

ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ/ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΠΕΤΣΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΟΠΤΙΚΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΜΟΡΦΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟ.

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ

ΠΟΥΚΑΝΔΡΙΤΗ ΒΙΡΓΙΝΙΑ

Α.Μ. 201

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Κος ΚΟΝΙΟΡΔΟΣ ΜΙΧΑΗΛ

ΣΠΕΤΣΕΣ, 2011

Πρόλογος

Αντικείμενο της παρούσας πτυχιακής εργασίας, είναι η εστίαση και ανάλυση των χαρακτηριστικών της μορφής του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα και συγκεκριμένα πως η μορφή αυτή θα μπορούσε να αναπτυχθεί στην περιοχή της Πελοποννήσου. Για το σκοπό αυτό, στο πρώτο μέρος της παρούσης εργασίας αναλύονται οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, τα χαρακτηριστικά της κάθε μορφής καθώς και τα πλεονεκτήματα που εντοπίζονται και στο δεύτερο μέρος αναλύεται αντίστοιχα η επικρατούσα κατάσταση στην Ελλάδα και ως προς την εφαρμογή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε συνδυασμό με την κατάσταση που εντοπίζεται στην Πελοπόννησο και ποιες οι κινήσεις που θα μπορούσαν να επέλθουν εκ μέρους των αρμοδίων για περαιτέρω αξιοποίηση.



(ΛΟΥΣΙΟΣ ΠΟΤΑΜΟΣ, ΠΑΡΑΠΟΤΑΜΟΣ ΑΛΦΕΙΟΥ, ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ)

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....σελ. 5

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....σελ. 7

**1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: Το Φαινόμενο του Τουρισμού- Ανάπτυξη
Εναλλακτικού τουρισμού και Πλεονεκτήματα που
προσφέρει.....σελ. 10**

1.1 Η Σύγχρονη Μορφή Τουρισμούσελ. 10

1.2 Εννοιολογική Προσέγγιση του Τουρισμού.....σελ. 11

1.3 Μορφές Τουρισμού στην Ελλάδα.....σελ.12

1.4 Τι ορίζεται ως Εναλλακτικός Τουρισμός..... σελ. 14

1.5 Πλεονεκτήματα που Προσφέρει ο Εναλλακτικός
Τουρισμός.....σελ. 19

**2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Εναλλακτικού
τουρισμού και Περιοχές στην Πελοπόννησο που έχει Αναπτυχθεί ή
Υπάρχουν Προοπτικές να
Αναπτυχθεί.....σελ. 27**

**2.1 Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Εναλλακτικού Τουρισμού στην
Ελλάδα και η Διαμόρφωση των Κυριότερων Μορφών
του.....σελ. 27**

**2.2 Οι Μορφές Τουρισμού που Τελικώς Υπάρχουν και Μπορούν
να Αναπτυχθούν Περαιτέρω στην
Ελλάδα.....σελ. 36**

2.3 Ανάπτυξη Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στην Πελοπόννησο.....σελ. 41
2.4 Αναγκαιότητα Σχεδίου Μάρκετινγκ για τους τοπικούς φορείς Πελοποννήσου Ανάπτυξης Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού και τα Σχετικά Καταλύματα.....σελ. 49
2.5 Στρατηγικές Φορέων και Καταλυμάτων Υπαίθρου με σκοπό την Ανάπτυξη Εναλλακτικών Μορφών τουρισμού στη Πελοπόννησο.....σελ. 54
2.6 Φορείς Ανάπτυξης Μορφών Εναλλακτικού τουρισμού στη Πελοπόννησο, Καταλύματα Υπαίθρου και Μείγμα Μάρκετινγκ.....σελ. 56
2.6. α) Να αναπτυχθούν Περαιτέρω στην Ελλάδα.....σελ. 56
♦ Αποτελεσματική αναζήτηση φιλική προς τον χρήστη σε περίπτωση που το κατάλυμα διαφημίζει τις υπηρεσίες του μέσω διαδικτύου
♦ Έμφαση σε έναν τομέα
♦ Διαδικασίες συνεχούς βελτίωσης
2.7 Εφαρμογή Μείγματος Μάρκετινγκ για τα Καταλύματα Υπαίθρου που Σχετίζονται με τις Μορφές Εναλλακτικού τουρισμού στη Πελοπόννησο.....σελ. 59
2.8 Τα Οικονομικά Οφέλη που Προσφέρονται στην Πελοπόννησο από την Ανάπτυξη και Λειτουργία των Αγροτικών Οικισμών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού.....σελ. 62

3. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....σελ. 64

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... σελ. 66



(ΑΡΧΑΙΑ ΕΠΙΔΑΥΡΟΣ, ΕΠΙΔΑΥΡΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ)

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση των προοπτικών ανάπτυξης μορφών εναλλακτικού τουρισμού στην Πελοπόννησο. Με την ανάλυση των μορφών του τουρισμού και πιο αναλυτικά, των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ελλάδα και στη συνέχεια στην Πελοπόννησο συμπεραίνουμε ότι η Ελλάδα και συγκεκριμένα οι πιο ορεινές περιοχές της Ελλάδας αποτελούν πρότυπο εναλλακτικού τουρισμού, καθώς προσφέρουν στον επισκέπτη τουρίστα ελκυστικά πακέτα και υπηρεσίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Αξίζει να αναφερθεί ότι η Ελλάδα προσελκύει ετησίως περισσότερο από 17 εκατομμύρια επισκέπτες.

Αναφέρεται παρακάτω πιο συγκεκριμένα ότι και οι επτά νομοί της Πελοποννήσου διαθέτουν εναλλακτικό τουρισμό και συγκεκριμένα θρησκευτικό τουρισμό, αρχαιολογικό τουρισμό, αθλητικό τουρισμό, αγροτουρισμό, εκπαιδευτικό τουρισμό, ιαματικό ή τουρισμό υγείας, ορειβατικό και περιπατητικό τουρισμό καθώς επίσης και οικοτουρισμό. Προγραμματίζουν εκδηλώσεις προβάλλοντας το τουριστικό προϊόν τους, η κάθε περιοχή ξεχωριστά, ‘‘εκμεταλλεύονται’’ την ομορφιά, τα ιστορικά μνημεία, τους αρχαιολογικούς χώρους, τα ήθη και έθιμά τους κάνοντας τον επισκέπτη να χαλαρώσει από την καθημερινότητά του και να απολαύσει τα τοπία και τις παροχές των ντόπιων εθελοντών, κάτι το οποίο ταυτόχρονα μπορεί να αναδείξει πρωτότυπες κερδοφόρες επενδυτικές ευκαιρίες.

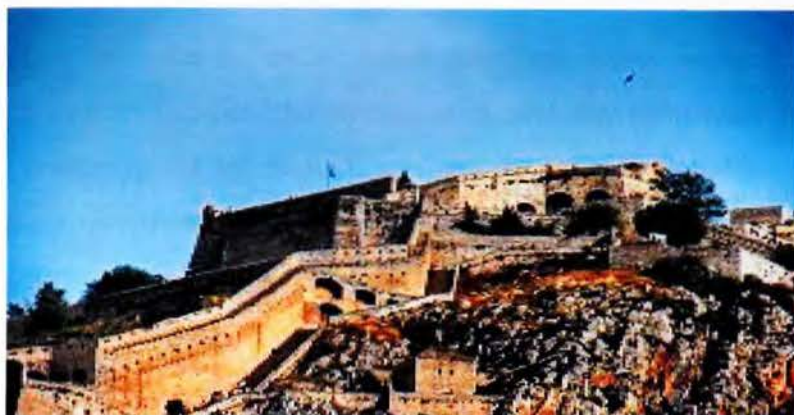
Για να υπάρξει μεγάλη ζήτηση όμως στον εναλλακτικό τουρισμό θα πρέπει να τεθούν κάποιες βασικές προϋποθέσεις. Δηλαδή, θα πρέπει να υπάρχει η σωστή ενημέρωση του κόσμου, να γίνεται σωστή διαφήμιση με το τουριστικό προϊόν που παρέχει ο κάθε τόπος, έτσι ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να επιλέξει ανάλογα και με το εισόδημά του τον προορισμό που επιθυμεί και θεωρεί κατάλληλο.

Δηλαδή, θα πρέπει να δραστηριοποιούνται οι επιχειρηματίες σωστά προσφέροντας τα αγαθά και τους πόρους στον τουρίστα-καταναλωτή με σκοπό την ικανοποίησή του, ανάλογα με τις ανάγκες του, καθώς τους δίνεται η δυνατότητα να προσελκύουν τουρίστες καθ’ όλη τη διάρκεια του χρόνου με αποτέλεσμα να δημιουργείται μια σταθερή πηγή εσόδων και απασχόλησης.

Είναι θέμα μάρκετινγκ λοιπόν η “εκμετάλλευση” του φυσικού πλούτου και των δραστηριοτήτων που μπορούν να αναπτυχθούν χάρη σ’ αυτόν, αφού χωρίς τη συνεργασία όλων των επιχειρηματιών τέτοιου είδους, δεν θα πετύχει κανένας την άφιξη του τουρίστα. Πρέπει με κοινή συνεργασία και συνεννόηση να προβάλλουν τις ομορφιές του κάθε τόπου προβάλλοντας ταυτόχρονα το τουριστικό προϊόν, έτσι ώστε ο καταναλωτής, ο οποίος ξέρει να κρίνει και να αποφασίζει για τον κατάλληλο προορισμό, να μείνει ευχαριστημένος κάτι το οποίο αυξάνει τα έσοδα του προορισμού αυτού, άρα αυξάνεται ταυτόχρονα η επιθυμία για πραγματοποίηση εναλλακτικού τουρισμού και στο κοντινό μέλλον.



(ΜΠΟΥΡΤΖΙ, ΝΑΥΠΛΙΟ)



(ΠΑΛΑΜΙΔΙ, ΝΑΥΠΛΙΟ)

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός αποτελεί ένα κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο που αναπτύχθηκε δυναμικά μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου πολέμου. Η διεθνής πρακτική απέδειξε ότι κάτω από προϋποθέσεις μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη η μεγέθυνση της οικονομίας μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. Τα κυριότερα οικονομικά οφέλη που μπορούν να προκύψουν από την ανάπτυξη του τουρισμού, είναι η εισροή συναλλάγματος, η δημιουργία εισοδημάτων για τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό που απασχολείται στην τουριστική βιομηχανία και όχι μόνο, η δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης, η τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας στην περιφέρεια και η δημιουργία εσόδων για το κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση¹.

Ο τουρισμός σαν ορισμός δεν μπορεί να οριστεί με ακρίβεια, καθώς εμφανίζεται με διάφορες μορφές. Θα μπορούσε όμως σε γενικές γραμμές με τη σύγχρονη μορφή του να οριστεί ως η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους σε έναν άλλον εκτός αυτού με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης και αναψυχής, καθώς και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων².

Μια από τις πρώτες προσπάθειες που έγιναν για να οριστεί ο τουρισμός, όσο το δυνατόν ακριβέστερα γίνεται, ήταν αυτή των καθηγητών Hunziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης, που στη συνέχεια υιοθετήθηκε από τη Διεθνή Ένωση Επιστημονικών Εμπειρογνομόνων Τουρισμού. Εκείνοι, είχαν υποστηρίξει την άποψη ότι ο τουρισμός έπρεπε να οριστεί ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σε αυτόν, εφόσον δεν συνδέονται με κάποια κερδοσκοπική δραστηριότητα.

¹ Βελισσαρίου Ε., 2002, “*Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού*, από το πρόγραμμα σπουδών *Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων*” (τόμος Δ'), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

² Βαρβαρέσου, Στ., 2000, “*Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές*”, Εκδόσεις Σακουλά

Με το πέρασμα του χρόνου όμως, η εννοιολογική σημασία του όρου τουρισμός άρχισε να αλλάζει καθώς μπόρεσαν να διακριθούν κάποια από τα κύρια χαρακτηριστικά του τουρισμού, όπως³:

- ❖ Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς τουλάχιστον επί ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους.
- ❖ Οι διάφορες μορφές τουρισμού περιέχουν απαραίτητα δυο βασικά στοιχεία και συγκεκριμένα το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν.
- ❖ Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης κατοικίας των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.
- ❖ Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχύχρονου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης διαμονής τους μέσα σε λίγες μέρες, εβδομάδες ή μήνες.
- ❖ Οι άνθρωποι επισκέπτονται διάφορους τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους άλλους από κείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους.

Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί πως κύριος σκοπός της συμμετοχής των ανθρώπων στο τουρισμό είναι η ξεκούραση, η ψυχαγωγία, η διασκέδαση και η ξενοιασιά από τις σκοτούρες που δημιουργούν τα προβλήματα της ζωής. Υπάρχουν όμως τέσσερις διαφορετικές απόψεις του τουρισμού οι οποίες αποτελούν έναν άλλον ορισμό για τον τουρισμό. Δηλαδή, ο τουρισμός θα μπορούσε να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την αμοιβαία επίδραση των τουριστών, τουριστικών επιχειρήσεων, τουριστικών προορισμών και διοικήσεων τουριστικών προορισμών στη διαδικασία προσέλκυσης, υποδοχής και φιλοξενίας επισκεπτών, δηλαδή τουριστών και εκδρομέων⁴.

³ Βαρβαρέσου, Στ., 2000, "Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές", Εκδόσεις Σακουλά

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

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Διεθνές Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού ⁵(ΔΣΤΤ) τα ταξίδια και ο τουρισμός είναι η μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο ξεπερνώντας την αυτοκινητοβιομηχανία, τη σιδηροβιομηχανία, τα ηλεκτρονικά και τον αγροτικό τομέα. Μάλιστα, σύμφωνα με τις προβλέψεις του ο τουρισμός αναμένεται να αποτελέσει το 3.6% του παγκόσμιου συνολικού προϊόντος, το 8.3% της παγκόσμιας απασχόλησης, το 9,5% των παγκοσμίων επενδύσεων και το 3,8% της παγκόσμιας απασχόλησης. Ειδικότερα για την Ελλάδα που αποτελεί κατεξοχήν τουριστική χώρα.

1. Κεφάλαιο Πρώτο: Το Φαινόμενο του Τουρισμού – Ανάπτυξη Εναλλακτικού Τουρισμού και Πλεονεκτήματα που Προσφέρει

1.1 Η Σύγχρονη Μορφή του Τουρισμού

Ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο με πολλές διαστάσεις, κυρίως οικονομικές. Κάθε χώρα η οποία αναπτύσσεται τουριστικά επενδύει ένα μεγάλο κεφάλαιο του ΑΕΠ της κάθε χρόνο στην προσπάθεια δημιουργίας και ανάπτυξης περιοχών με τουριστικό ενδιαφέρον⁶.

Η σύγχρονη μορφή του τουρισμού θα μπορούσε να χαρακτηριστεί κυρίως σαν μαζικού χαρακτήρα τουρισμός και αυτό είναι που τον κάνει να διαφέρει από τις παλαιότερες μορφές του. Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού είχε η τεχνολογική εξέλιξη των μεταφορικών μέσων και ότι έγιναν προσιτά σε όλα τα κοινωνικά στρώματα. Έτσι πέρα από τα στοιχεία της μαζικότητας και ομαδικότητας έρχεται να προστεθεί και το στοιχείο της υπερεθνικότητας, τα οποία είναι τα βασικά συστατικά του σύγχρονου τουρισμού.

Όταν μεταπολεμικά οι χώρες άρχισαν να διαπιστώνουν τις ευεργετικές επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία, άρχισαν να το αντιμετωπίζουν με πιο ουσιαστικό τρόπο. Ξεκίνησαν έργα τουριστικής υποδομής, χρηματοδοτήθηκαν επιχειρήσεις και δόθηκαν κίνητρα για την τουριστική ανάπτυξη του τόπου. Σήμερα,

⁵ World Travel and Tourism Council

⁶ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

τον τουρισμό τον χαρακτηρίζει η μαζικότητα. Οι χώρες λειτουργούν πλέον ανταγωνιστικά και στηρίζουν ένα μεγάλο μέρος της οικονομίας τους σε αυτόν. Δημιουργούνται νέες σύγχρονες εγκαταστάσεις, οι τιμές μειώνονται και διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού αρχίζουν να εκδηλώνονται⁷.

1.2 Εννοιολογική Προσέγγιση του Τουρισμού

Ο τουρισμός εμφανίζεται με διάφορες μορφές, γι' αυτό και είναι δύσκολο να οριστεί με ακρίβεια. Κατά περιόδους, πολλοί που ασχολήθηκαν με το φαινόμενο του τουρισμού επιχείρησαν να αποδώσουν την πιο σωστή και ακριβή έννοια του τουρισμού. Συγκεκριμένα ο Hunziker και ο Krapf όρισαν ως τουρισμό το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και την διαμονή μη μόνιμων κατοίκων, εφόσον αυτά δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με καμία κερδοσκοπική δραστηριότητα⁸.

Η Διεθνής Ακαδημία του Τουρισμού (ΑΙΤ – Monte Carlo) ορίζει ότι τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές. Αυτές υποκινούνται, σε διαφορετικό βαθμό και ένταση, από τον πόθο της απόδρασης, που ενυπάρχει στα άτομα. Ο Ν. Αιγινίτης αναφέρει ότι: τουρισμός καλείται η από χώρα σε χώρα ή από πόλη σε άλλη πόλη μετάβαση ατόμων ομαδικά ή μεμονωμένα για λόγους βραχείας ή μακράς, πάντως όχι μόνιμου διαμονής, για αναψυχή, αποκλειόμενης της εργασίας που επιφέρει άμεσο όφελος, πλην εκείνης η οποία δύναται να έχει ως σκοπό ή αποτέλεσμα την διαφήμιση της χώρας στην οποίαν κατευθύνεται ο επιχειρών μια τέτοια μετάβαση⁹.

Επίσης, ανατρέχοντας στην ερμηνεία που δίνει το λεξικό της δημοτικής των εκδόσεων Υδρόγειος, τουρισμός είναι η κίνηση ταξιδιωτών από τόπο σε τόπο για αναψυχή, περιήγηση αξιοθέατων τόπων, μουσείων κτλ., η οργάνωση της προσέλευσης περιηγητών και εκδρομέων σε έναν τόπο.

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

⁸ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', “Τουριστικός Τομέας”, Έκδοση για Ε.Α.Π.

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

Παρατηρώντας τις παραπάνω ερμηνείες βλέπουμε ότι η έννοια του τουρισμού προσεγγίζεται από την άποψη του τουρίστα και των αναγκών του δίχως να συνυπολογίζεται και η τουριστική προσφορά. Πιο συγκεκριμένα, στην έννοια του τουρισμού θα πρέπει να συμπεριληφθεί και το σκέλος του παραγωγικού μέρους, λαμβάνοντας δηλαδή υπόψη τους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων, τα υλικά και άυλα προϊόντα και τις παραγωγικές μονάδες.

Ο τουρισμός, λοιπόν, με την σύγχρονη του μορφή μπορεί να οριστεί, σαν η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους σε έναν άλλον με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης και αναψυχής, και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων¹⁰.

1.3 Μορφές Τουρισμού στην Ελλάδα

Αποτελεί γεγονός πως ο τουρισμός στην Ελλάδα χωρίζεται σε έξι βασικές κατηγορίες και οι οποίες είναι οι εξής¹¹:

- ❖ *Μαζικός τουρισμός*, δηλαδή η ομαδικότητα συμμετοχής των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας. Τη βάση ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού σήμερα αποτελεί το σύστημα GIT (group inclusive tours) που προσφέρει αλληλεξαρτώμενες και ολοκληρωμένες υπηρεσίες, δηλαδή πακέτα που περιλαμβάνουν τον τόπο προορισμού, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα και το τράνσφερ.
- ❖ *Ατομικός τουρισμός*, είναι το αντίθετο από τον μαζικό τουρισμό. Περιλαμβάνει δηλαδή την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών. Σε αυτή τη περίπτωση έχουμε το σύστημα ΙΙΤ (individual inclusive tours) που προσφέρει σε μεμονωμένα άτομα

¹⁰ Βαρβαρέσου, Στ., 2000, “Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές”, Εκδόσεις Σακουλά

¹¹ Βελισσαρίου Ε., 2002, “Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, από το πρόγραμμα σπουδών Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων” (τόμος Δ’), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

τουριστικά πακέτα τα οποία συνήθως περιλαμβάνουν τον τουριστικό προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα, το πρόγευμα και το τράνσφερ.

- ❖ *Εσωτερικός τουρισμός*, ο οποίος πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα στα φυσικά της όρια, δηλαδή μέσα στην επικράτειά της.
- ❖ *Εξωτερικός τουρισμός*, ο οποίος πραγματοποιείται από άτομα τα οποία διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα και την εγκαταλείπουν προσωρινά για να επισκεφτούν μια άλλη χώρα ή περισσότερες από μια χώρες για τουριστικούς λόγους, έτσι ώστε να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους.
- ❖ *Συνεχής τουρισμός*, είναι δηλαδή ο τουρισμός ο οποίος διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμία περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητές του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές, σε όλη τη διάρκεια του χρόνου.
- ❖ *Εποχιακός τουρισμός*. Χαρακτηριστική διάκριση του εποχιακού τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε αντίθεση με τον συνεχή τουρισμό, οι δραστηριότητές του επηρεάζονται αποφασιστικά από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές γι' αυτό και αναστέλλονται αυτές προσωρινά για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε έτος. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο γενικός τουρισμός κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, ο τουρισμός παραχείμασης και ο τουρισμός χειμερινών σπορ.

1.4 Τι Ορίζεται ως Εναλλακτικός Τουρισμός

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολύ-δραστηριότητας στον αγροτικό και γενικά χώρο υπαίθρου. Ουσιαστικά αποτελεί την παράλληλη ανάπτυξη δραστηριοτήτων που αποσκοπεί στην οικονομική και την κοινωνική αναβάθμιση των αγροτικών περιοχών και γενικότερα της υπαίθρου, με την ανάδειξη και στήριξη¹²:

- της ήπιας και μικρής κλίμακας προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών
- της τοπικής αγροτικής παραγωγής
- της δημιουργίας και εμπορίας παραδοσιακών προϊόντων
- του πολιτιστικού και φυσικού πλούτου της κάθε περιοχής

Από την άποψη αυτή, η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, ενδιαφέρει κυρίως φορείς και επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ύπαιθρο και σε αγροτικές περιοχές όπως παραδοσιακά καταλύματα, παραδοσιακά εστιατόρια και καφεενεία, παραγωγούς και εμπόρους τοπικών προϊόντων, επιχειρήσεις δραστηριοτήτων, μουσεία κάθε είδους, διάφορους συλλόγους όπως Πολιτιστικούς, Φυσιολατρικούς η Ορειβατικούς και Συνεταιρισμούς όπως Γυναικείους και Αγροτικούς, την Τοπική Αυτοδιοίκηση και τα σχολεία και Εκπαιδευτικά Ιδρύματα. Όμως ενδιαφέρει επίσης τον κάθε κάτοικο και επαγγελματία της περιοχής στην οποία αναπτύσσεται μια Αγροτουριστική δραστηριότητα μιας και η ανάπτυξη του τόπου του θα έχει άμεσα οφέλη και στην προσωπική του πρόοδο και οικονομική ανάπτυξη¹³.

Η άμεση αυτή αλληλεξάρτηση των επαγγελματιών μεταξύ τους καθώς και των τελευταίων με τον τουρίστα πηγάζει από το γεγονός ότι στον εναλλακτικό τουρισμό, ο τουρίστας είναι επισκέπτης, φίλος, θαυμαστής του τόπου, είναι ένας «φιλοξενούμενος», ένας ταξιδιώτης που αναζητά τα μυστικά, την αυθεντικότητα και

¹² Βαρβαρέσου, Στ., 2000, "Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές", Εκδόσεις Σακουλά

¹³ Βελισσαρίου Ε., 2002, "Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, από το πρόγραμμα σπουδών Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων" (τόμος Δ'), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

την ομορφιά του τόπου, εστιάζοντας στην ήσυχη ζωή, τη φυσική κληρονομιά και όλα όσα μοναδικά και ξεχωριστά έχει να προσφέρει ο κάθε προορισμός¹⁴.

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

Ο εναλλακτικός τουρισμός πραγματοποιείται επίσης με σκοπό ο κάθε τουρίστας να γνωρίσει καλύτερα τον τόπο. Θα πρέπει λοιπόν να περιηγηθεί στα δασώδη μονοπάτια, τις γαλήνιες λίμνες ή τα ορμητικά ποτάμια και γενικότερα σε ότι ιδιαίτερο υπάρχει η δυνατότητα να συναντήσει κανείς στο φυσικό τοπίο του τουριστικού του προορισμού. Το φυσικό αυτό τοπίο θα μπορούσε να συνδυαστεί με την δυνατότητα για αθλήματα περιπέτειας (extreme sports) καθώς και την ξενάγηση σε παλιές εκκλησιές και μοναστήρια, πέτρινα γεφύρια και αρχαιολογικά ευρήματα. Ιδιαίτερα σημαντική έτσι ώστε να εγκλιματιστεί πλήρως με την περιοχή και με τον καθημερινό τρόπο ζωής της ο τουρίστας είναι η συμμετοχή σε τοπικά πανηγύρια, γιορτές και έθιμα.

Με λίγα λόγια ο τουρίστας γίνεται μέλος, έστω και προσωρινά, αυτού του τόπου που επισκέφθηκε και μέσω ουσιαστικά των διακοπών του και τις ψυχαγωγίας του, αποκτά γνώσεις για την περιοχή που επισκέφτηκε. Θα πρέπει να σημειωθεί επίσης, πως ο εναλλακτικός τουρισμός εκτός από τη συμβολική έννοια που έχει αποκτήσει ως μορφή τουρισμού, της οποίας τα κύρια χαρακτηριστικά είναι η

¹⁴ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με τη φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών ή ο συνδυασμός των διακοπών με την προσφορά εθελοντικής εργασίας, αναφέρεται σε κάθε ειδική μορφή τουρισμού, η οποία προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα, συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και τέλος προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας¹⁵.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι πάρα πολλές σε αριθμό. Ωστόσο, ενδεικτικά αναφέρονται ορισμένες από τις κυρίες μορφές εναλλακτικού τουρισμού ως εξής¹⁶ :

- *Αγροτουρισμός*
- *Συνεδριακός τουρισμός*
- *Ορειβατικός και ο περιπατητικός τουρισμός*
- *Εκπαιδευτικός-πολιτιστικός τουρισμός*
- *Τουρισμός υγείας*
- *Αθλητικός τουρισμός*
- *Χειμερινός τουρισμός*
- *Παράκτιος, παραλίμνιος, παραποτάμιος, θαλάσσιος τουρισμός και ο τουρισμός των υγροβιότοπων*
- *Θρησκευτικός τουρισμός*
- *Οικοτουρισμός*

Είναι φανερό επίσης ότι οι μορφές αυτές δεν μπορούν να αντικαταστήσουν το μαζικό τουρισμό, με την έννοια του παραθαλάσσιου μαζικού τουρισμού. Ωστόσο δρουν συμπληρωματικά προς αυτόν, συμβάλλοντας, κατά κύριο λόγο, στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των περιοχών της περιφέρειας. Επιπρόσθετα, ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί τμήμα των ειδικών μορφών τουρισμού, οι οποίες χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού κινήτρου στη ζήτηση και από την

¹⁵ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

¹⁶ Βελισσαρίου Ε., 2002, "Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, από το πρόγραμμα σπουδών Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων" (τόμος Δ'), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής (προσφοράς). Με τον εναλλακτικό τουρισμό (alternative tourism), οι άνθρωποι αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών, ο οποίος συνδέεται με την προστασία της τοπικής κουλτούρας, την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος αλλά και με την αποφυγή της χρήσης υπηρεσιών οργανωμένου μαζικού τουρισμού¹⁷.

Ως εκ τούτου και με βάση τα παραπάνω, ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να προσφέρει στους τουρίστες που θα τον επιλέξουν, κάποιες από τις ακόλουθες συναρπαστικές δραστηριότητες ως εξής¹⁸.

- *Κατάβαση ποταμού (Rafting)* : Πρόκειται για μια δραστηριότητα με ξεχωριστό ενδιαφέρον, χαρίζοντας πολλαπλές συγκινήσεις. Για παράδειγμα, η πρώτη κατάβαση στη χώρα μας έγινε στον ποταμό Αχελώο στα τέλη της δεκαετίας του 1980. Σήμερα σχεδόν όλα τα ποτάμια της Ελλάδας είναι ικανά για αυτή τη δραστηριότητα από της αρχές Νοεμβρίου έως τις αρχές Ιουνίου. Ανάλογα λοιπόν με το μέγεθος ροής του κάθε ποταμού ορίζεται και ο βαθμός δυσκολίας με κλίμακα από το 1 έως το 5.

Ο αριθμός των ανθρώπων που συμμετέχουν κάθε χρόνο στον εναλλακτικό τουρισμό και σε δραστηριότητες Rafting, φτάνει τις 30.000 καθώς αυτό το είδος εναλλακτικού τουρισμού κερδίζει συνεχώς έδαφος. Άλλωστε η οργάνωση γίνεται από εταιρείες και οι κανόνες ασφαλείας είναι σε πολύ υψηλά επίπεδα αποφεύγοντας έτσι τα ατυχήματα.



¹⁷ Βαρβαρέσου, Στ., 2000, "Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές", Εκδόσεις Σακουλά

¹⁸ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

- *Canoe - Kayak (Κανό - Καγιάκ)* : Η δραστηριότητα αυτή πραγματοποιείται κυρίως σε λίμνες αλλά και σε ήσυχα περάσματα ποταμών και πάντα από εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο χώρο, προσφέροντας όλο τον απαραίτητο εξοπλισμό και τους κανόνες ασφαλείας. Όλο τον χρόνο μπορεί να ασχοληθεί κάποιος και να ζήσει μοναδικές στιγμές χαλάρωσης κοντά στην υπέροχη γλωρίδα που διαθέτει η χώρα μας, μαζί με τα σπάνια είδη πουλιών και υδρόβιων ζωντανών που προκαλούν ευχάριστες εκπλήξεις



- *Ορειβασία* : Η ορειβασία αποτελεί την πλέον δύσκολη μορφή της πεζοπορίας και ουσιαστικά των δραστηριοτήτων του εναλλακτικού τουρισμού. Συνήθης στόχος της ορειβασίας είναι η κατάκτηση κάποιας κορυφής. Στην ορειβασία η απόσταση δεν παίζει ουσιαστικό ρόλο. Πιο σημαντικό στοιχείο είναι ότι ανά ώρα καλύπτονται περίπου 300 μέτρα υψομετρικής διαφοράς που σημαίνει ότι για να ανέβει κανείς 1000 μέτρα απαιτούνται περίπου 4 ώρες μαζί με τις στάσεις. Μια συνήθης ορειβατική ανάβαση διαρκεί 7-10 ώρες μαζί με την επιστροφή.
- *Πεζοπορία* : Η πεζοπορία διακρίνεται σε απλή και ορεινή. Στην πρώτη κατηγορία, η ελάχιστη διανυόμενη απόσταση είναι 5 χλμ. (περίπου μια-δύο ώρες) και πραγματοποιείται σε εδάφη με πολύ μικρή κλίση (χωρίς μεγάλη υψομετρική διαφορά) κι ελαφρύ εξοπλισμό. Στη δεύτερη κατηγορία, η απόσταση των 15- 20 χλμ. και οι 5-8 ώρες πορείας αποτελούν τον κανόνα. Ο εξοπλισμός είναι εξειδικευμένος και ιδιαίτερα τη χειμερινή περίοδο επιβάλλεται να είναι ο κατάλληλος. Η ορεινή πεζοπορία μπορεί να γίνει σε οποιοδήποτε βουνό. Τα βασικά χαρακτηριστικά της είναι η υψομετρική

διαφορά της διαδρομής, που μπορεί να φθάσει τα 500-600 μ. και το γεγονός ότι η πορεία γίνεται συνήθως σε υψόμετρα μεγαλύτερα των 500 μ.

1.5 Πλεονεκτήματα που Προσφέρει ο Εναλλακτικός Τουρισμός

Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί ένα διαδεδομένο τρόπο ψυχαγωγίας τον οποίο διαλέγουν οι περισσότεροι άνθρωποι για να ξεφύγουν από την καθημερινότητα τους. Οι άνθρωποι που ασχολούνται με τον εναλλακτικό τουρισμό δεν έχουν καταφέρει μέχρι και τις μέρες μας να δώσουν ένα ακριβή και πλήρη ορισμό για το τι ακριβώς είναι ο συγκεκριμένος τουρισμός και πως αυτός περιγράφεται. Παρ' όλ' αυτά έχουν καταφέρει να τον διαχωρίσουν σε διάφορες κατηγορίες και εναλλακτικές μορφές. Μια από τις εναλλακτικές μορφές του εναλλακτικού τουρισμού αποτελεί ο τουρισμός στα καταλύματα υπαίθρου. Απώτερος σκοπός του τουρισμού στα καταλύματα υπαίθρου είναι να φέρει τον τουρίστα σε επαφή με το φυσικό περιβάλλον της περιοχής και να τον εντάξει στον καθημερινό παραδοσιακό τρόπο ζωής της¹⁹.

Για παράδειγμα, υπάρχουν ανά την Ελλάδα διάφορα αγροτουριστικά καταλύματα τα οποία πραγματικά αναδεικνύουν την εικόνα της περιοχής στην οποία βρίσκονται και χωρίς να παραμελούν την πολυτέλεια της σύγχρονης ζωής και τις ανέσεις των διακοπών. Τα καταλύματα υπαίθρου αναδεικνύουν επίσης την λαογραφική και αρχιτεκτονική ζωή του τόπου που βρίσκονται και ουσιαστικά πρόκειται για αναστηλωμένα κτίσματα του περασμένου αιώνα και τα οποία διατηρούνται σε άψογη κατάσταση στις μέρες μας. Στους χώρους των καταλυμάτων αυτών, κάποιος μπορεί να βρει οινοπαντοπωλεία, μεζεδοπωλεία, μικρά καφέ, πολυχώρους τέχνης και φυσικά βιοτεχνίες παραδοσιακών προϊόντων.

Ο κάθε τουρίστας έχει την ευκαιρία στα καταλύματα αυτά να παρακολουθήσει διάφορα προγράμματα και να εμπλακεί και ο ίδιος σε δραστηριότητες οι οποίες θα τον κάνουν να χαρεί το φυσικό περιβάλλον, την ιστορία

¹⁹ Βελισσαρίου Ε., 2002, "Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, από το πρόγραμμα σπουδών Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων" (τόμος Δ'), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

του τόπου αλλά και τον γενικότερο πολιτισμό του μέρους αυτού. Τα άτομα τα οποία διαχειρίζονται τα καταλύματα αυτά, ξέρουν και προσφέρουν άψογη φιλοξενία στους τουρίστες και εκείνοι φεύγουν με τις καλύτερες εντυπώσεις.



(ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ, ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ)



Οι δραστηριότητες αλλά και τα ενδιαφέροντα τα οποία αναφέρονται αλλά και χαρακτηρίζουν τη διαμονή των τουριστών στα συγκεκριμένα καταλύματα καθώς και τα πλεονεκτήματα που αναφέρονται στον εναλλακτικό τουρισμό, εντοπίζονται ως ακολούθως :

- Παρακολούθηση-συμμετοχή σε αγροτικές ασχολίες
- Μαθήματα κεραμικής
- Μαθήματα Ελληνικών χορών
- Περιβαλλοντική εκπαίδευση

- Παρακολούθηση / συμμετοχή σε λαϊκά πανηγύρια
- Οικολογικές περιηγήσεις
- Επισκέψεις σε ιστορικά αξιοθέατα
- Μαθήματα ύφανσης
- Μαθήματα Ελληνικής κουζίνας
- Μαθήματα Ελληνικής μυθολογίας

Για τους ανθρώπους του εναλλακτικού τουρισμού, το συγκεκριμένο είδος τουρισμού είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολύδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο της κάθε χώρας, η οποία έχει ως στόχους τα εξής :

- Να συμβάλει ώστε ο επισκέπτης να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης πόλης της χώρας.
- Να φέρει τον επισκέπτη σε επαφή με τη τοπική φύση καθώς και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στις οποίες θα μπορεί να συμμετέχει, να ψυχαγωγηθεί και να νιώσει τη χαρά της περιήγησης, της δημιουργίας, της παραγωγής, της γνώσης και της ανακάλυψης.
- Να κινητοποιήσει τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις του τόπου, συμβάλλοντας έτσι στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου της πόλης σε μια χώρα.

Οι άνθρωποι ενός καταλύματος εναλλακτικού τουρισμού γνωρίζουν πως ο σωστός σχεδιασμένος και καλά οργανωμένος αγροτουρισμός έχει καταδειχθεί ότι αποτελεί ένα από τα αποτελεσματικότερα εργαλεία για τη μακροπρόθεσμη διατήρηση της ταυτότητας του τόπου τους. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι σε αυτής της μορφής την τουριστική ανάπτυξη το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της περιοχής αποτελούν πλέον τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά που στηρίζονται στην διατήρηση και ανάδειξη των τοπικών ιδιαιτεροτήτων της κάθε πόλης.

Σε επιχειρηματικό επίπεδο, ο αγροτουρισμός και ο εναλλακτικός τουρισμός στη συγκεκριμένη περίπτωση αποτελεί τον συνδετικό κρίκο του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα με τον τριτογενή. Δηλαδή, της παραγωγής γεωργικών και

κτηνοτροφικών προϊόντων και της μεταποίησης, με την παροχή υπηρεσιών και τον τουρισμό σε μια περιοχή. Κατ' αυτόν τον τρόπο δημιουργεί, στηρίζει και τονώνει την τοπική αγορά, παρέχοντας νέες θέσεις εργασίας, ένα συμπληρωματικό εισόδημα στις αγροτικές οικογένειες και συγκρατώντας τον πληθυσμό στην ύπαιθρο αυτή. Θα πρέπει να αναφερθεί πως οι κύριες κατηγορίες των επιχειρήσεων που εντάσσονται στον εναλλακτικό τουρισμό σε μια χώρα είναι οι εξής²⁰ :

- *Αγροτουριστικά καταλύματα στις μικρές πόλεις και χωριά*
- *Πρατήρια / Εκθετήρια/ Εργαστήρια αγροτουριστικών τοπικών προϊόντων*
- *Αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής*
- *Τουριστικά γραφεία που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση ή την υλοποίηση προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων οικότουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος*
- *Αγροκτήματα και φάρμες*
- *Επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων*
- *Εργαστήρια τοπικής τέχνης*

Σε ότι αφορά τον επισκέπτη, οι άνθρωποι ενός οικισμού θα πρέπει να επιθυμούν ο αγροτουρισμός ή ο εναλλακτικός τουρισμός να αποτελεί διαδικασία που προωθεί μια μορφή ταξιδιού με σεβασμό προς το περιβάλλον και την τοπική παράδοση, βασισμένη στην γνωριμία του με την τοπική κουλτούρα, ιστορία και καθημερινότητα. Μια συνολική εμπειρία κατά την οποία ο επισκέπτης έρχεται σε επαφή με το ντόπιο τρόπο ζωής και συνδυάζει την αναψυχή με την ενημέρωση και την ευαισθητοποίησή του για κοινωνικά, ιστορικά, περιβαλλοντικά και άλλα θέματα της εκάστοτε περιοχής²¹.

Ως εκ τούτου, ο εναλλακτικός τουρισμός σε μια περιοχή ή χώρα και κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις, μπορεί να αποτελέσει κατάλληλη στρατηγική για την τοπική ανάπτυξη και να συμβάλλει στην ενδογενή ολοκληρωμένη ανάπτυξη που δένει αρμονικά με τις άλλες οικονομικές δραστηριότητες κάθε περιοχής και να

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

²¹ Βελισσαρίου Ε., 2002, "Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, από το πρόγραμμα σπουδών Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων" (τόμος Δ'), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

αποτελέσει ουσιαστική αναπτυξιακή παράμετρο στα προγράμματα τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης. Βέβαια θα πρέπει να αναφερθεί πως ο εναλλακτικός τουρισμός στη διεθνή πρακτική έχει επικρατήσει με τις ακόλουθες δύο βασικές μορφές.

- *Τη μορφή των διακοπών σε αγροκτήματα "Farm house holidays", ιδιαίτερα διαδεδομένη σε χώρες, όπου η έννοια «αγρόκτημα» είναι συνυφασμένη με τη γεωργική εκμετάλλευση (Αυστρία, Γερμανία κλπ) και οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και τις αγροτικές δραστηριότητες.*
- *Τη μορφή των διακοπών σε αγροτουριστικά καταλύματα που παρέχουν «κλίνη και πρωινό» - "Bed and breakfast" - που αφορά στη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και ενοικιαζομένων δωματίων σε έξω-αστικούς μικροσυννοικισμούς ή σε αγροτικά καταλύματα (αγροικίες) που βρίσκονται μέσα στον αγροτικό οικισμό και παρέχουν φιλοξενία τουριστών σ' αυτά. Το σύστημα αυτό προσιδιάζει ιδιαίτερα σε χώρες, όπως είναι η Βρετανία, η Γαλλία, η Ιταλία, η Ιρλανδία.*

Ένας ευρύτερος ορισμός που θα μπορούσε να δοθεί στον εναλλακτικό τουρισμό, είναι ότι αυτός αποτελεί μια ειδικότερη μορφή τουρισμού με στόχο να καλύψει ο τουρίστας πιο εξειδικευμένες ανάγκες του. Δηλαδή, ο εναλλακτικός τουρισμός ενέχει διαφορετικό κίνητρο από αυτό του μαζικού και πιο συγκεκριμένα έχει να κάνει με τη φύση, το πολιτισμό αλλά και τις ανάγκες του ίδιου του ανθρώπου. Μορφές εναλλακτικού τουρισμού αποτελούν ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο εκπαιδευτικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο συνεδριακός κλπ.

Επίσης, τα πλεονεκτήματα του εναλλακτικού τουρισμού είναι πολλά και όταν αναλυθούν συμπληρωματικά με αυτά του μαζικού - παραθαλάσσιου τουρισμού προκύπτει η ανάγκη για σωστό σχεδιασμό και οργάνωση με στόχο, όπου για παράδειγμα η Ελλάδα να πρωτοπορήσει και σε αυτό το κλάδο τουρισμού. Η Ελλάδα επίσης μπορεί να διαθέτει όλα τα εφόδια και τα προαπαιτούμενα στοιχεία για να ηγηθεί στον εναλλακτικό τουρισμό, εκμεταλλευόμενη το πλούσιο φυσικό τοπίο, το πολιτιστικό της υπόβαθρο, τους νέους επιστήμονες και επιχειρηματίες που είναι

διατεθειμένοι να λάβουν το επιχειρηματικό ρίσκο και να εισαχθούν σε αυτή τη νέα αγορά και μπορεί να παρέχει με επιτυχία υπηρεσίες εναλλακτικού τουρισμού²².

Μια άλλη προέκταση του εναλλακτικού τουρισμού και των πλεονεκτημάτων που μπορεί να προσφέρει, είναι εκείνη της υγείας και εκπαίδευσης των ατόμων. Θα πρέπει να σημειωθεί πως καθώς αυξάνεται η ζήτηση για υπηρεσίες εναλλακτικού τουρισμού υγείας, αυξάνεται και η ανάγκη για εκπαιδευτικά προγράμματα και κατάρτιση στο κλάδο της τουριστικής βιομηχανίας. Κρίνεται λοιπόν επιτακτική η διαμόρφωση νέων επιστημόνων αλλά και επιχειρηματιών που θα έχουν τη κατάλληλη και πλήρη γνώση του τουριστικού αντικειμένου γενικότερα αλλά και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού ειδικότερα.

Επιπρόσθετα, η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και του τουρισμού υγείας μπορεί και προαπαιτεί κάποια γερά θεμέλια με στόχο τη μακροχρόνια μεγιστοποίηση του κέρδους και των πλεονεκτημάτων που προκύπτουν από αυτό το κλάδο. Ο μόνος τρόπος επιτυχής έκβασης αυτού του εγχειρήματος, όπως και σε οποιονδήποτε άλλο οικονομικό κλάδο, είναι η εκπαιδευτική πολιτική και η κατάρτιση των νέων ανθρώπων στις μορφές αλλά και αντίστοιχες υπηρεσίες του εναλλακτικού τουρισμού. Απαιτείται δε να διαμορφωθεί μια κοινότητα επιστημόνων και επιχειρηματιών που θα τρέφουν αγάπη για το επάγγελμα τους και θα διαθέτουν πλήρη γνώση που θα έχει επιτευχθεί μέσα από νέα προγράμματα σπουδών που θα καλύπτουν αυτές τις ανάγκες.

Σε αρχικό στάδιο βέβαια, θα ήταν σκόπιμο όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς του εναλλακτικού τουρισμού υγείας να διαθέτουν σφαιρικές γνώσεις της τουριστικής αγοράς αλλά και του τουριστικού μάρκετινγκ καθώς ο τουρισμός υγείας αποτελεί ιδιαίτερο κλάδο του τουρισμού και συμπληρώνει το μαζικό παραθαλάσσιο τουρισμό των θερινών μηνών. Εν συνεχεία, η εξειδίκευση σε προγράμματα ιατρικής, νοσηλευτικής, αισθητικής, φυσικοθεραπείας, διαιτητικής θα διαμορφώσουν τους κατάλληλους επιστήμονες που θα είναι σε θέση να αναλάβουν την παροχή τουριστικών υπηρεσιών υγείας.

Βέβαια ο τομέας εναλλακτικού τουρισμού επιφέρει όχι μόνο πλεονεκτήματα, αλλά και μειονεκτήματα στην οικονομία, στο περιβάλλον, στην κοινωνία και στις

²² Βαρβαρέσου, Στ., 2000, "Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές", Εκδόσεις Σακουλά

πολιτισμικές αξίες του κάθε τόπου αφού η πολιτισμική κουλτούρα του κάθε τόπου αλλοιώνεται. Από τη θετική πλευρά, ο εναλλακτικός τουρισμός δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, συμβάλλει στην εισροή συναλλάγματος, στην οικονομική βοήθεια του κράτους, στην ίδρυση νέων υποδομών κτλ.

Τα μειονεκτήματα όμως που επιφέρει ο εναλλακτικός και γενικότερα ο τουρισμός είναι η μαζικοποίηση, η εμπορευματοποίηση των ανθρωπίνων σχέσεων, η καταστροφή του περιβάλλοντος εξαιτίας της αλόγιστης χρήσης των φυσικών πόρων κτλ. Όλα αυτά έχουν οδηγήσει σε αναζήτηση νέων μορφών τουρισμού. Είναι δηλαδή η ανάγκη των τουριστών να ξεφύγουν από τα καθιερωμένα πρότυπα τουρισμού και να επεκτείνουν τους ορίζοντές τους, μέσω της ενασχόλησής τους με δραστηριότητες όπως τον αθλητισμό, την θρησκεία, τον πολιτισμό, την φύση κτλ. Ο εναλλακτικός τουρισμός επιτυγχάνεται με μια διασύνδεση του τουριστικού τομέα με άλλες μορφές οικονομίας και κυρίως με τον πρωτογενή τομέα²³.

Εν κατακλείδι λοιπόν, ο Εναλλακτικός Τουρισμός έχει μεγάλα πλεονεκτήματα τα οποία αναφέρονται ως εξής:

- ◆ σέβεται το περιβάλλον και τον πολιτισμό
- ◆ προβάλλει την πολιτιστική κληρονομιά κάθε τόπου
- ◆ αξιοποιεί την τοπική κουζίνα και προωθεί έτσι τα τοπικά προϊόντα
- ◆ ωφελεί τους πολλούς και τους μικρούς (και όχι τους λίγους και τους μεγάλους)
- ◆ προσφέρει στους τουρίστες εμπειρίες με ποιότητα και «χρώμα»
- ◆ συμβάλλει στην επιβίωση και αναζωογόνηση της υπαίθρου

Με άλλα λόγια δηλαδή, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι το ίδιο με αυτό που λέμε για παράδειγμα «οικοτουρισμό»; Περίπου ναι, αφού ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), χρησιμοποίησε την έννοια «οικοτουρισμός» για να καλύψει «όλες τις μορφές τουρισμού όπου το βασικό κίνητρο του τουρίστα είναι η παρατήρηση και η εκτίμηση της φύσης, και που είναι μορφές που προκαλούν τις ελάχιστες επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον και την πολιτιστική κληρονομιά». Έτσι, πολλά και διαφορετικά είδη εναλλακτικού τουρισμού, που συνδέονται με την φύση, όπως για παράδειγμα:

²³ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', "Τουριστικός Τομέας", Έκδοση για Ε.Α.Π.

«αγροτουρισμός», «οικολογικός τουρισμός», «φυσιολατρικός τουρισμός», «ορεινός τουρισμός», «αθλητικός τουρισμός», «τουρισμός περιπέτειας» κ.α. θα μπορούσαν να ενταχθούν στην κατηγορία του «οικοτουρισμού»²⁴.

Με άλλα λόγια λοιπόν σε τι διαφέρει ο εναλλακτικός τουρισμός από τον μαζικό τουρισμό; Ο εναλλακτικός τουρισμός από τη μια και ο «μαζικός τουρισμός» από την άλλη, ικανοποιούν διαφορετικές ανάγκες των τουριστών και συνήθως απευθύνονται σε διαφορετικές κατηγορίες ανθρώπων. Ο «μαζικός τουρισμός», είναι μαζικός (μεγάλης κλίμακας) και απρόσωπος, είναι ο τουρισμός του «πακέτου» και της παραλίας. Ο μαζικός τουρισμός με την άναρχη ανάπτυξή του και την υπερσυγκέντρωση ανθρωπίνων δραστηριοτήτων που επιφέρει στο χώρο, είναι η δραστηριότητα που αλλάζει βαθμιαία την λειτουργία της φύσης, καταναλώνει τους μη ανανεώσιμους φυσικούς πόρους, μειώνει την βιοποικιλότητα.

Συχνά βέβαια μετατρέπει ανεπανόρθωτα τα τοπία, χτίζοντας αλόγιστα ξενοδοχεία σε γραφικές παραλίες, επεκτείνει τις αστικές ζώνες και παράγει σημαντικά φορτία αποβλήτων. Έτσι απαξιώνει «το έδαφος που πατάει» και βαθμιαία αυτοκαταργείται χάνοντας το δυναμισμό του. Οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού είναι ουσιαστικά αντίθετες ήπιες και επιλεκτικές, ιδιαίτερα απαιτητικές, συμμετοχικές σε μικρές ομάδες (μικρής κλίμακας), πιο ανεξάρτητες, με μεγάλο βαθμό ελευθερίας στα άτομα και με σεβασμό στο περιβάλλον και στην παράδοση.

Τέλος, άνθρωποι με ειδικά ενδιαφέροντα, αναζητούν μια αυθεντική επαφή με την φύση, τον τοπικό πολιτισμό, τους ανθρώπους, την ζωή στην ύπαιθρο, την άσκηση στην φύση. Εδώ δεν επικρατεί η απαίτηση για «φτηνό πακέτο διακοπών», αλλά η απαίτηση για ποιότητα, που δεν περιορίζεται μόνο στον χώρο διαμονής αλλά και στο δημόσιο χώρο όπως φυσικό και πολιτιστικό και εναρμονίζεται πλήρως με τον εναλλακτικό τουρισμό.

²⁴ Βελισσαρίου Ε., 2002, “*Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού*”, από το πρόγραμμα σπουδών *Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων*” (τόμος Δ’), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

2. Κεφάλαιο Δεύτερο: Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Εναλλακτικού Τουρισμού και Περιοχές στην Πελοπόννησο που Έχει Αναπτυχθεί ή Υπάρχουν Προοπτικές να Αναπτυχθεί

2.1 Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Εναλλακτικού Τουρισμού στην Ελλάδα και η Διαμόρφωση των Κυριότερων Μορφών του

Οι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά την επιλογή μιας πιθανής εναλλακτικής πιο ήπιας μορφής τουρισμού, έχουν γίνει βασικό θέμα συζήτησης μεταξύ των ειδικών πολλές φορές κατά καιρούς. Επίσης, έχουν προωθηθεί από διάφορους φορείς και επιχειρήσεις σε ολόκληρη την χώρα και στο εξωτερικό και κυρίως στην Γερμανία. Η όποια μελέτη όμως εντοπισμού των παραγόντων που επηρεάζουν την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα, αναφέρονται ως εξής²⁵ :

1. Τα επίπεδα μόρφωσης, μεγέθη και περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του πληθυσμού. Ένα μεγάλο ποσοστό περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης αποτελεί θετικό παράγοντα στην « κουλτούρα του ελεύθερου χρόνου» με αποτέλεσμα να ενθαρρύνει τις επιλογές του ελεύθερου χρόνου όπου μέσα σε αυτό το πλαίσιο υπάρχουν και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, φιλικές προς το περιβάλλον και της κουλτούρας του κάθε προορισμού.
2. Οι αλλαγές της τουριστικής αγοράς αλλά και οι αυξανόμενες απαιτήσεις και ανάγκες που αφορούν την απόκτηση νέων πελατών και εμπειριών σε κάποιο σεβαστό ποιοτικό επίπεδο και ελκυστικό περιβάλλον. Ανάγκες και απαιτήσεις οι οποίες βρίσκονται στα πλαίσια μιας αυξανόμενης διαδικασίας και ταξιδιωτικής εμπειρίας. Τουριστικών επιδόσεων και ενεργειών από την πλευρά των τουριστικών επιχειρήσεων, αλλά και των τόπων προορισμού. Η διατύπωση από μια σχετική διερεύνηση στις αρχές του '80 είναι σχετική ότι μια διαρκώς αυξανόμενη ταξιδιωτική εμπειρία ενδυναμώνει την τάση για ατομικά ταξίδια.

²⁵ Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π., 2001, "Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον", Εκδόσεις Κριτική

Πολύ περισσότερο αν αυτή η εμπειρία έρχεται σε συνδυασμό με υψηλή ποιοτική μόρφωση.

3. Πολλοί παράγοντες όπως η μεγάλη φιλοδοξία, η απόκτηση νέων εμπειριών, η εξατομίκευση του ταξιδιού και οι αυξανόμενες λειτουργικές και άνετες διακοπές αλλά και η οικολογική συνείδηση, η μεγάλη υπευθυνότητα και η ανταπόκριση των επιχειρήσεων πάνω στις αλλαγές της ζήτησης σε συνδυασμό με τις αξίες και τις διαχρονικές αλλαγές του πληθυσμού.

Εκτός από την συμβολική του έννοια, ο εναλλακτικός τουρισμός έχει αποκτήσει και την μορφή του τουρισμού του οποίου τα βασικότερα χαρακτηριστικά είναι η ανυπαρξία των απρόσωπων πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών και η αναζήτηση της επαφής με την φύση και την αυθεντικότητα. Η μορφή του εναλλακτικού τουρισμού με την παρουσία της εθελοντικής εργασίας προσελκύει τουρίστες με πολλά και ποικίλα ενδιαφέροντα. Επίσης, συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς. Προσφέρει λύσεις σε πολλά προβλήματα τουριστικής εποχικότητας.

Οι όροι αειφόρος και εναλλακτικός, χρησιμοποιούνται συχνά και αναφέρονται σε κάποια χαρακτηριστικά του τρόπου ανάπτυξης. Η συνεχής βιωσιμότητα και η ισόρροπη ανάπτυξη ή οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι όροι που χρησιμοποιούνται πολλές φορές με διαφορετικό τρόπο και έννοια. Η βιωσιμότητα στα πλαίσια της θεωρίας των συστημάτων αναφέρεται σε μια διαδικασία προσέγγισης και μεγιστοποίησης αλλά και ρύθμισης των θεμάτων κάποιου αναπτυξιακού παράγοντα.

Στο σύνολό του βρίσκεται σε μια κατάσταση ισορροπίας αλλά το ένα από τα στοιχεία του δεν απορυθμίζεται και δεν αναπτύσσεται σε βάρος του άλλου. Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί μια έννοια η οποία χρησιμοποιείται σε μορφές τουρισμού, πλην της μαζικής. Οι μορφές τουρισμού στις οποίες αναφέρεται επιδιώκουν να αποφύγουν τις επιπτώσεις τις κοινωνικές, πολιτιστικές και

περιβαλλοντικές, θετικές ή αρνητικές. Τα βασικότερα χαρακτηριστικά αυτής της έννοιας είναι τα εξής²⁶:

- *Η μικρής κλίμακας ελεγχόμενη και ρυθμιζόμενη ανάπτυξη*
- *Η ποικιλία των δραστηριοτήτων ατομική ή ανεξάρτητη*
- *Έμφαση στην απόκτηση εμπειριών πάνω σε τοπικές κουλτούρες και διατήρηση παραδοσιακών αξιών.*

Όλες οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού εισάγουν στη θέση της επιδερμικής επαφής την μορφωτική εμπειρία με το ξένο στοιχείο. Υπολογίζουν σοβαρά την ικανότητα του επισκέπτη και αρνούνται την δημιουργία μηχανισμών περιφρούρησης του τουρίστα μέσα από ψεύτικους πύργους. Οι μορφές του εθελοντικού τουρισμού που μπορεί να είναι αγροτικός, περιβαλλοντικός, θρησκευτικός, πολιτιστικός ή τουριστικός επιδιώκει την ζεύξη και επαναπροσέγγιση των τουριστικών εμπειριών με διάφορες πολιτιστικές ή άλλες δραστηριότητες. Βασική ενέργεια του εναλλακτικού τουρισμού είναι να μην μετατρέπει τον χρόνο αναψυχής σε χρόνο γεμάτο από σεμινάρια, πράγμα που συμβαίνει στον συμβατικό τουρίστα ο οποίος καταδικάζεται σε κατάσταση υπνοβασίας. Προτάσεις την ιδιαιτερότητά του αυτή και δεν υποχωρεί σε πελατειακές λογικές.

Προβάλλει την σημασία του τοπικού χώρου και μέσα από αυτές τις ενέργειες διαφοροποιεί όλο το τουριστικό προϊόν και το μετατρέπει σε ελκυστικό και ενδιαφέρον πακέτο τουριστικό. Πολύ απλά ο εναλλακτικός τουρισμός επιδιώκει να κάνει τον τουρίστα να αισθανθεί άνετα όπως στο σπίτι του. Να γίνει ένα με τις τοπικές αρετές, τα τοπία τις διατροφικές συνήθειες, τα τραγούδια, τον χορό, την ζωγραφική και όλα εκείνα που κάποιος τόπος προσφέρει στον τουρίστα να εκμεταλλευθεί.

Η ωριμότητα του σημερινού τουρίστα πρέπει να ληφθεί υπόψη από το αίτημα της βιωσιμότητας της τουριστικής ανάπτυξης και κυρίως μέσα από την ταξιδιωτική πρακτική της μεταπολεμικής περιόδου. Οι μεγάλες τουριστικές υποδομές και η διάχυσή τους, και η χώρο-χρονική αποκέντρωση του τουρισμού πρέπει να κάνουν μια χώρα συμβατικών απολαύσεων σε χώρα εκπλήξεων και ανακαλύψεων. Η δημιουργία

²⁶ Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π., 2001, "Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον", Εκδόσεις Κριτική

υπερπολυτελών θυλάκων σε κάποιες περιοχές πρέπει να σταματήσει. Πέρα από την λειτουργικότητα η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη συνδέεται και με την αισθητική.

Εκτός όμως από τους παράγοντες που αναφέρθηκαν παραπάνω, σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού κατέχουν και οι βασικότερες μορφές του, όπου βάσει των χαρακτηριστικών τους οι ειδικοί προσπαθούν να συνειδητοποιήσουν αν μπορούν να εφαρμοστούν στην Ελλάδα ή όχι²⁷. Αυτές οι βασικότερες μορφές είναι :

❖ **Γενικός τουρισμός.** Όπου είναι ο τουρισμός αναψυχής και διακοπών. Τρεις είναι οι κατηγορίες του:

I. Τουρισμός περιήγησης (γεωγραφική κινητικότητα σε προορισμούς)

II. Τουρισμός διαμονής (όπου ο τουρίστας παραμένει στην ίδια τουριστική περιοχή)

III. Τουρισμός μεικτού χαρακτήρα (τουρισμός περιήγησης και διαμονής).

❖ **Μορφωτικός τουρισμός.** Είναι ο τουρισμός εκείνος ο οποίος έχει σαν βασικό στόχο την συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις. Επισκέψεις σε ιστορικά μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία, πινακοθήκες, θεατρικές παραστάσεις και πολιτιστικές εκδηλώσεις ή σεμινάρια φιλοσοφίας, γλωσσολογίας, κοινωνιολογίας, ψυχολογίας, ανθρωπολογίας. Οι σωστές και κατάλληλες υποδομές είναι απαραίτητη προϋπόθεση στο μορφωτικό τουρισμό. Για παράδειγμα, οι μορφωτικές εκδηλώσεις και τα πλούσια πολιτιστικά προγράμματα αλλά και η ύπαρξη διεθνούς φήμης θεάτρων και η πληθώρα μουσείων και πινακοθηκών..

❖ **Τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός.** Απώτερος σκοπός του τουρισμού αυτού είναι η αποκατάσταση και η διατήρηση της υγείας των ατόμων που παίρνουν μέρος σε αυτού του είδους τον τουρισμό. Η θεραπεία και η ανάρρωσή του από διάφορες ασθένειες. Μόνο στην περίπτωση που υπάρχουν ειδικές ιατρικές και φυσικοθεραπευτικές υπηρεσίες υφίσταται αυτού του είδους ο τουρισμός.

²⁷ Σφακιανάκης Μανόλης, 2007, "Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού", ΕΛΛΗΝ, Αθήνα

- ❖ **Τουρισμός άθλησης.** Σε αυτού του είδους τον τουρισμό το βασικότερο κίνητρο είναι ο αθλητισμός. Για παράδειγμα το γκολφ, η ανεμοπορία, η ιππασία και διάφορα προγράμματα γυμναστικής αποτελούν αυτό το είδος τουρισμού. Κύρια προϋπόθεση αυτού του είδους τουρισμού είναι η ύπαρξη ή η δημιουργία εγκαταστάσεων άθλησης από την πλευρά των ξενοδοχείων αλλά και η απασχόληση γυμναστών με εμπειρία, εκπαιδευτών αθλημάτων, κλπ.
- ❖ **Τουρισμός περιπέτειας.** Μορφή τουρισμού με κύριο χαρακτηριστικό το απροσδόκητο, το άγνωστο και την έκπληξη. Κλασσικό παράδειγμα το σαφάρι, οι περιπλανήσεις σε περιοχές άγνωστες ή και κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς. Οι άνθρωποι που συμμετέχουν σε αυτό είναι κυρίως νεαρά άτομα αλλά και επαγγελματίες ή στελέχη επιχειρήσεων.
- ❖ **Οικογενειακός τουρισμός.** Τουρισμός στον οποίο σημαντικό ρόλο παίζει ο τόπος διακοπών και ο χρόνος που θα πραγματοποιηθεί. Οι ειδικές εκπτώσεις για τα παιδιά αλλά και η δημιουργία των κατάλληλων υποδομών παίζουν καταλυτικό παράγοντα και απαραίτητη προϋπόθεση για την πραγματοποίησή του. Υποδομές όπως αίθουσες παιχνιδιών, παιδικές χαρές, παιδικές πισίνες, κλπ. Υπάρχει εξειδικευμένο προσωπικό το οποίο προσέχει και συντροφεύει τα παιδιά.
- ❖ **Τουρισμός τρίτης ηλικίας.** Πρόκειται για τον τουρισμό στον οποίο συμμετέχουν άτομα τρίτης ηλικίας με ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα, αποταμιεύσεις λόγω νοοτροπίας και τρόπου ζωής, αλλά κυρίως όρεξη για ταξίδια και βασικά τουρισμό. Ο τουρισμός αυτός κυρίως παίρνει μέρος στο εσωτερικό της χώρας διαμονής του τουρίστα ή σε πολύ κοντινές περιοχές από αυτόν. Δεν χρειάζονται πολλές υποδομές από την πλευρά των χωρών οι οποίες ενδιαφέρονται για αυτόν.
- ❖ **Τουρισμός χειμερινών σπορ.** Αποτελεί μια δυναμική μορφή τουρισμού η οποία προσπαθεί να διαφοροποιήσει το τουριστικό προϊόν της κάθε χώρας υποδοχής και συγχρόνως προσπαθεί να αξιοποιήσει και να εκμεταλλευτεί τους μήνες που δεν έχουν κίνηση τουριστική προσελκύνοντας τουρίστες με υψηλό εισοδηματικό επίπεδο. Στόχος του είναι να καλύψει εκείνες τις δραστηριότητες οι οποίες παίρνουν μέρος σε γεωγραφικό χώρο και κυρίως σε συγκεκριμένες κλιματολογικές συνθήκες, όπως περιοχές με πολύ χιόνι.

Χρειάζεται υψηλή υποδομή όπως χιονοδρομικά κέντρα με καλή οργάνωση, πίστες πάγου για καλλιτεχνικό πατινάζ, παγοδρομίες, πίστες με αγωνιστικά έλκηθρα, σκι, σκι για παιδιά, αρχάριους, ερασιτέχνες σκιέρ. Τουριστικά καταλύματα 5 και 4^{ov} αστερών, βασική συγκοινωνία των τόπων αυτών των χειμερινών σπορ. Για παράδειγμα αεροδρόμια, σιδηροδρομικούς σταθμούς, κλπ.

- ❖ **Τουρισμός παραχείμασης.** Σε αυτό τον τουρισμό συμμετέχουν άτομα ή ομάδες ατόμων οι οποίες διαλέγουν να κάνουν τις διακοπές τους το χειμώνα σε χώρες με ήπια κλίματα θέλοντας να αποφύγουν τις άσχημες καιρικές συνθήκες της χώρας τους. Κυρίως άτομα της τρίτης ηλικίας παίρνουν μέρος σε αυτόν του τουρισμό τα οποία έχουν προβλήματα υγείας και αρκετό ελεύθερο χρόνο και φυσικά σταθερό εισόδημα.
- ❖ **Ορεινός τουρισμός.** Έχει πολλές ομοιότητες με τον τουρισμό των χειμερινών σπορ, αλλά δεν έχει χρονικούς περιορισμούς εκδήλωσης. Απευθύνεται σε δραστηριότητες οι οποίες αφορούν την υπαίθρια αναψυχή και που εκδηλώνονται σε ορεινές και μόνο περιοχές των χωρών υποδοχής οι οποίες ενδιαφέρονται για αυτόν το τουρισμό. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του είναι τα τουριστικά καταλύματα και η ανάπτυξή τους και η δημιουργία χώρων όπως εστιατόρια, καφετέριες, αίθουσες αναψυχής, κλπ.
- ❖ **Αγροτικός τουρισμός ή αγροτουρισμός.** Εξελίσσεται σε έναν από τους πιο δυναμικούς τομείς της αγοράς του εναλλακτικού τουρισμού, καθώς οι επισκέπτες σε όλο τον κόσμο εκδηλώνουν ενδιαφέρον για την αειφόρο ανάπτυξη και τις οικολογικές πρακτικές. Αποτελεί τουρισμό με δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού ο οποίος λαμβάνει χώρα σε αγροτικό χώρο. Εντάσσεται στο πλαίσιο του αγροτικού τουρισμού, περιβάλλοντος και ζωής. Ο αγροτικός τουρισμός, σύμφωνα με την διεθνή πρακτική, διακρίνεται σε δυο μορφές :

I. Σε αυτήν που καλύπτει και την φιλοξενία και την υποδομή των τουριστών σε αγροκτήματα . Εκεί οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στην αγροτική ζωή και σε όλες τις αγροτικές δραστηριότητες κάνοντας τις διακοπές αγροικιών.

II. Σε αυτή που έχει να κάνει με την δημιουργία των τουριστικών καταλυμάτων και των ενοικιαζόμενων δωματίων σε εξωαστικούς συνοικισμούς μικρούς.

Ο αγροτουρισμός αποτελεί οικονομικό παράγοντα ανάπτυξης σε συχνά εξαιρετικής ομορφιάς απομακρυσμένες περιοχές της περιφέρειας και μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης για τους επισκέπτες σε τοπικές γιορτές και εκδηλώσεις, να ενισχύσει την παραγωγή και πώληση τοπικών προϊόντων και να δημιουργήσει ισχυρούς διαπολιτισμικούς κοινωνικούς δεσμούς. Επίσης, ο αγροτουρισμός μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως είναι ο αθλητικός, ο θρησκευτικός, ο ιστορικός τουρισμός και ο τουρισμός υγείας.

- ❖ **Θαλάσσιος τουρισμός.** Είναι ένα σύνολο από τουριστικές δραστηριότητες οι οποίες παίρνουν μέρος σε θαλάσσιο χώρο της χώρας υποδοχής και φιλοξενίας των τουριστών. Είναι μια από τις πιο δυναμικές μορφές του τουρισμού και πρέπει να σημειωθεί ότι υπάρχουν πολλές προοπτικές ανάπτυξής του, αφού όλες οι προϋποθέσεις ανάπτυξης, φυσικές και οικονομικές υπάρχουν και μπορούν να τον αναπτύξουν. Δραστηριότητες, όπως η ναύλωση σκαφών αναψυχής, ιστιοφόρων, ταχύπλοων σκαφών κλπ. αποτελούν κάποιες από τις δραστηριότητες του τουρισμού αυτού. Το είδος των τουριστών που συμμετέχουν είναι κυρίως άτομα υψηλής εισοδηματικής στάθμης.
- ❖ **Χρονομεριστικός τουρισμός.** Αποτελεί μια από τις πιο αναπτυσσόμενες μορφές τουρισμού. Με ρυθμό ανάπτυξης περίπου 30% κάθε χρόνο έχει την δυνατότητα να δίνει στον τουρίστα διακοπές υψηλής ποιότητας και υπεύθυνες υπηρεσίες στις διακοπές του. Ο πελάτης σε αυτήν την περίπτωση έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει κάποιο ξενοδοχείο από κάποιες ημέρες ή κάποιες εβδομάδες. Επίσης και κάποια συγκροτήματα διαμερισμάτων. Τα χρησιμοποιεί σε οποιαδήποτε χώρα και επίσης έχει το δικαίωμα να το πουλήσει ή να το νοικιάσει ή και να το κληροδοτήσει όπως ακριβώς μπορεί να κάνει και με τα ακίνητα.
- ❖ **Θρησκευτικός τουρισμός:** Αφορά μια κατηγορία ατόμων τα οποία επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους, που βρίσκονται στη χώρα της μόνιμης διαμονής τους ή σε κάποια άλλη είτε για λόγους λατρείας είτε για να πάρουν μέρος σε κάποιες θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές, είτε για να

εκπληρώσουν κάποιο τάμα που είχαν κάνει κλπ. Είναι περιορισμένης διάρκειας τουρισμός, συνήθως από τρεις έως τέσσερις μέρες.

- ❖ **Επιλεκτικός τουρισμός:** Πραγματοποιείται από άτομα υψηλής εισοδηματικής κατάστασης, οι οποίοι θέλουν και μπορούν να ξοδέψουν μεγάλα ποσά για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών. Τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως μεμονωμένα, δηλαδή κάνουν ατομικό τουρισμό. Σε αυτή τη μορφή τουρισμού, απαιτείται να υπάρχει η κατάλληλη υποδομή δηλαδή ξενοδοχεία πέντε και τεσσάρων αστέρων με πολλούς συμπληρωματικούς χώρους, υψηλής ποιοτικής στάθμης σέρβις, νυχτερινή ζωή, καλλιτεχνική κίνηση, αναπτυγμένη αγορά, μουσεία, πινακοθήκες, καθαρό περιβάλλον κλπ.
- ❖ **Τουρισμός κινήτρων:** Είναι μια σχετικά νέα μορφή τουριστικής δραστηριότητας που αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς. Αυτό το είδος τουρισμού το χρησιμοποιούν κυρίως οι μεγάλες βιομηχανικές, εμπορικές και παροχής υπηρεσιών επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να αυξήσουν την παραγωγικότητα των εργαζομένων που ασχολούνται κατ' επέκταση την ανταγωνιστικότητά τους τόσο στις αγορές εσωτερικού, όσο και εξωτερικού. Για να επιτευχθεί λοιπόν αυτό, προσφέρονται διάφορα κίνητρα στους εργαζομένους μεταξύ των οποίων και ομαδικά τουριστικά πακέτα GIT (group inclusive tours) συνήθως για προορισμούς στο εξωτερικό. Έχει περιορισμένη χρονική διάρκεια, τρεις έως τέσσερις ημέρες συνήθως. Επίσης, δεν δίνει έμφαση στις πολυσύχναστες μεγαλουπόλεις, αλλά στην ατμόσφαιρα που δημιουργεί το περιβάλλον του τουριστικού προορισμού, καθώς επίσης και την άνεση και πολυτέλεια που προσφέρουν τα ξενοδοχεία του κατά κύριο λόγο.
- ❖ **Οικολογικός τουρισμός:** Για την ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού δεν χρησιμοποιούνται βαριές κατασκευές, ενώ ο τουρίστας όσο και το τουριστικό κύκλωμα υποδοχής και εξυπηρέτησής τους σέβονται τη φύση, μέχρι του σημείου να αποφεύγονται τα μαζικά μέσα μετακίνησης παντού όπου είναι εφικτό. Στο πλαίσιο της ανάπτυξης του οικολογικού τουρισμού εντάσσεται η τουριστική ανάπτυξη των παραδοσιακών οικισμών, των βιότοπων, των εθνικών δρυμών κλπ. Είναι ένα ταξίδι υπεύθυνο περιβαλλοντικά, σε σχετικά άθικτες φυσικές περιοχές με στόχο την απόλαυση της φύσης, που παράλληλα προωθεί την προστασία αυτής και ελαχιστοποιεί τις αρνητικές επιδράσεις των

επισκεπτών στο περιβάλλον. Συνδυάζει δηλαδή την προστασία του περιβάλλοντος με την αειφόρο ανάπτυξη

- ❖ **Λαϊκός τουρισμός:** Είναι μια μορφή τουρισμού που χαρακτηρίζεται για την πελατεία του και συγκεκριμένα για το ότι αποτελείται αυτή από άτομα που κατά το πλείστο είναι χαμηλής εισοδηματικής στάθμης και ακόμη ότι τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως οικογενειακά και με κάθε είδους ιδιόκτητα μεταφορικά μέσα. Υπάρχει συγκεκριμένη υποδομή όπως για παράδειγμα κατασκευές κάμπινγκ σε οδικούς άξονες, σε τουριστικές τοποθεσίες και πόλεις, που προσφέρουν στα άτομα που πραγματοποιούν αυτής της μορφής τουρισμό υπηρεσίες φιλοξενία, που κάνουν την διαμονή τους όσο το δυνατό ανετότερη.
- ❖ **Κοσμοπολίτικος τουρισμός:** Η πελατεία αυτού του τουρισμού αποτελεί κατά κύριο λόγο τον κόσμο της αριστοκρατίας και τους μεγιστάνες του πλούτου, που συχνά ταξιδεύουν από το ένα κοσμοπολίτικο κέντρο στο άλλο. Επακόλουθο λοιπόν είναι να έχουν συγκεκριμένες απαιτήσεις και κατά τη μετακίνησή τους αλλά και κατά τη διαμονή τους. Συνήθως μετακινούνται με ιδιόκτητα μεταφορικά μέσα, όπως για παράδειγμα ιδιόκτητα αεροπλάνα, θαλαμηγούς κλπ. Στον τουριστικό προορισμό τους διαμένουν είτε σε ξενοδοχεία πολυτελείας είτε σε ιδιόκτητες ή νοικιασμένες πολυτελείς θαλαμηγούς.
- ❖ **Κοινωνικός τουρισμός:** Ορίζεται το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων τουριστικού χαρακτήρα, που διευκολύνουν τη συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικών τάξεων. Δηλαδή, είναι η μορφή εκείνη του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι πραγματοποιείται από μέλη του κοινωνικού συνόλου, των οποίων η αγοραστική δύναμη είναι λίγο πολύ περιορισμένη, χάρη σε ειδικές παροχές προς αυτά που μπορεί να είναι άμεσες ή έμμεσες.
- ❖ **Τουρισμός αναπήρων:** Πρόκειται για μια ειδική μορφή τουρισμού, όπου βασική προϋπόθεση για να αναπτυχθεί αποτελεί η δημιουργία κάθε είδους τουριστικών εγκαταστάσεων, που να διαθέτουν ανάλογο εξοπλισμό για την εξυπηρέτηση των τουριστών με ειδικές ανάγκες, όπως η προσφορά

τουριστικών πακέτων που θα απευθύνεται στην ειδική αυτή κατηγορία πελατείας και θα ικανοποιεί τις δικές της τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες. Για να αναπτυχθεί όμως αυτή η μορφή τουρισμού, απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί η δημιουργία κάθε είδους τουριστικών εγκαταστάσεων που να διαθέτουν ανάλογο εξοπλισμό για την εξυπηρέτηση των τουριστών με ειδικές ανάγκες, όπως και η προσφορά τουριστικών πακέτων που θα απευθύνεται στην ειδική αυτή κατηγορία πελατείας και θα ικανοποιεί τις δικές της τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες. Απαραίτητες βέβαια είναι κάποιες προδιαγραφές, όπως η δημιουργία ανελκυστήρων, ραμπών, ειδικού εξοπλισμού στα δωμάτια και στους λοιπούς χώρους των τουριστικών καταλυμάτων κλπ, ώστε να μπορεί να γίνεται χρήση χωρίς να δημιουργείται πρόβλημα.

2.2 Οι Μορφές Τουρισμού που Τελικώς Υπάρχουν και Μπορούν να Αναπτυχθούν Περαιτέρω στην Ελλάδα

Βάση λοιπόν της ανάλυσης των παραπάνω εναλλακτικών μορφών τουρισμού, απορρέει το γεγονός πως η Ελλάδα διαθέτοντας πλούσιο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον μπορεί να αναπτύξει κάθε μορφή τουρισμού, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση όμως σε αυτούς που αναφέρονται παρακάτω και οι οποίοι ήδη υπάρχουν στην Ελληνική επικράτεια. Τα τελευταία χρόνια ειδικά, η Ελλάδα προσφέρει ελκυστικά πακέτα και υπηρεσίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Με την βοήθεια σημαντικών κρατικών επενδυτικών κινήτρων, οι επιχειρηματίες δημιουργούν υποδομές και υπηρεσίες σχετικές με τον τουρισμό υγείας, τον θρησκευτικό τουρισμό, τον γαστρονομικό τουρισμό, τον αθλητικό τουρισμό και τον οικοτουρισμό και αγροτουρισμό. Η Ελλάδα προσελκύει ετησίως περισσότερους από 17 εκατομμύρια επισκέπτες. Θα πρέπει να αναφερθεί δε πως επειδή κάθε περιοχή της ηπειρωτικής και νησιωτικής Ελλάδας διαθέτει τα δικά της χαρακτηριστικά, μπορεί να ειδικευτεί στην ανάπτυξη της μορφής του τουρισμού που ανταποκρίνεται σε αυτά, με σεβασμό πάντοτε στη τοπική παράδοση και με γνώμονα την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Στην Ελλάδα συνδυάζεται το ορεινό τοπίο με το θαλάσσιο, κάτι το οποίο σημαίνει ότι για την ανάπτυξη διαφορετικών μορφών τουρισμού παίζει ρόλο η

ιδιαιτερότητα της κάθε περιοχής. Πιο αναλυτικά λοιπόν, οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν περαιτέρω, είναι οι εξής²⁸.

1. **Πολιτιστικός τουρισμός**, ο οποίος αναφέρεται στην τουριστική κληρονομιά καθώς η Ελλάδα γνώρισε την τουριστική κληρονομιά τον 19^ο αιώνα με το αρχαιολογικό και μνημειακό της πλούτο. Σημαντικοί περιηγητές επισκέφθηκαν την Ελλάδα και μέσω των γραπτών τους κειμένων πρόβαλλαν την Ελλάδα διεθνώς ως πολιτιστικό προορισμό. Αναπτύσσεται σχεδόν σε όλες τις περιοχές αναδεικνύοντας την ιστορία και τον πολιτισμό του κάθε τόπου για παράδειγμα Αθήνα, Μυκήνες, Μυστράς, Βεργίνα, Κνωσός κλπ. Η αρχαία Επίδαυρος και το Ηρώδειο μπορούν να θεωρηθούν κάποια από τα πολιτιστικά προϊόντα.
2. **Οικοτουρισμός**, καθώς η Ελλάδα περιβάλλεται από επιβλητικούς ορεινούς όγκους, σπήλαια και φαράγγια, λίμνες, ποτάμια, μοναδικούς βιότοπους, και σπάνια οικοσυστήματα τα οποία δημιουργούν εντυπωσιακά τοπία όπου σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα, καθιστούν τη χώρα ιδανικό προορισμό για την ανάπτυξη διαφόρων δραστηριοτήτων οικοτουρισμού. Για παράδειγμα η περιήγηση στα Αισθητικά Δάση και τους Εθνικούς Δρυμούς, παρατήρηση σπάνιας πανίδας ανάλογα με την περιοχή, ορεινή πεζοπορία και ποδηλασία, διάσχιση φαραγγιών, rafting και κανό-καγιάκ σε ποτάμια, ορειβασία και αναρρίχηση και σκι.

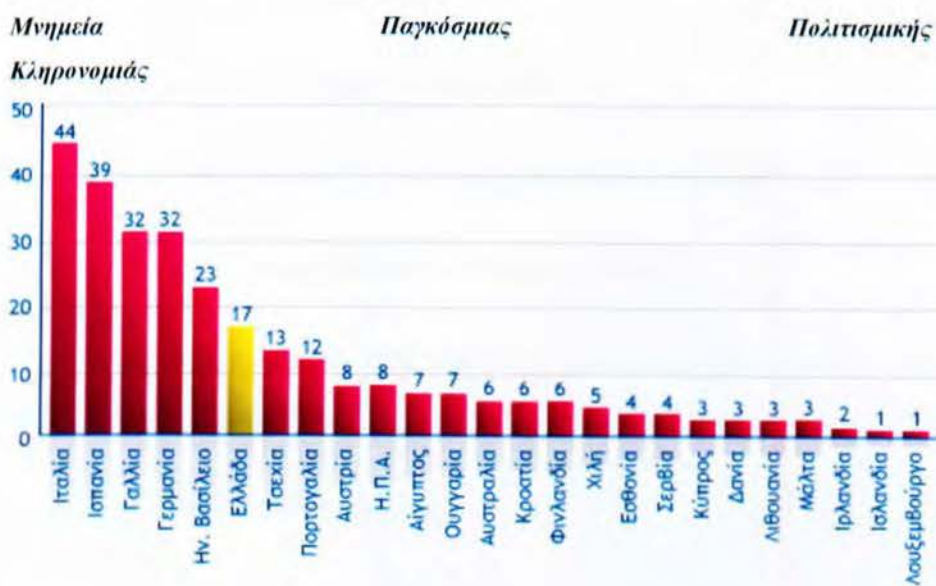


²⁸ Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π., 2001, “Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον”, Εκδόσεις Κριτική

3. **Αγροτουρισμός**, ο οποίος στην Ελλάδα αναπτύσσει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, που προσδιορίζονται από τη φύση της αγροτικής κοινωνίας. Χαρακτηριστικό στοιχείο του αγροτουρισμού στην Ελλάδα είναι η κοινωνικότητα. Ο τουρίστας γίνεται ενεργό μέλος της αγροτικής κοινωνίας συμμετέχοντας στις κοινωνικές δραστηριότητες του οικισμού. Συχνάζει στο καφενείο και στη ταβέρνα, απολαμβάνει τους τοπικούς μεζέδες, και ποτά, συμμετέχει στις παραδοσιακές γιορτές και πανηγύρεις που λαμβάνουν χώρα στην πλατεία του χωριού, στην εκκλησία κλπ προσπαθώντας να ενσωματωθεί στον κοινωνικό ιστό του αγροτικού τουρισμού.
4. **Θαλάσσιος τουρισμός**: Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα μπορεί να καλύψει όλες τις μορφές του. Για παράδειγμα, υπάρχουν περιοχές στις οποίες εκτός από τις κλασικές θαλάσσιες δραστηριότητες για παράδειγμα κολύμβηση και ηλιοθεραπεία, αναπτύσσονται και το windsurfing (Ρόδος, Νάξος), οι καταδύσεις (Κάρπαθος), η παρατήρηση θαλάσσιων θηλαστικών και ζώων (Εθνικό Πάρκο Αλοννήσου), η ιστιοπλοΐα (Αιγαίο), το ψάρεμα κλπ. Ακόμα αναπτύσσεται ιδιαίτερα το γιώτινγκ, δηλαδή η επίσκεψη νησιών με σκάφη αναψυχής και κρουαζιερόπλοια.
5. **Θρησκευτικός τουρισμός**: Στην Ελλάδα αποτελεί έντονο ενδιαφέρον και μπορεί να αναπτυχθεί καθώς η χώρα διαθέτει σε όλη την επικράτειά της πλήθος βυζαντινών και μεταβυζαντινών εκκλησιών, μοναστηριών και μονών με ειδική αρχιτεκτονική, σπάνιες εικόνες, κειμήλια, αγιογραφίες, τέμπλα, βιβλία και χειρόγραφα. Η θρησκευτική κληρονομιά της Ελλάδας προσελκύει επισκέπτες από όλο τον κόσμο, οι οποίοι επισκέπτονται εκκλησίες και μοναστήρια σε όλη τη χώρα που συχνά βρίσκονται σε εξαιρετικά τοπία. Συνδυάζει πνευματικά, πολιτισμικά και ιστορικά θέματα και παράλληλα αναδεικνύει την εθνική ταυτότητα της Ελλάδας. Εκτός από τα ταξίδια σε Χριστιανικά Ορθόδοξα μοναστήρια, όπως του Όρους Άθως και των Μετεώρων, οι επισκέπτες έρχονται στην Ελλάδα για να θαυμάσουν και να μελετήσουν τα μοναδικά Βυζαντινά και μεταβυζαντινά

αριστουργήματα, όπως εικόνες, εικονογραφίες, μωσαϊκά, τοιχογραφίες και ιερά.

Για παράδειγμα, χιλιάδες επισκέπτες συρρέουν στο νησί της Πάτμου, προκειμένου να επισκεφτούν το σπήλαιο της Αποκάλυψης, όπου λέγεται ότι ο Άγιος Ιωάννης ο Θεολόγος, έγραψε την «Αποκάλυψη». Τέτοιες εμπειρίες συμπληρώνουν πιο δημοφιλείς και παραδοσιακές μορφές τουρισμού και προσφέρουν μοναδικές ευκαιρίες σε όλη την Ελλάδα.



Πηγή: World Travel & Tourism Competitiveness Report 2010



(Ναός Επισκοπής Τεγέας, αφιερωμένος στην Κοίμηση της Θεοτόκου, Πελοπόννησος).

6. **Αθλητικός τουρισμός:** Στην Ελλάδα αναπτύσσεται λόγω των αθλητικών υποδομών και εγκαταστάσεων τα οποία μπορούν να αξιοποιηθούν ώστε καθ' όλη τη διάρκεια του έτους να οργανώνονται διεθνείς αθλητικές συναντήσεις που θα προσελκύουν το διεθνές ενδιαφέρον. Ευνοούν οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στη χώρα, κάτι το οποίο δημιουργεί ασφάλεια και ενισχύει τον αθλητικό τουρισμό.

Επιτυχή παραδείγματα αποτελούν:

- Το Euroleague Final 4 Athens 2007
- Το 2009 Athens CS12*-W (Equestrian) international
- Το WRC Acropolis Rally of Greece (ετήσιο)
- Το Athens Grand Prix Tsiklitiria (εντάσσεται στο πλαίσιο του IAAF Grand Prix)
- Η ετήσια Aegean Regatta.

7. **Ιαματικός τουρισμός:** ο οποίος αναπτύσσεται λόγω των ιαματικών πηγών που διαθέτουν για θεραπευτικούς λόγους. Σε όλη την Ελλάδα υπάρχει μεγάλος αριθμός ιαματικών υδάτων που θεραπεύουν διαφορετικές παθήσεις. Σε πολλές περιοχές της χώρας έχουν αναπτυχθεί λουτροπόλεις που προσελκύουν επισκέπτες για θεραπεία, αναψυχή, επικοινωνία, ψυχαγωγία, ευεξία και χαλάρωση όπως στην Αιδηψό, Καμένα Βούρλα, Κυλλήνη.



2.3 Ανάπτυξη Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στην Πελοπόννησο

Η Πελοπόννησος αποτελεί το νοτιότερο τμήμα της Ηπειρωτικής Ελλάδας. Είναι ένα κομμάτι της Ελλάδας το οποίο αποτελεί σημαντικό κομμάτι του τουρισμού καθώς αναπτύσσονται σε αυτήν διάφορες μορφές τουρισμού και κυρίως εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Περικλείεται δυτικά από το Ιόνιο πέλαγος, νότια από το Μυρτώο πέλαγος, ανατολικά από το Αιγαίο πέλαγος και βόρεια βρέχεται από τον Πατραϊκό και τον Κορινθιακό κόλπο. Έχει έκταση 21.439 τ.χλμ. και πληθυσμό 1.155.019 κατοίκους. Το έδαφός της είναι ορεινό και μόνο μικρές πεδιάδες απλώνονται κατά μήκος των ακτών και τις κοίτες των ποταμών. Είναι χωρισμένη σε επτά νομούς που διατηρούν τις ονομασίες που είχαν και στην αρχαιότητα δηλαδή, Αργολίδα, Αρκαδία, Αχαΐα, Ηλεία, Κορινθία, Λακωνία και Μεσσηνία²⁹.

Σχεδόν όλες οι περιοχές της Πελοποννήσου προκαλούν το ενδιαφέρον των επισκεπτών, καθώς διαθέτουν μοναδικής ομορφιάς φυσικό περιβάλλον αλλά και πλούσιους πολιτιστικούς πόρους. Ο κάθε νομός έχει τη δική του γεωφυσική και πολιτιστική φυσιογνωμία και αναπτύσσει τις ιδιαίτερες μορφές τουρισμού που ανταποκρίνονται στο φυσικό και πολιτιστικό του πλούτο. Στις περισσότερες περιοχές της Πελοποννήσου διοργανώνουν ομάδες ατόμων (όπως για παράδειγμα η Eco Action) θεματικές εκδρομές, δηλαδή εκδρομές με δραστηριότητες και ξενάγηση, μένουν οι τουρίστες σε παραδοσιακούς ξενώνες, και τους διαμορφώνουν ένα πρόγραμμα με μαθήματα μαγειρικής παραδοσιακών πιάτων, μαθήματα υφαντικής κ.α. Αυτές οι διοργανώσεις βέβαια στοιχίζουν ένα μικρό χρηματικό ποσό της τάξεως από 280 ευρώ και πάνω, ανάλογα. Αναπτύσσονται επίσης οι υπαίθριες δραστηριότητες (ράφτινγκ, τοξοβολία, ποδηλασία κ.α.), ο αγροτουρισμός (ο επισκέπτης μαθαίνει να κεντάει, να παρατηρεί τα ζώα και τα πουλιά, να δοκιμάζει το κρασί κ.α.) και ο πολιτιστικός τουρισμός.

Συγκεκριμένα, ο νομός Αχαΐας με πρωτεύουσα τη Πάτρα είναι ένας από τους ορεινούς νομούς της Πελοποννήσου ο οποίος διαθέτει την κατάλληλη γλωρίδα και πανίδα κάτι το οποίο ευνοεί την ανάπτυξη ορεινών δραστηριοτήτων, όπως ορειβασία,

²⁹ Σφακιανάκης Μανόλης, 2007, "Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού", ΕΛΛΗΝ, Αθήνα

πεζοπορία, αναρρίχηση, ανεμοπτερισμός, ορεινή ποδηλασία και άλλες δραστηριότητες αναψυχής. Για παράδειγμα στις πλαγιές του Χελμού, σε απόσταση 15 χλμ. από τα Καλάβρυτα, λειτουργεί το χιονοδρομικό κέντρο Καλαβρύτων όπου κάθε χρόνο οι επισκέπτες του ξεπερνούν τους 100.000.

Επίσης, ο ποταμός Λάδωνας προσφέρεται για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων καγιάκ και ράφτινγκ καθώς συμβάλλουν στην ελκυστικότητα του αχαϊκού τόπου. Αξίζει να αναφερθούμε και στο φαράγγι του Βουραϊκού ποταμού, το οποίο αποτελεί πόλο έλξης για τους επισκέπτες. Ξεκινά 3 χλμ. Βόρεια του χωριού Κάτω Ζαχλωρού σε υψόμετρο 730 μ., συνεχίζει παράλληλα με το ποτάμι διανύοντας απόσταση 20 χλμ., και καταλήγει στο χωριό Διακοφτό. Η λειτουργία του σιδηρόδρομου στη διαδρομή Καλαβρύτων – Διακοφτού, μέσα από το φαράγγι, παρέχει στους επισκέπτες τη δυνατότητα απόλαυσης του μοναδικού τοπίου.

Ο νομός Αχαΐας διαθέτει ακτογραμμή με παραλίες (Αραξος, Μαύρη Μύτη, Δρέπανο και Ακράτα) που προσελκύουν τους λάτρεις της ιστιοπλοΐας, της ιστιοσανίδας, των καταδύσεων και της ερασιτεχνικής αλιείας. Το ήπιο και εύκρατο κλίμα καθιστά τη περιοχή πόλο έλξης επισκεπτών καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Πηγαίνοντας στη πρωτεύουσα της Αχαΐας, την Πάτρα, παρατηρούμε ότι είναι μια πόλη η οποία διατηρεί έντονα τις παραδόσεις που εκφράζονται μέσα από ποικίλες εορταστικές εκδηλώσεις όπως το πασίγνωστο Καρναβάλι, που αποτελεί τη σύγχρονη μορφή των Διονυσιακών Μυστηρίων που προσελκύει χιλιάδες επισκέπτες, το Διεθνές Φεστιβάλ (Ιούλιος - Σεπτέμβριος) που καθιστά το Αρχαίο Ωδείο επίκεντρο σημαντικών διευρωπαϊκών πολιτιστικών συναντήσεων, το Διεθνές Φεστιβάλ Θεάτρου Σκιών κλπ³⁰.

Επίσης, εξαιρετικό ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα πολυπληθή μοναστήρια, οι εκκλησίες και τα θρησκευτικά μνημεία του νομού όπως για παράδειγμα η Ιερή Μονή της Αγίας Λαύρας και η Ιερή Μονή του Μεγάλου Σπηλαιίου, τα οποία καθιστούν την ευρύτερη περιοχή των Καλαβρύτων περιοχή προσκυνήματος. Πέραν όμως αυτού η περιοχή λόγω της ποικιλίας των ελκυστικών πόρων προσφέρεται για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού, του ορεινού και του χιονοδρομικού τουρισμού, του οικοτουρισμού και του πολιτιστικού τουρισμού. Επιπρόσθετα, επικρατεί και ο

³⁰ Καζάκης Ν., 2000, "Αποτελεσματικό Μάρκετινγκ για κερδοφόρες πωλήσεις", εκδόσεις Σταμούλης

θαλάσσιος τουρισμός, καθώς αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια στη Πάτρα το γιώτινγκ . Λειτουργεί και ιδιαίτερος τουριστικός λιμένας – μαρίνα για την εξυπηρέτηση σκαφών με δυνατότητα ελλιμενισμού 450 σκαφών.

Πηγαίνοντας στον νομό Ηλείας, παρατηρούμε ότι ο νομός αυτός είναι πεδινός. Αποτελείται από πολλά φαράγγια, μονοπάτια, καταρράκτες, και όμορφα δάση καθώς είναι ιδανικός για περιήγηση και αναψυχή και περικλείεται από πανέμορφες αμμώδεις παραλίες και πευκώδεις εκτάσεις που φτάνουν μέχρι τη θάλασσα. Επίσης, ιδιαίτερα στον Αλφειό ποταμό και τους παραποτάμους του αναπτύσσεται το ράφτινγκ καθώς επίσης οι θεραπευτικές ιδιότητες των ιαματικών πηγών του νομού Ηλείας έχουν αναδείξει ιδίως τις περιοχές του Καϊάφα και τις Κυλλήνης σε σημαντικές λουτροπόλεις. Διατηρεί έντονα τις παραδόσεις που εκφράζονται μέσα από ποικίλες εορταστικές εκδηλώσεις όπως το Διεθνές Φεστιβάλ Αρχαίας Ολυμπίας, το Φεστιβάλ Ήλιδας, η Γιορτή της Σταφίδας στην Κρέστενα, κ.α. που προσελκύουν το ενδιαφέρον πλήθους τουριστών αλλοδαπών και ημεδαπών. Στο λιμάνι του Κατακόλου από τα δυο λιμάνια του ελλιμενίζονται κρουαζιερόπλοια προκειμένου οι επιβάτες τους να επισκεφθούν την Αρχαία Ολυμπία η μεγάλη αμμώδης ακτογραμμή προσφέρεται για την ανάπτυξη όλων των μορφών του θαλάσσιου τουρισμού. Συνεπώς, αυτός ο νομός αναπτύσσει κυρίως κοινωνικό τουρισμό και θαλάσσιο.

Όσον αφορά τον νομό Μεσσηνίας, είναι ο τέταρτος σε μέγεθος νομός της Πελοποννήσου και συνορεύει με τους νομούς Λακωνίας και Αρκαδίας και η πρωτεύουσα του νομού είναι η Καλαμάτα. Το έδαφος στο μεγαλύτερο μέρος του είναι ορεινό και ημιορεινό. Το κλίμα είναι μεσογειακό, με ήπιο χειμώνα και δροσερό καλοκαίρι. Ο νομός είναι γνωστός για το όμορφο φυσικό περιβάλλον, το ζεστό κλίμα, τις καταπράσινες εύφορες περιοχές, τις εκτεταμένες παραλίες με αμμουδιές και κλειστούς όρμους, τα βενετσιάνικα κάστρα του και τα γραφικά ορεινά του χωριά πάνω στον Ταΰγετο.

Το θαυμάσιο φυσικό περιβάλλον του νομού προσφέρεται για τους πεζοπόρους και τους λάτρεις των χειμερινών δραστηριοτήτων αναψυχής. Ωστόσο, η ποικιλομορφία των ακτών της Μεσσηνίας, αμμώδεις όπως στη Μεθώνη, Φοινικούντα, Περούλια, Καλαμάτα κ.α. με βότσαλα όπως στη Βέργα και στη

Μαντινεία και βραχώδης όπως στη Μάνη, αλλά και τα νησιά της στα νησιά του Ιονίου, με το παρθένο φυσικό περιβάλλον προσφέρουν εναλλακτικές επιλογές θαλάσσιου τουρισμού. Καθώς η Μεσσηνία είναι γνωστή για τα ελαιόδεντρά της και την εξαιρετική ποιότητα του ελαιολάδου της, αναπτύσσεται ο αγροτουρισμός, με έμφαση στη διατήρηση των εργαλείων και εγκαταστάσεων που συνδέονται με την παραγωγή της ελιάς και του λαδιού. Ακόμα, στο νομό αυτό υπάρχουν διάσπαρτα τα ίχνη της πλούσιας ιστορίας του. Για παράδειγμα, στην Καλαμάτα, η οποία είναι μια όμορφη πόλη, με ωραίες πλατείες και πολύ πράσινο, υπάρχουν το Φράγκικο Κάστρο, τα παλιά αρχοντικά, ο ναός των Αγίων Αποστόλων, το Μπενάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο και το Λαογραφικό Μουσείο τα οποία σε συνδυασμό με την παραλία της Καλαμάτας προσελκύει τους επισκέπτες της.

Επίσης, άλλα σημεία ενδιαφέροντος αποτελούν η Αρχαία Μεσσήνη, η Καρδαμύλη η οποία είναι ένας από τους πιο παραδοσιακούς οικισμούς της Πελοποννήσου, με μανιάτικους πύργους, ερείπια μεσαιωνικού κάστρου και το γειτονικό φαράγγι του Βυρού, το Βενετικό κάστρο της Μεθώνης, η Πύλος με το Νιόκαστρο, το Παλαιόκαστρο, τα μνημεία των Άγγλων, Γάλλων και Ρώσων για τα θύματά τους στη Ναυμαχία του Ναυαρίνου, η Στούπα, με τα ερείπια του φράγκικου κάστρου στη θέση των αρχαίων Λεύκτρων, η Κορώνη με το βενετσιάνικο κάστρο της κ.α.

Πηγαίνοντας στον νομό Λακωνίας, ο οποίος καταλαμβάνει το νοτιοανατολικό τμήμα της Πελοποννήσου, βλέπουμε ότι το μεγαλύτερο μέρος του νομού είναι ορεινό και ημιορεινό με εύκρατο κλίμα, ήπιους χειμώνες, εκτός από τις ορεινές περιοχές και δροσερά καλοκαίρια. Το θαυμάσιο φυσικό περιβάλλον των βουνών προσφέρει στους επισκέπτες τη δυνατότητα για πεζοπορικές και ορειβατικές διαδρομές, για διάσχιση φαραγγίων όπως το φαράγγι του Ανακόλου, καθώς από τη περιοχή διέρχεται το ευρωπαϊκό μονοπάτι E4. Φημίζεται για την μοναδικότητα των σπηλαίων του κάποια από τα οποία είναι το σπήλαιο Καστανιάς Βοΐων, το σπήλαιο του Κύκλωπα και η Βλυχάδα ή Γλυφάδα με έκταση 33.400 τμ.³¹

Συγκεκριμένα στην πρωτεύουσα του νομού, τη Σπάρτη, σώζονται λίγα μόνο ερείπιά της όπως ο «Τάφος του Λεωνίδα», το Αρχαίο Θέατρο, το Ιερό του Μενέλαου

³¹ Σφακιανάκης Μανόλης, 2007, "Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού", ΕΛΛΗΝ, Αθήνα

και της Ελένης κ.λπ. Αποτελείται από πολλά στενά αρχοντικά δρομάκια, περισσότερες από 40 βυζαντινές εκκλησίες, από σπίτια με εξώστες προς το πέλαγος, καμάρες, σκαλοπάτια και επάλξεις που ακουμπάνε στη θάλασσα είναι τα χαρακτηριστικά της Μονεμβασιάς. Σώζονται σημαντικά κτίρια όπως το ανάκτορο των Κατακουζηνών, το παλάτι των Παλαιολόγων, η εκκλησία της Αγίας Σοφίας, η Μητρόπολη, η Ευαγγελίστρια κ.α. παρατηρούμε λοιπόν ότι ο θρησκευτικός τουρισμός είναι κατά κύριο λόγο ο εναλλακτικός τουρισμός που περιλαμβάνει ο νομός της Λακωνίας.

Ακόμη, λαμβάνει μέρος και ο περιηγητικός τουρισμός στον νομό αυτό, καθώς το Γύθειο, η Αρεόπολη και η Βάθεια προσφέρονται για περιήγηση, ενώ παραθαλάσσιοι οικισμοί όπως το Λιμένι, το Οίτιλο, το Σκουτάρι κ.α., προσελκύουν πλήθος επισκεπτών για το ιδιόμορφο φυσικό περιβάλλον και τις όμορφες παραλίες. Η ιστορία και οι παραδόσεις της Λακωνίας εξακολουθούν να διατηρούνται και σήμερα. Σε ολόκληρο το νομό η παράδοση εκδηλώνεται μέσα από πανηγύρια και γιορτές, καρναβάλια και πολιτιστικές εκδηλώσεις. Αναπτύσσεται λοιπόν ο περιηγητικός τουρισμός, ο θρησκευτικός, ο κοινωνικός τουρισμός κ.α.

Περνώντας στον νομό Αρκαδίας ο οποίος είναι ένας από τους μεγαλύτερους νομούς της Πελοποννήσου με πρωτεύουσα την Τρίπολη. Ο νομός αυτός είναι ορεινός, καθώς στα βόρεια του νομού κυριαρχεί ο ορεινός όγκος του Μαίναλου, στην υψηλότερη κορυφή του οποίου, την Οστρακίνα (1.980 μ) λειτουργεί χιονοδρομικό κέντρο. Φημίζεται για τις βουνοκορφές, τις βαθιές κοιλάδες και τα φαράγγια καθώς αποτελείται από τον Πάρωνα ο οποίος εκτός από το μοναδικό φυσικό τοπίο, είναι και πολιτιστικό μνημείο καθώς πλήθος από διατηρητέα και παραδοσιακά δείγματα υψηλής αρχιτεκτονικής και αισθητικής όπως ξωκλήσια, πέτρινα γεφύρια, κάστρα, νεροτριβές, πυργόσπιτα δένουν αρμονικά με το φυσικό περιβάλλον και προσελκύουν επισκέπτες.

Η τεχνητή λίμνη του Λάδωνα, ο Αλφειός και το φαράγγι του Λούσιου με τις δυνατότητες για κανό ε καγιάκ, ράφτινγκ, πεζοπορία, κυνήγι και άλλα και οι γραφικοί οικισμοί της Δημητσάνας, της Στεμνίτσας, της Καρύταινας κ.λπ., αναδεικνύουν την ελκυστικότητα του αρκαδικού τοπίου. Ο νομός αυτός, εκτός από τον ορεινό τουρισμό, τον χειμερινό τουρισμό, τον οικοτουρισμό και τον αγροτουρισμό, λόγω της

παράκτιας ζώνης που τον διακατέχει, αναπτύσσεται και ο θαλάσσιος τουρισμός. Οι ακτές του νομού εκτείνονται από τον νομό του Ναυπλίου μέχρι τον όρμο του Φωκικανού, όπου οι όρμοι του Άστρους, του Αγίου Ανδρέα, του Λεωνιδίου και της Πουλήθρας προσελκύουν τους λάτρεις της θάλασσας παρέχοντας έτσι τη δυνατότητα ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού.

Δεν παύει να αποτελεί ο νομός αυτός σημαντικό κομμάτι του θρησκευτικού τουρισμού, καθώς οι ορεινοί όγκοι της Αρκαδίας κοσμούνται από πλήθος μοναστηριών με μακραίωνη ιστορία και μοναδική αρχιτεκτονική όπως η Μεγαλομάρτυς Φωτεινή στη Μαντινεία και άλλα σχετικά μέρη. Έτσι λοιπόν, τα μοναστήρια που συνδέονται με τη θρησκευτικά αλλά και τη νεότερη ελληνική ιστορία θέτουν τις βάσεις ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού.

Περνώντας στον νομό Αργολίδας, ο οποίος νομός εκτείνεται στο βορειοανατολικό τμήμα της Πελοποννήσου και βρέχεται νότια από τον Αργολικό κόλπο (Μυρτώο πέλαγος) και ανατολικά από τον Σαρωνικό κόλπο (Αιγαίο πέλαγος) παρατηρούμε ότι υπάγονται στο νομό πολλά ακατοίκητα νησιά και νησίδες, καθώς το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού ζει στο Ναύπλιο, τη πρωτεύουσα του νομού, και στο Άργος. Το κλίμα με τους ήπιους χειμώνες και τα δροσερά καλοκαίρια είναι ένα από τα πλεονεκτήματα το οποίο άρχισε να προσελκύει τους τουρίστες από την αρχαιότητα.

Το αργολικό τοπίο είναι πολύμορφο, με αγρούς και ελαιώνες, δάση και βοσκοτόπια, ορεινά χωριά αλλά και πανέμορφες παραλίες όπως αυτές στην Καραθώνα, στο Τολό, στα Ίρια, στο Πόρτο Χέλι, στην Ερμιόνη και την Επίδαυρο. Ο Αργολικός κόλπος παίζει καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη οικονομικών δραστηριοτήτων στις παράκτιες περιοχές του νομού. Γι' αυτό το λόγο έχουν αναπτυχθεί τουριστικά θέρετρα που δέχονται πληθώρα επισκεπτών καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και ιδίως παραθεριστές τη θερινή περίοδο.

Η περιοχή προσφέρεται για την ανάπτυξη διαφόρων μορφών θαλάσσιου τουρισμού όπως τουρισμός παραλίας (ηλιοθεραπεία, ψάρεμα κ.λπ.), τουρισμός όρμου (κολύμβηση, θαλάσσια αθλήματα κ.λπ.) και ιδιαίτερα του γιώτινγκ. Συνεπώς, αναπτύσσεται ο θαλάσσιος τουρισμός στον νομό αυτόν καθώς επίσης και ιαματικός τουρισμός μιας και στην χερσόνησο των Μεθάνων βρίσκονται ιαματικές πηγές καθώς

επίσης και μαρίνα με δυνατότητα ελλιμενισμού 70 σκαφών. Αναπτύσσεται ωστόσο θρησκευτικός τουρισμός μιας και χαρακτηριστικές είναι οι παλιές εκκλησίες της πόλης, όπως η εκκλησία του Αγίου Σπυρίδωνα και η Βενετσιάνικη εκκλησία του Αγίου Γεωργίου. Την πόλη κοσμούν ιστορικές πλατείες, οθωμανικές κρήνες, κανόνια, μνημεία και αγάλματα. Επίσης, το φρούριο του Παλαμηδίου, η παλιά Σχολή Ευελπίδων, το γραφικό Μπούρτζι και άλλα όπως οι αρχαιολογικοί χώροι της Επιδαύρου, της Τίρυνθας, των Μυκηνών και του Άργους, αποτελούν σημαντικό κομμάτι του νομού και της Ελλάδας κάτι το οποίο προσελκύει τους τουρίστες σε όλες τις χρονικές περιόδους³².

Περνώντας στον νομό Κορινθίας, παρατηρούμε συγκεκριμένος νομός καταλαμβάνει το βορειοανατολικό τμήμα της Πελοποννήσου. Βόρεια βρέχεται από τον Κορινθιακό κόλπο και δυτικά συνορεύει με τον νομό Αχαΐας, νότια συνορεύει με τον νομό Αργολίδας και ανατολικά βρέχεται από τον Σαρωνικό κόλπο. Το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού ζει στην Κόρινθο, που είναι η πρωτεύουσα του νομού, στο Ξυλόκαστρο, στο Λουτράκι και στη Νεμέα. Ο νομός αυτός θεωρείται ορεινός και ημιορεινός με ήπιο κλίμα στις παράκτιες περιοχές, ενώ στο εσωτερικό μεταβάλλεται και οι χειμώνες είναι βαρείς και τα καλοκαίρια πολύ ζεστά.

Τον διαρρέουν μικροί ποταμοί όπως ο Ασωπός, ο Λογγοπόταμος και ο Λέχοβας, και υπάρχει μια λίμνη, η Στυμφαλία. Αναπτύσσεται ιαματικός τουρισμός, καθώς αποτελείται από τις ιαματικές πηγές του Λουτρακίου και των Λουτρών της Ελένης. Για τον λόγο αυτό το Λουτράκι ήταν γνωστό από την αρχαιότητα με την ονομασία «Θέρμαι». Σήμερα είναι διεθνούς φήμη λουτρόπολη και σημαντικό τουριστικό θέρετρο. Ακόμη, η ακτογραμμή του νομού, τόσο στον Κορινθιακό, όσο και στον Σαρωνικό κόλπο προσφέρεται για την ανάπτυξη όλων των μορφών του θαλάσσιου τουρισμού. Αναπτύσσεται επίσης αρχαιολογικός τουρισμός καθώς στην Αρχαία Κόρινθο υπάρχουν όλα τα ερείπια του ναού Απόλλωνα, η Αρχαία Αγορά, το Θέατρο και το Ρωμαϊκό Ωδείο. Επίσης, λειτουργούν πολλά μουσεία όπως το Αρχαιολογικό Μουσείο στην Αρχαία Κόρινθο, το Ιστορικό – Λαογραφικό Μουσείο στην Κόρινθο, το Αρχαιολογικό Μουσείο Ισθμίας και το Αρχαιολογικό Μουσείο Νεμέας.

³² Σφακιανάκης Μανόλης, 2007, "Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού", ΕΛΛΗΝ, Αθήνα

Τον Ισθμό της Κορίνθου διαπλέουν κάθε χρόνο 15.000 περίπου πλοία και εκτός από εμπορικοναυτιλιακή σημασία έχει και μεγάλη τουριστική σημασία καθώς αποτελεί αξιοθέατο για χιλιάδες επισκέπτες. Για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών σε όλο τον νομό λειτουργούν ξενοδοχειακές μονάδες, τουριστικά καταλύματα και camping. Ιδιαίτερος όμως παρατηρείται συγκέντρωση ξενοδοχειακών μονάδων και τουριστικών εγκαταστάσεων στην ακτογραμμή του Κορινθιακού κόλπου. Ονομαστή είναι η λουτρόπολη του Λουτρακίου που για δεκαετίες αποτελεί σημαντικό πόλο έλξης τουριστών.

Τέλος, στην περιοχή του Λουτρακίου λειτουργεί και καζίνο που υπήρχε το πρώτο που λειτούργησε στην Ελλάδα το 1928, κάτι το οποίο προσελκύει άλλο είδος τουρισμού, δηλαδή επιλεκτικό εναλλακτικό τουρισμό. Ακόμα, στην ακτογραμμή του νομού Κορινθίας λειτουργούν μαρίνες και τουριστικά καταφύγια για την εξυπηρέτηση σκαφών αναψυχής. Πολυσύχναστες είναι οι μαρίνες στο Ξυλόκαστρο, με δυνατότητα ελλιμενισμού 220 σκαφών, και στη Μεσολίμνη³³.

Αξίζει να αναφερθεί όμως ότι παρ' όλο που αναπτύσσονται μορφές εναλλακτικού τουρισμού στην Πελοπόννησο, υπάρχουν μειονεκτήματα και αδυναμίες, όπως για παράδειγμα στο νομό Λακωνίας στον οποίο υπάρχει πρόβλημα συντονισμού στην υλοποίηση τουριστικής πολιτικής, περιορισμένη χρήση νέων τεχνολογιών, ανεπαρκής λειτουργία και συντήρηση αρχαιολογικών χώρων και μουσείων, Ανεπάρκεια υποδομών στις μεταφορές με αποτέλεσμα την απομόνωση τουριστικών περιοχών, ανεπάρκεια υποδομών για ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ακόμα, υπάρχει έλλειψη αλιευτικών καταφυγίων και θαλάσσιων πάρκων καθώς επίσης θα πρέπει να υπάρξει άμεση βελτίωση του δικτύου παροχής ηλεκτρικής ενέργειας και τηλεπικοινωνιών. Επίσης, υπάρχει έλλειψη μαζικής κοινωνικής κουλτούρας για την εξυπηρέτηση του τουρίστα.

Θα πρέπει δηλαδή να ληφθούν κάποια μέτρα για τα παραπάνω μειονεκτήματα όπως για παράδειγμα οι υποδομές και τα έργα που έχει ανάγκη ο τουρισμός να φτιαχτούν, να ενισχυθεί η επιχειρηματικότητα, να γίνουν έργα προστασίας και ανάδειξης του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου. Να φτιαχτούν οι υποδομές και τα έργα που έχει

³³ Σφακιανιάκης Μανόλης, 2007, "Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού", ΕΛΛΗΝ, Αθήνα

ανάγκη ο τουρισμός όπως για παράδειγμα το οδικό δίκτυο, τις λιμενικές εγκαταστάσεις κ.α.³⁴

2.4 Αναγκαιότητα Σχεδίου Μάρκετινγκ για τους Τοπικούς Φορείς Πελοποννήσου Ανάπτυξης Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού και τα Σχετικά Καταλύματα

Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά στη λειτουργία της τουριστικής αγοράς εναλλακτικού τουρισμού, είναι η μεγάλη πληροφόρηση που δέχονται καθημερινά οι καταναλωτές –τουρίστες σχετικά με τις διάφορες προτάσεις και επιλογές οι οποίες βρίσκονται στη διάθεσή τους για «πακέτα» διακοπών. Αποτελεί γεγονός πως οι πελάτες - καταναλωτές στις μέρες μας είναι αρκετά αναποφάσιστοι σχετικά με τις προϊόντα και τις υπηρεσίες που σχετίζονται με τις τουριστικές τους επιλογές, με αποτέλεσμα το γεγονός αυτό να είναι το σημαντικότερο πρόβλημα που να έχουν να αντιμετωπίσουν οι υπεύθυνοι αυτών των επιχειρήσεων και κυρίως των καταλυμάτων υπαίθρου.

Στο βαθμό αυτό, ο καταναλωτής της συγκεκριμένης υπηρεσίας προσπαθεί να συνδυάσει την κάλυψη των απαιτήσεων του με το δυνατό λιγότερο χρόνο που χρειάζεται να ξοδέψει για αυτές τις προετοιμασίες και αγορές υπηρεσιών διακοπών. Πολλοί καταναλωτές θεωρούν τον χρόνο ως μια πραγματική αξία που χρειάζεται σωστή διαχείριση από μέρους τους αλλά και από το μέρος των διαφόρων ειδών επιχειρήσεων³⁵.

Ο πελάτης - καταναλωτής της εποχής μας που εισέρχεται σε μια τουριστική επιχείρηση είναι επιλεκτικός απέναντι στην πληροφόρηση που θα δεχθεί και από παθητικό δέκτη έχει εξελιχθεί σε ενεργητικό, θέτοντας συγχρόνως τους όρους σχετικά με την κάλυψη των αναγκών και των επιθυμιών του στον τομέα αυτό. Η ιδιαιτερότητα της συγκεκριμένης βιομηχανίας είναι ότι γνωρίζει πως οι καταναλωτές της εποχής μας δεν θεωρούνται πλέον απλοί αγοραστές αλλά διατηρούν ένα προφίλ το οποίο αναφέρει λεπτομερώς και δίνει έμφαση στα ενδιαφέροντα τους, τις ανάγκες

³⁴ Βισκαδουράκη Ηλέκτρα, 2011, TRAVELTIMES

³⁵ Τζωρτζιάκης Κ. & Τζωρτζιάκη Α., 2000 "Οργάνωση & Διοίκηση: Μάνατζμεντ Νέες Ιδέες & Τεχνικές στον 21^ο Αιώνα", 2^η Έκδοση, Αθήνα, Rosili

τους αλλά και τις συμπεριφορές τους ως προς τα χρήματα που επιθυμούν να ξοδέψουν για τις διακοπές τους, το χρόνο αλλά και το μέρος που θέλουν να επισκεφτούν.

Ο σημερινός πελάτης είναι εξαιρετικά ενημερωμένος σχετικά με την τουριστική βιομηχανία στις μέρες μας και γνωρίζει πολύ καλά τις ιδιότητες υπηρεσίας σχετικά με την τέλεση των διακοπών του. Για να μπορέσει μια τουριστική υπηρεσία να επιλεγεί από έναν καταναλωτή, θα πρέπει να διαθέτει ποιότητα, εικόνα και διαφορετικότητα. Το περιβάλλον Marketing που εφαρμόζει λοιπόν μια τουριστική επιχείρηση η οποία προτείνει για διακοπές στους πελάτες της κάποια καταλύματα υπαίθρου ή ακόμα το ίδιο το κατάλυμα για διακοπές εναλλακτικού τουρισμού, δεν διαμορφώνεται με μόνο σκοπό να γίνει γνωστή η συγκεκριμένη υπηρεσία αλλά έχει ως άμεσο στόχο να κερδίσει την εμπιστοσύνη του πελάτη και να μπορέσει να ανταποκριθεί στην στάση ζωής του και στις αξίες του προσπαθώντας συγχρόνως να του προσφέρει μια καλύτερη ποιότητα και εξυπηρέτηση στο μικρό αυτό διάστημα που θα επισκεφτεί ένα διαφορετικό τόπο.

Δεν θα πρέπει να παραλείπεται το γεγονός, πως μια από τις μεγαλύτερες δυσκολίες για την καθιέρωση ενός προϊόντος ή υπηρεσίας στις μέρες μας, είναι ο σκληρός ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων. Οι περισσότερες επιχειρήσεις διεκδικούν την προσοχή του πελάτη, διαμορφώνοντας μια συγκεκριμένη στάση ζωής αλλά και γενικότερης συμπεριφοράς μέσω του εκάστοτε σχεδίου Μάρκετινγκ που εφαρμόζουν αναλόγως των περιστάσεων.

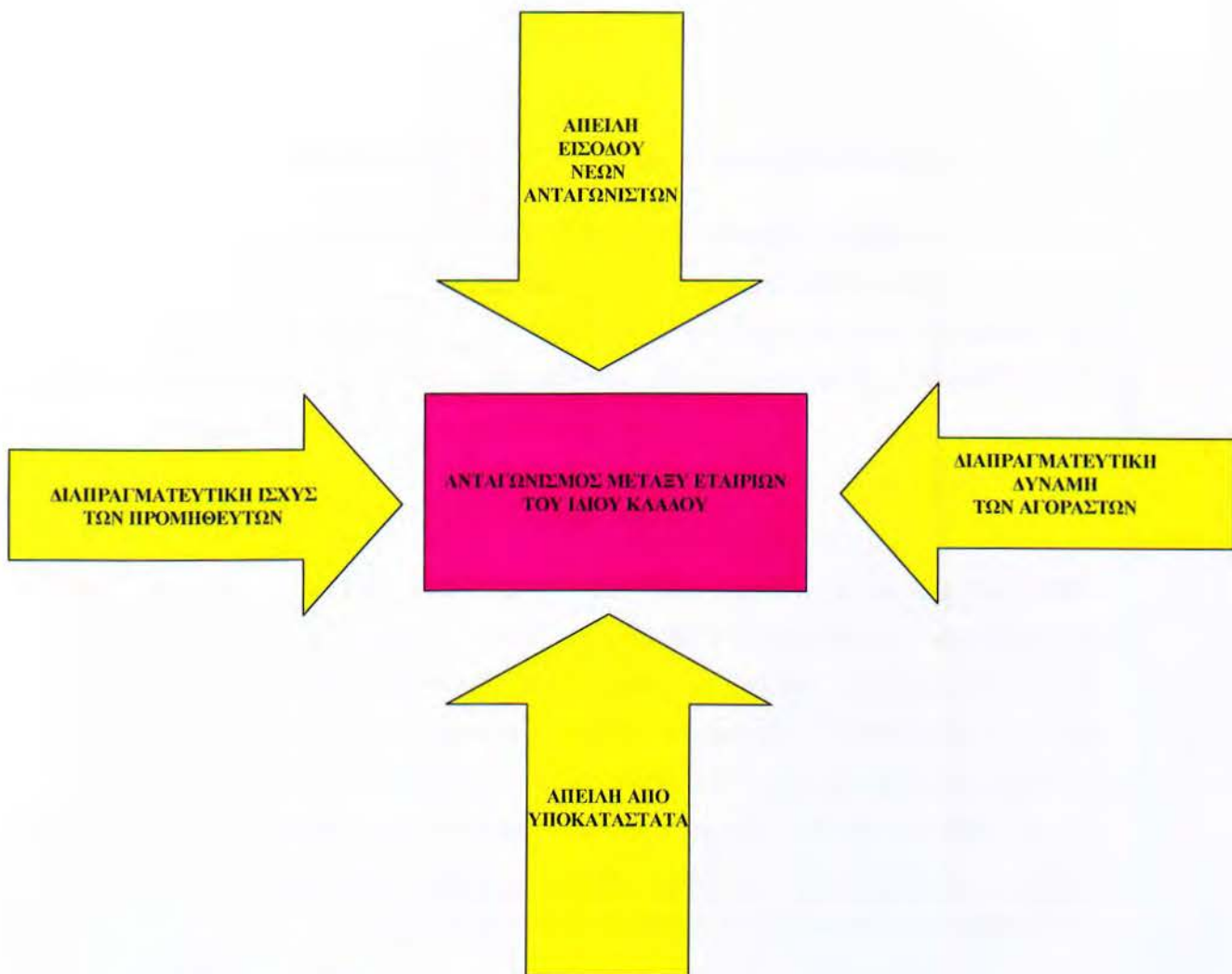
Κάθε επιχείρηση εναλλακτικού τουρισμού στην Πελοπόννησο και η οποία εφαρμόζει μια συγκεκριμένη στρατηγική ή σχέδιο Μάρκετινγκ στην λειτουργία της, πραγματοποιεί κάτι τέτοιο για το λόγο ότι οι υπεύθυνοι της επιθυμούν να είναι σε θέση να προβλέπουν αλλά και να παρακολουθούν ταυτόχρονα τις τάσεις της αγοράς, ποιες οι δυνάμεις αλλά και οι αδυναμίες της επιχείρησης εντός του περιβάλλοντος που λειτουργεί, ποιοι οι παράγοντες που μπορούν να απειλήσουν την λειτουργία της και τέλος ποιες οι ευκαιρίες που παρουσιάζονται σε αυτούς εντός της αγοράς.

Εκτός όμως όλων αυτών που αναφέρθηκαν, οι υπεύθυνοι των καταλυμάτων υπαίθρου εναλλακτικού τουρισμού στην Πελοπόννησο θα πρέπει να διεξάγουν και μια ανάλυση ως προς την τοποθέτηση της επιχείρησης τους στην συγκεκριμένη

αγορά και σχετικά με τις υπηρεσίες διαμονής που προσφέρει. Μέσω της χρησιμοποίησης ενός σχεδίου Μάρκετινγκ, οι υπεύθυνοι των καταλυμάτων εναλλακτικού τουρισμού στην Πελοπόννησο θα πρέπει να μπορούν να διαπραγματεύονται τους παράγοντες του κλάδου και οι οποίοι επηρεάζουν τον ανταγωνισμό εντός αυτού, δηλαδή στο μικροπεριβάλλον της επιχείρησης και τον τρόπο με τον οποίο τα υπόλοιπα καταλύματα υπαίθρου ανταγωνίζονται.

Μέσω ενός σχεδίου Μάρκετινγκ, ένα κατάλυμα εναλλακτικού τουρισμού στην Πελοπόννησο θα πρέπει να μπορεί και αντιλαμβάνεται την δυναμική του κλάδου και της αγοράς, προκειμένου να ανταγωνίζεται αποτελεσματικά. Μέσω της ανάλυσης των πέντε δυνάμεων του Porter που παρέχεται από το σχέδιο Μάρκετινγκ, το κάθε κατάλυμα συγκεντρώνει ένα σύνολο από βοηθητικά στοιχεία για το σχεδιασμό της στρατηγικής που επιθυμεί να εφαρμόσει. Οι δυνάμεις αυτές είναι οι ακόλουθες :

- ◆ η απειλή εισόδου νέων καταλυμάτων υπαίθρου στον κλάδο
- ◆ η απειλή των υποκατάστατων υπηρεσιών από άλλες ξενοδοχειακές μονάδες στη συγκεκριμένη περιοχή
- ◆ η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών
- ◆ η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών
- ◆ ο ανταγωνισμός μεταξύ των καταλυμάτων του ίδιου κλάδου σχετικά με τις διάφορες τουριστικές υπηρεσίες εναλλακτικού τουρισμού



Σχήμα Νο. 1 – Μοντέλο Πέντε (5) Δυνάμεων του Porter

- Η απειλή εισόδου νέων καταλυμάτων υπαίθρου εναλλακτικού τουρισμού στην Πελοπόννησο

Μετά την παγκόσμια τάση για συγχωνεύσεις και συνεργασίες στο χώρο των τουριστικών επιχειρήσεων, δεν υπάρχουν και μεγάλες ευκαιρίες εισόδου νέων ανταγωνιστών. Η είσοδος νέου ανταγωνιστή στην Ελληνική αγορά εναλλακτικού τουρισμού σχετικά με την προώθηση αντίστοιχων υπηρεσιών απαιτεί υψηλό κόστος εισόδου, υψηλές επενδύσεις και σίγουρα κάποιος επιχειρηματίας ο οποίος θα στηρίξει την προσπάθεια, αφού ο ανταγωνισμός είναι σκληρός και η επιβίωση αβέβαιη λόγω της αυξημένης τιμής διάθεσης και της αστάθειας των υπηρεσιών αυτών στην σημερινή Ελληνική αγορά.

➤ Η απειλή των υποκατάστατων υπηρεσιών από άλλες ξενοδοχειακές μονάδες

Η απειλή που μπορεί να δεχτεί ένα κατάλυμα υπαίθρου εναλλακτικού τουρισμού μπορεί να προέρχεται από κάποια μεγάλα και οργανωμένα ξενοδοχειακά συγκροτήματα, για το λόγο ότι προσφέρουν διάφορες πολυτελείς υπηρεσίες και διαθέτουν ένα μεγάλο αριθμό πελατών που εμπιστεύονται αυτές αλλά και θεωρούν ότι θα απολαύσουν καλύτερα τις διακοπές τους

➤ Η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών

Η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών εναλλακτικού τουρισμού στην Πελοπόννησο, μπορούμε να πούμε ότι είναι πολύ υψηλή αφού οι υπηρεσίες που προσφέρονται από τα καταλύματα υπαίθρου χρήζουν διαφορετικότητας και ποικιλίας, αναλόγως του μέρους που επιθυμεί να επισκεφτεί ο καθένας. Σε αντίθεση με τις υπόλοιπες μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, το μόνο που χρειάζεται από ένα κατάλυμα υπαίθρου είναι ένα μια χαμηλότερη τιμή και ένα πιο ελκυστικό πακέτο προσφοράς προς τους τουρίστες που θα επισκεφτούν ένα συγκεκριμένο μέρος, προκειμένου να το γνωρίσουν καλύτερα και να ζήσουν την παραδοσιακή του ζωή και συνήθειες των κατοίκων.

➤ Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών

Στον τομέα των καθημερινών λειτουργιών ενός καταλύματος υπαίθρου και τομέα εναλλακτικού τουρισμού στην Πελοπόννησο σχετικά με την εξυπηρέτηση των πελατών τους στις διάφορες τουριστικές δραστηριότητες του, βασικοί προμηθευτές των καταλυμάτων αυτών είναι οι τοπικοί συνεταιρισμοί, εκείνοι οι οποίοι προμηθεύουν με τρόφιμα τα καταλύματα αλλά και όλα τα υλικά αγαθά προκειμένου οι τουρίστες να νιώσουν άνετα και φιλόξενα. Για το λόγο αυτό οι σχέσεις μεταξύ των διαφόρων προμηθευτών και των καταλυμάτων υπαίθρου θα πρέπει να παραμένουν ομαλές και σταθερές, χωρίς να διαταράσσεται η εξυπηρέτηση και η διευκόλυνση του τουριστικού κοινού.

➤ Ο ανταγωνισμός μεταξύ των καταλυμάτων υπαίθρου του ιδίου κλάδου

Ο ανταγωνισμός μεταξύ των καταλυμάτων υπαίθρου και των φορέων εναλλακτικού τουρισμού στην Πελοπόννησο είναι αρκετά ισχυρός καθώς οι

επιχειρήσεις αυτές προσπαθούν να αυξήσουν το μερίδιο αγοράς τους, είτε εισάγοντας στην αγορά υπηρεσίες, είτε αναπτύσσοντας περισσότερο αυτές τις οποίες διαθέτουν. Για το λόγο αυτό σημαντικός παράγοντας στην συγκεκριμένη προσπάθεια τόνωσης των πωλήσεων των τουριστικών καταλυμάτων υπαίθρου, αποτελεί το κόστος των υπηρεσιών αυτών που προσφέρονται σε συνδυασμό με την ποιότητα αλλά και τις δραστηριότητες που απολαμβάνουν οι τουρίστες.

2.5 Στρατηγικές Φορέων και Καταλυμάτων Υπαίθρου με Σκοπό την Ανάπτυξη Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στην Πελοπόννησο

Υπάρχουν διάφορες στρατηγικές Μάρκετινγκ που ακολουθούν οι υπεύθυνοι των φορέων ανάπτυξης μορφών εναλλακτικών τουρισμού στην Πελοπόννησο καθώς και καταλυμάτων υπαίθρου στην περιοχή, προκειμένου να επιτύχουν μια ολοκληρωμένη λειτουργία των επιχειρήσεων τους και να ξεχωρίσουν έναντι του ανταγωνισμού. Κάθε μια από τις βασικές στρατηγικές της επιστήμης του Μάρκετινγκ, αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στις υπηρεσίες που προσφέρονται στους τουρίστες αλλά και στη διαχείριση της ποιότητας των υπηρεσιών αυτών που διεξάγεται από τους ίδιους τους υπευθύνους των καταλυμάτων. Η έννοια της ποιότητας αποτελεί μια γενική έννοια με σκοπό την μέτρηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών ως διαφορά μεταξύ της απόδοσης η οποία αναμένεται από τους πελάτες και της απόδοσης που πραγματικά αποδίδεται³⁶. Από την συγκεκριμένη διαφορά μετριέται επίσης και ο βαθμός ικανοποίησης των πελατών.

Η κάθε στρατηγική Μάρκετινγκ που εφαρμόζεται από τους υπεύθυνους των φορέων ανάπτυξης μορφών εναλλακτικών τουρισμού στην Πελοπόννησο καθώς και καταλυμάτων υπαίθρου στην περιοχή, μπορεί και παρέχει στις επιχειρήσεις αυτές κάποιες αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με τα ακόλουθα :

³⁶ Thompson Jr., Strickland III, A.J., Gamble, J. 2005, "Crafting and Executing Strategy", (14th Ed.) New-York: McGraw-Hill

- Ποια τα επίπεδα απόδοσης των καταλυμάτων υπαίθρου υπηρεσιών εναλλακτικών μορφών τουρισμού και το πως τις αντιλαμβάνονται οι πελάτες
- Ποιες οι προοπτικές για υπηρεσίες που λαμβάνουν οι πελάτες στα καταλύματα αυτά
- Ποιες οι εντυπώσεις των υπαλλήλων καταλυμάτων και τις προσδοκίες των πελατών σχετικά με την ικανοποίησή τους

Αυτό που προκύπτει πάντως από τα παραπάνω είναι πως οι υπεύθυνοι των φορέων ανάπτυξης μορφών εναλλακτικών τουρισμού στην Πελοπόννησο καθώς και καταλυμάτων υπαίθρου στην περιοχή, προσπαθούν να εφαρμόζουν μια στρατηγική Μάρκετινγκ η οποία θα ικανοποιεί τις προσδοκίες των πελατών και συγχρόνως θα καταφέρουν να επιτύχουν τα παρακάτω :

- Να αναγνωρίσουν και να κατανοήσουν που υπάρχουν κενά υπηρεσιών μέσα στην επιχείρηση και μεταξύ αυτής και των πελατών της
- Να θέσουν προτεραιότητες στα κενά αυτά σε σχέση με την επίπτωση τους στην ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται
- Να αναγνωρίσουν τους λόγους για την ύπαρξη των κενών αυτών
- Να συμπληρώσουν μια σειρά απο διαδικασίες για την συνεχόμενη επιθεώρηση και καθορισμό της ποιότητας υπηρεσιών των πελατών.

Συνεπώς βάσει μιας στρατηγικής Μάρκετινγκ, κάθε κατάλυμα υπαίθρου και φορέας ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού στην Πελοπόννησο το οποίο λογίζεται ως επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιεί το «εργαλείο» αυτό για να μετρά την ποιότητα των υπηρεσιών της και σχετικά με τους παρακάτω τομείς³⁷ :

- *Αξιοπιστία (Reliability)* – σχετίζεται με τον βαθμό που η επιχείρηση πραγματοποιεί αυτό που υπόσχεται στην ώρα του
- *Ανταπόκριση (Responsiveness)* – σχετίζεται με την θέληση από μέρους της εταιρείας για παροχή βοήθειας και ανταπόκριση της σε

³⁷ Montana P. & Charnel B., 2005, “Μάνατζμεντ”, 3^η Αμερικάνικη Έκδοση, Αθήνα, Κλειδάριθμος

συγκεκριμένες απαιτήσεις καταναλωτών σχετικά με τις θαλάσσιες μεταφορές.

- *Εγγύηση (Assurance)* – σχετίζεται με την κατοχή των απαιτούμενων ικανοτήτων για την παροχή των τουριστικών υπηρεσιών καθώς και την μετάδοση της εμπιστοσύνης των πελατών.
- *Κατανόηση (Empathy)* – Μαρτυρά την κατανόηση των αναγκών των πελατών και την παροχή της συγκεκριμένης υπηρεσίας
- *Απτή Διάσταση (Tangibility)* – Περιλαμβάνει την φυσική εμφάνιση των υπαλλήλων του καταλύματος και την έδρα του.

2.6 Φορείς Ανάπτυξης Μορφών Εναλλακτικού Τουρισμού στην Πελοπόννησο - Καταλύματα Υπαίθρου και Μείγμα Μάρκετινγκ

2.6 α) Να Αναπτυχθούν Περαιτέρω στην Ελλάδα

Εξετάζοντας το πλάνο Μάρκετινγκ αλλά και την πολιτική τμηματοποίησης της αγοράς που θα ακολουθήσουν οι υπεύθυνοι των φορέων ανάπτυξης μορφών εναλλακτικών τουρισμού στην Πελοπόννησο καθώς και καταλυμάτων υπαίθρου στην περιοχή, μέσω της ενσωμάτωσης θεωρητικών μοντέλων Μάρκετινγκ, θα λέγαμε πως αυτό σχετίζεται με δύο απλές κατηγορίες και συνδέεται άμεσα με την δημιουργία του μείγματος Μάρκετινγκ και των παραγόντων που συνθέτουν αυτό. Πρώτη κατηγορία είναι εκείνη των επιχειρηματιών καταλυμάτων υπαίθρου που επιθυμούν να διαφημιστούν σε μια ιστοσελίδα έναντι μικρής μηνιαίας αμοιβής και δεύτερη κατηγορία αυτή των πελατών οι οποίοι επισκέπτονται την ιστοσελίδα για παροχή πληροφοριών και διεξαγωγή αγοράς υπηρεσιών από τα καταλύματα αυτά. Το κάθε κατάλυμα υπαίθρου επιθυμεί να ακολουθήσει μια στρατηγική ανταγωνισμού η οποία εντοπίζεται στην απόκτηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και μέσω της εφαρμογής του μείγματος Μάρκετινγκ. Η στρατηγική του κάθε καταλύματος υπαίθρου για την απόκτηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, θα πρέπει να βασίζεται στους ακόλουθους άξονες :

- ◆ **Αποτελεσματική αναζήτηση φιλική προς τον χρήστη σε περίπτωση που το κατάλυμα διαφημίζει τις υπηρεσίες του μέσω διαδικτύου.**

Ένα κατάλυμα θα πρέπει να διαφημίζεται σε μηχανές αναζήτησης, οι οποίες θα είναι απαλλαγμένες περιττών διαφημιστικών μηνυμάτων και άλλου περιεχομένου που θα αποπροσανατολίζουν τον χρήστη. Επίσης ο αλγόριθμος τους θα πρέπει να εξασφαλίζει ότι τα πιο σχετικά αποτελέσματα θα εμφανίζονται κάθε φορά με βάση την λέξη κλειδί που είχε εισάγει ο χρήστης. Τέλος, η σελίδα αποτελεσμάτων δεν θα εμφανίζει διαφημίσεις παρά μόνο μία λίστα «συνδέσμων χορηγών» και καταχωρημένων καταλυμάτων υπαίθρου στο δεξί τμήμα της σελίδας.

- ◆ **Έμφαση σε έναν τομέα.** Το κάθε κατάλυμα θα πρέπει να δίνει έμφαση σε ένα τομέα δραστηριοποίησης του και να φροντίζει να το αναπτύσσει μέσω της σωστής εφαρμογής του μείγματος Μάρκετινγκ που εφαρμόζει.
- ◆ **Διαδικασίες συνεχούς βελτίωσης.** Το κάθε κατάλυμα δεν θα πρέπει να αρκείται σε αυτό που έχει ξεκινήσει την πορεία του. Έτσι θα πρέπει να προσπαθεί να επενδύει σε ικανοποιητικά κεφάλαια σε έρευνα και ανάπτυξη του, προκειμένου να εξελιχθεί και να γίνει καλύτερο από όλες τις απόψεις στους τομείς που δραστηριοποιείται και παρέχει τις υπηρεσίες του στους πελάτες και τουρίστες του εξωτερικού.

Συγκεντρώνοντας όλο το δυναμικό του στην δημιουργία μιας ικανοποιητικής λειτουργίας, οι υπεύθυνοι των φορέων ανάπτυξης μορφών εναλλακτικών τουρισμού στην Πελοπόννησο καθώς και καταλυμάτων υπαίθρου στην περιοχή, θα πρέπει να καταφέρουν μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα να γίνει αυτό το οποίο οι ιδρυτές του ονειρεύονται. Χάρης στην πολύ ξεκάθαρη στρατηγική τοποθέτησής του, ένα κατάλυμα υπαίθρου θα πρέπει καταφέρει να διακριθεί από τα αντίστοιχα καταλύματα των ισχυρών ανταγωνιστών του και να κερδίσει ένα τεράστιο μερίδιο αγοράς. Στην φάση αυτή θα μπορούσε κανείς με ευκολία να πει ότι ένα τουριστικό κατάλυμα θα πρέπει να εφαρμόσει εξ αρχής μια πολύ εύστοχη στρατηγική διαφοροποίησης, η οποία θα στηριχθεί κατά κύριο λόγο στην επιχειρηματική του φιλοσοφία.

Στα χρόνια που θα ακολουθήσουν η συνταγή της στρατηγικής των υπευθύνων των φορέων ανάπτυξης μορφών εναλλακτικών τουρισμού στην Πελοπόννησο καθώς

και καταλυμάτων υπαίθρου στην περιοχή, θα πρέπει να αποδώσει καρπούς πέραν των αναμενόμενων εσόδων. Τα έσοδα του από τους πελάτες, αναμένεται να αυξηθούν σε μεγάλο βαθμό που να κατατάσσουν πλέον κατάλυμα ως ένα από τα σημαντικότερα καταλύματα στο χώρο του τουρισμού. Η επιτυχία αυτή για την επίτευξη του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, θα στηριχθεί ουσιαστικά στους παρακάτω πόρους και ικανότητες της κάθε σχετικής επιχείρησης, οι οποίοι αναφέρονται ως ακολούθως :

Πόροι

- Φήμη
- Ανθρώπινοι πόροι υψηλής ειδίκευσης και επαγγελματικής κατάρτισης
- Οικονομικοί πόροι
- Τεχνογνωσία λειτουργίας ιστοσελίδας

Ικανότητες

- Επιχειρηματικό πνεύμα και καινοτομία των ιδρυτών της
- Ικανότητες και εξειδίκευση του προσωπικού
- Κουλτούρα φιλική προς τον άνθρωπο («η δουλειά είναι το χόμπι μας»)
- Επίπεδη ιεραρχική δομή
- Ικανότητα στο Μάρκετινγκ
- Ικανότητα αποτελεσματικής διοίκησης ανθρώπων

Σχήμα Νο. 2 - Το μοντέλο των πόρων και ικανοτήτων



Πηγή: Χολέβας Γ. (1995), Οργάνωση και Διοίκηση, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

Μέσα σε λίγα χρόνια από την ίδρυσή της το κάθε τουριστικό κατάλυμα και στα πλαίσια της επιθυμητής του ανάπτυξης, θα πρέπει να προβεί σε κάποιες νέες στρατηγικές κινήσεις. Θα πρέπει δηλαδή να στραφεί ταυτόχρονα και σε νέους τομείς εγκαινιάζοντας μεταξύ άλλων υπηρεσίες καινοτόμες προς την εξυπηρέτηση των πελατών και οι οποίες θα προωθούνται μέσω του συγκεκριμένου μείγματος Μάρκετινγκ.

2.7 Εφαρμογή Μείγματος Μάρκετινγκ για τα Καταλύματα Υπαίθρου που Σχετίζονται με τις Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού στην Πελοπόννησο

Σύμφωνα με τις διάφορες θεωρίες Μάρκετινγκ που έχουν αναπτυχθεί κατά καιρούς, οι διάφορες συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων και των καταναλωτών οι οποίες έχουν ως απώτερο σκοπό την αξιολόγηση, προσέγγιση αλλά και επικοινωνία στις λειτουργίες αυτές του Μάρκετινγκ και στην κατανομή των «4Ps». Η πρόσφατη θεωρία Μάρκετινγκ εστιάζει στην ιδέα των συναλλαγών και αναγνωρίζει την προσφορά, την αξιολόγηση, την επικοινωνία και προσεγγίζει την προσφορά αυτή ως τις τέσσερις απαραίτητες λειτουργίες του μάρκετινγκ. Τα λεγόμενα λοιπόν τέσσερα P είναι τα εξής :

- *Price (Τιμή)*
- *Product (Προϊόν)*
- *Promotion (Προώθηση)*

➤ *Place (Τοποθεσία)*

Τιμή : Η διεύθυνση του κάθε καταλύματος που σχετίζεται με την εφαρμογή και λειτουργία εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Πελοπόννησο, θα είναι εκείνη στην οποία εδρεύει και θα σκοπεύει να προωθήσει τις υπηρεσίες του σε διάφορες πόλεις της Ελλάδος καθώς και στο εξωτερικό. Θα πρέπει να ακολουθήσει ενιαία τιμολογιακή πολιτική για όλες τις πόλεις. Βέβαια η πολιτική αυτή θα πρέπει να είναι ανταγωνιστική και οι τιμές να μην ξεπερνούν σε καμία περίπτωση εκείνες του ανταγωνισμού, σχετικά με τα υπηρεσίες τουριστικών καταλυμάτων και συγκεκριμένα στην περίπτωση όπου αυτά αναφέρονται ως παραδοσιακά. Βέβαια για να επιτύχει αποτελεσματικές πωλήσεις, θα πρέπει να ακολουθήσει αρχικά μια χαμηλή σωστή τιμολογιακή πολιτική με σκοπό να «χτυπήσει» τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του ανταγωνισμού. Θα πρέπει να είναι δυνατή η μείωση τιμών λόγω συμπίεσης του κόστους μεσαζόντων όπως τουριστικά πρακτορεία, ανάπτυξη διαφάνειας τιμών ανάμεσα στις διάφορες αγορές που δραστηριοποιείται το κάθε κατάλυμα, διαμόρφωση των τιμών ανάλογα με τις επιλογές σε στοιχεία των υπηρεσιών, σύμφωνα με τις ιδιαίτερες απαιτήσεις του πελάτη. Οι αλλαγές τιμών και ειδικών προσφορών στα τουριστικά καταλύματα μπορούν να προβάλλονται και μέσω του διαδικτύου με οικονομικό τρόπο.

Τοποθεσία : Η τοποθεσία κατέχει σημαντική θέση. Η τοποθεσία του καταλύματος που σχετίζεται με την εφαρμογή και λειτουργία εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Πελοπόννησο θα πρέπει να είναι σε περιοχή με άνετη πρόσβαση, μεγάλους χώρους στάθμευσης αλλά και γρήγορης σύνδεσης με τις πόλεις που θα είναι τριγύρω με σκοπό να εξυπηρετούνται καλύτερα οι ταξιδιώτες και πελάτες που καθημερινά θα επισκέπτονται αυτό. Το μέρος ή μέρη εκείνα που θα «πωλούνται» οι υπηρεσίες θεωρούνται επίσης πολύ σημαντικά και σαφώς θα πρέπει να επιλέγονται τα κατάλληλα από μέρους των υπευθύνων του καταλύματος με σκοπό την σωστή προώθηση των υπηρεσιών τους .

Προώθηση : Οι υπεύθυνοι Μάρκετινγκ ενός καταλύματος που σχετίζεται με την εφαρμογή και λειτουργία εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Πελοπόννησο θα πρέπει να προσπαθούν να σχεδιάζουν την προβολή των υπηρεσιών τους βάσει του μέσου όρου ή του χαρακτηριστικού τύπου της αγοράς – στόχου με σκοπό την έγκαιρη πρόβλεψη των αναγκών των καταναλωτών στην

κατηγορία αυτή. Επειδή τα κλασικά μέσα ενημέρωσης οδηγούν σε απρόσωπη επικοινωνία και ο αποδέκτης των διαφημιστικών μηνυμάτων αρνείται να απορροφήσει τις πληροφορίες του μηνύματος λόγω πληθώρας μηνυμάτων, τεχνικές επανάληψης και πειθούς σε μια μονόδρομη μορφή επικοινωνίας, εκτός των περιπτώσεων της προσωπικής πώλησης, οι υπεύθυνοι του καταλύματος θα πρέπει να αναλαμβάνουν τη δημιουργία των σχέσεων με τον πελάτη καθώς και τις δυσκολίες μέτρησης αποτελεσματικότητας των αναγκών τους.

Θα πρέπει να υπάρχει αμφίδρομη επικοινωνία, καθοδήγηση και επιλογή από τον πελάτη, τεχνικές προσέλκυσης και ωφέλειας από μέρους του συνεταιρισμού ανάπτυξη ελκυστικών προσφορών και συνεχής ανανέωσή τους. Παρακολούθηση διαδρομών του πελάτη και προσέλκυση του ενδιαφέροντος του με άμεσο τρόπο. Επίσης θα πρέπει να διεξάγεται απόκτηση δείγματος ή πληροφοριακού υλικού με δυνατότητες μέτρησης της αποτελεσματικότητας των μηνυμάτων από μέρος του καταλύματος καθώς και ευθύνη των σχέσεων του με τον πελάτη.

Προϊόντα : το κάθε κατάλυμα που σχετίζεται με την εφαρμογή και λειτουργία εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Πελοπόννησο, θα πρέπει να προσπαθεί να επιτύχει την ανάπτυξη των υπηρεσιών του βασισμένο στην ικανοποίηση του πελάτη και το σύστημα λειτουργίας του. Θα πρέπει για το σκοπό αυτό να διεξάγονται συστηματικοί έλεγχοι των υπηρεσιών προς τους πελάτες, αφού οι ανάγκες των καταναλωτών θα πρέπει να ικανοποιηθούν στο 100%. Η ανάπτυξη των υπηρεσιών για διαμονή σε τουριστικά καταλύματα θα πρέπει γίνεται βάσει των επιταγών του καταναλωτή και να υπάρχει αμφίδρομη και αλληλεπιδραστική επικοινωνία για την εισαγωγή των νέων υπηρεσιών και την τροποποίηση παλαιών. Επίσης ανάπτυξη των σχετικών πληροφοριών και δυνατότητα επιχειρηματικής δραστηριότητας σε περισσότερους κλάδους του τουρισμού ταυτόχρονα, αυξημένο ενδιαφέρον για καταλύματα υπαίθρου, έντασης πληροφοριών και παρουσίαση χαρακτηριστικών υπηρεσιών στην ηλεκτρονική σελίδα του καταλύματος μέσω υποστήριξης υπηρεσιών μετά την πώληση on-line (service hot-line).



(ΜΥΣΤΡΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ)

2.8 Τα Οικονομικά Οφέλη που Προσφέρονται στην Πελοπόννησο από την Ανάπτυξη και Λειτουργία των Αγροτικών Οικισμών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού

Τα οικονομικά οφέλη και οι επιδράσεις του τουρισμού στη συγκεκριμένη περιοχή μπορούν κάτω από προϋποθέσεις να είναι σημαντικές, γεγονός το οποίο δεν επιδέχεται αμφισβητήσεις. Οι επιδράσεις αυτές μπορούν να επηρεάσουν τόσο μια μικρή περιοχή όσο και μια ολόκληρη χώρα και να βελτιώσουν την οικονομία και τη μορφή της³⁸. Παρακάτω αναλύονται τα κύρια οφέλη που μπορούν να αποκομιστούν από την άνθιση του εναλλακτικού τουρισμού στη Πελοπόννησο και συγκεκριμένα από την ανάπτυξη και λειτουργία των Αγροτικών Οικισμών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Τα χρήματα που δαπανούν οι τουρίστες-επισκέπτες για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών στις περιοχές αυτές αλλά και επιθυμιών αποτελούν έσοδα για τους τουριστικούς προορισμούς που επισκέπτονται στη περιοχή αυτή.

Δεδομένου ότι ο τουρισμός προκαλεί την ανάπτυξη παραγωγικής δραστηριότητας και παράλληλα καταναλωτικής συμπεριφοράς, μπορεί εύκολα να διαπιστωθεί ότι στην έννοια της τουριστικής κατανάλωσης ή χρήσης περιλαμβάνονται όλες οι δαπάνες που έγιναν από ένα τουρίστα κατά τη διαδικασία ικανοποίησης των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών του. Εκείνο όμως που δεν

³⁸ Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π., 2001, “Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον”, Εκδόσεις Κριτική

μπορεί εύκολα να διαπιστωθεί είναι το ποσοστό των δαπανών που πραγματοποίησε ένας τουρίστας αποκλειστικά και μόνο για την αγορά τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε κάθε περιοχή που επισκέπτεται. Αυτό βασικά θα πρέπει να αποδοθεί ότι ορισμένα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες έχουν την ιδιότητα να χρησιμοποιούνται τόσο κατά την διαδικασία ικανοποίησης των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων όσο και μετά την ολοκλήρωσή τους.

Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι από τους δραστικούς περιορισμούς στις εισαγωγές, όπως για παράδειγμα τροφίμων, ποτών μέχρι και εξοπλισμών τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς επίσης και ορισμένων κατηγοριών υπηρεσιών, υπάρχει η δυνατότητα να εξοικονομηθούν άμεσα σημαντικές ποσότητες εσόδων και μάλιστα εντελώς ανώδυνα. Από την παραπάνω αναφορά είναι φανερό ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Πελοπόννησο, έχουν τη δυνατότητα να περικόψουν τις εισαγωγές προϊόντων και επομένως να πολλαπλασιάσει τα έσοδα της κάθε περιοχής.

Και μόνο ο ορισμός του αγροτουρισμού επισημαίνει την ανάγκη να έρθει ο τουρίστας σε επαφή με παραδοσιακά τοπικά προϊόντα και υπηρεσίες της Πελοποννήσου με σκοπό την έστω και πρόσκαιρη εναρμόνιση του με το περιβάλλον της κάθε περιοχής. Αυτό σημαίνει ότι επιθυμία του, και κατ' επέκταση σκοπός των ατόμων που ασχολούνται με τον τουρισμό της περιοχής, είναι να υπάρχουν όσο το δυνατόν λιγότερα στοιχεία επηρεασμένα από μη ντόπιους παράγοντες. Όλη αυτή η διαδικασία θα έχει ως αποτέλεσμα την παραμονή των χρημάτων εντός του νομού και όσο το δυνατόν λιγότερη έξοδο τους από αυτόν. Είναι βέβαιο λοιπόν ότι ο αγροτουρισμός λειτουργεί ως μοχλός για την πρόοδο και την ανάπτυξη της Πελοποννήσου και του κάθε νομού της ξεχωριστά πολλαπλασιάζοντας τα τουριστικά έσοδα από τις τουριστικές επιχειρήσεις του νομού.



(ΓΕΦΥΡΙ ΚΑΡΥΤΑΙΝΑΣ, ΝΟΜΟΣ ΑΡΚΑΔΙΑΣ)

3. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σκοπός μου στην παρούσα πτυχιακή εργασία ήταν να εστιάσω και να αναλύσω τα χαρακτηριστικά της μορφής του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα και συγκεκριμένα πως η μορφή αυτή θα μπορούσε να αναπτυχθεί στην περιοχή της Πελοποννήσου. Ο τουρισμός σαν ορισμός δεν μπορεί να οριστεί με ακρίβεια, καθώς εμφανίζεται με διάφορες μορφές. Θα μπορούσε όμως σε γενικές γραμμές με τη σύγχρονη μορφή του να οριστεί ως η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους σε έναν άλλον εκτός αυτού με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους.

Σχετικά, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό και γενικά χώρο υπαίθρου. Ουσιαστικά αποτελεί την παράλληλη ανάπτυξη δραστηριοτήτων που αποσκοπεί στην οικονομική και την κοινωνική αναβάθμιση των αγροτικών περιοχών και γενικότερα της υπαίθρου, με την ανάδειξη και στήριξη. Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί ένα διαδεδομένο τρόπο ψυχαγωγίας τον οποίο διαλέγουν οι περισσότεροι άνθρωποι για να ξεφύγουν από την καθημερινότητα τους.

Οι άνθρωποι που ασχολούνται με τον εναλλακτικό τουρισμό δεν έχουν καταφέρει μέχρι και τις μέρες μας να δώσουν ένα ακριβή και πλήρη ορισμό για το τι ακριβώς είναι ο συγκεκριμένος τουρισμός και πως αυτός περιγράφεται. Βάση λοιπόν της ανάλυσης των παραπάνω εναλλακτικών μορφών τουρισμού, απορεί το γεγονός πως η Ελλάδα διαθέτοντας πλούσιο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον μπορεί να αναπτύξει κάθε μορφή τουρισμού, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση όμως σε αυτούς που αναφέρονται παρακάτω και οι οποίοι ήδη υπάρχουν στην Ελληνική επικράτεια. Θα πρέπει να αναφερθεί δε πως επειδή κάθε περιοχή της ηπειρωτικής και νησιωτικής Ελλάδας διαθέτει τα δικά της χαρακτηριστικά, μπορεί να ειδικευτεί στην ανάπτυξη της μορφής του τουρισμού που ανταποκρίνεται σε αυτά, με σεβασμό πάντοτε στη τοπική παράδοση και με γνώμονα την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος.

Θα πρέπει τέλος να σημειωθεί πως εξετάζοντας το πλάνο Μάρκετινγκ αλλά και την πολιτική τμηματοποίησης της αγοράς που θα ακολουθήσουν οι υπεύθυνοι των φορέων ανάπτυξης μορφών εναλλακτικών τουρισμού στην Πελοπόννησο καθώς και καταλυμάτων υπαίθρου στην περιοχή, μέσω της ενσωμάτωσης θεωρητικών

μοντέλων Μάρκετινγκ, θα λέγαμε πως αυτό σχετίζεται με δύο απλές κατηγορίες και συνδέεται άμεσα με την δημιουργία του μείγματος Μάρκετινγκ και των παραγόντων που συνθέτουν αυτό.

Και μόνο ο ορισμός του αγροτουρισμού επισημαίνει την ανάγκη να έρθει ο τουρίστας σε επαφή με παραδοσιακά τοπικά προϊόντα και υπηρεσίες της Πελοποννήσου με σκοπό την έστω και πρόσκαιρη εναρμόνιση του με το περιβάλλον της κάθε περιοχής. Αυτό σημαίνει ότι επιθυμία του, και κατ' επέκταση σκοπός των ατόμων που ασχολούνται με τον τουρισμό της περιοχής, είναι να υπάρχουν όσο το δυνατόν λιγότερα στοιχεία επηρεασμένα από μη ντόπιους παράγοντες.



9 (ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ)

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ❖ Βαρβαρέσου, Στ., 2000, “*Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές*”, Εκδόσεις Σακουλά
- ❖ Βελισσαρίου Ε., 2002, “*Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, από το πρόγραμμα σπουδών Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων*” (τόμος Δ’), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα
- ❖ Βισκαδουράκη Ηλέκτρα, 2011, TRAVELTIMES
- ❖ Λογοθέτη, Χ., 1997, “*Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη*”, Εκδόσεις Σακουλά
- ❖ Λογοθέτη, Χ., 2001, “*Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας*”, Εκδόσεις Σακουλά
- ❖ Μυλωνάκης Ι., Σιώμοκος Γ., 2008, “*Μάρκετινγκ Ι Τόμος Β – Συμπεριφορά Καταναλωτή*”, Πάτρα: ΕΑΠ
- ❖ Τσάρτας, Π., 1996, “*Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι : κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό,*” Εκδόσεις Σταμούλη
- ❖ Τσάρτας, Π., 1996, “*Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι : κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*”, Εκδόσεις Σταμούλη
- ❖ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ’, “*Τουριστικός Τομέας*”, Έκδοση για Ε.Α.Π.
- ❖ Μπουραντάς Δ., Παπαλεξανδρή Ν., 1998, “*Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων*”, εκδόσεις Μπένου, Αθήνα
- ❖ Καζάζης Ν., 2000, “*Αποτελεσματικό Μάρκετινγκ για κερδοφόρες πωλήσεις*”, εκδόσεις Σταμούλης
- ❖ Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π., 2001, “*Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*”, Εκδόσεις Κριτική
- ❖ Σφακιανάκης Μανόλης, 2007, “*Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*”, ΕΛΛΗΝ, Αθήνα
- ❖ Σιώμοκος, Γ. 1995, “*ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ*” Σταμούλης: Πειραιάς
- ❖ Τζωρτζάκης, Κ., Τζωρτζάκη, Α., 1996, “*ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ-MANATZMENT, Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ*”, Αθήνα: Rosili
- ❖ Τζωρτζάκης Κ. & Τζωρτζάκη Α., 2000 “*Οργάνωση & Διοίκηση: Μάνατζμεντ Νέες Ιδέες & Τεχνικές στον 21^ο Αιώνα*”, 2^η Έκδοση, Αθήνα, Rosili

- ❖ Χολέβας Γ., 1999, “*Οργάνωση και Διοίκηση*”, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- ❖ Χρήστου Ευαγ., 1999, “*Έρευνα Τουριστικής Αγοράς*”, εκδόσεις interbooks, Αθήνα

Αγγλική Βιβλιογραφία

- ❖ Baker J.M., 1991, “*Marketing Strategy and Management*”, London: Macmillan Press Ltd.
- ❖ Baker M., 2003, “*The Marketing Book*”, Oxford: Butterworth Heinemann.
- ❖ Doyle P., 2000, “*Value-Based Marketing: Marketing Strategies for Corporate Growth and Shareholder Value*”, Wiley, Chichester
- ❖ Bruce, M., 1997, “*New Technology and the Future of Tourism*”, McGraw Hill, Londo
- ❖ Crick, M., 1989, “*Representations of International Tourism in the Social Sciences*”, McGraw Hill, London
- ❖ Kotler P. and Keller K., 2009, “*Marketing management*” 13th ed. Prentice-Hall
- ❖ Montana P. & Charnov B., 2005, “*Μάνατζμεντ*”, 3^η Αμερικάνικη Έκδοση, Αθήνα, Κλειδάριθμος
- ❖ Saunders M., Lewis P. and Thornhill A., 2000, “*Research Methods For Business Students*”, London: Prentice Hall.
- ❖ Saunders et all, 2005, “*Specified ways for research and analysis of data*”, Prentice Hall
- ❖ Sheldon, P.J., 1997, “*Tourism Information Technology*”, McGraw Hill, London
- ❖ Thompson Jr., Strickland III, A.J., Gamble, J. 2005, “*Crafting and Executing Strategy*”, (14th ed.) New-York: McGraw-Hill.