



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ,
ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΙΤΛΟΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:
«Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ Ή ΜΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΔΥΝΑΜΗ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ. ΟΙ
ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΗΛΕΙΑ»

ΓΑΡΑΝΤΖΙΩΤΗ Σ. ΜΑΡΙΑ-ΑΓΓΕΛΙΚΗ (marpm11004)



ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΦΩΤΟΠΟΥΛΟΣ

ΤΡΙΠΟΛΗ
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2013

*«Πάντα στον νου σου να χεις την Ιθάκη.
Το φθάσιμον εκεί είν' ο προορισμός σου.
Αλλά μη βιάζεις το ταξίδι διόλου.
Καλλίτερα χρόνια πολλά να διαρκέσει
και γέρος πια ν' αράξεις στο νησί,
πλούσιος με όσα κέρδισες στον δρόμο,
μη προσδοκώντας πλούτη να σε δώσει η Ιθάκη»*

Κ.Π. Καβάφης



Η Παγκόσμια Ημέρα Τουρισμού εορτάζεται κάθε χρόνο στις 27 Σεπτεμβρίου, ημερομηνία, η οποία καθορίστηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού το 1970.

Κύριος στόχος του εορτασμού αυτού είναι η ανάδειξη της οικονομικής, κοινωνικής, πολιτιστικής και πολιτικής συμβολής του τουρισμού στην ευδαιμονία της διεθνούς κοινότητας.

(Πηγή: <http://www.sansimera.gr/worldays/>)



Ζητήματα Copyright

Η κάτωθι επονομαζόμενη, που εκπόνησε την παρούσα μεταπτυχιακή εργασία, Γαραντζιώτη Μαρία-Αγγελική του Σωτηρίου, φέρει εξ ολοκλήρου την ευθύνη προσδιορισμού της δίκαιης χρήσης του υλικού που χρησιμοποίησε, η οποία ορίζεται στην βάση των εξής παραγόντων: του σκοπού και χαρακτήρα της χρήσης (εμπορικός, μη κερδοσκοπικός ή εκπαιδευτικός), της φύσης του υλικού που χρησιμοποιεί (τμήμα του κειμένου, πίνακες, εικόνες), του ποσοστού και της σημαντικότητας του τμήματος που χρησιμοποιεί σε σχέση με το όλο κείμενο υπό copyright και των πιθανών συνεπειών της χρήσης αυτής στην αγορά ή στη γενικότερη αξία του υπό copyright κειμένου.

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΕΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΟΜΕΝΩΝ

Αφιέρωση	ii
Ευχαριστίες	iii
Περίληψη	iv
Abstract	v
Πρόλογος -Εισαγωγικά	vi
Συντομογραφίες-Αρκτικόλεξα	x
Περιεχόμενα	xi
Κατάλογος Διαγραμμάτων	xiv
Κατάλογος Πινάκων	xv
Κατάλογος Εικόνων	xvi
Κατάλογος Σχημάτων	xvi

Στους γονείς μου και σε όσους αγωνίζονται για να κάνουν τα όνειρά τους
πραγματικότητα....

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κύριο Γεώργιο Φωτόπουλο, που ως επιβλέπων καθηγητής συνέβαλε με τις ουσιαστικές παρατηρήσεις του και την εμπιστοσύνη του στην ολοκλήρωση της εργασίας μου, καθώς και τα υπόλοιπα μέλη της επιτροπής.

Επίσης, ευχαριστώ θερμά τους εργαζόμενους στον Οργανισμό Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης Άργους, για την δυνατότητα πρόσβασης σε πολύτιμο υλικό της βιβλιοθήκης, καθώς και όλους τους φορείς που μου παραχώρησαν πολύτιμα στοιχεία για την συγγραφή αυτής εργασίας και κυρίως την Ελληνική Στατιστική Αρχή και την DATA RC.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ οφείλω στους γονείς μου, Σωτήρη και Ντίνα, καθώς και στην αδερφή μου, Γιάννα, για την στήριξη που μου παρείχαν σε όλη την διάρκεια αυτής της προσπάθειάς μου.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλα τα άτομα που με στήριξαν και κυρίως τις φίλες μου για το αμείωτο ενδιαφέρον τους σχετικά με την εξέλιξη της εργασίας μου.

Γαραντζιώτη Μαρία-Αγγελική,
Πύργος 1-2-2013

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός είναι ένα οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, με σημαντικές προοπτικές εξέλιξης. Σήμερα χαρακτηρίζεται ως μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες του πλανήτη, αποτελώντας μία οικονομική δραστηριότητα με σημαντική συμβολή στην ανάπτυξη της οικονομίας της χώρας υποδοχής και φιλοξενίας των τουριστών.

Η Ευρώπη αποτελεί ένα από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς και συγκεντρώνει τον υψηλότερο αριθμό αφίξεων και το μεγαλύτερο μερίδιο της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς. Η συμμετοχή της Ελλάδας σε αυτά τα μεγέθη είναι ιδιαίτερα σημαντική και σε αυτό συμβάλλουν τα αναμφισβήτητα συγκριτικά πλεονέκτημα που διαθέτει στον τουρισμό.

Πρέπει να επισημανθεί ότι ο τουρισμός αποτελεί έναν κλάδο οικονομικής, κοινωνικής, πολιτιστικής και περιβαλλοντικής δραστηριότητας, που επηρεάζει την ποιότητα ζωής του τόπου, όπου αναπτύσσεται. Λόγω του μεγέθους του, έχει ποικίλες επιπτώσεις στον τόπο υποδοχής των τουριστών. Αυτό που αξίζει να σημειωθεί είναι η σημαντική επιρροή που ασκεί στην πορεία των οικονομιών των χωρών υποδοχής των τουριστών.

Η παρούσα εργασία διαπραγματεύεται την ανάδειξη της σημασίας και της συμβολής του τουρισμού και κυρίως των εναλλακτικών μορφών, στην ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας. Σαν μελέτη περίπτωσης, γίνεται ειδική αναφορά στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Ηλεία, όπου δίνονται συγκεκριμένες προτάσεις βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Η επιλογή του θέματος βασίστηκε στην ευρύτερη ανάγκη διερεύνησης τόσο της ανταγωνιστικότητας του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας, όσο και της συμβολής του στην οικονομία της χώρας. Επίσης στηρίχθηκε στην ανάγκη εντοπισμού ενός προτύπου βασισμένου στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που εναρμονίζονται με τις αρχές της αειφορίας και της βιωσιμότητας. **Λέξεις Κλειδιά:** τουρισμός-οικονομία-ανταγωνιστικότητα-εναλλακτικός τουρισμός-νομός Ηλείας

ABSTRACT

Tourism is an economic and social phenomenon, with significant development prospects. Today is characterized as one of the most important industries on the planet, as it is an economic activity with significant contribution to economic development of the host country and hospitality of tourists.

Europe is one of the most popular destinations and attracts the highest number of arrivals and the largest share of the global tourism market. Greece's participation in these sizes is very important and this undoubtedly contributes to comparative advantages in tourism.

It should be noted that tourism is one branch of economic, social, cultural and environmental activity, which affects the quality of life of the place where it grows. Because of its size, have ramifications at the reception of tourists. What is worth noting is the significant influence on the course of the economies of the host countries tourists.

This work negotiates highlighting the importance and contribution of tourism and especially the alternative, to increase competitiveness of the Greek economy. As a case study makes specific reference to the development of alternative tourism in the prefecture of Ilia, which is given specific suggestions to improve the competitiveness of the tourist product.

The choice of subject based on the general need to investigate both the competitiveness of the tourist product of Greece, and its contribution to the economy. Also, it's based on the need to search for a model based on alternative forms of tourism, which are consistent with the principles of sustainability and viability.

Key Words: tourism-economy - competitiveness- alternative tourism- prefecture Ilia

ΠΡΟΛΟΓΟΣ - ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

Η τουριστική βιομηχανία αποτελεί μια από τις πιο σημαντικές δραστηριότητες της παγκόσμιας οικονομίας. Λειτουργεί ως αποτελεσματικό μέσο τόνωσης της οικονομικής δραστηριότητας στην περιφέρεια και στις τοπικές οικονομίες, που παρουσιάζουν σημάδια οικονομικής κάμψης.

Η Ελλάδα είναι μια χώρα με ιδιαίτερο φυσικό κάλλος, πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, που τυγχάνει παγκόσμιας αναγνώρισης και έχει καθιερωθεί ως ένας από τους πιο δημοφιλείς διεθνείς τουριστικούς προορισμούς. Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες της οικονομίας της χώρας και η συμβολή του στην ανάπτυξη της είναι καταλυτική.

Ιδιαίτερα στην παρούσα χρονική περίοδο, όπου η Ελλάδα βρίσκεται σε μια αρκετά δύσκολη συγκυρία, από οικονομική και κοινωνική άποψη, κρίνεται επιτακτική η ανάγκη αναθεώρησης της δράσης σε σημαντικούς τομείς της ελληνικής οικονομίας, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγεται και ο τομέας του τουρισμού.

Η εν λόγω εργασία έχει ως σκοπό τη διερεύνηση της επιρροής του τουρισμού στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας, με έμφαση στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, καθώς και την εξέταση της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στον Νομό Ηλείας.

Επιμέρους στόχοι της παρούσας εργασίας είναι οι εξής:

- Η αποσαφήνιση βασικών θεωρητικών εννοιών σχετικών με το τουριστικό φαινόμενο και την εξέλιξή του.
- Η εξέταση των επιπτώσεων της τουριστικής βιομηχανίας στον τόπο και στην χώρα υποδοχής των τουριστών.
- Η διερεύνηση της συμβολής του τουρισμού, ως βιομηχανία γενικά στην παγκόσμια οικονομία και ειδικότερα στην ελληνική οικονομία.

- Η εξέταση και η μέτρηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και η καταγραφή των δυνάμεων και αδυναμιών του ελληνικού τουρισμού, αλλά και των ευκαιριών και των απειλών που δέχεται η Ελλάδα σαν τουριστικός προορισμός.
- Η διερεύνηση των λόγων ανάπτυξης και στροφής των τουριστών σε νέες μορφές τουρισμού, όπως είναι ο εναλλακτικός τουρισμός και ο εντοπισμός των διαφοροποιητικών στοιχείων σε σχέση με τον μαζικό τουρισμό.
- Η καταγραφή όλων των μορφών του εναλλακτικού τουρισμού.
- Η ανάλυση της τουριστικής ανάπτυξης της υπό εξέταση περιοχής και η εξέταση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που είτε αναπτύσσονται ήδη, είτε έχουν την δυνατότητα να αναπτυχθούν στην Ηλεία.
- Ο προσδιορισμός προτεινόμενων δράσεων για τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος, την προβολή και την προώθησή του στην τουριστική αγορά, μέσω της ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών.

Η σκοπιμότητα διερεύνησης της ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στον Νομό Ηλείας, έγκειται στο γεγονός ότι ο συγκεκριμένος νομός, ενώ διαθέτει τις απαραίτητες προϋποθέσεις, δεν έχει αποτελέσει μέχρι σήμερα ένα δυναμικό τουριστικό προορισμό. Μάλιστα, πέρα από την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού στις παράκτιες τοποθεσίες του, στις υπόλοιπες χωρικές ενότητες η τουριστική ανάπτυξη στηρίζεται στην προβολή μεμονωμένων προορισμών, παρέχοντας υπηρεσίες χαμηλού σχεδιασμού και οργάνωσης.

Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού κρίνεται αναγκαία στο νομό, καθώς μπορεί να αποτελέσει σημαντική αναπτυξιακή ευκαιρία, δημιουργώντας οργανωμένους τουριστικούς πόλους έλξης εναλλακτικού ενδιαφέροντος, συμβάλλοντας έτσι στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και στην οικονομική αναβάθμιση της Ηλείας.

Όσον αφορά την διάρθρωση της παρούσας εργασίας, επισημαίνεται ότι η ανάλυσή της χωρίζεται σε εννιά κεφάλαια. Αρχικά γίνεται μια σύντομη παρουσίαση της ιστορικής εξέλιξης του φαινομένου, καθώς και μια προσπάθεια αποσαφήνισης του όρου «Τουρισμός» (Κεφάλαιο 1). Στη συνέχεια παρατίθενται βασικές έννοιες σχετικά με τον τουρισμό, η ταξινόμηση των ταξιδιωτών καθώς και η τυπολογία του τουρισμού.

Έπειτα, ακολουθεί η παρουσίαση και η ανάλυση του τουριστικού φαινομένου με βάση την Τουριστική Οικονομική, εξετάζοντας το φαινόμενο ως ένα τουριστικό σύστημα (Κεφάλαιο 2). Σε αυτό το σημείο γίνεται αναφορά στην τουριστική ζήτηση και προσφορά, καθώς και στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος.

Στο κεφάλαιο 3 γίνεται αναλυτική παρουσίαση των επιπτώσεων του τουριστικού συστήματος στον τόπο και στην χώρα υποδοχής των τουριστών. Οι επιπτώσεις αυτές χωρίζονται σε οικονομικές, περιφερειακές, κοινωνικές, πολιτισμικές και περιβαλλοντικές, ενώ ταυτόχρονα αναλύονται σε θετικές και αρνητικές ανά κατηγορία. Παράλληλα περιγράφεται και η επίπτωση της οικονομικής κρίσης στο διεθνή ανταγωνισμό.

Στη συνέχεια εξετάζεται η συμβολή του τουρισμού στην οικονομία της χώρας υποδοχής τουριστών (Κεφάλαιο 4). Εδώ παρουσιάζονται οι βασικοί κλάδοι της οικονομικής δραστηριότητας που ενισχύονται από την εμπλοκή τους στην τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής. Ακολουθεί μια προσπάθεια προσέγγισης της σημασίας της τουριστικής βιομηχανίας για την παγκόσμια οικονομία, καθώς της συμβολής της στην ελληνική οικονομία.

Στο επόμενο κεφάλαιο παρουσιάζεται η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού και καταγράφονται οι δυνάμεις και οι αδυναμίες της χώρας σε σχέση με τη δυνατότητα τουριστικής της ανάπτυξης, αλλά και των ευκαιριών και των απειλών που δέχεται σαν τουριστικός προορισμός (Κεφάλαιο 5). Στο τέλος αυτού του κεφαλαίου δίνονται κάποιες προτάσεις για την στρατηγική ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού, ενώ γίνεται και μια σύντομη καταγραφή του υπάρχοντος στρατηγικού σχεδίου.

Στο έκτο κεφάλαιο, γίνεται μια προσπάθεια σύνδεσης της αιφόρου τουριστικής ανάπτυξης με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπου παραθέτονται βασικές έννοιες και ορισμοί σχετικά με την Αειφόρο Τουριστική Ανάπτυξη, ενώ παράλληλα παρουσιάζεται και μια σύντομη σύγκριση του Αειφόρου Τουρισμού με τον Μαζικό Τουρισμό.

Αμέσως ακολουθεί (Κεφάλαιο 7) η εννοιολογική προσέγγιση του Εναλλακτικού Τουρισμού και μια σύντομη περιγραφή των διαφοροποιητικών χαρακτηριστικών του. Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται αναλυτική καταγραφή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, καθώς ακολουθεί και μια σύντομη αναφορά στις επιπτώσεις που έχουν στον τόπο, όπου αναπτύσσονται.

Τα κεφάλαιο 8 και 9 αναφέρονται στην μελέτη περίπτωσης και συγκεκριμένα στην παρουσίαση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο Νομό Ηλείας. Πιο συγκεκριμένα, στο Κεφάλαιο 8 γίνεται μία καταγραφή των βασικών στοιχείων του νομού σχετικά με τη γεωγραφική θέση, το περιβάλλον, τις κλιματολογικές συνθήκες, την δημογραφική εξέλιξη, αλλά και στοιχείων σχετικών με την οικονομία, την απασχόληση και τις υποδομές. Σε ένα σημαντικό μέρος αυτού του κεφαλαίου παρατίθενται στοιχεία σχετικά με την εξέλιξη της τουριστικής ανάπτυξης της Ηλείας, κυρίως κατά την περίοδο 2005-2010.

Στο τελευταίο κεφάλαιο δίνεται μια αναλυτική περιγραφή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που είτε αναπτύσσονται ήδη, είτε έχουν την δυνατότητα να αναπτυχθούν στην υπό εξέταση περιοχή (Κεφάλαιο 9). Κλείνοντας καταγράφεται μια συγκεκριμένη πρόταση για την τουριστική ανάπτυξη της Ηλείας, βασισμένη σε στοιχεία της SWOT ανάλυσης και σε γενικότερες διαπιστώσεις, ενώ γίνεται και αναφορά σε τέσσερεις βασικούς στρατηγικούς στόχους, στο πλαίσιο ανάπτυξης συγκεκριμένου προτεινόμενου στρατηγικού σχεδίου.

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ-ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΑ

- ΑΕΠ: Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
ΑΝΟΛ: Αναπτυξιακή Ολυμπιάς
ΑΠΑ: Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία
ΕΛ.ΣΤΑΤ.: Ελληνική Στατιστική Αρχή
ΕΟΤ : Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
ΕΣΥΕ: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδας
ΙΟΒΕ: Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών
ΙΤΕΠ: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων
ΚΕΠΕ: Κέντρο Οικονομικού Προγραμματισμού και Ερευνών
ΚΥΑ: Κοινή Υπουργική Απόφαση
ΜΑΔ: Μονάδες Αγοραστικής Δύναμης
ΞΕΕ: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας
ΟΚΕ: Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή Ελλάδας
ΟΟΣΑ: Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης
ΠΑΘΕ: Άξονας Πάτρας-Αθήνας-Θεσσαλονίκης-Ευζώνων
ΠΔΕ: Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας
ΠΟΤ: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού
ΣΕΒ: Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών
ΣΕΤΕ: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΥΠΑΝ: Υπουργείο Ανάπτυξης
ΥΠΕΧΩΔΕ: Υπουργείο Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων
SWOT: Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats
(Δυνάμεις-Αδυναμίες-Ευκαιρίες-Απειλές)
UNWTO: World Tourism Organization
WEF: World Economic Forum
WTTC: World Travel and Tourism Council

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α΄: ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
1 Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ- ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	1
1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	3
1.2 ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΤΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ.....	6
1.3 ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β΄ : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ	10
2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ	10
2.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ	10
2.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ.....	12
2.2.1 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ.....	13
2.2.2 Ο ΝΟΜΟΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ	14
2.3 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ	15
2.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ	17
2.4.1 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ.....	18
2.4.2 Ο ΝΟΜΟΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ΄ : ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ	20
3 ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	20
3.1 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	20
3.1.1 ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ ΣΤΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ.....	21
3.1.2 ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΤΡΕΧΟΥΣΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ	25
3.1.3 ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΑ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ ΓΙΑ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ	26
3.1.4 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	26
3.1.4.1 ΘΕΤΙΚΗ ΣΥΜΒΟΛΗ	27
3.1.4.2 ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ.....	28
3.2 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	29
3.2.1 ΘΕΤΙΚΗ ΣΥΜΒΟΛΗ.....	30
3.2.2 ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ	31
3.3 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ..	35
3.4 Η ΕΠΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ....	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ΄: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	39
4 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΩΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ, ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	39
4.1 ΚΛΑΔΟΙ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΠΟΥ ΕΜΠΛΕΚΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	40
4.2 ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ..	43
4.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	48
4.4 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	50

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ε΄: ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ	56
5	ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....
5.1	SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
5.1.1	ΔΥΝΑΜΕΙΣ(STRENGTHS).....
5.1.2	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ (WEAKNESSES).....
5.1.3	ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (OPPORTUNITIES)
5.1.4	ΑΠΕΙΛΕΣ (THREATS)
5.2	ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....
5.2.1	ΤΟ ΥΠΑΡΧΟΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....
5.2.2	ΤΟ ΝΕΟ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΓΙΑ ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΧΡΟΝΙΑ.....
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΣΤ΄ : ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	77
6	ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....
6.1	ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
6.2	ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΦΕΡΟΥΣΑ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ.....
6.3	ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΕ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΕΙΔΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
6.3.1	ΜΕΤΑΒΑΣΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΜΑΖΙΚΟ ΣΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
6.3.2	ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΟΥ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ζ΄: ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	90
7	Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ «ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ».....
7.1	ΣΥΝΙΣΤΑΜΕΝΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....
7.2	ΤΑ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....
7.3	ΜΟΡΦΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ...
7.3.1	ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
7.3.2	ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....
7.3.3	ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....
7.3.4	ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
7.3.5	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ.....
7.3.6	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΘΛΗΣΗΣ
7.3.7	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ
7.3.8	ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....
7.3.9	ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
7.3.10	ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
7.3.11	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....
7.3.12	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
7.4	ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Η΄: ΑΝΑΛΥΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	
ΝΟΜΟΥ ΗΛΕΙΑΣ.....	112
8 ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	112
8.1 ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ	113
8.2 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	113
8.3 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΝΟΜΟΥ.....	114
8.4 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ.....	115
8.5 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ.....	118
8.6 ΥΠΟΔΟΜΕΣ.....	120
8.7 ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ.....	121
8.8 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	122
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Θ΄: ΗΛΕΙΑ & ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	129
9.1 ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΗΛΕΙΑ.....	129
9.1.1 ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	129
9.1.2 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ.....	131
9.1.3 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	132
9.1.4 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	135
9.1.5 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	136
9.1.6 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	137
9.1.7 ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	139
9.1.8 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ.....	140
9.2 ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	144
9.3 SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΛΕΙΑΣ...	147
9.4 ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΗΛΕΙΑΣ.....	151
9.4.1 ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ.....	152
10 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	156
11 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ- ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ.....	161
12 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ.....	170

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Η επίπτωση της οικονομικής κρίσης σε μεγάλους τουριστικούς προορισμούς (2007-2009).....	37
Διάγραμμα 2: Έμμεση επίδραση του τουρισμού σε εγχώριους κλάδους της οικονομίας, 2010 (σε εκατ.).....	43
Διάγραμμα 3: Εξέλιξη διεθνών αφίξεων 1990-2011 (εκατ.).....	45
Διάγραμμα 4: Αφίξεις, Εισπράξεις Παγκόσμιου Τουρισμού ως % του ΑΕΠ.....	47
Διάγραμμα 5: Πρόγνωση του ΠΟΤ για τον Διεθνή Τουρισμό.....	49
Διάγραμμα 6: Η επίδραση του τουρισμού στο ΑΕΠ (σε εκατ.), 2010.....	51
Διάγραμμα 7: Κατανομή της επίδρασης(%του συνόλου) στα έσοδα έμμεσης φορολογίας από την τουριστική δαπάνη,2010.....	54
Διάγραμμα 8: Η επίδραση του τουρισμού στα έσοδα από την έμμεση φορολογία, 2010.....	55
Διάγραμμα 9: Οι 10 κυριότερες Χώρες Προέλευσης τουριστών ανά ταξίδι στην Ελλάδα, βάση της Μέσης Διάρκειας παραμονής το 2011.....	57
Διάγραμμα 10: Μεταβολή αφίξεων, εσόδων και ΜΚΔ (%), Ελλάδα και ανταγωνιστές 2000-2009.....	59
Διάγραμμα 11: Μερίδια αγοράς Ελλάδας & ανταγωνιστών βάση των διεθνών αφίξεων στην Ευρώπη.....	60
Διάγραμμα 12: Μερίδιο αγοράς ελληνικού τουρισμού βάση των διεθνών τουριστικών εισπράξεων.....	61
Διάγραμμα 13: Εποχικότητα τουριστικής ζήτησης Ελλάδας & Μ.Ο. ανταγωνιστών, 2000-2009.....	62
Διάγραμμα 14: Εποχικότητα Διεθνών τουριστικών αφίξεων στην Ελλάδα, 2011.....	62
Διάγραμμα 15: Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς.....	100
Διάγραμμα 16: κ .κ. ΑΕΠ σε ΜΑΔ ως ποσοστό του Μέσου Ευρωπαϊκού (EU-270 (Χώρα/περιφέρεια/νομοί)1998-2009.....	117
Διάγραμμα 17: Ποσοστιαία κατανομή της ΑΠΑ ανά τομέα δραστηριότητας Ν.Ηλείας,2003-2007.....	118
Διάγραμμα 18: Βασικά μεγέθη αγοράς εργασίας της ΠΔΕ.....	119
Διάγραμμα 19: Εξέλιξη του ποσοστού ανεργίας στην ΠΔΕ, στην Ελλάδα & στην Ε.Ε. (2008-2012).....	120
Διάγραμμα 20: Ξενοδοχειακό δυναμικό Ηλείας κατά κατηγορία, 2010..	123
Διάγραμμα 21: Η εξέλιξη του συνολικού αριθμού κλινών σε ξενοδοχεία & ομοειδή καταλύματα της ΠΔΕ, 2004-2010.....	124

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Παράγοντες τουριστικής ζήτησης και προσφοράς.....	11
Πίνακας 2: Κλάδοι που ωφελούνται απο τον τουρισμό	42
Πίνακας 3: Διεθνείς Τουριστικές Εισπράξεις 2000-2011.....	46
Πίνακας 4: Η παγκόσμια κατάταξη τουριστικών προορισμών 2006-2010	48
Πίνακας 5: Ποσοστό συμμετοχής Τουρισμού στο ΑΕΠ	50
Πίνακας 6: Η επίδραση του τουρισμού στην απασχόληση	52
Πίνακας 7: Η συμβολή του τουρισμού στο εμπορικό ισοζύγιο	55
Πίνακας 8: Επιδόσεις Ελλάδας & ανταγωνιστών το 2011	58
Πίνακας 9: Κατάταξη Ελλάδας-ανταγωνιστών με βάση τις διεθνείς αφίξεις παγκοσμίως	60
Πίνακας 10: Παγκόσμια Κατάταξη Ελλάδας & ανταγωνιστών βάση των διεθνών εισπράξεων.....	60
Πίνακας 11: Κατάταξη ελληνικού τουρισμού βάση των διεθνών τουριστικών εισπράξεων.....	61
Πίνακας 12: Πληθυσμός Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας.....	115
Πίνακας 13: Δείκτες ευημερίας Νομού Ηλείας	116
Πίνακας 14: Κατανομή Κάμπινγκ στο Νομό Ηλείας.....	124
Πίνακας 15: Αφίξεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, 2005-2010	125
Πίνακας 16: Διανυκτερεύσεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου της ΠΔΕ, (2005-2010)	125
Πίνακας 17: Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού.....	126
Πίνακας 18: Αφίξεις στα καταλύματα τύπου Camping, 2005-2010	126
Πίνακας 19: Διανυκτερεύσεις στα καταλύματα τύπου Camping, 2005-2010	127
Πίνακας 20: Επισκέπτες Μουσείων & Αρχαιολογικών χώρων Ηλείας ...	127
Πίνακας 21: Εισπράξεις Μουσείων & Αρχαιολογικών χώρων Ηλείας....	128
Πίνακας 22: Πολιτιστικοί πόροι νομού Ηλείας	133
Πίνακας 23: Θρησκευτικά Μνημεία νομού Ηλείας	135
Πίνακας 24: Δίκτυο NATURA για την Ηλεία	139
Πίνακας 25: Οι πιο γνωστές διαδρομές του νομού Ηλείας.....	143

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Συγκέντρωση τουριστικής προσφοράς στην Ελλάδα.....	66
Εικόνα 2 : Επίσημα Αγροτουριστικά καταλύματα ανά την Ελλάδα.....	98
Εικόνα 3: Χιονοδρομικά κέντρα ανά την Ελλάδα.....	107
Εικόνα 4: Διοικητική Διαίρεση νομού Ηλείας.....	112

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Σχήμα 1: Ταξινόμηση ταξιδιωτών.....	7
Σχήμα 2: Η δομή του τουριστικού συστήματος.....	11
Σχήμα 3: Η σχέση ζήτησης-προσφοράς του Gunn.....	12
Σχήμα 4: Καμπύλη τουριστικής ζήτησης.....	15
Σχήμα 5: Οι τύποι απασχόλησης που δημιουργούνται απο την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας.....	21
Σχήμα 6: Μορφές επίδρασης του τουρισμού στην οικονομία.....	22
Σχήμα 7: Κύριοι παράγοντες εισροών για αειφόρο τουριστική ανάπτυξη.....	80
Σχήμα 8: Κύριες προϋποθέσεις τουριστικής ανάπτυξης.....	81
Σχήμα 9: Τρίγωνο Mobius.....	81
Σχήμα 10: Αλλαγή του προτύπου τουριστικής ανάπτυξης.....	82
Σχήμα 11: Μοντέλο Αειφόρου τουρισμού.....	82



ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α΄: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1 Η ιστορική εξέλιξη- εμφάνιση του τουρισμού

Η αρχική μορφή της τουριστικής μετακίνησης τοποθετείται τη στιγμή που ο άνθρωπος άρχισε να μετακινείται από το τόπο της μόνιμης διαμονής του, σε άλλους τόπους για πολλούς και διάφορους σκοπούς, όπως εμπορία, συμμετοχή σε θρησκευτικές γιορτές, αθλητικές εκδηλώσεις καθώς και για λόγους ικανοποίησης της έμφυτης περιέργειας του.

Ο τουρισμός χρονολογείται από πολλές χιλιάδες χρόνια κι έχει περάσει από διάφορα στάδια μέχρι τη μετεξέλιξη στη σημερινή σύγχρονη μορφή του. Κατά την αρχαιότητα η ξενία, γνωστή από τα ομηρικά έπη, αποτελεί ένα ίχνος ύπαρξης μιας υποτυπώδους μορφής τουρισμού. Από το 4000 π.Χ. οι αρχαίοι Αιγύπτιοι έκαναν ιερά ταξίδια. Στην αρχαιότητα ο τουρισμός ήταν διαφορετικός από το σημερινό, τόσο ως προς την μορφή και το περιεχόμενό του, όσο και ως προς τα μέσα ικανοποίησης των τουριστικών αναγκών και επιθυμιών.

Οι Έλληνες ταξίδευαν κυρίως προς τους χώρους διεξαγωγής των Ολυμπιακών Αγώνων, ενώ οι Ρωμαίοι εισήγαγαν πρώτη φορά το ταξίδι για διασκέδαση και ευχαρίστηση. Ο Ηρόδοτος ήταν ο πρώτος ταξιδιώτης που άφησε ταξιδιωτικούς οδηγούς από τις περιοδείες του στην Περσία, Βαβυλωνία, Σικελία, ενώ το 1856 ο Thomas Cook οργάνωσε το πρώτο στην ιστορία, διεθνές ταξίδι στην Ευρώπη.

Το Μεσαίωνα, ο σκοπός των ταξιδιών ήταν κυρίως για θρησκευτικούς και εμπορικούς λόγους. Στο τέλος του μεσαίωνα και μέχρι το 18^ο αιώνα αναπτύχθηκαν τα ταξίδια διάρκειας 4 ετών, γνωστά ως «μεγάλη διαδρομή» (grand tour) για Ιταλία, Γαλλία, Γερμανία και Αυστρία, όπου στην αρχή συμμετείχαν κυρίως εύποροι. Ο τουρισμός χαρακτηρίστηκε ως μια παγκόσμια οικονομική δύναμη, η οποία γεννήθηκε στην Βρετανία, όπου εμφανίστηκε για πρώτη φορά ο όρος «τουριστικός πράκτορας» και πραγματοποιήθηκε το πρώτο οργανωμένο ταξίδι στην ιστορία.

Ωστόσο, η συχνότητα των μετακινήσεων αυτών ήταν περιορισμένη, καθώς αποτελούσαν κυρίως προνόμιο των πλουσίων. Με το πέρασμα του χρόνου άρχισε να αναπτύσσεται η τουριστική βιομηχανία, καθώς ο τουρισμός έγινε δικαίωμα και των χαμηλόμισθων. Σήμερα έχει κοινωνικοποιηθεί και εκδημοκρατισθεί σε μεγάλο βαθμό σε πολλές χώρες.

Η μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού άρχισε μετά τον πρώτο Παγκόσμιο πόλεμο και στη σύγχρονη μορφή του άρχισε να εμφανίζεται τον 20^ο αιώνα, κυρίως μετά το πέρας των εχθροπραξιών του Β΄ Παγκόσμιου Πολέμου. Μάλιστα μεταξύ 1950-1980, έχει διαπιστωθεί πως τα τουριστικά μεγέθη εικοσαπλασιάστηκαν.

Όσον αφορά την Ελλάδα, επισημαίνεται ότι η τουριστική ανάπτυξη μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1950 αφορούσε κυρίως τρεις Ευρωπαϊκές χώρες την Ιταλία, την Ελβετία και την Αυστρία. Την δεκαετία του 1960 η τουριστική αγορά διευρύνθηκε και συμπεριλάμβανε και άλλες χώρες που διέθεταν ορισμένα συγκριτικά πλεονεκτήματα, μεταξύ των οποίων συγκαταλεγόταν και η Ελλάδα. Συγκεκριμένα, η Αιδηψός, η Ολυμπία, η Δωδώνη και οι Δελφοί θα μπορούσαν να χαρακτηρισθούν ως «τουριστικά κέντρα» της αρχαιότητας.

Από την δεκαετία του 1960, η Ελλάδα αρχίζει πλέον να δέχεται μεγάλα τουριστικά ρεύματα. Τις τελευταίες δεκαετίες, ο τουρισμός αποτελεί μία τις σημαντικότερες πηγές πλούτου για την Ελλάδα. Η ιστορική παράδοσή της και η ταυτότητά της στην Δύση, ως λίκνο του Ευρωπαϊκού πολιτισμού, συνέβαλαν στην ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου στη χώρα.

Πολλές μελέτες έχουν πραγματοποιηθεί με αντικείμενο τους λόγους που συνέβαλαν στην ταχύρυθμη ανάπτυξη του τουρισμού διεθνώς. Στην πλειοψηφία τους, ανέδειξαν ως σημαντικότερους την ανάπτυξη των μέσων συγκοινωνίας και επικοινωνίας, την άνοδο του πολιτιστικού επιπέδου των λαών, την ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού, καθώς και την ανάπτυξη των τουριστικών γραφείων και των τουριστικών πακέτων.

Ο τουρισμός αποτελεί, λοιπόν, ένα ραγδαία εξελισσόμενο φαινόμενο, το οποίο παρουσιάστηκε ως όργανο για την παραγωγή εργασίας και την καταπολέμηση της φτώχειας, έχοντας μεγάλη συμβολή στη βιώσιμη ανθρώπινη ανάπτυξη. Προωθεί την κατανόηση των ανθρώπων και ανθρωπίνων σχέσεων σε παγκόσμιο επίπεδο, ενώ παράλληλα δίνει τη δυνατότητα για προώθηση των τοπικών εθίμων, τεχνών και παραδόσεων του εκάστοτε τόπου προορισμού.

Στις μέρες μας, ο τουρισμός είναι μια ευρέως διαδεδομένη δραστηριότητα για τον ανεπτυγμένο κόσμο και κυρίαρχη οικονομική δύναμη για πολλά ανεπτυγμένα και αναπτυσσόμενα κράτη, που σηματοδοτεί σημαντικές προοπτικές για την ανάπτυξη πολλών υπανάπτυκτων περιοχών.

1.1 Η έννοια του τουρισμού

Από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα πολλοί διεθνείς οργανισμοί και ειδικοί του τουρισμού, μέσα από επιστημονικές προσεγγίσεις, προσπάθησαν να ορίσουν τις έννοιες του τουρίστα και του τουρισμού στη βάση ορισμένων μοντέλων δομικής ανάλυσης, διαστέλλοντας διαφορετικούς τύπους τουριστών (Τσάρτας,1996, Βαρβαρέσος,2000 και Γαλάνη,2002).

Δεν έχει υπάρξει ένας σαφής και κοινά αποδεκτός ορισμός, για το τι είναι τελικά ο τουρισμός, κυρίως εξαιτίας της πολυπλοκότητας του κλάδου και της τεράστιας σύνθεσης των ανθρωπογενών δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει. Έτσι λοιπόν, για την αποσαφήνιση του όρου παραθέτονται στη συνέχεια οι πιο σημαντικοί ορισμοί.

Η λέξη «τουρισμός» ουσιαστικά έχει προέλθει από τη Γαλλική λέξη «Tour», που σημαίνει γύρος, περιήγηση και την Αγγλική «Touring», που έχει να κάνει με την επίσκεψη των ανθρώπων σε περιοχές με αξιοθέατα. Και οι δυο λέξεις προέρχονται από τη λατινική λέξη «tornus» (Βαρβαρέσος, 2000).

Η πρώτη απόπειρα εννοιολογικής οριοθέτησης έγινε από την Επιτροπή Στατιστικών Εμπειρογνομών της Κοινωνίας των Εθνών το 1936. Συγκεκριμένα σύστησε να υιοθετηθεί ένας ενιαίος ορισμός, χαρακτηρίζοντας τον τουρίστα σαν ένα άτομο, που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή περισσότερο, σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διανέμει.

Οι καθηγητές Hunziker και Krapf (1942) στη Βέρνη διατύπωσαν ότι «ο τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σ' ένα προορισμό και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σ' αυτόν, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με οποιαδήποτε κερδοσκοπική δραστηριότητα» (Ηγουμενάκης κ.α., 1999:84).

Η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού στο Διεθνές Τουριστικό Λεξικό (A.I.T., Monte Carlo, 1961:162), ορίζει ότι «ο τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές». Εδώ δεν προσδιορίζεται το είδος των δραστηριοτήτων που προτιμά ο κάθε τουρίστας. Οι μετακινήσεις αυτές υποκινούνται, σε διαφορετικό βαθμό και ένταση, από τον πόθο της απόδρασης που ενυπάρχει στα άτομα. Ο επιστημονικός αυτός ορισμός οριοθετείται ουσιαστικά από δυο κύριες έννοιες, το κίνητρο και τη μετακίνηση (Βαρβαρέσος, 2000).

Το Διεθνές Συνέδριο Στατιστικής για τα Ταξίδια και τον Τουρισμό, που έγινε στην Ottawa του Καναδά το 1991, πρότεινε ο όρος «τουρισμός» να περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που σχετίζονται με τον ελεύθερο χρόνο και το επάγγελμα των ατόμων που ταξιδεύουν και παραμένουν σε περιοχές εκτός του συνήθους περιβάλλοντος όπου ζουν, για όχι περισσότερο από ένα συνεχόμενο έτος.



Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO, 1995) «**τουρισμός** θεωρείται κάθε δραστηριότητα που περιλαμβάνει κάθε είδους μετακινήσεις, είτε διαμέσου διεθνών συνόρων (αλλοδαπός), είτε όχι (ημεδαπός), διάρκειας πάνω από 24 ωρών και για διάφορους λόγους, εκτός λόγων μετανάστευσης και τακτικής ημερήσιας απασχόλησης».
(Κομίλης, 1999)

Με βάση τον Λαγό (2005:42), «ο τουρισμός είναι ένα πολυδιάστατο φαινόμενο, το οποίο συμβαίνει όταν τα άτομα αλλάζουν φυσικό περιβάλλον και ρυθμούς ζωής, που τους ικανοποιούν ψυχοσωματικές ανάγκες και πνευματικές περιέργειες, μέσα από συνειδητή και αποκλειστικά για το σκοπό αυτό πρόσκαιρη μετακίνηση σε ξένο γεωγραφικό χώρο και παραμονή τους σε αυτόν για χρονικό διάστημα μέχρι ενός έτους, όπου αναπτύσσονται συγκεκριμένες δραστηριότητες αναψυχής, διακοπών, επιχειρηματικές, θρησκευτικές...».

Ο τουρισμός αποτελείται από ένα ευρύ φάσμα ποικίλων και σύνθετων δραστηριοτήτων, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται οι ακόλουθες:

- οι μετακινήσεις των ανθρώπων για τουριστικούς λόγους,
- οι παραγωγοί των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών,
- οι ταξιδιωτικοί πράκτορες,
- τα έργα υποδομής,
- οι μεσίτες τουριστικών υπηρεσιών,
- οι τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς και
- οι προμηθευτές των τουριστικών προϊόντων.¹

¹ Κολτσιδόπουλος Γ.Δ., (2000), «Τουρισμός, θεωρητική προσέγγιση», Εκδόσεις Έλλην

1.2 Ταξινόμηση των ταξιδιωτών

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονιστεί ότι υπάρχει διαχωρισμός ανάμεσα στις έννοιες ταξιδιώτες, επισκέπτες, τουρίστες και εκδρομείς. Συγκεκριμένα ο όρος «**ταξιδιώτες**» (Travelers) αναφέρεται σε άτομα που ταξιδεύουν σε δύο ή περισσότερους τόπους στο εσωτερικό της χώρας διαμονής τους ή ανάμεσα σε δύο ή περισσότερες χώρες, για οποιοδήποτε άλλο σκοπό εκτός της εργασίας. Στους ταξιδιώτες εντάσσονται οι επισκέπτες, όπου με βάση τη Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό (Ρώμη 1963)², ο όρος «**επισκέπτης**» (Visitor) περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μία χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο, εκτός της άσκησης ενός επαγγέλματος, για το οποίο αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας που επισκέπτεται και για διάστημα μικρότερο των 12 μηνών.

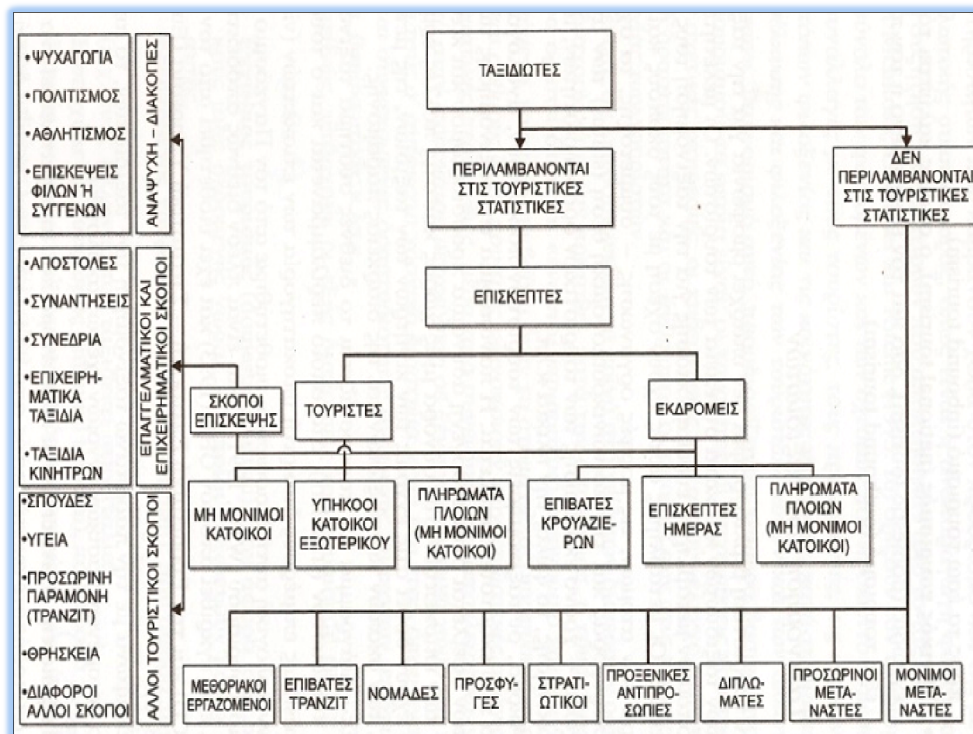
Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, στους επισκέπτες περιλαμβάνονται οι τουρίστες και οι εκδρομείς. Ο όρος «**τουρίστες**» (Tourists) αναφέρεται στους προσωρινούς επισκέπτες, η παραμονή των οποίων υπερβαίνει τις 24 ώρες στην επισκεπτόμενη χώρα, είτε για διακοπές, είτε για επαγγελματικούς λόγους, ενώ ως «**εκδρομείς**» θεωρούνται όσοι είναι προσωρινοί επισκέπτες και μένουν λιγότερο από 24 ώρες στη χώρα που επισκέπτονται.

Στους τουρίστες περιλαμβάνονται οι αλλοδαποί τουρίστες, οι υπήκοοι κάτοικοι εξωτερικού ή και μέλη πληρωμάτων. Στους εκδρομείς συμπεριλαμβάνονται και άτομα που μετέχουν σε κρουαζιέρες, επιβάτες, μέλη πληρωμάτων και διασυνοριακοί αγοραστές. Υπάρχουν κατηγορίες ταξιδιωτών που δεν περιλαμβάνονται ούτε στους τουρίστες, ούτε στους εκδρομείς, όπως είναι οι πρόσφυγες, οι διπλωμάτες, οι μετανάστες, τα μέλη των ενόπλων δυνάμεων, οι επιβάτες transit, οι νομάδες και οι διασυνοριακοί εργαζόμενοι.

² Andrian Bull(2002), “The economics of travel & tourism”, 2^η αγγλική έκδοση «Τουριστική οικονομία», Εκδόσεις Κλειδάριθμος (σελ. 16)

Η διάκριση μεταξύ τουριστών και εκδρομέων είναι σημαντική για την μελέτη της τουριστικής κατανάλωσης και κυρίως της τουριστικής ζήτησης, καθώς οι εκδρομείς χρησιμοποιούν καταστήματα, συγκοινωνία, εστιατόρια, μπαρ, χωρίς όμως να διανυκτερεύουν.

Σχήμα 1: Ταξινόμηση ταξιδιωτών



Πηγή: WNTO,1993

1.3 Τυπολογία μορφών τουρισμού

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO,1995:26) διακρίνονται τρεις μορφές τουρισμού σε σχέση με μια δεδομένη χώρα³:

- Ο εγχώριος τουρισμός (domestic tourism), που περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των κατοίκων μιας δεδομένης χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους στο εσωτερικό, αλλά έξω από το σύνηθες περιβάλλον τους.

³ Λαγός Δ. (2005), «Τουριστική οικονομική», Εκδόσεις Κριτική (σελ.42)

- Ο εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism), που περιλαμβάνει δραστηριότητες μη μόνιμων κατοίκων μιας δεδομένης χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους στο εσωτερικό της χώρας, αλλά έξω από το σύνηθες περιβάλλον τους.
- Ο εξερχόμενος τουρισμός (outbound tourism), που περιλαμβάνει τις δραστηριότητες μόνιμων κατοίκων μιας δεδομένης χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους στο εξωτερικό της χώρας και έξω από το σύνηθες περιβάλλον τους.

Ωστόσο, έχουν δοθεί ορισμοί που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για άλλες περιοχές, περιφέρειες ή ομάδες χωρών και αντικαθιστούν τη χώρα με την περιοχή αναφοράς. Οι τρεις βασικές μορφές τουρισμού μπορούν να συνδυαστούν με τρεις τρόπους, με αποτέλεσμα να προκύπτουν οι εξής κατηγορίες τουρισμού: **1)** ο εσωτερικός τουρισμός (internal tourism), που περιλαμβάνει τον «εγχώριο τουρισμό» και τον «εισερχόμενο» τουρισμό, **2)** ο εθνικός τουρισμός (national tourism), που περιλαμβάνει τον «εγχώριο τουρισμό» και τον «εξερχόμενο» τουρισμό και **3)** ο διεθνής τουρισμός (international tourism), που περιλαμβάνει τον «εισερχόμενο τουρισμό» και τον «εξερχόμενο» τουρισμό.

Αξίζει να σημειωθεί πως τα περισσότερα κράτη δείχνουν ενδιαφέρον, κυρίως για την ανάπτυξη του τουρισμού ως κλάδου εξαγωγικής δραστηριότητας, δηλαδή για τον εξωτερικό τουρισμό, που αυξάνει την αναπτυξιακή δυναμική της οικονομίας. Αυτό είναι εμφανές καθώς μέχρι και σήμερα παρατηρείται η τάση να αντιμετωπίζεται ο εγχώριος τουρισμός, ως δραστηριότητα χωρίς γενικές αναπτυξιακές επιπτώσεις. Μάλιστα θεωρείται ότι συμβάλει μόνο στην ανακατανομή της παραγωγικής δραστηριότητας στον εγχώριο χώρο, ενώ συμβάλλει ουσιαστικά και στην περιφερειακή ανάπτυξη, γεγονός του οποίου η αξία μάλλον έχει υποεκτιμηθεί.

Υπάρχουν δύο γενικές μορφές διάκρισης⁴ του τουρισμού με κριτήριο τα κίνητρα των τουριστών που ταξιδεύουν:

1. Ο Μαζικός Τουρισμός

Αποτελεί την πιο «παραδοσιακή» μορφή τουρισμού και δημιουργήθηκε με την άνοδο των εισοδημάτων μετά την Βιομηχανική Επανάσταση. Περιλαμβάνει την πλειοψηφία των τουριστών, που αναζητούν στο ταξίδι κυρίως ξεκούραση και διασκέδαση, σε ηλιοτροπικούς κατά βάση προορισμούς και χαρακτηρίζεται από την ομαδική συμμετοχή των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας (Βαρβαρέσος, 2000).

2. Ο Ειδικός Τουρισμός, που περιλαμβάνει:

→ τον Τουρισμό Ειδικών Ενδιαφερόντων, που σχετίζεται με ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού που επιλέγουν τα άτομα ανάλογα με τα ειδικά ενδιαφέροντα και κίνητρα που έχουν, όπως ο θεματικός και αστικός τουρισμός

→ και τον Εναλλακτικό Τουρισμό, που περιλαμβάνει ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού, τις οποίες επιλέγουν άνθρωποι που αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών, όπως ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός υγείας και ο τουρισμός περιπέτειας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο εναλλακτικός τουρισμός συνδέεται με την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη, με την προστασία του περιβάλλοντος, της τοπικής κουλτούρας καθώς και με την αναζήτηση νέων αξιών και τρόπων ζωής. Ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων προϋποθέτει ειδικές συνθήκες και εξειδικευμένη υποδομή. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν ένα συνδυασμό δραστηριοτήτων, που μπορούν να λειτουργήσουν παράλληλα ή και συμπληρωματικά σε περισσότερες περιοχές ή ευρύτερες χωρικές ενότητες (Κραντονέλλης κ.α., 2005).

⁴ Λαγός Δ. (2005), «Τουριστική Οικονομική», Αθήνα: Κριτική (σελ. 62) & Ραφάηλ, Μ.(2001), «Θέματα Τουριστικής Πολιτικής», Εκδόσεις Αντ. Ν. Σακούλα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β΄ : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ

2 Τουριστική Οικονομική

Η «Τουριστική Οικονομική⁵» είναι ο κλάδος της οικονομικής επιστήμης που διερευνά, εξετάζει και μελετά την τουριστική ζήτηση, την τουριστική παραγωγή, το τουριστικό κόστος, την τουριστική προσφορά, καθώς και τους επιμέρους παράγοντες που τα διαμορφώνουν και τα προσδιορίζουν. Στο πεδίο μελέτης της εντάσσονται και οι διάφορες οικονομικές σχέσεις, που δημιουργούνται σε ορισμένο χρόνο και τόπο προορισμού, με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών.

Η Τουριστική Οικονομική διακρίνεται σε επιμέρους πεδία:

α) την μικροοικονομική, που μελετά πώς τα νοικοκυριά και οι επιχειρήσεις λαμβάνουν τις αποφάσεις τους και αλληλεπιδρούν σε συγκεκριμένες αγορές και **β)** την μακροοικονομική, που μελετά φαινόμενα των οποίων το εύρος καλύπτει όλη την οικονομία.

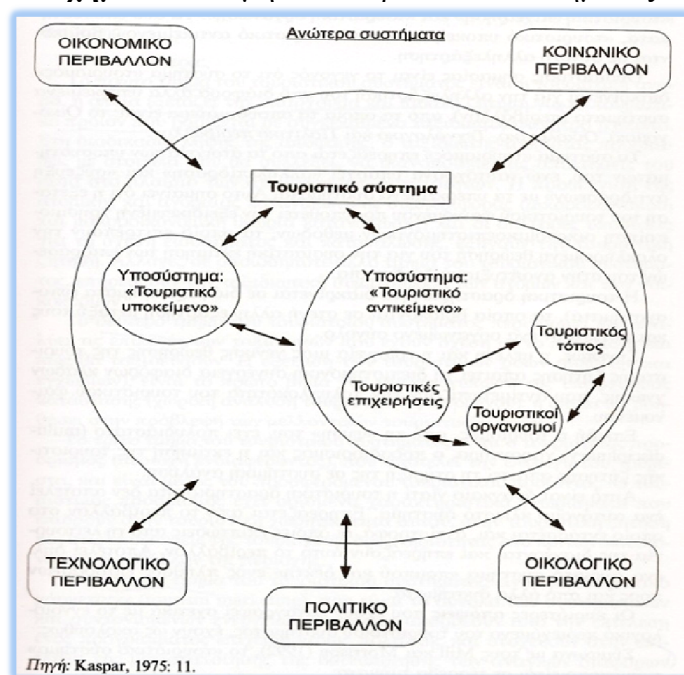
Αντικείμενο της τουριστικής οικονομικής είναι η μελέτη των τρόπων όπου τα άτομα και οι κοινωνίες επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν τους τουριστικούς πόρους ανάμεσα στις εναλλακτικές χρήσεις που έχουν, για την παραγωγή τουριστικών προϊόντων και για την πώλησή τους σε τουρίστες, με σκοπό να καλύψουν την τρέχουσα και μελλοντική τουριστική κατανάλωσή τους.

2.1 Τουριστικό Σύστημα

Ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο με πολλές διαστάσεις, όπως οικονομικές, κοινωνικές, πολιτικές, ψυχολογικές, οικολογικές, ανάλογα με τον χώρο στον οποίο αναπτύσσεται, όπως παρουσιάζεται ακολούθως και στο σχήμα του Kaspar C. (1991).

⁵ Λαγός Δ. (2005), «Τουριστική Οικονομική», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα (σελ. 32)

Σχήμα 2: Η δομή του τουριστικού συστήματος



Πηγή: Λαγός Δ, «Τουριστική οικονομική»,2005

Ουσιαστικά το τουριστικό σύστημα⁶ αποτελείται από τα υποσυστήματα «τουριστικό υποκείμενο», που είναι ο τουρίστας και το «τουριστικό αντικείμενο», που αναφέρεται στις τουριστικές επιχειρήσεις, στους τουριστικούς οργανισμούς και στην τουριστική περιοχή (Λαγός,2005).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO, 1994:5) παρουσιάζει το τουριστικό σύστημα «ως συνάρτηση των στοιχείων που συνθέτουν την τουριστική ζήτηση και προσφορά».

Πίνακας 1: Παράγοντες τουριστικής ζήτησης και προσφοράς

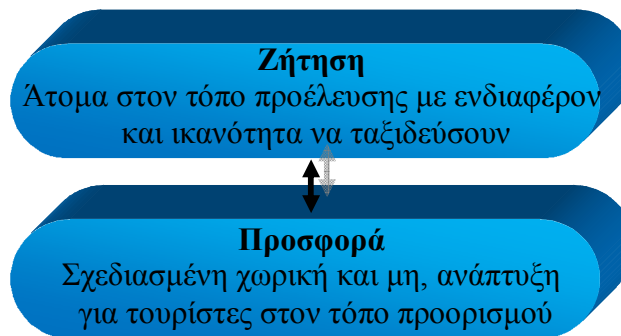
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ	ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ
<ul style="list-style-type: none"> • Διεθνείς τουριστικές αγορές. • Τοπικές τουριστικές αγορές. • Χρήση τουριστικών αξιοθέατων, εγκαταστάσεων και υπηρεσιών. 	<ul style="list-style-type: none"> • Αξιοθέατα και δραστηριότητες. • Τουριστική υποδομή και ανωδομή. • Άλλες τουριστικές εγκαταστάσεις και υπηρεσίες. • Μεταφορικά μέσα. • Άλλη υλικοτεχνική υποδομή. • Θεσμικοί παράγοντες.

Πηγή: WTO, 1994

⁶ Λαγός Δ. (2005), «Τουριστική Οικονομική», Εκδόσεις Κριτική (σελ 91)

Με βάση τον Gunn (1997), για να λειτουργήσει σωστά το τουριστικό σύστημα θα πρέπει να υπάρχει ισορροπία μεταξύ της προσφοράς του τουριστικού προϊόντος και της ζήτησής του από δυνητικούς επισκέπτες.

Σχήμα 3: Η σχέση ζήτησης-προσφοράς του Gunn



Πηγή: Gunn, 1997

2.2 Τουριστική ζήτηση

Αναφορικά με τους ορισμούς του τουρισμού από την πλευρά της ζήτησης, ο τουρισμός αναφέρεται στις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και μένουν σε ένα περιβάλλον, όχι περισσότερο από ένα έτος και ο σκοπός τους είναι η αναψυχή, η εργασία ή κάτι άλλο (WTO & UNSTAT, 1994).

Η τουριστική ζήτηση αντιπροσωπεύει τις ποσότητες των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, που επιθυμούν να καταναλώσουν οι τουρίστες σε μια δεδομένη χρονική περίοδο. Αυτή η ζήτηση είναι άμεση απόρροια μιας πληθώρας παραγόντων, οι οποίοι μπορούν να λάβουν διάφορες μορφές, όπως οικονομικές, φυσικές και επεξηγούν τη συμμετοχή των ατόμων στις τουριστικές μετακινήσεις (Βαρβαρέσος, 2000).

Με βάση τις πηγές προέλευσης της τουριστικής ζήτησης, ο τουρισμός διακρίνεται ως τουρισμός «ιδιωτικής κατανάλωσης», όπου η ζήτηση προέρχεται από τα νοικοκυριά, ως «δημόσιας κατανάλωσης», όπου η ζήτηση είναι από το δημόσιο και ως «τιμήμα της παραγωγής», όπου η ζήτηση προέρχεται από τις επιχειρήσεις.

Οι δύο πρώτες μορφές αποτελούν τμήμα της τελικής ζήτησης, ενώ η τελευταία είναι ενδιάμεση εισροή στην παραγωγική δραστηριότητα. Ωστόσο, έχει διαπιστωθεί πως το μεγαλύτερο μέρος του τουρισμού οφείλεται στην οικονομική δραστηριότητα των νοικοκυριών.

Η τουριστική ζήτηση προσδιορίζεται από ποικίλους παράγοντες οι οποίοι διαχρονικά μεταβάλλονται, για παράδειγμα **1)** από οικονομικούς, όπως είναι το εισόδημα, το κόστος διαμονής, **2)** από κοινωνικούς, όπως είναι οι εργασιακές συνθήκες σε σχέση με τον χρόνο διακοπών και **3)** από ψυχολογικούς παράγοντες, όπως είναι τα κίνητρα⁷.

2.2.1 Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης

Η **εποχικότητα** (seasonality) είναι ένα χαρακτηριστικό της τουριστικής ζήτησης, καθώς ο τουρισμός εμφανίζεται ως εποχική δραστηριότητα, επηρεάζοντας όλους τους τομείς της τουριστικής παραγωγής. Συγκεκριμένα η αστάθεια της τουριστικής ζήτησης οφείλεται τόσο σε απρόβλεπτους παράγοντες, όπως είναι η οικονομική κρίση, όσο και σε φυσικά γεγονότα, όπως οι καταιγίδες. Οι παράγοντες αυτοί επιδρούν στην παραγωγή και διάθεση του τουριστικού πακέτου και στην προσέλκυση του τουρίστα.

Η **ετερογένεια** (heterogeneity) αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό της τουριστικής ζήτησης, με την έννοια ότι διαφορετικοί κλάδοι εμπλέκονται στην παραγωγή και διάθεση των προϊόντων που επιδιώκει να καταναλώσει ο τουρίστας. Η **ευαισθησία** (susceptibility) είναι ακόμα ένα χαρακτηριστικό, καθώς η ζήτηση για τουρισμό επηρεάζεται από την μόδα και τις κοινωνικοπολιτικές συνθήκες που επικρατούν σε έναν προορισμό.

⁷ Κομίλης Π. (1997), «Οικοτουρισμός, Η εναλλακτική προοπτική αιφόρου τουριστικής ανάπτυξης», Εκδόσεις Προπομπός

Επίσης, στα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης συγκαταλέγεται και η **ελαστικότητα** (elasticity), καθώς η τουριστική ζήτηση είναι κατά κανόνα ελαστική ως προς το εισόδημα και σχετικώς ανελαστική ως προς την τιμή⁸.

2.2.2 Ο νόμος της τουριστικής ζήτησης

Όταν η ζητούμενη ποσότητα Q ενός τουριστικού προϊόντος a εξαρτάται από την τιμή P_a τότε αυτή εκφράζεται από την σχέση $Q_a = f(P_a)$. Η σχέση μεταξύ τιμής και ζητούμενης ποσότητας ενός τουριστικού προϊόντος είναι αντίστροφη, η καμπύλη ζήτησης έχει αρνητική κλίση και η ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή είναι πάντα αρνητική. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι όταν αυξάνεται η τιμή του τουριστικού προϊόντος, μειώνεται η ζητούμενη ποσότητά του, καθώς και το αντίστροφο, με την προϋπόθεση πάντα ότι όλοι οι υπόλοιποι παράγοντες, που μπορούν να επηρεάσουν τη ζήτηση, παραμένουν σταθεροί (*ceteris paribus*)⁹.

Η ελαστικότητα της τουριστικής ζήτησης ως προς το εισόδημα είναι ο λόγος της ποσοστιαίας μεταβολής της ζητούμενης ποσότητας ενός τουριστικού προϊόντος, προς την ποσοστιαία μεταβολή του εισοδήματος. Εκφράζει το βαθμό επίδρασης μιας δεδομένης μεταβολής του εισοδήματος των καταναλωτών στη ζήτηση ενός συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος, όταν οι τιμές παραμένουν σταθερές. Όσο μεγαλύτερη είναι, τόσο αυξάνεται η ζήτηση του τουρισμού στη συγκεκριμένη χώρα, όταν οι χώρες προέλευσης των τουριστών της αναπτύσσονται οικονομικά.

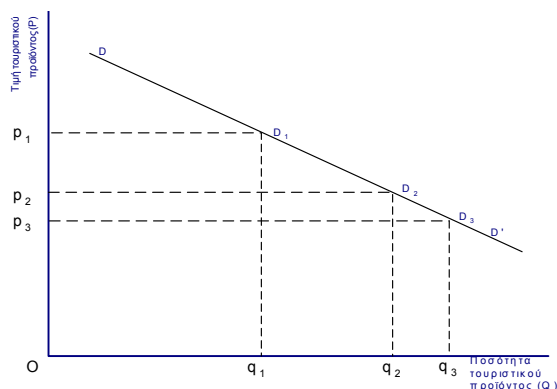
Η ελαστικότητα της τουριστικής ζήτησης ως προς την τιμή αποτελεί μέτρο του βαθμού αντίδρασης της ζητούμενης ποσότητας του τουριστικού αυτού προϊόντος ως προς μια δεδομένη τιμή του.

⁸ Κοινοτική Πρωτοβουλία Equal (2006), «Τουριστική οικονομική και ελληνική τουριστική οικονομία», Θεσσαλονίκη

⁹ Λαγός Δ. (2005), «Τουριστική Οικονομική», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα

Όταν η ελαστικότητα της τουριστικής ζήτησης ως προς την τιμή είναι μικρότερη της αρνητικής μονάδας, τότε η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος είναι ανελαστική¹⁰.

Σχήμα 4: Καμπύλη τουριστικής ζήτησης



Πηγή: Κοινοτική Πρωτοβουλία Equal (2006)

2.3 Το τουριστικό προϊόν

Το τουριστικό προϊόν είναι ένα σύνθετο προϊόν στην παραγωγή και προσφορά, καθώς εμπλέκονται πολλοί και διαφορετικοί κλάδοι της οικονομίας. Στην διαμόρφωσή του συμβάλλουν φυσικοί και ανθρώπινοι πόροι, μέσα επικοινωνίας και μεταφορών, ταξιδιωτικά γραφεία, κάθε είδους καταλύματα, καθώς και εγκαταστάσεις αναψυχής και αθλοπαιδιών.

Η πολυσύνθετη διάσταση του τουριστικού προϊόντος έχει σαν αποτέλεσμα την ετερογένεια της τουριστικής ζήτησης, που οδηγεί σε συνολική κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών, καθώς και σε ετερογένεια της τουριστικής προσφοράς, όπου πολλοί κλάδοι της οικονομίας συμβάλλουν στην διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος.

Με αυτόν τον τρόπο αναπτύσσεται ο τουριστικός κλάδος της οικονομίας και περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών που συνδέονται άμεσα με τους τουρίστες. Επομένως, ο τουρισμός φαίνεται να αντιπροσωπεύει ένα σύνθετο προϊόν, το οποίο αποτελεί ένα μείγμα υλικών και άυλων στοιχείων, όπως είναι η θάλασσα, οι υποδομές, ο ήλιος, το κλίμα και το image.

¹⁰ Λαγός Δ. (2005), «Τουριστική Οικονομική», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα

Το τουριστικό προϊόν θεωρείται εκ φύσεως ετερογενές. Αυτή η ιδιομορφία του τουριστικού προϊόντος γεννά μια σειρά από χαρακτηριστικά, όπου σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο (2000), τα πιο σημαντικά είναι τα εξής:

- ✓ Η αδυναμία αποθήκευσης: Το τουριστικό προϊόν στο σύνολό του χαρακτηρίζεται από την κατανάλωση χώρου, καταλυμάτων, ήλιου, υποδομών και υπηρεσιών τουρισμού. Η λειτουργία της κατανάλωσης οριοθετεί την ύπαρξη του σφαιρικού προϊόντος, το οποίο παράγεται και καταναλώνεται μετά από τη ζήτηση που δημιουργεί η ίδια η παρουσία του πελάτη.
- ✓ Η ανελαστικότητα: Μια αύξηση της τουριστικής ζήτησης ή μια άνοδος των τιμών των τουριστικών υπηρεσιών δεν οδηγεί σε παράλληλη αναλογική αύξηση του προϊόντος. Αυτό χαρακτηρίζεται περιορισμένο και προσδιορίζεται από την ικανότητα υποδοχής της χώρας, όπου προσδιορίζεται από παράγοντες, όπως ο αριθμός των τουριστικών καταλυμάτων και το μέγεθος των τουριστικών συγκεντρώσεων.
- ✓ Το τουριστικό προϊόν δεν χαρακτηρίζεται από μεγάλο βαθμό αυτοματισμού: Οι τουριστικές δραστηριότητες χαρακτηρίζονται ως εντάσεως εργασίας.
- ✓ Το τουριστικό προϊόν καταναλώνεται στον τόπο παραγωγής: Δεν είναι δυνατή η αποστολή του στον τόπο προέλευσης του τουρίστα και ουσιαστικά απαιτείται η μεταφορά του τουρίστα από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του στον εκάστοτε τόπο υποδοχής, ώστε να καταναλώσει εκεί το τουριστικό προϊόν.
- ✓ Η παραγωγή και η κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος πραγματοποιείται ταυτόχρονα και στον ίδιο χώρο: Για παράδειγμα μια διανυκτέρευση και ένα γεύμα παράγονται και καταναλώνονται ταυτόχρονα, μια δεδομένη στιγμή σε ένα συγκεκριμένο χώρο. Προϋποθέτουν την παρουσία του τουρίστα και την ύπαρξη μιας κατάστασης ετοιμότητας υποδοχής του τουρίστα εκ μέρους των τουριστικών υπηρεσιών.

- ✓ Ορισμένα τουριστικά προϊόντα μπορούν να υποκατασταθούν μεταξύ τους: Το διαθέσιμο εισόδημα για διακοπές είναι συχνά καθοριστικός παράγοντας υποκατάστασης, για παράδειγμα ένα ξενοδοχείο πρώτης κατηγορίας υποκαθίσταται με ένα τρίτης.
- ✓ Ορισμένα προϊόντα χαρακτηρίζονται ως συμπληρωματικά: Είναι δυνατόν μεταξύ διαφόρων υποπροϊόντων να παρατηρηθεί συμπληρωματικότητα, παρά την ετερογένεια του τουριστικού προϊόντος.

2.4 Τουριστική Προσφορά

Η ανάλυση της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος επικεντρώνει το ενδιαφέρον της στον τόπο προορισμού. Η τουριστική προσφορά αντιπροσωπεύει το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών, που προτείνονται στον καταναλωτή για να ικανοποιήσει μια σειρά αναγκών, που χαρακτηρίζονται ως τουριστικές. Δεδομένης της ετερογένειας που χαρακτηρίζει τον τουριστικό τομέα, είναι δύσκολο να καθοριστούν με ακρίβεια τα τουριστικά προϊόντα που παράγει και ομαδοποιεί η προοπτική των διακοπών (Βαρβαρέσος, 2000).

Η τουριστική προσφορά διαχωρίζεται σε δύο μεγάλες κατηγορίες:¹¹ **α)** στην πρωτογενή τουριστική προσφορά, η οποία περιλαμβάνει τους τουριστικούς πόρους, που προκαλούν το ενδιαφέρον της μετακίνησης των ατόμων και αποτελούν την βάση της τουριστικής δραστηριότητας και **β)** στην δευτερογενή τουριστική προσφορά, που περιλαμβάνει τις απαραίτητες υποδομές (infrastructures), για την αποτελεσματική επικοινωνία και την ανάπτυξη δραστηριοτήτων, καθώς και τις ανωδομές (superstructures), που στοχεύουν στη διευκόλυνση της εκμετάλλευσης των τουριστικών πόρων (Παρθενοπούλου, 2004).

¹¹ Τόλιας Ι., «Μελέτη Αποτύπωσης Πολιτιστικού Περιβάλλοντος Ημαθίας»

Η έννοια της προσφοράς περιλαμβάνει όλα τα στοιχεία, που επηρεάζουν άμεσα ή έμμεσα, την εικόνα που θα σχηματίσει ο τουρίστας για τον τόπο προορισμού. Βασικός παράγοντας επηρεασμού της εικόνας που θα σχηματίσει ο επισκέπτης, είναι οι υπηρεσίες. Δηλαδή το «προϊόν», που προσφέρει ο συγκεκριμένος προορισμός, σε συνδυασμό με το περιβάλλον, τις υποδομές, τα δίκτυα και μέσα μεταφοράς, αποτελούν παραμέτρους επηρεασμού της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος.

Μεταξύ των βασικών τομέων της τουριστικής προσφοράς συγκαταλέγεται ο τομέας των καταλυμάτων, της εστίασης, των επιχειρήσεων παροχής αναψυχής και ψυχαγωγίας, καθώς και των μεσαζόντων, όπου εντάσσονται οι tour operators, τα ταξιδιωτικά γραφεία, οι επιχειρήσεις μέσων μεταφοράς, καθώς και ο τομέας των επιχειρήσεων λοιπών υπηρεσιών.

2.4.1 Παράγοντες επηρεασμού της τουριστικής προσφοράς

Η τουριστική προσφορά διακρίνεται από μεγάλη ετερογένεια, καθώς υπάρχουν περιπτώσεις όπου τα τουριστικά προϊόντα είναι βιομηχανικά αγαθά, ενώ άλλες φορές είναι φυσικοί πόροι ή και υπηρεσίες. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά είναι οι εξής¹²:

- Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι της τουριστικής περιοχής, όπως είναι το περιβάλλον, το κλίμα, η χλωρίδα και η πανίδα της κάθε περιοχής, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, τα ήθη και έθιμα, καθώς και οι παραδόσεις.
- Οι ανθρωπογενείς πόροι που σχετίζονται με το δομημένο περιβάλλον, όπως είναι οι παραδοσιακοί οικισμοί, τα ιστορικά κέντρα πόλεων και τα ιστορικά μνημεία.
- Οι υποδομές και υπηρεσίες, οι οποίες σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τη διανομή των τουριστών στην περιοχή, όπως είναι τα ξενοδοχεία, τα τουριστικά πρακτορεία, τα μεταφορικά μέσα, οι επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής, αλλά και οι εγκαταστάσεις υγείας.

¹² Κοκκόσης, Χ., Τσάρτας, Π. (2001), «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη & Περιβάλλον», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα

Άλλοι σημαντικοί παράγοντες, είναι η τιμή του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, οι στόχοι των τουριστικών επιχειρήσεων, η ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη, οι τιμές άλλων τουριστικών προϊόντων, καθώς και οι μεταβολές στις τιμές των συντελεστών της τουριστικής παραγωγής.

2.4.2 Ο νόμος της τουριστικής προσφοράς

Η τουριστική προσφορά είναι ατομική, όταν αναφέρεται στο σύνολο των ποσοτήτων ενός τουριστικού προϊόντος, που ένας παραγωγός είναι διατεθειμένος να πουλήσει σε όλες τις δυνατές τιμές σε μια δεδομένη χρονική στιγμή. Επίσης, μπορεί να είναι συνολική όταν προκύπτει από το άθροισμα των προσφερόμενων ποσοτήτων των τουριστικών προϊόντων όλων των επιχειρήσεων για κάθε στιγμή¹³.

Σύμφωνα με τον νόμο της τουριστικής προσφοράς, όσο μεγαλύτερη είναι η τιμή ενός τουριστικού προϊόντος, τόσο μεγαλύτερη είναι και η ποσότητα που προσφέρει μια τουριστική αγορά. Αντίστροφα, όταν μειώνεται η τιμή ενός τουριστικού προϊόντος, μειώνεται και η προσφερόμενη ποσότητα από την τουριστική επιχείρηση¹⁴.

Η ελαστικότητα της τουριστικής προσφοράς εκφράζεται από τον λόγο της ποσοστιαίας μεταβολής της προσφερόμενης ποσότητας προς την ποσοστιαία μεταβολή της τιμής του. Αξίζει να σημειωθεί πως η ελαστικότητα προσφοράς ως προς την τιμή είναι πάντα ελαστική. Όταν αυξάνεται η τιμή ενός τουριστικού προϊόντος αυξάνεται και η προσφορά του, με την προϋπόθεση πάντα ότι όλοι οι υπόλοιποι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την προσφορά, παραμένουν σταθεροί (*ceteris paribus*).

¹³ Λαγός Δ. (2005), «Τουριστική Οικονομική», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα

¹⁴ Κοινοτική Πρωτοβουλία Equal (2006), «Τουριστική οικονομική και ελληνική τουριστική οικονομία», Θεσσαλονίκη

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ΄ : ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

3 Επιδράσεις του τουρισμού

Ο τουριστικός τομέας είναι ένα περίπλοκο σύστημα, καθώς έχει διασυνδέσεις με ποικίλες οικονομικές δραστηριότητες και δέχεται επιρροές από κοινωνικούς και πολιτικούς παράγοντες. Αποτελεί διεθνώς, μια ταχύτατα αναπτυσσόμενη βιομηχανία και ως οικονομική δραστηριότητα έχει σημαντικές επιπτώσεις, στον τόπο και στην χώρα υποδοχής των τουριστών. Οι επιπτώσεις αυτές μπορεί να είναι οικονομικές, περιφερειακές, κοινωνικές, πολιτισμικές και περιβαλλοντικές, όπως αναλύονται ακολούθως.

Στο σημείο αυτό πρέπει να επισημανθεί ότι ο όρος «επιπτώσεις» σύμφωνα με τον Κοκκώση κ.α. (2001:28), «χρησιμοποιείται για να περιγράψει όλες τις αλλαγές που προκαλούνται στην οικονομία, στην κοινωνία, στον πολιτισμό και στο περιβάλλον των περιοχών ή χωρών, όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της λειτουργίας του τουριστικού τομέα».

3.1 Επιπτώσεις στην οικονομία

Αρχικά υποστηρίχτηκε η άποψη ότι ο τουρισμός έχει κυρίως οικονομικές επιπτώσεις και οι πρώτες μελέτες ασχολήθηκαν μόνο με αυτές. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (World Travel and Tourism Council, 1992) ο τουριστικός τομέας αναπτύχθηκε περίπου κατά 300% το διάστημα 1970 έως 1990, με αποτέλεσμα να δημιουργεί ετήσια εισοδήματα ύψους 540 εκατομμυρίων δολαρίων σε μισθούς και ημερομίσθια.

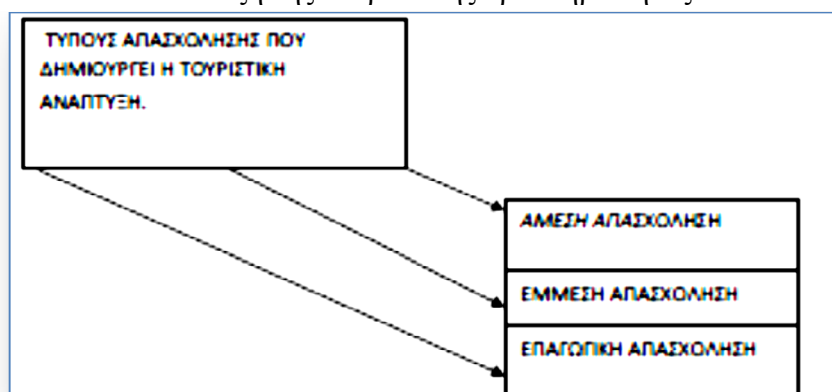
Γενικά στην βιβλιογραφική επισκόπηση, επικρατεί η άποψη ότι υπάρχει θετική συμβολή στην απασχόληση, εφόσον δημιουργεί ένα σημαντικό αριθμό νέων θέσεων απασχόλησης στον τόπο υποδοχής των τουριστών.

Για τις περισσότερες αναπτυσσόμενες χώρες, ο τουρισμός αποτελεί τη μοναδική εξαγωγική βιομηχανία, συνεισφέροντας σημαντικά στο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν, ενώ σε χώρες όπως η Ελλάδα, φαίνεται να έχει θετική συμβολή στο Εθνικό Ισοζύγιο Πληρωμών. Ωστόσο, η συμβολή του στο Α.Ε.Π. μιας χώρας¹⁵, στο παρελθόν δεν είχε θεωρηθεί σημαντική και περιοριζόταν στον υπολογισμό με βάση και τη διεθνή πρακτική του ετήσιου εισπραττόμενου συναλλάγματος. (Κ.Ε.Π.Ε. 1984, ΣΕΤΕ 1993)

3.1.1 Επίδραση στην Απασχόληση και στο Εισόδημα

Σύμφωνα με τον Λύτρα κ.α.(1999), δημιουργούνται τρεις τύποι απασχόλησης από την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας.

Σχήμα 5: Οι τύποι απασχόλησης που δημιουργούνται από την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας



Πηγή: Λύτρας κ.α. (1999)

Πιο συγκεκριμένα, η «άμεση απασχόληση» προκύπτει από τις δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες σε παραγωγικές μονάδες της τουριστικής βιομηχανίας. Ο κύριος όγκος της άμεσης απασχόλησης αφορά στα τουριστικά καταλύματα και ο αριθμός των απασχολούμενων ποικίλει ανάλογα με την σπουδαιότητα του τουριστικού τομέα.

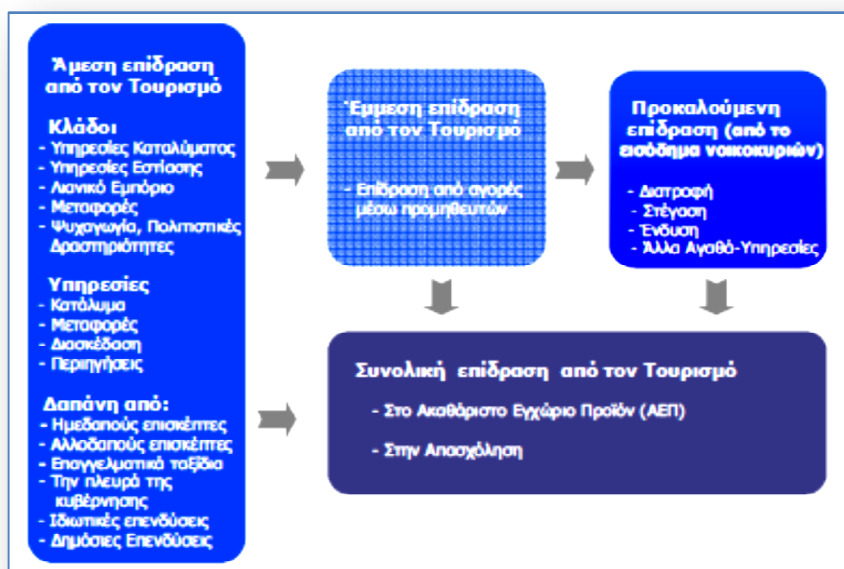
¹⁵ Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2006), Μελέτη: «Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία, κοινωνία & προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη», Χίος

Η «έμμεση απασχόληση» προκύπτει από δραστηριότητες της τουριστικής προσφοράς, αλλά δεν προκαλείται άμεσα από δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες. Αφορά δηλαδή τις επιχειρήσεις που προμηθεύουν τον τουριστικό τομέα με αγαθά και υπηρεσίες που έχει ανάγκη και επομένως η έμμεση απασχόληση αναφέρεται στις θέσεις εργασίας, που οφείλονται στην τουριστική δραστηριότητα και ανήκουν σε κλάδους, όπως οι κατασκευές και η γεωργία.

Η «επαγωγική απασχόληση» αναφέρεται στην επιπλέον απασχόληση που προκύπτει από τις επιδράσεις του πολλαπλασιαστή του τουριστικού εισοδήματος, καθώς οι ντόπιοι κάτοικοι ξοδεύουν τα χρήματα που κέρδισαν από την εμπλοκή τους με τον τουριστικό τομέα.

Σε πρόσφατη μελέτη του IOBE¹⁶, αναφέρεται ότι η επίδραση του τουρισμού στην εγχώρια οικονομία διακρίνεται σε άμεση, έμμεση και προκαλούμενη.

Σχήμα 6: Μορφές επίδρασης του τουρισμού στην οικονομία



Πηγή: IOBE (2012)

¹⁶ IOBE (2012), Μελέτη: «Η επίδραση του τουρισμού στην οικονομία», Αθήνα

Συγκεκριμένα, η «άμεση επίδραση» από την τουριστική κατανάλωση προκύπτει από τις μεταβολές του επιπέδου της παραγωγής, λόγω της τουριστικής κατανάλωσης, σε συνδυασμό με την αύξηση των αρχικών εισροών που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις αυτές.

Η αύξηση της παραγωγής σε κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, που επηρεάζονται άμεσα από τον τουρισμό, οδηγεί σε αύξηση της ζήτησης για προϊόντα άλλων κλάδων, τα οποία χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία. Με αυτό τον τρόπο δημιουργείται η ανάγκη επιπρόσθετων εισροών από την πλευρά των προμηθευτών, για την κάλυψη της επιπλέον ζήτησης των προϊόντων που παράγουν. Αυτή η αλληλεξάρτηση μεταξύ των παραγωγικών διαδικασιών σε μια οικονομία αποτελεί την «έμμεση επίδραση».

Ο όρος «προκαλούμενη επίδραση», αφορά την συνεισφορά από τη ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες στην οικονομία, για παράδειγμα στο ΑΕΠ και στην απασχόληση, σαν αποτέλεσμα της μεταβολής του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών, που υφίσταται εξαιτίας της εμπλοκής τους με τον τουρισμό.

Σημειώνεται ότι ο τουρισμός συμβάλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, καθώς ο τουρίστας στην περιοχή που θα επισκεφτεί, θα χρειαστεί μια σειρά από υπηρεσίες και αγαθά, η παροχή και η παραγωγή των οποίων απαιτεί πολλούς εργαζόμενους. Μάλιστα με βάση την Ευρωπαϊκή Επιτροπή Κοινοτήτων (2007)¹⁷, η αύξηση της απασχόλησης στον τομέα του τουρισμού είναι σημαντικά υψηλότερη από ότι στους υπόλοιπους τομείς της οικονομίας τα τελευταία έτη. Έτσι, καθίσταται σημαντική η συμβολή του τουρισμού για την επίτευξη του στόχου της στρατηγικής της Συνθήκης της Λισαβόνας, σχετικά με την δημιουργία περισσότερων και καλύτερων θέσεων απασχόλησης.

¹⁷ Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (2007), Ανακοίνωση της Επιτροπής: «Ατζέντα για έναν αιεφόρο και ανταγωνιστικό ευρωπαϊκό τουρισμό», Βρυξέλες

Οι επενδύσεις στον ευρύτερο τομέα του τουρισμού και η λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων, συμβάλουν στη δημιουργία εθνικού εισοδήματος. Εξάλλου, πρόκειται για ένα τομέα εντάσεως εργασίας, που οδηγεί στην αύξηση της απασχόλησης, αφού η υποκατάσταση της εργασίας με κεφάλαιο είναι αδύνατη και κατά συνέπεια οδηγεί σε αύξηση του εισοδήματος.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO, 2009), ο τουριστικός κλάδος απασχολεί περίπου διακόσια εκατομμύρια άτομα παγκοσμίως. Στην Ελλάδα με βάση τον ΣΕΤΕ¹⁸ το 2011, υπολογίζεται ότι η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία ήταν 758.300 θέσεις εργασίας και αντιστοιχούσε στο 18,4% των απασχολουμένων, εποχικά ή συμπληρωματικά με κάποια άλλη δευτερεύουσα εργασία.

Ο εποχικός χαρακτήρας του τουρισμού επηρεάζει συνήθως την απασχόληση, καθώς σε μεγάλο ποσοστό είναι εποχική, ανειδίκευτη και περιστασιακή (Hudson R.,1992). Οι εποχικές διακυμάνσεις έχουν σαν επακόλουθο την αύξηση της ανεργίας των κατοίκων των τόπων υποδοχής τουριστών, τους μη τουριστικούς μήνες. Ωστόσο, η συμβολή του τουρισμού συνολικά στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στην ενίσχυση της αυτό-απασχόλησης είναι ιδιαίτερα σημαντική (Ηγουμενάκης κ.α., 1999).

Μάλιστα έρευνα του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης¹⁹ (ΟΟΣΑ) έδειξε ότι ο τουρισμός δημιουργεί θέσεις εργασίας για το τμήμα του εργατικού δυναμικού, το οποίο μαστίζεται από την ανεργία, όπως τα νεαρά άτομα και οι γυναίκες. Επίσης, τονίζεται ότι οι άνεργοι που απορροφώνται από τον τουρισμό, προέρχονται κατά 70% από μη τουριστικά επαγγέλματα, γεγονός που καταδεικνύει τη σημασία του τουρισμού ως τομέα απορρόφησης ανέργων (Βαρβαρέσος,2002).

¹⁸ SETE(2012), “Greek Tourism: Facts & Figures-2011”, Athens

¹⁹ Κοινοτική Πρωτοβουλία Equal (2006), «Τουριστική οικονομική και ελληνική τουριστική οικονομία», Θεσσαλονίκη

3.1.2 Επίδραση στο Ισοζύγιο Τρεχουσών Συναλλαγών

Το Ισοζύγιο Τρεχουσών Συναλλαγών μιας χώρας, αποτελεί το σύνολο των λογαριασμών που εμφανίζουν τις οικονομικές συναλλαγές της χώρας με τις υπόλοιπες, σε δεδομένη χρονική στιγμή και μπορεί να είναι ελλειμματικό. Τα συναλλαγματικά έσοδα είναι οι πράξεις σε ξένο νόμισμα από τις πληρωμές αγαθών και υπηρεσιών των μη μόνιμων κατοίκων.

Οι μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί σχετικά με την επίδραση του τουρισμού στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, επικεντρώνονται σε δύο κύρια θέματα:

- i.** στη θετική συμβολή των συναλλαγματικών εσόδων από τον τουρισμό στο ισοζύγιο και
- ii.** στην επιβάρυνση του ισοζυγίου πληρωμών των τουριστικών χωρών, εξαιτίας της ανάγκης τους να εισάγουν αναγκαία αγαθά για την λειτουργία του τουριστικού τομέα.

Ο τουρισμός έχει διαπιστωθεί ότι επιφέρει αύξηση των συναλλαγματικών εσόδων και μείωση του ελλείμματος ισοζυγίου πληρωμών της χώρας υποδοχής των τουριστών (Lickorish, 2004). Ωστόσο, κάποιες φορές οι τουριστικές ανάγκες φαίνεται να καλύπτονται με εισαγωγές από άλλες χώρες και έτσι τα τουριστικά έσοδα διαφεύγουν στο εξωτερικό.

Όσον αφορά την Ελλάδα, οι συναλλαγματικές εισπράξεις από τον εισερχόμενο τουρισμό είναι αρκετά σημαντικές, με αποτέλεσμα να συμβάλουν στην κάλυψη ενός μέρους του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου (Πριωνάκη Μ., 2008). Μάλιστα το 2011 οι συναλλαγματικές εισπράξεις βελτιώθηκαν σημαντικά και σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδας, το πρώτο οκτάμηνο του έτους αυξήθηκαν κατά 10%²⁰.

²⁰ ΙΤΕΠ (2011): «Εξελίξεις στα βασικά μεγέθη της Ελληνικής ξενοδοχειακής αγοράς κατά τα έτη 2010-2011», Αθήνα

3.1.3 Επίδραση στα φορολογικά έσοδα για το κράτος

Η αύξηση των κρατικών εσόδων μέσω του τουρισμού, εξαρτάται από τη φορολογική και νομική δομή κάθε χώρας²¹. Η τουριστική ανάπτυξη απαιτεί τη δημιουργία επιχειρήσεων, που παρέχουν κύριες και δευτερεύουσες υπηρεσίες στον τουρισμό, για την ανάπτυξη της κατάλληλης υποδομής και για την παροχή και παραγωγή όλων των απαραίτητων αγαθών και υπηρεσιών προς τους τουρίστες. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα το κράτος να αποκομίζει κέρδη από την επιβολή φόρων προς αυτές τις επιχειρήσεις. Έτσι, ο τουρισμός συνεισφέρει στην αύξηση των κρατικών εσόδων και στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας.

3.1.4 Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη

Η τουριστική ανάπτυξη είναι ένα από τα πιο αποτελεσματικά εργαλεία για τις περιφέρειες και τις χώρες, που προσπαθούν να θέσουν προτεραιότητες για τη μελλοντική τους ανάπτυξη. Σε αυτές περιλαμβάνονται οικονομικά οφέλη, όπως η δημιουργία και διανομή εισοδήματος με κοινωνικά αποτελέσματα, η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και η βελτίωση της ποιότητας ζωής (Βαρβαρέσος κ.α., 2002).

Το περιφερειακό πρόβλημα εμφανίζεται από χώρα σε χώρα και από περιφέρεια σε περιφέρεια, με διαφορετική μορφή και ένταση (Λύτρας κ.α., 1999). Οι περιφέρειες χαρακτηρίζονται από κάποιο βαθμό προβληματικότητας και απαιτείται η εφαρμογή ανάλογης περιφερειακής πολιτικής, για αποτελεσματική αντιμετώπιση. Στην διαμόρφωση αυτής της πολιτικής μπορεί να συμβάλει η αρμονική ανάπτυξη της τουριστικής προσφοράς και ζήτησης, έτσι ώστε ο φυσικός, οικονομικός και κοινωνικός σχεδιασμός να ενσωματώνονται στη διαδικασία του γενικού τουριστικού σχεδίου ανάπτυξης.

²¹ Attanayake A., Samaranyake H.M.S., Ratnapala N. (1983), "Sri Lanka" in E.A Pye - T.Lin, (eds) "Tourism in Asia: The Economic Impact", Singapore University Press

3.1.4.1 Θετική συμβολή

Ο τουρισμός είναι δυνατόν να διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο για τις περιφέρειες των τουριστικών χωρών, καθώς συχνά η διαφορά στην οικονομική ανάπτυξη, μεταξύ των μεγάλων αστικών πόλεων και της περιφέρειας, είναι μεγάλη. Εξάλλου ο τουρισμός από την φύση του αναπτύσσεται κυρίως σε περιφερειακό επίπεδο, ενεργοποιώντας την αναπτυξιακή διαδικασία. Έτσι, εμφανίζονται θετικές οικονομικές επιπτώσεις στην παραγωγική βάση της περιφερειακής οικονομίας.

Μέσα από τη βιβλιογραφική επισκόπηση προκύπτει ότι ο τουρισμός συμβάλει στην αύξηση των φορολογικών εσόδων του κράτους, όπως ήδη έχει αναφερθεί, αλλά και των περιφερειακών εσόδων, μέσω της είσπραξης των δημοτικών φόρων και τελών.

Σε περιφερειακό επίπεδο, η αύξηση των τουριστικών επενδύσεων έχει τρία θετικά αποτελέσματα. Πρώτον, η δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, έχει σαν αποτέλεσμα την αντιμετώπιση του φαινομένου της ανεργίας, έστω και εποχικά, με αποτέλεσμα σε περιφερειακό επίπεδο να παρατηρείται μείωση του μεταναστευτικού κύματος, κυρίως των νέων της περιφέρειας, προς τα μεγάλα αστικά κέντρα, κάτι το οποίο οδηγεί και σε μείωση της αστικοποίησης (Shaw G., 2004).

Δεύτερον, όπως στην περίπτωση της αύξησης του εθνικού εισοδήματος, η ανάπτυξη τουριστικών επενδύσεων, έχει διαπιστωθεί μέσα από μελέτες, ότι οδηγεί και σε αύξηση του εισοδήματος της περιφέρειας. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την μείωση των εισοδηματικών ανισοτήτων μεταξύ περιφέρειας και μεγάλων πόλεων.

Τρίτον, η ανάπτυξη επενδύσεων συχνά αφορά και τον τομέα των υποδομών. Η δημιουργία καλύτερων τουριστικών και μη υποδομών είναι αναγκαία για την αποτελεσματική εξυπηρέτηση των τουριστών, αλλά και των μόνιμων κατοίκων των τουριστικών περιοχών, έχοντας ως άμεσο επακόλουθο την βελτίωση της ποιότητας ζωής στην περιφέρεια.

Στις θετικές επιπτώσεις του τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη συγκαταλέγεται και η αύξηση της ζήτησης των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών. Έτσι, αυξάνεται η εγχώρια προστιθέμενη αξία και μέσω της εξοικείωσης των τουριστών με τα προϊόντα αυτά, πραγματοποιούνται συχνά εξαγωγές τοπικών προϊόντων, προς τις χώρες προέλευσης των τουριστών.

3.1.4.2 Αρνητικές επιπτώσεις

Παρά τις σημαντικές θετικές επιδράσεις του τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη, δεν θα πρέπει να υποβαθμιστούν οι αρνητικές επιπτώσεις που υπάρχουν. Σε περιοχές όπου ανθίζει ο τουρισμός, διαπιστώθηκε αύξηση του κόστους ζωής, καθώς τα αγαθά είναι πιο ακριβά για τους τουρίστες, αλλά και για τους μόνιμους κατοίκους.

Η συχνή επαφή των τουριστών με τους ντόπιους κατοίκους των περιοχών υποδοχής τουριστών, έχει διαπιστωθεί πως σε πολλές περιπτώσεις, επιδρά αρνητικά στην τοπική κοινωνική δομή. Μάλιστα συχνά παρατηρούνται αλλοιώσεις στα κοινωνικά πρότυπα, καθώς και ευρεία εμπορευματοποίηση των τοπικών παραδόσεων και του πολιτισμού.

Επιπρόσθετα, εξαιτίας της έντονης και πολλές φορές χωρίς περιορισμούς, τουριστικής δραστηριότητας η ρύπανση του περιβάλλοντος είναι εντονότερη και οι φυσικοί πόροι εμφανίζουν συχνά αλλοιωμένη μορφή. Επομένως, ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στη βελτίωση και στην ανάπτυξη των περιφερειών, έχοντας ωστόσο κάποιες αξιοσημείωτες αρνητικές επιπτώσεις.

Είναι αναγκαίο να ληφθούν μέτρα που να ελαχιστοποιούν τις αρνητικές αυτές επιπτώσεις, με ταυτόχρονη ενίσχυση των θετικών αποτελεσμάτων του τουρισμού, σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Αυτό είναι εφικτό, εφόσον οι περιφέρειες δεν εξαρτώνται αποκλειστικά από τον τουρισμό, καθώς αυτός θα πρέπει λειτουργεί συμπληρωματικά με άλλους τομείς της οικονομίας (Gartner 1996, Βαρβαρέσος 1997).

3.2 Επιπτώσεις στο περιβάλλον

Το περιβάλλον αποτελεί ένα σημαντικό στοιχείο ενεργητικού για τον τουρισμό και υπάρχει άμεση σχέση μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος. Η ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας καθορίζεται από το φυσικό περιβάλλον, στο οποίο φαίνεται να επιδρά σημαντικά. Ο τουρισμός μπορεί να επιφέρει τόσο θετικές, όσο και αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον (Jenkins et al, 1986) και αυτό εξαρτάται από το πόσο καλά σχεδιάζεται και ελέγχεται η τουριστική ανάπτυξη.

Θέματα σχετικά με το περιβάλλον και την διασφάλισή του, φαίνεται να έχουν ευαισθητοποιήσει και κινητοποιήσει τόσο τους πολίτες, όσο και τις κυβερνήσεις και τους αρμόδιους φορείς σε όλο τον πλανήτη. Το ζήτημα των επιπτώσεων του τουρισμού στο περιβάλλον ήρθε στο προσκήνιο από την δεκαετία του 1980, όταν ο τουρισμός εξαπλωνόταν ραγδαία. Μια σειρά σοβαρών περιβαλλοντικών προβλημάτων και καταστροφών, που εμφανίστηκαν τότε, κατέστησαν φανερό ότι ο τουρισμός διαδραματίζει σημαντικό ρόλο σε αυτό.

Σύμφωνα με τον Cooper et al. (1992), η τουριστική δραστηριότητα εμφανίζεται κυρίως σε περιοχές με ευαίσθητο φυσικό περιβάλλον, όπως σε βουνά και παραλίες. Συγκεκριμένα υποστήριξαν ότι το μεταπολεμικό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, του μαζικού τουρισμού, είναι αυτό που ευθύνεται σε μεγάλο βαθμό για την δημιουργία αξιοσημείωτων περιβαλλοντικών προβλημάτων.

Αν και ο μαζικός τουρισμός ήταν το επιδιωκόμενο της τουριστικής βιομηχανίας, πολύ λίγες χώρες απέφυγαν τις αρνητικές του επιδράσεις στο φυσικό περιβάλλον του τόπου προορισμού (Τσάρτας, 2003). Στο πλαίσιο αυτό, η σημασία της πρόληψης και επίλυσης των προβλημάτων, που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη και το περιβάλλον, είναι πολύ σημαντική.

3.2.1 Θετική συμβολή

Η τουριστική ανάπτυξη, όπως αναφέρθηκε ανωτέρω έχει άμεση σχέση την ποιότητα του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων και έχει αποδειχτεί ότι μπορεί να επιφέρει θετικά αποτελέσματα²².

Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στη διατήρηση και ανάπτυξη σημαντικών φυσικών περιοχών, που αποτελούν πόλους τουριστικής έλξης, μέσα από το σωστό σχεδιασμό και την κατάλληλη διαχείριση. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η ανάπτυξη πάρκων και προστατευόμενων περιοχών, συμπεριλαμβανόμενης της σύστασης εθνικών και περιφερειακών πάρκων.

Μπορεί επίσης να συμβάλει στη βελτίωση της περιβαλλοντικής ποιότητας και αισθητικής. Ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει το κίνητρο για τον έλεγχο της ποιότητας του νερού, του αέρα, της ηχορύπανσης, των απορριμμάτων. Μάλιστα μέσω προγραμμάτων διατήρησης του τοπίου, σχεδιασμού και καλύτερης συντήρησης κτηρίων, μπορεί να συντελέσει στη βελτίωση της περιβαλλοντικής αισθητικής. Βέβαια μπορεί να διαδραματίσει καθοριστικό παράγοντα για τη βελτίωση των υποδομών, κυρίως των οδικών και αεροπορικών υποδομών, των επικοινωνιών, των υποδομών ύδρευσης, αποχέτευσης και διάθεσης απορριμμάτων.

Επιπρόσθετα, φαίνεται πως είναι δυνατόν να επηρεάσει την αύξηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης. Πιο συγκεκριμένα, μέσω της επικέντρωσης του ενδιαφέροντος των τουριστών για τη φύση και της αναγνώρισης της σπουδαιότητας της διατήρησης του φυσικού περιβάλλοντος για την τουριστική ανάπτυξη, μπορεί να επιτευχθεί η αύξηση της ευαισθητοποίησης των κατοίκων των σχετικών περιοχών για το περιβάλλον.

²² Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδος (Ο.Κ.Ε., 2008), Έκδοση Γνώμης Πρωτοβουλίας με τίτλο «Τουρισμός και Περιβάλλον»

3.2.2 Αρνητικές επιδράσεις

Τα έργα υποδομής για την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας έχουν άμεσες επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον, δηλαδή στα οικοσυστήματα, στη χλωρίδα, στην πανίδα, στο τοπίο, στο έδαφος, στον αέρα, στη θάλασσα, στο νερό και διαταράσσουν τις ισορροπίες που το διέπουν. Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις αποτελούν προβλήματα που απειλούν τον πλανήτη και εντείνονται εξαιτίας της τουριστικής ανάπτυξης.

Με βάση μελέτη της Ο.Κ.Ε (2008)²³, οι αρνητικές επιπτώσεις από την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας στο περιβάλλον αφορούν κυρίως τα εξής σημεία:

- Οικοδόμηση

Έχει διαπιστωθεί πως η οικοδόμηση σε ευαίσθητα οικοσυστήματα, όπως δάση, ακτές και ενίοτε σε προστατευόμενες περιοχές NATURA, είναι κατασκευές χωρίς πολεοδομική άδεια, ενώ σε αρκετές περιπτώσεις γίνεται υπέρβαση των ορίων δόμησης.

Μάλιστα σύμφωνα με τον Λύτρα κ.α. (1999), οι επιδράσεις του τουρισμού στα φυσικά οικοσυστήματα άπτονται σε μεγάλο βαθμό των περιβαλλοντικών καταστροφών. Συντελούνται σε περιοχές φυσικού κάλλους, είτε με την εμφάνιση μεγαθηρίων από μπετόν, είτε με την αλλοίωση του τοπικού πολεοδομικού και αρχιτεκτονικού στοιχείου, καθώς εγκαταλείπονται τα ντόπια υλικά και αντικαθίστανται με γυαλί και μπετόν, είτε με την εκπληκτική σε εύρος και όγκο περιβαλλοντική καταστροφή, εξαιτίας των ανεξέλεγκτων διαφημιστικών πινακιδίων.

Σύμφωνα με τον Αγγελίδη (1994), η ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας μπορεί να επηρεάσει την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος του τόπου υποδοχής των τουριστών, μέσω της υπερβολικής αύξησης της πυκνότητας δόμησης.

²³ Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδος (Ο.Κ.Ε.) Έκδοση Γνώμης Πρωτοβουλίας με τίτλο «Τουρισμός και Περιβάλλον», 2008.

Ο οικοδομικός όγκος που δημιουργείται, αλλοιώνει τη μορφή του ευαίσθητου φυσικού χώρου και ο κοινόχρηστος συλλογικός χώρος αναψυχής περιορίζεται στο ελάχιστο. Έτσι, η επιρροή όλων αυτών των δράσεων στον χώρο του τουρισμού, είναι ισχυρή και συχνά μη επανορθώσιμη και έχει άμεσες επιδράσεις στα φυσικά οικοσυστήματα.

- Τοπία

Η αλλοίωση του τοπίου συχνά είναι μη αντιστρεπτή, κυρίως στις παράκτιες και περί αστικές ζώνες τουριστικών προορισμών, λόγω της διάσπαρτης δόμησης σε εκτεταμένες πρώην αγροτικές ζώνες. Η κάλυψη ζωτικού χώρου από το φυσικό περιβάλλον για τις βασικές και τις συνοδευτικές εγκαταστάσεις, όπως είναι οι τεχνητές πλαζ, οι μαρίνες, αλλάζει σημαντικά τη φυσιογνωμία των ακτών και των ορεινών περιοχών.

Όσον αφορά το ελληνικό τοπίο, τονίζεται ότι έχει υποστεί ραγδαίες μεταβολές εξαιτίας του τουρισμού, της εγκατάλειψης των γεωργικών εκμεταλλεύσεων και της οικιστικής ανάπτυξης. Σε πολλές περιπτώσεις αλλοιώθηκε ο τοπικός χαρακτήρας, με ιδιαίτερα δυσμενείς συνέπειες, καθώς το τοπίο εμπεριέχει και την αποτύπωση του ιστορικού και πολιτιστικού στίγματος των περιοχών.

- Νερό

Ο τουρισμός μπορεί να οδηγήσει σε υποβάθμιση της ποιότητας ή και σε έλλειψη πόσιμου νερού. Συγκεκριμένα, η αυξημένη άντληση νερού για την κάλυψη των τουριστικών αναγκών αποτελεί τον κύριο λόγο της εμφάνισης προβλημάτων, τα οποία εντείνονται όταν δεν υπάρχει καλό σύστημα αποχέτευσης στις τουριστικές υποδομές.

Ειδικά στα Ελληνικά νησιά η ζήτηση για νερό δεν προέρχεται από τον πρωτογενή τομέα, που αποτελεί σε επίπεδο Ελλάδας τον μεγάλο καταναλωτή νερού σε ποσοστό 85% της κατανάλωσης (ΥΠΕΧΩΔΕ, 2007), αλλά σε αστική χρήση, συμπεριλαμβανόμενου του τουρισμού και μάλιστα τονίζεται πως ο τουρισμός είναι ο μεγάλος καταναλωτής.

- Αέρας

Η ρύπανση του αέρα συνδέεται τόσο με τη μεταφορά των τουριστών από τον τόπο διαμονής τους στον προορισμό, όσο και από τη χρήση μεταφορικών μέσων κάθε τύπου, που χρησιμοποιούνται από τους τουρίστες για ικανοποίηση των αναγκών τους, κυρίως σε μεγάλα τουριστικά κέντρα.

- Οικολογική διαταραχή

Πολλοί τύποι οικολογικών προβλημάτων μπορεί να προκύψουν από την ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη και χρήση. Οι αλλαγές των χρήσεων γης, που προκύπτουν ως αποτέλεσμα της αστικοποίησης που προκαλεί ο τουρισμός, μπορεί να επηρεάσουν τη βιοποικιλότητα της περιοχής, τα υπόγεια νερά και την ποιότητα του εδάφους, ανάλογα με το είδος της περιοχής που δομείται.

- Υποβάθμιση σε αρχαιολογικούς και ιστορικούς χώρους

Η υπερβολική και ταυτόχρονα κακή χρήση των περιβαλλοντικά εύθραυστων αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων, μπορεί να οδηγήσει στην καταστροφή αυτών των στοιχείων μέσα από την αλόγιστη χρήση από τον υπερβολικό αριθμό επισκεπτών, καθώς και από την έλλειψη συστημάτων διαχείρισης (ΟΟΣΑ,1980).

- Κλίμα

Η σχέση της τουριστικής δραστηριότητας με την κλιματική αλλαγή έχει αποτελέσει αντικείμενο έρευνας πρόσφατων μελετών και έχει διαπιστωθεί πως ο τουρισμός ευθύνεται για το 5% των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα παγκοσμίως. Αυτό αποδίδεται μεταξύ άλλων και στην εξάρτηση της τουριστικής βιομηχανίας από τις μεταφορές μέχρι τα συστήματα κλιματισμού, που επιβαρύνουν με τις εκπομπές τους την ατμόσφαιρα.

Ωστόσο, υπάρχει μια αμφίδρομη αλληλεπίδραση μεταξύ τουρισμού και κλιματικής αλλαγής, καθώς η αλλαγή του κλίματος με την σειρά της φαίνεται να επηρεάζει τόσο τον τουρισμό, όσο και όλες τις εξαρτώμενες από αυτόν δραστηριότητες²⁴. Το φαινόμενο της υπερθέρμανσης του πλανήτη αναμένεται να έχει αρνητικές επιπτώσεις σε αρκετούς τουριστικούς προορισμούς, κυρίως σε παραθαλάσσιους προορισμούς, αλλά και σε ορεινές περιοχές, όπου αναπτύσσεται ο χειμερινός τουρισμός.

- Ηχορύπανση

Ο θόρυβος που δημιουργείται από τη συγκέντρωση τουριστών, τουριστικών οχημάτων ή και τουριστικών αξιοθέατων, όπως τα πάρκα διασκέδασης και οι πίστες αγώνων με αυτοκίνητα και μοτοσικλέτες, μπορεί να φτάσει σε ενοχλητικά ή δυσάρεστα επίπεδα.

- Απόβλητα

Η ρύπανση του εξωτερικού περιβάλλοντος με σκουπίδια ή μπάζα αποτελεί συνηθισμένο πρόβλημα στις τουριστικές περιοχές, εξαιτίας του μεγάλου αριθμού επισκεπτών τους, αλλά και των δραστηριοτήτων στις οποίες εκείνοι εμπλέκονται. Η ακατάλληλη απόρριψη συμπαγών αποβλήτων από θέρετρα και ξενοδοχεία μπορεί να δημιουργήσει αφενός σκουπίδια κι αφετέρου προβλήματα υγείας, εξαιτίας μικροοργανισμών, ασθενειών ή μόλυνσης, καθώς και να καταστήσει απωθητικό το περιβάλλον.

²⁴ ΣΕΤΕ (2010), Μελέτη: «Ελληνικός Τουρισμός 2020: Πρόταση για το νέο αναπτυξιακό μοντέλο», Αθήνα

3.3 Επιπτώσεις στον κοινωνικό και πολιτιστικό τομέα

Ο τουρισμός επηρεάζει άμεσα την κοινωνία και τον πολιτισμό, προκαλώντας αλλαγές στην κοινωνική δομή της τοπικής κοινωνίας. Ιδιαίτερα στις νησιωτικές και ορεινές περιοχές διαμορφώνεται μια νέου τύπου αστικοποιημένη κοινωνική δομή, με τον τουρισμό να κυριαρχεί σε όλα τα επίπεδα²⁵.

Η συμβολή του τουρισμού στη ευημερία των κατοίκων μιας περιοχής είναι διαπιστωμένη και επιθυμητή, παρά τους κινδύνους που απορρέουν από τις αρνητικές επιπτώσεις που εμφανίζονται τόσο στο φυσικό, όσο και στο ανθρωπογενές περιβάλλον (De Kadt,1990 & Urdang,2001).

Σύμφωνα με τον Κοκκώση κ.α. (2001), οι κυριότερες επιπτώσεις του τουρισμού στην κοινωνία και στον πολιτισμό αφορούν τα ακόλουθα ζητήματα:

➤ Αλλαγές στην κοινωνία και στα καταναλωτικά πρότυπα των κατοίκων

Επηρεάζονται τα χαρακτηριστικά και οι λειτουργίες της τοπικής κοινωνίας, με εμφανείς αλλαγές σε περιοχές της υπαίθρου, σε αγροτικές και γεωγραφικά απομακρυσμένες περιοχές. Ο αστικός τρόπος ζωής επηρεάζει αρχικά τους νέους και σε δεύτερη φάση συνολικά τον πληθυσμό. Ιδιαίτερα εμφανείς είναι οι αλλαγές στα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα, με χαρακτηριστικό παράδειγμα την στροφή από τα επιστημονικά επαγγέλματα ή την εκπαίδευση στις αγροτικές κοινωνίες, στο κοινωνικό πρότυπο επιτυχίας που αποτελεί ο επιχειρηματίας του τουρισμού.

➤ Επαγγελματική και Κοινωνική κινητικότητα

Έχει παρατηρηθεί σταδιακή μετατροπή της παραγωγικής δομής σε μια οικονομία με κυριαρχία των υπηρεσιών και ιδιαίτερα των τουριστικών υπηρεσιών (Τσάρτας, 1996). Τα υψηλά εισοδήματα και η μεγαλύτερη κοινωνική αποδοχή των τουριστικών επαγγελμάτων, οδήγησε σε έντονη επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα (Τσάρτας, 2000).

²⁵ Τσάρτας Π. (1996), «Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό», Εκδόσεις Εξάντας

Έντονη είναι η κινητικότητα από τους εργαζόμενους σε άλλους κλάδους, όπως της γεωργίας, προς την απασχόληση σε επαγγέλματα που σχετίζονται με τον τουρισμό, κυρίως από τους νέους και τις γυναίκες. Η τάση αυτή έχει σαν αποτέλεσμα την διάχυση των εισοδημάτων του τουρισμού σε ευρύτερα στρώματα του πληθυσμού, αλλά και την σταδιακή εγκατάλειψη άλλων κλάδων. Η κινητικότητα αυτή ήταν εμφανής στους νέους, οι οποίοι πρώτοι ωφελήθηκαν από την εκμετάλλευση των επαγγελματικών ευκαιριών που πρόσφερε ο τουρισμός.

➤ Αλλαγές στα ήθη, έθιμα και στον πολιτισμό

Παρατηρήθηκαν σταδιακές, αλλά σημαντικές αλλαγές στον τρόπο αντιμετώπισης θεσμών, όπως η θρησκεία και η οικογένεια, σχετικά με θέματα όπως είναι η θέση της γυναίκας στην κοινωνία και η συμμετοχή σε εκκλησιασμό.

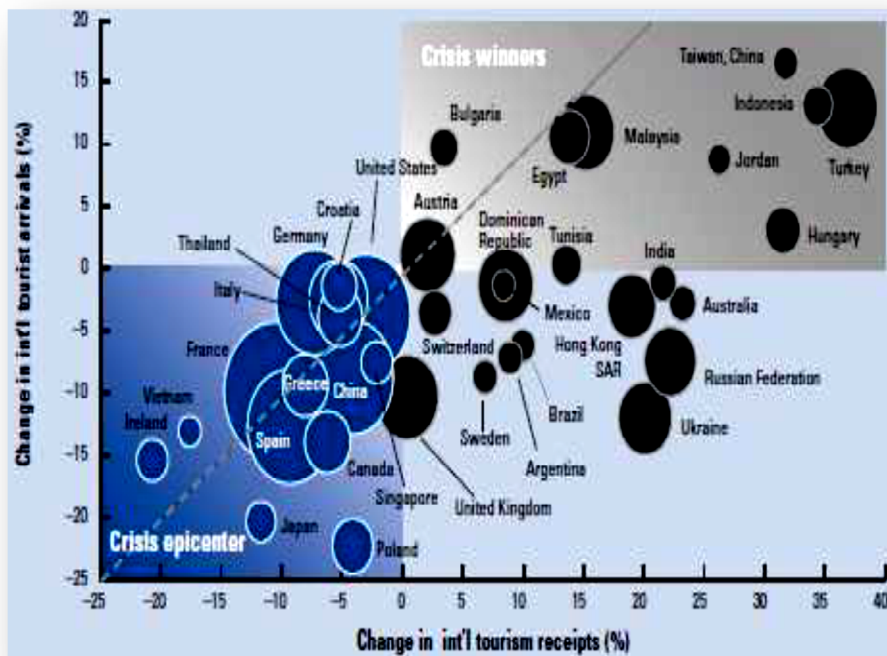
Όσον αφορά την τοπική παράδοση, των χώρων υποδοχής, έχει διαπιστωθεί πως οι κάτοικοι τείνουν να υιοθετούν περισσότερα αστικά πρότυπα στον τρόπο διασκέδασης και χρήσης του ελεύθερου χρόνου τους, ενώ παραδοσιακές εκδηλώσεις, όπως τα πανηγύρια, επηρεάζονται και από την εντατική εργασία στην τουριστική περίοδο, αλλά και από την τάση εγκατάλειψής τους, κυρίως από τους νέους. Τέλος, διαπιστώθηκε η εμπορευματοποίηση των τοπικών εθίμων και στοιχείων της παράδοσης, τα οποία μετατρέπονται σε θέαμα ή σουβενίρ για τους τουρίστες, εξαιτίας της οργανωμένης και μαζικής διάστασης του τουρισμού στην εκάστοτε χώρα, που απαιτούσε παρόμοια προϊόντα και εκδηλώσεις.

3.4 Η επίπτωση της κρίσης στο διεθνή ανταγωνισμό

Η παγκόσμια χρηματοοικονομική κρίση ξεκίνησε το 2007 από τις ΗΠΑ και επεκτάθηκε πολύ σύντομα και στον υπόλοιπο κόσμο, έχοντας την βάση της σε καίρια δομικά προβλήματα. Στην Ελλάδα τα πρώτα σημάδια της κρίσης άρχισαν να είναι εμφανή το 2008 και εντάθηκαν το 2009.

Το μεγαλύτερο πλήγμα το δέχθηκαν οι κλάδοι του τουρισμού, των κατασκευών και της γεωργίας, καθώς σημείωσαν σημαντικές ζημιές. Ειδικά ο κλάδος του τουρισμού, τόσο σε παγκόσμιο, όσο και σε εθνικό επίπεδο, εξακολουθεί έως σήμερα να βιώνει τις επιπτώσεις από την χρηματοοικονομική κρίση. Μάλιστα στο διάγραμμα 1, είναι εμφανής η μείωση τόσο στις αφίξεις, όσο και στις εισπράξεις σε μεγάλους ανταγωνιστικούς τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας.

Διάγραμμα 1: Η επίπτωση της οικονομικής κρίσης σε μεγάλους τουριστικούς προορισμούς (2007-2009)



Πηγή: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011- World Economic Forum 2011

Με βάση έρευνα της Τράπεζας της Ελλάδος, σχετικά με τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στον εισερχόμενο τουρισμό, διαπιστώθηκε για το έτος 2010 μείωση κατά 7,6% των τουριστικών εισπράξεων σε σχέση με το 2009, καθώς και μείωση 8,18% της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης των τουριστών που επισκέφθηκαν την χώρα.

Η παρατηρούμενη μείωση οφείλεται κυρίως στη μείωση της διάρκειας ημερών παραμονής των τουριστών στην Ελλάδα, αλλά και στη συρρίκνωση του διαθέσιμου χρηματικού ποσού για λόγους αναψυχής²⁶.

Το 2011 τα μεγέθη σημείωσαν μικρή βελτίωση για την Ελλάδα. Τόσο σε επίπεδο εσόδων, όσο και σε επίπεδο διεθνών αφίξεων σε σύγκριση με το 2010, υπήρξε σημαντική αύξηση, παρά τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος του τουρισμού. Όμως, τα αρχικά στοιχεία για το 2012 δεν ήταν ενθαρρυντικά για την Ελλάδα, καθώς διαπιστώθηκε στις ταξιδιωτικές εισπράξεις πτώση της τάξεως του 3,4% το 1^ο οκτάμηνο του 2012²⁷. Αυτό οφείλεται στη μείωση των εισπράξεων από τους κατοίκους των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης των 27 κατά 8,1%. Παράλληλα οι εισπράξεις από κατοίκους των λοιπών χωρών εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης των 27, την ίδια περίοδο του 2012 παρουσίασαν αύξηση κατά 7% σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2011²⁸. Επομένως, οι προοπτικές εμφανίζονται αρνητικές λόγω επιρροής από μια νέα διεθνή οικονομική ύφεση²⁹.

Βέβαια η πολιτική αστάθεια που υπάρχει στην Ελλάδα, δημιούργησε κλίμα ανασφάλειας από τους tour operators για την Ελλάδα, ως ταξιδιωτικό τόπο προορισμού, στη διοργάνωση της διεθνούς τουριστικής έκθεσης WTM-2011 του Λονδίνου. Ως αποτέλεσμα, παρατηρήθηκε μια μείωση των κρατήσεων, καθώς και έλλειψη ρευστότητας των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων. Ωστόσο, τα μηνύματα για τον ελληνικό τουρισμό στη τουριστική έκθεση CMT-2012 στην Στουτγάρδη, ήταν περισσότερο αισιόδοξα³⁰.

²⁶ «Έκθεση Αξιολόγησης της Εφαρμογής του θεσμοθετημένου Ειδικού Πλαισίου του Τουρισμού», Δ/νση Χωροταξίας Υ.Π.Ε.Κ.Α., 2010, Αθήνα

²⁷ <http://olympia.gr/> - Άρθρο με τίτλο: «Κρίση και στον Ελληνικό τουρισμό», (Ημερομηνία ανάρτησης 26/10/2012)

²⁸ <http://www.greekmoney.gr> - Άρθρο με τίτλο: «Γράπεζα της Ελλάδος - Πτώση κατά 8,4% στις εισπράξεις από τον Τουρισμό στο 8μηνο» (Ημερομηνία Ανάρτησης 26/10/2010)

²⁹ www.sete.gr- Αναφορά από 10ο Συνέδριο «Τουρισμός & Ανάπτυξη» του συνδέσμου, Νοέμβριος 2011

³⁰ www.gnto.gov.gr: «Συμμετοχή του ΕΟΤ στην Διεθνή Τουριστική Έκθεση CMT 2012 στην Στουτγκάρδη Γερμανίας»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ΄: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

4 Η συμβολή του τουρισμού, ως βιομηχανίας, στην Οικονομία

Τις τελευταίες δεκαετίες, η τουριστική βιομηχανία αποτελεί διεθνώς μια οικονομική δραστηριότητα που έχει μετατραπεί σε μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες σε παγκόσμιο επίπεδο, έχοντας ως κύριο χαρακτηριστικό τον δυναμισμό με τον οποίο αναπτύσσεται. Ως «τουριστική βιομηχανία», θεωρείται το σύνολο των δημόσιων και ιδιωτικών οργανισμών, που συμμετέχουν στην ανάπτυξη, στην παραγωγή και στην προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών με στόχο την εξυπηρέτηση των αναγκών των τουριστών (Μαυροδόντης,2001).

Η ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας επηρεάζει το σύνολο σχεδόν της εθνικής, περιφερειακής ή τοπικής οικονομίας υποδοχής τουριστών, στο βαθμό που αποτελεί ένα πολυσύνθετο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο³¹. Πλέον ο τουρισμός είναι μια βιομηχανοποιημένη δραστηριότητα, με μαζικό χαρακτήρα και έχει αναδειχθεί σε ένα σημαντικό παράγοντα του εξωτερικού εμπορίου. Αποτελεί κύρια πηγή απόκτησης συναλλάγματος και έχει συμβάλει στην δημιουργία θέσεων εργασίας και στην αύξηση του εισοδήματος στις χώρες υποδοχής των τουριστών.

Όμως η πραγματική συμβολή του τουριστικού τομέα στην οικονομία είναι δύσκολο να εκτιμηθεί με ακρίβεια, εξαιτίας της δυσκολίας υιοθέτησης μιας συγκεκριμένης μεθοδολογίας μέτρησης κα του γεγονότος ότι ο τουρισμός δεν αποτυπώνεται σε ένα μεμονωμένο κλάδο, καθώς συνδέεται με ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων (Ζαχαράτος Γ.,1986). Όσον αφορά την ελληνική οικονομία, ο τουρισμός και η ναυτιλία αποτελούν τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης, απασχόλησης και εισροής εσόδων.

³¹ JOURNAL:Ειδικά θέματα, 2002, Τόμος 3(4), Paper: "Tourism development planning: Two case studies in Greece"

4.1 Κλάδοι της οικονομίας που εμπλέκονται με τον τομέα του τουρισμού

Οι τουρίστες συνήθως απαιτούν μια ποικιλία αγαθών και υπηρεσιών στον τόπο προορισμού τους, συμπεριλαμβανομένης της φιλοξενίας, του φαγητού, της διασκέδασης, των υπηρεσιών μεταφοράς και των αναμνηστικών. Επομένως, η ανάπτυξη του τουρισμού κινητοποιεί ένα σημαντικό αριθμό παραγωγικών κλάδων που δραστηριοποιούνται για την κάλυψη της ζήτησης που δημιουργείται.

Η μέτρηση της τουριστικής δραστηριότητας γίνεται με τη χρήση Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού (ΔΛΤ). Συγκεκριμένα με κριτήριο τον κύριο σκοπό, τα ταξίδια που πραγματοποιούνται από τουρίστες και επισκέπτες, κατατάσσονται σε προσωπικά και επαγγελματικά. Τα επαγγελματικά ταξίδια συνήθως πραγματοποιούνται στο πλαίσιο επαφών μεταξύ στελεχών, αλλά και για λόγους όπως η συμμετοχή σε συνέδρια.

Στα προσωπικά ταξίδια διακρίνονται οι κατηγορίες: **α)** διακοπές και αναψυχή, **β)** επίσκεψη σε φίλους και συγγενείς, **γ)** εκπαίδευση, **δ)** υγεία και ιατρική φροντίδα, **ε)** θρησκευτικός τουρισμός και **στ)** αγορές και διαμετακόμιση επιβατών. Αποτελούν ένα αναλυτικό πλαίσιο, μέσα από το οποίο αναδεικνύονται οι πηγές της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς³².

Οι βασικοί κλάδοι της οικονομικής δραστηριότητας που ενισχύονται από την εμπλοκή τους στην τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής είναι οι ακόλουθοι:

- Ο κλάδος υπηρεσιών φιλοξενίας

Οι υπηρεσίες φιλοξενίας είναι ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την εικόνα και την προοπτική ανάπτυξης ενός τουριστικού προορισμού. Υπάρχουν τρία βασικά είδη καταλυμάτων που είναι τα ξενοδοχεία, τα μοτέλ και τα πανδοχεία. Ωστόσο, υπάρχουν και τα αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα, που περιλαμβάνουν τις εξοχικές κατοικίες, τις θερινές κατασκηνώσεις και τα κάμπινγκ με σκηνές και τροχόσπιτα.

³² Μελέτη IOBE: «Η επίδραση του τουρισμού στην οικονομία», Σεπτέμβριος 2012, Αθήνα

- Ο κλάδος των μεταφορών

Απαραίτητο στοιχείο πραγματοποίησης ενός ταξιδιού και ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας, αποτελούν οι υπηρεσίες μεταφοράς των τουριστών προς τους εκάστοτε τόπους προορισμού τους. Η ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς, η βελτίωση της ποιότητας μεταφοράς και η μείωση του χρόνου μεταφοράς από το σημείο μόνιμης κατοικίας των τουριστών προς τον τόπο προορισμού τους, συμβάλουν στην παράταση της διάρκειας των διακοπών.

Οι μεταφορές διακρίνονται σε θαλάσσιες, σιδηροδρομικές, αεροπορικές και οδικές. Η επιλογή του μέσου μεταφοράς των τουριστών εξαρτάται από την τιμή, τον χρόνο μεταφοράς που απαιτείται με κάθε μέσο και από την ποιότητα μεταφοράς.

- Ο κλάδος εστίασης και αναψυχής

Ιδιαίτερης σημασίας για την ανάπτυξη του τουρισμού μιας περιοχής, αποτελούν οι υπηρεσίες εστίασης και αναψυχής των τουριστών, τις οποίες θα χρησιμοποιήσουν οι τουρίστες για να αξιοποιήσουν όσο το δυνατόν καλύτερα τον ελεύθερο χρόνο τους. Στον κλάδο αυτό συμπεριλαμβάνονται τα εστιατόρια, τα μπαρ, οι αθλητικές εγκαταστάσεις, σπα, κέντρα διασκέδασης και γενικότερα οι εγκαταστάσεις που είναι διαθέσιμες σε μια περιοχή για την αναψυχή των τουριστών.

- Ο κλάδος των αξιοθέατων και των θεαμάτων

Τα αξιοθέατα μιας περιοχής μπορεί να αποτελούνται από φυσικούς και πολιτισμικούς της πόρους και συμβάλουν στην τουριστική της ανάπτυξη. Στον κλάδο αυτό υπάγονται για παράδειγμα τα μουσεία και οι διάφορες δραστηριότητες, που μπορεί να αναπτύξει ο τουρίστας στον τουριστικό προορισμό. Σε κάποιες περιοχές έχουν δημιουργηθεί κέντρα θρησκευτικού προσκυνήματος και θεματικά πάρκα, που να μπορούν να αποτελέσουν κίνητρο προσέλευσης για τους τουρίστες.

- Διάφοροι κλάδοι που ενεργοποιούνται από τον τουρισμό

Οι οικονομικές διασυνδέσεις αφορούν μια πληθώρα κλάδων και των τριών τομέων της ελληνικής οικονομίας (Πίνακας 2), οι οποίοι σχετίζονται με τα προϊόντα κατανάλωσης των τουριστών, την τροφοδοσία και λειτουργία των επιχειρήσεων του τουρισμού, καθώς και με τη συγκρότηση της υποδομής και ανωδομής του ευρύτερου τουριστικού τομέα³³.

Πίνακας 2: Κλάδοι που ωφελούνται απο τον τουρισμό

Οικοδομή	Γεωργία	Μεταφορές
Δομικά Υλικά	Κτηνοτροφία	Λιανικό Εμπόριο(τοπικά)
Επιπλο	Αλιεία	Χονδρικό Εμπόριο
Ηλεκτρικά Είδη	Τρόφιμα	Βιοτεχνικά
Μηχανολογικός	Ποτά-Αναψυκτικά	Δερμάτινα Είδη
Τηλεπικοινωνίες		Κοσμήματα- Αργυροχρυσοχοία
		Ενύση - Υπόδυση
ΚΕΠΕ 1984, Κασμάτη κ.α. 1995, Παυλόπουλος & Κουζέλης 1998, Μυλωνάς 2004, Τσάρτας 2010		

Πιο συγκεκριμένα, στο δευτερογενή τομέα ενεργοποιείται ο κλάδος του λιανικού εμπορίου, καθώς σε κάθε τουριστικό προορισμό έχουν δημιουργηθεί δεκάδες μαγαζιά εμπορίας αναμνηστικών αντικειμένων. Επίσης, εμπλοκή με τον τουρισμό εμφανίζουν τα καταστήματα ενοικίασης αυτοκινήτων και μοτοσυκλέτας, αλλά και καταστήματα παροχής προσωπικών υπηρεσιών, όπως είναι τα καθαριστήρια και τα κομμωτήρια. Όσον αφορά τον τριτογενή τομέα, έχουν αναπτυχθεί υπηρεσίες που λειτουργούν υποστηρικτικά στο τουριστικό εμπόριο και σχετίζονται με την υποδομή και τον εξοπλισμό της τουριστικής βιομηχανίας.

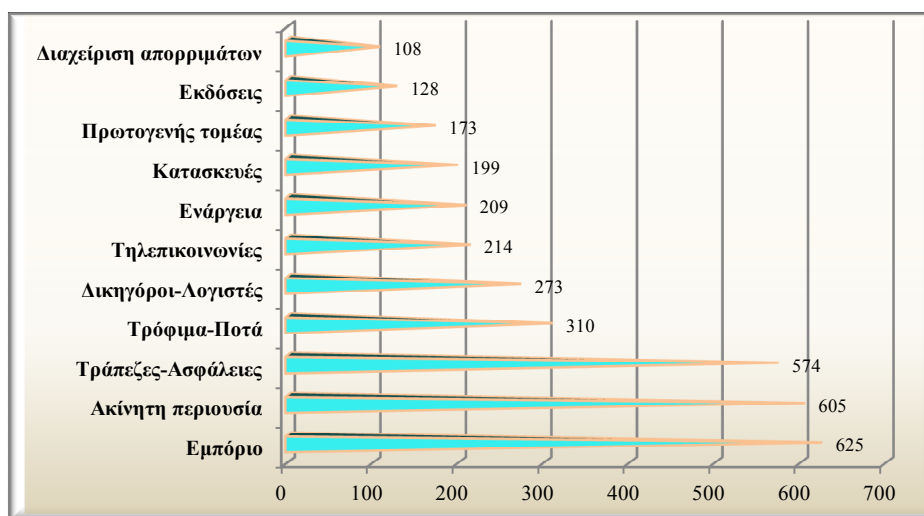
Όσον αφορά τους κλάδους της ελληνικής οικονομίας που εμπλέκονται έμμεσα με την τουριστική κατανάλωση, με βάση πρόσφατη μελέτη³⁴, η συνεισφορά από τις αγορές αγαθών λιανικού εμπορίου εκτιμήθηκε στο 5% της συνολικής άμεσης επίδρασης, ενώ ελαφρώς ηπιότερη ήταν η αναλογία για τις ψυχαγωγικές, πολιτιστικές, αθλητικές δραστηριότητες και για τα ταξιδιωτικά γραφεία της Ελλάδας.

³³ Μελέτη Πανεπιστημίου Αιγαίου, «Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία, κοινωνία & προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη», Χίος, Φεβρουάριος 2006

³⁴ Μελέτη IOBE, «Η επίδραση του τουρισμού στην οικονομία», Σεπτέμβριος 2012

Όσον αφορά τις ενοικιάσεις αυτοκινήτων το ποσοστό ανήλθε περίπου στο 2%, ενώ η μικρότερη επίδραση καταγράφηκε στην διοργάνωση εμπορικών εκθέσεων και συνεδρίων (1%). Το ακόλουθο διάγραμμα παρουσιάζει αναλυτικά την έμμεση επίδραση του τουρισμού σε εγχώριους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας της Ελλάδας για το έτος 2010.

Διάγραμμα 2: Έμμεση επίδραση του τουρισμού σε εγχώριους κλάδους της οικονομίας, 2010 (σε εκατ.)



Πηγή: IOBE(2012), ίδια επεξεργασία στοιχείων

4.2 Σημασία τουρισμού για την παγκόσμια οικονομία

Ο τουρισμός είναι ένας από τους δυναμικότερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, τόσο σε απόλυτους όσο και σε σχετικούς όρους. Αποτελεί κυρίαρχη δραστηριότητα σε πολλές χώρες, έχει αξιόλογες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις σε πολλούς τομείς της οικονομίας και συμβάλλει στη συνολική οικονομική ανάπτυξη των χωρών. Ως αποτέλεσμα τα οφέλη που επιφέρει η αύξησή του είναι πολυποίκιλα και στον τομέα της απασχόλησης.

Στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών σημείωσε σημαντική μεγέθυνση, συνδεδεμένος άμεσα με την κοινωνικοοικονομική αναπτυξιακή διαδικασία, καθώς συμβάλλει σημαντικά στην άνοδο του επιπέδου διαβίωσης των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών και στην ευημερία των πολιτών.

Πολλές έρευνες και μελέτες έχουν δείξει ότι ο τουρισμός δημιουργεί σημαντικές οικονομικές επιδράσεις στις χώρες όπου έχει αναπτυχθεί, καθώς δημιουργεί μια σειρά από έσοδα και έξοδα σε ένα μεγάλο αριθμό οικονομικών κλάδων (Κομίλης Π., 1986:21). Επίσης, έχει διαπιστωθεί ότι ο επιχειρηματικός όγκος του τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα ενδεχομένως ξεπερνά αυτόν των εξαγωγών πετρελαίου, ειδών διατροφής και αυτοκινήτων, ενώ παράλληλα παραμένει η βασική πηγή εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες³⁵.

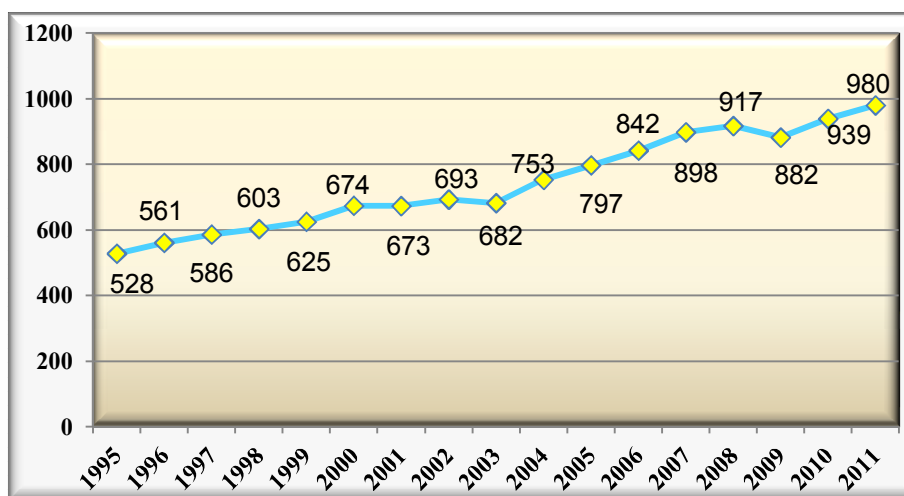
Με βάση την ανάλυση των στατιστικών στοιχείων σε παγκόσμια κλίμακα προκύπτουν τα ακόλουθα: **1)** Παρατηρείται μια σταδιακή αύξηση των διεθνών τουριστικών αφίξεων, καθώς από το 1952 ως το 2005 ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων αυξήθηκε με ρυθμό 6,5% κατά έτος, με αποτέλεσμα ο συνολικός αριθμός των ταξιδιωτών να εκτιναχθεί από τα 25 στα 806 εκατομμύρια. **2)** Ο ρυθμός αύξησης του εισοδήματος που προέκυψε από αυτές τις αφίξεις ήταν ιδιαίτερα μεγάλος, αγγίζοντας το 11,2% για την αντίστοιχη περίοδο, γιγαντώνοντας την παγκόσμια οικονομία και αγγίζοντας τα 680 δις δολάρια το 2005.

Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 3, τόσο στην Ευρώπη όσο και στον Κόσμο γενικότερα, η πορεία των διεθνών τουριστικών αφίξεων³⁶ είναι συνολικά ανοδική. Μάλιστα το 2010 σημειώθηκαν 940 εκατομμύρια αφίξεις τουριστών παγκοσμίως, 58 εκατομμύρια περισσότερες σε σχέση με τις αφίξεις του 2009 σημειώνοντας έτσι μια αύξηση 6,6 %. Η αύξηση αυτή οφειλόταν στα θετικά αποτελέσματα που παρουσίασαν όλες οι περιοχές κατά τη διάρκεια του έτους. Συγκεκριμένα, η Μέση Ανατολή παρουσίασε τη μεγαλύτερη αύξηση των διεθνών αφίξεων, φτάνοντας στο +14%, ενώ ακολουθούσαν η Ασία, η Αφρική, η Αμερική και Ευρώπη.

³⁵ www.sete.gr «Παγκόσμια Τουριστική Κίνηση» (πρόσβαση 7/12/2012)

³⁶ UNWTO World Tourism Barometer, Απρίλιος 2011

Διάγραμμα 3: Εξέλιξη διεθνών αφίξεων 1990-2011 (εκατ.)



Πηγή: UNWTO, ίδια επεξεργασία στοιχείων

Το 2011 σημειώθηκαν 983 εκατομμύρια αφίξεις τουριστών παγκοσμίως³⁷, 43 εκατομμύρια περισσότερες σε σχέση με τις αφίξεις του 2010 σημειώνοντας έτσι μια αύξηση 4,6%. Η αύξηση αυτή οφείλεται στα θετικά αποτελέσματα που παρουσίασαν οι περισσότερες περιοχές κατά τη διάρκεια του 2011. Συγκεκριμένα, η Ευρώπη εμφάνισε τη μεγαλύτερη αύξηση των διεθνών αφίξεων αγγίζοντας το 6,2%, ενώ ακολούθησαν η Ασία (+6,1%), η Αμερική (+3,9%) και η Αφρική (+0,4%), ενώ η περιοχή της Μέσης Ανατολής παρουσίασε μείωση των διεθνών αφίξεων κατά 7%.

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, το πρώτο οκτάμηνο του 2012, ο παγκόσμιος τουρισμός σημείωσε αύξηση 4%, παρά τις δυσμενείς επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης. Μάλιστα αυξήθηκε κατά 28 εκατομμύρια σε σχέση με το 2011, φτάνοντας έτσι τα 705 εκατομμύρια τουρίστες³⁸. Αντίστοιχη εικόνα παρουσιάζει και η διαχρονική εξέλιξη των διεθνών τουριστικών εισπράξεων, που προκύπτουν από τις αντίστοιχες διεθνείς τουριστικές αφίξεις.

³⁷ UNWTO World Tourism Barometer, Ιούλιος 2012

³⁸ www.sete.gr & -Άρθρο με τίτλο: «Αυξήθηκε 4% ο παγκόσμιος τουρισμός το πρώτο οκτάμηνο του 2012», Εφημερίδα Αδέσμευτος Τύπος (4/12/12)

Πιο συγκεκριμένα, την τελευταία δεκαετία τα ποσά των τουριστικών εισπράξεων παγκοσμίως είναι τεράστια, φτάνοντας μάλιστα μόνο το 2001 τα 464 δις δολάρια και το 2011 τα 1.033 δις δολάρια παγκοσμίως.

Πίνακας 3: Διεθνείς Τουριστικές Εισπράξεις 2000-2011

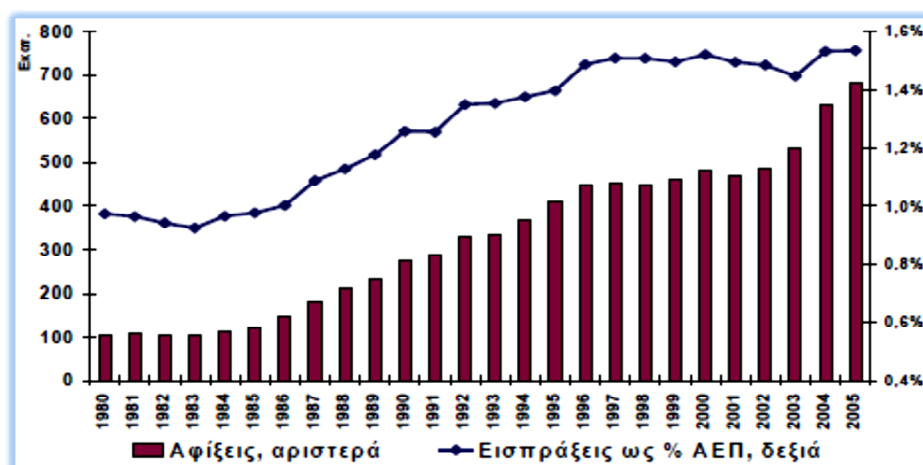
	Τουριστικές Εισπράξεις (δισ. USS) Tourism Receipts (bil. USS)	Μεταβολές Change
2000	475	
2001	464	-2,3%
2002	482	3,9%
2003	529	9,8%
2004	633	19,7%
2005	679	7,3%
2006	743	9,6%
2007	859	15,5%
2008	942	9,7%
2009	853	-9,4%
2010	928	8,8%
2011	1.033	11,3%

Πηγή: Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο (2011), ίδια επεξεργασία

Όσον αφορά τις παγκόσμιες τουριστικές εισπράξεις και αφίξεις ως ποσοστό του ΑΕΠ, από το 1980 έως και το 2005 έχουν ανοδική πορεία (Διάγραμμα 4). Το 1980 οι τουριστικές αφίξεις ήταν περίπου 100 εκατομμύρια, το 1990 περίπου 300 εκατομμύρια και το 2005 ξεπερνούσαν τα 650 εκατομμύρια. Αντίστοιχα οι εισπράξεις του παγκόσμιου τουρισμού το 1980 ανέρχονταν περίπου στο 1% του ΑΕΠ, το 1990 στο 1,3%, ενώ το 2005 εκτινάχτηκαν στο 1,55%. Ο όγκος των μεγεθών αυτών είναι τεράστιος και καταδεικνύει την σημαντικότητα του τουρισμού για την παγκόσμια οικονομία.

Σαν αρχική τουριστική δαπάνη θεωρείται το σύνολο της χρηματικής δαπάνης που πραγματοποιεί ο τουρίστας, για την αγορά τουριστικών υπηρεσιών στον τόπο των διακοπών του, που περνά στη συνέχεια από πολλά «χέρια», δημιουργώντας ταυτόχρονα εισόδημα. Με αυτό τον τρόπο αναπτύσσεται ένα τοπικό δίκτυο μεταφορών για τη διακίνηση τουριστών και αγαθών τουριστικής κατανάλωσης. Επίσης, θα πρέπει να τονιστεί ότι η τουριστική ανάπτυξη γίνεται αιτία μιας αυξημένης ροής μεταβιβαστικών πληρωμών από την πλευρά του κράτους προς τη συγκεκριμένη περιοχή.

Διάγραμμα 4: Αφίξεις, Εισπράξεις Παγκόσμιου Τουρισμού ως % του ΑΕΠ



Πηγή: UNWTO (2011)

Μέσα από την ανάλυση όλων αυτών των στοιχείων είναι πλέον ευδιάκριτη η συμβολή του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία. Ιδιαίτερα τα μεγέθη των αφίξεων και των τουριστικών εισπράξεων σε παγκόσμια κλίμακα μαρτυρούν την τεράστια σημασία που έχει ο τουρισμός στην οικονομική ανάπτυξη παγκοσμίως. Ωστόσο, αντιμετωπίζει μεγάλες προκλήσεις, που σχετίζονται με τη βιώσιμη και ισόρροπη ανάπτυξη, την αντιμετώπιση των ανισοτήτων σε ζητήματα πλούτου και ευκαιριών, αλλά και την ορθή κατανομή και διαχείριση των υπάρχοντων φυσικών πόρων, αφού ο παγκόσμιος τουρισμός έρχεται αντιμέτωπος με τη συνεχώς εξελισσόμενη διεθνή πραγματικότητα.

Τέλος, θα πρέπει να επισημανθεί ότι τα σημάδια της κρίσης, που μαστίζει την παγκόσμια οικονομία τα τελευταία χρόνια, είναι εμφανή στην διαχρονική εξέλιξη των βασικών μεγεθών που αναλύθηκαν ανωτέρω. Ωστόσο, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης των διεθνών τουριστικών αφίξεων αναμένεται να είναι της τάξης του 4,1% με ορίζοντα το 2020 και επομένως οι διεθνείς αφίξεις αναμένεται ως τότε να ξεπεράσουν το 1,5 δις ταξιδιωτών³⁹.

³⁹ <http://www.sete.gr> : “Global Tourist Movement”, πρόσβαση 10 /12/ 2012 & UNWTO, Tourism 2020 Vision

4.3 Προοπτικές παγκόσμιου τουρισμού

Τα αποτελέσματα του διεθνούς τουρισμού για το 2011 αποτελούν σημάδια ανάκαμψης μετά την οικονομική ύφεση, που ακολούθησε την κρίση του διεθνούς χρηματοπιστωτικού συστήματος. Ωστόσο, η ανάπτυξη νέων αγορών και νέων προορισμών, όπως οι χώρες «BRIC», δηλαδή Βραζιλία, Ρωσία, Ινδία, Κίνα, αλλά και αναδυόμενων προορισμών, όπως το Ντουμπάι και η Κούβα, οδηγεί σε αναδιάταξη του παγκόσμιου τουριστικού χάρτη.

Οι νέοι αυτοί προορισμοί θα διαδραματίσουν πρωταγωνιστικό ρόλο στις μελλοντικές εξελίξεις. Ήδη επηρεάζουν τους ευρωπαϊκούς προορισμούς, οι οποίοι βλέπουν το συνολικό μερίδιό τους στη διεθνή τουριστική αγορά να μειώνεται, σύμφωνα με τα στοιχεία που έχει συγκεντρώσει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού⁴⁰.

Πίνακας 4: Η παγκόσμια κατάταξη τουριστικών προορισμών 2006-2010

Διεθνείς τουριστικές αφίξεις (εκατομμύρια)					Διεθνείς τουριστικές εισπράξεις (δισεκ. δολάρια)						
Κατάταξη	2006	2007	2008	2009	2010	Rank	2006	2007	2008	2009	2010
1. Γαλλία	78.9	80.8	79.2	76.8	76.8	1. ΗΠΑ	85.7	96.7	110.0	94.2	103.5
2. ΗΠΑ	51.0	56.0	57.9	54.9	59.8	2. Ισπανία	51.1	57.6	61.6	53.2	52.5
3. Κίνα	49.9	54.7	53.0	50.9	55.7	3. Γαλλία	46.3	54.3	56.6	49.4	46.6
4. Ισπανία	58.2	58.7	57.2	52.2	52.7	4. Κίνα	33.9	37.2	40.8	39.7	45.8
5. Ιταλία	41.1	43.7	42.7	43.2	43.6	5. Ιταλία	38.1	42.7	45.7	40.2	38.8
6. Ηνωμένο Βασίλειο	30.7	30.9	30.1	28.2	28.1	6. Γερμανία	32.8	36.0	40.0	34.6	34.7
7. Τουρκία	18.9	22.2	25.0	25.5	27.0	7. Ηνωμένο Βασίλειο	34.6	38.6	36.0	30.1	30.6
8. Γερμανία	23.5	24.4	24.9	24.2	26.9	8. Αυστραλία	17.8	22.3	24.8	25.4	30.1
9. Μαλαισία	17.5	21.0	22.1	23.6	24.6	9. Χονγκ-Κονγκ (Κίνα)	11.6	13.8	15.3	16.4	22.2
10. Μεξικό	21.4	21.4	22.6	21.5	22.3	10. Τουρκία	16.9	18.5	22.0	21.3	20.8
11. Αυστρία	20.3	20.8	21.9	21.4	22.0	11. Ταϊλάνδη	13.4	16.7	18.2	15.7	19.8
12. Ουκρανία	18.9	23.1	25.4	20.8	21.2	12. Αυστρία	16.6	18.9	21.6	19.4	18.7
13. Ρωσική Ομοσπονδία	20.2	20.6	21.6	19.4	20.3	13. Μακάο (Κίνα)	9.8	13.1	16.8	17.6	-
14. Χονγκ-Κονγκ (Κίνα)	15.8	17.2	17.3	16.9	20.1	14. Μαλαισία	10.4	14.0	15.3	15.8	18.3
15. Καναδάς	18.3	17.9	17.1	15.7	16.1	15. Καναδάς	14.6	14.6	15.7	13.7	15.7
16. Ταϊλάνδη	13.8	14.5	14.6	14.1	15.9	16. Ειθιοπία	10.8	12.2	14.4	13.8	15.0
17. ΕΛΛΑΣ	18.0	18.2	16.8	14.8	16.0	17. Ινδία	8.6	10.7	11.8	11.4	14.2
18. Αίγυπτος	8.2	10.6	12.3	11.9	14.1	18. Σιγκαπούρη	7.5	9.1	10.7	9.4	14.1
19. Πολωνία	15.7	15.0	13.0	11.9	12.5	19. Ισπανία	8.5	9.3	10.8	10.3	13.2
20. Μακάο (Κίνα)	10.7	12.9	10.6	10.4	11.9	20. Ολλανδία	11.3	13.3	13.3	12.4	13.0
21. Ολλανδία	10.7	11.0	10.1	9.9	10.9	21. ΕΛΛΑΣ	14.3	16.6	17.1	14.6	12.7

Πηγή: <http://www.gnto.gov.gr>

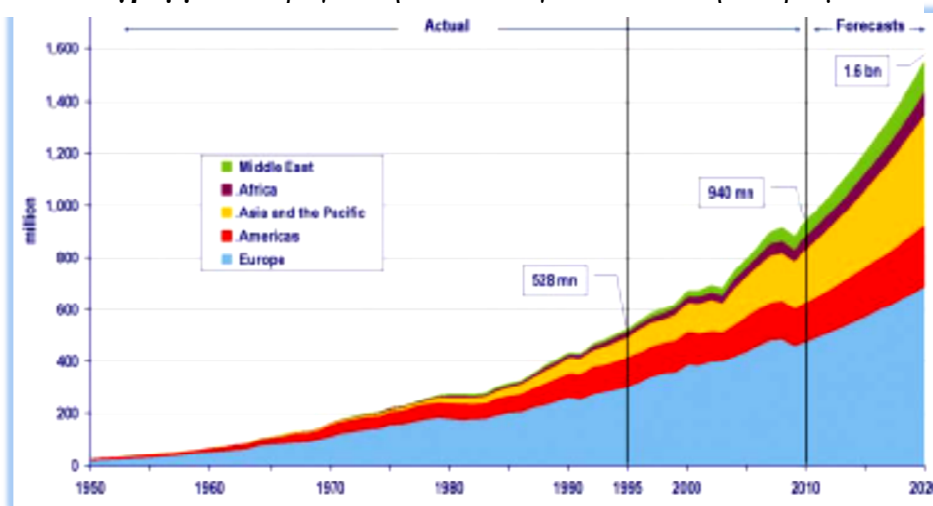
⁴⁰ UNWTO, World Tourism Barometer, Vol. 1, No 9, February 2011

Η καθιέρωση της χρήσης του διαδικτύου με τις διάφορες εφαρμογές του, τόσο από τις τουριστικές επιχειρήσεις, όσο και από τους καταναλωτές, η ανάπτυξη των αερομεταφορών χαμηλού κόστους και οι δημογραφικές εξελίξεις αποτελούν τους τρεις ισχυρότερους παράγοντες μελλοντικού μετασχηματισμού της τουριστικής αγοράς.

Μάλιστα οι δημογραφικές εξελίξεις, όπως η αύξηση του παγκόσμιου πληθυσμού ιδιαίτερα στην Ασία και τη Ν. Αμερική, η μεταβολή στην ηλικιακή δομή του πληθυσμού των παραδοσιακών αγορών, αναμένεται να επιδράσουν σημαντικά στον διεθνή τουρισμό.

Στο διάγραμμα 5 απεικονίζεται η πιο πρόσφατη πρόγνωση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΣΕΤΕ, 2010) για την πορεία των διεθνών αφίξεων σε όλο τον κόσμο. Συγκεκριμένα υπολογίζεται ότι ο αριθμός των αφίξεων θα ακολουθήσει μια συνεχώς ανοδική πορεία και θα φθάσει στα 1.560 εκατομμύρια το 2020⁴¹. Η αισιόδοξη αυτή εκτίμηση υποστηρίζεται από τη διαπίστωση ότι, παρά τις κατά καιρούς εμφανιζόμενες αντιξοότητες της διεθνούς πολιτικής ή οικονομικής συγκυρίας ή τις φυσικές καταστροφές, ο διεθνής τουρισμός επανέρχεται συνήθως σε τροχιά ανάπτυξης μετά τις πρόσκαιρες περιόδους ύφεσης

Διάγραμμα 5: Πρόγνωση του ΠΟΤ για τον Διεθνή Τουρισμό



Πηγή: EOT

⁴¹ UNWTO, Tourism Highlights 2011 edition, p. 11.

4.4 Η συμβολή του τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία

Ο τουριστικός τομέας στα πλαίσια μιας εθνικής οικονομίας δημιουργεί έσοδα και έξοδα σε ένα μεγάλο αριθμό οικονομικών κλάδων. Αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό τμήμα της διενεργούμενης κατανάλωσης, δημιουργεί μια σειρά από παραγωγικές δραστηριότητες, επηρεάζει τις διεθνείς συναλλαγές και το ισοζύγιο πληρωμών και δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας (Βαρβαρέσος, 2000).

Σύμφωνα με τον Τσάρτα (2010), η συμβολή του Τουρισμού στο Α.Ε.Π. μιας χώρας στο παρελθόν είχε υποεκτιμηθεί. Πλέον αποτελεί ένα παράγοντα που έχει συγκεντρώσει την προσοχή των οικονομικών αναλυτών. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ είναι διαχρονικά μεγαλύτερη του 15%, ξεπερνώντας πολλές φορές ακόμα και το 17%.

Όπως φαίνεται και στον πίνακα, εν μέσω οικονομικής κρίσης, το ποσοστό συμβολής του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας παραμένει εξίσου σημαντικό το 2011 και μεγαλύτερο από το έτος 2010, όπου φαίνεται να υπάρχει μια τάση επανόδου από την ύφεση, που είχε παρουσιαστεί στην αρχή του έτους 2009.

Πίνακας 5: Ποσοστό συμμετοχής Τουρισμού στο ΑΕΠ

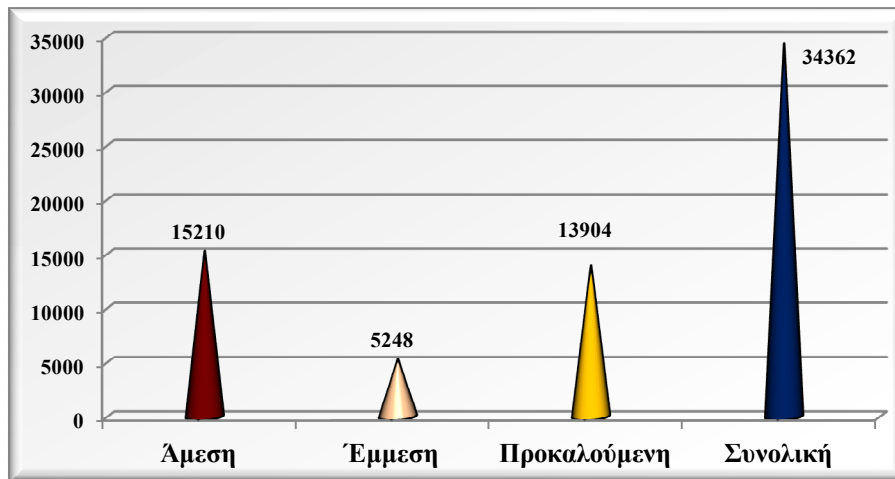
Έτος	Ποσοστό Συμμετοχής τουρισμού στο ΑΕΠ
1990	15,2%
2000	16,4 %
2006	17,7%
2007	17,5%
2008	16,7%
2009	15,7%
2010	15,4%
2011	16,5%

Πηγή: WTTC & ΣΕΤΕ 2012, επεξεργασία στοιχείων

Πιο συγκεκριμένα σύμφωνα με μελέτη⁴² του IOBE, η άμεση επίδραση του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας το έτος 2010, που αναφέρεται στις μεταβολές του επιπέδου της παραγωγής, λόγω της τουριστικής κατανάλωσης, εκτιμήθηκε σε 15,2 δις ευρώ. Αντίστοιχα η έμμεση επίδραση, δηλαδή η επίδραση των αγορών μέσω των προμηθευτών, ανήλθε στα 5,2 δις ευρώ για την Ελλάδα το 2010, ενώ η προκαλούμενη επίδραση, που αναφέρεται στην επίδραση από το εισόδημα των νοικοκυριών, εκτιμήθηκε σε 13,9 δις ευρώ για το ίδιο έτος.

Όσον αφορά την συνολική επίδραση από τον τουρισμό ανήλθε σε 34,4 περίπου δις ευρώ για το έτος 2010 (Διάγραμμα 6), γεγονός που καταδεικνύει τη σημασία που διαδραματίζει ο τουρισμός στην ελληνική οικονομία. Μάλιστα μόνο το 2010 ο τουρισμός συνείσφερε στο 15,4% του Συνολικού Ακαθάριστου Προϊόντος της χώρας⁴³.

Διάγραμμα 6: Η επίδραση του τουρισμού στο ΑΕΠ (σε εκατ.), 2010



Πηγή: IOBE(2012), ίδια επεξεργασία στοιχείων

⁴² Μελέτη IOBE, «Η επίδραση του τουρισμού στην οικονομία», Σεπτέμβριος 2012

⁴³ Μελέτη IOBE, «Η επίδραση του τουρισμού στην οικονομία», Σεπτέμβριος 2012

Η εκτίμηση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού⁴⁴ (WTTC, 2011) είναι ότι η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ για την ελληνική οικονομία είναι πιθανόν να αυξηθεί κατά 4% ετησίως. Έτσι, αναμένεται να φθάσει περίπου τα 50 δις ευρώ έως το 2021, δηλαδή στο 18.5% του ΑΕΠ, σε σύγκριση με τα περίπου 35 δις ευρώ και το 15.4% του ΑΕΠ που ήταν το 2010.

Όσον αφορά την συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση πρέπει να επισημανθεί ότι ο τουρισμός είναι ένας τομέας εντάσεως εργασίας (Lickorish L.,2004). Δημιουργεί απασχόληση σε ένα ευρύτατο φάσμα δραστηριοτήτων, σε διαφορετικά επίπεδα γνώσεων και ειδίκευσης, κυρίως στους νέους και στη περιφέρεια. Η επίδραση της τουριστικής ανάπτυξης στην απασχόληση της Ελλάδας είναι εμφανής στον πίνακα 6.

Πίνακας 6: Η επίδραση του τουρισμού στην απασχόληση

Έτος	Συμμετοχή στην απασχόληση (ως % επί της συνολικής απασχόλησης)	Απασχόληση (άμεση & έμμεση)
1990	19,5%	731.800
2000	19,1%	782.400
2006	19,7%	877.700
2007	19,4%	877.500
2008	18,6%	847.400
2009	17,4%	787.600
2010	17,1%	754.400
2011	18,4%	758.300

Πηγή: <http://www.sete.gr>, επεξεργασία στοιχείων

Η επίδραση του τουρισμού στην απασχόληση διαχρονικά κυμαίνεται σε ιδιαίτερα υψηλά ποσοστά. Συγκεκριμένα την δεκαετία 2000-2010, τα ποσοστά συμμετοχής της τουριστικής απασχόλησης στην συνολική απασχόληση της χώρας, κυμαίνονται μεταξύ 17% και 19%. Μάλιστα το 2011 έχει διαπιστωθεί ότι ένας στους πέντε κατοίκους της Ελλάδας απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα⁴⁵.

⁴⁴ World Travel and Tourism Council (WTTC, 2011), “Travel and Tourism Economic Impact- Greece Report”

⁴⁵ Μελέτη IOBE: «Η επίδραση του τουρισμού στην οικονομία», Σεπτέμβριος 2012

Πιο συγκεκριμένα οι απασχολούμενοι στον τουρισμό ανήλθαν στους 758.300 εργαζόμενους το τελευταίο έτος. Ο αριθμός αυτός αντιστοιχεί στο 18,4% της συνολική απασχόλησης στην Ελλάδα, ποσοστό ιδιαίτερα υψηλό αν αναλογιστεί κανείς την δύσκολη οικονομική κατάσταση στην οποία έχει περιέλθει η χώρα, εξαιτίας της γενικευμένης οικονομικής κρίσης.

Με βάση μελέτη του Πανεπιστημίου Αιγαίου⁴⁶(2010), εκτιμήθηκε πως μέχρι το 2019 στην Ελλάδα, η απασχόληση στην τουριστική οικονομία, είναι πιθανόν να αυξηθεί τουλάχιστον κατά 360.000 άτομα. Ως αποτέλεσμα το μέγεθος της συνολικής απασχόλησης να αγγίζει ένα επίπεδο ικανό να καλύψει το 100% των ανέργων του 2010.

Μια πιο πρόσφατη μελέτη του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC, 2011), διαπιστώθηκε ότι η συνολική επίδραση του τουρισμού στην απασχόληση της ελληνική οικονομίας, για το έτος 2011 ήταν περίπου 758.000 θέσεις εργασίας. Με δεδομένο αυτό εκτιμά ότι η επίδραση αυτή είναι δυνατόν να αυξάνεται κατά 2,1% κατά έτος και υπολογίστηκε ότι είναι πιθανόν να αγγίζει τις 944.000 θέσεις απασχόλησης το 2020, αντιστοιχώντας στο 21,7% του συνόλου. Ωστόσο, τα ποσοστά ανεργίας της Ελλάδας, το έτος 2012 έχουν αυξηθεί σημαντικά σε σχέση με το έτος 2010 με βάση πρόσφατα στοιχεία του ΟΑΕΔ και δεν υπάρχουν στοιχεία για τις δυνατότητες του τουρισμού να καλύψει τις θέσεις αυτές.

Όσον αφορά την επίδραση του τουρισμού στα έσοδα από φόρους, θα πρέπει να εξεταστούν οι φόροι σχετικά με την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών, που αποτυπώνονται στον πίνακα εισροών-εκροών της ελληνικής οικονομίας και οι οποίοι έχουν είτε άμεση είτε έμμεση επίδραση.

Όμως, θα πρέπει να ληφθεί υπόψιν το γεγονός ότι το κράτος αντλεί έσοδα από διάφορες κατηγορίες φόρων, που επιβάλλει σε φυσικά και νομικά πρόσωπα, αλλά και φόρους που επιβάλλονται σε διάφορα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας.

⁴⁶ «Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία/ κοινωνία και προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη» – Μελέτη Πανεπιστημίου Αιγαίου, Χίος, Φεβρουάριος 2010

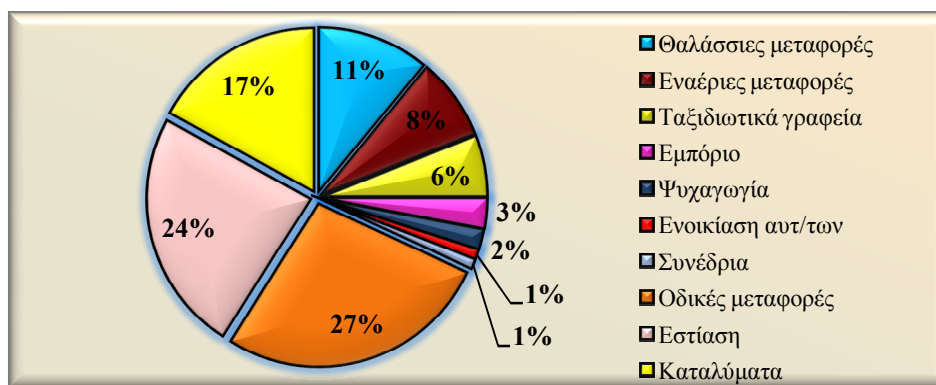
Στους φόρους που σχετίζονται με την έμμεση φορολογία, συγκαταλέγονται ο ΦΠΑ, φόροι και δασμοί επί των προϊόντων που εισάγονται και ο Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης, που καταβάλλουν οι επιχειρήσεις κάθε κλάδου για την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών που αποτελούν τις εισροές στην παραγωγική τους διαδικασία.

Η επίδραση στην έμμεση φορολογία από την τουριστική δαπάνη⁴⁷ εκτιμήθηκε σε 733 εκατομμύρια ευρώ για το 2010. Το μεγαλύτερο μέρος της συνεισφοράς αυτής προέρχεται από τον κλάδο των μεταφορών (Διάγραμμα 7), σχετικά με την πληρωμή του Ειδικού Φόρο Κατανάλωσης στα καύσιμα που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις των κλάδων αυτών για τη δραστηριότητά τους.

Σαν δεύτερος παράγοντας συμβολής στην έμμεση φορολογία αναδεικνύεται ο τομέας της εστίασης, αγγίζοντας το 24% του συνόλου των εσόδων έμμεσης φορολογίας από την τουριστική δαπάνη, για το έτος 2010 και έπονται άλλοι τομείς, όπως των καταλυμάτων και της ψυχαγωγίας.

Η άμεση επίδραση του τουρισμού στα φορολογικά έσοδα, προκύπτει από τις επενδύσεις που σχετίζονται με την βελτίωση του τουριστικού προϊόντος και για το 2010 υπολογίστηκε ότι ανήλθε στην Ελλάδα σε 762 εκατομμύρια ευρώ.

Διάγραμμα 7: Κατανομή της επίδρασης(%του συνόλου) στα έσοδα έμμεσης φορολογίας από την τουριστική δαπάνη,2010

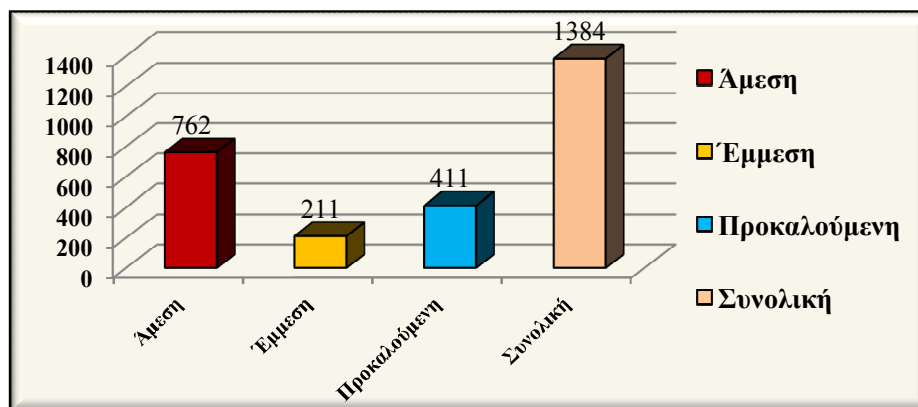


Πηγή : IOBE, ίδια επεξεργασία στοιχείων

⁴⁷ Μελέτη IOBE, «Η επίδραση του τουρισμού στην οικονομία», Σεπτέμβριος 2012

Το ποσό αυτό, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 8, αντιστοιχεί περίπου στο 50% της συνολικής επίδρασης του τουρισμού στα έσοδα από την έμμεση φορολογία, ενώ η έμμεση επίδραση⁴⁸ αντιστοιχεί μόλις στο 5%.

Διάγραμμα 8: Η επίδραση του τουρισμού στα έσοδα από την έμμεση φορολογία, 2010



Πηγή: IOBE (2012), ίδια επεξεργασία

Πίνακας 7: Η συμβολή του τουρισμού στο εμπορικό ισοζύγιο

Έτος	Κάλυψη του ελλείμματος εμπορικού ισοζυγίου
1990	20,8%
2000	45,9%
2009	33,7%

Πηγή: Έκθεση Αξιολόγησης της Εφαρμογής του θεσμοθετημένου Ειδικού Πλαισίου του Τουρισμού, ίδια επεξεργασία στοιχείων

Τέλος, επισημαίνεται ότι η συμβολή του τουρισμού στην κάλυψη του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου είναι σημαντική, αλλά όπως φαίνεται και ανωτέρω, παρατηρείται μια μείωση του ποσοστού συμβολής του τουρισμού στην κάλυψη του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου, λόγω σημαντικής αύξησης του πρώτου σε σχέση με το δεύτερο. Συγκεκριμένα το 1990 είχε αγγίξει το 20,8% της κάλυψης του εμπορικού ισοζυγίου, ενώ το 2009 αυτό το ποσοστό είχε ανέλθει στο 33,7%.

⁴⁸ Μελέτη IOBE, «Η επίδραση του τουρισμού στην οικονομία», Σεπτέμβριος 2012

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ε΄: ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

5 Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουρισμού

Η ελκυστικότητα μιας χώρας επηρεάζεται από το τουριστικό προϊόν, που προσφέρει ως αποτέλεσμα της παραγωγικής διαδικασίας και το ζητούμενο είναι η βελτίωσή της. Το Ελληνικό τουριστικό προϊόν για πολλά έτη, ήταν ο «Ήλιος και η Θάλασσα», καθώς οι περισσότεροι τουρίστες έρχονται για τη θάλασσα, το περιβάλλον, τα αρχαία μνημεία και για την πλούσια πολιτιστικής της κληρονομιά. Σήμερα ο ελληνικός τουρισμός δραστηριοποιείται σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον.

Η ανταγωνιστικότητα είναι ένα σχετικό μέγεθος⁴⁹ και προκύπτει από την σύγκριση μιας χώρας με τους ανταγωνιστές της. Αναφέρεται στην ικανότητά της να επιχειρεί καλύτερα και αποτελεσματικότερα από τους ανταγωνιστές της. Αυτό επιτυγχάνεται είτε με τη διατήρηση υψηλών ρυθμών αύξησης της ζήτησης, είτε με την αύξηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών περισσότερο από το κόστος, που συμβάλει στη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος⁵⁰.

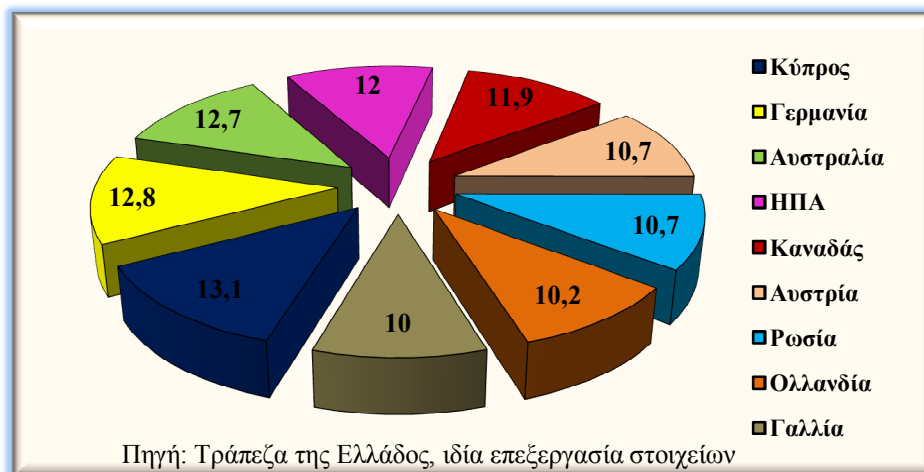
Στον τουριστικό τομέα η ανταγωνιστικότητα μιας χώρας υπολογίζεται με την χρήση του Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, που αναπτύχθηκε από το World Economic Forum και χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 2007. Ως στόχο έχει την μέτρηση των παραγόντων και των πολιτικών που καθιστούν ελκυστική την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα μεταξύ διαφορετικών χωρών. Σύμφωνα με πρόσφατη έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (WEF), η Ελλάδα το 2011 κατέλαβε την 29^η θέση μεταξύ 139 χωρών με βάση τον Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ το 2009 βρισκόταν αντίστοιχα στην 24^η θέση. Η πτώση αυτή στην κατάταξη μπορεί να αποδοθεί στο ασθενές πολιτικό περιβάλλον και στη γενικότερη ανησυχία για την ασφάλεια.

⁴⁹ ΣΕΤΕ (2010), Μελέτη: «Ελληνικός Τουρισμός 2020: Πρόταση για το νέο αναπτυξιακό μοντέλο»

⁵⁰ ΣΕΤΕ (2005), «Η πρόκληση της Ανταγωνιστικότητας & η ανάγκη επανατοποθέτησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, Αθήνα

Με βάση μελέτη που πραγματοποιήθηκε από το Ι.Τ.Ε.Π.(2009)⁵¹, οι τουρίστες που ταξιδεύουν στην Ελλάδα έχουν τα εξής χαρακτηριστικά: είναι κυρίως άτομα νεαρής ηλικίας, κάτω των 40 ετών, ανήκουν στη μεσαία ή κατώτερη εισοδηματική και κοινωνική τάξη και στην πλειοψηφία τους είναι άτομα ανώτερης ή ανώτατης εκπαίδευσης (91%), τα οποία συνταξιδεύουν κατά μέσο όρο με 1,8 άτομα, ενώ συνήθως ένας στους τρεις είναι ανήλικος. Η μέση διάρκεια παραμονής στην Ελλάδα είναι περίπου 9 ημέρες⁵², με βάση την οποία παρουσιάζονται ακολούθως (Διάγραμμα 9) οι σημαντικότερες χώρες προέλευσης ταξιδιωτικού κοινού της χώρας.

Διάγραμμα 9: Οι 10 κυριότερες Χώρες Προέλευσης τουριστών ανά ταξίδι στην Ελλάδα, βάση της Μέσης Διάρκειας παραμονής το 2011



Η Ελλάδα πλέον ανταγωνίζεται τουριστικούς προορισμούς, που είτε προσφέρουν το ίδιο ή παρεμφερές τουριστικό προϊόν με αυτή, είτε απευθύνονται στις ίδιες αγορές για την άντληση πελατείας. Μεταξύ των βασικών ανταγωνιστών της Ελλάδας εντάσσεται η Ιταλία, η Ισπανία, η Κύπρος, η Τουρκία, η Πορτογαλία, η Αίγυπτος και η Κροατία. Στον πίνακα 8 παρουσιάζονται συγκεντρωτικά οι επιδόσεις της Ελλάδας και των βασικών προαναφερθέντων ανταγωνιστών της, όπως σημειωθήκαν το έτος 2011.

⁵¹ Ι.Τ.Ε.Π., 2009. Δελτίο Τύπου «Αλλοδαπός Τουρισμός στην Ελλάδα», Αθήνα 18/02/09

⁵² ΣΕΤΕ, «Ελληνικός Τουρισμός: Στοιχεία & Αριθμοί», έκδοση 2012

Πίνακας 8: Επιδόσεις Ελλάδας & ανταγωνιστών το 2011

Δείκτες Απόδοσης 2011	Ελλάδα	Ισπανία	Κύπρος	Τουρκία	Αίγυπτος	Κροατία
Κατάταξη - Διεθνείς Αφίξεις	17η	4η	> 50η	6η	26η	24η
Κατάταξη - Έσοδα	19η	2η	> 50η	12η	33η	32η
Διεθνείς Αφίξεις 2011 (εκατ.)	16,4	56,7	2,4	29,3	9,5	9,9
% μεταβολή αφίξεων 2000 - 2011	32,3%	22,2%	-11,1%	205,2%	86,3%	86,8%
Έσοδα - 2011 δις USD	14,6	59,9	2,5	23,0	8,7	9,2
% μεταβολή εσόδων 2000-2011	58,7%	99,7%	31,6%	202,6%	102,3%	228,6%
Μέση κατά κεφαλή Δαπάνη ανά ταξίδι σε USD	890	1.056	1.042	785	916	929
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε Αφίξεις	1,7%	5,8%	0,2%	3,0%	1,0%	1,0%
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε Έσοδα	1,4%	5,8%	0,2%	2,2%	0,8%	0,9%

Πηγή: ΣΕΤΕ, ΕΛ.ΣΤΑΤ., ίδια επεξεργασία στοιχείων

Η θέση της Ελλάδας μπορεί να χαρακτηριστεί ως καλή αλλά όχι ως η καλύτερη δυνατή. Το βασικό ζητούμενο όμως της τουριστικής οικονομίας είναι η μεγιστοποίηση των μεγεθών «Έσοδα» και «Θέσεις Απασχόλησης». Τα έσοδα εκφράζονται ως συνάρτηση των αφίξεων, της διάρκειας παραμονής και της κατά κεφαλήν δαπάνης, ως εξής⁵³:

$$\text{Έσοδα} = \text{Αφίξεις} * \text{Διάρκεια Παραμονής} * \text{Κατά Κεφαλή Δαπάνη}$$

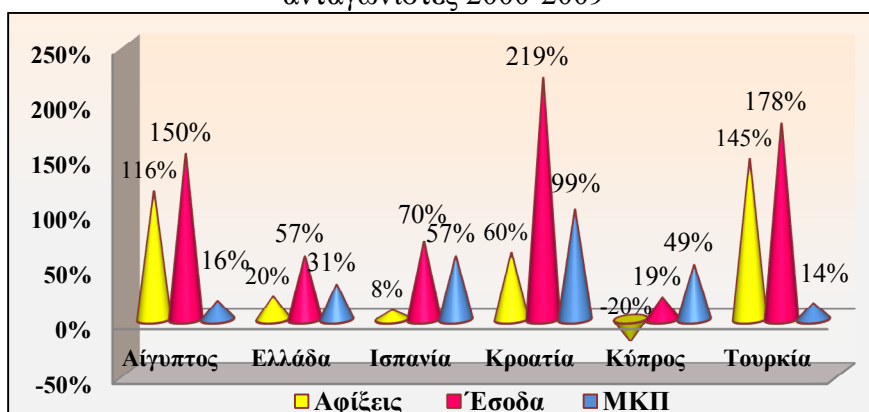
Το γινόμενο αυτό παίρνει μεγαλύτερη τιμή όσο μεγαλώνει η τουριστική περίοδος που επηρεάζει αντίστοιχα τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης. Εν τούτοις, εξαιτίας της αδυναμία καταγραφής του μεγέθους «Κατά Κεφαλήν Δαπάνη», το ενδιαφέρον περιορίζεται στο μέγεθος των Αφίξεων.

Στο διάγραμμα 10 παρουσιάζεται η μεταβολή των μεγεθών αυτών για το χρονικό διάστημα 2000 έως 2009. Συγκεκριμένα οι αφίξεις στην Ελλάδα εμφανίζουν μια ανοδική πορεία το διάστημα αυτό, της τάξεως του 20%. Ωστόσο, φαίνεται η χώρα να υστερεί σημαντικά σε σχέση με την ανοδική πορεία που παρατηρείται στην Αίγυπτο και στην Τουρκία, όπου η μεταβολή των αφίξεων ξεπερνά το 116%.

⁵³ Μελέτη Πανεπιστημίου Αιγαίου, «Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία, κοινωνία & προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη», Χίος, Φεβρουάριος 2006

Είναι φανερό πως η Ελλάδα το εξεταζόμενο χρονικό διάστημα, υπολείπεται σημαντικά στη μεταβολή των εσόδων. Ταυτόχρονα η μεταβολή της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης της είναι 31%, ποσοστό που είναι σημαντικά μικρότερο από την αντίστοιχη μεταβολή για την Ισπανία, την Κύπρο και Κροατία.

Διάγραμμα 10: Μεταβολή αφίξεων, εσόδων και ΜΚΔ (%), Ελλάδα και ανταγωνιστές 2000-2009



Πηγή: SETE: «Ελληνικός τουρισμός 2020» και UNWTO, ίδια επεξεργασία στοιχείων

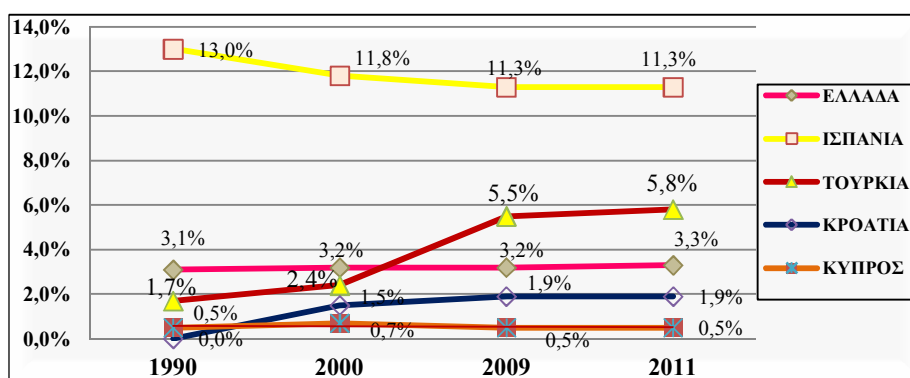
Η γενική λοιπόν διαπίστωση που προκύπτει αναλύοντας το ανωτέρω διάγραμμα είναι ότι για το διάστημα 2000-2009, ο ελληνικός τουρισμός παρουσιάζει σημαντική υστέρηση ως προς τα βασικά αυτά μεγέθη σε σχέση με τις κύριες ανταγωνιστικές χώρες. Οι χαμηλές επιδόσεις της Ελλάδας σε σχέση με τις διεθνείς αφίξεις και τουριστικές εισπράξεις και η υστέρησή της συγκριτικά με τους βασικούς ανταγωνιστές της, συνεχίζονται την τελευταία πενταετία (πίνακας 9), με αποτέλεσμα η θέση κατάταξης της χώρας διαχρονικά να πέφτει. Πιο συγκεκριμένα, το 2011 η Ελλάδα βρίσκεται στην 17^η θέση με βάση τις διεθνείς αφίξεις, ενώ οι κύριες ανταγωνιστικές της αγορές, όπως η Ισπανία και η Τουρκία, καταλαμβάνουν πολύ υψηλές θέσεις. Όσον αφορά τα αντίστοιχα μερίδια αγοράς, ο ελληνικός τουρισμός φαίνεται να διατηρεί τα ποσοστά του στην Ευρώπη τα τελευταία χρόνια, ενώ παράλληλα αναδύονται νέοι τουριστικοί προορισμοί (Διάγραμμα 11).

Πίνακας 9: Κατάταξη Ελλάδας-ανταγωνιστών με βάση τις διεθνείς αφίξεις παγκοσμίως

	Ελλάδα	Ισπανία	Τουρκία	Αίγυπτος	Κροατία
2007	16 ^η	2 ^η	9 ^η	22 ^η	23 ^η
2008	16 ^η	3 ^η	8 ^η	20 ^η	24 ^η
2009	16 ^η	3 ^η	7 ^η	18 ^η	24 ^η
2010	17 ^η	4 ^η	7 ^η	18 ^η	26 ^η
2011	17 ^η	4 ^η	6 ^η	26 ^η	24 ^η

Πηγή: <http://www.sete.gr>, ίδια επεξεργασία στοιχείων

Διάγραμμα 11: Μερίδια αγοράς Ελλάδας & ανταγωνιστών βάση των διεθνών αφίξεων στην Ευρώπη



Πηγή: SETE: «Ελληνικός τουρισμός 2020» και UNWTO, ίδια επεξεργασία στοιχείων

Αντίστοιχη εικόνα παρουσιάζει και η κατάταξη με βάση τις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις για το ίδιο διάστημα. Ενθαρυντικό είναι το γεγονός ότι η θέση της χώρας το 2011 παρουσίασε μικρή βελτίωση σε σχέση με το 2010. Η σειρά κατάταξης του Ελληνικού τουρισμού τόσο στην Ευρώπη, όσο και στον Κόσμο, με βάση τις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις, έχει επηρεαστεί σημαντικά από την οικονομική κρίση. Παρόλα αυτά, η Ελλάδα διατηρεί το μερίδιο αγοράς της στην Ευρώπη και στην Κόσμο, αν και τα ποσοστά της σημείωσαν μια μικρή υποχώρηση (Διάγραμμα 12).

Πίνακας 10: Παγκόσμια Κατάταξη Ελλάδας & ανταγωνιστών βάση των διεθνών εισπράξεων

	Ελλάδα	Ισπανία	Τουρκία	Αίγυπτος	Κροατία
2007	13 ^η	2 ^η	10 ^η	25 ^η	26 ^η
2008	12 ^η	2 ^η	9 ^η	25 ^η	26 ^η
2009	15 ^η	2 ^η	9 ^η	21 ^η	30 ^η
2010	21 ^η	2 ^η	10 ^η	22 ^η	33 ^η
2011	19 ^η	2 ^η	12 ^η	31 ^η	33 ^η

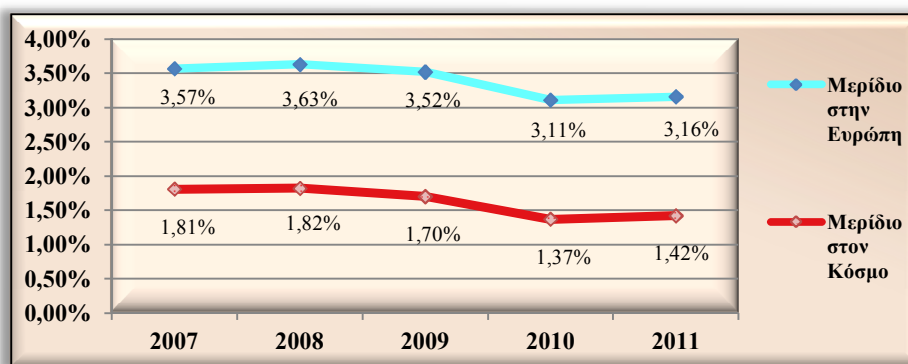
Πηγή: SETE, ίδια επεξεργασία στοιχείων

Πίνακας 11: Κατάταξη ελληνικού τουρισμού βάση των διεθνών τουριστικών εισπράξεων

	Τουριστικές εισπράξεις (δισ USS)	Σειρά κατάταξης Κόσμος	Σειρά κατάταξης Ευρώπη
2007	15,5	12	8
2008	17,1	12	8
2009	14,5	15	8
2010	12,7	21	10
2011	14,6	19	9

Πηγή: <http://www.sete.gr>, ίδια επεξεργασία στοιχείων

Διάγραμμα 12: Μερίδιο αγοράς ελληνικού τουρισμού βάση των διεθνών τουριστικών εισπράξεων



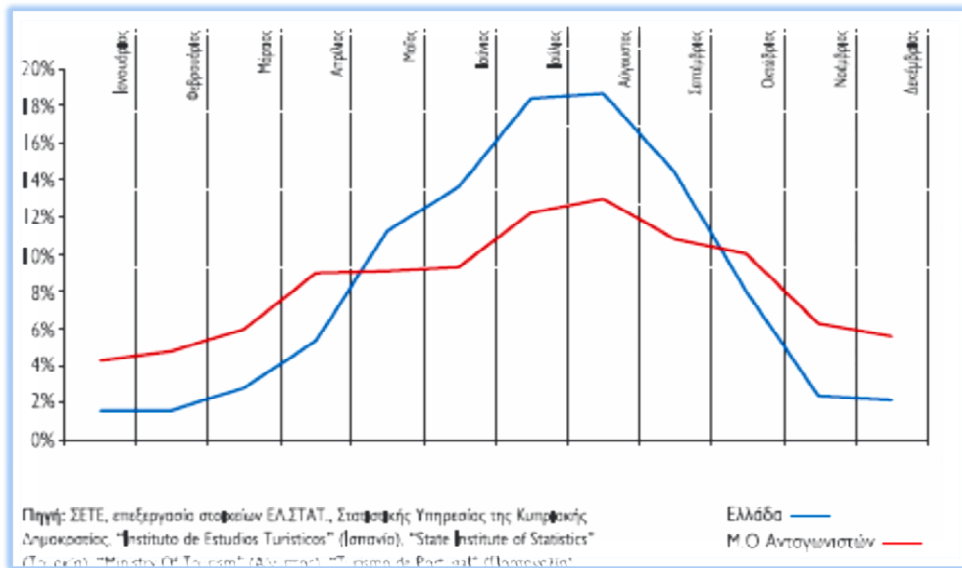
Πηγή: <http://www.sete.gr>, ίδια επεξεργασία στοιχείων

Όσον αφορά την εποχικότητα παρατηρείται η ίδια καμπύλη για σχεδόν 20 χρόνια σε σύγκριση με το μέσο όρο των ανταγωνιστριών χωρών, γεγονός που συνιστά και σημαντικό μειονέκτημα (Διάγραμμα 13). Πιο συγκεκριμένα, το τρίμηνο Ιουλίου-Αυγούστου-Σεπτεμβρίου η Ελλάδα δέχεται ποσοστό μεγαλύτερο του 50% των διεθνών αφίξεών της, σε αντίθεση με τους υπόλοιπους μήνες που φαίνεται ότι οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις υπολειτουργούν ή δεν λειτουργούν καθόλου.

Μάλιστα το τρίμηνο Ιουλίου-Αυγούστου του 2011, η Ελλάδα δέχτηκε το 54% των διεθνών τουριστικών της αφίξεων (Διάγραμμα 14). Το βασικό αίτιο αυτού του φαινομένου αποδίδεται στις προτιμήσεις των τουριστών, οι οποίοι στην πλειοψηφία τους επιλέγουν τους θερινούς μήνες, δείχνοντας μικρότερη προτίμηση στους χειμερινούς μήνες και στην επιλογή των διακοπών σε ορεινές περιοχές με χιονόπτωση.

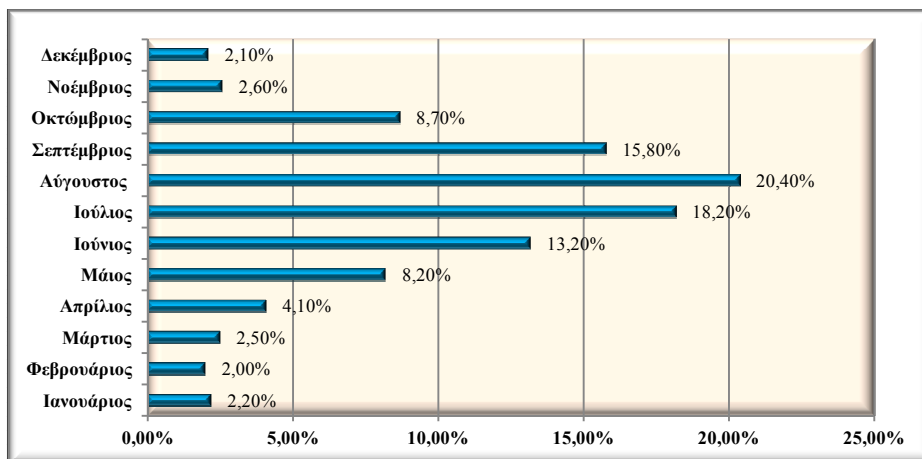
Μεταξύ άλλων βασικών παραγόντων που συντελούν στην ύπαρξη αυτού του φαινομένου, συγκαταλέγεται η κοινωνική οργάνωση της χώρας από την οποία προέρχονται οι τουρίστες, καθώς και η διαθεσιμότητα του ελεύθερου χρόνου (Βαρβαρέσος, 2000).

Διάγραμμα 13: Εποχικότητα τουριστικής ζήτησης Ελλάδας & Μ.Ο. ανταγωνιστών, 2000-2009



Πηγή: Δ/ση Χωροταξίας Υ.Π.Ε.Κ.Α., 2010-«Έκθεση Αξιολόγησης της Εφαρμογής του θεσμοθετημένου Ειδικού Πλαισίου του Τουρισμού»

Διάγραμμα 14: Εποχικότητα Διεθνών τουριστικών αφίξεων στην Ελλάδα, 2011



Πηγή: ΣΕΤΕ 2012, ίδια επεξεργασία στοιχείων

5.1 SWOT Ανάλυση του Ελληνικού Τουρισμού

Ο στρατηγικός σχεδιασμός του τουρισμού σύμφωνα με τον Κομίλη κ.α.(1999), εστιάζεται στην οριοθέτηση μακροπρόθεσμων αναπτυξιακών στόχων και μέσων παρέμβασης για την υλοποίησή τους. Ως κύριος στόχος θεωρείται η εξισορρόπηση και εναρμόνιση των εξωτερικών και συνήθως ανεξέλεγκτων παραγόντων και των εσωτερικών ελεγχόμενων παραγόντων, σε μια προσπάθεια μεγιστοποίησης των ευκαιριών και πρόληψης, αποφυγής και ελαχιστοποίησης των ενδεχόμενων απειλητικών κινδύνων.

Η λεπτομερής ανάλυση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος που ακολουθεί, γίνεται με την χρήση της μεθόδου SWOT Analysis, βασισμένη σε στοιχεία από την μελέτη του Πανεπιστημίου Αιγαίου⁵⁴ (2010) και του ΙΤΕΠ⁵⁵ (2009). Συγκεκριμένα γίνεται ανάλυση των δυνατών και αδύνατων σημείων, καθώς και των ευκαιριών και απειλών, που χαρακτηρίζουν τον ελληνικό τουρισμό.

5.1.1 Δυνάμεις(strengths)

Η καλή γεωγραφική θέση της Ελλάδας στις δυτικοευρωπαϊκές και ανατολικοευρωπαϊκές αγορές, καθώς βρίσκεται σε καίριο σημείο της Μεσογειακής λεκάνης, είναι ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματά της για να δεχτεί τουρίστες από ολόκληρη την Ευρώπη.

Θεωρείται ως ένας προορισμός με ευχάριστες μεσογειακές κλιματολογικές συνθήκες, καθώς διατηρεί ακόμη σε σχετικά ικανοποιητικό επίπεδο και για αρκετά μεγάλα χρονικά διαστήματα θερμοκρασίες οριακά καλές και ευχάριστες. Πιο συγκεκριμένα, η ηλιοφάνεια, το μεγάλης διάρκειας καλοκαίρι από τον Απρίλιο έως και τον Οκτώβριο και ο ήπιος χειμώνας, αποτελούν βασικούς παράγοντες άμεσης προσέλκυσης ξένων τουριστών.

⁵⁴ Μελέτη Πανεπιστημίου Αιγαίου, «Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία, κοινωνία & προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη», Χίος, Φεβρουάριος 2006

⁵⁵ ΙΤΕΠ (2009), «Ετήσια Έκθεση, Ινστιτούτο Τουριστικών Μελετών και Προβλέψεων»

Εξέχοντα θέση ανάμεσα στις δυνάμεις του ελληνικού τουρισμού έχουν και οι φυσικοί πόροι. Η ποικιλομορφία και η τεράστια έκταση της ελληνικής ακτογραμμής που ξεπερνά τα 15.000 χιλιόμετρα, τα πολυάριθμα νησιωτικά συμπλέγματα με τα 6.000 νησιά και νησίδες⁵⁶ δημιουργούν πλήθος ακτών, καθιστώντας την Ελλάδα ως ιδανικό προορισμό καλοκαιρινών διακοπών.

Σημαντική συμβολή παρέχει το αναλλοίωτο φυσικό περιβάλλον. Η Ελλάδα διαθέτει υψηλής οικολογικής αξίας φυσικό περιβάλλον, προστατευόμενες περιοχές παγκόσμιου φυσικού κάλλους, σπάνια οικοσυστήματα, γραφικές παραλίες και άθικτα φυσικά τοπία. Οι φυσικές αυτές ομορφιές της χώρας και το μεσογειακό τοπίο ενισχύονται από την πλούσια πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά της. Οι παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα των εκάστοτε περιοχών και η πολιτιστικής και ιστορικής σημασίας μνημεία της, σε συνδυασμό με την σύγχρονη πολιτιστική παραγωγή συμβάλουν στην αναγνωρισιμότητα της ως παγκόσμιου τουριστικού προορισμού.

Στα ισχυρά σημεία συγκαταλέγεται η ελληνική κουζίνα, η δομή της ελληνικής και μεσογειακής διατροφής, καθώς και η πλούσια παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων παραγωγής. Η ελληνική κουζίνα με την ισορροπία σε επίπεδο διατροφικής αξίας, την ποικιλία σε συνδυασμούς και την πολυπλοκότητα στον τρόπο εκτέλεσης, απολαμβάνει ιδιαίτερης αναγνώρισης διεθνώς και αποτελεί σημαντικό, αλλά ανεκμετάλλευτο έως σήμερα τουριστικό πόρο, αν αναλογιστεί κανείς τις δυνατότητές της.

Ένα ακόμα δυνατό σημείο είναι η παγκόσμια αναγνωρισιμότητα και η καθιέρωση της Ελλάδας ως διεθνούς τουριστικού προορισμού. Με βάση τις τουριστικές εισπράξεις το 2011 κατατάχθηκε στην 19^η θέση παγκοσμίως και με βάση τις τουριστικές αφίξεις κατέλαβε την 17^η θέση παγκοσμίως⁵⁷. Στο Μεσογειακό χώρο, η Ελλάδα μαζί με την Γαλλία και την Τουρκία αποτελούν πολύ σημαντικές τουριστικές αγορές. Μάλιστα την καλοκαιρινή περίοδο πολλά σκάφη από την Ευρώπη επισκέπτονται τα ελληνικά λιμάνια.

⁵⁶ <http://www.investingreece.gov.gr>- «Εναλλακτικός Τουρισμός. Μια νέα τουριστική προσέγγιση»

⁵⁷ SETE(2012), “Greek Tourism: Facts & Figures-2011”, Athens

Μεταξύ των δυνάμεων του ελληνικού τουρισμού εντάσσεται και η αναβάθμιση της οικονομικής, τουριστικής και κοινωνικής υποδομής της χώρας, ιδιαίτερα με την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004. Η ανάληψη αυτής της διοργάνωσης συνέβαλε στην αναβάθμιση των συστημάτων ασφάλειας και επομένως στη ύπαρξη υψηλού βαθμού ασφάλειας των τουριστών σε σχέση με ανταγωνιστικούς προορισμούς. Ταυτόχρονα, πραγματοποιήθηκαν μεγάλες επενδύσεις, όπως η ολοκλήρωση μεγάλων οδικών αρτηριών, η αναβάθμιση των αεροπορικών και ακτοποϊκών συγκοινωνιακών υποδομών, τα οποία συνέβαλαν σημαντικά στην βελτίωση της τουριστικής υποδομής.

Συμμετοχή στα δυνατά στοιχεία του ελληνικού τουριστικού προϊόντος κατέχουν οι επενδύσεις που έγιναν σε σχέση με τον εκσυγχρονισμό και τις νέες τεχνολογίες. Σε αυτό τον τομέα συγκαταλέγονται **1)** οι νέοι τρόποι προβολής του τουριστικού προϊόντος, που βασίζεται στην τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς, **2)** η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών, όπως η δημιουργία δικτύων ηλεκτρονικής διαχείρισης των δεδομένων και πληροφόρησης, **3)** ο ποιοτικός εκσυγχρονισμός των υφισταμένων τουριστικών επιχειρήσεων που έγινε σε συνδυασμό με την οργάνωση υποδομών για την ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

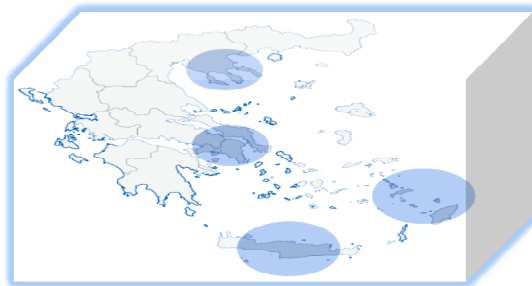
Όμως, ένα από τα ισχυρότερα σημεία του ελληνικού τουρισμού, θεωρείται η καλή φήμη και εικόνα, που έχει ως σημαντικός τουριστικός προορισμός παγκοσμίως. Μάλιστα το 2010 κατατάχθηκε ανάμεσα στους Top 10 τουριστικούς προορισμούς, σύμφωνα με τη Lonely Planet και κατέλαβε τη 2^η θέση, σύμφωνα με τα Telegraph Travel Awards 2008 της Αγγλίας, στην κατηγορία της Καλύτερης Ευρωπαϊκής Χώρας⁵⁸. Οι εξελίξεις αυτές, σε συνδυασμό με την παραδοσιακή ελληνική φιλοξενία και τον ελληνικό τρόπο ζωής, έχουν αναβαθμίσει την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό.

⁵⁸ www.investingreece.gov.gr – «Ελλάδα: Ένας παγκοσμίως αναγνωρίσιμος προορισμός»

5.1.2 Αδυναμίες (weaknesses)

Η γεωγραφική συγκέντρωση της τουριστικής προσφοράς, σε συγκεκριμένες περιφέρειες της ελληνικής επικράτειας, είναι μια από τις χαρακτηριστικές αδυναμίες του ελληνικού τουρισμού. Συγκεκριμένα, έχει διαπιστωθεί η ύπαρξη μεγάλης χωροταξικής ανισοκατανομής του ξενοδοχειακού δυναμικού και υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση της τουριστικής υποδομής. Μάλιστα σε έρευνα του ΣΕΤΕ (2012), αναφέρεται ότι το έτος 2011 το 66% της τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα συγκεντρώθηκε στην Κρήτη, στα Δωδεκάνησα, στη Μακεδονία και στη Στερεά Ελλάδα, δηλαδή μόλις σε 4 περιοχές της χώρας⁵⁹. Όμως, οι περιοχές αυτές παρουσιάζουν πλέον έντονο κορεσμό, ενώ ταυτόχρονα υπάρχουν περιοχές που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν, ώστε να ανταποκριθούν στις τουριστικές ανάγκες.

Εικόνα 1: Συγκέντρωση τουριστικής προσφοράς στην Ελλάδα



Πηγή: ΣΕΤΕ: «Ελληνικός τουρισμός 2020», 2010

Ένα από τα αδύνατα σημεία του ελληνικού τουρισμού είναι και η εποχικότητα της ζήτησης, η οποία είναι αρκετά υψηλή. Μάλιστα το 2011 το 54% των διεθνών αφίξεων της χώρας πραγματοποιήθηκε το διάστημα μεταξύ Ιουλίου και Σεπτεμβρίου⁶⁰ και μάλιστα την περίοδο Μάιο με Σεπτέμβριο έχει διαπιστωθεί ότι έρχεται περίπου το 70% των τουριστών. Το φαινόμενο αυτό σε συνδυασμό με την έλλειψη υποδομών, φαίνεται να επιδρά αρνητικά στην ποιότητα των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών.

⁵⁹ ΣΕΤΕ(2012), “Greek Tourism: Facts & Figures-2011”, Athens

⁶⁰ ΣΕΤΕ(2012), “Greek Tourism: Facts & Figures-2011”, Athens

Επιπλέον, η εξάρτηση των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων από τον μαζικό τουρισμό και κατ' επέκταση από τους μεγάλους διεθνείς Tour Operators, είναι μεγάλη. Ως αποτέλεσμα, οι διεθνείς ταξιδιωτικοί πράκτορες επηρεάζουν τη διαμόρφωση της τουριστικής κίνησης προς την Ελλάδα, πιέζοντας για μειώσεις τιμών και για παροχή καλύτερων υπηρεσιών, δυσκολεύοντας έτσι την επικερδή λειτουργία των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων.

Παράλληλα έχει διαπιστωθεί ότι οι σημαντικότερες χώρες προέλευσης τουριστών βάση των τουριστικών εισπράξεων, παραμένουν οι ίδιες χώρες, μεταξύ των οποίων είναι η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ιταλία, η Γαλλία και η Ρωσία (ΣΕΤΕ, 2012). Ωστόσο, τα ποσοστά των χωρών, όπως της Ιαπωνίας και των ΗΠΑ εξακολουθούν να παραμένουν χαμηλά, σε αντίθεση με ανταγωνιστικούς προορισμούς, όπως η Τουρκία, που συγκεντρώνουν σημαντικό αριθμό τουριστών από τις χώρες αυτές.

Μια ακόμα αδυναμία του ελληνικού τουρισμού είναι η έλλειψη κατάλληλου χωροταξικού σχεδιασμού για τις τουριστικές επενδύσεις. Παρατηρείται καθυστέρηση της δημιουργίας κατάλληλων χωροθετημένων τουριστικών επενδύσεων, κάτι που συνέβαλε στην ανάπτυξη πολλών αυθαίρετων και παράνομων τουριστικών εγκαταστάσεων. Επομένως, είναι απαραίτητη η εφαρμογή του, για την ισόρροπη εναρμόνιση των αναγκών του κλάδου, την προστασία του περιβάλλοντος και τη διασφάλιση της κοινωνικής ευημερίας με δεδομένη την πεπερασμένη χωρική δυνατότητα του ελλαδικού χώρου.

Η χαμηλή ποιότητα των δημόσιων τουριστικών υποδομών και των προσφερόμενων ιδιωτικών υπηρεσιών αποτελεί ένα ακόμα σημείο αδυναμίας. Σημαντικές είναι οι ελλείψεις σε ειδικές τουριστικές υποδομές και ανωδομές, όπως για παράδειγμα σε σχέση με τις μεταφορές, τις εγκαταστάσεις ειδικών μορφών τουρισμού, τα συνεδριακά κέντρα, τα θεματικά πάρκα, τις μαρίνες. Είναι γεγονός ότι οι τουρίστες αποθούνται από τις κακές, ελλιπείς και ανύπαρκτες δημόσιες υποδομές, καθώς έχουν συνηθίσει να τους παρέχονται από το κράτος.

Έντονη είναι και η έλλειψη κατάλληλα εκπαιδευμένου και καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού, καθώς ο τουριστικός τομέας είναι ένας κατεξοχήν τομέας εντάσεως εργασίας και σε συνδυασμό με την καθυστέρηση στην εισαγωγή νέων τεχνολογιών στον τομέα αυτό, έχει σαν αποτελέσματα τη αύξηση της δυσκολία ανταπόκρισης στις συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις της τουριστικής αγοράς.

5.1.3 Ευκαιρίες (opportunities)

Παρά τα αδύνατα σημεία του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, που προαναφέρθηκαν, υπάρχουν αρκετές ευκαιρίες ανάκαμψης και ανάπτυξής του, σε σχέση με την φύση του προϊόντος αυτού, την εικόνα που έχει δημιουργηθεί στο εξωτερικό και σε σχέση με την αξιοποίηση ανεκμετάλλετων αγορών. Υπάρχουν ευκαιρίες απόκτησης μεριδίου αγοράς από νέες, ανεκμετάλλετες και ανερχόμενες αγορές, όπως είναι η Κίνα, καθώς επίσης και δυνατότητες αξιοποίησης ανεκμετάλλετων τμημάτων παραδοσιακών αγορών, όπως της αμερικάνικης, που μπορούν να συμβάλουν θετικά στην ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού.

Τονίζεται ότι η φύση του ελληνικού προϊόντος είναι μοναδική, καθώς συνδυάζει το μεσογειακό κλίμα και τη θάλασσα, με τη φιλόξενη διάθεση και την πολιτισμική κληρονομιά. Η κατάλληλη προβολή του μπορεί να αποτελέσει σημαντική ευκαιρία ανάδειξης και ανάπτυξής του.

Η διαφοροποίηση της ζήτησης από τη πλευρά των καταναλωτών μπορεί να αναδειχθεί σε σημαντική ευκαιρία για την ανάπτυξη της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας. Για παράδειγμα η ζήτηση για εξατομικευμένες υπηρεσίες και ειδικά ενδιαφέροντα, δημιουργούν νέες εν δυνάμει αγορές, πέρα από εκείνες του μαζικού τουρισμού.

Η αξιοποίηση της γενικότερης τάσης ανόδου του ελληνικού τουρισμού και της συνεχούς αύξησης του εσωτερικού τουρισμού, σε συνδυασμό με τις ευκαιρίες διεύρυνσης σε νέες μορφές τουρισμού που παρατηρούνται τα τελευταία έτη, μπορεί να αποτελέσει αξιόλογη ευκαιρία για την άμβλυνση της εποχικότητας, που χαρακτηρίζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν.

Η ενίσχυση των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων, μέσω της χρηματοδότησης των έργων υποδομής και των τουριστικών επιχειρήσεων από το ΕΣΠΑ, μπορεί να συμβάλει στη βελτίωση της προσφερόμενης ποσότητας και στη διαφοροποίηση του παρεχόμενου προϊόντος. Μέσω της ανάπτυξης της τουριστικής υποδομής μικρής κλίμακας σε μη κορεσμένες περιοχές, επιτυγχάνεται η αύξηση της ανταγωνιστικότητας και της ποιότητας του τουρισμού. Με αυτό τον τρόπο, η ενίσχυση των τουριστικών επιχειρήσεων σε συνδυασμό με την δυνατότητα αξιοποίησης των τοπικών και παραδοσιακών προϊόντων από το τουριστικό κύκλωμα, με στόχο την αναβάθμιση και τη διαφοροποίηση του, αποτελεί σημαντική ευκαιρία ανάπτυξης της ελληνικής τουριστικής δραστηριότητας.

5.1.4 Απειλές (threats)

Η ελληνική τουριστική αγορά θεωρείται πλέον ένας ώριμος τουριστικός προορισμός, που αντιμετωπίζει όμως έντονο ανταγωνισμό σε επίπεδο τιμών, από αναδυόμενους μεσογειακούς προορισμούς. Πιο συγκεκριμένα, η Ελλάδα εμφανίζεται να προσφέρει το ίδιο προϊόν με τους ανταγωνιστές της και να διεκδικεί μερίδιο από τις ίδιες τουριστικές αγορές και απευθύνεται κυρίως σε τουρίστες από χώρες της βορειοδυτικής. Ευρώπης.

Μάλιστα οι χώρες αυτές προσπαθούν να προσελκύσουν κυρίως μαζικό τουρισμό, έχοντας ως βασικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα το χαμηλό κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών. Το 2011 παρατηρήθηκε μία μικρή μείωση του παγκόσμιου μεριδίου της Ελλάδας στις αφίξεις καθώς το 2011 ήταν μόλις 1,7%, ενώ αντίστοιχα το 2000 ξεπερνούσε το 1,8%.⁶¹

Όσον αφορά την τιμολογιακή πολιτική του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, ως απειλή μπορεί να θεωρεί η δυναμική ανάπτυξη νέων ανταγωνιστικών χωρών, κυρίως στη Μεσόγειο, που έχουν παρουσιάσει θεαματική βελτίωση στην ποιότητα του τουριστικού τους προϊόντος τους, διατηρώντας παράλληλα τιμές σε χαμηλά επίπεδα.

Η επέκταση της οικονομικής κρίσης και σε άλλες ανεπτυγμένες χώρες, οι οποίες αποτελούν βασικούς πελάτες της εγχώριας τουριστικής αγοράς, σε συνδυασμό με την γενικότερη κατάσταση στην παγκόσμια και εγχώρια οικονομία είναι πιθανόν να συμβάλουν αρνητικά στη ζήτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Τέλος, ως απειλή για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού μπορεί να θεωρεί και η ανεξέλεγκτη και χωρίς σχέδιο πολλές φορές, παρέμβαση της τουριστικής βιομηχανίας στο φυσικό περιβάλλον της χώρας, λόγω μη τήρησης των περιβαλλοντικών όρων και της σχετικής νομοθεσίας, όπως σχετικά με το ποσοστό κάλυψης οικοπέδων.

Τα ανωτέρω στοιχεία της SWOT ανάλυσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν στο σχεδιασμό και στην εφαρμογή μιας στρατηγικής για την ολοκληρωμένη διαχείριση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο. Έτσι, θα οδηγηθεί η ελληνική τουριστική ανάπτυξη σε ένα νέο διαφοροποιημένο πρότυπο, έχοντας νέα και διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά τουριστικής προσφοράς.

⁶¹ SETE(2012), “ Greek Tourism: Facts & Figures-2011”, Athens

5.2 Προτάσεις για την στρατηγική ανάπτυξης του Ελληνικού

Τουρισμού

Με βάση την ανωτέρω ανάλυση του ελληνικού τουρισμού εντοπίζονται ορισμένα πεδία, στα οποία απαιτούνται αλλαγές, ώστε να επιτευχθεί η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Τα πεδία αυτά σχετίζονται με την εμφάνιση υψηλής εποχικότητας και υψηλής γεωγραφικής συγκέντρωσης της προσφοράς, με την ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών, την ανάπτυξη ειδικών τουριστικών προϊόντων, την ενδυνάμωση της εκπαίδευσης και των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού, την προβολή του προϊόντος, με την άσκηση τουριστικής πολιτικής και με την ανάπτυξη των υποδομών και μεταφορών.

Το βασικό πρόβλημα του Ελληνικού Τουρισμού, όπως διαφαίνεται και από τα ανωτέρω στοιχεία, είναι η ανυπαρξία μιας ορθολογικής και προγραμματισμένης στρατηγικής πολιτικής σε μακροχρόνιο ορίζοντα. Η ανάπτυξη του τουρισμού δεν μπορεί να γίνει ξαφνικά. Αυτό που χρειάζεται είναι η πραγματοποίηση σοβαρών επενδύσεων από την πλευρά του κράτους, των περιφερειών και των ιδιωτών (Ηγουμενάκης Ν., 1999). Ουσιαστικά απαιτείται η κατάρτιση ενός ολοκληρωμένου προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης για την Ελλάδα, σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, που να έχει μακροχρόνια στόχευση.

Το προτεινόμενο αυτό πρόγραμμα πρέπει να είναι ρεαλιστικό, υλοποιήσιμο και εναρμονισμένο με τους στόχους της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Με τον τρόπο αυτό, η τουριστική βιομηχανία θα λειτουργήσει αποδοτικά και αποτελεσματικά στο πλαίσιο της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης και να ανταποκριθεί στην υψηλή διεθνή ανταγωνιστικότητα.

Σύμφωνα με μελέτη του Πανεπιστημίου Αιγαίου (2010)⁶², το νέο τουριστικό πρόγραμμα θα πρέπει να συνοδεύεται από μια εξειδικευμένη τουριστική πολιτική, η οποία θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως μέρος της βιομηχανικής πολιτικής και θα καλύπτει όλες τους επιμέρους τομείς της τουριστικής δραστηριότητας.

Ουσιαστικά η τουριστική πολιτική πρέπει να είναι εξειδικευμένη και να συνδέεται με την εσωτερική διαδικασία ανάπτυξης κάθε περιφέρειας του ελλαδικού χώρου, καθώς και να εξυπηρετεί τους ακόλουθους βασικούς στόχους:

- ✓ Την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου με την προώθηση νέων μορφών τουρισμού, έχοντας ως στόχο την προσέλκυση ζήτησης ειδικών ενδιαφερόντων.
- ✓ Την ελαχιστοποίηση του ποσοστού των εισαγομένων εισροών, που προορίζονται για ικανοποίηση της τουριστικής ζήτησης.
- ✓ Την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών, μέσω της βελτίωσης και της ανάπτυξης των υποδομών, καθώς και της καλύτερης προστασίας του περιβάλλοντος.
- ✓ Τη διαφοροποίηση και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, την αναβάθμιση της τουριστικής δραστηριότητας και την κατάστροψη ενός διαφημιστικού προγράμματος κατάλληλα εξειδικευμένου για τη δομή του προσφερόμενου ελληνικού τουριστικού προϊόντος.



⁶² Μελέτη Πανεπιστημίου Αιγαίου, «Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία, κοινωνία & προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη», Χίος, Φεβρουάριος 2006

5.2.1 Το υπάρχον στρατηγικό σχέδιο του Ελληνικού Τουρισμού

Το όραμα του Ελληνικού Τουρισμού για την περίοδο 2010-2015 είναι «η παροχή ποιοτικών τουριστικών υπηρεσιών, που προσφέρουν τον καλύτερο δυνατό συνδυασμό των πολιτιστικών και τουριστικών στοιχείων, καθώς και η μετάβαση προς το πρότυπο του ποιοτικού, πράσινου και βιώσιμου τουρισμού».

Η στρατηγική της Ελλάδας σήμερα βασίζεται στους εξής έξι κινητήριους άξονες⁶³: **1)** στη διαφοροποίηση του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος και στην ανάπτυξη νέων μορφών εναλλακτικού τουρισμού, **2)** στη βελτίωση παρεχόμενης ποιότητας του τουριστικού προϊόντος, **3)** στην επένδυση σε ανθρώπινο κεφάλαιο, **4)** στην ολοκληρωμένη επικοινωνιακή πολιτική του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, **5)** στη δημιουργία σταθερού περιβάλλοντος ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και της ενίσχυσης των ιδιωτικών επενδύσεων στον τομέα του τουρισμού και **6)** στον εκσυγχρονισμό των δομών και των μηχανισμών άσκησης της ελληνικής τουριστικής πολιτικής.

5.2.2 Το νέο αναπτυξιακό μοντέλο για τα επόμενα χρόνια

Τα τελευταία χρόνια έχουν πραγματοποιηθεί τρεις βασικές προτάσεις για την στρατηγική τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας. Η πρώτη πρόταση αναφέρεται στη μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2020- Πρόταση για νέο αναπτυξιακό μοντέλο» του ΣΕΤΕ. Στην μελέτη αυτή δίνεται έμφαση στο μάρκετινγκ και στη γενικότερη προώθηση του ελληνικού τουρισμού, μέσα από συγκεκριμένες ενέργειες. Η μελέτη αυτή⁶⁴, σαν όραμα του ελληνικού τουρισμού για το 2020, θέτει τον τουρισμό να ενεργεί ως καθοριστικό παράγοντα στην προσπάθεια για οικονομική και κοινωνική ανάπτυξης της Ελλάδας.

⁶³ Δ/ση Χωροταξίας Υ.Π.Ε.Κ.Α.,2010-«Εκθεση Αξιολόγησης της Εφαρμογής του θεσμοθετημένου Ειδικού Πλαισίου του Τουρισμού»

⁶⁴ Μελέτη ΣΕΤΕ, με θέμα: «Ελληνικός Τουρισμός 2020: Πρόταση για το νέο αναπτυξιακό μοντέλο», Αθήνα 2010

Σύμφωνα με την μελέτη αυτή, το προτεινόμενο αναπτυξιακό μοντέλο δίνει προτάσεις για οργανωτικές και θεσμικές μεταρρυθμίσεις για διαφορετικό προσανατολισμό της τουριστικής προσφοράς και για διαφορετική διαχείριση της τουριστικής ζήτησης. Πιο συγκεκριμένα, το νέο αναπτυξιακό μοντέλο του ΣΕΤΕ, απαιτεί έναν ελάχιστο αριθμό από θεσμικούς και άλλους μετασχηματισμούς, όπως είναι η καθιέρωση αυτόνομου Υπουργείου Τουρισμού, η ίδρυση Γραμματείας Τουρισμού σε όλα τα συναρμόδια Υπουργεία, καθώς και η διακομματική συναίνεση για τον τρόπο διοίκησης και διαχείρισης του τουρισμού.

Στο επίπεδο της προσφοράς στο νέο αυτό μοντέλο κρίνεται απαραίτητη η διατήρηση του προϊόντος «ήλιος και θάλασσα», με ταυτόχρονη αναβάθμιση της ποιότητάς του, αλλά και η συνεχή βελτίωση της σχέσης τιμής-ποιότητας και κυρίως η ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού, που θα προκύψουν από την αναλυτική τμηματοποίηση της τουριστικής ζήτησης.

Από την πλευρά της ζήτησης, το νέο αναπτυξιακό μοντέλο του ελληνικού τουρισμού τονίζει την ανάγκη δημιουργίας δομών και κουλτούρας μάρκετινγκ. Επίσης, έμφαση δίνεται στην ανάγκη ύπαρξης αλλαγών, τόσο σε επίπεδο οργάνωσης, όσο και σε σχέση με την νοοτροπία. Μάλιστα τονίζεται ότι για την αύξηση της τουριστικής ζήτησης, απαιτείται η ανάπτυξη συνεργειών και οικονομιών φάσματος του τουρισμού με άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας.

Σημαντικό ρόλο στο νέο αυτό μοντέλο, κατέχουν οι επενδύσεις στην τεχνολογία και στο ανθρώπινο δυναμικό. Η εκπαίδευση του εργατικού δυναμικού, καθώς και η συνεχιζόμενη κατάρτιση και εξειδίκευσή του, θεωρείται ως η σημαντικότερη παράμετρος στην προσπάθεια παροχής ποιοτικών υπηρεσιών και στη βελτίωση της παραγωγικότητας. Μάλιστα τονίζεται ότι η εξασφάλιση ευελιξίας στην αγορά εργασίας πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα της πολιτικής απασχόλησης στον τουρισμό.

Η ύπαρξη συνεχούς έρευνας και μελέτης των αγορών, κρίνεται ως ελάχιστη απαιτούμενη προϋπόθεση επιτυχίας. Στις στρατηγικές προτεραιότητες του νέου αυτού αναπτυξιακού μοντέλου συγκαταλέγεται η ίδρυση εταιρείας με αντικείμενο το διαδικτυακό μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού, καθώς και η σύναψη στρατηγικών συμμαχιών με αεροπορικές εταιρείες για νέες απευθείας πτήσεις προς τους ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς, αλλά και η σύσταση μηχανισμών επικοινωνιακής διαχείρισης κρίσεων.

Η δεύτερη πρόταση αναφέρεται στην μελέτη της εταιρείας McKinsey and Company, που πραγματοποιήθηκε με ανάθεση από τον ΣΕΒ και την Ελληνική Ένωση Τραπεζών, με θέμα η «Ελλάδα 10-χρόνια μπροστά - Προσδιορίζοντας το νέο μοντέλο ανάπτυξης της Ελλάδας». Στην μελέτη αυτή παρέχεται μακροοικονομική ανάλυση των κλάδων και προτείνονται γενικές κατευθύνσεις του νέου μοντέλου ανάπτυξης για κάθε ένα κλάδο.

Πιο συγκεκριμένα, στον κλάδο του τουρισμού υποδεικνύει 13 στρατηγικές προτεραιότητες, ομαδοποιημένες στις εξής 4 θεματικές ενότητες⁶⁵: **1)** επαναπροσδιορισμός της εμπορικής πολιτικής, **2)** δημιουργία ποιοτικών υποδομών με ταυτόχρονη επιτάχυνση των επενδύσεων, **3)** διευκόλυνση της πρόσβασης και των μεταφορών και **4)** ριζική αναβάθμιση των επαγγελματικών δυνατοτήτων και της τεχνογνωσίας.

Η τρίτη πρόταση αναφέρεται στη μελέτη με τίτλο «Στρατηγική Ανάπτυξης Ελληνικού Τουρισμού 2011-2021, Στόχοι και Προτεραιότητες».⁶⁶ Στη μελέτη αυτή τέθηκαν τρεις μεγάλοι στόχοι:

- ✓ Η Ελλάδα να είναι στους 10 πρώτους τουριστικούς προορισμούς.
- ✓ Η ακαθάριστη προστιθέμενη αξία να ανέλθει σε 50 δισεκατομμύρια ευρώ.
- ✓ Οι θέσεις εργασίας στον κλάδο του τουρισμού να αγγίξουν το 1.000.000.

⁶⁵ Μελέτη McKinsey (2011) «Η Ελλάδα 10 χρόνια μπροστά: Προσδιορίζοντας το νέο Εθνικό Μοντέλο ανάπτυξης» - Σύνοψη, Κεφ. 4.1 Κύριοι Κλάδοι - 4.1.1. Τουρισμός

⁶⁶ Όπως παρουσιάστηκε από τον Υπουργό Πολιτισμού και Τουρισμού στο Συνέδριο του ΣΕΤΕ-Οκτώβριος 2011- Δ/ση Χωροταξίας Υ.Π.Ε.Κ.Α.(2010)

Για την επίτευξη των ανωτέρω στόχων προτάθηκαν δύο ενότητες ανάπτυξης του τουρισμού:

- Η προσέλκυση επενδύσεων σε νέες και βελτιωμένες υποδομές για τον τουρισμό μέσα από την δημιουργία σταθερού επενδυτικού και φορολογικού πλαισίου.
- Η ανάπτυξη των αγορών⁶⁷, μέσα από εργαλεία ριζικής αναβάθμισης των φορέων προβολής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος καθώς και η αύξηση των αφίξεων και των εσόδων μέσα από τον τουρισμό, ενισχύοντας τον ρόλο του ΕΟΤ και στην άμεση συνεργασία του με τους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης.

Ως παράλληλη ενέργεια για την ανάπτυξη των αγορών αναφέρεται και η δημιουργία νέων τουριστικών προορισμών με την ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων και την προβολή ειδικών μορφών τουρισμού.

Τέλος, στο πλαίσιο της προώθησης του ελληνικού τουρισμού διεθνώς, ο ΣΕΤΕ, το ΞΕΕ και η Ένωση εταιριών διαφήμισης και επικοινωνίας Ελλάδος προωθούν την σύσταση της «Marketing Greece». Πρόκειται για μη κερδοσκοπικό οργανισμό, που σε συνεργασία με τους κλαδικούς φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, στοχεύουν στην προβολή του ελληνικού τουρισμού και στην προσέλκυση περισσότερων διεθνών τουριστών από συγκεκριμένες αγορές στόχους στην Ελλάδα, όπως είναι η Ρωσία, το Ηνωμένο Βασίλειο, οι ΗΠΑ, η γαλλόφωνη και γερμανόφωνη Ευρώπη⁶⁸.



⁶⁷ Xenia news, Φύλλο 26, Περίοδος Β΄, Ιούλιος- Σεπτέμβριος 2011, «Η δυναμική επιστροφή του ελληνικού τουρισμού»

⁶⁸ <http://www.naftemporiki.gr> – Τίτλος «ΣΕΤΕ: Θετικά μηνύματα από τις κρατήσεις στις κύριες αγορές» (Ημερομηνία Ανάρτησης 21/12/2012) & Κουμέλης Θ. (21/12/12), Άρθρο με τίτλο: «Η Marketing Greece για την προβολή του Ελληνικού τουρισμού», Ανάρτηση στο <http://traveldailynews.gr>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΣΤ' : ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

6 Αειφόρος ανάπτυξη

Ο τουρισμός αποτελεί έναν κλάδο οικονομικής, κοινωνικής, πολιτιστικής και περιβαλλοντικής δραστηριότητας που αναδεικνύει και προβάλλει την ποιότητα ζωής του τόπου που τον φιλοξενεί. Στη βάση του αποτελεί ένα οικονομικό φαινόμενο με σημαντικές επιπτώσεις σε μεγάλο αριθμό κοινωνικών ομάδων, αλλά και στο οικονομικό και φυσικό περιβάλλον (Ηγουμενάκης κ.α., 2004).

Η τουριστική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια φαίνεται να έχει επηρεάσει σημαντικά την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος. Τα περιβαλλοντικά προβλήματα είχαν αρχίσει να απασχολούν τις κυβερνήσεις ορισμένων κρατών και τους πολίτες τους από την δεκαετία του 1980. Παράλληλα, είχαν ενταθεί και οι αρνητικές κριτικές σχετικά με την πορεία της λεγόμενης «βαριάς βιομηχανίας», που μόλυνε ορατά πλέον το φυσικό περιβάλλον.

Η τουριστική βιομηχανία μπήκε στο στόχαστρο των κριτικών σύντομα, καθώς σε πολλές περιπτώσεις η ανάπτυξή της ήταν τόσο άναρχη, αυθαίρετη και απρογραμματίστη, με αποτέλεσμα να επιδρά αρνητικά στο περιβάλλον και στην πολιτιστική κληρονομιά (Aronson, 2000). Συνεπώς, ήταν εμφανής πλέον η ανάγκη ανάπτυξης ενός νέου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, που θα είναι βιώσιμο και ταυτόχρονα φιλικό προς το φυσικό, κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον του τόπου υποδοχής των τουριστών.

Ο ορός **«Αειφορία»** εμφανίστηκε για πρώτη φορά στην γερμανόφωνη δασική βιβλιογραφία της οικονομικής δασοκομίας, σε σχετική οδηγία για την καλλιέργεια άγριων δέντρων, στις αρχές του 18^{ου} αιώνα (Ανδριώτης, 2008). Μάλιστα καθιερώθηκε ως δασικός ορός στις αρχές του 19^{ου} αιώνα από τους Hurting & Karstrofer, έχοντας την έννοια της επίτευξης της μέγιστης προσφοράς υλικών και μη υλικών αγαθών από το δάσος.

Με την πάροδο του χρόνου χρησιμοποιήθηκε από την ευρύτερη επιστημονική κοινότητα. Μετατράπηκε σε αρχή διαχείρισης, με εφαρμογή όχι μόνο στα δασικά οικοσυστήματα, αλλά και σε όλα τα φυσικά οικοσυστήματα και τους ανανεώσιμους φυσικούς πόρους.

Ο όρος **«Αειφόρος Ανάπτυξη»** (Sustainable Development) διατυπώθηκε για πρώτη φορά το 1980. Σαν έννοια όμως προϋπήρχε από το 1972, όταν «Η Ομάδα της Ρώμης (Club of Rome), δημοσίευσε την Έκθεση με τίτλο «Τα Όρια της Ανάπτυξης» (Meadows et al, 1972).

Με βάση την Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη (WCED, 1987) πρόκειται για την ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος, χωρίς όμως να κάνει συμβιβασμούς ως προς την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες. Ουσιαστικά στοχεύει στην διασφάλιση της ικανοποίησης των αναπτυξιακών αναγκών, μέσα από την ελαχιστοποίηση των επιπτώσεων, την βιώσιμη διαχείριση και εξοικονόμηση της χρήσης των φυσικών πόρων.

Όσον αφορά στην υιοθέτηση της αειφόρου ανάπτυξης από την Ευρωπαϊκή Ένωση, στο άρθρο 2 της Συνθήκης του Μάαστριχτ το 1992 περιγράφεται ως κύρια αποστολή της Κοινότητας η προαγωγή της «αρμονικής» και «ισόρροπης» ανάπτυξης των οικονομικών δραστηριοτήτων. Δεν υπήρξε συσχέτιση όμως της έννοιας της βιώσιμης ανάπτυξης με την κοινωνική διάσταση. Το 1997, στο άρθρο 2 της Συνθήκης του Άμστερνταμ⁶⁹ γίνεται λόγος για «αρμονική, ισόρροπο και αειφόρο ανάπτυξη των οικονομικών δραστηριοτήτων» (European Communities 1999).

Έτσι, η αειφόρος ανάπτυξη έπαυσε να θεωρείται αποκλειστικά περιβαλλοντική έννοια και αναγνωρίστηκε η ανάγκη ύπαρξης στενής συσχέτισης μεταξύ της οικονομικής ανάπτυξης, της κοινωνικής συνοχής και της περιβαλλοντικής προστασίας στο πλαίσιο της στρατηγικής της Ε.Ε. για την αειφόρο ανάπτυξη (Commission of the European Communities 2001).

⁶⁹ <http://el.wikipedia.org>

6.1 Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη και Αειφόρος Τουρισμός

Από την δεκαετία του 1980 ήταν πλέον ορατή η ανάγκη συνεργασίας των πολιτικών και των δράσεων μεταξύ των περιβαλλοντικών θεμάτων και θεμάτων του τουρισμού. Μάλιστα εκείνη τη χρονιά, η ανάγκη αυτή επισφραγίστηκε με την διακήρυξη της Μανίλα⁷⁰, στην διάρκεια της οποίας υποστηρίχθηκε ότι οι τουριστικοί πόροι πρέπει να βρίσκονται κάτω από τον άμεσο έλεγχο των κρατών (Edgell, 1990).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO, 2001), σαν **«Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη»** (Sustainable Tourism Development) ορίζεται η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες των παρόντων τουριστών και των περιοχών οικοδομημένων τους, ενώ παράλληλα προστατεύει και ενισχύει τις μελλοντικές ευκαιρίες (Spilanis and Vayanni, 2003).

Η Αρχή της Αειφόρου Τουριστικής Ανάπτυξης βασίζεται στην ανάπτυξη ενός τουριστικού προορισμού, που δεν καταστρέφει το περιβάλλον ή τους πόρους του τουριστικού προορισμού, έτσι ώστε να μπορούν οι μελλοντικοί τουρίστες να απολαύσουν τον εκάστοτε προορισμό που θα επιλέξουν.

Με βάση τους Woodcock & France (1994), η προσέγγιση της αειφορίας έχει ως στόχο ένα πιο πράσινο και περιβαλλοντικά προσανατολισμένο μέλλον σχετικά με τον τουρισμό. Μάλιστα, το 1996 τρεις διεθνείς οργανισμοί, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού και το Συμβούλιο της Γης, ενώθηκαν και προώθησαν ένα κοινό σχέδιο δράσης με τον τίτλο Ατζέντα 21⁷¹ για την Ταξιδιωτική και Τουριστική Βιομηχανία.

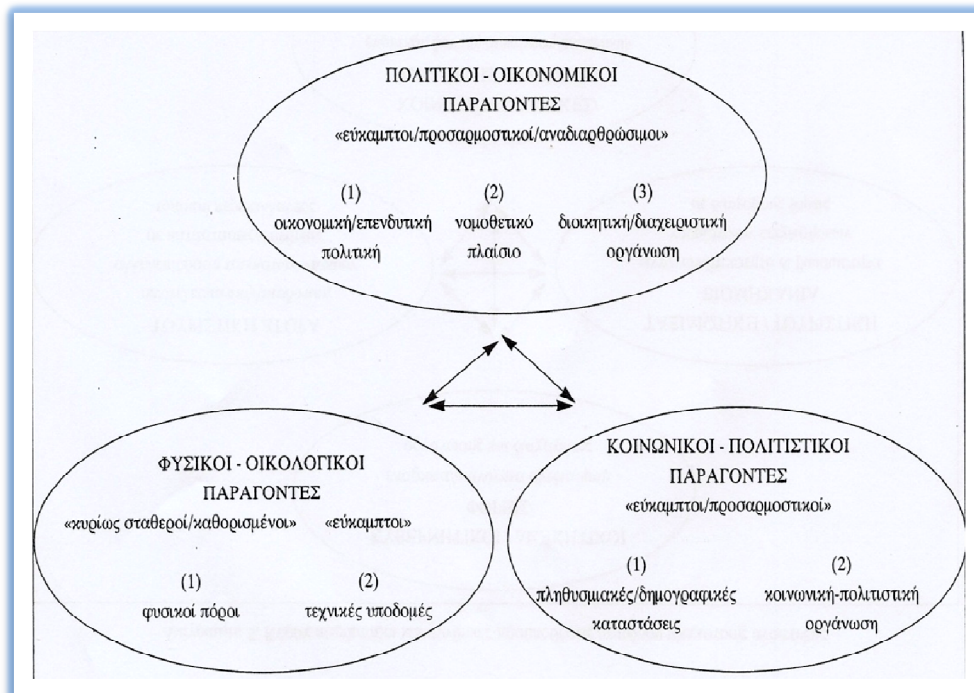
⁷⁰ Η Παγκόσμια Διάσκεψη Τουρισμού, συγκλήθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού στη Μανίλα των Φιλιππίνων, το διάστημα από 27 Σεπτεμβρίου μέχρι 10 Οκτωβρίου, προς εξέταση θεμάτων, που αφορούσαν το δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα και τα οποία απαιτούσαν άμεση προσοχή για το συμφέρον της αρμονικής ανάπτυξης του τουρισμού.

⁷¹ <http://www.minenv.gr> – Τίτλος: «Τοπική Agenda 21» (Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry Towards Environmentally Sustainable Development). Γεννήθηκε τον Ιούνιο του 1992, όταν οι ηγέτες από περισσότερες από 100 χώρες και οι αντιπρόσωποι από περισσότερες των 10.000 μη κυβερνητικών οργανώσεων (M.K.O.) συναντήθηκαν στη Διάσκεψη κορυφής των Η.Ε. (Earth Summit) στο Ρίο της Βραζιλίας, με στόχο την προώθηση των αρχών της αειφόρου ανάπτυξης. Η Agenda 21 ήταν αποτέλεσμα μίας εκτενούς ανάλυσης του τι χρειάζεται για να επιτευχθεί η βιώσιμη ανάπτυξη. Τα 40 κεφάλαιά της πάνω σε περιβαλλοντικά, οικονομικά, κοινωνικά θέματα και θέματα οργάνωσης περιέχουν οδηγίες για την ανάπτυξη διαδικασιών λήψης αποφάσεων με στόχο τη βιωσιμότητα. Η Agenda 21 είναι μία διαδικασία, που καθορίζεται από κοινού με τις τοπικές αρχές σε ολόκληρη τη γη, όπου καλούνται να εργαστούν από κοινού με όλους τους φορείς της τοπικής κοινωνίας και με τους πολίτες, για την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης.

Ο βασικός στόχος ήταν η προστασία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της τουριστικής βιομηχανίας, που αποτελεί τον επιχειρηματικό πυρήνα και μπορεί να διασφαλίσει την αιφόρο ανάπτυξη για τις χώρες στις οποίες υφίσταται η τουριστική βιομηχανία. Όπως αναφέρει και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WOT, 2001), προβλέπεται η διαχείριση όλων των πόρων με τέτοιο τρόπο που να εκπληρωθούν οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες, καθώς και να διατηρηθεί η πολιτιστική και φυσική ακεραιότητα, η βιολογική ποικιλομορφία και τα συστήματα υποστήριξης της ζωής (Spilanis and Vayanni, 2003).

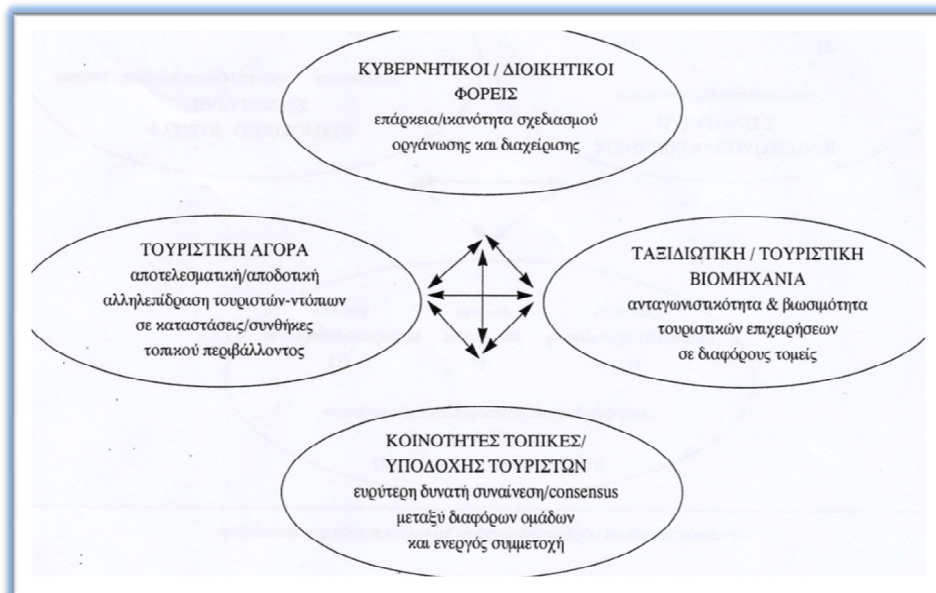
Όσον αφορά τον τουρισμό οι κύριοι παράγοντες εισροών για την Αειφόρο Τουριστική Ανάπτυξη, καθώς και οι αναγκαίες συνθήκες και προϋποθέσεις για την επίτευξή της, παρουσιάζονται ακολούθως.

Σχήμα 7: Κύριοι παράγοντες εισροών για αιφόρο τουριστική ανάπτυξη



Πηγή: Κομίλης Π. (1997), «Οικοτουρισμός, Η εναλλακτική προοπτική αιφόρου τουριστικής ανάπτυξης», Εκδόσεις Προπομπός

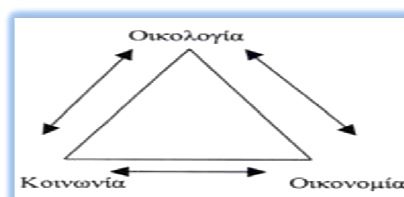
Σχήμα 8: Κύριες προϋποθέσεις τουριστικής ανάπτυξης



Πηγή: Κομίλης Π. (1997), «Οικοτουρισμός, Η εναλλακτική προοπτική αιφώρου τουριστικής ανάπτυξης», Εκδόσεις Προπομπός

Οι Hinterberger & Luks, αποτυπώνοντας γραφικά τη βιώσιμη ανάπτυξη, την περιγράφουν ως ένα τρίγωνο, στις κορυφές του οποίου βρίσκεται κάθε μια από τις διαστάσεις της. Οι πλευρές του τριγώνου φανερώνουν τη σύνδεση μεταξύ των διατάσεων και τα βέλη τη φορά των αλληλεπιδράσεων (Τσαντίλης, 2003).

Σχήμα 9: Τρίγωνο Mobius

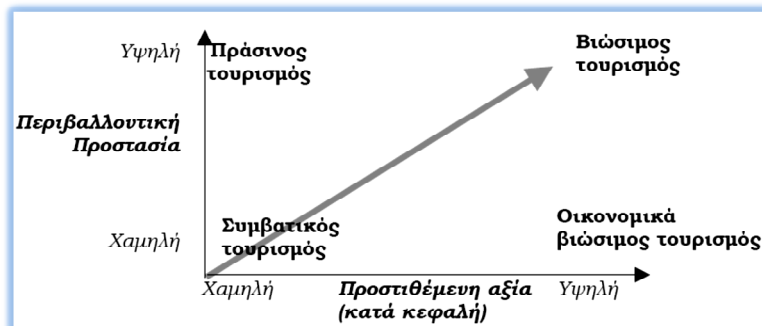


Πηγή: Τσαντίλης, 2003 (σελ. 48)

Ο κυρίαρχος στόχος του αιφώρου τουρισμού είναι η μέγιστη αξιοποίηση του περιβαλλοντικού και πολιτιστικού πλούτου μιας περιοχής, με σεβασμό στην κοινωνική και πολιτιστική αυθεντικότητα των τοπικών κοινωνιών και στη διατήρηση της φυσικής κληρονομιάς και της βιοποικιλότητας, καθώς και η εξασφάλιση βιώσιμων, μακροχρόνιων οικονομικών λειτουργιών, παρέχοντας κοινωνικοοικονομικά οφέλη σε όλους τους φορείς.

Η ανάπτυξη ενός βιώσιμου μοντέλου τουρισμού απαιτεί όραμα, ολοκληρωμένο και μακροπρόθεσμο στρατηγικό σχεδιασμό, στενή συνεργασία μεταξύ των παραγόντων, ευέλικτες μεθόδους εργασίας, καθώς και αστείρευτη ποικιλία προσεγγίσεων και εργαλείων⁷². Η αλλαγή του προτύπου της τουριστικής ανάπτυξης παρουσιάζεται στο ακόλουθο σχήμα.

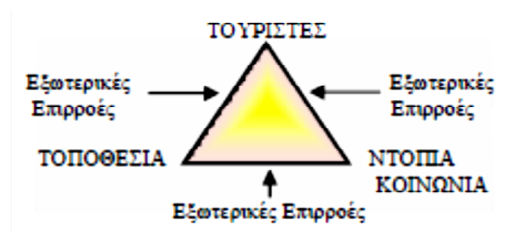
Σχήμα 10: Αλλαγή του προτύπου τουριστικής ανάπτυξης



Πηγή: Εργαστήριο Τοπικής και Νησιωτικής Ανάπτυξης, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Στο σχήμα 11 παρουσιάζεται το **Μοντέλο του Αειφόρου Τουρισμού**. Συγκεκριμένα παρουσιάζεται η Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη ως αλυσίδα των μεταβλητών «φυσικό περιβάλλον υποδοχής, τουρίστες και κοινωνία υποδοχής», όπως εξετάστηκε από το Συμβούλιο Τουρισμού της Αγγλίας. Αυτό που διαπιστώθηκε είναι ότι η αρμονική ισορροπία αυτών των τριών μεταβλητών, συνδυαστικά με την εγγύηση για την προστασία των υπάρχοντων πόρων, συνθέτουν την βασική ιδέα της Αειφόρου Τουριστικής Ανάπτυξης.

Σχήμα 11: Μοντέλο Αειφόρου τουρισμού



Πηγή: ETB (1991)

⁷² Κοινοτική πρωτοβουλία INTERREG III C SUD, «Εγχειρίδιο για Τουριστικούς Παράγοντες - Προτάσεις και παραδείγματα για την εφαρμογή μιας βιώσιμης τουριστικής προσφοράς σε ορεινές και απομακρυσμένες περιοχές»

6.2 Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη και φέρουσα ικανότητα

Ο όρος φέρουσα ικανότητα σχετίζεται με την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη, που απαιτεί ισόρροπη χρήση των επιμέρους πόρων της κάθε περιοχής. Σύμφωνα με τους Mathieson & Wall (1982) εκφράζει τον αριθμό των ανθρώπων που μπορούν να «χρησιμοποιούν» μια περιοχή, χωρίς μη αποδεκτή αλλαγή στο φυσικό περιβάλλον και χωρίς μη αποδεκτή υποβάθμιση στην ποιότητα της εμπειρίας των επισκεπτών.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO, 1977) θεωρεί ότι η «Φέρουσα Ικανότητα» είναι ο μέγιστος δυνατός αριθμός ατόμων⁷³ που μπορεί να φιλοξενήσει ταυτόχρονα ένας τουριστικός προορισμός, χωρίς να προκαλείται καταστροφή του φυσικού και κοινωνικοοικονομικού περιβάλλοντος και χωρίς μείωση της ικανοποίησης των επισκεπτών .

Η ανάλυση της φέρουσας ικανότητας χρησιμοποιείται στον περιβαλλοντικό σχεδιασμό με σκοπό να κατευθύνει αποφάσεις σχετικές με την κατανομή της χρήσης γης. Αποτελεί μια βασική τεχνική στον τομέα του τουρισμού, η οποία αναπτύχθηκε για το σχεδιασμό και τον καθορισμό των ανώτερων επιπέδων της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής, του αριθμού των επισκεπτών και της βέλτιστης χρήσης των τουριστικών πόρων⁷⁴.

Η **τουριστική φέρουσα ικανότητα**⁷⁵ σύμφωνα με τον Swarbrooke (1999), μπορεί να διακριθεί σε **α) φυσική**, που αναφέρεται στον αριθμό των τουριστών που μια περιοχή μπορεί να φιλοξενήσει, **β) περιβαλλοντική**, σχετικά με τους τουρίστες που μπορούν να φιλοξενηθούν σε μια περιοχή, πριν προκληθούν βλάβες στο περιβάλλον της και **γ) οικονομική**, που αναφέρεται στους τουρίστες που μπορεί να φιλοξενησει μια περιοχή, πριν υπάρξουν οικονομικά προβλήματα.

⁷³ http://www.coastlearn.org/gr/tourism-gr/tools_acc.html

⁷⁴ Inskeep E. (1991), Tourism planning- an integrated and sustainable development approach. New York. Van Nostrand Reinhold p.144

⁷⁵ Σπιλάνης Γ., «Βιώσιμος τουρισμός και φέρουσα ικανότητα», Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Swarbrooke J. (1999), Sustainable tourism management. U.K. CAB International Publishing

Ο αειφόρος τουρισμός ουσιαστικά διευρύνει την έννοια της φέρουσας ικανότητας, εφόσον σε αυτόν υπάρχουν ενσωματωμένες οι έννοιες της περιβαλλοντικής διατήρησης, της κοινωνικής δικαιοσύνης και της οικονομικής αποτελεσματικότητας. Η βασικότερη διαφορά στους δυο όρους έγκειται στο γεγονός ότι στο βιώσιμο τουρισμό δεν υπάρχουν όρια, που δεν πρέπει να ξεπεραστούν από την τουριστική ανάπτυξη, αλλά μια συνεχής προσπάθεια βελτίωσης των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών της επιδόσεων.

6.3 Αειφόρος Τουρισμός με την χρήση ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Η αποτυχία των προηγούμενων πολιτικών για το περιβάλλον, καθώς και το συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον για τη διατήρηση και την προστασία των φυσικών πόρων, ήταν οι βασικοί λόγοι που η πλειοψηφία των δυτικών χωρών και η Ευρωπαϊκή Ένωση υιοθέτησαν τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης (Coccossis and Nijkamp, 1995).

Η βασική αρχή της αειφορικής ανάπτυξης αναφέρεται στην ανάπτυξη που πραγματοποιείται σε μια περιοχή ή χώρα, για να αντιμετωπιστούν οι τωρινές ανάγκες, χωρίς να τεθεί σε κίνδυνο η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να αντιμετωπίσουν τις δικές τους. Το μοντέλο τουρισμού, που πληρεί την βασική αρχή της αειφορίας και της βιώσιμης ανάπτυξης, είναι ο «**Αειφόρος Τουρισμός**» και δεν αποτελεί απλά μια εναλλακτική μορφή τουρισμού. Είναι μια πολιτική της τουριστικής ανάπτυξης και σχεδιασμού, που μπορεί να εφαρμοσθεί σε όλες τις μορφές του τουρισμού και ειδικότερα σε περιοχές, όπου επικρατεί ο μαζικός τουρισμός, καθώς και σε αυτές που βρίσκονται στα πρώτα στάδια της ανάπτυξής τους, ενθαρρύνοντας έτσι την ανάπτυξη των αειφόρων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

6.3.1 Μετάβαση από τον μαζικό στον εναλλακτικό τουρισμό

Σύμφωνα με ορισμό του Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης (ΕΠΣΧΑΑ) για τον τουρισμό⁷⁶, ως «μαζικός» ορίζεται ο τουρισμός που απευθύνεται σε ευρύ κοινό, διαμορφώνεται με οργανωμένο τρόπο από τουριστικούς φορείς και επιχειρήσεις και συνδέεται με τις εκάστοτε κυρίαρχες μορφές του.

Αποτελεί ένα φαινόμενο που αντανακλά τις βαθύτερες ανάγκες του ανθρώπου για ξεκούραση, ψυχαγωγία και φυγή από ρουτίνα της καθημερινής ζωής. Ο μαζικός τουρισμός σαν οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, άρχισε να γίνεται εμφανής προς το τέλος της δεκαετίας του 1950 και αποτελεί ένα από τα χαρακτηριστικότερα γνωρίσματα του σύγχρονου τουρισμού.

Με βάση την βιβλιογραφική επισκόπηση, η αύξηση του μαζικού τουρισμού συνδέθηκε άμεσα ή έμμεσα με τους εξής παράγοντες (Ρίγγας, 2006):

- Με την αναβάθμιση των μεταφορικών μέσων, που οδήγησε στην ανάπτυξη του οργανωμένου τουρισμού. Με τις φθηνές τιμές των ταξιδιωτικών οργανισμών κατάφερε να μαζικοποιηθεί ο οργανωμένος τουρισμός.
- Η μεγάλη και σταθερή αύξηση των εισοδημάτων σε συνδυασμό με την αύξηση του ελεύθερου χρόνου.
- Με την θεμελίωση του «Κράτους Πρόνοιας», που με αμειβόμενες άδειες και παροχές βελτίωσε το οικονομικό επίπεδο των εργαζομένων.

Τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να εγκαταλείπεται αυτό το πρότυπο τουρισμού προς όφελος άλλων μορφών τουρισμού, που ικανοποιούν σε μεγαλύτερο πλέον βαθμό τις ανάγκες και επιθυμίες του σύγχρονου ανθρώπου, πέρα από την απλή τάση για φυγή, αλλαγή παραστάσεων και αναψυχή.

⁷⁶ Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος & Δημοσίων Έργων- «Ειδικό χωροταξικό πλαίσιο για τον τουρισμό-Σχέδιο Κοινής Υπουργικής Απόφασης», Αθήνα 2008

Από την δεκαετία του 1970 στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες, σημειώθηκαν αξιόλογες αλλαγές στα καταναλωτικά και κοινωνικά πρότυπα, που επηρέασαν την πορεία του τουρισμού. Οι τουρίστες πλέον αναζητούν την καινοτομία και τη διαφορετικότητα, ενώ εκφράζουν και την ανάγκη να διατηρήσουν ένα βαθμό οικειότητας με τους τόπους που επισκέπτονται.

Παράλληλα οργανωμένες ομάδες, όπως οικολόγοι, ερευνητές τουρισμού, περιβαλλοντικές οργανώσεις, κοινωνιολόγοι, ανησυχούσαν για την αλλοίωση των τοπικών κοινωνιών. Μάλιστα χωρίς να επιδιώκουν τη μείωση του ρυθμού και της ενθάρρυνσης της τουριστικής ανάπτυξης, πρότειναν να επανεξεταστεί και να επαναξιολογηθεί ο τρόπος εκδήλωσης και άσκησης της τουριστικής δραστηριότητας. Ουσιαστικά προσπάθησαν να λάβουν προστατευτικά μέτρα για το περιβάλλον, αναζητώντας πιο φιλικές και ήπιες προς το περιβάλλον μορφές τουρισμού, καθώς και πιο ανθρωποκεντρικές, οι οποίες συγκροτούν τον Εναλλακτικό Τουρισμό.

Συνεπώς, παρατηρείται μια προσπάθεια προώθησης νέων εναλλακτικών δραστηριοτήτων και μορφών τουρισμού, που καταβάλλεται τόσο από διάφορες ομάδες πληθυσμού, όσο και από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, την Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά και από διάφορους Εθνικούς Τουριστικούς Φορείς. Βασικός τους στόχος είναι να συμβάλλουν όσο το δυνατό περισσότερο στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς και να ενισχύουν το εισόδημα των πολιτών στις εκάστοτε τουριστικές περιοχές.

Σημαντικό ρόλο στη στροφή προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, είχε η άνοδος του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων, με αποτέλεσμα να θέτουν άλλες προτεραιότητες για τη ζωή και την αναψυχή τους. Οι διακοπές πολλών ατόμων πλέον συνδέονταν με νέες εμπειρίες, καθώς τα άτομα έρχονταν πιο κοντά στη φύση και μένοντας μακριά από το άγχος των μεγαλουπόλεων.

Η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού προκάλεσε ποικίλα προβλήματα, εξαιτίας της άγνοιας των περιβαλλοντικών παραμέτρων του τουρισμού, της μη συνειδητοποίησης της τουριστικής δραστηριότητας ως βιομηχανίας με σημαντικές επιπτώσεις, καθώς και της έλλειψης συνεργασίας μεταξύ φορέων για τα επιθυμητά επίπεδα της τουριστικής ανάπτυξης και τις αναγκαίες πολιτικές διαχείρισης του φαινομένου (Κομίλης, 1997).

Έχει διαπιστωθεί πως ο μαζικός τουρισμός επιδρά αρνητικά στους τόπους υποδοχής τουριστών⁷⁷. Αυτό συμβαίνει κυρίως μέσα από τον μιμητισμό ξενόφερτων προτύπων από τους ντόπιους κατοίκους, την εμπορευματοποίηση των ανθρωπίνων σχέσεων, την μόλυνση του περιβάλλοντος και την αλλοίωση του πολιτισμού.

Όσον αφορά τα αίτια που ώθησαν προς την κατεύθυνση των ειδικών μορφών τουρισμού, σύμφωνα με τον Κοκκώση (2001) σχετίζονται με:

- Την αυξανόμενη υποβάθμιση της ποιότητας του περιβάλλοντος, λόγω των αρνητικών επιπτώσεων από την ανάπτυξη των ανθρώπινων δραστηριοτήτων.
- Τη συνειδητοποίηση της αλληλεξάρτησης των ανθρώπινων δραστηριοτήτων και του φυσικού περιβάλλοντος.
- Την ευαισθητοποίηση, όσον αφορά την προστασία και την ανάδειξη της τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας της κάθε περιοχής.
- Την ικανοποίηση των βασικών αναγκών για ξεκούραση, αναψυχή και αναζήτηση πιο σύνθετων τρόπων ικανοποίησης, καθώς και νέων εμπειριών, μέσω της ανακάλυψης και γνώσης του κόσμου.

⁷⁷ Κοκκώσης, Χ. (2001), 'Τουριστική ανάπτυξη και φέρουσα ικανότητα στα νησιά», στο Τσάρτας, Π. «Τουριστική Ανάπτυξη- Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις», (σελ. 81-98), Εξάντας: Αθήνα

6.3.2 Αειφόρος τουρισμός: Σύγκριση με το μοντέλο του μαζικού τουρισμού

Ο Aronsson (1993:83) θεωρεί ότι «η προτεινόμενη αειφόρος ανάπτυξη ως θέμα, προστατεύει τον πλούτο των ειδών και την πολύ-ποικιλότητα στη φυσική περιοχή και παλεύει να αναπτύξει μια κοινότητα με στόχο να επιτύχει καλύτερη ζωή για τους ανθρώπους».

Ο τουρισμός αρχικά προωθήθηκε ως μια οικονομική δραστηριότητα χωρίς ιδιαίτερες αρνητικές επιδράσεις. Ωστόσο, οι φυσικές επιπτώσεις της μόλυνσης, η πληθυσμιακή υπερσυγκέντρωση, η υπέρογκη δόμηση, καθώς και οι κοινωνικές επιπτώσεις των μαζικών επισκεπτών σε κουλτούρες και τοπικές κοινότητες, οδήγησαν σε αμφισβήτηση του τουρισμού (Andriotis, 2000) και μάλιστα θεωρήθηκε ως «απειλή της βιωσιμότητας»⁷⁸ σε πολλές περιοχές.

Η πλειοψηφία των αρνητικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης προκύπτει από το μαζικό τουρισμό, καθώς συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό τουριστών, απαιτεί επενδύσεις μεγάλης κλίμακας και λιγότερη συμμετοχή της ντόπιας κοινωνίας στην αναπτυξιακή διαδικασία (Τσάρτας,1996, Andriotis,2002).

Στα βασικά χαρακτηριστικά του προτύπου του μαζικού τουρισμού (Shaw & Williams,2004) εντάσσεται το μη διαφοροποιημένο προϊόν, η συλλογική κατανάλωση από μη διαφοροποιημένους τουρίστες, καθώς και τα μεγάλα ποσοστά τουριστών που συνδέονται με την μαζική παραγωγή. Το συλλογικό ενδιαφέρον των τουριστών εστιάζεται σε τόπους, που συγκεντρώνουν την εποχική και πολώμενη κατανάλωση. Συγκεκριμένα ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από συγκέντρωση της προσφοράς και της ζήτησης στο χώρο και στο χρόνο, έχοντας λιγότερη ευαισθησία στους εγχώριους πλουτοπαραγωγικούς πόρους.

⁷⁸ Παππάς Ν. (2008), ΚΕΚ: «Τουρισμός. Περιβάλλον- πολιτισμός-περιφερειακή ανάπτυξη.»

Η δυναμική της τουριστικής ανάπτυξης και της συμπεριφοράς των τουριστών, που προσελκύονται από φθηνές αγοραστικές επιλογές (Coccossis,1996 & Pearce,1989), έχει σαν αποτέλεσμα να θεωρείται από πολλούς ως τουρισμός με πολλές αρνητικές επιπτώσεις (Ανδριώτης 2005). Μάλιστα ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται ως διαμετρικά αντίθετος του μαζικού και μάλιστα ο εναλλακτικός τουρισμός εμφανίζεται ως καλός και ο μαζικός ως κακός⁷⁹.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού διαφέρουν από τον μαζικό τουρισμό όταν (Ιατρός, 2005):

- είναι μικρής, ελεγχόμενης και ρυθμιζόμενης κλίμακας,
- ενισχύουν οικονομικά και κοινωνικά τις τοπικές κοινωνίες,
- ελαχιστοποιούν τις αρνητικές επιδράσεις στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον ,
- έχουν ποικιλία δραστηριοτήτων σε ατομική βάση και στηρίζονται σε βιώσιμα πρότυπα ανάπτυξης.

Η κατανάλωση φυσικών πόρων, που πραγματοποιείται στο πλαίσιο της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού, πρέπει να είναι αποκαταστάσιμη και να εντάσσεται στη λογική της αειφορίας. Για αυτό το λόγο, η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού πρέπει να είναι σχεδιασμένη, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται ο βιώσιμος χαρακτήρας της και η προσαρμογή της στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής (Ιατρού, 2005).

Ουσιαστικά, η βασικότερη διαφορά του «μαζικού τουρισμού» με τον «εναλλακτικό» έγκειται στην αναγνώριση ότι ο μαζικός προκαλεί υποβάθμιση, φθορά των φυσικών και πολιτιστικών πόρων στους οποίους βασίζεται, όταν ξεπερνά την κρίσιμη χωρητικότητα και την αντοχή μιας περιοχής (φέρουσα ικανότητα), ενώ ο εναλλακτικός βασίζεται κυρίως σε βιώσιμα πρότυπα ανάπτυξης (Καλοκάρδου, 2005).

⁷⁹ Lane, B. (1989), "Will rural tourism succeed?" In: Hardy, S., Hardy, T. & Shaw, T. (eds) "The Role of Tourism in the Urban and Regional Economy", Regional Studies Association, London, σελ. 34 - 39

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ζ΄: ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

7 Η έννοια του «Εναλλακτικού Τουρισμού»

Ο Εναλλακτικός Τουρισμός βρίσκεται στον αντίποδα του μαζικού τουρισμού, καθώς αποτελεί τμήμα των ειδικών μορφών τουρισμού. Συντονισμένα αναπτύχθηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1990, με αποτέλεσμα να μην έχει ακόμη διαμορφωθεί ένας κοινά αποδεκτός ορισμός. Τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί το ενδιαφέρον για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού από τουριστικούς επενδυτές και φορείς ανάπτυξης, που δεν είναι ικανοποιημένοι από τη μαζικοποίηση της τουριστικής διακίνησης και τις επακόλουθες αρνητικές της επιπτώσεις.

Με βάση τον Butler (1990), η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού επιφέρει λιγότερο αρνητικές συνέπειες στους τόπους υποδοχής των τουριστών, χωρίς όμως να μειώνουν τα θετικά οικονομικά αποτελέσματα, που επιθυμούν όσοι εμπλέκονται με την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής. Ο Fennel (1991) ανέφερε ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δίνουν την ευκαιρία στις χώρες να εκμηδενίσουν τις εξωγενείς επιδράσεις και να αναπτύξουν τη δική τους υποδομή. Με αυτό τον τρόπο, συμμετέχουν οι ίδιες στην ορθολογική ανάπτυξή τους και ωφελούνται σε σημαντικά θέματα, αντί να τα παραχωρούν όλα σε ξένους επιχειρηματίες και θεσμικούς παράγοντες του τουριστικού χώρου⁸⁰.

Μάλιστα οι καθηγητές Eadington και Smith (1992)⁸¹, υποστήριξαν ότι ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει μορφές τουρισμού, που σέβονται τις αξίες, σχετικά με την κοινωνία και τη φύση και παρέχουν στους τουρίστες την ευκαιρία για θετικές αναδράσεις και απόκτηση εμπειριών.

⁸⁰ Ανδριώτης Κ. (2003), «Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του», Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης, Σχεδιασμού και Περιβάλλοντος

⁸¹ Eadington, W.R. and Smith, V.L. (1992), "Introduction: The emerge of alternative forms of tourism", In Spith, V.L. and Eadington, W.R. (eds), "Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism", Chichester: Willey

Σύμφωνα με τον Τσάρτα (2001) οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από τη ύπαρξη ενός ειδικού κινήτρου στη ζήτηση. Το κίνητρο αυτό συνδέεται με θέματα, όπως είναι τα ταξίδια περιπέτειας, ο αθλητισμός, το περιβάλλον και η γνωριμία με την τοπική παράδοση. Συνήθως οι τουρίστες ακολουθούν έναν τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού, στον οποίο κυριαρχεί η αυτονομία στις επιλογές και η περιήγηση με όσον το δυνατόν ελάχιστη χρήση των υπηρεσιών του οργανωμένου τουρισμού. Μάλιστα ο σεβασμός στην τοπική, κοινωνική και περιβαλλοντική δομή έχει αναδειχθεί ως το κυρίαρχο στοιχείο της ζήτησης και της προσφοράς των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Ουσιαστικά όπως τονίζει και ο Ανδριώτης (2003), ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μικρής κλίμακας και μη σημαντικής φύσεως διαδικασία ανάπτυξης τουριστικών προορισμών. Προωθεί μια ενεργητική μορφή ταξιδιού, προσφιλή στις φυσικές, κοινωνικές και πολιτιστικές αξίες των περιοχών υποδοχής τουριστών. Επίσης, κάνει δυνατή την αλληλεπίδραση και την από κοινού συμβίωση μεταξύ των μελών διαφορετικών κοινωνιών, καθώς αναπτύσσεται με τη σύμφωνη γνώμη και συμμετοχή του μόνιμου πληθυσμού στην παραγωγική διαδικασία.

Αυτό που πρέπει να τονιστεί και έχει ιδιαίτερη σημασία είναι ότι με τον εναλλακτικό τουρισμό, οι άνθρωποι αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών. Ο τρόπος αυτός, όπως αναφέρει και ο Λαγός (2005), συνδέεται με την προστασία της τοπικής κουλτούρας, την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, αλλά και με την αποφυγή της χρήσης υπηρεσιών του οργανωμένου μαζικού τουρισμού. Δηλαδή εναλλακτικές μορφές τουρισμού θεωρούνται πλέον αυτές, που επιδιώκουν την ελαχιστοποίηση των αρνητικών συνεπειών στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον και διαφοροποιούνται από τη μέχρι πρότινος μαζική τουριστική δραστηριοποίηση.

Όσον αφορά την έννοια του εναλλακτικού τουρίστα, με βάση τον Laarman (1987), ως «εναλλακτικός τουρίστας» θεωρείται ο τουρίστας που επισκέπτεται μέρη δύσβατα και δυσπρόσιτα, δημιουργώντας κανάλια επικοινωνίας με τον ντόπιο πληθυσμό και ταξιδεύοντας μόνος του ή μαζί με μικρές ομάδες, χωρίς να αναζητά την ύπαρξη σημαντικής τουριστικής υποδομής. Οι εναλλακτικοί τουρίστες αποτελούν τμήμα της αγοράς και εμφανίζουν διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά σε σχέση με τα κίνητρα που τους ωθούν σε τουριστική μετακίνηση, αλλά και σε σχέση με τις δραστηριότητες τους που αναπτύσσουν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους (Ανδριώτης, 2003).

7.1 Συνισταμένες εναλλακτικού τουρισμού

Υπάρχουν κάποιες γενικά αποδεκτές συνισταμένες στον εναλλακτικό τουρισμό, που είναι γενικά αποδεκτές⁸². Πρώτον, όπως υποστηρίζει και ο Λαγός Δ. (2005), ο εναλλακτικός τουρισμός εφαρμόζεται σε μορφές τουρισμού που δεν καταστρέφουν το περιβάλλον και τις ανάγκες της κοινότητας υποδοχής και δεν επιφέρουν τις αρνητικές επιπτώσεις που προκαλεί ο μαζικός τουρισμός στις περιοχές που αναπτύσσεται.

Δεύτερον, ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρήθηκε μικρής κλίμακας ανάπτυξης του τουρισμού, που προέρχεται και οργανώνεται από τον τοπικό πληθυσμό ή τους τοπικούς φορείς και συνήθως δεν καταστρέφουν τον πολιτισμό της κοινωνίας υποδοχής. Αυτός ο τρόπος ανάπτυξής τους επιφέρει λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις, ενώ παράλληλα έχει μεγαλύτερες πιθανότητες ευνοϊκής αποδοχής από τους μόνιμους κατοίκους σε σχέση με τον μαζικό τουρισμό (Βενετσανοπούλου, 2006). Τα οφέλη από τις τουριστικές δραστηριότητες διοχετεύονται κυρίως προς τον ντόπιο πληθυσμό της περιοχής και λιγότερο προς τις πόλεις ή τις χώρες, όπως συμβαίνει με το μαζικό τουρισμό.

⁸² <http://www.gnto.gov.gr>

Τέλος, τονίζεται ότι ως εναλλακτικός αποκαλείται ο τουρισμός που δεν καταστρέφει τον πολιτισμό της κοινωνίας υποδοχής, γιατί προσπαθεί ενεργά να ενθαρρύνει το σεβασμό προς την πολιτισμική πραγματικότητα, μέσω της εκπαίδευσης, της επιμόρφωσης και γενικότερα των οργανωμένων συναντήσεων. Μάλιστα είναι οι μόνες μορφές τουρισμού που ενισχύονται με τεράστια κονδύλια από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Βενετσανοπούλου, 2006).

7.2 Τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του Εναλλακτικού Τουρισμού

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

Ως βασικός στόχος του εναλλακτικού τουρισμού θεωρείται η βιωσιμότητα του περιβάλλοντος, η προστασία του πολιτισμού και των ηθικών αξιών μιας χώρας. Ουσιαστικά η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στοχεύει στη μετάβαση από την «ποσότητα» στην «ποιότητα», μέσω της ενίσχυσης του τουρισμού μικρών ομάδων με ειδικά ενδιαφέροντα, με ταυτόχρονη η διασφάλιση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της κάθε περιοχής.

Ο Ανδριώτης (2008) υποστηρίζει ότι ο εναλλακτικός τουρισμός έχει πολλά διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά με το μαζικό, που σχετίζονται κυρίως με τα κίνητρα του τουρίστα, τον τουριστικό προορισμό και το μέγεθος των τουριστικών επιχειρήσεων.

Τα κίνητρα αποτελούν την κινητήρια δύναμη για την υποκίνηση του ατόμου, ώστε να προχωρήσει σε μια πράξη και συνήθως προκύπτουν από την ύπαρξη κάποιας ανάγκης. Τα κίνητρα των ατόμων που επιλέγουν τον εναλλακτικό τουρισμό είναι διαφορετικά από τα κίνητρα του συνηθισμένου μαζικού τουρίστα (Cazes, 1989). Συνήθως σχετίζονται με αυτά του λεγόμενου ενεργητικού τύπου τουρισμού, όπως είναι η περιπλάνηση, ο τουρισμός περιπέτειας, ο εξερευνητικός χαρακτήρας μέσα από τη συναναστροφή με τους ντόπιους κατοίκους.

Στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι διακοπές δεν πραγματοποιούνται σαν μια μεμονωμένη προσπάθεια φυγής από την καθημερινότητα, αλλά το ταξίδι αποκτάει νόημα με κοινωνικές, πολιτιστικές, περιβαλλοντολογικές και εκπαιδευτικές προεκτάσεις.⁸³

Όσον αφορά τον τουριστικό προορισμό, έχει διαπιστωθεί πως οι περισσότεροι προορισμοί επικρίνονται για την στέρση από τον τουρίστα της αυθεντικότητας του ταξιδιού με την επίδειξη πλαστών θέλγητρων, που έχουν κατασκευαστεί με μοναδικό σκοπό την τουριστική χρήση.

Στον εναλλακτικό τουρισμό, ο τουριστικός προορισμός συνδέεται με το «νέο, πρωτοποριακό ή ανεξερεύνητο» και αυτό είναι που τον διαφοροποιεί από άλλες κορεσμένες τουριστικές περιοχές. Διαπιστώθηκε ότι το μέγεθος των τουριστικών επιχειρήσεων αποτελεί το τελευταίο διαφοροποιητικό στοιχείο, καθώς και ότι οι περισσότεροι τουριστικοί προορισμοί προσελκύουν τουρίστες σε επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους, που προσφέρουν ποικίλες υπηρεσίες (Andriotis, 2002).

⁸³ Τσάρτας, Π. (1996), «Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό», Εκδόσεις Εξάντας, Αθήνα

Όπως υποστηρίζεται σε μελέτη του Ανδριώτη (2002)⁸⁴ σχετικά με το μέγεθος των τουριστικών επιχειρήσεων και την συνεισφορά τους στην τοπική ανάπτυξη, όσο μικρότερη είναι η επιχείρηση, τόσο μεγαλύτερη είναι η συνεισφορά της στην τοπική ανάπτυξη. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις απασχολούν περισσότερο ξένο διευθυντικό προσωπικό συγκριτικά με τις μικρές και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις. Επιπλέον, διαπιστώθηκε ότι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις αγοράζουν λιγότερο από ντόπιους λιανοπωλητές και χονδρέμπορους σε σύγκριση με τις μικρομεσαίες και μάλιστα υποστηρίζει ότι οι μικρές επιχειρήσεις απασχολούν περισσότερα άτομα από τα μέλη της οικογένειας του ιδιοκτήτη.

7.3 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι ποικίλες. Διαμορφώθηκαν για να καλύψουν τις ανάγκες των τουριστών σε όλη τη διάρκεια του έτους, που αποτελεί και τη βασική διαφοροποίησή τους από το μαζικό τουρισμό (Σφακιανάκης, 2000). Έτσι, με αυτό τον τρόπο δίνεται και μία ευκαιρία δραστηριοποίησης σε περιοχές, που δεν είχαν αναπτυχθεί τουριστικά μέχρι τώρα, αλλά είχαν τη δυνατότητα και τις απαιτούμενες προϋποθέσεις.

Οι σημαντικότερες μορφές τουρισμού που συνθέτουν τον εναλλακτικό τουρισμό παρουσιάζονται ακολούθως:

7.3.1 Οικολογικός τουρισμός

Ο οικολογικός τουρισμός είναι γνωστός και ως οικοτουρισμός, περιβαλλοντικός και φυσιολατρικός τουρισμός. Αποτελεί μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, που αντιτίθεται στον μαζικό τουρισμό, συμβάλλοντας στην προστασία των περιοχών που αναπτύσσεται. Απευθύνεται κυρίως σε άτομα που διαμένουν σε αστικά κέντρα και έχουν κουραστεί από τον έντονο σύγχρονο ρυθμό ζωής, που αγαπούν τη φύση και επιθυμούν να τη γνωρίσουν καλύτερα.

⁸⁴ Andriotis, K. (2002), "Scale of hospitality firms and local economic development- Evidence from Crete. Tourism Management"

Με βάση τον Fennell (1999), αποτελεί μια βιώσιμη μορφή τουρισμού που σχετίζεται με τη φύση. Εστιάζεται κατά κύριο λόγο στην εμπειρία και στη μόρφωση σχετικά με τη φύση, η οποία λαμβάνει μια τέτοια δεοντολογική μορφή διαχείρισης, ώστε να έχει ελάχιστες περιβαλλοντικές επιπτώσεις, να μην είναι καταναλωτική και να προσανατολίζεται στην τοπική κοινωνία.

Ο οικοτουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται δυναμικά την τελευταία δεκαετία στις αναπτυσσόμενες χώρες και οι λόγοι ανάπτυξης του οφείλονται σε δύο βασικές τάσεις. Η πρώτη σχετίζεται με την περιβαλλοντική προστασία, που θεωρείται επιτακτική ανάγκη στο πλαίσιο της οργανωμένης οικονομικής και περιβαλλοντολογικής πολιτικής. Η δεύτερη τάση αφορά τη διεύρυνση της τουριστικής αγοράς, λόγω της αυξανόμενης ζήτησης από τους τουρίστες για ένα νέο τουριστικό προϊόν, με το οποίο επιθυμούν να αξιοποιήσουν τον ελεύθερο χρόνο τους κοντά στη φύση.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο οικοτουρισμός⁸⁵ συμβαδίζει με τις αρχές του βιώσιμου τουρισμού. Συγκεκριμένα, συμβάλει σημαντικά στη διατήρηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, περιλαμβάνει τις τοπικές κοινωνίες στον προγραμματισμό του, ερμηνεύει τη φυσική και πολιτιστική κληρονομιά του τόπου προορισμού στον επισκέπτη και παραχωρεί καλύτερες υπηρεσίες, κυρίως προς τους ανεξάρτητους ταξιδιώτες.

Είναι δυνατόν να επιτύχει μια διαρκής ανάπτυξη, εφόσον εξασφαλίζει την προγενέστερη ενημερωμένη συμμετοχή όλων των συμμετεχόντων. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσα από ίση, ενεργή και αποτελεσματική συμμετοχή, ενώ παράλληλα προάγει την όλη διαδικασία, με τέτοιο τρόπο ώστε η τοπική κοινότητα να μπορεί να ελέγχει και να διατηρεί τα ιδιαίτερα στοιχεία της συμπεριφοράς και της κουλτούρας.

⁸⁵ www.ecotravel.gr

Η Ελλάδα διαθέτει ιδιαίτερα πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον. Παρά τη μικρή της έκταση παρουσιάζει σπάνια γεωμορφολογία με έντονες αντιθέσεις και πολλές περιοχές σημαντικής οικολογικής αξίας. Χιλιάδες ακτές, επιβλητικά βουνά, σπήλαια, φαράγγια, λίμνες, ποτάμια, βιότοποι εξαιρετικής ομορφιάς και μοναδικά οικοσυστήματα, καθώς και εντυπωσιακά τοπία απαρτίζουν την ελληνική γη. Η ύπαρξη αυτών των πόρων σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα της χώρας, καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για τους λάτρεις του οικολογικού τουρισμού.

7.3.2 Αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός αναπτύσσεται σε μη αστικό χώρο και αποτελεί δραστηριότητα όσων απασχολούνται με τον πρωτογενή τομέα παραγωγής. Στηρίζεται στην αξιοποίηση των φυσικών, πολιτιστικών και ανθρωπίνων πόρων της εκάστοτε τουριστικής αγροτικής περιοχής (Αποστολόπουλος, 2009).

Πρόκειται για μια ήπια μορφή αειφόρου τουριστική ανάπτυξης στον αγροτικό χώρο και αναφέρεται σε μορφές τουριστικών δραστηριοτήτων, που εντάσσονται στον αγροτικό τομέα. Περιλαμβάνει διάφορες τουριστικές δραστηριότητες, που είναι συμπληρωματικές ή έρχονται σε σύγκρουση με άλλες οικονομικές και κοινωνικές δραστηριότητες, που χαρακτηρίζουν τον αγροτικό χώρο. Όπως υποστηρίζει ο Ηγουμενάκης κ.α. (1999), ο αγροτικός τουρισμός διακρίνεται στις εξής δύο βασικές μορφές:

(α) Η πρώτη καλύπτει την υποδοχή και τη φιλοξενία των τουριστών σε αγροκτήματα, όπου οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και στις αγροτικές δραστηριότητες γενικότερα και είναι ευρύτερα γνωστή σαν μορφή διακοπών σε αγροικίες.

(β) Η δεύτερη μορφή αφορά τη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και ενοικιαζόμενων δωματίων σε έξω-αστικούς μικροσυνοικισμούς, με σκοπό τη φιλοξενία τουριστών σε αυτά.

Στους βασικούς στόχους του αγροτουρισμού συγκαταλέγεται η γνωριμία του τουρίστα με την φύση, τις καθημερινές συνήθειες των ντόπιων, τα ήθη, τα έθιμα, την κουζίνα τους, καθώς και με την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής, ενώ παράλληλα επιδιώκεται η ψυχαγωγία του τουρίστα.

Με βάση τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ), οι κατηγορίες των επιχειρήσεων που εντάσσονται στον αγροτουρισμό είναι τα αγροτουριστικά καταλύματα, τα αγροκτήματα, τα πρατήρια αγροτουριστικών προϊόντων, οι επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων και τα τουριστικά γραφεία διοργάνωσης προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων.

Εικόνα 2 : Επίσημα Αγροτουριστικά καταλύματα ανά την Ελλάδα



Πηγή: <http://www.gnto.gov.gr>

7.3.3 Πολιτιστικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένα από τα πιο παλιά και πιο δημοφιλή είδη τουρισμού. Από τους περασμένους αιώνες άτομα ή ολιγομελείς ομάδες περιηγητών, αναζητώντας τη γνώση, την εμπειρία και την προσωπική ανακάλυψη, πραγματοποιούσαν ταξίδια σε τόπους με αρχαιολογικό, ιστορικό, λαογραφικό και θρησκευτικό ενδιαφέρον, που βρίσκονταν σε άγνωστα μέρη με διαφορετικό πολιτισμό και εθνολογικές ιδιομορφίες.

Σήμερα κατέχει ξεχωριστή θέση ανάμεσα στις ηπιότερες μορφές τουρισμού, καθώς ολοένα αυξανόμενος αριθμός τουριστών περιλαμβάνει τις τέχνες, την πολιτιστική κληρονομιά και άλλες πολιτιστικές δραστηριότητες, ως μία από τις πέντε κορυφαίες αιτίες για να ταξιδέψει.

Για το λόγο αυτό η UNESCO, η World Bank, το Συμβούλιο της Ευρώπης και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού εντάσσουν τον πολιτιστικό τουρισμό στα προγράμματά τους, είτε ως τον κεντρικό στόχο τους, είτε ως ένα από τα σημαντικότερα μέσα για βιώσιμη ανάπτυξη, με τη μικρότερη δυνατή επιβάρυνση στο περιβάλλον και τους τοπικούς πολιτισμούς.⁸⁶

Οι ορισμοί που περιγράφουν την έννοια του πολιτιστικού τουρισμού διαφέρουν ανάλογα με τη χώρα από την οποία προέρχονται. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO, 1985)⁸⁷ θεωρεί πως ο πολιτιστικός τουρισμός αναφέρεται στο ταξίδι που γίνεται έχοντας ως βασικό κίνητρο τον πολιτιστικό χαρακτήρα μιας περιοχής. Ως μορφές πολιτιστικού τουρισμού θεωρούνται οι επισκέψεις στα μουσεία και στους αρχαιολογικούς χώρους, οι πολιτιστικές διαδρομές, τα φεστιβάλ θεάτρου και κινηματογράφου, οι πολιτιστικοί σύλλογοι, οι εκπαιδευτικές δράσεις στη φύση, τα πάρκα άγριων ζώων, τα θεματικά πάρκα, τα αρχοντικά σπίτια, τα παραδοσιακά εργαστήρια και τα πολεμικά μνημεία.

Μάλιστα ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού σε εκτίμησή σχετικά με την εξέλιξη αυτής της μορφής τουρισμού, υποστηρίζει ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αναπτύσσεται με ρυθμό 15% τον χρόνο και ότι το 37% όλων των διεθνών ταξιδιών περιλαμβάνει ένα πολιτιστικό στοιχείο.

Η Ελλάδα έχει μια πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, κάτι το οποίο αποτελεί και το μεγαλύτερο συγκριτικό της πλεονέκτημα έναντι των άλλων χωρών και αν την εκμεταλλευθεί κατάλληλα θα προσελκύσει ένα μεγάλο μέρος της παγκόσμιας τουριστικής κίνησης. Η παραδοσιακή αρχιτεκτονική και τα ιστορικά κέντρα των ελληνικών πόλεων συνθέτουν την πολιτιστική κληρονομιά και τη φυσιογνωμία της χώρας και αποτελούν ελκυστικούς τόπους επίσκεψης των τουριστών.

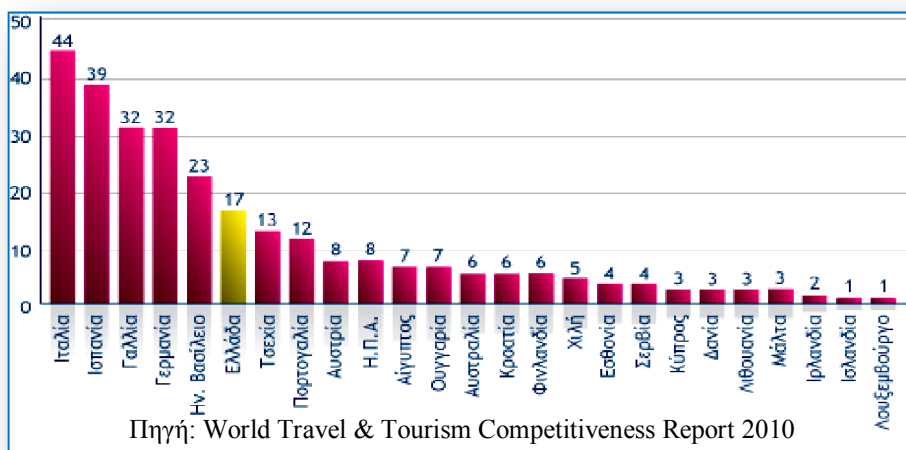
⁸⁶ Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης Ινστιτούτο Επιμόρφωσης-Μ. Κωστάκης, Εισήγηση για το Συνέδριο «Πολιτιστικός Τουρισμός και Ανάπτυξη»

⁸⁷ <http://www.touristikiekpaideysi.gr>

Επίσης, διαθέτει ένα πλήθος από αρχαία μνημεία, μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους και μάλιστα πολλά τουριστικά γραφεία διοργανώνουν περιηγήσεις με αρχαιολογικό ενδιαφέρον, καθώς και προγράμματα συμμετοχής των επισκεπτών σε πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Το WTTC πραγματοποίησε καταγραφή των μνημείων Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς που υπάρχουν σε κάθε χώρα για το έτος 2010. Η Ελλάδα κατατάσσεται στις πρώτες θέσεις (Διάγραμμα 15) μετά από χώρες, όπως η Ιταλία, η Ισπανία και η Γερμανία, καθώς διαθέτει 17 μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς.

Διάγραμμα 8: Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς



7.3.4 Θρησκευτικός τουρισμός

Αποτελεί μία ιδιαίτερη μορφή εναλλακτικού τουρισμού, που δημιουργήθηκε με σκοπό να καλύψει την ανάγκη των τουριστών για νέες εμπειρίες, ξεφεύγοντας από τις καλοκαιρινές διακοπές. Απευθύνεται κυρίως σε άτομα τρίτης ηλικίας, σε ευσεβείς περιηγητές και σε λάτρεις της βυζαντινής τέχνης, οι οποίοι μέσα από πολιτιστικά οδοιπορικά στον χώρο επίσκεψής τους, αναζητούν την επαφή με την πνευματικότητα της θρησκείας⁸⁸.

⁸⁸ <http://www.hotel-magazine.com>

Με βάση τον Ηγουμενάκη κ.α.(1999), αυτή η μορφή τουρισμού είναι περιορισμένης διάρκειας, συνήθως μίας έως τριών ημερών. Τα τουριστικά πακέτα για το θρησκευτικό τουρισμό είναι σχετικά φτηνότερα από εκείνα άλλων μορφών τουρισμού, ενώ για την ανάπτυξή του δεν απαιτείται ειδική υποδομή, παρά μόνο η βασική. Ωστόσο, έχει διαπιστωθεί πως επιφέρει σημαντικά οικονομικά οφέλη στους θρησκευτικούς τόπους και στις οικονομίες των χωρών που αναπτύσσεται.

Ο ελλαδικός χώρος κατέχει πλήθος μνημείων ορθοδοξίας και προσφέρεται για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού. Οι βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες με την αξιόλογη εικονογράφησή τους, τα ψηφιδωτά, τις τοιχογραφίες και τις σπάνιες εικόνες τους, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί, τα ξωκλήσια και τα προσκυνήματα της υπαίθρου, τα μοναστήρια, η περιοχή του Αγίου Όρους, καθώς και τα μοναστήρια των Μετεώρων στη Θεσσαλία, αποτελούν σημαντικό πόλο έλξης επισκεπτών.

7.3.5 Τουρισμός υγείας

Στον τουρισμό υγείας οι τουρίστες συμμετέχουν σε προγράμματα υγείας ή σε προγράμματα που σχετίζονται με την υγεία, όπως είναι τα προγράμματα διατήρησης, πρόληψης, θεραπείας, ανάρρωσης και αποκατάστασης της υγείας με σύγχρονες ιατρικές, αλλά και φυσικές μεθόδους. Επίσης, στον τουρισμό υγείας εντάσσονται και γενικότερα προγράμματα που σχετίζονται με την υγεία, όπως προγράμματα υγιεινής διαβίωσης, διατροφής, ενεργητικής άθλησης, ψυχικής ισορροπίας και ομορφιάς.

Την εναλλακτική αυτή μορφή τουρισμού την επιλέγουν συνήθως άτομα που έχουν προβλήματα υγείας ή που επιθυμούν να μάθουν να ζουν υγιεινά, καθώς και άτομα που προσπαθούν κατά την διάρκεια των διακοπών τους, παράλληλα με την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών τους, να αντιμετωπίσουν διάφορα προβλήματα υγείας, που τους βασανίζουν.

Ιδιαίτερο μορφή του τουρισμού υγείας αποτελεί ο Ιαματικός τουρισμός, που αποσκοπεί στην ίαση διαφόρων παθήσεων και στην αναζωογόνηση του ανθρώπινου οργανισμού. Η Ελλάδα είναι μία από τις πλουσιότερες χώρες από άποψη ιαματικών πηγών, καθώς διαθέτει 850 καταγεγραμμένες φυσικές ιαματικές πηγές, με εξαιρετική ποιότητα νερών.

Τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα έχουν γίνει αξιόλογες προσπάθειες δημιουργίας σύγχρονων κέντρων παροχής υπηρεσιών υγείας και ομορφιάς, σε συνεργασία με μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς του εξωτερικού. Παράλληλα, η χώρα φημίζεται για τους άριστους γιατρούς και τους επαγγελματίες υγείας, που μπορεί να αποτελέσει στρατηγικό πλεονέκτημα για τη χώρα. Μάλιστα σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας⁸⁹ το σύστημα υγείας της Ελλάδας κατατάσσεται στη 14η θέση μεταξύ 191 χωρών παγκοσμίως.

Σύμφωνα με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), οι διασυνοριακές μετακινήσεις τουριστών μέχρι το 2020 θα ξεπεράσουν το 1,5 δισεκατομμύριο⁹⁰, ενώ οι νέες καταναλωτικές προτιμήσεις και απαιτήσεις του σύγχρονου ταξιδιώτη, απαιτούν τη γρήγορη προσαρμογή του τουριστικού προϊόντος και σε άλλες μορφές, δίνοντας την ευκαιρία μεγαλύτερης ανάπτυξης αυτής της μορφής τουρισμού.

7.3.6 Τουρισμός άθλησης

Ο όρος «αθλητικός τουρισμός» χρησιμοποιήθηκε ευρέως μετά από το 1970. Θεωρείται ένα σύγχρονο φαινόμενο, καθώς τα τελευταία χρόνια αντιμετωπίζεται ως σημαντικό τμήμα της τουριστικής και αθλητικής βιομηχανίας (Σφακιανάκης, 2000). Πολλοί συγγραφείς συνδέουν την έννοια του αθλητικού τουρισμού με όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής ανάμειξης σε αθλητικές δραστηριότητες, για επαγγελματικούς ή μη λόγους, με προϋπόθεση τη μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας.

⁸⁹ <http://www.investingreece.gov.gr>- Κατηγορία Τουρισμός: «Εναλλακτικός Τουρισμός. Μια νέα τουριστική προσέγγιση»

⁹⁰ <http://www.healthpages.gr>- Κατηγορία: «Τουρισμός Υγείας»

Ο αθλητικός τουρισμός με βάση τον Σφακιανάκη (2000) διακρίνεται σε :

- τουρισμό ανάπαυσης ή αναψυχής, όπου εντάσσονται οι αθλητικές δραστηριότητες, στις οποίες συμμετέχουν οι τουρίστες κατά την διάρκεια των διακοπών τους και είναι προσιτές στην πλειοψηφία των τουριστών,
- τουρισμό επιδόσεων ή άμιλλας, που αναφέρεται κυρίως σε επαγγελματίες αθλητές, στους προπονητές και στο βοηθητικό προσωπικό τους, οι οποίοι κατά την διάρκεια των αγώνων επιδόσεως δημιουργούν τουριστική κίνηση και σε
- ελιτιστικό αθλητικό τουρισμό, όπου οι τουρίστες λαμβάνουν μέρος σε ελιτιστικά αγωνίσματα. Τα αγωνίσματα αυτά είναι προσιτά σε συγκεκριμένες ομάδες τουριστών, που ανήκουν σε ανώτερες οικονομικά τάξεις και μπορούν να ανταποκριθούν στο υψηλό κόστος που απαιτείται.

Ο αθλητικός τουρισμός κατάφερε να κεντρίσει το ενδιαφέρον και να προσελκύσει σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων, με αποτέλεσμα να αποκτήσει την αντίστοιχη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξή του είναι η δημιουργία υψηλής ποιότητας υποδομών και εγκαταστάσεων άθλησης των τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, καθώς και η απασχόληση έμπειρων γυμναστών και εκπαιδευτών αθλημάτων (Ηγουμενάκης κ.α., 1999).

Η Ελλάδα είναι σε θέση να προσελκύσει τους λάτρεις διάφορων αθλημάτων από όλο τον κόσμο, που έχουν τη δυνατότητα να ασχοληθούν με ποικίλες δραστηριότητες, ενώ παράλληλα θα απολαμβάνουν τα φυσικά πλεονεκτήματα της χώρας, από θεαματικά τοπία μέχρι μαγευτικές παραλίες.

7.3.7 Τουρισμός περιπέτειας

Ο τουρισμός περιπέτειας αποτελεί μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού με έντονο το στοιχείο του απροσδόκητου, του άγνωστου και της έκπληξης. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν τα φωτογραφικά σαφάρι, οι περιπλανήσεις σε άγνωστες περιοχές και η κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς. Τα άτομα που επιλέγουν αυτή την μορφή τουρισμού είναι συνήθως νέοι άνθρωποι, που απασχολούνται είτε ως ελεύθεροι επαγγελματίες, είτε ως στελέχη επιχειρήσεων.

Οι κυριότερες δραστηριότητες του περιπέτειας σχετίζονται με την εξερεύνηση, τον κυνηγητικό τουρισμό και το σαφάρι. Επίσης, περιλαμβάνει την προσπέλαση απρόσιτων περιοχών που πραγματοποιούνται σε δάση και βουνά με ασκήσεις επιβίωσης και προσανατολισμού. Ως στόχο έχουν την επιβίωση σε δυσμενείς συνθήκες μέσα από την εκμάθηση τεχνικών επιβίωσης (Βελισσαρίου, 2000).

Στον τουρισμό περιπέτειας εντάσσονται δράσεις, όπως η αναρρίχηση, η ιππασία, οι υποβρύχιες εξερευνήσεις, η πεζοπορία σε μονοπάτια, οι διαδρομές στο βουνό ή στα ποτάμια, η κατάβαση ποταμού με καγιάκ ή με φουσκωτές βάρκες, καθώς και η πλεύση στην θάλασσα με πανιά.

Η ζήτηση για τουρισμό περιπέτειας προβλέπεται μελλοντικά να σημειώσει σημαντική αύξηση διεθνώς, όπως υποστηρίζει ο Ανδριώτης (2003). Πιο συγκεκριμένα, αναφέρει ότι θεωρείται ως μια μορφή τουρισμού, που προσπαθεί να καλύψει την ανάγκη του σύγχρονου τουρίστα για εκτόνωση από το άγχος, εξαιτίας του σύγχρονου τρόπου ζωής και της ρουτίνας της καθημερινότητας.

Τα ελληνικά βουνά με την ποικιλομορφία τους, τα σπάνια τοπία και τα μοναδικά δάση τους και γενικότερα η γεωμορφολογία της Ελλάδας ενδείκνυται για την υλοποίηση πληθώρας υπαίθριων δραστηριοτήτων. Οι πιο διαδεδομένες κατηγορίες του τουρισμού περιπέτειας στην Ελλάδα είναι οι καταβάσεις ποταμών με φουσκωτή βάρκα, η ορειβασία, η πεζοπορία, η ποδηλασία βουνού, οι αναρριχήσεις και η διάσχιση φαραγγιών.

7.3.8 Θαλάσσιος τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων, που διεξάγονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας των τουριστών. Ως πιο παραγωγική και κερδοφόρα δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού θεωρείται η ναύλωση σκαφών αναψυχής κάθε είδους, όπως για παράδειγμα πολυτελών θαλαμηγών, ιστιοφόρων και ταχύπλων σκαφών.

Άλλη κερδοφόρα θαλάσσια δραστηριότητα είναι οι κρουαζιέρες, η ζήτηση των οποίων παρουσιάζει διεθνώς αξιόλογη αύξηση και αφορά κυρίως άτομα μεσαίας και υψηλής εισοδηματικής τάξης (Ηγουμενάκης, 1999). Πιο συγκεκριμένα, οι κρουαζιέρες αποτελούν οργανωμένες περιηγήσεις με ειδικά πλοία, γνωστά ως κρουαζιερόπλοια, μέσα στα οποία προσφέρεται πλήθος υπηρεσιών. Τα σύγχρονα κρουαζιερόπλοια, πέρα από επισκέψεις και εκδρομές σε λιμάνια τουριστικού ενδιαφέροντος, προσφέρουν ποικίλες υπηρεσίες διασκέδασης.

Ο πλούτος και η ποικιλία των ελληνικών θαλασσών και ακτών, το πλήθος των νησιών, το ήπιο κλίμα και τα υψηλά ποσοστά ηλιοφάνειας, καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τον θαλάσσιο τουρισμό.

Ειδικότερα όσον αφορά τις κρουαζιέρες, πρέπει να τονιστεί ότι αποτελούν έναν ταχέως αναπτυσσόμενο τομέα. Μάλιστα με το 2011 οι τουρίστες κρουαζιέρας ξεπέρασαν τα 20 εκατομμύρια παγκοσμίως. Το ποσό αυτό αντιστοιχεί περίπου στο 2% των συνολικών τουριστικών αφίξεων, σημειώνοντας Μέσο Ετήσιο Ρυθμό Ανάπτυξης 8% την τελευταία εικοσαετία⁹¹, σε σχέση με 4% για το Συνολικό Τουρισμό. Στην Ελλάδα, η ανοδική τάση της ζήτησης οδήγησε σε μέση ετήσια αύξηση 15% στην επιβατική κίνηση κρουαζιέρας στο λιμάνι του Πειραιά, το διάστημα 2009-2011.

⁹¹ Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (2012), Κλαδική Μελέτη: «Κρουαζιέρα :Ένας κλάδος με δυναμικά έσοδα ύψους 2 δις ευρώ»

Με βάση στοιχεία του European Cruise Council για το 2010, η Ελλάδα φαίνεται να έχασε περίπου 400.000 επιβάτες σε σχέση με το 2009, αφού το 2010 επισκέφτηκαν 4.473.000 τουρίστες κρουαζιέρας. Αντίστοιχα το 2009 είχε αναδειχτεί κορυφαίος προορισμός κρουαζιέρας για την Ευρώπη με συνολικά 4.973.000 επισκέπτες. Ωστόσο, το πρώτο οκτάμηνο του 2012, η Ελλάδα κατατάσσεται στη δεύτερη θέση ως χώρα διελεύσεως, με μερίδιο αγοράς 20% των συνολικών επισκέψεων επιβατών κρουαζιέρας, έναντι 19% της Ισπανίας και 21% της Ιταλίας⁹².

7.3.9 Χειμερινός τουρισμός

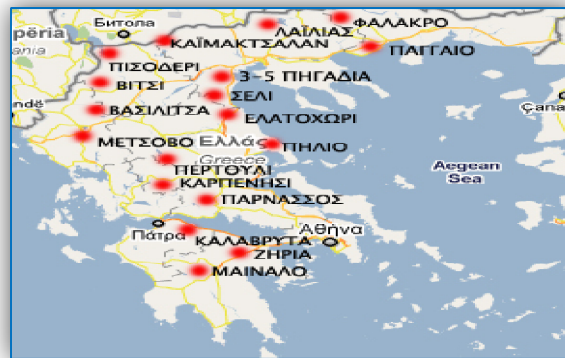
Ο χειμερινός τουρισμός καλύπτει τις δραστηριότητες που διεξάγονται στη διάρκεια του χειμώνα, πάνω στο χιόνι ή στον πάγο. Συνήθως εκδηλώνονται σε συγκεκριμένο γεωγραφικό χώρο και κυρίως σε ορεινές περιοχές, που συνδυάζουν ανάλογες κλιματολογικές συνθήκες.

Η χιονοδρομία και το άθλημα του σκι είναι αρκετά δημοφιλή στην Ελλάδα. Μάλιστα στο ηπειρωτικό τμήμα της χώρας λειτουργούν 19 χιονοδρομικά κέντρα σύγχρονων προδιαγραφών (Εικόνα 3) και αποτελούν σημαντικούς πόλους έλξης για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων χειμερινού τουρισμού, τόσο των Ελλήνων, όσο και των ξένων επισκεπτών της χώρας.

Οι υποδομές που απαιτούνται για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού είναι μεγάλης κλίμακας. Συγκεκριμένα απαιτείται η δημιουργία άρτιων οργανωμένων χιονοδρομικών κέντρων, με πίστες πάγου, αγωνιστικές πίστες σκι, τουριστικά καταλύματα, καθώς η σύνδεση των δικτύων με την ευρύτερη περιοχή. Επομένως, δεν μπορεί να θεωρηθεί μια συμβατική εναλλακτική δραστηριότητα, διότι έχει σοβαρές επιπτώσεις στο περιβάλλον και για το λόγο αυτό στην ΚΥΑ του Σχεδίου Ειδικού Χωροταξικού Πλαισίου για τον τουρισμό, δεν προβλέπεται η δημιουργία νέων χιονοδρομικών κέντρων στην Ελλάδα.

⁹² <http://www.dealnews.gr> Άρθρο με τίτλο: «Θετικές εκτιμήσεις για τον ελληνικό τουρισμό από την Alpha Bank» (Ημερομηνία Ανάρτησης 12/9/2012)

Εικόνα 3: Χιονοδρομικά κέντρα ανά την Ελλάδα



Πηγή: <http://e-xionodromika.com>

7.3.10 Ορεινός τουρισμός

Όπως αναφέρει και ο Λύτρας (2006), ο ορεινός τουρισμός παρουσιάζει ορισμένες ομοιότητες με τον χειμερινό τουρισμό. Ωστόσο δεν έχει χρονικούς περιορισμούς εκδήλωσης και συνήθως αφορά το σύνολο των δραστηριοτήτων που εκδηλώνονται στις ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας των τουριστών, που επιλέγουν αυτή την μορφή τουρισμού.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού είναι η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων που συμβαδίζουν με το φυσικό περιβάλλον και που διαθέτουν όσο το δυνατό περισσότερους συμπληρωματικούς χώρους, όπως εστιατόρια, καφετέριες και αίθουσες αναψυχής (Ηγουμενάκης κ.α., 1999).

7.3.11 Επαγγελματικός τουρισμός

Ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί μια ταχύτατα αναπτυσσόμενη εναλλακτική μορφή τουρισμού, με ιδιαίτερα οικονομικά και κοινωνικά πλεονεκτήματα. Με βάση τον Κραβαρίτη (2007), οι επαγγελματίες ταξιδιώτες μετακινούνται για να συμμετέχουν σε συνέδρια, εκθέσεις και ταξίδια κινήτρων στο πλαίσιο των επιχειρηματικών και επαγγελματικών τους υποχρεώσεων. Συνήθως πρόκειται για άτομα υψηλού κοινωνικού, μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου και ο χρόνος παραμονής τους στον τουριστικό προορισμό κυμαίνεται συνήθως από 3 έως 5 ημέρες.

Ο επαγγελματικός τουρισμός διακρίνεται σε:

- Ατομικά επαγγελματικά ταξίδια (business travels), τα οποία πραγματοποιούνται στο πλαίσιο επαφών μεταξύ στελεχών και αντιπροσώπων. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξή τους και για την πραγματοποίηση των συναντήσεων αυτών είναι η ύπαρξη αιθουσών συνεδριάσεων με σύγχρονο εξοπλισμό.
- Συνεδριακό τουρισμό (congress tourism), που αφορά την συνάντηση ατόμων από διαφορετικά συνήθως μέρη, με σκοπό την ανταλλαγή επιστημονικών και ειδικών γνώσεων σχετικά με ένα προκαθορισμένο θέμα συζήτησης. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η δημιουργία σύγχρονων συνεδριακών κέντρων και τεχνολογικά εξοπλισμένων με ποικίλους βοηθητικούς χώρους (Κραβαρίτης, 1992). Σύμφωνα με την κατάταξη του Διεθνούς Συνδέσμου Συνεδρίων⁹³, η Αθήνα το 2008 κατέλαβε την 15^η θέση.
- Εκθεσιακό τουρισμό (exhibition tourism), που αναφέρεται στην διοργάνωση εκθέσεων από ιδιώτες, επιχειρήσεις, ιδρύματα και διάφορους φορείς, με σκοπό να δημιουργήσουν τις κατάλληλες προϋποθέσεις για τη για την διάδοση πληροφοριών προς τον επιθυμητό στόχο. Η δημιουργία σύγχρονων εκθεσιακών χώρων, πλήρως εξοπλισμένων με όλους τους αναγκαίους βοηθητικούς χώρους, είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξή του.
- Στον τουρισμό ειδικών κινήτρων (incentive tourism), όπου εντάσσεται το σύνολο των επαγγελματικών ταξιδίων. Αναφέρεται στην πραγματοποίηση διακοπών με έξοδα της επιχείρησης, ως ανταμοιβή σπουδαίας απόδοσης στο πλαίσιο των κινήτρων. Τα ταξίδια αυτά αποτελούν ένα διοικητικό εργαλείο για την επιχείρηση και χρησιμοποιούνται ως μέσο υποκίνησης και επιβράβευσης, με απώτερο στόχο την αύξηση της απόδοσης των εργαζομένων (Βελισσαρίου,2000).

⁹³ <http://www.investingreece.gov.gr>

7.3.12 Κοινωνικός τουρισμός

Ο κοινωνικός τουρισμός αναπτύχθηκε στην Ευρώπη την περίοδο του μεσοπολέμου ως συνέπεια του σημαντικού ενδιαφέροντος που εκδηλώθηκε για τις κοινωνικές πτυχές του τουρισμού (Lickorish L.J et al., 2004). Στην Ελλάδα εμφανίστηκε σαν θεσμός για πρώτη φορά το 1982, όπου και άρχισαν τα πρώτα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού, την Εργατική Εστία και τη Γενική Γραμματεία της Νέας Γενιάς⁹⁴.

Ο Hunzinger W. (1951), θεωρεί τον κοινωνικό τουρισμό ως το σύνολο των σχέσεων και των φαινομένων, εξαιτίας της συμμετοχής των οικονομικά και κοινωνικά μειωνεκτούμενων μελών της κοινωνίας, όπως είναι οι άνεργοι (Murphy P.E., 1985). Σύμφωνα με το Διεθνές Γραφείο Κοινωνικού Τουρισμού (International Bureau of Social Tourism, 2000), ο κοινωνικός τουρισμός αποτελείται από το σύνολο των σχέσεων και των διεργασιών, σχετικά με την συμμετοχή στον τουρισμό των κοινωνικών στρωμάτων με χαμηλό εισόδημα, με χρήματα που προκύπτουν από τη θέσπιση μέτρων κοινωνικού χαρακτήρα (Hall C.M., 2000).

Ποικίλοι είναι οι οργανισμοί που παρεμβαίνουν στη διαχείριση του κοινωνικού τουρισμού σε ολόκληρη την Ευρώπη. Μεταξύ των οργανισμών αυτών συγκαταλέγονται οι εθνικές ομοσπονδίες ή κοινοπραξίες, τα δημόσια ιδρύματα, που επικεντρώνουν τη δραστηριότητά τους στον κοινωνικό τουρισμό ή με αποκλειστική δραστηριότητα τον κοινωνικό τουρισμό, οι σύλλογοι και σωματεία κοινωνικού τουρισμού, αθλητισμού, και πολιτισμού, οι οργανισμοί συνεργασίας, τα συνδικάτα, καθώς και οι οργανισμοί μικτής ή ισομερούς διαχείρισης⁹⁵.

⁹⁴ Σφακιανάκης Μ. (2000), «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα

⁹⁵ Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής με θέμα: «Ο κοινωνικός τουρισμός στην Ευρώπη» (2006/C 318/12)

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής και ανωδομής, όπως για παράδειγμα η κατασκευή ειδικών τουριστικών καταλυμάτων, που να ανταποκρίνονται στις οικονομικές δυνατότητες των κοινωνικών τουριστών. Η χορήγηση επιδομάτων διακοπών και επιχορηγούμενων προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού δίνεται σε ειδικές κατηγορίες ατόμων, όπως σε σπουδαστές, στρατιώτες, συνταξιούχους και γενικότερα σε άτομα των οποίων η οικονομική τους κατάσταση δεν τους επιτρέπει να κάνουν διακοπές (Ηγουμενάκης κ.α., 1999).

7.4 Επιπτώσεις του εναλλακτικού τουρισμού

Πρέπει να επισημανθεί ότι κάθε τουριστική δραστηριότητα έχει επιπτώσεις στο ευρύτερο περιβάλλον. Ο βασικός στόχος του εναλλακτικού τουρισμού είναι ο περιορισμός των αρνητικών επιπτώσεων στο οικονομικό, φυσικό και κοινωνικοπολιτιστικό περιβάλλον του τόπου υποδοχής των τουριστών.

Αρχικά πρέπει να τονίζεται ότι η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού συμβάλει στη διαφοροποίηση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, στον εμπλουτισμό του υπάρχοντος τουριστικού προϊόντος, καθώς και στην τουριστική αξιοποίηση ορισμένων απομονωμένων και προβληματικών περιοχών.

Σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2005), ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να οδηγήσει στην περιφερειακή ανάπτυξη. Συγκεκριμένα συμβάλλει στην επίτευξη οικονομικών ωφελειών, ενισχύοντας την ποιότητα ζωής των κατοίκων του τόπου υποδοχής των τουριστών, βελτιώνοντας τις συνθήκες εργασίας και δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας για απασχόληση. Με αυτό τον τρόπο οδηγεί στην ανάπτυξη της οικονομίας των περιοχών της ενδοχώρας.

Στις αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις συγκαταλέγεται η αύξηση τρεχουσών δαπανών κυρίως για την συντήρηση της υποδομής και την προώθηση, η αστάθεια εισοδημάτων, αλλά και η εμπορευματοποίηση του πολιτισμού και της άγριας πανίδας και χλωρίδας.

Στα περιβαλλοντικά οφέλη εντάσσονται τα αυξημένα κίνητρα που παρατηρούνται για την προστασία του περιβάλλοντος και για την αποκατάσταση των βιοτόπων και η αναβάθμισή τους, καθώς και η βελτίωση της υποδομής και των υπηρεσιών για τον μόνιμο πληθυσμό.

Αντίθετα, στις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις παρατηρούνται οι γρήγοροι ρυθμοί ανάπτυξης, η υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας, αλλά και οι αυξημένες πιέσεις στη χρήση των φυσικών πόρων από την άσκηση λιγότερο ήπιων μορφών τουρισμού.

Τέλος, όσον αφορά τις θετικές κοινωνικοπολιτιστικές επιπτώσεις, έχει διαπιστωθεί ότι προσφέρει πιο ουσιαστικές και απολαυστικές εμπειρίες στους τουρίστες, μέσω πραγματικής επικοινωνίας με τους μόνιμους κατοίκους, καθώς και μια βαθύτερη κατανόηση της τοπικής κουλτούρας. Υπάρχουν όμως και περιπτώσεις που μπορεί να προκύψουν παρεξηγήσεις και συγκρούσεις μεταξύ της τοπικής κοινωνίας και των τουριστών. Συνήθως οφείλονται σε διαφορές στις γλωσσικές και θρησκευτικές αξίες, αλλά και στα διαφορετικά πρότυπα συμπεριφοράς και συνηθειών (WTO, 1993).



ΚΕΦΑΛΑΙΟ Η΄: Ανάλυση Υφιστάμενης κατάστασης Νομού Ηλείας

8 Γενικά στοιχεία

Ο νομός Ηλείας καταλαμβάνει το Βορειοδυτικό τμήμα της Πελοποννήσου και συνορεύει ΒΑ με το νομό Αχαΐας, Ανατολικά και ΝΑ με το νομό Αρκαδίας, Νότια με το νομό Μεσσηνίας, ενώ Δυτικά βρέχεται από το Ιόνιο Πέλαγος. Διοικητικά υπάγεται στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας και ως αποτέλεσμα διοικητικής διαίρεσης του Προγράμματος «Καλλικράτης» έχει συνολικά 7 Δήμους.

Η έκτασή του είναι 2.618 km² και έχει 2 ημιορεινές περιοχές, 6 ορεινές και 14 πεδινές. Το έδαφος είναι πεδινό κατά 60% και διασχίζεται από τους ποταμούς Αλφειό, Πηνειό, Ερύμανθο και τους παραποτάμους τους. Έχει ένα εκτεταμένο παράκτιο μέτωπο προς το Ιόνιο Πέλαγος, ενώ περιλαμβάνει μια μεγάλη σε έκταση ορεινή περιοχή⁹⁶.

Ο νομός χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη παράλιων υδροβιότοπων, όπως το Κοτύχι, ο Καϊάφας, που είναι εξαιρετικού φυσικού κάλλους και οικολογικού πλούτου, ενώ η πεδιάδα της Ηλείας είναι η μεγαλύτερη σε έκταση στην Πελοπόννησο. Πρωτεύουσα είναι ο Πύργος και ανατολικά της απλώνεται ένας από τους σημαντικότερους αρχαιολογικούς χώρους της Ελλάδας, η Αρχαία Ολυμπία. Η πόλη του Πύργου απέχει 5 km από τη θάλασσα, 315 km από την Αθήνα και αποτελεί το διοικητικό και εμπορικό κέντρο της ευρύτερης περιοχής, ενώ το επίνειο του είναι το Κατάκολο.

Εικόνα 4: Διοικητική Διαίρεση νομού Ηλείας



Πηγή : <http://www.1724.syzefxis.gov.gr>

⁹⁶ Υπουργείο Οικονομίας & Οικονομικών (2007), Προγραμματική Περίοδος 2007-2013, «Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Δυτικής Ελλάδας – Πελοποννήσου – Ιόνιων Νήσων», Αθήνα

8.1 Κλιματολογικές συνθήκες

Σύμφωνα με στοιχεία της Εθνικής Μετεωρολογικής Υπηρεσίας, το κλίμα της Ηλείας είναι θαλάσσιο μεσογειακό, με ήπιους χειμώνες και δροσερά καλοκαίρια. Χαρακτηρίζεται από έντονη υγρασία, εξαιτίας κυρίως της επίδρασης της θάλασσας. Η μέση ετήσια θερμοκρασία είναι 18,2°C, ενώ σπάνια κατέρχεται υπό το μηδέν το χειμώνα και μόνο στην εσωτερική πεδινή περιοχή υπερβαίνει τους 40 °C το καλοκαίρι.

Γενικά επικρατούν δυτικού άνεμοι και συγκεκριμένα από νοτιοδυτικοί μέχρι βορειοδυτικοί. Οι άνεμοι αυτοί παρουσιάζονται ιδιαίτερα ενισχυμένοι τη χειμερινή περίοδο (Οκτώβριο με Απρίλιο), όπου φτάνουν τα 6 (ισχυροί) με 8 (θυελλώδεις) μποφόρ. Κατά τους θερμούς μήνες επικρατούν κυρίως οι δυτικοί άνεμοι, ως θαλάσσιες αύρες και οι βορειοδυτικοί ως μελέμια, σε μικρότερη ένταση και συχνότητα συγκριτικά με τα αντίστοιχα μελέμια του Αιγαίου⁹⁷.

Τα κλιματολογικά χαρακτηριστικά της περιοχής χαρακτηρίζονται ευνοϊκά για την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων και σε συνδυασμό με την εναλλαγή των φυσικών τοπίων, όπως βουνά, θάλασσα, λίμνες, ποτάμια, φαράγγια, καταρράκτες, βιότοποι, δίνουν την δυνατότητα στον επισκέπτη να απολαμβάνει τις φυσικές ομορφιές του νομού και τις τέσσερις εποχές του χρόνου.

8.2 Περιβάλλον

Οι δυνατότητες ανάπτυξης των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού στις τουριστικές περιοχές, εξαρτώνται από τα γνωρίσματα του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος της κάθε περιοχής. Η πλούσια φυσική και πολιτισμική κληρονομιά αποτελεί βασικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του νομού Ηλείας για την ανάπτυξη του τουρισμού και του παραθερισμού.

⁹⁷ Γενική Διεύθυνση Περιφερειακής Αγροτικής οικονομίας & Κτηνιατρικής Διεύθυνσης Αγροτικής Οικονομίας (2012), Μελέτη: «Καλλιεργητικό πλάνο ΠΔΕ», Πάτρα & <http://www.weatherbase.com>

Το φυσικό περιβάλλον του νομού χαρακτηρίζεται από πλούσια ποικιλία πανίδας και χλωρίδας, από όμορφα πευκοδάση στα ημιορεινά, ενώ γραφικά χωριουδάκια εκτείνονται σε όλη την έκτασή του. Οι μεγαλύτεροι ορεινοί όγκοι είναι οι πλευρές του Ερύμανθου, ανατολικά του νομού, με υψηλότερη κορυφή τη Λαμπεία (1.797m), ενώ έπεται το Σκιαδοβούνι (1.466m) και νοτιότερα η Φολόη, ο Λάπιθας και η Μίνθη.

Οι υδάτινοι πόροι έχουν ιδιαίτερη σημασία για το νομό, κυρίως η τεχνητή λίμνη του Πηνειού, το φράγμα του Αλφειού και η λιμνοθάλασσα του Κοτυχίου, όπου και έχουν αναπτυχθεί ιχθυοτροφεία. Σημαντικό είναι και το θαλάσσιο μέτωπο του νομού, καθώς αξιόλογη ανάπτυξη παρουσιάζουν οι ακτές από το Κατάκολο μέχρι τα Δουνέικα, αλλά και η παραθαλάσσια περιοχή του Κάστρου στην Κυλλήνη.

Η Ηλεία είναι γεμάτη από φυσικά αξιοθέατα, με πιο γνωστές περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους τη λίμνη Κοτύχι, το δάσος Στροφυλιάς, το δάσος Φολόης, τη λίμνη του Καϊάφα και τους καταρράχτες της Νέδας. Στους φυσικούς πόρους του νομού συμπεριλαμβάνονται και οι παραλίες κατά μήκος της ακτογραμμής, που διακρίνονται για τις άριστες θερμοκρασίες και την ποιότητα των νερών τους. Μάλιστα πολλές από τις ακτές του νομού έχουν βραβευτεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση με τον χρυσό αστερία και με την γαλάζια σημαία, ως ένδειξη της καθαρότητας και της ομορφιάς τους, όπως είναι η παραλία της Ζαχάρωσ και της Κυλλήνης. Πολλές από αυτές είναι κοσμοπολίτικες παραλίες, ενώ άλλες είναι ερημικές, καλύπτοντας έτσι όλες τις επιθυμίες των τουριστών.

8.3 Δημογραφικά χαρακτηριστικά νομού

Με βάση την απογραφή του 2011 (Πίνακας 12), ο πληθυσμός του νομού ανήλθε σε 160.110 κατοίκους έναντι 193.288 κατοίκων του 2001, εκ των οποίων 81.560 ήταν άντρες και 78.550 γυναίκες. Το ποσό αυτό αντιστοιχεί στο 23,54% του πληθυσμού της περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας και μόλις στο 1,48% του συνολικού πληθυσμού της χώρας.

Οι μεγαλύτεροι σε πληθυσμό δήμοι είναι ο Δήμος Πύργου, με πυκνότητα πληθυσμού 105,93 άτομα ανά km² και έπονται ο δήμος Ήλιδας, Ανδραβίδας-Κυλλήνης, Πηνειού, Ανδρίτσαινας-Κρεστένων, Αρχαίας Ολυμπίας και Ζαχάρω⁹⁸.

Πίνακας 12: Πληθυσμός Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας

Διοικητική Διαίρεση	Σύνολο	Άρρενες	Θήλειες	Πυκνότητα μόνιμου πληθυσμού ανά km ²
Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	680.190	341.400	338.790	59,93
Περιφερειακή Ενότητα Αχαΐας	310.580	154.930	155.650	94,93
Δήμος Πατρέων	214.580	105.870	108.710	640,81
Δήμος Αιγιαλείας	49.740	24.520	25.220	68,79
Δήμος Δυτικής Αχαΐας	26.300	14.080	12.220	45,87
Δήμος Ερύμανθου	8.740	4.620	4.120	15,01
Δήμος Καλαβρύτων	11.220	5.840	5.380	10,60
Περιφερειακή Ενότητα Αιτωλοακαρνανίας	209.500	104.910	104.590	38,36
Δήμος Ιεράς Πόλης Μεσολογγίου	34.420	17.200	17.220	50,59
Δήμος Ακτίου-Βόνιτσας	16.470	8.480	7.990	24,95
Δήμος Αγρινίου	93.930	46.570	47.360	76,41
Δήμος Αμφιλοχίας	17.060	8.540	8.520	15,64
Δήμος Θέρμου	8.270	4.190	4.080	24,78
Δήμος Ναυπακτίας	27.570	13.920	13.650	31,47
Δήμος Ξηρομέρου	11.780	6.010	5.770	19,96
Περιφερειακή Ενότητα Ηλείας	160.110	81.560	78.550	61,16
Δήμος Πύργου	48.370	23.910	24.460	105,93
Δήμος Ήλιδας	32.130	16.180	15.950	80,22
Δήμος Ανδραβίδας-Κυλλήνης	21.640	11.570	10.070	60,88
Δήμος Ανδρίτσαινας-Κρεστένων	14.190	7.470	6.720	33,60
Δήμος Αρχαίας Ολυμπίας	13.410	6.850	6.560	24,60
Δήμος Ζαχάρω	8.950	4.560	4.390	32,40
Δήμος Πηνειού	21.420	11.020	10.400	132,63
Σύνολο της χώρας	10.787.690	5.303.690	5.484.000	81,75

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ., ίδια επεξεργασία

8.4 Οικονομικά χαρακτηριστικά

Ο νομός Ηλείας έχει πολυδιάστατη οικονομική ζωή, γεγονός που αντανακλάται σε όλες τις δραστηριότητες που αναπτύσσονται, κυρίως στον πρωτογενή τομέα και τις υπηρεσίες και κατά δεύτερο λόγο στο δευτερογενή τομέα. Το 39% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού του νομού απασχολείται στον πρωτογενή τομέα, το 44% στο τριτογενή και το 17% στο δευτερογενή⁹⁹.

⁹⁸ www.statistics.gr & <http://el.wikipedia.org>

⁹⁹ <http://www.anol.gr>

Η Ηλεία αποτελεί τον 1^ο παραγωγό ντομάτας (11,3%) και πατάτας (13,6%) στην χώρα, τον 5^ο στα εσπεριδοειδή και τον 6^ο στο ελαιόλαδο (5,4%). Γενικά χαρακτηρίζεται από το ειδικό βάρος των δραστηριοτήτων του πρωτογενή τομέα και σε ένα μεγάλο βαθμό από την παροχή υπηρεσιών, κυρίως τουριστικών (ΕΣΥΕ, 2004).

Η τιμή του Συνθετικού Δείκτη Ευημερίας & Ανάπτυξης (ΣΔΕΑ)¹⁰⁰ για την Ηλεία είναι στο 17%. Έτσι, ο νομός κατατάσσεται στην 50^η θέση, ενώ η Αχαΐα στη 12^η θέση με ποσοστό 36,2% και η Αιτωλοακαρνανία με 22% κατέχει την 45^η θέση, ανάμεσα στους 52 νομούς της Ελλάδας. Όσον αφορά το επίπεδο φτώχειας, η Ηλεία βρίσκεται στην 41^η θέση, ενώ η Αχαΐα 30^η.

Με βάση στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ., η Ηλεία με κατά κεφαλή προϊόν 10.600€ το 2007 κατατάχθηκε στους τελευταίους νομούς της χώρας, με 52,3% του μέσου όρου της Ελλάδας και μόλις 48,5% του μέσου όρου της Ευρώπης των 22. Με δηλωθέν εισόδημα 12.000€ ανά φορολογούμενο το 2007 με ετήσια αύξηση 6,2% είναι στο 15,6% του μέσου όρου της Ελλάδας, ενώ οι φορολογούμενοί του πλήρωσαν κατά μέσο όρο για φόρο εισοδήματος 760€, έναντι μέσου όρου χώρας 1.500€. Έτσι, σε αυτόν αναλογεί 1,2% των φορολογουμένων, το 0,9% του δηλωθέντος εισοδήματος της χώρας και το 0,6% του φόρου εισοδήματος φυσικών προσώπων.

Πίνακας 13: Δείκτες ευημερίας Νομού Ηλείας

	Έτος	Νομός Ηλείας	Μέσος όρος χώρας	Κατάταξη σε σχέση με τους 52 νομούς
ΑΕΠ κατά κεφαλήν	2007	10,6 χιλ. €	20,2	51
Κατά κεφαλήν αποταμειωτικές καταθέσεις	2007	7,1 χιλ. €	15,4	52
Δηλωθέν εισόδημα ανά φορολογούμενο	2007	12 χιλ. €	15,6	40
Φόρος εισοδήματος ανά φορολογούμενο	2007	0,76 χιλ. €	1,5	41
Συμμετοχή στα συνολικά μεγέθη της χώρας				
ΑΕΠ	2007	0,80%		22
Φορολογούμενοι	2007	1,20%		22
Δηλωθέν εισόδημα στην εφορεία	2007	0,90%		23
Φόρος εισοδήματος φ. π.	2007	0,60%		25
Αποταμειωτικές καταθέσεις	2007	0,70%		24

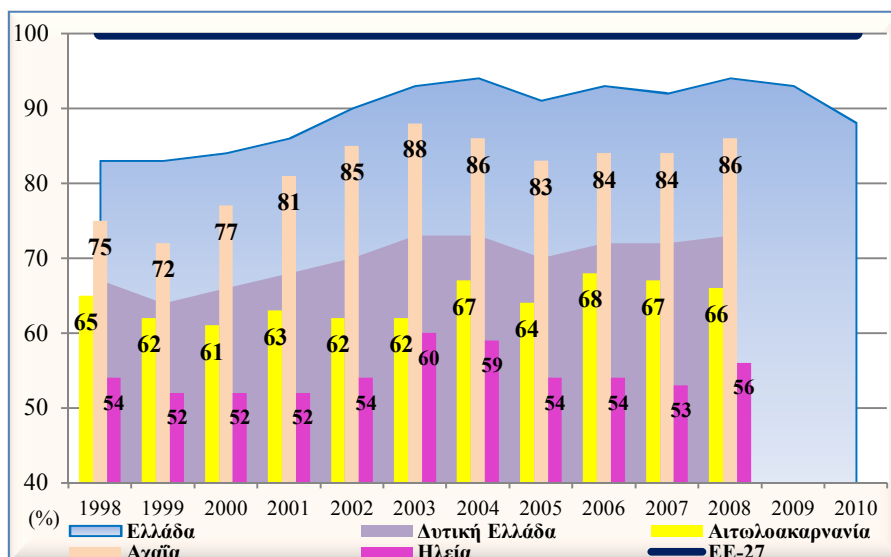
Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.& Επιλογές: «Νομοί της Ελλάδος»(2009), ίδια επεξεργασία στοιχείων

¹⁰⁰ <http://ditiikiellada.gr>, Άρθρο: «Προτάσεις Καφώρα για την ανάπτυξη της Ηλείας 2014-2020» (Ημερομηνία Ανάρτησης 1/11/2012)

Ενδιαφέρον όμως παρουσιάζει και η εξέλιξη του κατά κεφαλήν ΑΕΠ σε ΜΑΔ της χώρας, της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας και των νομών της, ως ποσοστό του μέσου όρου της ΕΕ-27 (=100). Φαίνεται πως η Ελλάδα το 2009 βρισκόταν στο 94% του Μ.Ο. της Ε.Ε.-27 (Διάγραμμα 16), καθώς είχε προηγηθεί μία δεκαετία σημαντικής σύγκλισης, η οποία όμως δεν στηρίχθηκε σε γερές βάσεις. Ως αποτέλεσμα αυτού, το 2010 η θέση της χώρας υποχώρησε στο 87% της ΕΕ-27 και το 2011 στο 80%. Ουσιαστικά, η τρέχουσα οικονομική κρίση εκμηδένισε τη σύγκλιση που είχε επιτευχθεί την προηγούμενη δεκαετία.

Η εικόνα τόσο στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, όσο και στους νομούς που την απαρτίζουν, είναι χειρότερη από το μέσο όρο της χώρας, αφού παραμένουν σε σημαντικά χαμηλότερα επίπεδα από το μέσο όρο. Η αγοραστική δύναμη των κατοίκων της Π.Δ.Ε. αντιστοιχούσε το 2009 στο 66% του μέσου Ευρωπαίου. Ωστόσο, ενδοπεριφερειακά εμφανίζονται σημαντικές αποκλίσεις, με το νομό Αχαΐας να βρίσκεται σε σημαντικά καλύτερη θέση από τους νομούς Αιτωλοακαρνανίας και Ηλείας.

Διάγραμμα 16: κ.κ. ΑΕΠ σε ΜΑΔ ως ποσοστό του Μέσου Ευρωπαϊκού (EU-270 (Χώρα/περιφέρεια/νομοί)1998-2009



Πηγή: DATA RC (2010), «18^η Ετήσια Έκθεση για την Οικονομία και την Αγορά Εργασίας στην ΠΔΕ»

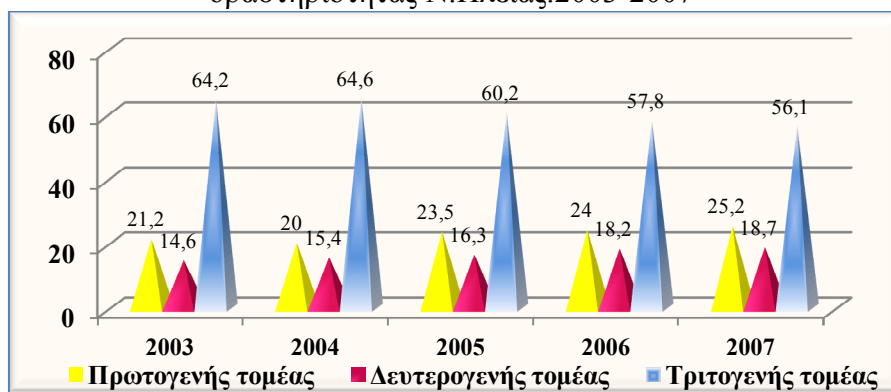
8.5 Απασχόληση

Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη¹⁰¹, ο νομός παράγει το 0,8% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος της χώρας, ενώ η συμμετοχή του στο ΑΕΠ της χώρας έχει μειωθεί κατά 0,2 % μεταξύ 2000 και 2007.

Στον πρωτογενή τομέα παράγεται το 21,2% της Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας (ΑΠΑ) του νομού (στοιχεία 2007), στο δευτερογενή το 14,5% και στον τριτογενή τομέα το 64,2%. Αντίστοιχα τα ποσοστά αυτά στην περιφέρεια για την ίδια περίοδο, είναι 10,4% για τον πρωτογενή τομέα, 20,5% για το δευτερογενή και 69,2% για τον τριτογενή.

Κατά την πενταετία 2003-2007, παρατηρείται αύξηση της συμμετοχής του τριτογενή τομέα στη συνολικά παραγόμενη ΑΠΑ του νομού, εις βάρος του πρωτογενή και του δευτερογενή τομέα. Ο τριτογενής τομέας έχει την κυρίαρχη θέση με 64,2% της ΑΠΑ, ωστόσο το ποσοστό αυτό είναι κατά πολύ χαμηλότερο από το ποσοστό συμμετοχής του τριτογενή τομέα στη συνολική ΑΠΑ της χώρας (76,5%). Η συμμετοχή του πρωτογενή τομέα στην ΑΠΑ του νομού είναι μεγαλύτερη από διπλάσια, από τη συμμετοχή του τομέα στην ΑΠΑ της χώρας (10,4%).

Διάγραμμα 17: Ποσοστιαία κατανομή της ΑΠΑ ανά τομέα δραστηριότητας Ν.Ηλείας, 2003-2007



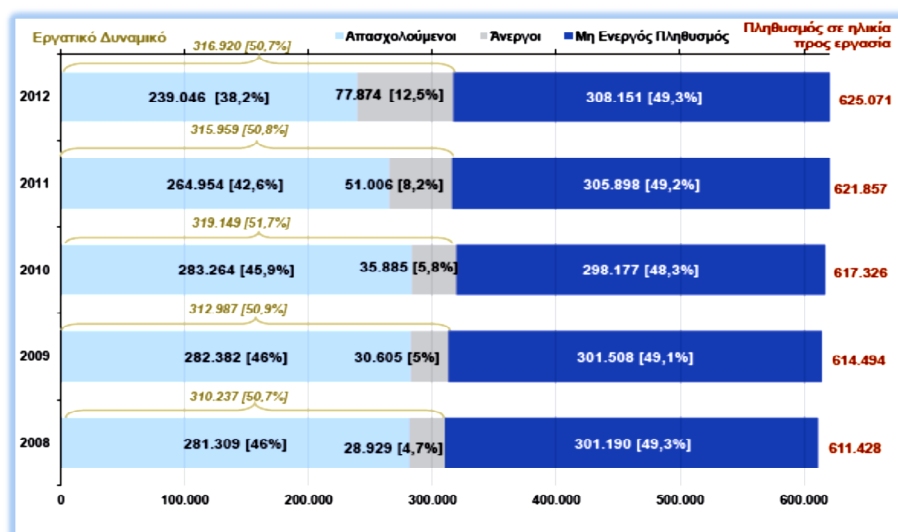
Πηγή: DATA RC (2010), «18^η Ετήσια Έκθεση για την Οικονομία και την Αγορά Εργασίας στην ΠΔΕ», ίδια επεξεργασία στοιχείων

¹⁰¹ DATA RC, «18^η Ετήσια Έκθεση για την οικονομία και την αγορά εργασίας στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας», Μάιος 2010

Μικτή είναι και η εικόνα της αγοράς εργασίας στην Περιφέρεια τα τελευταία χρόνια. Από τη μια πλευρά διατηρείται η γενική τάση αύξησης του εργατικού δυναμικού, καθώς και του πληθυσμού που είναι σε ηλικία προς εργασία. Από την άλλη, παρατηρούμε σταθερά υψηλά ποσοστά του μη οικονομικά ενεργού πληθυσμού και ιδιαίτερα τα δύο τελευταία έτη καταγράφεται ραγδαία πτώση της απασχόλησης και σημαντική αύξηση του ποσοστού της ανεργίας.

Το ακόλουθο διάγραμμα παρουσιάζει τη διαχρονική εξέλιξη του πληθυσμού που βρίσκεται σε ηλικία προς εργασία, δηλαδή 15 ετών και άνω, καθώς και την κατανομή του πληθυσμού αυτού σε απασχολούμενους, ανέργους και μη οικονομικά ενεργό πληθυσμό για την περίοδο 2008-2012.

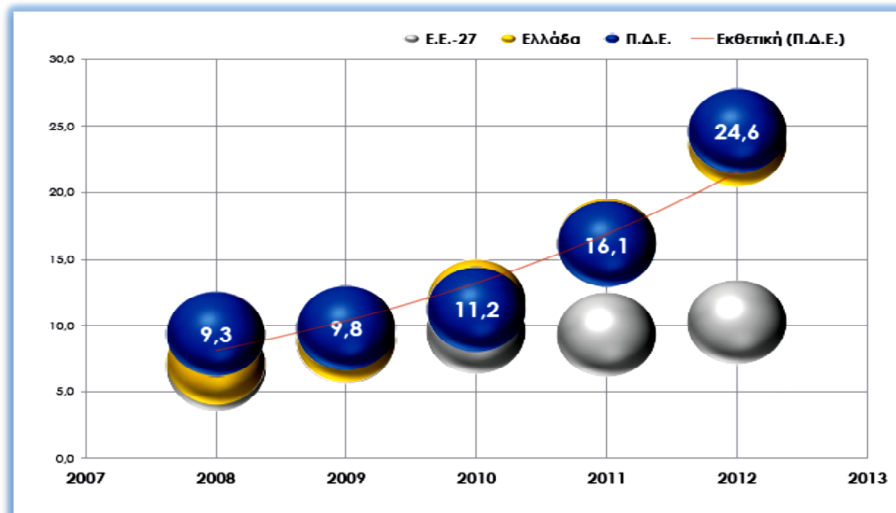
Διάγραμμα 18: Βασικά μεγέθη αγοράς εργασίας της ΠΔΕ



Πηγή: DATA RC (2010), « 18^η Ετήσια Έκθεση για την Οικονομία και την Αγορά Εργασίας στην ΠΔΕ»

Το ποσοστό ανεργίας της Περιφέρειας σημείωσε ραγδαία αύξηση την τελευταία τριετία, συμβαδίζοντας με τη γενικότερη πορεία της ανεργίας σε εθνικό επίπεδο. Στο διάγραμμα 19 παρουσιάζεται η σύγκριση των ποσοστών ανεργίας της Περιφέρειας, της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης-27. Διαπιστώνεται ότι το ποσοστό ανεργίας, εθνικό και περιφερειακό, εμφανίζει μία σημαντική τάση απόκλισης, καθώς κυμαίνεται πάνω από το διπλάσιο του μέσου ποσοστού ανεργίας στην Ε.Ε.-27.

Διάγραμμα 19: Εξέλιξη του ποσοστού ανεργίας στην ΠΔΕ, στην Ελλάδα & στην Ε.Ε. (2008-2012)



Πηγή: DATA RC (2010) «18^η Ετήσια Έκθεση για την οικονομία και την αγορά εργασίας στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας»

8.6 Υποδομές

Ο νομός Ηλείας διαθέτει τις βασικές υποδομές, όχι όμως τις καλύτερες δυνατές, για την παροχή εύκολης πρόσβασης στους τουρίστες και στους επισκέπτες. Απέχει 315 χιλιόμετρα περίπου από την Αθήνα και παρόλο που το οδικό δίκτυο τα τελευταία χρόνια έχει βελτιωθεί σε σχέση με το παρελθόν, ακόμα υστερεί. Πραγματοποιούνται συχνά δρομολόγια του ΚΤΕΛ από και προς την Αττική, μέσω της Εθνικής οδού Αθηνών-Πατρών-Πύργου, ενώ η δημιουργία της γέφυρας Ρίου-Αντίρριου έχει διευκολύνει την οδική πρόσβαση από την κεντρική και βόρεια Ελλάδα.

Το πλησιέστερο λιμάνι που διευκολύνει την πρόσβαση στην Ηλεία είναι το λιμάνι του Κατακόλου, το οποίο απέχει οδικός 25 λεπτά από την Πύργο και εξυπηρετεί κυρίως ξένα κρουαζιερόπλοια. Το λιμάνι της Κυλλήνης απέχει οδικός 45 λεπτά από τον Πύργο και από εκεί εκτελούνται καθημερινά δρομολόγια πλοίων προς τα νησιά του Ιονίου Πελάγους. Ωστόσο, παρά την σημαντικότητά του για την ανάπτυξη του νομού, δεν έχουν χαρακτηριστεί ως κόμβοι εθνικής εμβέλειας.

Λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, το σιδηροδρομικό δίκτυο αναβαθμίστηκε, αλλά για μικρό χρονικό διάστημα. Σήμερα εκτελούνται περιστασιακά δρομολόγια με railbus, από λιμάνι του Κατακόλου προς την Αρχαία Ολυμπία, εξυπηρετώντας κυρίως τους τουρίστες των κρουαζιερόπλοιων.

Σημαντική είναι και η υστέρηση όσον αφορά την αεροπορική σύνδεση του νομού με άλλες περιοχές. Υπάρχει κοντά το αεροδρόμιο του Αράξου, το οποίο εξυπηρετεί 30.000 επιβάτες ετησίως, κυρίως με πτήσεις charter. Το αεροδρόμιο της Ανδραβίδας δεν λειτουργεί σήμερα, ωστόσο προβλέπεται τα επόμενα χρόνια να γίνει πολιτικό αεροδρόμιο.

8.7 Αναπτυξιακές προτεραιότητες

Σύμφωνα με την Αναπτυξιακή Ολυμπιάς (ΑΝ.ΟΛ. Α.Ε.)¹⁰² στις αναπτυξιακές προτεραιότητες του νομού, εντάσσεται κυρίως η ανάπτυξη και ο εκσυγχρονισμός του πρωτογενούς τομέα, με μια σειρά μέτρων, εκ των οποίων, τα σημαντικότερα είναι:

- Η προώθηση των επενδύσεων σε βιολογικές καλλιέργειες, σε κτηνοτροφία και ιχθυοκαλλιέργεια, καθώς και η ίδρυση περιφερειακής αγοράς αγροτικών προϊόντων.
- Η ανάδειξη και η αξιοποίηση αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων, με ιδιαίτερη έμφαση στην ανάδειξη του ρόλου της Αρχαίας Ολυμπιάς.
- Η αξιοποίηση της παράκτιας ζώνης, με παράλληλη αναβάθμιση των δυο βασικών λιμένων του νομού, του Κατακόλου και της Κυλλήνης.
- Η προστασία και η αξιοποίηση περιοχών ιδιαίτερου φυσικού κάλλους.
- Οι εναλλακτικές μορφές ενέργειας και η επέκταση του δικτύου φυσικού αερίου.

¹⁰² <http://www.anol.gr>

8.8 Τουριστική ανάπτυξη

Ο τουρισμός στον νομό Ηλείας αποτελεί κυρίαρχο κλάδο υπηρεσιών του τριτογενούς τομέα της τοπικής οικονομίας. Ιδιαίτερη συμβολή στην τουριστική ανάπτυξη του νομού παρέχει το γεγονός ότι αποτελεί τη γενέτειρα των Ολυμπιακών Αγώνων της αρχαιότητας, καθώς περιλαμβάνει την Αρχαία Ολυμπία.

Διαθέτει πλούσιο φυσικό περιβάλλον και μοναδικά οικοσυστήματα, καθώς και σημαντικά τουριστικά θέρετρα, τα οποία προσελκύουν μεγάλο αριθμό τουριστών κάθε χρόνο. Επίσης, η παραγωγή ποιοτικών αγροτικών προϊόντων με ιδιαίτερη έμφαση στο κρασί, στο ελαιόλαδο και στα φρούτα, προσδίδουν στην περιοχή δυναμικά χαρακτηριστικά πλεονεκτήματα, σχετικά με την ανάπτυξη διαφόρων τύπων εναλλακτικής τουριστικής δραστηριότητας.

Ο τουριστικός λιμένας του Κατακόλου έχει γίνει τα τελευταία χρόνια, δημοφιλές σημείο ελλιμενισμού κρουαζιερόπλοιων και ορμητήριο για επισκέψεις στον αρχαιολογικό χώρο της Αρχαίας Ολυμπίας.

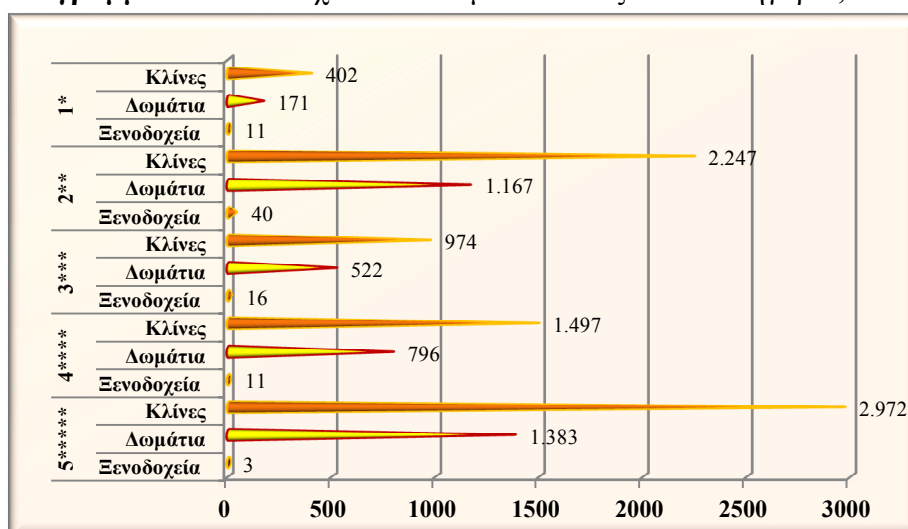
Οι τουριστικοί πόροι του νομού έχουν υψηλή ποιότητα και μεγάλη ποικιλία και μάλιστα ορισμένοι αρχαιολογικοί πόροι είναι διεθνώς αναγνωρισμένοι. Στους πόρους αυτούς εντάσσονται οι αρχαιολογικοί χώροι, με σημαντικότερο την Αρχαία Ολυμπία και τον Ναό του Επικούρειου Απόλλωνα. Οι ιαματικές πηγές και το υδροθεραπευτήριο, η λιμνοθάλασσα Κοτύχι που αποτελεί οικολογικό πόλο έλξης, η ορεινή εσωτερική περιοχή, όπου βρίσκονται αξιόλογα τοπία φυσικού κάλλους και δασικές περιοχές, παραδοσιακοί οικισμοί, λειτουργούν ως σημεία προσέλκυσης τουριστών.

Ο τουριστικός τομέας έχει πολύ μεγάλη σημασία για την Ηλεία. Η τουριστική ανάπτυξη του νομού φαίνεται να μπορεί να εξισορροπήσει τις απώλειες σε άλλους τομείς, όπως στον αγροτικό τομέα, ιδίως ως προς την απασχόληση, αρκεί να αξιοποιηθούν σωστά οι μεγάλης αξίας τουριστικοί πόροι.

Η τουριστική ανάπτυξη, παρά τον πλούτο των τουριστικών πόρων του νομού, παρουσιάζει ανισοκατανομή. Στις δυτικές ακτές του νομού έχει αναπτυχθεί περισσότερο ο μαζικός τουρισμός αλλοδαπών σε αυτόνομα μεγάλα τουριστικά συγκροτήματα, αλλά και σε μικρότερες μονάδες και καταλύματα. Ωστόσο, υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης ήπιων μορφών τουρισμού σε αυτή την περιοχή. Αντίθετα, οι ΝΔ ακτές είναι λιγότερο αναπτυγμένες με σημειακές ή γραμμικές συγκεντρώσεις εκτόνωσης των τοπικών πληθυσμών, ενώ στο εσωτερικό του νομού δεν παρουσιάζεται ιδιαίτερη τουριστική ανάπτυξη, με εξαίρεση όμως την Ολυμπία.

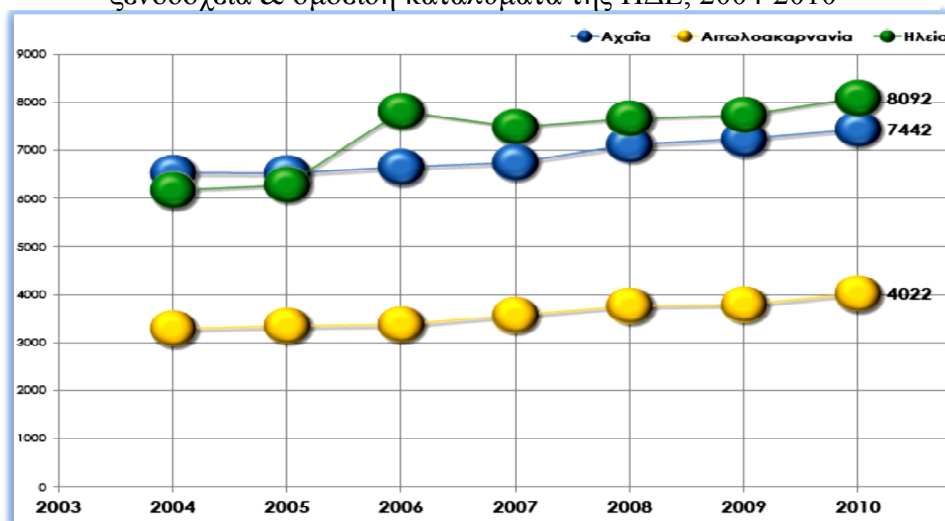
Την τελευταία δεκαετία έχει σημειωθεί αξιόλογη ανάπτυξη στις τουριστικές υποδομές και ειδικότερα στον τομέα των καταλυμάτων. Πλέον διαθέτει ποικιλία τουριστικών καταλυμάτων και μπορεί να εξυπηρετήσει σχεδόν όλες τις μορφές ζήτησης αυτού του κλάδου. Συγκεκριμένα υπάρχουν ξενοδοχεία όλων των κατηγοριών, κάμπινγκ, αλλά και επαύλεις. Στο βόρειο τμήμα του νομού εμφανίζεται μια καλή εικόνα των τουριστικών επενδύσεων, χωρίς όμως να έχει επέλθει κορεσμός. Πολλές από τις μικρές μονάδες που λειτουργούν στην περιοχή είναι αστικού ή ημιαστικού τύπου.

Διάγραμμα 20: Ξενοδοχειακό δυναμικό Ηλείας κατά κατηγορία, 2010



Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, ίδια επεξεργασία στοιχείων

Διάγραμμα 21: Η εξέλιξη του συνολικού αριθμού κλινών σε ξενοδοχεία & ομοειδή καταλύματα της ΠΔΕ, 2004-2010



Πηγή: DATA RC (2010), «Ετήσια Έκθεση για την Οικονομία και την Αγορά Εργασίας στην ΠΔΕ»

Όπως φαίνεται ανωτέρω, το συνολικό ξενοδοχειακό δυναμικό του νομού το 2010 ανήλθε σε 43 ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα, έχοντας 8.092 κλίνες. Μάλιστα περίπου το 46% των κλινών αυτών ανήκει σε ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων. Επίσης, στο νομό λειτουργούν και 15 τουριστικά κάμπινγκ.

Πίνακας 14: Κατανομή Κάμπινγκ στο Νομό Ηλείας

Λεχαινά Ηλείας (2)	Αμαλιάδα Ηλείας (2)
Αρχαία Ολυμπία Ηλείας (3)	Φρίζα Ηλείας (2)
Γιαννιτσοχώρι Ηλείας (1)	Βαρθολομιό Ηλείας (1)
Κάστρο Ηλείας (3)	Θολό Ηλείας (1)

Πηγή: Τουριστικός οδηγός Ηλείας (<http://www.1724.syzefxis.gov.gr>), ίδια επεξεργασία στοιχείων

Όσον αφορά την κατανομή της τουριστικής ζήτησης σε επίπεδο περιφέρειας, διαπιστώνεται ότι η Ηλεία κατέχει τα τελευταία χρόνια σημαντικό μέρος τόσο των αφίξεων, όσο και των διανυκτερεύσεων σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου. Συγκεκριμένα, οι αφίξεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου του νομού το 2010 έφτασαν τις 317.506, ποσό που αντιστοιχεί σχεδόν στο 44% των αφίξεων της Περιφέρειας (Πίνακας 15). Μάλιστα, η Ηλεία φαίνεται να έχει διαχρονικά την κυρίαρχη συμμετοχή στις αφίξεις του νομού, ενώ έπεται η Αχαΐα.

Πίνακας 15: Αφίξεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, 2005-2010

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Αχαΐα	252.160	286.432	296.063	267.305	272.644	270.368
Ηλεία	231.295	257.210	356.578	366.864	342.181	317.506
Αιτ/νία	123.270	135.923	145.180	144.456	153.753	135.594
Σύνολο ΠΔΕ	606.725	679.565	797.821	778.625	768.578	723.468
Ηλεία ως % της ΠΔΕ	38,1%	37,8%	44,7%	47,1%	44,5%	43,9%

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ., ίδια επεξεργασία

Ανάλογη είναι και η εικόνα που παρουσιάζουν οι αντίστοιχες διανυκτερεύσεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου του νομού. Την ίδια χρονική περίοδο φαίνεται πως ο νομός έχει μεγάλη συμμετοχή στις διανυκτερεύσεις. Μόνο το 2010 άγγιξε το 41% των διανυκτερεύσεων της Περιφέρειας, φτάνοντας τις 682.019 (Πίνακας 16), ποσό σχεδόν ίδιο με αυτό της Αχαΐας. Βέβαια πρέπει να επισημανθεί ότι η τουριστική δραστηριότητα του νομού βασίζεται κυρίως στους αλλοδαπούς, καθώς στους ημεδαπούς παρουσιάζεται μια φθίνουσα τάση.

Πίνακας 16: Διανυκτερεύσεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου της ΠΔΕ, (2005-2010)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Αχαΐα	576.218	632.993	700.489	674.725	689.225	682.577
Ηλεία	415.859	503.546	827.355	747.067	695.588	682.019
Αιτ/νία	279.919	274.575	335.375	308.799	327.486	299.384
Σύνολο ΠΔΕ	1.271.996	1.411.114	1.863.219	1.730.591	1.712.299	1.663.980
Ηλεία ως % της ΠΔΕ	32,7%	35,7%	44,4%	43,2%	40,6%	41,0%

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ., ίδια επεξεργασία

Αξίζει να σημειωθεί ότι αρκετές από τις τουριστικές μονάδες του νομού έχουν εκσυγχρονιστεί τα τελευταία χρόνια στο πλαίσιο του Αναπτυξιακού Νόμου και των Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων. Αυτό αντανακλάται και στην πληρότητα των κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου της Ηλείας. Το εξεταζόμενο διάστημα, η πληρότητα κυμαίνεται σε ιδιαίτερα σημαντικά ποσοστά και μόνο το 2010 άγγιξε περίπου το 37%.

Πίνακας 17: Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου της ΠΔΕ, 2008-2010

	2008	2009	2010
Αχαΐα	42,40%	40,20%	36,80%
Ηλεία	44,70%	38,90%	36,60%
Αιτωλοακαρνανία	33,70%	34,40%	31,20%

Πηγή: www.sete.gr, ίδια επεξεργασία στοιχείων

Όσον αφορά την ποιότητα των ξενοδοχειακών υποδομών του νομού, αξίζει να σημειωθεί πως το διεθνές βραβείο για το Σήμα Ποιότητας Green Key 2009 & 2010 του Ιδρύματος Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (Fee-Foundation for the Environmental Education) απενεμήθη στο ξενοδοχειακό συγκρότημα του Ομίλου Aldemar, Olympian Village στη Σκαφιδιά.

Θα πρέπει όμως να επισημανθεί, ότι στο τουριστικό δυναμικό του νομού συγκαταλέγονται και καταλύματα τύπου camping, τα οποία συνεισφέρουν δυναμικά στην τουριστική ζήτηση του νομού. Όπως φαίνεται και από τον Πίνακα 18, το διάστημα 2005-2010, οι αφίξεις στα camping της Ηλείας είναι ιδιαίτερα σημαντικές, όμως η πορεία τους είναι φθίνουσα.

Το γεγονός αυτό δεν είναι ιδιαίτερα ανησυχητικό, καθώς παρατηρείται και ανάλογη μείωση στις αφίξεις και των νομών και αποδίδεται κυρίως στην οικονομική κρίση. Παρ' όλα αυτά, το συγκεκριμένο εξεταζόμενο διάστημα, ο νομός καταφέρει να έχει τη σημαντικότερη συμμετοχή στις αφίξεις τουριστών στα καταλύματα τύπου camping της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας, φτάνοντας σε ποσοστά υψηλότερα του 37% της Περιφέρειας.

Πίνακας 18: Αφίξεις στα καταλύματα τύπου Camping, 2005-2010

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Αχαΐα	16.188	10.531	12.591	16.154	25.656	22.918
Ηλεία	23.225	18.702	13.683	15.815	16.855	14.273
Αιτ/νία	1.260	2.176	1.511	1.136	1.285	1.150
Σύνολο ΠΔΕ	40.673	31.409	27.785	33.105	43.796	38.341
Ηλεία ως % της ΠΔΕ	57,10%	59,54%	49,25%	47,77%	38,49%	37,23%

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ., ίδια επεξεργασία

Παρατηρώντας τα στοιχεία για τις διανυκτερεύσεις στα αντίστοιχα καταλύματα για το ίδιο διάστημα (Πίνακας 19) καταλήγουμε σε παρόμοια συμπεράσματα. Όπως φαίνεται, η πορεία των διανυκτερεύσεων είναι και αυτή φθίνουσα, όμως η συμμετοχή τους στα συνολικά μεγέθη της Περιφέρειας είναι σημαντική, αλλά όχι καθολική, όπως συμβαίνει με τις αφίξεις.

Πίνακας 19: Διανυκτερεύσεις στα καταλύματα τύπου Camping, 2005-2010

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Αχαΐα	37.603	20.771	33.856	78.420	85.837	56.319
Ηλεία	58.594	47.307	35.800	37.851	42.597	37.629
Αιτ/νία	12.707	19.951	24.721	13.186	20.600	15.520
Σύνολο ΠΔΕ	108.904	88.029	94.377	129.457	149.034	109.468
Ηλεία ως % της ΠΔΕ	53,80%	53,74%	37,93%	29,24%	28,58%	34,37%

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ., ίδια επεξεργασία

Σε σχέση με την εξέλιξη της τουριστικής ζήτησης του νομού, αξίζει να διερευνηθεί και η τουριστική ζήτηση βασικών αρχαιολογικών και πολιτιστικών πόρων. Στους ακόλουθους πίνακες έχουν καταγραφεί μόνο εκείνα τα πολιτισμικά αξιοθέατα του νομού, στα οποία απαιτείται καταβολή αντιτίμου για την είσοδο στο χώρο τους.

Με βάση τον πίνακα 20 φαίνεται πως μόνο ο αρχαιολογικός χώρος της Αρχαίας Ολυμπίας παρουσίασε αύξηση της επισκεψιμότητας το 2010 σε σχέση με το 2009. Όλοι οι υπόλοιποι αρχαιολογικοί χώροι και τα μουσεία εμφάνισαν μεγάλη μείωση στην επισκεψιμότητα τους, με αποτέλεσμα αντίστοιχη να είναι η εικόνα των εισπράξεων για το αντίστοιχο διάστημα.

Πίνακας 20: Επισκέπτες Μουσείων & Αρχαιολογικών χώρων Ηλείας

Επισκέπτες		2009	2010	% Μεταβολή
Μουσεία	Αρχαίας Ολυμπίας	100.820	45.953	-54%
	Αρχαίας Ήλιδας	2.243	713	-68%
Αρχαιολογικοί χώροι	Αρχαία Ολυμπία	342.595	399.891	17%
	Κάστρο Χλεμούτσι	7.337	6.282	-14%
	Ναός Επικούρειου Απόλλωνα	17.245	13.816	-20%

Πηγή: www.statistics.gr

Πίνακας 21: Εισπράξεις Μουσείων & Αρχαιολογικών χώρων Ηλείας

Εισπράξεις		2009	2010	% Μεταβολή
Μουσεία	Αρχαίας Ολυμπίας	708.925 €	369.658 €	-48%
	Αρχαίας Ήλιδας	4.143 €	1.317 €	-68%
Αρχαιολογικοί χώροι	Αρχαία Ολυμπία	2.460.061 €	2.871.492 €	17%
	Κάστρο Χλεμούτσι	21.319 €	18.253 €	-14%
	Ναός Επικούρειου Απόλλωνα	46.938 €	37.601 €	-20%

Πηγή: www.statistics.gr

Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ., το 2011 επισκέφθηκαν το Μουσείο της Αρχαίας Ολυμπίας 62.878 άτομα και τον αρχαιολογικό χώρο 438.452 επισκέπτες, ενώ το πρώτο εξάμηνο του 2012 επισκέφθηκαν το Μουσείο 31.336 άτομα έναντι 20.984 το πρώτο εξάμηνο του 2011, ενώ τον αρχαιολογικό χώρο για την ίδια χρονική περίοδο το 2012 τον επισκέφθηκαν 144.005 άτομα, 1.112 λιγότερα σε σχέση με το ίδιο εξάμηνο του 2011 (155.117 επισκέψεις)¹⁰³.

Με βάση τα στοιχεία της ανωτέρω ανάλυσης, φαίνεται πως ο τουριστικός κλάδος του νομού παρουσιάζει αξιόλογη ανάπτυξη, κυρίως την τελευταία τετραετία, παρά την γενικότερη ύφεση, που επικρατεί στη χώρα αυτή την περίοδο. Τόσο σε επίπεδο τουριστικής ζήτησης, όσο και σε επίπεδο τουριστικής προσφοράς διαπιστώνεται ότι υπάρχει σημαντική βελτίωση σε καθοριστικούς τομείς, ωστόσο η εικόνα δεν είναι η καλύτερη δυνατή.

¹⁰³ www.statistics.gr & <http://ilialive.gr>, Άρθρο με τίτλο: «ΕΛΣΤΑΤ: Αύξηση κίνησης σε μουσεία – αρχαιολογικό χώρο στην Αρχαία Ολυμπία». (Ημερομηνία Ανάρτησης 11/10/2012)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Θ΄: ΗΛΕΙΑ & ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

9.1 Μορφές και προοπτικές εναλλακτικού τουρισμού στην Ηλεία

Η μορφολογία του εδάφους, οι έντονες διαφορές που υπάρχουν από νότο σε βορά, από την θάλασσα στον ορεινό όγκο και ο πολιτιστικός του πλούτος, θέτουν το νομό ως το καταλληλότερο σημείο για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως του θαλάσσιου, ιαματικού και πολιτιστικού. Παράλληλα αυξημένες δυνατότητες ανάπτυξης στο νομό έχει ο αγροτουρισμός και ο θρησκευτικός τουρισμός.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αξιοποιούν τα υπάρχοντα συγκριτικά πλεονεκτήματα του νομού και συμβάλλουν τόσο στην αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας, όσο και στην ανάδειξη του περιβάλλοντος, η ποιότητα του οποίου αποτελεί βασική προϋπόθεση τουριστικής έλξης στο νομό. Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού συνεισφέρει καθοριστικά στην ανάπτυξη και στην ανάδειξη της ορεινής και εσωτερικής ζώνης του νομού. Μέχρι σήμερα ο βαθμός ανάπτυξης των περιοχών αυτών ήταν περιορισμένος, τόσο σε σχέση με τις δυνατότητες που υπάρχουν σε αυτές, όσο και με τις παραλιακές περιοχές.

Στην συνέχεια ακολουθεί συνοπτική παρουσίαση των μορφών εναλλακτικού τουρισμού που είτε αναπτύσσονται ήδη, είτε έχουν την δυνατότητα να αναπτυχθούν στην Ηλεία. Ταυτόχρονα δίνονται και προτάσεις για περαιτέρω ανάδειξη και ανάπτυξή τους.

9.1.1 Θαλάσσιος Τουρισμός

Τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται σημαντική ανάπτυξη στον θαλάσσιο τουρισμό του νομού και συγκεκριμένα του τουρισμού κρουαζιέρας στο Κατάκολο. Ο τουρισμός κρουαζιέρας αποτελεί την πιο κερδοφόρα μορφή εκδήλωσης αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού. Το Κατάκολο είναι το επίνειο του Πύργου. Πρόκειται για μια κωμόπολη με 700 κατοίκους, με σχετικά αναπτυσσόμενη τουριστική υποδομή. Βρίσκεται σε απόσταση μόλις 12 χιλιομέτρων από την πόλη του Πύργου και απέχει μόλις πέντε λεπτά από την Εθνική οδό Πατρών-Πύργου.

Το γραφικό λιμάνι του Κατάκολου τα τελευταία χρόνια, μετά το λιμάνι του Πειραιά, αποτελεί τη μεγαλύτερη είσοδο τουριστών κρουαζιέρας στην Ελλάδα. Σήμερα έχει εκσυγχρονιστεί και πλέον διαθέτει ένα τεχνητό λιμάνι με στέρεο βυθό, μια μαρίνα με 250 θέσεις ελλιμενισμού σκαφών και παρέχοντας ασφάλεια σε κάθε καιρό για τα σκάφη έχει αναδειχθεί σε σημαντικό σταθμό για τον θαλάσσιο τουρισμό. Όλο το χρόνο στο λιμάνι προσεγγίζουν κρουαζιερόπλοια από όλο τον κόσμο και η μαρίνα κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες έχει πληρότητα 100%.

Μάλιστα το 2011 οι αφίξεις κρουαζιερόπλοιων στο Κατάκολο ανήλθαν στις 429, σημειώνοντας άφιξη 20% σε σχέση με το 2010. Συνολικά αφίχθησαν 820.000 επιβάτες το 2011, έναντι περίπου 735.000 επιβατών το 2010, δηλαδή σημειώθηκε μια αύξηση περίπου 11% στις αφίξεις τουριστών.

Οι προγραμματισμένες αφίξεις το 2012 ήταν 340, δηλαδή εξήντα λιγότερες από το 2011, αλλά πραγματοποιήθηκαν και 30 έκτακτες αφίξεις κρουαζιερόπλοιων στο λιμάνι του Κατάκολου. Θα πρέπει όμως να επισημανθεί ότι από το πρόγραμμα του 2012, έφυγαν πολλά μικρά κρουαζιερόπλοια που μετέφεραν το πολύ 1.000 επιβάτες και τη θέση τους πήραν αρκετά μεγάλα με δυνατότητα μεταφοράς περισσότερων των 3.000 επιβατών.

Η κρουαζιέρα αποτελεί ένα ταχέως αναπτυσσόμενο κλάδο διεθνώς, με άμεσα έσοδα 15 δις ευρώ το 2011 για την Ευρώπη και είναι βασικός πυλώνας της τουριστικής ανάπτυξης της Ηλείας. Μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομία του νομού, καθώς μόνο το 2011 η Ελλάδα συγκέντρωσε 600 εκατομμύρια ευρώ, ως άμεσα έσοδα από τις κρουαζιέρες, ποσό που αντιστοιχεί στο 0,3% του ΑΕΠ και στο 5,2% της συνολικής τουριστικής δαπάνης¹⁰⁴.

¹⁰⁴ Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας (2012), Κλαδική μελέτη: «Κρουαζιέρα: Ένας κλάδος με δυναμικά έσοδα ύψους 2 δις ευρώ».

Υπάρχει λοιπόν, η ανάγκη σχεδιασμού ενός ολοκληρωμένου τουριστικού πακέτου για τους τουρίστες που καταφθάνουν στο Κατάκολο με κρουαζιερόπλοια. Ως στόχο θα πρέπει να έχει τόσο την ποσοτική αύξηση τους, όσο και την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών, προκειμένου να καταστεί η Ηλεία ακόμη πιο ελκυστικός προορισμός.

9.1.2 Τουρισμός Υγείας

Αξιόλογος είναι και ο τουρισμός υγείας στην εξεταζόμενη περιοχή. Ιδιαίτερη άνθιση εμφανίζει ο ιαματικός τουρισμός, με σκοπό τη διατήρηση, την αποκατάσταση, ακόμα και για την πρόληψη της σωματικής υγείας και ευεξίας των ατόμων. Ο νομός διαθέτει πληθώρα λουτρών και ιαματικών πηγών, πολλές από τις οποίες είναι γνωστές σε όλη την Ευρώπη για τις θεραπευτικές τους ιδιότητες. Συνολικά υπάρχουν 30 ιαματικές πηγές, από τις οποίες πιο αναγνωρισμένες είναι του Καϊάφα, της Κυλλήνης.

Οι πιο σημαντικά τουριστικά ανεπτυγμένες πηγές είναι οι ακόλουθες:

➤ Ιαματικές πηγές Ανιγρίδων και Γερανίου –Λουτρά Καϊάφα

Οι ιαματικές πηγές του Καϊάφα βρίσκονται κοντά στον Πύργο. Τα αρχαία χρόνια επισκέπτονταν πολλοί την περιοχή, λόγω των λουτρών, που ήταν γνωστά για τις θεραπευτικές τους ιδιότητες. Τα νερά αναβλύζουν από το έδαφος, αλλού σε υψηλή κι αλλού σε χαμηλή θερμοκρασία, κι όταν αναμιγνύονται δημιουργούν ένα φυσικό χαμάμ. Σήμερα είναι γνωστά για θεραπευτικές ενδείξεις, όπως η υδροθεραπεία για αρθρίτιδα, αυχενικό σύνδρομο, σπονδυλαρθρίτιδα, για παθήσεις του δέρματος και για παθήσεις χρόνιων αναπνευστικών προβλημάτων.

➤ Ιαματική πηγή Κυλλήνης

Η περιοχή της Κυλλήνης έχει κατοικηθεί από την παλαιολιθική εποχή και υπήρξε το σημαντικότερο λιμάνι της εποχής στη δυτική Πελοπόννησο. Τα λουτρά της Κυλλήνης είναι γνωστά από την αρχαιότητα για τις θεραπευτικές ιδιότητες τους. Σήμερα λειτουργεί ως οργανωμένο υδροθεραπευτήριο, κυρίως για διαταραχές του αναπνευστικού συστήματος.

Η ανάπτυξη των περιοχών αυτών, καθώς επίσης το θερμό μεσογειακό κλίμα και τα πευκοδάση συμβάλλουν στην προσέλκυση τουριστών σε όλη τη διάρκεια του έτους. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά τις ιαματικές πηγές του Καϊάφα, η περιοχή ενδείκνυται για την ανάπτυξη υποδομών, για την παροχή απλών υπηρεσιών ιαματικών λουτρών έως και υψηλού επιπέδου υπηρεσίες SPA και κλινικής Γηριατρικής, ώστε να εξασφαλισθεί η δωδεκάμηνη τουριστική αξιοποίηση της περιοχής και όχι η τρίμηνη που είναι σήμερα.

9.1.3 Πολιτιστικός τουρισμός

Η σημαντικότερη μορφή εναλλακτικού τουρισμού, που έχει αναπτυχθεί ήδη στην Ηλεία, είναι ο πολιτιστικός τουρισμός, καθώς αποτελεί νομό με πλούσιο υλικό και πνευματικό πολιτισμό. Πιο συγκεκριμένα, σε αυτή τη μορφή τουρισμού συμπεριλαμβάνεται ο αρχαιολογικός τουρισμός και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις και προσελκύουν τουρίστες εγχώριους, αλλά πολύ περισσότερο εισερχόμενους.

Ειδικότερα την προσοχή και το ενδιαφέρον των τουριστών από όλο τον κόσμο, συγκεντρώνει η Αρχαία Ολυμπία. Αυτό οφείλεται κυρίως στον παγκόσμιας φήμης Αρχαιολογικό χώρο που διαθέτει, αλλά και της τελετής αφής της Ολυμπιακής φλόγας. Μάλιστα σύμφωνα με τον ιστότοπο της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO, δεν υφίσταται αρχαιολογικός χώρος παγκοσμίως με τόσο στενή αναφορά προς τη σημερινή πραγματικότητα, σαν αυτόν της Ολυμπίας.

Το αρχαίο στάδιο της Ολυμπίας όπου τελούνταν οι Ολυμπιακοί αγώνες στην αρχαιότητα, και ο μνημειακών διαστάσεων ναός του Διός, είναι τα κυρίαρχα αξιοθέατα του Χώρου. Εκτός από την Αρχαία Ολυμπία, που αποτελεί το επίκεντρο του πολιτιστικού τουρισμού, υπάρχουν και άλλες περιοχές στον νομό που προσελκύουν αυτής της μορφής τουρισμό, όπως η Αρχαία Ήλιδα και η Ανδρίτσεινα με τον Επικούρειο Απόλλωνα.

Παρατηρώντας τον Πίνακα 22 είναι εμφανές ότι οι πολιτιστικοί πόροι της Ηλείας καλύπτουν ουσιαστικά μία πολύ μεγάλη γεωγραφική έκταση του νομού. Αυτό αποδεικνύει ότι ο νομός μπορεί να αποτελέσει έναν σημαντικό προορισμό παγκόσμιου πολιτιστικού ενδιαφέροντος, καλύπτοντας όλο το φάσμα της ελληνικής ιστορίας, από τα αρχαία χρόνια μέχρι και τα σύγχρονα.

Πίνακας 22: Πολιτιστικοί πόροι νομού Ηλείας

Αρχαιολογικός χώρος Ολυμπίας (Δήμος Αρχαίας Ολυμπίας)
Αρχαιολογικός χώρος Κάτω Σαμικού (Δήμος Ανδρίτσαινας-Κρεστένων)
Αρχαιολογικός χώρος Δάφνης (Δήμος Ανδραβίδας-Κυλλήνης)
Αρχαιολογικός χώρος Αλίφειρας (Δήμος Ανδρίτσαινας-Κρεστένων)
Αρχαιολογικός χώρος Ήλιδας (Δήμος Ήλιδας)
Αρχαιολογικός χώρος Αγίας Τριάδας (Δήμος Αρχαίας Ολυμπίας)
Αρχαιολογικός χώρος Λέπρεο (Δήμος Ζαχάρως)
Κάστρο Γλαρέντζας (Δήμος Ανδραβίδας-Κυλλήνης)
Κάστρο Χλεμούτσι (Δήμος Ανδραβίδας-Κυλλήνης)
Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας (Δήμος Αρχαίας Ολυμπίας)
Αρχαιολογικό Μουσείο Ήλιδας (Δήμος Ήλιδας)
Μουσείο της Ιστορίας των Ανασκαφών της Ολυμπίας (Δήμος Αρχαίας Ολυμπίας)
Μουσείο Ιστορίας των Ολυμπιακών Αγώνων της Αρχαιότητας (Δήμος Αρχαίας Ολυμπίας)
Ακρόπολη Πλατιάνας (Δήμος Ανδρίτσαινας-Κρεστένων)

Πηγή: <http://odysseus.culture.gr>

Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά του, έχει δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για πλήθος πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου για παιδιά και νέους διοργανώνεται κάθε Δεκέμβριο. Τα τελευταία χρόνια έχει αναδειχθεί ως ένα από τα 5 καλύτερα του είδους του παγκοσμίως. Ως στόχο έχει να αναπτύξει και να προβάλλει τις καλλιτεχνικές ανησυχίες των παιδιών και των νέων, σε μια προσπάθεια συνένωσης των ευρωπαϊκών και μεσογειακών λαών, μέσω ανταλλαγής κουλτούρας και σκέψης.

Πρέπει να σημειωθεί ότι παράλληλα πραγματοποιείται και η Ευρωπαϊκή Συνάντηση Οπτικοαουστικής Δημιουργίας, γνωστή ως Camera Zizanio, κατά την διάρκεια της οποίας παρουσιάζονται ερασιτεχνικές ταινίες από τους μικρούς φίλους της, κυρίως από την Ευρώπη.

Μάλιστα το 2012 διοργανώθηκε η 12η Camera Zizanio μαζί με τη 15η διοργάνωση του Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου για παιδιά και νέους Ολυμπίας, με την συμμετοχή ταινιών από 110 ελληνικά σχολεία. Μεγάλη ήταν και η συμμετοχή των ευρωπαϊκών χωρών, καθώς συμμετείχαν παιδιά από 20 ευρωπαϊκές χώρες, αλλά και από το Λίβανο-Παλαιστίνη, μέχρι την μακρινή Κορέα¹⁰⁵.

Σημαντικό πολιτιστικό γεγονός αποτελεί και το Φεστιβάλ Ήλιδας, που πραγματοποιείται τα τελευταία 19 καλοκαίρια στον αρχαιολογικό χώρο της Ήλιδας και στο κάστρο Χλεμούτσι. Επίσης, διοργανώνονται σε ετήσια βάση πλήθος εορταστικών εκδηλώσεων, όπως τα Ανθεστήρια, η γιορτή της σταφίδας, η ιππική έκθεση Ανδραβίδας, όπου διοργανώνονται ιππικοί αγώνες από τον ιππικό όμιλο της περιοχής, καθώς επίσης και συναυλίες και θεατρικές παραστάσεις στο Αρχαίο Θέατρο Φλόκα, της Αρχαίας Ολυμπίας με ιδιαίτερη επιτυχία.

Σημαντικό γεγονός είναι και η ύπαρξη του Διεθνούς Ινστιτούτου Αρχαίας Ελληνικής Ιστορίας «ΣΩΣΗΠΟΛΙΣ». Είναι για αστική μη κερδοσκοπική εταιρία, που έχει συσταθεί με τη συμμετοχή επιφανών ιστορικών σε Ελλάδα και Ευρώπη και φιλοδοξεί να αποτελέσει ένα ίδρυμα γνώσης και διάδοσης της Ελληνικής Ιστορίας, με τη συνεργασία των Πανεπιστημίων.

Επομένως, ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί σήμερα κυρίαρχη μορφή εκδήλωσης εναλλακτικού τουρισμού στην Ηλεία. Όμως δεν τυγχάνει του ανάλογου σχεδιασμού και προώθησης. Στο πλαίσιο ενίσχυσης του, απαιτείται οργανωμένη προβολή των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων του νομού, στον τομέα αυτό. Επίσης κρίνεται αναγκαία η συνεργασία τοπικών και εθνικών φορέων για την ανάδειξη της παγκόσμιας εμβέλειας πολιτιστικής κληρονομιάς της Ηλείας, καθώς και η ύπαρξη έργων υποδομών και ανάδειξης των πολιτιστικών πόρων της.

¹⁰⁵ <http://camerazizanio.net/>

9.1.4 Θρησκευτικός τουρισμός

Η Ηλεία μπορεί να αποτελέσει έναν από τους προσφιλείς τουριστικούς προορισμούς, όχι μόνο για διακοπές μαζικού τουρισμού, αλλά και για όσους επιθυμούν να πραγματοποιήσουν εναλλακτικές διακοπές, αναζητώντας την εμπειρία που προσφέρει ο θρησκευτικός πολιτισμός.

Υπάρχει πλήθος μοναστηριών και εκκλησιών της βυζαντινής και μεταβυζαντινής περιόδου, με μεγάλη πολιτιστική και θρησκευτική αξία και αποτελούν σημαντικό τμήμα της εθνικής θρησκευτικής κληρονομιάς. Τα μνημεία της ελληνικής ορθοδοξίας αποτελούν αξιόλογο πόλο έλξης για τους τουρίστες, ορθόδοξους και μη τουρίστες και βρίσκονται διάσπαρτα σε όλο το νομό. Τα επίσημα καταγεγραμμένα θρησκευτικά μνημεία του νομού, τα οποία έχουν αξιοποιηθεί σε ένα βαθμό ή μπορούν να αξιοποιηθούν στα πλαίσια του θρησκευτικού τουρισμού παρουσιάζονται ακολούθως.

Πίνακας 23: Θρησκευτικά Μνημεία νομού Ηλείας

Το Βυζαντινό Μοναστήρι της Παναγίας της Φραγκαβίλλας (Δήμος Ήλιδας)	Η εκκλησία της Παναγίας της Καθολικής Γαστούνη (Δήμος Πηνειού)
Ιερός Ναός Κοιμήσεως της Θεοτόκου Δαφνιώτισσας (Δήμος Ήλιδας)	Μονή Αγίας Ελεούσης (Δήμος Πηνειού)
Ναός Αγίας Σοφίας (Δήμος Ήλιδας)	Μονή Κρεμαστής (Δήμος Πύργου)
Μονή Φραγκοπηδήματος (Δήμος Ήλιδας)	Μονή Εισοδιωτίσεως (Δήμος Πύργου)
Μονή Σεπετού (Δήμος Ανδρίτσαινας-Κρεστένων)	Μονή Ζωοδόχου Πηγής (Δήμος Πύργου)
Μονή Άνω Δίβρης (Δήμος Ανδρίτσαινας-Κρεστένων)	Μονή Ασκητή στο Γούμερο (Δήμος Πύργου)
Μονή Ζούρτσας (Δήμος Ανδρίτσαινας-Κρεστένων)	Μονή Σκαφιδιάς, (Δήμος Πύργου)
Μονή Πορεστού (Δήμος Ανδρίτσαινας-Κρεστένων)	Μονή Βλαχερνών (Δήμος Ανδραβίδας-Κυλλήνης)
Υστεροβυζαντινός Ναός της Κοιμήσεως της Θεοτόκου (Δήμος Ανδρίτσαινας-Κρεστένων)	Κόκκινη Εκκλησία (Δήμος Ανδρίτσαινας-Κρεστένων)

Πηγή: <http://www.1724.syzefxis.gov.gr>

Για την ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ηλεία, θα πρέπει να ενθαρρυνθούν και να δημιουργηθούν προγράμματα επίσκεψης στα θρησκευτικά μνημεία της περιοχής. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω ειδικών τουριστικών προγραμμάτων, καθώς και μέσω της διασύνδεσης του πολιτιστικού και θρησκευτικού τουρισμού με παράλληλες δραστηριότητες στην ευρύτερη περιοχή.

9.1.5 Συνεδριακός τουρισμός

Τα τελευταία χρόνια ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει σημαντική άνοδο στην Ηλεία, ως αποτέλεσμα των επενδύσεων στον τουριστικό τομέα του νομού. Ο στόχος των επενδύσεων αυτών ήταν η προσέλκυση τουριστών, συνδυάζοντας τις διακοπές με τα ταξίδια για επαγγελματικούς, επιμορφωτικούς και εργασιακούς λόγους.

Ιδιαίτερη ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού εντοπίζεται στην περιοχή της Ολυμπίας, όπου βρίσκεται το συνεδριακό κέντρο της Διεθνούς Ολυμπιακής Ακαδημίας. Πρόκειται για ένα υπερσύγχρονο κέντρο με δυνατότητα οργάνωσης μεγάλων συνεδρίων, επιστημονικών εκδηλώσεων και διαφόρων σεμιναρίων. Κάθε χρόνο διοργανώνονται σημαντικές εκδηλώσεις από τη Διεθνή Ολυμπιακή Ακαδημία, με στόχο την παγκόσμια ανάδειξη των ολυμπιακών ιδεών και της συναδέλφωσης των λαών.

Πρόσφατα δημιουργήθηκε ένας ακόμα υπερσύγχρονος συνεδριακός χώρος στο κτήριο του Διοικητηρίου του Πύργου, με δυνατότητα φιλοξενίας συνεδρίων πανελλήνιου και παγκόσμιου ενδιαφέροντος. Παράλληλα έχουν δημιουργηθεί κάποιοι συνεδριακοί χώροι εντός των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων του νομού, όπως στην περίπτωση του Aldemar στη Σκαφιδιά.

Μάλιστα τα τελευταία χρόνια πολλά συνέδρια διοργανώνονται στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες του νομού, τα οποία αναλαμβάνουν την διοργάνωση σημαντικών επιστημονικών και όχι μόνο, συνεδρίων. Όμως, λείπει ένας μεγάλος συνεδριακός χώρος, φιλοξενίας άνω των 2.500 συνέδρων, ώστε να μπορεί να προσελκύει παγκόσμια συνέδρια μεγάλων επιστημονικών οργανώσεων.

Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική ευκαιρία για την επέκταση των τουριστικών του νομού. Τονίζεται ότι μπορεί να συμβάλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου και επομένως στην αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης στο νομό.

Ωστόσο, για την καθιέρωση του συνεδριακού τουρισμού στην Ηλεία, απαιτείται σωστή επικοινωνία και προώθηση, καθώς και η δημιουργία ενός αυτόνομου και πλήρους συνεδριακού κέντρου. Το κέντρο αυτό θα πρέπει να ανταποκρίνεται στα ευρωπαϊκά και διεθνή δεδομένα και να είναι εξοπλισμένο με συστήματα τελευταίας τεχνολογίας, με σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα και κυρίως να έχει βοηθητικούς χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων, ιατρείων, εστιατορίων, γραφείων και εκθεσιακών χώρων, που λείπουν σήμερα.

9.1.6 Αγροτουρισμός

Τα τελευταία χρόνια στην Ηλεία αναπτύσσεται μια ακόμα μορφή του εναλλακτικού τουρισμού στα πλαίσια του προγράμματος Leader για την Ελλάδα, ο αγροτουρισμός. Η οικονομία του νομού βασίζεται κυρίως στην γεωργία και στην κτηνοτροφία, ενώ παράλληλα διαθέτει πολλά αξιόλογα φυσικά τοπία. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να ευνοείται η ανάπτυξη του αγροτουρισμού, με κύριο σκοπό την οικονομική ενίσχυση του αγροτικού εισοδήματος και την καλυτέρευση της ποιότητας ζωής των αγροτών.

Οι τουρίστες που επιλέγουν τον νομό σχετικά με τον αγροτουρισμό, έχουν την δυνατότητα να διαμείνουν σε κατάλληλα διαμορφωμένα κτήματα. Επίσης μπορούν να παρακολουθήσουν όλες τις εργασίες που γίνονται στο κτήμα, όπως την παρασκευή του κρασιού, των παραδοσιακών γλυκών και να απολαύσουν περίπατο στα δάση και βόλτα με τα άλογα. Στην Ηλεία υπάρχουν πολλά τέτοια κτήματα, με πιο γνωστά το κτήμα Μερκούρη, το κτήμα Μπριντζίκη και το αγρόκτημα ο Κάμπος της Νεράιδας.

Πιο συγκεκριμένα, το κτήμα Μερκούρη βρίσκεται κοντά στο Κατάκολο, δίπλα στην θάλασσα και παράγει βιολογικό ελαιόλαδο, κόκκινο και ροζέ κρασί. Οι υπηρεσίες που προσφέρονται στο κτήμα αυτό σχετίζονται με την επίσκεψη, την παραμονή και την ξενάγηση στις εγκαταστάσεις του οινοποιείου, στους αμπελώνες, στους ελαιώνες και στο μικρό λαογραφικό μουσείο εντός του κτήματος.

Υπάρχει η δυνατότητα παραμονής των τουριστών σε μικρές τουριστικές ξενοδοχειακές μονάδες εντός του κτήματος, όπου μπορούν να δοκιμάσουν παραδοσιακές συνταγές και να παρακολουθήσουν διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις εντός του κτήματος, όπως τη γιορτή του τρύγου στις 31 Αυγούστου.

Το αγρόκτημα ο Κάμπος της Νεράιδας βρίσκεται στο όρος Φολόη. Οι τουρίστες μπορούν να διαμείνουν σε κατάλληλα διαμορφωμένα μικρά σπιτάκια, γύρω από την μεγάλη αυλή του κτήματος και μπορούν να γευτούν παραδοσιακές συνταγές της περιοχής, με φρέσκα λαχανικά από το κτήμα. Οι τουρίστες μπορούν να παρακολουθήσουν ή ακόμα και να συμμετάσχουν στις καθημερινές εργασίες που γίνονται στο κτήμα. Επίσης, μπορούν να συμμετάσχουν σε περιηγήσεις που διοργανώνονται στον ποταμό Ενιπέα, στις γύρω πηγές και στον παραδοσιακό νερόμυλο.

Βέβια πρέπει να επισημανθεί ότι αυτή η μορφή αυτού του τουρισμού στην Ηλεία βρίσκεται σε αρχικό στάδιο ανάπτυξης και δεν είναι ευρέως γνωστή. Ουσιαστικά έχει περιορισθεί μόνο στην ανασυγκρότηση παλιών σπιτιών και την μετατροπή τους σε παραδοσιακά καταλύματα. Εξάιρεση αποτελούν τα ανωτέρω κτήματα, που αναπτύσσονται με σοβαρές προοπτικές. Ωστόσο, δεν υπάρχουν άλλες ολοκληρωμένες προσπάθειες αγροτουρισμού στον νομό.

Για την ανάπτυξη αυτής του αγροτουρισμού απαιτούνται έργα ειδικής υποδομής και στήριξης του σε όλες τις ορεινές και ημιορεινές περιοχές του νομού. Η ύπαρξη ενός οργανωμένου πλαισίου ενίσχυσης των τοπικών φορέων, για την στήριξη και την προβολή των ανωτέρω κτημάτων, είναι αναγκαία για την προσέλκυση περισσότερων οπαδών του αγροτουρισμού. Στο πλαίσιο αυτό κρίνεται απαραίτητη η συγκρότηση μιας εταιρίας Αγροτουρισμού, με την συμμετοχή τοπικών φορέων και ιδιοκτητών κτημάτων, οι οποίοι θα συνεχίζουν να έχουν τις προσωπικές τους δουλειές και παράλληλα θα μπορούν συμμετέχοντας στην εταιρία να προωθούν αγροτουριστικές δράσεις στα κτήματα τους.

9.1.7 Οικολογικός τουρισμός

Ο εξεταζόμενος νομός διαθέτει ένα σημαντικό αριθμό περιοχών, των οποίων η οικολογική αξία έχει εκτιμηθεί ως σημαντική. Οι περιοχές αυτές έχουν ενταχθεί στο δίκτυο Ειδικών Ζωνών Διατήρησης «NATURA 2000», που αποτελεί ένα Ευρωπαϊκό Οικολογικό Δίκτυο περιοχών, που φιλοξενούν φυσικούς τύπους οικοτόπων και οικοτόπους ειδών, σημαντικών σε ευρωπαϊκό επίπεδο και μάλιστα προσελκύουν πολλούς τουρίστες.

Το Εθνικό πάρκο Κοτυχίου-Στροφυλιάς βρίσκεται στο βορειοδυτικό τμήμα του νομού, στα σύνορα με τον νομό Αχαΐας. Περιλαμβάνει το οικοσύστημα του δάσους Στροφυλιάς και την λιμνοθάλασσα του Κοτυχίου. Προστατεύεται από τη Σύμβαση Ramsar και από το Δίκτυο Natura 2000 ως υγροβιότοπος διεθνούς σημασίας και ως σημαντική περιοχή για τα πουλιά, καθώς υπάρχουν πολλά είδη δέντρων, φυτών και σπάνιων ή απειλούμενων ειδών ζώων και πουλιών.

Το μοναδικής ομορφιάς αυτό οικοσύστημα, σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα του νομού, έχει την δυνατότητα να αποτελέσει ιδανικό προορισμό για τους λάτρεις του οικολογικού τουρισμού, κυρίως Έλληνες. Ωστόσο, σήμερα δεν τυγχάνει ανάλογης προσοχής και αξιοποίησης από την πολιτεία.

Πίνακας 24: Δίκτυο NATURA για την Ηλεία

	SITECODE	CATEGORY	SITE_NAME	ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΟΠΟΥ	AREA (ha)
			ΗΛΕΙΑ		
171	GR2330002	SCI/SPA	OROPEDIO FOLOIS	ΟΡΟΠΕΔΙΟ ΦΟΛΩΗΣ	9741,95
172	GR2330003	SCI	EKVOLES (DELTA) PINEIOU	ΕΚΒΟΛΕΣ (ΔΕΛΤΑ) ΠΙΝΕΙΟΥ	945,70
173	GR2330004	SCI	OLYMPIA	ΟΛΥΜΠΙΑ	314,83
174	GR2330005	SCI	THINES KAI PARALIAKO DASOS ZACHAROS, LIMNI KAI AFA, STROFYLIA, KAKOVATOS	ΘΙΝΕΣ & ΠΑΡΑΛΙΑΚΟ ΔΑΣΟΣ ΖΑΧΑΡΟΣ, ΛΙΜΝΗ ΚΑΪΑΦΑ, ΣΤΡΟΦΥΛΙΑ, ΚΑΚΟΒΑΤΟΣ	3274,32
175	GR2330006	SCI	LIMNOTHALASSA KOTYCHI, BRINIA	ΛΙΜΝΟΘΑΛΑΣΣΑ ΚΟΤΥΧΙ, ΒΡΙΝΙΑ	1647,02
176	GR2330007	SCI	PARAKTIA THALASSIA ZONI APO AKR. KYLLINI EOS TOUMPI-KALOGRIA	ΠΑΡΑΚΤΙΑ ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΖΩΝΗ ΑΠΟ ΑΚΡ. ΚΥΛΛΗΝΗΣ ΕΩΣ ΤΟΥΜΠΗ - ΚΑΛΟΓΡΙΑ	13259,45
177	GR2330008	SCI	THALASSIA PERIOCHI KOLPOY KYPARISSIAS: AKR. KATAKOLO-KYPARISSIA	ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗ ΚΟΛΠΟΥ ΚΥΠΑΡΙΣΣΙΑΣ, ΑΚΡ. ΚΑΤΑΚΟΛΟ - ΚΥΠΑΡΙΣΣΙΑ	11038,83
178	GR2330009	SPA	LIMNOTHALASSA KOTHYCI - ALYKI LECHENON	ΛΙΜΝΟΘΑΛΑΣΣΑ ΚΟΤΥΧΙ - ΑΛΥΚΗ ΛΕΧΕΝΩΝ	2351,00

Πηγή: <http://www.ypeka.gr>

Πολλές από τις ανωτέρω προστατευόμενες περιοχές δεν έχουν αξιοποιηθεί σωστά. Εμφανής είναι οι ελλείψεις απαραίτητων τουριστικών υποδομών στις περιοχές αυτές, όπως κέντρα εστίασης και καταλύματα. Επιπλέον, παρατηρείται έλλειψη ύπαρξης μιας υποτυπώδους βασικής σήμανσης των διαδρομών και των μονοπατιών. Έτσι, λοιπόν κρίνεται αναγκαία, η δημιουργία ειδικής υποδομής τοπικής κλίμακας, με στόχο την βελτίωση και την συμπλήρωση των υφιστάμενων εγκαταστάσεων, που απαιτούνται για την ανάπτυξη οικοτουριστικών δραστηριοτήτων.

Το σημαντικότερο όμως πρόβλημα, για την αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του νομού σε αυτόν τον τομέα, είναι η έλλειψη των απαραίτητων ασφαλών οδικών συνδέσεων για την προσέλκυση και την μετακίνηση των επισκεπτών. Ουσιαστικά, απαιτούνται ενέργειες προσέλκυσης επενδύσεων για τη δημιουργία καλύτερων υποδομών και για την προστασία των οικοσυστημάτων αυτών, καθώς η διασφάλιση του τοπίου αποτελεί βασική προϋπόθεση ανάπτυξης και προβολής των περιοχών αυτών.

9.1.8 Τουρισμός περιπέτειας

Ο τουρισμός περιπέτειας τουρισμός αποτελεί μια ακόμα εναλλακτική μορφή τουρισμού που συναντάει κανείς στη Ηλεία και τα τελευταία χρόνια γίνονται αξιόλογες προσπάθειες για να αναπτυχθεί. Εκδηλώνεται με διάφορες μορφές, όπως είναι τα διάφορα σπορ στο νερό, η πεζοπορία σε μονοπάτια, οι διαδρομές στο βουνό, η ποδηλασία και η ιπασία.

Το Canoe kayak και το σκι στην λίμνη Καϊάφα είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς δραστηριότητες και συμβάλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού περιπέτειας στο νομό. Η λίμνη του Καϊάφα αποτελεί Ναυταθλητικό Κέντρο, που προσφέρει στον επισκέπτη μια σειρά από θαλάσσια σπορ, όπως καγιάκ, ιστιοπλοΐα και θαλάσσιο σκι. Παράλληλα η ανεπανάληπτη ομορφιά του τοπίου κεντρίζει την προσοχή πολλών τουριστών τα τελευταία χρόνια.

Η λίμνη Καϊάφα μπορεί να υποστηρίξει τις ανάγκες Ολυμπιακών Αγώνων σχετικά με τον Κωπηλατικό Στίβο και μάλιστα κατά την διάρκεια τις χειμερινής περιόδου, λόγω του ηπίου κλίματος που επικρατεί στην περιοχή, καταφθάνουν πολλοί Έλληνες αλλά και ξένοι αθλητές για να προπονηθούν για τους αγώνες στο κωπηλατικό στίβο. Μάλιστα, η λίμνη Καϊάφα έχει επιλεγεί για την προπόνηση της εθνικής ομάδας θαλάσσιου σκι, καθώς των Εθνικών ομάδων Canoe Kayak της Πολωνίας και της Βουλγαρίας, καθώς διαθέτει και όλες τις απαιτούμενες εγκαταστάσεις.

Επίσης η λίμνη προσφέρεται και θαλάσσιο σκι, καθώς έχουν διαμορφωθεί οι κατάλληλες εγκαταστάσεις και για την ύπαρξη αυτού του σπορ. Σήμερα η λίμνη χρησιμοποιείται από την Ελληνική Ομάδα θαλάσσιου σκι για την εξάσκηση των αθλητών, ενώ στο πρόσφατο παρελθόν η λίμνη έχει χρησιμοποιηθεί για τέλεση το 51ου Πανερωπαϊκού Πρωταθλήματος Θαλάσσιου Σκι, στο οποίο συμμετείχαν παγκόσμιοι πρωταθλητές.

Το Canoe kayak στον ποταμό Ερύμανθο έχει γίνει ιδιαίτερα γνωστό τελευταία, καθώς πρόκειται για μια εντυπωσιακή διαδρομή ελεύθερου canoe, την οποία επιλέγουν πολλοί τουρίστες, από όλο τον κόσμο, την άνοιξη αλλά και τους θερινούς μήνες. Η διαδρομή για το canoe αρχίζει από τα Τριπόταμα και καταλήγει στην Νεμούτα.

Η κωπηλασία στο Φράγμα Πηνειού είναι μια ακόμα δραστηριότητα που επιλέγεται από τους τουρίστες που καταφθάνουν στην περιοχή. Πιο συγκεκριμένα, στην περιοχή γύρο από το φράγμα του ποταμού Πηνειού έχουν διαμορφωθεί κατάλληλες αθλητικές εγκαταστάσεις, όπου στεγάζεται το κέντρο κωπηλασίας και ένα κέντρο αναψυχής.

Πολλοί είναι και οι τουρίστες που επιλέγουν το rafting και το kayak στον ποταμό Αλφειό, καθώς οι καταβάσεις στον ποταμό γίνονται με φουσκωτές βάρκες και αρχίζουν κοντά στην τοποθεσία του «Κούκου» στο χωριό Μάτεσι της Ηλείας. Η διαδρομή είναι 14 χιλιόμετρα και εξαιτίας της δυσκολίας της οι συμμετέχοντες πρέπει να είναι έμπειροι ή να συνοδεύονται από εκπαιδευτές, καθώς περνά από έναν επικίνδυνο καταρράκτη.

Τους καλοκαιρινούς μήνες, που η στάθμη του νερού είναι χαμηλή, η περιοχή γεμίζει κυρίως με ξένους τουρίστες, που επιλέγουν να κάνουν rafting στον ποταμό. Αρκετά δημοφιλής είναι και η ιστιοπλοΐα. Έχει καταφέρει να προσελκύσει στην περιοχή πολλούς λάτρεις, καθώς υπάρχουν πολλές όμορφες ακτές και κολπίσκοι για τη διεξαγωγή αυτού του σπορ. Σε αρκετά παραθαλάσσια σημεία του νομού, όπως για παράδειγμα στη Ζαχάρω, υπάρχει η δυνατότητα ενοικίασης σκαφών αναψυχής με έμπειρα μέλη πληρώματος, κάτι που επιλέγουν αρκετοί τουρίστες.

Το φυσικό περιβάλλον του νομού είναι κατάλληλο για την προσέγγιση τουριστών, που είναι λάτρεις της ιππασίας. Στην περιοχή της Ανδραβίδας έχει δημιουργηθεί ένας ιππικός όμιλος, γνωστός σε όλη την Ελλάδα και κάθε Σεπτέμβριο διοργανώνει αγώνες ιππασίας. Επίσης, το περιβάλλον προσφέρεται για την ανάπτυξη της ορεινής ποδηλασίας, λόγω των αρκετών υψωμάτων που διαθέτει. Κάθε χρόνο διοργανώνονται ποδηλατικοί αγώνες από ομάδες από όλη την Ελλάδα, καθώς και απλές ποδηλατικές διαδρομές, στο δάσος της Φολόης και στην περιοχή γύρο από την Αρχαία Ολυμπία.

Το motocross είναι πολύ διαδεδομένο και δημοφιλές στην περιοχή. Υπάρχουν αρκετές φυσικές διαδρομές στα μικρά όρη και βουνά, στα δάση και στους χωματόδρομους του νομού, που ευνοούν την ανάπτυξη του motocross και των αγώνων με μηχανές enduro. Τα τελευταία τριάντα χρόνια διοργανώνεται στο νομό και το Ολυμπιακό ράλι για τους λάτρεις της ταχύτητας και των ειδικών διαδρομών. Ο τελευταίος αγώνας που πραγματοποιήθηκε τον Μάρτιο είχε έξι ειδικές διαδρομές με συνολικό μήκος 219 km, με πιο γνωστή τη διαδρομή στο Κούμανι που διασχίζει το δάσος της Φολόης.

Υπάρχουν πανέμορφες πεζοπορικές διαδρομές, οι οποίες διαθέτουν την απαραίτητη σήμανση για την ασφάλεια και την καθοδήγηση του τουρίστα, ενισχύοντας έτσι την εναλλακτική αυτή μορφή τουρισμού.

Οι διαδρομές αυτές χωρίζονται στις οικολογικής και πολιτιστικής σημασίας πεζοπορικές διαδρομές και στις απλές πεζοπορικές διαδρομές μέσα στο φυσικό περιβάλλον, όπως φαίνεται και στον Πίνακα 25. Βέβαια η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού έχει επηρεαστεί από τις πυρκαγιές του καλοκαιριού του 2007, ωστόσο το περιβάλλον σε πολλά σημεία έχει διασωθεί και σε άλλα σημεία έχει γίνει αναδάσωση. Οι διαδρομές αυτές με βάση στοιχεία της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος είναι ποικίλες και έχουν βαθμό δυσκολίας από μέτριο έως δύσκολο.

Πίνακας 25: Οι πιο γνωστές διαδρομές του νομού Ηλείας

Οικολογικές & Πολιτιστικές Διαδρομές
Κοίτη Ποταμού Κλαδέου στην Αρχαία Ολυμπία
Καταρράκτες Φιγαλείας-Νέδας Στόμιο
Καϊάφα-Κάστρο Σαμικού-Όρος Λάπιθα Ζαχάρως
Ερύμανθος-Κακοτάρι-Γσίπιανα-Κρυόβρυση Δίβρη-Αστρας
Αρχαία Ήλιδα-Αρχαία Ολυμπία
Πεζοπορικές Διαδρομές
Λίμνη Καϊάφα-Σπήλαια ιαματικών πηγών- κορυφή όρους Ελληνικού
Κάτω Σαμικό-Αρχαίο κάστρο Σαμικού
Καϊάφα-Κάστρο Σαμικού- Λατομείο
Δασικός δρόμος κάτω από το Σαμικό έως το Ξηροχώρι
Το Ολυμπιακό μονοπάτι
Η διαδρομή στον καταρράκτη Νέδα
Το φαράγγι του Γούμερου
Το μονοπάτι Κεφαλόβρυσου: Κάμενα -Αμπάρι
Το εθνικό μονοπάτι 31: Αρχαία Ολυμπία- Δάσος Φολόης

Πηγή: <http://www.visitilia.gr>

Για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού περιπέτειας στο νομό, απαιτείται η ύπαρξη ενός ολοκληρωμένου σχεδίου ανάπτυξης αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού στην Ηλεία. Η υλοποίηση και ο σχεδιασμός αυτού του σχεδίου πρέπει να είναι βασισμένη σε συνδυασμένες παρεμβάσεις της Πολιτείας, της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και των τοπικών φορέων. Στο πλαίσιο ανάπτυξης του αυτού σχεδίου απαιτούνται ενέργειες, όπως η εκπόνηση περιβαλλοντικής μελέτης της περιοχής σε σχέση με την ανάπτυξη του τουρισμού, καθώς και η ύπαρξη προγραμμάτων αναβάθμισης και προστασίας των φυσικών περιοχών.

Ουσιαστικά απαιτείται η αξιοποίηση και η σωστή διαχείριση ευρωπαϊκών κονδυλίων για την βελτίωση της υφιστάμενης κατάστασης των υποδομών του τουρισμού περιπέτειας, όπως για τον καθαρισμό και τη χαρτογράφηση των μονοπατιών, ώστε να γίνουν πιο ελκυστικά στους τουρίστες. Θα πρέπει τέλος, να συσταθεί ένας ειδικός φορέας ενημέρωσης και οργάνωσης των ανωτέρω δραστηριοτήτων, με κατάλληλα εκπαιδευμένους συνοδούς, ώστε να παρέχεται η απαιτούμενη ασφάλεια, που μπορεί να αποτελέσει ένα ακόμα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τον νομό.

9.2 Διαπιστώσεις-Προτάσεις

Με βάση την ανωτέρω ανάλυση προκύπτει ότι η Ηλεία είναι ένας τόπος με γεωμορφολογία που παρουσιάζει εξαιρετική ποικιλία, έχοντας περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους. Η ανάπτυξη των εναλλακτικών αυτών μορφών τουρισμού παρέχει την δυνατότητα στο νομό να προσφέρει ένα διαφοροποιημένο τουριστικό προϊόν, ξεφεύγοντας από τα όρια του μαζικού τουρισμού και του μοντέλου «ήλιος και θάλασσα», καθώς δημιουργεί όλες τις προϋποθέσεις για τη σωστή εκμετάλλευση των πόρων που διαθέτει.

Επίσης, συμβάλλει στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της ευρύτερη περιοχής όπου αναπτύσσονται, μέσα από μία αναπτυξιακή διαδικασία συνεχούς αλληλεπίδρασης και ανταλλαγής εμπειριών, με στόχο τα μακροπρόθεσμα οφέλη. Ταυτόχρονα, δίνεται η δυνατότητα σε ορεινές και απομονωμένες περιοχές, να συμμετάσχουν στη διαδικασία τουριστικής ανάπτυξης ώστε να ξεφύγουν από την απομόνωση και να εκμεταλλευτούν τους διαθέσιμους πόρους που έχουν, με μακροπρόθεσμα οφέλη για την τοπική κοινωνία.

Τα παράλια και συγκεκριμένα η παράκτια περιοχή Πύργου-Αρχαίας Ολυμπίας, έχουν αξιοποιηθεί αρκετά τουριστικά και θεωρούνται ώριμες τουριστικές περιοχές. Οι ορεινές όμως περιοχές της ενότητας Πύργου-Αρχαίας Ολυμπίας και της νοτιοδυτικής Ηλείας μέχρι τον Καϊάφα, παραμένουν αναξιοποίητες.

Υπάρχει δυνατότητα ανάπτυξης τουριστικών διαδρομών, όπου εκτός από τα παράλια και τον αρχαιολογικό χώρο της Ολυμπίας, θα περιλαμβάνονται και λιγότερο προβεβλημένα σημεία. Ουσιαστικά, η Ηλεία θα πρέπει να αναδείξει την μοναδική και παγκόσμιας εμβέλειας πολιτιστική κληρονομιά της Αρχαίας Ολυμπίας, επενδύοντας στον βιώσιμο τουρισμό.

Με βάση το Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης του τουρισμού¹⁰⁶, παρέχεται μια σειρά κατευθύνσεων, κανόνων και κριτηρίων για τη χωρική διάρθρωση, οργάνωση και ανάπτυξη του τουρισμού στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος, για την δεκαετία 2007–2021. Συγκεκριμένα για το νομό Ηλείας προτείνονται οι εξής παρεμβάσεις:

- Θαλάσσιος Τουρισμός

Όσον αφορά την ενίσχυση του θαλάσσιου τουρισμού, ως σκοπό θέτει την δυνατότητα χρήσης σκαφών αναψυχής διαφορετικών μεγεθών και εμβέλειας ταξιδιών, με ή άνευ πληρώματος και με ποικίλους τρόπους κίνησης. Μάλιστα προτείνεται η δημιουργία κέντρου, το οποίο θα διαθέτει σύγχρονες υποδομές, με ακτίνα επιρροής τις ακτές της νοτιοδυτικής και νοτιανατολικής Πελοποννήσου.

- Ιαματικός και θεραπευτικός τουρισμός

Σε σχέση με τον ιαματικό τουρισμό προτείνεται η ανάπτυξη κέντρων θερμαλισμού στην περιοχή της Κυλλήνης και του Καϊάφα για την περαιτέρω προσέλκυση τουριστών. Στόχος είναι η ανάδειξη του συγκριτικού πλεονεκτήματος της περιοχής, το οποίο βασίζεται στις ιαματικές πηγές και στο ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον.

Η ολοκληρωμένη προβολή και προστασία των διεθνούς σημασίας φυσικών πόρων και των ιαματικών πηγών, με ταυτόχρονη αξιοποίηση των δημόσιων τουριστικών εκτάσεων θεωρείται απαραίτητη.

¹⁰⁶ Μ. Αγγελίδης (2007), «Πυρόπληκτες περιοχές του νομού Ηλείας- Προσχέδιο χωροταξικός προσέγγισης».

Μάλιστα, τονίζεται ότι στο πλαίσιο ενός στρατηγικού προγράμματος ανάπτυξης του ιαματικού τουρισμού, με έλεγχο της οργάνωσης της παράκτιας περιοχής, μπορεί να καθιερωθεί η περιοχή ως διεθνής προορισμός με σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης.

- Γκολφ

Η δραστηριότητα του γκολφ δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη στην Ελλάδα. Ωστόσο, είναι μια μορφή τουρισμού χωρίς εποχιακό χαρακτήρα και έχει διεθνώς αυξανόμενη ζήτηση, για το λόγο αυτό και προτείνεται η δημιουργία εγκαταστάσεων ανάπτυξής του στο νομό Ηλείας, με την προϋπόθεση όμως της τήρησης των απαραίτητων μέτρων προστασίας του περιβάλλοντος.

- Αθλητικές εγκαταστάσεις του ορεινού χώρου

Σε αυτό το Ειδικό Πλαίσιο για τον τουρισμό της Ηλείας προωθούνται δράσεις που αφορούν την ανάπτυξη αθλητικών δραστηριοτήτων, όπως είναι η ορειβασία, η αναρρίχηση, ο αιωροπτερισμός και το αλεξίπτωτο πλαγιάς.

Τέλος, τονίζεται η αναγκαιότητα βελτίωσης του οδικού δικτύου, καθώς η τουριστική ανάπτυξη του εξεταζόμενου νομού, εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ανάπτυξη και την βελτίωση του υπάρχοντος οδικού δικτύου. Εδώ εντάσσεται η ολοκλήρωση του αυτοκινητοδρόμου Π.Α.Θ.Ε., η κατασκευή της Ιόνιας οδού και των αυτοκινητοδρόμων Κορίνθου-Τρίπολης-Καλαμάτας, Λεύκτρου-Σπάρτης και Ελευσίνας-Κορίνθου-Πάτρας-Πύργου-Τσακώνας, καθώς και η ολοκλήρωση ειδικών σημάνσεων των τουριστικών πόρων.

9.3 SWOT Ανάλυση για τον τουρισμό στο νομό Ηλείας

Ισχυρά σημεία

- Η ένταξη της Ηλείας στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος αποτελεί δυνατό σημείο, καθώς η θέση της Περιφέρειας είναι σημαντική στο διεθνές σύστημα μεταφορών. Οι εξελίξεις στη Βαλκανική Χερσόνησο έχουν αναγάγει την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας σε κύρια πύλη της χώρας προς την Ευρωπαϊκή Ένωση. Έτσι, αναβαθμίζεται ουσιαστικά ο ρόλος της στα Διευρωπαϊκά Δίκτυα και κυρίως στον τομέα των θαλάσσιων μεταφορών, με το λιμάνι του Κατακόλου και της Κυλλήνης.
- Ιδιαίτερα σημαντικοί θεωρούνται οι τουριστικοί και πολιτιστικοί πόροι της περιοχής, με κύριο συντελεστή παγκόσμιας εμβέλειας την Αρχαία Ολυμπία, αλλά και την Ανδρίτσεινα με τον Επικούρειο Απόλλωνα. Με κατάλληλη οργάνωση και αξιοποίηση μπορούν να αποτελέσουν πόλους έλξης επισκεπτών και να καταστούν εργαλεία οικονομικής ανάπτυξης.
- Η αφθονία των τουριστικών πόρων του νομού, μπορεί να οδηγήσει στην αύξηση του τουρισμού, του τοπικού εισοδήματος και της απασχόλησης, εφόσον η αξιοποίησή τους γίνει με βάση τα πρότυπα της αειφόρου ανάπτυξης, με σεβασμό στις ιδιαιτερότητες και δυνατότητες του νομού.
- Έντονη είναι και η ύπαρξη πολλών και σημαντικών οικοσυστημάτων, τοπίων ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, προστατευόμενων από τις διεθνείς συμβάσεις NATURA και RAMSAR, όπως στην περίπτωση της λιμνοθάλασσας του Κοτυχίου. Τα σημεία αυτά συμβάλλουν στην προβολή του τόπου προς τα έξω και κατά συνέπεια στην αύξηση της επισκεψιμότητας.
- Η κατασκευή της ζεύξης Ρίου-Αντιρρίου θεωρείται μία από τις σπουδαιότερες υποδομές της τελευταίας δεκαετίας. Η ολοκλήρωση μικρότερων έργων μεταφορικής υποδομής μπορούν να δράσουν ως αναπτυξιακό εργαλείο οικονομικής αναδιάρθρωσης και εκσυγχρονισμού της περιοχής.

Αδύνατα Σημεία

- Το υφιστάμενο σιδηροδρομικό και οδικό δίκτυο είναι αρκετά παλιό και δεν διευκολύνει την γρήγορη εξυπηρέτηση των μεταφορών, καθώς και την άμεση σύνδεση με το δίκτυο της υπόλοιπης Ελλάδας. Το γεγονός αυτό στερεί από τον νομό τη δυνατότητα να παρέχει συνδυασμό μεταφορών και παροχή καλύτερης προσβασιμότητας.
- Η έλλειψη ενός ολοκληρωμένου σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης, προβολής και προώθησης του νομού, τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο.
- Η απουσία αεροπορικών υποδομών, κυρίως πολιτικού αεροδρομίου, πέρα του Αράξου, λειτουργεί ανασταλτικά στην τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας και ειδικότερα του νομού. Το αεροδρόμιο της Ανδραβίδας θα πρέπει να διαμορφωθεί κατάλληλα, ώστε να λειτουργήσει ως σύγχρονο πολιτικό αεροδρόμιο, με στόχο να συμβάλει δυναμικά στην προσέλκυση τουριστών.
- Οι πυρκαγιές του 2007 είχαν σαν συνέπεια την καταστροφή δασικών εκτάσεων, που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του τουρισμού. Η οικολογική καταστροφή είναι τεράστια, καθώς η έκταση των καμένων δασών και των δασικών εκτάσεων άγγιξαν τα 850.000 στρέμματα. Έντονη διαπιστώνεται και η διάβρωση του εδάφους λόγω της εκμετάλλευσης των δασών, με αποτέλεσμα να παρατηρείται φαινόμενα όπως η ερημοποίηση και οι πλημμύρες. Όλα αυτά λειτουργούν ανασταλτικά στην τουριστική ανάπτυξη του εξεταζόμενου νομού.

Ευκαιρίες

- Η αυξημένη ζήτηση για εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που παρατηρείται στην εγχώρια τουριστική αγορά και κυρίως στην διεθνή. Το γεγονός αυτό καθιστά επιτακτική την ανάγκη αξιοποίησης των υφιστάμενων φυσικών και πολιτισμικών πόρων, όπως παραλίες, ποτάμια, βιότοποι, αρχαία μνημεία, ώστε σε συνδυασμό με την ανάπτυξη καινοτόμων δραστηριοτήτων, να αυξηθεί η επισκεψιμότητα του νομού Ηλείας.
- Η ανάδειξη της Αρχαίας Ολυμπίας και της ευρύτερης περιοχής ως διεθνές αθλητικό, πολιτιστικό και συνεδριακό κέντρο, στο πλαίσιο ενός ειδικού αναπτυξιακού προγράμματος, παράλληλα με την μελέτη οργάνωσης του ευρύτερου χώρου της Ολυμπίας, μπορεί να καθιερώσει την περιοχή παγκόσμιο τουριστικό προορισμό για όλο το έτος, αντιμετωπίζοντας έτσι και το πρόβλημα της εποχικότητας.
- Η συντήρηση και δημιουργική διαχείριση των φυσικών, αγροτικών και πολιτιστικών τοπίων και της πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς και η διατήρηση και η ανάπτυξη της φυσικής κληρονομιάς, μπορούν να συμβάλουν σημαντικά τουριστική ελκυστικότητα της περιοχής.
- Ιδιαίτερα σημαντική κρίνεται η ευκαιρία κατασκευής και λειτουργίας του δυτικού άξονα της ΠΑΘΕ, της Ιόνιας Οδού, αλλά και της σύγχρονης σιδηροδρομικής γραμμής, με επέκταση του προαστιακού σιδηροδρόμου από Αθήνα μέχρι και Πύργο. Τα έργα αυτά θα συμβάλουν στη βελτίωση του επιπέδου της συγκοινωνιακής εξυπηρέτησης, προσφέροντας επαρκή προσβασιμότητα στο νομό.
- Η ανάπτυξη της βιοτεχνίας παραδοσιακών προϊόντων λαϊκής τέχνης, στο πλαίσιο ολοκληρωμένων παρεμβάσεων για την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού ιδιαίτερα στις ορεινές περιοχές, μπορεί να αποτελέσει σημαντική ευκαιρία ανάδειξης και ανάπτυξης της Ηλείας.

Απειλές

- Η εγκατάλειψη και η έλλειψη συντήρησης πολλών μνημείων πολιτισμικής και θρησκευτικής κληρονομιάς, καθώς και η αδιαφορία των τοπικών αρχών για την προστασία και τη βελτίωση της εικόνας των τουριστικών πόρων, δρα ανασταλτικά και αποτελεί τροχοπέδη για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ηλεία.
- Η καλύτερη τουριστική προβολή και προώθηση ανταγωνιστικών προορισμών, κυρίως σε επίπεδο περιφέρειας, αλλά και γενικότερο εντός της Ελληνικής Επικράτειας μπορεί να αποτελέσει σημαντική απειλή για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Για παράδειγμα σε περιφερειακό επίπεδο, ο νομός Αχαΐας, τα τελευταία χρόνια, έχει αναπτύξει σημαντικά τον συνεδριακό τουρισμό, έχοντας με μεγάλα οφέλη για την τοπική οικονομία της Αχαΐας. Αυτό αποτελεί απειλή για την Ηλεία και μάλιστα έχει σαν αποτέλεσμα την περιορισμένη ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού σε αυτήν.
- Αναφορικά με τις μεταφορικές υποδομές, παρατηρείται καθυστέρηση στη σύνδεση με την Εγνατία Οδό και τους Πανευρωπαϊκούς άξονες. Αυτό αποτελεί τροχοπέδη για την ανάπτυξη των μεταφορών και του τουρισμού και δυσκολεύει την προσβασιμότητα των τουριστών στο νομό.



9.4 Πρόταση για τουριστική ανάπτυξη της Ηλείας

Με βάση την ανωτέρω ανάλυση διαπιστώνουμε ότι η τουριστική ανάπτυξη του νομού Ηλείας είναι σημαντική. Όμως, παρουσιάζει σημαντικά προβλήματα, καθώς στηρίζεται στην ανάδειξη μεμονωμένων τουριστικών σημείων, που δεν συνδέονται μεταξύ τους σαν ένα δίκτυο προορισμών. Προς αυτή την κατεύθυνση απαιτείται η δημιουργία ενός πλήρους στρατηγικού σχεδίου βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής.

Το σχέδιο μπορεί να είναι ενταγμένο σε ένα αντίστοιχο σχέδιο με εμβέλεια σε περιφερειακό ή και εθνικό επίπεδο. Πρέπει να περιλαμβάνει δράσεις με ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη και προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και στην ανάδειξη του νομού ως ελκυστικού προορισμού. Αυτό είναι εφικτό μέσα από την απόκτηση διακριτής τουριστικής ταυτότητας, την προβολή των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του, την προσπάθεια αναβάθμισης, πιστοποίησης και ποιότητας των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών, την ανάπτυξη συνεργειών και συνεργασιών, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών επικοινωνιών και πληροφορικής.

Τα βασικά ζητήματα, που πρέπει να ενταχθούν στο σχέδιο για την ανάπτυξη του τουρισμού στον υπό εξέταση νομό, είναι τα εξής:

- Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, με στόχο την διεύρυνση του τουριστικού προϊόντος, την άμβλυνση της εποχικότητας και της συγκέντρωσης της τουριστικής προσφοράς, καθώς και την επικέντρωση σε συγκεκριμένες καταναλωτικές αγορές στόχους.
- Η ενίσχυση των τουριστικών επενδύσεων για την επέκταση και την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.
- Η ενίσχυση των συνεργιών για την αναβάθμιση και ανάδειξη των τουριστικών πλεονεκτημάτων των επιμέρους τουριστικών προορισμών του νομού.

9.4.1 Βασικοί στρατηγικοί στόχοι

Στο πλαίσιο αυτό απαιτείται η επίτευξη ορισμένων σημαντικών στρατηγικών στόχων σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη του νομού την επόμενη δεκαετία. Οι πιο σημαντικοί αναφέρονται ακολούθως:

✓ Ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων κάθε περιοχής του νομού

Η Ηλεία έχει πολλές τουριστικές δυνατότητες, αλλά θα πρέπει να δομηθεί ο αναπτυξιακός χάρτης του νομού. Με τον τρόπο αυτό κάθε περιοχή θα εστιάσει σε συγκεκριμένα σημεία και τρόπους υλοποίησης του στρατηγικού σχεδίου της τουριστικής ανάπτυξης σχετικά με την ανάδειξη των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της καθεμιάς περιοχής.

Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά την τουριστική ενότητα των βορειοδυτικών ακτών της Ηλείας μέχρι την Κυλλήνη, θα πρέπει να αναδειχθεί το συγκριτικό πλεονέκτημα της περιοχής. Το πλεονέκτημα αυτό βασίζεται στο πλούσιο φυσικό περιβάλλον, εθνικής και διεθνούς σημασίας, στις ιαματικές πηγές, καθώς και στο παγκόσμιου ενδιαφέροντος πολιτιστικού περιβάλλοντος.

Ουσιαστικά απαιτούνται δράσεις για την ανάδειξη, την προστασία και την διαχείριση του παραθαλάσσιου τοπίου και του φυσικού περιβάλλοντος, ιδιαίτερα μετά τις πυρκαγιές του 2007, παράλληλα με την παράλληλη αξιοποίηση των ιαματικών πηγών της Κυλλήνης. Η ένταξη αυτής της περιοχής στο πλαίσιο ενός ειδικού ολοκληρωμένου προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης, με ταυτόχρονη διαχείριση των φυσικών πόρων και την προβολή των αρχαιολογικών χώρων της, στοχεύει ευθέως στην ανάπτυξη ήπιων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Όσον αφορά την τουριστική ενότητα Πύργου-Αρχαίας Ολυμπίας, τονίζεται η ανάγκη αξιοποίησης του συγκριτικού πλεονεκτήματος της περιοχής, που βασίζεται στο διεθνούς αξίας ιστορικό και πολιτιστικό τόπο της Αρχαίας Ολυμπίας και στο διεθνούς σημασίας φυσικό περιβάλλον, στοχεύοντας όμως και στην ύπαρξη αστικού κέντρου υποστήριξης.

Στην πραγματικότητα απαιτούνται συλλογικές και οργανωμένες δράσεις για την ανάδειξη και την προβολή των πολιτιστικών στοιχείων της Αρχαίας Ολυμπίας και της ευρύτερης περιοχής. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί στο πλαίσιο ανάπτυξης ενός ειδικού αναπτυξιακού προγράμματος, με την αναβάθμιση των υποδομών, τον εμπλουτισμό της τουριστικής προσφοράς της περιοχής Πύργου-Ολυμπίας και με την παράλληλη οργάνωση του τουρισμού στην παράκτια ζώνη αυτής της περιοχής.

Όλες οι δράσεις θα πρέπει να στοχεύουν στην προστασία των περιβαλλοντικά ευαίσθητων περιοχών και των περιοχών φυσικού κάλους, μέσα από την προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού.

✓ Δημιουργία ειδικών κινήτρων για επενδύσεις στο νομό

Απαιτούνται ειδικά προγράμματα ανάπτυξης κάθε περιοχής και παροχή κινήτρων επένδυσης σε τουριστικές υποδομές, καθώς η συμβολή τους είναι καθοριστική για την προσέλκυση τουριστών.

Προς αυτή την κατεύθυνση συμβάλει και ο Αναπτυξιακός που προέβλεπε για την περιοχή μέχρι και την 30/8/2008 επιδοτήσεις ύψους 60% του προϋπολογισμού της επένδυσης. Αυτό κίνησε το ενδιαφέρον ντόπιων και ξένων επενδυτών. Μάλιστα κατατέθηκαν αρκετοί φάκελοι επενδύσεων τουριστικού ενδιαφέροντος στις αρμόδιες υπηρεσίες, αρκετοί εκ των οποίων εγκρίθηκαν και αφορούσαν ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματα μικρής εμβέλειας, που βρίσκονται σε όλη την παραλιακή ζώνη του νομού.

✓ Αντιμετώπιση προβλήματος εποχικότητας τουρισμού

Μέσα από την ανάδειξη και την σωστή προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και την αξιοποίηση των ποιοτικών συγκριτικών πλεονεκτημάτων, είναι δυνατόν να επιτευχθεί τουριστική ζήτηση όλο το χρόνο. Η βελτίωση της σύνθεσης και της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών όλων των τουριστικών επιχειρήσεων θα συμβάλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου, προβάλλοντας και αναδεικνύοντας νέους προορισμούς, που θα ικανοποιούν την πλειοψηφία των σύγχρονων και απαιτητικών αναγκών των τουριστών.

Το καλοκαίρι για να απολαμβάνουν τις παραλίες, το φθινόπωρο για να θαυμάσουν τα εκπληκτικού κάλλους μοναστήρια του νομού, τον χειμώνα για να απολαμβάνουν την υπέροχη φύση, αλλά και να την γνωρίζουν μέσα από τις δραστηριότητες και τέλος, την άνοιξη μπορούν να απολαμβάνουν τη συμμετοχή τους σε αγροκτήματα με ήπιες δράσεις αγροτουρισμού. Φυσικά, όλο το χρόνο οι τουρίστες μπορούν να επισκέπτονται, τα πολιτιστικά αξιοθέατα του νομού, την Ολυμπία, τον Επικούρειο Απόλλωνα.

✓ Αποτελεσματική Προώθηση

Η ιδιαίτερη τουριστική εικόνα αποτελεί καθοριστικό στοιχείο προσέλκυσης Επισκεπτών, στην Ηλεία όμως δεν έχει ακόμα διαμορφωθεί. Επομένως, πρέπει να δημιουργηθούν συγκεκριμένα τουριστικά προϊόντα με θεματικές ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού, που θα δημιουργήσουν αυτόνομη ζήτηση.

Η ανάπτυξη συνεργιών μεταξύ της Εταιρίας Τουριστικής Ανάπτυξης Δυτικής Ελλάδας και των τοπικών, περιφερειακών και εθνικών αρχών και φορέων, κρίνεται αναγκαία για την ανάπτυξη ενός σχεδίου αποτελεσματικής προώθησης του τουριστικού προϊόντος της Ηλείας. Στόχος των συνεργειών είναι να ενισχυθεί η τουριστική ζήτηση από την εγχώρια, αλλά και την διεθνή τουριστική αγορά.

Ειδικότερα για την διεθνή τουριστική αγορά, απαιτείται η δημιουργία ενός ολοκληρωμένου προγράμματος προώθησης και επικοινωνίας του τουριστικού προϊόντος του νομού, κυρίως προς τις χώρες στόχους προσέλκυσης τουριστικού κοινού. Κεντρική επιδίωξη του σχεδίου αυτού θα πρέπει να είναι η δημιουργία θετικής τάσης για το τουριστικό προϊόν της Ηλείας.

Καθοριστικό ρόλο μπορεί να παίξει και η δημιουργία, υποστήριξη και ενίσχυση του τουριστικού «Brand Name» της περιοχής, καθιστώντας εμφανή την παροχή διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος σε σχέση με τους ανταγωνιστές. Σε αυτό μπορεί να συμβάλει και η συμμετοχή σε αντίστοιχες τουριστικές εκθέσεις, όπως στη Γερμανία και την Ρωσία.

Επιβάλλεται η σύνταξη σύγχρονων και πολύγλωσσων τουριστικών οδηγών με τα νέα προϊόντα του νομού και πρέπει να προωθούνται σε όλες τις τουριστικές εκθέσεις ανά τον κόσμο, αλλά και σε λιμάνια, αεροδρόμια, σταθμούς διοδίων, καθώς η συμβολή τους είναι σημαντική για την τουριστική προβολή του τόπου. Προς αυτή την κατεύθυνση η Αναπτυξιακή Εταιρία Ολυμπίας έχει δημιουργήσει ήδη δημιουργήσει έναν τουριστικό χάρτη της περιοχής ευθύνης της και προωθεί τη σύνδεση του τουρισμού με νέες τεχνολογίες, όπως είναι η online κράτηση δωματίων.

Επίσης, όσον αφορά τις αγορές του εξωτερικού, δεδομένης της υψηλής χρήσης του διαδικτύου ως εργαλείου επιλογής προορισμού και άλλων αποφάσεων τουριστικού χαρακτήρα, προτείνεται η αξιοποίηση του διαδικτύου ως κύριου μέσου προβολής. Γενικότερα για τη διαδικτυακή διαφήμιση της Ηλείας, πρέπει να δημιουργηθεί το κατάλληλο προωθητικό υλικό, με εικόνες, βίντεο, ακόμα και με τη δημιουργία λογότυπου και σλόγκαν, που θα προωθηθεί σε ιστοσελίδες αναζήτησης πληροφοριών, τουριστικών πυλών και δημοφιλών ηλεκτρονικών ταξιδιωτικών πρακτορείων.

Τέλος, μια σημαντική δράση που κρίνεται αναγκαία για την ενίσχυση της τοπικής τουριστικής ζήτησης, είναι η συνεργασία των τοπικών φορέων με τους ταξιδιωτικούς πράκτορες ανά τον κόσμο. Οι αρμόδιοι φορείς θα πρέπει να έρθουν σε επαφή με τουριστικά πρακτορεία του εξωτερικού και έχοντας ως στόχο την σωστή προώθηση και προβολή του νομού, να προωθήσουν τουριστικά πακέτα με ποικίλα τουριστικά ενδιαφέροντα. Τα πακέτα αυτά θα περιλαμβάνουν ελκυστικές προτάσεις με παροχή ποιοτικών υπηρεσιών τουρισμού σε προσιτές τιμές, οι οποίες μπορεί να αναφέρονται όχι μόνο σε απλή διαμονή, αλλά και σε διαμονή με συνδυασμό ενεργητικής συμμετοχής στην καθημερινή τοπική ζωή και με εκδρομές και περιηγήσεις στα διάφορα πολιτιστικά και γενικότερα τουριστικά αξιοθέατα του νομού.

10 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Όπως διαπιστώνεται από την ανωτέρω ανάλυση, ο τουρισμός είναι ένα πολυδιάστατο φαινόμενο, που έχει τις ρίζες του βαθιά στο χρόνο και έχει περάσει από διάφορα στάδια μέχρι την μετεξέλιξή του στην σημερινή μορφή (Κεφάλαιο 1). Η βασική του διάκριση γίνεται με κριτήριο τα κίνητρα των τουριστών, όπου και διακρίνεται στον «Μαζικό τουρισμό» και στον «Ειδικό τουρισμό», στον οποίο εντάσσεται και ο Εναλλακτικός τουρισμός.

Αποτελεί ουσιαστικά ένα σύστημα με πολλές διαστάσεις, όπως οικονομικές, κοινωνικές, πολιτικές, ψυχολογικές, οικολογικές, ανάλογα με τον χώρο στον οποίο αναπτύσσεται (Κεφάλαιο 2). Το σύστημα αυτό παρουσιάζεται συνήθως ως συνάρτηση των στοιχείων που συνθέτουν την τουριστική ζήτηση και την τουριστική προσφορά, ενώ για να λειτουργήσει σωστά απαιτείται ισορροπία μεταξύ της προσφοράς του τουριστικού προϊόντος και της ζήτησής του από δυνητικούς επισκέπτες.

Ο τουριστικός τομέας είναι μια ταχύτατα αναπτυσσόμενη βιομηχανία, η λειτουργία της οποίας τελικά φαίνεται να επηρεάζει τόσο την οικονομία του τόπου υποδοχής των τουριστών, όσο και το φυσικό περιβάλλον και τον κοινωνικοπολιτιστικό τομέα της τουριστικής περιοχής (Κεφάλαιο 3).

Η τουριστική ανάπτυξη έχει άμεση σχέση την ποιότητα του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων του τόπου υποδοχής των τουριστών. Μάλιστα διαπιστώθηκε ότι μπορεί να επιφέρει θετικά αποτελέσματα, όπως είναι η βελτίωση της περιβαλλοντικής ποιότητας και αισθητικής. Ωστόσο, οι αρνητικές επιπτώσεις είναι ιδιαίτερα σημαντικές. Μάλιστα, μέσα από την ανάλυση προέκυψε ότι σχετίζονται με τα οικοσυστήματα, τη χλωρίδα, την πανίδα, το τοπίο, το έδαφος, τον αέρα, το νερό και φαίνεται ότι η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να διαταράξει τις ισορροπίες που υπάρχουν στο φυσικό περιβάλλον της περιοχής όπου αναπτύσσεται.

Αυτό που προκύπτει μέσα από την ανάλυση των οικονομικών επιπτώσεων, είναι ότι ο τουρισμός τελικά μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στην βελτίωση της οικονομίας της χώρας υποδοχής των τουριστών. Αποτελεί σημαντική πηγή απόκτησης συναλλάγματος, αντιπροσωπεύει ένα μεγάλο τμήμα της διενεργούμενης κατανάλωσης, δημιουργεί μια σειρά από παραγωγικές δραστηριότητες, συμβάλλει σημαντικά στα έσοδα από φόρους και δημιουργεί πληθώρα θέσεων απασχόλησης στη χώρα υποδοχής των τουριστών.

Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά την ελληνική οικονομία, ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης, απασχόλησης και εισροής εσόδων (Κεφάλαιο 4). Η επίδραση του τουρισμού στην απασχόληση διαχρονικά κυμαίνεται σε ιδιαίτερα υψηλά ποσοστά. Μάλιστα έχει διαπιστωθεί ότι ένας στους πέντε κατοίκους της Ελλάδας απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα. Επίσης, σημαντική είναι η συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ, καθώς διαχρονικά είναι μεγαλύτερη του 15%, αλλά και ιδιαίτερα σημαντική κρίθηκε και η συμβολή του τόσο στα έσοδα από φόρους, όσο και στην κάλυψη του ελλείμματος του ελληνικού εμπορικού ισοζυγίου.

Βέβαια το ελληνικό τουριστικό προϊόν για πολλά έτη, ήταν ο «Ήλιος και η Θάλασσα», όμως πλέον έχει διαφοροποιηθεί. Η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια δραστηριοποιείται σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον και όπως διαπιστώθηκε, ανταγωνίζεται ενεργά τουριστικούς προορισμούς όπως η Ιταλία και η Τουρκία, παρουσιάζοντας αξιοσημείωτες επιδόσεις (Κεφάλαιο 5).

Μάλιστα το 2011 κατέλαβε την 29^η θέση μεταξύ 139 χωρών με βάση τον Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, παρά το ασθενές πολιτικό περιβάλλον και τη γενικότερη ανησυχία που υπάρχει για την χώρα. Ωστόσο, μέσα από την SWOT ανάλυση αναγνωρίστηκαν ορισμένα πεδία, στα οποία απαιτούνται αλλαγές, ώστε να το ελληνικό τουριστικό προϊόν να γίνει ακόμα πιο ανταγωνιστικό.

Όμως, για την επίτευξη βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας ενός τουριστικού προϊόντος, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η ύπαρξη βιωσιμότητας, η ανάπτυξη ενός μοντέλου αειφόρου τουρισμού και η εξέταση της τουριστικής φέρουσας ικανότητας του τόπου προορισμού των τουριστών (Κεφάλαιο 6). Απαιτείται δηλαδή η ύπαρξη ενός μοντέλου τουρισμού που ουσιαστικά θα ικανοποιεί τις ανάγκες των παρόντων τουριστών και των περιοχών οικοδεσποτών τους, ενώ παράλληλα θα προστατεύει και θα ενισχύει τις μελλοντικές ευκαιρίες. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού φαίνεται πως μπορούν να στηρίξουν την ανάπτυξη ενός τέτοιου μοντέλου και να προσφέρουν σημαντική ενίσχυση στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας ενός τουριστικού προορισμού.

Όπως προκύπτει και μέσα από την αναλυτική παρουσίαση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Κεφάλαιο 7), ο τουρισμός είναι ένα δυναμικό και συνεχώς εξελισσόμενο φαινόμενο, το οποίο διαφοροποιείται συνεχώς παίρνοντας διάφορες μορφές. Μάλιστα, διαπιστώθηκε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μικρής κλίμακας και προωθεί μια ενεργητική μορφή ταξιδιού, προσφιλή στις φυσικές, κοινωνικές και πολιτιστικές αξίες των τόπων υποδοχής τουριστών. Διαφέρει σημαντικά από τον μαζικό, ως προς τα κίνητρα του τουρίστα, τον τουριστικό προορισμό και το μέγεθος των τουριστικών επιχειρήσεων.

Η ανάπτυξή του συμβάλει ουσιαστικά στον περιορισμό των αρνητικών επιπτώσεων στο οικονομικό, φυσικό και κοινωνικοπολιτιστικό περιβάλλον του τόπου προορισμού των τουριστών, καθώς και στην διαφοροποίηση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, ώστε να είναι ακόμα πιο ελκυστικό. Ακόμα, είναι εμφανές ότι οι δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα είναι μεμονωμένες, διάσπαρτες χωρίς τον απαιτούμενο προγραμματισμό και τον συντονισμό της δράσης των τοπικών παραγωγικών δυνάμεων και φορέων.

Όσον αφορά την υπό εξέταση περιοχή, μέσα από την ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης και της παρουσίας των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που αναπτύσσονται σε αυτόν (Κεφάλαια 8 & 9), διαπιστώθηκε ότι διαθέτει φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους, πολλοί από τους οποίους κεντρίζουν το παγκόσμιο ενδιαφέρον. Όμως η εικόνα που παρουσιάζει σήμερα σε σχέση με την τουριστική ανάπτυξη δεν είναι ιδιαίτερα καλή.

Ενώ, η τουριστική ανάπτυξη σε ορισμένα τμήματα της παράκτιας ζώνης εμφανίζει σημεία κορεσμού, με αρνητικές συνέπειες στο φυσικό και στο δομημένο περιβάλλον, φαίνεται πως στα υπόλοιπα τμήματα της ζώνης δεν έχουν αξιοποιηθεί οι υπάρχουσες δυνατότητες. Σε ακόμα μικρότερο βαθμό έχουν αξιοποιηθεί οι δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης της ορεινής ζώνης, ιδίως με εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Το ισχυρό ρεύμα των επισκεπτών προς το χώρο της Αρχαίας Ολυμπίας δεν έχει αξιοποιηθεί για την ενίσχυση των τουριστικών δραστηριοτήτων στις υπόλοιπες περιοχές του νομού.

Η Ηλεία εκτός από την καταπόνηση του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, το τουριστικό προϊόν της έχει να αντιμετωπίσει και την εποχική ανάπτυξη, την καθιέρωση του προτύπου «ήλιος και θάλασσα», τον μεγάλο ανταγωνισμό και την έλλειψη έργων υποδομής και διευκολύνσεων για τους τουρίστες.

Ουσιαστικά διαφαίνεται ότι ο νομός Ηλείας είναι ένας ιδιαίτερα προνομιούχος νομός, ωστόσο δεν έχει καταφέρει να αποτελέσει ένα δυναμικό μοχλό ανάπτυξης. Αυτό οφείλεται κυρίως στην έλλειψη ενός ολοκληρωμένου προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης και προβολής του, τόσο σε εθνικό, όσο και σε διεθνές επίπεδο, κάτι που είναι εμφανές και μέσα από την SWOT ανάλυση.

Αυτό που διαπιστώνεται είναι ότι ο τουρισμός μπορεί να συνεισφέρει στην ουσιαστική ανάπτυξη του νομού και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων του, μέσα από την υιοθέτηση δράσεων ενίσχυσης της βιωσιμότητας των τουριστικών πόρων, με σεβασμό στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον των τουριστικών προορισμών. Η ενθάρρυνση της διαφοροποίησης της τουριστικής προσφοράς του, με την προώθηση εναλλακτικών μορφών, σε συνδυασμό με τον εμπλουτισμό και την ποιοτική βελτίωση του οργανωμένου τουρισμού, μπορούν να συμβάλουν στην σταθερότητα της τουριστικής ζήτησης για το νομό σε βάθος χρόνου.

Αυτό που πραγματικά απαιτείται για την ουσιαστική στήριξη της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής, είναι η δημιουργία ενός πλήρους στρατηγικού σχεδίου βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, με ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη και την προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Με αυτό τον τρόπο θα πάψει πλέον να βασίζεται στην ανάδειξη μεμονωμένων τουριστικών σημείων.

Στο πλαίσιο αυτό κρίνεται αναγκαία η επίτευξη τεσσάρων βασικών στρατηγικών στόχων, ώστε να επιτευχθεί η προσδοκώμενη τουριστική ανάπτυξη για την Ηλεία την επόμενη δεκαετία. Οι στόχοι αυτοί σχετίζονται με την ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της κάθε περιοχής του νομού, τη δημιουργία ειδικών κινήτρων για επενδύσεις, την αντιμετώπιση του φαινομένου της εποχικότητας και κυρίως την αποτελεσματική προώθηση και προβολή του.

Τέλος, επιτακτική κρίνεται και η υιοθέτηση ενός πιο ενεργού ρόλου των τοπικών αρχών και φορέων, όπως για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που προκύπτουν και για την εξασφάλιση κονδυλίων σχετικά με την υλοποίηση του προτεινόμενου σχεδίου, καθώς και η ανάπτυξη της περιοχής αυτής απαιτεί υπευθυνότητα και συνεργασία. Η τουριστική ανάπτυξη στην Ηλεία πρέπει να επέλθει μέσα από τον σωστό χωροταξικό και περιβαλλοντικό σχεδιασμό, ενισχύοντας την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, ώστε να υπάρξει ουσιαστική ανάπτυξη του τόπου.

11 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ- ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Αγγελίδης Μ. (1994), «Η χωροθέτηση του τουρισμού στην Ελλάδα, Προβλήματα ανάπτυξης και περιβάλλοντος», Ημερίδα του ΤΕΕ: «Τουρισμός και περιβάλλον: Επιλογές για βιώσιμη ανάπτυξη»
- Αγγελίδης Μ. (2007), «Πυρόπληκτες περιοχές του νομού Ηλείας- Προσχέδιο χωροταξικός προσέγγισης», στο πλαίσιο της ευρύτερης ομάδας εργασίας του Τομέα Πολεοδομίας και Χωροταξίας Σχολής Αρχιτεκτόνων ΕΜΠ
- Ανδρεάδης Α. (11/10/11)- Ομιλία του Προέδρου του ΣΕΤΕ στην ημερίδα του Ελληνογαλλικού Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου για την ελληνική οικονομία, Παρίσι
- Ανδριώτης Κ. (2003), «Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του». Επιθεώρηση χωρικής ανάπτυξης, σχεδιασμού και περιβάλλοντος
- Ανδριώτης Κ. (2005), «Τουριστική ανάπτυξη και σχεδιασμός», Εκδόσεις Σταμούλη
- Ανδριώτης Κ. (2008), «Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός.», Εκδόσεις Σταμούλη
- Ανώνυμος (11/10/2012), Άρθρο με τίτλο: «ΕΛΣΤΑΤ: Αύξηση κίνησης σε μουσεία – αρχαιολογικό χώρο στην Αρχαία Ολυμπία», (Ανάρτηση στο <http://ilialive.gr>)
- Ανώνυμος (26/10/2012), Άρθρο με τίτλο: «Κρίση και στον ελληνικό τουρισμό», (Ανάρτηση στο <http://olympia.gr>)
- Ανώνυμος (26/10/2010), Άρθρο με τίτλο: «Τράπεζα της Ελλάδος - Πτώση κατά 8,4% στις εισπράξεις από τον Τουρισμό στο 8μηνο», (Ανάρτηση στο <http://www.greekmoney.gr>)
- Ανώνυμος (1/11/2012), Άρθρο με τίτλο: «Προτάσεις Καφύρα για την ανάπτυξη της Ηλείας 2014-2020», (Ανάρτηση στο <http://ditikiellada.gr>)
- Ανώνυμος (3/12/2012), Άρθρο με τίτλο: «Ο “άσσος στο μανίκι” της ελληνικής οικονομίας», (Ανάρτηση στο <http://www.touristiki-agera.gr>)
- Ανώνυμος (4/12/2012), - Άρθρο με τίτλο: «Αυξήθηκε 4% ο παγκόσμιος τουρισμός το πρώτο οκτάμηνο του 2012», Εφημερίδα Αδέσμευτος Τύπος (Φύλλο 4/12/12)
- Ανώνυμος (21/12/12), Άρθρο με τίτλο: «ΣΕΤΕ: Θετικά μηνύματα από τις κρατήσεις στις κύριες αγορές», (Ανάρτηση στο <http://www.naftemporiki.gr>)

- Αποστολόπουλος Κ., Σδράλη Δ. (2009), «Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου», Εκδόσεις Ελληνοεκδοτική, Αθήνα
- Βαρβαρέσος Σ. (1997), «Τουρισμός: οικονομικές προσεγγίσεις», Εκδόσεις Προπομπός
- Βαρβαρέσος Σ. (2000), «Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές. Η ελληνική πραγματικότητα.», Β΄ Έκδοση, Εκδόσεις Προπομπός
- Βαρβαρέσος Σ. (2009), «Η συνεισφορά των Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού στην ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας». στο «Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού», Εκδόσεις Interbooks
- Βαρβαρέσος Σ., Σωτηριάδης Μ., (2002) Τουριστική Επιστημονική Επιθεώρηση, τεύχος Ν.2, Κρήτη
- Βελισσαρίου Ε. (2000), «Μάνατζμεντ ειδικών και εναλλακτικών μορφών Τουρισμού, Πάτρα: Ε.Α.Π : Διοίκηση Τουρισμού και τουριστικών Επιχειρήσεων, Κεφάλαιο 3, ενότητα 3.2
- Βενετσανοπούλου Μ. (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Εκδόσεις Interbooks
- Γαλάνη-Μουτάφη Β. (2002), «Έρευνες για τον τουρισμό στην Ελλάδα και την Κύπρο: μια ανθρωπολογική προσέγγιση», Εκδόσεις Προπομπός
- Γενική Διεύθυνση Περιφερειακής Αγροτικής οικονομίας & Κτηνιατρικής Διεύθυνσης Αγροτικής Οικονομίας (2012), Μελέτη: «Καλλιεργητικό πλάνο ΠΔΕ», Πάτρα
- Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής με θέμα: «Ο κοινωνικός τουρισμός στην Ευρώπη» (2006/C 318/12)
- Δ/νση Χωροταξίας Υ.Π.Ε.Κ.Α. (2010), «Έκθεση Αξιολόγησης της Εφαρμογής του θεσμοθετημένου Ειδικού Πλαισίου του Τουρισμού», Αθήνα
- DATA RC (2010), «18^η Ετήσια Έκθεση για την Οικονομία και την Αγορά Εργασίας στην ΠΔΕ»
- Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (2012), Κλαδική Μελέτη: «Κρουαζιέρα : Ένας κλάδος με δυναμικά έσοδα ύψους 2 δις ευρώ»
- Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (2007), Ανακοίνωση της Επιτροπής: «Ατζέντα για έναν αειφόρο και ανταγωνιστικό ευρωπαϊκό τουρισμό», Βρυξέλες

- EOT (2012), «Συμμετοχή του EOT στην Διεθνή Τουριστική Έκθεση CMT 2012 στην Στουτγκάρδη Γερμανίας»
- Ζαχαράτος Γ.Α. (1986), «Τουριστική Κατανάλωση», ΚΕΠΕ, Αθήνα
- Ηγουμενάκης Ν. (1999), «Τουριστική οικονομία», Εκδόσεις Interbooks
- Ηγουμενάκης Ν. (1999), «Τουριστική Πολιτική», Γ' έκδοση, Εκδόσεις Interbooks
- Ηγουμενάκης Ν. (2000), «Τουρισμός και Ανάπτυξη», Εκδόσεις Interbooks
- Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ. (2004), «Τουρισμός- Βασικές έννοιες», Εκδόσεις Interbooks
- Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π. (1999), «Εισαγωγή στον τουρισμό», Εκδόσεις Interbooks
- Ιατρός Α. (2005), Εισήγηση σε Διημερίδα Επιχειρηματικότητας Χαροκοπείου Πανεπιστημίου, «Επένδυση σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού»
- ΙΤΕΠ (2009), «Ετήσια Έκθεση, Ινστιτούτο Τουριστικών Μελετών και Προβλέψεων», Αθήνα
- ΙΤΕΠ (2009), Δελτίο Τύπου «Αλλοδαπός Τουρισμός στην Ελλάδα», Αθήνα
- ΙΤΕΠ (2011), «Εξελίξεις στα βασικά μεγέθη της Ελληνικής ξενοδοχειακής αγοράς κατά τα έτη 2010-2011», Αθήνα
- ΙΟΒΕ (2012), Μελέτη: «Η επίδραση του τουρισμού στην οικονομία», Παρατσιώκας Ν., Danchev S., Αθήνα
- ΚΕΠΕ, (1984). Ο Τουρισμός δεν συμμετέχει στη διαμόρφωση του ΑΕΠ, Περιοδικό Τουρισμός και Οικονομία, (Ιαν.-Φεβρ.), Αθήνα
- Καλοκάρδου Ρ., Κραντονέλλης Κ. (2005), «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και κρίσιμες χωρητικότητες σε τουριστικές περιοχές της Δυτικής Ελλάδας», Heleco 2005, ΤΕΕ, Αθήνα
- Κοινοτική Πρωτοβουλία Equal (2006) «Τουριστική οικονομική και ελληνική τουριστική οικονομία», Θεσσαλονίκη
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. (2001), «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη & Περιβάλλον», Εκδόσεις Κριτική Α.Ε
- Κολτσιδόπουλος Γ.Δ., (2000), «Τουρισμός, θεωρητική προσέγγιση», Εκδόσεις Έλλην
- Κομίλης Π., Βαγιονής Ν.(1999), «Τουριστικός Σχεδιασμός. Μέθοδοι και πρακτικές αξιολόγησης», Εκδόσεις Προπομπός
- Κομίλης Π. (1986), «Χωρική ανάλυση του τουρισμού», ΚΕΠΕ, Αθήνα
- Κομίλης Π. (1997), «Οικοτουρισμός, Η εναλλακτική προοπτική αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης», Β' έκδοση, Εκδόσεις Προπομπός

- Κοινοτική πρωτοβουλία INTERREG IIC SUD, «Εγχειρίδιο για Τουριστικούς Παράγοντες Προτάσεις και παραδείγματα για την εφαρμογή μιας βιώσιμης τουριστικής προσφοράς σε ορεινές και απομακρυσμένες περιοχές.»
- Κουμέλης Θ. (21/12/12), Άρθρο με τίτλο: «Η Marketing Greece για την προβολή του Ελληνικού τουρισμού», (Ανάρτηση στο <http://traveldailynews.gr>)
- Κραβαρίτης Κ. (1992), «Επαγγελματικός Τουρισμός, συνεδρίων, κινήτρων, εκθέσεων: Οργάνωση συνεδρίων στα ξενοδοχεία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- Κραβαρίτης Κ., Παπαγεωργίου Α.,(2007), «Επαγγελματικός Τουρισμός, Εκθέσεων – Κινήτρων – Επιχειρηματικών ταξιδίων», Εκδόσεις Interbooks
- Κωστάκης Μ., Εισήγηση για το Συνέδριο «Πολιτιστικός Τουρισμός και Ανάπτυξη», Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης Ινστιτούτο Επιμόρφωσης
- Λαγός Δ. (2005), «Τουριστική Οικονομική», Εκδόσεις Κριτική Α.Ε
- Μαυροδόντης Θ. (2001), «Τουριστική & ταξιδιωτική βιομηχανία», Επιμέλεια μετάφρασης του Gee C., Makens J., Chou D., “The travel Industry”, Εκδόσεις Ελλην
- Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδος (Ο.Κ.Ε., 2008), Έκδοση Γνώμης Πρωτοβουλίας με τίτλο «Τουρισμός και Περιβάλλον»
- Οικονομικό Επιμελητήριο Ελλάδος (2011), «Οι Θέσεις του Οικονομικού Επιμελητηρίου της Ελλάδας για έξοδο από την Οικονομική Κρίση», Αθήνα
- Πανεπιστήμιο Αιγαίου (2006), Μελέτη: «Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία, κοινωνία & προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη», Χίος
- Παππάς Ν. (2008), ΚΕΕ: «Τουρισμός. Περιβάλλον- πολιτισμός- περιφερειακή ανάπτυξη»
- Πατσαντάρα-Μπουφούνου Σ. (10/12/2009), (Πρόεδρος Τουριστικού Τμήματος Επιμελητηρίου Βοιωτίας), Άρθρο με τίτλο: «Επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής ύφεσης στον τουρισμό», (Ανάρτηση στο http://www.morax.gr/article_show.php.)
- Πρινωτάκη Μ., Καψής Δ. (2008), «Οι επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία», Αγορά χωρίς σύνορα, Τόμος 13 (σελ.179-192)

- Ραφαήλ Μ.(2001), «Θέματα Τουριστικής Πολιτικής», Εκδόσεις Αντ. Ν. Σακκούλα
- Ρίγγας Χ. (2003), « Αειφορία – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», ΑΤΕΙ Κρήτης
- ΣΕΤΕ (1993), «Τουρισμός: εξελίξεις και προβλήματα», Αθήνα
- ΣΕΤΕ (2005), «Η πρόκληση της Ανταγωνιστικότητας & η ανάγκη επανατοποθέτησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, Αθήνα
- ΣΕΤΕ (2010), Μελέτη: «Ελληνικός Τουρισμός 2020: Πρόταση για το νέο αναπτυξιακό μοντέλο. Ο Τουρισμός πρωταγωνιστής στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της Ελλάδας», Αθήνα
- ΣΕΤΕ (2011), Αναφορά από 10^ο Συνέδριο «Τουρισμός & Ανάπτυξη», του Συνδέσμου, Αθήνα
- ΣΕΤΕ (2011), «Ελληνικός Τουρισμός: Στοιχεία και Αριθμοί-2010», Αθήνα
- ΣΕΤΕ (2012), «Παγκόσμια τουριστική κίνηση»
- ΣΕΤΕ (2012), «Ελληνικός Τουρισμός: Στοιχεία & Αριθμοί-2011», Αθήνα
- Σιτάρας Θ., Τζένος Χ. (2007), «Εισαγωγή στη θεωρία του τουρισμού», Εκδόσεις Interbooks
- Σπιλάνης Γ., Βαγιάννη Ε., (2000), Βιώσιμος Τουρισμός και Φέρουσα Ικανότητα σε Ευαίσθητα Νησιωτικά Οικοσυστήματα, Εργαστήριο Τοπικής και Νησιωτικής Ανάπτυξης, Πανεπιστημίου Αιγαίου, Διαθέσιμο στο
- Σφακιανάκης Μ. (2000), «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Εκδόσεις Έλλην
- Συμεωνίδης Ν., (2000). "Αυτόνομη Κατάδυση". Συνεργασία με τα περιοδικά βυθός και Greek Diver, εκδόσεις ΑΚΜΟΝ
- Τσαντίλης Δ. (2003), Διεπιστημονικό Ινστιτούτο Περιβαλλοντικών Ερευνών «Οι δρόμοι της αειφορίας: Περιβάλλον, εργασία, Επιχειρηματικότητα», Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα
- Τσάρτας Π. (1996), «Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό», Εκδόσεις Εξάντας Α.Ε
- Τσάρτας Π. (2000), «Τουριστική ανάπτυξη. Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις», Εκδόσεις Εξάντας
- Τσάρτας Π. (2003), «Εκπαιδευτικές Τεχνικές στον Τουρισμό», Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Εθνικό Πρόγραμμα Εκπαίδευσης Εκπαιδευτών του Υπουργείου Εργασίας, σελ 35
- Τσάρτας Π. (2003), «Ελληνική τουριστική ανάπτυξη», Εκδόσεις Κριτική
- Τόλιας Ι., Μελέτη Αποτύπωσης Πολιτιστικού Περιβάλλοντος Ημαθίας

- Υπουργείο Οικονομίας & Οικονομικών / Γενική Γραμματεία Επενδύσεων και Ανάπτυξης(2007), «Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς 2007 – 2013», Αθήνα
- Υπουργείο Οικονομίας & Οικονομικών, Προγραμματική Περίοδος 2007-2013, «Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Δυτικής Ελλάδας – Πελοποννήσου – Ιόνιων Νήσων», Αθήνα
- Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος & Δημοσίων Έργων (2008), «Ειδικό χωροταξικό πλαίσιο για τον τουρισμό-Σχέδιο Κοινής Υπουργικής Απόφασης», Αθήνα
- Χριστόδουλος Α., Σαλεσιώτης Μ. (2007), «Τουρισμός, Εισαγωγικές έννοιες-Τουριστική Συνείδηση-Τουριστική συμπεριφορά», Εκδόσεις Interbooks
- Xenia news, ΦΥΛΛΟ 19, Περίοδος Β΄, Οκτώβριος-Δεκέμβριος 2009
- Xenia news, ΦΥΛΛΟ 26, Περίοδος Β΄, Ιούλιος –Σεπτέμβριος 2011

Ξενογλώσση

- Andriotis K. (2000), “Local Community Perceptions of Tourism as a Development Tool: The Island of Crete”, Unpublished PhD Thesis, Bournemouth: Bournemouth University
- Andriotis, K. (2002), “Options in tourism development. Conscious versus conventional tourism. Anatolia” An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 13(1), Σελ. 73 - 85
- Andriotis, K. (2002), “Scale of hospitality firms and local economic Development- Evidence from Crete”, Tourism Management 23 (4), Σελ. 333 - 341.
- Arronson L. (2000), “The development of sustainable tourism”, London & New York Continuum
- Attanayake A.- Samaranayake H.M.S. - Ratnapala N. (1983), “Sri Lanka” in E.A Pye - T.Lin, (eds) Tourism in Asia: The Economic Impact, Singapore: Singapore University Press
- Bull A. (2002), Πρωτότυπος Τίτλος: “The economics of travel & tourism”, 2η αγγλική έκδοση, «Τουριστική οικονομία», Εκδόσεις Κλειδάριθμος

- Cazes, G.H. (1989), "Alternative tourism: Reflections on an ambiguous concept"- In: Singh, T.V., Theuns, H.L. & Go, F.M. (eds), "Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries", Frankfurt, Peter Lang, σελ. 117 - 126.
- Coccosis H., Nijkamp P. (1995), "Sustainable tourism development", Aveburn, London
- Cooper C.P., Ozdil I. (1992), "From mass to responsible tourism: The Turkish experience, *Tourism Management*", Dec 13 (4), (p. 377-386)
- De Kadt E. (1990), "Making the alternative sustainable: lessons from development for tourism. In *Environment, Tourism and Development: an agenda for action*", Working papers, CEMP, University of Aberdeen
- Eadington, W.R. Smith, V.L. (1992), Introduction: "The emerge of alternative forms of tourism." In Spith, V.L. and Eadington, W.R. (Eds), "Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism.", Chichester: Willey
- Economics (2009), «Οι νομοί της Ελλάδας», Ηλεκτρονικό Περιοδικό Επιλογή, All Media Publications
- Edgell, D.L (1990), "International Tourism Policy", New York, Van Nostrand Reinhold
- Fennell D. A. (2001), «ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Αθήνα
- Gartner William C. (1996), "Tourism Development: Principles, Processes, Policies", Van Nostrand Reinhold, New York
- Gartner William C. (2001), «Τουριστική ανάπτυξη. Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές», Εκδόσεις Ελλην
- Gunn (1997), "Vacationscape-Developing Tourist Areas"^{3rd}, Taylor & Francis, Bristol
- Hall C.M. (2000), "Tourism planning: Policies, process and relationships", Prentice Hall, Zealand
- Hudson R. - Townsend A. (1992), "Tourism Employment and Policy Choices for Local Government", in Johnson P.: Thomas B. (eds), "Perspectives on Tourism Policy", Mansell Publishing, London
- Inskeep E. (1991), "Tourism planning- an integrated and sustainable development approach", Van Nostrand Reinhold, New York
- Jenkins C. L., Inskeep E. (1986), "Lecture programme on tourism development planning", WTO, Madrid

- JOURNAL: Ειδικά Θέματα, 2002, Τόμος 3(4), Paper: “Tourism Development planning: Two case studies in Greece”
- Kaspar C. (1991), “Die tourismudlehre im Grundrib”, Bern- Stugrart: Verlag Paul Haupt
- Laarman, J.G., Durst, P.B. (1987), “Nature travel and tropical forests”, FPEI Working Paper 23, Research Triangle Park, NC: Southeastern Center of Forest Economics Research
- Lane, B. (1989), “Will rural tourism succeed?”- In: Hardy, S., Hardy, T. & Shaw, T. (Eds), “The Role of Tourism in the Urban and Regional Economy”, Regional Studies Association, London
- Lickorish Leonard J., Jenkins Carson L.(2004), «Μια εισαγωγή στον τουρισμό», Εκδόσεις Κριτική Α.Ε
- Mathieson A., Wall G. (1982), “Tourism economic, physical and social impacts”, Longman Scientific & Technical, New York
- McKinsey (2011), Μελέτη: «Η Ελλάδα 10 χρόνια μπροστά: Προσδιορίζοντας το νέο Εθνικό Μοντέλο ανάπτυξης», Athens office
- Meadows D.H., Meadows D.L., Randers J., Behrens III W.W. (1972), “The Limits to Growth: a report for the Club of Rome’s project on the Predicament of Mankind”, Universe Books, New York
- Muphy P.E. (1985), “Tourism, a community approach”, Methuen, London (Σελ. 34 – 39)
- SETE (2012), “Global Tourist Movement”
- SETE (2012), “Greek Tourism: Facts & Figures-2011”, Athens
- Shaw G., Williams A.M., (2004), “Tourism and Tourism spaces”, Sage Publication Ltd, London
- Spilanis I., Swarbrooke, J. (1999), Πανεπιστήμιο Αιγαίου: «Βιώσιμος τουρισμός και φέρουσα ικανότητα», “ Sustainable tourism management”. U.K. CAB International Publishing
- Spilanis, I., Vayanni H. (2003), “Sustainable Tourism: Utopia or Necessity? The Role of New Forms of Tourism in the Aegean Islands”, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 00, no. 0, Mytilene, Greece: University of the Aegean, Department of Environmental Studies
- Staphen S. Page (2006), Πρωτότυπος Τίτλος: “Tourism Management: Managing for Change”, «Εισαγωγή στον τουρισμό- Το τουριστικό management στον 21^ο αιώνα», Εκδόσεις Παπαζήση

- Theuns H.L., Go F.M. (Eds), "Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries", Peter Lang, Frankfurt
(Σελ. 117 – 126)
- UNWTO (2010), "Tourism 2020 Vision"
- UNWTO (2011), "Tourism Highlights", 2011 Edition
- UNWTO (2010), "World Tourism Barometer (August 2010)", Vol. 9
- UNWTO (2011), "World Tourism Barometer- February 2011"
- UNWTO (2011), "World Tourism Barometer- April 2011"
- UNWTO (2012), "World Tourism Barometer- July 2012"
- WCED (1987), "Our Common Future: World Commission and Development, Oxford University Press
- World Economic Forum (2011), "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011"
- World Travel and Tourism Council (1992), "The World Travel and Tourism Environment Review 1992"
- World Travel and Tourism Council (2010), "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2010"
- World Travel and Tourism Council (2011), "Travel and Tourism Economic Impact- Greece Report"

12 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- <http://camerazizanio.net/>
- <http://ditikiellada.gr>
- <http://el.wikipedia.org>
- <http://eur-lex.europa.eu>
- <http://news.kathimerini.gr/>
- <http://news.travelling.gr>
- <http://www.1724.syzefxis.gov.gr>
- <http://www.anol.gr>
- <http://www.bankofgreece.gr>
- <http://www.capitalinvest.gr>
- <http://www.clubofrome.org>
- http://www.coastlearn.org/gr/tourism-gr/tools_acc.html
- <http://www.culture.gr>
- <http://www.datarc.gr>
- <http://www.dealnews.gr>
- <http://www.ebusinessforum.gr>
- <http://www.economics.gr>
- <http://www.ecotravel.gr>
- <http://www.eurobank.gr>
- <http://www.greekmoney.gr>
- <http://www.greektourism2020.gr>
- <http://www.healthpages.gr>
- <http://www.heliachamber.gr/>
- <http://www.hotel-magazine.com>
- <http://www.investingreece.gov.gr>
- <http://www.investingreece.gov.gr>
- <http://www.itep.gr/>

- <http://www.minenv.gr>
- <http://www.naftemporiki.gr>
- <http://www.opengov.gr>
- <http://www.pde.gr>
- <http://www.sansimera.gr/worldays>
- <http://www.sete.gr>
- <http://www.special-edition.gr>
- <http://www.statistics.gr>
- <http://www.touristikiekpaideysi.gr>
- <http://www.unwto.org>
- <http://www.weatherbase.com>
- <http://www.world-tourism.org>
- <http://www.wttc.com>
- <http://www.yppo.gr>