

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ

(Τ.Ε.Ι.) ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ (Σ.Δ.Ο.)

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΤΟΥ
ΙΩΑΝΝΗ Σ. ΙΓΓΛΕΣΗ**

**« Ο ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ - ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΩΣ ΒΑΣΙΚΟΣ
ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ
ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ - ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΣΤΟΥΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΤΟΠΟΥΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ »**

**ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ - ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ
ΜΑΡΙΑ ΒΕΝΙΕΡΗ - ΙΓΓΛΕΣΗ**



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το τουριστικό φαινόμενο ενυπάρχει στην παγκόσμια ιστορία από τα αρχαία χρόνια. Η ύπαρξη του Τουρισμού που πιστοποιείται μέσα από σχεδόν όλες τις ιστορικές περιόδους της ανθρώπινης ζωής, καταδεικνύει το διαρκές ενδιαφέρον του ανθρώπου γι' αυτόν και τον καθιστά μη τυχαίο, κοινωνικού περιεχομένου, φαινόμενο.

Η μελέτη πολλών γραπτών μνημείων της αρχαίας Ελλάδας, Κίνας, Ρώμης κλπ, αποδεικνύουν έμπρακτα την ύπαρξη τουριστικής διακίνησης, υποτυπωδών τουριστικών κέντρων αλλά και την διακίνηση ατόμων με κίνητρα θρησκευτικά, θεραπευτικά, αθλητικά, κίνητρα που υπάρχουν μέχρι τις μέρες μας και παρακινούν τον άνθρωπο να ταξιδέψει, έχοντας ήδη πατήσει τον 21ο αιώνα.

Η σημασία του τουρισμού σ' αυτά τα πρώτα στάδια ανάπτυξής του, κυρίως από κοινωνιολογικής πλευράς φαίνεται από την χάραξη και διάνυξη οδών που να ενώνουν τις πόλεις - κράτη, την δημιουργία πόλεων με αυξημένο πληθυσμό, την εμφάνιση εύχρηστου μέσου συναλλαγής (χρήμα), την ανάπτυξη της ναυτιλίας και του εμπορίου, την μετακίνηση για θρησκευτικούς σκοπούς, για πολεμικούς - κατακτητικούς σκοπούς, για εξερευνητικούς σκοπούς, για αναζήτηση πολιτιστικών και ψυχαγωγικών προτύπων αλλά και την δημιουργία

διακρατικών διεργασιών όπως ήταν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, τα Ελευσίνια Μυστήρια κλπ.

Όπως διαφαίνεται από τα πιο πάνω αναγραφόμενα, ανέκαθεν ο άνθρωπος είχε επαφή με τον τουρισμό.

Το τουριστικό φαινόμενο άρχισε να εξειιάζεται επιστημονικά από όλες σχεδόν τις επιστήμες, μετά την ενηλικίωσή του, η οποία επήλθε λόγω της μαζικοποίησης και της μεγέθυνσής του, καθώς άρχισε να απασχολεί όλο και μεγαλύτερο κομμάτι του παγκόσμιου πληθυσμού.

Σήμερα ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας με την ταχύτερη ανάπτυξη. Αποτελεί ένα αυτοδύναμο φαινόμενο, συνώνυμο της κατανάλωσης και του ελεύθερου χρόνου, σχεδόν καθολικής κοινωνικής αποδοχής με ταχύτατη εξάπλωση τόσο χωρική όσο και πληθυσμιακή, αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης καθημερινότητας.

Οι παραπάνω διαπιστώσεις αρκούν για να αιτιολογήσουν την μελέτη του τουριστικού φαινομένου από όλες τις επιστήμες και ιδιαίτερα από την κοινωνιολογία, της οποίας η συμβολή στην σημερινή μορφή του τουρισμού αλλά και στην εξέλιξη που αυτός θα έχει τα επόμενα χρόνια, συμβάλλει καθοριστικά, γιατί μελετά τον άνθρωπο ειδικότερα και την κοινωνία γενικότερα, παράγοντες που καθορίζουν την εξέλιξη της ανθρωπότητας σε όλα τα επίπεδα (κοινωνικό, οικονομικό, μορφωτικό, πολιτιστικό).

Με βάση τις ανωτέρω σκέψεις, θεωρώντας τον άνθρωπο – τουρίστα – καταναλωτή ως την κύρια μεταβλητή του τουριστικού φαινομένου, θα επιχειρήσουμε να συνδέσουμε μεταξύ τους όλες τις παραμέτρους εκείνες που τον προσδιορίζουν ως υποκείμενο του τουρισμού, συνδέοντας τις δραστηριότητες της ζωής του με τον τουρισμό και προσδιορίζοντας τις κοινωνικοοικονομικές επιδράσεις – επιπτώσεις που επιφέρει η παραμονή του στον εκάστοτε τόπο υποδοχής, τόσο για τον πληθυσμό υποδοχής όσο για τους πολιτιστικούς πόρους και τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Οι επιδράσεις – επιπτώσεις των διαφόρων ομάδων τουριστών – καταναλωτών στους τρεις παράγοντες του τουρισμού που προανέφερα, θα εξεταστούν ξεχωριστά, σύμφωνα με τα αναπτυξιακά χαρακτηριστικά του κάθε τόπου υποδοχής.

Συγκεκριμένα θα εξετάσουμε τις επιδράσεις – επιπτώσεις των διαφόρων ομάδων τουριστών στον πληθυσμό υποδοχής, στους πολιτιστικούς πόρους και στις τουριστικές επιχειρήσεις σε περιοχές – τόπους υποδοχής με κυρίαρχα χαρακτηριστικά ανάπτυξης τα παρακάτω:

- Περιοχές ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού.
- Περιοχές ανάπτυξης εναλλακτικού και οργανωμένου τουρισμού διακοπών.
- Περιοχές ανάπτυξης μαζικού – οργανωμένου τουρισμού διακοπών.
- Περιοχές ανάπτυξης αστικού τουρισμού και
- Περιοχές ανάπτυξης πολιτιστικού τουρισμού.

Εδώ θα πρέπει να επισημανθεί ότι στους ανωτέρω τόπους υποδοχής το χαρακτηριστικό ανάπτυξης που αναφέρεται είναι αυτό που κυριαρχεί χωρίς να σημαίνει ότι δεν υπάρχουν και στοιχεία των άλλων μορφών τουρισμού.

Ο ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ – ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΩΣ ΒΑΣΙΚΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

Η τουριστική ανάπτυξη που υπάρχει σήμερα με μαθηματική ακρίβεια θα συνεχιστεί με ακόμα μεγαλύτερους ρυθμούς τις επόμενες δεκαετίες.

Διογκώθηκε μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο και θα συνεχίσει να έχει ραγδαία ανάπτυξη κυρίως λόγω τριών διαφοροποιήσεων σε σχέση με τα προπολεμικά χρόνια :

- της τεχνολογικής εξέλιξης
- των κατακτήσεων των εργαζομένων
- της ποιοτικής υποβάθμισης της ζωής (Λύτρας, 1998, σελ. 56)

Ειδικότερα,

ο ερχομός του αεροπλάνου στις μετακινήσεις συντέλεσε στην αλματώδη αύξηση τους και ιδιαίτερα μετά το 1958 με την εισαγωγή του Boeing 707 η αεροπορική μετακίνηση έγινε θεσμός και άλλαξε το καθεστώς των μεταφορών (Βιτουλαδίτη, 2000, σελ. 22).

Η κατάκτηση της αύξησης του ελεύθερου χρόνου και της άδειας μετ' αποδοχών συντέλεσε αποφασιστικά στην δυνατότητα πραγματοποίησης ταξιδιών από ευρύτερα κοινωνικά στρώματα, κάτι που προπολεμικά ήταν κυρίως προνόμιο μόνο των ατόμων ανώτερων κοινωνικών τάξεων.

Τέλος, η σταδιακή υποβάθμιση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων λόγω της διαβίωσης τους στα μεγάλα αστικά και βιομηχανικά κέντρα του αναπτυγμένου κυρίως κόσμου, δημιούργησε σωρεία ψυχολογικών – κοινωνικών και ιατροπαθολογικών επιβαρύνσεων (άγχος, αλλοτριώση, μόλυνση περιβάλλοντος καθιστική ζωή, κακή διατροφή, αλκοολισμός, ναρκωτικά καρδιοαναπνευστικές παθήσεις κλπ) που τους επέφερε αυτού του είδους η ασφυκτική ζωή και την ανάγκη διαφυγής από την καθημερινότητα.

Σήμερα που ο τουρισμός έχει εξελιχθεί από προνόμιο ολίγων σε μαζικό τουρισμό, εκατομμύρια μετακινήσεων πραγματοποιούνται διεθνώς.

Τα ταξίδια έχουν ομαδοποιηθεί σε τουριστικά πακέτα με συνδυασμό όλων των μεταβλητών σε ένα σύνολο – τουριστικό προϊόν (περιλαμβάνει διαμονή στον τόπο προορισμού, μέσα μεταφοράς από

και προς τον τόπο προορισμού, μετακινήσεις στον τόπο προορισμού) με ενιαία τιμή.

Η εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου έχει δημιουργήσει μεγαλύτερες ανάγκες - απαιτήσεις του τουρίστα - καταναλωτή.

Ο νέος τουρίστας - καταναλωτής είναι πιο απαιτητικός, πιο έμπειρος, πιο «ψαγμένος», λόγω των συνεχών ταξιδιωτικών μετακινήσεων του, της ευρύτερης παιδείας του, της γλωσσομάθειας του κλπ.

Ο τουρίστας - καταναλωτής επισκέπτεται έναν τόπο για κάποιο σκοπό.

Οι σκοποί του ταξιδιού μπορούν να διαχωριστούν σε επτά κατηγορίες σύμφωνα με το Αμερικάνικο Κέντρο Ταξιδιωτικών Δεδομένων :

1. Επίσκεψη φίλων και συγγενών
2. Συνέδρια, σεμινάρια και συναντήσεις
3. Εργασία
4. Υπαίθρια ψυχαγωγία - αναψυχή: κυνήγι, ψάρεμα, βαρκάδα, κάμπινγκ
5. Διασκέδαση: περιήγηση, αξιοθέατα, θέατρο και αθλητισμός
6. Προσωπικοί - Οικογενειακοί λόγοι : ιατρικοί, γέννηση, βάφτιση, κηδεία, γάμος
7. Άλλοι λόγοι

(Gee, Makens, Choy, 1997, σελ. 20)

Ανάλογα με τον σκοπό για τον οποίο ο τουρίστας ταξιδεύει εξαρτάται η παραμονή του, η συμπεριφορά του αλλά και η κατανάλωση των τουριστικών ή μη υπηρεσιών - προϊόντων στον τόπο προορισμού του.

Λέγοντας τόπο προορισμού εννοούμε ένα τόπο διάφορο του τόπου μόνιμης κατοικίας του και όχι απαραίτητα τόπο εκτός της χώρας διαμονής του.

Ο τουρίστας καταναλωτής σύμφωνα με το συνέδριο της Ottawa, ανάλογα με τον τόπο προορισμού και τον χρόνο παραμονής του σε αυτόν χαρακτηρίζεται ως εξής:

- Ταξιδιώτης : κάθε άτομο που ταξιδεύει εκτός της χώρας ή του τόπου κατοικίας του, άσχετα από τον σκοπό του ταξιδιού του και το μέσο που χρησιμοποιεί, ακόμα κι αν ταξιδεύει πεζός.

- Επισκέπτης : κάθε άτομο που επισκέπτεται μια χώρα ή ένα τόπο, διαφορετικό από αυτόν που χρησιμοποιεί ως συνήθη κατοικία του, ή έναν τόπο εκτός του συνήθους περιβάλλοντος του, για χρονικό διάστημα λιγότερο του έτους. Πέραν του δωδεκάμηνου ο επισκέπτης λογίζεται ως κάτοικος.

- Τουρίστας (διανυκτερεύων επισκέπτης) : ο επισκέπτης που διαμένει για τουλάχιστον μια νύχτα στην χώρα ή τον τόπο που επισκέπτεται.

- Ημερήσιος Επισκέπτης : ο επισκέπτης που δεν διανυκτερεύει καθόλου στην χώρα ή τον τόπο που επισκέπτεται. Σ' αυτή τη κατηγορία λογίζονται οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων καθώς και τα μέλη πληρωμάτων πλοίων οι οποίοι διανυκτερεύουν στα πλοία σε κάθε λιμάνι που επισκέπτονται.

Πριν ξεκινήσουμε την αναφορά μας στις επιδράσεις – επιπτώσεις των τουριστών στους τόπους υποδοχής, θα πρέπει να επισημάνουμε ότι σημαντικότερο ρόλο σ' αυτές παίζουν τα κίνητρα που τους ωθούν στην

πραγματοποίηση του ταξιδιού και τα οποία σύμφωνα με τον J. Jafari ομαδοποιούνται ως εξής :

- Ομάδα με κυρίαρχο το ρόλο της θρησκείας στην διαμόρφωση των κινήτρων της, ομάδα με κυρίαρχο ρόλο την αναζήτηση ενός διαφορετικού τρόπου ζωής.
- ομάδα που τα κίνητρά της σχετίζονται με την ανάγκη του παιχνιδιού είτε λειτουργώντας ως παιδιά είτε απελευθερούμενοι από κοινωνικά δεσμά
- ομάδα με τάση των τουριστών να υποδύονται διαφορετικούς κοινωνικούς ρόλους ή να έχουν διαφορετική κοινωνική συμπεριφορά
- ομάδα της οποίας τα κίνητρα σχετίζονται με τους παράγοντες ώθησης και έλξης για το ταξίδι (Τσάρτας, 1999, σελ. 136).

A. Περιοχή ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού

Για να δει κανείς τι επιδράσεις - επιρροές μπορεί να επιφέρει ο τουρίστας τόσο στην επαφή του με τον ντόπιο πληθυσμό, όσο στους πολιτιστικούς πόρους και τις τουριστικές επιχειρήσεις σε τόπο υποδοχής με στοιχεία ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού, αλλά και γενικότερα σε τόπο υποδοχής οποιασδήποτε τουριστικής ανάπτυξης, θα πρέπει να λάβει υπόψη του, εκτός από τα γενικότερα κίνητρα που ώθησαν τον τουρίστα να πραγματοποιήσει το ταξίδι του, τον παράγοντα χρόνο, πόσο διαρκεί δηλαδή αυτή η παραμονή του στον τόπο υποδοχής, τι τύπος τουρίστα είναι, δηλαδή τα κοινωνικοοικονομικά, πολιτισμικά αλλά και

ψυχολογικά χαρακτηριστικά του και συνδυάζοντάς τα, με την περιοχή συγκεκριμένης τουριστικής ανάπτυξης να καταλήξουμε σε κάποια σχετικά συμπεράσματα.

Ειδικότερα, στην περιοχή ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού, στην οποία θα αναφερθούμε αρχικά, αλλά και σε κάθε περιοχή συγκεκριμένης τουριστικής ανάπτυξης, οι επιδράσεις – επιρροές κάθε ομάδας τουριστών, ανάλογα με τα χαρακτηριστικά της, ποικίλουν.

Ως περιοχή ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού, μπορεί να θεωρηθεί μια ιστορικά θρησκευτική περιοχή (π.χ. Μειέωρα - Άγιο όρος), μια ιστορικά πολιτιστική περιοχή (π.χ. Ολυμπία), μια περιοχή παραδοσικής αρχιτεκτονικής, φυσικού κάλλους (π.χ. Ζαγοροχώρια), αλλά και άλλες περιοχές που καλύπτουν κατά κύριο λόγο, συγκεκριμένα κίνητρα – δραστηριότητες (αγροτουρισμός, ιαματικός, περιπατητικός τουρισμός κλπ) για τις οποίες έχει επιλέξει την συγκεκριμένη περιοχή ο τουρίστας – καταναλωτής.

Ας αναλύσουμε τις ομάδες τουριστών που θα επιλέξουν ένα τέτοιο τόπο υποδοχής.

Οι τουρίστες που θα επιλέξουν να ταξιδέψουν σε περιοχή ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού, όποιας μορφής και να είναι αυτός, σίγουρα δεν αποτελούν αυτό που λέμε θεσμοποιημένο τουρισμό.

Η ομάδα τουριστών αυτή, σίγουρα έχει την ανάγκη να ανακαλύψει το διαφορετικό, να ζήσει και να κατανοήσει τον τρόπο ζωής των ντόπιων κατοίκων της περιοχής, να απολαύσει την δραστηριότητα για την οποία επέλεξε την περιοχή (εδώ εντάσσεται τόσο η ομάδα που ο ρόλος της θρησκείας στην διαμόρφωση των κινήτρων της είναι σημαντικός, όσο και η ομάδα τουριστών που έχει ανάγκη για να ζήσει έναν διαφορετικό τρόπο ζωής από αυτόν στον τόπο κατοικίας της), ή ακόμα να ζήσει όπως έχει συνηθίσει με μοναδικό σκοπό την ξεκούραση και χαλάρωση.

Γίνεται αντιληπτό από τα παραπάνω ότι οι ομάδες τουριστών που επιλέγουν μια περιοχή ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού είναι άτομα που δεν αρέσκονται στα τυποποιημένα – θεσμοποιημένα τουριστικά πρότυπα, τα οποία απευθύνονται στην μάζα, θέλουν το κάτι διαφορετικό, το εξειδικευμένο.

Αυτές οι ομάδες τουριστών, που μόνο ομάδες δεν μπορούν να χαρακτηριστούν αλλά μεμονωμένοι τουρίστες είναι συνήθως άτομα με υψηλό εισόδημα, αρκετά ανεπτυγμένη εκπαίδευση και συνήθως μεσήλικες ή άτομα της τρίτης ηλικίας.

Σ' αυτούς μπορεί να είναι και νέοι με τα στοιχεία της αναζήτησης.

Όλες αυτές οι ομάδες τουριστών λόγω της ικανοποίησης των πολύ συγκεκριμένων επιλογών τους, αλλά και της ποιότητάς τους, καθώς δεν αποτελούν μαζικό είδος τουρίστα, που παρασύρεται από το μάρκετινγκ, την διαφήμιση αλλά και τις κατευθύνσεις που οι οργανωτές ταξιδιών (tour operators) έχουν επιλέξει, είναι απόλυτα συνειδητοποιημένοι τουρίστες και άψογοι στην συμπεριφορά τους στον τόπο υποδοχής. Τόσο απέναντι στον ντόπιο πληθυσμό, όσο και στο περιβάλλον το οποίο σέβονται.

Πολλοί απ' αυτούς θα συνεχίσουν να έρχονται στον τόπο αυτό. Ίσως μάλιστα επηρεάσουν θετικά με την κουλτούρα αλλά και την τεχνογνωσία τους, ώστε να διορθωθούν κάποια κακώς κείμενα στην περιοχή.

Η επικοινωνία με τους ντόπιους θα επιφέρει θετικά αποτελέσματα, τόσο στην αμοιβαία ανάπτυξη εμπιστοσύνης, αλλά και στην συνδρομή της διατήρησης της αυθεντικότητας της περιοχής, μη υποκύπτοντας στον αλόγιστο και άνευ ουσίας τουριστικό παροξυσμό κέρδους, μέσα από την αλλοτρίωση των φυσικών - γνήσιων στοιχείων της περιοχής.

Θα βοηθήσουν στην ήπια σωστή ανάπτυξη του τουρισμού, όπου και όσο αυτή χρειάζεται, αλλά και μέσα από τον τρόπο ζωής τους, θα ανεβάσουν το επίπεδο του ντόπιου πληθυσμού και θα δώσουν την δυνατότητα διατήρησης της συνοχής και παράδοσής του.

Σίγουρα οι ομαδικές και κατά συρροή προσελεύσεις σε τέτοιες περιοχές θα έχουν και αρνητικές επιδράσεις, αλλά θεωρώ ότι σε καθαρά αμιγείς περιοχές εναλλακτικού τουρισμού τέτοιες ομαδικές οργανωμένες προσελεύσεις δεν θα υπάρξουν ή τουλάχιστον θα είναι τόσο αραιές μέσα στο χρόνο που δεν θα είναι ικανές να επηρεάσουν αποφασιστικά τόσο τον ντόπιο πληθυσμό όσο και τους πολιτιστικούς πόρους.

Όσον αφορά τις τουριστικές επιχειρήσεις, γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι και αυτές θα έχουν μια ήπια μορφή τουριστικής ανάπτυξης, χωρίς να αποβλέπουν σε τεράστια οικονομικά οφέλη, λόγω της μη ομαδικά οργανωμένης συρροής τουριστών, αλλά της ύπαρξης τέτοιας μορφής επιχειρήσεων που να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις τόσο του ντόπιου πληθυσμού όσο και του τουρίστα, διατηρώντας ως επιχειρήσεις, την αυθεντικότητα των στοιχείων της περιοχής αλλά και της προσφοράς υψηλής παροχής υπηρεσιών ή προϊόντων που θα εξυπηρετούν άψογα και τους δύο (ντόπιο – τουρίστα).

Η επιρροή στους πολιτιστικούς πόρους της περιοχής από τον τουρίστα αυτής της μορφής τουρισμού μόνο θετική μπορεί να υπάρξει καθώς είναι αποκλειστικά συνειδητή η επιλογή της περιοχής και σέβεται τον τόπο φιλοξενίας του, πόσο μάλλον τους χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς και παράδοσης για τους οποίους επισκέπτεται τον τόπο αυτό.

Οι περισσότεροι τουρίστες που επισκέπτονται περιοχές ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού είναι πιο συνειδητοποιημένοι και ενημερωμένοι πολιτιστικά και περιβαλλοντικά για την αξία του τόπου υποδοχής τους απ' ό,τι οι ντόπιοι, οι οποίοι ίσως λόγω καθημερινής επαφής με τους χώρους αυτούς, πιθανής έλλειψης γνώσεων και τουριστικής συνείδησης δεν αντιλαμβάνονται την αξία του τόπου τους στον ίδιο βαθμό.

Οι πολιτιστικοί πόροι περιοχής εναλλακτικής μορφής τουρισμού δεν κινδυνεύουν από την περίπτωση μαζικής προσέλευσης και προστατεύονται τόσο από τους ντόπιους αλλά κυρίως από τους απόλυτα συνειδητοποιημένους τουρίστες - επισκέπτες τους, οι οποίοι λόγω της σημαντικής γνώσης που έχουν γι' αυτούς, καθώς είναι ο βασικός λόγος επίσκεψης του τόπου αυτού, τους σέβονται, τους χρησιμοποιούν προσεκτικά και λογικά χωρίς να τους βρωμίζουν και πολλές φορές τους προστατεύουν από τυχόν ανίδεους ντόπιους και ξένους που τους ~~επισκέπτονται, υποδηλώνοντας~~ την σημαντική πολιτιστική αξία τους.

Οι τουρίστες αυτοί διαφημίζουν τους πολιτιστικούς χώρους της περιοχής που επισκέφτηκαν με την επιστροφή τους στη χώρα τους εφόσον φυσικά οι χώροι αυτοί δεν έχουν διαβρωθεί, αλλοιωθεί ή καταστραφεί, κάτι σχεδόν αδύνατο για αμιγώς περιοχές εναλλακτικού τουρισμού.

Περιοχή ανάπτυξης εναλλακτικού & οργανωμένου τουρισμού διακοπών

Αυτή η περιοχή ανάπτυξης διαφέρει σε πολλά σημεία από την προηγούμενη. Διαφέρει κυρίως γιατί εδώ αναπτύσσεται ταυτόχρονα και ο οργανωμένος τουρισμός διακοπών, κάτι που σημαίνει ότι η μορφή του εναλλακτικού τουρισμού δεν είναι απαραίτητα και αυτή που κυριαρχεί στα κίνητρα των ομάδων που την επισκέπτονται.

Ίσως δεν αποτελεί σίγουρα καθαρά επιλογή τους, αλλά μπορεί να είναι απόρροια της επιρροής των οργανωτών ταξιδιών σ' αυτές.

Σε κάθε περίπτωση, το στοιχείο του οργανωμένου τουρισμού διακοπών εμπεριέχει και το στοιχείο της μαζικότητας.

Τέτοια περιοχή μπορεί να χαρακτηριστεί η ευρύτερη περιοχή Δελφών - Αράχωβας - Παρνασσού, η οποία διαθέτει τόσο τα στοιχεία του εναλλακτικού τουρισμού σε διάφορες μορφές του (ορεινός τουρισμός - χειμερινός τουρισμός - πολιτιστικός τουρισμός), όσο και αυτά του οργανωμένου τουρισμού διακοπών.

Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω στοιχεία, θα πρέπει να κατανοήσουμε ότι η πιθανή σύνθεση των ομάδων τουριστών που επιλέγουν τον συγκεκριμένο τόπο υποδοχής διαφέρει αρκετά από αυτή που επιλέγει την περιοχή ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού.

Εδώ υπάρχει το καθοριστικό στοιχείο του οργανωμένου τουρισμού διακοπών, άρα της μαζικότητας που μας παραπέμπει σε θεσμοποιημένο τουρισμό. Σ' αυτή την περίπτωση είναι διαφορετικά τα στοιχεία που συνθέτουν τις ομάδες τουριστών.

Οι ομάδες που επιλέγουν αυτή την περιοχή, πέρα από το παιχνίδι, την ικανοποίηση συγκεκριμένης δραστηριότητας, έχουν ανάγκη την άρτια οργάνωση των διακοπών που επέλεξαν, η οποία θα πρέπει να τους παρέχει όλες τις ανέσεις που έχουν συνηθίσει από τον τόπο κατοικίας τους.

Η μαζικότητα λόγω του οργανωμένου τουρισμού διακοπών κυρίως, αλλά και οι ανέσεις που προϋποθέτει αυτός, έχουν αρκετές επιδράσεις στην περιοχή αυτή.

Είναι φυσικό επόμενο, ο μαζικός τουρισμός να προκαλέσει σημαντικές μεταβολές στον πληθυσμό υποδοχής, τόσο λόγω του μικρού βαθμού προσαρμοστικότητας των τουριστών στον τρόπο ζωής του όσο και της δυνατότητας μεγαλύτερων προσόδων από την συνεχή μαζική προσέλευση τους.

Ο πολλαπλάσιος αριθμός συνευρισκομένων (τουριστών με ντόπιους) στον αυτό τόπο συγκεκριμένης και περιορισμένης χωρικής έκτασης, έχει ως αποτέλεσμα την εξασθένηση των σχέσεων μεταξύ τους.

Δεν μπορεί να αναπτυχθεί σωστή σχέση και επαφή λόγω της υπερβολικής προσέλευσης και ειδικά σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους (Χριστούγεννα, Πάσχα, Εθνικές εορτές κλπ) όπου η μαζικότητα ξεπερνάει την φέρουσα ικανότητα καθώς επισκέπτονται τις περιοχές αυτές και τουρίστες – επισκέπτες ημέρας.

Το πρόβλημα οξύνεται και μπορούν να δημιουργηθούν και προστριβές με τους ντόπιους κατοίκους της περιοχής αυτής της μορφής τουρισμού.

Οι ντόπιοι βλέπουν τον τουρίστα μόνο ως πηγή εσόδων και διερχόμενο χωρίς να ενδιαφέρονται για την σωστή εξυπηρέτηση του, θεωρώντας πως τόσο ο τόπος όσο και η ποιότητα των προϊόντων – υπηρεσιών είναι τέτοιες που θα αναγκάσουν τον τουρίστα να ξανάρθει. Έχοντας αυτό κατά νου και προσβλέποντας στο όσο το δυνατόν μεγαλύτερο κέρδος, μειώνουν την ποιότητα των υπηρεσιών - προϊόντων τους. Λόγω του μεγάλου όγκου τουριστών που πρέπει να εξυπηρετηθούν γρήγορα για να μη φύγουν, χάνεται η επαφή, μειώνεται η ποιότητα της εξυπηρέτησης αλλά πολλές φορές και αυτή των προϊόντων.

Τα προϊόντα λόγω της υπερβολικής κατανάλωσης, είτε παρασκευάζονται γρήγορα και όχι σωστά, είτε δεν είναι ντόπια διότι αυτά δεν επαρκούν για να καλύψουν τις ανάγκες τόσο μεγάλης ζήτησης από τους τουρίστες.

Βέβαια εδώ παίζει σημαντικότατο ρόλο, όπως και σε κάθε τοπική κοινωνία, πόσο υψηλός είναι ο βαθμός του πολιτισμού της, όσον αφορά τα ήθη, τα έθιμα, τις παραδόσεις, έτσι ώστε να μπορεί δυσκολότερα να δεχθεί τις αρνητικές επιδράσεις του μαζικού τουρισμού.

Είναι λογικό σε περιοχές με εύθραστες κοινωνικές δομές και ασθενέστερες οικονομίες οι επιδράσεις του τουρισμού να είναι καταλυτικές.

Στην περιοχή που εξετάζουμε, η συνάντηση των ομάδων τουριστών – ντόπιων μπορεί να έχει σημαντικές επιπτώσεις στον πληθυσμό υποδοχής.

Η ομάδα τουριστών με κυρίαρχα στοιχεία, το υψηλό εισόδημα, τις υψηλές απαιτήσεις παροχής υπηρεσιών – ανέσεων, επιδρά αρνητικά στον πληθυσμό υποδοχής προκαλώντας του ξενοφοβία. Αυτό συμβαίνει λόγω της συνεχούς υπενθύμισης των τουριστών στους ντόπιους, της αδυναμίας του υπάρχοντος συστήματος να τους προσφέρει το αντίστοιχο επίπεδο διαβίωσης με αυτών (προκλητικός τρόπος σπατάλης χρήματος, ακριβή ένδυση – υπόδυση, ακριβά αξεσουάρ, συνεχής επίδειξη ανωτερότητας κλπ).

Επίσης της αδυναμίας ικανοποίησης των υψηλών απαιτήσεων -- υπηρεσιών λόγω ανυπαρξίας επαρκούς υποδομής και ανωδομής υψηλών προδιαγραφών υπηρεσιών.

Οι ανωτέρω λόγοι αλλά και οι σχετικές πιέσεις των οργανωτών εκδρομών που προβάλλουν ως βασικό επιχειρήμα την ραγδαία ανάπτυξη της περιοχής και την οικονομική άνθησή της, έχουν ως αποτέλεσμα, την αλλοτρίωση της τοπικής κοινωνίας γενικότερα.

Οι νέοι αρχίζουν να χάνουν την αυθεντικότητα του τρόπου ζωής της περιοχής τους, ξεχνούν έθιμα και παραδόσεις, επηρεασμένοι από την οικονομική ανωτερότητα των τουριστών, εισάγουν το στοιχείο του μιμητισμού αλλά και πιέζουν την τοπική κοινωνία στην συναίνεση της αλλαγής υποδομών και παραδόσεων, συνδράμοντας τους οργανωτές ταξιδιών και τους επιχειρηματίες που θέλουν να επενδύσουν στην περιοχή και να αναπτύξουν τον τουρισμό.

Αποτέλεσμα αυτής της νοοτροπίας των νέων είναι η αλλαγή του τρόπου διαβίωσής τους, η απομάκρυνση από τα παραδοσιακά επαγγέλματα και πιθανότατα από τις αγροτικές καλλιέργειες (αν μιλάμε για αγροτική περιοχή), η ενασχόληση με τουριστικά επαγγέλματα και όλες οι συνέπειες στην συμπεριφορά τους που αναφέρθηκαν παραπάνω.

Στην κοινωνία γενικότερα, αρχίζει η αλλοίωση της αυθεντικότητας της περιοχής, η δουλοπρέπεια προς τον ξένο με σκοπό την οικονομική εκμετάλλευσή του, η εμπορικοποίηση των ντόπιων προϊόντων με πιθανή συνέπεια την προσαρμογή και αλλοίωσή τους στα επιθυμητά πρότυπα των ξένων.

Η αντίστοιχη εμπορευματοποίηση ηθών και εθίμων με πιθανή αλλοίωσή τους ώστε να ταιριάζουν στην ιδιοσυγκρασία των τουριστών και να χάνουν την αυθεντικότητά τους, με αντίστοιχη ανάπτυξη τουριστικών επιχειρήσεων που θα πωλούν προσαρμοσμένα στα ξένα πρότυπα προϊόντα τοπικής προέλευσης.

Ανάπτυξη τουριστικών ξενοδοχειακών μονάδων αλλά και λοιπών τουριστικών επιχειρήσεων που το μέγεθός τους να μη συμβαδίζει με την γενικότερη φυσιογνωμία της περιοχής αλλά και να αποτελεί κερδοφόρα επένδυση ανθρώπων άσχετων και ξένων με την περιοχή, έτσι ώστε τα εισοδήματα από αυτές να μην παραμένουν στον ντόπιο πληθυσμό.

Στις θετικές επιπτώσεις μπορεί να λογιστεί η οικονομική ανάπτυξη της περιοχής, η απασχόληση άμεσα ή έμμεσα του συνόλου του πληθυσμού με τον τουρισμό με αποτέλεσμα την συγκράτηση του πληθυσμού της και την πιθανή εύρεση εργασίας πληθυσμού εκτός περιοχής, το πέρασμα από μια κλειστή σε μια πιο φιλελεύθερη και ριζοσπαστική σε αρχές κοινωνία, με αναβαθμισμένη την θέση της

γυναίκας σ' αυτή, μετέχοντας τόσο στην παραγωγική διαδικασία και στο εισόδημα, όσο και στις αποφάσεις και την διαμόρφωση της σύγχρονης ζωής στην κοινωνία.

Γ. Περιοχή ανάπτυξης μαζικού οργανωμένου τουρισμού

Αυτή η μορφή τουριστικής ανάπτυξης, είναι κυρίως προϊόν των μεγάλων οργανωτών εκδρομών, οι οποίοι εκμεταλλευόμενοι την ποικιλία τουριστικών προϊόντων - υπηρεσιών που προσφέρει η φυσιολογία της συγκεκριμένης περιοχής, έχουν δημιουργήσει μια βιομηχανία πολλαπλού κέρδους γύρω της.

Περιοχή αυτής της ανάπτυξης στην Ελλάδα μπορεί να χαρακτηριστεί η Κρήτη, η Ρόδος, η Μύκονος και πολλές άλλες νησιωτικές περιοχές κυρίως που καλύπτουν τις ανάγκες του μαζικού οργανωμένου τουρισμού.

Οι περιοχές αυτές έχουν το χαρακτηριστικό του μαζικού τουρισμού διότι καλύπτουν τις κυρίαρχες ανάγκες διακοπών των τουριστών παγκοσμίως, οι οποίες είναι χαλάρωση και ξεκούραση, συνδυασμένες με φύση, ήλιο, θάλασσα.

Οι τουρίστες αυτοί αποτελούν την πλειονότητα στον παγκόσμιο τουρισμό και προέρχονται από τις σύγχρονες αναπτυγμένες χώρες, με βασικό σκοπό την αναζήτηση στην συγκεκριμένη περιοχή των γνωστών 4S , δηλαδή sun=ήλιος, sand=ακτή, sea=θάλασσα, sex=έρωτας. Σ' αυτά έχει προστεθεί και ένα πέμπτο s, servility=δουλικότητα.

Το τελευταίο χαρακτηριστικό ενυπήρχε στην αρχική ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών της χώρας μας, συνεχίζει να υπάρχει σε υπό ανάπτυξη περιοχές, αλλά πιστεύω ότι έχει αρχίσει να εξασθενεί σε πλήρως ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές της χώρας, όπως η Ρόδος και η Κρήτη.

Οι επιδράσεις στον πληθυσμό υποδοχής σε τέτοια περιοχή τουριστικής ανάπτυξης είναι παρόμοιες μ' αυτές στην προηγούμενη περιοχή που ανέφερα, αφού και στις δύο και ιδιαίτερα πολύ περισσότερο σ' αυτή που τώρα εξετάζεται, υπάρχει το στοιχείο της μαζικότητας.

Εκτός από τα φαινόμενα της ξενοφοβίας και του μιμητισμού που δημιουργούνται στους ντόπιους κατοίκους, το στοιχείο της δούλοπρέπειας είναι αυτό στο οποίο βασίζεται κατά κύριο λόγο η συμπεριφορά των ντόπιων απέναντι στους τουρίστες με επιδίωξη την οικονομική εκμετάλλευσή του.

Αυτό έχει ως αποτέλεσμα πολλές φορές να προσφέρονται ευτελείς υπηρεσίες στους τουρίστες, με μοναδικό σκοπό το εύκολο κέρδος.

Η δουλικότητα αυτή παρουσιάζεται γενικότερα και στις τουριστικές επιχειρήσεις πώλησης τουριστικών ειδών ή και ειδών της καθημερινότητας.

Παρουσιάζεται δε και το φαινόμενο της αισχροκέρδειας, που αφήνει πολύ άσχημες εντυπώσεις στον τουρίστα.

Σημαντικότερο ρόλο στην ανάπτυξη της περιοχής με την δημιουργία μεγάλων τουριστικών ξενοδοχειακών μονάδων αλλά και άλλων παρεμφερών επιχειρήσεων, παίζουν οι οργανωτές εκδρομών, οι οποίοι συμβάλλουν αποφασιστικά στην επιλογή της περιοχής από τους τουρίστες, μέσα από το μάρκετινγκ, την διαφήμιση και προβολή της περιοχής, πρώτιστα για ίδιον όφελος.

Αποτέλεσμα των ανωτέρω, να αναπτυχθεί μια γενικότερη αγορά γύρω από τις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, η οποία να παρέχει όλες τις υπηρεσίες και προϊόντα που χρειάζεται ο τουρίστας για να απολαύσει την παραμονή του εκεί.

Πιθανότατα η λειτουργία μεγάλων ξενοδοχειακών και όχι μόνο συγκροτημάτων να δημιουργήσει πρόβλημα στην φυσιολογία της περιοχής με αρνητικές συνέπειες για το φυσικό και όχι μόνο περιβάλλον της, όπως η κατασκευή μεγάλων θεματικών πάρκων (υδάτινο πάρκο) που απαιτεί την χρήση μεγάλης έκτασης στρεμμάτων και κατανάλωσης μεγάλης ποσότητας διαφόρων μορφών ενέργειας.

Η ανάπτυξη επιχειρήσεων τέτοιου μεγέθους έχει πολλές φορές ως αποτέλεσμα την αλλοίωση της φυσιογνωμίας της περιοχής και την παραποίηση της αυθεντικότητάς της προς χάριν των προτιμήσεων των τουριστών.

Κλασικά παραδείγματα, η δημιουργία ολόκληρης περιοχής με επιχειρήσεις κάθε είδους μόνο με ξένες επιγραφές, με κέντρα διασκέδασης που δεν ανταποκρίνονται στα κοινωνικά πρότυπα της περιοχής αλλά σε αυτά του κυρίαρχου ξένου πληθυσμού που φιλοξενείται στις ξενοδοχειακές μονάδες της περιοχής (π.χ. αγγλικές πάμπς, γερμανικά και ολλανδικά κλάμπς στον Λαγανά της Ζακύνθου, στο Φαληράκι της Ρόδου κτ).

Η μαζικοποίηση αυτή και η τυποποίηση των υπηρεσιών δημιουργεί συνεχώς αυξανόμενα οικονομικά οφέλη, θέσεις απασχόλησης και ευρωστία των εμπλεκομένων με τον τουρισμό της περιοχής, οι οποίοι δεν είναι αποκλειστικά ντόπιοι αλλά και ξένοι.

Ειδικά στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες δραστηριοποιούνται στην περιοχή, σπάνιες είναι οι περιπτώσεις των ντόπιων ιδιοκτητών. Πολλές φορές δε, παρατηρείται το φαινόμενο της κάλυψης των θέσεων προσωπικού από εφήμερους τουρίστες ή ξένους, αποτελώντας φτηνό τουριστικό προσωπικό.

Σε περιοχές ανάπτυξης μαζικού – οργανωμένου τουρισμού δύσκολα διακρίνεται ή ενδιαφέρει η προσωπικότητα και η εικόνα του ντόπιου πληθυσμού. Επικεντρώνεται το ενδιαφέρον από πλευράς τουριστών στην εξυπηρέτηση και προσφορά υπηρεσιών και προϊόντων με βάση τα εξ αρχής συμφωνηθέντα με τον τουριστικό οργανισμό μέσω του οποίου επισκέπτονται την περιοχή.

Αντίστοιχα λόγω της μαζικότητας και της πολυεθνικότητας των τουριστών δεν δημιουργείται σαφή εικόνα ή δημιουργείται λανθασμένη από τους ντόπιους για τους τουρίστες κάθε κράτους ανάλογα με τις προσωπικές εμπειρίες που λαμβάνει ο καθένας.

Η μαζική προσέλευση τουριστών μέσω των οργανωμένων ταξιδιών με ναυλωμένες (charters) ή προγραμματισμένες πτήσεις, ιδιαίτερα τις υψηλές περιόδους διακοπών δημιουργούν τεράστιο πρόβλημα απορρόφησης τους καθώς τις περισσότερες φορές δεν λαμβάνεται καθόλου υπόψη η φέρουσα ικανότητα της περιοχής με αρνητικά αποτελέσματα για την περιοχή.

Υδάτινοι πόροι, έδαφος, υπέδαφος, ατμόσφαιρα επιβαρύνονται υπερβολικά και χρησιμοποιούνται αλόγιστα προκειμένου να καταφέρει η περιοχή να φιλοξενήσει υπερβάλλοντα αριθμό τουριστών.

Το αποτέλεσμα θα είναι η περιβαλλοντική καταστροφή και απαξίωση της περιοχής σε βάθος χρόνου. Σε τέτοιες περιπτώσεις εφαρμογής ανεξέλεγκτου μαζικού τουρισμού μιλάμε για τουριστική περιοχή με ημερομηνία λήξης. Οι tour operators θα στραφούν σε άλλη περιοχή αλλά οι ντόπιοι θα χάσουν κάθε πηγή εσόδων και το οικονομικό μέλλον τους θα είναι αβέβαιο.

Τέλος αρνητικές συνέπειες στον πολιτισμό της περιοχής, επιφέρει και η ανάγκη του τουρίστα να γνωρίσει την κρυμμένη – γνήσια πλευρά του πολιτισμού και της ζωής της περιοχής που επισκέπεται, με αποτέλεσμα να επιβάλλεται πολλές φορές από τους tour operators η δημιουργία της σκηνοθετημένης αυθεντικότητας, με την παραγωγή και πώληση προϊόντων με βάση τα ξένα πρότυπα και όχι με βάση την γνήσια τοπική παραγωγή, με την κατασκευή κτιρίων και λοιπών εγκαταστάσεων που να αποπνέουν αυθεντικότητα, χωρίς να την έχουν στην πραγματικότητα, αλλά και με παραποίηση εθίμων προσαρμοσμένων στις συνήθειες των τουριστών.

Οι πολιτιστικοί αυτής της μορφής εκτιμώνται από τους την αξία τους αλλά κομμάτι από το διακοπών τους.



πόροι της περιοχής τουρισμού δεν τουρίστες με βάση θεωρούνται απλά ένα συνολικό «πακέτο»

Ανάλογα με τα κίνητρα ταξιδιού, το μορφωτικό επίπεδο αλλά και την πολιτισμική κληρονομιά των τουριστών δίνεται η αντίστοιχη προσοχή και βαρύτητα στους πολιτιστικούς πόρους της περιοχής και η ανάλογη συμπεριφορά τους προς αυτούς.

Τα παραπάνω ειδικά χαρακτηριστικά του κάθε τουρίστα θεωρείται ότι διαμορφώνουν κατά περίπτωση και την σημαντικότητα ή μη των πολιτιστικών πόρων στην απόφαση του να διαφημίσει μέσω αυτών την περιοχή που επισκέφτηκε ή να επαναλάβει την επίσκεψη του.

Με βάση τα κίνητρα ταξιδιού του, μπορεί να βρει άλλους λόγους για να διαφημίσει ή να δυσφημίσει, ανάλογα με τις εμπειρίες που θα λάβει, την όποια περιοχή μαζικού – οργανωμένου τουρισμού που επισκέφτηκε.

Δ. Περιοχή ανάπτυξης αστικού τουρισμού

Σε μια περιοχή ανάπτυξης αστικού τουρισμού, χαρακτηριστικό παράδειγμα η Αθήνα, η οποία μπορεί να περιλαμβάνει το στοιχείο του μαζικού οργανωμένου τουρισμού, ομαδικού ή ατομικού, η επίδραση των τουριστών στον πληθυσμό υποδοχής διαφέρει σε σχέση με τις άλλες περιοχές που ήδη αναπτύχθηκαν.

Εδώ τόσο το πολιτιστικό και μορφωτικό επίπεδο των ντόπιων όσο και των τουριστών είναι σχετικά διαφοροποιημένο από των άλλων περιοχών με συγκρισιμότητα υψηλότερου από αυτό των άλλων περιοχών.

Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μην επηρεάζεται ο πληθυσμός υποδοχής από τους τουρίστες, να μην γιόθει κατώτερος, αντίθετα πολλές φορές να ενοχλείται από την παρουσία τους, η οποία διαταράσσει την καθημερινότητά τους.

Σ' αυτή την περιοχή δύσκολα βρίσκει κανείς το στοιχείο του μιμητισμού στους ντόπιους. Είναι πιο πιθανό να υπάρξει η ανάγκη από πλευράς των τουριστών να θελήσουν να μιμηθούν τον τρόπο ζωής των ντόπιων κατά την διάρκεια παραμονής τους σ' αυτή την περιοχή.

Να επιζητήσουν τον ίδιο τρόπο διατροφής, διασκέδασης, συμπεριφοράς ακόμα και ένδυσης.

Ο βαθμός επιρροής εξαρτάται φυσικά και από το μορφωτικό και πολιτιστικό επίπεδο των τουριστών.

Οι ομάδες τουριστών που επιλέγουν τα μεγάλα αστικά κέντρα είναι κυρίως μέσης και υψηλής εισοδηματικής τάξης αλλά και μόρφωσης που επιζητούν την γνωριμία με την ιστορία, τον πολιτισμό, την παράδοση ακόμα και την καθημερινότητα της περιοχής που ενσυνείδητα διάλεξαν για τις διακοπές τους.

Οι τουρίστες μεγάλων αστικών κέντρων δεν είναι μόνο αυτοί που κάνουν διακοπές.

Μια περιοχή αστικού τουρισμού δέχεται τουρίστες και για άλλους σκοπούς πέραν των διακοπών. Τέτοιοι είναι κυρίως οι ποικίλοι επαγγελματικοί σκοποί όπως τα επιστημονικά - επαγγελματικά συνέδρια, οι εκθέσεις, τα σεμινάρια, οι επαγγελματικές συνεργασίες και συμφωνίες κλπ. Οι τουρίστες αυτοί στην πλειονότητα τους έχουν μεγάλη πληροφόρηση και γνώση τόσο για τους ανθρώπους, τον τρόπο ζωής αλλά και την περιοχή λόγω της επαγγελματικής σχέσης που έχουν ή θέλουν να αναπτύξουν.

Φροντίζουν να γνωρίζουν καλά το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται καθώς αποτελεί βασικό παράγοντα για την επιτυχία των επαγγελματικών σχεδίων τους.

Γνωρίζουν ή μαθαίνουν καλά την υποδομή, την ανωδομή, τα μέσα μετακίνησης και τις λοιπές υπηρεσίες της αστικής περιοχής που επισκέπτονται, έχουν υψηλές απαιτήσεις παροχής υπηρεσιών τόσο από τους χώρους διαμονής και σίτισης όσο και από τις λοιπές υπηρεσίες. Επιζητούν επίσης και είναι σίγουροι ότι θα τους παρασχεθούν όλες οι ανέσεις και διευκολύνσεις που έχουν και στον τόπο κατοικίας τους. Αυτοί οι τουρίστες είναι πολύ απαιτητικοί και προσδοκούν άριστης ποιότητας υπηρεσίες.

Έτσι οι περιοχές αυτές έχουν επί το πλείστον εξελιγμένη τεχνολογία, μεταφορικά δίκτυα, υποδομές και υπηρεσίες τέτοιες που να εξυπηρετούν όσο το δυνατόν καλύτερα τόσο τον ντόπιο όσο και τον ξένο πληθυσμό. Χαρακτηριστικό στοιχείο είναι η ύπαρξη βασικών οδηγιών σε μία τουλάχιστον ξένη γλώσσα εκτός των ελληνικών η οποία συνήθως είναι η αγγλική. Σχετικό παράδειγμα οι ονομασίες οδών, στάσεις λεωφορείων – μετρό τόσο στα ελληνικά όσο και στα αγγλικά. Οι χάρτες του μετρό και των λεωφορειακών γραμμών, οι στάσεις και οι χάρτες του τράμ (για την Αθήνα) κλπ.

Η σχέση που αναπτύσσεται με τους ντόπιους κατοίκους είναι τελείως τυπική και στηρίζεται κυρίως στην συναλλαγή.

Η συνεύρεση στον ίδιο τόπο τόσο μεγάλου αριθμού ξένων και ντόπιων ελλοχεύει κινδύνους, όπως της αισχροκέρδειας και της παροχής χαμηλού επιπέδου υπηρεσιών - αγαθών από πλευράς ντόπιων, λόγω της μεγάλης ζήτησης αυτών και πιθανότητα της μικρής προσφοράς αλλά και της διάθεσης μεγάλου και γρήγορου κέρδους.

Άλλες επιπτώσεις του πολυπληθούς και ανομοιογενούς πληθυσμού τουριστών και ντόπιων σε μεγάλα αστικά κέντρα, είναι η εγκληματικότητα, η πορνεία, στοιχεία που υπάρχουν ήδη αλλά που διογκώνονται με την παρουσία τουριστών και που έχουν αντίκτυπο και πάνω στους ίδιους.

Το στοιχείο της εγκληματικότητας βέβαια και της πορνείας, μπορεί να συναντηθεί και αντίστροφα, με θύμα τον ντόπιο, αλλά αυτό συνήθως συμβαίνει σε περιοχές μαζικού οργανωμένου τουρισμού και όχι αποκλειστικά αστικού τουρισμού, όπου το επίπεδο των τουριστών μπορεί να είναι και πάρα πολύ χαμηλό, όπως σίγουρα είναι τέτοιο αρκετά σημαντικής μερίδας ντόπιων κατοίκων.

Στις τουριστικές επιχειρήσεις στα μεγάλα αστικά κέντρα οι επιδράσεις των τουριστών είναι γενικά θετικές, αν αναλογιστεί κανείς το επίπεδο των υψηλών υπηρεσιών που καλούνται να προσφέρουν ώστε να ανταποκριθούν στις αντίστοιχες απαιτήσεις τους.

Τα μεγέθη είναι μεγάλα και η ανάπτυξή τους στηρίζεται στο γενικότερο σχέδιο ανάπτυξης της περιοχής, με αποτέλεσμα να μην επηρεάζεται αρνητικά η περιοχή από την ύπαρξη τους.

Στους πολιτιστικούς πόρους επίσης, οι οποίοι πρέπει να σημειωθεί ότι στα αστικά κέντρα είναι πάρα πολλοί, η επίδραση των τουριστών είναι καταλυτική, όσον αφορά την αναγνωρισιμότητά τους, την σημασία τους για τον τόπο, το σημαντικότερο έσοδο που αποτελεί η επίσκεψη σ' αυτά, είτε άμεσα (εκθέσεις, μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι κλπ), είτε έμμεσα (αρχιτεκτονική, επιβλητικά κτίρια, διατηρητέα νεοκλασικά, γραφικοί συνοικισμοί κλπ) προσελκύοντας επισκέπτες στην περιοχή.

Σίγουρα η μεγάλη προσέλευση σε τέτοιους χώρους και η μη ικανή φύλαξη τους, πολλές φορές δημιουργεί προβλήματα στην σωστή διατήρησή τους, προκαλώντας βανδαλισμούς, ρύπους κλπ από μεμονωμένους "κακούς" τουρίστες.

Ε. Περιοχή ανάπτυξης πολιτιστικού τουρισμού

Η περιοχή της ανάπτυξης πολιτιστικού τουρισμού, είναι πολύ ιδιαίτερη περιοχή, στηρίζεται στον τουρίστα που ενδιαφέρεται να συναντήσει διαφορετική κουλτούρα, να ανακαλύψει νέες πολιτιστικές αξίες, να διευρύνει το πνεύμα του. Οι ομάδες των τουριστών που θα επιλέξουν μια αποκλειστικά πολιτιστική περιοχή όπως είναι η Αρχαία Ολυμπία, οι Δελφοί, η Επίδαυρος κλπ. καλύπτουν την ανάγκη για γνώση, συνδυάζοντάς την με την ξεκούραση και τις διακοπές.

Οι τουρίστες αυτοί διακατέχονται από υψηλό αίσθημα σεβασμού προς τον πολιτισμό, τα ήθη και τα έθιμα του πληθυσμού της περιοχής που επισκέπτονται και την οποία επέλεξαν με απόλυτη συνειδητότητα.



Η επαφή με τους ντόπιους μόνο θετικά στοιχεία μπορεί να έχει. Ενδιαφέρονται για τον τρόπο ζωής και σκέψης των, προσπαθούν να επικοινωνούν όσο και όποτε μπορούν μαζί τους, ώστε να αποκομίζουν συνεχώς στοιχεία. Ανταλλάζουν εμπειρίες και σκέψεις με τους ντόπιους και δεν δείχνουν στοιχεία ανωτερότητας και κομπασμού απέναντι τους. Οποσδήποτε αντίστοιχη ωφέλεια λαμβάνουν οι ντόπιοι από την συναναστροφή αυτή με τους ξένους.

Οι οικονομικά πιο εύρωστοι τουρίστες, πολλές φορές επιλέγουν να επισκέπτονται το ίδιο μέρος, αλλά και να αποκτούν δική τους κατοικία εκεί.

Βοηθούν τους ντόπιους στην ανάπτυξη του τουρισμού με ήπιο και σταθερό τρόπο, δίνουν συμβουλές και πολλές φορές παρεμβαίνουν δυναμικά ώστε να αποτραπούν ενέργειες με σκοπό την άκρατη και αλόγιστη τουριστική ανάπτυξη.

Σέβονται τα πολιτιστικά μνημεία και χώρους και τα προστατεύουν τις περισσότερες φορές καλύτερα από τους ντόπιους.

Η φυσιογνωμία των περιοχών αυτών δεν προσφέρεται πάντως για μεγάλης χρονικής διάρκειας παραμονή. Πολλές εξ αυτών είναι για παραμονή λίγων ωρών ή το πολύ μίας ή δύο ημερών.

Έτσι και η όποια διάθεση κάποιων μη καλόπιστων τουριστών ή σχετικών με τον πολιτισμό, να μην προλαβαίνουν να επιφέρουν άσχημες επιπτώσεις τόσο στα μνημεία και τους πολιτιστικούς χώρους γενικότερα, όσο και στους κατοίκους της περιοχής.

Δυστυχώς πολλές φορές, η πρόκληση του κέρδους δημιουργεί αρνητικές συνέπειες από τις ενέργειες των ντόπιων.

Τέτοιες είναι οι αρχιτεκτονικές παρεμβάσεις σε κτίρια και συνοικισμούς ώστε να δείχνουν παραδοσιακά, η διενέργεια "στημένων" εκδηλώσεων δήθεν παραδοσιακών, η εμπορευματοποίηση τοπικών παραδοσιακών αγαθών ώστε να πωλούνται ως ενθύμια, στοιχεία που συνθέτουν το φαινόμενο που αναφέρεται και πιο πάνω της «σκηνοθετημένης αυθεντικότητας» .

Οι υλικές μορφές της τέχνης αποτελούν ένα τρόπο γνωριμίας του πολιτισμού της επισκεπτόμενης περιοχής. Η απόκτηση ενός χειροτεχνήματος αποτελεί για τον τουρίστα εκτός από ενθύμιο και δείγμα της διαφορετικής πολιτιστικής αντίληψης γεγονός που αναζητά στο ταξίδι του.

Αυτό εκμεταλλεύονται πολλές φορές οι ντόπιοι κατασκευάζοντας και προωθώντας τυποποιημένα σύγχρονα ενθύμια ως αυθεντικά «παραδοσιακά».

Στοιχείο απέχθειας για τον συνειδητοποιημένο περί τα πολιτιστικά δρώμενα τουρίστα, που δεν ενδιαφέρεται να γνωρίσει την ψεύτικη κρυμμένη πλευρά της περιοχής, αλλά την πραγματική, την αυθεντική, αυτή για την οποία γνωρίζει, θαυμάζει και επέλεξε να ζήσει από κοντά.

Όπως και στην περίπτωση του αστικού τουρισμού, έτσι και εδώ μπορούν να υπάρξουν περιπτώσεις που η μαζικότητα της στιγμής, σε συγκεκριμένη χωρική έκταση να δημιουργεί αδυναμίες στην φύλαξη και διατήρηση των χώρων στην φυσική τους κατάσταση, με αποτέλεσμα να υπάρχουν φθορές, ρύποι αλλά και πιθανές καταστροφές πολιτιστικών μνημείων ή και χώρων (αγάλματα, κτίσματα, αρχαιολογικοί χώροι, αθλητικές εγκαταστάσεις κλπ).



ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ολοκληρώνοντας την αναφορά μας στις επιδράσεις -- επιπτώσεις των τουριστών σε περιοχές με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά τουριστικής ανάπτυξης, πρέπει να επισημάνουμε ότι η ανάλυση έγινε σε γενικές γραμμές με βάση γενικά χαρακτηριστικά τόσο των τουριστών όσο και των περιοχών που αναφέρθηκαν.

Μια διεξοδικότερη ανάλυση, με εμβάθυνση σε κάθε τύπο τουρίστα, με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά όπως το εισόδημά του, η εργασία του, το μορφωτικό επίπεδό του, ο τόπος προέλευσής του, τα ειδικότερα κίνητρά του για την πραγματοποίηση του ταξιδιού, αλλά και παραμέτρους όπως ο τύπος οργάνωσης του ταξιδιού, οι πολιτιστικές και θεσμικές διαφορές με τους ντόπιους κάθε περιοχής και αρκετές άλλες, θα δυσχέραινε και θα επιμήκυνε υπερβολικά την εργασία, πέρα από τα προκαθορισμένα όρια.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Τουριστική Ανάπτυξη Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις, Επιμέλεια

Π. Τσάρτας, Εκδόσεις Εξάντας, Αθήνα 2000.

Βιτουλαδίτη Ουρ., *Τουριστικό Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και*

Επιχειρήσεων, Τόμος Δ - Μάρκετινγκ των Tour Operators και των

Τουριστικών Γραφείων, ΕΑΠ, Πάτρα, 2000.

Κοκκώσης Χ. - Τσάρτας Π., *Τουριστικός Τομέας, Τόμος Γ - Πολιτική και*

Κοινωνιολογία της Τουριστικής Ανάπτυξης, ΕΑΠ, Πάτρα, 1999.

Λύτρας Ν. Περ., *Κοινωνιολογία του Τουρισμού - Β' έκδοση*, Εκδ.

INTERBOOKS, Αθήνα, 1998.

Βαρβαρέσος Στ., *Τουρισμός - έννοιες, μεγέθη, δομές : η ελληνική*

πραγματικότητα, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα, 1998.

Gee Y.C - Makens C.J. - Choy J.L.D., *The Travel Industry - Third*

Edition, John Wiley & Sons, Inc., New York, 1997.

Τσάρτας Π., *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι : κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον*

Τουρισμό, Εκδόσεις Εξάντας, Αθήνα, 1996.

