

**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ  
ΕΛΛΑΔΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Η εξέλιξη της τουριστικής βιομηχανίας μετά από οικονομική κρίση –  
Μελέτη περίπτωσης Αργεντινή**

**Νίκος Ζαχαρόπουλος ΑΜ: 4838**

**Χρήστος Ζούβελος ΑΜ: 5854**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ 2015**

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο τουρισμός έχει εξελιχθεί παγκοσμίως σε μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες, αποτελώντας σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης και πηγή απασχόλησης. Ο 20<sup>ος</sup> αιώνας χαρακτηρίστηκε από πολλούς ως <<αιώνας του τουρισμού>>, αφού κατά τη διάρκειά του συντελέστηκαν κοσμογονικές αλλαγές σχετικά με την ανάπτυξη του τουρισμού. Η σημασία του τουρισμού, ιδιαίτερα για την οικονομία της Αργεντινής, ειδικά τα τελευταία δέκα χρόνια είναι εξαιρετικά σημαντική.

Η παγκοσμιοποίηση έχει επηρεάσει σημαντικά τις μετακινήσεις των ανθρώπων είτε για επαγγελματικούς λόγους είτε για λόγους αναψυχής και ως αποτέλεσμα αυξάνεται η διακίνηση αγαθών και κεφαλαίων στις χώρες προορισμού – υποδοχής.

Η κρίση ιδιαίτερα πριν από το 2003 επέφερε σοβαρό πλήγμα στον τουρισμό της Αργεντινής ο οποίος είναι ένας από τους πιο αποδοτικούς συντελεστές στην οικονομία της χώρας.

Σε αυτή την εργασία η οποία χωρίζεται σε δύο μέρη ( θεωρητικό και ειδικά για την Αργεντινή), στο πρώτο μέρος θα παραθέσουμε ορισμούς και έννοιες σχετικά με το τι είναι τουρισμός, τουριστική βιομηχανία και τα σημαντικότερα συστατικά στοιχεία τους. Στο δεύτερο μέρος θα παρουσιάσουμε το πόσο μεγάλη σημασία έχει η ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας σε μια οικονομία όπως είναι αυτή της Αργεντινής και πώς βοήθησε στην ανάκαμψη της οικονομίας της χώρας μέσα από την βελτίωση των ήδη υπάρχουσών τουριστικών υποδομών και από την δραστηριοποίηση σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Κλείνοντας θα παρατεθούν τα αποτελέσματα των ενεργειών που ακολουθήθηκαν όσον αφορά την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας από το κράτος της Αργεντινής και σε ποιο βαθμό ήταν θετικά.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της έρευνας μας είναι το να καταδειχθούν οι αιτίες καθώς και οι αρνητικές συνέπειες της οικονομικής κρίσης στην Χώρα της Αργεντινής, όπως επίσης οι πολιτικές και οι στρατηγικές που ακολουθήθηκαν μετά το 2001 και έως το 2008, ώστε να καταφέρει η Λατινοαμερικάνικη χώρα να αναπτύξει και πάλι την οικονομία της, μέσα από την αξιοποίηση πλουτοπαραγωγικών κλάδων και ιδιαίτερα μέσα από τον κλάδο της Τουριστικής Βιομηχανίας. Παρουσιάζονται οι σημαντικότεροι παράγοντες που οδήγησαν την χώρα της Αργεντινής στο οικονομικό αδιέξοδο καθώς και η προσπάθεια ανάκαμψης της χώρας, εκμεταλλεζόμενη σε πολύ μεγάλο βαθμό τον κλάδο του τουρισμού ως μία από τις μεγαλύτερες και πιο προσοδοφόρες οικονομικά πηγές. Παρατίθενται επίσης οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να υλοποιηθεί η επαναφορά της οικονομίας της Αργεντινής αρχικά σε ικανοποιητικά επίπεδα και εν συνεχεία σε επίπεδα ανάπτυξης μέσα από την πλήρη εκμετάλλευση ενός από τους σημαντικότερους κλάδους της ιστορικά. Στο τέλος της εργασίας παρουσιάζονται τα συμπεράσματα από τις στρατηγικές και πολιτικές ανάπτυξης που ακολουθήθηκαν κατά τη διάρκεια της μετάβασης της χώρας από την ύφεση στην ανάπτυξη.

## **ABSTRACT**

The purpose of our research is to evince the causes and negative effects of the economic crisis on the country of Argentina, as well as the policies and strategies followed after 2001 and by 2008, in order to help the Latin American country to develop its economy again, through the utilization of the productive sectors and particularly through the sector of the tourism industry. In this assignment are shown the main factors that led the country of Argentina in the economic impasse and the country's recovery effort, leveraging heavily on the tourism industry as one of the largest and most economically viable sources. This assignment also lists the ways in which it can be implemented to restore the Argentine economy initially satisfactory and then in development levels through the full use of one of the most important sectors of history. Finally we present the conclusions of the strategies and development policies followed during the country's transition from recession to growth.

## Περιεχόμενα

<b>Κεφάλαιο 1: Ο Τουρισμός ως Επιστήμη.....</b>	<b>12</b>
1.1 Εισαγωγή στον Τουρισμό.....	12
1.2 Εννοιολογική Προσέγγιση Τουρισμού.....	12
1.2.1 Ορισμός Τουρισμού .....	12
1.2.2 Αναθεωρημένος ορισμός του Τουρισμού σύμφωνα με τον Διεθνή Οργανισμό Τουρισμού (WTO, 1994) .....	13
1.3 Συστημική Προσέγγιση Τουρισμού .....	14
1.4 Η επιστήμη του Τουρισμού .....	15
1.5 Τουριστικός Προορισμός .....	16
1.6 Τουριστική Πολιτική .....	17
1.6.1 Η άσκηση της τουριστικής πολιτικής.....	17
1.6.2 Έννοια, σκοπός και αξία της Τουριστικής Πολιτικής.....	17
1.7 Μάρκετινγκ.....	19
1.7.1 Ορισμός Μάρκετινγκ .....	19
1.7.2 Έννοια του Μάρκετινγκ .....	20
1.8 Τουριστικό Μάρκετινγκ .....	20
1.9 Προϋποθέσεις για βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη .....	24
1.10 Κατηγορίες – Διακρίσεις Τουρισμού.....	28
1.11 Κατηγορίες – Διακρίσεις Τουριστών (Ταξιδιώτες, Επισκέπτες) .....	30
1.12 Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού .....	31
1.13 Το τουριστικό προϊόν.....	33
1.14 Χαρακτηριστικά τουριστικού προϊόντος .....	34

1.15	Τουριστική βιομηχανία και τουριστικό προϊόν .....	36
1.16	Η Τουριστική Αγορά .....	38
1.17	Ζήτηση και Προσφορά Τουριστικού Προϊόντος- Παράγοντες .....	38
1.17.1	Ζήτηση Τουριστικού Προϊόντος .....	38
1.17.2	Προσφορά Τουριστικού Προϊόντος .....	41
<b>Κεφάλαιο 2: Τουρισμός και Οικονομία.....</b>		<b>43</b>
2.1	Η Οικονομία στον Τουρισμό.....	43
2.2	Τουριστική Οικονομική.....	43
2.3	Οικονομική Κρίση.....	44
2.4	Οικονομική Κρίση και Τουρισμός .....	45
2.5	Τουριστική Ανάπτυξη .....	47
2.5.1	Σχεδιασμός και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης.....	47
2.5.2	Επιπτώσεις της απογραμμάτιστης τουριστικής ανάπτυξης.....	48
2.5.3	Η συστηματική μελέτη των επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης.....	48
2.5.4	Η ιδιαίτερη σημασία της τουριστικής ανάπτυξης διεθνώς .....	49
2.5.5	Η αλλαγή της πολιτικής των tour operators σε θέματα σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη .....	49
2.5.6	Επιστημονική ανάλυση της πορείας ανάπτυξης του τουρισμού.....	50
2.5.7	Σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης.....	50
2.5.8	Διαχείριση τουριστικής ανάπτυξης.....	54
2.5.9	Οικονομικές επιπτώσεις τουριστικής ανάπτυξης.....	56
2.5.10	Κοινωνικές επιπτώσεις τουριστικής ανάπτυξης.....	57
2.5.11	Διαχείριση των οικονομικών και κοινωνικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης.....	58

2.5.12	Περιβαλλοντικές επιπτώσεις τουριστικής ανάπτυξης.....	59
2.5.13	Διαχείριση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων .....	60
<b>Κεφάλαιο 3: Αργεντινή .....</b>		<b>62</b>
3.1	Γενικά στοιχεία.....	62
3.2	Ιστορικά Στοιχεία .....	63
3.3	Γεωγραφία .....	66
3.4	Υδρογραφία .....	66
3.5	Κλίμα .....	68
3.6	Διοικητική Διανομή - Επαρχίες.....	68
3.7	Δημογραφικά στοιχεία.....	69
3.8	Γλώσσα.....	69
3.9	Θρησκεία .....	70
3.10	Το πολίτευμα της Αργεντινής.....	70
3.11	Υποδομές και μεταφορικά δίκτυα .....	71
3.11.1	Υποδομές.....	71
3.11.2	Σιδηροδρομικό δίκτυο.....	71
3.11.3	Μετρό.....	72
3.11.4	Πλωτό δίκτυο .....	72
3.12	Χαρακτηριστικές Γεωγραφικές Εκτάσεις.....	72
<b>Κεφάλαιο 4: Αργεντινή και Οικονομία .....</b>		<b>74</b>
4.1	Οικονομία της Αργεντινής .....	74
4.2	Οικονομικοί τομείς της Αργεντινής .....	74
4.3	Ιδιωτικοποίηση Σημαντικών Φορέων και ΔΝΤ (1991-2001) .....	75
4.4	Οικονομική Κρίση στην Αργεντινή .....	76

4.5	Μεταβατική Περίοδος από την Ύφεση στην Ανάκαμψη.....	77
4.6	Ανάκαμψη στην Αργεντινή .....	78
<b>Κεφάλαιο 5: Αργεντινή και Τουρισμός .....</b>		<b>81</b>
5.1	Ο Τουρισμός στην Αργεντινή.....	81
5.2	Αίτια Παγκόσμιας Κρίσης- Πως επηρεάστηκε ο Τουρισμός της Αργεντινής .....	85
5.3	Πολιτικές για την αναζωογόνηση της Τουριστικής Βιομηχανίας μετά την κρίση.....	87
5.4	Εξελίξεις στον τουρισμό.....	89
5.5	Συμβολή του Τουρισμού στην Οικονομία της Αργεντινής.....	90
5.6	Στρατηγική Τουριστικού Σήματος- Μάρκας (Brand Name).....	92
5.7	Η ανάπτυξη των Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών τουρισμού στην Αργεντινή.....	95
5.7.1	Οικοτουρισμός .....	95
5.7.2	Οικοτουρισμός στην Βορειοανατολική Αργεντινή.....	97
5.7.3	Οικοτουρισμός στις κοινότητες Mbya κοντά στο Εθνικό Πάρκο του Iguazu .....	99
5.7.4	Αγροτουρισμός.....	99
5.7.5	Θαλάσσιος Τουρισμός.....	100
5.7.6	Ανάπτυξη Γαστρονομικού Τουρισμού.....	101
5.7.7	Θρησκευτικός Τουρισμός .....	103
5.7.8	Ανάπτυξη Παγοτουρισμού στην Αργεντινή.....	103
5.7.9	Ιατρικός Τουρισμός στην Αργεντινή .....	109
5.7.10	Οινοτουρισμός στην Αργεντινή .....	111
<b>Κεφάλαιο 6: Συμπεράσματα.....</b>		<b>114</b>
<b>Βιβλιογραφία και Αναφορές.....</b>		<b>117</b>



## Κατάλογος Πινάκων

<b>Διάγραμμα 1:</b> Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις σε εκατομμύρια.....	91
<b>Διάγραμμα 2:</b> Προσφορά κλινών ανά κατηγορία . .....	105
<b>Διάγραμμα 3:</b> Πληρότητα εστιατορίων ανά έτος.....	106
<b>Διάγραμμα 4:</b> Σύγκριση αφίξεων τα έτη 2004-2005 στο αεροδρόμιο El Calafate .....	107

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Η ολοκλήρωση αυτής της πτυχιακής υλοποιήθηκε με την υποστήριξη ενός αριθμού ανθρώπων στους οποίους θα θέλαμε να εκφράσουμε τις θερμότερες ευχαριστίες μας. Η παρούσα πτυχιακή εργασία δεν θα ήταν δυνατό να ολοκληρωθεί χωρίς την πολύτιμη βοήθεια των Ευρυδίκη Τσαρέ, Ρουμπίνη Τσαρέ και Κατερίνα Ζούβελου. Επίσης, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον επιβλέποντα την πτυχιακή μας καθηγητή κο Παναγόπουλο Αναστάσιο για τις κατευθύνσεις και τις οδηγίες που μας προσέφερε.

## **1<sup>ο</sup> Μέρος : Θεωρητικό**

# Κεφάλαιο 1: Ο Τουρισμός ως Επιστήμη

## 1.1 Εισαγωγή στον Τουρισμό

Ο τουρισμός αποτελεί αναμφισβήτητα έναν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας η σημασία του οποίου σε ορισμένες χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών δεν μπορεί να υποβαθμιστεί και πολύ περισσότερο να αγνοηθεί. Η ανάπτυξη του τουρισμού από το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου και μετά υπήρξε κυριολεκτικά θεαματική, με αποτέλεσμα να συγκροτεί σήμερα τη μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο, την τουριστική βιομηχανία, η συμβολή της οποίας στην ανάπτυξη ή μεγέθυνση των οικονομιών πολλών χωρών δεν επιδέχεται αμφισβήτηση. Παρ' όλα αυτά όμως θα πρέπει να γίνει σαφές ότι η ανάπτυξη του τουρισμού σε μια χώρα, σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να αποτελέσει πανάκεια για την επίλυση των οικονομικών προβλημάτων της και όχι μόνο. Ο τουρισμός αποτελεί παγκόσμιο φαινόμενο τεραστίων διαστάσεων με άμεσες και έμμεσες επιπτώσεις πάνω στον οικονομικό και στον κοινωνικό τομέα ο οποίος οφείλει την ονομασία του τόσο στην αγγλική λέξη *tour* = 'γύρος' όσο και στην γαλλική λέξη *tourisme* = 'περιήγηση' διττού περιεχομένου. Η αναψυχή, η ξεκούραση ή η πνευματική καλλιέργεια βρίσκουν απόλυτη έκφραση στον τουρισμό. Επιπροσθέτως ο τουρισμός αφορά την οργανωμένη προσπάθεια ενός τόπου να συγκρατήσει αυτά τα άτομα που μετακινούνται για τους προαναφερθέντες λόγους και συνάμα να προσελκύσει και άλλους ανθρώπους, παρέχοντας τους υπηρεσίες τουριστικού περιεχομένου. Εκτός όμως από οικονομικές επιδράσεις, η ανάπτυξη του τουρισμού σε ορισμένο τόπο και χρόνο ασκεί και άλλες επιδράσεις οι σημαντικότερες από τις οποίες είναι οι κοινωνικές, οι πολιτιστικές και οι περιβαλλοντικές.<sup>1</sup>

## 1.2 Εννοιολογική Προσέγγιση Τουρισμού

### 1.2.1 Ορισμός Τουρισμού

Ο σύγχρονος τρόπος ζωής στις ανεπτυγμένες μεγαλουπόλεις ενισχύει όλο και περισσότερο την θέληση του κοινωνικού όντος που ονομάζεται άνθρωπος, για περιήγηση – ταξίδι – ξεκούραση –

---

<sup>1</sup> Καραγιάννης Σ.– Έξαρχος Γ., 2006, σελ. 40

αναζωογόνηση – απόδραση που σχετίζονται συνήθως με τη γνώση και την αλλαγή παραστάσεων. Τι είναι λοιπόν το ιστορικό αυτό φαινόμενο που ονομάζεται διεθνώς Τουρισμός, το οποίο έχει προεκτάσεις στην κοινωνικοοικονομική και πολιτιστική ζωή των λαών.

Ως Τουρισμό μπορούμε να εννοήσουμε το σύνολο των σχέσεων και των φαινομένων που προκύπτουν μέσω του ταξιδιού (σε διεθνές και εγχώριο επίπεδο) και της παραμονής των ατόμων σε κάποιο συγκεκριμένο τόπο παραμονής. Ο τόπος παραμονής για αυτά τα άτομα δεν είναι ούτε ο κύριος και μόνιμος τόπος κατοικίας ούτε και ο τόπος εργασίας τους<sup>2,3</sup>.

Ο παραπάνω ορισμός είναι γενικός και καλύπτει όλο το φάσμα του τουριστικού φαινομένου. Στον ορισμό θα μπορούσαν να προστεθούν η οργανωτικότητα στο χώρο παραμονής όσον αφορά την προσφορά και η ανάγκη κάλυψης εξειδικευμένων τάσεων της ζήτησης μέσω της παροχής ειδικών μορφών τουρισμού.

Εκτός από τον παραπάνω ορισμό υπάρχουν άλλοι παρεμφερείς που καλύπτουν για στατιστικούς κυρίως λόγους την έννοια τουριστικού φαινομένου μονόπλευρα και καθαρά σκόπιμα. Ο ορισμός που δίνεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού καλύπτει αυτές τις σκοπιμότητες που αφορούν στην ομοιομορφία των στατιστικών δεδομένων. Τον ορισμό αυτό όπως ήταν αναμενόμενο υιοθέτησε προσαρμοστικά και η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Αργεντινής (INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos).

## **1.2.2 Αναθεωρημένος ορισμός του Τουρισμού σύμφωνα με τον Διεθνή Οργανισμό Τουρισμού (WTO, 1994)**

Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε περιοχές εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντος τους, για χρονικό διάστημα μικρότερο του ενός έτους, για λόγους αναψυχής επαγγελματικούς ή οποιουσδήποτε άλλους λόγους. Αυτός ο γενικός ορισμός καθιστά δυνατό τον εντοπισμό της τουριστικής δραστηριότητας τόσο

---

<sup>2</sup> Μ. Ι. Λογοθέτης, Αγροτικός Τουρισμός – Μια εναλλακτική λύση, Αθήνα 1988

<sup>3</sup> C. Kaspar Management In Tourismus 1994/1995 Haupt Nr 13

σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο. Η λέξη «τουρισμός» αναφέρεται σε όλες τις δραστηριότητες των ταξιδιωτών που περιλαμβάνει τους «τουρίστες» που είναι τα άτομα τα οποία επισκέπτονται την τουριστική περιοχή για πάνω από μία μέρα) αλλά και τους «εκδρομείς» που είναι τα άτομα τα οποία επισκέπτονται την περιοχή για μία μέρα.<sup>4</sup>

### 1.3 Συστημική Προσέγγιση Τουρισμού

Το φαινόμενο του Τουρισμού πρέπει να εξετάζεται ως στοιχείο έως ευρύτερου συστήματος. Ο παρακάτω ορισμός καλύπτει τη συστηματική θεώρηση του φαινομένου. Στο σύστημα αυτό υπάρχει μια διαρκής αλληλεπίδραση των στοιχείων που το συνθέτουν. Αναλυτικότερα κοινωνικά, οικονομικά και πολιτιστικά στοιχεία αποτελούν και συγκροτούν το ευρύτερο σύστημα της σύγχρονης κοινωνίας και επιδρούν, επηρεάζουν και επηρεάζονται από την διαμόρφωσή της. Κοινωνικά-πολιτιστικά και γεωγραφικά στοιχεία όπως ο πολιτισμός και η νοοτροπία του λαού, οι παραδόσεις και τα έθιμα, το φυσικό περιβάλλον και το τοπίο της χώρας αποτελούν από μόνα τους κίνητρα έλκυσης αλλά και παράγοντες σχηματισμού εντυπώσεων για τον αλλοδαπό επισκέπτη.<sup>5</sup>

Οικονομικά στοιχεία όπως το εθνικό προϊόν της χώρας παραμονής, το εισόδημα των απασχολούμενων ατόμων, η αντιμετώπιση της ανεργίας, το επίπεδο των τιμών, οι συναλλαγματικές ωφέλειες της χώρας επηρεάζουν και επηρεάζονται από τις τουριστικές δραστηριότητες και γενικά από την διαμόρφωση του τουριστικού φαινομένου. Επομένως δεν θα πρέπει να εξετάζεται το τουριστικό φαινόμενο μεμονωμένα ως μία καθαρά αυτούσια-ανεξάρτητη διαδικασία που θα έχει την μορφή ενός “ κλειστού συστήματος κοινωνίας”. Στα πλαίσια αυτού του ανοιχτού συστήματος υπάρχει μια συνεργία δραστηριοτήτων που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό. Οι δραστηριότητες αυτές έχουν ως βασικό και απώτερο στόχο τους το οικονομικό όφελος για όλο το σύστημα της κοινωνίας και τα στοιχεία που το αποτελούν. Οι

---

<sup>4</sup> Μια εισαγωγή στον Τουρισμό LEONARD LICKORISH – CARSON JENKINS Σελ. 61

<sup>5</sup> Π. Κομίλη, Επιστημονικές Μελέτες 20 – Χωρική Ανάλυση του Τουρισμού, ΚΕΠΕ, Αθήνα 1986

επιδράσεις είναι ενδογενούς ή εξωγενούς μορφής με βάση αντίστοιχα τον χαρακτήρα των παραγόντων.<sup>6</sup>

## **1.4 Η επιστήμη του Τουρισμού**

Η επιστήμη εξετάζει τις οικονομικές επιπτώσεις των παραπάνω φαινομένων και σχέσεων. Οι οικονομικές αυτές επιπτώσεις διερευνώνται από πλευράς τουριστικής προσφοράς και τουριστικής ζήτησης. Η προσαρμογή της τουριστικής προσφοράς στις ανάγκες της τουριστικής ζήτησης, αποτελεί αντικείμενο του τουριστικού Μάρκετινγκ. Για την καλύτερη προσέγγιση της προσφοράς και ζήτησης καταφεύγει η τουριστική έρευνα και ανάλυση στις παρακάτω γενικές ταξινομήσεις<sup>7</sup>:

### **A) Προσφορά**

- Τουρισμός αναψυχής
- Τουρισμός πολιτιστικών ενδιαφερόντων
- Τουρισμός κοινωνικότητας
- Τουρισμός αθλητικών ενδιαφερόντων
- Τουρισμός επαγγελματικών ενδιαφερόντων
- Τουρισμός πολιτικών σκοπιμοτήτων
- Τουρισμός εναλλακτικής μορφής και ειδικής μορφής

### **B) Ζήτηση**<sup>8</sup>

- Κίνητρα φυσικά
- Κίνητρα ψυχικά

---

<sup>6</sup> N. Ηγουμενάκης, Τουριστική Πολιτική, εκδ. Interbooks, Αθήνα

<sup>7</sup> G. Haedrich, C. Kaspar, H. Kleinert, K. Klemm, Tourismus Management/ Tourismus Marketing/ de Gruyter Berlin/ New York 1983

<sup>8</sup> Μ.Ι. Λογοθέτης, Προβλήματα και κατευθύνσεις Τουριστικής Πολιτικής, εκδ. Παπαζήση, Αθήνα 1967

- Διαπροσωπικής φύσεως
- Πολιτιστικής Φύσεως
- Κίνητρα προσωπικής αναγνώρισης

Τα παραπάνω είδη τουρισμού που αφορούν την τουριστική προσφορά, καθώς και τα κίνητρα έλευσης που αφορούν στην τουριστική ζήτηση διευκολύνουν τον αναλυτή στην αντικειμενικότερη προσέγγιση του τουριστικού φαινομένου και των σχέσεων που δημιουργούνται κατά την παραμονή ενός τουρίστα σε ένα συγκεκριμένο τόπο διαμονής εκτός του τόπου μόνιμης κατοικίας.

## 1.5 Τουριστικός Προορισμός

Ο τουριστικός προορισμός περιγράφεται ως μια περιοχή προορισμού ή ως μια τουριστική ζώνη. Η ελκυστικότητα της περιοχής αυτής και οι διαθέσιμες διευκολύνσεις και εξυπηρετήσεις είναι καθοριστικές προκειμένου οι πελάτες να απολαύσουν ευχάριστα τη διαμονή τους. Ο κάθε προορισμός, προσελκύει διαφορετικούς τύπους επισκεπτών ανάλογα με τις υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει. Οι τουριστικοί προορισμοί είναι ένα αμάλγαμα τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται κάτω από το όνομα ενός τουριστικού προορισμού και οι περισσότεροι αποτελούνται από τα ακόλουθα στοιχεία:

- i) Τουριστικά θέλγητρα (φυσικά, φτιαγμένα από τον άνθρωπο, τεχνητά, κτισμένα για την εξυπηρέτηση συγκεκριμένων σκοπών, κληρονομιά, ειδικά γεγονότα).
- ii) Προσβασιμότητα (ολόκληρο το συγκοινωνιακό σύστημα που αποτελείται από τα δρομολόγια, τους σταθμούς και τα οχήματα).
- iii) Υπηρεσίες (καταλύματα, εγκαταστάσεις σίτισης και άλλες τουριστικές υπηρεσίες). □
- iv) Διαθέσιμα πακέτα (προκαταβλητά πακέτα από ενδιάμεσους πράκτορες και αρχηγούς)
- v) Δραστηριότητες (όλες οι διαθέσιμες δραστηριότητες στον προορισμό και ότι θα κάνουν οι καταναλωτές κατά την επίσκεψή τους σε αυτόν)



vi) Βοηθητικές υπηρεσίες (υπηρεσίες που χρησιμοποιούνται από τους τουρίστες όπως οι τράπεζες, οι τηλεπικοινωνίες, το ταχυδρομείο, κλπ.)<sup>9, 10</sup>

## **1.6 Τουριστική Πολιτική**

### **1.6.1 Η άσκηση της τουριστικής πολιτικής**

Κάθε κράτος διαμορφώνει την τουριστική πολιτική με σκοπό να επιτύχει την ορθολογικότερη αξιοποίηση των τουριστικών του πόρων και να ενισχύσει τις τουριστικές ροές από τα άλλα κράτη προς αυτό. Για την υλοποίηση της τουριστικής πολιτικής το κράτος δημιουργεί διοικητικά σχήματα και θέτει σε λειτουργία διοικητικούς μηχανισμούς ώστε να συντονιστεί αποτελεσματικά η τουριστική δραστηριότητα είτε αυτή είναι δημόσια είτε ιδιωτική.

### **1.6.2 Έννοια, σκοπός και αξία της Τουριστικής Πολιτικής**

**A) Έννοια:** Ο τουρισμός αποτελεί σημείο αναφοράς στα προγράμματα οικονομικής ανάπτυξης πολλών κρατών. Η εκάστοτε βαρύτητα που δίδεται στα προγράμματα και πλάνα τουριστικής ανάπτυξης διαφέρει από χώρα σε χώρα. Επίσης ο διαχρονικός χαρακτήρας των προγραμμάτων αυτών, εξαρτάται από τις κοινωνικό-οικονομικές συνθήκες που επικρατούν στην ίδια τη χώρα. Με την έννοια Τουριστική Πολιτική κατανοούμε την συνειδητή προαγωγή και διαμόρφωση του τουρισμού που επιτυγχάνεται μέσω της επιρροής των σχετικών με τον τουρισμό δεδομένων από οργανισμούς δημοσίου δικαίου (κράτος, οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης), ιδρύματα ή ενώσεις ιδιωτικού δικαίου, σωματεία και από διάφορες ομάδες συμφερόντων.

**B) Σκοπός της τουριστικής πολιτικής:** Σκοπός της τουριστικής πολιτικής είναι η αύξηση του αριθμού των εισερχομένων στην χώρα περιηγητών από την αλλοδαπή και επομένως και η

---

<sup>9</sup> C. Gunn, Tourism Planning (2nd ed.). New York: Taylor and Francis, 1988, στο Δ. Χ. Α. Βασιλειάδης, Η διοικητική και το μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη, Αθήνα, 2009, σελ. 128

<sup>10</sup> Dimitrios Buhalis, Marketing the Competitive Destination of the Future, Tourism Management, 1999, Vol. 21, Issue 1, February 2000, σελ.

αύξηση των εσόδων από τον τουρισμό. Έχει ως αποστολή την έρευνα και τη μελέτη των επιπτώσεων του τουρισμού στην εθνική οικονομία και στην γενικότερη οικονομική ζωή της χώρας καθώς ερευνά τους όρους ανταγωνισμού στη διεθνή τουριστική αγορά με σκοπό την δημιουργία τουριστικών δεικτών και δεικτών αιφόρου τουριστικής ανάπτυξης αλλά και τον σχεδιασμό του προγράμματος τουριστικής προβολής της χώρας στο εσωτερικό και στο εξωτερικό. Ο τουρισμός αποτελεί στοιχείο ενός ευρύτερου συστήματος. Ως στοιχείο του ευρύτερου αυτού συστήματος επηρεάζεται από διαφόρους παράγοντες. Ο τουρισμός αποκτώντας ενεργητικό χαρακτήρα μέσω των διαφόρων φορέων του (π.χ. νομοθετική, εκτελεστική εξουσία) μπορεί και επηρεάζει το όλο σύστημα (κοινωνικό οικονομικό, φυσικό, τεχνολογικό κλπ). Η οικονομία ως μέρος αυτού του ευρύτερου πλαισίου που διαμορφώνει το κοινωνικό σύστημα απαιτεί μια οργανωμένη και συγχρόνως στοχευμένη δραστηριοποίηση των αρμοδίων φορέων. Η απαίτηση αυτή δημιουργείται από την ανάγκη για μια όσο το δυνατό καλύτερη κατανομή των παραγωγικών συντελεστών μιας οικονομίας, έτσι ώστε να επιτευχθούν η επιθυμητή κοινωνική ευημερία και το επιθυμητό επίπεδο ποιότητας ζωής. Η στοχευμένη δραστηριοποίηση των αρμοδίων φορέων για μια ιδεώδη κατανομή αντανακλάται στην εκάστοτε οικονομική πολιτική που ασκεί κάθε σύγχρονο κράτος. Στα πλαίσια της οικονομικής πολιτικής εντάσσεται η τουριστική πολιτική λόγω του οικονομικού της χαρακτήρα. Έτσι λοιπόν οι τάσεις που επικρατούν στην εφαρμογή αυτών των πολιτικών αποτελούν πρωταρχικούς οδηγούς για επιστημονικό προβληματισμό.

**Γ) Αξία της τουριστικής πολιτικής:** Η τουριστική πολιτική είναι το κυρίαρχο διοικητικό όργανο το οποίο συνδέεται άρρηκτα με τη γενικότερη οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική ανάπτυξη μιας χώρας. Είναι το μονοπάτι μέσα από το οποίο δημιουργείται το σχέδιο όλων των επενδύσεων που πρέπει να γίνουν για να αναπτυχθεί ο τουρισμός στον εκάστοτε τόπο προορισμού και υποδοχής. Οι επενδύσεις αυτές οι οποίες μπορεί να είναι κάθε είδους όπως πχ ενίσχυσης θαλάσσιου, χιονοδρομικού τουρισμού κ.α, την ενίσχυση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, τη δημιουργία ή βελτίωση ξενοδοχειακών ή ειδικών τουριστικών εγκαταστάσεων

(γήπεδα γκολφ, μαρίνες κλπ), όπως επίσης και τον τρόπο προσέλκυσης των δυνητικών τουριστών μέσω της ανάπτυξης της τεχνολογίας και των τηλεπικοινωνιών.<sup>11</sup>

## 1.7 Μάρκετινγκ

### 1.7.1 Ορισμός Μάρκετινγκ

Το Μάρκετινγκ είναι μία έννοια η οποία αναφέρεται πολύ τα τελευταία χρόνια και περιλαμβάνει διάφορα επιμέρους θέματα. Σύμφωνα με τον P. Kotler, το μάρκετινγκ είναι μια σειρά από ενέργειες και δραστηριότητες που κάνει μια εταιρία ώστε να καταγράψει τις επιθυμίες των καταναλωτών, να δημιουργήσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που θα καλύψουν αυτές τις ανάγκες και να πουλήσει αποτελεσματικότερα και αποδοτικότερα από τους ανταγωνιστές της<sup>12</sup>. Ένας άλλος ορισμός του μάρκετινγκ ορίζει το μάρκετινγκ ως τη διαδικασία που συνδυάζει τα μέσα της επιχείρησης με τις ανάγκες του καταναλωτή<sup>13</sup>.

Οι δραστηριότητες του μάρκετινγκ που αναφέρονται είναι οι εξής<sup>14</sup>:

- Στον προγραμματισμό της επιχειρηματικής δραστηριότητας βάση προβλέψεων για μελλοντική ζήτηση
- Στον προγραμματισμό παραγόμενων προϊόντων και υπηρεσιών □ Στην επιλογή δικτύου διανομής □ Στον καθορισμό των μέσων προβολής
- Στον καθορισμό των όρων πώλησης των προϊόντων καθώς και της τιμής τους
- Στον προγραμματισμό των πωλήσεων

---

<sup>11</sup> [http://library.tee.gr/digital/books\\_notee/book\\_59509/book\\_59509\\_tsartas.pdf](http://library.tee.gr/digital/books_notee/book_59509/book_59509_tsartas.pdf)

<sup>12</sup> Kotler P., Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ, Ανάλυση Σχεδιασμός, Υλοποίηση και Έλεγχος, τόμος Α' και Β', Interbooks, Αθήνα, 1990

<sup>13</sup> Γιάννης Πετρόφ, Κώστας Τζωρτζάκης, Αλεξία Τζωρτζάκη, Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ, Η ελληνική Προσέγγιση, Εκδόσεις Rosili, 2002, σελ. 42

<sup>14</sup> Τζωρτζάκης, Αλεξία Τζωρτζάκη, Οργάνωση και Διοίκηση, Μάνατζμεντμ, Νέες ιδέες και τεχνικές στον 21 αιώνα, Εκδόσεις Rosili, 2002, σελ. 65

- Στην τεχνική πωλήσεων (μέθοδοι διάθεσης των προϊόντων ή των υπηρεσιών).

### **1.7.2 Έννοια του Μάρκετινγκ**

Όσο σημαντικό είναι το Μάρκετινγκ για όλες τις επιχειρήσεις τις οποίες μπορεί να τις βοηθήσει να διατηρηθούν και να αναπτυχθούν, άλλο τόσο δεν χρησιμοποιείται από τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις λόγω του ότι θεωρείται ένα απλησίαστο κομμάτι όσον αφορά το οικονομικό ζήτημα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να κινδυνεύουν αυτές οι επιχειρήσεις να αφανιστούν εξαιτίας της έλλειψης του Μάρκετινγκ από τις καθημερινές λειτουργίες τους. Δεν γίνεται αντιληπτό ότι το φαινομενικά υψηλό κόστος ενός προσεκτικά σχεδιασμένου μίγματος Μάρκετινγκ θα απέτρεπε την υποβάθμιση και την εξαφάνιση των επιχειρήσεων. Το Μάρκετινγκ όσον αφορά τη προετοιμασία του κατάλληλου εδάφους για την επίτευξη κερδών είναι εξαιρετικά σημαντικό. Αρχικά, η εφαρμογή των βασικών ιδεών του Μάρκετινγκ διευκολύνει την διοίκηση των επιχειρήσεων αφού πέρα από τις σύγχρονες και αποτελεσματικές τεχνικές επίλυσης προβλημάτων υιοθετείται και μια συγκεκριμένη φιλοσοφία. Μας δίνει την κατάλληλη βοήθεια ώστε να προσαρμοστούμε στην γρήγορη εξέλιξη του περιβάλλοντος μιας επιχείρησης είτε αυτό αφορά B2B είτε B2C σχέσεις.<sup>15</sup>

## **1.8 Τουριστικό Μάρκετινγκ**

Στην εποχή μας γίνεται ολοένα και περισσότερο μεγαλύτερη η ανάγκη για τις τουριστικές επιχειρήσεις να χρησιμοποιήσουν στρατηγικές και μεθόδους του Μάρκετινγκ ώστε να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των πελατών τους, να κατακτήσουν μερίδιο μεγαλύτερο από αυτό που διαθέτουν ήδη στην αγορά, και να επιτύχουν μεγαλύτερη κερδοφορία. Η διαδικασία διερεύνησης των πεδίων που υιοθετούν και εφαρμόζουν το τουριστικό Μάρκετινγκ δε σταματάει

---

<sup>15</sup> [http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/278/chapter\\_01.pdf?sequence=6](http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/278/chapter_01.pdf?sequence=6)

στις επιχειρήσεις καθώς όπου υπάρχει συναλλαγή μπορεί να γίνει εφικτή η εφαρμογή του Μάρκετινγκ<sup>16</sup>.

Απαραίτητη είναι μια ορθολογική προσέγγιση του περιεχομένου του Μάρκετινγκ. Σε ένα άρθρο για τον ακριβή ορισμό του Μάρκετινγκ ο Κ. Crosier, (1987)<sup>17</sup> έχει εντοπίσει 49 διαφορετικούς ορισμούς με πιο γνωστή τη φράση <<το Μάρκετινγκ αφορά την πώληση του σωστού προϊόντος, στο σωστό τόπο, στη σωστή τιμή και στους σωστά στοχευμένους ανθρώπους, χρησιμοποιώντας τις σωστές μεθόδους>>. Ο Ρ. Kotler, (1991)<sup>18</sup> αναφέρει ως ορισμό τον εξής << το Μάρκετινγκ είναι μια κοινωνική διαδικασία και μια διαδικασία management με την οποία τα άτομα και οι ομάδες αποκτούν ότι χρειάζονται και επιθυμούν μέσω της παραγωγής, της προσφοράς και της ανταλλαγής προϊόντων αξίας με άλλα>>. Το Βρετανικό Ινστιτούτο Μάρκετινγκ (British Chartered Institute of Μάρκετινγκ – CIM), ορίζει το Μάρκετινγκ ως : τη διαδικασία Management που ευθύνεται για την αναγνώριση την πρόβλεψη και την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών με σκοπό το κέρδος.

Μια από τις βάσεις της φιλοσοφίας του Μάρκετινγκ και ίσως η πιο θεμελιακή έγκειται στο ότι η επιχείρηση αναγνωρίζει και δέχεται πως όλες οι δραστηριότητές της κατευθύνονται από τις επιθυμίες του αγοραστή. Σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη, (1996)<sup>19</sup> το σύγχρονο Μάρκετινγκ δεν αποβλέπει μόνο στην ικανοποίηση των ατομικών αναγκών ή επιθυμιών του καταναλωτή αλλά λαμβάνει υπόψη και την ευρύτερη κοινωνία της οποίας τυγχάνει μέλος. Το σύγχρονο Μάρκετινγκ πλέον μετά την εξέλιξη του εξυπηρετεί τον πελάτη σε ρόλο καταναλωτή και ταυτόχρονα μέλους ενός κοινωνικού συνόλου.

Οι υπηρεσίες δεν αποτελούν ένα κομμάτι των οικονομιών αλλά δημιουργούν αξία σε κάθε οικονομία<sup>20</sup>. Σύμφωνα με τους Baron και Harris (1995)<sup>21</sup>, υπηρεσία θεωρείται οποιαδήποτε

---

<sup>16</sup> Μάλλιαρης, Π. (1990) Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ. Αθήνα: Σταμούλης

<sup>17</sup> Crosier, K. (1987) Promotion, in the Marketing Book, ed. Baker, M. London : Heinemann

<sup>18</sup> Kotler, P. (1991) Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control. 7<sup>th</sup> ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice- Hall

<sup>19</sup> Ηγουμενάκης, Ν, (1996) Τουριστικό Μάρκετινγκ. Αθήνα : Interbooks

<sup>20</sup> Palmer, A. (2001) Principles of Services Marketing. 2<sup>nd</sup> ed. UK : MCGRAW-HILL

δραστηριότητα, όφελος η ικανοποίηση που προσφέρεται για πώληση. Είναι ουσιαστικά άυλη και δεν καταλήγει να είναι ιδιοκτησία κάποιου. Η παραγωγή της μπορεί να είναι δεμένη ή όχι με ένα φυσικό προϊόν<sup>22</sup>. Ο τομέας του τουρισμού ανήκει στον τομέα παροχής υπηρεσιών όπως ο τραπεζικός, ο νομικός, ο τομέας της υγείας, ο εκπαιδευτικός και ο τομέας της διασκέδασης.

Το Μάρκετινγκ στον τομέα του τουρισμού όχι μόνο ωριμάζει αλλά γίνεται ολοένα και πιο αναγκαίο και απαιτητικό. Τα τελευταία χρόνια η σπουδαιότητα του έχει αποκτήσει αναγνώριση λόγω της επιτυχίας που μπορεί να αποφέρει στον οργανισμό. Αν και πολλά χρόνια πίσω από τις βιομηχανικές εταιρείες ο τομέας έχει αρχίσει να υιοθετεί τις αρχές Μάρκετινγκ και αυτό συμβαίνει όχι μόνο επειδή περισσότεροι άνθρωποι πλέον καταλαβαίνουν τα οφέλη του αλλά και λόγω του εντεινόμενου ανταγωνισμού<sup>19</sup>.

Ο μεγαλύτερος ανταγωνισμός, η αυξημένη διάσπαση και η πολυπλοκότητα της αγοράς, οι έμπειροι και απαιτητικοί πελάτες καθιστούν αναγκαία την εφαρμογή του Μάρκετινγκ στον τουρισμό<sup>23</sup>.

Μια από τις θεμελιώδεις αρχές του Μάρκετινγκ τουριστικών υπηρεσιών είναι το μίγμα Μάρκετινγκ. Κατά τον P. Kotler (1984)<sup>24</sup>, το μίγμα Μάρκετινγκ περιλαμβάνει τις ελεγχόμενες εκείνες μεταβλητές που η εταιρεία χρησιμοποιεί για να ικανοποιήσει τις ανάγκες των πελατών. Οι βασικές μεταβλητές γνωστές ως 4P(1) είναι :

- Το Προϊόν (Product) : τι προσφέρει η εταιρεία-επιχείρηση προς πώληση στους καταναλωτές.
- Η Τιμολόγηση (Price) : Σε τι τιμή προσφέρεται το τουριστικό προϊόν στην αγορά
- Η Περιοχή (Place) : Τα κανάλια διανομής που εξυπηρετούν κάθε περιοχή της αγοράς στην οποία διενεργείται η παράδοση-πώληση των τουριστικών προϊόντων.

---

<sup>21</sup> Barron, S & Harris, K. (1995) Service Marketing. UK Macmillan

<sup>22</sup> Bowen, J. Et AL (1996) Marketing for Hospitality and Tourism. London : Prentice-Hall

<sup>23</sup> Morgan, M. (1996) Marketing for Leisures and Tourism. London : Prentice-Hall

<sup>24</sup> Kotler, P. (1984) Marketing Management 4<sup>th</sup> ed. Englewood Cliffs, NJ Prentice-Hall

- Η Προώθηση (Promotion) : Οι δραστηριότητες της διαφήμισης και προβολής του τουριστικού προϊόντος που κεντρίζουν το ενδιαφέρον του υποψήφιου καταναλωτή για το προϊόν.

Τα 4P(2) του Μάρκετινγκ περιλαμβάνουν τις ενέργειες, τις τεχνικές και τα συστήματα που μια εταιρεία χρησιμοποιεί προκειμένου να επικοινωνήσει και να ικανοποιήσει τους πελάτες της. Ωστόσο είναι σημαντικό να χρησιμοποιηθούν στη σωστή αναλογία και στη σωστή συσχέτιση του ενός με το άλλο για να επιτευχθεί ο προκαθορισμένος σκοπός<sup>25</sup>.

Σύμφωνα με τον P. Kotler η καρδιά του σύγχρονου Στρατηγικού Μάρκετινγκ κινείται γύρω από τρεις άξονες:

- Η τμηματοποίηση της αγοράς: Είναι η πράξη της διαίρεσης μιας αγοράς σε συγκεκριμένες ομάδες αγοραστών οι οποίοι πιθανόν να θέλουν ξεχωριστά προϊόντα και μίγμα Μάρκετινγκ.
- Η στόχευση της αγοράς : αποτελείται από την πράξη της εκπόνησης μέτρων ελκυστικότητας του τμήματος και της επιλογής ενός ή περισσότερων τμημάτων της αγοράς.
- Η χωροθέτηση του προϊόντος : Είναι η ανάπτυξη υπηρεσίας και ενός μίγματος Μάρκετινγκ για την κατάληψη μιας συγκεκριμένης θέσης στα μυαλά των στοχευόμενων αγοραστών. Συνήθως αυτό σημαίνει να διαθέτει η υπηρεσία ξεχωριστά χαρακτηριστικά ή να γίνεται μετάδοση του μηνύματος της χωροθέτησης με ξεχωριστό τρόπο.

Όπως γίνεται αντιληπτό από τα παραπάνω το Μάρκετινγκ βοηθάει στην μεγαλύτερη παραγωγικότητα-αποδοτικότητα της επιχείρησης. Οι προμηθευτές μπορούν να αναπτύξουν τη σωστή προσφορά για κάθε αγορά στόχο. Αγορά στόχος ή στοχευμένη αγορά (target market) είναι ένα τμήμα της αγοράς που έχει επιλεγεί από έναν οργανισμό για τον τουριστικό κλάδο για την εστίαση των δραστηριοτήτων Μάρκετινγκ<sup>26</sup>.

---

<sup>25</sup> Middleton, V. (1994) Marketing in Travel and Tourism. Englewood Cliffs, NJ Prentice-Hall

<sup>26</sup> Seaton, A.V. & Bennett, M. (1996) Marketing Tourism Products. Thomson

## 1.9 Προϋποθέσεις για βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη

Ο τουρισμός αναμφισβήτητα αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους οικονομικούς κλάδους σε μια οικονομία. Το τουριστικό προϊόν βασίζεται στα υλικά που το απαρτίζουν όπως για παράδειγμα το περιβάλλον του τόπου προορισμού, ο πολιτισμός του, η ιστορία του κλπ. Ως επακόλουθο επηρεάζεται η τουριστική βιομηχανία κάθε χώρας και κάθε περιοχής και συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομία και την ανάπτυξη προσφέροντας θέσεις εργασίας και εισροή συναλλάγματος. Από την άλλη μπορεί να επιβαρυνθεί το φυσικό περιβάλλον και η κοινωνία που συχνά επηρεάζουν την ομαλή λειτουργία του τουρισμού.

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί ότι οι χώρες αποβλέποντας στο κέρδος και στη συνεχή αύξηση του έχουν στραφεί στον μαζικό τουρισμό (mass tourism) με μεγάλη πληθυσμιακή συγκέντρωση σε περιοχές με συγκεκριμένες περιβαλλοντικές και κοινωνικές δυνατότητες, προκαλώντας διαταραχές και δυσλειτουργίες στην τοπική κοινωνία όπως μόλυνση του περιβάλλοντος, κατασπατάληση φυσικών πηγών σε είδη πρώτης ανάγκης (νερό), καταστροφή πολιτιστικών πηγών, έργων υποδομής και περιοχών αναψυχής. Για την διέξοδο από αυτό το πρόβλημα χρειάζεται να υιοθετηθεί μια πολιτική σχεδιασμού και διεύθυνσης της τουριστικής ανάπτυξης ώστε:

- i. Να μην καταστρέφει το περιβάλλον μακροπρόθεσμα,
- ii. Να απορρέει βιώσιμο οικονομικό όφελος στις περιοχές στις οποίες αναπτύσσεται,
- iii. Να είναι ηθικά και κοινωνικά σύμφωνη με τις τοπικές κοινωνίες
- iv. Να εξασφαλίζει την διατήρηση του φυσικού και πολιτιστικού κεφαλαίου για τις μελλοντικές γενιές.

Απαραίτητες προϋποθέσεις για την επιτυχή εφαρμογή, λειτουργία και αποδοτικότητα των παραπάνω χαρακτηριστικών σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ, την Ευρωπαϊκή Ένωση και άλλους διεθνείς οργανισμούς, είναι:

- i. η συνεργασία όσων εμπλέκονται στη τουριστική διαδικασία,
- ii. η τοπική συμμετοχή στο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης,



- iii. εκπαίδευση των επαγγελματιών, των πολιτών και των τουριστών και
- iv. η υψηλή ποιότητα των προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών και εγκαταστάσεων.

Για την επίτευξη των παραπάνω θα πρέπει να γίνουν πράξη τα εξής:

1) Η σωστή συνεργασία, ο αμοιβαίος σεβασμός όπως επίσης και η ενότητα μεταξύ όλων των ιδιωτικών και δημόσιων φορέων, που οι δραστηριότητές τους άπτονται του τουρισμού άμεσα ή έμμεσα σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Έτσι ο αναπτυξιακός σχεδιασμός, που αφορά τουριστικές υποδομές, επενδύσεις και οποιοδήποτε άλλο στοιχείο που αποφέρει στην ανάπτυξη και διεύθυνση του τουρισμού γίνεται απόρροια κοινής πολιτικής και στόχων. Σύμφωνα με την Hevre Barioulet (2001)<sup>27</sup> μερικά ζητήματα που πρέπει να βρίσκουν λύση με βάση την αρχή της συνεργασίας στις τουριστικές περιοχές είναι:

α) Η προσεκτική κατανάλωση του νερού και των μη ανανεώσιμων πηγών ενέργειας με σκοπό την μείωση της μη ορθολογικής χρήσης τους.

β) Η προσοχή σχετικά με τη διαχείριση των απορριμμάτων και η εξασφάλιση της ανακύκλωσής τους.

γ) Η μείωση των προβλημάτων όσον αφορά το κυκλοφοριακό και τη ρύπανση ιδιαίτερα σε περιοχές φυσικού και πολιτιστικού κάλλους και η χρήση μέσων μεταφοράς φιλικών προς το περιβάλλον.

δ) Η σωστή πρόσβαση με οργάνωση των τουριστών σε οικολογικά ευάλωτες περιοχές.

ε) Η συγχρηματοδότηση προγραμμάτων περιβαλλοντικής προστασίας.

στ) Η χορήγηση κινήτρων και βοήθειας στις τουριστικές επιχειρήσεις ώστε, να υιοθετούν περιβαλλοντικές πολιτικές ανάπτυξης.

---

<sup>27</sup> Barioulet H. 2001, «Matrix for Evaluating Tourism Projects on the Basis of Sustainable Tourism Indicators», στα πρακτικά του Διεθνές Συνεδρίου Βιώσιμα Ξενοδοχεία για Βιώσιμους Προορισμούς, Maspalomas , <http://www.islandsonline.org/pdf/shsd/Barioulet.pdf>

2) Η τοπική συμμετοχή μέσω της οποίας οι τοπικές κοινωνίες με συμμετοχή εκπροσώπων όλων των τοπικών φορέων (δημόσιο, τουριστική βιομηχανία, μη-κυβερνητικές περιβαλλοντικές και πολιτιστικές οργανώσεις, οργανώσεις πολιτών, επιστημονικοί φορείς) και συχνή επικοινωνία με τον τοπικό πληθυσμό είναι εκείνοι που θα σχεδιάσουν και θα αναπτύξουν το είδος του τουρισμού που θέλουν να προσφέρουν. Για να εφαρμοστεί σωστά μιας τέτοια διαδικασία χρειάζεται η δημιουργία και εφαρμογή της Τοπικής Ατζέντας<sup>28, 29</sup>.

Μέσω της τοπικής συμμετοχής επιτυγχάνονται τα εξής:

- i. Η σημαντική ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας η οποία επιφέρει κέρδη κυρίως στην τοπική κοινωνία (π.χ πολυεθνικές εταιρίες ξενοδοχείων, τουριστικών γραφείων κ.λ.π.)
- ii. Η καλύτερη αποδοχή του τουρισμού από τους κατοίκους της περιοχής,
- iii. Η ενεργητική συμμετοχή των κατοίκων για την διατήρηση των τοπικών τουριστικών πηγών

3) Η άρτια επαγγελματική κατάρτιση και ο εμπλουτισμός των επαγγελματικών εκπαιδευτικών ή επιμορφωτικών προγραμμάτων με θέματα που αφορούν τις έννοιες, τα κριτήρια, τα οφέλη, και τις πρακτικές του βιώσιμου τουρισμού βοηθούν τους ανθρώπους που ασχολούνται με αυτόν να προβληματιστούν, να αναζητήσουν τους παράγοντες που συνεισφέρουν στην βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος και να κατανοήσουν σε βάθος τις διαφορετικές πρακτικές μεταξύ μαζικού τουρισμού και εναλλακτικών τουριστικών μοντέλων (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, ιστορικός τουρισμός, πολιτισμικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός κ.λ.π.). Θέματα μιας τέτοιας εκπαίδευσης/επιμόρφωσης μπορούν να είναι<sup>30,31,32</sup>:

---

<sup>28</sup> Καραμέρης Α. (2002), "Προϋποθέσεις και Προοπτικές Ανάπτυξης του Οικοτουρισμού" στα πρακτικά της ημερίδας Στόχοι Πολιτικές και Μέσα Προώθησης του Τουρισμού στην Ελλάδα, Ρόδος, [www.ste.edu.gr/gr/isigisis/karameris.doc](http://www.ste.edu.gr/gr/isigisis/karameris.doc)

<sup>29</sup> WTO, UNEP, (2000), "International seminar: Sustainable tourism and Competitiveness in the island of Mediterranean ", τελική έκθεση , Κάπρι Ιταλίας , [www.world-tourism.org/sustainable/doc/capri.pdf](http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/capri.pdf)

<sup>30</sup> "The European Charter for Sustainable tourism in protected areas" στο Sustainable tourism in protected areas σελ. 174 [http://www.iucn.org/themes/wcpa/pubs/pdfs/tourism\\_guidelines.pdf](http://www.iucn.org/themes/wcpa/pubs/pdfs/tourism_guidelines.pdf)

- i. Έννοια, αρχές, και πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.
- ii. Είδη και χαρακτηριστικά εναλλακτικών μορφών τουριστικής ανάπτυξης.
- iii. Ζητήματα περιβαλλοντικής προστασίας.
- iv. Ζητήματα προστασίας πολιτιστικής κληρονομιάς.
- v. Είδη προς εξαφάνιση (του ζωικού και φυτικού βασιλείου) και σχετική νομοθεσία.
- vi. Ζητήματα διεθνούς περιβαλλοντικής νομοθεσίας.
- vii. Πιστοποιητικά περιβαλλοντικής ποιότητας (π.χ. μπλε σημαίες) και κριτήρια απόκτησής τους.

4) Η διατήρηση του κύρους και της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος κάθε περιοχής είναι μια εξαιρετικά δύσκολη αλλά και σημαντική διαδικασία. Η προσφορά ποιοτικού τουρισμού που εξασφαλίζει την προστασία των τουριστικών πηγών και ικανοποιεί τις επιθυμίες των επισκεπτών και των μόνιμων κατοίκων πρέπει να είναι κύριο μέλημα όλων των φορέων που σχεδιάζουν και διευθύνουν την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής με στόχο την βιωσιμότητά της. Ο ποιοτικός τουρισμός δεν αναφέρεται απαραίτητα στην έννοια πολυτελής- ακριβός τουρισμός αλλά στο είδος τουριστικής δραστηριότητας η οποία έχει ως αρχή την προστασία των τουριστικών πηγών, την προσέλκυση τουριστών που σέβονται την τοπική κοινωνία και το περιβάλλον της και την προσφορά τουριστικών αξιοθεάτων, ανέσεων και υπηρεσιών που ανταποκρίνονται στην αξία των χρημάτων που δαπανώνται γι' αυτά<sup>33,34,35</sup>. Για την σταθερή και μακροχρόνια ζήτηση του τουριστικού προϊόντος οι τουριστικές περιοχές θα πρέπει να:

---

<sup>31</sup> Mandaraka, M. (1998), " Towards Sustainable Development Naxos: A Case Study " στα πρακτικά του διεθνές συνεδρίου Βιώσιμη Ανάπτυξη στα νησιά και ο ρόλος της έρευνας και της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, Ρόδος, <http://www.fundp.ac.be/prelude/manifestations/rhodes/actes/mandaraka.pdf>

<sup>32</sup> WTO, (1994), "National and Regional Planning Methodologies and Case Studies", [www.world-tourism.org/isroot/wto/pdf/1015-1.pdf](http://www.world-tourism.org/isroot/wto/pdf/1015-1.pdf)

<sup>33</sup> World Travel and Tourism Council (WTTC) "Blue print for new tourism" [www.wttc.org/frameset1.htm](http://www.wttc.org/frameset1.htm)

<sup>34</sup> Gallego, J. (2001), "Education a key factor for tourist sustainability and competitively" στα πρακτικά του Διεθνούς Συνεδρίου Βιώσιμα Ξενοδοχεία για Βιώσιμους Προορισμούς, Maspalomas, <http://www.islandsonline.org/pdf/shsd/Gallego.pdf>

<sup>35</sup> International Conference of Environment Ministers on Biodiversity and Tourism, (1997), "The Berlin Declaration on Biological Diversity and Sustainable Tourism"

- i. Διεξάγουν έρευνες για την ορθολογικότερη επίλυση των προβλημάτων τους, τη δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων και την ασφαλή και αποτελεσματικότερη εκμετάλλευση των τουριστικών πηγών τους.
- ii. Λαμβάνουν σοβαρά υπόψη την ποιότητα που προσφέρουν.
- iii. Προωθούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού συμβατές με τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης.
- iv. Επιφέρουν τουριστικές καινοτομίες.
- v. Χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες φιλικές προς το περιβάλλον.
- vi. Παρακολουθούν τακτικά τη διαμόρφωση των διεθνών κριτηρίων ποιότητας έτσι ώστε να ενημερώνονται για το τι συμβαίνει στον κόσμο.
- vii. Λαμβάνουν έγκαιρα απαραίτητα διορθωτικά μέτρα, αν χρειάζονται.
- viii. Ενημερώνονται και διδάσκονται από επιτυχημένες πρακτικές που υιοθετήθηκαν σε άλλους τουριστικούς προορισμούς<sup>36,37,38</sup>.

## 1.10 Κατηγορίες – Διακρίσεις Τουρισμού

Εγχώριος Τουρισμός: (Domestic Tourism), Αφορά τους κατοίκους μιας δεδομένης χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν μόνον εντός αυτής.

Εξερχόμενος Τουρισμός: (Outbound Tourism) Αφορά τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν σε μια άλλη χώρα.

---

<sup>36</sup> European Island Agenda, "Instruments for the sustainable development of the islands" <http://www.insula.org/conf2.htm>

<sup>37</sup> Tourism industry report (UNEP), "Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry towards Environmentally Sustainable Development", <http://www.wttc.org/promote/agenda21.htm>

<sup>38</sup> Farsari, Y. Prastacos P. "Sustainable Tourism Indicators: Pilot Estimation for the Municipality of Hersonisos Crete", Hersonisos, [www.iacm.forth.gr/regional/papers/XIOS-englishversion.pdf](http://www.iacm.forth.gr/regional/papers/XIOS-englishversion.pdf)

Εισερχόμενος τουρισμός: (Inbound Tourism) Αφορά τους αλλοδαπούς ταξιδιώτες τους οποίους υποδέχεται μια δεδομένη χώρα.

Διεθνής Τουρισμός: (International Tourism) Ονομάζεται ο εξερχόμενος και εισερχόμενος τουρισμός.

### **Επιπλέον Διακρίσεις**

Εσωτερικός Τουρισμός: (Internal Tourism) Καλύπτει τόσο τον εγχώριο όσο και τον εισερχόμενο τουρισμό.

Εθνικός Τουρισμός: (National Tourism) Καλύπτει τόσο τον εγχώριο όσο και τον εξερχόμενο τουρισμό

Μαζικός τουρισμός: (Mass tourism) Χαρακτηρίζεται από την οργάνωση και μετακίνηση μεγάλου αριθμού τουριστών σε κοσμοπολίτικες κυρίως περιοχές για σκοπούς διασκέδασης και αναψυχής. Τα μέσα μεταφοράς, η διανομή και οι χώροι επίσκεψης προκαθορίζονται από τα τουριστικά πακέτα.<sup>39</sup>

Τα παραπάνω είδη τουρισμού επηρεάζονται σημαντικά από κάποιους παράγοντες οι οποίοι είναι οι εξής<sup>40</sup>:

- Η εποχή του έτους (θερινός, χειμερινός).
- Ο αριθμός συμμετεχόντων (ατομικός, μαζικός οικογενειακός τουρισμός κλπ.).
- Η ηλικία των συμμετεχόντων (τουρισμός νεολαίας, τρίτης ηλικίας, πρεσβυτέρων).
- Το κατάλυμα (ξενοδοχειακός τουρισμός, τουρισμός κατασκήνωσης σσ camping, παραξενοδοχειακός τουρισμός).

---

<sup>39</sup> Δ. Γ. Λαγός, Τουριστική Οικονομική εκδ. Κριτική, Αθήνα 2005 Σελ 42-43

<sup>40</sup> <http://schoolpress.sch.gr/tourismosveria/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%83-%CE%B7-%CE%B5%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B1/%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%B7-%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CE%BC%CE%BF%CF%81%CF%86%CE%B5%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%85/>

- Οι επιπτώσεις στο ισοζύγιο πληρωμών της χώρας (εισερχόμενος και εξερχόμενος τουρισμός).
- Ο τρόπος χρηματοδότησης των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών (κοινωνικός τουρισμός, τουρισμός απόρων και εργοστασιακός)
- Κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά (παραδοσιακός τουρισμός κοινωνιολογικός τουρισμός κλπ)

### **1.11 Κατηγορίες – Διακρίσεις Τουριστών (Ταξιδιώτες, Επισκέπτες)**

Για την δυνατότερη κατανόηση του τουρισμού χρειάστηκε να διακρίνουμε σε κατηγορίες τα άτομα τα οποία επιλέγουν να ταξιδέψουν.

**Ταξιδιώτες:** Είναι, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, τα άτομα τα οποία πραγματοποιούν ένα ταξίδι για οποιοδήποτε σκοπό, εκτός της εργασίας, μεταξύ δυο γεωγραφικών τόπων είτε εντός της χώρας τους, είτε στο εξωτερικό. Στους ταξιδιώτες εντάσσονται οι επισκέπτες.

**Επισκέπτες:** Σε αυτή την κατηγορία υπάγονται τα άτομα που μετακινούνται από τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους σε έναν άλλο, για οποιοδήποτε σκοπό εκτός εργασίας και για διάστημα μικρότερο των 12 μηνών. Στους επισκέπτες εντάσσονται με τη σειρά τους οι τουρίστες και οι εκδρομείς<sup>41</sup>.

#### **Χαρακτηριστικά Τουριστών**

Οι τουρίστες είναι κυρίως υπήκοοι και κάτοικοι εξωτερικού ή μέλη πληρωμάτων και πραγματοποιούν το ταξίδι σε μέρος διαφορετικό από τον τόπο μόνιμης κατοικίας, τον τόπο εργασίας ή σπουδών.

- 1) Μετακινούνται κυρίως για λόγους αναψυχής, συνέδρια, αθλητισμό κλπ.

---

<sup>41</sup> Μια εισαγωγή στον Τουρισμό LEONARD LICKORISH – CARSON JENKINS Σελ. 64-67

- 2) Η παραμονή τους στον προορισμό δεν έχει διάρκεια λιγότερη από 24 ώρες και δεν ξεπερνά τους δώδεκα συνεχόμενους μήνες ,ύστερα από αυτό το διάστημα ο επισκέπτης θεωρείται μόνιμος κάτοικος του προορισμού.
- 3) Τέλος ο βασικός στόχος της επίσκεψης δεν θα πρέπει να είναι η άσκηση κερδοφόρων δραστηριοτήτων στον τόπο επίσκεψης.

### **Χαρακτηριστικά Εκδρομέων**

- 1) Οι εκδρομείς είναι κατά κύριο λόγο επισκέπτες ημέρας, επιβάτες κρουαζιερόπλοιων και μέλη πληρωμάτων και πραγματοποιούν την εκδρομή σε μέρος διαφορετικό από το συνηθισμένο περιβάλλον τους δηλαδή τον τόπο μόνιμης κατοικίας, τον τόπο εργασίας ή σπουδών.
- 2) Η διάρκεια της παραμονής τους στον τόπο προορισμού δεν ξεπερνάει σε καμμία περίπτωση τις 24 ώρες.
- 3) Ταξιδεύουν κυρίως για λόγους αναψυχής<sup>42</sup>.

### **1.12 Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού**

Ο εναλλακτικός τουρισμός <sup>43</sup> είναι μια καινούρια φιλοσοφία στον τομέα του τουρισμού και περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες προσελκύουν τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα. Παρουσιάζει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- προστασία του φυσικού περιβάλλοντος
- αποφυγή των κλασσικών τουριστικών προσφορών
- διατήρηση των οικοσυστημάτων

---

<sup>42</sup> [www.tour.teithe.gr/get\\_file.php?f=112](http://www.tour.teithe.gr/get_file.php?f=112)

<sup>43</sup> [http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82\\_%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82_%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82)

- αλληλεπίδραση του ανθρώπου με τα πολιτιστικά μνημεία
- στήριξη αγροτικών περιοχών και τέλος
- επίλυση του προβλήματος του εποχιακού τουρισμού

Πρέπει να τονιστεί η σημασία του εναλλακτικού τουρισμού στην ανάπτυξη μίας τουριστικής χώρας. Η προώθηση ενός τέτοιου δυνατού προϊόντος εξασφαλίζει το πρόσθετο εισόδημα στα ταμεία του κράτους.

- Ιαματικός τουρισμός (SPA): συνδέεται με επισκέψεις σε τουριστικούς χώρους για τη θεραπεία διαφόρων ασθενειών (π.χ. τη θεραπεία άγχους, τη ψυχοθεραπεία τη φυσιοθεραπεία, τη χαλάρωση, τη διατροφή, την ομορφιά, κλπ.), καθώς και για ξεκούραση και αναζωογόνηση του σώματος και της ψυχής.
- Αθλητικός τουρισμός αναψυχής: συνδέεται με όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής συμμετοχής σε αθλητικές εκδηλώσεις. Η συμμετοχή μπορεί να είναι τυχαία ή και οργανωμένη, μπορεί να πραγματοποιείται για επιχειρηματικούς σκοπούς ή και για άλλους λόγους. Χωρίζεται σε δύο κατηγορίες:
  - ενεργή συμμετοχή σε αθλητικές εκδηλώσεις ή διαγωνισμούς, όπως γκολφ, τένις, ποδόσφαιρο, μπάσκετ, κωπηλασία κλπ.
  - παρακολούθηση των ευρωπαϊκών και παγκοσμίων κυπέλλων και πρωταθλημάτων, Ολυμπιακών Αγώνων και τα μεγάλα διεθνή τουρνουά.
- Αγροτουρισμός: αναπτύσσεται, όπως υποδηλώνει το όνομα του κυρίως σε αγροτικές περιοχές της χώρας και σχετίζεται με κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές αξίες της περιοχής.
- Θρησκευτικός τουρισμός: συνδέεται με την επίσκεψη στα βυζαντινά μνημεία, μνημεία εκκλησιαστικής αρχιτεκτονικής, εκκλησίες και μοναστήρια.
- Θαλάσσιος τουρισμός: περιλαμβάνει ένα εύρος δραστηριοτήτων με επίκεντρο τη θάλασσα (ναύλωση σκαφών, δημοφιλή ταξίδια με κρουαζιέρες κ.τ.λ).
- Πολιτιστικός τουρισμός: ιδανική μορφή τουρισμού για όσους επιθυμούν να ανακαλύψουν και να μάθουν για την κουλτούρα και τον πολιτισμό διαφόρων περιοχών, να λάβουν μέρος



σε σεμινάρια και εργαστήρια, και να γνωρίσουν την παραδοσιακή τέχνη, ζωγραφική, φωτογραφία, κεραμική, γλυπτά, τοιχογραφίες, μουσικά όργανα, κλπ.

- Εκπαιδευτικός τουρισμός: απευθύνεται κυρίως στους νέους. Βασικός σκοπός είναι εκμάθηση (επαγγελματική κατάρτιση του ταξιδιώτη , απόκτηση ειδικών γνώσεων, απόκτηση νέων εμπειριών).
- Περιηγητικός Τουρισμός: Αφορά του τουρίστες που ενδιαφέρονται για την πεζοπορία με στόχο την απόλαυση φυσικών τοπίων και των ιδιαιτέρων χαρακτηριστικών κάθε περιοχής <sup>44</sup>.
- Οικοτουρισμός: μια μορφή τουρισμού που έχει αναπτυχθεί χρησιμοποιώντας τους πόρους του περιβάλλοντος: βουνά, λίμνες, λιμνοθάλασσες, κοιλάδες, σπηλιές, πλούσια χλωρίδα και πανίδα. Συνοπτικά είναι περιοχές που προκαλούν υψηλό γεωλογικό ενδιαφέρον.
- Ιατρικός τουρισμός: μια κατεύθυνση του τουρισμού, στόχος της οποίας είναι η οργάνωση μίας οικονομικά ανταγωνιστικής ιατρικής φροντίδας του ασθενούς στο εξωτερικό.
- Επιλεκτικός τουρισμός: Πραγματοποιείται από άτομα με πολύ υψηλό εισόδημα που θέλουν αλλά και μπορούν να ξοδέψουν μεγάλα ποσά για την ικανοποίηση εξεζητημένων και εκκεντρικών τουριστικών αναγκών και επιθυμιών.

### 1.13 Το τουριστικό προϊόν

Το **τουριστικό προϊόν** <sup>45</sup> είναι ένα σύνθετο προϊόν στην παραγωγή και προσφορά του οποίου εμπλέκονται διάφοροι κλάδοι της οικονομίας. Το τουριστικό προϊόν διαμορφώνεται με τη συμβολή φυσικών πόρων, ανθρώπινων πόρων, επιπέδου δικτύου μεταφορών και αερομεταφορών, ξενοδοχείων και πάσης φύσεων καταλυμάτων, εστιατορίων, εγκαταστάσεων αναψυχής, ταξιδιωτικών γραφείων, ξεναγών, διερμηνέων, ιστότοπων πληροφόρησης κ.α. Από τα

---

<sup>44</sup> <http://schoolpress.sch.gr/tourismosveria/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%83%CE%B7%CE%B5%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B1/%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%B7%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CE%BC%CE%BF%CF%81%CF%86%CE%B5%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%85/>

<sup>45</sup> [www.tour.teithe.gr/get\\_file.php?f=112](http://www.tour.teithe.gr/get_file.php?f=112)

παραπάνω γίνεται φανερό ότι το τουριστικό προϊόν συντίθεται από την επιτυχία και την αποτελεσματικότητα του μείγματος αγαθών, υπηρεσιών, αλλά και φυσικών στοιχείων.

Στον τομέα του τουρισμού ως ζήτηση διακρίνουμε την ποσότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που τα άτομα θέλουν και μπορούν να αγοράσουν σε συγκεκριμένες τιμές, σε δεδομένη αγορά και δεδομένο χρόνο.

Η τελική απόφαση του τουρίστα καταναλωτή έγκειται στο αν θα κάνει τελικά διακοπές ή όχι, τον τύπο των διακοπών, τη χρονική διάρκεια επίσκεψης και διαμονής του στον τόπο προορισμού, και το σημαντικότερο ποιος θα είναι αυτός ο τόπος προορισμού που θα επιλεγεί από τον δυνητικό τουρίστα καταναλωτή. Ειδικότερα οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τα άτομα στις αποφάσεις που σχετίζονται με τις διακοπές τους είναι: ο διαθέσιμος ελεύθερος χρόνος, η ηλικία, το διαθέσιμο εισόδημα, το επίπεδο των τιμών που επικρατεί στους τόπους προορισμού, οι κλιματικές και περιβαλλοντικές συνθήκες, οι πολιτικές συνθήκες που επικρατούν, οι τάσεις της μόδας,

#### **1.14 Χαρακτηριστικά τουριστικού προϊόντος**

Το τουριστικό προϊόν θεωρείται εκ φύσεως ετερογενές. Ωστόσο αντιπροσωπεύει ένα σύνθετο προϊόν το οποίο αποτελείται από ένα πάντρεμα υλικών συστατικών όπως είναι για παράδειγμα η θάλασσα, τα τουριστικά καταλύματα, οι υποδομές αλλά και άυλων συστατικών όπως είναι το περιβάλλον το κλίμα κλπ. Αυτά τα συστατικά δίνουν στον τουριστικό προϊόν ένα μοναδικό χαρακτήρα και αυτό διότι οι άνθρωποι που παράγουν το προϊόν δεν είναι απλά το μέσο παραγωγής του, αλλά ουσιαστικά κομμάτι του ίδιου του προϊόντος. Όπως όλα τα παραγόμενα προϊόντα έτσι και το τουριστικό προϊόν έχει και αυτό κάποια χαρακτηριστικά. Τα βασικότερα εξ αυτών είναι τα εξής<sup>46</sup>:

- Δεν μπορούμε να δοκιμάσουμε εκ των προτέρων.
- Το καταναλώνουμε στον τόπο που παράγεται. Δεν μπορεί να αποσταλεί στον τόπο προέλευσης του τουρίστα και να καταναλωθεί εκεί.

---

<sup>46</sup> <http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/3214/2/Pattas%202.pdf>

- Ο χώρος και οι άνθρωποι στον τόπο παραγωγής αποτελούν τμήμα του προϊόντος, άρα ο τουρισμός αφορά πολλούς τομείς της κοινωνίας.
- Το μέγεθος των επενδύσεων που πρόκειται να πραγματοποιηθούν για την δημιουργία έργων υποδομής που θα αναπτύξουν την τουριστική δραστηριότητα.
- Το τουριστικό προϊόν είναι αδύνατο να αποθηκευτεί όπως για παράδειγμα το δωμάτιο μιας ξενοδοχειακής εγκατάστασης. Η μη δυνατότητα αποθήκευσης συμβάλλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου εις τρόπον ώστε να επιτευχθεί η μεγαλύτερη δυνατή εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων.
- Το τουριστικό προϊόν δεν χαρακτηρίζεται από μεγάλο βαθμό αυτοματισμού. Θα πρέπει ωστόσο να επισημάνουμε τον εξοπλισμό των ξενοδοχειακών καταλυμάτων με εξελιγμένα τεχνολογικά συστήματα ηλεκτρονικών υπολογιστών για τη σωστή οργάνωση και διαχείριση των αναγκών των τουριστών.
- Η δυνατότητα υποκατάστασης των τουριστικών προϊόντων μεταξύ τους. Το διαθέσιμο ατομικό εισόδημα είναι συχνά ένας βασικός παράγοντας για υποκατασταθούν μεταξύ τους τα τουριστικά προϊόντα και οι υπηρεσίες όπως για παράδειγμα η μείωση του εισοδήματος θα υποκαταστήσει μια πτήση σε θέση first class με μια πιο φθηνή πτήση και σε οικονομικότερη θέση.
- Τα τουριστικά προϊόντα χαρακτηρίζονται και ως συμπληρωματικά. Παρατηρείται μια συμπληρωματικότητα των τουριστικών αγαθών τη στιγμή που ο τουρίστας μπορεί από μόνος του να δημιουργήσει το κατάλληλο για αυτόν τουριστικό προϊόν χωρίς να αλλοιώσει τη φυσική σύσταση των τουριστικών υποπροϊόντων.
- Η τουριστική δραστηριότητα και κατ' επέκταση τα τουριστικά προϊόντα είναι ευαίσθητα σε κρίσεις διάφορων μορφών όπως για παράδειγμα οικονομικές, πολιτικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές καθώς στις εποχικές διακυμάνσεις όπως ήταν οι βομβιστικές ενέργειες στη Συρία και οι διαδηλώσεις στην Τουρκία.

### 1.15 Τουριστική βιομηχανία και τουριστικό προϊόν

Η τουριστική βιομηχανία και το τουριστικό προϊόν είναι συνδεδεμένες έννοιες μεταξύ τους με πολύ ισχυρούς δεσμούς. Η οποιαδήποτε μεταβολή στα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος μπορεί να επηρεάσει την τουριστική βιομηχανία. Τα πέντε κύρια στοιχεία που συνθέτουν το συνολικό τουριστικό προϊόν είναι τα εξής<sup>47</sup>:

- 1) Τα αξιοθέατα της χώρας υποδοχής των τουριστών, οι ξεχωριστές ομορφιές που μπορεί να διαθέτει, και γενικότερα τα θέλγητρα τα οποία μπορεί να είναι φυσικά (τοπίο, ακτές), κατασκευασμένα (ιστορική πόλη), πολιτιστικά (μουσεία, θέατρα) ή κοινωνικά (τρόπος ζωής).
- 2) Οι υποδομές και εγκαταστάσεις που μπορούν να διευκολύνουν την παραμονή του τουρίστα στον τόπου προορισμού, και να υποστηρίξουν την απόλαυση από τον ίδιο των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Τέτοιες εγκαταστάσεις είναι τα καταλύματα, οι χώροι εστίασης και αναψυχής κλπ.
- 3) Η ανάπτυξη και εξέλιξη των υποδομών των αερομεταφορών, του σιδηροδρομικού δικτύου και των αξόνων των αυτοκινητοδρόμων που υπάρχουν σε μια χώρα. Η εξέλιξη αυτή φανερώνει πόσο εύκολα και σε πόσο χρονικό διάστημα μπορεί να φτάσει στον τόπο προορισμού ο τουρίστας-καταναλωτής. Είναι επομένως θέμα συγκοινωνιακής υποδομής και συγκοινωνιακής τεχνολογίας.
- 4) Η αποτύπωση της εικόνας του τόπου προορισμού, που αναφέρεται στις παραστάσεις που θα διαμορφώσουν οι τουρίστες σχετικά με το τι θα ζήσουν ως ταξιδιωτική εμπειρία, τι θα τους προκαλεί εντύπωση και τι θα κάνουν εκεί που θα πάνε. Οι εικόνες που διαμορφώνουν οι άνθρωποι αναφορικά με τους ποικίλους τουριστικούς προορισμούς, όταν εκτιμηθούν, αξιολογηθούν και συνδυαστούν με άλλους παράγοντες οδηγούν στη λήψη της ταξιδιωτικής απόφασης.

---

<sup>47</sup>Δ. Γ. Λαγός, Τουριστική Οικονομική εκδ. Κριτική, Αθήνα 2005 Σελ. 113-117

- 5) Η τιμή του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή το συνολικό κόστος της μετακίνησης, διαμονής, διατροφής και συμμετοχής σε δραστηριότητες.

Το τουριστικό προϊόν αποτελείται από διάφορα επιμέρους συστατικά στοιχεία (υλικά αγαθά, υπηρεσίες, φυσικούς πόρους) που όταν συνδυαστούν με κατάλληλο τρόπο απαρτίζουν μια «δέσμη» τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, που ονομάζεται τουριστικό πακέτο. Το τουριστικό πακέτο, επομένως, είναι οργανωμένο εκ των προτέρων, αποτελεί συνάθροιση αγαθών και υπηρεσιών και προσφέρεται στην τουριστική αγορά κατά τρόπο τυποποιημένο και σε συγκεκριμένη τιμή. Τα βασικά στοιχεία του τουριστικού πακέτου είναι πέντε: ο προορισμός, το μεταφορικό μέσο, η διαμονή, η διατροφή και οι μεταφορές/ μετακινήσεις.

Οι κυριότεροι παραγωγικοί φορείς που συνθέτουν των τομέα του τουρισμού και των ταξιδιών είναι:

- I. Οι φορείς των υπηρεσιών φιλοξενίας, που περιλαμβάνουν το σύνολο των τουριστικών μονάδων που παρέχουν υπηρεσίες φιλοξενίας.
- II. Οι φορείς της εστίασης, που περιλαμβάνουν εστιατόρια, καφετέριες, ταβέρνες, μπαρ κλπ. (ο κλάδος λειτουργεί στο πλαίσιο του μονοπωλιακού ανταγωνισμού).
- III. Οι ενδιάμεσοι φορείς, δηλαδή των tour operators και των ταξιδιωτικών πρακτορείων.
- IV. Οι μεταφορές (οδικές, θαλάσσιες, σιδηροδρομικές και αερομεταφορές).
- V. Ο κλάδος των θεαμάτων που περιλαμβάνει διασκέδαση, ψυχαγωγία και αθλήματα.
- VI. Ο κλάδος της διάθεσης τροφίμων που περιλαμβάνει τη δραστηριότητα των επιχειρήσεων που εστιάζονται στην προετοιμασία και το σερβίρισμα φαγητών και ποτών εκτός οικίας.
- VII. Οι φορείς της διάθεσης και ενοικίασης αυτοκινήτων που περιλαμβάνουν μεγάλες διεθνείς και μικρές τοπικές ανεξάρτητες εταιρείες.

## **1.16 Η Τουριστική Αγορά**

Ο όρος τουριστική αγορά ανάλογα με το πώς χρησιμοποιείται μπορεί να αναφέρεται<sup>46</sup>:

- Σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή ή συγκεκριμένο τόπο όπου αναπτύσσεται μια συναλλακτική δραστηριότητα μεταξύ πωλητών και αγοραστών τουριστικών προϊόντων.
- Σε ένα ορισμένο τουριστικό προϊόν ή μια κατηγορία ομοειδών τουριστικών προϊόντων. Εδώ ερευνάται η συνολική ζήτηση για ένα προϊόν ή για μια κατηγορία ομοειδών τουριστικών προϊόντων.

Εν κατακλείδι ο όρος τουριστική αγορά αναφέρεται ως η προσφορά και η ζήτηση τουριστικών προϊόντων. Η προσφορά τουριστικών προϊόντων προϋποθέτει την ύπαρξη παραγωγών τουριστικών προϊόντων οι οποίοι στοχεύουν στο κέρδος μέσω της ικανοποίησης των αναγκών και επιθυμιών των τουριστών. Η ζήτηση με τη σειρά της βασίζεται στην ύπαρξη ανθρώπων με συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες και επιθυμίες και με όρεξη για κατανάλωση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

## **1.17 Ζήτηση και Προσφορά Τουριστικού Προϊόντος- Παράγοντες**

### **1.17.1 Ζήτηση Τουριστικού Προϊόντος**

Η τουριστική ζήτηση επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες οι οποίοι με τη σειρά τους προσδιορίζονται από μια σειρά μεταβλητών. Η μορφή τουρισμού που θα επιλεγεί από έναν τουρίστα έχει να κάνει με τα διάφορα πρότυπα καταναλωτικής και ταξιδιωτικής συμπεριφοράς τα οποία αντανakλούν τις αξίες του κάθε δυνητικού τουρίστα ξεχωριστά. Σε διάφορες περιοχές και κάτω από την επίδραση πολλών παραγόντων που έχουν σχέση τόσο με τον τόπο προέλευσης όσο και με τον τόπο προορισμού των τουριστών. Οι πρώτοι ονομάζονται παράγοντες ώθησης και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των κατοίκων των χωρών προέλευσης και οι δεύτεροι ονομάζονται παράγοντες έλξης και σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά και την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών των περιοχών προορισμού. Επίσης υπάρχει και η κατηγορία

παραγόντων που ονομάζεται εμπόδια που δημιουργούνται στην τουριστική δραστηριότητα και η αλληλεπίδραση αυτών των τριών παραγόντων δημιουργεί την τουριστική κίνηση.

Πιο εξειδικευμένα οι παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση είναι οι εξής<sup>48</sup>:

1. Οικονομικοί παράγοντες: Επηρεάζουν το μέγεθος και την ποιότητα της τουριστικής ζήτησης και ευνοούν θετικά την τουριστική ανάπτυξη. Οι πιο κύριοι οικονομικοί παράγοντες είναι οι τιμές των τουριστικών προϊόντων-αγαθών και υπηρεσιών, το επίπεδο του εισοδήματος και η κατανομή του, το συνάλλαγμα και η ισοτιμία του, ο πληθωρισμός στις χώρες προορισμού και προέλευσης, ο ρυθμός οικονομικής ανάπτυξης και οι καταναλωτικές συνήθειες.
2. Κοινωνικοί παράγοντες: Επηρεάσαν άτομα από διάφορες κοινωνικές τάξεις μιας χώρας προέλευσης ώστε να συναντήσουν άτομα από άλλες διαφορετικές κοινωνικές τάξεις στη χώρα προορισμού. Πιο συγκεκριμένα η εργασιακή απασχόληση των ατόμων, ο αστικός τρόπος ζωής, ο διαθέσιμος ελεύθερος χρόνος, το υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο, η πρόωρη συνταξιοδότηση, η μείωση της εβδομαδιαίας διάρκειας εργασίας και η επιμήκυνση της περιόδου των σπουδών.
3. Ψυχολογικοί παράγοντες: Ο τουρισμός μπορεί να οριστεί ως το μέσον με το οποίο οι άνθρωποι αναζητούν ψυχολογικά οφέλη και μια διαφυγή από την καθημερινή καταπιεστική πραγματικότητα. Ο τουρίστας προσδοκά τις διακοπές τις οποίες εισπράττει ως ανταμοιβή για την εργασία. Οι αναμνήσεις που αποκτά του ανανεώνουν το ηθικό και του δίνουν ψυχολογική τόνωση ώστε να ανταπεξέλθει στην καθημερινότητα. Τέτοιοι παράγοντες είναι η έμφυτη τάση διαφυγής από την καθημερινότητα, η ανάγκη για ξεκούραση, η ενίσχυση των οικογενειακών δεσμών, η κοινωνική αλληλεπίδραση, η εκπλήρωση επιθυμιών.
4. Κοινωνιολογικοί παράγοντες: Είναι το επιστέγασμα μιας κοινωνιολογικής διαδικασίας στην οποία συμβάλλουν πολλοί παράγοντες όπως οι κοινωνικές πιέσεις του σύγχρονου τρόπου ζωής, τα νέα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα και οι πολλαπλές

---

<sup>48</sup> Δ. Γ. Λαγός, Τουριστική Οικονομική εκδ. Κριτική, Αθήνα 2005 Σελ 194

ταξιδιωτικές εμπειρίες που δημιουργούν στερεότυπα στον τουρίστα ο οποίος διαμορφώνει μια νέα προσωπικότητα.

5. Πολιτικοί παράγοντες: Οι διάφορες πολιτικές συνθήκες που υπάρχουν σε μια χώρα επηρεάζουν έντονα την τουριστική ζήτηση και αποτελούν βασική προϋπόθεση για την τουριστική ανάπτυξη όπως είναι οι στρατιωτικές συγκρούσεις, οι πολιτικές σχέσεις μεταξύ χώρας προέλευσης και υποδοχής, οι πολιτικές αλλαγές, η ασταθής πολιτική κατάσταση και οι κοινωνικές αναταραχές.
6. Πολιτιστικοί παράγοντες: Η αναζήτηση πολιτιστικών στοιχείων από τους τουρίστες σε ξένους τόπους αυξάνει τις πολιτιστικές τους ανάγκες επηρεάζοντας τη μορφή και το περιεχόμενο της τουριστικής ζήτησης. Στους κυριότερους παράγοντες έχουμε τα αρχαιολογικά και ιστορικά μνημεία, τις καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, τις θρησκευτικές γιορτές, τα ήθη και έθιμα, την κουλτούρα.
7. Θεσμικοί και οργανωτικοί παράγοντες: Συνδέονται με διάφορους παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση όπως είναι το θεσμικό πλαίσιο των πληρωμένων αδειών, οι συντάξεις, οι διεθνείς σχέσεις της χώρας, το επίπεδο ανάπτυξης του τουριστικού τομέα, τα οικονομικά και ρυθμιστικά μέτρα της ευρωπαϊκής ένωσης, η απελευθέρωση των αερομεταφορών και οι συνοριακές διατυπώσεις για τους ταξιδιώτες.
8. Δημογραφικοί παράγοντες: Σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά του πληθυσμού και επηρεάζουν λιγότερο από τους οικονομικούς παράγοντες. Πιο συγκεκριμένα τέτοιοι παράγοντες είναι η ηλικία, το φύλο, το μέγεθος της οικογένειας, η αύξηση των εργαζομένων γυναικών, η αύξηση των ανύπαντρων ενηλίκων και των ζευγαριών χωρίς παιδιά.
9. Τεχνολογικοί παράγοντες: Τις τελευταίες δεκαετίες η ανάπτυξη του τουρισμού έχει συσχετιστεί απόλυτα με την ανάπτυξη της τεχνολογίας και κατ'επέκταση της πληροφόρησης και της νέας ψηφιακής οικονομίας που στηρίζεται σε Η/Υ και δίκτυα αναπτύσσοντας νέες δυναμικές, νέους κανόνες και νέους οδηγούς προς την επιτυχία. Στους κυριότερους παράγοντες περιλαμβάνονται οι νέες τεχνολογίες πληροφορικής-τηλεπικοινωνιών-τηλεματικής, η είσοδος χωρών-περιοχών και επιχειρήσεων στις



ηλεκτρονικές και ψηφιακές αγορές, η ανάπτυξη ολοκληρωμένων υπηρεσιών και ειδικότερα πολυμέσων και οι συστηματικές διεργασίες για την εμφάνιση των δικτύων πολυμέσων.

### **1.17.2 Προσφορά Τουριστικού Προϊόντος**

Ο τόπος προορισμού θέλγει το ενδιαφέρον της ανάλυσης της προσφοράς του τουριστικού προϊόντος. Η παρουσίαση στον επισκέπτη της σωστής και πλήρους εικόνας από τη στιγμή που αυτός θα φτάσει στον τόπο προορισμού μέχρι τη στιγμή που θα ανέβει στο μέσο μεταφοράς που θα τον οδηγήσει στον τόπο προέλευσης είναι εξαιρετικά βασική. Στην έννοια της προσφοράς περιλαμβάνονται όλα εκείνα τα στοιχεία τα οποία επηρεάζουν τον επισκέπτη για την τελική θετική ή αρνητική εικόνα που θα σχηματίσει για τον τόπο προορισμού. Ωστόσο, βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν την εικόνα, είναι οι υπηρεσίες ή τα προϊόντα που προσφέρει ο συγκεκριμένος προορισμός σε συνδυασμό με τα δίκτυα μεταφοράς, τις υποδομές, το περιβάλλον και το εργατικό δυναμικό –αφού αυτοί επηρεάζουν σημαντικά την ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος. Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι η τουριστική «βιομηχανία» προσφέρει μεγάλη ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών που προέρχονται από επιχειρήσεις οι οποίες ανήκουν σε πολλούς τομείς της οικονομικής δραστηριότητας<sup>49</sup>.

Οι κυριότεροι τομείς της τουριστικής προσφοράς είναι:

1. Ο τομέας των καταλυμάτων
2. Ο τομέας των μεσαζόντων (tour operators, τα τουριστικά γραφεία, επιχειρήσεις μέσω μεταφοράς)
3. Ο τομέας των επιχειρήσεων παροχής ψυχαγωγίας
4. Ο τομέας επιχειρήσεων παροχής λοιπών υπηρεσιών.

---

<sup>49</sup> Δ. Γ. Λαγός, Τουριστική Οικονομική εκδ. Κριτική, Αθήνα 2005 Σελ 396

Σύμφωνα με το νόμο της τουριστικής προσφοράς, όσο μεγαλύτερη είναι η τιμή ενός τουριστικού προϊόντος, τόσο μεγαλύτερη είναι και η ποσότητα που προσφέρει μια τουριστική επιχείρηση στην τουριστική αγορά. Αντίστροφα, όταν μειώνεται η τιμή ενός τουριστικού προϊόντος, μειώνεται και η προσφερόμενη ποσότητα από την τουριστική επιχείρηση.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά είναι οι εξής:

- 1) η τιμή του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, που αποτελεί το κίνητρο για την αύξηση ή μείωση της παραγωγής του.
- 2) Οι στόχοι των τουριστικών επιχειρήσεων, που σε γενικές γραμμές ενδιαφέρονται για σταθερό ύψος κερδών και για μεγαλύτερη χρονική περίοδο λειτουργίας τους.
- 3) Οι μεταβολές στην τεχνολογία, που σημαίνουν μεταβολές στην παραγωγή. Αν η τεχνολογία βελτιώνεται, με τις ίδιες ποσότητες παραγωγικών συντελεστών έχουμε αύξηση του προσφερόμενου προϊόντος.
- 4) Οι μεταβολές στις τιμές των συντελεστών τουριστικής παραγωγής, που όταν αυξάνονται αυξάνεται αυτόματα και το κόστος.
- 5) Οι τιμές των άλλων τουριστικών προϊόντων, καθώς η προσφορά ενός τουριστικού προϊόντος μπορεί να επηρεαστεί από τις τιμές ενός άλλου προϊόντος της ίδιας τουριστικής περιοχής ή ενός άλλου παρεμφερούς προορισμού.
- 6) Οι προσδοκίες ή προβλέψεις των παραγωγών για τις μελλοντικές τιμές των τουριστικών προϊόντων, που τους κάνουν να αυξήσουν το ρυθμό παραγωγής και κατά συνέπεια την προσφορά των προϊόντων ή το αντίθετο.
- 7) Ο αριθμός των παραγωγικών τουριστικών μονάδων που επηρεάζει αρνητικά ή θετικά την προσφορά.

## **Κεφάλαιο 2: Τουρισμός και Οικονομία**

### **2.1 Η Οικονομία στον Τουρισμό**

Ο τουρισμός ως κλάδος κατέχει πολύ σημαντική θέση στην οικονομία μιας χώρας καθώς δίνει τη δυνατότητα της δημιουργίας κεφαλαίων και επενδύσεων στα τουριστικά έργα όπως είναι τα λιμάνια, οι δρόμοι, τα αεροδρόμια η αξιοποίηση των φυσικών πόρων κ.α. Οι επενδύσεις αυτές με τη σειρά τους αναπτύσσουν γενικότερα την οικονομία της χώρας και δημιουργούν επιπλέον θέσεις εργασίας. Οι εισροές από τον τουρισμό ετησίως αποτελούν μεγάλο κομμάτι των συνολικών εισροών μια οικονομίας. Σημαντική είναι η συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας και η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων. Η τουριστική δραστηριότητα επηρεάζει τις διεθνείς συναλλαγές, ως σημαντικός παράγοντας συναλλαγματικών εισροών και εκροών (ισοζύγιο πληρωμών). Μερικοί από τους τομείς στου οποίους ο τουρισμός έχει θετική επίδραση είναι οι θέσεις εργασίας, η αύξηση της κατανάλωσης τουριστικών προϊόντων, η σταθερότητα των τιμών, η ισορροπία του εμπορικού ισοζυγίου, η δίκαιη και ισόρροπη κατανομή του εθνικού εισοδήματος, η πλήρης απασχόληση.<sup>50</sup>

### **2.2 Τουριστική Οικονομική**

Η διερεύνηση, η εξέταση όπως επίσης και η μελέτη της τουριστικής ζήτησης και των επιμέρους παραγόντων που την διαμορφώνουν (τουριστικές ανάγκες, τουριστικά κίνητρα, καταναλωτικά πρότυπα, διαδικασίες λήψης τουριστικών αποφάσεων κλπ), της τουριστικής παραγωγής, του τουριστικού κόστους και της τουριστική προσφορά και των επιμέρους παραγόντων που τα προσδιορίζουν (παραγόμενες ποσότητες, τιμές παραγωγικών συντελεστών, τιμή πώλησης), καθώς και τις διάφορες οικονομικές σχέσεις που δημιουργούνται σε ορισμένο χρόνο και τόπο προορισμού με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών επιτυγχάνεται μέσω της τουριστικής οικονομικής η οποία είναι κλάδος της οικονομικής επιστήμης. Η τουριστική

---

<sup>50</sup> [http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/log/2012/DarivianakisAlexandros.MpormpoudakisEmmanouil/attached-document-1340868917-305023-11290/Darivianakis\\_Bormpoudakis2012.pdf](http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/log/2012/DarivianakisAlexandros.MpormpoudakisEmmanouil/attached-document-1340868917-305023-11290/Darivianakis_Bormpoudakis2012.pdf)

οικονομική διαιρείται σε δύο επιμέρους πεδία: τη μικροοικονομική, που είναι η μελέτη του πώς οι επιχειρήσεις λαμβάνουν τις αποφάσεις τους και αλληλεπιδρούν σε συγκεκριμένες αγορές και τη μακροοικονομική, που είναι η μελέτη των φαινομένων που το εύρος τους καλύπτει ολόκληρη την οικονομία (μεταξύ των οποίων περιλαμβάνεται ο πληθωρισμός, η ανεργία και η οικονομική μεγέθυνση). Η τουριστική οικονομική διατυπώνει νόμους, αρχές και θεωρίες με σκοπό την ερμηνεία των σχετικών θεμάτων και αποσκοπεί στον καλύτερο προγραμματισμό της τουριστικής παραγωγής και στην διατύπωση στρατηγικών στόχων και προτάσεων τουριστικής πολιτικής, που θα αποβλέπουν στην ορθολογικότερη αξιοποίηση του τουριστικού προϊόντος<sup>51</sup>.

### **2.3 Οικονομική Κρίση**

Η οικονομική κρίση, η οποία επεκτάθηκε σε ολόκληρο τον κόσμο ξεκίνησε κατά βάση από τα χρηματοπιστωτικά προβλήματα των αγορών χρήματος της Αμερικής. Ως αποτέλεσμα επήλθε η πτώση των αξιών των κατοικιών και η δυσκολία αποπληρωμής των δανείων, και αυτός ήταν ένας λόγος της μείωσης των τιμών στον κτηματομεσιτικό κλάδο ώστε να δημιουργηθεί το πρόβλημα της ρευστότητας στις τράπεζες, οι οποίες κατά συνέπεια αναγκάστηκαν να στραφούν σε εκτεταμένο δανεισμό από τις αγορές χρήματος. Στις αρχές του 2008 το πρόβλημα στον χρηματοπιστωτικό κλάδο είχε πλέον διογκωθεί και σημαντικοί κλάδοι της οικονομίας, όπως ο τραπεζικός, ο κατασκευαστικός και του εμπορίου, είχαν πληγεί. Το πιο σοβαρό πρόβλημα που παρουσιάστηκε ήταν αυτό της ρευστότητας, η ραγδαία αύξηση της ανεργίας και η πτώση της ιδιωτικής κατανάλωσης. Συνέπεια του προβλήματος της ρευστότητας και της απώλειας της εμπιστοσύνης προς το τραπεζικό σύστημα είναι να μην υπάρχουν γραμμές χρηματοδότησης, γεγονός που οδήγησε και σε άλλες πτωχεύσεις άλλων τραπεζών, κυρίως στις Η.Π.Α. αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο. Το “ντόμινο” των εξελίξεων στην παγκόσμια αγορά δεν ήταν δυνατόν να μην επηρεάσει τις οικονομίες και άλλων χωρών. Συνέπεια των διεθνών εξελίξεων ήταν να αυξηθεί το κόστος του χρήματος στην Ευρώπη αλλά και στην παγκόσμια αγορά. Το κόστος

---

<sup>51</sup> Δ. Γ. Λαγός, Τουριστική Οικονομική εκδ. Κριτική, Αθήνα 2005 Σελ 32

δανεισμού των εταιριών από τις τράπεζες αυξήθηκε, με αποτέλεσμα την αύξηση του κόστους των δανειακών υποχρεώσεων των εταιριών και τη μείωση των διαθεσίμων τους<sup>52</sup>.

### **ΑΜΕΣΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ:**

- ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑ ΚΑΤΑΡΡΕΟΥΝ
- ΜΕΙΩΣΗ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ
- ΔΙΟΓΚΩΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΕΛΛΕΙΜΜΑΤΩΝ
- ΜΕΙΩΣΗ ΤΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ
- ΜΑΖΙΚΕΣ ΑΠΟΛΥΣΕΙΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ
- ΕΛΑΧΙΣΤΟΠΟΙΕΙΤΑΙ Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ
- ΈΛΛΕΙΨΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ
- ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΡΕΟΣ

## **2.4 Οικονομική Κρίση και Τουρισμός**

Έχει διαπιστωθεί ότι η οικονομική κρίση επηρεάζει σημαντικότερα των κλάδο του τουρισμού. Η διεθνής χρηματοπιστωτική κρίση και οι επιπτώσεις της στην πραγματική οικονομία δεν αφήνουν ανεπηρέαστο αυτόν τον νευραλγικό κλάδο. Οι προβλέψεις για την πορεία των οικονομιών στις κυριότερες αγορές του τουριστικού προϊόντος είναι δυσσώωνες<sup>53</sup>. Οι πέντε χώρες που τροφοδοτούν την παγκόσμια τουριστική αγορά με πάνω από το 50% των τουριστών (κατά σειρά: Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, ΗΠΑ, Ιταλία, Γαλλία) εμφανίζουν αρνητικούς ρυθμούς ανάπτυξης ενώ η όποια ανάκαμψη μπορεί να προέλθει είναι αναιμική. Σε συνδυασμό με την

---

<sup>52</sup> [http://www.helexpo.gr/HelexpoPortal/inst/helexpo/gallery/Root/Pdf/Tourism\\_Conference/%CE%9D%CE%AF%CE%BA%CE%BF%CF%82%20%CE%95.%20%CE%A3%CE%BA%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%AC%CF%82.pdf](http://www.helexpo.gr/HelexpoPortal/inst/helexpo/gallery/Root/Pdf/Tourism_Conference/%CE%9D%CE%AF%CE%BA%CE%BF%CF%82%20%CE%95.%20%CE%A3%CE%BA%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%AC%CF%82.pdf)

<sup>53</sup> <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=186622>

υποτίμηση της βρετανικής στερλίνας και του αμερικανικού δολαρίου τα χρόνια 2007-09, τα νέα δεν είναι σίγουρα ευχάριστα. Στην περίπτωση αυτή ο αριθμός των ξένων τουριστών αυξάνεται κάθε χρόνο, αλλά οι δαπάνες των τουριστών δεν αυξάνονται με τον ίδιο ρυθμό.

Ο καταναλωτής είναι πλέον πεισμένος και όλο και πιο απαισιόδοξος για το μέλλον του. Οι δείκτες καταναλωτικής εμπιστοσύνης σε ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο και ευρωζώνη έχουν βυθιστεί σε ιστορικά χαμηλά. Επιπλέον, η δανειακή επιβάρυνση των νοικοκυριών στις χώρες προέλευσης των τουριστών εμφανίζεται πολύ υψηλή.

Κάτω από αυτές τις συνθήκες είναι αναπόφευκτο να μειωθούν οι ταξιδιωτικές/τουριστικές δαπάνες, που θεωρούνται για τους περισσότερους αγαθό πολυτελείας. Στην σημερινή συγκυρία της παγκόσμιας κρίσης, το πρόβλημα εντοπίζεται και στη μείωση του αριθμού των διακινούμενων τουριστών και στη μείωση της τουριστικής δαπάνης. Συνεπώς, η σχετική συζήτηση για τους τρόπους με τους οποίους θα αυξηθεί ο ποιοτικός τουρισμός και θα διευρυνθεί η τουριστική περίοδος αποκτά ιδιαίτερη σημασία.

Υπάρχει ένα μεγάλο ζήτημα που θα έπρεπε να αποκτήσει προτεραιότητα στην τουριστική πολιτική και βέβαια στην καθημερινή πρακτική των ασχολουμένων με τον τουρισμό στη χώρα μας, πέρα από την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών, που βελτιώνονται σταδιακά. Το ζήτημα αυτό αφορά τη διαφοροποίηση<sup>54</sup> του τουριστικού προϊόντος, ώστε να μην μπορεί να ομογενοποιηθεί και να συρρικνωθεί σε συγκεκριμένες πτυχές πχ μόνο στα ήθη κ έθιμα ενός λαού ή μόνο στα αξιοθέατα κλπ. Το σημαντικότερο κριτήριο επιλογής είναι κυρίως το κόστος (λόγω της κρίσης) με παρόμοια ποιότητα υπηρεσιών. Ο τουρίστας πλέον αναζητά, τους ποιοτικούς προορισμούς που προσφέρουν σιγουριά για επιτυχημένες διακοπές. Στόχος της τουριστικής αγοράς για την έξοδο του τουρισμού από το τέλμα θα πρέπει να είναι η διόρθωση πορείας για να παρουσιαστεί ένα ανανεωμένο ποιοτικό τουριστικό προϊόν. Η άμεση εφαρμογή λύσεων και νέων ιδεών είναι επιτακτική ανάγκη και χρειάζεται απόλυτος επαγγελματισμός στις υπηρεσίες που θα προσφερθούν και ο αυστηρός έλεγχος της εφαρμογής τους. Όλοι οι εργαζόμενοι στο τουρισμό χρειάζονται συνεχή ενημέρωση και επιμόρφωση. Αυτό αφορά όλους αυτούς που έρχονται σε

---

<sup>54</sup> <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=245129>

επαφή με τον τουρίστα, από τη στιγμή που κλείνει το πακέτο μέχρι την επιστροφή του στο τόπο του.

Η προσπάθεια διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή η ανάδειξη της μοναδικότητάς του σε κάθε τόπο προορισμού είναι απόλυτα αναγκαία. Η μοναδικότητα προκύπτει από την άρρηκτη σύνδεση του τουρισμού με τον τόπο και τον πολιτισμό του, δηλαδή με την τοπική μουσική, το τοπικό φαγητό, τα έθιμα, την τοπική θρησκευτική παράδοση, τη συμπεριφορά των κατοίκων κ.ά.

Στο ζήτημα αυτό υπάρχει τεράστια δυσκολία, γιατί απαιτεί μια εντελώς διαφορετική αντίληψη για τον τρόπο ζωής και την αναζήτηση της ποιότητας στην καθημερινότητά μας. Η προχειρότητα, η ευκολία, η ελάχιστη προσπάθεια, η αδιαφορία στην αναζήτηση του κέρδους κ.λπ. χαρακτηρίζουν συχνά όλες σχεδόν τις εκφράσεις ενός πολιτισμού όπως τη μουσική, το φαγητό, την αρχιτεκτονική, την πολεοδόμηση, την προστασία του τοπίου και γενικότερα του περιβάλλοντος.

## **2.5 Τουριστική Ανάπτυξη**

Η επίδραση της τουριστικής ανάπτυξης είναι πολύμορφη και δεν περιορίζεται μόνο σε έναν συγκεκριμένο τομέα. Πιο συγκεκριμένα μπορεί να επηρεάσει τον οικονομικό τομέα, τον κοινωνικό, καθώς και στο φυσικό περιβάλλον.

### **2.5.1 Σχεδιασμός και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης**

Τα τελευταία χρόνια αυξάνονται οι φορείς που επισημαίνουν τους λόγους να υπάρχει σχεδιασμός, προγραμματισμός και συγκροτημένη διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης. Η ανάγκη για σχεδιασμό και διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης προήλθε από<sup>55</sup> :

- Τη δυσάρεστη πείρα προηγούμενων αποτελεσμάτων της απρογραμμάτιστης τουριστικής ανάπτυξης.

---

<sup>55</sup> Χ. Κοκκώσης– Π. Τσάρτας, «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον», εκδόσεις Κριτική 2001.σελ 91-92

- Τη συστηματική μελέτη των επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης.
- Τη σημασία που απέκτησε η τουριστική ανάπτυξη για έναν μεγάλο αριθμό περιοχών του κόσμου.
- Τα νέα δεδομένα και χαρακτηριστικά στη ζήτηση τουριστών.
- Την αλλαγή της πολιτικής των tour operators σε θέματα σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη.
- Την επιστημονική ανάλυση της πορείας ανάπτυξης του τουρισμού.

### **2.5.2 Επιπτώσεις της απογραμμάτιστης τουριστικής ανάπτυξης**

Η ραγδαία αναπτυσσόμενη τουριστική δραστηριότητα προκάλεσε έντονο προβληματισμό και σημαντικές δυσκολίες διαχείρισης αυτού του τομέα. Η επέκταση στο χώρο ως κύριο χαρακτηριστικό της τουριστικής ανάπτυξης, ανέδειξε τα πρώτα προβλήματα στην περιβαλλοντική, χωροταξική και πολεοδομική διαχείριση αυτού του νέου τύπου ανάπτυξης. Ο μεγάλος αριθμός τουριστών σε συνδυασμό με την εποχικότητα οδήγησαν σε έντονες πιέσεις στις παραγωγικές και κοινωνικές λειτουργίες των περιοχών που αναπτύσσονταν τουριστικά. Το αποτέλεσμα ήταν ότι, παρά την οικονομική ανάπτυξη, υπήρξε υποβάθμιση της ποιότητας ζωής και του περιβάλλοντος. Έτσι, έγινε κατανοητό ότι απαιτείται ένας ειδικός σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης<sup>56</sup>.

### **2.5.3 Η συστηματική μελέτη των επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης**

Το ζήτημα των επιπτώσεων αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα στις αναλύσεις και στις έρευνες πολλών επιστημόνων (κοινωνιολόγοι, περιβαλλοντολόγοι, οικονομολόγοι), οι οποίοι διερεύνησαν πολλές και διαφορετικές περιοχές του κόσμου. Το γεγονός αυτό ενίσχυσε την κριτική για τα πρότυπα εκείνα που θεωρούνται ότι προκαλούν αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία, το περιβάλλον, στον πολιτισμό και στην οικονομία. Κοινό χαρακτηριστικό σε αυτές

---

<sup>56</sup> Χ. Κοκκώσης– Π. Τσάρτας, «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον», εκδόσεις Κριτική 2001.σελ 91-94



τις μελέτες αποτέλεσε η προβολή και η προώθηση του προγραμματισμού και της διαχείρισης ως καθοριστικών παραγόντων της τουριστικής ανάπτυξης. Από αυτές τις έρευνες προκύπτει η ανάγκη να υπάρξουν πρότυπα που να στηρίζονται στο σεβασμό της οποιασδήποτε τοπικής ιδιαιτερότητας, όπως επίσης και σωστά σχεδιασμένη και ισόρροπη σχέση ανάμεσα στο περιβάλλον, την κοινωνία, τον πολιτισμό και την οικονομία. Ως τέτοιο πρότυπο αναδείχτηκε το πρότυπο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

#### **2.5.4 Η ιδιαίτερη σημασία της τουριστικής ανάπτυξης διεθνώς**

Ο τουρισμός ως δραστηριότητα<sup>56</sup> περιορίστηκε, για μια χρονική περίοδο, σε συγκεκριμένο αριθμό περιοχών του κόσμου. Κατά τα τέλη της δεκαετίας του '70, όμως, υπήρξε ραγδαία γεωγραφική εξάπλωση της ανάπτυξης του τουρισμού σε πολλές περιοχές του κόσμου. Η εξέλιξη αυτή είχε ως αποτέλεσμα την ανάδειξη του τουρισμού σε κύριο πόλο ανάπτυξης μιας μεγάλης ομάδας αναπτυσσόμενων χωρών του κόσμου. Επίσης ως αποτέλεσμα μπορεί να καταγραφεί η συνειδητοποίηση της ανάγκης για εξειδίκευση των σχεδίων ανάπτυξης, έτσι ώστε να ανταποκρίνονται στα χαρακτηριστικά των διάφορων περιοχών. Ακολούθως ως αποτέλεσμα προέκυψε η ανάδειξη της τοπικής συμμετοχής, μέσω οργανώσεων, φορέων, θεσμών, σε βασική παράμετρο στη σχεδίαση της τουριστικής ανάπτυξης. Τέλος, ένα άλλο αποτέλεσμα ήταν η εμπλοκή στις διαδικασίες της τουριστικής ανάπτυξης διεθνών φορέων και οργανισμών που συνέβαλαν αποφασιστικά στην προώθηση της αντίληψης ότι ο σχεδιασμός και η διαχείριση αποτελούν καθοριστικές παραμέτρους ενός πετυχημένου προγράμματος ανάπτυξης του τουρισμού σε τοπικό επίπεδο.

#### **2.5.5 Η αλλαγή της πολιτικής των tour operators σε θέματα σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη**

Από τη δεκαετία του '80<sup>56</sup> και έπειτα παρατηρείται αλλαγή σε ορισμένες από τις επιλογές των tour operators που σχετίζονται με την ανάπτυξη του τουρισμού. Τα πρότυπα ανάπτυξης που προκαλούν κυρίως προβλήματα σε τοπικό επίπεδο δεν σημαίνει ότι σταματούν να ενισχύονται. Υπήρξε η επιδίωξη μέσα από ειδικές πολιτικές, όπως είναι η εκπαίδευση του προσωπικού, το μάρκετινγκ, ο σχεδιασμός ειδικών προϊόντων και υπηρεσιών, για περαιτέρω συμβολή στη

συγκρότηση ενός μοντέλου ανάπτυξης περισσότερο συμβατού σε σχέση με τις τοπικές ιδιαιτερότητες και φιλικού προς το περιβάλλον. Οι tour operators προχώρησαν σε αυτή την αλλαγή λαμβάνοντας υπόψη την γενικότερη τάση για ισόρροπα πρότυπα ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο και τις αλλαγές στη ζήτηση των τουριστών, οι οποίοι επιλέγουν προορισμούς με κριτήριο την ποιότητα. Η αλλαγή αυτή σηματοδοτεί την ενίσχυση στο μέλλον των τάσεων για πρότυπα ανάπτυξης όπου ο σχεδιασμός και η διαχείριση θα παίζουν πρωτεύοντα ρόλο.

### **2.5.6 Επιστημονική ανάλυση της πορείας ανάπτυξης του τουρισμού**

Ιδιαίτερα την τελευταία δεκαετία<sup>56</sup> υπήρξε ενίσχυση στο ρόλο των επιστημόνων που ασχολούνται με τον τουρισμό με τη συμμετοχή τους σε τομείς, όπως ο σχεδιασμός της τουριστικής πολιτικής, η τουριστική εκπαίδευση, η έρευνα και ανάλυση του τουριστικού φαινομένου, η παραγωγή και προβολή των τουριστικών προϊόντων. Υπήρξε συμβολή στην εξέλιξη, την αύξηση και τη βελτίωση της ποιότητας καθώς και στην εξειδίκευση των αναλύσεων, οι οποίες επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους στην πορεία ανάπτυξης του τουρισμού σε διάφορες περιοχές του κόσμου. Το γεγονός αυτό έχει οδηγήσει στη διατύπωση πολλών προτάσεων σχετικών με το σχεδιασμό και την διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης, οι οποίες καταγράφουν τον προβληματισμό για την μελλοντική πορεία της τουριστικής ανάπτυξης.

### **2.5.7 Σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης**

Ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης περνάει μέσα από τρεις βασικούς άξονες όπως είναι :

- α) τα βασικά στοιχεία που συγκροτούν τις διαδικασίες σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης,
- β) τις διαδοχικές φάσεις του σχεδιασμού της ανάπτυξης του τουρισμού και γ) τα διαφορετικά πεδία του σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης.

#### **Βασικά στοιχεία του σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης**

Είναι στοιχεία τα οποία είναι μοναδικά για κάθε περιοχή και αποτελούν τη βάση πάνω στην οποία θα στηριχθούν οι διαδικασίες σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης. Το γεγονός ότι δεν

τα συναντάμε σε όλες τις περιοχές είναι κάτι που δυσκολεύει τις διαδικασίες του σχεδιασμού. Τα στοιχεία αυτά είναι<sup>57</sup>:

- **Οι τουριστικοί πόροι του τύπου προορισμού.** Η καταγραφή η ταξινόμηση και η αξιολόγηση των πόρων είναι το σημαντικό πρώτο βήμα του σχεδιασμού. Οι εκτιμήσεις για τις επενδύσεις μέσω των οποίων θα υπάρξει η εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων είναι εξίσου σημαντικές.
- **Τουριστικές εγκαταστάσεις, υποδομές και αγαθά-υπηρεσίες της τουριστικής περιοχής.** Οι οργανισμοί οι επιχειρήσεις και οι φορείς που αποτελούν τον τουριστικό τομέα (ξενοδοχεία, καταλύματα, χώροι εστίασης και αναψυχής τουριστικά γραφεία), οι οποίες μπορεί να ανήκουν στο δημόσιο ή στον ιδιωτικό τομέα.
- **Ευρύτερες υποδομές και υπηρεσίες της περιοχής.** Το οδικό και τηλεπικοινωνιακό δίκτυο καθώς και οι υπηρεσίες διαδικτύου της περιοχής είναι εξαιρετικά σημαντικές. Επίσης οι υποδομές και υπηρεσίες σε θέματα υγείας, πρόνοιας και εμπορίου είναι αντικείμενα μελέτης και έρευνας των αρμοδίων φορέων. Πρόκειται για υποδομές με ιδιαίτερη σημασία για την δημιουργία ενός πετυχημένου προγράμματος μάρκετινγκ της περιοχής.
- **Υποδομές και υπηρεσίες σε εθνικό επίπεδο.** Πρόκειται για υποδομές και υπηρεσίες σε εθνικό επίπεδο οι οποίες συγκροτούν τον τουριστικό τομέα της χώρας.
- **Σχέδιο μάρκετινγκ.** Το εξειδικευμένο σχέδιο Μάρκετινγκ καθώς και τα προγράμματα και σχέδια προβολής των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών της περιοχής καταγράφονται.
- **Θεσμικό πλαίσιο τουριστικής ανάπτυξης.** Το θεσμικό πλαίσιο που περιλαμβάνει και προστατεύει τα θέματα που αφορούν στην τουριστική ανάπτυξη, όπως είναι οι επενδύσεις, η περιβαλλοντική πολιτική, η εκπαίδευση καθώς και οι φορείς και οργανισμοί που εμπλέκονται στις διαδικασίες σχεδίασης της τουριστικής ανάπτυξης.
- **Έρευνες αγοράς και μελέτες σχετικές με την ζήτηση για την περιοχή.** Αναφέρονται εδώ διάφορες μελέτες και έρευνες που εμπεριέχουν τη σύνθεση της ζήτησης και τα προβλήματα

---

<sup>57</sup> Χ. Κοκκόσης– Π. Τσάρτας, «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον», εκδόσεις Κριτική 2001.σελ 97-102

της προσφοράς που αφορούν στην εκάστοτε τουριστική περιοχή καθώς επίσης και οι μελλοντικές τάσεις.

- **Ανθρώπινοι πόροι.** Σύνθεση των ανθρώπινων πόρων και των χαρακτηριστικών τους που συνδέονται με την τουριστική ανάπτυξη, όπως είναι η εκπαίδευση και η επαγγελματική κατάρτιση στον τουρισμό.

### **Διαδικασίες σχεδιασμού τουριστικής ανάπτυξης.**

Οι κύριες διαδικασίες που ακολουθούνται για τον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης είναι<sup>57</sup>:

- Η Έρευνα και συνθετική καταγραφή των βασικών παραμέτρων της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής.
- Ο Προσδιορισμός των βασικών σκοπών του σχεδίου της τουριστικής ανάπτυξης.
- Η Επιλογή του βασικού πλαισίου του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης.
- Η σωστή διαμόρφωση των βασικών συνισταμένων της πολιτικής του τουρισμού στο σχέδιο ανάπτυξης.
- Οι σχετικές μέθοδοι και πολιτικές εφαρμογής του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης.

Πιο συγκεκριμένα στην πρώτη διαδικασία πραγματοποιούνται η έρευνα και η καταγραφή όλων των στοιχείων που αποτελούν το επίπεδο της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής, με στόχο τον προσδιορισμό των πλεονεκτημάτων της. Επίσης γίνεται η αξιολόγηση των παρεμβάσεων που θα πρέπει να πραγματοποιηθούν για να καλυφθούν βασικές ανάγκες σε έργα και υποδομές. Η δεύτερη διαδικασία του σχεδιασμού εξετάζει και προσπαθεί να προσδιορίσει ποιοι είναι αρχικά οι βασικοί σκοποί του σχεδίου που σχετίζονται με διαφορετικά πεδία της κοινωνίας και της οικονομίας. Τέτοιοι σκοποί είναι η ανάπτυξη του οικονομικού οφέλους από τον τουρισμό, η βελτίωση της ποιότητας του βιοτικού επιπέδου, η ένταξη της τουριστικής ανάπτυξης στη γενικότερη ανάπτυξη της περιοχής, η προστασία του περιβάλλοντος, η ανάπτυξη ειδικών τουριστικών υποδομών. Στην τρίτη κατά σειρά διαδικασία έχουμε την επιλογή ενός βασικού πλαισίου του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης το οποίο βασίζεται στα εναλλακτικά σχέδια

ανάπτυξης και τα διαφορετικά πρότυπα ανάπτυξης του τουρισμού. Σημαντικοί παράγοντες της επιλογής αυτής είναι τα χαρακτηριστικά της περιοχής, η δυνατότητα του σχεδίου να συμβάλει στη γενικότερη ανάπτυξη, ο σεβασμός των τοπικών ιδιαιτεροτήτων καθώς επίσης και η δυνατότητα του σχεδίου να συμβάλει προς τους σκοπούς που έχουν τεθεί. Εν συνεχεία Στην τέταρτη διαδικασία έχουμε τη διαμόρφωση των πολιτικών του τουρισμού που συνιστώνται για να πραγματοποιηθεί το σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης. Οι πολιτικές είναι οι εξής<sup>57</sup>:

- i. Οι στρατηγικές που περιγράφουν τους τρόπους επίτευξης των βασικών σκοπών και στόχων του σχεδίου π.χ. χρηματοδότηση από το κράτος.
- ii. Τα προγράμματα που αφορούν διαφορετικές παραμέτρους της τουριστικής ανάπτυξης π.χ. προγράμματα εκπαίδευσης, προστασία περιβάλλοντος.
- iii. Οι ειδικές μελέτες που σχετίζονται με ζητήματα τα οποία συμβάλλουν στη μακροπρόθεσμη σταθερότητα της ανάπτυξης π.χ. μελέτη για την ανάπτυξη βιώσιμου τουρισμού, μελέτη για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Στην πέμπτη και τελευταία διαδικασία πραγματοποιείται η καταγραφή των μεθόδων και των πολιτικών αυτών για τη διαμόρφωση του σχεδίου ανάπτυξης. Τέτοιες μέθοδοι και πολιτικές είναι:

- i. Η ίδρυση ενός ειδικού φορέα που θα ελέγχει και θα τηρεί τη σωστή εφαρμογή των πολιτικών και θα μεριμνά για την χρηματοδότηση του σχεδίου.
- ii. Η εκτίμηση των στόχων (ποιοτική και ποσοτική) που υλοποιήθηκαν από τοπικούς φορείς, οι οποίοι είναι αρμόδιοι για τον έλεγχο. Η εκτίμηση αυτή γίνεται σταδιακά σε όλη την περίοδο εφαρμογής του σχεδίου ανάπτυξης.
- iii. Η κατάρτιση ενός προγράμματος που θα έχει ως στόχο την εφαρμογή και τη διαχείριση του σχεδίου ανάπτυξης. Η επιτυχία εξαρτάται από το βαθμό αποδοχής των συμμετεχόντων σε αυτή την ανάπτυξη (κράτος, επιχειρηματίες, κάτοικοι).
- iv. Η προώθηση θεσμικών ρυθμίσεων σε ζητήματα που σχετίζονται με την εφαρμογή του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης, όπως ζώνες τουριστικής ανάπτυξης, χωροταξικές και πολεοδομικές ρυθμίσεις στις τουριστικές περιοχές, νομοθεσία επενδύσεων.

- v. Ειδικά προγράμματα προβολής και προώθησης της τουριστικής περιοχής που συνδέονται με τις διαδικασίες διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης.

### **Επίπεδα σχεδιασμού τουριστικής ανάπτυξης**

Ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης λόγω του ότι υλοποιείται σε διαφορετικά επίπεδα ώστε να έχει μια ολοκληρωμένη μορφή, αντιμετωπίζει προβλήματα. Οι σημαντικότεροι παράγοντες οι οποίοι καθορίζουν τα επίπεδα του σχεδιασμού είναι η γεωγραφική διαίρεση, η διοικητική διαίρεση των κρατών, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της εκάστοτε τουριστικής περιοχής. Πιο συγκεκριμένα τα επίπεδα είναι τα εξής: α) το διεθνές επίπεδο όπου δύο ή περισσότερες χώρες που έχουν παρόμοιους τουριστικούς πόρους σχεδιάζουν από κοινού την ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών, β) το εθνικό επίπεδο όπου καθορίζονται οι κυριότερες τουριστικές περιοχές προς ανάπτυξη, οι τύποι του τουρισμού που θα πρέπει να ενισχυθούν, το είδος των επενδυτικών κινήτρων που προσφέρεται και οι κυριότερες διεθνείς αγορές στις οποίες απευθύνεται το μάρκετινγκ, γ) το τοπικό επίπεδο το οποίο περιλαμβάνει μια ομάδα τουριστικών περιοχών που χαρακτηρίζονται από σημαντικές διαφορές σχετικά με την έκτασή τους, κοινό χαρακτηριστικό τους όμως είναι ότι η διαχείριση των πόρων τους θεωρείται ότι απαιτεί ειδικό σχεδιασμό. Επίσης δίνεται έμφαση στην ανάδειξη των ιδιαιτεροτήτων των πόρων των περιοχών αυτών και παρουσιάζεται η ανάγκη ύπαρξης ενός ειδικού θεσμικού πλαισίου για τη διαχείριση και την προστασία τους. και δ) το περιφερειακό επίπεδο έχει διάφορους στόχους, όπως είναι η ανάδειξη και προβολή των τουριστικών πόρων της περιοχής, η επισήμανση των περιοχών που παρουσιάζουν συγκριτικά αποτελέσματα, η προώθηση των παρεμβάσεων με στόχο την προστασία του περιβάλλοντος και η προβολή της διάστασης της τουριστικής ανάπτυξης ως μοχλού ικανού να συμβάλλει στην περιφερειακή οργάνωση της χώρας.<sup>57</sup>

### **2.5.8 Διαχείριση τουριστικής ανάπτυξης**

Η διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης προέρχεται από τη μελέτη των παραγόντων που συμβάλλουν και από τους τρόπους διαχείρισης του προϊόντος στην τουριστική περιοχή.

### **1) Παράγοντες που συμβάλλουν στη διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης**

Η ομαλή εφαρμογή αυτών των παραγόντων έχει ως αποτέλεσμα την καθοριστική συμβολή τους στην ισορροπημένη διαχείριση της ανάπτυξης. Η ομαλή αυτή εφαρμογή συνεπάγεται την ορθή ανάπτυξη του τουρισμού<sup>58</sup>.

### **2) Η διαχείριση σε σχέση με τον σχεδιασμό**

Ο σχεδιασμός και η διαχείριση<sup>59</sup> παρότι θεωρούνται δυο διαφορετικές διαδικασίες όσον αφορά στον προγραμματισμό και την οργάνωση της τουριστικής ανάπτυξης, σε κάποιες περιπτώσεις ο σχεδιασμός καταγράφεται ως τμήμα της διαχείρισης, ενώ σε άλλες αποτελεί απλώς τη φάση που προηγείται της διαχείρισης. Η ανάγκη συσχέτισης του σχεδιασμού και της διαχείρισης έχει δημιουργήσει ένα θεσμικό πλαίσιο για να συνδεθούν οι διαφορετικές προσεγγίσεις των δυο διαδικασιών.

Η συσχέτιση αυτή έχει να κάνει με ζητήματα όπως :

- i. Τη συγκρότηση ενός κατάλληλου μηχανισμού που να μπορεί να σχεδιάζει και να προγραμματίζει ειδικά θέματα.
- ii. Τη δυνατότητα αναθεώρησης σκοπών και στόχων που έχουν τεθεί στον αρχικό σχεδιασμό και δεν μπορούν να πραγματοποιηθούν.
- iii. Την αναθεώρηση προτεραιοτήτων του σχεδιασμού λόγω δυσκολιών οι οποίες προκύπτουν στις διαδικασίες διαχείρισης.

### **3) Ειδικό θεσμικό πλαίσιο για τη διαχείριση**

Ένα συγκροτημένο θεσμικό πλαίσιο που θα παρέχει το απαραίτητο οργανωτικό σχήμα για την παρακολούθηση και τον έλεγχο της διαχείρισης και θα επιτρέπει τη θέσπιση των απαραίτητων νομικών ρυθμίσεων που θα συμβάλλουν στην προώθηση του έργου της διαχείρισης, είναι το

---

<sup>58</sup> Inskoop E, 1991, σ. 47-456, WTO, 1994, σ.81-241

<sup>59</sup> Χ. Κοκκώσης- Π. Τσάρτας, «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον», εκδόσεις Κριτική 2001.σελ 104-105

κλειδί για την επιτυχημένη διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης. Για την παρακολούθηση και τον έλεγχο της διαχείρισης καθοριστική είναι η δημιουργία ενός φορέα-οργανισμού που θα λειτουργεί ανεξάρτητα ή στα πλαίσια του μηχανισμού διοίκησης της περιοχής που αναπτύσσεται. Όσον αφορά το δεύτερο ζήτημα, καταγράφεται μια τάση ενίσχυσης του θεσμικού πλαισίου που σχετίζεται με τα ζητήματα διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης.

#### **4) Ο προγραμματισμός**

Δημιουργείται η ανάγκη κατάρτισης ενός βραχυπρόθεσμου και μεσοπρόθεσμου προγράμματος που θα αποτελεί το σταθερό πλαίσιο αναφοράς της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης στην περιοχή. Οι βασικές αρχές και οι στόχοι του σχεδιασμού θα πρέπει να διασφαλίζονται από το πρόγραμμα ενώ συνάμα θα πρέπει να είναι ευέλικτο στις ανάγκες που προκύπτουν από τις διαδικασίες διαχείρισης. Η ευελιξία αυτή συνίσταται στη δυνατότητα να δίνονται λύσεις σε σημαντικά προβλήματα με συγκεκριμένες ενέργειες όπως για παράδειγμα ανάθεση μελέτης, διενέργεια έρευνας, θέσπιση νέων κανόνων.

#### **5) Διαχείριση του προϊόντος τουριστικής περιοχής**

Η σωστή διαχείριση της τουριστικής περιοχής που είναι το κύριο προϊόν της τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί τον βασικό πυλώνα που στηρίζει την ανάπτυξη. Τα κυριότερα πεδία διαχείρισης της τουριστικής περιοχής είναι τα εξής :

#### **2.5.9 Οικονομικές επιπτώσεις τουριστικής ανάπτυξης**

Κύρια πηγή εσόδων για την οικονομία ενός κράτους καθώς και για την παγκόσμια οικονομία είναι η τουριστική βιομηχανία. Οι επιδράσεις από την τουριστική δραστηριότητα είναι και θετικές και αρνητικές όσο και αν φαίνεται οξύμωρο. Οι θετικές οικονομικές επιδράσεις που μπορεί να αποφέρει ο τουρισμός σε μια οικονομία είναι η δημιουργία νέων επιχειρήσεων, επενδύσεων, υποδομών και έργων ανάπτυξης . Επίσης το άνοιγμα νέων θέσεων εργασίας, νέων αγορών και προϊόντων όπως και η αύξηση του εισοδήματος και του συναλλάγματος μιας χώρας



είναι μερικές άλλες από τις θετικές επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία. Σε κάθε περιοχή όπου αναπτύσσεται τουριστικά, τα οφέλη που προκύπτουν είναι διαφορετικά.

Οι αρνητικές επιπτώσεις τώρα που προκύπτουν σε μια οικονομία από την δραστηριότητα του τουρισμού ιδιαίτερα όταν αυτός εμφανίζεται απότομα και αναπτύσσεται ραγδαία είναι η αύξηση του πληθωρισμού και η αύξηση του κόστους ζωής σε εθνικό επίπεδο. Επίσης η εμφάνιση του φαινομένου της μονοκαλλιέργειας για την κάλυψη των εξειδικευμένων αναγκών των τουριστών μιας περιοχής είναι και ένα άλλο ζήτημα το οποίο μπορεί να προκαλέσει με την σειρά του διάφορα προβλήματα στους κατοίκους όπως είναι η ανεργία και μείωση του εισοδήματος των κατοίκων της περιοχής και ο οικονομικός μαρασμός σε περιόδους μειωμένης άφιξης τουριστών.

### **2.5.10 Κοινωνικές επιπτώσεις τουριστικής ανάπτυξης**

Το κοινωνικό σύστημα μιας χώρας είναι ένας τομέας που δέχεται επίσης την επίδραση της τουριστικής ανάπτυξης είτε θετικά είτε αρνητικά. Οι ωφέλειες του τουρισμού στον κοινωνικό τομέα είναι εξαιρετικά σημαντικές και σε αυτές συγκαταλέγονται η μείωση της ανεργίας, η ανάπτυξη έργων υποδομής (δρόμοι, λιμάνια, αεροδρόμια), η βελτίωση των υπηρεσιών (τράπεζες, μεταφορές) καθώς επίσης και αύξηση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της περιοχής. Επομένως, πολλές και σημαντικές είναι οι θετικές επιδράσεις σε μια περιοχή που μπορεί να έχει ο τουρισμός στην κοινωνία (εγκαταστάσεις υγείας και ευημερίας), στον πολιτισμό (αποκατάσταση και ανάδειξη πολιτιστικών στοιχείων) και στην αισθητική (διατήρηση της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής). Στον αντίποδα, η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να επιφέρει και αρνητικές επιδράσεις στο κοινωνικό περιβάλλον μια περιοχής, αφού μπορεί να επηρεάσει<sup>60</sup>:

1. **την δομή της κοινωνίας:** καθώς οι παραγωγικές σχέσεις μεταβάλλονται ενώ παρατηρούνται φαινόμενα έντονης αστικοποίησης, κυρίως στην περίπτωση του μαζικού τουρισμού.

---

<sup>60</sup> <http://www.ncu.org.cy/MSc/projects/tourism/tourismoskaifisi.html>

2. **την εργασία και την απασχόληση:** Ο πληθυσμός της χώρας αφήνει παραδοσιακά επαγγέλματα και στρέφεται σε επαγγέλματα που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό.
3. **τον κοινωνικό ιστό:** τα ήθη και τα έθιμα των τοπικών πληθυσμών επηρεάζονται από τη συμπεριφορά των τουριστών, ενώ αλλάζουν ή ατονούν οι σχέσεις μεταξύ των κατοίκων.
4. **τις παραδόσεις και τον τοπικό πληθυσμό:** οι κάτοικοι απομακρύνονται από τις παραδόσεις του τόπου τους ή οδηγούνται στην εμπορευματοποίηση, με σκοπό το οικονομικό όφελος, καθώς ο νέος τρόπος ζωής τους στηρίζεται στον καταναλωτισμό και την παγκοσμιοποίηση.
5. **το οικιστικό δομημένο περιβάλλον:** ιδιαίτερα στον μαζικό τουρισμό ο μεγάλος αριθμός των τουριστών απαιτεί να κατασκευαστούν νέοι χώροι διαμονής, διασκέδασης και άλλες υποδομές όπως δρόμοι, λιμάνια, αεροδρόμια κλπ.

### **2.5.11 Διαχείριση των οικονομικών και κοινωνικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης**

Η παρουσία τουριστών στην περιοχή ενδέχεται να δημιουργήσει κάποια προβλήματα. Σημαντικά μέτρα που μπορούν να συμβάλλουν προς αυτή την κατεύθυνση είναι<sup>59,61</sup> :

- i. Έρευνα στους μόνιμους κάτοικους και τους τουρίστες για τυχόν προβλήματα που δημιουργούνται στις τουριστικές περιοχές.
- ii. Διασπορά της τουριστικής ανάπτυξης στο χώρο και το χρόνο, ώστε να μειωθούν οι εντάσεις και οι πιέσεις από τη μαζικότητα του τουρισμού.
- iii. Διαφήμιση και προώθηση δραστηριοτήτων (παραδοσιακές κοινωνικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις) και δημιουργία υποδομών που συμβάλλουν στην καλύτερη επικοινωνία.
- iv. Οργάνωση και έλεγχος των τουριστικών δραστηριοτήτων στην τουριστική περίοδο.

Προώθηση του κώδικα δικαιωμάτων και υποχρεώσεων για τους τουρίστες και τους ντόπιους.

---

<sup>61</sup> WTO, 1994, σ. 29-38 WTO, 1993, σ. 111-120, BOISSEVAIN J, 1996

### 2.5.12 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις τουριστικής ανάπτυξης

Οι πολυποίκιλες τουριστικές δραστηριότητες, επιδρούν σε πολύ μεγάλο βαθμό στο φυσικό περιβάλλον, έτσι όταν αυτό υποβαθμίζεται έχουμε επιδράσεις αρνητικές για το τουριστικό προϊόν. Αυτό οφείλεται στην μορφή του μαζικού – βιομηχανοποιημένου που έχει πάρει ο τουρισμός τι τελευταίες δεκαετίες. Οι αρνητικές τουριστικές επιδράσεις στο φυσικό περιβάλλον εμφανίζονται όταν ο τουρισμός ξεπερνά τις αντοχές του φυσικού περιβάλλοντος και η τουριστική ανάπτυξη ξεπεράσει τα όρια αντοχής του τόπου. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση της τουριστικής ανάπτυξης, την υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και του φυσικού περιβάλλοντος. Από την άλλη πλευρά όμως υπάρχουν παραδείγματα όπου η τουριστική ανάπτυξη ωφέλησε το φυσικό περιβάλλον, προστατεύοντας το, για λόγους διατήρησης ή βελτίωσης της ελκυστικότητας του τουριστικού προϊόντος. Πιο συγκεκριμένα έχουμε σημαντικότερες επιπτώσεις σε τρία στοιχεία του φυσικού περιβάλλοντος όπως<sup>60</sup>:

- Στο έδαφος το οποίο δέχεται μεγάλες πιέσεις από την επέκταση της αστικής δομής, την παρέμβαση στο άθικτο φυσικό περιβάλλον για την κάλυψη των αναγκών σε μεταφορές, ηλεκτροδότηση, υδροδότηση και κέντρων αναψυχής και δραστηριοτήτων. Επίσης η γεωργία και η κτηνοτροφία επηρεάζονται σημαντικά.
- Το τουριστικό προϊόν βασίζεται κατά ένα πολύ μεγάλο ποσοστό στο νερό. Οι ανάγκες σε νερό αυξάνονται στις τουριστικές περιοχές, καθώς ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται κατά τους τουριστικούς μήνες. Το μέγεθος του καταλύματος και ο αριθμός των τουριστών παίζουν πολύ μεγάλο ρόλο στην ποσότητα του νερού που θα χρησιμοποιηθεί. Οι τουριστικές ανάγκες αφορούν την καθαριότητα των ατόμων και των χώρων, την πόση, το πότισμα των μεγάλων κήπων ή των γκολφ και των υπεραρίθμων πισινών και τις διάφορες δραστηριότητες.
- Υπάρχουν άμεσες (μεταφορές) και έμμεσες (κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας πχ σε εργοστάσια) επιδράσεις στη ατμόσφαιρα από τις τουριστικές δραστηριότητες. Πολύ σημαντική είναι η συμβολή του τουρισμού στην άνοδο των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα παγκοσμίως (5% περίπου από το οποίο το 75% λόγω μεταφορών και το 21% λόγω καταλυμάτων). Επίσης η αύξηση της θερμοκρασίας του πλανήτη οφείλει ένα ποσοστό από 5%-14% στην τουριστική δραστηριότητα.

### **2.5.13 Διαχείριση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων**

Η σωστή διαχείριση και διατήρηση σε ένα αξιόλογο επίπεδο των τουριστικών περιοχών συμβάλλει καθοριστικά στην προστασία του περιβάλλοντος. Μέτρα που μπορούν να συμβάλλουν προς αυτή την κατεύθυνση είναι<sup>59</sup>:

- 1) Κατασκευή έργων που θα βοηθήσουν στην περιβαλλοντική τόνωση και αναβάθμιση της περιοχής.
- 2) Μελέτη χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού με βασικό άξονα την προστασία της περιβαλλοντικής και πολιτιστικής κληρονομιάς.
- 3) Καθιέρωση προτύπων και κανόνων σχετικών με την τουριστική ανάπτυξη, με στόχο τη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων στην κοινωνία και το περιβάλλον.
- 4) Θέσπιση προγράμματος προστασίας του τοπικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, με τη συμμετοχή των μόνιμων κατοίκων, των τουριστών, του κράτους και των τουριστικών επιχειρήσεων.

## **2ο ΜΕΡΟΣ: Ερευνητικό**

## Κεφάλαιο 3: Αργεντινή

### 3.1 Γενικά στοιχεία

Η Δημοκρατία της Αργεντινής, ή συνηθέστερα Αργεντινή, είναι μια ισπανόφωνη χώρα στο νότιο τμήμα της Λατινικής Αμερικής, μεταξύ των Άνδεων και του νότιου Ατλαντικού Ωκεανού. Είναι η δεύτερη μεγαλύτερη σε έκταση χώρα της Λατινικής Αμερικής μετά τη Βραζιλία. Σε σχέση με την Ελλάδα, η έκτασή της είναι 21 φορές μεγαλύτερη. Η πυκνότητα του πληθυσμού της είναι 12,5 κάτοικοι ανά τ. χλμ. Πρωτεύουσά της είναι το Buenos Aires. Συνορεύει νότια και δυτικά με τη Χιλή, βόρεια με τη Βολιβία και την Παραγουάη (φυσικό σύνορο αποτελούν οι ποταμοί Πιλκομάγιο, Παραγουάη και Παρανά), και ανατολικά με τη Βραζιλία (με φυσικό σύνορο τους ποταμούς Rio Uruguay, Iguacu, San Antonio και Pepiri Guazu) και την Ουρουγουάη (με φυσικό σύνορο τους ποταμούς Ουρουγουάη και τις εκβολές του Rio del Plata). Ανατολικά βρέχεται από τον Ατλαντικό ωκεανό. Το μέγιστο μήκος της, στον άξονα Βορρά - Νότου, είναι 3.900 χιλιόμετρα περίπου και το μέγιστο πλάτος της, στον άξονα Ανατολής - Δύσης, είναι λίγο λιγότερο από 1.500 χιλιόμετρα. Πήρε την ονομασία της από το << argentum >> (άργυρος), ένα πολύτιμο μέταλλο το οποίο βρίσκεται στο ανατολικό τμήμα της χώρας και είναι ένα από τα μεγαλύτερα λιμάνια του Ατλαντικού Ωκεανού. Άλλες σημαντικές πόλεις είναι οι Santa Fe και Rosario στο κεντρικό τμήμα της χώρας, Tucuman στο βόρειο και Rio Grande στο νότιο. Η Αργεντινή διεκδικεί μερικά νησιά του Νότιου Ατλαντικού, ανάμεσα στα οποία περιλαμβάνονται και τα νησιά Falkland (Las Malvinas), που ανήκουν στη Μεγάλη Βρετανία, όπως επίσης και τμήμα της Ανταρκτικής, έκτασης 1.247.803 τ. χλμ. Η πολιτική της ιστορία υπήρξε ιδιαίτερα ταραγμένη, με κύριο χαρακτηριστικό τις συνεχείς πραξικοπηματικές εκτροπές από το δημοκρατικό βίο και την εγκαθίδρυση δικτατορικών καθεστώτων.

## 3.2 Ιστορικά Στοιχεία

### Προκολομβιανή Περίοδος

Τα πρώιμα στοιχεία ανθρώπινης παρουσίας στην Αργεντινή έχουν βρεθεί στην Παταγονία (Piedra Museo, Santa Cruz) και χρονολογούνται από το 11.000 π.χ. (Santa Maria, Uarpes, Diagitas, Sanavirones). Η αυτοκρατορία των Ίνκας κατά την ηγεμονία του Pachacutec ξεκίνησε μία επεκτατική εκστρατεία το 1480, κατακτώντας τη σημερινή βορειοδυτική Αργεντινή και ενσωματώνοντάς την στην ευρύτερη περιοχή γνωστή με την ονομασία Collasuyu. Αντίστοιχα, οι αυτόχθονες Guarani ανέπτυξαν ένα πολιτισμό βασισμένο στη γεωργία και στην καλλιέργεια της γιούκας, της γλυκοπατάτας και του καλαμποκιού. Στις κεντρικές και νότιες περιοχές (Pampas και Patagonia) υπήρχαν νομαδικές φυλές που ενώθηκαν κατά τον 17ο αιώνα κάτω από την αρχηγία των Maruche.<sup>62</sup>

### Αποικιοκρατία

Οι πρώτοι Ευρωπαίοι εξερευνητές έφτασαν στην Αργεντινή το 1516 και η Ισπανία ίδρυσε μία αποικία στη θέση του σημερινού Μπουένος Άιρες το 1580. Το 1776 ιδρύθηκε η Αντιβασιλεία του Rio del Plata και η ευρύτερη περιοχή αποικήθηκε από Ισπανούς και τους μετέπειτα απογόνους τους, που προσδιορίζονταν με την ονομασία Criollos. Παράλληλα, υπήρχαν σημαντικοί πληθυσμοί αυτοχθόνων φυλών, καθώς και Αφρικανών σκλάβων. Τουλάχιστον το 1/3 των εποίκων της αποικιοκρατικής περιόδου ήταν συγκεντρωμένοι στο Μπουένος Άιρες και σε άλλες πόλεις, ενώ το υπόλοιπο κατοικούσε στις Pampas. Οι αυτόχθονες κάτοικοι βρίσκονταν σε όλη την υπόλοιπη χώρα. Οι Βρετανοί προσπάθησαν να κατακτήσουν το Buenos Aires δύο φορές το διάστημα 1806-07, αλλά συνάντησαν τη σθεναρή αντίσταση των Criollos και απέτυχαν.<sup>62</sup>

### Ανεξαρτησία

Στις 25 Μαΐου του 1810, μετά από επιβεβαίωση της φήμης για την ανατροπή του βασιλιά Φερδινάνδου του 7ου από το Ναπολέοντα, οι πολίτες του Buenos Aires ίδρυσαν την πρώτη

---

<sup>62</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_de\\_la\\_Argentina](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_Argentina)

τοπική κυβέρνηση, γνωστή ως Junta (Επανάσταση του Μάη). Από αυτή την επανάσταση δημιουργήθηκαν δύο κράτη: Οι Ηνωμένες Επαρχίες της Νότιας Αμερικής (1810) και η Liga Federal (*Ομοσπονδία*) (1815). Άλλες επαρχίες, ως αποτέλεσμα διαφορών μεταξύ αυτονομιστικών και συγκεντρωτικών ρευμάτων, καθυστέρησαν την είσοδό τους στην Ένωση. Η Παραγουάη αποχώρησε το 1811, κηρύσσοντας την ανεξαρτησία της. Οι εκστρατείες με ηγέτη το στρατηγό Jose de San Martin μεταξύ του 1814 και του 1817 ενίσχυσαν την ανεξαρτησία της Αργεντινής, και ο San Martin θεωρείται σήμερα ο εθνικός ήρωας της ανεξαρτησίας. Η στρατιά του διέσχισε το 1817 τις Άνδεις και νίκησε βασιλικές δυνάμεις στη Χιλή και το Περού, εξασφαλίζοντας την αυτοδιάθεση της χώρας. Η βουλή του Tucuman, που συνεδρίασε στις 9 Ιουλίου του 1816, διακήρυξε επίσημα την ανεξαρτησία από την Ισπανία. Η Liga Federal ηττήθηκε το 1820 από δυνάμεις των Ηνωμένων Επαρχιών της Νότιας Αμερικής και στρατιωτικές δυνάμεις της Πορτογαλίας, προερχόμενες από τη Βραζιλία, και ενσωματώθηκε τελικά στην Ένωση. Η Βολιβία κήρυξε την ανεξαρτησία της το 1825, ενώ η Ουρουγουάη δημιουργήθηκε το 1828 ως αποτέλεσμα της εκχειρίας στον πόλεμο Αργεντινής-Βραζιλίας. Αυτή η αντιφατική εκχειρία οδήγησε στην άνοδο του κυβερνήτη της επαρχίας του Buenos Aires, Juan Manuel de Rosas, ο οποίος, ως υποστηρικτής της ομοσπονδίας, κυβέρνησε αυταρχικά, αλλά διατήρησε την ενότητα της εύθραυστης Ένωσης. Οι κεντρώοι Unitarios (*Ενωτικοί*) και οι Federales (*Ομοσπονδιακοί*) διατήρησαν μία αντιπαλότητα μέχρι την αποπομπή της κυβέρνησης του de Rosas το 1852, και για να αποφευχθούν μελλοντικές διαμάχες, το 1853 συντάχθηκε το πρώτο σύνταγμα της χώρας. Η εθνική ενότητα ενισχύθηκε το 1865 μετά από επίθεση της Παραγουάης σε τοπικά βρετανικά συμφέροντα, και οδήγησε στον Πόλεμο της Τριπλής Συμμαχίας και την ήττα της Παραγουάης.<sup>62</sup>

### **Εκλογή Juan Peron – τροποποίηση και ψήφιση Συντάγματος**

Στις εκλογές του 1946 ο Περόν παρουσιάστηκε ως υποψήφιος τριών συμμαχικών κομμάτων. Του Εργατικού Κόμματος, που οργανώθηκε από τα συνδικάτα, της Ανανεωμένης Ριζοσπαστικής Ένωσης Πολιτών και του Ανεξάρτητου Κόμματος. Αντιπρόεδρος του ήταν ο Hortensio Quijano, μια ρίζα της αντιφρονούσας Ριζοσπαστικής Πολιτικής Ένωσης. Οι εκλογές έφεραν πόλωση στη χώρα και ο Περόν θριάμβευσε με το 52% των ψήφων. Ο Περονιστής ηγέτης είχε ως προτεραιότητα την εδραίωση της εξουσίας του. Εσωτερικά συγχωνεύτηκαν τα κόμματα που τον υποστήριζαν για να σχηματίσουν το Περονιστικό Κόμμα Δικαιοσύνης (εν συντομία: Ενιαίο



Κόμμα της Επανάστασης). Έδωσε το δικαίωμα ψήφου στις Αργεντίνες και το 1949 η Evita Peron ίδρυσε το Περονιστικό Κόμμα των Γυναικών. Επιπλέον προχώρησε στην αφαίρεση μέσω μομφής των μελών του Αρείου Πάγου και το 1949 προκήρυξε εκλογές για τη Συντακτική Συνέλευση και ψηφίστηκε νέο σύνταγμα, σύμφωνα με τις αρχές της Περονισμού και προέβλεπε μεταξύ άλλων τη νομική ισότητα ανδρών και γυναικών, τα δικαιώματα των εργαζομένων, την αυτονομία των πανεπιστημίων τις εξουσίες παρέμβασης στην οικονομία, και ιδιαίτερα τις προεδρικές εκλογές. Το 1949, ο Περόν τροποποίησε το σύνταγμα το 1853, οπότε θα μπορούσε να επανεκλεγεί στις εκλογές του 1951. Για πρώτη φορά στην ιστορία της χώρας οι γυναίκες άσκησαν το εκλογικό τους δικαίωμα. Τον Νοέμβριο, ο Περόν επέστρεψε για να κερδίσει τις εκλογές με μεγάλη διαφορά (62.49%).<sup>62</sup>

### **Η δεκαετία του 1990 – Κυβέρνηση Menem και Νεοφιλελευθερισμός**

Προκειμένου να σταθεροποιηθεί η πληθωριστική κατάσταση, οι οικονομικές συνταγές του νεοφιλελευθερισμού άρχισαν να ισχύουν. Η μετατροπή του νόμου, έγινε πράξη από τον υπουργό οικονομίας Domingo Cavallo, ο οποίος καθιέρωσε την ισοτιμία 1-1 μεταξύ των τιμών του εθνικού νομίσματος και του δολαρίου ΗΠΑ. Έτσι, η αύξηση των τιμών που συνδέονται με την εισαγωγή των συντελεστών παραγωγής μειώνεται. Με αυτόν τον τρόπο, θα μειωθεί η αύξηση των τιμών που συνδεόταν με τις σημαντικές εισαγωγές. Ιδιωτικοποιήθηκαν οι περισσότερες κρατικές επιχειρήσεις, ορισμένες από αυτές μονοπωλιακές όπως της ηλεκτρικής ενέργειας, του νερού, του φυσικού αερίου, των καυσίμων, των ταχυδρομείων, των μεταφορών και των τηλεπικοινωνιών. Θα ελευθερωθεί το διεθνές εμπόριο που επιτρέπει τη μαζική εισαγωγή ξένων προϊόντων. Υπεγράφη η συνθήκη της Asuncion, που ξεκίνησε την Κοινή Αγορά του Νότου με τη Βραζιλία, την Ουρουγουάη και την Παραγουάη, με στόχο τη διαμόρφωση ενός ισχυρού Νοτιοαμερικάνικου οικονομικού συνασπισμού ώστε να δημιουργηθεί μια κοινή αγορά μεταξύ των μελών του. Η δεύτερη θητεία του Menem (1995-1999) χαρακτηρίστηκε από την αύξηση των αρνητικών δεικτών όπως η ανεργία, η φτώχεια και η επισφαλής εργασία. Η κρίση των εθνικών βιομηχανιών με το κλείσιμο των εργοστασίων και των σιδηροδρόμων βάθυνε. Το εξωτερικό χρέος αυξήθηκε κατά σχεδόν 82 δις. Οι δείκτες αυτοί θα επιδεινωθούν κατά την πάροδο των ετών, αρχής γενομένης από το 1998, σε μια περίοδο οικονομικής ύφεσης που διήρκεσε περισσότερο από τέσσερα χρόνια.<sup>62</sup>

### 3.3 Γεωγραφία

Η συνολική έκταση της Αργεντινής (χωρίς τις εδαφικές διεκδικήσεις της στην Ανταρκτική) ανέρχεται σε 2.780.400 τετρ. χλμ, από τα οποία τα 2.736.691 είναι ξηρά και τα 34.200 επιφανειακά ύδατα. Στον άξονα βορρά-νότου η χώρα εκτείνεται κατά περίπου 3.900 χλμ, ενώ το μέγιστο εύρος της στον άξονα ανατολής – δύσης είναι 1.500 χλμ. Η Αργεντινή διακρίνεται σε τέσσερις κύριες περιοχές: τα υψίπεδα του Gran Chaco στο βορρά με το υποτροπικό κλίμα, τις γόνιμες πεδιάδες ( *pampas* ) στο κέντρο της χώρας, τις στεπώδεις εκτάσεις της Παταγονίας στο νότο, και την οροσειρά των Άνδεων στα δυτικά σύνορα με τη Χιλή. Το υψηλότερο σημείο της χώρας βρίσκεται στη περιοχή Mendoza, με την κορυφή Aconcagua στα 6.962 μ. να είναι το ψηλότερο βουνό σε όλη την ήπειρο της Αμερικής (Βόρειας και Νότιας), καθώς και του νοτίου ημισφαιρίου. Στο νότιο τμήμα των συνόρων Αργεντινής - Χιλής, ως τη Γη του Πυρός στο νότιο άκρο της ηπείρου, σχηματίζονται οι Παταγονικές Άνδεις, το νότιο τμήμα της οροσειράς των Άνδεων, με ψηλότερη κορυφή την κορυφή του όρους Fitz Roy (ύψος 3.375 μ.) και μερικές ακόμα κορυφές που το ύψος τους υπερβαίνει τα 2.000 μ.. Το χαμηλότερο σημείο της Αργεντινής είναι η λίμνη Laguna del Carmon στην περιοχή Santa Cruz, στα -105 μ. κάτω από την επιφάνεια της θάλασσας. Το σημείο αυτό είναι και το χαμηλότερο στη Νότια Αμερική. Το γεωγραφικό κέντρο της χώρας βρίσκεται στη νοτιοδυτική επαρχία της La Pampa. Το βορειοανατολικό τμήμα της χώρας καταλαμβάνει το Gran Chaco, ένα χαμηλό οροπέδιο, το οποίο καλύπτεται από λιβάδια, σαβάνες και δάση. Στην περιοχή βόρεια του Buenos Aires και στις εκβολές του Rio del Plata σχηματίζεται μια ζώνη τελμάτων και ελών. Νοτιότερα του Gran Chaco εκτείνονται οι περίφημες πεδιάδες της Αργεντινής, οι "Pampas", ενώ ακόμη νοτιότερα βρίσκεται το οροπέδιο της Παταγονίας, που απλώνεται από τις Παταγονικές Άλπεις προς τον Ατλαντικό και αποτελείται από άνυδρες και άγονες στέπες, στις οποίες κυριαρχούν διάφοροι παγετωνικοί σχηματισμοί. Η Αργεντινή διεκδικεί μέρος της Ανταρκτικής, πράξη που δεν αναγνωρίζεται από καμία άλλη χώρα, και διατηρεί από το 1904 συνεχή παρουσία εκεί.<sup>62</sup>

### 3.4 Υδρογραφία

Η παρουσία της οροσειράς των Άνδεων επιβάλλει την απορροή του μεγαλύτερου μέρους των βροχοπτώσεων της ηπείρου προς τα ανατολικά. Το σημαντικότερο υδάτινο σύστημα της χώρας

είναι αυτό του ποταμού Parana, ο οποίος είναι ο δεύτερος σε μέγεθος ποταμός της Νότιας Αμερικής (μετά τον Αμαζόνιο), με μήκος 2.940 χιλιόμετρα. Ο Parana έχει τις πηγές του στη Βραζιλία, στη συνέχεια ρέει νότια-νοτιοδυτικά σχηματίζοντας τμήμα των συνόρων της Βραζιλίας με την Παραγουάη και της Αργεντινής με την Παραγουάη και εισέρχεται στο έδαφος της Αργεντινής, όπου ρέει αρχικά νότια και στη συνέχεια ανατολικά, για να εκβάλει στον Ατλαντικό στο ύψος του Μπουένος Άιρες. Ο Rio Paraguay μήκους 2.549 χιλιομέτρων, είναι ο κυριότερος παραπόταμος του Parana. Πηγάζει από τα οροπέδια του Mato Grosso, στη Βραζιλία, ρέει προς το νότο, διασχίζοντας την κεντρική Παραγουάη και στη συνέχεια σχηματίζει τμήμα των συνόρων της Παραγουάης με την Αργεντινή. Στο νότιο άκρο των συνόρων των δύο χωρών ο Rio Paraguay συμβάλλει στον Παρανά.

Ο ποταμός Rio Uruguay, συνολικού μήκους 1.609 χιλιομέτρων, πηγάζει από τη νότια Βραζιλία και διαγράφει πορεία νοτιοδυτική - νότια, σχηματίζοντας τμήμα των συνόρων της Βραζιλίας με την Αργεντινή και όλο το μήκος των συνόρων της Ουρουγουάης με την Αργεντινή, πριν εκβάλει στον Ατλαντικό. Το ποτάμιο σύστημα του Παρανά και του Ουρουγουάη είναι πλωτό σε μήκος 3.000 χιλιομέτρων περίπου. Σε έναν άλλο παραπόταμο του Parana, τον Iguacu, ο οποίος αποτελεί μικρό τμήμα των βόρειων συνόρων της Αργεντινής με τη Βραζιλία, σχηματίζονται οι γνωστοί καταρράκτες Iguacu, πλάτους 4 χιλιομέτρων και μέσου ύψους 61 μέτρων.

Στην περιοχή της Παταγονίας σχηματίζονται αρκετές μικρές λίμνες, πολλές από τις οποίες ανήκουν και στην Αργεντινή και στη Χιλή, καθώς και πολλοί μικροί ποταμοί, που ρέουν από τις Άνδεις προς τα ανατολικά. Στο βόρειο τμήμα της Παταγονίας ρέει ο ποταμός Rio Chubut, μήκους περίπου 400 χιλιομέτρων, ο ποταμός Chico, ο Deseado, ο Santa Cruz, ο Gallegos και άλλοι.

Από τις λίμνες, οι σημαντικότερες είναι η Colue, από την οποία ξεκινάει ο ρους του ποταμού Chico, η λίμνη Buenos Aires, που συνανήκει και στη Χιλή, οι λίμνες Mar Chiquita, Viedma, Argentino και San Martin στην Παταγονία, η λίμνη Cardiel, βορειοδυτικά του Buenos Aires, και άλλες.<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup><http://www.livepedia.gr/index.php/%CE%91%CF%81%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%AE%CE%BA%CF%81%CE%AC%CF%84%CE%BF%CF%82>

### 3.5 Κλίμα

Η Αργεντινή στο μεγαλύτερο μέρος της βρίσκεται στην εύκρατη ζώνη και παρουσιάζει ήπιο κλίμα, εκτός από το βόρειο τμήμα της που βρίσκεται στην τροπική ζώνη και το οροπέδιο Gran Chaco, που παρουσιάζει υποτροπικό. Η οροσειρά των Άνδεων είναι άλλος ένας παράγοντας που διαμορφώνει το κλίμα και απομονώνει την Αργεντινή από την επίδραση του Ειρηνικού ωκεανού. Η γειτνίαση με τον Ατλαντικό ωκεανό είναι καθοριστικός παράγοντας που ευνοεί τις βροχοπτώσεις και προσδίδει ηπιότερα χαρακτηριστικά στο κλίμα. Στο τροπικό βόρειο τμήμα της Αργεντινής η θερμομετρική διαφοροποίηση κατά εποχές είναι πολύ μικρή και οι απόλυτες τιμές θερμοκρασίας υψηλές. Σποραδικά σημειώνονται και ιδιαίτερα υψηλές θερμοκρασίες, μέχρι και 45° C. Όσο προχωράμε προς τα νότια οι εποχιακές μεταβολές της θερμοκρασίας αυξάνονται και οι απόλυτες τιμές της ελαττώνονται τόσο, ώστε οι υψηλότερες θερμοκρασίες του νότιου άκρου της χώρας να κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα με τις χαμηλότερες του βόρειου.<sup>63</sup>

### 3.6 Διοικητική Διανομή - Επαρχίες

Η Αργεντινή είναι ομοσπονδιακό κράτος του οποίου η διοικητική διαίρεση περιλαμβάνει 23 επαρχίες και μια αυτόνομη πόλη. Οι επαρχίες αυτές είναι το Buenos Aires, η Catamarca, το Chaco, το Chubut, η αυτόνομη πόλη του Buenos Aires, η Cordoba, το Corrientes, το Entre Rios, η Formosa, η Jujuy, η La Pampa, η La Rioja, η Mendoza, το Misiones, το Neuquen, το Rio Negro, η Salta, το San Juan, το San Luis, το Santa Cruz, το Santa Fe, το Santiago del Estero, η Γη του πυρός - Ανταρκτική και Νότια Νησιά του Ατλαντικού (Γη του Πυρός) και το Tucuman.

Πρωτεύουσα της Αργεντινής από το 1880 και μεγαλύτερο αστικό κέντρο της χώρας είναι το Buenos Aires (σημαίνει "ούριοι άνεμοι"), λιμάνι στο μυχό του La Plata, που ιδρύθηκε το 1535. Ο πληθυσμός της κυρίως πόλης είναι περίπου 3 εκατομμύρια κάτοικοι, που μαζί με τα προάστια φτάνουν τους 8 εκατομμύρια κατοίκους, ενώ ολόκληρη η ευρύτερη περιοχή του Μπουένος Άιρες έχει περίπου 13 εκατομμύρια κατοίκους. Δεύτερη σε μέγεθος πόλη της χώρας είναι η Cordoba, που βρίσκεται βορειοδυτικά του Buenos Aires και είναι πρωτεύουσα της ομώνυμης επαρχίας. Έχει 1.179.067 κατ. (εκτίμηση 1998) και αποτελεί σημαντικό εμπορικό κέντρο και συγκοινωνιακό κόμβο.

Άλλες μεγάλες πόλεις είναι η Rosario, στον ποταμό Parana, βορειοδυτικά του Buenos Aires, με 1.078.374 κατ., το μεγαλύτερο λιμάνι της χώρας είναι το La Plata Πλάτα, πρωτεύουσα της επαρχίας του Buenos Aires, νότια της πρωτεύουσας, με 542.567 κατ. (εκτίμηση 1998). Ιδρύθηκε το 1882 και είναι ουσιαστικά διοικητικό κέντρο με πανεπιστημιούπολη, η Mendoza, με 121.696 κατ., πρωτεύουσα της ομώνυμης επαρχίας, στις ανατολικές παρυφές των Άνδεων, στο ύψος του Buenos Aires, το San Miguel de Tucuman, με 473.014 κατ., πρωτεύουσα της επαρχίας Tucuman στη βορειοδυτική Αργεντινή, σημαντικό βιομηχανικό και εμπορικό κέντρο που ιδρύθηκε το 1565 και υπήρξε η πόλη όπου το 1816 διακηρύχθηκε η ανεξαρτησία της Αργεντινής από τους Ισπανούς. Σημαντικά αστικά κέντρα είναι και η Bahia Blanca, από τα μεγαλύτερα λιμάνια της χώρας, με 271.467 κατ., στις ακτές του Ατλαντικού στον ομώνυμο κόλπο, η Santa Fe, πρωτεύουσα της ομώνυμης επαρχίας, με 442.214 κατ., στις όχθες του ποταμού Parana, συγκοινωνιακός κόμβος και εμπορικό κέντρο μιας επαρχίας πλούσιας σε αγροτικά προϊόντα, η Salta, με 373.857 κατ., πρωτεύουσα της ομώνυμης επαρχίας στη βορειοδυτική Αργεντινή, σημαντικό βιομηχανικό κέντρο της χώρας και εμπορικό κέντρο μιας επαρχίας πλούσιας σε αποθέματα πετρελαίου και φυσικού αερίου, όπως και σε αγροτικά προϊόντα.<sup>63</sup>

### **3.7 Δημογραφικά στοιχεία**

Η Αργεντινή έχει πληθυσμό 38,592,150 κατοίκους (Ιούνιος 2005). Ο πληθυσμός της παρουσιάζει πάρα πολύ μεγάλα ποσοστά συγκέντρωσης σε πόλεις: το 88,1% του συνολικού πληθυσμού της χώρας ζει σε αστικά κέντρα και μόλις το 11,9% αποτελεί τον αγροτικό πληθυσμό της χώρας. Οι δημογραφικοί δείκτες της Αργεντινής είναι ομαλοί, χωρίς ακραίες τάσεις.<sup>63</sup>

### **3.8 Γλώσσα**

Επίσημη γλώσσα της Αργεντινής είναι η ισπανική, που ομιλείται από το 95% περίπου του πληθυσμού της χώρας. Τα ισπανικά της Αργεντινής, στα οποία έχουν επιβιώσει πολλές προσμείξεις από ιθαγενείς ή άλλες ευρωπαϊκές γλώσσες, διαφέρουν αρκετά από τα ορθόδοξα ισπανικά. Άλλες γλώσσες που χρησιμοποιούνται είναι η ιταλική, που ομιλείται από το 3% του πληθυσμού, οι γλώσσες των ιθαγενών (όπως η Guarani, η Toba, η Chiriguano, η Lule, η

Atacama, η Aracuano, η Yamana και άλλες), η γερμανική, η αγγλική και άλλες ευρωπαϊκές γλώσσες.<sup>63</sup>

### **3.9 Θρησκεία**

Η Αργεντινή υπήρξε αποικία της Ισπανίας και το μεγαλύτερο ποσοστό των κατοίκων της είναι ιταλικής και ισπανικής καταγωγής. Επικρατούσα θρησκεία είναι η ρωμαιοκαθολική, στην οποία ανήκει το 90% του πληθυσμού της, χωρίς όμως να διακρίνεται για την αυστηρή προσήλωσή του στα ρωμαιοκαθολικά ιδεώδη, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες λατινοαμερικανικές χώρες. Περίπου το 2% των κατοίκων της Αργεντινής ανήκει σε διάφορες προτεσταντικές εκκλησίες, το 6% είναι Ιουδαίοι, ενώ στη χώρα ζει και μια μικρή ορθόδοξη κοινότητα, που δεν υπερβαίνει το 0,4% του συνολικού πληθυσμού. Τέλος, το υπόλοιπο 2% του πληθυσμού ανήκει σε διάφορα άλλα θρησκευτικά δόγματα ή δεν ακολουθεί καμία θρησκεία.<sup>63</sup>

### **3.10 Το πολίτευμα της Αργεντινής**

Το πολιτικό σύστημα της χώρας είναι αντιπροσωπευτικό, ρεπουμπλικανικό και ομοσπονδιακό, όπως ορίζεται από το Σύνταγμα στο 1ο άρθρο του. Η μορφή διακυβέρνησης είναι αντιπροσωπευτική, έτσι ώστε οι εκλεγμένοι να κυβερνούν σύμφωνα με τις αρχές που έχουν συσταθεί από το Σύνταγμα (εδάφιο 22 Συντάγματος). Η κυβέρνηση αποτελείται από την Εκτελεστική, τη Νομοθετική και τη Δικαστική εξουσία.

Τα χαρακτηριστικά της Αργεντινικής Δημοκρατίας είναι<sup>64</sup>:

- i. Κατανομή της εξουσίας
- ii. Ευθύνη των ηγετών
- iii. Η διαφήμιση των πράξεων της εξουσίας
- iv. Παράγοντες κινητικότητας
- v. Περιοδικές εκλογές

---

<sup>64</sup> <http://www.reforma-politica.com.ar/index.php?pagina=DOCS-SistPol>

- vi. Ελευθερία
- vii. Ιδιοκτησία
- viii. Δικαίωμα στη ζωή
- ix. Προσωπική ασφάλεια
- x. Η ισότητα ενώπιον του νόμου

### **3.11 Υποδομές και μεταφορικά δίκτυα**

#### **3.11.1 Υποδομές**

Οι υποδομές μεταφορών της Αργεντινής είναι σε προχωρημένο στάδιο. Υπάρχουν πάνω από 230.000 χλμ. των οδών (μη συμπεριλαμβανομένων των ιδιωτικών αγροτικών δρόμων), εκ των οποίων τα 72.000 χιλιόμετρα είναι στρωμένοι, και 2.800 χιλιόμετρα είναι ταχείας κυκλοφορίας. Έχοντας τριπλασιαστεί σε μήκος κατά την τελευταία δεκαετία, οι πολλών κατευθύνσεων ταχείας κυκλοφορίας δρόμοι συνδέουν πλέον αρκετές μεγάλες πόλεις.<sup>65</sup>

#### **3.11.2 Σιδηροδρομικό δίκτυο**

Το σιδηροδρομικό δίκτυο έχει συνολικό μήκος 37.856 χιλιόμετρα. Μετά από δεκαετίες μείωσης των υπηρεσιών και ανεπαρκούς συντήρησης, οι περισσότερες υπεραστικές επιβατικές υπηρεσίες έκλεισαν το 1992, όταν η κρατική εταιρεία σιδηροδρόμων ιδιωτικοποιήθηκε. Στην ευρύτερη περιοχή του Μπουένος Άιρες οι σιδηροδρομικές γραμμές εξακολουθούν να είναι σε λειτουργία και σχετίζονται με εμπορευματικές μεταφορές, που μεταφέρουν περίπου 23 εκατομμύρια τόνους ετησίως. Οι μητροπολιτικές σιδηροδρομικές γραμμές μέσα και γύρω από το Buenos Aires παρέμειναν σε μεγάλη ζήτηση λόγω της εύκολης πρόσβασής που προσφέρουν προς το μετρό του Buenos Aires. Το μετρό που εκτείνεται σε 833 χιλιόμετρα (518 μίλια) μεταφέρει περίπου 400 εκατομμύρια επιβάτες ετησίως.<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> <http://en.wikipedia.org/wiki/Argentina>

### 3.11.3 Μετρό

Το Buenos Aires Metro που εγκαινιάστηκε το 1913, ήταν το πρώτο σύστημα μετρό που χτίστηκε στη Λατινική Αμερική και το Νότιο Ημισφαίριο. Μια από τις πλέον εκτεταμένες γραμμές μετρό στη Νότια Αμερική, 60 χιλιόμετρα (37 μίλια) μεταφέρουν σχεδόν ένα εκατομμύριο επιβάτες ημερησίως.<sup>65</sup>

### 3.11.4 Πλωτό δίκτυο

Η Αργεντινή έχει περίπου 11.000 χιλιόμετρα (6.835 μίλια) πλωτού δικτύου, καθώς και αυτά μεταφέρουν περισσότερο φορτίο από ό,τι το εμπορευματικό σιδηροδρομικό δίκτυο της χώρας. Περιλαμβάνει ένα εκτεταμένο δίκτυο από κανάλια, αν και η Αργεντινή είναι ευλογημένη με άφθονες φυσικές υδάτινες οδούς, καθώς και, το πιο σημαντικά μεταξύ αυτών είναι το Rio de la Plata-Parana, Uruguay – Rio Negro -και τα ποτάμια της Παραγουάης.

Το λιμάνι του Μπουένος Άιρες, που εγκαινιάστηκε το 1925, είναι το μεγαλύτερο της χώρας . Εκεί διαχειρίζονται 11 εκατομμύρια τόνοι φορτίου και μεταφέρονται περί τα 2 εκατομμύρια επιβάτες το χρόνο.<sup>65</sup>

## 3.12 Χαρακτηριστικές Γεωγραφικές Εκτάσεις

**Pampas (Πάμπας):** Οι Pampas προσδιορίζονται ως οι πεδιάδες δυτικά και νότια από την πρωτεύουσα Μπουένος Άιρες και καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος των επαρχιών του Μπουένος Άιρες και της Κόρδοβα, καθώς και τμήματα των επαρχιών της Santa Fe και La Pampa. Το δυτικό τμήμα της τελευταίας και η επαρχία San Luis είναι επίσης μέρος των Pampas, αλλά πιο ξηρές. Χαρακτηριστικό τοπογραφικό στοιχείο της ευρύτερης αυτής περιοχής είναι η οροσειρά Sierra de Cordoba.

**Gran Chaco (Γκραν Τσάκο):** Η περιοχή του Γκραν Τσάκο βρίσκεται στο βόρειο τμήμα της χώρας και έχει υποτροπικό κλίμα με ξηρή και υγρή εποχή. Εκτείνεται στις επαρχίες Chaco και Formosa, ενώ το μεγαλύτερο μέρος της καλύπτεται από υποτροπικά δάση, θαμνώδεις εκτάσεις



και ορισμένους υδροβιότοπος, ενδιαίτημα πολλών ειδών χλωρίδας και πανίδας. Η επαρχία του Santiago del Estero βρίσκεται επίσης στην πιο ξηρή περιοχή του Gran Chaco.

**Μεσοποτάμια:** Η περιοχή μεταξύ των ποταμών Παρανά και Ουρουγουάη είναι γνωστή με το χαρακτηρισμό Μεσοποταμία, και εκτείνεται στις επαρχίες Corrientes και Entre Rios. Αποτελείται κύρια από επίπεδες εκτάσεις και τους υδροβιότοπους της Impera στην κεντρική Corrientes. Η επαρχία Misiones έχει περισσότερο τροπικά χαρακτηριστικά και εντάσσεται στη γεωγραφική περιοχή των βραζιλιάνικων υψιπέδων, με χαρακτηριστική τροπική βλάστηση του δάσους βροχής και τους καταρράκτες.

**Patagonia (Παταγονία):** Η Παταγονία είναι γνωστή από τις χαρακτηριστικές της στέπες που εκτείνονται στις επαρχίες Neuquen, Rio Negro, Chubut και Santa Cruz. Η περιοχή χαρακτηρίζεται ημίξηρη και εύκρατη στο βορρά και ψυχρή ξηρή στο νότο, αλλά υπάρχουν δασικές εκτάσεις στις δυτικές παρυφές της, καθώς και αρκετές λίμνες. Η Γη του Πυρός έχει ψυχρό και υγρό κλίμα, με επιρροές ωκεάνιων κλιματικών χαρακτηριστικών. Η βόρεια Παταγονία αναφέρεται και ως Comau.

**Cuyo (Κούγιο):** Η κεντροδυτική Αργεντινή κυριαρχείται από την οροσειρά των Άνδεων, ενώ στην ανατολική πλευρά τους βρίσκεται η ξηρή περιοχή του Κούγιο. Η περιοχή διατρέχεται από νερά προερχόμενα από τα βουνά, δημιουργώντας έτσι γόνιμο έδαφος για την καλλιέργεια φρούτων και αμπελιών στις επαρχίες Mendoza και San Juan. Βορειότερα το κλίμα είναι επίσης ξηρό αλλά πιο θερμό, όπου βρίσκεται και η επαρχία La Rioja. Το ανατολικό όριο του Cuyo καθορίζεται από τα υψίπεδα Sierras Pampeanas, με άξονα βορρά-νότου στο βόρειο τμήμα της επαρχίας San Luis.

**Βορειοδυτική περιοχή:** Έχει το μεγαλύτερο μέσο υψόμετρο και αποτελείται από παράλληλες οροσειρές, με κορυφές υψηλότερες και από 6.000 μ. που διευρύνονται προς το βορρά. Χαρακτηριστικές εύφορες κοιλάδες συμπληρώνουν το τοπίο, ενώ οι επαρχίες της περιοχής είναι οι Catamarca, Tucuman και Salta. Η επαρχία Jujuy βορειότερα ανήκει κύρια στο υψίπεδο Altiplano των κεντρικών Άνδεων, ενώ στο βορειότερο σημείο της περνά ο Τροπικός Αιγόκερω.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CF%81%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

## **Κεφάλαιο 4: Αργεντινή και Οικονομία**

### **4.1 Οικονομία της Αργεντινής**

Η Αργεντινή κατέχει άφθονους φυσικούς πόρους, πληθυσμό με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης, εξαγωγικό αγροτικό τομέα και βιομηχανική υποδομή. Αποτελεί μέλος των 20 μεγαλύτερων οικονομιών του πλανήτη (G20), με την τρίτη μεγαλύτερη οικονομία της Λατινικής Αμερικής μετά από αυτές της Βραζιλίας και της Χιλής. Αποτελεί διαχρονικά έναν από τους μεγαλύτερους εξαγωγείς στον κόσμο. Το ΑΕΠ της βασίζεται κυρίως στον τομέα των υπηρεσιών (60%), της βιομηχανίας (16%), της αγροτικής (9%) και της μεταλλευτικής παραγωγής (4%). Το σημερινό της νόμισμα, το Peso εισήχθη το 1992, αντικαθιστώντας το Αουστράλ (1 peso = 10.000 australes), με σταθερή ισοτιμία με το Αμερικάνικό δολάριο στο 1 προς 1. Ωστόσο, οι οικονομικές δυσκολίες που αντιμετώπισε στις αρχές της δεκαετίας του 2000, οι οποίες οδήγησαν στη χρεοκοπία το 2002, ανάγκασαν την χώρα να πραγματοποιήσει υποτίμηση του νομίσματος κατά 75%. Οι οικονομικές επιδόσεις της Αργεντινής ήταν ανέκαθεν πολύ άνισες, στις οποίες η υψηλή οικονομική ανάπτυξη εναλλασσόταν με σοβαρή ύφεση, ιδιαίτερα κατά τα τέλη του εικοστού αιώνα.<sup>66</sup>

### **4.2 Οικονομικοί τομείς της Αργεντινής**

Οι κυριότεροι οικονομικοί τομείς της Αργεντινής παραδοσιακά είναι οι εξαγωγές της όσον αφορά τον γεωργικό και τον κτηνοτροφικό της τομέα (ζωικό κεφάλαιο, καπνός, τσάι, σόγια κλπ), όπως επίσης και τον βιομηχανικό της τομέα (ηλεκτρική ενέργεια, πετρέλαιο, φυσικό αέριο,). Το πετρέλαιο λαμβάνει περίπου το 20% των εξαγωγών ενώ το ζωικό κεφάλαιο περίπου το 6%. Κύριοι συνεργάτες της Αργεντινής είναι η Βραζιλία, η Χιλή, οι ΗΠΑ, η Κίνα, η Ιταλία και η Ισπανία. Οι επενδύσεις που έχουν γίνει στη χώρα τα τελευταία χρόνια συγκεντρώνονται στις τηλεπικοινωνίες, το πετρέλαιο και το φυσικό αέριο, την ηλεκτρική ενέργεια, τις οικονομικές υπηρεσίες, τις χημικές ουσίες, την επεξεργασία τροφίμων, και την κατασκευή οχημάτων. Όλοι αυτοί οι σημαντικοί οικονομικοί τομείς με τις ιδιωτικοποιήσεις που υπέστησαν εξαιτίας των

πολιτικών του νεοφιλελευθερισμού κινδύνευσαν να αφανιστούν. Από το 2003 και μετά ξαναήρθαν στο προσκήνιο.<sup>66</sup>

### **4.3 Ιδιωτικοποίηση Σημαντικών Φορέων και ΔΝΤ (1991-2001)**

Με το Νόμο της Μετατρεψιμότητας [20] η Αργεντινή περνά στην εποχή της ισοτιμίας με το δολάριο. Ο πληθωρισμός βρίσκεται πια υπό έλεγχο αλλά το σημαντικό είναι πως η Αργεντινή έχει πια ένα ακριβό νόμισμα και τα προϊόντα της θεωρούνται πανάκριβα στις διεθνείς αγορές. Οι εξαγωγές μαραζώνουν και πολλές βιομηχανίες πηγαίνουν στις γειτονικές χώρες, στις οποίες η παραγωγή είναι φθηνότερη.

Υπογράφεται το 1991 συμφωνία με το Δ.Ν.Τ. από την κυβέρνηση Menem και ξεκινά ένα εντατικό πρόγραμμα ιδιωτικοποιήσεων κρατικών επιχειρήσεων και φυσικών πόρων. Ιδιωτικοποιούνται οι δυο μεγαλύτερες και πιο κερδοφόρες κρατικές εταιρίες: Η Εταιρία πετρελαίου YPF και η Εταιρία Φυσικού Αερίου. Ιδιωτικοποιούνται τα διόδια, τα τρένα, οι τηλεπικοινωνίες, η κρατική Αεροπορική Εταιρία Aerolíneas Argentinas, η εταιρία ύδρευσης και η Κρατική Εταιρία Παραγωγής Ηλεκτρισμού. Πραγματοποιούνται 150.000 απολύσεις και οι μισθοί των υπαλλήλων μειώνονται δραστικά. Εταιρίες κρατικές πουλήθηκαν σχεδόν χωρίς χρήματα. Υπήρξαν αεροπλάνα της Aerolíneas Argentinas, που πουλήθηκαν για 1 δολάριο στην Iberia. Οι εταιρείες αυτές πωλήθηκαν γιατί θεωρήθηκαν προβληματικές και δημιουργούσαν τεράστιες απώλειες στο κράτος. Επίσης θεωρήθηκε ότι ανάγκαζαν το κράτος να δίνει μεγάλες επιδοτήσεις μεγαλώνοντας το δημοσιονομικό έλλειμμα που ήδη ήταν μεγάλο από τον υπερπληθωρισμό.

Η οικονομία δολαριοποιείται. Παρά την ισοτιμία peso και δολαρίου στο 1 προς 1, κανείς δεν πιστεύει στην πραγματική αξία του peso. Πολλοί κάτοικοι μαζεύουν και αποταμιεύουν δολάρια στις τράπεζες, οι οποίες με τον πληθωρισμό στο 0 μοιράζουν κατά κόρον πιστωτικές κάρτες με ετήσιο επιτόκιο 50%, ενώ στην Ευρώπη και στις Η.Π.Α., το επιτόκιο ήταν 7%.

Το 1998, το Δ.Ν.Τ. σε συνάντηση με τον Carlos Menem και τον Domingo Cavallo στην Ουάσιγκτον, δίνει συγχαρητήρια στην κυβέρνηση της Αργεντινής για το οικονομικό θαύμα που πραγματοποίησε και αναφέρει ότι η Αργεντινή αποτελεί οικονομικό μοντέλο. Στην

πραγματικότητα όμως, η χώρα είχε βυθιστεί στη διαφθορά και την οικονομική ύφεση. Στα τέλη της δεκαετίας του '90, που χαρακτηρίστηκε ως η «Δεκαετία της ντροπής», η χώρα είχε αποβιομηχανοποιηθεί, η ανεργία και η φτώχεια είχαν αυξηθεί δραματικά, ενώ το εξωτερικό χρέος έφθασε τα 130 δις δολάρια (αυξημένο κατά 60% από το 1994).

Σύμφωνα με τον οικονομικό αναλυτή Aldo Feregru η πολιτική της Μετατρεψιμότητας με την σταθερή ισοτιμία και με την υψηλή αξιολόγηση του πέσο, μείωσε την ανταγωνιστικότητα της Αργεντινής. Αυτό δημιούργησε ένα αυξανόμενο έλλειμμα σχετικό με τις διεθνείς πληρωμές. Οδήγησε στην καταστροφή μέρους των παραγωγικών δυνατοτήτων, οι οποίες αντικαταστάθηκαν από εισαγωγές κι επίσης οδήγησε σε μια διαρκή αύξηση του χρέους. Μέχρι που το 2001-2002 η κατάσταση έγινε εκτός ελέγχου.<sup>66</sup>

#### **4.4 Οικονομική Κρίση στην Αργεντινή**

Στις αρχές του 20ου αιώνα, η Αργεντινή θεωρείτο ως η έβδομη πλουσιότερη χώρα στον κόσμο<sup>67</sup>, με κατά κεφαλήν εισόδημα μπροστά από εκείνες του Καναδά, τη Γαλλία, την Ολλανδία, την Ιταλία, την Ιαπωνία και την Ισπανία και όχι πολύ πίσω από τις Ηνωμένες Πολιτείες. Το 2002, ο μέσος όρος της Αργεντινής όσον αφορά στο κατά κεφαλήν εισόδημα είναι λιγότερο από το ένα τέταρτο από αυτό των Ηνωμένων Πολιτειών, και το 40 % της χώρας (37 εκατομμύρια άνθρωποι) ζει κάτω από το όριο της φτώχειας. Η ανεργία βρισκόταν σε επίπεδα ρεκόρ (22%), και η κατάσταση χειροτέρευε. Η κυβέρνηση είχε αναγνωρίσει ότι η οικονομία θα συρρικνωνόταν κατά 5% το 2002, αλλά οι περισσότεροι ανεξάρτητοι μελετητές μιλούσαν για μείωση του κατά 8% ή περισσότερο.

Η πολιτική κατάσταση δεν ήταν η καλύτερη. Μετά την παραίτηση του πρώην προέδρου de la Rúa τον Δεκέμβριο, η χώρα υπέφερε από την αδυναμία των παραδοσιακών κομμάτων να δημιουργήσουν θεσμικό πλαίσιο λόγω της διαφοράς μεταξύ της Εκτελεστικής Εξουσίας και του Ανώτατου Δικαστηρίου. Η οικονομική κατάσταση που χαρακτηριζόταν από τέσσερα χρόνια ύφεσης η οποία βάρυνε από το γεγονός ότι το τραπεζικό σύστημα δεν μπορούσε να αποζημιώσει

---

<sup>67</sup> <http://www.hotelnewsresource.com/studies/global032202.htm>

τους καταθέτες. Η χώρα είχε γίνει ένας παρίας στις διεθνείς πιστωτικές αγορές με 141\$ δις το δημόσιο χρέος, το Δεκέμβριο του 2001. Μια πολύ δύσκολη κοινωνική κατάσταση με τους ανθρώπους όλων των τάξεων αποδεικνυόταν καθημερινά στους δρόμους των μεγάλων πόλεων της χώρας.

#### **4.5 Μεταβατική Περίοδος από την Ύφεση στην Ανάκαμψη**

Οι περισσότεροι αναλυτές εκτιμούν την ύπαρξη 2 σαφών περιόδων<sup>68</sup>. Μια περίοδο πολύ επιτυχημένη στα οικονομικά και ακόμη μια μάλλον μέτρια. Κάποια διαφωνία παραμένει για την ακριβή περιοδολόγηση, ιδίως όσον αφορά τη στιγμή της μετάβασης από τη μια περίοδο στην άλλη. Η οικονομία της Αργεντινής κατά μια άποψη άρχισε να αναπτύσσεται από την αρχή του 2002 και είχε ανοδική πορεία ιδιαίτερα και ως το 2008 βασιζόμενη στην οικονομική πολιτική RER (Συναλλαγματική Ισοτιμία). Κατά την περίοδο αυτή η οικονομία ήταν πλήρως λειτουργική και κερδοφόρα. Ιδιαίτερα στην περίοδο που η πολιτική RER ήταν στο απόγειό της ο μέσος όρος ανάπτυξης της Αργεντινικής οικονομίας κυμαινόταν γύρω στο 8,7 % με αύξηση της απασχόλησης και των πραγματικών μισθών. Αυξήθηκε επίσης και η γενικότερη απασχόληση της Αργεντινής. Το πλεόνασμα αυξήθηκε την περίοδο 2003-2007 και ο πληθωρισμός έπεσε κατακόρυφα. Το κλειδί της επιτυχίας: κατά τη διάρκεια αυτής της μεταβατικής περιόδου, το επί δεκαετίες νόμισμα αντικαταστάθηκε από ένα ρεαλιστικό καθεστώς ελεγχόμενης διακύμανσης και το πέσο υποτιμήθηκε. Οι έλεγχοι στην κίνηση κεφαλαίων εφαρμόστηκαν για να συμβάλουν στη σταθεροποίηση της αγοράς συναλλάγματος. Οι ισολογισμοί των τραπεζών μετατράπηκαν σε pesos για να αποφευχθεί η κατάρρευση του οικονομικού συστήματος. Τα συνδεδεμένα με το δολάριο επιτόκια των επιχειρήσεων κοινής ωφέλειας επίσης μετατράπηκαν σε pesos. Φόροι επιβλήθηκαν στις πρωτογενείς εξαγωγές, με σκοπό τόσο τη μείωση των επιπτώσεων της υποτίμησης στις εγχώριες τιμές, αλλά και για να συλλεχθούν οι πόροι για τη χρηματοδότηση των δημοσίων δαπανών. Το πλάνο απασχόλησης (Jefes y Jefas de hogar desocupados) άγγιξε περί τα 2 εκατομμύρια οικογένειες. Το δημόσιο χρέος αναδιαρθρώθηκε το 2005. Το χρέος «κουρεύτηκε» γύρω στο 76% από τους πιστωτές. Η αναδιάρθρωση του συνεπάγεται μια

---

<sup>68</sup> [http://www.itf.org.ar/pdf/documentos/92\\_2014.pdf](http://www.itf.org.ar/pdf/documentos/92_2014.pdf)

ουσιαστική βελτίωση του ισολογισμού της ομοσπονδιακής κυβέρνησης και της βελτίωσης των δημοσιονομικών. Η ισοτιμία συναλλάγματος και οι εγχώριες τιμές σταθεροποιήθηκαν μετά την υποβοήθηση του τραπεζικού συστήματος από την Κεντρική Τράπεζα και με την ανοχή του ρυθμιστικού οργανισμού που δέχτηκε τη μη εκπλήρωση των κεφαλαιακών απαιτήσεων. Η στρατηγική RER έπαιξε σημαντικότατο ρόλο στη μακροοικονομική σταθερότητα της Αργεντινής με το ΑΕΠ να εμφανίζει ιδιαίτερα από το 2003 ρυθμό ανάπτυξης 3,2% κατά μέσο όρο με συστολή των εξαγωγών καθώς η εγχώρια ζήτηση μειώθηκε λόγω της παραγωγής των αγαθών από τους ίδιους τους Αργεντίνους.

#### **4.6 Ανάκαμψη στην Αργεντινή**

Στον απόηχο της οικονομικής καταστροφής που είχε ως αποτέλεσμα το μεγαλύτερο δημόσιο χρέος στη σύγχρονη ιστορία, η Αργεντινή χρησιμοποίησε ένα συνδυασμό της πραγματικής συναλλαγματικής ισοτιμίας (RER) και πληθωρισμού<sup>69</sup> με στόχο να βοηθήσει να προκληθεί οικονομική ανάπτυξη, αφηφώντας τη λιτότητα για μια διάσωση που βασίζεται στην ορθοδοξία. Η αύξηση του ΑΕΠ άρχισε να εγγράφει θετικά στοιχεία μόλις από το 2003<sup>70</sup>, σύμφωνα με το υπουργείο Οικονομίας της Αργεντινής αλλά αυτός ο υπολογισμός ήταν σε αντίθεση με το προηγούμενο έτος όπου η οικονομία είχε σημαντική οικονομική ύφεση. Μεταξύ του 2002 και του 2008, ο πληθωρισμός δεν έφθασε ποτέ σε επίσημο επίπεδο άνω του 10%, και η συναλλαγματική ισοτιμία με το δολάριο ΗΠΑ υποτιμήθηκε ελαφρά μόνο από 2,9 έως 3,1%. Η Αργεντινή χρησιμοποίησε αυτή τη νομισματική σταθερότητα για να βοηθηθεί στην απόκτηση δυο διαφορετικών πλεονασμάτων, σε τρεχούμενους λογαριασμούς και φορολογικού προϋπολογισμού, η οποία με τη σειρά της επέτρεψε στην κυβέρνηση της να επιλύσει πολύ υπεύθυνα τεράστιο μέρος από το δημόσιο χρέος της. Με αυτά τα πλεονάσματα, το ΑΕΠ εκτοξεύθηκε από το 11% μείωσης το 2002 σε πάνω από 8% αύξησης σε ετήσια βάση κατά τη

---

<sup>69</sup> <http://www.coha.org/two-roads-to-recovery/>

<sup>70</sup> Argentina Since the 2001 Crisis: Recovering the Past, Reclaiming the Future Cara Levey, Daniel Ozarow, Christopher Wylde (p.136-138)

διάρκεια της περιόδου 2003-2008. Το κατά κεφαλήν εισόδημα αυξήθηκε ακολουθώντας την ίδια τάση ενώ χώρες όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες και η Ισπανία την ίδια περίοδο είχαν διατηρήσει υψηλά ποσοστά ανεργίας κατά τη διάρκεια της πρόωρης προσπάθειας ανάκαμψης τους. Η ευημερία επέτρεψε στην Αργεντινή να μειώσει τα επίπεδα ανεργίας από 20 % το 2001 σε 20 ετών χαμηλό του 7,8% το 2008.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, η Αργεντινή χρηματοδότησε ένα μεγάλο μέρος της ανάκαμψης μέσω της εξαγωγής των εμπορευμάτων και την παροχή των κρατικών επιδοτήσεων προς τις εγχώριες επιχειρήσεις (και τις τουριστικές), μια προσέγγιση που ευθυγραμμίζεται με το προστατευτικό λαϊκό οικονομικό σύστημα της χώρας. Βασισμένες σε ένα παγκόσμιο δείκτη τιμών των βασικών εμπορευμάτων, από τον Ιανουάριο του 2002 έως τον Ιανουάριο του 2008, οι τιμές των βασικών προϊόντων αυξήθηκαν κατά πάνω από 223%, ή περίπου 40 % ετησίως στην παγκόσμια αγορά. Αντίστοιχα με την παραπάνω έκρηξη των βασικών προϊόντων, οι εξαγωγές αυξήθηκαν για να συνθέσουν το 25% του ΑΕΠ της Αργεντινής από το 2003, ενώ η τελική κατανάλωση των δαπανών μειώθηκε σε μόλις 70% του ΑΕΠ, γεγονός που αποδεικνύει την αυξημένη σημασία των εξαγωγών προς την οικονομία της Αργεντινής. Οι εξαγωγές αυτές εκμεταλλεύτηκαν το υποτιμημένο νόμισμα, ενώ τα τεράστια δημοσιονομικά πλεονάσματα έθρεψαν τις επιδοτήσεις, καθιστώντας τις εξαγωγές της Αργεντινής ακόμη πιο ανταγωνιστικές στο διεθνές εμπόριο. Έτσι, η διατήρηση της ανταγωνιστικής RER ήταν υψίστης σημασίας για την Κεντρική Τράπεζα της Αργεντινής, μια διαδικασία που θα γίνει δεκτή μέσω της πληθωριστικής στόχευσης και της ρύθμιση τόσο των εγχώριων και ξένων νομισματικών ροών. Από το 2001 η Αργεντινή έχει σε συνεχή λειτουργία το νόμο της οικονομικής έκτακτης ανάγκης. Από την υποτίμηση του 2002 έως το 2012 η ανεργία έπεσε από το 21,5% του 2002 στο 8% του 2012. Το ποσοστό της άτυπης απασχόλησης μειώθηκε ελαφρώς με ποσοστό γύρω στο 34%. Η ελαστικοποίηση συνεχίζει να ενισχύει τις σχέσεις κεφαλαίου-εργατών, και αγωνίζεται να συμβαδίσουν οι μισθοί με την απότομη αύξηση του πληθωρισμού. Αντίθετα, οι μεγάλες επιχειρήσεις και οι τράπεζες αποκόμισαν τα οφέλη από μια ευνοϊκή συναλλαγματική ισοτιμία μετά την υποτίμηση στα τέλη του 2001, και στην περίπτωση ορισμένων επιχειρήσεων, από τις μεγάλες κρατικές επιδοτήσεις.

Σε αντίθεση με τα σχέδια ανάκαμψης πολλών ομολόγων της, τα οποία χρησιμοποίησαν δημοσιονομική λιτότητα και νομισματικό συντηρητισμό για τη μείωση του δημοσίου

ελλείμματος ταυτόχρονα με την προσπάθεια διάσωσης του χρηματοπιστωτικού τομέα με τη χρήση δανείων από διάφορα διεθνή χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, η αντισυμβατική στρατηγική προστατευτισμού που υιοθέτησε η Αργεντινή σχεδόν στηρίχθηκε σε αυτό το διεθνοποιημένο, βασισμένο στη συστολή πλαίσιο και επικεντρώθηκε στην ανάπτυξη μέσω της κρατικής παρέμβασης. Ενώ η στρατηγική αυτή επέτρεψε στην Αργεντινή να επιτύχει ευελιξία που άλλες οικονομίες σε ανάκαμψη συχνά στερούνται, επίσης υπέβαλλε την Αργεντινή σε παγκόσμια κριτική. Ωστόσο, η μελέτη περίπτωσης της Αργεντινής προσφέρει σημαντική γνώση σε μια εναλλακτική μέθοδο για την ανάκαμψη από την χρηματοοικονομική κρίση. Η μέθοδος αυτή ονομάστηκε "Το μοντέλο" περιφρονώντας από την πρόεδρο της χώρας Christina Fernandez de Kirchner την ορθοδοξία του ΔΝΤ και λαμβάνοντας μια ακτιβίστικη προσέγγιση μην επιτρέποντας στην ελεύθερη αγορά δυνάμεις που θα άλλαζαν το status quo. Επιπλέον, σε αντίθεση με τις δυτικές πολιτικές που τοποθετούν γενικά δύναμη στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, η Αργεντινή ήταν σε θέση να ελέγξει τον τραπεζικό τομέα, με την εφαρμογή μέτρων διαφάνειας σε μια προσπάθεια να επανακτήσει την εμπιστοσύνη των υπηκόων της.



## Κεφάλαιο 5: Αργεντινή και Τουρισμός

### 5.1 Ο Τουρισμός στην Αργεντινή

Ο τουρισμός στην Αργεντινή<sup>71</sup> χαρακτηρίζεται από πολιτιστική προσφορά και το άφθονο και ποικίλο φυσικό ενεργητικό του. Ο τουρισμός στην Αργεντινή χωρίζεται σε έξι περιφέρειες: Το Buenos Aires (που αποτελείται από το Buenos Aires και την επαρχία του Buenos Aires), την Cordoba, το Cuyo, τον Βορρά (Argentine Northwest -Noroeste Argentino), την ακτή (Litoral) και την Παταγονία.

#### **Buenos Aires**

Το Buenos Aires είναι στη μέση μιας άνθησης τουριστικής, σύμφωνα με το World Travel & Tourism Council το οποίο αναφέρει ισχυρή ανάπτυξη για τα ταξίδια και τον τουρισμό της Αργεντινής το 2007 και τα επόμενα χρόνια, καθώς και το διάσημο περιοδικό για τα ταξίδια και τον τουρισμό Travel and Leisure, ένας μηνιαίος ηγέτης στη δημοσίευση παγκόσμια, τουριστικών περιοδικών της αγοράς, στο οποίο οι ταξιδιώτες ψήφισαν το Buenos Aires τη δεύτερη πιο επιθυμητή πόλη για επίσκεψη μετά τη Φλωρεντία. Το Μπουένος Άιρες, θεωρείται ως το «Παρίσι της Νότιας Αμερικής», προσφέροντας κομψή αρχιτεκτονική, εκλεκτή κουζίνα, μια θρυλική νυχτερινή ζωή, και μοντέρνα καταστήματα.

Τα πιο δημοφιλή τουριστικά αξιοθέατα βρίσκονται στο ιστορικό κέντρο της πόλης, το οποίο περιλαμβάνει το Montserrat και το San Telmo. Η πόλη ήταν κατασκευασμένη γύρω από την Plaza de Mayo, το διοικητικό κέντρο της ισπανικής αυτοκρατορίας. Στα ανατολικά της πλατείας βρίσκεται το Casa Rosada, η επίσημη έδρα της εκτελεστικής εξουσίας της κυβέρνησης της Αργεντινής. Στα βόρεια, η Catedral Metropolitana που βρισκόταν στην ίδια θέση από την εποχή της αποικιοκρατίας, και το κτίριο της Banco de la Nación Argentina, ένα αγροτεμάχιο που ανήκει στον Juan de Garay. Άλλα σημαντικά αποικιακά ιδρύματα ήταν το Cabildo, προς τα δυτικά, το οποίο ανακαινίστηκε κατά τη διάρκεια της κατασκευής της Avenida de Mayo. Η

---

<sup>71</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism\\_in\\_Argentina](http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Argentina)

Avenida de Mayo συνδέει το Casa Rosada με το Εθνικό Κογκρέσο της Αργεντινής. Προς τα νότια είναι το Congreso de la Nación (Εθνικό Κογκρέσο), που στεγάζει σήμερα το Academia Nacional de la Historia (Εθνική Ακαδημία της Ιστορίας). Τέλος, στα βορειοδυτικά, είναι το Δημαρχείο. Στην Avenida de Mayo υπάρχουν πολλά κτίρια πολιτιστικής, αρχιτεκτονικής και ιστορικής σημασίας, όπως το Casa de la Cultura, το Palacio Barolo και το Café Tortoni. Κάτω από την λεωφόρο, υπάρχει η πρώτη υπόγεια subte (γραμμή του μετρό) Línea A (SBA).svg, στη Νότια Αμερική, που εγκαινιάστηκε το 1913. Η λεωφόρος καταλήγει στην πλατεία Plaza del Congreso, η οποία διαθέτει μια σειρά από μνημεία και γλυπτά, μεταξύ των οποίων ένα από τα λίγα σωζόμενα πρωτότυπα καλούπια του «Στοχαστή» του Auguste Rodin. Η Manzana de las Luces («Illuminated Block») διαθέτει το χώρο της εκκλησίας του San Ignacio, την Εθνική Σχολή του Buenos Aires, και το παλιό κτίριο του Δημοτικού Συμβουλίου (1894-1931). Αυτή η περιοχή διαθέτει σήραγγες και κατακόμβες, η οποία περνούσε κάτω από την Plaza de Mayo κατά τη διάρκεια της αποικιοκρατίας. Στη γειτονιά του San Telmo, η Πλατεία Dorrego φιλοξενεί μια έκθεση αντικών την Κυριακή, πλήρη, με παραστάσεις ταγκό. Τα Σαββατοκύριακα εμπλέκουν πολλούς τουρίστες για να τους μάθουν πώς να χορεύουν. Συχνές εκδρομές και δραστηριότητες είναι επίσης διαθέσιμες στην Εκκλησία της Nuestra Señora de Bethlehem, την ενορία San Pedro Telmo και το Μουσείο Antonio Ballvé Penintetary. Το Εθνικό Ιστορικό Μουσείο στο Parque Lezama είναι λίγα τετράγωνα νότια. Το Ayres Porteños Hostel είναι ένας πολύ γνωστός ξενώνας, όπως επίσης ένα τουριστικό αξιοθέατο και είναι διακοσμημένο και ζωγραφισμένο από καλλιτέχνες της La Boca και διαθέτει μια μοναδική συλλογή από τοπικά έργα ζωγραφικής μεταξύ των τοιχωμάτων του. Ο δήμος της Recoleta είναι το σπίτι μιας σειράς από σημεία ενδιαφέροντος συμπεριλαμβανομένης της Museo Nacional de Bellas Artes την Εθνική Βιβλιοθήκη, το Centro Cultural Recoleta, το Τμήμα Νομικής του Universidad de Buenos Aires, τη Βασιλική Nuestra Señora de Pilar, το Palais de Glace Café La Biela και το Cementerio de la Recoleta όπου η κρύπτη της Evita Peron είναι επισκέψιμη, μεταξύ των πολλών άλλων ιστορικών και πολιτιστικών μορφών της Αργεντινής.

### **Επαρχία Buenos Aires**

Η επαρχία του Buenos Aires είναι η πιο πυκνοκατοικημένη και μεγαλύτερη επαρχία της Αργεντινής. η περιοχή επικεντρώνεται γύρω από τις Pampas. Αυτή η περιοχή χαρακτηρίζεται

από τα φέουδα του (αγροκτήματα μεγάλα με βοοειδή) με το παλαιότερο από αυτά να εμφανίζεται σε αρχιτεκτονικό στυλ, βρισκόμενο στη μέση της Pampas. Η επαρχία είναι επίσης γνωστή για τις πολλές διαφορετικές παραλίες στην ακτή του Ατλαντικού Ωκεανού (η πιο επισκέψιμη είναι η Mar del Plata). Η λοφώδης περιοχή του Tandil και Ventana προσφέρει γήπεδα γκολφ, βόλτες με αλεξίπτωτο πλαγιάς και πεζοπορία. Είναι πολύ διαφορετικά τοπία μεταξύ τους και μακριά από τις εκβολές του ποταμού Parana του οποίου τα νησιά είναι επίσης εξαιρετικά επισκέψιμα από τους τουρίστες.

## **Cordoba**

Η επαρχία Cordoba είναι ένα από τα σημαντικότερα οικονομικά κέντρα της χώρας. Έχει με πολλές αντιθέσεις χαρακτηριστικά-είναι τόσο πολιτιστικός όσο και τουριστικός προορισμός, αλλά και, μια παραδοσιακή και σύγχρονη πόλη, με τις βιομηχανοποιημένες και σπιτικές παραγωγές. Μεγάλες εκτάσεις και ευνοϊκές καιρικές συνθήκες με τα φυσικά τοπία να αναμιγνύονται με τα αποικιακά μνημεία. Μικρές πόλεις, ιστορικές αντίκες και σπηλαιογραφίες βρίσκονται σε ένα ευχάριστο τοπίο της κοιλάδας, με υψηλές πεδιάδες και φαράγγια. Οι Sierras de Córdoba ανέρχονται προς τις βορειοδυτικές πεδιάδες Πάμπα. Αποτελούν μέρος της οροσειράς «Sierras Pampeanas», φθάνοντας τα 2,790 μέτρα ψηλά στο λόφο Champaqui. Οι λόφοι αυτοί είναι εύφορες κοιλάδες, έρημοι όσο και αλατωρυχεία. Κατά μήκος προς βορρά, βρίσκονται πολλά εκκλησάκια του 17ου όσο και 18ου αιώνα όσο και αγροκίες που κληρονομήθηκαν από τους Ιησουίτες. Τα Ιησουίτικα φέουδα (μεγάλα αγροκτήματα με βοοειδή) στην Cordoba είναι ένα μοναδικό δείγμα της παραγωγικής οργάνωσης των θρησκευτικών μελών της Compañía de Jesús στη χώρα, και αυτό είναι ακόμα ορατό στη διατηρημένη αρχιτεκτονική. Αν και η ιστορία απέδειξε ότι τα εκτροφεία αποκτήθηκαν για οικονομικούς λόγους, προκειμένου να υποστηριχτούν τα σχολεία και τα πανεπιστήμια, ήταν φυσικό να χρησιμοποιηθούν οι εκτάσεις "για ιεραποστολικούς σκοπούς, μετατρέποντας τα έτσι σε θρησκευτικά κέντρα." Τα Φέουδα στα Jesús María, Caroya, Santa Catalina, La Candelaria και Alta Gracia είναι επισκέψιμα κατά μήκος 250 χιλιομέτρων. Αυτά τα αγροκτήματα που χρονολογούνται από τον 17ο αιώνα -μαζί με το Ιησουίτικο Block στην πόλη της Cordoba - είναι εθνικά ιστορικά μνημεία που κηρύχθηκαν Παγκόσμια Πολιτιστική Κληρονομιά το 2000.

## **Cuyo (Κούγιο)**

Η περιοχή Cuyo Αποτελείται από τις επαρχίες της La Rioja, San Juan, Mendoza και San Luis. Το Cuyo είναι η περιοχή των ψηλών κορυφών, των χιονισμένων ηφαιστειών, καθώς και της μεγάλης ερήμου που εξαπλώνεται από τους πρόποδες της οροσειράς των Άνδεων ως τη Στέπα. Η επίσκεψη στο φυσικά πάρκα Ischigualasto- Talampaya είναι μια ιστορική διαδρομή στην ιστορία παλαιοντολογίας της Αργεντινής. Το Ischigualasto, επίσης γνωστό ως "Valle de la Luna" (Moon Valley) λόγω της ποικιλίας των μορφών και των χρωμάτων του τοπίου διαμορφώνονται από τη διάβρωση, είναι ένας από τους σημαντικότερους παλαιοντολογικούς χώρους στον κόσμο. Το φαράγγι του ποταμού Talampaya αποκαλύπτει στρώσεις πολλαπλών σχημάτων στους υψηλούς κόκκινους τοίχους του. Ροζ φλαμίνγκο, πάπιες των Άνδεων, «Vicuñas» και "Guanaco" συμβιώνουν ελεύθερα στα πάρκα και τα φυσικά καταφύγια, ενώ κόνδορες πετούν πάνω από την περιοχή. Η περιοχή εμφανίζει το πλήρες μεγαλείο του Κεντρικού Εύρους των Άνδεων. Το Aconcagua (6.959 m) είναι η υψηλότερη κορυφή στο Δυτικό Ημισφαίριο, και οι απότομες πλαγιές του είναι γνωστές από τους ορειβάτες σε όλο τον κόσμο. Στις κοιλάδες της La Rioja, της Mendoza και του San Juan, μεταξύ φύλλων από αμπέλια, ράντζων και οινοποιείων, οι επισκέπτες μπορούν να βρεθούν κατά μήκος του δρόμου του κρασιού.

## **Ο Βορράς**

Ο Βορράς (ισπανικά: El Norte) αποτελείται από τις επαρχίες Jujuy, Salta, Catamarca, Tucumán και Santiago del Estero. Οι Βόρειες επαρχίες έχουν χαρακτηριστικά ίχνη προ-Κολομβιανών πολιτισμών, αναμειγμένα με τα ερείπια χωριών ιθαγενών, καθώς και οχυρών και κατασκευών που χρονολογούνται από την εποχή της κατάκτησης και του εοικισμού. Στο οροπέδιο του Puna, μια γη γεμάτη από οροσειρές, απότομες ορεινές διαδρομές, και φαράγγια. Τα χωριά έχουν χτιστεί στις μικρές κοιλάδες. Πολύχρωμοι και μονοχρωματικοί λόφοι καλύπτονται με τεράστιους κάκτους στις πλαγιές γύρω από το χωριό. Αυτή η περιοχή προσφέρει τοπία γεμάτα αντίθεση, από τις ψηλές κορυφές των αλυκών και τα υποτροπικά βροχοδάση, όπου ο πολιτισμός της Λατινικής Αμερικής ρίζωσε. Μια ευρεία ποικιλία φυσικών τοπίων και δραματικών αντιθέσεων όπως η πυκνή βλάστηση των δασών Yunga, ή τα βουνά οι λόφοι και τα ρυάκια των κοιλάδων Calchaquí, προσφέρουν ιδανικές συνθήκες για την ερασιτεχνική αλιεία. Τα ποτάμια Juramento, Lirpeo, Iruya και Bermejo είναι το σπίτι του κυνηγού. Ολόκληρη η περιοχή συνδυάζει φυσικές ομορφιές με

κατάλληλες περιοχές για διάφορες δραστηριότητες όπως ορειβασία. πεζοπορία. ιππασία. ποδηλασία βουνού, οικοτουρισμό, παρατήρηση πουλιών, αγροτουρισμό. και αρχαιολογικά ταξίδια. Ιστιοπλοΐα. κανό και windsurfing είναι επίσης αθλήματα στα οποία μπορεί κάποιος να εξασκηθεί σε αυτή την περιοχή. Προορισμοί ενδιαφέροντος σε αυτήν την περιοχή είναι το τρένο για τα σύννεφα, το οποίο προσφέρει θέα στις έντονες αντιθέσεις της επαρχίας Salta Quebrada de Humahuaca. που ανακηρύχθηκε Μνημείο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς το 2003. Επίσης στις κοιλάδες Calchaquí που εκτείνονται από την έρημο του βουνού ως το υποτροπικό δάσος Pucara de Tilcara. ένα οχυρό που χτίστηκε από τους Humahuaca.

## **5.2 Αίτια Παγκόσμιας Κρίσης- Πως επηρεάστηκε ο Τουρισμός της Αργεντινής**

Εδώ θα παρουσιαστούν οι τάσεις που είχαν παρατηρηθεί στην Αργεντινή και οι προκλήσεις που έπρεπε να ξεπεραστούν ώστε να μπορούν να εξαχθούν σωστά συμπεράσματα και δικαιολογημένα σχόλια σχετικά με το τι μπορούσε να επιφυλάσσει το άμεσο μέλλον. Από το Δεκέμβρη του 2001 έως τον Φεβρουάριο του 2003, οι δεκαπέντε αυτοί μήνες ήταν μια εποχή ριζικών κοινωνικών, πολιτικών και οικονομικών αλλαγών στην Αργεντινή, και ως έδρα της κυβέρνησης και των εθνικών και διεθνών χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, το Buenos Aires είχε επηρεαστεί σημαντικά<sup>72</sup>. Με τη διαδικασία της σταθεροποίησης σε εξέλιξη, ήταν τόσο ενδιαφέρουσα και κατάλληλη στιγμή για να μελετηθεί και να αξιολογηθεί ο τουρισμός στην πόλη του Buenos Aires. Οι τουριστικοί προορισμοί σε όλο τον κόσμο είχαν μια δύσκολη χρονιά το 2002. Ενώ όλες οι περιφέρειες εκτός από τη Νότια Αμερική απολάμβαναν κάποια θετική ανάπτυξη (ΠΟΕ, 27/01/2003), τα αποτελέσματα της 11ης Σεπτεμβρίου 2001 και ο πόλεμος κατά της τρομοκρατίας εξακολουθούσαν να είναι αισθητά και η ύφεση της παγκόσμιας οικονομίας είχε προστεθεί στα προβλήματα. Ωστόσο, συνέχισε να υπάρχει ανάπτυξη μερικών σε μεγάλο βαθμό ανεκμετάλλετων τομέων τουρισμού συμπεριλαμβανομένων του αγροτικού, του οικολογικού καθώς και του τοπικού τουρισμού που βασίζεται στις εκδηλώσεις (π.χ. κίνητρα όπως δωρεάν είσοδο σε πολιτιστικά αξιοθέατα - για την παραγωγή ενός ξένου διαβατηρίου -

---

<sup>72</sup><http://flax.nzdl.org/greenstone3/flax.jsessionid=E5AEC2E09752E20ECD03E0087C4F150B?a=d&c=BAWESS&d=D1738&dt=simple&p.a=b&p.s=ClassifierBrowse>

κατά τη διάρκεια του Παγκοσμίου Κυπέλλου του 2002 στην Ιαπωνία / Νότια Κορέα). Η αναπτυσσόμενη τάση των προορισμών που επένδυσαν στον πολιτιστικό τουρισμό με βάση την κληρονομιά, τις τέχνες και την πολυπολιτισμικότητα συνεχίστηκε επίσης. Κοιτάζοντας περιφερειακές τάσεις πιο σχετικές με το Buenos Aires, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, στη Νότια Αμερική όλες οι χώρες, εκτός από την Κολομβία υπέστησαν πτώση στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις το 2002, η οποία προκλήθηκε σε μεγάλο βαθμό από την αστάθεια που είχε ως αποτέλεσμα σοβαρές οικονομικές κρίσεις σε όλη την περιοχή. Ωστόσο, υπήρχαν σημάδια ανάκαμψης προς το τέλος του έτους και τους πρώτους μήνες του 2003, με τη σταθεροποίηση και τη μείωση των δεικτών μέτρησης της οικονομικής αστάθειας. Δεδομένου ότι οι τοπικές οικονομίες άρχισαν να ανακάμπτουν (αν και η καθίζηση της Αργεντινής ήταν σχεδόν διπλάσια από το Δεκέμβριο του 2001) οι προορισμοί άρχισαν να βλέπουν τα οφέλη της ανανεωμένης σταθερότητας. Η αιχμή στις αφίξεις τουριστών στο Buenos Aires τον Δεκέμβριο του 2002 ταιριάζει απόλυτα με μια περίοδο παρατεταμένης σταθερότητας στην οικονομία και με αποκορύφωμα τον Ιούλιο συσχετίζεται με το υψηλό σημείο του δείκτη EMBI. Αν και αυτό δείχνει μια ασταθή οικονομία, προκύπτει μόνο λίγες εβδομάδες μετά τη συναλλαγματική ισοτιμία του πέσο της Αργεντινής έναντι του δολαρίου που έφτασε στα \$ 3.90ARS: \$ 1US, καθιστώντας έτσι τη δεδομένη χρονική στιγμή τη φθηνότερη ώρα για τους αλλοδαπούς να επισκεφθούν τη χώρα. Στη Βραζιλία δεν υπήρχε μεγάλη διακύμανση των συναλλαγματικών ισοτιμιών, όπως στην Αργεντινή για να μπορέσουν να προσελκύσουν ξένους επισκέπτες. Το Buenos Aires μόλις είχε γίνει πολύ φθηνότερο, έτσι πήρε ένα μερίδιο των πιθανών επισκεπτών του Rio de Janeiro. Ως εκ τούτου, μία από τις σημαντικότερες προκλήσεις που αντιμετώπιζαν οι προορισμοί στη Λατινική Αμερική ήταν η κακή κατάσταση της περιφερειακής οικονομίας και η αβεβαιότητα που είχε φέρει. Η ύφεση στην παγκόσμια οικονομία, η προοπτική (τότε η πραγματικότητα) του πολέμου του Ιράκ, το ξέσπασμα του ιού SARS, προκαλούσαν λιγότερη προθυμία στους τουρίστες από μεγάλες χώρες που παράγουν τουρισμό να ταξιδέψουν και ο σχεδιασμός για το μέλλον έγινε ένα πραγματικό πρόβλημα για τους προορισμούς σε όλο τον κόσμο. Στη Λατινική Αμερική, όπως και σε άλλες περιοχές, η αρνητική κάλυψη από τα MME (όπως οι σκηνές λεηλασίας και ταραχών στο Μπουένος Άιρες το Δεκέμβριο του 2001, η γενική απεργία στη Βενεζουέλα, και η αρχική αμφιβολία σχετικά με τη βιωσιμότητα ορισμένων πολιτικών του νέου προέδρου της Βραζιλίας Loula) έπρεπε να ξεπεραστούν για να αποδειχθεί ότι

είναι ασφαλείς προορισμοί. Οι πόλεις αντιμετωπίζονταν όλο και περισσότερο ως προϊόντα, και έτσι η προώθηση της εικόνας είχε γίνει ολοένα και πιο σημαντική. Η επιβεβαίωση των ταξιδιωτών για την ασφάλεια ενός προορισμού, ιδίως των πόλεων, έγινε ένα σημαντικό ζήτημα κατά τους δεκαπέντε αυτούς μήνες, λόγω της «επιφυλακτικής στάσης» των τουριστών. Επιθετικές διαφημιστικές εκστρατείες ξεκίνησαν από πολλούς προορισμούς της πόλης, συχνά επικεντρωμένες στην εγχώρια αγορά. Ένα σχέδιο £4m του Λονδίνου που ξεκίνησε στις 23 Απριλίου 2003 και διαφημίσεις που έτρεχαν στον εθνικό Τύπο της Αργεντινής για το Buenos Aires είναι δύο μόνο παραδείγματα μεταξύ πολλών. Οι πόλεις προσπάθησαν να χρησιμοποιήσουν τον τουρισμό ως καταλύτη για την αστική αναγέννηση / ανάπτυξη όπως η επέκταση του Buenos Aires με το ήδη ανακαινισμένο Puerto Madero τα σχέδια του οποίου κυκλοφόρησαν το Μάρτιο του 2003 (εστιατόρια, μπαρ, TIC), συχνά με τη χρήση των χώρων για πολιτιστικές εκδηλώσεις με μουσεία, θέατρα, κέντρα τεχνών κ.λπ. Οι πρωτοβουλίες αυτές βοήθησαν στην τόνωση του ενδιαφέροντος σε μια πόλη που προσπάθησε να ζυγίσει τις πολλές προκλήσεις που είχαν εμφανιστεί. Ωστόσο, οι τάσεις στην πόλη του Buenos Aires τον Δεκέμβριο του 2001 ήταν αντίθετες από αυτές που παρατηρούνται αλλού λόγω των επιπτώσεων της μοναδικής κρίσης της Αργεντινής. Το χάος στην εθνική οικονομία είχε δύο σημαντικές συνέπειες: Ο επιχειρηματικός τουρισμός στην πόλη έχει μειωθεί από την υποτίμηση του peso. Η υποτίμηση σήμαινε ότι η πόλη, κάποτε μια από τις πιο ακριβές στη Νότια Αμερική, έγινε ξαφνικά πολύ πιο προσιτή για τους ξένους επισκέπτες. Στην πραγματικότητα, οι τουρίστες διατηρήθηκαν σε απόσταση από το 2001 οπότε και άρχισε η κοινωνική αναταραχή.

### **5.3 Πολιτικές για την αναζωογόνηση της Τουριστικής Βιομηχανίας μετά την κρίση**

Λίγο καιρό μετά τις αναταραχές τις οποίες έφερε η οικονομική κρίση και μετά από μια υποτίμηση της τάξης του 70% στο εγχώριο νόμισμα peso παρατηρήθηκε μια την τεράστια αύξηση στις αφίξεις στην πόλη του Buenos Aires τον Ιούλιο του 2002 (564.060 αφίξεις, 50% διεθνείς), λόγω των χαμηλών τιμών<sup>71</sup>. Για να ανταποκριθεί στη ζήτηση η Αργεντινή, υπήρξε μια

ταχύρρυθμη αύξηση της κατασκευής νέων ξενοδοχείων<sup>73</sup>(4 και 5 αστέρων), και ο αριθμός των ξενώνων νεότητας είχε τριπλασιαστεί με τον αριθμό των κλινών να αυξάνεται κατά 1000 έως 3000 και αναμενόταν να φτάσει στις 4000 στο εγγύς μέλλον (Εθνική Γραμματεία Τουρισμού και Αθλητισμού). Λόγω της υποτίμησης, το Buenos Aires έγινε πάρα πολύ ακριβό για τους Αργεντινούς (εξ ου και οι φθηνές διακοπές προσφέρονταν μόνο σε Αργεντινούς υπηκόους για την τόνωση του εσωτερικού τουρισμού στην πρωτεύουσα), αλλά παραδόξως από την 23η θέση σε μια λίστα με τις πιο ακριβές πόλεις του κόσμου 'έπεσε στην 135η μεταξύ του 2001 και του 2002. Κατά συνέπεια, ο αριθμός των τουριστών αυξήθηκε με γεγονός ότι το peso έπεσε (Telegraph, 15/03/2003). Οι μεγαλύτερες αυξήσεις ήρθαν από γειτονικές χώρες, ιδιαίτερα τη Χιλή, που επωφελήθηκε από την υψηλής ποιότητας και χαμηλής τιμής αγορά, που σύμφωνα με CEDEM (Μπουένος Άιρες Κέντρο για τη Μελέτη της Μητροπολιτικής Οικονομικής Ανάπτυξης), έγινε ο κύριος λόγος για επισκέψεις στο Buenos Aires το 2002/3.

Η Αργεντινή είχε αναβαθμίσει παγκόσμια την παρουσία της ως τουριστικός προορισμός, με την αύξηση των επενδύσεων σε διεθνή τουρισμό. Η τελευταία ώθηση μπορεί να εντυπωθεί από τις Aerolíneas Argentinas, την εθνική αεροπορική εταιρεία της χώρας, με την προσθήκη διεθνών δρομολογίων από τις Ηνωμένες Πολιτείες και την Ευρώπη. Η Indec το Εθνικό Ινστιτούτο Στατιστικής και Απογραφής της Αργεντινής (Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina) κατέγραψε 2,3 εκατομμύρια αφίξεις αλλοδαπών τουριστών το 2007 (αύξηση 12%), στο Διεθνές Αεροδρόμιο Ministro Pitarini (περίπου το ήμισυ του συνόλου).

Η Αργεντινική τουριστική βιομηχανία άρχισε να ανακάμπτει λόγω της επιστροφής της πολιτικής σταθερότητας και της ευνοϊκής συναλλαγματικής ισοτιμίας. Ο Τουριστικός τομέας είχε ξεκινήσει να αγγίζει επίπεδα προ της εποχής της υποτίμησης του Ιανουαρίου του 2002. Το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής ανάπτυξης προήλθε από τους γείτονες της Λατινικής Αμερικής. Το 26% έφτασε από τη Βραζιλία, το 25% από την Ευρώπη, το 14% από τις Ηνωμένες

---

<sup>73</sup><http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20de%20turismo/turismo%20zonal/america%20de%20sur/Argentina%20Tourism%20report.pdf>



Πολιτείες και τον Καναδά, 8% από τη Χιλή, 19% από το υπόλοιπο Δυτικό Ημισφαίριο και 8% από το υπόλοιπο του κόσμου<sup>74</sup>.

Εν τω μεταξύ, ο Τουρισμός από τη Βόρεια Αμερική και την Ευρώπη είχε μειωθεί σε σύγκριση με τα επίπεδα προ της υποτίμησης. Οι πιο δημοφιλείς χειμερινοί προορισμοί είναι τα χιονοδρομικά κέντρα που βρίσκονται κατά μήκος της οροσειράς των Άνδεων, ενώ οι πιο δημοφιλείς καλοκαιρινοί προορισμοί είναι τα παραλιακά θέρετρα στις ακτές του Ατλαντικού. Ο Τουρισμός θεωρήθηκε ως βασικός κινητήριος μοχλός για την ανάπτυξη και την απασχόληση. Ο Τουρισμός της Αργεντινής προωθήθηκε και από την Κυβέρνηση της Αυστραλίας με διαφημιστικές καμπάνιες.

#### **5.4 Εξελίξεις στον τουρισμό**

##### **Οι τουρίστες από το εξωτερικό: Μια πιο προσεκτική ματιά**

Η Αργεντινή βίωσε το 2003 μια αύξηση ρεκόρ στην τουριστική βιομηχανία. Την περίοδο 1998-2002 οι συνολικές δαπάνες από ξένους περιηγητές στην Αργεντινή είχαν μειωθεί κατά 40% σύμφωνα με μια μελέτη από το Ινστιτούτο Φορολογικών και Οικονομικών Μελετών (IEFE)<sup>73</sup>. Από τον Δεκέμβριο 2002 έως τον Απρίλιο του 2003 το 67% των ξένων τουριστών προέρχονταν κυρίως από χώρες της Mercosur ή τη Χιλή, το 19 % ήρθε από την Ευρώπη, το 12% προήλθε από τις Ηνωμένες Πολιτείες και τον Καναδά και το 13 % προήλθε από τον υπόλοιπο κόσμο. Η αύξηση των ξένων τουριστών οφείλεται στην άφιξη των επισκεπτών από χώρες της Λατινικής Αμερικής. Οι ταξιδιώτες από τη Χιλή, την Κολομβία, το Εκουαδόρ και το Μεξικό ξεχωρίζουν για την επίσκεψη στην Αργεντινή με μεγαλύτερο αριθμό από ό, τι πριν από την υποτίμηση. Οι ταξιδιώτες από την Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική εισήλθαν στην Αργεντινή με μικρότερο ρυθμό σε σχέση με την εποχή πριν από την υποτίμηση. Οι τουρίστες από τις Ηνωμένες Πολιτείες, την Ισπανία, τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Αγγλία, την Ιταλία και τον Καναδά είχαν μειώσει τα ταξίδια τους στην Αργεντινή. Η τάση αυτή είχε αρνητικό αντίκτυπο στην οικονομία της Αργεντινής, επειδή οι ταξιδιώτες από αυτές τις χώρες συνήθως έχουν υψηλότερα επίπεδα

---

<sup>74</sup> <http://isworldelicious.blogspot.gr/2011/11/argentina-tourism-development-after.html>

δαπανών. Οι ταξιδιώτες από πιο εύπορες χώρες έμεναν σε ξενοδοχεία, νοίκιαζαν αυτοκίνητα και κατανάλωναν περισσότερα αγαθά από άλλους τουρίστες. Οι επαρχίες που βρίσκονται στις παραμεθόριες περιοχές είχαν επωφεληθεί από την εισροή των ξένων τουριστών από τις γειτονικές χώρες. Οι ταξιδιώτες από τη Χιλή, τη Βολιβία, την Παραγουάη, τη Βραζιλία και την Ουρουγουάη συχνά εισέρχονταν στην Αργεντινή από τη στεριά. Ο συνοριακός τουρισμός αυξήθηκε κατά 60% και τα ξενοδοχεία αύξησαν την πληρότητά τους κατά 70% κατά τα δύο πρώτους μήνες του 2003, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2002. Οι τουρίστες που επισκέπτονται την Αργεντινή βρίσκουν διαφορετικές τιμές σε σχέση με του Αργεντινούς τουρίστες (λόγω της υποτίμησης του πέσο όπως είδαμε πιο πάνω οι Αργεντινοί είχαν επιβαρυνθεί).

Για παράδειγμα, η αεροπορική εταιρεία Aerolineas Argentinas δίνει ένα 30% έκπτωση σε Αργεντινούς. Οι ξένοι πληρώνουν (\$212), ενώ οι Αργεντινοί πληρώνουν 475 pesos (170 δολάρια) για ένα ταξίδι στο Las Cataratas που περιλαμβάνει ξενοδοχείο και αεροπορικά έξοδα. Οι Αργεντινικές επιχειρήσεις, επίσης, συχνά χρεώνουν διαφορετικές τιμές σε αλλοδαπούς. Για παράδειγμα, μια ξένη τουρίστας μπορεί να χρεωθεί για κάποιο αγαθό ή υπηρεσία \$80, ενώ ένας πολίτης της Αργεντινής χρεώνεται 80 pesos για ένα δωμάτιο ξενοδοχείου, μια διαφορά περίπου 300% για τους ξένους τουρίστες.

## **5.5 Συμβολή του Τουρισμού στην Οικονομία της Αργεντινής**

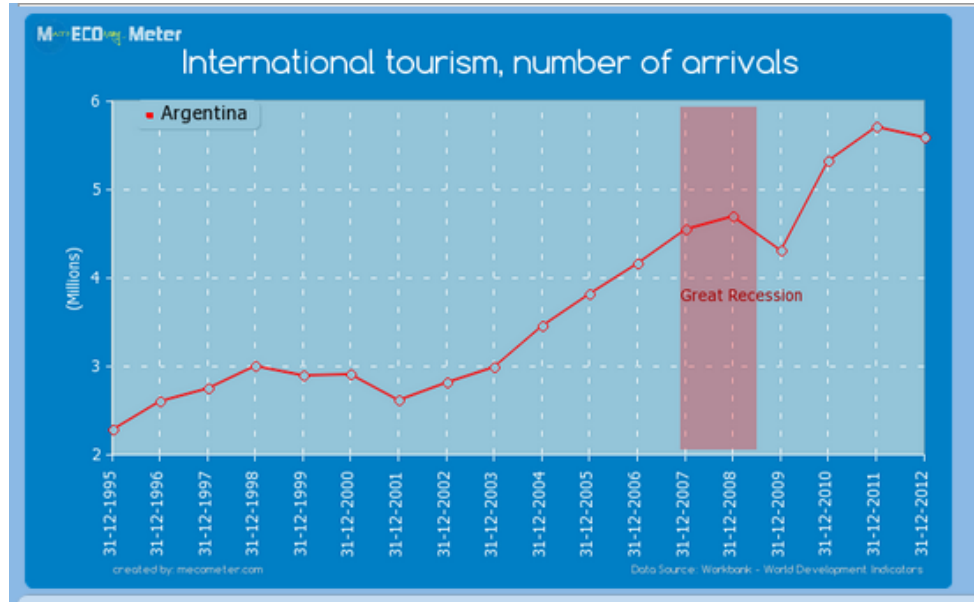
Το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ<sup>75</sup>, εκτίμησε ότι, το 2006, ο τουρισμός απέφερε γύρω στα 25 δις δολάρια σε οικονομικό κύκλο εργασιών, και απασχολήθηκαν 1,8 εκατομμύρια άνθρωποι διεθνώς. Ο τουρισμός στην Αργεντινή ανήλθε σε πάνω από το 80% και ο τουρισμός από το εξωτερικό απέδωσε 4.3 δις δολάρια ΗΠΑ ώστε να γίνει η τρίτη μεγαλύτερη πηγή ξένου συναλλάγματος το 2004. Περίπου 4,6 εκατομμύρια ξένοι επισκέπτες έφτασαν το 2007, δίνοντας ένα θετικό ισοζύγιο με τον αριθμό των Αργεντινών που ταξιδεύουν στο εξωτερικό. Η χώρα είχε 5.280.000 επισκέπτες το 2010, κατάταξη όσον αφορά τις διεθνείς αφίξεις τουριστών ως ο κορυφαίος προορισμός στη Νότια Αμερική, και η δεύτερη στη Λατινική Αμερική μετά το

---

<sup>75</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Economy\\_of\\_Argentina](http://en.wikipedia.org/wiki/Economy_of_Argentina)

Μεξικό. Τα έσοδα από τους διεθνείς τουρίστες έφτασαν τα 5 δις δολάρια το 2010, πάνω από τα 3,96 δισεκατομμύρια του 2009. Η πρωτεύουσα της χώρας, Buenos Aires, είναι η πιο επισκέψιμη πόλη στη Νότια Αμερική.

Το 2012 σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ, ο τουρισμός που δημιουργήθηκε απέφερε γύρω στα 17 δις δολάρια ΗΠΑ<sup>74</sup> σε άμεσο οικονομικό κύκλο εργασιών και άλλα 30 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ σε έμμεσο κύκλο εργασιών. Ο κλάδος απασχολούσε 650.000 άτομα άμεσα και 1,1 εκατ. πιο έμμεσα. Ο τουρισμός από το εξωτερικό συνέβαλε 5,3 δις δολάρια ΗΠΑ, έχοντας γίνει η τρίτη μεγαλύτερη πηγή ξένου συναλλάγματος το 2004. Περίπου 5,7 εκατομμύρια ξένοι επισκέπτες έφτασαν το 2012, αντανακλώντας διπλασιασμό των επισκεπτών από το 2002 παρά τη σχετική ανατίμηση του πέσο. Οι Αργεντινοί, οι οποίοι είναι δραστήριοι ταξιδιώτες μέσα στην ίδια τους τη χώρα, αντιπροσώπευαν πάνω από το 80%, και ο διεθνής τουρισμός έχει δει επίσης την υγιή ανάπτυξη (σχεδόν διπλασιάστηκε από το 2001). Οι στάσιμες για πάνω από δύο δεκαετίες, εσωτερικές μετακινήσεις αυξήθηκαν σημαντικά τα τελευταία χρόνια, και οι επισκέπτες συρρέουν σε μια χώρα η οποία θεωρείται ως προσιτή, εξαιρετικά ποικίλες, και θυρίδα ασφαλείας.



Διάγραμμα 1: Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις σε εκατομμύρια.

Πηγή: <http://mecometer.com/whats/argentina/international-tourism-number-of-arrivals/>

Η Αργεντινή είναι μια ιστορία επιτυχίας στον τομέα του τουρισμού. Η ανάπτυξη μετά την οικονομική κρίση έχει αλλάξει την εικόνα της χώρας και η κυβέρνηση έχει αναπτύξει δυναμικές στρατηγικές για την επίτευξη του στόχου. Ο τουρισμός φαίνεται μια προτεραιότητα στο πολιτικό και οικονομικό επίπεδο και με τις τελευταίες προβλέψεις στοιχεία έτους είναι αισιόδοξοι για καλό λόγο.

Ωστόσο, η παγκόσμια οικονομική κρίση και το πρόβλημα του πληθωρισμού στην Αργεντινή μπορεί να προκαλέσει και πάλι την κρίση, η οποία θα αντιστρέψει την κατάσταση. Για τους Ευρωπαίους, ο προορισμός Mendoza της Αργεντινής σε γενικές γραμμές είναι εξωτικός, αλλά λόγω των αεροπορικών μεταφορών παραμένει ακριβός. Ο τουρισμός του κρασιού είναι το κίνητρο πραγματοποίησης μιας δαπανηρής δραστηριότητας και είναι για συγκεκριμένες κατηγορίες πελατών.<sup>74</sup>

## **5.6 Στρατηγική Τουριστικού Σήματος- Μάρκας (Brand Name)**

Η διαδικασία της οικοδόμησης της μάρκας στη χώρα της Αργεντινής<sup>76</sup>, αναδείχθηκε ως μια προσπάθεια να επιτευχθεί μια θετική προβολή στο εξωτερικό, καθώς και η κατασκευή της ταυτότητας της χώρας. Κατά τη διάρκεια της κυβέρνησης του Nestor Kirchner σχεδιάστηκε η Στρατηγική Μάρκας της Χώρας (Country Brand Strategy CBS) για την Αργεντινή. Η αρχική εστίαση της μάρκας χώρας έχει ως στόχο να αναβιώσει ο τομέας του τουρισμού και η ομογενοποίηση της εθνικής εικόνας στις διεθνείς αγορές (Επίσημη Προώθηση Πύλη για την Αργεντινή, 2008). Το στρατηγικό σχέδιο της μάρκας για τη χώρα της Αργεντινής έχει περάσει από διάφορα στάδια. Το πρώτο στάδιο ήταν γνωστό ως Το Ίδρυμα και αναπτύχθηκε κατά τη διάρκεια του πρώτου εξαμήνου του 2004. Ήταν προτεραιότητα της στρατηγικής τουριστικής μάρκας ως κρατική πολιτική. Σύμφωνα με την Τελική Έκθεση του Τομέα Τουρισμού "ο εισερχόμενος τουρισμός το 2004 αντιπροσώπευε το 1,6% του ΑΕΠ (από 1,4% το 2002 και 1% κατά μέσο όρο της τελευταίας δεκαετίας)" [Institute of Technology and Industrial Development Services IDITS, 2006, p. 34]. Το 2004 3,4 εκατομμύρια τουρίστες, εισήλθαν στην Αργεντινή, το 52% των οποίων επέλεξε τη χώρα για τρεις λόγους, ψυχαγωγία, αναψυχή και διακοπές (National

---

<sup>76</sup> [http://www.scielo.org.ar/pdf/vf/v17n2/en\\_v17n2a06.pdf](http://www.scielo.org.ar/pdf/vf/v17n2/en_v17n2a06.pdf)

Institute for Tourist Promotion, INPROTUR 2008). Το 64% των τουριστών ήρθαν στη χώρα από τις γειτονικές χώρες (Χιλή, Βραζιλία, Βολιβία, Παραγουάη και Ουρουγουάη), 7% από τις Ηνωμένες Πολιτείες και τον Καναδά, το 17% από την Ευρώπη και 12% από τον κόσμο (Εθνικό Ινστιτούτο Τουριστικών INPROTUR, 2008). Το δεύτερο στάδιο τέθηκε σε εφαρμογή κατά τη διάρκεια του 2004 έως το 2006, και ονομάστηκε Συναίνεση και Σχεδιασμός της Στρατηγικής Μάρκας της Χώρας. Ορίστηκαν προγραμματικές και τομεακές βάσεις για τον τεχνικό εξοπλισμό και για τον σχεδιασμό ενός εθνικού σήματος. Το 2005 δημιουργήθηκε το Εθνικό Ινστιτούτο Τουρισμού (INPROTUR) ως ανεξάρτητος οργανισμός με ένα κοινό μοντέλο διαχείρισης (δημόσιο και ιδιωτικό), προκειμένου να συγκεντρώσει πόρους για να μπορέσει η χώρα να ενθαρρύνει την ταξιδιωτική και τουριστική ανάπτυξη της βιομηχανίας της. Η INPROTUR έχει ως αποστολή την προώθηση της Αργεντινής ως τον τουριστικό προορισμό σε παγκόσμιο επίπεδο. Το τρίτο στάδιο, κατά τη διάρκεια των ετών 2006 έως 2008, είναι γνωστό ως η Ιδρυματοποίηση. Δημόσια και ιδιωτικά ιδρύματα ανέλαβαν τη διαχείριση της μάρκας της χώρας. Το 2006, εισήλθαν συνολικά 4,1 εκατομμύρια διεθνείς τουρίστες, εκ των οποίων το 60% προέρχεται από γειτονικές χώρες (Ministry of Tourism of the Nation, 2006). Η Χιλή, οι Ηνωμένες Πολιτείες, η Βραζιλία, η Ιταλία και η Ισπανία έγιναν οι κύριες χώρες προέλευσης του μεγαλύτερου αριθμού τουριστών που εισήλθαν στην Αργεντινή το 2007 (National Institute of Statistics and Census INDEC, 2011). Ωστόσο, οι αφίξεις τουριστών από τον Καναδά αυξήθηκαν κατά 28,7% σε σύγκριση με το 2006, προσφέροντας μια σημαντική πηγή εσόδων. Η Αργεντινή άρχισε να αναγνωρίζεται ως εθνική μάρκα το 2007 στα ποσοστά των παγκόσμιων τοποθετήσεων. Τοποθετήθηκε στις 10 καλύτερες μάρκες χώρας με αναπτυξιακό δυναμικό από την άποψη της γαστρονομίας και των προσφορών (FutureBrand, 2007). Μεταξύ 2008 και 2009, έτρεξε το τέταρτο στάδιο, που ονομάστηκε στάδιο ανάπτυξης και εδραίωσης της μάρκας της Αργεντινής. Ένα Πρόγραμμα Διαχείρισης Ποιότητας ιδρύθηκε, προκειμένου να βελτιωθούν οι ανταγωνιστικές προσφορές της Αργεντινής με την υποστήριξη όλων των θεσμικών οργάνων, επιχειρήσεων, επαγγελματιών και επιχειρηματιών που εκπροσωπούσαν τις περιφερειακές μάρκες, επαρχιακές, δημοτικές ή ιδιωτικές. Με την παγκόσμια οικονομική κρίση, ο τουρισμός στην Αργεντινή έδειξε μια απότομη πτώση μεταξύ του 2008 και του 2009. Ο Εισερχόμενος τουρισμός σήμανε για τη χώρα το 2008, μετά την άφιξη των 4,6 εκατομμυρίων τουριστών, τη δημιουργία εισοδήματος της τάξης των 4,5 εκατομμυρίων δολαρίων [National University of San

Martin, 2009,p. 6]. Η Αργεντινή παρουσίασε μια πολύπλοκη οικονομική κατάσταση το 2009 και από μια χώρα με ταχεία ανάπτυξη έφτασε να είναι χώρα με αργή εξέλιξη στην οικονομία (De Luca & Malamud, 2010). Η κατάσταση αυτή έπληξε την εικόνα της χώρας, τοποθετώντας την σε ύφεση. Δύο κύρια θέματα παρουσιάστηκαν ώστε η Αργεντινή να βγει από την κρίση. Πρώτον, η βελτίωση της εγχώριας αγοράς και δεύτερον η Αργεντινή έπρεπε να αποδείξει ότι ήταν ένα ανταγωνιστικό έθνος (Lenardon, 2010). Το 2009, η Αργεντινή ήταν ταξινομημένη στην 6η θέση της κατάταξης μάρκας στην Αμερικανική ήπειρο και εθεωρείτο ένα ισχυρό brand στην περιοχή, (Future Brand, 2009). Το ίδιο έτος, η Αργεντινή ήταν ταξινομημένη στην 7η θέση στην κατηγορία εύκολη είσοδος και έξοδος από τη χώρα, κατετάγη 4η ως μαγειρικός προορισμός και 10η στη νυχτερινή ζωή που προσφέρει στους επισκέπτες, σύμφωνα με το World Ranking Country Brand Index. Η Αργεντινή κατέλαβε την πρώτη θέση το 2009, για τις επιδόσεις της στον τομέα του τουρισμού ενώ το 2008 κατετάγη 24η (Enpile, 2011). Οι πρόεδροι της Αργεντινής και της Ρωσίας υπέγραψαν διμερή συμφωνία το 2009, η οποία ευνοούσε τον εξερχόμενο τουρισμό απο τη Ρωσία με αύξηση κατά 255% των αφίξεων στην αργεντινή κατά την περίοδο 2000-2008 (Piacentini, 2011). Ως αποτέλεσμα αυτής της συμφωνίας, οι Αργεντινοί και οι Ρώσοι δεν χρειάζονταν visa για να ταξιδέψουν. Η άφιξη των Ρώσων τουριστών στην Ezeiza και Αεροδρόμιο Jorge Newbery το 2008 ήταν πάνω από 4.000, ενώ το 2009 υπήρχαν πάνω από 5.000, σημειώνοντας αύξηση άνω του 25% (Ministry of Tourism of the Nation 2008). Η κυβέρνηση της Αργεντινής προσέλαβε το 2009 το διεθνές πρακτορείο Bell Pottinger του Ηνωμένου Βασιλείου, με στόχο τη βελτίωση της εικόνας της στην Ευρώπη και τις Ηνωμένες Πολιτείες όσον αφορά την προβολή της Αργεντινής ως επιχειρηματικού κέντρου και τουριστικού προορισμού. Το 2001, η Αργεντινή νίκησε μια οικονομική κρίση, η οποία έδειξε ότι ως χώρα θα μπορούσε να έχει σημαντικό ρόλο σε παγκόσμιο επίπεδο (Mattison, 2009). Νέα τμήματα της αγοράς προέκυψαν προκειμένου να εξορθολογιστούν τα τουριστικά αξιοθέατα σε όλες τις περιοχές της χώρας. Στις παρακάτω κατηγορίες γίνεται αντιληπτός ο σχεδιασμός μέσω: α) προώθησης του πολιτιστικού τουρισμού, β) προώθησης του τουρισμού περιπέτειας, γ) παρατήρησης πουλιών, δ) προώθησης της τοπικής κουζίνας ε) τουρισμός πολυτελείας. Οι κατηγορίες αυτές ισχύουν για κάθε μία από τις έξι περιοχές ( Ministry of Tourism of the Nation, 2010). Ο Ιατρικός τουρισμός έγινε ένα δυναμικό σενάριο στην ανάπτυξη της Αργεντινής. Η προσφορά συνδυασμού σύνθετων ιατρικών διαδικασιών μικρού κόστους ήταν ελκυστική για τον

επισκέπτη. Το σύνολο των ξένων ασθενών αυξήθηκε κατά 10% το 2011 ενώ τα έσοδα έφτασαν τα 80 εκατομμύρια δολάρια (Argentina Tourism Observatory, 2012). Το 2009, περίπου 15.000 Κινέζοι τουρίστες επισκέφθηκαν την Αργεντινή και το πρώτο εξάμηνο του 2010, παρουσιάστηκε αύξηση των αφιξεών τους κατά 25% από την άποψη της ροής εσόδων σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του 2009.

## **5.7 Η ανάπτυξη των Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών τουρισμού στην Αργεντινή**

Στην Αργεντινή ειδικά τα τελευταία δέκα χρόνια αναπτύσσονται όλο και πιο συστηματικά οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού που προσφέρουν τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να εμπλουτίσουν τις δραστηριότητές τους και με προγράμματα εξειδικευμένων δράσεων, όπως είναι ο θεραπευτικός - ιαματικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο οικολογικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός (Buenos Aires, Mendoza Patagonia, ο πολιτιστικός τουρισμός καθώς και ο θαλάσσιος τουρισμός. Έτσι η χώρα αποτελεί πλέον έναν προσφιλή τουριστικό προορισμό όχι μόνο για διακοπές «κλασικού τύπου» αλλά και για όσους επιθυμούν να πραγματοποιήσουν εναλλακτικές διακοπές, αναζητώντας εκτός από την ξεκούραση και την απόλαυση των αξιοθέατων της χώρας και την μοναδική εμπειρία που προσφέρουν η φύση και τα προϊόντα της, ο θρησκευτικός πολιτισμός της ( San Tucuman, La Rioja κλπ) οι εξειδικευμένες υποδομές της Αργεντινικής τουριστικής βιομηχανίας (πχ οδικό δίκτυο, ξενοδοχειακές μονάδες).

### **5.7.1 Οικοτουρισμός**

Παραδοσιακά η Αργεντινή είχε προσανατολιστεί προς την Ευρώπη περισσότερο από τις άλλες χώρες της Νότιας Αμερικής. Η οικονομική κρίση του 2001 κατέστρεψε την μεσαία τάξη και κατάφερε σοβαρό πλήγμα στην εικόνα της χώρας. Ωστόσο η χώρα είχε τεράστιους φυσικούς πόρους που συμπεριλαμβάνουν φθηνό ενεργειακό εφοδιασμό και εύφορα καλλιεργήσιμα εδάφη όπως αυτά των Pampas. Αυτά τα χαρακτηριστικά είχαν κάνει την Αργεντινή στον αιώνα που πέρασε μια από τις πιο πλούσιες χώρες στη Λατινική Αμερική αλλά και τον υπόλοιπο κόσμο.

Μετά την οικονομική καταστροφή του 2001 ο οικότουρισμός<sup>77</sup> απέκτησε ιδιαίτερη σημασία για την κυβέρνηση της Αργεντινής όσον αφορά στο συνάλλαγμα και στα έσοδα. Η Εθνική Γραμματεία Τουρισμού της Αργεντινής προώθησε το Buenos Aires, τόσο ως προορισμό για τα δικά της δικαιώματα και ως πύλη προς την υπόλοιπη Αργεντινή. Στη χώρα οι εκτάσεις είναι κυρίως ιδιωτικές και το σύστημα εκμετάλλευσης, σχεδόν από την εποχή της αποικιοκρατίας, είναι καπιταλιστικό. Δεν υπάρχουν περιορισμοί στις συναλλαγές γης και το κράτος είναι ο μόνος ιδιοκτήτης ορισμένων εκτάσεων που προορίζονται για τα εθνικά πάρκα. Συνυπάρχουν τεράστιες γεωργικές παραγωγές με μικρές, αλλά οι μικρές γεωργικές παραγωγές είναι γενικά αφιερωμένες στα φρούτα και τα λαχανικά, και ο τομέας της γεωργίας έχει εκτεταμένες παραγωγές. Η χώρα χαρακτηρίζεται από μια σημαντική παρουσία Ευρωπαίων μεταναστών στις αγροτικές περιοχές. Έχουν εισαχθεί και διαχυθεί πολλά έθιμα και συνήθειες, ειδικά στη μαγειρική, σε όλη τη χώρα από τις περιόδους της αποικιοκρατίας. Καθώς το αγροτικό περιβάλλον είναι τόσο ευρύ, ο αγροτικός τουρισμός ενσωματώνει πολλαπλές δυνατότητες. Ο αγροτουρισμός παίρνει την ταυτότητά του από το περιβάλλον στο οποίο αναπτύσσεται ως δραστηριότητα. Τουλάχιστον μερικές από τις υπηρεσίες που περιλαμβάνονται πρέπει να παρέχονται από τους γεωργικούς παραγωγούς. Σε μια πρόσφατη έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην περιοχή της Παταγονίας, στην Αργεντινή, 65 αγροτικές εγκαταστάσεις αναλύθηκαν και βρέθηκαν πολλές μορφές τουρισμού που προσφέρονται από τους παραγωγούς γεωργικών προϊόντων οι οποίες δείχνουν την πραγματική κατάσταση μιας περιοχής. Η Αργεντινή είναι η χώρα με την μεγαλύτερη προσφορά αγροτικού τουρισμού στη Λατινική Αμερική. Αυτό είναι συνέπεια μιας μακράς γεωργικής παράδοσης. Το Πρόγραμμα Αγροτουρισμού της Αργεντινής έχει εργαστεί για την προώθηση αυτής της δραστηριότητας και την αύξηση του αριθμού των εγγεγραμμένων εγκαταστάσεων στην ιστοσελίδα της Γενικής Γραμματείας Τουρισμού από 300 το έτος 2000 σε 840 σήμερα. Η ποσότητα των παραγωγών σε αυτή τη δραστηριότητα έχει διπλασιαστεί σε επίσημους αριθμούς. Στην Αργεντινή, υπάρχουν διαφορετικού μεγέθους εγκαταστάσεις που εμπλέκονται, κυρίως μεσαίες και μικρές. Οι περισσότερες από αυτές είναι παραγωγοί γεωργικών προϊόντων. Σε γενικές γραμμές, ο κρατικός ρόλος στην Αργεντινή ήταν να ξεκινήσει συλλόγους και στη συνέχεια να αφήσει τη διαχείρισή τους στον ιδιωτικό τομέα. Το Δίκτυο Αγροτουρισμού

---

<sup>77</sup> [http://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo/publicaciones/barrera/LATINOAMERICA\\_English.pdf](http://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo/publicaciones/barrera/LATINOAMERICA_English.pdf)



της Αργεντινής (RATUR) έχει 100 συνεργαζόμενους παραγωγούς. Ξεκίνησε από την ανεξάρτητη ένωση INTA (National Institute of Agricultural Technology). Άλλες 19 τοπικές ενώσεις του ιδιωτικού τομέα προωθήθηκαν από την SAGPyA – (Secretariat of Agriculture, Livestock, Fisheries and Food), καθώς και από τη Γραμματεία του Τουρισμού. Υπάρχουν επίσης 10 ομάδες της Αγροτικής Αλλαγής αφιερωμένες στον αγροτουρισμό. Οι ομάδες Αγροτικής Αλλαγής είναι ενώσεις των παραγωγών γεωργικών προϊόντων.

### **5.7.2 Οικοτουρισμός στην Βορειοανατολική Αργεντινή**

Παγκοσμίως ο τουρισμός απασχολεί περί τα 230 εκατομμύρια ανθρώπους και απέφερε το 2006 στην παγκόσμια οικονομία γύρω στα 6,5 τρισεκατομμύρια δολάρια [32]. Επιπροσθέτως μία στις δώδεκα εργασίες είναι συναφής με τον τουρισμό. Το 2008, 944 δις δολάρια παρήχθησαν από τις Διεθνείς Τουριστικές εισπράξεις οι οποίες βασίστηκαν στις 922 εκατομμύρια παγκόσμιες τουριστικές αφίξεις. Περισσότερες από 80 χώρες κέρδισαν πάνω από ένα δις δολάρια το 2008. Η Αργεντινή είχε καταλάβει ότι ο τουρισμός και ειδικότερα ο οικοτουρισμός μπορούσαν να φέρουν έσοδα σημαντικά στη χώρα μετά το 2001 και την σημαντική οικονομική κρίση. Το Δεκέμβριο του 2001 η ίδια η οικονομία της Αργεντινής βρέθηκε σε ελεύθερη πτώση με τους πολιτικούς ηγέτες της χώρας να τρέχουν κυνηγημένοι από τα καθήκοντά τους. Για την δεκαετία πριν από τα οικονομικά προβλήματα της Αργεντινής, η ισοτιμία πέσο/δολαρίου ήταν προσδεδεμένη στο 1: 1. Μετά το κραχ του Δεκεμβρίου, το πέσο έχασε 75% και άφησε πολλούς Αργεντινούς ανέργους. Εάν και πάντα οι τουρίστες ήταν ευπρόσδεκτοι στην Αργεντινή ο τουρισμός απέκτησε ζωτική σημασία για τη χώρα μετά την οικονομική κρίση του 2001. Εκτός από την γεωργία (κυρίως σόγια και βοοειδή) και τη βιομηχανική ανάπτυξη, ο διεθνής τουρισμός έχει διαδραματίσει έναν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην ανάκαμψη της οικονομίας της Αργεντινής με ένα ρεκόρ στον αριθμό των ανθρώπων να επισκέπτονται την χώρα το 2007 και το 2008. Το 2010 η οικονομία της Αργεντινής είχε νέο ιστορικό ρεκόρ αφίξεων με τα έσοδα να φτάνουν τα 5 δις δολάρια. Ιδιαίτερη συμβολή στην ανάπτυξη του τουρισμού είχε η Βορειοανατολική περιοχή γνωστή και ως Μεσοποταμία της Αργεντινής με τα δύο μεγάλα ποτάμια το Parana και το Rio Uruguay να χωρίζουν τη χώρα από τις γειτονικές Βραζιλία, Ουρουγουάη και Παραγουάη. Αυτή η περιοχή είναι γεωγραφικά πολύπλοκη και όταν κάποιος κινηθεί βόρεια από το αστικό τοπίο του Buenos

Aires, ο ορίζοντας είναι γεμάτος με μεγάλες εκτάσεις βοσκοτόπων, ακολουθούμενες από υγροτόπους, δασώδεις λόφους, βουνά, καταπράσινα δάση και καταρράκτες. Κάθε ένα από αυτά τα περιβάλλοντα είναι το σπίτι για τη βιοποικιλότητα. Από Gauchos έφιππους που γητεύουν τα βοοειδή της αγέλης και τους μηχανικούς που τρέχουν τα τεράστια υδροηλεκτρικά έργα, στους εργάτες συγκομιδής δέντρων βαθιά μέσα στο δάσος σε ένα αυτόχθονα πολιτισμό, αγωνιζόμενοι να επιβιώσουν σε περιοχές του βόρειου τροπικού δάσους που απομονώνονται ολοένα και περισσότερο. Για την προστασία της βιοποικιλότητας η Κυβέρνηση της Αργεντινής αναθεώρησε το καταστατικό της για να αναγνωριστεί κάθε δικαίωμα κάθε κουλτούρας που προϋπήρχε στα Εθνικά της σύνορα. Όσον αφορά τώρα στην Επαρχία Misiones είναι η πιο βορειοανατολική Επαρχία στην Αργεντινή. Παρότι γεωγραφικά είναι μικρή Επαρχία και απομονωμένη από την υπόλοιπη Αργεντινή τα οικονομικά έσοδα που αποφέρει στο αργεντίνικο κράτος από την τουριστική δραστηριότητα αλλά και γενικότερα, είναι πάρα πολύ σημαντικά. Η επαρχία περιέχει το πιο σημαντικό τροπικό δάσος σε ολόκληρη την Αργεντινή το οποίο στηρίζει μια σημαντική βιομηχανία ξυλείας. Οι περισσότεροι τουρίστες που κάνουν οικοτουρισμό, αγροτουρισμό καθώς και περιπατητικό τουρισμό το θεωρούν μοναδικό για την βιοποικιλότητά του και τη μοναδική χλωρίδα και πανίδα που φιλοξενεί, τα μεγάλα εθνικά και επαρχιακά πάρκα του και τους διάσημους καταρράκτες του. Το τροπικό παρθένο δάσος του Paranaense κομμάτια του οποίου βρίσκονται στην Βραζιλία, την Παραγουάη και την Αργεντινή έχει υποστηρίξει το παραδοσιακό ημι-μεταναστευτικό τρόπο ζωής μερικών ομάδων εθνοτήτων των Guaraní πριν τις ευρωπαϊκές εξερευνήσεις και τον αποικισμό στη Νότιο Αμερική εξηγούν οι ερευνητές των εθνογραφικών στοιχείων του Πανεπιστημίου της La Plata. Από το 2003 και μετά οι ντόπιοι κάτοικοι των φυλών Mbya και Ygyaru είδαν τις περιοχές τους να μειώνονται λόγω της δημιουργίας ξενοδοχείων για την υποδοχή τουριστών και για την αναδημιουργία του χώρου στο Porto Iguazu. Λόγω της ενασχόλησης των τοπικών πληθυσμών με τον τουρισμό για αρκετά χρόνια και με τα βασικά έσοδα να προέρχονται από τον τουρισμό με τις πωλήσεις αναμνηστικών φτιαγμένων με υλικά από το τροπικό δάσος, αποφάσισαν να δημιουργήσουν σχολή για να εκπαιδεύσουν τους οδηγούς-ξεναγούς των φυλών στη διαπολιτισμικότητα του τουρισμού.<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> Penny Seymoure: Tourism in Northeastern Argentina: The Intersection of Human and Indigenous rights with the environment (published by Lexington Books November 2011 United Kingdom) Σελ. 1-7

### **5.7.3 Οικοτουρισμός στις κοινότητες Mbya κοντά στο Εθνικό Πάρκο του Iguazu**

Ο οικολογικός τουρισμός στην επαρχία Misiones είναι από τους σημαντικότερους στην Λατινική Αμερική και βοήθησε την οικονομία της Αργεντινής να ανακάμψει. Παραπάνω από 1 εκατομμύριο άνθρωποι κατά μέσο όρο επισκέπτονται τους πελώριους καταρράκτες Iguazu στο Εθνικό Πάρκο κάθε χρόνο. Η συγκεκριμένη επαρχία προωθείται κάθε χρόνο μέσω κάθε είδους διαφήμισης γιατί η βιοποικιλότητα της είναι μοναδική στην Αργεντινή και οι τουρίστες έχουν την ευκαιρία να θαυμάσουν εξωτικά πουλιά, είδη ζώων και χλωρίδα που δεν υπάρχει αλλού σε ολόκληρη τη χώρα. Ο τουρισμός έχει πλεονασματικό οικονομικό χαρακτήρα για την επαρχία Misiones και η συνεχής ανάπτυξη καταλυμάτων και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων για τους τουρίστες είναι μεγάλης προτεραιότητας λόγω της μοναδικότητας της περιοχής. Η τουριστική δραστηριότητα στην περιοχή είναι η πρωταρχική οικονομικά λόγω του ότι βρίσκεται σε στενότετη εγγύτητα με τους καταρράκτες και το Εθνικό πάρκο. Η Κυβέρνηση της επαρχίας μετά από έγκριση της κυβέρνησης της Αργεντινής, για να αυξηθεί η χωρητικότητα θέσπισε ένα ειδικό πλαίσιο για την ανάπτυξη νέων ξενοδοχείων και χώρων αναψυχής και διασκέδασης σε 600 εκτάρια τροπικού δάσους που βρίσκονται ανάμεσα στην πόλη και το τροπικό δάσος.<sup>79</sup>

### **5.7.4 Αγροτουρισμός**

Ο αγροτικός τουρισμός στην Αργεντινή πραγματοποιείται σε περισσότερες από 1.000 εγκαταστάσεις, διαφορετικού μεγέθους και κατηγορίας, τύπου διαμονής και εκμετάλλευσης. Κάθε περιοχή διαθέτει αγροτικές εγκαταστάσεις, αν και η μεγαλύτερη συγκέντρωση βρίσκεται στο Buenos Aires, τη Mendoza και την Patagonia, κυρίως στην επαρχία της Santa Cruz. Κάθε εγκατάσταση έχει χαρακτηριστικά και επιλογές στενά συνδεδεμένες με το φυσικό περιβάλλον, προσφέροντας στους επισκέπτες την ευκαιρία να απολαύσουν το φυσικό τοπίο που αναδεικνύει παραδοσιακά τρόφιμα που προέρχονται από αγροτική καλλιέργεια.

---

<sup>79</sup> Penny Seymoure: Tourism in Northeastern Argentina: The Intersection of Human and Indigenous rights with the environment (published by Lexington Books November 2011 United Kingdom) Σελ. 59 (5.7.3)

Ορισμένες από τις δραστηριότητες που αξίζει να αναφερθούν: Pato παιχνίδια (ένα εθνικό άθλημα που ασκείται από τους Gauchos), ιππασία, πεζοπορία, άγρια ζωή και παρατήρηση της άγριας φύσης, δροσιά σε όμορφες πισίνες, βλέποντας ανεμόμυλους, κοπάδια βοοειδών, πίνοντας αγελαδινό γάλα ή πρόβειο, διαμονή σε ράντσο, βόλτες με καθαρόαιμα άλογα, εκδρομές με ποδήλατο, παραστάσεις κιθάρας με παραδοσιακούς χορούς τη νύχτα με φωτιά μετά από ένα νόστιμο ψητό με ένα καλό κόκκινο κρασί. Χωρίς αμφιβολία η Αργεντινή είναι μια χώρα με επιλογές για τα γούστα και τις προτιμήσεις του καθενός.

Οι εγκαταστάσεις αγροτουρισμού στην Αργεντινή αναπαριστούν πιστά την ταυτότητα και την παράδοση των Αργεντινών και ταιριάζουν την ιστορία και την ουσία του πολιτισμού με έναν μοναδικό τρόπο. Αποτελούν μια από τις πιο αξιόλογες εναλλακτικές λύσεις του μη συμβατικού τουρισμού και συνδυάζουν τα έθιμα, την ιστορία και το τοπίο της χώρας, προσφέροντας άνετη διαμονή στο κέντρο της φύσης. Πολλές από αυτές με παλιά σπίτια αγγλικού, γαλλικού, ιταλικού ή ισπανικού Colonial στυλ, μεγάλης ιστορικής αξίας, πολυτελώς εξοπλισμένες, προσφέρουν την ευκαιρία χαλάρωσης.

### **5.7.5 Θαλάσσιος Τουρισμός**

Η Αργεντινή ως μια χώρα που βρέχεται κατά κόρον από τον νότιο Ατλαντικό ωκεανό και έχοντας στο εσωτερικό της πολλά ποτάμια και λίμνες απaráμιλλου φυσικού ενδιαφέροντος, προσφέρει τη δυνατότητα στους λάτρεις της θάλασσας και των θαλάσσιων σπορ την ευκαιρία να αξιοποιήσουν τον χρόνο τους στο αγαπημένο τους είδος τουρισμού. Οι επιλογές διασπείρονται ανάμεσα σε περιηγήσεις με κρουαζιερόπλοια, καγιάκ στα ποτάμια της Παταγονίας όπως το Alumine το Hua Hum και το Chimehuin, ράφτινγκ στα ποτάμια της Mendoza και στο Atuel, καταδύσεις στην Cordoba και στο Corrientes, σερφινγκ σε μια παραλία 100 χλμ στη Mar del Plata νότια του Buenos Aires καθώς και πρωταθλήματα ιστιοσανίδας στις κοιλάδες Punilla, Paravachasa και Calamuchita καθώς και στο ποτάμι του Rio del Plata. Οι βασικές προϋποθέσεις που θα πρέπει να πληρούνται είναι η ύπαρξη άρτιων λιμανιών και μεταφορικών μέσων, η ευκολία πρόσβασης στις περιοχές θαλάσσιου ενδιαφέροντος, η ύπαρξη εγκαταστάσεων υποδοχής τουριστών που ασχολούνται με τον θαλάσσιο τουρισμό όπως εκμάθησης θαλάσσιων σπορ και παροχής υπηρεσιών, καταλυμάτων σε κοντινή απόσταση από

τις θαλάσσιες περιοχές καθώς και επιχειρήσεων εστίασης και αναψυχής οι οποίες υπάρχουν εξαιρετικά ανεπτυγμένες στην Αργεντινή.

### **5.7.6 Ανάπτυξη Γαστρονομικού Τουρισμού**

Από τις αρχές του 21ου αιώνα, ο σχεδιασμός του αγροτικού τουρισμού έχει ενισχυθεί με την ένταξη της γαστρονομίας είτε ως συμπληρωματικού τουριστικού πόλου έλξης είτε μέσω της ανάπτυξης δομημένων και βιώσιμων τουριστικών προϊόντων. Ως αποτέλεσμα, τα φυσικά και τοπικά παρασκευασμένα προϊόντα έχουν αρχίσει να αποτελούν ένα κεντρικό μέρος της δειγματοληψίας της υπαίθρου και όλων όσων αυτή προσφέρει. Η μαγειρική παραγωγή μπορεί να θεωρηθεί ως ένα χαρακτηριστικό τόσο των φυσικών όσο και των κοινωνικών περιβαλλόντων, καθώς και ως μια δραστηριότητα σχετική με την παραγωγή μιας περιφέρειας. Η γαστρονομία<sup>80</sup> αναδεικνύεται ως ένα σημαντικό στοιχείο της τοπικής παραγωγής και της κοινωνικής ανάπτυξης. Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να διακριθούν οι κοινωνικές ομάδες, και να προσφέρουν μια αναπαράσταση της τοπικής κουλτούρας στους επισκέπτες, οι οποίοι μπορούν να δοκιμάσουν μέρος του πολιτισμού και να μάθουν για την τοπική κοινότητα με ένα διαδραστικό και συμμετοχικό τρόπο, δοκιμάζοντας τυπικές τοπικές γεύσεις. Οι άνθρωποι εκφράζουν την ταυτότητά τους μέσα από τη γαστρονομία, αντανακλώντας τις αρέσκειές τους, τις προτιμήσεις και τις απαρέσκειές τους και όταν μεταναστεύουν την παίρνουν μαζί τους για να ενισχύσουν το αίσθημα του ανήκειν στον τόπο που άφησαν πίσω. Αυτό δημιουργεί μια ethnic κουζίνα, χρησιμοποιούμενη ευρέως στον τουρισμό για να επισημανθούν τα χαρακτηριστικά μιας συγκεκριμένης κουλτούρας. Υπάρχει μια τάση σύνδεσης των ζυμαρικών με την Ιταλία, του ρυζιού με τη Νοτιοανατολική Ασία και του μοσχαριού με την Αργεντινή. Ο Γαστρονομικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ως το είδος του τουρισμού στο οποίο οι δραστηριότητες και η συμπεριφορά των ατόμων που συμμετέχουν σε αυτόν, και ακόμη και η επιλογή του προορισμού, επηρεάζονται από τη μαγειρική. Ο Γαστρονομικός Τουρισμός μπορεί να οριστεί ως επισκέψεις στους πρωτογενείς και δευτερογενείς παραγωγούς τροφίμων, στα γαστρονομικά φεστιβάλ, στα εστιατόρια και σε συγκεκριμένους χώρους όπου η δειγματοληψία της υπογραφής των πιάτων

---

<sup>80</sup> <http://www.srcosmos.gr/srcosmos/showpub.aspx?aa=15558>

κάθε περιοχής είναι ο κύριος λόγος για την πραγματοποίηση του ταξιδιού. Οι συμμετέχοντες στο συγκεκριμένο είδος τουρισμού ξοδεύουν πολύ περισσότερα από όσο ξοδεύει ένας συνηθισμένος τουρίστας βάσει των προσδοκιών για όσα πρόκειται να του προσφερθούν. Πολλές προσπάθειες έχουν γίνει για την ανάπτυξη του τουρισμού στις αγροτικές περιοχές μέσω της δημιουργίας των διαδρομών των τροφίμων. Οι διαδρομές των τροφίμων είναι στην πραγματικότητα συνδυαστικά προϊόντα τα οποία συγκροτούν μαζί γαστρονομικές και άλλες δραστηριότητες με βάση την ιστορία και τον πολιτισμό, την οικολογία και τον αθλητισμό. Ως αποτέλεσμα αυτής της πολυπλοκότητας, τα δρομολόγια των τροφίμων καταλήγουν να γίνονται αντιληπτά ως ένα πλήρες προϊόν που ικανοποιεί διαφορετικούς τύπους τουριστών και ένα ευρύτερο φάσμα τουριστικών απαιτήσεων, αυξάνοντας έτσι τις πιθανότητες μιας θετικής εμπειρίας. Παρά το γεγονός ότι αναπτύχθηκε από ιδιώτες, η συντριπτική πλειοψηφία αυτών των διαδρομών λαμβάνει σημαντική υποστήριξη από μια ποικιλία κυβερνητικών οργάνων όπως στην περίπτωση της Αργεντινής από το θεσμικό πλαίσιο του Εθνικού Σχεδίου Αγροτικού Τουρισμού (National Rural Tourism Plan), αλλά και μέσω χρηματοδοτήσεων από το εξωτερικό. Η Γραμματεία της Γεωργίας και η Γραμματεία του Εθνικού Τουρισμού έχουν συμφωνήσει ότι ο τουρισμός μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένα εργαλείο ανάπτυξης που οφείλεται για την στήριξη που παρέχει στις περιφερειακές οικονομίες. Το Υπουργείο Γεωργίας και το Υπουργείο Εθνικού Τουρισμού έχουν συμφωνήσει ότι ο τουρισμός μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένα εργαλείο ανάπτυξης που στηρίζει τις περιφερειακές οικονομίες. Σύμφωνα με τα υπουργεία αυτά, τα οφέλη που δημιουργεί περιλαμβάνουν τα ακόλουθα: (α) διαφοροποιεί το χαρτοφυλάκιο ενεργοποιώντας τους εργαζόμενους να επιστρέψουν στην εργασία (β) δημιουργεί την προώθηση της απασχόλησης και προωθεί τις αγροτικές ρίζες (γ) παρέχει μια ευκαιρία στις γυναίκες και τους νέους να αναλάβουν ηγετικούς ρόλους στις αγροτικές τουριστικές επιχειρήσεις (δ) αυξάνει την αξία της πολιτιστικής και περιβαλλοντικής κληρονομιάς (ε) βελτιώνει την εμπορευματοποίηση των πρώτων υλών της παραγωγής και προσθέτει αξία σε αυτό (στ) προωθεί τους συνεταιρισμούς και (ζ) διευρύνει την τουριστική προσφορά.

### **5.7.7 Θρησκευτικός Τουρισμός**

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κομμάτι της τουριστικής κίνησης στη χώρα της Αργεντινής και αφορά επισκέψεις σε τόπους θρησκευτικής λατρείας όπως καθολικές και Βυζαντινές εκκλησίες και μοναστήρια. Η Αργεντινή είναι μια χώρα με θρησκευτικό πλουραλισμό συνέπεια των σημαντικών μεταναστευτικών ρευμάτων που έφτασαν στη χώρα σε διαφορετικές στιγμές του παρελθόντος. Το φαινόμενο αυτό προέρχεται από το ξέσπασμα των πολλών θρησκευτικών πεποιθήσεων και δημοφιλούς ευλάβειας σε όλη την επικράτειά της, πολλές από τις οποίες τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει μια τουριστική εκδήλωση.

Η μεγαλύτερη θρησκευτική θέρμη της χώρας συγκεντρώνεται στις βόρειες επαρχίες όπου ο θρησκευτικός τουρισμός είναι και μεγαλύτερος σε ποσοστό όπου οι εκδηλώσεις της καθολικής πίστης αναμειγνύονται με παραδοσιακές γιορτές. Περισσότεροι από 150 χιλιάδες άτομα παρακολουθούν τη θεατρική παράσταση Το Πάθος στο Τουκουμάν, προσεύχονται στο Senor de la Peña στη La Rioja, συμμετέχουν σε προσκυνήματα στην Difunta Correa στο San Juan ή στο Ιερό των Θαυμάτων του Κυρίου στο Mailin και της Παναγίας της Παρηγορήτισσας στην Sumampa στο Santiago del Estero. Ανάμεσα σε άλλα αξιοθέατα είναι η Βασιλική της Παναγίας της Luján που επισκέφθηκε ο Πάπας Ιωάννης Παύλος II το 1982, η Παναγία της Λούρδης, στη Mar del Plata με αντίγραφα των πόλεων της Belen και την Ιερουσαλήμ, η Via Crucis στο Tandil η οποία υποδέχεται περίπου 300 χιλιάδες επισκέπτες ετησίως, η Παναγία Ευαγγελισμού της Θεοτόκου στην Misiones, η όμορφη εκκλησία με τον τεράστιο πορτοκαλί βυζαντινό τρούλο η οποία αποτελεί αντικείμενο θαυμασμού αφού περιβάλλεται από ένα πανέμορφο φυσικό περιβάλλον. Αξίζει επίσης να αναφερθεί η γιορτή του Κυρίου και της Παναγίας των Θαυμάτων στο Salta.

### **5.7.8 Ανάπτυξη Παγοτουρισμού στην Αργεντινή**

Ένα νέο είδος τουρισμού αναπτύχθηκε από την Κεντρική Κυβέρνηση της Αργεντινής καθώς και από την Κυβέρνηση της Επαρχίας του Santa Cruz για την εκμετάλλευση των υδάτινων διαδρομών με πλοίο στους πάγους του<sup>81</sup>. Το El Calafate περιλαμβάνει τα παγόβουνα του Perito

---

<sup>81</sup> [http://marktur.travel/uploads/secciones\\_contenido/60/60-1321990205.pdf](http://marktur.travel/uploads/secciones_contenido/60/60-1321990205.pdf)

Moreno Glacier, του Chero Chalten καθώς και του Chero Torre. Το El Calafate είναι μια πόλη η οποία βρίσκεται στη νότια όχθη της λίμνης Argentino, 315 χιλιόμετρα μακριά από το Rio Gallegos, πρωτεύουσα της επαρχίας της Santa Cruz, στο νότιο τμήμα της Αργεντινής και 80 χλμ μακριά από την είσοδο του Εθνικού Πάρκου Los Glaciares. Βρίσκεται σε ένα τοπίο της στέπας το οποίο οι επισκέπτες θαυμάζουν λόγω της όμορφης θέα, των τρκουάζ χρωμάτων της λίμνης Argentino, και της βλάστησης.

## **ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ**

### **Το Εθνικό Πάρκο Los Glaciares**

Από τα ψηλά βουνά στην στέπα της Παταγονίας<sup>81</sup>, τα πάντα γύρω από το Πάρκο αλλάζουν συνεχώς: τα ύψη στην αλυσίδα βουνών των Άνδεων, που είναι πάντα χιονισμένα, αποκρύπτονται από λόφους οι οποίοι καλύπτονται από τυπικά Νότια Δάση. Δύο από τις μεγαλύτερες λίμνες της ηπείρου έχουν την πηγή τους στο εσωτερικό του Πάρκου και μεταξύ τους, στα αριστερά τους, μπορούμε να βρούμε τη Νότια Ηπειρωτική Πλατφόρμα Πάγου, μια από τις μεγαλύτερες στην ήπειρο της Αμερικής. Στη συνέχεια, η στέπα ακολουθώντας την αλυσίδα των βουνών δημιουργεί ένα ιδιαίτερο ενδιαίτημα για μια μεγάλη ποικιλία θηλαστικών και πτηνών, και είναι δύσκολο να φανταστεί κανείς τις γλωρίδα αυτού του απομονωμένο μέρος. Κύρια αξιοθέατα είναι οι παγετώνες, και κάθε ένας από αυτούς είναι ιδιαίτερος. Υπάρχουν επίσης πολλά προϊστορικά ίχνη σε αυτήν την σχεδόν ακατοίκητη περιοχή, από λαξευμένα στο βράχο έργα ζωγραφικής που αναπαριστούν ζώα, καθώς επίσης και ανθρώπινα και φυτικά απολιθώματα. Οι Παγετώνες του Εθνικού Πάρκου περιέχουν γύρω στους 350 κολοσσούς πάγου. Οι παγετώνες είναι σίγουρα ένα μοναδικό μέρος στον κόσμο, και αυτός είναι ο λόγος που το 1981, η UNESCO τους ανακήρυξε ως προστατευόμενη «Ανθρώπινη Κληρονομιά». Η αναγνωρισιμότητα αυτού του ξεχωριστού προορισμού παγκοσμίως ξεπέρασε τα σύνορα της Αργεντινής και έφτασε σε πολλές μεριές του πλανήτη με αποτέλεσμα η μαγεία των παγετώνων να έχει αρχίσει τα τελευταία χρόνια να προσελκύει πολλούς τουρίστες διεθνώς. Πριν από λίγα χρόνια, ο μήκους 80 χλμ δρόμος προς τον παγετώνα γινόταν με άλογα, και μόνο μέσα από μονοπάτια και οι υπηρεσίες στην πόλη ήταν

---

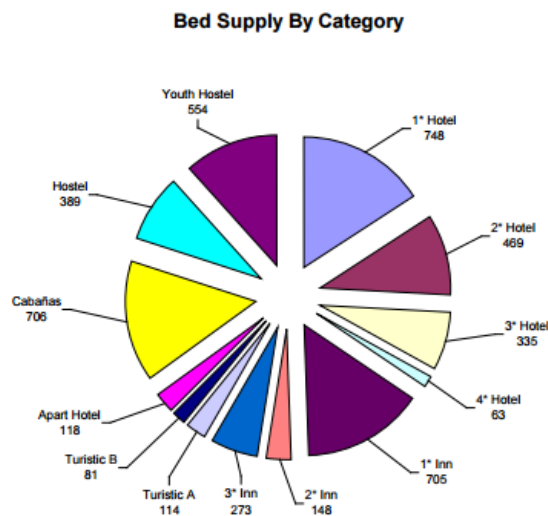


πολύ χαμηλού επιπέδου. Ο τουρισμός για την περιοχή δεν ήταν μια σημαντική δραστηριότητα, και οι άνθρωποι της πόλης δεν γνώριζαν πολλά για αυτόν αλλά η ανάπτυξη που ήλθε μέσω του τουρισμού έφερε την ανάπτυξη αλλάζοντας τα δεδομένα.

### Δημιουργία Ξενοδοχειακών Μονάδων

Ιδιαίτερα τις χρονιές 2004 και 2005 καταγράφηκε ρεκόρ στην αύξηση της προσφοράς κλινών, μια αύξηση του 31,30%, που μεταφράζεται σε 1121 παραπάνω κλίνες.

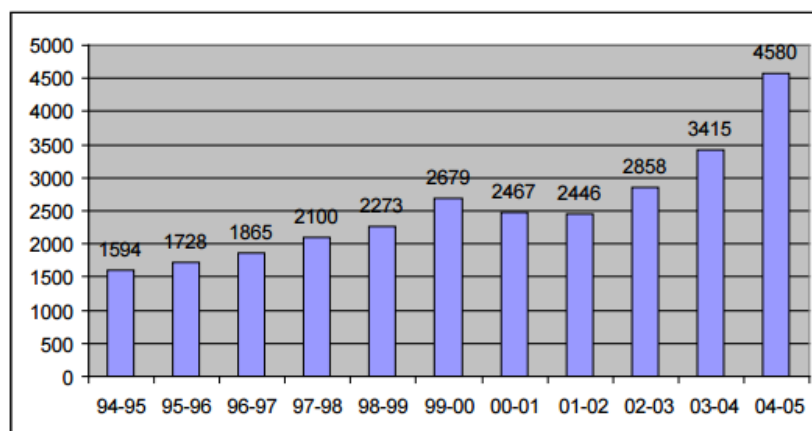
Στο El Calafate υπάρχουν 4.703 κλίνες, εκ των οποίων οι 1.217 είναι 3 και 4 αστέρων. Όμως, η μεγαλύτερη αύξηση των κλινών παρατηρήθηκε στην ζήτηση για Hostels με μια αύξηση της τάξης του 62% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Επίσης παρατηρήθηκε αύξηση της τάξης 9,64% στη ζήτηση κλινών σε ξενοδοχεία 1 και 2 αστέρων.



**Διάγραμμα 2:** Προσφορά κλινών ανά κατηγορία (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης του Δήμου Calafate).

Όσον αφορά τους λάτρεις της γαστρονομίας, η αύξηση των επισκέψεων ανερχόταν στο ποσοστό του 43,8% μια αύξηση σχεδόν διπλάσια από τα προηγούμενα έτη.

### Restaurant Supply



**Διάγραμμα 3:** Πληρότητα εστιατορίων ανά έτος (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης του Δήμου Calafate).

### Η Τουριστική Ζήτηση

Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου η τουριστική αιχμή έφτασε τους 95.608 επιβάτες που επισκέφθηκαν το El Calafate<sup>81</sup>. Ο αριθμός αυτός (95608 επισκέπτες) το 2005 ήταν μεγαλύτερος από την επισκεψιμότητα της προηγούμενης χρονιάς κατά 22,1%

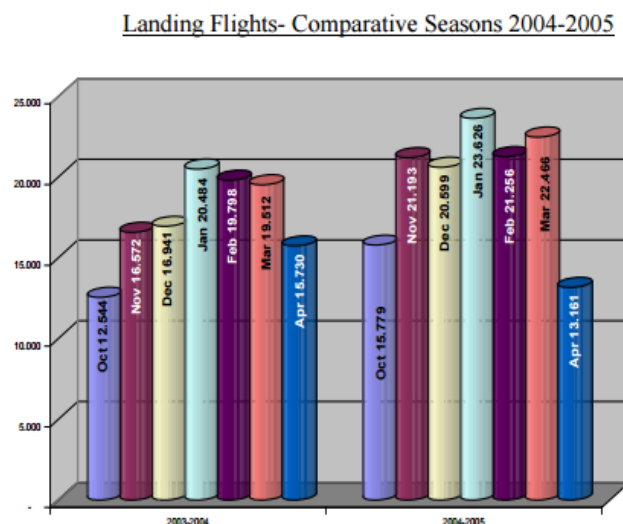
Month	Argentine	Europe	America	Asia	Africa	Oceania	No Data	Total	%
Oct	1.366	3.545	642	150	12	86	389	6.190	6%
Nov	2.843	9.720	1.570	270	12	194	778	15.387	16%
Dic	4.293	7.832	2.966	968	75	285	1.048	17.467	18%
Jan	6.017	5.972	2.900	541	17	291	292	16.030	17%
Feb	5.249	6.915	2.683	884	21	236	684	16.672	17%
Mar	5.231	6.098	2.609	683	27	223	941	15.812	17%
Apr	3.559	2.141	1.533	310	40	135	332	8.050	8%
<b>Total</b>	<b>28.558</b>	<b>42.223</b>	<b>14.903</b>	<b>3.806</b>	<b>204</b>	<b>1.450</b>	<b>4.464</b>	<b>95.608</b>	
<b>%</b>	<b>30%</b>	<b>44%</b>	<b>16%</b>	<b>4%</b>	<b>0%</b>	<b>2%</b>	<b>5%</b>		

**Πίνακας 1:** Επισκεψιμότητα στο El Calafate ανά μήνα (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης του Δήμου Calafate).

Ο Ιανουάριος είναι ο μήνας με τη μεγαλύτερη τουριστική επισκεψιμότητα. Αυτό σημαίνει ότι περισσότερο από το 17,57% των ετήσιων τουριστικών επισκέψεων γίνονται τον Ιανουάριο και ακολουθεί ο Φεβρουάριος με 15,96%. Οι ξένοι τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή κάθε χρόνο είναι και περισσότεροι. Οι Ευρωπαίοι Τουρίστες αποτελούν το 36% των συνολικών επισκεπτών με αύξηση κάθε χρόνο 8%κατα μέσο όρο. Η μεγαλύτερη αύξηση έρχεται από τους Ισπανούς με ποσοστό 118%. Ακολουθούν οι Ιταλοί και οι Γάλλοι με 15% και 14%. Από την Ασία οι περισσότεροι τουρίστες έρχονται από το Ισραήλ με αύξηση πάνω από 65%. Επίσης οι Βορειοαμερικάνοι τουρίστες ήταν περισσότεροι κατά 4% ενώ οι Μεξικάνοι κατά 3%. Από τους συνολικούς τουρίστες οι 31.878 διέμειναν σε ξενοδοχεία 3 και 4 αστέρων.

### Αεροδρόμιο El Calafate

Ένα νέο διεθνές αεροδρόμιο, το οποίο απέχει 23χλμ από την πόλη, εγκαινιάστηκε στις 17 Νοέμβρη του 2000. Το αεροδρόμιο έχει απευθείας πτήσεις προς το Buenos Aires και άλλες σημαντικές πόλεις της Αργεντινής. Η ανάπτυξη του αερολιμένα επιτρέπει την αλλαγή του τμήματος των τουριστών που φτάνουν στο El Calafate. Όπως δείχνει ο παρακάτω πίνακας η αύξηση της επισκεψιμότητας το 2005 είναι εμφανής.



**Διάγραμμα 4:** Σύγκριση αφίξεων τα έτη 2004-2005 στο αεροδρόμιο El Calafate (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης του Δήμου Calafate).

## **Στρατηγική Προώθησης**

Το 2003 η κυβέρνηση της χώρας και της περιοχής αποφασίζουν να ξεκινήσουν να αναπτύσσουν τον τουρισμό για να εκμεταλλευτούν και το νέου διεθνές αεροδρόμιο. Η πρώτη ενέργεια ήταν μια πρόσκληση υποβολής προτάσεων για να παρουσιαστεί μια ολοκληρωμένη επικοινωνιακή στρατηγική. Το 2002 η διαφημιστική Yggy κέρδισε το διαγωνισμό και άρχισε να εργάζεται πάνω στην ανάπτυξη μιας νέας στρατηγικής επικοινωνίας. Κατά τη διάρκεια των τελευταίων δέκα ετών ο προορισμός γινόταν γνωστός βασιζόμενος σε αυθόρμητες τάσεις. Δεν υπήρξε κανενός είδους σχεδιασμός ή στρατηγική. Οι φυσικοί πόροι βοήθησαν στο να προσελκυσθεί μεγάλος αριθμός επισκεπτών. Η κατασκευή του νέου αεροδρομίου βοήθησε σημαντικά στην ανάπτυξη του τουρισμού. Η διαφημιστική εταιρεία -YGGY- αποφάσισε να λειτουργήσει με διαφορετικούς τρόπους. Πρώτο σημείο στο οποίο υπήρξε αλλαγή ήταν ο διαχωρισμός του El Calafate από τον προορισμό Cafayate. Έτσι μπροστά το Calafate μπήκε το El. Μετά από αυτό το σημείο άρχισε να αναπτύσσεται η τοποθέτηση της μάρκας του El Calafate. Αναγνωριζόταν πλέον ως παγκόσμιος τουριστικός προορισμός που μπορεί να επισκεφθεί οποιοσδήποτε τουρίστας, κατά τη διάρκεια ολόκληρου του έτους. Μετά την ανάπτυξη της στρατηγικής ονομασία, το επόμενο βήμα ήταν η ανάπτυξη της στρατηγικής μάρκετινγκ. Ο κύριος στόχος ήταν να προσδιοριστούν τα κύρια τμήματα με στόχο τους επικοινωνιακούς πόρους. Το επόμενο βήμα ήταν να οργανωθούν οι διαφορετικές στρατηγικές για την ενεργό συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων μερών όπως της κοινότητας, της κυβέρνησης, των ταξιδιωτικών γραφείων και πρακτορείων, των επενδυτών ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, του Τύπου και των φορέων των μέσων ενημέρωσης. Η στρατηγική μάρκετινγκ επικεντρώθηκε στον Τύπο, τις συμμαχίες και στην ανάπτυξη των ιστοσελίδων. Μια άλλη στρατηγική ήταν να δημιουργηθεί ένα ημερολόγιο για να διαφημιστεί στις διάφορες τουριστικές εκθέσεις και εκδηλώσεις, όπως είναι και FIT (διεθνής έκθεση τουρισμού) αλλά και σε μία από τις πιο σημαντικές παγκόσμιες εκθέσεις τουρισμού την FITUR στην Ισπανία όπου συγκεντρώνονται οι κυριότεροι φορείς του ευρωπαϊκού τουρισμού. Τέλος ένα σημαντικό σημείο στρατηγικής ήταν η στρατηγική του Τύπου ενός από τους σημαντικότερους πυλώνες της Στρατηγική Μάρκετινγκ. Αυτό το είδος της προώθησης αναπτύχθηκε τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνή μέσα ενημέρωσης Τύπου.

### 5.7.9 Ιατρικός Τουρισμός στην Αργεντινή

Το Buenos Aires δεν είναι μόνο η πρωτεύουσα της Αργεντινής, αλλά μία από τις σημαντικότερες πόλεις στη Λατινική Αμερική και μια από τις πιο συχνά επισκεπτόμενες στον κόσμο από τουρίστες ιδιαίτερα από το 2003 και μετά. Με έναν αμέτρητο αριθμό μουσείων, γκαλερί, θεάτρων και συνεδριακών κέντρων, ακόμη και επιχειρήσεων σε συνδυασμό με τον πολιτισμό της, την υπέροχη ατμόσφαιρα και την απίθανη σκηνοθεσία, δεν κάνει καμία κατάπληξη ότι οι τουρίστες συρρέουν από όλο τον κόσμο. Ωστόσο, πρόσφατα, οι τουρίστες ταξιδεύουν στο Buenos Aires και για άλλους λόγους. Μετά την κατάρρευση του πέσο τον Ιανουάριο του 2002<sup>82</sup>, η Αργεντινή έγινε ένας πολύ επιθυμητός προορισμός για ιατρικό τουρισμό, δεδομένου ότι η κατάρρευση οδήγησε σε εξαιρετικά ευνοϊκές συναλλαγματικές ισοτιμίες για τους Αμερικανούς αλλά και τους Ευρωπαίους πολίτες που επισκέπτονται την χώρα. Το Buenos Aires είναι γνωστό για το προηγμένο σύστημα υγειονομικής περίθαλψης του και τους εξειδικευμένους γιατρούς. Ως εκ τούτου, ήταν φυσικό να μπει στις λίστες με τις χώρες που διαπρέπουν στον ιατρικό τουρισμό.

Οι εξαιρετικές ιατρικές θεραπείες δεν είναι ο μόνος λόγος που οι άνθρωποι ψάχνουν στο Μπουένος Άιρες για την επόμενη χειρουργική επέμβαση τους. Συμβαίνει επίσης να είναι ένας υπέροχος προορισμός για διακοπές και τα νοσοκομεία επωφελούνται πλήρως από αυτό. Τα πακέτα που μπορεί να αγοραστούν μέσω του ιατρικού τουρισμού περιλαμβάνουν τα πάντα, από το αεροδρόμιο (pick up), καταλύματα, συνάντηση με τους χειρουργούς εκ των προτέρων, παρακολούθηση, φροντίδα και τις διαδικασίες από τη στιγμή που επιστρέψουν στην πατρίδα τους. Τα πακέτα αυτά προσφέρουν στους ασθενείς ξέγνοιαστες διακοπές και ευχάριστη ιατρική περιποίηση.

Η κυβέρνηση της Αργεντινής τα τελευταία χρόνια ιδιαίτερα απο το 2003<sup>83</sup> και μετά στην προσπάθειά της να βελτιώσει τις ιατρικές υπηρεσίες της χώρας είχε προχωρήσει στην έκδοση κονδυλίων για την κατασκευή σύγχρονων ιατρικών εγκαταστάσεων. Η δημιουργία των εγκαταστάσεων αυτών απέβλεπε και στα έσοδα από τους τουρίστες που θα πήγαιναν στην Αργεντινή για ιατρικό τουρισμό. Υπάρχουν πολλά σύγχρονα νοσοκομεία και κλινικές σε όλη την

---

<sup>82</sup> <http://www.theguardian.com/business/2006/oct/24/argentina.travelnews>

<sup>83</sup> <http://www.allmedicaltourism.com/articles/destinations/argentina/>

πόλη, όπου μπορεί κανείς να λάβει παγκόσμιας κλάσης υγειονομική περίθαλψη σε ένα κλάσμα του κόστους της υγειονομικής περίθαλψης στις ΗΠΑ. Αυτά τα νοσοκομεία και οι κλινικές προσφέρουν τα πάντα, ανεξάρτητα από το είδος της επέμβασης που μπορεί να ψάχνει κάποιος με κόστος σχεδόν το ένα δέκατο της τιμής που ισχύει στις ΗΠΑ. Σε αντίθεση με πολλούς άλλους ιατρικούς τουριστικούς προορισμούς, το Μπουένος Άιρες δεν είναι γνωστό για ένα συγκεκριμένο είδος χειρουργικής επέμβασης, αλλά, αντίθετα, είναι γνωστό για τους εξαιρετικά ειδικευμένους χειρουργούς σε όλους τους τομείς. Ακόμα το πιο δημοφιλές είδος της χειρουργικής επέμβασης που μπορεί να κάνει κάποιος εδώ είναι η αισθητική χειρουργική επέμβαση, αλλά αυτό δεν υποκαθιστά τις ικανότητες των άλλων κλάδων της Χειρουργικής Ιατρικής. Πολλές από τις πόλεις της Αργεντινής χτίστηκαν από Ευρωπαίους μετανάστες, έτσι ώστε να έχουν μια μαγευτική ευρωπαϊκή ατμόσφαιρα. Παράλληλα λοιπόν με τις περιηγήσεις στα αξιοθέατα και τις χορευτικές παραστάσεις, οι τουρίστες βρίσκουν χρόνο για πλαστικές επεμβάσεις όλων των ειδών (πχ. Λεύκανση δοντιών, ανόρθωση στήθους κλπ). Οι Αμερικανοί και οι Ευρωπαίοι εκμεταλλεύονται την οικονομία για να ταξιδέψουν στην Αργεντινή για ιατρικές διαδικασίες που κυμαίνονται από περίπλοκη χειρουργική επέμβαση για θεραπείες γονιμότητας έως παγκόσμιας κλάσης αισθητική χειρουργική. Η Αργεντινή είναι στο νότιο ημισφαίριο, έτσι ώστε οι τουρίστες από τα βόρεια κράτη να μπορούν να ταξιδέψουν στην περιοχή κατά τους χειμερινούς μήνες, προκειμένου να επωφεληθούν από τον ζεστό καιρό. Παρόλο που οι τουρίστες από την Αγγλία μπορεί να διαπιστώσουν ότι οι τιμές των πτήσεων προς την Αργεντινή μπορεί να είναι υψηλές, αντίβαρο θεωρείται το κόστος της διαμονής στη χώρα και οι χαμηλού τιμολογιακού επιπέδου ιατρικές διαδικασίες. Έτσι το ταξίδι αξίζει το κόστος του. Εκτός από το να πηγαίνουν στην Αργεντινή για ιατρικούς λόγους, πολλοί τουρίστες θέλουν να επωφεληθούν από το ταξίδι τους για να επισκεφθούν το χαλαρωτικό τοπίο της Παταγονίας και της πρωτεύουσας του κρασιού της Mendoza. Η Αργεντινή είναι ένας τουριστικός προορισμός που προσφέρει πολλά στους ταξιδιώτες για να εξερευνήσουν, όπως είναι για παράδειγμα οι εκπληκτικοί παγετώνες της νοτιότερης πόλης του κόσμου της Ushuaia στην πρωτεύουσα του Μπουένος Άιρες, που είναι γνωστή ως το Παρίσι της Νότιας Αμερικής.

## Ιατρικές εγκαταστάσεις και Υπηρεσίες στην Αργεντινή

Οι γιατροί που ασκούνται στην Αργεντινή είναι πλήρως καταρτισμένοι και κάτοχοι πτυχίων από τα κορυφαία πανεπιστήμια του κόσμου, ακριβώς όπως και οι ομόλογοί τους στις ΗΠΑ<sup>83</sup> και στην Αγγλία. Στην πραγματικότητα, οι Αργεντινοί πλαστικοί χειρουργοί είναι σε υψηλή ζήτηση όσο ένας στους τριάντα Αργεντινούς υποβάλλονται σε κάποια μορφή της πλαστικής χειρουργικής. Οι πιο δημοφιλείς αισθητικές χειρουργικές επεμβάσεις που πραγματοποιούνται στην Αργεντινή περιλαμβάνουν λιποαναρρόφηση, η χειρουργική επέμβαση με λέιζερ, καθώς και την αύξηση του μαστού. Λόγω της αυξανόμενης δημοτικότητας του ιατρικού τουρισμού στην Αργεντινή, υπάρχουν πολλές κλινικές στο Buenos Aires που ειδικεύονται στην φιλοξενία των ταξιδιωτών που επισκέπτονται τη χώρα για ιατρικές διαδικασίες. Σε αυτές τις κλινικές, οι τουρίστες διαπιστώνουν το υψηλό επίπεδο ιατρικών υπηρεσιών και τη χρήση της πιο πρόσφατης τεχνολογίας. Ο αριθμός των Αμερικανών που έρχονται στην Αργεντινή για τις διαδικασίες έχει εκτιναχθεί στα ύψη λόγω της διαφοράς κόστους των ιατρικών υπηρεσιών. Για παράδειγμα μια αισθητική επέμβαση προσώπου (face lift) στις ΗΠΑ κοστίζει περίπου \$15.000, ενώ κοστίζει μόνο \$ 5.000 στην Αργεντινή. Μια άλλη δημοφιλής διαδικασία είναι οι θεραπείες γονιμότητας που συνήθως κοστίζουν πάνω από £50.000 στο Λονδίνο ενώ στο Buenos Aires μόνο £ 10.000. Με την Αργεντινή να αναμένει 4 - 4,5 εκατομμύρια ξένους επισκέπτες ιδιαίτερα απο το 2005 και μετά η αξία των εσόδων απο τον τουρισμό είναι περίπου £1.9 δις κάθε χρόνο [34]για την εθνική οικονομία. Ο αριθμός των τουριστών έχει αυξηθεί σε ετήσια βάση κατά περίπου 10% από το 2003, με την Αργεντινή να αποδεικνύεται ιδιαίτερα δημοφιλής στους Βρετανούς επισκέπτες. Ο αριθμός των Βρετανών τουριστών έχει αυξηθεί κατά περισσότερο από το ένα τέταρτο από το 2005 και μετά (27%) σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, με μια αύξηση του αριθμού των Βρετανών που επισκέπτονται την Αργεντινή για την πλαστική χειρουργική.

### **5.7.10 Οινοτουρισμός στην Αργεντινή**

Ανάμεσα στις πολλές χάρες της, η Αργεντινή είναι γνωστή στον κόσμο, λόγω της ποιότητας των οινολογικών προϊόντων της. Ωστόσο, η παράδοση μιας εύφορης γης όσον αφορά το κρασί οδήγησε σε μια γόνιμη ανάπτυξη των επιχειρήσεων ιδιαίτερα κατά την τελευταία δεκαετία. οι περίπατοι μέσα στα οινοποιεία, είναι μια κλασική δραστηριότητα που προσφέρεται στους

τουρίστες. Αν ελέγξουμε τα δεδομένα των οινοποιείων της Αργεντινής υπολογίζεται ότι τα τελευταία χρόνια, περισσότεροι από 1.500.000 επισκέπτες το χρόνο πραγματοποίησαν το " Camino del Vino " <sup>84</sup>(Διαδρομή του κρασιού), και εξερεύνησαν πάνω από 190 οινοποιεία στη χώρα. Τα στοιχεία δείχνουν, από την άλλη πλευρά, ότι η προσφορά των οινοποιείων που προορίζεται για κρασί τουριστικών δραστηριοτήτων έχει αυξηθεί εντυπωσιακά, με μια σταθερή αύξηση στον τομέα που κυμαίνεται από 7% έως 10%. Στατιστικά στοιχεία δείχνουν επίσης ότι, η χώρα διαθέτει έναν οινοτουριστικό προορισμό εξαιρετικά σημαντικό. Την πόλη της Mendoza της οποίας τα χαρακτηριστικά του εδάφους και οι καιρικές συνθήκες την ανάγουν ως την πιο κατάλληλη επαρχία για την παραγωγή κρασιού. Στην πραγματικότητα, το 70% του οινολογικού τουρισμού επικεντρώνεται σε αυτή την πόλη, όπου περισσότερα από 100 οινοποιεία (από 190 που προσφέρουν αυτό το τουριστικό τροπικότητα στη χώρα) που βρίσκεται. Ο οινολογικός τουρισμός έχει προκύψει ως μια εθνική επιχείρηση στην Αργεντινή, χάρη σε κυβερνητικές ενέργειες προώθησης, σε διεθνές, εθνικό και επαρχιακό επίπεδο. Το 33% των πωλήσεων των οινοποιείων προέρχεται από την τουριστική δραστηριότητα. Η γένεση του, με την αυστηρή έννοια, συνδέεται με την βαθιά οικονομική κρίση που αντιμετώπισε η χώρα στις αρχές του 2000.

### **Περιοχές που ευδοκimei ο Οινοτουρισμός**

#### **Mendoza**

Η Mendoza στην Αργεντινή είναι γνωστή ως η πρωτεύουσα του κρασιού της χώρας, με χιλιάδες Bodegas (οινοποιεία) και βρίσκεται πάνω από τα βουνά των Άνδεων. Το 75% του συνόλου του κρασιού στην Αργεντινή προέρχεται από την περιοχή. Το Ζεστό και ξηρό κλίμα της Mendoza δημιουργεί ένα τέλειο έδαφος για την ανάπτυξη και παραγωγή του ερυθρού οίνου, του Malbec που είναι το πιο δημοφιλές και αναγνωρισμένο κρασί της Αργεντινής σε όλο τον κόσμο. Οι περισσότερες από τους κορυφαίες Οινοποιείες της Mendoza βρίσκονται στα όρια της πόλης με απόσταση κάποιων χιλιομέτρων μεταξύ τους. Έτσι γεννήθηκε η ιδέα να προσφέρονται ποδήλατα για τη μετάβαση των τουριστών στις μονάδες ούτως ώστε οι τουρίστες να εξερευνήσουν και να γευτούν το κρασί.

---

<sup>84</sup> <http://www.nomadicmatt.com/travel-blogs/a-wine-tour-in-argentina/>



## **Cafayate**

Δεύτερο κέντρο της Αργεντινής για την παραγωγή ποιοτικών κρασιών, είναι η περιοχή Cafayate<sup>85</sup> ένας δημοφιλής τουριστικός προορισμός, που εξακολουθεί να έχει μια ήρεμη αίσθηση της μικρής πόλης. Είναι θεαματικά γραφικό, με το πράσινο των αμπελιών να υποστηρίζεται από τα ψηλά βουνά. Το Cafayate είναι γνωστό για την περίφημη ποικιλία σταφυλιών Torrontes τα οποία δίνουν αρωματικό λευκό ξηρό κρασί. Τα Οινοποιεία στην περιοχή παράγουν επίσης μερικά ωραία κόκκινα κρασιά από Cabernet Sauvignon, Malbec και Tannat.

## **Maipu**

Εξίσου σημαντικός προορισμός οινοτουρισμού είναι η περιοχή του Maipu<sup>85</sup> μια μικρή πόλη ακριβώς έξω από την Mendoza γεμάτη με οινοποιεία, αγροκτήματα ελιάς και άλλες γκουρμέ επιχειρήσεις που είναι εύκολο να επισκεφθείς πέντε ή έξι σε μια μέρα. Όλες προσφέρουν εκδρομές για την δοκιμή τουλάχιστον ενός μικρού δείγματος των προϊόντων τους. Κρασιά που παράγονται εδώ είναι<sup>86</sup>: Αφρώδης οίνος, Pura Sangre (80% Malbec και 20% Cabernet Sauvignon), Paradigma (60% Malbec | 20% Cabernet Sauvignon | 20% Cabernet Franc).

---

<sup>85</sup> <http://www.lonelyplanet.com/argentina/maipu>

<sup>86</sup> [http://malbecsymphony.com/Maipu%20Sample%20Wine%20Tour\\_in.asp](http://malbecsymphony.com/Maipu%20Sample%20Wine%20Tour_in.asp)

## **Κεφάλαιο 6: Συμπεράσματα**

Στην παρούσα εργασία ασχοληθήκαμε με τις αιτίες που προκάλεσαν την οικονομική κρίση στη χώρα της Αργεντινής, τις αρνητικές συνέπειες που ακολούθησαν στους σημαντικότερους οικονομικούς κλάδους της χώρας και κατ'επέκταση στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο μετά από πολιτικές που ακολουθήθηκαν πριν το 2001 καθώς και με την ανάκαμψη της οικονομίας της Αργεντινής μέσα από στρατηγικές και πολιτικές ανάπτυξης ενός από τους ζωτικότερους τομείς για την οικονομία αυτού του Τουρισμού. Όπως είδαμε στην αρχή του ερευνητικού μέρους η Αργεντινή υπήρξε μια από τις πλουσιότερες χώρες όχι μόνο στη Λατινική Αμερική αλλά και στον κόσμο. Οι σημαντικότεροι οικονομικοί τομείς της (π.χ βιομηχανικός, εξαγωγών, ζωικού κεφαλαίου, πετρελαίου κλπ) έδιναν στον λαό της Αργεντινής τη δυνατότητα να βρίσκεται σε μια χώρα χωρίς οικονομικά προβλήματα. Υπήρξε όμως μια πολύ σημαντική περίοδος στη διακυβέρνηση της χώρας (1991 – 2001) ιδιαίτερα στον οικονομικό τομέα όπου έμειναν ανεξίτηλα τα σημάδια κάποιων λανθασμένων πολιτικών επιλογών και έφεραν τη χώρα της Αργεντινής σε οικονομικό αδιέξοδο. Παρουσιάζονται οι πολιτικές του Νεοφιλελευθερισμού με ηγέτες τους Raul Alfonsin και Carlos Menem οι οποίοι με αποφάσεις τους ιδιωτικοποίησαν σχεδόν ολόκληρο τον πλούτο της Αργεντινής. Τομείς όπως το πετρέλαιο, η ύδρευση, οι κρατικές αερογραμμές, η κρατική εταιρεία παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας, οι τηλεπικοινωνίες, τα διόδια, η κρατική εταιρεία σιδηροδρόμων ιδιωτικοποιήθηκαν διότι θεωρήθηκε ότι επιβαρύνουν τον κρατικό προϋπολογισμό χωρίς να προβλεφθεί η πιθανότητα για μηδενικά έσοδα μετά την ιδιωτικοποίηση. Οι απολύσεις έσπασαν κάθε ρεκόρ και μέχρι το 2001 η ανεργία και ο πληθωρισμός κάλπαζαν. Ως αποτέλεσμα είχαμε τις εξεγέρσεις του λαού της Αργεντινής και την είσοδο της χώρας σε μια μεταβατική περίοδο η οποία θα έφερνε θετικά σημάδια ανάκαμψης. Από την αρχή του 2002 η Αργεντινή άρχισε να επεξεργάζεται την πολιτική της πραγματικής Συναλλαγματικής Ισοτιμίας (RER) όπου το επί δεκαετίες νόμισμα αντικαταστάθηκε από ένα ρεαλιστικό καθεστώς ελεγχόμενης διακύμανσης και το πέσο υποτιμήθηκε. Φορολογήθηκαν οι πρωτογενείς εξαγωγές για τη μείωση των επιπτώσεων της υποτίμησης και για τη συλλογή πόρων ώστε να χρηματοδοτηθούν οι δημόσιες δαπάνες αρκετές από τις οποίες κατέληξαν στον Τουρισμό και στην ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών του. Το Υπουργείο απασχόλησης δημιούργησε το πλάνο Jefes y Jefas de hogar desocupados το οποίο άγγιξε περί τα 2 εκατομμύρια οικογένειες. Το δημόσιο χρέος αναδιαρθρώθηκε και «κουρεύτηκε» γύρω στο

76% από τους πιστωτές (2005). Βελτιώθηκε ο ισολογισμός της ομοσπονδιακής κυβέρνησης και τα δημοσιονομικά του κράτους. Σταθεροποιήθηκαν οι εγχώριες τιμές και η ισοτιμία του συναλλάγματος με την βοήθεια του τραπεζικού συστήματος από την Κεντρική Τράπεζα και με την ανοχή του ρυθμιστικού οργανισμού που δέχτηκε τη μη εκπλήρωση των κεφαλαιακών απαιτήσεων. Το ΑΕΠ της Αργεντινής άρχισε να εμφανίζει από το 2003 ρυθμό ανάπτυξης 3,2% κατά μέσο όρο καθώς οι ίδιοι οι Αργεντινοί σε μεγάλο ποσοστό παρήγαγαν αυτά που καταναλώναν. Η ανάπτυξη κατά τα χρόνια 2002 και του 2008 είχε ως αποτέλεσμα την σταθεροποίηση του πληθωρισμού σε χαμηλά επίπεδα (δεν έφθασε ποτέ σε επίσημο επίπεδο άνω του 10%) καθώς και της συναλλαγματικής ισοτιμίας με το δολάριο ΗΠΑ με μια μικρή μόνο υποτίμηση της τάξης του 2,9 έως 3,1%. Αυτή η νομισματική σταθερότητα βοήθησε τη χώρα να επιτύχει πλεόνασμα στους τρεχούμενους λογαριασμούς και στον φορολογικό προϋπολογισμό. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την ικανότητα της κυβέρνησης να διαχειριστεί υπεύθυνα τεράστιο μέρος από το δημόσιο χρέος της. Το ΑΕΠ εκτοξεύθηκε από το 11% μείωσης το 2002 σε πάνω από 8% αύξησης σε ετήσια βάση κατά την περίοδο αυτή. Το κατά κεφαλήν εισόδημα αυξήθηκε και η ευημερία επέτρεψε στην Αργεντινή να μειώσει τα επίπεδα ανεργίας από 20 % το 2001 σε 7,8% το 2008 που ήταν το χαμηλότερο της εικοσαετίας. Στον τομέα του τουρισμού το αρμόδιο Υπουργείο της Αργεντινής σε συνεργασία με τις Επαρχίες και μετά από απόφαση της κυβέρνησης κατέστρωσαν στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης του Τουρισμού στη χώρα με πρώτο άξονα τη στρατηγική σήματος – μάρκας ούτως ώστε να υπάρχει ένα πλάνο σωστής προώθησης και εκμετάλλευσης των πόρων και της ομορφιάς της χώρας. Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού βρέθηκαν στο επίκεντρο της Τουριστικής Πολιτικής της χώρας. Η φυσική βιοποικιλότητα που υπάρχει στη χώρα ευνοούσε μορφές τουρισμού οι οποίες είναι μοναδικές σε ολόκληρη τη Λατινική Αμερική αλλά και τον κόσμο. Μέσω στρατηγικού σχεδιασμού αναπτύχθηκαν ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο παγοτουρισμός, ο οινοτουρισμός και σαν επακόλουθο ο γαστρονομικός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο τουρισμός περιπέτειας κλπ.. Ως αποτέλεσμα της ανάπτυξης όλων αυτών των ειδικών μορφών τουρισμού η χώρα βίωσε μια από τις πιο σημαντικές περιόδους στη σύγχρονη ιστορία της όσον αφορά τις επισκέψεις αλλοδαπών Τουριστών. Όπως γίνεται αντιληπτό η τεράστια αύξηση των επισκεπτών προκάλεσε την ανάγκη δημιουργίας περισσότερων και καλύτερα εξοπλισμένων εγκαταστάσεων στη χώρα για την υποδοχή τους. Η Αργεντινή μετά την υποτίμηση του πέσο είχε δημιουργήσει για τους

Αργεντινούς μια χώρα ακριβότερη από πριν και για αυτόν το λόγο ο εσωτερικός τουρισμός αναπτύχθηκε από τους ίδιους τους Αργεντίνους λόγω των χαμηλότερων τιμών του. Τα οικονομικά οφέλη της χώρας από την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας ήταν τεράστια με τα έσοδα να κυμαίνονται από 4 δις έως και 5 δις περίπου κάθε χρόνο από το 2003 και μετά. Καταλήγοντας επισημαίνουμε τη σημασία της ανάπτυξης της Τουριστικής Βιομηχανίας σε μια χώρα καθώς αποτελεί βασικό μοχλό στην ανάκαμψη της οικονομίας της, μέσω της μείωσης της ανεργίας, της αύξησης του ΑΕΠ καθώς και της μείωσης του πληθωρισμού. Ειδικότερα στην περίπτωση της Αργεντινής τα παραπάνω (η μείωση της ανεργίας, η αύξηση του ΑΕΠ και η μείωση του πληθωρισμού) έγιναν πράξη μέσω της Τουριστικής δραστηριότητας και η χώρα ανέκαμψε καταγράφοντας ιστορικά υψηλά επίπεδα υγιούς οικονομίας.

## Βιβλιογραφία και Αναφορές

- Καραγιάννης Σ.– Έξαρχος Γ. , 2006
- Μ. Ι. Λογοθέτης, Αγροτικός Τουρισμός – Μια εναλλακτική λύση, Αθήνα 1988
- C. Kaspar Management In Tourismus 1994/1995 Haupt Nr 13
- Μια εισαγωγή στον Τουρισμό LEONARD LICKORISH – CARSON JENKINS
- Π. Κομίλη, Επιστημονικές Μελέτες 20 – Χωρική Ανάλυση του Τουρισμού, ΚΕΠΕ, Αθήνα 1986
- Ν. Ηγουμενάκης, Τουριστική Πολιτική, εκδ. Interbooks, Αθήνα 1990
- G. Haedrich, C. Kaspar, H. Kleinert, K. Klemm, Tourismus Management/ Tourismus Marketing/ de Gruyter Berlin/ New York 1983
- Μ.Ι. Λογοθέτης, Προβλήματα και κατευθύνσεις Τουριστικής Πολιτικής, εκδ. Παπαζήση, Αθήνα 1967
- C. Gunn, Tourism Planning (2nd ed.). New York: Taylor and Francis, 1988, στο Δ. Χ. Α. Βασιλειάδης, Η διοικητική και το μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη, Αθήνα, 2009
- Dimitrios Buhalis, Marketing the Competitive Destination of the Future, Tourism Management, 1999, Vol. 21, Issue 1, February 2000
- Kotler P., Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ, Ανάλυση Σχεδιασμός, Υλοποίηση και Έλεγχος, τόμος Α' και Β', Interbooks, Αθήνα, 1990
- Γιάννης Πετρώφ, Κώστας Τζωρτζάκης, Αλεξία Τζωρτζάκη, Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ, Η ελληνική Προσέγγιση, Εκδόσεις Rosili, 2002
- Τζωρτζάκης, Αλεξία Τζωρτζάκη, Οργάνωση και Διοίκηση, Μάνατζμεντμ, Νέες ιδέες και τεχνικές στον 21 αιώνα, Εκδόσεις Rosili, 2002
- Μάλλιαρης, Π. (1990) Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ. Αθήνα: Σταμούλης
- Crosier, K. (1987) Promotion, in the Marketing Book, ed. Baker, M. London : Heinemann
- Kotler, P. (1991) Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control. 7<sup>th</sup> ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice- Hall
- Ηγουμενάκης, Ν, (1996) Τουριστικό Μάρκετινγκ. Αθήνα : Interbooks
- Palmer, A. (2001) Principles of Services Marketing. 2<sup>nd</sup> ed. UK : MCGRAW-HILL

- Barron, S & Harris, K. (1995) Service Marketing. UK Macmillan
- Bowen, J. Et AL (1996) Marketing for Hospitality and Tourism. London : Prentice-Hall
- Morgan, M. (1996) Marketing for Leisures and Tourism. London : Prentice-Hall
- Kotler, P. (1984) Marketing Management 4<sup>th</sup> ed. Englewood Cliffs, NJ Prentice-Hall
- Middleton, V. (1994) Marketing in Travel and Tourism. Englewood Cliffs, NJ Prentice-Hall
- Seaton, A.V. & Bennett, M. (1996) Marketing Tourism Products. Thomson
- Barioulet H. 2001 " Matrix for Evaluating Tourism Projects on the Basis of Sustainable Tourism Indicators", στα πρακτικά του Διεθνούς Συνεδρίου: Βιώσιμα Ξενοδοχεία για Βιώσιμους Προορισμούς , Maspalomas  
<http://www.islandsonline.org/pdf/shsd/Barioulet.pdf>
- Δ. Γ. Λαγός, Τουριστική Οικονομική εκδ. Κριτική, Αθήνα 2005
- Μια εισαγωγή στον Τουρισμό LEONARD LICKORISH – CARSON JENKINS
- Χ. Κοκκώσης– Π. Τσάρτας, «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον», εκδόσεις Κριτική 2001
- Inskeep E, 1991, σ. 47-456, WTO, 1994
- C. Levey, D. Ozarow, C. Wylde, Argentina Since the 2001 Crisis: Recovering the Past, Reclaiming the Future
- Brian G. Boniface, Chris Cooper Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism εκδ. Routledge
- Penny Seymoure: Tourism in Northeastern Argentina: The Intersection of Human and Indigenous rights with the environment (published by Lexington Books November 2011 United Kingdom)
- [http://library.tee.gr/digital/books\\_notee/book\\_59509/book\\_59509\\_tsartas.pdf](http://library.tee.gr/digital/books_notee/book_59509/book_59509_tsartas.pdf)
- [http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/278/chapter\\_01.pdf?sequence=6](http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/278/chapter_01.pdf?sequence=6)
- Καραμέρης Α. (2002), "Προϋποθέσεις και Προοπτικές Ανάπτυξης του Οικοτουρισμού" στα πρακτικά της ημερίδας Στόχοι Πολιτικές και Μέσα Προώθησης του Τουρισμού στην Ελλάδα, Ρόδος  
[www.ste.edu.gr/gr/isigisis/karameris.doc](http://www.ste.edu.gr/gr/isigisis/karameris.doc)

- WTO, UNEP, (2000), "International seminar: Sustainable tourism and Competiveness in the island of Mediterranean", τελική έκθεση, Κάπρι Ιταλίας, [www.world-tourism.org/sustainable/doc/capri.pdf](http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/capri.pdf)
- "The European Charter for Sustainable tourism in protected areas" στο Sustainable tourism in protected areas [http://www.iucn.org/themes/wcpa/pubs/pdfs/tourism\\_guidelines.pdf](http://www.iucn.org/themes/wcpa/pubs/pdfs/tourism_guidelines.pdf)
- Mandaraka, M. (1998), " Towards Sustainable Development Naxos: A Case Study " στα πρακτικά του διεθνές συνεδρίου Βιώσιμη Ανάπτυξη στα νησιά και ο ρόλος της έρευνας και της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, Ρόδος <http://www.fundp.ac.be/prelude/manifestations/rhodes/actes/mandaraka.pdf>
- WTO, (1994), "National and Regional Planning Methodologies and Case Studies" [www.world-tourism.org/isroot/wto/pdf/1015-1.pdf](http://www.world-tourism.org/isroot/wto/pdf/1015-1.pdf)
- World Travel and Tourism Council (WTTC) "Blue print for new tourism" [www.wttc.org/frameset1.htm](http://www.wttc.org/frameset1.htm)
- Gallego, J. (2001), "Education a key factor for tourist sustainability and competitively" στα πρακτικά του Διεθνούς Συνεδρίου Βιώσιμα Ξενοδοχεία για Βιώσιμους Προορισμούς, Maspalomas <http://www.islandsonline.org/pdf/shsd/Gallego.pdf>
- International Conference of Environment Ministers on Biodiversity and Tourism, (1997), "The Berlin Declaration on Biological Diversity and Sustainable Tourism"
- European Island Agenda, "Instruments for the sustainable development of the islands" <http://www.insula.org/conf2.htm>
- Tourism industry report (UNEP), "Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry towards Environmentally Sustainable Development" [http:// www. wttc. org/ promote/ agenda21. htm](http://www.wttc.org/promote/agenda21.htm)
- Farsari, Y. Prastacos P. "Sustainable Tourism Indicators: Pilot Estimation for the Municipality of Hersonisos Crete ", Hersonisos [www.iacm.forth.gr/regional/papers/XIOS-englishversion.pdf](http://www.iacm.forth.gr/regional/papers/XIOS-englishversion.pdf)
- WTO, 1994, σ. 29

- <http://schoolpress.sch.gr/tourismosveria/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%83-%CE%B7%CE%B5%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B1/%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%B7-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BC%CE%BF%CF%81%CF%86%CE%B5%CF%83-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%85>
- [www.tour.teithe.gr/get\\_file.php?f=112](http://www.tour.teithe.gr/get_file.php?f=112)
- <http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/3214/2/Pattas%202.pdf>
- [http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/log/2012/DarivianakisAlexandros,MpormpoudakisEmmanouil/attached-document-1340868917-305023-11290/Darivianakis\\_Bormpoudakis2012.pdf](http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/log/2012/DarivianakisAlexandros,MpormpoudakisEmmanouil/attached-document-1340868917-305023-11290/Darivianakis_Bormpoudakis2012.pdf)
- [http://www.helexpo.gr/HelexpoPortal/inst/helexpo/gallery/Root/Pdf/Tourism\\_Conference/%CE%9D%CE%AF%CE%BA%CE%BF%CF%82%20%CE%95.%20%CE%A3%CE%BA%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%AC%CF%82.pdf](http://www.helexpo.gr/HelexpoPortal/inst/helexpo/gallery/Root/Pdf/Tourism_Conference/%CE%9D%CE%AF%CE%BA%CE%BF%CF%82%20%CE%95.%20%CE%A3%CE%BA%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%AC%CF%82.pdf)
- <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=186622>
- <http://www.ncu.org.cy/MSc/projects/tourism/tourismoskaifisi.html>
- <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=245129>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_de\\_la\\_Argentina](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_Argentina)
- [http://www.livopedia.gr/index.php/%CE%91%CF%81%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%AE\\_%CE%BA%CF%81%CE%AC%CF%84%CE%BFCF%82](http://www.livopedia.gr/index.php/%CE%91%CF%81%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%AE_%CE%BA%CF%81%CE%AC%CF%84%CE%BFCF%82)
- <http://www.reforma-politica.com.ar/index.php?pagina=DOCS-SistPol>
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Argentina>
- <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CF%81%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%AE>
- <http://www.hotelnewsresource.com/studies/global032202.htm>
- [http://www.itf.org.ar/pdf/documentos/92\\_2014.pdf](http://www.itf.org.ar/pdf/documentos/92_2014.pdf)
- <http://www.coha.org/two-roads-to-recovery/>
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism\\_in\\_Argentina](http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Argentina)



- <http://flax.nzdl.org/greenstone3/flax;jsessionid=E5AEC2E09752E20ECD03E0087C4F150B?a=d&c=BAWESS&d=D1738&dt=simple&p.a=b&p.s=ClassifierBrowse>
- <http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20zonal/america%20del%20sur/Argentina%20Tourism%20report.pdf>
- <http://isworlddelicious.blogspot.gr/2011/11/argentina-tourism-development-after.html>
- [http://www.scielo.org.ar/pdf/vf/v17n2/en\\_v17n2a06.pdf](http://www.scielo.org.ar/pdf/vf/v17n2/en_v17n2a06.pdf)
- [http://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo/publicaciones/barrera/LATINOAMERICA\\_English.pdf](http://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo/publicaciones/barrera/LATINOAMERICA_English.pdf)
- [http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82\\_%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82_%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82)
- <http://www.srcosmos.gr/srcosmos/showpub.aspx?aa=15558>
- [http://marktur.travel/uploads/secciones\\_contenido/60/60-1321990205.pdf](http://marktur.travel/uploads/secciones_contenido/60/60-1321990205.pdf)
- <http://www.allmedicaltourism.com/articles/destinations/argentina/>
- <http://www.theguardian.com/business/2006/oct/24/argentina.travelnews>
- <http://www.nomadicmatt.com/travel-blogs/a-wine-tour-in-argentina/>
- <http://www.lonelyplanet.com/argentina/northwest-argentina/cafayate>
- [http://malbecsymphony.com/Maipu%20Sample%20Wine%20Tour\\_in.asp](http://malbecsymphony.com/Maipu%20Sample%20Wine%20Tour_in.asp)