

Α.Τ.Ε.Ι. ΠΕΙΡΑΙΑ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η Θεωρητική και Κριτική Διάσταση των Εναλλακτικών και Ειδικών
Μορφών Τουρισμού στην Ελλάδα.

The Theoretical and Critical Dimension of the Alternative and Special Forms
of Tourism.



ΣΤΑΥΡΙΑΝΗ ΚΟΥΒΑΡΗ Α.Μ. 7354
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΔΡ. ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ
ΝΤΑΝΟΣ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματοποιήθηκε στο Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραια, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, στο Αιγάλεω Αττικής.

Στόχος αυτής της πτυχιακής εργασίας, είναι η μελέτη των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού στην Ελλάδα και η επίδραση τους στην ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας, καθώς και την ανάπτυξη ολόκληρης της οικονομίας. Γίνεται ιστορική αναφορά στον τουρισμό και αναλύονται όλες οι μορφές τουρισμού, εναλλακτικού και μη.

Τέλος, γίνεται ανάλυση των οικονομικών επιπτώσεων στη χώρα και προβλέπεται η εξέλιξη των μεταβλητών που σχετίζονται με τον τουρισμό.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Δρ. Αναστάσιο Ντάνο για την όμορφη συνεργασία.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	2
---------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	6
1.1. Η πρώτη τουριστική περίοδος.....	7
1.2. Η δεύτερη τουριστική περίοδος	9
1.3. Η τρίτη τουριστική περίοδος.....	11
1.4. Η τέταρτη τουριστική περίοδος	12
1.5. Η σύγχρονη τουριστική περίοδος.....	15

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

2. Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	18
2.1.Ορισμός εναλλακτικού τουρισμού.....	18
2.2.Μορφές εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύσσονται στην Ελλάδα.....	18
2.2.1.Αγροτουρισμός.....	19
2.2.2.Οικοτουρισμός	21
2.2.3.Επαγγελματικός Τουρισμός	24
2.2.4.Πολιτιστικός Τουρισμός	26
2.2.5.Μαθησιακός Τουρισμός.....	32
2.2.6.Θρησκευτικός Τουρισμός	33
2.2.7.Τουρισμός Υγείας	37
2.2.8.Κοινωνικός Τουρισμός.....	42
2.2.9.Θαλάσσιος Τουρισμός.....	43
2.2.10.Αθλητικός Τουρισμός	47
2.2.11.Γεωτουρισμός.....	50
2.2.12.Ορεινός-Ορειβατικός Τουρισμός.....	51

2.2.13.Χιονοδρομικός Τουρισμός και Τουρισμός Χειμερινών Αθλημάτων.....	52
2.2.14.Περιπατητικός Τουρισμός.....	52

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3.ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	54
3.1.Επιπτώσεις / οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού για τους επιχειρηματίες, την τοπική κοινωνία & την εθνική οικονομία.....	54
3.2.Επιπτώσεις / οφέλη για τον τουρίστα-επισκέπτη του εναλλακτικού τουρισμού.....	57
3.3.Δυσμενείς επιπτώσεις του εναλλακτικού τουρισμού.....	58

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

4.ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .	60
4.1.Ελλάδα : ιδανική χώρα για ανάπτυξη κι εξέλιξη του εναλλακτικού τουρισμού	60
4.2.Προγράμματα στήριξης του εναλλακτικού τουρισμού.....	60
4.3.Δημόσιες Σχέσεις-Διαφήμιση	63
4.4.Ορισμός «πελάτη»	65
4.5.Οι δημόσιες σχέσεις ως λειτουργία και ως μοχλός ανάπτυξης στις επιχειρήσεις του Εναλλακτικού Τουρισμού.....	67
4.6.Οι τρόποι προώθησης των επιχειρήσεων του εναλλακτικού τουρισμού	70

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

5. Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	72
5.1. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	72

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

6.1.«ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ : ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»	74
---	----

«ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ»	76
«ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ»	77

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



Στην ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου, που με όλες της τις λεπτομέρειες αναφέρεται στην τουριστική βιβλιογραφία, υπάρχουν αναφορές που αποδεικνύουν ότι μερικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναπτύχθηκαν από τους πρώτους χρόνους των θεωρουμένων, με τα σημερινά κριτήρια, τουριστικών δραστηριοτήτων και μάλιστα μερικές από αυτές αποτελούσαν και τη μοναδική, τότε, τουριστική δραστηριότητα. Πριν όμως από τη χρονολόγηση αυτών των εναλλακτικών μορφών και επειδή πολλοί συγγραφείς, όπως ήδη αναφέρθηκε, χαρακτηρίζουν όλες τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού ως «νέες», κρίνεται σκόπιμο να διευκρινιστεί ότι ο όρος αυτός χρησιμοποιήθηκε στη δεκαετία του 1970 για να περιγράψει τις, πράγματι νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που στην ολότητά τους αποτελούν το λεγόμενο ήπιο ή μαλακό ή εναλλακτικό τουρισμό που δημιουργήθηκε για να αντιμετωπιστεί ο σκληρός μαζικός τουρισμός και οι δυσμενείς περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις του, όπως και η απανθρωπιά του βιομηχανοποιημένου και «πακεταρισμένου» τουρισμού.

Κατά συνέπεια και κατά την επικρατούσα γνώμη, υπάρχουν νέες μορφές Τουρισμού, αλλά όλες οι εναλλακτικές τουριστικές μορφές δεν είναι νέες. Στις 90 περίπου μορφές τουρισμού που προσδιορίζει ο S.W. Boyd υπάρχουν και κύριες (επικρατούσες σε έναν τόπο) και εναλλακτικές μορφές. Και μερικές από αυτές έχουν ρίζες που παρατηρούνται στην αρ-

χαιότητα, ενώ άλλες δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια. Και όλες βάσει της αρχής της εναλλακτικότητας και των γενικών τουριστικών χαρακτηριστικών τους, μπορούν να αλληλοαντικαθίστανται και να χαρακτηρίζονται ανάλογα με το μέγεθος τους στο τοπικό περιβάλλον, κύριες ή εναλλακτικές. (Σφακιανάκης Μ.)

1.1. Η πρώτη τουριστική περίοδος

Οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν τις ρίζες τους στην αρχαιότητα και εξελίχθηκαν στα προ Χριστού χρόνια, παράλληλα με το όλο τουριστικό φαινόμενο, είναι ο τουρισμός αναψυχής, ο επαγγελματικός τουρισμός (επαγγελματικά ταξίδια και συνεδριακός τουρισμός, πολιτιστικός, θρησκευτικός, αθλητικός και ο ιαματικός τουρισμός. Οι μορφές αυτές πρωτοεμφανίστηκαν (με ευρύτερα από τα σημερινά κριτήρια) στην Αρχαία Αίγυπτο, στη Μεσοποταμία (Σουμέριοι, Βαβυλώνιοι και Ασσύριοι), στην Αρχαία Ελλάδα, στην Περσία και στη Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία (στην προ Χριστού περίοδό της). Επαγγελματικά ταξίδια κάνουν οι Αιγύπτιοι και οι Ασσύριοι, δημόσιοι υπάλληλοι που μετακινούνται για κρατικές υποθέσεις. Είναι γνωστό επίσης ότι οι Αιγύπτιοι έκαναν ημερήσιες εκδρομές στις όχθες του Νείλου, όπου και ελούοντο. Εξασκούσαν δηλαδή ένα είδος παραποτάμιου τουρισμού.

Ο συνεδριακός τουρισμός αναπτύχθηκε στην Αρχαία Ελλάδα με το θεσμό των Αμφικτιονικών, που ως γνωστό, ήταν συγκεντρώσεις αντιπροσώπων των γειτονικών ελληνικών φύλων και αργότερα των γειτονικών πόλεων - κρατών για επίλυση θρησκευτικών, πολιτικών, πολεμικών, φορολογικών, τοπικών και κοινού ενδιαφέροντος προβλημάτων. Η πρώτη Αμφικτιονία ήταν εκείνη των Θερμοπυλών το 1522 π.Χ., ενώ αργότερα γίνονταν σε τακτά χρονικά διαστήματα Αμφικτιονίες στους Δελφούς, στη Βοιωτία, στον Πόρο και στη Δήλο. Στην τελευταία προ Χριστού χιλιετία αναπτύσσεται κυρίως στην Αρχαία Ελλάδα, ο αθλητικός και ο θρησκευτικός τουρισμός.

Ο αθλητικός τουρισμός ήταν τα ταξίδια των Αρχαίων Ελλήνων για να μεταβούν στους τόπους των μεγάλων πανελληνίων πανηγυρικών αγώνων που γίνονταν για να τιμήσουν τους θεούς τους. Τέτοιοι αγώνες ήταν τα Ολύμπια, οι γνωστοί Ολυμπιακοί αγώνες, που γίνονταν στην Ολυμπία προς τιμήν του Δία, τα Πύθια που γίνονταν στους Δελφούς προς τιμήν του Απόλλωνα, τα Ίσθια που γίνονταν στον Ισθμό της Κορίνθου προς τιμή του Ποσειδώνα και τα Νεμέα που γίνονταν στη Νεμέα προς τιμήν της Δήμητρας.

Ο θρησκευτικός τουρισμός, ήταν τα ταξίδια των Αρχαίων Ελλήνων για να μεταβούν στις μεγάλες θρησκευτικές εορτές προς τιμήν των θεών τους. Τέτοιες γιορτές ήταν οι Διονυσιακές γιορτές προς τιμήν του Διονύσου, τα Ελευσίνια μυστήρια προς τιμήν της Δή-

μητρας και της Περσεφόνης, τα Παναθήναια προς τιμήν της Αθηνάς και πλήθος άλλων μικρότερων εορτών προς τιμήν άλλων θεών ή ημίθεων ή και θνητών ηρώων. Χαρακτηριστική είναι η σύνδεση αθλητικού και θρησκευτικού τουρισμού της εποχής εκείνης, δεδομένου ότι οι αθλητικοί αγώνες γίνονταν προς τιμήν των θεών.

Οι πρώτοι ταξιδιώτες-τουρίστες και πρωτοπόροι του περιηγητικού τουρισμού θεωρούνταν ο Ηρόδοτος (480-421 π.Χ.) και ο Πausanias ο Περιηγητής (2ος αιώνας π.Χ.) που εκτός από γεωγράφοι και ιστορικοί, ήταν και οι πρώτοι συγγραφείς τουριστικών οδηγιών. Όσο αναφορά τον ιαματικό τουρισμό και αυτός αναπτύχθηκε στην Αρχαία Ελλάδα και η ύπαρξη και η χρήση των ιαματικών πηγών για θεραπευτικούς σκοπούς αναφέρεται από πολλούς ιστορικούς, γεωγράφους και φιλοσόφους της εποχής (Αριστοτέλης, Στράβων, Πλούταρχος, Ηρόδοτος, Ιπποκράτης κ.λπ.). Είναι γνωστά τα Ασκληπεία, τα πρώτα κέντρα υγείας, που δημιουργήθηκαν γύρω από τις θερμομεταλλικές πηγές. Η λουτροθεραπεία παίρνει μεγάλες διαστάσεις κατά τους ρωμαϊκούς χρόνους και ιδρύονται οι πρώτες λουτροπόλεις.

Η θαλασσοκρατία των ελληνικών φύλων (Φοίνικες, Κρήτες, Αθηναίοι κ.λπ.) και των Ρωμαίων αργότερα και τα πολλά θαλάσσια ταξίδια, δε στοιχειοθετούν μορφή τουρισμού, που να χαρακτηρίζεται από κερδοσκοπικούς, εμπορικούς και στρατιωτικούς σκοπούς. Αντίθετα χαρακτηρίζονται σε μορφή πολιτιστικού τουρισμού, σε συνδυασμό με τουρισμό αναψυχής. Ιδίας μορφής τουρισμού (πολιτιστικού), μπορούν να θεωρηθούν και τα ταξίδια επίσκεψης των επτά θαυμάτων, του τότε γνωστού κόσμου, μεταξύ των οποίων και η Αρχαία Έφεσος, την οποία επισκέπτονταν ετησίως 700.000 τουρίστες, για διασκέδαση και πολιτιστικές δραστηριότητες. (Σφακιανάκης Μ.)



1.2. Η δεύτερη τουριστική περίοδος

Η περίοδος από τη γέννηση του Χριστού μέχρι και το πρώτο μισό του 19ου αιώνα (1850) περιλαμβάνει, ως γνωστόν, μικρότερες ιστορικές περιόδους, οι κυριότερες των οποίων είναι:

1. Η μετά Χριστόν περίοδος της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας μέχρι την πτώση της (300 μ.Χ.)
2. Η περίοδος της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας στην Ανατολική Ευρώπη (300-1453 μ.Χ.)
3. Η περίοδος του Μεσαίωνα στη Δυτική Ευρώπη (300- 1308 μ.Χ.) - Η περίοδος της Αναγέννησης (1305 - 1618)
4. Η ευρύτερη περίοδος της Γαλλικής Επανάστασης και των Ναπολεόντειων Πολέμων.

Κατά τη διάρκεια των περιόδων αυτών, που από πολλούς συγγραφείς θεωρούνται τουριστικά ανενεργές, δεν παρουσιάστηκαν νέες μορφές τουρισμού, αλλά δεν έπαψε να υπάρχει τουριστική δραστηριότητα, κυρίως με τη μορφή του προϋπάρχοντος θρησκευτικού, αθλητικού, ιαματικού τουρισμού και των επαγγελματικών ταξιδιών. Οι επικρατούσες τότε συνθήκες (συνεχείς πόλεμοι μεταξύ των κρατών της Ευρώπης, συνεχείς εθνικές ανακατατάξεις, η διάσπαρτη κοινωνική αναταραχή, η ανασφάλεια των ταξιδιών λόγω της έντονης πειρατικής δράσης, το καθεστώς της φεουδαρχίας, ο θεοκρατισμός με τους σχολαστικούς κανόνες και τους δογματικούς τύπους που επέβαλε η Δυτική Εκκλησία, η έλλειψη δρόμων, η έλλειψη συγκοινωνιακών μέσων, η έλλειψη τουριστικής υποδομής και δια-

θέσιμου εισοδήματος και η γενική κατάσταση όπου οι μεμονωμένοι άνθρωποι αλλά και ολόκληροι λαοί επεδίωκαν απλώς να επιβιώσουν), δεν επέτρεπαν να εκδηλωθεί μια σοβαρή τουριστική δραστηριότητα. Οι ίδιες όμως συνθήκες επέβαλαν να δημιουργηθούν έργα, να εκδηλωθούν ενέργειες και να καθιερωθούν διαδικασίες και πρακτικές, που αν και εξυπηρετούσαν σκοπούς μη τουριστικούς, απεδείχθησαν εκ των υστέρων σαν οι πρώτοι θεμέλιοι λίθοι της μελλοντικής τουριστικής υποδομής (οδικά δίκτυα, θαλάσσια ταξίδια, καταλύματα, καινούριοι τόποι). Κατά τη μετά Χριστόν περίοδο της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, ολοκληρώθηκε και λειτούργησε το πρώτο οργανωμένο οδικό δίκτυο, με θέσεις ανάπαυσης κάθε 40-50 χιλιόμετρα που χρησιμοποιούσαν οι κρατικοί υπάλληλοι και οι στρατιωτικοί αλλά αργότερα και οι απλοί πολίτες που ταξίδευαν για διάφορους λόγους. Την ίδια περίοδο κατασκευάζονταν πανδοχεία κατά μήκος του οδικού δικτύου με δυνατότητα διαμονής και διατροφής ανθρώπων και ζώων, ενώ για πρώτη φορά θεσπίζονται οι ημέρες αργίας και ανάπαυσης. Ο ιαματικός τουρισμός κατά κύριο λόγο, αλλά και ο αθλητικός και θρησκευτικός τουρισμός ήταν σε ανάπτυξη ενώ οι κάτοικοι πολλών ρωμαϊκών πόλεων αρχίζουν να εκδηλώνουν πολιτιστικές δραστηριότητες, επισκεπτόμενοι τις τότε πολιτιστικές πόλεις της Ελλάδας και της Ανατολής.

Κατά τη Βυζαντινή περίοδο στην Ανατολική Ευρώπη δεν υπήρξε αυτοτελής τουριστική δραστηριότητα. Στην αρχή της περιόδου επικρατούσαν οι μετακινήσεις κληρικών για τη διάδοση της νέας χριστιανικής θρησκείας και τα μοναστήρια και οι ξενώνες των εκκλησιών προσέφεραν υπηρεσίες διαμονής και διατροφής που αργότερα απολάμβαναν και άλλοι κρατικοί υπάλληλοι και απλοί ταξιδιώτες. Χαρακτηριστική άνοδο στις μετακινήσεις πιστών στους Αγίους Τόπους, προκάλεσε η εύρεση του Τιμίου Σταυρού και ο ευπρεπισμός του Λόφου της Σταύρωσης. Στη Δυτική Ευρώπη κατά την περίοδο του Μεσαίωνα (300-1308 μ.Χ.) αλλά και κατά την περίοδο της Αναγέννησης (1308-1618), λόγω των συνθηκών που επικρατούσαν και που αναφέρθηκαν παραπάνω, δεν μπορεί επίσης να γίνει σοβαρός λόγος για τουριστική ανάπτυξη. Τα ταξίδια που γίνονταν τότε, ήταν κυρίως τα ταξίδια προσκυνητών προς τους Αγίους Τόπους, τα ταξίδια των εμπόρων και αργότερα τα ταξίδια των εξερευνητών. Πρέπει όμως να τονιστεί ότι τα ταξίδια αυτά ήταν δύσκολα, ακριβά και επικίνδυνα. Κάθε ταξίδι ήταν σωστό κατόρθωμα και το επιχειρούσαν μόνον οι τολμηροί, οι πλούσιοι και οι τυχοδιώκτες που συνήθως ήταν έμποροι, σταυροφόροι και προσκυνητές, διπλωμάτες και κατάσκοποι, ιεραπόστολοι, αρχαιολόγοι, γεωγράφοι και θησαυροθήρες. Στην περίοδο από το 1618 μέχρι το 1850, το ευρωπαϊκό σκηνικό δεν άλλαξε πολύ από τουριστική άποψη. Η Γαλλική Επανάσταση και οι Ναπολεόντιοι Πόλεμοι, προκάλεσαν πολιτικές, εθνικές, κοινωνικές και οικονομικές ανακα-

τατάξεις αλλά η τουριστική άνοιξη δεν ήλθε. Παρ'όλα αυτά, πρέπει να σημειωθεί ότι στην περίοδο αυτή εμφανίζονται τα οργανωμένα πλέον ξενοδοχεία, γενικεύεται η χρήση του ατμοκίνητου σιδηροδρόμου, γίνονται οδικά δίκτυα που συνδέουν τις πόλεις μεταξύ τους, εμφανίζονται τα πρώτα εστιατόρια, γράφονται πολλοί τουριστικοί οδηγοί και εκδηλώνεται η επιθυμία όλων και περισσότερων ανθρώπων και όχι μόνο των προνομιούχων να ταξιδέψουν. Οι προσπάθειες οργάνωσης των ταξιδιών γίνονται πραγματικότητα και δειλά-δειλά εμφανίζονται οι πρώτες μορφές του οργανωμένου τουρισμού και των τουριστικών πακέτων. (Σφακιανάκης Μ.)

1.3. Η τρίτη τουριστική περίοδος

Από τα χαρακτηριστικά της περιόδου από το 1850 μέχρι το 1950, τα οποία περιγράφονται αναλυτικά στην ιστορία της εξέλιξης του τουριστικού φαινομένου, θα μπορούσε κάποιος να παρατηρήσει τα παρακάτω, για να τα συσχετίσει με τις νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που εμφανίστηκαν ή που ενισχύθηκαν.

I. Η καθιέρωση του λεγόμενου «Grand Tour», που από νωρίτερα είχε αρχίσει, του ταξιδιού δηλαδή που έκαναν οι γόνοι των αριστοκρατικών και πλουσίων οικογενειών της Γαλλίας, της Μεγάλης Βρετανίας και αργότερα των ΗΠΑ, για να συμπληρώσουν την ακαδημαϊκή τους μόρφωση και την κοινωνική τους συγκρότηση, επισκεπτόμενοι τις ιστορικές πόλεις της Ευρώπης που θεωρούντο τότε κέντρα γραμμάτων και εμπορίου, όπως το Παρίσι, η Ρώμη, η Φλωρεντία κ.λπ. Τα ταξίδια αυτά ήταν μια μορφή περιηγητικού τουρισμού, με έντονα τα χαρακτηριστικά του πολιτιστικού και του μορφωτικού τουρισμού. Παρόμοια σχεδόν ήταν τα ταξίδια που οργάνωναν αργότερα πολλά Ευρωπαϊκά Πανεπιστήμια, στα πλαίσια μορφωτικών και εξερευνητικών προγραμμάτων, με αποστολές στους αρχαιολογικούς χώρους για ανασκαφές ή σε άλλα μέρη για μελέτη διαφόρων ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.

II. Η αλματώδης ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων και η παράλληλη ανάπτυξη των οδικών δικτύων. Η χρήση του σιδηροδρόμου αποτελεί συνήθη τακτική, το αυτοκίνητο μπαίνει σιγά σιγά στην αγορά των μετακινήσεων, ενώ στο τέλος της περιόδου εμφανίζεται δυναμικά το αεροπλάνο. Τα ταξίδια, εμπορικά ή τουριστικά, γίνονται ασφαλέστερα, γρηγορότερα και οικονομικότερα και προ παντός προσιτά στο ευρύ κοινό.

III. Η θεαματική ανάπτυξη των ξενοδοχείων από απόψεως κατασκευής, μεγέθους και χωρητικότητας, πλήθους, βοηθητικών εγκαταστάσεων, εξοπλισμού αλλά και από από-

ψεως εξυπηρέτησης του πελάτη.

IV. Η καθιέρωση του θεσμού των πληρωμένων διακοπών, πρώτα στη Γαλλία (1936) και μετά στις λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες. Αυτό επιτρέπει στο μέσο εργαζόμενο πολίτη να ταξιδεύει ευκολότερα.

V. Η εμφάνιση των πρώτων οργανωτών ταξιδιών (Tour operators) και ταξιδιωτικών γραφείων με πρωτοπόρο τον Thomas Cook που εμπορευματοποιεί σε μεγάλη κλίμακα τα τουριστικά πακέτα. Ο οργανωμένος τουρισμός εδραιώνεται και λόγω της χαμηλής σχετικά τιμής των πακέτων, προαναγγέλλεται ο μαζικός τουρισμός.

VI. Η ίδρυση και οργάνωση παράκτιων και ορεινών θέρετρων, η ανάπτυξη λουτροπόλεων και η καθιέρωση ορισμένων περιοχών σαν τουριστικών προορισμών της νέας μόδας (Κυανή ακτή, Ιταλία, Ισπανία κ.λπ.). Ο παράκτιος, ο ορεινός ο φυσιολατρικός τουρισμός, διαφοροποιούνται από τον γενικό περιηγητικό τουρισμό και εμφανίζονται σε νέες μορφές τουρισμού.

VII. Η γενίκευση του θεσμού των εκθέσεων σε πολλές ευρωπαϊκές πόλεις και η εμφάνιση των Διεθνών Εκθέσεων, που προσελκύουν μεγάλο πλήθος επισκεπτών των οποίων οι τουριστικές δραστηριότητες συγκροτούν τον εκθεσιακό τουρισμό, αποτελούν μια νέα εναλλακτική μορφή τουρισμού.

VIII. Η δυναμική είσοδος των ΗΠΑ στην τουριστική αρένα που δίνει μεγαλύτερη διάσταση στο τουριστικό φαινόμενο. Τα θαλάσσια ταξίδια με τα καινούρια μεγάλα και ταχύκίνητα πλοία μεταξύ Ευρώπης και ΗΠΑ, επιτρέπουν την εμφάνιση του διηπειρωτικού τουρισμού, τον οποίο σήμερα στηρίζουν αποκλειστικά τα αεροπλάνα.

IX. Η συνειδητοποίηση της οικονομικής και κοινωνικής διάστασης του τουρισμού και τα κράτη που σπεύδουν να ιδρύσουν Δημόσιους Τουριστικούς Φορείς, Καθώς επίσης και οι τουριστικοί επιχειρηματίες, που προσπαθούν να παράγουν νέα τουριστικά προϊόντα, αλλά και οι πολίτες που διεκδικούν πλέον δυναμικά το κοινωνικό αγαθό του τουρισμού. (Σφακιανάκης Μ.)

1.4. Η τέταρτη τουριστική περίοδος

Η περίοδος αυτή, ξεκινά από το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και συγκεκριμένα για την Ελλάδα από το 1950. Για κάποιους η λήξη της τέταρτης τουριστικής περιόδου σημειώνεται περί το 1980, ενώ για κάποιους άλλους η περίοδος αυτή συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Είναι η περίοδος που ο τουρισμός ακμάζει. Με άλλα λόγια είναι η περίοδος ξαφνικής και θεμελιώδους εμφάνισης κι εδραίωσης του τουριστικού φαινομένου. Η γιγάντωση αυτή έχει εκ-

φραστεί με αριθμούς και αιτιολογείται από τη μελέτη των πολιτικών, κοινωνικών, οικονομικών, τεχνολογικών, πολιτιστικών και ψυχολογικών παραγόντων ή αιτιών που την προκάλεσαν.

Παρατηρώντας αυτούς τους αριθμούς και τους παράγοντες, σημειώνεται περιληπτικά ότι η γενική εκτίμηση της ποσοτικής αύξησης του τουρισμού, από το 1950 μέχρι το 1980, είναι ότι τα τουριστικά μεγέθη δεκαπλασιάστηκαν ή και εικοσαπλασιάστηκαν ενώ σαν κυριότερες αιτίες αυτής της έντονης και ξαφνικής αύξησης μπορούν ν' αναφερθούν οι εξής:

i. Η ανάπτυξη των συγκοινωνιών και όλων των μεταφορικών μέσων (αυτοκινήτων, πλοίων, σιδηροδρόμων) και κυρίως η χρήση των αεριωθουμένων αεροσκαφών που με τη μεγάλη ταχύτητα τους (ή και μεγαλύτερη αυτής του Ήχου), ελαχιστοποίησαν τη χρόνο-απόσταση μεταξύ των τόπων προέλευσης και προορισμού των τουριστών.

ii. Η αύξηση των ημερών αδείας μετ' αποδοχών που δικαιούνται οι υπάλληλοι και η υποχρεωτική χορήγησή τους. Στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες σήμερα, χορηγούνται στους εργαζομένους 5 κατά μέσο όρο εβδομάδες διακοπών ετησίως, περισσότερες από 8-14 επίσημες αργίες και τα 52 σαββατοκύριακα του χρόνου. Στις ΗΠΑ μάλιστα, χορηγούνται και 13 ημέρες ασθενείας οι οποίες και μεταφέρονται στον επόμενο χρόνο αν δε χρησιμοποιηθούν τον προηγούμενο.

iii. Η αύξηση των εισοδημάτων των εργαζομένων και η σχετική μείωση των τιμών πολλών τουριστικών προϊόντων και κυρίως εκείνων του οργανωμένου τουρισμού (τουριστικών πακέτων).

iv. Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης των πολιτών και η αύξηση του αριθμού εκείνων με πανεπιστημιακή εκπαίδευση, δεδομένου ότι συγκριτικές μελέτες έδειξαν ότι η τουριστική δραστηριότητα των ανθρώπων αυξάνεται ανάλογα με την εκπαίδευσή τους.

v. Η διεύρυνση του εύρους ηλικιών των ανθρώπων που κάνουν τουρισμό και η είσοδος στην τουριστική αγορά των «ενεργών» συνταξιούχων, των ανθρώπων της 3ης ηλικίας και ομάδων πληθυσμού που είχαν αποκλεισθεί από την αγορά αυτή τα προηγούμενα χρόνια (φτωχοί και άτομα με ειδικές ανάγκες).

vi. Η αναγνώριση του τουρισμού ως κοινωνικό αγαθό και η υποχρέωση της πολιτείας να προωθήσει την τουριστική ανάπτυξη και να κάνει τα τουριστικά προϊόντα προσιτά σε όλους.

vii. Η ευρεία εμπορευματοποίηση του τουρισμού από τους τουριστικούς επιχειρηματίες, για κερδοσκοπικούς φυσικά λόγους, οι οποίοι εφαρμόζουν όλους τους νόμους και τα μέσα της αγοράς, των πωλήσεων και του marketing, με σκοπό ν' αυξήσουν τον αριθμό των

τουριστών / πελατών τους.

νίι. Η αύξηση των κοινωνικών, οικογενειακών, ατομικών αναγκών, των ψυχοσωματικών επιβαρύνσεων και συμπλεγμάτων που ωθούν τους ανθρώπους να κάνουν τουρισμό. Οι άνθρωποι ζώντας κυρίως σε αστικά κέντρα με το πρότυπο της κυψελοειδούς ζωής, καταπιέζονται, ασφυκτιούν και η μόνη διέξοδός τους είναι να αναζητήσουν, μέσω του τουρισμού, την ελευθερία τους στην εξοχή, στη θάλασσα, στα βουνά, στις ρίζες τους, στο παρελθόν τους, ούτως ώστε ν'ανακαλύψουν την πνευματική και σωματική τους ισορροπία.

Με τον έναν ή τον άλλο τρόπο, ο τουρισμός αναπτύχθηκε. Πολλές φορές άναρχα, ανεξέλεγκτα, πειρατικά και ανησυχητικά. Παραστράτησε και παραμορφώθηκε. Έχασε τη ανθρωπρέπεια, την ομορφιά και το στοιχείο της ελευθερίας του. Έγινε μια σκληρή, απρόσωπη και υλιστική βιομηχανία. Ο τουρισμός «χάριν του ειδέναι», έγινε τουρισμός «χάριν του κερδίζειν». Το νέο πρόσωπο του τουρισμού το ονόμασαν μαζικό τουρισμό που στην πράξη σημαίνει υπερβολική συγκέντρωση τουριστών (τουριστικού φορτίου) σε έναν τόπο (τουριστικό προορισμό) και κατά τη διάρκεια της τουριστικής εποχής (χρονική και τοπική υπερφόρτωση), με αποτέλεσμα να καταστρέφεται το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον, να μειώνεται η ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών και να επιβαρύνεται ο ντόπιος πληθυσμός. Και για να επανέλθουμε στο θέμα μας, δηλαδή στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού κατά την περίοδο αυτή, πρέπει να επισημάνουμε ότι όλες σχεδόν οι προϋπάρχουσες εναλλακτικές μορφές ακολούθησαν τη γενική πορεία της γιγάντωσης του τουρισμού. Μερικές μορφές, όπως για παράδειγμα ο παράκτιος τουρισμός στις θερμές και νησιωτικές χώρες, ο χιονοδρομικός τουρισμός στα χειμερινά θέρετρα της Ευρώπης και ο θρησκευτικός τουρισμός κατά τη διάρκεια μεγάλων θρησκευτικών εκδηλώσεων, συχνά ταυτίζονται με το μαζικό τουρισμό. Άλλες μορφές μεγεθύνθηκαν χωρίς να γιγαντωθούν και ελάχιστες (αν κάποιες) διατήρησαν το προηγούμενο μέγεθός τους. Πολλές επίσης μορφές άλλαξαν τα χαρακτηριστικά τους (ολοκληρωμένες ή και διαφοροποιούμενες). Προφανώς υπήρξαν και νέες μορφές τουρισμού. Ο αγροτουρισμός αναπτύσσεται στις ΗΠΑ το 1960 και καθιερώνεται ως εναλλακτική μορφή τουρισμού με δύο παραλλαγές (αγροτουρισμός και αγροτικός τουρισμός).

Ο ιαματικός τουρισμός αποτελεί μέρος του ευρύτερου τουρισμού υγείας, ο οποίος παίρνει τη σημερινή μορφή του κατά την περίοδο αυτή. Από τον επαγγελματικό τουρισμό, ο τουρισμός κινήτρων καθιερώνεται στις ΗΠΑ μετά το 1960, στην προσπάθεια αύξησης των πωλήσεων. Ο τουρισμός του διεθνούς jet set καθιερώνεται με την καθιέρωση των αεριωθουμένων αεροσκαφών, από τα οποία πήρε και το όνομά του. Ο τουρισμός των ορεινών σπορ (καταβάσεις ποταμών -αιωροπτερισμός) αναπτύχθηκε παράλληλα με την εμφάνιση

και τη βελτίωση των μηχανικών μέσων με τα οποία πραγματοποιείται. Ο θαλάσσιος τουρισμός γίνεται προσιτός και στο μέσο τουρίστα, λόγω μείωσης των τιμών των προϊόντων του. Ο περιπατητικός τουρισμός αναπτύσσεται θεαματικά μετά το 1970 και επισημοποιείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση μετά τη χάραξη και σήμανση των 8 Ευρωπαϊκών μονοπατιών (E1 έως E8), εκ των οποίων τα E4 και E6 καταλήγουν στη χώρα μας. Την ίδια περίοδο παρατηρείται η τάση μετακίνησης ή ταξιδιών προς τις θερμές περιοχές, κυρίως εκ μέρους των ηλικιωμένων και των συνταξιούχων, οι οποίοι εξασκούν τον τουρισμό παραχείμασης. Τέλος πρέπει να επισημανθεί ότι το 1970 όλοι μιλούσαν για τον κοινωνικό τουρισμό, ο οποίος πράγματι αναπτύχθηκε. Δε γινόταν λόγος για τον τουρισμό ατόμων με ειδικές ανάγκες, μέχρι την επόμενη τουριστική περίοδο, στη διάρκεια της οποίας καθιερώθηκε.

Ούτως εχόντων των πραγμάτων, η εξέλιξη του τουρισμού με τις διάφορες μορφές του, έφθασε στο έτος 1980. Το έτος αυτό συνδέθηκε με την αναθεώρηση της τουριστικής ιδέας και της μέχρι τότε τουριστικής πρακτικής κι έκτοτε άρχισε η τελευταία τουριστική περίοδος, η λεγόμενη σύγχρονη τουριστική περίοδος. (Σφακιανάκης Μ.)

1.5. Η σύγχρονη τουριστική περίοδος

Μαζικοποίηση τουρισμού υφίσταται, όχι μόνο όταν ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται, αλλά και όταν οι τουρίστες ανισοκατανέμονται στο χρόνο και στον τόπο. Πρέπει να διευκρινιστεί ότι κανένας δεν υποστήριξε ποτέ ότι αυτό καθεαυτό το τουριστικό φορτίο πρέπει να περιοριστεί. Η αύξηση του αριθμού των τουριστών είναι πάντα επιθυμητή καθώς επίσης και η συνεχής τουριστική ανάπτυξη είναι πάντα επιθυμητή. Δεν είναι όμως επιθυμητή ούτε η εκδήλωση της τουριστικής δραστηριότητας κατά τη διάρκεια της θερινής μόνο περιόδου και μόνο στους τουριστικούς προορισμούς. Επιθυμητή επίσης δε χαρακτηρίζεται η άναρχη, ανεξέλεγκτη και απρογραμματίστη τουριστική ανάπτυξη.

Η εκδήλωση της τουριστικής δραστηριότητας μόνο κατά τη θερινή περίοδο δημιουργεί το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας και η συγκέντρωση των τουριστών σε ορισμένους μόνο τόπους, τους τουριστικούς προορισμούς, έχει σαν αποτέλεσμα οι τόποι αυτοί να υπεραναπτύσσονται τουριστικά, συχνά άναρχα και ανεξέλεγκτα, να υπερεκμεταλλεύονται από τους τουριστικούς επιχειρηματίες, συχνά στο μέγιστο βαθμό και τελικά να αποστερούνται τους πόρους τους, συχνά οριστικά και μη αναστρέψιμα, για να εγκαταλειφθούν τότε και να αναζητηθούν νέοι προορισμοί που παράγουν νέα τουριστικά προϊόντα. Αυτό έχει ως συνέπεια οι επιχειρηματίες να φεύγουν με τα κέρδη τους και ο ντόπιος πληθυσμός και ο τόπος τους να μένουν με τα σημάδια της καταστροφής.

Σήμερα ο μαζικός τουρισμός κατηγορείται και χαρακτηρίζεται σαν τερατούργημα και σα μια τουριστική τακτική που δεν έχει στην ουσία κανένα αντισταθμιστικό όφελος για τον τουριστικό προορισμό, το ντόπιο πληθυσμό και το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον. Ο τουριστικός προορισμός υπερφορτώνεται από τουριστικές εγκαταστάσεις, που δεν ανήκουν στο ντόπιο πληθυσμό αλλά ανήκουν και διευθύνονται από μητροπολικά κέντρα που επιδιώκουν μόνο το κέρδος, για τη μεγιστοποίηση του οποίου εφαρμόζουν νόμους και κανόνες της αγοράς και του marketing που επιτείνουν το πρόβλημα της μαζικοποίησης και από αυτό το κέρδος ελάχιστο μόνο ποσοστό χρησιμοποιείται τοπικά προς όφελος της τοπικής ανάπτυξης και του ντόπιου πληθυσμού. Και ακόμη χειρότερα, δεν χρησιμοποιούνται τα τοπικά προϊόντα, αλλά συχνά εισάγονται προϊόντα από άλλες πόλεις ή χώρες, προερχόμενα από τους τόπους των επιχειρηματιών για να ενισχύουν τις αγορές τους. Χρησιμοποιούνται όμως, και μάλιστα καταχρηστικά, οι πόροι που δεν εισάγονται. Ο κάτοικος ενός ελληνικού νησιού π.χ. υδροδοτείται ορισμένες μόνο ώρες την ημέρα, όταν ο τουρίστας του κοντινού ξενοδοχείου ξοδεύει όσο νερό θέλει και όπως θέλει, ακόμη και για να παίζει.

Ο ντόπιος πληθυσμός χρησιμοποιείται τόσο όσο το απαιτούν οι ανάγκες των επιχειρηματιών. Συνήθως μερικά και εποχιακά. Και βεβαίως αυξάνεται η απασχόληση και οι εργαζόμενοι έχουν ένα πρόσθετο εισόδημα (επιχείρημα των υποστηρικτών των επιχειρηματιών) αλλά μακροχρόνια το μόνο που κερδίζουν είναι να υπηρετούν ξένα συμφέροντα. Ο τόπος αναπτύσσεται τόσο και μόνο όσο το απαιτούν οι ανάγκες εξυπηρέτησης των τουριστών. Οι φυσικοί και οι πολιτιστικοί πόροι εμπορευματοποιούνται και υπερεκμεταλλεύονται χωρίς να λαμβάνονται μέτρα προστασίας και αειφορίας τους. Και όλ' αυτά γίνονται δεκτά από την πολιτεία χάριν του άμεσου, καθαρού και χειροπιαστού συναλλαγματικού οφέλους, το οποίο δυστυχώς σήμερα δεν αποτελεί, υποχρεωτικά, εθνικό εισόδημα αφού μπορεί να μεταφέρεται όπου επιθυμούν οι επιχειρηματίες μέσα στο χώρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Οι δυσμενείς επιδράσεις αυτού του μαζικού τουρισμού στο περιβάλλον και στο ντόπιο πληθυσμό και τα αδιέξοδα που δημιούργησε η τουριστική ανάπτυξη που εξυπηρετεί το είδος αυτό του τουρισμού, άρχισαν να γίνονται ορατές και μετρήσιμες στη δεκαετία του 1970 και αργότερα έγιναν πειστικές και απαράδεκτες. Τότε πολλές ομάδες ανθρώπων έκρουσαν τον κώδωνα του κινδύνου και προσπάθησαν να πάρουν προστατευτικά μέσα. Στις ομάδες αυτές περιλαμβάνονταν μελετητές και ερευνητές τουρισμού, καθηγητές και συγγραφείς, οικολόγοι, οι οπαδοί του Πράσινου Κινήματος (πράσινοι), διάφορες περιβαλλοντικές οργανώσεις, γιατροί και άνθρωποι που ανησυχούσαν για τους κινδύνους της υγείας που «κρύβει» ο μαζικός τουρισμός (ηλιοθεραπεία, αφροδίσια νοσήματα, AIDS

κ.λπ.), κοινωνιολόγοι που ανησυχούσαν για την αλλοίωση των τοπικών κοινωνιών, άνθρωποι που απέρριπταν το τουριστικό μπούγιο, τον τουρισμό των 4S(Sun,Sand,Sea and Sex) και τον «κονσερβοποιημένο» οργανωμένο τουρισμό και πολλοί θεωρητικοί που έβλεπαν να αλλοιώνεται η τουριστική ιδέα, η ανθρωπρέπεια του και το στοιχείο της ελευθερίας του τουριστικού κινήματος. Όλοι αυτοί οι άνθρωποι χωρίς να αμφισβητούν τις πολλές πράγματι ευμενείς επιδράσεις του τουρισμού και χωρίς να επιδιώκουν να μειωθεί ο ρυθμός και η ενθάρρυνση της τουριστικής ανάπτυξης, πρότειναν να επανεξεταστεί και να επαναξιολογηθεί ο τρόπος εκδήλωσης και άσκησης του τουριστικής δραστηριότητας και συγκεκριμένα πρότειναν να ληφθούν άμεσα μέτρα αντιμετώπισης του τερατουργήματος του μαζικού τουρισμού. Έτσι δημιουργήθηκε μια τάση, που αργότερα έγινε συμπεριφορά πολλών τουριστών, τουριστικών φορέων και μελετητών, που άρχισαν να αναζητούν πιο φιλικές και ήπιες προς το περιβάλλον και πιο ανθρωποκεντρικές μορφές τουρισμού, μορφές που στο σύνολό τους συγκροτούν το λεγόμενο εναλλακτικό τουρισμό (Alternative Tourism ή AT).



Η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού συνοψίζεται στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος και των πόρων του τουριστικού προορισμού, στην ικανοποίηση των αναγκών του ντόπιου πληθυσμού και στη δυνατότητα των χωρών, στις οποίες υπάρχουν οι τουριστικοί προορισμοί να παίρνουν αυτές τις αποφάσεις της τουριστικής ανάπτυξης, σύμφωνα με τις δικές τους τουριστικές πολιτικές, και να μην οδηγούνται από τους μεγάλους τουριστικούς επιχειρηματίες (τους tours operators - ξενοδόχους), που συνήθως εξυπηρετούν πολυεθνικά ή ίδια οφέλη. Δυστυχώς οι μεγάλοι του τουρισμού συχνά κυριαρχούν και διαμορφώνουν το τουριστικό γίνεσθαι χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τους τις τοπικές ανάγκες. Έτσι στη σύγχρονη τουριστική περίοδο, υπάρχει η τάση περιορισμού του μαζικού τουρισμού και ενθάρρυνσης του εναλλακτικού ήπιου τουρισμού. Ειδικότερα, καταβάλλεται προσπάθεια να ενθαρρυνθούν αντιεποχικές μορφές τουρισμού και μορφές που μπορούν ν' αναπτυχθούν εκτός κορεσμένων τουριστικών προορισμών και εκτός τουριστικών θέρετρων. Η προσπάθεια αυτή γενικεύεται τα τελευταία χρόνια και καταβάλλε-

ται όχι μόνον από τις ομάδες πληθυσμού που προαναφέρθηκαν, αλλά και από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, την Ευρωπαϊκή Ένωση, τους Εθνικούς τουριστικούς φορείς αλλά και από πολλούς ιδιωτικούς φορείς. (Σφακιανάκης Μ.)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

2.Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



2.1.Ορισμός εναλλακτικού τουρισμού.

Με τον όρο εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται το σύνολο των ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται από εξειδίκευση ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών τους. Απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, στηρίζονται σε οικολογικά ανεκτές και ήπιες δραστηριότητες, ενώ αναδεικνύουν, χωρίς να καταστρέφουν, τα φυσικά κάλλη μίας περιοχής.

Τα κύρια χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με την φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών κ.ά. Ο συνδυασμός των διακοπών με την προσφορά εθελοντικής εργασίας συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας. Θεωρείται μικρής κλίμακας ανάπτυξης του τουρισμού, που προέρχεται και οργανώνεται από τον τοπικό πληθυσμό ή τους τοπικούς φορείς και προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα.

2.2.Μορφές εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύσσονται στην Ελλάδα.

Τα σημαντικότερα είδη τουρισμού, που συνθέτουν αυτό που ονομάζουμε εναλλακτικό τουρισμό, είναι:

1. Αγροτουρισμός
2. Οικοτουρισμός
3. Επαγγελματικός Τουρισμός
4. Τουρισμός Υγείας
5. Κοινωνικός Τουρισμός
6. Πολιτιστικός Τουρισμός
7. Μαθησιακός Τουρισμός
8. Θρησκευτικός Τουρισμός
9. Γεωτουρισμός
10. Αθλητικός Τουρισμός
11. Θαλάσσιος Τουρισμός
12. Ορεινός-Ορειβατικός Τουρισμός
13. Χιονοδρομικός Τουρισμός Και Τουρισμός Χειμερινών Αθλημάτων
14. Περιπατητικός Τουρισμός .

2.2.1.Αγροτουρισμός



Αγροτουρισμός ονομάζεται η εναλλακτική εκείνη μορφή τουρισμού η οποία αναπτύσσεται σε μη τουριστικά κορεσμένες αγροτικές περιοχές και συνδέεται με κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές αξίες, οι οποίες επιτρέπουν τόσο στους «οικοδεσπότες» όσο και στους «φιλοξενούμενους» των περιοχών αυτών, να υφίστανται αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες. Ως δραστηριότητα αναπτύσσεται από τους μόνιμους κατοίκους των περιοχών του πρωτογενούς τομέα, οι οποίοι χρησιμοποιούν τον αγροτουρισμό ως συμπληρωματική πηγή εισοδήματος. Τα άτομα που επιλέγουν την εναλλακτική αυτή μορφή τουρισμού, είναι άτομα που αναζητούν στις διακοπές τους τη «φόρμουλα των 3Φ(Φύση-Φιλία-Φιλοξενία) και απορρίπτουν ή δεν νιώθουν ότι τους εκφράζει εκείνη των 3S(Sun-Sea-Sand) του μαζικού τουρισμού, όπως αυτή έχει εξελιχθεί στις μέρες μας. Τα άτομα αυτά τις περισσότερες φορές έχουν συγκεκριμένα ενδιαφέροντα (φυσιολάτρες, παρατηρητές πουλιών, παρατηρητές χλωρίδας και πανίδας, ορειβάτες κ.ά.) και είναι ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένα στα περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα.

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά του αγροτουριστικού προϊόντος είναι:

- η απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος και η γνωριμία με τα χαρακτηριστικά φυσικά τοπία, τα τοπία φυσικού κάλλους και την πανίδα και χλωρίδα των εκάστοτε περιοχών.
- η επαφή και η γνωριμία με την τοπική αγροτική πολιτιστική κληρονομιά, τα ήθη και τα έθιμα των κατοίκων, η συμμετοχή σε τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις κτλ.
- η προσφορά διαφοροποιημένων, υψηλής ποιότητας τουριστικών προϊόντων (για παράδειγμα βιολογικών παραδοσιακών προϊόντων, προϊόντων προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης, προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης).

- η παρατήρηση των γεωργικών δραστηριοτήτων και πιθανώς η συμμετοχή σε αυτές.
- η άσκηση παράλληλων τουριστικών δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο (ορειβασία, πεζοπορία, ανεμόπτερο πλαγιάς κτλ.).

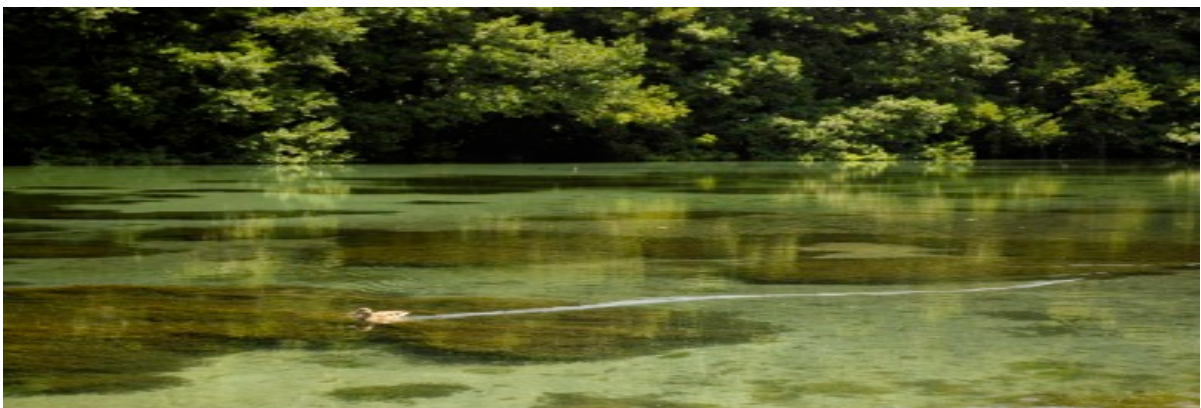
Τα είδη των αγροτουριστικών καταλυμάτων είναι τα εξής:



- μικρές ξενοδοχειακές μονάδες-ξενώνες
- ενοικιαζόμενα δωμάτια στα σπίτια αγροτικών οικογενειών
- ανεξάρτητες αγροτικές κατοικίες παραδοσιακής αρχιτεκτονικής που εναρμονίζονται με το φυσικό περιβάλλον
- κάμπινγκ σε αγροκτήματα, τα οποία δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένα στην Ελλάδα σε αντίθεση με ορισμένες περιοχές της Ευρώπης.

Όπως είναι φανερό, η απαιτούμενη υποδομή του αγροτουρισμού είναι μικρής κλίμακας, συγκρινόμενη με εκείνη του μαζικού τουρισμού. Ο αγροτουρισμός δεν απαιτεί εξελιγμένη τουριστική υποδομή, τουλάχιστον στα πρώτα στάδια ανάπτυξής του. Παράλληλα, η προσφορά των αγροτικών προϊόντων είναι άφθονη, καθώς αυτά είναι κατά κύριο λόγο ελεύθερα αγαθά (αέρας, νερό, φύση).

2.2.2.Οικοτουρισμός



Ως οικοτουρισμός ορίζεται ο περιβαλλοντικά υπεύθυνος τουρισμός και η επίσκεψη σε φυσικές περιοχές, που αποσκοπεί στην απόλαυση και εκτίμηση της φύσης (και των πολιτισμικών στοιχείων του παρόντος και του παρελθόντος). Ο Οικοτουρισμός προάγει στη διατήρηση της φύσης, έχει χαμηλή επίδραση επισκεπτών και παρέχει χρήσιμη ενεργή κοινωνικό-οικονομική ανάμειξη του ντόπιου πληθυσμού. Η Ελλάδα διαθέτει ιδιαίτερα πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον, καθώς παρά την μικρή της έκταση παρουσιάζει σπάνια γεωμορφολογία με έντονες αντιθέσεις και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας. Χιλιάδες «δαντελωτές» ακτές, επιβλητικά βουνά, σπήλαια, φαράγγια, λίμνες, ποτάμια, βιότοποι εξαιρετικής ομορφιάς και μοναδικά οικοσυστήματα «προικίζουν» την ελληνική γη με εντυπωσιακά τοπία, τα οποία σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα της χώρας καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για τους λάτρεις του οικολογικού εναλλακτικού τουρισμού.

Επισκεπτόμενος διάφορες περιοχές της χώρας, ο φυσιολάτρης περιηγητής έχει την ευκαιρία:

A. να περιπλανηθεί στα αισθητικά δάση ή να εξερευνήσει τους εθνικούς δρυμούς όχι μόνο στην ορεινή ενδοχώρα αλλά και σε ορισμένα νησιά ή κοντά σε ποταμούς ή λίμνες

B. να απολαύσει τα υπέροχα μνημεία της φύσης, τα φαράγγια, τα σπήλαια και τους καταρράκτες

Γ. να παρατηρήσει και να θαυμάσει τα σπάνια είδη πουλιών που φωλιάζουν ή καταφεύγουν στα παράκτια οικοσυστήματα και τους υγρότοπους (βραχώδεις ακτές, αμμώδεις παραλίες, αμμοθίνες, δέλτα ποταμών, λίμνες, έλη κτλ.)

Δ. να μελετήσει την εξαιρετική ποικιλία της χλωρίδας στην ελληνική ύπαιθρο

E. να συμμετάσχει σε δραστηριότητες extreme σπορ (κανό-καγιακ, rafting, monocraft, hydro speed, ποδήλατο βουνού κ.ά.) που τα τελευταία χρόνια γνωρίζουν θεαματική άνοδο στην Ελλάδα.

ΣΤ. τέλος, να διαμείνει σε πρότυπες αγροτουριστικές μονάδες, που αναπτύσσονται σε όλη την επικράτεια και δίνουν την δυνατότητα στον επισκέπτη να γνωρίσει την τοπική αρχιτεκτονική, πολιτιστική και γαστρονομική παράδοση, αλλά και τα προϊόντα, τις αγροτικές ασχολίες και την καθημερινή ζωή των κατοίκων κάθε περιοχής.

Οι επισκέπτες των οικολογικά ευαίσθητων περιοχών οφείλουν να τηρούν προσεκτικά τις απαιτήσεις για την προστασία του περιβάλλοντος από την ρύπανση, την αποφυγή κάθε ενόχλησης των φυσικών βιοτόπων και διατάραξης της ισορρο-

πίας των οικοσυστημάτων.

Τα κυριότερα μέρη που μπορεί ο επισκέπτης να χαρεί την φύση και να ζήσει οικολογικά είναι:

- δάσος Δαδιά, Ν. Έβρου
- εκβολές ποταμού Έβρου, Ν. Έβρου
- κοιλάδα Νέστου, Ν. Καβάλας
- λιμνοθάλασσα Πόρτο Λάγος, Ν. Ξάνθης
- λίμνη Λαγκαδά, Ν. Θεσσαλονίκης
- λίμνη Βόλβη, Ν. Θεσσαλονίκης
- λίμνη Κερκίνη, Ν. Κιλκής
- εκβολές ποταμού Αξιού, Ν. Θεσσαλονίκης
- εκβολές ποταμού Αλιάκμονα, Ν. Θεσσαλονίκης
- εκβολές ποταμού Λουδία, Ν. Θεσσαλονίκης
- λίμνη Μικρή Πρέσπα, Ν. Φλώρινας
- κοιλάδα Τεμπών, Ν. Λάρισας
- ποτάμια Βίκου και Αώου, Ν. Ιωαννίνων
- Πίνδος, Ν. Ιωαννίνων
- Όλυμπος, Ν. Πιερίας
- Παρνασσός, Ν. Βοιωτίας
- Όσσα, Ν. Λάρισας
- Κουρί-Αλμυρός, Ν. Μαγνησίας
- Κουκουναριές-Σκιάθος, Ν. Μαγνησίας
- Αμβρακικός Κόλπος, Ν. Πρεβέζης
- Λιμνοθάλασσα Μεσολογίου, Ν. Αιτωλ/νίας
- Πάρνηθα, Ν. Αττικής
- Στενή, Ν. Ευβοίας
- Φοινικόδασος Βάι, Ν. Λασιθίου
- Αίνος, Ν. Κεφαλληνίας

2.2.3.Επαγγελματικός Τουρισμός



Ως επαγγελματικός τουρισμός, ορίζεται ο τουρισμός ο οποίος αναπτύσσεται κατά την διάρκεια επαγγελματικών ταξιδιών. Έχει μερικότερες διακρίσεις ανάλογες με το κριτήριο του σκοπού για τον οποίο πραγματοποιείται το επαγγελματικό ταξίδι. Αν σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή σε ένα συνέδριο, τότε ονομάζεται συνεδριακός τουρισμός. Αν σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή των επαγγελματιών σε μία έκθεση, τότε πρόκειται για τον τουρισμό εκθέσεων. Αντίστοιχα, στην περίπτωση σεμιναρίων έχουμε τον τουρισμό σεμιναρίων, συμποσίων κτλ. Τέλος, αν το ταξίδι είναι ένα τουριστικό πακέτο που δίδεται στους επαγγελματίες σαν δώρο-αμοιβή για την καλή τους απόδοση, τότε πρόκειται για τον τουρισμό κινήτρων, αφού τα τουριστικά πακέτα είναι κίνητρα που ωθούν τους επαγγελματίες σε μεγαλύτερες από τις συνηθισμένες αποδόσεις.

Ο επαγγελματικός τουρισμός αντιπροσωπεύει μία σημαντική αγορά σε διεθνές επίπεδο. Η αγορά αυτή αφορά συνήθως επισκέπτες υψηλού εκπαιδευτικού και οικονομικού επιπέδου, οι οποίοι κινούνται σε καταλύματα υψηλών κατηγοριών, είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν αρκετά χρήματα, αλλά απαιτούν και πολύ υψηλή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων. Ο χρόνος παραμονής τους στον τουριστικό προορισμό κυμαίνεται συνήθως από 3 έως 5 ημέρες, ενώ υπάρχει η πιθανότητα παράτασης της παραμονής τους για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, με τη μορφή

κάποιων άλλων μορφών τουρισμού. Βασικό ρόλο προς αυτήν την κατεύθυνση διαδραματίζει η ικανότητα ενός τόπου να προσελκύσει την προσοχή του επισκέπτη-επαγγελματία.

Η περίοδος αιχμής του επαγγελματικού τουρισμού σημειώνεται κυρίως τους μήνες Φεβρουάριο-Μάιο και Σεπτέμβριο-Νοέμβριο, οπότε και συνήθως διοργανώνονται τα περισσότερα συνέδρια, εκθέσεις κτλ. Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του επαγγελματικού τουρισμού σε έναν τόπο, διαδραματίζει η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών, όπως αμφιθεάτρων, εκθεσιακών χώρων, καταλυμάτων, υποδομών για καφέ και εστίαση, υπηρεσιών διερμηνείας κτλ. Επίσης, η εύκολη πρόσβαση στον τόπο πραγματοποίησης ενός συνεδρίου ή μίας έκθεσης είναι κρίσιμος παράγοντας για την προσέλκυση επισκεπτών. Για την εξυπηρέτηση αυτών λειτουργούν σήμερα σε ολόκληρη την Ελλάδα αυτοτελή ή στον εσωτερικό χώρο ξενοδοχείων, συνεδριακά κέντρα, συνεδριακές εγκαταστάσεις και εκθεσιακοί χώροι.

Τα κυριότερα συνεδριακά κέντρα στην Ελλάδα είναι:

1. Ζάππειο Μέγαρο
2. Ευγενίδιο Ίδρυμα
3. Πολεμικό Μουσείο
4. Μέγαρο Μουσικής
5. Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών
6. Πάντειο Πανεπιστήμιο
7. Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης
8. Κολέγιο Αθηνών
9. ΕΣΗΕΑ
10. ΕΒΕΑ
11. Κέντρο Δημόκριτος
12. Πολιτιστικό Κέντρο «Ελληνικός Κόσμος»
13. Κέντρο Ιονίων Νήσων
14. Εκπαιδευτικό Κέντρο Αγροτικής Τράπεζας
15. Εκπαιδευτικό Κέντρο Αγροτικής Τράπεζας
16. Πανεπιστήμιο Πειραιώς
17. Συνεδριακό Κέντρο ΔΕΘ
18. Εταιρία Μακεδονικών Σπουδών

- 19.Συνεδριακό Κέντρο ΠΑΣΕΓΕΣ Θεσ /νίκη
- 20.Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών
- 21.Ολυμπιακό Συνεδριακό Κέντρο Αρχαίας Ολυμπίας
- 22.Διάφορα Συνεδριακά Κέντρα (υπό κατασκευή)

Τα κυριότερα εκθεσιακά κέντρα της Ελλάδας είναι:

- 1.Ο εκθεσιακός χώρος της Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης
- 2.Ζάππειο Μέγαρο
- 3.Εθνικά Στάδια ανά την χώρα (Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας, ΟΑΚΑ, Αλεξάνδρειο Στάδιο της Θεσσαλονίκης)
- 4.Ο εκθεσιακός χώρος του Οργανισμού Λιμένος Πειραιώς
- 5.Ιδιωτικά εκθεσιακά κέντρα, όπως το Εκθεσιακό Κέντρο Αθηνών

Πηγή ΕΟΤ(www.gnto.gr)

2.2.4.Πολιτιστικός Τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός σχετίζεται με την επίσκεψη σε έναν τόπο, με σκόπο την επαφή με τα πολιτιστικά στοιχεία αυτού (αρχαιολογικά, βυζαντινά, κλασσικά ή νεότερα μνημεία, ιστορία, τέχνες, λαογραφία κτλ.).

Συνήθως δεν εμφανίζεται μόνος του, εκτός των περιπτώσεων εκπαιδευτικών εκδρομών σχολείων, αλλά πραγματοποιείται συνδυαστικά με κάποιο άλλο είδος τουρισμού, προσφέροντας γνώση και ποικιλία στο τουριστικό προϊόν. Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένα από τα παλαιότερα και δημοφιλέστερα είδη τουρισμού. Από τους περασμένους αιώνες, άτομα ή ομάδες περιηγητών, αναζητώντας τη γνώση, την εμπειρία και την προσωπική ανακάλυψη, πραγματοποιούσαν ταξίδια σε τόπους με αρχαιολογικό, ιστορικό, λαογραφικό ή θρησκευτικό ενδιαφέρον, σε μέρη με διαφορετικό πολιτισμό και εθνολογικές ιδιομορφίες.

Ο πολιτιστικός τουρισμός προσφέρει ευκαιρίες για πολιτιστική εμπειρία, προσφέρει την περιήγηση στη φυσική, καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά μίας περιοχής καθώς και στη σημερινή δημιουργία.

Επίσης, περιλαμβάνει τη συμμετοχή σε δραστηριότητες είτε παθητικές, όπως παρακολούθηση καλλιτεχνικών εκδηλώσεων (μουσικών συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων κ.ά.), επισκέψεις σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, περιηγήσεις σε πολιτιστικές διαδρομές, είτε ενεργητικές, όπως εκμάθηση τοπικής μαγειρικής, τέχνης ή συμμετοχή σε λαογραφικές δραστηριότητες.

Μία άλλη σημαντική παράμετρος που χαρακτηρίζει αυτή την μορφή τουρισμού, είναι η στενή και ουσιαστική επαφή που αποκτούν οι επισκέπτες με τον τοπικό πληθυσμό, τα ήθη και τις παραδόσεις του, σε συνδυασμό με τα πολιτισμικά δρώμενα στην περιοχή.

Αρχαιολογικοί χώροι

Πυκνό πλέγμα αρχαιολογικών χώρων καλύπτει ολόκληρη την ελληνική επικράτεια. Μετά τη δημιουργία του νέου ελληνικού κράτους άρχισε να εκδηλώνεται αυξημένο ενδιαφέρον για την ανάδειξη της εθνικής κληρονομιάς.

Δραστηριότητα ανασκαφών παρουσιάστηκε ήδη από το δεύτερο μισό του 19ου αι. τόσο από την ελληνική Αρχαιολογική Υπηρεσία, όσο και από τις ξένες αρχαιολογικές σχολές (Γαλλική, Αρχαιολογική Σχολή, Γερμανικό Αρχαιολογικό-Ινστιτούτο). Την εποχή αυτή βέβαια το ενδιαφέρον στρεφόταν κυρίως προς τις θέσεις των κλασικών χρόνων. Έτσι οι αποστολές των ξένων αρχαιολογικών σχολών πραγματοποίησαν ανασκαφές σε σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους, εντοπισμένους ήδη από καιρό (π.χ. Δελφοί, Δήλος, η Γαλλική Αρχαιολογική Σχολή, Ολυμπία, το Γερμανικό Αρχαιολογικό Ινστιτούτο).

Από ελληνικής πλευράς, πρωτοπόρος υπήρξε ο Έφορος Αρχαιοτήτων Χρ. Τσούντας, ο οποίος ανέδειξε πολλές θέσεις των προϊστορικών και πρωτοϊστορικών χρόνων, ανασκάπτοντας στις Μυκήνες (ανάκτορο, θολωτοί και θαλαμοειδείς τάφοι), στις Κυκλάδες και στη Θεσσαλία (νεολιθικές ακροπόλεις Διμηνίου και Σέσκλου). Σταδιακά το ενδιαφέρον των ερευνητών στράφηκε και σε άλλες περιόδους του ελληνικού πολιτισμού και από τις αρχές του 20ου αι. άρχισαν να ανασκάπτονται και θέσεις των προϊστορικών, πρωτοϊστορικών, ρωμαϊκών και βυζαντινών χρόνων. Παρά τη δραστηριότητα που αναπτύχθηκε κατά τη διάρκεια του Μεσοπολέμου, μόνο μετά το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, προχώρησαν ουσιαστικά οι ανασκαφικές έρευνες και κατέστη δυνατό, έπειτα από κατάλληλες εργασίες συντήρησης και αναστήλωσης να δημιουργηθούν οι πρώτοι οργανωμένοι αρχαιολογικοί χώ-

ροι. Η οργανωμένη και συστηματική αρχαιολογική δραστηριότητα κατά το β' μισό του 20ου αι. είχε ως αποτέλεσμα να αναδειχθούν και να καταστούν επισκέψιμοι για το κοινό αρχαιολογικοί χώροι, που καλύπτουν την περίοδο από την Παλαιολιθική εποχή έως τους νεότερους χρόνους.

Οι αρχαιολογικοί χώροι τελούν υπό την εποπτεία του Υπουργείου Πολιτισμού μέσω των κατά τόπους Εφορειών της Αρχαιολογικής Υπηρεσίας. Λειτουργούν με συγκεκριμένο ωράριο, χειμερινό ή θερινό, και για την είσοδο σε αυτούς απαιτείται η έκδοση εισητηρίου.



Μουσεία

Σε όλη τη χώρα λειτουργούν σήμερα περισσότερα από 200 κρατικά ή εποπτευόμενα από το Υπουργείο Πολιτισμού και 107 μη δημόσια μουσεία. Επισκεπτόμενοι τα μουσεία αυτά, έχουμε την ευκαιρία να θαυμάσουμε μοναδικά επιτεύγματα της τέχνης και της επιστήμης, όπως αναπτύχθηκαν στον ελληνικό χώρο για περισσότερα από 6.000 χρόνια.

Το σύνολο των ελληνικών μουσείων και συλλογών κατανέμονται στις ακόλουθες κατηγορίες:

- Αρχαιολογικά Μουσεία και Συλλογές
- Βυζαντινά Μουσεία και Συλλογές
- Ιστορικά και Λαογραφικά Μουσεία
- Μουσεία Ελληνικής Τέχνης (αρχαίας, βυζαντινής, νεώτερης)
- Μουσεία Ασιατικής Τέχνης
- Εικαστικά Μουσεία και Πινακοθήκες
- Μουσεία Θεάτρου
- Μουσεία Κινηματογράφου και Φωτογραφίας
- Μουσεία Μουσικής
- Ναυτικά Μουσεία
- Μουσεία Φυσικής Ιστορίας
- Μουσεία Επιστήμης και Τεχνολογίας

Κάστρα

Η ανάγκη φρούρησης και άμυνας των οικισμών οδήγησε στην κατασκευή οχυρώσεων, ήδη από τους προϊστορικούς χρόνους. Ακροπόλεις (όρος χρησιμοποιούμενος για τους προϊστορικούς και αρχαίους χρόνους) ή κάστρα (όρος χρησιμοποιούμενος για τους μεσαιωνικούς και νεώτερους χρόνους) κατασκευάζονταν ανάλογα με τις απαιτήσεις και τα ιστορικά δεδομένα κάθε εποχής.

Πρόδρομες μορφές οχυρωμένων ακροπόλεων συναντώνται στον ελληνικό χώρο στους νεολιθικούς οικισμούς του Σέσκλου και του Διμηνίου της Θεσσαλίας (5η χιλιετία π.Χ. περίπου). Οχυρωμένες ακροπόλεις, με εντυπωσιακή και μνημειώδη τοιχοδομία, εμφανίζονται κατά τους μυκηναϊκούς χρόνους (1600-1150π.Χ. περίπου). Αποτελούσαν τον τόπο κατοικίας του ανώτατου άρχοντα και παράλληλα το διοικητικό, οικονομικό και θρησκευτικό κέντρο των μυκηναϊκών βασιλείων. Οι σημαντικότερες έχουν αποκαλυφθεί έως σήμερα σε Μυκήνες, Τίρυνθα, Θήβα, Γλα και Αθήνα. Την παράδοση των μυκηναϊκών, ακολουθούν οι ακροπόλεις των αρχαίων ελληνικών πόλεων. Καταλαμβάνουν κατά κανόνα την κορυφή φυσικά προστατευμένων λόφων και οχυρώνονται με τείχη.

Στο χώρο των ακροπόλεων αυτών κατασκευάζονται επί το πλείστον οικοδομήματα που σχετίζονται με τη λατρεία των θεών. Γύρω από αυτές εκτείνεται ο οικισμός (το άστυ), που συχνά περιβάλλεται με οχύρωση. Την παράδοση των αρχαίων ακρο-

πόλεων ακολούθησαν τα κάστρα που κατασκευάστηκαν κατά τους μεσαιωνικούς και νεώτερους χρόνους.

Σε αρκετές περιπτώσεις μάλιστα διαπιστώνεται συνεχιζόμενη κατοίκηση από τους αρχαίους έως τους νεώτερους χρόνους (π.χ. Ακρόπολη, Αθήνας, Ακρόπολη, Κορίνθου, Ακροκόρινθος). Και τα κάστρα που προστάτευαν τις πολιτείες των βυζαντινών χρόνων κατασκευάζονταν σε κορυφές λόφων.

Τα τείχη τους ακολουθούσαν τις ανωμαλίες του εδάφους, ενώ κατά διαστήματα προέβαλλαν από αυτά ορθογώνιοι ή στρογγυλοί πύργοι. Κάστρα όμοια με τα βυζαντινά έκτισαν και οι Φράγκοι στα εδάφη του ελληνικού χώρου που κατέλαβαν μετά το 1204.

Πολλά φραγικά κάστρα και πύργοι σώζονται στην Πελοπόννησο (τα πιο γνωστά στο Χλεμούτσι, την Καρύταινα, το Μιστρά και το Γεράκι). Οι Οθωμανοί, μετά την κατάληψη και των τελευταίων βυζαντινών κέντρων στα μέσα του 15ου αι., δεν προχώρησαν στην κατασκευή νέων κάστρων. Αρκέστηκαν απλώς να επισκευάσουν τα ήδη υπάρχοντα ή να κατασκευάσουν συμπληρωματικά έργα. Ιδιαίτερη μνεία πρέπει να γίνει στα κάστρα που έκτισαν οι Βενετοί στις περιοχές του ελληνικού χώρου που κατέλαβαν κατά τους μεσαιωνικούς χρόνους. Πρόκειται για έργα επιβλητικά, με επιμελημένη τοιχοποιία, μνημειώδεις πύλες και χαρακτηριστικό γλυπτό διάκοσμο, χτισμένα σε χαμηλούς λόφους ή πεδινές παραθαλάσσιες εκτάσεις. Τα γνωστότερα ενετικά φρούρια βρίσκονται στην Κρήτη (Ηράκλειο, Χανιά, Ρέθυμνο), στην Κέρκυρα κ.α.

Άλλα μνημεία

Εκτός από τα αρχαία, βυζαντινά και μεταβυζαντινά μνημεία και τους αρχαιολογικούς χώρους, σημαντικοί πόλοι έλξης για τους επισκέπτες είναι και τα ποικίλα κτίσματα διαφόρων χρήσεων και μορφών, που εξυπηρετούσαν σε άλλες εποχές τις πρακτικές, λειτουργικές και κοινωνικές ανάγκες των κατοίκων: γεφύρια, ανεμόμυλοι, περιστερεώνες, υδρόμυλοι, κρήνες, ηρώα και ανδριάντες, ιστορικά και δημόσιας χρήσης κτήρια, ακόμη και παλιά βιομηχανικά κτίσματα που σήμερα έχουν αλλάξει χρήση, σας περιμένουν να τα ανακαλύψετε και να τα θαυμάσετε.

Εκδηλώσεις

Η Ελλάδα είναι μια χώρα με εξαιρετικά πλούσια πολιτιστική παράδοση και λαϊκό πολιτισμό. Έτσι, ο επισκέπτης σ' αυτήν έχει πολλές ευκαιρίες να εμπλουτίσει το ταξίδι του, παρακολουθώντας τις πολυποίκιλες πολιτιστικές ή αθλητικές εκδηλώσεις,

που πραγματοποιούνται σε κάθε περιοχή της χώρας, να συμμετάσχει στα δρώμενα, τα οποία συνδέονται με γοητευτικά έθιμα και να γνωρίσει άγνωστες αλλά ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες πτυχές της ελληνικής λαϊκής κληρονομιάς.

Πολιτιστικές εκδηλώσεις - Φεστιβάλ

Καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, κυρίως την καλοκαιρινή περίοδο, σε όλη τη χώρα πραγματοποιούνται εκατοντάδες πολιτιστικές εκδηλώσεις και διοργανώνονται δεκάδες μεγαλύτερα ή μικρότερα φεστιβάλ για όλες τις μορφές της τέχνης. Στο πρόγραμμα των εκδηλώσεων αυτών, εντάσσονται οι σημαντικότεροι Έλληνες και ξένοι καλλιτέχνες, που παρουσιάζουν έργα από ένα ευρύ φάσμα καλλιτεχνικής παραγωγής (κλασικής και σύγχρονης).

Μερικές από τις σημαντικότερες εκδηλώσεις πραγματοποιούνται στο πλαίσιο του Ελληνικού Φεστιβάλ, το οποίο τους καλοκαιρινούς μήνες οργανώνει το Φεστιβάλ Αθηνών, το Φεστιβάλ Επιδαύρου (θέατρο) και το «Μουσικό Ιούλιο» (στην Επίδαυρο), που θεωρούνται από τα σπουδαιότερα καλλιτεχνικά φεστιβάλ της ευρωπαϊκής ηπείρου. Επίσης, ιδιαίτερα σημαντικές είναι οι εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, όπου υπάρχει μία από τις πλέον σύγχρονες αίθουσες συναυλιών στον κόσμο και στο Μέγαρο Μουσικής Θεσσαλονίκης.

Ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες παραγωγές παρουσιάζει το χειμώνα, αλλά και κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, η Εθνική Λυρική Σκηνή (Ε.Λ.Σ.), ενώ στο χώρο του θεάτρου, εκτός από τους ιδιωτικούς θιάσους και τα Δημοτικά Περιφερειακά Θέατρα, μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι παραστάσεις που ανεβάζουν οι δύο κρατικές σκηνές, το Εθνικό Θέατρο της Ελλάδας στην Αθήνα και το Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος (Κ.Θ.Β.Ε.) στη Θεσσαλονίκη.

Στο χώρο του κινηματογράφου, πραγματοποιείται κάθε Νοέμβριο στη Θεσσαλονίκη το διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης, που τα τελευταία χρόνια έχει αναδειχθεί ως ένα από τα σημαντικότερα περιφερειακά φεστιβάλ της Ευρώπης, ενώ για το βιβλίο διοργανώνεται κάθε χρόνο (Μάιο) η Διεθνής Έκθεση Βιβλίου στη Θεσσαλονίκη.

2.2.5.Μαθησιακός Τουρισμός



Μαθησιακός τουρισμός είναι ο τουρισμός που αναφέρεται στη μάθηση. Συγκεκριμένα, είναι κάθε μορφή τουρισμού που έχει σαν τουριστικό προϊόν τη μάθηση ή χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι η τουριστική πελατεία έχει θεσμική σχέση με τη μάθηση.

Οι κυριότερες μορφές μαθησιακού τουρισμού είναι:

A) ο εκπαιδευτικός τουρισμός

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός έχει σαν κύριο τουριστικό προϊόν τη μάθηση. Οι τουρίστες, δηλαδή, μεταβαίνουν σε έναν τουριστικό προορισμό για να εκπαιδευτούν και κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσής τους έχουν και τουριστικές δραστηριότητες. Είναι επίσης πιθανό να κάνουν τουρισμό, ένα οποιοδήποτε είδος τουρισμού, και κατά τη διάρκεια των διακοπών τους να έχουν και εκπαιδευτικές δραστηριότητες. Μορφές εκπαιδευτικού τουρισμού είναι τα διάφορα εκπαιδευτικά ταξίδια στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό, που οργανώνουν διάφοροι εκπαιδευτικοί οργανισμοί. Είναι επίσης η συμμετοχή σπουδαστών ή φοιτητών σε εκπαιδευτικές αποστολές (ανασκαφές, διάφορες έρευνες, πρακτικές ασκήσεις κλπ.), όπως και η συμμετοχή σε εκπαιδευτικά σεμινάρια, σε σεμινάρια επαγγελματικής κατάρτισης και σε διάφορες εκπαιδευτικές συγκεντρώσεις, αν και εφόσον η συμμετοχή προϋποθέτει μετακίνηση προς τον τόπο που λαμβάνουν χώρα.

B) ο μαθητικός, σπουδαστικός, φοιτητικός τουρισμός

Αυτές οι μορφές τουρισμού έχουν σαν κύριο χαρακτηριστικό τους, το ότι η τουριστική τους πελατεία αποτελείται από μαθητές, σπουδαστές ή φοιτητές. Είναι

στην ουσία τουρισμός νέων. Είναι επίσης εκπαιδευτικός τουρισμός, αφού η τουριστική πελατεία αποτελείται από νέους που έχουν θεσμική σχέση με την εκπαίδευση (φοιτούν σε κάποιο εκπαιδευτικό ίδρυμα). Κατά τη διάρκεια του μαθητικού, σπουδαστικού, φοιτητικού τουρισμού, οι μαθητές, σπουδαστές και φοιτητές αντίστοιχα ταξιδεύουν στα πλαίσια διαφόρων προγραμμάτων με τη μαθησιακή τους ιδιότητα. Χωρίς την ιδιότητα αυτή, όταν ταξιδεύουν, απλά κάνουν τουρισμό νέων. Τα παραπάνω ταξίδια εκδηλώνονται συνήθως με την μορφή του κατασκηνωτικού τουρισμού ή με την μορφή εκδρομών (2-5 ημέρες) ή και μεγάλων εκδρομών (άνω των 5 ημερών).

2.2.6.Θρησκευτικός Τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κομμάτι της ελληνικής τουριστικής κίνησης και αφορά την επίσκεψη σε θρησκευτικούς τόπους λατρείας, όπως μοναστήρια και εκκλησίες. Τα μνημεία της ελληνικής Ορθοδοξίας είναι αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής κληρονομιάς και αποτελούν αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών. Οι βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί, τα ξωκλήσια, τα μοναστήρια, με την αξιόλογη εικονογράφησή τους, με ψηφιδωτά, τοιχογραφίες και εικόνες, μαρτυρούν την επίμονη προσήλωση με την θρησκευτική λατρεία.

Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά κυρίως ευσεβείς περιηγητές, φιλέρευνους τουρίστες, αλλά και θαυμαστές της βυζαντινής τέχνης, οι οποίοι, μέσα από πολιτιστικά οδοιπορικά στον ελληνικό χώρο, έρχονται σε επαφή με την πνευματικότητα της Ορθοδοξίας. Σε πολλές περιοχές της χώρας, ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να συναντήσει, επίσης, κτίσματα και μνημεία λατρείας διαφορετικών δογμάτων και θρησκειών, που συνυπάρχουν, αναδεικνύοντας το σπάνιο ιστορικό και πολιτισμικό παλίμψηστο του ελληνικού χώρου.

Ο θρησκευτικός τουρισμός χωρίζεται σε δύο κατηγορίες:

- A. προσκυνητές τουρίστες, στους οποίους επικρατεί το θρησκευτικό κίνητρο, επισκέπτονται μία περιοχή αποκλειστικά για την επίσκεψη στο θρησκευτικό χώρο
- B. τουρισμός θρησκευτικής κληρονομιάς, του οποίου οι τουρίστες ταξιδεύουν ομαδικά και συνδυάζουν το ταξίδι τους και με άλλες τουριστικές δραστηριότητες

Τα γενεσιουργά αίτια του θρησκευτικού τουρισμού:

1. το πανανθρώπινο θρησκευτικό συναίσθημα, το οποίο παρακινεί τους τουρίστες να μεταβαίνουν σε τόπους των θρησκευτικών εκδηλώσεων για να ικανοποιήσουν τις

θρησκευτικές τους ανάγκες

2. η διασπορά των θρησκευτικών μνημείων-τόπων λατρείας σε διαφορετικούς τόπους από τους τόπους που διαμένουν οι θρησκευόμενοι.

3. ο χαρακτηρισμός των μεγάλων χριστιανικών εορτών, σαν ημερών αργίας, γεγονός που επιτρέπει στους εργαζόμενους να απομακρύνονται από τις εργασίες τους, όπως και στους γονείς με παιδιά σχολικής ηλικίας,

4. η επιθυμία επιστροφής στις ρίζες, τάση που τα τελευταία χρόνια συνεχώς ενδυναμώνεται.

5. η επιθυμία φυγής από τα αστικά κέντρα, η οποία ενισχύεται από την πιεστική, αγχώδη, και κουραστική ζωή της πόλης και από τις ψυχοσωματικές επιβαρύνσεις του αστικού περιβάλλοντος.

Εκκλησίες - Μοναστήρια

Οι εκκλησίες, χώροι προορισμένοι να καλύψουν τις ανάγκες της χριστιανικής λατρείας, αποτελούν χαρακτηριστικό και αναπόσπαστο στοιχείο του ελληνικού τοπίου. Από τα λιτά, μονόχωρα ξωκλήσια έως τους επιβλητικούς εγγεγραμμένους σταυροειδείς ναούς, οι εκκλησίες ακολουθούν συγκεκριμένους αρχιτεκτονικούς τύπους που καθιερώθηκαν σταδιακά, από τους πρώτους αιώνες διάδοσης του χριστιανισμού.

Η διακόσμησή τους, ζωγραφική, ψηφιδωτή ή άλλη αντανακλά πάντα το ορθόδοξο δόγμα ακολουθώντας συγκεκριμένα τεχνοτροπικά ρεύματα και καθιερωμένα εικονογραφικά προγράμματα. Σημαντικοί αρχιτέκτονες, κτίστες ή ζωγράφοι έχουν συμβάλλει ανά τους αιώνες στην κατασκευή και διακόσμηση των ελληνικών εκκλησιών, πολλές από τις οποίες αποτελούν πλέον διατηρητέα μνημεία. Οι παλαιότερες εκκλησίες στον ελληνικό χώρο, οι σημαντικότερες από τις οποίες συναντώνται σε Θεσσαλονίκη, Νέα Αγχίαλο, Νικόπολη, Αθήνα και Κόρινθο, χρονολογούνται στους πρώτους Βυζαντινούς Αιώνες (4ος - 6ος αι. μ.Χ.).

Κατά την περίοδο αυτή σημαντικοί αρχαιοελληνικοί ναοί, όπως ο Παρθενώνας, το Ερεχθείο ή το «Θησείο» στην Αθήνα, μετατράπηκαν και λειτούργησαν ως εκκλησίες, ενώ πολλοί χριστιανικοί ναοί χτίστηκαν κοντά ή στη θέση γνωστών ειδωλολατρικών κέντρων (π.χ. σε Δαφνί, Ελευσίνα, Δελφούς, Επίδαυρο, Δήλο). Εκκλησίες χτίστηκαν όμως και σε χώρους συνδεδεμένους με πρόσωπα ή συμβάντα σημαντικά για τους χριστιανούς, όπως π.χ. οι χώροι ταφής μαρτύρων.

Οι ελληνικές εκκλησίες παρουσιάζουν έντονα τοπικό χαρακτήρα κατά την επόμε-

νη μεσοβυζαντινή περίοδο (7ος αι. μ.Χ. -1204), διαφέροντας αρκετά από τα αντίστοιχα μνημεία στην Κωνσταντινούπολη. Οι πλέον αξιόλογες συναντώνται στην Αττική, τη Βοιωτία, την Αργολίδα, τη Μάνη κ.α. Ορισμένες από αυτές αποτελούν Καθολικά μονών, δηλαδή τους κεντρικούς ναούς των Μοναστηριών στα οποία εντάσσονται οι εκκλησίες της υστεροβυζαντινής περιόδου (1204-1453).

Σε περιοχές όπως η Άρτα, η Βέροια, η Καστοριά, η Θεσσαλονίκη και ο Μιστράς, σώζονται ορισμένοι από τους πιο σημαντικούς ναούς που κτίστηκαν κατά τη διάρκεια της υστεροβυζαντινής περιόδου (1204-1453). Οι εκκλησίες, που κατασκευάστηκαν, εκείνη την εποχή, σε περιοχές υπό φραγκική ή ενετική κατοχή, υιοθέτησαν αρκετά δυτικά στοιχεία, είτε αρχιτεκτονικά είτε διακοσμητικά.

Οι εκκλησίες που κατασκευάζονται στον ελληνικό χώρο, κατά τους αιώνες της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας, είναι ιδιαίτερα λιτές. Εξαίρεση αποτελούν οι ναοί σε περιοχές που βρίσκονταν υπό ενετική ή δυτική εν γένει κυριαρχία (Κρήτη, Επτάνησα). Μετά τον Αγώνα της Ανεξαρτησίας η οικονομική δυσπραγία δεν επέτρεψε την οικοδόμηση μεγαλοπρεπών εκκλησιών. Εξαίρεση αποτελεί η Μητρόπολη Αθηνών, που χτίστηκε στα μέσα του 19^{ου} αιώνα, για να λειτουργήσει ως ο κεντρικός ναός στην πρωτεύουσα του νεοσύστατου ελληνικού κράτους. Ωστόσο από το τέλος του 19^{ου} αιώνα και κυρίως κατά τις πρώτες δεκαετίες του 20ου αιώνα, παρατηρείται μια νέα άνθηση στην εκκλησιαστική αρχιτεκτονική.

Όπως οι εκκλησίες, έτσι και τα μοναστήρια είναι στενά συνδεδεμένα με την ιστορία και την παράδοση της Ελλάδας. Ως μοναστήρι χαρακτηρίζεται το σύνολο των οικημάτων μέσα στα οποία διαβιούν μοναχοί ή γενικότερα τα μέλη μιας θρησκευτικής κοινότητας. Οι μονές απαρτίζονται συνήθως από έναν κεντρικό ναό (το λεγόμενο Καθολικό), παρεκκλήσια, τα κελιά των μοναχών, ξενώνες, την τράπεζα (τραπεζαρία), το μαγειρείο, τη βιβλιοθήκη κ.ά. Ο θεσμός του μοναχισμού πρωτοεμφανίστηκε τον 4^ο αιώνα μ.Χ. με τους αναχωρητές (ή ασκητές) στην έρημο της Αιγύπτου, και γρήγορα εξαπλώθηκε σε άλλες περιοχές της τότε Βυζαντινής Αυτοκρατορίας. Η μεγάλη ακμή του από τον 10ο αιώνα μ.Χ., συνδυάστηκε με την ίδρυση πολλών μοναστηριών. Η μεγαλύτερη μοναστηριακή κοινότητα στον ελληνικό χώρο, βρίσκεται στο Άγιο Όρος, γνωστό και ως «Το περιβόλι της Παναγίας».

Οι πρώτοι μοναχοί εγκαταστάθηκαν εκεί τον 5ο αιώνα μ.Χ. Το πρώτο κοινόβιο όμως ιδρύθηκε τον 10ο αιώνα, όταν ο Όσιος Αθανάσιος ο Αθωνίτης, θεμελίωσε τη Μονή Μεγίστης Λαύρας (963), η οποία διατηρεί έκτοτε πρωτεύουσα θέση μεταξύ των άλλων αθωνικών ιδρυμάτων.

Η ιδιαιτερότητα του Αγίου Όρους έγκειται στο ότι αποτελεί αυτοδιοίκητο τμήμα του ελληνικού κράτους, υπαγόμενο πολιτικά στο Υπουργείο Εξωτερικών και θρησκευτικά στη δικαιοδοσία του Οικουμενικού Πατριαρχείου της Κωνσταντινούπολης. Διαθέτει είκοσι αθωνικές μονές, οι οποίες λειτουργούν κοινοβιακά, επιβάλλουν δηλαδή κοινή λειτουργία, προσευχή, στέγη, σίτιση και εργασία στους μοναχούς. Οι τελευταίοι εκλέγουν και τον επικεφαλής της κάθε μονής, τον Ηγούμενο, που διατηρεί το τίτλο του δια βίου. Πλήθος κειμηλίων (χειρόγραφα, ιστορικά έγγραφα, χρυσόβουλα, φορητές εικόνες κ.ά.), έχουν θησαυριστεί στις μονές του Αγίου Όρους, το οποίο αποτελεί ακόμη άβατο για το γυναικείο πληθυσμό. Εκτός αυτών όμως και τα ίδια τα μοναστήρια αποτελούν πολιτιστικά μνημεία, μοναδικά όχι μόνο για την Ορθοδοξία και την Ελλάδα, αλλά για ολόκληρο τον κόσμο.

Το δεύτερο μεγαλύτερο και σημαντικότερο μοναστηριακό συγκρότημα του ελληνικού χώρου είναι τα Μετέωρα. Οι πρώτοι ερημίτες εγκαταστάθηκαν εκεί τον 11^ο αιώνα μ.Χ. Οι παλαιότερες μονές όμως ανάγονται στο 14^ο αιώνα μ.Χ. Από τα 24 αρχικά μοναστήρια σήμερα λειτουργούν μόνο τα έξι, ενώ τα υπόλοιπα είναι ερειπωμένα. Από αυτά οι μονές Μεταμορφώσεως του Σωτήρος, Βαρλαάμ, Αγ. Νικολάου, Ανάπαυσα και Αγ. Τριάδος, φιλοξενούν άνδρες μοναχούς ενώ οι μονές Ρουσσάνου και Αγ. Στεφάνου φιλοξενούν γυναίκες μοναχές. Οι μονές των Μετεώρων έχουν χαρακτηριστεί από την UNESCO ως μνημεία Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Σημαντικά μοναστηριακά μνημεία αποτελούν επίσης η Μονή Δαφνίου στην Αττική (11ος αι.), ο Όσιος Λουκάς στη Φωκίδα (11ος αι.), η Νέα Μονή Χίου (11ος αι.) κ.ά.



2.2.7. Τουρισμός Υγείας

Τουρισμός Υγείας, είναι ο τουρισμός όπου οι τουρίστες συμμετέχουν σε προγράμματα υγείας ή σε προγράμματα που σχετίζονται με την υγεία. Τα προγράμματα υγείας είναι: διατήρησης, πρόληψης, θεραπείας, ανάρρωσης και αποκατάστασης της υγείας με σύγχρονες ιατρικές μεθόδους, φυσικές μεθόδους και προγράμματα που σχετίζονται και επηρεάζουν την υγεία, όπως υγιεινής διαβίωσης, υγιεινής διατροφής, ενεργητικής άθλησης, ψυχικής ισορροπίας, ομορφιάς, αδυνατίσματος, κοινωνικής επανένταξης κτλ.

Ο Τουρισμός Υγείας περιλαμβάνει επιπλέον εναλλακτικές μορφές τουρισμού και συγκεκριμένα τις εξής:

- i. Θεραπευτικός τουρισμός
- ii. Ιαματικός τουρισμός
- iii. Τουρισμός φυσιοθεραπείας
- iv. Τουρισμός υγιεινής διαβίωσης
- v. Τουρισμός ομορφιάς
- vi. Θερμαλισμός ή θερμαλιστικός τουρισμός

Η φύση εκτός από τα σπάνια τοπία και τις ιδιαίτερες φυσικές ομορφιές, «χάρισε» στην Ελλάδα και πηγές με σημαντικές θεραπευτικές ιδιότητες, τα λεγόμενα «Ιαματικά

Λουτρά». Τα ιαματικά λουτρά αποτελούν μέρος του εθνικού πλούτου της χώρας, ενώ οι θεραπευτικές τους ιδιότητες ήταν γνωστές ήδη από τους αρχαίους χρόνους. Οι ιαματικοί φυσικοί πόροι είναι διάσπαρτοι στην ελληνική επικράτεια, ενώ τα νερά των συγκεκριμένων πηγών διαφέρουν από τα συνηθισμένα, είτε λόγω της υψηλής θερμοκρασίας είτε λόγω της παρουσίας σπάνιων δραστικών συστατικών. Τα νερά αυτά χαρακτηρίζονται ως μεταλλικά, εξαιτίας της θερμοκρασίας ή της γενικής τους χημικής σύστασης. Εκτός από τις ψυχρές μεταλλικές πηγές υπάρχουν και οι θερμοπηγές με τις οποίες οικοδομήθηκε ένας κλάδος θεραπευτικής αγωγής, η ιαματική υδροθεραπεία (θερμαλισμός).

Η γεωγραφική κατανομή των πηγών δεν είναι τυχαία, καθώς συνδέεται είτε με τεκτονικά γεγονότα, όπως για παράδειγμα στις περιπτώσεις των πηγών του Καϊάφα, της Κυλλήνης και του Λαγκαδά, είτε με ηφαιστειακές δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα στις περιπτώσεις των πηγών των Μεθάνων, της Μήλου, της Λέσβου, της Σαμοθράκης και της Λήμνου.

Η υδροθεραπεία είναι ιδιαίτερα σημαντική για την αντιμετώπιση πολλαπλών παθήσεων, όπως είναι τα αρθρικά και οι ρευματοπάθειες και διακρίνεται σε δύο είδη:

- την εσωτερική, η οποία περιλαμβάνει την ποσιθεραπεία (πόση ιαματικών νερών), εισπνοθεραπεία (εισπνοή των αερίων ή των σταγονιδίων των μεταλλικών νερών) και τις πλύσεις (στομαχικές, ρινικές, γυναικολογικές)
- την εξωτερική, η οποία περιλαμβάνει τα λουτρά, τις καταιονήσεις (για ορισμένο χρόνο το σώμα δέχεται το θερμομεταλλικό νερό, που έρχεται με ψηλή ή χαμηλή πίεση), τις υδρομαλάξεις (το σώμα δέχεται την πίεση του νερού), την υδροκινησιοθεραπεία (συνδυασμός λουτροθεραπείας και κινησιοθεραπείας, όσο το σώμα βρίσκεται στο νερό) και την πηλοθεραπεία (εφαρμογή πηλού, που έχει «ωριμάσει» σε σημεία του σώματος με διάφορες παθήσεις).

Η πελατεία του Τουρισμού Υγείας

Τουρισμό υγείας κάνουν οι άνθρωποι που έχουν προβλήματα υγείας ή που θέλουν να μάθουν να ζουν υγιεινά, αλλά παράλληλα έχουν και τουριστικές ανάγκες και προσπαθούν κατά την διάρκεια των διακοπών τους να επιτύχουν και την καλή αντιμετώπιση των προβλημάτων υγείας και την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών.

Η ημεδαπή πελατεία, που κατά κανόνα κάνει ιαματικό τουρισμό, αποτελείται από άτομα μέσης και τρίτης ηλικίας με προβλήματα υγείας και από τους συ-

νοδούς τους. Για τα άτομα αυτά η ανακούφιση της υγείας τους έχει πρωταρχική σημασία και η παροχή τουριστικών υπηρεσιών είναι απλα επιβοηθητική. Στον τουρισμό υγείας ικανοποιούνται και πρόσθετες ανάγκες που έχουν άτομα νεώτερης ηλικίας και μεγαλύτερων σωματικών δυνατοτήτων. Πολλές φορές μάλιστα οι υπόλοιπες ανάγκες, πλην αυτών της υγείας, έχουν πρωταρχική σημασία σε αντίθεση με τον ιαματικό τουρισμό. Στον τουρισμό υγείας αντιμετωπίζονται ανάγκες που ικανοποιεί η συμβατική ιατρική αλλά οι άνθρωποι που έχουν τις ανάγκες αυτές προτιμούν παράλληλα με την αντιμετώπισή τους να έχουν και τουριστικές δραστηριότητες.

Ιαματικά λουτρά στην Ελλάδα



- ο Λουτρά Τραϊανούπολης, Ν. Έβρου ο Θέρμες, Ν. Ξάνθης
- ο Λουτρά Ελεύθερων, Ν. Καβάλας ο Νιγρίτα, Ν. Σερρών
- ο Σιδηρόκαστρο, Ν. Σερρών
- ο Λαγκαδάς, Ν. Θεσσαλονίκης
- ο Νέα Απολλωνία, Ν. Θεσσαλονίκης
- ο Θέρμη, Ν. Θεσσαλονίκης
- ο Αγ. Παρασκευή, Ν. Χαλκιδικής

- ο Πικρολίμνη, Ν. Κιλκίς
- ο Λουτρά Αριδαίας, Ν. Εδέσσης
- ο Καρίτσα, Ν. Λαρίσης
- ο Λουτρά Καΐτσης, Ν. Καρδίτσας
- ο Λουτρά Σμοκόβου, Ν. Καρδίτσας
- ο Πυρσόγιαννη, Ν. Ιωαννίνων
- ο Λουτρά Καβασίων, Ν. Ιωαννίνων
- ο Καμμένα Βούρλα, Ν. Φθιώτιδας
- ο Θερμοπύλες, Ν. Φθιώτιδας
- ο Λουτρά Υπάτης, Ν. Φθιώτιδας
- ο Πλατυστόμιο, Ν. Φθιώτιδας
- ο Αιδηψός, Ν. Εύβοιας
- ο Κύμη, Ν. Εύβοιας
- ο Λουτρά Γιαλτρών, Ν. Εύβοιας
- ο Βουλιαγμένη, Ν. Αττικής
- ο Αίγινα, Ν. Αττικής
- ο Κυλλήνη, Ν. Ηλείας
- ο Καϊάφας, Ν. Ηλείας
- ο Λουτρά Υρμίνης, Ν. Αχαΐας
- ο Λουτράκι, Ν. Κορινθίας
- ο Μέθανα, Ν. Αργολίδας
- ο Βόνιτσα, Ν. Αιτ/νίας
- ο Λουτρά Αγ. Παρασκευής, Ν. Αιτ/νίας
- ο Θερμό, Ν. Αιτ/νίας
- ο Θερμά Σαμοθράκης, Ν. Έβρου
- ο Άνδρος, Ν. Κυκλάδων
- ο Κύθνος, Ν. Κυκλάδων
- ο Κίμωλος, Ν. Κυκλάδων
- ο Σαντορίνη, Ν. Κυκλάδων
- ο Καλλιθέα Ρόδου, Ν. Δωδεκανήσου
- ο Κως, Ν. Δωδεκανήσου
- ο Νίσυρος, Ν. Δωδεκανήσου
- ο Ικαρία, Ν. Σάμου

- ο Αγιάσματα Χίου, Ν. Χίου
- ο Παλαιοχώρι, Ν. Λέσβου
- ο Πολύχνιτος, Ν. Λέσβου
- ο Σκάλα, Ν. Λέσβου
- ο Ευφαλού, Ν. Λέσβου
- ο Λουτρά Θέρμης, Ν. Λέσβου
- ο Βλυχάδια Καλύμνου, Ν. Δωδεκανήσου
- ο Θερμών Παρανεστίου, Ν. Δράμας
- ο Κρηνίδων, Ν. Καβάλας
- ο Γενησσαίας, Ν. Ξάνθης
- ο Αγκίστρου, Ν. Σερρών
- ο Λουτροχωρίου Σκύδρας, Ν. Πέλλας
- ο Αμμουδαράς, Ν. Καστοριάς
- ο Αγραπιδιάς, Ν. Φλώρινας
- ο Κιβωτού, Ν. Γρεβενών
- ο Αμάραντου, Ν. Ιωαννίνων
- ο Πρεβέζης, Ν. Πρέβεζας
- ο Κόκκινου Νερού, Ν. Λάρισας
- ο Αγ. Βαρβάρου. Ν. Αιτωλοακαρνανίας
- ο Σουλαντά, Ν. Καρδίτσας
- ο Λουτρών Ωραίας Ελένης, Ν. Κορινθίας ο Κόλπου Γέρας, Ν. Λέσβου
- ο Αγ. Ιωάννου Λισβορίου, Ν. Λέσβου ο Θερμών Λήμνου, Ν. Λέσβου
- ο Αγιάσου, Ν. Λέσβου
- ο Αδάμαντος Μήλου, Ν. Κυκλάδων



Πηγή EOT(www.gnto.gr)

2.2.8.Κοινωνικός Τουρισμός

Σύμφωνα με το Διεθνές Γραφείο Κοινωνικού Τουρισμού (BITS:Bureau Internationale la Tourisme Social), κοινωνικός τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και διεργασιών που προκύπτουν από την επιδοτούμενη από την πολιτεία (βάσει ορισμένων προγραμμάτων), συμμετοχή στον τουρισμό των κοινωνικών στρωμάτων με χαμηλό εισόδημα. Η Ευρωπαϊκή Ένωση στο σχέδιο δράσης για την ανάπτυξη κατά προτεραιότητα, διαφόρων τομέων του τουρισμού ορίζει τον κοινωνικό τουρισμό σαν τη διευκόλυνση, εκ μέρους των κρατών-μελών, της πρόσβασης στον τουρισμό ομάδων ή ατόμων, που για διάφορες αιτίες, αλλά κυρίως για κοινωνικούς λόγους και για λόγους υγείας έχουν δυσκολίες να κάνουν διακοπές.

Στα μέτρα που προτείνει περιλαμβάνονται και τα μέτρα περιορισμού των εμποδίων που συναντούν τα άτομα με ειδικές ανάγκες στην πρόσβασή τους στον τουρισμό, εντάσσοντας τον τουρισμό ατόμων με ειδικές ανάγκες ή τον τουρισμό για όλους, όπως ονομάζεται στον κοινωνικό τουρισμό. Ο γενικός χαρακτηρισμός των δικαιούχων του κοινωνικού τουρισμού είναι «κοινωνικά στρώματα με χαμηλά εισοδήματα» (ορισμός BITS) ή «ομάδες ατόμων που για διάφορες αιτίες, αλλά κυρί-

ως για κοινωνικούς λόγους και για λόγους υγείας, έχουν δυσκολίες να κάνουν διακοπές» (ορισμός της Ε.Ε.)

Κάτω από αυτούς τους χαρακτηρισμούς μπορούν να υπαχθούν διάφορες κατηγορίες ατόμων, όπως:

1. εργαζόμενοι και συνταξιούχοι με χαμηλό εισόδημα
2. άνεργοι
3. άτομα με ειδικές ανάγκες, συμπεριλαμβανομένων και των υπερηλίκων
4. πολύτεκνοι των οποίων το εισόδημα είναι συνήθως ανεπαρκές λόγω των μεγάλων οικογενειακών δαπανών
5. πολιτικοί πρόσφυγες, αγρότες και αγρότισσες των οποίων η πρόσβαση στον τουρισμό είναι δύσκολη ή δεν έχουν την απαιτούμενη πληροφόρηση και εμπειρία
6. ανύπαντρες μητέρες και γυναίκες ή άντρες εν χηρεία που αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα οικονομικά προβλήματα
7. η νεολαία, για τα προγράμματα της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς, που δεν έχει δικό της εισόδημα και αντιμετωπίζει δαπάνες σπουδών
8. οι ασφαλισμένοι του ΙΚΑ, για τα προγράμματα της Εργατικής Εστίας, που κατά κανόνα είναι χαμηλόμισθοι και χαμηλοσυνταξιούχοι.

2.2.9.Θαλάσσιος Τουρισμός

Ο Θαλάσσιος Τουρισμός, είναι ο τουρισμός ο οποίος σχετίζεται με την πραγματοποίηση δραστηριοτήτων στη θάλασσα. Συνήθως αφορά την κολύμβηση και την αναψυχή στην παραλία, αλλά με την εναλλακτική του έννοια εμπεριέχει και λοιπές δραστηριότητες, όπως θαλάσσια σπορ, παρακολούθηση βυθού κλπ.

Ο πλούτος και η ποικιλία των ελληνικών θαλασσών, τα 15.000 χιλιόμετρα των ελληνικών ακτών, το πλήθος των νησιών, οι προστατευμένες θαλάσσιες περιοχές χιλιάδων τετραγωνικών χιλιομέτρων, το ήπιο κλίμα, τα υψηλά ποσοστά ηλιοφάνειας και το ενδιαφέρον και εναλλασσόμενο τοπίο, καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων θαλάσσιου τουρισμού. Το πλεονέκτημα αυτό ενισχύεται τόσο από τη ναυτική παράδοση χιλιετηρίδων, όσο και από τις ευνοϊκές για θαλάσσιους πλόες συνθήκες (τα ελληνικά πελάγη θεωρούνται ασφαλή από την σκοπιά των ναυτικών κινδύνων, οι αποστάσεις μεταξύ των ακτών είναι μικρές,

ενώ εξίσου ευνοϊκές είναι και οι συνθήκες που σχετίζονται με την ένταση των ανέμων και τις θερμοκρασίες περιβάλλοντος και θάλασσας).

Θαλάσσια σπορ

Θαλάσσιο-σκι

Το θαλάσσιο σκι «γεννήθηκε» γύρω στο 1900, από μια παρέα νεαρών που διασκεδάζε στα νερά μιας λίμνης των Η.Π.Α. Η μόδα εξαπλώθηκε γρήγορα, ενώ με την εμφάνιση όλο και πιο δυνατών μηχανών στα σκάφη, αυξήθηκε η ταχύτητα, η δυσκολία αλλά και η δημοφιλία του αθλήματος. Στην Ελλάδα, ο Ναυτικός Όμιλος Βουλιαγμένης (στην περιοχή της Αττικής) ήταν το πρώτο σωματείο, που το 1957 ίδρυσε τμήμα θαλάσσιου σκι, ενώ το 1963 ιδρύθηκε η Ελληνική Ομοσπονδία Θαλάσσιου Σκι, με στόχο τη διάδοση του αθλήματος στη χώρα. Το θαλάσσιο σκι είναι πλέον από τα πιο διαδεδομένα σύγχρονα σπορ του νερού και δεν χρειάζεται ιδιαίτερη εξάσκηση όταν γίνεται ερασιτεχνικά. Σε όλη την Ελλάδα υπάρχουν ιδιωτικές σχολές εκπαίδευσης, οι οποίες λειτουργούν σε οργανωμένες παραλίες ή στις εγκαταστάσεις μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων.



Ιστιοπλοΐα

Η ιστιοπλοΐα είναι ένα άθλημα που συνδέεται άρρηκτα με τον ελληνικό λαό, μέσα από τη μακρόχρονη ιστορία της χώρας και τη μακραίωνη θαλασσινή παράδοσή

της. Σήμερα, είναι ένα από τα δημοφιλέστερα αθλήματα και χιλιάδες Έλληνες ασκούνται συστηματικά (ως πρωταθλητές ή απλοί αθλητές), σε όλους τους τύπους ιστιοπλοϊκών σκαφών.

Ιστιοσανίδα(Windsurfing)

Η ιστιοσανίδα (windsurfing) είναι ένα συναρπαστικό άθλημα για όλους τους ανθρώπους, ανεξαρτήτως ηλικίας και φύλου. Δεν απαιτεί ιδιαίτερη σωματική δύναμη, τουλάχιστον στην αρχή, τον κυριότερο ρόλο παίζει η σωστή τεχνική. Εκτός από διασκέδαση και ολυμπιακό άθλημα, το windsurfing έχει γίνει και επαγγελματικό σπορ από το 1985, καθώς και άθλημα επιδείξεων και αγώνων σε κλειστούς χώρους, όπου δημιουργούνται τεχνητά απαραίτητες συνθήκες.

Καθώς στην Ελλάδα, οι καιρικές συνθήκες είναι ιδανικές (ήπιο κλίμα, κατάλληλη ένταση ανέμων κ.λπ.), το άθλημα έχει γνωρίσει θεαματική ανάπτυξη και ολοένα και περισσότεροι Έλληνες ασχολούνται συστηματικά με αυτό. Μάλιστα, τα τελευταία χρόνια, κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, πραγματοποιούνται σε διάφορα σημεία της χώρας ευρωπαϊκοί και παγκόσμιοι αγώνες (τουρνουά) και πρωταθλήματα, μερικοί από τους οποίους είναι από τους σημαντικότερους διεθνώς. Στις περισσότερες οργανωμένες παραλίες της χώρας, έχετε τη δυνατότητα να χαρείτε το άθλημα της ιστιοσανίδας ή να πάρετε μαθήματα από εξειδικευμένους εκπαιδευτές. Ενδεικτικά (και μόνο) σημεία, όπου μπορεί κάποιος να κάνει Οργανωμένα windsurfing είναι:

-Αττική: στις παραλίες Αναβύσσου, Βάρκιζας, Λαυρίου, Λούτσας, Ραφήνας, Σχοινιά (Μαραθώνα) και Γαλάζια Ακτή (Μαραθώνα)

-Κυκλάδες: στην Πάρο (παραλίες Χρυσή Ακτή, Νέα Χρυσή Ακτή, Τσουκαλιά, Σάντα Μαρία και Πούντα), στη Μύκονο (παραλίες Φτελιά και Καλαφάτης), στη Νάξο (παραλίες Άγιος Γεώργιος και Μικρή Βίγλα), στην Ίο (παραλία Μυλόποτας), στη Σαντορίνη κ.α.

-Δωδεκάνησα: στη Ρόδο (παραλίες Τριάντα, Φανές, Πρασσονήσι και Θεολόγος), στην Κάρπαθο (Όρμος του Διαβόλου), στην Κω κ.α.

-Πάτρα (Πελοπόννησος): στις παραλίες Δρέπανο και Ζαχάρω

-Ιόνια νησιά: στη Λευκάδα (παραλία Βασιλική), στη Ζάκυνθο

-Κρήτη

-Σποράδες:στηνΣκιάθο

-Μακεδονία: στο νομό Θεσσαλονίκης (παραλίες Αγία Τριάδα και Νέα Μηχανιώνα και στη λίμνη Βόλβη), στη Χαλκιδική (παραλία Sunny Beach)

Καταδυτικός-τουρισμός

Η ιδιαίτερη καθαρότητα των ελληνικών θαλασσών και ο τεράστιος πλούτος του βυθού, αποτελούν πόλο έλξης για όσους αναζητούν τη μαγεία της υποβρύχιας εξερεύνησης.

Με μάσκα επιτρέπεται παντού η ελεύθερη κατάδυση, ενώ η κατάδυση με τη χρήση φιαλών ατμοσφαιρικού αέρα (80% άζωτο + 20% οξυγόνο) απαγορεύεται σε περιοχές με υποθαλάσσιες αρχαιοτήτες. Στην Ελλάδα λειτουργούν δεκάδες σχολές καταδύσεων, που υπόκεινται σε ειδική άδεια του Υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας.

Όλοι οι αυτοδύτες υποχρεούνται να συμφωνούν και να τηρούν τους κανονισμούς και τους περιορισμούς του νόμου 5351/32 περί αρχαιοτήτων. Υποβρύχιες δραστηριότητες με καταδυτικό εξοπλισμό επιτρέπονται από την ανατολή μέχρι τη δύση του ηλίου. Ειδικότερα, οι ενδιαφερόμενοι θα πρέπει να γνωρίζουν ότι απαγορεύεται:

- το ψάρεμα με εξοπλισμό αυτόνομης κατάδυσης (το ψαροντούφεκο με μπουκάλες).
- η φωτογράφιση, η αφαίρεση ή η μεταφορά αρχαιοτήτων. Σε περίπτωση εντοπισμού αρχαίων πρέπει αμέσως να το αναφέρετε στην πλησιέστερη αρχαιολογική υπηρεσία του Υπουργείου Πολιτισμού (ή στην Εφορεία Εναλίων Αρχαιοτήτων), λιμενική ή αστυνομική αρχή.
- η χρήση και κατοχή (πάνω σε πλοίο) ειδικού εξοπλισμού ανεύρεσης αρχαιοτήτων.



Κρουαζιέρες

Η Ελλάδα, ως τουριστικός προορισμός, αποτελεί ιδυλλιακό χώρο για να πραγματοποιήσετε ολιγοήμερες ή πολυήμερες κρουαζιέρες, καθώς διαθέτει πολλά νησιά και λιμάνια που μπορείτε να επισκεφθείτε, αλλά και ιδανικό κλίμα, το οποίο επιτρέπει ένα ευχάριστο ταξίδι τις περισσότερες εποχές του χρόνου.

Επιπλέον, μια κρουαζιέρα στις ελληνικές θάλασσες σας δίνει την ευκαιρία να επισκεφθείτε σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους, μοναδικές εκκλησίες και μοναστήρια, μνημεία νεώτερων χρόνων, εξαιρετικά ενδιαφέροντα μουσεία και παραδοσιακούς οικισμούς αλλά και να απολαύσετε τις φυσικές ομορφιές πολλών περιοχών της χώρας. Στην Ελλάδα λειτουργούν αρκετές εταιρείες, που διοργανώνουν κρουαζιέρες στις ελληνικές θάλασσες και στα ελληνικά νησιά, ενώ και ξένες εταιρείες δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτό.

2.2.10.Αθλητικός Τουρισμός

Ο Αθλητικός Τουρισμός, είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας οι τουρίστες ασκούνται, γυμνάζονται, παίζουν ή αθλούνται και συγκεκριμένα επιδίδονται σε ένα ή περισσότερα αγωνίσματα. Η μορφή αυτή του τουρισμού ονομάζεται ειδικότερα αθλητικός τουρισμός, τουρισμός ανάπαυσης ή αναψυχή. Όταν οι ασχολούμενοι με τον αθλητισμό (αθλητές, προπονητές, συνοδοί, βοηθητικό προσωπι-

κό, οπαδοί) ταξιδεύουν για να συμμετάσχουν σε αθλητικούς αγώνες, αλλά πριν, κατά τη διάρκεια και μετά τους αγώνες αναπτύσσουν τουριστικές δραστηριότητες, τότε προκύπτει η εναλλακτική μορφή του αθλητικού τουρισμού επιδόσεων ή άμιλλας.

Η Ελλάδα, χώρα όπου γεννήθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, είναι ιδανική για την ανάπτυξη αθλητικών δραστηριοτήτων καθώς και για την τέλεση αθλητικών αγώνων. Τις τελευταίες δεκαετίες, στη χώρα μας, διοργανώνονται όλο και συχνότερα μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις σε πολλά σπορ (παγκόσμια πρωταθλήματα, πανευρωπαϊκοί αγώνες, σημαντικά διεθνή τουρνουά κ.ά.), με κορυφαίο γεγονός τους Ολυμπιακούς Αγώνες 2004, στην Αθήνα. Οι αθλητικές αυτές διοργανώσεις συνέβαλαν σημαντικά στην κατασκευή, σε όλη την επικράτεια, πολλών σύγχρονων μεγαλύτερων ή μικρότερων αθλητικών εγκαταστάσεων, σταδίων και προπονητικών κέντρων για ένα ευρύ φάσμα αθλημάτων, όπου σήμερα οι κάτοικοι αλλά και οι επισκέπτες κάθε περιοχής έχουν την δυνατότητα να ασκηθούν στο αγαπημένο τους σπορ (στίβος, ποδόσφαιρο, βόλεϊ, μπάσκετ, τένις, γκολφ, κτλ).

Σπορ και Αθλήματα

Γκολφ

Είναι ένα από τα αθλήματα, που τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται ραγδαία στην Ελλάδα και αποκτούν ολοένα και περισσότερους φίλους. Σήμερα, σε όλη τη χώρα λειτουργούν πέντε γήπεδα γκολφ διεθνών προδιαγραφών (18 οπών), που βρίσκονται στην Αθήνα (Γλυφάδα), την Κέρκυρα, τη Ρόδο, τη Χαλκιδική και τη Χερσόνησο Κρήτης, καθώς και ένα γήπεδο 9 οπών στην Ελούντα Κρήτης, στα οποία εξασκούνται συστηματικά περισσότεροι από 1.300 παίκτες.

Ιππασία

Το άθλημα της ιππασίας ξεκίνησε στην Ελλάδα λίγο πριν τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, με πρωτοβουλία μιας ομάδας ανωτέρων αξιωματικών του στρατού και απλών «Φιλίππων», όταν ιδρύθηκε ο Ελληνικός Ιππικός Όμιλος (Ε.Ι.Ο.), σε ένα κτήμα στο Χολαργό Αττικής. Μεταπολεμικά, ο Ε.Ι.Ο. μετακινήθηκε σε νέες εγκαταστάσεις στον Παράδεισο Αμαρουσίου (Αττικής), συγκεντρώνοντας το ενδιαφέρον πολλών Αθη-

ναίων που διέθεταν τις προϋποθέσεις να ασχοληθούν με την ιππασία. Αποτέλεσε, έτσι, τον πρώτο σημαντικό πυρήνα ανάπτυξης της αγωνιστικής ιππασίας στην Ελλάδα. Από τότε μέχρι τις μέρες μας, η ιππασία αναπτύσσεται συνεχώς στη χώρα μας και θεωρείται ένα από τα ανερχόμενα αθλήματα, με μεγάλη απήχηση στον κόσμο και κυρίως στην νεολαία. Κάθε χρόνο, νέοι όμιλοι ιδρύονται, νέα μέλη εγγράφονται και νέοι ιππείς εμφανίζονται στους αγωνιστικούς στίβους. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι, σήμερα, λειτουργούν πάνω από 50 περίπου ιππικοί όμιλοι (και σχολές ιππασίας), από τους οποίους οι 46 είναι αναγνωρισμένοι από την Ελληνική Ομοσπονδία Ιππασίας. Η αθλητική δύναμη της ιππασίας ανέρχεται σε 2.450 αθλητές και περίπου 1000 αθλητικά άλογα.

Εκτός από την αγωνιστική ιππασία, μπορεί κάποιος να συμμετέχει και σε προγράμματα ιππασίας τόσο για αρχάριους όσο και για πιο έμπειρους αναβάτες, τα οποία πραγματοποιούνται σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους και αγροκτήματα (ιππικά κέντρα), που βρίσκονται σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας. Εκεί, ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό με εκπαιδευμένα άλογα θα σας αποκαλύψει τα πρώτα βασικά μυστικά της ιππασίας, τηρώντας όλους τους κανόνες ασφάλειας, ενώ έχετε την ευκαιρία να κάνετε και ιππικές διαδρομές, διάρκειας μερικών ωρών, σε φυσικά μονοπάτια και πανέμορφους ορεινούς όγκους.

Τένις (Αντισφαίριση)

Στη σύγχρονη υπερεκατονταετή ιστορία του ελληνικού αθλητικού και Ολυμπιακού κινήματος, ελάχιστα αθλήματα δηλώνουν διαρκώς «παρών» και ανάμεσά τους εξέχουσα θέση κατέχει η αντισφαίριση (τένις). Αρχικά, εμφανίστηκε ως άθλημα της αστικής κοινωνίας στις παραμονές των Α' Ολυμπιακών Αγώνων του 1896 (Αθήνα), στους οποίους και συμμετείχε συμβάλλοντας ενεργά στην αναγέννησή τους, αλλά σήμερα, είναι ένα εξαιρετικά δημοφιλές άθλημα και εκατοντάδες χιλιάδες Έλληνες ασκούνται σ' αυτό σε ερασιτεχνική ή επαγγελματική βάση. Το ήπιο κλίμα της χώρας βοηθά σημαντικά στην εξάσκηση του σπορ, ενώ εκτός από τα γήπεδα που διαθέτουν οι κατά τόπους σύλλογοι αντισφαίρισης, πολλές ξενοδοχειακές μονάδες έχουν επίσης ειδικές εγκαταστάσεις για τένις (αντισφαίριση).

Αιωροπτερισμός - Αλεξίπτωτο πλαγιάς (parapente)

Στον αιωροπτερισμό ο πιλότος είναι «κρεμασμένος» (δεμένος με ειδική ζώνη) κάτω από το αιωρόπτερο (μία πτητική κατασκευή, που αποτελείται από πανί dacron και σωλήνες αλουμινίου αεροπορικού κράματος), με τέτοιο τρόπο ώστε το σώμα του να αιωρείται στο κενό σαν εκκρεμές. Μετακινώντας το βάρος του κατάλληλα και αξιοποιώντας τα ανοδικά ρεύματα του αέρα, ο πιλότος ακολουθεί την επιθυμητή κατεύθυνση, κινούμενος σε τρεις άξονες: τον διαμήκη, τον εγκάρσιο και τον κάθετο.

Ανάλογα με το βαθμό εκπαίδευσης του, μπορεί να φτάσει σε ύψος 5.000 μέτρων και να παραμείνει στον αέρα επί 10 συνεχείς ώρες. Το άθλημα ξεκίνησε τη δεκαετία του 1970 στις Η.Π.Α. και την Αυστραλία, γνωρίζοντας σημαντική ανάπτυξη. Τα επόμενα χρόνια, το άθλημα έγινε γνωστό σε παγκόσμιο επίπεδο και σήμερα είναι ιδιαίτερα δημοφιλές σε πάνω από πενήντα χώρες, σε όλο τον πλανήτη. Από το 1985 έχει χαρακτηριστεί ως Ολυμπιακό Άθλημα, αλλά ακόμα δεν έχει περιληφθεί ως αγώνισμα στο πρόγραμμα των Ολυμπιακών Αγώνων. Στην Ελλάδα, εμφανίστηκε το 1978 και το 1999 εντάχθηκε στην Ελληνική Αεραθλητική Ομοσπονδία (ΕΛ.Α.Ο.). Σήμερα, στη χώρα ο αιωροπτερισμός γίνεται ολοένα και πιο δημοφιλής, με αποτέλεσμα να υπάρχουν, πλέον, πολλά σωματεία που ασχολούνται με το άθλημα και μπορούν να παρέχουν υπηρεσίες εκπαίδευσης στους ενδιαφερομένους.

Το αλεξίπτωτο πλαγιάς (parapente) έλαβε το όνομά του από τις γαλλικές λέξεις parachute (αλεξίπτωτο) και pent (πλαγιά). Η ιστορία του ξεκινά τη δεκαετία του 1960 από ένα πρόγραμμα της αμερικανικής N.A.S.A., αλλά οι ουσιαστικές του βάσεις τέθηκαν στα μέσα της δεκαετία του 1980, στη Γαλλία. Το άθλημα απαιτεί καλή φυσική κατάσταση, άριστη τεχνική, ψυχική και πνευματική διαύγεια, παρατηρητικότητα, αλλά και γνώσεις μετεωρολογίας και αεροδυναμικής, που παρέχονται από ειδικούς εκπαιδευτές.

Ανάλογα με τον καιρό, το αλεξίπτωτο πλαγιάς μπορεί να φτάσει μέχρι ύψους 4.000 μέτρων και να διανύσει απόσταση 2-2,5 χλμ. Οι πτήσεις διαρκούν μερικές ώρες και οι ταχύτητες που αναπτύσσονται κυμαίνονται ανάμεσα στα 48 και 60 χλμ/ώρα. Η Ελλάδα διαθέτει ιδανικό κλίμα για πτήσεις με αλεξίπτωτο πλαγιάς, καθώς όσο πιο ξηρό είναι το κλίμα μιας περιοχής ή μιας χώρας, τόσο καταλληλότερο είναι για την ανάπτυξη του αθλήματος.

2.2.11.Γεωτουρισμός

Γεωπολιτιστικά μονοπάτια & Γεωμυθότοποι

Ο γεωτουρισμός θεωρείται μια νέα μορφή πολιτιστικού και περιβαλλοντικού τουρισμού, που μπορεί να αναπτυχθεί σε περιοχές που διαθέτουν σημαντικά γεωλογικά μνημεία, τα οποία μπορούν να αποτελέσουν πόλο προσέλκυσης τουριστών ειδικού ενδιαφέροντος.

Κύριος στόχος του είναι η σύνδεση των στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντος με τη γεωλογική κληρονομιά κάθε τόπου, τα πολιτιστικά μνημεία και τις παραδόσεις του.

Μεμονωμένες περιπτώσεις ανάδειξης και αξιοποίησης γεωλογικών μνημείων υπάρχουν σε ολόκληρη την Ευρώπη. Κυριότερο παράδειγμα γεωτουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα αποτελεί το απολιθωμένο δάσος Λέσβου και οι πολλαπλές δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε αυτό, από το μουσείο Φυσικής Ιστορίας της περιοχής (εκπαιδευτικές δραστηριότητες, διοργάνωση εκδηλώσεων και διεθνών συνεδρίων κ.τ.λ.). Το παράδειγμα αυτό αποδεικνύει τις θετικές επιδράσεις του γεωτουρισμού στην περιφερειακή αναπτυξιακή διαδικασία (αύξηση εισοδημάτων, δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, συγκράτηση του πληθυσμού, προσέλκυση επιστημονικού ενδιαφέροντος).

Η ανάπτυξη του γεωτουρισμού απαιτεί τη δημιουργία των απαραίτητων υποδομών (ενημερωτικά περίπτερα, σήμανση διαδρομών, δημιουργία κέντρων περιβαλλοντικής ενημέρωσης εκπαίδευσης κ.τ.λ.), καθώς και παραγωγή γεωτουριστικών προϊόντων (ενημερωτικοί οδηγοί, αναμνηστικά είδη κ.τ.λ.). Για την ανταλλαγή εμπειριών και απόψεων σχετικά με το θέμα αυτό και τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών συστάθηκε το δίκτυο ευρωπαϊκών γεωπάρκων, στο οποίο συμμετέχει και η Ελλάδα.

Ενδεικτικά, αναφέρονται άλλα παραδείγματα περιοχών αξιόλογου γεωτουριστικού δυναμικού:

- Το φαράγγι της Σαμαριάς Κρήτης
- Τα Μετέωρα
- Το Ηφαίστειο της Σαντορίνης.

Γεωμυθολογικά μονοπάτια

Ο ελλαδικός χώρος βρίσκεται στο μέτωπο σύγκρουσης της ευρασιατικής και της αφρικανικής πλάκας (ελληνικό τόξο), και είναι μια από τις πιο ενεργές περιοχές του γήινου φλοιού, τόσο από τεκτονική, όσο και σεισμική άποψη. Παράλληλα, αρκετά στοιχεία της ελληνικής μυθολογίας σχετίζονται με γεωλογικά φαινόμενα. Γεωλογικά φαινόμενα ή τόποι γεωλογικού ενδιαφέροντος οι οποίοι σχετίζονται με κάποιο μυθικό πρόσωπο-ήρωα, μπορούν να ενταχθούν σε ειδική κατηγορία δραστηριοτήτων γεωτουρισμού, στη δημιουργία γεωμυθολογικών διαδρομών. Για τους λόγους που αναφέρθηκαν παραπάνω, ο ελλαδικός χώρος ευνοεί την ανάπτυξη των γεωμυθολογικών διαδρομών.

2.2.12.Ορεινός-Ορειβατικός Τουρισμός

Στον Ορεινό Τουρισμό υπάγεται ο τουρισμός ορεινών αθλημάτων (απλή ορειβασία, τεχνητή ορειβασία, αναρριχήσεις), ο τουρισμός της ορεινής ποδηλασίας και ο τουρισμός ορεινών κατασκηνώσεων. Ο Ορειβατικός Τουρισμός είναι υπάλληλη έννοια του ορεινού τουρισμού και περιλαμβάνει μόνο την ορειβασία και τις αναρριχήσεις. Επειδή το κύριο χαρακτηριστικό του ορεινού τουρισμού είναι ότι αναπτύσσεται στις ορεινές περιοχές, κρίνεται σκόπιμο να οριστούν οι περιοχές αυτές σύμφωνα με τον γεωγραφικό κατακόρυφο διαμελισμό.

i. Λοφώδεις περιοχές, είναι εκείνες που καλύπτονται από λόφους χαμηλούς και ομαλούς με ύψος 300 έως 500 μέτρα, βατούς και προσπελάσιμους καθ' όλη τη διάρκεια του έτους

ii. Μέσες ορεινές ή ημιορεινές περιοχές, που καλύπτονται από βουνά ύψους μέχρι 1500 μέτρα με στρογγυλές κορυφές και όχι απότομες πλαγιές, βατές και προσπελάσιμες όλο το έτος εκτός από τον χειμώνα, οπότε οι βόρειες ημιορεινές περιοχές είναι δυνατόν να καλύπτονται από χιόνια.

iii. Ορεινές περιοχές, που είναι αυτές που καλύπτονται από βουνά με υψόμετρο πάνω από 1500 μέτρα και είναι εύκολα προσπελάσιμες μόνο κατά την διάρκεια του καλοκαιριού.

2.2.13.Χιονοδρομικός Τουρισμός και Τουρισμός Χειμερινών

Αθλημάτων

Χιονοδρομικός Τουρισμός, είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι οι χιονοδρομίες. Τις τελευταίες δεκαετίες, η χιονοδρομία και το άθλημα του σκι έγιναν εξαιρετικά δημοφιλή στην Ελλάδα. Σήμερα, στο ηπειρωτικό τμήμα της χώρας λειτουργούν συνολικά 19 χιονοδρομικά κέντρα σύγχρονων προδιαγραφών, που αποτελούν σημαντικούς πόλους για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων χειμερινού τουρισμού και είναι ιδιαίτερα προσφιλή τόσο στους Έλληνες, όσο και στους ξένους επισκέπτες της χώρας. Τουρισμός χειμερινών αθλημάτων (χιονοδρομικών ή παγοδρομικών) είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι η ενασχόλησή τους με τα χειμερινά αθλήματα. Σαν χειμερινά αθλήματα εννοούνται τα χιονοδρομικά και παγοδρομικά αθλήματα, τα αθλήματα δηλαδή που διεξάγονται πάνω στο χιόνι ή στον πάγο.

2.2.14.Περιπατητικός Τουρισμός

Ο Περιπατητικός Τουρισμός, ορίζεται ως η πραγματοποίηση τουριστικών δραστηριοτήτων, που αφορούν τη διενέργεια περιπατητικών εκδρομών διαμέσου περιοχών αξιόλογης αισθητικής, περιβαλλοντικής και πολιτιστικής αξίας. Η πεζοπορία σαν φυσική σωματική δραστηριότητα είναι συμφυής της ανθρώπινης σωματικής οντότητας, εύκολη στην εξάσκησή της και προσιτή σε όλους. Η πεζοπορία γίνεται σε βατές λοφώδεις και ημιορεινές περιοχές με σκοπό την ήπια σωματική άθληση μέσα σε ένα παρθένο φυσικό περιβάλλον και με τη δυνατότητα περιήγησης και επίσκεψης αξιοθέατων περιοχών που βρίσκονται κοντά στα μονοπάτια της πεζοπορίας.

Ο περιπατητικός τουρισμός αλληλοσυνδέεται σε πολλές περιπτώσεις με τον οικοτουρισμό. Η βασική διαφορά των δύο έγκειται στο ότι ο οικοτουρισμός προϋποθέτει τη συμμετοχή του επισκέπτη για τη διατήρηση του τοπίου και της οικολογικής ισορροπίας, ενώ ο περιπατητικός τουρισμός όχι. Η Ελλάδα άργησε να δημιουργήσει ολοκληρωμένο δίκτυο αυτοκινητοδρόμων, πέραν των βασικών

οδικών αρτηριών που διέσχιζαν τη χώρα. Μέχρι τότε, η επικοινωνία πραγματοποιούνταν κυρίως, μέσω των μονοπατιών, τα οποία οι γεροντότεροι κάτοικοι των ορεινών χωριών αναφέρουν ακόμα σαν «δημοσιά» (δημόσιος, κεντρικός δρόμος), διότι γι' αυτούς αποτελούσε τη σημαντικότερη οδική πρόσβαση.

Παρ'όλο που κάποια από τα παλιά μονοπάτια και τα πετρόκτιστα καλντερίμια, αληθινά έργα τέχνης, έχουν γίνει ασφαλτοστρωμένοι δρόμοι, τα περισσότερα από αυτά ξεγλιστρούν ανάμεσα στους δρόμους και συνεχίζουν να υπάρχουν και να διατρέχουν βουνά, λόγγους και χαράδρες. Έτσι, τα τελευταία χρόνια, με διάφορες χρηματοδοτήσεις και από ποικίλους φορείς (δήμους ορειβατικούς συλλόγους, ιδιώτες κ.α.) συντηρήθηκαν, αναβίωσαν και σηματοδοτήθηκαν μεγάλα τμήματά τους σε όλη την Ελλάδα, δημιουργώντας ένα ευρύ δίκτυο συνολικού μήκους, περίπου, 3.500 χλμ.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο Εναλλακτικός Τουρισμός, προσδιορίζεται από εκείνες τις μορφές τουρι-

σμού, οι οποίες συνδέονται με τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές κοινοτικές αξίες που επιτρέπουν τόσο στους «οικοδεσπότες» όσο και στους «φιλοξενούμενους» να υφίστανται τις θετικές αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες. Είναι μία έννοια τουρισμού, η οποία δεν καταστρέφει το περιβάλλον και δεν επιφέρει τις αρνητικές επιπτώσεις που προκαλεί ο μαζικός τουρισμός στις περιοχές που αναπτύσσεται.

Θεωρείται μικρής κλίμακας ανάπτυξης του τουρισμού, που προέρχεται και οργανώνεται από τον τοπικό πληθυσμό ή τους τοπικούς φορείς. Ο τρόπος ανάπτυξης έχει αφενός λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις κοινωνικές και πολιτιστικές και αφετέρου έχει μεγαλύτερες πιθανότητες ευνοϊκής αποδοχής από τον τοπικό πληθυσμό συγκριτικά με το μαζικό τουρισμό.

3.1.Επιπτώσεις / οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού για τους επιχειρηματίες, την τοπική κοινωνία & την εθνική οικονομία

Οι θετικές επιδράσεις της ανάπτυξης των διαφόρων μορφών του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα εντοπίζονται στο οικονομικό, κοινωνικό, πολιτισμικό και περιβαλλοντικό επίπεδο της χώρας. Σε επιχειρηματικό επίπεδο, ο εναλλακτικός τουρισμός συμβάλλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Αυτό είναι καθοριστικό για τις ευαίσθητες, από άποψη εργασίας, κοινωνικές ομάδες των νέων και των γυναικών.

Μπορεί να ενεργοποιήσει άμεσα θέσεις εργασίας μέσω ξενοδοχείων, εστιατορίων, πωλήσεων αναμνηστικών αντικειμένων αλλά και έμμεσα με την παροχή αγαθών και υπηρεσιών που χρειάζονται από τις επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον εναλλακτικό τουρισμό. Ακόμα, αναπτύσσεται συνήθως από τον τοπικό πληθυσμό, δημιουργώντας συμπληρωματικά εισοδήματα για τις οικογένειες και συγκρατώντας τον κόσμο στις εστίες του. Αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία στις περιοχές που αντιμετωπίζουν σημαντική πληθυσμιακή μείωση και δημογραφική γήρανση.

Η συμπληρωματικότητα του εισοδήματος αποτελεί θεμελιακό στοιχείο και εισάγει αυτομάτως την αναπτυξιακή και κοινωνική διάσταση στην έννοια «εναλλακτικός τουρισμός». Δεν αποτελεί τουριστική δραστηριότητα που θα υποκαταστήσει την ήδη υπάρχουσα απασχόληση του ντόπιου πληθυσμού, αλλά -αντιθέτως- είναι αυτός που θα την στηρίξει και θα την ενισχύσει. Αυτό σημαίνει μεγαλύτερο διαθέσιμο

εισόδημα και βελτίωση των όρων ζωής.

Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού συμβάλλει τα μέγιστα στην τοπική, περιφερειακή ανάπτυξη αφού η ύπαρξη του συντελεί στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, μέσω της δημιουργίας της απαραίτητης τουριστικής υποδομής ήπιας κλίμακας, η οποία εναρμονίζεται με το φυσικό περιβάλλον. Αναπτυξιακά έργα υποδομής και ανωδομής, που πιθανά να καθυστερούσαν για μεγάλα χρονικά διαστήματα, υλοποιούνται εξαιτίας της τουριστικής ανάπτυξης.

Σ' αυτά τα έργα περιλαμβάνονται βελτιώσεις σε θέματα υγιεινής και συγκοινωνιών, δίκτυα παροχής ηλεκτρικού ρεύματος, παροχής τηλεπικοινωνιών, νέες αθλητικές και αναψυχικές εγκαταστάσεις, εστιατόρια, δημόσιοι χώροι, καθώς και μία μαζική εισροή καλύτερης ποιότητας αγαθών και ειδών διατροφής. Η περιφερειακή ανάπτυξη συνδυάζεται με την προστασία και την ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος, δε δρα ανταγωνιστικά προς τους φυσικούς πόρους. Αντίθετα, συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση τόσο των μόνιμων κατοίκων όσο και των επισκεπτών στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Η επαφή του τουρίστα-επισκέπτη με τα οικοσυστήματα, εντείνει την οικολογική συνείδηση και ευαισθητοποίηση με σκοπό την ενεργό συμμετοχή του στην προστασία της φύσης. Η εκμετάλλευση του πλούτου της περιοχής γίνεται από τους ντόπιους επιχειρηματίες, που δεν παραβλέπουν την πολιτιστική κληρονομιά. Έτσι δίνεται η ευκαιρία στην τοπική κοινωνία να αναπτύξει και να διατηρήσει τη λαογραφία, την τοπική αρχιτεκτονική, να αναβιώσει εργασίες και τέχνες ξεχασμένες για να παράγει παραδοσιακά προϊόντα, τοπικά έθιμα και να οργανώσει πολιτιστικές εκδηλώσεις. Όλα αυτά συντηρούν και δεν αλλοιώνουν το χαρακτήρα της περιοχής, αναδεικνύοντας τη διαφορετικότητα και τη μοναδικότητα του κάθε τόπου. Θεωρητικά ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που στην ιδανική περίπτωση ισοκατανέμει τους τουρίστες και το σύνολο της τουριστικής δραστηριότητας σε όλους τους μήνες του έτους, αμβλύνοντας έτσι το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας και τη διαφοροποίηση των τουριστικών περιόδων, που ως γνωστόν, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού.

Αποτελεί λύση για την αποκέντρωση του τουριστικού κυκλώματος, καταργεί την τοπική και χρονική υπερσυγκέντρωση τουριστών αλλά και τη μείωση του κοινωνικού κόστους ανάπτυξης του τουρισμού, αστικών περιοχών που έχει επι-

φέρει ο μαζικός τουρισμός.

Ακόμα, ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί πηγή εσόδων για την ελληνική οικονομία. Οι κύριες θετικές οικονομικές επιδράσεις σχετίζονται με κέρδη συναλλάγματος και τις συνεισφορές στα κρατικά έσοδα. Οι τουριστικές δαπάνες, η εξαγωγή και η εισαγωγή σχετιζόμενων αγαθών και υπηρεσιών επιφέρουν έσοδα στην οικονομία της Ελλάδας που φιλοξενεί τους τουρίστες. Άλλα κρατικά έσοδα από την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως άμεσες και έμμεσες εισφορές.

Στις άμεσες εισφορές περιλαμβάνονται οι φόροι σε εισοδήματα που προέρχονται από τουριστική απασχόληση, από τουριστικές επιχειρήσεις και από άμεσες χρεώσεις σε τουρίστες, όπως ο οικολογικός φόρος ή οι φόροι αναχώρησης.

Οι έμμεσες εισφορές προκύπτουν από φόρους και δασμούς σε αγαθά και υπηρεσίες προς τους τουρίστες, όπως για παράδειγμα φόρους για αναμνηστικά αντικείμενα, αλκοολούχα ποτά, εστιατόρια κ.λ.π. Τα ταξίδια φέρνουν τους ανθρώπους διαφορετικών πολιτισμών, σε επαφή μεταξύ τους. Λόγω του ιδιαίτερου χαρακτήρα του εναλλακτικού τουρισμού, μπορεί να δημιουργηθεί σιωπηρά ένα κλίμα κατανόησης ανάμεσα στους ανθρώπους και στους πολιτισμούς και να προωθηθούν πολιτιστικές ανταλλαγές ανάμεσα στους «φιλοξενούμενους» και τους «οικοδεσπότες».

Με τον τρόπο αυτό, αυξάνονται οι πιθανότητες για τους ανθρώπους να αναπτύξουν αμοιβαία συμπάθεια και κατανόηση και να μειωθούν οι προκαταλήψεις. Έτσι, ο εναλλακτικός τουρισμός λειτουργεί κι αυτός ως μέσο για τη διατήρηση της ειρήνης.

3.2.Επιπτώσεις / οφέλη για τον τουρίστα-επισκέπτη του εναλλακτικού τουρισμού

Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί ένα συνεχώς αναπτυσσόμενο είδος του-

ρισμού στην Ελλάδα και ασκεί μεγάλη γοητεία ιδιαίτερα στους κατοίκους των μεγαλουπόλεων. Οι δύσκολες συνθήκες ζωής των μεγάλων πόλεων δημιουργούν στους ανθρώπους έντονη επιθυμία να βρεθούν κοντά στην φύση για να απολαύσουν τη γαλήνη, την ησυχία αλλά και το διαφορετικό τρόπο ζωής. Ο επισκέπτης αποφεύγει τον συνωστισμό, το θόρυβο, την αισχροκέρδεια των ανεπτυγμένων και ήδη κορεσμένων τουριστικών περιοχών με στόχο την ψυχολογική του ικανοποίηση κι ένα ευχάριστο «διάλειμμα» από το άγχος, το στρες και τους έντονους και γρήγορους ρυθμούς της πόλης. Κυρίως όμως μπορεί να χαρεί τη ζεστή ανθρώπινη «φιλοξενία» και την αυθόρμητη καλοσυνάτη συμπεριφορά των κατοίκων του τόπου προορισμού. Έρχεται σε γνωριμία με τα τοπικά ήθη και έθιμα, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του τόπου που επισκέπτεται. Ο τουρίστας έρχεται σε στενή επαφή με το περιβάλλον και με δραστηριότητες, στις οποίες μπορεί να συμμετέχει, να ψυχαγωγηθεί, να αθληθεί και νιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης.

Τέτοιες δραστηριότητες μπορεί να είναι:

- A. Αγροτικές δραστηριότητες, όπως μάζεμα ελιάς, μανιταριών,
- B. Οικοτουρισμός, όπως παρατήρηση φυτών και ζώων, υδροβιότοπων,
- Γ. Αθλητικές δραστηριότητες, όπως ποδηλασία, ιππασία, τένις
- Δ. Πολιτιστικές δραστηριότητες, όπως παρακολούθηση φεστιβάλ, επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους, μοναστήρια
- E. Μαθήματα όπως αργαλειού, παραδοσιακής μαγειρικής.

Ο εναλλακτικός τουρισμός απευθύνεται και σε άτομα, τα οποία δεν έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν στον εαυτό τους τις διακοπές που επιθυμούν. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί τόσο ο κοινωνικός τουρισμός όσο και ο τουρισμός υγείας. Άτομα που ανήκουν σε χαμηλότερα κοινωνικά στρώματα, άτομα με ειδικές ανάγκες καθώς και άτομα της τρίτης ηλικίας μπορούν να απολαύσουν ένα τουριστικό πακέτο διακοπών.

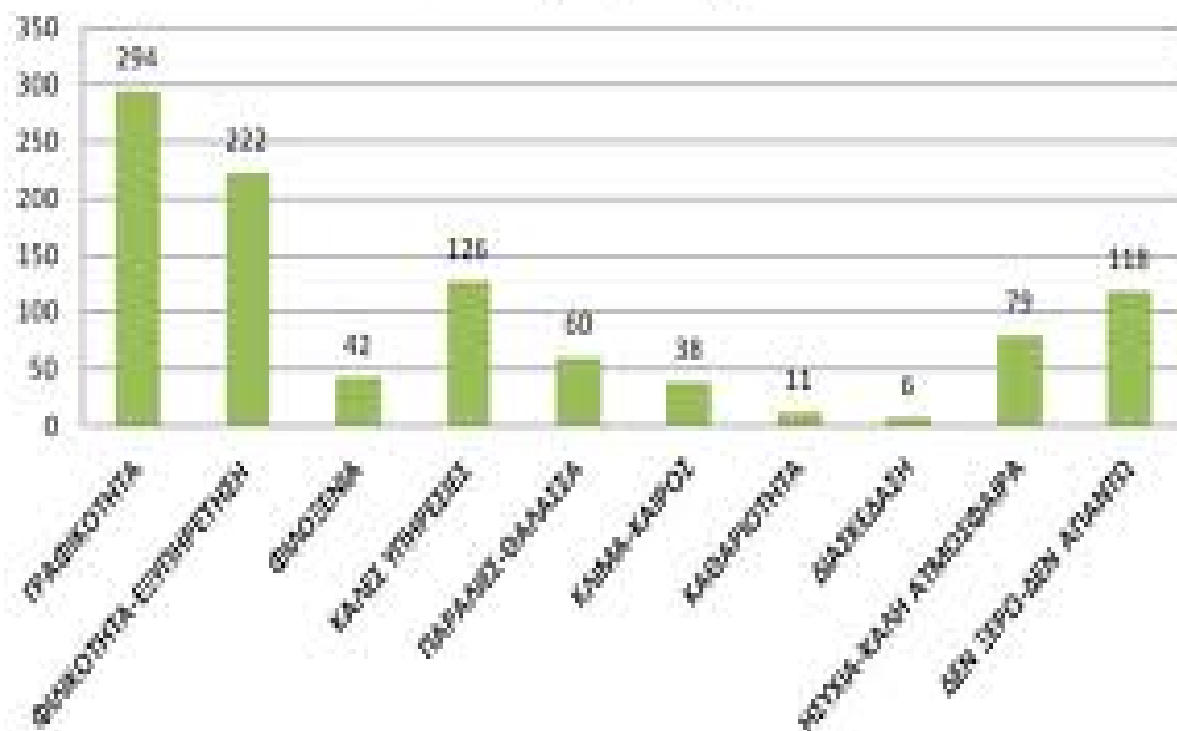
3.3.Δυσμενείς επιπτώσεις του εναλλακτικού τουρισμού

Όταν η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού δεν είναι συμβατή με τις αρχές της αειφορικής διαχείρισης, έχει δυσμενείς επιπτώσεις στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον. Στην περίπτωση αυτή, οι επιπτώσεις αναφέρονται:

- Στην άναρχη και υπέρμετρη ανάπτυξη του σε βάρος της φέρουσας ικανότητας της περιοχής, που προκαλεί υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος των περιοχών.
- Στον κίνδυνο ανάπτυξης του τουρισμού στις περιφερειακές περιοχές εις βάρος της ζωής της υπαίθρου. Στην πράξη έχει παρατηρηθεί ότι σε ορισμένες περιπτώσεις εγκαταλείπονται, για παράδειγμα, οι αγροτικές εργασίες προς χάριν ενός μεγαλύτερου βραχυχρόνιου τουριστικού κέρδους.
- Στην αλλοίωση του πολιτισμικού χαρακτήρα των περιοχών, στις περιπτώσεις που ο εναλλακτικός τουρισμός ακολουθήσει τα γνωστά αναπτυξιακά τουριστικά πρότυπα των περασμένων δεκαετιών (πρότυπα του μαζικού τουρισμού).
- Στον κίνδυνο αλλοίωσης οικοσυστημάτων, υδροβιότοπων και γενικά οικολογικά ευαίσθητων περιοχών.
- Στον κίνδυνο υπερσυγκέντρωσης τουριστών-επισκεπτών σε μία περιοχή με δυσμενή αποτελέσματα, όπως η ρύπανση του περιβάλλοντος (γη, νερό, ατμόσφαιρα, ηχορύπανση).
- Στην αύξηση της εγκληματικότητας, σε μερικές περιπτώσεις παρατηρούνται τέτοια φαινόμενα, συνήθως κλοπές, εξαιτίας της τουριστικής ανάπτυξης σε μία περιοχή κι αυτό γιατί οι τουρίστες συγκριτικά με τους κατοίκους είναι άτομα με υψηλότερο οικονομικό επίπεδο.

Κάθε τουριστική ανάπτυξη πρέπει να επιτυγχάνει το σημείο ισορροπίας, ανάμεσα στις ανάγκες και παροχές των επισκεπτών και του οφέλους των ατόμων που αναπτύσσουν τον εναλλακτικό τουρισμό και να γίνεται σύμφωνα με τις αρχές της αειφορίας (όχι υπερσυγκεντρώσεις). Κάθε μορφή βιομηχανοποίησης κυρίως από τους τουριστικούς επιχειρηματίες, οι οποίοι ενδιαφέρονται μόνο για το κέρδος κι όχι για την «σωστή» ανάπτυξη του και η εμπορευματοποίηση των προϊόντων οδηγούν στον εκφυλισμό του εναλλακτικού τουρισμού.

Θετικές Κρίσεις για



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1.Ελλάδα : ιδανική χώρα για την ανάπτυξη και εξέλιξη του εναλλακτικού τουρισμού

Η αύξηση της τουριστικής κίνησης, εξαρτάται κυρίως από τρεις παράγοντες: α) την καλή οικονομία των χωρών προέλευσης, β) την παγκόσμια ηρεμία, αλλά και την ηρεμία στις σχέσεις μεταξύ των κρατών και γ) το φυσικό, δομημένο και πολιτι-

στικό περιβάλλον της χώρας υποδοχής. Το πιο βασικό όμως είναι το περιβάλλον με την ευρεία έννοια της χώρας προορισμού και εδώ μπορούμε να πούμε ότι η Ελλάδα διαθέτει πολλές περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, εθνικούς δρυμούς, αισθητικά δάση, σπάνια βιοποικιλότητα, άριστες κλιματολογικές συνθήκες και μια ανεξάντλητη αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά. Κατά συνέπεια πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στα έργα υποδομής ώστε να αναδειχτεί το τουριστικό προϊόν.

4.2. Προγράμματα στήριξης του εναλλακτικού τουρισμού

Από τα μέσα του '90, η αειφορική ανάπτυξη του τουρισμού θεωρείται θέμα προτεραιότητας για θεσμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στο πλαίσιο Ανακοίνωσης με τίτλο "Συνεργασία μεταξύ μας για το μέλλον του Ευρωπαϊκού τουρισμού", η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρότεινε την περαιτέρω "προώθηση της αειφορικής ανάπτυξης των τουριστικών δραστηριοτήτων στην Ευρώπη, μέσα από τον καθορισμό και την εφαρμογή της Ατζέντα 21". Αυτό το ζήτημα υποστηρίχθηκε σθεναρά και από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο και την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών. Η πρόσφατη Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με τίτλο "Βασικοί προσανατολισμοί για την αειφορία του Ευρωπαϊκού τουρισμού", προτείνει περισσότερα μέτρα για την ενδυνάμωση της συνεισφοράς της Ένωσης στην αειφορία του Ευρωπαϊκού τουρισμού. Επιπλέον, ο αειφορικός τουρισμός μπορεί να ωφεληθεί ιδιαίτερος από τις προσεγγίσεις και τα όργανα που περιγράφηκαν στην Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής πάνω σε θέματα περιβαλλοντικής ολοκλήρωσης με την οικονομική πολιτική. Παράδειγμα αποτελεί η Στρατηγική της Ευρωπαϊκής Κοινότητας για τη βιοποικιλότητα που περιλαμβάνει οδηγίες σχετικές με το θέμα της ανάπτυξης αειφορικού τουρισμού μέσα στις προστατευόμενες περιοχές και με χαμηλό αντίκτυπο στις προστατευόμενες περιοχές του Ευρωπαϊκού Οικολογικού Δικτύου Natura 2000. Τέλος, το Λευκό Βιβλίο σχετικά με την "Ευρωπαϊκή πολιτική μεταφορών για το 2010: καιρός για αποφάσεις" και οι πολιτικές της Ε.Ε. για τη διαχείριση του νερού και των αποβλήτων που επηρεάζουν άμεσα τον τομέα του τουρισμού, μπορούν να βοηθήσουν στην προώθηση της αειφορίας του τουρισμού.

Το 1993 στο πλαίσιο του Πέμπτου Προγράμματος Δράσης για το περιβάλλον

"προς μια Αειφόρο Ανάπτυξη" προτάθηκαν τρεις άξονες δράσεις για τον τουρισμό και την παράλληλη προστασία του περιβάλλοντος:

- διαφοροποίηση των τουριστικών δραστηριοτήτων, συμπεριλαμβανομένης της καλύτερης διαχείρισης του μαζικού τουρισμού και την ενθάρρυνση εναλλακτικών τύπων τουρισμού.
- βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών, έμφαση στην πληροφόρηση και ευαισθητοποίηση των επισκεπτών, καθώς και στην καλύτερη διαχείριση της ροής των επισκεπτών.
- αλλαγή της συμπεριφοράς των τουριστών, στο πλαίσιο αυτό ενθαρρύνονται ειδικές δράσεις, όπως τηλεοπτικές καμπάνιες, σύνταξη κώδικα συμπεριφοράς και ενθάρρυνση των επισκεπτών για κατάλληλη επιλογή μέσων μεταφοράς.

Η βιώσιμη ανάπτυξη του Τουρισμού προϋποθέτει διάφορους τομείς (Council of Europe 1996):

α) Σχεδιασμός(πολεοδομία-χωροταξία):

Ο σχεδιασμός των τουριστικών περιοχών πρέπει να γίνεται με βάση την φέρουσα ικανότητα του συστήματος. Είναι απαραίτητο να πραγματοποιείται οριοθέτηση των περιοχών με τουριστική ανάπτυξη, να χρησιμοποιούνται τεχνικές για τη διαχείριση της ροής των επισκεπτών, να γίνεται ουσιαστική εφαρμογή μελετών περιβαλλοντικών επιπτώσεων για κάθε έργο τουριστικής ανάπτυξης, να παρέχεται βοήθεια στις υποβαθμισμένες περιοχές προκειμένου να επανενταχθούν στην τουριστική αγορά, να γίνεται συστηματική και λεπτομερειακή καταγραφή περιοχών και να προτείνονται συνδυασμοί που θα αξιοποιούν την ποικιλία των μνημείων και της γεωγραφικής τοποθεσίας. Επίσης, θα πρέπει να ληφθούν μέτρα για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, να υπάρξει ενθάρρυνση ήπιων παρεμβάσεων και γενικότερα ενθάρρυνση ήπιων μορφών τουρισμού (π.χ.αγροτουρισμός), που σέβονται τις ιδιαιτερότητες του τόπου υποδοχής κ.α.

β) Θεσμική οργάνωση:

Θα πρέπει να λαμβάνονται μέτρα για την προστασία παραδοσιακών οικισμών και περιοχών με ιδιαίτερα οικολογικό ενδιαφέρον, που αποτελούν ταυτόχρονα και τουριστικούς προορισμούς. Ταυτόχρονα θα πρέπει να ενισχυθεί η διαδικασία παρακολούθησης και εφαρμογής των διαφόρων κανονισμών που προβλέπονται γι' αυτές τις περιοχές.

γ) Οικονομική ανάπτυξη:

Θα πρέπει να υιοθετηθούν κίνητρα για την ενθάρρυνση ορισμένων τύπων τουρισμού που σέβονται τις τοπικές ιδιαιτερότητες.

δ) Έρευνα: Παράλληλα με τις παραπάνω δράσεις απαιτείται να συνεχισθεί η μελέτη των επιπτώσεων από το φαινόμενο του τουρισμού αλλά και των δυνατοτήτων αποκατάστασης για περιοχές που αντιμετωπίζουν ήδη προβλήματα υποβάθμισης. Η χώρα μας, παρά τα προβλήματα που αντιμετωπίζει έχει πολλαπλές δυνατότητες ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Για να ανταποκριθεί στις νέες αυτές προκλήσεις δεν πρέπει απλά και μόνο να επιλύσουμε τα όποια προβλήματα υποδομών και εξυπηρετήσεων, είναι επίσης απαραίτητο να αναζητήσουμε και στη συνέχεια να υιοθετήσουμε μια καινούργια άποψη που θα θέτει τα προβλήματα του περιβάλλοντος στο κέντρο του ενδιαφέροντος. Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, μπορούν να διεξαχθούν μερικά χρήσιμα συμπεράσματα για το μέλλον του τουρισμού της Ελλάδας, είτε αυτά είναι αρνητικά, είτε είναι θετικά:

Τα θετικά του Ελληνικού Τουρισμού:

- α) Σημαντικός τουριστικός προορισμός παγκοσμίως (17η χώρα σε αφίξεις, 27η σε εισπράξεις: στοιχεία 2000).
- β) Πολύ σημαντικοί ιστορικοί και πολιτιστικοί πόροι.
- γ) Αφθονία και ποικιλομορφία φυσικών πόρων.
- δ) Ευρύτατη παραγωγή προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα στο πλαίσιο των τελευταίων τάσεων διατροφής.
- ε) Τα τελευταία έτη, δημιουργία επιχειρήσεων όλων των κλάδων για προσέλκυση ειδικού τουρισμού, αναβάθμιση και εκσυγχρονισμοί μονάδων.

Τα αρνητικά του Ελληνικού τουρισμού:

- α) Ελλείψεις σε κοινωνικές υποδομές, εξοπλισμό και συναφείς υπηρεσίες.
- β) Αδυναμίες οργάνωσης και λειτουργίας επιμέρους τουριστικών κλάδων που οδηγούν σε τουριστικά προϊόντα χαμηλής ποιότητας.
- γ) Περιορισμένη διεύρυνση τουριστικού προϊόντος σε νέες κατηγορίες και νέες αγορές.
- δ) Χαμηλή ημερήσια δαπάνη και μικρή διάρκεια παραμονής εισερχόμενου τουρισμού.
- ε) Χαμηλή ανταγωνιστικότητα τουριστικού προϊόντος.

στ) Εξάρτηση από μεγάλα πρακτορεία διεθνούς τουρισμού.

ζ) Έλλειψη κατάλληλα εκπαιδευμένου ανθρώπινου δυναμικού, τόσο σε αριθμό όσο και σύνθεση.

η) Άνιση ανάπτυξη μεταξύ περιφερειών της χώρας.

θ) Κόπωση των τουριστών από προϊόντα του μαζικού τουρισμού αλλά και από τους παραδοσιακούς χώρους υποδοχής.

ι) Αυξανόμενη ευαισθητοποίηση σε θέματα ποιότητας του περιβάλλοντος. Οι επισκέπτες αποφεύγουν περιοχές με προβλήματα ρύπανσης καθώς και περιοχές υπέρ-εμπορευματοποιημένες, απαιτώντας περισσότερες αυθεντικές εμπειρίες.

4.3. Δημόσιες Σχέσεις-Διαφήμιση

Οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν το εργαλείο διεύρυνσης της επικοινωνίας ανάμεσα στα φυσικά πρόσωπα και τις κοινωνικές ομάδες και ως διαδικασία υφίσταται από τα προχριστιανικά χρόνια, από την εποχή του φιλοσόφου Αριστοτέλη, ο οποίος υποστήριζε πως «η επικοινωνία και οι φιλικές σχέσεις αποτελούν προϋπόθεση της ευτυχίας». Κατά τον 20^ο αιώνα οι δημόσιες σχέσεις αποσαφήνισαν τον ρόλο τους και οριοθέτησαν το πεδίο δράσης τους με σκοπό την εξυπηρέτηση των δύο βασικών σκοπών των επιχειρήσεων:

1. την άσκηση του κατάλληλου έργου στην κατάλληλη στιγμή για όφελος του κοινωνικού συνόλου ώστε κατά αυτόν τον τρόπο να μπορούν να αναπτυχθούν γόνιμες σχέσεις με αυτό το σύνολο

2. την επίλυση προβλημάτων ή τον προγραμματισμό αντιδράσεων σε συνθήκες ή καταστάσεις που δημιουργούνται από τρίτους παράγοντες και που αφορούν εκείνον (πρόσωπο, φορέα ιδιωτικό ή κρατικό, ιδιωτικό ή δημόσιο οργανισμό), ο οποίος χρησιμοποιεί τις δημόσιες σχέσεις λαμβάνοντας υπόψιν οικονομικά γεγονότα, κοινωνική κατάσταση, συνδικαλιστικές ενέργειες, γεγονότα εντός και εκτός των φορέων-οργανισμών και ενέργειες του κράτους. Οι δημόσιες σχέσεις, εκ των πραγμάτων, συνιστούν επικοινωνιακή λειτουργία που δρα με στόχους, προοπτικές και σύστημα και επιδέχονται κανόνες, μεθοδολογία και επιστημονική, θεωρητική και τεχνολογική καθοδήγηση.

Κύριος σκοπός τους είναι να καταρτιστούν και στη συνέχεια να εφαρμόσουν ένα πρόγραμμα ανάμεσα στην επιχείρηση και στο κοινό προς το οποίο απευθύνονται,

συμβάλλοντας εκ παραλλήλου:

- A) στην ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού
- B) στην επέκταση των καταναλωτικών σχέσεων
- Γ) στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος
- Δ) στην αντιμετώπιση των επαγγελματικών κρίσεων.

Αυτός ο σκοπός καθιστά αναγκαίες τις δημόσιες σχέσεις στις τουριστικές επιχειρήσεις και κατ'επέκταση, στις επιχειρήσεις του εναλλακτικού τουρισμού. Σημαντική θέση, όσο αναφορά τις δημόσιες σχέσεις, κατέχουν οι τουρίστες-πελάτες, οι οποίοι, ανάλογα με τις απαιτήσεις τους, καθορίζουν το σωστό τρόπο προσέλευσής τους. Οι δημόσιες σχέσεις αποσκοπούν πρωτίστως στο να επιδράσουν καταλυτικά στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης οδηγώντας την εκεί που επιθυμούν και σχεδιάζουν και εν προκειμένω να την οδηγήσουν στο να επιλέξει το σωστό προϊόν του εναλλακτικού τουρισμού.

Κοινή γνώμη είναι η άποψη, για ένα «θέμα» ή «ζήτημα», που γίνεται αποδεκτή από την πλειονότητα ενός πληθυσμιακού συνόλου, ανεξαιρέτως από το εάν είναι ορθή ή όχι.

Στη διαμόρφωσή της **Κοινής Γνώμης** επιδρούν παράγοντες όπως:

- 1.οι ψυχολογικοί παράγοντες: το κάθε άτομο, ανάλογα με το βαθμό καλλιέργειας του, σχηματίζει τη δική του γνώμη.
- 2.οι κοινωνικοί παράγοντες, οι κοινωνικοί θεσμοί και οι παράγοντες όπως οικογένεια και θρησκεία επηρεάζουν την κοινή γνώμη.
- 3.οι πολιτιστικοί παράγοντες, το πολιτισμικό περιβάλλον, τα ήθη και τα έθιμα, η γλώσσα, οι παραδόσεις κ.λ.π. συντελούν στη διαμόρφωσή της. Καθοριστικό ρόλο, για τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης, παίζουν οι οικονομικοί παράγοντες, η απασχόληση και η οργάνωση του οικονομικού συστήματος.
- 4.οι επικοινωνιακοί παράγοντες, τα Μέσα.Μαζικής.Ενημέρωσης., ο έντυπος και ηλεκτρονικός τύπος.
- 5.οι φυσικοί παράγοντες, το κλίμα, το έδαφος, η σεισμικότητα κ.λ.π.

Οι δημόσιες σχέσεις εκτός από την προώθηση μίας επιχείρησης αποβλέπουν στο να δημιουργήσουν μία φιλική σχέση μεταξύ του πελάτη, του προσωπικού και της επιχείρησης. Ο ελληνικός τουρισμός, που ξεκίνησε με κυρίαρχη φιλοσοφία την εξυπη-

ρέτηση και τη φροντίδα του πελάτη -πρόκειται για στοιχείο απαραίτητο για την επιβίωση του τουρισμού-, οφείλει την ανάπτυξή του στην πατροπαράδοτη ελληνική φιλοξενία και στη φροντίδα του πελάτη. Αυτά τα δύο «στοιχεία» συνέβαλαν καθοριστικά στη δημιουργία της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας. Είναι αλήθεια ότι πολλές τουριστικές επιχειρήσεις φιλοξενίας, αποδέχονται τη δογματική άποψη πως «ο πελάτης έχει πάντα δίκιο», αλλά φαίνεται ότι αυτή δεν ισχύει σε περιόδους οικονομικής κάμψης, με συνέπεια να μην διατίθενται οικονομικοί πόροι για την ειδική εκπαίδευση του προσωπικού τους.

Στη στρατηγική εξυπηρέτησης του πελάτη, ιδίως σε περιόδους οικονομικών κάμψεων, όπου ο ανταγωνισμός για την εύρεση πελατών (ακόμα και με μειωμένο εισόδημα) είναι πολύ έντονος, η εκπαίδευση θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική. Οι επιχειρήσεις του εναλλακτικού τουρισμού, που είναι υπέρ της τελειότητας στην εξυπηρέτηση των πελατών, ξεπερνούν ευκολότερα την οικονομική κάμψη από οποιαδήποτε άλλη επιχείρηση που δίνει μικρότερη σημασία σε αυτό το θέμα.

4.4.Ορισμός «πελάτη»

Οι ασχολούμενοι με αυτό το θέμα (ειδήμονες και επιχειρηματίες) προσέγγισαν την ερμηνεία και το περιεχόμενο του όρου «πελάτης» είτε με καταφατικό τρόπο, είτε με επαγωγή «εκ του αντιθέτου», έχοντας πάντοτε κατά νου την «εξυπηρέτηση του πελάτη». Έτσι με λακωνικό τρόπο, έχουν αποφανθεί ότι οι πελάτες:

1. είναι οι πιο σημαντικοί άνθρωποι για την επιχείρηση
2. δεν εξαρτώνται από εμάς, αλλά εμείς εξαρτόμαστε από αυτούς
3. δεν αποτελούν διακοπή/διάλειμμα από την εργασία μας, αλλά αυτοί είναι ο σκοπός της εργασίας μας
4. δεν ερχόμαστε σε αντίλογο μαζί τους
5. δεν είναι αριθμοί και στατιστικές, αλλά ανθρώπινα όντα με συναισθήματα
6. είναι αυτοί που μας φέρνουν τις ανάγκες τους και εμείς τις ικανοποιούμε, προκαλώντας κέρδος και στις δύο πλευρές
7. έχουν πάντα δίκιο

Ένας ειδικός του management ο Peter Drucker, βλέπει διαφορετικά τα πράγματα και αποφαινεται ότι: «υπάρχει μόνο ένας ορισμός του πελάτη για επαγγελματικό σκοπό, η δημιουργία του πελάτη. Ο πελάτης είναι αυτός που καθορίζει το είδος της επιχείρησης

και της επιχειρηματικής δράσης».

Εάν βασιστούμε σε αυτό τον απλό ορισμό, συνεπάγεται ότι εάν δεν υπήρχαν πελάτες δε θα υπήρχαν και επιχειρήσεις. Μόνο όταν η κάθε επιχείρηση θέσει στο επίκεντρο όλων των δραστηριοτήτων της τον πελάτη, τότε και μόνον τότε μπορούμε να πούμε ότι έχει αρχίσει να λειτουργεί «η εξυπηρέτηση του πελάτη» (customer service).

Ανάμεσα στα κύρια ζητήματα που απασχολούν τις επιχειρήσεις είναι και τα εξής:

α) αναγνώριση του πελάτη: Θεωρείται μεγάλη επιτυχία για την επιχείρηση, να είναι σε θέση να αναγνωρίσει τις ανάγκες του πελάτη. Αυτό μπορεί να γίνει μετά από συλλογή πληροφοριών για τον πελάτη, υπόθεση που είναι σχετικά εύκολη αλλά απαιτεί χρήση διαφόρων τεχνικών,

β) Ανάπτυξη σωστών προϊόντων και υπηρεσιών: Μετά την ανακάλυψη των αναγκών του πελάτη, η κάθε επιχείρηση μπορεί να παράγει τα ανάλογα προϊόντα και να τα προσφέρει σε σωστή τιμή, στον κατάλληλο χώρο και χρόνο, με «σωστό» κέρδος.

γ) Μέτρηση της ικανοποίησης του πελάτη: η «εξυπηρέτηση του πελάτη», σημαίνει ότι υπάρχει μία συνεχής προσπάθεια της επιχείρησης να ικανοποιεί πάντοτε με επιτυχία τις ανάγκες του πελάτη και να έλεγχει τα προσφερόμενα προϊόντα και τις υπηρεσίες της, ούτως ώστε να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του τελευταίου.

δ) Ανάπτυξη στα εσωτερικά συστήματα της επιχείρησης: Η εξυπηρέτηση του πελάτη δεν αφορά μόνο στην ικανοποίηση του πελάτη, μόνο και μόνο επειδή πληρώνει. Οι επιχειρήσεις πρέπει να προσέξουν και τις ανάγκες του «εσωτερικού πελάτη», δηλαδή τις ανάγκες του προσωπικού που εργάζεται στην επιχείρηση. Η εσωτερική επικοινωνία βελτιώνεται με τακτικές συναντήσεις, με κοινωνικές δραστηριότητες, με έκδοση εσωτερικών ενημερωτικών φυλλαδίων, που αποτελούν τμήμα του τρόπου βελτίωσης της «εξυπηρέτησης του πελάτη» κ.ά.

ε) Εκπαίδευση του προσωπικού: Για τη σωστή λειτουργία του συστήματος της «εξυπηρέτησης του πελάτη», πρέπει να γίνεται ειδική εκπαίδευση σε όλο το προσωπικό της επιχείρησης. Η εκπαίδευση δεν πρέπει να περιορίζεται μόνο στο προσωπικό που έχει άμεση επαφή με τον πελάτη, αλλά και στο προσωπικό που εργάζεται στα «παρασκήνια» π.χ. στην κουζίνα ή στην ομάδα συντήρησης κ.λ.π. Οφείλει να εκτιμήσει σωστά το ρόλο στο σύστημα «εξυπηρέτηση του πελάτη». Το δόγμα «ο πελάτης έχει πάντα δίκιο» είναι αυτό που οδήγησε τις επιχειρήσεις στη δημιουργία του συστήματος «εξυπηρέτηση του πελάτη» (customer service), ενός συστήματος που διαμορφώνει σωστή κουλτούρα μέσα στην επιχείρηση, που άλλοτε ονομάζεται «ποιοτική κουλτούρα» και άλλοτε «κουλτούρα του πελάτη». Το επιδιω-

κόμμενο αποτέλεσμα πρέπει να είναι πάντοτε το ίδιο, δηλαδή να είναι ικανοποιημένοι οι πελάτες για να γυρίσουν/ έρθουν ξανά και ξανά και να πουν την καλύτερη γνώμη και σε όποιον τους ρωτήσει, προκειμένου ν'αυξάνονται οι πελάτες.

Ορισμένες κυκλοφορούσες φράσεις είναι επιβεβαιωτικές της αναγνώρισης του συστήματος «εξυπηρέτηση του πελάτη», όπως οι επόμενες:

1. ο πελάτης έχει πάντα δίκιο
2. ο πελάτης που κάνει καλές πληρωμές
3. το κέρδος προέρχεται από τις καλές υπηρεσίες
4. υπάρχει ενδιαφέρον για τον πελάτη
5. υπάρχει γρήγορη εξυπηρέτηση
6. υπάρχει υπεροχή στην εξυπηρέτηση

4.5.Οι δημόσιες σχέσεις ως λειτουργία και ως μοχλός ανάπτυξης στις επιχειρήσεις του Εναλλακτικού Τουρισμού

Οι δημόσιες σχέσεις, ως λειτουργία απαιτούν καλό προγραμματισμό και ακρίβεια κινήσεων. Βήματα με σκοπό την υλοποίηση των στόχων των επιχειρήσεων, ώστε να οδηγήσουν σε ικανοποιητικά αποτελέσματα. Προγραμματισμός είναι ένα σύνολο μελετημένων ενεργειών και μέσων κατάρτισης, εφαρμογής και έλεγχου και εν τέλει πραγμάτωσης ενός προγράμματος, εκπόνηση του οποίου έγινε αποκλειστικά για την επίτευξη συγκεκριμένων επιδιωκόμενων σκοπών και στόχων.

Ο σχεδιασμός ενός προγράμματος δημοσίων σχέσεων για μια επιχείρηση εναλλακτικού τουρισμού, διακρίνεται σε δυο σκέλη:

α) στρατηγικός προγραμματισμός, είναι αυτός που ασχολείται με τους μακροπρόθεσμους στόχους της τουριστικής επιχείρησης και τις στρατηγικές που αφορούν στις τεχνικές προβλέψεων, ώστε να μπορούν να πραγματοποιηθούν μακροπρόθεσμες προγνώσεις για τις εξελίξεις στον τουριστικό χώρο, για χρονική διάρκεια μεγαλύτερη της πενταετίας.

β) τακτικός προγραμματισμός, είναι αυτός που ασχολείται με τις συγκεκριμένες αποφάσεις που πρέπει να λαμβάνονται για τη λειτουργία της τουριστικής επιχείρησης, προκειμένου να πραγματοποιηθούν οι στόχοι που τίθενται από το στρατηγικό προγραμματισμό.

Οι δημόσιες σχέσεις για να είναι αποτελεσματικές πρέπει να τις χαρακτηρίζει η συνέπεια, η συνοχή και ο μακροπρόθεσμος χαρακτήρας των στόχων τους. Τα συστατικά τους στοι-

χεία είναι:

- i) Ο εντοπισμός των προβλημάτων.
- ii) Η συλλογή στοιχείων με πρωτογενή ή δευτερογενή έρευνα
- iii) Η ανάλυση-αξιολόγηση των στοιχείων και εντοπισμός των αδυναμιών
- iv) Η επιλογή των στόχων ,με βάση την υλοποίηση μιας στρατηγικής, για την επίτευξη τους
- v) Η επιλογή μέσων και τεχνικών για την υλοποίηση των στόχων
- vi) Η πρόβλεψη αποτελεσμάτων με βάση τα στοιχεία της έρευνας
- vii) Ο προϋπολογισμός κόστους υλοποίησης του συνολικού προγράμματος
- viii) Ο έλεγχος των αποτελεσμάτων
- ix) Η ενδεχόμενη/ πιθανή έρευνα για αξιολόγηση του προγράμματος και αναπροσαρμογή του, εαν αυτό κριθεί αναγκαίο. Οι δημόσιες σχέσεις, εκτός από έναν καλό προγραμματισμό, χρειάζονται και ένα «πλάνο πληροφόρησης» έτοιμο και ευέλικτο για εφαρμογή του σε περιπτώσεις ανάγκης.

Όλος αυτός ο «διοικητικός σχεδιασμός», μπορεί να εφαρμοστεί μόνο όταν περιέχει τα επόμενα έξι βήματα:

1. δημιουργία βάσης δεδομένων με εκτίμηση της υφισταμένης κατάστασης, ανάλυση και αξιολόγηση της
2. εντοπισμός των απειλών και ευκαιριών καθώς και σαφής προσδιορισμός των στόχων
3. προσδιορισμός και επιλογή των «κοινωνικών ομάδων» στις οποίες θα απευθυνθούμε
4. επιλογή των μέσων, των μηνυμάτων καθώς και των τεχνικών που θα χρησιμοποιήσουμε
5. πρόβλεψη και προϋπολογισμός εξόδων
6. αξιολόγηση των αποτελεσμάτων

Όταν συντονιστούν αποτελεσματικά τα παραπάνω «έξι βήματα» για την κατάρτιση και εκπόνηση προγραμμάτων δημόσιων σχέσεων, τότε ικανοποιούν απολύτως και πλήρως τους σκοπούς της τουριστικής επιχείρησης, μέσα στα πλαίσια και τα όρια που τίθενται εξ' ορισμού από :

- α) οικονομικούς φραγμούς
- β) τον χρόνο
- γ) το προσωπικό
- δ) τους άλλους παράγοντες.

Η επιτυχία η μη των προγραμμάτων δημοσίων σχέσεων εξαρτάται από το εάν οι σχεδιαστές αυτών έχουν εκτιμήσει σωστά ή όχι την υφιστάμενη κατάσταση. Δηλαδή από το εάν έχουν εντοπίσει τις ευκαιρίες που θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν για την πραγμάτωση των στόχων. Όμως η υφιστάμενη κατάσταση σε μια τουριστική επιχείρηση, διαμορφώνεται από την «εικόνα» που έχει το κοινό γι' αυτή, άλλοτε θετική άλλοτε αρνητική που εκφράζεται πότε σα συμπάθεια και αποδοχή ή γνώση και ενδιαφέρον και πότε σαν εχθρότητα, προκατάληψη, αμάθεια και απάθεια. Καταστάσεις δηλαδή που οι δημόσιες σχέσεις οφείλουν να διαγνώσουν και να αποδεχτούν ή να απορρίψουν.

Οι μέθοδοι με τις οποίες μπορεί να εκτιμηθεί η υφιστάμενη κατάσταση μιας τουριστικής επιχείρησης, συνήθως περιλαμβάνουν:

- 1) Ανάλυση και αξιολόγηση των μεθόδων που χρησιμοποιούν οι διαμορφωτές της κοινής γνώμης.
- 2) Άποψη ή εικόνα που έχει το κοινό για την συγκεκριμένη τουριστική επιχείρηση.
- 3) Δημοσιεύματα ημερήσιου, περιοδικού τύπου και «βιντεοσκοπημένα» στιγμιότυπα.
- 4) Διάγραμμα πωλήσεων και άλλες σχετικές αναφορές.
- 5) Χαρτογράφηση της κατάστασης και του ανταγωνισμού στον τουριστικό χώρο.
- 6) Εργασιακές σχέσεις, εργασιακό περιβάλλον και γενικώς απεργίες και μισθολογική κατάσταση των εργαζομένων στον τουρισμό.
- 7) Καταγραφή παραπόνων των πελατών και ανάλυση του «βιβλίου εντυπώσεων» της τουριστικής επιχείρησης.
- 8) Οικονομική και πολιτική κατάσταση της χώρας.
- 9) Ύψος τιμών όλων των παρεχόμενων υπηρεσιών από τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Εικόνα της κατάστασης της τουριστικής επιχείρησης, σημαίνει και εντοπισμό των προβλημάτων της και πρόταση λύσεων αυτών των προβλημάτων, αλλά κυρίως σημαίνει διασφάλιση των στοιχείων εκείνων που θα βοηθήσουν να γίνουν ορθές προβλέψεις / προγνώσεις για τις μελλοντικές εξελίξεις.

4.6.Οι τρόποι προώθησης των επιχειρήσεων του εναλλακτικού τουρισμού

Η στρατηγική της τουριστικής επιχείρησης και η γνώση της κατάστασης της, με βάση την αξιολόγηση του κόστους και του αναμενόμενου κέρδους, αποσκοπεί στο να προσδιορίσει και να επαναπροσδιορίσει το στόχο της καθώς και τις

προτεραιότητες της οι οποίες σχετίζονται με:

A. τη βελτίωση των ποιοτικών χαρακτηριστικών των εργαζομένων και τη φιλοσοφία και την επιδίωξη να γίνει η τουριστική επιχείρηση γνωστή σε κάθε νέα τουριστική αγορά

B. την παρουσίαση της ιστορικής διαδρομής της επιχείρησης και την ανάδειξη των επιτευγμάτων της

Γ. την προσπάθεια ανάδειξης της εικόνας της επιχείρησης, αν έχει υιοθετήσει σύγχρονες οικονομικές τεχνικές ή νέες τεχνικές διείσδυσης στην τουριστική αγορά

Δ. την προετοιμασία για νέες επενδυτικές δραστηριότητες που θα διευρύνουν το μέγεθος της και τον κύκλο των εργασιών της

Ε. την ανάπτυξη ή τη βελτίωση των σχέσεων της με τους κατοίκους των τοπικών κοινωνιών

ΣΤ. την επιμόρφωση των εργαζομένων σε αυτή τη στρατηγική, ώστε να μπορούν να διαθέτουν όσο πιο αποτελεσματικά γίνεται το τουριστικό προϊόν προς τουρίστες-καταναλωτές ή προς διανομείς τουριστικών πακέτων,

Z. την απόκτηση εμπιστοσύνης των τουριστών-καταναλωτών ή την επαναπόκτηση της εμπιστοσύνης, εάν αυτή έχει χαθεί από κάποιο ατυχές συμβάν

Η. τη δημιουργία νέας επιχειρηματικής ταυτότητας και προβολής προς τα έξω

Θ. τη γνωστοποίηση των κοινωνικών δραστηριοτήτων της τουριστικής επιχείρησης, αλλά και των δραστηριοτήτων των ανθρώπων της από τις προτεραιότητες των δημόσιων σχέσεων.

Από μία τουριστική επιχείρηση δεν μπορούν να απουσιάζουν δραστηριότητες και εκδηλώσεις, όπως:

α) αποστολή και δημοσίευση «δελτίων τύπου»

β) διοργάνωση πολιτιστικών (εθιμικών και θρησκευτικών) εκδηλώσεων, διοργάνωση διαφημιστικής καμπάνιας κύρους κ.ά.

γ) επαφή με το κοινό και τους εν δυνάμει τουρίστες

δ) επαφή με τον ημερήσιο και περιοδικό Τύπο

ε) ίδρυση γραφείων ενημέρωσης κοινού (με συνεργασία των διευρυμένων ΟΤΑ).

Αναλυτικότερα, τα μέσα επίτευξης των προτεραιοτήτων και στόχων των δημοσίων σχέσεων, για την προώθηση και ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, είναι ποικίλα και ανάλογα με την τουριστική επιχείρηση. Πρέπει να επιλέγονται ε-

κείνα που είναι πιο κατάλληλα ή πιο αποδοτικά, μετά από την αξιολόγηση της κατάστασης και την επιλογή των στόχων και των κοινών πληθυσμιακών ομάδων που θέλουμε να απευθυνθούμε.

Τα μέσα των δημοσίων σχέσεων λοιπόν είναι τα ακόλουθα:

- α) διάφορα έντυπα, ενημερωτικά φυλλάδια κ.λ.π.
- β) ειδικές εκθέσεις, εμπορικές, τοπικών προϊόντων, διεθνείς εκθέσεις, ειδικού κοινού, γενικού κοινού κ.λ.π.
- γ) οπτικό-ακουστικά συστήματα, κινηματογραφικές ταινίες, βιντεοταινίες, διαφάνειες, φωτογραφικά λευκώματα, DVD, CD-ROM, σλάιντς κ.λ.π.
- δ) ραδιόφωνο
- ε) τηλεόραση
- στ) βιβλία
- ζ) ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, προσωπικές επιστολές και άλλα μηνύματα και πληροφορίες προς παραλήπτες και εν δυνάμει καταναλωτές τουριστικού προϊόντος
- η) διαλέξεις
- θ) εφημερίδες και άλλα έντυπα, απευθυνόμενα στον κόσμο (επιχειρηματίες και εργαζομένους) των τουριστικών δραστηριοτήτων, είτε στους τουρίστες ή στους εν δυνάμει τουρίστες, στη χώρα ή στο εξωτερικό, είτε σε πελάτες και πρόσωπα με τα οποία συναλλάσσεται η τουριστική επιχείρηση
- ι) έρευνες, (π.χ. σε μορφή ερωτηματολογίου) οι οποίες χρησιμοποιούνται και ως διαφημιστικό υλικό για να γνωστοποιούν την εκάστοτε επιχείρηση στους τουρίστες-πελάτες και κατά συνέπεια να προωθούν τον εναλλακτικό τουρισμό αλλά και ως βοηθοί-οδηγοί για τους επιχειρηματίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο



Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

5.1.«ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ευεργετική στο εγχώριο ΑΕΠ κατά 3% μακροπρόθεσμα και 1,3% άμεσα, δημιουργώντας 100.000 επιπλέον θέσεις εργασίας, μπορεί να είναι η ανάπτυξη διαδικτυακού περιεχομένου στον ελληνικό τουρισμό.

Το συμπέρασμα αυτό προκύπτει από τη μελέτη «Επίδραση του Διαδικτυακού περιεχομένου στον Ευρωπαϊκό Τουρισμό», που παρουσίασε το Oxford Economics, σε εκδήλωση της Google υπό την αιγίδα του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ).

Στον καθοριστικό ρόλο του Διαδικτύου, για την προώθηση του ελληνικού τουρισμού, αναφέρθηκε στην ομιλία της η υπουργός Τουρισμού κυρία **Ολγα Κεφαλογιάννη**, σημειώνοντας ότι η τεχνολογία (Ιντερνετ, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εφαρμογές κινητής τηλεφωνίας, φορητές συσκευές πρόσβασης στο Διαδίκτυο κ.α.), αποτελεί αιχμή της στρατηγικής του Υπουργείου. Ταυτόχρονα τόνισε ότι η διαδικτυακή πύλη του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) «VisitGreece.gr» έχει σήμερα 7,3 εκατ. μοναδικούς επισκέπτες και πρόκειται να αναβαθμιστεί μέσω ΕΣΠΑ με στόχο να διευρυνθεί στο πεδίο εφαρμογών και να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες.

Πρόσθεσε επίσης ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις της χώρας και οι περιφέρειες, *«θα πρέπει να συνεργάζονται με τον ΕΟΤ και να σχεδιάζουν από κοινού τη διαφήμισή τους, ώστε συλλογικά να ισχυροποιείται η παρουσία της Ελλάδας»*. Στην υλοποίηση των προτάσεων της μελέτης McKinsey «Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός 2021», αναφέρθηκε από την πλευρά του ο πρόεδρος του ΣΕΤΕ **Κος Ανδρέας Ανδρεάδης**.

Όπως τόνισε, για να επιτευχθεί ο στόχος των 24 εκατ. επισκεπτών στη χώρα, θα πρέπει οι ξενοδοχειακές κλίνες να ανέλθουν στις 900.000 από 770.000 σήμερα, έχοντας αυξηθεί κατά 130.000 στην κατηγορία των τεσσάρων και πέντε αστέρων, ενώ 80.000 κλίνες χρειάζεται να αναβαθμιστούν. Ο ίδιος επανέλαβε την ανάγκη επενδύ-

σεων σχεδόν 3,3 δισ. ευρώ ετησίως στον ελληνικό τουρισμό για τα επόμενα επτά χρόνια.

Στην περίπτωση αυτή εκτιμάται ότι τα συνολικά άμεσα έσοδα από τον τουρισμό θ' αγγίζουν τα 31-33 δισ. ευρώ, ώστε ο τομέας να συνεισφέρει το 20% του ΑΕΠ. Παράλληλα ανέλυσε τα έξι θεματικά προϊόντα, τα οποία θα διαμορφώσει η Marketing Greece για τον ελληνικό τουρισμό και είναι: **Ηλιος και Θάλασσα, Συνεδριακός Τουρισμός, City Break, Πολιτιστικός Τουρισμός, Ναυτικός Τουρισμός και Ιατρικός Τουρισμός.**

Σύμφωνα με τη μελέτη που παρουσίασε ο κ. **Ντέιβιντ Γκότζερ** του Oxford Economics, η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα θα μπορούσε να ωφεληθεί σε βάθος χρόνου από μια αύξηση της ζήτησης, της τάξεως του 20%, αν γίνουν ενέργειες για να ενισχύσουν τη διαδικτυακή δραστηριότητα έτσι ώστε να συμβαδίσει με το μέγεθος των ηγετικών χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Την ίδια ώρα, σε ό,τι αφορά άλλες χώρες του ευρωπαϊκού νότου, η ανάπτυξη του διαδικτυακού περιεχομένου μπορεί να αυξήσει κατά 1% στο ΑΕΠ της Ιταλίας, δημιουργώντας 250.000 νέες θέσεις εργασίας και κατά 0,5% στο ΑΕΠ της Ισπανίας, δημιουργώντας 50.000 επιπλέον θέσεις εργασίας. Αντίστοιχα η μελέτη καταδεικνύει τη σημασία της διαμόρφωσης διαδικτυακού περιεχομένου για τον πολιτισμό, καθώς αυτό θα μπορούσε να ωφελήσει το εγχώριο ΑΕΠ κατά 1,5%, δημιουργώντας 50.000 θέσεις εργασίας. Τα οφέλη είναι πιο περιορισμένα στην Ιταλία και την Ισπανία (0,3% και 0,2% αντίστοιχα), δημιουργώντας 75.000 και 20.000 νέες θέσεις εργασίας.

Εξάλλου στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού τουρισμού, η εξερεύνηση του πολιτισμού και της κουλτούρας είναι παράγοντας-κλειδί για ταξιδιώτες, αγγίζοντας ποσοστό 22% στα ταξίδια που πραγματοποιήθηκαν το 2011 από πολίτες της ΕΕ. Επίσης, οι αναζητήσεις για τον πολιτισμό που έγιναν στο Διαδίκτυο σε χώρες-βασικές πηγές προέλευσης τουριστών, ανέρχονται σε ποσοστό 45% για την Ελλάδα στο σύνολο των αναζητήσεων, 31% για την Ιταλία και 44% για την Ισπανία.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6°

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

6.1.«ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ : ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Η Ελλάδα έχει ανάγκη τον ποιοτικό τουρισμό, που θα βασίζεται στις αρχές της αειφορίας, δημιουργώντας ένα παράλληλο αλλά και εξειδικευμένο τουριστικό προϊόν, το οποίο θα αναδεικνύει το ιδιαίτερο και αυθεντικό της πρόσωπο. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού εισάγουν τη μορφωτική εμπειρία στη θέση της επιδερμικής επαφής με το «ξένο» στοιχείο. Επίσης λαμβάνουν υπόψιν τους, τη φέρουσα ικανότητα του επισκέπτη, εξατομικεύοντας τις ταξιδιωτικές προτάσεις και αρνούνται τη δημιουργία μηχανισμών περιφρούρησης του τουρίστα μέσω της διαμόρφωσης γυάλινων πύργων. Οι μορφές του περιβαλλοντικού, αγροτικού, αθλητικού, θρησκευτικού, πολιτιστικού ή τουρισμού με μορφές εθελοντισμού, επιχειρούν την επαναπροσέγγιση και ζεύξη της τουριστικής εμπειρίας με άλλες παραγωγικές ή πολιτιστικές δραστηριότητες. Ο εναλλακτικός τουρισμός δε μετατρέπει το χρόνο αναψυχής σε χρόνο σεμιναρίων, όμως αρνείται την κατάσταση της «υπνοβασίας», στην οποία καταδικάζεται ο συμβατικός

τουρίστας (Εντγκαρ Μορεν). Δεν υποτάσσεται σε στενά πελατειακές λογικές αλλά προτάσσει την ιδιαιτερότητα του τοπικού χώρου και μέσω αυτής της ιδιαιτερότητας διαφοροποιεί το τουριστικό προϊόν και το κάνει μοναδικό και ελκυστικό.

Ο εναλλακτικός τουρισμός θέλει να κάνει τον καθένα να «αισθάνεται σαν στο σπίτι του», εξοικειώνοντας τον με τις τοπικές αρετές, τα τοπία, τις τροφές, τα τραγούδια, το χορό, τη ζωγραφική, την οδοιπορία, τη δημιουργία μέσα από την κατάσταση τηςσχόλης. Αυτό που ανακαλύπτουμε σήμερα εμείς, ως λύση στα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού, οι Ευρωπαίοι εταίροι μας το εφαρμόζουν με αξιοσημείωτη επιτυχία εδώ και αρκετά χρόνια. Η Ευρώπη ήδη δρέπει τα οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού και βρίσκεται στο επόμενο στάδιο, αυτό της εξέλιξης, της εξειδίκευσης και της τελειοποίησης του.

Η Ελλάδα βρίσκεται ακόμα στην αρχή. Ο «**Εναλλακτικός Τουρισμός**», είναι αυτός που θα σηματοδοτήσει μία νέα περίοδο τουριστικής ανάπτυξης και τουριστικής πολιτικής για τον ελληνικό χώρο και αυτό γιατί ο αριθμός των Ευρωπαίων πολιτών που στρέφεται προς τον εναλλακτικό τουρισμό ξεπερνά τα 35.000.000 και αυξάνεται με ρυθμούς του 20% κατά χρόνο. Ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί και πρέπει να προχωρήσει. Είναι προφανές ότι το απαιτούν και οι περιστάσεις. Πρέπει να προχωρήσει ολιστικά και συντονισμένα, βάσει ενός θεσμικού πλαισίου, μίας εθνικής πολιτικής που θα ενεργοποιήσει τις δράσεις και τους τομείς που τον απαρτίζουν. Πρέπει να προχωρήσει και να προχωρήσει σωστά. Ο «**Εναλλακτικός Τουρισμός**» δεν μπορεί και δεν πρέπει να είναι μία άναρχη ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού, αλλά είναι η ευκαιρία για την αναγέννησή του.

Το «τουριστικό σύμπλεγμα του Ανταίου»

Η τάση του ανθρώπου να επαναπροσδιορίσει τη σχέση του με τη φύση, όταν εκδηλώνεται με τη μορφή τουριστικής δραστηριότητας, ονομάζεται στην ψυχολογία «**Τουριστικό Σύμπλεγμα Του Ανταίου**». Ο μύθος αναφέρει ότι ο Ανταίος ήταν γίγαντας, γιος του Ποσειδώνα και της Γαίας. Είχε νικήσει κάθε αντίπαλό του στην πάλη αντλώντας δύναμη από την επαφή του με τη γη. Ηττήθηκε και σκοτώθηκε κατά τη διάρκεια της πάλης του με τον Ηρακλή. Ο Ανταίος έχασε τη δύναμή του, όταν ο Ηρακλής τον κράτησε ψηλά, έτσι ώστε να μην ακουμπά στη γη. Ο μύθος αυτός συμβολίζει την άρρηκτη σχέση της ύπαρξης του ανθρώπου με το φυσικό περιβάλλον και την «αναγέννηση» που του προσφέρει η επαφή του με αυτό.

«ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ»

- ❖ «ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»
Μανώλης Κων. Σφακιανάκης, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ»

- ❖ «ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»
Ρίγγας Χρήστος, Σημειώσεις στο μάθημα «αειφορία και εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Α.Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ , Ηράκλειο 2003

- ❖ «ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΜΟΧΛΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ»
Δρ. Γεώργιος Στ. Έξαρχος / Δρ. Στέφανος Γ. Καραγιάννης
Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης, Θεσσαλονίκη 2004

- ❖ «ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»
David A. Fennell, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Αθήνα 2001

- ❖ «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: ΑΡΧΕΣ, ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ»William C. Gartner

- ❖ «ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΙΣΟΡΡΟΠΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»
Βαφειάδη - Κοντογιώργου - Παπακωνσταντινίδη, Εκδόσεις Α.Τ.Ε. Αθήνα 1998

- ❖ «ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ»
Κοκκώσης Χ. - Τσάρτας Π. Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ Αθήνα 2003

- ❖ «ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΙΔΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ : ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΞΕΝΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ»
Λιαλιάμος Γ. Αθήνα 1996

❖ «ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ»

Τριανταφύλλου Γ. , Ε.Ε.Δ.Ε. Ηράκλειο 2001

❖ «ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»

Ηγουμενάκης Ν. Εκδόσεις INTERBOOKS Αθήνα 2000

❖ «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ MARKETING»

Ηγουμενάκης Ν. Εκδόσεις INTERBOOKS Αθήνα 1999

❖ «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ - ΟΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Κομίλης Π. - Βαγιωνής Ν. Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ Αθήνα 1999

«ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ»

❖ www.gnto.gr (Ε.Ο.Τ.)

❖ www.world-tourism.org (world tourism organization)

❖ www.wttc.org (world travel & tourism organization)

❖ www.greek-tourism.gr

❖ www.agrotour.gr

❖ www.agrotourism.gr

- ❖ www.anthropos.gr
- ❖ www.traveldailynews.gr
- ❖ www.touristnews.gr
- ❖ www.ecocrete.gr
- ❖ www.in.gr/agro
- ❖ www.greekhotels-association.com
- ❖ www.experts.pathfinder.gr
- ❖ www.gspa.gr
- ❖ www.alternativegreece.gr
- ❖ www.statistics.gr
- ❖ www.touristorama.gr
- ❖ www.altergreece.gr