητας, της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η ανάγκη για προστασία και ανάδειξη της χλωρίδας και πανίδας, όπως επίσης των φυσικών οικότοπων, μας ωθεί περισσότερο στη μελέτη για την κατανόηση και την αξία των προστατευόμενων φυσικών περιοχών και στον προβληματισμό για λήψη μέτρων για την αποτελεσματική διαχείρισή τους.

Αναφορικά με το θέμα, χαρακτηριστική είναι η ακόλουθη ρήση του Φρ. Ρούζεβελτ: «Ο πολιτισμός μιας χώρας μπορεί να κριθεί και από τον τρόπο που διαχειρίζεται και προστατεύει τα εθνικά της πάρκα».

### **3.8.2. Η δημιουργία δικτύου προστατευόμενων περιοχών Natura 2000: Ιστορική αναδρομή**

Η Ευρωπαϊκή Οδηγία για τη διατήρηση των φυσικών οικότοπων, καθώς και της άγριας χλωρίδας και πανίδας – 92/43 ΕΟΚ ή Οδηγία Οικότοπων, σχεδιάστηκε για να αντιμετωπίσει τις ιδιαίτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι οικότοποι και τα είδη της Ευρώπης.

Το μέτρο που επιλέχθηκε από τα κράτη – μέλη ήταν η δημιουργία ενός συνεκτικού οικολογικού δικτύου Ειδικών Ζωνών Διατήρησης (Special Areas Conservation – SACs) (άρθρα 3 και 4) με την ονομασία Natura 2000. Το δίκτυο αυτό περιλαμβάνει επίσης και τις Ζώνες Ειδικής Προστασίας (Special Protection Areas – SPAs) που ορίστηκαν με βάση την Κοινοτική Οδηγία για τη διατήρηση των άγριων πουλιών- 79/409/ΕΟΚ ή Οδηγία για τα Πουλιά.

Οι Ειδικές Ζώνες Διατήρησης χαρακτηρίζονται μετά από μία διαδικασία τριών σταδίων. Στο πρώτο στάδιο της εφαρμογής, τα κράτη – μέλη, είχαν την υποχρέωση να απογράψουν τους τύπους οικοτόπων (ενδιαιτημάτων) και τα είδη χλωρίδας και πανίδας και να αποστείλουν στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή ένα κατάλογο προτεινόμενων περιοχών.

Κατά τη διάρκεια της πρώτης αυτής φάσης (1994-1996) καταγράφηκαν οι περιοχές και σε κάθε περιοχή υποδείχθηκαν οι συγκεκριμένοι τύπου οικοτόπων με την έκταση που καταλαμβάνουν, καθώς και τα συγκεκριμένα είδη φυτών και ζώων των παραρτημάτων με τα πληθυσμιακά δεδομένα τους.

Η δεύτερη φάση, η οποία δεν έχει ακόμα ολοκληρωθεί, έχει ως αντικείμενο τη δημιουργία ενός Καταλόγου Τόπων Κοινοτικής Σημασίας (List of Sites of Community Importance – SCI). Στη συνέχεια και με τη συνεργασία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και με μια διαδικασία επιστημονικής αξιολόγησης, θα οριστεί ο τελικός κατάλογος περιοχών του δικτύου.

Στην Ελλάδα συνολικά αναγνωρίστηκαν 110 τύποι οικοτόπων, 39 είδη φυτών και 76 είδη ζώων. Με βάση την κατανομή αυτή, καταγράφηκαν 296 περιοχές που περιέχουν τύπους οικοτόπων και είδη της Οδηγίας, μετά από αξιολόγηση σύμφωνα με τα κριτήρια που καθορίστηκαν από την Οδηγία.

Ο κατάλογος αυτών των περιοχών, γνωστός και ως «Επιστημονικός Κατάλογος» αποτέλεσε μια επιστημονική βάση αναφοράς για τον Εθνικό Κατάλογο για τις εθνικές αρχές, αλλά και για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Οι 296 περιοχές, κάλυπταν έκταση που εκτιμάται ότι ανέρχεται σε περίπου 30.000.000 στρέμματα. Στην έκταση αυτή των 30.000.000 στρεμμάτων περιέχονται και μεγάλες θαλάσσιες εκτάσεις (περίπου 6.000.000 στρέμματα), καθώς και εσωτερικά ύδατα (περίπου 1.500.000 στρέμματα).

Στην παρούσα φάση, πρέπει να σημειωθεί ότι, έχει οριστικοποιηθεί ο «Εθνικός Κατάλογος» που περιλαμβάνει συνολικά 150 περιοχές SPA (Περιοχές Ειδικής Προστασίας της Ορνιθοπανίδας), και 239 περιοχές PSCI (Τόποι Κοινοτικής Σημασίας) (ορισμένες από αυτές εν όλω ή εν μέρει είναι και περιοχές SPA).

Οι περιοχές SPA που έχουν κοινοποιηθεί στην Ε.Ε. από την Ελλάδα εντάσσονται αυτόματα βάσει της Οδηγίας των Οικότοπων στο δίκτυο Natura 2000. Η Οδηγία των Οικότοπων θέτει αυστηρές διαδικασίες προκειμένου να ελέγχονται οι πιθανές επιπτώσεις της οικονομικής ανάπτυξης στις περιοχές Natura 2000 (Άρθρο 6), και απαιτεί από τα κράτη μέλη να εξασφαλίζουν την αποκατάσταση ή και τη διατήρησή τους σε «ικανοποιητική κατάσταση διατήρησης» (Άρθρο 3). Η Οδηγία υποχρεώνει επίσης τα κράτη μέλη να

βελτιώνουν την «οικολογική συνοχή» του δικτύου Natura 2000, εξασφαλίζοντας ότι η χωροταξική πολιτική χρήσεων γης, προστατεύει κάποια κύρια χαρακτηριστικά εντός και εκτός των προστατευόμενων περιοχών, ειδικά στους τόπους όπου λειτουργούν ως διάδρομοι ή ενδιάμεσοι σταθμοί μεταξύ των περιοχών.

Συχνά τίθεται το ερώτημα τι επιτρέπεται και τι απαγορεύεται σε μια περιοχή του δικτύου. Η απάντηση δεν είναι τόσο εύκολη, καθώς δεν υπάρχει ένας συγκεκριμένος κατάλογος δράσεων που να επιτρέπονται ή να απαγορεύονται στις συγκεκριμένες περιοχές. Πρέπει να προηγηθεί εκτίμηση της οικολογικής κατάστασης και των αξιών του εκάστοτε φυσικού χώρου, ώστε να μπορεί να υπολογιστεί η αναμενόμενη επίπτωση του κάθε έργου.

Στις περιοχές Natura επιτρέπονται έργα και δραστηριότητες που δεν θίγουν τα ιδιαίτερα οικολογικά στοιχεία (οικότοπους και είδη) για τα οποία η περιοχή κρίθηκε προστατευτέα. Κάτι τέτοιο βέβαια σημαίνει στην πράξη πως σε πολλές περιπτώσεις ένα έργο που πιθανώς να μην επιτραπεί σε μια περιοχή δικτύου Natura 2000 να μπορεί να επιτραπεί σε μια άλλη περιοχή, καθώς εκεί δεν θα υποβαθμίζει τα προστατευόμενα είδη ή τους οικοτόπους.

Το δίκτυο Natura 2000 αποτελεί μεγάλη ευκαιρία προώθησης νέων προτύπων ανάπτυξης, που βασίζονται στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και στοχεύουν στη βελτίωση της ποιότητας ζωής του γηγενούς πληθυσμού, σε συνδυασμό με τη διατήρηση ή αποκατάσταση των ειδικών οικολογικών αξιών των περιοχών αυτών.

Δεν είναι λίγα τα παραδείγματα τόσο από την Ελλάδα, όσο και από το εξωτερικό, σύμφωνα με τα οποία περιοχές του δικτύου έχουν αναπτυχθεί προς όφελος της τοπικής οικονομίας, επιτυγχάνοντας ταυτόχρονα τη διατήρηση των ιδιαίτερων οικολογικών αξιών τους.

### **3.9. Η σημερινή κατάσταση και μελλοντικές προοπτικές της προστασίας της φύσης- φορείς διαχείρισης προστατευόμενων περιοχών στην Ελλάδα και στο διεθνή χώρο**

Η ίδρυση του Εθνικού Πάρκου Yellowstone στις Η.Π.Α. το 1872, ως «δημόσιο πάρκο ή περιοχή αναψυχής προς όφελος και απόλαυση των ανθρώπων» ήταν η πρώτη προσπάθεια για τη θεσμοθέτηση προστατευόμενων περιοχών σε παγκόσμιο επίπεδο. Το παράδειγμα των ΗΠΑ, ακολούθησαν αρκετές χώρες, όπως ο Καναδάς, η Αυστραλία, η Νότια Αφρική, η Νέα Ζηλανδία.

Τα κοινά χαρακτηριστικά αυτών των περιοχών είναι ότι:

- Προέκυψαν ως αποτέλεσμα κυβερνητικής πρωτοβουλίας.
- Οι περιοχές αυτές συνήθως περιλάμβαναν μεγάλες εκτάσεις γης.

- Ήταν αρχικά προσβάσιμες από τον άνθρωπο, αλλά παρέμεναν ακατοίκητες και άθικτες από ανθρώπινες δραστηριότητες.
- Η ανθρώπινη παρουσία και συνύπαρξη φυσικών στοιχείων με τον άνθρωπο, το οποίο αλλάζει ανάλογα με το χρόνο και τον τρόπο (π.χ. στην Ευρώπη, όπου οι «φυσικές» εκτάσεις ήταν ανέκαθεν μικρότερης έκτασης και περιελάμβαναν, τουλάχιστον σε ένα μέρος τους, κατοικημένες περιοχές και ανθρώπινες δραστηριότητες).

Με το χαρακτηρισμό όλο και περισσότερων περιοχών ως προστατευόμενων προέκυψε, τουλάχιστον σε ορισμένες χώρες, η ανάγκη διαμόρφωσης μηχανισμών συντονισμού και διαχείρισης. Έτσι το 1911 στον Καναδά, εμφανίζεται ο πρώτος, σε παγκόσμιο επίπεδο, φορέας συντονισμού. Πέντε χρόνια αργότερα, στις ΗΠΑ συστήνεται η Εθνική Υπηρεσία Πάρκων, η οποία και συνεχίζει να παίζει βασικό ρόλο στη διαχείριση των προστατευόμενων περιοχών.

Από τότε έως σήμερα, έχουν κηρυχθεί σε όλον τον κόσμο χιλιάδες προστατευόμενες περιοχές, οι οποίες ανάλογα με τη εξειδίκευση των στόχων τους και τα επιμέρους χαρακτηριστικά τους, υπάγονται σε διάφορες κατηγορίες προστασίας (περιοχές αυστηρής/απόλυτης προστασίας, εθνικά πάρκα, φυσικά πάρκα, μνημεία ης φύσης, φυσικά καταφύγια κ.λπ.).

Το 2002, περίπου 44.000 περιοχές χαρακτηρίστηκαν προστατευόμενες σύμφωνα με τα κριτήρια της Διεθνούς Ένωσης για την Προστασία της Φύσης (IUCN), καλύπτοντας έτσι περίπου το 10% της συνολικής έκτασης του πλανήτη.

Η αρχική προσέγγιση του θεσμού των Προστατευόμενων Περιοχών (ΠΠ), θεώρησε τις περιοχές αυτές ως χώρους «απόλυτης προστασίας» αποκλείοντας έτσι κάθε ανθρώπινη παρέμβαση. Στην πορεία όμως έγινε φανερό ότι, η απομόνωση των ΠΠ, όχι μόνο δεν εξασφαλίζει τη διατήρηση του προστατευτέου αντικειμένου, αλλά μπορεί να έχει και τα αντίθετα αποτελέσματα. Η διαπίστωση αυτή οδήγησε σταδιακά στην εγκατάλειψη της ιδέας της απόλυτης προστασίας και στην ανάγκη ενσωμάτωσης της προστατευόμενης περιοχής στον ευρύτερο οικολογικό, οικονομικό και κοινωνικό περίγυρο, με τρόπο βιώσιμο, που να εξασφαλίζει την προστασία της φύσης και τη συνέχιση στις περιοχές αυτές των συμβατών με την προστασία ανθρώπινων δραστηριοτήτων.

Στην Ελλάδα, η πρώτη προστατευόμενη περιοχή, ήταν ο Εθνικός Δρυμός Ολύμπου που ιδρύθηκε το 1938, βάσει του νόμου 856/37. Αργότερα, η συμπλήρωση του νόμου «Περί αρχαιοτήτων», με το νόμο 1469/50, έδωσε τη δυνατότητα της κήρυξης ορισμένων περιοχών ως «Τοπίων Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους».

Καθοριστικός σταθμός στην εξέλιξη της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος στη χώρα μας ήταν ο νόμος 1650/86, ο οποίος περιέχει ιδιαίτερο κεφάλαιο για την «Προστασία της Φύσης και του Τοπίου», όπου και γίνεται αναφορά στη θεσμοθέτηση προστατευόμενων περιοχών.

Οι σημαντικότερες ρυθμίσεις του νόμου, είναι η κατηγοριοποίηση των προστατευόμενων περιοχών σε 5 κατηγορίες (περιοχές απόλυτης προστασίας της φύσης, εθνικά πάρκα, προστατευόμενοι φυσικοί σχηματισμοί, προστατευόμενα τοπία και στοιχεία του τοπίου, περιοχές οικοανάπτυξης), καθώς και ο καθορισμός ειδικές διαδικασίας κήρυξης και διαχείρισης των ΠΠ. Ο Ν.2742/99 «Χωροταξικός σχεδιασμός και αειφόρος ανάπτυξη και άλλες διατάξεις» αποσαφηνίζει την κατάσταση όσον αφορά στη λειτουργία και διαχείριση προστατευόμενων περιοχών και ουσιαστικά συμπληρώνει τον 1650/86.

Ο Ν.2742/90 αφορά στη διαχείριση και διοίκηση «περιοχών, στοιχείων και συνόλων της φύσης και του τοπίου», βάσει των κατηγοριών που αναφέρονται στον 1650/86. Αφορά επίσης και στις «Ειδικές Ζώνες Διατήρησης», δηλαδή στις περιοχές του εθνικού καταλόγου περιοχών Natura 2000 που συστήνεται βάσει της Οδηγίας 92/43/ΕΟΚ.

Στο άρθρο 15 «Φορείς Διαχείρισης» ο 2742/99 ανοίγει δρόμο για την ίδρυση Φορέων Διαχείρισης (ΦΔ) προστατευόμενων περιοχών ως νομικών προσώπων ιδιωτικού δικαίου.

Στις αρμοδιότητες των ΦΔ συμπεριλαμβάνονται:

- Η κατάρτιση και εφαρμογή κανονισμών λειτουργίας και διοίκησης της προστατευόμενης περιοχής.
- Παρακολούθηση και αξιολόγηση του θεσμικού πλαισίου προστασίας της περιοχής.
- Συλλογή και επεξεργασία επιστημονικών δεδομένων.
- Παροχή γνωμοδοτήσεων για την αδειοδότηση έργων και δραστηριοτήτων στην περιοχή.
- Κατάρτιση μελετών και εκτέλεση έργων που προβλέπονται από το σχέδιο διαχείρισης.
- Ανάλυση και εκπόνηση εθνικών ή και ευρωπαϊκών προγραμμάτων και δράσεων.
- Ενημέρωση και εκπαίδευση σε θέματα σχετικά με το αντικείμενο προστασίας.
- Προώθηση οικοτουριστικών δράσεων, χορήγηση αδειών επιστημονικής έρευνας.

Το 2002, με το Ν.3044, ιδρύθηκαν οι εξής Φορείς Διαχείρισης:

Φ.Δ. Δέλτα Έβρου  
Φ.Δ. Λίμνης Κερκίνης  
Φ.Δ. Δέλτα Αξιού-Λουδία-  
Αλιάκμονα

Φ.Δ. Εθνικού Θαλάσσιου Πάρκου  
Αλοννήσου-Β. Σποράδων

Φ.Δ. Δάσους Δαδιάς  
Φ.Δ. Λιμνοθάλασσας Μεσολογγίου  
Φ.Δ. Λιμνών Κορώνειας -Βόλβης

Φ.Δ. Δέλτα Νέστου – Βιστωνίδας –  
Ισμαρίδας



Φ.Δ. Όρους Πάρωνα και  
Υγροτόπου Μουστό  
Φ.Δ. Υγροτόπων Αμβρακικού  
Φ.Δ. Εθνικού Δρυμού Πρεσπών-  
Αίνου  
Φ.Δ. Εθνικού Δρυμού Ολύμπου  
Φ.Δ. Εθνικού Δρυμού Παρνασσού  
Φ.Δ. Εθνικού Δρυμού Οίτης  
Φ.Δ. Χελμού-Βουραϊκού  
Φ.Δ. Καρπάθου-Σαρίας

Φ.Δ. Λίμνης Παμβώτιδος  
Ιωαννίνων  
Φ.Δ. Υγροτόπων Κοτυχίου –  
Στροφυλιάς  
Φ.Δ. Εθνικών Δρυμών Βύκου-  
Αώου και Πίνδου  
Φ.Δ. Εθνικού Δρυμού Σαμαρίας  
Φ.Δ. Εθνικού Δρυμού Πάρνηθας  
Φ.Δ. Στενών & Εκβολών Καλαμά  
Φ.Δ. Οροσειράς Ροδόπης  
Φ.Δ. Κάρλας-Μαυροβουνίου-  
Κεφαλόβρυσου Βελεστίνου

Πηγή: Ε.Ο.Τ.

Υπάρχουν επίσης δύο Φορείς Διαχείρισης (του Εθνικού Θαλάσσιου Πάρκου Ζακύνθου και του Εθνικού Πάρκου Σχοινιά) που έχουν ιδρυθεί με Προεδρικά Διατάγματα. Παράλληλα σημαντικά με τους Φ.Δ. είναι τα Διαχειριστικά Σχέδια και οι Ειδικές Περιβαλλοντικές Μελέτες (ΕΠΜ), που αποτελούν τη βάση για την ορθή διαχείριση των ΠΠ.

Ο εθνικός σχεδιασμός διαχείρισης προστατευόμενων περιοχών, είναι ένα ζήτημα που έχει απασχολήσει σοβαρά το σύνολο των ευρωπαϊκών χωρών.

**Στην Ιταλία** για παράδειγμα, υπάρχουν 6 κατηγορίες προστατευόμενων περιοχών (ΠΠ), κυριότερες από τις οποίες είναι τα Εθνικά Πάρκα και τα Περιφερειακά Πάρκα. Το σύστημα διαχείρισής τους έχει ως εξής:

Το Υπουργείο Περιβάλλοντος και οι Περιφερειακές Αρχές είναι υπεύθυνες για την εφαρμογή της πολιτικής στις ΠΠ. Έχουν ιδρυθεί φορείς διαχείρισης (ΦΔ), για 21 Εθνικά Πάρκα. Ο Πρόεδρος τους διορίζεται από το Υπουργείο Περιβάλλοντος, το Δ.Σ. είναι το κύριο όργανο λήψης αποφάσεων και τα δύο από τα μέλη εκτός των άλλων ανήκουν σε Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ). Οι Φ.Δ. είναι ανεξάρτητες δημόσιες αρχές, διαθέτουν καταστατικό λειτουργίας, εκδίδουν Κανονισμό Λειτουργίας του Πάρκου καθώς και το Σχέδιο Διαχείρισης.

**Στη Γαλλία** υπάρχουν πολλές κατηγορίες ΠΠ οι κυριότερες από τις οποίες είναι τα Εθνικά Πάρκα και τα Περιφερειακά Πάρκα. Για την κήρυξη και διαχείρισή τους, είναι υπεύθυνο το Υπουργείο Περιβάλλοντος και πιο συγκεκριμένα η Διεύθυνση για την Προστασία της Φύσης, το Τμήμα για τα Πάρκα.

Το τμήμα αυτό λειτουργεί ως συντονιστικό όργανο της διαχείρισης των Πάρκων. Κάθε Εθνικό Πάρκο έχει δικό του Δ.Σ. που είναι υπεύθυνο για τη διαχείριση και αποτελείται από στελέχη του δημοσίου, της τοπικής αυτοδιοίκησης, του Εθνικού Μουσείου Φυσικής Ιστορίας, του Εθνικού

Συμβουλίου για την Προστασία της Φύσης και του Εθνικού Κέντρου Επιστημονικής Έρευνας.

**Στην Ολλανδία** πέτυχαν την τελειοποίηση του Εθνικού Δικτύου Οικολογικά Σημαντικών Περιοχών (National Ecological Network), για αυτό υπάρχει οργανική σύνδεση μεταξύ τους και αντιμετωπίζουν σοβαρά περιβαλλοντικά προβλήματα τα οποία υπάρχουν.

Το κράτος είναι υπεύθυνο για την προώθηση και διαχείρισή του. Η πολιτική του, είναι η απόκτηση και διαχείριση της γης στις περιοχές του Δικτύου, ωστόσο δίδεται έμφαση και στις εκτός Δικτύου περιοχές. Για το σκοπό αυτό προωθούνται συνεργασίες με φορείς και άτομα για την ορθή διαχείριση και των εκτός Δικτύου περιοχών.

Αξίζει εδώ να σημειώσω ότι η χρηματοδότηση των ΠΠ και των ΦΔ στις περισσότερες χώρες της Ευρώπης (π.χ. Ιταλία, Γαλλία, Φιλανδία, Τσεχία, Ολλανδία, Πολωνία, κ.ά.), προέρχεται εξ ολοκλήρου από το κράτος. Η Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία και Βρετανία, δίνουν περίπου 206 εκατ. Δολάρια το χρόνο σε κάθε Εθνικό Πάρκο.

### **3.10. Τα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη των προστατευόμενων περιοχών**

Η ανάπτυξη ήπιων και περιβαλλοντικά φιλικών μορφών τουριστικών δραστηριοτήτων, μπορεί να είναι ιδιαίτερα επικερδής και να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη των απομονωμένων ή μειονεκτικών προστατευόμενων περιοχών της περιφέρειας.

Πολλές φορές όσον αφορά στα οικονομικά οφέλη που μπορούν να προκύψουν σε μια προστατευόμενη περιοχή, αλλά και στη διαφοροποίηση της τοπικής οικονομίας, που θεωρητικά μπορεί να καταστεί πιο ανθεκτική σε περιόδους κρίσης. Στα παραπάνω θα πρέπει να συνυπολογίσουμε και την οικολογική διάσταση των περιβαλλοντικών οφελών που προκύπτουν από τη διασφάλιση ή και την αποκατάσταση των περιοχών.

Αν παρόλα αυτά, περιορίσουμε τα οφέλη που προκύπτουν από την προστασία και ανάπτυξη των προστατευόμενων περιοχών, σε καθαρά οικονομικά μεγέθη, μπορούμε να αναφέρουμε συνοπτικά τις εξής επισημάνσεις:

- Οι ανάγκες προστασίας και διαχείρισης μιας προστατευόμενης περιοχής, οδηγούν σε αύξηση της απασχόλησης τοπικά και περιφερειακά. Υπολογίστηκε ότι το 1999 στην Ευρωπαϊκή Ένωση περίπου 125.000 άτομα, εργάζονταν σε δουλειές που άμεσα (100.000 θέσεις όπως φύλακες, επιστημονικό προσωπικό, εργάτες στα έργα ανάδειξης και αποκατάστασης οικοτόπων, παροχή υπηρεσιών σε ξενώνες, ξεναγοί κ.λπ.) ή έμμεσα (25.000 θέσεις), σχετίζονταν με την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος (ECOTEC 2001).
- Οι προστατευόμενες περιοχές αποτελούν ή μπορούν να αναδειχθούν σε τουριστικό προορισμό, μια δραστηριότητα που μπορεί να επιφέρει

επιπλέον έσοδα, να δημιουργήσει θέσεις εργασίας και γενικότερα να προωθήσει την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας.

- Οι προστατευόμενες περιοχές, είναι συνήθως επιλέξιμες για πολλά εθνικά και κοινοτικά χρηματοδοτικά προγράμματα (Life, Interreg, Leader, Διαρθρωτικά Ταμεία, Επιχειρησιακά Προγράμματα κ.λπ.). Αξίζει να σημειωθεί εδώ, ότι ειδικά για το πρόγραμμα Life, η συμμετοχή μιας περιοχής σε αυτό, αποτελεί βασική προϋπόθεση για την ένταξή της στο δίκτυο Natura 2000.
- Εκτός των παραπάνω, η τοπική κοινωνία μπορεί να επωφεληθεί σε περιβαλλοντική διάσταση και επίπεδο, αφού για παράδειγμα για την προστασία της θα γίνουν διάφορα έργα π.χ. αντιπλημμυρικά, ανάδειξης κ.λπ..

Έχει διαπιστωθεί ότι τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν στα πλαίσια μιας προστατευόμενης περιοχής όσον αφορά στον τομέα της απασχόλησης, εκτείνονται σε όλο το εύρος των υπηρεσιών που θα εξυπηρετήσουν είτε τις ανάγκες των ίδιων των εργαζομένων, είτε τον αυξημένο αριθμό επισκεπτών. Στα πλαίσια ανάπτυξης οικονομικών δραστηριοτήτων, χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα για τις θέσεις εργασίας που δημιουργήθηκαν γύρω από τον υγρότοπο της Κερκίνης λόγω θεσμοθέτησης της περιοχής. Οι αντίστοιχες θέσεις εργασίας που δημιουργήθηκαν. Έχουν ως εξής:

- Κέντρο ενημέρωσης υγροτόπου στην Κερκίνη (5).
- Γραφεία ενημέρωσης οικοτουρισμού στο Λιθότοπο (2).
- Ενυδρείο (1).
- Μουσείο στη Βυρώνεια (2-3).
- Ξενώνες και ξενοδοχειακές μονάδες (3-προγραμματίζονται και άλλες).
- Γραφείο διοργάνωσης περιηγήσεων στη λίμνη και στον υγρότοπο με βάρκες και ποδήλατα.
- Δύο τουριστικές επιχειρήσεις που οργανώνουν επισκέψεις με άλογα.
- Τέλος, ο συνεταιρισμός γυναικών στα Άνω Παρόδια, έχει αυξημένα έσοδα από την πώληση των προϊόντων του.

Οι προοπτικές και οι δυνατότητες οικονομικής ανάπτυξης, είναι συνυφασμένες και με κοινωνικά οφέλη, αφού για παράδειγμα, οι θέσεις εργασίας συνεπάγονται μείωση της ανεργίας, συγκράτηση του πληθυσμού σε μια περιοχή και βελτίωση του κοινωνικού ιστού. Οι δυνατότητες που δημιουργούνται για αναψυχή και περιβαλλοντική εκπαίδευση, αλλά και η προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς, αποτελούν επιπλέον κοινωνικές παραμέτρους της αξίας των προστατευόμενων περιοχών.

Όμως, η ορθολογική διαχείριση των προστατευόμενων περιοχών, απαιτεί την ενεργό συμμετοχή και της τοπικής κοινωνίας. Στη χώρα μας, αυτή μπορεί να διασφαλιστεί και από νομική άποψη, μέσω των φορέων διαχείρισης της κάθε προστατευόμενης περιοχής.

### **3.11. Πράσινη επιχειρηματικότητα στις προστατευόμενες περιοχές**

Η Πράσινη Επιχειρηματικότητα αποτελεί μια αναδυόμενη μορφή οικονομικής δραστηριότητας, που βασίζεται πρωταρχικά σε ζωτικές ανάγκες που έχουν σχέση με την ποιότητα της ζωής και του περιβάλλοντος (Ζήσης, 2003).

Άλλωστε η προστασία του περιβάλλοντος στοχεύει πρωταρχικά στην υγεία και την ποιότητα της ζωής των ανθρώπων, όπως και στην προστασία της φύσης σε βάθος χρόνου. Η προσοχή είναι στραμμένη στο μέλλον με βάση την αρχή της αειφορίας – βιωσιμότητας, μέσα από τα μέτρα που πρέπει να ληφθούν στο παρόν, ώστε ο σύγχρονος κόσμος να είναι βιώσιμος.

Όλο και περισσότερο, το παρόν και το μέλλον θα χαρακτηρίζονται ως βιώσιμα, ανάλογα με το βαθμό συγχώνευσης της περιβαλλοντικής προστασίας με την οικονομική δραστηριότητα, η οποία θα συμβάλλει στην ανάδειξη της ποιότητας και της προστασίας του περιβάλλοντος ως:

- Συγκριτικού πλεονεκτήματος για την οικονομική και την κοινωνική ανάπτυξη.
- Παράγοντα άρσης των περιφερειακών και ενδοπεριφερειακών ανισοτήτων.

Η πράσινη επιχειρηματικότητα, μαζί με το θεσμικό πλαίσιο της προστασίας του περιβάλλοντος, αποτελεί το μοχλό για την επίτευξη αυτών των στόχων, ενώ ταυτόχρονα υποστηρίζεται από τις ευρωπαϊκές και εθνικές πολιτικές κινήτρων, παρέχοντας ευκαιρίες και χρηματοδοτώντας ανάλογες δράσεις.

Αποτελεί έναν κλάδο με μεγάλη ευρύτητα πεδίου που στηρίζεται:

- Σε μία νέα ζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών, που είναι και η γενεσιουργός του αιτία. Αυτή η ζήτηση μπορεί να είναι τόσο η ατομική ζήτηση του καταναλωτή, όσο και η κοινωνική ζήτηση για ένα νέο φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών.
- Σε ένα νέο σχεδιασμό και σε μία ανασυγκρότηση της οικονομίας στο σύνολό της απέναντι στη φύση, στην κοινωνία και στον άνθρωπο.

Τα νέα αυτά προϊόντα και υπηρεσίες καλούνται να επιτελέσουν δύο σημαντικές αποστολές: αφ' ενός μεν να δράσουν επικουρικά στην προσαρμογή της οικονομίας στη φύση και την κοινωνική ανάπτυξη, και αφ' ετέρου να καλύψουν την ανάγκη των καταναλωτών για μια άλλη ποιότητα ζωής.

Στον τομέα της πράσινης επιχειρηματικότητας, δύνανται να ενεργοποιούνται οι αυτοδιοικήσεις, ομάδες παραγωγών, συνεταιρισμοί, νέοι επιχειρηματίες, οργανώσεις των καταναλωτών, πανεπιστήμια και μη κυβερνητικές οργανώσεις, διαμορφώνοντας έτσι ένα νέο πλαίσιο προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών και μια νέα εμπορευματική σχέση και δυναμική που δίνουν ευκαιρία ανάπτυξης και διαμόρφωσης ενός στρατηγικού σχεδιασμού για τη βιώσιμη ανάπτυξη και τη δημιουργία μιας καινούργιας αγοράς.

### ***Που ασκείται η πράσινη επιχειρηματικότητα:***

1. Στις προστατευόμενες περιοχές, η πράσινη επιχειρηματικότητα, μπορεί να αποτελέσει έναν προνομιακό και καθοριστικό κλάδο για ανάπτυξη οικονομικών δραστηριοτήτων για τη βιωσιμότητα των περιοχών αυτών. Οι προστατευόμενες περιοχές, χαρακτηρίζονται από την έμφαση στην ποιότητα της βιώσιμης ανάπτυξης. Αν και ο πυρήνας τους αποτελεί συνήθως πεδίο μη επιχειρηματικότητας, ωστόσο το τμήμα της προστατευόμενης περιοχής που τον περιβάλλει, είναι αυτό στο οποίο κυρίως μπορούν να ασκηθούν οι νέες αυτές επιχειρηματικές δράσεις με την απαιτούμενη ποιότητα. Παρόμοιες δράσεις, δύνανται να ασκούνται και στην ευρύτερη περιοχή που περιβάλλει το σύνολο της προστατευόμενης περιοχής.

2. Σε μη προστατευόμενες περιοχές, οι οποίες μπορεί να είναι, είτε η ευρύτερη περιοχή που περιβάλλει μια προστατευόμενη περιοχή, είτε μια άλλη περιοχή που να μην έχει καμία σχέση με μια προστατευόμενη. Οι περιοχές αυτές, διακρίνονται από μία ζήτηση για μια νέα ποιότητα ζωής, που έχει όμως άμεση σχέση με την προστασία του περιβάλλοντος και της φύσης και για αυτό στοχεύει στην ισορροπία ανάμεσα σ' αυτήν και τον άνθρωπο.

Ως ενδεικτικά παραδείγματα ανάπτυξης πράσινης επιχειρηματικότητας, αναφέρονται τα ακόλουθα:

- Παραγωγή και πώληση πιστοποιημένων προϊόντων της προστατευόμενης περιοχής, π.χ. αγροτικά προϊόντα από περιοχές Natura.
- Παραγωγή και πώληση προϊόντων βιολογικής γεωργίας και κτηνοτροφίας.
- Δραστηριότητες οικοξενάγησης.
- Ενοικίαση και πώληση εξοπλισμού για τουριστικές δραστηριότητες στην προστατευόμενη περιοχή.
- Παραγωγή και εμπορία τουριστικών αναμνηστικών.
- Παραγωγή και προώθηση οπτικοακουστικού υλικού προβολής της περιοχής και ειδικών θεμάτων.
- Ρυθμιστικές υπηρεσίες πρόσβασης στις οικοπεριοχές.
- Τοπικές παραδοσιακές επαγγελματικές δραστηριότητες.
- Αειφορική παραγωγή ενέργειας μικρής ή μεγάλης κλίμακας.
- Υπηρεσίες συστήματος επιστημονικής παρακολούθησης (ΣΕΠ) και μελέτες.
- Δημιουργία και αξιοποίηση υποδομών ανάδειξης και ερμηνείας προστατευόμενων περιοχών.

### **3.12. Η σημασία του προσδιορισμού της οικοτουριστικής ζήτησης**

Ο προσδιορισμός της ζήτησης για την ανάπτυξη οικοτουριστικών δραστηριοτήτων, παρουσιάζει σημαντικές ιδιαιτερότητες και είναι βαρύνουσας σημασίας για τους εξής λόγους:

- Εάν θεωρήσουμε ότι ο οικοτουρισμός αποτελεί ένα πιθανό εργαλείο για την τόνωση της οικονομίας κάποιων περιοχών κάτι που έχουμε ανάγκη δεδομένου της παρούσας οικονομικής κρίσης, είναι απαραίτητο να υπάρξει προσδιορισμός της ζήτησης για να καταστούν μετρήσιμα τα μεγέθη της οικονομικής τόνωσης που είναι εφικτά.

Η γνώση της ζήτησης μπορεί να συμβάλλει στη διασφάλιση της συναίνεσης, της συνεργασίας και της συμμετοχής των τοπικών κοινωνιών, που αποτελούν απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη οικοτουριστικών δραστηριοτήτων.

- Ο προσδιορισμός της ζήτησης για οικοτουριστικές δραστηριότητες, συμβάλλει στην εξασφάλιση των απαραίτητων υποδομών για την υποστήριξή τους.
- Ο προσδιορισμός των επιπέδων της ζήτησης, διαδραματίζει σημαντικό ρόλο προκειμένου να ορισθούν τα ανώτατα επιθυμητά όρια ανάπτυξης, ανάλογα πάντα με τη φέρουσα ικανότητα των τόπων υποδοχής, καθώς και για να καταστεί σαφής η ανάγκη εφαρμογής συστημάτων διαχείρισης επισκεπτών και διεξαγωγής μελετών για τη φέρουσα τουριστική ικανότητα.
- Η οικοτουριστική ζήτηση, προσδιορίζεται σε επίπεδο τόσο ποιοτικό, όσο και ποσοτικό, ούτως ώστε μέσω ενεργειών μάρκετινγκ, να προσελκύεται το ποιοτικά και αριθμητικά επιθυμητό κοινό.

Ο ΟΟΣΑ ([www.oecd.org](http://www.oecd.org)) αναφέρει ότι είναι εξαιρετικά δύσκολο να οριστεί ή να μετρηθεί ο τουρισμός με ακρίβεια. Στην δε περίπτωση του οικοτουρισμού, η δυσκολία φαίνεται να είναι μεγαλύτερη, αφού δεν είναι ακόμα σαφές, ούτε έχει αντικειμενικά προσδιοριστεί το πώς ακριβώς ορίζεται ο οικοτουρισμός.

### **3.13.Ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης –προβλήματα που αντιμετωπίζει η ελληνική τουριστική αγορά**

Κύριο χαρακτηριστικό της τουριστικής ανάπτυξης της χώρας μας υπήρξε ο μεγάλος βαθμός χωρικής και χρονικής υπερσυγκέντρωσης των τουριστικών δραστηριοτήτων, ιδιαίτερα στις παράκτιες και νησιώτικες περιοχές, ως αποτέλεσμα της ανάπτυξης της τουριστικής μονοκαλλιέργειας και μάλιστα ενός συγκεκριμένου μοντέλου τουρισμού, αυτό του «μαζικού παράκτιου τουρισμού».

Μαζί με την αύξηση των διεθνών τουριστικών αφίξεων και την υπερσυγκέντρωση σε περιορισμένους και ευαίσθητους γεωγραφικούς χώρους που οδήγησε στην υπερκάλυψη της φέρουσας ικανότητας και στον επακόλουθο κορεσμό τους, φάνηκαν και τα αποτελέσματα που εστιάζονται στη δημιουργία μιας σειράς κοινωνικών οικονομικών και περιβαλλοντικών προβλημάτων.

Ο ελληνικός τουρισμός τη χώρα μας αναπτύχθηκε μέσα από ερασιτεχνικές μορφές οργάνωσης, χρησιμοποιώντας τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα για όσο διάστημα οι συνθήκες στη διεθνή αγορά το επέτρεπαν και όσο το ελληνικό τουριστικό προϊόν πουλούσε από μόνο του επειδή η ζήτηση υπερέβαινε την προσφορά, με αποτέλεσμα να προηγείται η ζήτηση και να ακολουθούν οι αντίστοιχες υποδομές.

Αποτέλεσμα αυτής της πολιτική ήταν η δημιουργία των ακόλουθων βασικών προβλημάτων:

**Εποχικότητα:** Η έντονη εποχικότητα που παρουσιάζουν οι αφίξεις και διανυκτερεύσεις των τουριστών (αλλοδαπών και ημεδαπών) είναι ίσως το σημαντικότερο πρόβλημα του ελληνικού τουρισμού, με σειρά αρνητικών συνεπειών στην οικονομία, την κοινωνία αλλά και το περιβάλλον (απασχόληση, πολυδραστηριότητα, εντατικοποίηση της εργασίας, αλλά και της χρήσης των φυσικών πόρων κ.ο.κ.).

**Άνιση γεωγραφική κατανομή:** Η υπερσυγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας σε συγκεκριμένες, κυρίως παραθαλάσσιες περιοχές της χώρας είναι ιδιαίτερα εμφανής.

Εδώ και αρκετά χρόνια έχει πλέον γίνει αντιληπτό ότι τα πολυάριθμα προβλήματα που έχουν δημιουργηθεί στις περιοχές αυτές, καθιστούν επιβεβλημένη τη διάχυση της τουριστικής δραστηριότητας στο χώρο.

**Χαμηλή ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού προϊόντος:** Ο έντονος προσανατολισμός της χώρας μας προς το μαζικό τουρισμό και η επακόλουθη εξάρτηση από τους μεγάλους tour operators, δημιούργησε μια αδυναμία για ποιοτική διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος.

Αποτέλεσμα όλων αυτών είναι, η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στη διεθνή τουριστική αγορά, να επιτυγχάνεται μόνο με την τιμολογιακή πολιτική η οποία σε πολλές περιπτώσεις δεν επιτρέπει καν κέρδη και συντηρεί ένα σχετικά φθινό προϊόν ποιοτικά υποβαθμισμένο.

Τα τελευταία χρόνια, οι συζητήσεις περιστρέφονται γύρω από την ανάγκη ποιοτικού εμπλουτισμού και διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος, χωρίς όμως να διαφαίνεται μια ουσιαστική βούληση επίτευξής αυτού του στόχου (Γκούβης, Λαγός et al., 2002).

Η μείωση της εποχικότητας, η αναστροφή της τάσης της χωρικής συγκέντρωσης της τουριστικής δραστηριότητας στις παραθαλάσσιες κυρίως περιοχές, αλλά και η ποιοτική αναβάθμιση και ο εμπλουτισμός του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με την επακόλουθη προσέλκυση τουριστών υψηλότερων εισοδημάτων, είναι στόχοι στους οποίους η ορθολογική ανάπτυξη του οικοτουρισμού που θα λειτουργήσει ως πλέγμα με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, μπορεί να διαδραματίσει σπουδαίο ρόλο.

### **3.13.1. Παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά την πορεία του οικοτουρισμού στην Ελλάδα**

Μεταξύ των προαναφερόμενων προβλημάτων που αντιμετωπίζει η ελληνική τουριστική αγορά, σημαντικότατο παραμένει και το πρόβλημα της εποχικότητας των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στην χώρα, σε δωδεκάμηνη βάση, που έχει εμφανίσει δυσμενή μακροχρόνια εξέλιξη.

Από το 1974 μέχρι το 199, το ποσοστό των αφίξεων που πραγματοποιήθηκαν στη χώρα μας κατά την χειμερινή περίοδο (Οκτ.-Μαρτ.), κυμαίνεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα, φτάνοντας το χαμηλό μέσο όρο του 18,8%. Από το 1974, όποτε έχουμε και το μεγαλύτερο ποσοστό 25,3% μέχρι το 1992, το ποσοστό αυτό παρουσιάζει μια τάση μείωσης που δηλώνει την σταδιακή αύξηση της εποχικότητας, με μικρότερη τιμή το 1992 15,1%.

Από το 1993 η τάση αυτή αναστρέφεται και μέχρι το 1999 παρουσιάζει μια συγκρατημένη αύξησης του εν λόγω ποσοστού, δηλαδή μια τάση μείωσης της εποχικότητας, που όμως εξακολουθεί να παραμένει σε πολύ υψηλά επίπεδα σε σχέση με της ανταγωνίστριες χώρες.

Η διάχυση της τουριστικής κίνησης σε όλη τη διάρκεια του έτους στην Ελλάδα, αποτελεί αναπτυξιακό στόχο της ηγεσίας του τουρισμού, αλλά και των εθνικών και τοπικών τουριστικών φορέων, εδώ και αρκετές δεκαετίες. Η πραγματοποίηση αυτού του στόχου όμως έχει συναντήσει αρκετές δυσκολίες, οι οποίες οφείλονται τόσο στις συνήθειες και τη δομή της τουριστικής αγοράς όσο και στις συνήθειες που επικρατούν στους τουριστικούς προορισμούς.

Οι κύριοι παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά την πορεία του οικοτουρισμού στη χώρα μας είναι οι ακόλουθοι:

- Η εικόνα της Ελλάδας ως προορισμού θερινών διακοπών ( ήλιος & θάλασσα).
- Οι χαμηλές τιμές που επικρατούν κατά τη χαμηλή περίοδο.
- Η έλλειψη της προσφοράς ενός πλέγματος οικοτουριστικών δραστηριοτήτων.
- Ο έντονος ανταγωνισμός από γειτονικούς τουριστικούς προορισμούς.
- Η έλλειψη συγκεκριμένων υποδομών για την υποστήριξη οικοτουριστικών δραστηριοτήτων.

Η Ελλάδα, έχει τη δυνατότητα να αξιοποιήσει πολλούς από τους φυσικούς και ανθρωπογενείς της πόρους για να βελτιώσει την εικόνα της έντονης εποχικότητας που την χαρακτηρίζει.

Ο οικοτουρισμός (που μπορεί να λειτουργήσει ως πλέγμα με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως: ο αγροτουρισμός, ο ορεινός κ.ά.), ο πολιτιστικός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο αστικός, ο τουρισμός υγείας και ο επαγγελματικός μπορούν με την ανάλογη ανάπτυξη να απορροφήσουν ένα μεγάλο μέρος των ετήσιων αφίξεων κατά την χειμερινή περίοδο, αλλά και καθ'



όλη τη διάρκεια του έτους και έτσι να συμβάλλουν στην διάχυση της τουριστικής κίνησης στο χρόνο.

### **3.13.2. Η ζήτηση για οικοτουρισμό στην Ελλάδα**

Ο διεθνής τουρισμός φύσης υπολογίζεται στο 7% του συνολικού τουρισμού. Περί τις 45 εκατομμύρια αφίξεις διεθνώς που υπολογίστηκαν το 1998, ενώ οι αντίστοιχες το 2010 υπολογίστηκαν στα 70 εκατομμύρια ([www.ecotourism.org/research/stats](http://www.ecotourism.org/research/stats) (22 Ιουνίου 2011)).

Στην Ελλάδα ο οικοτουρισμός αφορά κυρίως στον εσωτερικό τουρισμό, που επίσης παρουσιάζει αυξητικές τάσεις, αλλά παραμένει μεσαίας κλίμακας. Θα πρέπει να σημειωθεί ωστόσο, ότι καταγεγραμμένα στατιστικά στοιχεία για τη ζήτηση για οικοτουρισμό, δεν υπάρχουν στη χώρα μας.

Στις έρευνες αγοράς που πραγματοποιεί ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, οι οποίες όμως απευθύνονται στο ευρύ κοινό και όχι αποκλειστικά στο ειδικό οικοτουριστικό κοινό, περιγράφεται το προφίλ του μεγάλου όγκου του τουρισμού στην Ελλάδα, χωρίς όμως να διερευνάται ο παράγων ζήτηση για ειδικότερες μορφές τουρισμού, όπως είναι και ο οικοτουρισμός.

Γεγονός είναι ότι η πλειοψηφία των επισκεπτών των ελληνικών τουριστικών προορισμών, έλκονται από το προαναφερόμενο τρίπτυχο: ήλιος, θάλασσα και αμμώδεις παραλίες, διαπιστώνεται όμως και ένα θετικό στοιχείο, ότι δηλαδή το ευρύ τουριστικό κοινό κατανοεί και αναγνωρίζει τη σημασία του φυσικού περιβάλλοντος και την ανάγκη προστασίας του και εκτιμά ακόμα την ανάγκη διαφύλαξης των φυσικών πόρων και του ελληνικού χαρακτήρα και ύφους, στοιχεία που όντως είναι συνυφασμένα με την έννοια του οικοτουρισμού.

Εκτιμάται ότι η ζήτηση για οικοτουριστικές δραστηριότητες στην Ελλάδα, δεν ακολουθεί ακόμα τους ραγδαίους ρυθμούς αύξησης των χωρών του εξωτερικού. Ο οικοτουρισμός στη χώρα μας ταυτίζεται συνήθως με τις χειμερινές ή ανοιξιάτικες διακοπές σε ορεινά κυρίως οικοσυστήματα και η διάρκεια των οικοτουριστικών εκδρομών εκτιμάται ότι κυμαίνεται συνήθως από μια έως οκτώ ημέρες, χωρίς όμως να συνδυάζεται η επίσκεψη σε οικολογικά ενδιαφέρουσες περιοχές, απαραίτητα με την παραμονή σ' αυτές.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα σχετικής έρευνας (Σβορώνου, 2000), διαφαίνεται ότι το οικοτουριστικό κοινό της χώρας μας αυξάνεται σταδιακά, αλλά σε μικρότερο βαθμό από αυτό του μαζικού τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια, καθώς το προφίλ των ελληνικών διακοπών αλλάζει και οι διακοπές γίνονται περισσότερες φορές το χρόνο με μικρότερη διάρκεια, ο οικολογικός τουρισμός αρχίζει να συμπεριλαμβάνει όλο και περισσότερο στο ετήσιο πρόγραμμα των Ελλήνων.

Οι κυριότερες κατηγορίες επισκεπτών για οικοτουρισμό στη χώρα μας, είναι οι ακόλουθες:

- Μαθητές σχολείων που συμμετέχουν σε εκδρομές στα πλαίσια πρακτικής άσκησης του μαθήματος της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης.
- Ενήλικες που συμμετέχουν σε οργανωμένες εκδρομές, μέσω τουριστικών πρακτορείων για ολιγομελείς ομάδες.
- Μέλη ορειβατικών και φυσιολατρικών συλλόγων.
- Έλληνες που ταξιδεύουν ατομικά.
- Αλλοδαποί και Έλληνες φυσιολάτρες με ειδικά ενδιαφέροντα για τη φύση.

Το Ελληνικό οικοτουριστικό κοινό, αποτελείται κυρίως από κατοίκους των αστικών κέντρων.

Τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται μια αυξητική τάση ζήτησης για το θεσμό των κατασκηνώσεων εθελοντικής εργασίας στη φύση, που οργανώνονται από διάφορους φορείς, καθώς και για εκδρομές ανάπτυξης δραστηριοτήτων στη φύση που οργανώνονται από το Υφυπουργείο Νέας Γενιάς μέσω των προγραμμάτων «Απόδραση από την πόλη», κ.ά..

Ιδιαίτερη μνεία αξίζει να γίνει στο μαθητικό κοινό, το οποίο για ορισμένους προορισμούς αποτελεί σημαντικό ποσοστό επισκεπτών. Αν και πολυπληθές, αφήνει λίγα έσοδα στον τόπο επίσκεψης, παράλληλα όμως λειτουργεί ως πρεσβευτής και διαφημιστικός διάυλος για την προσέλκυση και άλλων επισκεπτών, (κυρίως του οικογενειακού, συγγενικού και φιλικού περιβάλλοντος), είναι ιδιαίτερα δεκτικό στο μήνυμα της προστασίας της φύσης και μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αντιμετώπιση της χρονικής υπερσυγκέντρωσης του τουρισμού. Η περιβαλλοντική εκπαίδευση στα σχολεία, έχει ως βασικό στόχο να ευαισθητοποιήσει και να διαμορφώσει μια θετική στάση στις νεότερες γενιές των Ελλήνων απέναντι στο περιβάλλον.

Σύμφωνα με τη Σβορώνου, (2000), οι Ειδικοί Τουριστικοί Πράκτορες (ΕΤΠ) για εναλλακτικό τουρισμό εκτιμούν ότι:

- ❖ Η ζήτηση του οικοτουρισμού στην Ελλάδα παρουσιάζει δειλά αυξητική τάση (εάν θεωρήσουμε ως οικοτουρισμού γενικότερα δραστηριότητες στη φύση: περιπέτεια, σπορ, τότε οι ρυθμοί αύξησης είναι μεγαλύτεροι).
- ❖ Το κοινό που ενδιαφέρεται για οικοτουρισμό χαρακτηρίζεται ως υψηλότερων απαιτήσεων για ποιότητα.
- ❖ Το κοινό που ενδιαφέρεται για οικοτουρισμό προέρχεται από υψηλότερα του μέσου κοινωνικά στρώματα και αποτελείται από κατοίκους των αστικών κέντρων. Στην πλειοψηφία τους, είναι ηλικίας 30-50 ετών, άνω του μέσου ελληνικού μορφωτικού και κοινωνικού επιπέδου.
- ❖ Το κοινό που ενδιαφέρεται για οικοτουρισμό, πέραν των ιδιωτών, είναι μαθητές και εταιρίες που οργανώνουν ολιγοήμερες εκδρομές για στελέχη τους.
- ❖ Μεγαλύτερη ζήτηση παρουσιάζουν οι τριήμερες έως επταήμερες εκδρομές, όλες τις εποχές του χρόνου εκτός του καλοκαιριού.
- ❖ Οι περισσότεροι ΕΤΠ απευθύνονται κυρίως σε ελληνικό κοινό, ενώ αυτοί που στοχεύουν και σε αλλοδαπούς τουρίστες, αναφέρουν ότι

υπάρχει μεγάλο υποψήφιο αγοραστικό κοινό στο εξωτερικό, το οποίο όμως για να προσελκυστεί απαιτείται καλύτερη δικτύωση και ανάπτυξη καναλιών διανομής με αντίστοιχους ΕΤΠ του εξωτερικού.

### **3.14.Ο οικοτουρισμός από την πλευρά της προσφοράς**

Οι ορεινές, πεδινές και παράκτιες περιοχές της Ελλάδας παρουσιάζουν μεγάλο φυσικό πλούτο και αξιόλογα, συχνά μοναδικότητα, φυσικά τοπία.

Η μεγάλη βιοποικιλότητα και η πληθώρα των σημαντικών αλλά και ευαίσθητων οικοσυστημάτων των περιοχών αυτών, τις καθιστούν ιδιαίτερα ελκυστικές για την ολοένα και αυξανόμενη μερίδα των επισκεπτών που επιθυμούν μια πιο ουσιαστική επαφή με την φύση.

#### **3.14.1.Η βιοποικιλότητα της Ελλάδας**

Η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από μεγάλη ποικιλία κλιματικών τύπων που φθάνουν από το ημίξηρο – ημιορεινικό της ΝΑ Κρήτης, μέχρι το υγρόψυχρο – ηπειρωτικό της Ροδόπης, με ενδιάμεσους, μια σειρά τύπους μεσογειακού κλίματος.

Στη χλωρίδα της μετέχουν μεσογειακά, μεσοευρωπαϊκά και ιρανοκασπιακά (ποντικά) στοιχεία. Το γεωμορφολογικό ανάγλυφο είναι επίσης πολυδιάστατο. Το 70% της χώρας είναι ορεινό. Το γεωλογικό και πετρολογικό υπόθεμα είναι πολύμορφο και παρουσιάζει μεγάλη ποικιλότητα.

Η ποικιλία των διαμορφούμενων βιοκλιμάτων, σε συνδυασμό με τους παραπάνω παράγοντες, αντικατοπτρίζεται στην ποικιλία και στο μωσαϊκό της βλάστησης, καθώς και στο μεγάλο αριθμό ειδών φυτών και ζώων. Στην Ελλάδα έχουν καταγραφεί πάνω από 6.000 είδη φυτών.

Στην Ευρώπη, μόνο η Ιβηρική χερσόνησος έχει να παρουσιάσει μεγαλύτερο αριθμό ειδών. Η ποικιλία της βλάστησης, της χλωρίδας και της πανίδας αντικατοπτρίζεται επίσης στη μεγάλη ποικιλία των εμφανιζόμενων οικοσυστημάτων, από τους ημιορεινικούς του φοινικοδάσους του Βαΐ στην Κρήτη μέχρι των ψυχρόβιων δασών της σημύδας, της δασικής πεύκης και της ερυθρελάτης.

Χαρακτηριστικό τόσο των χερσαίων όσο και των υγροτοπικών οικοσυστημάτων είναι ότι παρά τις έντονες ανθρώπινες επιδράσεις – οι υγρότοποι έχουν καταστραφεί κατά τα 3/4, το ποσοστό δάσωσης ανέρχεται μόλις σε 25% και είναι από τα χαμηλότερα της Ευρωπαϊκής Μεσογείου-διατηρούν σε μεγάλο βαθμό τη φυσικότητά τους, δηλαδή στοιχεία της αρχέγονης σύνθεσής τους.

Σε καμία άλλη μεσογειακή χώρα και πολύ περισσότερο σε καμία άλλη ευρωπαϊκή χώρα δεν έχει διατηρηθεί μια τόσο μεγάλη βιοποικιλότητα η οποία να βρίσκεται τόσο κοντά στις φυσικές συνθήκες.

Δυστυχώς, ο πλούτος αυτός της εθνικής και πολιτιστικής κληρονομιάς δεν έχει ερευνηθεί, αποτιμηθεί και απογραφεί μέχρι σήμερα επαρκώς. Υπάρχουν ασφαλώς πολλές μελέτες, οι οποίες όμως είναι λίγο πολύ σκόρπιες και χωρίς συνοχή.

Όλα αυτά και κυρίως ο ορατός κίνδυνος εξαφάνισης πολλών ειδών και αλλοίωσης της σύνθεσης και υποβάθμισης πολλών οικοτόπων, με αποτέλεσμα τη μείωση της βιοποικιλότητας σε παγκόσμιο επίπεδο, οδήγησαν στη διακήρυξη της διάσκεψης του Ρίο το 1992 και στην έκδοση της Οδηγίας 92/43 από μέρους της επιτροπής της Ευρωπαϊκής Ένωσης της έκδοσης αυτής είναι τόσο η διατήρηση της βιοποικιλότητας στις χώρες μέλη, μέσω της προστασίας ορισμένων φυσικών τύπων οικοτόπων (habitats) κοινοτικού ενδιαφέροντος, όσο και ορισμένων ειδών φυτών και ζώων, επίσης κοινοτικού ενδιαφέροντος.

Βασικό όργανο για την επίτευξη αυτού του σκοπού αποτελεί η δημιουργία του δικτύου προστατευμένων περιοχών (sites) γνωστού ως «Φύση 2000» (Natura 2000). Το δίκτυο αυτό, το οποίο τίθεται κάτω από ένα καθεστώς ειδικής διαχείρισης που θα καθορίσει κάθε χώρα μέλος λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητές της, θα αποτελέσει στο μέλλον τη σπονδυλική στήλη όχι μόνο για τη διατήρηση της βιοποικιλότητας αλλά και της γενικότερης προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος.

Στα πλαίσια της προθεσμίας αυτής της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την απογραφή και εκτίμηση της βιοποικιλότητας, είχε ξεκινήσει, τον Ιούνιο του 1994 στη Ελλάδα, η εφαρμογή της παραπάνω Οδηγίας, με την υλοποίηση του έργου με τίτλο «Καταγραφή, Αναγνώριση, Εκτίμηση και Χαρτογράφηση των Τύπων Οικοτόπων και των Ειδών Χλωρίδας και Πανίδας της Ελλάδας (Οδηγία 92/43/ΕΟΚ)».

### **3.14.2. Η δυναμικότητα του οικοτουρισμού στην Ελλάδα**

Ο οικοτουρισμός είναι μια αναδύομενη εναλλακτική μορφή τουρισμού η οποία χαρακτηρίζεται από τα ειδικά κίνητρα των τουριστών για μια πιο ουσιαστική επαφή με την φύση. Ο πλούτος και η ποικιλία των ελληνικών οικοσυστημάτων παρέχουν πλήθος ευκαιριών για εναλλακτικές εμπειρίες διακοπών. Η ορεινή ενδοχώρα με τα πλούσια και συχνά μοναδικά φυσικά τοπία, τους εθνικούς δρυμούς, τα δάση, τα ποτάμια και τις λίμνες αλλά και τη σπάνια χλωρίδα και πανίδα, περιέχουν τη δυνατότητα ανάπτυξης αυτής της ήπιας μορφής τουρισμού.

Είναι σίγουρο ότι το συγκεκριμένο κομμάτι της ζήτησης είναι πολύ μικρό συγκριτικά με αυτό που προσανατολίζεται σε πιο συμβατικές μορφές τουρισμού.

Όμως στα πλαίσια της αειφορικής ανάπτυξης των οικοτουριστικών περιοχών και των επιταγών της για διατήρηση και προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, είναι απαραίτητη η προώθηση σχετικών τουριστικών δραστηριοτήτων, έστω και αν αυτές δεν μπορούν να εγγυηθούν σημαντικά μεγέθη ως προς την οικονομική τους συμβολή.

Ο πλούτος και η ποικιλία των ελληνικών οικοσυστημάτων προσφέρονται για οικοτουριστικές δραστηριότητες. Η περιπλάνηση στα πυκνά και 'αισθητικά' δάση, η εξερεύνηση των εθνικών δρυμών κυρίως στην ορεινή ενδοχώρα αλλά και σε ορισμένα νησιά ή κοντά σε ποταμούς και σε λίμνες και οι επισκέψεις σε περιοχές με σημαντικά μνημεία της φύσης όπως τα σπήλαια, τα φαράγγια και οι καταρράκτες, είναι σίγουρα δραστηριότητες που εμπλουτίζουν την τουριστική εμπειρία.

Η ελληνική φύση δίνει ακόμη τη δυνατότητα στον τουρίστα να παρατηρήσει και να θαυμάσει τα σπάνια είδη πουλιών που φωλιάζουν λη καταφεύγουν στα παράκτια ή ορεινά οικοσυστήματα και τους υγρότοπους (τα δέλτα των ποταμών, τις λίμνες, τα έλη κ.λπ.) ή να μελετήσει την εξαιρετική ποικιλία της χλωρίδας στην ελληνική ύπαιθρο.

Οι επισκέπτες των οικολογικά ευαίσθητων περιοχών οφείλουν να τηρούν προσεκτικά τους κανονισμούς για την προστασία του περιβάλλοντος από τη ρύπανση, της αποφυγή κάθε όχλησης των φυσικών βιοτόπων και διατάραξης της ισορροπίας των οικοσυστημάτων. Η αναγκαιότητα αυτή επιβάλλεται και βάσει νομοθετικού πλαισίου στις επίσημα ανακηρυγμένες Προστατευόμενες Περιοχές που, εκτός από τους Εθνικούς Δρυμούς, είναι οι εξής:

- ❖ Διατηρητέα μνημεία της φύσης: πλάτανοι, ελιές, κ.ά..
- ❖ Θαλάσσια πάρκα: υπάρχουν δύο θαλάσσια πάρκα με θεσμοθετημένη προστασία: το Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο Αλοννήσου Β. Σποράδων, (1992) και το Θαλάσσιο Πάρκο Ζακύνθου (1999).
- ❖ Υγρότοποι διεθνούς σημασίας, περιλαμβανόμενοι στη διεθνή σύμβαση της Rasmar (1971) που έχει υπογραφεί από τη χώρα μας και έχει κυρωθεί με το Ν.Δ. 191/74 (Στις 2/2/1971, η Ελλάδα υπέγραψε στο Ρασμαρ του Ιράν την ομώνυμη σύμβαση διεθνούς σημασίας για την προστασία των Υγρότοπων, σύμφωνα με την οποία κάθε συμβαλλόμενο κράτος πρέπει (άρθρο 4) να προάγει τη διατήρηση των υγρότοπων και των υδρόβιων πτηνών με τη δημιουργία περιοχών ειδικής προστασίας της φύσης μέσα στους υγρότοπους, να ενθαρρύνει την επιστημονική έρευνα και την ανταλλαγή στοιχείων και δημοσιευμάτων σχετικών με τους υγρότοπους, τη χλωρίδα και την πανίδα τους, καθώς επίσης και να προσπαθεί μέσω της διαχείρισης να αυξήσει τους πληθυσμούς των υδρόβιων πτηνών. Οι Υγρότοποι διεθνούς σημασίας είναι οι εξής: 1) Δέλτα Έβρου, 2) Λίμνη Βιστονίς, 3) Πόρτο Λάγος, 4) Λίμνη Ισμαρίς (Μητρικού) και

λιμνοθάλασσες Μέσης, 5) Δέλτα Νέστου και παρακείμενες λιμνοθάλασσες, 6) Τεχνητή λίμνη Κερκίνης, 7) Λίμνες Κορώνεια και Βόλβη, 8) Δέλτα Αξιού-Λουδία-Αλιάκμονα, 9) Λίμνη Μικρή Πρέσπα, 10) Αμβρακικός Κόλπος, 11) Λιμνοθάλασσα Μεσολογγίου και 12) Λιμνοθάλασσα Κοτυχίου.

- ❖ Περιοχές προστασίας που έχουν προταθεί να περιληφθούν στο ευρωπαϊκό δίκτυο Natura 2000, βάσει της Κοιν. Οδηγίας 92/43 για τη διατήρηση των φυσικών οικοτόπων και της άγριας πανίδας και της αυτοφυούς χλωρίδας. Πρόκειται για 181 περίπου περιοχές βιοτόπων. Σε αυτές θα περιλαμβάνονται και οι 29 περιοχές ειδικής προστασίας για τη διατήρηση άγριων πουλιών, βάσει της κοιν. Οδηγίας 79/409 (ΕΟΤ). Σημαντικό είναι επίσης το γεγονός ότι το 70% του εδάφους της Ελλάδας είναι ορεινό. Ο ορεινός όγκος της Ελλάδας σχηματίζεται από δύο οροσειρές, την μεγάλη οροσειρά της Πίνδου και την οροσειρά της Ροδόπης.

Οι ορεινές περιοχές της Ελλάδας παρουσιάζουν μεγάλο φυσικό πλούτο και αξιόλογα, συχνά μοναδικά, φυσικά τοπία. Η μεγάλη βιοποικιλότητα και η πληθώρα των σημαντικών αλλά και ευαίσθητων οικοσυστημάτων των ορεινών περιοχών, τις καθιστούν ιδιαίτερα ελκυστικές για την ολοένα και αυξανόμενη μερίδα των επισκεπτών που επιθυμούν μια πιο ουσιαστική επαφή με την φύση.

Οι ορεινές περιοχές της χώρας μας εμφανίζουν μια ιδιαίτερη κοινωνικοπολιτισμική δομή που είναι απόρροια της μακρόχρονης απομόνωσής τους από εξωτερικές επιρροές αλλά και της οικονομικής μειονεξίας που τις διακρίνει και που τους επέβαλε έναν μεγάλο βαθμό αυτάρκειας και την ανάπτυξη ιδιαίτερων οικονομικών δραστηριοτήτων. Στην δεκαετία του '60, στα πλαίσια της γενικότερης μετανάστευσης του αγροτικού πληθυσμού στα μεγάλα αστικά κέντρα της Ελλάδας, ο πληθυσμός των ορεινών κοινοτήτων μειώθηκε αισθητά.

Μόνο στις αρχές της δεκαετίας του '80 άρχισε να διαφαίνεται μια τάση συγκράτησης του πληθυσμού, που χρονικά συμπίπτει με την έναρξη μιας, ήπιας και μικρής κλίμακας, αλλά σταθερής τουριστικής κίνησης.

Η ήπια, που σε κάποιες περιπτώσεις μπορεί να χαρακτηριστεί και αειφορική, (αυθόρμητη και όχι βάσει κάποιου σχεδιασμού) τουριστική ανάπτυξη των ορεινών περιοχών της Ελλάδας, οφείλεται αφενός στην εύλογη υποσκέλισή της από την τουριστική ανάπτυξη των παράκτιων και νησιωτικών περιοχών και αφετέρου στην συνειδητοποίηση της σημασίας της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος που εκφράστηκε με την ανακήρυξη πολλών ορεινών περιοχών σε Εθνικούς Δρυμούς, αλλά και στο χαρακτηρισμό πολλών ορεινών οικισμών ως παραδοσιακών.

Από το σύνολο των Εθνικών Δρυμών το μεγαλύτερο ποσοστό βρίσκεται σε ορεινές ή ημιορεινές περιοχές. Αυτό αποδεικνύει το μέγεθος του φυσικού πλούτου των ορεινών περιοχών αλλά και το γεγονός ότι είναι κοινή συνείδησης

ότι αυτοί οι τόσο ευαίσθητοι φυσικοί χώροι χρίζουν ιδιαίτερης προστασίας και διαχείρισης.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### 4.1. Τι είναι αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός δεν είναι παρά μια ήπια μορφή τουρισμού και ανάπτυξης της υπαίθρου. Είναι, ουσιαστικά, μια αναπτυξιακή διαδικασία, μια μορφή τουρισμού που δεν επεμβαίνει στο περιβάλλον, δεν το αλλοιώνει. Ο αγροτουρισμός φέρνει τον κάτοικο της πόλης στο περιβάλλον του χωριού, της επαρχίας, της αγροτικής ζωής και του δίνει τη δυνατότητα να ενσωματωθεί με τις τοπικές συνθήκες. Δε δημιουργεί υποδομές και υπηρεσίες, ειδικά γι' αυτόν, όπως με τη μορφή του μαζικού τουρισμού. Δε χρησιμοποιεί μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, εμπορικά κέντρα, κέντρα διασκέδασης και όλα όσα είναι συνυφασμένα με τα μεγάλα τουριστικά ρεύματα, που κάθε χρόνο κατακλύζουν τα μεγάλα θέρετρα του κόσμου και τα όποια δεν επικεντρώνονται στην επαφή με τον ντόπιο πληθυσμό, με την κουλτούρα, τον πολιτισμό, τα ήθη και τη νοοτροπία των κατοίκων.

Ο αγροτουρισμός είναι μία αναπτυξιακή πρόταση η οποία μπορεί να συμβάλλει στην ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας, προσφέροντας οικονομική άνθηση και ευμάρεια. Επιτρέπει τη συνέχιση της παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων, που πιθανώς να είχαν εκλείψει, διατηρεί ή αναβιώνει τέχνες, που διαφορετικά θα είχαν «πεθάνει», συντηρεί τις μνήμες με την αναβίωση εθίμων και παραδοσιακών εκδηλώσεων, γίνεται κανάλι επικοινωνίας των απομονωμένων περιοχών και δίνει προοπτικές στους νέους της περιφέρειας.

Στον αγροτουρισμό ο τουρίστας είναι επισκέπτης, φίλος, θαυμαστής του τόπου, είναι ένας ταξιδιώτης, που αναζητά τα μυστικά του τόπου στην αυθεντικότητα και την ομορφιά του, στην ήσυχη ζωή και τη φυσική κληρονομιά και όλα όσα και ξεχωριστά έχει να προσφέρει ο κάθε τόπος. Γι' αυτό στον αγροτουρισμό ο επισκέπτης έρχεται σε επαφή με τη φύση, με την καλλιέργεια της γης, την περισυλλογή του καρπού. Ο επισκέπτης μαθαίνει να υφαίνει στον αργαλειό, να κεντάει, αν παρατηρεί τα ζώα και τα πουλιά, να δοκιμάζει το κρασί και το τσίπουρο, να καταλαβαίνει τη σωστή ώρα του τρύγου. Του προτείνουν οι ντόπιοι δασώδη μονοπάτια, γαλήνιες λίμνες και ορμητικά ποτάμια και ξεναγείται σε παλιές εκκλησίες και μοναστήρια, πέτρινα γεφύρια και αρχαιολογικά ευρήματα (Ασκέλη, 2005).

### 4.2. Το αγροτουριστικό πακέτο

Οι υπηρεσίες που συνθέτουν το αγροτουριστικό πακέτο είναι:

1. Η διανομή σε καταλύματα παραδοσιακού τύπου, είτε σε παραδοσιακούς οικισμούς, παραδοσιακούς ξενώνες ή λοιπά καταλύματα.



2. Η παραδοσιακή και τοπική γαστρονομία, η οποία προσφέρεται κατά τη διάρκεια της διανομής του επισκέπτη, μόνο με τοπικά παραδοσιακά προϊόντα και συνταγές, όσο το δυνατόν περισσότερο στα οικεία πρότυπα του τόπου.

Πέρα από τα δύο παραπάνω βασικά συστατικά του αγροτουριστικού πακέτου, δηλαδή τη σπιτική φιλοξενία και φαγητό, πρέπει να προστεθούν κάποιες δραστηριότητες, στις οποίες μπορεί να συμμετέχει ο επισκέπτης. Στον αγροτουρισμό, ο τουρισμός επιδιώκει συνήθως να μη μένει παθητικός αλλά να εντρυφεί στην αγροτική ζωή και σε δραστηριότητες, που έχουν να κάνουν με τη φύση. Έτσι, δραστηριότητες που μπορούν να εμπλουτίσουν έναν αγροτουριστικό προορισμό είναι αρχικά οι απλές αγροτικές δουλειές. Ενασχόληση με τη γη, συμμετοχή στις καλλιέργειες, σκάλισμα, πότισμα, κλάδεμα, μάζεμα ελιάς, σταφυλιών πάτημα σταφυλιών, μάζεμα φρούτων και καρπών εποχής, μανιταριών, ζύγωμα ψωμιού, Παρασκευή γλυκών κουταλιού, μαρμελάδων, πιτών. Επίσης, φροντίδα των ζώων, πήξιμο τυριού, άρμεγμα, παρακολούθηση ή συμμετοχή στο όργωμα, στο αλώνισμα, παρακολούθηση του βρασίματος του μούστου στα βαρέλια, της απόσταξης της ρακής.

Σε μία πιο συλλογική βάση, με τη βοήθεια εκπαιδευμένων ανθρώπων ή ανθρώπων που μπορούν να προσφέρουν εξειδικευμένες γνώσεις, η τοπική κοινωνία μπορεί να εκμεταλλευτεί θαυμάσια τους πόρους, είτε αυτοί είναι φυσικοί, είτε πολιτιστικοί, αρχιτεκτονικοί κ.ά. Έτσι, μπορούν να οργανωθούν ξεναγήσεις σε μνημεία, εκκλησίες, μοναστήρια, γεφύρια, οινοποιεία, τυροκομεία, εργαστήρια χειροτεχνίας. Επίσης, τοπικοί ορειβατικοί ή φυσιολατρικοί σύλλογοι μπορούν να οργανώσουν εκδρομές, φυσιολατρικού – οικοτουριστικού χαρακτήρα, όπως περιπατητικά μονοπάτια, παρατήρηση πουλιών, περιήγηση σε υγροβιότοπους.

Στην πράξη, οι δραστηριότητες, που χαρακτηρίζονται ως εναλλακτικές και οι οποίες αποτελούν τον πόλο έλξης του τουρίστα – καταναλωτή, δε διαχωρίζονται σαφώς, ουσιαστικά όμως συνδυάζονται μεταξύ τους. Έτσι, ο αγροτουρισμός και ο οικοτουρισμός, καθώς και οι λοιπές εναλλακτικές μορφές τουρισμού, λειτουργούν συνδυαστικά με την προϋπόθεση ότι προκύπτει τουριστικό προϊόν, το οποίο είναι ενταγμένο στο περιβάλλον, στη φύση, στους ανθρώπους του τόπου και στις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης. Θ πρέπει, δηλαδή, τόσο το κίνητρο των επισκεπτών όσο και η υποδομή που απαιτείται για τη λειτουργία τους να είναι εναρμονισμένα με το φυσικό κοινωνικό, πολιτιστικό και παραδοσιακό περιβάλλον του τόπου.

Για αυτό, ως βασική αρχή μπορούμε να θεωρήσουμε ότι οι όποιες δραστηριότητες αναδειχθούν σε έναν τόπο, με το χαρακτηρισμό του εναλλακτικού τουρισμού, θα πρέπει παράλληλα να αναδεικνύουν τη μοναδικότητα και την αυθεντικότητά του, όλα όσα τον διαχωρίζουν από κάποιον άλλον και του προσδίδουν συγκεκριμένα πλεονεκτήματα (Ασκέλη, 2005).

### **4.3. Το προφίλ του αγροτουρίστα**

Οι αγροτουρίστες είναι άτομα που αναζητούν ξεκούραση και χαλάρωση, σε ένα πιο ήρεμο περιβάλλον, για να ξεφύγουν από την έντονη αστική τους καθημερινότητα. Επιζητούν να γνωρίσουν την αγροτική ζωή και τους αγρότες, να έλθουν σε επαφή με τη φύση και να μνηθούν από τους ντόπιους σε ένα διαφορετικό και άγνωστο για πολλούς από αυτούς τρόπο ζωής. Επιθυμούν να γνωρίσουν την επαρχιακή ζωή και να απολαύσουν την αυθεντικότητα της ανεπιτήδευτης φιλοξενίας, σ' ένα περιβάλλον καθαρό, με παραδοσιακή αρχιτεκτονική, να απολαύσουν σπιτικές γαστρονομικές εμπειρίες και να συμμετέχουν σ' έναν τρόπο ζωής που να τους θυμίζει το κοντινό παρελθόν τους (Βελισσαρίου, 2000).

Είναι, συνήθως, άτομα που έχουν ήδη απολαύσει πληθώρα τουριστικών εμπειριών, σε προορισμούς μαζικού τουρισμού και κορεσμένοι από το συγκεκριμένο πρότυπο διακοπών, αναζητούν τουριστικούς προορισμούς που να τους δίνουν εμπειρίες σε μια νέα διάσταση. Επιζητούν, κυρίως, τη δυνατότητα για ανθρώπινη επικοινωνία και επαφή και επιθυμούν στις διακοπές τους φυσιολατρικές δραστηριότητες και συμμετοχή σε πολιτιστικά δρώμενα (Ασκέλη, 2005).

Στο ηλικιακό τους προφίλ, οι αγροτουρίστες ανήκουν σε ευρύ ηλικιακό φάσμα, καθόσον ο αγροτουρισμός απευθύνεται σε όλη την οικογένεια. Σύμφωνα με το (Cavaco, 1995; Scottish Tourism Board, 1999), είναι συνήθως πάνω από 40 ετών και επισκέπτες μεσαίας τάξης. Στις ευρωπαϊκές χώρες, με παράδοση στον αγροτουρισμό, οι αγροτουριστικές διακοπές διεκδικούν περίπου το μισό χρόνο των οικογενειακών διακοπών. Διαφοροποίηση υπάρχει, σε σχέση με την ηλικία, στις δραστηριότητες που επιλέγουν οι αγροτουρίστες. Οι νεαρές ηλικίες επιζητούν το αγροτουριστικό πακέτο να περιλαμβάνει στοιχεία αθλητικών δραστηριοτήτων και περιπέτειας, ενώ οι πιο ηλικιωμένοι προτιμούν πιο ήπιες δραστηριότητες, με περιηγήσεις πολιτιστικού, θρησκευτικού και λαογραφικού περιεχομένου.

Κυριότερο, όμως, χαρακτηριστικό των αγροτουριστικών είναι το μάλλον υψηλότερο οικονομικό και μορφωτικό τους επίπεδο. Επιπλέον, χαρακτηρίζονται σαν άτομα με ευαισθητοποιημένη οικολογική συνείδηση, ανήσυχο πνεύμα, που αποζητά διαφοροποιημένη οικολογική συνείδηση, ανήσυχο πνεύμα, που αποζητά διαφοροποιημένη πληροφόρηση και προσέγγιση ιστορικών, πολιτιστικών, μνημειακών στοιχείων (Sharpley, 2002).

Γενικά, είναι άτομα που ξεφεύγουν από τα στερεότυπα του καταναλωτισμού και επιζητούν περισσότερο την ποιότητα. Οι αγροτουρίστες θεωρούνται ποιοτικοί τουρίστες υψηλών προδιαγραφών, με αυξημένη αγοραστική δύναμη, που όμως ξέρουν ακριβώς τι ζητούν και δε συμβιβάζονται με κάτι υποδεέστερο ([www.in.gr/agrotourimosos.html](http://www.in.gr/agrotourimosos.html), Πρόσβαση την 12η Ιουνίου 2011).

Ο αγροτουρίστας δεν αναζητά τις παθητικές διακοπές και η διανομή του στην ύπαιθρο μπορεί να εμπλουτιστεί με ποικίλες δραστηριότητες, όπως τα λεγόμενα

«σπορ κοντά στη φύση» ή «σπορ περιπέτειας». Αναζητά συμμετοχή σε δραστηριότητες, που να τον φέρουν πιο κοντά στα πολιτιστικά, θρησκευτικά, λαογραφικά, αρχιτεκτονικά και γαστρονομικά στοιχεία της περιοχής που επισκέπτεται. Ζητά να ξεναγηθεί σε παλιά μοναστήρια, εκκλησίες, γεφύρια, οινοποιεία, τυροκομεία, εργαστήρια χειροτεχνίας, να συμμετέχει στον τρύγο ή μάζεμα της ελιάς, της μαστίχας, της ρίγανης και να συμμετέχει σε μαθήματα τοπικής παραδοσιακής κουζίνας, χορού, γλώσσας. Συνοψίζοντας αναζητά την αυθεντικότητα και μοναδικότητα σε κάθε μορφή και έκφρασή της (Nilsson, 2002).

Το ελληνικό τοπίο προσφέρει δυνατότητες για να αναπτυχθούν όλα τα παραπάνω. Είναι μάλιστα τέτοια η ποικιλομορφία των αγροτικών περιοχών, που κάθε μια είναι μοναδική. Έτσι, κάθε περιοχή έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει το δικό της μοντέλο αγροτουριστικής ανάπτυξης. Δεν είναι ανάγκη να υπάρχει ενιαίο μοντέλο για να ομογενοποιηθεί το προϊόν του αγροτουρισμού, καθόσον η γοητεία του αγροτουρισμού στηρίζεται στην πολυμορφία και τη δυναμικότητα των εμπειριών. Εξ' άλλου, η πολυμορφία, η μοναδικότητα και η πρωτοτυπία διαφοροποιεί τον αγροτουρισμό από τα τετριμμένα του μαζικού τουρισμού (Hjager, 1996). Η φαντασία και η έρευνα παίζουν μεγάλο ρόλο στην προσπάθεια ανάδειξης της ποιότητας του αγροτουρισμού. Η αναβίωση ξεχασμένων εθίμων και παραδόσεων κάθε τόπου, οι τέχνες, που χάνονται, οι εμπειρίες των γεροντότερων και ότι άλλο τονίζει τη μοναδικότητα κάθε περιοχής, έχει σημασία στον αγροτουρισμό. Κάθε αγροτουριστική περιοχή πρέπει να καλλιεργεί το δικό της μύθο και να επιστρέφει στις δικές τις ρίζες και στα δικά της πολιτιστικά στοιχεία.

#### **4.4.Επιπτώσεις του αγροτουρισμού**

Όπως κάθε φαινόμενο, έτσι και ο αγροτουρισμός επιδρά σημαντικά τόσο στον χώρο όσο και στους ντόπιους κατοίκους των περιοχών, εφόσον η εισροή επισκεπτών δημιουργεί νέα δεδομένα στην καθημερινή ζωή. Οι επιπτώσεις αυτές μπορούν να χωριστούν σε τρεις κατηγορίες:

##### **4.4.1.Οικονομικές επιπτώσεις**

Οι πιο σημαντικές επιπτώσεις της αγροτουριστικής ανάπτυξης αφορούν τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων των αγροτικών περιοχών. Ο αγροτουρισμός βοηθάει στην μείωση της ανεργίας με την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Οι θέσεις αυτές δημιουργούν νέες ευκαιρίες για απασχόληση όχι μόνο στον τουρισμό, αλλά και σε άλλους παραγωγικούς κλάδους όπως

αγροτικές καλλιέργειες, βιολογικές καλλιέργειες, παραδοσιακές χειροτεχνίες, παραδοσιακή μαγειρική κ.α. (Κοκκώσης & Τσάρτας, 1999). Η δημιουργία των θέσεων αυτών είναι καθοριστική για τις ευαίσθητες, από άποψη εργασίας, κοινωνικές ομάδες των νέων και των γυναικών. Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού αυξάνει τα εισοδήματα, την απασχόληση και τις επενδύσεις των ορεινών και απομονωμένων περιοχών με αποτέλεσμα να βελτιώνεται το βιοτικό επίπεδο και η ποιότητα ζωής των ντόπιων κατοίκων, άρα με αυτό τον τρόπο εμποδίζεται η μετανάστευσή τους στα μεγάλα αστικά κέντρα.

Συνεπώς, το πιο σημαντικό στοιχείο βελτίωσης για μια περιοχή από την εφαρμογή των αρχών του αγροτουρισμού, είναι η δημιουργία νέων θέσεων εξωγεωργικής εργασίας, με την συνακόλουθη συγκράτηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο, με αποτέλεσμα η αγροτική περιοχή να αποφεύγει τον μαρασμό και την εγκατάλειψη. Αυτό το αποτέλεσμα αποκτά ιδιαίτερη σημασία στις περιοχές που αντιμετωπίζουν σημαντική πληθυσμιακή μείωση και δημογραφική γήρανση. Οι κάτοικοι μένουν στην ύπαιθρο και επενδύουν σε όλες τις δραστηριότητες που είναι άμεσα ή έμμεσα εμπλεκόμενες με τον αγροτουρισμό. Αλλά και ο ίδιος ο αγρότης, ο οποίος παροτρύνεται να διατηρήσει την αγροτική του δραστηριότητα, βιώνει μια καλύτερη ζωή, γιατί όπως έχει ήδη αναφερθεί, οι χρηματικές εισροές από την δραστηριότητα του αγροτουρισμού, ενισχύουν σημαντικά το αγροτικό εισόδημα, ενώ ταυτόχρονα εξασφαλίζεται η καλύτερη και πιο αποδοτική προώθηση των γεωργικών παραδοσιακών προϊόντων σε ευρύτερες αγορές. Αυξάνονται οι πωλήσεις των ντόπιων προϊόντων κυρίως λόγω της ζήτησης που δημιουργείται από τον αγροτουρίστα για τα παραδοσιακά, τοπικά προϊόντα.

#### **4.4.2. Περιβαλλοντικές επιπτώσεις**

Σύμφωνα με τους Κοκκώση και Τσάρτα (1999), η τουριστική ανάπτυξη επηρεάζει την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος λόγω των υποδομών. Οι επιπτώσεις αυτές είναι πιο δραστικές σε ευαίσθητες περιοχές όπως υγροβιότοποι. Όμως, με την ανάπτυξη που γνωρίζουν οι αγροτικές περιοχές μέσω του αγροτουρισμού, δημιουργούνται υποδομές ήπιας κλίμακας, οι οποίες εναρμονίζονται με το φυσικό περιβάλλον και συμβάλλουν τόσο στην καλύτερη προώθηση της περιοχής αλλά και στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου των μόνιμων κατοίκων.

Επιπλέον, ο αγροτουρισμός αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της δυνατότητας συνδυασμού της περιφερειακής ανάπτυξης και της προστασίας και ανάδειξης του φυσικού περιβάλλοντος. Είναι μια τουριστική δραστηριότητα που δεν δρα ανταγωνιστικά προς τους φυσικούς πόρους (Mathieson and Wall, 1996). Στόχος υπήρξε η αναζήτηση προτύπων που συνδέονται με την έννοια της «αειφορικής» τουριστικής ανάπτυξης. Με τον όρο αυτό περιγράφεται ο τύπος της τουριστικής ανάπτυξης που δεν ανατρέπει την ισορροπία στην κοινωνική,

οικονομική, πολιτιστική και περιβαλλοντική δομή της κάθε τοπικής περιοχής, ενώ παράλληλα διαμορφώνονται όροι για τη συνεχή ανατροφοδότησή της (Κοκκώσης και Τσάρτας, 1999). Αντίθετα, συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση τόσο των μόνιμων κατοίκων όσο και των επισκεπτών στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς (Hunter and Green, 1995). Ο αγροτουρισμός, ως δραστηριότητα, αναπτύσσεται όλες τις εποχές του χρόνου, αμβλύνοντας έτσι το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας, που ως γνωστόν, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του τουρισμού (Τομαράς και Λάγος, 2005).

#### **4.4.3 Κοινωνικό – Πολιτιστικές επιπτώσεις**

Ο αγροτουρισμός κατορθώνει να αναδείξει όχι μόνο τα φυσικά στοιχεία μιας περιοχής, αλλά και τα κοινωνικό - πολιτιστικά. Στη βασική του μορφή, η ανάπτυξη του αγροτουρισμού διαμορφώνει νέες σχέσεις στις τουριστικές περιοχές. Αναπτύσσονται υποδομές και υπηρεσίες που στοχεύουν στην εξυπηρέτηση του τουρισμού. Αποτέλεσμα αυτού του γεγονότος, είναι η αντικατάσταση των παραδοσιακών αγροτικών δομών με νέες που έχουν χαρακτηριστικά επηρεασμένα από την ανάπτυξη του τουρισμού (Ζαχαράτος και Τσάρτας, 1999). Στις μικρές αγροτικές κοινωνίες αυτή η αλλαγή είναι πολύ εύκολο να παρατηρηθεί, ενώ οι εμπλεκόμενες κοινωνικές ομάδες στην νέα παραγωγική διαδικασία του αγροτουρισμού, λαμβάνουν τώρα νέα θέση και αναλαμβάνουν καινούριες πρωτοβουλίες και καθήκοντα (Wang and Pfister, 2008).

Μέσα από αυτή την ανακατάταξη, διακεκριμένο ρόλο αναλαμβάνει η γυναίκα, η οποία με τη συμμετοχή της σε όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων του αγροτουρισμού (παρασκευή τοπικών προϊόντων, φιλοξενία των επισκεπτών στο σπίτι της, φροντίδα και εξυπηρέτηση) μπαίνει, ανεξαρτήτως της ηλικίας της, στην αγορά εργασίας και συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη της επιχείρησης και κατ' επέκταση της καλυτέρευσης του επιπέδου της οικογένειάς της μέσω των χρηματικών εισροών (De Kadt, 1979; Τσάρτας, 1996).

Ο αγροτουρισμός ενθαρρύνει και ενισχύει τη διατήρηση των ηθών και εθίμων της τοπικής κοινωνίας, αφού αυτά τα στοιχεία από μόνα τους, προκαλούν το ενδιαφέρον των επισκεπτών και αποτελούν λόγο προσέλκυσης αυτών (Bramwell, 1994). Έτσι, οι λαϊκές παραδόσεις, η γαστρονομία με τοπικά γεωργικά προϊόντα αλλά και τα ήθη και τα έθιμα, λαμβάνουν ξεχωριστής σημασίας θέση. Η σύσφιξη σχέσεων μεταξύ των αστικών κέντρων και της υπαίθρου γίνεται πραγματικότητα, ενώ μέσω της πολιτιστικής επαφής αναδεικνύονται νέοι τρόποι επικοινωνίας μεταξύ διαφορετικών ανθρώπων. Μέσω αυτής της επικοινωνίας, επιτυγχάνεται η ανταλλαγή εμπειριών, κουλτούρας, συμπεριφορών, στοιχεία που επιτυγχάνουν την βελτίωση της

διαβίωσης αλλά και την ποιότητα ζωής των ντόπιων κατοίκων (Mardsen et al., 2001).

Το στοίχημα που έχουν να κερδίσουν οι κάτοικοι των αγροτουριστικών περιοχών, είναι να διατηρήσουν ανέπαφο το ύφος και τον χαρακτήρα τους και να μην αφήσουν να επηρεαστούν αυτοί περισσότερο από την κουλτούρα και τον τρόπο ζωής των τουριστών. Αυτοί οι ντόπιοι κάτοικοι πρέπει να μεταφέρουν τον πολιτισμό και τις συνήθειες στους τουρίστες και όχι το αντίθετο. Αυτό τον σκοπό άλλωστε προσπαθεί να εκπληρώσει ο αγροτουρισμός.

#### **4.5.Ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα**

Από όλες τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύσσονται στην Ελλάδα, η παρακάτω ανάλυση θα επικεντρωθεί στον αγροτουρισμό και πως αυτός έχει λάβει θέση μέσα στην ελληνική πραγματικότητα της περιφέρειας. Ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα βρίσκεται υπό διαμόρφωση, είναι δηλαδή μια εναλλακτική μορφή τουρισμού η οποία άρχισε να αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια (Κίζος & Ιωσηφίδης, 2007).

##### **4.5.1. Η διαδρομή του αγροτουρισμού στην Ελλάδα**

Η αρχή ανάπτυξης του αγροτικού τουρισμού, ως εναλλακτική μορφή τουρισμού που ασκείται στον αγροτικό χώρο, εντοπίζεται σε διαφορετικές χρονικές στιγμές για κάθε χώρα. Ενώ στη βόρεια Ευρώπη τοποθετείται περίπου στη δεκαετία του '50, ενδεχομένως και ακόμα νωρίτερα με διαφορετική μορφή (Oppermann, 1999), στην Ελλάδα και, γενικά, στις χώρες της Μεσογείου, η εμφάνισή του καθυστέρησε αρκετά (Τσάρτας και Θανοπούλου, 1994).

Ο αγροτουρισμός πρωτοεμφανίστηκε στην Ελλάδα τις αρχές της δεκαετίας του '80, όμως δεν συνδέθηκε άμεσα με την γεωργία. Η είσοδος της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα το 1981, σήμανε την αρχή της εφαρμογής προγραμμάτων αγροτουριστικής ανάπτυξης για την ανάπτυξη της τοπικής και της αγροτικής κοινωνίας.

Στην Ελλάδα, ο αγροτουρισμός θεωρήθηκε ως μια τοπική περιφερειακή δραστηριότητα που θα μπορούσε να συμβάλει στην αναγέννηση του αγροτικού χώρου και την αντιστροφή του αποπληθυσμού του. Θεωρήθηκε επίσης δραστηριότητα που θα πρόσφερε μια εναλλακτική λύση στα οικονομικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μειονεκτικές περιοχές της χώρας, στις οποίες η κύρια πηγή

εισοδήματος για τον τοπικό πληθυσμό βρίσκεται στον πρωτογενή τομέα (Ιακωβίδου, 1999).

Ως πρώτη πρωτοβουλία αγροτουριστικού χαρακτήρα στη χώρα μας θεωρείται το πρόγραμμα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) για τη διάσωση και αξιοποίηση των παραδοσιακών οικισμών, το οποίο ξεκίνησε το 1975 και κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '80 χρηματοδοτήθηκε από τα Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα (Μ.Ο.Π.) (Αγροτουριστική Α.Ε., 2003). Ωστόσο, οι πρώτες επιδοτούμενες αγροτουριστικές επενδύσεις ιδιωτών ήταν αυτές που ενίσχυσε, μετά το 1983, το Υπουργείο Γεωργίας, το οποίο χρηματοδοτούσε γεωργούς μέσα από ειδική δράση των Μ.Ο.Π. προκειμένου να δημιουργήσουν αγροτουριστικά καταλύματα (Υπουργείο Γεωργίας, 2000). Αργότερα, η ενίσχυση αυτή συνεχίστηκε από τον Κανονισμό 797/85 (Τσάρτας και Θανοπούλου, 1994).

Ουσιαστικά όμως, η άνθηση του αγροτικού τουρισμού στην Ελλάδα τοποθετείται στις αρχές της δεκαετίας του 90. Αυτή τη περίοδο δόθηκε ακόμη μεγαλύτερη ώθηση στη δημιουργία αγροτουριστικών επιχειρήσεων με το Β' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (Κ.Π.Σ.) και ειδικότερα με τον Κανονισμό 2328/91. Στην ίδια κατεύθυνση κινήθηκαν και τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (Π.Ε.Π.) μέσω των οποίων ενισχύθηκαν ιδιωτικές επενδύσεις αγροτικού τουρισμού (Αγροτουριστική Α.Ε., 2003). Το σημαντικότερο πρόγραμμα χρηματοδότησης αποτέλεσε η πρωτοβουλία LEADER, όπου στόχος της ήταν η προώθηση των επενδύσεων στις ορεινές και μειονεκτικές περιοχές της χώρας, μεταξύ των οποίων ο αγροτικός τουρισμός κατείχε σημαντική θέση ως στρατηγική ανάπτυξης.

Σήμερα, στην Ελλάδα καταγράφεται ένας αυξανόμενος αριθμός ανθρώπων που απασχολούνται σε αγροτουριστικές δραστηριότητες, με ταυτόχρονη αύξηση του αριθμού παραδοσιακών καταλυμάτων. Υπάρχουν πολλοί αγροτικοί οικισμοί που προσφέρουν διαμονή σε παραδοσιακά χτισμένους ξενώνες, πάνω από 600 αγροτουριστικά καταλύματα, 1.000 επιχειρήσεις και περίπου 107 γυναικείοι συνεταιρισμοί που λειτουργούν σε εθνικό επίπεδο (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, 2009). Παρά το γεγονός όμως ότι αποτελούν μια υπολογίσιμη κοινότητα, στερούνται συντονισμού και σωστής προώθησης (Αυγελή & Σωτηριάδης, 2006).

#### **4.5.2 Αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί**

Πολύ σημαντικό ρόλο στην ελληνική αγροτουριστική ανάπτυξη έχει παίξει η ανάπτυξη των Γυναικείων Αγροτουριστικών Συνεταιρισμών. Ο πρώτος γυναικείος αγροτουριστικός συνεταιρισμός στην Ελλάδα ξεκίνησε την λειτουργία του το 1984 στην περιοχή Πέτρα της Λέσβου, με κύρια

δραστηριότητα την εστίαση των επισκεπτών σε ξενώνες ή την διαμονή τους σε ενοικιαζόμενα δωμάτια.

Σύντομα η ελληνίδα αγρότισσα συνειδητοποίησε ότι θα μπορούσε να προσφέρει ακόμα περισσότερα, με την προσωπικότητά της και την ικανότητά της. Έτσι, με το προσωπικό της γούστο και μεράκι ξεκίνησε να παρασκευάζει παραδοσιακά προϊόντα έχοντας ως πρώτες ύλες όσα της προσέφερε η τοπική περιοχή, όπως γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, αρωματικά φυτά, ζυμαρικά κ.α.. Με την τυποποίηση αυτών των προϊόντων οι αγροτικοί συνεταιρισμοί συνέβαλλαν στην διαφοροποίηση και στον εμπλουτισμό του προσφερόμενου αγροτουριστικού προϊόντος, το οποίο δεν περιλαμβάνει μόνο υπηρεσίες διαμονής και εστίασης (Ιακωβίδου & Turner, 1995).

Με την παραγωγή και διάθεση τοπικών προϊόντων οι συνεταιρισμοί κατόρθωσαν να επικοινωνήσουν αλλά και να κάνουν γνωστές ορεινές και απομακρυσμένες περιοχές αλλά και να διατηρήσουν τον παραδοσιακό τρόπο ζωής που μεταδίδεται από γενιά σε γενιά. Επιπλέον, προστέθηκαν προϊόντα χειροτεχνίας όπως υφαντά, κεντήματα κ.α. τα οποία έδωσαν ακόμη μεγαλύτερη αξία στο τελικό αγροτουριστικό προϊόν. Ακόμα και στη σημερινή εποχή, όπου η ισότητα των δύο φύλων θεωρείται κεκτημένο, ο αγροτουρισμός εξακολουθεί να αφορά περισσότερο γυναίκες.

Η ανάπτυξη των συνεταιρισμών ως φορείς προώθησης του αγροτουρισμού, δεν μπορεί να συνεχίσει να βασίζεται σε επιχορηγήσεις, αλλά θα πρέπει να βασιστεί στην λειτουργία τους και κατ' επέκταση, στην κερδοφορία τους, όπως ακριβώς συμβαίνει με κάθε επιχείρηση. Μόνο σε αυτό το πλαίσιο δραστηριότητας θα μπορέσουν οι ήδη υπάρχοντες αγροτικοί συνεταιρισμοί αλλά και οι μελλοντικοί να αποδώσουν τα μέγιστα και να επιτύχουν ένα μοναδικό, διαφοροποιημένο και ανταγωνιστικό αγροτουριστικό προϊόν.

#### **4.5.3. Ελληνικό κέντρο αγροτουρισμού**

Κανείς δεν μπορεί να αρνηθεί ότι στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια γίνονται οργανωμένες προσπάθειες για την στήριξη της ανάπτυξης του αγροτουρισμού. Η σημαντικότερη από όλες είναι η ίδρυση του Ελληνικού Κέντρου Αγροτουρισμού (ΕΛΛ.Κ.Α), ένα Σωματείο μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Συστάθηκε τον Ιανουάριο του 2003 και απαρτίζεται από επιχειρηματίες, εκδότες, δημοσιογράφους, καθηγητές πανεπιστημίου, επιστήμονες, άτομα που ο καθένας στον τομέα του έχει να επιδείξει ένα σημαντικό έργο. Δημιουργήθηκε με σκοπό τη στήριξη, την ενίσχυση και την προώθηση της ιδέας του αγροτουρισμού στην Ελλάδα καθώς και των πολιτικών για την προστασία και διαχείριση του περιβάλλοντος με κατεύθυνση την βιώσιμη τοπική και περιφερειακή τουριστική ανάπτυξη.



Στα πλαίσια των σκοπών του, επιδιώκει τη συνεργασία με φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς καθώς και με διεθνείς και εθνικές αγροτουριστικές οργανώσεις. Ο σκοπός του ΕΛΛ.Κ.Α είναι να δημιουργηθούν Δίκτυα Συνεργασίας για την ανάδειξη των πολιτισμικών χαρακτηριστικών της υπαίθρου και των τοπικών παραδοσιακών προϊόντων. (Ο οδηγός του αγροτουρισμού, [www.in.gr](http://www.in.gr), (Προσβασιμότητα την 21<sup>η</sup> Ιουλίου, 2011)).

Το Ελληνικό Κέντρο Αγροτουρισμού (ΕΛΛ.Κ.Α), ορίζει τον αγροτουρισμό σαν την « ... παράλληλη ανάπτυξη δραστηριοτήτων που αποσκοπεί στην οικονομική και την κοινωνική αναβάθμιση των αγροτικών χώρων και της υπαίθρου, με τη στήριξη της τοπικής αγροτικής παραγωγής, της εμπορίας, της ήπιας και μικρής κλίμακας προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών και της ανάδειξης του πολιτιστικού και φυσικού πλούτου κάθε περιοχής».

Το ΕΛΛ.Κ.Α με αρωγό την τεχνολογία, προωθεί τις αρχές αλλά και τον ίδιο τον αγροτουρισμό μέσω του διαδικτυακού τόπου [www.in.gr/agro/products](http://www.in.gr/agro/products), όπου εκεί ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να γνωρίσει και να παραγγείλει αγροτουριστικά προϊόντα απ' όλη την Ελλάδα από το σπίτι του και με πολύ εύκολο τρόπο. Η διαδικασία είναι απλή. Ο επισκέπτης διαλέγει από τον ηλεκτρονικό κατάλογο το προϊόν ή τα προϊόντα που επιθυμεί και στέλνει ένα e-mail με τα στοιχεία του και την παραγγελία του στο site . Η παραγγελία μεταβιβάζεται στο συνεταιρισμό, ο οποίος θα φροντίσει τελικά για την αποστολή των προϊόντων. Οι κατηγορίες των προϊόντων που μπορούν να επιλεγθούν είναι: Γλυκά, Ζυμαρικά, Αρτοσκευάσματα, Γαλακτοκομικά, Ποτά, Υφαντά, Έργα λαϊκής τέχνης και άλλα.

Επιπλέον, το ΕΛΛ.Κ.Α. έχει ενεργή συμμετοχή και πρωτοβουλία στην οργάνωση συναντήσεων, ημερίδων και άλλων εκδηλώσεων σε αγροτουριστικές περιοχές ανά την Ελλάδα, όπου τίθενται θέματα και προβληματισμοί σε σχέση με την παρουσία και τα προβλήματα του αγροτουρισμού σε όλη την Επικράτεια. Ακόμα, συμμετέχει σε εκθέσεις και συνέδρια σε τοπικό και διεθνές επίπεδο, με σκοπό πάντα την προβολή του ελληνικού αγροτουρισμού, αλλά και την ενημέρωση για τις νέες πολιτικές και τεχνικές που εφαρμόζονται στις υπόλοιπες, πιο έμπειρες χώρες όσον αφορά τον αγροτουρισμό.

#### **4.5.4. Αγροτουριστική Α.Ε.**

Ακόμα μια οργανωμένη προσπάθεια για την προώθηση του αγροτουρισμού, που κινείται στην ίδια λογική με την ίδρυση του Ελληνικού Κέντρου Αγροτουρισμού, είναι η

ίδρυση μιας θυγατρικής εταιρείας της Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε., η Αγροτουριστική Α.Ε. Η φιλοσοφία πίσω από την ίδρυση αυτής της εταιρείας διαφοροποιείται από αυτή της ίδρυσης του ΕΛΛ.ΚΑ. Σκοπός και αυτής αποτελεί η αναβάθμιση της ελληνικής υπαίθρου και η προώθηση του αγροτουρισμού. Η διαφοροποίηση έγκειται στο γεγονός ότι μέσω αυτής υποστηρίζονται οι ελληνικές αγροτουριστικές επιχειρήσεις αφού μέσω αυτής πραγματοποιείται η πιστοποίησή των ήδη υπαρχουσών επιχειρήσεων αλλά και των μελλοντικών.

«Στην Ελλάδα υπάρχει πρότυπο για την πιστοποίηση ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του αγροτουρισμού. Ο αγροτουρισμός μπορεί να γίνει κύρια εναλλακτική μορφή τουρισμού, πιστοποιημένης ποιότητας, ώστε να αποτελέσει πόλο έλξης διεθνούς τουρισμού του είδους αυτού, που έχει ήδη μεγάλο αριθμό τουριστών, και διαρκώς αυξανόμενο και μάλιστα την ίδια στιγμή που έχουμε μείωση των εισερχόμενων τουριστών μαζικού τουρισμού.

Το πρότυπο αυτό, φτιάχτηκε από τον ΕΛΟΤ (Ελληνικό Οργανισμό Τυποποίησης) και πιστοποιείται από την Αγροτουριστική Α.Ε. (θυγατρική της ΕΤΑ, εταιρείας του Υπ. Τουρισμού) και προβλέπει: α) Γενικές απαιτήσεις λειτουργίας των αγροτουριστικών επιχειρήσεων και ειδικά για Νομοθετικό και κανονιστικό πλαίσιο λειτουργίας, κτιριοδομικούς και λειτουργικούς όρους, περιβάλλον, τοπικά χαρακτηριστικά, ανθρώπινο δυναμικό, πελάτη, συνέργεια - άμιλλα - δικτύωση - ανταγωνιστικότητα – καινοτομία επιχείρηση, ανεξάρτητα από το μέγεθός της και τη σύνθεση των υπηρεσιών που παρέχει, β) Γενικά ποιοτικά χαρακτηριστικά των παρεχόμενων υπηρεσιών, όπου η αγροτουριστική επιχείρηση πρέπει να καθορίζει και να τεκμηριώνει την πολιτική της για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των στόχων που θέτει για την ποιότητα των υπηρεσιών, με τη διατύπωση μιας δήλωσης πολιτικής για την ποιότητα αυτών των υπηρεσιών.

Το πρότυπο ακόμη εισάγει ορολογία για τον αγροτουρισμό όσον αφορά τους πελάτες, τον αγροτουρισμό, τον αγροτουριστικό προορισμό, το αγροτουριστικό προϊόν, την αγροτουριστική επιχείρηση, τα αγροτουριστικά καταλύματα, τα πρατήρια/εκθετήρια αγροτουριστικών προϊόντων, τα αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής, τα τουριστικά γραφεία: διοργανωτές ή παροχείς προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων οικοτουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος, τα αγροκτήματα, τις επιχειρήσεις παραγωγής και παροχής υπηρεσιών ανάδειξης της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς.

Σημειώνουμε εδώ ότι οι απαιτήσεις που καθορίζονται σε αυτή την ελληνική προδιαγραφή είναι τέτοιες, ώστε κάθε αγροτουριστική επιχείρηση να μπορεί να τις πληροί και να αποκομίσει όφελος από την εφαρμογή της (Παπατζανής, 2004, Άρθρο στο Hotel & Restaurant, 30-11-2004)».

Από τα παραπάνω γίνεται φανερό, ότι η Αγροτουριστική Α.Ε., αποτελεί πολύ σημαντικό φορέα στον ελληνικό αγροτουρισμό. Με τη δράση της θέτει ποιοτικά κριτήρια και προϋποθέσεις, οι οποίες προσδίδουν αξία και ανταγωνιστικότητα

στο ελληνικό αγροτουριστικό προϊόν, μέσω της ίδρυσης κατάλληλων και σωστά δομημένων επιχειρήσεων, τόσο σε επίπεδο προϊόντος όσο και σε επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών.

#### **4.5.5. Προοπτικές ανάπτυξης του αγροτουρισμού στην Ελλάδα**

Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού αποτελεί κεντρική πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την αντιμετώπιση των προβλημάτων της γεωργίας, την ενίσχυση του αγροτικού εισοδήματος, την ανάπτυξη περιφερειακών περιοχών και την προστασία του περιβάλλοντος. Από αυτή την κατεύθυνση φαίνεται ακόμα περισσότερο η αναγκαιότητα της ελληνικής υπαίθρου να υιοθετήσει δράσεις και προγράμματα αγροτουρισμού για να μπορέσει να αντιμετωπίσει τα προβλήματα της γήρανσης του πληθυσμού, της ερήμωσης και της μαράζωσης των αγροτικών περιοχών. Υπάρχουν σήμερα χιλιάδες ελληνικές απομακρυσμένες αγροτικές περιοχές που υποφέρουν από τα παραπάνω προβλήματα και μόνο ο αγροτουρισμός μπορεί να δώσει αποτελεσματική λύση σε αυτά (Φωτιάδης, 2009).

Αναπτυσσόμενος με ταχείς ρυθμούς και δίνοντας πρωτόγνωρες εμπειρίες επαφής με τη φύση, ειδικά στους κατοίκους των μεγαλουπόλεων, ο αγροτουρισμός πραγματοποιεί δυναμική είσοδο στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και στον ελληνικό χώρο. Τομέας σχετικά νέος για τη χώρα, αν και ιδανικός για τη μορφολογία, τη γεωργική της παραγωγή και το κλίμα της, ο αγροτουρισμός αρχίζει τα τελευταία χρόνια να κάνει δυναμικά την εμφάνισή του δίνοντας νέες προοπτικές και ώθηση στον ελληνικό τουρισμό, και μάλιστα σε περιοχές απ' όπου έχουν παραμείνει πίσω σε επίπεδο ανάπτυξης (Κίζος & Ιωσηφίδης, 2007).

Στην Ελλάδα υπάρχουν πληθώρα ανεκμετάλλευτων πόρων, με μοναδικά τοπία, ιδιαίτερη πολιτισμική και μουσική παράδοση, ήθη και έθιμα, παραδοσιακοί οικισμοί με ιδιαίτερη αρχιτεκτονική φυσιογνωμία, γαστρονομία και μοναδικά γεωργικά προϊόντα, χαρακτηριστικά που μπορούν να αποτελέσουν την πρώτη ύλη για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων που θα προσφέρουν μοναδικές στιγμές και εμπειρίες στους επισκέπτες.

Έτσι καταβάλλεται προσπάθεια για την οργάνωση και λειτουργία μιας σειράς δραστηριοτήτων σε κάθε περιοχή. Οι δραστηριότητες αυτές παρέχουν στον επισκέπτη άνετη διαμονή, αναψυχή, ξεκούραση, δυνατότητες για άθληση, χόμπι κ.ά., και περιλαμβάνουν ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια ή διαμερίσματα, εστιατόρια οικογενειακής μορφής με τοπική παραδοσιακή κουζίνα, χώρους άθλησης και αναψυχής σε περιοχές με φυσικές ομορφιές, πολιτιστικές εκδηλώσεις, εργαστήρια παραγωγής ειδών λαϊκής τέχνης με χαρακτηριστικά της τοπικής παράδοσης ή ειδών διατροφής που αξιοποιούν τα ντόπια προϊόντα.

Ο αγροτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που παρέχει στον επισκέπτη την ευκαιρία να κάνει τις διακοπές του σ' ένα ήσυχο περιβάλλον, κοντά στη φύση και κοντά στους απλούς ανθρώπους του χωριού, που είναι ακόμα δεμένοι με τη γη και την παράδοση. Μπορεί να γνωρίσει από κοντά τα ήθη και τα έθιμα της ελληνικής υπαίθρου.

Σε μερικές αγροτικές περιοχές κάποιες από τις γεωργικές εργασίες και τις εργασίες του νοικοκυριού γίνονται με παραδοσιακό τρόπο (Gousiou et al., 2001; Kneaffsey, 2001; Marsden et al., 2001). Ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να δει από κοντά τέτοιες εργασίες και ακόμα να συμμετέχει σ' αυτές αν το θελήσει. Για πολλούς από τους επισκέπτες η εμπειρία αυτή είναι πρωτόγνωρη και ιδιαίτερα για τα παιδιά των μεγαλουπόλεων, που θέματα γύρω από την αγροτική ζωή τα γνωρίζουν μόνο από εικόνες.

#### **4.5.6. Προβλήματα εφαρμογής του αγροτουρισμού στην Ελλάδα**

Η Ελλάδα δεν έχει κατορθώσει μέχρι σήμερα, παρ' όλες τις δράσεις που έχουν υλοποιηθεί, να παρουσιάσει έναν ισχυρό αγροτουριστικό τομέα ο οποίος να αποτελεί σημαντικό κομμάτι της συνολικής τουριστικής κίνησης. Με δεδομένα τα ιδιαίτερα και ποικιλόμορφα χαρακτηριστικά της ελληνικής γης, θα έπρεπε η προσφορά υπηρεσιών αλλά και η ενασχόληση με τον αγροτουρισμό να παρουσιάζει αύξηση. Το ποσοστό των γεωργικών εκμεταλλεύσεων για αγροτουρισμό στην ελληνική επικράτεια είναι πάρα πολύ μικρό ενώ, για παράδειγμα, η Αυστρία, η Σουηδία, η Αγγλία και η Γαλλία έχουν επιτύχει να λειτουργούν το μεγαλύτερο μέρος των γεωργικών τους εκτάσεων στα πλαίσια του αγροτουρισμού (Aronsson, 1994). Αυτό το μοντέλο ανάπτυξης που πολλοί «εταίροι» μας στην Ευρωπαϊκή οικογένεια έχουν υλοποιήσει εδώ και δεκαετίες όπως η Γαλλία, η Ιταλία και η Αυστρία, υπήρξε η απάντηση στην ερήμωση της περιφέρειας και στη μείωση του αγροτικού εισοδήματος (Γούσιος, 1999). Σήμερα υπολογίζεται ότι το 70% των Αμερικανών, Αυστραλών, Αυστριακών και Γερμανών και όχι πολύ μικρότερο ποσοστό των κατοίκων των υπολοίπων χωρών του ΟΟΣΑ κάνουν σε ετήσια βάση αγροτουρισμό.

Βέβαια η Αυστρία αποτελεί μια χώρα με μεγάλη παράδοση στον αγροτουρισμό, ενώ η Ελλάδα πολύ πρόσφατα θέλησε να εντάξει στην δραστηριότητά της, αυτή τη μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Όμως, αυτό δεν πρέπει να αποτελεί δικαιολογία για αυτή την πολύ μικρή απόδοση. Άρα, η εφαρμογή του μοντέλου του αγροτουρισμού αντιμετωπίζει δυσκολίες και δυσλειτουργίες, οι οποίες πηγάζουν από το μη επαρκές ανθρώπινο δυναμικό. Ο έλληνας αγρότης της απομονωμένης, ορεινής περιοχής δεν μπορεί να μετατραπεί από απλός καλλιεργητής σε επιχειρηματίας μέσα σε μια νύχτα. Η μετάβαση, για να μπορέσει αυτός ο απλός άνθρωπος να λειτουργήσει και να

εκμεταλλευτεί τις καλλιέργειές του με όρους επιχειρηματικούς, χρειάζεται χρόνο και εκπαίδευση. Χρόνο για να μπορέσουν οι αγρότες να αποδεχθούν και να υλοποιήσουν τις

νέες δραστηριότητες που προϋποθέτει η υλοποίηση του αγροτουρισμού και εκπαίδευση όσον αφορά τις νέες τεχνικές που επιβάλλονται μέσα στα νέα πλαίσια δραστηριότητας.

Εξίσου σημαντικό πρόβλημα, είναι η έλλειψη κατάρτισης των αγροτών, με αποτέλεσμα οι άνθρωποι αυτοί να μην έχουν τη γνώση και τη δυνατότητα να προσφέρουν ποιοτικές υπηρεσίες εξυπηρέτησης στους επισκέπτες. Έτσι, και οι ίδιοι δεν παρουσιάζουν την ενδεδειγμένη συμπεριφορά αλλά και η αγροτουριστική μονάδα εμφανίζει ελλείψεις. Επιπλέον, η έλλειψη υποδομών σε ολόκληρη την ελληνική περιφέρεια όπως η οδική συγκοινωνία, οι επικοινωνίες, η παροχή υπηρεσιών υγείας, δημιουργεί σοβαρά προβλήματα πρόσβασης αλλά και διαμονής σε αυτές τις αγροτουριστικές περιοχές.

#### **4.6. Προγράμματα αγροτουριστικής ανάπτυξης**

Το θέμα του αγροτουρισμού έχει γίνει το κεντρικό αντικείμενο στις πρόσφατες συζητήσεις, όσον αφορά τα μέτρα, τις δράσεις και τα κίνητρα που θα πρέπει να εφαρμοστούν για την περιφερειακή ανάπτυξη μιας χώρας (Van Der Ploeg et al., 2000; Marsden et al., 2001; Ryan, 1993; Van Der Ploeg & Renting, 2004). Επιπλέον, θεωρείται πολύτιμο εργαλείο για την διατήρηση των αγροτικών δραστηριοτήτων, την επίτευξη διαφοροποίησης οικονομικών πρακτικών στην ύπαιθρο ενώ ταυτόχρονα βοηθά την διατήρηση των πολιτιστικών στοιχείων και συμβάλει στην δημιουργία ενός νέου “Ευρωπαϊκού Αγροτικού Μοντέλου” (Commission of the European Communities, 1999).

Στην Ελλάδα βασικός φορέας υλοποίησης των προγραμμάτων ανάπτυξης αγροτουρισμού είναι το Υπουργείο Γεωργίας (πλέον Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων), το οποίο για την ένταξη περιοχών σε αγροτουριστικά προγράμματα, προκηρύσσει την κατάρτιση ολοκληρωμένων μελετών, οι οποίες κατά κύριο λόγο εκπονούνται από τοπικές αναπτυξιακές εταιρείες σε συνεργασία με τους Δήμους και τις Νομαρχίες σε όλη την χώρα. Οι συμμετέχουσες μελέτες αξιολογούνται ως προς τον σκοπό, το αποτέλεσμα αλλά και τον απαιτούμενο προϋπολογισμό και όσες εγκρίνονται, χρηματοδοτούνται από τα προγράμματα αυτά.

Τα σημαντικότερα χρηματοδοτικά προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την προώθηση, μέσω επιδότησης, αγροτουριστικών δραστηριοτήτων, είναι τα εξής:

1. Κανονισμός 1257/99
2. Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΠΕΠ) του Α', Β' και Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης

### 3. Πρωτοβουλία Leader (Leader I, Leader II, Leader Plus).

Κύριος στόχος των παραπάνω προγραμμάτων είναι η αγροτική ανάπτυξη με οποιαδήποτε δράση. Ο αγροτουρισμός είναι μία από τις δράσεις που μπορούν να οδηγήσουν στην αγροτική ανάπτυξη. Σε ορισμένες μάλιστα περιοχές, ορεινές και απομονωμένες, όπου η γεωργία και κτηνοτροφία έχουν πολύ περιορισμένες δυνατότητες να αποφέρουν ικανοποιητικά εισοδήματα στον τοπικό πληθυσμό, ο αγροτουρισμός αποτελεί μία πολύ σημαντική ευκαιρία για εξασφάλιση απασχόλησης στους κατοίκους τους. Οι φορείς διαχείρισης των κονδυλίων των προγραμμάτων αυτών μπορεί να είναι το Υπουργείο Γεωργίας, οι Νομαρχίες, οι Περιφέρειες ή οι Ομάδες Τοπικής Δράσης (Αναπτυξιακές Εταιρείες).

#### **4.6.1 Κανονισμός 1257/99 (πρώην 950/97, 2328/91, 797/85)**

Το Πρόγραμμα τέθηκε σε εφαρμογή το 1985. Κύριος στόχος του είναι η βελτίωση της δομής των γεωργικών εκμεταλλεύσεων με αποτέλεσμα τη βελτίωση της αποτελεσματικότητάς τους. Δευτερεύων στόχος είναι η δημιουργία συμπληρωματικών στη γεωργία εισοδημάτων. Στα πλαίσια του δευτερεύοντος στόχου είναι η προώθηση αγροτουριστικών ή αγροβιοτεχνικών δραστηριοτήτων από τη γεωργική εκμετάλλευση. Κατά συνέπεια το Πρόγραμμα αφορά μόνο τους κατά κύριο επάγγελμα γεωργούς (αυτούς δηλαδή που τουλάχιστο το 51% του εισοδήματός τους προέρχεται από τη γεωργία / κτηνοτροφία).

Οι βασικές προϋποθέσεις για την ένταξη στο Πρόγραμμα ήταν οι εξής:

- κύριο επάγγελμα γεωργός ή κτηνοτρόφος
- μόνιμος κάτοικος ορεινής ή μειονεκτικής περιοχής
- η επένδυση να πραγματοποιηθεί μέσα στα όρια της πιο πάνω περιοχής
- η υποβολή «σχεδίου βελτίωσης» της γεωργικής εκμετάλλευσης

Δικαιούχοι ήταν φυσικά πρόσωπα, ωστόσο το Πρόγραμμα προέβλεπε και την ενίσχυση συνεργαζόμενων γεωργικών εκμεταλλεύσεων. Το ποσοστό της επιδότησης ήταν 50% του κόστους της επένδυσης, ενώ για τους αγρότες ηλικίας κάτω των 40 ετών το ποσοστό της επένδυσης ανερχόταν στο 55%.

Η λειτουργία του προγράμματος από το 1986 έως το 1998 έδειξε ένα πολύ μικρό ενδιαφέρον των αγροτών στον αγροτουρισμό. Συνολικά διατέθηκαν για την Ελλάδα 2,4 δισεκατομμύρια ευρώ, εκ των οποίων μόνο 0,22 δισεκατομμύρια ευρώ (9%) των κονδυλίων απορροφήθηκαν από τον αγροτουρισμό, ενώ στην φυτική παραγωγή διατέθηκαν 1,85 δισεκατομμύρια ευρώ (77%) και 0,33 δισεκατομμύρια ευρώ (14%) στη ζωική (<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/countries>, (Προσβασιμότητα την 1<sup>η</sup> Αυγούστου, 2011)).

#### **4.6.2. Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΠΕΠ)**

Τα ΠΕΠ είναι πολυτομεακές διαρθρωτικές παρεμβάσεις που στοχεύουν στη βελτίωση της οικονομικής αποτελεσματικότητας και στην αναβάθμιση της ποιότητας ζωής στην περιφέρεια. Καταρτίζονται από κάθε περιφέρεια στο πλαίσιο ενός στρατηγικού σχεδιασμού ανάπτυξης. Περιλαμβάνουν: Άξονες - Δράσεις – Μέτρα. Τα Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης (ΚΠΣ) έχουν περιφερειακά σκέλη, τα ΠΕΠ. Υπήρξαν τρία ΚΠΣ:

1ο ΚΠΣ: 1988 – 1994

2ο ΚΠΣ: 1994 - 2000

3ο ΚΠΣ: 2000 – 2006

Ο αγροτουρισμός αποτελεί έναν από τους άξονες των ΠΕΠ όπου δίνεται έμφαση σε έργα μεσαίας κλίμακας, βασικής υποδομής αλλά και προστασίας του περιβάλλοντος. Μέσω των Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, χρηματοδοτήθηκαν έργα υποδομής σε ολόκληρη την περιφέρεια και αναπτύχθηκε σημαντικά ο τομέας του αγροτουρισμού.

Σημαντικοί πόροι του Α΄ και Β΄ ΚΠΣ κατευθύνθηκαν στη γεωργία. Υλοποιήθηκαν πάνω από 150 αρδευτικά έργα, ολοκληρώθηκαν αναδασμοί σε 350.000 στρέμματα, γεγονός που μαζί με τα αρδευτικά έργα έκαναν εφικτή την αναδιάρθρωση των καλλιεργειών. Στην κτηνοτροφία εφαρμόστηκαν 87 σχέδια μετεγκατάστασης κτηνοτροφικών μονάδων που εκσυγχρόνισαν το κτηνοτροφικό κεφάλαιο. Κατασκευάστηκαν νέοι δασικοί δρόμοι και βελτιώθηκαν ορεινοί δασικοί βοσκότοποι και αναδασώθηκαν 783 εκτάρια δάσους. Παράλληλα υλοποιήθηκαν έργα ολοκληρωμένων παρεμβάσεων σε ευαίσθητα οικοσυστήματα τα οποία περιέχουν δράσεις που συνέβαλλαν στην ανάπτυξη του τουρισμού, καθώς και τα έργα πολιτισμού. Συμπερασματικά, ο στόχος της άρσης της απομόνωσης προσεγγίστηκε ικανοποιητικά.

Βασική προτεραιότητα για την περίοδο 2000 – 2006 ήταν να εναρμονιστεί η Περιφέρεια, όπως και η χώρα, με την Κοινοτική Νομοθεσία (Οδηγίες 271/91 για τα απόβλητα, 889/91 για τα επικίνδυνα απορρίμματα, 31/99 για τους ΧΥΤΑ, 442/75 όπως έχει τροποποιηθεί με την 156/97 για τα στερεά απόβλητα (Αλεξίου, 2000).

Μέσω του Γ΄ Κ.Π.Σ. Επιχειρησιακού Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης –Ανασυγκρότησης της Υπαίθρου, 2000-2006, διατέθηκαν συνολικά 1026 δις. δρχ. με στόχους :

- Τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της Ελληνικής Γεωργίας ενόψει των προκλήσεων ενός συνεχώς ανταγωνιστικότερου διεθνούς περιβάλλοντος.
- Τη βιώσιμη και ολοκληρωμένη ανάπτυξη της υπαίθρου.

- Τη διατήρηση και την προστασία περιβάλλοντος και φυσικών πόρων της υπαίθρου.

Οι δράσεις που εφαρμόστηκαν είχαν ως βασικές κατευθύνσεις:

1. Τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση των γεωργικών εκμεταλλεύσεων.
2. Την ενίσχυση των επενδύσεων στην εμπορία και μεταποίηση γεωργικών και δασικών προϊόντων με προτεραιότητα στην ποιότητα και υγιεινή των προϊόντων και με ύψος ενίσχυσης πριμοδότησης που φτάνει το 50%.
3. Τη βελτίωση της ηλικιακής σύνθεσης και την ανανέωση του αγροτικού πληθυσμού (Νέοι Αγρότες) ενισχύοντας έτσι τους νέους ανθρώπους που θα ήθελαν να ασχοληθούν με τον Αγροτικό Τομέα με αξιόλογη θέση στην επαγγελματική ιεραρχία.
4. Τη βελτίωση των υποστηρικτικών μηχανισμών και αυτών της ενημέρωσης των αγροτών με τη δημιουργία συστήματος ενημέρωσης του πληθυσμού της υπαίθρου και με αναβάθμιση των εκπαιδευτικών δομών. Εδώ σημαντικό ρόλο θα παίξει ο Οργανισμός ΟΓΕΕΚΑ ΔΗΜΗΤΡΑ και τα Περιφερειακά Κέντρα Δήμητρα (πρώην ΚΕΓΕ).
5. Την εξασφάλιση ποιοτικής παρουσίας των αγροτικών προϊόντων με ολοκληρωμένες υπηρεσίες στήριξης των κτηνοτρόφων και με την ανάπτυξη μεθόδων ολοκληρωμένης καταπολέμησης εχθρών, ασθενειών και ζιζανίων (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης).

Σήμερα βρίσκεται σε εξέλιξη το Πρόγραμμα ΕΣΠΑ 2007 – 2013, το οποίο και αποτελεί τη συνέχεια του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (Γ' ΚΠΣ 2000 – 2006) για τη περίοδο 2007 –2013 και είναι το βασικό πλαίσιο που θα ορίσει και θα χρηματοδοτήσει τις κυριότερες αναπτυξιακές προτεραιότητες της χώρας.

Το πρώτο από τα οχτώ Επιχειρησιακά Προγράμματα αναφέρεται στο «Περιβάλλον - Αειφόρος Ανάπτυξη» και έχει ως κύρια αναπτυξιακή επιδίωξη την προστασία, αναβάθμιση και αειφορική διαχείριση του περιβάλλοντος, ώστε να αποτελέσει το υπόβαθρο για την προστασία της δημόσιας υγείας, την άνοδο της ποιότητας ζωής των πολιτών καθώς και παράγοντα βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας της Οικονομίας. Μερικές από τις κυριότερες παρεμβάσεις που θα υλοποιηθούν στο πλαίσιο του Ε.Π. είναι η ολοκληρωμένη διαχείριση στερεών και επικίνδυνων αποβλήτων και η προστασία των εδαφών, η ολοκληρωμένη εφαρμογή της Οδηγίας 2000/60 και η διαχείριση αστικών λυμάτων, η διαμόρφωση συστημάτων μέτρησης και ελέγχου στο σύνολο των πηγών ατμοσφαιρικής ρύπανσης και η εφαρμογή σχεδίων δράσης για τον περιορισμό της ατμοσφαιρικής ρύπανσης, της ρύπανσης του θαλάσσιου περιβάλλοντος και των ακτών.

Επίσης θα υλοποιηθούν παρεμβάσεις που αφορούν στη διαμόρφωση εργαλείων για το σχεδιασμό και την εφαρμογή χωροταξικών ρυθμίσεων για τη διάδοση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, στην ολοκληρωμένη προστασία και διαχείριση βιοτόπων, στις υποδομές αντιπλημμυρικής προστασίας μεγάλης κλίμακας, στην πρόληψη και την αποτελεσματική αντιμετώπιση των φυσικών και τεχνολογικών καταστροφών μέσω



μηχανισμών και ορθών πρακτικών και στην ευαισθητοποίηση των πολιτών (Επιτροπή Ερευνών Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, 2008).

#### **4.6.3 Πρωτοβουλία LEADER**

Η πρωτοβουλία LEADER δημιουργήθηκε στο πλαίσιο της πρώτης μεταρρύθμισης των διαρθρωτικών ταμείων (1989-1993). Η εφαρμογή της πρωτοβουλίας LEADER στην Ευρωπαϊκή Ένωση είχε ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη και τη βελτίωση της οικονομικής ευημερίας στις αγροτικές περιοχές μέσα από την υλοποίηση ολοκληρωμένων πρότυπων στρατηγικών αγροτικής ανάπτυξης.

Στη LEADER I (η οποία υλοποιήθηκε το διάστημα 1991-1995) ο αγροτικός τουρισμός έλαβε ποσοστό 41% της συνολικής χρηματοδότησης όλων των μέτρων, ενώ στη LEADER II (1996- 2001) το ποσοστό αυτό ανήλθε στο 30%. Σε αντίθεση με τις προηγούμενες επιδοτήσεις του Υπουργείου Γεωργίας, η LEADER χρηματοδότησε αγροτουριστικές επενδύσεις ακόμη και στις περιπτώσεις όπου ο υποψήφιος επενδυτής δεν ήταν κατά κύριο επάγγελμα γεωργός (Αγροτουριστική Α.Ε., 2003).

Η πρωτοβουλία LEADER δίνει τη δυνατότητα στις αγροτικές περιοχές, μέσα από την εφαρμογή ολοκληρωμένων στρατηγικών αγροτικής ανάπτυξης να αναπτύξουν εκείνες τις οικονομικές δραστηριότητες που θα αυξήσουν την ανταγωνιστικότητα των γεωργικών προϊόντων, θα βελτιώσουν την ποιότητα ζωής στις αγροτικές περιοχές ενώ, παράλληλα, θα διασφαλίσουν την αειφόρο διαχείριση των φυσικών πόρων. Ακόμη, μέσα από την πρωτοβουλία LEADER αναμένεται να βελτιωθεί η τοπική διακυβέρνηση στις αγροτικές περιοχές, αφού μέσα από το πρόγραμμα αυτό προωθείται η συμμετοχική διαδικασία κατά τη λήψη αποφάσεων σε θέματα δημοσίου ενδιαφέροντος που αφορούν τους κατοίκους της υπαίθρου.

Στην Ελλάδα παράδειγμα εφαρμογής δράσης από το πρόγραμμα LEADER +, αποτελεί η αναβίωση των αρχαίων αγώνων της Νεμέας. Το παράδειγμα της Νεμέας καθώς και άλλα παραδείγματα εφαρμογής δράσεων του προγράμματος LEADER +, στο εξωτερικό (Σουηδία και Φιλανδία) παραθέτουμε στο παράρτημα στο τέλος της εργασίας.

Αποτέλεσμα της εφαρμογής των προγραμμάτων LEADER, υπήρξε η ανάπτυξη και βελτίωση των γεωργικών υποδομών. Έως το 2004 η απορρόφηση κοινοτικών πόρων εξελισσόταν με χαμηλούς ρυθμούς. Ενώ στο διάστημα 2001-2003 είχαν εγκριθεί μόνο 370 σχέδια βελτίωσης, με δημόσια δαπάνη 25 εκ. ευρώ, από το 2004 έως το 2006, εγκρίθηκαν 1.400 σχέδια, με δημόσια δαπάνη πάνω από 110 εκ. ευρώ. Για την ενίσχυση των «Νέων Αγροτών», υπογράφηκαν

συμβάσεις με 8.200 δικαιούχους, που φτάνουν τα 127 εκ. ευρώ. Για επενδύσεις μεταποίησης και εμπορίας αγροτικών προϊόντων εγκρίθηκαν πάνω από 1.100 επενδυτικά σχέδια, με δημόσια δαπάνη που ξεπερνά τα 420 εκ. ευρώ. Οι ρυθμοί άλλαξαν. Ξεκινήσαν 46 μεγάλα εγγειοβελτιωτικά έργα, με συνολική δαπάνη, περίπου, 470 εκ. ευρώ, έναντι μόνο τεσσάρων έργων, 32 εκ. ευρώ της εξαετίας 1998-2003. Παράλληλα υλοποιήθηκαν 960 μικρότερα έργα, σε ορεινές και μειονεκτικές περιοχές, σε 220 δήμους και κοινότητες, με κόστος που ξεπέρασε τα 260 εκ. ευρώ. Οι δημόσιες επενδύσεις στον αγροτικό τομέα, από 430 εκ. ευρώ τη διετία 2002-2003, ξεπέρασαν τα 820 εκ. ευρώ – σχεδόν διπλασιάστηκαν- τη διετία 2004-2005. Το 2006 έφτασαν στα 500 εκ. Ευρώ. Οι βιολογικά καλλιεργούμενες εκτάσεις, από το 0,8% της συνολικά καλλιεργούμενης γης που ήταν το 2003, εκτιμάται πως το 2008 έχουν ξεπεράσει το 3%, που αποτελούσε στόχο για το 2010. (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης).

#### **4.7. Προβλήματα εφαρμογής των προγραμμάτων αγροτουριστικής Ανάπτυξης στην Ελλάδα**

Από την αρχή της εφαρμογής του αγροτουρισμού στην Ελλάδα, η ανάπτυξη του έχει να αντιμετωπίσει πλήθος λαθών και αντιφάσεων (Iakovidou et al. 1999; Anthoroulou et al. 2000). Δεν είναι αρκετό στις αγροτικές περιοχές να υπάρχει μόνο ένα όμορφο περιβάλλον και ευκαιρίες απασχόλησης χωρίς καλή κοινωνική ζωή και ευχερή πρόσβαση σε δημόσιες υπηρεσίες και νέες τεχνολογίες. Πρέπει να βρεθούν τρόποι ολοκληρωμένης προσέγγισης των προβλημάτων, καθώς και των δυνατοτήτων της κάθε περιοχής, έτσι ώστε η ύπαιθρος να γίνει ανταγωνιστική και να αντιστραφεί η τάση εγκατάλειψής της.

Σήμερα, στην Ελλάδα, δεν μπορεί κάποιος να ισχυριστεί ότι λείπουν τα οικονομικά κίνητρα για επενδύσεις στον αγροτουρισμό ή ο κεντρικός σχεδιασμός σε αυτόν τον τομέα και οι φόρμες των προγραμμάτων, όπως είναι π.χ. το πρόγραμμα «Ανασυγκρότηση της υπαίθρου», το πρόγραμμα Leader και άλλα προγράμματα που λειτουργούν συμπληρωματικά. Λείπει περισσότερο η κοινωνική οργάνωση, το ανθρώπινο κεφάλαιο και οι καινοτόμες αναπτυξιακές πρωτοβουλίες για την αφομοίωση αυτών των δυνατοτήτων. Λείπει η ικανότητα της δημόσιας διοίκησης προς τα κάτω, στην Περιφέρεια και τους Δήμους, για να δώσει πνοή στην προοπτική της σωστής και αποδοτικής ανάπτυξης του αγροτουρισμού. Σοβαρές ελλείψεις φαίνεται να υπάρχουν στην πληροφόρηση και την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού το οποίο δεν αποτελεί θέμα διαχείρισης μόνο της κεντρικής κυβέρνησης, αλλά συνολικά όλων των φορέων που εμπλέκονται στον Αγροτουρισμό – Νομαρχίες, Τοπική Αυτοδιοίκηση, συνεταιρισμοί.

Η σημασία άλλωστε του αγροτουρισμού υπερβαίνει την οικονομική διάσταση, αφού δημιουργεί ταυτόχρονα με την οικονομική ανάπτυξη και κοινωνικά – πολιτιστικά κίνητρα στην ποιότητα ζωής. Αυτή η κοινωνική σημασία δεν αρκεί να κατανοηθεί από το κράτος και τους μηχανισμούς αλλά

επιβάλλεται να κατανοηθεί και από τους πολίτες, τους απλούς αγρότες, αφού αυτοί οι ίδιοι πρωτίστως επενδύουν πάνω στην δραστηριότητα του αγροτουρισμού.

Από την άλλη πλευρά η κατανόηση και η οργάνωση των πολιτών είναι εκείνη που σε τελική ανάλυση, πιέζει το κράτος για να διαμορφώσει τις αναγκαίες πολιτικές. Πρέπει να προϋπάρξουν και να οργανωθούν οι κοινωνικές ομάδες για το περιβάλλον και τον αγροτουρισμό, για να έχουμε καλύτερη πολιτική από το κράτος για τον αγροτουρισμό. Η

κρατική πολιτική πάντα θα υπολείπεται, όσο δεν υπάρχει κοινωνική απαίτηση.

Επομένως το πρώτο και ουσιαστικό βήμα είναι η οργάνωση όλων εκείνων που ενδιαφέρονται, ασχολούνται εθελοντικά ή έχουν πραγματικό συμφέρον για την προώθηση του αγροτουρισμού στην Ελλάδα και η ανάπτυξη ουσιαστικού θεσμοποιημένου διαλόγου, πέρα από την δημιουργία ενός αγροτουριστικού χάρτη για την Ελλάδα.

Είναι σημαντικό να γνωρίζουμε την εμπειρία των ανεπτυγμένων χωρών, όπως είναι η Γαλλία, η Αυστρία και η Ιταλία, στον αγροτουρισμό, αλλά η ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Ελλάδα δεν είναι ασφαλώς η απλή μεταφορά του μοντέλου, που έχουν αναπτύξει οι χώρες αυτές, στην κρατική πολιτική. Πάντοτε βασικός συντελεστής μιας πολιτικής, όπως είναι και ο αγροτουρισμός, είναι το διαθέσιμο ανθρώπινο κεφάλαιο, το θεσμικό περιβάλλον μέσα στο οποίο αναπτύσσεται, η υπάρχουσα οργανωτική κουλτούρα. Σε αυτό το σημείο η Ελλάδα πρέπει να κάνει πολλά ακόμα, αφού υπάρχει έλλειψη κεντρικού σχεδιασμού και συντονισμού.

Μια άλλη προσέγγιση προώθησης του αγροτουρισμού στην Ελλάδα είναι η διαδικασία μέσα από την δημιουργία επικοινωνιακών και πολιτιστικών γεγονότων, όπως είναι οι εκθέσεις αγροτουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, που συνδυάζονται με την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς κάθε τόπου, την αξία της μεσογειακής διατροφής, την ανάπτυξη των βιολογικών προϊόντων. Σε αυτήν την βάση, όλη η κοινωνία συμμετέχει στην αναπτυξιακή προσπάθεια του αγροτουρισμού και αυτό αποτελεί ένα ουσιαστικό κίνητρο για εκείνους που θέλουν να αναλάβουν ανάλογες επιχειρηματικές δραστηριότητες.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΚΡΗΤΗ

### 5.1. Η Εξελικτική πορεία του τουρισμού στην Ανατολική Κρήτη

Ο τουρισμός παγκοσμίως αποτελεί μία από τις βασικές «βιομηχανίες» με εντατική ανάπτυξη, τόσο στις αναπτυγμένες, όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες. Η Ευρώπη αποτελεί τον κύριο πόλο της διεθνούς τουριστικής κίνησης, αφού τα 2/3 αυτής πραγματοποιούνται στη Γηραιά Ήπειρο. Ειδικότερα, για πολλά κράτη- μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό τομέα της εθνικής τους οικονομίας. Στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης δημιουργήθηκε το 1982 Χαρτοφυλάκιο Τουρισμού προκειμένου να υπάρξει πλαίσιο Κοινοτικής Τουριστικής Πολιτικής.

Σήμερα στο τρέχον Σχέδιο Δράσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τον Τουρισμό ως κύριοι στόχοι έχουν οριστεί:

- Η άμβλυνση της εποχικότητας.
- Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των κρατών- μελών.
- Η προσέλκυση τουριστών από τρίτες χώρες (μη μέλη της Ε.Ε.).
- Η προώθηση νέων μορφών τουρισμού.
- Η προστασία του περιβάλλοντος.

Βασική επιδίωξη είναι η υιοθέτηση ενός προτύπου τουριστικής ανάπτυξης που θα διαφυλάσσει τη φυσική και πολιτιστική κληρονομιά των τόπων υποδοχής συνεπώς να εξυπηρετεί τους στόχους οικονομικής ανταγωνιστικότητας.

Ο κλάδος του τουρισμού συγκαταλέγεται μεταξύ των σημαντικότερων για την Ελληνική Οικονομία. Το μερίδιο του στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν είναι της τάξης του 10% περίπου και η απασχόληση στον κλάδο υπολογίζεται μεταξύ 350-400 χιλιάδων ατόμων.

Παρά την εν γένει σημαντικότητα – βαρύτητα και πρόοδο του (βασικός πυλώνας οικονομικής ανάπτυξης), ο τουρισμός στην ελληνική επικράτεια συνοδεύεται από σημαντικά προβλήματα - μειονεκτήματα που άλλοτε έχουν τα τυπικά γνωρίσματα της τουριστικής δραστηριότητας και άλλοτε είναι αμιγώς ενδημικά και που σε κάθε περίπτωση συνιστούν τροχοπέδη στην ουσιαστική τουριστική ανάπτυξη.

Ως τέτοια αναφέρονται:

- Η σχεδόν καθολική εξάρτηση από τον μαζικό τουρισμό και η περιορισμένη διαφοροποίησης και στροφή της προσφοράς προς νέες μορφές τουρισμού.
- Η αδυναμία ελέγχου των ετησίων διακυμάνσεων της τουριστικής κίνησης.

- Η υψηλή εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης.
- Η χωρική ανισοκατανομή της τουριστικής προσφοράς.
- Η χαμηλή κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη.
- Η ανεπάρκεια των υφιστάμενων τεχνικών και κοινωνικών υποδομών.
- Η υποβάθμιση του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, στις αναπτυγμένες τουριστικά περιοχές.
- Η μονομερής εκμετάλλευση, κατά κύριο λόγο, του ηλίου και της θάλασσας και η ελλιπής αξιοποίηση και άλλων εν δυνάμει πλεονεκτημάτων.

Η Κρήτη είναι το μεγαλύτερο νησί της Ελλάδας και το πέμπτο στη Μεσόγειο. Καλύπτει μια περιοχή 8.335 τετραγωνικών χλμ και με πληθυσμό 573.000 ανθρώπων. Είναι ένα ορεινό νησί που ορίζεται από τρεις μεγάλες οροσειρές. Η γεωργία και ο τουρισμός ωθούν την οικονομία της Κρήτης, με τον τουρισμό να διαδραματίζει έναν σημαντικότερο ρόλο από την άποψη της συμβολής του στο Ακαθάριστο Περιφερειακό Προϊόν (G.R.P.) και την απασχόληση. Η ανεργία παραμένει σε χαμηλά επίπεδα σε σχέση με τον μέσο όρο της ανεργίας στην Ελληνική Επικράτεια. Ο τουρισμός είναι ζωτικής σημασίας αφού συνεισφέρει στην περιφερειακή οικονομία της Κρήτης το 20.4% του Ακαθάριστου Περιφερειακού Προϊόντος και απασχολεί το 8.5% του Εργατικού Δυναμικού (ΕΟΤ, 2004).

Η Κρήτη εμφάνισε ραγδαία τουριστική ανάπτυξη, η οποία, σε σχέση με άλλες περιοχές συντελέστηκε, σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα. Οι επισκέπτες στον νησί ήταν περίπου στους 8.500 άτομα και έφθασαν στα 1.9 εκατομμύρια αφίξεις το 2004. Το 90% των αφίξεων προέρχεται από την Ευρώπη και το 10% από Έλληνες (ΕΟΤ, 2004). Καθοριστικό ρόλο στη ραγδαία αυτή ανάπτυξη έπαιξε:

- Η εθνική πολιτική που ενθάρρυνε την τουριστική ανάπτυξη με σειρά οικονομικών ενισχύσεων που χορηγήθηκαν σε επιχειρήσεις για τη δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων.
- Οι δημόσιες επενδύσεις οι οποίες κάτω από την πίεση της αύξησης της τουριστικής κίνησης επενδύθηκαν στην καλυτέρευση των υποδομών για παράδειγμα σε δρόμους, λιμάνια, αεροδρόμια, νοσοκομεία κ.λπ..
- Η πληθώρα φυσικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών πόρων καθώς και η ύπαρξη αερολιμένων στις σημαντικότερες πόλεις του νησιού όπως στο Ηράκλειο και τα Χανιά.
- Το χαμηλότερο κόστος σε σύγκριση με τον ανταγωνισμό της εποχής
- Η ανταπόκριση των μεγάλων Τουριστικών Οργανισμών της Β. Ευρώπης οι οποίοι εξασφάλισαν για τον νησί υψηλές ροές επισκεπτών.

Η Κρήτη είναι ένας πολύ γνωστός τουριστικός προορισμός που έχει καθιερωθεί ως προορισμός του ήλιου και της θάλασσας, ενώ παράλληλα διαθέτει αρκετούς πόρους ικανούς να στηρίξουν της ανάπτυξη θεματικού

τουρισμού. Την δεκαετία του '50 όταν χαράχθηκε η τουριστική πολιτική στην Ελλάδα, η Κρήτη δεν συμπεριλαμβανόταν αρχικά στα σχέδια των περιοχών που επρόκειτο να αναπτυχθούν (Καραγιάννης Στ. – Έξαρχος Γ., 2006).

Ο τουρισμός εμφανίστηκε στην Κρήτη, με τη μαζική του μορφή στις αρχές της δεκαετία του '70. Αναπτύχθηκε τουριστικά αρχικά το βόρειο τμήμα του νησιού, το οποίο εξακολουθεί να αποτελεί τον κύριο κορμό της τουριστικής υποδομής. Δεν είναι τυχαίο μιας και όλες σχεδόν οι υποδομές του νησιού είχαν ήδη δημιουργηθεί στον βόρειο τμήμα του. Οι μεγάλες πόλεις, τα αεροδρόμια, τα λιμάνια, οι μεγάλοι δρόμοι, βρίσκονται στο βόρειο τμήμα του νησιού. Έτσι εμφανίστηκαν οι πρώτοι μεγάλοι επιχειρηματίες, οι οποίοι δημιούργησαν τις πρώτες μονάδες στο βόρειο τμήμα του νομού Λασιθίου, στην παραλιακή ζώνη δυτικά και ανατολικά του Ηρακλείου και Ανατολικά του Ρεθύμνου ενώ αργότερα προστέθηκαν ξενοδοχειακές μονάδες δυτικά των Χανίων καθώς και στην περιοχή της Γεωργιούπολης.

Στο νότιο τμήμα του νησιού ο τουρισμός ξεκίνησε αρχικά σε συγκεκριμένους προορισμούς, όπως είναι τα Μάταλα, η Αγία Γαλήνη και η Παλαιόχωρα και η Ιεράπετρα. Το μοντέλο του τουρισμού που επικράτησε και εδώ σταδιακά είναι το μοντέλο του μαζικού τουρισμού, η ανάπτυξη του όμως δεν είναι στον βαθμό που επικρατεί στο βόρειο τμήμα του νησιού με αποτέλεσμα σε αρκετές περιπτώσεις να έχουν αποφευχθεί τα προβλήματα που παρουσιάστηκαν στο βόρειο τμήμα. Σταδιακά ο πληθυσμός στράφηκε στα επαγγέλματα του τριτογενούς τομέα όπως είναι ο τουρισμός και το εμπόριο, δεδομένου ότι αυτοί οι τομείς προσέφεραν κάθε χρόνο ολοένα και υψηλότερα εισοδήματα. Έτσι ο τουρισμός εξελίχθηκε στο σημαντικότερο τμήμα της κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης της Κρήτης.

Η τουριστική ανάπτυξη του νησιού έγινε μέσα σε μικρό χρονικά διάστημα και αυτό γιατί υπήρξε μεγάλη εισροή τουριστών οι οποίοι διακινήθηκαν κυρίως μέσω των μεγάλων γραφείων τουρισμού. Η ξαφνική και μαζική ανάπτυξη δημιούργησε προσδοκίες οι οποίες οδήγησαν συχνά σε υπερβολές. Εκτός από τις μεγάλες τουριστικές μονάδες, σε πολλές περιπτώσεις δημιουργήθηκαν νοοτροπίες γρήγορου και άμεσου πλουτισμού με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν πρόχειρες υποδομές όπως είναι τα διάφορα «Rent Rooms». Με αυτόν τον τρόπο έγιναν ριζικές αλλαγές στις τοπικές κοινωνίες, ενώ και το τοπίο στις τουριστικές περιοχές άρχισε να αλλάζει λόγω των άναρχων υποδομών. Εξαιτίας αυτού, το φυσικό περιβάλλον υποβαθμίστηκε σε μεγάλο βαθμό. Το πρότυπο του μαζικού τουρισμού με επικέντρωση στον ήλιο και στη θάλασσα αλλά σταδιακά και στην φτηνή νυχτερινή διασκέδαση κυριαρχεί στην Κρήτη και είναι γεγονός ότι το πρότυπο αυτό υπό τις παρούσες συνθήκες είναι πολύ ευάλωτο στην ανάπτυξη ανταγωνιστικών αγορών (Γαλάνη – Μουτάφη Β., 2002).

## **5.2. Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού στην Κρήτη**

Ο οικοτουρισμός είναι ένα εργαλείο για την τόνωση της οικονομίας σε μη αναπτυγμένους προορισμούς. Ο προσδιορισμός όμως της ζήτησης για οικοτουριστικές δραστηριότητες είναι ιδιαίτερης σημασίας για τους ακόλουθους λόγους:

- Προκειμένου να μετρηθούν τα οικονομικά αποτελέσματα σε μια περιοχή.
- Για να βελτιωθούν οι κατάλληλες υποδομές και το μέγεθος αυτών για την υποστήριξη της οικοτουριστικής ανάπτυξης.
- Να εφαρμοστούν τα κατάλληλα συστήματα διαχείρισης επισκεπτών σε σχέση με τη φέρουσα ικανότητα του τόπου υποδοχής.
- Και κυρίως των κατάλληλων μεθόδων marketing να προσελκύεται το αριθμητικά επιθυμητό κοινό.

Επίσημως καταγεγραμμένα στατιστικά στοιχεία για τον οικοτουρισμό στην Ελλάδα δεν υπάρχουν. Οι έρευνες που διενεργεί ο ΕΟΤ απευθύνεται στο ευρύ τουριστικό κοινό, του μαζικού τουρισμού, χωρίς έως τώρα τουλάχιστον αν επιχειρείται η διερεύνηση σε βάθος της ζήτησης για ειδικότερες μορφές τουρισμού όπως ο οικοτουρισμός. Μέσα από τις έρευνες που έχουν έως τώρα διεξαχθεί για τον ΕΟΤ το θετικό στοιχείο που ανακύπτει σε σχέση με τον οικοτουρισμό είναι ότι το ευρύ τουριστικό κοινό κατανοεί και αναγνωρίζει τη σημασία του φυσικού περιβάλλοντος και της προστασίας του, εκτίμα της ύπαρξη άφθαρτης φύσης και ανεξερεύνητων τοπίων στην Κρήτη όπως και την σημασία της διαφύλαξης του ελληνικού χαρακτήρα και ύφους. Δηλαδή χαρακτηριστικά που είναι συνυφασμένα με την έννοια του οικοτουρισμού.

Κρίνεται σκόπιμο για την καταγραφή και τη μελέτη της δυνητικής ζήτησης για οικοτουρισμό εκτεταμένη έρευνα αγοράς προσανατολισμένη στο συγκεκριμένο είδος τουρισμού.

Συνεπώς στατιστικά στοιχεία που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν δεν υπάρχουν. Η μόνη πληροφόρηση που υπάρχει για τις τάσεις και την κίνηση που παρατηρείται πάνω στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ιδιαίτερα στον οικοτουρισμό είναι από τους Τουριστικές Πράκτορες/ Για πολλά χρόνια ο εναλλακτικός τουρισμός ήταν μια μικρή, συμπληρωματική δραστηριότητα των γραφείων γενικού τουρισμού, που ευκαιριακά ανέπτυσαν κάποιες μορφές του, ανάλογα με τις βασικές τους δραστηριότητες και, κυρίως, ανάλογα με το εάν οι μορφές αυτές μπορούσαν να αναπτυχθούν κοντά σε δημοφιλείς προορισμούς. Στην Ελλάδα ειδικευμένοι στον εναλλακτικό τουρισμό τουριστικοί πράκτορες (ΕΤΠ) έχουν αρχίσει να εμφανίζονται αλλά είναι ολιγάριθμοι συγκριτικά με τους τουριστικούς πράκτορες του μαζικού τουρισμού. Τα λίγα τουριστικά γραφεία εναλλακτικού τουρισμού που λειτουργούν σήμερα στην Ελλάδα αναφέρονται κυρίως στους λάτρεις της φύσης. Ικανοποιούν την ανθρώπινη τάση για αναζήτησης της περιπέτειας που εκφράζεται επίσης με αντίσταση στις

συνήθειες της καθημερινότητας, στον ορθολογισμό και την ρουτίνα. Τα γραφεία αυτά εξειδικεύονται σε οργανωμένα προγράμματα αναψυχής και εξορμήσεων σε φυσικές περιοχές, αναδεικνύοντας με τον τρόπο αυτό το φυσικό τοπίο και τους παραδοσιακούς οικισμούς. Συμβάλλουν επίσης στην ευαισθητοποίηση για την προστασία της χλωρίδας και της πανίδας, ενισχύοντας της περιβαλλοντική ισορροπία.

Στη Κρήτη λειτουργούν ελάχιστα γραφεία που εξειδικεύονται στον εναλλακτικό τουρισμό, δηλαδή πάνω από το 90% του κύκλου εργασιών τους προέρχεται από προγράμματα και δράσεις που έχουν να κάνουν με εναλλακτικές μορφές τουρισμού και τον οικοτουρισμό. Η πλειοψηφία των τουριστικών γραφείων έχει στις δραστηριότητες τις προτάσεις για εναλλακτικό τουρισμό αλλά αυτό εξαντλείται στην κράτηση για δωμάτιο σε αγροτουριστικά καταλύματα ή οργανωμένες επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους. Στην περιοχή της ανατολικής Κρήτης λειτουργεί ένα μόνο αποκλειστικά τουριστικό γραφείο εναλλακτικού τουρισμού ([www.cretanadventures.gr](http://www.cretanadventures.gr), (Πρόσβαση την 3<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου, 2011)) , ενώ στο υπόλοιπο νησί υπάρχουν ακόμα 4 γραφεία εναλλακτικού τουρισμού, αλλά η δραστηριότητά τους στην Ανατολική Κρήτη είναι ελάχιστη.

### **5.3. Χαρακτηριστικά παρεχόμενου προϊόντος**

Ο οικοτουρισμός στην Ανατολική Κρήτη δεν είναι διαδεδομένος. Αυτό οφείλεται πρωτίστως στην έλλειψη εθνικής στρατηγικής για την για την ανάπτυξη του, αλλά και στα μοντέλα ανάπτυξης τουρισμού των τελευταίων δεκαετιών που εφαρμόστηκαν στην Ελλάδα. Κυρίαρχο μοντέλο ακόμη και σήμερα είναι ο μαζικό τουρισμός, ήλιος και θάλασσα, με αποτέλεσμα να έχουν αλλάξει τα καταναλωτικά και κοινωνικά πρότυπα του πληθυσμού. Μέσα σε μερικές δεκαετίες ένας καθαρά αγροτικός πληθυσμός έχει αποξενωθεί πλήρως από το φυσικό περιβάλλον.

Συνεπώς, δεν παρέχεται ένα ολοκληρωμένο οικοτουριστικό προϊόν στην περιοχή. Αντιθέτως οι όποιες προσπάθειες έχουν γίνει για την ανάπτυξη του είναι μεμονωμένες και χωρίς συνέχεια είτε αυτές οι προσπάθειες γίνονται από τον ιδιωτικό, είτε τον δημόσιο φορέα.

Το οικοτουριστικό προϊόν όπως προαναφέρθηκε θα μπορούσε να διακριθεί από μία ποικιλομορφία. Και αυτό διότι στην περιοχή υπάρχει μία πληθώρα διαφορετικών πόρων που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν (φαράγγια, σπήλαια, πανίδα και χλωρίδα σε άριστη κατάσταση, θεματικές διαδρομές κ.λπ.). Παράλληλα η έντονη πολιτισμική ιστορία που υπάρχει διάσπαρτη στην περιοχή καθώς και τα ήθη και έθιμα της περιοχής τα οποία παραμένουν αναλλοίωτα στο



χρόνο θα μπορούσε να συμπληρώσει τα χαρακτηριστικά του παρεχόμενου προϊόντος.

#### **5.4. Φορείς οικοτουρισμού στην Ανατολική Κρήτη**

Για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού στην Ανατολική Κρήτη διαδραματίζουν καταλυτικό ρόλο φορείς κυρίως του δημόσιου τομέα. Πέρα από τις όποιες προσπάθειες πραγματοποιούνται από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού στα Πλαίσια της αποστολής του. Οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης παίζουν καταλυτικό ρόλο. Μέσα από πρωτοβουλίες και έργα που αναλαμβάνουν βοηθούν άμεσα και έμμεσα στην ανάπτυξη του οικοτουρισμού.

Μέσα σε αυτά τα πλαίσια και της προσπάθειάς τους να προωθήσουν την ανάπτυξη στην περιοχή έχουν συστήνει αναπτυξιακές εταιρείες που κύριο μέλημά τους είναι η ανάδειξη του πολιτισμικού και φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής. Για το λόγω αυτό σύστησαν και αναπτυξιακές εταιρείες περιφερειακού χαρακτήρα με σκοπό τον συντονισμό δράσεων μεταξύ των δημοτικών αυτοδιοικήσεων και την εκτέλεση εξειδικευμένων έργων σε ευρύτερο γεωγραφικό χώρο. Οι πιο σημαντικές αναπτυξιακές εταιρείες που με την δράση του βοηθούν στην ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ανατολική Κρήτη είναι:

#### **Η Αναπτυξιακή Ανώνυμη Εταιρεία Ηρακλείου Ο.Τ.Α.**

Η εταιρία δραστηριοποιείται στον Νομό Ηρακλείου και έχει πρωταρχικό στόχο την κάλυψη κοινά διαπιστωμένων αναγκών για:

- Στήριξη των Ο.Τ.Α. στον αναπτυξιακό τους ρόλο
- Αναπτυξιακό σχεδιασμό της ευρύτερης περιοχής
- Αξιοποίησης στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό των διαθέσιμων εθνικών και κοινοτικών πόρων μέσα από τη διαχείριση σχετικών προγραμμάτων
- Τεχνική στήριξη των κατοίκων και των φορέων της περιοχής στους τομείς επιμόρφωσης, βελτίωσης ποιότητας ζωής και γενικότερα κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης
- Ανάλυση πρωτοβουλιών σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος, της διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς και της ανάπτυξης της εσωτερικής της περιοχής.

## **Αναπτυξιακή Εταιρεία Λασιθίου ΟΤΑ**

Η Αναπτυξιακή Λασιθίου Α.Ε. είναι μία αναπτυξιακή εταιρεία των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης και της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Λασιθίου που έχει ως βασικό σκοπό την υποστήριξη της Τοπικής Αυτοδιοίκησης αλλά και άλλων φορέων στην ανάληψη και υλοποίησης αναπτυξιακών έργων και πρωτοβουλιών.

## **Οργανισμός Ανάπτυξης Σητείας Α.Ε.**

Ο οργανισμός Ανάπτυξης Σητείας Α.Ε. είναι μία αναπτυξιακή εταιρεία των τεσσάρων Δήμων της επαρχίας Σητείας του Νομού Λασιθίου που έχει ως βασικό σκοπό την προώθηση της τοπικής ανάπτυξης στην περιοχή παρέμβασής του μέσα από την υλοποίηση αναπτυξιακών έργων και πρωτοβουλιών.

Σημαντικός φορέας επίσης είναι οι Νομαρχιακές αυτοδιοικήσεις που έχουν συστήσει τμήματα τουριστικής ανάπτυξης που κύριο μέλημα τους είναι η προώθηση και προβολή του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.

Τέλος δραστηριοποιούνται στην περιοχή στα πλαίσια του οικοτουρισμού διάφοροι σύλλογοι με φυσιολατρικό προσανατολισμό όπως η Ελληνική Σπηλαιολογική Εταιρεία, ο Όμιλος Φίλων Βουνού και Θάλασσας Ηρακλείου, ο Ορειβατικός Σύλλογος Ηρακλείου κ.α., οι οποίοι μέσα στα πλαίσια λειτουργίας τους υλοποιούν οικοτουριστικές δράσεις στον τομέα ενδιαφέροντός τους. Για παράδειγμα ο Σπηλαιολογικός όμιλος προβαίνει σε καθορισμό και χαρτογράφηση των σπηλαίων και κάνει προσπάθειες με άλλους φορείς στην δημιουργία δικτύου επισκέψιμων σπηλαίων στην περιοχή της Σητείας.

## **5.5. Περιοχές ανάπτυξης οικοτουρισμού στην Ανατολική Κρήτη – Προτάσεις έργων-Προοπτικές ανάπτυξης**

Η περιοχή της ανατολικής Κρήτης διαθέτει πολλούς προορισμούς που θα μπορούσαν να αναπτυχθούν οικοτουριστικά. Μερικές από αυτές τις περιοχές είναι οι ακόλουθες:

### **Το Οροπέδιο Λασιθίου**

Η περιοχή αυτή διαθέτει πόρους ικανούς να στηρίξουν μία τέτοια προσπάθεια. Στο οροπέδιο Λασιθίου, αναγνωρίσιμη τοποθεσία για τον κάμπο του και τους χιλιάδες ανεμόμυλους του, με ιστορία αιώνων, εκεί όπου σύμφωνα με τη μυθολογία γεννήθηκε ο Δίας, ο πατέρας των Θεών και των ανθρώπων, κοντά στο χωριό Άγιος Γεώργιος. Στο οροπέδιο Λασιθίου βρίσκονται

σημαντικότερα σπήλαια αρχαιολογικού ενδιαφέροντος (το σπήλαιο του Ψυχρού, γνωστό και ως Δικταίο Άντρο, της Τράπεζας στο Τζερμιάδων και στο Γεροντομούρι στον Άγιο Χαράλαμπο), μινωικοί οικισμοί στην Παπούρα στο χωριό Λαγού, στην Πλάτη στο Καρφί και σε άλλες θέσεις. Στα μετά -μινωικά χρόνια το οροπέδιο άνηκε στην πόλη Λύττο. Τόπος φιλόξενος και γαλήνιος που συνδυάζει το καταπράσινο περιβάλλον στους πρόποδες της οροσειράς Δίκητη με την απaráμιλλη και αναλλοίωτη ομορφία του εναλλασσόμενου άγριου φυσικού τοπίου, με τους παραδοσιακούς οικισμούς που έχουν μείνει αναλλοίωτοι στο χρόνο και το έντονο πολιτισμικό περιβάλλον. Στην περιοχή του Οροπεδίου Λασιθίου η απουσία έργων βασικών υποδομών είναι το σημαντικότερο πρόβλημα της περιοχής.

Έργα τα οποία θεωρούνται αναγκαία για την περιοχή:

- Θα πρέπει να αναπτυχθεί το οδικό δίκτυο πρόσβασης προς το οροπέδιο Λασιθίου τόσο από την κατεύθυνση του Ηρακλείου όσο και από την πλευρά του Αγίου Νικολάου.
- Λόγω της γεωγραφίας της περιοχής θα μπορούσε να δημιουργηθεί ποδηλατοδρόμος σε όλο το οροπέδιο Λασιθίου. Έτσι θα εμπλουτιζόταν ακόμη περισσότερο το οικοτουριστικό προϊόν της περιοχής και ταυτόχρονα θα βοηθήσει στην αναβάθμιση του περιβάλλοντος.
- Χρειάζεται να βελτιωθούν οι πίστες αναρρίχησης στο Λιμνάκαρο καθώς και να αναβαθμιστεί το καταφύγιο του Λαζάρου.
- Η περιοχή διαθέτει μεγάλο και αξιόλογο αριθμό φαραγγιών και σπηλαίων τα οποία μέσα από κατάλληλες δράσεις θα πρέπει να αναδειχθούν καθώς και να δημιουργηθούν οι υποδομές που είναι απαραίτητες για την εύκολη πρόσβαση σε αυτά.

Αντίστοιχα δράσεις που θα πρέπει να ληφθούν είναι:

- Ενίσχυση τοπικών πολιτιστικών εκδηλώσεων (Δικταία, η γιορτή της πατάτας κ.α.).
- Εκπόνησης μελέτης Ζώνης Οικιστικού Ελέγχου για το Λιμνάκαρο.

Συμπερασματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι η περιοχή του οροπεδίου Λασιθίου διαθέτει τους κατάλληλους πόρους για να αναπτυχθεί ο οικοτουρισμός προσφέροντας πληθώρα δραστηριοτήτων αλλά το σημαντικότερο χωρίς να απαιτούνται έργα υποδομής που θα μπορούσαν να αλλοιώσουν το φυσικό περιβάλλον.

## Περιοχή Σητείας

Λόγω της γεωγραφικής θέσης της η Σητεία δεν είναι ανεπτυγμένη τουριστικά μιας και είναι αποκομμένη από την υπόλοιπη Κρήτη και η οδική πρόσβαση από τα κυρίως αστικά κέντρα του νησιού είναι δύσκολη. Εμφανίζει σπουδαία ιστορικά και πολιτιστικά στοιχεία τόσο από αρχαιολογικής άποψης (Ζάκρος, Μονή Τοπλού, Ενετικά μνημεία) όσο και από παραδοσιακής αρχιτεκτονικής. Επίσης το περιβάλλον της είναι μοναδικού κάλλους (Φοινικόδασος Βάι, Οικότοποι, Φαράγγια και Σπήλαια).

Για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού απαιτούνται έργα τα οποία θεωρούνται αναγκαία για την περιοχή. Μερικά από αυτά είναι:

- Οδικό δίκτυο τόσο προς την ενδοχώρα όσο και προς το κύριο κορμό του νησιού.
- Ειδικές περιβαλλοντικές κατασκευές, βιολογικοί καθαρισμοί κ.α..
- Αναβάθμιση Αερολιμένα Σητείας προκειμένου η πρόσβαση από επισκέπτες εκτός νησιού να είναι άμεση και εύκολη.

Αντίστοιχα δράσεις που θα πρέπει να ληφθούν είναι:

- Μελέτη σκοπιμότητας δημιουργίας Σπηλαιολογικού Πάρκου στην περιοχή.
- Εκπόνηση μελέτης Ζώνης Οικιστικού Ελέγχου για την Ζάκρο.
- Μελέτη φέρουσας ικανότητας για το Φοινικόδασος του Βάι και διαχείριση του μεγάλου όγκου επισκεπτών του καθώς και άμεση μελέτη και εφαρμογή προστασίας του από το κόκκινο σκαθάρι που μπορεί να απειλήσει και την ύπαρξή του.
- Εκπόνησης ολοκληρωμένου προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης της ευρύτερης περιοχής.
- Μελέτη σκοπιμότητας επένδυσης στην περιοχή της Μονής Τοπλού σε συνεργασία με Αγγλικές εταιρείες (προωθείται η δημιουργία συγκροτημάτων ξενοδοχείων καθώς και γηπέδων γκολφ) και μελέτη περιβαλλοντικών επιπτώσεων στην ίδια περιοχή.

Οι υποδομές που απαιτούνται για την ανάπτυξη της περιοχής είναι σημαντικές μιας και η μορφολογία της περιοχής απαιτεί εξειδικευμένες και ακριβές κατασκευές. Το σημαντικότερο όμως στην δεδομένη χρονικά στιγμή είναι η άμεση προστασία του φυσικού πλούτου και η επιλογή από τους φορείς και την τοπική κοινωνία μορφών τουρισμού που θα είναι βιώσιμες και δεν θα υποβαθμίσουν ανεπανόρθωτα το φυσικό περιβάλλον.

## Περιοχή Δυτικής Μεσσαράς:

Η περιοχή της Δυτικής Μεσσαράς, που εκτείνεται από τον Ζαρό έως τη Φαιστό και την Γόρτυνα στα Δυτικά Αστερούσια όρη, είναι μια περιοχή της ενδοχώρας του Ηρακλείου με ήπια τουριστική ανάπτυξη. Στην περιοχή υπάρχουν σπουδαίοι αρχαιολογικοί χώροι αλλά και το φυσικό περιβάλλον έχει τεράστια ποικιλομορφία από την μία περιοχή στην άλλη. Στην συγκεκριμένη περιοχή υπάρχει μεγάλο ρεύμα τουριστικής προσέλευσης και με τις κατάλληλες υποδομές τόσο στους Ορεινούς Όγκους της περιοχής όσο και στις περιοχές με πλούσιο αρχαιολογικό ενδιαφέρον (Φαιστός, Γόρτυνα) θα εμπλουτιστεί ακόμα περισσότερο το τουριστικό προϊόν και έτσι θα υπάρξουν μεγαλύτερα οφέλη. Αυτή η περιοχή είναι κατάλληλη λόγω της ποικιλομορφίας της για ανάπτυξη του οικοτουρισμού.

Σε αυτά τα πλαίσια τα έργα τα οποία κρίνονται απαραίτητα για την περιοχή είναι:

- Ολοκλήρωση του δρόμου Ηρακλείου – Αγίων Δέκα.
- Αναβάθμιση του κατασκηνωτικού κέντρου στο δάσος του Ρούβα (το μοναδικό δάσος στην Ελλάδα από Πρίνους).
- Η περιοχή διαθέτει σπουδαίους αρχαιολογικούς χώρους οι οποίοι θα πρέπει να αναβαθμιστούν και να αναδειχθούν περαιτέρω.
- Ολοκλήρωση του χωριού κρητικής νεολαίας.
- Ολοκλήρωση της πίστας μηχανοκίνητου αθλητισμού στο Ζαρό.

Αντίστοιχα δράσεις που θα πρέπει να ληφθούν είναι:

- Επικαιροποίηση της Ζώνης Οικιστικού Ελέγχου των νοτίων παραλιών της περιοχής του νομού Ηρακλείου.
- Προβολή για τις φυσιολατρικές και πολιτιστικές διαδρομές της περιοχής που εμφανίζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον.

Η περιοχή διαθέτει ήδη αξιόλογη τουριστική κίνηση λόγω των αρχαιολογικών χώρων που διαθέτει. Παρόλα αυτά τα οφέλη από τον τουρισμό δεν είναι μεγάλα για την περιοχή μιας και η πλειονότητα των επισκεπτών δεν διαμένουν σε αυτή. Βέβαια αυτή βοήθησε και στην διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος μιας και δεν δημιουργήθηκαν μεγάλες τουριστικές μονάδες στην περιοχή για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών. Έτσι το φυσικό περιβάλλον έχει παραμείνει αναλλοίωτο, που σημαίνει ότι αν δημιουργηθούν οι κατάλληλες υποδομές μπορεί να αναπτυχθεί ο οικοτουρισμός στην περιοχή ο οποίος θα επιφέρει αρκετά οφέλη.

## **5.6.Συμπεράσματα για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού στην Ανατολική Κρήτη**

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σε παγκόσμια κλίμακα μία αύξηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και ειδικότερα του οικοτουρισμού. Το μοντέλο του μαζικού τουρισμού εφαρμόστηκε με επιτυχία για δεκαετίες ολόκληρες και βοήθησε πολλές περιοχές να βγουν από το περιθώριο και να αναπτυχθούν. Επειδή σε πολλές περιπτώσεις αυτή η ανάπτυξη έγινε χωρίς κανόνες σταδιακά δημιούργησε προβλήματα τα οποία διογκώθηκαν με την πάροδο του χρόνου. Αυτά τα πρότυπα της ανεξέλεγκτης ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού υιοθέτησε και η Ελλάδα με αποτέλεσμα τα τελευταία χρόνια ο τουριστικός κλάδος της χώρας να δέχεται ισχυρές πιέσεις.

Διέξοδο από αυτή την μονοδιάστατη ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να δώσει ο οικοτουρισμός. Αξιοποιώντας τους πόρους της περιοχής όπου αναπτύσσεται, και λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιομορφίες κάθε περιοχής μπορεί να αναπτύξει ευρύτερες περιοχές με όρους βιώσιμης ανάπτυξης. Στα πλαίσια της εφαρμογής μοντέλων ανάπτυξης οικοτουρισμού θα πρέπει να εξετάζονται προσεκτικά τόσο οι τουριστικοί πόροι της περιοχής (φυσικοί, πολιτισμικοί, υποδομές) όσο και οι υφιστάμενες συνθήκες της περιοχής (οικονομικό, κοινωνικό περιβάλλον).

Η περιοχή της Ανατολικής Κρήτης είναι πλούσια από πόρους οι οποίοι είναι απαραίτητοι για την ανάπτυξη οικοτουριστικής δράσης. Αυτοί οι οικοτουριστικοί πόροι είναι διάσπαρτοι στο χώρο με αποτέλεσμα να μπορεί να στηριχθεί μια ανάπτυξη όπου τα οφέλη να διαχέονται σε ολόκληρη την περιοχή και ταυτόχρονα να αποφευχθούν προβλήματα συγκέντρωσης δραστηριοτήτων σε περιοχές και έτσι να υπάρχει κίνδυνος υποβάθμισης της περιοχής από την υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας. Βασικό μειονέκτημα που θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή είναι η έλλειψη κουλτούρας για τον οικοτουρισμό από την τοπική κοινωνία. Τα συμφέροντα που υπάρχουν, οι συμπεριφορές απέναντι στον τουρίστα και οι νοοτροπίες που κυριάρχησαν τις τελευταίες δεκαετίες πρέπει να ξεπεραστούν.

Κυρίαρχο μέλημα της πολιτείας πρέπει να είναι η χάραξη μιας μακρόπνοης εθνικής στρατηγικής για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού μέσα από πολιτικές που προστατεύουν το περιβάλλον και διαχέουν τα οφέλη του στις τοπικές κοινωνίες. Αυτή η πρόταση, χάραξη εθνικής στρατηγικής συνολικότερα στον τουρισμό και ειδικότερα στον οικοτουρισμό είναι όσο ποτέ άλλοτε επιτακτική και πρέπει να συντελεστεί κάτω από αυστηρά πλαίσια προκειμένου το οποίο σχέδιο δράσης να μην παραμείνει ως μια μελέτη στο ράφι. Είναι μοναδική ευκαιρία μιας και πλέον οι προϋποθέσεις υπάρχουν για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος στην Ανατολική Κρήτη με οικοτουριστικές δράσεις.

## 5.7. Έρευνα για τον οικοτουρισμό

Σε αυτήν την έρευνα θα διερευνηθεί αν η ανάπτυξη του οικοτουρισμού στην Ανατολική Κρήτη μπορεί να εμπλουτίσει το υπάρχον τουριστικό προϊόν. Ποιο συγκεκριμένα η έρευνα αυτή αφορά στην αποτύπωση των απόψεων των φορέων και επαγγελματιών που εμπλέκονται στην ανάπτυξη του οικοτουρισμού προκειμένου να το υπάρχον τουριστικό προϊόν της περιοχής. Στόχος είναι η συγκέντρωση χρήσιμης πληροφορίας, απευθείας από τους άμεσα εμπλεκόμενους.

Παρακάτω θα δούμε την καταγραφή των τάσεων και απόψεων από όλους τους άμεσα ή έμμεσα εμπλεκόμενους φορείς. Δόθηκε ιδιαίτερη βαρύτητα το δείγμα να είναι αντιπροσωπευτικό τόσο από γεωγραφικής άποψης όσο και εύρος των φορέων που συμμετέχουν. Η καταγραφή των απόψεων των εμπλεκόμενων φορέων έγινε με τη χρήση ερωτηματολογίου.

Το είδος της έρευνας που διενεργήθηκε έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- Ad Hoc. Πρόκειται για ειδική έρευνα η οποία ενεργείται προκειμένου να αντιμετωπιστεί ένα συγκεκριμένο πρόβλημα και διεξάγεται μια φορά ώστε να γίνουν συγκεκριμένες προτάσεις.
- Ποσοτική. Η ποσοτική έρευνα χρησιμοποιείται για την ποσοτικοποίηση των δεδομένων έτσι ώστε να μπορούν να αναλυθούν στατιστικά.
- Πρωτογενής. Πρόκειται για την «κλασική ερευνητική μέθοδο». Σε κάθε περίπτωση όπου τα απαιτούμενα στοιχεία μιας έρευνας δεν είναι δυνατόν να βρεθούν από δευτερογενείς πηγές, τότε ο ερευνητής στρέφεται για την συλλογή τους στην ίδια της τουριστική αγορά. Τα στοιχεία αυτά δηλαδή είναι πρωτότυπα και συγκεντρώνονται ειδικά για την λύση κάποιου συγκεκριμένου τουριστικού προβλήματος (Midleton, 2001).

Καταρχήν αναγνωρίστηκαν οι δυνητικοί πληροφοριοδότες και συντάχθηκε λίστα με το όνομα του φορέα/εταιρείας, τον εκπρόσωπο του/της και τα στοιχεία επικοινωνίας. Οι δυνητικοί πληροφοριοδότες χωρίστηκαν σε κατηγορίες ανάλογα με τα χαρακτηριστικά τους:

- Επιχειρήσεις που ασχολούνται με τον οικοτουρισμό.

Αφορά επιχειρήσεις οι οποίες παρέχουν και δράσεις οικοτουρισμού και όχι μόνο παροχή διαμονής (αγροτουριστικά καταλύματα).

- Φορείς ιδιωτικοί και δημόσιοι που εμπλέκονται με τον οικοτουρισμό. Αφορά δημόσιους φορείς (πχ. Αναπτυξιακές εταιρείες Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης, Συνδέσμων Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης).
- Φορείς δημόσιοι με ανεπτυγμένο τουρισμό και εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Δήμοι, Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης κ.λπ.)

Επιχειρήθηκε λοιπόν να καλυφθεί ένα ευρύ φάσμα εμπλεκόμενων στον οικοτουρισμό ώστε να καλυφθούν όλες οι δυνατές περιπτώσεις και να συλλεχθούν όλες οι απόψεις. Στόχος ήταν η πληρέστερη δυνατή ενημέρωση και η σφαιρική κάλυψη του θέματος. Καθώς ο στόχος εδώ δεν ήταν η γενίκευση των συμπερασμάτων αλλά η όσο τον δυνατόν αμεσότερη αποτύπωση των διαφορετικών απόψεων και η σφαιρική κατανόηση του θέματος αλλά και των χαρακτηριστικών της κάθε περιοχής.

Τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή με φαξ στους φορείς για την περαιτέρω συμπλήρωσή τους. Κατά το τελικό στάδιο συλλέχθηκαν με τον ίδιο τρόπο τα ερωτηματολόγια μέσω φαξ ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και βγήκαν τα ανάλογα αποτελέσματα.

### **5.8.Αποτελέσματα έρευνας**

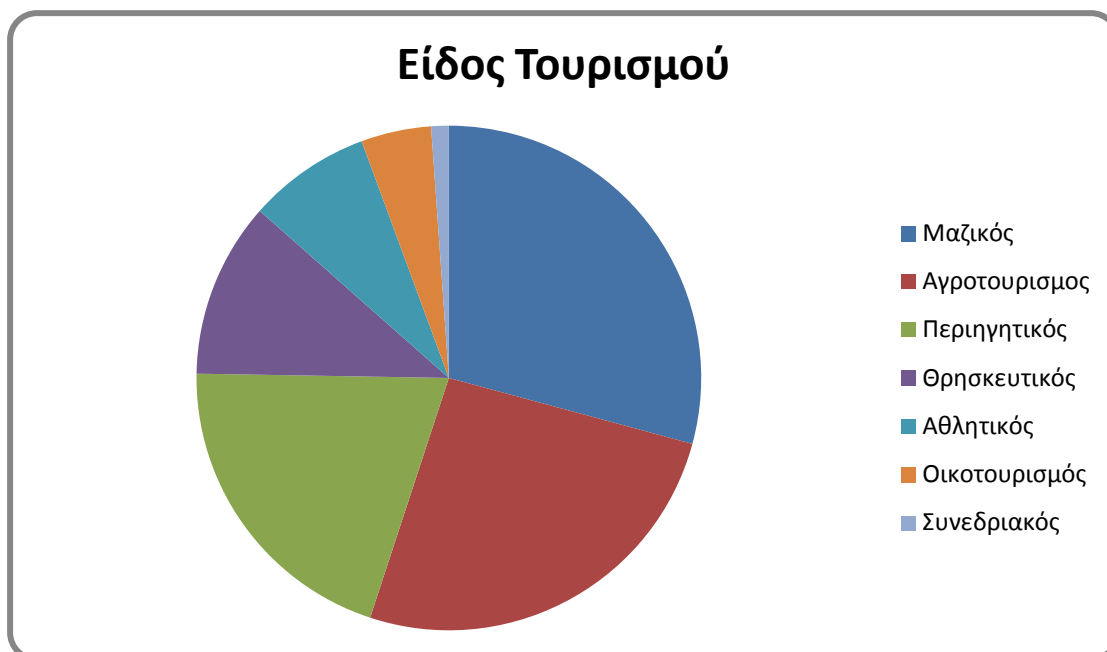
Στα αποτελέσματα της έρευνας που παρουσιάζονται παρακάτω γίνεται μια προσπάθεια παρουσίασης όλων των απόψεων που κατατέθηκαν κατά τη διάρκεια αυτής και όχι απλά μία ποσοτικοποιημένη ανάλυση αυτών.

Αρχικά γίνεται μία προσπάθεια να διερευνηθεί τι είδη τουρισμού έχουν αναπτυχθεί στις επιμέρους περιοχές. Από την ανάλυση των αποτελεσμάτων διαπιστώνουμε ότι στα βόρεια παράλια της Ανατολικής Κρήτης έχει επικρατήσει το μοντέλο του μαζικού τουρισμού. Παράλληλα έχουν αναπτυχθεί και άλλες μορφές τουρισμού όπως φαίνεται στο διάγραμμα που ακολουθεί. Αξιοσημείωτο είναι ότι στην ενδοχώρα της περιοχής έχει αναπτυχθεί ο αγροτουρισμός, περιηγητικός τουρισμός και ο οικοτουρισμός. Βέβαια δεν απουσιάζει πλήρως ο μαζικός τουρισμός από την ενδοχώρα αλλά αυτός συνδέεται περισσότερο με την ύπαρξη αρχαιολογικών χώρων.

Είδος Τουρισμού	Συχνότητα	Ποσοστό
Μαζικός Τουρισμός	26	70,2%
Αγροτουρισμός	23	62,1%
Περιηγητικός	18	48,6%
Θρησκευτικός	10	27,03%



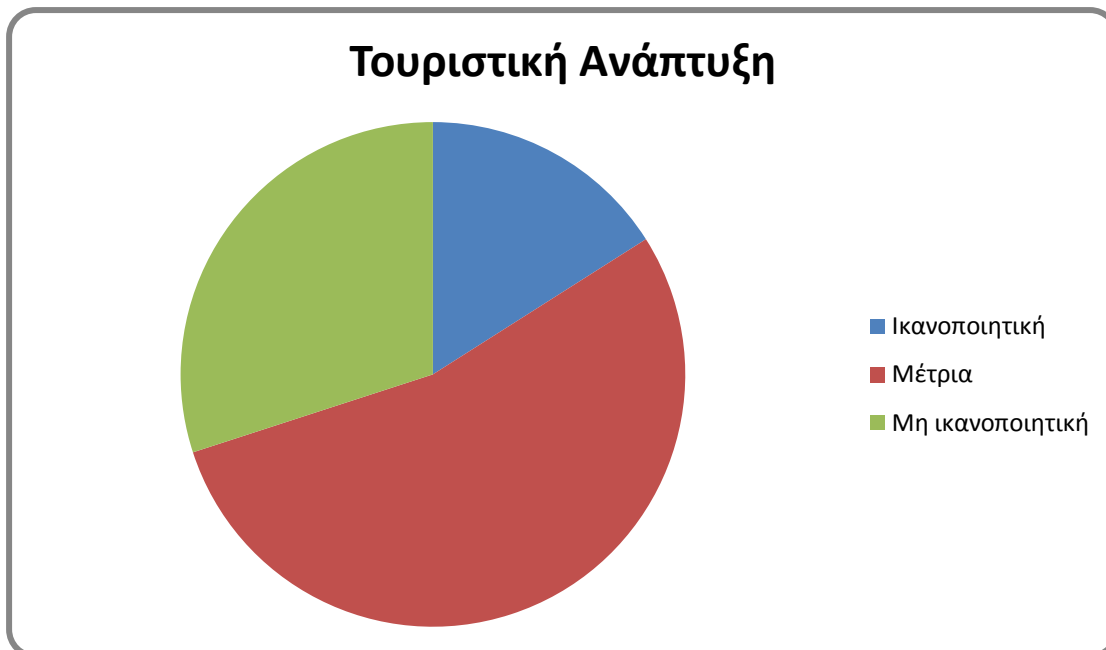
Αθλητικός	7	18,9%
Οικοτουρισμός	21	56,7%
Οινοτουρισμός	4	10,8%
Συνεδριακός	1	2,70%



Γράφημα 1:Είδος Τουρισμού

Όπως ήταν αναμενόμενο ο μαζικός τουρισμός σε ποσοστό 70,2% αναπτύσσεται στις περισσότερες περιοχές της Ανατολικής Κρήτης. Ενδιαφέρον προκαλεί η ανάπτυξη του αγροτουρισμού σε ποσοστό 62,1% αυτό οφείλεται κυρίως στην ανάπτυξη αγροτουριστικών καταλυμάτων στην ενδοχώρα, τέλος βλέπουμε ότι σε ποσοστό 56,7% απαντήθηκε ότι έχει αναπτυχθεί ο οικοτουρισμός.

Στην συνέχεια ζητήθηκε να απαντήσουν στο ερώτημα αν υπάρχει τουριστική ανάπτυξη στην Ανατολική Κρήτη. Διαπιστώθηκε ότι το βόρειο τμήμα έχει αναπτυχθεί ο μαζικός τουρισμός σε ικανοποιητικό βαθμό ενώ στην ενδοχώρα υπάρχει μια μέτρια ή μη ικανοποιητική ανάπτυξη. Ποιο συγκεκριμένα το 16% απάντησε ότι υπάρχει ικανοποιητική ανάπτυξη, το 54% μέτρια ενώ το 30% ότι δεν υπάρχει ικανοποιητική ανάπτυξη για την περιοχή.

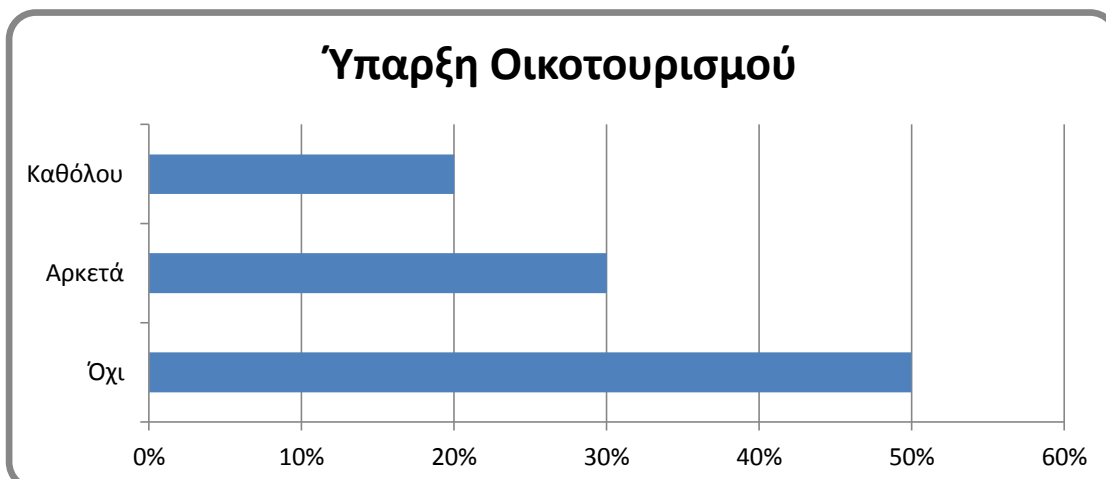


Γράφημα 2: Τουριστική Ανάπτυξη

Ο οικοτουρισμός στην περιοχή έχει αναπτυχθεί αλλά είναι ακόμα σε πολύ χαμηλά επίπεδα η διείσδυση του στην τουριστική αγορά.

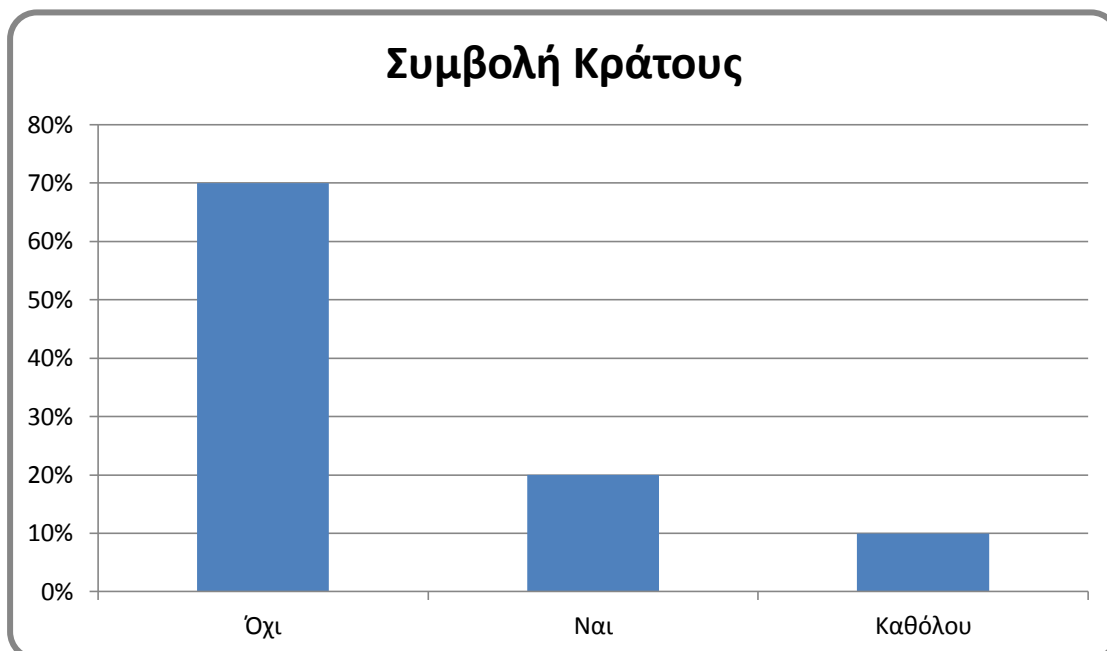
Οι πιο σημαντικοί λόγοι για τους οποίους κρίνεται ότι η ανάπτυξη δεν είναι ικανοποιητική οφείλεται πέρα από την έλλειψη υποδομών στην έλλειψη οικονομικών πόρων των τοπικών φορέων για δράσεις αλλά και προβολής της περιοχής σε ευρύτερη κλίμακα και τέλος στην έλλειψη κουλτούρας για οικοτουρισμό από την ντόπια αγορά.

Ακόμα όταν ερωτήθηκαν αν έχει αναπτυχθεί ο οικοτουρισμός στην Ανατολική Κρήτη το 50% απάντησε όχι, το 30% αρκετά ενώ το 20% καθόλου. Από αυτό βλέπουμε ότι οι φορείς έχουν απογοητευτεί από την οικοτουριστική ανάπτυξη της περιοχής.



Γράφημα 3: Ύπαρξη Οικοτουρισμού

Έπειτα η τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου αφορούσε το αν θεωρούν ότι το κράτος έχει κάνει αρκετά για να βοηθήσει στην διάδοση του οικοτουρισμού και στην ανάπτυξή του. Στο αν η συμβολή του κράτους στον οικοτουρισμό είναι αρκετή το 70% απάντησε όχι, το 20% ναι και το 10% καθόλου.



Γράφημα 4: Συμβολή Κράτους

## **5.9.Ερωτηματολόγιο**

**Όνομα Φορέα:**

**Διεύθυνση Φορέα:**

**Στοιχεία Επικοινωνίας:**

**Ερώτηση 1:**

Ποια είδη τουρισμού υπάρχουν στην περιοχή σας;

**Ερώτηση 2:**

Πιστεύεται ότι είναι ικανοποιητική, μέτρια ή μη ικανοποιητική η τουριστική ανάπτυξη;

**Ερώτηση 3:**

Πιστεύετε ότι είναι εμφανής η ύπαρξη του οικοτουρισμού;

**Ερώτηση 4:**

Πιστεύεται ότι είναι αρκετή η συμβολή του κράτους για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού;

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Αφού διατυπώθηκαν τα παραπάνω μπορούμε να διαπιστώσουμε τι μεγάλη σημασία έχει ο εναλλακτικός τουρισμός και ιδιαίτερα ο οικοτουρισμός αλλά και ο αγροτουρισμός.

Και τα δύο αυτά είδη παίζουν σημαντικό ρόλο τόσο σε οικονομικό όσο και σε κοινωνικό και πολιτισμικό επίπεδο . Τα είδη αυτά ενισχύουν τον οικονομικό τομέα της χώρας μας με την έλευση τουριστών που έχουν ως σκοπό τους να απολαύσουν τους βιότοπους αλλά και την αγροτική ζωή που προσφέρει η χώρα μας . Αλλά και η συναναστροφή των τουριστών με τους ντόπιους έχει ως αποτέλεσμα μιας κοινωνικής αλλά και πολιτισμικής συναλλαγής η οποία επηρεάζει και τα δύο μέρη.

Επιπρόσθετα, ο τουρισμός παίζει ένα μεγάλο και σημαντικό πόλο για την οικονομία της χώρας μας για αυτό θα ήταν συνετό οι αρμόδιοι φορείς να βελτιώσουν της υπάρχουσες υποδομές για υποδοχή και φιλοξενία των τουριστών αλλά και δημιουργία νέων υποδομών που θα είναι ποιο σύγχρονοι και κατάλληλοι για την κάλυψη των αναγκών τους.

Ακόμα το κράτος και τα αρμόδια υπουργεία θα πρέπει να στηρίζουν τους ξενώνες υποδοχής οικοτουριστών και αγροτουριστών με διάφορα προγράμματα για να μπορέσουν να εξελιχθούν και να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες που θα ωφελήσει την ελληνική οικονομία. Καθώς αν γίνει ποιο ελκυστικό το ελληνικό οικοτουριστικό αλλά και αγροτουριστικό πακέτο θα έχουμε μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών ως εκ τούτου θα υπάρξει οικονομική ευημερία.

Ιδιαίτερη έμφαση ακόμα θα πρέπει να δοθεί στο γεγονός ότι στην Ανατολική Κρήτη στο μέρος όπου έγινε η μελέτη περίπτωσης αυτής της εργασίας παρόλο που έχει αξιόλογα μέρη για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού δεν δόθηκαν τα κατάλληλα μέσα αλλά και η κατάλληλη ενημέρωση ώστε να αναπτυχθεί.

Θα πρέπει όλα τα είδη εναλλακτικού τουρισμού να αναπτυχθούν διότι προσελκύουν τουρίστες που αναζητούν ποιο εξεζητημένες απαιτήσεις και σέβονται το περιβάλλον και τη φύση αλλά ταυτόχρονα δημιουργείται ένα χαρτοφυλάκιο τουριστικών προϊόντων που προωθούν αυτά που είναι ελκυστικά σε μη υψηλές περιόδους και ισοκατανέμει τους τουρίστες κατά την διάρκεια του έτους.

Τέλος, σε καμία περίπτωση δεν μπορεί ο εναλλακτικός τουρισμός να αντικαταστήσει τον μαζικό καθώς είναι απαραίτητοι και οι δύο για τις επενδύσεις μεγάλης κλίμακας για την ανάπτυξη της χώρας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνική Βιβλιογραφία

ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ, Λ., (2007), *Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβαλλοντική Προστασία*. Αθήνα :ΙΤΕΠ.

ΑΝΔΡΙΩΤΗΣ, Κ., (2005), *Τουριστική Ανάπτυξη και Σχεδιασμός*. Αθήνα: ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ.

ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ, Κ., ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΥ, Ε., ΤΣΑΚΑΤΟΥΡΑ, Α., (2001), *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού Υπαίθρου*. Αθήνα: ΟΕΔΒ.

ΑΣΚΕΛΛΗ, Σ., (2007), *Επιχειρήστε...Αγροτουριστικά – Πώς να Οργανώσετε τη Δική σας Αγροτουριστική Επιχείρηση*, 2<sup>η</sup> Έκδοση. Αθήνα: Κέρκυρα.

ΑΥΓΕΡΙΝΟΥ, Σ., ΖΑΧΑΡΑΤΟΣ, Γ., ΙΑΚΩΒΙΔΟΥ, Ο., ΚΟΚΚΩΣΗΣ, Χ., ΚΟΥΣΗ, Μ., ΜΠΡΙΑΣΟΥΛΗ, Ε., ΣΠΙΛΑΝΗΣ, Γ. & ΤΣΑΡΤΑΣ, Π., (2000), *Τουριστική Ανάπτυξη – Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις ΕΞΑΝΤΑΣ.

ΒΑΡΒΑΡΕΣΟΣ, Σ., (1998), *Τουρισμός: Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, η Ελληνική Πραγματικότητα*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

ΒΑΡΒΑΡΕΣΟΣ, Σ., (2000), *Τουρισμός: Οικονομικές Προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

ΒΑΣΙΛΙΚΟΣ, Σ., (2008), *Λίμνη Πλαστήρα-Οικοσύστημα, Τουρισμός, Διαχείριση Νερού, Οικολογικό Όριο, Ποιότητα Πόσιμου Νερού, Υ/Η Σταθμός*. Καρδίτσα.

ΒΕΝΕΤΣΑΝΟΠΟΥΛΟΥ, Γ.Μ., (2006), *Η Κρατική Συμβολή στον Τουρισμό-Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού-Ιστορική Εξέλιξη-Θεσμικό Πλαίσιο*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

ΓΑΛΑΝΗ-ΜΟΥΤΑΦΗ, Β., (2002), *Έρευνες για τον Τουρισμό στην Ελλάδα και την Κύπρο: Μία Ανθρωπολογική Προσέγγιση*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

ΔΡΟΣΟΠΟΥΛΟΥ, Σ., (1989), *Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, (2002), *Σχεδιασμός Δράσεων Πιλοτικού Χαρακτήρα για την Ανάπτυξη του Οικολογικού Τουρισμού*.

ΖΑΧΑΡΑΤΟΣ, Γ.&ΤΣΑΡΤΑΣ, Π., (1999), *Πολιτική και Κοινωνιολογία της Τουριστικής Ανάπτυξης*. Πάτρα: Ε.Α.Π..

ΖΗΣΗΣ, Ι., (2003), *Πράσινο Επιχειρείν*. Αθήνα: Εκδόσεις SOLON N.G.O..

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ, Ν., (1999), *Τουριστική Πολιτική*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ, Ν., (2000), *Τουρισμός και Ανάπτυξη*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ, Ν. & ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ, Κ., (2004), *Τουρισμός- Βασικές Έννοιες*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ, Ν., ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ, Κ.& ΛΥΤΡΑΣ, Π., (1999), *Εισαγωγή στον Τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

ΙΑΚΩΒΙΔΟΥ, Ο., (1999), *Αγροτικές και Μειονεκτικές Περιοχές της Ελλάδας- Ο Αγροτουρισμός*. Αθήνα : ΓΕΩΤΕΕ.

ΚΑΛΔΗΣ, Π., ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΥ, Ε., ΑΛΕΞΟΠΟΥΛΟΣ, Γ. και ΓΙΑΝΝΟΥΖΑΚΟΥ, Α., (2001), *Αγροτουρισμός και ανάπτυξη ειδικότερα επιχειρήσεων Αγροτουρισμού και Αγροβιοτεχνίας*. Αθήνα: Παιδαγωγικό Ινστιτούτο.

ΚΟΚΚΩΣΗΣ, Χ., (2001), *Τουρισμός και Βιώσιμη Ανάπτυξη σε Τοπικό και Περιφερειακό Επίπεδο: η Περίπτωση του Οικοτουρισμού*.

ΚΟΚΚΩΣΗΣ, Χ.& ΤΣΑΡΤΑΣ, Π., (2001), *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: ΚΡΙΤΙΚΗ.

ΚΟΚΚΩΣΗΣ, Χ.& ΤΣΑΡΤΑΣ, Π., (1999), *Τουριστικός Τομέας – Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό- Τόμος Β'*. Πάτρα: Ε.Α.Π.

ΚΟΜΙΛΗΣ, Π., (2007), *Οικοτουρισμός- η Εναλλακτική Προοπτική Αειφόρου Τουριστικής Ανάπτυξης-Β' Έκδοση*. Αθήνα: Προπομπός.

ΚΟΜΙΛΗΣ, Π. & ΒΑΓΙΟΝΗΣ, Ν., (1999), *Τουριστικός Σχεδιασμός*. Αθήνα: Προπομπός.

ΛΑΓΟΣ, Δ., ΣΤΑΜΑΤΙΟΥ, Ε., (2005). *Πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Αειφόρο Τουριστική Ανάπτυξη: Κριτική Αποτίμηση των Επιπτώσεων στην Ελληνική Οικονομία*. Heleco '05, 3-6 Φεβρουαρίου. Αθήνα: ΤΕΕ.

ΛΟΓΟΘΕΤΗΣ Μ. (1998), *Αγροτικός Τουρισμός Μια Εναλλακτική Λύση*. Αθήνα: Εκδόσεις ΠΑΠΑΖΗΣΗΣ.

ΛΥΤΡΑΣ, Π., (1988), *Κοινωνιολογία του Τουρισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

ΠΑΠΑΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ Λ., (1993), *Αγροτουρισμός στο δρόμο για την τοπική ανάπτυξη*. Αθήνα.

ΠΑΤΣΟΥΡΑΤΗΣ, Β., (2002), *Η Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα*. Αθήνα: ΙΤΕΠ.

ΠΕΤΡΑΚΟΣ, Γ. & ΨΥΧΑΡΗΣ Γ. (2004), *Περιφερειακή Ανάπτυξη στην Ελλάδα*. Αθήνα: ΚΡΙΤΙΚΗ.

ΣΙΩΜΚΟΣ, Γ. & ΜΑΥΡΟΣ, Δ. (2008), *Έρευνα Αγοράς*. Αθήνα: ΣΤΑΜΟΥΛΗ.

ΣΟΥΚΟΥΛΗΣ, Δ., ΚΑΛΟΓΕΡΑΚΟΣ, Γ., (2004), *Πολιτικές και Προτάσεις με Στόχο τη Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη της Ελληνικής Περιφέρειας στο Τουριστική Αγορά*. Αθήνα: ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.

ΣΦΑΚΙΑΝΑΚΗΣ, Μ. (2000), *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. Αθήνα: ΕΛΛΗΝ.

ΣΧΙΖΑΣ, Γ., (1998), *Ο άλλος Τουρισμός. Η Οικολογική Διέξοδος στα Αδιέξοδα του Συμβατικού Τουρισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ-ΟΥΤΟΠΙΑ.

ΤΟΜΑΡΑΣ, Π., ΛΑΓΟΣ, Δ., (2005), *Ο Αγροτουρισμός ως Παράγοντας Τοπικής Ανάπτυξης: η Περίπτωση της Ελλάδας, Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης, Σχεδιασμού και Περιβάλλοντος*. Αθήνα : ΕΞΑΝΤΑΣ.

ΤΣΑΡΤΑΣ, Π. (1996), *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις ΕΞΑΝΤΑΣ.



ΤΣΑΡΤΑΣ, Π., ΜΑΝΩΛΟΓΛΟΥ, Ε. & ΜΑΡΚΟΥ, Α., (2001), *Ποιοτικά Χαρακτηριστικά και Τάσεις Ζήτησης Εσωτερικού Τουρισμού*. Αθήνα: ΕΚΚΕ.

ΦΡΑΪΔΑΚΗ, Μ., (2005). *Οικονομικές Επιπτώσεις του Οικοτουρισμού*. Crete: Centre for Technological Research, Applied Research at Market Services Lab.

ΧΡΗΣΤΟΥ, Ε., (1999), *Έρευνα Τουριστικής Αγοράς*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

FENNELL, D., (2001), *Οικοτουρισμός*. Αθήνα: ΕΛΛΗΝ.

### Ξενογλώσση Βιβλιογραφία

Australia Department of Tourism, (1994), *National Ecotourism Strategy*, Australia Government Publishing Service. Australia : Canberra.

Cohen E. (1972), *Toward a Sociology of International Tourism*, Social Research, 39, 1, pp. 164-182.

Diamantis, D. (2004), *Ecotourism*, UK : Thomson Learning.

Honey M., (1999), *Ecotourism and Sustainable Development, Who Owns Paradise*. Washington D.C.: Island Press. Covelo CA. (4.1) .

Hunter C., Green H., (1995), *Tourism and the Enviroment: A Sustainable Relationship*. London: Routledge.

Middleton, V. & Clarke, J. (2001), *Marketing in travel and tourism*. Burlington: ELSEVIER.

Weaver, D.B. (1991), *Alternative to mass tourism in Dominica*. Annals of Tourism Research. 18(2), pp.414-432.

## Δικτυακοί Τόποι

[http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=46495&subcategory\\_id=32](http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=46495&subcategory_id=32),  
Πρόσβαση 3<sup>η</sup> Απριλίου, 2011.

<http://www.intravelreport.gr/?p=3894> ,Πρόσβαση 15<sup>η</sup> Απριλίου, 2011.

<http://www.sete.gr/default.php?pname=GreekTourismBasicValue&la=1>,  
Πρόσβαση 3<sup>η</sup> Ιουλίου, 2011.

[http://www.wttc.org/eng/Tourism\\_Research/Economic\\_Research/Country\\_Reports/Greece/](http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Research/Country_Reports/Greece/), Πρόσβαση 21<sup>η</sup> Μαΐου, 2011.

[www.in.gr/agrotourimsos.html](http://www.in.gr/agrotourimsos.html), Πρόσβαση 12<sup>η</sup> Ιουνίου, 2011

<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/countries>, Πρόσβαση 1<sup>η</sup> Αυγούστου, 2011

[www.cretanadventures.gr](http://www.cretanadventures.gr), Πρόσβαση 3<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου, 2011

## Μηχανές Αναζήτησης:

[www.google.com](http://www.google.com)

[www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)

[www.in.gr](http://www.in.gr)