



Τ.Ε.Ι ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ SLOW TOURISM ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΟΙ
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



Φοιτήτρια: Γεωργία Γαρόνη

Εισηγητής :Γ. Σωτηρόπουλος

Δεκέμβριος 2014

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη.....	3
Εισαγωγή.....	6
Κεφάλαιο 1.....	9
1.1 Ορισμός Τουρισμού.....	9
1.2 Ιστορική Αναδρομή Τουρισμού.....	11
1.3 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα Τουρισμού.....	14
1.4 Επιδράσεις τουρισμού στην κοινωνία και τον πολιτισμό.....	21
1.4.1 Επιδράσεις στην οικονομία.....	23
1.4.2 Επιδράσεις στο περιβάλλον.....	26
1.5 Τύποι και είδη τουρισμού.....	28
Κεφάλαιο 2-Μαζικός τουρισμός(έννοια και επιδράσεις).....	30
2.1 Μαζικός τουρισμός.....	30
2.2 Εναλλακτικός τουρισμός.....	32
2.2.1 Η Φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού.....	32
2.3 Βασικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού.....	35
2.4 Είδη εναλλακτικού τουρισμού.....	37
2.4.1 Αγροτουρισμός.....	37
2.4.2 Πολιτισμικός τουρισμός.....	39
2.4.3Οικοτουρισμός.....	41
2.4.4 Αθλητικός τουρισμός.....	46
2.5 Τι είναι τουριστικό προϊόν.....	48
Κεφάλαιο 3-Αργό Κίνημα.....	50
3.1 Εισαγωγή.....	50
3.2 Ιστορική αναδρομή αργού τουρισμού.....	51
3.3 Ορισμός αργού τουρισμού.....	53
3.4 Τι είναι αργό ταξίδι.....	55
3.5 Οφέλη του slow Travel.....	60
3.6 Οι διαφορές μεταξύ του γενικού τουρισμού και αργού ταξιδιού.....	62
3.7 Σκοπός του slow food και cittaslow.....	63
3.7.1 Αργές πόλεις.....	65
3.8 Οι διαστάσεις του slow τουρισμού.....	66
3.8.1 Περιγραφή και κίνητρα Αργού ταξιδιώτη.....	71

3.8.2 Κίνητρα Αργού ταξιδιώτη.....	74
3.8.3 Προορισμός εμπειρία αργού ταξιδιώτη.....	75
3.8.4 Ποιοι είναι αργοί ταξιδιώτες.....	76
3.8.5 Τα χαρακτηριστικά του μαζικού και αργού τουρίστα.....	77
3.9 Αργά ταξίδια στην Ευρώπη ορισμένες κατευθυντήριες αρχες.....	79
Κεφάλαιο 4-(Η εξέλιξη του τουρισμού στην Ελλάδα πριν την εμφάνιση του εναλλακτικού τουρισμού).....	80
4.1 Τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα.....	81
4.1.1 Η απογείωση της τουριστικής ανάπτυξης.....	85
4.2 Αειφόρος ανάπτυξη στην Ελλάδα.....	88
4.3 Η συμπεριφορά των αφίξεων σε σχέση με την οικονομία.....	93
4.4 Ο ρόλος της Ελλάδας στη διεθνή αγορά.....	98
Επίλογος.....	102
Βιβλιογραφία	

Περίληψη

Ο Αργός Τουρισμός είναι ένας εξειδικευμένος κλάδος του τουρισμού που διαφοροποιείται πλήρως από το μαζικό μοντέλο του τουρισμού που επικρατεί μέχρι σήμερα σε πολλές περιοχές του κόσμου.

Επέκταση του αργού τουρισμού είναι το Slow Food το οποίο είναι ένας μη κερδοσκοπικός, οικο-γαστρονομικό, μέλος υποστηρίζεται οργάνωση που ιδρύθηκε το 1989 για την αντιμετώπιση Fast Food και γρήγορους ρυθμούς της ζωής. Μια περαιτέρω ανάπτυξη του Slow Food είναι η Cittaslow Κίνημα, που βασίζεται στις ιδέες του Slow Food, αλλά επεκτείνεται τη φιλοσοφία σε πόλεις και προορισμούς. Αργή τουρισμός έχει εξελιχθεί ως επέκταση της αργής φιλοσοφία να περιλαμβάνει δραστηριότητες ταξιδιού και του τουρισμού. Αργή Ο τουρισμός μπορεί να συζητηθεί από την συμπεριφορά των καταναλωτών, την εμπορία ή τη βιώσιμη προοπτική του τουρισμού. Δεν πολλή έρευνα έχει γίνει ακόμα σε αργούς τουρίστες. Ο κύριος στόχος αυτής της εργασίας είναι να προσδιορίσει ποιος αργή τουρίστες. Ως εκ τούτου, η εμπειρική έρευνα έχει πραγματοποιηθεί σε Seferihisar, όπου είναι η πρώτη Cittaslow και αργή προορισμός στην Τουρκία. Σύμφωνα με τις αρχές Cittaslow, οι Seferihisar επισκέπτες κατηγοριοποιούνται σε τρεις διαφορετικούς τύπους: αφιερωμένο, που ενδιαφέρονται, και τυχαία αργή τουρίστες. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ ολόκληρων μέσα ελκυστικότητας της αργής τουριστικών ειδών.

Λέξεις κλειδιά: Cittaslow, η βραδύτητα, το Slow Food, Slow Τουρισμού, Αργή Τουρισμού

Abstract

Slow Tourism is a specialized department of tourism which is fully differentiated from the model of mass tourism that dominates various areas of the world until today. Extension of Slow tourism is Slow Food which is a non-profit, eco-gastronomic, member-supported organization founded in 1989 to counteract Fast Food and fast life. A further development of Slow Food is the Cittaslow Movement, which builds on the ideas of Slow Food but extends the philosophy to cities and destinations. Slow Tourism has evolved as an extension of slow philosophy to encompass travel and tourism activities. Slow Tourism can be discussed from a consumer behavior, marketing or sustainable tourism perspective. Not much research has yet been done on the slow tourists. The main objective of this paper is determining who slow tourists are. Therefore, the empirical research has been realized in Seferihisar where is the first Cittaslow and slow destination in Turkey. According to the Cittaslow principles, Seferihisar visitors are categorized into three different types: dedicated, interested, and accidental slow tourists. Results show that, there are statistically significant differences between whole attractiveness means of slow tourist types.

Key Words: Cittaslow, Slowness, Slow Food, Slow Tourism, Slow Tourist

Εισαγωγή

Ο Αργός Τουρισμός αποτελεί μία νέα τάση στην τουριστική βιομηχανία και αποτελεί το κύριο θέμα μελέτης της παρούσας πτυχιακής εργασίας. Η αργή κίνηση είναι παρούσα σε πολλά μέρη της καθημερινής ζωής και μπορεί κανείς να πάρει εύκολα την αίσθηση ότι το επίθετο αργή προστίθεται σε όλα τα φαινόμενο, κλάδους και τομείς. Ένας από τους τομείς αυτούς είναι ο τομέας του τουρισμού (Fullagar, Wilson & Markwell, 2012). Η αργή κίνηση είναι ένα αντίδοτο για τις ολοένα και πιο γρήγορα παγκόσμιες δραστηριότητες. Είναι για όλους εκείνους που θέλουν να επιβραδύνει και να τρέφονται με ρυθμό, αλλά και για όσους θέλουν να εξερευνήσουν τις ευκαιρίες του να είναι σε αντίθεση με και στο πλαίσιο του τουρισμού, κινείται με διαφορετικό τρόπο (Fullagar, & Wilson & Markwell, 2012). Επιβράδυνση ενώ είναι σε διακοπές περιγράφεται με τον όρο «αργό ταξίδι» ή «αργή τουρισμός» (Rawlinson, 2011). Η έρευνα έχει δείξει ότι η αργή τουρισμός είναι μια αναδυόμενη τμήμα της αγοράς που προβλέπεται να αυξηθεί σε ετήσια βάση κατά 10% στη Δυτική Ευρώπη κατά τη διάρκεια των επόμενων πέντε ετών. Επιπλέον, έχει συναφθεί ως «μια σημαντική εναλλακτική λύση για την« ήλιος και θάλασσα »και πολιτιστικού τουρισμού» (Lumsdon & McGrath, 2011). Αργός τουρισμός πρέπει να ακολουθεί δύο βασικές αρχές: τη λήψη του χρόνου και προσκόλληση σε μια συγκεκριμένη θέση. Λαμβάνοντας το χρόνο σημαίνει τροποποίηση της καθημερινής σχέσης χρόνου, ειδικά μια διαφορετική αντίληψη για τη φύση και να ζουν σε αρμονία με έναν τόπο, τους κατοίκους της, και τον πολιτισμό τους. Το περιβάλλον δεν είναι απλώς αντιληπτή με την όραση, αλλά με τη χρήση και τις πέντε αισθήσεις. Οι τουρίστες πρέπει να είναι σε θέση να αλλάξει το ρυθμό, να κοιτάξουμε παρά να δείτε, να γνωρίσετε την περιοχή και όχι να το (Μάτος, 2004) υπομένουν. Η βασική φιλοσοφία της αργής τότε είναι εν μέρει μια αντίθεση για γρήγορη, αλλά υπάρχει επίσης μια συνεκτικότητα με την οικολογία και την αειφόρο ανάπτυξη, η οποία προέρχεται από ένα ενδιαφέρον για την περιοχή και τον τόπο καθώς και από κλώνους της πράσινης μετακίνησης (Dickinson, 2009? Dickinson και Lumsdon, 2010). Η βιώσιμη ανάπτυξη, η οποία περιλαμβάνει οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικο-πολιτιστική βιωσιμότητα, θα πρέπει να εκλαμβάνεται ως πυλώνα της φιλοσοφίας του Slow Τουρισμού (Matos, 2004). Βραδύτητα είναι μια

αποτελεσματική ιδέα του Slow Τουρισμού. Slow Food υπογραμμίζει τη φιλοσοφία της βραδύτητας. Είναι αφιερωμένη σε μια τροφή που βασίζεται στις αρχές της υψηλής ποιότητας και αισθητικής, την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και την κοινωνική δικαιοσύνη στην ουσία, ένα σύστημα τροφίμων που είναι καλό, καθαρό και δίκαιο. Slow Food επιχειρεί να καταλύσει μια ευρεία πολιτιστική στροφή από τις καταστροφικές συνέπειες ενός βιομηχανικού συστήματος τροφίμων και γρήγορη ζωή? προς τις αναγεννητικού πολιτιστικού, οικολογική, κοινωνική και οικονομικά οφέλη από ένα βιώσιμο σύστημα τροφίμων, περιφερειακές παραδόσεις τροφίμων, τις απολαύσεις του πίνακα, και μια πιο αργή και πιο αρμονικούς ρυθμούς της ζωής (Croce και Περρή, 2010? Πάρκινς και Craig, 2006? Petrinι, 2003, 2007, 2010). Cittaslow, πράγμα που σημαίνει αργή πόλη, είναι ένα διεθνές δίκτυο των μικρών πόλεων που προήλθε από την Ιταλία λιγότερο από ό, τι πριν από μια δεκαετία, με στόχο την αντιμετώπιση του Slow Food φιλοσοφία στον πολεοδομικό σχεδιασμό και τον προγραμματισμό τους. Το δίκτυο πολλαπλασιάζονται σε πολλές άλλες χώρες, στην Ευρώπη και σε άλλες ηπείρους, και υπάρχουν 141 Cittaslow πόλεις σε όλο τον κόσμο (Miele, 2010? Ροζ, 2008). Μια Cittaslow συμφωνεί να εργαστεί για μια σειρά από στόχους που αποσκοπούν στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών της και των επισκεπτών της, και να μοιραστούν καλές ιδέες, εμπειρίες και γνώσεις σε όλα τα εθνικά και διεθνή δίκτυα Cittaslow (Heitmann, Robinson και Povey, 2011? Hoeschele, 2010? Miele, 2010). Επιπλέον, διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, όπως ο οικοτουρισμός, ο βιώσιμος τουρισμός και η αργή τουρισμού έχουν προκύψει που έχουν ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά, όσον αφορά την ποιότητα του χρόνου που δαπανάται για διακοπές. Αυτό παρέχει στους ταξιδιώτες από ανεπτυγμένες χώρες την ευκαιρία να επιστρέψει σε ξεχασμένες θέσεις και την εμπειρία τους τομείς (Nistireanu, Dorobantu & Tuclea, 2011)Αργά ταξίδια μπορεί να γίνουν παντού και δεν δεσμεύονται δεν συνεπάγονται μεγάλες αποστάσεις ή σε μια ορισμένη ταχύτητα. Στην πραγματικότητα οι αργοί ταξιδιώτες μπορούν να ξεκινήσουν το ταξίδι τους όταν βγαίνουν από την πόρτα και τον προορισμό τους μπορεί να είναι μόνο μερικά χιλιόμετρα μακριά. Παρ 'όλα αυτά, αυτό δεν αποκλείει ταξίδια στην άλλη άκρη του κόσμου (Rawlinson, 2011).

Τα ερευνητικά ερωτήματα ήταν τα ακόλουθα: Τι είναι Αργός Τουρισμός και πώς θα είναι στο μέλλον; Ποια είναι τα χαρακτηριστικά του αργού τουρίστα; Πως κινείται ο αργός τουρισμός στην Ευρώπη καθώς και η ανάπτυξη αυτού στην χώρα

μας.Στην παρούσα έρευνα θα καθορισθούν τα βασικά στοιχεία του αργού τουρισμού μαζί με διάφορα ευρήματα που έχουν προέρθει μέσω παρατήρησης από την αγορά του αργού τουρισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 Ορισμός του Τουρισμού

Πολλές είναι οι προσπάθειες που έχουν γίνει για να δοθεί ένας επακριβής ορισμός του Τουρισμού. Από τα κύρια χαρακτηριστικά του, πέντε μπορούν να εξακριβωθούν εννοιολογικά και συγκεκριμένα τα εξής:

Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς επί τουλάχιστον ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών τους αναγκών.

Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: Το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένου της διατροφής.

Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.

Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα σε λίγες, μέρες βδομάδες ή μήνες.

Οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους.

Το 1941 οι καθηγητές Hunziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης υποστήριξαν την άποψη πως ο τουρισμός πρέπει να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν μη μόνιμων κατοίκων του.

Το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών σύστησε στις χώρες-μέλη της να υιοθετήσουν έναν ορισμό που χαρακτήριζε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή περισσότερο σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα. Προκειμένου να διασφαλιστεί ότι ο ορισμός αυτός δεν είναι υπερβολικά περιοριστικός, η έννοια του «ξένου» θα πρέπει να γίνει αντιληπτή όχι μόνο ως ένας τουρίστας από άλλη χώρα, αλλά πιο απλά ως «ένας μη ιθαγενής επισκέπτης». Ο επόμενος ορισμός δόθηκε το 1937 από

την Κοινωνία των Εθνών, είναι πράγματι πιο ακριβής όσον αφορά το θέμα αυτό και διευκρινίζει ότι: Τουρίστας είναι το άτομο που ξοδεύει ένα χρονικό διάστημα τουλάχιστον 24 ωρών σε μια χώρα που είναι διαφορετική από τον τόπο κατοικίας του. Αυτός ο ορισμός έχει δύο βασικά χαρακτηριστικά: από τη μία, δεν αναφέρεται στο κίνητρο πραγματοποίησης ενός ταξιδιού, σιωπηλά θεωρεί ως τουρίστες όλα τα άτομα που ταξιδεύουν είτε για διασκέδαση είτε για επαγγελματικούς λόγους. Από την άλλη, οι άνθρωποι που φθάνουν σε έναν προορισμό με στόχο να μείνουν εκεί για δουλειά ή για προσωπικούς λόγους, δεν είναι τουρίστες. Ο παράγοντας παρακίνηση είναι αντίθετα το βασικό συστατικό του ορισμού «επισκέπτης» που υιοθετήθηκε το 1968 από το International Union of Official Travel Organization (που μετά έγινε Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού και σήμερα καλείται UNWTO): Ως επισκέπτης ορίζεται ως το πρόσωπο που ταξιδεύει σε μία χώρα που είναι άλλη από τον τόπο κατοικίας του για οποιοδήποτε λόγο εκτός της πληρωμένης εργασίας. Ενώ στον ορισμό της Κοινωνίας των Εθνών η έμφαση δίνεται στη διάρκεια της διαμονής δηλ. τουλάχιστον 24ώρες, ο τελευταίος ορισμός κάνει μία σημαντική διάκριση γιατί χρησιμοποιείται η λέξη «επισκέπτης». Επισκέπτης είναι οποιοσδήποτε ταξιδεύει, σύμφωνα με συγκεκριμένα κίνητρα. Κατ' αυτό τον τρόπο, μπορούμε τεχνικά να ονομάσουμε ως «ημερήσιο ταξιδιώτη» ή «ταξιδιώτη της ίδιας ημέρας» οποιονδήποτε μένει σε έναν προορισμό για περισσότερο από 24 ώρες ενώ καλείται «τουρίστας» οποιοσδήποτε μένει στον προορισμό για περισσότερες από 24ώρες (με άλλα λόγια, ένας επισκέπτης που διανυκτερεύει είναι τουρίστας).

Δυόμιση δεκαετίες αργότερα, το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό, που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη συμφώνησε ο όρος επισκέπτης να περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μία χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος για το οποίο να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται. Ο ορισμός αυτό καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών:

Τους *τουρίστες*: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί ένα 24ωρο, και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.

Τους *εκδρομείς*: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιεροπλοίων, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν την ίδια μέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων κλπ.

1.2 Ιστορική Αναδρομή Τουρισμού

Αν μιλήσουμε για την εμφάνιση του τουριστικού φαινομένου στην Ελλάδα θα πρέπει να ανατρέξουμε στις αρχές του 19ου αιώνα και όχι στη σύγχρονη μεταπολεμική περίοδο που ακολούθησε τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, όπου στρέφεται αυτόματα η σκέψη, καθότι υπήρξε όντως ραγδαία άνοδος των τουριστών στη χώρα μας.

Ο όρος «tourist» χρησιμοποιήθηκε στο 1800 στην Αγγλία. Ενώ το 1963 η συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για τον Τουρισμό και τα διεθνή ταξίδια, που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη 21 Αυγούστου έως 5 Σεπτεμβρίου, ορίζει ως «επισκέπτη», «κάθε άτομο το οποίο μετακινείται σε μια άλλη χώρα, διαφορετική από κείνη της μόνιμης κατοικίας του, για οποιονδήποτε λόγο εκτός από εκείνον της άσκησης αμειβομένου επαγγέλματος». Γίνεται επίσης διαχωρισμός του όρου σε τουρίστες και εκδρομείς.

Ως έτος γέννησης του Τουρισμού θα θεωρήσουμε το 1855 όταν ο Thomas Cook οργάνωσε το «Circular Club», ενώ το 1890 ιδρύεται το Touring Club στη Γαλλία και το 1895 ιδρύεται η δική μας «Ποδηλατική Εταιρία» η οποία μετονομάζεται το 1909, με τροποποίηση του καταστατικού της, σε «Ελληνική Εταιρεία Περιηγήσεων - Touring Club». Ο περιηγητισμός αποτελεί πλέον την κύρια δραστηριότητα του σωματείου που απλώς διατηρεί και ποδηλατικό τμήμα.

Πριν όμως από το 1890 εντοπίζεται η ίδρυση και άλλων σωματείων στη χώρα μας, τα οποία και αυτά αναφέρονται στον εσωτερικό τουρισμό:

Ο «Περιπατητικός Σύλλογος» που ίδρυσε το 1887 ο καθηγητής Γιάννης Σαρρής με μέλη κυρίως μαθητές του Γυμνασίου της Πλάκας και ο «Ανευ ρεκλάμας Πεζοπορικός Σύλλογος» με μέλη δημοσιογράφους και λογίους της εποχής τον Κρυστάλλη, τον Καρκαβίτσα, τον Βλαχογιάννη κ.ά. που ιδρύθηκε το 1889 (Β. Κωνσταντινόπουλος, Στοιχεία από την Ιστορία, του ελληνικού εκδρομισμού, Αθήνα 1959). Χαρακτηριστική είναι η ονομασία του εκδρομικού συλλόγου που ο

Καμπούρογλου με φιλική συντροφιά είχε δημιουργήσει, και είχαν αυτονομαστεί «Εξερευνηταί των Αγνώστων χωρών της Αττικής», και όπου μετείχαν ο Αλ. Πάλλης, ο Περ. Γιαννόπουλος, ο Γιάννης Ζυγομαλάς, ο Γρ. Ξενόπουλος κ.ά.

Το 1914 ακολουθεί η σύσταση της «Εταιρίας των Φιλοξένων», εκ παραλλήλου δε και η πρώτη κρατική υπηρεσία με θέμα την τουριστική οργάνωση της Ελλάδας, με την ονομασία «Γραφείον Ξένων και Εκθέσεων», στο υπουργείο Εθνικής Οικονομίας.

Ακολουθεί το 1929 η ίδρυση του ΕΟΤ «Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού» επί Ελ. Βενιζέλου με τον νόμο 4377/1929, στον οποίο οφείλονται και τα πρώτα τεχνικά έργα υποδομής, όπως τα τουριστικά περίπτερα σε διάφορους αρχαιολογικούς χώρους.

Όλες αυτές οι αξιόπαινες προσπάθειες και άλλες μεταγενέστερες, μέχρι τη λήξη του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, δεν πέτυχαν να δημιουργήσουν το απαραίτητο κλίμα για την προσέλκυση ικανοποιητικού αριθμού ξένων επισκεπτών. Και τούτο, διότι η χώρα μας ακρωτηριασμένη μέχρι το 1913 κατά τα 2/3 και με πολυτάραχο βίο 80 ετών περίπου, δεν διέθετε ούτε την κατάλληλη υποδομή ούτε τα αναγκαία στελέχη για τη λειτουργία τουριστικής κίνησης.

Με την ανακάλυψη της ατμομηχανής στις αρχές του 19ου αιώνα και την επέκταση του σιδηροδρομικού δικτύου καθώς και την κατασκευή πολυτελών κρουαζιεροπλοίων άρχισαν οι αφίξεις στη χώρα να πληθαίνουν, αλλά για τον 19ο αιώνα και αρχές 20ού που αναφερόμαστε, αυτές είναι σποραδικές, μεμονωμένων προσώπων ή ομάδων υψηλής οικονομικής και κοινωνικής στάθμης τους οποίους μάλιστα ο λαός αποκαλούσε «λόρδους» ή «μιλόρδους».

Είναι ενδιαφέρουσα και εντυπωσιακή η περιγραφή στον ημερήσιο Τύπο της εποχής πριν από 120 χρόνια ακριβώς, της άφιξης στις 5 Μαρτίου 1893 του πολυτελούς κρουαζιερόπλοιου «Πρίγκηψ Βίσμαρκ» το οποίο με πλήρωμα 250 αντρών μετέφερε 300 περιηγητές οικονομικά και κοινωνικά εύρωστους, από την Κωνσταντινούπολη στον Πειραιά, στον όρμο της «Κρεμμυδαρούς» (η περιοχή της Δραπετσώνας, όπου βρίσκονταν μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1990 οι δεξαμενές του ΟΛΠ, ήταν παλιότερα όρμος που ονομαζόταν «Κρεμμυδαρού» από τις πολλές μεγάλες κρεμμύδες -μποτσίκια- που φύτεωναν εκεί). Η τιμή του εισιτηρίου, για αυτό το ταξίδι που διήρκησε ένα μήνα, έφθανε τις 2 (δύο) λίρες στερλίνες ημερησίως (όλα πληρωμένα) όταν η αγοραστική αξία της δεκάρας ήταν σημαντική. Το πλοίο ερχόμενο από Κωνσταντινούπολη, είχε επιτύχει και μερικές

επίσημες τιμητικές διακρίσεις. Ο Σουλτάνος είχε απονεμίσει στον νεαρό πλοίαρχο το ανώτερο τουριστικό παράσημο «οσμανιέ» και είχε διαβιβάσει μέσω του υπασπιστού του, τους προσωπικούς του χαιρετισμούς προς τους ταξιδεύοντες τουρίστες προσφέροντας παράλληλα σε αυτούς μεγάλες ποσότητες ζαχαρωτών και καπνού.

Τα πράγματα για τον τουρισμό άλλαξαν με τα χρόνια λόγω της αναβάθμισης της τεχνολογίας των υποδομών αλλά η τρομακτική ώθηση για μαζικοποίηση του φαινομένου οφείλεται περισσότερο στο αυτοκίνητο και το αεροπλάνο που αντικατέστησαν τα παραδοσιακά μέσα. Ιδιαίτερως το αεροπλάνο και λόγω μείωσης της χρονοαπόστασης και της προσφοράς ταξιδιωτικών πακέτων, επέτρεψε το «ταξίδι διακοπών» σε ευρύτερα στρώματα της κοινωνίας.

Το άπλωμα του τουριστικού προνομίου όπως ήταν φυσικό έφερε και αλλαγές στην ψυχολογία του τουρίστα και στις μορφές του τουρισμού (συνεδριακός, αγροτουρισμός, χειμερινός, κοινωνικός τουρισμός, τουρισμός χειμερινών αθλημάτων, 3ης ηλικίας κ.λπ.). Δύο χαρακτηριστικά ξεχωρίζουν: από τη μία πλευρά, η αναζήτηση της ευχαρίστησης ολοένα και αντικαθιστούσε τις εκπαιδευτικές πτυχές, από την άλλη τα πλούσια μέλη της μεσαίας τάξης προσπάθησαν να μιμηθούν τη συμπεριφορά μετακίνησης των ευγενών και της ανώτερης μεσαίας τάξης. Κατά συνέπεια, οι αριστοκράτες που ήθελαν να αποφύγουν την ανάμειξη με την αστική νεόπλουτη τάξη αναζητούσαν πιο αποκλειστικούς προορισμούς (Mason, 2003) Η ανάπτυξη του τουρισμού στον 20ό αιώνα μπορεί να χωριστεί σε διάφορες περιόδους. Διακρίνουμε μία «αναπτυξιακή φάση» μεταξύ του 1915 και του 1945. Η περίοδος αυτή καλύπτει τη στασιμότητα στον τουρισμό ως αποτέλεσμα του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου αλλά και μεταβατικές εξελίξεις οι οποίες σταδιακά αποκτούσαν σημασία.

Ολη αυτή η εξέλιξη και η πληθώρα τουριστών και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αναπτύχθηκαν καθώς επίσης και ο ανταγωνισμός με γειτονικές χώρες, προϋποθέτουν τη δημιουργία της κατάλληλης εκείνης υποδομής, που θα επιτρέψει την ανάπτυξη των σχετικών δραστηριοτήτων. Η ανάπτυξη εξελίχθηκε επεισοδιακά και βασίζεται σε ένα αριθμό μεταβαλλόμενων κοινωνικών συνθηκών και παραγόντων. Το πιο σημαντικό είναι ότι αναμφίβολα περιλαμβάνει όχι μόνο την πρόοδο της εκβιομηχάνισης, τις δημογραφικές αλλαγές, την αστικοποίηση και την επανάσταση στον τομέα των μεταφορών, αλλά και τη βελτίωση των

κοινωνικών και εργασιακών δικαιωμάτων, την αύξηση του πραγματικού εισοδήματος και τις προκύπτουσες αλλαγές στη ζήτηση (Moran, 1993)

1.3 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα Τουρισμού

Στην Ελλάδα ειδικά , συναντάμε αυτές τις επιπτώσεις στις παράκτιες και νησιώτικες περιοχές . Αυτό οφείλεται σε ένα μεγάλο βαθμό στην υιοθέτηση του κυρίαρχου μοντέλου του τουρισμού (τουρισμός των 4s: sun, sea, sand, sex).

Στην Ελλάδα το 90% όλων των τουριστικών δραστηριοτήτων βρίσκονται συγκεντρωμένα στις ακτές . Καταστροφές στο περιβάλλον δημιουργούνται κυρίως στις ακτές και τα δάση από καταπατήσεις μεγάλων εκτάσεων και ανοικοδόμηση ξενοδοχειακών μονάδων και άλλων εγκαταστάσεων .

- μόλυνση του φυσικού περιβάλλοντος από τα μέσα μεταφοράς των τουριστών . Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του Π.Ο.Τ το 60% των τουριστικών μετακινήσεων στις βιομηχανικές χώρες γίνεται με ΙΧ ενώ οι πτήσεις των αεροπλάνων (τακτικές ή τσάρτερ) συνεχώς αυξάνουν .

Ο τουρισμός, μέσα από τις δραστηριότητές του, επιδρά σε πολύ μεγάλο βαθμό με το φυσικό περιβάλλον, σε σημείο που όταν υποβαθμίζεται το φυσικό περιβάλλον να πλήττει το τουριστικό προϊόν. Αυτό οφείλεται στην μορφή του μαζικού – βιομηχανοποιημένου που έχει πάρει ο τουρισμός τι τελευταίες δεκαετίες.

Οι αρνητικές επομένως επιδράσεις του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον εμφανίζονται όταν ο τουρισμός ξεπερνά τη φέρουσα ικανότητα του φυσικού περιβάλλοντος, όταν δηλαδή η τουριστική ανάπτυξη ξεπεράσει τα όρια αντοχής του τόπου. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση της τουριστικής ανάπτυξης, την υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και του φυσικού περιβάλλοντος.

Από την άλλη πλευρά όμως υπάρχουν παραδείγματα όπου η τουριστική ανάπτυξη ωφέλησε το φυσικό περιβάλλον, προστατεύοντας το, για λόγους διατήρησης ή βελτίωσης της ελκυστικότητας του τουριστικού προϊόντος. Στην Κύπρο έχουν δημιουργηθεί πολλές πλατείες και πάρκα στις τουριστικές περιοχές όπως στην Αγία Νάπα και στον Πρωταρά. Σε άλλες περιπτώσεις κάποιες περιοχές ανακηρύσσονται προστατευόμενες όπως το φαράγγι του Άβακα, το δασικό πάρκο του Κάβο Γκρέκο κτλ.

Τα μειονεκτήματα του τουρισμού μπορεί να είναι άμεσα ή έμμεσα, παροντικά ή μελλοντικά και μπορεί να αφορούν στο τοπικό, το περιφερειακό ή το διεθνές φυσικό περιβάλλον.

Έδαφος



Το **έδαφος** δέχεται μεγάλες πιέσεις από τον τουριστικό τομέα, αφού είναι ο βασικός πόρος ανάπτυξης των τουριστικών δραστηριοτήτων.

Προκαλεί επέκταση της αστικής

δομής, παρέμβαση στο άθικτο φυσικό περιβάλλον για την κάλυψη των αναγκών σε μεταφορές, ηλεκτροδότηση, υδροδότηση και κέντρων αναψυχής και δραστηριοτήτων. Με αυτό τον τρόπο ανταγωνίζεται σε τεράστιο βαθμό τις παραδοσιακές χρήσεις της γης (γεωργία, κτηνοτροφία). Επιπλέον τεράστιες επιπτώσεις υφίστανται και οι παράκτιες περιοχές όπως η διάβρωση των ακτών, η ακαλαισθησία και η ρύπανση των νερών.

Μεγάλο κεφάλαιο αποτελεί και η ρύπανση του εδάφους που προέρχεται από τα στερεά απόβλητα των ξενοδοχείων και των κέντρων αναψυχής ή από τα σκουπίδια που πετούν μεμονωμένοι τουρίστες. Τα απόβλητα των τουριστικών επιχειρήσεων τις περισσότερες φορές δεν υφίστανται την απαραίτητη επεξεργασία με αποτέλεσμα να ρυπαίνουν το υπέδαφος και τον υδροφόρο ορίζοντα. Τα σκουπίδια που πετάνε ασυνείδητοι τουρίστες προκαλούν, εκτός από τη ρύπανση του εδάφους και αισθητική ρύπανση, επιβαρύνοντας και υποβαθμίζοντας την περιοχή.

Νερό

Το **νερό** αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους πόρους για την άνθιση του τουριστικού προϊόντος. Οι ανάγκες σε νερό αυξάνονται στις τουριστικές περιοχές, καθώς ο αριθμός των ατόμων που διανέμουν σ' αυτές αυξάνεται κατά τους

τουριστικούς μήνες. Οι τουριστικές ανάγκες αφορούν την καθαριότητα των ατόμων και των χώρων, την πόση, το πότισμα των μεγάλων κήπων ή των γκολφ και των υπεραρίθμων πισινών και τις διάφορες δραστηριότητες. Η κατανάλωση νερού εξαρτάται από το μέγεθος του καταλύματος και από τον αριθμό των τουριστών. Εκτός από το ζήτημα της ποσότητας του νερού, προκύπτει και το ζήτημα της ποιότητάς του, το οποίο προκαλεί ρύπανση ή μόλυνση της θάλασσας από τα διάφορα απόβλητα των τουριστικών μονάδων και από την απόρριψη αποβλήτων από τα τουριστικά πλοία.



Ατμόσφαιρα

Η **ατμόσφαιρα** επίσης μπορεί να επιβαρυνθεί από τις τουριστικές δραστηριότητες. Κάποιες από αυτές έχουν άμεση επίδραση και κάποιες έμμεση. Στις άμεσες επιδράσεις συγκαταλέγονται οι μεταφορές, τόσο αυτές που αφορούν το χώρο προέλευσης στο χώρο προορισμού, όσο και αυτές που αφορούν το τόπο διαμονής. Έμμεσες επιπτώσεις αποτελεί η κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας σε εργοστάσια που χρησιμοποιούν ως καύσιμη ύλη ορυκτά καύσιμα.



Το ποσοστό συμβολής του τουριστικού τομέα στην εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα ανέρχεται στο 5% περίπου επί του συνόλου των εκπομπών παγκοσμίως και προέρχεται από τους κλάδους μεταφορών (75%), καταλυμάτων (21%) και άλλων δραστηριοτήτων. Από την άλλη το ποσοστό συμβολής του τουρισμού στην παγκόσμια αύξηση της θερμοκρασίας του πλανήτη λόγω του φαινομένου του θερμοκηπίου υπολογίστηκε το 2005 μεταξύ 5% με 14%.

Ενώ ο τουρισμός επηρεάζει σε μικρό βαθμό την αλλαγή του κλίματος, το κλίμα από την πλευρά του επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τον τουρισμό (τουριστικός προορισμός, λειτουργικές δαπάνες, τρόφιμα, άρδευση, νερό κτλ). Ο καιρός επίσης επηρεάζει την ελκυστικότητα των τουριστικών τόπων, βελτιώνει τον ανταγωνισμό και την αποδοτικότητά τους. Όλα αυτά μας οδηγούν να συμπεράνουμε πως οι επιπτώσεις που θα προέλθουν από την παγκόσμια κλιματική μεταβολή στο περιβάλλον θα επηρεάσουν την τουριστικά βιομηχανία (θετικά, αρνητικά). Ο τουρισμός ακόμη αλλοιώνει, συρρικνώνει ή ακόμη καταστρέφει πλήρως τα

οικοσυστήματα μιας περιοχής. Η ολοένα αυξανόμενη ανάγκη για χώρο για ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών (ξενοδοχεία, εστιατόρια, θεματικά πάρκα, δρόμους κτλ), καθώς επίσης και οι δραστηριότητες των τουριστών, κυρίως στα παράκτια οικοσυστήματα (κολύμπι, ρύπανση της ακτής, θαλάσσιο σκι, κτλ), επηρεάζουν με τη σειρά τους τη βιοκοινότητα της περιοχής. Ακόμη, οι εκδρομές και οι περίπατοι στη φύση προκαλούν συχνά θόρυβο και όχληση στα ζώα ή τα φυτά ιδίως όταν γίνονται σε μεγάλες ομάδες

Τέλος, οι σημαντικότερες αρνητικές συνέπειες του τουρισμού είναι η παραχάραξη της γλώσσας καθώς και η εισαγόμενη εγκληματικότητα/βία. Πιο αναλυτικά... Σχετικά με τον οικονομικό τομέα, επικρατεί η ψευδαίσθηση οικονομικής ανάπτυξης και ευημερίας καθώς και η άνθιση παραοικονομίας. Ακόμη, στις τουριστικές περιοχές σημειώνεται αύξηση του κόστους ζωής. Στον πολιτιστικό-ηθικό τομέα συμπεριλαμβάνονται η καλλιέργεια αντιπαραγωγικού πνεύματος, η εμπορευματοποίηση της παράδοσης, η αλλοίωση των ηθών/εθίμων. Επίσης, η ξενομανία και ο δουλικός, στείρος μιμητισμός επιφέρουν εισβολή ξενόφερτων ηθών και τρόπων ζωής. Τέλος, ο πολιτισμός και η πνευματική ανάπτυξη περνούν σε δεύτερη μοίρα. Σχετικά με τον οικολογικό τομέα υπάρχουν επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον (ρύπανση, σκουπίδια) και ελάττωση φυσικών πόρων. Στον κοινωνικό-εθνικό τομέα συγκαταλέγονται η καθιέρωση αρνητικών προτύπων, η διάδοση ναρκωτικών, η αύξηση της εγκληματικότητας, η αλλοίωση της εθνικής μας ταυτότητας καθώς και η αλλοίωση της παράδοσης. Τέλος υπάρχει φθορά των ηθών και εθίμων και το κόμπλεξ της εθνικής κατωτερότητας έναντι των τουριστών.

Αντιθέτως τα πλεονεκτήματα στο τουρισμό είναι τα εξής:

Πολλές είναι οι ωφέλειες του τουρισμού στον κοινωνικό τομέα. Μέσα σε αυτές συγκαταλέγονται η μείωση της ανεργίας, η ανάπτυξη έργων υποδομής (π.χ. δρόμοι, λιμάνια, αεροδρόμια), η βελτίωση των υπηρεσιών (π.χ. τράπεζες, μεταφορές) καθώς επίσης και αύξηση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της περιοχής. Επομένως, πολλές και σημαντικές είναι οι θετικές επιδράσεις σε μια περιοχή που μπορεί να έχει ο τουρισμός στην κοινωνία (π.χ. εγκαταστάσεις υγείας και ευημερίας), στον πολιτισμό (π.χ. αποκατάσταση και ανάδειξη πολιτιστικών στοιχείων) και στην αισθητική (π.χ. διατήρηση της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής).

Πιο αναλυτικά έχουμε αρκετά θετικές επιδράσεις στα ακόλουθα:

■ **Απασχόληση** Ο τουρισμός είναι τομέας έντασης εργασίας και δημιουργεί συχνά πολλές θέσεις εργασίας . Βεβαία λόγω του εποχικού χαρακτήρα της λειτουργίας του συνήθως επηρεάζει και τα χαρακτηριστικά αυτής της απασχόλησης , η οποία είναι σε μεγάλο ποσοστό εποχική , ανειδίκευτη και περιστασιακή . Ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του στην

11

ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης (τουριστικές επιχειρήσεις , εμπορικά καταστήματα κλπ). Τις περισσότερες φορές η απασχόληση στον τουρισμό συνδυάζεται και με παράλληλη απασχόληση σε κάποιο άλλο κλάδο της οικονομίας (π.χ. γεωργία , βιομηχανία), με αποτέλεσμα τη γενικότερη αύξηση των οικογενειακών εισοδημάτων . Στις τουριστικές περιοχές που λειτουργούν εποχικά , η πολλαπλή απασχόληση με επίκεντρο τον τουρισμό αποτελεί τον κανόνα για υψηλό ποσοστό του πληθυσμού . (Ανδριώτης Κων .,2003)

■ **Περιφερειακή ανάπτυξη** Σε πολλές περιπτώσεις ο τουρισμός έχει συμβάλει στη ενίσχυση της ανάπτυξης περιφερειών αποβιομηχανοποιημένων , γεωγραφικά απομονωμένων , ορεινών και μειονεκτικών ή με υποβαθμισμένο αγροτικό τομέα . Η ανάπτυξη του τουρισμού αύξησε τα εισοδήματα , την απασχόληση , τις επενδύσεις και διεύρυνε την παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας , με αποτέλεσμα να σταματήσει η μετανάστευση και να βελτιωθεί το επίπεδο και η ποιότητα ζωής . Ειδικά στις περιοχές που διαθέτουν πλούσιους τουριστικούς πόρους , η ανάπτυξη είναι εξαιρετικά δυναμική σε ετησίους ρυθμούς . (Ανδριώτης ,2003)

■ **Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην τοπική οικονομία** Με τον τουρισμό υπάρχουν και θετικές επιδράσεις σε πολλούς κλάδους όπως βιομηχανία , βιοτεχνία , κατασκευές , υπηρεσίες , μεταφορές , εμπόριο , κατασκευές (Ανδριώτης ,2003).Δηλαδή έχουμε αναπτυξιακά έργα όπως δρόμοι , αεροδρόμια, λιμάνια καθώς και η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, οικονομική άνθιση. Ακόμη, η εισροή συναλλάγματος και η ανάπτυξη του εμπορίου συμβάλλουν στην ανάπτυξη της

οικονομίας. Επίσης, με την ανάπτυξη του τουρισμού εμφανίζονται νέα επαγγέλματα και δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας με αποτέλεσμα να καταπολεμάται η ανεργία.

■ Φορολογικά έσοδα για το κράτος Οι επενδύσεις στον τουριστικό τομέα δημιουργεί νέες επιχειρήσεις με αποτέλεσμα να αυξάνονται τα φορολογικά έσοδα του κράτους . Ένας άλλος παράγοντας είναι ο μεγάλος αριθμός των απασχολουμένων στον τομέα , η πλειοψηφία των οποίων έχει υψηλά εισοδήματα και αντίστοιχη καταναλωτική δαπάνη . (Ανδριώτης ,2003)

■ Πληθωρισμός και αύξηση των τιμών της γης Παρατηρείται συχνά ότι ο τουρισμός δημιουργεί πληθωριστικές πιέσεις , με αποτέλεσμα να αυξάνεται το κόστος ζωής , ιδιαίτερα σε περιοχές όπου η ανάπτυξη του είναι μαζική και οργανωμένη . Συχνά επίσης , εξαιτίας και της ταχύτατης οικοπεδοποίησης , υπάρχει υπερβολική αύξηση στις τιμές της γης , γεγονός που σχετίζεται και με τη γενικότερη τάση για χωρική επέκταση των δραστηριοτήτων του , ιδιαίτερα στις περιοχές με μαζικό οργανωμένο τουρισμό , όπου υπάρχει και η μεγαλύτερη ζήτηση . (Ανδριώτης ,2003)

Τέλος, επιτυγχάνεται η προβολή του πολιτισμού της χώρας μας στο εξωτερικό και η διάδοση ιδεών, εξάπλωση κουλτούρας. Στον κοινωνικό-εθνικό τομέα καταγράφονται η επαφή, επικοινωνία, γνωριμία ανθρώπων και λαών, η επικράτηση ειρήνης, συναδέλφωσης και συνύπαρξης των λαών καθώς και η κατάργηση του ρατσισμού. Στον ψυχικό τομέα υπάγεται η αναζωογόνηση και η ηρεμία των τουριστών τα οποία οδηγούν στην ψυχική τους ισορροπία. Στον πνευματικό-ηθικό τομέα κατατάσσονται η γνώση νέων τρόπων ζωής, η ανταλλαγή ιδεών και η διεύρυνση των πνευματικών οριζόντων.

1.4 Επιδράσεις τουρισμού στην κοινωνία και τον πολιτισμό

Από τη μια πλευρά το χαμηλό εισόδημα και η έλλειψη απασχόλησης είναι η καλύτερη συνταγή για απονέκρωση μιας περιφέρειας, ιδίως στις ημέρες μας που υπάρχει ευημερία σε πολλές περιοχές του πλανήτη μας. Ο τουρισμός, προσφέροντας εργασία και εισόδημα σε αναρίθμητες οικογένειες και επιχειρήσεις, έχει συντελέσει στη συγκράτηση της διαρροής πληθυσμού σε πολλές περιοχές. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για απομακρυσμένες περιοχές και δη παραμεθόριες και άγονες. Οι φυσικές επιρροές που ασκεί ο τουρισμός σε έναν προορισμό μπορεί να προκαλέσουν κοινωνικό άγχος, καθώς επηρεάζουν την τοπική κοινωνία.

Από την άλλη τα κοινωνικο-πολιτιστικά μειονεκτήματα περιλαμβάνουν:

Πολιτιστική υποβάθμιση, ζημία στην πολιτιστική κληρονομιά μπορεί να προκύψει από βανδαλισμούς, ρύπανση, μικροβανδαλισμούς και παράνομη αφαίρεση στοιχείων πολιτιστικής κληρονομιάς, ή με αλλαγή του ιστορικού τοπίου που περιβάλλει την περιοχή.

Αντιπαραθέσεις σχετικές με τη χρήση των πόρων, όπως ανταγωνισμός ανάμεσα στον τουρισμό και στους τοπικούς πληθυσμούς για τη χρήση των πρωταρχικών πόρων όπως νερού και ενέργειας, κυρίως λόγω των λιγοστών τους αποθεμάτων.

Αντιπαραθέσεις με παραδοσιακές χρήσεις γης μπορεί επίσης να προκύψουν σε παράκτιες περιοχές, όταν η κατασκευή ξενοδοχείων και τουριστικών υποδομών στην ακτογραμμή αποκόπτει την πρόσβαση των τοπικών σε μέρη όπου επιτρέπεται το παραδοσιακό ψάρεμα, καθώς και την οποιαδήποτε αναψυχική χρήση των περιοχών.

Εγκληματικότητα

Το ποσοστό εγκληματικότητας τυπικά αυξάνεται με την αύξηση και την αστικοποίηση μιας περιοχής. Η αύξηση του μαζικού τουρισμού συνοδεύεται συχνά από αυξημένη εγκληματικότητα. Η παρουσία ενός μεγάλου αριθμού τουριστών που διαθέτουν για ξόδεμα πολλά λεφτά και συχνά κουβαλούν τιμαφή όπως

κάμερες και κοσμήματα, έλκει περισσότερο τους εγκληματίες και συνεπάγεται δραστηριότητες, όπως ληστείες ή εμπόριο ναρκωτικών. Επιπλέον, αν και ο τουρισμός δεν είναι η αιτία για σεξουαλική εκμετάλλευση, παρόλα αυτά παρέχει εύκολη πρόσβαση σε αυτήν.

Υποβαθμισμένοι όροι εργασίας και απασχόλησης

Μελέτες δείχνουν πως αρκετές θέσεις εργασίας στον τουριστικό τομέα χαρακτηρίζονται από ανεπαρκείς όρους εργασίας και απασχόλησης: πολλές ώρες εργασίας, ασταθής απασχόληση, χαμηλοί μισθοί, ανεπαρκής κατάρτιση και ελάχιστες προοπτικές για περαιτέρω ανέλιξη. Επιπρόσθετα, οι πρόσφατες εξελίξεις στον τομέα των ταξιδιών και του τουριστικού εμπορίου (φιλελευθεροποίηση, πολύ σκληρός ανταγωνισμός) φαίνεται πως ενισχύουν την τάση για πιο αβέβαιους και εύκαμπτους όρους απασχόλησης. Συχνά τα παιδιά προσλαμβάνονται για τέτοιες δουλειές, διότι θεωρούνται φτηνό και εύκαμπτο εργατικό δυναμικό.

Πολιτιστικές αντιθέσεις

Λόγω του γεγονότος ότι ο τουρισμός αφορά τη μετακίνηση ανθρώπων σε διαφορετικές γεωγραφικές τοποθεσίες και την καλλιέργεια κοινωνικών σχέσεων ανάμεσα σε άτομα τα οποία διαφορετικά δεν θα συναντιόνταν, μπορεί να παρουσιαστούν πολιτιστικές αντιθέσεις ως αποτέλεσμα των διαφορών που διακρίνουν τους πολιτισμούς, τις εθνικές και θρησκευτικές ομάδες, τις αξίες, τον τρόπο ζωής, τις γλώσσες και τα επίπεδα ευημερίας. Η συμπεριφορά των τοπικών κατοίκων απέναντι στην τουριστική ανάπτυξη μπορεί να παρουσιαστεί μέσα από τα στάδια της ευφορίας όπου οι επισκέπτες είναι ιδιαίτερα καλοδεχόμενοι, της απάθειας, της ενόχλησης και πιθανώς του ανταγωνισμού όταν αρχίζει να αναπτύσσεται αντιτουριστική συμπεριφορά ανάμεσα στους τοπικούς.

Οι πολιτιστικές διαφωνίες είναι πιθανό να προκύψουν επιπλέον λόγω:

- *Οικονομικής ανισότητας* - ανάμεσα στους τοπικούς και τους τουρίστες, οι οποίοι ξοδεύουν περισσότερα από όσα συνήθως ξοδεύουν στην πατρίδα τους.
- *Ενόχλησης που οφείλεται στην τουριστική συμπεριφορά* - Οι τουρίστες συχνά από άγνοια ή απροσεξία, δεν εκτιμούν τα τοπικά έθιμα και τις

ηθικές αξίες. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση της Καταλονίας. Η Καταλονία αποτελούσε ανέκαθεν μια παγκόσμια δύναμη στην τουριστική βιομηχανία. Εντούτοις, προώθησε ένα είδος τουρισμού βασισμένο στον ήλιο, τη διασκέδαση και τα ποτά. Το είδος των ανθρώπων που επισκέπτονται τη χώρα αποζητούν μόνο αυτά τα στερεότυπα και δεν ενδιαφέρονται για τις τοπικές αξίες. Αυτοί είναι άνθρωποι οι οποίοι στη χώρα τους δεν θα φώναζαν ποτέ μέσα στο δρόμο, δεν θα έπιναν αλκοόλ όλη μέρα ή δεν θα έσπαγαν όλες τις βιτρίνες καταστημάτων που θα έβρισκαν στο δρόμο της επιστροφής προς το "σπίτι". Στο Lloret de Mar, στην Costa Brava, η τωρινή κατάσταση είναι μη αντιστρεπτή (Patronat de Turisme Costa Brava Girona).

- *Τριβής στα επίπεδα εργασίας* - λόγω έλλειψης επαγγελματικής κατάρτισης, πολλές χαμηλόμισθες τουριστικές εργασίες απευθύνονται στην τοπική κοινωνία, ενώ οι υψηλόμισθες και υψηλού γοήτρου διευθυντικές θέσεις πηγαίνουν στους αλλοδαπούς ή στους "αστικοποιημένους" υπηκόους.

1.4.1 Επιδράσεις στην οικονομία

Η οικονομική σημασία του Τουρισμού για τη χώρα μας τόσο από μακροοικονομική θεώρηση όσο και στο μικροοικονομικό-επιχειρηματικό επίπεδο είναι προφανής.

Επηρεάζει άμεσα και σε σημαντικό βαθμό τα κύρια μακροοικονομικά μεγέθη καθώς και τα μεγέθη των βασικών κατηγοριών της οικονομίας (Α.Ε.Π., Ισοζύγιο συναλλαγών, απασχόληση, κατανάλωση, επενδύσεις, εισαγωγές κ.ο.κ.) και τις συνακόλουθες εθνικές και περιφερειακές πολιτικές.

Παράλληλα, σε μικρο – επίπεδο, αποτελεί συχνά την κύρια οικονομική δραστηριότητα για ολόκληρες περιοχές και τόπους, εκφράζοντας έτσι την δραστηριότητα εκείνη που μπορεί να εξασφαλίσει την παραμονή του ηλικιακά και οικονομικά ενεργού πληθυσμού στις τοπικές κοινωνίες, και να αποτρέψει έτσι την περαιτέρω δημογραφική γήρανση και συρρίκνωσή τους.

Παρά την συνεχή μεγέθυνση του τουρισμού στην Ελλάδα διαμορφώνεται παράλληλα μια κατάσταση ιδιαίτερα ανησυχητική για την ποιοτική εικόνα του ελληνικού τουρισμού που δημιουργείται και συντηρείται μέσα από έναν φαύλο κύκλο αιτίας και αιτιατού μεταξύ της μειωμένης ποιότητας υποδομών και ενός μεγάλου μέρους της τουριστικής ανωδομής μη επιτρέποντας με τον τρόπο αυτόν την ανάδειξη των πλεονεκτημάτων του ελληνικού τουρισμού. Πλεονεκτημάτων τόσο του ελληνικού τουριστικού χώρου όσο και των εξαιρετικών προσπαθειών που έχουν καταβληθεί από πολλές ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις και τοπικές αυτοδιοικήσεις να αναβαθμίσουν την ποιότητα των υπηρεσιών του τουριστικού τους προϊόντος και με τον τρόπο αυτόν τη γενικότερη ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού.

Η κατάσταση αυτή, έχει ως αποτέλεσμα την εμφάνιση προβληματισμών και απόψεων που εστιάζονται σχεδόν αποκλειστικά στην αποσπασματική διατύπωση θέσεων, πιέσεων και αιτημάτων για ενέργειες «πυροσβεστικού» και "διορθωτικού" χαρακτήρα, όπως π.χ. την αποσπασματική και απρογραμματίστη ένταση των διαφημιστικών ενεργειών αλλά και τη διαχείριση του χώρου και του περιβάλλοντος με εμβλωματικά σχέδια, τόσο συγκυριακού χαρακτήρα που ανατρέπουν συχνά την ίδια τη φύση της λογικής του Σχεδίου ως βασικού στοιχείου ορθολογικότητας στη διαχείριση του χώρου.

Οι απόψεις και οι πιέσεις αυτές, όσο και αν δικαιολογούνται από την αγωνία των συμμετεχόντων στην τουριστική δραστηριότητα, δεν παύουν να είναι αποσπασματικές και να αγνοούν σε μεγάλο βαθμό το περιεχόμενο, τη σημασία και τον πραγματικό ρόλο του τουρισμού για την ελληνική οικονομία.

Στα πλαίσια της πορείας του ευρωπαϊκού γίνεσθαι συντελείται, ή μάλλον έχει ήδη συντελεστεί - και δεν το έχουμε ακόμη καταλάβει - εκτός των άλλων, και μια ολική εξάλειψη του πάλαι ποτέ βασικού προτάγματος, του τουριστικού συναλλάγματος ως βασικού επιχειρήματος και μέτρου θεωρητικής και πολιτικής δικαίωσης της τουριστικής ανάπτυξης στην ελληνική οικονομία. Έτσι, η πραγματική πλέον οικονομική φύση του τουρισμού, δηλαδή η συνολική καταναλωτική και συνακόλουθα η συνολική παραγωγική-βιομηχανική του φύση, ανάγεται ως η αναγκαία και ικανή βάση αξιολόγησης τόσο της ύπαρξης και της μεγέθυνσης αυτού του ίδιου του τομέα όσο όμως και κύρια της σημασίας, του ρόλου και της συμβολής του τουρισμού στην ανταγωνιστικότητα τόσο του

συνόλου της ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας όσο και των επιμέρους περιφερειών και περιοχών της.

Είναι πλέον η ύστατη στιγμή της περίσκεψης, της επιλογής και της απόφασης για την αποδοχή ή μη της πραγματικής οικονομικής φύσης και του ρόλου του τουρισμού στην ελληνική οικονομία πράγμα που σημαίνει και η στιγμή της απόφασης για την αντιμετώπιση της τουριστικής πολιτικής ως μέρους της γενικότερης οικονομικής και βιομηχανικής πολιτικής της χώρας, της περιφέρειας της περιοχής.

Οι σημερινές δυναμικότητες της κλασσικής ξενοδοχίας που ξεπερνούν πλέον τις 9.500 μονάδες με πάνω από 312.000 δωμάτια και περισσότερες από 600.000 κλίνες συγκροτούν το θεμελιώδες στοιχείο της τουριστικής ανωδομής επί του οποίου στηρίζεται και μέσω του οποίου καθορίζεται η διαρθρωτική εξέλιξη του επιπέδου παραγωγής και διάθεσης της ετήσιας τουριστικής κατανάλωσης τόσο στη χώρα όσο και στις επιμέρους περιφέρειες και περιοχές της .

Η διαμονή, διακίνηση και συνακόλουθα η κατανάλωση των ετησίως περίπου 14 εκατ. τουριστών με τις περισσότερες από 140 εκατ. διανυκτερεύσεις στα πάσης φύσεως καταλύματα υποστηρίζεται από ένα κύκλωμα υποκλάδων αποκλειστικής παραγωγής και διάθεσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών με τα ακόλουθα χονδρικά μεγέθη:

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

Εκτός των αναφερομένων, την ετήσια τουριστική κατανάλωση υποστηρίζει η παραγωγή από μια πληθώρα εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής- ανωδομής όπως Συνεδριακά Κέντρα, αίθουσες συνεδρίων μικροτέρων μεγεθών, γήπεδα γκολφ, Κέντρα Θαλασσοθεραπείας ενώ ένας σημαντικός αριθμός από 3

Μαρίνες, χιονοδρομικά κέντρα, Ιαματικές Πηγές και τόπους τουριστικής επίσκεψης συμπληρώνουν την εικόνα της τουριστικής προσφοράς στην Ελλάδα. Παράλληλα με όλο αυτό το πλέγμα επιχειρήσεων και κλάδων παραγωγής και διάθεσης του άμεσα χαρακτηριστικού τουριστικού προϊόντος βρίσκεται θεωρητικά και πρακτικά ένα άλλο παραγωγικό κύκλωμα έτοιμο να παρέχει τα εποχικά προσφερόμενα αγαθά και υπηρεσίες συντιθέμενο από ένα πλήθος επιχειρήσεων σε διάφορους κλάδους, έμμεσα χαρακτηριστικής ή μη αποκλειστικής τουριστικής παραγωγής, όπως, Τράπεζες, Οδικές, Θαλάσσιες και Αεροπορικές Μεταφορές, Ταχυδρομικές και Ιατρικές Υπηρεσίες, Πρατήρια Καυσίμων, Καταστήματα Τροφίμων, Υπηρεσίες Αεροδρομίων, Λιμένων και Σταθμών. Πίσω όμως από όλους τους προαναφερόμενους κλάδους αποκλειστικά ή έμμεσα τουριστικής παραγωγής διάθεσης και εμπορίου βρίσκεται το σύνολο σχεδόν των κλάδων εγχώριας μεταποιητικής παραγωγής καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών καθώς και ένα σημαντικό μέρος των αναγκαίων για τον τουρισμό κεφαλαιουχικών αγαθών.

Έτσι, φαίνεται πλέον σαν τελείως αυτονόητο ότι μόνον η κατοχή της αναλυτικής γνώσης και πληροφόρησης για όλο το προαναφερόμενο παραγωγικό πλέγμα κλάδων και προϊόντων που τροφοδοτεί σε ετήσια βάση την κατανάλωση των εκατομμυρίων εισερχόμενων τουριστών είτε σε εθνικό είτε σε περιφερειακό επίπεδο – ανάλογα με τον χώρο ενδιαφέροντος – και η αξιόπιστη συνεχής παρακολούθηση αυτών συνιστά τη βασική προϋπόθεση για κάθε παρέμβαση της τουριστικής και της γενικότερης οικονομικής - εθνικής και περιφερειακής – πολιτικής, εάν αυτή έχει στόχο την αύξηση της ανταγωνιστικότητας τόσο του ίδιου του τουρισμού όσο και της συμβολής του στη συνολική ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας και των επιμέρους περιφερειών της. Στην περίπτωση μας του Δήμου Χερσονήσου ή και της περιφέρειας Κρήτης και διαμέσου αυτών της χώρας

1.4.2 Επιδράσεις στο περιβάλλον

Οι θετικές και αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο περιβάλλον ανάγονται εν μέρει στη σφαίρα της αισθητικής. Επειδή δε, σε ό,τι αφορά την αισθητική, οι απόψεις μπορεί να διαφέρουν σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό απ' ό,τι συμβαίνει σε σχέση με τις φυσικές παραμέτρους και χαρακτηριστικά, η συναγωγή συμπερασμάτων γενικής αποδοχής σε ό,τι αφορά τις επιδράσεις της

τουριστικής ανάπτυξης στο περιβάλλον μιας περιοχής δεν είναι εύκολη. Είναι όμως ενδιαφέρον να επισημανθεί ότι, στις περισσό- τερες περιπτώσεις, και εκείνοι που αμφισβητούν την περιβαλλοντική αξία

μιας συγκεκριμένης τουριστικής ανάπτυξης ή διεκτραγωδούν την περιβα- λοντική ζημία που αυτή έχει προκαλέσει, δεν αμφισβητούν τις δυνατότητες που υπάρχουν, η τουριστική ανάπτυξη να έχει αγαθές επιδράσεις στο περι-βάλλον. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι αντιρρήσεις δεν αναφέρονται σε όποια τουριστική ανάπτυξη αλλά στην εκάστοτε συγκεκριμένη μορφή που αυτή λαμβάνει. Πολλοί δε από αυτούς που υιοθετούν κριτική στάση απέ- ναντι στη συγκεκριμένη μορφή που έχει λάβει η ανάπτυξη σε μια περιοχή ταυτόχρονα έχουν και γνώμη για το πώς θα έπρεπε να γίνει η ανάπτυξη, έτσι ώστε να δημιουργηθεί δομημένο αλλά και φυσικό περιβάλλον υψη- λής ποιότητας. Αμφισβητούν το αποτέλεσμα των συγκεκριμένων επιλογών που έγιναν ως προς τον τρόπο ανάπτυξης και όχι τις δυνατότητες τουρι- στικής ανάπτυξης με περιβαλλοντική ποιότητα. Υπάρχουν βέβαια και οι αρνητές κάθε μορφής ανάπτυξης. Αν όμως κρίνει κανείς από την μεγάλη αξία που αποδίδουν οι πλείστοι στα οικονομικά αγαθά, στη βελτίωση της οικονομικής τους θέσης και την εξεύρεση ικανοποιητικής απασχόλησης, είναι φανερό ότι στην πράξη η άποψη αυτή δεν γίνεται γενικότερα δεκτή. Ζητούμενο είναι η ανάπτυξη με σεβασμό στο περιβάλλον και όχι η άρνηση της ανάπτυξης.

Σε αντιδιαστολή με το ανθρωπογενές περιβάλλον, ιδίως σε ότι αφορά την αισθητική του διάσταση, στην περίπτωση του φυσικού περιβάλλοντος η βλάβη ή η φθορά είναι περισσότερο αντικειμενικά εξακριβώσιμες. Και εν προκειμένω η τουριστική ανάπτυξη δεν ενοχοποιείται για καμιά από τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που έχουν σοβαρές και ανεπανόρθωτες ή δύσκολα επανορθώσιμες συνέπειες, όπως συμβαίνει με άλλους κλάδους όπως ο πρωτογενής τομέας, η μεταποίηση, ο ενεργειακός ή ο μεταφορικός τομέας. Αντίθετα, η τουριστική δραστηριότητα ακόμη και σε περιοχές σχε- τικά υψηλής συγκέντρωσης έχει συγκριτικά ήπιες περιβαλλοντικές επιπτώ- σεις. Δεν συνεπάγεται μεγάλης έκτασης εκπομπές αερίων θερμοκηπίου, δεν παράγει επικίνδυνα απόβλητα, δεν συνεπάγεται υψηλή ατμοσφαιρική ρύ- πανση, δεν συνεπάγεται μεγάλης έκτασης ανάλωση εξαντλήσιμων πόρων, δεν συνδέεται με σοβαρούς κινδύνους υγείας ή ασφάλειας του κοινού, δεν ενοχοποιείται για όξινη βροχή, ούτε και ενοχοποιείται για εξαφάνιση ειδών ή την καταστροφή μεγάλης περιβαλλοντικής σημασίας

βιοτόπων. Γενικά η τουριστική δραστηριότητα δεν θεωρείται μείζων πηγή κανενός από τα μεγάλα περιβαλλοντικά προβλήματα που απασχολούν την ανθρωπότητα. Τα περισσότερα περιβαλλοντικά προβλήματα που μπορεί να συνεπάγεται η τουριστική δραστηριότητα είναι τοπικής σημασίας, κατά κανόνα δε είτε μπορούν να αντιμετωπιστούν με την κατάλληλη υποδομή, είτε μπορούν να προληφθούν με τον κατάλληλο σχεδιασμό

1.5 Τύποι και Είδη του τουρισμού:

Οι τύποι του τουρισμού είναι οι ακόλουθοι (Jafari, 2003):

Σύμφωνα με τη χρονική περίοδο

Βραχυπρόθεσμος (μέχρι 3 ημέρες) Μακροπρόθεσμος (μεγαλύτερος των 7 ημερών)

Σύμφωνα με τον τρόπο οργάνωσης

Οργανωμένος (από το ταξιδιωτικό γραφείο) Ατομικός (από τις ίδιες τις οικογένειες)

Σύμφωνα με τον τόπο προορισμού

Διεθνής τουρισμός (επικρατεί στην Ευρώπη) Εσωτερικός τουρισμός (επικρατεί σε μεγάλες χώρες – ΗΠΑ, Καναδάς)

Σύμφωνα με την κατεύθυνση των τουριστικών ροών

Εισερχόμενος τουρισμός Εξερχόμενος τουρισμός

Τα είδη του τουρισμού κατηγοριοποιούνται βάσει των τυπικών χαρακτηριστικών που σχετίζονται με το πως περνά το χρόνο του ο τουρίστας στον τόπο προορισμού (Pandy, 2010):

Παραθαλάσσιος τουρισμός- Αναψυχή δίπλα στη θάλασσα, θαλάσσια αθλήματα (κολύμβηση, ιστιοπλοΐα, σκι, ιστοσανίδα) Ορεινός τουρισμός - Ορειβασία, αναρρίχηση, πεζοπορία, ποδηλασία στο βουνό

Αθλητικός τουρισμός - Χειμερινά αθλήματα –σκι, snowboarding, Καλοκαιρινά αθλήματα – καταδύσεις, rafting κτλ. Αθλητικά γεγονότα (παγκόσμια πρωταθλήματα) Πολιτισμικός τουρισμός - Ιστορικά αξιοθέατα, κτίρια και μνημεία, μέρη ιστορικών γεγονότων π.χ. μάχες (Βατερλώ), καταστροφές (Πομπηία) Ιατρικός τουρισμός - Ιαματικά λουτρά, ανάπαυση, ευεξία. Αγροτικός τουρισμός - Οικοτουρισμός - εκτός της ανάπαυσης οι άνθρωποι δουλεύουν σε αγροκτήματα, συμμετέχουν στις διαδικασίες του αγροκτήματος π.χ. άρμεγμα, επεξεργασία των

αμπελιών, φροντίδα των αλόγων κτλ. Γαστρονομικός τουρισμός και τουρισμός γεγονότων - Μουσική, θέατρο ή γιορτές μύρας. Γευσιγνωσία και οινογνωσία σε περιοχές στο εξωτερικό. Τουρισμός για ψώνια - Ταξίδι στο εξωτερικό λόγω των φτηνότερων τιμών των αγαθών. Επαγγελματικός τουρισμός - Διεθνή/εθνικά/τοπικά σεμινάρια, συσκέψεις, επαγγελματικά ταξίδια κτλ.

Κεφάλαιο 2 - Μαζικός Τουρισμός (έννοια και επιδράσεις)

2.1 Μαζικός Τουρισμός

Το σύγχρονο τουριστικό φαινόμενο ξεκίνησε στο τέλος της δεκαετίας του 1940 και τότε ξεκίνησε ο μαζικός τουρισμός. Μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, υπήρξε παγκόσμια έκρηξη του τουρισμού και αναπτύχθηκε ο μαζικός τουρισμός. Όπως είπε ο Lascrain τη δεκαετία του 1950 και 1960, οι Αμερικάνοι έγιναν ο «άσχημος τουρίστας», οι Γερμανοί έγιναν οι άσχημοι τουρίστες στην Ευρώπη και στην Ανατολική Αφρική και τη δεκαετία του 1990 έγιναν οι Ιάπωνες. Όπως ο ίδιος δηλώνει, το φαινόμενο του άσχημου τουρισμού, δεν βασίζεται σε πραγματικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας αλλά είναι το αποτέλεσμα του αισθήματος εισβολής από ανθρώπους που είναι διαφορετικοί από την φιλοξενούσα κοινότητα. Δεν απαιτεί ούτε διαφορετικές εθνοτικές ομάδες. Μπορεί να θεωρηθεί ως μέρος της φύσης του μαζικού τουρισμού και συνοδεύεται από υπερανάπτυξη και αναστάτωση στις πολιτισμικές αξίες και στην οικονομία της τοπικής κοινότητας.

Ο μαζικός τουρισμός είναι μια σχετικά νέα ιδέα, που προήλθε από την μεγάλη άνοδο των εισοδημάτων μετά την Βιομηχανική Επανάσταση. Πριν από αυτή, τα ταξίδια πολιτιστικού ή ψυχαγωγικού χαρακτήρα ήταν αποκλειστικό προνόμιο λίγων εκλεκτών περιηγητών, συνήθως αριστοκρατών. Ο μαζικός τουρισμός είναι μια σχετικά νέα ιδέα, που προήλθε από την μεγάλη άνοδο των εισοδημάτων μετά την Βιομηχανική Επανάσταση. Πριν από αυτή, τα ταξίδια πολιτιστικού ή ψυχαγωγικού χαρακτήρα ήταν αποκλειστικό προνόμιο λίγων εκλεκτών περιηγητών, συνήθως αριστοκρατών. Ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από: το μεγάλο αριθμό επισκεπτών, την έντονη περιοδικότητα μέσα στο χρόνο της εμφάνισής των επισκεπτών, την έντονη παρουσία του για πολλά χρόνια σε μια περιοχή, την επίπτωση στη φέρουσα ικανότητα της περιοχής που επηρεάζει την κοινωνική, οικολογική και κοινωνική δομή της περιοχής. Ο μαζικός τουρισμός εμφανίζεται για πρώτη φορά στη Νότια Ευρώπη, την Καραϊβική και τη Βόρεια Αμερική τις δεκαετίες του 1960 και 1970.

Σήμερα, ο μαζικός τουρισμός δεν αποτελεί πρότυπο λόγω των αρνητικών επιπτώσεων που προκαλεί στο φυσικό περιβάλλον αλλά και της επίδρασής του σε κοινωνικό επίπεδο [3]. Ο τουριστικός κλάδος αποτελεί αναμφισβήτητα έναν από τους μεγαλύτερους οικονομικούς κλάδους στον κόσμο. Είναι ευρέως γνωστό ότι ο συμβατικός μαζικός τουρισμός, αναπτυσσόμενος άναρχα, προκαλεί έντονες πιέσεις στο φυσικό περιβάλλον, σπαταλά τους φυσικούς πόρους, αλλοιώνει το δομημένο περιβάλλον και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των περιοχών (τοπίο), ενώ ένα άλλο χαρακτηριστικό του είναι η άνιση περιφερειακή κατανομή των κερδών μεταξύ των διαφόρων περιοχών.

Οι προαναφερόμενες επιδράσεις, σε συνδυασμό με την ευαισθητοποίηση των πολιτών στα περιβαλλοντικά προβλήματα που δημιουργεί ο μαζικός τουρισμός, οδήγησε στην ανάγκη για ανάπτυξη νέων, ήπιων μορφών τουρισμού, που συμβάλλουν στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτισμικής κληρονομιάς, ενώ παράλληλα ενισχύουν το εισόδημα των κατοίκων στις περιοχές-προορισμούς .

Σήμερα, ο μαζικός τουρισμός είναι απευκτές λόγω των δυσμενών επιπτώσεων που προκαλεί στο φυσικό περιβάλλον αλλά και σε κοινωνικό επίπεδο. Η παγκόσμια τάση σήμερα είναι ο τουρισμός να είναι φιλικός ως προς τον άνθρωπο και ως προς το φυσικό περιβάλλον. Ο μαζικός τουρισμός συναντάται στις ανεπτυγμένες χώρες και προκαλεί πολλά κοινωνικά προβλήματα όπως είναι ο αλκοολισμός, η εμπορευματοποίηση του σεξ, οι βιολογικές ασθένειες και τα κοινωνικά εγκλήματα. Στις αναπτυσσόμενες χώρες, ο τουρισμός επαύξησε το πρόβλημα της επαιτείας και κάποιοι επαίτες έχουν γίνει επαγγελματίες πλέον. Ο μαζικός τουρισμός επέφερε αρνητικές αλλαγές στον τρόπο ζωής των ντόπιων οι οποίοι έχασαν το δεσμό τους με τη δική τους πολιτισμική κληρονομιά (Pandy, 2010). Στην πραγματικότητα ο μαζικός τουρισμός με την καταστροφή του περιβάλλοντος που επιφέρει θέτει σημαντικά εμπόδια στη δημιουργία οικοτουρισμού (Ceballos- Lascurian, 1996).

2.2 Εναλλακτικός τουρισμός

Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί τμήμα των ειδικών μορφών τουρισμού, οι οποίες χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού κινήτρου στη ζήτηση και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής (προσφοράς). Με τον εναλλακτικό τουρισμό (alternative tourism), οι άνθρωποι αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών, ο οποίος συνδέεται με την προστασία της τοπικής κουλτούρας, την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος αλλά και με την αποφυγή της χρήσης υπηρεσιών οργανωμένου μαζικού τουρισμού. Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες, τις προτιμήσεις και τα κίνητρα των τουριστών, απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, τηρούν τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και συμβάλλουν στην άμβλυνση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης.

Η συγκεκριμένη Πράξη αποσκοπεί:

Στη διαφοροποίηση και στον εμπλουτισμό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με την επιχειρηματική αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Στην ανάδειξη και τουριστική αξιοποίηση του φυσικού και πολιτισμικού αποθέματος.

Στην άμβλυνση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης.

Στην κατεύθυνση αυτή, μέσω της Πράξης "Εναλλακτικός Τουρισμός", θα ενισχυθούν επενδυτικά σχέδια τα οποία θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη μιας ή περισσότερων ειδικών ή/και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

2.2.1 Η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού

Οι θετικές επιδράσεις της ανάπτυξης των διαφόρων μορφών του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα εντοπίζονται σε οικονομικό, κοινωνικό, πολιτισμικό, περιβαλλοντικό επίπεδο της χώρας. Σε επιχειρηματικό επίπεδο, ο εναλλακτικός τουρισμός συμβάλλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Αυτό είναι καθοριστικό για τις ευαίσθητες, από άποψη εργασίας, κοινωνικές ομάδες των νέων και των γυναικών. Μπορεί να ενεργοποιήσει άμεσα θέσεις εργασίας μέσω

ξενοδοχείων, εστιατορίων, πωλήσεων αναμνηστικών αντικειμένων αλλά και έμμεσα με την παροχή αγαθών και υπηρεσιών που χρειάζονται από τις επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον εναλλακτικό τουρισμό. Ακόμα, αναπτύσσεται συνήθως από τον τοπικό πληθυσμό δημιουργώντας συμπληρωματικά εισοδήματα για τις οικογένειες και συγκρατώντας τον κόσμο στις εστίες του. Αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία στις περιοχές που αντιμετωπίζουν σημαντική πληθυσμιακή μείωση και δημογραφική γήρανση. Η συμπληρωματικότητα του εισοδήματος αποτελεί θεμελιακό στοιχείο και εισάγει αυτομάτως την αναπτυξιακή και κοινωνική διάσταση στην έννοια «εναλλακτικός τουρισμός». Δεν αποτελεί τουριστική δραστηριότητα που θα υποκαταστήσει την ήδη υπάρχουσα απασχόληση του ντόπιου πληθυσμού, αλλά –αντιθέτως- είναι αυτός που θα την στηρίξει και θα την ενισχύσει. Αυτό σημαίνει μεγαλύτερο διαθέσιμο εισόδημα και βελτίωση των όρων ζωής. Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού συμβάλλει τα μέγιστα στην τοπική, περιφερειακή ανάπτυξη αφού η ύπαρξη του συντελεί στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, μέσω της δημιουργίας της απαραίτητης τουριστικής υποδομής ήπιας κλίμακας, η οποία εναρμονίζεται με το φυσικό περιβάλλον. Αναπτυξιακά έργα υποδομής και ανωδομής, που πιθανά να καθυστερούσαν για μεγάλα χρονικά διαστήματα, υλοποιούνται εξαιτίας της τουριστικής ανάπτυξης. Σ'αυτά τα έργα περιλαμβάνονται βελτιώσεις σε θέματα υγιεινής και συγκοινωνιών, δίκτυα παροχής ηλεκτρικού ρεύματος, παροχής τηλεπικοινωνιών, νέες αθλητικές και αναψυχικές εγκαταστάσεις, εστιατόρια, δημόσιοι χώροι, καθώς και μία μαζική εισροή καλύτερης ποιότητας αγαθών και ειδών διατροφής. Η περιφερειακή ανάπτυξη συνδυάζεται με την προστασία και την ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος, δεν δρα ανταγωνιστικά προς τους φυσικούς πόρους. Αντίθετα, συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση τόσο των μόνιμων κατοίκων όσο και των επισκεπτών στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η επαφή του τουρίστα-επισκέπτη με τα οικοσυστήματα εντείνει την οικολογική συνείδηση και ευαισθητοποίηση με σκοπό την ενεργό συμμετοχή του στην προστασία της φύσης. Η εκμετάλλευση του πλούτου της περιοχής γίνεται από τους ντόπιους επιχειρηματίες, που δεν παραβλέπουν την πολιτιστική κληρονομιά. Έτσι δίνεται η ευκαιρία στην τοπική κοινωνία να αναπτύξει και να διατηρήσει τη λαογραφία, την τοπική αρχιτεκτονική, να αναβιώσει εργασίες και τέχνες ξεχασμένες για να παράγει παραδοσιακά προϊόντα, τοπικά έθιμα και να οργανώσει πολιτιστικές

εκδηλώσεις. Όλα αυτά συντηρούν και δεν αλλοιώνουν το χαρακτήρα της περιοχής, αναδεικνύοντας τη διαφορετικότητα και την μοναδικότητα του κάθε τόπου. Θεωρητικά ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που στην ιδανική περίπτωση ισοκατανέμει τους τουρίστες και το σύνολο της τουριστικής δραστηριότητας σε όλους τους μήνες του έτους αμβλύνοντας έτσι το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας και τη διαφοροποίηση των τουριστικών περιόδων, που ως γνωστόν, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού. Αποτελεί λύση για την αποκέντρωση του τουριστικού κυκλώματος, καταργεί την τοπική και χρονική υπερσυγκέντρωση τουριστών, αλλά και για την μείωση του κοινωνικού κόστους ανάπτυξης του τουρισμού αστικών περιοχών που έχει επιφέρει ο μαζικός τουρισμός. Ακόμα, ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί πηγή εσόδων για την ελληνική οικονομία. Οι κύριες θετικές οικονομικές επιδράσεις σχετίζονται με κέρδη συναλλάγματος και τις συνεισφορές στα κρατικά έσοδα. Οι τουριστικές δαπάνες, η εξαγωγή και εισαγωγή σχετιζόμενων αγαθών και υπηρεσιών επιφέρουν έσοδα στην οικονομία της Ελλάδας που φιλοξενεί τους τουρίστες. Άλλα κρατικά έσοδα από την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως άμεσες και έμμεσες εισφορές. Στις άμεσες εισφορές περιλαμβάνονται οι φόροι σε εισοδήματα που προέρχονται από τουριστική απασχόληση, από τουριστικές επιχειρήσεις και από άμεσες χρεώσεις σε τουρίστες, όπως ο οικολογικός φόρος ή οι φόροι αναχώρησης. Οι έμμεσες εισφορές προκύπτουν από φόρους και δασμούς σε αγαθά και υπηρεσίες προς τους τουρίστες, όπως για παράδειγμα φόρους για αναμνηστικά αντικείμενα, αλκοολούχα ποτά, εστιατόρια κ.λ.π. Τα ταξίδια φέρνουν τους ανθρώπους, διαφορετικών πολιτισμών, σε επαφή μεταξύ τους. Λόγω του ιδιαίτερου χαρακτήρα του εναλλακτικού τουρισμού, μπορεί να δημιουργηθεί σιωπηρά ένα κλίμα κατανόησης ανάμεσα στους ανθρώπους και στους πολιτισμούς και να προωθηθούν πολιτιστικές ανταλλαγές ανάμεσα στους «φιλοξενούμενους» και τους «οικοδεσπότες». Με τον τρόπο αυτό, αυξάνονται οι πιθανότητες για τους ανθρώπους να αναπτύξουν αμοιβαία συμπάθεια και κατανόηση και να μειωθούν οι προκαταλήψεις. Έτσι, ο εναλλακτικός τουρισμός λειτουργεί κι αυτός ως μέσο για τη διατήρηση της ειρήνης. Ο εναλλακτικός τουρισμός δεν έχει τα χαρακτηριστικά που έχει ο κλασικός τουρισμός που όλοι έχουμε στο μυαλό μας. Τον εναλλακτικό τουρισμό τον χαρακτηρίζει η μη μαζικότητα των τουριστών, η οικολογική συνείδηση που διακατέχει τους τουρίστες, οι τουριστικές επιχειρήσεις

σε περιοχές που υπάρχει εναλλακτικός τουρισμός είναι μικρού μεγέθους (συνήθως οικογενειακές) και οι μορφές του τουρισμού χαρακτηρίζονται ως αντισυμβατικές σε σχέση με τον τουρισμό που έχουμε όλοι στο μυαλό μας (Paramichael, 2003)

Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει ως στόχο τη διαφύλαξη του περιβάλλοντος και των πόρων του τουριστικού προορισμού, την ικανοποίηση των αναγκών του ντόπιου πληθυσμού, τη δυνατότητα των χωρών στις οποίες υπάρχουν τουριστικοί προορισμοί να παίρνουν αυτές τις αποφάσεις της τουριστικής ανάπτυξης, σύμφωνα με τις δικές τους τουριστικές πολιτικές και να μην ποδηγετούνται από τους μεγάλους τουριστικούς επιχειρηματίες (τουριστικούς πράκτορες, ξενοδόχους που συνήθως εξυπηρετούν πολυεθνικά ή ίδια οφέλη). Στον εναλλακτικό τουρισμό γίνεται προσπάθεια περιορισμού του μαζικού τουρισμού και ενθάρρυνσης του εναλλακτικού ήπιου τουρισμού καταβάλλεται τόσον από τις ομάδες πληθυσμού που προαναφέρθηκαν όσο και από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, την Ε.Ε. τους εθνικούς τουριστικούς φορείς, κλπ. (Herbig & O'Hara, 1997).

Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει ως στόχο την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων των περιοχών όπου αναπτύσσεται ο εναλλακτικός τουρισμός. Έτσι δίνεται η ευκαιρία σε νέους να επενδύσουν πάνω σε νέες επιχειρηματικές ιδέες σεβόμενοι πάντα το φυσικό περιβάλλον της περιοχής (Galani-Moutafi, 2004).

2.3 Βασικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού

Πρέπει να τονιστεί η σημασία του εναλλακτικού τουρισμού στην ανάπτυξη μίας τουριστικής χώρας. Την προώθηση ενός τέτοιου δυνατού προϊόντος εξασφαλίζει το πρόσθετο εισόδημα στα ταμεία του κράτους.

Ιαματικός τουρισμός(SPA)^{LI} - συνδέεται με επισκέψεις σε τουριστικούς χώρους για τη θεραπεία διαφόρων ασθενειών (π.χ. τη θεραπεία άγχους, τη ψυχοθεραπεία, τη φυσιοθεραπεία, τη χαλάρωση, τη διατροφή, την ομορφιά, κλπ.), καθώς και για ξεκούραση και αναζωογόνηση του σώματος και της ψυχής.

Αθλητικός τουρισμός αναψυχής - συνδέεται με όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής συμμετοχής σε αθλητικές εκδηλώσεις. Η συμμετοχή μπορεί να είναι τυχαία ή και οργανωμένη, μπορεί να πραγματοποιείται για επιχειρηματικούς σκοπούς ή και για άλλους λόγους. Χωρίζεται σε δύο κατηγορίες:

ενεργή συμμετοχή σε αθλητικές εκδηλώσεις ή διαγωνισμούς, όπως το γκολφ, τένις, ποδόσφαιρο, μπάσκετ, κωπηλασία κλπ.

παρακολούθηση των ευρωπαϊκών και παγκοσμίων κυπέλλων και πρωταθλημάτων, Ολυμπιακών Αγώνων και τα μεγάλα διεθνή τουρνουά.

Αγροτουρισμός - αναπτύσσεται, όπως υποδηλώνει το όνομα του κυρίως σε αγροτικές περιοχές της χώρας και σχετίζεται με κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές αξίες της περιοχής.

Θρησκευτικός τουρισμός - συνδέεται με την επίσκεψη στα βυζαντινά μνημεία, μνημεία εκκλησιαστικής αρχιτεκτονικής, εκκλησίες και μοναστήρια.

Θαλάσσιος τουρισμός - περιλαμβάνει ένα εύρος δραστηριοτήτων με επίκεντρο τη θάλασσα(ναύλωση σκαφών, δημοφιλή ταξίδια με κρουαζιέρες κ.τ.λ.).

Πολιτιστικός τουρισμός - ιδανική μορφή τουρισμού για όσους επιθυμούν να ανακαλύψουν και να μάθουν για την κουλτούρα και τον πολιτισμό διαφόρων περιοχών, να λαμβάνουν ενεργά μέρος σε σεμινάρια και εργαστήρια, καθώς και γνώση της παραδοσιακής τέχνης - βυζαντινή ζωγραφική, φωτογραφία, κεραμική, γλυπτά, τοιχογραφίες, μουσικά όργανα, κλπ.

Εκπαιδευτικός τουρισμός – απευθύνεται κυρίως στους νέους. Βασικός σκοπός είναι εκμάθηση (επαγγελματική κατάρτιση του ταξιδιώτη, απόκτηση ειδικών γνώσεων, απόκτηση νέων εμπειριών).

Συνεδριακός τουρισμός¹- τουριστικός προορισμός, άμεσα συνδεδεμένος με την οργάνωση και συμμετοχή σε συνέδρια, σεμινάρια και εκθέσεις. Τα τελευταία χρόνια, ο συνεδριακός τουρισμός αναπτύσσεται με ραγδαίους ρυθμούς και αποτελεί ένα σημαντικό τμήμα της τουριστικής αγοράς σε διεθνές επίπεδο.

Οικοτουρισμός - μια μορφή τουρισμού που έχει αναπτυχθεί χρησιμοποιώντας τους πόρους του περιβάλλοντος: βουνά, λίμνες, λιμνοθάλασσες, κοιλάδες, σπηλιές, πλούσια χλωρίδα και πανίδα. Συνοπτικά είναι περιοχές που προκαλούν υψηλό γεωλογικό ενδιαφέρον.

Ιατρικός τουρισμός - μια κατεύθυνση του τουρισμού, στόχος της οποίας είναι η οργάνωση μίας οικονομικά ανταγωνιστικής ιατρικής φροντίδας του ασθενούς στο εξωτερικό.

2.4 Είδη εναλλακτικού τουρισμού

2.4.1 Αγροτουρισμός

Ο **αγροτουρισμός** είναι μορφή ήπιου τουρισμού κατά την οποία οι επισκέπτες μένουν σε αγρόκτημα και συμμετέχουν σε αγροτικές εργασίες. Σημείο αναφοράς των διακοπών σε ένα αγρόκτημα-ξενώνα είναι η άμεση επαφή του επισκέπτη με την αγροτική ζωή, τις καλλιέργειες, με την φύση, τη χλωρίδα και την πανίδα, κάτι το ιδιαίτερο για το μεγαλύτερο ποσοστό του σύγχρονου Ευρωπαίου πολίτη, κατοίκου αστικής περιοχής. Πέρα από την υποδοχή και τη φιλοξενία του επισκέπτη σε ένα περιβάλλον λιτό με τοπικό χαρακτήρα και όλες τις απαραίτητες ανέσεις, προβλέπεται και η ενεργή συμμετοχή του τουρίστα σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων. Ενδεικτικές από αυτές είναι:

- αγροτικές δραστηριότητες (συμμετοχή στις εργασίες),
- παρατήρηση οικοσυστήματος (πουλιών, πανίδας, χλωρίδας, επισκέψεις υγροβιότοπων, κ.λ.π)
- αθλήματα περιπέτειας (π.χ ράφτινγκ, πεζοπορία κ.λ.π),
- πολιτιστικές περιηγήσεις (π.χ επισκέψεις σε μοναστήρια, εκκλησίες, λαογραφία μουσεία, κ.ά., παραδοσιακούς οικισμούς, αρχαιολογικούς χώρους).
- διάφορα μαθήματα (π.χ μαθήματα αργαλειού, ελληνικών χορών, γαστρονομίας - ελληνικής κουζίνας, γευσιγνωσία, οινοποιεία, τοπικά προϊόντα, κ.λ.π)

Η βασική ιδιαιτερότητα της πρακτική αυτής της μορφής τουρισμού στις ανεπτυγμένες αγροτουριστικά χώρες (Ισπανία, Γερμανία, Γαλλία) είναι πως βασίζεται σε διαμονή σε φάρμες στο ύπαιθρο, κάτι το οποίο δεν υπάρχει στον αντίστοιχο βαθμό στην Ελλάδα, αν και διαθέτει μεγάλο αξιοποιήσιμο κεφάλαιο προς αξιοποίηση (λαϊκός και πολιτιστικό πλούτος, γεωφυσικά στοιχεία, κ.τ.λ.) και με τις κατάλληλες προσαρμογές στα δεδομένα του Ελληνικού τοπίου, ο Ελληνικός Αγροτουρισμός μπορεί να βρεθεί σε ανταγωνιστική θέση συμβάλλοντας έτσι στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, ενώ

παράλληλα ενισχύει το εισόδημα των κατοίκων στις περιοχές-προορισμούς.Επιδιώκει τη δημιουργία θετικών κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων και ανταποκρίνεται στην ανάγκη των αγροτών να αποκτήσουν συμπληρωματικό εισόδημα απασχολούμενοι με τον τομέα των υπηρεσιών καθώς και στην ανάγκη των κατοίκων των αστικών κέντρων να επιστρέψουν στη φύση.

Αναπτύσσει την τοπική κοινωνία, συμβάλλει στη συνέχεια της παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων, διατηρεί τέχνες που διαφορετικά θα είχαν εξαφανισθεί, συμβάλλει στην αναβίωση εθίμων και παραδοσιακών εκδηλώσεων, στη διατήρηση της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, αποτελεί ένα μέσο επικοινωνίας των απομονωμένων περιοχών με τα μεγάλα αστικά κέντρα, αλλά και προσφέρει νέες προοπτικές ζωής στους νέους των περιοχών αυτών. Μέσω του Αγροτουρισμού προβάλλεται η πολιτιστική κληρονομιά, η μοναδικότητα της κάθε περιοχής.

Επίσης,προσφέρει στον επισκέπτη την ευκαιρία να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, την πολιτιστική κληρονομιά κάθε περιοχής, με σεβασμό στο περιβάλλον και την παράδοση. Δίνει τη δυνατότητα στον επισκέπτη να έρθει σε επαφή με τη φύση και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στις οποίες μπορεί να συμμετέχει.

Γενικότερα ο Αγροτουρισμός συμβάλλει στη(ν) :

συμπλήρωση και βελτίωση του αγροτικού εισοδήματος

βελτίωση της ποιότητας ζωής και εργασίας του αγροτικού πληθυσμού

συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού στον τόπο διαμονής του

βελτίωση και διάθεση των τοπικών αγροτικών και βιοτεχνικών προϊόντων

προστασία του περιβάλλοντος

διατήρηση, προβολή κι αξιοποίηση της αρχιτεκτονικής και πολιτιστικής κληρονομιάς

βελτίωση της ελκυστικότητας των αγροτικών περιοχών

ενίσχυση της επιχειρηματικότητας



2.4.2 Πολιτισμικός τουρισμός

Πολιτιστικός τουρισμός ονομάζεται το υποσύνολο του τουρισμού σχετικά με τον πολιτισμό μιας χώρας ή περιοχής. Συγκεκριμένα ο τρόπος ζωής των ανθρώπων αυτών των γεωγραφικών περιοχών, η ιστορία τους, η τέχνη, η αρχιτεκτονική, θρησκεία και άλλα στοιχεία που συνέβαλλαν στην διαμόρφωση του τρόπου ζωής τους.

Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει τον τουρισμό σε αστικές περιοχές, ιδιαίτερα σε ιστορικές, μεγάλες πόλεις και στις πολιτιστικές εγκαταστάσεις όπως μουσεία και θέατρα. Μπορεί ακόμα να περιλαμβάνει τουρισμό σε αγροτικές περιοχές αποτυπώνοντας τις παραδόσεις ιθαγενών πολιτιστικών κοινωνιών. Κατά γενική ομολογία η πολιτιστικοί τουρίστες ξοδεύουν ουσιαστικά περισσότερα από τους καθιερωμένους/τυπικούς τουρίστες.

Αυτή η μορφή τουρισμού γίνεται ολοένα και πιο δημοφιλής στο κόσμο και πρόσφατα η αναφορά του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης επισήμανε το πόσο ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να συνδράμει στην Περιφερειακή ανάπτυξη σε ποικίλες περιοχές ανά τον κόσμο.

Ως πολιτιστικός τουρισμός έχει οριστεί η μετακίνηση ανθρώπων σε πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από την (καθιερωμένη) περιοχή κατοικίας τους, με την προϋπόθεση να συλλέξουν νέες πληροφορίες και εμπειρίες ώστε να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές τους ανάγκες. Σε αυτές τις πολιτιστικές ανάγκες μπορεί να συγκαταλέγεται η σταθεροποίηση-στερεοποίηση της προσωπικής πολιτιστικής ταυτότητας κάποιου, μέσω της παρατήρησης του “εξωτικού” άλλου/ξένου. Ένας

τύπος πολιτιστικού τουριστικού προορισμού είναι οι κατοικημένες πολιτιστικές περιοχές με ζωή. Η επίσκεψη σε οποιοδήποτε άλλο πολιτισμό διαφορετικό από τον ιδιόκτητο, όπως ένα ταξίδι σε μία ξένη χώρα. Άλλοι προορισμοί περιλαμβάνουν ιστορικά αξιοθέατα μοντέρνες αστικές συνοικίες, εθνοτικές τσέπες μιας πόλης, γιορτές/ φεστιβάλ, θεματικά πάρκα και φυσικά οικοσυστήματα.

Είναι ορατό ότι τα πολιτιστικά αξιοθέατα και γιορτές αποτελούν ιδιαίτερα σημαντικούς πόλους έλξης για τον τουρισμό. Η ικανοποίηση τουριστικών πόλων ενδιαφέροντος όπως τοπία, τέχνη, φύση, παραδόσεις, τρόπου ζωής και άλλα προϊόντα συσχετιζόμενα με αυτά – τα οποία μπορεί να κατηγοριοποιούνται ως πολιτιστικά βάσει της ευρύτερης κοινωνικής αντίληψης (του κόσμου), αποτελεί την πρωταρχική σκέψη καθώς σημαίνει την αρχική φάση ανάπτυξης του πολιτιστικού προορισμού. Η ποιότητα των υπηρεσιών και του προορισμού, που δεν εξαρτώνται μόνο από την πολιτιστική κληρονομιά αλλά και από το πολιτιστικό περιβάλλον, μπορούν να αναπτυχθούν περαιτέρω με το να εφαρμόζονται έλεγχοι και πολιτικές βάσει των οποίων θα κυβερνηθούν η κοινωνία και οι άμεσα ενδιαφερόμενοι της (stakeholders). Συνεπώς μπορεί να θεωρηθεί ότι ο σχεδιαστής πρέπει να γνωρίζει σε βάθος τα ποικίλα νοήματα του πολιτισμού καθαυτού, καθώς αυτά πυροδοτούν την διατύπωση των αναπτυξιακών πολιτικών, οι οποίες ακολουθούνται από αποδοτικό σχεδιασμό και ελεγχόμενη ανάπτυξη. (π.χ αυστηρή πολιτική σχετικά με την προστασία και διατήρηση της κοινότητας)



2.4.3 Οικοτουρισμός

Ο οικοτουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού η οποία συνδέεται με διάφορες μορφές τουριστικής δραστηριότητας στη φύση («τουρισμός φύσης» ή «φυσιολατρικός τουρισμός»). Αναπτύσσεται σε οικολογικά αξιόλογες και επί το πλείστον περιοχές θεσμοθετημένης περιβαλλοντικής προστασίας (π.χ. περιοχές Natura) και εμπεριέχει δραστηριότητες που μπορεί να έχουν επιστημονικό και εκπαιδευτικό χαρακτήρα (πχ. τουρισμός παρατήρησης των οικοσυστημάτων).



Ως οικοτουρισμό εννοούμε κυρίως ένα κίνημα, το οποίο βαίνει διαρκώς διογκούμενο και το οποίο οφείλει την ανάπτυξή του στην εξέλιξη της περιβαλλοντικής συνείδησης. Πρόκειται για δράση η οποία λαμβάνει χώρα στο πλαίσιο της επένδυσης του ελεύθερου χρόνου, που διατίθεται για την αναψυχή και την ξεκούραση του ανθρώπου. Ο οικοτουρισμός δηλαδή είναι αντίδραση σε έναν εμπορικό τουρισμό ο οποίος από τη φύση του δεν προάγει τις σχέσεις του ατόμου με οικολογική διάθεση και του περιβάλλοντος, με αποτέλεσμα η συμβιωτική του συνάρτηση με τον φυσικό κόσμο να επιδεινώνεται.

Χωρίς αμφιβολία ο οικοτουρισμός είναι εκδήλωση, στην οποία το άτομο αναζητά για τις ευχάριστες διακοπές του τουριστικά καταλύματα που λειτουργούν με οικολογικούς κανόνες και κάτω από ένα καθεστώς που σέβεται τη φύση. Είναι στην ουσία η μορφή αυτή απόδρασης μια ωφέλιμη εξόρμηση του ανθρώπου στο περιβάλλον, με τη βοήθεια της οποίας συνδυάζει από τη μια την ψυχαγωγία με φιλικές προς τη φύση δραστηριότητες και προσφέρει από την άλλη περιβαλλοντικές υπηρεσίες που θεραπεύουν προβλήματα της φύσης. Γνωστές είναι

οι ακτιβιστικές αντιδράσεις πολλών νέων σήμερα, που διαθέτουν οικολογικό προβληματισμό και οι οποίοι εστιάζουν τις προσπάθειές τους με φιλοπεριβαλλοντικές δράσεις στη διάσωση περιοχών με ιδιαίτερο φυσικό κάλλος.

Με όρους δόκιμης κατανάλωσης ο οικοτουρισμός συνιστά ανάλωση ενός οικολογικού αγαθού που δε ρυπαίνει το περιβάλλον και είναι αντίθετος με τον βιομηχανοποιημένο τουρισμό που χρησιμοποιεί και εμπορεύεται τη φύση για κερδοσκοπικούς λόγους. Αντιθέτως ο οικοτουρισμός, που λειτουργεί στη βάση ενός οικολογικού και αντικαταναλωτικού προτύπου, είναι στάση που χαρακτηρίζεται για την υπεύθυνη διαχείριση της φύσης, χάριν της οποίας ο χρήστης αναλαμβάνει τις ευθύνες του, που ως φυσικού οργανισμού του αναλογούν, για την προστασία της χλωρίδας και της πανίδας, μελετά οικολογικά φαινόμενα και αποκτά άμεση εμπειρία για περιβαλλοντικά προβλήματα.

Ο οικοτουρισμός θα λέγαμε είναι μελέτη του φυσικού κόσμου συνδυασμένη με τον φυσικό τουρισμό και βαθύτερη σπουδή των οικολογικών συνθηκών που προκύπτει ως προϊόν συνήθως της φυσικής περιήγησης του ατόμου στο άμεσο περιβάλλον του. Συνιστά επίσης ο οικοτουρισμός κίνηση του ανθρώπου που εκδράμει στη φύση, η οποία προσφέρεται για την κατανόηση των οικολογικών του ορίων και την ανάπτυξη της συνείδησης για το περιβάλλον και τον πλούτο του. Η συγκεκριμένη τουριστική πράξη αποτελεί αναντίρρηση αντίσταση στην υλική παθητικοποίηση του ανθρώπου εξαιτίας της οποίας χρησιμοποιείται κατά τρόπο επιβλαβή η φύση.

Είναι σωστό να ταυτιστεί ο υγιής αυτός τουρισμός με την εναλλακτική χρήση του περιβάλλοντος η οποία αποτρέπει την αλλοίωση της φύσης με τη δημιουργία βαρέων και εχθρικών με το περιβάλλον τουριστικών υποδομών. Ο οικοτουρισμός ακόμη συνιστά ολοκληρωμένη πρακτική συνύπαρξης του ανθρώπου με το οικοσύστημα, στο οποίο δε μεσολαβούν επικίνδυνα πολεοδομικά συστήματα που βάνανσο τρόπο επηρεάζουν την αισθητική του περιβάλλοντος ούτε υιοθετούνται αδηφάγες χρήσεις της φύσης, οι οποίες καταστρέφουν την ισορροπία της.

Έτσι αναδεικνύεται ο οικοτουρισμός σε φιλική απάντηση του ανθρώπου στις προκλήσεις της φύσης που δημιουργούν την ανάγκη του για επαφή μαζί της και αποδεικνύεται ως εκδήλωση που αποκαλύπτει του ενδιαφέρον του τεχνοποιημένου οικονομικού κόσμου να δει και να αντιμετωπίσει κάθε ενδιαίτημα της φύσης με προσοχή και να λάβει υπόψιν τα πορίσματα της οικολογίας που παρουσιάζουν με εφιαλτικό τρόπο την κατάσταση της φύσης. Συνεπώς ο οικοτουρισμός συνιστά

ισόρροπη και σταθερή χρησιμοποίηση των οικολογικών πόρων και πράσινη ανάπτυξη των μέσων που εμπλέκονται στο σύστημα του οικοτουρισμού.

Αυτό σημαίνει πως ο οικοτουρισμός είναι περιβαλλοντική πράξη που διέπεται από την ηθική της φύσης και στάση που επεκτείνεται από τη διασκέδαση στην οικοδόμηση σεβασμού του ανθρώπου στη φύση. Περιλαμβάνει η έκφραση αυτή του ανθρώπου μια πολυδιάστατη ενασχόληση με τη μορφή της ψυχαγωγίας με τα συστήματα του περιβάλλοντος που εκδηλώνεται από την υποβρύχια μελέτη και την παρατήρηση της ενάλιας ζωής ως την κατόπτευση των γήινων και των εναέριων φαινομένων με την καταγραφή πολλές φορές και τη γνώση της εγχώριας και της ξένης χλωρίδας και πανίδας.

Μέρος του οικοτουρισμού μπορεί να είναι επίσης η ενασχόληση στα πλαίσια των επαφών του ανθρώπου με τη φύση με γνωστά οικολογικά θέματα που σχετίζονται με την προστασία της θαλάσσιας και της χερσαίας ζωής και οι δραστηριότητες για τη ανάδειξη περιβαλλοντικών θεμάτων που χρειάζονται ιδιαίτερη οικολογική προσέγγιση από το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον. Στον οικοτουρισμό ανήκουν οικολογικές δράσεις όπως η δενδροφύτευση και οι οργανωμένες δραστηριότητες καθαρισμού του δασώδους και του θαλάσσιου χώρου.

Γίνεται φανερό πως ο οικοτουρισμός είναι κίνηση που εισάγει μια νέα αντίληψη για το περιβάλλον, χάριν της οποίας ο ενθουσιασμός για τη φύση μεταφράζεται σε συνεχή επαφή του ατόμου με το περιβάλλον και σε υποταγή κάθε οικονομικής ανάπτυξης στη φιλοσοφία της οικοσυστημικής κυριαρχίας του χώρου και του ανθρώπου. Βεβαίως ο οικοτουρισμός είναι στάση που στηρίζει δράσεις για την προστασία της αισθητικής της φύσης και υπηρεσία σε έναν κόσμο κατασκευαστικής αναρχίας. Ο οικοτουρισμός είναι ασφαλώς και η επιβολή της οικοκρατικής τάσης με αρχές που βοηθούν στο διάλογο και θετική αντιπαράθεση ανθρώπου φύσης.

Είναι σίγουρα η συμπεριφορά αυτή του ανθρώπου που εκδηλώνεται ως οικοτουρισμός διασκεδαστική τεχνική με την οποία ο σύγχρονος άνθρωπος συνδυάζει τον ανθρωπισμό και την οικολογία και το κυριότερο είναι αγαθή απολαυστική τέχνη στην οποία η χρήση της φύσης αποδίδει εκτός από τη χρησιμοποίησή της και τον ενδεδειγμένο οικολογικό στο περιβάλλον σεβασμό. Αυτό σημαίνει πως ο οικοτουρισμός είναι μύηση στη φύση και εκπαίδευση κυρίως των ανθρώπων των πόλεων ώστε να αποστρέφονται την καταστροφή των οικοσυστημάτων και να αγαπούν τη φυσική ζωή.

Είναι κατ' αυτήν την έννοια ο οικοτουρισμός φυσική δράση που στηρίζεται στην ανακάλυψη της φύσης και στην αναγνώριση της αξίας του περιβάλλοντος. Συναρτάται ο τουρισμός αυτός με την ανάπτυξη που πειθαρχεί στους κανόνες της επιστημονικής οικολογίας και υπακούει στις αρχές της οικονομίας εκείνης η οποία είναι φιλική με το περιβάλλον. Ως στάση ζωής ο οικοτουρισμός είναι τρόπος επιστροφής του ανθρώπου στη φύση και μέσο ανακάλυψης άλλων ήπιων μορφών ανάπτυξης. Έτσι ο οικοτουρισμός αναδεικνύεται σε μια πραγματική πολιτική οικονομία της φύσης, που στη βάση της συμφιλιώνει τον άνθρωπο με τον κόσμο κάθε οικοσυστήματος.

Ο οικοτουρισμός θα μπορούσε να θεωρηθεί επανάσταση αφού με τη βοήθειά του ανατρέπεται το παραδοσιακό οικονομικό δόγμα, σύμφωνα με το οποίο, όπως λέει ο Γουέλς και ο Χάξλεϋ, η οικολογία είναι επέκταση της οικονομίας στο σύνολο των έμβιων όντων. Αντιθέτως η οικολογική χρήση της φύσης και στον τομέα του φιλικού με το περιβάλλον τουρισμού, συμπίπτει με τον επαναπροσδιορισμό της θέσης της φύσης στη ζωή, αναθεώρηση η οποία επιτρέπει να αποτρέπεται η μεταβολή του ανθρώπινου περιβάλλοντος σε θλιβερό και μονότονο τοπίο και εμποδίζει να μοιάζει η φύση με βιομηχανικό χώρο παρά με πεδίο ζωής.

Στον οικοτουρισμό επίσης συγκαταλέγονται εκδηλώσεις, όπως η ανταλλαγή ενδιαιτημάτων, ο αγροτουρισμός, το παρατηρητήριο της φύσης, η φυσική παραγωγή με οικολογικό τρόπο και η εμπορία φυσικών προϊόντων αλλά και ο τουρισμός σε παραδοσιακούς οικισμούς. Ανήκει σε αυτόν τον περιβαλλοντικό τουρισμό ο λαογραφικός, η ελεύθερη στη φύση και περιορισμένη για οικολογικούς λόγους διαμονή αλλά και ο συστηματικός ομαδικός τουρισμός με εξορμήσεις στην ύπαιθρο. Σε κάθε μορφή αυτού του τουρισμού, ενυπάρχει, όπως γίνεται κατανοητό το κίνητρο για τη φύση και η αγάπη για την οικολογία.

Στην πρώτη περίπτωση ο τουρισμός ανάγεται σε κίνημα που στοχεύει στην οικολογική και κοινωνική ευρύτητα του χρήστη. Έτσι το άτομο που συμφωνεί με άλλους για ανταλλαγή κατοικιών στην πραγματικότητα υπερθεματίζει έναν τουρισμό στον οποίο λείπει το κερδοσκοπικό στοιχείο και αναδεικνύει μια ταξιδιωτική ψυχαγωγία στην οποία ενυπάρχει το συνεργατικό πνεύμα. Ο οικοτουρισμός τώρα ως αγροτουρισμός είναι δράση θεμελιωμένη στη φυσική ανάγκη για ενεργό τουρισμό σε προορισμούς που προσφέρονται ευκαιρίες για εναλλακτικές εργασίες. Το παρατηρητήριο είναι ένας άλλος τουρισμός, ο οποίος στηρίζεται στη φυσική έκπληξη και στη χαρά που προσφέρει στον οικολογικό

επισκέπτη η θέα της φύσης. Παραπλήσιος τουρισμός τέλος είναι ο αρχαιολογικός τουρισμός ο οποίος, όπως και εκείνος σε παραδοσιακούς οικισμούς, έχει ως αντικείμενο τον φυσικό πολιτισμό.

Γίνεται φανερό πως ο οικοτουρισμός από τη φύση του έχει πολλές διαστάσεις αφού εκμεταλλεύεται τις δυνατότητες του περιβάλλοντος και τη θετική πρόθεση του ανθρώπου για τη φύση. Πρωτίστως ο οικοτουρισμός προσφέρει πολλά στην ανθρώπινη υγεία και συμβάλλει στην ισορροπία από την ένταση της εποχής ατόμου. Δίνει επίσης την ευκαιρία στον περιηγητή με οικολογικό ενδιαφέρον να ανανεωθεί και μέσα από τη συναναστροφή του με τη φύση να ανακαλύψει τη φυσικότητά του και να αναθεωρήσει τον αγχώδη και πιεστικό τρόπο ζωής του.

Ο οικοτουρισμός επίσης ως δράση οικονομικά καταρχάς ουδέτερη και ως τρόπος διαχείρισης στη συνέχεια της φύσης, επιτρέπει την προστασία της από τον υπερκαταναλωτισμό υπηρεσιών και την κατάχρηση αγαθών που επιβαρύνουν τη φύση. Είναι σίγουρο πως ο οικοτουρισμός ως εναλλακτική ψυχαγωγία, ωφελεί πολλαπλά το άτομο, που εμφορείται από οικολογικές ιδέες και το κυριότερο οδηγεί στην επαναστατική για τη φύση αντίληψη η οποία συλλαμβάνει ως κυρίαρχη ουσία στη ζωή το περιβάλλον. Είναι εύκολο συνεπώς να αντιληφθεί κανείς πως ο τουρισμός αυτός, που έχει σαν βάση τη συμφιλίωση του ανθρώπου με τη φύση, ταυτίζεται με την περιβαλλοντική εκείνη δράση η οποία στοχεύει στη διατήρηση του οικοσυστήματος και αποσκοπεί στην προσαρμογή κάθε τουρισμού στα πρότυπα της φυσικής επικοινωνίας του ατόμου με το περιβάλλον.

Έτσι με τον οικοτουρισμό πληρούνται οι προϋποθέσεις για ομαλή ένταξη του ατόμου με περιβαλλοντική συνείδηση για ομαλή ένταξη στις ιδιαίτερες συνθήκες της τοπικής φύσης. Ο οικοτουρισμός δηλαδή ως συνδυασμός επιλογών, τόπων και προορισμών με οικολογικό ενδιαφέρον και ως πραγμάτωση οικολογικών προγραμμάτων, επιτρέπει εκτός των άλλων σε όλες τις οικιστικές επεμβάσεις να τηρούν τους οικολογικούς κανόνες και να ακολουθούν τις ιδιομορφίες του κάθε περιβάλλοντος. Είναι βέβαιο θα λέγαμε πως σε αυτόν τον οικοτουρισμό το άτομο ασκείται στην αγαθή σχέση με το περιβάλλον και αναπτύσσεται αλλά και δραστηριοποιείται ως μέρος της φύσης.

2.4.4 Αθλητικός τουρισμός

Το 1970 άρχισε να γίνεται χρήση του όρου Αθλητικός Τουρισμός με σκοπό να περιγραφεί η Ειδική Μορφή Τουρισμού η οποία συνδύαζε και την αθλητική δραστηριότητα. Ο Αθλητικός Τουρισμός κατάφερε να προσελκύσει σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων αποκτώντας την αντίστοιχη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία.

Οι Ειδικές Μορφές Τουρισμού αποφέρουν από 35% έως 70% περισσότερα έσοδα ανά επισκέπτη και συμβάλλουν στην άμβλυνση της εποχικότητας του Τουρισμού. Ειδικότερα ο Αθλητικός Τουρισμός είναι μια μορφή επαναλαμβανόμενου ποιοτικού τουρισμού.

Στη ραγδαία ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού συνεπικουρούν οι ακόλουθες δραστηριότητες:

ό Η δημοτικότητα των εθνικών και διεθνών αθλητικών γεγονότων αυξήθηκε κατακόρυφα.

ό Κατανοήθηκε διεθνώς η αξία ενασχόλησης με την αθλητική δραστηριότητα ως μέσοπροαγωγής της υγείας.

ό Οι κρατικές αρχές κάθε χώρας αρχίζουν και αντιλαμβάνονται τη σπουδαιότητα του αθλητισμού ως μέσου σύσφιξης των σχέσεων των λαών και άσκησης εξωτερικής πολιτικής.

Ο Αθλητικός Τουρισμός είναι μια ειδική μορφή ποιοτικού τουρισμού η οποία μας δίνει την ευκαιρία να επενδύσουμε σε μια τεράστια δυναμική αγορά αλλά και ταυτόχρονα να επιτύχουμε μια προστιθέμενη αξία στο τουριστικό μας προϊόν μέσω της ανάπτυξης, της διαφοροποίησης και της αναβάθμισης του. Περιλαμβάνει άτομα ή ομάδες συμμετέχουν ενεργητικά ή παθητικά σε ανταγωνιστικές ή μη, αθλητικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια μετακίνησής τους έξω από το συνηθισμένο τους περιβάλλον. Το κριτήριο εδώ είναι ότι η αθλητική δραστηριότητα αποτελεί το κύριο κίνητρο της μετακίνησης ενώ το τουριστικό στοιχείο παίζει το ρόλο της ενίσχυσης της συνολικής εμπειρίας. 1. Στενός ορισμός: περιλαμβάνει τον αθλητικό τουρίστα που παρακολουθεί ή συμμετέχει ένα ανταγωνιστικό αθλητικό γεγονός, π.χ. Ολυμπιακοί αγώνες, μααραθώνιος Λονδίνου. 2. Ευρύς ορισμός: περιλαμβάνει άτομα που ταξιδεύουν για να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής, π.χ. γκολφ, σκι, περπάτημα. Β. Τουριστικός αθλητισμός: Περιλαμβάνει

άτομα που ταξιδεύουν και συμμετέχουν ενεργά ή παθητικά σε κάποια αθλητική δραστηριότητα. Το ταξίδι σε αυτή την περίπτωση είναι το κύριο κίνητρο μετακίνησης. Ο τουριστικός αθλητισμός αγνοείται από τη διεθνή βιβλιογραφία, όμως αποτελεί σημαντικό κομμάτι της σχέσης τουρισμού – αθλητισμού. Ο τομέας αυτός δεν φιλοδοξεί να εισαγάγει τυχόν σχέδια τοπικής ανάπτυξης, ούτε να αυξήσει τη συμμετοχή των κατοίκων στη λήψη αποφάσεων, στοχεύει να αναπτύξει τις αθλητικές εγκαταστάσεις και την υποδομή, η οποία θα επιτύχει εισροή τουριστών και ως εκ τούτου θα προσελκύσει εισόδημα για την τοπική (ή εθνική) οικονομία. Παρ'όλα αυτά, ο «αθλητικός τουρισμός έχει αποδειχθεί ότι επιφέρει σημαντικές οικονομικές επιπτώσεις, όχι μόνο από τη φιλοξενία μεγάλων αθλητικών γεγονότων, αλλά και από την ανάπτυξη του αθλητισμού και των αθλητικών θέρετρων και αξιοθέατων.



2.5 Τι είναι τουριστικό προϊόν

Το τουριστικό προϊόν αποτελεί μια πολυσύνθετη έννοια που αποτελείται από υλικά και άυλα συστατικά. Είναι περισσότερο ένας συνδυασμός διαφόρων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, κατάλληλων για την ικανοποίηση των τουριστών – καταναλωτών. Συνήθως το τουριστικό προϊόν προσφέρεται στην τουριστική αγορά και με τον γενικό όρο «πακέτο διακοπών». Με βάση και τον εννοιολογικό χάρτη που αναρτήσαμε Οι φυσικοί, πολιτισμικοί και ιστορικοί πόροι, οι υποδομές και οι υπερδομές είναι υλικά συστατικά. Μπορούν να αξιολογηθούν, να μετρηθούν και υπόκεινται σε συγκεκριμένα πρότυπα. Μπορούμε να το κάνουμε με τα άυλα συστατικά. Τα τουριστικά προϊόντα είναι αυτά που μπορούν να πωληθούν στην τουριστική αγορά. Μπορεί να είναι οτιδήποτε το οποίο παρέχει ικανοποίηση κατά τη διάρκεια της επίσκεψης ενός συγκεκριμένου τουρίστα. Το τουριστικό προϊόν είναι μία πράξη, γεγονός ή εμπειρία σε κάποιες τουριστικές δραστηριότητες και το οποίο χρησιμοποιεί τους φυσικούς και πολιτισμικούς πόρους της χώρας. Είναι αυτά που δημιουργούν την αίσθηση του χώρου και την αίσθηση φιλοξενίας που προσφέρει. Το τουριστικό προϊόν, όπως όλα τα παραγόμενα προϊόντα έχει και αυτό κάποια

χαρακτηριστικά. Τα βασικότερα εξ αυτών είναι τα εξής :

- Τις περισσότερες φορές δεν βλέπουμε, ούτε δοκιμάζουμε το προϊόν πριν το αγοράσουμε.

- Το καταναλώνουμε στον τόπο που παράγεται.

- Ο χώρος και οι άνθρωποι στον τόπο παραγωγής αποτελούν τμήμα του προϊόντος, άρα ο τουρισμός αφορά πολλούς τομείς της κοινωνίας.

A. Ακαμψία: ο τουριστικός κλάδος είναι πλήρως άκαμπτος υπό την έννοια της δυναμικότητας π.χ. τον αριθμό κλινών σε ένα ξενοδοχείο ή τις θέσεις σε μία πτήση κτλ. δεν είναι δυνατό να αντιμετωπιστούν πιθανές εξάρσεις. Ομοίως, τα τραπέζια στα εστιατόρια παραμένουν άδεια σε περιόδους χαμηλής τουριστικής ροής.

B. Αποθήκευση. Τα ταξιδιωτικά προϊόντα καταναλώνονται μόλις παράγονται, επομένως δεν τίθεται θέμα αποθήκευσής τους.

Γ. Ασυνέπεια. Ένας γενικός κανόνας είναι ότι στην ταξιδιωτική και στην τουριστική βιομηχανία, το προϊόν μπορεί εύκολα να τυποποιηθεί.

Δ. Αϋλότητα. Ένα βασικό χαρακτηριστικό είναι ότι τα τουριστικά προϊόντα είναι άυλα όπως είναι π.χ. η επίσκεψη σε ένα μουσείο κτλ. Τα προϊόντα βιώνονται μόλις πραγματοποιηθούν και μπορούν μόνο να επαναληφθούν.

Όταν μία χώρα θέλει να προσελκύσει τουρίστες προσπαθεί να αναπτύξει και να αναδείξει τους παράγοντες που συνθέτουν την τουριστική της προσφορά. Οι παράγοντες αυτοί είναι οι φυσικοί της πόροι, το κατασκευασμένο περιβάλλον, τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας αυτής έναντι των ανταγωνιστών της, οι λειτουργικοί κλάδοι, οι συνθήκες της ζήτησης που επικρατούν στην αγορά την δεδομένη χρονική στιγμή, το πνεύμα φιλοξενίας, η ιστορία και ο πολιτισμός της (Ακριβός & Σελεσιώτης, 2007; Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001; Λαλούμης & Ρούπας, 1998).

Σύμφωνα με τον Languar η τουριστική ζήτηση αντιπροσωπεύει τη ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών που επιδιώκει να καταναλώσει ο τουρίστας κατά τη διάρκεια των διακοπών του. Η τουριστική ζήτηση όπως και η τουριστική προσφορά εξαρτάται από κάποιους παράγοντες. Αυτοί οι παράγοντες είναι η ετερογένεια της ζήτησης, η εποχικότητα της ζήτησης και οι παράγοντες της ζήτησης μέσα στους οποίους περιλαμβάνονται οι κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες, οι κοινωνικο-ψυχολογικοί παράγοντες και οι παράγοντες που σχετίζονται με το τουριστικό προϊόν (Βαρβαρέσος, 2000).

Η τουριστική οικονομία ασχολείται με τη μελέτη και την ανάλυση των υλικών και άυλων τουριστικών προϊόντων, δηλαδή των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που είναι αποτέλεσμα της παραγωγικής προσπάθειας των ανθρώπων και που χρησιμεύουν για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους. Τα προϊόντα αυτά χαρακτηρίζονται όπως είναι γνωστό και σαν οικονομικά προϊόντα. Το κυριότερο δε χαρακτηριστικό τους είναι ότι σε σχέση με τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες που ικανοποιούν βρίσκονται σε περιορισμένες ποσότητες, δηλαδή βρίσκονται σε ανεπάρκεια.

Κεφάλαιο 3 Αργό Κίνημα

3.1 Εισαγωγή

Σύμφωνα με τον Luftus (2008), το Αργό Κίνημα έφερε στη μόδα ένα πιο αργό τρόπο ζωής. Η διαμαρτυρία αυτή ξεκίνησε στην Ιταλία ως κίνηση ενάντια στο γρήγορο φαγητό κυρίως εναντίον των McDonald. Το γρήγορο φαγητό επικρίθηκε στο ότι δεν αξιοποιούσε τα τοπικά προϊόντα και μετέτρεψε την πραγματική μαγειρική σε κοινωνικό γεγονός στη μαζική βιομηχανία. Το τμήμα του Αργού Φαγητού ήταν το πρώτο στο Αργό Κίνημα και ξεκίνησε με το να δώσει προσοχή στην κουλτούρα του φαγητού καθώς και στο πως γίνεται η επεξεργασία του. Ο Pandy (2010) υποστηρίζει ότι το Αργό Κίνημα μπορεί να θεωρηθεί ως ένα φαινόμενο που αυξάνει συνεχώς.

Ο οργανισμός Αργού Φαγητού ξεκίνησε το 1980 (Dickinson & Lumsdon 2010: 1). Ο Hall (2007) ορίζει το Αργό Φαγητό ως έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό ο οποίος αναδεικνύει τη φιλική προς το περιβάλλον παραγωγή ποτών και φαγητών. Οι παραδόσεις του τοπικού φαγητού και η απόλαυση του είναι αξίες που εκτιμώνται στο Αργό Φαγητό. Το Αργό Φαγητό χαρακτηρίζεται επίσης από την καθαρή, δίκαιη τροφή και παρέχει γνώση σχετικά με την προέλευση των συστατικών και την αξιοποίησή τους. Ο Οργανισμός Αργού Φαγητού (2011) αποτελεί μία συνεργασία μεταξύ των διαφορετικών μερών και παρέχει πληροφόρηση σχετικά με τις γεύσεις και την τροφή. Το μόττο «το λιγότερο είναι περισσότερο» έρχεται σε αντίθεση με τους ρυθμούς ζωής του Δυτικού κόσμου που απαιτούν να γίνονται τα πράγματα με γρήγορους ρυθμούς και που συμβαίνει όσο το περισσότερο είναι καλύτερο. Το Αργό έχει σχέση με την απόλαυση της στιγμής σε συνδυασμό με την αρμονία. (Gardner, 2009) Το αργό μπορεί να είναι και τρόπος ζωής. Στην αργή ζωή, ο χρόνος εκτιμάται ότι οδηγεί στη δημιουργικότητα. Είναι σημαντικό κάποιος να επιβραδύνει τους ρυθμούς ζωής και να ακούει τον εαυτό του κάτι που οδηγεί σε καλύτερη ποιότητα ζωής. Η Αργή Στέγαση αναφέρεται στη δημιουργία αρχιτεκτονικής που να βρίσκεται σε αρμονία με το υπάρχον φυσικό περιβάλλον. Οι φυσικές περιοχές μπορεί να είναι διαθέσιμες στους κατοίκους και στους τουρίστες προκειμένου αυτοί να απολαύσουν τον Αργό τρόπο ζωής απόλαυσης. Στην Αργή στέγαση, η ιστορία των περιοχών κατοικίας

θα πρέπει να γίνεται σεβαστή. Όπως τονίζεται στο Αργό Κίνημα, η ποιότητα ζωής είναι σημαντική και η ισορροπία στην αργή στέγαση θα πρέπει να αποκτάται μέσω της ήσυχης ζωής (Pandy, 2010). Ο Αργός Πλανήτης (2011) τονίζει ότι είναι δύσκολο να ορίσει κάποιος την πραγματική Βραδύτητα στη ζωή. Είναι δύσκολο να τεθούν ακριβή όρια και κανόνες σχετικά με το τι είναι Αργό. Δεν αφορά στο να κάνει κάτι κάποιος με την ταχύτητα ενός σαλιγκαριού αλλά σχετίζεται με την απόκτηση μεγαλύτερης ευχαρίστησης ειδικότερα όταν ο άνθρωπος κάνει καθημερινά καθήκοντα χωρίς βιασύνη. Το Αργό Σχέδιο (Design) έχει επίσης το δικό του μερίδιο στο Αργό Κίνημα και σε αυτό η οικολογική κατανάλωση των τοπικών προϊόντων είναι το κύριο θέμα (Hall, 2007). Το Αργό Σχέδιο εστιάζει στο ρυθμό του σχεδιασμού, δεν χρειάζεται να βιαστεί κάποιος για να δημιουργήσει μία νέα δομή που να εγγυάται την ποιότητα (Pandy, 2010). Το Αργό Ταξίδι Berlin (2011) αντίθετα εστιάζει στην επανεξέταση των κινήτρων και στην παύση από τον έντονο τρόπο ζωής. Σύμφωνα με τον Carl Honoré (2005:154) δεν υπάρχουν ξεκάθαρα όρια στο Αργό Κίνημα. Δεν έχει κάποιον ηγέτη ή κάποιες επίσημες ιστοσελίδες. Αντίθετα, το Αργό Κίνημα συνδέει πολλά μέρη στον κόσμο και το Αργό μπορεί να προσαρμοστεί σε πολλές πλευρές της ζωής, στο σώμα και στο μυαλό, στο φαγητό, στο σεξ, στα φάρμακα, στον τουρισμό και στην εργασία. Τα δραστήρια μέλη του Αργού Κινήματος συζητούν τη φιλοσοφία του Αργού και έρχονται σε επαφή με άλλους ακτιβιστές του Αργού μέσω Διαδικτύου. Έχουν σχηματιστεί διαφορετικές ομάδες όπως για παράδειγμα το Αργό Φαγητό που οργανώνει συγκεντρώσεις και συσκέψεις σχετικά με την απόκτηση περισσότερης δύναμης αλλά και προσχώρησης νέων μελών στο Αργό Κίνημα.

3.2 Ιστορική αναδρομή αργού τουρισμού

Ο Αργός Τουρισμός είναι μία σχετικά καινούρια τάση και επικεντρώνεται στο ειρηνικό και αργό ταξίδι (Dickinson, 2009). Ο Αργός Τουρισμός ξεκίνησε από την ανάγκη της μείωσης του διοξειδίου του άνθρακα σε συνδυασμό με το σεβασμό της τοπικής κουλτούρας και της φύσης. Ο Αργός Τουρισμός έχει πολλά κοινά χαρακτηριστικά με τον αειφόρο τουρισμό αλλά αποτελεί ένα νέο είδος τουρισμού που αυξάνεται με τον χρόνο (Dickinson & Lumsdon, 2010: 1)

Υπάρχουν κάποιοι ορισμοί σχετικά με το νέο αυτό τύπο τουρισμού και αυτοί είναι το αργό ταξίδι και η αργή κινητικότητα. Οι Dickinson & Lumsdon ορίζουν τον Αργό Τουρισμό ως : «Το αργό ταξίδι αποτελεί ένα αναδυόμενο εννοιολογικό πλαίσιο το οποίο προσφέρει μία εναλλακτική στα αεροπορικά και οδικά ταξίδια και σύμφωνα με το οποίο οι άνθρωποι ταξιδεύουν σε διάφορους προορισμούς πιο αργά και δια ξηράς, μένουν περισσότερο και ταξιδεύουν λιγότερο». (Dickinson & Lumsdon 2010: 1) Το αργό ταξίδι δεν είναι ένας καινούριος τρόπος για να πάει κάποιος από το σημείο Α στο σημείο Β. Στο παρελθόν, όταν δεν υπήρχαν τα γρήγορα μέσα μεταφοράς, κάποιος επέλεγε, για παράδειγμα, ένα άλογο ή ένα γαϊδούρι για να ταξιδέψει. Σήμερα, η χρήση των ζώων για τη μεταφορά δεν είναι δημοφιλής λόγω της τεχνολογίας. Ο Αργός Τουρισμός έχει μία φιλοσοφία αναφορικά με τον χρόνο που θα πρέπει να εκτιμηθεί και να χρησιμοποιηθεί με σοφό τρόπο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Ξεκίνησε από το slow food στην Ιταλία το 1989, τώρα εξαπλωθεί σε όλο τον κόσμο: - περισσότερα από 100.000 μέλη σε 150 χώρες - 1.300 "Condotte", τα τοπικά παραρτήματα. Ένα δίκτυο των 2.000 κοινότητες - ασκούν μια μικρής κλίμακας, βιώσιμη, ποιοτική παραγωγή τροφίμων

λ το Slow Food φιλοσοφία: - «Η υπεράσπιση της ήσυχο υλικό ευχαρίστηση και αργά κατά την καθολική τρέλα του Fast Life" Αρχές: - ΚΑΛΗ μια φρέσκια και γευστική εποχιακή διατροφή που ικανοποιεί τις αισθήσεις και είναι μέρος της τοπικής κουλτούρας μας. Καθαρή παραγωγή και κατανάλωση που δεν βλάπτει το περιβάλλον, την καλή διαβίωση των ζώων ή την υγεία μας φαγητό. Προσβάσιμες δίκαιες τιμές για τους καταναλωτές και δίκαιες συνθήκες και να πληρώνουν για τους παραγωγούς μικρής κλίμακας. Η έκρηξη στη βιολογική γεωργία και την αναγέννηση των τοπικών αγορών είναι ένα νέφος αυτής της φιλοσοφίας

3.3 Ορισμός Αργού Τουρισμού

Εάν μεταφράζαμε αυτό τον όρο θα βλέπαμε ότι αναφέρεται στο αργής ταχύτητας ταξίδι και υποδηλώνει ταξίδι με το τρένο και μακρύτερες διακοπές. Η «αργή κινητικότητα» ήταν ένας όρος πάλι των Ceron & Dubois που σημαίνει αειφόρες ταξιδιωτικές μέθοδοι χωρίς την χρήση αυτοκινήτων. Η ταξιδιωτική συμπεριφορά αντανακλάται περισσότερο στην τουριστική εμπειρία και δίνει έμφαση στον Αργό Τουρισμό και στο ταξίδι (Dickinson & Lumsdon 2010, 83)

Αργός τουρισμός είναι το όνομα που δόθηκε σε ένα είδος τουρισμού που επιτρέπει στους τουρίστες να περνούν τον ελεύθερο χρόνο τους και να λάβουν το δρόμο που απελευθερώνεται από τις ανησυχίες και το άγχος που προκαλείται από το σημερινό γρήγορο τρόπο ζωής.

Οι σχεδιαστές των τουριστικών προϊόντων (τουριστικά γραφεία, εθνικά πάρκα, δήμους, υπηρεσίες τοπικής ανάπτυξης, κλπ) προσφέρουν αργή δραστηριότητες τουρίστες που φέρουν περήφανα την «αργή» ονομασία. αυτά περιλαμβάνουν ταξίδια αναψυχής και πεζοπορία, ποδηλασία (ποδηλασία), ιππασίας, κωπηλασία και άλλα θαλάσσια σπορ, ανακαλύπτοντας υπόγεια σπήλαια (σπηλαιολογία), επισκέψεις σε πολλές προστατευόμενες περιοχές, παρατήρηση πουλιών, πτήση με αερόστατο, αλεξίπτωτο πλαγιάς, έλκηθρο με σκύλους, cross σκι πορείας της χώρας, snowshoeing, κ.λπ.

Δηλαδή "Αργός τουρισμός" είναι ο τρόπος που ταξιδεύουν με προσοχή στη λεπτομέρεια, δηλαδή, που ταξιδεύουν μέσα από τις λιγότερο πολυσύχναστες διαδρομές, κατά μήκος του οποίου η ψυχή των θέσεων και πολιτισμοί σε ένα αυθεντικό μακριά - αισθητή και δεν έσπευσαν - χωρίς να διακυβεύεται η τυποποίηση του τουρισμού προσφέρει.

Όντας ένας «αργός ταξιδιώτης» σημαίνει να υποστηρίξει και να δώσει αξία για τον περιβάλλοντα χώρο. "Αργός τουρισμός» γίνεται όλο και πιο διαδεδομένος, με πολλά που αναζητούν χαλάρωση, επαφή με τη φύση, και ένα στυλ ζωής που ξεπερνά την ταραχώδη τρόπο της καθημερινής ζωής. Η απόκτηση πλούτου μέσα από ένα ταξίδι συναισθημάτων μπορεί να γίνει πραγματικά εθιστικό και επιβράβευση.

Αυτό είναι το είδος του τουρισμού που παρέχει πραγματική και ουσιαστική σύνδεση με τους ανθρώπους, τις θέσεις, τον πολιτισμό, τα τρόφιμα, την κληρονομιά και το περιβάλλον. Της μελέτης Δρ Carpinelli αναδεικνύει τις «Δέκα Εντολές του Slow τουρίστες»:

1. Επιλέξτε τον προορισμό με πλήρη γνώση και να ενημερώνονται σχετικά με τη θέση που πρόκειται να επισκεφθούν.
2. Σχεδιάστε τις διακοπές σας με tour operators που ενδιαφέρονται για την κοινότητα υποδοχής και το περιβάλλον.
3. Να είστε ανοιχτοί σε μια εμπειρία που προσφέρει ένα site που φιλοξενεί την περιέργεια με την επιθυμία να μάθουν και να εκπλαγείτε.
4. Πάρτε έξω από τα παραδοσιακά κυκλώματα του προορισμού. Πάρτε την ελευθερία να κάνουν στάσεις και παρακάμψεις και να υποστηρίξουν το δικό σας ρυθμό.
5. Καθιέρωση μια αυθεντική επαφή με ανθρώπους με τους οποίους μοιράζονται το ταξίδι και τους ανθρώπους που ζουν σε τόπους προορισμού σας.
6. Πάρτε προσαρμοσμένη στις τοπικές συνήθειες και έθιμα και να τηρούν τους κανόνες του τόπου.
7. Συμμόρφωση με τα πρότυπα συμπεριφοράς που ρυθμίζουν τη δραστηριότητα και ότι ο σεβασμός της φυσικής και πολιτισμικής ιστορίας.
8. Να είστε προσεκτικοί ώστε να μην αφήνουν σημάδια της διόδου σας και να γνωρίζουν τη φιλική προς το περιβάλλον δέσμευση των εγκαταστάσεων και των υπηρεσιών που χρησιμοποιείτε.
9. Αγορά αναμνηστικά και τα προϊόντα που ενισχύουν τις εδαφικές ταυτότητες.
10. Στο δρόμο της επιστροφής, χρησιμοποιήστε ελεύθερο χρόνο για να προβληματιστούν σχετικά με την εμπειρία, οι άνθρωποι συναντήθηκαν, και τα πράγματα που βλέπουν.

Οι tour operators, με τις Τέσσερις Εποχές στην πρώτη γραμμή, να προετοιμάζουν τις προτάσεις που ταιριάζουν σε αυτή τη φιλοσοφία του ταξιδιού μπορούν να χρησιμοποιηθούν εμπειρίες της ζωής, ενώ προσφέρει οικονομική ελκυστικότητα.

Nunzio Malzone, την ανάπτυξη των επιχειρήσεων ο διευθυντής του paginemediche.it, παρουσίασε την πρωτοβουλία στη συζήτηση. Στη συνέχεια, Brigitte Wilhelmer, Επικεφαλής του Κέντρου και της Νότιας Ιταλίας αυστριακό Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού, προβλήθηκε το βίντεο Αυστρία.

Αργότερα, Ανδρέα Giorgi, επικεφαλής του Four Seasons Φύσης και Πολιτισμού, σχολίασε σχετικά με το βίντεο, του αργού τουρισμού, με πληροφορίες σχετικά με τον ιδιαίτερο χαρακτήρα αυτού του διαρκώς αυξανόμενου τμήματος του τουρισμού, για την οποία η εταιρεία του παρέχει κάθε χρόνο ένα ευρύ φάσμα προσφορών σε του κατάλογο. Μετά Δρ Carpinelli απεικονίζεται έρευνά της, οι συμμετέχοντες ολοκληρώθηκε με συζήτηση για όλες τις παρουσιάσεις.

3.4 Τι είναι αργό ταξίδι

Αργό ταξίδι είναι ένα παρακλάδι του κίνημα του Slow Food, η οποία ξεκίνησε στην Ιταλία τη δεκαετία του 1980 ως διαμαρτυρία κατά το άνοιγμα ενός McDonald 's στη Ρώμη. Η αργή κίνηση των τροφίμων έχει ως στόχο να διατηρήσει την τοπική κουζίνα, την τοπική γεωργία, κοινά γεύματα και τις παραδοσιακές μεθόδους παρασκευής τροφίμων. Αυτή η πολιτιστική πρωτοβουλία έχει ανθίσει από τότε σε έναν ολόκληρο τρόπο ζωής είναι γνωστή ως το κίνημα του Slow, η οποία τονίζει τη σύνδεση - σύνδεση με τα τρόφιμα, τη σύνδεση με τις οικογένειες και, στην περίπτωση του ταξιδιού, σύνδεση με τις τοπικές λαών και πολιτισμών. Αργό ταξίδι βιώνετε μια βαθύτερο είδος του ταξιδιού από την διαμονή τους σε ένα μέρος περισσότερο και να δει τα πράγματα που είναι κοντά σας. Πρόκειται για έναν απλούστερο, ευκολότερο και πιο αργό τρόπο για να ταξιδέψει. Υπάρχουν δύο συστατικά για να επιβραδύνει τη διαδρομή: Περάστε μια εβδομάδα σε ένα μέρος: Περάστε τουλάχιστον μια εβδομάδα σε ένα μέρος για το ταξίδι σας στην Ευρώπη. Για να το κάνετε αυτό, βασίζονται το ταξίδι σας γύρω από μία ή περισσότερες εβδομαδιαίες διαμονές σε διακοπές ενοίκια αντί των ξενοδοχείων.

Δείτε τι είναι κοντά σας: Χρησιμοποιήστε τη θεωρία των «ομόκεντρων κύκλων»

για ημερήσιες εκδρομές. Σκεφτείτε περιοχή περιήγησή σας ως μια σειρά από ομόκεντρους κύκλους γύρω από τη βάση σας. Δείτε τι είναι κοντά σας, αντί να τολμηρός περίπου στις μεγάλες ημερήσιες εκδρομές για να δείτε το "πρέπει-βλέπει».

Μετά από αυτές τις κατευθυντήριες γραμμές που αλλάζει την εμπειρία του ταξιδιού σας. Η διαμονή σε ένα ενοίκιο διακοπών για μια εβδομάδα επιτρέποντάς σας να ζήσετε σαν ένα τοπικό: ψωνίσετε στα τοπικά καταστήματα, να πηγαίνουν στο ίδιο καφενείο κάθε πρωί, πάρτε το χρόνο να δούμε τα πράγματα που είναι κοντά σας. Μάθετε περισσότερα για το πώς οι άνθρωποι ζουν σε άλλες χώρες και να φύγει από το ταξίδι σας ανανεωμένοι και να αλλάξει. Αργή Ταξίδια εξυπηρετεί τους πάντες. Το ζευγάρι που διαμένει σε ένα εξοχικό σπίτι σε μια φάρμα για να ζήσετε την ύπαιθρο. Η νεαρή οικογένεια που νοικιάζει ένα σπίτι, επειδή χρειάζονται χώρο για τα παιδιά να τρέχουν γύρω. Οι συνταξιούχοι που νοικιάζουν ένα διαμέρισμα σε μια πόλη για να βιώσουν έναν άλλο πολιτισμό. Το μόνο άτομο που ξοδεύει μια εβδομάδα σε ένα διαμέρισμα σε μια πόλη για να δούμε τι θα ήταν σαν να ζουν εκεί. Αργή Ταξίδια ταιριάζει τον προϋπολογισμό ταξιδιώτη που εξοικονομεί χρήματα από την διαμονή σε ένα αγρόκτημα και να μην τρώνε κάθε γεύμα στα εστιατόρια, τον ταξιδιώτη πολυτέλεια που νοικιάζει μια βίλα για 10 και προσλαμβάνει έναν ιδιωτικό σεφ, και όλοι στο μεταξύ.

Αργά ταξίδια δεν είναι τόσο πολύ ένα συγκεκριμένο τρόπο της μεταφοράς, όπως είναι μια νοοτροπία. Αντί να προσπαθούν να αποσπάσουν ως πολλά αξιοθέατα ή τις πόλεις όσο το δυνατόν σε κάθε ταξίδι, ο αργός ταξιδιώτης παίρνει το χρόνο να εξερευνήσετε κάθε προορισμό προσεκτικά και να γνωρίσετε την τοπική κουλτούρα. Ανά την αργή φιλοσοφία ταξίδια, είναι πιο σημαντικό να γνωρίσουν μία μικρή περιοχή και από ό, τι είναι να δούμε μόνο ένα μικρό κομμάτι από πολλές διαφορετικές περιοχές - με αυτόν τον τρόπο θα έχετε κάτι να δείτε στο επόμενο ταξίδι.

Αργά ταξίδια μπορεί να σημαίνει την ενοικίαση ενός εξοχικό σπίτι ή διαμέρισμα για μια εβδομάδα σε ένα χρόνο και να εξερευνήσετε το άμεσο περιβάλλον σας με τα πόδια ή με το αυτοκίνητο. Αυτό μπορεί να σημαίνει τη λήψη μια περιοδεία ποδήλατο από το ένα χωριό στο άλλο, ή την οδήγηση κατά μήκος της πλάτης δρόμους αντί να λάβει την εθνική οδό. Αυτό μπορεί να σημαίνει τη διέλευση μεγάλες αποστάσεις με το τρένο αντί του αέρα, έτσι ώστε να μπορείτε να δείτε το τοπίο κατά μήκος του τρόπου. Αλλά δεν έχει σημασία πώς θα το κάνετε, το κλειδί

επιβραδύνεται - και αξιοποιώντας στο έπακρο κάθε στιγμή των διακοπών σας. αρχίζει να γίνεται όλο και περισσότερο αντιληπτό από τους τουρίστες από όλη την Παγκόσμια. Είναι ένα είδος τουρισμού σκληρά μετρήσιμο από την άποψη του αριθμού των τουριστών στη πράξη αυτού. Το ίδιο πράγμα ισχύει και για τις επιστροφές που γίνονται από τους οικονομικούς παράγοντες από τον τύπο της tourism.Inside αυτή η μορφή τουρισμού μπορεί να εναρμονίσει το φαινόμενο της κατέβασμα (Nelson, Paek, Rademacher, 2007): το οποίο μπορεί να οριστεί ως μια κοινωνική συμπεριφορά ή τάση στην οποία άτομα οδηγούν μια απλή ζωή, προκειμένου να ξεφύγουν από τον υλισμό και την εμμονή να μειώσουν το επίπεδο του στρες που μπορεί να συνοδεύσει αυτή την εμμονή.Μειώνοντας το ρυθμό της ζωής και με ελεύθερο χρόνο με ένα συγκεκριμένο σκοπό, χωρίς ξοδεύοντας χρήματα άσκοπα αποτελούν θεμελιώδεις αρχές της. Μια άλλη κατεύθυνση της κηπουρικής του DOWNSHIFTER είναι ο χρόνος που περνάμε στην εταιρεία των άλλων ανθρώπων, ιδιαίτερα αγαπητή.Έτσι οι λεγόμενοι downshifTERS αναζητούν περισσότερο νόημα της ζωής μειώνοντας την ποσότητα του χρόνου που αφιερώνουν στη δουλειά, αφήνοντας περισσότερο χρόνο για τα πολύτιμα αγαθά της φιλίας,της οικογένειας και της προσωπικής ανάπτυξης. Το κύριο κίνητρο είναι να κερδίσει ένα αναψυχής κατέβασμα, να δραπετεύσει τον κύκλο εργασιών προς ενοικίαση, καθώς και την παραίτηση σε περιττά πράγματα που είναι συνδεδεμένα με υψηλό ζωή διαβίωσης ως ένα υψηλό επίπεδο παραγωγής (Levy, 2005) .Στην πράξη κατέβασμα συνεπάγεται συμπεριφορά και οι αλλαγές στον τρόπο ζωής. Οι περισσότερες από αυτές τις αλλαγές είναι εθελοντικές επιλογές, αλλά μπορεί να προκληθεί από φυσικά γεγονότα, ή από τη ζωή του κάθε ατόμου, όπως η απώλεια της εργασίας ή τη γέννηση ενός παιδιού cancause εξάσκηση κατέβασμα. Κατέβασμα μπορεί να είναι προσωρινά ή μόνιμα (Χιούστον, Stanford, Taylor, 2001).

Χαρακτηριστικά του αργού ταξιδιού, τα κίνητρα και η εμπειρία προορισμού

Τι είναι ίσως το πιο περίεργο με τον σημαντικό αριθμό των διατριβών, βιβλίων και άρθρων που έχουν ήδη παράγονται στην περιοχή δεν είναι τόσο η ποσότητα που

έχει παραχθεί, αλλά ότι, δεδομένης της κεντρικότητας των τροφίμων ως μέρος της τουριστικής εμπειρίας, έχει πάρει τόσο καιρό για να αναδυθεί ως μια περιοχή της υποτροφίας. Αναμφίβολα διάφορους λόγους βρίσκονται πίσω από την ανάπτυξη του ακαδημαϊκού ενδιαφέροντος σε γαστρονομικός τουρισμός, συμπεριλαμβανομένης της ανάπτυξης των μελετών των διαφόρων διαστάσεων της καθημερινής και του λαϊκού πολιτισμού (Bell & Αγίου Βαλεντίνου, 1997).

Ωστόσο, μεγάλη σημασία είναι η αναγνώριση του ρόλου του τουρισμού ως απάντηση της οικονομικής αναδιάρθρωσης σε αγροτικές περιοχές και ως μέσο για την περιφερειακή ανάπτυξη (Hall & Mitchell, 2000? Telfer, 2002? Hall, Mitchell & Sharples, 2003) .Προφανώς δεν είναι όλα τα τρόφιμα και ο τουρισμός μπορεί να περιγραφεί ως ο γαστρονομικός τουρισμός. Αντίθετα, γαστρονομικός τουρισμός μπορεί να θεωρούνται, ως τουριστικό, και δραστηριότητες των επισκεπτών που αρχικά κινητοποιούνται από ένα ενδιαφέρον για το φαγητό. Αυτό μπορεί να είναι τόσο στις αστικές όσο και στις αγροτικές σε αυτό το πλαίσιο. Παρ'όλα αυτά, γαστρονομικός τουρισμός συνήθως θεωρείται ως ιδιαίτερα σημαντικό σε αγροτικές περιοχές, επειδή η σχέση μεταξύ της διατροφής και του τουρισμού αποτελεί ένα σημαντικό προϊόν ως ευκαιρία για την ανάπτυξη της εμπορίας, καθώς και για την αγροτική.

Αργός τουρισμός πρέπει να ακολουθεί δύο βασικές αρχές: τη λήψη του χρόνου και προσκόλληση σε μια συγκεκριμένη θέση. Λαμβάνοντας το χρόνο σημαίνει τροποποίηση της καθημερινής σχέσης χρόνου, ειδικά μια διαφορετική αντίληψη για τη φύση και να ζουν σε αρμονία με έναν τόπο, τους κατοίκους της, και τον πολιτισμό τους. Το περιβάλλον δεν είναι απλώς αντιληπτό με την όραση, αλλά με τη χρήση και των πέντε αισθήσεων. Οι τουρίστες πρέπει να είναι σε θέση να αλλάξουν το ρυθμό, να δουν, να γνωρίσουν την περιοχή και όχι να την (Μάτος, 2004) υπομένουν. Η βασική φιλοσοφία του αργού τότε είναι εν μέρει μια αντίθεση για γρήγορο, αλλά υπάρχει επίσης μια συνεκτικότητα με την οικολογία και την αειφόρο ανάπτυξη, η οποία προέρχεται από ένα ενδιαφέρον για την περιοχή και τον τόπο καθώς και από κλώνους της πράσινης μετακίνησης (Dickinson, 2009? Dickinson και Lumsdon, 2010). Η βιώσιμη ανάπτυξη, η οποία περιλαμβάνει οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικο-πολιτιστική βιωσιμότητα, θα πρέπει να εκλαμβάνεται ως πυλώνα της φιλοσοφίας του Slow Τουρισμού (Matos, 2004). Βραδύτητα είναι μια αποτελεσματική ιδέα του Slow Τουρισμού. Slow Food

υπογραμμίζει τη φιλοσοφία της βραδύτητας. Είναι αφιερωμένη σε μια τροφή που βασίζεται στις αρχές της υψηλής ποιότητας και αισθητικής, την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και την κοινωνική δικαιοσύνη στην ουσία, ένα σύστημα τρόφιμα που είναι καλό, καθαρό και δίκαιο. Το Slow Food επιχειρεί να καταλύσει μια ευρεία πολιτιστική στροφή από τις καταστροφικές συνέπειες ενός βιομηχανικού συστήματος τροφίμων και γρήγορη ζωή προς αναγεννητικού πολιτιστικού, οικολογικά, κοινωνικά και οικονομικά οφέλη από ένα βιώσιμο σύστημα τροφίμων, περιφερειακές παραδόσεις τροφίμων, τις απολαύσεις, και μια πιο αργή και πιο αρμονικούς ρυθμούς ζωής (Croce και Περρή, 2010, Πάρκινς και Craig, 2006? Petrini, 2003, 2007, 2010). Cittaslow, πράγμα που σημαίνει αργή πόλη, είναι ένα διεθνές δίκτυο των μικρών πόλεων που προήλθε από την Ιταλία λιγότερο από πριν από μια δεκαετία, με στόχο την αντιμετώπιση του Slow Food φιλοσοφία στον πολεοδομικό σχεδιασμό και τον προγραμματισμό τους. Το δίκτυο πολλαπλασιάζεται σε πολλές άλλες χώρες, στην Ευρώπη και σε άλλες ηπείρους, και υπάρχουν 141 Cittaslow πόλεις σε όλο τον κόσμο (Miele, 2010, Ροζ, 2008). Μια Cittaslow συμφωνεί να εργαστεί για μια σειρά από στόχους που αποσκοπούν στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών της και των επισκεπτών της, και να μοιραστούν καλές ιδέες, εμπειρίες και γνώσεις σε όλα τα εθνικά και διεθνή δίκτυα Cittaslow (Heitmann, Robinson και Povey, 2011. Hoeschele, 2010. Miele, 2010). Ο Αργός τουρισμός έχει συνδεθεί άμεσα με την αργή κίνηση των τροφίμων που αναπτύχθηκε στην Ιταλία κατά τα τέλη της δεκαετίας του 1980 (Dickenson, 2002). Εξελίχθηκε σε σχέση με το Slow Food και Città Αργή κίνηση (Warren, 2011? Petrini, 2007). Αυτό ήταν περίπου δεσμευτικό για κατοίκους των περιοχών τους και να αναδειχθεί ως μια πρωτοβουλία της κοινότητας για τους κατοίκους (Dickinson, 2010).

Αν και δεν υπάρχει ορισμός για τον αργό τουρισμού που είναι ευρέως συμφωνηθεί, Dickinson et al. ορίζουν τρεις διαφορετικούς πυλώνες του αργού ταξιδιού. Ο πρώτος πυλώνας είναι «να κάνει τα πράγματα στη σωστή ταχύτητα», η δεύτερη «αλλαγή της στάσης απέναντι ταχύτητα» και το τελευταίο είναι "αναζητούν την ποιότητα έναντι της ποσότητας. Μερικές αργές κοινότητες ταξίδια ή ενώσεις δείχνουν ότι οι αργοί ταξιδιώτες πρέπει να αποφεύγουν το αυτοκίνητο και τα αεροπορικά ταξίδια και τη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου (2011). Μια άλλη προσέγγιση περιγράφει δύο συνιστώσες του αργού ταξιδιού. Η πρώτη αφορά τη δαπάνη τουλάχιστον μία εβδομάδα διακοπές σε ένα μέρος από

την διαμονή τους σε ενοίκια. Το δεύτερο συστατικό είναι παρόμοιο με τον παραπάνω ορισμό μείνετε κοντά στο σπίτι και να αναζητούν ό, τι «πρέπει-βλέπει» βρίσκονται στη γύρω (Nistireanu, Dorobantu, & Tuclea, 2011). Επιπλέον, ο αργός τουρισμός δεν είναι ελκυστικό μόνο για ταξιδιώτες που ανησυχούν για το περιβάλλον, αν και συνδέεται συχνά ως μια μορφή μεταφοράς με χαμηλές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα (Chiesa & Gautam, 2009). Ωστόσο, δεν είναι μόνο ελκυστικό για τους ταξιδιώτες που ανησυχούν για το περιβάλλον, αλλά χωρίς αμφιβολία ο χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα είναι ένας σημαντικός παράγοντας της αργής μετακίνησης (Rawlinson, 2011). Η επόμενη ενότητα προσπαθεί να περιγράψει περαιτέρω για τους αργούς ταξιδιώτες κίνητρα.

3.5 Οφέλη του Slow Travel

Ταξιδεύοντας πιο αργά επιτρέπει τον σχηματισμό μια ισχυρότερης σύνδεσης με τον τόπο που επισκέπτεστε, και θα αισθανθείτε πολύ λιγότερο βεβιασμένοι. Με ένα "αργό" δρομολόγιο, δεν θα αντιμετωπίσετε το άγχος ,και κάθε τόπος θα είναι βασικός οδηγός .Δηλαδή,οι αργοί τουρίστες θα μείνουν σε ένα μέρος αρκετό καιρό για να γνωρίσουν τους γείτονες,το κατάστημα στις τοπικές αγορές και να διαλέξουν ένα από τα αγαπημένα καφενεία. Λίγες κοινωνίες μπορούν να κινηθούν τόσο γρήγορα όσο στην Αμερική, έτσι η επιβράδυνση σε άλλες χώρες όχι μόνο επιτρέπει να ξεφύγουν από το δική τους αγχωτική ζωή μέρα με τη μέρα, αλλά και να γλιστρήσει φυσικά στο ρυθμό μιας άλλης κουλτούρας.

Ένα άλλο λιγότερο προφανές πλεονέκτημα του αργού ταξιδιού είναι ότι είναι γενικά πολύ πιο εύκολο για το περιβάλλον από ό, τι άλλα είδη ταξιδιού. Ενώ τα αεροπλάνα έχουν επισημανθεί ως σημαντική συμβολή στην παγκόσμια υπερθέρμανση, τα τρένα είναι πολύ πιο φιλικά προς το περιβάλλον εναλλακτική λύση - όπως είναι τα ποδήλατα και, φυσικά,αλλά και τα δύο πόδια. Και ακόμη ταξιδεύουν με το αυτοκίνητο γίνεται λιγότερο επιβλαβές για το περιβάλλον όταν πρόκειται μόνο για οδήγηση σε μικρές αποστάσεις.

Αργά ταξίδια είναι συχνά πιο φιλικά προς τον προϋπολογισμό σας, καθώς και μένοντας σε μια θέση για μια εβδομάδα ή περισσότερο σε μια στιγμή μειώνει το κόστος μεταφοράς και τα ενοίκια διακοπών είναι συχνά πιο αποδοτικά από ό, τι ξενοδοχεία, δεδομένου ότι επιτρέπουν να μαγειρέψουν το φαγητό, αντί να τρώνε

έξω για κάθε γεύμα. Εάν επιλεγεί μια ανταλλαγή σπίτι αντ 'αυτού, θα εξοικονομηθεί ακόμη περισσότερο χρόνος.

Ένα πράγμα που πρέπει να θυμάται ένας αργός τουρίστας: Αν και ο ρυθμός των αργών ταξιδιών μπορεί να είναι χαλαρός, να πάρει από κοντά και προσωπικά με μια νέα κουλτούρα είναι πολύ πιο δύσκολο από ό, τι ακριβώς μέσα από τα κύρια τουριστικά αξιοθέατα. Μέρος της αμοιβής του αργού ταξιδιού είναι να ξεπεράσουμε τα γλωσσικά εμπόδια, οι διαφορές των τελωνειακών και άλλων πιθανών εμπόδια για να κάνουν τις συνδέσεις με τους νέους ανθρώπους που θα συναντήσουν.

Ο μαζικός τουρισμός είναι μια σχετικά νέα ιδέα, που προήλθε από την μεγάλη άνοδο των εισοδημάτων μετά την Βιομηχανική Επανάσταση. Πριν από αυτή, τα ταξίδια πολιτιστικού ή ψυχαγωγικού χαρακτήρα ήταν αποκλειστικό προνόμιο λίγων εκλεκτών περιηγητών, συνήθως αριστοκρατών. Ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από: το μεγάλο αριθμό επισκεπτών, την έντονη περιοδικότητα μέσα στο χρόνο της εμφάνισής των επισκεπτών, την έντονη παρουσία του για πολλά χρόνια σε μια περιοχή, την επίπτωση στη φέρουσα ικανότητα της περιοχής που επηρεάζει την κοινωνική, οικολογική και κοινωνική δομή της περιοχής. Ο μαζικός τουρισμός εμφανίζεται για πρώτη φορά στη Νότια Ευρώπη, την Καραϊβική και τη Βόρεια Αμερική τις δεκαετίες του 1960 και 1970.

Σήμερα, ο μαζικός τουρισμός δεν αποτελεί πρότυπο λόγω των αρνητικών επιπτώσεων που προκαλεί στο φυσικό περιβάλλον αλλά και της επίδρασής του σε κοινωνικό επίπεδο. Ο τουριστικός κλάδος αποτελεί αναμφισβήτητα έναν από τους μεγαλύτερους οικονομικούς κλάδους στον κόσμο. Είναι ευρέως γνωστό ότι ο συμβατικός μαζικός τουρισμός, αναπτυσσόμενος άναρχα, προκαλεί έντονες πιέσεις στο φυσικό περιβάλλον, σπαταλά τους φυσικούς πόρους, αλλοιώνει το δομημένο περιβάλλον και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των περιοχών (τοπίο), ενώ ένα άλλο χαρακτηριστικό του είναι η άνιση περιφερειακή κατανομή των κερδών μεταξύ των διαφόρων περιοχών.

Οι προαναφερόμενες επιδράσεις, σε συνδυασμό με την ευαισθητοποίηση των πολιτών στα περιβαλλοντικά προβλήματα που δημιουργεί ο μαζικός τουρισμός, οδήγησε στην ανάγκη για ανάπτυξη νέων, ήπιων μορφών τουρισμού, που συμβάλλουν στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτισμικής κληρονομιάς, ενώ παράλληλα ενισχύουν το εισόδημα των κατοίκων στις περιοχές-προορισμούς.

3.6 Οι διαφορές μεταξύ του γενικού τουρισμού και αργού ταξιδιού

"Slow Travel" πρότεινε το ποδήλατο αντί για το αυτοκίνητο, το τρένο ή το αεροσκάφος. Ειδικά από - αμερικανική «Newsweek» εβδομαδιαία παρατήρησε - ένα γρήγορο τρένο θέμα 10 κιλά διοξειδίου του άνθρακα ανά επιβάτη, ένα αεροπλάνο 187 και ένα αυτοκίνητο 313. Σ'έναν τουριστικό προορισμό, ο τουρίστας δεν πρέπει να επισκεφθεί γρήγορα, σε μια διήμερη διαμονή, αλλά για λίγες εβδομάδες να γνωρίσει καλύτερα τον τόπο που ζουν, όπως ο ίδιος λαμβάνει χώρα της κοινότητας. Το SlowTravel - ανθρωπολόγος Franck Michel εξήγησε - συνεπάγεται μια ευαίσθητη προσέγγιση και που ως προτεραιότητα "συνάντηση", περιλαμβάνει σιωπή, ακούγοντας, να σέβονται τους άλλους. Είναι istruce, λέει, ότι η αργή Travel είναι μερικά πώς ένα πολυτελές και κοστίζει περισσότερο expensive.Slow ταξιδιού είναι περίπου κάνοντας συνειδητές επιλογές. Πρόκειται για επιβράδυνση μάλλον thanspeed. Το ταξίδι γίνεται μια στιγμή για να χαλαρώσετε, παρά μια αγχωτική interludeimposed ανάμεσα στο σπίτι και τον προορισμό. Αργή ταξίδια εκ νέου μηχανικοί χρόνο, transformingit σε εμπόρευμα της αφθονίας και όχι έλλειψη. Και αργό ταξίδι επίσης reshapesour σχέση με τόπους, ενθαρρύνοντας και μας επιτρέπει να εμπλακούν περισσότερο intimatelywith τις κοινότητες, μέσω των οποίων θα ταξιδέψουν (Nicky Gardnera μανιφέστο για slowtravel, 2009-www.hiddeneurope.co.uk) .Υπάρχουν ορισμένες διαφορές μεταξύ της κλασικής βασικές αρχές και Τουρισμού SlowTravel όπως φαίνονται στον επόμενο πίνακα (Dickinson, Lumsdon, 2010, 191):

Speedy λειτουργίες transitSlow ταξιδιωτικά timesPrevailing του αυτοκινήτου και των αεροπορικών φάσμα dominateWider των τρόπων συμπεριλαμβανομένων των λεωφορείων και trainImmediacySlownessResource intensiveResource reductionJourney είναι ένα "διάδρομο" Το ταξίδι είναι ο thingConsumption πολλών attractionsLocalnessMaximizing visitsStaying awhileHigh - carbonLow - άνθρακα "Φαστ Φουντ" "Slow Food" Τυποποιημένα φιλοξενία κυριαρχείSlow τροφίμων ποτά

Slow Travel μπορεί να δαπανήσει και να είναι επιτυχής στο μέλλον, υπάρχει μια ανάγκηγια περαιτέρω έρευνα σε μια σειρά από ορισμένες περιοχές που έχουν σχετικά με toalready. Υπάρχει ένας στόχος για τις περιοχές αυτές να

αντιμετωπίζονται ως Αργή Traveldestinations, αλλά αυτό θα απαιτήσει σημαντική έρευνα για να κατανοήσουμε τις adaptationfactors και διαδικασιών που απαιτούνται για ένα αργό ταξίδι path. Figure No 2 δείχνει ότι η αργή Ταξίδια αναφέρεται στο σύνολο της τουριστικής εμπειρίας (Dickinson, Lumsdon, 2010, 192).

3.7 Σκοπός του 'Slow Food' και 'Cittaslow'

Οι Slow Food και Cittaslow κινήματα δεν έχουν ως άμεσο σκοπό τον τουρισμό και, επομένως, δεν είναι για τον τουρισμό ή την προώθηση προορισμών. Ωστόσο, μπορούν να επηρεάσουν τον τοπικό τουρισμό με δύο τρόπους. © Κέντρο για την προώθηση ιδεών, ΗΠΑ www.aijcrnet.com Πρώτον, μπορούν να έχουν κάποια επίδραση στην ανάπτυξη του προορισμού. και το δεύτερο, το εμπορικό σήμα Αργό μπορεί να φέρει μια φήμη ποιότητας με αυτό. Στη συνέχεια, Αργή Τουρισμού και των συνεργατών της, Slow Food και Cittaslow, μπορούν να κάνουν χρήση της ετικέτας αργή για να προσελκύσει τουρίστες της ποιότητας και την ανάπτυξη ποιοτικού τουρισμού (Heitmann, Robinson και Povey, 2011). Η τουριστική ανάπτυξη, σύμφωνα με την αργή φιλοσοφία, συγκεντρώνει διαδικασίες καθοδηγείται από μια αργή ιδεολογία που επηρεάζουν την ποιότητα του εμφάνιση και το περιβάλλον του προορισμού, καθώς και της δημόσιας εικόνας του (Heitmann, Robinson και Povey, 2011). Από την άποψη των πόρων συγκεκριμένο προορισμό, τα αξιοθέατα, την κατασκευή κυρίως για την πολιτιστική κληρονομιά, όπως ιστορικά κτίρια, πεζόδρομους, λαϊκές αγορές και τη γαστρονομία. Ενώ η προσοχή εστιάζεται περισσότερο στην πλευρά της προσφοράς και λιγότερο από την πλευρά της ζήτησης, το μάρκετινγκ δεν έχει διερευνηθεί από οποιοδήποτε Cittaslow ακόμα-παράλειψη αυτή θα μπορούσε να είναι σκόπιμη, προκειμένου να αποφευχθεί η υπερβολική τουρισμό, είτε λόγω έλλειψης δεξιοτήτων. Παρ' όλα αυτά, η έννοια επηρεάζει έμμεσα κατάτμηση (Heitmann, Robinson και Povey, 2011). Ο κύριος σκοπός αυτής της έρευνας ήταν να προσδιορίσει το προφίλ των τουριστών αργή και συμπεριφορές ταξιδιού τους. Για το σκοπό αυτό, έχουμε επιλέξει Seferihisar, όπου είναι η πρώτη Cittaslow στην Τουρκία, όπως στον τομέα της έρευνας. Σύμφωνα με τις αρχές Cittaslow,

Seferihisar επισκέπτες κατηγοριοποιήθηκαν σε τρεις διαφορετικούς τύπους: Αφιερωμένο Αργή τουρίστες, που ενδιαφέρονται Αργή τουρίστες, καθώς και για την αντιμετώπιση τυχαίας Αργή τουρίστες. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι υπήρχαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ ολόκληρων μέσα ελκυστικότητα των τύπων επισκέπτη. Αφιερωμένο Αργή τουρίστες?

- είναι ανοιχτά για να επιβραδύνουν την εμπειρία και να ανακαλύψουν νέους και διαφορετικούς πολιτισμούς και ταυτότητες,
- είναι μορφωμένοι και έχουν μια καλή πολιτιστική γνώση και αργή φιλοσοφία,
- είναι ανεξάρτητο ταξιδιώτη,
- έχουν υψηλή προσδοκία όσον αφορά την περιοχή που επισκέπτονται,

• να απολαύσετε την οικολογική -gastronomy. Υπήρχαν πολλές ομοιότητες μεταξύ Αφιερωμένο Αργή τουρίστες και από τους ενδιαφερόμενους Αργή τουρίστες. Οι ενδιαφερόμενοι Αργή τουρίστες έχουν μέτρια έως υψηλή ενδιαφέρον βραδύτητα, Slow Food, και Cittaslow. Αντίθετα, για την αντιμετώπιση τυχαίας Αργή τουρίστες πήρε υψηλότερη μέσα που συνδέονται με τον μαζικό τουρισμό συστατικά. Βλέπουν βραδύτητα ως ένα τουριστικό αξιοθέατο της πόλης που επισκέπτεται. Αλλά το ενδιαφέρον τους προκάλεσε γενική προώθηση του τουρισμού. Το ενδιαφέρον του καταναλωτή είναι ένα διακριτικό σημείο σε Slow Food, Cittaslows και στη συνέχεια Αργή Τουρισμού. Αργή Ο τουρισμός είναι η πιθανή κατάτμηση της αγοράς ποιότητας προϊόντα και υπηρεσίες που στοχεύουν στη (περιβαλλοντικά ή πολιτιστικά) συνειδητό καταναλωτή. Επιπλέον, η στενή σχέση μεταξύ Cittaslow και Slow Food επιρροές Αργού Τουρισμού και τις πιθανές δραστηριότητες μάρκετινγκ μέσα από μια κοινή ταυτότητα της μάρκας που μπορεί να επωφεληθεί τυχόν αργή προϊόντων και υπηρεσιών (Croce και Περρή, 2010? Heitmann, Robinson και Povey, 2011). Ακριβώς όπως οι Slow Food και Cittaslow κινήσεις αντιτίθενται Fast Food και της παγκοσμιοποίησης, Αργή Ο τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ότι είναι το αντίδοτο στο μαζικό τουρισμό και την επακόλουθη ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού και εμπορευματοποίηση της τοπικής κουλτούρας να ληφθεί μέριμνα για μαζική τουρίστες. Αυτό δεν σημαίνει ότι η αργή τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί συγκεκριμένο είδος τουρισμού. Αντ 'αυτού, προτείνεται ότι η έννοια της αργής εφαρμόζεται διαχείρισης προορισμών, επιχειρηματικές δραστηριότητες και τη συμπεριφορά των καταναλωτών για να δημιουργήσετε μια αλλαγή του status quo, να αντιταχθεί υπάρχουσες τουριστικές οντολογίες

(Heitmann, Robinson και Povey, 2011). Τρία σημαντικά στοιχεία διασταυρώνονται στην αργή τουριστικών πακέτων προσφοράς: αργή πολιτισμό, φύση και αργή αργή γαστρονομικός τουρισμός. Δεδομένου ότι αυτά τα τρία στοιχεία είναι σχεδόν πάντα πλήρως interlaced, η εμπειρία μιας σύντομης αργή διάλειμμα είναι ότι πολύ πιο ολοκληρωμένη και Authentic.The τουριστικό προϊόν της αργής τουρισμός χαρακτηρίζεται από έξι κύρια στοιχεία: χρόνος, η βραδύτητα, συμβίωση, την αυθεντικότητα, την αειφορία και τη συναίσθηση. Οι πάροχοι που περιλαμβάνονται στην αργή δίκτυο του τουρισμού έχουν βρει προστιθέμενη αξία σε αυτό το προϊόν και έχουν εμπλουτίσει την κλασική προσφορά με το παραπάνω τους εταίρους elementThe στο SLOWTOURISM στρατηγικό σχέδιο, το οποίο συγχρηματοδοτείται στο πλαίσιο του πεδίου εφαρμογής της διασυνοριακής Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Συνεργασίας Ιταλία - Σλοβενία 2007-2013 από τα κονδύλια για την περιφερειακή ανάπτυξη και από εθνικούς πόρους, έχουν ετοιμάσει ένα ποικίλο τουριστικό offer.ts.

3.7.1 Αργές πόλεις

Γεννήθηκε το 1999 στην Ιταλία, τώρα εξαπλωθεί σε όλο τον κόσμο - Πάνω από 150 πόλεις σε περισσότερες από 20 χώρες σε όλο τον κόσμο λ Ο στόχος είναι να διευρυνθεί η φιλοσοφία του Slow Food - στην τοπική κοινότητα - με την κυβέρνηση της πόλης, εφαρμόζοντας τις έννοιες της οικο-γαστρονομίας και στην πρακτική της καθημερινής ζωής λ Αρχές: 1. την εφαρμογή περιβαλλοντικής πολιτικής 2. να εφαρμόσει μια συνεκτική πολιτική για τις υποδομές 3. Προώθηση της χρήσης των τεχνολογιών 4. Ενθάρρυνση της παραγωγής και της χρήσης των τροφίμων 5. διασφάλισης autocthonous παραγωγή 6. Προώθηση η ποιότητα της φιλοξενίας 7. Προώθηση της ευαισθητοποίησης μεταξύ όλων των πολιτών "Relearning την τέχνη του ταξιδιού» Slow τουρισμός περιλαμβάνει μια φιλοσοφία του ταξιδιού: - Δημιουργία προσωπικής βαθύτερη σχέση με τοπικά περιβάλλοντα - Κατανοώντας την τοπική κοινότητα, την ιστορία, τον πολιτισμό και τις αξίες - Οι έμπειροι σε ένα ρυθμό που επιτρέπει να ζουν απρόσμενες εκπλήξεις και απλές απολαύσεις - Φτιαγμένο με τα μέσα μεταφοράς που το αγαπημένο της ανταλλαγής (με τα πόδια, δικύκλου,

τοπικές μεταφορές, σκάφη, κ.λπ.) είναι ένα «ύφος» της traveling οποίων: - Μετοχές στοιχεία με οικοτουρισμού - που συγκεντρώνουν για να χαλαρώσετε, ιδιοφυΐα τόπους, και "μεταμόρφωση" (που ζουν αξέχαστες εμπειρίες) .

"Ferienwohnungen Ενοικιάσεις για διακοπές ήταν δημοφιλής στην Ευρώπη εδώ και δεκαετίες. Αμερικανοί ανακαλύπτουν όλο και περισσότερο αυτή την εναλλακτική ταξιδιού. Στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες, αλλά κυρίως στην Ιταλία, την Αγγλία, τη Γαλλία, την Ισπανία, και την Ελβετία, υπάρχουν διαμερίσματα στις πόλεις, διαμερίσματα σε αγροκτήματα και σπίτια στην εξοχή, που μπορείτε να νοικιάσετε μέσω πρακτορείων ή απευθείας από τον τοπικό ιδιοκτήτη. Αμερικανοί ονομάζουν αυτά τα ενοίκια θέσεις διακοπές, αλλά είναι επίσης γνωστό και με άλλα ονόματα. Οι Ιταλοί αποκαλούν «agriturismi»? οι Βρετανοί αποκαλούν «καταλύματα με δυνατότητα προετοιμασίας γευμάτων»? οι Γάλλοι αποκαλούν "gites"? το ελβετικό και οι Γερμανοί τους αποκαλούν " - αλλά αυτοί είναι όλοι το ίδιο πράγμα, ιδιότητες που έχει συσταθεί για την εβδομαδιαία ενοίκια, συνήθως από Σάββατο σε Σάββατο

3.8 Οι διαστάσεις του Slow Τουρισμού

Contamination: - Ασχολείται με την ικανότητα να δημιουργήσει ευκαιρίες για γόνιμη ανταλλαγή μεταξύ των ανθρώπων - οι σχέσεις που πρέπει να ληφθούν υπόψη είναι ιδίως μεταξύ: - Οι επισκέπτες και οι κάτοικοι (και όχι μόνο αυτόχθονες) - τον επισκέπτη και την τουριστική προσφορά - οι επισκέπτες

Authenticity: - Ασχολείται με τη δυνατότητα να δημιουργήσουν και να προσφέρουν μια εμπειρία Χαρακτηρίζεται, μη τεχνητά, στενά συνδεδεμένη με τον πολιτισμό και τις τοπικές παραδόσεις - υπογραμμίζουν τις διαφορές, επισημαίνοντας στον επισκέπτη ότι δεν θα μπορούσε να είναι πουθενά αλλού, αλλά σε αυτή τη θέση, με όλες τις ιδιομορφίες της (περισσότερο ή λιγότερο ευχάριστο) - χρήση των τοπικών στοιχείων

Sustainability: - ασχολείται με την επίδραση της τουριστικής δραστηριότητας για το τοπικό περιβάλλον (με την ευρεία έννοια: το φυσικό και πολιτιστικό) - Ανάγκη μια μακροπρόθεσμη και βιώσιμη προσέγγιση, δηλαδή οικολογικά φως, οικονομικά βολικό, ηθικά και κοινωνικά δίκαιη προς τον επισκέπτη και την τοπική κοινότητα.

Temporality: - Ασχολείται με την ικανότητα λήψης (της οργάνωσης) και δίνοντας (στον

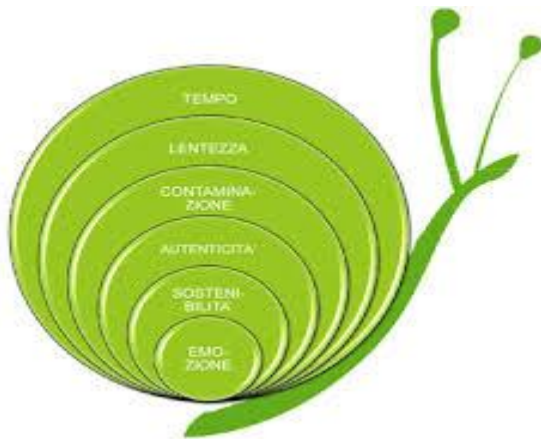
επισκέπτη) την κατάλληλη στιγμή για να κατανοήσει και να δράσει σωστά - Αφιερώστε χρόνο για να αναλύσουν, να κατανοήσουν, η βελτίωση της ποιότητας του προγράμματος (για τους πελάτες και τους υπαλλήλους) - στρατηγικό προσανατολισμό και μεσομακροπρόθεσμης ονομάζεται σχεδιασμός - άνοιγμα ώρα των υπηρεσιών, προσφέροντας στον επισκέπτη μία άνετη και σε αρμονία με την εμπειρία του χρόνου. Lengthλ: - Ασχολείται με την ικανότητα να οργανώνουν και να παρέχουν «αργή» τουριστικών προϊόντων, - μη μαζικοποιημένους, για να ζήσει άνετα, είναι σε θέση να εμπλέξει τον επισκέπτη σε μια περιλαμβάνοντας εμπειρία με τον προορισμό - μείωση της ποσότητας? με έμφαση στην ποιότητα της διαμονής

Emotion: - Ασχολείται με την ικανότητα του (δημιουργώντας τις προϋποθέσεις για) τα οποία δημιουργούν αξέχαστες στιγμές για τον επισκέπτη, που τον χαρακτηρίζει / της από μια αληθινή συμμετοχή και ευχάριστη εμπειρία προϊόντα Slow εναντίον Αργή δραστηριότητες

Είναι There τουριστικών προϊόντων που είναι "φυσικά αργή», - αρχικά νομίζαμε απευθύνεται σε μια αργή καθιστικό / φυσικό ρυθμό - φυσιολατρικός τουρισμός, ποδηλασία, πεζοπορία, ιππασία, Ποτάμι τουρισμός, κ.λπ. Αυτό σημαίνει ότι άλλα προϊόντα δεν μπορεί να είναι αργά, καθώς: - αυτό εξαρτάται από τον τρόπο που κάποιος προσφέρει / ζει την παραμονή του - Είναι δυνατόν να ζήσουν την εμπειρία ή / και να κάνουν αργή δραστηριότητες, ακόμη και σε παραδοσιακά τουριστικά προϊόντα που δεν επιβραδύνει σε αρχή Μια "ειδική" τουριστική ...

Ο "αργός" ταξιδιώτης: - λίγο έχει να κάνει με την καλά οργανωμένη μαζικού τουρισμού, η οποία εξαρτάται από την καλά οργανωμένη διαδρομές και χώρους, όπου η εξοικείωση και η διαβεβαίωση κυριαρχούν. - Προτιμά την ποιότητα έναντι της ποσότητας. - Υπογραμμίζει το ταξίδι περισσότερο από την παραμονή. - Του αρέσει νέα πράγματα, φροντίζοντας τον εαυτό του, ανακαλύπτει απλές σχέσεις, σε επαφή με τον πολιτισμό στον τόπο προορισμού. - Στον τόπο προορισμού, ο ίδιος αναζητά αυθεντικά στοιχεία, τις καταστάσεις και αντικείμενα πλούσια σε συμβολική τιμή. - Σεβαστείτε το περιβάλλον - Θέλει να μάθει, αναζητά για την πολιτιστική ενθουσιασμό, ακόμα και αν ο ίδιος δεν πειράζει ηρεμία και διασκέδαση (αλλά όχι κοινότυπο). - Του αρέσει να ανακαλύψετε τις διαφορετικές μορφές ζωής, των οποίων οι τιμές παραμένουν στην καθημερινή ζωή του. για μια διαφορετική προμήθεια

Οι "αργοί" φορείς: - δεν παράγουν απλώς υπηρεσίας, αλλά και τα συναισθήματα
- Μάθετε, να εμβαθύνουν και να τονίσει τα θέματα της ιστορίας / λογοτεχνίας και του τοπικού πολιτισμού / παράδοση / περιβάλλον. - Είναι περίεργοι, enthusiastic υποστηρικτής της αυθεντικότητας: αποφεύγουν τις συντομεύσεις, trivializations περιεχομένων, τυποποιήσεις. - Στην δόμηση "αργή" υπηρεσίες, που χρησιμοποιούν εξειδικευμένο προσωπικό για την κατασκευή αληθινές πληροφορίες και συμμετοχή εμπειρίες. - Πάρτε την προσοχή των επισκεπτών τους, να τους δώσει συμβουλές και να τους βοηθήσει σε όλη τη διαμονή τους, να δημιουργήσουν μη επιφανειακές σχέσεις μαζί τους. - Έχετε, προς τους επισκέπτες, εκπαιδευτικό και διδακτικό του στόχο: να ενθαρρύνουν την ενεργή συμμετοχή τους μέσω της μάθησης και (επαν) ανακάλυψη της τοπικής πραγματικότητας. - Οι εργασίες για ένα χαμηλό περιβαλλοντικό αντίκτυπο των δραστηριοτήτων τους και τη φροντίδα για τη βιωσιμότητα και τη διασφάλιση του τοπικού περιβάλλοντος.



Τμήματα του Slow τουρίστες

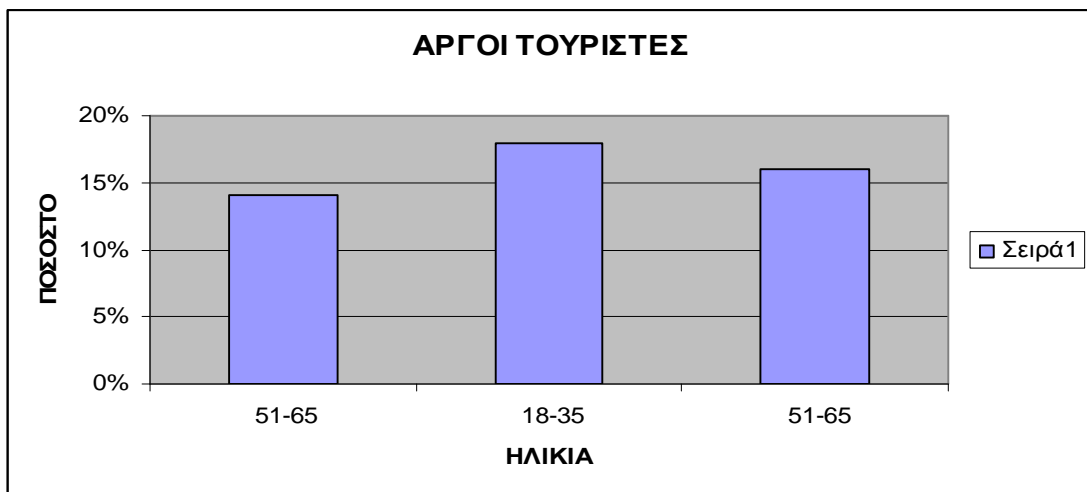
Πολιτισμός & Ευεξία

Κυρίως οι γυναίκες, 51-65 ετών, με το συνεργάτη. Εκπαιδευτικό επίπεδο: μέσης και χαμηλής. Βρίσκονται σε: Εμίλια-Ρομάνια e Βένετο. Τόπος καταγωγής: Ιταλία. Αγαπημένο δραστηριότητες: Επίσκεψη τέχνη / πόρων του πολιτισμού? Μουσεία? Εκδηλώσεις Δοκιμάζοντας τυπικά προϊόντα Μαθήματα στην τοπική κουλτούρα Πηγαίνοντας στο Spa. Διαμονή: σε μέσο και υψηλό επίπεδο του ξενοδοχείου. Συνήθως μία εβδομάδα διαμονή.

14% Περίεργος για τα πάντα

Κυρίως οι γυναίκες, 18-35 ετών (38 κατά μέσο όρο), τις οικογένειες. Οικονομικό επίπεδο: μέσο. Βρίσκονται σε: Εμίλια-Ρομάνια. Τόπος καταγωγής: Italia. Αγαπημένο δραστηριότητες: Όλα, εκτός από γενικές. Διαμονή: σε μέσο ξενοδοχείο ή διαμερίσματα επίπεδο. Συνήθως εβδομάδες ένα σαββατοκύριακο ή διαμονή 2. 18% Ζώντας την ενδοχώρα

Κυρίως οι γυναίκες, 51-65 ετών (45 κατά μέσο όρο), με την οικογένεια. Οικονομικό επίπεδο: σε υψηλά επίπεδα. Βρίσκονται σε: FVG. Τόπος καταγωγής: Ιταλία. Αγαπημένο δραστηριότητες: Επίσκεψη πολιτιστικών και φυσικών πόρων, την άγρια ζωή, η αγροτική ζωή μουσεία Δοκιμάζοντας τυπικά προϊόντα? Περπάτημα. Διαμονή: στο B & B, χωρίς πλακέτα. Συνήθως ένα Σαββατοκύριακο ή 1 εβδομάδα παραμονής.



Τμήματα του Slow τουρίστες

87% Ανακάλυψη & Κίνηση

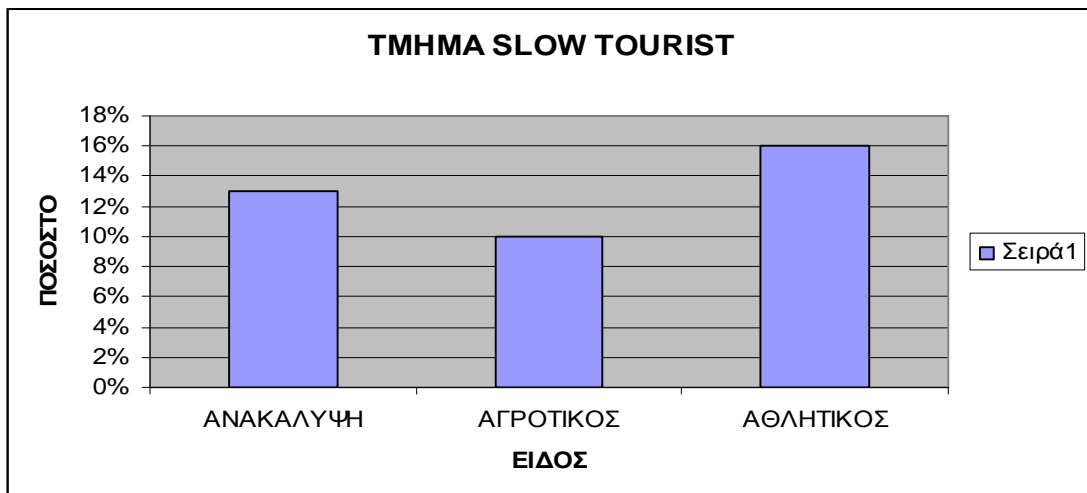
51-65 ετών (42 κατά μέσο όρο), Πτυχίο. Βρίσκονται σε: FVG. Τόπος καταγωγής: Αυστρία / Γερμανία. Αγαπημένο δραστηριότητες: Generic / πολιτιστική επίσκεψη Μουσεία Πεζοπορία, Θαλάσσια σπορ. Διαμονή: σε μέσο επίπεδο του ξενοδοχείου (3 *) Τυπικά, 2 εβδομάδες παραμονής.

13% Αγροτική Χαλάρωση

Οι άνδρες, 36-50 ετών (42 κατά μέσο όρο), Tendentially με το συνεργάτη. Οικονομικό επίπεδο: μέσο. Βρίσκονται σε: FVG και τη Σλοβενία. Τόπος καταγωγής: Υπόλοιπη Ευρώπη. Αγαπημένο δραστηριότητες: Γευσιγνωσία τυπικών προϊόντων? Μένοντας σε αγροτουρισμού. Διαμονή: σε Αγροτουρισμός, B & B, Μεσαίο ξενοδοχείο χαμηλό επίπεδο. Συνήθως μία εβδομάδα ή μακρά διαμονή Σαββατοκύριακο.

10% Αθλητισμός

Οι άνδρες, ηλικίας 18-35 ετών (33 κατά μέσο όρο), Φοιτητές, μόνο και με φίλους. Υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Βρίσκονται σε: Σλοβενία. Τόπος καταγωγής: Σλοβενία και την Αυστρία / Γερμανία. Αγαπημένο δραστηριότητες: Ποδηλασία / ποδηλασία βουνού, θαλάσσια σπορ, Ιστιοπλοΐα, Air σπορ, χειμερινά σπορ. Διαμονή: σε κάμπινγκ, το B & B. Συνήθως, 1 εβδομάδα διαμονή.



3.8.1 Περιγραφή και Κίνητρα Αργού ταξιδιώτη

Περιγράφοντας την αργό ταξιδιώτη

. Οι λογαριασμοί για την εξεύρεση μιας περιγραφής για αργή ταξιδιώτες, καθώς δεν μπορούν να ταξινομηθούν σε δημογραφικό επίπεδο κατάταξης. Αντ' αυτού, κυρίως ο καθένας, είναι ένα μεμονωμένο ταξιδιώτη ή σε μια οικογένεια ή μια ομάδα, μπορούν να συμμετάσχουν σε αργό ταξίδι. Ωστόσο, οι λόγοι μπορεί να είναι διαφορετική για διάφορες πληθυσμιακές ομάδες, που κυμαίνονται από την οικονομική ή δημοσιονομικούς λόγους, τα περιβαλλοντικά συμφέροντα, οι καταναλωτές θέλουν να βιώσουν το ίδιο τον προορισμό και την επιθυμία να χρησιμοποιήσει ένα συγκεκριμένο τρόπο μεταφοράς (Rawlinson, 2011). Παρά το γεγονός ότι, Rawlinson αναφέρει δημοσιονομικούς λόγους των τουριστών που ασχολούνται με την αργή κίνηση, θα ήταν ενδιαφέρον να ερευνηθεί τη σχέση μεταξύ της απόστασης που πρέπει να διανυθεί και της τιμής για ορισμένους τρόπους μεταφοράς σε σχέση με το χρόνο.

Dickinson αναφέρει ότι οι πρωτοπόροι και οι δύο εφημερίδα και ιστοσελίδα συντάκτες της αργής ταξιδιού έχουν διαφορετικές εστιάσεις και να αντιμετωπίσει ένα από τα τρία θέματα. Ένα από τα θέματα αυτά είναι η προσπάθεια αποφυγής πτήσεων και η χρήση των αυτοκινήτων. Δεύτερον, θα αντιμετωπίσουν τις υψηλές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα και των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων που οφείλονται κυρίως σε ταξίδια σε ατομικό επίπεδο. Ο τελικός στόχος είναι για τον πλούτο μιας ταξιδιωτικής εμπειρίας σε έναν προορισμό ή τη σημασία ενός ταξιδιού (Dickinson, 2011). Αυτές οι εστίες είναι παρόμοια με τα συμφέροντα που εντοπίστηκαν από Gardner ο οποίος δήλωσε ότι η αργή ταξίδι είναι μια κατάσταση του μυαλού που θα πρέπει να ξεκινά από το σπίτι κάποιου εξερευνώντας τα κοντινά σημεία ενδιαφέροντος και την πρόταση ότι η αργή τουρίστες πρέπει να ταξιδεύουν αργά και να αποφεύγουν τα αεροπορικά ταξίδια. Αντ' αυτού, θα πρέπει να αποφεύγονται πιο αργή τρόπους μεταφοράς, όπως τα πορθμεία, τα λεωφορεία και τα τρένα αργή ως «ταχύτητα καταστρέφει τη σύνδεση με το τοπίο» (Gardner, 2009). Επιπλέον, δήλωσε ότι το ταξίδι είναι μέρος της

ευχαρίστησης και ότι ο προορισμός πρέπει να είναι ισχυρότερη βιώσει με επισκέψεις σε τοπικές αγορές και την επιβράδυνση για να απολαύσετε και να πάρετε μια ιδέα για τη γλώσσα και διάλεκτο. Εκτός αυτού, αργή ταξιδιώτης θα πρέπει επίσης να έρθετε σε επαφή με την τοπική κοινότητα και να συμπεριφέρονται με τον ίδιο τρόπο και να ψάχνουν για ευκαιρίες για να δώσω κάτι πίσω σε αυτούς (Gardner, 2009). Επίσης Dickinson et al. υποδηλώνουν ότι η αργή ταξίδια περιλαμβάνεται η ανάληψη δέσμευσης με δύο ανθρώπους και τον τόπο (2010). Νεωτερικότητα έρχεται με ένα κόστος. Ακόμη και στα μέσα του δέκατου ένατου αιώνα, ο Γάλλος συγγραφέας ταξιδιού Θεόφιλο Γκοτιέ ήταν θρηνούν πόσο κουραστικό ταξίδια γινόταν. Που πετιέται από άκρη σε άκρη σε μια ταχυδρομική άμαξα, ο ίδιος τόνισε, δεν ήταν πραγματική ταξίδια σε όλους. "Θα μπορούσαμε επίσης να μείνετε στο σπίτι», έγραψε στο Voyage en Espagne (1843). Δύο αιώνες αργότερα, τα εκατομμύρια των λαϊκών καθημερινά στριμώχνονται σαν σαρδέλες σε εύθραυστα σωλήνες αλουμινίου, η οποία στη συνέχεια πυροβολούν μέσα από τον ουρανό σε ελαφρώς μικρότερη από την ταχύτητα του ήχου - και όλα αυτά στο όνομα της διαδρομής. Έτσι, ίσως είναι καιρός να ξαναβρήκε τα γαϊδούρια μας. Ή, τουλάχιστον, εξέτασε τα πλεονεκτήματα της αργής μετακίνησης. Δεν είναι υποχρεωτικό να jet από Lon- Don στη Μεσόγειο, σε λιγότερο χρόνο από ό, τι χρειάζεται για να απολαύσετε ένα χαλαρό γεύμα. Υπάρχει μια εναλλακτική λύση, και ότι είναι να λάβει μια πιο αργή διαδρομή. Αν έχουμε Slow Food και αργή πόλεις, τότε γιατί να μην αργό ταξίδι; Καναδός δημοσιογράφος Καρλ Ονορέ όμορφα επέκρινε την λατρεία της ταχύτητας στο βιβλίο του 2004 In Praise of αργή. Ωστόσο, παρόλο που ο ίδιος που ρωτήθηκαν το φάσμα της ανθρώπινης δραστηριότητας από το σεξ στον εργασιακό χώρο, είχε σχετικά λίγα να πει για τα ταξίδια. Αργή ταξιδιού είναι περίπου κάνει συνειδητές επιλογές. Πρόκειται για επιβράδυνση και όχι η ταχύτητα. Το ταξίδι γίνεται μια στιγμή για να χαλαρώσετε, και όχι ένα αγχωτικό διάλειμμα επιβάλλονται μεταξύ σπίτι και τον προορισμό. Αργή ταξίδια εκ νέου οι μηχανικοί του χρόνου, μετατρέποντάς το σε ένα εμπόρευμα της αφθονίας και όχι έλλειψη. Και αργό ταξίδι αναδιαμορφώνει επίσης τη σχέση μας με θέσεις, την ενθάρρυνση και επιτρέποντάς μας να συμμετάσχουν πιο στενά με τις κοινότητες, μέσω των οποίων θα ταξιδέψουν.

Η επιλογή δεν είναι απλά ένα αεροπλάνο σε σχέση με το τρένο. Μερικά σύγχρονα σιδηροδρομικά δρομολόγια είναι πολύ πάρα πολύ γρήγορα να δώσει κάποια σοβαρή εκτίμηση των διερχόμενων τοπίο. Κάποιος μπορεί να εισέλθει

μέσω flattish Φλάνδρα στο Eurostar και η εμπειρία είναι συναρπαστική. Μετακίνηση σε πιο περίπλοκες τοπογραφίες και σιδηροδρόμων υψηλής ταχύτητας γίνεται αποπροσανατολιστικά. Οι ταχείες αμαξοστοιχίες για τη νέα σιδηροδρομική γραμμή που τρέχει βορειοδυτικά από τη Φρανκφούρτη επί του Μάιν φέτα αποφασιστικά μέσα από τις δασώδεις λόφους του Taunus, αψηφώντας το στημόνι και το υφάδι του τοπίου με στιγμές στροβοσκοπική θαύμα, και την κατάθεση ομοιό- αναθέσει σε επιβάτες τους στην Κολωνία σε λίγο περισσότερο από μία ώρα.

Υπάρχουν λάμπεις φωτός μεταξύ τούνελ, γωνία αναλαμπές του ουρανού και πολλά περιθώρια για πονοκεφάλους. Υπάρχει η αμαξοστοιχία ακολουθεί την πορεία ελιγμού του ποταμού, παρέχοντας υπέροχη θέα αετώματα χωριά, προ ciritous αμπέλια και ρομαντικές φαράγγια. Είναι αλήθεια, η παλιά διαδρομή κοιλάδα παίρνει δύο ή τρεις φορές όσο η νέα γρήγορη γραμμή, αλλά η εμπειρία είναι ασύγκριτα καλύτερα. Αφιερωμένο αργό ταξίδι καθαρολόγοι θα μπορούσε να εξετάσει ακόμη και τη διανομή συνολικά με το τρένο και αντ 'αυτού, χρησιμοποιώντας τη βάρκα για μέρος του ταξιδιού.

Κατά τη διάρκεια του εικοστού αιώνα, η ταχύτητα ήταν μικές επιτυχία. Η σαγηνευτική γοητεία των γρήγορων αυτοκινήτων, αεροπλάνα τζετ και πριμοδότηση τρένα υπηρεσία πλευρικής παρακολουθούνται ταξιδιώτες. Τώρα οι νέες προτεραιότητες αναδυόμενων: ο τουρισμός χαμηλού αντίκτυπου, η ενασχόληση με τους ανθρώπους, να δώσει κάτι πίσω στις κοινότητες που επισκεπτόμαστε, και έχοντας επίγνωση του αποτυπώματος άνθρακα μας. Αργή ταξίδια δεν είναι για τα χρήματα ή προνόμιο. Αργή ταξίδι είναι μια κατάσταση του μυαλού. Είναι για να έχεις το θάρρος να μην ακολουθήσουν τον δρόμο του πλήθους. Η λαϊκή σοφία που μπορεί να υποδηλώνουν ότι μια πρώτη επίσκεψη στην Ιταλία θα πρέπει απαραίτητα να περιλαμβάνει τη Βενετία, τη Φλωρεντία και άλλες «πρέπει να δούμε» σημεία. Αλλά στην πραγματικότητα δεν υπάρχουν «πρέπει να δούμε» προορισμούς. Το γυαλιστερό ταξιδιωτικά περιοδικά, τουριστικούς πράκτορες και τους οργανισμούς δημοσίων σχέσεων δημοσιότητα τις πόλεις και τις περιφέρειες, θέρετρα και εστιατόρια. Και η σύγχρονη τουρίστες πρόοδο από τόπο σε τόπο, σημειώνοντας από τις χώρες, τις πόλεις και τις κοινότητες ως ενδιάμεσοι σταθμοί σε ένα προσκύνημα της μαζικής κατανάλωσης. Η αργή ταξιδιώτης δεν παίζει το ίδιο επικίνδυνων παιχνίδι. Έχω παραιτηθεί από την ψεύτικη αυθεντικότητα φυλής κοινή φλυαρία για το "εμπειρία μου Βενετία» και, αντί να λάβει τα σοκάκια, καθυστερούν περισσότερο και να προσπαθήσουμε

να καταλάβουμε τι κάνει μια κοινότητα τσιμπούρι. Θα παραλείψετε καφέ σε αλυσίδες τα Starbucks, και να επιμείνουμε σε τοπικό επίπεδο ανήκει καφέ, να φάμε καλό περιοχή- al προϊόντα, η χρήση των τοπικών λεωφορείων και προσπαθήστε να επισκεφθείτε μέρη

3.8.2 Κίνητρα αργών ταξιδιωτών

Dickinson, Lumsdon & Robbins (2011) δημιούργησαν ένα μοντέλο που δείχνει ότι η αργή ταξιδιώτες σχηματίζουν ένα συνεχές από «μαλακό» σε «σκληρά» ταξιδιώτες. Οι συντάκτες προσδιόρισε τρεις διαστάσεις αργό ταξίδι ερμηνείες: λειτουργία, την εμπειρία και το περιβάλλον. Αργή ταξιδιώτες που επιλέγουν αυτή τη μορφή ταξιδεύουν έξω από τα περιβαλλοντικά ζητήματα καθιστούν συχνά τη συνειδητή απόφαση να αποφεύγουμε τις αεροπορικές μεταφορές και τη χρήση των αυτοκινήτων, εκτός αν είναι πραγματικά απαραίτητο. Οι τουρίστες έχουν προσδιοριστεί ως «σκληρά αργή ταξιδιωτών οι οποίοι συχνά παρουσιάζουν ενδιαφέρον για το περιβάλλον κατά τη διάρκεια της καθημερινής τους ζωής. Εκτός από «σκληρά αργή ταξιδιωτών υπάρχουν επίσης διάφορες μορφές της, ωστόσο, η διάκριση μεταξύ των δύο ομάδων δεν μπορεί πάντα να γίνει σαφώς» μαλακή αργή ταξιδιωτών. Κύκλος μπορεί «Μαλακό αργή ταξιδιωτών ή ταξίδια με το τρένο μόνο και μόνο επειδή τους αρέσει αυτό το είδος μεταφοράς και όχι κατ 'ανάγκη λόγω των περιβαλλοντικών ανησυχιών. Άλλα κίνητρα για μαλακά αργή ταξιδιώτες μπορεί να είναι ότι απολαμβάνουν το ρυθμό του ταξιδιού αργή, το κοινωνικό περιβάλλον ή τις πολιτιστικές εκδρομές (Dickinson, Lumsdon & Robbins, 2011). Ωστόσο, θα πρέπει να αναφέρονται οι συγγραφείς συνέντευξη μόνο 15 «αυτοπροσδιορίζονται» αργή ταξιδιώτες, ο αριθμός αυτός θα μπορούσε να είναι λίγο χαμηλή για την παραγωγή είναι αντιπροσωπευτική, αλλά και συνεντεύξεις «άλλη ταυτότητα» αργή ταξιδιώτες μπορούν να έχουν διαφορετική και νέα αποτελέσματα. Μια άλλη αδυναμία είναι ότι η μελέτη διεξήχθη μόνο στην Αγγλία, οπότε το αποτέλεσμα θα μπορούσε να είναι διαφορετική για άλλο προορισμό. Μπορεί επίσης να επικριθεί ότι ερωτήθηκαν τρία ζεύγη ως ανταποκριτές τους θα μπορούσε να είναι προκατειλημμένη λόγω της παρουσίας του εταίρου.

3.8.3 Προορισμός εμπειρία των αργών ταξιδιωτών

Σε αντίθεση με άλλες μορφές διακοπών, αργό ταξίδι περιλαμβάνει τόσο την εμπειρία του ταξιδιού και την ίδια την προορισμού (Dickinson, 2010? Rawlinson, 2011? Lumsdon & McGrath, 2010). Ωστόσο, διαφορετικές ομάδες ανθρώπων μπορεί να ζήσει και τις δυο πλευρές με διαφορετικό τρόπο. Ένα άλλο σημείο που αναφέρθηκε σχετικά με την εμπειρία προορισμός είναι το γεγονός ότι η αργή ταξιδιώτη μάλλον ζουν σε έναν προορισμό και όχι μόνο να παραμείνουν εκεί. Αυτό σημαίνει ότι η αργή ταξιδιώτες έχουν μια πιο έντονη εμπειρία προορισμό από τους τακτικούς ταξιδιώτες (Rawlinson, 2011), δημιουργώντας «πλουσιότερη αναμνήσεις» των διακοπών (Lumsdon & McGrath 2011).

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως αργή ταξιδιώτες έχουν την τάση να καταναλώνουν τοπικά προϊόντα διατροφής πιο συχνά από ό, τι άλλοι τουρίστες. Στο άρθρο της «Τρόφιμα, τον τόπο και την αυθεντικότητα: τα τοπικά τρόφιμα και τη βιώσιμη τουριστική εμπειρία» Rebecca Sims υποστηρίζει ότι οι τοπικές τροφίμων μπορεί να ενισχύσει την τουριστική εμπειρία καθώς οι καταναλωτές συνδέονται με την περιοχή και την αντίληψη του πολιτισμού και της κληρονομιάς του. Η μελέτη Sims έχει διεξαχθεί σε δύο διαφορετικές θέσεις στην Αγγλία. Συμπερασματικά, έχει προταθεί ότι η επιτυχής τουριστικούς προορισμούς πρέπει να αναπτύξουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διακρίνουν τον προορισμό από τους άλλους. Τοπικό φαγητό μπορεί να είναι ένα αποτελεσματικό εργαλείο για τη διαφοροποίηση, καθώς οι τουρίστες αντιλαμβάνονται τα τρόφιμα ως αυθεντική (Sims, 2009). Στη μελέτη της Sims (2009) επικεντρώθηκε μόνο σε δύο προορισμούς στην Αγγλία. Θα πρέπει να ερευνηθεί κατά πόσον τα αποτελέσματα είναι διαφορετικά σε άλλα πολιτισμικά περιβάλλοντα.

3.8.4 Ποιοί είναι αργοί ταξιδιώτες

Αργή Ταξίδια λειτουργεί καλά για πολλούς διαφορετικούς τύπους των ταξιδιωτών. Μερικά παραδείγματα:

Ζευγάρια. Ζευγάρια όπως εγώ και ο Steve, οι οποίοι έχουν κάνει την "περιοδεία" τα σημαντικά αξιοθέατα και τώρα ήθελε να επικεντρωθεί στην εμπειρία του να ζεις σε μια ξένη χώρα για ένα μικρό χρονικό διάστημα.

Μεγαλύτερες ομάδες (έξι ή περισσότερα). Πολλοί άνθρωποι ταξιδεύουν στην Ευρώπη σε μια μεγάλη ομάδα. Για παράδειγμα, ένα ζευγάρι μπορεί να νοικιάσει μια βίλα για μια εβδομάδα ή δύο και προσκαλεί όλα τα παιδιά και τα εγγόνια τους να ενωθούν μαζί τους. Η δύο ή τρία ζευγάρια θα κάνουμε ένα ταξίδι μαζί. Για τις μεγαλύτερες ομάδες είναι οικονομικότερη και πιο διασκεδαστικό να μείνετε σε ένα ενοίκιο διακοπών. Ακόμη και αν τα μέλη της ομάδας να περάσουν τις μέρες τους χώρια, περιοδεύοντας με το δικό τους ρυθμό, ο καθένας μπορεί να συναντηθούν το βράδυ σε ιδιωτική βίλα σας.

Οικογένειες με παιδιά. Είναι πιο εύκολο για τους ανθρώπους με τα παιδιά να μείνουν σε ένα ενοίκιο διακοπών από το ξενοδοχείο. Υπάρχει περιθώριο να εξαπλωθεί έξω, μπορείτε να μαγειρέψετε απλά γεύματα για τα παιδιά, και μπορείτε να περάσετε εύκολα μέρες στο "σπίτι" αν τα παιδιά έχουν κουραστεί από περιοδείες.

Τα άτομα με ειδικές ανάγκες. Μία ενοικίαση μπορεί να σας βοηθήσει να ταιριάζει με το ρυθμό του ταξιδιού σας με τη φυσική σας ικανότητες. Μπορείτε να περάσετε τις μέρες χαλάρωσης στο συγκρότημα κατοικιών, θέτοντας τους δικούς σας ρυθμούς για περιηγήσεις. Εάν έχετε ειδικές διατροφικές ανάγκες, είναι καθησυχαστικό να ξέρετε ότι μπορείτε να μαγειρεύετε κάποια από τα γεύματά σας.

Ταξιδιώτες του προϋπολογισμού. Ενοικιάσεις για διακοπές μπορεί να σας βοηθήσει να ταξιδεύουν σε έναν προϋπολογισμό. Είναι φθηνότερα ανά διανυκτέρευση από μέτρια ξενοδοχεία, μπορείτε να μαγειρέψετε μερικά από τα γεύματά σας για να αποθηκεύσετε την έξοδο από την κατανάλωση κάθε γεύματος σε ένα εστιατόριο, και μπορείτε να κάνετε το δικό σας πλυντήριο.

Ταξιδιώτες πολυτελείας. Οι βίλες είναι διαθέσιμες με πολλές πολυτέλειες: καθημερινή καθαριότητα, μαγειρεύει για να κάνει το βραδινό γεύμα, ιδιωτική πισίνα. Ορισμένες μεγάλες ομάδες μπορεί να μισθώσετε ένα φορτηγό και οδηγούς οδηγού ή ιδιωτική περιήγηση.

Καλοφαγάδες. Οι άνθρωποι που αγαπούν να ψωνίσετε στις τοπικές αγορές, διευρύνουν τις γνώσεις τους (και τη συλλογή) κρασιά της περιοχής, και μαγειρέψτε τοπικά πιάτα παρασκευασμένα με ντόπια υλικά.

3.8.5 Τα χαρακτηριστικά του μαζικού και αργού τουρίστα

Ο Cohen (1972) αναφέρεται σε δύο διαφορετικά είδη μαζικού τουρίστα . Το πρώτο είναι ο οργανωμένος μαζικός τουρίστας που δεν αναζητεί τη περιπέτεια . Αντιθέτως επιζητεί το προστατευμένο περιβάλλον που του δίνει ο tour operator και τα διάρκειά του ταξιδιού . Αυτό σημαίνει ότι σε μεγάλο βαθμό δεν επιζητά την ποιότητα ή την εξερεύνηση των πολιτιστικών χαρακτηριστικών και της κουλτούρας του τόπου . Αντιθέτως θα προφυλαχτεί πίσω από ενέργειες μαζικού τουρισμού όπως τα πακέτα all inclusive. Μία άλλη διαφορά είναι ο μοναχικός μαζικός τουρίστας . Σε αυτή τη περίπτωση θα προτιμήσει να επισκεφτεί μόνος του ή με μία μικρή ομάδα ανθρώπων , π.χ. οικογένεια , ένα προορισμό . Σε αυτή τη περίπτωση ο μαζικός τουρίστας ενδέχεται να εξερευνήσει κάποια ποιοτικά στοιχεία του προορισμού . Σύμφωνα με τον Τσάρτα (2010) τα τελευταία χρόνια έχει διαμορφωθεί η τάση ο μαζικός τουρισμός να αποτελείται από δημογραφικές ομάδες , όπως οι νέοι Βρετανοί τουρίστες από το club 18-30 ετών , που προέρχονται από τα χαμηλότερα στρώματα της κοινωνίας , διαθέτουν περιορισμένους οικονομικούς πόρους και σε πολλές περιπτώσεις δεν ενδιαφέρονται για την προστασία του προορισμού . Το αποτέλεσμα είναι αυτά τα κοινωνικά χαρακτηριστικά , όπως το χαμηλό μορφωτικό και οικονομικό επίπεδο , να έχουν αρνητικές συνέπειες ως προς την συμπεριφορά τους σε σχέση με τον

προορισμό .Αντιθέτως Ο εναλλακτικός τουρίστας , σε σχέση με αυτόν του μαζικού τουρισμού δεν μπορεί να θεωρηθεί ως « πελάτης ». Αντιθέτως είναι ένας εκλεπτυσμένος επισκέπτης ενός προορισμού έρχεται όχι μόνο για να ικανοποιήσει τις ανάγκες του αλλά και για να έχει ένα θετικό ρόλο στην ανάπτυξη της περιοχής . Για το λόγο αυτό όπως αναφέρει ο Page (2006) σε πολλές περιπτώσεις προτιμούν το όνομα « ταξιδευτής » με δεδομένο ότι στόχος τους δεν είναι η υπερκατανάλωση και η σπατάλη των πόρων που διαθέτει ο προορισμός αλλά η ικανότητα να περάσουν όμορφα δίχως να διαταράξουν τον κοινωνικό ιστό . Οι εναλλακτικοί τουρίστες ενώ για πολλά χρόνια ζούσαν στο περιθώριο της

τουριστικής βιομηχανίας , όπως αναφέρει ο Ανδριώτης (2003) πολλοί τους συνδύαζαν με τους χίπις και τους τουρίστες του σακιδίου , αλλά μετά τη δεκαετία του 90 εξελίχθηκαν σε τουρίστες που προερχόντουσαν από υψηλά εισοδήματα ενώ και η αναβάθμιση των υπηρεσιών που προσφέρουν τα καταλύματα των περιοχών που δέχονται τους εναλλακτικούς τουρίστες . Ο Bimonte (2007) αναφέρεται στο γεγονός ότι πολλοί τουρίστες που νοιώθουν άβολα με το μαζικό τουρισμό και την παροχή μορφών μαζικού τουρισμού και προτιμούν ένα προσωποποιημένο είδος τουρισμού είναι αυτοί που θα απευθυνθούν σε κάποιο οργανισμό που προσφέρει υπηρεσίες μαζικού τουρισμού .

Οι Laarmand & Durst (1987, όπως αναφέρονται στον Ανδριώτη 2003) δίνουν τα χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρίστα που είναι τα εξής :

- Προσπαθεί να επισκέπτεται μέρη που δεν έχει πατήσει ανθρώπινο πόδι .
- Διεγείρεται από το αίσθημα της περιήγησης .
- Προσπαθεί να αποφύγει τον πολιτισμό για κάποιο χρονικό διάστημα .
- Προσπαθεί να δημιουργήσει κανάλια επικοινωνίας με τον ντόπιο πληθυσμό .
- Δεν επιζητάει την ύπαρξη τουριστικής υποδομής .
- Συλλέγει περισσότερες πληροφορίες πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του .
- Ταξιδεύει μόνος του ή σε μικρές ομάδες .
- Είναι καλά εκπαιδευμένος .
- Έχει περισσότερα έσοδα από το μέσο όρο .

- Τείνει να παραμένει σε μια χώρα για περισσότερες μέρες από τον παραδοσιακό τουρίστα .

3.9 Αργά ταξίδια στην Ευρώπη: ορισμένες κατευθυντήριες αρχές:

1. Ξεκίνα από το σπίτι. Το κλειδί για αργό ταξίδι είναι μια κατάσταση του μυαλού. Που μπορούν να αναπτυχθούν στο σπίτι.
2. Επιβραδύνετε το ταξίδι. Αποφύγετε τα αεροπλάνα, αν είναι δυνατόν, και αντ' αυτού να απολαύσετε τα πορθμεία, τα τοπικά λεωφορεία και τρένα αργή. Ταχύτητα καταστρέφει τη σύνδεση με το τοπίο. Αργή ταξιδιού αποκαθιστά.
3. Ανυπομονησία για την άφιξη στο επιλεγμένο προορισμό σας, αλλά μην αφήνετε να αναμονή έκλειψη τη χαρά του ταξιδιού.
4. Ελέγξτε τις τοπικές αγορές και τα καταστήματα. Κουλτούρα καφέ
5. Savour. Καθισμένος σε μια καφετέρια, θα γίνεις μέρος του αστικού τοπίου και όχι απλώς παρατηρητής.
6. Ξόδεψε χρόνο για να πάρετε μια ιδέα για τις γλώσσες και διαλέκτους των περιοχών που επισκέπτεστε. Μάθετε μερικές φράσεις, χρησιμοποιήστε ένα λεξικό και να αγοράσετε μια τοπική εφημερίδα.
7. Δέσου με τις κοινότητες στο σωστό επίπεδο. Επιλέξτε διαμονή και φαγητό επιλογές που είναι κατάλληλα για την περιοχή στην οποία ταξιδεύετε.
8. Κάνε ό,τι κάνουν οι ντόπιοι, όχι μόνο τι λένε οι ταξιδιωτικοί οδηγοί.
9. Savour το απροσδόκητο. Καθυστερήση ή απώλεια ανταπόκρισης των λεωφορείων δημιουργούν νέες ευκαιρίες.
10. Σκέψου τι μπορείτε να δώσετε πίσω στις κοινότητες που επισκέπτεστε

Κεφάλαιο 4

Η εξέλιξη του τουρισμού στην Ελλάδα πριν την εμφάνιση του εναλλακτικού τουρισμού

Η οικονομική και τεχνολογική ανάπτυξη από το 19ο αιώνα και ύστερα και ιδιαίτερα από τον Β Παγκόσμιο Πόλεμο και μετά, δημιούργησε ευημερία και πλούτο αλλά και πολλά ερωτηματικά σε σχέση με τα επιδεινούμενα προβλήματα του περιβάλλοντος και τις επιπτώσεις στην ποιότητα ζωής των ανθρώπων αφού η ανάπτυξη των σύγχρονων κοινωνιών έγινε εις βάρος του φυσικού περιβάλλοντος. Για να μπορέσουν τα κράτη να τροφοδοτήσουν την ανάπτυξη και την αλόγιστη δαπάνη έπρεπε να υποβαθμίσουν τους φυσικούς πόρους (Κοκκώσης και Τσάρτας, 1999 σελ. 127). Το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος, όσο οι επιπτώσεις από την υπανάπτυξη και την σπατάλη των πόρων γινόταν όλο και πιο εμφανείς στις κοινωνίες άρχισε να γίνεται όλο και πιο επίκαιρο. Όταν αναφερόμαστε στην ανάπτυξη φυσικά δεν πρέπει να ξεχνάμε και την τουριστική ανάπτυξη όπου οι πρώτες μορφές οργανωμένου τουρισμού παρουσιάστηκαν στην Ελλάδα την δεκαετία του '50, που αποτελεί παράδειγμα των αρνητικών επιπτώσεων που είχε η άναρχη τουριστική ανάπτυξη σε πολλούς προορισμούς (Τσάρτας, 1996, σελ. 12). Βέβαια ως και το 1974 ο τουρισμός ήταν περιορισμένος μόνο σε συγκεκριμένους προορισμούς που συχνά οι υποδομές ήταν υποτυπώδες και δίχως να υπολογίζονται οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις (Τσάρτας, 2010 σελ. 133-134) αλλά μετά το 1974 και ως το 2000 ο τουρισμός αναπτύχθηκε με ραγδαίους ρυθμούς αλλά και δίχως σχεδιασμό με αποτέλεσμα να επηρεαστεί το περιβάλλον σε πολλούς γνωστούς προορισμούς της Ελλάδος (Τσάρτας, 2010 σελ. 301-302)

4.1 Τουριστική Ανάπτυξη στην Ελλάδα

Η Ελλάδα συγκαταλέγεται ανάμεσα στους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς της Μεσογείου, αλλά και της υψηλίου λαμβανομένων υπόψη των πληθυσμιακών μεγεθών. Ο τουρισμός αποτελεί για την οικονομία της χώρας έναν από τους πιο δυναμικούς παραγωγικούς τομείς, με σημαντική επίδραση στη διαμόρφωση της κοινωνικής και οικονομικής δομής των τουριστικών περιοχών της (Πολύζος, 2002).

Ο τουρισμός, ως οικονομική δραστηριότητα στην Ελλάδα συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στη διαμόρφωση του ΑΕΠ της χώρας, αφού συμμετέχει σε αυτό σε ποσοστό μεγαλύτερο του 15%, βοηθά στη βελτίωση του ισοζυγίου εξωτερικών συναλλαγών με εισαγωγή συναλλάγματος που υπερβαίνει τα 9 δισεκατομμύρια € ετησίως. Επίσης, βοηθά σημαντικά στην ενίσχυση της απασχόλησης και στην περιφερειακή ανάπτυξη. Για την επίδραση του τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη, καθοριστικό ρόλο παίζει η γεωγραφική κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας, καθώς και άλλοι παράγοντες που σχετίζονται με τη δομή της τοπικής οικονομίας, το χρόνο παραμονής των τουριστών, το επίπεδο τουριστικής κατανάλωσης, κλπ. (Πολύζος, 2002; Ανδριώτης, 2005).

Υπό μια ευρύτερη θεώρηση, ο τουρισμός δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένας ξεχωριστός συμβατικός οικονομικός τομέας, αλλά είναι ένα σύμπλεγμα αλληλένδετων οικονομικών τομέων ή δραστηριοτήτων που συμμετέχουν στην παραγωγή του τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, βρίσκεται υπό την επίδραση πολλών μεταβλητών και απρόβλεπτων ή ανεξέλεγκτων παραγόντων, που μπορούν να επηρεάσουν και να διαμορφώσουν το μέγεθος της τουριστικής κίνησης σε κάθε περιοχή. Ως ένας αναπτυγμένος τουριστικός προορισμός σε ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον, η Ελλάδα δέχεται έντονες επιδράσεις από το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης και της ωρίμανσης της τουριστικής αγοράς (Polyzos & Sdrolias, 2006).

Διαχρονική αξία, παγκόσμιος προορισμός

Η Ελλάδα αποτελεί κορυφαίο τουριστικό προορισμό παγκοσμίως. Η Ελλάδα κατατάσσεται ανάμεσα στους Top 10 τουριστικούς προορισμούς για το 2010 σύμφωνα με τη Lonely Planet και επίσης βρίσκεται στη δεύτερη θέση σύμφωνα με τα Telegraph Travel Awards 2008 της Αγγλίας στην κατηγορία της Καλύτερης Ευρωπαϊκής Χώρας.

Την τελευταία δεκαετία, ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται σταθερά. Το 2004, 14,2 εκατομμύρια άτομα επισκέφθηκαν την Ελλάδα, αριθμός που αυξήθηκε σε 17 εκατομμύρια το 2008 και αναμένεται ότι οι επισκέπτες θα αυξηθούν σε 20 εκατομμύρια τα επόμενα χρόνια, σχεδόν το διπλάσιο του πληθυσμού της χώρας.

Νέα Εποχή Τουριστικών Επενδύσεων

Ο συνεχώς αυξανόμενος αριθμός τουριστών καθώς το προφίλ του σημερινού ταξιδιώτη, απαιτούν διαφοροποίηση και εμπλουτισμό του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος της χώρας μας καθώς και την ανάπτυξη αντίστοιχης υποδομής.

Οι επενδυτές θα βρουν στην Ελλάδα ένα μεγάλο εύρος ευκαιριών, πρόσφορο έδαφος για νέες επενδύσεις και μερικές από τις ομορφότερες τοποθεσίες στον κόσμο.

Ένα Μοναδικό Τοπίο

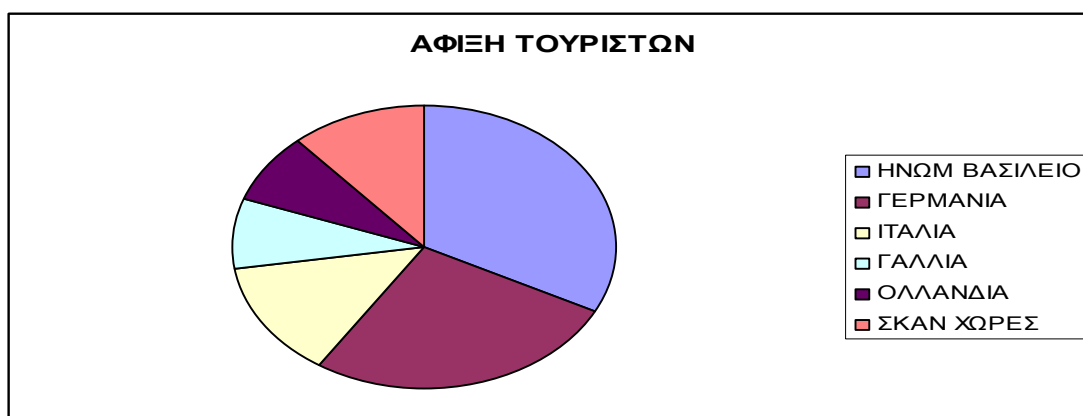
Η Ελλάδα διαθέτει περισσότερα από 15.000 χιλιόμετρα παραλίας, 190.000 ακτές και 6.000 μεγάλα και μικρότερα νησιά. Οι επισκέπτες ανακαλύπτουν ποικίλες επιλογές σε τομείς όπως η ιστιοπλοΐα και οι κρουαζιέρες, τα ταξίδια κινήτρων και τις αποδράσεις σαββατοκύριακου, που παρουσιάζουν νέες ευκαιρίες σε εξειδικευμένες (niche markets) και ελκυστικές αγορές. Παρθένες παραλίες, επιβλητικά βουνά, πλούσια ιστορία και παραδόσεις, θεαματικά τοπία και φημισμένη φιλοξενία είναι τα στοιχεία που προσελκύουν επισκέπτες από όλο τον κόσμο στον τόπο που γεννήθηκε η δημοκρατία. Το μεσογειακό κλίμα της Ελλάδας είναι ιδανικό για τουρισμό καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Σήμερα μία από τις βασικές προτεραιότητες της Ελληνικής Πολιτείας είναι να δημιουργήσει μία δυναμική και βιώσιμη τουριστική υποδομή για όλες τις εποχές του χρόνου που θα ανταποκρίνεται στις προκλήσεις του 21ου αιώνα.

Σύμφωνα με το Travel & Tourism Competitiveness Report, 2009, που δημοσιεύτηκε από το World Economic Forum, η Ελλάδα κατέχει συνολικά την 24η θέση μεταξύ 133 χωρών, και παράλληλα βρίσκεται στο Top 10 σε μία σειρά από σημαντικούς επιμέρους δείκτες (3η Θέση: Prioritization of travel & tourism subindex

Ο τουρισμός αποτελεί το 18% του ΑΕΠ της Ελλάδας, απασχολεί περισσότερα από 900.000 άτομα και είναι η μεγαλύτερη πηγή άδηλων πόρων της χώρας (36% το 2007).

Σήμερα, λειτουργούν περισσότερα από 9.000 ξενοδοχεία στην Ελλάδα. Το γεωγραφικό εύρος των τουριστικών προορισμών είναι ιδιαίτερα μεγάλο, εξαιτίας του γεγονότος ότι η Ελλάδα διαθέτει πάνω από 6.000 μεγάλα και μικρότερα νησιά. Επιπλέον, η μεγάλη ποικιλία σε φυσικά τοπία, ο μεγάλος αριθμός ιστορικών μνημείων και χωριών και η δυνατότητα πολλών δραστηριοτήτων υποδηλώνουν ότι οι ευκαιρίες ουσιαστικά είναι απεριόριστες.

Το 85% περίπου των επισκεπτών έρχονται από τη Δυτική Ευρώπη: 21,2% από το Ηνωμένο Βασίλειο, 17,5% από τη Γερμανία, 8,8% από την Ιταλία, 5,3% από τη Γαλλία, 5,2% από την Ολλανδία και 7,5% από σκανδιναβικές χώρες. Επιπλέον, αυξάνονται όλο και περισσότερο οι επισκέπτες από την Ανατολική Ευρώπη και την Κίνα.



Αύξηση της τάξης του 7% παρατηρήθηκε το πρώτο εξάμηνο του 2010 στη διεθνή τουριστική κίνηση σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού , αποτελέσματα που κάνουν εμφανή την αλλαγή της ταξιδιωτικής τάσης η οποία ξεκίνησε το τελευταίο τρίμηνο του 2009 και αναμένεται να συνεχιστεί και το δεύτερο εξάμηνο του 2010. Αναλυτικότερα η Ευρώπη είχε μία μικρή άνοδο 2% και έδειξε να είναι εκείνη που έχει τους πιο αργούς ρυθμούς αποκατάστασης ωστόσο τα αποτελέσματα των δύο τελευταίων μηνών είναι αρκετά θετικά .. Η Αμερική , από την άλλη , έδειξε μία διστακτική άνοδο 7%, φανερά βελτιωμένη από εκείνη του 2009. Σύμφωνα πάντα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού η παγκόσμια τουριστική κίνηση άγγιξε τα 421 εκατ . αφίξεων το πρώτο εξάμηνο του 2010 το οποίο θεωρείται η δυσκολότερη χρονιά για τον τουρισμό . Ο οργανισμός παρόλα αυτά προβλέπει μία γενική αύξηση της τουριστικής κίνησης περίπου 3-4% για την χρονιά αυτή . Οι ταξιδιώτες πάντως κάνουν εμφανή την τελευταία τουριστική τους τάση για διακοπές εντός της χώρας τους αφού περίπου 4 στους 5 επιλέγουν προορισμούς κοντινούς και 17 εντός των συνόρων και για τον λόγο αυτόν πολλές χώρες έχουν αρχίσει να δίνουν περισσότερη βάση σε εγχώρια φεστιβάλ και πολιτιστικές δράσεις .

Ο παγκόσμιος τουρισμός αναπτύσσει σταθερά ταχύτητα σε συνέχεια ενός ιδιαίτερα απαιτητικού και γεμάτο προκλήσεις 2009. Το πρώτο δίμηνο του 2010, οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις σημειώνουν αύξηση 7% σύμφωνα με το Τουριστικό Βαρόμετρο του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ) Ιδιαίτερα σημαντική είναι η τουριστική ανάπτυξη στην Ασία , στην Αφρική και στη Μ.Ανατολή . Ο ΠΟΤ εκτιμά ότι οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις.

ΑΝΑΔΥΟΜΕΝΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΘΟΔΗΓΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΚΑΜΨΗ Ο ΠΟΤ
υποστηρίζει πως οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις αυξήθηκαν κατά 7% τους πρώτους δύο μήνες του 2010, μία εξέλιξη που ακολούθησε την ήδη θετική πορεία του τελευταίου τετραμήνου του 2009 μετά από 14 μήνες συνεχόμενων αρνητικών αποτελεσμάτων . Παρόλο που τα στοιχεία του Μαρτίου είναι ακόμη περιορισμένα , τα πρώτα αποτελέσματα συνηγορούν υπέρ του γεγονότος ότι η αύξηση θα συνεχιστεί . Η πορεία ανάπτυξης σε όλες τις ηπείρους για τους δύο πρώτους μήνες του 2010, ήταν θετική με την Ασία και τον Ειρηνικό να σημειώνουν τα θετικότερα αποτελέσματα με +10% και +7% αντίστοιχα . Με βάση τα στοιχεία τριών εκ των κρατιδίων της Μέσης Ανατολής , συμπεραίνεται ότι η περιοχή φαίνεται να ανακάμπτει . Όσον αφορά στην Ευρώπη και στην Αμερική , ο ρυθμός ανάπτυξης

είναι πιο αργός , δεδομένου ότι πρόκειται για τις δύο ηπείρους που επλήγησαν περισσότερο από την κρίση θα παρουσιάσουν εντός του 2010 αύξηση 3-4%.

4.1.1 Η ‘ απογείωση ’ της τουριστικής ανάπτυξης

Μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου και του εμφύλιου πολέμου που ακολούθησε σχεδόν αμέσως μετά , καταβλήθηκαν προσπάθειες εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας για την ανάπτυξη του τουρισμού . Η Ελλάδα , ως τουριστικός προορισμός , άρχισε να προσελκύει από τις αρχές της δεκαετίας του ’50 το ενδιαφέρον των ξένων τουριστών ολοένα και περισσότερο . Προς το τέλος της δεκαετίας αυτή , παρ ’ όλο που η Ελλάδα αγωνιζόταν για να αναπτυχθεί οικονομικά μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών που είχαν κάνει σημαντική πρόοδο προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης του τουρισμού τους . Μέχρι τότε η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα ήταν περιορισμένη , αποτελείτο δε κατά κύριο λόγο από ένα μικρό αριθμό τουριστών υψηλής εισοδηματικής στάθμης που ενδιαφερόταν βασικά να επισκεφτούν τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού . Τα συναλλαγματικά έσοδα που απεκόμιζε η Ελλάδα τότε ήταν ασήμαντα , ο δε τουρισμός αποτελούσε ένα μικρό μόνο μέρος της οικονομικής της δραστηριότητας . Διεθνείς τουριστικές αφίξεις , διεθνείς τουριστικές εισπράξεις και μέση κατά τουρίστα δαπάνη στην Ελλάδα .

Αυτό που συνέβαλε αποφασιστικά στην προσέλκυση ενός μεγαλύτερου αριθμού τουριστών στην Ελλάδα στην διάρκεια του δεύτερου μισού της δεκαετίας του ’50 ήταν η υποτίμηση της δραχμής τον Απρίλιο του 1953. Η Ελλάδα έγινε τότε αν όχι ο φθηνότερος τουριστικός προορισμός για τους διεθνείς τουρίστες , τουλάχιστον ένας από τους φθηνότερους , ενώ πριν την υποτίμηση της δραχμής συγκαταλεγόταν μεταξύ των ακριβότερων . Έτσι , άρχισαν να επισκέπτονται την Ελλάδα και άτομα χαμηλής εισοδηματικής στάθμης , αφού ο τουρισμός ήταν προσιτός πια . Το γεγονός ότι οι τιμές των παρεχόμενων υπηρεσιών φιλοξενίας αυξήθηκαν συγκριτικά με αργούς ρυθμούς και σε περιορισμένη έκταση κατά τα πρώτα έτη μετά την υποτίμηση της δραχμής και ότι η σταθερότητα διατηρήθηκε για μεγάλο χρονικό διάστημα , έκανε δυνατή την ‘ πώληση ’ της Ελλάδας σαν ένα προορισμό διακοπών και ανάπαυλας σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές για αρκετά

χρόνια . Οι προσπάθειες για να αναπτυχθεί ο τουρισμός στην Ελλάδα στη δεκαετία του '60 αντιμετώπισαν μεγάλες δυσκολίες . Παρ ' όλα αυτά , ο αριθμός των επισκεπτών εξακολουθούσε να αυξάνεται και έτσι να γίνεται δυνατή η θετική συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και ταυτόχρονα στην διεύρυνση της εξαγωγικής βάσης της με το να διαφοροποιούνται οι οικονομικές της δραστηριότητες . Η επιτάχυνση της τουριστικής ανάπτυξης από τα μέσα της δεκαετίας του '70 μέχρι τη δεκαετία του '90.

Στο χρονικό διάστημα από τα μέσα περίπου της δεκαετίας του '70 μέχρι τη δεκαετία του '90 ο τουρισμός , στην Ελλάδα και ιδιαίτερα ο διεθνής τουρισμός πέτυχε τους ταχύτερους αναπτυξιακούς ρυθμούς . Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα βασίστηκε αποκλειστικά σε δύο σημαντικούς τουριστικούς πόρους , και συγκεκριμένα στην γεωγραφική της θέση και τις κλιματολογικές της συνθήκες , και στους αρχαιολογικούς της χώρους και τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού . Οι κύριες διεθνείς τουριστικές αγορές της Ελλάδας την περίοδο εκείνη ήταν οι ΗΠΑ , το Ηνωμένο Βασίλειο , και οι εύπορες δυτικοευρωπαϊκές χώρες . Η πτώση της δημοτικότητας των ισπανικών παραθεριστικών κέντρων στη Μεσόγειο στα μέσα και προς το τέλος της δεκαετίας του '70 και οι ανάγκες της ευρωπαϊκής τουριστικής βιομηχανίας για νέους τουριστικούς προορισμούς συνέβαλλαν στις ουσιαστικές μεταβολές που πραγματοποιήθηκαν τόσο στην νοερή εικόνα της Ελλάδας , ως τουριστικού προορισμού , όσο και στην τουριστική της υποδομή και ανωδομή στα μέσα της δεκαετίας του '70.

αφίξεις στην Ελλάδα φαίνεται να είναι ελαστική σε σχέση με το εισόδημα που δείχνει ότι ο τουρισμός θεωρείται ως ένα αγαθό πολυτελείας από την πλειοψηφία των τουριστών που έρχονται στην Ελλάδα ανήκουν στην μεσαία ή χαμηλή εισοδηματική τάξη παρένθεση. Επομένως, ως εκ τούτου, ότι η μεταβλητότητα των ταξιδιωτικών εισπράξεων αναμένεται να αυξηθεί με ό, τι αυτό μπορεί να συνεπάγεται για την αξιοπιστία των υπηρεσιών λογαριασμό για να διασφαλίσουν συνολικά το ρεύμα 7 sustainability 3 λογαριασμό. Η συμπεριφορά των αφίξεων σε σχέση με τις μεταβολές των τιμών, ωστόσο, είναι ανελαστική, ενώ είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι οι ξένες (ανταγωνιστών) οι τιμές έχουν πέσει τόσο από τη μεγάλη και την έκδοση του μικρού τιράζ της εξίσωσης ως επίμονα ασήμαντες σε ένα σειρά διαφορετικών προδιαγραφών. Αυτό σημαίνει ότι οι

τουρίστες που σκοπεύουν να ταξιδέψουν στην Ελλάδα βασίσει την απόφασή τους περισσότερο από το βαθμό στον οποίο μπορούν να αντέξουν οικονομικά να πάνε για διακοπές καθ' εαυτή και όχι για την επιλογή μεταξύ των εναλλακτικών destinations⁴.

Είναι ενδιαφέρον να επισημανθεί ότι παίρνει ένα έτος για τις περισσότερες από τις ερμηνευτικές μεταβλητές να επηρεάσουν τις αφίξεις των ταξιδιωτικών βραχυπρόθεσμα. Αυτό είναι αναμενόμενο, δεδομένου ότι οι συμβάσεις ταξίδια με τουριστικούς πράκτορες συνήθως υπογραφεί κάποια στιγμή προς το τέλος του έτους πριν από την εν λόγω περίοδο τα ταξίδια. Αυτές οι τακτικές έδωσαν οι ταξιδιωτικοί πράκτορες ένα σημαντικό πλεονέκτημα κατά την περίοδο πριν από την είσοδό του στην Ελλάδα στη ζώνη του ευρώ, δεδομένου ότι οι τιμές που προβλέπονται στις συμβάσεις που έχουν υπογραφεί είναι εκφρασμένες σε δραχμές κατά τη διάρκεια μιας περιόδου κατά την οποία η δραχμή ακολούθησε μία τάση υποτίμησης. Αυτό είναι το σκεπτικό ότι οι λογαριασμοί για τη χρήση της εικονικής μεταβλητής (DEV) συλλαμβάνοντας την επίδραση των υποτιμήσεων, με ισχυρή ερμηνευτική ικανότητα. Τέλος, η μεταβλητότητα των αφίξεων ταξιδιού είναι ευαίσθητο σε εξωγενείς διαταραχές. Η μεταβλητή (PEX) προβλέπει την ανταπόκριση της τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα του πολέμου του Κόλπου, την κρίση των Ιμίων και τους Ολυμπιακούς Αγώνες και υπογραμμίζει τη μεταβλητότητα των ταξιδιωτικών εισπράξεων οφείλεται στην ευαισθησία τους σε εξωγενείς διαταραχές. Όλες οι μεταβλητές έχουν τα αναμενόμενα σημεία και είναι σημαντικές στο επίπεδο του 5%. Η ερμηνευτική ισχύς των εξισώσεων είναι σημαντική, με το τυπικό σφάλμα της παλινδρόμησης είναι σχετικά χαμηλό. Τα εμπειρικά αποτελέσματα που αναφέρονται στον Πίνακα 4 όσον αφορά τις ελαστικότητες επισημαίνουν την αναποτελεσματικότητα της πολιτικής τιμών ως ένα μέσο αύξησης της εγχώριας δραστηριότητας ταξίδια. Ειδικά μέτρα για τη μείωση του ΦΠΑ από 11% στο 6,5% στην τιμή του καταλύματος θα προκαλέσει μόνο μια αμελητέα μείωση των τιμών των ξενοδοχείων σε ποσοστιαίες μονάδες, ακόμη και αν υποτεθεί ένα 100% pass-through, η οποία, με τη σειρά του, αναμένεται να επιφέρει ακόμη μικρότερη μείωση στην τιμή του πακέτου, τόσο μικρό όσο περίπου 2%. Η μείωση των τουριστικών αφίξεων στην Ελλάδα, αλλά και σε άλλες χώρες μετά το έτος 2007 δεν είναι ασύνδετη με τη διεθνή χρηματοοικονομική κρίση της περιόδου αυτής. Οι μεταβολές της περιόδου αυτής συνδέονται τόσο με τον αριθμό των τουριστικών επισκέψεων, όσο με την

τουριστική καταναλωτική δαπάνη. Είναι λογικό ότι, τα γενικότερα δομικά προβλήματα που χαρακτηρίζουν τον τουριστικό κλάδο στην Ελλάδα επηρεάζουν δυσμενώς τη δραστηριότητά του σε περιόδους οικονομικής κρίσης, ενώ τα αποτελέσματά της εκτείνονται και επηρεάζουν κάθε άλλον παραγωγικό τομέα με τον οποίο βρίσκεται σε λειτουργική αλληλεξάρτηση. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία, ο κλάδος του τουρισμού στην Ελλάδα και σε άλλες ανταγωνίστριες χώρες τα τελευταία χρόνια βίωσε τις δυσμενείς επιδράσεις της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης. Σχεδόν όλες οι χώρες την περίοδο αυτή εμφάνισαν μείωση στον αριθμό των τουριστικών επισκέψεων και των ετήσιων εισπράξεων (Gazorouliou, 2011). Από τις αρχές του 2013 όμως παρατηρείτε μία σημαντική ανάκαμψη στον τουρισμό της Ελλάδας κυρίως όμως τον νησιωτικό τουρισμό. Αυτό ίσως είναι το πρώτο βήμα για την συνολική ανάκαμψη του Ελληνικού τουρισμού είτε μιλάμε για τον κλασικό τουρισμό είτε για τον εναλλακτικό τουρισμό (ΣΕΤΕ, 2013)

4.2 Αειφόρος ανάπτυξη στην Ελλάδα

Το Πανεπιστήμιο Bournemouth διενήργησε μία έρευνα το 2009 σχετικά με τον Αργό Τουρισμό και την αειφορία. Το κύριο ερώτημα στην έρευνα είναι το εάν ο Αργός Τουρισμός ήταν μία πραγματική εναλλακτική μορφή τουρισμού με στόχο την προστασία του περιβάλλοντος. Στον Αργό Τουρισμό, τα ταξίδια σε μικρές αποστάσεις από τον τόπο διαμονής προτιμούνταν. Ρωτήθηκαν μέσω συνεντεύξεων 16 ταξιδιώτες σχετικά με την ταξιδιωτική τους συμπεριφορά και τη σχέση με τον Αργό Τουρισμό. Η μελέτη αποκάλυψε ότι είναι δύσκολο να δοθεί ένας ορισμός του αργού τουρισμού βάσει των καταναλωτών αλλά τα περιβαλλοντικά θέματα ήταν σεβαστά από αυτό τον τύπο τουρισμού. Οι τουρίστες ανέφεραν επίσης ότι η διάδραση με τους ντόπιους ήταν κάτι θετικό και ήταν ευχάριστο να γνωρίζει κάποιος ένα μέρος κατά τη διάρκεια του χρόνου (Dickinson 2009, 2-3.) Δεν είναι όμως εύκολο για έναν καταναλωτή να εφαρμόσει την αειφορία. Το πρόβλημα είναι πολλές φορές είναι κοπιαστικό να μην ταξιδεύει κάποιος με αεροπλάνα ή αυτοκίνητα. Η δραστηριότητα και οι αξίες στο μυαλό των καταναλωτών είναι

αυτές που έχουν σημασία στη συζήτηση για την αειφορία στον Αργό Τουρισμό (Dickinson, 2009:4). Όπως προαναφέρθηκε, ο τρόπος μεταφοράς είναι αυτός που συντελεί στην εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα αλλά δεν είναι το μόνο θέμα που θα πρέπει να μας απασχολεί. Η διαμονή και οι δραστηριότητες θα πρέπει επίσης να επισημανθούν στην αειφορία. Οι αερομεταφορές αποτελούν το νούμερο ένα κίνδυνο εκπομπών αερίων στην τουριστική μεταφορά. Ένας άλλος τρόπος μεταφοράς είναι η μετακίνηση με αυτοκίνητο αλλά αυτοί οι δύο τρόποι προκαλούν σημαντικά προβλήματα αναφορικά με την κλιματική αλλαγή. Αυτός είναι και ο λόγος που θα πρέπει να δοθεί προσοχή στην αειφορία του ταξιδιού από το σημείο αναχώρησης μέχρι τον προορισμό. Στον Αργό Τουρισμό, οι πιο δημοφιλείς τρόποι μεταφοράς είναι το τρένο, το φέρρυ μπωτ, το ποδήλατο αλλά και η πεζοπορία (Dickinson & Lumsdon 2010:79.) Το Slow Travel Europe (2009-2011) προτείνει στους ταξιδιώτες ως μέρος «του πνεύματος του αργού τουρισμού» να ταξιδεύουν με αργές βάρκες γιατί είναι πιο ρομαντικό αλλά και με το απλό τρένο που δίνει τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να απολαύσουν τη θέα. Το τζετλαγκ αποφεύγεται στο αργό ταξίδι γιατί οι ταξιδιώτες δεν ταξιδεύουν μακριά και η ταχύτητα του ταξιδιού μειώνεται με τη μη χρήση αεροπλάνων (Loftus, 2008: 16). Στον Αργό Τουρισμό τονίζεται η χρήση του τρένου και των λεωφορείων αλλά τι συμβαίνει με τα αυτοκίνητα; Συνήθως δεν θεωρούνται αειφόρα αλλά εάν υπάρχουν περισσότερα άτομα στο αυτοκίνητο τότε η πράξη αυτή θεωρείται φιλική προς το περιβάλλον όπως επίσης είναι και η χρήση των υβριδικών αυτοκινήτων. Ωστόσο, η χρήση αυτοκινήτου για τα ταξίδια δεν συμπεριλαμβάνεται στους ορισμούς του αργού ταξιδιού γιατί προκαλεί ζημιά στο περιβάλλον (Dickinson & Lumsdon 2010: 95-97.) Η μεταφορά που βασίζεται στο νερό αποτελεί άλλο ένα ερωτηματικό για τον Αργό Τουρισμό. Κάποιες μορφές ταιριάζουν στο αργό ταξίδι ενώ κάποιες άλλες όχι, για παράδειγμα οι κρουαζιέρες δεν ανήκουν λόγω της εκπομπής καυσαερίων και της έλλειψης διάδρασης με τον προορισμό. Η μεταφορά που βασίζεται στο νερό αναφέρεται τα θαλάσσια ταξίδια καθώς και στα ταξίδια σε ποτάμια ή λίμνες όπου κάποιος μπορεί να παρατηρήσει τα τοπία. Επίσης τα καγιάκ και τα κανό μπορούν να συμπεριληφθούν στον Αργό Τουρισμό λόγω του ότι αναφέρεται στη δραστηριότητα ενός προσώπου και στο ρυθμό μετακίνησης (Dickinson & Lumsdon 2010). Σύμφωνα με τον Loftus (2008: 20) “το πιο αργά σημαίνει σχεδόν πάντα πιο πράσινα”. Για παράδειγμα το ταξίδι με ένα τρένο το οποίο πηγαίνει πολύ πιο αργά σε σχέση με ένα αεροπλάνο και δεν

εκπέμπει τόσα καυσαέρια. Ο Αργός Τουρισμός μπορεί να είναι μέρος του κινήματος του Αργού Φαγητού. Από τη στιγμή που είναι μέρος του αργού κινήματος ο Αργός Τουρισμός έχει ένα κοινό χαρακτηριστικό που είναι η βελτίωση της ζωής τόσο για τους ντόπιους όσο και για τουρίστες. Η τοπική γαστρονομία καθίσταται γνωστή τους αργούς τουρίστες και έτσι μπορούν να βρεθούν στοιχεία του Αργού Φαγητού σε αυτή (Dickinson & Lumsdon 2010: 2.) Ο Breton (2001) προσθέτει επίσης ότι είναι προτιμότερο να γευθεί κάποιος νέα τοπικά, οικολογικά πιάτα κατά τη διάρκεια ενός αργού ταξιδιού και ότι αυτό αποτελεί αειφόρου πράξη.

Πιο ευαίσθητα tour operators, με τις Τέσσερις Εποχές στην πρώτη γραμμή, να προετοιμάσει τις προτάσεις που ταιριάζουν σε αυτή τη φιλοσοφία του ταξιδιού κάνοντας μπορούν να χρησιμοποιηθούν εμπειρίες της ζωής, ενώ προσφέρει οικονομική ελκυστικότητα. Nunzio Malzone, την ανάπτυξη των επιχειρήσεων διευθυντής του paginemediche.it, παρουσίασε την πρωτοβουλία στη συζήτηση. Στη συνέχεια, Brigitte Wilhelmer, Επικεφαλής του Κέντρου και της Νότιας Ιταλίας αυστριακό Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού, προβλήθηκε το βίντεο Αυστρία. - Δείτε περισσότερα στο: <http://www.italia> The τυπική τιμή τα οργανωμένα ταξίδια εκπροσωπείται από τον PG η οποία είναι ένας σταθμισμένος μέσος όρος του ελληνικού Δείκτη Τιμών Καταναλωτή που εκπροσωπούν τα πρότυπα των δαπανών των τουριστών στην αγορά των αφίξεων, οι προσφερόμενες από τα Ελληνικά ξενοδοχεία και τις διεθνείς τιμές του πετρελαίου οι τιμές να συλλάβει το κόστος μεταφοράς του πακέτου. Εστιάζοντας στην πολιτική ξενοδοχειακών τιμών, κυρίως, αυτό έχει αλλάξει σε σημαντικό βαθμό μετά την ένταξη στην Ευρωζώνη της χώρας. Στην πραγματικότητα, πριν από το 2001 οι προσφερόμενες στο πλαίσιο μιας πολιτικής για τη διαμόρφωση των τιμών οι τιμές ήταν αρκετά υψηλό πρόβλεψη του αποτελέσματος απόσβεσης, δεδομένου ότι οι τιμές των συμβάσεων είχαν συμφωνηθεί σε δραχμές ήδη από τον Οκτώβριο του προηγούμενου έτους. Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες η απάντηση σε αυτές τις τιμές ήταν περιορισμένη, αυτές οι ξενοδόχοι οι οποίοι διέτρεχαν τον κίνδυνο των απωλειών που υποφέρει λόγω της περιορισμένης ζήτησης καταλήξαμε με την προσφορά πολύ χαμηλότερες τιμές από την προσφυγή στο τελευταίο λεπτό κράτησης και "all-inclusive" πακέτα με στόχο ακριβώς την κάλυψη μεταβλητό κόστος τους. Μετά την ένταξη στην Ευρωζώνη, ωστόσο, η τιμή-λαμβάνοντας συμπεριφορά γινόταν όλο και

περισσότερο ισχύει για την περίπτωση των ελληνικών διευθυντές ξενοδοχείων, αντί τουριστικούς πράκτορες οι οποίοι αντιμετωπίζουν το σύνολο της αξίας του ταξιδιού. Στην πραγματικότητα, η ηλεκτρονική κράτηση έχει αλλάξει τη συμπεριφορά των διευθυντών των ξενοδοχείων για τη διαμόρφωση των τιμών σε μεγάλο βαθμό (βλέπε π.χ. Τσάρτας και Χρίστου, 2006 ή Κανέλλος, 2009), ενώ η συνιστώσα του ΔTK του οργανωμένου ταξιδιού αφήνει σημαντικά περιθώρια για την ευελιξία των τιμών. Αυτό σημαίνει ότι ο ΦΠΑ παίζει ρόλο όσον αφορά την ανταγωνιστικότητα, την απώλεια λόγω των αντιδράσεων από την πλευρά των ξενοδόχων και των ιδιοκτητών εστιατορίων, διότι επηρεάζει την ανταγωνιστικότητα, τόσο μέσω της τιμής του πακέτου και συνιστώσα του ΔTK, καθώς και όσον αφορά την εξωτερική ψυχαγωγία του ατόμου τουρίστας.

Πρόγραμμα δράσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης Πέμπτη περιβάλλοντος του 1992 ήταν ένα σημαντικό βήμα για την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης. Η επίδραση του ΠΔΠ για τις εθνικές κυβερνητικές πολιτικές εξετάζεται σε τρία κράτη της Μεσογείου μέλος όπου ο τουρισμός είναι μια σημαντική βιομηχανία - Ιταλία, την Ισπανία και την Ελλάδα. Αγκαλιά της έννοιας της βιώσιμης ανάπτυξης των χωρών αυτών, που αντιπροσωπεύεται από την άποψη των προγραμμάτων και των έργων, μια αλλαγή πολιτικής στη δεκαετία του 1990. Αλλά αυτή η αλλαγή έχει έρθει μάλλον περισσότερο από μια αντιληπτή απειλή για τον τουρισμό από την υποβάθμιση του περιβάλλοντος από ό, τι από την επιρροή της ΕΕ, η αρμοδιότητα των οποίων σε θέματα τουρισμού είναι πρόσφατη και περιορισμένη. Υπάρχουν επίσης *difficultie* The πολιτική του τουρισμού είναι δύσκολα αναπτύσσεται ως χώρο των ακαδημαϊκών και εξειδικευμένων ανησυχία. Στην πολιτική επιστήμη, ο τουρισμός κάνει σπάνια, αν ποτέ αισθητή την παρουσία της ως ένα σοβαρό επιστημονικό θέμα, ακόμη και αν ο ρόλος της κυβέρνησης στον τομέα του τουρισμού είναι ζωτικής σημασίας που αφορούν τον συντονισμό, τον προγραμματισμό, τη ρύθμιση, τη διέγερση, αλλά και εκείνη του επιχειρηματία (Hall 1994: κεφάλαιο 2). Μια ανασκόπηση των κυριότερων διεθνών περιοδικών σε μελέτες πολιτικής καθώς και της πολιτικής και της δημόσιας διοίκησης αποκαλύπτει μόνο υπάρχει έλλειψη του υλικού σχετικά με τις πολιτικές διαστάσεις του τουρισμού. Το ίδιο ισχύει και για τον τομέα του τουρισμού μελέτες όπου οι πολιτικές διαστάσεις έχουν παραμεληθεί σε μεγάλο βαθμό για μια αφορούν κατά κύριο λόγο με την λύση του προβλήματος και κανονιστικά πρότυπα της πολιτικής προγραμματισμού (Hall 1994: 2, 6). Αυτή η παραμέληση είναι σαφώς έκπληξη

ενόψει του γεγονότος ότι ο τουρισμός θεωρείται ευρέως ως η μεγαλύτερη βιομηχανία του κόσμου και είναι ένα που δείχνει όλα τα σημάδια της αυξανόμενης στο μέλλον. Στις τρεις υπό εξέταση χώρες έχει γίνει αρκετά ζωτικής σημασίας για την οικονομική τους ανάπτυξη και strategy.s στη μετάφραση της αειφόρου ανάπτυξης στην πράξη. Η έννοια της «αειφόρου τουρισμού» είναι περισσότερο επικεντρωμένες, αλλά σε μέτρα πολιτικής που έχει ερμηνευθεί με τον τουρισμό-centric τρόπο. Πολιτική επικεντρώθηκε στις διμερείς ολοκλήρωση μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος, και όχι πολυμερείς διατομεακή στρατηγική, και έτσι τείνει να επιβεβαιώνει τις παραδοσιακές μορφές της πολιτικής διαχείρισης.

Η γέννηση του αργού τουρισμού οφειλόταν στην υψηλή κριτική για μαζικό τουρισμό και τις αρνητικές επιπτώσεις της σε τομείς προορισμού. Εναλλακτικός τουρισμός ενσωματωθεί ήπιου τουρισμού, μικρής κλίμακας τουρισμό, τον πράσινο τουρισμό, τον τουρισμό φύσης και ολοκληρωμένου τουρισμού. Εναλλακτικός τουρισμός χρησιμοποιήθηκε ως ελπίδα για την απόδειξη της συνέπειας με φυσικές, κοινωνικές και κοινοτικές αξίες, όπως ο εναλλακτικός τουρισμός θα μπορούσε να έχει λιγότερο αρνητικές επιπτώσεις σε περιοχές προορισμού, του περιβάλλοντος και του πληθυσμού, χωρίς να μειώνεται θετικές οικονομικές επιπτώσεις (Smith και Eadington, 1992).

Εναλλακτικές γρήγορα και από την ανάγκη του πληρώματος του τουρισμού για την αντιμετώπιση του μαζικού τουρισμού είχε αρνητική επίπτωση στο περιβάλλον και την κοινωνία, η οποία θα μπορούσε να επηρεάσει την ελκυστικότητα ενός συγκεκριμένου προορισμού από μια μακροπρόθεσμη υποψήφιους (Moscardo, 2001). Εναλλακτικός τουρισμός τόνισε την ιδέα της διατήρησης της κοινωνικής, φυσικών και ιστορικών στοιχείων του ενεργητικού των τουριστικών προορισμών. Ως εκ τούτου, θεωρήθηκε ως ο κύριος παράγοντας για την ανάπτυξη του τουρισμού. Ως συνέπεια του εναλλακτικού τουρισμού, η έννοια της αειφόρου τουρισμού χρησιμοποιήθηκε ως ο βασικός στόχος για την ανάπτυξη του τουρισμού (Moscardo, 2001).

Ο αειφόρος τουρισμός τονίζει την ανάγκη που όλοι τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να ενισχύσει φυσικό πλούτο και πρέπει να συμβάλει στην προωθητική της κοινωνικο-οικονομικής προόδου μιας περιοχής προορισμού. Ως εκ τούτου, ο αειφόρος τουρισμός αύξηση της ευαισθητοποίησης σε περιβαλλοντική ευαισθησία

και την οικολογική συνείδηση μέσα σε κάθε τουριστικής δραστηριότητας (Dodds και Butler, 2010). Αντίθετα, ο μαζικός τουρισμός έχει ως στόχο την γρήγορη οικονομική εσόδων? ως εκ τούτου, δίνει λίγη έμφαση στις περιβαλλοντικές, κοινωνικές επιπτώσεις και την αειφόρο ανάπτυξη. Εναλλακτικός τουρισμός τονίζει αργή βιώσιμη ανάπτυξη, η οποία μπορεί να επιτρέψει μεγαλύτερη ευαισθησία για τις τοπικές κοινωνικές και οικονομικές ανάγκες, όπου έσοδα από τον τουρισμό μπορεί να δαπανηθεί στις περιοχές προορισμού για μια μακροπρόθεσμη προοπτική ανάπτυξης του τουρισμού (Dodds και Kuehnel, 2009). Ο μαζικός τουρισμός δραστηριότητες εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από εποχιακές και κλιματικές συνθήκες. Ως εκ τούτου, ο μαζικός τουρισμός ήρθε να μαθευτεί ως τη θάλασσα-ήλιος-άμμος τουρισμού. Ο μαζικός τουρισμός δραστηριότητες είναι εποχιακές δραστηριότητες, φθάνοντας υψηλής κορυφής και υψηλή δυνατοτήτων κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Ως εκ τούτου, υπάρχει μια μεγάλη εισροή τουριστών για δημοφιλείς προορισμούς μαζικού τουρισμού κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, δημιουργώντας ένα υψηλό πληθυσμό κίνηση και συμφόρηση σε υψηλή κορυφή. Ο μαζικός τουρισμός βασίζεται σε μεγάλο ομάδες τουριστών, σταθερά προγράμματα (π.χ., προκαθορισμένα πακέτα) σε σκηνοθεσία tour operators και ταξιδιωτικά γραφεία. Αντίθετα, ο εναλλακτικός τουρισμός βασίζεται σε μικρές ομάδες, οικογένειες και ακόμη singles, και δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού θα μπορούσε να λάβει χώρα όλο το χρόνο για να δημιουργήσετε μέσο ικανότητες (Dodds, 2005). (Βλέπε πίνακα 1, στην επόμενη σελίδα, για τα γενικά χαρακτηριστικά της μάζας και εναλλακτικού τουρισμού).

4.3 Η Συμπεριφορά των αφίξεων σε σχέση με την οικονομία

Πιο συγκεκριμένα οι αφίξεις στην Ελλάδα φαίνεται να είναι ελαστική σε σχέση με το εισόδημα που δείχνει ότι ο τουρισμός θεωρείται ως ένα αγαθό πολυτελείας από την πλειοψηφία των τουριστών που έρχονται στην Ελλάδα ανήκουν στην μεσαία ή χαμηλή εισοδηματική τάξη παρένθεση. Επομένως, ως εκ τούτου, ότι η μεταβλητότητα των ταξιδιωτικών εισπράξεων αναμένεται να αυξηθεί με όλα όσα αυτό συνεπάγεται όσον αφορά την αξιοπιστία των υπηρεσιών λογαριασμό για να

διασφαλίσουν συνολικά sustainability³ του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών. Η συμπεριφορά των αφίξεων σε σχέση με τις μεταβολές των τιμών, ωστόσο, είναι ανελαστική, ενώ είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι οι ξένες (ανταγωνιστών) οι τιμές έχουν πέσει τόσο από τη μεγάλη και την έκδοση του μικρού τιράζ της εξίσωσης ως επίμονα ασήμαντες σε ένα σειρά διαφορετικών προδιαγραφών. Αυτό σημαίνει ότι οι τουρίστες που σκοπεύουν να ταξιδέψουν στην Ελλάδα βασίσει την απόφασή τους περισσότερο από το βαθμό στον οποίο μπορούν να αντέξουν οικονομικά να πάνε για διακοπές καθ'εαυτή και όχι για την επιλογή μεταξύ των εναλλακτικών destinations⁴.

Είναι ενδιαφέρον να επισημανθεί ότι παίρνει ένα έτος για τις περισσότερες από τις ερμηνευτικές μεταβλητές να επηρεάσουν τις αφίξεις των ταξιδιωτικών βραχυπρόθεσμα. Αυτό είναι αναμενόμενο, δεδομένου ότι οι συμβάσεις ταξίδια με τουριστικούς πράκτορες συνήθως υπογραφεί κάποια στιγμή προς το τέλος του έτους πριν από την εν λόγω περίοδο τα ταξίδια. Αυτές οι τακτικές έδωσαν οι ταξιδιωτικοί πράκτορες ένα σημαντικό πλεονέκτημα κατά την περίοδο πριν από την είσοδό του στην Ελλάδα στη ζώνη του ευρώ, δεδομένου ότι οι τιμές που προβλέπονται στις συμβάσεις που έχουν υπογραφεί είναι εκφρασμένες σε δραχμές κατά τη διάρκεια μιας περιόδου κατά την οποία η δραχμή ακολούθησε μία τάση υποτίμησης. Αυτό είναι το σκεπτικό ότι οι λογαριασμοί για τη χρήση της εικονικής μεταβλητής (DEV) συλλαμβάνοντας την επίδραση των υποτιμήσεων, με ισχυρή ερμηνευτική ικανότητα. Τέλος, η μεταβλητότητα των αφίξεων ταξιδιού είναι ευαίσθητο σε εξωγενείς διαταραχές. Η μεταβλητή (PEX) προβλέπει την ανταπόκριση της τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα του πολέμου του Κόλπου, την κρίση των Ιμίων και τους Ολυμπιακούς Αγώνες και υπογραμμίζει τη μεταβλητότητα των ταξιδιωτικών εισπράξεων οφείλεται στην ευαισθησία τους σε εξωγενείς διαταραχές. Όλες οι μεταβλητές έχουν τα αναμενόμενα σημεία και είναι σημαντικές στο επίπεδο του 5%. Η ερμηνευτική ισχύς των εξισώσεων είναι σημαντική, με το τυπικό σφάλμα της παλινδρόμησης είναι σχετικά χαμηλό. Τα εμπειρικά αποτελέσματα που αναφέρονται στον Πίνακα 4 όσον αφορά τις ελαστικότητες επισημαίνουν την αναποτελεσματικότητα της πολιτικής τιμών ως ένα μέσο αύξησης της εγχώριας δραστηριότητας ταξίδια. Ειδικά μέτρα για τη μείωση του ΦΠΑ από 11% στο 6,5% στην τιμή του καταλύματος θα προκαλέσει μόνο μια αμελητέα μείωση των τιμών των ξενοδοχείων σε ποσοστιαίες μονάδες, ακόμη και αν υποτεθεί ένα 100% pass-through, η οποία, με τη σειρά του,

αναμένεται να επιφέρει ακόμη μικρότερη μείωση στην τιμή του πακέτου, τόσο μικρό όσο περίπου 2%. Αν αυτό συμβαίνει, τότε η επίπτωση στις αφίξεις για το επόμενο έτος, δεδομένου του αντίστοιχου συντελεστή ελαστικότητας θα είναι μια ελάχιστη αύξηση μικρότερη από 100 χιλιάδες τουρίστες που αναμένεται να συνεισφέρουν επιπλέον €60 εκατομμύρια? Αυτό αντιπροσωπεύει μια αύξηση της τάξης του μόλις 0,60%, σε σύγκριση με τις επιδόσεις του περασμένου έτους, δεδομένου ότι η μέση δαπάνη ανά ταξίδι ανέρχεται σε περίπου € 6.405. Το πρόβλημα με αυτό το είδος της πολιτικής τιμών που ασκείται μέσω των παρεμβάσεων για τους συντελεστές ΦΠΑ δεν είναι μόνο αναποτελεσματικότητά της, αλλά, επιπλέον, η δυνατότητα θέσπισης μια διάσταση ασυνέπεια όσον αφορά τη συνολική εκτίμηση του. Έτσι, αμέσως μετά την εφαρμογή της μείωσης του συντελεστή ΦΠΑ, όπως περιγράφεται παραπάνω, η κυβέρνηση αποφάσισε να αυξήσει τον ΦΠΑ στις υπηρεσίες εστίασης. Σύμφωνα με τους υπολογισμούς του συλλόγου των Ελλήνων ξενοδόχων το συγκεκριμένο μέτρο αναμένεται να προσθέσει με τη μέση τιμή του πακέτου για την Ελλάδα ένα επιπλέον 3%. Με τη βοήθεια των στοιχείων ελαστικότητας στον Πίνακα 4, μπορεί κανείς να συμπεράνει ότι θα υπάρξει μια μείωση της τάξης του 1% στον αριθμό των αφίξεων, ως αποτέλεσμα της αύξησης αυτής, που μεταφράζεται σε απώλεια περίπου € 100 εκατομμύρια, υποθέτοντας και πάλι το ίδιο μέση δαπάνη ανά journey⁶.

Το καθαρό αποτέλεσμα των δύο μέτρων που περιγράφονται ανωτέρω θα είναι περίπου €40.000.000 απώλεια των εισπράξεων από ταξιδιωτικές υπηρεσίες. Το βασικό πρόβλημα, ωστόσο, προκύπτει από το συνδυασμό των δύο αυτών μέτρων δεν είναι τόσο καθαρό αρνητικό αντίκτυπο τους, καθώς οι αρνητικές επιπτώσεις που συνεπάγονται για την αγορά μέσω της σύγχυσης που προκαλούν, έτσι DIS

Η Γερμανία και η Μεγάλη Βρετανία είναι παραδοσιακά δύο από τις σημαντικότερες πηγές τουρισμού για την Ελλάδα. Ο σκοπός αυτής της εργασίας είναι να διερευνήσει τις αλλαγές στη μακροπρόθεσμη ζήτηση για τουρισμό στην Ελλάδα από τις δύο αυτές χώρες. Για να εξηγήσει τη ζήτηση για τον τουρισμό, χρησιμοποιούμε έναν αριθμό από τους κορυφαίους μακροοικονομικές μεταβλητές, συμπεριλαμβανομένων των εισοδημάτων στις χώρες προέλευσης (Γερμανία και Μεγάλη Βρετανία), του τουρισμού οι τιμές στην Ελλάδα, και το κόστος μεταφοράς και συναλλαγματικές ισοτιμίες μεταξύ των τριών χωρών. Τα ετήσια δεδομένα από

τις τρεις χώρες, που καλύπτει την περίοδο 1960-2000, που απασχολούνται. Δοκιμή επαυξημένου Dickey-Fuller για μοναδιαίας ρίζας εξετάζεται στο πλαίσιο μονομεταβλητών και διαδικασία μέγιστης πιθανότητας του Johansen χρησιμοποιείται για τη δοκιμή της μεθόδου συνολοκλήρωσης και να εκτιμήσει τον αριθμό των διανυσμάτων συνολοκλήρωσης του υποδείγματος VAR. Τα μοντέλα διόρθωσης σφάλματος υπολογίζεται να εξηγήσει γερμανική και τη βρετανική ζήτηση για τουρισμό στην Ελλάδα. Η Γερμανία και η Μεγάλη Βρετανία είναι παραδοσιακά δύο από τις σημαντικότερες πηγές τουρισμού για την Ελλάδα. Ο σκοπός αυτής της εργασίας είναι να διερευνήσει τις αλλαγές στη μακροπρόθεσμη ζήτηση για τουρισμό στην Ελλάδα από τις δύο αυτές χώρες. Για να εξηγήσει τη ζήτηση για τον τουρισμό, χρησιμοποιούμε έναν αριθμό από τους κορυφαίους μακροοικονομικές μεταβλητές, συμπεριλαμβανομένων των εισοδημάτων στις χώρες προέλευσης (Γερμανία και Μεγάλη Βρετανία), του τουρισμού οι τιμές στην Ελλάδα, και το κόστος μεταφοράς και συναλλαγματικές ισοτιμίες μεταξύ των τριών χωρών. Τα ετήσια δεδομένα από τις τρεις χώρες, που καλύπτει την περίοδο 1960-2000, που απασχολούνται. Δοκιμή επαυξημένου Dickey-Fuller για μοναδιαίας ρίζας εξετάζεται στο πλαίσιο μονομεταβλητών και διαδικασία μέγιστης πιθανότητας του Johansen χρησιμοποιείται για τη δοκιμή της μεθόδου συνολοκλήρωσης και να εκτιμήσει τον αριθμό των διανυσμάτων συνολοκλήρωσης του υποδείγματος VAR. Τα μοντέλα διόρθωσης σφάλματος υπολογίζεται να εξηγήσει γερμανική και τη βρετανική ζήτηση για τουρισμό στην Ελλάδα. Τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών (ΤΠΕ) έχουν ξεσηκώσει την ταξιδιωτική βιομηχανία κατά την τελευταία δεκαετία. E-τουρισμός αντικατοπτρίζει την ψηφιοποίηση όλων των διαδικασιών και αλυσίδες αξίας στον τουρισμό, τα ταξίδια, φιλοξενία και εστίασης. Προκύπτει ως όρος που περιγράφει όλο το φάσμα των εφαρμογών των ΤΠΕ στον τουρισμό και τις συνέπειες για την αλυσίδα αξίας του τουρισμού. Σημαντικές ευκαιρίες και προκλήσεις έχουν προκύψει και θα πρέπει να αντιμετωπιστούν από όλους τους παράγοντες του κλάδου. Το επίπεδο του e-tourism εξελίξεις, ωστόσο, διαφέρει μεταξύ των περιφερειών, χωρών και ηπείρων. Ο βασικός στόχος αυτής της έρευνας ήταν να εξετάσει τα e-tourism εξελίξεις στην Ελλάδα ως μια χώρα που σταδιακά αγκαλιάζει το ηλεκτρονικό εμπόριο. Ειδικότερα, η έρευνα εξετάζει το επίπεδο της διάδοσης των ΤΠΕ σε μικρές και μεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις (SMTEs), καθώς και κατά πόσον το επίπεδο της online παρουσίας είναι επαρκής για να αντισταθμίσει την έλλειψη ενός

συστήματος διαχείρισης προορισμού (DMS). Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η ελληνική online ταξιδιωτική αγορά είναι στα πρώτα στάδια της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου, αλλά ότι αυτό καταδεικνύει μεγάλες δυνατότητες για περαιτέρω ανάπτυξη του e-tourism. Το χαμηλό επίπεδο συνεργασίας μεταξύ SMTEs, ωστόσο, και οι σοβαρές αμφιβολίες σχετικά με την ικανότητα του Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού να συντονίσει τον προορισμό καθιστά την προοπτική της ανάπτυξης DMS στην Ελλάδα αμφίβολη. Η έρευνα καταλήγει στο συμπέρασμα ότι οι ΤΠΕ δυνατότητα τοπική συνεργασία μπορεί ενδεχομένως να βοηθήσει SMTEs να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους και να αυξήσουν την παγκόσμια παρουσία τους.

Τα χρηματοοικονομικά προϊόντα και συναλλαγές χρηματοπιστωτικών παραγώγων είναι στην πρώτη σελίδα στις δημοσιεύσεις προφίλ, επειδή έχουν δημιουργήσει τεράστια κέρδη για ένα μικρό μέρος των συμμετεχόντων στην αγορά, και οι ζημιές, καθώς και, μερικές φορές ακολουθείται από κατάρρευση ακόμη και των διεθνών χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. Πολύ συχνές μπορούμε να βρούμε σε εξειδικευμένα ΜΜΕ την υπόθεση ότι η παγκόσμια αστάθεια προκλήθηκε από συμβάσεις παραγώγων και από το μέγεθος των συναλλαγών αυτών, από τα χρόνια που προηγήθηκαν της κρίσης. Από τη στιγμή που εμφανίστηκε με σκοπό την προστασία των επενδυτών έναντι διαφόρων κινδύνων, πιστεύουμε ότι η προσέγγιση πρέπει να έχει μέσω παράγωγα προϊόντα είναι το ηθικό. Είναι αλήθεια ότι οι συναλλαγές παραγώγων έχουν αυξηθεί πολύ γρήγορα και έχουν επεκταθεί από τον εμπορικό τομέα (παράγωγα επί εμπορευμάτων) με την κεφαλαιαγορά, αλλά αυτό ήταν επειδή η ζήτηση για τα εν λόγω προϊόντα ήταν πολύ υψηλό. Βασικά, η ζήτηση για τα χρηματοοικονομικά παράγωγα προϊόντα έχει επικυρώσει την ύπαρξή τους στην αγορά. Τα παράγωγα χρηματοοικονομικά προϊόντα που χρησιμοποιούνται από τους εμπόρους των χρηματοοικονομικών εταιρειών διαμεσολάβησης, έμποροι, χρηματιστές, ιδιώτες επενδυτές και τις επιχειρήσεις ή κυβερνήσεις. Ακριβώς λόγω αυτής της μεγάλης του φάσματος των χρηστών των παραγώγων χρηματοοικονομικών προϊόντων, μπορούμε να ρωτήσουμε εάν θα πρέπει να χρησιμοποιείται μόνο από ειδικούς στις συναλλαγές παραγώγων. Ληφθεί κατά γράμμα ο όρος παράγωγο αναφέρεται σε ένα νέο προϊόν που προκύπτει από την τροποποίηση ενός υπάρχοντος προϊόντος, αλλά έχει διαφορετικές ιδιότητες από το αρχικό προϊόν και από το οποίο προήλθε (Business Λεξικό 2012). Αλλά

από οικονομική άποψη, ένα παράγωγο είναι μια χρηματοοικονομική σύμβαση μεταξύ δύο ή περισσότερα μέρη που προέρχεται από την μελλοντική αξία του περιουσιακού στοιχείου η αναφοράς (Reuters 2001, 17). Φυσικά, στη βιβλιογραφία υπάρχουν πολλοί ορισμοί της έννοιας των παράγωγων χρηματοοικονομικών. Αν επρόκειτο να δημιουργήσουν το δικό μας απλό ορισμό, ορίζουμε τα παράγωγα χρηματοοικονομικά προϊόντα και τα οικονομικά συμβόλαια με βάση ενός υποκείμενου περιουσιακού στοιχείου του οποίου η τιμή στην αγορά spot καθορίζει την τιμή του. Αυτή είναι μια πολύ απλή δήλωση, αλλά είναι αλήθεια. Όσον αφορά τις κύριες κατηγορίες των παραγώγων της αγοράς, η λογοτεχνία (Pora 1994, 62) (Bako 2006, 65) αναφέρεται σε τέσσερις τέτοιες κατηγορίες: προθεσμιακές αγορές, αγορές συμβολαίων μελλοντικής εκπλήρωσης, δικαιώματα προαίρεσης αγοράς και των αγορών ανταλλαγής. Εμείς επιλέξαμε ως θέμα για το άρθρο αυτό η αγορά συμβολαίων μελλοντικής εκπλήρωσης, σε όλο τον κόσμο. Τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία αυτή τη στιγμή αναφέρονται σε στατιστικά στοιχεία του 2010? σε αυτόν τον τομέα δεν είναι διαθέσιμα τα στοιχεία για το 2011 ακόμη.

4.4 Ο Ρόλος της Ελλάδας στην Διεθνή Αγορά

Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός έχει απεριόριστες δυνατότητες να διαφοροποιηθούν και να ενισχύσει τη θέση της στη Διεθνή Αγορά, με την αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της, δηλαδή του τουρισμού πόρων, τα οποία είναι άφθονα σε κάθε περιοχή και που διακρίνεται από τα άλλα προορισμούς της Μεσογείου.

Η μεγάλη συγκέντρωση του τουρισμού στις νησιωτικές περιοχές, οι οποίες παρουσιάζουν συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι άλλων περιοχών της χώρας, έχει αυξηθεί μέχρι ένα ορισμένο βαθμό, ο περιφερειακών ανισοτήτων και έφερε προς τα εμπρός το πρόβλημα της βελτίωσης τους με την προώθηση νέων τομέων του τουρισμού.

Η προσπάθεια για μια ισορροπημένη περιφερειακή τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτει τον ορισμό μιας τουριστικής στρατηγικής με industrial προσανατολισμό. Στο πλαίσιο αυτής της στρατηγικής, είναι απαραίτητο να ληφθούν μέτρα πολιτικής για τον τουρισμό που βασίζεται στην επιλογή και ενίσχυση ορισμένων μορφών τουρισμού με τις πιο θετικές οικονομικές επιπτώσεις στην εθνική και περιφερειακή οικονομία. Αυτό ενισχύει τα θεμέλια της παραγωγής

της οικονομίας κάθε περιοχής και αξιοποιεί τους διαθέσιμους πόρους του τουρισμού, σύμφωνα με τη σύγχρονη έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης (Λάγος - Parakonstantinidis 2003: 71-73).

Οι νέες τάσεις στη διεθνή τουριστική αγορά υπαγορεύουν την ανάγκη για ενίσχυση της τουριστικής δραστηριότητας με τη στρατηγική της εσωτερικής ανάπτυξης του τουρισμού και με το μοντέλο της αειφόρου τοπικής / περιφερειακής ανάπτυξης. Ο σχεδιασμός ενός διαμορφωμένου και ρεαλιστική πολιτική για τον τουρισμό θα πρέπει να περιλαμβάνουν πρόσθετες πολιτικές (έρευνα και το σχεδιασμό του τουρισμού, των θεσμικών ρυθμίσεων, των τιμών, των επενδύσεων, της εκπαίδευσης, διαφήμισης και προώθησης, τη μεταφορά, την ενσωμάτωση των τουριστικών μονάδων και επιχειρήσεων, την επέκταση της τουριστικής προσφοράς, οι ξένοι ανταλλαγή πολιτικής για τον τουρισμό), τα οποία θα προωθήσουν την ανάπτυξη διαδικασιών, που τοποθετείται μεταξύ της στρατηγικής της εσωτερικής τοπικής ανάπτυξης, με βάση το μοντέλο της βιωσιμότητας των τουριστικών πόρων.

Αυτή η πολιτική πρέπει να αποτελεί ένα σύνθετο "δίκτυο" όλων των πρόσθετων πολιτικών του κράτους με περιφερειακή διάσταση. Αυτό οδηγεί στην έννοια ότι ο τουρισμός, από την άποψη της παραγωγής, είναι ένα περίπλοκο κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο, που εκφράζεται ως ετήσια βάση ειδικά διαμορφωμένο προσωπική κατανάλωση στην ελληνική οικονομία (Ζαχαράτος 1984).

Η τουριστική πολιτική πρέπει να είναι συνεπής με τους στόχους της ΕΕ, εξειδικευμένη και σε σχέση με την εσωτερική διαδικασία ανάπτυξης της κάθε ελληνική περιφέρεια και εξυπηρετεί τους ακόλουθους πολλαπλούς στόχους (Lagos 1996: 335):

- Η επέκταση της τουριστικής κατανάλωσης με την αύξηση των δαπανών κατά κεφαλήν τουρισμού.
- Η οργανική διασύνδεση της τουριστικής κατανάλωσης με την αύξηση της εγχώριας παραγωγής των προϊόντων κατανάλωσης και την ενίσχυση των εγχώριων διεπαγγελματικών σχέσεων, προκειμένου να ελαχιστοποιηθεί το ποσοστό των εισαγόμενων εισροών, που προορίζονται για την ικανοποίηση της τουριστικής ζήτησης.
- Η σύνδεση του τουρισμού με την ανάπτυξη των σύγχρονων τεχνολογιών και την

εξειδίκευση των άλλων οικονομικών κλάδων.

- Η αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών, με τη βελτίωση και την ανάπτυξη της υποδομής και ανωδομής και την εκμεταλλεύονται και την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και των αρχαιολογικών κληρονομιά.
- Η διασφάλιση της υψηλής ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος στη διεθνή αγορά με την αναβάθμιση της τουριστικής ζήτησης, η διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς και η δημιουργία ενός διαφημιστικού προγράμματος, κατάλληλα εξειδικευμένου στη δομή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.
- Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου με την ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού, με στόχο να προσελκύσει τη ζήτηση για συγκεκριμένα συμφέροντα.
- Η διαφοροποίηση και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, καθώς και η αύξηση του θεματικού τουρισμού για την επέκταση και αναβάθμιση της τουριστικής δραστηριότητας.

Η σημερινή ελληνική τουριστική πολιτική πρέπει να κατευθυνθεί προς το πλαίσιο των παραπάνω κατευθύνσεων, με σκοπό να μετατρέψει σταδιακά το ελληνικό τουριστικό προϊόν από μια μάζα σε μια επιλεκτική - πελατοκεντρικό ένα, για να αποφύγει τον τουρισμό η μόνη δραστηριότητα και να την κατευθύνει προς την πολυμορφία, της ποιότητας και της βιωσιμότητας, με γνώμονα τις απαιτήσεις των πελατών. Ένα από τα αδύνατα σημεία του ελληνικού τουρισμού είναι η έντονη εποχικότητα που παρουσιάζει, η οποία επηρεάζει αρνητικά το κόστος και την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών με αρνητικές συνέπειες στην ανταγωνιστικότητά του. Το 50% περίπου των επισκεπτών της χώρας μας έρχεται το τρίμηνο Ιουνίου-Αυγούστου. Το τουριστικό αυτό πρότυπο επηρεάζει αρνητικά την αξιοποίηση του παραγωγικού δυναμικού του κλάδου, που σε συνδυασμό με τον υποχρεωτικό χαρακτήρα των αποσβέσεων των ενεργητικών στοιχείων και την κατανομή του κόστους σε επτά αντί για δώδεκα μήνες το χρόνο εξασθενεί την ανταγωνιστική θέση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, επηρεάζεται αρνητικά η απασχόληση και η εκπαίδευση του προσωπικού. Οι παράγοντες που δημιουργούν το τουριστικό αυτό πρότυπο είναι η φύση του προσφερόμενου προϊόντος (ήλιος-θάλασσα), η γεωγραφική θέση της χώρας και η δομή της αγοράς των tour operators στη χώρα προέλευσης.

Παρατηρείται επίσης μεγάλη συγκέντρωση των τουριστών σε λίγες περιοχές της χώρας, που είναι το αποτέλεσμα της ασύμμετρης κατανομής της προσφοράς των τουριστικών υπηρεσιών. Βέβαια, είναι φυσιολογικό να αναπτυχθούν τουριστικά γεωγραφικές περιοχές της χώρας, όπως είναι τα νησιά του Ν. Αιγαίου, η Κρήτη, η Αττική και τα νησιά του Ιονίου, οι οποίες διαθέτουν φυσικά, ιστορικά και άλλα προσόντα (π.χ. διαθέτουν αεροδρόμιο), τα οποία προσελκύουν τους τουρίστες.

Ήδη, μεταξύ 1950 και 1959, η διεθνής τουριστική ζήτηση για την Ελλάδα δεκαπλασιάζεται, ενώ τα σημερινά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού έχουν αυξηθεί σε επίπεδα που φτάνουν περίπου το 300πλάσιο των αφίξεων και το 1000πλάσιο του τουριστικού συναλλάγματος του έτους 1950. Με βάση τα στοιχεία αυτά γίνεται φανερό ότι ο ελληνικός τουρισμός κατέγραψε κατά τη μεταπολεμική περίοδο μια πολύ ταχύτερη ανοδική πορεία από αυτή του συνολικού διεθνούς τουριστικού ρεύματος και επομένως παρουσίασε στη διεθνή τουριστική αγορά μια εξαιρετικά επιταχυνόμενη ζήτηση για ταξίδια τουρισμού στην Ελλάδα. Είναι χαρακτηριστικό ότι, σύμφωνα και με πρόσφατες έρευνες της Ε.Ε., η Ελλάδα παραμένει ως ένας από τους πρώτους προορισμούς για διακοπές στις προτιμήσεις των ατόμων του ευρύτερου ευρωπαϊκού χώρου¹.

Επίλογος

Ο Αργός Τουρισμός εμφανίστηκε στην Ιταλία περίπου δέκα χρόνια πριν. Το Αργό Κίνημα είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο το οποίο υπάρχει τα τελευταία είκοσι χρόνια, με μέλη που αυξάνονται συνεχώς και τα οποία διαδίδουν την έννοια του να ζει κάποιος αργά προκειμένου να ευχαριστηθεί τις εμπειρίες του και να αποκτήσει η ζωή του περισσότερο νόημα.

αργή τουρισμός "είναι για την επιβράδυνση του ρυθμού του τουρισμού και την εγγύηση της ανακαλύπτουν εκ νέου τον εαυτό του (τη φυσιολογική και την ψυχολογική)? πρόκειται για χαμηλές εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου και είναι συνώνυμο της υπομονής, την ειρήνη του μυαλού, βαθύτερη εμπειρία, τη βελτίωση της πολιτιστικής κατανόησης και της γνώσης "(Babou και Callot 2009). Αργή τουρισμός σημαίνει τη μετάβαση σε ένα ρυθμό που επιτρέπει την εκ νέου ανακάλυψη. Είναι για τον τουρισμό, τι Slow Food είναι στο εστιατόριο των επιχειρήσεων? το κάνει μακριά με το άγχος και την ταχύτητα του ταξιδιού? που δέχεται ένα αργό ρυθμό ως το πρότυπο για την ανάληψη δραστηριοτήτων αναψυχής του. Οι ασθένειες που τους συγχρόνους μας πάσχουν από είναι για το μεγαλύτερο μέρος που συνδέεται με το άγχος? με βάση αυτή την παρατήρηση, αργή τουρισμό στη συνέχεια εμφανίζεται ως ένα θεραπευτικό διάλυμα, καθώς και ένας που ασχολείται έξω ευχαρίστηση. Ο Αργός Τουρισμός αυξάνει την αειφορία και τις φιλικές προς το περιβάλλον ενέργειες οι οποίες είναι μία από τις τάσεις στις τουριστικές αγορές. Η κριτική που μπορεί να γίνει στον Αργό Τουρισμός είναι ότι είναι πιο ακριβός από τα πακέτα μαζικού τουρισμού που προσφέρονται. Ο οικολογικός τρόπος μεταφοράς είναι πιο ακριβός όπως πιο ακριβή είναι και η παραμονή.

Η τουριστική αγορά τμηματοποιείται, διαφοροποιείται ως προς τα χαρακτηριστικά της, επηρεάζοντας τόσο τη ζήτηση όσο και την προσφορά (Moutinho L., 2000). Ανάλογα με τα κίνητρα που οδηγούν στην πραγματοποίηση ταξιδιών γίνεται και η τμηματοποίηση της αγοράς: για παράδειγμα, το επαγγελματικό ταξίδι το οποίο με τη σειρά του τμηματοποιείται σε επιμέρους (π.χ. συνέδρια, εκθέσεις κ.λπ.), το περιηγητικό ταξίδι, το ταξίδι αναψυ- χής, το ταξίδι για θρησκευτικούς και

προσκυνηματικούς λόγους, οι αθλητικές δραστηριότητες, το ταξίδι για λόγους υγείας. Οι δυνατότητες για δραστηριότητες αναψυχής είναι πολλές και ως εκ τούτου ένα ταξίδι διακοπών δεν έχει πλέον τη μορφή που είχε τις προηγούμενες δεκαετίες αλλά προσφέρεται για το συνδυασμό επιμέρους προτιμήσεων και επιλογών. Γι' αυτό και οι έρευνες που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη προσπαθούν να διακρίνουν τις νέες τάσεις και τα κίνητρα τα οποία καταγράφονται για τους σύγχρονους τουρίστες καταναλωτές. Καθώς οι κοινωνικές αξίες διαφοροποιούνται, παρατηρούνται αλλαγές στις προτεραιότητες και στις προτιμήσεις, στους παράγοντες που επηρεάζουν τις επιλογές για τον τόπο προορισμού, επομένως και τον ανταγωνισμό και την ανάπτυξη της τουριστικής αγοράς. Αυτό που χαρακτηρίζει τη σύγχρονη εποχή είναι η ζήτηση για ιδιαίτερα ποιτικές υπηρεσίες και η ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού.

Με τις προόδους στον τομέα των μεταφορών και της τεχνολογίας των πληροφοριών, ακόμη και τα πιο απομακρυσμένα μέρη της Γης είναι μέσα στις δυνατότητές του ταξιδιώτη. Στην πραγματικότητα, ο τουρισμός είναι τώρα η μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο, με τη φύση του τουρισμού το ταχύτερα αναπτυσσόμενο τμήμα.

Οι άνθρωποι θέλουν να βιώσουν τη φύση και τον κόσμο, αλλά θα πρέπει να προσπαθήσουμε να κάνουμε έτσι με έναν τρόπο που δεν επηρεάζει το φυσικό περιβάλλον. . Ο Αργός Τουρισμός λοιπόν είναι μία εναλλακτική έναντι του γρήγορου ταξιδιού και δίνει τη δυνατότητα στους τουρίστες να απολαύσουν χωρίς άγχος το ταξίδι προς ένα προορισμό. Ο Αργός Τουρισμός εναντιώνεται στο γρήγορο ταξίδι δηλαδή όταν ένας άνθρωπος θέλει να πάει σε ένα προορισμό το ταχύτερο δυνατό. Ο κόσμος είναι γεμάτος από μεταφορικά μέσα που εγγυώνται τα γρήγορα ταξίδια αλλά το αργό ταξίδι δεν υποστηρίζει αυτές τις μεθόδους όταν ταξιδεύουν (Gardner, 2009:11-12.) Το ταξίδι προς και σε ένα προορισμό είναι πιο ουσιαστικό στον Αργό Τουρισμό και μπορεί να αντανακλάται στην απόκτηση των τουριστικών εμπειριών (Dickinson & Lumsdon 2010: 5). Οι αργές μορφές μετακίνησης σημαίνουν λιγότερες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα στη φύση (Dickinson & Lumsdon 2010: 5). Στον Αργό Τουρισμό, μπορεί να υπάρξει ένα σωματικό κίνητρο που να αναφέρεται στο σώμα και στο μυαλό, με άλλα λόγια στην ανάπαυση. Ο δεύτερος παρακινητής μπορεί να είναι ο πολιτισμικός ο οποίος ταιριάζει στον Αργό Τουρισμό λόγω του μεγάλου ενδιαφέροντος για την τοπική κουλτούρα με την ιστορία και τις συνήθειές

της. Ο τρίτος παρακινητής στον τουρισμό, σύμφωνα με τους McIntosh, Goeldner and Ritchie (1995) είναι ο διαπροσωπικός παρακινητής ο οποίος σημαίνει για τον Αργό Τουρισμό τη συνάντηση με καινούρια πρόσωπα από τον τοπικό πληθυσμό. Ο τέταρτος παρακινητής είναι το κύρος και το γόητρο τα οποία συνδέονται με την αναγνώριση και την προσωπική ανάπτυξη. Ο οικοτουρισμός εστιάζει σε κοινωνικά υπεύθυνα ταξίδια, την προσωπική ανάπτυξη και την περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Οικοτουρισμός τυπικά περιλαμβάνει ταξίδια σε προορισμούς όπου η γλωρίδα, πανίδα και η πολιτιστική κληρονομιά είναι τα κυριότερα αξιοθέατα. Οικοτουρισμός έχει ως στόχο να προσφέρουν στους τουρίστες για τις επιπτώσεις των ανθρώπων στο περιβάλλον, καθώς και να προωθήσει μια μεγαλύτερη εκτίμηση των φυσικών οικοτόπων μας. Ο Αργός Τουρισμός παραμένει ακόμα μία αγορά niche αλλά έχει εξαιρετικές δυνατότητες ανάπτυξης. Οι μεμονωμένοι τουρίστες και οι εξερευνητές μπορούν να αναζητήσουν ποιοτικές υπηρεσίες και εμπειρίες στον Αργό Τουρισμό

Σήμερα οι «Πράσινο Νόμοι» της διατήρησης κάνει τους ανθρώπους να γνωρίζουν πως ο άνθρωπος και το περιβάλλον μπορούν να ζήσουν συμβιωτικά περισσότερο χρόνο για να έρθει και ο οικολογικός τουρισμός είναι ο μόνος τρόπος για να μεγιστοποιήσει τα οικονομικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά οφέλη του τουρισμού. Ο καθένας είναι ένα των ενδιαφερομένων μερών στη διαδικασία και θα πρέπει σαφώς να αποφευχθούν ελλείψεις στο παρελθόν μας και τις αρνητικές επιπτώσεις που είχαν. Ορισμένες βασικές έκαναν και don'ts του οικολογικού τουρισμού είναι οι παρακάτω «δημοκρατικοποίηση» της πληροφόρησης επέφερε βελτιώσεις στην προσέγγιση δυνητικών πελατών-επισκεπτών, φέρνοντας καινοτομία και επανάσταση στη δομή της τουριστικής προσφοράς, οδηγώντας έτσι σε ακόμα μεγαλύτερο ανταγωνισμό μεταξύ των προμηθευτών (tour operators, αεροπορικών εταιρειών, ξενοδοχειακής βιομηχανίας, ταξιδιωτικών πρακτορείων κ.λπ.). Ήδη στην αγορά αναπτύχθηκαν αποκεντρωμένες δομές, που ανατρέπουν παραδοσιακές ισορροπίες και σχέσεις. Για παράδειγμα, οι εταιρείες ηλεκτρονικού εμπόριου τουριστικών υπηρεσιών (π.χ. Expedia) ή οι αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους (charter) που διεκδικούν ένα αυξανόμενο μερίδιο από παραδοσιακούς κύριους «δρώντες» όπως οι διεθνείς tour operators, οι οποίοι είναι οι βασικοί πρωταγωνιστές σε μεγάλο βαθμό στη διαμόρφωση των τιμών και της τουριστικής ζήτησης (Vellas F., 2007). Με τον αυξανόμενο ανταγωνισμό

προσαρμόζονται και εκείνοι αλλάζο- ντας άρδην το επιχειρηματικό τοπίο της τουριστικής αγοράς. Η ανάπτυξη των αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους, με τη χρήση περιφερειακών αερολιμένων, διαμορφώνουν νέα γεωγραφική κατανομή στις μεταφορές που θα ενισχύσει προορισμούς οι οποίοι επωφελούνται από αυτές. Η τοπική κουλτούρα είναι ένας από τους μεγαλύτερους παρακινήτες του αργού τουρισμού από τη στιγμή που δημιουργεί νόημα στο ταξίδια και αποκτούνται αυθεντικές εμπειρίες με την αλληλεπίδραση με τους ντόπιους. Οι αργοί τουρίστες ανυπομονούν να ζήσουν με τον ίδιο τρόπο ζωής με του ντόπιους και όχι με ένα τρόπο που περιγράφεται από τα ταξιδιωτικά βιβλία και που βασίζεται στους δημοφιλείς προορισμούς. Περίπου 10.000 άτομα είναι συνδεδεμένα με το slowtrav.com αλλά ο αριθμός δεν είναι σαφής γιατί συμπεριλαμβάνει και ταξιδιώτες αλλά και εταιρείες. Θα ήταν καλύτερο να υπήρχε μία ιστοσελίδα που να απευθύνεται αποκλειστικά σε αργούς τουρίστες θα ήταν ευκολότερο για έναν ερευνητή να μετρήσει τη δύναμη του αργού τουρισμού. Εάν συγκριθεί με το Αργό Φαγητό το οποίο έχει περίπου 100.000 μέλη παγκόσμια, το Αργός Τουρισμός απέχει κατά πολύ από το να θεωρηθεί δημοφιλής. Ο Αργός Τουρισμός εάν και ξεκίνησε από την Ιταλία, επηρεάζει πλέον και άλλα μέρη στην Ευρώπη και στη Β. Αμερική. Υπάρχουν πάνω από 100 Αργές Πόλεις οι οποίες επηρεάζουν το μήνυμα που μεταφέρεται μέσω του Αργού κινήματος και ευαισθητοποιούν το κοινό σχετικά με την ύπαρξη του Αργού Τουρισμού.

Το Διαδίκτυο έχει ήδη εξελιχτεί σε ισχυρό μέσο ενημέρωσης και δια- χείρισης της πληροφορίας προκαλώντας σημαντικές αλλαγές στον τουρισμό (Buhalis D. κ.ά., 2005). Ο υποψήφιος επισκέπτης-τουρίστας έχει τη δυνατότητα άμεσης πληροφόρησης για προορισμούς αλλά και για επιλογές σε μετακινήσεις, διαμονή, δραστηριότητες αναψυχής, πα- κέτα διακοπών. Αυτή η δυνατότητα προσφέρει ευελιξία, πολλαπλές επιλογές αλλά και σύγκριση σε τιμές και ευκαιρίες. Με αυτό τον τρόπο ο σύγχρονος τουρίστας διαμορφώνει το δικό του πακέτο και πρόγραμ- μα σύμφωνα με τις επιθυμίες και τις ανάγκες του. Το σημαντικό πρό- σθετο πλεονέκτημα είναι ότι σε πραγματικό χρόνο ο τουρίστας έχει ολοκληρωμένες πληροφορίες που ανανεώνονται συνεχώς για υπηρε- σίες και ό,τι αφορά έναν προορισμό (εκδηλώσεις, καιρικές συνθήκες, εξυπηρετήσεις κ.λπ.). Αυτό ενισχύει ακόμη περισσότερο την εξατομί- κευση της αναψυχής και του τουρισμού (Yeoman I., 2008). Παράλληλα, στις επιχειρήσεις η εφαρμογή νέων τεχνολογιών πλη- ροφορικής έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές. Το ηλεκτρονικό (e)-επι- χειρείν

αποτελεί πλέον βασικό εργαλείο της τουριστικής επιχείρησης με σημαντικές ευκαιρίες ως προς την ευελιξία και την ενίσχυση της ανεξαρτησίας/αυτονομίας της επιχείρησης σε ένα διαρκώς αυξανόμενο ανταγωνιστικό περιβάλλον (Buhalis D., 2003). Οι αλλαγές αυτές έχουν και σημαντικές επιπτώσεις στη διάρθρωση και τη ροή της προσφοράς σε υπηρεσίες· για παράδειγμα, συρρικνώνοντας τον παραδοσιακό ρόλο των ενδιάμεσων κρίκων της αλυσίδας (π.χ. τα ταξιδιωτικά γραφεία). Πολύ πιο σημαντικές, όμως, είναι οι κοινωνικοοικονομικές αλλαγές που επηρεάζουν τις τουριστικές προτιμήσεις. Ήδη, διαπιστώνονται σημαντικές αλλαγές στις αξίες, στις αρχές και στα πρότυπα της σύγχρονης κοινωνίας. Άλλωστε, αυτές αποτελούν όχι μόνο αποτέλεσμα αλλά και τη βάση για πολλές από τις αλλαγές που έχουν ήδη αναλυθεί στις προηγούμενες παραγράφους. Αιτία ή αποτέλεσμα, ένα είναι το βέβαιο: ο σύγχρονος τουρισμός αλλάζει. Τα ταξιδιωτικά στερεότυπα αλλάζουν, επηρεάζοντας τη χωρική οργάνωση των τουριστικών ροών και ανάπτυξης. Ο σύγχρονος τουρίστας δεν έχει καμιά σχέση με τον τουρίστα της δεκαετίας του 1960: είναι κατά κανόνα έμπειρος ταξιδευτής και έχει γνωρίσει διάφορους τουριστικούς προορισμούς. Ως αποτέλεσμα, είναι πιο απαιτητικός ως προς την ποιότητα των υπηρεσιών και των εξυπηρετήσεων που αναμένει σε έναν προορισμό. Οι σύγχρονοι τουρίστες γίνονται ολοένα και περισσότερο «ατομιστές» αναζητώντας την ικανοποίηση των δικών τους ιδιαίτερων ενδιαφερόντων, κάτι το οποίο οδηγεί στην ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού όπως είναι ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός περιπέτειας, ο τουρισμός υγείας και ευεξίας, το επαγγελματικό ταξίδι και ο πολιτιστικός τουρισμός (Σωτηριάδης Μ. και Φαρσάρη Ι., 2009). Ο μαζικός τουρισμός δίνει τη θέση του σταδιακά στον επιλεκτικό ή ανεξάρτητο τουρισμό και στις ειδικές (συχνά αποκαλούμενες «εναλλακτικές» – ως προς τον μαζικό τουρισμό) μορφές τουρισμού. Με βάση τις νέες διαμορφούμενες συνθήκες, η τουριστική αγορά αλλάζει και προσαρμόζεται στα σύγχρονα δεδομένα. Επειδή όμως το τουριστικό προϊόν δεν είναι σε καμιά περίπτωση ομογενές και ενιαίο, η αγορά διαχωρίζεται σε επιμέρους τομείς, ο καθένας από τους οποίους διακρίνεται για διαφορετικά χαρακτηριστικά. Ο Αργός Τουρισμός, σε αντίθεση με το μαζικό τουρισμό, αποφεύγει τους προορισμούς που προσελκύουν πολύ κόσμο όπως είναι οι μεγάλες πόλεις και οι δημοφιλείς τουριστικοί προορισμοί. Ο Αργός Τουρισμός δεν στοχεύει στην αύξηση του τουρισμού της μόδας αλλά είναι μία εναλλακτική μορφή τουρισμού. Ο Αργός Τουρισμός στην Ελλάδα θα πρέπει να προωθήσει την αντικατάσταση των αεροπλάνων με τρένα ή

πλοία. Ειδικότερα στα πλοία, η Ελλάδα έχει ένα πολύ καλό θαλάσσιο δίκτυο η χρήση του οποίου πρέπει να εντατικοποιηθεί. Αυτό που θα πρέπει να τονισθεί στον Αργό Τουρισμό είναι ότι το να δίνει κάποιος περισσότερο χρόνο και νόημα στο ταξίδι και στο ότι θα πρέπει να υπάρξει μία τεράστια αλλαγή στην καταναλωτική συμπεριφορά από την κατανάλωση γρήγορων πτήσεων στη χρήση πιο αργών πλοίων η οποία σε κάποιες περιπτώσεις θα είναι και πιο ακριβή.

Βιβλιογραφία

<http://www.google.gr/books>

<http://www.slowtourism.net>

<http://slowjapan.worldpress.com>

<http://www.tourism-master.nl>

<http://www.academia.edu>

<http://publications.theseus.fi/bistream>

Slow Travel Europe. 2009-2011. Official website of Slow Travel Europe. Available from the World Wide Web:< <http://www.slowtraveurope.eu/>>

Slow Planet. 2011. Official website of Slow Planet. Available from the World Wide Web:< <http://www.slowplanet.com>>

Slow Travel. 2000-2011. Official website of Slow Travel community. Available from the World Wide Web: <[http:// www.slowtrav.com](http://www.slowtrav.com)>

Sharpley, R. 2006. Travel and Tourism. London: SAGE.

Gardner. 2009. A manifesto for slow travel. Slow Travel Europe 25 March/April. Available from the World Wide Web:

http://www.slowtraveurope.eu/data/downloads/hiddeneurope_25_slowtravel.pdf

Bramwell B., 2004, Coastal mass tourism: diversification and sustainable development in Southern Europe, Great Britain: Channel View Publications

Brohman, J.1996. Popular Development: Rethinking the Theory and Practice of Development. Oxford: Blackwell.

Dickinson. 2009. Slow Tourism Travel for a Lower Carbon Future. Bournemouth University websites. Available from the World Wide Web: <http://www.bournemouth.ac.uk/ict/hr/PDFs/rgsnontech.pdf>

Dickinson, J. & Lumsdon, L. 2010. Slow travel and tourism. London; Washington, DC : Earthscan.

Mason, P. 2003. Tourism Impacts, Planning and Management, Amsterdam: Butterworth-Heinemann, 2003.

Mathieson, A. and Wall, G. 1982. Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts, New York: Longman Scientific and Technical.

Slow Travel berlin. 2011. What Is Slow Travel? Slow Travel berlin official website. Available from the World Wide Web: < <http://www.slowtravelberlin.com/about>

WEF. 2013. The Travel and Tourism Competitiveness Index 2013 & 2011 Comparison. Available from the World Wide Web: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf