



**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΘΕΜΑ : ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ  
ΑΝΘΡΩΠΟΓΕΝΕΣ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ  
ΥΠΟΔΟΧΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΤΑΣΣΙΟΥ ΑΓΓΕΛΙΚΗ του Ιωάννη  
(Α.Μ. 175/90)**

**Επιβλέπων :**

**ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΚΟΥΡΤΕΣΑΣ**

**ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ**

**ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2010**

## **Θέμα:**

# **Οι επιπτώσεις του τουρισμού στο ανθρωπογενές και φυσικό περιβάλλον της χώρας υποδοχής**

## **Περίληψη**

Το τουριστικό φαινόμενο, αντιπροσωπεύει έναν τομέα με αρκετές ιδιομορφίες και ιδιαιτερότητες.

Στις αρχές του 21<sup>ου</sup> αιώνα, η σπουδαιότητα του τουρισμού σε πολλές κοινωνίες σε όλο τον κόσμο, καταδεικνύεται από την αναγνώρισή του ως μέρους της κοινωνικής ιδιότητας του πολίτη. Ο τουρισμός έχει, επίσης, καταστεί για πολλούς, ουσιώδες τμήμα του τρόπου ζωής τους και ένα μέσο για τη διαμόρφωση της ταυτότητας στην εποχή που η κοινωνική τάξη γίνεται όλο και λιγότερο σημαντική, ως καθοριστικός παράγοντας της κοινωνικής συμπεριφοράς. Ωστόσο η πλειονότητα του παγκόσμιου τουρισμού δεν έχει την ευκαιρία συμμετοχής και απόλαυσης των πλεονεκτημάτων που απορρέουν από τον τουρισμό, συνήθως εξαιτίας της φτώχειας.

Ο ρόλος και η χρησιμοποίηση του τουρισμού στην κοινωνία έχουν πολλές πλευρές και εκδηλώνονται συνεχώς με αντιτιθέμενες όψεις. Για παράδειγμα, ο τουρισμός μπορεί να εμφανίζεται ως: μέσο οικονομικής ανόρθωσης που χρησιμοποιείται για την καταπολέμηση της φτώχειας, αλλά ενδέχεται, επίσης, να παρατείνει την οικονομική ανισότητα'οο καταστροφείας της κουλτούρας, αλλά και πηγή για ανανέωση της υπερηφάνειας για τον πολιτισμό' καταστροφική δύναμη πάνω στη φύση, αλλά και μέσο για τη διαφύλαξη του περιβάλλοντος' μέσο διαφυγής από τις πιέσεις της καθημερινότητας ή αναζήτησης για το αυθεντικό' δραστηριότητα που ενδυναμώνει τις γυναίκες ή τις εκμεταλλεύεται κατά έναν πατριαρχικό ή στερεότυπο τρόπο. Ποιες από τις παραπάνω εκφάνσεις του τουρισμού θα εκδηλωθούν θα είναι τελικά αποτέλεσμα των ευρύτερων συσχετισμών που υπάρχουν στην κοινωνία και της ηθικής βάσης επί της οποίας στηρίζονται.

Οι επιπτώσεις που προκύπτουν από τις αλληλεπιδράσεις που λαμβάνουν χώρα εντός του τουριστικού συστήματος είναι δυνατόν να εγείρουν έναν αριθμό ηθικών ζητημάτων. Αυτά περιλαμβάνουν θέματα δημοκρατίας και στέρησης των ανθρωπίνων ελευθεριών, την καταστροφή της φύσης, καθώς και την εκμετάλλευση και την καταχρηστική συμπεριφορά. Με δεδομένο το εύρος σε παγκόσμια κλίμακα και την αυξανόμενη σημασία του τουρισμού, αντιπαραθέσεις σχετικές με την ηθική του τουρισμού θα είναι στο μέλλον στο προσκήνιο.

## Summary

The phenomenon of tourism, as it was analyzed in all the chapters above, is obvious that it represents a section with many singularities and specificities.

In the early 21<sup>st</sup> century, the significant of tourism in many communities all over the world, was obvious, from its recognition as part of the civilian's social life. Tourism has also been for many, vital part of living and a connection for their identity in the time that caste is becoming less significant, as determinant of the social life. However the majority of the world tourism doesn't have the opportunity of participation and pleasure of the benefits that come from the tourism, usually due to poorness.

The role and the use of tourism in the society have many directions and constantly becoming obvious with different sides. For example, tourism may be appeared as:

Vehicle for the rise of the economics and the fight of poverty, but might also prolong the economic disparity' destroyer of the culture, but also way of refreshment of pride for the civilization' catastrophic energy for the nature, but also the way of environmental preservation' way to escape from daily pressure or search for the authentic' activity that makes women stronger or manipulates them. As for the result, which of the above ways of tourism will be appeared, depends on the moral base of the society.

The effects of all the interactions that takes place in the tourist system, is possible to rise a number of moral issues. These include issues of democracy and liberticide, nature's catastrophe, and also exploitation and improperly attitude and behavior. Having under consideration the increase of the significant of tourism, is prospective to have reactions relevant to the morality of tourism in the future.

**Θέμα :Οι επιπτώσεις του τουρισμού στο ανθρωπογενές και φυσικό περιβάλλον της χώρας υποδοχής**

	<b>Σελίδα</b>
<b>Περίληψη</b>	<b>1</b>
<b>Περίληψη ( στα αγγλικά)</b>	<b>2</b>
<b>Περιεχόμενα</b>	<b>3</b>
<b>Πρόλογος</b>	<b>10</b>
<b>Κεφάλαιο 1 :Έννοια του τουρισμού</b>	<b>13</b>
<b>Κεφάλαιο 2: Το τουριστικό φαινόμενο</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Εισαγωγή</b>	<b>17</b>
<b>2.2 Ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου</b>	<b>18</b>
<b>2.2.1 Η αρχαιότητα</b>	<b>18</b>
<b>2.2.2 Ο Μεσαίωνας</b>	<b>22</b>
<b>2.2.3 Η Αναγέννηση</b>	<b>24</b>
<b>2.2.4 Ο 19ος αιώνας</b>	<b>25</b>
<b>2.2.5 Ο τουρισμός των «rentiers» (εισοδηματιών)</b>	<b>28</b>
<b>2.2.6 Η περίοδος 1905-1935</b>	<b>30</b>
<b>2.3 Η μαζικοποίηση του τουρισμού</b>	<b>30</b>
<b>2.4 Ο ορισμός του τουρίστα</b>	<b>36</b>
<b>2.5 Οι κατηγοριοποιήσεις των διεθνών επισκεπτών</b>	<b>38</b>

<b>Κεφάλαιο 3: Ο Τουρισμός στην Ελλάδα</b>	<b>40</b>
<b>3.1</b> Ιστορική αναδρομή του τουρισμού στην Ελλάδα	<b>40</b>
<b>3.2</b> Χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης στον ελλαδικό χώρο	<b>40</b>
<b>3.2.1</b> Τουριστική ζήτηση : τύποι και χαρακτηριστικά τουρισμού-τουριστών	<b>40</b>
<b>3.2.2</b> Τουριστική προσφορά : χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης	<b>42</b>
<b>3.2.3</b> Η θέση της Ελλάδας ανάμεσα στις χώρες υποδοχή τουριστών	<b>44</b>
<b>3.3</b> Η Ελλάδα ως χώρα υποδοχής των τουριστών	<b>46</b>
<b>Κεφάλαιο 4: Αναλύοντας τους τύπους του τουρισμού</b>	<b>48</b>
<b>4.1</b> Οι τύποι του τουρισμού	<b>48</b>
<b>4.2</b> Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού	<b>51</b>
<b>Κεφάλαιο 5: Αναλύοντας το φαινόμενο του τουρισμού</b>	<b>53</b>
<b>5.1</b> Η γεωγραφία του τουρισμού: η εφαρμογή της στην ανάλυση επιπτώσεων	<b>53</b>
<b>5.2</b> Ανάλυση των επιπτώσεων του τουρισμού	<b>55</b>

## **Κεφάλαιο 6: Οι κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού 61**

<b>6.1</b>	<b>Εισαγωγή</b>	<b>61</b>
<b>6.2</b>	<b>Ο τουρισμός και η κοινωνική αλλαγή</b>	<b>62</b>
<b>6.3</b>	<b>Τουριστικές μορφές επιστροφής στο παρελθόν: η κοινωνικο-ψυχολογική διάσταση</b>	<b>64</b>
<b>6.4</b>	<b>Οι επιπτώσεις του τουρισμού στην ηθική συμπεριφορά των ατόμων</b>	<b>68</b>
<b>6.5</b>	<b>Οι παράγοντες που επηρεάζουν την επαφή του τουρίστα με τον "ντόπιο"</b>	<b>71</b>
<b>6.5.1</b>	<b>Η ζώνη υποδοχής των τουριστών</b>	<b>73</b>
<b>6.5.2</b>	<b>Οι χώρες προέλευσης των τουριστών</b>	<b>74</b>
<b>6.6</b>	<b>Η συνάντηση του τουρίστα με τον "ντόπιο"</b>	<b>75</b>
<b>6.7</b>	<b>Οι συνέπειες της συνάντησης</b>	<b>76</b>
<b>6.8</b>	<b>Οι επιδράσεις του τουριστικού και ιδιαίτερα του Ξενοδοχειακού περιβάλλοντος στους εργαζομένους</b>	<b>81</b>

## **Κεφάλαιο 7: Πολιτισμικές επιπτώσεις 83**

<b>7.1</b>	<b>Οι πολιτιστικές επιδράσεις</b>	<b>83</b>
<b>7.2</b>	<b>Ο τουρισμός ως προϋπόθεση πολιτιστικής αλλαγής</b>	<b>85</b>
<b>7.3</b>	<b>Η συνένυρεση ντόπιων κατοίκων και τουριστών και οι επιδράσεις στα υλικά και άυλα πολιτιστικά δεδομένα</b>	<b>87</b>
<b>7.4</b>	<b>Διαπλοκές εξαιτίας της πολιτιστικής αλαζονείας</b>	<b>89</b>
<b>7.5</b>	<b>Οι γλωσσολογικές επιπτώσεις του τουρισμού</b>	<b>90</b>
<b>7.6</b>	<b>Τουρισμός και πολιτισμός: μία αδήριτη σχέση</b>	<b>90</b>

<b>Κεφάλαιο 8: Περιβαλλοντικές επιπτώσεις</b>	<b>93</b>
8.1 Τουρισμός και περιβάλλον: μια ιδιαίζουσα σχέση	93
8.2 Σύγκρουση ή συμβίωση τουρισμού-περιβάλλοντος?	94
8.3 Οι επιδράσεις του τουρισμού στα οικοσυστήματα	95
8.4 Αλληλεπιδράσεις των περιβαλλοντικών επιπτώσεων στον τουρισμό	96
8.5 Η περιβαλλοντική επίπτωση του τουρισμού	97
8.6 Η απάντηση της τουριστικής βιομηχανίας	102
8.7 Οι επιδράσεις του τουρισμού στο περιβάλλον	105
8.7.1 Η υποβάθμιση της ζώνης υποδοχής των τουριστών	107
8.7.2 Ο ρόλος των κύριων παραγόντων του τουριστικού τομέα	108
8.7.3 Οι βραχυχρόνιες και μακροχρόνιες επιπτώσεις	110
8.7.3.1 Η τουριστική μετακίνηση	110
8.7.3.2 Τα τουριστικά καταλύματα	111
8.7.3.3 Οι δραστηριότητες αναψυχής	113
8.7.3.4 Οι μαρίνες	113
8.7.3.5 Οι εξωγενείς επιπτώσεις	113
8.8 Περιβάλλον και εικόνα (image) στην περίπτωση της Ελλάδας ως χώρας υποδοχής των τουριστών	114
<b>Κεφάλαιο 9: Οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού</b>	<b>119</b>
9.1 Εισαγωγή	119
9.2 Η δόμηση των οικονομικών επιπτώσεων του τουρισμού	123
9.3 Οι επιρροές του τουρισμού στην εργασία	126
9.3.1 Τι καινούριο περιέχεται στην εργασία λόγω τουρισμού	126
9.3.2 Οι επιδράσεις της σύγχρονης ανάπτυξης της τεχνολογίας στην εργασία	127

9.4	Ο τουρισμός στην εθνική οικονομία	127
9.4.1	Οι τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις	128
9.4.2	Οι μεικτές συναλλαγματικές εισπράξεις	128
9.4.3	Οι καθαρές συναλλαγματικές εισπράξεις	128
9.5	Ο τουρισμός και η κατανάλωση	129
9.6	Ο τουρισμός και η εθνική παραγωγή	130
9.7	Ο πολλαπλασιαστής	132
9.7.1	Οι περιορισμοί σχετικά με την χρησιμοποίηση του πολλαπλασιαστή	133
9.7.2	Η περίπτωση της Ελλάδας	134
9.8	Ο τουρισμός και το ισοζύγιο πληρωμών	134
9.8.1	Το τουριστικό ισοζύγιο	135
9.8.2	Παραδοσιακή προσέγγιση του τουριστικού ισοζυγίου της Ελλάδας	136
9.8.3	Ο υπολογισμός του λογαριασμού "ταξίδια"	139
9.9	Οι τουριστικές επενδύσεις	140
9.9.1	Οι επενδύσεις της τουριστικής υποδομής	141
9.9.2	Οι επενδύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα	141
9.9.3	Η χρηματοδότηση	142
9.9.4	Το κόστος της επένδυσης	144
9.9.5	Τα κριτήρια της επένδυσης	144
9.10	Τα επενδυτικά κίνητρα στον τουριστικό τομέα	145
9.10.1	Τα επενδυτικά κίνητρα του Αναπτυξιακού Νόμου 1892/1990	147
9.10.2	Καθορισμός του συμβατικού κόστους των τουριστικών Εγκαταστάσεων που υπάγονται στις διατάξεις του Α.Ν 1892/1990	150
9.11	Η απασχόληση	154
9.11.1	Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής απασχόλησης	157
9.11.2	Οι διακρίσεις της τουριστικής απασχόλησης	158



**Κεφάλαιο 10: Επιδράσεις στον τομέα της υγείας 161**

10.1	Οι επιδράσεις του τουρισμού στην δημόσια υγεία	161
10.2	Τουρισμός και σεξουαλικότητα. Ναι μεν αλλά.....	162
10.3	Σεξουαλικότητα και τουρισμός	163
10.4	Το πρόβλημα - μάστιγα του AIDS	164
10.5	AIDS και τουρισμός	164

**Κεφάλαιο 11: Τουρισμός και επαγγελματική διάρθρωση 167**

11.1	Η σύνθεση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος	167
11.2	Η συμμετοχή των εργαζομένων στην τουριστική "βιομηχανία"	167
11.3	Η δημιουργία επαγγελμάτων μέσω του τουρισμού	168
11.4	Η φύση της εργασίας στον τουρισμό	171
11.5	Οι τουριστικές σπουδές στην Ελλάδα	171
11.6	Η τουριστική καριέρα	171
11.7	Η πρακτική άσκηση	171
11.8	Η χειρωνακτική εργασία	172
11.9	Η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα στην Ελλάδα	172
11.10	Η μερική απασχόληση (part-time)	172
11.11	Η εποχικότητα στο επάγγελμα	172
11.12	Η ανδρική και γυναικεία απασχόληση	172
11.13	Οι θέσεις εργασίας στον τουρισμό	173

<b>Κεφάλαιο 12: Το μέλλον του τουρισμού</b>	<b>175</b>
<b>12.1 Κατανοώντας το μέλλον του τουρισμού</b>	<b>175</b>
<b>12.2 Οι πιέσεις για να μεταβάλλεται ο τουρισμός</b>	<b>176</b>
<b>12.3 Κρίσεις και καταστροφές στον τουρισμό</b>	<b>178</b>
<b>12.4 Τεχνολογία και τουρισμός</b>	<b>180</b>
<b>12.5 Νέες επιχειρηματικές τάσεις</b>	<b>182</b>
<b>12.6 Περιορίζοντας τον τουρισμό: η αρχή του τέλους?</b>	<b>184</b>
<b>Επίλογος</b>	<b>188</b>
<b>Βιβλιογραφία</b>	<b>192</b>

## Πρόλογος

Η παγκόσμια ημέρα Τουρισμού στις 27 Σεπτέμβρη, έχει προκαλέσει συσκέψεις των εμπλεκόμενων φορέων του τουρισμού, προκειμένου να γίνει μία ολοκληρωμένη εκτίμηση της ποσοτικής και ποιοτικής υποτίμησης του τουριστικού προϊόντος, όπως τουλάχιστον διαπιστώνεται από τους ιδιοκτήτες ξενοδοχείων, επιχειρηματίες που ασχολούνται με τον τουρισμό, αλλά και την τοπική αυτοδιοίκηση.

Στην εργασία αυτή θα προσπαθήσουμε να αναλύσουμε τις επιδράσεις του τουρισμού τόσο στο ανθρωπογενές όσο και στο φυσικό περιβάλλον της χώρας υποδοχής.

Πριν προχωρήσουμε, καλό θα ήταν να ξεκαθαρίσουμε κάποιες έννοιες σχετικές με τον τουρισμό.

Κατ' αρχήν, πέρα από ότι αντιλαμβανόμαστε από την εμπειρία μας για τον τουρισμό, είναι παγκόσμιες δράσεις που εννοιολογικά έχουν μεγαλύτερη ευρύτητα από αυτό που εμείς εισπράττουμε ως τουρίστες ή πολίτες.

Σύμφωνα με τα Ηνωμένα Έθνη τουρισμός ορίζεται ως "το άθροισμα των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την αλληλεπίδραση των τουριστών, των επιχειρηματιών που παρέχουν υπηρεσίες σχετικές με τον τουρισμό, των κυβερνήσεων των χωρών υποδοχής και των κοινοτήτων των περιοχών υποδοχής κατά την διάρκεια προσέλκυσης και φιλοξενίας των τουριστών και επισκεπτών".

Κατά μία άλλη ανθρωποκεντρική έννοια, ο τουρισμός "είναι ένα παγκόσμιο κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο, η πιο σημαντική δραστηριότητα για πολλές περιοχές, κάτι που αφορά το σύνολο σχεδόν των κοινωνιών των ανεπτυγμένων χωρών, καθώς ικανοποιεί την ανάγκη για απόδραση από την καθημερινότητα, την επιθυμία για επαφή με την φύση, την περιέργεια για άλλους τόπους και πολιτισμούς, την ανάγκη για ξεκούραση, διασκέδαση και αναψυχή".

Από την αρχαιότητα ως σήμερα, ο τουρισμός στηρίχτηκε στον ελεύθερο χρόνο και τη μετακίνηση, ωστόσο παρουσίασε διαχρονικά μια μορφολογική εξέλιξη και μια διευρυνόμενη χωρικά διάρθρωση.

Η λέξη "τουρίστας" (tourist) εμφανίζεται για πρώτη φορά στο Ηνωμένο Βασίλειο, στις αρχές του 19ου αιώνα-προερχόμενη από την γαλλική λέξη "tour"- και απεικόνιζε τους νεαρούς Άγγλους ευγενείς ο οποίοι για λόγους κοινωνικού status και αναψυχής πραγματοποιούσαν τη "μεγάλη περιήγηση της Γαλλίας" (grand tour).

Ο 19ος αιώνας, εκτός από τις σποραδικές απόπειρες προσδιορισμού και οριοθέτησης των μικρής έντασης τουριστικών μετακινήσεων (αριστοκράτες και εισοδηματίες), συνέβαλε πάραυτα στον εκσυγχρονισμό του τουρισμού μέσω της ανάπτυξης ενός αριθμού τεχνολογικών και οργανωτικών παραγόντων όπως ο σιδηρόδρομος (το μήκος του σιδηροδρομικού δικτύου έφτανε τα 40.000km μόνο στην Ρωσία), τα ατμόπλοια ("Queen Mary", "Queen Elizabeth", "Titanic", "Liberte" κλπ.), οι Tour-Operators (Tomas Cook), τα ξενοδοχεία πολυτελείας ("Ritz", "Carlton", "Grand Hotel" κλπ.) και οι ταξιδιωτικοί οδηγοί (Baedeker).

Ωστόσο η τουριστική δραστηριότητα δεν αντιπροσωπεύει ένα νέο φαινόμενο, εφόσον το ταξίδι και οι μετακινήσεις των ατόμων αποτέλεσαν έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες εξέλιξης στην ιστορία της ανθρωπότητας (αρχαιότητα, ρωμαϊκή περίοδος, Μεσαίωνας, Αναγέννηση).

Η ανάγκη για μετακινήσεις, ανακαλύψεις, αναζήτηση της αλλαγής και της αναψυχής δεν υπήρξε προνόμιο των σύγχρονων βιομηχανικών κοινωνιών, αλλά βαθύτερο και αρχέγονο κίνητρο των ατόμων. Ο 20ος αιώνας, με τις μεγάλες οικονομικές, κοινωνικές, τεχνολογικές και πολιτικές εξελίξεις που τον χαρακτηρίζουν, μετατρέπει τον τουρισμό της "ελίτ" του 19ου αιώνα σε φαινόμενο μαζικής κατανάλωσης.

Η ουσιαστική όμως ανάπτυξη του διεθνούς τουριστικού φαινομένου πραγματοποιείται μετά το πέρας του Β Παγκοσμίου πολέμου και ιδίως το τελευταίο τέταρτο το 20ου αιώνα και στις αρχές του 21ου, όπου φαίνεται να αποκτά πραγματικές βιομηχανικές δομές.

Η ανάδυση του "m-tourism" (m:mobile=κινητό) και η περαιτέρω ανάπτυξή του στον 21ο αιώνα θεωρείται βέβαιο ότι θα ενισχύσει τις επιτελούμενες κατά την διάρκεια του 20ου αιώνα αναδιαρθρώσεις της τουριστικής βιομηχανίας.

Οι παράγοντες που συνέβαλαν προοδευτικά στη διαμόρφωση των παραπάνω, βασίστηκαν ουσιαστικά στην ύπαρξη διαρκούς ειρήνης, την οποία η Διακήρυξη της Μανίλα για τα ταξίδια και τον τουρισμό (WTO 1980) διέβλεπε ως την απαραίτητη προϋπόθεση ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας, συνοδευμένης από την αύξηση της παραγωγής, της παραγωγικότητας, της αγοραστικής δύναμης των ατόμων, την επιμήκυνση της διάρκειας

ζωής, την μείωση των ορίων ηλικίας για συνταξιοδότηση, την ελάττωση του χρόνου εργασίας, την αύξηση της χρονικής διάρκειας των διακοπών μετ' αποδοχών, τον πολλαπλασιασμό των τουριστικών καταλυμάτων και των μεταφορικών μέσων, τη μεγέθυνση των Tour-Operators κλπ.

Ωστόσο, αυτοί οι παράγοντες δεν είναι σε θέση να ερμηνεύσουν τη μεγέθυνση του τουριστικού φαινομένου. Σε αυτούς θα πρέπει να προστεθούν όλοι εκείνοι οι παράγοντες που σχετίζονται με το άτομο και τα βαθύτερα κίνητρά του, στο πλαίσιο της σύγχρονης βιομηχανικής κοινωνίας. Τεχνικά μέσα, βιομηχανικές δομές των σύγχρονων κοινωνιών, συνθήκες ειρήνης και ανθρώπινες ανάγκες κατέστησαν τον τουρισμό ένα σημαντικότατο κοινωνικοοικονομικό και πολιτιστικό παράγοντα.

Είναι γνωστό ότι το τουριστικό φαινόμενο χαρακτηρίζεται για την πολυσυνθετότητά του και τις ιδιομορφίες του και, ως εκ τούτου δεν υφίστανται ακριβείς εννοιολογικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις, συναφείς και κοινά αποδεκτές από όλες τις χώρες. Επιπλέον, η έννοια "τουρισμός" μπορεί να λάβει διάφορες ερμηνείες, ανάλογα με το πεδίο ανάλυσης και έρευνας στο οποίο αναφέρεται.

Πριν ξεκινήσουμε την ανάλυση του θέματος, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους εκείνους που βοήθησαν στην δημιουργία της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας, οικογένεια και φίλους, καθώς και τους καθηγητές του τμήματος που μου έδωσαν αυτήν την ευκαιρία και ιδιαίτερος τον κύριο Γ. Κουρτέσα, ο οποίος ήταν ο επιβλέπων καθηγητής της συγκεκριμένης εργασίας.



**1949, ΑΘΩΣ**, έκδοση Γενικής Γραμματείας Τουρισμού, καλλιτ. σύνθεση: Γ. Κοσμαδόπουλος.

## Κεφάλαιο 1

### Έννοια του τουρισμού

Πολλοί ορισμοί και χαρακτηρισμοί έχουν δοθεί από παλιά για την έννοια του τουρισμού, τόσο από αλλοδαπούς όσο και από έλληνες επιστήμονες ή και από άλλους που ασχολήθηκαν ή ασχολούνται με το τουριστικό θέμα.

Έτσι **Τ ο υ ρ ι σ μ ό ς** είναι:

α) Κατά Mariotti : το σύνολο σχέσεων και γεγονότων που έχουν σχέση με την διαμονή ξένων (Forestieri), οι οποίοι ταξιδεύουν για αναψυχή, μόρφωση ή θεραπεία χωρίς κύριο σκοπό το κέρδος

β) Κατά Glucksmann : η υπερνίκηση του μεταξύ των ανθρώπων χώρου για μετάβαση σε τόπο που δεν θεωρείται και αυτό με σκοπό την πρόσκαιρη ή διαρκή διαμονή σε αυτόν.

γ) Κατά Schwink : κίνηση προσώπων τα οποία εγκαταλείπουν προσωρινά τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους για λόγους που αφορούν στο πνεύμα, στο σώμα ή στο επάγγελμα.

δ) Κατά Bormann είναι το σύνολο αφορμής για πραγματοποίηση ταξιδιών αναψυχής ή για εμπορικούς ή επαγγελματικούς και άλλους παρόμοιους λόγους και ειδικές περιστάσεις, κατά τα οποία ταξίδια, η α' ουσία από την μόνιμη κατοικία είναι προσωρινή και δεν έχει ως αιτία τα ταξίδια που πραγματοποιούνται για μετάβαση στον τόπο εργασίας.

ε) Κατ' άλλο, επίσης γερμανικό ορισμό, είναι κατά μεν την ευρεία έννοια κάθε ταξιδιωτική κίνηση, κατά δε την στενή, η προσωρινή διαμονή προσώπων σε διάφορους τόπους για λόγους θεραπείας και ανάρρωσης, εκπαίδευσης και εργασιών.

στ) Κατά τον De Magistris είναι η κίνηση ανθρώπων και πραγμάτων στην ξηρά, την θάλασσα και τον αέρα, είναι ο ανθρώπινος πόθος για κίνηση για λόγους αναψυχής, μόρφωσης και υγείας, είναι η αναζήτηση πάντοτε νέων συγκινήσεων για σωματική και ψυχική αναγέννηση.

ζ) Κατ' άλλο, επίσης ιταλικό ορισμό, είναι αναντικατάστατο μέσο αναψυχής, μόρφωσης και αμοιβαίας γνωριμίας των λαών.

η) Το δίτομο εγκυκλοπαιδικό Λεξικό Larousse καθορίζει:  
«Τουρισμός είναι κάθε προσπάθεια για βελτίωση των ξενοδοχείων και την αύξηση του αριθμού τους, την βελτίωση και ποιοτική και ποσοτική αύξηση των συγκοινωνιακών μέσων,

τον εξωραϊσμό της χώρας, την συστηματοποιημένη επίδειξη των διαφόρων προνομίων και φυσικών καλλονών ενός τόπου, των αξιοθέατων, των ιστορικών και αρχαιολογικών χώρων και των ιαματικών πηγών και την ίδρυση λουτροπόλεων και θέρετρων»

θ) Κατά Hunziker ο τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και των γεγονότων που δημιουργούνται από την διαμονή αλλοδαπών εφ' όσον αυτή δεν έχει σαν αιτία πρόσκαιρες ή μόνιμες κερδοφόρες ενέργειες.

Κατά τον Σ. Καλφιότη τουρισμός καλείται ή από το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής σε άλλο, πρόσκαιρη διακίνηση ατόμων μεμονωμένα ή συλλογικά, η οποία σκοπό έχει την ικανοποίηση με την τέρψη ψυχικής επιθυμίας ή πνευματικής περιέργειας γενικά και η οποία προκαλεί την δημιουργία οικονομικών δραστηριοτήτων.

### **Παρατηρήσεις επί των ορισμών του Τουρισμού**

Από τους πιο πάνω αναφερόμενους ορισμούς φαίνεται ότι ο Mariotti, τάσσεται κατά το μεγαλύτερο μέρος με τον Hunziker.

Ο Glucksmann, καθορίζει τον τουρισμό σαν τελούμενο όχι μέσα στην ίδια χώρα παραβλέπει τον εσωτερικό τουρισμό ενώ δεν αποκλείει την διαρκή παραμονή του ταξιδιώτη ούτε καθορίζει τον κύριο σκοπό τέτοιου ταξιδιού.

Αντίθετα ο Schwink καθορίζει με σαφήνεια την αιτία, που προκαλεί το περιηγητικό ταξίδι, αλλά περιλαμβάνει σ' αυτό και τις επαγγελματικές ασχολίες (Geschaeftliche Art).

Ο δε Bormann κατηγορηματικά και με σαφήνεια παραδέχεται το προσωρινό της διαμονής και ότι κάνουν τουρισμό και όσοι για λόγους επαγγελματικούς μετακινούνται, συμφωνώντας έτσι με τον Schwink.

Ο Hunziker, πάλι, μιλάει για αλλοδαπούς (etranger) και υπονοεί έτσι το στοιχείο «κίνηση», το οποίο ο De Magistris τονίζει, αλλά παραβλέπει τον εσωτερικό τουρισμό. Αντίθετα ο Mariotti μιλάει για ξένους (forestieri) γενικότερα.

Ο Σ. Καλφιότης παραδέχεται έμμεσα ότι με τον τουρισμό επιτυγχάνεται η πνευματική πρόοδος, ειδικότερα όμως υπογραμμίζει την οικονομική σημασία του.

Χαρακτηρισμοί του τουρισμού έχουν δοθεί από αλλοδαπούς και ημεδαπούς επιστήμονες.

Μεταξύ των πρώτων ο πρώτος κατά την τάξη ως δημιουργός της τουριστικής επιστήμης είναι ο Angelo Mariotti, τον οποίο πολλοί ακολούθησαν στον δρόμο που αυτός χάραξε. Χαρακτηρίζει τον τουρισμό σαν φαινόμενο μετατόπισης προσώπων από ένα σημείο σε άλλο που γίνεται για λόγους αναψυχής, σπουδών, υγείας και άλλους. Ο ίδιος τον χαρακτηρίζει σαν κίνηση ταξιδιωτών που γίνεται με σκοπό την αναψυχή, την θεραπεία, την μόρφωση και την

τέρψη. Αποκλείει την για λόγους συμφέροντος μετακίνηση, της οποίας κυριότερο κίνητρο θεωρεί τον πόθο για επιτυχία της αναψυχής (diporto, svago).

Εξάλλου ο Dr Stanislas Leszczycki, πρώην υπουργός των εσωτερικών της Πολωνίας, έδωσε, ως διευθυντής του Τουριστικού Σεμιναρίου του Πανεπιστημίου Κρακοβίας, τον πιο επιτυχημένο χαρακτηρισμό του Τουρισμού: «Η τουριστική κίνηση είναι εκείνη στην οποία μετέχουν όσοι για ένα χρονικό διάστημα μένουν σε ένα τόπο. Είναι δε αυτοί ξένοι, των οποίων η διαμονή δεν έχει φιλοκερδή ούτε υπηρεσιακό ούτε στρατιωτικό χαρακτήρα». Αποκλείει έτσι ο Πολωνός επιστήμονας και τους δημόσιους υπαλλήλους, οι οποίοι μετακινούνται για λόγους υπηρεσιακών και των οποίων η ιδιότητα δεν επιτρέπει να υποτεθεί άσκηση κερδοσκοπικών ενεργειών.

Ο από τους παλιότερους διαπρεπής καθηγητής Massimiliano Gardini χαρακτήρισε τον Τουρισμό ως «έχοντα σύνθετη σημασία περιλαμβάνουσα οποιαδήποτε μορφή ταξιδιού τελούμενου πεζοπορικώς ή με τα ποικιλότερα συγκοινωνιακά μέσα με σκοπό την υγεία, την αναψυχή, την μελέτη».

Ο Cardini σύμφωνα με τα πιο πάνω, παραδέχεται την προσωρινότητα της διαμονής και αποκλείει έμμεσα την εργασία.

Ο Baudry de Saunier, από τους πρωτεργάτες του γαλλικού τουρισμού, τον χαρακτηρίζει και σαν πηγή υγείας.

Κατά τον χαρακτηρισμό του Soprani τουρισμός είναι «η από της γης των πατέρων, απόδραση, είναι το ταξίδι και η εξ αυτού προερχόμενη γνωριμία άλλων τόπων, είναι το άκουσμα απροσδόκητων εκφράσεων, η γνώση καινούριων και πρωτάκουστων, ασυνήθιστων και περίεργων πραγμάτων, η γένεση ανέκφραστων συναισθημάτων, τα οποία προκαλούνται από το άγνωστο και το αγνοούμενο».

Ο Littre χαρακτηρίζει όχι τον τουρισμό, αλλά το πρόσωπο το οποίο τον ασκεί και το οποίο καθορίζει ως ταξιδιώτη, ο οποίος διατρέχει ξένους τόπους από περιέργεια ή έλλειψη ασχολίας (desoeuvrement). Αλλά περιηγητής είναι και εκείνος που διατρέχει την χώρα της μόνιμης διαμονής του, την οποία είναι δυνατό να διατρέχει «ο αργός» για να βρει εργασία.

Ο Larousse χαρακτηρίζει τον τουρισμό σαν την επιθυμία της μετακίνησης και των ταξιδιών.

Ο δε Γάλλος τουριστικός συγγραφέας Duchet χαρακτηρίζει τον τουρισμό ως ανάγκη ανακάλυψης νέων οριζόντων, ευρύτερης και περισσότερο ελεύθερης ζωής.

Ο γνωστός Ελβετός πρωτεργάτης του τουρισμού Bittel χαρακτηρίζει τον τουρισμό σαν ποταμό ο οποίος μέσα από δίκτυο διωρύγων εκχειλίζει σε ολόκληρη την χώρα και δίνει τον επιούσιο σε διάφορες τάξεις του πληθυσμού.



Ο Ιταλός Albano Mainardi, γνωστότατος από το έργο του ως εκπαιδευτικός, χαρακτηρίζει τον τουρισμό «ανάγκη αναψυχής» (svago).

Ο Ούγγρος τουριστικός επιστήμονας Bela Makros λέγει ότι ο τουρισμός δημιουργήθηκε από ανώτερης φύσης ανάγκη της ανθρώπινης κοινωνίας.

Ο Paul Ossipow έγραφε ότι ο τουρισμός είναι φαινόμενο το οποίο συνίσταται στην μετακίνηση της οποίας η επανάληψη, η συχνότητα και η σπουδαιότητα κατέληξαν στην δημιουργία συστηματικής και αντικειμενικής σπουδής.

Ο Τουρισμολόγος κ. Σ. Καλφιώτης χαρακτηρίζει τον Τουρισμό σαν οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο. Από τους παλιότερους έλληνες τουριστικούς συγγραφείς και ο από τους ιδρυτές της Ελληνικής Εταιρείας Τουριστικών Συγγραφέων Σ. Χιλιαδάκης έδωσε τον εξής περιεκτικότατο χαρακτηρισμό: «απαραίτητος όρος του τουρισμού είναι να μη μένεις μόνιμα σε μια πόλη που επισκέπτεσαι και να μην πηγαίνεις εκεί για να βρεις δουλειά». Ο άλλοτε υπουργός και πρέσβης Λέων Μακκάς χαρακτηρίζει τον Τουρισμό σαν μέσο ύψωσης του νεοελληνικού πολιτισμού ενώ ο διαπρεπής διεθνολόγος Σ. Σεφεριάδης σε ιδιαίτερη συνομιλία με τον τουριστικό επιστήμονα Ν. Αιγινήτη, σαν ηθικό μέσο επίτευξης αποπλισμού. Ο φυσιολάτρης καθηγητής Θ. Κόντερης χαρακτηρίζει τον τουρισμό σαν την γνώση των φυσιολατρικών, αρχαιολογικών και ιστορικών μερών της πατρίδας, την μεγαλύτερη προπαγάνδα διαφήμισής τους και της προσέλκυσης ξένων.



Φυσιολατρικός τουρισμός

## Κεφάλαιο 2

### Το τουριστικό φαινόμενο

#### 2.1 Εισαγωγή

Η λέξη «τουρισμός» πρωτοεμφανίζεται στις αρχές του 19ου αιώνα (Lanquar 1981: 4-6), αλλά η δραστηριότητα που υποδηλώνει δεν είναι τόσο πρόσφατη. Αυτή εξελίχθηκε παράλληλα με τα στάδια που διαμόρφωσαν την ανθρωπότητα κατά την διάρκεια των τελευταίων χιλιετηρίδων.

Σήμερα ο τουρισμός ορίζεται ως ένα αυτοδύναμο φαινόμενο, συνώνυμο της κατανάλωσης και του ελεύθερου χρόνου (Krapf 1964: 30-35). Παρουσίασε μια ταχύτατη ανάπτυξη, μια χωρική εξάπλωση και μια κοινωνική αποδοχή σε παγκόσμιο επίπεδο, ώστε τείνει να θεωρείται ως ένα κοινότυπο (banal) και αναπόσπαστο τμήμα της σύγχρονης καθημερινότητας.

Η εποχή του τουρισμού της μάζας διαδέχτηκε την εποχή των τουριστών εξερευνητών, των αριστοκρατών και των <<rentiers>> (εισοδηματιών) (Boyer 1982: 133-148).

Η εξάπλωση της τουριστικής πρακτικής υπήρξε απόρροια των συσχετισμών μιας δέσμης μεταβλητών όπως η αύξηση του ελεύθερου χρόνου, η άνοδος του βιοτικού επιπέδου, η βελτίωση των μεταφορικών μέσων, η βιομηχανοποίηση της τουριστικής παραγωγής κλπ. Ταυτόχρονα δημιούργησε σημαντικότερες και πολυεπίπεδες επιδράσεις στην οικονομία, την κοινωνία και το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον της χώρας υποδοχής. Κατ' αυτόν τον τρόπο ένας συνεχώς αυξανόμενος αριθμός χωρών αντιμετωπίζει πλέον, στο πλαίσιο επιστημονικών προσεγγίσεων, τις δυνατότητες και τις προοπτικές που εμπεριέχει μία δυναμική ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας (Τσάρτας 1999 51-78)

Η ενσωμάτωση, όμως, του τουρισμού στο κοινωνικοοικονομικό σύστημα, μέσα από τη διεθνοποίηση και τη μαζικοποίησή του, υπήρξε απόρροια της εξελικτικής του πορείας.

Η διεθνοποίηση του τουρισμού, όπως και η δομή και η σύνθεση της οργάνωσης των ταξιδιών, οφείλουν τα βασικά χαρακτηριστικά τους στον ευρωπαϊκό πολιτισμό. Αυτός ουσιαστικά διεύρυνε και πολλαπλασίασε τους ήδη υπάρχοντες από την αρχαιότητα κύριους άξονες μεταφοράς και επικοινωνίας, ωθούμενος από μια φιλοσοφία πολιτιστικού, θρησκευτικού, οικονομικού και πολιτικού επεκτατισμού.

Θα ήταν επομένως παράδοξο, η τουριστική πρακτική να κινηθεί εκτός του προαναφερθέντος πεδίου. Πολιτισμός, πολιτική και οικονομία δημιουργούν από κοινού με τον διεθνή τουρισμό ένα ιδιαίτερο πεδίο, το οποίο απεικονίζεται σήμερα στη φύση και στις δομές των τουριστικών ροών.

Η παράθεση και η σύντομη ανάλυση των φάσεων και των σταδίων που διένυσε ο τουρισμός από την αρχαιότητα ως σήμερα αφενός μεν απεικονίζει την εξελικτική του πορεία και την πολυσύνθετη φύση του, αφετέρου δε τείνει να ερμηνεύσει τη φιλοσοφία της τουριστικής ανάπτυξης μέσα από τις παρατηρούμενες μεγεθύνσεις του τουριστικού φαινομένου.

Γιατί, έστω και αν θεωρείται ότι το τουριστικό φαινόμενο συχνά προκαλεί «σοκ» στις κοινωνίες και στις οικονομίες των χωρών υποδοχής, ουσιαστικά οφείλει τη μεγέθυνσή του καθώς και τη σημερινή του μορφή στις αστικό-βιομηχανικές δομές που αναπτύχθηκαν στη Δυτική Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική τον 19ο αιώνα (Sue 1980 3-27).

## **2.2 Ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου**

Ο τουρισμός, παρ' όλο που στηρίχτηκε από την αρχαιότητα έως σήμερα στον ελεύθερο χρόνο και τη μετακίνηση, εντούτοις παρουσίασε διαχρονικά μια μορφολογική εξέλιξη και μια διευρυνόμενη χωρικά διάρθρωση.

### **2.2.1 Η αρχαιότητα**

Στην αρχαία Ελλάδα και στην αρχαία Ρώμη, ο ελεύθερος χρόνος απεικόνιζε την προέλευση και την τάξη των πολιτών που ήταν ελεύθεροι και οικονομικά εύποροι, απαλλαγμένοι από κάθε εξαναγκαστική απασχόληση. Ωστόσο, ήταν υποχρεωμένοι να ασχολούνται με τα κοινωνικά, ηθικά και πολιτικά αιτήματα που δημιουργούσε η εύρυθμη λειτουργία της πολιτείας.

Η εργασία αντίκειται στο πνεύμα της πολιτείας και του πολιτεύματος και εμφανιζόταν ως συναφής με τον απολίτικο χαρακτήρα που έδιναν στον πληβείο. Ο ελεύθερος χρόνος συνδέονταν ουσιαστικά με τις ευγενείς απασχολήσεις και ήταν απόρροια μιας πολιτικής σκέψης που όχι μόνο περιέγραφε, αλλά και οριοθετούσε το τι είναι ελευθερία και τι όχι.

Όσοι διέθεταν ελεύθερο χρόνο, δηλαδή αυτοί που ανήκαν στα ανώτερα κοινωνικά στρώματα, είχαν τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε διαφόρων τύπων ταξιδιωτικές μετακινήσεις.

Μπορούμε να αναφέρουμε, για παράδειγμα, τις διεθνείς ταξιδιωτικές μετακινήσεις για λόγους αναψυχής των αρχαίων Ελλήνων και Ρωμαίων στην Αίγυπτο, καθώς και τις

εσωτερικές μετακινήσεις για να παρευρεθούν σε αθλητικούς αγώνες, θεατρικές παραστάσεις, εορτές κ.λπ. Την περίοδο αυτή η φιλοξενία έχει ισχύ νόμου.

Η λέξη «τουρισμός» (προερχόμενη από το αγγλικό «tour») κάνει την εμφάνισή της τον 19ο αιώνα, ενώ η δραστηριότητα που υποδηλώνει έχει τις ρίζες της στην αρχαιότητα.

Οι διάφορες μορφές τουρισμού, η ανάπτυξη των οποίων επιδιώκεται σήμερα σε πολλές περιοχές, μέσα στο πλαίσιο των εναλλακτικών λύσεων, προκειμένου να εμπλουτίσουν ένα μονοδιάστατο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, αποτελούσαν ήδη πρακτικές των αρχαίων κοινωνιών.

Τα θρησκευτικά προσκυνήματα συνδύαζαν την περιπέτεια με τη γιορτή, την ευχαρίστηση, την αναψυχή, την συναναστροφή κ.λπ. Στους Δελφούς ή στην Ελευσίνα, οι «προσκυνητές», πέρα από την ικανοποίηση του βασικού κινήτρου της μετακίνησης, επεδίωκαν την ανακάλυψη της διαδρομής, του τοπίου, των υπαρχόντων οικισμών, των πληθυσμών υποδοχής, της περιπέτειας και των εκπλήξεων του ταξιδιού.

Την έννοια της χωροχρονικής διάστασης του ταξιδιού και της μετακίνησης εμπεριέχουν ήδη εκείνη την περίοδο οι αναφορές του Σωκράτη στον *Φαίδωνα* του Πλάτωνα: «*Η γη περιλαμβάνει έναν μεγάλο αριθμό περιοχών...και δεν είναι ούτε η σύστασή της ούτε το μέγεθός της που προκαλεί ερωτήματα στους ανθρώπους όταν αναφέρονται σ' αυτήν...Πρόκειται για κάτι τεράστιο...και εμείς που κατοικούμε από τη Φόκαια μέχρι τις Ηράκλειες Στήλες καταλαμβάνουμε μόνο ένα μικρό τμήμα...*

*Υπάρχουν επιπλέον άλλοι τόποι και μεγάλος αριθμός ατόμων που κατοικούν σε αντίστοιχες περιοχές»*(Siquaux 1965:9).

Στην αρχαία Ελλάδα και στην αρχαία Ρώμη, ο ελεύθερος χρόνος δήλωνε την προέλευση και την τάξη των πολιτών, οι οποίοι, απαλλαγμένοι από την καταναγκαστική εργασία, ένιωθαν την υποχρέωση να ασχοληθούν με το κοινωνικό, ηθικό και πολιτικό γίγνεσθαι της πολιτείας.



Οι ολυμπιακοί αγώνες κατά την αρχαιότητα.

Η εργασία αποτελεί κύριο μέλημα και ενασχόληση των πληβείων, συναφή με τον απολιτικό χαρακτήρα της υπόστασής τους. Ο ελεύθερος χρόνος ήταν συνώνυμο των ευγενών ενασχολήσεων, απόρροια της πολιτικής σκέψης, που όχι μόνο επεξηγούσε, αλλά και οριοθετούσε τι είναι ελευθερία. Κατ' αυτό τον τρόπο η διαμορφούμενη κοινωνική διαστρωμάτωση και η έννοια του ελεύθερου χρόνου καθορίζουν στην συνέχεια την τουριστική πρακτική, τη χωρική διάσταση της οποίας υπογραμμίζουν οι αναφορές του Σωκράτη.

Αυτούς τους τύπους αναφοράς και τους κατοίκους τους, πρώτοι οι αρχαίοι Έλληνες επεδίωξαν να γνωρίσουν.

Ο Ηρόδοτος, γεωγράφος και ιστορικός(480-421π.Χ.), υπήρξε ένας από τους πρώτους «ταξιδιώτες-τουρίστες», ο οποίος κατά την διάρκεια των μετακινήσεών του δεν σταμάτησε να ενδιαφέρεται για τα ήθη, τα έθιμα, τη θρησκεία και τις τέχνες των τόπων που επισκεπτόταν. Οι περιηγήσεις του Ηροδότου φτάνουν μέχρι τη Σικελία, την Αίγυπτο και την Περσία και εξιστορούνται στις *Ιστορίες* του. Σήμερα ο Ηρόδοτος μπορεί να χαρακτηριστεί, σύμφωνα με τις σύγχρονες αναζητήσεις στις τυπολογίες του τουρίστα, ως «μοντέλο» τουρίστα και να ενταχθεί στην κατηγορία του «ευφυούς τουρίστα» (touriste intelligent).

Στην ίδια κατηγορία μπορούμε να κατατάξουμε και τον Πausανία, γεωγράφο-ιστορικό, ο οποίος μέσα από την περιγραφή της Ελλάδας ή τις *Ελληνικές Αποδημίες*(150 π. Χ.) διαθέτει προς χρήση των ταξιδιωτών έναν από τους πρώτους τουριστικούς οδηγούς.

Η Pax Romana παρείχε επίσης μια λεπτομερή περιγραφή των τόπων που έχρηζαν επίσκεψης, από τους Δελφούς έως την Ολυμπία, διασχίζοντας την Αθήνα.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες (776π.Χ), οι οποίοι πραγματοποιούνταν κάθε τέσσερα χρόνια στην Ολυμπία, αποτελούσαν μια αθλητικό-θρησκευτική εκδήλωση στο πλαίσιο μιας χωροχρονικά οριοθετημένης μετακίνησης. Η αναψυχή και οι πολιτιστικές δραστηριότητες (θεατρικές παραστάσεις, μουσικές εκδηλώσεις) συμπλήρωναν τον κύριο κορμό των δραστηριοτήτων.

Ο αθλητικό-θρησκευτικός ολυμπιακός τουρισμός εμφανίζεται στενά προσκείμενος στη φιλοσοφία και στις αξίες που χαρακτήριζαν τον ελληνικό τουρισμό. Αυτή η μορφή τουρισμού δε συνδύαζε τη μετακίνηση με την ανακάλυψη ή την περιπέτεια, αλλά με την προσήλωση των μετακινουμένων στις τοπικές παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα. Ως εκ τούτου, ο ολυμπιακός τουρισμός δύναται να χαρακτηριστεί ως κατεξοχήν «πολιτιστικός-ανθρωποκεντρικός», βασική επιδίωξη του οποίου ήταν η σύσφιξη των δεσμών μεταξύ των ατόμων, έχοντας ως σημείο αναφοράς την ίδια χωρική μεταβλητή, δηλαδή τον ίδιο τόπο.

Τα Πύθια στους Δελφούς, που περιλάμβαναν αγώνες αρμάτων, διαγωνισμούς τραγουδιού

και θεατρικές παραστάσεις, εμπεριέχουν επίσης αφενός μεν τη χωρική οριοθέτηση, αφετέρου δε την τουριστική σκοπιμότητα.

Η πρακτική της λουτροθεραπείας, αρκετά διαδεδομένη κατά την αρχαιότητα, συνδύαζε τις υποχρεωτικές και ωφέλιμες μετακινήσεις μ' εκείνες της αναψυχής και της κοσμικότητας. Ο ιαματικός-θεραπευτικός τουρισμός αποτέλεσε εξ αρχής εκείνη τη μορφή τουρισμού που περιλάμβανε στο κίνητρο της μετακίνησης το ωφέλιμο και το αναγκαίο σε συνδυασμό με τις τάσεις της φυγής και της απόδρασης. Στην Ιταλία αφθονούν οι ιαματικές πηγές, ενώ πλησίον της Ρώμης, οι ιαματικές πηγές της Albulia μονοπωλούν τις βασιλικές προτιμήσεις. Η λουτροθεραπεία έχει τέτοια σπουδαιότητα, που αναφέρεται χαρακτηριστικά: <<Στη Ρώμη, οι επισκέπτες στα κέντρα λουτροθεραπείας λούονται κατά τη διάρκεια όλων των ωρών της ημέρας και της νύχτας. Παραμένουν στις λουτροπόλεις ημέρες ολόκληρες και αφιερώνουν στη λουτροθεραπεία ένα σημαντικό μέρος του ελεύθερου χρόνου τους>> (Sigaux 1965:14)

Τα κέντρα λουτροθεραπείας εκείνης της περιόδου αποτελούν ολόκληρα οικιστικά συγκροτήματα, όπου αναπτύσσεται παράλληλα μια πληθώρα δραστηριοτήτων αναψυχής, ενώ συχνά περιλαμβάνουν αίθουσες βιβλιοθηκών και μουσείων (Jerome Corcorino).

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να υπογραμμιστεί η «εσωστρέφεια» που χαρακτηρίζει τις ρωμαϊκές οικιστικές συγκεντρώσεις, σε αντίθεση με τις ελληνικές, που παρουσιάζονται περισσότερο «εξωστρεφείς».

Ο Καίσαρας Αύγουστος συμβάλλει ουσιαστικά στην ανάπτυξη του κέντρου λουτροθεραπείας της Baies, το οποίο δέχεται και χειμερινή πελατεία. Κατ' αυτό τον τρόπο, η φιλοσοφία οργάνωσης και λειτουργίας του συγκεκριμένου κέντρου μειώνει στο ελάχιστο την εποχικότητα που χαρακτηρίζει άλλα κέντρα λουτροθεραπείας. Παράλληλα, κατασκευάζονται δημόσια οικοδομήματα, βίλες αναψυχής και ξενοδοχειακά καταλύματα που ωθούν στη μεγέθυνση της λουτρόπολης και στην ένωσή της με την Νάπολη. Η εξέλιξη της Baies σε διεθνές ιαματικό-θεραπευτικό κέντρο, το οποίο συνδύαζε την θεραπεία με την αναψυχή, προσέλκυσε στη συνέχεια και ξένη πελατεία, όπως Αιγυπτίους και Φοίνικες, με όλες τις συνέπειες, θετικές και αρνητικές, που είναι σε θέση να επιφέρουν οι μεγεθύνσεις αυτού του είδους. Ο Σενέκας, τακτικός επισκέπτης της λουτρόπολης, τη χαρακτηρίζει πλέον ως μια πόλη χωρίς κανόνες.

Πιο συγκεκριμένα, αναφέρει <<Την εγκατέλειψα μια μέρα μετά την άφιξή μου. Πρόκειται για ένα μέρος που ο συνωστισμός το κάνει επικίνδυνο. Ο συνετός θα πρέπει να αποφύγει συναντήσεις που αντιτίθενται στα χρηστά ήθη>> (Sigaux 1965:14).

Οι αρχαίοι Έλληνες επισκέπτονταν συχνά τις ιαματικές πηγές και υποβάλλονταν σε θεραπείες είκοσι μιας ημερών. Τα θεραπευτικά αποτελέσματα της κάθε πηγής αλλά και ο

συρμός της εποχής, εφάμιλλος του σημερινού, συνέβαλαν ουσιαστικά στη διαφοροποίηση των προτιμήσεων. Οι ιαματικές πηγές της Χειμάρρας προτιμούνταν από τον Πίνδαρο και της Κασταλίας από τον Ηρόδοτο, ενώ οι πηγές της Σκοτούσας (Θεσσαλία) και της Αιδηψού ήταν πασίγνωστες.

Στη φήμη του κέντρου λουτροθεραπείας, στο βαθμό επιλεξιμότητας του από τους λουόμενους και στο μέγεθος της διαφοροποίησής του έναντι των άλλων κέντρων, σημαντικό ρόλο διαδραμάτιζε η ύπαρξη μιας σειράς συγκριτικών πλεονεκτημάτων, όπως τα υπάρχοντα οικοδομήματα και η αρχιτεκτονική τους, το μέγεθος και η καλαισθησία των κήπων, καθώς και η συχνότητα με την οποία επισκέπτονταν τα κέντρα αυτά.

Τα εκπαιδευτικά ταξίδια μπορούν να συμπληρώσουν τις παραπάνω μορφές και να συνδυαστούν με κίνητρα κλιματολογικά, θρησκευτικά, αναψυχής κλπ., αιτιολογώντας κατ' αυτό τον τρόπο σημαντικές μετακινήσεις των Ρωμαίων στην αρχαία Ελλάδα, καθώς και των Ελλήνων και των Ρωμαίων στην Αίγυπτο.

Αυτές οι μορφές τουρισμού συνέβαλαν ουσιαστικά στην αύξηση της κινητικότητας των ατόμων, καθώς και στη μεγέθυνση της ροπής τους για την αναζήτηση της «αλλαγής», μέσα από την εναλλαγή των χρονικών περιόδων της Ιστορίας (CCE 1993:26-30).

Η ανθρωπότητα, πριν από το χαρακτηρισμό της ως «στατικής», διακρινόταν για τον νομαδικό της χαρακτήρα. Η φυσική απόδραση, δηλαδή το ταξίδι, πριν απ' όλα είχε κοινωνικό προσανατολισμό. Γι' αυτό υπήρξε αντικείμενο προσεκτικής παρατήρησης ως προς τη λειτουργία του φυσικού πλαισίου διεξαγωγής του, των τεχνικών αναγκών της κοινωνίας και των προβολών του ίδιου του ατόμου στο σύνθητες περιβάλλον του.

Το άτομο, συνήθως μοναδικός αποδέκτης των υπαρξιακών του αναγκών, αναζητά την αποδοχή του μέσα από την ικανοποίηση των τελευταίων.

Το ταξίδι, με τη βοήθεια του στοιχείου της αναψυχής, πέτυχε να συνδέσει κατά τρόπο συστηματικό το «εξαιρετικό» με το «καθημερινό», επιτυγχάνοντας τον συγκερασμό της χωρικής ανακάλυψης με μια «μυθική πραγματικότητα» (Tocquer, Zins 1989:152-170).

### **2.2.2 Ο Μεσαίωνας**

Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, εκτός των μετακινήσεων για θρησκευτικούς λόγους, διαδραματίζονται στην Ευρώπη μια σειρά από σημαντικά γεγονότα, τα οποία θα βοηθήσουν στην επαφή της με νέες ηπείρους. Η εισβολή των Αράβων και η επαφή με τον μουσουλμανικό πολιτισμό δημιουργούν σημαντικά πολιτιστικά κέντρα (Γρανάδα, Σεβίλλη, Κόρδοβα). Οι σταυροφορίες επίσης δημιουργούν στους κατοίκους της Δύσης ένα αίσθημα περιέργειας για τη Μέση Ανατολή.

Στην Ευρώπη, τη Μεσόγειο και τη Βαλτική, οι έμποροι αντιπροσωπεύουν μια κατηγορία

τουριστών στους οποίους η επαγγελματική ιδιότητα συνυπάρχει με την πνευματική καλλιέργεια και τα πολιτιστικά τους ενδιαφέροντα. Ουσιαστικά, αυτή την περίοδο εγκαθιδρύεται ο αληθινός επαγγελματικός τουρισμός, αρκετά διαφορετικός από τον «ψευτοπολιτιστικό» τουρισμό, ο οποίος συμπληρώνει σήμερα τις επαγγελματικές μετακινήσεις σ' ένα ευρύτερο πλαίσιο αναψυχής και κατανάλωσης του ελεύθερου χρόνου. Ο Βενετός Μάρκο Πόλο (1254-1324) διηγείται στο βιβλίο του τις περιπλανήσεις που τον οδήγησαν στο «δρόμο του μεταξιού», μέσω της Μέσης Ανατολής, τα ης Μαντζουρίας και της Κίνας, όπου παρέμεινε δεκάξι χρόνια.

Ένα σημαντικό, όμως τμήμα των τουριστικών μετακινήσεων κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα οφείλεται κατεξοχήν σε εορταστικές εκδηλώσεις και σε μεγάλα θρησκευτικά γεγονότα. Οι μετακινήσεις, ωστόσο, της πρώτης κατηγορίας χαρακτηρίζονται ως περιορισμένες, λόγω της δυσκολίας των επικοινωνιών και της σπανιότητας οργάνωσης σπουδαίων εορταστικών εκδηλώσεων. Οι μετακινήσεις για εκπαιδευτικούς λόγους παρουσιάζουν επίσης μεγάλη ανάπτυξη, κυρίως προς τα πανεπιστημιακά κέντρα του Παρισιού, του Μονπελιέ, της Οξφόρδης, του Κέμπριτζ κλπ.

Ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα εμφανίζεται ως «πολιτιστικό και θρησκευτικό συμβάν» (Dupront 1967:97-121). Η εκκλησία, υιοθετώντας της επιταγές της αρχαίας παράδοσης «περί φιλοξενίας», επαναφέρει αυτόν το θεσμό, υπογραμμίζοντας ότι *«όλοι οι ταξιδιώτες πρέπει να τυγχάνουν φιλοξενίας συνοδευόμενης από όλη την απαιτούμενη ανθρωπιά»*.

Η εκκλησία λαμβάνει επίσης πρωτοβουλίες για τη δημιουργία μικρών ορεινών καταλυμάτων στις πλέον απομονωμένες περιοχές. Τον 16ο αιώνα, στη Γερμανία επιβάλλεται πρόστιμο σ' εκείνους που αρνούνται να φιλοξενήσουν τους ταξιδιώτες στις κατοικίες τους.

Η διάδοση αλκοολούχων ποτών και η ευρεία κατανάλωσή τους στα πανδοχεία προκάλεσε το μένος της εκκλησίας, η οποία αποδοκίμασε τον τρόπο λειτουργίας τους. Απόρροια των παραπάνω υπήρξε η παρέμβαση του κράτους, το οποίο, επί της βασιλείας του Ερρίκου ΣΤ', περιορίζει τον αριθμό των πανδοχείων του Παρισιού από εξήντα σε τριάντα τέσσερα.

Προς τα τέλη του Μεσαίωνα διαμορφώνεται το <<image>> (εικόνα) μερικών χωριών στον τομέα της υποδοχής, το οποίο τα συνοδεύει και τα διαφοροποιεί έναντι πολλών άλλων μέχρι σήμερα (Perrin 1983:6-7). Τα γερμανικά και τα ελβετικά ξενοδοχεία αποκτούν μεγάλη φήμη και προσελκύουν χιλιάδες ταξιδιώτες, λόγω της άνεσης και της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών. Η Γαλλία τον 16ο αιώνα θα βασίσει το «image» της και τη διαφοροποίησή της έναντι των προηγούμενων χωρών στη γαστρονομία.

Η διαχρονική συνέχιση της παράδοσης και η διατήρηση του αρχικού



«image»,προσαρμοσμένου στις νέες συνθήκες της αγοράς, προσδίδει ακόμη και σήμερα ένα συγκριτικό πλεονέκτημα στις παραπάνω χώρες, τόσο ως χώρες υποδοχής των τουριστών όσο και ως εξαγωγείς του τουριστικού «savoir faire».

Το 16ο αιώνα, ο Jehan de Mandeville εκδίδει το βιβλίο του *Ταξίδι στους Αγίους Τόπους* το οποίο χαρακτηρίζεται κυρίως ως τουριστικός οδηγός για προσκυνητές.

Στο τέλος του Μεσαίωνα φαίνεται ότι αρχίζει να διαμορφώνεται ένα νέο πνεύμα γύρω από το τουριστικό γίγνεσθαι(τουριστική μετακίνηση, τουριστικό κατάλυμα, γαστρονομία, ταξιδιωτικοί οδηγοί),το οποίο εξελίσσεται και διαμορφώνεται ακόμη περισσότερο κατά τη διάρκεια της αναγεννησιακής περιόδου.

### 2.2.3 Η Αναγέννηση

Η αναγεννησιακή περίοδος εμπλουτίζει τις μορφές του τουρισμού και πολλαπλασιάζει τα κίνητρα της τουριστικής μετακίνησης.

Οι άνθρωποι ταξιδεύουν πλέον και από «διανοουμενίστικη περιέργεια», όπως την περιγράφει ο Montaigne στα δοκίμιά του:

*«Μεταξύ των χαρακτηριστικών της ανθρώπινης συμπεριφοράς ένα είναι αρκετά κοινό, ότι επιθυμούμε περισσότερο τα ξένα πράγματα απ'ότι τα δικά μας και ότι αγαπάμε την αλλαγή...Αυτή η άσβεστη διάθεση των νέων και άγνωστων πραγμάτων εμφυσά μέσα μου την επιθυμία των ταξιδιών και δεν γνωρίζω κανένα καλύτερο σχολείο διαπαιδαγώγησης από το να προτείνεις στον εαυτό σου αδιάλειπτα την πολυμορφία άλλων τρόπων ζωής και να τον κάνεις να τη γευτεί» (Sigaux 1965:31).*

Ο αποικιοκρατικής μορφής τουρισμός των Άγγλων θα βρει τον υμνητή του στο όνομα του Richard Hakluyt και θα δημιουργήσει την επιθυμία υπερατλαντικών ταξιδιών σε γενιές Άγγλων. Μεταξύ του 1600 και του 1660 εκδόθηκαν μόνο στη Γαλλία τετρακόσια βιβλία ταξιδιωτικού περιεχομένου(Burkart, Medlik 1985:17-19),που εξιστορούσαν ταξίδια εκτός της Ευρώπης, όπως Pyrrard :Ινδίες(1619), Jannequin:Λιβύη, Σενεγάλη(1643), Flacourt: Μαδαγασκάρη(1653) κλπ. Οι εκδοτικοί οίκοι «Barbin» στο Παρίσι και «Rigaud» στη Λυών ειδικεύονται μόνο στις ταξιδιωτικές εκδόσεις.

Αποτέλεσμα της ανάπτυξης και της διεθνοποίησης του τουρισμού ήταν και η καθιέρωση των <<tours>> (περιηγήσεων) στη Γαλλία, οι οποίες ουσιαστικά υλοποιούσαν το κίνητρο ενός πολιτιστικού ταξιδιού, επιτρέποντας την ανακάλυψη άλλων περιοχών.

Η λέξη «tour»,η οποία στη Γαλλία του 18ου αιώνα σήμαινε ένα κυκλικό ταξίδι, αντλεί την προέλευσή της από τη λατινική λέξη «tornus», που σημαίνει «περιστρεφόμενος».

Στο πλαίσιο των «tours», δύο διαδρομές προτείνονταν στη Γαλλία (McIntosh, Goeldner 1986:21-22): η μικρή περιήγηση (petit tour), που περιλάμβανε το Παρίσι και το νοτιοδυτικό τμήμα της Γαλλίας, και η μεγάλη περιήγηση (grand tour), που πρόσθετε στις παραπάνω διαδρομές τη νότια και νοτιανατολική Γαλλία και τη Βουργουνδία. Τόσο η μεγάλη όσο και η μικρή tour ήταν απόρροια της εξωστρέφειας που χαρακτήριζε τον τουρισμό των Άγγλων.

Οι πλουσιότεροι Άγγλοι επέλεγαν τη μεγάλη tour, η οποία διαρκούσε μέχρι και δύο έτη, ενώ η συμμετοχή των νεαρών και μορφωμένων Άγγλων θεωρούνταν απαραίτητο συμπλήρωμα της μόρφωσής τους. Ο ιστορικός Gibbon αναφέρει ότι το 1785 σαράντα χιλιάδες Άγγλοι ταξίδευαν ή ζούσαν στην ευρωπαϊκή ήπειρο.

#### **2.2.4 Ο 19ος αιώνας**

Το 1800 χρησιμοποιείται για πρώτη φορά στην Αγγλία η λέξη «tourist», για να υποδηλώσει αυτούς που συμμετείχαν στην «grand tour». Το 1811 η λέξη «tourism» σήμαινε τη θεωρητική σύλληψη, την υπόσταση και την πραγματοποίηση του ταξιδιού για λόγους αναψυχής. Η αναψυχή αποτελούσε το κατεξοχήν κίνητρο.

Το 1841 χρησιμοποιείται για πρώτη φορά στη Γαλλία η λέξη «touriste», ενώ το 1930 το επίθετο «touristique» από τον Rodolphe Topffer.

Σύμφωνα με μερικούς ερευνητές του τουρισμού (Vassalo 1983), η αγγλική λέξη «travel» έχει την ίδια ετυμολογική ρίζα με τη γαλλική λέξη «travail». Το ταξίδι του 19ου αιώνα εκλαμβάνονταν σαν ένα είδος εργασίας (travail) ή τουλάχιστον σαν ένα εργαλείο κατανόησης και αντιμετώπισης της ίδιας της ζωής. Σήμερα, μέσα από την αλληλοδιαδοχή των εξελικτικών σταδίων της ιστορίας, το ταξίδι εκφράζει μάλλον το αντίθετο, δηλαδή την ξεκούραση και την αναψυχή.

Ο 19ος αιώνας συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην ταχύτατη διάδοση του όρου «τουρίστας» μέσω του λογοτεχνικού έργου πολλών Γάλλων συγγραφέων εκείνης της περιόδου: Balzac H., Gauthier (L'Orient, Le Danube), Nerval G. (Oeillette; peregrination) Nodier (Contew, σ.407), Baudelaire (Spleen a Paris, XV), Flaubert (Correspondance, σ.275) κλπ.



Σιδηροδρομική γραμμή το 1886

Ένα παράδειγμα ταξιδιωτικής λογοτεχνίας αντιπροσωπεύει το παρακάτω απόσπασμα του Flaudert από την *Αλληλογραφία* του (Correspondance, σ.275,19 Δεκεμβρίου 1850): *«Την επόμενη εβδομάδα θα περιηγηθούμε τις Θερμοπύλες, το Αργος, τη Σπάρτη...Δυστυχώς δεν πρόκειται μόνο για ένα τουριστικό ταξίδι: δεν διαθέτουμε ούτε χρήματα, ούτε χρόνο».*

Το κοινό σημείο που χαρακτηρίζει όλους τους συγγραφείς αυτής της περιόδου, καθώς και τα έργα τους, είναι η ιδέα της «ανακάλυψης» που βρίσκεται ενσωματωμένη στο «ταξίδι».

Την περίοδο αυτή, η πρακτική του ταξιδιού θεωρούνταν δύσκολη, επώδυνη και δαπανηρή. Το ταξίδι ήταν προνόμιο μιας ολιγαρχίας «αριστοκρατών και rentiers (εισοδηματιών)», χωρίς ωστόσο να αποκλείεται μια μειοψηφία από άλλες κοινωνικές τάξεις, προρομαντικούς και ρομαντικούς συγγραφείς, οι οποίοι χάρη στις αφηγήσεις τους (Revue de deux mondes - Επιθεώρηση των δύο κόσμων) δημιούργησαν ένα ρεύμα ταξιδιωτών προς τη νότια Ιταλία, την Ισπανία, την Ελλάδα και την Αίγυπτο.

- Το 1822 ο Stephenson δημιουργεί στο Νιούκαστλ ένα μικρό εργοστάσιο ατμομηχανών. Το 1825 κατασκευάζει τρεις ατμομηχανές που κινούνταν με ταχύτητα 20 χλμ. την ώρα.
- Το 1830 η πρώτη σιδηροδρομική γραμμή ενώνει το Μάντσεστερ με το Λίβερπουλ, ενώ η ατμομηχανή που χρησιμοποιείται («La Fusee») επιτυγχάνει την ωριαία ταχύτητα των 26 χλμ.

- Το 1836 η Αγγλία διέθετε ένα σιδηροδρομικό δίκτυο μήκους 700 μιλίων, το 1843 2.000 μιλίων και το 1848 5.000 μιλίων.
- Μεταξύ 1850 και 1880 το μήκος του σιδηροδρομικού δικτύου στη Γαλλία επεκτείνεται από 4.000 χλμ. σε 24.000 χλμ.
- Στη Γερμανία το 1850, το μήκος του σιδηροδρομικού δικτύου φτάνει τα 5.800 χλμ., ενώ στη Ρωσία το 1900 το μήκος του ξεπερνά τα 40.000 χλμ.

Η ανακάλυψη και η εξάπλωση του σιδηροδρόμου στην Ευρώπη, μεταξύ 1840 και 1860, και η καθιέρωσή του ως του κατεξοχήν μεταφορικού μέσου μαζικής μετακίνησης, συνέβαλε σημαντικά στη μεγέθυνση των τουριστικών ροών.

Εκτός του σιδηροδρόμου, σημαντική συμβολή στις μαζικές μετακινήσεις των ταξιδιωτών διαδραμάτισε και η κατασκευή μεγάλων ατμόπλοιων (Wackerman 1933:32-34).

- Το 1807 ο Robert Fulton (1765-1815) κατασκεύασε το «Clermont», ένα ξύλινο πλοίο με τροχούς, κινούμενο με τη βοήθεια ατμομηχανής.
- Το 1838 κατασκευάζεται το πρώτο ατμόπλοιο χωρίς ιστία το «Great Western», το οποίο εξυπηρετεί τις πρώτες υπερωκεάνιες διασυνδέσεις.
- Το 1840 κατασκευάζεται το πρώτο ατμόπλοιο που κινείται με προπέλα.

Η εξέλιξη της ναυσιπλοΐας υπήρξε ταχύτερη κατά τη διάρκεια του 19ου αιώνα. Ενίσχυσε τις διηπειρωτικές σχέσεις και ενσωμάτωσε τους θαλάσσιους διαύλους στον βιομηχανικό κόσμο. Ο τουρισμός και τα μέσα μεταφοράς αναπόφευκτα συνδέθηκαν με τα επαγγελματικά ταξίδια και τη μεταφορά των εμπορευμάτων.

Η αληθινή, ωστόσο, επανάσταση στις τουριστικές θαλάσσιες μεταφορές προήλθε από την κατασκευή των «paquebots», ή διαφορετικά «steamships». Τα «paquebots» του 19ου αιώνα ήταν συνώνυμα της ισχύος, της καλαισθησίας και της πολυτέλειας, ενισχύοντας το «μύθο» του ταξιδιού και οριοθετώντας τα σύνορα της αριστοκρατίας σε τέτοιο βαθμό, που η ένταξη στη υψηλή κοινωνία της εποχής να προϋποθέτει τη συμμετοχή σε θαλάσσιες υπερατλαντικές μετακινήσεις. Βασικά, για τους αριστοκράτες του 19ου αιώνα, τα «paquebots» αντιπροσώπευαν ότι αντιπροσωπεύουν σήμερα οι αερομεταφορές για τον μαζικό τουρισμό.

Τέτοια πλοία, τα οποία διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο στις διηπειρωτικές τουριστικές μετακινήσεις έως τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο περίπου, ήταν τα εξής «Paris», «Atlantique», «Liberte», «Queen Mary», «Queen Elisabeth», «Titanic» κλπ.

Ουσιαστική συμβολή στην ανάπτυξη και τη μεγέθυνση του τουρισμού, καθώς επίσης και στον εκσυγχρονισμό του, είχε εκείνη την περίοδο και η έκδοση «βιβλίων-οδηγών» με ακριβείς και σαφείς ταξιδιωτικές πληροφορίες.

- Το 1837 ο εκδοτικός οίκος Didot εκδίδει έναν τουριστικό οδηγό για τη Γαλλία (*Le*

*guide pittoresque portatif et complet du voyageur en France*).

- Το 1839 δημιουργείται από τον Karl Beadecker ο πρώτος μοντέρνος τουριστικός οδηγός ταξιδιών. Αφορούσε Ένα ταξίδι στο Ρήνο (Un voyage sur le Rhin) και εκδόθηκε στην Coblenze.

Η σχολή των ταξιδιωτικών οδηγών Beadecker, η οποία διέθετε μια ορισμένη φιλοσοφία και εισήγαγε ένα νέο στιλ στο χώρο του ταξιδιού, απέκτησε τόσο μεγάλη φήμη, που μέχρι τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο η αναφορά σε τουριστικούς οδηγούς υποδήλωνε τους οδηγούς Beadecker. Η τεχνοτροπία και η φιλοσοφία Beadecker ταυτίζεται μ' εκείνη του John Myrgray στην Αγγλία, ο οποίος εκδίδει την ίδια περίπου περίοδο ένα Εγχειρίδιο για ταξιδιώτες στην Ελβετία (*Manuel pour voyageurs en Suisse*).

Σε διάστημα μόνο μισού αιώνα, η Ευρώπη είναι διάσπαρτη από σιδηροδρομικά δίκτυα και ταξιδιωτικούς οδηγούς. Παρατηρείται σημαντική αύξηση του αριθμού των τουριστών, ενώ οι πρώτες τάσεις μαζικοποίησης των τουριστικών μετακινήσεων γίνονται ορατές. Αυτή η περίοδος συμπίπτει με την τουριστικοποίηση της Ιταλίας, την «Belle Époque» στην Κιανή Ακτή, με τα καζίνο και τις λουτροπόλεις. Η Άπω Ανατολή και η Αμερική, μέσω των ατμοπλοϊκών διασυνδέσεων, μετατρέπονται σε τουριστικούς προορισμούς και αποποιούνται τον εμπορικό και μεταναστευτικό τους χαρακτήρα.

Σ' αυτό το πρώτο τουριστικό <<boom>> κύριο ρόλο έπαιξαν τα τουριστικά καταλύματα, τα οποία λόγω της ιδιομορφίας της πελατείας τους (αριστοκράτες και rentiers) επιδιώκουν να είναι υψηλών προδιαγραφών. Ο ξενοδόχος Charles Ritz στα τέλη του 19ου αιώνα έδωσε μεγάλη αίγλη στα ξενοδοχεία, με τη δημιουργία ξενοδοχείων πολυτελείας. Το 1893 εγκαινιάζει το «Grand Hotel» στη Ρώμη, το 1898 το «Ritz» στο Παρίσι και το 1899 το «Carlton» στο Λονδίνο.

Παράλληλα, όμως, κατασκευάζονται σε ολόκληρη την Ευρώπη ξενοδοχειακά καταλύματα μεσαίων και χαμηλών κατηγοριών, τα οποία θα αποτελέσουν τη δεκαετία του 1930 τον πυρήνα για την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού.

### **2.2.5 Ο τουρισμός των «rentiers» (εισοδηματιών)**

Ο τουρισμός του 19ου αιώνα υπήρξε κατεξοχήν «αριστοκρατικός» και αποτελούσε κτήμα της κοινωνικής τάξης των «rentiers» (Boyer 1982:133-145).

Ο όρος «rentiers» περιλάμβανε εκείνους που, έχοντας εργαστεί μια ολόκληρη ζωή, είχαν φτάσει σε ηλικία ανάπαυσης, καθώς και εκείνους που δεν ήταν υποχρεωμένοι να εργαστούν εφόσον μπορούσαν να ζήσουν από τα εισοδήματά τους. Εξάλλου, η νομισματική σταθερότητα του 19ου αιώνα τους εξασφάλιζε μία εισοδηματική σταθερότητα. *Οι «rentiers» αποτελούσαν εκείνη την κοινωνική τάξη η οποία δεν επηρέαζε σημαντικά την οικονομική και*

πολιτική ζωή της Ευρώπης. Αντιπροσώπευαν, όμως, το «κοινωνικό μοντέλο» προς μίμηση, ήταν ο «κόσμος» και η «κοινωνία». Στα πρόσωπά τους ζούσαν οι ήρωες των περισσότερων μυθιστορημάτων του Εμίλ Ζολά. Η πλειοψηφία των τουριστών που σύχναζαν στην Κυανή Ακτή στα τέλη του 19ου αιώνα ήταν «rentiers». Καταγράφεται ότι το 85%-95% ήταν κυρίως γαιοκτήμονες, ενώ το υπόλοιπο 10-15% αριστοκρατικής καταγωγής, ιδίως αξιωματούχοι, γιατροί, δικηγόροι, βουλευτές κλπ.

Η βιομηχανική επανάσταση διευκολύνει και απλοποιεί τις τουριστικές μετακινήσεις των «rentiers». Ο σιδηρόδρομος, οι ταξιδιωτικοί οδηγοί, τα τραπεζικά δίκτυα, τα γραφεία ταξιδιών μεταβάλλουν ριζικά τον τουριστικό χάρτη της Ευρώπης. Η τουριστικοποίηση πολλών περιοχών γίνεται εμφανής με το κύρος και την ταχύτητα των κατασκευών (πολυτελή ξενοδοχεία, καζίνο, βίλες κ.λπ.). Σήμερα, πολλά φημισμένα κέντρα παραθερισμού οφείλουν το «image» τους στην «touristy» νοοτροπία των «rentiers».

Οι «rentiers» του 19ου αιώνα έπλητταν. Δεν δεσμεύονταν με σχέσεις εργασίας και ζούσαν από την εργασία των άλλων. Η τουριστική θεώρηση των «rentiers» αντίκειται σ' εκείνη της μαρξιστικής θεωρίας και ως εκ τούτου και η έννοια του τουρίστα ανταποκρίνεται καλύτερα σ' εκείνη της ρομαντικής περιόδου. Σύμφωνα με τον J. Cassou (1967), πρόκειται για την τελευταία ανθρωπιστική περίοδο της ιστορίας, όπου οι ευαίσθησιες των υψηλού πνευματικού επιπέδου τουριστών και «η φιλοσοφία του ταξιδεύειν» αποτέλεσαν το επίκεντρο των αναζητήσεών της. Ο V.Hugo, ο Dumas, ο Nodier και άλλοι, με τα ταξιδιωτικά τους χρονικά στην *Επιθεώρηση των δύο κόσμων (Revue de deux mondes)*, επιδίωξαν να απαντήσουν στις νέες αναζητήσεις αυτής της τουριστικής πελατείας.

Ο Γάλλος ποιητής A.Lamartine(1790-1869) έγραφε την ίδια περίοδο <<...πλήρης είναι ο άνθρωπος που ταξίδεψε πολύ και άλλαξε είκοσι φορές τον τρόπο σκέψης του και την ζωή του. <<Οι μικρές και επαναλαμβανόμενες συνήθειες που αποκτά ο άνθρωπος κατά την διάρκεια της ζωής του και μέσα από τη μονοτονία του τόπου κατοικίας του, είναι σκιές που καλύπτουν τα πάντα. Η σκέψη, η φιλοσοφία, η θρησκεία, ο χαρακτήρας είναι πιο ανεπτυγμένα και ουσιαστικά σε εκείνον που μπόρεσε να αντικρίσει τη φύση και την κοινωνία από περισσότερες οπτικές γωνίες...το να ταξιδεύει κανείς για να ανακαλύψει τη σοφία ήταν ένα από τα κύρια ενδιαφέροντα των αρχαίων. Αυτή η πεποίθηση, απόρροια σοφίας, δεν κατανοήθηκε από εμάς...Μελετάμε τα πάντα στα άθλια βιβλία μας και συγκρίνουμε τα πάντα σύμφωνα με τις μικρές και ιδιόμορφες συνήθειές μας. Και ποιος δημιούργησε τις συνήθειες και τα βιβλία μας; Άνθρωποι το ίδιο μικρόψυχοι με εμάς>>. (Sigaux 1965: 7)

Η ανάπτυξη του σιδηροδρόμου και η έκδοση μιας σειράς τουριστικών οδηγών (Beadeker, Muray, Joanne) οδήγησαν στο τέλος της τη ρομαντική περίοδο και έθεσαν τις βάσεις της εμπορευματοποίησης «της φιλοσοφίας του ταξιδεύειν».

Ο αριστοκρατικός τουρισμός των «rentiers» (παλαιοτουριστική περίοδος : 1750-1914) υπήρξε ο δημιουργός ταξιδιωτικών μύθων, συμπεριφορών και στάσεων για ορισμένους προορισμούς, οι οποίοι αποτελούν έως σήμερα σημεία αναφοράς τόσο των τουριστικών μετακινήσεων όσο και των χωρικών ενοτήτων υποδοχής: «ταξίδι στην Ιταλία», «ταξίδι στη Βενετία», «οι λίμνες της Βόρειας Ιταλίας», «το Κάπρι», «η Ελβετία» κ.λπ.

Ωστόσο, τα γεγονότα της περιόδου 1905-1935 έθεσαν τέλος στην «παλαιοτουριστική περίοδο» και στον αριστοκρατικό τουρισμό.

### **2.2.6 Η περίοδος 1905-1935**

Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, βαθύτατες μεταβολές συντελούνται στη δομή και τη φιλοσοφία του τουριστικού φαινομένου. Ο τουρισμός αρχίζει να εκδημοκρατίζεται. Τρία σημαντικά γεγονότα συνέβαλαν σ' αυτό:

- η ταραγμένη περίοδος 1905-1914
- ο πόλεμος του 1914-1918, ο οποίος εξαφάνισε την ευρωπαϊκή αριστοκρατία. Παράλληλα, ο πληθωρισμός καταστρέφει τις τάξεις των «rentiers».
- η οικονομική κρίση του 1929.

Ο άνεμος του εκδημοκρατισμού των τουριστικών μετακινήσεων που πνέει αυτήν την περίοδο είναι τέτοιος, που οι ανώτερες κοινωνικές τάξεις και τα υψηλά εισοδηματικά στρώματα των τουριστών αποφεύγουν τα πρώην πολυσύχναστα από τους αριστοκράτες τουριστικά κέντρα, μετακινούνται στην Αλγερία, την Αίγυπτο, την Ελλάδα και φτάνουν μέχρι την Κεϋλάνη. Από το 1914 περίπου, παρατηρείται μια μεταβολή στα κίνητρα των τουριστών (μόδα, ψυχαγωγία) οι οποίοι επισκέπτονταν κατά τους θερινούς μήνες τις ακτές της Μεσογείου. Ταυτόχρονα αρχίζει η ανάπτυξη των χειμερινών σπορ από τους Άγγλους σε μερικά χιονοδρομικά κέντρα της Ελβετίας και κυρίως στο Saint-Moritz (Peres 1986:7-12).

Επομένως φαίνεται ότι το τουριστικό φαινόμενο αρχίζει να διαφοροποιείται. Ανακαλύπτει τη διπλή εποχικότητα (χειμώνας-καλοκαίρι), προσαρμοσμένη περισσότερο στα σημερινά δεδομένα, ενώ παράλληλα διευρύνεται η συμμετοχή νέων κοινωνικοοικονομικών τάξεων. Ουσιαστικά, πρόκειται για εκείνη την περίοδο η οποία θα δώσει στο τουριστικό φαινόμενο ορισμένα από τα σύγχρονα χαρακτηριστικά του και θα το «εισαγάγει» σε μια νέα περίοδο ευρύτερου εκδημοκρατισμού και μαζικοποίησης.

### **2.3 Η μαζικοποίηση του τουρισμού**

Πριν προβούμε στην ανάλυση του μαζικού τουρισμού και των παραγόντων που συνέβαλαν στην ανάπτυξή του, κρίνεται σκόπιμο να παρατεθεί μία σύντομη παρουσίαση της έννοιας της μάζας.

Ο τουρισμός οφείλει τη μαζικοποίησή του στο γεγονός ότι το σύνολο της κοινωνίας, σύμφωνα με τη μορφή οργάνωσής της, ανέκαθεν υπήρξε μια κοινωνία της μάζας. Η εννοιολογική προσέγγιση της μάζας αποτελεί μια σύνθετη διαδικασία, στο μέτρο που παραπέμπει στη ψυχολογία του πλήθους. Εντούτοις, ορισμένοι φιλόσοφοι επιχείρησαν να προσεγγίσουν την έννοια της μάζας. Μεταξύ αυτών συγκαταλέγεται και ο Ortega Y Gasset, ο οποίος το 1937 στην Επανάσταση των μαζών επιδιώκει να αποδείξει ότι η μαζικότητα του τουρισμού οφείλεται στο γεγονός ότι ο άνθρωπος λειτουργεί σαν μάζα. Βάση του παραπάνω σκεπτικού, ο Ortega Y Gasset (1986:67) τονίζει : <<Η μάζα μπορεί να οριστεί σαν ένα ψυχολογικό φαινόμενο. Χωρίς να υπάρχει ανάγκη να εμφανιστούν τα άτομα με τη μορφή των αστικών συγκεντρώσεων, μπορούμε να γνωρίζουμε εάν ένα άτομο αποτελεί μέρος της μάζας ή όχι>>.

Η έννοια <<άνθρωπος-μάζα>> ορίζεται ως το άτομο που παρουσιάζει έναν συγκεκριμένο αριθμό χαρακτηριστικών, εκ των οποίων το πιο ενδιαφέρον είναι ότι δεν μπορεί να ξεχωρίσει από τα υπόλοιπα άτομα.

Σύμφωνα με την έκφραση του D.Riesman (1950), στο βιβλίο του *Το μοναχικό πλήθος*, ο <<άνθρωπος-μάζα>> αντιπροσωπεύει τα άτομα που προσδιορίζονται από εξωτερικούς παράγοντες, δηλαδή τα άτομα που ρυθμίζουν τη συμπεριφορά τους σύμφωνα με την επιδοκιμασία και τη συγκατάθεση των συνανθρώπων τους. Για τον D.Riesman το άτομο της καταναλωτικής κοινωνίας είναι ένα άτομο το οποίο αποδέχεται την εξάρτησή του από ένα άλλο άτομο.

Με βάση το ίδιο σκεπτικό ο K.Krapf (1964:50-51) εξηγεί ότι <<η συμπεριφορά της μάζας είναι μία γενετήσια τάση που αποσκοπεί στην ομογενοποίηση της συμπεριφοράς, ακόμη και αν αυτό αφορά στην ικανοποίηση των αναγκών, στην ένωση των ατομικών επιθυμιών της κατανάλωσης και κατά συνέπεια στην ολοκλήρωση. Υπό συγκεκριμένες συνθήκες η λογική και το συναίσθημα του ατόμου εξουδετερώνονται από τη μάζα η ατομική θέληση μηδενίζεται μπροστά στη συλλογική>>.

Μετά τη σύντομη ανάλυση της εννοιολογικής προσέγγισης της μάζας, στην οποία ο τουρισμός οφείλει τη μεγέθυνσή του κατά τη διάρκεια του 20ου αιώνα, παρουσιάζονται στη συνέχεια οι παράγοντες που συνέβαλαν στη μαζικοποίησή του και κατ' επέκταση στον εκδημοκρατισμό του.

Μεταξύ των σημαντικότερων παραγόντων οι οποίοι μετέβαλαν καθοριστικά τον ελιτίστικο χαρακτήρα του τουρισμού των <<rentiers>> και συνέβαλαν στον εκδημοκρατισμό και στην ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου ήταν η δημιουργία μιας πληθώρας οργανώσεων, οι οποίες αποσκοπούσαν στην προώθηση του εσωτερικού τουρισμού.

Με την ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού, μια νέα τουριστική φιλοσοφία



δημιουργείται. Ο τουρισμός καθίσταται κοινωνική αναγκαιότητα, γίνεται αναπόσπαστο τμήμα του ελεύθερου χρόνου και αντιμετωπίζεται με τον ίδιο τρόπο όπως το δικαίωμα στη μόρφωση και τη δημοκρατία.

Τρεις καθοριστικοί παράγοντες συνέβαλαν στην ανάπτυξη αρχικά του εσωτερικού και στη συνέχεια του διεθνούς τουρισμού:

- Οι εκδόσεις.  
Οι ταξιδιωτικοί οδηγοί πολλαπλασιάζονται και βελτιώνονται.
- Οι ταξιδιωτικές οργανώσεις.  
Αυτές πολλαπλασιάζονται τον 20ο αιώνα, αυξάνοντας τον αριθμό των τουριστικών προϊόντων και των τουριστικών προορισμών και φέρουν ως επί το πλείστον τις ονομασίες της Περιηγητικής Λέσχης, ης Λέσχης Αυτοκινήτου, των Οργανώσεων Κοινωνικού Τουρισμού κ.λπ.

- Η τουριστική νομοθεσία.  
Το κράτος νομοθετεί, προκειμένου να προστατεύσει τους αρχαιολογικούς χώρους, το φυσικό περιβάλλον κ.λπ. Ρυθμίζει νομοθετικά τα τουριστικά επαγγέλματα και δημιουργεί κρατικούς οργανισμούς τουρισμού.

Η αποδοχή, όμως, του εκδημοκρατισμού και της μαζικοποίησης του τουριστικού φαινομένου γίνεται με την ψήφιση νόμου, που υποχρέωνε τις επιχειρήσεις να παρέχουν στους εργαζόμενους <<διακοπές μετ' αποδοχών>>.

Χρονολογία γενίκευσης των <<διακοπών μετ' αποδοχών>> θεωρείται το 1936 (Lanquar 1979:8). Το Διεθνές Γραφείο Εργασίας ώθησε προς υιοθέτηση από τη Διεθνή Οργάνωση Εργασίας μια πρώτη σύμβαση, που επρόκειτο να χρησιμοποιηθεί ως μοχλός ώθησης των κοινωνικών διεκδικήσεων προς όφελος των διακοπών μετ' αποδοχών.

Αυτή η σύμβαση υπήρξε καινοτόμος.

Πρόέβλεπε μια γενικευμένη άδεια διάρκειας τουλάχιστον έξι εργάσιμων ημερών (Boyer 1982:148-155).

Αντίστοιχες χρονολογίες οι οποίες αντιπροσωπεύουν τις σχετικές κρατικές νομοθεσίες που αφορούν στο θεσμό των <<διακοπών μετ' αποδοχών>> είναι οι ακόλουθες:

Αυστρία (1910): Με το νόμο της 16/1/10 γενικεύονται οι διακοπές μετ' αποδοχών κ.λπ.

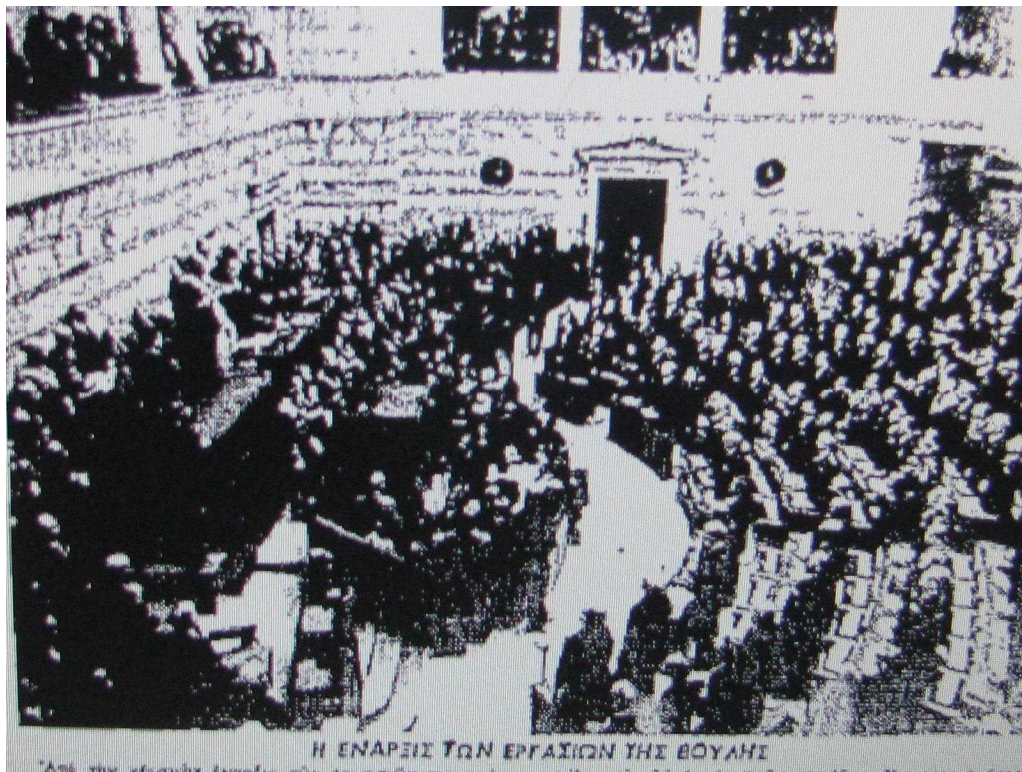
Ρωσία (1922): Δημιουργία κώδικα εργασίας όπου προβλέπονται δώδεκα ημέρες διακοπών.

Ιταλία (1925): Νομοθετικό διάταγμα που συντάσσει το *Dopolavoro* και αφορά στις διακοπές των εργαζομένων σε οργανωμένα κέντρα διακοπών.

Γαλλία (1936): Νόμος της 20/6/36 όπου επιβάλλονται οι διακοπές μετ' αποδοχών.

Ο Leon Blum, με τη σύναψη της πρώτης συλλογικής οργάνωσης των διακοπών μετ' αποδοχών στη Γαλλία το 1936, τόνισε: <<Εμείς επιθυμούμε, ο εργάτης, ο χωρικός και ο άνεργος να βρουν στις δραστηριότητες αναψυχής τη χαρά της ζωής και την αίσθηση της αξιοπρέπειας>> (Boyer 1972:163).

Βάσει των παραπάνω, που τονίζουν τον κοινωνικό χαρακτήρα των διακοπών, οι χώρες μέλη του ΠΟΤ (ΟΜΤ 1980α) στη Διακήρυξη της Μανίλα διαπιστώνουν ότι: <<Ο σύγχρονος τουρισμός υπήρξε απόρροια της κοινωνικής πολιτικής των κρατών, η οποία οδήγησε στη θέσπιση των ετήσιων διακοπών μετ' αποδοχών για τους εργαζόμενους, γεγονός που υπογραμμίζει παράλληλα την αναγνώριση του βασικού δικαιώματος των ανθρώπινων όντων για αναψυχή και ξεκούραση>>.



Ψήφισμα στην Βουλή

Μια ακολουθία άλλων παραγόντων, εξίσου σημαντικών με τους προηγούμενους, που συνέβαλαν στη μεγέθυνση τόσο του εσωτερικού όσο και του διεθνούς τουρισμού, είναι οι ακόλουθοι:

- Η αύξηση του εισοδήματος των κατοίκων των βιομηχανικών χωρών και η ενσωμάτωση των ταξιδιωτικών δαπανών στις δαπάνες κατανάλωσης των νοικοκυριών.

- Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου (loisirs). Στη Γαλλία, χώρα προέλευσης και υποδοχής τουριστών, από το 1848 έως το 1919, οι ώρες εργασίας μειώθηκαν από 14 σε 8, ενώ οι μισθοί διπλασιάστηκαν.
- Η ανάπτυξη της αυτοκινητοβιομηχανίας και η μείωση της τιμής του ταξιδιού, γεγονός που συνέβαλε στη μαζική έξοδο των Δυτικοευρωπαίων (Γάλλοι, Γερμανοί, Βέλγοι, Ολλανδοί) προς τις ακτές της Μεσογείου.
- Οι πτήσεις charters. Αυτές κατέστησαν προσιτό το κόστος των αερομεταφορών και επέτρεψαν την έξοδο των Άγγλων, των Δανών, των Σουηδών κ.λπ. στους υπάρχοντες τουριστικούς προορισμούς.
- Η βελτίωση της πληροφόρησης και των υπηρεσιών υποδοχής, η κρατική τουριστική πολιτική και οι διευκολύνσεις στα σύνορα.
- Ο πολλαπλασιασμός των τουριστικών προϊόντων και των κινήτρων του ταξιδιού.
- Η βαθμιαία προσαρμογή των τουριστικών καταλυμάτων (ποσοτικά και ποιοτικά) στις νέες μεταβλητές της ζήτησης. Ο W. Hunziker (Boyer 1982:151) ανέφερε σχετικά με τις σχέσεις που δημιουργούνται μεταξύ των ασθενέστερων οικονομικά τάξεων και του τουριστικού καταλύματος: <<Το κατάλυμα είναι η γκιλοτίνα του κοινωνικού τουρισμού>>.
- Η δημιουργία μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών, των <<Tour-Operators>>, η ολιγοπωλιακή τους συχνά θέση στην αγορά, καθώς και οι τάσεις κάθετης και οριζόντιας συγκέντρωσης της παραγωγικής τους δραστηριότητας (Bunater 1922: 226).
- Η κατάσταση διαρκούς ειρήνης, την οποία η Διακήρυξη της Μανίλα για τον Τουρισμό (1980) θεώρησε ως απαραίτητο παράγοντα για την ανάπτυξή του. Ο J. Fourastier (1979: 30-60) αναφέρει ότι : <<Η ταχύτατη ανάπτυξη του τουρισμού μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο οφείλεται στις σημαντικές εξελίξεις που καταγράφηκαν στον τομέα της παραγωγής, της παραγωγικότητας, της αγοραστικής δύναμης, του βιοτικού επιπέδου, της αύξησης του μέσου όρου ζωής, της μείωσης του χρόνου συνταξιοδότησης, της μείωσης της εβδομαδιαίας διάρκειας του χρόνου εργασίας και της αύξησης της διάρκειας των διακοπών μετ' αποδοχών, οι οποίες συντέλεσαν στην αύξηση του ελεύθερου χρόνου (loisirs) >>.

Ωστόσο, οι παραπάνω παράγοντες δεν επαρκούν για να ερμηνεύσουν τους ταχύτατους ρυθμούς με τους οποίους εξελίχθηκε ο μαζικός τουρισμός. Ο βιομηχανικός πολιτισμός δημιούργησε επιπλέον έναν αριθμό αναγκών, οι οποίες ενεργοποιούν την τουριστική μετακίνηση και εντείνουν τη φυγή από αγχωτικούς χώρους εργασίας και απρόσωπους τόπους κατοικίας.

Ο J. Cassou (1967: 28) αναφέρει σχετικά με τη μαζικοποίηση του τουριστικού φαινομένου: << Η εξέλιξη της βιομηχανίας και της τεχνολογίας όσον αφορά στα μεταφορικά μέσα, καθώς και η ύπαρξη ενός αδιαλείπτως εφευρετικού καπιταλισμού στο να δημιουργεί ανάγκες, να τις μεγεθύνει μέσω της διαφήμισης, να οργανώνει και να διαχειρίζεται την ικανοποίηση, επέφεραν τη μαζικοποίηση του ταξιδιού και το μετέτρεψαν σε μια άκρως κερδοφόρα δραστηριότητα. Το ταξίδι έλαβε τη μορφή ενός μαζικού φαινομένου, απέκτησε μηχανικές λειτουργίες και τις δομές συστήματος>>.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ) (ΟΜΤ 1983: 7-19), ο χρόνος διακοπών θεωρείται πολυλειτουργικός και ανάγεται <<σε χρόνο μόρφωσης, ανάπαυσης, συναναστροφής και επικοινωνίας>>. Επομένως, ο τουρισμός, απόρροια των βιομηχανικών δομών των ανεπτυγμένων οικονομικά χωρών, αποτελεί ένα φαινόμενο του οποίου η οικονομική και κοινωνική σημασία θεωρείται μέγιστη.

Τελικά, το τουριστικό φαινόμενο ενηλικιώνεται τον 20ο αιώνα. Ο A. Siegfried (1955: 20-30) υπογραμμίζει αναφερόμενος στην ηλικία του τουρισμού: <<Συνήθως ακούω να συζητούν για τον οργανωμένο τουρισμό, αυτό τον τουρισμό της μάζας, που εξελίχθηκε σε μια από τις τυπικότερες εκφράσεις του αιώνα μας. Είναι γιος της ταχύτητας και της δημοκρατίας, που είναι αναπόσπαστα μέλη της βιομηχανικής εξέλιξης, της οποίας εξ ολοκλήρου ακολούθησε τα βήματα. Διακρίνουμε σε αυτόν μια βιοτεχνική περίοδο, μια μηχανική και μια διοικητική, στην οποία τελικά καθ' ολοκληρία βρίσκεται σήμερα>>. Ο R. Lanquar (1979: 10) αναφέρει επίσης σχετικά με τα παραπάνω: <<Τα έτη 1967-70 σημαδεύουν το πέραςμα του τουρισμού από τη βιοτεχνική περίοδο στη βιομηχανική, από την απλότητα στη συνθετικότητα>>.

Ο M. Aglietta (1976) υπογραμμίζει με τη σειρά του ότι ο τουρισμός εντάσσεται σ' ένα ιστορικό χρονικό πλαίσιο που αντιπροσωπεύει την απεικόνιση ενός <<ρεύματος/κινήματος>>.

Βασικά ο τουρισμός μετά τη δεκαετία του 1960 περνά από τη φάση της <<αξιοποίησης>> στη φάση των <<τεχνικών κατασκευών>>, ως απόρροια ενός τουριστικο-βιομηχανικού σκεπτικού που επιβάλλεται από τον τεχνοοικονομικό προσανατολισμό των κοινωνιών και από τις διοικητικές αρχές των χωρικών ενοτήτων υποδοχής των τουριστών. Δεν εναπόκειται πλέον στην τουριστική αγορά η απόφαση του προσανατολισμού/κατεύθυνσης των τουριστικών ροών, αλλά σε μια <<ομάδα ρυθμιστών>> τρόπον τινά, η οποία ανακαλύπτει,

προσανατολίζει και οργανώνει έναν τόπο υποδοχής, περνώντας από την έννοια της <<παραμονής>> σ' εκείνη του <<προορισμού>>. Φυσικά, άμεσα εμπλεκόμενοι και επιβολείς μιας <<τεχνικού τύπου οργάνωσης>> είναι οι Tour-Operators, οι χρηματοδοτικοί οργανισμοί, η τοπική αυτοδιοίκηση κ.λπ. Ως εκ τούτου, στον σύγχρονο τουρισμό, η ταχύτητα των <<τεχνικών κατασκευών>> έχει αντικαταστήσει τη φιλοσοφία της <<ήπιας αξιοποίησης των χωρικών ενοτήτων υποδοχής>>, ως απόρροια ενός τεχνικο-βιομηχανικού πολιτισμού.

## **2.4 Ο ορισμός του τουρίστα**

Η λέξη τουρισμός προέρχεται από την γαλλική λέξη tour και την αγγλική touring, που σημαίνουν γύρος, περιήγηση. Και οι δύο λέξεις προέρχονται από τη λατινική λέξη tornus.

Από τις αρχές του 20ου αιώνα, πολλοί διεθνείς οργανισμοί και ειδικοί του τουρισμού επιδίωξαν να ορίσουν την έννοια του τουρίστα και του τουρισμού.

Οι σημαντικότεροι απ' αυτούς είναι οι Glucksmann (1929), Schwink (1924), De Magistris (1933), Borman, Mariotti (1950), Hunziker και Krapf (1942) κ.α.

Η Διεθνής Ακαδημία του Τουρισμού (A.I.T-Monte Carlo) ορίζει ότι ο τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν απ' αυτές. Αυτές υποκινούνται, σε διαφορετικό βαθμό και ένταση, από τον πόθο της απόδρασης, που ενυπάρχει στα άτομα.

Η Διεθνής Ομοσπονδία Δημοσιογράφων και Συγγραφέων Τουρισμού (F.I.J.E.T) ορίζει ότι <<Τουρίστας είναι το άτομο που πραγματοποιεί μια μετακίνηση, για οποιαδήποτε αιτία, πέραν του συνήθους περιβάλλοντός του και το οποίο χρησιμοποιεί το χρόνο τηςσχόλης του για την ικανοποίηση της περιέργειάς του, σε όλες τις μορφές της, καθώς και της ανάγκης του για ανάπαυση και ψυχαγωγία>>.

Ο Ν. Αιγινήτης αναφέρει ότι <<Τουρισμός καλείται η από χώρα σε χώρα ή από πόλη σε άλλη πόλη μετάβαση ατόμων ομαδικά ή μεμονωμένα για λόγους βραχείας ή μακράς, πάντως όχι μονίμου διαμονής, για αναψυχή, αποκλειόμενης της εργασίας επιφερούσης άμεσον όφελος, πλην εκείνης η οποία δύναται να έχει ως σκοπόν ή αποτέλεσμα την διαφήμιση της χώρας στην οποίαν κατευθύνεται ο επιχειρών μία τέτοια μετάβαση>>.

Ο J. Gouet ορίζει τον τουρισμό ως <<τον τρόπο του να ταξιδεύεις, συνδυάζοντας σε διαφορετικές αναλογίες, σύμφωνα με τα άτομα, την περιέργεια του πνεύματος μαζί με τον πόθο να προσαρμοστεί κάποιος στα ξένα ήθη και έθιμα>>.

Ο J. Medecin αναφέρει ότι <<Τουρισμός είναι μια δραστηριότητα ευκαιρίας η οποία συνίσταται στο να παραμένει κάποιος μακριά από τον τόπο της μονίμου διαμονής του, για λόγους διασκέδασης, ανάπαυσης, εμπλουτισμού της εμπειρίας του, ανύψωσης του μορφωτικού του επιπέδου, από την παρουσία νέων μορφών της ανθρώπινης δράσης και από

τις εικόνες μιας άγνωστης φύσης>>.

Μια επιστημονική προσέγγιση του τουρισμού, όπου η τουριστική παραγωγή τείνει να ικανοποιήσει τις τουριστικές ανάγκες, δόθηκε από τους Hunziker και Krapf το 1942. Σύμφωνα μ' αυτούς : <<Τουρισμός είναι το σύνολο των ενεργοποιημένων σχέσεων και γεγονότων κατά τη διάρκεια της μετακίνησης και παραμονής των ατόμων εκτός του τόπου της συνήθους κατοικίας τους, υπό τον περιορισμό ότι τόσο η μετακίνηση όσο και η παραμονή τους δεν έχουν ως κίνητρο την άσκηση οποιασδήποτε κερδοσκοπικής δραστηριότητας>>.

Δύο κύριες έννοιες οριοθετούν ουσιαστικά τον πρώτο επιστημονικό ορισμό του τουρισμού:

α. Το κίνητρο

β. Η μετακίνηση

Οι διεθνείς οργανισμοί (Κοινωνία των Εθνών, U.I.O.O.T., Η.Ε κ.λπ.) προκειμένου να προσδιορίσουν εννοιολογικά τον τουρίστα (1937, 1953, 1954, 1957 κ.λπ.), έλαβαν υπ' όψιν τους επίσης τις παραπάνω έννοιες, οι οποίες θεωρούνται καθαρά περιοριστικές και αντανακλούν:

α. Το σκοπό του ταξιδιού (κίνητρο)

β. Τη διάρκεια παραμονής (μετακίνηση)

Τον Αύγουστο του 1963, η Συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για τον Τουρισμό και τα Διεθνή Ταξίδια, η οποία πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη, όρισε ως <<επισκέπτη, κάθε άτομο που μετακινείται σε μια άλλη χώρα, διαφορετική από εκείνη της μόνιμης κατοικίας του, για οποιονδήποτε άλλο λόγο εκτός από εκείνον της άσκησης αμειβόμενου επαγγέλματος>>

Ο ορισμός καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών:

α. Τους τουρίστες

β. Τους εκδρομείς

Αυτοί ορίζονται με τον ακόλουθο τρόπο:

Τουρίστες: Είναι οι προσωρινοί επισκέπτες, η παραμονή των οποίων υπερβαίνει τις 24 ώρες στην επισκεπτόμενη χώρα. Τα κίνητρά τους μπορεί να είναι τα ακόλουθα:

α. Διακοπές, ανάπαυση, υγεία, θεραπεία, σπουδές και σπορ.

β. Επαγγελματικές υποθέσεις, οικογενειακοί λόγοι, συνέδρια.

Εκδρομείς: Χαρακτηρίζονται έτσι οι προσωρινοί επισκέπτες, η παραμονή των οποίων δεν υπερβαίνει τις 24 ώρες στην επισκεπτόμενη χώρα.

Στις συνδιασκέψεις του 1967, 1971, 1979 κτλ., οι ειδικοί επιστήμονες της Επιτροπής Στατιστικής των Ηνωμένων Εθνών επιβεβαιώνουν την ισχύ του ορισμού της Συνδιάσκεψης της Ρώμης του 1963, που θεωρείται και η πιο επεξεργασμένη.

## 2.5 Οι κατηγοριοποιήσεις των διεθνών επισκεπτών

Ο ορισμός του τουρίστα δεν υπήρξε μια εύκολη υπόθεση, λόγω των ενδογενών αδυναμιών προσδιορισμού και καταγραφής των επισκεπτών στα σύνορα μιας χώρας, καθώς και των πολλαπλών ερμηνειών που δόθηκαν κατά περίπτωση στις έννοιες <<διάρκεια παραμονής>> και <<κίνητρο>> της τουριστικής μετακίνησης, όταν επρόκειτο να διακρίνουν τις διάφορες κατηγορίες των διεθνών επισκεπτών.

Σύμφωνα με την Υπηρεσία Στατιστικής των Ηνωμένων Εθνών, οι παρακάτω κατηγορίες ατόμων μπορούν να χαρακτηριστούν ως διεθνείς επισκέπτες :

- α. Τα άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και σκοπεύουν να παραμείνουν μέχρι ένα έτος, έχοντας ως κίνητρο της μετακίνησης τις διακοπές, την υγεία, τη θρησκεία, τις σπουδές, τις οικογενειακές υποθέσεις, τον αθλητισμό, τα συνέδρια ή την έρευνα, καθώς και όσα άτομα βρίσκονται σε τράνζιτ με προορισμό μια άλλη χώρα. Σ' αυτήν την κατηγορία συμπεριλαμβάνονται και οι κάτοικοι της χώρας οι οποίοι έχουν χαρακτηριστεί ως μακροχρόνιοι μετανάστες.
- β. Τα μέλη του πληρώματος των πλοίων και των αεροσκαφών ξένης εθνικότητας που πραγματοποιούν επιδιορθώσεις ή σταθμεύουν προσωρινά εντός της χώρας.
- γ. Οι ταξιδιώτες για εμπορικές υποθέσεις που παραμένουν εντός της χώρας μέχρι ένα έτος το μέγιστο, καθώς και οι εργαζόμενοι ως μισθωτοί σε ξένες επιχειρήσεις με μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής το ένα έτος.
- δ. Οι κρατικοί υπηρεσιακοί παράγοντες, οι οποίοι κατέχουν θέσεις διπλωματών ή πρέσβων, καθώς και οι στρατιωτικοί και οι οικιακοί τους βοηθοί, όταν επισκέπτονται τη χώρα για λόγους που αναφέρθηκαν προηγουμένως ή για επίσημες αποστολές διάρκειας μέχρι ενός έτους.
- ε. Το προσωπικό των διεθνών οργανισμών που βρίσκονται σε αποστολές διάρκειας μέχρι ενός έτους.

Οι κατηγορίες των ατόμων που παρατίθενται παρακάτω δεν μπορούν να θεωρηθούν ως διεθνείς επισκέπτες.

- α. Ένα άτομο το οποίο διαμένει ή έχει την πρόθεση να διαμείνει πάνω από ένα έτος σε μια χώρα δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ως διεθνής επισκέπτης και

να καταχωριστεί στις τουριστικές αφίξεις της χώρας. Θα μπορούσε να χαρακτηριστεί περισσότερο ως κάτοικος της χώρας ή μετανάστης.

- β. Κάθε άτομο το οποίο έχει την πρόθεση να εξασκήσει για μια οποιαδήποτε περίοδο αμειβόμενο επάγγελμα στην επισκεπτόμενη χώρα ή να συνοδεύσει ή να συναντήσει άτομα με την ιδιότητα του οικονομικά εξαρτημένου από άλλους άτομο ή που έχει την πρόθεση να εξασκήσει το έργο της οικιακής βοηθού χαρακτηρίζεται ως μετανάστης . Οι νομάδες, τα άτομα που διαμένουν κοντά στα σύνορα, οι πρόσφυγες και οι κρατικοί εκπρόσωποι δε θεωρούνται διεθνείς επισκέπτες.
- γ. Οι κάτοικοι που επιστρέφουν στη χώρα τους μετά από μία επίσκεψη στο εξωτερικό δε θα πρέπει να θεωρούνται επισκέπτες. Αντίθετα, οι μακροχρόνιοι μετανάστες θα πρέπει να λαμβάνονται ως διεθνείς επισκέπτες, όταν επισκέπτονται τη χώρα τους.

Όπως είδαμε παραπάνω, οι διεθνείς επισκέπτες που φτάνουν σε μια χώρα ταξινομούνται σε δύο μεγάλες κατηγορίες, τους τουρίστες και τους εκδρομείς.

Οι εκδρομείς διακρίνονται στις ακόλουθες κατηγορίες :

- α. Στα άτομα που επιλέγουν τα θαλάσσια μεταφορικά μέσα (κρουαζιέρες) για να επισκεφτούν μια χώρα. Οι επισκέψεις πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια μιας ή περισσότερων ημερών, ενώ επιστρέφουν για διανυκτέρευση στο κρουαζιερόπλοιο ή στο γιοτ τους.
- β. Στους ημερήσιους εκδρομείς, που φτάνουν στη χώρα με οποιοδήποτε μέσο, χωρίς να πραγματοποιήσουν ωστόσο μία διανυκτέρευση. Οι ευρισκόμενοι σε τράνζιτ ταξιδιώτες καταγράφονται στην κατηγορία των εκδρομέων, εφόσον δε διανυκτερεύουν εντός της χώρας. Στην αντίθετη περίπτωση, χαρακτηρίζονται ως τουρίστες.
- γ. Στα μέλη του πληρώματος των ξένων πλοίων και των αεροσκαφών που παραμένουν εντός της χώρας μόνο κατά τη διάρκεια της ημέρας.

Η διάκριση μεταξύ των εννοιών του τουρίστα και του εκδρομέα που αναλύσαμε παραπάνω έχει μεγάλη σημασία όσον αφορά τη σύγχρονη εννοιολογική προσέγγιση του τουριστικού φαινομένου και το σχεδιασμό του τουριστικού τομέα (υποδομές, μεταφορές, τουριστικά καταλύματα, υπηρεσίες κτλ.).



## Κεφάλαιο 3

### Ο Τουρισμός στην Ελλάδα

#### 3.1 Ιστορική αναδρομή του τουρισμού στην Ελλάδα

Ο τουρισμός στην Ελλάδα έχει πολλά χρόνια ζωής. Ακριβώς το φαινόμενο αυτό που ονομάζουμε «Τουρισμός» έχει μια ιστορία η οποία αρχίζει από την αρχαία εποχή και συνεχίζεται παραλλαγμένο μέχρι σήμερα.

Ιστορικά μπορούμε να διαχωρίσουμε την εξέλιξη του Τουρισμού, σε τρεις χρονικά περιόδους.

- Η πρώτη χρονική περίοδος αρχίζει από την αρχαία εποχή και σταματάει στην εποχή της βιομηχανικής επανάστασης. Σε αυτή την εποχή οι άνθρωποι έκαναν μακρινά ταξίδια με καράβια. Για πιο μικρά ταξίδια χρησιμοποιούσαν άμαξες και άλογα. Λόγω των κακών συνθηκών και των κινδύνων από κλέφτες, τέτοιου είδους ταξίδια ήταν πολύ περιορισμένα σε αριθμό.
- Η δεύτερη περίοδος είναι η εποχή του 19ου αιώνα στην οποία εμφανίζονται και οι πρώτες ομάδες τουριστών. Η βιομηχανική επανάσταση δημιούργησε τη βάση των τεχνολογικών και οικονομικών πεδίων καθώς και διαφορετικές κουλτούρες κάθε χώρας. Όλα αυτά συνέφεραν στην ανάπτυξη των πρώτων οργανωμένων ταξιδιών που σύμφωνα με τις συνθήκες της εποχής ήταν αρκετά οργανωμένα.
- Η τρίτη τελευταία περίοδος του τουρισμού στην Ελλάδα, αρχίζει από τον 20ο αιώνα μέχρι σήμερα. Τα βασικά χαρακτηριστικά της εποχής αυτής, όσον αφορά τον Τουρισμό, είναι ότι έγινε παγκόσμιος, επιλεκτικός και ποικίλος.

Οι άνθρωποι πάνε διακοπές για να επισκεφτούν καινούργιες χώρες, με σκοπό να γνωρίσουν καινούργιους τόπους, νέους ανθρώπους και διαφορετικές ποιότητες ζωής.

#### 3.2 Χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης στον ελλαδικό χώρο

##### 3.2.1 Τουριστική ζήτηση: τύποι και χαρακτηριστικά τουρισμού-τουριστών.

Δεν υπάρχουν πολλές μελέτες των επαγγελματικών και δημογραφικών χαρακτηριστικών των αλλοδαπών τουριστών στη χώρα μας. Με βάση τα στοιχεία που υπάρχουν καταλήγουμε στις εξής εκτιμήσεις:

α. Όσον αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά (Σ.Σταύρου,1986,σ.29-33) στο φύλο, υπερτερούν ελαφρά οι άνδρες με κάποιες εξαιρέσεις σε συγκεκριμένες εθνικότητες.

Η πλειοψηφία των τουριστών ανήκει στις ηλικιακές ομάδες 16-40 ετών. ενδιαφέρον

παρουσιάζει το γεγονός ότι σε έρευνα του 1973 (ΕΟΤ, 1973, σ.104-106) που αφορούσε τους ερχόμενους με πτήσεις charter, το ποσοστό αυτών που ανήκαν στην ομάδα αυτή των μικρών και μεσαίων ηλικιών ήταν λιγότερο από 40%.

Στην ίδια έρευνα του 1973, ένα πολύ υψηλό ποσοστό (65%) εμφανίζεται να ταξιδεύει ατομικά, με σημαντικές διαφοροποιήσεις κατά εθνικότητα (από 53,8% οι Άγγλοι έως 74%-76% οι Γερμανοί, Ιταλοί, Φιλανδοί, Αμερικανοί).

β. Η ανάλυση της επαγγελματικής σύνθεσης των τουριστών (Σ. Σταύρου, 1986 και ΕΟΤ, 1973, ο.π) δείχνει τη σταθερή παρουσία των τεχνικών και ελεύθερων επαγγελματιών, των υπαλλήλων γραφείου και των σπουδαστών.

Η εικόνα αυτή αποτελεί ένδειξη του ότι δεχόμαστε κυρίως τουρίστες από επαγγέλματα που χαρακτηρίζονται από μεσαίο ή υψηλό μορφωτικό επίπεδο και από μεσαία εισοδήματα.

γ. Τα οικονομικά χαρακτηριστικά των τουριστών συνδέονται τόσο με τη μελέτη της δαπάνης τους (ημερήσια ή κατά κεφαλή) όσο και με τον τύπο των καταλυμάτων που επιλέγουν. Σε σχέση με άλλες χώρες της Μεσογείου με παρόμοιο τύπο τουρισμού, η μέση δαπάνη κατά κεφαλή είναι σχετικά υψηλότερη, αλλά αυτό συνδέεται και με το γεγονός ότι η μέση παραμονή των τουριστών στη χώρα μας (14 ημέρες το 1985) (Σ. Σταύρου, 1986, σ.17-22) είναι από τις υψηλότερες στον κόσμο. Ο υπολογισμός πάλι της μέσης ημερήσιας δαπάνης δείχνει ότι οι τουρίστες που ξοδεύουν τα μεγαλύτερα ποσά ανήκουν σε εθνικότητες που δεν αποτελούν παρά μικρό ποσοστό των συνολικών αφίξεων στη χώρα (ΗΠΑ, Αυστραλία, Καναδάς, Ιαπωνία, Ισπανία) (Σ. Σταύρου, 1986, σ.25-27). Το είδος του καταλύματος που επιλέγουν οι αλλοδαποί τουρίστες δείχνει ότι ένα σημαντικό ποσοστό (80-85%) (ΕΣΥΕ, 1984, σ.90) μένει σε ξενοδοχεία μεσαίας ή Α' κατηγορίας, ενώ οι υπόλοιποι προτιμούν τα υπόλοιπα είδη καταλυμάτων και τα κάμπινγκ. Αυτό το γεγονός όμως δεν πρέπει να μας παρασύρει στο συμπέρασμα ότι πρόκειται για τουρίστες υψηλών εισοδημάτων, αφού ένα μεγάλο ποσοστό από αυτούς έρχονται με οργανωμένο tour και έτσι πληρώνουν πολύ φτηνά τα ξενοδοχεία των υψηλών κατηγοριών. Άλλωστε η ταχύτερη αύξηση του αριθμού των ξενοδοχείων χαμηλής ή μεσαίας κατηγορίας αντανακλά την εικόνα της Ελλάδας σαν χώρας για τουρίστες χαμηλών ή μεσαίων εισοδημάτων (International Tourism Reports, 1986, σ.54)

δ. Τα χαρακτηριστικά της ελληνικής τουριστικής προσφοράς (ήλιος, θάλασσα, περιβάλλον, ψυχαγωγία) δείχνουν να ανταποκρίνονται στα κίνητρα του σύγχρονου Ευρωπαίου τουρίστα για φυγή από την καθημερινότητα και για χρησιμοποίηση του χρόνου διακοπών προς αναζήτηση ενός διαφορετικού, αμέριμνου τρόπου και ρυθμού ζωής. Η επιλογή της Ελλάδας ιδιαίτερα μετά το 1970, σχετίζεται μ' έναν τύπο τουρίστα που αναζητά τον ήλιο περισσότερο παρά τη γνωριμία με νέους τόπους και πολιτισμούς, όπως συνέβαινε, κυρίως στις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες στη χώρα

μας.(International Tourism Reports, 1986, σ.45-46).Το γεγονός ότι η Ελλάδα επιλέγεται σαν τόπος διακοπών εξηγεί τόσο το σημαντικό αριθμό ημερών που περνούν οι τουρίστες εδώ, όσο και τις συγκεκριμένες περιοχές στις οποίες κατευθύνονται :νομοί νησιωτικοί και παράλιοι που ανταποκρίνονται στις προδιαγραφές που περιγράψαμε (Σ. Σταύρου, 1986, σ.47-51).Μια επιπλέον ένδειξη ότι η Ελλάδα προτιμάται σαν χώρα διακοπών είναι το γεγονός ότι παρατηρείται ένα σημαντικό ποσοστό τουριστών που έχουν ξαναεπισκεφτεί την χώρα (Σ. Σταύρου, 1986, σ.51-53, ΕΟΤ, 1973.σ.108).

ε. Οι επισκέψεις των τουριστών στη χώρα μας συνδέονται τόσο με τον τρόπο ταξιδιού(οργανωμένο ή μη) όσο και με την εθνικότητα της μεγάλης πλειοψηφίας των πελατών μας. Πιο συγκεκριμένα, το εισοδηματικό επίπεδο των πελατών μας και οι επιρροές που δέχονται από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας είναι οι δύο καθοριστικοί παράγοντες στη διαδικασία επιλογής μιας χώρας για τουρισμό.

Οι κυριότεροι πελάτες μας, άλλωστε, είναι Ευρωπαίοι και Αμερικανοί (80%-85% του συνόλου) προέρχονται δηλαδή από χώρες όπου υπάρχει η μεγαλύτερη ανάπτυξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας(διαφήμιση, τύπος, τηλεόραση).

### **3.2.2 Τουριστική προσφορά : χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης**

Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης είναι φυσικό να επηρεάσουν και τον τύπο της υποδομής και της αντίστοιχης τουριστικής προσφοράς της χώρας.

- Όσον αφορά την υποδομή ,ήδη από την δεκαετία του '70 η στροφή στην κατασκευή μικρών διαμερισμάτων, ενοικιαζόμενων δωματίων και κάμπινγκ δείχνει την ανάγκη της τουριστικής προσφοράς να ανταποκριθεί στη ζήτηση τουριστών μεσαίου και χαμηλού εισοδήματος που ταξιδεύουν συχνά οικογενειακά.
- Ένα δεύτερο κρίσιμο ζήτημα που συνδέεται με τη μορφή της τουριστικής προσφοράς είναι το ότι η συνεχής τουριστική ανάπτυξη του τουρισμού και ιδιαίτερα οι πολλαπλές επιδράσεις του στην απασχόληση και το εισόδημα άλλων κλάδων της οικονομίας(εμπόριο, οικοδομή, γεωργία, κλάδοι της βιομηχανίας και της βιοτεχνίας) τον έχει καταστήσει κυρίαρχο αναπτυξιακό μοχλό στην τοπική οικονομία πολλών τουριστικών αγροτικών νομών (ιδιαίτερα παράλιους και νησιωτικούς).Αυτό το γεγονός προσδίδει στον τουρισμό μια πολύ μεγαλύτερη οικονομική και κοινωνική διάσταση από αυτή που οι επίσημες στατιστικές δείχνουν, ενώ, παράλληλα, αναδεικνύει και την ανάγκη διορθωτικών μέτρων στον τομέα της προσφοράς, αφού αυτή συχνά εξαρτάται αποκλειστικά από την αλλοδαπή τουριστική ζήτηση.

- Συνυφασμένο, τέλος, με την τουριστική ζήτηση είναι και το ζήτημα της <<εικόνας>> που έχει η τουριστική προσφορά της χώρας στις χώρες-πελάτες. Η εικόνα αυτή δημιουργείται από τις εντυπώσεις των ίδιων των τουριστών. Αλλά και από τα ΜΜΕ και τα ταξιδιωτικά πρακτορεία. Επισημαίνεται ότι η συνδυασμένη λειτουργία αυτών των παραγόντων επί μια σειρά ετών συχνά οδηγεί στη δημιουργία μιας <<στερεότητας>> εικόνας της τουριστικής προσφοράς μιας χώρας π.χ. Ελλάδα =χώρα διακοπών, σχετικά φτηνή, με μέτριο σέρβις ή Ισπανία =χώρα διακοπών, μεσαίες τιμές, καλό σέρβις. Η εικόνα αυτή είναι αφενός δύσκολο να ανατραπεί, αφού πολλοί από τους παράγοντες που υπεισέρχονται στη συγκρότησή της δεν ελέγχονται από τη χώρα υποδοχής και αφετέρου επηρεάζει περισσότερο τους τουρίστες που επισκέπτονται για πρώτη φορά μια χώρα.

Σύμφωνα με μελέτη που λαμβάνει υπόψη τις απόψεις τόσο των τουριστικών πρακτόρων όσο και των tour-operators, η Ελλάδα θεωρείται καλή χώρα για διακοπές αλλά με μεσαίας ή μέτριας ποιότητας υπηρεσίες και μέτριας ή κακής ποιότητας συνθήκες υγιεινής (Ν.Βαφειάδης, 1988, σ.4-22). Παράλληλα, αρνητική είναι η εικόνα που παρουσιάζει το περιβάλλον, γεγονός που δημιουργεί αρνητικές αντιδράσεις στους πελάτες. Όσον αφορά τους τουρίστες, τα κυριότερα παράπονά τους αφορούν τις συνθήκες υγιεινής (33,3%), τα ξενοδοχεία (26,8%), και τα μεταφορικά μέσα (21%) (Σ.Σταύρου, 1984, σ.53-59).

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι, σύμφωνα με έρευνα σε Γερμανούς τουρίστες, η ρύπανση του περιβάλλοντος και οι προβληματικές συνθήκες υγιεινής είναι οι κυριότερες αιτίες που τους αποτρέπουν να επιλέξουν κάποιο τόπο για τις διακοπές τους (Ν.Βαφειάδης, 1988, Πιν.4).

Οδηγούμαστε έτσι στο συμπέρασμα ότι η εικόνα της χώρας στο εξωτερικό μπορεί να είναι ελκυστική σε επίπεδο τιμών αλλά είναι ιδιαίτερα προβληματική σε επίπεδο υπηρεσιών, περιβάλλοντος και συνθηκών υγιεινής σε μια εποχή που τα στοιχεία αυτά είναι καθοριστικά για την επιλογή μιας χώρας από τους τουρίστες.



Εικαστικό από την καμπάνια του Ε.Ο.Τ

### **3.2.3 Η θέση της Ελλάδας ανάμεσα στις χώρες υποδοχής τουριστών**

- α. Η Ελλάδα ανήκει σε μια ομάδα τουριστικών χωρών που έχουν εξειδικευθεί στον τουρισμό διακοπών και βρίσκονται στη λεκάνη της Μεσογείου. Οι περισσότερες απ' αυτές τις χώρες (Ισπανία, Ιταλία, Μάλτα, Κύπρος, Τυνησία, Μαρόκο, Τουρκία) έχουν αναπτυγμένο τουριστικό τομέα και συνδυάζουν τις διακοπές με δυνατότητες γνωριμίας ενός πλούσιου πολιτιστικού και ιστορικού παρελθόντος. (G.Gazes, 1989, σ.24-29). Οι χώρες που ανήκουν στην ευρωπαϊκή ήπειρο έχουν επίσης σημαντική παράδοση στον τουρισμό (30-40 χρόνια) πράγμα που εξηγεί το γιατί διατηρούν την πρώτη θέση στον τουρισμό διακοπών. Τα

προβλήματα που δημιουργούνται από αυτή τη συμπερίληψη σ' αυτή την ομάδα (πακέτο) χωρών είναι τα εξής:

- Το σύνολο των μεσογειακών χωρών έχει ταυτιστεί με χώρες διακοπών με κυρίαρχο έμβλημα τα τρία <<S>>(Sand,Sun,Sea) στο οποίο συχνά προστίθεται ένα τέταρτο S(Sex)(B.Khader,1987,σ.7-9,International Tourism Reports,1986, σ.46-47).Αυτό ουσιαστικά δίνει στον τουρίστα-καταναλωτή μια εικόνα <<ομογενοποιημένη>> όσον αφορά τα χαρακτηριστικά των χωρών αυτών που τείνουν να θεωρούνται κοινά με μόνη βασική διαφορά την τιμή. Το γεγονός αυτό δεν επιτρέπει τη δημιουργία μιας διαφοροποιημένης τουριστικής εικόνας της χώρας στο εξωτερικό.
- Οι χώρες αυτές έδωσαν μεγάλη έμφαση, ανάμεσα στο 1950-1970, στη δημιουργία υποδομής για μεσαίων εισοδημάτων, οργανωμένο, μαζικό τουρισμό, συχνά, χωρίς προγραμματισμό, και στη δημιουργία παράλληλων τεχνικών δικτύων υποδομής. Το αποτέλεσμα είναι σε πολλές από αυτές τις χώρες η υπερσυγκέντρωση τουριστικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών να δημιουργήσει περιβαλλοντικά προβλήματα, να οδηγήσει σε υποβάθμιση τις προσφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες και τελικά να στρέψει σε άλλες περιοχές του τουρίστες. Τείνει κατ' αυτόν τον τρόπο να θεσμοποιηθεί στις τουριστικές αγορές η εικόνα της Μεσογείου σαν περιοχής με φτηνό μαζικό τουρισμό και περιβαλλοντικά προβλήματα. Είναι φυσικό αυτή η εικόνα να αποτρέπει τους τουρίστες υψηλότερων εισοδημάτων, όσους έχουν οικολογικές ευαισθησίες ή όσους αναζητούν ήσυχες διακοπές. Αντίθετα, η ζήτηση κυριαρχείται από έναν τύπο πελάτη που τα χαρακτηριστικά του έχουν συχνά θεωρηθεί αιτία σημαντικού μέρους των κοινωνικών επιπτώσεων στον τόπο υποδοχής.
- β. Παράγοντας που επηρεάζει σημαντικά τον τύπο του τουρισμού που δέχεται η Ελλάδα είναι και η πολιτική των εταιρειών (tour-operators) που ελέγχουν τη ζήτηση και σημαντικό μέρος της προσφοράς. Οι εταιρείες αυτές στήριζαν σε μια πρώτη φάση την ανάπτυξή τους στην πώληση οργανωμένων ταξιδιών στις χώρες με μαζικό τουρισμό και αναπτυγμένη τουριστική υποδομή. Η συνεχής ανάπτυξή τους και η κάθετη και οριζόντια οργάνωσή τους τις κατέστησε σύντομα κυρίαρχες της τουριστικής ζήτησης (κυριότερες χώρες αποστολής τουριστών).Σ' αυτή τη δεύτερη φάση οι εταιρείες αναζητούν στις τουριστικές χώρες μακροχρόνια συμβόλαια με τους ξενοδόχους και χαμηλές τιμές. Η αποδοχή αυτής της πολιτικής οδηγεί ουσιαστικά και σε έμμεσο έλεγχο της τουριστικής προσφοράς. Έτσι, σε περιοχές όπως η Μεσόγειος με υψηλό

ποσοστό αλλοδαπών τουριστών ,η πολιτική των εταιρειών αυτών έχει επιπτώσεις τόσο στην τουριστική όσο και ευρύτερα στη συνολική οικονομική ανάπτυξη ολόκληρων περιοχών.

Οι βασικές τάσεις της πολιτικής των tour-operators είναι οι εξής :

- α) η εξασφάλιση μιας ισορροπημένης σχέσης ανάμεσα στην τουριστική ζήτηση και την τουριστική προσφορά που εξασφαλίζεται μέσα από μακροχρόνια συμβόλαια μίσθωσης ξενοδοχείων και προβολή-διαφήμιση της περιοχής.
- β) η αναζήτηση νέων αγορών που θα επιτρέψει την επέκταση των εργασιών τους,
- γ) η μέσω της τουριστικής διαφήμισης δημιουργία μιας δελεαστικής εικόνας του τόπου υποδοχής με κυρίαρχα στοιχεία την τιμή και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών.

### **3.3 Η Ελλάδα ως χώρα υποδοχής των τουριστών**

#### **Οι στατιστικές εγγραφές**

Στο σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμο να γίνει μια στατιστική καταγραφή των τουριστών οι οποίοι επισκέπτονται τη χώρα.

Συνήθως υπάρχουν δύο τύποι στατιστικών :

- α. Οι στατιστικές που συλλέγονται στα σύνορα της χώρας και δίνουν πληροφορίες σχετικά με τον αριθμό των ξένων επισκεπτών : ετήσιες αφίξεις, μηνιαίες αφίξεις, αφίξεις κατά χώρα προέλευσης των τουριστών, μέσα μεταφοράς και διάρκεια παραμονής.
- β. Οι στατιστικές που συλλέγονται στα τουριστικά καταλύματα και παρέχουν πληροφορίες αναφορικά με τον αριθμό των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων των τουριστών : αφίξεις και διανυκτερεύσεις κατά μήνα, κατά εθνικότητα, σύμφωνα με τον τύπο και την κατηγορία του καταλύματος, σύμφωνα με τη γεωγραφική περιοχή κτλ. Σύμφωνα με την τελική έκθεση της Συνδιάσκεψης για τις Στατιστικές του Τουρισμού, που πραγματοποιήθηκε στη Γενεύη από τις 6 έως τις 10 Μαρτίου του 1972, οι κύριες μέθοδοι συλλογής των στατιστικών του τουρισμού είναι οι ακόλουθες :
  - Έλεγχοι στα σύνορα
  - Στατιστικές εγγραφές στα τουριστικά καταλύματα
  - Στατιστικές εγγραφές στις τράπεζες

Στις παραπάνω μεθόδους θα πρέπει να προσθέσουμε τις δειγματοληπτικές έρευνες που πραγματοποιούνται στους σταθμούς εισόδου της χώρας και

αφορούν τους διεθνείς τουρίστες.

Μέχρι το Μάιο του 1986, οι τουρίστες που διέσχιζαν τα σύνορα της Ελλάδας ήταν υποχρεωμένοι να συμπληρώσουν ένα δελτίο <<ταξιδιώτη>>, το οποίο περιείχε τα εξής στοιχεία : όνομα, επώνυμο, όνομα πατρός, ημερομηνία γέννησης, εθνικότητα, τόπος κατοικίας.

Από τον Ιούνιο όμως του 1986 καταργείται το δελτίο ταξιδιώτη για τους υπηκόους των κρατών-μελών της Ε.Ε. και από το Μάιο του 1995 και για τους τουρίστες που προέρχονται από χώρες εκτός Ε.Ε. Η τουριστική κίνηση υπολογίζεται πλέον από την καταμέτρηση των εισερχόμενων, εκτός των χωρών της Ε.Ε., τουριστών με τη βοήθεια των υπολογιστών της υπηρεσίας ελέγχου των διαβατηρίων σε μηνιαία βάση, καθώς και από την αριθμητική καταγραφή των εισερχομένων από τις χώρες της Ε.Ε.

Η καταγραφή αυτή γίνεται από τις υπηρεσίες ελέγχου των διαβατηρίων σε όλα τα σημεία εισόδου της χώρας τρεις μέρες το μήνα. Οι ημέρες καταγραφής των εισερχομένων καθορίζονται από το Τμήμα Στατιστικής Τουρισμού και ποικίλλουν από μήνα σε μήνα.

Ωστόσο, οι συλλεγόμενες στατιστικές στους σταθμούς εισόδου της χώρας δεν ανταποκρίνονται σε μια πραγματική καταγραφή των αφίξεων των διεθνών τουριστών.

Δύο λόγοι μπορούν να αιτιολογήσουν τη διαμορφούμενη πλέον κατάσταση :

- α. Οι δυσκολίες εφαρμογής του ορισμού του τουρίστα.
- β. Οι πρακτικές δυσκολίες.

Σύμφωνα με τις στατιστικές καταγραφές στους σταθμούς εισόδου της χώρας, το 1996 την επισκέφτηκαν 9,78 εκατομμύρια διεθνείς τουρίστες, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων χρησιμοποίησε για τη μεταφορά του πτήσεις charters.

Οι διεθνείς τουρίστες μεταξύ 1960 και 1996 αυξήθηκαν κατά 24,5 φορές.

Οι στατιστικές που συλλέγονται στα τουριστικά καταλύματα δείχνουν ότι το μεγαλύτερο μέρος των διανυκτερεύσεων πραγματοποιείται από τους αλλοδαπούς τουρίστες, ενώ ένα μικρό μέρος αφορά τους Έλληνες.

Οι αναλογίες που έχουν διαμορφωθεί φανερώνουν ότι τα 3/4 των συνολικών διανυκτερεύσεων πραγματοποιούνται από τους αλλοδαπούς τουρίστες και μόνο το 1/4 από τους Έλληνες.



## Κεφάλαιο 4

### Αναλύοντας τους τύπους του τουρισμού

#### 4.1 Οι τύποι του τουρισμού

Η ανάλυση των επιμέρους κινήτρων που ενεργοποιούν τα άτομα να συμμετέχουν στις τουριστικές μετακινήσεις και να καταναλώνουν τα ετερογενή τουριστικά προϊόντα που τους προσφέρονται στο εσωτερικό μιας χώρας ή στο εξωτερικό, μας δίνει τη δυνατότητα να ταξινομήσουμε τον τουρισμό σε μεγάλες κατηγορίες.

Έτσι, σύμφωνα με τα κίνητρα διακρίνουμε τρεις μεγάλες ομάδες:

**α. Ο τουρισμός της αναψυχής:** Σύμφωνα με μια σειρά αναλύσεων που έχουν πραγματοποιηθεί σ' έναν αριθμό προηγμένων τουριστικά χωρών (Γαλλία, Καναδάς, Ελβετία κτλ.), αυτός ο τύπος τουρισμού χαρακτηρίζεται αρκετά ετερογενής, γιατί η επιλογή της συναφούς τουριστικής δραστηριότητας εξαρτάται από υποκειμενικά και μόνο κίνητρα. Συνήθως διακρίνουμε ένα μεγάλο αριθμό επιμέρους κατηγοριών του τουρισμού αναψυχής, όπως:



*Πολιτιστικός τουρισμός    Αθλητικός Τουρισμός*



*Θρησκευτικός Τουρισμός    Τουρισμός των Φεστιβάλ*

**β. Ο επαγγελματικός τουρισμός:** Αυτός ο τύπος τουρισμού περιλαμβάνει όλες εκείνες τις κατηγορίες ατόμων που μετακινούνται κυρίως για επαγγελματικούς λόγους. Διακρίνουμε τις παρακάτω επιμέρους κατηγορίες :

- Επιστημονικός τουρισμός
- Συνεδριακός τουρισμός
- Τεχνικός τουρισμός
- Τουρισμός εκθέσεων

- Τουρισμός αναζωογόνησης και ανάπαυσης
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός
- Γαστρονομικός τουρισμός
- Κυνηγετικός τουρισμός
- Οικογενειακές επισκέψεις
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Τουρισμός των φεστιβάλ κτλ.

-Τουρισμός σεμιναρίων κτλ.

**γ. Ο τουρισμός υγείας :** Αυτός ο τύπος τουρισμού αφορά όλα τα άτομα που μετακινούνται για λόγους θεραπείας, αναζωογόνησης, υγιεινής διαβίωσης κτλ. σε χωρικά οριοθετημένες και άρτια οργανωμένες εγκαταστάσεις.

Παραθέτουμε τις παρακάτω κατηγορίες του τουρισμού υγείας :

- Τουρισμός ανάπαυσης
- Ιαματικός-θεραπευτικός τουρισμός
- Τουρισμός <<υγιεινής και φυσικής διαβίωσης>>
- Τουρισμός θαλασσοθεραπείας
- Τουρισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες κτλ.

Ωστόσο, τα κίνητρα του ταξιδιού δεν αποτελούν τα μοναδικά κριτήρια για να ταξινομήσουμε τους διάφορους τύπους τουρισμού. Σ' ένα ευρύτερο πλαίσιο μπορούμε να επιχειρήσουμε διαφορετικές ταξινομήσεις του τουρισμού, βασιζόμενοι

στην υιοθέτηση των ακόλουθων κριτηρίων:

**α. Σύμφωνα με το μεταφορικό μέσο :**

- Αεροπορικός τουρισμός
- Σιδηροδρομικός τουρισμός
- Ατμοπλοϊκός τουρισμός
- Αυτοκινητικός τουρισμός
- Ιπποτουρισμός
- Περιπατητικός τουρισμός
- Παραποτάμιος τουρισμός
- Ποδηλατικός τουρισμός κτλ.

**β. Σύμφωνα με τον προορισμό :** Αυτή η κατηγορία οριοθετείται χωρο-χρονικά στον τόπο όπου παράγεται η συγκεκριμένη τουριστική δραστηριότητα. Διακρίνουμε τις παρακάτω κατηγορίες :

- Παραθαλάσσιος τουρισμός
- Παραλίμνιος τουρισμός
- Ορεινός τουρισμός
- Τουρισμός υπαίθρου
- Τουρισμός πόλεων
- Εσωτερικός ή ημεδαπός τουρισμός: *Αυτή η κατηγορία τουριστών αφορά τους κατοίκους μιας χώρας, οι μετακινήσεις των οποίων περιορίζονται εντός των φυσικών της ορίων.*
- Διεθνής ή αλλοδαπός τουρισμός: *Ο διεθνής τουρισμός αφορά τα άτομα που*

διαμένουν σε μια χώρα και μετακινούνται σε μια άλλη, για ένα συγκεκριμένο και συνήθως περιορισμένης χρονικής διάρκειας διάστημα, προκειμένου να ικανοποιήσουν βαθύτερες ανάγκες και επιθυμίες τους.

**γ. Σύμφωνα με το μέγεθος της ομάδας:**

-Μαζικός τουρισμός: Χαρακτηρίζεται από την ομαδική συμμετοχή των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας.

*Ο χαρακτήρας του μαζικού τουρισμού οφείλεται στον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού, καθώς και στον επιλεγμένο τόπο διακοπών. Μαζικός τουρισμός και χωρο-χρονικές συγκεντρώσεις ερμηνεύουν βασικά το σύγχρονο τουριστικό φαινόμενο.*

-Ατομικός τουρισμός: Ο ατομικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη και ατομική οργάνωση του ταξιδιού. Αντιτίθεται στο μαζικό τουρισμό και ερμηνεύεται από τον τύπο τουρισμού και το προφίλ του τόπου υποδοχής.

Θα πρέπει να υπογραμμιστεί εδώ ότι, όσον αφορά την διάκριση μεταξύ μαζικού και ατομικού τουρισμού, δε θα πρέπει να επέλθει σύγχυση σχετικά με την οργάνωση του ταξιδιού, δηλαδή την παρέμβαση ενός Tour-Operator ή ενός γραφείου ταξιδίων ή την ανυπαρξία παρέμβασης από αυτούς. Δηλαδή μπορούμε να έχουμε έναν ατομικό <<οργανωμένο τουρισμό>>, που σημαίνει ότι ο τουρίστας απευθύνεται σε ένα γραφείων ταξιδίων και ζητά την οργάνωση ενός ταξιδιού ή ενός <<package-tour>>.

**δ. Σύμφωνα με τη διάρκεια:**

- Τουρισμός αναμονής
- Περαστικός τουρισμός
- Τουρισμός weekend.

**ε. Σύμφωνα με το τουριστικό κατάλυμα:**

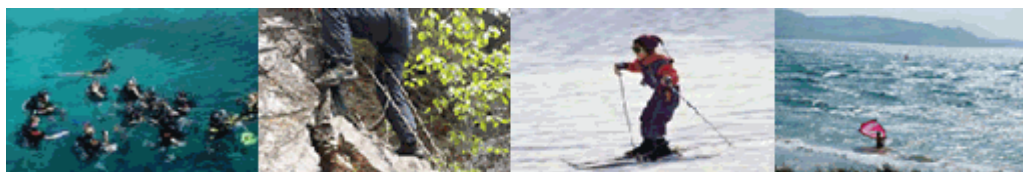
- Τουρισμός ξενοδοχείου
- Τουρισμός πανδοχείου
- Τουρισμός μπανγκαλόου και διαμερισμάτων
- Τουρισμός κάμπινγκ
- Τουρισμός δεύτερης κατοικίας
- Τουρισμός σε οργανωμένα τουριστικά χωριά (clubs)
- Τουρισμός ενοικιαζόμενων δωματίων
- Τουρισμός σε γιοτ ή κρουαζιερόπλοιο κτλ.

**στ. Σύμφωνα με την ηλικία:**

- Τουρισμός νέων
- Τουρισμός τρίτης ηλικίας

## ζ. Σύμφωνα με τον προϋπολογισμό των διακοπών:

- Τουρισμός πολυτελείας
- Κοινωνικός τουρισμός κτλ.



Μορφές τουρισμού

### 4.2 Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Η ανάπτυξη του μαζικού οργανωμένου τουρισμού' όλες τις συνέπειες που συνεπάγονται οι χωρο-χρονικές συγκεντρώσεις του, τόσο στις χώρες υποδοχής όσο και στις χώρες προέλευσης των τουριστών, ήρθε σε αντίθεση με τα αρχέγονα και βαθύτερα κίνητρα των τουριστών. Η αμφισβήτηση του μοντέλου του μαζικού οργανωμένου τουρισμού επήλθε με την ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Εννοιολογικά, οι <<ειδικές μορφές >> τουρισμού προσδιορίζονται από τα επιμέρους ειδικά κίνητρα που ωθούν τα άτομα στην τουριστική μετακίνηση, ενώ οι <<εναλλακτικές μορφές>>, οι οποίες αποτελούν τμήμα των ειδικών μορφών, ερμηνεύονται από τα κίνητρα των ατόμων που σχετίζονται με τον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού (αυτονομία) και τον προσανατολισμό της τουριστικής κατανάλωσης σε περιβαλλοντικά προϊόντα.

Ουσιαστικά, η ομάδα κινήτρων που προσδιορίζει τον τύπο του ταξιδιού και την καταναλωτική συμπεριφορά του τουρίστα καθορίζει και την επιλογή μιας ή περισσότερων ειδικών ή εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ο συσχετισμός μεταξύ των τουριστικών προϊόντων του τόπου υποδοχής, καθώς και της τουριστικής οργάνωσης των ζωνών προέλευσης, της τμηματοποίησης της πελατείας και του προφίλ των τουριστών, αποδεικνύεται απαραίτητη όσον αφορά την ανάπτυξη και την εμπορικοποίηση αυτών των μορφών.

Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού δίνονται παρακάτω :

1. Κοινωνικός τουρισμός	14. Εκπαιδευτικός τουρισμός
2. Κοινωνικός τουρισμός	15. Θρησκευτικός τουρισμός επαγγελματικών ενώσεων
3. Αγροτουρισμός (διάφοροι τύποι)	16. Συνεδριακός τουρισμός
4. Συμπλέγματα αγροτουρισμού σε σύγχρονους οικισμούς	17. Εκθεσιακός τουρισμός
5. Τουρισμός στην ύπαιθρο	18. Τουρισμός κινήτρων
6. Τουρισμός τρίτης ηλικίας	19. Επαγγελματικός τουρισμός
7. Αθλητικός τουρισμός	20. Ορεινός τουρισμός
8. Περιηγητικός τουρισμός	21. Χειμερινός τουρισμός
9. Θαλάσσιος τουρισμός	22. Γυμναστικός τουρισμός
10. Οικολογικός τουρισμός	23. Χρονομεριστική μίσθωση
11. Τουρισμός υγείας	24. Τουρισμός περιπέτειας
12. Ιαματικός τουρισμός	25. Τουρισμός σε οργανωμένα τουριστικά χωριά (clubs)
13. Πολιτιστικός τουρισμός	26. Τουρισμός σε θεματικά πάρκα

## Κεφάλαιο 5

### Η γεωγραφία του τουρισμού

#### 5.1 Η γεωγραφία του τουρισμού : η εφαρμογή της στην ανάλυση επιπτώσεων

Η γεωγραφία έχει να κάνει με την μελέτη του περιβάλλοντος και των ανθρώπων και τη συνύπαρξη ανθρώπου περιβάλλοντος σε διαφορετικά επίπεδα, από το διεθνές, το εθνικό και περιφερειακό επίπεδο μέχρι το τοπικό επίπεδο. Πιο προχωρημένες μελέτες του τουρισμού έχουν δείξει ότι η συμβολή της γεωγραφίας μπορεί να είναι σημαντική, με το ενδιαφέρον της στον τόπο και στον χώρο (δηλαδή, πως οργανώνονται οι δραστηριότητες σε διαφορετικές τοποθεσίες), επειδή ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα δυναμική, που απαιτεί κίνηση από μια αφετηρία σ' έναν προορισμό. Πολλές μελέτες γεωγραφίας και τουρισμού είναι πολύ ακαδημαϊκές και βασίζονται στη θεωρία και τις ιδέες για να κατανοηθεί η πολυπλοκότητα του τουρισμού στο χώρο και στον χρόνο (δηλαδή, πως λειτουργεί σε διαφορετικούς χρόνους και σε διαφορετικούς χώρους). Εντούτοις, υπάρχουν κάποιες ερευνητικές δεξιότητες που χρησιμοποιούν οι γεωγράφοι και η εφαρμογή τους, στην περίπτωση του τουρισμού, μπορεί να βοηθήσει να κατανοηθεί γιατί οι τουρίστες πηγαίνουν διακοπές σε ορισμένα μέρη, πότε πηγαίνουν, τι κάνουν εκεί, πού συμβαίνουν οι επιπτώσεις μιας τέτοιας δραστηριότητας του επισκέπτη, και τι μπορεί να γίνει προκειμένου να ελαχιστοποιηθούν οι αρνητικές επιδράσεις.

Υπάρχουν δύο τεχνικές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να μελετήσουμε ορισμένα από τα ζητήματα που αφορούν τη συμπεριφορά των επισκεπτών προκειμένου να κατανοηθούν τα γεωγραφικά πρότυπα τουρισμού-ιδιαίτερα η φύση των τουριστικών ροών, έτσι ώστε να κατανοηθούν η κλίμακα και η έκταση του τουρισμού.



Αεροδρόμιο, Τρόπος μεταφοράς τουριστών

Η πρώτη τεχνική είναι μια απλή ανάλυση και χαρτογράφηση των ροών τουρισμού μεταξύ χωρών προέλευσης και προορισμού, για να αναφερθούμε στις κύριες ροές. Παραδείγματος χάριν, σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, μπορεί να χρησιμοποιηθούν δεδομένα από αεροπορικές αναχωρήσεις για να εξεταστεί το ταξίδι μεταξύ δύο περιοχών (π.χ., ταξίδια σε χώρες μέλη της Ε.Ε αλλά και μεταξύ αυτών).

Αυτό που αναδεικνύεται ως σημαντικό είναι οι ευρωπαϊκές αγορές αεροπορικού ταξιδιού από Η.Β., τη Γερμανία και άλλες χώρες προς την Ισπανία και τη Μεσόγειο, καθώς επίσης το επαγγελματικό ταξίδι. Επιπρόσθετα, αγορές που είναι κοντά σε ηπειρωτικά σύνορα και δημοφιλή προορισμό (π.χ., ροές από Γαλλία προς Ισπανία) έχουν ισχυρή τάση να χρησιμοποιούν ταξίδια με αυτοκίνητο, δείχνοντας τις εποχικές επιδράσεις στους δρόμους και τα αεροδρόμια σε κάθε αντίστοιχη περιοχή προορισμού. Ακόμη και σ' ένα τέτοιο στοιχειώδες επίπεδο, τα υποδείγματα αυτά αρχίζουν να εξηγούν τους εποχικούς ρυθμούς του τουρισμού, το αποτέλεσμα των μαζικών ταξιδιών στις περιοχές προορισμού και την πίεση που αυτό προκαλεί στις υποδομές, το περιβάλλον και τους ανθρώπους στις περιοχές των τουριστικών κέντρων.

Έρευνα της Eurostat σχετικά με τη σταθερότητα των ροών τουρισμού στην Ε.Ε. έχει δείξει ότι ο τουρισμός επικεντρώνεται σε μεγάλο βαθμό στους μήνες Ιούνιο-Σεπτέμβριο, βάσει δεδομένων πληρότητας των ξενοδοχείων, μολονότι αυτό κυμαίνεται από χώρα σε χώρα. Οι διακυμάνσεις αυτές δείχνουν τη σπουδαιότητα της κατανόησης του χρονικού καθορισμού των τουριστικών ταξιδιών και του τύπου προορισμού, προκειμένου να αρχίσουμε να εντοπίζουμε που θα συμβούν οι επιπτώσεις.

Η δεύτερη και πιο εξελιγμένη μέθοδος ανάλυσης που χρησιμοποιείται για να κατανοήσουμε πως μπορούν να επιδρούν οι επισκέπτες στους τόπους προορισμού μέσω των δραστηριοτήτων τους είναι να μελετήσουμε τα υποδείγματα δραστηριοτήτων τους (τι κάνουν τότε, που, για πόσο χρόνο, και τις διακυμάνσεις ανάλογα με το τμήμα αγοράς). Στην προκειμένη περίπτωση μπορεί να χρησιμοποιηθούν οι πρόσφατες πρόοδοι στην πληροφορική τεχνολογία που έχουν κάνει οι γεωγράφοι σε όρους των νέων Συστημάτων Γεωγραφικών Πληροφοριών (Geographical Information Systems - GIS). Τα GIS χρησιμοποιούν προηγμένα προγράμματα υπολογιστή, συνήθως το πρόγραμμα ArcInfo και τις παραλλαγές του, για τη συγκέντρωση δεδομένων για τον τουρισμό με γεωγραφική διάσταση. Τα γεωγραφικά στοιχεία των δεδομένων (π.χ., ένα υπόδειγμα ταξιδιού ενός τουρίστα και οι ειδικές δραστηριότητες που εκτελούνται σε κάθε σημείο ενός δρομολογίου) μπορούν τότε να καταγραφούν, χαρτογραφηθούν και διαμορφωθούν σε μοντέλο, προκειμένου να

κατανοηθεί πώς υπάρχουν συνολικά υποδείγματα τουριστικής δραστηριότητας σε ένα μέρος ή μια περιοχή. Τότε είναι δυνατό να αρχίσουμε να εντοπίζουμε που συμβαίνουν ιδιαίτερες επιπτώσεις και να προσδιορίζουμε τα γεωγραφικά πρότυπα ανάπτυξης τουριστικών επιχειρήσεων προκειμένου να προσδιοριστεί πού υπάρχουν οι κύριες ευκαιρίες ανάπτυξης. Τα δεδομένα είναι επίσης χρήσιμα στο να βοηθήσουν να καθοριστεί τι μέτρα σχεδιασμού χρειάζονται και πού, πότε να περιορίσουμε ή να διευκολύνουμε την τουριστική ανάπτυξη και τα μέτρα που θα μπορούσε να χρειαστεί να χρησιμοποιηθούν για τη διαχείριση διαφορετικών προτύπων συμπεριφοράς των επισκεπτών. Δεν προκαλεί έκπληξη το ότι πολλές υπηρεσίες σχεδιασμού των τοπικών αρχών χρησιμοποιούν τις τεχνικές αυτές στην καθημερινή τους εργασία, αλλά η εφαρμογή στον τουρισμό, σήμερα, είναι πολύ περιορισμένη. Τα GIS είναι ένα ισχυρό αλλά ακόμη πολύ λίγο χρησιμοποιούμενο ερευνητικό εργαλείο στον τουρισμό. Αυτά έχουν τεράστιες δυνατότητες εφαρμογής στην υποβοήθηση του μάνατζμεντ, της ανάπτυξης και της κατανόησης της δυναμικής του τουρισμού.

Η ενοποίηση των διαφορετικών πηγών δεδομένων στα GIS δημιουργεί σημαντική δυνατότητα οπτικής αποσαφήνισης της δυναμικής του τουρισμού και των διαφόρων επιπτώσεων που υπάρχουν σε σύνδεση με άλλες πηγές δεδομένων (π.χ., αρχεία υποβάθμισης του εδάφους, περιβαλλοντική ρύπανση και οικονομικά δεδομένα). Αυτό βοηθά στον προσδιορισμό και κατανόηση ορισμένων επιπτώσεων του τουρισμού καθώς και των τρόπων στους οποίους θα χρειαστεί να αναπτυχθούν μέτρα διαχείρισης. Με αυτά, λοιπόν, κατά νου θα στραφεί η προσοχή μας στις διαφορετικές επιπτώσεις του τουρισμού στην χώρα υποδοχής.

## **5.2 Ανάλυση των επιπτώσεων του τουρισμού**

Ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι σχεδιαστές για την εκτίμηση των επιπτώσεων του τουρισμού είναι η καθιέρωση μιας κατάλληλης βάσης σύγκρισης έναντι της οποίας να μετρούν τις υφιστάμενες και τις μελλοντικές αλλαγές που επιφέρει ο τουρισμός. Αυτό είναι ένα πρόβλημα που αναφέρεται σε επιστημονικές μελέτες Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων (Environmental Assessment EA), που επιδιώκουν να συνδυάσουν διαφορετικές πηγές δεδομένων για να κατανοήσουμε πως η τουριστική ανάπτυξη επηρεάζει το περιβάλλον. Η EA αναγνωρίζει τα πρακτικά προβλήματα μελετών για δημιουργία βάσης σύγκρισης και στο διαχωρισμό της επίπτωσης του τουρισμού από άλλες οικονομικές δραστηριότητες, επειδή είναι δύσκολο να απομονώσουμε τον τουρισμό από άλλες μορφές οικονομικής ανάπτυξης. Οι Mathieson και Wall (1982) τόνισαν την ακριβή φύση του προβλήματος, αφού σε πολλούς τουριστικούς προορισμούς είναι σχεδόν αδύνατο να ανασυνθέσουμε το περιβάλλον χωρίς τα αποτελέσματα που επιφέρει ο τουρισμός.



Ενώ αναγνωρίζεται ευρέως ότι ο τουρισμός είναι σημαντικός παράγοντας επηρεασμού του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος, η απομόνωση των ακριβών αιτιών ή διαδικασιών που οδηγούν σε συγκεκριμένες επιπτώσεις είναι δύσκολη: είναι, άραγε, ο τουρισμός ο κύριος συντελεστής της αλλαγής, ή είναι μέρος μιας ευρύτερης διαδικασίας ανάπτυξης σε κάποιο προορισμό; Όπως υποστηρίζουν οι Mathieson και Wall (1982: 5):

.... ο τουρισμός ίσως είναι επίσης ο ορατός αποδιοπομπαίος τράγος για προβλήματα που υπήρχαν πριν από την έλευση του σύγχρονου τουρισμού.

Ασφαλώς είναι ευκολότερο να ενοχοποιήσουμε τον τουρισμό παρά να ασχοληθούμε με τις συνθήκες της κοινωνίας και του περιβάλλοντος.

Οι πολύπλοκες αλληλεπιδράσεις τουρισμού και φυσικού περιβάλλοντος καθιστούν ουσιαστικά αδύνατη τη μέτρηση των επισκεπτών με κάποιο βαθμό ακριβείας. Παρόλα αυτά, οι επιπτώσεις μπορεί να είναι μεγάλης κλίμακας και απτές (π.χ., όπου ένας προορισμός είναι κορεσμένος από επισκέπτες) ή μικρής κλίμακας και απροσδιόριστες.

Άλλοι παράγοντες που περιπλέκουν την ανάλυση της επίπτωσης του τουρισμού περιλαμβάνουν την έκταση στην οποία το αποτέλεσμα του τουρισμού είναι, απαραίτητα, συνεχές στο χρόνο (δηλαδή, το ζήτημα της εποχικότητας) και τη γεωγραφία του τουρισμού (καθώς η τουριστική δραστηριότητα τείνει να συγκεντρώνεται σε ορισμένες τοποθεσίες, όπως είναι οι προορισμοί στους οποίους υπάρχουν η προσφορά των υπηρεσιών και των εγκαταστάσεων). Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να αρχίσουμε να προσδιορίζουμε τους ειδικούς δείκτες για τις επιπτώσεις του τουρισμού που επιλέγονται να αντιπροσωπεύουν την πολύπλοκη αλληλεπίδραση τουρισμού και προορισμού, προκειμένου να εξετάσουμε την εκτίμηση των επιπτώσεων. Ενώ αυτό συνεπάγεται πολύπλοκες μεθόδους ανάλυσης που μπορεί να υποβοηθούνται από τα GIS και τη μοντελοποίηση μέσω υπολογιστή, είναι σαφές ότι οι επιπτώσεις υπερβαίνουν την έννοια του κόστους και του οφέλους για συγκεκριμένους προορισμούς.

Ένα χρήσιμο αφετηριακό σημείο στην ανάλυση των επιπτώσεων του τουρισμού σε πρακτικό πλαίσιο είναι η απόφαση σχετικά με τον τρόπο μέτρησης των επιπέδων επίσκεψης ως βάσης υπολογισμού του αριθμού των επισκεπτών σε ένα προορισμό. Επίσης, ένα από τα προβλήματα με τις έρευνες τις σχετικές με τους επισκέπτες αφορά τη χρησιμότητά τους. Συχνά οι έρευνες αυτές διεξάγονται σε θέλγητρα επισκεπτών ή βασίζονται στα ποσοστά πληρότητας των καταλυμάτων και στην ικανότητα διαμόρφωσης αντιπροσωπευτικού δείγματος επισκέψεων στον προορισμό και έτσι η αξιοπιστία τους είναι αμφισβητήσιμη. Επομένως, εκεί όπου συγκεντρώνονται πληροφορίες σχετικά με τους επισκέπτες χρειάζεται

αυτές να συσχετίζονται με άλλες μορφές στατιστικών πληροφοριών για να προσδιοριστεί ο όγκος του τουρισμού.

Μια παλαιότερη εργασία του Potter (1978) παρείχε το γενικό πλαίσιο για την εκτίμηση των επιπτώσεων. Αυτό απεικονίζεται στο Διάγραμμα 5 όπου οι επιπτώσεις ενσωματώνουν περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά ζητήματα. Η προσέγγιση του Potter (1978) έχει ορισμένα βήματα, ξεκινώντας από το πλαίσιο της ανάπτυξης μέχρι τη λήψη αποφάσεων για ορισμένο τύπο ανάπτυξης, που είναι χρήσιμα στο πλαίσιο του σχεδιασμού και του μανάτζμεντ.



Θαλάσσια σπορ

- |        |   |
|--------|---|
| Βήμα 1 | Εξέταση του πλαισίου τουριστικής ανάπτυξης  |
| Βήμα 2 | Προβλέψεις για τη μελλοντική ανάπτυξη της περιοχής εάν προχωράει ή όχι η ανάπτυξη   |
| Βήμα 3 | Εξέταση της φύσης της τουριστικής ανάπτυξης   |
| Βήμα 4 | Προβλέψεις για τη μελλοντική ανάπτυξη / τι συμβαίνει όταν πραγματοποιείται ανάπτυξη |
| Βήμα 5 | Αναγνώριση των ποιοτικών και ποσοτικών διαφορών ανάμεσα στα βήματα 2 και 4          |
| Βήμα 6 | Υπόδειξη μέτρων βελτίωσης / απάλυνσης για μείωση αρνητικών επιπτώσεων               |
| Βήμα 7 | Ανάλυση των επιπτώσεων και σύγκριση των εναλλακτικών δυνατοτήτων                    |
| Βήμα 8 | Παρουσίαση των αποτελεσμάτων  |
| Βήμα 9 | Λήψη αποφάσεων  |

Από τη στιγμή που ο τουρισμός μεταβλήθηκε σε μια σύγχρονη αναγκαιότητα, η συνολική του δραστηριότητα επεκτάθηκε σε πολύ μεγάλο βαθμό.

Αποτέλεσμα αυτής της επέκτασης ήταν να δημιουργηθούν πολλές νέες και επιστημονικά ακόμα μη επεξεργασμένες επιδράσεις και αλληλεπιδράσεις του τουρισμού σε διαφορετικά επίπεδα της κοινωνικής ζωής.

Αναπόφευκτα αυτή η γκάμα νέων στοιχείων και δεδομένων δημιούργησε πρόσθετα ερωτηματικά και επιπτώσεις σχετικά με την ανάπτυξη του τουρισμού.

Παρακάτω ακολουθούν τρεις κατηγορίες θεμάτων-προβληματισμών που προέκυψαν από την τουριστική ανάπτυξη στη σύγχρονη κοινωνία.

#### α. Επιρροές στο επίπεδο της Ψυχολογίας

1. Αλλαγή στους προσδιοριστικούς παράγοντες διαμόρφωσης της προσωπικότητας
2. Ψυχο-σωματικές επιβαρύνσεις που οδηγούν στον τουρισμό
3. στοιχεία εθνοκεντρικής τοποθέτησης κατά την τουριστική ανάπτυξη
4. συνειδησιακά προβλήματα επαγγελματιών του τουριστικού κλάδου
5. η παρερμηνεία της φιλοξενίας και ο αυθορμητισμός
6. ενδο-οικογενειακές ψυχολογικές επιδράσεις από την τουριστική ανάπτυξη
7. στοιχεία συμμετοχικής διάθεσης κατά την υποδοχή τουριστικών ρευμάτων
8. αποτελέσματα της εντατικοποίησης εξαιτίας της εποχικότητας του τουρισμού
9. η αδυναμία παρακολούθησης των διεργασιών από τους μη απασχολούμενους
10. επιρροές ψυχολογικού χαρακτήρα από τουριστική ανάπτυξη συνολικά
11. το σύνδρομο του «γκαρσονιού»
12. η εξιδανίκευση και η άρνηση της πραγματικότητας
13. η αντιθετική συμπεριφορά ή η συμπεριφορά από αντίδραση
14. οι απωθήσεις που γεννιούνται κατά την τουριστική ανάπτυξη
15. προβλήματα προσαρμογής : αποστέρωση, σύγκρουση και πίεση
16. η δημιουργία προβλημάτων ψυχολογικών με βάση τους νέους κοινωνικούς ρόλους
17. νέες παράμετροι της ψυχολογίας στον χώρο της τουριστικής animation

#### β. Επιρροές στο επίπεδο της Κοινωνιολογίας

1. επαναπροσδιορισμός τρόπου ζωής και ψυχαγωγίας
2. σχέση εισοδηματικού επιπέδου και επισήμανση ανισοτήτων στον τουρισμό

3. κοινωνική στρωμάτωση και τουριστική ανάπτυξη
  4. αλλοτρίωση σε τουριστικούς προορισμούς μαζικής εισροής για τους κατοίκους
  5. αναζήτηση του εύκολου κέρδους σε αρχικά στάδια και αναδιανομή εισοδήματος
  6. αύξηση του επιπέδου και των τιμών γης στις αναπτυσσόμενες περιοχές
  7. δημογραφική διαφοροποίηση και αλλοίωση σύνθεσης πληθυσμού
  8. μεταβολή οικονομικής κατάστασης περιοχών και σε ατομικό επίπεδο
  9. αναβάθμιση των εργασιών κύριας υλικο-τεχνικής υποδομής
  10. επανατοποθέτηση του ρόλου της εκπαίδευσης των επαγγελματιών και των κατοίκων
  11. νέα οριοθέτηση των δεδομένων της συνδικαλιστικής συσπείρωσης
  12. δημιουργία νέων δεδομένων της συνδικαλιστικής συσπείρωσης
  13. πληθυσμιακές συσσωρεύσεις με όλα τα συνακόλουθα για τον ντόπιο πληθυσμό
  14. αλλαγή στην αντιμετώπιση των σχέσεων μεταξύ των λαών
  15. γνωριμία με διαφορετικά συστήματα, τρόπους ζωής, επίπεδα πολιτιστικά, κ.λπ.
  16. επιρροές πάνω στα ήθη, έθιμα, πιστεύω κ.λπ.
  17. δημιουργία μιας νέας μορφής κοινωνικής συνείδησης : της τουριστικής
  18. εγγενή προβλήματα προσμείξεων στις τουριστικές περιοχές
  19. επιδράσεις πάνω στη σεξουαλική συμπεριφορά
  20. διαφοροποιήσεις στις διαπροσωπικές σχέσεις εξαιτίας των κινδύνων του AIDS
  21. δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, ειδικά σε περιόδους αύξησης της ανεργίας
- γ. Άλλες Γενικές & Ειδικές επιρροές εξαιτίας του Τουρισμού
1. περιβαλλοντικές επιδράσεις (θετικές και αρνητικές)
  2. επιδράσεις πάνω στα θέματα επικοινωνίας στο σύνολό τους
  3. επιρροές πάνω στα θέματα ειρήνης, ύφεσης και αφοπλισμού
  4. ειδικές επιδράσεις από τον τουρίστα κατά τη διάρκεια των διακοπών
  5. αναβάθμιση θεσμικών επιπέδων που η ανάπτυξή τους σχετίζεται με τον τουρισμό
  6. διαφοροποιήσεις στον χώρο των οικονομικών δεδομένων
  7. αναμόρφωση των επενδυτικών προσπαθειών και δυνατοτήτων
  8. συμβολή στο ισοζύγιο εξωτερικών πληρωμών σε εθνική και τοπική κλίμακα
  9. εμφάνιση της ειδικότητας και του καταμερισμού το τουρισμού κατά περιοχές
  10. η εμφάνιση παρα-οικονομικών διεργασιών (λ.χ. παραξενοδοχεία)
  11. γενικότερη άνοδος του βιοτικού επιπέδου λόγω τουρισμού (έργα υποδομής και ανωδομής)

## Κεφάλαιο 6

### Κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού

#### 6.1 Εισαγωγή

Οι κοινωνικές επιδράσεις και επιπτώσεις που προκύπτουν από τη σύγχρονη τουριστική ανάπτυξη σε όλον τον πλανήτη είναι πολλές και διαφορετικές και καλύπτουν ένα εξαιρετικά ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων.

Οι κυριότερες από αυτές μπορούν να συνοψισθούν στην κοινωνική αλλαγή που επέρχεται στις τουριστικές περιοχές και στην κοινωνικο-ψυχολογική διάσταση κάποιων τουριστικών μορφών επιστροφής στο παρελθόν.

Πρόκειται για ζητήματα που αφορούν τόσο τις κοινωνικές επιδράσεις όσον και τις κοινωνικές επιπτώσεις που δημιουργεί ο μαζικός τουρισμός σε τόπους υποδοχής τουριστών.

Οι αναλύσεις των κοινωνικών αλλά και των πολιτιστικών επιδράσεων του τουρισμού στις χώρες υποδοχής των τουριστών φαίνεται να είναι ουσιαστικά υποτιμημένες ή και καθ' ολοκληρία παραμελημένες, εφόσον το κύριο βάρος των αναλύσεων αφορά τις οικονομικές επιδράσεις και όχι τις κοινωνικο-πολιτιστικές.

Ωστόσο, η κοινωνική ανάλυση, η οποία ερευνά τις κοινωνικές και πολιτιστικές επιδράσεις του τουρισμού, σχετίζεται άμεσα με την οικονομική ανάλυση, δεδομένης της ετερογένειας και της πολυσυνθετότητας που χαρακτηρίζει το τουριστικό φαινόμενο.

Επομένως, η ανάλυση των κοινωνικών και πολιτιστικών επιδράσεων του τουρισμού αποδεικνύεται πολυδιάστατη, γιατί ο σύγχρονος τουρισμός, απόρροια της εκβιομηχάνισης, της αστικοποίησης και της οικονομίας υπηρεσιών, επιβάλλεται ως μια πρόσθετη μεταβλητή του υπάρχοντος κοινωνικού συστήματος, με όλα τα αποτελέσματα που αυτό συνεπάγεται.

Αυτό μπορεί να είναι η κατάληξη μιας σειράς παραγόντων, πολιτικού, ιδεολογικού και ιστορικού χαρακτήρα, λαμβάνοντας παράλληλα υπόψη και την κοινωνικο-οικονομική δομή των χωρών υποδοχής.

Φυσικά οι κοινωνικές επιδράσεις του τουρισμού θα πρέπει να αναλυθούν σε σχέση με τις κοινωνικές μεταβολές και όχι σε σχέση με την κοινωνική εξέλιξη, καθώς οι πρώτες αφορούν κυρίως το σύνολο των αλλαγών που επιτελούνται σε μια κοινωνία κατά το διάστημα μιας μεγάλης χρονικής περιόδου, ενώ η δεύτερη αφορά τις αλλαγές που παρατηρούνται και διαπιστώνονται σε μικρότερες χρονικές περιόδους.

Οι κοινωνικές επιδράσεις του τουριστικού φαινομένου έχουν διττή κατεύθυνση. Δεν περιορίζονται μόνο στις κοινωνικές αλλαγές που επιτελούνται στη ζώνη υποδοχής στο

εσωτερικό της χώρας προορισμού (αλλαγή των κοινωνικών δομών, των πολιτιστικών δομών, της συμπεριφοράς του τοπικού πληθυσμού κτλ.), αλλά ταυτόχρονα εντοπίζονται και στα πολιτιστικά και κοινωνικά μοντέλα που έχουν υιοθετήσει οι τουρίστες, καθώς και στις προσωπικές τους αξίες (ευκαιρία για δημιουργία έντονων συγκινησιακών καταστάσεων, επαφή με αξίες που ανήκουν στο παρελθόν, επαφή με διαφορετικούς πολιτισμούς, προσαρμογή σε διαφορετικούς τρόπους ζωής κτλ.).

## **6.2 Ο τουρισμός και η κοινωνική αλλαγή**

Η τουριστική ανάπτυξη, όπως και κάθε άλλο είδος οικονομικής ανάπτυξης, επιφέρει σημαντικές διαφοροποιήσεις σε μια περιοχή, σ' έναν τόπο ή σε μια χώρα δημιουργώντας το πλαίσιο των κοινωνικών επιπτώσεων, που άλλοτε αναφέρονται στο κοινωνικό, άλλοτε στο περιβαλλοντικό και άλλοτε στο πολιτιστικό επίπεδο. Αυτές μάλιστα υπήρξαν και οι πρώτες θεωρητικές προσεγγίσεις που η Κοινωνιολογία του Τουρισμού επιχείρησε στο νηπιακό στάδιό της, με εμπειρικό κυρίως χαρακτήρα.

Μια από τις πλέον σημαντικές από αυτές τις επιπτώσεις και ενδεχομένως η αξιολογικά σπουδαιότερη είναι αυτή η οποία συνδέεται με την κοινωνική αλλαγή που επέρχεται σ' έναν τόπο λόγω του τουρισμού, φαινόμενο το οποίο συναντάται στη μεταπολεμική ιστορία του τουρισμού σε όλα τα μήκη και πλάτη του πλανήτη που πέρασαν από τη φάση της υπανάπτυξης μέχρι την τουριστική ανάπτυξη και τη μετατροπή ενός τόπου σε τουριστικό "προορισμό".

Κύριο σημείο αναφοράς αυτής της κοινωνικής αλλαγής λόγω του τουρισμού είναι ότι συνήθως αυτή επέρχεται στον αναπτυσσόμενο κόσμο-ενίοτε και στον αναπτυγμένο-και δεν αφορά στην πλειοψηφία των περιπτώσεων, σύμφωνα με τις διεθνείς μελέτες, τα αστικά κέντρα, αλλά ιδίως την ύπαιθρο. Τα αίτια αυτής της διαπίστωσης βρίσκονται στο γεγονός ότι τα αστικά κέντρα, από πλευράς κρατικής οικονομικής πολιτικής, επιλέγονται ως χώροι-πόλοι βιομηχανικής ανάπτυξης, ανεξάρτητα από το γεγονός ότι μετά τη εκβιομηχάνιση είναι σύνηθες πλέον να ακολουθεί και η τουριστική ανάπτυξη.

Τόσο το διεθνές όσο και το ελληνικό ερευνητικό πεδίο στο χώρο της Κοινωνιολογίας του Τουρισμού βρίθει από αναφορές στο είδος και στα επιμέρους στάδια της ανάπτυξης, τα οποία και οδηγούν συνακόλουθα στην κοινωνική αλλαγή.

Στάδια όπως αυτό της αρχικής "ανακάλυψης" από μεμονωμένους τουρίστες μιας περιοχής, το πέρασμα στην "ομαδοποίηση" των ταξιδιωτών, τη δραστηριοποίηση των οργανισμών τουριστικής διακίνησης και τη δημιουργία εγκαταστάσεων τουριστικής υποδομής και ανωδομής με τελικό στάδιο την πλήρη τουριστική οργάνωση, τη διακίνηση μέσω τουριστικών "πακέτων" και την ολοκλήρωση της τουριστικής υποδομής. Μια σημαντική

διαφοροποίηση που επιτελείται από τη στιγμή που πρωτοεμφανίζονται τουρίστες σ' έναν τόπο μέχρι την ανάπτυξή του και τη μετατροπή του σε τουριστικό προορισμό είναι η αλλαγή του είδους των τουριστών που επισκέπτονταν τον τόπο, οι οποίοι βαθμιαία αποχωρούν, δίνοντας τη θέση τους σε οργανωμένους (γκρουπαρισμένους) τουρίστες, που πλέον επικρατούν.

Στην διάρκεια αυτών των τριών σταδίων από την τουριστική υπανάπτυξη στην τουριστική ανάπτυξη συντελούνται ορισμένες ιδιαίτερα σημαντικές κοινωνικές αλλαγές, που δεν θα επέρχονταν αν δεν μεσολαβούσε ο τουρισμός. Οι κυριότερες από αυτές τις διαφοροποιήσεις που επιφέρουν οι κοινωνικές αλλαγές είναι οι ακόλουθες :

- Αλλαγές στα ήθη και στα έθιμα, οι οποίες έχουν καθοριστικό χαρακτήρα, διότι παραλλάσσουν τα κοινωνικά δεδομένα της περιοχής, επηρεάζουν σοβαρότατα τους ανθρώπους, τους θεσμούς, την οικογένεια και την κοινωνία εν γένει και θα αναλυθούν σε επόμενο κεφάλαιο.
- Αλλαγές στις εργασιακές σχέσεις, οι οποίες γίνονται βαθμιαία εμφανείς στην τοπική κοινωνία, με την αριθμητική αύξηση των εργασιακών θέσεων, με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, με την εγκατάλειψη του αγροτικού τρόπου ζωής, όπου υπάρχει, την αναζήτηση και εύρεση δεύτερης δουλειάς για τη συμπλήρωση του εισοδήματος κλπ., δημιουργώντας μια έντονη εργασιακή και επαγγελματική κινητικότητα με συνεχή αναπτυξιακή πορεία μέχρι την ολοκλήρωση της τουριστικής ανάπτυξης αλλά και μετά από αυτή.
- Αλλαγές στη χωροταξία-περιβάλλον, οι οποίες στη συντριπτική πλειοψηφία των περιπτώσεων είναι καταλυτικές, αφού αλλάζουν ριζικά την όλη πολεοδομική και αρχιτεκτονική εικόνα της περιοχής, μιας και πολλαπλασιάζονται οι οικοδομές και τα εμπορικά καταστήματα. Συχνά δε η καταστροφή του περιβάλλοντος (ιδίως στην ξηρά και τη θάλασσα) είναι τόσο ραγδαία, που μπορεί να γίνει λόγος για ολοκληρωτική καταστροφή, ενώ η υπάρχουσα υποδομή του τόπου (λ.χ. αποχέτευση, συγκοινωνιακό δίκτυο, ηλεκτροδότηση κλπ.) δεν είναι σε θέση να ανταπεξέλθει στο δεκαπλασιασμό του πληθυσμού στη διάρκεια της τουριστικής περιόδου.
- Αλλαγές στην οργανωτική-διοικητική δομή, καθώς η εμφάνιση του τουρισμού οδηγεί στη συσπείρωση των ντόπιων παραγόντων, στην ανάπτυξη ποιοτικών πρωτοβουλιών τόσο από τους κατοίκους όσο και από τους επαγγελματικούς φορείς σε θέματα εκπαίδευσης, περιβάλλοντος, διεθνούς προβολής, που ενισχύουν τον κοινωνικό ιστό και συμβάλλουν στην ανάπτυξη.
- Αλλαγές στην τοπική οικονομία, καθόσον μέσω και διά του τουρισμού αλλάζουν ριζικά τα οικονομικά δεδομένα, δημιουργούνται νέες οικονομικές τάξεις,



ισχυροποιούνται οι ασχολούμενοι με τον τουρισμό σε σχέση με όλες τις άλλες κοινωνικο-οικονομικές τάξεις, ενισχύεται η μεσαία οικονομική τάξη και παραμελούνται οικονομικές δραστηριότητες που είχαν παραδοσιακά εδραιωθεί στην τοπική κοινωνία.

Είναι λοιπόν προφανές ότι ο τουρισμός ως παραγωγική, οικονομική και αναπτυξιακή δραστηριότητα εμπεριέχει στοιχεία, τα οποία άπτονται της Κοινωνιολογίας του Τουρισμού γενικά, αλλά και της κοινωνικής αλλαγής ειδικότερα, η οποία αποτελεί στοιχείο εκ των ουκ άνευ της εμφάνισης του τουρισμού.

Η κοινωνική αλλαγή που επέρχεται βεβαίως μέσω της τουριστικής ανάπτυξης δεν έχει μόνο θετικά ή μόνο αρνητικά στοιχεία, αλλά αντιθέτως αποτελεί ένα συγκερασμό θετικών και αρνητικών επιπτώσεων που μόνο η ορθολογική κρατική τουριστική πολιτική μπορεί να οριοθετήσει. Κάθε φορά που το νομικό πλαίσιο της ανάπτυξης πάσχει ή ο έλεγχος της επίσημης πολιτείας είναι πλημμελής, επικρατούν οι αρνητικές επιπτώσεις στην όλη διαδικασία της κοινωνικής αλλαγής.

Αντιθέτως, κάθε φορά που επιχειρείται-και αυτό συνάγεται από τη σχετική διεθνή εμπειρία-η προγραμματισμένη ανάπτυξη ενός τόπου και η μετατροπή του σε τουριστικό προορισμό με ορθολογικά κριτήρια ανάπτυξης, με κατάλληλο νομικό πλαίσιο και με σωστούς ελέγχους από την πολιτεία επικρατούν οι θετικές επιπτώσεις στην όλη κοινωνική αλλαγή που συντελείται, όπως και στους θεσμούς και τις δομές της συγκεκριμένης κοινωνίας.

Εκείνο που θα πρέπει να συγκρατήσουμε, είναι ότι η εμφάνιση της τουριστικής διεργασίας σε μια περιοχή, προκαλεί ούτως ή άλλως σημαντικές κοινωνικές αλλαγές στα υπάρχοντα κοινωνικά δεδομένα, και περιορισμός των αρνητικών και η αύξηση των θετικών επιπτώσεων προϋποθέτει ορθολογικό σχεδιασμό της επιτελούμενης ανάπτυξης, ώστε αυτή να είναι αρχικά αποδοτική για την τοπική κοινωνία και συνακόλουθα για την εθνική οικονομία της χώρας. Τουρισμός και κοινωνική αλλαγή είναι έννοιες ταυτόσημες και άρρηκτα συνδεδεμένες μεταξύ τους.

### **6.3 Τουριστικές μορφές επιστροφής στο παρελθόν :**

#### **η κοινωνικο-ψυχολογική διάσταση**

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναφερθούμε σε κάποιες μορφές τουριστικών εκμεταλλεύσεων που οδηγούν τον τουρίστα-καταναλωτή στο παρελθόν ,στην αναζήτηση άλλων, πιο ήρεμων, αλλά και δύσκολων εποχών. Στην πράξη είναι ένα γραφικό ταξίδι μέσα στο χρόνο, που πέρα από τη γενικότερη τουριστική σημασία του έχει και ένα ουσιαστικό κοινωνικο-ψυχολογικό υπόβαθρο.

Στηρίζεται σε μια έννοια της Κοινωνικής Ψυχολογίας, την *αποστέρηση*, που έχει ουσιαστική σημασία και αποτελεί ένα από τα βασικά προβλήματα της τουριστικής έννοιας της προσαρμογής και στη συγκεκριμένη αυτή μορφή τουριστικών επιλογών έχει ιδιαίζουσα σπουδαιότητα.

Και αυτό γιατί η άναρχη οικιστική πολιτική στα αστικά κέντρα και στις βιομηχανικές περιοχές, η υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος, όχι μόνο του γενικού αλλά και του τουριστικού, η οφθαλμοφανής υποβάθμιση της ποιότητας ζωής, όπως και η έλλειψη συμμόρφωσης με βασικούς κανόνες της αισθητικής αντίληψης έχουν δημιουργήσει μία τάση φυγής του αστικού κυρίως πληθυσμού σε οτιδήποτε είναι δυνατόν-έστω και πρόσκαιρα-να συμβάλλει στην ικανοποίησή του.

Με την έννοια αυτή φαίνεται ολότελα φυσικό το γεγονός της παροδικής έστω προσπάθειας του ατόμου να επιλέξει ένα νέο τρόπο ικανοποίησης, μακριά από εκείνη την ψυχική κατάσταση του ανικανοποίητου και της ανασφάλειας που είναι γνωστή σαν αποστέρηση (frustration).

Μια τέτοια βασική διαδικασία σημαντικού ψυχολογικού περιεχομένου είναι η λεγόμενη "ωραιοποίηση του παρελθόντος", η οποία ως νοητική διεργασία επιφέρει ψυχική εξισορρόπηση στο άτομο, με την επικράτηση στοιχείων υπερεκτίμησης ή αποκλειστικά θετικής αξιολόγησης περασμένων γεγονότων και ενεργειών.

Το κυριότερο σ' αυτή την ιδιαίτερα επωφελή για την ψυχική ισορροπία του ατόμου διαδικασία είναι ότι καλύπτει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων και αφορά παράλληλα πολλούς κοινωνικούς θεσμούς.

Για παράδειγμα :

- Το άτομο αισθάνεται εγκλωβισμένο, πιεσμένο ή υποφέρει από τη συμμετοχή του σε κάποιο κοινωνικό θεσμό (λ.χ. από την ένταξή του στο εκπαιδευτικό σύστημα ή στο στράτευμα κλπ. και δεν κρύβει την δυσαρέσκειά του. Καθώς τα χρόνια περνούν, ενθυμούμενο αυτή την ένταξη αναφέρει χαρακτηριστικά : θυμάσαι πόσο ωραία και ξεγνοιαστή ήταν η ζωή τότε που ήμασταν στο γυμνάσιο ή πόσο ωραία περνούσαμε στο στρατό;
- Το άτομο που επιχειρεί ένα ταξίδι για το οποίο πλήρωσε αδρά, προγραμματίισε έγκαιρα κ.λπ. νοιώθει έντονη ψυχολογική δυσαρέσκεια από την αθέτηση συμβατικών υποχρεώσεων του τουριστικού γραφείου, το οποίο δεν ικανοποίησε τις ανάγκες του, και διαμαρτύρεται, φωνάζει, διαπληκτίζεται με τους υπεύθυνους, δυστροπεί κ.λπ. Καθώς περνούν τα χρόνια, περιγράφοντας την αρνητική εμπειρία αναφέρει: θυμάσαι πόσο ωραία είχαμε περάσει εκεί, πόσο γλεντήσαμε, πόσο διασκεδάσαμε κ.λπ.;

Πάνω σε αυτές τις δύο παραμέτρους -δηλαδή της αποτροπής, της αποστέρησης και της

"ωραιοποίησης του παρελθόντος"-στηρίζεται ακριβώς η πρακτική, στη δημιουργία, δηλαδή, κάποιων μορφών τουριστικών εκμεταλλεύσεων, οι οποίες με χαρακτηριστικό τρόπο επιφέρουν την *πρόσκαιρη* και *παροδική* επιστροφή στο παρελθόν.

Πρόκειται για σημαντική τουριστική δραστηριότητα, η οποία αξιοποιεί πολλά από τα δεδομένα του εθνογραφικού, λαογραφικού και εν γένει πολιτισμικού πλούτου και κληρονομιάς κάθε περιοχής, δραστηριότητα που έχει πλέον δρομολογήσει μια καινούρια μορφή αξιοποίησης τουριστικών δεδομένων και που από την πορεία της δείχνει ότι είναι πετυχημένη.

Από αυτή τη μεγάλη γκάμα τέτοιας μορφής δραστηριοτήτων ακολουθούν δύο χαρακτηριστικά παραδείγματα.

Ξανασφύριξε το τρενάκι του Βόλου



### Παράδειγμα 1ο

#### " Ξανασφύριξε το τρενάκι του Βόλου (Πηλίου)"

<<Ξεκίνησε το παραδοσιακό τρενάκι του Βόλου και το απόγευμα του Σαββάτου έκανε το "παρθενικό" του ταξίδι μετά από μια διακοπή 16 χρόνων.

Με την αυλαία της Έκθεσης Βαλκανικής Χειροτεχνίας ,που λειτούργησε στο Βόλο και έληξε το Σάββατο, οι αρμόδιοι έθεσαν σε δοκιμαστική λειτουργία το "τρενάκι" στη διαδρομή "Βόλος-Αγριά", που αποτελεί και το πρώτο στάδιο των μελετητών για την πλήρη λειτουργία του τρένου στη γραμμή Βόλος-Μηλίες, απόστασης 28 χιλιομέτρων.

Υπολογίζεται ότι μέσα στον επόμενο χρόνο θα έχουν ολοκληρωθεί οι εργασίες αποκατάστασης και συντήρησης του δικτύου των γραμμών, που έχουν

εύρος 60 εκατοστών του μέτρου και οι μελετητές υποστηρίζουν ότι είναι βιώσιμη η εκμετάλλευσή του.

Σύμφωνα με το πρόγραμμα, προβλέπεται στη διάρκεια του ερχόμενου καλοκαιριού το τρένο να κάνει ένα δρομολόγιο την ημέρα : το πρωί αναχώρηση από το Βόλο και το απόγευμα επιστροφή από τις Μηλίες, ενώ το χειμώνα θα λειτουργεί μόνο τα Σαββατοκύριακα και τις αργίες.

Ο συρμός που κινήθηκε το Σάββατο αποτελούνταν από τη μηχανή, ηλικίας 80 ετών, και από τρία βαγόνια, μεταφορικής ικανότητας 80 ατόμων το καθένα.

Η εκδήλωση οργανώθηκε από το Δήμο, το *Σύλλογο Φίλων Σιδηροδρόμου Βόλου-Πηλίου* και ήταν στα πλαίσια του "*Ευρωπαϊκού Έτους Περιβάλλοντος*">>.

### **Ο μηχανικός Ντε Κίρικο**

Η γραμμή είχε εγκαινιαστεί το 1898 σε σχέδια του μηχανικού Ντε Κίρικο, πατέρα του διάσημου ζωγράφου, και τότε κάλυπτε τη διαδρομή σε δύο ώρες. Με τη λειτουργία του τρένου ζωντανεύει ένα πλούσιο παρελθόν και αναβιώνει ένα παραδοσιακό στοιχείο..."Η γραμμή λειτούργησε για έναν περίπου χρόνο, σταμάτησε το 1989 και επαναλειτούργησε το 1992.

### **Παράδειγμα 2ο**

#### **" Το χωριό των Αναμνήσεων "**

<<Καντούνια, σκαλινάδες, βόλτα και μπόντζοι. Μαγαζιά που πουλάνε μπιναμάδες, στράιστα, μπότηδες και κανίσκια. Σπίτια βαμμένα στο χρώμα της άχρας ή στο βαθύ κόκκινο και το κίτρινο.

Το γραφείο του νοδάρου και το σπετσάριο, όπου "εκτελούνται ρετσέτες". Το καφενείο που σερβίρει περγαμόντο, τσιτσιμπύρα, γλυκό του κουταλιού, σουμάδα και καφέ. Τ' αργαστήρι του πηλοφάνη, που φτιάχνε ξέστες, απλάδενες, νταβάδες, κάνταρους, τσαγκούλια και κόμοδες αριστοκρατικές. Η πλατεία με το καφενείο και την εκκλησία, με το καμπαναριό στο πλάι της. Όλα αυτά ανάμεσα σε δέντρα, λουλούδια και μυρωδιές. Είναι το "Χωριό" που, φτιαγμένο κατ' εικόνα και ομοίωση της Κέρκυρας των περασμένων αιώνων, αποτελεί το δημιούργημα της οικογένειας Μπούα. Ένα "δώρο» και μια έκπληξη για τους σύγχρονους και μελλοντικούς επισκέπτες της Κέρκυρας.>>.

Χτισμένο σε μια ειδυλλιακή περιοχή, στα Δανίλια, το "Χωριό" αποτελεί μια μικρογραφία της Κέρκυρας του 19ου αιώνα και προσφέρει στον επισκέπτη, με αγάπη και σεβασμό στο παρελθόν, τα ίχνη της ιστορίας του νησιού. Σπίτια χτισμένα με την κλασική κερκυραϊκή αρχιτεκτονική, μαγαζιά και εργαστήρια, που οι ταμπέλες τους είναι φτιαγμένες με ένα ιδιαίτερο λαογραφικό χρώμα, καμάρες, σκάλες και παράθυρα με την αρχιτεκτονική ιδιορρυθμία που έχει μείνει από τα χρόνια της ενετικής και της αγγλικής κατοχής, πλακόστρωτα σοκάκια, παραδοσιακά φανάρια που υπάρχουν ακόμη στους δρόμους της Κέρκυρας, ελιές και λουλούδια, μπουγάδες απλωμένες, όπως συνηθίζεται ακόμα στο νησί, και ένα Λαογραφικό Μουσείο μοναδικό στα Επτάνησα.

Είκοσι χρόνια μάζευε το υλικό για να φτιάξει το "Χωριό" ο Σπύρος Μπούας. Ήθελε πρώτα να τα συγκεντρώσει όλα και μετά να ξεκινήσει το χτίσιμο. Και τα υλικά χρόνο με το χρόνο μαζεύονταν. Κι έφτασαν σε κάτι νούμερα μοναδικά. Μόνο τα καρφιά που χρησιμοποιήθηκαν ήταν 10,5 τόνοι....Και το 1977 άρχισε το χτίσιμο του "Χωριού". Κράτησε ενάμιση χρόνο περίπου και είναι άγνωστο το πόσο μπορεί να στοίχισε. Το αποτέλεσμα, όμως, άξιζε τα πάντα.

Το 1978, που πρωτολειτούργησε το "Χωριό", η παραδοσιακή Κέρκυρα ανοίχτηκε στα μάτια των επισκεπτών με όλη της την ομορφιά. Τίποτα εδώ δεν περισσεύει. Τίποτα δεν είναι παράταιρο. Τίποτα δεν είναι έξω από το κλίμα της κλασικής επτανησιακής ομορφιάς. Ο δρόμος που οδηγεί στο "Χωριό" περνάει μέσα από το καταπράσινο κερκυραϊκό τοπίο.

Συμπερασματικά, το είδος αυτής της τουριστικής δραστηριότητας και νέο είναι και πετυχημένο διεθνώς πείραμα έχει αναδειχθεί και αποτελεί μια όαση παραδοσιακής ομορφιάς, η οποία αντιστρατεύεται τα δεδομένα του μαζικού τουρισμού από πλευράς προτιμήσεων, σε μια εποχή που παρατηρείται μια προχωρημένη υποβάθμιση των ποιοτικών όρων ζωής.

Αν στα παραπάνω συνυπολογιστούν και οι βασικές ψυχολογικές επιρροές θετικού χαρακτήρα για μια συγκεκριμένη κατηγορία τουριστών-καταναλωτών, τότε η επέκταση αυτού του τουριστικού πειράματος πρέπει να θεωρείται δεδομένη.

#### **6.4 Οι επιπτώσεις του τουρισμού στην ηθική συμπεριφορά των ατόμων**

Ο τουρισμός και η τουριστική διεργασία στο σύνολό της επιδρούν ως καταλύτης σε μια τοπική κοινωνία που οδεύει στην ανάπτυξη έχοντας ταυτόχρονα θετικές αλλά και αρνητικές επιδράσεις για τους ντόπιους. Η "ανάμειξη" ντόπιων-τουριστών δημιουργεί νέα κοινωνικά δεδομένα, νέες κοινωνικές νόρμες και νέους κοινωνικούς συσχετισμούς, φαινόμενα τα οποία συχνά οδηγούν σε σημαντικές κοινωνικές "παρεκκλίσεις" με κυριότερες τις ακόλουθες :

*Την εγκληματικότητα* : η οποία βαθμιαία αυξάνεται και αποτελεί πρόβλημα για μια κατά

τεκμήριο "ήσυχη" τοπική κοινωνία, η οποία δεν αντιμετώπιζε ως τη στιγμή της εμφάνισης της παρόμοια προβλήματα. Η γενεσιουργός αιτία του φαινομένου ανάγεται στην πληθυσμιακή συσσώρευση που επέρχεται ιδίως κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου (όπου συχνά τριπλασιάζεται ως και δεκαπλασιάζεται ο πληθυσμός μιας περιοχής) και συνεπικουρείται από την αδυναμία των δυνάμεων δημόσιας τάξης, οι οποίες συνήθως δεν επαρκούν για την κάλυψη των νέων πληθυσμιακών αναγκών. Με τον τρόπο αυτό χάνεται ο κοινωνικός έλεγχος, η διαμονή στην τοπική κοινωνία μιας πανσπερμίας επισκεπτών "αστικοποιεί" την περιοχή και συνακόλουθα η κάθε μορφής εγκληματικότητα αποτελεί "φυσιολογική" εξέλιξη χωρίς επιστροφή σε ότι ίσχυε πριν. Αυξάνονται οι κλοπές, οι ληστείες, οι βιασμοί τουριστριών, ακόμη και οι δολοφονίες σε τέτοιο βαθμό ώστε πλησιάζουν τα αστικά πρότυπα ή τα αντίστοιχα των βιομηχανικών περιοχών. Το γεγονός αυτό αποτελεί ούτως ή άλλως διεθνές τουριστικό φαινόμενο και όχι μόνο ελληνικό σύμφωνα με τις διεθνείς έρευνες και μελέτες.

*Τον τζόγο* : ο οποίος ανθεί και αποτελεί μέρος της όλης τουριστικής ατραξιόν μιας περιοχής, που σε λίγα μόνο χρόνια πέρασε από την υπανάπτυξη στην τουριστική ανάπτυξη και ο οποίος δημιουργεί διαφοροποιήσεις στην υπάρχουσα κοινωνική συνοχή. Στον τουρισμό ειδικότερα η επικρατούσα μορφή τζόγου είναι αυτή που αναφέρεται στις επιχειρήσεις "καζίνο", οι οποίες εδώ και σαράντα περίπου χρόνια κυριαρχούν στον διεθνή τουριστικό χώρο. Τόσο η διεθνής πρακτική όσο και η πρόσφατη ελληνική αναδεικνύουν τα καζίνο ως μια σοβαρή συναλλαγματική δραστηριότητα του τουρισμού και των εθνικών οικονομιών δίχως καμία αμφιβολία, ταυτόχρονα όμως-ιδίως τα πρώτα χρόνια της λειτουργίας τους-δημιουργούν και σοβαρά προβλήματα στις μικρές τοπικές κοινωνίες, καθόσον χάνονται περιουσίες από τους κατοίκους (παρά τις όποιες απαγορεύσεις), ανακατανέμεται το εισόδημα, δημιουργούνται νέες τάξεις κ.λπ.



Ο τζόγος σήμερα στα καζίνο του κόσμου

Περισσότερο σημαντική όμως από τις κοινωνικές αυτές επιπτώσεις είναι αυτή που αναφέρεται στην αναζήτηση του εύκολου κέρδους από τη νεολαία, η οποία αποπροσανατολίζεται και "παίζει" στα καζίνο τους κόπους κάθε εργασιακής προσπάθειας. Επίπτωση ιδιαίτερα σοβαρή τόσο στο επίπεδο της ατομικής και κοινωνικής ψυχολογίας όσο και στο επίπεδο της Κοινωνιολογίας του Τουρισμού, η οποία στο ζήτημα αυτό ευρίσκει ένα άριστο πεδίο έρευνας και μελέτης για το άμεσο μέλλον.

*Την πορνεία* : η οποία ως γενικό κοινωνικό χαρακτηριστικό έχει σε όλες τις εθνικές και τοπικές κοινωνίες τη δική της δυναμική (η γενική κοινωνιολογία έχει μελετήσει διεξοδικά το θέμα), δημιουργεί όμως νέα δεδομένα στα πλαίσια της τουριστικής ανάπτυξης, διότι :

- ως φαινόμενο εμφανίζεται με αυξημένη συχνότητα σε μεγάλο αριθμό κύριων τουριστικών προορισμών του πλανήτη

- μια ιδιαίτερα μεγάλη αύξηση της πορνείας παρατηρείται στις νέες και μαστιζόμενες οικονομικά χώρες, που προέκυψαν την τελευταία δεκαετία μετά την κατάρρευση των χωρών του λεγόμενου "υπαρκτού σοσιαλισμού" με έμφαση στις τουριστικές περιοχές των χωρών αυτών

- το εμφανισθέν την τελευταία δεκαετία φαινόμενο του "σεξουαλικού τουρισμού" σε μια σειρά υπανάπτυκτων οικονομικά χωρών (λ.χ. Φιλιππίνες, Ταϊλάνδη, Βραζιλία, Κούβα κ.λπ.), που έχει δυστυχώς εξελιχθεί σε "εμπορική επιχείρηση". Το θέμα αυτό έχει ήδη απασχολήσει τους διεθνείς τουριστικούς οργανισμούς, αλλά και μείζονες διακρατικούς οργανισμούς (όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση) ή εθνικές κυβερνήσεις (λ.χ. Γερμανία, Αυστρία κ.λπ.) ή δικαστικές διακρατικές αρχές (όπως το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο), ενώ έχουν θεσπισθεί ειδικές νομοθεσίες για την έκδοση και εκδίκαση στις χώρες μόνιμης διαμονής όσων ταξιδεύουν με σκοπό τη σεξουαλική αναζήτηση.

Το κυριότερο πρόβλημα της πορνείας στον τουρισμό σήμερα αφορά όχι απλώς τον λεγόμενο "σεξο-τουρισμό" (όπως έχει αποκληθεί η όλη διεργασία), αλλά τον "παιδικό σεξο-τουρισμό", ο οποίος έχει προσλάβει ενδημικές διαστάσεις στην ασιατική και στην αμερικανική ήπειρο (ιδίως Κεντρική και Νότια Αμερική).

Ένα ακόμη θέμα που άπτεται της πορνείας και σχετίζεται με τον τουρισμό είναι αυτό της επέκτασης του AIDS σε μια σειρά τουριστικών περιοχών, πολλές των οποίων δοκιμάστηκαν σκληρά οικονομικά εξαιτίας του και κάποιες απ' αυτές καταστράφηκαν τουριστικά σε ελάχιστο χρονικό διάστημα, ενώ δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που το θέμα αποτέλεσε αφορμή για "εμπορικό πόλεμο".

Οι προαναφερόμενες επιπτώσεις του τουρισμού στην όλη ηθική συμπεριφορά των ατόμων είναι προφανές ότι, πέραν του επιστημονικού ενδιαφέροντος που έχουν για την

Κοινωνιολογία του Τουρισμού και τις έρευνές της, έχουν ιδιαίτερα μεγάλη κοινωνιολογική σημασία για τις περιοχές που μέσω του τουρισμού έφθασαν στην οικονομική ανάπτυξη. Κοινωνικά όμως, εξ αντικειμένου, τα προαναφερθέντα θέματα αποτελούν βασικές αντινομίες της όλης σύγχρονης διεθνούς τουριστικής διεργασίας.

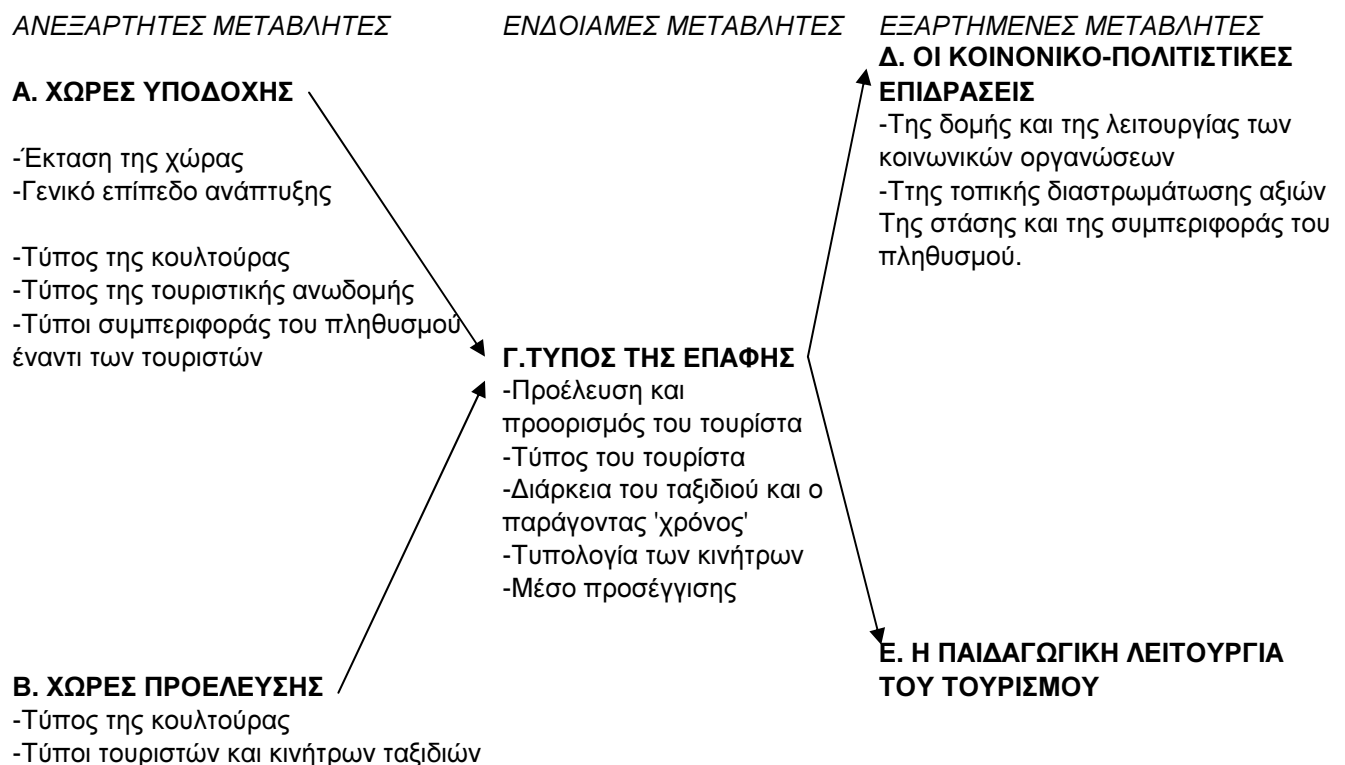
### 6.5 Οι παράγοντες που επηρεάζουν την επαφή του τουρίστα με τον "ντόπιο"

Σ' ένα πλαίσιο όπου οι κοινωνικές μεταβολές επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας ένα ερώτημα τίθεται σχετικά με τις κοινωνικές επιδράσεις του τουρισμού στον τόπο υποδοχής : "Ο τουρισμός προκαλεί θετικές μεταβολές στον τοπικό πληθυσμό και πολιτισμό ή είναι δημιουργός αρνητικών επιπτώσεων;"

Η τουριστική δραστηριότητα συχνά ταυτίζεται με τη μετακίνηση των ατόμων από τη μία χώρα στην άλλη, κατά τη διάρκεια της οποίας επιτελείται και διευκολύνεται, λόγω της παραμονής, η επαφή δύο διαφορετικών πολιτισμών, εκείνου της χώρας υποδοχής με τον πολιτισμό των χωρών προέλευσης των τουριστών, οι οποίες εντάσσονται στην ομάδα των οικονομικά αναπτυγμένων χωρών.

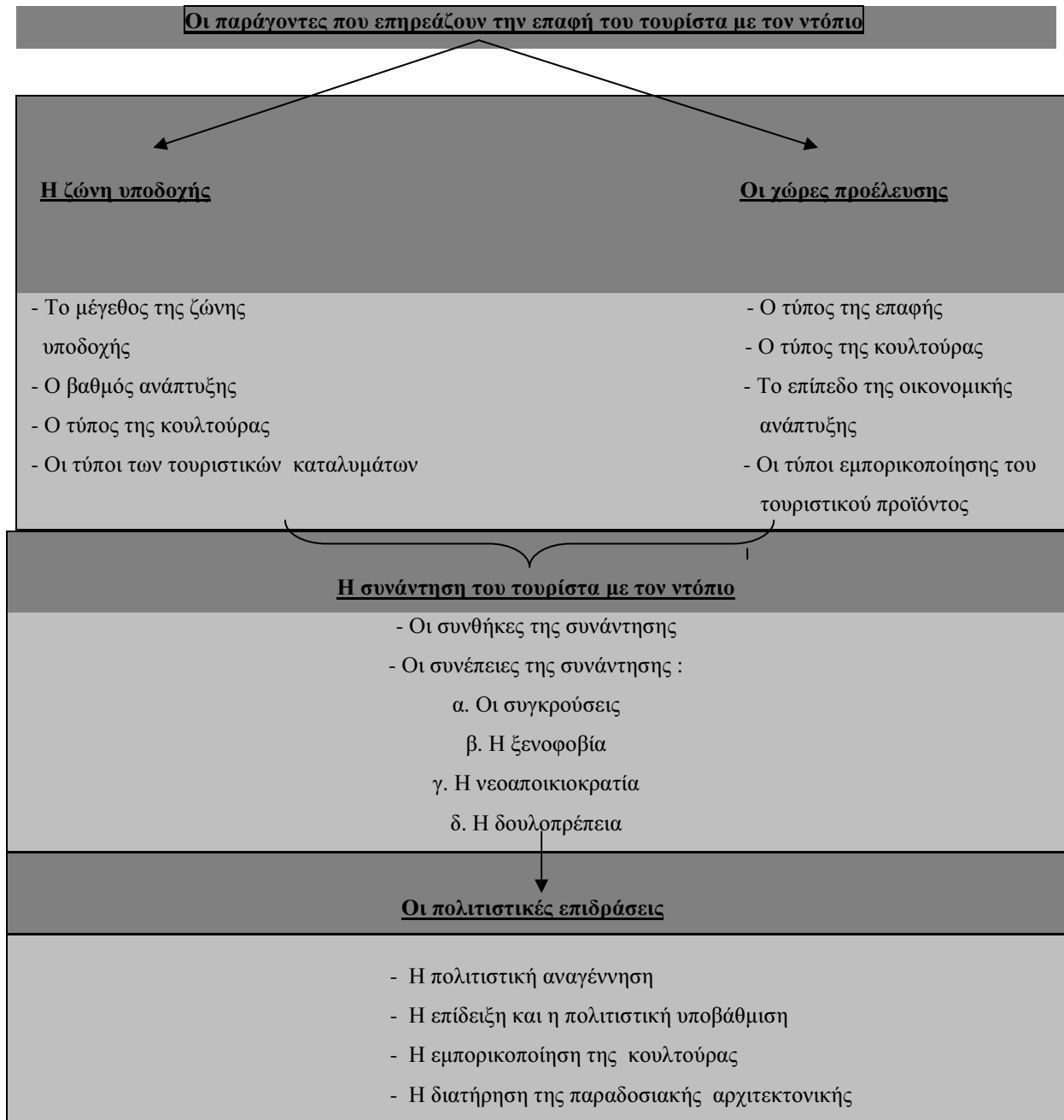
Η διαδικασία της επαφής των τουριστών με τον τοπικό πληθυσμό εξαρτάται από μια σειρά παραγόντων, οι οποίοι επηρεάζουν σε σημαντικό βαθμό την ένταση αλλά και τα αποτελέσματα της επαφής σε τοπικό επίπεδο.

Αυτοί οι παράγοντες, οι οποίοι ορίζουν τον τύπο της επαφής, είναι οι ακόλουθοι (διαγράμματα 6.4.α και 6.4.β.)





**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.4.A.** Ο μηχανισμός της κοινωνικο-πολιτιστικής επαφής του τουρισμού



**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.4.B.** Οι κοινωνικές επιδράσεις του τουρισμού

### 6.5.1 Η ζώνη υποδοχής των τουριστών

Οι μεταβλητές οι οποίες επηρεάζουν τη ζώνη υποδοχής είναι οι ακόλουθες :

α. *Το μέγεθος της ζώνης υποδοχής* : Η ανάλυση αυτής της μεταβλητής, όταν αναφέρεται στο σύνολο της χώρας υποδοχής, οδηγεί συνήθως σε διαπιστώσεις και συμπεράσματα τα οποία δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα, καθώς, όσο μεγαλύτερη είναι η επιφάνεια της ζώνης υποδοχής, τα όσο πιο ασήμαντες χαρακτηρίζονται οι κοινωνικές και πολιτιστικές επιδράσεις του τουρισμού στον τοπικό πληθυσμό.

Η χρησιμοποίηση μιας σειράς δεικτών (τουριστική πυκνότητα, ξενοδοχειακή πυκνότητα, ξενοδοχειακή εντατικότητα, δείκτης τουριστικής λειτουργίας κτλ.)σε μικρές νησιωτικές οικονομίες, όπως είναι το μεγαλύτερο τμήμα του ελληνικού νησιωτικού χώρου, ορίζουν το βαθμό και τον τύπο επαφής που ενεργοποιεί ο διεθνής τουρισμός και συνεπώς τις επιδράσεις του στο κοινωνικο-οικονομικό σύστημα της ζώνης υποδοχής.

β. *Το επίπεδο ανάπτυξης* : Οι επερχόμενες μεταβολές στη ζώνη υποδοχής είναι πολύ μεγαλύτερες, στο μέτρο που η απόκλιση των "συνθηκών διαβίωσης" μεταξύ των διεθνών τουριστών και του τοπικού πληθυσμού είναι αρκετά μεγάλη. Δηλαδή, όσο πιο υπανάπτυκτη θεωρείται η ζώνη υποδοχής, τόσο πιο σημαντικές χαρακτηρίζονται οι κοινωνικές μεταβολές.

Ουσιαστικά, η τουριστική δραστηριότητα βοηθά στη συνύπαρξη εντός της ίδιας γεωγραφικής ζώνης δύο οικονομικών συστημάτων, ενός αναπτυγμένου και ενός υπανάπτυκτου, όπου το πρώτο χαρακτηρίζεται από βιομηχανικές, ενώ το δεύτερο από αρχαϊκές δομές. Στην ίδια δηλαδή γεωγραφική ενότητα υφίσταται ένας κοινωνικός διυρισμός, όπου οι δύο κοινωνικές ομάδες παρουσιάζουν δυσκολίες μίας ουσιαστικότερης και μη επιφανειακής συνύπαρξης.

γ. *Ο τύπος του πολιτισμού* : Στο ξεκίνημά του ο τουρισμός υπήρξε επιλεκτικός. Περιορισμένος σ' ένα μικρό αριθμό ατόμων, δεν ήταν σε θέση να προκαλέσει σημαντικές μεταβολές στις κοινωνικές δομές της ζώνης υποδοχής, λόγω του μεγάλου βαθμού προσαρμοστικότητας των τουριστών στις τοπικές κοινωνίες.

Αυτό τον τύπο τουρισμού διαδέχτηκε στη συνέχεια ο μαζικός τουρισμός, ο οποίος προκάλεσε σημαντικές μεταβολές στις τοπικές κοινωνίες, εξαιτίας του μικρού βαθμού προσαρμοστικότητας των τουριστών στον τρόπο ζωής των τοπικών πληθυσμών. Κατ' αυτό τον τρόπο, ο πολλαπλασιασμός των τουριστικών ροών πολλαπλασίασε τον αριθμό των "συνευρισκομένων" (τουρίστες και τοπικός πληθυσμός) εντός της ίδιας περιορισμένης χωρικής ενότητας, με αποτέλεσμα την εξασθένιση των σχέσεων μεταξύ των δύο κοινοτήτων.

Εδώ θα πρέπει να υπογραμμίσουμε ότι, όσο πιο πλούσια είναι η τοπική κουλτούρα σε ήθη, έθιμα και παραδόσεις, τόσο πιο δύσκολο είναι να δεχτεί τις αρνητικές επιδράσεις του

μαζικού τουρισμού.

Συχνά οι καταλυτικές επιδράσεις του τουρισμού στις τοπικές κοινωνίες θα πρέπει να σχετίζονται όχι με το τουριστικό φαινόμενο αυτό καθαυτό, αλλά με τις εύθραυστες κοινωνικές δομές και τις εξασθενημένες τοπικές οικονομίες.

δ. *Οι τύποι των τουριστικών καταλυμάτων* : Ο τύπος των τουριστικών καταλυμάτων οριοθετεί ταυτόχρονα και τον τύπο της τουριστικής παραμονής. Έτσι, τα κλαμπ διακοπών ή τα τεράστια ξενοδοχειακά συγκροτήματα δεν παρέχουν τις ίδιες ευκαιρίες επαφής για τον τουρίστα και τον ντόπιο με τα μικρού μεγέθους ξενοδοχειακά καταλύματα ή τα ενοικιαζόμενα δωμάτια.

Ο τύπος των τουριστικών καταλυμάτων, ο οποίος στο μαζικό τουρισμό σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με τα οργανωμένα ταξίδια και τον τύπο παραμονής, δημιουργεί συχνά δυσκολίες προσαρμογής του τοπικού πληθυσμού σ' αυτό το ξένο σώμα (τους τουρίστες), το οποίο τους επιβάλλεται στην καθημερινότητά τους και τους δημιουργεί μια αίσθηση στέρησης.

Το μικρό οικογενειακής μορφής κατάλυμα διευκολύνει την προσαρμογή του τουρίστα στην τοπική κοινωνία και προάγει τις επαφές του με τους ντόπιους.

### **6.5.2 Οι χώρες προέλευσης των τουριστών**

Αναφορικά με τις χώρες προέλευσης των τουριστών, τρεις μεταβλητές μπορούν να θεωρηθούν ως οι πιο αξιόπιστες :

- Η οικονομική δομή της χώρας.
- Η δομή των οργανώσεων για την εμπορικοποίηση του τουριστικού προϊόντος.
- Ο τύπος της κουλτούρας.

Από την ανάλυση των παραπάνω μεταβλητών, απορρέει η υιοθέτηση μιας συγκεκριμένης τουριστικής πολιτικής, καθώς και έρευνα της αγοράς, η οποία συμπληρώνεται με τη μελέτη της τυπολογίας του τουρίστα.

#### **Ο τύπος της επαφής**

Ο τύπος της επαφής ο οποίος διαμορφώνεται μεταξύ του τουρίστα και του τοπικού πληθυσμού της ζώνης υποδοχής ποικίλλει ανάλογα με τον τύπο των τουριστών και τον τύπο της συνάντησης.

Οι ταξινομήσεις του τουρισμού βασίζονται ουσιαστικά σε μία σειρά κριτηρίων που χαρακτηρίζουν είτε τον ίδιο τον τουρίστα είτε το ταξίδι είτε τον τουρισμό και το ταξίδι. Αυτά τα κριτήρια είναι τα ακόλουθα :

- Ο τρόπος οργάνωσης του ταξιδιού (οργανωμένος τουρισμός ή μη οργανωμένος, εξειδικευμένος τουρισμός ή μη, ατομικός ή ομαδικός τουρισμός.)
- Τα χαρακτηριστικά του ταξιδιού (τουρισμός παραμονής, μικρής διάρκειας κτλ.)
- Ο τύπος του τουριστικού καταλύματος (ξενοδοχείο, κάμπινγκ, κλαμπ διακοπών κτλ.)
- Το είδος του μεταφορικού μέσου (αεροπλάνο, πλοίο κτλ.)
- Το ύψος των εισοδημάτων, η κοινωνικο-οικονομική κατηγορία, το ατομικό status (ηλικία, οικογένεια κτλ.)
- Τα κίνητρα του ταξιδιού (επαγγελματικοί λόγοι, διακοπές, επισκέψεις σε φίλους και συγγενείς κτλ.)

Λόγω όμως του ότι τα πραγματικά κίνητρα της μετακίνησης των τουριστών δεν καταγράφονται ποθενά, η παράθεση των παραπάνω κριτηρίων βοηθά εν μέρη στη σύνθεση της τυπολογίας των τουριστών

## **6.6 Η συνάντηση του τουρίστα με τον "ντόπιο"**

Η συνάντηση μεταξύ του τουρίστα και του ντόπιου, η οποία πραγματοποιείται στο πλαίσιο που περιγράφηκε παραπάνω, εκφράζει δύο διαφορετικές κοινωνικο-οικονομικές κατηγορίες, οι οποίες χαρακτηρίζονται από διαφορετικά συστήματα αξιών. Αυτός ο δισμός που χαρακτηρίζει τις δύο πλευρές είναι και ο δημιουργός των επερχόμενων εντάσεων, καθώς ο τουρισμός προκαλεί πολιτισμικό και κοινωνικό σοκ στις ζώνες υποδοχής.

Η συνάντηση του τουρίστα με τον ντόπιο οριοθετείται από συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Αυτά είναι τα εξής :

- Ο χαρακτήρας της συνάντησης είναι προσωρινός.
- Η συνάντηση είναι χωρικά καθορισμένη.
- Οι σχέσεις που διαμορφώνονται είναι άνισες.
- Οι διαμορφούμενες σχέσεις θεωρούνται εμπορευματικές.

Η συντομία η οποία χαρακτηρίζει τη συνάντηση του τουρίστα με τον ντόπιο μπορεί να είναι απόρροια αφενός μεν του τύπου των διακοπών (από μερικές ημέρες έως μερικές εβδομάδες), αφετέρου δε μιας σειράς εμποδίων που θέτει ο τόπος υποδοχής, όπως η γλώσσα, οι δομές των μέσων υποδοχής, η νοοτροπία του τουρίστα κτλ.

Ο τουρίστας, ελλείψει ασφάλειας κατά τη διάρκεια του πρώτου του ταξιδιού, έχει ανάγκη από μεταγενέστερες ευκαιρίες για να καλύψει τον επιφανειακό χαρακτήρα των πρώτων

συναντήσεων.

Αντίθετα, ο ντόπιος, κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου πραγματοποιεί πολλές συναντήσεις, οι οποίες είναι συνήθως σύντομες και επιφανειακές και ως εκ τούτου διακατέχονται από ένα αίσθημα στέρησης.

Η συντομία της παραμονής των διεθνών τουριστών εντός της χώρας υποδοχής, η οποία οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στη διάρθρωση των οργανωμένων ταξιδιών και στη χρονική διάρκεια των διακοπών μετ' αποδοχών, δημιουργεί προβλήματα διαθεσιμότητας του τουρίστα και κατ' επέκταση του τρόπου εμπορικοποίησης των κοινωνικών και πολιτιστικών πόρων της χώρας. Αυτή επιχειρεί να διαμορφώνει μια αστεία άποψη τόσο της χώρας όσο και των κατοίκων της.

Η συντομία της παραμονής καθώς και η μη διαθεσιμότητα των τουριστών να εμβαθύνουν τη συνάντηση με τους ντόπιους απεικονίζονται αρκετά καλά σε μια απάντηση που συνηθίζουν να δίνουν οι τουρίστες όταν ερωτώνται για το συγκεκριμένο θέμα στο τόπο υποδοχής : "Ναι, αλλά δεν πρέπει οι διακοπές να διαταραχθούν".

Ωστόσο ο τουρίστας, παρ' όλη την οικονομική του ανωτερότητα, δεν αισθάνεται αρκετά άνετα στον τόπο υποδοχής, γεγονός που οδηγεί συχνά στην εκμετάλλευσή του από τον ντόπιο. Οι μη κερδοσκοπικές σχέσεις, όπως η φιλοξενία, οι ανθρώπινες επαφές κτλ., οι οποίες χαρακτήριζαν αρχικά τους κατοίκους του τόπου υποδοχής, παραχώρησαν σταδιακά τη θέση τους σε κερδοσκοπικές σχέσεις, παράλληλα με την άφιξη του τουρισμού.

Οι σκηνοθετημένες συνθήκες βάσει των οποίων διαμορφώνεται η συνάντηση εμποδίζουν τη σύναψη αληθινών σχέσεων μεταξύ του ντόπιου και του τουρίστα και ελαττώνουν τη σημασία του τουρισμού ως φαινομένου που συμβάλλει στις πολιτιστικές ανταλλαγές μεταξύ των λαών.

## **6.7 Οι συνέπειες της συνάντησης**

Η συνάντηση μεταξύ του τουρίστα και του ντόπιου σ' ένα σύνθετο και γρήγορα μεταβαλλόμενο κόσμο χαρακτηρίζεται επιφανειακή και σύντομη, ενώ παράλληλα προκαλεί μεγάλες αλλαγές στις κοινωνικές δομές της ζώνης υποδοχής.

Σύμφωνα με τον D.Stavrakis (Le phenomene touristique international.Demande, organisation problematique, tendances futures, σ.389), οι επιτελούμενες μεταβολές μπορούν να ταξινομηθούν στις τρεις ακόλουθες μεγάλες κατηγορίες :

- α. Τις μεταβολές στις κοινωνικές δομές
- β. Τις μεταβολές στη στάση και τη συμπεριφορά του τοπικού πληθυσμού
- γ. Τις μεταβολές στην κλίμακα των τοπικών αξιών

Η τουριστική ανάπτυξη στις ζώνες υποδοχής βοηθά στη δημιουργία νέων επαγγελμάτων, καθώς και στην αναδιάρθρωση του επαγγελματικού πλαισίου, των εισοδημάτων, της εκπαίδευσης, της δημιουργίας έργων κοινωνικού προσανατολισμού(σχολεία, νοσοκομεία κτλ.),ενώ ταυτόχρονα προκαλεί μια σειρά από αμφισβητήσεις και επαναπροσδιορισμούς όσον αφορά τα κοινωνικά και πολιτιστικά δρώμενα της τοπικής κοινωνίας.



Ο εκσυγχρονισμός της τρίτης ηλικίας

### ΠΙΝΑΚΑΣ 6.6.1.

Ελλάδα. Συμπεριφορά του πληθυσμού υποδοχής έναντι των διεθνών τουριστών (φιλική διάθεση) (1983-1996)

Έτη	Πολύ καλά	Καλά	Μέτρια / Άσχημα	Χωρίς απάντηση
1983	65,0	28,2	1,9	4,9
1984	75,8	17,6	4,4	2,2
1985	62,9	31,9	2,8	2,4
1986	66,7	27,5	4,6	1,2
1987	57,9	35,4	4,6	2,1
1988	58,3	32,9	5,4	3,4
1989	61,7	34,8	2,2	1,3
1990	52,5	44,6	2,9	0,0
1991	61,5	37,5	1,0	0,0
1992	56,6	39,5	3,1	0,8
1993	59,2	38,3	2,5	0,0
1994	-	-	-	-
1995	-	-	-	-
1996	49,6	43,6	4,3	2,5

Πηγή : ΔΙ.Τ.ΕΞ. Αυστρίας ( Α. Βαφειάδης )

Από τον πίνακα 6.6.1., όπου απεικονίζονται τα αποτελέσματα μιας ετήσιας έρευνας που διεξάγει η ΔΙ.Τ.ΕΞ. Αυστρίας (Α. Βαφειάδης) στα κυριότερα γραφεία της χώρας αυτής, διαπιστώνεται ότι η συμπεριφορά του πληθυσμού υποδοχής των τουριστικών περιοχών της Ελλάδας έναντι των διεθνών τουριστών μεταβάλλεται αρνητικά κατά τη διάρκεια της χρονικής περιόδου 1983-1996. Έτσι, ενώ το 1984 το 75,8% των γραφείων ταξιδιών χαρακτήριζε πολύ καλή τη συμπεριφορά των Ελλήνων προς τους διεθνείς τουρίστες, το 1996 το αντίστοιχο ποσοστό περιορίζεται μόλις στο 49,6%, γεγονός που αντικατοπτρίζει σε μεγάλο βαθμό το μέγεθος των επιτελούμενων μεταβολών στη στάση του τοπικού πληθυσμού έναντι του μαζικού τουρισμού.

Οι συνέπειες της συνάντησης παρατίθενται παρακάτω :

1. *Οι συγκρούσεις* : Η άφιξη του μαζικού τουρισμού στη ζώνη υποδοχής προκαλεί μια

σειρά από συγκρούσεις, καθώς αποτελεί το πεδίο συνάντησης δύο διαφορετικών και συχνά αντίθετων κόσμων. Οι συγκρούσεις μεταξύ των τουριστών και των ντόπιων εμφανίζονται από την έναρξη της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής και εντείνονται στο μέτρο που η ανισορροπία διακυβεύει τη ζωή του τοπικού πληθυσμού. Συχνά, η ένταση των συγκρούσεων μπορεί να δημιουργήσει συναισθήματα απόρριψης της τουριστικής δραστηριότητας εκ μέρους του τοπικού πληθυσμού.

Εσωτερικές συγκρούσεις παράγονται ταυτόχρονα στην τοπική κοινωνία, κυρίως όσον αφορά τη θέση της γυναίκας και τον τρόπο ζωής των νέων. Ο τουρισμός βοηθά στην οικονομική ανεξαρτησία των γυναικών καθώς και στην χειραφέτησή τους, γεγονός που έρχεται συχνά σε αντίθεση με τον παραδοσιακό τρόπο λειτουργίας των τοπικών κοινωνιών των ζωνών υποδοχής.

Οι νέοι, από την πλευρά τους, έρχονται σε αντίθεση με τα παραδοσιακά στρώματα της τοπικής κοινωνίας, συνάπτοντας "εύκολες" σχέσεις με τους τουρίστες, που συχνά οδηγούν στο μιμητισμό και την υιοθέτηση τρόπων συμπεριφοράς προσκείμενους σ' εκείνους των αστικών κοινωνιών. Τα νέα πρότυπα καταναλωτικής συμπεριφοράς, που τείνουν να υιοθετήσουν οι νέοι, τους ωθούν συχνά να εγκαταλείψουν το γεωργικό τομέα και να αναζητήσουν τις καλύτερα αμειβόμενες θέσεις εργασίας που τους παρέχει ο τουριστικός τομέας. Η παγκοσμιοποίηση του τουριστικού φαινομένου προκαλεί επίσης μεταβολές στη στάση του τοπικού πληθυσμού σχετικά με τις επενδυτικές δαπάνες και την αποταμίευση. Δηλαδή ο τουρισμός συμβάλλει στο πέρασμα της ζώνης υποδοχής από ένα μοντέλο που χαρακτηρίζεται από παραδοσιακές δομές και κλειστή οικονομία σ' ένα μοντέλο πιο φιλελεύθερο και οικονομικά ανοιχτό.

2. *Η ξενοφοβία* : Η ξενοφοβία ορίζεται ως το αποτέλεσμα της στέρησης του τοπικού πληθυσμού που προκαλείται από την παρουσία των τουριστών, οι οποίοι υπενθυμίζουν ανά πάσα στιγμή στους ντόπιους την αδυναμία του υπάρχοντος συστήματος να τους προσφέρει ένα επίπεδο διαβίωσης αντίστοιχο μ' εκείνο των τουριστών. Η ξενοφοβία μπορεί να λειτουργήσει και ως σύστημα άμυνας ενάντια στην αλλοίωση της κουλτούρας του τοπικού πληθυσμού, των παραδόσεων, των ηθών και των εθίμων, της θρησκείας κτλ. ή ενάντια σε μια σειρά αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού, όπως ο θόρυβος, η απελευθέρωση των ηθών κτλ.



Ξενοφοβία ...



1. *Η νεοαποικιοκρατία* : Οι αιτίες για τις οποίες ο τουρισμός αρκετά συχνά χαρακτηρίζεται ως μια μορφή "αποικιοκρατίας" είναι οι ακόλουθες :

α. Ο τουρισμός αποτελεί έναν οικονομικό τομέα ο οποίος χαρακτηρίζεται ως επιχορηγούμενος, δηλαδή ένα τμήμα των φόρων κατευθύνεται στην κατασκευή τουριστικών έργων. Κατ' αυτό τον τρόπο, τα πιο φτωχά στρώματα του πληθυσμού της χώρας υποδοχής επιχορηγούν τις διακοπές των διεθνών τουριστών, οι οποίοι προέρχονται από τις οικονομικά αναπτυγμένες χώρες.

β. Ένα τμήμα των μεικτών συναλλαγματικών εισπράξεων που οφείλονται στην τουριστική δραστηριότητα εκρέει από τη χώρα υποδοχής, με διάφορες μορφές, στις χώρες προέλευσης των τουριστών. Αυτή η μορφή εξάρτησης θα τείνει να διευρύνεται μελλοντικά στα πλαίσια μιας ευρύτερης παγκοσμιοποίησης του τουριστικού φαινομένου.

γ. Οι ημεδαποί τουρίστες, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν συνήθως ένα μικρό ποσοστό των συνολικών διανυκτερεύσεων στις αναπτυσσόμενες χώρες και χαρακτηρίζονται ως μεμονωμένοι, επιχορηγούν τις διακοπές των διεθνών τουριστών στα τουριστικά καταλύματα της χώρας υποδοχής.

- Αυτό οφείλεται στις σημαντικές διαφορές που παρουσιάζει η τιμολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών γι' αυτούς τους δύο τύπους πελατών "ημεδαποί-μεμονωμένοι", "αλλοδαποί-μαζικοί και οργανωμένοι".

- Σχετικά με το δεύτερο τύπο πελατείας, το τουριστικό κατάλυμα αποτελεί μια από τις μεταβλητές του "package-tour", το οποίο παράγουν σε μεγάλες ποσότητες και με μικρό κόστος οι Tour-Operators που έχουν την έδρα τους στις χώρες προέλευσης των τουριστών. Αυτοί ουσιαστικά διαχειρίζονται το προϊόν "τουριστικό κατάλυμα", ενώ οι διαμορφούμενες χαμηλές τιμές προς όφελος των αλλοδαπών τουριστών είναι απόρροια των σχέσεων ισχύος που διαμορφώνουν οι Tour-Operators σε βάρος των παραγωγών των τουριστικών προϊόντων (ξενοδόχοι, μεταφορείς κτλ.)

4. *Η δουλοπρέπεια* : Αυτή μπορεί να οριστεί ως η συμπεριφορά του ντόπιου βάσει της οποίας επιδιώκεται η οικονομική εκμετάλλευση του τουρίστα. Η γενίκευση αυτής της συμπεριφοράς εκ μέρους των κατοίκων της ζώνης υποδοχής χρησιμοποιείται συχνά στην εμπορικοποίηση του τουριστικού προϊόντος μέσω των διαφημιστικών φυλλαδίων των Tour-Operators των χωρών προέλευσης των τουριστών.

Κατ' αυτό τον τρόπο το σλόγκαν : "Ο προσεχής σας φίλος θα είναι Έλληνας" δίνει μια συμβατική και φτωχή εικόνα, με έντονα χαρακτηριστικά δουλοπρέπειας, του Έλληνα έναντι του ξένου τουρίστα.

Την ίδια εντύπωση δίνει και ένα άλλο διαφημιστικό σλόγκαν σχετικό με τις "μπανάλ"

υπηρεσίες του ελληνικού τουριστικού προϊόντος : "Ο Γιάννης θα σας ανεβάσει με τον γάιδαρό του σ' ένα υπέροχο κάστρο στη Ρόδο.

### **6.8 Οι επιδράσεις του τουριστικού και ιδιαίτερα του ξενοδοχειακού περιβάλλοντος στους εργαζόμενους.**

Βασικός προσδιοριστικός παράγοντας της παραγωγικότητας και της σταθερής απόδοσης έργου είναι το είδος του περιβάλλοντος μέσα στις τουριστικές εκμεταλλεύσεις, κυρίως δε στον ξενοδοχειακό χώρο, που και μεγαλύτερη σπουδαιότητα έχει και βιτρίνα της τουριστικής προβολής κάθε χώρας αποτελεί.

Μια σημαντική *ιδιομορφία* στην οποία πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στο χώρο των περιβαλλοντικών συνθηκών των ξενοδοχείων είναι ότι όλα εκείνα τα στοιχεία (από άποψη τόσο φυσικών όσο και τεχνικών συνθηκών) που επιδρούν στη δημιουργία ευνοϊκού κλίματος προορίζονται για χρήση όχι μόνο του *προσωπικού* αλλά παράλληλα και για χρήση του τουριστικού *κοινού*. Αυτό αποτελεί στοιχείο με *ιδιάζουσα* σπουδαιότητα για τον ιδιαίτερο επαγγελματικό κλάδο των εργαζόμενων στα ξενοδοχεία.

Πέρα από αυτό το σημείο, βασικά χαρακτηριστικά του εργασιακού χώρου στον ξενοδοχειακό κλάδο από άποψη περιβάλλοντος είναι τα ακόλουθα :

- Περιβάλλον εργασιακό που να ελαχιστοποιεί οποιαδήποτε δυσμενή επίδραση επάνω στη σωματική ακεραιότητα των εργαζόμενων και στα σχετιζόμενα με την υγιεινή θέματα.
- Περιβάλλον φτιαγμένο με τρόπο που να δίνει στον εργαζόμενο την ώρα της απασχόλησής του το αίσθημα της ευχάριστης, αξιοπρεπούς και δημιουργικής εργασίας, γεγονός που σε τελευταία ανάλυση επιδρά ευεργετικά στην ίδια την επιχείρηση στο οικονομικό και στο επίπεδο των δημόσιων διεθνών σχέσεών της.
- Η ύπαρξη στο ξενοδοχειακό περιβάλλον ιδιαίτερων λειτουργικών χώρων για την κάλυψη ατομικών αναγκών (λ.χ. τουαλέτες, νιπτήρες, λουτήρες κλπ.), διότι η ετερόκλητη μάζα των τουριστών κάθε προέλευσης και κάθε νόσου...μπορεί να δημιουργήσει πολλά προβλήματα, και όχι μόνο ψυχολογικού χαρακτήρα, στο εργαζόμενο, αλλά και διότι πρωτίστως τα θέματα αυτά αφορούν τη διατήρηση της υγείας.
- Επίσης, η ύπαρξη τεχνικών προδιαγραφών που συμβάλλουν στην αποδοτικότητα της εργασίας-και οι οποίες ξεφεύγουν από τη σκοπιμότητα της μελέτης αυτής, όπως φωτισμός, κλιματισμός, χρωματισμός κ.λπ.-είναι καθοριστικός παράγοντας καλών περιβαλλοντικών συνθηκών στο σύγχρονο εργασιακό χώρο.

- Τέλος, ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας είναι η σωστή αισθητική παρουσίαση του προσωπικού μέσα στο χώρο εργασίας, που αποβαίνει πρωταρχικής σημασίας σε τμήματα εξυπηρέτησης πελατών, όπου η σχέση προσωπικού-πελάτη είναι άμεση.



Εργαζόμενοι στο εστιατόριο ξενοδοχείου

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

## Οι πολιτιστικές επιπτώσεις του τουρισμού

### 7.1 Οι πολιτιστικές επιδράσεις του τουρισμού

Το γεγονός ότι τουρίστες και ντόπιοι με διαφορετικές κουλτούρες συναντιούνται στη ζώνη υποδοχής έχει ως αποτέλεσμα τη μεταβολή των πολιτιστικών αξιών.

Ο Α. Sessa εκτιμά ότι ο τουρισμός συμβάλλει στην ακόλουθη διπλή πολιτιστική σχέση :

α. Η άμεση συνεχής σχέση, η οποία δημιουργείται μεταξύ του ντόπιου και του τουρίστα και συμβάλλει στην αμοιβαία ανταλλαγή πολιτιστικών αξιών.

β. Η έμμεση σχέση, η οποία δημιουργείται αρχικά κατά τη διάρκεια της προετοιμασίας του ταξιδιού και εκβαθύνεται στη συνέχεια.

1. *Η πολιτιστική αναγέννηση* : Ο τουρισμός συμβάλλει στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς με πολλούς τρόπους. Έτσι, πολλά αρχαιολογικά μνημεία, μοναστήρια, εκκλησίες, παραδοσιακοί οικισμοί κτλ., με μεγάλη αξία για τους τοπικούς πληθυσμούς, σώθηκαν χάρη στη σπουδαιότητα του τουριστικού φαινομένου.



Ο Παρθενώνας

2. *Η επίδειξη και η πολιτιστική υποβάθμιση* : Καθώς είδαμε, ο τουρισμός επιδρά σημαντικά

στη συμπεριφορά των νέων και εισάγει το στοιχείο του μιμητισμού, το οποίο προέρχεται από την οικονομική ανωτερότητα των τουριστών, ενώ ταυτόχρονα προκαλεί την εξασθένηση του τοπικού πολιτισμικού μοντέλου.

Η συμμετοχή των νέων σε φαινόμενα επίδειξης που προκαλεί η άφιξη των τουριστών είναι μεγάλη, ενώ στη συνέχεια, όταν αντιληφθούν τις αδυναμίες του τουρίστα, επιδιώκουν την εκμετάλλευσή του. Ωστόσο, θα πρέπει να υπογραμμιστεί ότι ο ρόλος του τουρισμού αποδεικνύεται συχνά μικρός μπροστά στη δύναμη που ασκούν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

3. *Η εμπορικοποίηση της κουλτούρας* : Το παρελθόν και η διανοητική και πολιτιστική περιέργεια του τουρίστα για το περιβάλλον της χώρας υποδοχής οδήγησαν στην εμπορικοποίηση της κουλτούρας. Είναι επομένως εύλογο να ειπωθεί ότι ο τουρισμός αναδιάρθρωσε τη λαϊκή τέχνη, δεδομένου ότι ένας μεγάλος αριθμός ειδών κατασκευάζεται μόνο για τους τουρίστες. Το αποτέλεσμα αυτής της αναπροσαρμογής ήταν η υιοθέτηση βιομηχανικών και όχι βιοτεχνικών μεθόδων οργάνωσης και παραγωγής.

Η εμπορικοποίηση μπορεί να επεκταθεί επίσης στην παραδοσιακή μουσική και τους χορούς. Κατ' αυτόν τον τρόπο, στους τόπους υποδοχής των τουριστών, μουσική και χοροί επιδιώκουν αποκλειστικά να ικανοποιήσουν της ανάγκες της αγοράς.

4. *Η διατήρηση της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής* : Εκτός των μνημείων και των αρχαιολογικών χώρων, που αποτελούν πόλους έλξης των διεθνών τουριστών, στο πλαίσιο των πολιτιστικών θησαυρών μπορούν να ενταχθούν επίσης η παραδοσιακή αρχιτεκτονική και η πολιτισμική μοναδικότητα του πληθυσμού της χώρας υποδοχής.

Η διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί να επιτευχθεί στα πλαίσια της τουριστικής ανάπτυξης του τόπου υποδοχής.

Επίσης ο κερδοσκοπικός χαρακτήρας του μαζικού τουρισμού απειλεί σε μεγάλο βαθμό τους τουριστικούς τόπους που χαρακτηρίζονται για την παραδοσιακή τους αρχιτεκτονική, προκαλώντας σιγά σιγά την πολιτιστική τους υποβάθμιση και παρακμή.

Αναφορικά με τις επιδράσεις του τουρισμού στις τοπικές κοινωνίες των ζωνών υποδοχής, ο Π.Ο.Τ (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού), με τη βοήθεια μιας πιλοτικής μελέτης, καταλήγει στα ακόλουθα συμπεράσματα :

- α. Οι κοινωνικές και πολιτιστικές επιδόσεις του τουρισμού εξαρτώνται από τον αριθμό των συνευρισκομένων ατόμων, τον τύπο της επαφής και τη διάρκειά της.
- β. Οι επιδράσεις του τουρισμού είναι στενά συσχετισμένες με τις αξίες και τα

πολιτιστικά μοντέλα των πληθυσμών που έρχονται σ' επαφή.

- γ. Οι επιδράσεις του τουρισμού κυμαίνονται ανάλογα με το βαθμό δεκτικότητας των πληθυσμών που έρχονται σ' επαφή. Η δεκτικότητα διαφέρει ανάλογα με τους πληθυσμούς και το βαθμό ανάπτυξης του τουριστικού τομέα της ζώνης υποδοχής.

Η Rozenberg Daniele, στα πλαίσια της κοινωνικής προσέγγισης της τουριστικής δραστηριότητας στον τόπο υποδοχής των τουριστών, υπογραμμίζει την ανάγκη διαμόρφωσης ενός νέου τουρισμού διαφορετικού από το μαζικό βασισμένου στην ανταλλαγή κοινωνικών αξιών και στην αμοιβαία κατανόηση.

Πιο συγκεκριμένα, αναφέρει: "Η επιθυμία μας είναι ο τουρίστας που μας επισκέπτεται, να μη γνωρίζει μόνο το ξενοδοχείο του και την παραλία που βρίσκεται απέναντι απ' αυτό, αλλά να ξέρει κάτι από την ιστορία μας, τον πολιτισμό μας, τα ήθη και τα έθιμά μας. Ευχόμαστε ότι στο εξής οι σχέσεις με τους τουρίστες θα διαμορφώνονται με διαφορετικό τρόπο".

Ο πολιτισμός ανέκαθεν αποτελούσε κύριο συστατικό στοιχείο οιασδήποτε τουριστικής πολιτικής και ανάπτυξης, όπου στον κόσμο και αν επιχειρείτο κάτι τέτοιο.

Στη διάρκεια της τελευταίας εικοσαετίας όμως ο πολιτισμός με την ευρύτερη μορφή του έχει αναχθεί σε βασικό (αν όχι στο βασικότερο) τουριστικό πόρο τόσο για τον ελληνικό όσο και για τον παγκόσμιο τουρισμό, στις χώρες, βεβαίως, που το ιστορικό, το αρχαιολογικό και το εθνογραφικό-λαογραφικό παρελθόν τους το επιτρέπει.

Και στις πολιτιστικές (όπως και στις κοινωνικές) ανάλογες διαδικασίες υπάρχουν και οι επιδράσεις και οι επιπτώσεις στα πλαίσια της σύγχρονης τουριστικής ανάπτυξης.

Οι κυριότερες από αυτές τις πολιτιστικές επιδράσεις και επιπτώσεις μπορούν να συνοψισθούν στο ρόλο του τουρισμού ως προϋπόθεση πολιτιστικής αλλαγής, στη συνεύρεση ντόπιων και τουριστών, στην πολιτική αλαζονεία της εποχής μας και στις συνακόλουθες γλωσσολογικές επιπτώσεις.

Όλα τα προαναφερθέντα δίνουν το στίγμα της αδήριτης σχέσης του τουρισμού και πολιτισμού, η οποία αναμένεται να ενταθεί στο άμεσο μέλλον.

## **7.2 Ο Τουρισμός ως προϋπόθεση πολιτιστικής αλλαγής**

Μία ακόμη κατηγορία επιδράσεων που επιφέρει ο τουρισμός είναι αυτές που αναφέρονται στο όλο πολιτιστικό πλαίσιο ως συνισταμένη αφενός μεν του τεχνικού, αφετέρου δε του πνευματικού πολιτισμού που δημιουργεί ο άνθρωπος στο διάβα του ανά τους αιώνες.

Παρ' ότι λοιπόν η όλη οικονομική αλλά και κοινωνική υφή του τουρισμού αποτελούν τις βασικές μορφές ανάλυσης του σύγχρονου τουριστικού φαινομένου και των επιπτώσεών του

στη διεθνή κοινότητα, υπάρχει μια ακόμη παράμετρος, της οποίας η σπουδαιότητα αναδεικνύεται όλο και περισσότερο μετά τα πρώτα χρόνια της δεκαετίας του '80. Πρόκειται για τον πολιτισμό, που δίχως αμφισβήτηση αποτελεί, από την αρχαιότητα μέχρι και σήμερα, ένα από τα κίνητρα μεγάλου μέρους ταξιδιωτών και σύγχρονων τουριστών, που εκκινεί από τη μη διερευμένη επαρκώς από την Ψυχολογία και την Κοινωνιολογία έννοια της "περιέργειας" και φθάνει έως τη μετατροπή του σε έναν από τους κύριους τουριστικούς πόρους του καιρού μας.

Διαπίστωση με ευρύτερη κοινωνική και εμπορική σπουδαιότητα, αλλά ταυτόχρονα διαπίστωση -αντικειμενική αιτία αναζήτησης και έρευνας του κλάδου της τουριστικής κοινωνιολογίας, που αντιμετωπίζει τον πολιτισμό ως κύριο ερευνητικό πεδίο στα πλαίσια της συνεχούς επέκτασης των ορίων της επιστημονικής της προσέγγισης. Μιας προσέγγισης που ανάμεσα σ' όλες τις άλλες αναζητήσεις της προσφεύγει συχνά-πυκνά στην ορθολογική επεξήγηση των κινήτρων έλξης των τουριστών σ' έναν τόπο, τα οποία όντως είναι πολυάριθμα, αλλά σημαντική θέση σ' αυτά κατέχει η ικανοποίηση πολιτιστικών αναγκών των πελατών.

Το αντικείμενο που καλύπτει στις μέρες μας η έννοια πολιτισμός στον τουρισμό παρουσιάζεται εξαιρετικά ευρύ και αυτός είναι ο κύριος λόγος που ωθεί στην εμπορευματοποίηση του θέματος σε μεγάλο βαθμό από όλους εκείνους τους παράγοντες οι οποίοι προωθούν και πωλούν το τουριστικό προϊόν, δηλαδή τις τουριστικές επιχειρήσεις, τις κλαδικές οργανώσεις του χώρου και τους ιθύνοντες της κρατικής πολιτικής στον τουρισμό.

Σε ότι αφορά την "εμπορευματοποίηση" των πολιτιστικών στοιχείων γενικά, αλλά και αυτών που αφορούν στο τουριστικό φαινόμενο ειδικότερα-ως αναπόσπαστο πλέον μέρος της όλης διεργασίας ή των "πακέτων"-, ο πολιτισμός στον τουρισμό περιλαμβάνει αναλυτικά τα ακόλουθα :

- τους αρχαιολογικούς χώρους και τα αρχαιολογικά μουσεία-μνημεία,
- τα λαογραφικά-εθνογραφικά στοιχεία και τα λαογραφικά μουσεία,
- τους θρησκευτικούς και προσκυνηματικούς τόπους λατρείας,
- τα ετήσια εθνικά και τοπικά "φεστιβάλ" παραδοσιακών δεδομένων,
- τα σχετιζόμενα με παραδοσιακή και μοντέρνα τέχνη (λ.χ. γλυπτική, ζωγραφική, μουσική, χορός, "πλαστικές" τέχνες κ.λπ.),
- τα αρχιτεκτονικά δεδομένα των επιμέρους περιοχών, όπως διασωζόμενοι οικισμοί, παραδοσιακοί οικισμοί, κατακόμβες κ.λπ.
- τα μνημεία διασωζόμενου φυσικού κάλλους (εσχάτως και του τεχνητού),
- τα κάθε μορφής μουσεία ανάδειξης της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς.

### 7.3 Η συνένεση ντόπιων κατοίκων και τουριστών και οι επιδράσεις

#### στα υλικά και άυλα πολιτιστικά δεδομένα

Με την ίδια λογική που ο τουρισμός επιδρά στα κοινωνικά δεδομένα, επιδρά και στον πολιτισμό και τις ποικιλόμορφες εκδηλώσεις του, όχι διότι κάτι τέτοιο αντιπροσωπεύει τη δυναμική του, αλλά διότι η ανάδειξή του σε "τουριστικό πόρο" μέσω της εμπορευματοποίησης το επιβάλλει. Οι επιδράσεις του τουρισμού στα πολιτιστικά πράγματα, όπως εντοπίζονται από τις ερμηνευτικές προσεγγίσεις-κυρίως θεωρητικού και εμπειρικού χαρακτήρα-είναι οι ακόλουθες :

*Η μετατροπή του πολιτισμού σε "εμπόρευμα", η οποία έχει ιδιαίζουσα σημασία καθώς αναξιοποίητα πολιτιστικά δεδομένα αιώνων αξιοποιούνται λόγω της τουριστικής ανάπτυξης (ασφαλώς και λόγω της σύγχρονης ευαισθητοποίησης της διεθνούς κοινότητας) και αποτελούν μέρος των τουριστικών "πακέτων", προσελκύοντας μεγάλα τουριστικά ρεύματα. Χωρίς να παραγνωρίζεται η πολιτιστική σπουδαιότητά τους, η όλη οικονομική σημασία για τουριστικά γραφεία και κρατικές υπηρεσίες παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον. Οι τουριστικές επιχειρήσεις εμπλουτίζουν τα προγράμματά τους, οι σχετικές κρατικές υπηρεσίες καρπώνονται οικονομικά οφέλη και τουρίστες-καταναλωτές πληρώνουν το τίμημα, ως αναπόσπαστο τμήμα πλέον της τουριστικής διεργασίας. Αυτή η εμπορευματοποίηση, που αυξάνεται διαρκώς, πιστοποιεί και τις παντοειδείς επεμβάσεις των τουριστικών παραγόντων στα πολιτιστικά δρώμενα(που συχνά παραλλάσσουν την ίδια πολιτιστική παρουσίαση).*

*Η ευαισθητοποίηση των πολιτών, η οποία επέρχεται μετά την εμφάνιση του τουρισμού σε μια περιοχή, καθώς η συνειδητοποίηση της σπουδαιότητας ενός χώρου ή μνημείου από άτομα που έρχονται από χιλιάδες χιλιόμετρα μακριά δημιουργεί νέα κοινωνικο-ψυχολογικά δεδομένα για τους ντόπιους κατοίκους .Η ευαισθητοποίηση αυτή των κατοίκων, προϊόντος του χρόνου, μεταλλάσσεται σε πραγματική αγάπη, καθόσον μέσω αυτών των πολιτιστικών δεδομένων αξιοποιείται και γίνεται γνωστή παγκοσμίως η περιοχή τους.*

Αυτή η πρακτική είναι ιδίον χωρών που έχουν μακραίωνη ιστορία και πολιτισμό, ενώ σύμφωνα με τις διεθνείς εργασίες και μελέτες υποχωρεί στις χώρες με πρόσφατη ιστορία.

*Η κρατική αξιοποίηση μνημείων και χώρων πολιτισμού, η οποία στη συντριπτική πλειοψηφία των περιπτώσεων γίνεται έντονη και εμφανής ,από*



τη στιγμή κατά την οποία οι αλλοεθνείς επισκέπτες-τουρίστες μιας περιοχής (μέσω των ταξιδιωτικών γραφείων τους) εκδηλώνουν εμπράκτως το πολιτιστικό ενδιαφέρον τους. Η κρατική πολιτική του Υπουργείου Πολιτισμού σε συνεργασία με τις αρμόδιες υπηρεσίες (συνήθως Αρχαιολογική Υπηρεσία, Εφορίες Ενάλιων Αρχαιοτήτων, Δήμοι και Κοινότητες, Ιερά Σύνοδος της Εκκλησίας της Ελλάδος) προστρέχουν ευκολότερα και κυρίως γρηγορότερα από τη στιγμή που ο τουρισμός κάνει την εμφάνισή του (το αποδεικνύει η αδιαφορία και η παραμέληση μη τουριστικών τόπων και η πρωτοφανής εγκατάλειψή τους). Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφερθεί και η ενίσχυση των εθνικών πολιτιστικών πολιτικών από διεθνείς ή διακρατικές πρωτοβουλίες σε σχέση με τη διάσωση και διατήρηση της ανθρώπινης πολιτιστικής κληρονομιάς, όπως λ.χ., αυτές της Ευρωπαϊκής Ένωσης και κυρίως αυτές της UNESCO την τελευταία εικοσαετία.

*Τα πολιτιστικά εθνικά ή διακρατικά προγράμματα, που αφορούν τη διοργάνωση, κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου αιχμής κάθε περιοχής, σημαντικών ή λιγότερο σημαντικών εκδηλώσεων από τις τοπικές αρχές με θέματα την ιστορία, την παράδοση και τη λαογραφία του τόπου σε αρκετούς τομείς (λ.χ. χορός, τραγούδι, θέατρο κ.λπ.), τα οποία διατρανώνουν την ιστορικότητα και την πολιτιστική διαδρομή κάθε περιοχής. Υπάρχουν ακόμη ειδικά πολιτιστικά προγράμματα με κρατική ή κοινοτική επιδότηση όπως λ.χ., στην Ελλάδα σε θέματα που άπτονται γενικώς του πολιτισμού, όπως ανακαινίσεις παραδοσιακών οικισμών, αναπαλαιώσεις αρχιτεκτονικών κτιρίων, επαναλειτουργία αρχαίων θεάτρων, επιμορφωτικά σεμινάρια απασχολούμενων σε πολιτιστικούς χώρους κλπ*

Οι φθορές αρχαιολογικών, θρησκευτικών χώρων και μνημείων, φαινόμενο που άρχισε να απασχολεί τον αναπτυσσόμενο τουριστικό κόσμο την τελευταία εικοσαετία, καθώς διαπιστώθηκε ότι η μαζική και αδιάκοπη ροή επισκεπτών σ' αυτά τα μνημεία και χώρους προκαλεί ουσιώδεις καταστροφές, που δεν ήταν γνωστές όσο τα αριθμητικά στοιχεία των επισκεπτών παρέμεναν χαμηλά. Το γεγονός αυτό οδήγησε πλέον στην ανάγκη αφενός μεν εκτεταμένων ελέγχων, αφετέρου δε ορθολογικής διαχείρισης των χώρων αυτών, ιδίως των περισσότερο ευαίσθητων στη φθορά. Το θέμα έχει οδηγήσει στην τεχνολογική υποστήριξη της θερμοκρασίας και της υγρασίας, στην υπεδαφική υποστήριξη, στη δημιουργία ειδικών χώρων αποκλειστικά για την προσπέλαση επισκεπτών, απαγορεύσεις φωτογράφισης με φλας κ.λπ. με στόχο την προστασία των χώρων αυτών.

#### 7.4 Διαπλοκές εξαιτίας της πολιτιστικής αλαζονείας

Συνακόλουθη των επιδράσεων του τουρισμού στον πολιτισμό είναι και η λεγόμενη "πολιτιστική αλαζονεία", η οποία τα τελευταία χρόνια έχει κάνει την εμφάνισή της σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό, ακόμη και σε διεθνές επίπεδο, δημιουργώντας νέα προβλήματα στον τουρισμό. Με τον όρο αυτό υποδηλώνεται κάθε προσπάθεια υπέρμετρης, παράλογης ή και ψευδούς παροχής πληροφοριών, με στόχο την ικανοποίηση συγκεκριμένων συμφερόντων μιας περιοχής ή ενός κράτους, η οποία οδηγεί στην παραπληροφόρηση και στον αθέμιτο εμπορικοτουριστικό ανταγωνισμό.

Δεν είναι λίγες οι φορές που εμείς ως χώρα έχουμε πέσει θύματα τέτοιας πολιτιστικής αλαζονείας, όταν η γειτονική Τουρκία προβάλλει, λ.χ., μαζί με παραποιημένους τουριστικούς χάρτες των νησιών μας (σε διεθνείς μάλιστα τουριστικές εκθέσεις) και ελληνικούς αρχαιολογικούς τόπους ως τουρκικούς ή ακόμη χειρότερα, όταν ξεναγοί μιλώντας, λ.χ., για την Έφεσο δεν κάνουν λόγο για την ελληνικότητά της αλλά περιορίζονται μόνο στη ρωμαϊκή περίοδο.



Η αρχαία Έφεσος

Αυτού του είδους όμως η αλαζονεία συχνά φέρνει αντιμέτωπες δύο διαφορετικές τουριστικές περιοχές και επικρατεί αυτό που ονομάζεται "χουλιγκανισμός της μείζονος προσφοράς" όπου στην προσπάθεια εντυπωσιασμού ή προσέλκυσης πελατών παρουσιάζονται απίθανες προσμείξεις πολιτιστικών δεδομένων (όχι σπάνια στο σχετικό έντυπο ή ηλεκτρονικό τουριστικό υλικό), που παραποιούν ουσιωδώς την πραγματικότητα.

Πολιτιστική αλαζονεία εξάλλου παρατηρείται και σε διεθνή κλίμακα, όταν καταβάλλεται προσπάθεια μιας "πληθωριστικής προβολής πολιτιστικών δεδομένων" με στόχο την κατάδειξη αυτού που διαθέτει περισσότερα. Αυτή η τακτική ακολουθείται στην πλειοψηφία των περιπτώσεων από κράτη με ελάχιστους αιώνες ιστορίας, που για λόγους τουριστικής προβολής οδηγούνται στην υπερβολή.

Τέλος, πολιτιστική αλαζονεία στον τουρισμό σημαίνει ωραιοποίηση των δεδομένων της μιας πλευράς και ταυτόχρονα αποσιώπηση των πλεονεκτημάτων της άλλης πλευράς, μέθοδο που μπορεί να αξιοποιεί η σύγχρονη διαφήμιση, φαντάζει όμως ανεπίτρεπτη στα πλαίσια της οργάνωσης και λειτουργίας του σύγχρονου μαζικού τουρισμού.

## **7.5 Οι γλωσσολογικές επιπτώσεις του τουρισμού**

Μείζονος, τέλος, σημασίας -ανάμεσα σε όλες τις άλλες- είναι οι γλωσσολογικές επιδράσεις που επιφέρει ο σύγχρονος μαζικός τουρισμός, παραλλάσσοντας τα δεδομένα της τοπικής κοινωνίας. Η εμφάνιση των πρώτων τουριστών, που προμηνύει την επερχόμενη ανάπτυξη, οδηγεί αναπόφευκτα στην αλλοίωση της γλώσσας της τοπικής κοινωνίας -συνήα τοπική διάλεκτος- με προσμείξεις από ξένες γλώσσες, έτσι ώστε το τοπικό ιδίωμα εγκαταλείπεται από τις νέες γενεές και μέσα σε λίγα χρόνια εκλείπει.

Εκ παραλλήλου, οι απασχολούμενοι με οποιαδήποτε ιδιότητα στο τουριστικό αντικείμενο και επάγγελμα υποχρεούνται σχεδόν να προσφύγουν στις ξένες γλώσσες(γεγονός αναντίρρητα θετικό),σιγά σιγά όμως, ακόμη και στις κοινωνικές τους επαφές, χρησιμοποιούν ξένες λέξεις και όρους, χάνοντας τη γλωσσική τους ταυτότητα.

Το θέμα προσλαμβάνει και άλλες διαστάσεις ιδίως για τους νέους και νέες τουριστικών περιοχών, που ούτως ή άλλως χρησιμοποιούν ένα εξαιρετικά περιορισμένο λεξιλόγιο στη γλώσσα τους, και που, δεχόμενοι γλωσσικά στοιχεία ξένα προς αυτούς, διαμορφώνουν μια νέα -"τουριστική" θα την αποκαλούσαμε- γλώσσα, με αποκλειστικό στόχο τη χρησιμοποίησή της στις σχέσεις με τους αλλοδαπούς τουρίστες.

Στα θετικά πάντως των γλωσσολογικών επιδράσεων εξαιτίας του τουρισμού θα πρέπει να καταγραφεί η εμφανής πλέον προσπάθεια εκμάθησης ξένων γλωσσών που τους κάνει "πολίτες του κόσμου", ενώ τους δίνει τη δυνατότητα μελλοντικής ενασχόλησης με τα τουριστικά επαγγέλματα, ιδίως στο συνεχώς αναπτυσσόμενο κλάδο του πολιτιστικού τουρισμού.

## **7.6 Τουρισμός και πολιτισμός : μια αδήριτη σχέση**

Από όσα προαναφέρθηκαν, γίνεται σαφές ότι ο πολιτιστικός παράγοντας επηρεάζει ουσιαστικά πολλούς τομείς της κοινωνικής ζωής του σύγχρονου πολίτη. Η διάκριση ανάμεσα

στα δύο είδη του πολιτισμού, τον τεχνικό και τον πνευματικό, δίνει την πεμπτούσια της έννοιας μέσα από θεσμούς όπως ο τουρισμός, που έχουν να επιδείξουν και τις δύο μορφές του και μάλιστα στον υπερθετικό βαθμό.

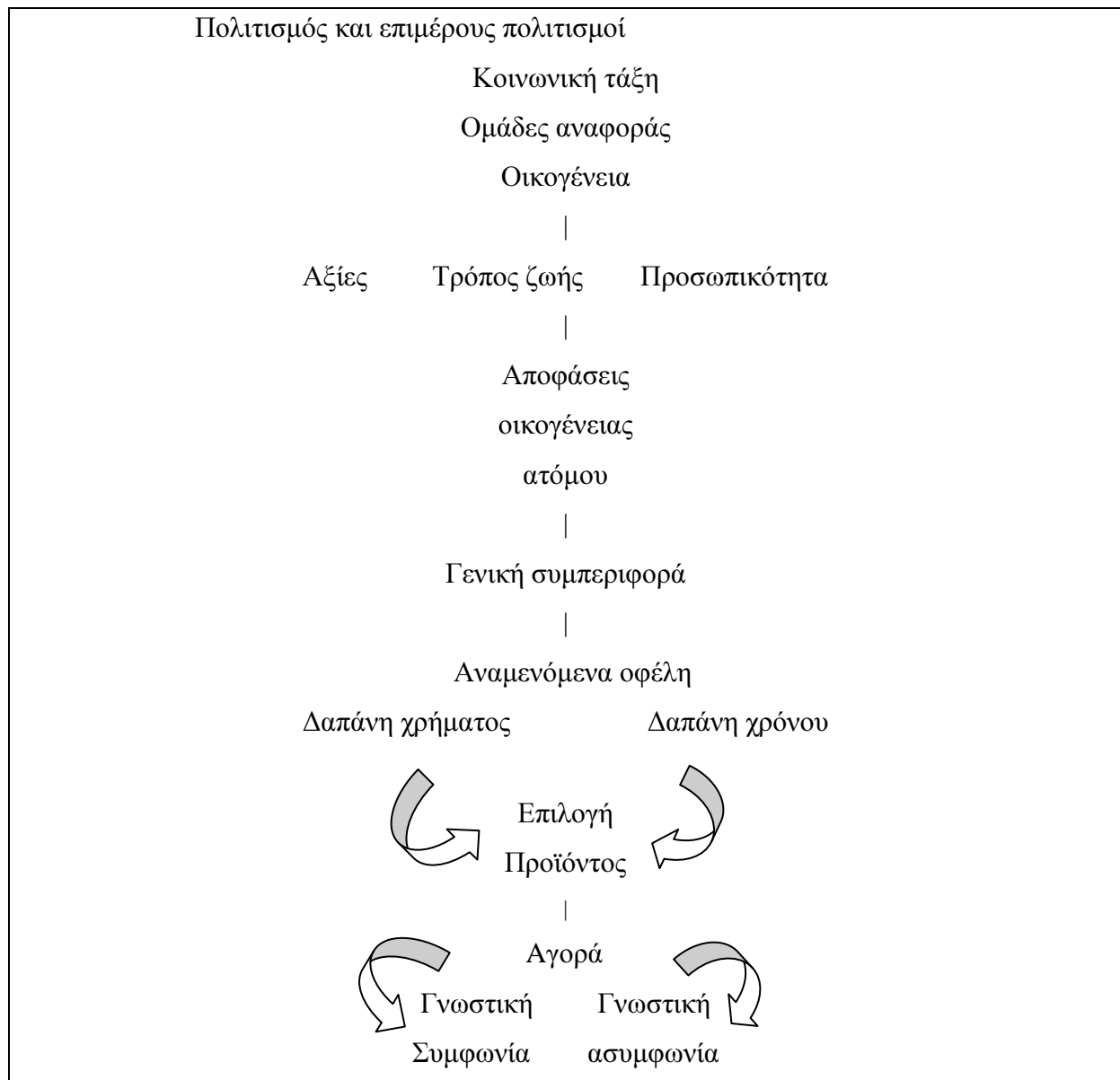
Ο *μεν τεχνικός πολιτισμός* (civilization) είναι το αποτέλεσμα των ενεργειών των ανθρώπων πάνω στις εξωτερικές δυνάμεις της φύσης, δηλαδή αναφέρεται στα τεχνικά μέσα και στο επίπεδο της υλικής μόνο ζωής των ανθρώπων (standards of life). Ο *δε πνευματικός πολιτισμός* (culture) είναι το αποτέλεσμα των ενεργειών του ανθρώπου στις εσωτερικές του δυνάμεις, δηλαδή αφορά τις μορφές της κοινωνικής συμβίωσης και τις επιτεύξεις της πνευματικής ζωής.

Οι δύο αυτές διαστάσεις του πολιτισμού στον τουριστικό τομέα βρίσκουν την πληρέστερη έκφρασή τους, καθώς τόσο τα επιτεύγματα του τεχνικού όσο και του πνευματικού πολιτισμού, που εκφράζουν την πολυπλοκότητά του, αποτελούν σημαντικούς τουριστικούς πόρους του καιρού μας.

Οι τουριστικοί αυτοί πόροι με τη σειρά τους αποτελούν ουσιαστικό στοιχείο έλξης πελατών σε μια χώρα και αυτός είναι ο λόγος που, στην πλειοψηφία των περιπτώσεων, χώρες με μακράιωνη ιστορία και παράδοση, χώρες με πλούσια και αναγόμενα στο μακρινό παρελθόν επιτεύγματα στον πολιτιστικό τομέα έχουν κατά τεκμήριο και αυξημένο τουρισμό αριθμητικά.

Τέλος, ο πολιτισμός καθορίζει σε μεγάλο βαθμό και τον τρόπο ζωής και τις αξίες και την προσωπικότητα των πολιτών κάθε έθνους, επηρεάζοντας στη συνέχεια και τις όποιες αγοραστικές αποφάσεις τους. Το διάγραμμα 7.6.α. του Κ.Γ. Μαγνήσαλη, που ακολουθεί, είναι ενδεικτικό.

## Ο πολιτισμός και οι επιδράσεις του στον τρόπο ζωής και στις αποφάσεις του καταναλωτή



Κλείνοντας, πρέπει να επισημάνουμε την αδήριτη πλέον σχέση μεταξύ πολιτισμού και τουρισμού, η οποία προβλέπεται στα αμέσως επόμενα χρόνια να ενταθεί περαιτέρω στις χώρες τουριστικής υποδοχής όπως η Ελλάδα....

## Περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού

Το περιβάλλον και η περί αυτό ευαισθησία του παγκόσμιου πληθυσμού είναι ασφαλώς ένα από τα ζητήματα της σύγχρονης διεθνούς κοινωνίας, που μόνον τα τελευταία τριάντα χρόνια εμφανίστηκε με τρόπο επιτακτικό. Το ζήτημα του τουριστικού περιβάλλοντος τέθηκε για πρώτη φορά ουσιαστικά στη διεθνή τουριστική κοινότητα πριν από δεκαοκτώ χρόνια, όταν μια σειρά σοβαρών περιβαλλοντικών προβλημάτων-καταστροφών κατέστησε φανερό ότι ο τουρισμός δεν είναι αμέτοχος σ' αυτήν την ιστορία. Οι κυριότερες επιδράσεις και κυρίως οι επιπτώσεις που πρέπει να αναφερθούν αφορούν την ιδιάζουσα σχέση τουρισμού και περιβάλλοντος, τη σύγκρουση ή τη συμβίωσή τους, τις επιδράσεις του τουριστικού και ξενοδοχειακού περιβάλλοντος στους εργαζόμενους, τις επιδράσεις του τουρισμού στα οικοσυστήματα και τις αλληλεπιδράσεις που προκαλούν οι όποιες περιβαλλοντικές επιπτώσεις στον τουρισμό.

**8.1 Τουρισμός και περιβάλλον : μια ιδιάζουσα σχέση** Τα θέματα που σχετίζονται με την οικολογία και το περιβάλλον τα τελευταία χρόνια έχουν αφενός μεν ευαισθητοποιήσει τους κατοίκους σε όλα τα μήκη και πλάτη του κόσμου, αφετέρου δε έχουν δραστηριοποιήσει εθνικές κυβερνήσεις, διεθνείς διακρατικούς οργανισμούς και οργανώσεις προστασίας του περιβάλλοντος για τη διάσωσή του. Πρόκειται για ένα θέμα που έχει γενικό χαρακτήρα, αφού αφορά το στερεό έδαφος (έδαφος και υπέδαφος), τους υδάτινους πόρους (θάλασσες, λίμνες, ποταμούς) και τον εναέριο χώρο και συνδέεται άμεσα με την εκβιομηχάνιση, τη ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας, τα χημικά και πυρηνικά απόβλητα, ουσιαστικά δε αφορά την ανάπτυξη στο σύνολό της.

Η σχέση τουρισμού και περιβάλλοντος αποτελεί μια και μόνη παράμετρο του όλου ζητήματος, που έχει όμως ιδιάζουσα σημασία, καθώς η τουριστική ανάπτυξη σε όλο τον πλανήτη μπορεί να οδηγήσει σε μια ή περισσότερες από τις ακόλουθες παρενέργειες :

- ❖ Απαίτηση ολοένα και νέων χώρων, συχνά δασικών, λόγω τουριστικών εγκαταστάσεων (κυρίως ξενοδοχειακών μονάδων)
- ❖ Ρύπανση της θάλασσας (και ποταμών-λιμνών) εξαιτίας των αποβλήτων τουριστικών μονάδων και της συνεχώς αυξανόμενης διακίνησης τουριστών
- ❖ Εναέρια μόλυνση λόγω της επέκτασης της αεροπορικής διακίνησης τα τελευταία χρόνια
- ❖ Κάθε είδους ρύπανση και μόλυνση του περιβάλλοντος από τη μαζική χρήση χώρων που ανταποκρίνονται αποκλειστικά στα δεδομένα της τουριστικής ζήτησης, κάθε είδους φθορά και καταστροφή αρχαιολογικών-θρησκευτικών μνημείων.

Εννοείται, βεβαίως, ότι τα παραπάνω ισχύουν είτε όταν οι κάθε μορφής τουριστικές επιχειρήσεις δεν τηρούν τις σχετικές νομοθετικές ρυθμίσεις, είτε όταν δεν υπάρχει το κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο, είτε ακόμη όταν οι κρατικοί έλεγχοι είναι πλημμελείς. Αντικειμενικά όμως, η επέκταση των εναέριων, θαλάσσιων και οδικών μεταφορών λόγω του τουρισμού επιβαρύνει σοβαρά το περιβάλλον και αυτός είναι ο λόγος που κινεί το ενδιαφέρον τόσο της επιστήμης και της τεχνολογίας όσο και των επιχειρήσεων και του κράτους.

## 8.2 Σύγκρουση ή συμβίωση τουρισμού-περιβάλλοντος ;

Το ζητούμενο στο σύγχρονο μαζικό τουρισμό βρίσκεται στην αναζήτηση μιας συμβιωτικής σχέσης μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος, παρά την αντινομία που φαίνεται να περικλείει αυτή η σχέση. Διότι, κάτω από συγκεκριμένες προϋποθέσεις, που ανάγονται στην τήρηση των εθνικών και διακρατικών νομοθεσιών και συνθηκών από όλους τους επιχειρηματικούς παράγοντες στον τουρισμό, η προστασία και η διάσωση του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι δυνατή.

Δεν είναι καθόλου τυχαίο ότι η πληθώρα διακρατικών οργανισμών αλλά και επιστημονικών οργανώσεων ταυτόχρονα την τελευταία δεκαπενταετία έχει δημιουργήσει ένα νέο πλαίσιο, μέσα στο οποίο κινείται ο τουρισμός εσχάτως, που παρουσιάζει την ακόλουθη μορφή :

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ → ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ → ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ →

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ-ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο τουρισμός έχει ως βασικές αρχές που διέπουν την όλη οργάνωση και λειτουργία του τις ακόλουθες :

- Σεβασμό των ιστορικών-αρχαιολογικών-λαογραφικών-θρησκευτικών στοιχείων και μνημείων και αποτροπή κάθε είδους φθοράς τους.
- Αναζήτηση νέων, 'καθαρότερων' τεχνολογιών σε ότι αφορά τη θαλάσσια και εναέρια μεταφορά στη βάση διεθνών συνθηκών
- Θέσπιση ολοένα και αυστηρότερων κριτηρίων νομοθετικού περιεχομένου σχετικά με την ανέγερση κτηρίων, με τις δασικές εκτάσεις, τους σύγχρονους βιολογικούς καθαρισμούς και τα αποχετευτικά δίκτυα.

- Ελαχιστοποίηση και τελικά εξάλειψη της φωτοχημικής ρύπανσης των μεγαλουπόλεων, η οποία καταστρέφει τόσο την αρχαιολογική όσο και την αρχιτεκτονική κληρονομιά μέσω νέων τεχνολογιών και διοικητικών μέτρων
- Λήψη μέτρων ανάδειξης του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος σε περιοχές μαζικής υποδοχής τουριστών, ούτως ώστε να μεταβληθούν ορθολογικά σε τουριστικούς πόρους μεγάλης σπουδαιότητας
- Διατήρηση μέσω των περιβαλλοντικών μέσων προστασίας του κοινωνικού ιστού των τουριστικών περιοχών που οδηγούνται στην ανάπτυξη
- Περαιτέρω επέκταση των «εναλλακτικών μορφών τουρισμού», οι οποίες προσδίδουν νέο σημαντικό ενδιαφέρον στη λειτουργία επιχειρήσεων του τουριστικού χώρου, ενόψει των εξελίξεων των αρχών του επόμενου αιώνα
- Εκτεταμένη αναδάσωση των πληγέντων από πυρκαγιά τουριστικών περιοχών ως μέτρο αποκατάστασης της φυσικής ισορροπίας (μιας και η αναδάσωση αποτελεί μια από τις κύριες τεχνικές καταπολέμησης της διάβρωσης του εδάφους) και αφετέρου ως στοιχείο αξιοποίησης μιας περιοχής ως τουριστικού πόρου.
- Τέλος, διατήρηση και επέκταση των ειδικών μορφών προστασίας του περιβάλλοντος, όπως οι 'βιότοποι', οι 'υγροβιότοποι', τα 'αισθητικά δάση' και οι 'εθνικοί δρυμοί', καθώς και τα ειδικά 'θεματικά πάρκα', που μέσα στην τελευταία δεκαετία αναδείχτηκαν σε νέους τουριστικούς πόλους έλξης των τουριστών.

Η διατήρηση της φυσικής αρμονίας μέσω των διεργασιών τουριστικής ανάπτυξης έχει καταστεί πλέον στοιχείο εκ των ων ουκ άνευ, έτσι ώστε ο «πολιτιστικός-περιβαλλοντικός τουρισμός» να αναδεικνύεται σοβαρή μελλοντική προοπτική. Οι προβλέψεις του Bernardin de St. Pierre “(1737-1814) που, χρησιμοποιώντας την έννοια της ‘φυσικής αρμονίας’, διέκρινε τις σχέσεις αλληλεξάρτησης φυτών, ζώων, ανθρώπου και ανόργανου περιβάλλοντος για τις καταστρεπτικές συνέπειες που μπορεί να έχουν στη φυσική αρμονία οι ανθρώπινες επεμβάσεις βρίσκουν άριστο πεδίο εφαρμογής, αν δεν ληφθούν όλα τα απαραίτητα εκείνα μέτρα στον τουρισμό.

### **8.3 Οι επιδράσεις του τουρισμού στα οικοσυστήματα**

Τα φυσικά οικοσυστήματα –τα οποία “αποτελούν δυναμικά πολύπλοκα πλέγματα αλληλεπιδράσεων και αλληλεξαρτήσεων που διαχρονικά μεταβάλλονται και εξελίσσονται”- ανάλογα με την όλη τους οικολογική ευστάθεια, την ικανότητα αυτορρύθμισης, την εξάρτησή τους από την τροφή ή την ενέργεια αλλά ιδίως από τον βαθμό και το εύρος των ανθρώπινων επεμβάσεων διαιρούνται σε σταθερά (αναλλοίωτα), σε επηρεαζόμενα (από ανθρώπινες δραστηριότητες), σε υποβαθμισμένα (με συνεχείς



διαταραχές οικολογικής ισορροπίας), σε τεχνητά (όπως λ.χ., οι μονοκαλλιέργειες) και τέλος σε ασθενή (ανοιχτά οικοσυστήματα αστικών και βιομηχανικών περιοχών σε πλήρη οικολογική αποδιοργάνωση).

Οι επιδράσεις του τουρισμού στα φυσικά οικοσυστήματα άπτονται σε μεγάλο βαθμό των περιβαλλοντικών καταστροφών που συντελούνται σε περιοχές φυσικού κάλλους με την εμφάνιση μεγαθηρίων από μπετόν (που πέραν όλων των άλλων είναι και αντιαισθητικά από αρχιτεκτονικής πλευράς), με την αλλοίωση του τοπικού πολεοδομικού και αρχιτεκτονικού χρώματος (εγκαταλείποντας τα ντόπια υλικά, λ.χ. ξύλο και πετρώματα, και αντικαθιστώντας τα με γυαλί και μπετόν), με την εκπληκτική σε εύρος και όγκο περιβαλλοντική καταστροφή λόγω των ανεξέλεγκτων διαφημιστικών ταμπελών, πινακίδων κ.λπ. κάθε μορφής (οι οποίες συχνά υποτιμούν τη μέση ανθρώπινη αντίληψη) ή ακόμη με την εκρηκτική σε εκκωφαντικότητα ηχητική ρύπανση (προϊόν νυχτερινών κέντρων, μηχανών, μοτοποδηλάτων κ.λπ. ) που μαστίζει τους σύγχρονους πολυάριθμους τουριστικούς προορισμούς.

Όλες οι προαναφερόμενες δράσεις στο χώρο του τουρισμού έχουν ισχυρές και συχνά μη επανορθώσιμες άμεσα επιδράσεις στα φυσικά οικοσυστήματα, κάτι το οποίο δεν γνώριζε τριάντα χρόνια πριν η διεθνής κοινότητα. Ούτε τότε όμως μπορούσε -ούτε σήμερα μπορεί- να μετρήσει επακριβώς αυτές τις επιδράσεις, που προέκυψαν ιδίως λόγω της μαζικότητας των επισκεπτών σ' έναν τόπο για περιορισμένο μάλιστα χρονικό διάστημα.

Ουσιαστικά, μπορεί ανεπιφύλακτα να πει κάποιος ότι μόλις τώρα η επιστήμη, η έρευνα και η τεχνολογία ξεκινούν μια εμπεριστατωμένη αναζήτηση των επιδράσεων του τουρισμού στα φυσικά οικοσυστήματα και αυτό – σύμφωνα με τα διεθνή στοιχεία- αφορά σε αυτήν τη φάση μόνο τις αναπτυγμένες οικονομικά και τουριστικά χώρες και το σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον.

#### **8.4 Αλληλεπιδράσεις των περιβαλλοντικών επιπτώσεων στον τουρισμό.**

Οι περιβαλλοντικές επιδράσεις του τουρισμού είναι επόμενο να προκαλούν μια σωρεία αλληλεπιδράσεων κοινωνικού και ψυχολογικού περιεχομένου, αποδέκτες των οποίων γίνονται πάντα οι τουρίστες-καταναλωτές, που και από την πλευρά τους βεβαίως δεν είναι πάντοτε μόνο οι δέκτες περιβαλλοντικών καταστροφών αλλά και ενίοτε οι πομποί-δημιουργοί τους.

Είναι αυτονόητο ότι ο συνεχώς αυξανόμενος αριθμός των σύγχρονων τουριστών (λίγο πριν το 2000 πλησίασε τα 600.000.000 άτομα) δημιουργεί με την εν γένει συμπεριφορά του και αυτός περιβαλλοντικά προβλήματα, με κυριότερα τα ακόλουθα :

- Την εκτεταμένη ρύπανση του περιβάλλοντος χώρου από ανεξέλεγκτη ρίψη ή εγκατάλειψη σκουπιδιών σε ακτές, παράκτιες ζώνες, κοινόχρηστους χώρους κ.λπ.
- Την άκρατη χρήση προϊόντων με πλαστική συσκευασία (που σημειωτέον έχει διάρκεια ζωής περί τα τετρακόσια χρόνια) στη θέση αυτής από χαρτί ή από γυαλί (εκτεταμένη είναι στην Ελλάδα η χρήση της πλαστικής σακούλας) που ρυπαίνει το περιβάλλον.
- Τη φωτοχημική ρύπανση που προκαλεί η συγκέντρωση πολυάριθμων οχημάτων και εργοστασίων, με αποτέλεσμα τη μόλυνση της ατμόσφαιρας, αλλά και τη φθορά μνημείων και έργων της αρχιτεκτονικής.
- Τη ρύπανση παράκτιων περιοχών από την ανεξέλεγκτη πολλές φορές κατασκήνωση, η οποία ως τέτοια δεν σέβεται το περιβάλλον και δημιουργεί σοβαρά προβλήματα.
- Τέλος, την αντικοινωνική και συχνά εγκληματική στάση των επισκεπτών μιας περιοχής που πετούν αναμμένα τσιγάρα, προκαλώντας εκτεταμένες πυρκαγιές, οι οποίες με τη σειρά τους συντείνουν στην έντονη οικολογική ανισορροπία.

Είναι φανερό λοιπόν ότι και η στάση των τουριστών οδηγεί ή ωθεί στη δημιουργία πρόσθετων περιβαλλοντικών προβλημάτων και με την έννοια αυτή απαιτείται ειδική περιβαλλοντική εκπαίδευση, ώστε να διαμορφωθεί η απαιτούμενη «τουριστική συνείδηση», δίχως την οποία τίποτε θετικό δεν μπορεί να προκύψει.

### **8.5 Η περιβαλλοντική επίπτωση του τουρισμού.**

Έχει γίνει σαφές ότι ο δεσμός μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος έχει ιδιαίτερα μεγάλη σημασία. Ωστόσο, η σχέση αυτή μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος έχει εξελιχθεί σε μια ευρύτερη χρονική περίοδο, δηλαδή τα τελευταία 50 χρόνια.

Ο Dowling (1992:33) αναφέρει ότι : Στη δεκαετία του 1950 θεωρούνταν ότι επρόκειτο για σχέση συνύπαρξης...

Εντούτοις, με την έλευση του μαζικού τουρισμού στη δεκαετία του 1960, η πίεση στις φυσικές περιοχές για τουριστική ανάπτυξη ήταν αυξανόμενη. Μαζί με την αυξανόμενη περιβαλλοντική συνείδηση και τις ανησυχίες των αρχών της δεκαετίας του 1970 η σχέση θεωρήθηκε ότι ήταν σχέση σύγκρουσης. Στη διάρκεια της επόμενης δεκαετίας η άποψη

αυτή υιοθετήθηκε από πολλούς άλλους... ταυτόχρονα εμφανιζόταν μια νέα πρόταση ότι δηλαδή η σχέση θα μπορούσε να είναι επωφελής τόσο για τον τουρισμό όσο και το περιβάλλον.

Η καλλιέργεια επωφελούς σχέσης μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος απαιτεί παρέμβαση του δημόσιου τομέα για σχεδιασμό και διαχείριση κάθε στοιχείου, ενώ τονίζονται τα οφέλη για την τουριστική βιομηχανία. Παραδείγματος χάριν, η μελέτη της κυβέρνησης του Η.Β. για τον Τουρισμό και το Περιβάλλον (Συμβούλιο Τουρισμού της Αγγλίας/Υπουργείο Απασχόλησης, 1991) εξέτασε και καθιέρωσε την κλίμακα και τη φύση των περιβαλλοντικών προβλημάτων που προκαλεί ο μαζικός τουρισμός στις σπουδαιότερες τουριστικές περιοχές και παρήγαγε κατευθύνσεις για την αντιμετώπιση παρόμοιων προβλημάτων. Η μελέτη επεσήμανε την ανάγκη να διατηρηθεί η βάση των πόρων για τις τουριστικές δραστηριότητες. Ως τμήμα της μελέτης, εντοπίστηκαν συνήθη προβλήματα που προκύπτουν από τον τουρισμό, μεταξύ των οποίων η συνηθισμένη φθορά του αστικού ιστού, ο συνωστισμός και οι κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις μεταξύ των επισκεπτών και των τοπικών κοινοτήτων.

Πράγματι, ορισμένοι συγγραφείς έχουν περιγράψει τις επιπτώσεις τουρισμού-περιβάλλοντος ως κινούμενες κατά μήκος ενός συνεχούς όπου τα αποτελέσματα μπορεί να είναι θετικά στο περιβάλλον των κέντρων των πόλεων, που ωφελούνται από την αναζωογόνηση που προκαλεί ο τουρισμός, μέχρι έντονα αρνητικά όπως σε άλλα τουριστικά περιβάλλοντα (π.χ., παράκτιες περιοχές, περιοχές της υπαίθρου, περιβάλλοντα ορεινά και υψίπεδα). Περιγράφοντας τη σχέση αλληλεξάρτησης τουρισμού και περιβάλλοντος, οι Mathieson και Wall (1982:97) υποστήριξαν ότι :

« Με την απουσία ελκυστικού περιβάλλοντος θα είχαμε λίγο τουρισμό. Από τα βασικά θέλγητρα του ήλιου, της θάλασσας και της αμμουδιάς μέχρι την αναμφίβολη έλξη που ασκούν ιστορικές τοποθεσίες και οικοδομήματα, το περιβάλλον είναι το θεμέλιο του τουρισμού.»

Αυτό δεν είναι πουθενά αλλού πιο φανερό από ότι στο Νότιο Ειρηνικό, όπου οι στερεότυπες εικόνες των φοινικόδεντρων, των παραλιών, των λιμνοθαλασσών και του ήλιου δημιουργούν την εντύπωση ενός ειδυλλιακού τουριστικού τοπίου. Ωστόσο, πολλά από τα Νησιά του Ειρηνικού συνοψίζουν τα περιβαλλοντικά προβλήματα που δημιουργεί ο τουρισμός και αυτά αναδεικνύονται στο Πλαίσιο 8.1

## Πλαίσιο 8.1 Μελέτη περίπτωσης :

### Η περιβαλλοντική επίπτωση του τουρισμού στα νησιά του Ειρηνικού.

Πολλά Νησιά του Ειρηνικού είναι εύθραυστα οικοσυστήματα όπου οι επιπτώσεις του τουρισμού είναι έντονα ορατές, ιδιαίτερα δεδομένης της τάσης η τουριστική ανάπτυξη να συγκεντρώνεται στις παράκτιες περιοχές. Όπως παρατηρεί ο Hall (1996:68):

...λόγω της έντονα δυναμικής φύσης του παράκτιου περιβάλλοντος και της σπουδαιότητας της ριζοφόρας βλάστησης και της περιορισμένης παροχής κοραλλιογενούς άμμου για τις νησιωτικές παραλίες ιδιαίτερα, κάθε ανάπτυξη που εμπλέκει το φυσικό σύστημα μπορεί να έχει σοβαρές συνέπειες για τη μακροπρόθεσμη σταθερότητα του περιβάλλοντος.

Ως αποτέλεσμα, η ακατάλληλη τουριστική ανάπτυξη στις παράκτιες περιοχές προκαλεί:

- Διάβρωση, όπου το ξεχέρσωμα της βλάστησης εκθέτει την παραλία σε θαλάσσιες θύελλες και η οικοδομική δραστηριότητα στην ακρογιαλιά καθιστά τα αποθέματα άμμου χαλαρά και πιο ευάλωτα
- Η υφαλμύρωση των υπόγειων αποθεμάτων γλυκού ύδατος η παροχή του οποίου, συνήθως, είναι περιορισμένη
- Εκροή λυμάτων σε ρηχά νερά, προκαλώντας ευτροφισμό και ανάπτυξη αλγών που επηρεάζουν τους κοραλλιογενείς βράχους αρνητικά. Περαιτέρω, η τροποποίηση των βάλτων με τα ριζοφόρα δέντρα στις χαμηλές περιοχές για δημιουργία λιμανιών και μαρίνων και για ανάκτηση εδαφών, οδηγεί σε απώλεια της οικολογικής ποικιλότητας και του πλούσιου περιβάλλοντος για την άγρια ζωή. Ταυτόχρονα, εξαλείφει τα φράγματα για τη συσσώρευση ιζημάτων. Κατά συνέπεια, οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού στα Νησιά του Ειρηνικού περιλαμβάνουν:
  - Περιβαλλοντική υποβάθμιση και ρύπανση
  - Καταστροφή των ενδιαιτημάτων και των οικοσυστημάτων
  - Απώλεια των παράκτιων και των θαλάσσιων πόρων
  - Ρύπανση των ακτών

- Επιπτώσεις στα υπόγεια ύδατα.

Καθώς τα νησιώτικα οικοσυστήματα χαρακτηρίζονται από περιορισμένο χώρο και είδη, οι επιπτώσεις είναι πολύ εμφανείς – ειδικά εκεί όπου η γεωγραφική απομόνωση ενός νησιού επηρεάζεται ξαφνικά από την ταχεία ανάπτυξη του τουρισμού. Ορισμένες προσπάθειες να αντιμετωπιστούν οι ανησυχίες αυτές έχουμε δει με την ανάπτυξη του οικοτουρισμού. Στο Νότιο Ειρηνικό, ο Hall (1996) έδειξε ότι ο οικοτουρισμός θα μπορούσε να ερμηνευτεί με δύο τρόπους:

1. Ως “πράσινος” ή τουρισμός βασισμένος στη φύση, με μια αγορά εξειδικευμένη, ως τμήμα του τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων (π.χ., αυτοκατάδυση)
2. Ως οποιαδήποτε μορφή τουριστικής ανάπτυξης που θεωρείται περιβαλλοντικά υπεύθυνη

Αμφότερες οι δυνατότητες αυτές θα πρέπει να δώσουν προσοχή στην αειφόρο χρήση πολύ εύθραυστων πόρων. Σε πολλά νησιωτικά μικρό-κράτη στον Ειρηνικό η σπουδαιότητα των περιβαλλοντικών ζητημάτων για τον τουρισμό είναι εμφανής, καθώς ένας αριθμός κοινών θεμάτων χαρακτηρίζει την ανάπτυξή του και τις πιέσεις στη βάση των πόρων:

- Μέγεθος, όπου οι επιπτώσεις μπορούν εύκολα να είναι επιβλαβείς για εύθραυστους πόρους
- Τα υψηλά επίπεδα εξάρτησης από εξωτερικά διεθνή τουριστικά συμφέροντα που δεν έχουν μακροπρόθεσμο ενδιαφέρον για το τοπικό περιβάλλον
- Απουσία ντόπιων πηγών κεφαλαίου για ανάπτυξη του τουρισμού, εξαλείφοντας πολλές ευκαιρίες για αειφόρο τουριστική ανάπτυξη κοινοτικής ιδιοκτησίας και τοπικού μανάτζμεντ
- Κυριαρχία αποικιακών προτύπων ελέγχου στον τουριστικό τομέα περιορίζοντας τη διείσδυση νέων ιδεών όπως του περιβαλλοντισμού
- Ένα οικονομικό σύστημα χαρακτηριζόμενο από εξωτερική μετανάστευση, εξάρτηση από εμβάσματα προς τις οικογένειες, βοήθεια για οικονομική επιβίωση, και γραφειοκρατία (γνωστό ως υπόδειγμα MIRAB)
- Αυξανόμενο ανταγωνισμό ανάμεσα σε νησιωτικά μικρο-κράτη για τους τουρίστες

στον Ειρηνικό που καταλήγει σε συμβιβασμούς στον τουριστικό σχεδιασμό και την ανάπτυξη για προσέλκυση επισκεπτών.

Επίσης, υπάρχει αυξανόμενη εξάρτηση από τον τουρισμό, που προωθείται πολιτικά ως λύση σε προβλήματα υπανάπτυξης. Ωστόσο, το κύριο πρόβλημα είναι η κατανάλωση ενός πεπερασμένου πόρου – του περιβάλλοντος, που χρειάζεται για την ικανοποίηση των τουριστικών φιλοδοξιών των νησιών του Ειρηνικού.

Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις στα νησιά του Ειρηνικού μπορούν να συνδυαστούν με τη λίστα των γενικότερων προβλημάτων που εντόπισαν οι Mathieson και Wall (1982) σε τουριστικά κέντρα, που περιλαμβάνουν:

- Αρχιτεκτονική ρύπανση οφειλόμενη στο αποτέλεσμα της ακατάλληλης ξενοδοχειακής ανάπτυξης στο παραδοσιακό τοπίο
- Οικιστική ανάπτυξη κατά μήκος ενός κεντρικού άξονα και άναρχη αστική οικιστική εξάπλωση λόγω απουσίας σχεδιασμού και περιορισμών στην ανάπτυξη (όπως συμβαίνει σε πολλά Ισπανικά τουριστικά κέντρα στη Μεσόγειο)
- Υπερφόρτωση της υποδομής των τόπων παραθερισμού και κατάρρευση από τη χρήση σε περιόδους αιχμής
- Απομόνωση των τουριστών από τους ντόπιους κατοίκους
- Δυνατότητα απώλειας ποιοτικά καλής αγροτικής γης προς όφελος της τουριστικής ανάπτυξης
- Κυκλοφοριακό συνωστισμό στις περιοχές των τουριστικών κέντρων
- Ρύπανση του τοπικού οικοσυστήματος από λύματα και σκουπίδια
- Πολλοί επισκέπτες στην περίοδο αιχμής

Πως λοιπόν έχει απαντήσει η τουριστική βιομηχανία στην κριτική για τις επιπτώσεις στο περιβάλλον;

## 8.6 Η απάντηση της τουριστικής βιομηχανίας

Ανάμεσα στις περιβαλλοντικές ομάδες έχει εμφανιστεί ένα σημαντικό λόμπι για να αμφισβητήσει τη φαινομενικά αδιάκοπη πορεία του τουρισμού ως καταναλωτή περιβαλλοντικών πόρων. Ο κλάδος των ξενοδοχείων έχει απαντήσει με περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες όπως η Περιβαλλοντική Πρωτοβουλία Διεθνών Ξενοδοχείων, που προάγει την ανακύκλωση, κώδικες συμπεριφοράς, τις άριστες πρακτικές μεταξύ των μελών, σχήματα πιστοποίησης και βελτιωμένες προδιαγραφές ενεργειακής αποτελεσματικότητας. Σε ορισμένα ξενοδοχεία, οι στρατηγικές ελαχιστοποίησης των απόβλητων έχουν προκύψει από περιβαλλοντικούς ελέγχους των λειτουργιών του τουρισμού και της φιλοξενίας. Αυτό μπορεί να συμπεριλαμβάνει αγορά προϊόντων περισσότερο φιλικών στο περιβάλλον, μείωση απόβλητων (π.χ., όχι καθημερινό πλύσιμο των πετσετών των επισκεπτών), επαναχρησιμοποίηση των πόρων και των συσκευασιών, και 'πράσινη' πολιτική σε λειτουργικά ζητήματα. Στις Βαλεαρίδες Νήσους, εισήχθη ένας οικολογικός φόρος το 2002 για χρηματοδότηση περιβαλλοντικών βελτιώσεων ώστε να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα δεκαετιών τουριστικής ανάπτυξης. Εντούτοις, αυτό είχε αρνητική επίπτωση σε μια αγορά – στην αγορά πακέτων διακοπών της Γερμανίας.

Στη Γερμανία ο οικο-φόρος έχει τιτλοφορηθεί *Limonadenstener* -φόρος λεμονάδας- επειδή οι ιδιοκτήτες ξενοδοχείων δίνουν στους επισκέπτες κουπόνια ποτού στη θέση του φόρου. Έχει επίσης αποκληθεί *Kurtax* (φόρος φροντίδας), που έχει εγείρει αμφισβητήσεις μεταξύ των επισκεπτών. Αυτή η προσέγγιση που επιδιώκει τη θεραπεία των επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού αρχίζει τουλάχιστον να δημιουργεί μεγαλύτερη κατανόηση του τομέα όσον αφορά τα αποτελέσματά του στο περιβάλλον. Συνεπώς, πως διαχειρίζεται η τουριστική βιομηχανία τις επιπτώσεις των επισκεπτών; Συνήθως αυτό γίνεται με τη χρήση τεχνικών μανάτζμεντ των επισκεπτών.

**Πίνακας 8.2 Παραδείγματα τεχνικών μανάτζμεντ των επισκεπτών στον τουρισμό (τροποποιήθηκε και αναπτύχθηκε από Hall and McArthur, 1998)**

Τεχνική	Παραδείγματα
Ρύθμιση πρόσβασης κατά περιοχή	Αποκλεισμός επισκεπτών από Ιερούς τόπους όπως η γη των Αβοριγίνων
Ρύθμιση πρόσβασης κατά μεταφορικό μέσο	Σχέδια Παρκάρισε και Επιβιβάσου ( Park and Ride) για παρεμπόδιση χρήσης των αυτοκινήτων εντός της πόλης, ή περιβάλλον ελεύθερο αυτοκινήτων και πεζοδρομήσεις ως τμήματος προγραμμάτων Διαχείρισης των Κέντρων των Πόλεων
Ρύθμιση του αριθμού των επισκεπτών και του μεγέθους των ομάδων	Χρησιμοποίηση περιορισμών για το μέγεθος των ομάδων στην Ανταρκτική
Ρύθμιση των τύπων των επισκεπτών που επιτρέπονται	Αποθάρρυνση ορισμένων ομάδων μέσω μάρκετινγκ και προσφερόμενων προϊόντων
Ρύθμιση της συμπεριφοράς των επισκεπτών	Καθορισμός ζωνών δραστηριοτήτων των επισκεπτών σε θαλάσσια πάρκα της Δυτικής Αυστραλίας για καθορισμό ορισμένων δραστηριοτήτων σε καθορισμένες ζώνες



Ρύθμιση εξοπλισμού	Απαγόρευση οδήγησης εκτός δρόμου με εξαίρεση σε επιτρεπόμενες περιοχές (π.χ., οχήματα 4x4 σε ειδική διαδρομή του Forest Enterprise)
Είσοδος ή χρήση επί Πληρωμή	Επιβάρυνση των επισκεπτών των Εθνικών Πάρκων και Ασύλων Αγρίων Ζώων της Κένυας έτσι ώστε Μέρος των εσόδων να χρησιμοποιούνται για την προστασία του περιβάλλοντος
Τροποποιήσεις χώρων	Κατασκευή μόνιμων μονοπατιών που να καθοδηγούν τους επισκέπτες
Έρευνα αγοράς	Για εντοπισμό των λόγων επίσκεψης, για κατανόηση του τρόπου ανάπτυξης εργαλείων για τροποποίηση της συμπεριφοράς των επισκεπτών
Καμπάνιες μάρκετινγκ για προώθηση	Παροχή εναλλακτικών προορισμών στη Lake District H.B., ώστε να αμβλυνθεί η πίεση στις επιβαρυμένες περιοχές

Παροχή για προγράμματα

Παροχή καθοδηγούμενων

Ερμηνείας

περιηγήσεων ή ξεναγών ώστε να  
αποφεύγεται ο συνωστισμός σε  
κύριες τοποθεσίες

## 8.7 Οι επιδράσεις του τουρισμού στο περιβάλλον

Η ταχύτατη ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας στις χώρες υποδοχής των τουριστών, ενεργοποιημένη από το τουριστικό ‘boom’ της δεκαετίας του 1970, είχε σημαντικές επιδράσεις στο περιβάλλον.

Το περιβάλλον αντιπροσωπεύει τον κυριότερο ίσως παράγοντα για τον τουρισμό και η διατήρηση ενός ‘υγιούς περιβάλλοντος’ αποτελεί σήμερα τη σημαντικότερη μεταβλητή για την τουριστική ανάπτυξη. Αντίθετα, η υποβάθμιση και η καταστροφή του περιβάλλοντος οδηγούν στην παρακμή της τουριστικής δραστηριότητας.

Η οικονομική υγεία του τουρισμού βασίζεται κατεξοχήν στην οικολογική του υγεία. Όμως, εάν η τουριστική ανάπτυξη έχει ανάγκη από την ύπαρξη ενός ποιοτικού περιβάλλοντος, αυτή η ποιότητα απειλείται από τη μη σχεδιασμένη και συχνά υπέρμετρη τουριστική ανάπτυξη.

Το περιβάλλον μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένα αγαθό το οποίο προσφέρεται σε περιορισμένες ποσότητες, είναι φθαρτό και θεωρείται δύσκολο να ανασυντεθεί. Αντίθετα, ο τουρισμός, ο οποίος το καταναλώνει, αντιπροσωπεύει μια δυναμική δραστηριότητα η οποία αναπτύσσεται συνεχώς.

Στο πλαίσιο των παραπάνω συσχετισμών τουρισμού και περιβάλλοντος και της διαμορφούμενης σχέσης εξάρτησης του πρώτου από το δεύτερο, τίθεται το ερώτημα ‘Ο τουρισμός καταστρέφει τον τουρισμό;’.

Το ερώτημα αυτό φαίνεται ν’ απεικονίζει ένα φαινόμενο κυκλικού χαρακτήρα. Η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα της ζώνης υποδοχής των τουριστών ενεργοποιεί την άφιξη του μαζικού τουρισμού, ο οποίος με τη σειρά του προκαλεί μια υποβάθμιση και αλλοίωση του περιβάλλοντος (κορεσμένες τουριστικές ζώνες, φθορά τουριστικών εγκαταστάσεων, ρύπανση, θόρυβοι κτλ.). Η συνέπεια αυτής της κατάστασης που διαμορφώνεται είναι η μελλοντική μείωση των τουριστικών ροών.

Αυτό το φαινόμενο, το οποίο τείνει να αναπαραχθεί μελλοντικά σε όλες σχεδόν τις ζώνες υποδοχής των τουριστών, γίνεται περισσότερο έντονο και πιεστικό από την αυξανόμενη αστικοποίηση αυτών των ζωνών.

Την κατάσταση που δημιουργείται, μας απεικονίζει με αρκετά παραστατικό τρόπο το πλάνο της ανεξέλεγκτης τουριστικής ανάπτυξης των P. Deffert και R. Baretje.

### **Πλάνο της ανεξέλεγκτης τουριστικής ανάπτυξης**

**(P. Deffert και R. Baretje.)**

*A φάση : Έναρξη της τουριστικής δραστηριότητας (‘Οι εγκαταστάσεις του και μη χειρότερα’)*

- Αναρχία των πρωτοβουλιών ανάπτυξης και κατασκευών.
- Τιμές οικοπέδων ακόμα προσιτές.
- Έλλειψη αποχέτευσης και συχνά ύδρευσης.
- Έλλειψη πολεοδομικών σχεδίων.
- Ανυπαρξία ζωνών.
- Συγκέντρωση σε μερικά μέρη λόγω μόδας ή μιμητισμού.
- Συγκέντρωση εποχική.
- Πελατεία τοπική ή περιφερειακή (μαζικός τουρισμός).
- Κατασκευή αυθαίρετων κάμπινγκ χωρίς ανέσεις.

Σε περίπτωση κορεσμού έχουμε μετακίνηση των τουριστών προς μέρη μικρότερης τουριστικής έλξης. Η υποβάθμιση των συγκεκριμένων ζωνών υποδοχής είναι χαρακτηριστική.

*B φάση : Περίοδος της αποικιοποίησης*

- Άνοδος της τιμής των οικοπέδων.
- Σπανιότητα.
- Ενδείξεις κερδοσκοπίας.
- Κατάτμηση της γης σε μικρούς κλήρους προς πώληση.
- Παρέμβαση ιδιωτικών οργανισμών αγοραπωλησίας.
- Ηλεκτροδότηση-ύδρευση-αποχέτευση.
- Δημιουργία βιλών και πολυτελών περιοχών.
- Κατασκευή ξενοδοχείων και εμπορικών κέντρων.

- Καταπάτηση των κατασκευαστικών νόμων.
- Ανταγωνισμός και ασχήμια.

### 8.7.1 Η υποβάθμιση της ζώνης υποδοχής των τουριστών

Τα αίτια της υποβάθμισης της ζώνης υποδοχής των τουριστών οφείλουν την προέλευσή τους στους δύο ακόλουθους παράγοντες:

- α. Στη φύση του τουριστικού φαινομένου.
- β. Στην τουριστική πολιτική του κράτους.

Η τουριστική δραστηριότητα χαρακτηρίζεται από χωρο-χρονικές συγκεντρώσεις. Συχνά, η ζώνη υποδοχής, κατά τη διάρκεια της περιόδου αιχμής, δεν μπορεί να εξυπηρετήσει το μεγάλο αριθμό των τουριστών που την επισκέπτονται. Μερικές φορές το πλήθος των τουριστών ξεπερνά τα προκαθορισμένα όρια που ορίζονται από την ικανότητα υποδοχής της ζώνης, γεγονός που δημιουργεί μια σειρά από αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον. Αυτές οι επιπτώσεις γίνονται περισσότερο έντονες στην περίπτωση που η επιφάνεια της ζώνης υποδοχής χαρακτηρίζεται αρκετά μικρή, ενώ οι διάφοροι δείκτες, όπως τουριστική πυκνότητα, ξενοδοχειακή εντατικότητα κτλ., λαμβάνουν υψηλές τιμές.

Η τουριστική πολιτική, από την πλευρά της, επίσης επιδιώκει συχνά τον προσανατολισμό και τη διοχέτευση των τουριστικών επενδύσεων σε μικρές ζώνες, οι οποίες παρουσιάζουν τις ακόλουθες ανεπάρκειες:

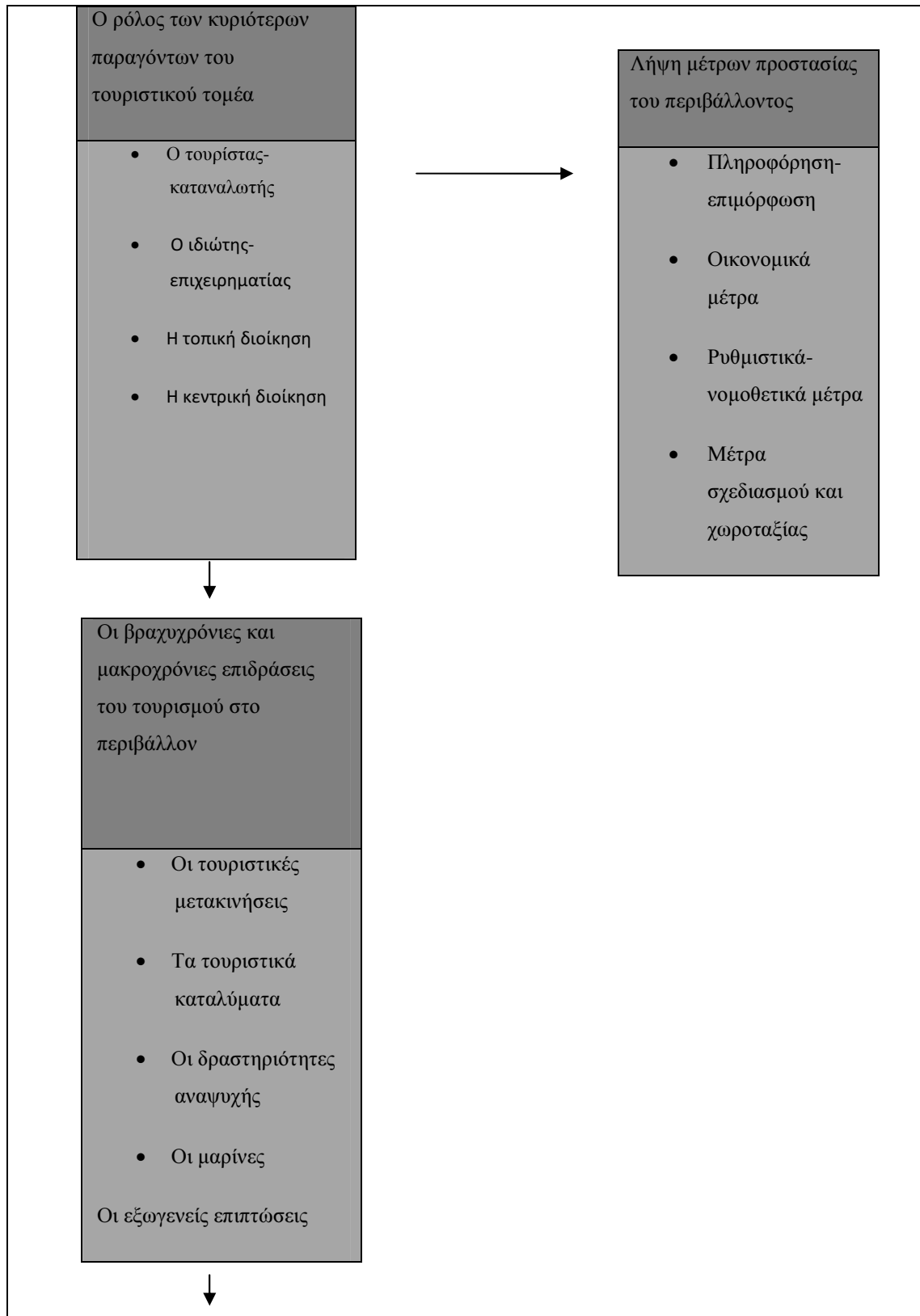
- Υπερεκμετάλλευση των τουριστικών πόρων.
- Υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος και των χώρων υποδοχής
- Ανεπάρκεια των γενικών υποδομών.
- Κακή χρήση των εδαφών, συμπεριλαμβανομένων των παράκτιων ζωνών.
- Ανεπάρκεια των τοπικών υπηρεσιών υποστήριξης.
- Αναποτελεσματική και ελλιπής νομοθεσία όσον αφορά τις κατασκευές και τις υπερμεγέθεις συγκεντρώσεις.

Αυτές οι ελλείψεις οδήγησαν αναπόφευκτα σε επιπτώσεις στην ποιότητα του περιβάλλοντος.

## 8.7.2 Ο ρόλος των κύριων παραγόντων του τουριστικού τομέα

Η υποβάθμιση του περιβάλλοντος είναι συνέπεια της οικονομικής τακτικής των παρακάτω κύριων παραγόντων του τουριστικού τομέα (διάγραμμα 8.3).

**Διάγραμμα 8.3** Οι περιβαλλοντικές επιδράσεις του τουρισμού



1. Ο τουρίστας-καταναλωτής: Η οικονομική συμπεριφορά του τουρίστα καταναλωτή στη ζώνη υποδοχής είναι απόρροια των κοινωνικο-οικονομικών και ψυχολογικών παραγόντων που τον χαρακτηρίζουν. Ο μαζικός τουρισμός, περισσότερο απ' ότι οι υπόλοιπες κατηγορίες τουρισμού, αναζητά την όσο το δυνατό μεγαλύτερη ικανοποίηση σε σχέση με τα χρήματα που δαπανά, χωρίς ωστόσο να έχει λάβει την απαραίτητη πληροφόρηση για τη ζώνη υποδοχής.

Αυτή η πληροφόρηση μπορεί να σχετίζεται με το κόστος της ζωής, το μέγεθος του πληθυσμού, την ποιότητα του νερού και του αέρα, το βαθμό της ρύπανσης κτλ.

Τελικά, αυτή η οικονομική συμπεριφορά του τουρίστα-καταναλωτή του στερεί τη δυνατότητα να επιλέξει την περίοδο καθώς και τη ζώνη υποδοχής των διακοπών του. Η επίδραση της διαφήμισης μέσω του συστήματος των εικόνων θεωρείται στην προκειμένη περίπτωση σημαντική.

2. Ο ιδιώτης-επιχειρηματίας: Η οργάνωση και η λειτουργία του τουριστικού τομέα σε μεγάλο βαθμό οφείλεται στον ιδιωτικό τομέα. Η οικονομική συμπεριφορά του ιδιώτη-επιχειρηματία είναι προσανατολισμένη στην επίτευξη κερδών σε όσο το δυνατό μικρότερο χρονικό διάστημα. Η αύξηση των βραχυπρόθεσμων κερδών όμως τον εμποδίζει να σεβαστεί τους φυσικούς πόρους, τους οποίους εκμεταλλεύεται μέχρι την πλήρη εξάντλησή τους προκειμένου να πετύχει τη μέγιστη αποδοτικότητα των επενδύσεών του και του προσωπικού του κέρδους.
3. Η τοπική διοίκηση: Αυτή προσφέρει έμμεσες υπηρεσίες στον τουρίστα και ασχολείται άμεσα με τις συνθήκες διαβίωσης του τοπικού πληθυσμού. Σ' αυτό το πλαίσιο, οι οικονομικές της επιδιώξεις επικεντρώνονται στην αύξηση του εισοδήματος που προκαλεί η τουριστική δραστηριότητα στους κατοίκους της ζώνης υποδοχής, στην αύξηση των θέσεων εργασίας, στην αύξηση των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων των τουριστών κτλ. Φυσικά, συχνά αυτές οι επιδιώξεις τείνουν να πραγματοποιούνται χωρίς να έχουν ληφθεί προηγουμένως τα αναγκαία μέτρα που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος.

4. Η κεντρική διοίκηση: Ο στόχος της κεντρικής διοίκησης είναι ν' αυξήσει αρχικά τις τουριστικές εισπράξεις και στη συνέχεια να πετύχει μια ισόρροπη τουριστική ανάπτυξη μεταξύ των διαφόρων περιοχών της χώρας.

Η αύξηση των τουριστικών εισπράξεων είναι στενά συνδεδεμένη με την αύξηση των τουριστικών αφίξεων, των τουριστικών δαπανών και με τη διάρκεια παραμονής.

Ωστόσο, αυτή η πολιτική κινδυνεύει να χαρακτηριστεί επώδυνη για το φυσικό περιβάλλον των ζωνών υποδοχής στην περίπτωση που δε λαμβάνονται υπόψη μέτρα προστασίας του περιβάλλοντος.

Στα πλαίσια των οικονομικών στόχων που θέτει η τουριστική πολιτική της κεντρικής διοίκησης, το δίλημμα να αναπτυχθεί ή όχι ο τουρισμός σε μια περιοχή πλούσια σε τουριστικούς πόρους ουσιαστικά διαγράφεται. Αυτό που την ενδιαφέρει είναι τα οικονομικά οφέλη που δημιουργεί η τουριστική ανάπτυξη, παραμερίζοντας σχεδόν ολοκληρωτικά τις αρνητικές επιπτώσεις που δημιουργεί στο περιβάλλον.

### **8.7.3 Οι βραχυχρόνιες και μακροχρόνιες επιπτώσεις**

Η τουριστική δραστηριότητα, ετερογενής από τη φύση της, προκαλεί μια σειρά από επιπτώσεις στο περιβάλλον μέσω των επιμέρους μεταβλητών που τη συνθέτουν.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, θα επιδιώξουμε να καταγράψουμε τις επιπτώσεις τριών από τις σημαντικότερες μεταβλητές της τουριστικής δραστηριότητας.

#### **8.7.3.1 Η τουριστική μετακίνηση**

Το μεγαλύτερο τμήμα του μαζικού τουρισμού μετακινείται σήμερα από τη χώρα προέλευσης στη ζώνη υποδοχής των τουριστών κάνοντας χρήση των αερομεταφορών.

Η αύξηση των αερομεταφορών στη ζώνη υποδοχής συνοδεύεται από ατμοσφαιρική και ακουστική ρύπανση, καταστροφή της χλωρίδας και της πανίδας, αλλοίωση του φυσικού τοπίου, διατάραξη των παραδοσιακών ρυθμών ζωής, κυρίως στις μικρές νησιωτικές οικονομίες κτλ.

Η μετακίνηση όμως των τουριστών εντός της χώρας υποδοχής διευκολύνεται κυρίως από το οδικό δίκτυο. Εδώ θα μπορούσαμε να διακρίνουμε τους ακόλουθους τύπους υποδομών:

1. *Τους μεγάλους οδικούς άξονες που διασχίζουν μια χώρα:* Αυτοί αλλοιώνουν το φυσικό τοπίο, εμποδίζουν τα περάσματα των ζώων, καταστρέφουν την πανίδα, ενώ ο θόρυβος των αυτοκινήτων προκαλεί την απομάκρυνση διαφόρων ειδών ζώων. Ταυτόχρονα, θα μπορούσαμε να προσθέσουμε ότι συχνά οι εκατέρωθεν των οδικών αξόνων χώροι γίνονται τόποι απόθεσης σκουπιδιών.

Η αλλαγή των μικροκλιμάτων που οφείλονται στην υπερβολική κίνηση των αυτοκινήτων κατά την περίοδο αιχμής επηρεάζει συχνά τη γεωργική παραγωγή.

Ως έμμεσα αποτελέσματα από την έντονη κυκλοφορία κατά τη διάρκεια της περιόδου αιχμής μπορούμε να αναφέρουμε τη δημιουργία μιας πληθώρας κατασκευών κατά μήκος των μεγάλων οδικών αξόνων όπως: ξενοδοχεία, μπαρ, εστιατόρια, καφετέριες, σταθμοί βενζίνης, γκαράζ κτλ.

Θα ήταν επίσης παράλειψη να μην αναφέρουμε την τοποθέτηση διαφημιστικών πανό κατά μήκος των οδικών αξόνων, ο μεγάλος αριθμός και το μέγεθος των οποίων αλλοιώνει και υποβαθμίζει το περιβάλλον.

2. *Το παράκτιο οδικό δίκτυο:* Αυτό, εκτός από τις περιβαλλοντικές αλλοιώσεις λόγω της δημιουργίας κατά μήκος του μιας σειράς κατασκευών (ξενοδοχεία, εστιατόρια, μπαρ, παρκινγκ κτλ.) ή λόγω τοποθέτησης διαφημιστικών πανό, πινακίδων κτλ., εμποδίζει τις ενεργητικές και τροφοδοτικές ανταλλαγές που υπάρχουν μεταξύ της ξηράς και της θάλασσας.

### **8.7.3.2 Τα τουριστικά καταλύματα**

Τρεις τύποι τουριστικών καταλυμάτων επιφέρουν μια σειρά από αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον. Αυτοί είναι:

- Η παραθεριστική κατοικία
- Τα ξενοδοχεία
- Τα κάμπινγκ





Πολυτελές ξενοδοχείο

Η παραθεριστική κατοικία αποτελεί έναν παράγοντα καταστροφής της υπαίθρου χώρας, γιατί προκαλεί τον κατακερματισμό του εδάφους σε μικρά τεμάχια. Επιπλέον, συμβάλλει στην υιοθέτηση αρχιτεκτονικών σχεδίων ξένων προς την τοπική αρχιτεκτονική, που με τη σειρά τους αλλοιώνουν τη φυσιογνωμία του τόπου.

Στα πλαίσια αυτών των ταχύτατων εξελίξεων, ο J. Krippendorf παρατηρεί ότι: “Την ημέρα που όλος ο κόσμος θα διαθέτει την παραθεριστική του κατοικία, δε θα υπάρχει πια εξοχή”.

Η ξενοδοχία προκαλεί μια υποβάθμιση του περιβάλλοντος εξαιτίας της κακής ενσωμάτωσης των ογκωδών και μοντέρνων κατασκευών στο φυσικό περιβάλλον και σε χώρους παραδοσιακής αρχιτεκτονικής, καθώς επίσης εξαιτίας της ρύπανσης που προκαλείται στη θάλασσα από τη ρίψη υγρών αποβλήτων, λόγω της απουσίας εγκαταστάσεων βιολογικού καθαρισμού.

Η ανάπτυξη του κάμπινγκ στις πρακτικές ζώνες δημιουργεί αρκετά προβλήματα κατά τη περίοδο αιχμής, όπου η συγκέντρωση των κατασκηνωτών πολλαπλασιάζει τον αριθμό των τεντών και των τροχοβιλών, η παρουσία των οποίων αλλοιώνει το φυσικό περιβάλλον.

Η συνεχής χρήση του εδάφους εκ μέρους των κατασκηνωτών προκαλεί σχεδόν ολική καταστροφή της υπάρχουσας βλάστησης. Επίσης, η υπερβολική συγκέντρωση τουριστών κατά την περίοδο αιχμής στις ζώνες υποδοχής, οι οποίοι προστίθενται στους μόνιμους κατοίκους, δημιουργεί συχνά προβλήματα ύδρευσης.

### **8.7.3.3 Οι δραστηριότητες αναψυχής**

Μια από τις δραστηριότητες αναψυχής που πραγματοποιούν οι τουρίστες στις παράκτιες ζώνες διακοπών είναι το ψάρεμα, και ιδιαίτερα το υποβρύχιο ψάρεμα, το οποίο έχει οδηγήσει σε εξαφάνιση μερικά είδη ψαριών.

Μια άλλη δραστηριότητα που πραγματοποιείται από τους τουρίστες είναι η συγκομιδή φρούτων χωρίς την άδεια των καλλιεργητών, γεγονός που δημιουργεί αισθήματα απόρριψης στον τοπικό πληθυσμό έναντι των τουριστών.

Οι συλλέκτες οι οποίοι συγκεντρώνουν πτηνά, έντομα, πεταλούδες κτλ. Συμβάλλουν επίσης στη μείωση της πανίδας και της χλωρίδας της ζώνης υποδοχής.

### **8.7.3.4 Οι μαρίνες**

Η δημιουργία μαρίνων ανταποκρίνεται σ' εκείνο τον τύπο τουρισμού ο οποίος αφορά τις υψηλές εισοδηματικές κατηγορίες.

Η κατασκευή μιας μαρίνας προϋποθέτει την κατανάλωση ενός τμήματος μιας παραθαλάσσιας ζώνης. Οι μαρίνες χαρακτηρίζονται συχνά ως ‘παρκινγκ για πλοία χωρίς ζωή και δραστηριότητες αναψυχής’, ενώ η κατασκευή και η λειτουργία τους θεωρούνται σε μεγάλο βαθμό ρυπογόνες.

Διακρίνουμε τρία είδη ρύπανσης:

- Την οργανική και βακτηριδιακή ρύπανση.
- Τη χημική ρύπανση (καθαρισμός πλοίων, οικιακά απόβλητα, αστικά απόβλητα κτλ.).
- Τη ρύπανση από τη χρήση καυσίμων.

### **8.7.3.5 Οι εξωγενείς επιπτώσεις**

Εκτός από την τουριστική δραστηριότητα, μια σειρά από άλλες δραστηριότητες προκαλούν την υποβάθμιση του περιβάλλοντος κατά τέτοιο τρόπο, ώστε ο τουρισμός, ο οποίος βασίζεται κατεξοχήν στην περιβαλλοντική υγεία της ζώνης υποδοχής, να υφίσταται τις επιπτώσεις της βιομηχανικής και αστικής ρύπανσης, πριν μεταβληθεί ο ίδιος σ' ένα σημαντικό παράγοντα ρύπανσης.

Μερικές από τις εστίες ρύπανσης, που είναι ωστόσο εξωγενείς της τουριστικής δραστηριότητας, παρατίθενται παρακάτω:

- Η ρύπανση των ακτών και των θαλάσσιων υδάτων κολύμβησης από αστικά και βιομηχανικά απόβλητα.
- Η καταστροφή των δασών από πυρκαγιές.
- Ο καθαρισμός των δεξαμενών των πετρελαιοφόρων (συγκέντρωση πίσσας στις πλαζ).
- Η δημιουργία αστικών παραθαλάσσιων ζωνών στις ζώνες υποδοχής των τουριστών.
- Η δημιουργία κορεσμένων τουριστικών περιοχών κτλ.

Από τις παραπάνω αναλύσεις συμπεραίνουμε ότι η μη σχεδιασμένη και ανεξέλεγκτη ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να αποβεί καταστροφική για το περιβάλλον. Δηλαδή μπορεί να ισχύσει η όλο και περισσότερο αποδεκτή διαπίστωση ότι ‘‘ο τουρισμός καταστρέφει τον τουρισμό’’.

Αυτό το φαινόμενο γίνεται πιο ορατό κατά την περίοδο οικονομικής ύφεσης και τείνει να δημιουργήσει υποβαθμισμένες τουριστικές ζώνες, παρόμοιες μ’ εκείνες των βιομηχανικών ζωνών σε περίοδο κρίσης.

Τα μέτρα που πρέπει να ληφθούν για την προστασία του περιβάλλοντος είναι θέμα πολιτικής επιλογής. Αυτά θα πρέπει να εφαρμοστούν σε συσχετισμό με τον τύπο του τουρισμού που επισκέπτεται τη ζώνη υποδοχής και τους οικονομικούς, κοινωνικούς, πολιτιστικούς και οικολογικούς παράγοντες που τον χαρακτηρίζουν.

Αυτά τα μέτρα είναι τα ακόλουθα:

- Πληροφόρηση-επιμόρφωση.
- Οικονομικά μέτρα.
- Ρυθμιστικά και νομοθετικά μέτρα.
- Μέτρα σχεδιασμού και χωροταξίας.

## **8.8 Περιβάλλον και εικόνα (image) στην περίπτωση της Ελλάδας ως χώρας**

### **υποδοχής των τουριστών**

Η συνεχώς αυξανόμενη σημαντικότητα του περιβάλλοντος, ως κύριου συστατικού στοιχείου του τουριστικού προϊόντος, επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό σήμερα τη διαμόρφωση της εικόνας (image) και την ανταγωνιστικότητα των χωρών υποδοχής των τουριστών.

Η μεταβλητή “περιβάλλον”, σε συσχετισμό με την εικόνα, την ανταγωνιστικότητα, τις επιθυμίες-επιλογές των δυνητικών τουριστών και τα δίκτυα διανομής-εμπορικοποίησης του τουριστικού προϊόντος, διαμορφώνει μια νέα δυναμική, η οποία επηρεάζει και διαφοροποιεί τις σχέσεις που υπάρχουν μεταξύ των τουριστών, ενώ ταυτόχρονα υπογραμμίζει την αναγκαιότητα λήψης μέτρων περιβαλλοντικής προστασίας.

Στα πλαίσια μιας έρευνας που πραγματοποιήθηκε από τη ΔΙ.Τ.ΕΞ (Διευθύνσεις Τουρισμού Εξωτερικού) Αυστρίας (Α. Βαφειάδης) και όπου επιδιώχθηκε ο προσδιορισμός της εικόνας και της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος (μαζικός παραθεριστικός τουρισμός) από το μέρος των Tour-Operators της Κεντρικής Ευρώπης, η ποιότητα του περιβάλλοντος διαδραματίζει σημαντικό ρόλο σχετικά με τη στρατηγική τοποθέτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στις διεθνείς τουριστικές αγορές.

Για τη διεξαγωγή της συγκεκριμένης έρευνας επιλέχτηκαν πέντε Tour-Operators (γενικοί και εξειδικευμένοι), οι οποίοι περιλάμβαναν στα προγράμματά τους τον προορισμό “Ελλάδα”. Αυτοί είναι οι ακόλουθοι:

- CRUISE AIR (Γαλλία)
- COMITOURS (Ιταλία)
- INTERCONTINENTAL (Γερμανία)
- GREEK SUN HOLIDAYS (Αγγλία)
- ITAS (Αυστρία)

Στις μπροσούρες τους συμπεριλαμβάνονταν μια σειρά από θετικά σημεία, όπως “ζεστός ήλιος, καθαρή θάλασσα, φιλικοί κάτοικοι”, καθώς και μια σειρά από αρνητικά, που συνοψίζονταν στη “μέτρια τουριστική υποδομή και ανωδομή” και στα “περιβαλλοντικά προβλήματα”.

Απόρροια των παραπάνω υπήρξε η καθιέρωση της Ελλάδας στο υποσυνείδητο του τουρίστα καταναλωτή ως χώρας υποδοχής φτηνών διακοπών.

Στην έρευνα επισημαίνονται μια σειρά από αρνητικά σημεία που σχετίζονται με τις γενικές υποδομές και την ποιότητα του περιβάλλοντος, τα οποία κατ’ επέκταση

επιηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, τη στρατηγική του τοποθέτηση στις διεθνείς τουριστικές αγορές και το βαθμό εξάρτησής του από τα δίκτυα εμπορικοποίησης.

Τα αρνητικά σημεία που παρατίθενται αφορούν κατεξοχήν το περιβάλλον και τις γενικές υποδομές και σχετίζονται με την εικόνα που έχουν διαμορφώσει για το ελληνικό τουριστικό προϊόν οι πέντε επιλεγμένοι Κεντροευρωπαίοι Tour-Operators.

Τα κυριότερα αρνητικά σημεία και η αντίστοιχη κριτική τους παρουσίαση εκ μέρους των Tour-Operators παρατίθενται παρακάτω:

- *Φυσικό περιβάλλον:* “Ωραίες τοποθεσίες έχουν μετατραπεί σε σκουπιδότοπους: εγκαταλειμμένα, σκουριασμένα αυτοκίνητα, λάστιχα, νάιλον σακούλες. Κατά μήκος του οδικού δικτύου οι ρίζες των δέντρων, οι ρεματιές και τα ρυάκια έχουν μετατραπεί σε σημεία απόθεσης σκουπιδιών. Θόρυβος, σκόνη από κυκλοφορία και οικοδομική δραστηριότητα κτλ. Οι Tour-Operators με ειδικά δελτία ενημερώνουν τα πρακτορεία ταξιδιών και αυτά τους πελάτες τους για έκτακτες περιβαλλοντικές επιβαρύνσεις (θόρυβοι, σκόνες), χορηγώντας ειδικές εκπτώσεις, λόγω μείωσης της αξίας των διακοπών”.



Βρώμικη παραλία

- *Καθαριότητα παραλιών*: “Δημόσιοι χώροι: τα ξενοδοχεία δεν ευθύνονται για την καθαριότητά τους. Συχνά απεριποίητες, βρόμικες παραλίες έχουν γίνει αιτία να ακυρωθούν allotments σε διάφορες περιοχές”.
- *Νυχτερινή ζωή-θόρυβος*: “Ο Έλληνας γλεντάει μέχρι αργά, αποτέλεσμα: θόρυβοι, φωνές, τραγούδια από νυχτερινά κέντρα (κλαμπ, μπουζούκια, μπαρ).  
Ο πρόχειρος τρόπος κατασκευής και η πλημμελής ηχομόνωση οξύνουν το πρόβλημα. Όποιος θέλει ησυχία (απόλυτη ησυχία δεν υπάρχει) πρέπει να ταξιδέψει εκτός εποχής αιχμής και να βρει μικρό ερημικό ξενοδοχείο ή πανσιόν”.
- *Νερό – Ηλεκτρικό*: “Συχνές διακοπές τον Ιούλιο – Αύγουστο”.
- *Τοπικές μεταφορές*: “Η ελληνική νοοτροπία δεν ενοχλείται από τη μη τήρηση του ωραρίου. Το τοπικό λεωφορείο αναχωρεί όταν γεμίσει υπερβολικά και πέρα από κάθε επιτρεπτό όριο”.
- *Προβλήματα μηνών εκτός περιόδου αιχμής*: “Πολλές εγκαταστάσεις (άθλησης, αναψυχής) δε λειτουργούν. Τουριστική υποδομή ελλιπής, καταστήματα ή δεν έχουν ανοίξει ή έκλεισαν”.

Τα παραπάνω σημεία, τα οποία αντιπροσωπεύουν μερικούς από τους κύριους παράγοντες υποβάθμισης του περιβάλλοντος, αποτελούν επίσης μερικούς από τους βασικούς λόγους μείωσης της τιμής των οργανωμένων ταξιδιών με προορισμό την Ελλάδα. Η μεταβολή του κλασικού προφίλ των τουριστών και η αύξηση μιας δυνητικής τουριστικής πελατείας με περιβαλλοντική συνείδηση απεικονίζεται στα αποτελέσματα μιας έρευνας που πραγματοποίησε το γερμανικό περιοδικό *Stern* και αφορούσε, μεταξύ άλλων, συσχετισμούς του τύπου: “περιβάλλον-διακοπές-ελεύθερος χρόνος”.

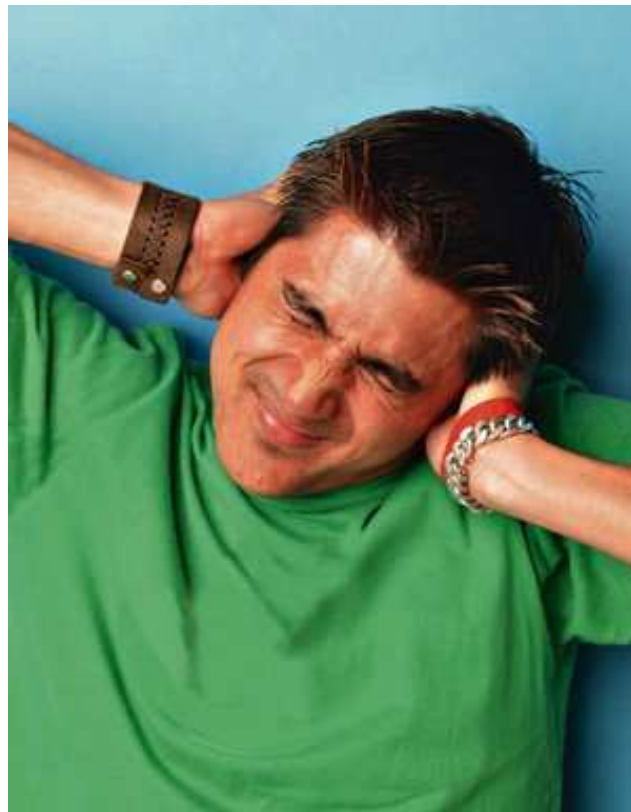
Στην ερώτηση: “Ποιο από τα παραπάνω αρνητικά σημεία θα σας απέτρεπαν να επιλέξετε για διακοπές το συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό;”

- Το 72% από τους τουρίστες που πραγματοποιούν διακοπές κάθε χρόνο δήλωσαν:
  - Ειδήσεις για μόλυνση του περιβάλλοντος.
  - Ρύπανση της θάλασσας.
  - Ρύπανση των ακτών.
  - Ατμοσφαιρική ρύπανση.

- Το 66% δήλωσαν:
  - Προβληματικές συνθήκες υγιεινής.
- Το 48% υπογράμμισαν:
  - Θόρυβοι.

Κινούμενη στα ίδια περίπου πλαίσια, μια έρευνα του κέντρου ερευνών Starnderger Studienkeis έδειξε ότι το 14% των Γερμανών που έκαναν διακοπές στην Μεσόγειο δε θα επισκεφτούν πάλι τους τόπους διακοπών τους, γιατί ενοχλούνται από την ατμοσφαιρική ρύπανση και τη μείωση των δασικών εκτάσεων (πυρκαγιές).

Αναφορές τέτοιου τύπου προσδιορίζουν όλο και περισσότερο τη σημαντικότητα της μεταβλητής ‘‘περιβάλλον’’ στη σύνθεση του τουριστικού προϊόντος και απεικονίζουν τη φιλοσοφία και τις τάσεις που ισχύουν στις διεθνείς τουριστικές αγορές, ενώ υπογραμμίζουν παράλληλα τις υπάρχουσες ανεπάρκειες και την αναγκαιότητα λήψης μέτρων για την προστασία του περιβάλλοντος στις χώρες υποδοχής των τουριστών.



Ο θόρυβος αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για την επιλογή του τόπου διακοπών.

## Κεφάλαιο 9

### Οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού

#### 9.1 Εισαγωγή

Ο τουρισμός χρησιμοποιείται από πολλές εθνικές και τοπικές κυβερνήσεις ως μηχανισμός υποβοήθησης της ανάπτυξης και αναζωογόνησης των οικονομιών. Αυτό συμβαίνει επειδή πολιτικοί και υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων βλέπουν ότι προσφέρει νέες ευκαιρίες εργασίας, εισοδήματος και εσόδων για την τοπική οικονομία καθώς οι συγκεκριμένοι τόποι επηρεάζονται από την παγκόσμια, εθνική και τοπική οικονομική αναδιάρθρωση. Ανάμεσα σε εθνικές και τοπικές κυβερνήσεις επικρατεί η αντίληψη ότι οι τόποι προορισμού συσσωρεύουν οικονομική οφέλη, που στη συνέχεια δημιουργούν ευκαιρίες απασχόλησης και προωθούν την αναπτυξιακή διαδικασία στα τουριστικά κέντρα και τις τοπικές κοινωνίες. Οι υποστηρικτές της τουριστικής ανάπτυξης, συχνά, υποστηρίζουν ότι η επένδυση σε υποδομές τουρισμού και αναψυχής αποτελεί θετική συμβολή στην τοπική οικονομία.

Ένα πολύ αμφιλεγόμενο διαφωτιστικό παράδειγμα γι' αυτό μπορούμε να δούμε στη διαμάχη σχετικά με την επίπτωση της ανάπτυξης καζίνο στις διάφορες περιοχές. Είναι ένα ιδιαίτερα επίκαιρο παράδειγμα, δεδομένης της προτεινόμενης μεταρρύθμισης της νομοθεσίας του διέπει την ανάπτυξη καζίνο στο Η.Β., καθώς οι φόροι από τα τυχερά παιχνίδια δημιουργούν θετικό οικονομικό όφελος για τις συγκεκριμένες περιοχές σε όρους δαπανών επίσκεψης και απασχόλησης. Παραδείγματος χάριν, στο Auckland της Νέας Ζηλανδίας, ένα καζίνο που κατασκευάστηκε στη δεκαετία του 1990 δρα ως κύριος μαγνήτης της πόλης για προσέλκυση επισκεπτών. Η κλίμακα των επιπτώσεων στην τοπική οικονομία μπορεί να αποτιμηθεί από τους 12000 επισκέπτες την ημέρα που δέχεται, αλλά το 80% περίπου των επισκεπτών είναι κάτοικοι της περιοχής ή Νεοζηλανδοί. Τα έσοδα από τα παιχνίδια ανέρχονται κατά μέσο όρο στα 595.000 δολάρια Νέας Ζηλανδίας την ημέρα ( συμπεριλαμβανομένου του φόρου επί των αγαθών και υπηρεσιών 12,5% ), ενώ η εταιρεία που εκμεταλλεύεται το καζίνο απασχολεί περίπου 2.400 άτομα.

Ο τουρίστας δεν αποτελεί σταθερή πηγή εισοδήματος για τους προορισμούς, επειδή οι τουρίστες δεν χαρακτηρίζονται από υψηλά επίπεδα αφοσίωσης ως πελάτες των τουριστικών προορισμών. Οι Page και Hall (2002) έχουν εντοπίσει διάφορα στοιχεία που στηρίζουν το επιχείρημα αυτό βασιζόμενοι σε αστικούς τουριστικούς προορισμούς:



- Ο τουρισμός είναι οικονομική δραστηριότητα ασταθής, όντας έντονη εποχική, με συνέπειες όσον αφορά στις επενδύσεις και τον τύπο της δημιουργούμενης απασχόλησης. Η απασχόληση στον τουρισμό συχνά χαρακτηρίζεται ως απασχόληση χαμηλής ειδίκευσης, κακοπληρωμένη, χαμηλού κοινωνικού κύρους και χωρίς μακροχρόνια σταθερότητα.
- Η ζήτηση για τουρισμό μπορεί να επηρεαστεί εύκολα από εξωτερικούς παράγοντες (π.χ., πολιτικές αναταραχές και ασυνήθεις κλιματικές και περιβαλλοντικές συνθήκες ) που είναι έξω από τον έλεγχο των τόπων προορισμού.
- Τα κίνητρα για τουριστικά ταξίδια σε αστικούς προορισμούς είναι περίπλοκα και μεταβλητά, συνεχώς μεταβαλλόμενα στις ανταγωνιστικές αγορές.
- Σε οικονομικούς όρους, ο τουρισμός είναι ελαστικός ως προς τις τιμές και τα εισοδήματα, πράγμα που σημαίνει ότι επηρεάζεται εύκολα από μικρές μεταβολές στην τιμή του προϊόντος και το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών.
- Πολλά αστικά κέντρα γίνονται όμοια – χαρακτηριστικό που περιγράφεται ως *σειριακή αναπαραγωγή (serial reproduction)*. Αυτό σημαίνει ότι από τη στιγμή που μια ιδέα για αστική οικονομική ανάπτυξη είναι επιτυχής σε ένα μέρος, η ιδέα αυτή διαχέεται σε άλλα μέρη. Το παράδειγμα της αναζωογόνησης της παραλιακής ζώνης των πόλεων είναι μια τέτοια περίπτωση. Πολλά τέτοια σχέδια έχουν παρόμοια δομή και χαρακτήρα, παγκόσμια.

Ο Pearce (1989: 192) υποστήριξε ότι “το αντικείμενο και η λεπτομερής αξιολόγηση των οικονομικών επιπτώσεων του τουρισμού μπορεί να είναι ένα καθήκον μακρόχρονο και πολύπλοκο”. Αυτό οφείλεται στο ότι δεν υπάρχει επαρκής συναίνεση ως προς το τι συνιστά την τουριστική βιομηχανία, μολονότι, κανονικά, ταξινομείται σε σχέση με:

- Τα καταλύματα

- Τις μεταφορές
- Τα θέλγητρα
- Τον τομέα των οργανωτών ταξιδιών (π.χ., ταξιδιωτικά πρακτορεία)
- Τον τομέα οργάνωσης των προορισμών



### Πολυτελές γιωτ

Σημαντικές είναι επίσης οι υπηρεσίες φιλοξενίας και οι συμπληρωματικές συναφείς υπηρεσίες. Η κατανόηση των οικονομικών επιπτώσεων αυτών των διάσπαρτων τομέων της οικονομίας απαιτεί μια μέθοδο ανάλυσης που επιτρέπει την απομόνωση της εισοδηματικής ροής στην τοπική τουριστική οικονομία. Κάτι τέτοιο είναι ιδιαίτερα δύσκολο επειδή συνεπάγεται διαχωρισμό του ποσοστού της τουριστικής δαπάνης σε αγαθά και υπηρεσίες σε σχέση με το συνολικό υπόδειγμα δαπανών από όλους τους χρήστες του τόπου προορισμού (π.χ., κατοίκους, εργαζομένους και επισκέπτες). Συνήθως, προσδιορίζονται οι διαφορετικές μορφές τουριστικής δαπάνης και ο τρόπος επηρεασμού της τοπικής οικονομίας. Τυπικά, αυτές περιλαμβάνουν (Page, 1995):

- Το είδος της περιοχής προορισμού και τα προϊόντα, τις υποδομές και τα φυσικά χαρακτηριστικά της
- Τον όγκο και την κλίμακα της τουριστικής δαπάνης
- Την κατάσταση της οικονομικής ανάπτυξης και την οικονομία του τόπου προορισμού
- Το μέγεθος και τα χαρακτηριστικά της τοπικής οικονομίας (υπάρχει εξάρτηση από τις υπηρεσίες, τη μεταποίηση ή πρόκειται για μικτή οικονομία:)
- Το βαθμό στον οποίο η τουριστική δαπάνη διαχέεται στην οικονομία και δεν δαπανάται σε 'εισαγόμενα' αγαθά και υπηρεσίες

- Το βαθμό στον οποίο η τοπική οικονομία έχει αντιμετωπίσει το πρόβλημα της εποχικότητας και έχει διευρύνει σε ολόκληρη τη διάρκεια του έτους την έλξη του τύπου προορισμού.

Βάσει των παραγόντων αυτών, είναι δυνατό να εκτιμηθεί εάν η οικονομική επίπτωση θα είναι επωφελής ή επιβλαβής (Page, 1995). Από την άποψη αυτή, είναι δυνατό να αναγνωρίσουμε ορισμένα από τα συνήθως αναφερόμενα οικονομικά οφέλη του τουρισμού.

- Δημιουργία εισοδήματος για την τοπική οικονομία
- Δημιουργία νέων ευκαιριών απασχόλησης
- Βελτιώσεις στη διάρθρωση και εξισορρόπηση δραστηριοτήτων εντός της τοπικής κοινότητας
- Ενθάρρυνση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων

Αντίθετα, υπάρχει, επίσης, κόστος αναφορικά με τον τουρισμό και σ' αυτό περιλαμβάνονται:

- Η πιθανότητα υπερ-εξάρτησης από μία μοναδική οικονομική δραστηριότητα
- Το πληθωριστικό κόστος στην τοπική οικονομία, καθώς εισέρχονται στη περιοχή νέοι καταναλωτές, και δυνητικές αυξήσεις στις τιμές των ακινήτων, καθώς αρχίζει ο κύκλος τουριστικής ανάπτυξης και ο τουρισμός ανταγωνίζεται με άλλες χρήσεις γης
- Ανάλογα με το μέγεθος και τη φύση της τοπικής οικονομίας, αυξανόμενη εξάρτηση από εισαγόμενα παρά τοπικά παραγόμενα αγαθά, υπηρεσίες και εργασία καθώς προχωρεί η ανάπτυξη των υποδομών και εγκαταστάσεων
- Εποχικότητα στην κατανάλωση και την παραγωγή τουριστικής υποδομής και υπηρεσιών με αποτέλεσμα περιορισμένες αποδόσεις των επενδύσεων
- Διαρροή των δαπανών τουρισμού από την τοπική οικονομία
- Πρόσθετο κόστος για τις τοπικές αρχές.

Το γεγονός ότι ο τουρισμός είναι κατ' εξοχήν και πρωτίστως οικονομική δραστηριότητα έχει ήδη αναφερθεί.

Κάποιες από τις ουσιώδεις οικονομικές επιδράσεις είναι οι ακόλουθες:

- Η συμβολή του τουρισμού στο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (Α. Ε. Π.) μιας χώρας.
- Η συμβολή του τουρισμού λόγω της συναλλαγματικής αξίας του για τις εθνικές οικονομίες.

- Η συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση ενός τόπου, ιδίως σε περιόδους ύφεσης και ανεργίας.
- Η συμβολή του τουρισμού στην ενίσχυση του “τοπικού” εισοδήματος αυτοτελώς ή και συμπληρωματικά.
- Η συμβολή του τουρισμού στην αξία των τιμών χρήσης της γης.
- Η συμβολή του τουρισμού στην αύξηση της παραγωγής ντόπιων αγαθών κ.ο.κ.

Στα επόμενα κεφάλαια θα δούμε αναλυτικά τις επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία της χώρας υποδοχής.

## **9.2 Η δόμηση των οικονομικών επιπτώσεων του τουρισμού**

Επιδιώκοντας να κατανοήσουμε την έκταση των συνεπειών του τουρισμού στις οικονομίες των χωρών και των προορισμών, έχουν αναπτυχθεί από τους οικονομολόγους διάφορες αναλυτικές μέθοδοι. Συνήθως, αυτές συνεπάγονται τη συγκέντρωση δεδομένων για τη διαμόρφωση μοντέλου σχετικά με τις δαπάνες από τον τουρισμό και την επίπτωσή τους, καθώς οι πληροφορίες που συλλέγονται σε έρευνες για τους επισκέπτες μπορούν να χρησιμοποιηθούν προκειμένου να προσδιοριστούν (Page, 1995):

- *Οι άμεσες δαπάνες των τουριστών σε αγαθά και υπηρεσίες που καταναλώνονται (π.χ., ξενοδοχεία, εστιατόρια και υπηρεσίες μεταφοράς τουριστών), μολονότι δεν πρόκειται για το σύνολο των δαπανών, εξαιτίας της διαρροής των τουριστικών δαπανών σε περιοχές και οργανισμούς εκτός της τοπικής οικονομίας.*
- *Οι έμμεσες δαπάνες των επισκεπτών, που συχνά εκτιμώνται με τον προσδιορισμό του αριθμού των τουριστικών επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν το εισόδημα που προέρχεται από τις δαπάνες των τουριστών. Η εν λόγω δαπάνη χρησιμοποιείται τότε από τις επιχειρήσεις για πληρωμή των υπηρεσιών, των φόρων και των εργαζομένων και έτσι επανακυκλοφορεί στην τοπική οικονομία. Με άλλα λόγια, η τουριστική δαπάνη διεγείρει μια οικονομική διεργασία που περνά μέσα από μια σειρά φάσεων (ή γύρων).*
- *Η επαγωγική επίπτωση, υπολογίζοντας την επίπτωση της δαπάνης εκείνων που απασχολούνται στον τουρισμό και των αποτελεσμάτων της στην τοπική οικονομία.*

Οι τρεις αυτές επιπτώσεις χρησιμοποιούνται κατόπιν για εκτίμηση της φύσης της τουριστικής δαπάνης. Εκτιμάται επίσης η έννοια της διαρροής, όπου η δαπάνη χάνεται από το τοπικό σύστημα προς άλλες περιοχές. Για σχεδιαστές και μάνατζερ η μεγιστοποίηση των τοπικών οικονομικών συνδέσεων (π.χ., αγορά τοπικών προϊόντων και απασχόληση ντόπιων)

μπορεί να αυξήσει τα οφέλη του τουρισμού για την τοπική κοινότητα. Εκεί όπου η τοπική κοινότητα είναι πολύ τρωτή και εξαρτάται από πολλές εισαγωγές (π.χ., εργατικού δυναμικού, προϊόντων και υπηρεσιών), οι διαρροές θα είναι μεγάλες. Έτσι, η μείωση του ανοιχτού χαρακτήρα της τουριστικής οικονομίας θα βοηθήσει στη βελτίωση των τοπικών επιπτώσεων. Πολλές περιοχές της υπαίθρου είναι χαρακτηριστικά ανοιχτές οικονομίες με υψηλά επίπεδα διαρροών στον τουρισμό, ενώ στις αστικές περιοχές οι διαρροές μειώνονται καθώς η οικονομία είναι πιο κλειστή.

Σε πολλές λιγότερο αναπτυγμένες χώρες και νησιωτικά κράτη, που εξαρτώνται από τον τουρισμό, η διαρροή είναι μεγάλη, επίσης, εξαιτίας του εξωτερικού ελέγχου του τουρισμού από πολυεθνικές εταιρείες και της απροθυμίας τους να χρησιμοποιούν τοπικά προϊόντα. Έτσι, οι μεγάλες εισαγωγές μειώνουν τις ωφέλιμες τοπικές επιπτώσεις του τουρισμού. Οι οικονομολόγοι χρησιμοποιούν διάφορα εργαλεία για τη μέτρηση της τουριστικής ζήτησης στις τοπικές οικονομίες, αποκαλούμενα ως Ανάλυση Πολλαπλασιαστή (Multiplier Analysis), όπου με ένα τύπο υπολογίζονται οι μεταβολές που μπορεί να δημιουργήσει η τουριστική δαπάνη.

Πιο πρόσφατα, οι κυβερνήσεις έχουν προσπαθήσει να καταλάβουν τον τρόπο με τον οποίο ο τουρισμός επηρεάζει την εθνική οικονομία. Σε συνεργασία με τον Π.Ο.Τ ( Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού) και τον Ο.Ο.Σ.Α.(Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης), ορισμένες χώρες έχουν αναπτύξει Δορυφορικούς Τουριστικούς Λογαριασμούς (Tourism Satellite Accounts - TSA) για να μετρούν την οικονομική επίπτωση του τουρισμού με μεγαλύτερη ακρίβεια. Παίρνοντας ως παράδειγμα τη Νέα Ζηλανδία, το 1999, η κυβέρνηση έδωσε στη δημοσιότητα τα αποτελέσματα των TSA, που χρησιμοποίησαν μια ευρεία γκάμα οικονομικών δεδομένων προκειμένου να προσδιοριστούν έξι κύρια θέματα σχετικά με τις επιπτώσεις του τουρισμού:

1. Την άμεση επίπτωση του τουρισμού στο Α.Ε.Π.
2. Την τουριστική δαπάνη εκφρασμένη ως ποσοστό του Α.Ε.Π.
3. Το επίπεδο της τουριστικής απασχόλησης στην οικονομία
4. Τη δαπάνη που σχετίζεται με διεθνή ταξίδια ως ποσοστό της συνολικής δαπάνης που σχετίζεται με ταξίδια
5. Την εγχώρια προσωπική δαπάνη ως ποσοστό της συνολικής ταξιδιωτικής δαπάνης
6. Δαπάνες εγχώριων επιχειρήσεων και κυβέρνησης ως ποσοστό της συνολικής ταξιδιωτικής δαπάνης.

Για πρώτη φορά η κυβέρνηση της Νέας Ζηλανδίας ήταν σε θέση να γνωρίζει επακριβώς, χρησιμοποιώντας δεδομένα του 1995, ότι:

- Οι διεθνείς επισκέπτες απέφεραν 4,3 δις. δολάρια N.Z.
- Η εγχώρια τουριστική ζήτηση απέφερε 4,8 δις. δολάρια N.Z.
- Από τον τουρισμό δημιουργήθηκαν 58.000 θέσεις εργασίας πλήρους απασχόλησης και άλλες 6.000 δημιουργήθηκαν έμμεσα.
- Την πλειοψηφία του προσωπικού απασχόλησαν περίπου 16.000 μικρές τουριστικές επιχειρήσεις, ενώ οι μεγαλύτεροι εργοδότες από άποψη μεγέθους ήταν τα αεροδρόμια και ο τομέας των αεροπορικών εταιρειών (π.χ., η Air New Zealand).

Αυτή η μοντελοποίηση της τουριστικής οικονομίας κερδίζει όλο και περισσότερο σε αξιοπιστία σε πολλές κυβερνήσεις, αφού οι αξιόπιστες πληροφορίες για την οικονομική επίπτωση του τουρισμού είναι χρήσιμη στα ακόλουθα πεδία:

- Διαμόρφωση πολιτικής
- Σχεδιασμό και μανάτζμεντ του μακροοικονομικού τομέα της οικονομίας
- Κατανομή πόρων του δημόσιου τομέα σε τουριστικά έργα
- Εσωτερικές κρατικές διαδικασίες για εξασφάλιση πρόσθετων πόρων για το Υπουργείο Τουρισμού και τον ΕΟΤ.



Αεροπορικές γραμμές της Νέας Ζηλανδίας

Στο παράδειγμα της Νέας Ζηλανδίας, οι TSA βοήθησαν επίσης στη βελτίωση του προφίλ του τουριστικού τομέα επειδή το μέγεθος των οικονομικών επιπτώσεων ήταν πολύ πάνω από τις

υφιστάμενες εκτιμήσεις των επιδράσεων του τουρισμού στην εθνική οικονομία. Εντούτοις, ενώ τώρα είναι ευκολότερη η εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων του τουρισμού, καθώς οι ερευνητές χρησιμοποιούν πιο εκλεπτυσμένες μεθόδους ανάλυσης, το οικονομικό αποτέλεσμα είναι πολύ λιγότερο ορατό και απτό από τις κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις που επιφέρει ο τουρισμός.

### **9.3 Οι επιρροές του τουρισμού στην εργασία**

Ο τουρισμός είναι μια οικονομική δραστηριότητα η οποία προσφέρει πολλές εργασίες. Ο λόγος είναι ότι ανήκει σε αυτού του είδους τις δραστηριότητες οι οποίες δεν επηρεάζονται και τόσο πολύ από την τεχνολογική εξέλιξη όσον αφορά τα εργατικά χέρια. Ο τουρισμός δημιουργεί αρχικά εργασίες σε περιοχές όπως ξενοδοχεία, εστιατόρια και γενικά σε χώρους διακοπών. Είναι γεγονός ότι συσχετίζεται και με άλλου είδους βιομηχανίες (όπως αγροτικές, συσκευασίας προϊόντων κλπ.), δημιουργώντας εργασίες και εδώ. Αυτό εξαρτάται στο πόσο μεγάλη είναι η επέκταση του τουρισμού στην υπόλοιπη οικονομία.

Η εργασία που δημιουργείται από τον τουρισμό δεν αφορά μόνο αυτούς που εργάζονται στην παραγωγή των αγαθών και υπηρεσιών τα οποία καταναλώνονται από τον τουρισμό. Περιέχονται επίσης και εκείνοι που έμμεσα δημιουργούν τη δομή της παραγωγής των αγαθών και υπηρεσιών που αφορούν τον τουρισμό.

#### **9.3.1 Τι καινούριο περιέχεται στην εργασία λόγω τουρισμού**

Ένας μεγάλος αριθμός εργασιών που δημιουργείται λόγω τουρισμού είναι εποχιακός. Έτσι συνήθως δεν είναι πλήρης εργασιακή απασχόληση αλλά σε μερικές εποχές το χρόνο. Για την καλυτέρευση της οικονομίας ξοδεύονται πολλά χρήματα για να μεγαλώσει η τουριστική περίοδος. Το πιο βασικό πλεονέκτημα της τουριστικής εργασίας είναι ότι γίνεται σε εποχιακό – καλοκαιρινό μοντέλο. Σε σχέση με τα πιο πάνω πρέπει να έχουμε πάντα υπόψη μας ότι πολλές από τις εργασίες που δημιουργούνται λόγω τουρισμού λαμβάνουν χώρα σε περιοχές που δεν υπάρχει μεγάλη εναλλακτική λύση σε εργασιακές ευκαιρίες. Ο τουρισμός έχει επίσης οφελιματική σχέση σε εργαζόμενους και τις οικογένειές τους που τα αγαθά και οι υπηρεσίες που προσφέρουν διανέμονται στην υπηρεσία του τουρισμού κατευθείαν χωρίς παρεμβατισμούς, με αποτέλεσμα να έχουν μεγαλύτερο κέρδος.

### 9.3.2 Οι επιδράσεις της σύγχρονης ανάπτυξης της τεχνολογίας στην εργασία

Πρόσφατες εξελίξεις στην τεχνολογία έχουν την τάση να μειώσουν τις απαιτήσεις για εργασία σε τουριστικές περιοχές. Για παράδειγμα η επέκταση χρησιμοποίησης των ηλεκτρονικών υπολογιστών σε σύστημα κρατήσεων, μειώνει τις ανάγκες για κρατήσεις από τέσσερα άτομα σε ένα.

Όμως η φύση της τουριστικής βιομηχανίας απαιτεί υψηλού επιπέδου υπηρεσίες, οι οποίες δείχνουν να αυξάνονται αντί να μειώνονται από τις τεχνολογικές εξελίξεις.

### 9.4 Ο τουρισμός στη εθνική οικονομία

Η ταχύτατη ανάπτυξη του τουρισμού μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο τον κατέστησε σήμερα έναν αναμφισβήτητο δυναμικό παράγοντα ανάπτυξης, η σπουδαιότητα του οποίου ποικίλλει από χώρα σε χώρα ανάλογα με τους τουριστικούς της πόρους και το επίπεδο της οικονομικής της ανάπτυξης.

Δεν αρκεί μια χώρα να διαθέτει άφθονους φυσικούς πόρους για να αναπτυχθεί τουριστικά, ούτε αυτόματα η τουριστική δραστηριότητα αντιπροσωπεύει την καλύτερη εναλλακτική λύση σε σχέση με άλλες δραστηριότητες για την οικονομική της ανάπτυξη.

Ωστόσο, ο τουριστικός τομέας, στα πλαίσια της εθνικής οικονομίας μιας χώρας, δημιουργεί μια σειρά από έσοδα και έξοδα σ' ένα μεγάλο αριθμό οικονομικών κλάδων.

Πιο συγκεκριμένα, η συμβολή του τουρισμού σε μία εθνική οικονομία μπορεί να λάβει τις παρακάτω μορφές:

- Ο τουρισμός αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό τμήμα της διενεργούμενης κατανάλωσης.
- Ο τουρισμός δημιουργεί μια σειρά από παραγωγικές δραστηριότητες.
- Ο τουρισμός επηρεάζει τις διεθνείς συναλλαγές και συνεπώς το ισοζύγιο πληρωμών.
- Ο τουρισμός δημιουργεί θέσεις εργασίας.

Ωστόσο, η πραγματική συμβολή του τουριστικού τομέα σε μια οικονομία είναι δύσκολο να εκτιμηθεί, εξαιτίας της ετερογενούς φύσης του και συνεπώς της δυσκολίας υιοθέτησης μιας συγκεκριμένης μεθοδολογίας μέτρησής του.



#### **9.4.1 Οι τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις**

Οι τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις ορίζονται ως οι εισπράξεις που προέρχονται από την πώληση αγαθών και υπηρεσιών στους διεθνείς τουρίστες κατά τη διάρκεια της παραμονής τους εντός της χώρας υποδοχής. Αυτές αντιπροσωπεύουν τις μεικτές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις. Οι καθαρές ισούνται με τις μεικτές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις μείον τις συναλλαγματικές δαπάνες που απαιτήθηκαν για την πραγματοποίησή τους.

#### **9.4.2 Οι μεικτές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις**

Όπως προαναφέραμε οι μεικτές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις ορίζονται ως οι εισπράξεις που προέρχονται από την πώληση αγαθών και υπηρεσιών στους διεθνείς τουρίστες κατά τη διάρκεια της παραμονής τους εντός της χώρας υποδοχής. Για την εκτίμηση των μεικτών τουριστικών συναλλαγματικών εισπράξεων, χρησιμοποιούνται δύο κύριες μέθοδοι. Αυτές είναι οι παρακάτω:

- A. Η άμεση μέθοδος:** Αυτή βασίζεται στις πληροφορίες που παρέχονται από τους τουρίστες μέσω της μετατροπής των ξένων τραπεζογραμματίων στο νόμισμα της χώρας υποδοχής και οι οποίες συγκεντρώνονται από τα τραπεζικά καταστήματα, τα ανταλλακτήρια συναλλάγματος κτλ.
- B. Η έμμεση μέθοδος:** Αυτή επιδιώκει να υπολογίσει τις συνολικές τουριστικές δαπάνες, πολλαπλασιάζοντας τον αριθμό των διανυκτερεύσεων με τη μέση ημερήσια τουριστική δαπάνη.

#### **9.4.3 Οι καθαρές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις**

Όπως ήδη αναφέραμε, Οι καθαρές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις ισούνται με τις μεικτές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις μείον τις συναλλαγματικές δαπάνες που απαιτήθηκαν για την πραγματοποίησή τους.

Στην συγκεκριμένη περίπτωση, διαφαίνεται με αρκετά σαφή τρόπο η ετερογένεια του τουριστικού τομέα και η συνθετότητά του, δεδομένου ότι οι συναλλαγματικές δαπάνες δεν περιορίζονται μόνο στις διεθνείς τουριστικές μετακινήσεις των ημεδαπών, αλλά επεκτείνονται σε μια πληθώρα αιτιών, που θα αναφερθεί στη μελέτη του ισοζυγίου πληρωμών.

## 9.5 Ο τουρισμός και η κατανάλωση

Η ταχύτατη ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου και η αντίστασή του σε κάθε είδους δυσμενείς οικονομικές συγκυρίες σε παγκόσμιο επίπεδο κατά τα τελευταία είκοσι έτη αποδεικνύει ότι ο τουρισμός κατέχει μια σημαντική θέση στη συνολική κατανάλωση και αντιμετωπίζεται πλέον από ένα μεγάλο αριθμό οικονομολόγων ως αγαθό πρώτης ανάγκης.

Πραγματικά, παρ' όλες τις διακυμάνσεις που παρουσιάζουν οι οικονομίες των χωρών προέλευσης των τουριστών, φαίνεται ότι η ζήτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, είτε στο εσωτερικό αυτών των χωρών είτε στο εξωτερικό, χαρακτηρίζεται ανελαστική, και κυρίως στις πιο αναπτυγμένες από αυτές, όπου το επίπεδο διαβίωσης θεωρείται αρκετά υψηλό.

Το σύνολο των ετήσιων εισοδημάτων που προορίζονται στην τουριστική κατανάλωση παρουσιάζουν σταθερή αύξηση, ενώ ταυτόχρονα παρατηρείται μια μετατόπιση της καταναλωτικής συμπεριφοράς των κατοίκων των βιομηχανικών χωρών από τα διαρκή καταναλωτικά αγαθά προς τις υπηρεσίες. Με βάση τα στοιχεία, μεταξύ του 1977 και 1994 υπήρξε μια αύξηση στις δαπάνες του διεθνούς τουρισμού, τόσο στις χώρες της Ευρώπης, της Β. Αμερικής και της Αυστραλίας, όσο και στο σύνολο των χωρών του Ο.Ο.Σ.Α. (Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης).

Φυσικά, θα πρέπει να υπογραμμίσουμε ότι δεν περιλαμβάνονται οι δαπάνες του εσωτερικού τουρισμού, οι οποίες, σύμφωνα με εκτιμήσεις του Π.Ο.Τ., αντιπροσωπεύουν το 75% των συνολικών τουριστικών δαπανών.

Ο υπολογισμός της εθνικής ή εσωτερικής τουριστικής κατανάλωσης είναι δύσκολο, ακόμη και σήμερα, να εκτιμηθεί με ακρίβεια για τις περισσότερες χώρες.

Ωστόσο, από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό ότι για τις περισσότερες χώρες η τουριστική δραστηριότητα εξαρτάται στο μεγαλύτερο ποσοστό από την εσωτερική ή ημεδαπή τουριστική κατανάλωση, παρά από τη διεθνή τουριστική κατανάλωση.

Η τουριστική κατανάλωση, η οποία αφορά τις δαπάνες που προκαλεί η τουριστική ζήτηση για να καλύψει μια σειρά αγαθών και υπηρεσιών, μπορεί να διακριθεί, ανάλογα με τη χρονική περίοδο πραγματοποίησής της, στην άμεση τουριστική κατανάλωση και στην έμμεση τουριστική κατανάλωση.

Η άμεση τουριστική κατανάλωση περιλαμβάνει όλες τις καταναλωτικές δαπάνες που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια της τουριστικής μετακίνησης, δηλαδή αντιπροσωπεύει τον κλασικό προϋπολογισμό των διακοπών.

Η έμμεση τουριστική κατανάλωση αντιπροσωπεύει το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνει ο τουρίστας ενόψει της τουριστικής μετακίνησης (ενδύματα, αθλητικός εξοπλισμός, ασφάλειες κτλ.).

Επομένως, εάν στις δαπάνες του διεθνούς τουρισμού, οι οποίες αντιπροσωπεύουν ουσιαστικά την άμεση τουριστική κατανάλωση, προσθέσουμε τις δαπάνες των διεθνών μεταφορών καθώς και τις δαπάνες της έμμεσης τουριστικής κατανάλωσης, το ποσοστό της ιδιωτικής κατανάλωσης των νοικοκυριών το οποίο διαθέτει για τουρισμό τείνει να λάβει πολύ μεγαλύτερες τιμές από εκείνες που του δίνονται στην πραγματικότητα.

## **9.6 Ο τουρισμός και η εθνική παραγωγή**

Ο τουρισμός αποτελεί μια οικονομική δραστηριότητα η οποία συμβάλλει στην εθνική παραγωγή. Οι δαπάνες των τουριστών (διεθνών και ημεδαπών) δημιουργούν εισοδήματα σε όλους εκείνους οι οποίοι εμπλέκονται στη λειτουργία του τουριστικού τομέα (επιχειρήσεις, εργαζόμενοι, κράτος).

Μόνο οι μεικτές συναλλαγματικές εισπράξεις του διεθνούς τουρισμού, ως ποσοστό του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (Α.Ε.Π.) των τουριστικών χωρών, αντιπροσωπεύουν αρκετά αξιοσημείωτες ενδείξεις.

Ωστόσο, οι τουριστικές δαπάνες τις οποίες πραγματοποιούν στο εσωτερικό μιας χώρας οι διεθνείς της επισκέπτες δεν μπορούν να θεωρηθούν ως η καθαρή συνεισφορά του τουριστικού τομέα στο εθνικό προϊόν. Οι μεικτές τουριστικές εισπράξεις χρησιμοποιούνται για να απεικονίσουν τη διάσταση της συνεισφοράς του τουρισμού στην εθνική παραγωγή. Η δικαιολόγηση μιας τέτοιας σύγκρισης βασίζεται στη διαθεσιμότητα των στατιστικών στοιχείων, αφού ένας τέτοιος συσχετισμός στηρίζεται κατεξοχήν σε ετερογενή στοιχεία.

Η καθαρή συνεισφορά του τουριστικού τομέα στο εθνικό προϊόν μιας χώρας προκύπτει εάν αφαιρέσουμε από τις μεικτές συναλλαγματικές εισπράξεις του διεθνούς τουρισμού το κόστος των συναλλαγματικών εκροών που απαιτούνται για την εισαγωγή τελικών, άμεσων και έμμεσων αγαθών και υπηρεσιών (π.χ. τρόφιμα, ποτά, εξοπλισμοί κτλ.).

Αυτές οι εισαγωγές αφορούν τον τουριστικό τομέα είτε άμεσα είτε έμμεσα, μέσω των άλλων οικονομικών τομέων οι οποίοι τον προμηθεύουν και τον υποστηρίζουν.

Φυσικά, οι παραπάνω αναλύσεις αφορούν το διεθνή τουρισμό. Για να συμπεριλάβουμε και τον εσωτερικό τουρισμό, θα πρέπει να εκτιμηθεί η συνολική τουριστική δαπάνη των ημεδαπών, γεγονός που χαρακτηρίζεται αρκετά δύσκολο, καθώς και το σύνολο των συναλλαγματικών εκροών που δημιουργεί η απαιτούμενη εισαγωγή αγαθών και υπηρεσιών για την ενεργοποίηση της εγχώριας τουριστικής κατανάλωσης.

Η εκτίμηση της καθαρής συνεισφοράς του τουριστικού τομέα στο εθνικό προϊόν μιας χώρας προϋποθέτει ότι γνωρίζουμε τόσο τη διάρθρωση (τελικά, άμεσα, έμμεσα προϊόντα) όσο και το περιεχόμενο των εισαγωγών του. Δηλαδή τίθεται πλέον θέμα εκτίμησης της προστιθέμενης αξίας του τουρισμού, η οποία απαιτεί αρκετά πολυσύνθετες έρευνες στα πλαίσια του εθνικολογιστικού συστήματος μιας χώρας.

Σύμφωνα με μια έρευνα του W.T.T.C. ( World Travel and Tourism Council), η προστιθέμενη αξία που δημιουργεί ο τουρισμός στην ελληνική οικονομία αντιστοιχεί στο 14,48% του Α.Ε.Π.

Τα παραπάνω, σε συσχετισμό με την ετερογενή φύση του τουριστικού τομέα, η δυσκολία υιοθέτησης μιας συγκεκριμένης επιστημονικής μεθοδολογίας μέτρησής του και τη θέση που κατέχει στο πλαίσιο μιας εθνικής οικονομίας, ερμηνεύουν με αρκετά σαφή τρόπο τους λόγους για τους οποίους μόνο ένας μικρός αριθμός χωρών γνωρίζει ακριβώς την αληθινή συμβολή του τουριστικού τομέα στην εθνική τους οικονομία.

Τα πιο αξιόλογα αποτελέσματα, ωστόσο, τα οποία στοχεύουν να απεικονίσουν με όσο το δυνατόν ακριβέστερο τρόπο τη θέση του τουρισμού στα πλαίσια μιας εθνικής οικονομίας προκύπτουν με τις ακόλουθες μεθόδους:

- Τους πίνακες εισροών-εκροών (input-output).
- Τους δορυφόρους λογαριασμούς του τουρισμού (comptes satellites du tourisme).
- Τα τουριστικά ισοζύγια (compte extérieur du tourisme).

## 9.7 Ο πολλαπλασιαστής

Η έννοια του πολλαπλασιαστή φαίνεται αρκετά απλή στη σύλληψή της μέσα από τις εργασίες του Keynes, καθώς και τις μετέπειτα χρήσεις της από ένα μεγάλο αριθμό οικονομολόγων.

Εφαρμοσμένη στο εισόδημα, μια αρχική δαπάνη ενεργοποιεί μια σειρά από μεταγενέστερες δαπάνες, οι οποίες με τη σειρά τους δημιουργούν μια αύξηση στο αρχικά καθορισμένο εισόδημα. Π.χ., ο  $X$  δαπανά ένα μέρος από το μισθό του στην αγορά ενός προϊόντος από τον  $\Psi$ , ο οποίος με τη σειρά του πληρώνει τον  $Z$  κτλ.

Στον τουρισμό, η τουριστική παραγωγή και η τουριστική κατανάλωση εμφανίζονται ως απόρροια μιας σειράς άμεσων και έμμεσων αποτελεσμάτων σ' ένα αρχικό και ένα μεταγενέστερο στάδιο.

Τα άμεσα αποτελέσματα ανταποκρίνονται σε μια διανομή της προστιθέμενης αξίας. Αυτή αντιπροσωπεύει το δημιουργούμενο εισόδημα στον κατεξοχήν τουριστικό τομέα (ξενοδοχειακά καταλύματα, γραφεία ταξιδίων) και στους ενδιάμεσους τομείς παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών που εξυπηρετούν τον τουριστικό τομέα (επιχειρήσεις διατροφής, κατασκευαστικές εταιρείες, εταιρείες μεταφορικών μέσων κτλ.).

Το εισόδημα το οποίο δημιουργείται χρησιμεύει μερικώς για την εισαγωγή αγαθών και υπηρεσιών, ένα τμήμα αποταμιεύεται ή αποδίδεται στο κράτος υπό μορφή φόρων, ενώ ένα άλλο τμήμα δαπανάται στην αγορά τοπικών αγαθών και υπηρεσιών που προορίζονται για προσωπική κατανάλωση.

Το τελευταίο τμήμα, που αφορά την κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται τοπικά, δημιουργεί μια νέα προστιθέμενη αξία και μια νέα ενδιάμεση κατανάλωση. Κατ' αυτό τον τρόπο, το τελικό εισόδημα διαμορφώνεται σε υψηλότερα επίπεδα απ' ότι το αρχικό.

Ο συντελεστής αύξησης του εισοδήματος ονομάζεται 'πολλαπλασιαστής εισοδήματος'. Συνεπώς, στην αρχική προστιθέμενη αξία, απόρροια των άμεσων αποτελεσμάτων, θα προστεθεί μια νέα σειρά προστιθέμενων αξιών, καθιστώντας κατ' αυτό τον τρόπο τη συνολική προστιθέμενη αξία μεγαλύτερη της αρχικής ζήτησης.

Από τα παραπάνω συμπεραίνεται ότι, αν η απορρέουσα από τα άμεσα αποτελέσματα προστιθέμενη αξία αποτελεί μια πρώτη ένδειξη της συμβολής του τουριστικού τομέα στο

εθνικό εισόδημα μιας χώρας, ο πολλαπλασιαστής βοηθά στη σφαιρική εκτίμηση της συμβολής του σ' αυτό.

### **9.7.1 Οι περιορισμοί σχετικά με την χρησιμοποίηση του πολλαπλασιαστή**

Η χρησιμοποίηση του πολλαπλασιαστή υπήρξε συχνή από τους οικονομολόγους του τουρισμού, χωρίς ωστόσο να υφίσταται πολλές φορές μια επαρκή κριτική.

Οι περιορισμοί που τίθενται σχετικά με τη χρήση του πολλαπλασιαστή είναι οι ακόλουθοι:

- Η οριακή ροπή για κατανάλωση θεωρείται σημαντικός παράγοντας για τον υπολογισμό του. Η εκτίμησή της προσκρούει σε μια σειρά δυσκολιών όπως οι χωροχρονικές διακυμάνσεις της και το προφίλ των καταναλωτών.
- Ο ακριβής προσδιορισμός της χρονικής περιόδου όπου διενεργείται ένας αριθμός συναλλαγών έχει μεγάλη σημασία για τον υπολογισμό του πολλαπλασιαστή. Αυτός εξαρτάται από μια πληθώρα κοινωνικο-οικονομικών παραγόντων.
- Ο υπολογισμός των εκροών εκτός οικονομικού κυκλώματος έχει μεγάλη σημασία στον υπολογισμό του (εισαγωγές, αποθησαύριση, πληθωριστικές τάσεις κτλ.).
- Οι εκροές εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας. Όσο πιο φτωχή είναι μια χώρα υποδοχής, τόσο μικρότερη διαφοροποιημένη παραγωγή διαθέτει και, ως εκ τούτου, τόσο μεγαλύτερες είναι οι εισαγωγές αγαθών και υπηρεσιών για να ικανοποιηθούν οι ανάγκες των τουριστών.

Είναι εύλογο επομένως να υπογραμμίσουμε, σύμφωνα με την ανάλυση που προηγήθηκε, ότι η ερμηνεία και η χρησιμοποίηση του τουριστικού πολλαπλασιαστή θα πρέπει να γίνεται με μεγάλη προσοχή και σύνεση.

## 9.7.2 Η περίπτωση της Ελλάδας

Αρκετές προσεγγίσεις της αριθμητικής τιμής του τουριστικού πολλαπλασιαστή στην Ελλάδα επιδιώχθηκαν από την δεκαετία του 1960 έως σήμερα, από τους D. Suits, A. Παπαδόπουλο, F. Basil κτλ.

Μεταξύ των πρόσφατων ωστόσο εκτιμήσεων, μπορούμε να αναφερθούμε σ' εκείνη του ΚΕΠΕ (Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών) (Μυλωνάς) το 1995, που προσδίδει στον πολλαπλασιαστή μια τιμή ίση με 1,96, και του Ι.Τ.Ε.Π. (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων) (Κουζέλης) το 1997, που εκτιμά ότι η αναμενόμενη μεταβολή του εισοδήματος ισορροπίας της οικονομίας στο τέλος της πολλαπλασιαστικής διαδικασίας θα είναι 2,184 νομισματικές μονάδες, δοθείσης μιας αύξησης του τουριστικού συναλλάγματος κατά μια νομισματική μονάδα.

Για την προσέγγιση της αριθμητικής τιμής των παραπάνω τουριστικών πολλαπλασιαστών χρησιμοποιήθηκε ένα απλό μακροοικονομικό υπόδειγμα βασισμένο στις ακόλουθες παραδοχές:

1. Η οικονομία είναι ανοιχτή.
2. Η κατανάλωση είναι ευθέως ανάλογη του διαθέσιμου εισοδήματος.
3. Υπάρχει αναλογικός φορολογικός συντελεστής.
4. Οι επενδύσεις, οι εξαγωγές και οι κυβερνητικές δαπάνες είναι αυτόνομες.
5. Οι εισαγωγές είναι γραμμική συνάρτηση τόσο των εισπράξεων του τουριστικού συναλλάγματος όσο και του διαθέσιμου εισοδήματος.

## 9.8 Ο Τουρισμός και το ισοζύγιο πληρωμών

### Ορισμός

Το ισοζύγιο πληρωμών είναι ένας πίνακας λογιστικών εγγραφών όπου καταγράφονται συστηματικά οι εισπράξεις (πιστώσεις) και οι δαπάνες (χρεώσεις) μιας χώρας σε σχέση με άλλες ξένες χώρες. Οι εισπράξεις και οι δαπάνες, ή χρηματικές συναλλαγές, πραγματοποιούνται μεταξύ ατόμων τα οποία κατοικούν μια συγκεκριμένη χωρική ενότητα και ατόμων που κατοικούν εκτός αυτής, στο διάστημα μιας χρονικής περιόδου, που είναι συνήθως ένα έτος.

Ουσιαστικά, το ισοζύγιο πληρωμών μιας χώρας, μέσα από την εγγραφή των χρηματικών ροών, καταγράφει έμμεσα τις πραγματικές ροές που αντιπροσωπεύουν οι εμπορικές συναλλαγές με τις άλλες χώρες, δηλαδή οι εισαγωγές και οι εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών.

### **Ο διεθνής τουρισμός**

Ο διεθνής τουρισμός αντιπροσωπεύει μια κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών εκτός της χώρας παραμονής των τουριστών-καταναλωτών.

Η τουριστική δραστηριότητα για τις χώρες υποδοχής των τουριστών χαρακτηρίζεται ως εξαγωγική, δεδομένης της ιδιαιτερότητας του τουρισμού, όπου παραγωγή και κατανάλωση των αγαθών και των υπηρεσιών πραγματοποιούνται ταυτόχρονα σ' ένα προκαθορισμένο χωρο-χρονικό πλαίσιο.

Ως εκ τούτου, για ένα μεγάλο αριθμό χωρών που βρίσκονται στο στάδιο της ανάπτυξης, ο τουρισμός αποτελεί εκείνη την εναλλακτική πηγή των συναλλαγματικών εισπράξεων που θα τους επιτρέψει μια πιο αυτοδύναμη οικονομική ανάπτυξη, ιδιαίτερα όταν οι υπόλοιπες εξαγωγικές τους δραστηριότητες είναι πολύ μικρές.

Εάν οι συναλλαγματικές εισπράξεις χαρακτηρίζονται ως εξαγωγές, οι συναλλαγματικές δαπάνες των ημεδαπών τουριστών, οι οποίοι συμμετέχουν στις διεθνείς τουριστικές μετακινήσεις, θεωρούνται ως εισαγωγές.

Αυτή η αντιμετώπιση του τουριστικού τομέα ως τομέα εισαγωγών και εξαγωγών ώθησε πολλές τουριστικές χώρες να εκτιμήσουν τις εισπράξεις και τις δαπάνες που οφείλονται στο διεθνή τουρισμό ως τμήμα των συνολικών τους εισαγωγών και εξαγωγών.

#### **9.8.1 Το τουριστικό ισοζύγιο**

Οι τουριστικές εισπράξεις και οι τουριστικές δαπάνες βρίσκονται ενσωματωμένες στο ισοζύγιο πληρωμών. Πιο συγκεκριμένα, αυτές συνθέτουν το τμήμα “ταξίδια”, το οποίο αποτελεί μέρος των άδηλων πόρων.

Εάν απομονώσουμε τώρα στο ισοζύγιο πληρωμών την τουριστική δραστηριότητα, μπορούμε να οδηγηθούμε στη σύνθεση ενός τουριστικού ισοζυγίου, το οποίο απεικονίζει τη διαφορά μεταξύ των τουριστικών εισπράξεων και δαπανών. Το υπόλοιπο αυτού του



ισοζυγίου εκφράζει τη συμβολή του τουριστικού τομέα στο ισοζύγιο των τρεχουσών συναλλαγών.

Το υπόλοιπο του τουριστικού ισοζυγίου μπορεί να λάβει τις παρακάτω ενδείξεις:

- *Θετικό ισοζύγιο:* Αυτό σημαίνει ότι η χώρα παρουσιάζει πλεόνασμα στον τουριστικό τομέα, δηλαδή οι εισπράξεις είναι μεγαλύτερες από τις δαπάνες. Σ' αυτή την κατηγορία χωρών, σύμφωνα με τις στατιστικές του Ο.Ο.Σ.Α. και του Π.Ο.Τ., ανήκουν η Ελλάδα, η Ισπανία, η Ιταλία και γενικά όλες σχεδόν οι χώρες που βρίσκονται στο στάδιο της ανάπτυξης.
- *Αρνητικό ισοζύγιο:* Στη συγκεκριμένη περίπτωση, οι χώρες που ανήκουν σ' αυτή την κατηγορία παρουσιάζουν έλλειμμα και οι δαπάνες είναι υψηλότερες των εισπράξεων. Τέτοιες χώρες είναι η Γερμανία και οι Η.Π.Α.
- *Εξισορροπημένο ισοζύγιο:* Αυτό αντιπροσωπεύει την περίπτωση που οι τουριστικές εισπράξεις είναι ίσες με τις τουριστικές δαπάνες.

Στην προσπάθειά του να προσεγγίσει κατά έναν “ιδιαιτερο τρόπο” τα μεγέθη των τουριστικών εισπράξεων και δαπανών, καθώς και εκείνα του ισοζυγίου των τρεχουσών συναλλαγών μιας χώρας, ο καθηγητής R. Baretje διακρίνει έξι ομάδες χωρών, ανάλογα με το αν ο τουρισμός διαδραματίζει ένα ρόλο ενεργητικό ή παθητικό σ' αυτές.

### **9.8.2 Παραδοσιακή προσέγγιση του τουριστικού ισοζυγίου της Ελλάδας**

Αφού προσδιορίσαμε τις έννοιες του τουριστικού ισοζυγίου καθώς και του ισοζυγίου πληρωμών, στη συγκεκριμένη παράγραφο θα επιδιώξουμε να μετρήσουμε την επίδραση του λογαριασμού “ταξίδια” στο υπόλοιπο του ισοζυγίου των τρεχουσών συναλλαγών μείον τον τουρισμό. Δηλαδή θα επιχειρήσουμε να δούμε την κατάσταση που διαμορφώνεται στην εθνική οικονομία, εάν απαγορεύονταν όλες οι τουριστικές μετακινήσεις προς τη χώρα καθώς και εκτός της χώρας. Κατ' αυτό τον τρόπο, θα είμαστε στη συνέχεια σε θέση να μετρήσουμε σε τι αναλογία το άνοιγμα των συνόρων στην τουριστική δραστηριότητα επηρεάζει θετικά ή αρνητικά το υπόλοιπο του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών.

Η απεικόνιση της παραδοσιακής προσέγγισης δίνεται από τον πίνακα 9.8. Για την καλύτερη κατανόησή του, παραθέτουμε παρακάτω τι αντιπροσωπεύει η κάθε στήλη:

1<sup>η</sup> στήλη: έτη παρατήρησης

2<sup>η</sup> στήλη: εξέλιξη των τουριστικών εισπράξεων

3<sup>η</sup> στήλη: εξέλιξη των τουριστικών δαπανών

4<sup>η</sup> στήλη: υπόλοιπο του τουριστικού ισοζυγίου

5<sup>η</sup> στήλη: υπόλοιπο του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών

6<sup>η</sup> στήλη: υπόλοιπο του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών μείον το υπόλοιπο του τουριστικού ισοζυγίου

7<sup>η</sup> στήλη: ποσοστό σύμφωνα με το οποίο ο τουρισμός βελτιώνει το υπόλοιπο

“ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών-τουρισμός”.

Από την ανάλυση του πίνακα 9.8 απορρέει ότι ο τουρισμός αντιπροσωπεύει μια πολύτιμη πηγή συναλλάγματος για τη χώρα, συμβάλλοντας στη μείωση του αρνητικού υπολοίπου “ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών-τουρισμός”, και σε ποσοστά που αναγράφονται στην 7<sup>η</sup> στήλη του πίνακα.

Η παραδοσιακή προσέγγιση του τουριστικού ισοζυγίου της Ελλάδας σε συσχετισμό με το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών απεικονίζεται από το σχήμα της πέμπτης ομάδας που είδαμε προηγουμένως, σύμφωνα με τις ομαδοποιήσεις των χωρών που επιδίωξε να διαμορφώσει ο καθηγητής R. Baretje.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 9.8** Ελλάδα: Τουριστικό ισοζύγιο\* και ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών

Έτη	Τουρ. εισπράξεις  Τ.Ε	Τουρ. δαπάνες  Τ.Δ	Τουρ. ισοζύγιο  Τ.Ι	Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών Ι.Τ.Σ	Ι.Τ.Σ.-Τ.Ι.	(4):(6)%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)

1980	1733,5	309,1	1424,4	-2216,0	-3640,4	39,1
1981	1881,0	161,1	1519,9	-2420,9	-3940,8	38,6
1982	1527,2	374,2	1153,0	-1885,1	-3008,1	38,3
1983	1175,7	362,2	813,5	-1875,9	-2689,4	30,2
1984	1315,0	337,0	978,0	-2182,0	-3160,0	30,9
1985	1428,0	367,5	1060,5	-3275,7	-4336,2	24,4
1986	1834,2	494,2	1340,0	-1772,1	-3112,1	43,0
1987	2268,1	507,5	1760,6	-1219,2	-2979,8	59,1
1988	2396,1	732,8	1672,3	-957,1	-2629,4	63,6
1989	1976,0	816,3	1159,7	-2573,1	-3732,8	31,1
1990	2575,0	1089,5	1185,5	-3561,7	-4747,2	25,0
1991	2566,1	1015,2	1550,9	-1520,4	-3071,3	50,5
1992	3268,4	1188,3	2080,1	-2078,4	-4158,5	50,0
1993	3335,1	1003,4	2331,7	-716,3	-3048,0	76,5
1994	3904,9	1124,8	2780,1	-121,6	-2901,7	95,8
1995	4106,2	1322,9	2783,3	-2850,4	-5633,7	49,4
1996	3705,8	1210,0	2495,8	-4539,0	-7034,8	35,5

\*Αναφέροντας τουριστικό ισοζύγιο, εννοούμε το ταξιδιωτικό ισοζύγιο

Πηγή: Ε.Ο.Τ. – Τράπεζα της Ελλάδας (στατιστικά στοιχεία)

### 9.8.3 Ο υπολογισμός του λογαριασμού “ταξίδια”

Η παραδοσιακή προσέγγιση του τουριστικού ισοζυγίου που επιχειρήθηκε προηγουμένως, φαίνεται ότι δεν είναι σε θέση να εκτιμήσει την πραγματική διάσταση του τουριστικού τομέα και συνεπώς το μέγεθος των επιπτώσεών του στις διεθνείς συναλλαγές μιας χώρας.

Το τουριστικό ισοζύγιο, όπως παρουσιάστηκε, δεν αντιπροσωπεύει παρά ένα τμήμα των χρηματικών ροών που ενεργοποιεί η τουριστική δραστηριότητα και συνεπώς παρεμποδίζει την προσέγγιση της αληθινής συμβολής του τουρισμού στο ισοζύγιο πληρωμών.

Σύμφωνα με το ισοζύγιο πληρωμών του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, η κατηγορία “Τουρισμός και Ταξίδια”, η οποία περιλαμβάνει τις τουριστικές εισπράξεις και δαπάνες, είναι αυστηρά καθορισμένη.

Στην πραγματικότητα όμως, οι τουριστικές συναλλαγές αφορούν και άλλες κατηγορίες τουριστικών εισπράξεων και δαπανών, οι οποίες υπάγονται σε άλλα τμήματα του ισοζυγίου πληρωμών. Έτσι, τα έσοδα και οι δαπάνες των διεθνών αερομεταφορών καταγράφονται στην κατηγορία “μεταφορές”, παρ’ όλο που ένα σημαντικό τμήμα τους αφορά τις τουριστικές μετακινήσεις.

Κατά τον ίδιο τρόπο, τουριστικές εισπράξεις και δαπάνες που αφορούν τις εισαγωγές και τις εξαγωγές τουριστικών εξοπλισμών, τροφίμων και ποτών, υπηρεσιών τεχνικής βοήθειας, καθώς και τις μεταφορές μισθών, τις δαπάνες διαφήμισης κτλ. εγγράφονται και κατανέμονται σε άλλες, εκτός του τουρισμού, κατηγορίες του ισοζυγίου πληρωμών.

Είναι φυσικό επομένως να υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις μεταξύ της κατηγορίας “ταξίδια” του ισοζυγίου πληρωμών μιας χώρας και ενός “πραγματικού” τουριστικού ισοζυγίου, το οποίο θα περιλάμβανε όλα τα έσοδα και τις δαπάνες που δημιουργεί ο τουριστικός τομέας.

Για τους παραπάνω λόγους, λίγες χώρες γνωρίζουν με μια σχετική ακρίβεια τις πραγματικές επιδράσεις του τουρισμού στις διεθνείς τους συναλλαγές και συνεπώς είναι σε θέση να υπολογίσουν τα κέρδη ή τις ζημιές που δημιουργεί ο διεθνής τουρισμός.

## 9.9 Οι τουριστικές επενδύσεις

Οι επενδύσεις του τουριστικού τομέα χαρακτηρίζονται από τον υψηλό βαθμό απορρόφησης κεφαλαίων, λόγω του υψηλού κόστους των τουριστικών υποδομών και ανωδομών. Οι χρηματοδοτήσεις τους υποδηλώνουν τη μακροχρόνια δέσμευση κεφαλαίων, καθώς οι αποσβέσεις τους θεωρούνται αρκετά αργές. Η διαχείριση των τουριστικών επιχειρήσεων θα πρέπει να λάβει υπόψη της αυτή την ιδιαιτερότητα του τουριστικού τομέα, καθώς πρόκειται για μια “βαριά βιομηχανία”.

Ως εκ τούτου, η χώρα ή η περιοχή η οποία θα επιχειρήσει να προβεί στην ανάπτυξη του τουρισμού της και επομένως να παρέμβει και να διαφοροποιήσει την υπάρχουσα οικονομική δομή της, δεδομένου του υψηλού κόστους των τουριστικών επενδύσεων, θα πρέπει να προσδιορίσει με ακρίβεια και σαφήνεια τρία καθοριστικά σημεία που εντάσσονται στα πλαίσια μιας ορθολογικής ανάπτυξης του τουριστικού τομέα και μιας χρηστής χρησιμοποίησης των οικονομικών πόρων.

1. Θα πρέπει να προσδιορίσει ακριβώς τον τύπο και το μέγεθος της επιθυμητής τουριστικής ανάπτυξης.
2. Θα πρέπει να καθορίσει με ευκρινή τρόπο το ρόλο του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα.
3. Θα πρέπει να καθορίσει το ρόλο των εθνικής και ξένης προέλευσης κεφαλαίων.

Οι επενδύσεις στον τουριστικό τομέα διακρίνονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες:

1. Οι επενδύσεις της τουριστικής ανωδομής. Αυτή περιλαμβάνει τις επιχειρήσεις οι οποίες διαθέτουν κατά τρόπο άμεσο στους τουρίστες τα αγαθά και τις υπηρεσίες που παράγουν.
2. Οι επενδύσεις της τουριστικής υποδομής.

### **9.9.1 Οι επενδύσεις της τουριστικής υποδομής**

Η τουριστική υποδομή αφορά το κομμάτι της δευτερογενούς τουριστικής προσφοράς, χωρίς την ύπαρξη της οποίας καθίσταται αδύνατη η αξιοποίηση των τουριστικών πόρων μιας χώρας ή μιας περιοχής και συνεπώς η δημιουργία της τουριστικής ανωδομής.

Διακρίνουμε δύο κατηγορίες υποδομών στον τουριστικό τομέα:

1. Τις υποδομές αναψυχής, οι οποίες πρόσκεινται καθαρά στη λειτουργία του τουριστικού τομέα και στις δραστηριότητες που σχετίζονται με την κατανάλωση του ελεύθερου χρόνου (π.χ. μαρίνες, αγκυροβόλια, γήπεδα τένις κτλ.).
2. Τις γενικές υποδομές, οι οποίες αποβλέπουν στην ικανοποίηση τόσο των κατοίκων του τόπου υποδοχής όσο και των τουριστών (π.χ. μεταφορές, ηλεκτροδότηση, αποχέτευση κτλ.).

Η χρηματοδότηση της πρώτης κατηγορίας τουριστικών υποδομών ικανοποιείται είτε από το δημόσιο είτε από τον ιδιωτικό τομέα. Η χρηματοδότηση της δεύτερης εξασφαλίζεται αποκλειστικά από το δημόσιο τομέα.

### **9.9.2 Οι επενδύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα**

Τα ξενοδοχειακά καταλύματα αποτελούν εκείνο το τμήμα της τουριστικής προσφοράς το οποίο χαρακτηρίζει γενικότερα το τουριστικό προϊόν μιας χώρας ή μιας περιοχής, ενώ το επενδυτικό κόστος που απαιτείται για την κατασκευή τους θεωρείται αρκετά υψηλό.

Η οικονομική τους αποδοτικότητα εξαρτάται από τους αλληλοσυσχετισμούς που διαμορφώνονται μεταξύ των τριών ακόλουθων συνθηκών:

1. Το ύψος του κατασκευαστικού κόστους του ξενοδοχειακού καταλύματος.
2. Το επίπεδο των τιμών των προσφερόμενων υπηρεσιών.
3. Τον εθνικό και το διεθνή ανταγωνισμό.

Τα στοιχεία του κόστους της επένδυσης, τα οποία καθορίζουν στη συνέχεια τις διακυμάνσεις μιας σειράς δεικτών, οικονομικών και μη, παρατίθενται στη συνέχεια.

Πρόκειται για:

- Την τοποθεσία
- Τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό

- Τη χωρητικότητα
- Τις επιφάνειες των τμημάτων σε τμ.
- Την κατηγορία
- Τη διαδικασία κατασκευής
- Τη φορολογία

### 9.9.3 Η χρηματοδότηση

Η έννοια της χρηματοδότησης μιας τουριστικής επιχείρησης αφορά το σύστημα και τις μεθόδους που χρησιμοποιούμε προκειμένου να της εξασφαλίσουμε τα αναγκαία κεφάλαια για την καλύτερη λειτουργία της, στον κατάλληλο χρόνο, μέσα από τις καλύτερες συνθήκες, και σε αρμονία με το συνολικό χρηματοδοτικό πρόγραμμα της χώρας.

Η τουριστική επιχείρηση, ως οικονομική μονάδα, υπόκειται στους ίδιους κανόνες με τις άλλες επιχειρήσεις που διαθέτουν παρόμοια χαρακτηριστικά και, συνεπώς, στον ίδιο τρόπο χρηματοδότησης, ακόμα και αν μερικές φορές οι ιδιαιτερότητες του τουριστικού τομέα, δρουν προς όφελος των τουριστικών επιχειρήσεων. Ένα τμήμα των απαιτούμενων κεφαλαίων αφορούν τα ίδια κεφάλαια του επιχειρηματία, ενώ το υπόλοιπο βρίσκεται από άλλες χρηματοδοτικές πηγές. Αυτή η μορφή χρηματοδότησης αφορά κατεξοχήν τη μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση, ενώ η μεσοπρόθεσμη και βραχυπρόθεσμη χρηματοδότηση υπόκειται σε άλλους κανονισμούς.

Διακρίνουμε δύο πηγές χρηματοδότησης:

1. Τις ιδιωτικές πηγές χρηματοδότησης
  - Εθνικά κεφάλαια
  - Ξένα κεφάλαια
2. Τις δημόσιες πηγές χρηματοδότησης.

Η κατασκευή και η λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων ανήκει κατεξοχήν στη σφαίρα των δραστηριοτήτων του ιδιωτικού τομέα, ενώ το κράτος περιορίζεται κυρίως στην παροχή επενδυτικών κινήτρων. Ωστόσο, μπορεί το κράτος να λειτουργήσει επιχειρηματικά και να ιδρύσει τουριστικές επιχειρήσεις, είτε στην περίπτωση που υπάρχουν δισταγμοί από τους ιδιώτες επενδυτές είτε στην προσπάθεια να ανοιχτούν νέες περιοχές στον τουριστικό τομέα.

Ο τρόπος χρηματοδότησης των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων παρουσιάζει μεγάλες αποκλίσεις σε σχέση με τη χρηματοδότηση άλλων επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα.

Αυτό είναι απόρροια μιας σειράς παραγόντων που επηρεάζουν ολικά ή μερικά την αποδοτικότητα της ξενοδοχειακής επιχείρησης. Αυτοί οι παράγοντες είναι οι ακόλουθοι:

1. *Ο χαρακτήρας της ξενοδοχειακής επιχείρησης:* Αυτός ο παράγοντας αφορά κατεξοχήν τον τρόπο λειτουργίας της ξενοδοχειακής επιχείρησης, δηλαδή εάν λειτουργεί κατά τη διάρκεια όλου του έτους ή εποχικά.
2. *Η επιλογή του τόπου εγκατάστασης:* Η επιλογή του τόπου εγκατάστασης είναι πρωταρχικής σημασίας για τη χρηματοδότηση μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης. Αυτή διαφέρει σύμφωνα με τις ζώνες τουριστικής ανάπτυξης της χώρας και τον ευρύτερο χαρακτηρισμό του τόπου εγκατάστασης, όπως αστικό κέντρο, κοινότητα, παραθαλάσσιο κέντρο, ορεινή κοινότητα, ηπειρωτική ζώνη, νησιωτική ζώνη κτλ.
3. *Το μέγεθος της ξενοδοχειακής επιχείρησης:* Αυτό περιλαμβάνει παράγοντες όπως:
  - Ο αριθμός των κλινών.
  - Ο αριθμός των απασχολούμενων.
  - Το ύψος των πάγιων επενδύσεων.
4. *Η κατηγορία:* Οι κατηγορίες σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία διακρίνονται σε πολυτελείας, Α', Β', Γ', Δ' και Ε'. Το σύστημα των αστερών δεν έχει ακόμη εφαρμοστεί στα ελληνικά ξενοδοχεία.
5. *Η νομική μορφή της επιχείρησης:* Αυτή μπορεί να λάβει τις ακόλουθες μορφές:
  - Ατομική επιχείρηση.
  - Περιορισμένης ευθύνης.
  - Ανώνυμη εταιρεία.

Ο τρόπος χρηματοδότησης πρέπει να επιτευχθεί μετά από αναλυτικές μελέτες, όπου λαμβάνονται υπόψη οι παραπάνω παράγοντες. Κατ' αυτό τον τρόπο, ο κίνδυνος μεγάλων αποκλίσεων κατά τη χρηματοδότηση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων περιορίζεται.

Μια υπερεκτίμηση του προϋπολογισμού χρηματοδότησης χαρακτηρίζεται συχνά λιγότερο επιζήμια απ' ότι μια υποεκτίμησή του, γιατί στην πρώτη περίπτωση η επιχείρηση επιβαρύνεται με επιπλέον τόκους, ενώ στη δεύτερη θα βρεθεί σε έλλειψη κεφαλαίων πριν την έναρξη της λειτουργίας της.



#### 9.9.4 Το κόστος της επένδυσης

Ο καθορισμός των καθαρών εσόδων μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης απαιτεί μια ανάλυση των επενδυμένων κεφαλαίων.

Το επενδυτικό κόστος συντίθεται από τις ακόλουθες κατηγορίες κόστους:

1. Το γήπεδο (οικόπεδο).
2. Τις κατασκευές.
3. Τους εξοπλισμούς.
4. Τις πρόσθετες εγκαταστάσεις (π.χ. πισίνες, αθλητικές εγκαταστάσεις κτλ.).
5. Τις διάφορες δαπάνες πριν το άνοιγμα (διαφήμιση, προβολή κτλ.).
6. Τα έξοδα κίνησης.
7. Τα χρηματοδοτικά έξοδα (κατά τη διάρκεια της κατασκευής).

Το χρηματοδοτικό βάρος μιας επένδυσης σε ετήσια βάση εξαρτάται από:

1. Το ύψος του δανείου.
2. Το ύψος του επιτοκίου.
3. Το χρονικό πλάνο αποπληρωμής του δανείου.

#### 9.9.5 Τα κριτήρια της επένδυσης

Τρία βασικά ερωτήματα τίθενται από κάθε επιχείρηση για τη λήψη αποφάσεων:

1. Τι να παράγουμε;
2. Που να το παράγουμε;
3. Πώς να το παράγουμε;



Τι, Που, Πως?

Ο τουριστικός επιχειρηματίας επιδιώκει να γνωρίζει την αποδοτικότητα της επένδυσης που σκοπεύει να πραγματοποιήσει.

Η απόφαση για επένδυση σε μια ξενοδοχειακή επιχείρηση εξαρτάται από την εκτίμηση των επενδυτικών κριτηρίων που σχετίζονται με τη χώρα ή τη ζώνη όπου το επενδυτικό σχέδιο πρόκειται να υλοποιηθεί.

Διακρίνουμε τα παρακάτω επενδυτικά κριτήρια:

- *Την πληροφόρηση σχετικά με την περιοχή εγκατάστασης.*  
Αυτή αφορά:
  - Τις προβλέψεις για την ύπαρξη μιας σταθερής πολιτικής κατάστασης.
  - Την ύπαρξη εγγυήσεων για την πραγματοποίηση επενδύσεων.
  - Τις ενθαρρυντικές νομοθετικές ρυθμίσεις.
  - Τη λεπτομερειακή καταγραφή και παρουσίαση των χρηματοδοτικών οργανισμών.
- *Την πληροφόρηση σχετικά με το έργο.* Αυτή αφορά:
  - Τις πηγές εσόδων (κύριες και δευτερεύουσες).
  - Την οικονομική αποδοτικότητα του επενδυτικού σχεδίου.
- *Την εκτίμηση της επένδυσης.* Τρία στοιχεία περιλαμβάνονται σ' αυτήν, τα οποία παρατίθενται παρακάτω:
  1. Το κεφάλαιο
    - Αυτοχρηματοδότηση
    - Συμμετοχή σ' ένα ποσοστό της συνολικής επένδυσης
  2. Το δάνειο
    - Επιτόκιο
    - Επιστροφή δανείου
    - Εγγυήσεις.
  3. Οι επιχορηγήσεις.

## **9.10 Τα επενδυτικά κίνητρα στον τουριστικό τομέα**

Δεδομένης της σπουδαιότητας του τουριστικού τομέα στην Ελλάδα, καθώς και των περαιτέρω δυνατοτήτων ανάπτυξής του, οι εκάστοτε κυβερνήσεις έλαβαν σε διάφορες περιόδους μέτρα για να διευκολύνουν την ανάπτυξή του, στα πλαίσια του προγράμματος οικονομικής ανάπτυξης της χώρας.

Ουσιαστικά, πρόκειται για μια σειρά κινήτρων, απώτερος σκοπός των οποίων ήταν η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, σε συσχετισμό με τους επιδιωκόμενους ρυθμούς ανάπτυξης, λαμβάνοντας υπόψη ότι η ανάπτυξη του τομέα οφείλεται κατεξοχήν στην ιδιωτική πρωτοβουλία.

Φυσικό είναι οι ιδιώτες επενδυτές να επιδιώκουν την όσο το δυνατό μεγαλύτερη απόδοση των κεφαλαίων τους στο μικρότερο χρονικό διάστημα. Γι' αυτόν το λόγο και σε συσχετισμό με τον προσανατολισμό της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας, τα χρηματοδοτικά κίνητρα απέβλεπαν να κάνουν περισσότερο ελκυστικές τις επενδύσεις στον τουριστικό τομέα.

Αυτά τα κίνητρα παρέχονται μέσα από την ψήφιση διαφόρων νόμων που αφορούν τη χρηματοδότηση των παραγωγικών επενδύσεων και επιδιώκουν να προσελκύσουν τα ιδιωτικά κεφάλαια στις ειδικές ζώνες που καθορίζονται από τα προγράμματα εθνικής ανάπτυξης.

Διακρίνουμε δύο στάδια σύμφωνα με τα οποία μια τουριστική επιχείρηση επωφελείται μιας ειδικής μεταχείρισης:

1. Το στάδιο των επενδύσεων.
2. Το στάδιο της λειτουργίας.

Στο πρώτο στάδιο, τα κίνητρα θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα ελκυστικά, για να μπορέσει ο τουριστικός τομέας να ανταγωνιστεί άλλους οικονομικούς κλάδους, οι οποίοι δε φέρουν τα ιδιόμορφα χαρακτηριστικά του, όπως π.χ. η εποχική λειτουργία του, η αδυναμία αποθήκευσης, η ανελαστική προσφορά κτλ.

Τα σημαντικότερα κίνητρα που δόθηκαν στον τουριστικό τομέα από το 1950 έως σήμερα περιλαμβάνονται στους παρακάτω αναπτυξιακούς νόμους:

- Ν. Δ. 2687/1953
- Ν. 4171/1961
- Ν. 147/1967
- Ν. 848/1971
- Ν. 916/1971
- Ν. 1313/1972
- Ν. 1378/1973
- Ν. 289/1976
- Ν. 849/1978
- Ν. 1116/1981

- Ν. 1262/1982
- Ν. 1892/1990
- Ν. 2234/1994, ο οποίος τροποποιεί και συμπληρώνει τον Ν. 1892/1990.
- Ν. 2324/1995, ο οποίος περιλαμβάνει με τη σειρά του επιμέρους τροποποιήσεις (αντικαταστάσεις ή προσθέσεις) παραγράφων ή εδαφίων παραγράφων του Ν. 1892/90 (εκσυγχρονισμός, επιχορηγήσεις, αφορολόγητες εκπτώσεις, αυξημένες αποσβέσεις).

### **9.10.1 Τα επενδυτικά κίνητρα του Αναπτυξιακού Νόμου 1892/1990**

**(όπως τροποποιήθηκε και συμπληρώθηκε από το Νόμο 2234/1994)**

- a. *Παραγωγικές επενδύσεις ( Επιχειρήσεις υπαγόμενες στο Ν. 1892/90):* Σύμφωνα με το συγκεκριμένο νόμο, ως παραγωγικές επενδύσεις θεωρούνται οι παρακάτω:
- Η δημιουργία, επέκταση και εκσυγχρονισμός ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων.
  - Οι επιχειρήσεις εκμετάλλευσης λιμένων αναψυχής, συνεδριακών κέντρων και γηπέδων γκολφ.
  - Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις του πραγματοποιούν επενδύσεις κατασκευής, επέκτασης και εκσυγχρονισμού λιμένων αναψυχής (μαρίνες), κατασκευής, επέκτασης και εκσυγχρονισμού συνεδριακών κέντρων, κατασκευής, επέκτασης και εκσυγχρονισμού γηπέδων γκολφ και των απαραίτητων εγκαταστάσεών τους, καθώς και αγορά του αναγκαίου εξοπλισμού τους, μετά από σύμφωνη γνώμη του Ε.Ο.Τ.
  - Η δημιουργία, επέκταση και εκσυγχρονισμός εγκαταστάσεων αξιοποίησης ιαματικών πηγών, κέντρων θαλασσοθεραπείας, κέντρων τουρισμού υγείας και χιονοδρομικών κέντρων, καθώς και η αγορά εξοπλισμού τους, μετά από σύμφωνη γνώμη του Ε.Ο.Τ.
  - Οι επιχειρήσεις παροχής αποκλειστικά υπηρεσιών προηγμένης τεχνολογίας στους τομείς τουρισμού.
  - Οι δαπάνες επισκευής, αποκατάστασης και μετατροπής παραδοσιακών οικιών ή κτιρίων σε ξενοδοχειακές μονάδες, ανεξάρτητα εάν βρίσκονται εντός ή εκτός οικισμών που χαρακτηρίζονται παραδοσιακοί ή διατηρητέοι.
  - Οι δαπάνες ανακαίνισης διατηρητέων, παραδοσιακών ή ιστορικών κτιρίων από μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα νομικά πρόσωπα, με σκοπό τη μετατροπή τους σε αναγκαίους χώρους κοινωνικών και πολιτιστικών λειτουργιών.

- Οι επιχειρήσεις εκμετάλλευσης μεταφορικών μέσων.
- b. *Μη παραγωγικές επενδύσεις (Επιχειρήσεις μη υπαγόμενες στο Ν. 1892/09):* Δε θεωρούνται παραγωγικές επενδύσεις, σύμφωνα με το Ν. 1892/90, οι εξής:
- Η ανέγερση και επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων κάθε λειτουργικής μορφής, τάξης κατώτερης της Β΄.
  - Ο εκσυγχρονισμός ξενοδοχειακών μονάδων κάθε λειτουργικής μορφής, τάξης κατώτερης της Γ΄.
  - Η ανέγερση, επέκταση και εκσυγχρονισμός αυτοεξυπηρετούμενων καταλυμάτων, ενοικιαζόμενων δωματίων και ενοικιαζόμενων επιπλωμένων διαμερισμάτων ανεξάρτητης τάξης.
  - Η δημιουργία και επέκταση οργανωμένων τουριστικών κατασκηνώσεων (κάμπινγκ).
- c. *Οι περιοχές ανάπτυξης:* Σύμφωνα με τις διατάξεις του Αναπτυξιακού Νόμου 1892/90, η χώρα έχει διαιρεθεί σε τέσσερις περιοχές, Α, Β, Γ και Δ, λαμβάνοντας υπόψη την οικονομική και περιφερειακή τους ανάπτυξη. Επίσης, ο νόμος αυτός παρέχει ιδιαίτερα αυξημένα κίνητρα για την περιοχή της Θράκης. Τα κίνητρα που δίνονται αυξάνονται βαθμιαία από την περιοχή Α προς την περιοχή Δ και τη Θράκη.
- d. *Το ύψος της επένδυσης:* Το μέγιστο ύψος της παραγωγικής επένδυσης ανέρχεται σε 15.000.000 Ευρώ. (σε ειδικές περιπτώσεις υπερβαίνουν τα 15.000.000Ε.) για την ίδρυση και επέκταση τουριστικών επιχειρήσεων και 3.000.000Ε για τις επενδύσεις εκσυγχρονισμού.
- e. *Οι μορφές κινήτρων:* Για την ενίσχυση των παραγωγικών επενδύσεων έχουν δημιουργηθεί τέσσερις βασικοί τύποι ενισχύσεων, που περιέχονται στις διατάξεις του Αναπτυξιακού Νόμου 1982/90.
1. *Οι επιχορηγήσεις*

Οι επιχορηγήσεις αποτελούν κεφαλαιακή ενίσχυση του δημοσίου στις παραγωγικές επενδύσεις. Οι επιχορηγήσεις κυμαίνονται από 10-35%, ανάλογα με τον τύπο της τουριστικής επιχείρησης και την περιοχή εγκατάστασης.
  2. *Η επιδότηση επιτοκίου*

Στις επενδύσεις που έχουν υπαχθεί στο καθεστώς των επιχορηγήσεων του αναπτυξιακού νόμου παρέχεται συγχρόνως επιδότηση του κατά περίπτωση ισχύοντος επιτοκίου τραπεζικών δανείων κτλ. Το ποσοστό αυτό της επιδότησης είναι ίσο προς το ποσοστό επιχορήγησης που εγκρίθηκε και παρέχεται από την

ανάληψη δόσεων του δανείου και μέχρι τέσσερα έτη κατ' ανώτερο όριο, εκτός από τις επενδύσεις της περιοχής Δ, που πραγματοποιούνται στις ειδικές ζώνες.

### *3. Οι αυξημένες αποσβέσεις*

Οι αυξημένες αποσβέσεις εξαρτώνται από τη θέση της μονάδας και τις βάρδιες εργασίας. Η απόσβεση σε κάθε βάρδια γίνεται ανάλογα με τον αριθμό των εργαζομένων. Αυτές κυμαίνονται, ανάλογα με την περιοχή εγκατάστασης, από 20-50%.

### *4. Οι αφορολόγητες εκπτώσεις*

Αυτές αφορούν τις παρεχόμενες εκπτώσεις στα υποκείμενα σε φόρο εισοδήματος καθαρά κέρδη των επιχειρήσεων που υπάγονται στον αναπτυξιακό νόμο. Οι αφορολόγητες εκπτώσεις επί των ετήσιων κερδών της επιχείρησης κυμαίνονται, ανάλογα με την περιοχή εγκατάστασης, από 40-100%.

Ο υποψήφιος επενδυτής έχει δικαίωμα να επιλέξει έναν από τους δύο ακόλουθους συνδυασμούς:

- a. Επιχορήγηση, επιδότηση επιτοκίου και αυξημένες αποσβέσεις.
- b. Αφορολόγητες εκπτώσεις και αυξημένες αποσβέσεις.

Για την επιλογή του καλύτερου συνδυασμού, λαμβάνονται υπόψη ο χαρακτήρας και η μορφή της επένδυσης, ο τόπος εγκατάστασης, το ύψος της επένδυσης, οι απαιτήσεις του επενδυτή κτλ.

## **9.10. 2 Καθορισμός του συμβατικού κόστους των τουριστικών**

**εγκαταστάσεων που υπάγονται στις διατάξεις του Α. Ν. 1892/90**

**(όπως τροποποιήθηκε από τον Ν. 2234/94)**

Ο προσδιορισμός του συμβατικού κόστους, με βάση τις τεχνικές προδιαγραφές του Ε.Ο.Τ., παρέχεται από το πόρισμα επιτροπής (20.11.1995), όπου μετέχουν εκπρόσωποι του Ε.Ο.Τ., της Ε.Κ.Τ.Ε. και της Ε.Τ.Β.Α. και αφορά στις ακόλουθες τουριστικές εγκαταστάσεις:

- Ξενοδοχεία.
- Επιπλωμένα διαμερίσματα.
- Οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις (κάμπινγκ).
- Τουριστικές εγκαταστάσεις με ειδικές χρήσεις.
- Συνεδριακά κέντρα και γήπεδα γκολφ.

Τα βοηθητικά τουριστικά καταλύματα, όπως π.χ. αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα, τουριστικές εγκαταστάσεις διήμερευσης, ενοικιαζόμενα δωμάτια κτλ., δεν περιλαμβάνονται στις παραγωγικές επενδύσεις του Α. Ν. 1892/90 και ως εκ τούτου δεν προσδιορίζεται το συμβατικό τους κόστος.

Οι τιμές του κόστους έχουν υπολογιστεί βάσει των τετραγωνικών μέτρων των κύριων και των βοηθητικών χώρων, των εξοπλισμών κτλ. Οι τιμές που αναφέρονται στα ξενοδοχειακά καταλύματα αφορούν κυρίως σε ξενοδοχεία μέσου μεγέθους από 80 έως 200 κλίνες.

Για την αντιμετώπιση μια σειράς παραγόντων, που σχετίζονται με τον τόπο εγκατάστασης και επιδρούν στη διαμόρφωση του κόστους, επιχειρείται μια κατάταξη των διαφόρων γεωγραφικών περιοχών της χώρας σε τρεις κατηγορίες, οι οποίες δε συμπίπτουν απαραίτητα με τις περιοχές του Ν. 1892/90.

Αυτή η διάκριση των περιοχών έχει ως ακολούθως:

*1<sup>η</sup> κατηγορία:* Αυτή περιλαμβάνει τις πρωτεύουσες των νομών της ηπειρωτικής Ελλάδας και τα υπόλοιπα αστικά ή βιομηχανικά κέντρα με την ευρύτερη περιοχή τους, εφόσον δεν υπάρχουν ιδιαίτερα προβλήματα προσπέλασης.

*2<sup>η</sup> κατηγορία:* Περιλαμβάνει την υπόλοιπη ηπειρωτική Ελλάδα και τα νησιά Ρόδο, Κρήτη, Κέρκυρα, Αίγινα, Λευκάδα, Κω, Σαλαμίνα, Σάμο, Λέσβο και Χίο και τις υπόλοιπες περιοχές της 1<sup>ης</sup> κατηγορίας στις οποίες υπάρχουν προβλήματα προσπέλασης.

*3<sup>η</sup> κατηγορία:* Αυτή αφορά τα υπόλοιπα νησιά και περιοχές της 2<sup>ης</sup> κατηγορίας με ιδιαίτερα προβλήματα προσπέλασης.

Άλλοι παράγοντες που σχετίζονται άμεσα με την τουριστική εγκατάσταση και επηρεάζουν το κόστος της είναι οι ακόλουθοι:

- Μέγεθος μονάδας.
- Αρχιτεκτονική σύνθεση.
- Σύστημα δόμησης.
- Έδαφος θεμελίωσης και σεισμικότητα περιοχής.
- Αρχιτεκτονική εσωτερικού χώρου.
- Ειδική διαμόρφωση προσόψεων.
- Ποιότητα κατασκευής και εξοπλισμού γενικά.
- Ειδικές τοπικές κατασκευαστικές συνθήκες.

Είναι εύλογο, επομένως, αρκετά συχνά η δυναμική μερικών από τους παραπάνω παράγοντες να είναι τέτοια, ώστε να παρουσιάζονται αποκλίσεις από τα κόστη που παρατίθενται παρακάτω.

#### A. Ξενοδοχεία

Οι τιμές κόστους ανά κλίνη με τον αναγκαίο εξοπλισμό και για τις κατηγορίες Α', Β' και Γ' διαμορφώνονται κατά τον εξής τρόπο:

Α' τάξης	Β' τάξης	Γ' τάξης
16.500 €	12.500 €	8.500 €



## B. Επιπλωμένα διαμερίσματα

Το κόστος στη συγκεκριμένη περίπτωση δεν αφορά κλίνες αλλά διαμερίσματα ενός, δύο και τριών κοιτώνων.

### *A' τάξης*

Διαμέρισμα	Διαμέρισμα	Διαμέρισμα
1 κοιτώνα	2 κοιτώνων	3 κοιτώνων
32.500 €	43.000 €	51.500 €

### *B' τάξης*

Διαμέρισμα	Διαμέρισμα	Διαμέρισμα
1 κοιτώνα	2 κοιτώνων	3 κοιτώνων
27.000 €	34.500 €	42.500 €

### *Γ' τάξης*

Διαμέρισμα	Διαμέρισμα	Διαμέρισμα
1 κοιτώνα	2 κοιτώνων	3 κοιτώνων
22.500 €	30.000 €	36.000 €

### Γ. Κάμπινγκ

Παρ' όλο που δεν είναι δυνατό να προσδιοριστεί με ικανοποιητική προσέγγιση το τυπικό κόστος, προτείνονται ανά κατηγορία οι ακόλουθες τιμές:

Κάμπινγκ Α' τάξης: 4.400 €θέση

Κάμπινγκ Β' τάξης: 4.000 €θέση

Κάμπινγκ Γ' τάξης: 3.500 €θέση

### Δ. Συνεδριακά κέντρα

Τα συνεδριακά κέντρα, ανάλογα με τη δυναμικότητά τους, κατατάσσονται στις ακόλουθες τρεις κατηγορίες:

α. Μικρού μεγέθους, με δυναμικότητα 200-500 θέσεων.

β. Μεσαίου μεγέθους, με δυναμικότητα 500-1.200 θέσεων.

γ. Μεγάλου μεγέθους, με δυναμικότητα 1.200-1.300 θέσεων.

Βάσει των υπολογισμών της επιτροπής, η οποία λαμβάνει υπόψη της μια σειρά δεδομένων, το ανά θέση κόστος κατασκευής ενός συνεδριακού κέντρου προσδιορίζεται ως κατωτέρω:

α. Κέντρα μικρού μεγέθους: 6.000 €θέση.

β. Κέντρα μεσαίου μεγέθους: 5.500 €θέση.

γ. Κέντρα μεγάλου μεγέθους: 5.200 €θέση.

## 9.11 Η απασχόληση

Η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, τόσο στις βιομηχανικές όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες, προκάλεσε μια αύξηση των ανειδίκευτων ή ημειδίκευμένων θέσεων εργασίας.

Δεδομένης της ετερογένειας που χαρακτηρίζει τον τουριστικό τομέα, θεωρείται αρκετά δύσκολο να εκτιμήσουμε τον ακριβή αριθμό των απασχολούμενων, εφόσον είναι πολυάριθμες οι δραστηριότητες που σχετίζονται με τη λειτουργία του.

Μπορούμε να απαριθμήσουμε την απασχόληση στην υποδοχή, στις μεταφορές, στα τουριστικά καταλύματα, στα γραφεία ταξιδίων, στις δραστηριότητες αναψυχής, στους τουριστικούς οργανισμούς, στις διοικητικές υπηρεσίες, στους χρηματοδοτικούς φορείς, καθώς και την απασχόληση (ή τμήμα της) στους υποστηρικτικούς προς τον τουρισμό τομείς, όπως ο γεωργικός και κτηνοτροφικός τομέας, οι κατασκευαστικές εταιρείες, οι βιομηχανίες εξοπλισμών κτλ.

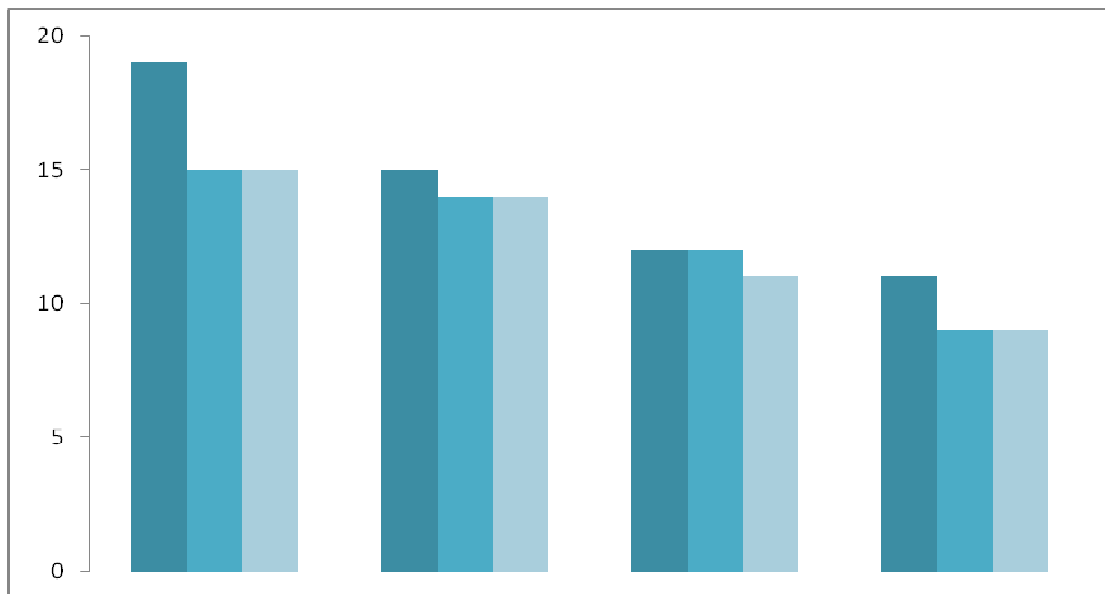
Από τα παραπάνω απορρέει ότι, όσο πιο εξαρτημένη από τις τουριστικές ροές είναι μια χώρα ή μια περιοχή υποδοχής, τόσο πιο σημαντικές χαρακτηρίζονται οι επιδράσεις της τουριστικής δραστηριότητας στη συνολική απασχόληση. (Διάγραμμα 9.11, Πίνακας 9.11<sup>α</sup>).

Φυσικά, η ανειδίκευτη ή ημειδίκευμένη απασχόληση αφορά κυρίως τους τοπικούς πληθυσμούς, τους νέους, και κυρίως τις γυναίκες. Σύμφωνα με τις στατιστικές του Eurostat για το 1996 (Labour Force Survey), η γυναικεία απασχόληση σε ξενοδοχεία και εστιατόρια στην Ελλάδα ανερχόταν σε 92 χιλιάδες άτομα και αντιπροσώπευε το 40% της συνολικής απασχόλησης στις συγκεκριμένες δραστηριότητες.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 9.11<sup>α</sup>.** Η τουριστική απασχόληση στον κόσμο σύμφωνα με την περιφερειακή της κατανομή (1996)

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ	
	ΣΕ ΕΚΑΤΟΜ.	%
Βορειανατολική Ασία	77,6	34,4
Νότια Ασία	35,6	15,8
Νοτιοανατολική Ασία	24,0	10,6
Ευρωπαϊκή Ένωση	19,8	8,8
Βόρεια Αμερική	18,1	8,0
Ανατολική Ευρώπη	16,0	7,1
Νότια Αφρική	13,1	5,8
Λατινική Αμερική	7,3	3,2
Μέση Ανατολή	3,6	1,6
Βόρεια Αφρική	3,2	1,4
Άλλες χώρες Βόρειας Ευρώπης	2,8	1,2
Καραϊβική	2,4	1,1
Ωκεανία	2,1	1,0
Σύνολο	225,4	100,0

Πηγή : W.T.T.C. (World Travel and Tourism Council)



I	I	B	A	K	Π	E	Λ	N	Γ	Ι	Η
Σ	Τ	Ε	Υ	Α	Ο	Λ	Ο	Ο	Α	Ρ	Ν.
Π	Α	Λ	Σ	Ν	Ρ	Λ	Υ	Ρ	Λ	Λ	Β
Α	Λ	Γ	Τ	Α	Τ	Α	Ξ	Β	Λ	Α	Α
Ν	Ι	Ι	Ρ	Δ	Ο	Δ	Ε	Η	Ι	Ν	Σ
Ι	Α	Ο	Ι	Α	Γ	Α	Μ	Γ	Α	Δ	Ι
Α	Α	Σ	Γ	Β	Ι	Ι	Λ				
			Α	Ο	Α	Α	Ε				
			Λ	Υ		Ι					
			Ι	Ρ		Ο					
			Α	Γ							
						Ο					

Πηγή : W.T.T.C. (World Travel and Tourism Council)

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9.11** Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα ως ποσοστό (%)

Της συνολικής απασχόλησης (1996)

### 9.11.1 Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής απασχόλησης

Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής απασχόλησης στον ξενοδοχειακό τομέα, όπως καταγράφηκαν από μια έρευνα το B.I.T. (Bureau International du Travail) παρατίθενται παρακάτω:

- *Ο χαμηλός βαθμός ειδίκευσης:* Αυτός αφορά έναν αριθμό απασχολουμένων στα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια, όπως φύλακες, μεταφορείς αποσκευών, πλύντες, καθαριστές κτλ. Αυτή η κατηγορία απασχολουμένων επηρεάζει αρνητικά τον τουριστικό κλάδο και επιδρά αρνητικά στη διαμόρφωση των μισθών.
- *Η μεγάλη κινητικότητα των εργαζομένων:* Ο εποχιακός χαρακτήρας του τουριστικού φαινομένου δημιουργεί συχνά μετακινήσεις εργαζομένων, το ίδιο και η ύπαρξη κάποιων σημαντικών ημερομηνιών ή ακόμα και η ανάγκη εξεύρεσης ειδικευμένου προσωπικού.
- *Ο χαρακτήρας της απασχόλησης ενάντια στους συνήθεις ρυθμούς εργασίας:* Η απασχόληση κατά τη διάρκεια εορτών, weekends, διακοπών κτλ. αποτελεί συχνά εμπόδιο για την εξεύρεση του κατάλληλου εργατικού δυναμικού.
- *Η μεγάλη διάρκεια της ημέρας εργασίας:* Η παροχή υπηρεσιών σε μια πελατεία παρούσα κατά τη διάρκεια όλου σχεδόν του εικοσιτετραώρου απαιτεί ταυτόχρονα και την ύπαρξη του ανάλογου προσωπικού. Και αν στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες υπάρχουν οι βάρδιες, στη μικρή ξενοδοχία διαμορφώνεται μια ολοκληρωτική εξάρτηση από το χρόνο λειτουργίας της μονάδας, με αρνητικές συχνά επιπτώσεις σε οικογενειακό επίπεδο.
- *Η φυσική κούραση:* Τα περισσότερα τμήματα δημιουργούν μια σειρά από επώδυνες συχνά καταστάσεις όπως: υπερένταση, στρες, υψηλές θερμοκρασίες, βαριά φορτία προς μεταφορά, εντατικοποίηση των ρυθμών εργασίας κτλ.
- *Τα ψυχολογικά εμπόδια:* Το προσωπικό το οποίο έρχεται σ' επαφή με την πελατεία θα πρέπει να χαρακτηρίζεται για την υπομονή του, τον αυτοέλεγχο και την ευχάριστη διάθεσή του. Επίσης, σε περίπτωση διενέξεων, θα πρέπει να παραμένει ήρεμο, ευγενικό και χαμογελαστό. Θα πρέπει να υπογραμμίσουμε επίσης ότι αρκετοί τύποι απασχόλησης απαιτούν μια διακριτικότητα, μια ευγένεια συμπεριφοράς, τη γνώση περισσότερων ξένων γλωσσών και μια ακεραιότητα χαρακτήρα.

Παρ' όλη την εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου, φαίνεται ωστόσο ότι ο τουριστικός τομέας για τους περισσότερους τύπους απασχόλησης απαιτεί ένα μέσο ή χαμηλό βαθμό ειδίκευσης, σύμφωνα με τις αναζητήσεις του Β.Ι.Τ. που αφορούν τα ξενοδοχειακά καταλύματα.

### 9.11.2 Οι διακρίσεις της τουριστικής απασχόλησης

Την τουριστική απασχόληση μπορούμε να τη διακρίνουμε στις ακόλουθες μεγάλες κατηγορίες:

1. *Η άμεση απασχόληση:* Αυτή ανταποκρίνεται στην ‘‘καθαρά’’ τουριστική απασχόληση και αφορά θέσεις εργασίας στα τουριστικά καταλύματα, τις μεταφορές, τα γραφεία ταξιδίων κτλ.
2. *Η έμμεση απασχόληση:* Αυτή ανταποκρίνεται σε δραστηριότητες που ένα μέρος τους χαρακτηρίζεται ως τουριστικό. Η έμμεση απασχόληση αφορά τα εστιατόρια, τα μπαρ, τα κέντρα αναψυχής και αθλητισμού, τις ιαματικές πηγές κτλ.
3. *Η απορρέουσα απασχόληση:* Αυτή αφορά μη τουριστικές δραστηριότητες, οι οποίες όμως παράγουν αγαθά και υπηρεσίες που καταναλώνονται από τους τουρίστες, όπως η απασχόληση στον πρωτογενή τομέα, τη βιοτεχνία, τη βιομηχανία κτλ.

Σύμφωνα με μια μελέτη του W.T.T.C. (World Travel and Tourism Council), η άμεση, έμμεση και απορρέουσα απασχόληση στην Ελλάδα ανέρχεται σε 511 χιλιάδες άτομα (1992). Αυτή αντιπροσωπεύει ένα σύνολο μισθών και ημερομισθίων ύψους 4,9 δισεκατομμυρίων δολαρίων Η.Π.Α. και αντιστοιχεί ποσοστιαία στο 15,53% των μισθών και των ημερομισθίων που διανέμονται στο σύνολο της βιομηχανίας.

Η τουριστική απασχόληση χαρακτηρίζεται επίσης από μια σειρά ιδιομορφιών, που τη διακρίνουν από τους τύπους της απασχόλησης στους άλλους οικονομικούς τομείς. Οι κυριότερες απ' αυτές είναι οι ακόλουθες:

- Η εποχικότητα (μικρής και μεγάλης διάρκειας απασχόληση).
- Η μερική απασχόληση ή υποαπασχόληση κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου.

- Η πολυαπασχόληση, όπου μεταξύ των άλλων δραστηριοτήτων προστίθεται και ο τουρισμός.
- Η παράνομη ή μη δηλωμένη απασχόληση.

Ουσιαστικά, από τις παραπάνω αναλύσεις προκύπτει ότι η δομή και η οργάνωση του τουριστικού τομέα παραμένει σε μεγάλο βαθμό, ακόμα και σήμερα, βιοτεχνική με πολλές μικρές επιχειρήσεις, στις οποίες η μη μισθωτή απασχόληση ανέρχεται σε σημαντικά ποσοστά.

Οι αναλογίες που διαμορφώνονται μεταξύ διαρκούς απασχόλησης στα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια (HORECA, δηλαδή την στατιστική ταξινόμηση που περιλαμβάνει ξενοδοχεία, μοτέλ, κάμπινγκ, ξενώνες νεότητας, καταφύγια και άλλα είδη καταλυμάτων, εστιατόρια, μπαρ, καντίνες και υπηρεσίες catering. Τα στοιχεία αφορούν σε άτομα ηλικίας από 15-99 ετών) και της συνολικής απασχόλησης στις χώρες της Ε.Ε., καθώς και της μερικής απασχόλησης ως ποσοστού απασχόλησης στη HORECA δίνεται από τον πίνακα 9.11.β. Στην Ελλάδα, καταγράφονται 229 χιλιάδες απασχολούμενοι στα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν το 6% της συνολικής απασχόλησης, ενώ οι μερικώς απασχολούμενοι ανέρχονται σε 12 χιλιάδες άτομα, οι οποίοι αποτελούν το 5% της συνολικής απασχόλησης στη HORECA.



**ΠΙΝΑΚΑΣ 9.11.Β** Απασχόληση και μερική απασχόληση σε ξενοδοχεία και εστιατόρια (HORECA) 1996

Χώρα	Απασχόληση		Μερική απασχόληση	
	Άτομα. σε χιλ	Η HORECA ως ποσοστό (%) όλων των οικονομικών δραστηριοτήτων	Άτομα σε χιλ.	Ως ποσοστό (%) της συνολικής απασχόλησης στη HORECA
Βέλγιο	124	3	28	23
Δανία	71	3	33	47
Γερμανία	1.131	3	257	23
Ελλάδα	229	6	12	5
Ισπανία	736	6	80	11
Γαλλία	718	3	154	21
Ιρλανδία	72	6	16	23
Ιταλία	851	4	96	11
Λουξ/ρο	8	5	1	9
Κάτω Χώρες	207	3	114	55
Αυστρία	194	5	33	17
Πορτογαλία	215	5	10	5
Φιλανδία	66	3	21	32
Σουηδία	101	3	28	28
Αγγλία	1.180	5	604	51
E.E. (15)	5.903	4	1.489	25

Πηγή : Labour Force Survey 1996, Eurostat

## Κεφάλαιο 10

### Τουρισμός και υγεία

#### 10.1 Οι επιδράσεις του τουρισμού στην δημόσια υγεία

Ένα ακόμη θέμα που ενδιαφέρει τον σύγχρονο τουρισμό και παρουσιάζει σημαντικό κοινωνιολογικό ενδιαφέρον είναι αυτό που άπτεται του ζητήματος της δημόσιας υγείας στον τουρισμό. Θέμα που σχετίζεται άμεσα με την πληθυσμιακή συσσώρευση που συντελείται στις τουριστικές περιοχές και αναφέρεται κυρίως στα ακόλουθα :

- *Στην ασφάλεια και υγιεινή των χώρων τουριστικής υποδοχής :* με έμφαση στους κοινόχρηστους χώρους (λ.χ. αεροδρόμια, λιμάνια, ξενοδοχεία, αρχαιολογικούς χώρους κ.λπ.), που χρησιμοποιούν οι τουρίστες και λόγω των λοιμωδών και μεταδοτικών ασθενειών -ιδίως δε του AIDS- απαιτούν τη λήψη συγκεκριμένων μέτρων.
- *Στην ασφάλεια και υγιεινή των χώρων εστίασης :* με έμφαση στην κουζίνα και στο εστιατόριο, όπου συνωστίζονται οι τουρίστες και εγκυμονούνται πολλοί κίνδυνοι και συχνά οι εθνικές νομοθεσίες είτε πάσχουν είτε οι σχετικοί έλεγχοι ατονούν με έκθεση των πελατών σε προφανείς κινδύνους για την υγεία τους.
- *Στην ασφάλεια και υγιεινή των χώρων παραμονής :* όπου οι τουρίστες πλέον έχουν γίνει γνώστες της αμερικάνικης εργονομικής προστασίας (λ.χ. όχι μυτερές επιφάνειες, όχι γωνίες στα δωμάτια(σοβατεπιά) αλλά κυρτές επιφάνειες, όχι μοκέτες αλλά πλάκες που δεν συγκρατούν μύκητες κ.λπ.), και μέσω των μεγάλων διεθνών τουριστικών οργανισμών διακίνησης τουριστών τα απαιτούν.
- *Στην ασφάλεια των τουριστών λόγω της πορνείας :* και των κινδύνων που αυτή συνεπάγεται.

Το θέμα των κινδύνων της δημόσιας υγείας που απασχολεί την τελευταία δεκαετία έντονα τον τουρισμό και που οδήγησε κάποιες χώρες να λάβουν σημαντικά νέα μέτρα για την προστασία της (όχι μόνον των τουριστών αλλά κυρίως των πολιτών τους, λ.χ. Σουηδία, Γερμανία) προβλέπεται να αποκτήσει ιδιαίζουσα σπουδαιότητα τα επόμενα χρόνια, καθώς συνειδητοποιούνται διεθνώς οι επερχόμενοι κίνδυνοι και μέσω του τουρισμού.

Η Κοινωνιολογία του Τουρισμού, η οποία εξετάζει, μελετά και προσπαθεί να ερμηνεύσει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά του φαινομένου που έχουν κοινωνικό χαρακτήρα, είναι βέβαιο ότι στο άμεσο μέλλον θα επιχειρήσει τη διερεύνηση και αυτού του θέματος, που σε κάποιες χώρες ή γεωγραφικές περιοχές του πλανήτη εγκυμονεί σοβαρούς κινδύνους για τους τουρίστες.

## 10.2 Τουρισμός και σεξουαλικότητα. Ναι μεν αλλά...

Στο σημείο αυτό θα δούμε ένα ειδικό θέμα που έχει πολλές και σοβαρές κοινωνιολογικές αλλά και ψυχολογικές διαστάσεις γενικά. Πρόκειται για το θέμα της σεξουαλικότητας, που παρουσιάζει ξεχωριστό ενδιαφέρον για τον τουρισμό, αλλά και για το ρόλο που διαδραματίζει η σύγχρονη μάστιγα του AIDS στον τουρισμό.

Η σεξουαλικότητα ως κοινωνικο-ψυχολογικός παράγοντας ισορροπίας του ατόμου στη σύγχρονη κοινωνία αποτελεί έννοια που έχει προσελκύσει εδώ και πολλά χρόνια το ενδιαφέρον της Κοινωνιολογίας και της Ψυχολογίας.

Είναι έξω από κάθε αμφισβήτηση ότι η σεξουαλικότητα διαδραματίζει έναν εξαιρετικά λεπτό όσο και καθοριστικό ρόλο στην ανθρώπινη διαβίωση, ανεξάρτητα από τη μορφή με την οποία αυτή εκδηλώνεται :

- είτε ως μορφή ψυχικής ή σωματικής ικανοποίησης,
- είτε ως τρόπος έκφρασης,
- είτε ως στοιχείο φυσικής ενεργοποίησης και δραστηριοποίησης.

Παράλληλα, όμως, η σεξουαλικότητα αποτελεί μια έννοια με πολύ ευρύτερες επιρροές στην ανθρώπινη κοινωνία στο ψυχολογικό, οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο, που τα αποτελέσματα της επιδρούν σε πολλές εκδηλώσεις της ανθρώπινης ζωής.

Έτσι, η σεξουαλικότητα ως σημαντική ψυχολογική και κοινωνιολογική μεταβλητή αφορά :

- Τη σεξουαλικότητα ως ατομική ανάγκη (βασική βιογενετική ανάγκη του ατόμου, που έχει τις ίδιες προϋποθέσεις επιτυχίας όπως και κάθε άλλη δραστηριότητα του ανθρώπου, η οποία σε φυσιολογικές συνθήκες απελευθερώνει το άτομο και είναι μηχανισμός χαράς και απόλαυσης, συχνά με προοπτικές πολύ ευρύτερες από αυτές τις οποίες προσδίδει η σεξουαλική πράξη).
- Τη σεξουαλικότητα ως αλλαγή ψυχολογίας (προϊόν της τεχνολογικής και βιομηχανικής ανάπτυξης, που με τις πληθυσμιακές συγκεντρώσεις και τα πολύβουα αστικά κέντρα οριοθέτησε νέα μοντέλα σεξουαλικής απελευθέρωσης, πολύ έξω από το παραδοσιακό πρότυπο των αποκλειστικά συζυγικών σχέσεων και με βάση τις αλλαγές στους γυναικείους ρόλους δημιούργησε νέου τύπου σεξουαλικές σχέσεις, οι οποίες δεν συνοδεύονται στο σύνολό τους από θετικά αποτελέσματα αλλά και από αρνητικά).
- Τη σεξουαλικότητα ως κοινωνική ανάγκη (που συνδέεται αναπόφευκτα με άλλες φυσικές ανάγκες, όπως η φροντίδα, η προστασία, η ιδιοκτησία, η επιβολή, η κοινωνική στρωμάτωση, το οικονομικό επίπεδο κ.λπ.), που το εύρος της καλύπτει

πολλές από τις καθημερινές ανθρώπινες αντιδράσεις και συμπεριφορές. Βέβαια, δεν πρέπει να παραγνωρίζεται και η καθαρά βιολογική προοπτική των ανθρώπινων σεξουαλικών σχέσεων, ιδιαίτερα στην εποχή μας, όπου η υπογεννητικότητα για κάποιες χώρες ή η αυξανόμενη γεννητικότητα για κάποιες άλλες τείνει να δημιουργήσει σημαντικά δημογραφικά προβλήματα.

### 10.3 Σεξουαλικότητα και τουρισμός

Ο τουρισμός από τη φύση του ως σύγχρονος κοινωνικός θεσμός εμπεριέχει ορισμένα βασικά στοιχεία, που άλλοτε άμεσα και άλλοτε έμμεσα σχετίζονται με τη σεξουαλικότητα.

Τέτοια στοιχεία του τουριστικού θεσμού μπορούν να θεωρηθούν :

- Η δυνατότητα ελεύθερης ανάπτυξης της προσωπικότητας μέσα σ' ένα άγνωστο κοινωνικό περιβάλλον, όπου το άτομο, άγνωστο μέσα σε αγνώστους, μπορεί να συνάψει ευκολότερα, χωρίς κοινωνικές αναστολές, σεξουαλικές σχέσεις (που τουλάχιστον σε περιορισμένα πληθυσμιακά κέντρα, όπως λ.χ. στις μικρές κοινότητες, δεν θα περνούσαν απαρατήρητες).
- Το περιορισμένο χρονικό διάστημα των διακοπών, που κατά τεκμήριο απελευθερώνει από τις σεξουαλικές αναστολές σε σχέση με τις γενικότερες κατοπινές επιπτώσεις τους και συνεπώς πολλαπλασιάζει τις πιθανότητες ανάπτυξης σεξουαλικών επαφών.
- Η απομάκρυνση από το δοσμένο κοινωνικό πλαίσιο (κυρίως οικογένεια) για άτομα εφηβικής και μετεφηβικής ηλικίας, που δίνει στο νεαρό άτομο τη δυνατότητα να κάνει τις "δικές του" επιλογές.
- Ο απεγκλωβισμός του ατόμου από τις καθημερινές συνθήκες ρουτίνας, καταπίεσης, αγχωτικής δραστηριότητας, που μεταβάλλει την ψυχολογία και επιφέρει την εξισορρόπηση και την αποκατάσταση των διαταραγμένων χρονικά και ποιοτικά σεξουαλικών σχέσεων. Αυτό είναι ένα θέμα που αφορά εξίσου τους άγαμους τουρίστες, τις συζυγικές σχέσεις και ακόμα τις εξωσυζυγικές στη διάρκεια των διακοπών.
- Το γεγονός της "επαγγελματοποίησης" των σεξουαλικών σχέσεων από ορισμένη κατηγορία ατόμων κατά τη διάρκεια των διακοπών, με όλα όσα αυτό συνεπάγεται για την τουριστική ανάπτυξη αλλά και το άτομο γενικότερα από ψυχολογικό-κοινωνική σκοπιά.
- Ο συχνός χωρισμός των ζευγαριών για κάποιο χρονικό διάστημα, όσο δηλαδή διαρκούν οι διακοπές, που περικλείει όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη ξεχωριστών σεξουαλικών σχέσεων.

- Η επιθυμία γνωριμίας "από κοντά" ξένων ατόμων, η πρόσβαση σε ανάπτυξη κάθε μορφής σχέσεων με άτομα που ανήκουν σε άλλα πολιτιστικά, κοινωνικά κ.λπ. επίπεδα, τόσο ως στοιχείο επιβεβαίωσης του "Εγώ" όσο και ως σημείο αναφοράς σε σχέση με τους άλλους.

#### **10.4 Το πρόβλημα-μάστιγα του AIDS**

Εδώ και λίγα χρόνια εμφανίστηκε στον ορίζοντα μια νέα μεταδοτική ασθένεια, η οποία προκαλείται από έναν ιό που όταν εισέλθει στα κύτταρα του οργανισμού, ενσωματώνεται στον πυρήνα τους και τα καταστρέφει. Την αποκάλεσαν AIDS(Ειτζ ) από τα αρχικά της αγγλικής απόδοσης της νόσου, που ονομάζεται Σύνδρομο Επίκτητης Ανοσολογικής Ανεπάρκειας.

Τα προσβεβλημένα κύτταρα δεν μπορούν να απαλλαγούν από τον ιό και κατά συνέπεια, όταν το άτομο προσβληθεί, παραμένει για όλη του τη ζωή φορέας του ιού αυτού. Από όσα μέχρι σήμερα είναι γνωστά, μερικοί μόνο φορείς αρχίζουν να εμφανίζουν τα συμπτώματα της αρρώστιας ύστερα από λίγα χρόνια, ενώ υπολογίστηκε ότι ένα ποσοστό, περίπου το 1/3 των φορέων, θα αναπτύξουν τη νόσο σε 1-5 χρόνια από τη στιγμή που θα προσβληθούν και θα πεθάνουν.

Η νόσος αυτή, που αρχίζει να μετατρέπεται σε μάστιγα για το σύγχρονο πολιτισμό, συνδέεται άμεσα με τη σεξουαλική επαφή. Και αυτό γιατί η σεξουαλική επαφή είναι ο κύριος τρόπος μετάδοσης του AIDS, αφού ο ιός βρίσκεται στα λεμφοκύτταρα του ανθρώπου, επομένως στο αίμα και σε όλες τις εκκρίσεις που εμπεριέχουν συστατικά του αίματος. Από όλα αυτά, τη μεγαλύτερη σημασία παρουσιάζουν το σπέρμα του άνδρα και τα κολπικά υγρά της γυναίκας. Για το λόγο αυτό, ένα μεγάλο μέρος των αποκαλούμενων "ομάδων υψηλού κινδύνου" προέρχεται από εκείνους που προσβάλλονται από AIDS μέσω της σεξουαλικής επαφής (λ.χ. ομοφυλόφιλοι, αμφιφυλόφιλοι, άτομα με ανεξέλεγκτη ερωτική ζωή) και συνεπώς η σύνδεση σεξουαλικότητας και νόσου μπορεί να θεωρείται δεδομένη.

#### **10.5 AIDS και τουρισμός**

Εφόσον παρατέθηκαν προηγουμένως τα στοιχεία εκείνα που δείχνουν τη στενή σύνδεση σεξουαλικότητας και τουρισμού, εύκολα αντιλαμβάνεται κανείς τις επιπτώσεις της νόσου του AIDS στην τουριστική διαδικασία. Και αυτό διότι :

- Οι διακοπές φέρνουν περισσότερο από κάθε άλλη εποχή τους ανθρώπους σε επαφή, η οποία σε ένα μεγάλο βαθμό είναι και σεξουαλική.
- Η ενημέρωση του κοινού δεν είναι ακόμη επαρκής, ώστε τουλάχιστον αυτό να λαμβάνει όλα τα απαραίτητα προστατευτικά μέτρα σε σχέση με τη μεταδοτική αυτή

ασθένεια.

- Μετά τις πρώτες αφήφιστες αντιδράσεις, το κοινό των αναπτυγμένων ιδιαίτερα χωρών αρχίζει να συνειδητοποιεί τους κινδύνους, μεταβάλλοντας τρόπους συμπεριφοράς γενικά, αλλά και εξειδικευμένα, όπως στον τουρισμό. Τα δεδομένα αυτά ασφαλώς δεν πρέπει να παραγνωρίζονται σχετικά με τις ψυχολογικές επιδράσεις τους στην τουριστική διακίνηση, κυρίως διότι :
- Άρχισαν να φαίνονται οι επιπτώσεις σε τουριστικούς προορισμούς όπου κάνει θραύση το AIDS.
- Δημιουργούνται προϋποθέσεις αλλαγής των προτιμήσεων των τουριστών απέναντι σε συγκεκριμένους προορισμούς.
- Επηρεάζεται σημαντικά η ψυχολογία του τουρίστα σε ατομικό επίπεδο ,όταν ο φόβος παραμονεύει σε κάθε εκδήλωση σεξουαλικής δραστηριότητας.
- Κανείς δεν γνωρίζει ποια πρόκειται να είναι τα προληπτικά ή κατασταλτικά μέτρα που θα χρησιμοποιηθούν για την αντιμετώπιση του προβλήματος.
- Οι τουριστικές κοινωνίες σίγουρα θα δεχθούν ισχυρό πλήγμα, αν οι καταβαλλόμενες προσπάθειες εξεύρεσης ιατρικής λύσης στο πρόβλημα καθυστερήσουν για μακρό χρονικό διάστημα ή δεν ευοδωθούν, καθώς μπορεί το AIDS να χρησιμοποιηθεί και ως στοιχείο εμπορικού ανταγωνισμού.
- Σύμφωνα με τις πρώτες ενδείξεις, πρόκειται να επηρεάσει σημαντικά τις οικογενειακές διακοπές με παιδιά, που ψυχολογικά προκαλούν περισσότερη ανασφάλεια από τους ενήλικες στους γονείς.
- Προβλέπεται μείωση της ανεξέλεγκτης σεξουαλικής ζωής στη διάρκεια των διακοπών και κοινωνιολογικές αλλαγές στην ελευθεριότητα των ηθών, η οποία μετά τη λεγόμενη "σεξουαλική επανάσταση" είχε δρομολογήσει ελεύθερες σεξουαλικές σχέσεις δίχως περιορισμούς.
- Τέλος, προβλέπονται μεταστροφές στη συμπεριφορά ειδικών επαγγελματικών ομάδων, λ.χ. των ναυτικών και μάλιστα μετά από κρατικές συστάσεις

*Συμπερασματικά :* Όταν ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας από το 1992 προειδοποιούσε ότι "το 2000 ο καθένας μας θα γνωρίζει κάποιον που πέθανε από το AIDS και 1-2 φορές", τα έλεγε όλα. Οι επιπτώσεις στον τουρισμό δεν μπορούν ασφαλώς να περάσουν απαρατήρητες. Αυτό το πιστοποιούν τα σχετικά διεθνή συνέδρια που γίνονται με θέμα AIDS και Τουρισμός, όπως λ.χ. στην Αργεντινή το 1990,στις Βρυξέλλες το 1993 και στο Παρίσι το 1995,στη Ρώμη το 1998 κ.ά., προβλήματα που αντιμετωπίζουν σε μεγάλο βαθμό σήμερα χώρες του Τρίτου Κόσμου, που πέραν όλων των άλλων επηρεάζουν και τον τουρισμό τους.



Τα κοκτέιλ του καλοκαιριού. Που μπορεί να οδηγήσει η αλόγιστη χρήση τους?

# Κεφάλαιο 11

## Τουρισμός και επαγγελματική διάρθρωση

### 11.1 Η σύνθεση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος

Η Ελλάδα αυτή τη στιγμή προσφέρει στους αλλοδαπούς και στους ντόπιους τουρίστες της μια εξαιρετικά

ευρεία γκάμα τουριστικών υπηρεσιών κυριότερες των οποίων είναι :

- ξενοδοχεία ( 7500 συνολικά, από τα οποία 65 πολυτελείας και 625 Α' κατηγορίας, εποχιακού κυρίως χαρακτήρα)
- διαφορετικά καταλύματα, όπως ξενώνες, ενοικιαζόμενα δωμάτια, ξενώνες νεότητας κ.λπ.
- κάμπινγκ (περίπου 300,εποχιακού χαρακτήρα πάντα)
- κρουαζιερόπλοια και ναυτιλιακές εταιρείες
- αεροπορικές εταιρείες
- μεταφορές-μετακινήσεις με τουριστικά λεωφορεία
- τουριστικά γραφεία (περί τα 1500)
- μαρίνες σε διαφορετικά σημεία της χώρας
- καζίνο (περί τα 8 συνολικά)
- επιχειρήσεις ενοικίασης μεταφορικών μέσων
- έναν εξαιρετικά μεγάλο αριθμό εστιατορίων, ταβερνών, μπαρ
- έναν μεγάλο αριθμό μουσείων και αρχαιολογικών χώρων
- κρατικές τουριστικές υπηρεσίες

### 11.2 Η συμμετοχή των εργαζομένων στην τουριστική "βιομηχανία"

Στην Ελλάδα, σε αντίθεση με πολλές άλλες χώρες (μεταξύ των οποίων και χώρες-μέλη της Ε.Ε), η όλη τουριστική δραστηριότητα -αυτή που στην αγγλοσαξονική αποκαλείται αδόκιμα τουριστική "βιομηχανία"- καλύπτεται μέσα από θεσμοθετημένα όργανα της επίσημης πολιτείας (λ.χ. Υπουργείο Τουρισμού, ΕΟΤ κτλ.).

Όλες οι σχετικές ελληνικές επιχειρήσεις κάθε κατηγορίας ανήκουν ή ελέγχονται από έναν ή περισσότερους από αυτούς τους οργανισμούς, οι οποίοι ανάμεσα στα άλλα καθορίζουν το μέγεθος της δραστηριότητας που περιλαμβάνει και τον αριθμό των απασχολούμενων. Στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών, για παράδειγμα, η απασχόληση στον τουριστικό τομέα στην Ελλάδα κυμάνθηκε στο 3,5 και 6,5 του συνολικού εργατικού δυναμικού, δηλαδή ανάμεσα στους 300.000 και 600.000 εργαζομένους όπως δείχνει και ο πίνακας 11.2.α



### Πίνακας 11.2.α Κατανομή τουριστικού εργατικού δυναμικού (1990-1994)

α/α	Τομέας	Εργαζόμενοι	Ποσοστό %
1.	Διαμονή-Διατροφή(καταλύματα) *	288.000	48%
2.	Μεταφορά-Διακίνηση(τουρ.γραφεία) **	192.000	32%
3.	Τουριστικές υπηρεσίες εν γένει ***	84.000	14%
Σύνολο εργαζομένων στον τουρισμό		564.000	
4.	Αυτοαπασχολούμενοι ****	36.000	6%
Γενικά σύνολα απασχόλησης		600.000	100%

\* Κατά προσέγγιση τετραετίας

\*\* Περιλαμβάνονται και κρουαζιερόπλοια

\*\*\* Εργαζόμενοι σε εκπαίδευση, κρατικές υπηρεσίες και οργανισμούς

\*\*\*\* Ιδίως σε καταστήματα ειδών λαϊκής τέχνης και μπαρ

Τα προαναφερόμενα είναι ενδεικτικά στοιχεία, αλλά θα πρέπει να ληφθούν υπόψη και πολλά άλλα επαγγέλματα και ειδικότητες που αφορούν άμεσα ή έμμεσα στον τουρισμό. Συνεπώς τα στοιχεία είναι κατά προσέγγιση, ενώ καθημερινά προκύπτουν και νέες τουριστικές δραστηριότητες.

Πηγή : Προσωπική έρευνα για το πιλοτικό πρόγραμμα του *UNIVERSITY OF NOTTINGHAM-EMI GROUP*

### 11.3 Η δημιουργία επαγγελμάτων μέσω του τουρισμού

Προσεγγίζοντας την τουριστική απασχόληση μέσα από τους τομείς τουριστικής δραστηριότητας και τους παράγοντες που τη συνθέτουν, μπορούμε να καταλήξουμε στον επόμενο πίνακα 11.3.α. που φανερώνει αναλυτικά την ελληνική επαγγελματική τουριστική πραγματικότητα.

**Πίνακας 11.3.α. Συνολική τουριστική επαγγελματική δραστηριότητα \***

α/α	Τομέας	Αμιγής τουριστική δραστηριότητα %	Παράγωγη δραστηριότητα % **	Δραστηριότητα
1.	Καταλύματα	Ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, κρουαζιερόπλοια, κάμπινγκ, ξενώνες νεότητας, κλπ. <b>90</b>	10	Εστίαση, διαμονή, διατροφή, καθαριότητα, ψυχαγωγία κτλ.
2.	Διακίνηση	Τουριστικά-ταξιδιωτικά γραφεία, τελωνειακές διατυπώσεις, διαβατήρια,  οργάνωση εκδρομών, αεροσκάφη, θαλάσσια σκάφη, τουριστικά πούλμαν, ενοικίαση αυτοκινήτων <b>90</b>	10	Μεταφορά, διατυπώσεις, επικοινωνίες, οργανωτικά θέματα, μεταφορικά μέσα κλπ.
3.	Προμήθεια	Επιχειρήσεις τροφοδοσίας, εξοπλισμού ξενοδοχείων-δωματίων και γραφείων, υλικών <b>70</b>	30	Κέτερινγκ, εξοπλισμός μονάδων και επιχειρήσεων κ.λπ.
4.	Έμφυχη ανωδομή	Υπάλληλοι κρατικών οργανισμών, εκπαιδευτικοί, τραπεζικοί, λιμενικοί αεροπορικοί υπάλληλοι, υπάλληλοι κέντρων τουριστικής πληροφόρησης <b>75</b>	25	Διοικητική και γραμματειακή υποστήριξη της όλης τουριστικής δραστηριότητας
5.	Λοιπές Δραστηριότητες	Καταστήματα, παράλληλες δραστηριότητες, είδη λαϊκής τέχνης, αυτοαπασχολούμενοι στον τουρισμό <b>50</b>	50	Συμπληρωματική  τουριστική δραστηριότητα για εξυπηρέτηση του τουρίστα

\* Αφορά τη γνωστή παραγωγική δραστηριότητα και την από αυτή προερχόμενη τουριστική επαγγελματική δράση

\*\* Τα ποσοστά των στηλών είναι κατά προσέγγιση

Πηγή : Υπουργείο Εργασίας / Ο.Α.Ε.Δ 1988-1994

Εξετάζοντας πιο αναλυτικά το ζήτημα της συνολικής απασχόλησης μέσα από τους τρεις τομείς : (α) διαμονή-διατροφή, (β) μεταφορά-διακίνηση και (γ) αναψυχή και συναφείς υπηρεσίες, διαπιστώνεται ότι οι πλέον σημαντικές δυνατότητες απασχόλησης προσφέρονται στα ξενοδοχεία, στα ταξιδιωτικά γραφεία, στα κρουαζιερόπλοια και τα κάμπινγκ, στα μέσα μεταφοράς και στα κλαμπ αναψυχής. Τα ποσοστά του πίνακα 11.3.β. που ακολουθεί είναι ενδεικτικά :

### Πίνακας 11.3.β. Ποσοστιαία απασχόληση στον τουρισμό στην Ελλάδα \*

α/α	Τομέας	Δραστηριότητα	% στην τουριστική απασχόληση
1.	Διαμονή Διατροφή	Ξενοδοχεία, εστιατόρια, κλαμπ, νάιτ κλαμπ, καντίνες, κάμπινγκ, κρουαζιερόπλοια κ.λπ.**	49,5 %
2.	Μεταφορά Διακίνηση	Τουριστικά-ταξιδιωτικά γραφεία σιδηροδρομική, θαλάσσια και αεροπορική μεταφορά, τουρ-οπερέιτορς, κ.λπ.***	34,5 %
3.	Αναψυχή και συναφής υπηρεσίες	Υπηρεσίες αναψυχής, χώροι αθλητικών εκδηλώσεων, μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι θέατρα, βιβλιοθήκες κ.λπ.	16,0 %

\* Ο παραπάνω πίνακας αφορά αποκλειστικά τους τρεις προαναφερόμενους τομείς

\*\* Στον τομέα αυτό περιλαμβάνονται και όλες οι άλλες μορφές παροχές τροφής

\*\*\* Οι υποστηρικτικές υπηρεσίες του τομέα αποτελούν σχεδόν το 1/3 του

Πηγή : Στοιχεία Υπουργείου Εργασίας / Ο.Α.Ε.Δ. / Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Εργατών Επισιτισμού και Υπαλλήλων Τουριστικών Επαγγελματιών 1985-1993.

Επισημαίνεται πάντως ότι, εάν εξαιρέσουμε την πρώτη κατηγορία, τόσο η δεύτερη όσο και η τρίτη δεν αφορά άμεσα -αλλά έμμεσα- στον τουριστικό τομέα.

#### **11.4 Η φύση της εργασίας στον τουρισμό**

Όπως φαίνεται και από τους προηγούμενους πίνακες η εργασία στον τουρισμό περιλαμβάνει μια ευρεία γκάμα τομέων και δραστηριοτήτων. Εκ παραλλήλου αυτή η γκάμα περιλαμβάνει επαγγελματικές δραστηριότητες που καλύπτουν διαφορετικά επίπεδα, διαπίστωση που πιστοποιεί τη διαφορετικότητα των επαγγελμάτων και την αδυναμία γενικεύσεων για το τουριστικό επάγγελμα. Υπάρχει βεβαίως ένα μίνιμουμ χαρακτηριστικών γνωρισμάτων που φανερώνει την καριέρα στα τουριστικά επαγγέλματα στην Ελλάδα και εξειδικεύονται μέσω σπουδών. Οι φορείς της τουριστικής εκπαίδευσης στην Ελλάδα είναι : Τ.Ε.Ι, Α.Σ.Τ.Ε.Ρ, Α.Σ.Τ.Ε Αγ. Ν., Σ.Τ.Ε., Σχολή Ξεναγών, Ι.Ε.Κ., Τ.Ε.Λ. όλοι κρατικού φορέα και Ε.Κ.Σ. του ιδιωτικού τομέα.

#### **11.5 Οι τουριστικές σπουδές στην Ελλάδα**

Η τουριστική εκπαίδευση στην Ελλάδα γίνεται εξίσου από τον κρατικό και τον ιδιωτικό τομέα της οικονομίας που καλύπτει τόσο πλήρεις σπουδές όσες και ταχύρρυθμη εκπαίδευση.

#### **11.6 Η τουριστική καριέρα**

Η επαγγελματική καριέρα των εκπαιδευόμενων στην Ελλάδα δεν είναι εγγυημένη. Τα στελέχη των Τ.Ε.Ι., Α.Σ.Τ.Ε.Ρ., και Α.Σ.Τ.Ε. αποτελούν συνήθως διευθυντικά στελέχη (τα οποία όμως χρειάζονται τουλάχιστον από 5-10 χρόνια για να αποκτήσουν διευθυντική θέση), ενώ από τις υπόλοιπες κατηγορίες των φορέων της τουριστικής εκπαίδευσης, αποτελούν κατώτερα και κατώτατα στελέχη του τουριστικού επαγγελματικού δυναμικού.

#### **11.7 Η πρακτική άσκηση**

Τα εκπαιδευόμενα άτομα από τις κατηγορίες 1 και 2-3, κάνουν πρακτική άσκηση 6 και 12 μήνες αντίστοιχα σε τουριστικές μονάδες, ενώ οι επόμενες κατηγορίες μπαίνουν απευθείας σε χαμηλά πόστα στην παραγωγή. Παράλληλα, πρέπει να επισημανθεί ότι, σύμφωνα με τις μετρήσεις\*, 6 στους 10 εκπαιδευόμενους στα τουριστικά επαγγέλματα σε μια δεκαετία δεν θα απασχολούνται πλέον στον τουρισμό.

\* Στοιχεία μελετών Π. Λύτρα, στην οικονομική εφημερίδα "Κέρδος" 1985 και τουριστική Ψυχολογία, βιβλίο του 1988 και β' έκδοση του 1993.

### **11.8 Η χειρονακτική εργασία**

Και στην Ελλάδα ο κύριος όγκος των τουριστικών επαγγελμάτων εμπεριέχει ακόμη και σήμερα τη χειρονακτική εργασία, γεγονός καθοριστικό για την επιλογή του επαγγέλματος.

### **11.9 Η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα στην Ελλάδα**

Η ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία υπήρξε αλματώδης. Βασικός λόγος γι' αυτήν υπήρξε ο αναπτυξιακός νόμος 1262/82. Στα τέλη της δεκαετίας του '80, ο τουρισμός έδινε περί το 9 % του συνόλου του εργατικού δυναμικού της χώρας και συνάλλαγμα περί τα 5 δισεκατομμύρια \$ Η.Π.Α.

### **11.10 Η μερική απασχόληση (Part-Time)**

Αν και ο τουρισμός δίνει ιδιαίτερα αυξημένες δυνατότητες για μερική απασχόληση, στην Ελλάδα το είδος δεν ευδοκμεί, αφού τόσο η νομοθεσία όσο και τα συνδικάτα και οι εργοδότες δεν έχουν ασχοληθεί ουσιωδώς με το θέμα, εμμένοντας κυρίως σε ποσοστά άνω του 95 % στην πλήρη απασχόληση.

### **11.11 Η εποχικότητα στο επάγγελμα**

Η εποχική εργασία στον τουρισμό αποτελεί το κύριο χαρακτηριστικό της τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα και ταυτόχρονα κύριο λόγο έλλειψης ιδιαίτερου επαγγελματικού ενδιαφέροντος για ενασχόληση στον κλάδο. Όμως πρέπει να σημειωθεί ότι οι απασχολούμενοι, όταν πληρούν τους όρους (δηλαδή 120 μεροκάματα), παίρνουν επίδομα ανεργίας στην εκτός σεζόν περίοδο.

Όλες οι προσπάθειες της ελληνικής τουριστικής πολιτικής καθώς και αυτές των κλαδικών εποχικών φορέων κατατείνουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Ενδεικτικά παραδείγματα : Ρόδος 8 μήνες τουριστική περίοδος, Κρήτη 8, Κέρκυρα 6, Κυκλάδες 4, νησιά Ανατολικού Αιγαίου 2 1/2 μήνες.

### **11.12 Η ανδρική και γυναικεία απασχόληση**

Η ανδρική και γυναικεία απασχόληση είναι σχεδόν μοιρασμένη στα δύο φύλα στην Ελλάδα. Στο δυναμικό των τουριστικών επιχειρήσεων όμως το 62 % είναι άνδρες και μόνο το 38 % γυναίκες, σύμφωνα με ανεπίσημα στοιχεία του χώρου και εμπειρικές παρατηρήσεις.

Τόσο από τους παραπάνω πίνακες έρευνας όσο και από όλα τα προηγούμενα γίνεται φανερό ότι αφού υπάρχουν πολλές κατηγορίες τουριστικών επιχειρήσεων και στην Ελλάδα -

όπως και διεθνώς- είναι επόμενο να υπάρχουν πολλά και διαφορετικά εργασιακά πόστα στον τουριστικό χώρο.

Σε μια έρευνα του Π. Λύτρα -εμπειρικού χαρακτήρα στα πλαίσια των κλαδικών τουριστικών φορέων της χώρας-επισήμανε συνολικά περίπου 103 διαφορετικά εργασιακά πόστα μέσα στις επιμέρους τουριστικές επιχειρήσεις.

Πρόκειται για μία διαπίστωση που, παρά τον εμπειρικό χαρακτήρα της, δείχνει φανερά ότι όσον αφορά στους απασχολούμενους στον σύγχρονο ελληνικό τουρισμό υπάρχει μια πραγματική επαγγελματική "κοσμογονία", η οποία παράλληλα φανερώνει τις υπάρχουσες δυνατότητες στον επαγγελματικό στίβο για τους νέους και τις νέες.

Συνεπώς, το κομμάτι επαγγελματική τουριστική δραστηριότητα στην ελληνική κοινωνία είναι και σημαντικό και επωφελές για την Ελλάδα. Αν δε κάποιος δει ενδεικτικά την ενίσχυση των επενδύσεων εκσυγχρονισμού υφιστάμενων ξενοδοχειακών μονάδων, όπως και την ενίσχυση των επενδύσεων "ίδρυσης-επέκτασης-εκσυγχρονισμού εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής", γίνονται ακόμη πιο φανερές οι υπάρχουσες δυνατότητες των νέων σε ότι σχετίζεται με την εργασία στον τουρισμό.

### **11.13 Οι θέσεις εργασίας στον τουρισμό**

Τα στοιχεία αυτά είναι ιδιαίτερα επισφαλή στην Ελλάδα, αφού τόσο ο Ο.Α.Ε.Δ όσο και τα ασφαλιστικά ταμεία των εργαζομένων δεν έχουν ή δεν δίνουν πλήρη στοιχεία (όπως το Τ.Α.Ξ.Υ., το Τ.Α.Μ.Π.Υ. κ.λπ.).ενώ πολλές κατηγορίες εργαζομένων ανήκουν σε ετερόκλητα ασφαλιστικά ταμεία. Κατόπιν τούτου και ακολουθώντας το αγγλικό μοντέλο ταξινόμησης, μόνο υποθετικά (κατά προσέγγιση) μπορούμε να δώσουμε σχετικά στοιχεία. Ο πίνακας που ακολουθεί δεν έχει παρά μόνο σχετική αξία.

### Πίνακας 11.13.α. Κατανομή απασχόλησης στα τουριστικά επαγγέλματα

<u>Occupation</u>	<u>Employment</u>
<b>Management</b>	
Hotel manager	
Conference banqueting manager	
Restaurateur	
Catering manager	
Guest house manager	
Caravan and chalet site manager	
Self catering manager	125.000
<b>Food Production</b>	
Chefs and waitresses	
Kitchen assistants and porters	50.000
<b>Food Service</b>	
Waiters and waitresses	
Fast food and snack bar staff	70.000
<b>Beverage Service</b>	
Pudlicants	
Bar staff	30.000
<b>Accommodation Service</b>	
Hotel Housekeeper	4.000
Hotel receptionist	9.000
Hotel secretary and administrator	14.000
Other hotel administration	11.000
Hotel services-hall porter, room attendant	50.000
<b>Other</b>	
Holiday centre staff	
Boats hire operator/manager	

Όλα τα στοιχεία κατά είναι κατά προσέγγιση και βασίζονται στην προσωπική έρευνα του Περικλή Λύτρα στους κλαδικούς τουριστικούς φορείς της χώρας.

## Κεφάλαιο 12

### Το μέλλον του τουρισμού

#### 12.1 Κατανοώντας το μέλλον του τουρισμού

Η υπερβολικά ευμετάβλητη φύση του τουρισμού -και ιδιαίτέρως η ευπάθειά του στις μεταβολές λόγω μόδας, τάσεων και συγκλονιστικών γεγονότων όπως η τρομοκρατική επίθεση της 11ης Σεπτεμβρίου 2001- απαιτεί από τους ενδιαφερόμενους φορείς του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα να προσπαθούν να κατανοούν αυτές τις διακυμάνσεις. Ιδιαίτερα, είναι σημαντικό να γίνει κατανοητό πως η τουριστική δραστηριότητα, ειδικά οι τάσεις, είναι πιθανό να επηρεάσουν χώρες, περιοχές και τοποθεσίες βραχυπρόθεσμα (μέχρι πέντε χρόνια) και μακροπρόθεσμα (μέχρι δέκα χρόνια). Προσπαθώντας να διαβλέψουν τις επιδόσεις του τουρισμού, οι αναλυτές προσπαθούν να προβλέψουν το μέλλον του. Η πρόβλεψη σχετικά με την εξέλιξη του τουρισμού απέχει από το να είναι ακριβής επιστήμη, εξαιτίας της επίδρασης τόσων πολλών άγνωστων παραγόντων (π.χ. της τιμής του συναλλάγματος, των τιμών των καυσίμων, του κόστους του ταξιδιού, της πολιτικής σταθερότητας στις περιοχές προέλευσης και προορισμού και της επίπτωσης του πληθωρισμού). Μολαταύτα, οι παραπάνω προβλέψεις είναι χρήσιμες για τους σχεδιαστές που προσπαθούν να μετρήσουν την τάξη μεγέθους της πιθανής μεταβολής που μπορεί να συμβεί στον τουρισμό. Είναι σημαντικό σε ένα εμπορικό πλαίσιο να γίνεται προσπάθεια να συνταιριαστεί η μελλοντική προσφορά με την πιθανή ζήτηση (π.χ. θα χρειαστεί κάποια αεροπορική εταιρεία να επενδύσει σε πρόσθετη χωρητικότητα για να ικανοποιηθεί η ζήτηση;) με σκοπό να μεγιστοποιηθούν τα έσοδα και τα κέρδη μέσω της μέγιστης αποδοτικότητας των πόρων ή του ενεργητικού. Αυτό έχει συνοψιστεί από τον Archer (1987 : 77) σε ένα πλαίσιο του μάνατζμεντ, καθώς :

.....κανένας μάνατζερ σε μπορεί να αποφύγει την ανάγκη για κάποιας μορφής πρόβλεψη : ο μάνατζερ πρέπει να κάνει σχέδια για το μέλλον με σκοπό να ελαχιστοποιήσει το ρίσκο της αποτυχίας ή, περισσότερο αισιόδοξα, να μεγιστοποιήσει τις πιθανότητες της επιτυχίας. Για να κάνει σχέδια για το μέλλον, πρέπει να χρησιμοποιεί προβλέψεις. Προβλέψεις θα πραγματοποιούνται πάντα, είτε με εικασίες, είτε με ομαδική δουλειά, είτε με τη χρήση περίπλοκων μοντέλων και η ακρίβεια των προβλέψεων θα επηρεάζει την ποιότητα της απόφασης του μάνατζμεντ.

Στην ουσία, η πρόβλεψη αφορά την αξιολόγηση της μελλοντικής μεταβολής στη ζήτηση του τουρισμού -εκτιμώντας τη μελλοντική κίνηση και εξετάζοντας μια σειρά πιθανών σεναρίων για να εκτιμηθούν οι πιθανές μεταβολές στην κλίμακα της ζήτησης. Αυτό σταθερά



συνεπάγεται την παρατήρηση προηγούμενων τουριστικών τάσεων και τη χρησιμοποίηση της στατιστικής για να διαμορφωθεί το υπόδειγμα της μελλοντικής ζήτησης, χρησιμοποιώντας διάφορα μοντέλα, φόρμουλες και εξελίξεις στον υπο-τομέα των οικονομικών που είναι γνωστός ως οικονομετρία. Για τη δημιουργία αυτών των μοντέλων, οι αναλυτές συνήθως βασίζονται σε σημαντικές μεταβλητές του τουρισμού-όπως στον αριθμό των τουριστικών ταξιδιών, στις τουριστικές δαπάνες, στα μερίδια αγοράς του τουρισμού και στο μερίδιο του τουρισμού στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (Α.Ε.Π.). Τα μοντέλα που προκύπτουν όσον αφορά τις προβλέψεις επικεντρώνονται στους παράγοντες που είναι πιθανό να έχουν αντίκτυπο στη ζήτηση. Παραδείγματος χάριν, η διεθνής μελέτη των Edwards και Graham (1977) εξέτασε τις 30 πρώτες χώρες προέλευσης και τους 190 κυρίαρχους τουριστικούς προορισμούς και προέβλεψε ανάπτυξη του τουρισμού ανάμεσα στο 2000 και το 2010 της τάξεως του 4,4 τοις εκατό ετησίως, με 964 εκατομμύρια ταξίδια μέχρι το 2010 -με το 75 τοις εκατό να περιλαμβάνει ταξίδια μικρών και μεσαίων αποστάσεων και το υπόλοιπο ποσοστά ταξίδια μεγάλων αποστάσεων.

Αυτές οι προβλέψεις χρονολογούνται πριν από τα γεγονότα της 11ης Σεπτεμβρίου 2001, αλλά ήταν πιο συντηρητικές από αυτές που πραγματοποιήθηκαν από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, καταδεικνύοντας τις διαφοροποιήσεις των προβλέψεων. Άρα, όταν εξετάζουμε οποιαδήποτε τουριστική πρόβλεψη είναι σημαντικό να λαμβάνουμε υπόψη μας τις υποθέσεις και τις πηγές των στοιχείων που χρησιμοποιήθηκαν από τον αναλυτή και τι ο αναλυτής επιδιώκει να παρουσιάσει. Ωστόσο, ανεξάρτητα από τις προβλέψεις, πάντα θα υπάρχουν πιέσεις για να μεταβάλλεται ο τουρισμός.

## **12.2 Οι πιέσεις για να μεταβάλλεται ο τουρισμός**

Σε παγκόσμια κλίμακα, και ειδικά στις εκβιομηχανισμένες χώρες της Δύσης, υπάρχουν στοιχεία ότι η αυτο-καταστροφική φύση του τουρισμού κάνει μερικούς επισκέπτες να αμφιβάλλουν για το μέρος προς το οποίο ταξιδεύουν. Η μεγαλύτερη επίγνωση των επιπτώσεων του τουρισμού διαπερνά τώρα τόσο τον καταναλωτή όσο και τους πιο περιβαλλοντικά υπεύθυνους τουριστικούς οργανισμούς. Πρόκειται για μια αργή και σταδιακή διαδικασία μεταβολής και είναι πάντα πιθανό να υπάρχει κάποιος ρόλος για τις οργανωμένες, χαμηλού κόστους, μεγάλου όγκου διακοπές στον ήλιο, στη θάλασσα και στην άμμο. Ωστόσο, στο ανώτερο άκρο της αγοράς η μεγαλύτερη ζήτηση για προϊόντα εξειδικευμένων αγορών, με περιβαλλοντικές ευαισθησίες και προσανατολισμένα στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος, μπορεί να αρχίσει να διαποτίζει τις δραστηριότητες του τουριστικού τομέα, καθώς οι αεροπορικές εταιρείες, οι τουριστικοί οργανισμοί και οι προμηθευτές καταλυμάτων εισάγουν περιβαλλοντικούς κανόνες για να

αναγνωρίσουν τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Για να εξηγήσουμε την ευρεία γκάμα των πιέσεων που ασκούνται για μεταβολή του τουρισμού, οι παράγοντες που εμπλέκονται μπορούν να χωριστούν σε αυτούς που είναι εξωγενείς για τον τουρισμό και πέρα από τον έλεγχό του (π.χ. οι τιμές συναλλάγματος) και σε κείνους που βρίσκονται εντός του πεδίου αρμοδιότητάς του.

#### *Ένα ταξιδιωτικό κοινό που γερνά*

Σε πολλές από τις εκβιομηχανισμένες χώρες της Δύσης, οι τουριστικές αγορές χαρακτηρίζονται από ένα πληθυσμό που γερνά. Αυτός έχει αποκληθεί *αγορά των πρεσβυτέρων (senior market)*, που, διεθνώς, ξεπερνά τις 100 εκατομμύρια αφίξεις (ή ένα στα έξι όλων των διεθνών ταξιδιών). Παρατηρείται συνήθως στις ΗΠΑ, στην Ευρώπη και στην Ιαπωνία, που είναι βασικοί συντελεστές των ταξιδιών προς το εξωτερικό παγκοσμίως. Σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες, οι άνθρωποι άνω των 55 ετών τώρα αποτελούν το 25 τοις εκατό του συνολικού πληθυσμού -αν και η πιθανότητα του ταξιδιού, στατιστικά, μειώνεται με την αύξηση της ηλικίας.

Οι αγορές των πρεσβυτέρων είναι λιγότερο εποχιακές, έχουν υψηλά διαθέσιμα εισοδήματα σε πολλές περιπτώσεις και απαιτούν μεγαλύτερη προσοχή για τις ανάγκες τους.

Αυτό αντανακλάται στην ανάπτυξη των ειδικευμένων τουριστικών οργανισμών όπως της Saga στο Ηνωμένο Βασίλειο και του Elderhost στις ΗΠΑ. Αυτό που είναι προφανές είναι η συνεχιζόμενη ανάπτυξη αυτής της αγοράς και η δυνατότητα προσαρμογής των τουριστικών επιχειρήσεων προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των καταναλωτών.

Παραδείγματος χάριν, η ανάκαμψη του τουρισμού με πούλμαν για διακοπές διαρκείας σε πολλά μέρη της Ευρώπης αντανακλά ένα εξειδικευμένο προϊόν που προτιμάται ιδιαίτερα από τη "γκρίζα" αγορά, καθώς θεωρείται ασφαλές και βολικό και ικανοποιεί τις ανάγκες των ταξιδιωτών.

#### *Νέες κοινωνικές τάσεις*

Νέες κοινωνικές τάσεις έχουν ανακύψει κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας στις αναπτυσσόμενες αγορές εξερχόμενου τουρισμού. Παραδείγματος χάριν, οι γυναίκες έχουν πιο κυρίαρχο ρόλο στην αγορά εργασίας από ότι πριν είκοσι χρόνια, παντρεύονται αργότερα και αναβάλλουν να κάνουν παιδιά. Αυτό οδηγεί σε περισσότερο διαθέσιμο εισόδημα και γι' αυτό υπάρχει μια επικερδής αναπτυσσόμενη εξειδικευμένη αγορά για τις γυναίκες που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα από 20 μέχρι 40.

#### *Νέες αγορές στο εξωτερικό*

Σε γενικούς όρους, η ανάπτυξη της κινέζικης εξωτερικής αγοράς και η αύξηση των ταξιδιωτών της μεσαίας τάξης της Ασίας προς το εξωτερικό πρέπει να κατανοηθεί πλήρως σε όρους επίπτωσης τους στις τουριστικές τάσεις. Πολλοί τουριστικοί σχολιαστές περιμένουν να

δουν πως αυτές οι αγορές μπορεί να δημιουργήσουν νέες ευκαιρίες για ταξίδια στο εξωτερικό, τις ανάγκες της αγοράς όπως αυτές γίνονται αντιληπτές και τα πιθανά τους παγκόσμια ταξιδιωτικά πρότυπα, με δεδομένους τους διεθνείς οικογενειακούς και συγγενικούς δεσμούς με όλα τα μέρη του κόσμου. Αυτό που είναι βέβαιο είναι ότι η κλίμακα αυτών των αγορών είναι τεράστια και έχουν τη δυνατότητα να μεταβάλλουν το χαρακτήρα των διεθνών ταξιδιωτικών προτύπων δραματικά. Η Κίνα έχει περιγραφεί ως "κοιμώμενος γίγαντας" που είναι έτοιμος να ξυπνήσει. Αυτό καταδεικνύει τη σημασία των πολιτικών μεταβολών, όπως το να επιτρέπονται ταξίδια προς το εξωτερικό και από το εξωτερικό, που είναι σημαντικές για τη διαμόρφωση των μελλοντικών τουριστικών τάσεων.

### **12.3 Κρίσεις και καταστροφές στον τουρισμό**

Ένας από τους βασικότερους εξωγενείς παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν τον τουρισμό και είναι ιδιαιτέρως απρόβλεπτος για τους οργανισμούς της χώρας, είναι μια κρίση ή μια καταστροφή (που προκαλείται από τον άνθρωπο ή είναι φυσική). Η πρόκληση της αντιμετώπισης τέτοιων γεγονότων θέτει πολλά ζητήματα για την ικανότητα ενός οργανισμού να προσαρμοστεί στη μεταβολή και αυτό αναδείχτηκε με την κρίση του αφθώδους πυρετού στο Ηνωμένο Βασίλειο το 2001. (πλαίσιο 12.3.α)

#### **Πλαίσιο 12.3.α Αφθώδης πυρετός στο Ηνωμένο Βασίλειο, ο αντίκτυπός του στον τουρισμό**

Ο αντίκτυπος της νόσου του αφθώδους πυρετού στην τουριστική βιομηχανία του Ηνωμένου Βασιλείου υπογράμμισε το σημαντικό του ρόλο, ιδιαίτερα για την αγροτική οικονομία, με απώλειες 140 έως 500 εκατομμυρίων λιρών την εβδομάδα, το 2001. Οι εκτιμήσεις του Συμβουλίου Τουρισμού της Αγγλίας υπολογίζουν τις συνολικές απώλειες στα 5 δισεκατομμύρια λίρες, που προέκυψαν από τους σχετικούς περιορισμούς στην πρόσβαση στις αγροτικές περιοχές και τις αρνητικές εικόνες που οδήγησαν τους επισκέπτες από το εξωτερικό να ακυρώσουν τις διακοπές τους και τα ταξίδια τους στο Ηνωμένο Βασίλειο. Κάποιες εκτιμήσεις τοποθετούν τον οικονομικό αντίκτυπο ανάμεσα στο 1 και στα 3,5 δισεκατομμύρια λίρες σε χαμένο εισόδημα από το εξωτερικό για τον τουριστικό τομέα του Ηνωμένου Βασιλείου.

Σε τοπικό επίπεδο, αυτό δημιούργησε πολλές πιέσεις στις μικρές επιχειρήσεις, καθώς η δημόσια πολιτική απέτυχε να αντιδράσει γρήγορα για να διασφαλίσει και να αναπτύξει στρατηγικές προκειμένου να στηρίξουν τις τουριστικές επιχειρήσεις στις αγροτικές περιοχές. Ο περιορισμός στην πρόσβαση στην ύπαιθρο, ειδικά της υπό κρατική ιδιοκτησία γης, περιόρισαν τον αγροτικό τουριστικό τομέα ενώ δεν εξετάστηκαν

πληρωμές αποζημιώσεων για αγροτικές επιχειρήσεις για τους αγροτικούς τουριστικούς οργανισμούς. Τον Απρίλιο του 2001 μόνο, το 80 τοις εκατό των επιχειρήσεων στον τομέα της υπαίθριας ψυχαγωγίας είχαν μείωση εσόδων μέχρι 40 τοις εκατό. Τον ίδιο μήνα, 1.000 θέσεις εργασίας στον αγροτικό τουρισμό χάθηκαν στην Cumbria, άμεσα εξαιτίας του αφθώδους πυρετού. Η κρίση ανέδειξε το χαμηλό πολιτικό κύρος των τουριστικών επιχειρήσεων σε σύγκριση με τη γεωργία σε εθνικό επίπεδο, παρά την κυβερνητική αναφορά (White Paper) για τον τουρισμό το 2000 που χαρακτήριζε τον τουρισμό ως μία «βασική αγροτική βιομηχανία». Η κρίση επίσης, έθεσε το ερώτημα για το πώς οι επιχειρήσεις και οι μάνατζέρ τους αντιδρούν σε τέτοιες προκλήσεις.

### **Κρίσεις στον τουρισμό και η επιχειρηματική αντίδραση :**

#### **Πρόκληση για το μάνατζμεντ;**

Αν και τέτοιες κρίσεις μπορεί να έχουν βραχυχρόνιο χαρακτήρα, η έκθεση του τουριστικού τομέα είναι σημαντική αφού φαινομενικά σταθερές επιχειρηματικές δραστηριότητες μπορούν να μετατραπούν σε χάος. Ωστόσο, τέτοιες κρίσεις μπορεί επίσης να έχουν τη δυνατότητα να υποκινήσουν καινοτομίες. Τελικά, η έννοια της κρίσης και του χάους καταδεικνύει ότι ο τουρισμός μπορεί να είναι ιδιαίτερα ευμετάβλητος και δείχνει πόσο ευπροσάρμοστοι πρέπει να είναι οι οργανισμοί. Στο πλαίσιο του μάνατζμεντ, οι Faulkner και Russell (1999) προσδιόρισαν τους βασικούς τρόπους ενεργειών των τουριστικών επιχειρηματιών σε εκείνους που δημιουργήσαν το χάος και τη μεταβολή και εκείνους που ήταν σχεδιαστές και ρυθμιστές της μεταβολής. Αυτό έχει σημαντικές συνέπειες στον τρόπο άσκησης του μάνατζμεντ των τουριστικών επιχειρήσεων.

Οι δημιουργοί του χάους (chaos makers) χαρακτηρίστηκαν ως:

- Ατομικιστές (individualistic)
- Ευέλικτοι (flexible)
- Καινοτόμοι (innovative)
- Πειραματιστές (experimental)
- Διορατικοί (intuitive)
- Ριψοκίνδυνοι (risk-takers)

Οι ρυθμιστές (regulators) χαρακτηρίζονταν ως :

- Άνθρωποι που αποστρέφονται το ρίσκο (risk-averse)
- Λογικοί (rational)
- Στηριζόμενοι στον έλεγχο (control-led)
- Σχεδιαστές (planners)

- Αυστηροί στις απόψεις τους (rigid in their outlook)
- Άνθρωποι που επιδιώκουν τη συναίνεση στη λήψη των αποφάσεων (concerned with reaching consensus on decision-making)

Κατά συνέπεια, η κερδοφορία των τουριστικών οργανισμών συνδέεται όλο και περισσότερο με την ικανότητα να :

- Καινοτομούν
- Διαχειρίζονται τη μεταβολή και να προσαρμόζονται σ' αυτή
- Διοικούν, προσλαμβάνουν και διατηρούν υψηλής ποιότητας ανθρώπινους πόρους
- Αναπτύσσουν ανταγωνιστικά επιχειρηματικά εγχειρήματα κατανοώντας τις οικονομικές, κοινωνικές, πολιτικές και διαχειριστικές προκλήσεις της λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων
- Αντιδρούν θετικά στη δημόσια πολιτική και να επηρεάζουν τη διατύπωση και την εφαρμογή της
- Σκέφτονται δημιουργικά και παγκόσμια, με την ικανότητα να εφαρμόζουν τη διεθνή καλύτερη πρακτική σε τοπικό πλαίσιο
- Κατανοούν πως οι τουριστικές τάσεις επηρεάζουν τις καθημερινές λειτουργίες της επιχείρησης.

Για να αντιδράσουν και να ασπαστούν τη μεταβολή, πολλοί τουριστικοί οργανισμοί χρειάζεται να μπορούν να κατανοούν και να εφαρμόζουν την τεχνολογία.

#### **12.4 Τεχνολογία και τουρισμός**

Η τεχνολογία συνδέει τουριστικές επιχειρήσεις και πελάτες παγκόσμια. Στα τουριστικά περιβάλλοντα, η χρήση της τεχνολογίας για ψυχαγωγία και διασκέδαση έχει ευρέως συμπεριληφθεί στον τομέα των θεματικών πάρκων. Στις ΗΠΑ, η βιομηχανία των θεματικών πάρκων αποφέρει 11 δισεκατομμύρια δολάρια το χρόνο, ενώ παγκοσμίως υπάρχουν πάνω από 119 μεγάλα θεματικά πάρκα και το καθένα προσελκύει περισσότερους από ένα εκατομμύριο επισκέπτες το χρόνο. Πράγματι, από την οπτική του μάνατζμεντ η δημιουργία ανθρωπογενών τουριστικών περιβαλλόντων, όπως τα θεματικά πάρκα, μπορεί να αναπληρώσει το κενό στην αγορά για εξυπηρέτηση του μαζικού τουρισμού χωρίς να θέτει σε κίνδυνο το τοπικό περιβάλλον. Τα θεματικά πάρκα επιτρέπουν να φιλοξενοούνται πολλοί επισκέπτες, χρησιμοποιώντας την τεχνολογία, τη φαντασία, την τάση φυγής από την πραγματικότητα και μια ασφαλή, ελεγχόμενη και υψηλού μάνατζμεντ εμπειρία (όπως στο μοντέλο της Disney). Πρόκειται ασφαλώς για μια τάση που θα συνεχιστεί, καθώς οι συνεχείς βελτιώσεις και οι καινοτομίες βοηθούν αυτά τα τουριστικά περιβάλλοντα να προσαρμοστούν στις νέες προτιμήσεις και τάσεις των καταναλωτών.



Σύγχρονη reception

Σε ατομικό επιχειρησιακό επίπεδο, η πληροφορική τεχνολογία είναι η βασική κινητήρια δύναμη της μεταβολής, προϋποθέτοντας καλύτερο μανάτζμεντ ώστε οι τουριστικές επιχειρήσεις να αξιοποιήσουν τις δυνατότητές τους. Αυτή παρέχει ενημερωμένα στοιχεία πελατών και τη δυνατότητα αναζήτησης και επιλογής μιας μεγάλης γκάμας προϊόντων και εμπειριών. Η πληροφορική τεχνολογία επιτρέπει στις επιχειρήσεις με προσανατολισμό στο μέλλον να ανταποκρίνονται στη ζήτηση για πιο σύγχρονες πληροφορίες και προϊόντα κατά παραγγελία. Το παγκόσμιο δίκτυο επιτρέπει επίσης στους καταναλωτές να αναλαμβάνουν τη διαδικασία αυτή οι ίδιοι, αμφισβητώντας έτσι την αλυσίδα της προσφοράς και τον παραδοσιακό της ρόλο στην πώληση των τουριστικών προϊόντων. Η ταχεία ανάπτυξη στο τέλος της δεκαετίας του 1990 των κρατήσεων στο Διαδίκτυο μπορεί να έχει σταθεροποιηθεί, αλλά συνεχίζει να εισβάλλει στις παραδοσιακές εργασίες των ταξιδιωτικών πρακτορείων. Η πληροφορική, τώρα, είναι ευρέως διαδεδομένη στον τουριστικό τομέα και η καινοτομία είναι πιθανό να οδηγήσει σε περαιτέρω εξελίξεις που θα επιτρέψουν στα τουριστικά προϊόντα να προσεγγίσουν ένα πιο ευρύ κοινό. Πάνω απ' όλα, κάνει την κοινωνία και τον καταναλωτή πιο απαιτητικούς και συνειδητοποιημένους στο να αποκομίζουν αξία έναντι των χρημάτων που δαπανούν.

## 12.5 Νέες επιχειρηματικές τάσεις

Η μεταβολή είναι ραγδαία στον τουριστικό τομέα. Οι σημερινές τάσεις είναι περιττές αύριο. Η μεταβολή επιταχύνθηκε από τη δεκαετία του 1980 καθώς η τεχνολογία αύξησε την κλίμακα, την έκταση και τον ρυθμό της επικοινωνίας στον τουριστικό τομέα. Η πληροφορική τεχνολογία ανάγκασε πολλές τουριστικές επιχειρήσεις να εξετάσουν λεπτομερώς τις λειτουργίες τους ώστε να αξιολογήσουν κατά πόσο λειτουργούν με αποτελεσματικό και κερδοφόρο τρόπο. Η μεγαλύτερη συγκέντρωση των τουριστικών επιχειρήσεων μέσω συγχωνεύσεων και εξαγορών είναι βέβαιο ότι θα συνεχιστεί, λόγω των αισθητών οικονομικών κλίμακας και της αυξημένης αποτελεσματικότητας. Αυτό αντανακλά επίσης την ανταγωνιστική στρατηγική στον τουριστικό τομέα, με τους μεγαλύτερους παίκτες να επιδιώκουν να κυριαρχήσουν σε ορισμένους τομείς (π.χ. στη λιανική πώληση, στην αεροπορία, και στους τουριστικούς οργανισμούς) ή να υιοθετήσουν ενοποίηση των λειτουργιών για να αυξήσουν την κερδοφορία (π.χ. η TUI στην Ευρώπη). Δημιουργείται, έτσι, ένα νέο λειτουργικό περιβάλλον στο οποίο οι εξελισσόμενες τάσεις μπορούν να προκαλέσουν αναγνώριση της ανάγκης για συμμετοχή σε ορισμένα προϊόντα προς ανταγωνισμό. Η ανακοίνωση, τον Αύγουστο του 2002, ότι η British Midland αντικαθιστούσε την καθιερωμένη της αεροπορική εξυπηρέτηση από τον κόμβο (hub) του East Midlands με υπηρεσίες από τη χαμηλού κόστους αεροπορική εταιρεία bmibaby, υποδήλωνε αναγνώριση της ανάγκης να μειωθεί το κόστος και να επαναπροσανατολιστούν οι εργασίες της προς έναν αναπτυσσόμενο τομέα της αγοράς.

Στο πλαίσιο της πληροφορικής τεχνολογίας, το πρόσφατο λογισμικό που παρουσιάστηκε από την RWA, - το « το «πούλα το» λογισμικό πακέτο- επίσης, επιτρέπει σε περισσότερους τουριστικούς οργανισμούς να ανταγωνίζονται για την αγορά στο Διαδίκτυο δίνοντας τη δυνατότητα στους πελάτες να κάνουν αναζήτηση κατά προορισμό, σημείο αναχώρησης και τύπο διακοπών. Αυτή χρησιμοποιεί την ίδια τεχνολογία όπως τα ταξιδιωτικά πρακτορεία ιδιοκτησίας του My Travel στη Γερμανία. Αυτά τα εργαλεία επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να αναπτύσσουν νέες επιχειρηματικές στρατηγικές και να προσαρμόζουν τα προϊόντα στον πελάτη. Μια Καναδική έρευνα για τα ταξίδια μετά τα γεγονότα της 11<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου διαπίστωσε ότι οι νέες αυτές τάσεις χαρακτηρίζονται από μεταβολές στη συμπεριφορά των ταξιδιωτών, συμπεριλαμβάνοντας απαιτήσεις για αυξημένα μέτρα ασφάλειας, περισσότερα οδικά ταξίδια, μικρότερης διάρκειας ταξίδια και κρουαζιέρες και αύξηση στη ζήτηση για ασφαλέστερους προορισμούς. Επίσης, έχουν υπάρξει περισσότερες ταξιδιωτικές προσφορές για να υποκινήσουν τη ζήτηση.

Περαιτέρω, νέες επιχειρησιακές διαδικασίες που ονομάζονται υπέρ-ανταγωνισμός

(hypercompetition), παρατηρούνται τώρα στον ταχύτατα αναπτυσσόμενο τουριστικό τομέα. Ο D' Aveni (1998) χαρακτήρισε τον υπερ-ανταγωνισμό στον τομέα της τουριστικής βιομηχανίας σε όρους :

- Ραγδαίων καινοτομιών στα προϊόντα
- Επιθετικού ανταγωνισμού
- Μικρότερων κύκλων ζωής προϊόντων
- Επιχειρήσεων που πειραματίζονται για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των καταναλωτών
- Αυξημένης σημασίας των επιχειρηματικών συμμαχιών
- Καταστροφής των νορμών και των κανόνων των εθνικών ολιγοπωλίων, όπως των κρατικών αεροπορικών εταιρειών που ακόμα κυριαρχούν στην αεροπορία της Νοτιοανατολικής Ασίας.

Ο D' Aveni (1998) αναγνώρισε τέσσερις διαδικασίες που συμβάλλουν στον υπερ-ανταγωνισμό :

1. Την απαίτηση του πελάτη για καλύτερη ποιότητα σε χαμηλότερες τιμές
2. Τη ραγδαία τεχνολογική μεταβολή, που πραγματοποιείται μέσω της χρήσης της πληροφορικής
3. Την επέκταση των πολύ επιθετικών εταιρειών που είναι πρόθυμες να εισβάλλουν σε αγορές για κάποια χρόνια με ένα προϊόν κάτω του κόστους (π.χ. οι αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους), με σκοπό να καταστρέψουν τον ανταγωνισμό έτσι ώστε αυτές να κατευθύνουν την αγορά μακροχρόνια.
4. Τη σταδιακή εξάλειψη των κρατικών περιορισμών στον ανταγωνισμό παγκοσμίως

Ο υπερ-ανταγωνισμός μεταβάλλει τον τρόπο εισόδου των ανταγωνιστών στην αγορά και το πώς αυτοί αποδιοργανώνουν το υφιστάμενο επιχειρηματικό πλαίσιο :

- Επαναπροσδιορίζοντας την αγορά των προϊόντων με το να προσφέρονται περισσότερα προϊόντα σε χαμηλότερες τιμές
- Τροποποιώντας το σκοπό και την εστίαση ομαδοποιώντας και διασπώντας κλάδους
- Διαταράσσοντας την αλυσίδα της προσφοράς με επαναπροσδιορισμό της γνώσης και της τεχνογνωσίας που χρειάζεται για να παραδοθεί το προϊόν στον πελάτη
- Δεσμεύοντας παγκόσμιους πόρους από συμμάχους και εταίρους σε ανταγωνισμό με ανεξάρτητες επιχειρήσεις, καθώς ο ανταγωνισμός γίνεται παγκόσμιος

Όμως, δεδομένων αυτών των μεταβολών, θα περιοριστεί, άραγε, ο τουρισμός από τις κυβερνήσεις στο μέλλον, και αν ναι, πώς ;



## 12.6 Περιορίζοντας τον τουρισμό : η αρχή του τέλους ;

Με την παγκόσμια ανησυχία για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που δημιουργούνται από τη ρύπανση που προκαλεί ο τουρισμός, το περιβαλλοντικό μάνατζμεντ εμφανίστηκε ως νέο σλόγκαν στον τουριστικό τομέα. Αυτό έχει συμπεριληφθεί επίσης σε μια μεγαλύτερη συζήτηση για τα ηθικά ζητήματα που ανακύπτουν από τις μορφές του τουρισμού που θα επιτρέψουν οι κυβερνήσεις να αναπτυχθούν και πώς. Παραδείγματος χάριν, τα νομικά και ηθικά ζητήματα που περιβάλλουν την εκμετάλλευση που προκαλείται από το σεξουαλικό τουρισμό σε πολλές χώρες έχουν δημιουργήσει μια μεγάλη αντιπαράθεση για το πώς ο τουρισμός τροφοδοτεί μια τέτοια δραστηριότητα. Οργανισμοί όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ) και ο Σταματήστε την Παιδική Πορνεία και το Εμπόριο Ανθρώπων (End Child Prostitution and Trafficking – ECPAT) έχουν ξεκινήσει μια καμπάνια από το 1996 για να εξαλείψουν αυτό το απαράδεκτο στοιχείο του τουρισμού. Μια σημαντική εξέλιξη ήταν η εισαγωγή από την τουριστική βιομηχανία των εθελοντικών κανόνων συμπεριφοράς. Αυτό θεωρείται ως μια προσπάθεια της βιομηχανίας να επιδιώξει να τροποποιήσει κάποιες από τις κακές πρακτικές και επιπτώσεις της.

Παρόμοιες αντιπαραθέσεις, επίσης, εμφανίζονται αναφορικά με τις επιπτώσεις των αεροπορικών ταξιδιών και των μεταφορών στο φαινόμενο του θερμοκηπίου, όπως καταδείχτηκε το 2002 στην Παγκόσμια Διάσκεψη Κορυφής στη Νότια Αφρική. Το φαινόμενο του θερμοκηπίου αναδεικνύει τις αλληλεξαρτήσεις που υπάρχουν ανάμεσα στα διαφορετικά οικοσυστήματα και τις καταστρεπτικές επιπτώσεις που προκαλεί ο άνθρωπος μέσω του τουρισμού. Αν ο τουρισμός εξακολουθήσει να συμβάλλει σημαντικά σε τέτοια περιβαλλοντικά προβλήματα, τότε θα μετατραπεί σε μια αυτοκαταστροφική δραστηριότητα. Με την επίγνωση της παγκόσμιας φτώχειας, ο τουρισμός ως καταναλωτική δραστηριότητα απλώς τονίζει τις κοινωνικο-οικονομικές ανισότητες ανάμεσα στους έχοντες και τους μη-έχοντες της κοινωνίας σε τοπικά, εθνικά και διεθνή επίπεδα, ειδικά στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες με εύθραυστα περιβάλλοντα.

Οι υπέρμαχοι της ειρήνης έχουν υποστηρίξει ότι ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στην κατανόηση ανάμεσα σε πολιτισμούς και κοινωνίες. Παρόλα αυτά, οι ταξιδιώτες από τη Δύση που επισκέπτονται τις λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές απλά αναδεικνύουν τη φτώχεια και τις διαφορές στο εισόδημα, τροφοδοτώντας περαιτέρω τη δυσαρέσκεια και το φθόνο, και, σε ορισμένες περιπτώσεις, το έγκλημα και την πολιτική αναστάτωση. Η ανθρώπινη φύση είναι τέτοια ώστε ο πραγματικός αντίκτυπος του τουρισμού, του πλούτου και της κατανάλωσης των επισκεπτών σε μέρη με χαμηλά επίπεδα ανάπτυξης μπορεί να είναι ψυχολογικά και πολιτιστικά καταστρεπτικός. Την ίδια στιγμή, τα οικονομικά οφέλη που ο τουρισμός μπορεί

να φέρει τονίζοντας τον τουριστικό γρίφο – την εσωτερική του ένταση και τάση να είναι τόσο θετικός όσο και αρνητικός. Σ' αυτό το πλαίσιο, θα χρειαστεί πολιτικές και μάρκετινγκ του δημόσιου τομέα να διαχειριστούν τις σχέσεις αυτές πιο δυναμικά για να περιοριστούν οι πιθανές καταστροφικές επιπτώσεις.

Όμως, πρέπει μήπως να επιτρέπεται ο τουρισμός να εξαπλώνεται σε όλα τα μέρη του πλανήτη κατά τρόπο ανεξέλεγκτο ή ακόμα και σχεδιασμένο ;

Υπάρχουν ενδείξεις ότι η αυξανόμενη επιρροή του τουρισμού έχει αντίκτυπο σε κάθε γωνία της γης. Ακόμα και οι άθικτες άγριες περιοχές και τα πολύ ευαίσθητα περιβάλλοντα όπως η Ανταρκτική δεν είναι απρόσβλητα από το φαινόμενο των επισκεπτών. Οι προσπάθειες να επιτρέπεται η πρόσβαση των επισκεπτών, ύστερα από ειδική άδεια και έλεγχο, σε τέτοια παρθένα περιβάλλοντα με χρέωση υψηλών τιμών δεν έχουν περιορίσει τις συνέπειες, αλλά, μάλλον, απλώς αύξησαν τη ζήτηση για επισκέψεις. Παραδείγματος χάριν, η πρώτη καταγεγραμμένη πτήση πάνω από την Ανταρκτική πραγματοποιήθηκε από τη Χιλιανή Εθνική Αεροπορική Εταιρεία Linea Aerea Nacional το 1957 και το πρώτο εμπορικό πλοίο την επισκέφτηκε το 1958. Κατά το έτος 1998, ο τουρισμός αυξήθηκε στις 15.000 επισκέψεις ετησίως, με πλοίο, συγκεντρωμένες την περίοδο Νοεμβρίου-Φεβρουαρίου. Κάποιες προβλέψεις υποστηρίζουν ότι αυτές μπορεί να αυξηθούν στις 20.000 επισκέψεις τα επόμενα χρόνια. Υπάρχουν διάφορες πολιτικές για να περιοριστεί η ανάπτυξη του εμπορικού τουρισμού στην Ανταρκτική, όπως το Πρωτόκολλο της Μαδρίτης του 1991, η Antarctic Treaty Consultative Meeting (Συμβουλευτική Συνάντηση για τη Συνθήκη της Ανταρκτικής) στο Κιότο το 1994 και ένας εθελοντικός κώδικας λειτουργίας της Ένωσης των Τουριστικών Οργανισμών της Ανταρκτικής (δημιουργήθηκε το 1991).

Ωστόσο, είναι πρόδηλο ότι ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί : υπάρχει ως επιχειρηματική δραστηριότητα, αν και μόνο υπό τη μορφή των πτήσεων για θέαση του τοπίου και των περιορισμένων επισκέψεων με πλοίο από τους επισκέπτες της Δύσης που είναι συνήθως ευκατάστατοι, μορφωμένοι και επαγγελματίες. Αυτό αναδεικνύει τόσο την αρχή της αμοιβάδας όσο και την εξέλιξη της ιδέας της χιονόμπαλας Σ' αυτήν την περίπτωση, οι προσπάθειες αυτών με επενδεδυμένα συμφέροντα (π.χ. των τουριστικών οργανισμών) και των οργανισμών για την προστασία του περιβάλλοντος να περιορίσουν τις επισκέψεις διαβρώνονται αργά, αν και εύλογα ο περιορισμός είναι προς το συμφέρον τους, καθώς περιορίζοντας την προσφορά διατηρούν τις τιμές σε υψηλά επίπεδα.

Η επιδίωξη της τουριστικής βιομηχανίας για νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες έχει οδηγήσει ακόμη και τις χώρες που περιορίζουν τους επισκέπτες, όπως το Μπουτάν, να επιτρέπουν περισσότερους επισκέπτες, με σκοπό να συγκεντρώσουν πρόσθετο συνάλλαγμα. Θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι ο τουρισμός δεν έχει όρια και ότι ο σχεδιασμός και το αυτό-

μάνατζμεντ από κώδικες συμπεριφοράς της βιομηχανίας είχαν μόνο επιφανειακό αποτέλεσμα στην καταστροφή που επιφέρουν οι επισκέπτες στα ευαίσθητα περιβάλλοντα. Αντί να διατυπώνονται με περιοριστικούς τρόπους, αυτοί οι κανόνες πρέπει να διατυπώνονται θετικά (π.χ. το 'Μην πετάτε τα σκουπίδια σας εδώ' μπορεί να αντικατασταθεί με 'Παρακαλούμε πάρτε τα απορρίμματά σας σπίτι σας για να βοηθήσετε να μειωθεί η αρνητική επίπτωση στο περιβάλλον'). Για τους επικριτές, ωστόσο, αυτό σημαίνει ότι η βιομηχανία επιτηρεί τον εαυτό της – πράγμα που, συνήθως, συμβαίνει μόνο όταν αρχίζουν να εμφανίζονται σοβαρά προβλήματα. Παραδείγματος χάριν, στη Νέα Ζηλανδία μια τέτοια συζήτηση ξεκίνησε ως επακόλουθο πολυάριθμων ατυχημάτων που σχετιζόνταν με τον τουρισμό περιπέτειας.



«Όχι σκουπίδια σε θάλασσες και ακτές»

Η αντιπαράθεση πολιτικής επικεντρώθηκε στο κατά πόσο το κράτος έπρεπε να παρέμβει και να ρυθμίσει τους οργανισμούς, ή κατά πόσο η βιομηχανία πρέπει να αυτορυθμίζεται μέσω ευρείας χρήσης των κωδικών συμπεριφοράς.

Επικράτησε αυτό το τελευταίο σ' ένα κλίμα ελάχιστης κρατικής παρέμβασης, καθώς τα σημαντικά ατυχήματα καλύπτονταν από τη σχετική νομοθεσία περί αποζημίωσης ατυχημάτων, αν και υπάρχουν ενδείξεις ότι οι νομικές προκλήσεις, τώρα, αμφισβητούν το κατά πόσο αυτό θα συνεχιστεί. Ωστόσο, ήρθε η στιγμή για τους σχολιαστές και τους ερευνητές να πάρουν θέση και να θέσουν τα ακόλουθα ερωτήματα με σκοπό να συμμετέχουν σε μια ευρύτερη δημόσια συζήτηση για τον τουρισμό :

1. Υπάρχει, σήμερα, πραγματική ανάγκη να καταστήσουμε ορισμένα μέρη του κόσμου τόπους 'ελεύθερου τουρισμού';
2. Πρέπει ορισμένες παρθένες περιοχές να διατηρηθούν παρθένες χωρίς τις ιδιορρυθμίες του τουρισμού;
3. Πρέπει η Ανταρκτική να διατηρηθεί ως ένας φυσικός άγριος τόπος;
4. Πρέπει η φύση να έχει κάποιο διάστημα ανάπαυλας από τις συνεχείς πιέσεις από τον τουρισμό;

Οι απόψεις που υποδηλώνονται σ' αυτά τα ερωτήματα φαίνεται να αποτελούν κοινή λογική, καθώς τοποθετούνται σε σχέση με την περιβαλλοντική προστασία, αλλά παραμένουν αμφιλεγόμενες. Αυτό συμβαίνει γιατί αυτή καθεαυτή η εφαρμογή μιας τέτοιας θέσης θα περιορίζε την προσωπική ελευθερία του εύπορου τουρίστα και, πιο σημαντικό, θα εμπόδιζε τις επιχειρήσεις να εκμεταλλευτούν τις τουριστικές δυνατότητες μιας περιοχής. Ωστόσο, είναι βέβαιο ότι με την εισαγωγή της εικονικής πραγματικότητας αυτά τα περιβάλλοντα μπορούν να βιωθούν με πιο πρωτότυπους τρόπους παρά με ένα τρόπο που καταστρέφει την πλουτοπαραγωγική πηγή; Σε προορισμούς με ενόραση τα έσοδα από τον τουρισμό χρησιμοποιήθηκαν για να προστατευτεί και να διατηρηθεί η φύση και η κληρονομιά, αλλά αυτά τα παραδείγματα δεν αποτελούν τον κανόνα. Ένα από τα προβλήματα που δημιουργήθηκαν από την τουριστική ανάπτυξη στην Κίνα είναι η ένταση που προκλήθηκε σε περιοχές με περιβαλλοντικές δυνατότητες όπου υπάρχει ζήτηση για οικονομικά έσοδα από τον μεγάλης κλίμακας τουρισμό ενώ η περιοχή ταιριάζει καλύτερα στη μικρής κλίμακας, τοπικής ιδιοκτησίας οικοτουριστική ανάπτυξη. Δεδομένου του μεγέθους της ζήτησης για εγχώρια και διεθνή ταξίδια, ο τουρισμός μπορεί πραγματικά να περιγραφεί μόνο ως μια ανεξέλεγκτη διαδικασία από τη στιγμή που επικρατήσουν τα βασικά στοιχεία της οικονομικής ανάπτυξης και καθοδηγήσουν την ιδεολογική ανάπτυξη του τομέα. Έτσι, όπου ο τουρισμός ξεφύγει από τον έλεγχο μετατρέπεται σε καταστροφική δύναμη.

Δεν έχει γίνει αρκετός δημόσιος διάλογος ή ακαδημαϊκή συζήτηση αναφορικά με την αιτιολόγηση του περιορισμού του τουρισμού, ή απλώς με τη διατύπωση μιας θέσης που να λέει –όχι τουρισμός εδώ, παρακαλώ. Πρόκειται για ζήτημα ιδιαίτερα φορτισμένο πολιτικά, αλλά θα απαιτηθούν εναλλακτικές δυνατότητες οικονομικής ανάπτυξης στο πλαίσιο της δημόσιας πολιτικής αν δεν είναι ο τουρισμός η λύση. Δεν είναι απαραίτητο να είμαστε πολέμιοι του τουρισμού, αλλά είναι προτιμότερο να κατανοήσουμε ρεαλιστικά τι σημαίνει ένα μέλλον προσανατολισμένο στον τουρισμό για τους ανθρώπους, τον τόπο και το περιβάλλον και να εξετάσουμε τα μέτρα για να τον ελέγξουμε.

## Επίλογος

Η μεγάλη σειρά των δοκιμών και διαθρωτικών αλλαγών που σημειώθηκαν μεταπολεμικά (όπως η αύξηση της πληρωμένης αδειάς διακοπών των 3,4 και 5 εβδομάδων, όπως η υπερβολική ανάπτυξη των τεχνολογικών δεδομένων και των μέσων μαζικής μεταφοράς, όπως η χειροτέρευση των περιβαλλοντικών συνθηκών και η αλλαγή στον τρόπο διατροφής, άσκησης και υγιεινής) οδήγησαν τον τουρισμό σε σύγχρονη κοινωνική αναγκαιότητα. Η μεγάλη αυτή κοινωνική σπουδαιότητα του τουριστικού φαινομένου δημιούργησε ένα ολόκληρο πλαίσιο επιστημονικής ανάπτυξης και με τρόπο μάλιστα εξειδικευμένο, όπου πολλοί και διαφορετικοί επιστημονικοί κλάδοι αναλύουν και ερμηνεύουν τον τουρισμό. Ο τουρισμός από κοινωνιολογικής σκοπιάς λοιπόν, αποτελεί ένα κοινωνικό φαινόμενο το οποίο εκδηλώνεται με τη μετακίνηση ατόμων από ένα τόπο στον άλλο. Στα πλαίσια αυτής της μετακίνησης που είναι μια πανάρχαια δραστηριότητα η οποία μόνο ποσοτικά έχει διαφοροποιηθεί υπάρχουν και σπουδαία κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά. Πρόκειται για χαρακτηριστικά – έννοιες της σύγχρονης κοινωνιολογίας, όπως πολιτικές και πολιτιστικές αλλαγές (ένωση δύο Γερμανιών, τέλος πολέμου στον Περσικό κόλπο κλπ.), ο ελεύθερος χρόνος, η κοινωνική στρωμάτωση, η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος που επιτρέπει σε περισσότερους ανθρώπους να κάνουν διακοπές, οι κοινωνικές τάξεις που κάνουν τουρισμό, η κοινωνική κινητικότητα, η κοινωνικοποίηση μέσα από τον τουρισμό, και ακόμα ο κοινωνικός ρόλος του τουρίστα, οι ταξινομήσεις των τουριστικών χαρακτηριστικών κλπ. που η ανάλυση του φωτίζει με νέο πνεύμα τον χώρο του τουρισμού. Έτσι η εξαιρετικά ευρεία τουριστική ανάπτυξη που σημειώθηκε μετά τη λήξη του 2<sup>ου</sup> παγκοσμίου πολέμου τόσο διεθνώς όσο και στη χώρα μας, ουσιαστικά άλλαξε ριζικά το σκηνικό της κοινωνικής ζωής του σύγχρονου ατόμου. Στις αρχές του 21<sup>ου</sup> αιώνα, η σπουδαιότητα του τουρισμού, σε πολλές κοινωνίες σε όλο τον κόσμο, καταδεικνύεται από την αναγνώρισή του ως μέρους της κοινωνικής ιδιότητας του πολίτη. Ο τουρισμός έχει, επίσης, καταστεί για πολλούς ουσιώδες τμήμα του τρόπου ζωής τους και ένα μέσο δια τη διαμόρφωση της ταυτότητας στην εποχή που η κοινωνική τάξη γίνεται όλο και λιγότερο σημαντική ως καθοριστικός παράγοντας της κοινωνικής συμπεριφοράς. Εν τούτοις, είναι επίσης σημαντικό να θυμόμαστε ότι η πλειονότητα του παγκόσμιου πληθυσμού δεν έχει την ευκαιρία συμμετοχής και απόλαυσης των πλεονεκτημάτων που απορρέουν από τον τουρισμό, συνήθως εξαιτίας της φτώχειας. Το τουριστικό σύστημα δεν μπορεί, επομένως, να διαχωριστεί από τις ευρύτερες οικονομικές, κοινωνικές και πολιτικές δομές που υπάρχουν στην κοινωνία. Το εν λόγω σύστημα περιλαμβάνει μια ποικιλία εμπλεκομένων και, ως εκ τούτου, ένα φάσμα οικονομικών και

εξουσιαστικών συσχετισμών εντός και μεταξύ των κρατών. Αυτές οι σχέσεις επηρεάζουν όχι μόνο ποιους θα γίνει τουρίστας, αλλά, επίσης, ποιοι θα είναι οι αποδέκτες των ωφελειών και του κόστους του τουρισμού. Κατά συνέπεια, οι δομές της ευρύτερης πολιτικής οικονομίας επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι πόροι και τα οφέλη του τουρισμού θα κατανεμηθούν τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο όσο και τοπικά.

Ο ρόλος και η χρησιμοποίηση του τουρισμού στην κοινωνία έχουν πολλές πλευρές και εκδηλώνονται συνεχώς με αντιτιθέμενες όψεις. Για παράδειγμα, ο τουρισμός μπορεί να εμφανίζεται ως : Μέσο οικονομικής ανόρθωσης που χρησιμοποιείται για την καταπολέμηση της φτώχειας, αλλά ενδέχεται, επίσης, να παρατείνει την οικονομική ανισότητα` καταστροφείας της κουλτούρας, αλλά και πηγή για ανανέωση της υπερηφάνειας για τον πολιτισμό` καταστροφική δύναμη πάνω στη φύση, αλλά και μέσο για τη διαφύλαξη του περιβάλλοντος` μέσο διαφυγής από τις πιέσεις της καθημερινότητας ή αναζήτησης για το αυθεντικό` δραστηριότητα που ενδυναμώνει τις γυναίκες ή τις εκμεταλλεύεται κατά έναν πατριαρχικό ή στερεοτυπικό τρόπο. Ποιες από τις παραπάνω εκφάνσεις του τουρισμού θα εκδηλωθούν θα είναι τελικά αποτέλεσμα και αντανάκλαση των ευρύτερων συσχετισμών που ενυπάρχουν στην κοινωνία και της ηθικής βάσης επί της οποίας στηρίζονται.

Οι επιπτώσεις που προκύπτουν από τις αλληλεπιδράσεις που λαμβάνουν χώρα εντός του τουριστικού συστήματος είναι δυνατόν να εγείρουν έναν αριθμό ηθικών ζητημάτων. Αυτά περιλαμβάνουν θέματα δημοκρατίας και στέρησης των ανθρωπίνων ελευθεριών, την καταστροφή της φύσης, καθώς και την εκμετάλλευση και την καταχρηστική συμπεριφορά. Με δεδομένο το εύρος σε παγκόσμια κλίμακα και την αυξανόμενη σημασία του τουρισμού, αντιπαραθέσεις σχετικές με την ηθική του τουρισμού θα είναι στο μέλλον στο προσκήνιο. Ως εκ τούτου, η ανάγκη για βαθύτερη κατανόηση του τουρισμού και του ρόλου που διαδραματίζει στην κοινωνία δεν ήταν ποτέ πιο επιτακτική απ' ότι στην εποχή μας. Το τουριστικό φαινόμενο αντιπροσωπεύει έναν τομέα με αρκετές ιδιομορφίες και ιδιαιτερότητες. Οι μηχανισμοί που τον πλαισιώνουν, ιδίως όσον αφορά τον ελληνικό τουρισμό, φαίνεται να είναι ανεπαρκείς και αδυνατούν να ερμηνεύσουν την πραγματική του διάσταση και σημασία στα πλαίσια της εθνικής οικονομίας. Ταυτόχρονα, μια σειρά από μεταβολές επιτελούνται στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη την τελευταία δεκαετία, οι οποίες σχετίζονται άμεσα με το μέλλον του τουριστικού προϊόντος των χωρών υποδοχής, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγεται και η Ελλάδα.

Αυτές είναι οι ακόλουθες :

1. Η μετά το 1974 υπάρχουσα οικονομική κρίση στις χώρες προέλευσης των τουριστών, σε συνδυασμό με μια υπερπροσφορά τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών στις χώρες υποδοχής, αλλοιώνει τις προβλέψεις τόσο των διεθνών οργανισμών όσο και των μελλοντολόγων (Hermann Kahn) στις αρχές της δεκαετίας του 1970 για μια 'νορμάλ' εξέλιξη της τουριστικής δραστηριότητας.
2. Ο ανταγωνισμός από τις νέες τουριστικές περιοχές ή τα Νέα Τουριστικά Κράτη( Ν.Τ.Κ.), τα οποία παρουσιάζουν πολύ υψηλότερους δείκτες ανάπτυξης σε σχέση με κλασικούς προορισμούς, όπως η Ευρώπη, αυξάνεται με ταχύτατους ρυθμούς.
3. Οι πολιτικές των Tour-Operators, μέσα από τις επιτελούμενες μεγεθύνσεις ή προδιαγραφόμενες συγχωνεύσεις και καθετοποιήσεις, διαφοροποιούνται προς όφελος των νέων προορισμών.

Το πλέγμα των παραπάνω διαμορφούμενων συνθηκών, σε συνδυασμό με τους παράγοντες που αντανακλούν τις ιδιαιτερότητες του ελληνικού τουριστικού προϊόντος ή των επιμέρους υποπροϊόντων, απεικονίζει το παρόν και προδιαγράφει ένα πιθανό μέλλον. Το δόγμα που υιοθετήθηκε από όλες σχεδόν τις χώρες υποδοχής των τουριστών στις αρχές της δεκαετίας του 1970, ότι δηλαδή ο τουρισμός είναι 'αυθόρμητο φαινόμενο', ουσιαστικά τείνει να εκλείψει, παραχωρώντας τη θέση του στην επιστημονική ανάλυση και στο σχεδιασμό. Εντούτοις όμως, φαίνεται να βρίσκει ακόμα πρόσφορο έδαφος σ' όλα τα επίπεδα δομής, οργάνωσης και λειτουργίας των μηχανισμών που καθορίζουν και υλοποιούν τα μέτρα και τους στόχους της τουριστικής πολιτικής πολλών χωρών υποδοχής. Ο τουρισμός θα πρέπει να αποποιηθεί τις παραδοσιακές μορφές ερμηνείας του και να προσεγγίσει πλέον την έννοια μιας πολυκλαδικής δραστηριότητας, η οποία συμμετέχει σ' όλους σχεδόν τους οικονομικούς κλάδους της χώρας. Γι' αυτό όμως καθίσταται επιτακτική η επιστημονική θεώρηση του τουριστικού τομέα, όπου θα επιδιώκεται η επιστημονική ανάλυση και διερεύνηση της πολυσύνθετης και πολυδιάστατης υπόστασης και λειτουργίας του. Το σημείο όμως εκείνο το οποίο θα πρέπει να προσεχθεί ιδιαίτερα είναι αυτό της πορείας της κοινωνιολογικής τουριστικής έρευνας, για την οποία απαιτούνται ταυτόχρονα πολιτική βούληση και κονδύλια από τις εθνικές κυβερνήσεις. Δυστυχώς, στο θέμα αυτό η χώρα μας βρίσκεται πολύ πίσω, αν και η συμβολή του τουρισμού στην εθνική μας οικονομία είναι κεφαλαιώδης. Χωρίς την προσφυγή στην έρευνα αυτών των θεμάτων που απασχολούν τον σύγχρονο τουρισμό, τα αποτελέσματα πρόκειται να είναι πενιχρά και για τον τουρισμό μας και για την εθνική

οικονομία και για την παραπέρα ανάπτυξη της όποιας τουριστικής επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η Ελλάδα οφείλει να μπει στη νέα χιλιετηρίδα και στον νέο αιώνα του τουρισμού χρησιμοποιώντας την επιστήμη, την τεχνολογία και την έρευνα ως συστατικά στοιχεία ανάπτυξης. Αλλιώς....



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Βαρβαρέσος, Στέλιος.*, «Τουρισμός : έννοιες, μεγέθη, δομές, η ελληνική πραγματικότητα», εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα, 1998.
- Λύτρας, Περικλής, Ν.*, «Κοινωνιολογία και Ψυχολογία Τουρισμού», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 2004.
- Αγινητήης, Νικόλαος, Δ.*, «τουριστική ψυχολογία», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1978.
- Τσάρτας, Π.*, «Οι Κοινωνικές Επιπτώσεις του Τουρισμού στους Νομούς Κέρκυρας και Λασιθίου», εκδόσεις Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Αθήνα, 1995.
- Λύτρας, Περικλής, Ν.*, «Κοινωνιολογία του Τουρισμού», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, πρώτη έκδοση 1987, δεύτερη έκδοση 1998.
- Λύτρας, Περικλής, Ν.*, «Τουριστική ψυχολογία», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1993.
- Page, Stephen, J.*, «Εισαγωγή στον τουρισμό, Το τουριστικό Μάνατζμεντ στον 21<sup>ο</sup> Αιώνα», Επιστημονική Επιμέλεια: Μαυροδόντης, Θωμάς, εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, 2006.
- Holden, Andrew*, «Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό», Μετάφραση-Επιμέλεια: Μαυροδόντης, Θωμάς, εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, 2008.
- Κουρτέσας, Γ.*, «Σημειώσεις στο μάθημα Τουριστική Κοινωνιολογία», Σχολή Διοίκησης και οικονομίας, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων», Θεσσαλονίκη, 2000.
- Ε.Ο.Τ.*, *Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.*

*Ε.Ε.Ε., Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδας.*

*Π.Ο.Τ., Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού.*

*Ι.Τ.Ε.Π., Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων.*

*ΔΙ.Τ.Ε.Ξ., Διευθύνσεις Τουρισμού Εξωτερικού.*

*Υπουργείο Εργασίας / Ο.Α.Ε.Δ 1988-1994.*

*W.T.T.C., World Travel and Tourism Council ( Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδίων).*

