

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (Πάτρα)**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Η συμμετοχή τους στην  
οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδος.**



Πτυχιακή Εργασία των  
ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ 9519  
ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΜΑΡΙΑ 9114

Επιβλέπων καθηγητής: ΝΤΕΜΙΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

Πάτρα, Ιούνιος 2015

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία έχει ως στόχο την παρουσίαση του Εναλλακτικού τουρισμού και των διαφόρων μορφών αυτού, ως μια σύγχρονη μορφή τουρισμού, η οποία σε χώρες όπως η Ελλάδα μπορεί να προσφέρει πολλαπλά οφέλη σε σχέση με τις παραδοσιακές τουριστικές μεθόδους και αποτελεί σημαντικό παράγοντα τόνωσης της οικονομίας και αύξησης της απασχόλησης, στον ευρύτερο Ελλαδικό χώρο και όχι με ασύμμετρο τρόπο, ειδικά τους δύσκολους καιρούς που διανύουμε.

Στο πρώτο κεφάλαιο, αφού ορίσουμε την έννοια του τουρισμού και πραγματοποιήσουμε μια σύντομη αναδρομή στην ιστορική του εξέλιξη στον ευρύτερο Ελληνιστικό χώρο, αλλά και παγκοσμίως, θα εξετάσουμε τις σύγχρονες μορφές που έχουν αναδυθεί τα τελευταία χρόνια αλλά και τις τάσεις που επικρατούν τόσο έξω, όσο και μέσα από τα σύνορα της χώρας μας.

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα γνωρίσουμε τον εναλλακτικό τουρισμό. Θα δούμε πως προέκυψε δυναμικά στο προσκήνιο τα τελευταία χρόνια, ποιες μορφές έχει και ποιο το προφίλ των ανθρώπων που τον επιλέγουν, έναντι παλαιότερων μορφών τουρισμού. Αφού δούμε τις ιδιαιτερότητές του, θα παρουσιάσουμε τα οφέλη που έχουν οι τοπικοί επιχειρηματίες αλλά και τα διάφορα κράτη, όπως και το δικό μας, από την ανάπτυξή του.

Στο τρίτο κεφάλαιο της εργασίας θα επικεντρώσουμε την έρευνά μας στην Ελλάδα των τελευταίων ετών, την Ελλάδα της κρίσης. Θα διαπιστώσουμε την ανάπτυξη του τουρισμού, εναλλακτικού και μη, εν μέσω κρίσης και θα αποφανθούμε για τη σημασία του εναλλακτικού τουρισμού ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Ελλάδας, καθώς και την αυξανόμενη βαρύτητα ως μοχλό ανάπτυξης της περιφερειακής οικονομίας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, θα έχουμε την ευκαιρία να γνωρίσουμε τον εναλλακτικό τουρισμό από πιο κοντά. Θα δούμε πως προέκυψαν οι διάφορες μορφές του στην Ελλάδα, ποιες είναι αυτές λεπτομερώς και ποια ανταπόκριση έχουν στο τουριστικό κοινό. Επίσης θα εξετάσουμε τον τρόπο με τον οποίο ενημερώνονται οι τουρίστες για τον εναλλακτικό τουρισμό στη χώρα μας, καθώς και ενέργειες που μπορούν να γίνουν για την καλύτερη προβολή και ενημέρωση των πιθανών επισκεπτών.

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο θα συζητήσουμε για ευκαιρίες και προοπτικές του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα. Θα δούμε γιατί αποτελεί ένα ισχυρό όπλο αντιμετώπισης της κρίσης και επανεκκίνησης της οικονομίας μας την δύσκολη περίοδο

που διανύουμε. Θα παρουσιάσουμε προτάσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη και διάδοση των διαφόρων μορφών του εναλλακτικού τουρισμού, ο οποίος αποτελεί μονόδρομο ανάπτυξης για την Ελλάδα

# **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b>	<b>2</b>
-----------------	----------

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**

### **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

1.1	Τι είναι τουρισμός	7
1.2	Ιστορική αναδρομή τουρισμού	8
1.3	Εξέλιξη (Διαφοροποίηση) μορφών τουρισμού αναδρομικά, στην Ελλάδα και στο Εξωτερικό	11
1.4	Εξέλιξη και τάσεις του τουρισμού Παγκοσμίως	14

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

### **ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ**

2.1	Τι είναι εναλλακτικός τουρισμός	16
2.2	Μορφές εναλλακτικού τουρισμού	17
2.2.1	Αθλητικός τουρισμός αναψυχής	17
2.2.2	Αγροτουρισμός	18
2.2.3	Θρησκευτικός τουρισμός	18
2.2.4	Θαλάσσιος τουρισμός	18
2.2.5	Πολιτιστικός τουρισμός	18
2.2.6	Εκπαιδευτικός τουρισμός	19
2.2.7	Συνεδριακός τουρισμός	19
2.2.8	Οικοτουρισμός	19
2.2.9	Τουρισμός υγείας και ευεξίας	20
2.2.10	Μεταλλευτικός τουρισμός	20

2.2.11	Γαστρονομικός τουρισμός	20
2.2.12	Οινοτουρισμός	21
2.2.13	Γεωτουρισμός	21
2.3	Πως προέκυψε ο εναλλακτικός τουρισμός	21
2.4	Τύποι ανθρώπων που επιλέγουν τον εναλλακτικό τουρισμό	23
2.4.1	Ο εναλλακτικός τουρίστας	23
2.4.2	Χαρακτηριστικά τουριστών σε διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού	24
2.5	Τα οφέλη των επιχειρηματιών και κρατών από τον εναλλακτικό τουρισμό	26

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

### **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΧΡΟΝΙΑ**

3.1	Η πορεία του τουρισμού κατά την κρίση	30
3.2	Τουρισμός, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Ελλάδας, κατά τη διάρκεια της κρίσης	33
3.3	Η καινούργια τάση προς τον εναλλακτικό τουρισμό	36

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

4.1	Μορφές εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα	37
4.2	Πως άρχισε να αναπτύσσεται ο εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα	38

4.3	Πηγές ενημέρωσης για τον εναλλακτικό τουρισμό στην Ελλάδα	39
4.4	Ποιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, έχουν τη μεγαλύτερη ανταπόκριση στην Ελλάδα	40
4.4.1	Θρησκευτικός τουρισμός	40
4.4.2	Αγροτουρισμός	43
4.5	Ποιες περιοχές της Ελλάδας έχουν τα μεγαλύτερα οφέλη από τον εναλλακτικό τουρισμό	46

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

### **ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

5.1	Ο εναλλακτικός τουρισμός ως όπλο αντιμετώπισης της κρίσης και ισχυροποίησης της ελληνικής οικονομίας μέσω αυτού	47
5.2	Η καινοτομία ως όπλο περαιτέρω ανάπτυξης (Καινοτομία και Μάρκετινγκ)	49
5.3	Προτάσεις, ευκαιρίες, στρατηγική και σχέδιο δράσης. Ο εναλλακτικός τουρισμός ως μονόδρομος ανάπτυξης.	52

	<b>ΕΠΙΛΟΓΟΣ</b>	<b>55</b>
--	-----------------	-----------

	<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>	<b>57</b>
--	---------------------	-----------

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### 1.1. Τι είναι τουρισμός

Στην ελληνική και διεθνή βιβλιογραφία μπορούμε να βρούμε πολλούς ορισμούς της έννοιας του τουρισμού. Η πλειοψηφία σχεδόν των ορισμών χαρακτηρίζει τον τουρισμό ως μια δραστηριότητα που συνδέεται άμεσα με την τάση του ανθρώπου για επικοινωνία με τον συνάνθρωπο, ψυχαγωγία, καθώς και δημιουργία νέων εμπειριών μέσα από κάποιον ταξιδιωτικό προορισμό. Στις ακόλουθες παραγράφους παρατίθενται δύο ορισμοί που προσπαθούν να αποδώσουν με σαφήνεια και πληρότητα την σημειολογική σημασία της λέξης αυτής.

Ο πρώτος ορισμός δίνεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) και χαρακτηρίζεται ως ιδιαίτερα πλήρης και ακριβής, περιγράφοντας την έννοια του τουρισμού ως μια σειρά δραστηριοτήτων. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ., ο τουρισμός αποτελείται από δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε μέρη διαφορετικά από το σύνηθες περιβάλλον τους, για λόγους αναψυχής, αποφυγής των προβλημάτων της καθημερινότητας, για άσκηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, καθώς και συναφών με αυτούς λόγους και για χρονικό διάστημα όχι μεγαλύτερο του ενός έτους. Ο όρος σύνηθες περιβάλλον χρησιμοποιείται για να εξαιρεθούν από τον εν λόγω ορισμό τα συχνά ή τακτικά ταξίδια εντός των περιοχών της συνηθισμένης διαμονής και της εργασίας ή άλλα ταξίδια ρουτίνας. Γενικά, ο τουρισμός είναι ένας συνδυασμός δραστηριοτήτων, υπηρεσιών και βιομηχανιών, όπως μεταφορικών μέσων, χώρων διαμονής, χώρων ψυχαγωγίας, χώρων άθλησης, εστιατορίων και λοιπών εμπορικών καταστημάτων, και πληθώρας άλλων δραστηριοτήτων, που προσφέρουν μια ταξιδιωτική εμπειρία, συμβάλλοντας παράλληλα στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού, στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, στην αύξηση των επενδύσεων και στη μεγέθυνση της οικονομίας.

Ο δεύτερος ορισμός της έννοιας του τουρισμού είναι πιο συνοπτικός και περιεκτικός, και επικεντρώνεται περισσότερο στη δημιουργία των σχέσεων και

δικτυακών φαινομένων που αναπτύσσονται κατά την άσκηση της τουριστικής δραστηριότητας. Σύμφωνα με τον εν λόγω ορισμό, ο τουρισμός μπορεί να διατυπωθεί ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προέρχονται από την αλληλεπίδραση της επικοινωνίας των τουριστών, των προμηθευτών, των επιχειρήσεων, των κυβερνήσεων στις περιοχές υποδοχής, στη διαδικασία της έλξης και φιλοξενίας αυτών των τουριστών και άλλων επισκεπτών ( Θεοδωροπούλου, 2006).

Το 1963 πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό. Εκεί συμφωνήθηκε ο όρος επισκέπτης να περιγράφει το κάθε άτομο που επισκέπτεται μία χώρα διαφορετική από εκείνη της μόνιμης διαμονής του, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από το λόγο της άσκησης επαγγέλματος για το οποίο αμείβεται με πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται. Ο ορισμός αυτός καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών:

- Τους τουρίστες: Είναι εκείνοι που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί μία μέρα, και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε κάποια αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς, θρησκευτικοί και άθληση.
- Τους εκδρομείς: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από μία μέρα. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι διάφοροι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν την ίδια μέρα, για οποιοδήποτε λόγο, χωρίς όμως να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης και τα πληρώματα αεροπλάνων ή πλοίων κλπ.

## 1.2. Ιστορική αναδρομή τουρισμού

Από τα αρχαία χρόνια, η συλλογή καινούργιων εμπειριών και γνώσεων και η γνωριμία καινούργιων τόπων και πολιτισμών γοήτευε τον άνθρωπο. Οι πρώτοι ταξιδιώτες ήταν επιστήμονες τους εποχής και έμποροι που συνέδεαν το ταξίδι με το επάγγελμά τους. Η ανάπτυξη των πρώτων μεγάλων πόλεων στη Μεσοποταμία οδηγεί και στην ανάγκη επαφών για εμπορικούς, πολιτικούς ή μορφωτικούς λόγους. Η εφεύρεση του χρήματος από τους Σουμέριους, καθώς και της σφηνοειδούς γραφής και



της ρόδας, τους δίνει τα μέσα για να ταξιδέψουν και να αλληλεπιδράσουν με ανθρώπους σε διαφορετικά μέρη, καθώς και τον τίτλο των ιδρυτών του τουρισμού.

Στην αρχαία Ελλάδα, μια άλλη μορφή τουρισμού, ο αθλητικός τουρισμός, ξεκίνησε το 776 π.χ. με τους πρώτους Ολυμπιακούς Αγώνες. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι οι πρώτες οργανωμένες εκδηλώσεις με διεθνή συμμετοχή και ειδικό κίνητρο (αθλητισμός, γιορτή, φεστιβάλ κλπ.). Άνθρωποι από κάθε πόλη – κράτος του αρχαιοελληνικού χώρου βρίσκονται μαζί, ανταλλάσσουν απόψεις, ψυχαγωγούνται και διαβιούν σε έναν χώρο διαφορετικό του συνηθισμένου για τον καθένα από αυτούς, για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

Η εξάπλωση της Αυτοκρατορίας του Μεγάλου Αλεξάνδρου και της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας κατόπιν, συντέλεσε στην βελτίωση του οδικού δικτύου, στην ασφάλεια στις μεταφορές και στην εξειδίκευση των τουριστικών ταξιδιών. Πολλές περιοχές (Ελλάδα, Αίγυπτος κλπ.) γίνονται πόλος έλξης τουριστών τόσο για θρησκευτικούς όσο και για πολιτιστικούς λόγους (Τσάρτας, 1996). Για παράδειγμα, αναφέρεται ότι την αρχαία Έφεσο της εποχής του Μ. Αλεξάνδρου (334 π.χ.) την επισκέπτονταν ετησίως 700.000 τουρίστες, για διασκέδαση και πολιτιστικές δραστηριότητες. Ακόμη, στα χρόνια αυτά, οι οικονομικά εύρωστοι έκαναν ταξίδια για να επισκεφθούν τα επτά θαύματα του τότε γνωστού κόσμου (400-200 π.χ.).

Τον Μεσαίωνα οι περισσότερες μετακινήσεις πραγματοποιούνταν για θρησκευτικές εκδηλώσεις, γιορτές και ιαματικές θεραπείες. Ήδη από την εποχή της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας οι ιαματικές πηγές ήταν πολύ δημοφιλείς, ενώ αργότερα κατά την Αναγέννηση έγιναν κέντρα αναψυχής και διασκέδασης για την υψηλή κοινωνία (Βιτουλαδίτη, 2000). Τα περισσότερα ταξίδια όμως την εποχή του Μεσαίωνα γίνονταν στην Ιερουσαλήμ και στους Αγίους Τόπους, από προσκυνητές από όλη την Ευρώπη, οι οποίοι απηφούσαν τους κινδύνους και τις κακουχίες που εμπειρείχε ένα τόσο μεγάλο ταξίδι, προκειμένου να εκπληρώσουν το θρησκευτικό τους καθήκον. Την περίοδο εκείνη επίσης πραγματοποιήθηκαν τα μεγάλα ταξίδια εξερευνήσεων και ανακαλύψεων (Αμερική, Κίνα).

Την περίοδο της Αναγέννησης οι ανάγκες των ταξιδιωτών άλλαξαν, και οι γόνιμοι των αριστοκρατικών οικογενειών συνήθως ενθαρρύνονται να ταξιδέψουν στην Ευρώπη, μακριά από την πατρική στέγη, για τρία ή και περισσότερα έτη, ούτως ώστε να διευρύνουν τους πνευματικούς τους ορίζοντες και να γίνουν δεκτοί στις βασιλικές αυλές. Τα ταξίδια αυτά ονομάστηκαν «Grand Tour». Η ανάπτυξη αυτών των ταξιδιών οδήγησε κατά κάποιο τρόπο στη μαζικοποίηση του τουρισμού και στη δημιουργία

«τουριστικών πακέτων» με ιδιαίτερες παροχές όπως αυτή του ξεναγού. Επίσης βοήθησε στην ανάπτυξη όλων των υποδομών που έχουν σχέση με τον τουρισμό, όπως ξενοδοχεία, μεταφορικά μέσα, δρόμους. Παράλληλα με την ανάπτυξη των οργανωμένων ταξιδιών στην Ευρώπη, άρχισαν οι μεγάλες εξερευνήσεις στην Αμερική, Αφρική, Ασία, Αυστραλία και Ωκεανία. Οι λαοί της Ευρώπης διαπιστώνουν μετά την ανακάλυψη των νέων χωρών πως ο ορίζοντας των ταξιδιών τους διευρύνεται. Επιστήμονες, έμποροι, ιεραπόστολοι ακολουθούν τους θαλασσοπόρους στους νέους προορισμούς, μεταφέροντας την ιστορία, τον πολιτισμό, την επιστήμη και τις ιδέες των χωρών προέλευσής τους (Τσάρτας, 1996).

Ο 19ος αιώνας είναι ο αιώνας της αλματώδους ανάπτυξης του τουρισμού που οδήγησε στην μελλοντική μαζικοποίησή του. Δύο τεχνολογικές αλλαγές που συνέβησαν στις αρχές του 19ου αιώνα διαδραμάτισαν πολύ σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη και τη μορφή του ταξιδιού. Αυτές ήταν η εμφάνιση του σιδηρόδρομου και η ναυπήγηση του ατμόπλοιου. Με την εμφάνιση των ατμόπλοιων και του σιδηροδρόμου, μειώθηκε αισθητά το κόστος μεταφοράς και η μετακίνηση έγινε γρηγορότερη και ασφαλέστερη.

Όμως, καθώς ο τουρισμός αναπτυσσόταν εμφανίστηκε η ανάγκη για οργάνωση της μετακίνησης, καθώς και προγραμματισμού και αυτοματοποίησης όλων εκείνων των στοιχείων που απαρτίζουν ένα ταξίδι. Έτσι, εκείνη την εποχή, πρωτοεμφανίστηκαν εταιρίες που αναλάμβαναν την οργάνωση του ομαδικού ταξιδιού, βάζοντας τα θεμέλια του tour operating και των σημερινών γραφείων ταξιδιών. Το πρώτο τουριστικό πρακτορείο δημιουργήθηκε από τον Τόμας Κουκ το 1841 στην Αγγλία. Οργάνωνε δύσκολα και μακρινά ταξίδια στην Ευρώπη, στην Αμερική και στους Αγίους Τόπους. Πρόσφερε δε στους ταξιδιώτες, εκτός από το ίδιο το ταξίδι και επιπλέον υπηρεσίες, όπως τουριστικούς οδηγούς, κουπόνια για ξενοδοχεία και συναλλαγματικές διευκολύνσεις. Τον Τόμας Κουκ μιμήθηκαν και άλλοι επιχειρηματίες στην Ευρώπη και Αμερική με αποτέλεσμα τα οργανωμένα ταξίδια να γίνουν πολύ δημοφιλή στη μεσαία τάξη της εποχής. Ο τουρισμός πλέον είναι ένα καταναλωτικό αγαθό που απευθύνεται στη μάζα.

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

πραγματοποίησης του ταξιδιού. Η σιδηροδρομική και αεροποϊκή μετακίνηση φθίνει λόγω της εισόδου του αυτοκινήτου και του αεροπλάνου. Η μαζική παραγωγή του αυτοκινήτου στις πρώτες δεκαετίες του 20ου αιώνα οδηγεί στη δημιουργία νέου οδικού δικτύου και στην μεγάλη ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού, ενώ η ανάπτυξη του αεροπλάνου είναι η βάση στην οποία στηρίχθηκε η μαζικοποίηση του διεθνούς τουρισμού στην περίοδο μετά τον 2ο Παγκόσμιο Πόλεμο (Βιτουλαδίτη, 2000).

Επίσης, τις πρώτες δεκαετίες του 20ου αιώνα υπήρξε μια εμφάνιση και εξάπλωση των ξενοδοχειακών «αλυσίδων» και των μεγάλων τουριστικών πρακτορείων. Πολλές περιοχές αναπτύχθηκαν τουριστικά και ο τουρισμός έγινε μια αναπτυξιακή δραστηριότητα που παρήγαγε εισόδημα και κυρίως συνάλλαγμα για μια χώρα και διαμόρφωνε νέες μορφές απασχόλησης. Τα αναπτυγμένα κράτη προωθούν τον τουρισμό ως οικονομική δραστηριότητα με πολλαπλά οφέλη για τις οικονομίες τους και διαμορφώνουν το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο που θα ενισχύσει, οργανώσει και θα ελέγξει αυτή την ταχύτατα αναπτυσσόμενη βιομηχανία (Τσάρτας, 1996).

Η δυναμική ανάπτυξη του τουρισμού έγινε μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου με την ανασυγκρότηση της Ευρώπης που ακολούθησε. Η μετακίνηση των ατόμων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους στους τουριστικούς τόπους γινόταν στην αρχή με το σιδηρόδρομο και αργότερα με τουριστικά λεωφορεία, ιδιωτικά αυτοκίνητα και αεροπλάνα. Έτσι λοιπόν ο τουρισμός αρχίζει να αποκτά τη σύγχρονη μορφή του. Με το πέρασμα του χρόνου ο τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται και να μεγεθύνεται γεγονός όπου προξένησε την εμφάνιση διεθνών οργανισμών όπως ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών (Ο.Η.Ε) και ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.).

### **1.3. Εξέλιξη (Διαφοροποίηση) μορφών τουρισμού αναδρομικά, στην Ελλάδα και στο Εξωτερικό**

Ο τουρισμός, όπως είδαμε, είναι ένα πανανθρώπινο φαινόμενο το οποίο έχει τις ρίζες του στην Αρχαιότητα. Ο όρος τουρισμός έχει αγγλική προέλευση από τον αντίστοιχο αγγλικό όρο «touring» που προέρχεται από την γαλλική λέξη «tour» που σημαίνει γύρος, περιοδεία, ταξίδι. Η ανάγκη για εύρεση νέων πόρων, οδήγησε τους

πρώτους ανθρώπους στο να ταξιδέψουν. Η έμφυτη περιέργεια του ανθρώπου για τον κόσμο γύρω του και η επιθυμία για νέες εμπειρίες και γνώσεις, ενίσχυσε την ανάγκη αυτή, έτσι που μερικές φορές το ταξίδι ήταν ο σκοπός, και όχι το μέσο. Όπως λέει και ο Καβάφης, «Σα βγεις στον πηγαιμό για την Ιθάκη, να εύχεται να ναι μακρύς ο δρόμος, γεμάτος περιπέτειες, γεμάτος γνώσεις...».

Έτσι λοιπόν η πρώτη μορφή τουρισμού και επικρατούσα ως τις μέρες μας, είναι ο τουρισμός αναψυχής. Ο άνθρωπος ταξιδεύει για να θαυμάσει το μεγαλείο της φύσης, για να γνωρίσει νέους τόπους, νέους συνανθρώπους, νέα ήθη και έθιμα, να τέρψει τις αισθήσεις και τη νόηση του.

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας και η δημιουργία των πρώτων μεταφορικών μέσων, όπως το πλοίο και η άμαξα, σημαίνουν την αρχή του εμπορίου μεταξύ των διαφόρων κοινοτήτων. Η αφθονία ενός αγαθού σε ένα μέρος με την ταυτόχρονη έλλειψή του σε ένα άλλο δημιουργούν ευκαιρίες για πλουτισμό. Πολλοί λαοί δράττονται την ευκαιρία και έτσι γεννιέται το εμπόριο μεταξύ των διαφόρων πόλεων – κρατών. Τα Ελληνικά φύλλα κυριαρχούν στο εμπόριο στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου. Δρόμοι για τη διευκόλυνση του εμπορίου δημιουργούνται, κάτι το οποίο ωφελεί και τα διάφορα άλλα είδη τουρισμού.

Παράλληλα με τον τουρισμό αναψυχής και τα επαγγελματικά ταξίδια, αναπτύσσονται διάφοροι εναλλακτικοί λόγοι τουρισμού, τόσο στον Ελλαδικό χώρο όσο και παγκοσμίως. Ένα τέτοιο παράδειγμα, ίσως και το παλαιότερο χρονολογικά, είναι ο θρησκευτικός τουρισμός. Με την εμφάνιση των πρώτων θρησκειών, ο άνθρωπος θέλοντας να έρθει όσο το δυνατόν πιο κοντά στους Θεούς του, ταξιδεύει για να γνωρίσει θρησκευτικά μνημεία, ιερατεία και ανθρώπους με τους οποίους μοιράζεται την ίδια πίστη. Τα παραδείγματα πάμπολλα. Τα προ Χριστού χρόνια, στον Ελλαδικό χώρο, πιστοί συνέρρεαν στα μαντεία των Δελφών και της Δωδώνης, όπου οι Μάντιες, ως επί γης εκπρόσωποι του εκάστοτε Θεού, φανέρωναν τη θέληση των Θεών στους προσκυνητές. Επίσης, πολλά ταξίδια πραγματοποιούσαν την περίοδο εκείνη πιστοί για να παρευρεθούν σε θρησκευτικές γιορτές που πραγματοποιούταν μακριά από τον τόπο διαμονής τους. Παραδείγματα τέτοιων γιορτών ήταν τα Παναθήναια στην Αθήνα και το Ηραίο στο Άργος.

Μια άλλη μορφή τουρισμού στενά συνδεδεμένη με τον θρησκευτικό τουρισμό, που άνθισε στον ελλαδικό και ευρύτερο χώρο την ίδια περίπου περίοδο, ήταν ο αθλητικός τουρισμός. Πολλές αθλητικές γιορτές και αγώνες, πολλές φορές με θρησκευτικά στοιχεία ή εκδηλώσεις, πραγματοποιούταν στον Ελλαδικό και ευρύτερο

χώρο, με κυριότερη τους Ολυμπιακούς αγώνες που πραγματοποιούνταν στην Ολυμπία. Άνθρωποι από όλο τον γνωστό τότε κόσμο συνέρρεαν για να συναγωνιστούν ή να ψυχαγωγηθούν και να λάβουν μέρος και σε διάφορες θρησκευτικές εκδηλώσεις που λάμβαναν μέρος κατά τη διάρκεια των αγώνων.

Τη μετά Χριστό εποχή και κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, η τουριστική δράση συνεχίζεται χωρίς όμως να γνωρίσει ιδιαίτερη ανάπτυξη. Οι τότε επικρατούσες συνθήκες των συνεχών πολέμων μεταξύ των κρατών της Ευρώπης, της μεγάλης επικινδυνότητας των ταξιδιών λόγω της έντονης ληστρικής και πειρατικής δράσης, της έλλειψης δρόμων και συγκοινωνιακών μέσων, της διάσπαρτης κοινωνικής αναταραχής και της γενικής κατάστασης όπου οι άνθρωποι προσπαθούσαν με δυσκολία να επιβιώσουν, όλες αυτές οι συνθήκες δεν επέτρεπαν να εκδηλωθεί μια σοβαρή τουριστική δραστηριότητα, τουλάχιστο από το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού. Κατά τη διάρκεια των περιόδων αυτών, δεν παρουσιάστηκαν νέες μορφές τουρισμού, αλλά δεν έπαψε να υπάρχει τουριστική δραστηριότητα, κυρίως με τη μορφή του προϋπάρχοντος θρησκευτικού, και αθλητικού τουρισμού και των επαγγελματικών ταξιδιών.

Η εποχή του Διαφωτισμού και της Αναγέννησης σημαίνει το τέλος του Μεσαίωνα. Ο άνθρωπος ξυπνά από το λήθαργο χιλίων περίπου ετών, γίνεται περισσότερο κοινωνικός, αναπτύσσει τις τέχνες και τις επιστήμες. Δημιουργούνται τα πρώτα οργανωμένα ξενοδοχεία, τα πρώτα εστιατόρια, γράφονται οι πρώτοι τουριστικοί οδηγοί, οπότε έχουμε την εμφάνιση των πρώτων μορφών οργανωμένου και ξενοδοχειακού τουρισμού (Σφακιανάκης,2000).

Η βιομηχανική επανάσταση τον 18ο και 19ο αιώνα, σηματοδοτεί μια αλματώδη ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων, καθώς και των οδικών δικτύων. Εμφανίζεται ο σιδηρόδρομος, το αυτοκίνητο, το ατμόπλοιο. Τα ξενοδοχεία γίνονται περισσότερα και μεγαλύτερα. Ο τουρισμός πλέον αρχίζει να γίνεται εφικτός και ασφαλέστερος για το ευρύ κοινό. Εμφανίζονται τα πρώτα ταξιδιωτικά γραφεία, κάτι που έχει σαν συνέπεια να εδραιωθεί ο οργανωμένος τουρισμός και λόγω της χαμηλής σχετικά τιμής των πακέτων, να εμφανιστεί και ο μαζικός τουρισμός. Ο παράκτιος, ο ορεινός, ο φυσιολατρικός τουρισμός διαφοροποιούνται από τον γενικό περιηγητικό τουρισμό και εμφανίζονται σαν νέες μορφές τουρισμού κατά την περίοδο αυτή. Επίσης Σε πολλές ευρωπαϊκές πόλεις, η εμφάνιση των Διεθνών Εκθέσεων προσελκύει μεγάλο αριθμό επισκεπτών και έτσι σιγά - σιγά συγκροτείται μια ακόμη εναλλακτική μορφή τουρισμού ο εκθεσιακός τουρισμός.

Μετά το τέλος του δευτέρου Παγκοσμίου πολέμου έχουμε μια έκρηξη του τουριστικού φαινομένου σε όλο τον κόσμο. Ο τουρισμός έγινε πλέον κομμάτι τις ζωής των ανθρώπων καθώς και υποχρέωση της εκάστοτε χώρας να τον προσφέρει και να τον κάνει προσιτό στους πολίτες της. Εμφανίζονται διάφορες νέες μορφές, οι οποίες απευθύνονται σε διαφορετικές ηλικίες ή κοινωνικές ομάδες. Ενδεικτικά θα αναφέρω, τον τουρισμό στην τρίτη ηλικία, όπου οι συνταξιούχοι συνήθως επιλέγουν έναν γαλήνιο προορισμό για να ζήσουν τα συντάξιμα χρόνια τους, σε χώρες με υψηλό βιοτικό επίπεδο, όπως οι Η.Π.Α. Μια ακόμα νέα μορφή, που βλέπουμε ακόμα και στις μέρες μας, είναι το λεγόμενο “spring break”, οι διακοπές που κάνουν τα διάφορα Πανεπιστήμια στην αρχή της Άνοιξης, κάτι που τα τελευταία χρόνια έχει μεταφερθεί και στην Ελληνική πραγματικότητα με οργανωμένες εκδρομές φοιτητών σε προορισμούς όπως Μύκονο ή Σαντορίνη, μετά την χειμερινή εξεταστική.

#### **1.4. Εξέλιξη και τάσεις του τουρισμού παγκοσμίως**

Ο τουρισμός έχει αναδειχτεί σε μείζονα οικονομική δραστηριότητα παγκοσμίως. Αυτό είναι κάτι ευρέως γνωστό. Τα τελευταία τριάντα χρόνια ο παγκόσμιος τουρισμός αυξάνεται με ταχύτερο ρυθμό από το παγκόσμιο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (Α.Ε.Π.). Οι αφίξεις τουριστών από ξένες χώρες το 2008 ξεπέρασαν τα 900 εκατομμύρια συμβάλλοντας, μαζί με τις αερομεταφορές, σε πάνω από ένα τρις δολάρια ΗΠΑ στην παγκόσμια οικονομία (UNWTO,2008). Ο διεθνής τουρισμός έχει τριπλασιαστεί μέσα σε είκοσι πέντε χρόνια (1975-2000) και σύμφωνα με πρόσφατες προβλέψεις (UNWTO, 2008) αναμένεται να συνεχίσει να αυξάνεται με υψηλούς ρυθμούς. Με βάση τις προβλέψεις αυτές οι αφίξεις παγκοσμίως αναμένεται να διπλασιαστούν σχεδόν στα επόμενα δεκαπέντε έως είκοσι χρόνια, ξεπερνώντας τα 1,6 δις σε διεθνείς αφίξεις περίπου το 2020 (UNWTO , 2008). Οι προβλέψεις αυτές υπογραμμίζουν, αφενός, το δυναμισμό του τουρισμού, και αφετέρου, μια εδραιωμένη πίστη ότι παρά τα ενδεχόμενα βραχυχρόνια σκαμπανεβάσματα ο τουρισμός θα αναπτύσσεται μακροχρόνια, πιο γρήγορα από την παγκόσμια οικονομία.

Αν και σε παγκόσμιο επίπεδο ο τουρισμός αναμένεται να συνεχίζει να αυξάνεται, οι διάφορες περιοχές του κόσμου αναμένεται να έχουν διαφορετική συμπεριφορά, κάποιες να αναπτύσσονται ταχύτερα τουριστικά (ιδίως οι νέοι μακρινοί

προορισμοί) και κάποιες πιο αργά. Ας σημειωθεί ότι ο ρυθμός αύξησης των αφίξεων δεν είναι ο μοναδικός δείκτης δυναμισμού, αλλά θα πρέπει να εκτιμάται μαζί και με άλλους, ιδίως με το σχετικό μέγεθος βάσης καθώς και με τα έσοδα. Η Ευρώπη αποτελεί μείζονα παγκόσμιο προορισμό, καθώς συγκεντρώνει το 53,6% των διεθνών αφίξεων (484,4 εκατομμύρια το 2007) και περισσότερο από το 50% των εσόδων (UNWTO – Tourism Highlights 2008). Σύμφωνα με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού οι διεθνείς αφίξεις στην Ευρώπη αναμένεται να ξεπεράσουν τα 717 εκατομμύρια το 2020. Παρά την άνοδο στους αναδυόμενους νέους προορισμούς ανά τον κόσμο, η Ευρώπη προβλέπεται να συνεχίσει να αποτελεί τον πρωταρχικό τουριστικό προορισμό, ταυτόχρονα όμως, για πολλούς προορισμούς, αντιπροσωπεύει και τη μεγαλύτερη τουριστική αγορά προέλευσης. Ιδιαίτερης σημασίας για τη χώρα μας είναι η σχετική συμπεριφορά της μεσογειακής Ευρώπης, που σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία δέχεται το 1/3 των τουριστών του συνόλου της Ευρώπης αλλά αυξάνεται ταχύτερα από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο.

Παράλληλα, νέα θέματα και προτεραιότητες εμφανίζονται να απασχολούν ιδιαίτερα τον σύγχρονο τουρίστα. Παραδείγματος χάριν, υπάρχει αυξανόμενη ανησυχία για θέματα όπως η ασφάλεια των τουριστών που επισκέπτονται μια χώρα και η πολιτική σταθερότητα σε έναν προορισμό. Τρομοκρατικές επιθέσεις ή παρεμφερείς κίνδυνοι, πανδημίες και επιδημίες, φυσικές καταστροφές όπως τσουνάμι, τυφώνες και σεισμοί), αλλά και η απειλή ενός πολέμου, λειτουργούν αρνητικά προς την τουριστική ζήτηση για μία αγορά (τουλάχιστον βραχυπρόθεσμα), γεγονός που αντανακλά πόσο πολύ συνυφασμένο είναι το τουριστικό προϊόν όχι μόνο με την οικονομία, αλλά κυρίως και με την κοινωνία. Καθώς οι σύγχρονες κοινωνίες επιστρέφουν σε βασικές αξίες, γίνονται πιο ευαίσθητες, για παράδειγμα, σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα, ιδιαίτερα ως απάντηση στα ολοένα αυξανόμενα παγκόσμια προβλήματα. Αυτός ο αναπροσανατολισμός επηρεάζει τις αγορές, ενδεχομένως τις τουριστικές ροές και τις απαιτήσεις ως προς την ποιότητα και τα χαρακτηριστικά του τοπικού τουριστικού προϊόντος (Κοκκώσης Χ. και Τσάρτας Π., 2001). Ήδη στη ζήτηση εμφανίζονται, όλο και περισσότερο, και περιβαλλοντικά κριτήρια στην επιλογή του τουριστικού καταλύματος, αλλά και του τύπου προορισμού των τουριστών, τουλάχιστον στις ευαισθητοποιημένες αγορές (π.χ. Γερμανία, Ολλανδία, Δανία κ.λπ.).

Από όλα αυτά, είναι προφανές πόσο σημαντική είναι για την Ελλάδα η στροφή σε νέες, εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Οι διεθνείς συγκυρίες ευνοούν τον Ελληνικό τουρισμό. Η μειωμένη πολιτική σταθερότητα και οι διάφορες ένοπλες συγκρούσεις σε

προορισμούς κατεξοχήν ανταγωνιστικούς για την Ελλάδα, όπως οι χώρες της Βόρειας Αφρικής και οι χώρες τις μέσης Ανατολής, αναμένεται να αυξήσουν το τουριστικό κύμα προς τη χώρα μας τα επόμενα χρόνια. Σίγουρα σε αυτό τεράστιο ρόλο παίζει και το γεγονός πως η Ελλάδα είναι μέρος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχει κοινό νόμισμα με τις υπόλοιπες χώρες – μέλη, κάτι που δίνει και μεγαλύτερη ασφάλεια στον επισκέπτη, αλλά και ευκολία στις μετακινήσεις, ειδικά για αυτόν που η Ελλάδα δεν είναι ο μοναδικός του προορισμός, αλλά ένα μέρος από το συνολικό ταξίδι. Για το λόγο αυτό, η Ελλάδα και ο κάθε Έλληνας εμπλεκόμενος με την τουριστική βιομηχανία θα πρέπει να εργαστεί σκληρά ώστε η ασφάλεια, η σωστή εξυπηρέτηση και η φροντίδα και αγάπη για το περιβάλλον να είναι πράγματα που εισπράττει ο κάθε τουρίστας που επισκέπτεται τη χώρα μας, κάτι που θα λειτουργήσει ως η καλύτερη προϋπόθεση επιστροφής του στη χώρα μας, αλλά και ως η καλύτερη διαφήμισή μας στις αγορές του εξωτερικού.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

### **ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ**

#### **2.1 Τι είναι εναλλακτικός τουρισμός**

Εναλλακτικός τουρισμός είναι ένας καινούριος τρόπος βιώματος του τουρισμού και περιλαμβάνει όλες εκείνες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες προσελκύουν τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα.

Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- Οικολογία και προστασία του φυσικού περιβάλλοντος
- Αποφυγή των κλασικών τουριστικών προσφορών
- Προστασία και διατήρηση των κατά τόπου οικοσυστημάτων
- Αλληλεπίδραση του τουρίστα με τα τοπικά μνημεία πολιτισμού
- Στήριξη και ανάπτυξη αγροτικών περιοχών
- Άμβλυνση του προβλήματος του εποχιακού τουρισμού σε ένα τόπο



Πολλοί συγγραφείς, όπως οι Cazes (1989), Himmetoglu (1992), Mader (1988) και Weaver (1991), θεωρούν τον εναλλακτικό τουρισμό ως μια σύγχρονη μορφή ανάπτυξης που έχει ερμηνευτεί σε σχέση με άλλες εκφράσεις όπως: «κατάλληλος», «οίκο-», «ήπιος», «υπεύθυνος», «ελεγχόμενος», «χαμηλών προσκρούσεων», «ευγενής», «μικρής κλίμακας», «διαφορετικός», «επιδέξιος», «παρορμητικός», «αντιτουρισμός», «συμμετοχικός» και «πράσινος».

## **2.2. Μορφές εναλλακτικού τουρισμού**

Υπάρχουν πάρα πολλές μορφές εναλλακτικού τουρισμού, και συνεχώς δημιουργούνται καινούριες. Ενδεικτικά θα αναφέρουμε μερικές, που γνωρίζουν μεγάλη ανάπτυξη στη χώρα μας και σε παγκόσμιο επίπεδο τα τελευταία χρόνια.

### **2.2.1. Αθλητικός τουρισμός αναψυχής**

Ως αθλητικό τουρισμό αναψυχής μπορούμε να ορίσουμε τις διάφορες μορφές ενεργητικής και παθητικής συμμετοχής σε κάθε είδους αθλητικές εκδηλώσεις. Η συμμετοχή αυτή μπορεί να έχει επέλθει τυχαία ή να είναι ακόμη και οργανωμένη και μπορεί να πραγματοποιείται για διάφορους λόγους, επιχειρηματικούς ή άλλους. Χωρίζεται στις εξής δύο κατηγορίες:

1. Ενεργή συμμετοχή σε διάφορους αθλητικούς αγώνες, εκδηλώσεις ή αθλητικούς διαγωνισμούς, σε αθλήματα όπως το ποδόσφαιρο, το μπάσκετ, το τένις, τα αθλήματα του στίβου κ.α.
2. Παρακολούθηση των λογής μεγάλων διεθνών αθλητικών γεγονότων, όπως παγκόσμιο κύπελλο ποδοσφαίρου, Ολυμπιακοί αγώνες, διεθνή μίτινγκ στίβου κ.α.

### **2.2.2. Αγροτουρισμός**

Ο αγροτουρισμός, ο οποίος μπορεί να χαρακτηριστεί και ως «τουρισμού υπαίθρου», είναι μια ήπια και μικρής κλίμακας μορφή τουριστικής ανάπτυξης και δραστηριότητας που αναπτύσσεται σε έναν αγροτικό, κυρίως, τόπο ο οποίος δεν είναι τουριστικά ανεπτυγμένος και κορεσμένος. Η φιλοξενία και διαμονή πραγματοποιείται σε

αγροκτήματα ή σε καταλύματα παραδοσιακού χαρακτήρα τα οποία συνήθως έχουν μικρή δυναμικότητα. Ο αγροτουρισμός επίσης περιλαμβάνει μια ευρεία γκάμα δραστηριοτήτων αναψυχής στην ύπαιθρο που συνδέονται είτε με την γεωργική και κτηνοτροφική παραγωγή, την τοπική κουζίνα και οινοποιία, καθώς και τα τοπικά προϊόντα και τα πολιτισμικά στοιχεία του αγροτικού χώρου. Επίσης συνήθως περιλαμβάνει πολλές διαφορετικές υπαίθριες δραστηριότητες όπως η ορειβασία, η πεζοπορία, η ποδηλασία βουνού κ.α.

### **2.2.3. Θρησκευτικός τουρισμός**

Σαν θρησκευτικό μπορούμε να ορίσουμε το είδος εκείνο του εναλλακτικού τουρισμού που περιλαμβάνει επισκέψεις σε διάφορα Θρησκευτικά μνημεία, μνημεία εκκλησιαστικής αρχιτεκτονικής, εκκλησίες, ξωκλήσια και μοναστήρια.

### **2.2.4. Θαλάσσιος τουρισμός**

Σαν θαλάσσιο τουρισμό μπορούμε να χαρακτηρίσουμε το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται σε θαλάσσιο κυρίως χώρο και στις ακτές αυτού, περιλαμβάνοντας μια περιοχή υποδοχής τουριστών. Συνήθως, ως θαλάσσιο τουρισμό χαρακτηρίζουμε τις κρουαζιέρες με μεγάλα κρουαζιερόπλοια καθώς και τις περιηγήσεις στη θάλασσα με διάφορα σκάφη αναψυχής (ιστιοπλοϊκά σκάφη, μηχανοκίνητα, θαλαμηγούς κλπ).

Στην κατηγορία του θαλάσσιου τουρισμού όμως θα πρέπει να εντάξουμε και ένα μεγάλο εύρος άλλων συναφών δραστηριοτήτων, όπως διάφορες θαλάσσιες αθλητικές δραστηριότητες, το υποβρύχιο ψάρεμα, οι καταδύσεις κ.ά.

### **2.2.5. Πολιτιστικός τουρισμός**

Σαν πολιτιστικό τουρισμό μπορούμε να χαρακτηρίσουμε την περιήγηση του ταξιδευτή – τουρίστα που σαν κεντρικό κίνητρο έχει την επίσκεψη των πολιτιστικών μνημείων και των χώρων πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου, όπως για παράδειγμα αρχαιολογικών χώρων, ιστορικών μνημείων, θρησκευτικών μνημείων, η ακόμα μνημείων του δομημένου περιβάλλοντος (οικιστικά σύνολα αρχιτεκτονικής αξίας, διατηρητέοι ή παραδοσιακοί οικισμοί, ιστορικά κέντρα πόλεων, κλπ) και των πολιτιστικών εκδηλώσεων ενός τόπου (μουσικής, χορού, θεάτρου, βιβλίου κλπ.). Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ιδανική μορφή τουρισμού για όσους επιζητούν να ανακαλύψουν και να μάθουν για την κουλτούρα και τον πολιτισμό διαφόρων περιοχών,

να λάβουν ενεργά μέρος σε σεμινάρια και εργαστήρια μορφών πολιτιστικής δράσης, καθώς και γνώση της παραδοσιακής τέχνης ενός τόπου, όπως για παράδειγμα βυζαντινή ζωγραφική, φωτογραφία, κεραμική, ψηφιδωτό, γλυπτά, τοιχογραφίες, μουσικά όργανα, κλπ.

### **2.2.6. Εκπαιδευτικός τουρισμός**

Στο πλαίσιο του πολιτιστικού τουρισμού μπορούμε να εντάξουμε και την ειδική μορφή του εκπαιδευτικού τουρισμού, ο οποίος περιλαμβάνει τις ακόλουθες δραστηριότητες:

- Διοργάνωση εκπαιδευτικών εκδρομών για φοιτητές της δευτεροβάθμιας και τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (Λυκείων, Πανεπιστημίων, Ιδιωτικών κολλεγίων κ.λπ.).
- Προγράμματα εκπαιδευτικού και πολιτιστικού περιεχομένου για εκδρομές σχολείων και πανεπιστημίων από την Ελλάδα και το εξωτερικό.
- Προγράμματα εκπαίδευσης και γνωριμίας των τουριστών του εξωτερικού με την πλούσια παράδοση και πολιτιστική κληρονομιά του τόπου μας.
- Προγράμματα εκμάθησης της Ελληνικής γλώσσας μέσω του τουρισμού.

### **2.2.7. Συνεδριακός τουρισμός**

Ο Συνεδριακός τουρισμός είναι άμεσα συνδεδεμένος με την οργάνωση και πραγματοποίηση συνεδρίων, σεμιναρίων και εκθέσεων κάθε τύπου. Τα τελευταία χρόνια, ο συνεδριακός τουρισμός αναπτύσσεται με ταχύτατους ρυθμούς και αποτελεί ένα σημαντικό τμήμα της τουριστικής αγοράς σε εγχώριο και διεθνές επίπεδο.

### **2.2.8. Οικοτουρισμός**

Ο οικοτουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού η οποία συνδέεται με διάφορες μορφές τουριστικής δραστηριότητας στη φύση («τουρισμός φύσης» ή «φυσιολατρικός τουρισμός»). Πραγματοποιείται κυρίως σε περιοχές οικολογικού ενδιαφέροντος, όπως για παράδειγμα σε περιοχές θεσμοθετημένης περιβαλλοντικής προστασίας (π.χ. περιοχές Natura). Ο οικοτουρισμός εμπεριέχει δραστηριότητες που μπορεί να έχουν επιστημονικό και εκπαιδευτικό χαρακτήρα (πχ. τουρισμός παρατήρησης οικοσυστημάτων σπάνιων ζώων).

### **2.2.9. Τουρισμός υγείας και ευεξίας**

Ο τουρισμός υγείας («θεραπευτικός τουρισμός») έχει καθιερωθεί ως μορφή διακοπών σε συνδυασμό με την παροχή ενός ευρύτερου φάσματος ιατρικών υπηρεσιών. Οι κύριες μορφές του τουρισμού υγείας μπορούν να διακριθούν:

- Στον «ιατρικό τουρισμό» που απευθύνεται σε τουρίστες – ασθενείς που κάνουν χρήση συνήθως εξειδικευμένων υπηρεσιών ιατρικής παρακολούθησης και θεραπείας, καθώς και
- στον «τουρισμό ευεξίας» που απευθύνεται σε τουρίστες που επιθυμούν να εμπλουτίσουν τις διακοπές τους με υπηρεσίες βελτίωσης ή διατήρησης της υγείας τους (SPA, θαλασσοθεραπεία, υδροθεραπεία κλπ.). Στην τελευταία κατηγορία εντάσσεται και ο παραδοσιακός «ιαματικός τουρισμός» (θερμαλισμός).

### **2.2.10. Μεταλλευτικός/γεωλογικός τουρισμός**

Είναι μια μορφή περιήγησης σε περιοχές που παρουσιάζουν έντονο γεωλογικό ενδιαφέρον για τον ειδικό – τουρίστα που θα τις επισκεφτεί.

### **2.2.11. Γαστρονομικός τουρισμός**

Ο γαστρονομικός τουρισμός προσδιορίζεται από την επαφή και γνωριμία των επισκεπτών με την τοπική και παραδοσιακή κουζίνα και μέσω αυτής με τοπικές παραδόσεις, τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις, γεωργικές δραστηριότητες κλπ. Κύριο ρόλο στην ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού σε μια περιοχή αποτελεί η ύπαρξη τοπικών αγροτικών προϊόντων με ιδιαίτερη έμφαση σε εκείνα που παράγονται από τοπικές πρώτες ύλες, προϊόντα βιολογικής παραγωγής, προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης (ΠΟΠ) ή γεωγραφικής ένδειξης (ΠΓΕ).

### **2.2.12. Οινοτουρισμός**

Ο οινοτουρισμός μπορούμε να πούμε πως αποτελεί παρακλάδι του αγροτουρισμού. Ο οινοτουρισμός αναπτύσσεται σε περιοχές αμπελοκαλλιέργειας, και ιδιαίτερα παραγωγής οίνων ΟΠΑΠ (Ονομασίας Προέλευσης Ανώτερης Ποιότητας), σε συνδυασμό με την παρουσία οινοποιείων τα οποία διαθέτουν κατάλληλες υποδομές και

υπηρεσίες εξυπηρέτησης επισκεπτών. Ο οινοτουρισμός μπορεί να αποτελέσει και συνδυαστικό στοιχείο μεταξύ του γαστρονομικού και του πολιτιστικού τουρισμού (τοπικά - παραδοσιακά προϊόντα, παραδοσιακή κουζίνα, αγροτική κληρονομιά).

### **2.2.13. Γεωτουρισμός**

Ο κύριος στόχος αυτής της μορφής τουρισμού, είναι η σύνδεση των στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντος με τη γεωλογική κληρονομιά κάθε τόπου, τα πολιτιστικά μνημεία και τις παραδόσεις του.

Θα μπορούσαμε να πούμε για μορφή πολιτιστικο-περιβαλλοντικού τουρισμού. Στο παγκόσμιο Δίκτυο Γεωπάρκων ενέταξε η Ουνέσκο, σύμφωνα με απόφαση της αρμόδιας επιτροπής του οργανισμού τέσσερα ελληνικά Γεωπάρκα: Το Απολιθωμένο Δάσος Λέσβου, το Φυσικό Πάρκο Ψηλορείτη, το Εθνικό Πάρκο Χελμού – Βουραϊκού και η περιοχή του Εθνικού Δρυμού Βίκου – Αώου.

## **2.3. Πώς προέκυψε ο εναλλακτικός τουρισμός**

Η πορεία ανάπτυξης και εξέλιξης του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο υπήρξε πράγματι εντυπωσιακή, αφού αναγνωρίζεται από όλους πλέον ως η μεγαλύτερη εν ενεργεία βιομηχανία του κόσμου. Οι παράγοντες που συνέβαλαν σε αυτό ήταν κατά κύριο λόγο η αύξηση του βιοτικού επιπέδου, ειδικά στις ανεπτυγμένες χώρες, ο περισσότερος ελεύθερος χρόνος που οι άνθρωποι έχουν στη διάθεση τους και η ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη στα μέσα μαζικής μεταφοράς. Αυτά συνέβαλαν στην αύξηση του διεθνούς τουρισμού, με την έννοια ότι με το πέρασμα του χρόνου περισσότεροι άνθρωποι επισκέπτονται ακόμα πιο απομακρυσμένους τουριστικούς προορισμούς (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, 2004). Σημειώνουμε όμως ότι, μαζικοποίηση τουρισμού υπάρχει όταν οι τουρίστες κατανέμονται άνισα στο χρόνο και στον χώρο και όχι όταν ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται. Η αύξηση του αριθμού των τουριστών πάντα είναι επιθυμητή για ένα τόπο, όπως και η συνεχής τουριστική ανάπτυξη. Δεν είναι όμως επιθυμητή ούτε η εκδήλωση της τουριστικής δραστηριότητας κατά τη διάρκεια μίας μόνο χρονικής περιόδου και μόνο στους ίδιους τουριστικούς προορισμούς και ούτε η ανεξέλεγκτη και απρογραμματίστη τουριστική

ανάπτυξη. Γιατί η εκδήλωση της τουριστικής δραστηριότητας μόνο κατά συγκεκριμένο χρόνο δημιουργεί το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας και η συγκέντρωση των τουριστών σε ορισμένους μόνο τόπους, έχει σαν αποτέλεσμα οι τόποι αυτοί να υπεραναπτύσσονται τουριστικά, συχνά άναρχα και ανεξέλεγκτα και ενώ οι επιχειρηματίες κάποια στιγμή φεύγουν με τα κέρδη τους, ο ντόπιος πληθυσμός και ο τόπος τους μένουν μόνο με τα σημάδια της καταστροφής.

Οι πολλές δυσμενείς επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού στο περιβάλλον και στο ντόπιο πληθυσμό άρχισαν να γίνονται ορατές τη δεκαετία του 1970 και αργότερα έγιναν ακόμη πιο εμφανείς. Τότε πολλές ομάδες ανθρώπων προειδοποίησαν τα κράτη με διάφορους τρόπους, όπως οπαδοί του Πράσινου Κινήματος, διάφορες περιβαλλοντικές οργανώσεις, γιατροί και άνθρωποι που ανησυχούσαν για τους κινδύνους της υγείας που ενυπάρχουν στο μαζικό τουρισμό (αφροδίσια νοσήματα, AIDS κ.λπ.), ομάδες κοινωνιολόγων που ανησυχούσαν για την αλλοίωση των τοπικών κοινωνιών και πολλοί θεωρητικοί που έβλεπαν να αλλοιώνεται το στοιχείο της ελευθερίας του τουριστικού κινήματος και γενικά η τουριστική ιδέα. Όλοι αυτοί οι άνθρωποι πρότειναν να επανεξεταστεί και να επαναξιολογηθεί ο τρόπος εκδήλωσης και άσκησης της τουριστικής δραστηριότητας και συγκεκριμένα πρότειναν να ληφθούν άμεσα μέτρα κατά 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 μορφές τουρισμού, που στο σύνολό τους συγκροτούν το λεγόμενο εναλλακτικό τουρισμό (Alternative Tourism).

Η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού έγκειται στη διαφύλαξη του τοπικού περιβάλλοντος, στην ικανοποίηση των διαφόρων αναγκών του ντόπιου πληθυσμού και στη δυνατότητα των χωρών στις οποίες υπάρχουν οι τουριστικοί προορισμοί να παίρνουν αυτές μόνες τους τις αποφάσεις της τουριστικής ανάπτυξης, και να μην οδηγούνται σε αποφάσεις από τους μεγάλους τουριστικούς επιχειρηματίες (τους *tour operators* - ξενοδόχους) που συνήθως εξυπηρετούν πολυεθνικά ή ίδια οφέλη.

Στη σύγχρονη εποχή, υπάρχει η τάση περιορισμού του μαζικού τουρισμού και ενθάρρυνσης του εναλλακτικού τουρισμού. Ειδικότερα, καταβάλλεται προσπάθεια να ενθαρρυνθούν μορφές που μπορούν να αναπτυχθούν εκτός τουριστικών προορισμών. Η προσπάθεια αυτή τα τελευταία χρόνια καταβάλλεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ), την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε), τους Εθνικούς Τουριστικούς Φορείς αλλά και από πολλούς Ιδιωτικούς Φορείς.

## **2.4. Τύποι ανθρώπων που επιλέγουν τον εναλλακτικό τουρισμό**

### **2.4.1. Ο εναλλακτικός τουρίστας**

Ο εναλλακτικός τουρίστας δεν γίνεται να χαρακτηριστεί σαν ένας απλός «πελάτης» αφού διαφέρει αρκετά από τα συνήθη πρότυπα του φθηνού και μαζικού τουρίστα, ενώ πρέπει να έχουμε υπόψη ότι ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει μια διαφοροποίηση από τον καθιερωμένο τρόπο ζωής. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα που αναφέρει ο Cohen (1973, 1979) σχετικά με νεαρούς ταξιδιώτες του παρελθόντος που δεν ήθελαν να αποκαλούν τους εαυτούς τους «τουρίστες», αλλά «ταξιδευτές» και «κοσμογυρισμένους», θεωρώντας ότι ταξιδεύουν με σκοπό την αναζήτηση του αυθεντικού, ενώ ο υπόλοιπος κόσμος τους αποκαλούσε περιφερόμενους, χίπις, τουρίστες του σακιδίου, αλητοτουρίστες, κλπ.

Ο εναλλακτικός τουρίστας αποτελεί ένα τμήμα της αγοράς με πολύ διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά στα κίνητρα που τον ωθούν στην μετακίνηση, τις δραστηριότητές του κατά τη διάρκεια των ταξιδιών του, στο που θα ξοδέψει τα χρήματά του κλπ. Οι διαφορές των εναλλακτικών τουριστών από κάθε άλλο είδος τουρισμού συνήθως τους απομονώνει σε ευδιάκριτες κατηγορίες ταξιδευτών που η κάθε μια απ' αυτές παρουσιάζει τις σαφείς δικές της ιδιαιτερότητες.

Σύμφωνα με τους Laafman & Durst (1987) ο εναλλακτικός τουρίστας εμφανίζει τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Προσπαθεί να επισκέπτεται μέρη που δεν έχει επισκεφτεί άνθρωπος, καθώς διεγείρεται από το αίσθημα της περιήγησης.
- Προσπαθεί να αποφύγει την επαφή με τον πολιτισμό.
- Προσπαθεί να επικοινωνήσει με τον ντόπιο πληθυσμό.
- Δεν θεωρεί απαραίτητη την ύπαρξη τουριστικής υποδομής.
- Συλλέγει πληροφορίες πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του για τα μέρη που επισκέπτεται.
- Ταξιδεύει συνήθως μόνος του ή σε μικρές ομάδες.
- Είναι καλά εκπαιδευμένος σε διάφορες τεχνικές που τον βοηθούν στην περιήγηση καθώς και στην έλλειψη υποδομών στα μέρη που επισκέπτεται.

- Συνήθως παραμένει σε μια χώρα για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα από τον παραδοσιακό τουρίστα.

#### **2.4.2. Χαρακτηριστικά Τουριστών σε διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού**

##### Αγροτουρισμός

Άτομα που αναζητούν άμεση επαφή με το περιβάλλον, ενασχόληση με δραστηριότητες που σχετίζονται με την φύση. Αναζήτηση γνώσης της τοπικής αγροτικής πολιτιστικής κληρονομιάς, ενασχόληση με πολιτιστικές εκδηλώσεις γνωρίζοντας με τον τρόπο αυτό τα ήθη και τα έθιμα του εκάστοτε τόπου.

##### Συνεδριακός και Εκθεσιακός Τουρισμός

Άτομα υψηλού εκπαιδευτικού και οικονομικού επιπέδου που διαμένουν σε καταλύματα υψηλών κατηγοριών και είναι διατεθειμένου να ξοδέψουν αρκετά χρήματα, αλλά παράλληλα απαιτούν και υψηλή ποιότητα υπηρεσιών και προϊόντων.

##### Θρησκευτικός Τουρισμός

Οι θρησκευτικοί τουρίστες παρουσιάζουν μεγάλη ηλικιακή, οικονομική, κοινωνική και επαγγελματική διασπορά. Ανήκουν σε όλες τις κοινωνικές τάξεις, σε όλες τις ηλικίες, σε όλα τα επαγγέλματα και σε όλες τις οικονομικές τάξεις.

##### Οικοτουρισμός

Τα κύρια χαρακτηριστικά των ατόμων που επιλέγουν τον οικοτουρισμό είναι η ανάγκη για γνωριμία, γνώση και απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος των τουριστικών προορισμών. Κύριος σκοπός του οικοτουρίστα είναι να διαφυλάξει και να συντηρήσει το περιβάλλον αυτό.



## Τουρισμός περιπέτειας

Η ενασχόληση των τουριστών περιπέτειας σχετίζεται με υπαίθριες δραστηριότητες και έχει ως κύριο στόχο την ικανοποίηση και ευχαρίστηση αυτών και όχι την σωματική ενδυνάμωση των συμμετεχόντων γεγονός που δεν τους οδηγεί σε απαιτήσεις και προσδοκίες υψηλής απόδοσης. Ο τουρισμός περιπέτειας απευθύνεται κυρίως σε νεότερης ηλικίας τουρίστες, με καλή φυσική κατάσταση, που απολαμβάνουν την περιπέτεια της κατάκτησης της φύσης. Οι νέοι αυτοί επιδιώκουν να βρίσκονται συνεχώς σε «κατάσταση συναγερμού», που προκαλεί εγρήγορση και κινητοποίηση. Έχουν εξάρτηση από τον κίνδυνο, επιζητούν να βρίσκονται διαρκώς σε εγρήγορση.

## Αθλητικός Τουρισμός

Το πλήθος των τουριστών που επιλέγουν τον αθλητικό τουρισμό είναι άνδρες, ηλικίας 19 –36 ετών. Το πλήθος των τουριστών έχουν ανώτατη εκπαίδευση και το μεγαλύτερο ποσοστό έχει εισόδημα 700€ μηνιαίως.

## Πολιτιστικός Τουρισμός

Έρευνες έδειξαν ότι συμμετείχαν περισσότεροι άνδρες από ότι γυναίκες. Η ηλικιακή κατανομή δείχνει ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων βρίσκεται στην ηλικιακή ομάδα 40-49 ετών (39,8%) και κατά πλειοψηφία μορφωμένοι.

## Τουρισμός Υγείας

Τα χαρακτηριστικά των ανθρώπων που επιλέγουν τον τουρισμό υγείας είναι κυρίως άνθρωποι της τρίτης ηλικίας, άνθρωποι χωρίς παιδιά ή χωρίς υποχρεώσεις απέναντι στα παιδιά και είναι συνήθως συνταξιούχοι και χαμηλού ή μεσαίου εισοδήματος. Τα κύρια ενδιαφέροντα τους περιορίζονται στον τομέα της υγείας και αναζητούν κατά κύριο λόγο ξεκούραση και ηρεμία.

## Γαστρονομικός τουρισμός

Με τον γαστρονομικό τουρισμό ασχολούνται εξίσου οι άνδρες και οι γυναίκες με ποσοστό 30,1% αυτών να είναι ελεύθεροι επαγγελματίες . Έρευνες επίσης έδειξαν υψηλό επίπεδο μόρφωσης με μεταπτυχιακά και συνήθως υψηλό εισόδημα.

### **2.5. Τα οφέλη των επιχειρηματιών και κρατών από τον εναλλακτικό τουρισμό**

Ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί σαν μια μορφή τουρισμού με ελάχιστες αρνητικές επιπτώσεις για την κοινωνία και το κράτος. Οι θετικές επιπτώσεις των διαφόρων μορφών του στην χώρα μας μπορούν να εντοπιστούν σε κάθε επίπεδο, οικονομικό, κοινωνικό ή πολιτισμικό. Ακόμη, σε επιχειρηματικό επίπεδο, η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού συμβάλλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, κάτι τόσο σημαντικό, ιδιαίτερα στις μέρες μας, κυρίως για τις ευαίσθητες, από άποψη ποσοστού ανεργίας, κοινωνικές ομάδες των νέων και των γυναικών. Ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να δημιουργήσει άμεσα νέες θέσεις εργασίας μέσω ξενοδοχείων, εστιατορίων, καταστημάτων πωλήσεων αναμνηστικών αντικειμένων αλλά και έμμεσα, μέσω της παροχής υπηρεσιών που προέρχονται από τις επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον εναλλακτικό τουρισμό.

Ακόμα, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αναπτύσσονται συνήθως από τον τοπικό πληθυσμό δημιουργώντας συμπληρωματικά εισοδήματα για τους ντόπιους κατοίκους και συγκρατώντας τον κόσμο και τους νέους στα μέρη καταγωγής τους. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για τις περιοχές που αντιμετωπίζουν σημαντική μείωση πληθυσμού, καθώς και δημογραφική γήρανση, αύξηση δηλαδή του ποσοστού των ηλικιωμένων στον πληθυσμό της περιοχής. Επίσης, η συμπληρωματικότητα αυτή του εισοδήματος είναι πολύ σημαντική για τις απομακρυσμένες και ευαίσθητες περιοχές και τονίζει την αναπτυξιακή και κοινωνική διάσταση που ασφαλώς έχει ο εναλλακτικός τουρισμός. Η ενασχόληση με τον τουρισμό δεν αντικαθιστά την ήδη υπάρχουσα απασχόληση του ντόπιου πληθυσμού, αλλά την στηρίζει και την ενισχύσει. Αυτό σημαίνει μεγαλύτερο εισόδημα και βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης για τις ντόπιες κοινωνικές ομάδες.

Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού συμβάλλει επίσης στην κατά τόπους ανάπτυξη, αφού η ύπαρξη του συντελεί στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων, μέσω της δημιουργίας της απαραίτητης τουριστικής υποδομής, η οποία είναι ήπιας κλίμακας και φιλική προς το περιβάλλον. Τέτοια αναπτυξιακά έργα υποδομής, τα οποία πολύ πιθανό να καθυστερούσαν για μεγάλο χρονικό διάστημα, υλοποιούνται άμεσα λόγω της τουριστικής ανάπτυξης. Τέτοια έργα μπορούν να θεωρηθούν βελτιώσεις στο δίκτυο συγκοινωνιών, δημιουργία ή βελτίωση δικτύων παροχής ηλεκτρικού ρεύματος, νερού, ή τηλεπικοινωνιών, δημιουργία καινούργιων αθλητικών εγκαταστάσεων και εγκαταστάσεις αναψυχής, δημιουργία μαρίνων ή λιμανιών καθώς και μία μαζική εισροή ποιοτικότερων καταναλωτικών αγαθών.

Με τον τρόπο αυτό, μέσω της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού, η περιφερειακή ανάπτυξη διαφόρων εν δυνάμει τουριστικών περιοχών συνδυάζεται αρμονικά με την προστασία και την ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος, ενώ εναρμονίζεται με τους φυσικούς πόρους και το περιβάλλον. Επίσης, συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση τόσο των ντόπιων όσο και των διαφόρων επισκεπτών στην αγάπη και προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής μας κληρονομιάς. Η επαφή του επισκέπτη με τα φύση της περιοχής εντείνει την οικολογική του συνείδηση και ευαισθητοποίηση, κάτι που τελικά έχει ως αποτέλεσμα την ενεργό συμμετοχή του στην προστασία της φύσης.

Η εκμετάλλευση των πόρων και του πλούτου της εκάστοτε περιοχής γίνεται από ντόπιους επιχειρηματίες, οι οποίοι λαμβάνουν υπ' όψιν την πολιτιστική κληρονομιά. Έτσι η τοπική κοινωνία αποκτά την ευκαιρία να αναπτύξει να διατηρήσει και να μεταφέρει στις επόμενες γενιές τη λαογραφία, την τοπική αρχιτεκτονική, να αναβιώσει τέχνες που έχουν από καιρό λησμονηθεί για να παράγει παραδοσιακά προϊόντα, να αναβιώσει τοπικά έθιμα και να οργανώσει πολιτιστικές εκδηλώσεις. Όλα αυτά διατηρούν και δεν αλλοιώνουν το χαρακτήρα της περιοχής, αναδεικνύοντας μέσω της παράδοσης τη διαφορετικότητα και την μοναδικότητα του κάθε τόπου.

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι το είδος του τουρισμού που στην ιδανική περίπτωση κατανέμει τους τουρίστες και το σύνολο της τουριστικής δραστηριότητας ενός τόπου σε όλους τους μήνες ενός έτους, βοηθώντας καίρια με αυτόν τον τρόπο στο πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας, που ως γνωστόν, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του Ελληνικού τουρισμού. Αποτελεί επίσης λύση για την αποκέντρωση της τουριστικής δράσης, καταργεί την τοπική και χρονική υπέρμετρη συγκέντρωση τουριστών, αλλά και συμβάλλει στην μείωση του κοινωνικού κόστους

ανάπτυξης του τουρισμού αστικών περιοχών, κάτι που έχει επιφέρει ο μαζικός τουρισμός.

Δεν πρέπει να παραβλέψουμε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί μια σπουδαία πηγή εσόδων για την Ελληνική οικονομία. Οι κύριες οικονομικές του επιδράσεις σχετίζονται με εισροή συναλλάγματος και μεγάλη συνεισφορά στα κρατικά έσοδα. Οι τουριστικές δαπάνες των επισκεπτών, η εισαγωγή και εξαγωγή αγαθών και υπηρεσιών σχετικών με τον εναλλακτικό τουρισμό, επιφέρουν έσοδα στην οικονομία της Ελλάδας. Άλλα διάφορα έσοδα του κράτους που προκύπτουν από την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σαν άμεσες και έμμεσες εισφορές. Στις άμεσες εισφορές μπορούμε να συμπεριλάβουμε τους διάφορους φόρους σε εισοδήματα ατόμων ή επιχειρήσεων που σχετίζονται με την τουριστική απασχόληση, τις τουριστικές επιχειρήσεις και από άμεσες χρεώσεις φόρων σε τουρίστες, όπως ο οικολογικός φόρος ή οι φόροι αναχώρησης. Οι έμμεσες εισφορές προκύπτουν από φόρους και δασμούς που βάζει το κράτος σε αγαθά και υπηρεσίες που προορίζονται για τον τουρίστα, όπως φόρους για αναμνηστικά αντικείμενα, εστιατόρια, νυχτερινά κέντρα κ.λπ.

Τα ταξίδια έχουν την τάση να φέρνουν ανθρώπους διαφορετικών κρατών και κουλτούρας σε επαφή μεταξύ τους. Λόγω του ιδιαίτερου χαρακτήρα του εναλλακτικού τουρισμού, θα μπορούσαμε να πούμε πως δημιουργεί ένα κλίμα κατανόησης ανάμεσα σε ανθρώπους διαφορετικών πολιτισμών και τους ωθεί να προωθήσουν πολιτιστικές ανταλλαγές ανάμεσα στους εκάστοτε φιλοξενούμενους και οικοδεσπότες. Με τον τρόπο αυτό, είναι πιο εύκολο για τους ανθρώπους να αναπτύξουν αμοιβαία συμπάθεια και κατανόηση και να μειωθούν οι προκαταλήψεις. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο φασισμός γιατρεύεται με το διάβασμα, και ο ρατσισμός με τα ταξίδια. Έτσι βλέπουμε πως ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να λειτουργήσει για την ανάπτυξη και διατήρηση της ειρήνης ανάμεσα στους λαούς.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

# **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΧΡΟΝΙΑ**

Το 2007, στις ΗΠΑ ξεκίνησε η οικονομική κρίση, η οποία αργότερα επεκτάθηκε σε ολόκληρο τον κόσμο. Η κρίση αυτή, ξεκίνησε από τον κτηματομεσιτικό κλάδο, όταν σημειώθηκε μεγάλη πτώση στις αξίες των κατοικιών. Στη συνέχεια, η κρίση επηρέασε σημαντικά των χρηματοπιστωτικό τομέα καθώς, η αδυναμία αποπληρωμής των δανείων οδήγησε σε σημαντικά προβλήματα ρευστότητας. Τα επόμενα έτη, τα προβλήματα στην οικονομία των ΗΠΑ είχαν διογκωθεί και είχαν επηρεάσει και άλλους κλάδους, όπως για παράδειγμα τον κατασκευαστικό, το εμπορικό και κυρίως τον τραπεζικό κλάδο. Η οικονομική κρίση των ΗΠΑ σύντομα επηρέασε τις οικονομίες πολλών χωρών παγκοσμίως ενώ, στις σημαντικότερες συνέπειες περιλαμβάνονται η μεγάλη έλλειψη ρευστότητας, η οποία με τη σειρά της δημιούργησε σημαντικά προβλήματα σε πολλούς κλάδους, η ραγδαία αύξηση της ανεργίας σε μία προσπάθεια των επιχειρήσεων να μειώσουν τα λειτουργικά τους κόστη, η μεγάλη μείωση της ιδιωτικής κατανάλωσης αλλά και η έλλειψη στις διεθνείς αγορές.

Οι συνέπειες της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης άρχισαν να φαίνονται στην Ελλάδα κυρίως στο 2008, ενώ τα επόμενα χρόνια τα προβλήματα διογκώθηκαν σε τέτοιο βαθμό ώστε μέχρι και σήμερα η Ελλάδα αντιμετωπίζει σημαντικά προβλήματα. Η οικονομική κρίση πρώτα έπληξε το χρηματοπιστωτικό τομέα της Ελλάδος ενώ, η αύξηση του κόστους του χρήματος που σημειώθηκε σε παγκόσμιο επίπεδο άρχισε να φέρνει στην επιφάνεια σημαντικά προβλήματα της ελληνικής οικονομίας. Παράλληλα, η αύξηση του χρήματος στην Ευρώπη συνέβαλε σημαντικά στην αύξηση του κόστους δανεισμού και κατά συνέπεια στη μείωση των επενδύσεων, στον περιορισμό της ρευστότητας, στη διόγκωση των προβλημάτων του χρηματοπιστωτικού τομέα και στη συρρίκνωση της ιδιωτικής κατανάλωσης. Επίσης, σύμφωνα με τα οικονομικά μεγέθη της χώρας, καταγράφηκε μεγάλη μείωση στις εξαγωγές αλλά και τα έσοδα από τον τουρισμό, έναν από τους σημαντικότερους κλάδους όπως ήδη έχει αναφερθεί για την ελληνική οικονομία.

Αποτέλεσμα των παραπάνω ήταν η επιβράδυνση της οικονομίας και η δραματική μείωση του ΑΕΠ στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια ενώ, λόγω των διαρθρωτικών μέτρων της Ελληνικής Κυβέρνησης για την έξοδο της χώρας από την οικονομική ύφεση περιορίστηκαν σημαντικά οι δημόσιες δαπάνες και επενδύσεις με άμεσα αποτελέσματα στον κλάδο του τουρισμού.

### **3.1. Η πορεία του τουρισμού κατά την κρίση**

Ο κλάδος του τουρισμού επέδειξε ανθεκτικότητα στην οικονομική κρίση, στήριξε την οικονομία στην ύφεση και ήδη πρωτοπορεί στην προσπάθεια για την οικονομική ανάκαμψη. Σύμφωνα με το World Travel & Tourism Council (WTTC), η άμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας το 2013 διαμορφώθηκε σε 6,5% και αυξήθηκε κατά 3,1 εκατοστιαίες μονάδες το 2014. Η συνολική συμβολή του, ανήλθε σε 16,3% του ΑΕΠ το 2013 (συνυπολογίζοντας τις ιδιωτικές και δημόσιες επενδύσεις, τις δαπάνες για την αγορά προϊόντων-υπηρεσιών σχετιζομένων με τον τουρισμό, τις δαπάνες των απασχολουμένων του κλάδου) και εκτιμάται ότι αυξήθηκε κατά 3 εκατοστιαίες μονάδες το 2014.

Η άμεση συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση διαμορφώθηκε στο 8,9% της συνολικής απασχόλησης το 2013 και εκτιμάται ότι αυξήθηκε κατά 2,6% το 2014. Επιπλέον, η συνολική συμβολή του στην απασχόληση ανήλθε στο 18,2% το 2013 και αναμένεται να υπερβεί το 20% περίπου της απασχόλησης της χώρας το 2015. Οι εισπράξεις από τον τουρισμό αποτέλεσαν το 2014 περίπου το 25% της συνολικής εξαγωγικής δραστηριότητας (αγαθών και υπηρεσιών), ενώ οι τουριστικές εισπράξεις αντιστοιχούσαν στο 75% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου.

Η ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού τα τελευταία έτη αντανακλάται πρωτίστως στη σημαντική αύξηση των αλλοδαπών επισκεπτών. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι διεθνείς αφίξεις ανήλθαν το 2014 σε 22 εκατ. από 17,9 εκατ. το 2013 και 15,2 εκατ. αλλοδαπούς επισκέπτες το 2006. Παρά ταύτα με βάση τις τουριστικές αφίξεις, η συμμετοχή της Ελλάδας στον Ευρωπαϊκό τουριστικό χάρτη παραμένει χαμηλή, αφού το 2013 διαμορφώθηκε στο 3,2% των αφίξεων. Το μεγαλύτερο ποσοστό κατέχει η Γαλλία (15,5%) και ακολουθούν η Ισπανία (10,8%) και η Ιταλία (8,5%).

Το 2014, η αύξηση στην τουριστική κίνηση αποτυπώθηκε και στην αύξηση των ταξιδιωτικών εισπράξεων. Ειδικότερα, η συνεισφορά του τουρισμού στις εξωτερικές

συναλλαγές ήταν το 2014 καθοριστική, καθώς οι ταξιδιωτικές δαπάνες από μη κατοίκους αυξήθηκαν σημαντικά το 2014 και 2013, καθώς ανήλθαν στα €13,4 δισ., έναντι €12,2 δισ. Το 2013 (αύξηση 10,6%). Το αποτέλεσμα αυτό είναι θετικό αλλά απέχει ακόμα από τις δυνατότητες του τουριστικού κλάδου.

Το 2015 αναμένεται περαιτέρω ανάπτυξη στον Ελληνικό τουρισμό ως αποτέλεσμα, πρώτον της διολίσθησης του ευρώ που καθιστά τη χώρα πιο ελκυστικό προορισμό και δεύτερον της διαφαινόμενης διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου. Σημαντική ένδειξη αποτελεί, ο προγραμματισμός των αεροπορικών θέσεων για το 2015, όπου αυτές εμφανίζονται αυξημένες κατά 1 εκατ. σε σχέση με το 2014 (σύμφωνα τον ΣΕΤΕ). Τον Ιανουάριο 2015 οι τουριστικές αφίξεις στα κυριότερα αεροδρόμια ήταν αυξημένες κατά 30% σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του 2014. Κύριο χαρακτηριστικό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος αποτελεί ο γεωγραφικός προσδιορισμός της ζήτησης από το εξωτερικό, ο οποίος εμφανίζει δομική μεταβολή.

Από την προέλευση των επισκεπτών παρατηρούμε ότι οι αφίξεις από την ΕΕ-28 μειώθηκαν σταδιακά στο 60% του συνόλου των αφίξεων, από 73% το 2009. Σε αντιδιαστολή οι αφίξεις από τις εκτός ΕΕ ευρωπαϊκές χώρες ανήλθαν στο 40% το 2014 από 27% το 2009. Το 2014, αναφορικά με την κατανομή των διεθνών αφίξεων ανά χώρα προέλευσης, η Γερμανία (ποσοστό 11,2%) και το Ην. Βασίλειο (ποσοστό 9,5%) αποτελούν τις κυριότερες πηγές ξένων επισκεπτών και ακολουθούν η Γαλλία (6,6%) και η Ρωσία (5,7%). Επιπλέον, η ισχυρή αύξηση των ταξιδιωτικών εισπράξεων από χώρες της ΕΕ-28 εκτός της Ζώνης του Ευρώ (2014: +21,6%, 2013: +4,1%), προήλθε πρωτίστως από την άνοδο των εισπράξεων από το Ην. Βασίλειο (2014: +14,8%, 2013: -4,6%). Η τάση αυτή αναμένεται να συνεχισθεί και να ενισχυθεί το 2015 καθώς το ευρώ έχει υποτιμηθεί έναντι της αγγλικής λίρας. Επίσης, η σημαντική αύξηση των εισπράξεων από τις ΗΠΑ κατά 15% το 2014, αν και το ποσοστό των αμερικανών επισκεπτών στην Ελλάδα παραμένει χαμηλό, στο 2,7% των συνολικών αφίξεων από το εξωτερικό στη χώρα. Το 2015, η πτωτική τάση του ευρώ αναμένεται να επηρεάσει θετικά τις εισπράξεις από τις ΗΠΑ. Αντίθετα, το 2014, πτωτικά κινήθηκαν οι ταξιδιωτικές εισπράξεις από Ρώσους επισκέπτες με αποτέλεσμα να υποχωρήσουν κατά 13,2%, έναντι αύξησης κατά 41,8% το 2013. Η έντονη ανοδική τάση της τουριστικής κίνησης από την Ρωσία που παρατηρήθηκε το 2013 και μέχρι και τον Ιούλιο 2014, δεν προβλέπεται να συνεχισθεί το 2015.

Η εξέλιξη αυτή οφείλεται στην ανατίμηση του ευρώ έναντι του ρουβλίου και την είσοδο της οικονομίας της Ρωσίας σε ύφεση στη διετία 2015-2016. Σημειώνεται

ωστόσο, ότι η ανωτέρω εξέλιξη δεν πρόκειται να επηρεάσει σημαντικά τις ταξιδιωτικές εισπράξεις της Ελλάδος, καθώς οι εισπράξεις από τη Ρωσία αποτελούν μόλις το 8,6% των συνολικών ταξιδιωτικών εισπράξεων. Επιπλέον, η υποτίμηση του ευρώ έναντι των νομισμάτων των ανταγωνιστριών χωρών που αποτελούν τουριστικούς προορισμούς στη Μεσόγειο, ιδιαίτερα της Τουρκίας και της Τυνησίας, παρέχει ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα στην Ελλάδα ως χώρα προσέλκυσης ξένων επισκεπτών.

Η σημαντική άνοδος της τουριστικής κίνησης το 2014 αντικατοπτρίζεται και στην αύξηση του Δείκτη Κύκλου Εργασιών στον κλάδο παροχής καταλύματος και εστίασης, που περιλαμβάνει τις συνολικές δαπάνες τόσο από ξένους όσο και από ημεδαπούς επισκέπτες. Ο δείκτης αυξήθηκε κατά 18% το 2014, μετά από αύξηση κατά 4,7% το 2013, έναντι διαδοχικών πτώσεων την περίοδο 2009-2012. Η μεγάλη αύξηση που παρατηρήθηκε στην εξέλιξη του κύκλου εργασιών στον τουριστικό κλάδο το 2013 και 2014 αντανακλά, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου (που επετεύχθη ήδη από το 2013 και εντάθηκε το 2014), την αύξηση της τουριστικής δαπάνης, ενώ αποτελεί και ένδειξη ανάκαμψης και του εσωτερικού τουρισμού. Επιπρόσθετα, και από τους δείκτες επιχειρηματικών προσδοκιών του IOBE καταδεικνύεται η άνοδος της τουριστικής κίνησης το 2014, καθώς οι σχετικοί δείκτες εμπιστοσύνης παρουσίασαν θεαματική άνοδο. Πιο συγκεκριμένα, ο δείκτης επιχειρηματικών προσδοκιών στα Ξενοδοχεία-Εστιατόρια κατέγραψε 2014 αύξηση κατά 27,0%, έναντι αύξησης κατά 15% στο 2013. Επιπλέον, τον Ιανουάριο 2015 ο δείκτης προσδοκιών αυξήθηκε κατά 10,2 μονάδες σε σχέση με τον αντίστοιχο δείκτη του 2014. Ωστόσο, σε σχέση με το Δεκέμβριο 2014 (103,4 μονάδες) ο δείκτης κατέγραψε υποχώρηση τόσο τον Ιανουάριο (99,6 μον.) όσο και τον Φεβρουάριο 2015 (89,1 μον.), προφανώς επηρεασμένος από την αβεβαιότητα που προέκυψε εξαιτίας της προεκλογικής περιόδου.

Από πλευράς κύριων γεωγραφικών περιοχών, τους περισσότερους επισκέπτες προσέλκυσε το 2014 η Ευρώπη, ακολουθούμενη από την Ασία και τις χώρες του Ειρηνικού και την Αμερική (που περιλαμβάνει την Αμερικανική Ήπειρο και τις χώρες της Καραϊβικής). Το 2014 την μεγαλύτερη αύξηση στις αφίξεις παρουσίασε η Αμερική (+7,4% ), ενώ ανέκαμψε αισθητά και η αγορά της Μέσης Ανατολής (+4,4% το 2014, από -3,4% το 2013). Όσον αφορά στην ανταγωνιστική θέση του Ελληνικού τουρισμού, και σύμφωνα με το διεθνή οργανισμό «World Tourism Organization», η Ελλάδα το 2013 κατέλαβε την 32η θέση ανάμεσα στις 140 χώρες που ορίζονται επίσημα ως διεθνείς τουριστικοί προορισμοί.



Σημειώνεται ότι η συγκριτική θέση της χώρας μας χειροτέρευσε την περίοδο της οικονομικής κρίσης 2009-2013 καθώς όλοι σχεδόν οι επιμέρους δείκτες ανταγωνιστικότητας επιδεινώθηκαν την περίοδο. Ο δείκτης ανταγωνιστικότητας τιμών (ο οποίος συμπεριλαμβάνει φόρους & χρεώσεις αεροδρομίων, αγοραστική δύναμη, τιμές καυσίμων, επίδραση φορών και τιμές ξενοδοχείων) αποκαλύπτει την αδύναμη ακόμη ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού σε αυτόν τον τομέα, ενώ παρουσιάζει σημαντική χειροτέρευση (από 103 σε 127) στην περίοδο της κρίσης 2009-2013.

Ανάμεσα στα θετικά στοιχεία ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας είναι οι τουριστικές υποδομές (3η θέση), οι πλούσιοι ανθρώπινοι, φυσικοί & πολιτιστικοί πόροι (30η θέση) και η θετική στάση έναντι των ξένων επισκεπτών. Από την ανάλυση των επιμέρους δεικτών, με βάση τη διεθνή κατάταξη, η χώρα υπολείπεται σε ανταγωνιστικότητα με βάση τις πολιτικές για το περιβάλλον. Στην επόμενη αξιολόγηση της Ελλάδας το 2015 αναμένεται αισθητή βελτίωση του δείκτη ανταγωνιστικότητας καθώς το 2014 εξαλείφθηκαν αρκετές αδυναμίες που ανέκυψαν κατά την περίοδο της οικονομικής ύφεσης.

### **3.2. Τουρισμός, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Ελλάδας κατά τη διάρκεια της κρίσης**

ΤΟ ΜΕΓΑΛΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΕΙΝΑΙ Η ΥΠΑΡΞΗ ΕΚΑΤΟΝΤΑΔΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ, ΟΛΩΝ ΜΕ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ (ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ)

Η οικονομική σημασία του Τουρισμού για τη χώρα μας τόσο από μακροοικονομική θεώρηση όσο και στο μικροοικονομικό και επιχειρηματικό επίπεδο είναι προφανής. Επηρεάζει άμεσα και σε σημαντικό βαθμό τα κύρια μακροοικονομικά μεγέθη καθώς και τα μεγέθη των βασικών κατηγοριών της οικονομίας (Α.Ε.Π., Ισοζύγιο συναλλαγών, απασχόληση, κατανάλωση, επενδύσεις, εισαγωγές κλπ.) και τις συνακόλουθες εθνικές και περιφερειακές πολιτικές. Παράλληλα, σε μικρό – επίπεδο, αποτελεί συχνά την κύρια οικονομική δραστηριότητα για ολόκληρες περιοχές και τόπους, εκφράζοντας έτσι την δραστηριότητα εκείνη που μπορεί να εξασφαλίσει την

παραμονή του ηλικιακά και οικονομικά ενεργού πληθυσμού στις τοπικές κοινωνίες, και να αποτρέψει έτσι την περαιτέρω δημογραφική γήρανση και συρρίκνωσή τους.

Οι σημερινές δυναμικότητες των Ελληνικών ξενοδοχειακών μονάδων που ξεπερνούν πλέον τις 9.500 μονάδες με πάνω από 312.000 δωμάτια και περισσότερες από 600.000 κλίνες συγκροτούν το θεμελιώδες στοιχείο της τουριστικής ανωδομής επί του οποίου στηρίζεται και μέσω του οποίου καθορίζεται η διαρθρωτική εξέλιξη του επιπέδου παραγωγής και διάθεσης της ετήσιας τουριστικής κατανάλωσης τόσο στη χώρα όσο και στις επιμέρους περιφέρειες και περιοχές της. Η διαμονή, διακίνηση και συνακόλουθα η κατανάλωση των ετησίως περίπου 20 εκατ. τουριστών με τις περισσότερες από 140 εκατ. διανυκτερεύσεις στα πάσης φύσεως καταλύματα υποστηρίζεται από ένα κύκλωμα υποκλάδων αποκλειστικής παραγωγής και διάθεσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών με τα ακόλουθα χονδρικά μεγέθη:

- 4.850 Τουριστικά γραφεία
- 750 Τουριστικές επιχειρήσεις οδικών μεταφορών.
- 1.500 Γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων Ι.Χ. χωρίς οδηγό
- 200 Ναυλομεσιτικά γραφεία για την αντιπροσώπευση περισσότερων από 4.500 σκάφη αναψυχής
- 30.000 Επιχειρήσεις εστίασης – καφετέριες- διασκέδασης
- 12.000 Εμπορικές επιχειρήσεις αναμνηστικών πάσης φύσεως
- 2.000 Διπλωματούχοι ξεναγοί ως ατομικοί επαγγελματίες
- 350 Κάμπινγκ με περίπου 34.000 θέσεις κατασκήνωσης .

Εκτός των αναφερομένων, την ετήσια τουριστική κατανάλωση υποστηρίζει η παραγωγή από μια πληθώρα εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής όπως Συνεδριακά Κέντρα, αίθουσες συνεδρίων μικρότερων μεγεθών, γήπεδα γκολφ, Κέντρα Θαλασσοθεραπείας ενώ ένας σημαντικός αριθμός από μαρίνες, χιονοδρομικά κέντρα, Ιαματικές Πηγές και τόπους τουριστικής επίσκεψης που συμπληρώνουν την εικόνα της τουριστικής προσφοράς στην Ελλάδα.

Παράλληλα με όλο αυτό το πλέγμα επιχειρήσεων και κλάδων παραγωγής και διάθεσης του άμεσα χαρακτηριστικού τουριστικού προϊόντος βρίσκεται θεωρητικά και πρακτικά ένα άλλο παραγωγικό κύκλωμα έτοιμο να παρέχει τα εποχικά προσφερόμενα αγαθά και υπηρεσίες συντιθέμενο από ένα πλήθος επιχειρήσεων σε

διάφορους κλάδους, έμμεσα χαρακτηριστικής ή μη αποκλειστικής τουριστικής παραγωγής, όπως, Τράπεζες, Οδικές, Θαλάσσιες και Αεροπορικές Μεταφορές, Ταχυδρομικές και Ιατρικές Υπηρεσίες, Πρατήρια Καυσίμων, Καταστήματα Τροφίμων, Υπηρεσίες Αεροδρομίων, Λιμένων και Σταθμών.

Πίσω όμως από όλους τους προαναφερόμενους κλάδους αποκλειστικά ή έμμεσα τουριστικής παραγωγής διάθεσης και εμπορίου βρίσκεται το σύνολο σχεδόν των κλάδων εγχώριας μεταποιητικής παραγωγής καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών καθώς και ένα σημαντικό μέρος των αναγκαίων για τον τουρισμό κεφαλαιουχικών αγαθών.

Ο τουρισμός αποτελεί για την ελληνική οικονομία έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης και εισροής εσόδων. Ένας στους πέντε κατοίκους της Ελλάδας σήμερα" ασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα. Τα έσοδα που προκύπτουν από τον τουρισμό είναι τεράστια κάνοντας τη συμβολή του στο ΑΕΠ της χώρας σημαντική. Από το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης που είχε και έχει τις ανάλογες επιπτώσεις και στον τουρισμό έως και σήμερα η Ελλάδα έχει εισέλθει σε φάση βαθιάς ύφεσης από την οποία προσπαθεί να ανακάμψει. Ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της ελληνικής οικονομίας" που παρά τη δύσκολη περίοδο της οικονομικής κρίσης και την αβεβαιότητα που αυτή προκαλεί" εξακολουθεί και είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο. Εξακολουθεί να παραμένει η κύρια κινητήρια δύναμη για την αναδιάρθρωση" την ανάπτυξη της οικονομίας και την έξοδο από την ύφεση. Η στρατηγική του σημασία για την ελληνική οικονομία ενισχύει την ανάγκη να υπάρξει πολιτική δέσμευση και υποστήριξη στη διαμόρφωση ενός νέου μοντέλου ανάπτυξης που θα οδηγήσει σε μια σύγχρονη Ελλάδα. Μια Ελλάδα με μέλλον, στην οποία θέλουμε να εργαζόμαστε, να αναπτύσσουμε επιχειρηματικότητα, να δημιουργούμε αξία, να σχεδιάζουμε καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες και να χαιρόμαστε να ζούμε σε αυτή. Στο τέλος θα έχουμε καταφέρει το πιο σημαντικό. Η Ελλάδα, ένα πανέμορφο μέρος της γης, να είναι ευχάριστη και ελκυστική όχι μόνο για τους μόνιμους κατοίκους της, αλλά και για τους επισκέπτες της.

### 3.3. Η καινούργια τάση προς τον εναλλακτικό τουρισμό

Η βαριά βιομηχανία της ελληνικής οικονομίας, ο τουρισμός, κατάφερε εν μέσω της κρίσης όχι μόνο να διατηρήσει τη δυναμική του αλλά και να την αυξήσει, με μια συμμετοχή στο εγχώριο ΑΕΠ άνω του 20%. Ο ήλιος της Ελλάδας δε φαίνεται να περνάει κρίση κι έτσι ο παραδοσιακός τουρισμός του «ήλιου και της θάλασσας» καθιστά την Ελλάδα ιδιαίτερα ελκυστική τους καλοκαιρινούς μήνες. Τι γίνεται όμως τους υπόλοιπους μήνες; Πώς θα μπορούσε να ενισχυθεί ο εναλλακτικός τουρισμός; Τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται μια σταδιακή μεταστροφή των προτιμήσεων των τουριστών και αντίστοιχα στην προσφορά τουριστικών υπηρεσιών προς πιο ειδικές και ανεξάρτητες μορφές, προσαρμοσμένες στα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα του κάθε τουρίστα για περιπλάνηση στη φύση, αναζήτηση πολιτισμικών δραστηριοτήτων, έντονη άσκηση, αναζήτηση εναλλακτικών τρόπων ζωής και διάφορες άλλες ειδικές μορφές κτλ. Οι νέες τάσεις που διαφαίνονται φανερώνουν μια στροφή από το μαζικό απρόσωπο και παθητικό τουρισμό, σε τουρισμό συμμετοχικό, επιλεκτικό, με σεβασμό στο τοπικό πολιτισμό την ιστορία και το περιβάλλον.

Το μοντέλο του μαζικού τουρισμού έχει πλέον κορεστεί, ενώ μαζί του δείχνει να ξεφτίζει η εικόνα του παραδοσιακού ξενοδοχείου, με την πισίνα, της πλαστικές καρέκλες τους λίγους φοίνικες και το πρόχειρο φαγητό. Οι νέες τάσεις και ειδικές απαιτήσεις στην τουριστική ζήτηση γενικά επιβάλλουν με έμφαση την ποιότητα στο προσφερόμενο τουριστικό προϊόν. Μέρος αυτής της ποιότητας είναι και το περιβάλλον (φυσικό και πολιτισμικό). Η ποιότητα αποτελεί και ουσιαστική προϋπόθεση για την μακροχρόνια διατήρηση της ίδιας της τουριστικής δραστηριότητας. Ο τουρισμός σταδιακά επανα-προσανατολίζεται με βάση την ποιότητα και την αξία της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου. Η ανάπτυξή του σε μια περιοχή είναι άμεσα συναρτημένη με την διαθεσιμότητα φυσικών και πολιτιστικών πόρων.

Σήμερα οι τουρίστες αναζητούν ολοένα και περισσότερο εξατομικευμένες επιλογές και η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει, με τη χρήση κυρίως ηλεκτρονικών μέσων, την αναζήτηση προϊόντων προσαρμοσμένων στις ατομικές ανάγκες του χρήστη, με σκοπό τη βέλτιστη εξισορρόπηση ανάμεσα στην ποιότητα και τη θετική εμπειρία, από τη μία πλευρά, και στην τιμή του προϊόντος, από την άλλη. Οι εξελίξεις στις προτιμήσεις των τουριστών και η διαφοροποίηση στα τουριστικά προϊόντα, όπως και ο προβληματισμός για τις κοινωνικοοικονομικές και περιβαλλοντικές συνέπειες

του μαζικού τουρισμού, η αναζήτηση της χρυσής τομής μεταξύ των απαιτήσεων της οικονομίας, της κοινωνίας και του περιβάλλοντος, έφεραν στο προσκήνιο νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. (Φυσιολατρικός Τουρισμός, Ορεινός, Πολιτιστικός, Περιπέτειας, Αγροτουρισμός, Υγείας και Φυσικής Ζωής, Αθλητικός, Ιαματικός, Εκπαιδευτικός, Επιστημονικός κτλ.). Οι μορφές αυτές τουρισμού συνδέονται στενά με την αναπτυσσόμενη τάση προς τον "τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων", που περιλαμβάνει τουριστικά ενδιαφέροντα σε ειδικευμένα περιβάλλοντα. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν μια ήπια, περιορισμένη και ελεγχόμενη δραστηριότητα.

Μία εναλλακτική μορφή τουρισμού είναι και πρέπει να είναι μια «ποιοτική μορφή τουρισμού». Σκοπός είναι η προσέλκυση μικρότερου αριθμού, οικονομικά ευκατάστατων τουριστών, που δαπανούν περισσότερα και μένουν για μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα, από ότι οι συνήθεις τουρίστες. Η δραστηριότητα αυτή μπορεί να αποφέρει σημαντικά οικονομικά οφέλη με μικρότερες περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

#### **4.1 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα**

Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια γνωρίζουν ανάπτυξη όλο και περισσότερο οι διάφορες εξειδικευμένες μορφές τουρισμού, οι οποίες προσφέρουν τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να εμπλουτίσουν τις δραστηριότητές τους και με προγράμματα διαφόρων εξειδικευμένων δράσεων, όπως είναι ο ιαματικός ή θεραπευτικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός κ.λπ. Έτσι, η χώρα μας έχει αρχίσει να αποτελεί πλέον έναν φημισμένο τουριστικό προορισμό όχι μόνο για διακοπές κλασσικού τύπου (ήλιος και θάλασσα), αλλά και για όσους επιθυμούν να πραγματοποιήσουν εναλλακτικού τύπου διακοπές, αναζητώντας εκτός από την ξεκούραση και την απόλαυση της θάλασσας και των αρχαιολογικών θησαυρών της χώρας και τη μοναδική εμπειρία, που προσφέρουν το φυσικό περιβάλλον της χώρας

μας, ο θρησκευτικός πολιτισμός της αλλά και οι εξειδικευμένες υποδομές της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας.

Σε γενικές γραμμές οι διάφορες μορφές του εναλλακτικού τουρισμού δεν μπορούν να αντικαταστήσουν πλήρως το μαζικό τουρισμό, με την έννοια του παραθαλάσσιου μαζικού τουρισμού. Ωστόσο δρουν συμπληρωματικά προς αυτόν, συμβάλλοντας, κατά κύριο λόγο, στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των διαφόρων περιοχών της περιφέρειας.

## **4.2 Πώς άρχισε να αναπτύσσεται ο εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα**

Ο θεσμός των Αμφικτιονικών μπορούμε να πούμε πως σήμανε την απαρχή του συνεδριακού τουρισμού στην αρχαία Ελλάδα. Στα Αρχαϊκά επίσης χρόνια, αναπτύσσεται ο Αθλητικός και ο Θρησκευτικός τουρισμός (Ολυμπιακοί Αγώνες κλπ). Οι πρώτοι «ταξιδιώτες- τουρίστες» και πρωτοπόροι του Περιηγητικού τουρισμού θεωρούνται ο Ηρόδοτος (480-421 π.χ.) και ο Πausanias ο Περιηγητής (2ος αιώνας).

Ο τομέας του εναλλακτικού τουρισμού ενισχύθηκε κατά τις δεκαετίες του 1950-1960, από το δημόσιο τομέα πάντα και ειδικότερα από τον ΕΟΤ, με διάφορα συμπληρωματικά έργα τουρισμού (υδροθεραπευτήρια και ορεινά καταφύγια της δεκαετίας του '50) και αργότερα με δημιουργία μαρίνων που διευκόλυναν τον ελλιμενισμό και ανεφοδιασμό θαλαμηγών σκαφών σε υφιστάμενα λιμάνια για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού, ενώ ήδη είχαν κάνει την εμφάνισή τους οι κρουαζιέρες στα νησιά. Η ίδρυση της Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης έδωσε την δυνατότητα ανάπτυξης σύγχρονου εκθεσιακού τουρισμού. Η δημιουργία του Καζίνο της Πάρνηθας στη δεκαετία του '60 και των άλλων καζίνων αργότερα, στην Ρόδο και στην Κέρκυρα, προσέδωσε στην Αθήνα και στα τουριστικά νησιά τον κοσμοπολίτικο χαρακτήρα των φημισμένων θέρετρων της εποχής εκείνης.

Στην αρχή της δεκαετίας του 1970, ακολουθώντας τα πρότυπα της τουριστικής Ισπανίας προγραμματίστηκαν μεγάλης κλίμακας σύνθετα προγράμματα πολλαπλών τουριστικών δραστηριοτήτων σε εκτάσεις ιδιοκτησίας του ΕΟΤ, τα 15 Ειδικά προγράμματα Τουριστικής Ανάπτυξης, με έμφαση στις μαρίνες, τα υδροθεραπευτήρια και τα γήπεδα γκολφ. Μετά το 1975 τα προγράμματα μεγάλης κλίμακας και τα αντίστοιχα έργα ειδικής τουριστικής υποδομής ανεστάλησαν και προωθήθηκε ο

χιονοδρομικός τουρισμός με την δημιουργία χιονοδρομικών κέντρων στον Παρνασσό και σε διάφορα σημεία στην Βόρεια Ελλάδα. Το δεύτερο μισό της δεκαετίας του 1970 χαρακτηρίζεται από μια στροφή του τουρισμού προς τις πολιτιστικές και φυσικές αξίες. Από τον ΕΟΤ προωθούνται προγράμματα μετατροπής παραδοσιακών σπιτιών σε ξενώνες και από το Υπουργείο Γεωργίας (νυν Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων) διάφορα προγράμματα αγροτουρισμού. Επίσης από την εποχή εκείνη χρονολογείται το θεσμικό πλαίσιο για τα επαγγελματικά τουριστικά σκάφη.

Στην δεκαετία του 1980 αρχίζει η εφαρμογή του Κοινωνικού Τουρισμού, ως επιδοτούμενων από το κράτος διακοπών για τους χαμηλόμισθους και συνταξιούχους και επεκτείνεται η εφαρμογή του αγροτουρισμού με την χρηματοδότηση της ΕΟΚ. Σήμερα ο θεσμός του Κοινωνικού τουρισμού στη χώρα μας ενισχύεται, αλλά σε σύγκριση με τις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες υστερεί σημαντικά στο μέγεθος των δικαιούχων και στο ύψος της επιδότησης.

Από το 1990 ο θαλάσσιος Τουρισμός προωθείται σε προτεραιότητα με προγράμματα κατασκευής μαρίνων και δίνονται κίνητρα ακόμα στην ιδιωτική πρωτοβουλία για τον συνδυασμό ξενοδοχειακών συγκροτημάτων με μαρίνες, χιονοδρομικά κέντρα, συνεδριακά κέντρα, υδροθεραπευτήρια. Επίσης συνεχίζεται η εφαρμογή του Κοινωνικού και Αγροτικού τουρισμού.

### **4.3 Πηγές ενημέρωσης για τον εναλλακτικό τουρισμό στην Ελλάδα**

Μέχρι πριν μερικά χρόνια, ο εναλλακτικός τουρισμός δεν αποτελούσε κύρια δραστηριότητα των γραφείων τουρισμού. Ωστόσο, με την εμφάνιση και επικράτηση των μεγάλων τουριστικών πρακτορείων και την αδυναμία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων να ανταπεξέλθουν στον ανταγωνισμό που ακολούθησε, προέκυψε η ανάγκη για διαφοροποίηση και παροχή τουριστικών υπηρεσιών με επίκεντρο τη φύση την παράδοση και την ιδιαιτερότητα του κάθε τόπου και των ανθρώπων του. Σήμερα, σε όλη την Ελλάδα υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις που προσφέρουν κάθε μορφή εναλλακτικού τουρισμού, φέρνοντας τον επισκέπτη κοντά στην ελληνική φύση και τον πολιτισμό.

Το διαδίκτυο επίσης αποτελεί ένα χρήσιμο και κερδοφόρο εργαλείο για την τουριστική βιομηχανία. Η αντίληψη των τουριστικών επιχειρήσεων για την αναγκαιότητα της παρουσίας τους στον Παγκόσμιο Ιστό γίνεται ολοένα και πιο ξεκάθαρη. Συγκεκριμένα, τα αποτελέσματα της Eurostat (Information society statistics 2008) απέδειξαν την εξέχουσα θέση που καταλαμβάνει το Διαδίκτυο στον τουρισμό.

#### **4.4. Ποιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού έχουν τη μεγαλύτερη ανταπόκριση στην Ελλάδα**

##### **4.4.1. Θρησκευτικός τουρισμός**

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κομμάτι της ελληνικής τουριστικής κίνησης και αφορά την επίσκεψη σε τόπους θρησκευτικής λατρείας, όπως μοναστήρια και εκκλησίες.

Τα μνημεία της ελληνικής ορθοδοξίας είναι αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής κληρονομιάς και αποτελούν πόλο έλξης όλο και περισσότερων επισκεπτών. Οι εκκλησίες της βυζαντινής και κατοπινής περιόδου, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί, τα μικρά και γραφικά ξωκλήσια, τα μοναστήρια με την αξιόλογη εικονογράφησή τους, με πανέμορφα ψηφιδωτά, τοιχογραφίες και θρησκευτικές εικόνες, μαρτυρούν μια πλούσια πολιτιστική κληρονομιά στην θρησκευτική λατρεία. Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά κυρίως ευσεβείς περιηγητές, αλλά και θαυμαστές της βυζαντινής τέχνης, οι οποίοι, μέσα από οδοιπορικά στον Ελλαδικό 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 σε ένα διαρκή διάλογο, αναδεικνύοντας τον Ελληνικό χώρο ως σταυροδρόμι πολιτισμών και θρησκειών.

Ο θρησκευτικός τουρισμός χωρίζεται σε δύο κατηγορίες:

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



Τα γενεσιουργά αίτια του θρησκευτικού τουρισμού:

- Το πανανθρώπινο θρησκευτικό συναίσθημα, το οποίο παρακινεί τους τουρίστες στους τόπους των θρησκευτικών εκδηλώσεων ώστε να ικανοποιήσουν τις θρησκευτικές τους ανάγκες
- Η διασπορά των θρησκευτικών μνημείων και τόπων λατρείας σε διαφορετικούς τόπους από τους τόπους που διαμένουν οι θρησκευόμενοι
- Ο χαρακτηρισμός των μεγάλων χριστιανικών γιορτών σαν ημερών αργίας, γεγονός που επιτρέπει στους εργαζόμενους να απομακρύνονται από τις εργασίες τους, όπως και στους γονείς με παιδιά σχολικής ηλικίας
- Η επιθυμία επιστροφής στις ρίζες, τάση που τα τελευταία χρόνια συνεχώς ενδυναμώνεται
- 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 και εξής. Η διακόσμηση τους, ζωγραφική, ψηφιδωτή ή άλλη αντανακλά πάντα το ορθόδοξο δόγμα ακολουθώντας συγκεκριμένα τεχνοτροπικά ρεύματα και καθιερωμένα εικονογραφικά προγράμματα. Σημαντικοί αρχιτέκτονες, κτίστες ή ζωγράφοι έχουν συμβάλει 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 επόμενη, μεσοβυζαντινή περίοδο (7ος αι. μ.Χ. - 1204), διαφέροντας αρκετά από τα αντίστοιχα μνημεία στην Κωνσταντινούπολη. Οι πιο 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) συνεχίζουν τους παραδοσιακούς αρχιτεκτονικούς τύπους. Σε Άρτα, Βέροια, Καστοριά, Θεσσαλονίκη και Μιστρά σώζονται ορισμένοι από τους πιο σημαντικούς ναούς που κτίστηκαν αυτή την περίοδο. Οι εκκλησίες, που κατασκευάστηκαν αυτή την εποχή σε περιοχές υπό φραγκική ή ενετική κατοχή, υιοθέτησαν αρκετά δυτικά στοιχεία, αρχιτεκτονικά ή διακοσμητικά. Οι εκκλησίες, που κατασκευάζονται στον ελληνικό χώρο κατά τους αιώνες της οθωμανικής κυριαρχίας, είναι ιδιαίτερα λιτές. Εξαιρεση 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 μεγαλόπρεπων εκκλησιών. Εξαιρεση αποτελεί η Μητρόπολη Αθηνών, που χτίστηκε στα μέσα του 19ου αι., για να λειτουργήσει ως ο κεντρικός ναός στην πρωτεύουσα του νεοσύστατου ελληνικού κράτους. Ωστόσο από το τέλος του 19ου και κυρίως κατά τις πρώτες δεκαετίες του 20ου αι. 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 ένα 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 4ο αι. 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 αι. μ.Χ. συνδυάστηκε με την ίδρυση πολλών μοναστηριών.

Η μεγαλύτερη μοναστηριακή κοινότητα στον ελληνικό χώρο βρίσκεται στο Άγιο Όρος, το γνωστό και ως περιβόλι της Παναγίας. Οι πρώτοι μοναχοί εγκαταστάθηκαν εκεί τον 5ο αι. μ.Χ. Το πρώτο κοινόβιο όμως ιδρύθηκε τον 10ο αι., 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 στην δικαιοδοσία του Οικουμενικού Πατριαρχείου της Κωνσταντινούπολης. Και οι είκοσι αθωνικές μονές 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 μοναστικό συγκρότημα του ελληνικού χώρου είναι τα Μετέωρα. Οι πρώτοι ερημίτες εγκαταστάθηκαν εκεί τον 11ο αι. Οι παλαιότερες μονές όμως ανάγονται στο 14ο αι. 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 Ρουσάνου και Αγ. Στεφάνου είναι γυναικείες. Οι μονές των Μετεώρων έχουν χαρακτηριστεί από την UNESCO ως μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς. Σημαντικά μοναστικά μνημεία αποτελούν η Μονή Δαφνίου στην Αττική (11ος αι.), ο Όσιος Λουκάς στη Φωκίδα (11ος αι.), η Νέα Μονή Χίου (11ος αι.) κ.ά.

#### **4.4.2. Αγροτουρισμός**

Ο αγροτουρισμός είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, με την οποία ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού, με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση .

Η δραστηριότητα αυτή φέρνει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση καθώς και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στις οποίες μπορεί να συμμετέχει, να ψυχαγωγηθεί και να νιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης. Παράλληλα, κινητοποιεί τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις

ενός τόπου, συμβάλλοντας έτσι στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου. Οι αγρότες και αγρότισσες, που ασχολούνται με τον αγροτουρισμό, παρακολουθούν υποχρεωτικά εκπαιδευτικά προγράμματα, ανάλογα με την απασχόλησή τους, ώστε να έχουν ικανοποιητική επαγγελματική κατάρτιση και να παρέχουν στους επισκέπτες καλές υπηρεσίες και προϊόντα ποιότητας. Αν θα πρέπει να υιοθετήσουμε έναν ορισμό που να προσεγγίζει την ελληνική πραγματικότητα και να εκφράζει την ιδιαιτερότητα της ελληνικής αγροτικής περιφέρειας, τότε βρισκόμαστε πλησιέστερα σ' εκείνον που οριοθετήθηκε στο Πρακτικό της Διυπηρεσιακής υπό την αιγίδα του ΕΟΤ της 14/02/1984:

«Η τουριστική εκείνη δραστηριότητα που αναπτύσσεται σε χώρο μη αστικό από τους απασχολούμενους κύρια στη γεωργία, σε μικρές μονάδες οικογενειακής ή συνεταιριστικής μορφής, με στόχο την δημιουργία συμπληρωματικού εισοδήματος στον τοπικό πληθυσμό, τόσο από την ενοικίαση των καταλυμάτων στους τουρίστες, όσο και από την τροφοδοσία αυτών με προϊόντα τοπικής παραγωγής καθώς επίσης και προϊόντα συναφών δραστηριοτήτων (χειροτεχνίας-οικοτεχνίας) επιτοπίως παραγομένων».

Οι γενικοί στόχοι του αγροτουρισμού είναι οι παρακάτω:

- Η συμπλήρωση και βελτίωση του οικογενειακού εισοδήματος
- Η βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης κι εργασίας του αγροτικού πληθυσμού
- Η συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού στον τόπο διαμονής της
- Η βελτίωση και διάθεση των τοπικών αγροτικών και βιοτεχνικών προϊόντων
- Η προστασία του περιβάλλοντος
- Η διατήρηση, προβολή και αξιοποίηση της αρχιτεκτονικής και πολιτισμικής κληρονομιάς

Οι σημαντικότερες μορφές του αγροτουρισμού σε διεθνές επίπεδο είναι οι διακοπές σε αγροκτήματα και οι διακοπές σε αγροτικά καταλύματα (αγροικίες) που βρίσκονται μέσα στον αγροτικό οικισμό. Στην Ελλάδα, λόγω των εναλλασσομένων τοπίων με τις διαφοροποιημένες κλιματολογικές συνθήκες αποτελεί μια χώρα η οποία μπορεί να συγκεντρώσει όλες εκείνες τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη μιας πλατιάς κλίμακας μορφών αγροτουρισμού.

Οι μορφές του αγροτουρισμού στην Ελλάδα κατατάσσονται σε δυο μεγάλες κατηγορίες:

1) Ο αμιγής αγροτουρισμός, στον οποίο οι φιλοξενούμενοι , εκτός από τις διακοπές και την ξεκούραση τους , ασχολούνται είτε με τις καθημερινές αγροτικές εργασίες στο αγρόκτημα, όπως για παράδειγμα την περιποίηση ζώων, το άρμεγμα , το θερισμό και άλλες εργασίες, είτε με ψυχαγωγικές δραστηριότητες όπως είναι το κυνήγι, το ψάρεμα, η ορειβασία και πολλές ακόμα άλλες δραστηριότητες.

Οι κυριότερες μορφές του αμιγούς αγροτουρισμού είναι:

- ◆ Αγροτουρισμός σε χωριά ιδιαίτερης φυσικής ομορφιάς, τα οποία προσελκύουν τους επισκέπτες λόγω της ομορφιάς της τοποθεσίας που βρίσκονται.
- ◆ Αγροτουρισμός σε νησιώτικες ή παραλιακές περιοχές, σε μέρη δηλαδή τα οποία αξιοποιούν τους θερινούς μήνες τον ήλιο και την θάλασσα
- ◆ Αγροτουρισμός σε παραδοσιακούς οικισμούς, οι οποίοι έχουν να παρουσιάσουν μια ιδιαίτερη αρχιτεκτονική
- ◆ Αγροτουρισμός κοντά σε προστατευμένες περιοχές, όπως εθνικούς δρυμούς και υδροβιότοπους
- ◆ Αγροτουρισμός σε καταλύματα τοπικών συνεταιρισμών, όπου τα μέλη των συνεταιρισμών αυτών προσφέρουν στους επισκέπτες προϊόντα δικής τους ή τοπικής παραγωγής .

2) Ο σύνθετος αγροτουρισμός, στον οποίο οι επισκέπτες ικανοποιούν κυρίως προσωπικές ανάγκες που εξειδικεύουν τον τουρισμό της περιοχής, όπως είναι ο τουρισμός υγείας, ο αθλητικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός και άλλα.

Οι κυριότερες μορφές σύνθετου αγροτουρισμού είναι:

- Αγροτουρισμός σε περιοχές με ιαματικά λουτρά, όπου οι τουρίστες εκτός από τουρισμό υπόκεινται και σε διάφορες θεραπευτικές αγωγές
- Αγροτουρισμός σε ορεινά χωριά, στην περιοχή των οποίων λειτουργεί οργανωμένο χιονοδρομικό κέντρο
- Αγροτουρισμός σε αγροτικές περιοχές με αθλητικές εγκαταστάσεις
- Αγροτουρισμός σε κατασκηνωτικούς χώρους (camping), που βρίσκονται κοντά σε αγροτικούς οικισμούς, με τους οποίους συνδέονται οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά

- Αγροτουρισμός για παιδιά κάθε ηλικίας, όπου πραγματοποιείται σε παιδικές κατασκηνώσεις με αθλητικές εγκαταστάσεις, οι οποίες εκτός από φιλοξενία προσφέρουν επίσης διάφορα μορφωτικά και ψυχαγωγικά προγράμματα
- Αγροτουρισμός σε κέντρα διερχομένων τουριστών που βρίσκονται σε ειδικούς κόμβους και δέχονται περαστικούς για να τους προσφέρουν φιλοξενία
- Αγροτουρισμός σε αγροτικές περιοχές όπου υπάρχουν πολιτιστικά ενδιαφέροντα και συνδέονται με πνευματικές ενασχολήσεις

Τέλος, όλες οι παραπάνω μορφές αμιγούς και σύνθετου αγροτουρισμού ,που αφορούν τον Ελληνικό χώρο ,εντοπίζονται κυρίως σε αγροτικές περιοχές ,όπου οι τύποι των καταλυμάτων είναι κυρίως δωμάτια εντός της οικίας της αγροτικής οικογένειας ή καταλύματα που αποτελούν προέκταση της κατοικίας, είτε ανεξάρτητα της οικίας δωμάτια, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται της ιδιωτικής ζωής των κατοίκων και των επισκεπτών.

#### **4.5 Ποιες περιοχές της Ελλάδας έχουν τα μεγαλύτερα οφέλη από τον εναλλακτικό τουρισμό**

Ο επίσημος ορισμός αναφέρει ως εναλλακτικό τουρισμό, τον τουρισμό που επιδιώκει την αποφυγή αρνητικών και τη δημιουργία θετικών κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Η νέα αυτή κατηγορία τουρισμού αναπτύσσεται σε φυσικά και αδιατάρακτα οικοσυστήματα. Στην πλειοψηφία τους οι δραστηριότητες που εντάσσονται στον εναλλακτικό τουρισμό λαμβάνουν χώρα σε προστατευόμενες περιοχές, δηλαδή περιοχές χερσαίες ή υδάτινες που διατηρούν την ποικιλομορφία στο τοπίο, την πλούσια βιοποικιλότητά τους και σε μεγάλο βαθμό τη φυσικότητά τους καθότι βρίσκονται κάτω από ειδικό νομοθετικό καθεστώς.

Οι προστατευόμενες περιοχές στην Ελλάδα αποτελούνται από: 10 Εθνικούς Δρυμούς, 20 μέχρι σήμερα ανακηρυγμένα Εθνικά Πάρκα, 19 Αισθητικά Δάση, 51 Διατηρητέα Μνημεία της Φύσης, 585 Καταφύγια Άγριας Ζωής, 2 περιοχές Προστασίας της Φύσης, 5 περιοχές Οικοανάπτυξης, 11 Υγροτόπους ενταγμένους στη Σύμβαση Ραμσάρ, 215 Σημαντικές Περιοχές για τα Πουλιά, 443 περιοχές στο δίκτυο ΦΥΣΗ 2000 (σήμερα 202 Ζώνες Ειδικής Προστασίας (ΖΕΠ) και 241 Τόπους Κοινοτικής Σημασίας (ΤΚΣ)).

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

### **ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

#### **5.1 Ο εναλλακτικός τουρισμός ως όπλο αντιμετώπισης της κρίσης και ισχυροποίησης της ελληνικής οικονομίας μέσω αυτού**

Την τελευταία δεκαετία η Ελλάδα εισήλθε σε μία κρίσιμη καμπή της σύγχρονης ιστορίας της, καθώς οι οικονομικές πολιτικές των τελευταίων δεκαετιών την έχουν οδηγήσει στα πρόθυρα της χρεοκοπίας. Το φαινόμενο της κρίσης είναι γνωστό σε όλους, ανεξάρτητα από το πόσο επηρεάζει την ζωή του καθενός, και τα τελευταία χρόνια έχει φτάσει σε οριακή πλέον κατάσταση. Το έλλειμμα και το χρέος του Ελληνικού δημοσίου συνεχώς αυξάνεται έχοντας φτάσει σε ανησυχητικά επίπεδα. Μια από τις σημαντικότερες συνέπειες της κρίσης της οικονομίας είναι η αύξηση της ανεργίας, η οποία έχει φτάσει σε ποσοστό άνω του 20% ενώ ανάμεσα στους νέους το ποσοστό των ανέργων ξεπερνά ακόμα και το 30%. Στοιχεία των τελευταίων μηνών δείχνουν την ύπαρξη μιας εγγενούς αδυναμίας της Ελληνικής οικονομίας να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας, εντείνοντας την ανησυχία για το φαινόμενο. Μεγάλο μερίδιο της ευθύνης φέρει για αυτήν την κατάσταση η κάκιστη διαχείριση των οικονομικών, όλων των κυβερνήσεων της μεταπολίτευσης, της λανθασμένης δημοσιονομικής πολιτικής, καθώς και της κατάρρευσης του ασφαλιστικού συστήματος, αλλά και η παγκόσμια οικονομική κρίση.

Ένα μεγάλο κομμάτι της Ελληνικής οικονομίας είναι ο τουρισμός. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (Ελληνική Στατιστική Αρχή) και της ΤτΕ (Τράπεζα της Ελλάδος), το 2013 η Ελλάδα υποδέχθηκε 17.919.581 τουρίστες, μόνιμους κατοίκους άλλων χωρών και εισέπραξε περίπου € 11,7 δις. Σε αυτά δεν υπολογίζονται το μέρος της δαπάνης του τουρίστα που παρέμεινε πρωτογενώς στο εξωτερικό, (πχ η αμοιβή και το κέρδος του Tour Operator), αλλά περιλαμβάνουν μόνο το μέρος της δαπάνης του τουρίστα που καταναλώθηκε στην Ελλάδα, (πχ το έσοδο του ξενοδοχείου ή τη δαπάνη του τουρίστα στα καταστήματα). Επίσης, δεν περιλαμβάνουν τα έσοδα από τις αερομεταφορές και τις θαλάσσιες μεταφορές των τουριστών που καταγράφονται

ξεχωριστά και αθροίζονται με όλες τις άλλες δαπάνες μεταφορών. Αν αναλογιστούμε ότι το ΑΕΠ της Ελλάδας για το 2013 είναι σχεδόν € 180 δις, βλέπουμε πόσο σημαντικό κομμάτι της Ελληνικής οικονομίας αποτελεί ο Τουρισμός.

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία για το 2014 , ο εισερχόμενος τουρισμός παρουσιάζει αύξηση αφίξεων κατά 23% και αύξηση εσόδων κατά 13%. Δηλαδή βλέπουμε ότι ενώ το ΑΕΠ συρρικνώνεται μέσω της κρίσης, η τουριστική βιομηχανία εμφανίζει ανάπτυξη. Ενώ δεκάδες χιλιάδες θέσεις εργασίας σε διάφορους άλλους τομείς στον ιδιωτικό τομέα χάνονται κάθε χρόνο, ο τουρισμός μέσω της αυξημένης ροής τουριστών και συναλλάγματος, δημιουργεί χιλιάδες επιχειρηματικές ευκαιρίες και καινούριες θέσεις απασχόλησης. Γίνεται λοιπόν προφανές ότι ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει ένα μοχλό ανάπτυξης και ανάσχεσης της κρίσης, οδηγώντας τη χώρα μας στην ανάπτυξη.

Επίσης, στον Ελληνικό χώρο η τουριστική κίνηση έχει μια ευρεία διασπορά. Σε αντίθεση με άλλα κράτη, όπου οι τουρίστες συγκεντρώνονται σε συγκεκριμένες τοποθεσίες και δύσκολα κινούνται έξω από αυτές, στην Ελλάδα επισκέπτες από όλο τον κόσμο εξερευνούν τα μήκη και τα πλάτη της γνωρίζοντας τις ομορφιές της. Βεβαίως υπάρχουν προορισμοί με μεγαλύτερη τουριστική κίνηση από άλλους, όπως η Αθήνα ή η Σαντορίνη, αλλά τουρίστες μπορεί να συναντήσει κανείς σε κάθε νησί ή μικρό χωριό της Ελλάδας, αρκεί να υπάρχουν κάποιες ελάχιστες υποδομές, όπως ενοικιαζόμενα καταλύματα. Η διασπορά αυτή είναι πάρα πολύ σημαντική για την ισχυροποίηση της Ελληνικής οικονομίας, καθώς αποτελεί ένα μηχανισμό ανάπτυξης και συνοχής της ευρύτερης περιφερειακής οικονομίας.

## **5.2. Η καινοτομία ως όπλο περαιτέρω ανάπτυξης (Καινοτομία και Μάρκετινγκ)**

Ας μιλήσουμε λοιπόν για την καινοτομία, ειδικά στον τουριστικό κλάδο, καθώς και στην σχέση της με το μάρκετινγκ. Η καινοτομία στον τουρισμό αφορά την αναγνώριση των διαφόρων προτιμήσεων των εν ενεργεία πελατών, καθώς και όσων δύναται να είναι πελάτες στο μέλλον, και την ενσωμάτωση αυτών των προτιμήσεων



στην λειτουργία μιας τουριστικής επιχείρησης. Δηλαδή, σε πρακτικό επίπεδο, αφορά την εύρυθμη μεταβολή της επιχειρησιακής λειτουργίας σε συγκεκριμένους τομείς (π.χ. στα διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες, στους στόχους, στα μέσα διείσδυσης σε νέες ομάδες πελατών και τουριστικές αγορές), έχοντας σαν στόχο είτε την εκμετάλλευση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών που παρουσιάζονται, είτε την δημιουργία εξολοκλήρου καινούριων προϊόντων, υπηρεσιών και αγορών για τον τουρισμό.

Η καινοτομία στον κλάδο του Τουρισμού μπορεί να χωριστεί στις εξής κατηγορίες:

- Καινοτομία στην αξιοποίηση του Οίκου - Τουρισμού (Eco - tourism)

Με τον όρο Οίκο-Τουρισμό εννοούμε τις τουριστικές εκείνες δραστηριότητες που εκτός των άλλων, προστατεύουν, αξιοποιούν και αναδεικνύουν το φυσικό περιβάλλον. Ένα παράδειγμα θα μπορούσε να είναι η αξιοποίηση εναλλακτικών πηγών ενέργειας για την ενεργειακή υποστήριξη μιας ξενοδοχειακής μονάδας ή οι διάφορες δραστηριότητες αγροτουρισμού που συντελούν στην ανάδειξη της φυσικής ομορφιάς και την πολιτιστική αναβάθμιση μιας συγκεκριμένης περιοχής.

- Καινοτομία στην χρήση και ορθή αξιοποίηση της σύγχρονης τεχνολογίας

Ο τουρισμός είναι ένας τομέας που μπορεί να ωφεληθεί τα μέγιστα και ποικιλοτρόπως από τη χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας. Παραδείγματα καινοτομίας με χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας για μια ελληνική επιχείρηση θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν την προσφορά πληροφοριών και νέων υπηρεσιών προς τον επισκέπτη μιας περιοχής βασισμένων στο διαδίκτυο και την ευρυζωνικότητα, ή την προβολή μιας τουριστικής επιχείρησης σε ένα ευρύ φάσμα ενδιαφερομένων, καθώς και η χρήση πρακτικών Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας, η οποία πολλαπλασιάζει τους πιθανούς της πελάτες σε κάθε μήκος και πλάτος της Γης. Στον τομέα αυτό, σημαντικό ρόλο πρέπει να διαδραματίσει και το κράτος, προωθώντας μέσω επιδοτήσεων ή άλλων προγραμμάτων τη χρήση νέας τεχνολογίας από τις τουριστικές επιχειρήσεις και την εκπαίδευση του εργατικού δυναμικού σε αυτή.

- Καινοτομία στη Διοίκηση και την οργάνωση επιχειρήσεων και διαφόρων άλλων δραστηριοτήτων στον κλάδο του Τουρισμού

Στην κατηγορία αυτή μπορούμε να συμπεριλάβουμε νεωτεριστικές επιχειρηματικές στρατηγικές που σαν στόχο έχουν την αποτελεσματικότερη προσέλκυση επισκεπτών σε ένα συγκεκριμένο μέρος, ή ακόμα σε μια ευρύτερη γεωγραφική περιοχή που περικλείει διαφορετικές τοποθεσίες τουριστικού ενδιαφέροντος. Παράδειγμα μιας τέτοιας καινοτόμου προσέγγισης θα μπορούσε να είναι η οργάνωση και λειτουργία

ενός φορέα με τη συμμετοχή ιδιωτών, τουριστικών οργανισμών, τοπικών διοικητικών αρχών και του κράτους που στόχο θα είχε την ανάληψη πρωτοβουλιών και δράσεων σε κάθε επίπεδο για την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος σε κάποια τουριστική περιοχή.

- Καινοτομία στο σχεδιασμό νέων προϊόντων και υπηρεσιών του κλάδου του τουρισμού, και την παροχή αυτών

Ο θεματικός τουρισμός αποτελεί ένα είδος τουρισμού που κερδίζει συνεχώς έδαφος σε διεθνές επίπεδο. Η καινοτομία σε αυτό τον τομέα έγκειται στην αναγνώριση, υλοποίηση, και προώθηση τουριστικών προϊόντων τα οποία αν και είναι διαδεδομένα σε χώρες εκτός Ελλάδος, στη χώρα μας ακόμη βρίσκονται σε νηπιακό στάδιο (π.χ. συνεδριακός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός, τουρισμός κρουαζιέρας, τουριστικά προϊόντα που απευθύνονται σε συγκεκριμένες ομάδες καταναλωτών, όπως ιαματικός τουρισμός κ.λπ.).

- Καινοτομία στην προβολή (marketing) τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών  
Σε αυτή την κατηγορία μπορούμε να συμπεριλάβουμε στρατηγικές προώθησης και προβολής τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών προς διάφορους επιχειρηματικούς συνεργάτες (π.χ. Tour operators, μεγάλα τουριστικά γραφεία κλπ). Ένα παράδειγμα θα μπορούσε να είναι μια εκστρατεία προώθησης ενός προϊόντος με αξιοποίηση των διαφόρων μέσων μαζικής ενημέρωσης και επικοινωνίας σε ολόκληρο τον κόσμο ή σε συγκεκριμένες αγορές – στόχους, την προώθηση υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου (Internet) ή τη διεξαγωγή μιας διαφημιστικής καμπάνιας προς υποψήφιους επισκέπτες μιας περιοχής η οποία θα μπορούσε να γίνει με χρήση e-mails, SMS κ.λπ..

Σύμφωνα με μια πρόσφατη μελέτη του Tourism Intelligence International σχετικά με το online marketing και τις νέες τεχνολογίες στον τουρισμό (Everything you need to know about Internet Marketing), η διαδικτυακή παρουσία από μόνη της δεν είναι αρκετή για να προσφέρει ικανοποιητικά αποτελέσματα στις τουριστικές επιχειρήσεις. Θα χρειασθεί από αυτές η υιοθέτηση μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής marketing, βασικό μέρος της οποίας θα είναι και μια ιστοσελίδα για την κάθε τουριστική επιχείρηση, η οποία θα περιέχει πλήθος πληροφοριών και υπηρεσιών για αυτή.

Μερικά από τα συμπεράσματα της μελέτης είναι τα ακόλουθα:

- Ο αριθμός των χρηστών του διαδικτύου παγκοσμίως κατά το 2010 ήταν περίπου 2 δισ., με τον μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης μεταξύ 2000 και 2010 να ανέρχεται σε 18%.

- Το 80% των χρηστών του διαδικτύου ψάχνει προϊόντα και υπηρεσίες online, ενώ το 71% πραγματοποιεί τις αγορές του online.
- Το 24% των χρηστών του διαδικτύου αγοράζει αεροπορικά εισιτήρια online.
- Το 16% των χρηστών του διαδικτύου πραγματοποιεί τις κρατήσεις του σε ξενοδοχεία online.
- Το διαδίκτυο επιτρέπει σε μια επιχείρηση να είναι ανοιχτή 24 ώρες την ημέρα και 365 ημέρες το χρόνο. Επίσης προσφέρει τη δυνατότητα δημιουργίας και λειτουργίας ενός καταστήματος online με ελάχιστα πάγια έξοδα και τρομερά αποδοτικό.
- Μέσω της χρήσης του διαδικτύου η κάθε επιχείρηση μπορεί να απευθυνθεί μέσα σε δευτερόλεπτα σε ολόκληρη την παγκόσμια αγορά.
- Η εμφάνιση των μεγάλων online travel agents (π.χ. Expedia) και η συγκέντρωση όλο και μεγαλύτερου μεριδίου αγοράς σε βάρος των επίγειων (offline) πωλήσεων, οδήγησε πολλούς ταξιδιωτικούς πράκτορες στην απόφαση για διαδικτυακή παρουσία.
- Οι αεροπορικές εταιρείες, καθώς και οι εταιρείες κρουαζιέρας που άλλοτε στηρίζονταν αποκλειστικά στους offline πράκτορες για τις πωλήσεις, έχουν αναπτύξει δική τους διαδικτυακή παρουσία έτσι ώστε να προσεγγίζουν απευθείας τους πελάτες τους, παρακάμπτοντας με τον τρόπο αυτόν τους πράκτορες και λοιπούς μεσάζοντες. Όπως λοιπόν γίνεται προφανές, η διαδικτυακή παρουσία και η δημιουργία μιας βάσης internet marketing είναι απαραίτητα για την ανάπτυξη και επιτυχία των τουριστικών επιχειρήσεων.

### **5.3. Προτάσεις, ευκαιρίες, στρατηγική και σχέδιο δράσης. Ο εναλλακτικός τουρισμός ως μονόδρομος ανάπτυξης.**

Για την ανάπτυξη των διαφόρων εναλλακτικών μορφών τουρισμού απαιτούνται συγκεκριμένες προϋποθέσεις και προγράμματα που αφορούν το φυσικό, οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον των εκάστοτε τουριστικών περιοχών και τα οποία είτε θα εντάσσονται στις υπάρχουσες δομές, είτε θα βελτιώνουν την προϋπάρχουσα κατάσταση, είτε θα διαμορφώνουν μια νέα παραγωγική δομή όπου θα κυριαρχούν οι υποδομές και οι υπηρεσίες αυτών των μορφών τουρισμού.

Ωστόσο, απαραίτητες είναι και οι παρεμβάσεις από την πολιτεία τόσο σε τοπικό, όσο και σε περιφερειακό, εθνικό επίπεδο ώστε να δημιουργηθεί ένα πλαίσιο στήριξης και εφαρμογής των μορφών αυτών του τουρισμού. ( Τσάρτας 1999)

Τι μπορεί να κάνει λοιπόν η πολιτεία; Ας αναφέρουμε μερικές δράσεις:

- Η πολιτεία θα μπορούσε να παρέμβει έχοντας ως στόχο τη βελτίωση και τον εκσυγχρονισμό των διαφόρων τουριστικών υποδομών, τη βελτίωση του συγκοινωνιακού δικτύου του ευρύτερου Ελλαδικού χώρου (Οδικού συγκοινωνιακού δικτύου , Ναυσιπλοΐας, κλπ), των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, των χώρων υποδοχής των τουριστών, και πολλά άλλα.

- Θα πρέπει να πραγματοποιούνται συχνοί έλεγχοι του Υπουργείου στα τουριστικά σημεία, ιδιαίτερα κατά τους μήνες αιχμής και θα πρέπει να επιβάλλονται αυστηρές κυρώσεις σε ασυνείδητους επαγγελματίες του χώρου που παραβαίνουν τους νόμους συμπεριφέρονται παράνομα και αντιδεοντολογικά απέναντι στον τουρίστα.

- Η πολιτεία θα πρέπει να μεριμνήσει για την ανάπτυξη της παιδείας και του επαγγελματισμού γύρω από τον τουρισμό. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί με εκπόνηση προγραμμάτων επιμόρφωσης των επαγγελματιών με σεμινάρια και επαγγελματική κατάρτιση, αλλά και παράλληλη αύξηση των τουριστικών σχολών, που θα αποσκοπεί στην δημιουργία σωστότερων και αποδοτικότερων μελλοντικών επαγγελματιών.

- Θα πρέπει να δημιουργηθούν διαφημιστικές καμπάνιες με σκοπό την προώθηση της χώρας μας στο εξωτερικό, με ιδιαίτερη έμφαση στον φυσικό μας πλούτο, την διαφύλαξη αυτού, καθώς και την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδας ανά τους αιώνες.

- Θα πρέπει να προωθηθούν και να προβληθούν νέες οικολογικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού που σέβονται τους φυσικούς πόρους και αναδεικνύουν την πολιτιστική ταυτότητα και φυσιογνωμία της χώρας μας. Θα πρέπει να στοχεύσουμε στην ποιοτική κυρίως και όχι ποσοτική βελτίωση του τουρισμού.

Τι μπορεί όμως να κάνει και ο καθένας μας ατομικά;

Ο καθένας μας θα πρέπει να επιδείξει αυξημένη ατομική ευθύνη και υπευθυνότητα, επαγγελματική ευσυνειδησία και σεβασμό στον επισκέπτη, προσφέροντας υψηλής ποιότητας υπηρεσίες με τιμιότητα και χαμόγελο. Να είμαστε εμείς οι ίδιοι πρότυπα συμπεριφοράς για τους επισκέπτες, ευγενικοί, πολιτισμένοι και σεβόμενοι τον φυσικό πλούτο της χώρας μας, τους αρχαιολογικούς της χώρους και την πολιτιστική μας

κληρονομιά. Θα πρέπει να μην θυσιάζουμε στο βωμό του εύκολου κέρδους την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουμε, καθώς μακροπρόθεσμα μόνο κακό μπορούμε να κάνουμε στη χώρα μας αλλά και σε εμάς τους ίδιους.

Ο Εναλλακτικός τουρισμός είναι μονόδρομος ανάπτυξης για την Ελληνική οικονομία. Η Ελλάδα έχει την πρώτη ύλη – ήλιο, θάλασσα, φυσικές ομορφιές και πολιτιστικά μνημεία, καθώς και φιλόξενους και ευγενικούς ανθρώπους. Αυτό που μένει είναι η καινοτομία, που θα δημιουργήσει ένα τουριστικό προϊόν ασυναγώνιστο, για πολλές διαφορετικές τουριστικές ομάδες, πολλές εκ των οποίων δεν γνωρίζουν ακόμη την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό.

Για παράδειγμα, ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να στραφεί στις νεότερες ηλικιακές ομάδες που αναζητούν το νέο, το διαφορετικό ή το περιπετειώδες και πρωτόγνωρο. Ειδικά οι νέοι των αστικών χώρων, οι οποίοι όντας μεγαλωμένοι στο τσιμέντο και την ατμοσφαιρική ρύπανση και καταβεβλημένοι από το αστικό στρες, αναζητούν μία τέτοια φυσιολατρική έξοδο. Παράλληλα, οι νέοι αντιδρώντας στον πλήρως ανεπτυγμένο καθιερωμένο τουρισμό, έναν τουρισμό που αγωνιωδώς αναζητούσαν οι γονείς τους τα παρελθόντα έτη, ψάχνουν λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές. Αυτοί μάλιστα κατανοώντας και κατέχοντας τις νέες τεχνολογίες είναι σε θέση να αναζητήσουν και να βρουν τέτοιους προορισμούς μέσα από τις σύγχρονες τηλεπικοινωνιακές μορφές που στηρίζονται στο διαδίκτυο. Έτσι, το internet γίνεται ένα βασικό εργαλείο προώθησης και προβολής νέων προορισμών, όπως αυτοί που υπάρχουν στις λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές.

Επίσης, ο τουρισμός κρουαζιέρας, που τα τελευταία χρόνια με την ανάπτυξη των ναυτιλιακών υποδομών και την δυνατότητα φιλοξενίας των κρουαζιερόπλοιων έχει έρθει στη χώρα μας, είναι ένας τομέας που αναμένεται να γνωρίσει τεράστια ανάπτυξη και ο οποίος έχει πολλά οφέλη για την οικονομία. Για παράδειγμα, ενώ η Μεσογειακή τουριστική αγορά, η βασισμένη στο προϊόν Ήλιος – Θάλασσα - Παραλία είναι σαφώς εποχιακή, η αγορά της κρουαζιέρας έχει πολύ μεγαλύτερη διάρκεια, και μπορεί να γίνει και δωδεκάμηνη, αν τα λιμάνια-σταθμοί που προσεγγίζονται, προσφέρουν τα ανάλογα κίνητρα. Ενδεικτικά, στην Αθήνα, τη Σαντορίνη και τη Ρόδο έχει ήδη δημιουργηθεί μια «χειμωνιάτικη» αγορά. Αν και οι τουρίστες των κρουαζιερόπλοιων θεωρούνται «ημερήσιοι επισκέπτες» και δεν προστίθενται στις διανυκτερεύσεις, δεν παύουν να αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό τμήμα αγοράς, και από οικονομική πλευράς, όσο μικρό και αν είναι το ποσό που ξοδεύουν (που τελικά δεν είναι και τόσο μικρό). Επίσης, η επίσκεψη τους, δίνει την ευκαιρία να

διαφημιστεί ο προορισμός μέσω προσωπικών συστάσεων εκτός από τη δυνατότητα της επαναλαμβανόμενης επίσκεψης. Με τον αυξανόμενο ανταγωνισμό στο χώρο του τουρισμού, στα επόμενα χρόνια δεν υπάρχουν περιθώρια να αμελήσουμε οποιοδήποτε τμήμα της αγοράς, και ιδιαίτερα ένα τόσο σημαντικό και αυξανόμενο σαν αυτό των κρουαζιερών.

Ένας άλλος τομέας του εναλλακτικού τουρισμού με τρομερή ανάπτυξη και μικρή διείσδυση στη χώρα μας είναι ο τουρισμός τρίτης ηλικίας. Οι ηλικιωμένοι τουρίστες θα αποτελούν το 24% της παγκόσμιας αγοράς το 2030 και το 28% το 2050. Από σήμερα και για τα επόμενα 20 έως 30 χρόνια θα υπάρξει μία αφύσικη αύξηση της αναλογίας των ηλικιωμένων, ανάμεσα στους πληθυσμούς των οικονομικά ανεπτυγμένων χωρών, ενώ μετά το 2050 η κατάσταση αναμένεται να ομαλοποιηθεί. Ο Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας μπορεί να εξελιχθεί σε καθοριστικό παράγοντα επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου για την Ελλάδα, σύμφωνα με τη μελέτη του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ). Η Ελλάδα διαθέτει εντυπωσιακά χαμηλή διεισδυτικότητα στη συγκεκριμένη πελατειακή ομάδα.

Υπάρχουν ασφαλώς πολλοί τρόποι για την προσέγγιση της συγκεκριμένης ηλικιακής ομάδας τουριστών. Ειδικότερα επισημαίνεται η ανάγκη για στοχευόμενες ενέργειες προσέλκυσης ηλικιωμένων, έμφαση στην ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών (καλύτερες υποδομές, βελτίωση προσβασιμότητας τουριστικών εγκαταστάσεων), ανάδειξη της μεσογειακής κουζίνας, που αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα για την Ελλάδα από παρεμφερείς προορισμούς (οι ηλικιωμένοι είναι πιο ευαίσθητοποιημένοι σε θέματα υγιεινής διατροφής για λόγους υγείας), δημιουργία ισχυρών μηχανισμών διαχείρισης κρίσεων (οι τουρίστες τρίτης ηλικίας αποτελούν την πιο ευπαθή ομάδα), διαφήμιση μαζί με τους μεγάλους Τουριστικούς Οργανισμούς, έγκαιρες διαφημιστικές ενέργειες, αύξηση του αριθμού ειδικών ιστοσελίδων στο διαδίκτυο, εκπαιδευτικά προγράμματα ειδικά για ηλικιωμένους, ανταγωνιστικές τιμές με συμπίεση του κόστους, προβολή θεματικών μορφών τουρισμού, λήψη μέτρων για τη βελτίωση των λαογραφικών και πολιτιστικών αξιοθέατων, λήψη μέτρων για την προσέλκυση τουριστών μακράς παραμονής ή παραχείμασης και εφαρμογή μέτρων για βελτίωση των υγειονομικών υποδομών. Επίσης χρειάζεται υποδομή για μεγαλύτερη προσβασιμότητα στις παραλίες, μέτρα βελτίωσης των συγκοινωνιακών υποδομών, καλύτερος φωτισμός τα βράδια και να δοθεί έμφαση σε θέματα ασφάλειας.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η Ελλάδα εκτός του συμβατικού τουρισμού έχει απόλυτη ανάγκη και τον εναλλακτικό τουρισμό. Μιας μορφής τουρισμού μέσα στην οποία θα προβάλλεται και θα αναδεικνύεται το ιδιαίτερο και εξόχως αυθεντικό της πρόσωπο. Ένα εξειδικευμένο τουριστικό προϊόν απόλυτα συμβατό με τις αρχές της αειφορίας και στο οποίο ο τουρίστας γίνεται ενεργός και όχι παθητικός δέκτης κάποιων υπηρεσιών.

Στον εναλλακτικό τουρισμό εισάγεται η μορφωτική εμπειρία σαν βασικό συστατικό ψυχαγωγίας στη θέση μιας ελαφριάς επαφής με το εκάστοτε τουριστικό προϊόν, λαμβάνοντας βέβαια πάντα υπόψη την φέρουσα διάθεση του επισκέπτη για τον βαθμό που θα συμβεί αυτό. Και προχωρώντας ένα βήμα παραπέρα εξατομικεύει τις επιθυμίες του κάθε επισκέπτη καθιστώντας τον συνένοχο στα δρώμενα. Ο αγροτουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο οικοτουρισμός και όλες οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού έχουν σαν αποτέλεσμα την επαφή του επισκέπτη με παραγωγικά και πολιτιστικά στοιχεία του τόπου που επισκέπτεται χωρίς όμως να μετατρέπεται αυτός ο τόπος σε χώρο σεμιναρίων αλλά σε τόπο που αισθάνεται οικεία και σαν στο σπίτι του. Έτσι η ιδιαιτερότητα κάθε τουριστικού τόπου ξεφεύγει από κοινές πελατειακές λογικές, μετατρέπεται σε ένα τουριστικό προϊόν μοναδικό και ελκυστικό που ο επισκέπτης μέσα από τη καθημερινότητα, τις τροφές, τα τραγούδια, τη δημιουργία, γίνεται συμμετέχων.

Ο εναλλακτικός τουρισμός θα μπορούσε να βοηθήσει σε μια νέα μορφή ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα. Η υπόλοιπη Ευρώπη έχει κάνει άλματα σε αυτό το πεδίο του τουρισμού ενώ οι ευρωπαίοι πολίτες που αρέσκονται στον εναλλακτικό τουρισμό υπερβαίνουν τα 35.000.000 με μια τάση συνεχούς αύξησης 20% κάθε χρόνο.

Δυστυχώς στην Ελλάδα ο εναλλακτικός τουρισμός βρίσκεται ακόμα στη εμβρυική ηλικία. Όμως πρέπει να βοηθηθεί για να αναπτυχθεί. Να αναπτυχθεί σε στέρεες βάσεις με εθνικό ολιστικό σχέδιο που θα το βοηθήσει θεσμικά και με όρους διαφάνειας να πιάσει ρίζες βαθιές, να εξελιχθεί, να εξειδικευθεί και εντέλει να τελειοποιηθεί. Ο σύγχρονος άνθρωπος γίγαντας κατά τα άλλα, σαν τον Ανταίο της μυθολογίας μόλις απομακρύνεται από τη γη και κατ'επέκταση από το φυσικό περιβάλλον, χάνει τη δύναμη του και αναγεννιέται μόνο με την επιστροφή του σε αυτή. Η Ελλάδα οφείλει να παράσχει τις κατάλληλες συνθήκες ώστε ο εναλλακτικός τουρισμός να εδραιωθεί στον τόπο μας με τρόπο φιλικό στο πανέμορφο και ιδιαίτερο περιβάλλον μας,

προσφέροντας με αυτό τον τρόπο μια επιπλέον διέξοδο στον επισκέπτη καθ'όλη τη διάρκεια του έτους και ένα επιπλέον έσοδο στην οικονομία της χώρας.



# Βιβλιογραφία

## Ελληνική

- 1 Θεοδωροπούλου, Ε. (2006) “Σημειώσεις για το μάθημα: Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη και περιβάλλον”, Αθήνα, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο
- 2 Τσάρτας Π. (1996). “Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό”. Αθήνα: ΕΞΑΝΤΑΣ.
3. Βιτουλαδίτη Ουρ. (2000). “Τουριστικό Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και Επιχειρήσεων Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και Επιχειρήσεων”. Πάτρα: ΕΑΠ.
4. Σφακιανάκης Μ. (2000) “Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού”. Αθήνα.
5. Κοκκώσης Χ. και Τσάρτας Π. (2001) “Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον”, Κριτική, Αθήνα,
6. Ηγουμενακης Γ.Ν. και Κραβαρίτης Ν.Κ. (2004) “Τουρισμός Βασικές Έννοιες”
7. Ανδριώτης Κ. (2008). “Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός.” Αθήνα
8. Ανδριώτης Κ. (2003). “Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά του.”
9. Αυγερινού Σ.-Ζαχαράτος Γ-Ιακωβίδου Όλ.-Κοκκώσης Χ. Κούση Μ.-Μπριασούλη Ε.-Σπιλάνης Γ. Τσάρτας Π. (2000). “Τουριστική Ανάπτυξη. Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις.” Αθήνα: ΕΞΑΝΤΑΣ.
10. Βαρβαρέσος Σ. (1998). “Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές.” Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.
11. Ζαχαράτος Γ. (1999). “Οικονομική του τουρισμού και οργάνωση των τουριστικών ταξιδιών.”
12. Ζαχαράτος Γ., - Τσάρτας Π. (1999). “Πολιτική και κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης” Πάτρα: ΕΑΠ.
13. Κιόχος Α. Π. (1997). “Μεθοδολογία διεξαγωγής ερευνών - Η θεωρία στην πράξη” Αθήνα: Σταμούλης.
14. Κούτουλας Δ. (2001). “Ο θεωρητικός προσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος ως βασική προϋπόθεση του τουριστικού marketing.” Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
15. Τσαγκλάγκανος, Α. (1980) “Βασικές Αρχές του Μάρκετινγκ, Ανάλυση και Έρευνα της Αγοράς.” Θεσσαλονίκη: Κυριακίδης.
16. Χρήστου Ε. (1999). “Έρευνα Τουριστικής Αγοράς.” Αθήνα: Interbooks.

## Ξενόγλωσση

Baud-Bovy M.-Lawson F. (1977). *Tourism and Recreation Development*, The Architectural Press Ltd., London

Berno, T. (1999). When a guest is a guest. Cook islanders view tourism. *Annals of Tourism Research*.

Butler, R.W. (1990). Alternative tourism: pious hope or Trojan Horse? *Journal of Travel Research*.

Cazes, G.H. (1989). Alternative tourism: Reflections on an ambiguous concept. In: Singh, T.V., Theuns, H.L. & Go, F.M. (eds). *Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries*. Frankfurt, Peter Lang,

Coccosis, H. & Parpairis, A. (1996). Tourism and carrying capacity in coastal areas: Mykonos, Greece. In: Priestley, G.K., Edwards, J.A. & Coccosis, H. (eds). *Sustainable Tourism? European Experiences*. Oxon: CAB, pp.153-175.

Cohen, E. (1989). "Alternative tourism" – A Critique. In: Singh, T.V., Theuns, H.L. & Go, F.M. (eds). *Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries*. Frankfurt, Peter Lang

Cohen, E. (1979), A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*. 13, σελ. 179-201.

Dristas, M, (2003). "Tourism in Greece during the 20th century: A way to what sort of development?" , L. Tissot (ed), "Development of a tourist Industry in the 19th and 20th centuries: Technology, Politics and Economy, International Perspectives, NEUCHATEL

Himmetoglu, B. (1992). What is soft tourism? Proceedings of the International Conference on Architecture of Soft Tourism. Trabzon, Turkey: Yildiz University Faculty of Architecture Press.

Inskip, E. (1991). Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. New York: Van Nostrand Reinhold

Krippendorf J. (1989), The Holiday Makers: Understanding the impact of leisure and travel, London, Heinemann

Laarman, J.G. & Durst, P.B. (1987). Nature travel and tropical forests. FPEI Working Paper 23. Research Triangle Park, NC: Southeastern Center of Forest Economics Research

Lane B. (1993). Tourism Strategies and Rural Development: a review for the OECD, University of Bristol, Bristol

Mader, V. (1988). Tourism and Environment. Annals of Tourism Research

Texeraud F.,-Daumas S., (1986). Le tourisme rural: Accueil chez l'habitant, Jacques Lanore, Paris

Turner L.,-Ash J. (1975), The golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery, Constable, London

Weaver, D.B. (1991). Alternative to mass tourism in Dominica. Annals of Tourism Research.

## Σελίδες στο διαδίκτυο

[ENTERPRISE GREECE](#)

[www.samos-](http://www.samos-)

[dialogos.gr/c/document\\_library/get\\_file?p\\_l\\_id=24552&folderId=24568&name=DLFE-1807.pdf](http://dialogos.gr/c/document_library/get_file?p_l_id=24552&folderId=24568&name=DLFE-1807.pdf)

[Εναλλακτικός τουρισμός - Βικιπαίδεια](#)

[Εναλλακτικός Τουρισμός - Κατάλογος in.gr](#)

[CallGreece.gr: Τουριστικές - γενικές πληροφορίες για όλη την Ελλάδα](#)

[Call Greece](#)

[ΘΕΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | Trip & Travel](#)

[Εναλλακτικός τουρισμός | Ταξίδι | click@Life](#)

[Λίστα θεματικών μορφών τουρισμού και δραστηριοτήτων | Alter Tourism](#)

[Εναλλακτικές μορφές τουρισμού Σημαντικός αρωγός στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος](#)

[ΕΙΔΗ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ « Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΒΕΡΟΙΑΣ](#)

[Άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού | Αγροτουρισμός](#)

[Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και περιφερειακή ανάπτυξη στη Νησιωτική Ελλάδα:](#)

[Τάσεις, Προκλήσεις και Προοπτικές : Πόλεις και Πολιτικές](#)

[Guardian: Ο εναλλακτικός τουρισμός ανθίζει στην Ελλάδα - diethni.gr diethni.gr | Ειδήσεις και απόψεις από τον κόσμο](#)

[www.greenbanking.gr/~media/Files/GreenBusiness/2013\\_11\\_enallaktikos\\_tourismos.ashx](http://www.greenbanking.gr/~media/Files/GreenBusiness/2013_11_enallaktikos_tourismos.ashx)

[Ολοκληρωμένη Λύση Μίσθωσης Ποδηλάτων για Ξενοδοχεία!](#)

[Ευρωπαϊκή Ημέρα Οινοτουρισμού: εξόρμηση στην ύπαιθρο με κίνητρο το κρασί!](#)

[AgreekAdventure.com: Για την προώθηση του τουρισμού περιπέτειας και Οικοτουρισμού!](#)

[Ευρωπαϊκή Ημέρα Οινοτουρισμού: Ευκαιρία για επίσκεψη στα οινοποιεία!](#)

[www.efepae.gr/data/drasesis/Εναλλακτικός/Προδημοσίευση Οδηγού Πράξης ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.pdf](http://www.efepae.gr/data/drasesis/Εναλλακτικός/Προδημοσίευση Οδηγού Πράξης ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.pdf)

[Be Alive - Ιατρικός Εναλλακτικός Τουρισμός](#)

[Εναλλακτικός Τουρισμός, Αγροτουρισμός, εκδρομές, ξενοδοχεία, θρησκευτικός τουρισμός, υγείας, εκπαιδευτικός](#)

[Εναλλακτικός τουρισμός, Κατάλογος Επιχειρήσεων findall.gr](#)

[Θεματικός & εναλλακτικός Τουρισμός: Ευκαιρία Για Ανάπτυξη Στην Ελλάδα Του 21ου Αιώνα.](#)

[Είκοσι έξι περιοχές της Βόρειας Ελλάδας κέντρα εναλλακτικού τουρισμού](#)

[Hotels-in-Greece.com, ξενοδοχεία στην Ελλάδα, Εναλλακτικός τουρισμός, ξενοδοχειακός οδηγός, διαμερίσματα, ξενώνες, δωμάτια, ενοικιαζόμενα, διακοπές](#)

[digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/556/1/DT2005-0330.pdf](http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/556/1/DT2005-0330.pdf)

[ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ](#)

[ktisis.cut.ac.cy/bitstream/10488/5117/1/Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του.pdf](http://ktisis.cut.ac.cy/bitstream/10488/5117/1/Ο%20εναλλακτικός%20τουρισμός%20και%20τα%20διαφοροποιητικά%20χαρακτηριστικά%20του.pdf)

[Επιδοτήσεις | ΕΣΠΑ 2014 | Επιδοτούμενα Προγράμματα 2014 | Επιδοτήσεις για Ξενοδοχεία 2014 | Προκήρυξη Προγράμματος Εναλλακτικός Τουρισμός](#)

[https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/2067/1/lampropoulos\\_georgopoulos\\_timitik\\_kob\\_otis.pdf](https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/2067/1/lampropoulos_georgopoulos_timitik_kob_otis.pdf)

[mba-teipir.gr/working/2011/jun/files/ebook\\_june\\_2011.pdf](http://mba-teipir.gr/working/2011/jun/files/ebook_june_2011.pdf)

[Trips-to-Greece, Τουριστικό Γραφείο: Ταξίδια στην Ελλάδα, Εμπειρίες, Διακοπές, Δραστηριότητες, Βιωματικός-Πολιτιστικός-Θρησκευτικός Τουρισμός](#)

[Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός - ΑΝΔΡΙΩΤΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ](#)

[nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/mk/2011/MkrtsianAnna/attached-document-1306140260-987781-2999/Mkrtsian Anna.pdf](http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/mk/2011/MkrtsianAnna/attached-document-1306140260-987781-2999/Mkrtsian_Anna.pdf)

[www.visitcyprus.com/media/Downloads/Strategy/cto\\_stratigiki\\_2011-2015.pdf](http://www.visitcyprus.com/media/Downloads/Strategy/cto_stratigiki_2011-2015.pdf)

[nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/fi/2011/ChnarogiannakiEleni,PediaditiNikol/attached-document-1344501367-403350-4263/Chnarogiannaki\\_Pediaditi2011.pdf](http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/fi/2011/ChnarogiannakiEleni,PediaditiNikol/attached-document-1344501367-403350-4263/Chnarogiannaki_Pediaditi2011.pdf)

[nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/ba/2013/PapadakisEmmanouil/attached-document-1385736175-82177-4980/Papadakis\\_Emmanouil.2013.pdf](http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/ba/2013/PapadakisEmmanouil/attached-document-1385736175-82177-4980/Papadakis_Emmanouil.2013.pdf)

[Τουρισμός - Βικιπαίδεια](#)

[Θέμα: Τουρισμός](#)

[estia.hua.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/677/1/podhmatas.pdf](http://estia.hua.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/677/1/podhmatas.pdf)

[digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/3214/2/Pattas\\_2.pdf](http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/3214/2/Pattas_2.pdf)

[Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ « Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΒΕΡΟΙΑΣ](#)

<https://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=45&cad=rja&uact=8&ved=0CD8QFjAEOCg&url=http%3A%2F%2Fwww.bankofgreece.gr%2FBoGAttachments%2F-%25CE%25A4%25CE%25BF%25CF%2585%25CF%2581%25CE%25B9%25CF%2583%25CE%25BC%25CF%258C%25CF%2582.doc&ei=MAz>

[Τάσεις του τουρισμού - Statistics Explained](#)

[Νέες τάσεις στον τουρισμό - αθηνόραμαtravel.gr](#)

[Τουριστική Αγορά - Το πρώτο περιοδικό για την Τουριστική Βιομηχανία](#)

[www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files\\_basic\\_pages/Analisi\\_touristikis\\_kinisis\\_2001-2010.pdf](http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/Analisi_touristikis_kinisis_2001-2010.pdf)

[www.startupgreece.gov.gr/sites/default/files/ΤΠΕ\\_στον\\_Τομέα\\_του\\_Τουρισμού\\_v2\\_-\\_τελικό.pdf](http://www.startupgreece.gov.gr/sites/default/files/ΤΠΕ_στον_Τομέα_του_Τουρισμού_v2_-_τελικό.pdf)

[nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2013/KamariotiAthina/attached-document-1375857318-127591-861/KamariotiAthina2013.pdf](http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2013/KamariotiAthina/attached-document-1375857318-127591-861/KamariotiAthina2013.pdf)