



**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ  
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ**

Διπλωματική Εργασία

**Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΑΝΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΜΕΑΣ  
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΑΡΑΧΟΒΑΣ**

Του  
ΒΑΪΔΑΝΗ ΓΕΩΡΓΙΟΥ

Επιβλέπων Καθηγητής  
Κιλιπίδης Φώτης

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του μεταπτυχιακού διπλώματος  
ειδίκευσης στη διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων & οργανισμών

Θεσσαλονίκη, Μήνας Έτος

## Υπεύθυνη Δήλωση

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τον Κανονισμό Σπουδών του Μεταπτυχιακού Προγράμματος στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών του Αλεξάνδρειου ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

- Η παρούσα Διπλωματική Εργασία αποτελεί έργο αποκλειστικά δικής μου δημιουργίας, έρευνας, μελέτης και συγγραφής.
- Για τη συγγραφή της Διπλωματικής μου Εργασίας δεν χρησιμοποίησα ολόκληρο ή μέρος έργου άλλου δημιουργού ή τις ιδέες και αντιλήψεις άλλου δημιουργού χωρίς να γίνεται σαφής αναφορά στην πηγή προέλευσης (βιβλίο, άρθρο από επιστημονικό περιοδικό, ιστοσελίδα κλπ.).

Θεσσαλονίκη, 10.11.2019

Ο Δηλών:

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η τουριστική βιομηχανία αποτελεί το βασικό πυλώνα ανάπτυξης αρκετών οικονομιών μεταξύ των οποίων βρίσκεται και η Ελλάδα. Ωστόσο, ο τουρισμός δεν ευνοεί μόνο την οικονομία μίας χώρας αλλά την κοινωνική ανάπτυξη των πολιτών της και το βιοτικό τους επίπεδο. Κατά τα τελευταία χρόνια παρατηρείται πολύ έντονα το φαινόμενο της ανεξέλεγκτης τουριστικής ανάπτυξης και της συσσώρευσης της τουριστικής κίνησης σε συγκεκριμένες περιοχές. Αυτό έχει ως συνέπεια τη διάβρωση του οικολογικού περιβάλλοντος, της εικόνας και της αλλοίωσης της ταυτότητας ορισμένων τουριστικών προορισμών. Για την περίπτωση της Ελλάδας δε, σε αυτό συντελεί και η προσκόλληση στο τρίπτυχο «Ήλιος-Άμμος-Θάλασσα» γεγονός το οποίο συνάδει με την εποχικότητα του τουριστικού φαινομένου. Καθίσταται λοιπόν σαφές ότι οι πολιτικοί ιθύνοντες πρέπει να στραφούν προς την προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης για την προστασία του οικολογικού περιβάλλοντος και της ταυτότητας των τουριστικών προορισμών. Με αυτόν τον τρόπο η τουριστική ανάπτυξη θα είναι ελεγχόμενη και θα πραγματοποιείται με γνώμονα την προάσπιση και το σεβασμό του περιβάλλοντος. Για να επιτευχθεί θεωρείται χρήσιμη η προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού ούτως ώστε να συμβεί μία ανακατανομή της τουριστικής κίνησης και να αναδειχθούν και άλλες τουριστικές περιοχές της Ελλάδας, να ελεγχθεί η τουριστική ανάπτυξη και να περιοριστεί το φαινόμενο της εποχικότητας του ελληνικού τουρισμού. Στα πλαίσια συγγραφής της παρούσας μελέτης διερευνάται η περίπτωση κατά την οποία ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει ένα ανερχόμενο τομέα τουριστικής ανάπτυξης. Για την εξέταση αυτής της πρότασης ο ερευνητής εστίασε σε μία τουριστικά ανεπτυγμένη περιοχή, εκείνη της Αράχοβας, η οποία αποτελεί διεθνή και εθνικό πόλο έλξης για ένα μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Με την ολοκλήρωση της πρωτογενούς έρευνας αποδείχθηκε ότι η Αράχοβα διαθέτει δυνατότητες ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, οι οποίες εάν «εκμεταλλευτούν» με το δέοντα τρόπο θα είναι δυνατή η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής χωρίς να αλλοιωθεί το φυσικό τοπίο και η ταυτότητά της.

**Λέξεις κλειδιά:** Εναλλακτικός Τουρισμός, Τουρισμός, Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη, Αράχοβα

## **ABSTRACT**

The tourism industry is the main pillar of the development of several economies, including Greece. However, tourism benefits not only the economy of a country but also the social development of its citizens and their standard of living. In recent years, the phenomenon of uncontrolled tourism development and the accumulation of tourist traffic in specific areas has been very pronounced. This results in the erosion of the ecological environment, the image and the identity of some tourist destinations. In the case of Greece, this is also due to the adherence to the triptych "Sun-Sand-Sea" which is consistent with the seasonality of the tourist phenomenon. It is therefore clear that policy makers need to move towards promoting sustainable tourism development to protect the ecological environment and the identity of tourist destinations. In this way tourism development will be controlled and carried out with the aim of protecting and respecting the environment. In order to achieve this, it is considered useful to promote alternative tourism so that a redistribution of tourism can occur and other tourist areas of Greece emerge, to control tourism development and to limit the seasonality of Greek tourism. In the context of writing this study, we are exploring the case that alternative tourism can be an emerging area of tourism development. To examine this proposal, the researcher focused on a tourist-developed area, Arachova, which is an international and national attraction for a large number of visitors. The completion of the primary research has shown that Arachova has the potential to develop alternative forms of tourism that, if properly exploited, will enable sustainable tourism development in the area without altering its natural landscape and identity.

**Keywords:** Alternative Tourism, Tourism, Sustainable Tourism Development, Arachova

## Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	2
ABSTRACT.....	3
ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	5
ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	6
ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι.....	12
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ.....	12
1.1 Εισαγωγή στον τουρισμό.....	12
1.1.1 Ο ορισμός του τουρισμού.....	12
1.1.2 Ο κλασικός τύπος τουρισμού.....	14
1.1.3 Η ικανοποίηση του καταναλωτή/τουρίστα στην τουριστική βιομηχανία.....	15
1.1.4 Η προέλευση του εναλλακτικού τουρισμού.....	17
1.1.5 Σύγκριση εννοιών μαζικού τουρισμού, εναλλακτικού τουρισμού και οργανωμένου τουρισμού.....	18
1.1.6 Ο εναλλακτικός τουρισμός στο πλαίσιο της ανάπτυξης.....	22
1.1.7 Τύποι εναλλακτικού τουρισμού.....	26
1.1.7.1 Ο οικοτουρισμός.....	26
1.1.7.2 Ο βιώσιμος τουρισμός.....	28
1.1.7.3 Ο κοινοτικός τουρισμός.....	33
1.1.7.4 Ο αγροτουρισμός.....	34
1.1.7.5 Ο πολιτιστικό τουρισμός.....	36
1.1.7.6 Ο αθλητικός τουρισμός.....	37
1.1.8 Ο μαζικός τουρισμός έναντι του εναλλακτικού τουρισμού.....	38
1.1.9 Τα στοιχεία που διαφοροποιούν τον εναλλακτικό τουρισμό.....	40
1.1.9.1 Τα κίνητρα του τουρίστα.....	40
1.1.9.2 Ο εναλλακτικός τουρίστας.....	41
1.1.9.3 Ο τουρισμός προορισμός.....	42
1.1.9.4 Το εύρος των τουριστικών επιχειρήσεων.....	43
1.1.10 Τα απαραίτητα δομικά στοιχεία για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού.....	44
1.2 Ο ελληνικός τουρισμός.....	47
1.2.1 Ακτινογραφία του ελληνικού τουρισμού.....	47
1.2.2 Ανάλυση SWOT του ελληνικού τουρισμού.....	51

1.2.3 Παράγοντες επηρεασμού της τουριστικής ζήτησης.....	54
1.2.4 Παράγοντες προσδιορισμού της τουριστικής προσφοράς.....	58
1.2.5 Ο παγκόσμιος τουρισμός και η Ελλάδα.....	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ II.....	61
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΑΡΑΧΟΒΑΣ.....	61
2.1 Η Αράχοβα.....	61
2.2 Η Αράχοβα ως τουριστικός προορισμός.....	64
2.3 Η καθημερινότητα των κατοίκων της Αράχοβας.....	68
2.4 Υποδομές και διαθέσιμοι πόροι της Αράχοβας.....	70
2.5 Η τουριστική προσφορά της Αράχοβας.....	73
2.6 Ο εναλλακτικός τουρισμός ως πυλώνας τουριστικής ανάπτυξης της Αράχοβας.....	76
ΚΕΦΑΛΑΙΟ III.....	83
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	83
3.1 Παρουσίαση της έρευνας.....	83
3.2 Σχεδιασμός της έρευνας και δημιουργία ερευνητικού εργαλείου.....	84
3.3 Μεθοδολογία της έρευνας.....	86
3.4 Περιορισμοί της έρευνας.....	87
ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV.....	89
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	89
4.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά.....	89
4.2 Τουριστική ανάπτυξη μέσω του εναλλακτικού τουρισμού.....	95
4.3 Εναλλακτικός τουρισμός και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.....	99
ΚΕΦΑΛΑΙΟ V.....	105
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	105
Αναφορές.....	108
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	117
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	117

## ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Το Ρολόι της Αράχοβας (Pansion Arachova, 2018).....	64
Εικόνα 2: Ιερός Ναός Αγίου Γεωργίου (travelstyle.gr, 2019).....	65
Εικόνα 3: Το Ηρώο του Γεωργίου Καραϊσκάκη στην Αράχοβα (Πανηγυράκι γίνεται ψηλά στον Άγι Γιώργη, 2018).....	66
Εικόνα 4: Στιγμιότυπο από την τελετή του δαφνωστεφανώματος του Γεωργίου Καραϊσκάκη (www.ntefi.gr, 2010).....	67
Εικόνα 5: Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού στη θέση Κελλάρια (μουσείο τουρισμού, 2018).....	77
Εικόνα 6: Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού στη θέση Φτερόλακκα (gtr, 2015).....	78
Εικόνα 7: Το Πανηγυράκι της Αράχοβας (onParnassos, 2019).....	79
Εικόνα 8: Το Ρουμελιώτικο Πάσχα (οι καπνοί από το ψήσιμο του αρνιού στο έθιμο του λάκκου) (lifo.gr, 2018).....	80
Εικόνα 9: Οι Δελφοί (onParnassos, 2017).....	81
Εικόνα 10: Ιερά Μονή Οσίου Λουκά (Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, 2019).....	82

## ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Φύλο.....	89
Διάγραμμα 2: Ηλικία.....	90
Διάγραμμα 3: Εκπαιδευτικό επίπεδο.....	91
Διάγραμμα 4: Επαγγελματική κατάσταση.....	92
Διάγραμμα 5: Τομέας απασχόλησης.....	93
Διάγραμμα 6: Είστε μόνιμος κάτοικος της Αράχοβας;.....	93
Διάγραμμα 7: Εάν όχι, πόσο συχνά βρίσκεστε στην περιοχή;.....	94
Διάγραμμα 8: Εάν δεν είστε μόνιμος κάτοικος της Αράχοβας, για ποιο λόγο την επισκέπτεστε;.....	95
Διάγραμμα 9: Ποιες είναι οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στην περιοχή;.....	98
Διάγραμμα 10: Ποιο θεωρείτε ως το πλεονέκτημα της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής της Αράχοβας;.....	99
Διάγραμμα 11: Εάν συμφωνείτε με την πρόταση ότι η διαχείριση των απορριμμάτων αποτελεί τροχοπέδη για την τουριστική ανάπτυξη της Αράχοβας, ποια λύση θεωρείτε καταλληλότερη;.....	103
Διάγραμμα 12: Ποιο θεωρείτε ως το μειονέκτημα της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής της Αράχοβας;.....	104

## ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Διαφορές μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού (Ανδριώτης, 2003).....	39
Πίνακας 2: Αριθμός απασχολούμενων ανά τομέα στην Αράχοβα (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2011).....	72
Πίνακας 3: Αφίξεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα εκτός από κάμπινγκ για το 2016 (Ελληνικά Στατιστική Αρχή, 2016).....	74
Πίνακας 4: Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα εκτός από κάμπινγκ για το 2016 (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2016).....	75
Πίνακας 5: Προϋποθέσεις ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Αράχοβα.....	96
Πίνακας 6: Εναλλακτικός τουρισμός και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.....	101



## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός αφορά σε ένα πολύπλευρο ζήτημα το οποίο έχει οικονομικές και κοινωνικές διαστάσεις, ενώ γνώρισε ιδιαίτερη ανάπτυξη κατά τη μεταπολεμική περίοδο. Η άμεση συνέπεια αυτού ήταν η άμεση εθνική, περιφερειακή αλλά και τοπική ανάπτυξη των περιοχών στις οποίες ανθούσε το τουριστικό φαινόμενο. Ο τουρισμός ως έννοια είναι σχετικά δύσκολο να προσεγγιστεί, ενώ κατά κύριο λόγο αφορά σε μία ατομική ή ομαδική μετακίνηση ατόμων σε μία περιοχή διαφορετική από εκείνη της μόνιμης κατοικίας τους, όπου παρεμβάλλεται τουλάχιστον μία διανυκτέρευση και οι λόγοι μπορεί να είναι επαγγελματικοί ή ψυχαγωγικοί. Γίνεται αντιληπτό ότι ο τουρισμός από τη μία πλευρά θεωρείται ως ένα μέσο ψυχαγωγίας και από την άλλη αποτελεί μία οικονομική δραστηριότητα, καθώς τα έσοδα των τουριστικών δραστηριοτήτων των περιοχών υποδοχής των επισκεπτών/τουριστών είναι αρκετά. Επίσης, η άφιξη επισκεπτών/τουριστών δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, συνδράμει προς τη βελτίωση των υποδομών και τη δημιουργία νέων επενδύσεων, ενώ εν γένει βελτιώνεται το βιοτικό επίπεδο των τοπικών κατοίκων.

Η Ελλάδα αποτελεί μία χώρα η οποία διαθέτει μακρά παράδοση στη φιλοξενία, ενώ δεν πρέπει να παραληφθεί η αναφορά στο γεγονός ότι κατά την περίοδο της αρχαιότητας λατρεύονταν η Εστία ως προστάτιδα της φιλοξενίας. Καθίσταται λοιπόν σαφές ότι ο τουρισμός, ο οποίος έχει άμεση σύνδεση με την έννοια της φιλοξενίας, θα βρίσκεται στη χώρα σε μεγάλη ανάπτυξη. Ωστόσο, εκτός αυτού η Ελλάδα διαθέτει αρκετά συγκριτικά πλεονεκτήματα τα οποία καταστούν τη χώρα ως ένα δημοφιλή τουριστικό προορισμό. Το μεγάλο μήκος των ακτογραμμών της, το μεσογειακό κλίμα της με τους ήπιους χειμώνες και τα ζεστά καλοκαίρια, η επικράτεια της ηλιοφάνειας, ο αρχαιολογικός και ο πολιτιστικός πλούτος της, η πλούσια ιστορία της, η βιοποικιλότητα και η πλούσια γη η οποία προσφέρει υψηλής ποιότητας τρόφιμα αποτελούν ορισμένους από τους λόγους που προσδίδουν στη χώρα ανταγωνιστικό τουριστικό πλεονέκτημα. Δεν πρέπει να παραληφθεί η αναφορά στο γεγονός ότι η τουριστική βιομηχανία αποτελεί το βασικό πυλώνα ανάπτυξης της εθνικής οικονομίας και της αναπτυξιακής πολιτικής της χώρας.

Σε αυτό το σημείο είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι όλα τα παραπάνω στοιχεία τα οποία προσδίδουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας, αποτελούν ταυτόχρονα παράγοντες ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών

τουρισμού. Η στροφή του παγκόσμιου περιβάλλοντος προς την προστασία του οικολογικού περιβάλλοντος και οι δυσμενείς επικρατούσες συνθήκες ως προς την αποτροπή της μόλυνσης του περιβάλλοντος αποτελούν ευκαιρίες για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού. Η τουριστική βιομηχανία περιλαμβάνει μία σειρά ανθρωπίνων δράσεων, οι οποίες με άμεσο ή με έμμεσο τρόπο επηρεάζουν τους διαθέσιμους πόρους. Ως εκ τούτου οποιαδήποτε δραστηριότητα ξεπερνά τη λογική διαχείριση των διαθέσιμων πόρων μπορεί να δημιουργήσει ουσιαστικά προβλήματα στο περιβάλλον, στην κοινωνία και στην οικονομία του εκάστοτε τουριστικού προορισμού. Για το λόγο αυτό θεωρείται σκόπιμη η προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού ο οποίος προωθεί την περιβαλλοντική προστασία και την ελεγχόμενη ανάπτυξη των υποδομών, με αποτέλεσμα η τουριστική δραστηριότητα να είναι βιώσιμη.

Στα πλαίσια συγγραφής της παρούσας μελέτης επιχειρείται η διερεύνηση του εναλλακτικού τουρισμού ως ένας ανερχόμενος τομέας της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής της Αράχοβας. Η Αράχοβα αποτελεί μία περιοχή η οποία έχει γνωρίσει αξιόλογη τουριστική ανάπτυξη εξαιτίας της γειτνίασής της με τον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών και της λειτουργίας του Χιονοδρομικού Κέντρου του Παρνασσού. Ωστόσο, με την πάροδο των ετών έχουν αναγνωριστεί αρκετά στοιχεία τα οποία αποτελούν τις βάσεις για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που με τη σειρά του ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να προωθήσει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και την προστασία του περιβάλλοντος. Η παρούσα μελέτη, μέσω της εκπόνησης μίας πρωτογενούς έρευνας με τη χρήση ενός ερωτηματολογίου, καλείται να απαντήσει στα κάτωθι ερευνητικά ερωτήματα:

1. Υπάρχουν προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή της Αράχοβας;
2. Υπάρχουν οι κατάλληλες τουριστικές υποδομές (χώροι διαμονής, χώροι εστίασης και διασκέδασης, βατότητα οδικού δικτύου) που μπορούν να υποστηρίξουν την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας στην περιοχή;
3. Υπάρχουν οι προϋποθέσεις για την ανάδειξη δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού που μπορούν να προσελκύσουν επισκέπτες;
4. Στην περιοχή της Αράχοβας παρατηρείται το φαινόμενο της εποχικότητας (τουριστική κίνηση κυρίως κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου), και η

μη αξιοποίηση των τουριστικών δυνατοτήτων της κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου;

5. Η αντιμετώπιση της Αράχοβας ως ένα τουριστικό προορισμό μαζικού χαρακτήρα, λόγω της υψηλής συγκέντρωσης επισκεπτών κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου, μπορεί να προκαλέσει αλλοίωση του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου της περιοχής;

Το παρόν συγγραφικό πόνημα περιλαμβάνει μία βιβλιογραφική ανασκόπηση το οποίο καλύπτει μία εισαγωγή στην έννοια του τουρισμού και μία ακτινογραφία του ελληνικού τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, στην πρώτη ενότητα του πρώτου κεφαλαίου παρουσιάζεται ο ορισμός του τουρισμού και ο κλασικός τύπος του τουρισμού όπως επίσης και η ικανοποίηση του καταναλωτή/τουρισμού από την τουριστική βιομηχανία. Επιπλέον, αναλύεται ο εναλλακτικός τουρισμός και λαμβάνει χώρα μία σύγκριση μεταξύ της έννοιας του μαζικού, του εναλλακτικού και του οργανωμένου τουρισμού. Δεν πρέπει να παραληφθεί η αναφορά στο γεγονός ότι ο εναλλακτικός τουρισμός παρουσιάζεται στο πλαίσιο της ανάπτυξης, συζητούνται οι τύποι του εναλλακτικού τουρισμού αλλά και ορισμένα στοιχεία που διαφοροποιούν τον εναλλακτικό τουρισμό. Τέλος, παρουσιάζεται ο μαζικός τουρισμός έναντι του εναλλακτικού τουρισμού και τα απαραίτητα δομικά στοιχεία για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού.

Στη δεύτερη ενότητα του πρώτου κεφαλαίου παρουσιάζεται η ακτινογραφία του ελληνικού τουρισμού, ενώ ταυτόχρονα πραγματοποιείται μία ανάλυση SWOT του ελληνικού τουρισμού. Εν συνεχεία παρουσιάζονται οι παράγοντες επηρεασμού της τουριστικής ζήτησης και της τουριστικής προσφοράς και τέλος συζητείται ο ελληνικός τουρισμός στα πλαίσια του παγκόσμιου τουρισμού. Επιπλέον, στο δεύτερο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης παρουσιάζεται ο τουριστικός προορισμός της Αράχοβας, στην οποία εστίασε ο ερευνητής την εργασία του. Στα πλαίσια του δευτέρου κεφαλαίου παρουσιάζεται αρχικά η περιοχή της Αράχοβας και έπειτα η Αράχοβα ως τουριστικός προορισμός και η καθημερινότητα των κατοίκων της Αράχοβας. Επίσης, θεωρήθηκε χρήσιμη η αναφορά των υποδομών και των διαθέσιμων πόρων της Αράχοβας, η τουριστική προσφορά της Αράχοβας αλλά και ο εναλλακτικός τουρισμός ως πυλώνας τουριστικής ανάπτυξης της Αράχοβας. Στο τρίτο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας

μέσω της παρουσίασης της έρευνας, ο σχεδιασμός της έρευνας και η δημιουργία του ερευνητικού εργαλείου, η μεθοδολογία της έρευνας και τέλος οι περιορισμοί της έρευνας. Σε συνέχεια του τρίτου κεφαλαίου, στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας ως μεμονωμένες ενότητες του ερευνητικού εργαλείου. Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα στα οποία κατέληξε ο ερευνητής με την ολοκλήρωση της παρούσας έρευνας και ορισμένες προτάσεις περαιτέρω μελέτης.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

### 1.1 Εισαγωγή στον τουρισμό

#### 1.1.1 Ο ορισμός του τουρισμού

Ο όρος «τουρισμός» προέρχεται από τη λέξη «περιοδεία», η οποία υποδηλώνει τη μεταφορά ατόμων από τον τόπο κατοικίας τους σε έναν άλλο τόπο (διαφορετικό από εκείνον της κατοικίας τους) για πολιτιστικούς και ψυχαγωγικούς λόγους ή για λόγους χαλάρωσης και αναζωογόνησης. Επιπλέον, ο τουρισμός αφορά στην οργανωμένη προσπάθεια μίας χώρας να διατηρήσει τα άτομα που επιθυμούν να ταξιδέψουν, για τους σκοπούς που αναφέρθηκαν παραπάνω, και ταυτόχρονα να προσελκύσει νέα άτομα προσφέροντάς τους υπηρεσίες οι οποίες θα ενισχύσουν τη γνώση τους, θα προωθήσουν την κουλτούρα της περιοχής και θα τα βοηθήσουν να ξεφύγουν από την καθημερινότητα (Karagiannis & Exarchos, 2006). Η έννοια του τουρισμού επιμερίζεται στον τουρισμό ζήτησης και αφορά στα άτομα τα οποία ενεργούν ως καταναλωτές και αντιπροσωπεύουν την τουριστική ζήτηση και τον τουρισμό προσφοράς, ο οποίος αφορά στα άτομα τα οποία εκτελούν τις δραστηριότητες της υποδοχής και της άμεσης εξυπηρέτησης των επισκεπτών/τουριστών και αντιπροσωπεύουν την τουριστική προσφορά. Ο αντίκτυπος του τουρισμού στον οικονομικό και στον κοινωνικό τομέα μίας χώρας είναι τεράστιος σε παγκόσμιο επίπεδο έχοντας άμεσες και έμμεσες συνέπειες (Buhalis & O' Connor, 2005).

Ο τουρισμός αποτελεί ένα φαινόμενο το οποίο υπόκειται σε ποικίλες αλλαγές και αλλοιώσεις εξαιτίας του οικονομικού και του κοινωνικού περιβάλλοντος. Η αρμονία του εξωτερικού περιβάλλοντος στον τουρισμό είναι υπεύθυνη για το βαθμό στον οποίο το τελικό τουριστικό προϊόν μπορεί να είναι αποδεκτό από τους τελικούς καταναλωτές/τουρίστες (Doswell, 2002). Ο Smith (1994) ήταν ένας από τους λίγους ερευνητές των τελευταίων δεκαετιών, ο οποίος είχε αναλύσει το τουριστικό προϊόν σε πέντε στοιχεία:

1. Τη φυσική υπόσταση.
2. Την υπηρεσία.
3. Τη φιλοξενία.

4. Την ελευθερία της επιλογής.
5. Τη συμμετοχή.

Για τους καταναλωτές/τουρίστες, το προϊόν αφορά σε μία ολοκληρωμένη εμπειρία η οποία ικανοποιεί τις πολλαπλές ανάγκες τους και τους παρέχει τα αντίστοιχα οφέλη (Xu, 2010). Από την οπτική του μάρκετινγκ, οι υπεύθυνοι για την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος και οι έμποροι είναι χρήσιμο να γνωρίζουν τι συνήθως περιλαμβάνεται σε ένα τουριστικό προϊόν, τόσο αναφορικά με τα υλικά όσο και με τα άυλα στοιχεία. Σύμφωνα με τη θεωρία των πέντε στοιχείων τουριστικού προϊόντος του Smith (1994), η φυσική υπόσταση και η ελευθερία της επιλογής αποτελούν τα απτά στοιχεία, ενώ όλα τα υπόλοιπα στοιχεία είναι άυλα. Ένα τουριστικό προϊόν είναι επιτυχές όταν τα παραπάνω πέντε στοιχεία συνδυάζονται αρμονικά για να προσελκύσουν και να ευχαριστήσουν τους καταναλωτές/τουρίστες και να εκπληρώσουν τις ανάγκες τους. Μεταξύ των καταναλωτών/τουριστών πρέπει να υπάρχει μία ισορροπημένη συμβιωτική σχέση, αναφορικά με την ικανοποίηση των αναγκών τους και των αναγκών ανάπτυξης που διαθέτει ένας τουριστικός προορισμός (Buhalis & O' Connor, 2005). Αρχικά ένα τουριστικό προϊόν αποτελεί μία ανακάλυψη, η οποία στην πορεία εξελίσσεται και ακολουθεί τα εξής στάδια της διάρκειας ζωής (Xu, 2010):

- Τη δημιουργία.
- Την ανάπτυξη.
- Την ωριμότητα.
- Τον κορεσμό.
- Την παρακμή.

Για το λόγο αυτό, το τουριστικό προϊόν πρέπει πάντα να αξιολογείται, να μετράται και να υπόκειται σε συγκεκριμένα πρότυπα όσον αφορά τα απτά του στοιχεία. Τα άυλα στοιχεία (φιλοξενία, εξυπηρέτηση, συμμετοχή) ευθύνονται για την αίσθηση που αφήνει το τουριστικό προϊόν και τα συναισθήματα που δημιουργεί. Ο συνδυασμός όλων αυτών των στοιχείων δημιουργεί την αίσθηση της χαράς σε κάθε καταναλωτή/τουρίστα (Doswell, 2002).

### **1.1.2 Ο κλασικός τύπος τουρισμού**

Στην παρούσα ενότητα θα πραγματοποιηθεί μία αναφορά στους κλασικούς τύπους του τουρισμού, οι οποίοι δεν έχουν αποδειχθεί αρκετά αποτελεσματικοί και για το λόγο αυτό έχουν αναδυθεί οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι οι τελευταίες αποτελούν δυναμικές πηγές δημιουργίας αξίας για την τουριστική βιομηχανία. Ξεκινώντας την παρουσίαση των κλασικών τύπων τουρισμού, ο πρώτος είναι εκείνος του παράκτιου ή θαλάσσιου τουρισμού ο οποίος αποτελεί και την πλέον παραδοσιακή μορφή του. Αυτός ο τύπος τουρισμού αναπτύχθηκε σε σημαντικό βαθμό στις χώρες που βρίσκονται στη Λεκάνη της Μεσογείου, όπου τόσο ο ήλιος όσο και η θάλασσα αποτελούν συνηθισμένα στοιχεία. Αυτήν η μορφή τουρισμού στηρίζεται κυρίως στην έννοια του μαζικού τουρισμού, όπου οι μετακινήσεις των τουριστών λαμβάνουν το χαρακτήρα του «σμήνους», ενώ βασικό χαρακτηριστικό του είναι και ο μιμητισμός (Βαρβαρέσος, 2009).

Αρκετοί είναι εκείνοι οι οποίοι υποστηρίζουν ότι ο παράκτιος ή ο θαλάσσιος τουρισμός αφορά σε μία προσωρινή συγκυρία με αρνητικό αντίκτυπο για την περιοχή στην οποία αναπτύσσεται. Από την άλλη πλευρά, ορισμένοι υποστηρίζουν ότι αυτός ο τύπος τουρισμού περιλαμβάνει ορισμένες αδυναμίες. Η διάρκεια ζωής ενός τουριστικού τύπου φαίνεται από το βαθμό ανταπόκρισης στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος και στο μοντέλο των διακοπών που προωθείται, όπου η τουριστική ζήτηση απευθύνεται σε άτομα τα οποία διαθέτουν χαμηλότερα εισοδήματα. Αυτός ο τουριστικός τύπος μπορεί να είναι βιώσιμος, χάρη στην καταγραφή των κερδών που αποδίδονται στη μαζική παραγωγή. Η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος του θαλάσσιου ή παράκτιου τύπου, αυξήθηκε κατά τη διάρκεια ενός μεγάλου αριθμού ετών (Karagiannis & Exarchos, 2006).

Ωστόσο, ο τύπος του παράκτιου ή θαλάσσιου τουρισμού αν και αφορά σε ένα μοντέλο σταθερής τουριστικής ανάπτυξης δεν μπορεί να διατηρηθεί για μεγάλο χρονικό διάστημα. Επιπλέον, στο τέλος της διάρκειας ζωής αυτής της μορφής του τουριστικού προϊόντος, παρατηρείται μία αύξηση στο επίπεδο των τιμών (Βαρβαρέσος, 2009). Το πλεονέκτημα αυτό τείνει να εξαφανιστεί για δύο λόγους (Βαρβαρέσος, 2009):

1. Η φύση των συνθηκών ανάπτυξης του θαλάσσιου ή παράκτιου τύπου τουρισμού.

## 2. Η παρουσία προβλημάτων στην παραγωγή των τουριστικών υπηρεσιών.

Αυτήν η παραδοσιακή μορφή μαζικού τουρισμού, όχι μόνο δημιουργεί ένα υψηλότερο κόστος, αλλά και η ποιότητά του επιδεινώνεται σταδιακά. Επιπλέον, δημιουργείται μία κατάσταση κορεσμού και έντονης παρακμής. Αυτός ο τύπος δεν επιτρέπει την εξατομικευμένη συμπεριφορά, ούτε καν το διαχωρισμό των τουριστικών προτιμήσεων των καταναλωτών/τουριστών. Η καλύτερη στρατηγική δράσης σε αυτή την περίπτωση, ειδικά όταν υπάρχει οικονομική κρίση, είναι η υιοθέτηση ενός μακροχρόνιου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, η παρακολούθηση της ποιότητας έναντι της ποσότητας και της διαφοροποίησης έναντι της ομογενοποίησης (Buhalis & O' Connor, 2005). Σε αντίθεση με την παραδοσιακή μορφή του θαλάσσιου ή του παράκτιου τουρισμού, έχει προταθεί ένα νέο μοντέλο το οποίο επικεντρώνεται στις ακόλουθες τέσσερις μεταβλητές (Βαρβαρέσος, 2009):

- Στο περιβάλλον και στην καθαρή φύση.
- Στην προώθηση της ιστορίας μίας περιοχής και στον εκπαιδευτικό τουρισμό εν γένει.
- Στην πραγματοποίηση εκδηλώσεων και γεγονότων ευρείας κλίμακας.
- Στη διασκέδαση και στην ψυχαγωγία.

Η κύρια διαφορά σε σχέση με το παραδοσιακό μοντέλο βασίζεται στη γενική ιδέα η οποία διαμορφώνεται σε σχέση με τον τουρισμό στη χώρα υποδοχής. Συνεπώς, κρίνεται απαραίτητη η προσαρμογή των παραδοσιακών τύπων τουρισμού, λαμβάνοντας υπόψη τις δυσκολίες κατανόησης και υιοθέτησης των νέων δεδομένων (Βαρβαρέσος, 2009).

### ***1.1.3 Η ικανοποίηση του καταναλωτή/τουρίστα στην τουριστική βιομηχανία***

Τόσο οι αντιλήψεις των καταναλωτών/τουριστών όσο και ο ρόλος τους στον προσδιορισμό της απόδοσης του τουρισμού θεωρούνται αρκετά σημαντικά στοιχεία στην τουριστική βιομηχανία. Ένας καταναλωτής/τουρίστας με θετικές αντιλήψεις σχετικά με την ποιότητα των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών, είναι πιθανό να αναφέρει υψηλά επίπεδα ικανοποίησης και μία πολύ θετική εμπειρία από τη χρήση των συγκεκριμένων υπηρεσιών (Caruana & Msida, 2002). Σήμερα, οι καταναλωτές/τουρίστες γνωρίζουν ακριβώς τι θέλουν και είναι σε θέση να



αξιολογήσουν ότι τους προσφέρεται. Προκειμένου οι τουριστικές επιχειρήσεις να είναι αποτελεσματικές και να επιτύχουν να διατηρήσουν τους καταναλωτές/τουρίστες στο μέλλον, είναι ζωτικής σημασίας να μπορούν να συμερίζονται και να λύνουν τις ανάγκες και τις απαιτήσεις των επισκεπτών τους (Xu, 2010). Ο Kotler (2003) υποστήριξε ότι οι πελάτες βιώνουν σε κάποιο βαθμό ικανοποίηση ή δυσαρέσκεια από τις παρεχόμενες υπηρεσίες, και αυτή η ψυχολογική αλλαγή επηρεάζει την επακόλουθη συμπεριφορά τους.

Δύο στοιχεία τα οποία είναι ουσιώδη στο σύστημα της τουριστικής βιομηχανίας είναι η ποιότητα των προϊόντων και οι ανθρώπινοι πόροι. Σε οικονομικούς όρους, ο πιο πετυχημένος οργανισμός είναι εκείνος ο οποίος είναι ικανός να ικανοποιήσει τις ανάγκες των πελατών του και προσπαθεί να τους διατηρήσει ικανοποιημένους (Marinescu & Ispas, 2011). Αξίζει να σημειωθεί ότι έχουν αναπτυχθεί διάφορα μοντέλα για τη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών κατά το παρελθόν. Το πιο γνωστό είναι το SERVQUAL, το οποίο αναπτύχθηκε από τους Parasuraman et al. (1988). Το εν λόγω μοντέλο πρότεινε ότι η ποιότητα της υπηρεσίας μετράται από πέντε διαστάσεις οι οποίες είναι η αξιοπιστία, η εξασφάλιση, η απτότητα, η ευαισθησία και η απόκριση. Η αξιοπιστία αναφέρεται στην ικανότητα του οργανισμού να πραγματοποιεί αξιόπιστα και με ασφάλεια την υπηρεσία που έχει υποσχεθεί με ακρίβεια. Επιπλέον, η εξασφάλιση αφορά στη γνώση του ανθρωπίνου δυναμικού και στην ικανότητά τους να μεταφέρουν το αίσθημα της εμπιστοσύνης στο φυσικό περιβάλλον μίας επιχείρησης ή ενός οργανισμού (εγκαταστάσεις, εξοπλισμός, καθαριότητα). Η ευαισθησία αναφέρεται στην προθυμία του ανθρωπίνου δυναμικού να παρέχει εξατομικευμένη προσοχή στους καταναλωτές (ευελιξία του ωραρίου λειτουργίας της επιχείρησης ή του οργανισμού) και η απόκριση αφορά στην προθυμία του ανθρωπίνου δυναμικού να βοηθά τους καταναλωτές και να τους παρέχουν άμεσες υπηρεσίες. Το εν λόγω μοντέλο είναι ένα χρήσιμο εργαλείο διαχείρισης, καθώς αποσκοπεί στον εντοπισμό των κενών μεταξύ των προσδοκιών των πελατών και των αντιλήψεων των πελατών σχετικά με τις υπηρεσίες (Kouthouris & Alexandris, 2005).

Στον αντίποδα, υπάρχουν πολλά επιχειρήματα εναντίον αυτού του μοντέλου, τα οποία υποστηρίζουν ότι δεν είναι επαρκές. Οι Ausbonteng et al. συμπέραναν ότι μέχρι να εμφανιστεί ένα καλύτερο μοντέλο, αλλά πιο απλό, το μοντέλο SERVQUAL θα επικρατήσει ως μέτρο αξιολόγησης της ποιότητας των υπηρεσιών (Marinescu &

Ispas, 2011). Η ικανοποίηση των πελατών μπορεί να είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για τις επιχειρηματικές επιδόσεις. Σύμφωνα με τους Zeithaml & Bitner (2003) η ικανοποίηση είναι η απάντηση στην αίσθηση της ολοκλήρωσης από την πλευρά των καταναλωτών και με αυτόν τον τρόπο αποφασίζεται ότι ένα προϊόν ή μία υπηρεσία παρέχει ένα ευχάριστο επίπεδο ικανοποίησης από την κατανάλωσή της (Kouthouris & Alexandris, 2005).

#### ***1.1.4 Η προέλευση του εναλλακτικού τουρισμού***

Την εποχή που σημειώθηκε μία σημαντική άνοδος του μαζικού τουρισμού, ιδιαίτερα εξαιτίας της ευρείας χρήσης ιδιωτικών αυτοκινήτων στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής στη δεκαετία του 1950, παράλληλα υπήρχε μία διάχυτη αίσθηση αισιοδοξίας και ενθουσιασμού όχι μόνο για τις ίδιες τις διακοπές αλλά και για τη δυναμική του τουρισμού (Hall, 2000). Ωστόσο, υπό το πρίσμα του μαζικού τουρισμού ορισμένες τουριστικές περιοχές, όπως εκείνες της Μεσογείου, υπέστησαν σοβαρές απώλειες οι οποίες είχαν ως αποτέλεσμα την υποβάθμισή τους, λόγω του υπερβολικού συνωστισμού, της περιβαλλοντικής υποβάθμισης και της ρύπανσης, της αστικής εξάπλωσης αλλά και της απώλειας σημαντικών βιοτόπων. Σε κοινωνικό επίπεδο, ο τουρισμός είναι ικανός να βλάψει μία κουλτούρα με την εμπορευματοποίησή της ή την υπονόμευσή της μέσω των επιπτώσεων στην τοπική κοινωνία. Οι κάτοικοι ορισμένων περιοχών μπορούν να εκτοπιστούν από τη γη τους, η οποία θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί με εναλλακτικούς τρόπους όπως για την παραγωγή προϊόντων. Επιπλέον, το ανθρώπινο δυναμικό και άλλοι κοινοτικοί πόροι εκτρέπονται από διάφορους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, ώστε να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες του τουρισμού. Αυτές οι αρνητικές οικολογικές, κοινωνικές και οικονομικές πτυχές που συνδέονται με την τουριστική βιομηχανία, έχουν λάβει τεράστιες διαστάσεις κατά τα τελευταία έτη (Karagiannis & Exarchos, 2006).

Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει προταθεί ως μία απάντηση η οποία μπορεί να προσφέρει λύσεις σε όλα τα παραπάνω προβλήματα και κυρίως να περιορίσει τον ανεξέλεγκτο μαζικό τουρισμό. Ορισμένες από τις κυριότερες μορφές του εναλλακτικού τουρισμού είναι ο πολιτιστικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο περιηγητικός τουρισμός, ο οικολογικός

τουρισμός, ο θεραπευτικός τουρισμός ή ο γαστρονομικός τουρισμός. Όλες αυτές οι μορφές υπογραμμίζουν το διαφορετικό ρόλο με τον οποίο ο τουρισμός εκλαμβάνεται από διαφορετικούς ανθρώπους (Βαρβαρέσος, 2009). Οι Mowforth & Munt (2003) αναγνώρισαν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού ως «νέες τουριστικές δραστηριότητες», και όχι ως εναλλακτικό τουρισμό. Ο λόγος αφορά στο γεγονός ότι ορισμένα από τα παραπάνω φαινόμενα μπορούν να συνδεθούν με το μαζικό τουρισμό, ενώ ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται συχνά ξεχωριστός και αντίθετος από το μαζικό τουρισμό.

### ***1.1.5 Σύγκριση εννοιών μαζικού τουρισμού, εναλλακτικού τουρισμού και οργανωμένου τουρισμού***

Ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία υπέρ του εναλλακτικού τουρισμού, είναι η τάση των υπερασπιστών του να τον εξομοιώνουν με όλες τις θετικές επιπτώσεις και καταδικάζοντας ταυτόχρονα το μαζικό τουρισμό. Ο μαζικός τουρισμός αναφέρεται στο σύγχρονο και βιομηχανικό τουρισμό, όπου είναι μεγάλος αριθμός τουριστών μετακινούνται και αξιοποιούν τις υπηρεσίες φιλοξενίας των τουριστικών επιχειρήσεων των περιοχών επίσκεψής τους. Η τουριστική βιομηχανία είναι σε θέση να πετύχει την τυποποίηση και τις οικονομίες κλίμακας, μέσω οργανωμένων κοινοτήτων μεγάλων επιχειρήσεων οι οποίες συγκεντρώνουν τα χαρακτηριστικά της σύγχρονης εποχής. Ο εναλλακτικός ή ο ειδικός τουριστικός τουρισμός θα μπορούσε κανείς να ισχυριστεί ότι εξελίχθηκε εν μέρει από μία αντίδραση στις συνοδευτικές ζημιές του μαζικού τουρισμού. Συγκεκριμένα, του αποδίδονται ιδιότητες όπως είναι η περιορισμένη κλίμακα, η χαμηλή έκπτωση, η αύξηση της ευαισθητοποίησης και της εκπαίδευσης και ο σεβασμός στην τοπική κοινότητα σε αντίθεση με το μαζικό τουρισμό (Mowforth & Munt, 2003).

Ο οργανωμένος τουρισμός αφορά στο φαινόμενο το οποίο περιλαμβάνει μία δύναμη η οποία προσπαθεί να πετύχει την κάθετη ολοκλήρωση, μέσω της ιδιοκτησίας διαφόρων τομέων του τουρισμού και της ταξιδιωτικής βιομηχανίας, όπως είναι τα ταξίδια, το χονδρικό εμπόριο, οι ταξιδιωτικές επιχειρήσεις και τα τουριστικά γραφεία, οι αεροπορικές εταιρείες, η ανταλλαγή νομισμάτων, οι υπηρεσίες ή τα συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων και οι φορείς παροχής υπηρεσιών φιλοξενίας. Η λογική του οργανωμένου τουρισμού στηρίζεται στην εκμετάλλευση και στην

εμπορευματοποίηση όλων των τοπικών συντελεστών παραγωγής, συμπεριλαμβανομένων και των ανθρώπων, των πολιτισμών και του περιβάλλοντος. Τόσο ο εναλλακτικός όσο και ο μαζικός τουρισμός μπορούν να οργανωθούν σε κάθε τομέα και να αποτελέσουν μία κερδοφόρα πηγή εσόδων σε μία διαφοροποιημένη αγορά.

Αντί καταδικάζεται ο μαζικός τουρισμός, πρέπει να αναγνωριστεί το γεγονός ότι τόσο ο εναλλακτικός όσο και ο μαζικός τουρισμός, έχουν τον τρόπο τους να διαδραματίσουν ένα στοιχείο εξισορρόπησης των επιπτώσεων της κοινωνίας και του περιβάλλοντος. Για παράδειγμα, ένα μεγάλο μέρος του κοινωνικού τουρισμού, ο οποίος αφορά σε μία μορφή τουρισμού η οποία παρέχεται σε άτομα χαμηλού εισοδηματικού επιπέδου ως μία μορφή δημόσιας πρόνοιας, είναι πιο συμβατός με το μαζικό τουρισμό. Ο λόγος αφορά στο γεγονός ότι οι απαιτήσεις σε μετοχές αυτού του είδους, απαιτούν την υποδοχή και την εξυπηρέτηση μεγάλου όγκου ανθρώπων. Επιπλέον, σε ορισμένες περιπτώσεις ο μαζικός τουρισμός μπορεί να είναι πιο κατάλληλος και βιώσιμος από τον εναλλακτικό τουρισμό, όπως συμβαίνει στις ήδη αναπτυγμένες περιοχές, όπου με τις υφιστάμενες υποδομές καταφέρνουν να εξυπηρετήσουν τους τουρίστες. Από την άλλη πλευρά οι τουρίστες που επιλέγουν τον οικοτουρισμό ως εναλλακτική μορφή τουρισμού, προσελκύονται από φυσικά τοπία «παρθένα» περιβάλλοντα, όπου ακόμη και ο μικρότερος αριθμός προσέλευσής τους μπορεί να έχει σημαντική αρνητική επίπτωση στο περιβάλλον.

Εάν η διασύνδεση μεταξύ μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού είναι μερικές φορές διφορούμενη, ο καθορισμός και η σωστή ορολογία για τον εναλλακτικό τουρισμό είναι εξίσου αμφισβητήσιμη. Ο εναλλακτικός τουρισμός διαθέτει αρκετούς προσδιορισμούς όπως είναι «ο υπεύθυνος τουρισμός», «ο νέος τουρισμός», «ο μαλακός τουρισμός», «ο τουρισμός με χαμηλό αντίκτυπο», «ο τουρισμός ειδικού ενδιαφέροντος» ή «ο τουρισμός με την ικανότητα διευκόλυνσης στο να βιώσει κανείς ειδικές εμπειρίες» (Sharpley & Telfer, 2000), (Mowforth & Munt, 2003). Η έννοια του «μαλακού τουρισμού» και του «τουρισμού με την ικανότητα διευκόλυνσης στο να βιώσει κανείς ειδικές εμπειρίες», προέρχονται από τα ευρωπαϊκά κράτη των Άλπεων, όπου έχει αναφερθεί ότι ο τουρισμός έχει ελάχιστες περιβαλλοντικές και κοινωνικο-πολιτισμικές επιπτώσεις, και θεωρείται ως αντίθετη μορφή από το μαζικό τουρισμό (Sharpley & Telfer, 2000).

Ο Cazes (1989) παρατήρησε ότι πολύ συχνά οι χρησιμοποιούν την έννοια του εναλλακτικού τουρισμού ταυτόσημα με την ολοκληρωμένη, προσαρμοσμένη, ελεγχόμενη, ενδογενή, υπεύθυνη, αυθεντική, δίκαιη, ευχάριστη και συμμετοχική έννοια του τουρισμού, αποδεικνύοντας το εύρος των χαρακτηριστικών που του αποδίδονται. Ο ακριβής προσδιορισμός της έννοιας του εναλλακτικού τουρισμού είναι αμφισβητήσιμος, ενώ προκύπτει μία σύγχυση καθώς κάποιοι χρησιμοποιούν τον όρο του εναλλακτικού τουρισμού για να αναφερθούν σε ένα πολωμένο φαινόμενο εκ διαμέτρου αντίθετο του μαζικού τουρισμού (Weaver & Lawton, 2007). Αξίζει να σημειωθεί ότι ορισμένοι ερευνητές αναφέρονται στον εναλλακτικό τουρισμό ως μία εξειδικευμένη αγορά η οποία έχει αναδυθεί από τις απαιτήσεις των νέων καταναλωτών (Douglas, et al., 2001), ενώ άλλοι μιλούν για το μετασχηματισμό σε όλο το εύρος της τουριστικής βιομηχανίας προς πιο τον τουρισμό προς πιο «καλοήθεις» μορφές (Hamilton-Smith, 1987).

Επειδή ο εναλλακτικός τουρισμός είναι δύσκολο να προσδιοριστεί, χαρακτηρίζεται συχνά από τη λειτουργία επιχειρήσεων μικρής κλίμακας, οι οποίες εκμεταλλεύονται τις υπάρχουσες εγκαταστάσεις οι οποίες εξυπηρετούν την τοπική κοινότητα, το χαμηλό όγκο τουριστών που εξυπηρετείται και την περιορισμένη ανάπτυξη (Βαρβαρέσος, 2009). Σε αυτό το σημείο είναι χρήσιμο να αναφερθεί ότι οι Douglas et al. (2001) χαρακτήρισαν τον εναλλακτικό τουρισμό ως μία μορφή τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος, ενώ συγκεκριμένα τον περιέγραψαν ως την παροχή εξατομικευμένων ψυχαγωγικών εμπειριών, οι οποίες καθοδηγούνται από συγκεκριμένα εκφρασμένα συμφέροντα ατόμων και ομάδων. Ένας τουρίστας ειδικού ενδιαφέροντος επιλέγει να εμπλακεί με ένα προϊόν ή μία υπηρεσία η οποία ικανοποιεί συγκεκριμένα ενδιαφέροντα και ανάγκες, έτσι ώστε ο τουρισμός να λαμβάνει χώρα για ένα ξεχωριστό και συγκεκριμένο λόγο. Ως εκ τούτου ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται ως μία ιδανική μορφή τουρισμού, η οποία συμβαίνει σε μία συγκεκριμένη τοποθεσία, ανάγοντας τον τουρισμό σε μία κοινωνική δύναμη. Ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να προσφέρει εκπαιδευτικές και διαδραστικές τουριστικές εμπειρίες για την αντιμετώπιση του φαινομένου του ηδονισμού, του υλισμού, του ατομικισμού και της ομοιομορφίας που συνδέεται με τον οργανωμένο τουρισμό (Douglas, et al., 2001).

Ένα άλλο συχνά αναφερόμενο χαρακτηριστικό του εναλλακτικού τουρισμού είναι ότι υπογραμμίζεται έντονα ο ρόλος της τοπικής κοινότητας στην ανάπτυξη και στη

διαχείριση της τουριστικής βιομηχανίας, ο οποίος κυμαίνεται από τη διαβούλευση με τη συμμετοχή έως τον τελικό έλεγχο. Τέλος, ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται σημαντικός για την ευαισθητοποίηση της συνείδησης των συμμετεχόντων (τουρίστες, κάτοικοι και βιομηχανία) σε σημαντικά θέματα. Για παράδειγμα, πολλοί αναλυτές αναμένουν ότι ο οικοτουρισμός θα μπορούσε να προωθήσει την περιβαλλοντική συνείδηση ή να εκπαιδεύσει τους τουρίστες. Επίσης, είναι χρήσιμο να ενθαρρύνει το στοιχείο της διατήρησης της ηθικής διαφύλαξης μεταξύ της τοπικής κοινότητας, ώστε να ξεχωρίσει από την ευρύτερη κατηγορία του μαζικού τουρισμού (Page & Dowling, 2002). Η περιγραφή του εναλλακτικού τουρισμού από τον Krippendorf (1987) δίνει μία αίσθηση για τα πώς τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του συνδυάζονται σε ένα πακέτο:

*«Ο εναλλακτικός τουρισμός δεν αφορά σε μία σαφώς καθορισμένη έννοια, αλλά ο όρος έρχεται να χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο για να προσδιορίσει διάφορους τρόπους μετακίνησης όπως είναι τα εκπαιδευτικά ταξίδια, οι διακοπές περιπέτειας ή οι μοναχικές διαδρομές που πραγματοποιούνται από τα άτομα. Ο όρος χρησιμοποιείται πιο συχνά για ταξίδια τα οποία πραγματοποιούνται σε χώρες του Τρίτου Κόσμου, αλλά μερικές μπορεί να αναφέρεται και σε ταξίδια που συμβαίνουν σε άλλες χώρες. Η κατευθυντήρια αρχή των τουριστών που επιλέγουν την εναλλακτική μορφή τουρισμού είναι να δημιουργήσουν όσο το δυνατό μεγαλύτερη απόσταση μεταξύ του εναλλακτικού και του μαζικού τουρισμού. Προσπαθούν να αποφύγουν την πεπατημένη διαδρομή, θέλουν να επισκεφθούν μέρη όπου κανείς δεν έχει πάει στο παρελθόν, θέλουν να κάνουν πράγματα τα οποία θα τους φέρουν μία αίσθηση περιπέτειας και θα τους βοηθήσουν να ξεχάσουν τον πολιτισμό τους για λίγο. Οι τουρίστες του εναλλακτικού τουρισμού προσπαθούν να επιδιώκουν να δημιουργήσουν περισσότερη επαφή με τον τοπικό πληθυσμό, προσπαθούν να μη λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους τις τουριστικές υποδομές και χρησιμοποιούν τα ίδια καταλύματα και μεταφορικά μέσα με τους κατοίκους των περιοχών που επισκέπτονται. Θέλουν επίσης να λάβουν ένα μεγαλύτερο όγκο πληροφοριών τόσο πριν όσο και κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Ταξιδεύουν μόνοι τους ή σε μικρές ομάδες».*

Στην πραγματικότητα, το φαινόμενο του εναλλακτικού τουρισμού θα μπορούσε να κατανοηθεί κατηγοριοποιώντας το με διαφορετικό τρόπο ανάλογα με το σκοπό που επιδιώκει το άτομο που διοργανώνει ένα ταξίδι. Σε αντίθεση με τις αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού, ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει έναν τρόπο

πρόληψης ή μετριασμού αυτών των επιπτώσεων με στόχο να μετατραπεί ο τουρισμός σε μία μορφή με χαρακτηριστικά ανεκτά προς την κοινωνία και το περιβάλλον. Επιπλέον, υπάρχουν και εκείνοι οι οποίοι οραματίζονται τον εναλλακτικό τουρισμό ως μία ευκαιρία για την επίτευξη ορισμένων στόχων πέραν του οικονομικού κέρδους για τις επαγγελματικές ή τις ευχάριστες διακοπές τους. Οι στόχοι αυτοί περιλαμβάνουν τη μετατόπιση του τουρισμού από την ηδονιστική του εστίαση σε μία εκπαιδευτική μορφή, εξασφαλίζοντας ότι ο τουρισμός προσφέρει οφέλη στις τοπικές κοινότητες μέσω των τουριστικών επιχειρήσεων και την ενθάρρυνση του τουρισμού προς μία πιο συντονισμένη κατεύθυνση με τις ευθύνες των τουριστών και της βιομηχανίας αναφορικά με τη διαχείριση των επιπτώσεων του τουρισμού, ώστε να επωφεληθούν από τις κοινωνίες και τα περιβάλλοντα στα οποία έχουν πρόσβαση (Douglas, et al., 2001).

Ολοκληρώνοντας είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι μία πιο προσεκτική εξέταση του εναλλακτικού τουρισμού προσδιορίζει ορισμένους επιπρόσθετους σκοπούς πίσω από την προώθησή του. Η τουριστική βιομηχανία έχει ασχοληθεί με ενεργά με τον εναλλακτικό τουρισμό προκειμένου να αξιοποιηθεί αυτή η προσοδοφόρα νέα εξειδικευμένη αγορά. Ως μία εναλλακτική λύση ο τουρισμός επιτρέπει στους υψηλού κόστους και προνομιούχους τουρίστες να εξασφαλίσουν την κατανάλωση ελίτ δραστηριοτήτων χωρίς την παρουσία των απλών, μαζικών τουριστών. Η προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού μπορεί να θεωρηθεί ως μία εταιρική στρατηγική για να αντισταθμιστεί η κριτική και να αποφευχθεί η επαχθής ρύθμιση (Βαρβαρέσος, 2009).

### ***1.1.6 Ο εναλλακτικός τουρισμός στο πλαίσιο της ανάπτυξης***

Στο τέλος του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου και με την έλευση του κινήματος της αποικιοκρατίας, περί της δεκαετίας του 1950 και του 1960, η ανησυχία αυξήθηκε αναφορικά με την ανάπτυξη των κοινωνιών ανά την υφήλιο. Σε εκείνη την εποχή υπήρχε μία πληθώρα παραδειγμάτων καθένα από τα οποία διέθετα το δικό του όραμα και έδινε το δικό του νόημα στα μέσα για την επίτευξη της ανάπτυξης. Σε πρώιμο στάδιο βρισκόταν το μοντέλο του εκσυγχρονισμού το οποίο ανέφερε ότι οι κοινωνίες καταλάμβαναν διάφορα σημεία κατά μήκος μίας περιοχής, μεταξύ της παράδοσης και του νεωτερισμού, ενώ η οικονομική ανάπτυξη ήταν το κλειδί για την πρόοδο σε μία προηγμένη και σύγχρονη κοινωνία (Rostow, 1960). Αυτό έθεσε υπό αμφισβήτηση

την εξειδικευμένη σχολή σκέψης η οποία ήταν εμφανής από τη δεκαετία του 1960, η οποία έκρινε ότι (Sharpley & Telfer, 2000):

*«η καπιταλιστική ανάπτυξη στο κέντρο των μητροπόλεων, ήταν ικανή να διαιωνίσει την υπανάπτυξη των περιφερειών ως αποτέλεσμα των οικονομικών πλεονασμάτων. Ως εκ τούτου οι περιφέρειες θα υφίσταντο απαλλοτρίωση από ξένες επιχειρήσεις, οι οποίες θα είχαν καταστρατηγηθεί από το κράτος ενώ θα είχαν δαπανηθεί οι παραδοσιακές ελίτ».*

Ως αποτέλεσμα αυτού οι κοινωνίες ενθαρρυνόταν ώστε να υιοθετήσουν τη νοοτροπία των σοσιαλιστών, η οποία ήταν εσωτερικά προσανατολισμένη στις αναπτυξιακές στρατηγικές οι οποίες βασίζονται στην εκβιομηχάνιση που είχε ως στόχο την εισαγωγή νέων μεθόδων παραγωγής (Brohman, 1996). Από τη δεκαετία του 1980, το πρότυπο αυτό αμφισβητήθηκε εξαιτίας της ανόδου των νεοκλασικών και νεοφιλελεύθερων οικονομολόγων, οι οποίοι υποστήριζαν την ανάπτυξη μέσω της δέσμευσης για ένα παγκοσμιοποιημένο ελεύθερο εμπόριο και μία αναπτυξιακή στρατηγική υπό την καθοδήγηση των εξαγωγών. Αυτό το γεγονός επέτρεψε στις αναπτυσσόμενες χώρες να εκμεταλλευτούν το συγκριτικό τους πλεονέκτημα σε μη βιομηχανικούς τομείς, όπως ήταν τα βασικά προϊόντα και ο τουρισμός (Sharpley & Telfer, 2000).

Αντ' αυτού οι Sharpley & Telfer (2000) επεσήμαναν ότι παρά το μοντέλο εκσυγχρονισμού που είχε αντικατασταθεί από τα άλλα, ο τουρισμός συνέχισε να τηρεί τη λογική του μοντέλου εκσυγχρονισμού. Παρά την ευρεία αποδοχή των αρχών του αειφόρου τουρισμού και της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, ο ρόλος του τουρισμού στην ανάπτυξη εξακολούθησε να δικαιολογείται ως ένα μέρος της στενής βάσης της οικονομικής ανάπτυξης, η οποία αντιτίθεται στην πιο πρόσφατη αναπτυξιακή θεωρία και συνηγορεί υπέρ ενός σχεδίου ανάπτυξης, σχετικού με την κοινότητα, το οποίο να σέβεται τα περιβαλλοντικά όρια και προάγει την ευημερία του ανθρώπου στην ευρύτερη μορφή του με την εστίαση στις βασικές ανάγκες. Η προέλευση και η φύση της εναλλακτικής ανάπτυξης και κατ' επέκταση του εναλλακτικού τουρισμού, μπορούν μόνο να γίνει αντιληπτά στο πλαίσιο της αύξησης του περιβαλλοντικού κινήματος στα μέσα του 20<sup>ου</sup> αιώνα.

Για παράδειγμα, ο Honey (2008) σημειώνει ότι ο οικοτουρισμός βρισκόταν στην ακμή του κατά τη δεκαετία του 1970, ως ένα παρακλάδι της περιβαλλοντικής



συνείδησης το οποίο είχε αφυπνίσει την πραγματοποίηση ορισμένων πράσινων ενεργειών οι οποίες ήταν προσανατολισμένες προς την προειδοποίηση των ανθρώπων σε ότι αφορούσε την επικείμενη οικολογική κρίση. Η απειλή του πυρηνικού πολέμου που προκλήθηκε κατά τη διάρκεια του Ψυχρού Πολέμου, οι επιπτώσεις της βιομηχανικής ρύπανσης, η αποψίλωση των δασών, το φαινόμενο της απερίμωσης, ο υπερπληθυσμός, η διάβρωση του εδάφους και η υποβάθμιση όπως και η απώλεια της βιοποικιλότητας απέδειξαν την ανθρώπινη πίεση που υπέστη το περιβάλλον. Με την ανάπτυξη του περιβαλλοντικού κινήματος κατά τη δεκαετία του 1960, η εναλλακτική σκέψη που αναπτύχθηκε σταδιακά σε συνδυασμό με τις ανησυχίες για τη βιωσιμότητα αποτέλεσε ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αειφόρου ανάπτυξης. Αυτό επιδιώκει να συνδυάσει τις ανάγκες για ισορροπημένη ανάπτυξη με την ανάγκη της διατήρησης του περιβάλλοντος (Hardy, et al., 2002).

Οι Mowforth & Munt (2003) παρουσίασαν ένα ελαφρώς διαφορετικό σχήμα θεωριών ανάπτυξης, περιγράφοντας τα βασικά χαρακτηριστικά κάθε αναπτυξιακού παραδείγματος. Οι Hardy et al. συζήτησαν τη σχέση με την ανάπτυξη ενός οράματος διατήρησης το οποίο είχε εντοπιστεί ήδη στην Αρχαία Μεσοποταμία, αλλά εδραίωναν τις σύγχρονες ρίζες της στην εποχή του 19<sup>ου</sup> αιώνα. Με την πάροδο των ετών θεωρήθηκε ως αναγκαιότητα η πλήρης μεταμόρφωση της ανθρώπινης σκέψης και της στροφής του προς την προστασία του περιβάλλοντος. Αντίθετα, οι θεμελιώδεις οικονομικές, κοινωνικές και πολιτικές αλλαγές, απαιτούν την καθιέρωση διαφορετικών θεσμών και αξιών, ώστε να αντιμετωπιστεί η σοβαρότητα της κρίσης και για να μπορέσουν οι άνθρωποι να ζήσουν σε ένα υγιές και ποιοτικό περιβάλλον. Οι διαφορετικές προσεγγίσεις σχετικά με το περιβάλλον αντικατοπτρίζουν τις συγκρούσεις στο πλαίσιο του εναλλακτικού παραδείγματος ανάπτυξης εξαιτίας της επισφαλούς προσπάθειάς του να συνδυάσει την ανθρώπινη ανάγκη για οικονομική ανάπτυξη με την αναγκαιότητα της προστασίας του περιβάλλοντος (Page & Dowling, 2002).

Οι Lanfant & Graburn (1992) υποστήριζαν ότι η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού προέρχονταν από το όραμα και τις κριτικές των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων της τουριστικής βιομηχανίας, ενώ δέχτηκαν τις έντονες επιρροές των κινήματων της αντικουλτούρας της δεκαετίας του 1960. Αυτά τα κινήματα ήθελαν να προωθήσουν μία αντι-κουλτούρα απορρίπτοντας την καταναλωτική κοινωνία. Ο εναλλακτικός τουρισμός, στην απόρριψη του μαζικού τουρισμού, διαμορφώνει μία ριζοσπαστική

προσπάθεια μετασχηματισμού των κοινωνικών σχέσεων και, ως εκ τούτου αποτελεί το μέρος ενός μεγαλύτερου κινήματος. Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί ένα νέο είδος αναπτυξιακής στρατηγικής ή διαφορετικά αποτελεί μία πρωταρχική δύναμη μέσα σε ένα νέο φάσμα διεθνών σχέσεων. Ο Holden (1984) ισχυριζόταν ότι ο εναλλακτικός τουρισμός αφορά σε μία διαδικασία η οποία προωθεί μία δίκαιη μορφή ταξιδιού μεταξύ των μελών που προέρχονται από διαφορετικές κοινότητες. Επιπρόσθετα οι Lanfant & Graburn (1992) υποστήριξαν ότι για ορισμένους ο εναλλακτικός τουρισμός δεν είναι ένα άλλο είδος τουρισμού, αλλά φιλοδοξεί να γίνει ο τουρισμός που προωθείται στη νέα τάξη.

Παρατηρείται πολύ έντονα το γεγονός ότι ορισμένοι υποστηρικτές του εναλλακτικού τουρισμού ή άτομα τα οποία συνεισφέρουν στον εναλλακτικό τουρισμό να παρακινούν τον πληθυσμό για εργασία προς μία κατεύθυνση ανατροπής του άδικου και μη βιώσιμου τουριστικού συστήματος. Παράλληλα, προσπαθούν να οραματιστούν αυτές τις προσπάθειες ως καταλύτης για την εξασφάλιση μίας πιο ανθρωπιστικής μορφής της παγκοσμιοποίησης (Lanfant & Graburn, 1992). Ο Cazes (1989) παρουσίασε του διαφορετικούς τύπους τουριστών μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται οι τουρίστες του εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίοι απορρίπτουν το σύγχρονο μαζικό καταναλωτισμό και παράλληλα ασχολούνται με μία περισσότερο εγωκεντρική και ηδονιστική εμπειρία η οποία προσφέρεται από τον εναλλακτικό τουρισμό. Επίσης, η τελευταία μορφή τουρισμού αποτελεί μία δίκαιη μορφή τουρισμού όπου οι κάτοικοι των περιοχών υποδοχής των τουριστών και οι τουρίστες αλληλεπιδρούν με έναν ισότιμο και αμοιβαία επωφελή τρόπο. Η ανάλυσή του οδήγησε στο συμπέρασμα ότι ο εναλλακτικός τουρισμός δε θεωρείται ως κάτι το οποίο αντιτίθεται στο μαζικό τουρισμό, αλλά μάλλον ως τμήμα του και συνέχει του ίδιου φαινομένου. Ο Krippendorf (1987) υποστήριξε ότι επειδή ο μαζικός τουρισμός μπορεί να αποδώσει περισσότερα απαιτούμενα οικονομικά οφέλη για τις αναπτυσσόμενες κοινότητες, ταυτόχρονα μπορεί να επικεντρωθεί περισσότερο στην ανάπτυξη και στη βιωσιμότητα.

Είναι εμφανές ότι υπάρχει μία σημαντική διαφορά μεταξύ των υποστηρικτών του εναλλακτικού τουρισμού που τον αντιμετωπίζουν ως ένα εργαλείο για το μετριασμό ορισμένων αρνητικών επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού που θα οδηγούσε τον τελευταίο στη βιωσιμότητα, και εκείνων που αντιμετωπίζουν τον εναλλακτικό τουρισμό ως όχημα για τη μεταφορά σε έναν διαφορετικό και πιο δίκαιο κόσμο

(Βαρβαρέσος, 2009). Ο Stilwell (1989) τόνισε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί μία εναλλακτική λύση για ανάπτυξη και μπορεί να μελετηθεί στη βάση της επανεξέτασης της ισορροπίας μεταξύ της οικονομίας, της κοινωνίας και της οικολογίας. Οι μεταρρυθμιστές υποστήριξαν ότι η οικονομία πρέπει να μετατραπεί σε περισσότερο πράσινη και δίκαιη με τη χρήση της τεχνολογίας η οποία θα λειτουργεί με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος (Mowforth & Munt, 2003).

### ***1.1.7 Τύποι εναλλακτικού τουρισμού***

#### ***1.1.7.1 Ο οικοτουρισμός***

Ο οικολογικός τουρισμός θεωρείται ένας από τους βέλτιστους τρόπους συνδυασμού της οικονομικής ανάπτυξης με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Ο ορισμός του οικοτουρισμού γενικά θεωρείται ότι είχε οριστεί για πρώτη φορά περί τη δεκαετία του 1980. Οι τουρίστες οι οποίες επιλέγουν αυτήν τη μορφή εναλλακτικού τουρισμού συνηθίζουν να ταξιδεύουν σε περιοχές οι οποίες δεν έχουν υποστεί αλλοιώσεις από την ανθρώπινη δραστηριότητα και διατηρούν το φυσικό τους στοιχείο. Σκοπός αυτών των ταξιδιωτών είναι να μελετήσουν, να θαυμάσουν και να απολαύσουν ένα μέρος (χλωρίδα και πανίδα) και οποιεσδήποτε υπάρχουσες πολιτιστικές εκδηλώσεις οι οποίες λαμβάνουν χώρα σε αυτές τις. Αυτός ο ορισμός του οικοτουρισμού είναι ο λιγότερο αυστηρός καθώς δεν περιλαμβάνει στοιχεία όπως είναι η βιωσιμότητα, η εκπαίδευση και η διατήρηση (Ecotourism Society, 2017).

Η μορφή του οικοτουρισμού αφορά σε μία βιώσιμη μορφή τουρισμού ο οποίος εξελίσσεται σε περιοχές με φυσικά χαρακτηριστικά, ο οποίος ερμηνεύει όλα τα τοπικά και περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά προωθώντας ταυτόχρονα την ενθάρρυνση των τουριστών στη διατήρηση και στον σεβασμό της ευημερίας της τοπικής κοινότητας (Honey, 2008). Σύμφωνα με τον ορισμό που έχει παραθέσει η International Union for Conservation of Nature έχει τονισθεί ότι (IUCN, 2019):

*«Ο οικολογικός τουρισμός αφορά στην εκπόνηση ενός περιβαλλοντικά υπεύθυνου ταξιδιού, όπου οι τουρίστες πρόκειται να επισκεφθούν σχετικά παρθένες, φυσικές περιοχές, προκειμένου να απολαύσουν και να εκτιμήσουν τη φύση (και τα τυχόν συνοδευτικά πολιτιστικά χαρακτηριστικά του παρελθόντος και του παρόντος). Αυτήν η μορφή τουρισμού προάγει τη διατήρηση τη βιωσιμότητας του περιβάλλοντος, έχει*

*χαμηλό αντίκτυπο στην τοπική κοινωνία από την πλευρά του επισκέπτη και παρέχει την κοινωνική και την οικονομική συμμετοχή των τοπικών πληθυσμών».*

Σύμφωνα με τους Butler & Hinch (1996) ο οικοτουρισμός απαιτεί από τους τουρίστες:

- Να είναι συνεπείς με τη θετική περιβαλλοντική ηθική, προωθώντας την προτιμώμενη συμπεριφορά.
- Να μην προσβάλλουν τους διατιθέμενους περιβαλλοντικούς πόρους.
- Να επικεντρώνονται στις εγγενείς και όχι στις εξωγενείς αξίες.
- Να είστε βιο-κεντρικοί και όχι ομοκεντρικοί στη φιλοσοφία.
- Να αποδέχονται τη φύση με τους δικούς τους όρους.
- Να επωφελούνται από τους περιβαλλοντικούς πόρους.
- Η εμπειρία των τουριστών πρέπει να λαμβάνεται ως μία μορφή εκτίμησης και εκπαίδευσης και όχι ως ένα συναρπαστικό ή σωματικό επίτευγμα.
- Να διαθέτουν υψηλές γνωστικές και συναισθηματικές διαστάσεις, απαιτώντας υψηλό επίπεδο προετοιμασίας για την παροχή του τουριστικού προϊόντος από τις τοπικές επιχειρήσεις.

Ο Blamey (1997) πρότεινε τρία βασικά κριτήρια για τον προσδιορισμό του οικοτουρισμού τα οποία είναι η φύση, ο περιβαλλοντικά εκπαιδευμένος πληθυσμός της περιοχής υποδοχής των τουριστών και ο αειφόρος τρόπος διαχείρισης του φαινομένου του οικοτουρισμού. Ο Buckley (1994) πρόσθεσε ένα ακόμη χαρακτηριστικό (πλέον όσων είχε αναφέρει ο Blamey (1997)) και αυτό ήταν η υποστήριξη της διατήρησης μέσω του οικοτουρισμού. Αυτό είναι ένα σημαντικό χαρακτηριστικό ιδιαίτερα για εκείνους που δικαιολογούν τον οικοτουρισμό για τη συμβολή του στη διατήρηση και στην προστασία του περιβάλλοντος, είτε μέσω του τουρίστα που πληρώνει μία αμοιβή είτε μέσω του εθελοντή ο οποίος εκπονεί τις εργασίες συντήρησης της περιοχής επίσκεψης. Ο οικοτουρισμός περιλαμβάνει την ανάπτυξη και τον προγραμματισμό των τοπικών και αυτοχθόνων περιοχών συνεισφέροντας στην ευημερία τους, ερμηνεύει τη φυσική όπως και την πολιτιστική κληρονομιά του προορισμού στους τουρίστες, δίνει τη δυνατότητα στους ανεξάρτητους τουρίστες, καθώς και σε οργανωμένες ομάδες, να πραγματοποιήσουν εκδρομές ή ταξίδια προς μία περιοχή, ενθαρρύνει την κατανόηση των επιπτώσεων του τουρισμού, οδηγεί σε μία δίκαιη κατανομή των οφελών και του κόστους του

τουρισμού, δημιουργεί τοπική απασχόληση, συμβάλλει στην τοπική ανάπτυξη, παράγει ξένο συνάλλαγμα, βοηθά στη διαφοροποίηση των οικονομιών, ενσωματώνει τη συμμετοχή όλων των κατοίκων της περιοχής υποδοχής των τουριστών στη λήψη αποφάσεων, βελτιώνει τις τοπικές υποδομές, παρέχει ευκαιρίες συμμετοχής σε ψυχαγωγικές δραστηριότητες (Blamey, 1997).

Ωστόσο, το πιο σημαντικό δυναμικό χαρακτηριστικό του οικοτουρισμού έγκειται στην εκπαιδευτική δυνατότητα που προσφέρει αυτήν η μορφή εναλλακτικού τουρισμού, καθώς προσφέρει επιπλέον γνώση και κατάρτιση, τόσο στον τουρίστα όσο και προς τα άτομα που προσφέρουν τη φιλοξενία τους, σχετικά με τις αντιλήψεις για το περιβάλλον και τη φύση γενικότερα. Μέσα από αυτόν τον εκπαιδευτικό ρόλο, ο οικοτουρισμός μπορεί να αναπτύξει τις περιβαλλοντικές γνώσεις που είναι η βασική συνιστώσα της μεταμόρφωσης των περιβαλλοντικών στάσεων και της εξέλιξης της περιβαλλοντικής συνείδησης, η οποία θα μπορούσε να οδηγήσει σε αλλαγή του περιβάλλοντος (Honey, 2008). Ο Khan (2003) υποστήριξε ότι ο οικοτουρισμός παρέχει ένα αντίδοτο προς τις αναπτυσσόμενες χώρες/περιοχές στην εξάρτηση από την καπιταλιστική οικονομία, καθώς με την ανάπτυξη μικρής κλίμακας, παρέχει ευκαιρίες τοπικής ενδυνάμωσης, ενθαρρύνει τη χρήση των τοπικών γνώσεων και της εργασίας, προωθεί την τοπική ιδιοκτησία, διαιώνιζει τις τοπικές κοινωνίες την ταυτότητα και την ενίσχυση της ισότητας.

#### 1.1.7.2 Ο βιώσιμος τουρισμός

Η εφαρμογή των αρχών βιωσιμότητας στον τουρισμό αφορούν σε ένα κυρίαρχο ζήτημα, ειδικά στην περίπτωση του εναλλακτικού τουρισμού. Η έννοια του βιώσιμου τουρισμού μπορεί να εντοπιστεί μέσω σύντομων ερευνών που μπορεί ο καθένας να πραγματοποιήσει στην τουριστική βιομηχανία αναφορικά με εγχειρίδια, τουριστικά φυλλάδια, θεσμικές ιστοσελίδες οργανισμών, ετήσιες εκθέσεις παγκόσμιων τουριστικών παραγόντων, όπως και στους τουρίστες οι οποίοι γνωρίζουν όλο και περισσότερο τις επιπτώσεις του στο περιβάλλον. Η προσπάθεια για τη διατήρηση της βιωσιμότητας προκλήθηκε από την ανάπτυξη της γενικής ανησυχίας για την αειφόρο ανάπτυξη καθώς και το αυξημένο ενδιαφέρον για την εύρεση εναλλακτικών λύσεων οι οποίες θα μπορούσαν να καταστήσουν την αγορά του μαζικού τουρισμού περισσότερο βιώσιμη.

Ο ορισμός της βιωσιμότητας στον τουρισμό είναι αμφισβητήσιμος αναφορικά με τη χρήση σωστής ορολογίας, ενώ πολύ συχνά οι ερευνητές δεν έρχονται σε συμφωνία. Ορισμένοι αναλυτές χρησιμοποιούν τον απλό όρο βιώσιμη ανάπτυξη ως ένα δυναμικό χαρακτηριστικό του οικοτουρισμού, σε μία προσπάθεια να προωθήσουν την αναγνώριση των εγγενών δικαιωμάτων της φύσης (Nash, 1989). Αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχουν ερευνητές οι οποίοι χαρακτηρίζουν το βιώσιμο τουρισμό ως «οικολογικά βιώσιμο τουρισμό», ενώ άλλη τον ταυτίζουν με τη «βιώσιμη ανάπτυξη στον τουρισμό» (Buhalis & O' Connor, 2005). Επιπλέον, η σύγχυση γίνεται μεγαλύτερη όταν ορισμένοι αναλυτές χρησιμοποιούν τους όρους εναλλακτικός τουρισμός, οικοτουρισμός και αειφορία στον τουρισμό σαν να είναι έννοιες συνώνυμες, οδηγώντας σε ανακρίβειες και ακόμη χειρότερα σε αδυναμία αντιμετώπισης σημαντικών ανησυχιών στην τουριστική βιομηχανία (Weaver & Lawton, 2007). Ο οικολογικός τουρισμός αποτελεί ένα υποσύνολο του βιώσιμου τουρισμού, ενώ σήμερα υπάρχει μία ισχυρή σχέση μεταξύ της βιωσιμότητας, του εναλλακτικού και του μαζικού τουρισμού, ενώ όλοι οι τύποι της τουριστικής βιομηχανίας καλούνται να εφαρμόσουν βιώσιμες πρακτικές. Ως εκ τούτου, παρά την αντίληψη ορισμένων ερευνητών, η βιωσιμότητα δεν αποτελεί ένα είδος εναλλακτικού τουρισμού (Blamey, 1997).

Ωστόσο, είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι η έννοια του βιώσιμου τουρισμού χρησιμοποιείται διότι η βιωσιμότητα ήταν η κύρια κινητήρια δύναμη η οποία θα μπορούσε να μετατρέψει τον τουρισμό ως μία διαφορετική μορφή, εστιάζοντας στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις (Buckley, 1994). Οι Butler & Hinch (1996) παρείχαν ένα χρήσιμο και συνοπτικό ορισμό για το βιώσιμο τουρισμό υπογραμμίζοντας ότι:

*«Ο τουρισμός που έχει τη μορφή του βιώσιμου τουρισμού μπορεί να διατηρήσει τη βιωσιμότητά του σε μία περιοχή για ένα αόριστο χρονικό διάστημα. Η έννοιά του διακρίνεται αυτή την έννοια από του τουρισμού στο πλαίσιο της αειφόρου ανάπτυξης, ο οποίο περιγράφεται ως εκείνη η μορφή τουρισμού η οποία αναπτύσσεται και συντηρείται σε μία περιοχή (κοινότητα, περιβάλλον) με τέτοιο τρόπο και σε τέτοιο βαθμό, ώστε να παραμένει βιώσιμη για αόριστο χρονικό διάστημα χωρίς να υποβαθμίζει ή να μεταβάλλει το περιβάλλον (ανθρώπινο και φυσικό) στο οποίο υπάρχει ένας βαθμός που απαγορεύει την επιτυχή ανάπτυξη και την ευημερία άλλων δραστηριοτήτων και διαδικασιών».*

Εκτός από τους Butler & Hinch (1996) και ο Wall (1997) υποστήριξε ότι πρέπει να πραγματοποιηθεί μία σημαντική διάκριση μεταξύ του «βιώσιμου τουρισμού» και της «αιεφόρου ανάπτυξης» στο πλαίσιο της τουριστικής βιομηχανίας. Για τον Wall (1997), ο βιώσιμος τουρισμός υπονοεί την εστίαση της προσοχής στον τουρισμό ως μία ενιαία δύναμη και ως εκ τούτου μετατοπίζεται το νόημά του στη «διατήρηση του τουρισμού». Η εστίαση του ενδιαφέροντος στην έννοια της «διατήρησης του τουρισμού» συνεπάγεται μία περισσότερο ολιστική προοπτική, η οποία περιλαμβάνει όλους τους τομείς οι οποίοι σχετίζονται με την ανάπτυξη και με τον τουρισμό να αποτελεί ένα εργαλείο ανάπτυξης το οποίο όμως χρησιμοποιείται όπως και όταν ενδείκνυται. Επομένως, η έννοια του «βιώσιμου τουρισμού» αποσκοπεί στη διατήρηση της τουριστικής βιομηχανίας, ενώ η έννοια της «διατήρησης του τουρισμού» είναι προσανατολισμένη στην επίτευξη του «καλού» προς το κοινωνικό περιβάλλον (Wall, 1997).

Στο έργο του Wall (1997) ζητούνται απαντήσεις σε σημαντικά ερωτήματος όπως είναι ποιο είναι το μεγαλύτερο καλό προς την κοινωνία, τι πρέπει να διατηρηθεί και ποιος πρόκειται να αποφασίσει για αυτό. Αυτά τα ερωτήματα είναι αρκετά δύσκολο να απαντηθούν και πρέπει να καταβληθούν προσπάθειες ώστε να στηριχθούν άτομα, κοινότητες, περιφέρειες ή έθνη καθώς επίσης οι εμπειρίες για τους τουρίστες, τα εισοδήματα για τις επιχειρήσεις ή η ποιότητα ζωής για τους κατοίκους, οι μεμονωμένες επιχειρήσεις καθώς και τα συστήματα παραγωγής, οι οικονομικές δραστηριότητες, οι πολιτιστικές εκφάνσεις ή οι περιβαλλοντικές συνθήκες. Επιπρόσθετα ο Wall (1997) προσδιόρισε τρεις πτυχές της αιεφόρου ανάπτυξης στον τουρισμό οι οποίες είναι: η οικονομική βιωσιμότητα, η περιβαλλοντική ευαισθησία και η πολιτιστική καταλληλότητα. Ωστόσο, οι Mowforth & Munt (2003) υποστήριξαν ότι από τις πτυχές της αιεφόρου ανάπτυξης του Wall (1997) απουσιάζει το στοιχείο της προσοχής. Δεν πρέπει να παραληφθεί η αανφορά στο γεγονός ότι οι Mowforth & Munt (2003) εξέτασαν τη βιωσιμότητα του τουρισμού από την άποψη των τεσσάρων πτυχών της βιωσιμότητας και της αιεφορίας πλέον τριών στοιχείων. Οι τέσσερις πτυχές της βιωσιμότητας είναι: οι οικολογικές, οι κοινωνικές, οι πολιτιστικές και η οικονομική βιωσιμότητα.

Πλέον όλων των παραπάνω οι Mowforth & Munt (2003) παρείχαν τρία ακόμη στοιχεία τα οποία έπρεπε να ληφθούν υπόψη για την αξιολόγηση της βιωσιμότητας τουρισμού. Αυτά τα στοιχεία ήταν το εκπαιδευτικό στοιχείο, το στοιχείο της

συμμετοχής της τοπικής κοινότητας και το στοιχείο της διατήρησης. Ωστόσο, στην πλειοψηφία της χρήση του όρου της βιωσιμότητας, το επίκεντρο του ενδιαφέροντος ανήκει στις περιβαλλοντικές πτυχές και στη χρήση των οικολογικών πόρων, με την ταυτόχρονη παρουσία των οικονομικών και των κοινωνικών πτυχών (Mowforth & Munt, 2003). Ο Hunter (1995) πρότεινε ότι ένα φάσμα βιώσιμης ανάπτυξης για τον τουρισμό θα ήταν ικανό να προσφέρει ένα περισσότερο αποτελεσματικό τρόπο επίτευξης της βιωσιμότητας. Το φάσμα αυτό κυμαίνεται από την εφαρμογή πολύ αδύναμων αρχών βιωσιμότητας (δηλαδή μία ανθρωποκεντρική και χρηστική προσέγγιση ως προς τη χρήση των φυσικών πόρων που επιτρέπει την ελεύθερη κυριαρχία στην αγορά), έως την αδύναμη βιωσιμότητα (οι ερευνητές την διακρίνουν μεταξύ των κοινωνικών και των πολιτιστικών πτυχών της βιωσιμότητας<sup>1</sup>, διότι οι πρώτες αναφέρουν τις επιπτώσεις του τουρισμού στην κοινωνική τάξη και τη διατήρηση της κοινωνικής αρμονίας, ενώ οι τελευταίες εφιστούν την προσοχή στην πολιτισμική υποβάθμιση που μπορεί να προκύψει λόγω επιπτώσεων όπως το αποτέλεσμα επίδειξης).

Σε αυτή το σημείο είναι κρίσιμη η αναφορά στο γεγονός ότι η ανάλυση των Mowforth & Munt (2003) επικαλύπτει την περιγραφή του οικοτουρισμού. Είτε πρόκειται για μία περίπτωση αναλυτικής παρεξήγησης, καθώς ο οικοτουρισμός μπερδεύεται με τη βιωσιμότητα, είτε για το κατά πόσο ισχύουν οι ισχυρισμοί ότι αυτά τα κριτήρια αναφοράς για τον οικοτουρισμό πρέπει να εφαρμοστούν στο βιώσιμο τουρισμό, είναι θέματα τα οποία είναι ανοιχτά για συζήτηση. Αν ακολουθήσει κανείς τον ισχυρισμό των Butler & Hinch (1996) ότι οι αρχές του βιώσιμου τουρισμού πρέπει να εφαρμόζονται σε όλες τις τουριστικές περιοχές, συμπεριλαμβανομένου του μαζικού τουρισμού, πρέπει να αναμένεται ότι ο τουρισμός πρόκειται να πετύχει την εξέλιξή του με ανθρωποκεντρικά και χρηστικά χαρακτηριστικά. Ωστόσο, υπάρχει ένας βαθμός αναγνώρισης στο γεγονός ότι κάποια φυσικά περιουσιακά στοιχεία, τα οποία είναι σημαντικά απαιτούν την προστασία, σε μία κατάσταση έντονης βιωσιμότητας. Αυτό το γεγονός αφορά σε μία περισσότερο οικο-κεντρική προοπτική

---

<sup>1</sup> Η κοινωνική βιωσιμότητα αναφέρεται στην ικανότητα μίας κοινότητας τοπικής ή εθνικής, να απορροφά εισροές, όπως επιπλέον άτομα, για μικρές ή μεγάλες χρονικές περιόδους και να συνεχίσει να λειτουργεί είτε χωρίς τη δημιουργία κοινωνικής δυσαρμονίας είτε ως αποτέλεσμα αυτών των εισροών ή προσαρμόζοντας τις λειτουργίες και τις σχέσεις του έτσι ώστε η δημιουργούμενη δυσαρμονία να μπορεί να μετριαστεί. Η πολιτισμική βιωσιμότητα αναφέρεται στην ικανότητα των ανθρώπων να διατηρούν ή να προσαρμόζουν στοιχεία της κουλτούρας τους που τους διακρίνουν από άλλους ανθρώπους. Τα άλλα συστατικά της βιωσιμότητας, τα οποία είναι τα οικολογικά και τα οικονομικά, εξετάζονται πολύ πιο συχνά στη βιβλιογραφία (Hunter, 1995).



η οποία τοποθετεί σε δεύτερο επίπεδο τη χρήση των ανθρώπινων πόρων (Hunter, 1995).

Σύμφωνα με τα παραπάνω, ο Hunter (1995) πρότεινε κάποιες προσεγγίσεις για την αειφορία οι οποίες είναι χρήσιμο να επιλέγονται σύμφωνα με τις επικρατούσες συνθήκες και να περιλαμβάνουν:

- Τη βιώσιμη ανάπτυξη μέσω μίας επέκτασης του τουρισμού με γνώμονα τη βιώσιμη ανάπτυξη.
- Την αειφόρο ανάπτυξη μέσω του τουριστικού περιβάλλοντος.
- Την αειφόρο ανάπτυξη μέσω μίας νεοφυούς τουριστικής μορφής.

Η διατύπωση μίας τουριστικής επιταγής αντιπροσωπεύει ένα σενάριο όπου η ανάπτυξη στον τομέα του τουρισμού προωθείται πλήρως, διότι η τοπική φτώχεια έχει ως αποτέλεσμα την περιβαλλοντική υποβάθμιση, και ο τουρισμός αντιπροσωπεύει μία καλύτερη πορεία προς την ανάπτυξη από ό, τι οι επιβλαβείς επιλογές. Το δεύτερο σενάριο αφορά στο τουριστικό προϊόν και μπορεί να εφαρμοστεί σε προορισμούς οι οποίοι έχουν αρχίσει να βιώνουν τον κορεσμό και είναι πλήρως εξαρτημένοι από το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού. Σε αυτήν την περίπτωση η στρατηγική η οποία εφαρμόζεται αφορά στην καταβολή προσπαθειών για τη βελτίωση της εικόνας του περιβάλλοντος και την ανασυγκρότηση ενός νέου τουριστικού προορισμού (Mowforth & Munt, 2003). Ο τουρισμός ο οποίος είναι έντονα προσανατολισμένος προς την οικολογία ανθεί σε νέες, ανεπτυγμένες τουριστικές τοποθεσίες όπου υπάρχουν είδη κάποια παραδοσιακά είδη τουρισμού, τα οποία εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από ένα φυσικό περιβάλλον υψηλής ποιότητας και παρέχουν υψηλής ποιότητας πολιτιστικές εμπειρίες (Hunter, 1995).

Το στοιχείο της βιωσιμότητας της ανάπτυξης του τουρισμού απαιτεί μία ευέλικτη προσέγγιση η οποία επιτρέπει την επαρκή διαχείριση των περιπλοκών που παρουσιάζει ο τουρισμός. Ορισμένα σημεία της ανάλυσης απαιτούν προσοχή, όπως είναι το γεγονός ότι οι κοινότητες είναι όχι τόσο συνεπείς όσο κάποιοι τις παρουσιάζουν, ότι η ισότητα μεταξύ των γενεών στον τουρισμό μπορεί να είναι δύσκολο να επιτευχθεί όταν ορισμένες κοινότητες πρέπει να «εκμεταλλευτούν» το περιβάλλον τους, ότι η επιβίωση ή η αποπληρωμή των πειστικών επιβαρύνσεων του χρέους προτού μπορέσουν να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα προστασίας και ότι ο

αποτελεσματικός έλεγχος είναι δύσκολος για κάποιες κοινότητες οι οποίες είναι εξαρτημένες από τις δομές εξουσίας του διεθνούς τουρισμού (Ceballos-Lascurain, 1991). Ο Hunter (1995) υποστήριξε ότι ο βιώσιμος τουρισμός πρέπει να αποτελεί ένα προσαρμοστικό παράδειγμα, το οποίο ενσωματώνει μία ποικιλία προσεγγίσεων οι οποίες επιλέγονται σύμφωνα με ένα συγκεκριμένο πλαίσιο το οποίο ισχύει για έναν τουριστικό προορισμό ή για μία κατάσταση. Επιπλέον, οι Butler & Hinch (1996) σημείωσαν ότι ο βιώσιμος τουρισμός ο οποίος προφέρεται σε παγκόσμιο επίπεδο, πρέπει να μιμηθεί και να προσαρμοστεί με τρόπο ώστε να προσφέρεται και σε τοπικό επίπεδο.

Η έννοια της βιωσιμότητας προσφέρει μία εννοιοποίηση των ορίων του τουρισμού στην περιοχή του περιβάλλοντος και της κοινωνίας. Κατ' αυτόν τον τρόπο θα μπορούσε να θεωρηθεί ως ένας μεταρρυθμιστής της προσπάθειας ανάπτυξης μίας περισσότερο ισορροπημένης μορφής οικονομικής ανάπτυξης. Υπάρχουν ορισμένες περιπτώσεις κατά τις οποίες ο τουρισμός δεν πρέπει να συμβεί ή πρέπει να περιορίζεται αυστηρά και να ελέγχεται. Επιπλέον, έχει αποδειχθεί ότι υπάρχουν άλλοι παράγοντες εκτός από την οικονομική ανάπτυξη οι οποίοι να γίνουν αποδεκτοί στη διαδικασία λήψης αποφάσεων εντός τη τουριστικής βιομηχανίας (Hunter, 1995).

#### 1.1.7.3 Ο κοινοτικός τουρισμός

Ο κοινοτικός τουρισμός αποτελεί την πιο γνωστή και ολοκληρωμένη μορφή του εναλλακτικού τουρισμού. Η ιδέα αυτή υποστηρίζει την ιδέα της επικουρικότητας και στόχος του είναι να διευρύνει το χώρο της συμμετοχής της τοπικής κοινότητας στη διαδικασία λήψης αποφάσεων και παράλληλα να καθιερώσει με αυτόν τον τρόπο μία μορφή συμμετοχικής δημοκρατίας. Οι κάτοικοι των περιοχών υποδοχής των τουριστών πρέπει να ασχολούνται με τον αναπτυξιακό σχεδιασμό, την υλοποίησή του και την οργάνωσή του καθώς επίσης και με την ανακατανομή των εσόδων. Οι κάτοικοι της περιοχής πρέπει να αποφασίσουν για την υιοθέτηση μίας μορφής τουριστικής ανάπτυξης, για τους τομείς-στόχους των τουριστών και τις τουριστικές δραστηριότητες που πρόκειται να τους προσφερθούν (Delisle & Jolin, 2007).

Ο κύριος στόχος του κοινοτικού τουρισμού είναι η καταπολέμηση της φτώχειας και η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού της περιοχής υποδοχής των

τουριστών, δημιουργώντας ευκαιρίες απασχόλησης και έσοδα στην τοπική οικονομία. Τα έσοδα πρέπει να εξυπηρετούν τη βελτίωση των τοπικών υποδομών και των εγκαταστάσεων. Ταυτόχρονα, ο κοινοτικός τουρισμός προσπαθεί να μειώσει τις αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία, στον πολιτισμό και στο περιβάλλον του τουριστικού προορισμού. Επιπλέον, ένας ακόμη σημαντικός στόχος είναι η διαφοροποίηση της τοπικής οικονομικής παραγωγής, η οποία μπορεί να οδηγήσει σε υψηλότερη ανταγωνιστικότητα και σε μείωση της ευπάθειας από περιβαλλοντικές καταστροφές όπως είναι οι τυφώνες ή οι σεισμοί, και από τις διακυμάνσεις της παγκόσμιας αγοράς (Delisle & Jolin, 2007).

Ένας από τους κύριους στόχους της μορφής του κοινοτικού τουρισμού είναι η μεγαλύτερη συμμετοχή των γυναικών, των οποίων ο ρόλος συχνά υποτιμάται και περιορίζεται στο νοικοκυριό (Dominica Hotel & Tourism Association, 2010). Η ενίσχυση του αισθήματος της συμμετοχής στον κοινοτικό τουρισμό και η υπερηφάνεια του τρόπου ζωής των μόνιμων κατοίκων του τουριστικού προορισμού, των παραδόσεων, του πολιτισμού και της ιστορίας του άλλου είναι μία πολύ σημαντική πτυχή αυτής της μορφής του εναλλακτικού τουρισμού (Delisle & Jolin, 2007).

#### 1.1.7.4 Ο αγροτουρισμός

Ο αγροτικός τουρισμός, μερικές φορές ονομάζεται επίσης και αγροτικός τουρισμός, αντιπροσωπεύει μία μορφή εναλλακτικού τουρισμού, ο οποίος εξειδικεύεται στην εξοικείωση των τουριστών/επισκεπτών με την καθημερινότητα και τις δραστηριότητες της κοινωνίας υποδοχής τους. Ο αγροτουρισμός βασίζεται στις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης και συνδέεται στενά με την έννοια του οικοτουρισμού. Δεδομένου ότι η γεωργία γίνεται ιδιαίτερα μηχανική και εξειδικευμένη διαδικασία και το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής προέρχεται από τεράστιες γεωργικές εκμεταλλεύσεις οι οποίες δεν είναι προσβάσιμες προς τους τουρίστες, ακόμη και μία βασική αγροτική καλλιέργεια μπορεί να είναι κάτι άγνωστο για μία μεγάλη μερίδα του πληθυσμού, και ιδιαίτερα για τον αστικό πληθυσμό. Ως εκ τούτου, οι εκπαιδευτικές και ιδιαίτερα οι συμμετοχικές εκδρομές σε κτηνοτροφικές μονάδες, σε εκτάσεις όπου καλλιεργούνται οπωροφόρα δέντρα και λαχανικά, ή οι περιηγήσεις σε οινοποιεία έχουν μετατραπεί σε ένα ενδιαφέρον επιχειρηματικό τουριστικό μοτίβο.

Ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι εκτιμούν την ευκαιρία να βιώσουν την αγροτική ζωή «από πρώτο χέρι» για μία μέρα ή για λίγες μέρες σε μία φάρμα. Εντός των δραστηριοτήτων στις οποίες μπορούν να συμμετέχουν οι τουρίστες συμπεριλαμβάνεται η φροντίδα των ζώων (κουνέλια, κοτόπουλα, πρόβατα, αγελάδες, γαϊδούρια) ή η εργασία με τους αγρότες στα χωράφια. Για άτομα τα οποία δεν έχουν ζήσει ποτέ στην ύπαιθρο όλες αυτές οι διαδικασίες αποτελούν μία πρωτόγνωρη και εντυπωσιακή εμπειρία. Με αυτόν τον τρόπο κάθε μικρή κοινότητα ή χωριό, μετά από μία μικρή προσαρμογή και κατασκευή κάποιων βασικών εγκαταστάσεων, μπορεί να μετατραπεί σε ένα τουριστικό αξιοθέατο. Μία αντίστοιχη δραστηριότητα μπορεί να συνοδευτεί από τη δημιουργία επιπλέον εισοδήματος από την τρέχουσα γεωργική παραγωγή, και επίσης να διαφοροποιήσει την τοπική τουριστική προσφορά και την ανταγωνιστικότητα της τοπικής κοινωνίας (Brohman, 1996). Ωστόσο, η επιτυχία του αγροτουρισμού εξαρτάται από πολλούς παράγοντες όπως είναι η φύση της αγροτικής επιχείρησης (οι εκμεταλλεύσεις που αυξάνουν τόσο τα ζώα όσο και τις καλλιέργειες σε διαφορετικές και ιδιαίτερες τοποθεσίες είναι ελκυστικότερες από τις μονοκαλλιέργειες), οι υποδομές και η ευκολία πρόσβασης στις αγορές (Jafari, 2003).

Ο αγροτουρισμός θεωρείται συχνά ως ένα μέσο τόνωσης των φθινουσών αγροτικών οικονομιών, καθώς επιτρέπει τη δημιουργία μίας εναλλακτικής πηγής εισοδήματος η οποία προέρχεται από τα εισιτήρια, τις υπηρεσίες διαμονής και άλλες τουριστικές υπηρεσίες (μεταφορές, εστιατόρια), οδηγώντας επίσης στην αυξημένη ζήτηση για την παραγωγή των αγροτών, καθώς πολλοί επισκέπτες παρακινούνται να αγοράσουν φρούτα και λαχανικά στον παραγωγό έχουν συμβάλει και οι ίδιοι ή επειδή γνωρίζουν πλέον τις συνθήκες παραγωγής. Μία αντίστοιχη διαφοροποίηση του προϊόντος των αγροτών μπορεί να μειώσει τις επιπτώσεις της οικονομικής πίεσης και να αποτελέσει μία σημαντική πηγή συγκριτικού πλεονεκτήματος για τις αγροτικές εκμεταλλεύσεις. Επιπλέον, οι νέοι που τείνουν να εγκαταλείψουν τις περιοχές διαμονής τους λόγω έλλειψης ευκαιριών απασχόλησης μπορούν να βρουν μίας θέση εργασίας στις νεοϊδρυθείσες επιχειρήσεις, και με αυτόν τον τρόπο η εξορία της υπαίθρου μπορεί να περιοριστεί σε ένα βαθμό. Τέλος, υπάρχουν πολλοί άλλοι ακόμη θετικοί αντίκτυποι του αγροτικού τουρισμού στη φιλοξενία της τοπικής κοινωνίας, όχι μόνο αναφορικά με την αύξηση του εισοδήματος αλλά και χάριν της κοινωνικής ωφέλειας. Το πρόσθετο εισόδημα μπορεί να συμβάλει στην αναβίωση της «ξεθωριασμένης» λαϊκής τέχνης και στην αποκατάσταση των παραδοσιακών

χειρονακτικών επαγγελματών. Ο αγροτουρισμός μπορεί επίσης να αποτελέσει ένα εργαλείο για τη διατήρηση του παραδοσιακού τοπίου και του αγροτικού τρόπου ζωής (Jafari, 2003).

#### 1.1.7.5 Ο πολιτιστικό τουρισμός

Το κυριότερο κίνητρο του πολιτιστικού τουρισμού είναι να συναντήσει και να ανακαλύψει τον πολιτισμό της περιοχής ή της χώρας υποδοχής των τουριστών. Συνήθως καθοδηγείται από την ανθρώπινη περιέργεια, από την επιθυμία να ταξιδέψει κανείς και να μάθει τον τρόπο ζωής των άλλων ανθρώπων (Jafari, 2003). Με την έκρηξη των περιηγήσεων και των ελκυστικών προσφορών που παρέχουν τα ταξιδιωτικά γραφεία, ο πολιτιστικός τουρισμός έχει μετατραπεί σε έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς του εναλλακτικού τουρισμού. Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να εφαρμοστεί τόσο σε αστικές όσο και σε αγροτικές περιοχές. Η αστική του μορφή βρίσκεται κυρίως στις ιστορικές πόλεις και στις πολιτιστικές τους εγκαταστάσεις όπως είναι οι ιστορικές τοποθεσίες, τα μουσεία, οι γκαλερί, τα θέατρα και οι αρχαιολογικοί χώροι τουριστικού ενδιαφέροντος. Από την άλλη πλευρά, οι αγροτικές δραστηριότητες συγκεντρώνονται γύρω από παραστάσεις παραδοσιακών χορών, μουσικής, τελετουργιών ή χειροτεχνίας, ιδίως σε περιοχές με αυτόχθονες κοινότητες. Ο τρόπος ζωής του τοπικού πληθυσμού, οι παραδόσεις, η τέχνη, η μουσική και η λογοτεχνία, η αρχιτεκτονική, η θρησκεία και η ιστορία αυτών των ανθρώπων και άλλα στοιχεία που έχουν διαμορφώσει τον τρόπο ζωής τους, αντιστοιχούν στις πρωταρχικές πηγές αναζήτησης ενδιαφέροντος των τουριστών. Ωστόσο, υποστηρίζεται ότι ορισμένες δραστηριότητες μπορούν να θεωρηθούν ως πολιτιστική εκμετάλλευση τοποθετώντας τους κατοίκους αυτών των περιοχών σε υποδεέστερη θέση (Brohman, 1996). Μία από τις σημαντικές έννοιες που υποστηρίζουν τον πολιτιστικό τουρισμό είναι ο κατάλογος των τοπίων παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO, που έχει την ικανότητα ενώνει τους χώρους ιδιαίτερης πολιτιστικής ή φυσικής σημασίας. Αυτοί οι χώροι, προστατευμένοι υπό συγκεκριμένο καθεστώς, αποδίδουν ιδιαίτερη προσοχή τόσο σε ταξιδιωτικά γραφεία όσο και στους ανεξάρτητους ταξιδιώτες (Jafari, 2003).

#### 1.1.7.6 Ο αθλητικός τουρισμός

Ο αθλητικός τουρισμός αναφέρεται σε μία μορφή εναλλακτικού τουρισμού και συγκεκριμένα στην πραγματοποίηση ταξιδιών, τα οποία οργανώνονται με συγκεκριμένο στόχο και αυτός αφορά στη συμμετοχή ή/και στην παρακολούθηση αθλητικών δραστηριοτήτων. Το πλαίσιο αυτό καλύπτει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων από προσωπικές διακοπές κατάδυσης, οργανωμένες διακοπές πεζοπορίας και περιηγήσεων, σε επισκέψεις σε διεθνείς αθλητικές εκδηλώσεις όπως είναι Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Ποδοσφαίρου, το τουρνουά αντισφαίρισης του Παγκοσμίου Κυπέλλου ή οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Με την αυξανόμενη ζήτηση στον τομέα αυτό, ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί πλέον ένα από τα ταχύτερα αναπτυσσόμενα τμήματα του διεθνούς τουρισμού. Ο τομέας αυτός δεν επιδιώκει να εισαγάγει σχέδια κοινοτικής ανάπτυξης αλλά ούτε και να αυξήσει τη συμμετοχή, των μόνιμων κατοίκων των περιοχών υποδοχής των τουριστών, στη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Απεναντίας, έχει ως στόχο την ανάπτυξη αθλητικών εγκαταστάσεων και των υποδομών τους, γεγονός το οποίο θα πετύχει την εισροή των τουριστών και συνεπώς θα προσελκύσει εισόδημα στην τοπική (ή εθνική) οικονομία. Παρ' όλα αυτά, ο αθλητικός τουρισμός έχει αποδείξει ότι έχει σημαντικές οικονομικές επιπτώσεις όχι μόνο από τη διοργάνωση των μεγάλων αθλητικών γεγονότων αλλά και από στην ανάπτυξη των αθλητικών θέσεων και των αθλητικών δραστηριοτήτων (Jafari, 2003).

Παρά το γεγονός ότι η αειφόρος ανάπτυξη δεν είναι πρωταρχικής σημασίας για την ανάπτυξη αυτής της μορφής του εναλλακτικού τουρισμού, ωστόσο υπάρχουν πολλές θετικές έμμεσες συνέπειες. Η κατασκευή εγκαταστάσεων καθώς και οι συνοδευτικές υπηρεσίες (διαμονή, μεταφορές) είναι ικανές ώστε να δημιουργήσουν νέες ευκαιρίες απασχόλησης. Οι τουρίστες μόλις φτάσουν σε ένα προορισμό αθλητικού τουρισμού, αποτελούν μία συνεχή πηγή εσόδων για την εθνική οικονομία, η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη βελτίωση των υποδομών και την τοπική ανάπτυξη. Τα έσοδα μπορεί να προέρχονται από συνοδευτικές υπηρεσίες οι οποίες παρέχονται από μικρές τοπικές επιχειρήσεις, όπως είναι η πώληση αναψυκτικών ή αναμνηστικών ειδών και μπορούν εύκολα να βελτιώσουν το βιοτικό των ατόμων της τοπικής κοινωνίας (Patterson & Gulden, 2004). Ο αθλητικός τουρισμός ως μία μορφή εναλλακτικού τουρισμού, υπόκειται σε μία πορεία ταχείας ανάπτυξης στις περιοχές που ευδοκιμεί, ενώ παράλληλα έχει σημαντικές επιπτώσεις στην τοπική ανάπτυξη. Ένα από τα

ενδιαφέροντα παραδείγματα μπορεί να είναι η κατασκευή ενός γηπέδου, το οποίο έχει προγραμματιστεί να γίνει κέντρο ορισμένων περιφερειακών και διεθνών αγώνων. Αυτόματα μετατρέπεται σε ένα από τα πιο σημαντικά τουριστικά αξιοθέατα της περιοχής και ταυτόχρονα αποτελεί ένα σημαντικό οδηγό ανάπτυξης (Jafari, 2003).

### ***1.1.8 Ο μαζικός τουρισμός έναντι του εναλλακτικού τουρισμού***

Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί μία εκ διαμέτρου αντίθετη έκφραση του μαζικού τουρισμού, καθώς ο εναλλακτικός τουρισμός πολλές φορές θεωρείται ως ο καλός τουρισμός και ο μαζικός ως ο κακός (Pearce, et al., 1996). Όπως έχει αναφερθεί από αρκετούς ερευνητές όπως οι Andriotis (2001), European Commission (1993) και Vanhove (1997), μία πλειάδα αρνητικών επιπτώσεων που ακολουθούν την τουριστική ανάπτυξη προέρχεται από το μαζικό τουρισμό. Ο λόγος οφείλεται στο γεγονός ότι προσελκύει ένα αρκετά μεγάλο αριθμό υποστηρικτών/τουριστών, παιτώντας την πραγματοποίηση μεγάλων επενδύσεων, ενώ δίνεται πολύ μικρή σημασία στην τουριστική ανάπτυξη της τουριστικής περιοχής όπου σε ορισμένες περιπτώσεις η συμμετοχή της είναι ανύπαρκτη. Οι δυσμενείς επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού είναι εντονότερες στους τουριστικούς προορισμούς καθώς εκεί παρατηρείται η έντονη συγκέντρωση κατασκευής νέων υποδομών, η υπερκατανάλωση των φυσικών πόρων για την κάλυψη των αναγκών της τουριστικής βιομηχανίας και σε ορισμένες περιπτώσεις και η άσχημη συμπεριφορά των τουριστών η οποία ενοχλεί την τοπική κοινωνία (Coccosis, 1996), (Coccosis & Parpairis, 1996).

Στον Πίνακα 1 που ακολουθεί παρουσιάζονται συνοπτικά οι διαφορές μεταξύ του μαζικού και του εναλλακτικού τουρισμού όπως έχουν γίνει αντιληπτές από τον Ανδριώτη (2003).

<b>Μαζικός Τουρισμός</b>	<b>Εναλλακτικός Τουρισμός</b>
Απερίσκεπτος	Συνετός
Επιθετικός	Επιφυλακτικός
Γρήγορος/Ορμητικός	Αργός/Στοχαστικός
Υψηλών ρυθμών	Χαμηλών ρυθμών
Ανεξέλεγκτος	Ελεγχόμενος
Ασυντόνιστος	Συντονισμένος
Υπερβολικός	Μετριοπαθής
Βραχυπρόθεσμος	Μακροπρόθεσμος
Γενικού ενδιαφέροντος	Ειδικού ενδιαφέροντος
Εξωτερικά ελεγχόμενος	Ελεγχόμενος από τους κατοίκους
Ευαίσθητος στην τιμή	Ευαίσθητος στην αξία
Ποσοτικός	Ποιοτικός
Αυξανόμενος	Αναπτυσσόμενος
Ανάπτυξη χωρίς σχεδιασμό	Σχεδιασμένη ανάπτυξη
Άναρχη ανάπτυξη	Συγκέντρωση της ανάπτυξης σε συγκεκριμένες περιοχές
Εντατική εκμετάλλευση των περιοχών ενδιαφέροντος	Σεβασμός στην αξία της κάθε τοποθεσίας
Ανέγερση ενός αυξημένου αριθμού οικοδομημάτων	Εκμετάλλευση και βελτίωση των κτιρίων που υπάρχουν ήδη
Ανάθεση της τουριστικής ανάπτυξης σε εξωτερικούς φορείς	Ευκαιρίες λήψης αποφάσεων και συμμετοχή του τοπικού πληθυσμού
Εγκατάλειψη των ζημιών προς την κοινωνία	Οι ζημιές ανατίθενται προς πληρωμή στον υπεύθυνο
Αστική αρχιτεκτονική	Σεβασμός στην αρχιτεκτονική της εκάστοτε περιοχής
Απομάκρυνση των φυσικών φραγμών	Διατήρηση των φυσικών φραγμών
Πρόσληψη ανθρωπίνου δυναμικού με μη αποδεδειγμένες γνώσεις	Βελτίωση της εκπαίδευσης του ανθρωπίνου δυναμικού
Γρήγορα μέσα μεταφοράς	Κατάλληλα ή αργά μέσα μεταφοράς
Εξωτερική έμπνευση	Εσωτερική έμπνευση
Θεάματα	Βιώματα
Άνετος και παθητικός	Δραστήριος και ενεργητικός
Αίσθηση ανωτερότητας	Θέληση για μάθηση
Αναμνηστικά	Μνήμες, ημερολόγια και νέες προοπτικές
Στιγμαϊές φωτογραφίες	Φωτογραφία, σχεδίαση και ζωγραφική
Περιέργεια	Φινέτσα

**Πίνακας 1: Διαφορές μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού (Ανδριώτης, 2003)**



### ***1.1.9 Τα στοιχεία που διαφοροποιούν τον εναλλακτικό τουρισμό***

Από τη μέχρι στιγμής παρουσίαση ορισμένων στοιχείων του τουρισμού, έχει καταστεί σαφές ότι ο εναλλακτικός τουρισμός διαφέρει σημαντικά από το μαζικό τουρισμό. Σε αυτό το σημείο θα παρουσιαστούν ορισμένα στοιχεία τα οποία διαφοροποιούν και ταυτόχρονα χαρακτηρίζουν τον εναλλακτικό τουρισμό.

#### **1.1.9.1 Τα κίνητρα του τουρίστα**

Το πρώτο στοιχείο το οποίο διαφοροποιεί τον εναλλακτικό τουρισμό είναι ο τουρίστας, δηλαδή εκείνο το άτομο το οποίο αποφασίζει να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι. Το κυριότερο κίνητρο ή το σύνολο κινήτρων του τουρίστα είναι εκείνο το οποίο καθοδηγεί έναν τουρίστα για την επιλογή πραγματοποίησης ενός ταξιδιού. Είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι για να υπάρχει ένα κίνητρο πρέπει να προϋπάρχει μία ανάγκη και κυρίως η επιθυμία κάλυψής της. Καθίσταται σαφές ότι ένα κίνητρο αφορά σε μία ενδογενή δύναμη, η οποία ωθεί το άτομο να εκπληρώσει την επιθυμία του. Το σύνολο των κινήτρων τα οποία καθοδηγούν τον εναλλακτικό τουρισμό είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με τα κύρια πρότυπα της τουριστικής ανάπτυξης, τα οποία διαφέρουν από τις επιβολές του μαζικού τουρισμού. Τα κίνητρα των ατόμων για τον εναλλακτικό τουρισμό είναι εκ διαμέτρου αντίθετα από τα αντίστοιχα των ατόμων που επιλέγουν το μαζικό τουρισμό. Ο τουρίστας ο οποίος επιλέγει το μαζικό τουρισμό θεωρείται ως απαθής, επιφανειακός και λιγόψυχος (Cazes, 1989).

Ο τουρίστας που επιλέγει τον εναλλακτικό τουρισμό διακρίνεται για τα ιδιαίτερα, κίνητρα τα οποία αφορούν σε συμμετοχή σε (Cazes, 1989):

- Ενεργητικές δραστηριότητες όπως είναι η αναρρίχηση και η περιπλάνηση καθώς από αρκετούς χαρακτηρίζεται ως ο τουρισμός της περιπέτειας.
- Δραστηριότητες εξερεύνησης και επίσκεψης αρχαιολογικών χώρων και χώρων πολιτιστικής κληρονομιάς, συναναστροφής με τους μόνιμους κατοίκους των περιοχών επίσκεψης.

- Δραστηριότητες με χαρακτήρα δέσμευσης και συμμετοχής σε υπηρεσίες εθελοντισμού και προσφοράς προς τα κοινά ή συμμετοχή σε αρχαιολογικές ανασκαφές και εθελοντική εργασία σε κατασκηνώσεις.

Στον τουρισμό με τη μορφή του εναλλακτικού οι τουρίστες δεν επιδιώκουν αποκλειστικά τη δίοδο από την καθημερινότητα, καθώς το ταξίδι του αποκτά νόημα λόγω της εκπαιδευτικής, κοινωνικής, περιβαλλοντικής και πολιτιστικής διάστασης που έχει. Μία εναλλακτική μορφή τουρισμού δίνει ιδιαίτερη έμφαση στα κίνητρα τα οποία είναι σχετικά με την αυτονομία του ταξιδιού και το περιβάλλον (Τσάρτας, 1996).

#### 1.1.9.2 Ο εναλλακτικός τουρίστας

Το άτομο που επιλέγει τον εναλλακτικό τουρισμό, δηλαδή ο εναλλακτικός τουρίστας, δεν είναι δυνατό να θεωρηθεί ως ένας απλός καταναλωτής ή πελάτης καθώς παρουσιάζει διαφορές από τα πρότυπα του κοινού τουρισμού. Επιπλέον, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι εκείνη μορφή η οποία προσφέρει τη δυνατότητα της διαφυγής από την καθημερινή ρουτίνα και τον τρόπο ζωής του (Cohen, 1989). Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι εκείνο του Cohen (1989), ο οποίος ανέφερε ότι οι νέοι ταξιδιώτες παλαιότερα δεν αποδέχονταν το χαρακτηρισμό του τουρίστα και αποκαλούνταν ταξιδευτές. Ήταν άτομα τα οποία ταξίδευαν με στόχο την αναζήτηση αυθεντικών προορισμών, ενώ ο περίγυρός τους του χαρακτήριζε ως χίπις ή τουρίστες με το σακίδιο. Τα άτομα που επιλέγουν την εναλλακτική μορφή τουρισμού αποτελούν ένα μέρος της τουριστικής αγοράς με διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά και ιδιαίτερα κίνητρα που τους παρακινούν να πραγματοποιήσουν κάποιο ταξίδι.

Οι διαφορές που παρουσιάζουν οι τουρίστες του εναλλακτικού τουρισμού από κάθε ένα άλλο είδος τουρισμού, τους αναγκάζουν να απομονώνονται σε διακριτές κατηγορίες με ιδιαιτερότητες (Cohen, 1989). Οι Laarman & Durst (1987) σημείωσαν συγκεντρωτικά τα χαρακτηριστικά των εναλλακτικών τουριστών τα οποία είναι:

- Η προσπάθεια επίσκεψης περιοχών και προορισμών που δεν είναι ευρέως διαδεδομένα και δεν είναι εύκολα επισκέψιμα.
- Η διέγερση από την αίσθηση της περιπέτειας και της περιήγησης.

- Η προσπάθεια διαφυγής από τον έντονο τρόπο ζωής της καθημερινότητας για ένα εύλογο χρονικό διάστημα.
- Η προσπάθεια δημιουργίας διαύλων επικοινωνίας με τους μόνιμους κατοίκους των περιοχών επίσκεψής τους.
- Η αδιαφορία έναντι στην ύπαρξη τουριστικών υποδομών.
- Η συλλογή πληθώρας πληροφοριών καθόλη τη διάρκεια του ταξιδιού.
- Η επιθυμία πραγματοποίησης ταξιδιών μόνοι τους ή συμμετέχοντας σε μικρές ομάδες.
- Η άρτια και ολοκληρωμένη εκπαίδευσή τους.
- Το υψηλό εισόδημα.
- Η επιμήκυνση της διάρκειας παραμονής τους σε ένα προορισμό σε σύγκριση με τον τουρίστα του μαζικού τουρισμού.

#### 1.1.9.3 Ο τουρισμός προορισμός

Εκτός όλων των άλλων χαρακτηριστικών, ένα ακόμη το οποίο διαφοροποιεί τον εναλλακτικό τουρισμό είναι ο προορισμός ή η τοποθεσία που πρόκειται να επισκεφθεί ένα τουρίστας. Αξίζει να επισημανθεί ότι ο εναλλακτικός τουρισμός έχει την τάση να προωθεί ορισμένες διαφορές μεταξύ διαφορετικών προορισμών. Σύμφωνα με ορισμένους ερευνητές όπως οι Berno (1999) και Cohen (1989) η πλειοψηφία των τουριστικών προορισμών διακρίνονται για την απουσία αυθεντικότητας και την προώθηση εικονικών θελγήτρων, τα οποία έχουν κατασκευαστεί στο σύνολό τους με αποκλειστικό στόχο την τουριστική προβολή και χρήση. Από την άλλη πλευρά, ο εναλλακτικός τουρισμός διαθέτει ορισμένα ελκυστικά χαρακτηριστικά στοιχεία όπως είναι το παρθένο, το καινοτόμο και το αναξερεύνητο ενός τουριστικού προορισμού. Αυτά τα στοιχεία επιτρέπουν στον προορισμό του εναλλακτικού τουρισμού να διαφοροποιείται από τους αντίστοιχους κορεσμένους προορισμούς του μαζικού τουρισμού. Ένας τουρίστας που επιλέγει τον εναλλακτικό τουρισμό προσελκύεται από ένας ιδεατό και ήσυχο προορισμό, ενώ τον εξιτάρει η ιδέα της συναναστροφής με τον τοπικό πληθυσμό, γεγονός το οποίο ακτίκεται στο χαρακτηριστικό της αστικοποίησης που διακρίνει το μαζικό τουρισμό (Cazes, 1989).

#### 1.1.9.4 Το εύρος των τουριστικών επιχειρήσεων

Ένας μεγάλος αριθμός τουριστικών επιχειρήσεων προσελκύει επισκέπτες σε επιχειρήσεις με μεγάλο μέγεθος και συγκεκριμένα σε ξενοδοχειακές μονάδες όπου προσφέρονται ποικίλες υπηρεσίες η κοινώς επονομαζόμενες «all inclusive» διακοπές. Αυτός ο τύπος διακοπών συνάδει έντονα με το μαζικό τουρισμό και συνήθως διοργανώνεται από μεγάλα τουριστικά πρακτορεία (Weaver & Lawton, 2007). Από την άλλη πλευρά στον εναλλακτικό τουρισμό επικρατεί η άποψη του Schumacher (1974) ο οποίος σημείωσε ότι:

*«οτιδήποτε μικρό τείνει να είναι πανέμορφο»*

μία πρόταση η οποία αναφέρεται στον όγκο όπως και στο μέγεθος των επενδύσεων που πραγματοποιούνται σε ένα τουριστικό προορισμό.

Οι τουριστές του εναλλακτικού τουρισμού επιλέγουν για τη διαμονή τους μικρές μονάδες οι οποίοι ανήκουν και λειτουργούν υπό την αιγίδα μόνιμων κατοίκων. Δεν πρέπει να παραληφθεί η αναφορά στο γεγονός ότι η διαφορετική ανάπτυξη που παρατηρείται στους προορισμούς του εναλλακτικού τουρισμού έχει διαφορετικές επιπτώσεις στις περιοχές επισκεψιμότητας των τουριστών (Βαρβαρέσος, 2009). Ο Rodenburg (1989) διενήργησε μία έρευνα στο Μπαλί όπου προχώρησε σε μία ομαδοποίηση των τουριστικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνταν εκεί σε μεγάλες, σε μικρές και σε χειρωνακτικές επιχειρήσεις. Τα αποτελέσματα της έρευνάς του κατέληξαν στο γεγονός ότι η τουριστική εκμετάλλευση έχει διαφορετικούς στόχους στην οικονομική ανάπτυξη. Το τελικό συμπέρασμα του Rodenburg (1989) ήταν ότι η ίδρυση και η λειτουργία αρκετών χειρωνακτικών επιχειρήσεων οφελεί την περιοχή και κατ' επέκταση τους κατοίκους του.

Επιπρόσθετα, ο Andriotis (2001) πραγματοποίησε μία έρευνα σε 52 επιχειρήσεις όπου διέμεναν τουρίστες στην Κρήτη, τις οποίες είχε κατατάξει σύμφωνα με τη δυναμική των δωματίων τους σε μικρές, σε μεσαίες και σε μεγάλες. Σύμφωνα με τα

αποτελέσματα της έρευνάς του αποδείχθηκε ότι η συμβολή των τουριστικών επιχειρήσεων στην οικονομική ανάπτυξη της Κρήτης ήταν ανομοιογενής. Πιο αναλυτικά, οι μεγάλες επιχειρήσεις του νησιού αποσχολούσαν ένα μεγάλο αριθμό ξένων διευθυντικών στελεχών συγκριτικά με τις επιχειρήσεις μικρού ή μεσαίου μεγέθους. Σε συνέχεια αυτού, αποδείχθηκε ότι οι επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους έτειναν να αγοράζουν ένα μικρό αριθμό προϊόντων από τους μόνιμους κατοίκους του νησιού σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις μεσαίου μεγέθους. Από την άλλη πλευρά οι μικρές επιχειρήσεις έτειναν να απασχολούν αρκετά άτομα από την οικογένεια του ιδιοκτήτη με αποτέλεσμα να χαρακτηρίζονται ως μικρές, οικογενειακού τύπου επιχειρήσεις. Καθίσταται σαφές ότι όσο μικρότερη ήταν μία επιχείρηση από το δείγμα του Andriotis (2001), τόσο σημαντικότερη ήταν η συμβολή της στην τοπική ανάπτυξη.

#### ***1.1.10 Τα απαραίτητα δομικά στοιχεία για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού***

Η τοπική, τουριστική ζήτηση διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην οργάνωση, στην ανάπτυξη αλλά και στην προώθηση των προσφερόμενων τουριστικών πόρων και υποδομών. Η τουριστική ζήτηση διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη δημιουργία των κατάλληλων αναπτυξιακών τουριστικών προτύπων, μέσω της επίδρασης και της εδραίωσης ενός τουριστικού προορισμού τόσο στον εθνικό όσο και στο διεθνή χώρο (Τσάρτας, 1996). Οι προϋποθέσεις για την ομαλή ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού είναι ικανές (Τσάρτας, 1996):

- Να συμβάλουν στη βελτίωση της κατάστασης που επικρατεί.
- Να αφομοιωθούν με τις δομές που υπάρχουν ήδη.
- Να δομήσουν μία νέα παραγωγή, με τις υποδομές του εναλλακτικού τουρισμού να διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο.

Ταυτόχρονα, πρέπει να υπάρχει μία τριπλή κρατική παρέμβαση σε εθνικό, σε τοπικό αλλά και σε περιφερειακό επίπεδο με γνώμονα την ανάπτυξη του κοινωνικού, του οικονομικού αλλά και του φυσικού τομέα (Τσάρτας, 1996). Σύμφωνα με το Βαρβαρέσο (2009) τα περισσότερα κίνητρα της τουριστικής ζήτησης σχετίζονται με τους περιβαλλοντικούς αλλά και τους φυσικούς πόρους, η ανάπτυξη των οποίων

βασίζεται στην παρουσία περιοχών με ιδιαίτερη φυσική ομορφιά οι οποίοι συνήθως προστατεύονται κατά τη διάρκεια της τουριστικής χρήσης και της κατασκευής νέων τουριστικών υποδομών. Πέραν αυτού ένας εξίσου δυναμικός κλάδος της τουριστικής ζήτησης του εναλλακτικού τουρισμού αφορά σε ιστορικούς ή και σε πολιτισμικούς πόρους, οι οποίοι προσδιορίζουν την πραγματοποίηση ταξιδιών με ειδικά κίνητρα όπως είναι ο εκπαιδευτικό ή ο πολιτιστικός τουρισμός. Στους φυσικούς πόρους περιλαμβάνονται τα φαράγγια, οι λίμνες, οι παραλίες, οι σπηλιές, οι ορεινοί όγκοι ή οι εθνικοί δρυμοί, τα πάρκα περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος, η αγρια φύση και οι προστατευόμενες περιοχές. Από την άλλη πλευρά η αναφορά στους ιστορικούς ή στους πολιτισμικούς πόρους περιλαμβάνει τα μνημεία, τα ήθη και τα έθιμα των τουριστικών προορισμών, οι μορφές τέχνης, οι χώροι θρησκευτικής λατρείας, η τοπική παράδοση και κουλτούρα μίας περιοχής, οι δραστηριότητες πολιτιστικού χαρακτήρα, η ιστορία της περιοχής και η γλώσσα της (Τσάρτας, 1996).

Σύμφωνα με τον Τσάρτα (1996) μεταξύ των τουριστικών υποδομών, οι οποίες αποτελούν τη βάση του εναλλακτικού τουρισμού, εντοπίζονται:

- Οι χώροι για τη φιλοξενία και την εστίαση των τουριστών.
- Η διευκόλυνση στη διεκπεραίωση ορισμένων διαδικασιών μέσω των τουριστικών υπηρεσιών.
- Οι τουριστικές δραστηριότητες των ειδικών συμφερόντων.
- Η επάρκεια των μέσων μαζικής μεταφοράς και η εύκολη οδική πρόσβαση αναφορικά με τις υποδομές, τον εξοπλισμό, τους λειτουργικούς παράγοντες και τους κανονισμούς που ισχύουν σε ορισμένες περιοχές.

Σε αυτό το σημείο είναι χρήσιμο να αναφερθεί ότι ο σχεδιασμός του εναλλακτικού τουρισμού για την ανάπτυξη και διαχείρισή του περιλαμβάνει τις εξής φάσεις (Τσάρτας, 1996), (Βαρβαρέσος, 2009):

1. Στην πρώτη φάση, η οποία είναι η φάση της έρευνας, πραγματοποιείται μία καταγραφή των κυρίων παραμέτρων της ανάπτυξης της τουριστικής βιομηχανίας της περιοχής. Καταγράφεται με λεπτομέρεια όλο το σύνολο των συνιστωσών της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής ενδιαφέροντος ούτως ώστε να προσδιοριστούν εκείνα τα στοιχεία στα οποία θα στηριχθεί η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

2. Στη δεύτερη φάση, η οποία είναι η φάση του προσδιορισμού των σκοπών που θα εκπληρώσει το σχέδιο της τουριστικής ανάπτυξης, γίνονται περισσότερο σαφείς και συγκεκριμένοι οι στόχοι του σχεδίου σε κοινωνικό και σε οικονομικό επίπεδο.
3. Στην τρίτη φάση, η οποία είναι η φάση όπου επιλέγεται το κεντρικό πλαίσιο ανάπτυξης, συμβαίνει ο καθορισμός του αναπτυξιακού πλαισίου μέσα από ένα σύνολο εναλλακτικών σχεδίων, τα οποία αντιπροσωπεύουν διαφορεικά αναπτυξιακά πρότυπα σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες ενός τουριστικού προορισμού.
4. Στην τέταρτη φάση, η οποία είναι η φάση της διαμόρφωσης των συνισταμένων, προσδιορίζονται όλα τα εκπαιδευτικά προγράμματα και οι δράσεις του μάρκετινγκ και της προστασίας του περιβάλλοντος ώστε να προσελκύσουν επενδύσεις.
5. Στην πέμπτη φάση, η οποία είναι η φάση της εφαρμογής του αναπτυξιακού σχεδίου του εναλλακτικού τουρισμού, δημιουργείται ένας εξειδικευμένος φορέας ο οποίος εφαρμόζει και διαχειρίζεται το σύνολο του αναπτυξιακού σχεδίου.

## **1.2 Ο ελληνικός τουρισμός**

### ***1.2.1 Ακτινογραφία του ελληνικού τουρισμού***

Ο τουρισμός αποτελεί βασικό πυλώνα ανάπτυξης για την ελληνική οικονομία, ενώ είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι η συμβολή του στη διαμόρφωση του ΑΕΠ της εθνικής οικονομίας και της απασχόλησης είναι σημαντική. Η τουριστική βιομηχανία αποτελεί μία σανίδα σωτηρίας για την Ελλάδα και στην παρατεταμένη περίοδο ύφεσης στην οποία έχει εισέλθει η οικονομία της, λόγω της οικονομικής κρίσης. Είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι ο ελληνικός τουρισμός αφορά σε ένα από τους λίγους τομείς με επενδυτικό ενδιαφέρον, εξαιτίας του γεγονότος ότι μπορεί να αποτελεί το μέσο για την ανάπτυξη της οικονομίας. Επιπλέον, επειδή η ελληνική τουριστική βιομηχανία χαρακτηρίζεται από διασπορά των δραστηριοτήτων και των προορισμών της, ο τουρισμός μπορεί να διαδραματίσει καταλυτικό ρόλο στη δημιουργία εισοδήματος και ανάπτυξης σε αρκετές ελληνικές περιφέρειες. Ωστόσο, δεν πρέπει να

παραληφθεί η αναφορά στο γεγονός ότι ο ελληνικός τουρισμός έχει έντονο το στοιχείο της εποχικότητας καθώς προωθεί το τρίπτυχο «Ηλιος-Άμμος-Θάλασσα», το οποίο συνθέτει και το τουριστικό της προϊόν.

Ξεκινώντας την παρουσίαση ορισμένων βασικών στοιχείων για τον ελληνικό τουρισμό είναι χρήσιμη η αναφορά στο στοιχείο του εισερχόμενου τουρισμού και συγκεκριμένα στις αφίξεις και στα έσοδα από τους τουρίστες που έφτασαν στη χώρα για το 2018. Αναλυτικότερα, η Ελλάδα για το 2018 υποδέχθηκε περίπου 30,1 εκατομμύρια τουρίστες, οι οποίοι ήταν μόνιμοι κάτοικοι χωρών του εξωτερικού. Από αυτόν τον αριθμό τουριστών τα έσοδα που συγκέντρωσε ήταν ίσα με 15,9 δισεκατομμύρια ευρώ. Σχετικά με το μεταφορικό μέσο που επέλεξαν οι τουρίστες για τις διακοπές τους, δημοφιλέστερο ήταν το αεροπλάνο, καθώς το 68% των αφίξεων του εισερχόμενου τουρισμού οφειλόταν σε αεροπορικές αφίξεις. Αυτήν τη μορφή αφίξεων ακολουθούσαν οι οδικές μεταφορές με ένα ποσοστό ίσο με το 29% και τέλος οι θαλάσσιες μεταφορές με ένα ποσοστό ίσο με το 3%. Σε αυτό το σημείο είναι χρήσιμη η αναφορά στο γεγονός ότι το φαινόμενο της εποχικότητας του τουρισμού το επιβεβαιώνουν και οι εποχικές αφίξεις των τουριστών, επηρεασμένοι από το τρίπτυχο «Ηλιος-Άμμος-Θάλασσα». Αξίζει να σημειωθεί ότι για το χρονικό διάστημα από τον Απρίλιο έως το Σεπτέμβριο του 2018 είχε καταγραφεί το 80.2% των αφίξεων του εισερχόμενου τουρισμού και το 84.4% των συνολικών εσόδων (INSETE, 2018).

Για το 2018 παρατηρήθηκε μία αύξηση στις αφίξεις του εισερχόμενου τουρισμού κατά ένα ποσοστό ίσο με το 10.8% και μία αντίστοιχη αύξηση των εσόδων του εισερχόμενου τουρισμού κατά 11.7%. Η αύξηση των εσόδων του εισερχόμενου τουρισμού για το 2018 είχε κυμανθεί στα επίπεδα της προηγούμενης χρονιάς, μετά την πτωτική πορεία που είχε σημειωθεί το 2016 κατά 6.8%. Σχετικά με τη διανυκτέρευση των εισερχόμενων τουριστών παρατηρήθηκε μία αύξηση της τάξεως του 8.2% και έσοδα ίσα με 227 εκατομμύρια ευρώ. Αναφορικά με τη μέση κατά κεφαλήν δαπάνη αυτήν αυξήθηκε κατά 0.8% και συγκεκριμένα διαμορφώθηκε στα 526,7€. Είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι αυτήν η αύξηση οφειλόταν κατά κύριο λόγο στην αύξηση της δαπάνης ανά διανυκτέρευση κατά ένα ποσοστό ίσο με το 3.3%. Από την άλλη πλευρά η μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών είχε μειωθεί κατά 2.3%, ενώ είχε προηγηθεί μία οριακή αύξηση ίση με το 0.5% το 2017. Κατά τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία έντονη στροφή προς τον τουρισμό κρουαζιέρας στην Ελλάδα, η οποία για το 2018 κατέλαβε μία πολύ καλή θέση στην παγκόσμια



κατάταξη. Για το 2018 η Ελλάδα υποδέχθηκε έναν αριθμό 2,9 εκατομμυρίων τουριστών κρουαζιέρας, ένας αριθμός ο οποίος εμφανίστηκε μειωμένος κατά 0.6% συγκριτικά με το 2017. Τα έσοδα από τον τουρισμό κρουαζιέρας ήταν ίσα με 416 εκατομμύρια ευρώ, ενώ είναι χρήσιμη η αναφορά στο γεγονός ότι ήταν μειωμένα κατά ένα ποσοστό ίσο με το 2.8% (INSETE, 2018).

Η κύρια πηγή τουριστών για την ελληνική τουριστική βιομηχανία, οι οποίες αντιπροσωπεύουν ένα ποσοστό ίσο με το 68% του συνόλου των τουριστικών αφίξεων, είναι η Γερμανία, η Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ιταλία. Οι κυριότεροι προορισμοί που επισκέπτονται οι τουρίστες στην Ελλάδα είναι η Αττική, τα νησιά του Ιονίου, η Κεντρική Μακεδονία και η Κρήτη και τέλος τα νησιά του Νοτίου Αιγαίου. Αξίζει να σημειωθεί ότι μεταξύ του 2014-2017 η Ρουμανία, ως χώρα προέλευσης τουριστών στην Ελλάδα, σημείωσε μία αύξηση ίση με το 111%, ενώ από την άλλη πλευρά στο ίδιο χρονικό διάστημα η Ρωσία μείωσε τις τουριστικές της ροές προς την Ελλάδα κατά ένα ποσοστό ίσο με το 53%. Σημαντική ήταν η αύξηση των τουριστικών αφίξεων από την Αυστραλία, όπου σημειώθηκε μία αύξηση ίση με το 77%, ενώ η Κίνα σημείωσε μία αλματώδη αύξηση ίση με 272% (pwc, 2018).

Το επόμενο στοιχείο το οποίο θα εξεταστεί σχετικά με τον ελληνικό αφορά στον εγχώριο τουρισμό, για τον οποίο η τουριστική δαπάνη για την πραγματοποίηση ταξιδιών με τουλάχιστον μία διανυκτέρευση ανέρχονταν σε 1,398 εκατομμύρια ευρώ για το 2017, ενώ για το 2016 ήταν ίση με 1,287 εκατομμύρια ευρώ. Η αύξηση που παρατηρήθηκε μεταξύ του 2016 και του 2017 ήταν ίση με 8.7%. Είναι πολύ σημαντική η αναφορά του γεγονότος ότι η εν λόγω δαπάνη για το 2008 ήταν ίση με 3,868 εκατομμύρια ευρώ, γεγονός το οποίο υποδηλώνει μία μείωση ίση με 63.9% και αντικατοπτρίζει πλήρως την εκδήλωση της οικονομικής κρίσης (INSETE, 2018). Σύμφωνα με στοιχεία του INSETE (2018) για τα ταξίδια που πραγματοποιούσαν οι κάτοικοι της Ελλάδας με τουλάχιστον μία διανυκτέρευση τα στοιχεία για τη χρονική περίοδο 2016-2017 αναφέρουν τα εξής:

- Μία αύξηση του αριθμού των ταξιδιών ίση με 15.4% καθώς από 4,6 εκατομμύρια ταξίδια που είχαν πραγματοποιηθεί το 2016, το 2017 είχαν πραγματοποιηθεί 5,3 εκατομμύρια ταξίδια.

- Μία μείωση της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης για το κάθε ταξίδι κατά ένα ποσοστό ίσο με το 5.8% και συγκεκριμένα από 280€ για το 2016 η δαπάνη μειώθηκε στα 264€.
- Μία αύξηση της συνολικής δαπάνης κατά 8.7% καθώς από 1,3 δισεκατομμύρια για το 2016, η δαπάνη ανήλθε σε 1,4 δισεκατομμύρια ευρώ το 2017.

Επιπρόσθετα, για την εκτίμηση των επενδύσεων που πραγματοποιήθηκαν στον κλάδο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων μεταξύ του 2017-2018 λήφθηκαν υπόψη οι νέες κατασκευές καθώς και οι ανακαινίσεις που έλαβαν χώρα. Σύμφωνα με αυτά τα δεδομένα οι συνολικές επενδύσεις του ξενοδοχειακού τομέα εκτιμήθηκε μία αύξηση ίση με 46% και συγκεκριμένα από 1,541 εκατομμύρια ευρώ που είχαν δαπανηθεί το 2017, για το 2018 δαπανήθηκαν 2,260 εκατομμύρια ευρώ. Επίσης, αναφορικά με τις επενδύσεις που πραγματοποιήθηκαν σε άλλους τουριστικούς κλάδους εκτός του ξενοδοχειακού, αυτές διαμόρφωσαν ένα ποσοστό ίσο με το 45.3% (INSETE, 2018).

Είναι πολύ σημαντική η αναφορά της συμβολής της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας στην εθνική οικονομία. Για το 2018 το ΑΕΠ είχε διαμορφωθεί στα 184,714 εκατομμύρια ευρώ σε σχέση με τα 180,218 εκατομμύρια ευρώ του 2017, παρουσιάζοντας μία αύξηση ίση με 2.5%. Συγκεντρωτικά θα μπορούσε να ειπωθεί ότι:

- Η άμεση συνεισφορά της τουριστικής βιομηχανίας στο ΑΕΠ ήταν ίσο με 11.7% ή χρηματικά σε 21,6 δισεκατομμύρια ευρώ.
- Με τον υπολογισμό του πολλαπλασιαστικού οφέλους, το σύνολο της συνεισφοράς ήταν μεταξύ των 47,4 δισεκατομμυρίων ευρώ 57,1 δισεκατομμυρίων ευρώ. Η διακύμανση του ΑΕΠ ήταν μεταξύ του 25.7% και 30.9% με αποτέλεσμα η τουριστική βιομηχανία να χαρακτηριστεί ως ο βασικός πυλώνας της ελληνικής ανάπτυξης.
- Η αύξηση του ΑΕΠ ήταν ίση με 2.5%, ενώ η αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας ήταν ίση με 13.3% ήτοι 2,524 εκατομμύρια ευρώ.
- Ένα ποσοστό μεγαλύτερο του 90% του συνολικού εισοδήματος της τουριστικής δραστηριότητας οφείλεται στο εξωτερικό, με αποτέλεσμα η τουριστική βιομηχανία να χαρακτηρίζεται ως μία εξαγωγική δραστηριότητα.

Όπως έχει γίνει ήδη κατανοητό ο ελληνικός τουρισμός αποτελεί τη σημαντικότερη πηγή εσόδων για την εθνική οικονομία, ο οποίος καταφέρνει να φέρει σε εξισορρόπηση το ισοζύγιο πληρωμών. Για το 2018 οι εισπράξεις από τον τουρισμό κατάφεραν να καλύψουν το 72% του ελλείμματος που είχε δημιουργηθεί στο ισοζύγιο των αγαθών, παρουσιάζοντας μία μείωση ίση με το 2% για το 2017. Βέβαια, εάν σε αυτό το ποσοστό υπολογιστούν επίσης και τα έσοδα που προέρχονται από τον εισερχόμενο τουρισμό και τα έσοδα από τη χρήση των μεταφορικών μέσων, τότε η κάλυψη του ελλείμματος ισοζυγίου των αγαθών θα φτάσει το 81%. Είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι οι τουριστικές εισπράξεις για το 2018 αντιπροσώπευαν το 50% του συνόλου των εισπράξεων που οφειλόταν στις εξαγωγές των αγαθών, έναντι του 52% για το έτος 2017. Εάν σε αυτές τις εισπράξεις υπολογιστούν επίσης και τα μεταφορικά έσοδα, τόσο το σύνολο αυτό θα είναι ίσο με 56% για το 2018 και 58% για το 2017. Είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι εάν από τις εξαγωγές των αγαθών πραγματοποιηθεί μία αφαίρεση των εξαγωγών που οφείλονται στα πλοία και στα καύσιμα, τόσο το οι εισπράξεις από τον τουρισμό θα είναι ίσε με το 73% για το 2018, ένα ποσοστό το οποίο ήταν ίσο με το εκείνο του 2016. Επιπλέον, εάν σε αυτές τις εισπράξεις υπολογιστούν και οι μεταφορές τότε το ποσοστό των εισπράξεων θα είναι ίσο με το 82% για το 2018, όσο ήταν και το 2017 (INSETE, 2018).

Ολοκληρώνοντας, μία εξίσου σημαντική συμβολή της τουριστικής βιομηχανίας στην εθνική οικονομία εκτός από το ΑΕΠ, είναι η συμβολή στην απασχόληση και η επακόλουθη μείωση του ποσοστού της ανεργίας. Οι αυξήσεις της απασχόλησης για το δεύτερο, το τρίτο και το τέταρτο τρίμηνο του 2018 ήταν ίσες με 2.1%, 3.1% και 7.9% αντίστοιχα. Επιπλέον, στο τρίτο τρίμηνο του 2018 η τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας δημιούργησε επιπλέον 650 χιλιάδες θέσεις εργασίας καλύπτοντας με αυτόν τον τρόπο το 16.7% της απασχόλησης. Εάν, όπως και στην περίπτωση του ΑΕΠ, χρησιμοποιηθεί πολλαπλασιαστής τότε η συνολική άμεση και έμμεση απασχόληση της τουριστικής βιομηχανίας θα κυμαινόταν από το 36.7% έως το 44.2% της συνολικής απασχόλησης (INSETE, 2018).

### ***1.2.2 Ανάλυση SWOT του ελληνικού τουρισμού***

Σε αυτό το σημείο θεωρείται χρήσιμη η παράθεση μίας ανάλυσης SWOT για τον ελληνικό τουρισμό με την αναφορά στα δυνατά (δυνάμεις) και αδύνατα (αδυναμίες)

σημεία του καθώς επίσης και στις απειλές και τις ευκαιρίες που ανακύπτουν από το εξωτερικό περιβάλλον του. Πιο αναλυτικά,

- Τα δυνατά σημεία της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας (Strengths) είναι:
  - Το εύπορο και θερμό μεσογειακό κλίμα με τα ζεστά καλοκαίρια και τους ήπιους χειμώνες.
  - Ο θεσμός της ελληνικής φιλοξενίας, η παιδεία, ο σεβασμός και ο τρόπος ζωής των ατόμων που δραστηριοποιούνται στην τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας οδηγεί στην ικανοποίηση των επισκεπτών.
  - Το μήκος των ακτογραμμών που καταλαμβάνει 15,000 χιλιόμετρα και ο μεγάλος αριθμός νησιών.
  - Η τεράστια ελληνική παράδοση, η αρχαιολογική/ιστορική/πολιτιστική κληρονομιά και οι αναρίθμητοι χώροι που μπορεί να επισκεφθεί κανείς και να έρθει σε επαφή με τον ελληνικό πολιτισμό.
  - Η ελληνική κουζίνα με τις ιδιαίτερες γεύσεις και την ποιότητα των προϊόντων που χρησιμοποιούνται ως πρώτες ύλες. Επίσης, η μεσογειακή διατροφή έχει χαρακτηριστεί ως η πιο υγιεινή και θρεπτική σε παγκόσμιο επίπεδο.
  - Η ασφάλεια που παρέχει ως χώρα καθώς δεν αποτελεί βορά των εξτρεμιστικών οργανώσεων.
  - Οι σύγχρονες τουριστικές υποδομές και η υψηλή ικανοποίηση που αντλούν οι επισκέπτες.
  - Η καθιέρωση ορισμένων τουριστικών προορισμών με τη μορφή brand name όπως είναι η Ρόδος, η Κρήτη, η Κεφαλονιά, Η Σαντορίνη, η Κέρκυρα και η Μύκονος.
- Τα αδύνατα σημεία της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας (Weaknesses) είναι:
  - Η εποχικότητα του τουριστικού φαινομένου, το οποίο έχει ως αποτέλεσμα η τουριστική ζήτηση να εμφανίζεται αυξημένη το καλοκαίρι και να μειώνεται τις υπόλοιπες εποχές του χρόνου με αποτέλεσμα να οδηγείται στην ανεργία πλήθος κόσμου.

- Η υπερ-συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας σε συγκεκριμένες τουριστικές περιοχές, γεγονός το οποίο επιφέρει μία άνιση κατανομή της τουριστικής κίνησης.
- Η απουσία κατάρτισης του ανθρωπίνου δυναμικού με αποτέλεσμα να αδυνατεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των τουριστών και στο διεθνή ανταγωνισμό. Αυτό έχει άμεση επίπτωση στην ποιότητα των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών.
- Το μονοσήμαντο τρίπτυχο «Ήλιος-Άμμος-Θάλασσα» και η αδυναμία παροχής διαφοροποιημένων προϊόντων έναντι των ανταγωνιστριών χωρών.
- Το χαμηλό επίπεδο τουριστικών επενδύσεων εξαιτίας της οικονομικής κρίσης και της γραφειοκρατίας.
- Η απουσία εκσυγχρονισμένων υποδομών των μέσων μαζικής μεταφοράς και η έλλειψη ενός σχεδίου ανάπτυξής τους.
- Η προσφορά χαμηλής ποιότητας ειδικών μορφών τουρισμού λόγω της απουσίας ανάλογων υποδομών ή εγκαταστάσεων.
- Η απουσία οργανωμένης στρατηγικής μάρκετινγκ για την αξιοποίηση νέων μορφών τεχνολογίας, γεγονός το οποίο επιφέρει μείωση στην ανταγωνιστικότητα της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας.
- Η απουσία ύπαρξης κινήτρων για τη βελτίωση της επιχειρηματικότητας της τουριστικής βιομηχανίας και η ανικανότητα ένταξης νέων προγραμμάτων.
- Η χαμηλή και αργή απορρόφηση των κονδυλίων του ΕΣΠΑ με στόχο την ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων.
- Η απουσία εργαλείων χρηματοδότησης.
- Η πολιτική αστάθεια και η έντονη γραφειοκρατία.
- Οι ευκαιρίες της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας (Opportunities) είναι:
  - Η έντονη στροφή της πολιτείας προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, η διενέργεια επενδύσεων σε καινούργιες υποδομές αλλά και η προσπάθεια διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος.
  - Η προσπάθεια συνεργασίας του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα με στόχο την καταπολέμηση της γραφειοκρατίας.

- Η χορήγηση κινήτρων προς τους νέους επιχειρηματίες για την ενασχόληση με την τουριστική βιομηχανία αλλά και η αύξηση των δαπανών σε αυτήν.
- Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου μέσω της προώθησης νέων μορφών τουρισμού, εκείνων του εναλλακτικού, και η προσπάθεια για την αύξηση του εγχώριου τουρισμού.
- Το άνοιγμα της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας σε αγορές όπως είναι η Κίνα και η Ρωσία με την απλοποίηση των διαδικασιών για την έκδοση της Visa.
- Η προβολή της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας μέσω της πρόσβασης των τουριστών σε αυτήν μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.
- Η παρουσία ενός οργανωμένου και ολοκληρωμένου χωροταξικού σχεδίου, το οποίο θα προσανατολίζεται στην προώθηση της ορθολογικής τουριστικής ανάπτυξης. Σε αυτό το σχέδιο πρέπει να κατηγοριοποιούνται οι περιοχές ανάπτυξης ανάλογα με το στάδιο της ανάπτυξης στο οποίο βρίσκονται, τις ιδιομορφίες τους και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους.
- Η χρηματοδότηση της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων.
- Η σύναψη συμφωνιών με αεροπορικές εταιρείες με χαμηλό κόστος πτήσεων, γεγονός το οποίο θα προσελκύσει τουρίστες από τις πιο μακρινές και βόρειες περιοχές κατά τους καλοκαιρινούς μήνες.
- Τέλος οι απειλές για την ελληνική τουριστική βιομηχανία (Threats) είναι:
  - Ο αυξημένος ανταγωνισμός από τις αναδυόμενες τουριστικές αγορές της Λεκάνης της Μεσογείου εξαιτίας των διακοπών χαμηλότερου κόστους που προσφέρουν.
  - Η μείωση των επισκεπτών στην Ελλάδα καθώς το τρίπτυχο «Ηλιος-Άμμος-Θάλασσα» προσφέρεται και από άλλες μεσογειακές χώρες.
  - Οι δυσμενείς επιπτώσεις της παρατεταμένης ύφεσης στην οποία έχει εισέλθει η ελληνική οικονομία, γεγονός το οποίο έχει οδηγήσει σε μία κοινωνική αλλά και πολιτική αστάθεια.
  - Η πτώχευση ορισμένων ρωσικών τουριστικών γραφείων.

- Ο περιορισμός του εγχώριου τουρισμού.

### **1.2.3 Παράγοντες επηρεασμού της τουριστικής ζήτησης**

Η σημασία της τουριστικής βιομηχανίας έχει υποχρεώσει την ερευνητική κοινότητα να προχωρήσει έρευνες σχετικά με τους παράγοντες επηρεασμού της τουριστικής ζήτησης. Σύμφωνα με την κλασική οικονομική θεωρία έχει αναφερθεί ότι οι κυριότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης είναι το εισόδημα των ατόμων και οι τιμές των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Ο Cunha (2001) σημείωσε ότι οι πιθανότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης είναι:

- Οι κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες, όπως είναι το εισόδημα, οι τιμές μεταξύ του τόπου πρέλευσης των τουριστών και του τόπου προορισμού, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, ο ελεύθερος χρόνος των τουριστών και το επίπεδο της αστικοποίησης.
- Οι τεχνικοί παράγοντες, όπως είναι η ευκολία της επικοινωνίας και της χρήσης των μέσων μαζικής μεταφοράς.
- Οι ψυχολογικοί και οι πολιτιστικοί παράγοντες, οι οποίοι αντανακλούν τις ατομικές προτιμήσεις ή τον τρόπο ζωής των τουριστών.
- Οι τυχαίοι παράγοντες όπως είναι ορισμένα απρόβλεπτα γεγονότα μεταξύ των οποίων είναι η πολιτική αστάθεια, οι φυσικές καταστροφές, οι ασθένειες και οι επιδημίες ή οι καιρικές συνθήκες.

Εν συνεχεία θα παρουσιαστούν ορισμένοι από τους κυριότερους προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης όπως είναι:

- Το εισόδημα. Το κατά κεφαλήν εισόδημα έχει αναφερθεί ότι αποτελεί τον κυριότερο προσδιοριστικό παράγοντα της τουριστικής ζήτησης, καθώς τόσο η επιθυμία πραγματοποίησης ενός ταξιδιού όσο και το διάστημα παραμονής σε έναν τουριστικό προορισμό έχουν άμεση θετική εξάρτηση με το επίπεδο των τουριστών, ενώ υπάρχει μία αρνητική σχέση με το κόστος επιβίωσης στη χώρα υποδοχής των τουριστών. Οι εισοδηματικές μεταβολές των τουριστών προκαλούν αλλαγές στην τουριστική ζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς όσο υψηλότερο είναι το κατά κεφαλήν εισόδημα μίας χώρας τόσο

δυσκολότερο θα είναι για τους πολίτες αυτής να καταναλώσουν ταξιδιωτικές υπηρεσίες στο εξωτερικό αυτής (Proenca & Soukiazis, 2008).

- Οι τιμές. Η τουριστική βιομηχανία αφορά στην κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών, τα οποία κοστολογούνται με διαφορετικό τρόπο στον κάθε τουριστικό προορισμό. Αρχικά ένας τουρίστας αποφασίζει εάν πρόκειται να καταναλώσει κάποιο προϊόν ή υπηρεσία της τουριστικής βιομηχανίας έναντι κάποιων άλλων αγαθών. Έπειτα επιλέγει τον τουριστικό προορισμό τον οποίο θα επισκεφθεί, το συνολικό κόστος του ταξιδιού και στη συνέχεια προσπαθεί να μεγιστοποιήσει τη χρησιμότητά του. Ωστόσο, οι ανάγκες και οι απαιτήσεις των τουριστών εξαρτώνται σε σημαντικό βαθμό από τις τιμές άλλων αγαθών και υπηρεσιών όπως και από το επίπεδο τιμών της χώρας (Proenca & Soukiazis, 2008). Σε αυτήν την περίπτωση διακρίνονται τα εξής σενάρια (Proenca & Soukiazis, 2008):

- Στη χώρα προέλευσης των τουριστών αυξάνεται το επίπεδο των τιμών με αποτέλεσμα να μειωθεί η αγοραστική δύναμη των τουριστών και ως εκ τούτου θα περιοριστεί η επιθυμία τους για πραγματοποίηση ενός ταξιδιού.
- Στη χώρα υποδοχής των τουριστών αυξάνεται το επίπεδο τιμών γεγονός το οποίο αποθαρρύνει τους τουρίστες από την επίσκεψή τους σε αυτόν με αποτέλεσμα είτε να μην πραγματοποιήσουν κάποιο ταξίδι είτε να επιλέξουν κάποιο φθηνότερο ανταγωνιστικό προορισμό.

Σε αυτήν την περίπτωση θεωρείται απαραίτητη η εξέταση της σχετικής τιμής ανάμεσα στη χώρα υποδοχής των τουριστών και στη χώρα προέλευσής τους και η εξέταση της σχετικής τιμής των ανταγωνιστικών προορισμών (Proenca & Soukiazis, 2008).

- Το κόστος της μεταφοράς. Στην τελική τιμή που πρέπει να πληρώσουν οι καταναλωτές για το τουριστικό προϊόν περιλαμβάνεται και το κόστος μεταφοράς των τουριστών από τη χώρα προέλευσής τους στη χώρα υποδοχής τους και το αντίθετο. Μία αλλαγή στο μεταφορικό κόστος των τουριστών είναι ικανό να προκαλέσει μείωση στην τουριστική ζήτηση ενός προορισμού (Πολύζος, 2010).
- Οι τιμές των υποκατάστατων και των συμπληρωματικών αγαθών. Η αύξηση των τιμών σε μία χώρα, μπορεί να αυξήσει την τουριστική ζήτηση σε κάποια



άλλη χώρα, εφόσον η αύξηση του επιπέδου των τιμών σε έναν τουριστικό προορισμό αναδιανέμει την τουριστική ζήτηση προς φθηνότερους τουριστικούς προορισμούς. Ορισμένοι τουριστικοί προορισμοί μπορεί να είναι συμπληρωματικά αγαθά μεταξύ τους ή υποκατάστατα, ενώ οι τουρίστες μπορεί κατά την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού τους μπορεί να επισκεφθούν και έναν επιπλέον τουριστικό προορισμό. Στην τελευταία περίπτωση, η αύξηση του επιπέδου των τιμών στον αρχικό προορισμό θα αυξήσει το επίπεδο τιμών και του ενδιάμεσου προορισμού με αποτέλεσμα να μειωθεί η τουριστική ζήτηση (Crouch, 1992), (Πολύζος, 2010).

- Οι πολιτικοί και οι διεθνείς παράγοντες. Οι τρομοκρατικές επιθέσεις, η αστάθεια στο εσωτερικό μίας χώρας και οι πολεμικές συρράξεις συντελούν σε αποτρεπτικούς παράγοντες της απόφασης των τουριστών να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι προς έναν τουριστικό προορισμό. Σε αυτήν την περίπτωση οι τουρίστες στρέφουν το ενδιαφέρον τους προς άλλους τουριστικούς προορισμούς οι οποίοι είναι ασφαλείς. Οι δυσμενείς επιπτώσεις όλων των παραπάνω καταστάσεων έχουν ως αποτέλεσμα να μειωθεί η τουριστική κίνηση σε ένα προορισμό ή ακόμη και να εξαφανιστεί (Seddighi, et al., 2001).
- Οι ψυχολογικοί παράγοντες. Ο τουρισμός αναφέρεται σε ένα προϊόν με έντονα ψυχολογικό χαρακτήρα, ο οποίος αντικατοπτρίζει τη διαφυγή από την καθημερινότητα. Η απόφαση των τουριστών για την πραγματοποίηση ταξιδιών εξαρτάται σημαντικά από τα ατομικά τους χαρακτηριστικά, από το εκπαιδευτικό και το πολιτιστικό του υπόβαθρο και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κάθε τουριστικού προορισμού. Πραγματοποιείται ένας διαχωρισμός στον τουρισμό σύμφωνα με την πραγματοποίηση ταξιδιών εξαιτίας της αγάπης προς τον ήλιο και της αγάπης για τα ταξίδια. Αυτό το γεγονός υποδηλώνει την ύπαρξη εντελώς διαφορετικών κινήτρων και διαφορετικών προτιμήσεων μεταξύ των τουριστών όπως επίσης και την επίτευξη ικανοποίησης από διαφορετικά χαρακτηριστικά ενός τουριστικού προορισμού (Πολύζος, 2010).
- Οι δημογραφικοί και οι κοινωνιολογικοί παράγοντες. Στοιχεία όπως είναι η ηλικία, το φαινόμενο της αστικοποίησης, το επάγγελμα και το μορφωτικό επίπεδο αποτελούν παράγοντες οι οποίοι μπορούν να διαμορφώσουν και να

επιηρεάσουν την τουριστική ζήτηση ενός προορισμού. Σε ορισμένες περιπτώσεις παρατηρείται ο διαφορετικός βαθμός με τον οποίο επιδρούν οι ανωτέρω παράγοντες στη λήψη των αποφάσεων των τουριστών να ταξιδέψουν σε κάποιον προορισμό. Επίσης, δεν πρέπει να παραληφθεί η αναφορά στο γεγονός ότι ο βαθμός μετανάστευσης της χώρας υποδοχής των τουριστών επιδρά στη διαμόρφωση της τουριστικής ζήτησης. Οι μετανάστες κάποιας χώρας όπως και οι απόγονοί τους έλκονται περισσότερο από τη γενέτειρά τους, συγκριτικά με οποιαδήποτε άλλη χώρα. Ως εκ τούτου ο μετανάστης λειτουργεί ως μέσο προώθησης και προβολής των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της πατρίδας του στη χώρα της μόνιμης κατοικίας του, με αποτέλεσμα οι μόνιμοι κάτοικοι αυτής να αποφασίζουν να ταξιδέψουν προς την πατρίδα των μεταναστών (Walsh, 1996).

- Οι τεχνολογικοί παράγοντες. Η ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη και η είσοδος στην κοινωνία της τεχνολογίας και της πληροφορίας δημιούργησαν νέες προοπτικές στην τουριστική ζήτηση και στις τουριστικές δραστηριότητες. Ο τουρισμός, ο οποίος αποτελεί μία αμιγώς οικονομική δραστηριότητα, συνδέεται άμεσα με την τεχνολογία της πληροφορίας και της επικοινωνίας, αναπτύσσοντας και διευρύνοντας τις υπάρχουσες λειτουργίες και δραστηριότητές του (Λαγός, 2005).
- Οι κλιματολογικές συνθήκες και οι φυσικοί παράγοντες. Οι κλιματολογικές συνθήκες ενός τουριστικού προορισμού (μορφολογία του εδάφους, χλωρίδα, πανίδα, επίπεδο ηλιοφάνειας, θερμοκρασία) συνδράμουν προς την επιλογή του ή όχι όπως επίσης και στην ανάπτυξης ποικίλων μορφών εναλλακτικού τουρισμού (Ηγουμενάκης, 1991).

#### ***1.2.4 Παράγοντες προσδιορισμού της τουριστικής προσφοράς***

Η έννοια της τουριστικής προσφοράς αναφέρεται στο τουριστικό προϊόν το οποίο προσφέρεται προς τους τουρίστες προς κατανάλωση. Η τουριστική προσφορά είναι ετερογενής, υπό την έννοια ότι υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών τα οποία παράγονται και προσφέρονται με διαφορετικό τρόπο μεταξύ των διαφορετικών τουριστικών προορισμών. Κάποιοι από τους προσδιοριστικούς παράγοντες της τουριστικής προσφοράς έχουν διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στην

ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, ενώ η τουριστική προσφορά προσαρμόζεται στην τουριστική ζήτηση (Λαγός, 2005). Μεταξύ των παραγόντων που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά εντοπίζονται οι εξής (Λαγός, 2005):

- Η τιμή του τουριστικού προϊόντος το οποίο προσφέρεται και η οποία λειτουργεί ως κίνητρο για τη μεταβολή (αύξηση ή μείωση) της παραγωγής της τουριστικής βιομηχανίας.
- Οι προκαθορισμένοι στόχοι των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην τουριστική βιομηχανία ποικίλουν μεταξύ διαφορετικών τουριστικών προορισμών. Ωστόσο, μεταξύ των βασικών επιδιώξεων των τουριστικών επιχειρήσεων είναι η επίτευξη ενός σταθερού ύψους κερδών και η επιμήκυνση της διάρκειας της τουριστικής περιόδου για την πάταξη του φαινομένου της εποχικότητας του τουρισμού.
- Οι τεχνολογικές μεταβολές, οι οποίες είναι ικανές να επηρεάσουν την παραγωγή όπως και την προσφορά των τουριστικών προϊόντων και των υπηρεσιών.
- Οι μεταβολές που παρατηρούνται στις τιμές των παραγωγικών συντελεστών της τουριστικής βιομηχανίας, οι οποίες δημιουργούν μεταβολές στο κόστος παραγωγής των τουριστικών προϊόντων και των υπηρεσιών.
- Οι προβλέψεις και οι προσδοκίες των παραγωγών αναφορικά με τις τιμές που θα επικρατήσουν στα τουριστικά προϊόντα και στις υπηρεσίες, αποτελούν ουσιαστικούς παράγοντες που ωθούν την αύξηση του ρυθμού παραγωγής και καθορίζουν την τουριστική προσφορά.
- Το πλήθος των μονάδων που δραστηριοποιούνται στην τουριστική βιομηχανία, γεγονός το οποίο επηρεάζει είτε θετικά είτε αρνητικά την τουριστική προσφορά. Μία μεταβολή του αριθμού των τουριστικών μονάδων θα έχει ως συνέπεια τη μεταβολή της τουριστικής προσφοράς των προϊόντων ή των υπηρεσιών.

### ***1.2.5 Ο παγκόσμιος τουρισμός και η Ελλάδα***

Η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός για το 2018 κατέκτησε τη 13<sup>η</sup> θέση αναφορικά με τον αριθμό των αφίξεων που σημειώθηκαν. Στην παγκόσμια κατάταξη την 1<sup>η</sup> θέση κατέκτησε η Γαλλία με ένα σύνολο 93,2 εκατομμυρίων τουριστών, μία αύξηση η

οποία ισοδυναμεί με 7.2% συγκριτικά με το 2017. Στη 2<sup>η</sup> θέση βρισκόταν η Ισπανία με 82,8 εκατομμύρια αφίξεις σημειώνοντας μία μικρή άνοδο ίση με το 1.2% συγκριτικά με το 2017 και στην 3<sup>η</sup> θέση βρισκόταν οι Η.Π.Α. που προσέλκυσαν 82,2 εκατομμύρια επισκέπτες καταγράφοντας μία αύξηση ίση με 6.7% συγκριτικά με το 2017. Στις επόμενες θέσεις της κατάταξης βρισκόταν η Κίνα με 62,9 εκατομμύρια αφίξεις μία αύξηση ίση με 3.6% σε σχέση με το 2017, ενώ η Ιταλία προσέλκυσε 62,1 εκατομμύρια τουρίστες, σημειώνοντας μία αύξηση ίση με 6.5% συγκριτικά με το 2017 (TornosNews.gr, 2018).

Για την Ελλάδα είχε σημειωθεί ότι για το 2018 είχε προσελκύσει 30,1 εκατομμύρια επισκέπτες διαγράφοντας μία σημαντική αύξηση ίση με το 10.8% συγκριτικά με το 2017. Η ανταγωνίστρια χώρα Τουρκία βρισκόταν σε υψηλότερη θέση καθώς για το 2018 προσέλκυσε συνολικά 45,8 εκατομμύρια τουρίστες και σημείωση μία εξαιρετική αύξηση ίση με το 22% έναντι του προηγούμενου έτους του 2017, κατακτώντας την 6<sup>η</sup> θέση σε παγκόσμιο επίπεδο. Για το 2018 οι συνολικές αφίξεις της τουριστικής βιομηχανίας ήταν ίσες με 1,4 δισεκατομμύρια σημειώνοντας μία αύξηση ίση με 5.6% συγκριτικά με το 2017. Αξίζει να σημειωθεί ότι ένα ποσοστό ίσο με το 60% κινείται τουριστικά προς 20 συγκεκριμένες χώρες (TornosNews.gr, 2018). Μεταξύ των χωρών με τις μεγαλύτερες τουριστικές ροές βρισκόταν για το 2018 (TornosNews.gr, 2018):

- Το Τατζικιστάν με 1,2 εκατομμύρια αφίξεις, μία αύξηση ίση με 190% συγκριτικά με το 2017, η οποία αντιστοιχεί σε 431,000 αφίξεις. Αυτήν η αλματώδης αύξηση οφείλεται στο γεγονός ότι το Ουζμπεκιστάν άνοιξε τα σύνορά του.
- Το Εκουαδόρ με μία αύξηση ίση με το 51% συγκριτικά με το 2017.
- Η Αίγυπτος με μία αύξηση ίση με το 36.8% σε σύγκριση με το 2017.
- το Τατζικιστάν (+190%, 1,2 εκατ. αφίξεις, από 431.000 το 2017), που οφείλεται κυρίως στο άνοιγμα των συνόρων με το Ουζμπεκιστάν, Ακολουθεί το Εκουαδόρ με αύξηση 51% και η Αίγυπτος με αύξηση 36,8%.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ**

### **ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΑΡΑΧΟΒΑΣ**

## 2.1 Η Αράχοβα

Η Αράχοβα, αφορά σε μία ορεινή περιοχή και συγκεκριμένα σε μία κωμόπολη της Περιφερειακής Ενότητας Βοιωτίας, η οποία έχει χτιστεί στη νότια πλαγιά του Παρνασσού και έχει υψόμετρο ίσο με 950 μέτρα. Με τη λήξη του Προγράμματος Καλλικράτη, η Αράχοβα σταμάτησε να αποτελεί την έδρα του Δήμου Αράχοβας, και πλέον έχει ενταχθεί στο Δήμο Διστόμου, Αράχοβας, Αντίκυρας, συγκροτώντας μία Δημοτική Ενότητα. Η ονομασία της είναι νοτιοσλαβικής προέλευσης «Orecheva» και σημαίνει «καρυδότοπος», αν και υπάρχουν και άλλες εκδοχές σχετικά με την απόδοση της ονομασίας της. Η πρώτη εκδοχή αναφέρει ότι κατά τα χρόνια της Ελληνικής Επανάστασης, η περιοχή ήταν ευρέως γνωστή ως «Ράχωβα», μία λέξη με ελληνική προέλευση η οποία είναι σύνθετη και προέρχεται από τις λέξεις «ράχης» και «ωβάς», η οποία χρησιμοποιούνταν για να υποδηλώσει την ένωση οικισμών των κατοίκων της περιοχής. Η δεύτερη εκδοχή αναφέρει ότι η ονομασία της Αράχοβας προέρχεται από τους κατοίκους του Ράχωβου Γρεβενών, από το οποίο οι κάτοικοι είχαν εκδιωχθεί από τους Τούρκους στη διάρκεια της Τουρκοκρατίας (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015).

Σύμφωνα με την απογραφή του 2011, οι εγγεγραμμένοι κάτοικοι της περιοχής της Αράχοβας ήταν 2,657 (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2011). Η Αράχοβα αποτελεί ένα δημοφιλή χειμερινό προορισμό, εξαιτίας του χιονοδρομικού κέντρου που λειτουργεί και έχει ανακαινιστεί τα τελευταία χρόνια. Επίσης, η μικρή της απόσταση από την Αθήνα αποτελεί έναν ακόμη σημαντικό παράγοντα υψηλής επισκεψιμότητας της Αράχοβας. Η Αράχοβα είναι χτισμένη αμφιθεατρικά σε μία από τις πλαγιές του Παρνασσού, καταλήγοντας στη χαράδρα όπου ρέει ο Πλείστος ποταμός. Η Αράχοβα βρίσκεται επί της κυρίας οδού, η οποία συνδέει τους Δελφούς και την Άμφισσα με τη Βοιωτία. Η Αράχοβα, εκτός από την τουριστική της ανάπτυξη έχει γνωρίσει μεγάλη ανάπτυξη εξαιτίας της κομβικής της θέσης και της τοποθέτησής της σε αυτό το σημαντικό σταυροδρόμι. Η απόσταση της κωμόπολης από τους Δελφούς είναι μόλις 12 χιλιόμετρα και η απόστασή της από το μεγαλύτερο αστικό κέντρο της Ελλάδας είναι ίση με 169 χιλιόμετρα (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015). Το κλίμα της Αράχοβας είναι ξηρό κατά τους καλοκαιρινούς μήνες με ορισμένες δροσερές ώρες της ημέρας, ενώ κατά τους χειμερινούς μήνες επικρατούν οι βροχές και οι χιονοπτώσεις καθώς και οι χαμηλές θερμοκρασίες (Μετεωρολογικός Σταθμός Δήμου Αράχοβας, 2019).

Η Αράχοβα διαθέτει μία μακρά ιστορία από το 1200 π. Χ., καθώς έχουν ανακαλυφθεί αρκετά ευρήματα της αρχαιότητας στον Παρνασσό, στο Ζεμενό και στον Πλείστο ποταμό. Στη δυτική πλευρά της κωμόπολης βρίσκεται η Ανεμώρεια ή η Ανεμώλεια ομηρική πόλη, η οποία στις περιγραφές του Ομήρου τοποθετείται μεταξύ του νεκροταφείου όπου βρίσκεται σήμερα και κάτω του Κατοπητίου βράχου. Στην περίοδο του Ομήρου η Αράχοβα αποτελούσε μία από τις σημαντικότερες πόλεις της Φωκίδας, ενώ σήμερα ανήκει στη Βοιωτία έχοντας ως πρωτεύουσα τη Λιβαδειά. Είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι στην περίοδο του Μεσαίωνα, συνέβησαν καταστροφικοί σεισμοί στην περιοχή οι οποίοι είχαν ως αποτέλεσμα σχεδόν την ολοσχερή καταστροφή της Ανεμώρειας. Οι κάτοικοι της περιοχής που κατάφεραν να σωθούν μετόικησαν στην ευρύτερη περιοχή και κυρίως στις θέσεις Ελαιώνα και Ζεμενό. Η κωμόπολη της Αράχοβας ιδρύθηκε περίπου το 1300 μ. Χ, όταν η Βοιωτία και η Φωκίδα τελούσε υπό της φραγκικής κυριαρχίας (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015).

Κατά το 1435 μ. Χ. η Αράχοβα είχε χαρακτηριστεί ως «πολυάνθρωπη», με τους κατοίκους της να είναι Έλληνες και λίγοι από αυτούς ήταν Αρβανίτες, ενώ μόνο ο ένας ήταν Τούρκος. Περί το 1728 μ. Χ. η Αράχοβα είχε γνωρίσει σημαντική άνθηση με αποτέλεσμα να θεωρείται ως η σπουδαιότερη κωμόπολη της περιοχής του Παρνασσού. Ωστόσο, σύμφωνα με μαρτυρίες η Αράχοβα πυρπολήθηκε από τους Τούρκους περίπου το 1801, λόγω των φιλονικιών που υπήρχαν μεταξύ των αρματολών και των κλεφτών. Στην Επανάσταση του 1821 η Αράχοβα είχε ενεργό ρόλο παθαίνοντας ωστόσο μεγάλες καταστροφές. Η Μάχη της Αράχοβας το 1826 ήταν κομβικής σημασίας για την έκβαση της Ελληνικής Επανάστασης, σώζοντάς την από την παρακμή στην οποία είχε περιέλθει. Η Αράχοβα απελευθερώθηκε το 1828 από το Δημήτριο Υψηλάντη, ενώ η απελευθέρωσή της είχε ως αποτέλεσμα την ίδρυση και λειτουργία ενός ελληνικού σχολείου στην περιοχή. Ο σεισμός του 1870 είχε ως συνέπεια την καταστροφή αρκετών σπιτιών της Αράχοβας, όπως επίσης και δημόσιων κτιρίων μεταξύ των οποίων και το Ρολόι (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015).

Προχωρώντας στο 1940, και συγκεκριμένα το Σεπτέμβριο του 1943, στην περιοχή Σφάλια της Αράχοβας έλαβε χώρα μία μάχη ανάμεσα στους Αντάρτες και στους Γερμανούς, στην οποία είχαν συμμετάσχει αρκετοί κάτοικοι της περιοχής. Με το

πέρας του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και πιο συγκεκριμένα το 1948, το χωριό της Αράχοβας από κοινότητα έλαβε τη μορφή του δήμου έχοντας την ονομασία Δήμος Αράχοβας. Περί το 1959 λειτούργησε το Γυμνάσιο της Αράχοβας, ενώ μετά από κάποια χρόνια λειτούργησε ακόμη και Ενιαίο Λύκειο στην κωμόπολη. Επίσης, το 1957, στην Αράχοβα ιδρύθηκε ο Αθλητικός Σύλλογος «Παρνασσός» και το 1985 ξεκίνησε να λειτουργεί ο Μορφωτικός, Εκπολιτιστικός και Ψυχαγωγικός Σύλλογος της Αράχοβας «Ο Γεώργιος Καραϊσκάκης». Η ανακατασκευή του ρολογιού της Αράχοβας από το σεισμό του 1870 έλαβε χώρα από τον Ηγούμενο της Ιεράς Μονής του Οσίου Λουκά, ο οποίος ανέλαβε την αποπεράτωση αυτού του έργου με ίδια έξοδα (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015).

Πριν την κατασκευή και τη λειτουργία του χιονοδρομικού κέντρου του Παρνασσού, στα μέσα του 1970, η Αράχοβα αποτελούσε ένα μικρό χωριό το οποίο είχε ευνοηθεί ιδιαίτερα από την κοντινή της απόσταση από τον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών. Οι επισκέπτες των Δελφών οδήγησαν στην τουριστική ανάπτυξη της Αράχοβας, η οποία ήταν εντονότερη μετά την ανάδειξη του χειμερινού τουρισμού στη χώρα και τη λειτουργία του χιονοδρομικού κέντρου της περιοχής. Το 2000, το Υπουργείο Πολιτισμού, χαρακτήρισε το Ναό Αγίου Γεωργίου, το παρεκκλήσι καθώς και τον περίβολο του Αγίου Σπυρίδωνα ως ιστορικά και διατηρητέα μνημεία. Ο πολιούχος της περιοχής είναι ο Άγιος Γεώργιος, ενώ κάθε χρόνο διοργανώνονται εκδηλώσεις προς τιμήν του αγίου με τριήμερη διάρκεια, οι οποίες έχουν συμπεριλαμβάνονται μεταξύ των 100 ωραιότερων εμπειριών σε παγκόσμιο επίπεδο. Επιπλέον, το 2004 στην Αράχοβα ιδρύθηκε ο Λαογραφικός Όμιλος και το 2009 το παλιό δημοτικό σχολείο έλαβε το χαρακτηρισμό του διατηρητέου μνημείου (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015).

## **2.2 Η Αράχοβα ως τουριστικός προορισμός**

Η Αράχοβα κατά τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να αναπτύσσεται τουριστικά με αποτέλεσμα να έχει μετατραπεί σε ένα δημοφιλή τουριστικό προορισμό για την Ελλάδα και το εξωτερικό. Η τουριστική της ανάπτυξη και η γνωριμία της με την τουριστική αγορά προήλθε κυρίως από τη γειτνίασή της με τον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών και τη λειτουργία του χιονοδρομικού κέντρου του Παρνασσού. Το κυριότερο αξιοθέατο της Αράχοβας είναι το περίφημο ρολόι της πόλης, το οποίο



χτίστηκε το 1860 με το ρόλο του καμπαναριού στο Μητροπολιτικό Ναό των Εισοδίων της Θεοτόκου. Ωστόσο, όπως ήδη έχει επισημανθεί δεν άντεξε στον καταστροφικό σεισμό του 1870 με αποτέλεσμα να καταρρεύσει. Προς το τέλος του 19<sup>ου</sup> αιώνα ο Γρηγόριος Καμβασινός, ο Ηγούμενος της Μονής του Οσίου Λουκά με καταγωγή από την Αράχοβα, ανάλαβε την ανακατασκευή του με προσωπικά έξοδα, και το ρολόι έλαβε τη σημερινή μορφή του. Ο λόφος στον οποίο βρίσκεται το ρολόι, ονομάζεται Τυριάς, καθώς στην περίοδο της Κατοχής χρησίμευε ως ψυγείο για τη διατήρηση των τυριών. Επιπλέον, σε εκείνο το σημείο συνήθιζε να ανεβαίνει ο «Ντελάλης», όταν έπρεπε να ανακοινώσει κάποιο νέο για την περιοχή (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015).



**Εικόνα 1: Το Ρολόι της Αράχοβας (Pansion Arachova, 2018)**

Ένα επιπλέον σημαντικό αξιοθέατο της Αράχοβας είναι ο Ιερός Ναός του Αγίου Γεωργίου, ο οποίος είναι ένας εκ των δύο ναών της ενορίας της περιοχής. Βρίσκεται σε μία από τις πέντε κορυφές της Αράχοβας στην αρχή του όρους Παρνασσού. Σε γραπτές μαρτυρίες έχει αναφερθεί ότι η εκκλησία χτίστηκε πριν το 1676, ενώ αναφέρεται ότι είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακή. Ο ναός όπως υπάρχει σήμερα χτίστηκε περί το 1833, στο εσωτερικό του υπάρχουν σύγχρονες τοιχογραφίες και στο καμπαναριό του η μεγαλύτερη και παλαιότερη καμπάνα ζυγίζει σχεδόν ένα τόνο και

η διάμετρός της είναι ίση με 1.2 μέτρα. Οι τεχνίτες της Αράχοβας επιλήφθηκαν τη διακόσμηση του αúλειου χώρου του ναού με ανάγλυφες πλάκες στις οποίες υπάρχουν σχέδια από υφαντά της περιοχής. Ο εξωτερικός χώρος του ναού είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με την ελληνικής ιστορία, καθώς λέγεται ότι αποτελούσε το στρατηγείο του Γεώργιου Καραϊσκάκη όταν έγινε η Μάχη της Αράχοβας το 1826. Ανάλογη είναι η χρήση του περιβόλου της εκκλησίας και κατά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, γεγονός το οποίο μαρτυρείται από το κανόνι και τις πολεμίστρες που υπάρχουν στο χώρο. Επίσης, δεν πρέπει να παραληφθεί η αναφορά στο γεγονός ότι στο βόρειο τοίχο του ναού υπάρχουν σημάδια από σφαίρες. Είναι χρήσιμο να τονισθεί ότι η ανακατασκευή του ναού και η διακόσμησή του πραγματοποιήθηκαν με έξοδα τα οποία είχαν καλυφθεί από τους κατοίκους της Αράχοβας. Όπως έχει ήδη σημειωθεί, το 2000 το Υπουργείο Πολιτισμού χαρακτήρισε το Ναό του Αγίου Γεωργίου καθώς και το παρεκκλήσι του Αγίου Σπυρίδωνα και τον περίβολό του ως ιστορικά και διατηρητέα μνημεία (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015).



**Εικόνα 2:Ιερός Ναός Αγίου Γεωργίου (travelstyle.gr, 2019)**

Προχωρώντας προς τη δυτική έξοδο της κωμόπολης της Αράχοβας, ο επισκέπτης συναντά το μνημείο του Γεωργίου Καραϊσκάκη το οποίο βρίσκεται χτισμένο επί τριακοσίων πετρών, ώστε να θυμίζει τα «κεφάλια των νεκρών Τούρκων», όπως είχε ζητηθεί από τον Αρχιστράτηγο. Το συγκεκριμένο μνημείο στήθηκε στην περιοχή με την ολοκλήρωση της μάχης, η οποία είχε αίσιο τέλος για τους Έλληνες. Στο Ηρώο του Γεωργίου Καραϊσκάκη συμβαίνουν πολιτιστικές εκδηλώσεις στις ημέρες τιμής των εθνικών εορτών με την πραγματοποίηση παρελάσεων και καταθέσεων στεφάνων από τις τοπικές αρχές. Είναι χαρακτηριστικό ένα έθιμο το οποίο τηρείται ακόμη και

σήμερα στην περιοχή, κατά το οποίο ένας μαθητής Δημοτικού Σχολείου της περιοχής, με την ολοκλήρωση της κατάθεσης στεφάνων παίρνει ένα εξ αυτών και ανεβαίνοντας στην προτομή του Αρχιστράτηγου της Ελληνικής Επανάστασης του 1821, τον δαφνοστεφανώνει και έπειτα με την απλότητα του εγγονού που παίζει με τον παππού του, του στρίβει τα μουστάκια του (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015).



**Εικόνα 3:Το Ηρώο του Γεωργίου Καραϊσκάκη στην Αράχοβα (Πανηγυράκι γίνεται ψηλά στον Άγι Γιώργη, 2018)**



**Εικόνα 4: Στιγμιότυπο από την τελετή του δαφνοστεφανώματος του Γεωργίου Καραϊσκάκη (www.ntefi.gr, 2010)**

Με την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού στην Ελλάδα αναδύθηκε και η λειτουργία των χιονοδρομικών κέντρων. Περί το 1967 τοποθετείται η ιστορία του χιονοδρομικού Κέντρου του Παρνασσού, τότε που η γαλλική επιχείρηση Pechiney έχοντας ως έδρα την παραλία του Διστόμου, εγκατέστησε τους πρώτους αναβατήρες στην περιοχή Φτερόλακκα. Αυτό το γεγονός είχε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός υποτυπώδους χιονοδρομικού κέντρου. Τα εγκαίνια του χιονοδρομικού πραγματοποιήθηκαν προς το τέλος του 1974 παρουσία του τότε Πρωθυπουργού Κωνσταντίνου Καραμανλή, στην περιοχή Γεροντόβραχο. Αποτελούσε το πρώτο χιονοδρομικό κέντρο το οποίο λειτουργούσε με ιδιωτική πρωτοβουλία από ορισμένους φίλους του Ski Club, του Ομίλου Φίλων Σκι της Αθήνας. Η κατασκευή του χιονοδρομικού κέντρου στις θέσεις Κελλάρια και Φτερόλακκα τοποθετείται το 1975, ενώ από το 2007 έως και το 2010 η διαχείρισή του πέρασε στις εταιρείες ΑΚΤΩΡ ΑΤΕ & Παντράκ ΑΕ, κατόπιν κοινοπραξίας. Γύρω στο 2011 η λειτουργία του Χιονοδρομικού Κέντρου Παρνασσού πέρασε και πάλι στην Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης, ενώ σήμερα τόσο το χιονοδρομικό κέντρο όσο και η Αράχοβα αποτελούν τους πρώτους σε σειρά κατάταξης ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015).

Όπως έχει αναφερθεί και πάλι στα πλαίσια συγγραφής του παρόντος κεφαλαίου, η πρώτη τουριστική ανάπτυξη της Αράχοβας προήλθε λόγω της γειτνίασής της με τον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών. Η περιοχή αποτελεί ένα φυσικό «πέραςμα» για την προσέγγιση των Δελφών για τις ορδές επισκεπτών που καταφθάνουν στην περιοχή, τουρίστες από την Ελλάδα αλλά και από όλο τον κόσμο. Η σύνδεση της Αράχοβας με τους Δελφούς αποτελούσε σημαντική πηγή εσόδων για την περιοχή πριν την ανάδειξη του Χιονοδρομικού Κέντρου του Παρνασσού, αλλά αυτό συμβαίνει ακόμη και σήμερα κατά την περίοδο όπου το χιονοδρομικό κέντρο είναι κλειστό. Η απόσταση που χωρίζει την Αράχοβα από τον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών είναι μόλις 12 χιλιόμετρα. Ολοκληρώνοντας, η Αράχοβα ως κοντινός προορισμός της Αθήνα αποτελούσε πρώτη επιλογή επίσκεψης για άτομα του βεληνεκούς του Αριστοτέλη Ωνάση και του Ούνιστον Τσόρτσιλ, της Μαρίας Κάλλας, του Κωνσταντίνου και της Άννας-Μαρίας, του Βασιλιά Παύλου και της Φρειδερίκης ή της Τζάκι Κένεντι (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015).

### **2.3 Η καθημερινότητα των κατοίκων της Αράχοβας**

Ο κυριότερος τομέας οικονομικής δραστηριότητας της Αράχοβας ήταν ο πρωτογενής με κυρίαρχες ενασχολήσεις εκείνη της γεωργίας και της κτηνοτροφίας. Πριν την τουριστική ανάδειξη της Αράχοβας τα τοπικά προϊόντα που παράγονταν ήταν το κρασί και το τσίπουρο, το ελαιόλαδο (και τα παράγωγα της ελιάς), τα όσπρια και το σιτάρι καθώς επίσης και όλα τα κτηνοτροφικά προϊόντα όπως το γάλα, το κρέας, το μαλλί και το τυρί. Η παραγωγή των τελευταίων προϊόντων έχει αρχίσει να φθίνει σταδιακά λόγω των απαιτήσεων των επαγγελματιών των κτηνοτρόφων και των γεωργών, της ανάδειξης νέων τρόπων απόκτησης εισοδήματος και της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής, η οποία είχε ως συνέπεια την πώληση καλλιεργήσιμης γης για την εκμετάλλευσή της για άλλους σκοπούς. Αξίζει να σημειωθεί ότι κατά το παρελθόν στην Αράχοβα βρισκόταν σε ιδιαίτερη ανάπτυξη ο κλάδος της υφαντουργίας. Αυτήν η μορφή τέχνης είχε διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο τόσο στην οικονομική όσο και στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Κυρίως ο γυναικείος πληθυσμός ο οποίος δεν απασχολούνταν σε αγροτικές δραστηριότητες, είχε ως κύρια ενασχόληση την υφαντουργία στο 19<sup>ο</sup> αιώνα και σε ένα μεγάλο μέρος του 20<sup>ου</sup> αιώνα (Moore, 2015).

Η περιοχή της Αράχοβας διαθέτει μία σημαντική ποικιλία γαστρονομικών προϊόντων, η παραγωγή των οποίων στηρίζεται στις πρώτες ύλες που προέρχονται από την περιοχή. Πιο αναλυτικά (Γρανιτσιώτης & Καλπούζος, 2015):

- Το λάδι που παράγεται στην περιοχή θεωρείται ότι υψηλής ποιότητας εξαιτίας της καλλιέργειας των ελαιόδεντρων στον παραδοσιακό ορεινό ελαιώνα.
- Το παραδοσιακό αραχωβίτικο κρασί, το οποίο είναι μαύρο και μπρούσκο καθώς επίσης και το τοπικό τσίπουρο.
- Τα γαλακτοκομικά προϊόντα τα οποία προέρχονται από τις τοπικές κτηνοτροφικές μονάδες όπως είναι «η παραδοσιακή γιαούρτι», η φέτα, το οψιμοτύρι, το τυρί της ποικιλίας φορμαέλα το οποίο έχει λάβει το χαρακτηρισμό Π.Ο.Π. από την Ευρωπαϊκή Ένωση καθώς παράγεται μόνο στην περιοχή.
- Οι παραδοσιακές χυλοπίτες και ο τραχανάς.
- Οι χειροποίητες παραδοσιακές πίτες και κυρίως η σπανακόπιτα.
- Οι «σούβλες» με ιδιαίτερη φήμη να έχει το κοκορέτσι και το κοντοσούβλι.
- Τα παραδοσιακά γλυκά όπως είναι τα αμυγδαλωτά, το κοκοτάκια, τα καρυδάτα, ο χαλβάς και οι ροζιέδες.
- Το τοπικό μέλι.
- Οι σπιτικές μαρμελάδες.

Η οικονομική δραστηριότητα αρκετών κατοίκων της περιοχής με τις τοπικές εργασίες είχε ως αποτέλεσμα τη μείωση της μετανάστευσης στο εσωτερικό και στο εξωτερικό. Είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι ο πληθυσμός της Αράχοβας είχε μειωθεί σημαντικά μεταξύ του 1950 και του 1970 κυρίως λόγω της μετανάστευσης προς την Αθήνα, αλλά η λειτουργία του εργοστασίου αλουμινίου της Pechiney μείωσε αυτήν τη διαρροή του πληθυσμού. Λίγο έτη αργότερα, με τη λειτουργία του Χιονοδρομικού Κέντρου του Παρνασσού, δημιουργήθηκαν αρκετές θέσεις εργασίας που καλύφθηκαν από κατοίκους της περιοχής. Ωστόσο, η τελευταία εικοσαετία έχει σηματοδοτεί δημογραφικά και οικονομικά από την έλευση αρκετών Αλβανών μεταναστών στην περιοχή και της αύξησης των ορίων του οικισμού λόγω της δημιουργίας εξοχικών κατοικιών (Moore, 2015).

## 2.4 Υποδομές και διαθέσιμοι πόροι της Αράχοβας

Η Αράχοβα εκτός της ομορφιάς της και των δυνατοτήτων που προσφέρει ως τουριστικός προορισμός, αποτελεί το βασικό πέρασμα για την προσέγγιση του αρχαιολογικού χώρου των Δελφών και την αφετηρία για τους επισκέπτες του Χιονοδρομικού Κέντρου του Παρνασσού. Η απόσταση της Αράχοβας από την Αθήνα είναι 169 χιλιόμετρα, από την πρωτεύουσα της Βοιωτίας τη Λιβαδειά 32 χιλιόμετρα, από τους Δελφούς 12 χιλιόμετρα, από το Δίστομο 15 χιλιόμετρα και από το Χιονοδρομικό Κέντρο του Παρνασσού 27 χιλιόμετρα (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015). Εάν μία περιοχή επιθυμεί την τουριστική παγίωσή της είναι σκόπιμο για εκείνη να αποκτήσει φήμη τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο και να εργαστεί προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης, της οργάνωσης και της διαχείρισης των διαθέσιμων πόρων της (Τσάρτας & Κοκκώσης, 1999).

Ως τουριστικός προορισμός η περιοχή της Αράχοβας διαθέτει ένα επαρκές και εκσυγχρονισμένο οδικό δίκτυο όπως επίσης και σύστημα ηλεκτροδότησης και τηλεπικοινωνιών. Στην περιοχή λειτουργούν δημόσιες και δημοτικές υπηρεσίες όπως είναι το αστυνομικό τμήμα, το αγροτικό ιατρείο και τα ΕΛΤΑ, η υπηρεσία Βοήθεια στο Σπίτι και Παιδικός Σταθμός, ενώ οργανωμένο Κέντρο Υγείας στην περιοχή του Διστόμου και το Γενικό Νοσοκομείο της Λιβαδειάς. Επιπλέον, στην Αράχοβα λειτουργούν όλες οι εκπαιδευτικές βαθμίδες (νηπιαγωγείο, δημοτικό, γυμνάσιο και λύκειο), τρία χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, ενώ η κωμόπολη συνδέεται με τις υπόλοιπες περιοχές μέσω των τακτικών δρομολογίων του ΚΤΕΛ της Λιβαδειάς και της Άμφισσας, του σταθμού των TAXI και του σιδηροδρομικού σταθμού που βρίσκεται στη Λιβαδειά. Δεν πρέπει να παραληφθεί η αναφορά στο γεγονός ότι κατά τους χειμερινούς μήνες, η Αράχοβα συνδέεται καθημερινά με την Αθήνα με ειδικά δρομολόγια τα οποία εξυπηρετούν το Χιονοδρομικό Κέντρο του Παρνασσού (Γρανιτσιώτης & Καλπούζος, 2015).

Δεδομένης του μεγάλου όγκου επισκεπτών που υποδέχεται η Αράχοβα, διαθέτει σύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες και καταλύματα ικανά να εξυπηρετήσουν έναν ικανοποιητικό αριθμό ανθρώπων. Στην πλειοψηφία τους οι επιχειρήσεις φιλοξενίας είναι μικρές, οικογενειακές οι οποίες αριθμητικά δεν ξεπερνούν τις 12 με τη μορφή ξενοδοχείων και τις 30 με τη μορφή των κλασικών μονάδων με τη μορφή των πανσιόν, των boutique ή των chalet. Επίσης, στην Αράχοβα λειτουργεί ένας



σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων με τη μορφή των ενοικιαζόμενων διαμερισμάτων. Επιπρόσθετα, στην Αράχοβα λειτουργούν αρκετές επιχειρήσεις εστίασης και ψυχαγωγίας μεταξύ των οποία συναντά κανείς παραδοσιακές ταβέρνες και καφενεία, ταχυφαγεία, σύγχρονα εστιατόρια που καλύπτουν κάθε γεύση, καφέ, μπαρ και κλαμπ. Παράλληλα, υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός παραδοσιακών εμπορικών καταστημάτων και παντοπωλείων όπου ο επισκέπτης μπορεί να αγοράσει τοπικά προϊόντα και ενθύμια. Μεταξύ αυτών των καταστημάτων εντοπίζονται καταστήματα πώλησης γαλακτοκομικών ειδών, παραδοσιακών γλυκών και υφαντών, ειδών δώρου, ρούχων και χιονοδρομικού εξοπλισμού και καταστημάτων ειδών πρώτης ανάγκης όπως τα φαρμακεία ή τα βενζινάδικα. Τέλος, Αναφορικά με την εξυπηρέτηση των οδηγών είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι στην Αράχοβα λειτουργεί τόσο δημόσιο όσο και ιδιωτικός χώρος στάθμευσης, ο οποίος ωστόσο κατά τις περιόδους αιχμής δεν είναι επαρκείς (Γρανιτσιώτης & Καλπούζος, 2015).

Σχετικά με τους ανθρώπινους πόρους, ένας σημαντικός αριθμός του ενεργού εργατικού δυναμικού απασχολείται στην τουριστική βιομηχανία, ενώ πολύ μικρότερος είναι εκείνος των απασχολούμενων στον πρωτογενή τομέα παραγωγής. Εξίσου σημαντικός είναι και ο αριθμός των ατόμων που ασχολούνται ως ελεύθεροι επαγγελματίες με τον κλάδο του τουρισμού και κυρίως στους τομείς του εμπορίου, της εστίασης αλλά και της φιλοξενίας. Σύμφωνα με την απογραφή του 2011 ο αριθμός των απασχολούμενων ανά τομέα στην περιοχή της Αράχοβας παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 2).



<b>Τομέας</b>	<b>Αριθμός απασχολούμενων</b>
Γεωργοί	25
Κτηνοτρόφοι	150
Ελεύθεροι επαγγελματίες	200
Τουριστικά επαγγέλματα	463
Οικοδόμοι	40
Δημόσιοι/Δημοτικοί Υπάλληλοι	80
Αυτοαπασχολούμενοι	110
Συνταξιούχοι	850
Άνεργοι	255
Μαθητές & Φοιτητές	517
Νήπια	150

**Πίνακας 2: Αριθμός απασχολούμενων ανά τομέα στην Αράχοβα (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2011)**

Ένα ιδιαίτερο πολιτιστικό χαρακτηριστικό της Αράχοβας είναι η ντοπιολαλιά της, δηλαδή το γλωσσικό ιδίωμα των ντόπιων κατοίκων. Οι κάτοικοι της Αράχοβας έχουν μία ιδιαίτερη προφορά, ενώ χρησιμοποιούν λέξεις οι οποίες έχουν τις ρίζες τους στην αρχαιοελληνική γλώσσα επιβεβαιώνοντας πόσο διαχρονικός είναι ο ελληνισμός. Το 80% του λεξιλογίου των Αραχοβιτών περιλαμβάνει ελληνικές λέξεις οι οποίες χρησιμοποιούνται και προφέρονται με ένα ιδιαίτερο τρόπο. Το υπόλοιπο 20% του λεξιλογίου των Αραχοβιτών έχει προσαρμοστεί στην ντοπιολαλιά τους και περιλαμβάνει λέξεις με καταβολές αρβανίτικες, βλάχικες, λατινικές ή και τουρκικές. Το γλωσσικό ιδίωμα των Αραχοβιτών και η ιδιαίτερη προφορά τους αξίζει να μελετηθεί καθώς αφορά σε ένα φιλολογικό θησαυρό, ο οποίος αντανακλά τον ψυχισμό τους (Ασημάκης, 2006).

Ολοκληρώνοντας είναι χρήσιμη η αναφορά στην πανίδα και στη χλωρίδα της περιοχής, η οποία ως ορεινή και παρθένα διαθέτει ένα υψηλής σημασίας οικολογικό περιβάλλον. Στην Αράχοβα έχουν καταγραφεί 691 είδη φυτών και 153 υποείδη αυτών, τα οποία είναι αρωματικά, φαρμακευτικά ή και δηλητηριώδη τα οποία φύονται στην κατοικήσιμη περιοχή, στην «Αλπική Ζώνη του Παρνασσού» αλλά και

στη ζώνη που ανήκει στο δάσος ελάτου. Όλα αυτά τα φυτά είναι είτε απειλούμενα προς εξαφάνιση είτε σπάνια είδη και ορισμένα από αυτά είναι ο κρόκος, το κυκλάμινο, ο νάρκισσος, το τσάι του βουνού και η παιονία του Παρνασσού. Στο δάσος της Αράχοβας θα συναντήσει κανείς της κεφαλληνιακή ελάτη, το κέδρο, το κυπαρίσσι, τον πλάτανο, τη λεύκα, την ακακία και τον πρίνο, ενώ στα νότια του οικισμού υπάρχει ο παραδοσιακός ελαιώνας. Στην ευρύτερη περιοχή της Αράχοβας και συγκεκριμένα στις θέσεις Ζεμενό και Λιβάδι εντοπίζονται οπωροφόρα δέντρα όπως η αμυγδαλιά, η δαμασκηλιά, η βυσσιλιά, η καρυδιά και η κερασιά, η μηλιά ή και η συκιά (Μαυρόπουλος, 1982).

Τέλος, αναφορικά με την πανίδα της Αράχοβας αξίζει να σημειωθεί ότι η περιοχή του Παρνασσού θεωρείται για όλη την Ελλάδα ότι διαθέτει σημαντική βιοποικιλότητα. Από τα θηλαστικά άγρια ζώα αυτά που έχουν εντοπιστεί η αλεπού, το αγριογούρουνο, ο ασβός, η αγριόγατα, το κουνάβι, ο λαγός, ο λύκος, η νυφίτσα, ο σκίουρος, ο σκαντζόχοιρος και το τσακάλι. Επιπλέον, υπάρχουν αρκετά είδη πτηνών όπως ο αετός, το γεράκι, ο δρυοκολάπτης, το κοτσύφι, η πέρδικα και η μεκάτσα αλλά και ο λευκός πελαργός. Από το σύνολο των 166 ειδών πτηνών που έχουν εντοπιστεί στην Αράχοβα, μόλις τα 43 θεωρούνται ως προστατευόμενα είδη, ενώ στα ερπετά της περιοχής συγκαταλέγεται η χελώνα, η οχιά, η αιγαιόσαυρα και το ασινόφιδο και το γιατρόφιδο τα οποία είναι αυστηρά προστατευόμενα είδη (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015).

## **2.5 Η τουριστική προσφορά της Αράχοβας**

Όπως έχει ήδη επισημανθεί η πρόσφατη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής της Αράχοβας είχε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας ειδικά στον τομέα των επιχειρήσεων φιλοξενίας και εστίασης, ενώ ιδιαίτερη κινητικότητα έχει παρατηρηθεί και στην τοπική αγορά της κωμόπολης. Είναι πολύ σημαντικό να τονισθεί ότι αρκετές από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην περιοχή έχουν επιλέξει να προμηθεύονται τα προϊόντα τους από τις αντίστοιχες επιχειρήσεις που λειτουργούν στην Αράχοβα. Σε ορισμένες περιπτώσεις ο επιχειρηματίας που έχει το ρόλο πωλητή των τοπικών προϊόντων ή των υπηρεσιών είναι και ο παραγωγός τους γεγονός το οποίο υπονοεί την ποιότητα και την αγνότητα αυτών. Σε αυτό είναι χρήσιμο να προστεθεί και το γεγονός ότι η πλειοψηφία των θέσεων εργασίας που

δημιουργούνται στην Αράχοβα καλύπτονται από κατοίκους της περιοχής, γεγονός το οποίο σημαίνει ότι δεν υπάρχει διαρροή εσόδων από την τουριστική βιομηχανία (Moore, 2015).

Η Αράχοβα έχει καταφέρει να καθιερωθεί ως τουριστικός προορισμός εξαιτίας του κοσμοπολίτικου χαρακτήρα της και της προώθησης του χειμερινού τουρισμού. Παρά το γεγονός ότι έχει αναπτυχθεί τουριστικά αρκετά έχει διατηρήσει την ταυτότητά της και τον παραδοσιακό χαρακτήρα της, ενώ ταυτόχρονα προσφέρει μία ιδιαίτερη τουριστική εμπειρία στον επισκέπτη της και τη δυνατότητα πραγματοποίησης διακοπών με άνεση. Ένας επισκέπτης στην Αράχοβα μπορεί να συμμετάσχει σε μία ποικιλία δραστηριοτήτων και παράλληλα να απολαύσει την ηρεμία και την ξεκούραση. Στους πίνακες που ακολουθούν θα παρουσιαστούν οι αφίξεις των επισκεπτών σε ξενοδοχειακά καταλύματα (εκτός από κάμπινγκ) (Πίνακας 3) και οι διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα (εκτός από κάμπινγκ) (Πίνακας 4) για το 2016 σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής.

<b>Αφίξεις ημεδαπών</b>	22,249
<b>Αφίξεις αλλοδαπών</b>	17,973
<b>Σύνολο αφίξεων</b>	40,222
<b>Ποσοστό διαθέσιμων κλινών</b>	66.5

**Πίνακας 3: Αφίξεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα εκτός από κάμπινγκ για το 2016 (Ελληνικά Στατιστική Αρχή, 2016)**

<b>Διανυκτερεύσεις ημεδαπών</b>	44,169
<b>Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών</b>	23,565
<b>Σύνολο διανυκτερεύσεων</b>	68,184
<b>Ποσοστό διαθέσιμων κλινών</b>	66.5

**Πίνακας 4: Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα εκτός από κάμπινγκ για το 2016  
(Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2016)**

Σύμφωνα με το Σύλλογο Ξενοδόχων της Αράχοβας η πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων αγγίζει το 100% την περίοδο των γιορτών των Χριστουγέννων και του Πάσχα καθώς επίσης και το Τριήμερο των Απόκριων. Ιδιαίτερα σημαντική είναι και η πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της Αράχοβας όλα τα Σαββατοκύριακα της χειμερινής περιόδου και στις αργίες. Παρά την παρατεταμένη οικονομική ύφεση στην οποία έχει επέλθει η ελληνική οικονομία, οι τουριστικές επιχειρήσεις της Αράχοβας λειτουργούν ικανοποιητικά, κατά μέσο όρο 100 ημέρες στη χειμερινή περίοδο έναντι των 120 ημερών πριν την εκδήλωση της οικονομικής κρίσης. Από την άλλη πλευρά στο Λιβάδι, η λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων έχει υποδιπλασιαστεί λόγω της οικονομικής κρίσης με αποτέλεσμα από τις 60 ημέρες πληρότητας πλέον αυτές να έχουν μειωθεί στις 30. Παρά τη συρρίκνωση του εγχώριου τουρισμού στην Ελλάδα, η Ελλάδα δεν αντιμετώπισε ιδιαίτερα προβλήματα ύφεσης, διατηρώντας τον αριθμό των επισκεπτών της σε υψηλά επίπεδα. Αυτό οφείλεται στο ότι οι επιχειρηματίες της περιοχής προσάρμοσαν τις τιμές στα επίπεδα της οικονομικής κρίσης, ενώ εκμεταλλεύτηκαν τον παραδοσιακό χαρακτήρα της περιοχής, την κοντινή απόσταση από την Αθήνα και τον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών και τη λειτουργία του Χιονοδρομικού Κέντρου του Παρνασσού. Η Αράχοβα συνεχίζει να προσφέρει υψηλή ποιότητα υπηρεσιών και να πρεσβεύει την πολυτέλεια των διακοπών αλλά ταυτόχρονα έχει μετατραπεί σε έναν ιδιαίτερα προσιτό τουριστικό προορισμό. Αυτό το γεγονός έχει επιτρέψει ακόμη και στους μικρομεσαίους επισκέπτες να πραγματοποιήσουν μία εξόρμηση στην αρχόντισσα της Βοιωτίας, με αποτέλεσμα να αυξάνεται η τουριστική ζήτηση και να διευρύνεται η αγοραστική δύναμη (Αναγνωστοπούλου, 2016).

## **2.6 Ο εναλλακτικός τουρισμός ως πυλώνας τουριστικής ανάπτυξης της Αράχοβας**

Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην περιοχή της Αράχοβας μπορεί να συμβεί σύμφωνα με τρεις άξονες (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015):

- Το Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού.

- Την Κοινωφελή Επιχείρηση Τουρισμού και Πολιτισμού των περιοχών Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας που λειτουργεί υπό την αιγίδα του Δήμου. Στόχος της επιχείρησης είναι ο συντονισμός και η συνεργασία όλων των αρμόδιων φορέων με σκοπό την τουριστική προβολή και προώθηση της περιοχής μέσω της ανάδειξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Οι δράσεις της επιχείρησης εστιάζουν κατά κύριο λόγο στον οικοτουρισμό, στο πολιτιστικό τουρισμό και στο χειμερινό τουρισμό.
- Ο συντονισμός των ενεργειών που αφορούν σε ενώσεις, ομίλους και σωματεία ιδιωτικής πρωτοβουλίας, που λαμβάνουν αποφάσεις σχετικά με την εκπόνηση ενεργειών με το χαρακτήρα του εναλλακτικού τουρισμού.

Η Αράχοβα οφείλει την τουριστική της ανάπτυξη κυρίως στο Χιονοδρομικό Κέντρο του Παρνασσού, όπου οι δραστηριότητες του χειμερινού τουρισμού λαμβάνουν χώρα σε μία συγκεκριμένη χρονική περίοδο του έτους. Ο Παρνασσός βρίσκεται μεταξύ των υψηλότερων βουνών της χώρας με ύψος 2,457 μέτρα διαθέτοντας μία σημαντική γεωμορφολογία που του δίνει τη δυνατότητα να φιλοξενήσει δραστηριότητες χιονοδρομικού κέντρου και να υποδεχτεί ένα σημαντικό αριθμό επισκεπτών. Στο Χιονοδρομικό Κέντρο του Παρνασσού απαντώνται δύο ζώνες με την πρώτη να είναι τα Κελλάρια και τη δεύτερη να είναι η Φτερόλακκα. Οι δύο χιονοδρομικές ζώνες είναι συνδεδεμένες μεταξύ τους με έναν εναέριο αναβατήρα αλλά και με πίστες χιονοδρομικές. Η λειτουργία του χιονοδρομικού κέντρου τοποθετείται στο 1976 σε ένα υψόμετρο ίσο με τα 1,650 έως 2,250 μέτρα ενώ το σύνολο των πιστών του είναι 23 με συνολικό μήκος 34 χιλιόμετρα (Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού, 2017).



**Εικόνα 5: Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού στη θέση Κελλάρια (μουσείο τουρισμού, 2018)**

Οι εγκαταστάσεις του Χιονοδρομικού Κέντρου Παρνασσού έχουν εκσυγχρονιστεί με αποτέλεσμα να ενωθούν οι θέσεις των Κελαριών και του Φτερόλακκα. Ο σύγχρονος, τεχνολογικός εξοπλισμός του χιονοδρομικού κέντρου έχει χαρακτηριστεί ως ισάξιος χιονοδρομικών κέντρων του εξωτερικού όπως για παράδειγμα των Άλπεων. Αυτό το γεγονός μπορεί να επιβεβαιωθεί από τη διοργάνωση των διεθνών αγώνων και εκδηλώσεων αυτού του βεληνεκούς που πραγματοποιούνται στην περιοχή κάθε χρόνο. Εκτός από τις δραστηριότητες χιονοδρομίας στην περιοχή του Χιονοδρομικού Κέντρου Παρνασσού υπάρχουν καταστήματα εστίασης και αναψυχής για τους επισκέπτες, καθώς επίσης και καταστήματα για την ενοικίαση, τη συντήρηση ή των πώληση αναμνηστικών ειδών και χιονοδρομικού εξοπλισμού. Επιπλέον, στο Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού λειτουργούν και σχολές όπου οι επισκέπτες μπορούν να διδαχθούν χιονοδρομικά αθλήματα. Δεν πρέπει να παραληφθεί η αναφορά του γεγονότος ότι στο Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού παρέχονται υπηρεσίες πρώτων βοηθειών εφόσον υπάρχει σταθερά ένας γιατρός και νοσοκόμος (Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού, 2017).



**Εικόνα 6: Χιονοδρομικό Κέντρο Παρναςσού στη θέση Φτερόλακκα (gtp, 2015)**

Εκτός από την πραγματοποίηση δραστηριοτήτων χιονοδρομίας, ο Παρναςσός προσφέρεται επίσης και για ορειβατικές δραστηριότητες όπως είναι η πεζοπορία, το τρέξιμο στο βουνό και η ποδηλασία. Στον ορεινό όγκο του Παρναςσού βρίσκονται δύο μονοπάτια και τρεις διαδρομές με ιδιαίτερο ποδηλατικό ενδιαφέρον τα οποία είναι το Ε4, το οποίο είναι ένα ευρωπαϊκό μονοπάτι και το 22, το οποίο είναι ένα εθνικό μονοπάτι. Οι ποδηλατικές διαδρομές είναι δύο οι οποίες ανήκουν στην κατηγορία «free ride» και η μία διαδρομή έχει χαρακτηριστεί ως «cross country». Οι διαδρομές και τα μονοπάτια είναι δυνατό να χρησιμοποιηθούν είτε από μεμονωμένους περιπατητές οι οποίοι έχουν περιβαλλοντικά ενδιαφέροντα είτε από αθλητές. Σε τακτά χρονικά διαστήματα μες στο έτος, και κυρίως από το Μάιο έως τον Οκτώβριο, πραγματοποιούνται διάφορες αθλητικές εκδηλώσεις διεθνούς βεληνεκούς στα μονοπάτια και στις ποδηλατικές διαδρομές που σημειώθηκαν παραπάνω (Χιονοδρομικό Κέντρο Παρναςσού, 2017).

Κάποιες επιπλέον δραστηριότητες, στα πλαίσια του ορειβατικού και οικολογικού τουρισμού, είναι η περιήγηση στις γύρω περιοχές του Παρναςσού είτε οδικώς είτε πεζή, ώστε ο επισκέπτης να γνωρίσει τα γύρω χωριά. Μία ακόμη δραστηριότητα στην οποία αρέσκονται οι επισκέπτες της περιοχής είναι η παρατήρηση της βιοποικιλότητάς της. Επίσης, η Trekking Hellas έχει υπό την επίβλεψή της τη διοργάνωση αρκετών δραστηριοτήτων για τη συμμετοχή στις οποίες απαιτούνται ειδικές δεξιότητες. Ορισμένες από αυτές τις δραστηριότητες είναι οι αναβάσεις στο βουνό (χειμερινές ή μη), το ορεινό τρέξιμο και η ορεινή ποδηλασία, η αναρρίχηση, η πτώση με αλεξίπτωτο πλαγιάς καθώς επίσης και η ιππασία. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι στην περιοχή του Παρναςσού υπάρχουν σπήλαια, η εξερεύνηση των

οποίων εντάσσεται στις δραστηριότητες που μπορεί να συμμετάσχει ο επισκέπτης (Δήμος Διστόμου-Αράχοβας-Αντίκυρας, 2015).

Εκτός από τις παραπάνω μορφές εναλλακτικού τουρισμού, εκείνη που ανθεί κατά τα τελευταία χρόνια στην Αράχοβα, και στην ευρύτερη περιοχή του Παρνασσού, είναι ο πολιτιστικός τουρισμός. Από τις σημαντικότερες και πιο γνωστές πολιτιστικές εκδηλώσεις είναι το Πανηγυράκι και το Πάσχα της Ρούμελης, τα οποία γιορτάζονται την ίδια περίοδο, ενώ ιδιαίτερης σημασίας είναι η επίσκεψη του αρχαιολογικού χώρου των Δελφών. Το Πανηγυράκι ή πανήγυρις, αφορά σε μία συνάθροιση ατόμων η οποία συμβαίνει συνήθως με στόχο την επίδειξη θρησκευτικής λατρείας σε κάποιο άγιο ή όσιο της Ορθόδοξης Εκκλησίας. Η διοργάνωση του συγκεκριμένου πανηγυριού συμβαίνει για την απόδοση τιμής στη μνήμη του Αγίου Γεωργίου και αφορά σε μία γιορτή με θρησκευτικό και εθνικό χαρακτήρα για την Αράχοβα. Σε αυτήν τη γιορτή οι κάτοικοι τιμούν τη νίκη του Γεωργίου Καραϊσκάκη στη Μάχη της Αράχοβας το 1826 και την τιμή του Αγίου Γεωργίου, ο οποίος σύμφωνα με την παράδοση συνέβαλε στη θετική έκβαση της Μάχης. Η γιορτή λαμβάνει χώρα κάθε άνοιξη και συγκεκριμένα την ημέρα που τιμάται η γιορτή του Αγίου Γεωργίου, ο οποίος είναι και ο πολιούχος της Αράχοβας. Τα έθιμα αυτής της γιορτής είναι τόσο αρχαιοελληνικά όσο και χριστιανικά, ενώ μεταξύ άλλων περιλαμβάνουν τη λιτανεία της εικόνας του Αγίου Γεωργίου την παραμονή της γιορτής και ο τριήμερος εορτασμός του. Στα αξιοσημείωτα έθιμα μπορεί κανείς να δει το δρώμενο σχετικά με την απελευθέρωση του νερού και την προσφορά ζώων για το μαγείρεμα αυτών στο κοινό τραπέζι (Πανηγυράκι γίνεται ψηλά στον Αγι Γιώργη, 2018).



Εικόνα 7: Το Πανηγυράκι της Αράχοβας (onParnassos, 2019)



Μία ακόμη εκδήλωση πολιτιστικού χαρακτήρα η οποία συγκεντρώνει πλήθος κόσμου είναι το Πάσχα της Ρούμελης, που αποτελεί ένα δείγμα αυθεντικότητας του χαρακτήρα της περιοχής. Η ευλάβεια με την οποία οι κάτοικοι αντιμετωπίζουν τη Μεγάλη Εβδομάδα ολοκληρώνεται με τον εορτασμό της ημέρας του Πάσχα, όπου η Αράχοβα πνίγεται από τους καπνούς που προέρχονται από τα αρνιά που ψήνονται εκείνη την ημέρα. Χαρακτηριστικό του εορτασμού του Πάσχα είναι το έθιμο του λάκκου, σύμφωνα με το οποίο κάθε γειτονιά της Αράχοβας πρέπει να σκάψει ένα λάκκο όπου ανάβονται φωτιές με κληματόβεργες για το ψήσιμο του αρνιού. Σε κάθε ένα από τους λάκκους που ανοίγονται συνήθως ψήνονται από 10 έως 25 αρνιά, ενώ σύμφωνα με το έθιμο η σούβλα γυρίζεται μόνο με το χέρι καθώς απαγορεύεται η χρήση κάθε μηχανισμού. Όση ώρα διαρκεί το ψήσιμο του αρνιού τόσο οι κάτοικοι όσο και οι επισκέπτες χορεύουν και πίνουν τοπικό μπρούσκο κρασί. Είναι πολύ σημαντικό να σημειωθεί ότι στην ατμόσφαιρα είναι διάχυτο ένα κλίμα φιλίας και φιλοξενίας προς τους επισκέπτες της περιοχής (Λούσκου, 2015).



**Εικόνα 8: Το Ρουμελιώτικο Πάσχα (οι καπνοί από το ψήσιμο του αρνιού στο έθιμο του λάκκου) (lifo.gr, 2018)**

Όπως έχει σημειωθεί αρκετές φορές στα πλαίσια συγγραφής της παρούσας μελέτης, η τουριστική ανάπτυξη της Αράχοβας οφείλεται κυρίως στη γειτνιάσή της με τον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών. Η τουριστική κίνηση συνεχίζεται ακόμη, γεγονός το οποίο αφαιρεί από την Αράχοβα το φαινόμενο της εποχικότητας του τουρισμού καθώς ο τουρισμός υπάρχει καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Οι Δελφοί κατά την αρχαιότητα αποτελούσαν το κέντρο του ελληνικού κόσμου όπου λειτουργούσε ένα

από τα σημαντικότερα μαντεία. Οι Δελφοί αποτελούσαν μία από τις πόλεις της Φωκίδας, της οποίας ο ρόλος άλλαξε σταδιακά με αποτέλεσμα να είναι ένα οικουμενικό κέντρο και παράλληλα μία ιερή πόλη για τους Έλληνες. Στον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών κατά την αρχαιότητα λατρευόταν ο Θεός Απόλλωνας, ενώ η λήξη της λειτουργίας του μαντείου έγινε τον 4<sup>ο</sup> αιώνα μ. Χ. με ένα διάταγμα το οποίο είχε εκδοθεί από τον Αυτοκράτορα Θεοδοσίο Α'. Στον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών μπορεί κανείς να δει το Θησαυρό των Αθηναίων, το Αρχαίο Θέατρο, το Ναό της Αθηνάς της Προναίας, το Ναό του Απόλλωνα και το Στάδιο. Στου μουσείο που λειτουργεί στο χώρο ο επισκέπτης μπορεί να δει τα πρωτότυπα αριστουργήματα της τέχνης της αρχαιότητας όπως είναι οι Κούροι, η Σφίγγα και ο Ηνίοχος. Επίσης, ο αρχαιολογικός χώρος των Δελφών έχει λάβει το χαρακτηρισμό του μνημείου πολιτιστικής κληρονομιάς από την UNESCO (onParnassos, 2017).



**Εικόνα 9: Οι Δελφοί (onParnassos, 2017)**

Τέλος, ως μία μορφή εκδήλωσης θρησκευτικού τουρισμού για την περιοχή θεωρείται ότι είναι η επίσκεψη στην Ιερά Μονή του Οσίου Λουκά, η οποία έχει χτιστεί σε μία πλαγιά στα ανατολικά της Αράχοβας. Αποτελεί το πιο σημαντικό μνημείο της μεσοβυζαντινής τέχνης στην Ελλάδα ενώ χρονολογείται ότι έχει χτιστεί τον 11<sup>ο</sup> αιώνα μ. Χ.. Η Μονή διαθέτει δύο μεγάλες εκκλησίες με την πρώτη να είναι εκείνη της Παναγίας και τη δεύτερη να είναι του Καθολικού, ενώ επίσης μπορεί κανείς να βρει την Κρύπτη, τα κελιά των μοναχών και το καμπαναριό. Η Μονή βρίσκεται στον

κατάλογο των μνημείων της παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO και στο μουσείο της εκτίθενται αρκετά κειμήλια και εικόνες (Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, 2019).



**Εικόνα 10: Ιερά Μονή Οσίου Λουκά (Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, 2019)**

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ III**

### **ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

#### **3.1 Παρουσίαση της έρευνας**

Στα πλαίσια εκπόνησης της παρούσας μελέτης επιχειρήθηκε η διερεύνηση της περίπτωσης στην οποία ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως τομέας τουριστικής ανάπτυξης. Για την ολοκλήρωση της μελέτης χρησιμοποιήθηκε μία περιοχή η οποία έχει γνωρίσει ιδιαίτερη τουριστική ανάπτυξη κατά τα τελευταία χρόνια, κυρίως λόγω των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που αναβιώνουν εκεί. Η εν λόγω περιοχή είναι η Αράχοβα, η οποία βρίσκεται στην Περιφερειακή Ενότητα της Φθιώτιδας. Η Αράχοβα είχε γνωρίσει ιδιαίτερη τουριστική ανάπτυξη λόγω της γειτνίασής της με τον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών αλλά και εξαιτίας της λειτουργίας του Χιονοδρομικού Κέντρου του Παρνασσού και της ανάπτυξης του ορεινού τουρισμού. Με την πάροδο των ετών οι Αραχοβίτες αναγνωρίζοντας τον ακατέργαστο πλούτο που κρύβει η περιοχή άρχισαν να προβάλλουν την περιοχή τουριστικά με αποτέλεσμα να αναδείξουν και άλλες μορφές τουρισμού όπως ο

πολιτιστικός, ο αρχαιολογικός, ο οικοτουρισμός ή φυσιολατρικός τουρισμός, ο ορεινός, ο αθλητικός και ο θρησκευτικός τουρισμός.

Είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι η προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού αποτελεί έναν τρόπο ελέγχου της τουριστικής ανάπτυξης καθώς προστατεύεται το οικολογικό περιβάλλον ενώ ταυτόχρονα ως προτεραιότητα τίθεται η προάσπιση της εικόνας και της ταυτότητας του τουριστικού προορισμού. Επιπλέον, ο εναλλακτικός τουρισμός διακρίνεται από το μαζικό τουρισμό εξαιτίας των στοιχείων της επιλεκτικότητας και της ανάδειξης της βιώσιμης και αειφόρου ανάπτυξης. Ακριβώς αυτά είναι τα χαρακτηριστικά τα οποία έχουν εντοπιστεί στην ευρύτερη περιοχή της Αράχοβας οπότε και έχει επιλεγεί ως ένας προορισμός με χαρακτήρα εναλλακτικού τουρισμού. Για το λόγο αυτό μέσω της παρούσας ερευνητικής μελέτης επιχειρείται ο εντοπισμός στοιχείων που θα μπορέσουν να μετατρέψουν τον εναλλακτικό τουρισμό της Αράχοβας ως έναν παράγοντα τουριστικής ανάπτυξης. Η έρευνα που θα πραγματοποιηθεί καλείται να απαντήσει στα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

1. Υπάρχουν προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή της Αράχοβας;
2. Υπάρχουν οι κατάλληλες τουριστικές υποδομές (χώροι διαμονής, χώροι εστίασης και διασκέδασης, βατότητα οδικού δικτύου) που μπορούν να υποστηρίξουν την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας στην περιοχή.
3. Υπάρχουν οι προϋποθέσεις για την ανάδειξη δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού που μπορούν να προσελκύσουν επισκέπτες;
4. Στην περιοχή της Αράχοβας παρατηρείται το φαινόμενο της εποχικότητας (τουριστική κίνηση κυρίως κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου), και η μη αξιοποίηση των τουριστικών δυνατοτήτων της κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου;
5. Η αντιμετώπιση της Αράχοβας ως ένα τουριστικό προορισμό μαζικού χαρακτήρα, λόγω της υψηλής συγκέντρωσης επισκεπτών κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου, μπορεί να προκαλέσει αλλοίωση του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου της περιοχής;

### 3.2 Σχεδιασμός της έρευνας και δημιουργία ερευνητικού εργαλείου

Για τη διενέργεια της παρούσας έρευνας χρειάστηκε να προσδιοριστεί ο πληθυσμός ο οποίος θα συγκροτούσε το δείγμα της. Ο ερευνητής επέλεξε η πραγματοποίηση της έρευνας να συμβεί στην περιοχή της Αράχοβας και για το λόγο αυτό επιθυμούσε οι συμμετέχοντες στην έρευνά του να είναι ενήλικες, είτε να είναι μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής είτε να την επισκέπτονται αρκετές φορές εντός ενός χρόνου, οπότε και να μπορούν να διαμορφώσουν μία ολοκληρωμένη άποψη σχετικά με τις προοπτικές του εναλλακτικού τουρισμού στα πλαίσια της τουριστικής ανάπτυξης στην περιοχή. Οπότε η δειγματοληψία του δεν περιλαμβάνει ένα τυχαίο δείγμα, όπου κάθε συμμετέχοντας έχει τις ίδιες πιθανότητες να συμμετάσχει, αλλά ένα μη τυχαίο δείγμα όπου ο ερευνητής αναζητά συγκεκριμένα χαρακτηριστικά από τους συμμετέχοντες στην έρευνά του. Κατόπιν ορίστηκε ο αριθμός-στόχος των συμμετεχόντων που επεδίωκε να συμμετάσχουν στην έρευνα του και αυτός αρχικά ορίστηκε στα 150 άτομα. Ωστόσο, ο ερευνητής είχε ορίσει και έναν αριθμό περίπου 20 ατόμων ως απόκλιση από τον αρχικό αριθμό-στόχο σε περίπτωση που δεν μπορούσε να τον συγκεντρώσει. Ο χρόνος πραγματοποίησης της έρευνας ήταν από τον Ιούνιο έως τον Αύγουστο του 2019, ενώ δεν υπήρχε κάποιος συγκεκριμένος χώρος όπου ο ερευνητής προσέγγιζε τους υποψηφίους για τη συμμετοχή τους στην έρευνα.

Σε αυτό το σημείο είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι ο ερευνητής δημιούργησε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο, το οποίο αποτέλεσε το βασικό ερευνητικό εργαλείο για τη συγκέντρωση των απαραίτητων δεδομένων. Το εν λόγω ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε από τον ίδιο τον ερευνητή σε έντυπη μορφή, ενώ περιλάμβανε ερωτήσεις κλειστού τύπου όπου ο συμμετέχοντας έπρεπε να απαντήσει μέσα από μία σειρά πιθανών ερωτήσεων (πολλαπλής επιλογής) ή μέσω της διαβαθμισμένης κλίμακας 5 Scale Rate Likert (1=Διαφωνώ Απόλυτα, 2=Διαφωνώ, 3=Ούτε Διαφωνώ Ούτε Συμφωνώ, 4=Συμφωνώ, 5=Συμφωνώ Απόλυτα). Χάριν ευκολίας στην παρουσίαση των αποτελεσμάτων ο ερευνητής χώρισε το ερωτηματολόγιο στις εξής κατηγορίες:

1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά. Σε αυτήν την ενότητα ο ερευνητής προσπαθεί να σκιαγραφήσει το προφίλ του δείγματός του και για το λόγο αυτό οι ερωτήσεις οι οποίες περιλαμβάνονται είναι το φύλο, η ηλικία, το εκπαιδευτικό επίπεδο, η επαγγελματική κατάσταση, ο τομέας απασχόλησης, η κατοικία, η

συχνότητα επίσκεψης της περιοχής και ο λόγος επίσκεψης της περιοχής εάν ο συμμετέχοντας δεν είναι μόνιμος κάτοικος.

2. Τουριστική ανάπτυξη μέσω του εναλλακτικού τουρισμού. Σε αυτήν την ενότητα ο ερευνητής προσπαθεί να κατανοήσει εάν στην περιοχή της Αράχοβας υπάρχει τουριστική ανάπτυξη μέσω των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που υπάρχουν σε αυτήν. Για αυτό το λόγο οι συμμετέχοντες έπρεπε να προσδιορίσουν εάν θεωρούν ότι στην Αράχοβα υπάρχουν οι προϋποθέσεις ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, ποιες είναι αυτές που μπορούν να αναπτυχθούν, εάν οι τουριστικές υποδομές της περιοχής μπορούν να υποστηρίξουν την τουριστική ανάπτυξη, ποιο είναι το βασικότερο πλεονέκτημα της τουριστικής ανάπτυξης της Αράχοβας και εάν υπάρχουν οι προϋποθέσεις για την ανάδειξη των δραστηριοτήτων του εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή οι οποίες θα μπορέσουν να λειτουργήσουν ως γνώμονας για την προσέλκυση επισκεπτών.
3. Εναλλακτικός τουρισμός και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Στην τελευταία ενότητα του ερωτηματολογίου ο ερευνητής προσπαθεί να αντιληφθεί εάν οι συμμετέχοντες στην έρευνά του θεωρούν ότι ο εναλλακτικός τουρισμός προάγει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Ως εκ τούτου οι συμμετέχοντες έπρεπε να προσδιορίσουν εάν στην Αράχοβα παρατηρείται το φαινόμενο της εποχικότητας της τουριστικής βιομηχανίας, εάν θεωρούν ότι ο μαζικός τουρισμός μπορεί να προκαλέσει αλλοίωση του φυσικού και του πολιτιστικού πλούτου της περιοχής, εάν θεωρούν ότι ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να βοηθήσει στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της Αράχοβας, εάν πραγματοποιούνται ενέργειες προώθησης των δραστηριοτήτων του εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή της Αράχοβας, ποιο θεωρούν ως μειονέκτημα της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής της Αράχοβας, εάν θεωρούν ότι η διαχείριση των απορριμμάτων στην περιοχή της Αράχοβας, αποτελεί τροχοπέδη για την τουριστική της ανάπτυξη, ποια θεωρούν ως την καταλληλότερη λύση και εάν είναι μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής εάν θεωρούν ότι το υπάρχον σύστημα διαχείρισης των απορριμμάτων είναι επαρκές για την περιοχή στις περιόδους αιχμής της τουριστικής κίνησης.

### 3.3 Μεθοδολογία της έρευνας

Στην ερευνητική μεθοδολογία απαντώνται δύο μορφές προσέγγισης οι οποίες είναι η θεωρητική και η εμπειρική. Στην πρώτη περίπτωση λαμβάνει χώρα μία αφηρημένη προσέγγιση από ένα κοινωνικό ζήτημα παρουσιάζοντας όλες τις σχέσεις που το συγκροτούν. Στη δεύτερη περίπτωση συμβαίνει ο έλεγχος της αλήθειας των σχέσεων οι οποίες παρουσιάστηκαν στο θεωρητικό μέρος μίας μελέτης και ταυτόχρονα μπορεί να πραγματοποιείται και μία σύγκριση αυτής με παρόμοιες μελέτες (Θεοφιλίδης, 1999). Σε μία προσπάθεια εκτίμησης των δεδομένων που έχουν συγκεντρωθεί από μία έρευνα, εφαρμόζεται η εμπειρική προσέγγιση για την οποία απαιτείται η γνώση ορισμένων στοιχείων της στατιστικής. Στα πλαίσια εκπόνησης της παρούσας ποσοτικής έρευνας θα γίνει εφαρμογή της περιγραφικής στατιστικής, ώστε να αποδοθούν στον ερευνητή χρήσιμες και αξιόπιστες πληροφορίες (Bhattacharjee, 2012). Σύμφωνα με τον Ιωαννίδη (2004) η περιγραφική στατιστική ανάλυση, αφορά στη συχνότητα  $f_i$  και αναφέρεται στη συχνότητα εμφάνισης μίας τιμής  $x_i$  από ένα σύνολο  $X$ . Πιο συγκεκριμένα, η συχνότητα αποτελεί ένα μέτρο με το οποίο μπορεί κάποιος να παρατηρήσει τη συχνότητα με την οποία εμφανίζεται μία τιμή σε ένα δείγμα  $n$ . Επιπρόσθετα, η σχετική συχνότητα  $p_i$  αφορά στο λόγο της συχνότητας εμφάνισης της  $x_i$  τιμής στο σύνολο των παρατηρήσεων  $n$ . Ο αλγεβρικός τρόπος υπολογισμού της σχετικής συχνότητας είναι αυτός που φαίνεται παρακάτω (Ιωαννίδης, 2004):

$$p_i = \frac{f_i}{n}$$

Κλείνοντας, θεωρείται χρήσιμη η αναφορά στο γεγονός ότι η εκτίμηση των δεδομένων που θα συγκεντρωθούν από τη δειγματοληπτική διαδικασία θα εκτιμηθούν μέσω του στατιστικού πακέτου SPSS v.22.

### 3.4 Περιορισμοί της έρευνας

Η διενέργεια της παρούσας έρευνας αντιμετώπισε ορισμένα προβλήματα όπως ήταν η συγκέντρωση του αριθμού-στόχου των συμμετεχόντων του δείγματος. Πιο συγκεκριμένα, ενώ ο ερευνητής είχε ορίσει ως στόχο τα 150 άτομα, κατάφερε να συλλέξει μόλις 137 ερωτηματολόγιο συμπληρωμένα. Σύμφωνα με συζητήσεις που

είχε ο ερευνητής, οι δυνητικοί συμμετέχοντες στην έρευνα ανέφεραν είτε ότι δεν επιθυμούσαν τη συμμετοχή τους σε αυτήν θεωρώντας την ως χάσιμο χρόνου είτε ότι δεν επιθυμούσαν τη συμμετοχή τους από το φόβο της διαρροής προσωπικών δεδομένων. Η πρώτη περίπτωση ήταν σχεδόν αναμενόμενη από τον ερευνητή καθώς η ελληνική κοινωνία αγνοεί τη σημασία πραγματοποίησης αντίστοιχων ερευνών όπως επίσης και τη σημασία που έχουν για την ερευνητική κοινότητα οι εκτιμήσεις των αποτελεσμάτων τους. Σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να δοθεί φως σε μελανά σημεία και να υπάρξουν διορθώσεις οι οποίες θα ωφελήσουν το γενικό σύνολο. Στη δεύτερη περίπτωση όπου οι συμμετέχοντες φοβόταν ότι δε θα τηρηθεί η ανωνυμία στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, παρά την ενημέρωση που πραγματοποιούνταν από τον ερευνητή εκείνοι δεν ήθελαν να το διακινδυνεύσουν. Επίσης, ένα ακόμη εμπόδιο που συνάντησε ο ερευνητής αφορούσε στον τρόπο διανομής του ερευνητικού εργαλείου. Η έντυπη μορφή του ερωτηματολογίου προϋπέθετε τη φυσική παρουσία του ερευνητή για τη διάθεσή του, καθώς και την παραμονή του δίπλα στους συμμετέχοντες για την παραχώρηση οδηγιών ή πληροφοριών κατά τη συμπλήρωσή του. Ως εκ τούτου ο ερευνητής έπρεπε να δαπανά τον ελεύθερό του χρόνο ή να παίρνει τακτικά άδειες από την εργασία του ώστε να φέρει σε πέρας αυτήν τη διαδικασία. Αυτό είχε ως άμεση συνέπεια όχι μόνο την κούραση του ερευνητή αλλά και τον περιορισμό του σε χρόνο ώστε μέσα σε 2 μήνες να συμπληρώσει τον επιθυμητό αριθμό συμμετεχόντων. Θεωρείται ότι εάν η διάθεση του ερωτηματολογίου συνέβαινε ηλεκτρονικά ενδεχομένως να υπήρχε μεγαλύτερη ανταπόκριση και θα ήταν αμεσότερη και ταχύτερη η αποστολή και η λήψη των ερωτηματολογίων συμπληρωμένων.

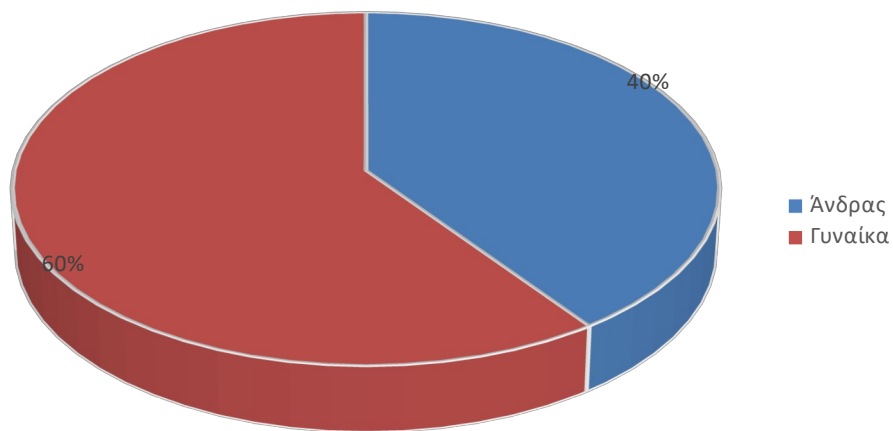


## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV**

### **ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

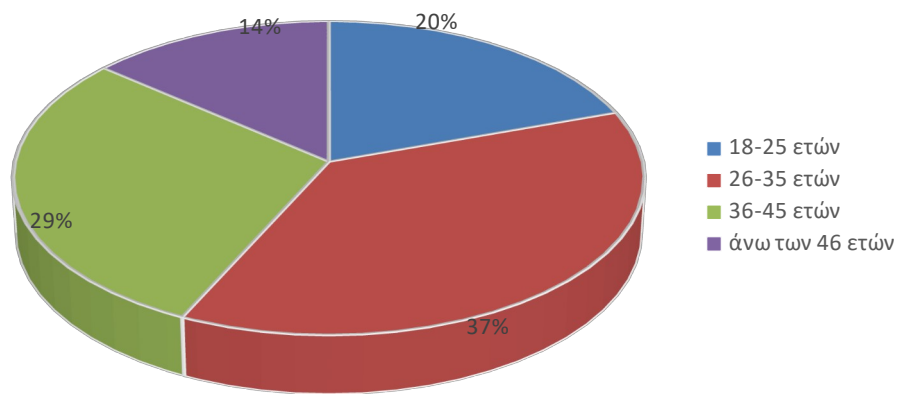
#### **4.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά**

Στην πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου εξετάστηκαν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος. Σε αυτήν την ενότητα ο ερευνητής επιχείρησε να σκιαγραφήσει το προφίλ των συμμετεχόντων στην έρευνά του, και για το λόγο αυτό οι ερωτήσεις αφορούσαν στο φύλο, στην ηλικία, στο εκπαιδευτικό επίπεδο, στην επαγγελματική κατάσταση, στον τομέα απασχόληση, στην κατοικία, στη συχνότητα επίσκεψης της περιοχής και στο λόγο επίσκεψης της περιοχής εάν ο συμμετέχοντας δεν ήταν μόνιμος κάτοικος της Αράχοβας. Στο Διάγραμμα 1 παρουσιάζονται οι εκτιμήσεις του ερευνητή αναφορικά με το φύλο των συμμετεχόντων στην έρευνα, από όπου αποδεικνύεται ότι το 60% του φύλου ανήκει στο γυναικείο φύλο και το 40% στο ανδρικό.



**Διάγραμμα 1: Φύλο**

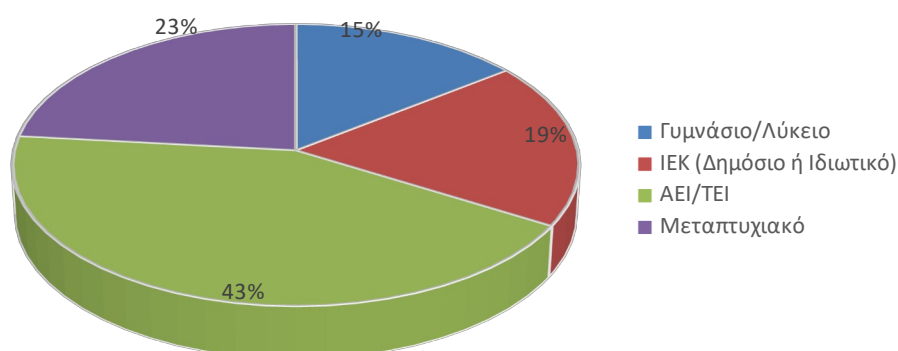
Ένα επιπλέον στοιχείο το οποίο εξετάστηκε στα πλαίσια διαμόρφωσης της σκιαγράφησης του προφίλ των συμμετεχόντων στην έρευνα ήταν η ηλικία αυτών. Σύμφωνα με τα ευρήματα του Διαγράμματος 2 το 37% του δείγματος σημείωσε ότι ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 26-35 ετών και το 29% ότι ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 36-45 ετών. Με σημαντική διαφορά φαίνεται να ακολουθεί το 20% του δείγματος το οποίο δήλωσε ότι ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 18-25 ετών και το 14% τόνισε ότι η ηλικία του είναι μεγαλύτερη των 46 ετών.



**Διάγραμμα 2: Ηλικία**

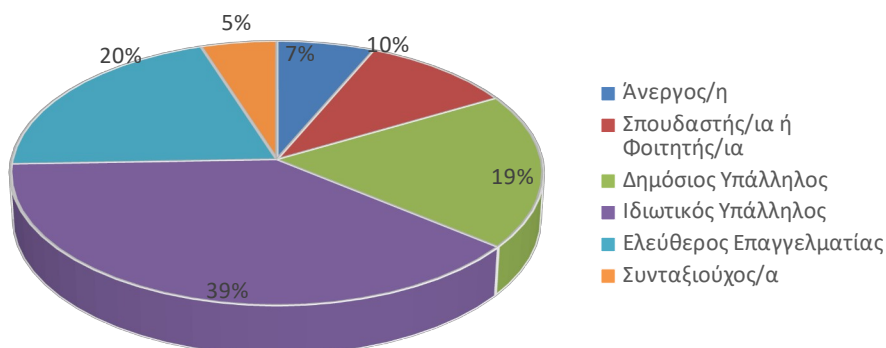
Για τον ερευνητή θεωρήθηκε χρήσιμη η εξέταση του εκπαιδευτικού επιπέδου των συμμετεχόντων στην έρευνα για τη σκιαγράφιση του προφίλ των ατόμων που διαμόρφωσαν το δείγμα του. Στο Διάγραμμα 3 αποτυπώνονται οι εκτιμήσεις του ερευνητή σύμφωνα με τις οποίες η πλειοψηφία του δείγματος, η οποία εκπροσωπείται

από το 43%, δήλωσε ότι έχει αποφοιτήσει από κάποιο ίδρυμα της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης (ΑΕΙ/ΤΕΙ). Με αρκετά μεγάλη διαφορά ακολουθεί το 23% το οποίο τόνισε ότι κατέχει μεταπτυχιακό δίπλωμα, ενώ το 19% ανέφερε ότι έχει μαθητεύσει σε κάποιο ΙΕΚ (δημόσιο ή ιδιωτικό) και τέλος το 15% το οποίο απέμεινε τόνισε ότι έχει ολοκληρώσει τη μαθητεία του στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση (Γυμνάσιο/Λύκειο).



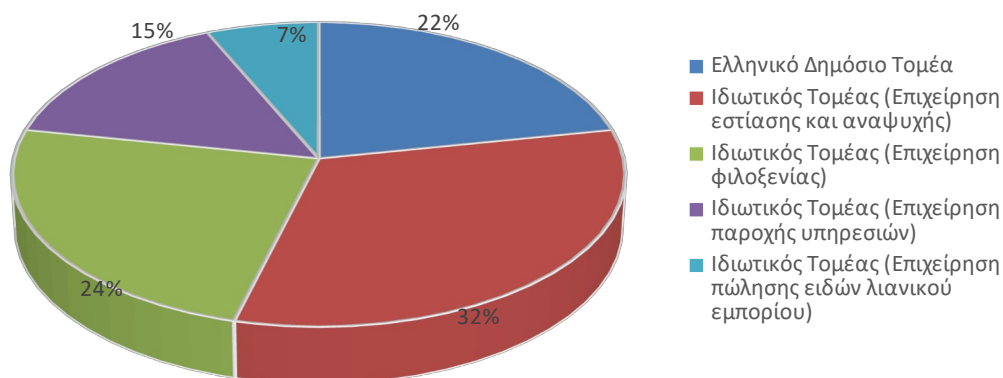
**Διάγραμμα 3: Εκπαιδευτικό επίπεδο**

Στο Διάγραμμα 4 παρουσιάζονται οι εκτιμήσεις του ερευνητή αναφορικά με την επαγγελματική κατάσταση των συμμετεχόντων στην έρευνα. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του ερευνητή, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος το οποίο είναι ίσο με 39%, ανέφερε ότι απασχολείται ως ιδιωτικός υπάλληλος, ενώ με πολύ μεγάλη διαφορά ακολουθεί το 20% το οποίο δήλωσε ότι απασχολείται ως ελεύθερος επαγγελματίας. Με διαφορά μόλις μίας ποσοστιαίας μονάδας ακολουθεί το 19% το οποίο σημείωσε ότι απασχολείται ως δημόσιος υπάλληλος, ενώ στον αντίποδα το 10% σημείωσε ότι σπουδάζει. Τέλος, το 7% του δείγματος των συμμετεχόντων ανέφερε ότι αντιμετωπίζει την κατάσταση της ανεργίας και το 5% ότι έχει συνταξιοδοτηθεί.



**Διάγραμμα 4: Επαγγελματική κατάσταση**

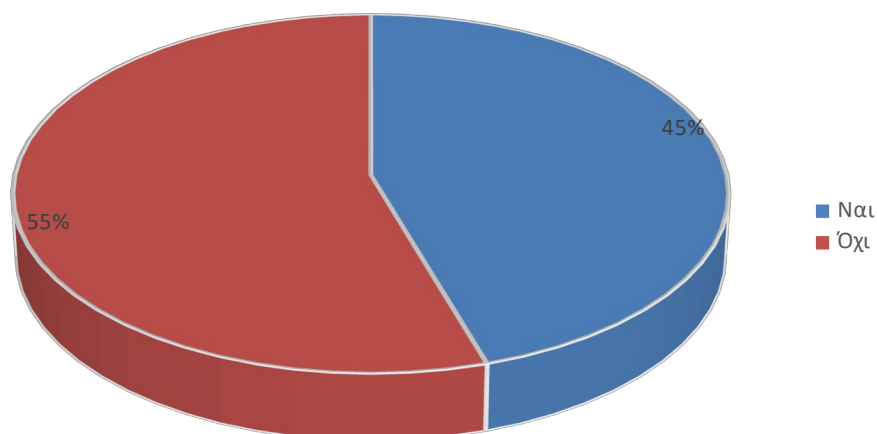
Εφόσον οι συμμετέχοντες στην έρευνα ανέφεραν ότι κατά την περίοδο διενέργειας της έρευνας βρισκόταν σε κατάσταση απασχόλησης, ο ερευνητής θεώρησε χρήσιμο να προσδιοριστεί από τους συμμετέχοντες ο τομέας απασχόλησής τους. Για το λόγο αυτό οι συμμετέχοντες έπρεπε να προσδιορίσουν εάν απασχολούνται στο δημόσιο ή στον ιδιωτικό τομέα, ενώ σε περίπτωση απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα έπρεπε να αναφέρουν σε ποιον κλάδο απασχολούνται. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 5 που ακολουθεί, μόλις το 22% του δείγματος σημείωσε ότι απασχολείται στον ελληνικό δημόσιο τομέα, ενώ το υπόλοιπο 78% δήλωσε ότι απασχολείται στον ιδιωτικό τομέα. Πιο αναλυτικά το 32% του δείγματος σημείωσε ότι απασχολείται στον κλάδο της εστίασης και αναψυχής και το 24% στον κλάδο της φιλοξενίας. Αυτό το γεγονός έρχεται να επιβεβαιώσει στα στοιχεία που παρουσιάστηκαν σε προηγούμενο κεφάλαιο, όπου είχε αναφερθεί ότι η πλειοψηφία των κατοίκων της περιοχής απασχολούνται σε τουριστικές επιχειρήσεις. Επιπλέον, το 15% του δείγματος σημείωσε ότι απασχολείται ως ιδιωτικός υπάλληλος σε κάποια επιχείρηση παροχής υπηρεσιών και το 7% που απέμεινε ανέφερε ότι απασχολείται σε κάποια ιδιωτική επιχείρηση πώλησης ειδών λιανικού εμπορίου.



**Διάγραμμα 5: Τομέας απασχόλησης**

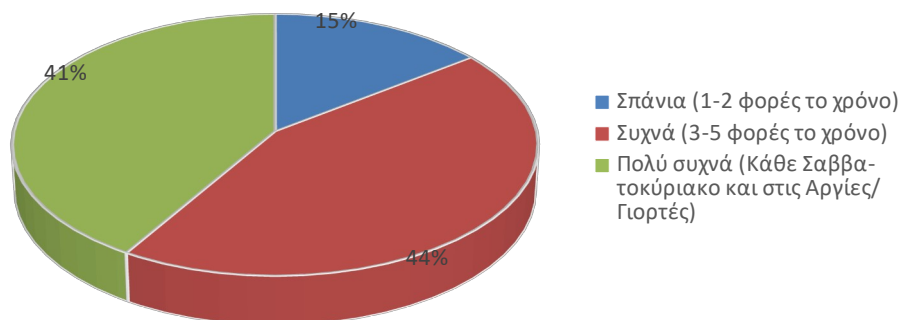
Ένα ακόμη στοιχείο το οποίο θεωρήθηκε χρήσιμο να παρουσιαστεί στα πλαίσια συζήτησης των δημογραφικών χαρακτηριστικών του δείγματος, ήταν η μόνιμη κατοικία των συμμετεχόντων στην έρευνα. Πιο συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες στην έρευνα έπρεπε να προσδιορίσουν εάν είναι μόνιμοι κάτοικοι της Αράχοβας ή όχι. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του ερευνητή, που παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 6, το

55% του δείγματος σημείωσε ότι δε μένει μόνιμα στην περιοχή, ενώ με μικρή διαφορά ακολούθησε το 45% το οποίο απάντησε θετικά.



**Διάγραμμα 6: Είστε μόνιμος κάτοικος της Αράχοβας;**

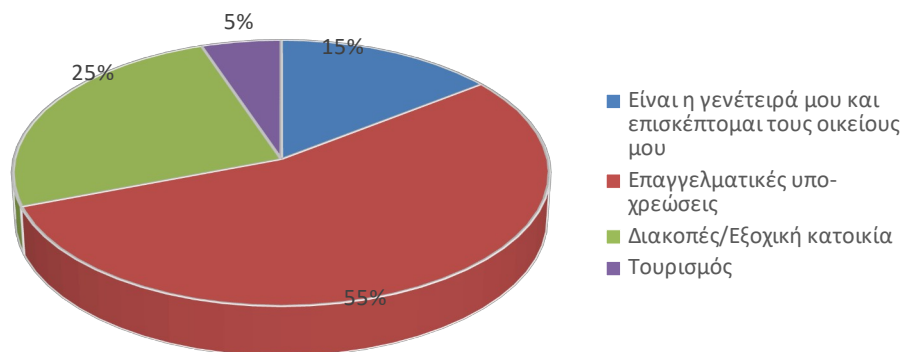
Σε συνέχεια της παραπάνω ερώτησης, ο ερευνητής επιθυμούσε να γνωρίζει σε περίπτωση που οι συμμετέχοντες στην έρευνα δεν ήταν μόνιμοι κάτοικοι της Αράχοβας, πόσο συχνά βρίσκονται στην περιοχή. Σύμφωνα με τα ευρήματα που παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 7, το 44% τόνισε ότι βρίσκεται στην Αράχοβα συχνά, το οποίο ανταποκρίνεται σε 3-5 φορές το χρόνο, και με μικρή διαφορά ακολουθεί το 41% το οποίο ανέφερε ότι βρίσκεται στην περιοχή πολύ συχνά, το οποίο αφορά σε συχνότητα Σαββατοκύριακου ή σε όλες τις Αργίες και τις γιορτές. Από το συνολικό δείγμα υπολείπεται ένα ποσοστό ίσο με το 15% το οποίο δήλωσε ότι βρίσκεται στην περιοχή σπάνια και συγκεκριμένα 1-2 φορές το χρόνο.



**Διάγραμμα 7: Εάν όχι, πόσο συχνά βρίσκεστε στην περιοχή;**

Ολοκληρώνοντας την παρουσίαση των δημογραφικών χαρακτηριστικών του δείγματος, ο ερευνητής εξέτασε το λόγο για τον οποίο οι συμμετέχοντες στην έρευνα επισκέπτονται την Αράχοβα ενώ δεν είναι κάτοικοι της περιοχής. Στο Διάγραμμα 8 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα του ερευνητή σύμφωνα με τα οποία το 55% δήλωσε ότι επισκέπτεται την περιοχή λόγω επαγγελματικών υποχρεώσεων, γεγονός το οποίο σημαίνει ότι βρίσκεται στην περιοχή λόγω της εργασίας του. Με πολύ σημαντική διαφορά ακολουθεί το 25% το οποίο σημείωσε ότι βρίσκεται στην περιοχή για τις διακοπές του ή επειδή εκεί υπάρχει η εξοχική κατοικία του, ενώ το 15% τόνισε ότι η Αράχοβα αποτελεί τη γενέτειρά του και επισκέπτεται τους δικούς του. Τέλος, το 5% του δείγματος ανέφερε ότι ο λόγος για τον οποίο επισκέπτεται την Αράχοβα είναι ο τουρισμός.





**Διάγραμμα 8: Εάν δεν είστε μόνιμος κάτοικος της Αράχοβας, για ποιο λόγο την επισκέπτεστε;**

#### **4.2 Τουριστική ανάπτυξη μέσω του εναλλακτικού τουρισμού**

Στη δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου διερευνάται η τουριστική ανάπτυξη μέσω του εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή της Αράχοβας. Μέσω αυτής της ενότητας ο ερευνητής επιχείρησε να κατανοήσει εάν στην περιοχή της Αράχοβας υπάρχει τουριστική ανάπτυξη μέσω των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που μπορούν να υπάρξουν σε αυτήν. Για αυτό το λόγο οι συμμετέχοντες έπρεπε να προσδιορίσουν εάν θεωρούν ότι στην Αράχοβα υπάρχουν οι προϋποθέσεις ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, ποιες είναι αυτές που μπορούν να αναπτυχθούν, εάν οι τουριστικές υποδομές της περιοχής μπορούν να υποστηρίξουν την τουριστική ανάπτυξη, ποιο είναι το βασικότερο πλεονέκτημα της τουριστικής ανάπτυξης της Αράχοβας και εάν υπάρχουν οι προϋποθέσεις για την ανάδειξη των δραστηριοτήτων του εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή οι οποίες θα μπορέσουν να λειτουργήσουν ως γνώμονας για την προσέλκυση επισκεπτών.

Στον Πίνακα 5 παρουσιάζονται κάποιες προτάσεις σχετικά με τις προϋποθέσεις της τουριστικής ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην περιοχή της Αράχοβας. Η πρώτη πρόταση που παρουσιάζεται αφορά στο εάν οι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούσαν ότι υπάρχουν προϋποθέσεις για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Παρατηρώντας τις εκτιμήσεις του ερευνητή καθίσταται σαφές ότι ένα ποσοστό ίσο με το 29.2% επιμερίζεται ισομερώς μεταξύ της απόλυτης

διαφωνίας και της διαφωνίας έναντι αυτής της πρότασης. Επίσης, ένα ποσοστό ίσο με το 14.6% διατήρησε μία ουδέτερη στάση (ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ), σε αντίθεση με το 33.6% το οποίο ανέφερε ότι συμφωνεί και το υπόλοιπο 22.6% δήλωσε ότι συμφωνεί απόλυτα. Επιπρόσθετα, οι συμμετέχοντες έπρεπε να αναφέρουν εάν θεωρούν ότι οι τουριστικές υποδομές της περιοχής (χώρος διαμονής, χώρος εστίασης και αναψυχής, οδικό δίκτυο, συγκοινωνίες μεταφοράς) υποστηρίζουν την τουριστική ανάπτυξή της. Παρατηρώντας τον Πίνακα 5 που ακολουθεί γίνεται αντιληπτό ότι το 14.6% διαφώνησε απόλυτα σε αντίθεση με το 22.2% το οποίο ανέφερε ότι συμφωνεί απόλυτα. Ένα υψηλότερο ποσοστό και ίσο με το 29.2% τόνισε ότι ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί, ενώ τέλος το 34% δήλωσε ότι συμφωνεί με αυτήν την πρόταση.

	Διαφωνώ Απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε Διαφωνώ Ούτε Συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα
Θεωρείτε ότι στην περιοχή της Αράχοβας υπάρχουν προϋποθέσεις για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού;	14.6	14.6	14.6	33.6	22.6
Θεωρείτε ότι οι τουριστικές υποδομές της περιοχής (χώρος διαμονής, χώρος εστίασης και αναψυχής, οδικό δίκτυο, συγκοινωνίες μεταφοράς κλπ) υποστηρίζουν την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής;	14.6		29.2	34	22.2
Υπάρχουν προϋποθέσεις για την ανάδειξη δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή, που θα λειτουργήσουν ως γνώμονας για την προσέλκυση επισκεπτών;		26.8		48.2	25

Πίνακας 5: Προϋποθέσεις ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Αράχοβα

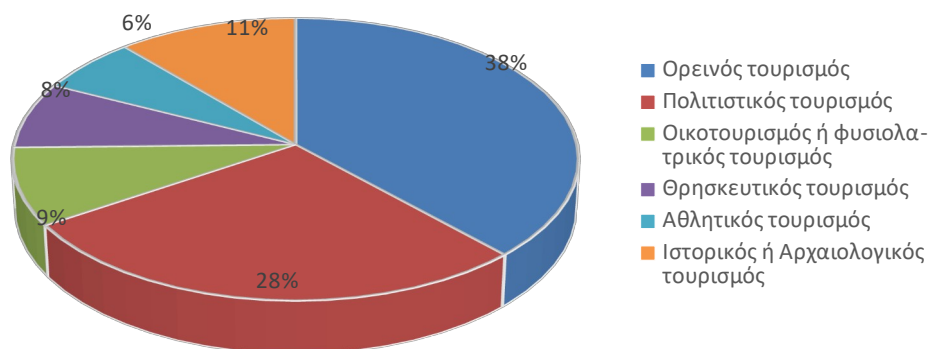
Δεν πρέπει να παραληφθεί η αναφορά στο γεγονός ότι το δείγμα της έρευνας έπρεπε να αναφέρει εάν πιστεύει ότι υπάρχουν προϋποθέσεις για την ανάδειξη δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή, οι οποίες θα λειτουργήσουν

ως γνώμονας για την προσέλκυση επισκεπτών. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα στα οποία οδηγήθηκε ο ερευνητής και αυτά παρουσιάζονται στον Πίνακα 5, το 26.8% του δείγματος ανέφερε ότι διαφωνεί με την πρόταση αυτήν. Ωστόσο, στον αντίποδα υπάρχει ένα πολύ μεγάλο ποσοστό ίσο με το 73.2% το οποίο τόνισε τη συμφωνία του με αυτήν την πρόταση. Πιο συγκεκριμένα, το 48.2% σημείωσε ότι συμφωνεί με την εν λόγω πρόταση, ενώ το 25% το οποίο απέμεινε ανέφερε ότι συμφωνεί απόλυτα.

Ένα ακόμη χρήσιμο στοιχείο το οποίο χρειάστηκε να εξεταστεί ήταν εκείνο το οποίο αφορούσε στο ποιες είναι οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες είναι δυνατό να αναπτυχθούν στην περιοχή της Αράχοβας. Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 9, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα, η οποία εκπροσωπείται από ένα ποσοστό ίσο με το 38%, ανέφερε ότι η εναλλακτική μορφή τουρισμού που μπορεί να αναπτυχθεί στην Αράχοβα είναι ο ορεινός τουρισμός. Αυτό το γεγονός δεν αποτελεί έκπληξη καθώς η Αράχοβα και οι δυνατότητες που διαθέτει ενδείκνυνται για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων όπως το σκι, η ορειβασία, η πεζοπορία ή η ορεινή ποδηλασία. Με διαφορά 10 ποσοστιαίων μονάδων ακολουθεί το 28% το οποίο σημείωσε ότι στην Αράχοβα μπορεί να αναπτυχθεί ο πολιτιστικός τουρισμός, εξαιτίας των ποικίλων πολιτιστικών εκδηλώσεων σε εθνικές ή θρησκευτικές γιορτές και της δυνατότητας που δίνεται στους επισκέπτες να γνωρίσουν τις τοπικές παραδόσεις τα ήθη, τα έθιμα και την τοπική κουλτούρα.

Επίσης, με σημαντική διαφορά ακολουθεί το 11% το οποίο δήλωσε ότι στην περιοχή μπορεί να αναπτυχθεί ο ιστορικός ή ο αρχαιολογικός τουρισμός εξαιτίας της γειτνίασης της Αράχοβας με τον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών και του ιστορικού χώρου του Διστόμου. Δεν πρέπει να παραληφθεί η αναφορά στο γεγονός ότι το 9% σημείωσε ότι στην Αράχοβα μπορεί με ευκολία να αναπτυχθεί ο οικοτουρισμός ή ο φυσιολατρικός τουρισμός, χάριν της δυνατότητας πραγματοποίησης πεζοπορίας στη φύση και εξερεύνησης της χλωρίδας και της πανίδας της περιοχής. Με πολύ μικρή διαφορά ακολουθεί το 8% το οποίο σημείωσε ότι στη περιοχή μπορεί να αναπτυχθεί ο θρησκευτικός τουρισμός ως μία μορφή εναλλακτικού τουρισμού, ενώ το εναπομείναν 6% τόνισε ότι ο αθλητικός τουρισμός μπορεί επίσης να αναδειχθεί ως μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Όπως έχει σημειωθεί ήδη στο μέρος της βιβλιογραφικής ανασκόπησης της παρούσας έρευνας, στην Αράχοβα κάθε χρόνο

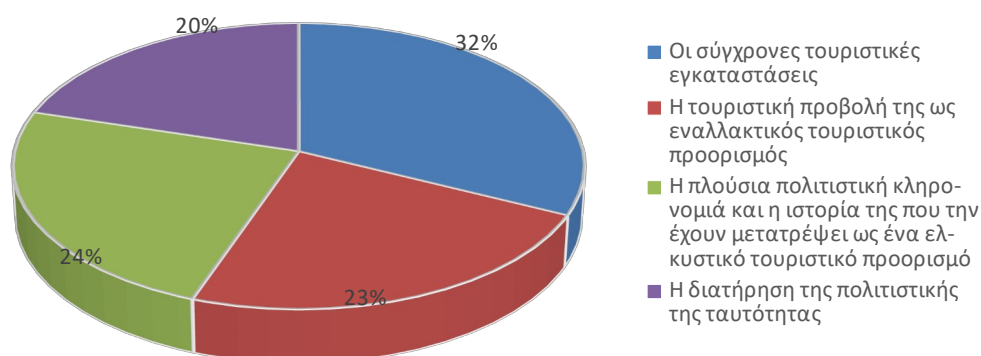
διοργανώνονται αθλητικές εκδηλώσεις εθνικού και διεθνούς βεληνεκούς όπου ο επισκέπτης μπορεί να συμμετάσχει.



**Διάγραμμα 9: Ποιες είναι οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στην περιοχή;**

Το τελευταίο στοιχείο που παρουσιάζεται σε αυτήν την ενότητα του ερωτηματολογίου αφορά στο εάν οι συμμετέχοντες στην έρευνα βλέπουν κάποιο πλεονέκτημα τουριστικής ανάπτυξης στην Αράχοβα. Στο Διάγραμμα 10 παρουσιάζονται οι εκτιμήσεις του ερευνητή σύμφωνα με τις απαντήσεις που έδωσαν οι συμμετέχοντες στην έρευνα. Παρατηρώντας το διάγραμμα που ακολουθεί αποδεικνύεται ότι το 32% ανέφερε ως πλεονέκτημα τουριστικής ανάπτυξης της Αράχοβας την παρουσία σύγχρονων τουριστικών εγκαταστάσεων, ενώ με σημαντική διαφορά ακολουθεί το 24% το οποίο δήλωσε ότι το πλεονέκτημα της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής είναι η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και η ιστορία της, που την έχουν μετατρέψει σε ένα ελκυστικό τουριστικό προορισμό. Με διαφορά μόλις 1 ποσοστιαίας μονάδας το 23% του δείγματος τόνισε ότι η τουριστική προβολή της Αράχοβας ως ένας τουριστικός προορισμός με δυνατότητες εναλλακτικού τουρισμού αποτελεί το πλεονέκτημα της τουριστικής της ανάπτυξης και τέλος το

21% ως πλεονέκτημα ανέφερε τη διατήρηση της πολιτιστικής ταυτότητας της Αράχοβας.



**Διάγραμμα 10: Ποιο θεωρείτε ως το πλεονέκτημα της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής της Αράχοβας;**

### 4.3 Εναλλακτικός τουρισμός και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

Στην τρίτη και τελευταία ενότητα του ερωτηματολογίου, ο ερευνητής προσπάθησε να διερευνήσει τη σχέση μεταξύ του εναλλακτικού τουρισμού και της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Πιο αναλυτικά, ο ερευνητής προσπαθεί να αντιληφθεί εάν οι συμμετέχοντες στην έρευνά του θεωρούν ότι ο εναλλακτικός τουρισμός προάγει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Ως εκ τούτου οι συμμετέχοντες έπρεπε να προσδιορίσουν εάν στην Αράχοβα παρατηρείται το φαινόμενο της εποχικότητας της τουριστικής βιομηχανίας, εάν θεωρούν ότι ο μαζικός τουρισμός μπορεί να προκαλέσει αλλοίωση του φυσικού και του πολιτιστικού πλούτου της περιοχής, εάν θεωρούν ότι ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να βοηθήσει στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της Αράχοβας, εάν πραγματοποιούνται ενέργειες προώθησης των δραστηριοτήτων του εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή της Αράχοβας, ποιο

θεωρούν ως μειονέκτημα της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής της Αράχοβας, εάν θεωρούν ότι η διαχείριση των απορριμμάτων στην περιοχή της Αράχοβας, αποτελεί τροχοπέδη για την τουριστική της ανάπτυξη, ποια θεωρούν ως την καταλληλότερη λύση και εάν είναι μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής εάν θεωρούν ότι το υπάρχον σύστημα διαχείρισης των απορριμμάτων είναι επαρκές για την περιοχή στις περιόδους αιχμής της τουριστικής κίνησης.

Στον Πίνακα 6 που ακολουθεί παρουσιάζονται οι εκτιμήσεις του ερευνητή αναφορικά με ορισμένες προτάσεις στις οποίες οι συμμετέχοντες στην έρευνα έπρεπε να σημειώσουν τη συμφωνία ή τη διαφωνία τους σε σχέση με αυτές. Αρχικά οι συμμετέχοντες στην έρευνα έπρεπε να αναφέρουν εάν διαφωνούν ή εάν συμφωνούν με το γεγονός ότι στην περιοχή της Αράχοβας παρατηρείται το φαινόμενο της εποχικότητας της τουριστικής βιομηχανίας. Σύμφωνα με τα ευρήματα του Πίνακα 6, το 14.6% του δείγματος σημείωσε ότι διαφωνεί απόλυτα ή ότι διαφωνεί ή ότι ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί. Από την άλλη πλευρά ένα συνολικό ποσοστό ίσο με το 56.2% σημείωσε ότι συμφωνεί και αναλυτικότερα το 33.6% ανέφερε ότι συμφωνεί και το 22.6% ότι συμφωνεί απόλυτα. Σε συνέχεια αυτής της ερώτησης, οι συμμετέχοντες οι οποίοι συμφώνησα με αυτήν έπρεπε να αναφέρουν ένα ο μαζικός τουρισμός θεωρούν ότι μπορεί να προκαλέσει αλλοίωση του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου της περιοχής. Παρατηρώντας τον Πίνακα 6 καθίσταται σαφές ότι το 76.6% σημείωσε ότι συμφωνεί, ενώ το 23.4% ανέφερε ότι συμφωνεί απόλυτα.

Επιπλέον, οι συμμετέχοντες στην έρευνα έπρεπε να προσδιορίσουν το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας τους με το εάν θεωρούσαν ότι ο εναλλακτικός τουρισμός, εάν μπορέσει να αξιοποιηθεί στην περιοχή της Αράχοβας, θα μπορέσει να βοηθήσει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αυτής. Πιο συγκεκριμένα, το 76% των συμμετεχόντων σημείωσε ότι συμφωνεί, ενώ το 9% ανέφερε ότι συμφωνεί απόλυτα. Από το δείγμα υπολείπεται ένα ποσοστό ίσο με το 15% το οποίο προτίμησε να διατηρήσει μία ουδέτερη στάση καθώς ανέφερε ότι ούτε διαφωνεί αλλά ούτε και συμφωνεί. Πλέον αυτού ο ερευνητής θέλησε να εξακριβώσει εάν οι συμμετέχοντες συμφωνούν ή διαφωνούν με το γεγονός της πραγματοποίησης ενεργειών προώθησης των δραστηριοτήτων του εναλλακτικού τουρισμού στην υπό μελέτη περιοχή. Οι εκτιμήσεις του ερευνητή που παρουσιάζονται στον Πίνακα 6 που ακολουθεί αποδεικνύουν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος το οποίο είναι ίσο με το

37.2% σημείωσε ότι ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί με αυτήν την πρόταση. Από την άλλη πλευρά το 27.7% ανέφερε ότι συμφωνεί και το 13.1% τόνισε ότι συμφωνεί απόλυτα με την πρόταση αυτή. Ωστόσο, υπάρχει ένα ποσοστό ίσο με το 13.1% το οποίο δήλωσε ότι διαφωνεί απόλυτα με αυτήν την πρόταση και το 8.8% το οποίο απέμεινε ανέφερε ότι διαφωνεί.

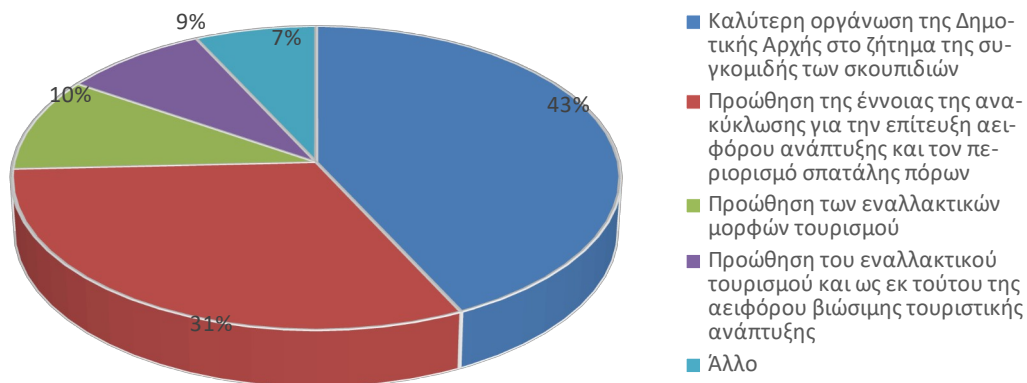
	Διαφωνώ Απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε Διαφωνώ Ούτε Συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα
Στην περιοχή της Αράχοβας, παρατηρείται το φαινόμενο της εποχικότητας της τουριστικής βιομηχανίας; (Ως εποχικότητα εννοείται η συγκέντρωση της τουριστικής κίνησης σε μία χρονική περίοδο του χρόνου και δεν είναι κατανοητή καθ' όλη τη διάρκεια του έτους);	14.6	14.6	14.6	33.6	22.6
Εάν συμφωνήσατε με την παραπάνω πρόταση, θεωρείτε ότι ο μαζικός τουρισμός μπορεί να προκαλέσει αλλοίωση του φυσικού και του πολιτιστικού πλούτου της περιοχής;				76.6	23.4
Θεωρείτε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός, εάν αξιοποιηθεί στην περιοχή μπορεί να βοηθήσει στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αυτής;			15	76	9
Πραγματοποιούνται ενέργειες προώθησης των δραστηριοτήτων του εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή της Αράχοβας;	13.1	8.8	37.2	27.7	13.1
Θεωρείτε ότι η διαχείριση των απορριμμάτων στην περιοχή της Αράχοβας, αποτελεί τροχοπέδη για την τουριστική της ανάπτυξη;	14.6	14.6	14.6	33.6	22.6
Εάν είστε μόνιμος κάτοικος της περιοχής, θεωρείτε ότι το υπάρχον σύστημα διαχείρισης των απορριμμάτων είναι επαρκές για την περιοχή στις περιόδους αιχμής της τουριστικής κίνησης;	54.8	32.3	5.8		

Πίνακας 6: Εναλλακτικός τουρισμός και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

Σε αυτό το σημείο είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι ένα σημαντικό χαρακτηριστικό για την εικόνα του τουριστικού προορισμού της Αράχοβας και τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξή της, είναι η διαχείριση των απορριμμάτων. Για το λόγο αυτό οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν εάν θεωρούσαν ότι η διαχείριση των απορριμμάτων στην περιοχή της Αράχοβας αποτελεί τροχοπέδη για την τουριστική ανάπτυξη. Στον Πίνακα 6 αποτυπώνονται οι εκτιμήσεις του ερευνητή σύμφωνα με τις οποίες το 14.6% κυμαίνεται μεταξύ της απόλυτης διαφωνίας και της ουδέτερης στάσης, ενώ το 33.6% ανέφερε ότι συμφωνεί και το 22.6% σημείωσε ότι συμφωνεί απόλυτα. Σε συνέχεια αυτής της ερώτησης οι συμμετέχοντες στην έρευνα ρωτήθηκαν, εφόσον ήταν μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής, εάν θεωρούσαν ότι το υπάρχον σύστημα διαχείρισης των απορριμμάτων ήταν επαρκές για την περιοχή στις περιόδους αιχμής της τουριστικής κίνησης. Τα αποτελέσματα του ερευνητή όπως αποτυπώνονται στον Πίνακα 6 αποδεικνύουν ότι το 54.8% ανέφερε ότι διαφωνεί απόλυτα με αυτήν την πρόταση και το 32.3% σημείωσε ότι απλά διαφωνεί. Από το συνολικό δείγμα υπολείπεται ένα ποσοστό ίσο με το 5.8% το οποίο δήλωσε ότι ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί με αυτήν την πρόταση.

Στο Διάγραμμα 11 αποτυπώνονται οι εκτιμήσεις του ερευνητή αναφορικά με το ποια πρόταση θεωρείται ως η καταλληλότερη για τη διαχείριση των απορριμμάτων στην Αράχοβα, εάν συμφωνούσαν με την πρόταση όχι η διαχείρισή τους αποτελεί τροχοπέδη για την τουριστική της ανάπτυξη. Σύμφωνα με τα ευρήματα που παρουσιάζονται στο παρακάτω διάγραμμα, η πλειοψηφία του δείγματος με ποσοστό ίσο με το 43% σημείωσε ως λύση την καλύτερη οργάνωση της Δημοτικής Αρχής στο ζήτημα της συγκομιδής των σκουπιδιών, ενώ το 31% το οποίο ακολουθεί ανέφερε την προώθηση της έννοιας της ανακύκλωσης για την επίτευξη αειφόρου ανάπτυξης και τον περιορισμό της σπατάλης των διαθέσιμων πόρων. Με πολύ σημαντική διαφορά ακολουθεί το 10% το οποίο σημείωσε ως λύση την προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού για την ευαισθητοποίηση των ατόμων, το 9% συμφώνησε με την προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως μία προσπάθεια προώθησης της αειφόρου βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και τέλος το 7% το οποίο απέμεινε δήλωσε κάποια άλλη λύση χωρίς όμως να την προσδιορίζει.

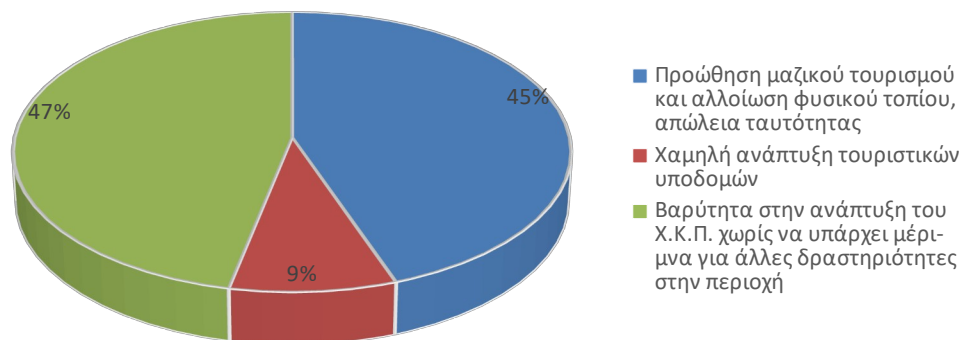




**Διάγραμμα 11: Εάν συμφωνείτε με την πρόταση ότι η διαχείριση των απορριμμάτων αποτελεί τροχοπέδη για την τουριστική ανάπτυξη της Αράχοβας, ποια λύση θεωρείτε καταλληλότερη;**

Ολοκληρώνοντας την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας, στο Διάγραμμα 12 αποτυπώνονται οι απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα αναφορικά με το ποιο θεωρούσαν ως το μειονέκτημα της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής της Αράχοβας. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του ερευνητή το 47% ανέφερε ότι το μειονέκτημα είναι η βαρύτητα που αποδίδεται στην ανάπτυξη του Χιονοδρομικού Κέντρου του Παρνασσού<sup>2</sup>, χωρίς να υπάρχει μέριμνα για τις υπόλοιπες δραστηριότητες που μπορούν να αναπτυχθούν στην περιοχή. Με πολύ μικρή διαφορά ακολουθεί το 44% το οποίο τόνισε ως μειονέκτημα την προώθηση του μαζικού τουρισμού και την αλλοίωση του φυσικού τοπίου της περιοχής και την απώλεια της ταυτότητάς της και τέλος μόλις το 9% σημείωσε ως μειονέκτημα τη χαμηλή ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών στην περιοχή της Αράχοβας.

<sup>2</sup> Χ.Κ.Π.



**Διάγραμμα 12: Ποιο θεωρείτε ως το μειονέκτημα της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής της Αράχοβας;**

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ V

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός αποτελεί το βασικό πυλώνα ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας, ενώ οι επιπτώσεις του απαντώνται όχι μόνο σε όρους οικονομίας αλλά και κοινωνικής ανάπτυξης και βελτίωσης της ποιότητας ζωής των ατόμων που κατοικούν στις χώρες υποδοχής τουριστών. Είναι χρήσιμο για τους τουριστικούς προορισμούς να λειτουργούν με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος και την αειφόρο, βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη σε μία προσπάθεια περιορισμού της ανεξέλεγκτης τουριστικής ανάπτυξης και της συσσώρευσης της τουριστικής κίνησης σε ορισμένες περιοχές. Ως εκ τούτου θεωρείται χρήσιμη η προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού ως ανερχόμενος τομέας της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Αυτό το ενδεχόμενο διερευνήθηκε στα πλαίσια εκπόνησης της παρούσας μελέτης η οποία επικεντρώθηκε στην περιοχή της Αράχοβας. Η Αράχοβα αποτελεί ένα δημοφιλή τουριστικό προορισμό τόσο για τους Έλληνες όσο και για τους κατοίκους του εξωτερικού. Η τουριστική ανάπτυξη της Αράχοβας οφείλεται στο γεγονός ότι βρίσκεται πολύ κοντά στον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών, ο οποίος δεχόταν και δέχεται μεγάλο όγκο επισκεπτών καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Ωστόσο, στην περιοχή της Αράχοβας λειτουργεί και το Χιονοδρομικό Κέντρο του Παρνασσού το οποίο αποτελεί πόλο έλξης για τους λάτρεις του ορεινού και χειμερινού τουρισμού. Επίσης, η περιοχή της Αράχοβας διαθέτει μία ιδιαίτερη ιστορική και πολιτιστική ταυτότητα, που από μόνη της αποτελεί το λόγο ανάδειξης ορισμένων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Για τους σκοπούς ολοκλήρωσης της παρούσας μελέτης πραγματοποιήθηκε μία πρότυπη έρευνα με τη χρήση ενός ερωτηματολογίου, ως το βασικό ερευνητικό εργαλείο. Μέσω της έρευνας επιχειρήθηκε η εξέταση του γεγονότος εάν ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει έναν ανερχόμενο τομέα τουριστικής ανάπτυξης της Αράχοβας. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε σε 137 άτομα στο χρονικό διάστημα Ιούνιος-Ιούλιος του 2019 σε άτομα το οποίο βρισκόταν στην περιοχή της Αράχοβας και είτε ήταν μόνιμοι ή περιστασιακοί κάτοικοι της περιοχής ή επισκέπτες. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας αποδείχθηκε ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα συμφώνησαν με το γεγονός ότι στην Αράχοβα υπάρχουν προϋποθέσεις για την ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού και ότι οι

υποδομές της μπορούν να υποστηρίξουν την περαιτέρω τουριστική της ανάπτυξης. Σε συνέχεια αυτών, οι συμμετέχοντες στην έρευνα τόνισαν ότι στην Αράχοβα υπάρχουν οι κατάλληλες προϋποθέσεις σύμφωνα με τις οποίες μπορούν να αναδειχθούν ορισμένες δραστηριότητες του εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες με τη σειρά τους θα λειτουργήσουν ως γνώμονας για την προσέλκυση επισκεπτών στην περιοχή. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα σημείωσαν ότι οι κυριότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού που είναι δυνατό να αναπτυχθούν στην περιοχή είναι ο ορεινός και ο πολιτιστικός τουρισμός, ενώ και ο ιστορικός ή ο αρχαιολογικός τουρισμός μπορούν επίσης να αναπτυχθούν σημαντικά στην Αράχοβα. Επιπλέον, όσοι συμμετείχαν στην έρευνα ανέφεραν ότι οι σύγχρονες τουριστικές εγκαταστάσεις καθώς επίσης και η πλούσια πολιτιστικής και ιστορική κληρονομιά της Αράχοβας λειτουργούν ως πλεονεκτήματα για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

Εξαιτίας της έντονης ανάπτυξης και προβολής του Χιονοδρομικού Κέντρου του Παρνασσού, στην Αράχοβα σύμφωνα με τους συμμετέχοντες στην έρευνα παρατηρείται το φαινόμενο της εποχικότητας του τουρισμού γεγονός το οποίο συνδέεται με το μαζικό τουρισμό. Ο τελευταίος με τη σειρά του, σύμφωνα με όσους συμμετείχαν στην έρευνα, ενδεχομένως να προκαλέσει την αλλοίωση του φυσικού και του πολιτιστικού πλούτου της Αράχοβας. Ωστόσο, οι συμμετέχοντες στην έρευνα σημείωσαν ότι εφόσον αναπτυχθεί ο εναλλακτικός τουρισμός στην Αράχοβα, αυτός θα συνδράμει προς τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αυτής και άρα στην προστασία των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της. Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα διατήρησαν ουδέτερη στάση αναφορικά με το εάν πραγματοποιούνται ενέργειες προώθησης των δραστηριοτήτων του εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή της Αράχοβας. Δεν πρέπει να παραληφθεί η αναφορά στο γεγονός ότι η καθημερινότητα της Αράχοβας συνδράμει προς την ομαλή τουριστική της ανάπτυξη. Μεταξύ των στοιχείων της καθημερινότητας εντοπίζεται και η διαχείριση των απορριμμάτων της Αράχοβας, για την οποία οι συμμετέχοντες ανέφεραν ότι αποτελεί τροχοπέδη για την τουριστική της ανάπτυξη. Επίσης, οι μόνιμοι κάτοικοι της Αράχοβας σημείωσαν ότι το υπάρχον σύστημα διαχείρισης των απορριμμάτων δεν είναι επαρκές για την κάλυψη των αναγκών της περιοχής κατά τις περιόδους αιχμής του τουρισμού. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα ως καταλληλότερη λύση για την αντιμετώπιση του προβλήματος ανέφεραν την αρτιότερη οργάνωση της Δημοτικής Αρχής αλλά και την προώθηση της ανακύκλωσης με στόχο την επίτευξη

αιφόρου ανάπτυξης και περιορισμού της κατασπατάλησης των διαθέσιμων πόρων. Ολοκληρώνοντας είναι σκόπιμη η αναφορά του γεγονότος ότι η βαρύτητα της ανάπτυξης του Χιονοδρομικού Κέντρου του Παρνασσού έναντι των υπολοίπων δυνατοτήτων της περιοχής και η προώθηση του μαζικού τουρισμού αποτελούν τα σημαντικότερα μειονεκτήματα της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής της Αράχοβας.

Η ολοκλήρωση του παρόντος συγγραφικού πονήματος εστίασε στην περιοχή της Αράχοβας διερευνώντας την πιθανότητα κατά την οποία ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει τομέα τουριστικής ανάπτυξης. Ωστόσο, αυτό το γεγονός είχε ως συνέπεια τον περιορισμό των γεωγραφικών ορίων της έρευνας και την ανικανότητα γενίκευσης των αποτελεσμάτων. Αυτό θα μπορούσε να επιλυθεί μέσω της συνέχισης της έρευνας στο μέλλον και της πραγματοποίησης ερευνών σε ανάλογες περιοχές της Ελλάδας όπως η Αράχοβα. Με αυτόν τον τρόπο όχι μόνο θα είναι ευκολότερη η γενίκευση των συμπερασμάτων αλλά και η πραγματοποίηση μίας σύγκρισης μεταξύ των διαφορετικών τουριστικών προορισμών και του βαθμού στον οποίο ο εναλλακτικός τουρισμός σε αυτές μπορεί να αποτελέσει παράγοντα τουριστικής ανάπτυξης. Τέλος, θα ήταν σκόπιμο η έρευνα να εστιάσει σε διαφορετικές πληθυσμιακές ομάδες όπως επιχειρηματίες της τουριστικής βιομηχανίας και επισκέπτες/τουρίστες ώστε ο ερευνητής να μπορέσει να εντοπίσει διαφορετικά στοιχεία κατανόησης του ζητήματος της έρευνας μεταξύ των δύο πληθυσμιακών ομάδων.

## **Αναφορές**

- Andriotis, K., 2001. Tourism Planning and Development in Crete. Recent Tourism Policies and their Efficacy. *Journal of Sustainable Tourism*, 9(4), pp. 298-316.
- Berno, T., 1999. When a guest is a guest. Cook islanders view tourism. *Annals of Tourism Research*, 26(3), pp. 656-675.
- Bhattacharjee, A., 2012. *Social Science Research: Principles, Methods, and Practices*. 2nd επιμ. Zurich, Switzerland: Global Text Project, Jacobas Foundation.
- Blamey, R. K., 1997. Ecotourism: the search for an operational definition. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(2), pp. 109-130.
- Brohman, J., 1996. *Popular development: Rethinking the theory and practice of development*. Cambridge, MA: Oxford University Press.
- Buckley, R., 1994. A framework for ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 21(3), pp. 661-665.
- Buhalis, D. & O' Connor, R., 2005. Information Communication Technology Revolutionizing Tourism. *Journal of Tourism Recreation Research*, 07 january. pp. 7-16.
- Butler, R. W. & Hinch, T. D., 1996. *Tourism and Indigenous Peoples*. Boston, MA: International Thomson Business Press.
- Caruana, A. & Msida, M., 2002. Service Loyalty: The effects of service quality & the mediating role of customer satisfaction. *European journal of marketing*, 36(7), pp. 811-828.
- Cazes, G. H., 1989. Alternative tourism: Reflections on an ambiguous concept. Στο: Singh, T.V., Theuns, H.L. & Go, F.M. (eds). *Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries*. Frankfurt, Peter Lang: s.n., pp. 117-126.
- Ceballos-Lascurain, H., 1991. Tourism, ecotourism and protected areas. *Parks* , Τόμος 2, pp. 31-35.

Coccosis, H., 1996. Tourism and sustainability: perspectives and implications. Στο: *Priestley, G.K., Edwards, J.A. & Coccosis, H. (eds). Sustainable Tourism? European Experiences*. Oxon: CAB, pp. 1-21.

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

Cohen, E., 1989. Alternative tourism – A Critique. Στο: *Singh, T.V., Theuns, H.L. & Go, F.M. (eds). Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries*. Frankfurt: Peter Lang, pp. 127-142.

Crouch, G. I., 1992. Effect of Income and Price on International Tourism. *Annals of Tourism Research*, Τόμος 19, pp. 643-664.

Cunha, L. ..., 2001. *Demand for Tourism in Portugal: A Panel Data Approach*, s.l.: Discussion Paper No 29.

Delisle, M. A. & Jolin, L., 2007. *Un autre tourisme est-il possible? : éthique, acteurs, concepts, contraintes, bonne pratique, ressources*, Québec: Presses de l'Université du Québec.

Dominica Hotel & Tourism Association, 2010. *Experience Dominica 2010*, DHTA: Roseau.

Doswell, R., 2002. *The role of the effective management*. Athens, Greece: Kritiki Publications.

Douglas, N., Douglas, N. & Derret, R., 2001. *Special interest tourism*. Melbourne, Australia: Wiley Books.

Ecotourism Society, 2017. *What is Ecotourism? The International Ecotourism Society*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: [www.ecotourism.org](http://www.ecotourism.org)  
[Πρόσβαση 15 May 2019].

European Commission, 1993. *Taking Account of Environment in Tourism Development. Study prepared by ECONSTAT EC DG XXIII*, Brussels: European Commission.

gtp, 2015. *Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού, θέση Φτερόλακκα*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <https://www.gtp.gr/TDirectoryDetails.asp?ID=38022&lng=1>  
[Πρόσβαση 25 Αύγουστος 2019].

Hall, C. M., 2000. *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Harlow:  
Pearson Education Limited.

Hamilton-Smith, E., 1987. Four kinds of tourism. *Annals of Tourism Research*, Τόμος  
14, pp. 322-344.

Hardy, A., Beeton, R. J. S. & Pearson, L., 2002. Sustainable Tourism: An Overview  
of the Concept and its Position in Relation to Conceptualisations of Tourism. *Journal  
of Sustainable Tourism* , 10(6), pp. 475-496.

Holden, A., 1984. *Alternative Tourism: Report on the Workshop on Alternative  
Tourism with Focus in Asia* , Bangkok : ECTW.

Honey, M., 2008. *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?*.  
United Kingdom: IslandPress.

Hunter, C., 1995. On the need to re-conceptualize sustainable tourism development..  
*Journal of Sustainable Tourism*, 3(3), pp. 155-165.

INSETE, 2018. *Η συμβολή του τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία, 2018*, Αθήνα:  
INSETE.

IUCN, 2019. *International Union for Conservation of Nature*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <https://www.iucn.org/>  
[Πρόσβαση 20 May 2019].

Jafari, J., 2003. *Encyclopedia of Tourism*. London: Taylor & Francis.

Karagiannis, S. & Exarchos, G., 2006. *Tourist economy development policy*,  
Heraklion, Greece: Technological Research Centre in Crete .

Khan, M., 2003. Ecoserv: Ecotourists' quality expectations. *Annals of Tourism  
Research*, 30(1), pp. 109-124.

Kotler, P., 2003. *Marketing Management*. N.J., USA: Prentice Hall, Upper Saddle  
River.



Kouthouris, C. & Alexandris, K., 2005. Can service quality predict customer satisfaction and behavioural intentions in the sport tourism industry? An application of the SERVQUAL model in an outdoors setting. *Journal of Sport Tourism* , 10(2), pp. 101-111.

Krippendorff, J., 1987. *The Holiday Makers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*. Oxford: Heinemann Professional Publishing.

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

Lanfant, M. F. & Graburn, N. H. H., 1992. International Tourism Reconsidered: The Principle of the Alternative. Στο: *Smith, V. L., and Eadington, W. R. (Eds.), Tourism Alternatives*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press, pp. 89-112.

lifo.gr, 2018. *Αυτή είναι η Αράχωβα την ώρα που έψηναν αρνιά το Πάσχα. Το έθιμο του λάκκου.* [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <https://www.lifo.gr/now/greece/187973/ayti-einai-i-araxova-tin-ora-poy-epsinan-arnia-to-pasxa>  
[Πρόσβαση 25 Αύγουστος 2019].

Marinescu, R. C. & Ispas, R., 2011. Achieving sustainable tourism through customer satisfaction. *Annals of University of Craiova. Economic Science Series*, pp. 349-354.

Moore, R., 2015. Οι άνθρωποι της Αράχωβας και η κοινωνική εξέλιξη. Στο: *Γ. Καστανάς (Επιμ.). Αράχωβα, ο τόπος και οι Άνθρωποι*. Αθήνα: Μίλητος, pp. 177-193.

Mowforth, M. & Munt, I., 2003. *Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World*. 2nd επιμ. London and New York: Routledge.

Nash, D., 1989. Tourism as a form of imperialism . Στο: *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. 2nd Ed. V. Smith. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, pp. 37-52.

onParnassos, 2017. *Δελφοί. Ο Ομφαλός της Γης.* [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <http://onparnassos.gr/el/location/delfoi>  
[Πρόσβαση 26 Αύγουστος 2019].

onParnassos, 2019. *Έρχεται το περίφημο Πανηγυράκι της Αράχωβας 2019 - Τι περιλαμβάνει το φετινό πρόγραμμα.* [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://onparnassos.gr/el/blog/erxetai-perifimo-panigiraki-tis-araxovas-2019-ti-perilamvanei-fetino-programma>

[Πρόσβαση 25 Αύγουστος 2019].

Page, S. J. & Dowling, R. K., 2002. *Ecotourism*. United Kingdom: Prentice Hall.

Pansion Arachova, 2018. *Το Ρολόι της Αραχοβας.* [Ηλεκτρονικό]

Available at: [https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Farahova-pansion.gr%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F08%2FDSC\\_0327-](https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Farahova-pansion.gr%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F08%2FDSC_0327-683x1024.png&imgrefurl=https%3A%2F%2Farahova-pansion.gr%2Froloi-arachovas&docid=6K37dFZ4s_X3VM&tbnid=MMYOHqTPfUjmXM%3A&vet=10ahUKEwiJ97S0iLr)

[683x1024.png&imgrefurl=https%3A%2F%2Farahova-pansion.gr%2Froloi-](https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Farahova-pansion.gr%2Froloi-arachovas&docid=6K37dFZ4s_X3VM&tbnid=MMYOHqTPfUjmXM%3A&vet=10ahUKEwiJ97S0iLr)

[arahovas&docid=6K37dFZ4s\\_X3VM&tbnid=MMYOHqTPfUjmXM](https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Farahova-pansion.gr%2Froloi-arachovas&docid=6K37dFZ4s_X3VM&tbnid=MMYOHqTPfUjmXM%3A&vet=10ahUKEwiJ97S0iLr)

[%3A&vet=10ahUKEwiJ97S0iLr](https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Farahova-pansion.gr%2Froloi-arachovas&docid=6K37dFZ4s_X3VM&tbnid=MMYOHqTPfUjmXM%3A&vet=10ahUKEwiJ97S0iLr)  
[Πρόσβαση 25 Αύγουστος 2019].

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L., 1988. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, Τόμος 64, pp. 12-40.

Patterson, T. & Gulden, T., 2004. Integrating Environmental, Social and Economic Systems: A Dynamic Model of Tourism in Dominica. *Ecological Modelling*, Τόμος 175, pp. 121-136.

Pearce, P. L., Moscardo, G. & Ross, G. F., 1996. *Tourism Community Relationships*. Oxford: Pergamon .

Proenca, S. & Soukiazis, E., 2008. Tourism as an Economic Growth Factor: a case study for Southern European countries. *Tourism Economics*, 14(4), pp. 791-806.

pwc, 2018. *Ελληνικός Τουρισμός - Η επόμενη ημέρα*, Αθήνα: pwc.

Rodenburg, E. E., 1989. The effects of scale in economic development: tourism in Bali. Στο: Singh, T.V., Theuns, H.L. & Go, F.M. (eds). *Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries*. Frankfurt: Peter Lang Verlag, pp. 202-226.

Rostow, W. W., 1960. *The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Schumacher, E. F., 1974. *Small is Beautiful*. London: Penguin.
- Seddighi, H. R., Nuttall, M. W. & Theocharous, A. L., 2001. Does Cultural Background of Tourists Influence the Destination Choice? an empirical study with special reference to political instability. *Tourism Management*, Τόμος 22, pp. 181-191.
- Sharpley, R. & Telfer, D., 2000. *Aspects of Tourism. Tourism and Development. Concepts and Issues*. United Kingdom: Channel View Publications.
- Smith, S. L. J., 1994. The tourist product. *Annals of tourism research*, 21(3), pp. 582-595.
- Stilwell, F., 1989. Economic rationalism is irrational. *Arena* , Τόμος 87, pp. 139-45.
- TornosNews.gr, 2018. *ΠΟΤ: Στην 13η θέση παγκοσμίως ο ελληνικός τουρισμός το 2018*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <https://www.tornosnews.gr/statistics/37477-pot-sthn-13h-thesh-pagkosmios-o-ellhnikos-toyrismos-to-2018.html>  
[Πρόσβαση 20 Μάιος 2019].
- travelstyle.gr, 2019. *Αράχωβα: Ο απόλυτος οδηγός για ένα υπέροχο city break!*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <https://www.travelstyle.gr/arachova-o-apolitos-odigos-gia-ena-yperoxo-city-break/>  
[Πρόσβαση 20 Αύγουστος 2019].
- Vanhove, N., 1997. Mass tourism: Benefits and costs. Στο: *Wahab, S. & Pigram, J.J. (eds). Tourism Development and Growth - The Challenge of Sustainability*. London: Routledge, pp. 50-77.
- Wall, G., 1997. Is ecotourism sustainable?. *Environmental Management* , 21(4), pp. 483-491.
- Walsh, M., 1996. Demand Analysis in Irish Tourism. *Journal of the Statistical and Social Inquiry Society of Ireland*, XXVII(IV).

Weaver, D. & Lawton, L., 2007. Progress in tourism management Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research. *Tourism Management* , Τόμος 28, p. 1168–1179.

www.ntefi.gr, 2010. *Παράπονα κατοίκων Αράχωβας για το στεφάνι στον Καραϊσκάκη*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://ntefi.blogspot.com/2016/04/blog-post.html>  
[Πρόσβαση 25 Αύγουστος 2019].

Xu, J. B., 2010. Perceptions of tourism products. *Tourism Management* , 31(5), pp. 607-610.

Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J., 2003. *Service Marketing: Integrating customer focus across the firm*. NY, USA: McGraw-Hill, New York.

Αναγνωστοπούλου, Β., 2016. *Αράχωβα: νικήτρια μέσα στην κρίση*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <http://www.cnn.gr/taksidi/ellada/story/19457/araxova-nikitria-mesa-stin-krisi>

[Πρόσβαση 30 Αύγουστος 2019].

Ανδριώτης, Κ., 2003. Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του. *ΤΟΠΟΣ Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης, Σχεδιασμού και Περιβάλλοντος*, Τόμος 20-21, pp. 139-154.

Ασημάκης, Σ., 2006. *Αράχωβα. Τοπωνυμιογλωσσικά και άλλα*. Αθήνα: Συλλογές.

Βαρβαρέσος, Σ., 2009. *Η συνεισφορά των Εναλλακτικών Ειδικών Μορφών Τουρισμού στην ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας*. Αθήνα: Interbooks.

Γρανιτσιώτης, Ν. & Καλπούζος, Ε., 2015. Στοιχεία και αριθμοί. Στο: Γ. Καστανάς (Επιμ.). *Αράχωβα, ο τόπος και οι Άνθρωποι* . Αθήνα: Μίλητος, pp. 345-353.

Δήμος Διστόμου-Αράχωβας-Αντίκυρας, 2015. *Δήμος Διστόμοθ-Αράχωβας-Αντίκυρας*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://www.daa.gov.gr/newsite/index.php>  
[Πρόσβαση 16 Αύγουστος 2019].

Ελληνικά Στατιστική Αρχή, 2016. *Αφίξεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου (πλην κάμπινγκ) στο Δήμο Δ- Α- Α το 2016*, Πειραιάς: Ελληνική Στατιστική Αρχή.

Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2011. *Απογραφή 2011*, Πειραιάς: Ελληνική Στατιστική Αρχή.

Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2016. *Διαν/σεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου (πλην κάμπινγκ) στο Δήμο Δ- Α- Α το 2016*, Πειραιάς: Ελληνική Στατιστική Αρχή.

Ηγουμενάκης, Ν., 1991. *Τουριστική Οικονομία*. Αθήνα: Προπομπός.

Θεοφιλίδης, Χ., 1999. *Η συγγραφή επιστημονικής εργασίας*. Θεσσαλονίκη: Δαρδανός.

Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, 2019. *Ιερά Μονή Οσίου Λουκά*. [Ηλεκτρονικό] Available at: [http://www.religiousgreece.gr/monasteria/-/asset\\_publisher/0bMEUXPQRK0A/content/iera-mone-osiou-louka](http://www.religiousgreece.gr/monasteria/-/asset_publisher/0bMEUXPQRK0A/content/iera-mone-osiou-louka) [Πρόσβαση 25 Αύγουστος 2019].

Ιωαννίδης, Δ., 2004. *Στατιστικές Μέθοδοι*. Θεσσαλονίκη: ΖΗΤΗ.

Λαγός, Δ., 2005. *Τουριστική Οικονομία*. Αθήνα: Κριτική.

Λούσκου, Κ., 2015. Λαϊκή παράδοση. Εορταστικοί θεσμοί. Στο: Γ. Καστανάς (Επιμ.). *Αράχωβα, ο τόπος και οι Άνθρωποι*. Αθήνα: Μίλητος, pp. 195-211.

Μαυρόπουλος, Χ., 1982. *Κατακαημένη Αράχωβα*. Λιβαδειά: Φρέζα.

Μετεωρολογικός Σταθμός Δήμου Αράχωβας, 2019. *Μετεωρολογικός Σταθμός Δήμου Αράχωβας*. [Ηλεκτρονικό] Available at: <http://penteli.meteo.gr/stations/arahova/> [Πρόσβαση 10 Αύγουστος 2019].

μουσείο τουρισμού, 2018. *Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού, θέση Κελλάρια*. [Ηλεκτρονικό] Available at: <http://tourismmuseum.gr/the-contribution-of-the-gnto/%CF%87%CE%B9%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%B4%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%BF-%CE%BA%CE%B5%CE%BD%CF%84%CF%81%CE%BF-%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%BD%CE%B1%CF%83%CF%83%CE%BF%CF%85-%CE%B8%CE%B5-2/?lang=en> [Πρόσβαση 25 Αύγουστος 2019].

Πανηγυράκι γίνεται ψηλά στον Άγι Γιώργη, 2018. *Η Αράχωβα*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <https://www.panigiraki.gr/arahova/>  
[Πρόσβαση 25 Αύγουστος 2019].

Πολύζος, Σ., 2010. *Θρησκευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα: Χωρική ανάλυση και συμβολή στην ανάπτυξη μειονεκτικών περιοχών*, Αθήνα: Σειρά Ερευνητικών Εργασιών.

Τσάρτας, Π., 1996. *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*. Αθήνα: Εξάντας.

Τσάρτας, Π. & Κοκκώσης, Χ., 1999. *Τουριστικός τομέας. Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό*. Πάτρα: ΕΑΠ.

Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού, 2017. *Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <https://parnassos-ski.gr/>  
[Πρόσβαση 26 Αύγουστος 2019].

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

#### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

*Αγαπητέ/η συμμετέχοντα/ουσα,*

*Το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος της ερευνητικής διπλωματικής εργασίας μου με τίτλο «Ο εναλλακτικός τουρισμός ως ανερχόμενος τομέας τουριστικής ανάπτυξης στην περιοχή της Αράχοβας», στα πλαίσια ολοκλήρωσης των μεταπτυχιακών μου σπουδών στο ΑΤΕΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ στο Τμήμα ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ υπό την επίβλεψη του κ.ΚΙΛΙΠΙΔΗ ΦΩΤΗ. Τα στοιχεία τα οποία θα συγκεντρωθούν θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς ολοκλήρωσης της παρούσας ερευνητικής εργασίας, ενώ η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου είναι ανώνυμη και δε θα δημοσιοποιηθούν προσωπικά στοιχεία. Ο χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου δεν ξεπερνά τα 10 λεπτά της ώρας και η βοήθειά σας θα φανεί πολύτιμη!*

*Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για το χρόνο σας και τη συνεργασία!*

*Με εκτίμηση,*

*Βαϊδάνης Γεώργιος*

## **Α. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ**

*Παρακαλώ σημειώσατε με ένα «X» την απάντηση που σας αντιπροσωπεύει περισσότερο*

### **1. Φύλο**

Άνδρας

Γυναίκα

### **2. Ηλικία**

18-25 ετών

26-35 ετών

36-45 ετών

άνω των 46 ετών

### **3. Εκπαιδευτικό επίπεδο**

Γυμνάσιο/Λύκειο

ΙΕΚ (Δημόσιο ή Ιδιωτικό)

ΑΕΙ/ΤΕΙ

Μεταπτυχιακό

Άλλο .....

### **4. Επαγγελματική κατάσταση**

Άνεργος/η

Σπουδαστής/ια ή Φοιτητής/ια

Δημόσιος Υπάλληλος

Ιδιωτικός Υπάλληλος

Ελεύθερος Επαγγελματίας



Συνταξιούχος/α

Άλλο .....

**5. Εφόσον εργάζεστε, σε ποιον τομέα από τους παρακάτω απασχολείστε:**

Ελληνικό Δημόσιο Τομέα

Ιδιωτικό Τομέα

Επιχείρηση εστίασης και αναψυχής

Επιχείρηση φιλοξενίας

Επιχείρηση παροχής υπηρεσιών

Επιχείρηση πώλησης ειδών λιανικού εμπορίου

Πρωτογενής τομέας παραγωγής (γεωργία, κτηνοτροφία)

Άλλο .....

**6. Είστε μόνιμος κάτοικος της Αράχοβας;**

Ναι

Όχι

**7. Εάν όχι, πόσο συχνά βρίσκεστε στην περιοχή;**

Σπάνια (1-2 φορές το χρόνο)

Συχνά (3-5 φορές το χρόνο)

Πολύ συχνά (Κάθε Σαββατοκύριακο και στις Αργίες/Γιορτές)

Άλλο .....

**8. Εάν δεν είστε μόνιμος κάτοικος της Αράχοβας, για ποιο λόγο την επισκέπτεστε;**

Είναι η γενέτειρά μου και επισκέπτομαι τους οικείους μου

Επαγγελματικές υποχρεώσεις

Διακοπές/Εξοχική κατοικία

Τουρισμός

Άλλο .....

## **B. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

*Παρακαλώ σημειώσατε με ένα «X» την απάντηση που σας αντιπροσωπεύει περισσότερο*

**9. Θεωρείτε ότι στην περιοχή της Αράχοβας υπάρχουν προϋποθέσεις για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού;**

- Διαφωνώ απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε Διαφωνώ Ούτε Συμφωνώ
- Συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

**10. Εάν συμφωνήσατε με την παραπάνω πρόταση, ποιες είναι οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στην περιοχή;**

- Ορεινός τουρισμός (Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού και δραστηριότητες όπως το σκι, η ορειβασία, η πεζοπορία, η ορεινή ποδηλασία)
- Πολιτιστικός τουρισμός (πολιτιστικές εκδηλώσεις σε εθνικές ή θρησκευτικές γιορτές, γνωριμία με τις τοπικές παραδόσεις τα ήθη και τα έθιμα και την τοπική κουλτούρα)
- Οικοτουρισμός ή φυσιολατρικός τουρισμός (πεζοπορία στη φύση, εξερεύνηση της χλωρίδας και της πανίδας της περιοχής)
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός (συμμετοχή σε αθλητικές εκδηλώσεις διεθνούς και εθνικού χαρακτήρα)
- Ιστορικός ή Αρχαιολογικός τουρισμός (επίσκεψη σε αρχαιολογικά μνημεία)
- Αγροτουρισμός (συμμετοχή σε καθημερινές ασχολίες του πρωτογενούς τομέα παραγωγής)

Άλλο .....

**11. Θεωρείτε ότι οι τουριστικές υποδομές της περιοχής (χώρος διαμονής, χώρος εστίασης και αναψυχής, οδικό δίκτυο, συγκοινωνίες μεταφοράς κλπ) υποστηρίζουν την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής;**

Διαφωνώ απόλυτα

Διαφωνώ

Ούτε Διαφωνώ Ούτε Συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ Απόλυτα

**12. Ποιο θεωρείτε ως το πλεονέκτημα της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής της Αράχοβας;**

Οι σύγχρονες τουριστικές εγκαταστάσεις

Η τουριστική προβολή της ως εναλλακτικός τουριστικός προορισμός

Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και η ιστορία της που την έχουν μετατρέψει ως ένα ελκυστικό τουριστικό προορισμό

Η διατήρηση της πολιτιστικής της ταυτότητας

Άλλο .....

**13. Υπάρχουν προϋποθέσεις για την ανάδειξη δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή, που θα λειτουργήσουν ως γνώμονας για την προσέλκυση επισκεπτών;**

Διαφωνώ απόλυτα

Διαφωνώ

Ούτε Διαφωνώ Ούτε Συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ Απόλυτα

**Γ. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ  
ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

*Παρακαλώ σημειώσατε με ένα «X» την απάντηση που σας αντιπροσωπεύει περισσότερο*

**14. Στην περιοχή της Αράχοβας, παρατηρείται το φαινόμενο της εποχικότητας της τουριστικής βιομηχανίας; (Ως εποχικότητα εννοείται η συγκέντρωση της τουριστικής κίνησης σε μία χρονική περίοδο του χρόνου και δεν είναι κατανεμημένη καθ' όλη τη διάρκεια του έτους)**

- Διαφωνώ απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε Διαφωνώ Ούτε Συμφωνώ
- Συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

**15. Εάν συμφωνήσατε με την παραπάνω πρόταση, θεωρείτε ότι ο μαζικός τουρισμός μπορεί να προκαλέσει αλλοίωση του φυσικού και του πολιτιστικού πλούτου της περιοχής;**

- Διαφωνώ απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε Διαφωνώ Ούτε Συμφωνώ
- Συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

**16. Θεωρείτε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός, εάν αξιοποιηθεί στην περιοχή μπορεί να βοηθήσει στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αυτής;**

- Διαφωνώ απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε Διαφωνώ Ούτε Συμφωνώ
- Συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

**17. Πραγματοποιούνται ενέργειες προώθησης των δραστηριοτήτων του εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή της Αράχοβας;**

- Διαφωνώ απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε Διαφωνώ Ούτε Συμφωνώ
- Συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

**18. Ποιο θεωρείτε ως το μειονέκτημα της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής της Αράχοβας;**

- Έντονη προώθηση μαζικού τουρισμού με αποτέλεσμα να αλλοιώνεται το φυσικό τοπίο της περιοχής και να χώνεται η ταυτότητά της
- Χαμηλή ανάπτυξη τουριστικών υποδομών
- Απόδοση μεγάλης βαρύτητας στην ανάπτυξη του Χιονοδρομικού Κέντρου Παρνασσού και λιγότερη μέριμνα στις άλλες δυνατότητες της περιοχής
- Κακή σύνδεση οδικού δικτύου
- Κακή διαχείριση και συγκομιδή σκουπιδιών
- Άλλο .....

**19. Θεωρείται ότι η διαχείριση των απορριμμάτων στην περιοχή της Αράχοβας, αποτελεί τροχοπέδη για την τουριστική της ανάπτυξη;**

- Διαφωνώ απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε Διαφωνώ Ούτε Συμφωνώ
- Συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα

**20. Εάν συμφωνείτε με την παραπάνω πρόταση, ποια λύση θεωρείτε καταλληλότερη;**

- Καλύτερη οργάνωση της Δημοτικής Αρχής στο ζήτημα της συγκομιδής των σκουπιδιών
- Προώθηση της έννοιας της ανακύκλωσης για την επίτευξη αειφόρου ανάπτυξης και τον περιορισμό σπατάλης πόρων
- Προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπου ο τουρίστας συμμερίζεται τη ρύπανση του περιβάλλοντος και είναι περισσότερο προσεκτικός
- Προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού και ως εκ τούτου της αειφόρου βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης
- Άλλο .....

**21. Εάν είστε μόνιμος κάτοικος της περιοχής, θεωρείτε ότι το υπάρχον σύστημα διαχείρισης των απορριμμάτων είναι επαρκές για την περιοχή στις περιόδους αιχμής της τουριστικής κίνησης;**

- Διαφωνώ απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε Διαφωνώ Ούτε Συμφωνώ
- Συμφωνώ
- Συμφωνώ Απόλυτα