



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΠΑΤΡΩΝ**  
UNIVERSITY OF PATRAS

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ  
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ  
(ΠΡΩΗΝ ΤΜΗΜΑ **ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ**  
ΤΟΥ ΠΡΩΗΝ ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ)

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

## **ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΑΡΑΚΤΙΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΜΥΤΙΚΑ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ**



ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΦΟΙΤΗΤΗ: **ΧΡΗΣΤΟΣ ΦΕΡΕΝΤΙΝΟΣ**  
του ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΑΜ 15701

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΝΤΟΒΑΣ

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ, 2020

# Περίληψη

---

Η παρούσα εργασία αποσκοπούσε στην περιγραφή, τη μελέτη και την ανάπτυξη παράκτιων περιοχών. Συγκεκριμένα, η παρούσα εργασία αποτελεί μία βιβλιογραφική ανασκόπηση, σε μία προσπάθεια προσέγγισης της έννοιας της «ανάπτυξη παράκτιων περιοχών» και του «τουριστικού σχεδιασμού», ενώ στην συνέχεια, παραθέτει και μία μελέτη περίπτωσης, αυτήν του Μύτικα, Αιτωλοακαρνανίας. Εντούτοις προέκυψε ότι ο τουρισμός διαδραματίζει ένα σημαντικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας. Η Αιτωλοακαρνανία είναι ένας παραθαλάσσιος νομός με σπουδαίο ιστορικό ενδιαφέρον. Ο Μύτικας, είναι ένα παραθαλάσσιο χωριό στη δυτική πλευρά του νομού Αιτωλοακαρνανίας, αποτελεί δημοφιλή τόπο καλοκαιρινών διακοπών και επίσης συνδέεται με το νησί Κάλαμος που βρίσκεται σε κοντινή απόσταση. Τα παραθαλάσσια μέρη πάντοτε αποτελούσαν πόλο έλξης και ο Μύτικας με τις πολιτιστικές παραδόσεις, το σημαντικό παραθεριστικό κέντρο, την πλούσια αγροτική παραγωγή του, τις υποδομές έρευνας και τα τοπικά χαρακτηριστικά κουλτούρας, ήθη και τα έθιμα, έχει σημαντική τουριστική παρουσία.

# Abstract

---

The present study aimed to describe, study and develop coastal areas. In particular, this paper is a bibliographic review, in an attempt to approach the concept of "coastal development" and "tourism planning", and then presents a case study, that of Mytikas, Aitoloakarnania. However, it has emerged that tourism plays a significant role in the economy of Greece. Aitoloakarnania is a seaside region with great historical interest. Mytikas, a seaside town on the west side of the prefecture of Aitoloakarnania, is a well-liked summer destination and is a point of connection with the nearby Kalamos Island. The seaside places have always been a pole of attraction and Mytikas with its cultural traditions, holiday opportunities, rich agricultural production, research infrastructures and local cultural features, and customs, shows an important touristic role.

# Ευχαριστίες

---

Μέσα από αυτές τις λίγες γραμμές, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους με βοήθησαν και με στήριξαν για την εκπόνηση και την ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας. Η εκπόνηση της εργασίας αυτής ήταν μια πρόκληση για μένα διότι είναι η βασική προϋπόθεση για την ολοκλήρωση του κύκλου σπουδών μου στο Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας της σχολής Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πατρών.

Πρώτα από όλα θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον καθηγητή μου, Δημήτριο Ντόβα, για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε και την ανάθεση της παραπάνω πτυχιακής εργασίας. Το αμείωτο ενδιαφέρον, οι υποδείξεις, η καθοδήγηση, η προθυμία του και η συμπαράστασή του κατά τη συγγραφή της εργασίας, ήταν καθοριστική. Θερμές ευχαριστίες απευθύνω σε όλους τους καθηγητές που είχα όλα τα χρόνια της ακαδημαϊκής μου ζωής, για τις γνώσεις που μου μετέδωσαν και με έκαναν καλύτερο άνθρωπο.

Ένα μεγάλο και εγκάρδιο ευχαριστώ στους καρδιακούς μου φίλους για τη στήριξη, τη συμπαράσταση και την κατανόησή τους, όπως επίσης, σε όλους όσους συνέβαλαν με οποιονδήποτε τρόπο στην επιτυχή εκπόνηση αυτής της πτυχιακής εργασίας. Τέλος ένα τεράστιο ευχαριστώ αξίζουν δύο ήρωες της καθημερινότητάς μου, οι γονείς μου Ευθυμία Τσούκαλη και Δημήτριος Φερεντίνος, καθώς και τα αδέρφια μου Πάνος Φερεντίνος και Αναστασία Φερεντίνου που με στηρίζουν ηθικά και οικονομικά όλα αυτά τα χρόνια, δίνοντάς μου κουράγιο να προχωρώ και τελικά να επιτύχω τους στόχους μου.

Την παρούσα εργασία την αφιερώνω στους γονείς μου.

# Περιεχόμενα

---

<b>Περίληψη/Abstract</b>	<b>σελ.1</b>
<b>Ευχαριστίες</b>	<b>σελ.3</b>
<b>Περιεχόμενα</b>	<b>σελ.5</b>
<b>Πρόλογος - Εισαγωγή</b>	<b>σελ.7</b>
<b>Κεφαλαίο 1<sup>ο</sup> : Τουρισμός</b>	<b>σελ.9</b>
1.1. Σημασία του τουρισμού	σελ. 12
1.2. Σύγχρονοι τύποι τουρισμού	σελ. 13
1.3. Διαχείριση παράκτιων ζωνών	σελ. 18
1.4. Βιώσιμος τουρισμός	σελ. 21
<b>Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> : Τουρισμός στο νομό Αιτωλοακαρνανίας</b>	<b>σελ.26</b>
2.1. Η περιοχή του Μύτικα Αιτωλοακαρνανίας	σελ. 28
2.2. Τουριστική ανάπτυξη του Μύτικα	σελ. 32

2.2.1. Θρησκευτικός τουρισμός	σελ. 32
2.2.2. Τουρισμός περιπέτειας	σελ. 34
2.2.3. Παράκτιος τουρισμός	σελ. 36
2.3. Επιπτώσεις του τουρισμού	σελ. 38
<b>Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> : Τουρισμός και Διαδίκτυο</b>	<b>σελ.41</b>
3.1 Ο ρόλος του Διαδικτύου σήμερα	σελ. 41
3.1.1 Παγκόσμιος Ιστός και Internet	σελ. 43
3.2. Η Επίδραση του Διαδικτύου στον τουριστικό κλάδο	σελ. 44
3.2.1. Η εφαρμογή της Τεχνολογίας Πληροφορικής και Επικοινωνιών στην Τουριστική Βιομηχανία	σελ. 45
3.2.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο και Ηλεκτρονικό Επιχειρείν	σελ. 47
3.2.3 . Επιχειρηματικά μοντέλα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου	σελ. 48
<b>Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> : Τα διαδικτυακά τουριστικά γραφεία</b>	<b>σελ.50</b>
4.1. Το προφίλ των τουριστών σήμερα	σελ. 53
<b>Συμπεράσματα</b>	<b>σελ.55</b>
<b>Επίλογος</b>	<b>σελ.57</b>
<b>Βιβλιογραφία</b>	<b>σελ.58</b>

## Πρόλογος - Εισαγωγή

---

Οι παράκτιες ζώνες συγκαταλέγονται στις πιο παραγωγικές περιοχές του κόσμου, οι οποίες προσφέρουν μια μεγάλη ποικιλία αξιόλογων διαμονών και υπηρεσιών οικοσυστήματος που ήταν πάντα στο επίκεντρο των ανθρώπινων δραστηριοτήτων. Η πρόσβαση στους θαλάσσιους πόρους διανέμεται σήμερα μεταξύ κρατών, διεθνικών και τοπικών εταιρειών. Οι διεθνείς εταιρείες, οι περιβαλλοντολόγοι, οι παράκτιοι τουρίστες, οι τοπικοί τύποι αλιείας ενεργούν ως ενδιαφερόμενα μέρη ή «ενδιαφερόμενοι φορείς» που έχουν πρόσβαση στους φυσικούς πόρους, όπως το νερό, η άμμος και άλλοι παράκτιοι θαλάσσιοι πόροι.

Οι παράκτιες περιοχές περιλαμβάνουν ένα αρκετά μεγάλο φάσμα δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται τόσο στις παράκτιες πλευρές όσο και στα παράκτιες υδάτινες περιοχές. Λόγω αυτών των ελκυστικών χαρακτηριστικών, ο πληθυσμός γίνεται πιο πυκνός γρήγορα. Για παράδειγμα, οι στατιστικές της Παγκόσμιας Τράπεζας για την αύξηση του πληθυσμού ανέφεραν ότι το 2025 περίπου το 75% του πληθυσμού του πλανήτη μας θα διαβιώνει σε παράκτιες περιοχές (The World Bank Data, 2014). Κατά συνέπεια, ένας



αυξανόμενος παράκτιος πληθυσμός θα ασκήσει τεράστια πίεση στα παράκτια οικοσυστήματα (UNEP, 2010).

Σύμφωνα με τις στατιστικές UNWTO (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού του ΟΗΕ), το 2008 τη Μεσογειακή λεκάνη επισκέφθηκαν 250 εκατομμύρια άτομα (UNEP, MAP - PAP and RAC, 2013). Ο αριθμός των επισκεπτών σε αυτόν τον τομέα συνεχίζει να αυξάνεται και, προφανώς, η λεκάνη της Μεσογείου είναι ένας από τους μεγαλύτερους τουριστικούς προορισμούς. Η τουριστική βιομηχανία παρέχει σε πολλά άτομα ευκαιρίες απασχόλησης και ενισχύει το οικονομικό όφελος ολόκληρης της περιοχής. Εντούτοις, ως μία από τις κυριότερες δραστηριότητες στις παράκτιες περιοχές (UNEP, MAP and PAP, 2008) φέρνει επίσης πολλές αρνητικές πτυχές.

Ένα από τα μεγαλύτερα ζητήματα που προέρχονται από τον μαζικό τουρισμό στην παράκτια ζώνη είναι η γραμμική αστικοποίηση, η οικοδόμηση σπιτιών ή / και οι ναυτιλιακές βιομηχανίες κατά μήκος των ακτών, γεγονός που μειώνει το χώρο για τα φυσικά οικοσυστήματα αλλά και τη βιοποικιλότητα τους. Κατά συνέπεια, αυξάνεται η κυκλοφορία των οχημάτων και επίσης αυξάνεται η γενική παραγωγή αποβλήτων (UNEP, MAP - PAP and RAC, 2013).

Στη συνέχεια, μια δραστηριότητα μολύνει τον αέρα με αέρια θερμοκηπίου, ενώ κάποια άλλη δραστηριότητα δημιουργεί προβλήματα επεξεργασίας και διάθεσης στερεών αποβλήτων. Η έντονη ναυσιπλοΐα στα παράκτια ύδατα προκαλεί ρύπανση των κόλπων και των κολπίσκων, ιδιαίτερα κοντά σε λιμάνια, μεγάλες πόλεις και βιομηχανικές περιοχές. Αυτό οδηγεί σε απώλεια οικοτόπων, μείωση της ποικιλομορφίας, είδη άγριας ζωής και εξαφάνιση των παραδοσιακών δραστηριοτήτων των τοπικών κοινοτήτων, όπως η αλιεία και γεωργία (European Commission, 2013).

Ο τουρισμός είναι μια παγκόσμια δραστηριότητα, που συνδέεται στενά με παγκόσμια ζητήματα. Η μείωση της φτώχειας, η κλιματική αλλαγή, οι φυσικές καταστροφές και η

απώλεια της βιοποικιλότητας είναι από τις σημαντικότερες. Η προσέγγιση της Ολοκληρωμένης Παράκτιας Διαχείρισης αναπτύχθηκε από εκπροσώπους ευρωπαϊκών χωρών και στη συνέχεια εφαρμόστηκε ως απάντηση σε όλα αυτά τα προβλήματα.

Στόχος της παρούσας μελέτης είναι να αναλύσει την κατάσταση της τουριστικής και παράκτιας διαχείρισης στην ευρύτερη περιοχή του Μύτικα Αιτωλοακαρνανίας και να διατυπώσει συστάσεις για μελλοντική βελτίωση προς μια βιώσιμη παράκτια περιοχή.

## Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> : Τουρισμός

---

Ο τουρισμός έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην περιφερειακή ανάπτυξη. Οι κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού δεν γίνονται αισθητές μόνο σε τοπικό επίπεδο όπου συμβαίνει ο τουρισμός, αλλά και σε περιφερειακό επίπεδο. Ο τουρισμός είναι η κύρια πηγή θέσεων εργασίας στις περιοχές όπου πραγματοποιούνται τουριστικές δραστηριότητες. Επιπλέον, η ανάπτυξη του τουρισμού διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην παροχή ίσων ευκαιριών πρόσβασης στις λιγότερο ανεπτυγμένες περιφέρειες στα οφέλη της ανάπτυξής της (Sutheeshna et al., 2008). Σε σχέση με αυτό, υπάρχει ανάγκη να υπάρξει πρόκληση να δημιουργηθούν μηχανισμοί που θα βελτιώσουν την ποιότητα και την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού τόσο σε τοπικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο, καθώς και την διασφάλιση ισορροπημένου και βιώσιμου τουρισμού σε κρατικό επίπεδο.

Η ανάπτυξη του τουρισμού σε περιφερειακό επίπεδο μπορεί να καταλύσει μια νέα δυναμική που συμβάλλει στη βελτίωση της γενικής οικονομικής ανάπτυξης. Ακόμα μπορεί να συμβάλει σημαντικά στη βελτίωση της χρήσης και του σχεδιασμού της γης,

προσελκύοντας περισσότερους ανθρώπους σε νέες περιοχές που προσφέρονται για την ανάπτυξη του τουρισμού ώστε με αυτόν τον τρόπο να αποφευχθεί ο υπερπληθυσμός στις αστικές περιοχές. Η συσχέτιση που υπάρχει μεταξύ του τουρισμού και της περιφερειακής ανάπτυξης παρουσιάστηκε σαφώς σε διάφορες μελέτες, ιδίως από τον Ryan (Ryan, 2010).

Οι Raina και Agarwal (2004) στην έρευνά τους διερεύνησαν τους τοπικούς παράγοντες που επηρέασαν την ανάπτυξη του τουρισμού και προσπάθησαν να εξηγήσουν γιατί οι τουριστικές περιοχές αναπτύχθηκαν ταχύτερα από άλλες περιοχές. Οι Huybers (2007) και Telfer & Sharpley (2010) έδωσαν μεγάλη έμφαση στις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες και έφεραν πολλές υποθέσεις σχετικά με τον ρόλο που είχε ο τουρισμός στην ανάπτυξη. Διερεύνησαν περαιτέρω τους παράγοντες αυτούς και τόνισαν τις προκλήσεις που συναντούν οι περιοχές που αποσκοπούν σε οικονομική ανάπτυξη μέσω του τουρισμού (Telfer and Sharpley, 2010).

Μερικοί μελετητές προσπάθησαν να δώσουν μια σημαντική προσέγγιση στο πλαίσιο ενός διεπιστημονικού πλαισίου για να επιβλέπουν την πολυπλοκότητα της ανάπτυξης του τουρισμού (Ramos and Jiménez, 2008).

Τις τελευταίες δύο δεκαετίες έχουν προκύψει μεγάλες περιφερειακές διακυμάνσεις στην ποιότητα ζωής σε πολλές οικονομίες σε μεταβατικό στάδιο. Ωστόσο, ο τουρισμός θεωρήθηκε ως η ανατολή του ήλιου για αυτές τις οικονομίες, καθώς η βιομηχανία είναι πολύ εντατική στην εργασία και έτσι προσφέρει ευκαιρίες απασχόλησης σε μεγάλους αριθμούς. Αυτές οι χώρες έχουν αποδώσει μεγάλη προσοχή στο οικονομικό δυναμικό της τουριστικής βιομηχανίας για να βοηθήσει στην περιφερειακή ανάπτυξη (Bartlett et al., 2010).

Λόγω της σχέσης που υπάρχει μεταξύ τουρισμού και τροφίμων, ορισμένοι συγγραφείς, όπως ο Bessiere (1998), προσδιόρισαν ευκαιρίες στην ανάπτυξη προϊόντων ως τρόπο επίτευξης της διαφοροποίησης της υπαίθρου. Από την άλλη πλευρά, οι Pearce & Butler (2002) εξέτασαν τα τρέχοντα ζητήματα και τους λόγους ανάπτυξης της τουριστικής

ανάπτυξης ως στρατηγικές για την ανάπτυξη περισσότερων αστικών περιοχών και την παροχή βάσης για πιο ολοκληρωμένη πληροφόρηση σχετικά με τον τουρισμό και την περιφερειακή ανάπτυξη (Pearce and Butler, 2002).

Επιπλέον, υπάρχουν ορισμένες συζητήσεις που έχουν επικεντρωθεί σε διαφορετικές πολιτικές καινοτομίες ως δραστηριότητες που πρέπει να γίνουν σε περιφερειακό επίπεδο λόγω των επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης, η οποία δεν γίνεται αισθητή μόνο σε τοπικό αλλά και σε περιφερειακό επίπεδο (Giaoutzi and Nijkamp, 2006). Ομοίως, με την στενή σχέση μεταξύ τουρισμού και περιφερειακής ανάπτυξης, τόσο οι τοπικές όσο και οι περιφερειακές αρχές πρέπει να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση τουριστικής πολιτικής, που αποσκοπεί στην οργάνωση και στην ανάπτυξη του τουρισμού (Constantin, 2000).

Η ανάπτυξη ενός τουριστικού θέρετρου οφείλει να είναι ολοκληρωμένη, προσαρμοσμένη στις αλλαγές, ισορροπημένη και βιώσιμη και να συμβάλλει :

- στη βελτιστοποίηση της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης των κατοίκων
- στη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και του φυσικού τοπίου
- στην ικανοποίηση τόσο των αναγκών των τουριστών αλλά και του εγχώριου πληθυσμού.

Ένας τουριστικός προορισμός μπορεί να οριστεί ως οποιοσδήποτε ταξιδιωτικός προορισμός που απευθύνεται σε μεγάλο αριθμό τουριστών. Οι άνθρωποι επισκέπτονται αυτούς τους προορισμούς είτε για να δουν φυσικά τοπία, ιστορικούς χώρους ή κτίρια.

Ορισμένοι τουριστικοί προορισμοί έχουν δραστηριότητες όπως παιχνίδια και βόλτες που προσελκύουν επισκέπτες.

Οι ιστορικοί τόποι θεωρούνται συνήθως τουριστικοί προορισμοί, επειδή κάποια γεγονότα ιστορικής σημασίας συνέβησαν σε αυτά τα μέρη. Μερικά από τα πράγματα που μπορούν να θεωρηθούν ως ιστορικά τουριστικά αξιοθέατα ήταν οι χώροι μάχης και τα αρχαιολογικά μνημεία. Εκτός από τις ιστορικές τοποθεσίες, υπάρχουν πανέμορφες φυσικές δημιουργίες που θεωρούνται τουριστικά αξιοθέατα. Εκείνοι που επισκέπτονται τέτοιες περιοχές είναι σε θέση να δουν όμορφα φυσικά μέρη, όπως φαράγγια και καταρράκτες. Ένα καλό παράδειγμα είναι πόσοι άνθρωποι επισκέπτονται τους καταρράκτες του Niagara (ένα από τα επτά φυσικά θαύματα του κόσμου) ετησίως (Butler, 2005).

Ένας τουριστικός προορισμός μπορεί να προβάλλει μόνο τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διαθέτει. Συνεπώς, η ανάπτυξη του προορισμού πρέπει να είναι μια συνεχής διαδικασία ανάπτυξης και συντονισμού των εγκαταστάσεων, των ανέσεων, των υπηρεσιών και των προϊόντων που μπορούν να βοηθήσουν τις κοινότητες υποδοχής να προσφέρουν ποιοτικές υπηρεσίες και εμπειρίες για τους τουρίστες και να ενισχύσουν την προσωπική τους ευημερία. Η τουριστική διαδικασία ανάπτυξης προορισμού περιλαμβάνει:

1. τον καθορισμό στόχων
2. την αξιολόγηση του προορισμού
3. την αξιολόγηση
4. τον καθορισμό προτεραιοτήτων
5. την εφαρμογή.

Πριν από την έναρξη της διαδικασίας ανάπτυξης, πρέπει να καθοριστούν σαφείς στόχοι, οι οποίοι πρέπει να αναφέρουν σαφώς τι σκοπεύει να επιτύχει ο προορισμός και ποια

είναι τα κύρια αποτελέσματα που αναμένονται από τη διαδικασία ανάπτυξης του προορισμού. Οι στόχοι δεν πρέπει να αφορούν μόνο την αναπτυξιακή διαδικασία αλλά πρέπει να επεκτείνονται στο είδος του τουριστικού στόχου και στην αγορά που ο προορισμός έχει ως στόχο να προσελκύσει.

## 1.1. Σημασία του τουρισμού

Ο τουρισμός έχει καταστεί σημαντική πηγή εισοδήματος για πολλές περιοχές μια χώρας αλλά ακόμη και για ολόκληρες χώρες. Η Διακήρυξη της Μανίλα για τον Παγκόσμιο Τουρισμό του 1980 αναγνώρισε τη σημασία του ως *«μια δραστηριότητα απαραίτητη για τη ζωή των εθνών λόγω των άμεσων επιδράσεών της στον κοινωνικό, πολιτιστικό, εκπαιδευτικό και οικονομικό τομέα των εθνικών κοινωνιών και στις διεθνείς τους σχέσεις»* (Smith, 2007). Ο τουρισμός αποφέρει αύξηση του εισοδήματος στην οικονομία ενός τόπου/γεωγραφικού συγκροτήματος με τη μορφή αποπληρωμής των προϊόντων αλλά και των υπηρεσιών που αποζητούν οι επισκέπτες/τουρίστες. Οι τουριστικές δραστηριότητες αντιπροσωπεύουν ποσοστιαία το 30% του παγκόσμιου εμπορίου υπηρεσιών από το 2011 και το 6% των συνολικών εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών. Ο τουρισμός παράγει επίσης ευκαιρίες ανεύρεσης εργασίας στους τομείς της οικονομίας που σχετίζονται με αυτόν (Smith, 2007).

Οι τομείς της φιλοξενίας που επωφελούνται από τον τουρισμό περιλαμβάνουν υπηρεσίες μεταφορών (όπως ενοικιάσεις αυτοκινήτων, ταξί, αεροπορικές εταιρείες, κρουαζιερόπλοια και σιδηρόδρομοι), δομές φιλοξενίας (όπως ενοικιαζόμενα δωμάτια και οικίες, ξενοδοχεία, υπηρεσίες διαμοιρασμού οικιών) και κτιριακές υποδομές ή εκτάσεις διασκέδασης (όπως ψυχαγωγικά πάρκα, εστιατόρια, καζίνο, εμπορικά κέντρα, κινηματογράφους και θέατρα). Αυτό είναι επιπλέον των αγαθών που αγοράζονται από

τουρίστες, συμπεριλαμβανομένων των αναμνηστικών. Πρέπει όμως να σημειωθεί ότι ο τουρισμός μπορεί να υποβαθμίσει τους ανθρώπους και τις σχέσεις μεταξύ φιλοξενουμένων (τουριστών) και κατοίκων (Smith, 2007).

## 1.2. Σύγχρονοι τύποι τουρισμού

Πολλοί τουρίστες επιλέγουν να ταξιδεύουν σε παραθαλάσσια θέρετρα που βρίσκονται στην πλησιέστερη ακτή από την κατοικία τους χωρίς να αποκλείουν περιστασιακά και τους πιο μακρινούς προορισμούς. Οι παράκτιες περιοχές στα κράτη που το κλίμα είναι εύκρατο όπως οι τροπικές ζώνες είναι δημοφιλείς και τις 2 εποχές καλοκαίρι και χειμώνα.

- **Μαζικός τουρισμός:** ο ορισμός του μαζικού τουρισμού είναι *«ταξίδι από ομάδες σε προγραμματισμένες περιηγήσεις, συνήθως υπό την οργάνωση επαγγελματιών του τουρισμού»* (Singh, 2008). Κεντρικό στοιχείο του μαζικού τουρισμού είναι η διασύνδεση μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων, των υπηρεσιών μεταφοράς και των καταλυμάτων. Το ταξίδι αναπτύχθηκε στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα και διευκολύνθηκε με την ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων και τη μεγάλη ώθηση της αεροπορίας. Η μεγάλη ανάπτυξη των μεταφορών επέτρεψε τη γρήγορη μετάβαση στα μέρη αναψυχής. Όλο και περισσότεροι άνθρωποι άρχισαν να εκμεταλλεύονται τη γρήγορη μετάβαση στα θέρετρα της επιλογής τους απολαμβάνοντας τα οφέλη του ελεύθερου χρόνου.
- **Εξειδικευμένος τουρισμός:** Ο εξειδικευμένος τουρισμός αφορά στις πολυάριθμες μορφές ειδικού τουρισμού που έχουν προκύψει με την πάροδο των χρόνων, η

καθεμία με δικό της επίθετο. Αρκετοί από τους όρους έχουν χρησιμοποιηθεί από κοινού από την τουριστική βιομηχανία και τους ακαδημαϊκούς (Lew, 2008). Άλλοι είναι αναδυόμενες λαϊκότερες έννοιες. Παραδείγματα των πιο κοινών εξειδικευμένων αγορών τουρισμού είναι:

- Ο αγροτουρισμός
  - Ο μαγειρικός τουρισμός
  - Ο πολιτιστικός τουρισμός
  - Ο θρησκευτικός τουρισμός
  - Ο εικονικός τουρισμός κ.α.
- **Χειμερινός τουρισμός:** Ο χειμερινός τουρισμός, όπως και ο θερινός, δεν είναι μορφή ανεξάρτητου τουρισμού με διαφορετικά βασικά χαρακτηριστικά (Singh, 2008). Είναι κατηγορία τουρισμού που τη διακρίνει το γεγονός ότι αναπτύσσεται κατά τη διάρκεια του χειμώνα.

Οι μορφές του χειμερινού τουρισμού περιλαμβάνουν:

- Τον χιονοδρομικό τουρισμό.
  - Τον τουρισμό παραχείμασης.
  - Τον τουρισμό που περιλαμβάνει χειμερινές αθλητικές δραστηριότητες και ο αθλητικός τουρισμός κατά τη διάρκεια των χειμερινών Ολυμπιακών Αγώνων (Singh, 2008).
- **Βιώσιμος τουρισμός:** Ο βιώσιμος τουρισμός αποσκοπεί στο να διαχειριστεί όλα τα μέσα με τρόπο που θα ικανοποιεί τις κοινωνικές, οικονομικές και αισθητικές απαιτήσεις ενώ ταυτόχρονα θα επιδεικνύει σεβασμό στον πολιτισμό του τόπου αλλά



και στην οικολογία. Η βιολογική ποικιλομορφία, η γλωρίδα και η πανίδα αλλά και τα συστήματα υποστήριξης της ζωής πρέπει επίσης να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη (Vujko et al., 2017). Ο βιώσιμος τουρισμός θα αναπτυχθεί περαιτέρω στη συνέχεια των παραγράφων που ακολουθούν

- **Οικοτουρισμός:** Ο οικολογικός τουρισμός, γνωστός και ως οικοτουρισμός, είναι υπεύθυνος για ταξίδια σε εύθραυστες, παρθένες και συνήθως προστατευόμενες περιοχές που προσπαθούν να έχουν χαμηλή επίπτωση και (συχνά) μικρής κλίμακας. Βοηθά στην εκπαίδευση του ταξιδιώτη, παρέχει κεφάλαια για τη διατήρηση, ωφελεί άμεσα την οικονομική ανάπτυξη και γενικότερη άνοδο των τοπικών κοινοτήτων ενώ προάγει τον σεβασμό της πολιτισμικής διαφορετικότητας και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων με γνώμονα το περιβάλλον. Οι τουριστικοί προορισμοί μετατοπίζονται στις εκπομπές χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα ακολουθώντας την τάση των επισκεπτών που εστιάζουν περισσότερο στο να είναι υπεύθυνοι για το περιβάλλον υιοθετώντας μια βιώσιμη συμπεριφορά (Soifer, 2008).
- **Κινηματογραφικός τουρισμός:** Ο κινηματογραφικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού για όσους επισκέπτονται τις κινηματογραφικές και τηλεοπτικές τοποθεσίες, δηλαδή τους τόπους που χρησιμοποιούνται για τη μαγνητοσκόπηση μιας ταινίας ή μιας τηλεοπτικής σειράς. Εκτός από τις οργανωμένες περιηγήσεις (και όχι) στις τοποθεσίες ταινιών έχει διευρυνθεί πρόσφατα η τάση για ένα είδος τουρισμού, που συνδέεται με τον κινηματογράφο (Soifer, 2008).
- **Εθελοντικός τουρισμός:** Ο εθελοντικός τουρισμός (ή ο εθελοντισμός) εξελίσσεται ως ένα μεγάλο δυτικό φαινόμενο, με τους εθελοντές να ταξιδεύουν για να βοηθήσουν

όσους είναι λιγότερο τυχεροί από τους εαυτούς τους για να αντιμετωπίσουν τις παγκόσμιες ανισότητες. Αυτός ο τύπος τουρισμού είναι σε μεγάλο βαθμό η πιο βιώσιμη προσέγγιση του ταξιδιού, καθώς οι τουρίστες προσπαθούν να αφομοιωθούν σε τοπικούς πολιτισμούς και να αποφύγουν τις επικρίσεις του καταναγκαστικού και εκμεταλλευτικού μαζικού τουρισμού (Terry, 2014).

- **Εκπαιδευτικός τουρισμός:** Ο εκπαιδευτικός τουρισμός αναπτύσσεται λόγω της αυξανόμενης δημοτικότητας της διδασκαλίας και της μάθησης της γνώσης και της ενίσχυσης της τεχνικής ικανότητας εκτός του περιβάλλοντος της τάξης. Στον εκπαιδευτικό τουρισμό, η κύρια δραστηριότητα της περιήγησης ή της ψυχαγωγίας περιλαμβάνει την επίσκεψη σε άλλη χώρα για την εκμάθηση του πολιτισμού, τις περιηγήσεις σε μελέτες ή την εργασία ώστε να εφαρμοστούν οι δεξιότητες που έχουν ήδη αποκτηθεί (Butler et al., 2012).
- **Δημιουργικός τουρισμός:** Ο δημιουργικός τουρισμός υπήρξε ως μορφή πολιτιστικού τουρισμού, από τις πρώτες αρχές του τουρισμού. Ο ορισμός του δημιουργικού τουρισμού είναι αυτός που σχετίζεται με την ενεργό συμμετοχή των ταξιδιωτών στον πολιτισμό της κοινότητας υποδοχής, μέσω διαδραστικών εργαστηρίων και εμπειριών άτυπης μάθησης (Wurzburger, 2010).
- **Σκοτεινός τουρισμός:** Αυτός ο τύπος τουρισμού περιλαμβάνει επισκέψεις σε «σκοτεινούς» τόπους, όπως πεδία μάχης, σκηνές τρομακτικών εγκλημάτων ή πράξεις γενοκτονίας, για παράδειγμα στρατόπεδα συγκέντρωσης. Η προέλευσή του είναι ριζωμένη σε εκθεσιακούς χώρους και μεσαιωνικές εκθέσεις (Cooper, 2011).

- **Κοινωνικός τουρισμός:** Ο κοινωνικός τουρισμός καθιστά τον τουρισμό διαθέσιμο στα οικονομικά ευάλωτα στρώματα, που διαφορετικά δεν δύνανται να ταξιδέψουν για την εκπαίδευση ή την αναψυχή τους. Περιλαμβάνει ξενώνες νεότητας και καταλύματα διακοπών με χαμηλές τιμές, που διοικούνται από εκκλησίες και εθελοντικές οργανώσεις, συνδικάτα ή, κατά την κομμουνιστική περίοδο, δημόσιες επιχειρήσεις. Τον Μάιο του 1959, στο δεύτερο συνέδριο του κοινωνικού τουρισμού στην Αυστρία, ο Walter Hunziker πρότεινε τον ακόλουθο ορισμό: *«Ο κοινωνικός τουρισμός είναι ένας τύπος τουρισμού που ασκείται από ομάδες χαμηλού εισοδήματος και που καθίσταται δυνατή και διευκολύνεται από ξεχωριστές και κατά συνέπεια εύκολα αναγνωρίσιμες υπηρεσίες»* (Goeldner and Ritchie, 2009).
  
- **Θρησκευτικός τουρισμός:** Ο θρησκευτικός τουρισμός, δύναται να ενισχύσει την πίστη και την απόδειξη της αφοσίωσης - και τα δύο είναι κεντρικές αρχές πολλών μεγάλων θρησκειών (Jafari and Scott, 2014). Οι θρησκευτικοί τουρίστες μπορούν να αναζητήσουν προορισμούς των οποίων η εικόνα τους ενθαρρύνει να πιστεύουν ότι μπορεί να ενισχύσει θετικά τα θρησκευτικά στοιχεία της αυτογνωσίας τους. Με δεδομένο αυτό, η αντιληπτή εικόνα ενός προορισμού μπορεί να επηρεαστεί θετικά από το αν ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της θρησκευτικής αυτοδιάθεσης ή όχι (Gannon et al., 2017).
  
- **Κόπωση τουρισμού:** Οι υπερβολικές ορδές των επισκεπτών μπορούν να προκαλέσουν ανατροπές, από υπό άλλη περίπτωση φιλικούς ταξιδιώτες, σε δημοφιλείς προορισμούς (World Tourism Organization, 1998).

### 1.3. Διαχείριση παράκτιων ζωνών

Η έννοια του "βιώσιμου τουρισμού" προέκυψε από τις αρχές της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης των Παράκτιων Ζωνών (ΟΔΠΖ), οπότε θα πρέπει να παρουσιαστεί. Η έννοια "ολοκληρωμένη διαχείριση των παράκτιων ζωνών" προτάθηκε στη σύνοδο κορυφής του Rio de Janeiro το 1992 (European Commission, 2013).

Οι αρχές της ΟΔΠΖ διατυπώθηκαν στην πρώτη παράκτια περιβαλλοντική διεθνή νομοθεσία. Η ΟΔΠΖ θα μπορούσε να οριστεί ως μια δυναμική διαδικασία βιώσιμης διαχείρισης και χρήσης των παράκτιων ζωνών, λαμβάνοντας ταυτόχρονα υπόψη τις ακόλουθες πτυχές:

1. ευθραυστότητα των παράκτιων οικοσυστημάτων και τοπίων
2. ποικίλες δραστηριότητες και χρήσεις
3. αλληλεπιδράσεις
4. θαλάσσιο προσανατολισμό ορισμένων δραστηριοτήτων
5. χρήσεων και τον αντίκτυπό τους τόσο στα θαλάσσια όσο και στα γήινα στοιχεία

(UNEP-MAP and Barcelona Convention, 2014).

Το 1995, υποστηρίχθηκε ότι η βάση της ΟΔΠΖ είναι η *«ολοκληρωμένη κατανόηση των σχέσεων μεταξύ των παράκτιων πόρων, των χρηστών τους, των χρήσεων και των αμοιβαίων επιπτώσεων της ανάπτυξης στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον»* (UNEP, 2010).

Οι Abernathy και Clark (1985) περιέγραψε τις αρχές της ΟΔΠΖ. Οι σημαντικότερες είναι:

1. Η παράκτια περιοχή είναι ένα μοναδικό σύστημα πόρων, το οποίο απαιτεί ειδικές προσεγγίσεις διαχείρισης και σχεδιασμού, ενώ το νερό αποτελεί τη σημαντικότερη δύναμη ολοκλήρωσης στα συστήματα των παράκτιων πόρων.
2. Η διατήρηση των φυσικών πόρων για βιώσιμη χρήση αποτελεί σημαντικό στόχο της διαχείρισης των παράκτιων πόρων καθώς και σημαντικό μέρος των προγραμμάτων ΟΔΠΖ.
3. Όλα τα επίπεδα διακυβέρνησης μιας χώρας πρέπει να εμπλέκονται στην διαχείριση και τον προγραμματισμό των ακτών.

Η προσέγγιση της ΟΔΠΖ προσφέρει ένα καλό πλαίσιο εντός του οποίου οι αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης μπορούν να βρουν εφαρμογή από κοινού. Ως εκ τούτου, ο παράκτιος τουρισμός μπορεί να ενισχυθεί με την ΟΔΠΖ. Μια τέτοια "συμμαχία" της ΟΔΠΖ και της τουριστικής μορφής μπορούν να παράγουν τις καλύτερες λύσεις στις συγκρούσεις μεταξύ του παράκτιου τουρισμού και άλλων θαλάσσιων και χερσαίων τομέων. Συνεπώς, συμβάλλει στη βελτίωση της συνεργασίας μεταξύ του παράκτιου τουρισμού και άλλων παράκτιων τομέων (Simpson, 2008).

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει αναπτύξει τη σύσταση για την ΟΔΠΖ (που εγκρίθηκε το 2002). Η σύσταση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με την εφαρμογή της ΟΔΠΖ στην Ευρώπη αποτελεί βασικό έγγραφο το οποίο αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό βήμα για την ολοκληρωμένη και αποτελεσματική διαχείριση των παράκτιων ζωνών. Περιλαμβάνει οκτώ αρχές που περιγράφουν τα θεμελιώδη χαρακτηριστικά της ΟΔΠΖ. Αυτά καθορίζονται από την ολοκλήρωση σε διάφορα τμήματα και επίπεδα διακυβέρνησης, καθώς και από μια συμμετοχική και βασιζόμενη στη γνώση πρόταση δράσης για την υλοποίησή τους.

Σύμφωνα με αυτές τις αρχές, η σύσταση προτείνει τη σταδιακή διαδικασία που πρέπει να λάβουν τα κράτη μέλη με σκοπό την ανάπτυξη εθνικών στρατηγικών για την ΟΔΠΖ (European Commission, 2014). Ωστόσο, η σύσταση είναι προαιρετική ως προς τη φύση της. Έτσι, τα κράτη μέλη είναι ελεύθερα να αποφασίσουν ή να απορρίψουν την εφαρμογή της. Ο σχεδιασμός της σύστασης διευκολύνει την ενσωμάτωσή της στην ισχύουσα εσωτερική νομοθεσία, οδηγίες, προγράμματα και πλαίσια που διαδραματίζουν κάποιο ρόλο στη διαχείριση των ακτών του κράτους μέλους (Doxiadis and Liveri, 2013).

Η Ευρωπαϊκή Ένωση λοιπόν έχει θέσει ως πρωταρχικό στόχο της την προώθηση της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης Παράκτιας Ζώνης, καθώς αυτή εξυπηρετεί τους στόχους για βιώσιμη ανάπτυξη. Οι δράσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την ΟΔΠΖ, αφορούν τη διαχείριση του παράκτιου χώρου, επιχειρούν την εξισορρόπηση/επίλυση των περιβαλλοντικών, οικονομικών και κοινωνικών ζητημάτων των παράκτιων περιοχών.

#### 1.4. Βιώσιμος τουρισμός

Οι χώρες με διακριτές και μεγάλες ακτές θεωρούνται πιο προνομιούχες επειδή έχουν ένα πιο πολύτιμο χώρο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την ανάπτυξη του τουρισμού η οποία θα συμβάλει τελικά στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη τόσο σε τοπική όσο και σε περιφερειακή κλίμακα. Από αυτή τη σαφή διάκριση μπορεί να γίνει η ανάπτυξη του τουρισμού και η αύξηση του τουρισμού, ειδικά γνωρίζοντας ότι τα δύο συχνά λανθασμένα θεωρούνται παρόμοια. Ενώ η ανάπτυξη του τουρισμού μετριέται με βάση τον αριθμό των αφίξεων τουριστών, οι διανυκτερεύσεις, μεταξύ άλλων, δεν συμβάλλουν επαρκώς στην οικονομική ευημερία του τόπου. Από την άλλη πλευρά, η τουριστική ανάπτυξη αναφέρεται στην αύξηση του εισοδήματος, της απασχόλησης και των βελτιωμένων περιβαλλοντικών

ωφελειών της τοπικής κοινότητας, γεγονός που υποδηλώνει την ανάγκη σχεδιασμού ανάπτυξης σύμφωνα με τη χωρητικότητα της κοινότητας υποδοχής (Tosun, 2001).

Ο τουρισμός είναι κοινώς γνωστός ως μία από τις πιο προσοδοφόρες πηγές για πολλές χώρες και περιφέρειες. Η ικανότητα του τουρισμού να προσελκύει γρήγορα οικονομικά κέρδη και να φέρει μεγάλα ποσά κεφαλαίου έχει οδηγήσει στην εκμετάλλευση πολλών παράκτιων περιοχών για τουρισμό και έχει βιώσει σημαντική ποσότητα ανεξέλεγκτης ανάπτυξης τουριστικών δραστηριοτήτων. Σύμφωνα με τον ΕΟΠ (2001), η γενική αύξηση του τουρισμού και ιδιαίτερα του τουρισμού στις παράκτιες περιοχές συνδέεται με:

1. τις βελτιώσεις στα συστήματα μεταφορών
2. την αύξηση των προσωπικών εισοδημάτων
3. την αύξηση του ελεύθερου χρόνου
4. την ευαισθητοποίηση του κοινού για τους παγκόσμιους προορισμούς λόγω βελτιωμένων επικοινωνιών

Αυτή η ταχεία ανάπτυξη του παράκτιου τουρισμού έχει ασκήσει μεγάλη πίεση τόσο στους πόρους του περιβάλλοντος όσο και του πολιτισμού των παράκτιων ζωνών και έχει επηρεάσει αρνητικά την κοινωνική, πολιτιστική και οικονομική αξία των τουριστικών προορισμών (Sharpley and Telfer, 2015).

Ενόψει των τρεχουσών τάσεων ανάπτυξης του τουρισμού, οι διευθυντές και οι επενδυτές στον τουρισμό έχουν αντιληφθεί ότι η βιωσιμότητα αποτελεί μείζονα παράγοντα στις παράκτιες περιοχές, καθώς η επιτυχία των τουριστικών δραστηριοτήτων σε αυτούς τους τομείς εξαρτάται εξ ολοκλήρου από την ποιότητα των εύθραυστων και ευαίσθητων περιβαλλόντων. Στις μέρες μας, οι περισσότεροι τουρίστες αναζητούν διαφορετικές εμπειρίες που κυμαίνονται από φυσικά και πολιτιστικά αξιοθέατα μέχρι αθλήματα και

γαστρονομία μεταξύ άλλων σε ένα καλά διαχειριζόμενο και διατηρημένο φυσικό περιβάλλον.

Παρομοίως, όσοι ζουν στους παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς γνωρίζουν πολύ καλά και ανησυχούν για την ιστορική, περιβαλλοντική και πολιτιστική τους κληρονομιά και έτσι ζητούν την ενσωμάτωση των θεμάτων βιωσιμότητας στην ανάπτυξη του τουρισμού. Σε σχέση με αυτό, υπάρχει ανάγκη περιορισμού της ανάπτυξης του τουρισμού, ενίσχυσης των τουριστικών προϊόντων για την προσέλκυση διαφορετικών πελατολογίων και την προσεκτική και επιλεκτική αναβάθμιση της ποιότητας των προσφερόμενων στο κοινό υπηρεσιών και προϊόντων. Αυτό επιτρέπει την ανάπτυξη του τουρισμού που ικανοποιεί τόσο τους τουρίστες όσο και εκείνους που εξαρτώνται από αυτό για να ζήσουν.

Αν και αμφισβητείται έντονα στον τομέα της βιώσιμης ανάπτυξης, ο τουρισμός διακρίνεται από δύο κοινές και πολύ πολωμένες αντιλήψεις. Πολλές φορές η διάκριση οδηγεί στην ιδέα του τουρισμού ως ισχυρής βιομηχανίας και εκμεταλλευόμενης επιχείρησης ή του τουρισμού ως μια εξαιρετικά μετασχηματιστικής και θετικής κοινωνικής δύναμη. Σύμφωνα με τον Higgins-Desbiolles (2006), οι άνθρωποι σήμερα αποδέχονται την έννοια του τουρισμού ως βιομηχανία λόγω κυρίως της ακρόασης του όρου επανειλημμένα, αν και η ακαδημαϊκή συζήτηση παραμένει. Το επιχείρημα που ο Higgins-Desbiolles (2006) ενσαρκώνει στο έργο του "Περισσότερο από μια βιομηχανία: Η ξεχασμένη δύναμη του τουρισμού ως κοινωνική δύναμη", είναι η ιδέα ότι ο τουρισμός εμφανίστηκε ως μια θετική παγκόσμια κοινωνική προσπάθεια και παραμορφώθηκε στην πορεία από τα με συμφέροντα.

Ο τουρισμός, κυρίως όταν χαρακτηρίζεται ως βιομηχανία, αρχίζει από τη δεκαετία του 1960, όταν οι εκσυγχρονιστικές δυνάμεις φαινόταν ότι οι βιομηχανίες είναι οι κύριοι κινητήριοι μοχλοί της οικονομικής ανάπτυξης. Καθώς ο τουρισμός δεν περιλαμβανόταν πλέον μόνο σε χώρες της Δυτικής Ευρώπης και της Αμερικάνικης Ηπείρου, έγινε παγκόσμιο φαινόμενο και οι κυβερνήσεις στον αναπτυσσόμενο κόσμο, ειδικά στις μικρές νησιωτικές



οικονομίες, προώθησαν τον τουρισμό στις χώρες τους ως έναν γρήγορο και αποτελεσματικό τρόπο δημιουργίας ξένου συναλλάγματος. Είναι προφανές ότι οι μικρές νησιωτικές οικονομίες δείχνουν μεγάλη τάση σύνδεσης με την τουριστική «βιομηχανία», κυρίως επειδή δεν διαθέτουν τους φυσικούς πόρους, την εγχώρια αγορά και τη βιομηχανική τεχνολογία για να εκμεταλλευτούν την εξαγωγική παραγωγή. Ως εκ τούτου, η γρήγορη κατάδυση στη μεγιστοποίηση των κερδών επελέγη παρά τις ανησυχίες της κοινωνικής και περιβαλλοντικής εκμετάλλευσης (Carlsen and Butler, 2011).

Οι μελέτες που πραγματοποίησαν οι Nara Mao Yen, διερεύνησαν τις πολιτικές διαχείρισης του παράκτιου τουρισμού στον τομέα του περιβάλλοντος για την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων και την εφαρμογή της βιώσιμης ανάπτυξης. Υποστηρίζουν ότι οι πολιτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης μπορεί να είναι χρήσιμες για την επίλυση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου στην εφαρμογή της τουριστικής ανάπτυξης. Ο βιώσιμος τουρισμός αποτελεί βασικό παράγοντα για την επιτυχή διαχείριση των φυσικών πόρων στις παράκτιες περιοχές.

Προηγούμενη μελέτη σχετικά με 141 προορισμούς που βασίζονται στον βιώσιμο (παράκτιο) τουρισμό από το 2011 έως το 2016 έδειξε ότι οι περισσότεροι προορισμοί στερούνται κυβερνητικής ρύθμισης και διατηρημένου (παράκτιου) περιβάλλοντος . Επιπλέον, υποστηρίζει ότι ο βιώσιμος παράκτιος τουρισμός αποτελεί μία από τις δραστηριότητες των τουριστών που επισκέπτονται παράκτιες περιοχές και αντιπροσωπεύει την ταχύτερη και μεγαλύτερη βιομηχανική ανάπτυξη στον κόσμο.

Ο παράκτιος τουρισμός που διαχειρίζεται καλά με τη χρήση μιας μιας ολοκληρωμένης προσέγγισης τις ακτές και τη θάλασσα χρειάζεται ορισμένες από τις στρατηγικές που χρησιμοποιούνται για τη βιώσιμη διαχείριση του τουρισμού, οι οποίες επικεντρώνονται ειδικά στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις από τις τουριστικές δραστηριότητες.

Η βασική έννοια του βιώσιμου παράκτιου τουρισμού ως βάση της βιώσιμης ανάπτυξης, περιλαμβάνει:

1. τη διαχείριση των παράκτιων υδάτων
2. το σχέδιο πολιτικής
3. τις περιβαλλοντικές υποδομές
4. την κοινωνική μάθηση
5. τις τεχνικές γνώσεις
6. την οικονομική ανάπτυξη για τη στήριξη των φυσικών πόρων

Οι Goffi και Cucculelli (2018) διεύρυναν μοντέλα σχετικά με την ανταγωνιστικότητα των παράκτιων προορισμών, εισάγοντας μια σειρά δεικτών βιωσιμότητας και εξετάζοντας το ρόλο τους στην εξήγηση της βιώσιμης ανταγωνιστικότητας των ακτών. Το μοντέλο δοκιμάστηκε για ένα μοναδικό σύνολο δεδομένων. Τα εμπειρικά αποτελέσματα δείχνουν ότι οι παράγοντες που αναφέρονται στην αειφορία έχουν θετικό αντίκτυπο σε όλους τους δείκτες ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προορισμού. Επιπλέον, ο ρόλος της βιωσιμότητας ως σημαντικός καθοριστικός παράγοντας για την ανταγωνιστικότητα ενός παράκτιου τουριστικού προορισμού επιβεβαιώνεται σε μεγάλο βαθμό.

Οι Stojanović και συν. (2014) υποστηρίζουν ότι οι κοινότητες μπορούν να συμμετάσχουν επαρκώς στην εφαρμογή των εννοιών, καθώς είναι συστατικά του κοινωνικο-οικολογικού συστήματος. Οικολογικά, οι κοινότητες παρουσιάζουν μια πραγματική έμφαση στη χρήση γης, στα οικονομικά κίνητρα και στην κοινωνική μάθηση. Τα ευρήματά τους δείχνουν ότι η κοινωνική και οικολογική συνιστώσα είναι σχετική λόγω της κεντρικής διορατικότητας στη δυναμική μεταξύ ανθρώπου και περιβάλλοντος (Goffi and Cucculelli, 2018).

## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> : Τουρισμός στο νομό Αιτωλοακαρνανίας

---

Ο Ν. Αιτωλοακαρνανίας είναι πλούσιος με τεράστια ομορφιά, έχει πολλά ποτάμια, άφθονα δάση, κρυστάλλινα νερά και σε αυτόν βρίσκεται η μεγαλύτερη λίμνη της Ελλάδας , η λίμνη Τριχωνίδα. Η τεράστια ομορφιά που προσφέρει ο νομός έχει δημιουργήσει μεγάλες δυνατότητες για τουρισμό. Παρόλο που ο Ν. Αιτωλοακαρνανίας έχει μεγάλες δυνατότητες για τουρισμό, έχει αποτύχει σε πολλές περιπτώσεις να επιτύχει το τουριστικό δυναμικό λόγω

ανεπαρκών στρατηγικών και πρακτικών μάρκετινγκ. Εάν σχεδιαστεί και εφαρμοστεί κατάλληλος προγραμματισμός και στρατηγική για τον τουριστικό τομέα του νομού, ο τουρισμός μπορεί να προσθέσει σημαντική αξία στην οικονομία της χώρας.

Ο τουρισμός έχει χαρακτηριστεί ως η πιο επικερδής επιχείρηση παγκοσμίως και έχει καταστεί μία από τις βασικές κατηγορίες του διεθνούς εμπορίου. Ο Ν. Αιτωλοακαρνανίας έχει μια μεγάλη ευκαιρία και το δυναμικό να γίνει ένας σημαντικός τουριστικός προορισμός. Η βιομηχανία του τουρισμού παρέχει περισσότερες ευκαιρίες απασχόλησης σε σύγκριση με άλλες βιομηχανίες. Με την αύξηση του πληθυσμού στη, σημειώθηκε αύξηση των ποσοστών ανεργίας. Δεδομένου ότι ο Ν. Αιτωλοακαρνανίας διαθέτει υψηλή οικονομία εργασίας, είναι σημαντικό να δημιουργηθούν και άλλες ευκαιρίες απασχόλησης, τις οποίες η τουριστική βιομηχανία μπορεί να προσφέρει σε μεγαλύτερο βαθμό περισσότερο από άλλες. Ο Ν. Αιτωλοακαρνανίας προσπαθεί να αναπτύξει το τουριστικό του καθεστώς για να είναι σε θέση να ανταγωνιστεί τόσο στην τοπική όσο και σε πιο διευρυμένες αγορές, ακόμα και στην παγκόσμια αγορά. Ως αποτέλεσμα αυτού, τόσο η κυβέρνηση μέσω των αρμόδιων φορέων όσο και ο ιδιωτικός τομέας προσπαθούν να συνεργαστούν για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα δίνοντας μεγάλη έμφαση στο μάρκετινγκ (Chowdhury et al., 2018).

Κάθε χρόνο πολλοί διεθνείς τουρίστες επισκέπτονται το νομό και ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται σταθερά. Και τώρα ένα πολύ σημαντικό πράγμα είναι οι υπηρεσίες που συνδέονται με τον τουρισμό να εξαπλωθούν σε πολλά μέρη εξίσου αυτό που δεν ήταν διαθέσιμο σε απομακρυσμένες περιοχές παλαιότερα. Οι τουριστικοί οργανισμοί και πράκτορες σε εθνικό και διεθνές επίπεδο είναι πολύ δραστήριοι για να προωθήσουν και να δημιουργήσουν μια θετική εικόνα.

Η ανάπτυξη του τουρισμού σε περιφερειακό επίπεδο μπορεί να καταλύσει μια νέα δυναμική που συμβάλλει στη βελτίωση της γενικής οικονομικής ανάπτυξης. Μπορεί επίσης να συμβάλει σημαντικά στη βελτίωση της χρήσης και του σχεδιασμού της γης,

προσελκύοντας περισσότερους ανθρώπους σε νέες περιοχές όπου ο τουρισμός αναπτύσσεται για να αποφευχθεί η υπερπληθυσμός στις αστικές περιοχές. Η συσχέτιση που υπάρχει μεταξύ του τουρισμού και της περιφερειακής ανάπτυξης παρουσιάστηκε σαφώς σε διάφορες μελέτες, ιδίως από τον Ryan (2010).

Οι Raina και Agarwal (2004) στην έρευνά τους διερεύνησαν τους τοπικούς παράγοντες που επηρέασαν την ανάπτυξη του τουρισμού και προσπάθησαν να εξηγήσουν γιατί οι τουριστικές περιοχές αναπτύχθηκαν ταχύτερα από άλλες περιοχές. Οι Huybers (2007) και Telfer & Sharpley (2010) έδωσαν μεγάλη έμφαση στις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες και έφεραν πολλές υποθέσεις σχετικά με τον ρόλο που είχε ο τουρισμός στην ανάπτυξη. Πέρασαν περαιτέρω και τόνισαν τις προκλήσεις που διαπιστωμένα αντιμετωπίζουν οι πόλεις και οι περιοχές που επιδιώκουν οικονομική ανάπτυξη μέσω του τουρισμού (Huybers, 2007) και (Telfer and Sharpley, 2010).

## 2.1. Η περιοχή του Μύτικα Αιτωλοακαρνανίας

Ο Μύτικας είναι ένα γραφικό παραθαλάσσιο χωριό με έντονο νησιώτικο χρώμα, ο οποίος ανήκει στο Δήμο Ξηρόμερου και απέχει 85 χλμ ΒΔ του Μεσολογγίου. Ο Μύτικας έχει πάρει το όνομά του εξαιτίας της μορφολογίας του μιας και βρίσκεται σε μια μυτερή προβολή της στεριάς που εξέχει προς τη θάλασσα στις δυτικές ακτές της Ακαρνανίας. Όσον αφορά τον πληθυσμό της περιοχής σύμφωνα με την απογραφή του 2011 είχε 858 κατοίκους. Στο σύγχρονο λιμάνι του Μύτικα ελλιμενίζονται βάρκες καθώς και αλιευτικά και εκδρομικά σκάφη. Ο Μύτικας συνδέεται σε καθημερινή βάση με τα νησιά του Καλάμου και του Καστού.. Στην ευρύτερη περιφέρεια του χωριού του Μύτικα εικάζεται ότι βρισκόταν η Αλωζία, σημαντική πόλη της Αρχαίας Ελλάδας (ΜΥΤΙΚΑΣ PRESS, 2019).



**Εικόνα 1.** Πανοραμική θέα του Μύτικα

**Πηγή:** (ΜΥΤΙΚΑΣ PRESS, 2019).

Σύμφωνα με το ξενοδοχειακό επιμελητήριο Ελλάδος ο Μύτικας διαθέτει 6 κατλύματα ξενοδοχειακού τύπου (Πίνακας 1) :

Πίνακας 1. Ξενοδοχειακές μονάδες Μύτικα

<b>ΟΝΟΜΑΣΙΑ</b>	<b>ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ</b>
<b>ΚΑΒΟ ΜΥΤΙΚΑΣ</b>	<b>2**</b>
<b>ΣΙΜΟΣ</b>	<b>2**</b>
<b>ΑΛΥΖΙΑ</b>	<b>ΓΤΑΞΗΣ</b>
<b>ΙΟΝΙΟΝ</b>	<b>ΓΤΑΞΗΣ</b>
<b>ΑΚΡΟΓΙΑΛΙ</b>	<b>1*</b>
<b>ΚΥΜΑΤΑ</b>	<b>1*</b>

(Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2019)

Όπως αναφέρθηκε και πρωτύτερα, ο Μύτικας είναι μια προεξοχή της ξηράς που εισέρχεται μέσα στο Ιόνιο Πέλαγος. Αυτή η ιδιαίτερη γεωγραφία δημιουργεί το ιδιαίτερο μικρόκλιμα της περιοχής, που το καθιστά εύκρατο με δροσερό καλοκαίρι και σχετικά ήπιο χειμώνα. Ο Κάλαμος είναι ένα νησί ακριβώς απέναντι από τον Μύτικα σε απόσταση περίπου ενός ναυτικού μιλίου. Πρόκειται για μια ψηλή οροσειρά κατά μήκος της θάλασσας, με τη βόρεια πλευρά της να είναι φυτεμένη με πανύψηλα, πυκνά πεύκα. Είναι προφανές ακόμη και για τον μη ειδικευμένο επισκέπτη ότι αυτά τα πεύκα είναι ειδικού είδους (kalamos-island.gr, 2019).

Ακόμη και από την πρώτη ματιά από απόσταση, ο Κάλαμος προσελκύει με το ασυνήθιστο και σχετικά άγριο τοπίο του. Ο Κάλαμος έχει εμβαδόν περίπου 20 τετραγωνικών χιλιομέτρων και η υψηλότερη κορυφή των ορεινών σχηματισμών του είναι 200 μέτρα. Οι μόνιμοι κάτοικοι υπολογίζονται γύρω στους 580, ενώ το καλοκαίρι παρατηρείται αύξηση του αριθμού των όταν οι φίλοι και οι συγγενείς επισκέπτονται το νησί. Στην ανατολική πλευρά βρίσκεται το λιμάνι του Κάλαμου που αποτελεί και το κέντρο του νησιού. Το λιμάνι αυτό αποτελεί δημοφιλή προορισμό τουριστών που πλέουν με τα σκάφη τους στην περιοχή με σκοπό την προστασία από τυχόν κακές καιρικές συνθήκες ή την απόλαυση ενός γεύματος στα εστιατόρια του μικρού νησιού (kalamos-island.gr, 2019).

Τον τελευταίο καιρό διεξάγονται εργασίες που αποσκοπούν στη διεύρυνση του λιμανιού που θα εξυπηρετήσει μεγαλύτερο αριθμό σκαφών διευκολύνοντας με αυτό τον τρόπο τις μεταφορές δια θαλάσσης. Οι θαλάσσιες αυτές μεταφορές αποτελούν άλλωστε το μοναδικό μέσο διασύνδεσης και επικοινωνίας του νησιού με την Ηπειρωτική Ελλάδα. Ο Κάλαμος συνδέεται μέσω καΐκιού με το Μύτικα γύρω στις 5 φορές την ημέρα μεταφέροντας επιβάτες αλλά και όλα τα απαραίτητα αγαθά για την κάλυψη των αναγκών των λιγοστών κατοίκων αλλά και των επισκεπτών. Το νησί αποπνέει απλότητα και χαλάρωση ενώ είναι

εμφανής η αγροτική παραγωγή. Κατά τους καλοκαιρινούς μήνες υπάρχει και ναυτοπλοϊκή σύνδεση με ferry-boat (kalamos-island.gr, 2019).

Τα σπίτια του Κάλαμου, που σκαρφαλώνουν ψηλά πάνω από το λιμάνι, είναι πετρόχτιστα, τα περισσότερα έχουν κεραμοσκεπές ενώ είναι χτισμένα στενά το ένα δίπλα στο άλλο και διασταυρωμένα με στενά λουτρά. Ένας απότομος δρόμος με πολλές στροφές, συνδέει το λιμάνι με το χωριό. Τα λίγα αυτοκίνητα, που χρησιμοποιούνται κυρίως για τη μεταφορά εμπορευμάτων, οδηγούν προσεκτικά κατά μήκος των στενών δρόμων. Πρόσφατα ένας νέος δρόμος που ξεκινά από τον Κάλαμο οδεύει ψηλά στο βουνό και περνάει μέσα από ένα πανέμορφο πευκοδάσος, καταλήγοντας σε ένα άλλο μικρό νησί την Επισκοπή (kalamos-island.gr, 2019).

Η Επισκοπή είναι το δεύτερο λιμάνι του νησιού και απέχει μόλις δέκα λεπτά από το λιμάνι του Μύτικα. Στην αντίθετη πλευρά του νησιού είναι το Πόρτο Λεόνε, ένας γοητευτικός, μικρός κόλπος που πήρε το όνομα του από τους Βενετούς που κατάρτισαν τους χάρτες της περιοχής. Σε κοντινή απόσταση υπάρχει μια παλιά γέφυρα χτισμένη πριν από πολλούς αιώνες. Το πευκοδάσος είναι πολύ σπάνιο και μόνο τα άλλα δάση αυτού του τύπου βρίσκονται στα νησιά των Σποράδων στο Αιγαίο. Πρόκειται για ένα καταπράσινο δάσος γεμάτο που φιλοξενεί πολλά είδη πουλιών (kalamos-island.gr, 2019).

Ο οδικός δρόμος από τον Κάλαμο προς την Επισκοπή περνάει από τη μικρή παραλία του Αγίου Κωνσταντίνου. Εκεί, ακριβώς μπροστά από τα κύματα, υπάρχει η μικρή όμορφη ιδιωτική εκκλησία του Άγιου Δονάτου, άγιος που συναντάται κυρίως στην περιφέρεια των Ιονίων Νησιών. Μια από τις παλαιότερες ναούς εκκλησίες του νησιού Ο Άγιος Ιωάννης, είναι σχεδόν κατεστραμμένη. Μια πλάκα υποδεικνύει μέσω μιας επιγραφής του 1648 την ημερομηνία που αυτή η εκκλησία πιθανώς χτίστηκε. Ο Κάλαμος έχει κι άλλες όμορφες εκκλησίες όπως αυτήν του Αγίου Μηνά, της Επισκοπής και του Αγίου Γεωργίου στο κοιμητήριο του νησιού. Πλησίον του λιμανιού βρίσκονται οι παραλίες της Μυρτιάς και το



Ασπρογιάλι, ενώ προς το νότο είναι τα Αγριαπίδια, οι Πεύκοι και το Κεφάλι με τους Κέδρους, ενώ προς τη δύση οι παραλίες Αλεξάκη, Κήποι και Τράχηλος. Το νησί έχει επίσης και σπηλαιολογικό ενδιαφέρον (kalamos-island.gr, 2019).

Ο δρόμος που ενώνει τον Κάλαμο με την Επισκοπή δεν έχει μεγάλη επίδραση στο τοπίο και είναι ιδανικός για όλους όσους χαίρονται να περιπλανηθούν στο εντυπωσιακό φυσικό περιβάλλον του νησιού. Στο νησί δεν ανευρίσκονται σημαντικά πολιτιστικά μνημεία. Το όμορφο και ανέγγιχτο στο χρόνο φυσικό τοπίο σηματοδοτεί μια ατμόσφαιρα με αναφορές σε παρελθούσες εποχές (kalamos-island.gr, 2019).



**Εικόνα 2.** Ο Κάλαμος

**Πηγή:** (kalamos-island.gr, 2019)

## 2.1. Τουριστική ανάπτυξη του Μύτικα

### 2.2.1. Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός παρότι αποτελεί ίσως το λιγότερο μελετημένο τομέα της τουριστικής δραστηριότητας παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον λόγω της ιστορικότητας και παλαιότητας του. Ο θρησκευτικός τουρισμός στο απλούστερό του μπορεί να εξηγηθεί όπως ο Yeoman (2008) τον δηλώνει: *«ένας άνθρωπος ταξιδεύει για να επισκεφτεί έναν τόπο, ένα κτίριο το οποίο είναι ιερό»* (Timothy and Olsen, 2007).

Ωστόσο, ακόμα και αν ένα τουριστικό πακέτο περιλαμβάνει και επίσκεψη/ξενάγηση σε θρησκευτικό χώρο, όπως σε εκκλησία ή σε καθεδρικό ναό, αυτό δεν καθιστά το ταξίδι αποκλειστικά θρησκευτικό αλλά πολιτιστικό. Οι άνθρωποι επισκέπτονται μια εκκλησία ως μέρος της διαδρομής τους χωρίς αυτό να σημαίνει ότι ταξιδεύουν για θρησκευτικούς σκοπούς. Στην σημερινή εποχή, τα περισσότερα πολιτιστικά ταξίδια περιλαμβάνουν και μια επίσκεψη σε έναν θρησκευτικό τόπο ή μνημείο αλλά αυτό που δεν τα κάνει θρησκευτικά ταξίδια. Η επίσκεψη στο Βατικανό ως περιήγηση στα αξιοθέατα δεν είναι προσκύνημα αλλά ξενάγηση σε μερικά από τα μεγάλα έργα τέχνης της ανθρωπότητας. Εάν στην εκδρομή υπάρχει συνδυασμένο πνευματικό κίνητρο, τότε αυτή η εκδρομή δύναται να θεωρηθεί ως προσκύνημα (Liguorian, 2012).

Για μερικούς, το ίδιο το ταξίδι είναι εξίσου σημαντικό, όπως για παράδειγμα οι διαδρομές προσκυνήματος έχουν γίνει διάσημες ως μέρος της έννοιας του θρησκευτικού τουρισμού. Τα πιο γνωστά από αυτά είναι η διαδρομή προς το Σαντιάγο ντε Κομποστέλα. Υποστηρίζεται, ωστόσο, ότι η εστίαση σε αυτές τις διαδρομές είναι συχνά σχετικές με το φυσικό επίτευγμα και όχι με οποιοδήποτε πνευματικό κίνητρο, το οποίο θα μπορούσε να αμφισβητήσει την κατηγοριοποίηση αυτών που ανήκουν στον θρησκευτικό τουρισμό.

Υπάρχει μια αύξηση της δημοτικότητας στις περιηγήσεις όπου άνθρωποι με τα ίδια ενδιαφέροντα και τους στόχους ξεκινούν θρησκευτικές εκδρομές. Η συμμετοχή μαζί με τους ίδιους ανθρώπους και για ψυχαγωγικούς λόγους καθιστά την εμπειρία πιο χαρούμενη και ουσιαστική και από μόνη της ενισχύει την πίστη και το σκοπό του ταξιδιού. Τονίζεται ότι για

να έχει ο θρησκευτικός τουρισμός πνευματική σημασία για τον τουρίστα, πρέπει να συνδυάζει το παρελθόν με τη συμμετοχή στο παρόν. Στην πραγματικότητα, το στοιχείο της διασκέδασης, μέσω ψυχαγωγίας ή παιχνιδιού είναι σημαντικό ως μέρος πιο σοβαρών ταξιδιωτικών πρακτόρων (Kasim, 2011).

Ένας ιερός χώρος είναι ένας τόπος όπου ένας προσκυνητής βρίσκει πρόσβαση στον Θεό. Παραδοσιακά, αυτός ο ιερός χώρος είναι ένας τόπος λατρείας κάποιου είδους. Συζητείται πώς αυτός ο χώρος εκτός από τις παραδοσιακές θρησκευτικές τοποθεσίες μπορεί επίσης να είναι ένα φυσικό τοπίο, όπως ένα βουνό, όπου ένα άτομο μπορεί παθητικά να κοιτάζει τα θαύματα της φύσης και να έχει μια θρησκευτική εμπειρία. Οι ιερές τοποθεσίες λειτουργούν ως μαγνήτες για να προσελκύσουν θρησκευτικούς τουρίστες, αλλά είναι και οι άνθρωποι που μαζί δημιουργούν την δύναμη έλξης για να προσελκύσουν τον επισκέπτη (Digance, 2003).

Στον Μύτικα λοιπόν θα μπορούσε αρκετά εύκολα να αναπτυχθεί ο θρησκευτικός τουρισμός. Το καστρομοναστήρι της Επισκοπής και ο ναός των Αγίων Αναργύρων με τη θαυματουργή εικόνα της Παναγίας που βρίσκονται στον Κάλαμο ήδη προσελκύει αρκετούς τουρίστες που ενδιαφέρονται να γνωρίσουν και την ιστορία της περιοχής αλλά και να προσκυνήσουν σε έναν ιερό τόπο που στέκει σε αυτήν την περιοχή για τουλάχιστον 400 χρόνια.

### 2.2.2. Τουρισμός περιπέτειας

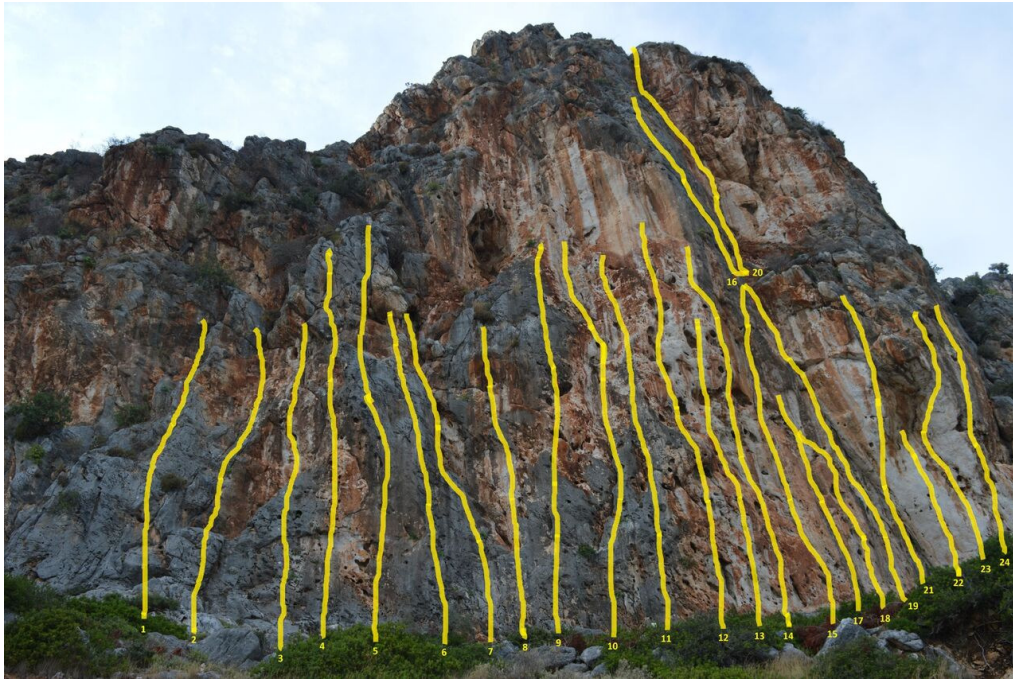
Η ζήτηση για προϊόντα τουρισμού και το αυξημένο ενδιαφέρον για αθλήματα υψηλού κινδύνου, γενικά, κατέστησαν τον τουρισμό περιπέτειας έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τουριστικούς τομείς. Σε αυτό το εξειδικευμένο τμήμα τουρισμού

περιλαμβάνεται η υψηλή δραστηριότητα αδρεναλίνης, η αναρρίχησης σε βράχο. Υπάρχει επί του παρόντος περιορισμένη έρευνα ή ακαδημαϊκή βιβλιογραφία που διερευνά τον τρόπο με τον οποίο η αναρρίχηση σε βράχους ταιριάζει στο συνεχή τουρισμό περιπέτειας, τόσο ως τουριστικό προϊόν όσο και ως ψυχαγωγική δραστηριότητα. Είναι σημαντικό τα τοπικά κυβερνητικά όργανα και αρχές να κατανοήσουν τα οφέλη που συνδέονται με την ενθάρρυνση των προϊόντων τουριστικού ταξιδιού στο πλαίσιο δραστηριοτήτων αναψυχής. Παράλληλα με αυτά τα κοινωνικοοικονομικά οφέλη που συνδέονται με τις δραστηριότητες αναψυχής, η αναρρίχηση συχνά παραβλέπεται από τα διοικητικά όργανα (Buckley, 2007).

Είναι όμως σημαντικό να προωθηθεί αρκετά το τουριστικό προϊόν της αναρρίχησης στην περιοχή του Μύτικα ειδικότερα από τη στιγμή που το 2016 το αναρριχητικό πεδίο «Μύτικας-Καμπλάφκα Αιτωλοακαρνανίας» οργανώθηκε με σκοπό την φιλοξενία ετησίως φανατικών θαυμαστών αλλά και αθλητών του extremesport που γίνεται όλο και πιο δημοφιλές στην περιοχή της Αλυζίας.

Ήδη έχει γίνει αρκετά γνωστό το οργανωμένο αναρριχητικό πεδίο «Μύτικας – Καμπλάφκα Αιτ/νίας» που άρχισε να λειτουργεί από το καλοκαίρι του 2016 και ήδη συμπεριλαμβάνεται στο [www.climbs.gr](http://www.climbs.gr), ως ένα από τα 172 σημεία που επιχειρούνται αθλητικές αναρριχήσεις στην Ελλάδα. Το πεδίο αυτό λοιπόν πρωτοανακαλύφθηκε το 2003 από τον Δημήτρη Κατσούλα. Το 2004 επιχειρήθηκε με επιτυχία η πρώτη διαδρομή (με το όνομα «Ασπονδος φίλος») με παροχή φυσικών ασφαλειών από τον Δημήτρη Κατσούλα και τον Γιάννη Ριζόπουλο. Την ίδια χρονιά τρεις νέες διαδρομές ανοίχτηκαν από το Δημήτρη Κατσούλας το Σπύρος Λιοντάκη και τον Παναγιώτη Κατσούλα:

1. “Ψυχανέμισμα”
2. “Αλυζεύς”
3. “Αλυττίαν” (AgrinioNews, 2019).



**Εικόνα 3.** Διαδρομές του αναρριχητικού πεδίου **Πηγή:** (AgrinioNews, 2019)

### 2.2.3. Παράκτιος τουρισμός

Ο παράκτιος τουρισμός περιλαμβάνει χερσαίες τουριστικές δραστηριότητες όπως η κολύμβηση, η ηλιοθεραπεία, η ιστιοσανίδα (wind surf), τα παιχνίδια θαλάσσης (water sports) και άλλες δραστηριότητες αναψυχής που πραγματοποιούνται σε ακτές που τόσο η εύκολη πρόσβαση σε αυτές όσο και η ομαλή, ανεμπόδιστη είσοδο στη θάλασσα αποτελεί προϋπόθεση για πραγματοποίηση των προαναφερθέντων. Ο ναυτικός τουρισμός αναφέρεται σε θαλάσσιες δραστηριότητες όπως βαρκάδα, ιστιοπλοΐα, κρουαζιέρες, ναυτικά αθλήματα καθώς και χερσαίες υπηρεσίες και υποδομές (Ecorys, Deltares and Oceanic, 2012).

Ο τουριστικός τομέας της ευρύτερης περιοχής του Ιονίου είναι ένας από τους πιο πετυχημένους και δραστήριους τομείς στην Ευρώπη, καθώς προσελκύει ένα ποσοστό περίπου 12% από το σύνολο των επισκεπτών αναψυχής που επισκέπτονται έναν ευρωπαϊκό προορισμό. Ωστόσο, έχει αναπτύξει διαφορετικά πρότυπα ανάπτυξης παράκτιου και



θαλάσσιου τουρισμού. Στην περιοχή του Ιονίου με σκοπό τη φιλοξενία τουριστών αναπτύχθηκε ένα αξιόλογο φάσμα τουριστικών υποδομών στις ακτές, συμπεριλαμβανομένων των ξενοδοχείων και των μαρίνων. Η δυναμική φιλοξενίας των περιφερειών για τουριστικά καταλύματα υπερβαίνει τα 3,5 εκατομμύρια κρεβάτια αριθμός που αντιστοιχεί στο 12,4% των συνολικών διαθέσιμων κλινών στην Ευρώπη.

Η σωστή και αποτελεσματική περιβαλλοντική διαχείριση των τουριστικών



εγκαταστάσεων και ιδιαίτερα των ξενοδοχείων (π.χ. μέτρα για την εξοικονόμηση **Εικόνα 4.**

Παραλία του Μύτικα

**Πηγή:** (ΜΥΤΙΚΑΣ PRESS, 2019)

νερού και ενέργειας, ελαχιστοποίηση των αποβλήτων, χρήση φιλικών προς το περιβάλλον υλικών) μπορεί να μειώσει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού. Ο προγραμματισμός βοηθά να γίνουν επιλογές μεταξύ των αντικρουόμενων συμφερόντων της βιομηχανίας και του τουρισμού, προκειμένου να βρεθούν τρόποι για να γίνουν συμβατοί. Με τον προγραμματισμό μιας βιώσιμης στρατηγικής για την ανάπτυξη του τουρισμού σε πρώιμο στάδιο, αποτρέπει τις ζημιές και τα δαπανηρά λάθη, αποφεύγοντας έτσι τη σταδιακή

επιδείνωση της ποιότητας των περιβαλλοντικών αγαθών και υπηρεσιών που είναι σημαντικές για τον τουρισμό.

Τόσο η θεωρία όσο και οι πρακτικές περιπτώσεις αποκαλύπτουν την ελκυστικότητα του προορισμού εξαρτάται από το συνδυασμό παραγόντων και στοιχείων που τον συνθέτουν. Οι αστικές παρεμβάσεις για την ομορφιά και την αποκατάσταση της περιοχής και η επέκταση και βελτίωση των υποδομών στέγασης φαίνεται να είναι δημοφιλείς δράσεις στις στρατηγικές τουρισμού. Οι μεταφορές και η ανάπτυξη συμπληρωματικών υποδομών αποτελούν σημαντικά στοιχεία για την προσέλκυση τουριστών. Άλλα περιουσιακά στοιχεία, όπως ο πολιτισμός, οι παραδόσεις, η φιλοξενία και η ποιότητα της ζωής προωθούνται για να προσελκύσουν και τους τουρίστες (Calvo et al., 2011).

Η περιοχή του Μύτικα λοιπόν μπορεί να αναπτύξει αρκετά τον παράκτιο τουρισμό. Υπάρχει μεγάλο περιθώριο ξενοδοχειακής ανάπτυξης στην περιοχή πάντα βέβαια με την κατάλληλη περιβαλλοντική μέριμνα για την αποφυγή καταστροφής του φυσικού περιβάλλοντος.

Με τον Κάλαμο, την Καστό ακόμα και τη Λευκάδα να είναι εύκολα προσβάσιμες μέσω θαλάσσης η περιοχή του Μύτικα μπορεί να προσελκύσει και εγχώριους αλλά και ξένους τουρίστες. Τα καθαρά νερά των παραλιών του αλλά και οι δύο παραλίες που διαθέτει η μία με όμορφη αμμουδιά και η άλλη με βότσαλα είναι κατάλληλες για την ανάπτυξη κέντρων θαλάσσιων σπορ.

Ο τουρισμός μπορεί επίσης να αυξήσει την κατανάλωση θαλασσινών σε μια περιοχή, ασκώντας πίεση στους τοπικούς πληθυσμούς ψαριών και μερικές φορές συμβάλλοντας στην υπεραλίευση. Η συλλογή κοραλλιών, κοχυλιών και άλλων αναμνηστικών - είτε από μεμονωμένους τουρίστες είτε από ανθρώπους που στη συνέχεια πωλούν τα αναμνηστικά στους τουρίστες - έχει επίσης επιζήμια αποτελέσματα στο τοπικό περιβάλλον.

## 2.3. Επιπτώσεις του τουρισμού

Στα αρνητικά αποτελέσματα του τουρισμού περιλαμβάνεται η μεγάλη πίεση σε διάφορους τοπικούς πόρους, όπως είναι η ενέργεια, τα τρόφιμα, η εκτάσεις και η ποιότητα της γης αλλά και το νερό. Οι πόροι αυτοί ενδέχεται να είναι ήδη ελλειπείς. Η τρίτη εκτίμηση του περιβάλλοντος της Ευρώπης αναφέρει ότι οι άμεσες τοπικές επιπτώσεις του τουρισμού στους επισκέπτες/τουρίστες και στο περιβάλλον των τουριστικών προορισμών επηρεάζονται έντονα από τη συγκέντρωση και το χρόνο (εποχικότητα) (ΕΟΠ, 2003),.

Οι κυριότερες περιβαντολογικές επιπτώσεις είναι:

1. Η εντατική χρήση του νερού και της γης από τον τουρισμό και τις εγκαταστάσεις αναψυχής.
2. Η παράλογη χρήση ενέργειας.
3. Αλλαγές στο τοπίο που προέρχονται από την οικοδομικές κατασκευές
4. Ατμοσφαιρική ρύπανση και απόβλητα.
5. Η συμπίκνωση και η σφράγιση του εδάφους (η καταστροφή της βλάστησης).
6. Η διαταραχή της πανίδας και των τοπικών πληθυσμών

### **Επιπτώσεις στη βιοποικιλότητα:**

Ο τουρισμός μπορεί να προκαλέσει απώλεια βιοποικιλότητας με πολλούς τρόπους. Ειδικότερα, οι αρνητικές επιπτώσεις στη βιοποικιλότητα μπορούν να προκληθούν από διάφορους παράγοντες, όπως είναι η υπεραλίευση. Οι μαζικές εισροές τουριστών, συχνά σε σχετικά μικρή περιοχή, έχουν τεράστιο αντίκτυπο. Αυξάνουν τις ποσότητες ρύπανσης, απορριμμάτων του τοπικού πληθυσμού, θέτοντας την τοπική υποδομή και τους οικοτόπους υπό τεράστια πίεση. Για παράδειγμα, το 85% των 1,8 εκατομμυρίων ανθρώπων που



επισκέπτονται το Great Barrier Reef της Αυστραλίας συγκεντρώνεται σε δύο μικρές περιοχές, το Cairns και τα νησιά Whitsunday, τα οποία μαζί έχουν έναν ανθρώπινο πληθυσμό μόλις 130.000 περίπου.

Ο τουρισμός μπορεί να επιδράσει αρνητικά στην τοπική κουλτούρα μετατρέποντας την σε αγαθό όταν πχ οι θρησκευτικές παραδόσεις, τα έθιμα του τόπου και τα πανηγύρια μειώνονται ώστε να ανταποκρίνονται στις τουριστικές προσδοκίες και οδηγούν σε αυτό που ονομάζεται "ανακατασκευασμένη εθνότητα". Οι κίνδυνοι τυποποίησης στη διαδικασία των επιθυμιών και ικανοποίησης των τουριστών, ελλοχεύουν στην τουριστική ανάπτυξη καθώς ενώ το τοπίο, τα καταλύματα, τα τρόφιμα και τα ποτά κ.λπ., πρέπει να ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των τουριστών για τη νέα και άγνωστη κατάσταση, δεν πρέπει ταυτόχρονα να είναι πολύ καινούργια ή περίεργα, επειδή λίγοι τουρίστες αναζητούν πραγματικά εντελώς νέα πράγματα. Αυτός ο παράγοντας καταστρέφει την ποικιλία και την ομορφιά των διαφορετικών πολιτισμών.

Οι τουρίστες θέλουν να συλλέγουν αναμνηστικά, έργα τέχνης, να επισκέπτονται βιοτεχνίες και να συμμετέχουν σε πολιτιστικές εκδηλώσεις. Σε αρκετούς τουριστικούς προορισμούς, οι τεχνίτες έχουν ανταποκριθεί στην αυξανόμενη ζήτηση και έχουν κάνει αλλαγές πρακτικές και αισθητικές στο σχεδιασμό των προϊόντων τους για να τα κάνουν ελκυστικότερα στους νέους πελάτες. Η πολιτισμική διάβρωση μπορεί να συμβεί στη διαδικασία της εμπορευματοποίησης των πολιτιστικών παραδόσεων (Obrador, 2016).

Έτσι, ενώ η θεωρία του μαζικού τουρισμού μπορεί να αμφισβητηθεί λόγω του γεγονότος ότι η αλλαγή θα έπρεπε να πραγματοποιηθεί εντός του ευρύτερου μαζικού τουριστικού πλαισίου, η βιβλιογραφία υποδηλώνει και η περιοχή του Μύτικα θα έχει την ικανότητα να υποστηρίξει την αλλαγή με τον μικρό αριθμό εναλλακτικών τουριστικών προορισμών καθώς και οικολογικών καταλυμάτων, καθώς είναι σχεδόν αδύνατο να συγκριθεί με την τουριστική ζήτηση υψηλού επιπέδου του μαζικού τουρισμού που υπάρχει

στους βασικούς ανταγωνιστικούς τουριστικούς προορισμούς όπως είναι το νησί της Λευκάδας.

## Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> : Τουρισμός και Διαδίκτυο

---

### 3.1 Ο ρόλος του Διαδικτύου σήμερα

Στις μέρες μας, σημειώνεται μια δυναμική εισβολή των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής στους εργασιακούς χώρους και τις οικίες των ανθρώπων. Όλοι οι ερευνητές συμφωνούν ότι οι εξελίξεις στο παγκόσμιο επίπεδο σηματοδοτήθηκαν από την εφεύρεση και αλματώδη ανάπτυξη των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του διαδικτύου ενώ η παγκοσμιοποίηση έδωσε επίσης μια πολύ σημαντική ώθηση. Μια σειρά από τεχνολογικές καινοτομίες οδήγησε στο να θεωρείται η σημερινή εποχή ψηφιακή. Η συνεχής χρήση και βελτίωση των τεχνολογικών αυτών εφαρμογών οδήγησε στο να καθοριστεί η εποχή μας ως εποχή των πληροφοριών. Την εποχή μας επίσης χαρακτηρίζει η απρόσκοπτη πρόσβαση και διαχείριση της πληροφορίας και η μετάδοση της γνώσης. Η αλματώδης αυτή ανάπτυξη των τηλεπικοινωνιών και των πληροφοριακών συστημάτων οδήγησε στην ανάπτυξη των δικτύων που επιτρέπουν ανταλλαγή πληροφοριών και δεδομένων και στην απόλυτη επικράτηση του διαδικτύου (internet).

Ο ρυθμός εξέλιξης και ανάπτυξης του διαδικτύου με την προσθήκη νέων δικτύων, τεχνολογιών μεταφοράς σήματος όπως οι οπτικές ίνες, ταχύτατων ηλεκτρονικών

υπολογιστών και άλλων καινοτομιών ξεπερνά κάθε προηγούμενο ρυθμό ανάπτυξης που έχει διαπιστωθεί σε τομέα της πληροφοριακής τεχνολογίας (information technology- IT). Το διαδίκτυο αποτελεί πλέον αναπόσπαστο μέρος επικοινωνίας μεταξύ επιχειρήσεων αλλά και μεταξύ ατομικών χρηστών. Η επικοινωνία μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών καθίσταται άμεση και ταχύτατη. Οι εμπορικές επιχειρήσεις εκμεταλλεύονται τη δυνατότητα προβολής μεγάλου όγκου πληροφοριών μέσω των ιστοσελίδων ενώ οι ταυτόχρονα διαμορφώνουν επικοινωνιακές και οικονομικές πολιτικές. Η αγορά προϊόντων γίνεται εύκολα από το διαδίκτυο ενώ οι αγοραστές απολαμβάνουν και πληθώρα προσφορών. Οι πωλητές έχουν άμεση πρόσβαση στα στοιχεία των διαδικτυακών πωλήσεων (πχ αριθμό παραγγελιών) γεγονός που τους επιτρέπει το συντονισμό στην παραγωγή ή/και τη διανομή των προϊόντων τους. Ταυτόχρονα, άλλες επιχειρήσεις αγοράζουν ειδικές υπηρεσίες όπως είναι οι μελέτες αγοράς και η ανάλυση τους, η πιστοποίηση των υπαλλήλων, κ.α. Πολλές από αυτές τις συναλλαγές γίνονται ηλεκτρονικά μέσω μισθωμένων γραμμών για τη μετάβαση δεδομένων. Οι μισθωμένες γραμμές μπορεί να είναι ψηφιακές και αναλογικές. Επιτρέπουν μόνιμη σύνδεση αφιερωμένης χωρητικότητας και διασφαλίζουν σύνδεση υψηλής ποιότητας μεταξύ δύο σημείων. Η σύνδεση αυτή γίνεται με μεγάλο εύρος ταχυτήτων, από 64 Kbps έως 155 Mbps.

Την αρχική περίοδο ανάπτυξης του διαδικτύου υπήρχε ένα σημαντικό κόστος εισόδου για μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρεμποδίζοντας την ευρεία ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων (electronic data interchange -EDI). Αυτό όμως δεν συνέβαινε για τις μεγαλύτερες και οικονομικά ισχυρές επιχειρήσεις καθώς για τους συνεργάτες αυτών. Σήμερα όμως το διαδίκτυο έχει καταστεί προσβάσιμο σε όλες τις επιχειρήσεις δίνοντας τους τη δυνατότητα ενεργοποίησης στην παγκόσμια αγορά. Σημαντικοί παράγοντες που ώθησαν σε αλλαγή αυτής της κατάστασης θεωρούνται οι υπηρεσίες EDI που γίνονται διαδικτυακά μεταξύ

ηλεκτρονικών υπολογιστών αλλά και η ύπαρξη ανοικτών αγορών όπου οι συναλλαγές/αγορές γίνονται ηλεκτρονικά (Δουκίδης, 2010).

Ανάμεσα στις συχνές χρήσεις του διαδικτύου από μια επιχείρηση αναφέρονται το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, η αναζήτηση πληροφοριών στις μηχανές αναζήτησης, η δημιουργία εταιρικών ιστοσελίδων με σκοπό την προβολή προϊόντων και η δημιουργία εσωτερικών ή εξωτερικών δικτύων. Με αυτές τις νέες καινοτόμες δυνατότητες και συνεργασίες διευκολύνονται πρότυπες και προσοδοφόρες επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) ή αλλιώς διαδικτυακό εμπόριο (internet commerce) αποτελεί πλέον μια από τις πιο διαδεδομένες εφαρμογές. Σε παγκόσμιο επίπεδο η πλειονότητα των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί πλέον αυτές τις εφαρμογές με σκοπό την επίτευξη των επιχειρηματικών τους πολιτικών. Η απρόσκοπτη και γρήγορη επικοινωνία με τους πελάτες και η παροχή δυνατότητας αυτών των ηλεκτρονικών συναλλαγών έχει εδώ καιρό αντικαταστήσει τα κλασσικά κανάλια προσέγγισης και διανομής προϊόντων και υπηρεσιών (Δουκίδης, 2010).

### 3.1.1 Παγκόσμιος Ιστός και Internet

Το έτος 1989 ο Άγγλος επιστήμονας Tim Berners - Lee εφηύρε του World Wide Web. Δημιούργησε το πρώτο πρόγραμμα περιήγησης (Web browser) το 1990 ενώ εργαζόταν στο CERN στην Ελβετία. Η κυκλοφορία του φυλλομετρητή (browser) έξω από το CERN έγινε το 1991. Ξεκίνησε πρώτα να εφαρμόζεται από ερευνητικά ιδρύματα τον Ιανουάριο του 1991 και έπειτα στο ευρύ κοινό του Διαδικτύου τον Αύγουστο του 1991. Η εμφάνιση του Παγκόσμιου Ιστού ήταν καταλυτική για την ανάπτυξη μια νέας εποχής αυτής της πληροφορίας και είναι το βασικό εργαλείο με το οποίο δουλεύουν εκατομμύρια άνθρωποι στον πλανήτη για να αλληλοεπιδράσουν στο Διαδίκτυο. Οι όροι Internet και το World Wide

Web χρησιμοποιούνται συχνά χωρίς μεγάλη διάκριση. Ωστόσο, οι δύο όροι δεν είναι ταυτόσημοι. Το Διαδίκτυο αποτελεί ένα παγκόσμιο σύστημα δικτύων από συνδεδεμένους σε αυτό υπολογιστές που χρησιμοποιούν τη σουίτα πρωτοκόλλου Internet (TCP / IP) για τη σύνδεση ψηφιακών συσκευών σε όλο τον κόσμο (McPherson, 2010).

Το Διαδίκτυο εισήχθη αρχικά το 1970 ως σχέδιο του Υπουργείου Αμύνης των Η.Π.Α. με το όνομα APRANET, για στρατιωτικούς σκοπούς την περίοδο του ψυχρού πολέμου. Σταδιακά το πρόγραμμα εξελίχθηκε σε δίκτυο επικοινωνίας σε καιρό ειρήνης. Το 1985, το National Science Foundation (NSF) δημιούργησε ένα ταχύ δίκτυο με σκοπό τη σύνδεση 5 κέντρων υπερ-υπολογιστών μεταξύ τους. Το 1990 το APRANET πλέον καταργείται αφού πρώτα είχε συμβάλει στον σχεδιασμό του δικτύου MILNET που εξυπηρετούσε αποκλειστικά στρατιωτικούς σκοπούς, ενώ έως τότε το Internet συνεχίζει να εξελίσσεται με την βοήθεια κρατικών φορέων (Κατσώνη, 2010).

Ο Παγκόσμιος Ιστός, είναι το μεγαλύτερο τμήμα του Internet που αποτελείται από εκατομμύρια ιστοσελίδες (web pages). Η τεχνολογία του Παγκόσμιου Ιστού έκανε την εμφάνισή της το 1989, με δημιουργό της τον Βρετανό Tim Berners - Lee, του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Πυρηνικών Ερευνών (CERN) στη Γενεύη της Ελβετίας. Το όνομα που έδωσε στην εφεύρεσή του είναι World Wide Web, όρος γνωστός και ως "www" που χρησιμοποιείται σήμερα για την πρόσβαση στο internet. Το γραφικό του περιβάλλον έκανε την επαφή με το Internet προσπελάσιμη για τον απλό χρήστη. Όραμά του ήταν ένας κόσμος όπου η ανταλλαγή πληροφοριών θα ήταν άμεση και διαθέσιμη σε όλους τους ανθρώπους. Ο κόσμος του WWW αποτελείται από έγγραφα και συνδέσμους (McPherson, 2010).

### 3.2. Η Επίδραση του Διαδικτύου στον τουριστικό κλάδο

Η βιομηχανία του τουρισμού έχει οριστεί ως η βιομηχανία που επηρεάζεται ευθέως από την αλματώδη εξέλιξη του διαδικτύου. Το Διαδίκτυο παρέκαμψε το κλειστό και αρκετά πολύπλοκο τουριστικό κύκλωμα, οδηγώντας σε άμεση επικοινωνία τον πελάτη-τουρίστα και τον επιχειρηματία των τουριστικών προϊόντων – υπηρεσιών. Το γεγονός αυτό είχε καταλυτική συνέπεια στην αγορά, η οποία αναπτύχθηκε γύρω από νέες δυνατότητες επικοινωνίας και συναλλαγών, αλλάζοντας στην ουσία μια ισχυρά εδραιωμένη παραδοσιακή βιομηχανία. Ο τουριστικός τομέας θεωρείται σήμερα ο δεύτερος πιο διαδομένος τομέας του διαδικτύου, ακολουθώντας τους ηλεκτρονικούς υπολογιστών. Σήμερα η πλειονότητα των επιχειρήσεων του τουριστικού κλάδου, έχουν παράλληλα με την φυσική τους υπόσταση και διαδικτυακή παρουσία. Προς τα τέλη της δεκαετίας '80-'90 παρουσιάστηκε ο τελικός χρήστης στο διαδίκτυο, που δημιούργησε την ανάγκη της διανομής για πρόσβαση στα δεδομένα.

Μέσα από την ανάπτυξη του διαδικτύου, αναδείχθηκε το ηλεκτρονικό εμπόριο, το οποίο εξελίσσεται με γοργούς ρυθμούς. Στην σημερινή εποχή σχεδόν όλες οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το World Wide Web για την επίτευξη των στόχων τους με σκοπό την ανάπτυξη και προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών τους. Υπάρχει προοδευτική σημαντική αύξηση του αριθμού των διαδικτυακών συναλλαγών σε αγαθά και υπηρεσίες. Το γεγονός αυτό ανεβάζει τις απαιτήσεις των χρηστών – καταναλωτών και αυξάνει τον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων, κάνοντας πλέον αναγκαία την διαδικτυακή παρουσία για κάθε σύγχρονη επιχείρηση (Κατσώνη, 2010).

### 3.2.1. Η εφαρμογή της Τεχνολογίας Πληροφορικής και Επικοινωνιών στην Τουριστική Βιομηχανία

Η τεχνολογία ήδη έχει εξελίξει ένα μεγάλο φάσμα λειτουργιών συμπεριλαμβανομένων των εμπορικών λειτουργιών, της παρατήρησης, του εξωτερικού περιβάλλοντος, της επικοινωνίας με συνεργάτες και με καταναλωτές. Οι καθαροί στρατηγικοί στόχοι και η αφοσίωση είναι προαπαιτούμενοι για την ανάπτυξη μιας σωστής ηλεκτρονικής εμπορικής στρατηγικής και την ανάπτυξη των ιστοσελίδων και άλλων τεχνολογικών λύσεων. Ο όρος «τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνίας» (I.C.T.s, Information and Communication Technologies), περιγράφει τους ποικίλους μηχανισμούς που χρησιμοποιούνται για την επεξεργασία των πληροφοριών.

Σύμφωνα με την Κατσώνη, 2010 (αναφ. Poon, 1993), αυτός ο όρος περιλαμβάνει την τεχνολογία που έχει αναπτυχθεί στα συστήματα υπολογιστών και επικοινωνιακών συστημάτων που χρησιμοποιούνται για την απόκτηση και την ανάλυση των πληροφοριών με σκοπό την επεξεργασία και εφαρμογή τους.

Τέτοιες τεχνολογίες δύνανται να συμβάλλουν στην μείωση των δαπανών και ταυτόχρονα στην αύξηση της αποδοτικότητας, παραγωγικότητας και ανταγωνιστικότητας. Οι στρατηγικές επιπτώσεις των νέων τεχνολογιών είναι σημαντικές σε όλους του τομείς του εμπορίου ταξιδιών και μεταφορών. Απαιτείται μεγάλη αλλαγή μέσα στις επιχειρήσεις για να προσαρμόσουν την εφαρμογή των τεχνολογικών πληροφοριών (Κατσώνη, 2010).

Καμία άλλη βιομηχανία δεν στηρίζεται τόσο πολύ στην αλυσίδα στενών συνεργατών για την κατανομή των προϊόντων και υπηρεσιών της όσο αυτή του τουρισμού. Η επιρροή της εφαρμογής των Τ.Π.Ε είναι διάχυτη στους ταξιδιωτικούς οργανισμούς, καθώς η πληροφορία είναι κρίσιμη τόσο για την εύρυθμη καθημερινή λειτουργία, όσο και για τη στρατηγική διοίκηση των οργανισμών. Η αποτελεσματική κοστολόγηση και ευελιξία είναι σημαντικά πλεονεκτήματα που συνεισφέρει η εφαρμογή των Τ.Π.Ε. σε αυτήν την διαδικασία, καθώς εξυπηρετούν στη ελάττωση του κόστους και αυξάνουν την αποτελεσματικότητα (Κατσώνη, 2010).

Η τεχνολογία προσφέρει σημαντικά μέσα πληροφοριών και στους μεσάζοντες και στους καταναλωτές για τον ταξιδιωτικό τομέα και τον τομέα των μεταφορών. Το πρόβλημα που σχετίζεται παραδοσιακά με τις εταιρείες παροχής υπηρεσιών γενικά, είναι η παροχή πληροφόρησης σχετικά με τα άυλα προϊόντα. Ο ρόλος του φυλλαδίου στο παρελθόν, ήταν κυρίαρχος κατά κάποιο τρόπο, σαν αποτέλεσμα της ανάγκης των ταξιδιωτών για ενημέρωση, ως προς τις παρεχόμενες υπηρεσίες προς πώληση από έναν τουριστικό οργανισμό. Η σύγχρονη ανάπτυξη των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας έχουν εξελίξει ολόκληρο το τουριστικό κύκλωμα και έχουν σημαντικές επιδράσεις στη διοίκηση στρατηγικής των ταξιδιωτικών επιχειρήσεων. Το πιο σημαντικό είναι ότι έχουν επηρεάσει την ανταγωνιστικότητα όλων των μερών στην αγορά (Κατσώνη, 2010, αναφ. στους (Buhalis and Law, 2008)

### 3.2.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο και Ηλεκτρονικό Επιχειρείν

Το ηλεκτρονικό εμπόριο συνίσταται από ένα σύνολο τμημάτων και ηλεκτρονικών πλατφορμών που αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους. Για να λειτουργήσει είναι απαραίτητα τα κατάλληλα πληροφοριακά συστήματα, τα δίκτυα, υπηρεσίες υποστήριξης αλλά και οι απαραίτητοι για τη λειτουργία του άνθρωποι. Σύμφωνα με τους Ηγουμενάκης και Κραβαρίτης (1999) οι συνιστώσες του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι οι κάτωθι:

1. Τα Πληροφοριακά Συστήματα (ΠΣ), από τα οποία παρέχεται η κύρια επιχειρηματική λειτουργικότητα (business functionality) για τη διεξαγωγή του ηλεκτρονικού εμπορίου.
2. Τα δίκτυα, τα οποία είναι οι απαραίτητοι μηχανισμοί επικοινωνίας των Πληροφοριακών Συστημάτων του ηλεκτρονικού εμπορίου.



3. Οι συμμετέχοντες στο ηλεκτρονικό εμπόριο στους οποίους συμπεριλαμβάνονται οι πωλητές, οι αγοραστές, οι ενδιάμεσοι, οι εξειδικευμένοι σύμβουλοι καθώς και οι υπάλληλοι υποστήριξης. ΕΩΣ ΕΔΩ ΕΧΩ ΔΕΙ
4. Η δημόσια πολιτική που ακολουθείται για το ηλεκτρονικό εμπόριο όπως το νομοθετικό πλαίσιο καθώς και πολιτικές που ρυθμίζουν θέματα όπως η ιδιωτικότητα και η προστασία τη, η φορολογία κ.α.
5. Η διαφήμιση και η προώθηση μέσω μάρκετινγκ που αποτελούν βασικές συνιστώσες του ηλεκτρονικού εμπορίου.
6. Οι κοινοπραξίες και άλλες επιχειρηματικές συνεργασίες
7. Οι υπηρεσίες που υποστηρίζουν το ηλεκτρονικό εμπόριο όπως οι ηλεκτρονικές παραγγελίες, οι πλερωμές, οι παραδόσεις μέσω μεταφορέων κ.α.

Πολλοί προτιμούν τον όρο «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν» θεωρώντας τον όρο «ηλεκτρονικό εμπόριο» αρκετά περιορισμένο. Πιστεύουν ότι αυτός ο όρος εκφράζει σωστότερα πιο ευρείες διαδικασίες όπως η εξυπηρέτηση πελατών, η συνναλαγές μεταξύ εμπορικών εταιρών αλλά και η εφαρμογή πολλαπλών ηλεκτρονικών διαδικασιών. Πρόσφατη έρευνα στις ΗΠΑ κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η αλματώδης αύξηση των διαδικτυακών αγορών μέσω του ηλεκτρονικού έμπορίου έχει επηρεάσει πρωταρχικά 2 κλάδους της αγοράς: τα βιβλιοπωλεία και τα ταξιδιωτικά πρακτορεία.

Στην σημερινή Ελλάδα της οικονομικής κρίσης το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να αποτελέσει ένα χώρο εναλλακτικής πηγής εσόδων. Οι αγορές είναι πλέον απελευθερωμένες από γεωγραφικά κριτήρια και η άμεσή πρόσβαση σε αυτές και συνεπώς σε εναλλακτικές πηγές εσόδων διευκολύνεται μέσω αυτής της δυνατότητας. Ο επαγγελματίας έχει τη

δυνατότητα προώθησης των προϊόντων του σε μια συνεχώς μεγαλύτερη αγορά (Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ. (1999)).

### 3.2.3 . Επιχειρηματικά μοντέλα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Οι επιχειρήσεις που συναλλάσσονται μέσω του Ηλεκτρονικού Εμπορίου δύνανται να διακριθούν στις κάτωθι κατηγορίες:

1. **Επιχειρήσεις B2B:** Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ των επιχειρήσεων (Business to Business). Αναφέρεται στις ηλεκτρονικές συναλλαγές επιχείρησης προς επιχείρηση, που συμβάλλουν στην ελάττωση του κόστους, της γραφειοκρατίας και στην αύξηση της αποδοτικότητας και παραγωγικότητας.
2. **Επιχειρήσεις B2C:** Ηλεκτρονικές συναλλαγές Επιχείρησης προς Καταναλωτή (Business to Customer). Πρόκειται για την διαδικτυακή παρουσία πολλών επιχειρήσεων και την πώληση και προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών τους απευθείας στον καταναλωτή, μέσω της δημιουργίας ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop). Περιλαμβάνει ηλεκτρονικά έντυπα διαφήμισης, ηλεκτρονικοί τιμοκατάλογοι προϊόντων , απευθείας επικοινωνία με τον πελάτη μέσω e-mail ή forums.
3. **Επιχειρήσεις C2C:** Είναι η ηλεκτρονικές συναλλαγές Καταναλωτή προς Καταναλωτή. Εδώ πρόκειται για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών, δηλαδή του πωλητή και του αγοραστή όπου και οι δυο είναι καταναλωτές. Τέτοια περίπτωση c2c ηλεκτρονικής συναλλαγής είναι η πώληση μεταχειρισμένων αντικειμένων στο διαδίκτυο από ιδιώτες όπως μεταχειρισμένα έπιπλα, αυτοκίνητα κλπ.

4. **G2B (Government to Business):** Ηλεκτρονικές Συναλλαγές μεταξύ Δημόσιου Φορέα και Επιχειρήσεων. Ένα παράδειγμα είναι οι μειοδοτικοί διαγωνισμοί που κάνουν σχολεία, υπουργεία προς ιδιωτικούς φορείς.
  
5. **G2C (Government to Customer):** Ηλεκτρονικό εμπόριο Δημόσιων Φορέων προς τους Καταναλωτές (πολίτες). Ένα παράδειγμα είναι η διαδικτυακή πύλη [www.taxisnet.gr](http://www.taxisnet.gr) όπου οι πολίτες μπορούν έχουν άμεση ενημέρωση και να εκτυπώσουν έγγραφα που αφορούν την φορολογική τους εικόνα (Ηγουμενάκης, 1999).

## Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> : Τα διαδικτυακά τουριστικά γραφεία

---

Τα τουριστικά γραφεία ή πρακτορεία αποτέλεσαν τις πρώτες επιχειρήσεις διαμεσολαβητικού χαρακτήρα, που αποσκοπούσαν στην προσφορά ταξιδιωτικών αγαθών και υπηρεσιών. Στα μέσα του 19<sup>ου</sup> αιώνα το τουριστικό πρακτορείο διαμεσολαβεί ανάμεσα στον τουρίστα και τις επιχειρήσεις προσφέροντας έναντι αμοιβής κατάλυμα, εστίαση και πιθανώς ξενάγηση σε συγκεκριμένο, προκαθορισμένο χρόνο. Ιστορικά, το τουριστικό γραφείο ξεκίνησε με πώληση εισιτηρίων ενώ προϊόντος του χρόνου προσέφερε όλο και περισσότερες υπηρεσίες όπως τα διαδικαστικά θέματα ενός ταξιδιού με την καθοδήγηση του πελάτη με σκοπό την ικανοποίηση των ταξιδιωτικών του επιθυμιών (Ζαχαράτος, 2000).

Σύμφωνα με την ιστορία, οι πρώτοι ταξιδιώτες ήταν έμποροι. Έμεναν σε πανδοχεία ή ξενοδοχεία για ξεκούραση και ανεφοδιασμό. Έπειτα, πραγματοποιήθηκαν κάποια ταξίδια από τους Αιγύπτιους με βάρκες από πάπυρο. Ο Thomas Cook, ο πατέρας της ταξιδιωτικής βιομηχανίας, άρχισε να συνοδεύει στα ταξίδια τους ομάδες ταξιδιωτών σε όλη την Αγγλία και την Ευρώπη. Οι σπουδαιότερες ημερομηνίες της ιστορίας του πρακτορείου Thomas Cook είναι:

1. 1856 : Πρώτο ταξίδι Collectif ( ομαδικό ) στην Ευρώπη
2. 1869 : Πρώτο ταξίδι Collectif ( ομαδικό ) στην Αίγυπτο
3. 1872 : Πρώτος γύρος του κόσμου
4. 1872 : Ίδρυση γραφείων στην Αίγυπτο, Αμερική, Γερμανία, Βέλγιο, Ελβετία, και άλλες.
5. 1928 : Ίδρυση της εταιρείας WagonLits/ Cook.
6. Το 1840 ο Henry Wells ιδρύει την American Express Company. (PranNath Seth , 2008)

Τα τουριστικά γραφεία ουσιαστικά αποτελούν ένα από τα κανάλια διανομής που δραστηριοποιούνται στο χώρο του τουρισμού. Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) ορίζει τα τουριστικά γραφεία σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία ως: «οι οργανωμένες νόμιμα επιχειρήσεις, οι οποίες αναλαμβάνουν με τα μέσα που διαθέτουν και τις υπηρεσίες που παρέχουν, τη μεταφορά, τη διακίνηση ή διαμονή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων ατόμων, εντός και εκτός κάποιας συγκεκριμένης χώρας.» Σήμερα τα τουριστικά γραφεία αποτελούν ένα σημαντικό τομέα της βιομηχανίας τουρισμού στοχεύοντας στην παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου. Υπάρχουν οι εξής δύο κατηγορίες τουριστικών γραφείων (Fuller, 1997):

- Τουριστικά γραφεία εσωτερικού τουρισμού
- Τουριστικά γραφεία γενικού τουρισμού

Τα τουριστικά γραφεία εσωτερικού τουρισμού είναι συνήθως επιχειρήσεις που απευθύνονται σε Έλληνες ταξιδιώτες που διαμένουν στην περιοχή και πρόκειται να μετακινηθούν εντός της χώρας. Ανάμεσα στις υπηρεσίες που παρέχουν αυτά τα γραφεία συγκαταλέγονται όλα όσα θα χρειαστεί ο εντός τη χώρας ταξιδιώτης/τουρίστας από την έκδοση εισιτηρίων έως την εξασφάλιση της διαμονής, την περιήγηση και ξεναγηση, την εστίαση και τη ψυχαγωγία.

Ένα τουριστικό γραφείο εσωτερικού τουρισμού εφόσον πληροί τις προϋποθέσεις και μετά τη σχετική έγκρισή από τον ΕΟΤ μπορεί να μεταβληθεί σε γραφείο γενικού τουρισμού. Τα Τουριστικά γραφεία γενικού τουρισμού βρίσκονται σε μέρη τα οποία δέχονται πολυπληθή αριθμό τουριστών και η παρουσιάζουν διευρυμένη δραστηριότητα. Ειδικότερα, τα τουριστικά γραφεία γενικού τουρισμού βάσει της αγοράς που απευθύνονται, διακρίνονται στις παρακάτω κατηγορίες (Hall and Page, 2010):

- Γραφεία εισερχόμενου τουρισμού (Incoming travel agencies).
- Γραφεία εξερχόμενου τουρισμού (Outgoing travel agencies).
- Γραφεία εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού (Incoming & outgoing travel agencies).

Ένα τουριστικό γραφείο εισερχόμενου τουρισμού (Incoming travel agency) ασχολείται με τη μετακίνηση αλλά και διαμονή, στην περιοχή του γραφείου, τουριστών που προέρχονται από το εξωτερικό. Αντιθέτως, ένα τουριστικό γραφείο εξερχόμενου τουρισμού (Outgoing travel agency) ασχολείται με τη μετάβαση των τουριστών από την τοποθεσία της οικία τους προς το εξωτερικό. Ακόμα, κατά τον εξερχόμενο τουρισμό πραγματοποιούνται προγράμματα διακοπών του κάθε γραφείου, που συχνά περιλαμβάνουν εκδρομές (Ζαχαράτος, 2000). Τα Γραφεία Εισερχόμενου και Εξερχόμενου τουρισμού (Incoming & outgoing travel agencies) ασχολούνται με μετακινήσεις τόσο από και προς το εξωτερικό όσο και εντός του εσωτερικού (Χυτήρης, 1995).

#### 4.1. Το προφίλ των τουριστών σήμερα

Σήμερα οι ανάγκες των τουριστών μεταβάλλονται, με αποτέλεσμα το προφίλ, των δυνητικών πελατών -τουριστών να διαφοροποιείται. Οι πελάτες μιας επιχείρησης χωρίζονται στους ήδη υπάρχοντες και στους υποψήφιους πελάτες. Για να μπορέσουν οι τουριστικές επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό σήμερα, θα πρέπει να καταφέρουν να διατηρήσουν τόσο τους υφιστάμενους πελάτες τους, όσο και να προσελκύσουν μελλοντικούς τους πελάτες. Για να είναι αποτελεσματική αυτή η προσέγγιση, θα πρέπει να εστιάσει στις ανάγκες του σημερινού τουρίστα – καταναλωτή.

Πρώτα πρέπει να γίνει η τμηματοποίηση της αγοράς στόχου. Η διάκριση των πελατών σε δυο κατηγορίες: Οι πελάτες οι οποίοι ταξιδεύουν για λόγους επαγγελματικούς,

(συνέδρια, εκθέσεις ) και εκείνοι οι πελάτες που ταξιδεύουν για λόγους διακοπών/αναψυχής και χαλάρωσης. Στην δεύτερη ομάδα τουριστών συγκαταλέγονται μεμονωμένοι τουρίστες-παραθεριστές, άτομα τρίτης ηλικίας, φοιτητές, σύλλογοι, σωματεία.

Στη συνέχεια, πρέπει να λαμβάνεται υπόψιν ο τρόπος οργάνωσης του ταξιδιού. Δηλαδή αν ο πελάτης – τουρίστας ταξιδεύει ομαδικά ή επιλέγει να ταξιδέψει ατομικά. Άλλη διάκριση ακόμα είναι, αν το ταξίδι γίνεται οικογενειακά ή ατομικά.

Οι κύριοι συντελεστές που επιδρούν σήμερα τον τομέα του τουρισμού και θα συνεχίσουν να έχουν επιπτώσεις στον κλάδο είναι :

- Η ανάδειξη της τουριστικής ταυτότητας. Οι απαιτήσεις των τουριστών δεν περιορίζονται μόνο στην φυσική ομορφιά ενός προορισμού, αλλά αναζητούν την ποιοτική ταξιδιωτική εμπειρία δίνοντας έτσι έμφαση στην αξιοπιστία στην μάρκα (branding).
- Τουρίστες τρίτης ηλικίας. Αυτή η νεοεισερχόμενη κατηγορία τουριστών, επιφέρει αλλαγές σε δημογραφικό επίπεδο και δημιουργεί μια νέα αγορά στόχο.
- Η τεχνολογία. Η ταχεία ανάπτυξη των τεχνολογικών εφαρμογών και της πληροφορικής και η εκτεταμένη χρήση του διαδικτύου, επηρεάζουν την σύγχρονη τουριστική προσφορά και ζήτηση. Ο υποψήφιος πελάτης – τουρίστας μέσω του Διαδικτύου μπορεί ο ίδιος να αναζητά και να διαμορφώνει το ταξίδι του σύμφωνα με τις δικές του ταξιδιωτικές ανάγκες και επιθυμίες.
- Παρουσία νέων τουριστικών αγορών. Όπως αυτές της Κίνας, της Ινδίας, επηρεάζουν σημαντικά τις εξελίξεις στον τουριστική βιομηχανία.

Ο σημερινός τουρίστας, φαίνεται να είναι πιο ευαισθητοποιημένος σε θέματα περιβάλλοντος, δίνοντας βαρύτητα στην ποιότητα και τα χαρακτηριστικά του τοπικού προϊόντος.

(Κωστόπουλος, 2017). Η αλλαγή λοιπόν αυτή στο προφίλ του σύγχρονου τουρίστα – καταναλωτή, επιδρά σημαντικά στον τρόπο αναζήτησης και επιλογής της ταξιδιωτικής του εμπειρίας, αλλά κυρίως στην αύξηση του ανταγωνισμού στον τουριστικό κλάδο σήμερα.

## Συμπεράσματα

---

Κατά τον τελευταίο αιώνα, οι παράκτιες περιοχές έχουν αναστρέψει εντελώς τον ρόλο τους: έχουν καταστεί η κινητήρια δύναμη πίσω από την οικονομική ευημερία αντί να είναι απλώς ένας αφιλόξενος τόπος. Οι δυο τομείς της τουριστικής βιομηχανίας που αφορούν στις θαλάσσιες και στις παράκτιες δραστηριότητες είναι από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της μεγαλύτερης βιομηχανίας στον κόσμο. Ωστόσο, παρά την



αυξημένη συνειδητοποίηση της οικονομικής και περιβαλλοντικής σημασίας του θαλάσσιου και παράκτιου τουρισμού, μόνο τα τελευταία χρόνια έχει προκύψει σημαντικό ερευνητικό στοιχείο.

Οι παράκτιες ζώνες λοιπόν συγκαταλέγονται στις πιο παραγωγικές περιοχές του κόσμου, οι οποίες προσφέρουν μια μεγάλη ποικιλία πολύτιμων ενδιαιτημάτων και υπηρεσιών οικοσυστήματος που ήταν πάντα στο επίκεντρο των ανθρώπινων δραστηριοτήτων.

Σύμφωνα λοιπόν με όσα έχουν αναφερθεί παραπάνω η παράκτια ζώνη του της περιοχής του Μύτικα στο Ν. Αιτωλοακαρνανίας παρουσιάζει μοναδικά πλεονεκτήματα και ευκαιρίες όσον αφορά την ολοκληρωμένη διαχείριση της, οι απειλές όμως και οι αδυναμίες αυτού το εγχειρήματος είναι σαφείς. Το κράτος μαζί με την επιστημονική κοινότητα, τους επαγγελματικούς φορείς, τις επιχειρήσεις που απασχολούνται στην παράκτια ζώνη του νησιού είναι επιβεβλημένο να βοηθήσουν προς μία πιο αειφόρο ανάπτυξη της περιοχής που θα έχει ως στόχο και την βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της περιοχής.

Αναμφίβολα λοιπόν οι παράκτιες περιοχές, μεταλλάσσονται όλο και πιο πολύ σε πεδία πολλαπλών κοινωνικο-οικονομικών δραστηριοτήτων και συμφερόντων. Η παράκτια ζώνη του Μύτικα λοιπόν μπορεί να εκμεταλλευτεί στο έπακρο τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει όπως την γεινίαση με σύγχρονες υποδομές, τη μεγάλη ιστορική πορεία και να μετασχηματίσει την οικονομία της θέτοντας ως πρωταρχική βάση την προστασία του περιβάλλοντος, τη διατήρηση του φυσικού κάλλους και την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Η περιοχή του Μύτικα λοιπόν μπορεί να αναπτύξει αρκετά τον παράκτιο τουρισμό, όσο και τον θρησκευτικό αλλά και τον τουρισμό περιπέτειας. Υπάρχει μεγάλο περιθώριο ξενοδοχειακής ανάπτυξης στην περιοχή πάντα βέβαια με την κατάλληλη περιβαντολλογική μέριμνα για την αποφυγή καταστροφής του φυσικού περιβάλλοντος.

Μέσω οικολογικών καταλυμάτων αλλά και περαιτέρω ανάπτυξης και της σύνδεσης της περιοχής με τα γειτονικά νησιά Κάλαμος και Καστός, η παράκτια τουριστική κίνηση μπορεί να δώσει νέα πνοή στην περιοχή. Οι αρμόδιοι φορείς δεν πρέπει να στρέψουν την τουριστική ανάπτυξη προς τον μαζικό τουρισμό καθώς είναι σχεδόν αδύνατο να συγκριθεί με την τουριστική ζήτηση του που υπάρχει στους βασικούς ανταγωνιστικούς τουριστικούς προορισμούς του Μύτικα όπως είναι το νησί της Λευκάδας.

## Επίλογος

---

Η ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας απαιτήσε εκτενή έρευνα μηνών σε πολλού τύπου πηγές. Η προσπάθεια για επιστημονική τεκμηρίωση ήταν συνεχής και αφορούσε σε όλες τις αναφορές και τις έρευνες. Στις δυσκολίες συγγραφής συγκαταλέγονται η ελλιπής

συχνά ελληνική βιβλιογραφία και η απόδοση στα Ελληνικά ξενόγλωσσων -κυρίως από την αγγλική γλώσσα – άρθρων.

Η πτυχιακή αυτή εργασία αυτή, μου έδωσε τη δυνατότητα να ασχοληθώ με ένα εξαιρετικά για μένα ενδιαφέρον θέμα, να κατανοήσω τις σχέσεις τεχνολογίας-τουρισμού και να συνειδητοποιήσω πως που μας αφορά όλους (κοινωνία και πολιτεία). Ακόμα, στην εργασία πρότεινα λύσεις και αποκόμισα γνώσεις που πιστεύω πως θα μου είναι χρήσιμες στις μελλοντικές επιλογές μου που αφορούν το επάγγελμα μου και πιθανώς τις επιχειρηματικές μου ενασχολήσεις.

Σαν μελλοντικές βιβλιογραφικές - ερευνητικές εργασίες θα πρότεινα:

1. Αξιοποίηση παραλιών ως τουριστικό προϊόν
2. Ο σύγχρονος τουρισμός στην Ελλάδα
3. Καινοτομίες στον τουρισμό
4. Ηλεκτρονικές υπηρεσίες και εφαρμογές στον Τουρισμό
5. Πόλεις με μεγάλο τουριστικό ενδιαφέρον

## Βιβλιογραφία

---

### Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Abernathy, W. and Clark, K. (1985). Innovation: Mapping the winds of creative destruction. *Research Policy*, 14(1), pp.3-22.

- AgrinioNews (2019). *Για αναρρίχηση στο οργανωμένο πεδίο «Μύτικας-Καμπλάφκα Αιτωλοακαρνανίας»* - AgrinioNews. [online] AgrinioNews. Available at: <https://www.agrinionews.gr/gia-anarrichisi-sto-organomeno-pedio-mytikas-kablafka-etoloakarnanias/> [Accessed 3 Jun. 2019].
- Bartlett, W., Shukarov, M. and Nikolov, M. (2010). The quality of life and regional development in FYR Macedonia. *Croatian Economic Survey*, 12(1), pp.121-162.
- Bessiere, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), pp.21-34.
- Buckley, R. (2007). Adventure tourism products: Price, duration, size, skill, remoteness. *Tourism Management*, 28(6), pp.1428-1433.
- Buhalis, D. and Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), pp.609-623.
- Butler, R. (2005). *The Tourism area life cycle*. Clevedon: Channel View Publications.
- Butler, R., Curran, R. and O'Gorman, K. (2012). Pro-Poor Tourism in a First World Urban Setting: Case Study of Glasgow Govan. *International Journal of Tourism Research*, 15(5), pp.443-457.
- Calvo, E., Simó, R., Coma, R., Ribes, M., Pascual, J., Sabatés, A., Gili, J. and Pelejero, C. (2011). Effects of climate change on Mediterranean marine ecosystems: the case of the Catalan Sea. *Climate Research*, 50(1), pp.1-29.
- Carlsen, J. and Butler, R. (2011). *Island tourism*. Wallingford, Oxfordshire [England]: CABI.

- Chowdhury, M., Prayag, G., Orchiston, C. and Spector, S. (2018). Postdisaster Social Capital, Adaptive Resilience and Business Performance of Tourism Organizations in Christchurch, New Zealand. *Journal of Travel Research*.
- Constantin, D. (2000). Tourism And Environmentally Sustainable Regional Development: The Case Of Romania. *ERSA conference papers - European Regional Science Association*.
- Cooper, C. (2011). *Tourism principles and practice*. México: Pearson Educación.
- Digance, J. (2003). Pilgrimage at contested sites. *Annals of Tourism Research*, 30(1), pp.143-159.
- Doxiadis, T. and Liveri, D. (2013). Symbiosis: integrating tourism and Mediterranean landscapes. *Journal of Place Management and Development*, 6(3), pp.240-255.
- European Commission (2013). *Recommendation - Coasts - Environment - European Commission*. [online] Ec.europa.eu. Available at: [http://ec.europa.eu/environment/iczm/rec\\_imp.htm](http://ec.europa.eu/environment/iczm/rec_imp.htm) [Accessed 3 Jun. 2019].
- European Commission (2014). *Maritime spatial planning - Maritime Affairs - European Commission*. [online] Maritime Affairs - European Commission. Available at: [https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/maritime\\_spatial\\_planning\\_en](https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/maritime_spatial_planning_en) [Accessed 3 Jun. 2019].
- Gannon, M., Baxter, I., Collinson, E., Curran, R., Farrington, T., Glasgow, S., Godsman, E., Gori, K., Jack, G., Lochrie, S., Maxwell-Stuart, R., MacLaren, A., MacIntosh, R., O’Gorman, K., Ottaway, L., Perez-Vega, R., Taheri, B., Thompson, J. and Yalinay, O. (2017). Travelling for Umrah: destination attributes, destination image, and post-travel intentions. *The Service Industries Journal*, 37(7-8), pp.448-465.

- Giaoutzi, M. and Nijkamp, P. (2006). Emerging Trends in Tourism Development in an Open World. In: M. Giaoutzi and P. Nijkamp, ed. *Tourism and Regional Development: New Pathways*: Aldershot, p.Ashgate.
- Goeldner, C. and Ritchie, J. (2009). *Tourism*. John Wiley & Sons Inc.
- Goffi, G. and Cucculelli, M. (2018). Explaining tourism competitiveness in small and medium destinations: the Italian case. *Current Issues in Tourism*, pp.1-31.
- Hall, C. and Page, S. (2010). *The geography of tourism and recreation*. London: Routledge.
- Higgins-Desbiolles, F. (2006). More than an “industry”: The forgotten power of tourism as a social force. *Tourism Management*, 27(6), pp.1192-1208.
- Huybers, T. (2007). *Tourism in developing countries*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Jafari, J. and Scott, N. (2014). Muslim world and its tourisms. *Annals of Tourism Research*, 44, pp.1-19.
- kalamos-island.gr (2019). *kalamos-island.gr*. [online] Kalamos-island.gr. Available at: <http://www.kalamos-island.gr/> [Accessed 3 Jun. 2019].
- Kasim, A. (2011). Balancing Tourism and Religious Experience: Understanding Devotees' Perspectives on Thaipusam in Batu Caves, Selangor, Malaysia. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(3-4), pp.441-456.
- Lew, A. (2008). Long Tail Tourism: New Geographies For Marketing Niche Tourism Products. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(3-4), pp.409-419.
- Liguorian, A. (2012). *A Redemptorist Pastoral Publication. Kevin Wright, Modern pilgrims: Refreshing Mind, Body and Soul.*. [online] Liguorian Magazine. Available at: <http://www.liguorian.org/index.php?option> [Accessed 4 Jun. 2019].
- McPherson, S. (2010). *Tim Berners-Lee*. Minneapolis: MN.

- Obrador, P. (2016). The end of sustainability? A note on the changing politics of mass tourism in the Balearic Islands. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 9(2), pp.205-208.
- Pearce, D. and Butler, R. (2002). *Contemporary Issues in Tourism Development*. UK: Psychology Press.
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive*. Wallingford, Uk: CAB International.
- Raina, A. and Agarwal, S. (2004). *The essence of tourism development*. New Delhi: Sarup.
- Ramos, A. and Jiménez, P. (2008). *Tourism development*. New York: Nova Science Pub.
- Ryan, T. (2010). *Tourism development*. Lap Lambert Academic Publishing.
- Sharpley, R. and Telfer, D. (2015). *Tourism and development*. Bristol: Channel View Publications.
- Simpson, M. (2008). *Climate change adaptation and mitigation in the tourism sector*. Paris: UNEP DTIE, Sustainable Consumption and Production Branch.
- Singh, L. (2008). *Fundamental of tourism and travel*. Delhi: Isha Books.
- Smith, M. (2007). *Issues in cultural tourism studies*. London: Routledge.
- Soifer, J. (2008). *Entrepreneuring sustainable tourism*. Lisbon: Chez l'auteur.
- Stojanovi'c, M., Jugović, T. and Jugovic, A. (2014). Indicators of passenger flows movements on the world and mediterranean cruise market. *Journal of Maritime Research*, 28, pp.40-48.
- Sutheeshna, B., Mishra, S. and Parida, B. (2008). *Tourism development revisited*. Los Angeles: Response Books.

- Telfer, D. and Sharpley, R. (2010). *Tourism and development in the developing world*. London: Routledge.
- Terry, W. (2014). Solving labor problems and building capacity in sustainable agriculture through volunteer tourism. *Annals of Tourism Research*, 49, pp.94-107.
- The World Bank Data (2014). *Countries | Data*. [online] Data.worldbank.org. Available at: <https://data.worldbank.org/country> [Accessed 3 Jun. 2019].
- Timothy, D. and Olsen, D. (2007). *Tourism, religion & spiritual journeys*. New York: Routledge.
- Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3), pp.289-303.
- UNEP (2010). *Sustainable coastal planning: An Integrated planning and management approach*. [ebook] Paris: UNEP/PAP. Available at: <http://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/7819/-Sustainable%20Coastal%20Tourism%20-%20An%20integrated%20planning%20and%20management%20approach-2009913.pdf?sequence=3&isAllowed=y> [Accessed 3 Jun. 2019].
- UNEP, MAP - PAP and RAC (2013). *MAP Coastal Area Management Programme (CAMP) Levante de Almeria: A laboratory to test Integrated Coastal Zone Management. Final Integrated Report*. [ebook] Split: MAP/PAP/RAC. Available at: [https://www.pap-thecoastcentre.org/pdfs/levante\\_almeria\\_laboratory%20to%20test%20ICZM.pdf](https://www.pap-thecoastcentre.org/pdfs/levante_almeria_laboratory%20to%20test%20ICZM.pdf) [Accessed 3 Jun. 2019].
- UNEP, MAP and PAP (2008). *Protocol on integrated coastal zone management in the Mediterranean*. United Nation Environment Programme.



- UNEP-MAP and Barcelona Convention (2014). *UNEP-MAP and its Barcelona Convention for the Protection of the Marine Environment and the Coastal Region of the Mediterranean: Indicators*. [ebook] UNEP/MAP. Available at: [https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/11065/barcelona\\_convention-protection\\_v\\_hart\\_-unep\\_map.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/11065/barcelona_convention-protection_v_hart_-unep_map.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [Accessed 3 Jun. 2019].
- Vujko, A., Plavša, J., Petrović, M., Radovanović, M. and Gajić, T. (2017). Modelling of carrying capacity in National Park - Fruška Gora (Serbia) case study. *Open Geosciences*, 9(1).
- World Tourism Organization (1998). *L'Afrique et les perspectives du tourisme mondial*. Madrid: Organisation mondiale du tourisme = World Tourism Organization.
- Wurzburger, R. (2010). *Creative tourism*. Santa Fe: Sunstone Press.
- Yeoman, I. (2008). *Tomorrow's tourist: scenarios & trends*. Amsterdam: Elsevier.
- MYTIKΑΣ PRESS (2019). *MYTIKΑΣ PRESS*. [online] Mytikaspres.blogspot.com. Available at: <http://mytikaspres.blogspot.com/> [Accessed 3 Jun. 2019].
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2019). *Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος*. [online] Grhotels.gr. Available at: <http://www.grhotels.gr/GR/TourGuide/SearchHotel/Search/SearchHotelFull.aspx> [Accessed 3 Jun. 2019].
- Ecorys, Deltares and Oceanic (2012). *Blue Growth*. [ebook] Available at: <https://webgate.ec.europa.eu/maritimeforum/system/files/Blue%20Growth%20Final%20Report%2013082012.pdf> [Accessed 4 Jun. 2019].

## Ελληνική Βιβλιογραφία

- Fuller, G. (1997). *Μάνατζμεντ Ταξιδιωτικού Πρακτορείου*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
- Δουκίδης, Γ. (2010). *Καινοτομία, Στρατηγική, Ανάπτυξη και Πληροφοριακά Συστήματα*.  
Αθήνα: Εκδόσεις Ι.Σιδέρης.
- Ζαχαράτος, Γ. (2000). *Package Tour (Παραγωγή και Διάθεση του Τουριστικού Ταξιδιού)*.  
Εκδόσεις Προπομπός: Αθήνα.
- Ηγουμενάκης, Ν. (1999). *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Interbooks.
- Κατσώνη, Β. (2010). *Βιομηχανία αεροπορικών μεταφορών και τουρισμός*. Αθήνα: Interbooks.
- Χυτήρης, Λ. (1995). *Τουριστικά Γραφεία (Ίδρυση – Οργάνωση – Λειτουργία)*. Αθήνα:  
Εκδόσεις Προπομπός.