

# Α Ε Ι Φ Ο Ρ Ο Σ Ε Λ Λ Η Ν Ι Κ Ο Σ Τ Ο Υ Ρ Ι Σ Μ Ο Σ

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ

ΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΜΑΡΚΟΣ ΕΡΜΗΣ ΠΡΙΟΒΟΔΟΣ | ΠΕΤΡΟΣ ΣΕΜΑ  
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΒΑΖΑΚΑΣ

2023

ΜΑΡΤΙΟΣ

ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ  
ΚΡΗΤΗΣ

ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΩΝ

ΣΧΟΛΗ  
ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟΥ



ΔΙΕΡΕΥΝΩΝΤΑΣ ΤΟΝ  
ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΑ  
ΒΙΩΣΙΜΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΟΥ



Ερευνητική Εργασία:

# Αειφόρος Ελληνικός Τουρισμός:

Διερευνώντας τον Εναλλακτικό τουρισμό και τα Βιώσιμα Μοντέλα του

Επιμέλεια: Μάρκος Ερμής Πριόβολος, Πέτρος Σέμα  
Επιβλέπων: Αλέξανδρος Βαζάκας

Χανιά, Μάρτιος 2023

## Περίληψη

Η συγκεκριμένη ερευνητική εργασία επιχειρεί να μελετήσει, να καταγράψει και να αποκωδικοποιήσει το ελληνικό μοντέλο τουρισμού, τα προβλήματά του και το μέλλον που μπορεί να έχει. Συγκεκριμένα ερευνώνται τα παγκόσμια κοινωνικά φαινόμενα που οδηγούν στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, μοντέλο το οποίο επικράτησε σε όλη τη διάρκεια του περασμένου αιώνα. Ακολουθεί η ιστορική καταγραφή της ανάπτυξης του σύγχρονου τουρισμού στην Ελλάδα, χωρισμένη σε τρεις χαρακτηριστικές περιόδους: 1950-1970, 1970-1980 και 1980 μέχρι σήμερα. Στη συνέχεια, γίνεται μια καταγραφή των προβλημάτων που αντιμετωπίζει αλλά και προκαλεί ο μαζικός τουρισμός στο σήμερα, ξεκινώντας με αυτά που μας έκαναν προσωπικά εντύπωση και καταλήγοντας στα πιο συνηθισμένα προβλήματα του κλάδου. Η έννοια της κατανάλωσης, συγκεκριμένα της υπέρ-κατανάλωσης, διερευνάται ως η «κινητήρια δύναμη» που διαμορφώνει το παρόν τουριστικό μοντέλο. Οι έννοιες της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας, της αειφόρου ανάπτυξης, της βιωσιμότητας του επικρατούντος οικονομικού μοντέλου καθώς και του εναλλακτικού τουρισμού, αναδύονται ως κύρια ερευνητικά ερωτήματα για το μέλλον του Ελληνικού τουρισμού. Τέλος, όσον αφορά τον εναλλακτικό τουρισμό, μελετάται ως πιθανή λύση, με σκοπό να κατανοήσουμε πώς λειτουργούν τα μοντέλα τουρισμού με τελικό στόχο την αειφόρο ανάπτυξη του κλάδου.

## Abstract

In this thesis we attempt to study, understand, and decode the Greek tourism model, its problems and its potential future. More specifically, we begin by studying the global social phenomena that lead to the growth of mass tourism, a model that reigned throughout the past century. What follows is a historical throwback of modern tourism in Greece, split in three distinct periods: 1950-1970, 1970-1980, and 1980 until today. Next, we study the problems that both effect tourism, but also the ones caused by tourism, beginning with the problems that were most unique for us personally and closing the chapter with the most common problems of the tourism industry. The concept of consumption, more specifically over-consumption, is discussed as the main factor that morphed the current model for the tourism industry. Furthermore, concepts such as environmental sustainability, sustainable development, the sustainability of the current economic model, and alternative tourism, emerge as the main research points for the future of Greek tourism. To conclude, alternative tourism is studied as a possible solution, with a broader target of understanding how tourism models work, in order to achieve a sustainable development of the Greek tourism industry.



---

## Περιεχόμενα

Περίληψη .....	i
Abstract.....	i
1. Εισαγωγικά.....	1
1.1. Πρόλογος .....	1
1.2. Στόχος και μεθοδολογία .....	1
1.3. Τι Σημαίνει Αρχιτεκτονική για τον Τουρισμό;.....	3
2. Η Ιστορία του Σύγχρονου Τουρισμού .....	5
2.1. Η Παγκόσμια Τάση Εκσυγχρονισμού.....	5
2.1.1. Το Χωρικό Αντίκτυπο της Ξεκούρασης .....	5
2.1.2. Η Μαζικοποίηση του τουρισμού .....	7
2.2. Ο Τουρισμός στην Ελλάδα .....	9
2.2.1. Α Περίοδος Ελληνικού Τουρισμού.....	9
2.2.2. Β Περίοδος Ελληνικού Τουρισμού .....	13
2.2.3. Γ Περίοδος Ελληνικού Τουρισμού .....	15
3. Τα Προβλήματα του Ελληνικού Τουρισμού .....	17
3.1. Η Αφοσίωση στη Βόρεια Ευρώπη-Το Παράδειγμα των Νησιών του Ιονίου .....	18
3.2. Το Παράδοξο των Ελληνικών Νησιών .....	21
3.3. Αστική Διάχυση.....	23
3.3.1. Το Παράδειγμα των Χανίων.....	23
3.3.2. Μια διαφορετική ματιά της αστικής εξάπλωσης .....	27
3.4. Διοικητικά και λειτουργικά προβλήματα .....	30
3.5. Το Ουσιώδες Πρόβλημα του Τουρισμού.....	31
3.6. Ο Μαζικός Τουρισμός ως Προϊόν μιας Καπιταλιστικής Κοινωνίας .....	35
4. Αναζητώντας μια λύση .....	39
4.1. Ο Εναλλακτικός Τουρισμός ως Αντίλογος του Μαζικού.....	39
4.2. Κατηγορίες Μοντέλων Εναλλακτικού Τουρισμού .....	41
4.3. Το Προφίλ του Εναλλακτικού Τουρίστα .....	43
4.4. Η φαινομενική λύση: Η έννοια του ήπιου τουρισμού .....	45
4.5. Αποτίμηση της Αειφόρου Τουριστικής Ανάπτυξης.....	47
5. Συμπεράσματα.....	51
6. Βιβλιογραφία .....	53
7. Κατάλογος Εικόνων και Γραφημάτων .....	57

## 1. Εισαγωγικά

### 1.1. Πρόλογος

Η συγκεκριμένη ερευνητική εργασία αφορά ένα θέμα με το οποίο έχουμε έρθει σε στενή επαφή κατά τη διάρκεια των φοιτητικών μας χρόνων στην πόλη των Χανίων, τον τουρισμό και τα προβλήματά του. Τα Χανιά, όντας ένας από του πιο πολυσύχναστους τουριστικούς προορισμούς πανελλαδικά, μας έδωσε τη δυνατότητα όλα αυτά τα χρόνια να παρατηρήσουμε τη συμπεριφορά των επισκεπτών και τα προβλήματα που προκαλεί, όπου πολλά από τα οποία επηρέασαν και εμάς προσωπικά μέσα στα χρόνια. Αυτά τα χρόνια μας έδωσαν επίσης την ευκαιρία να επισκεφτούμε πολλά από τα εστιατόρια, ταβέρνες, χώρους αναψυχής και παραλίες, όχι μόνο στα Χανιά, αλλά σε ολόκληρη την Κρήτη και έτσι αποκτήσαμε βιώματα της ολοκληρωμένης τουριστικής εμπειρίας που έχει να προσφέρει το νησί. Μπορέσαμε να δούμε από πρώτο χέρι τις συνέπειες της εποχικότητας στην πόλη, με τα σοκάκια και τους δρόμους να γεμίζουν ασφυκτικά με κόσμο τους θερινούς μήνες και ολόκληρες περιοχές της πόλης να μετατρέπονται σε έρημα τοπία το χειμώνα. Είδαμε τις ταβέρνες στα τουριστικά «hot spot» να προσπαθούν απεγνωσμένα να προσελκύσουν τους περαστικούς, ώστε να δοκιμάσουν τις γιγάντιες γαρίδες που προσφέρουν, τα ακριβά εισαγόμενα ψάρια, τα ποτά που σερβίρονται σε γιγάντια εντυπωσιακά ποτήρια. Τα φαινόμενα αυτά που στα μάτια μας μοιάζουν με ένα τσίρκο, μια καλοστημένη παράσταση, ένα σκηνικό, μας δημιούργησαν έντονους προβληματισμούς και σκέψεις για το πώς λειτουργεί και τι υποκινεί τη βιομηχανία του τουρισμού στην Ελλάδα να αναπτύσσεται με αυτόν τον τρόπο. Η γενικότερη ιδέα της εργασίας προέκυψε μετά από χρόνια συζήτησης και στοχασμού πάνω στο θέμα του τουρισμού και παρ' ότι μπορεί να έχουμε αναπτύξει ένα γενικότερο πνεύμα αγανάκτησης για τον κλάδο του τουρισμού, αναγνωρίζουμε πως είναι μια σημαντική πτυχή της ελληνικής οικονομίας και μια αναγκαία δραστηριότητα για τους ανθρώπους. Επίσης, επισημαίνουμε πως η απόψεις μας αφορούν κάποια συγκεκριμένα μοντέλα τουρισμού τα οποία θεωρούμε επαχθή και όχι το σύνολο της τουριστικής βιομηχανίας.

### 1.2. Στόχος και μεθοδολογία

Με την παγκόσμια οικονομία να σηματοδοτεί την ανάγκη για βιώσιμη και ανθεκτική ανάπτυξη και τον τουρισμό στην Ελλάδα να εκπροσωπεί το ακριβώς αντίθετο, αλλά και ταυτόχρονα να πασχίζει να παραμείνει ανταγωνιστικός, προσπαθήσαμε αρχικά να κατανοήσουμε σε βάθος το ελληνικό τουριστικό μοντέλο, ώστε στη συνέχεια να έχουμε τη δυνατότητα να εξερευνήσουμε και να αξιολογήσουμε τις πιθανές λύσεις στο παραπάνω ζήτημα, με ευρύτερο στόχο τη βελτίωση της εγχώριας τουριστικής βιομηχανίας και του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί. Έτσι η εργασία ακολούθησε μερικά συγκεκριμένα βήματα ώστε τελικά να μπορέσουμε να κατανοήσουμε τα υπάρχοντα τουριστικά μοντέλα της Ελλάδας και στη συνέχεια να εξερευνήσουμε και να αξιολογήσουμε τα μελλοντικά τουριστικά πρότυπα, με γνώμονα πάντα τη βιωσιμότητα και την αειφορία. Αυτό σημαίνει πως βρεθήκαμε σε αναζήτηση ενός προτύπου το οποίο να εναρμονίζεται καλύτερα με την συνολική οικονομία, κοινωνία και πολιτιστικό χαρακτήρα του τόπου. Αν και ο τουρισμός σαν αντικείμενο μελέτης είναι αχανής, μιας και επηρεάζει και επηρεάζεται από μεγάλο φάσμα παραγόντων, σε αυτό το κείμενο επιχειρούμε να εστιάσουμε πρώτων στην αποκωδικοποίηση των προβλημάτων που επηρεάζουν τον τουρισμό ή που ο ίδιος προκαλεί, δεύτερον στη μελέτη των επικρατέστερων τουριστικών μοντέλων, είτε υπάρχοντα είτε μελλοντικά και τέλος στην αναζήτηση και αξιολόγηση της μελλοντικής ανάπτυξης του τουρισμού. Μέσα από αυτή τη συζήτηση, προκύπτουν προβληματισμοί χωρικής φύσης, μιας και τα τουριστικά πρότυπα επηρεάζουν άμεσα τη μορφή των δομών φιλοξενίας, τους στόχους τους και τον τόπο στον οποίο εδράζουν.

Η διαδικασία μελέτης για να καταλήξουμε σε ένα δομημένο συμπέρασμα, έχει μια ροή από το παρελθόν, στο παρόν και τέλος στο μέλλον και ακολουθεί τα εξής 5 βήματα:

1. Εισαγωγικά, η μελέτη της σχέσης αρχιτεκτονικής-τουρισμού, Κεφάλαιο 1.3:  
Βασικός στόχος είναι η κατανόηση της θέσης του αρχιτέκτονα στη διαμόρφωση της τουριστικής βιομηχανίας.
2. Ιστορική αναδρομή, από το παρελθόν στο παρόν, Κεφάλαιο 2:  
Σκοπεύοντας να κατανοήσουμε πώς εξελίχθηκε ιστορικά η μορφή του σύγχρονου τουρισμού, γίνεται μια ιστορική καταγραφή αρχικά σε παγκόσμιο επίπεδο (2.1), ώστε να κατανοήσουμε το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού και στη συνέχεια του Ελληνικού τουρισμού (2.2) με στόχο να κατανοήσουμε την ανάπτυξη του σύγχρονου τουριστικού τοπίου της χώρας, ώστε να αποσαφηνιστεί γιατί σήμερα έχει τη συγκεκριμένη μορφή.
3. Τα προβλήματα του σύγχρονου Ελληνικού τουρισμού, Κεφάλαιο 3:  
Καταγραφή των προβλημάτων που εμφανίζει ο κλάδος, πέρα από τα όρια των συνηθισμένων, αρχικά γίνεται μια εμβάθυνση στα προβλήματα που παρατηρήσαμε εμπειρικά και στη συνέχεια μια εμπεριστατωμένη τοποθέτηση των προβλημάτων του τουρισμού στα ευρύτερα πλαίσια του κόσμου.
4. Εξερεύνηση και αξιολόγηση της μελλοντικής, βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, Κεφάλαιο 4:  
Σε αυτή την ενότητα καταγράφονται, αρχικά, οι πιθανές λύσεις που υπόσχονται βιωσιμότητα και αειφορία και στη συνέχεια αναλύονται και αξιολογούνται, με στόχο να κατανοήσουμε ποια είναι τα διαθέσιμα εργαλεία και πώς χρησιμοποιούνται ώστε να επιτευχθεί η αειφορία.
5. Συμπέρασμα, Κεφάλαιο 5:  
Συνοψίζονται τα σημαντικότερα σημεία και της έρευνας και διαμορφώνεται ένα τελικό συμπέρασμα που προκύπτει από τη συνολική μελέτη και αφορά τα βιώσιμα μοντέλα τουρισμού.

Βασισμένοι σε αυτή την πορεία ανακάλυψης και στη συνέχεια αποκωδικοποίησης και αποτίμησης του ελληνικού τουρισμού και τοπίου επιχειρείται να διαμορφωθεί μια εικόνα για την παρούσα κατάσταση και τελικά να ξεκαθαρίσει, όσο δυνατόν, ποια είναι τα επόμενα βήματα για τα τουριστικά μοντέλα. Ως οι σχεδιαστές των τουριστικών υποδομών, οι οποίες επηρεάζονται άμεσα από τα τουριστικά πρότυπα, επηρεαζόμαστε και εμείς οι αρχιτέκτονες και ο σχεδιασμός μας. Είναι σημαντικό να κατανοήσουμε πώς λειτουργούν τα τουριστικά μοντέλα, ώστε να μπορέσουμε με τη σειρά μας να προσφέρουμε ποιοτικές λύσεις.

### 1.3. Τι Σημαίνει Αρχιτεκτονική για τον Τουρισμό;

Με την πάροδο των χρόνων και αφού σαν κοινωνία περάσαμε -πρόσφατα σχετικά- την βιομηχανική επανάσταση, βρεθήκαμε σε μια βέβαιη πορεία παγκόσμιας βιομηχανοποίησης. Οι αυξημένες απαιτήσεις παραγωγής, με τη σειρά τους πιέζουν για την πρόοδο και απαιτούν ολοένα και πιο αποδοτικούς εργάτες σε όλους τους τομείς. Αυτό συμβαίνει για να στηριχθεί αυτή η τροχιά προόδου της κοινωνίας και της τεχνολογίας που χαρακτηρίζει τον αναμφίβολα καπιταλιστικό κόσμο που ζούμε. Οι ιδιαίτερα αυξημένες, λοιπόν, εργασιακές απαιτήσεις που άρχισαν να επικρατούν από το 1950 περίπου και ύστερα εισήγαγαν και μια έννοια που στις μέρες μας θεωρούμε δεδομένη αλλά πριν τη δεκαετία του '50 δεν ήταν συνηθισμένη: αυτή των διακοπών και της άδειας από την εργασία, για λόγους αναψυχής. Οι διακοπές, άρχισαν να είναι απαραίτητες για να αντισταθμίσουν τους έντονους ρυθμούς εργασίας. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την κυκλοφορία των πρώτων Jumbo Jet στα μέσα της δεκαετίας του 60, τα οποία σήμαναν την αρχή μιας πορείας όπου τα ταξίδια με αεροπλάνο θα γίνουν όλο και πιο προσβάσιμα στον κόσμο, δημιούργησε πρόσφορο έδαφος για την άνθιση του τουρισμού.

Οι ολοένα αυξανόμενοι ρυθμοί εργασίας, λοιπόν, απαιτούν και αντίστοιχα αυξανόμενη ποιότητα ξεκούρασης και ψυχαγωγίας για να αντισταθμιστεί η κούραση της εργασίας. Οι διακοπές και η ξεκούραση έχουν λοιπόν αλλάξει χαρακτήρα, από πολυτέλεια κατά τη δεκαετία του '50, σε δεδομένο ή ακόμα και αναγκαίο αγαθό στις μέρες μας. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση της ανάγκης για καλύτερους, πιο άνετους χώρους διαβίωσης, με υπαίθριους χώρους, αλλά και της ανάγκης για πάρκα, δημόσιους χώρους και χώρους αναψυχής και εστίασης, δομές που αφορούν την πόλη, τον χώρο διαβίωσης, συνεπώς και την αρχιτεκτονική.

Εδώ, λοιπόν, τίθεται το ερώτημα, πώς σχετίζεται η αρχιτεκτονική με τον τουρισμό; Η απάντηση είναι σχετικά απλή. Άμεσα, υπό την έννοια ότι αν αυτές οι δομές και ποιότητες πόλης, τις οποίες αναφέραμε παραπάνω, που έχουν σκοπό την ξεκούραση και αναψυχή του κόσμου, σχεδιαστούν, μπορούν από μόνες τους να γίνουν τουριστικοί πόλοι έλξης. Ακόμη, τα κτήρια και η αρχιτεκτονική μιας πόλης σαν σύνολο, μπορούν από μόνα τους να λειτουργήσουν ως σημαντικοί τουριστικοί πόλοι έλξης, ακόμα και στην περίπτωση που δεν έχουν άμεση σχέση με τον τουρισμό. Αυτό το φαινόμενο το συναντάμε ιδιαίτερα σε κτήρια που αποτελούν σημείο αναφοράς για μία πόλη, όπως για παράδειγμα η όπερα του Sidney, ή το μουσείο Guggenheim στο Bilbao, κτήρια τα οποία μπορεί να μην είναι καθαυτού τουριστικές δομές, αλλά λόγω της εντυπωσιακής τους μορφής, προσελκύουν επισκέπτες από όλο τον κόσμο.

Έμμεσα, επίσης, με περισσότερο από ένα τρόπους. Αρχικά γύρω από ένα ήδη υφιστάμενο τουριστικό αξιοθέατο η αρχιτεκτονική μπορεί -και κατά τη γνώμη μου έχει χρέος- να λειτουργεί υποστηρικτικά. Αυτό σημαίνει πως μπορεί να συμμετέχει στο σχεδιασμό των δομών φιλοξενίας, εστίασης, διασκέδασης, η οποιοδήποτε άλλο χώρο μπορεί να πλαισιώνει ένα τουριστικό κέντρο, αναδεικνύοντάς το ή απλώς δημιουργώντας ένα καλά σχεδιασμένο περιβάλλον.

Γιατί όμως να είναι χρέος της αρχιτεκτονικής να αναπτύσσει τον τουρισμό; Εδώ ερχόμαστε σε μια άλλη σημαντική έμμεση σχέση αρχιτεκτονικής-τουρισμού. Η αρχιτεκτονική έχει την δυνατότητα να χαλιναγωγήσει το ανεξέλεγκτο φαινόμενο του τουρισμού, με σκοπό να αποφευχθούν κακά παραδείγματα, πρόχειρης και βιαστικής ανάπτυξης τουριστικών δομών, που έχουν ως γνώμονα το εύκολο και γρήγορο κέρδος και αδιαφορούν για τη βιωσιμότητά τους σε βάθος χρόνου. Εκτός αυτού πολλές φορές καταστάσεις μη μελετημένης ανάπτυξης μπορεί να έχουν και πιο σοβαρές επιπτώσεις στην πόλη ή το τοπίο καλύτερα, όπως η καταστροφή ή υποβάθμιση του φυσικού, πολιτιστικού ή λαογραφικού πλούτου που διαθέτει μια περιοχή. Άλλη μορφή επιπτώσεων μπορεί να είναι τα παραδείγματα αστικής διάχυσης εξαιτίας της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής, που συχνά έχουν

σαν επίπτωση την αποδυνάμωση της ικανότητας να παρέχονται επαρκείς υπηρεσίες από την περιφέρεια. Αυτά τα φαινόμενα μπορούν να αποφευχθούν μόνο με τον προσεκτικό και έγκαιρο σχεδιασμό και οργάνωση, μέσω της αρχιτεκτονικής, ή μέσω οργάνων που είναι παρεμφερή ή ακόμη και τμήματα της αρχιτεκτονικής όπως ο πολεοδομικός ή ο χωροταξικός σχεδιασμός. Είναι λοιπόν σαφές, πως για να είναι πετυχημένη μια τουριστική μονάδα είναι απαραίτητη η μελέτη σε βάθος κάποιων κρίσιμων παραγόντων, ούτως ώστε να μπορούμε με ασφάλεια να πούμε πως περισσότερο βελτιώνει μια περιοχή παρά τη βλάπτει, ή γενικότερα πως προσφέρει περισσότερα από όσα απαιτεί.

Ο ρόλος της αρχιτεκτονικής στον τουρισμό επομένως, είναι η αρμονική επέμβαση ως προς το περιβάλλον, καθορίζοντας δομές που, εκτός του ότι προορίζονται για τουριστικές χρήσεις, λόγω της φύσης της αρχιτεκτονικής, πληρούν και κάποια άλλα κριτήρια. Αυτά τα κριτήρια είναι ο σεβασμός στο περιβάλλον που εντάσσονται σε συνδυασμό με την αισθητική ποιότητα του σχεδιασμού τους, αλλά δεν περιορίζονται εδώ. Το πλαίσιο ανάπτυξης μιας δομής μπορεί να οριστεί με πολλούς τρόπους, είτε βάση της αντίληψης των δημιουργών, είτε για παράδειγμα στην περίπτωση της Γαλλίας, από στενά καθορισμένους κανονισμούς, τους οποίους θέτουν ανεξάρτητοι οργανισμοί όπως οι γαστρονομικοί οδηγοί, είτε από περιβαλλοντικές οργανώσεις, οι οποίες προωθούν την πράσινη ανάπτυξη, ή από το οτιδήποτε άλλο μπορεί να δημιουργεί ένα πρότυπο ανάπτυξης. Η σωστή επιλογή του πλαισίου ανάπτυξης μπορεί, λοιπόν, να οδηγήσει στον ποιοτικό αρχιτεκτονικό σχεδιασμό, όσον αφορά τον τουρισμό.

Στην Ελλάδα, η τουριστική ανάπτυξη χαρακτηρίζεται έντονα τα τελευταία χρόνια από την έλλειψη σχεδιασμού και ορίων σε πολλούς τομείς. Στα επόμενα κεφάλαια θα μελετήσουμε τι ακριβώς είναι ο τουρισμός σε παγκόσμιο επίπεδο, αλλά και πώς ο ελληνικός τουρισμός διαμορφώθηκε με τον τρόπο που γνωρίζουμε μέχρι σήμερα.



## 2. Η Ιστορία του Σύγχρονου Τουρισμού

### 2.1. Η Παγκόσμια Τάση Εκσυγχρονισμού

#### 2.1.1. Το Χωρικό Αντίκτυπο της Ξεκούρασης

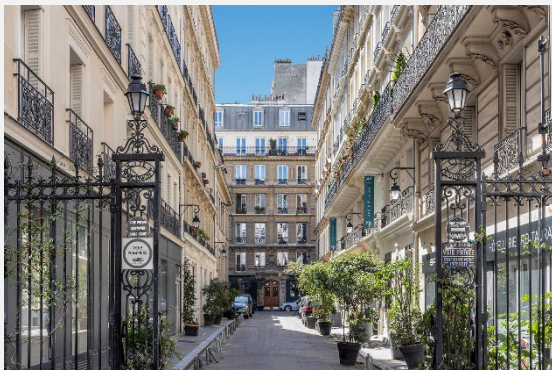
Οι τεταμένοι ρυθμοί εργασίας που όπως είπαμε επιβλήθηκαν από τον 19<sup>ο</sup> αιώνα και συνεχίζουν να απαιτούνται μέχρι σήμερα, δημιουργούν άμεσα την ανάγκη για ποιοτικό χρόνο ξεκούρασης. Η ανάγκη για αυτή τη ξεκούραση γεννά συνεπώς και ανάγκες για περισσότερους, καλύτερους και πιο άνετους χώρους ανάπαυσης αλλά και την ανάγκη για επαρκείς και ποιοτικούς δημόσιους χώρους, πάρκα, χώρους αναψυχής και εστίασης. Ταυτόχρονα, αλλάζει και η μορφή της πόλης από τον 20<sup>ο</sup> αιώνα και μετά. Η παλιά μορφή της πόλης που περιβάλλεται από ένα γεωργικό τοπίο που αποτελεί την παραγωγή της πόλης, μετατρέπεται σε ένα έντονα αστικό περιβάλλον, που αποτελείται από ζώνες με σαφείς λειτουργίες, όπως η αναψυχή, η κατοίκηση, η εργασία και η παραγωγή. Η επιθυμία, λοιπόν, του ανθρώπου να κατοικεί μέσα σε αυτά τα πυκνά και με έντονους ρυθμούς ζωής αστικά κέντρα, αλλά ταυτόχρονα να απολαμβάνει και στιγμές απομόνωσης και χαλάρωσης, οδηγούν στην ανάγκη για δευτερές ή προσωρινές κατοικίες, όπως ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια ή άλλες δομές φιλοξενίας. Τις δομές αυτές μπορούμε να παρατηρήσουμε πως συχνά τις συναντάμε να πλαισιώνονται από εγκαταστάσεις αναψυχής, αλλά όχι μόνο. Συχνό είναι επίσης το φαινόμενο περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους να περιτριγυρίζονται από εξοχικές κατοικίες. Αυτό λοιπόν δημιουργεί μια σχέση σύγκρουσης κατά κάποιον τρόπο, μιας και η έντονη επισκεψιμότητα μιας τέτοιας περιοχής της δίνει πολλές φορές ένα αστικό χαρακτήρα, ο οποίος συνήθως συγκρούεται ή αλλοιώνει τη φυσική ομορφιά ενός τόπου.

Εξαιτίας αυτής της επαγωγικής διαδικασίας, παρατηρούμε αλλαγές στη δομή μιας χώρας, ή μιας πόλης. Η Νορβηγία μετατρέπεται από ένα απομακρυσμένο σκανδιναβικό δάσος, σε ένα *Supper-Village*, με προσεκτικά κατανεμημένα γραφικά συγκροτήματα ξύλινων σπιτιών (Εικόνα 1). Οι Άλπεις, μετατρέπονται σε πάρκο αναψυχής, με πόλεις που αποτελούνται από ξενοδοχεία (Εικόνα 4). Η Γαλλία, μετατράπηκε σε ένα τοπίο που ακολουθεί κανονισμούς από γαστρονομικούς οδηγούς όπως το “*Guide du Routard*” ή ο “*Michelin*” και έτσι η αγροτική παραγωγή γίνεται εργαλείο ανάπτυξης της γαστρονομίας και του γαστρονομικού τουρισμού. Τα ξενοδοχεία (Εικόνα 2) ακολουθούν επίσης κανόνες που ορίζονται μέσα στους οδηγούς αυτούς δημιουργώντας ένα σαφές πλαίσιο για τον Γαλλικό γαστρονομικό τουρισμό. Η Τοσκάνη από την άλλη, μετατρέπεται σε ένα διεθνές συγκρότημα από βίλες (Εικόνα 3), μιας και στην περιοχή πλέον λιγότερο από 50% της γης ανήκει σε Ιταλούς. Η ζήτηση για αυτές τις επαύλεις δε ήταν τόσο μεγάλη που οδήγησε το κόστος της γης στην περιοχή να ανταγωνίζεται αυτό του *Manhattan*. Το μεσογειακό αγροτικό τοπίο της Τοσκάνης λοιπόν, μετατρέπεται σε ένα τεράστιο συγκρότημα με βίλες, οι οποίες διαθέτουν τεράστιους κήπους, που συντηρούν πλέον οι αγρότες που εκμεταλλεύονταν παλαιότερα αυτές τις εκτάσεις οι ίδιοι, αλλά πλέον εργάζονται για τους νέους ιδιοκτήτες. Αυτό δημιουργεί ένα σύστημα που εδραιώνει αυτή την κατάσταση και την κάνει δύσκολο να αλλάξει.

Το σύγχρονο μοντέλο τουρισμού αρχίζει να απασχολεί και την Ελλάδα από τη δεκαετία του '50 και ύστερα, λειτουργώντας ως μια δύναμη εκμοντερνισμού του κατακερματισμένου ελληνικού τόπου. Μέσα στα επόμενα χρόνια θα δούμε το τοπίο να αλλάζει, την χώρα να κάνει σημαντικά βήματα ανάπτυξης, με τον τουρισμό να αλλάζει την ελληνική ύπαιθρο, με τον ίδιο τρόπο που η πολυκατοικία θα αλλάξει και θα χαρακτηρίσει το τοπίο των ελληνικών πόλεων. Η Ελλάδα με την πάροδο των χρόνων θα μετατραπεί από ένα έρημο τόπο με διάσπαρτα χωριά, στοιχεία αρχαίας κληρονομιάς και παρθένου φυσικού τοπίου, σε ένα δίκτυο τουριστικών κέντρων, με τα νησιά να αποκτούν πρωταγωνιστικό ρόλο για την εικόνα της χώρας και τον μαζικό τουρισμό να επικρατεί ως τουριστικό μοντέλο.



Εικόνα 1: Τα γραφικά ξύλινα σπίτια στην επαρχία της Νορβηγίας.



Εικόνα 2: Ξενοδοχείο στη Γαλλία, βραβευμένο από τον οδηγό Michelin.



Εικόνα 3: Βίλλα στην Τοσκάνη, από αγροτική κατοικία, μετατρέπεται σε πολυτελής, με πισίνα.

Εικόνα 4: Οι πόλεις αναψυχής στις Άλπεις, οι οποίες στην ουσία είναι μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα αναψυχής.





### 2.1.2. Η Μαζικοποίηση του τουρισμού

Η μαζικοποίηση του τουρισμού ήταν ένα φαινόμενο το οποίο προκλήθηκε από πολλούς διαφορετικούς παράγοντες, οι οποίοι έδωσαν εν τέλει πρόσβαση στις διακοπές σε ένα ευρύ φάσμα ανθρώπων, πλέον όχι απλά σαν μια πολυτέλεια, αλλά ως ένα αναγκαίο αγαθό. Ως βάση βρίσκεται η αντίληψη πως για να είναι παραγωγικός ένας εργαζόμενος, απαιτείται να είναι ξεκούρατος. Επομένως, δεδομένων και των αυξημένων ρυθμών παραγωγής που χαρακτηρίζουν τον 19<sup>ο</sup> και 20<sup>ο</sup> αιώνα, φαίνεται λογικό πως οι διακοπές είναι απαραίτητες και έτσι, αρχικά στις χώρες της βόρειας Ευρώπης και στις Η.Π.Α., οι διακοπές καθιερώνονται ως δικαίωμα των εργαζομένων και παρέχονται ετησίως. Το γεγονός αυτό θα εξαπλωθεί και σε σύντομο διάστημα θα γίνει μια παγκόσμια κανονικότητα. Αυτή η ιδέα, προφανώς, μπορεί να είναι κατά κάποιον τρόπο ανθρωπιστική, αλλά αξίζει να σημειωθεί πως οι εργοδότες επωφελούνται και οι ίδιοι από τη μεγιστοποίηση της παραγωγικότητας των εργαζομένων. Συνολικά παρόλα αυτά, δεν μπορεί να αμφισβητηθεί πως, η καθιέρωση του χρόνου ξεκούρασης από την εργασία, ενθάρρυνε σημαντικά τις μετακινήσεις και τα διεθνή ταξίδια.

Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας που οδήγησε στη μαζικοποίηση του τουρισμού ήταν και η δυνατότητα καθώς και η προσιτότητα της μετακίνησης. Το αυτοκίνητο αρχίζει να παράγεται πλέον μαζικά το 1913 και μπαίνει ολοένα και περισσότερο στις ζωές των ανθρώπων. Επιπρόσθετα, στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα αρχίζουν να δημιουργούνται δίκτυα σύγχρονων δρόμων, με σκοπό την εξυπηρέτηση του αυτοκινήτου. Επίσης στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα τα πλοία θα αρχίσουν να κινούνται πλέον με πετρέλαιο και όχι με κάρβουνο, όπως συνηθίζονταν μέχρι τότε, γεγονός που θα ενισχύσει και τις θαλάσσιες συγκοινωνίες. Τέλος, πολύ μεγάλη ανάπτυξη κατά τον 20<sup>ο</sup> αιώνα και ιδιαίτερα στο δεύτερο μισό θα γνωρίσουν τα εναέρια μέσα μεταφοράς, τα οποία θα παίξουν πολύ μεγάλο ρόλο για τις διεθνείς μετακινήσεις των ανθρώπων. Οι αεροπορικές εταιρίες και η άνθιση των εναέριων ταξιδιών, τα οποία από τη δεκαετία του '60 και μετά γίνονται ολοένα και πιο προσιτά, έπαιξαν από μόνα τους σημαντικό ρόλο ώστε ο τουρισμός να γίνει προσιτός στο ευρύ κοινό. Επιπρόσθετα, οι αεροπορικές εταιρίες, αναγνωρίζοντας από νωρίς τα κοινά συμφέροντά τους με τον κλάδο του τουρισμού, φρόντισαν ήδη από τη δεκαετία του '60 να επενδύσουν στις δομές φιλοξενίας και έτσι πολλές από αυτές έγιναν μέτοχοι σε ομίλους με αλυσίδες ξενοδοχείων. Το γεγονός αυτό, έδωσε μια σημαντική ώθηση στην ανάπτυξη του εξωτερικού τουρισμού παγκοσμίως.

Τέλος ένας εξίσου σημαντικός παράγοντας που διαμόρφωσε και ώθησε τον τουρισμό στη μαζική του φύση που γνωρίζουμε σήμερα, ήταν τα ταξιδιωτικά γραφεία. Ήδη από τις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα εμφανίστηκαν πακέτα διακοπών "all inclusive" στις Η.Π.Α., που στόχευαν στην προώθηση των ταξιδιών αναψυχής και είχαν ως προορισμούς εξωτικά νησιά όπως η Χαβάη και η Καραϊβική. Σύντομα αυτό το μοντέλο διακοπών απλώθηκε σε όλο τον κόσμο αλλά και γενικότερα τα ταξιδιωτικά γραφεία αναπτύχθηκαν ραγδαία. Το μάρκετινγκ των τουριστικών γραφείων έπαιξε επίσης σημαντικό ρόλο στο να γίνουν τα ταξίδια και ο τουρισμός ποθητά στο ευρύ κοινό.

Ο κόσμος, λοιπόν διέθετε πλέον την ικανότητα να λάβει χρόνο ξεκούρασης από την εργασία του και τα μέσα να μετακινηθεί τα οποία γινόταν όλο και πιο οικονομικά, κατά το δεύτερο μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Τα ταξιδιωτικά γραφεία φρόντιζαν επίσης να έχει εύκολη πρόσβαση, οποιοσδήποτε επιθυμούσε, σε πληθώρα επιλογών για διακοπές, με οποιονδήποτε προορισμό. Με αυτά τα δεδομένα, η μαζική απήχηση του τουρισμού ήταν αναμενόμενη.

Όσον αφορά την Ελλάδα όμως ο μαζικός τουρισμός σαν έννοια άργησε να εισαχθεί. Ενώ ο υπόλοιπος κόσμος γνωρίζει μοντέλα μαζικού ήδη από το 1920, στην Ελλάδα η δεκαετία του '70 είναι αυτή που θα ξεκινήσει τις μαζικές εισροές επισκεπτών στη χώρα, χωρίς αυτό να σημαίνει πως τα προηγούμενα

χρόνια δεν υπήρχε τουρισμός, απλώς δεν είχε καμία σχέση σε αριθμούς επισκεπτών με τη δεκαετία του '70 (Γράφημα 1). Η Ελλάδα επίσης αναγκάζεται αυτή την εποχή να κάνει μεγάλα άλματα για να μπορέσει να γίνει ανταγωνιστική στον κλάδο του τουρισμού. Το γεγονός ότι το 1970 ήταν η στιγμή που αναπτύχθηκε ιδιαίτερα ο μαζικός τουρισμός στην Ελλάδα επίσης δεν είναι τυχαίο, καθώς όπως είπαμε και παραπάνω το φαινόμενο αυτό εξαρτάται από τις συνθήκες που επικρατούν στη χώρα και η δεκαετία του '70 στην Ελλάδα ήταν η στιγμή που ικανοποιούσε αυτές τις συνθήκες. Στη χώρα μέχρι τη δεκαετία του '60 ο πιο κοινός τρόπος μεταφοράς ήταν το τραίνο. Η Ελλάδα, επίσης, γνωρίζει το αυτοκίνητο για πρώτη φορά περίπου τη δεκαετία του '30, ενώ γίνεται ευρέως διαδεδομένο από το τέλος της δεκαετίας του '70 και μετά. Μετά τον δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, ισχυρά οικονομικά βοηθήματα δόθηκαν και στις ακτοπλοϊκές εταιρίες στη χώρα μας, με αποτέλεσμα την ανάπτυξη ενός ικανού δικτύου θαλάσσιων μεταφορών μέχρι τη δεκαετία του '70. Έτσι, είναι κατανοητό πως εκείνη ήταν η περίοδος που η χώρα ήταν πλέον ικανή να υποδεχτεί τον τουρισμό, αλλά και είναι πλέον ποθητή στους ταξιδιώτες, μιας και παρουσίαζε μια εικόνα ενός ανεπτυγμένου κράτους και ήταν ικανή να προωθήσει την εικόνα του ήλιου, της θάλασσας και του αρχαίου πλούτου που την αντιπροσωπεύει (Εικόνα 5).



Εικόνα 5: Αφίσα του ΕΟΤ, 1970-1979, απεικονίζει ακριβώς το πρότυπο του Ελληνικού τουρισμού, βλέπουμε το ηλιόλουστο θαλασσινό τοπίο, με έναν άνθρωπο να το απολαμβάνει και σε πρώτο πλάνο μια αρχαία κολώνα. Κάτω δεξιά, στα γερμανικά, «GRIECHENLAND», «Ελλάδα».

## 2.2. Ο Τουρισμός στην Ελλάδα

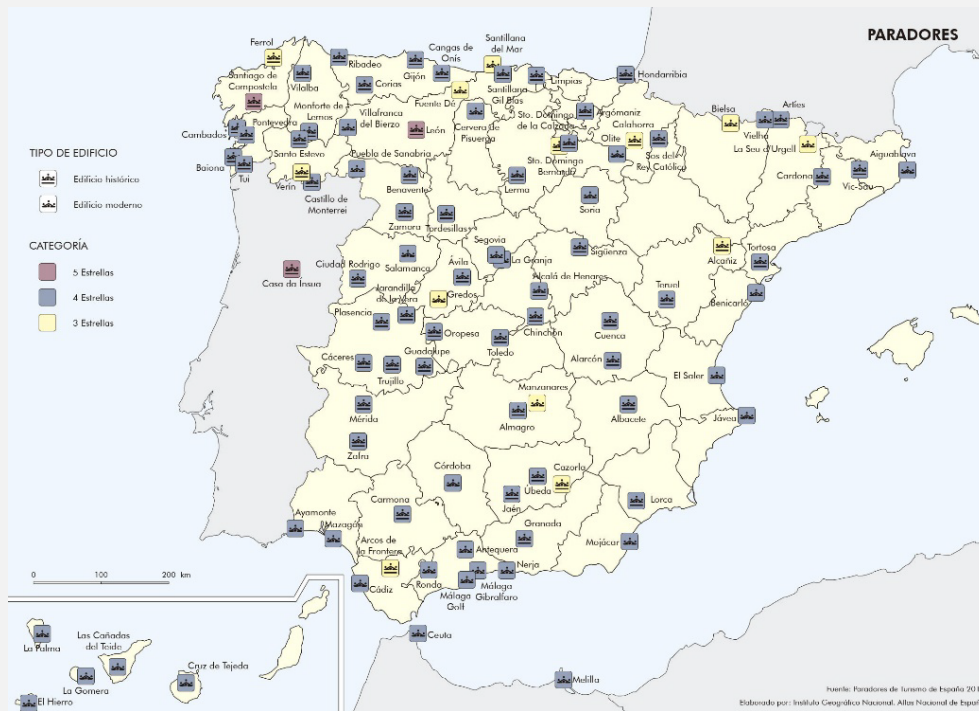
Ο τουρισμός, τουλάχιστον ο εξωτερικός τουρισμός, είναι ένα ευαίσθητο και απαιτητικό οικοσύστημα, το οποίο για να λειτουργεί, απαιτεί από την χώρα υποδοχής σταθερές κοινωνικοπολιτικές συνθήκες, καλές υποδομές και καλές υπηρεσίες, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται μια καλή διαμονή για τους επισκέπτες.

Η Ελλάδα από την άλλη, είναι μια χώρα η οποία άργησε να αναπτυχθεί και να εξομαλυνθεί πολιτικά μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, για τον πολύ απλό λόγο πως πέρα από τους δύο Παγκοσμίους πολέμους που έπληξαν ολόκληρη την υφήλιο και άφησαν την ανθρωπότητα συντετριμμένη, η Ελλάδα πέρασε και μεγάλες περιόδους πολιτικής αστάθειας, δύο δικτατορικά καθεστώτα καθώς και ένα εμφύλιο πόλεμο μερικά χρόνια μετά τη λήξη του Β' Παγκοσμίου Πολέμου. Συγκεκριμένα, μετά τη λήξη του πολέμου, η ανθρωπότητα προσπαθούσε να ανασυνταχθεί και να ορθοποδήσει, ενώ οικονομικά οι μέχρι τότε μεγάλες δυνάμεις είχαν διαλυθεί και παρέμεναν μόνο δύο χώρες που θα μπορούσαν να παρέχουν στήριξη στον υπόλοιπο κόσμο, οι Η.Π.Α. και η Ρωσία. Οι Η.Π.Α. σύντομα αναγνώρισαν την γεωγραφική σημασία της Ελλάδας και τον έλεγχο που έχει στη Μεσόγειο και την σύνδεση με τη Μέση Ανατολή και έτσι ο πρόεδρος Truman το 1947, ενώ η Ελλάδα βρίσκεται κοντά στα μέσα του εμφυλίου πολέμου, ανακοινώνει μια πολιτική που σκοπεύει να στηρίξει τη χώρα οικονομικά και στρατιωτικά με στόχο η Ελλάδα να γίνει σύμμαχος των Η.Π.Α. και να αποτραπεί η πτώση της στη Σοβιετική σφαίρα επιρροής. Προϊόν αυτής της πολιτικής ήταν το σχέδιο Marshal, το οποίο ξεκίνησε να εφαρμόζεται ένα χρόνο αργότερα και είχε στόχο την ανάπτυξη της Ελλάδας. Κατά την εκτέλεσή του δαπανήθηκαν περίπου 376 εκατομμύρια δολάρια και ανακατασκευάστηκε μεγάλο μέρος έργων υποδομής όπως σιδηροδρομικές γραμμές, αεροδρόμια, μεγάλες γέφυρες, τούνελ, καθώς επίσης κατασκευάστηκε για πρώτη φορά εκτεταμένο δίκτυο τηλεφωνίας. Εκτός αυτού το 1950, Αμερικανοί εμπειρογνώμονες επισκέπτονται την Ελλάδα, με στόχο την εκτίμηση των δυνατοτήτων τουριστικής ανάπτυξης της χώρας και συντάσσουν μια έκθεση στην οποία αναφέρουν τα ανύπαρκτα ως τότε έργα υποδομής της χώρας, τον υποβαθμισμένο ρόλο της γυναίκας, τις ανατολίτικες συνήθειες των Ελλήνων, αλλά και την εξωτική ομορφιά του τόπου, τον πλούτο σε αρχαία και τον ήλιο και τη θάλασσα. Την ίδια χρονιά, η Γενική Γραμματεία Τουρισμού καταργείται και ιδρύεται ο ΕΟΤ, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, ο οποίος θα παίξει σημαντικό ρόλο στην πρώτη περίοδο του ελληνικού τουρισμού.

### 2.2.1. Ά Περίοδος Ελληνικού Τουρισμού

Τα πρώτα χρόνια του σύγχρονου ελληνικού τουρισμού, είχαν ένα πολύ συγκεκριμένο χαρακτήρα, ο οποίος περιστρεφόταν γύρω από την ελληνική κουλτούρα και τα αρχαία. Η Ελλάδα ήταν ένας τόπος που προσέλκυε ανθρώπους που θέλαν να επισκεφτούν συγκεκριμένα αξιοθέατα, ιστορικούς αρχαίους τόπους, πάντα σε συνδυασμό με τη θάλασσα, τον ήλιο και γενικότερα το ελληνικό τοπίο. Έμπνευση για αυτό το μοντέλο ανάπτυξης τουριστικών δομών, δεν ήταν άλλη παρά η Ισπανία, η οποία ήδη από το 1930 είχε ξεκινήσει το πρόγραμμα με τα Paradores. Οι ομοιότητες είναι ξεκάθαρες, στρατηγικά τοποθετημένες μονάδες σε σημεία με εξέχων κάλλος. Όμως, ενώ η Ισπανία είχε να προσφέρει ένα βαθύ πλούτο μεσαιωνικής αρχιτεκτονικής, με της πόλεις κάστρα, τα μοναστήρια, τα παλάτια και πολλά άλλα ιστορικά κτίσματα της εποχής, η Ελλάδα υστερούσε σε αυτό. Η Ελλάδα είχε να προσφέρει αρχαίο πολιτισμό και μοντερνιστικά κτήρια. Υπάρχουν μερικές Βυζαντινές εκκλησίες και κτήρια, αλλά όχι ιδιαίτερα πολλά. Έτσι, αποφασίστηκε πως θα δημιουργήσουν ένα δίκτυο υποδομών, όμοιο της Ισπανίας (Εικόνα 6), θα εκμεταλλευτούν τον υπάρχοντα φυσικό πλούτο και πολιτισμό κατά το δυνατόν, αλλά, θα προσφέρουν και εξέχουσες εμπειρίες διαμονής, μέσω της υψηλής ποιότητας, μοντέρνας για την εποχή, αρχιτεκτονικής των ξενοδοχειακών μονάδων. Μια ακόμη σημαντική διαφορά, είναι πως ενώ οι Ισπανοί





Εικόνα 6: Χάρτης με τις τοποθεσίες των ξενοδοχείων “Paradores” στην Ισπανία, φαίνεται το εκτεταμένο δίκτυο ξενοδοχείων, τα οποία χτίζονται σε περιοχές φυσικού ή πολιτιστικού πλούτου και πολλές φορές γίνονται ακόμα και επαναχρηστές παλιών μεσαιωνικών πύργων.



Εικόνα 7: Χάρτης με τις τοποθεσίες των ξενοδοχείων του Ε.Ο.Τ., «Ξενία». Με πηγή έμπνευσης τα Παράδοξα, δημιουργείται ένα δίκτυο ξενοδοχείων σε ολόκληρη τη χώρα. Ένας προσεκτικός θεολογισμός, δημιουργεί κτήρια μοντέρνας αρχιτεκτονικής οπούδήποτε υπήρχε φυσικός ή αρχαίος πλούτος.



είχαν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν πιο μαζικές αναπτύξεις τουριστικών μονάδων, οι Έλληνες επέλεξαν μια τεχνική βελονισμού, με σημειακές αναπτύξεις καταλυμάτων σε συγκεκριμένα σημεία (Εικόνα 7). Πάνω σε αυτό το πρότυπο βασίστηκαν και το πρόγραμμα του Ε.Ο.Τ. «Ξενία», το οποίο περιελάμβανε πάνω από 70 κτήρια τουριστικών καταλυμάτων καθώς και πολλές άλλες παρεμφερείς εγκαταστάσεις, όπως τουριστικά περίπτερα, οργανωμένες παραλίες, οδικούς σταθμούς κ.α.. Ξενία, ονομάστηκε και η πρώτη αλυσίδα ξενοδοχειακών μονάδων στη χώρα, τα οποία ήταν κρατικά, ανήκαν στον Ε.Ο.Τ., υπό το ομώνυμο πρόγραμμα και η διεκπεραίωσή τους ανατέθηκε στον αρχιτέκτονα Άρη Κωνσταντινίδη. Από το 1953 μέχρι το 1973, που ολοκληρώθηκε το σχέδιο κατασκευής τους, κτίστηκαν περίπου 38 μονάδες που φέραν το όνομα «Ξενία». Τα κριτήρια με τα οποία επιλέχθηκαν οι τοποθεσίες για τα ξενοδοχεία ήταν απλά: κτίστηκαν κοντά σε εθνικές οδούς, αρχαιολογικούς χώρους ή σημεία με εξέχων φυσικό πλούτο. Το πρώτο ξενοδοχείο ολοκληρώνεται στην Άνδρο (Εικόνα 8), το 1958 και διαμορφώνει το πρότυπο στο οποίο θα βασιστούν όλα τα ξενοδοχεία του Ε.Ο.Τ.: σύγχρονες και λειτουργικές μονάδες φιλοξενίας (Εικόνα 9), με χαμηλό αριθμό ενοίκων, αλλά με μεγάλες ικανότητες παροχής υπηρεσιών -εστίασης, αναψυχής κ.λπ.- ούτως ώστε να είναι διαθέσιμες και σε μη ενοίκους του ξενοδοχείου όπως περαστικοί επισκέπτες ή κάτοικοι της ευρύτερης περιοχής. Αυτή την περίοδο, ο τουρισμός ήταν μια δραστηριότητα που απευθυνόταν σε λίγους και ήταν οικονομικά δαπανηρή. Έτσι, μόνο οι ευκατάστατοι άνθρωποι ταξίδευαν και κυρίως επισκέπτονταν την Ελλάδα με σκοπό να θαυμάσουν τον αρχαίο πολιτισμό και τα μνημεία και οι μονάδες Ξενία εξυπηρετούσαν ακριβώς αυτό (Εικόνα 10).

Αυτή ήταν η περίοδος, 1950-1970, κατά την οποία άρχισε η σημαντική εξέλιξη του εξωτερικού τουρισμού στην Ελλάδα, με σημειακές εξαιρέσεις τα χρόνια ανόδου του καθεστώτος της δικτατορίας των συνταγματαρχών και της πτώσης του. Παρότι μπορούμε να αντιληφθούμε πως στην μετέπειτα περίοδο θα υπάρξει μια ακόμη μεγαλύτερη άνοδος του τουρισμού (Γράφημα 1), είναι ξεκάθαρο πως η πρώτη περίοδος του ελληνικού τουρισμού προετοίμασε το έδαφος για την κατακόρυφη ανάπτυξη που ακολούθησε. Χαρακτηριστικά, το 1957 υπήρχαν 4589 ξενοδοχεία στην Αθήνα που μέχρι το 1963 είχαν σχεδόν διπλασιαστεί, φτάνοντας τα 10972. Αυτή η ανάπτυξη όμως άργησε για την Ελλάδα, μιας και την ίδια περίοδο υπερείχε μόνο σε σχέση με την Τουρκία στον τομέα του τουρισμού, με τις υπόλοιπες πιο ανεπτυγμένες χώρες της Ευρώπης όπως η Ιταλία, το 1960, να έχουν περίπου 16 εκατομμύρια τουρίστες, έναντι 343.913 στην Ελλάδα.

Την περίοδο λοιπόν του 1950-1970, την χαρακτηρίζουμε ως την πρώτη περίοδο ανάπτυξης του σύγχρονου τουρισμού στην Ελλάδα, αυτή που υπήρξε η βάση για ό,τι θα ακολουθήσει στη χώρα. Η περίοδος αυτή συμπίπτει με αυτό που πολλοί αποκαλούν τη χρυσή εποχή της αρχιτεκτονικής για την Ελλάδα, λόγω της εδραίωσης του ρεύματος του μοντερνισμού στα κτήρια και των σημαντικών αρχιτεκτόνων που υλοποίησαν έργα στη χώρα. Αυτό άφησε μια αρκετά σημαντική κληρονομιά για τα ακόλουθα χρόνια. Ο εξωτερικός τουρισμός κατά αυτή την περίοδο είδε μια σημαντική για τα χρόνια αύξηση αλλά κυρίως στα ανώτερα κοινωνικά στρώματα. Αργότερα ο τουρισμός άρχισε να αγκαλιάζει και τα μεσαία στρώματα, κυρίως σε επίπεδο εσωτερικού τουρισμού, όμως. Ο μαζικός τουρισμός, κοντά σε αυτό που γνωρίζουμε σήμερα, δεν εμφανίστηκε μέχρι και την δεύτερη περίοδο τουρισμού, κοντά στο 1970, όπου η εμφάνιση του jumbo jet έδωσε τη δυνατότητα μετακίνησης πολλών ανθρώπων σχετικά οικονομικά, μιας και μέχρι τότε η Ελλάδα ακόμα πάλευε να αναπτύξει δίκτυα και υποδομές μεταφοράς σε εσωτερικό επίπεδο.



Εικόνα 8: Ξενία Άνδρου, με όνομα «Τρίτων», 1958. Το πρώτο ξενοδοχείο του Ε.Ο.Τ., σχεδιασμένο από τον Άρη Κωνσταντινίδη. Ο σχεδιασμός του εμφανώς επηρεασμένος από το μοντέρνο κίνημα, θα δημιουργήσει τον χαρακτήρα της αλυσίδας ξενοδοχείων Ξενία.



Εικόνα 9: Φωτογραφία από μπαλκόνι του ξενοδοχείου Ξενία στον Πόρο. Φαίνεται η μοντέρνα αρχιτεκτονική του κτηρίου καθώς και η μοντέρνα και διαχρονική διακόσμηση. Η εικόνα του Αιγαίου, που «καδράρει» το παράθυρο του δωματίου, είναι χαρακτηριστική των προτύπων του Ελληνικού τουρισμού της εποχής: ήλιος και θάλασσα.



Εικόνα 10: Το ξενοδοχείο Ξενία του Ναυπλίου, παρατηρούμε την όμοια μορφή του κτηρίου καθώς και την τοποθεσία του, ψηλά στο λόφο του Ναυπλίου, προσφέρει απρόσκοπτη θέα στη θάλασσα, ενώ ταυτόχρονα είναι κοντά στο σημαντικό αξιοθέατο του Ναυπλίου, το Παλαμήδι.

### 2.2.2. 'Β Περίοδος Ελληνικού Τουρισμού

Αφότου, λοιπόν, το σχέδιο Marshal και τα έργα που δρομολογήθηκαν έχουν πλέον ολοκληρωθεί, η οικονομία της χώρας έχει επανέλθει σε καλύτερα επίπεδα, τουλάχιστον σε σχέση με τη μεταπολεμική περίοδο και πλέον έχει επικρατήσει μια σχετική πολιτική σταθερότητα, γύρω στο 1970, είναι η στιγμή όπου εμφανίζεται η δεύτερη περίοδος του Ελληνικού τουρισμού, η οποία χαρακτηρίζεται από τους ραγδαίους ρυθμούς ανάπτυξης, κυρίως με σκοπό να γίνει η χώρα ανταγωνιστική σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη που είχε ήδη αναπτυχθεί σημαντικά τα προηγούμενα χρόνια.

Έχοντας πλέον πίσω μας τη δεκαετία του '60 και τη χρυσή εποχή της αρχιτεκτονικής για την Ελλάδα, χρόνια τα οποία κληροδότησαν ένα σημαντικό πλούτο από δομές που σχετίζονται με τον τουρισμό καθώς και πολύ σημαντικά έργα υποδομής έτσι ώστε η χώρα να μπορεί να είναι λειτουργική και σύγχρονη, έρχεται μια περίοδος ταχύτατης ανάπτυξης. Ο όρος «μαζικός τουρισμός» αρχίζει να χαρακτηρίζει και τον τουρισμό της Ελλάδας και οι ροές επισκεπτών εντείνονται από το 1970 και μετά (*Γράφημα 1*) αλλά υπάρχει και μεγάλη αύξηση και στις διαθέσιμες δομές φιλοξενίας (*Γράφημα 2*) και σαφώς στα έσοδα από τον τουρισμό (*Γράφημα 3*).

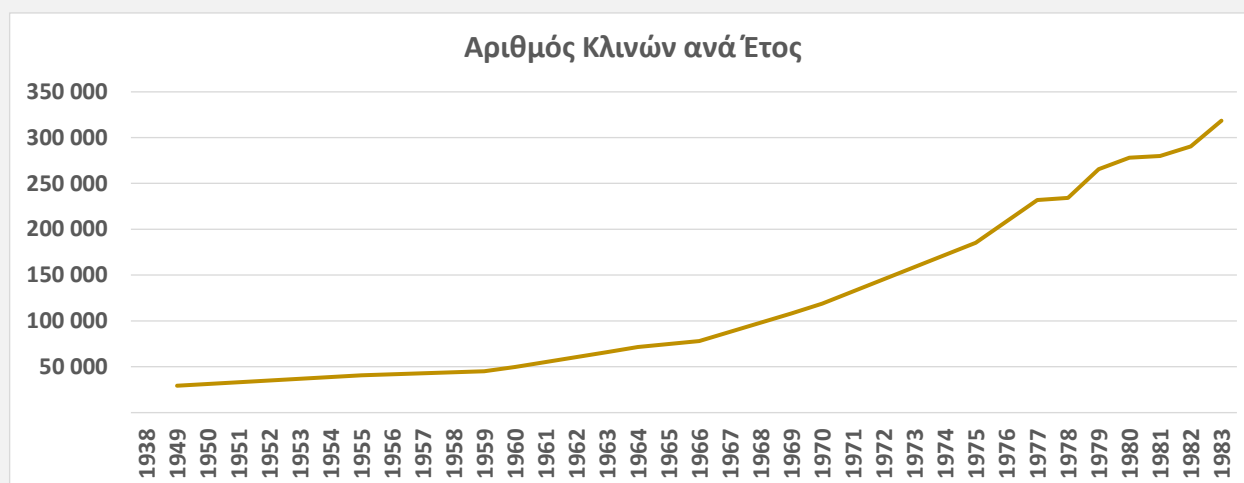
Η Ελλάδα, λοιπόν, από τη δεκαετία του '70 και μετά, αρχίζει ολοένα και περισσότερο να θυμίζει ένα σύγχρονο και ανεπτυγμένο κράτος. Έχοντας μείνει πίσω σε σχέση με τα υπόλοιπα κράτη, σε πολλούς τομείς, όχι μόνο στον τουρισμό, θα χρειαστεί να κάνει μεγάλα βήματα ώστε να γίνει ανταγωνιστική. Όσον αφορά τον τουρισμό, αυτή η ταχεία ανάπτυξη θα θέσει την Ελλάδα ως μια υπολογίσιμη δύναμη στον τομέα, αλλά αναπόφευκτα θα οδηγήσει και σε ένα σημαντικό αριθμό λαθών -στα οποία πολλές άλλες χώρες έχουν υποπέσει ανά τα χρόνια, τα οποία σταδιακά θα υποβαθμίσουν την ποιότητα του Ελληνικού τουρισμού, όπως και λόγω των ίδιων φαινομένων και του παγκόσμιου τουρισμού.

Η βεβιασμένη αυτή ανάπτυξη της Ελλάδας κατά τις δεκαετίες του '70 και '80 ήταν και αυτή που καθόρισε και τον χαρακτήρα των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων σε μεγάλο βαθμό. Αυτή την περίοδο ευνοήθηκε η ίδρυση μικρών ξενοδοχείων και ταξιδιωτικών γραφείων, μέσω κινήτρων που δόθηκαν από το κράτος, με αποτέλεσμα την ίδρυση πολλών μικρών επιχειρήσεων που σχετίζονταν με τον τομέα του τουρισμού. Αυτό το κλίμα ενισχύθηκε τα επόμενα χρόνια και μέσω της νομοθεσίας και η ιδέα της οικογενειακής επιχείρησης χαρακτηρίστηκε -και μέχρι σήμερα χαρακτηρίζει- μεγάλο μέρος των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων. Βάση αυτής της λογικής, ένα τοπίο με πολύ μεγάλη ποικιλομορφία αναπτύχθηκε, εξαιτίας του μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων και είναι δύσκολο να αξιολογηθεί το ύψος του ελληνικού τουρισμού αυτής της περιόδου συνολικά, πέρα από το κοινό προφίλ της οικογενειακής επιχείρησης και της εποχικότητας που χαρακτηρίζει τις τουριστικές επιχειρήσεις της εποχής.

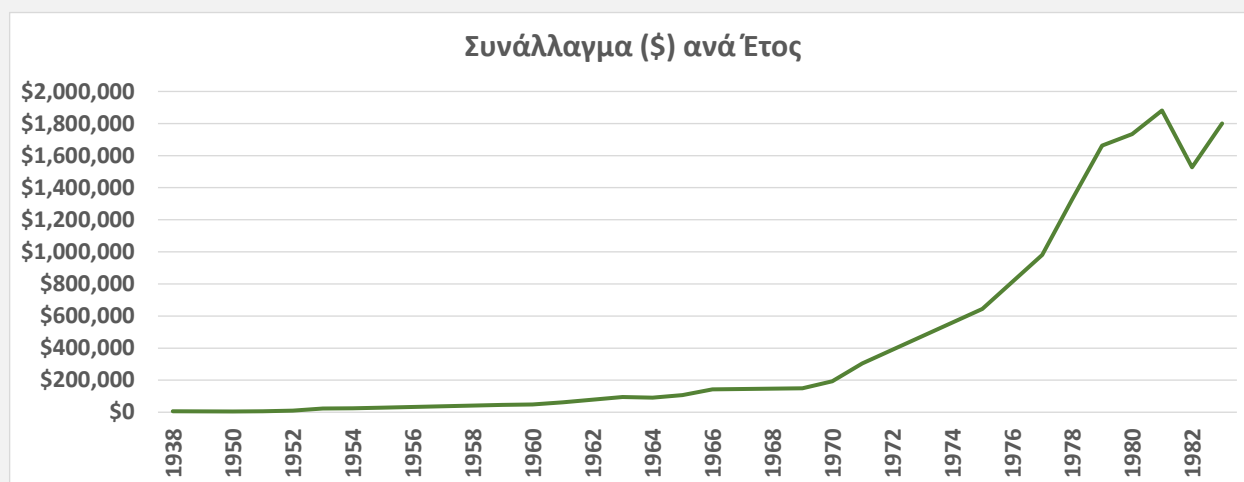
Η δεύτερη περίοδος του σύγχρονου τουρισμού στην Ελλάδα κλείνει περίπου στο 1990, όπου πλέον μπορούμε να μιλήσουμε για το σήμερα. Στα τέλη της δεύτερης περιόδου, συγκεκριμένα το 1980, μπορούμε να παρατηρήσουμε και στο *Γράφημα 3*, πως υπάρχει μια πτώση στα έσοδα από τον τουρισμό, λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, η οποία επηρέασε φυσικά και αυτόν τον κλάδο, καθυστερώντας παροδικά την ανάπτυξή του.



Γράφημα 1: Αριθμός επισκεπτών ανά έτος για την περίοδο 1938-1983, με πορτοκαλί η περίοδος ανόδου και πτώσης του καθεστώτος της δικτατορίας. Μπορούμε να παρατηρήσουμε, πως από το 1950 και μετά ξεκινά μια ανοδική πορεία, η οποία κορυφώνεται από το 1970 και μετά.



Γράφημα 2: Διαθέσιμες κλίνες σε μονάδες φιλοξενίας ανά έτος (1938-1983). Παρατηρούμε τη ραγδαία αύξησή τους μετά το 1970, που άμεσα σχετίζεται με τη δημιουργία νέων ξενοδοχειακών μονάδων.



Γράφημα 3: Συνάλλαγμα, από τον τουρισμό, σε Δολάρια ανά έτος (1938-1983). Φαίνεται ξανά η ραγδαία αύξηση μετά το 1970.



### 2.2.3. ΄Γ Περίοδος Ελληνικού Τουρισμού

Η τρίτη περίοδος του ελληνικού τουρισμού, ξεκινά εκεί που μας αφήνει η προηγούμενη, στα τέλη της δεκαετίας του '80 και καταλήγει στο σήμερα. Μέσα σε αυτά τα 30 χρόνια θα υπάρξουν σημαντικά κοινωνικοπολιτικά γεγονότα που θα αλλάξουν τον χαρακτήρα του τουρισμού, θα εμφανιστούν οι αδυναμίες της χώρας αλλά και του κλάδου και θα διαμορφωθεί η σημερινή γνώριμη εικόνα του τουρισμού.

Ξεκινώντας λοιπόν από τα τέλη της δεκαετίας του '80, μέχρι το 2002, ο κλάδος του τουρισμού στην Ελλάδα αναπτύσσεται σταθερά, κυρίως εξαιτίας του χαμηλού κόστους, τόσο στην παραγωγή, όσο και στην πώληση των τουριστικών προϊόντων της χώρας. Ταυτόχρονα, την ίδια περίοδο και συγκεκριμένα το 1981, η Ελλάδα ζει μια κομβική στιγμή για την σύγχρονη ιστορία της, καθώς εντάσσεται στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Το γεγονός αυτό θα επηρεάσει θετικά την ανάπτυξη του τουρισμού, μιας και η Ελλάδα αποκτά πλέον δικαιώματα σε επιχορηγήσεις από την Ε. Ε. και πολλές από αυτές είχαν στόχο την χρηματοδότηση της ανάπτυξης των τουριστικών προϊόντων της χώρας. Επίσης ως απόρροια της ένταξης στην Ευρώπη ήταν η διευκόλυνση των μετακινήσεων μεταξύ της Ελλάδας και των υπολοίπων κρατών που αποτελούσαν μέλος της Ε.Ε., μιας και δεν ήταν πλέον απαραίτητα τα διαβατήρια και η έκδοση βίζας για τη μετακίνηση των πολιτών. Όσον αφορά τον τουρισμό, αυτή η διευκόλυνση των μετακινήσεων θα θέσει την Ελλάδα ως ακόμη πιο ελκυστικό προορισμό για τους εισερχόμενους επισκέπτες με καταγωγή τα κράτη μέλη της Ε.Ε.. Αυτά τα δεδομένα σε συνδυασμό με τη σχετική πολιτική σταθερότητα, κυρίως κατά την πρώτη δεκαετία, θα θέσουν την ελληνική τουριστική βιομηχανία σε μια τροχιά ανάπτυξης για την περίοδο του 1980-2002.

Τα χρόνια που θα ακολουθήσουν, αντιθέτως, θα οδηγήσουν τον κλάδο σε ύφεση. Το 2002 είναι μια ακόμη χρονιά ορόσημο για την Ελλάδα και κυρίως για την ελληνική οικονομία. Το 2002 είναι η χρονιά που η Ελλάδα εισέρχεται στην Ευρωζώνη, αλλάζοντας επίσημα το μέχρι τότε νόμισμά της, τη Δραχμή, σε Ευρώ και ολοκληρώνοντας έτσι την ένταξή της στην «ευρωπαϊκή οικογένεια». Αυτό το γεγονός είχε ως αποτέλεσμα η ανεξάρτητη -σχετικά- ως τότε αγορά της Ελλάδας να μην είναι πλέον ανεξάρτητη, αλλά μέρος μιας ευρύτερης, πιο παγκοσμιοποιημένης, ευρωπαϊκής αγοράς. Η ουσία αυτού, είναι πως το κόστος ζωής της χώρας αυξήθηκε, επηρεαζόμενο από τις οικονομίες των υπόλοιπων πιο ανεπτυγμένων ευρωπαϊκών χωρών. Έτσι και το ελληνικό τουριστικό προϊόν άρχισε να αυξάνεται σε κόστος σταδιακά, ακυρώνοντας έτσι την καλή σχέση ποιότητας-τιμής που αναφέραμε για τα προηγούμενα χρόνια. Η ύφεση όμως παρότι ήδη άρχιζε να εκκολάπτεται την περίοδο του 2002 και ύστερα, δε θα γινόταν αισθητή μέσα στην επόμενη πενταετία, κυρίως εξαιτίας των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας το 2004 (Εικόνα 11). Η «Μεγάλη Γιορτή» θα δημιουργήσει ένα καθυστερημένο πνεύμα για τους Έλληνες καθώς εν όψη της έγιναν μεγάλες επενδύσεις, από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς, στον τομέα του τουρισμού, αλλά όχι μόνο. Μεγάλα έργα υποδομής υλοποιήθηκαν ώστε να προετοιμαστεί η χώρα να φιλοξενήσει τους Ολυμπιακούς. Από, προφανώς, αθλητικές εγκαταστάσεις, μέχρι το αεροδρόμιο των Σπατών, την Αττική οδό και την ανάπτυξη του δικτύου του μετρό, τεράστια έργα υποδομής έλαβαν χώρα πανελλαδικά. Αυτές οι επενδύσεις προφανώς ωφέλησαν τον τουρισμό και εκτός των πλαισίων των Ολυμπιακών αγώνων και πολλές από αυτές τις υποδομές ωφελούν τον τουρισμό -και όχι μόνο- μέχρι και σήμερα. Έτσι, αυτή την περίοδο και οι αφίξεις επισκεπτών συνέχισαν να σημειώνουν άνοδο, παρόλα αυτά μειωμένη, από 228% την περίοδο '70-'80 σε 40%. Η ύφεση του κλάδου όμως έγινε απότομα αισθητή στα επόμενα χρόνια, με κορύφωση τις χρονιές 2007, 2008 όπου ξεκινά η παγκόσμια οικονομική κρίση το 2007 και η ελληνική το 2008. Αν και οι συνθήκες της παγκόσμιας οικονομίας και ιδιαίτερα της ελληνικής, αυτή την περίοδο θα μπορούσαν εύκολα να μας οδηγήσουν στο συμπέρασμα πως και η κρίση του τουρισμού είναι συγκυριακή και οφείλεται στις επικρατούσες συνθήκες της παγκόσμιας οικονομίας της περιόδου, στην πραγματικότητα η παγκόσμια κρίση δεν ήταν παρά μόνο ένα μέρος της αιτίας. Η άναρχη και ανεξέλεγκτη ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας -όπως και σχεδόν ολόκληρης της

ελληνικής οικονομίας-, που εν μέρει οφείλεται και στην ακατάλληλη διαχείριση από πλευράς κράτους, μιας και κάθε αλλαγή κυβέρνησης συνοδεύονταν και από ανατροπές στο σχεδιασμό των προκατόχων, με αποτέλεσμα την αδυναμία χάραξης μιας ενιαίας και μακροχρόνιας στρατηγικής, η έλλειψη τουριστικής παιδείας, που οδήγησε στο να αντιμετωπίζεται ο κλάδος ως μια ευκαιρία για εύκολο και γρήγορο κέρδος, μέχρι και την ανεπαρκή προβολή και διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας, όλα αυτά συνέβαλαν στη δημιουργία της κρίσης του κλάδου. Η Ελλάδα και συνεπώς και ο τουρισμός θα διανύσουν μερικά δύσκολα χρόνια, εν μέσω κρίσης, με τους εισερχόμενους επισκέπτες να μειώνονται με σχετικά μικρούς ρυθμούς, περίπου 2-4% ετησίως, γεγονός σχετικά θετικό δεδομένης της κατάστασης. Αν και οι επενδύσεις θα παγώσουν κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, υπάρχουν και θετικά στοιχεία. Η κρίση αρχικά αποκάλυψε την πληγή στον κλάδο του τουρισμού και έτσι ήταν πλέον δυνατόν να αναγνωριστεί το πρόβλημα και να ληφθούν μέτρα για την αντιμετώπισή του. Παρ' ότι σίγουρα μέχρι και σήμερα το πρόβλημα του τουρισμού δεν έχει λυθεί, όπως ούτε το πρόβλημα των ελληνικών κυβερνήσεων ή της οικονομίας, η κρίση έφερε το θέμα στην επιφάνεια και είναι θετικό πως η αναγνώριση και συνεπώς η διαχείρισή του είναι πλέον προς συζήτηση.

*Εικόνα 11: Ολυμπιακό Γήπεδο Χόκεϊ, Αθήνα 2012. Η άλλη πλευρά των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Γήπεδα και εγκαταστάσεις εγκαταλείφθηκαν ακριβώς μετά το τέλος των αγωνισμάτων και τα περισσότερα μέχρι και σήμερα ρημάζουν. Ειδικά τα γήπεδα χόκεϊ, μπίτζμπολ, κλπ. Εξάιρεση αποτελούν τα γήπεδα μπάσκετ και ποδοσφαίρου.*





### 3. Τα Προβλήματα του Ελληνικού Τουρισμού

Αφότου, λοιπόν, έχουμε αποκτήσει μια εικόνα για την ιστορική εξέλιξη της τουριστικής βιομηχανίας της Ελλάδας, είναι στιγμή να εξερευνήσουμε τα προβλήματα του τουρισμού της χώρας μας στο σήμερα, ώστε να τα καταγράψουμε και να επιχειρήσουμε να κατανοήσουμε το αντίκτυπο που έχει η τουριστική βιομηχανία στο σύνολο της χώρας. Ξεκινώντας, είναι απαραίτητο να γίνει ένας σημαντικός διαχωρισμός των προβλημάτων που σχετίζονται με τον τουρισμό. Υπάρχουν δύο κατηγορίες προβλημάτων, αρχικά είναι αυτά που είναι ταυτόσημα με την έννοια των αρνητικών συνεπειών, πιο απλά, τα προβλήματα που προκαλεί ο τουρισμός, στην κοινωνία, το περιβάλλον, στη βιομηχανία ή σε οτιδήποτε άλλο. Από την άλλη, υπάρχουν τα προβλήματα που αναπτύσσονται στην ίδια την τουριστική βιομηχανία και αποτρέπουν την εύρυθμη λειτουργία της ή δυσχεραίνουν την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας ή ακόμη οδηγούν στην παρακμή της. Προφανώς τα προβλήματα που εν δυνάμει μπορεί να αναπτυχθούν στην τουριστική βιομηχανία μιας χώρας ή τα προβλήματα που μπορεί να προκαλέσει η βιομηχανία αυτή είναι αναρίθμητα, όπως συμβαίνει με οποιαδήποτε άλλη βιομηχανική ή οικονομική δραστηριότητα του ανθρώπου. Επίσης πολλά είναι τα προβλήματα που έχουν ήδη προκύψει παγκοσμίως στον τουρισμό και από τον τουρισμό. Κάποια είναι σχετικά με το παράδειγμα της Ελλάδας, κυρίως όσα είναι αποτέλεσμα παγκοσμίων τάσεων και μόδας, όμως υπάρχουν και αρκετά άλλα προβλήματα που δεν αφορούν την χώρα. Αυτό συμβαίνει επειδή παρότι η παγκοσμιοποίηση έχει επίδραση στον τομέα του τουρισμού -ίσως και σε μεγαλύτερο βαθμό απ' ό,τι σε άλλους τομείς μιας και ο εξωτερικός τουρισμός εξ' ορισμού αφορά ένα παγκόσμιο σκηνικό- και διαμορφώνει κατά κάποιον τρόπο το πλαίσιο λειτουργίας του, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα κάθε τόπου, είτε πολιτισμικά είτε γεωμορφολογικά είτε οτιδήποτε άλλο, προκαλούν πολλές φορές μοναδικά για τον κάθε τόπο προβλήματα. Σε αυτή τη μελέτη, με γνώμονα την αποτίμηση του τουρισμού της Ελλάδας, θα εστιάσουμε στα προβλήματα της εγχώριας τουριστικής βιομηχανίας, τα οποία χωρίζονται στις δύο κατηγορίες που αναφέραμε παραπάνω.

Στην Ελλάδα, λοιπόν, συγκεκριμένα, ένα από τα σοβαρότερα προβλήματα για τον ίδιο τον τουρισμό την τελευταία δεκαετία ήταν και είναι, όπως αναφέραμε και παραπάνω, η οικονομική κρίση που απασχολεί τη χώρα μέχρι και σήμερα, σε ένα βαθμό. Η μείωση της επιχειρηματικότητας, η γενική αίσθηση αβεβαιότητας, η παραμέληση του κλάδου καθώς και η εικόνα της χώρας στους επισκέπτες του εξωτερικού, είχαν σαν αποτέλεσμα την επιβράδυνση της ανάπτυξης του εγχώριου τουριστικού προϊόντος. Η κρίση όμως δεν είναι μόνο οικονομική και δεν είναι το μόνο πρόβλημα. Με την σχέση ποιότητας-τιμής του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος συνεχώς να μειώνεται, είναι όλο και πιο δύσκολο να παραμείνει ο κλάδος ανταγωνιστικός σε σύγκριση με την παγκόσμια κατάσταση. Ταυτόχρονα, έχουμε επαναπαυθεί σε ιδεοληψίες που θεωρούν την Ελλάδα ως την ομορφότερη χώρα με τον πιο εξαιρετικό φυσικό πλούτο και έχουμε στηριχθεί στο κάλλος των παραλιών, οι οποίες και αυτές φθείρονται με τον χρόνο και την παραμέληση, γεμίζοντας κάθε χρόνο με ολοένα και περισσότερους επισκέπτες, με αποτέλεσμα να γεμίζουν οι ακτές της χώρας και με πρόχειρες κατασκευές για να εξυπηρετήσουν αυτούς τους επισκέπτες, οπτικά μιάσματα κατά την άποψή μου, ξαπλώστρες, ομπρέλες αλλά και με σκουπίδια. Η Ελλάδα, στην πραγματικότητα είναι μια χώρα με την εξής εικόνα, βάσει των ανθρώπων που την επισκέπτονται, όσον αφορά το προϊόν μαζικού τουρισμού της: μέτριες προς καλές ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις και υποδομές και μέτρια προς κακή, ακόμα και πολύ κακή, ποιότητα στις παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες και στην εξυπηρέτηση πελατών. Όσον αφορά το προϊόν εναλλακτικού τουρισμού της χώρας, αν και είναι ακόμα μικρό ποσοστό της γενικότερης τουριστικής βιομηχανίας της Ελλάδας, η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι σε καλύτερο επίπεδο από του μαζικού τουρισμού. Αυτή η κατηγορία όμως πάσχει από έντονη ανομοιομορφία ανάλογα με την περιοχή και την επίχρηση. Με την εικόνα αυτή να διασπείρεται στις μέρες μας όλο και πιο γρήγορα και έντονα χάρη στα ψηφιακά μέσα κοινωνικής

δικτύωσης, τα οποία δίνουν δίοδο έκφρασης στον κάθε επισκέπτη ξεχωριστά, είναι ξεκάθαρο πως πρέπει να διατηρούνται οι επισκέπτες ικανοποιημένοι, σχεδόν στο απόλυτο.

Όμως, για να καταφέρουμε να αποκωδικοποιήσουμε τα προβλήματα του τουρισμού και να γίνουν αντιληπτά, πρέπει πρώτα να κατανοήσουμε πώς ακριβώς λειτουργεί αυτό το προϊόν. Είναι λογικό, πολλοί να πιστεύουν ότι ο τουρισμός λειτουργεί όπως οι υπηρεσίες, μιας και μιλάμε για κάτι άυλο, το οποίο έχει όντως πολλά κοινά με τα προϊόντα υπηρεσιών. Στην πραγματικότητα όμως, η βιομηχανία του τουρισμού δεν παράγει απλώς μια υπηρεσία, αλλά κάτι πολύ πιο πολύπλοκο. Είναι ένας συνδυασμός υλικών προϊόντων, υπηρεσιών, περιβάλλοντος, δραστηριοτήτων και ανθρώπων (Σιγάλα & Χρήστου, 2014), από αυτούς που εργάζονται στα τουριστικά επαγγέλματα, μέχρι τους επισκέπτες. Το τουριστικό προϊόν όμως παρουσιάζει και τα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών, το γεγονός ότι δε μπορεί κανείς να το αξιολογήσει πραγματικά προτού το αγοράσει, η άμεση εξάρτησή του από τον ανθρώπινο παράγοντα και η ταυτόχρονη παραγωγή και κατανάλωσή του, η οποία απαιτεί από τους παρόχους τουριστικών προϊόντων να είναι προετοιμασμένοι ανά πάσα στιγμή ώστε να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους και να ικανοποιούν τις επιθυμίες του επισκέπτη. Αντιλαμβανόμαστε, συνεπώς, πως ο τουρισμός είναι μια βιομηχανία που έχει διπλή υπόσταση, πρώτων ως προϊόν και δεύτερων ως υπηρεσία. Έτσι, αν το κατηγοριοποιήσουμε περαιτέρω, μπορούμε να αξιολογήσουμε το πώς λειτουργεί ο τουρισμός, πρώτων, και την ποιότητα του παραγώγου του, δεύτερων. Το λειτουργικό κομμάτι του τουρισμού αποτελείται όπως είπαμε από μία μίξη υλικών και άυλων πόρων, ενώ το παράγωγο του τουρισμού είναι κυρίως άυλο.

Όσον αφορά τη λειτουργία του τουρισμού, θα μπορούσαμε να πούμε πως η υποδομή, δηλαδή τα ξενοδοχεία, τα αεροδρόμια, οι δρόμοι, τα λιμάνια, τα αξιοθέατα, τα εστιατόρια, οι χώροι αναψυχής, κ.λπ., ανήκουν στα προϊόντα, ενώ οι εργαζόμενοι, οι δραστηριότητες σε αυτούς τους χώρους και η εξυπηρέτηση των πελατών θα λέγαμε πως ανήκουν στις υπηρεσίες. Αυτό που παράγεται και τελικά εμπορεύεται η βιομηχανία αυτή, θα λέγαμε πως γενικά είναι κάτι άυλο, αλλά είναι απαραίτητο να διευκρινίσουμε τι ακριβώς είναι. Οι πελάτες αυτό που αγοράζουν και καταναλώνουν δεν είναι κάτι άλλο παρά μια εμπειρία, αγοράζουν την υπόσχεση ενός χρονικού διαστήματος το οποίο θα τους προσφέρει μερικά οφέλη, όπως ξεκούραση, μάθηση, ή διάφορα ψυχολογικά οφέλη και αυτό πρέπει και οι πάροχοι του τουριστικού προϊόντος να επιδιώκουν να προσφέρουν.

Στα επόμενα κεφάλαια θα αναπτύξουμε κάποια προβλήματα του τουρισμού που μας απασχολούν προσωπικά και θα προσπαθήσουμε να καταλάβουμε σε βάθος ό,τι παρατηρήσαμε όλα αυτά τα χρόνια στην Κρήτη. Επίσης, στην τελευταία ενότητα αυτού του κεφαλαίου θα κάνουμε μια συνοπτική καταγραφή των κύριων προβλημάτων του ελληνικού τουρισμού γενικά. Είναι σημαντικό να σημειωθεί πως τα ζητήματα με τον τουρισμό δεν περιορίζονται σε ό,τι αναφέρουμε σε αυτό το άρθρο και στην πραγματικότητα η αξιολόγηση του ζητήματος της λειτουργίας του τουρισμού δεν είναι δυνατόν να περιοριστεί στα πλαίσια μιας μεμονωμένης μελέτης. Τα προβλήματα στα οποία εστιάζουμε είναι εν μέρει αυτά που συναντήσαμε συχνότερα κατά την έρευνά μας, ή αυτά που μας έκαναν τη μεγαλύτερη εντύπωση και τέλος κάποια από αυτά είναι ζητήματα τα οποία έχουν ένα βαθμό πρωτοτυπίας, υπό την έννοια πως δεν τα έχουμε δει να συζητούνται γενικά. Τα προβλήματα που αναλύουμε περιλαμβάνουν τόσο προβλήματα που προκαλούνται εξαιτίας του τουρισμού, όσο και προβλήματα του ίδιου του τουρισμού.

### 3.1. Η Αφοσίωση στη Βόρεια Ευρώπη-Το Παράδειγμα των Νησιών του Ιονίου

Ένα από τα βασικότερα προβλήματα, λοιπόν, που ήδη πλήττουν την Ελλάδα, αλλά όπως φαίνεται και στις περισσότερες χώρες του κόσμου, είναι αυτή της στερεοτυπικής εικόνας που έχει δημιουργηθεί στην αντίληψη των επισκεπτών για τη χώρα που επισκέπτονται και τις προσδοκίες που δημιουργούν. Για παράδειγμα, αν μιλήσουμε για την Ελβετία, οι σοκολάτες, τα θέρετρα στις Άλπεις και μια αίσθηση

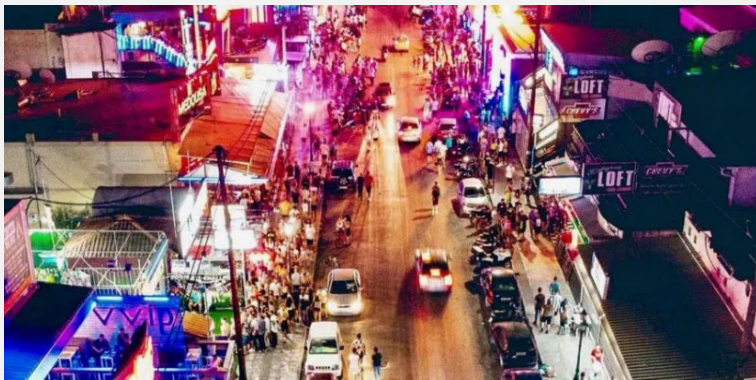
πολυτέλειας έρχονται στο μυαλό, για την Ισπανία, κοντά στο στερεότυπο της Ελλάδας, υπάρχει ο ήλιος, η θάλασσα, το μεσογειακό κλίμα, όσον αφορά τις Ιβηρικές ακτές και τα τροπικά νησιά της, αλλά και η αρχιτεκτονική της και ο πολιτισμός όσον αφορά την ενδοχώρα. Στην περίπτωση της Ελλάδας, η θάλασσα και ο ήλιος είναι σίγουρα παρόντες, σε τέτοιο βαθμό που κοντεύουν να εξουδετερώσουν οτιδήποτε άλλο έχει να προσφέρει η χώρα, το ελληνικό φαγητό, ο αρχαίος πολιτισμός και η φιλοξενία των ντόπιων. Ενώ από μόνες τους αυτές οι προσδοκίες μπορεί να μη βλάπτουν τον τουρισμό ή την τοπική κοινωνία, αρχίζουν να γίνονται προβληματικά όταν γίνονται στερεότυπα και πόσο μάλλον όταν οι ίδιοι οι κάτοικοι της χώρας υποδοχής τα ενστερνίζονται. Αυτό μας οδηγεί σε μια κατάσταση που αποκολλά την τουριστική εμπειρία από την πραγματικότητα και αρχίζει να θυμίζει ένα θεματικό πάρκο, όπου οι επισκέπτες αλληλοεπιδρούν με υπαλλήλους-ηθοποιούς, οι οποίοι παίζουν ένα συγκεκριμένο ρόλο, στην περίπτωση της Ελλάδας, το ρόλο του φιλόξενου, του ζεστού κλπ., με γνώμονα το κέρδος. Άρα, συζητάμε στην ουσία για μια κατάσταση όπου ένα υπάρχον στερεότυπο δημιουργεί προσδοκίες στους επισκέπτες, οι οποίες στη συνέχεια επηρεάζουν τους υποδοχείς, με αποτέλεσμα να δημιουργεί μια μη ειλικρινή εμπειρία διακοπών για τους επισκέπτες. Ένα ακόμη φαινόμενο, παρόμοιο με το προηγούμενο, υπάρχει και επηρεάζει και αυτό τον Ελληνικό τουρισμό, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια. Μιλάμε για την περίπτωση όπου οι προσδοκίες των επισκεπτών δεν έχουν καμία σχέση με τον πολιτισμό της χώρας υποδοχής, παρά επιθυμούν να σπαταλήσουν τις διακοπές τους σε ένα περιβάλλον που μιμείται τη χώρα τους, αλλά ταυτόχρονα συνδυάζει κάποια στοιχεία της χώρας υποδοχής. Η πιο αντιληπτή έκφραση αυτής της τάσης είναι η δημιουργία τουριστικών ζωνών οι οποίες δεν έχουν πλέον κανένα στοιχείο που να θυμίζει τον πολιτισμό ή την κουλτούρα της χώρας που βρίσκονται παρά μιμούνται έντονα τα χαρακτηριστικά της χώρας καταγωγής των επισκεπτών και συνήθως έλκουν τουρίστες από αυτή τη συγκεκριμένη χώρα. Για παράδειγμα, στην Ελλάδα, μπορούμε να δούμε τη Ζάκυνθο και συγκεκριμένα την περιοχή του Λαγανά, ο οποίος έχει εδώ και χρόνια μετατραπεί σε ένα θέρετρο φτήνιας (Εικόνα 12, Εικόνα 13, Εικόνα 14), για Βρετανούς τουρίστες, όπου προσφέρει ακριβώς αυτό που αναζητούν: φτηνό ποτό στις ατελείωτες Pub, που έχουν φτιαχτεί να είναι ελκυστικές στους τουρίστες, φτηνό τηγανιτό φαγητό στα τύπου «fast food» εστιατόρια της περιοχής, χαμηλής ποιότητας καταλύματα, μιας και ο χώρος διαμονής δεν είναι προτεραιότητα για του επισκέπτες της περιοχής, αμέτρητες πισίνες, κυριολεκτικά 50 μέτρα από την ακτή και ασταμάτητη «διασκέδαση», προφανώς πάντα σε συνδυασμό με το μεσογειακό κλίμα, τον ήλιο και τη θάλασσα, που οι επισκέπτες της Βόρειας Ευρώπης δεν έχουν στις πατρίδες τους. Ένα ακόμη τέτοιο παράδειγμα, είναι ολόκληρο το νησί της Ίου, όπου είναι φτιαγμένο στα ίδια πρότυπα με τον Λαγανά, έχει ως στόχο την προσέλκυση των νεαρών Βόρειο-ευρωπαίων και αν το επισκεφτεί κανείς, γρήγορα θα παρατηρήσει πως σε ελάχιστα μαγαζιά εργάζονται πλέον Έλληνες, μιας και προτιμώνται τα άτομα που κατάγονται από τη Βόρεια Ευρώπη, ώστε να νιώθουν ακόμα πιο οικείοι οι επισκέπτες. Παρόλα αυτά, η Ίος, σε αντίθεση με το Λαγανά, κατάφερε να διατηρήσει ένα κομμάτι του χαρακτήρα του κυκλαδίτικου νησιού, τουλάχιστον αρχιτεκτονικά (Εικόνα 15), κυρίως χάρη στους αυστηρούς κανονισμούς δόμησης των νησιών των Κυκλάδων και τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια βελτίωση. Τα προβλήματα που προκύπτουν με αυτό το μοντέλο τουρισμού είναι πολλά. Αρχικά το προφανές, αλλοτριώνεται εξ ολοκλήρου ο πολιτισμός, η κουλτούρα και ο χαρακτήρας της χώρας που πλήττεται από αυτό το φαινόμενο. Η περιοχές που υπάρχει τέτοιου είδους ανάπτυξη παύουν να θυμίζουν στους ντόπιους τη χώρα τους, μοιάζουν με φτηνές απομιμήσεις ξένων προτύπων και ως εκ τούτου δεν είναι ελκυστικές για τους μόνιμους κατοίκους. Αυτό από μόνο του έχει σημαντικές προεκτάσεις, όπως η μονολειτουργικότητα των ζωνών αυτών, που με τη σειρά της έχει σαν αποτέλεσμα την ερήμωση αυτών των ζωνών για κάποιες ώρες της ημέρας ή ακόμα και για ολόκληρους μήνες. Ένα ακόμη πρόβλημα, το οποίο δε συνοδεύει απαραίτητα αυτό το φαινόμενο γενικά, μα στην Ελλάδα είναι σύνηθες, είναι πως αυτές οι ζώνες συχνά βρίσκονται απομονωμένες, σαν νησίδες φτήνιας, εκτός ιστού, γεγονός που προκαλεί αστικά κενά και φαινόμενα αστικής διάχυσης, με ό,τι αυτό



συνεπάγεται. Αν για αυτό το μοντέλο αναφέρονται μόνο τα δύο παραδείγματα της Ζακύνθου και της Ίου, αξίζει να σημειωθεί πως αντίστοιχα παραδείγματα είναι συχνά στην Ελλάδα, κυρίως στα νησιά, λιγότερο ή περισσότερο εκτεταμένα, αλλά σίγουρα υπαρκτά. Είναι, λοιπόν, αντιληπτό πως κατά την προσπάθεια να ικανοποιηθούν οι απαιτήσεις και προσδοκίες του εξωτερικού τουρισμού, χάθηκαν τα όρια. Ο εσωτερικός τουρισμός και η βιώσιμη ανάπτυξη ξεχάστηκαν ή μπήκαν σε δεύτερη μοίρα.



Εικόνα 12: Όπως και στην Εικόνα 13, και 14 βλέπουμε την περιοχή του Λαγανά, η οποία μας δίνει την αίσθηση ενός φτηνιάρικου Las Vegas, γεμάτο χρωματιστά φώτα και μεθυσμένους τουρίστες να περιφέρονται.



Εικόνα 13



Εικόνα 14



Εικόνα 15: Η χώρα της Ίου, παρατηρούμε πως διατηρείται ο χαρακτήρας της κυκλαδίτικης «χώρας» σε αντίθεση με την εικόνα του Λαγανά.

### 3.2. Το Παράδοξο των Ελληνικών Νησιών

Ένα ακόμη αμφιλεγόμενο σημείο του Ελληνικού τουρισμού, το οποίο συμπεριλαμβάνει αρκετά προβλήματα και ερωτήματα, είναι ο τρόπος με τον οποίο έχουν καταλήξει να λειτουργούν τα νησιά της χώρας, ούτως ώστε να είναι ικανά να εξυπηρετήσουν τις ορδές των καλοκαιρινών επισκεπτών και τις απαιτήσεις τους. Η Ελλάδα διαθέτει μια πληθώρα από νησιά, μικρότερα και μεγαλύτερα, τα οποία μέχρι πρότινος διέθεταν μια δική τους, αυτοσυντηρούμενη, μικροοικονομία, ικανή να εξυπηρετεί τις ανάγκες των μόνιμων κατοίκων, οι οποίες προφανώς προσαρμόζονταν και στις ικανότητες αυτής της μικροοικονομίας. Με την αύξηση την τουριστικής ζήτησης των νησιών, ήρθαν και αλλαγές στον τρόπο ζωής και χρειάστηκαν να δρομολογηθούν υποστηρικτικά έργα και δράσεις ώστε να «αναβαθμιστεί» ο τρόπος λειτουργίας τους. Κατασκευάστηκαν υποθαλάσσια δίκτυα ηλεκτροδότησης, ώστε να καλύπτεται η αυξημένη κατανάλωση που προέκυψε από τον τουρισμό, τα άνυδρα νησιά του Αιγαίου αναγκάστηκαν να τροφοδοτούνται με νερό από δεξαμενόπλοια που τακτικά προμηθεύουν τα νησιά τους καλοκαιρινούς μήνες. Ακόμη και φαγητό προμηθεύονται, κατεψυγμένα θαλασσινά και οτιδήποτε άλλο μπορεί να επιθυμούν οι ξένοι τουρίστες που τα επισκέπτονται. Βλέπετε, οι επισκέπτες από το εξωτερικό δεν είναι συνηθισμένοι σε αυτό το κλίμα και αυτές τις συνθήκες. Τα ξενοδοχεία αναγκάζονται να παρέχουν συστήματα κλιματισμού, ώστε να νιώθουν άνετα οι ένοικοι, πισίνες γιατί πολλοί από αυτούς τις προτιμούν έναντι της θάλασσας, ακόμη και αν η ακτή βρίσκεται μερικά μέτρα μακριά. Έτσι δεν μπορούν πλέον οι υποδομές των νησιών, οι οποίες είναι υπολογισμένες για τους ντόπιους, να καλύψουν αυτές τις απαιτήσεις. Οι δομές υγείας, επίσης δεν επαρκούν για να καλύψουν τον σημερινό αριθμό επισκεπτών, ένα σύστημα μεταφοράς με ελικόπτερα στήθηκε στα νησιά για τις περιπτώσεις ατυχημάτων, τα οποία φροντίζουν τη μεταφορά των ασθενών στην Αθήνα όταν χρειάζεται. Πλέον μέχρι και οι υπάλληλοι που εργάζονται στα καταστήματα, τα εστιατόρια και τα ξενοδοχεία των νησιών δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι. Οι περισσότεροι εργάζονται εποχιακά στα νησιά και τους χειμερινούς μήνες επιστρέφουν στην ενδοχώρα. Παρότι, λοιπόν, με αυτές τις εξελίξεις στις υποδομές των ελληνικών νησιών μπορεί να επωφελούνται και οι μόνιμοι κάτοικοι, όπως από το πιο αξιόπιστο δίκτυο ηλεκτροδότησης για παράδειγμα, δημιουργείται ένα παράδοξο. Αυτή η εικόνα της απλότητας των ελληνικών νησιών, του λιτού τρόπου ζωής, της απομόνωσης, για να την απολαύσουμε με την άνεση και την πολυτέλεια που θα μας παρέιχε μια δομή φιλοξενίας σε μια πρωτεύουσα πιθανόν, κρύβει πλέον πίσω της έναν εξαιρετικά σύνθετο υποστηρικτικό μηχανισμό, οι οποίος φροντίζει για τις σύγχρονες παροχές που απαιτούν οι επισκέπτες. Το πρόβλημα βρίσκεται ακριβώς στην προηγούμενη πρόταση. Υπάρχει ενδιαφέρον να καλυφθούν οι ανάγκες των επισκεπτών, όσο παράλογες και αν είναι. Το ζήτημα είναι που θέτουμε τα όρια βέβαια για το τι είναι παράλογο. Από τη δική μας σκοπιά, είναι παράλογο να προμηθεύεται ένα νησί με χιλιάδες λίτρα νερού, ώστε να γεμίζουν οι αμέτρητες πισίνες των ξενοδοχείων και beach bar, ενώ τα σχετικά μικρά νησιά της Ελλάδας περιτριγυρίζονται εξ ορισμού από θάλασσα. Επίσης παράλογες είναι οι απαιτήσεις για παράδοξα τοπία, δηλαδή η προσδοκία να δημιουργηθεί ένα περιβάλλον ξένο, σε ένα τόπο που δεν προορίζεται να φιλοξενήσει την επιθυμητή παρέμβαση. Σε αυτήν την περίπτωση ανήκουν, για παράδειγμα, οι δομές που φυτεύουν τεράστιες εκτάσεις με γρασίδι, το οποίο απαιτεί εντατική παροχή νερού, ενώ βρίσκονται σε άνυδρο περιβάλλον, ή γενικότερα φύτευση μη ενδογενών φυτών ή βλάστησης, για αισθητικούς λόγους, πολλές φορές σε συμφωνία με την αισθητική των τουριστών. Με αυτές τις λογικές καταλήγουμε να αντιλαμβανόμαστε τα νησιά, ή οποιαδήποτε κομμάτι γης, σαν κάτι εκτός περιεχομένου, σαν κάτι χωρίς ουσία, σαν να μην ανήκει σε ένα ευρύτερο περιβάλλον. Αγνοούμε συνεπώς πλήρως την έννοια του τόπου, που αλληλένδετα συμβαδίζει με το κλίμα, τις συνθήκες, τις δυνατότητες μιας περιοχής ή ακόμα και την κουλτούρα της, σε περίπτωση που συζητάμε για μια κατοικημένη περιοχή. Αυτή η συνθήκη, οδηγεί στο να βλέπουμε τα νησιά καθαρά ως επενδυτικές ευκαιρίες, σαν κομμάτια γης προς εκμετάλλευση και όχι σαν φυσικό πλούτο, τις περιβαλλοντικές συνθήκες δε, τις αντιμετωπίζουμε ως ένα εμπόδιο στην ανθρώπινη επιθυμία, το οποίο επιχειρούμε να νικήσουμε

μέσω εκτενών παρεμβάσεων που καταλήγουν σε επίδειξη της δύναμης που έχει αποκτήσει ο άνθρωπος έναντι της φύσης, στην ουσία σε ένα πόλεμο. Η ειρωνεία σε αυτό είναι πως εύκολα μπορεί να παρεξηγηθεί και να θεωρήσει κάποιος ότι ο πόλεμος είναι μεταξύ ανθρώπου και φύσης, ενώ στην ουσία είναι ένας πόλεμος μεταξύ του ανθρώπου και του εαυτού του, μεταξύ του ανθρώπου και του σκοπού που έχει θέσει, δηλαδή εν τέλει, λειτουργεί ενάντια ακόμα και στην ανάπτυξη του τουρισμού. Ο λόγος για αυτό είναι απλός. Μέσα από αυτή την εκτός ορίων διαδικασία «ανάπτυξης» το φυσικό τοπίο αλλοιώνεται και η ανθρώπινη παρέμβαση αρχίζει να το ανταγωνίζεται. Ταυτόχρονα, ένα από τα στοιχεία που αποτελούν πόλο έλξης για τον τουρισμό στην Ελλάδα, αν όχι το σημαντικότερο, είναι ο φυσικός πλούτος. Έτσι, μπαίνουμε σε μια τροχιά που έχουμε ήδη συναντήσει στην Ισπανία και μοιάζει σα να πριονίζουμε το κλαδί που μας στηρίζει, μιας και ένα σημαντικό στοιχείο της Ελληνικής γοητείας το υποβαθμίζουμε επικίνδυνα όσο περνά ο καιρός. Εν κατακλείδι, είναι πολύ σημαντικό να βρεθεί μια ισορροπία μεταξύ της επιθυμίας να ικανοποιήσουμε τις απαιτήσεις και προσδοκίες των επισκεπτών, με οποιονδήποτε τρόπο αυτές προκύπτουν και της διατήρησης του χαρακτήρα, της βιώσιμης ανάπτυξης καθώς και την εξασφάλιση του να παραμείνει οποιοσδήποτε τόπος τουρισμού ελκυστικός και αξιοποιήσιμος και από τους κατοίκους της χώρας υποδοχής.



### 3.3. Αστική Διάχυση

#### 3.3.1. Το Παράδειγμα των Χανίων

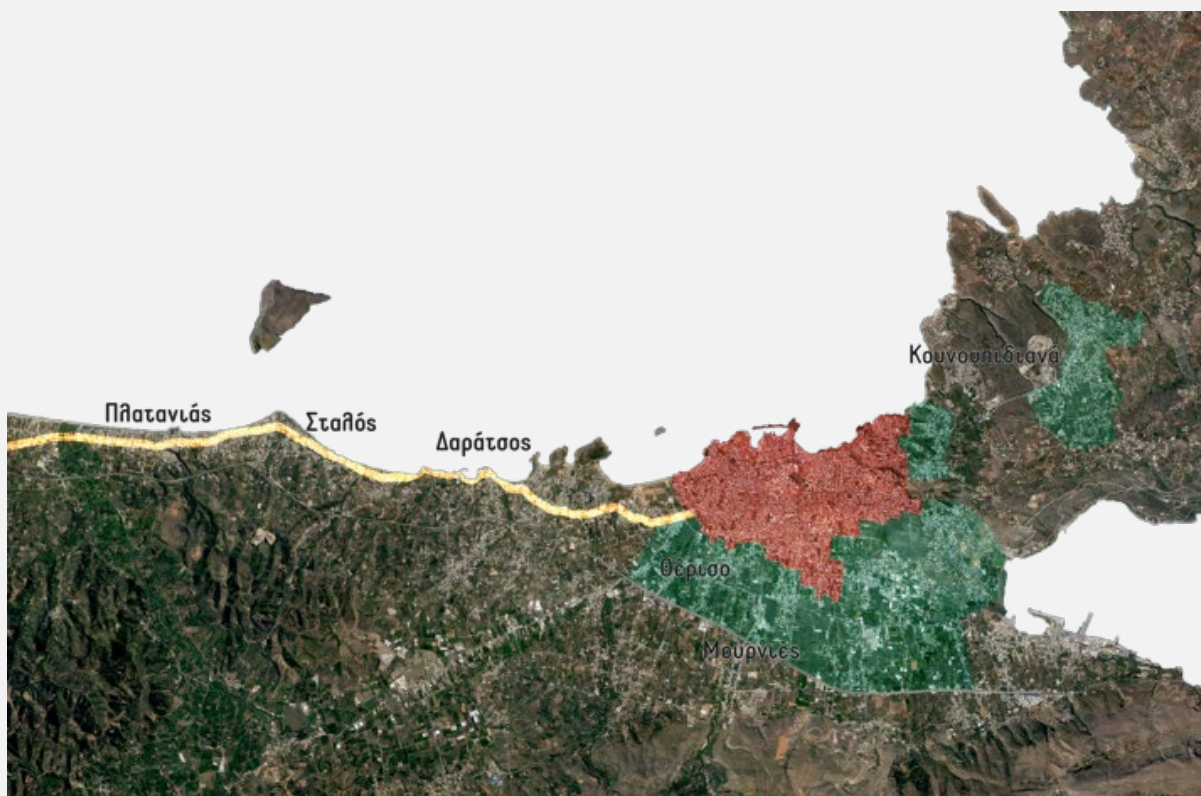
Ένα σημαντικό ζήτημα με τον τουρισμό στη χώρα μας είναι το φαινόμενο της αστικής εξάπλωσης, *urban sprawl*, το οποίο μπορούμε να παρατηρήσουμε σε πολλές περιοχές της Ελλάδας. Το φαινόμενο της αστικής εξάπλωσης είναι ένα αρκετά συζητημένο και επίκαιρο θέμα, ειδικά για τον πολεοδομικό σχεδιασμό και την οργάνωση των πόλεων. Γενικότερα, η αστική εξάπλωση είναι μια έννοια που χρησιμοποιείται για να χαρακτηρίσει μοντέλα επαχθούς ανάπτυξης μιας πόλης τα οποία πληρούν ορισμένα χαρακτηριστικά και αναγνωρίζεται βάσει ορισμένων κριτηρίων. Συνοπτικά τα χαρακτηριστικά περιοχών που αποτελούν παραδείγματα αστικής εξάπλωσης είναι τα εξής:

- Χαμηλή πυκνότητα κατοίκησης
- Μη ελεγχόμενη ανάπτυξη της πόλης
- Αποκομμένη ανάπτυξη
- Έλλειψη σχεδίου επέκτασης
- Μετακίνηση κυρίως με Ι.Χ.
- Μη σαφής έλεγχος χρήσεων γης
- Διασπασμένες χρήσεις γης
- Διαχωρισμός χρήσεων γης
- Κακές σχέσεις μεταξύ χρήσεων γης
- Μεγάλες διαφορές στη δημοσιονομική ικανότητα των υποπεριοχών
- Επιμήκης γραμμική ανάπτυξη εμπορικών ζωνών
- Εξάρτηση από την αστική τάξη ώστε να προκύψει στέγαση και για τα χαμηλότερα οικονομικά στρώματα

Τα προβλήματα που μπορεί να προκαλέσει στη συνέχεια ένα φαινόμενο αστικής εξάπλωσης σχετίζονται με τη λειτουργία της εκάστοτε πόλης, θύμα της αστικής εξάπλωσης και επηρεάζουν από την καθημερινότητα των κατοίκων μέχρι το περιβάλλον και την οικονομία. Συνοπτικά, οι πιο συνηθισμένες συνέπειες αστικής εξάπλωσης είναι οι εξής:

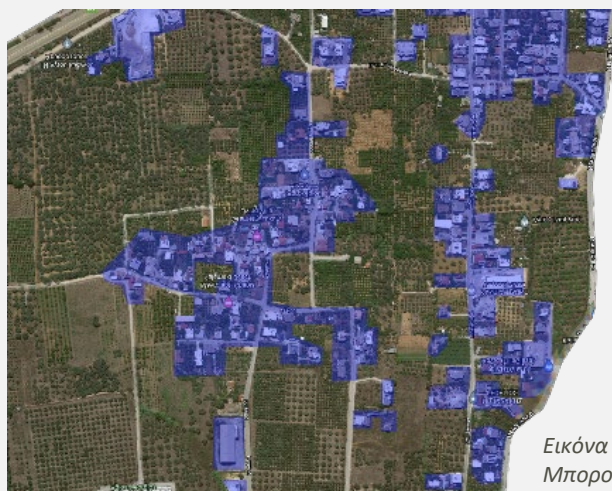
- Οικολογικές: Η αστική εξάπλωση μπορεί να οδηγήσει στην καταστροφή της φύσης και των καλλιεργήσιμων εκτάσεων μιας περιοχής, δίχως να υπάρχει ορθός λόγος, παρά ευθύνεται η ανεξέλεγκτη δόμηση και η ασυνέχεια ή μη συμπαγής ανάπτυξη του αστικού ιστού, προς σημεία που δεν υπήρχε ανάγκη ανάπτυξης.
- Συμφόρηση: Η πυκνή δόμηση μιας πόλης απαιτεί λιγότερες μετακινήσεις και για μικρότερες αποστάσεις, μειώνοντας έτσι τα προβλήματα στην κυκλοφορία. Επίσης, τα μέσα μαζικής μεταφοράς λειτουργούν καλύτερα και γενικότερα το κόστος μετακίνησης είναι χαμηλότερο σε σχέση με αραιοκατοικημένες πόλεις. Είναι συχνό κατά τα φαινόμενα αστικής εξάπλωσης, οι εν λόγω περιοχές να είναι αραιοκατοικημένες, ως συνέπεια προκύπτουν προβλήματα στις μετακινήσεις, από κίνηση μέχρι και αδυναμία μετακίνησης.
- Κοινωνικές: Κατά την αστική εξάπλωση πολλές φορές παρατηρείται η όξυνση φυλετικών και κοινωνικών διαχωρισμών. Στις περιοχές αστικής εξάπλωσης είναι συχνό να μην υπάρχουν αρκετές υπηρεσίες ή να υπολειτουργούν με αποτέλεσμα οι κάτοικοι αυτών των περιοχών να είναι απαραίτητο να μετακινούνται για να εξυπηρετηθούν. Έτσι, άνθρωποι που δεν έχουν πρόσβαση σε αξιόπιστη ή άνετη μετακίνηση αναγκάζονται να κατοικήσουν στο κέντρο της πόλης. Η προέκταση αυτού, είναι η συσσώρευση φτώχειας στο κέντρο της πόλης σε πολλές περιπτώσεις.

Ο τουρισμός πανελλαδικά, για διαφορετικούς λόγους και με διαφορετικούς τρόπους έχει δημιουργήσει αναπτύξεις που εμπίπτουν στο φαινόμενο της αστικής εξάπλωσης και μπορούμε να τις αναγνωρίσουμε



Εικόνα 16: Τα Χανιά και οι περιοχές στις οποίες εντοπίζουμε φαινόμενα αστικής διάχυσης. Με κόκκινο το κέντρο των Χανίων, με πράσινο οι περιοχές διάσπαρτης δόμησης και με κίτρινο οι περιοχές γραμμικής ανάπτυξης.

Εικόνα 17: Κουνουπιδιανά, Χανιά. Με μπλε διακρίνουμε το δομημένο. Μπορούμε να παρατηρήσουμε ξεκάθαρα τη διάσπαρτη μορφή της δόμησης.



Εικόνα 18: Μουρνιές, Χανιά. Με μπλε διακρίνουμε το δομημένο. Μπορούμε και εδώ να παρατηρήσουμε τη διάσπαρτη δόμηση.

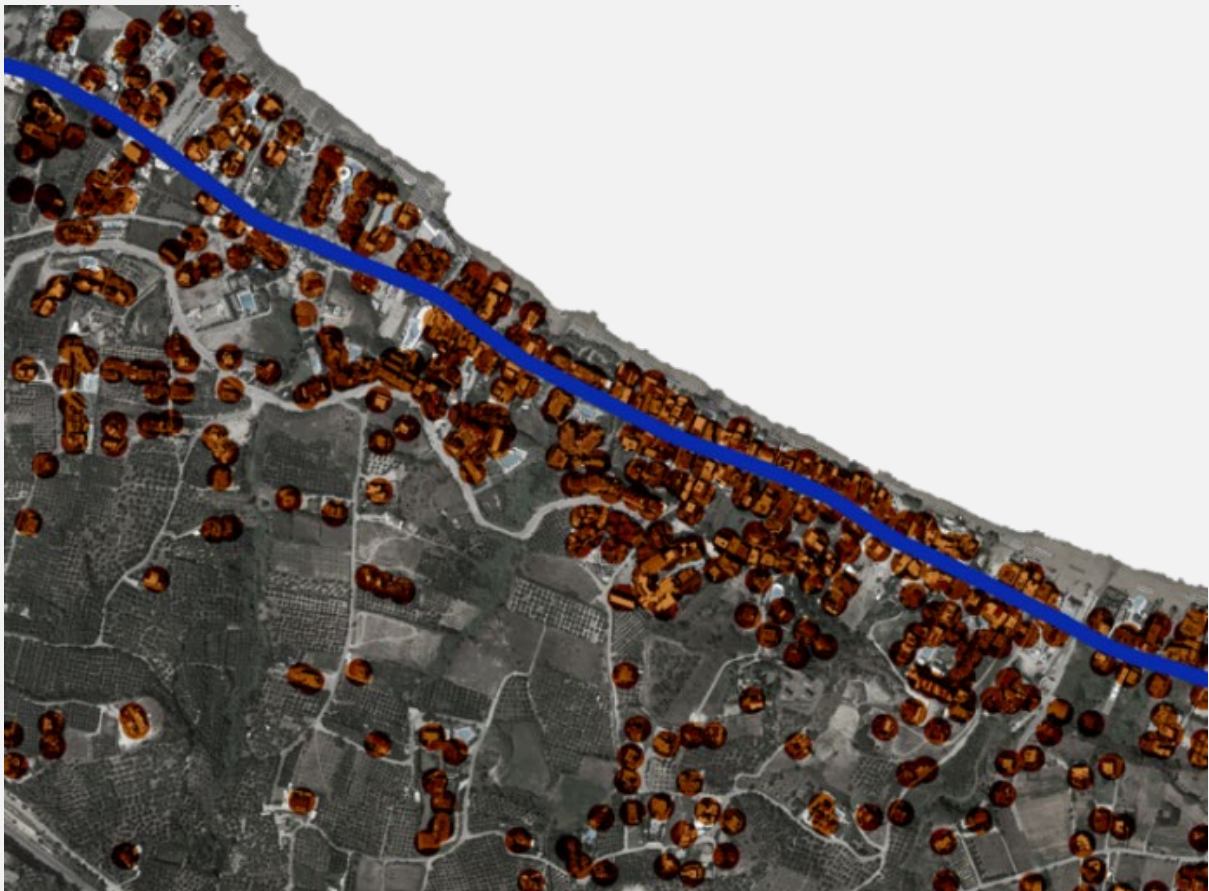
ως τέτοια φαινόμενα. Το γεγονός αυτό είναι αναμενόμενο, μιας και ο τουρισμός στη χώρα μας πλήττεται από φαινόμενα που συνήθως είναι αυτά που προκαλούν ή περιγράφουν την αστική εξάπλωση, συγκεκριμένα, το γενικό πνεύμα κερδοσκοπίας και αδιαφορίας για οτιδήποτε άλλο εκτός του προσωπικού κέρδους, που χαρακτηρίζει σε μεγάλο βαθμό την τουριστική επιχειρηματικότητα της χώρας, τα μεγάλα ποσά που διατίθενται για τον τουρισμό και από πλευράς επιχειρηματιών αλλά και επισκεπτών, η ανάγκη για ανάπτυξη της πόλης, ώστε όχι μόνο να καλύψει τις ανάγκες του τουρισμού αλλά και τις ανάγκες όλων των περιφερειακών υπηρεσιών και εγκαταστάσεων που υποστηρίζουν την τουριστική βιομηχανία, όλα αυτά είναι κοινά σημεία τουρισμού και αστικής εξάπλωσης.

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αστικής εξάπλωσης για το οποίο ευθύνεται κατά μεγάλο βαθμό η τουριστική ανάπτυξη, είναι ο δήμος των Χανίων. Τα Χανιά, περιτριγυρίζονται από τρεις περιοχές που αποτελούν υποδειγματικά παραδείγματα αστικής εξάπλωσης, για διαφορετικούς λόγους αλλά με κοινή αφετηρία (Εικόνα 16). Αρχικά, νότια και ανατολικά, είναι οι περιοχές Μουρνιές και Κουνουπιδιανά (Εικόνα 17, Εικόνα 18), οι οποίες είναι παραδείγματα διασπασμένης και αραιούς δόμησης. Και οι δύο αυτές περιοχές αναπτύχθηκαν ως προάστια των Χανίων ώστε να καλύψουν τις ανάγκες για στέγαση που προέκυψαν από την τουριστική ζήτηση που προέκυψε στο κέντρο της πόλης. Με τα διαμερίσματα στο κέντρο των Χανίων να μετατρέπονται με αυξανόμενους ρυθμούς σε AirBnb ή ακόμα και ολόκληρες πολυκατοικίες ή μονοκατοικίες να μετατρέπονται σε δομές φιλοξενίας, οι κάτοικοι που είχαν την οικονομική δυνατότητα, αλλά και τη δυνατότητα μετακίνησης, επέλεξαν να κατοικήσουν εκτός του πολυσύχναστου κέντρου. Αυτές οι δύο περιοχές μοιράζονται αρκετά κοινά, όπως η έλλειψη σχεδίου ανάπτυξης, η άναρχη και αραιή δόμηση, οι ελλιπείς υπηρεσίες και η χαμηλή αισθητική. Επίσης και οι δύο περιοχές παρουσιάζουν εκτεταμένη ανάπτυξη εμπορικών λειτουργιών κατά μήκος κεντρικών δρόμων σε γραμμική διάταξη. Εκεί που διαφέρουν όμως είναι η σύνδεση με την πόλη. Ενώ οι Μουρνιές έχουν μια αρκετά εκτενή σύνδεση με το κέντρο των Χανίων, με ένα δίκτυο δρόμων να τις συνδέει, τα Κουνουπιδιανά βασίζονται κυρίως σε μία μόνο οδική αρτηρία για τη σύνδεσή τους με τα Χανιά, γεγονός αρκετά προβληματικό. Επίσης, οι Μουρνιές, όντας σε άμεση επαφή με τον υφιστάμενο αστικό ιστό, έχουν καλύτερες προοπτικές στο να εξελιχθούν σε ένα συμπαγές προάστιο της πόλης σε βάθος χρόνου, ενώ τα Κουνουπιδιανά έχουν ένα τεράστιο αστικό κενό μεταξύ αυτών και του κέντρου. Για να συνοψίσουμε την κατάσταση αυτών των δύο περιοχών σε σχέση με τον τουρισμό, θα σταθούμε στο γεγονός πως αναπτύχθηκαν για να καλύψουν μια ανάγκη στέγασης που προέκυψε εξαιτίας του τουρισμού και η ανάπτυξή τους έγινε ανεξέλεγκτα και βεβιασμένα. Η Δεύτερη περίπτωση στα Χανιά είναι η εκτεταμένη γραμμική ανάπτυξη στα δυτικά της πόλης, συγκεκριμένα η γραμμή οικισμών Δαράτσος -Σταλός - Αγία Μαρίνα - Πλατανιάς, η οποία επίσης ξεκίνησε εξαιτίας του τουρισμού, αλλά διαθέτει εντελώς διαφορετικό χαρακτήρα από τις προηγούμενες. Πιστή και αυτή στο χαρακτήρα της αστικής εξάπλωσης, είναι ο βασικός εκπρόσωπος του μαζικού τουρισμού στα Χανιά. Αυτή η περίπτωση δεν είναι κάτι άλλο παρά μια λωρίδα 10 χιλιομέτρων προς τα δυτικά της πόλης η οποία αποτελείται αμιγώς από ξενοδοχειακές μονάδες, bars, mini market, οργανωμένες παραλίες, εστιατόρια και τουριστικά καταστήματα, χτισμένα εκατέρωθεν του κεντρικού δρόμου (Εικόνα 20). Η πρόσβαση σε αυτή την περιοχή γίνεται αποκλειστικά μέσω αυτοκινήτου ή λεωφορείου που έχει αραιά, σχετικά, δρομολόγια. Αυτή η λωρίδα φτήνιας, συνοδεύεται από έλλειψη αισθητικής στα κτήρια και όσο απομακρυνόμαστε από τον κεντρικό δρόμο ολοένα και πιο αραιή δόμηση (Εικόνα 19). Η περιοχή είναι κατά βάση μονολειτουργική, ιδιαίτερα όσο απομακρυνόμαστε από το κέντρο των Χανίων, όπου συγκεκριμένα ο Πλατανιάς και η Αγία Μαρίνα το χειμώνα μετατρέπονται σε πόλεις-φαντάσματα, αφού δε λειτουργούν οι τουριστικές μονάδες που βασίζονται στο πρότυπο τουρισμού γύρω από τον ήλιο και τη θάλασσα. Όπως, μάλλον, είναι ξεκάθαρο, η περιοχή αυτή αποτελεί και αυτή χαρακτηριστικό παράδειγμα αστικής εξάπλωσης και είναι καθαυτού συνδεδεμένη με τον τουρισμό.



Αν και τα Χανιά είναι ένα ξεκάθαρο παράδειγμα αστικής εξάπλωσης που συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό, εξαιτίας και του γεγονότος πως σαν περιοχή τα Χανιά είναι έντονα τουριστικά, αξίζει να αναφέρουμε πως δεν είναι η μόνη περιοχή όπου ο τουρισμός έχει επιπτώσεις στη δομή της πόλης. Πανελλαδικά πολλές πόλεις παρουσιάζουν αντίστοιχα φαινόμενα, με διαφορετικές επιπτώσεις και σε διαφορετική κλίμακα. Η Αθήνα για παράδειγμα, εξαιτίας του μεγάλου της πληθυσμού και πολύλειτουργικού της χαρακτήρα, καθώς και του ότι είναι πρωτεύουσα, παρότι παρουσιάζει και αυτή τάση για αποκέντρωση και επηρεάζεται και το κέντρο της από παρόμοια προβλήματα με το κέντρο των Χανίων, είναι πολύ λιγότερο εμφανή, μιας και τα προάστιά της είναι πολύ πιο συμπαγή και γενικότερα έχει την ικανότητα να απορροφήσει τις επιπτώσεις του τουρισμού σε καλύτερο βαθμό από ότι μικρότερες πόλεις ή χωριά. Το γεγονός αυτό δεν σημαίνει όμως πως δεν υπάρχει αυτή η τάση.

Εικόνα 20: Πλατανιάς, Χανιά. Μπορούμε να παρατηρήσουμε τη μονολειτουργική ανάπτυξη εκατέρωθεν του κεντρικού δρόμου (κόκκινη γραμμή) η οποία αποτελείται αποκλειστικά από παραθεριστικές κατοικίες και ξενοδοχεία.



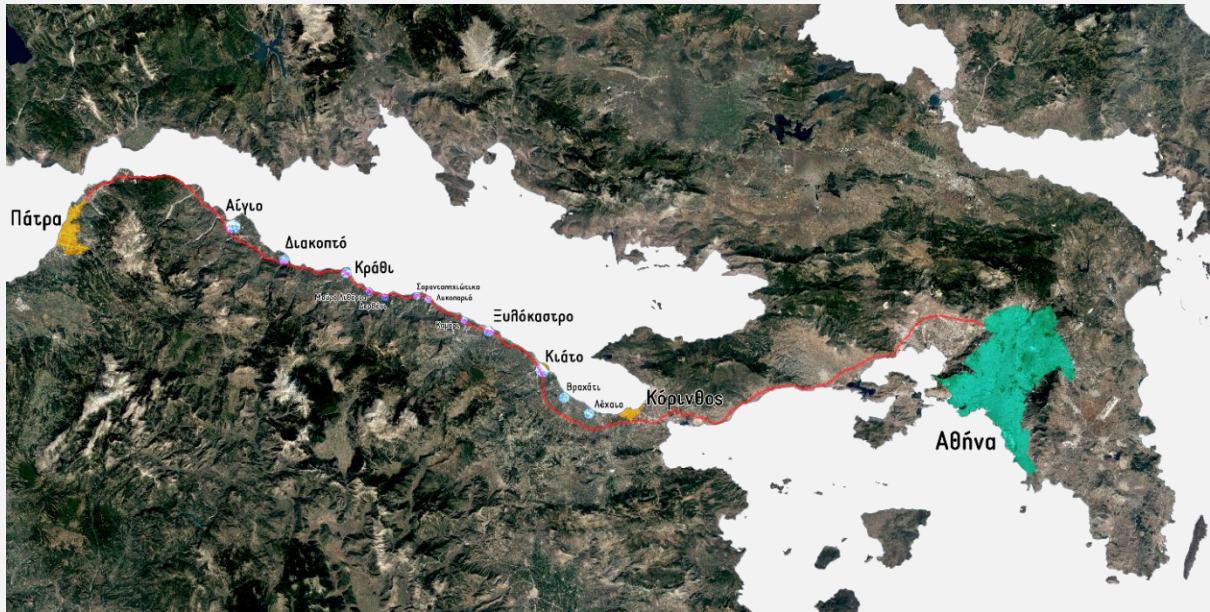
Εικόνα 19: Αγία Μαρίνα, Χανιά. Με πορτοκαλί το δομημένο. Μπορούμε να παρατηρήσουμε τη γραμμική ανάπτυξη εκατέρωθεν του κεντρικού δρόμου (μωβ γραμμή) αλλά επίσης, τη συμπυκνωμένη δόμηση μπροστά στο παραλιακό μέτωπο (βόρεια) και πώς η δόμηση αραιώνει καθώς απομακρυνόμαστε από τον κεντρικό δρόμο και δίνει τη γραμμική μορφή της

### 3.3.2. Μια διαφορετική ματιά της αστικής εξάπλωσης

Μελετώντας την αστική εξάπλωση, είναι σύνηθες να ορίζεται μια περιοχή μελέτης και να γίνεται μια παραδοχή για το τι θεωρείται το κέντρο της περιοχής μελέτης, με σκοπό να μπορούμε να μελετήσουμε την ανάπτυξη αυτής της περιοχής, συχνά δηλαδή την μορφή με την οποία αναπτύσσονται τα προάστια ενός αστικού κέντρου. Αυτός λοιπόν είναι ο συμβατικός τρόπος μελέτης, όπως για παράδειγμα παραπάνω, ορίσαμε την πόλη των Χανίων σαν κέντρο της μελέτης και στραφήκαμε στους περιφερειακούς οικισμούς ώστε να αναζητήσουμε σημάδια του φαινομένου. Κατά τη μελέτη της αστικής εξάπλωσης στην Ελλάδα, σε σχέση πάντα με τον τουρισμό, αντιληφθήκαμε πως στη συγκεκριμένη περίπτωση θα μπορούσαμε να χρησιμοποιήσουμε τις αρχές και τις ιδέες του φαινομένου αυτού που παραδοσιακά χρησιμοποιείται για τη μελέτη μοντέλων αστικής ανάπτυξης για να μελετήσουμε αναπτύξεις μεγαλύτερης έκτασης.

Η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια σαν ολόκληρη χώρα έχει αναπτύξει ένα κατά κύριο λόγο μονοκεντρικό χαρακτήρα, με πυρήνα την πρωτεύουσά της, που συγκεντρώνει σχεδόν το μισό του συνολικού πληθυσμού. Με αυτή την βάση, στραφήκαμε στο να θεωρήσουμε ολόκληρη την περιοχή της Αττικής ως το κέντρο μελέτης και να παρατηρήσουμε την ανάπτυξη πόλεων και οικισμών στην περιφέρειά της, ξεφεύγοντας πλέον, προφανώς, από τα παραδοσιακά πλαίσια της αστικής εξάπλωσης. Μελετώντας λοιπόν τους οικισμούς περιφερειακά της Αττικής, αυτό που παρατηρήσαμε είναι πως αν στραφούμε προς τα βόρεια, στην Στερεά Ελλάδα, συναντάμε συμβατικές αναπτύξεις πόλεων και χωριών, τη Θήβα, τη Λιβαδειά, την Αράχοβα, για παράδειγμα. Αν και οι οικισμοί της Στερεάς Ελλάδας μπορεί να έχουν και αυτοί ο καθένας τα δικά του προβλήματα, δε μπορούμε να πούμε ότι μοιράζονται κοινά χαρακτηριστικά σαν αναπτύξεις με αυτά της αστικής εξάπλωσης στην αντίστοιχη κλίμακα. Επίσης οι προορισμοί αυτοί, πλην της Αράχοβας, δεν επηρεάζονται ιδιαίτερα από τα κύματα μαζικού τουρισμού και ως εκ τούτου λειτουργούν με πιο συμβατικά μοντέλα οικονομίας και πιο οργανικές μορφές ανάπτυξης. Η Αράχοβα, όπως και μερικοί άλλοι ορεινοί προορισμοί της κεντρικής Ελλάδας, έχει ένα ενδιαφέρον, παρότι θα μπορούσαμε να πούμε πως έχει μαζικές ροές τουρισμού, είναι εντελώς διαφορετική περίπτωση από τα νησιά για δύο λόγους: πρώτον αφορά το χειμερινό τουρισμό, ο οποίος έχει εντελώς διαφορετικές αρχές από τον θερινό και δεύτερον σχετίζεται κυρίως με τον εσωτερικό τουρισμό. Το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την περίπτωσή μας έχει η περίπτωση της βόρειας Πελοποννήσου. Από την Κόρινθο μέχρι την Πάτρα παρατηρήσαμε πως αναπτύσσεται μια λωρίδα που παρουσιάζει γραμμικές αναπτύξεις οικισμών (*Εικόνα 21*), σε όλο το μήκος της, οι οποίες εκ πρώτης όψεως θυμίζουν έντονα τις γραμμικές αναπτύξεις που προκαλούν σε αστική κλίμακα τα φαινόμενα αστικής εξάπλωσης. Η ιδιαίτερη αυτή περίπτωση χωριών και κωμοπόλεων που ξεκινούν από το Βραχάτι και συμπεριλαμβάνουν οικισμούς όπως το Μελίσσι, το Ξυλόκαστρο, το Αίγιο και λοιπά, είναι ένα γραμμικό σύστημα παραθεριστικών προορισμών οι οποίοι είναι χαρακτηριστικά ανεπτυγμένοι κυρίως σε μήκος και περιορισμένοι σε πλάτος από τη θάλασσα και τη νέα Εθνική Αθηνών-Πατρών. Αυτές οι περιοχές εξαιτίας, πιθανόν, του μέτριου φυσικού πλούτου που διαθέτουν, δηλαδή τις, σχετικά με την υπόλοιπη Ελλάδα, αδιάφορες παραλίες, και την έλλειψη αξιοθέατων και πολιτιστικού πλούτου, δεν επηρεάστηκαν από τα φαινόμενα του μαζικού τουρισμού, ειδικά του εισερχόμενου τουρισμού, αλλά αντ' αυτού, από τις αρχές του Ελληνικού τουρισμού, προτιμήθηκαν από τους κατοίκους της Αττικής και κυρίως από τις μεσαίες αστικές τάξεις, ως παραθεριστικοί προορισμοί. Στο γεγονός αυτό συνετέλεσε μια πληθώρα παραγόντων, όπως η σχετικά κοντινή απόσταση από την Αθήνα, η καλή σύνδεση μέσω της εθνικής οδού αλλά και του σιδηρόδρομου





Εικόνα 21: Αστική διάχυση σε άλλη κλίμακα. Η Αθήνα και η παραθεριστική λωρίδα της βόρειας Πελοποννήσου, μας θυμίζει μορφολογικά τα φαινόμενα του Πλατανιά Χανίων, που είδαμε παραπάνω, απλώς σε άλλη κλίμακα.

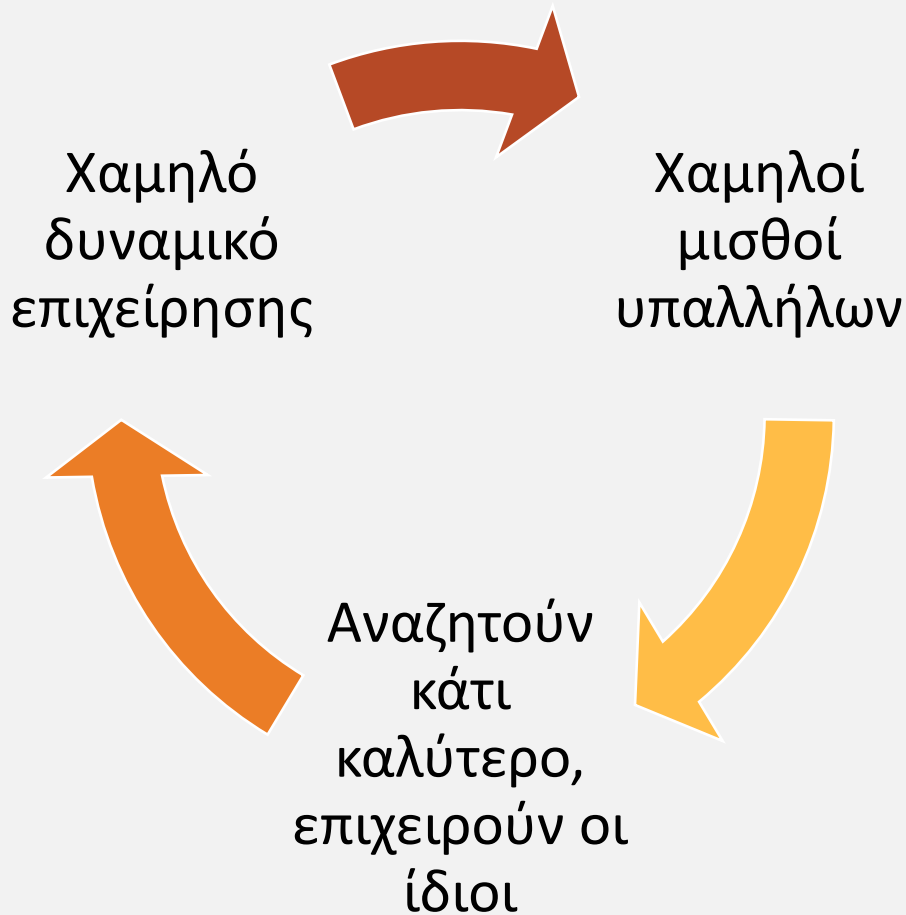
Εικόνα 22: Ξυλόκαστρο, Πελοπόννησος. Παρατηρούμε την γραμμική μορφή που παρουσιάζει ένα από τα χαρακτηριστικά χωριά της βόρειας Πελοποννήσου, αν και έχει μεγαλύτερο πλάτος από μία μόνο γραμμή παραμένει έντονα μακρόστενη. Αυτή η ανάπτυξη γίνεται κατά μήκος της νέας εθνικής οδού (έντονο κόκκινο) και του παραλιακού μετώπου (βόρεια). Με αχνό κόκκινο η παλιά εθνική.



καθώς και το χαμηλό κόστος των ακινήτων στις περιοχές αυτές. Οι οικισμοί αυτοί είναι σχεδόν πανομοιότυποι μεταξύ τους και μοιράζονται κοινά χαρακτηριστικά ανάπτυξης, τα οποία περιλαμβάνουν τις αναπτύξεις δομών αναψυχής γύρω από το βασικό παραθαλάσσιο δρόμο, την παλιά εθνική οδό, βασικές υπηρεσίες σε κάθε χωριό και μεταξύ της παλιάς και της νέας Εθνικής τη βασική δομή των οικισμών, τις ζώνες κατοικιών. Οι οικισμοί αυτοί πάντα ήταν σε εξάρτηση με τις μεγάλες πόλεις, ανάλογα την απόσταση, είτε την Αθήνα, είτε την Πάτρα και διατηρούσαν ένα χαρακτήρα θέρετρου, κυρίως για τον εσωτερικό τουρισμό. Αν και από το 1960 μέχρι και περίπου τις αρχές του 21<sup>ου</sup> αιώνα αυτές οι περιοχές απολάμβαναν σταθερές και αυξανόμενες ροές εσωτερικού τουρισμού, τα τελευταία χρόνια επηρεασμένοι από τη μείωση αυτών των ροών αλλά και από φαινόμενα αστυφιλίας, φαίνεται να πλήττονται από μια σταθερή ύφεση. Το γεγονός αυτό ήταν αναμενόμενο, καθώς οι οικισμοί αυτοί πλήττονταν ανέκαθεν από έντονη έλλειψη αισθητικής, με τις κατοικίες να αποτελούνται από συμβατικές μικρές πολυκατοικίες ή μονοκατοικίες, σχετική έλλειψη υπηρεσιών, γεγονός που ενοχλούσε κυρίως τους μόνιμους κατοίκους καθώς και όπως αναφέραμε και παραπάνω χαμηλή ποιότητα φυσικού τοπίου και πολιτιστικού πλούτου και χαρακτήρα. Οι δήμοι παρόλα αυτά καταβάλουν κάποιες προσπάθειες για την αναβάθμιση αυτών των περιοχών, αλλά φαίνεται να μην είναι αρκετό, καθώς ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος. Σε σύνοψη, οι οικισμοί της βόρειας Πελοποννήσου παρουσιάζουν μια εκτεταμένης έκτασης γραμμική ανάπτυξη που θυμίζει τις περιπτώσεις αστικής εξάπλωσης καθώς συνοδεύονται και από πολλά κοινά προβλήματα με τα φαινόμενα αστικής εξάπλωσης. Επιπρόσθετα, το τουριστικό προϊόν που προσφέρουν φαίνεται να είναι όλο και λιγότερο ανταγωνιστικό σε σχέση με το συνολικό επίπεδο, με αποτέλεσμα οι περιοχές να παρακμάζουν με την πάροδο του χρόνου. Σε αντίθεση με τις κλασικές περιπτώσεις αστικής εξάπλωσης, η έκταση της ανάπτυξης είναι πολύ μεγαλύτερη και σε αρκετές περιπτώσεις δεν πληροί αρκετά κριτήρια ώστε να χαρακτηριστεί σαν αστική εξάπλωση και κατά βάση σαν κοινωνικό φαινόμενο θα λέγαμε πως λειτουργεί και αντίθετα τα τελευταία χρόνια μιας και δε συζητάμε για ανάπτυξη αλλά για ύφεση. Ο παραλληλισμός όμως είναι ξεκάθαρος, ειδικά όταν αναφερόμαστε στην ανάπτυξη των περιοχών αυτών κατά τα τέλη του 20<sup>ου</sup> αιώνα: εκτεταμένες επιμήκεις αναπτύξεις, χαμηλού δυναμικού και αισθητικής, οι οποίες οδήγησαν σε σπατάλη χρημάτων για την δημιουργία βασικών κρατικών υποδομών, όπως κέντρα υγείας, αστυνομικά τμήματα, σχολεία κλπ., οι οποίες σε μεγάλο βαθμό υπολειπούνται. Παρ' ότι υπήρξε κάποιο σχέδιο ανάπτυξης, μιας και εξ αρχής η παλιά εθνική οδός είχε χαραχτεί με τέτοιο τρόπο ώστε να ενθαρρύνει την ανάπτυξη των παραθαλάσσιων περιοχών της βόρειας Πελοποννήσου, φαίνεται όμως πως το σχέδιο εγκαταλείφθηκε μετά από κάποιο σημείο και πλέον μπορούμε με ασφάλεια να το χαρακτηρίσουμε κακό. Είναι λοιπόν ξεκάθαρο, πως οι περιοχές αυτές είναι απαραίτητο να αναζητήσουν ένα διαφορετικό σχέδιο ανάπτυξης στο μέλλον και σίγουρα ένα διαφορετικό μοντέλο τουρισμού, ώστε να ξεναγίνουν ανταγωνιστικές και να δημιουργηθεί μια πορεία ανάκαμψης.

### 3.4. Διοικητικά και λειτουργικά προβλήματα

Προβλήματα που αφορούν τον ελληνικό τουρισμό μπορούμε να παρατηρήσουμε και στον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων. Εξαιτίας, λοιπόν, του χαμηλού οικογενειακής επιχείρησης που χαρακτηρίζει τα ξενοδοχεία και τουριστικές επιχειρήσεις, όπως αναφέραμε και παραπάνω, εμφανίζονται θέματα τα οποία δημιουργούν ένα φαύλο κύκλο χαμηλών μισθών και χαμηλής απόδοσης των επιχειρήσεων: οι υπάλληλοι λαμβάνουν χαμηλές απολαβές -γεγονός που σε συνδυασμό με την εποχικότητα των τουριστικών επαγγελμάτων συχνά αναγκάζει τους εργαζόμενους στον τομέα να αναζητούν και συμπληρωματικές πηγές εισοδήματος- και συχνά μετά από κάποια χρόνια εργασίας για να ξεφύγουν από αυτή την κατάσταση επιλέγουν να επιχειρήσουν οι ίδιοι στον κλάδο, εξαιτίας όμως του χαμηλού κεφαλαίου που διαθέτουν, αναγκάζονται και οι ίδιοι να προσφέρουν χαμηλές απολαβές στους υπαλλήλους τους δημιουργώντας έτσι ένα πρόβλημα δίχως τέλος (Γράφημα 4). Το συγκεκριμένο πρόβλημα σχετίζεται επίσης και με την προχειρότητα των επιχειρηματικών κινήσεων στον κλάδο, μιας και τα χαμηλά κεφάλαια που διαθέτουν οι επίδοξοι επιχειρηματίες που αναφέραμε παραπάνω, συνήθως, οδηγούν σε χαμηλής ποιότητας τουριστικές δομές, οι οποίες σαν κύριο στόχο έχουν την κερδοφορία και την απόσβεση του επενδυτικού κεφαλαίου που διέθεσαν οι ιδιοκτήτες. Προέκταση αυτής της κατάστασης είναι και η έλλειψη προσωπικού που πλήττει τον κλάδο τα τελευταία χρόνια και φέτος (το 2022) περισσότερο από ποτέ. Οι χαμηλές απολαβές σε συνδυασμό με τις κακές παροχές των υπαλλήλων, οι οποίες περιλαμβάνουν κακούς χώρους διαμονής για τους υπαλλήλους, εξαντλητικά ωράρια και ρυθμούς εργασίας και πολλά άλλα, έχουν οδηγήσει πολύ κόσμο στο να αποφεύγει την απασχόληση στον τομέα του τουρισμού.



Γράφημα 4: Ο φαύλος κύκλος των οικογενειακών επιχειρήσεων



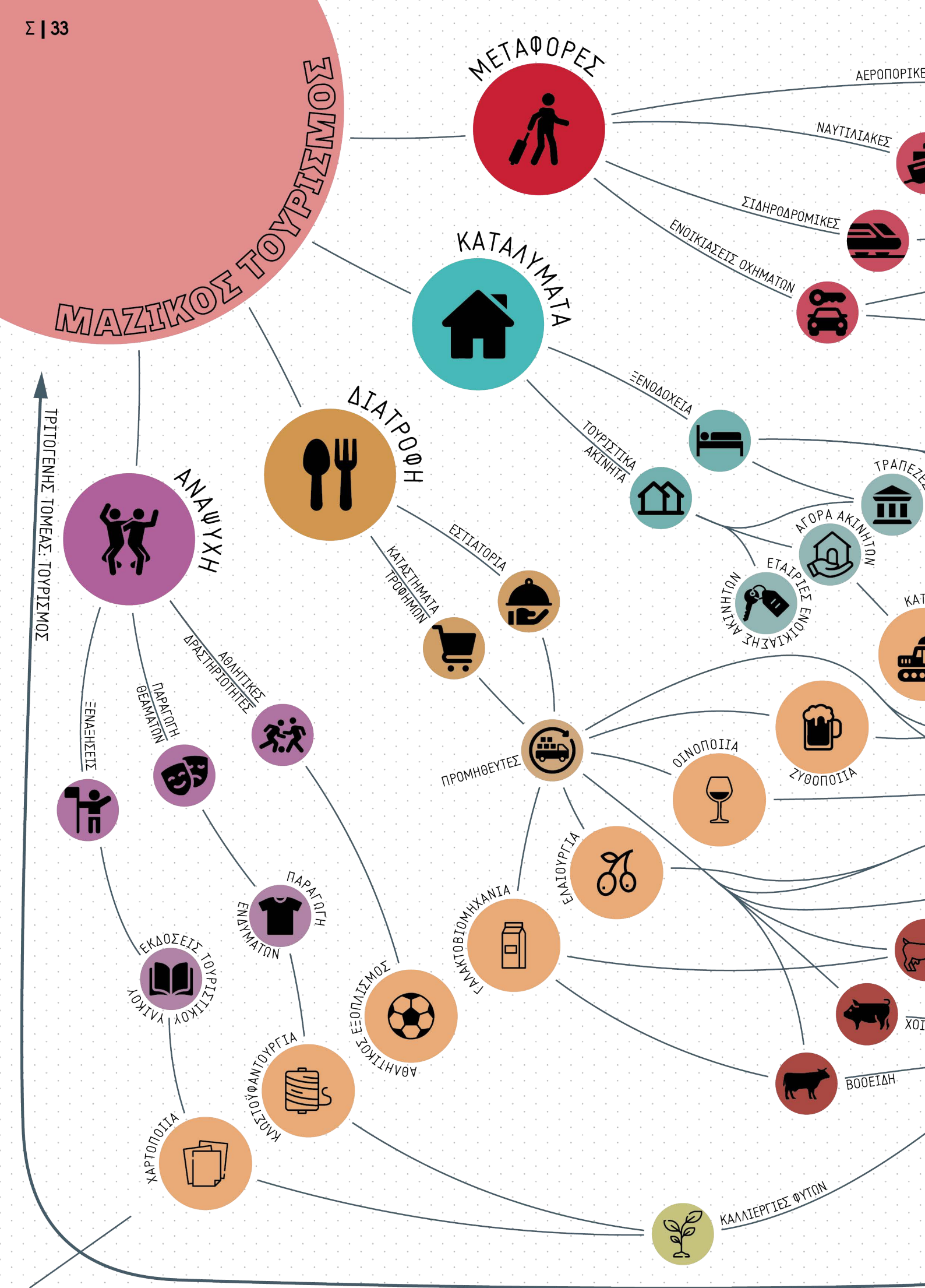
### 3.5. Το Ουσιώδες Πρόβλημα του Τουρισμού

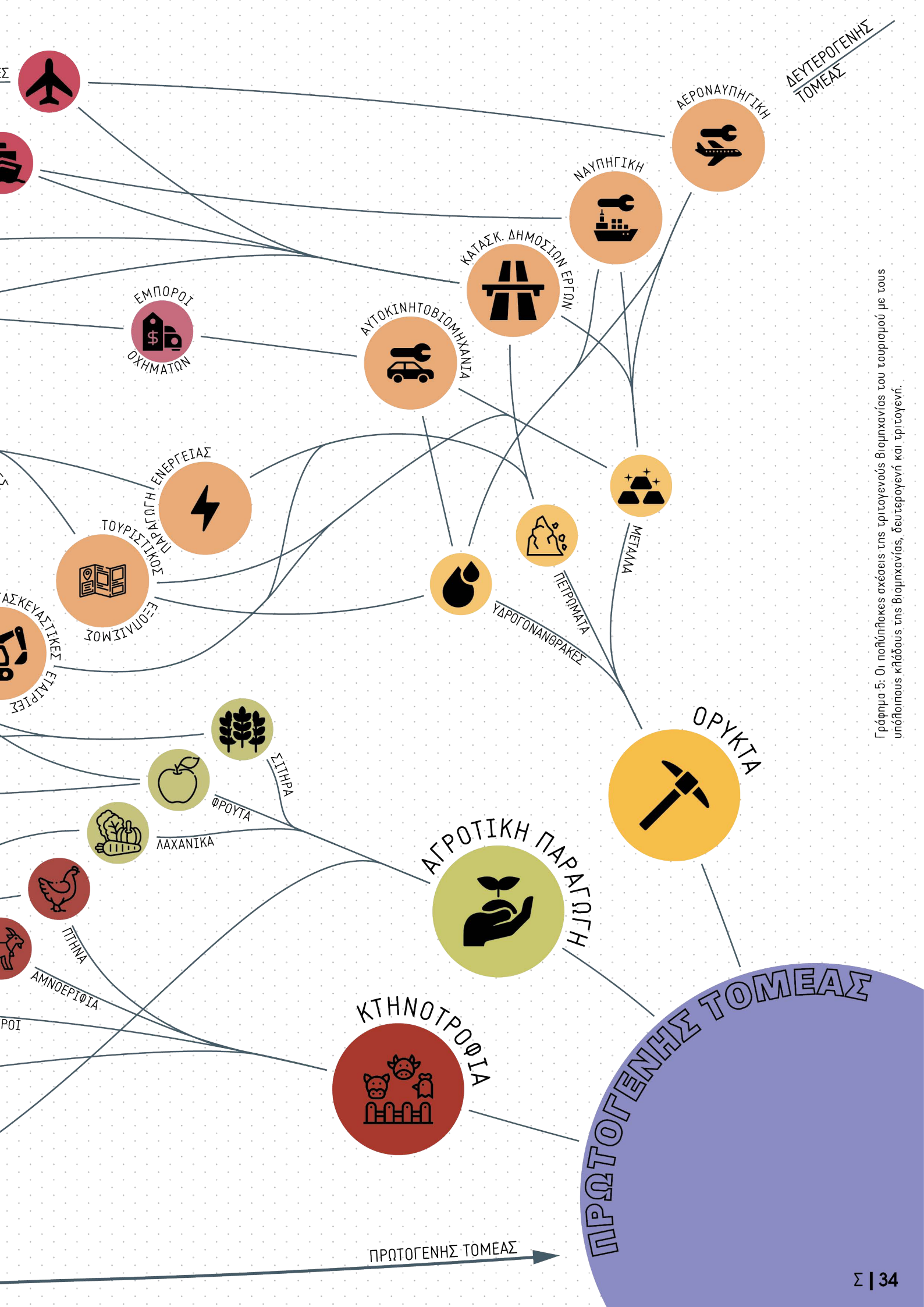
Πέρα των όσων προβλημάτων αναφέρθηκαν παραπάνω, τα οποία αφορούν γενικότερα τον χαρακτήρα και την ποιότητα του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος, υπάρχει ένα μεγαλύτερο και σημαντικότερο πρόβλημα με την τουριστική βιομηχανία του τόπου και δεν είναι άλλη από το πώς αντιλαμβανόμαστε και αξιοποιούμε τον κλάδο. Αρχικά, αν και τον χαρακτηρίζουμε ως βιομηχανία αρκετές φορές μέσα στο άρθρο, διότι στην πραγματικότητα αυτό είναι, στην Ελλάδα ο χαρακτήρας αυτός δεν υπάρχει ιδιαίτερα και δεν αντιμετωπίζεται ο κλάδος του τουρισμού ως βιομηχανία. Μια βιομηχανική δραστηριότητα αναπτύσσει -και οφείλει να αναπτύσσει- συνέργειες και αλληλεπιδράσεις με άλλες βιομηχανικές δραστηριότητες, να είναι μέρος ενός ευρύτερου οικονομικού οικοσυστήματος, που στην καλύτερη περίπτωση είναι αυτόνομο, ή τουλάχιστον διατηρεί ένα θετικό ισοζύγιο. Στην Ελλάδα, μπορούμε εύκολα να αντιληφθούμε πως η οικονομία της χώρας στηρίζεται έντονα στην τουριστική βιομηχανία, γεγονός που τεκμηριώνεται και από τα εκτεταμένα μέτρα ενίσχυσης του κλάδου του τουρισμού, περισσότερο από οποιονδήποτε άλλο κλάδο της ελληνικής βιομηχανίας, κατά τη διάρκεια της πανδημίας του covid-19. Είναι, λοιπόν, αντιληπτό ότι για οποιαδήποτε μορφή επιχειρηματικότητας ή οποιονδήποτε κλάδο και να συζητούσαμε, θα ήταν ανόητο να αναζητούμε τα προβλήματά του μελετώντας μόνο τον συγκεκριμένο κλάδο και αγνοώντας το περιβάλλον στο οποίο αναπτύσσεται, πόσο μάλλον στον τουρισμό, ο οποίος είναι εξ ορισμού ένα ιδιαίτερα ευαίσθητο οικοσύστημα εύκολα επηρεαζόμενο από εξωτερικούς παράγοντες.

Το μεγάλο ζήτημα του τουρισμού γενικότερα, είναι, όπως διαπιστώσαμε και οι ίδιοι κατά την εκπόνηση αυτής της ερευνητικής εργασίας, πως είναι πολύ δύσκολο να αξιολογηθούν οι σχέσεις που αναπτύσσονται με τις υπόλοιπες βιομηχανίες καθώς είναι εξαιρετικά πολύπλοκες και διακλαδισμένες. Είναι πολύ δύσκολο να κρατηθούν στατιστικά στοιχεία για την κατανάλωση των λοιπών βιομηχανιών που προκύπτει καθαρά από τον τουρισμό, ώστε να μπορούν να αξιολογηθούν και οι σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ της υπόλοιπης βιομηχανίας και του τουρισμού (*Γράφημα 5*). Έτσι, η οικονομική μελέτη της συμβολής του τουρισμού στην οικονομία μιας χώρας είναι περιορισμένη και συνήθως αναγνωρίζονται ως συγγενείς κλάδοι αυτοί που έχουν άμεση και προφανή σχέση με το τουριστικό προϊόν, αλλά ακόμα και σε αυτή την περίπτωση είναι δύσκολο να ορίσουμε με ακρίβεια την σχέση και την συνεισφορά του τουρισμού σε αυτούς τους κλάδους. Αυτό όμως που δεν μπορεί να αμφισβητηθεί, είναι πως ο τουρισμός σίγουρα αναπτύσσει αμφίδρομες σχέσεις με τη υπόλοιπη βιομηχανία και έχει κάποια μικρότερη ή μεγαλύτερη συνεισφορά στην κατανάλωση των παραγόμενων αγαθών. Ο εναλλακτικός τουρισμός δε έχει ακόμα μεγαλύτερη συνάρτηση με την βιομηχανία και αναπτύσσει σχέσεις και με πιο εξειδικευμένους κλάδους απ' ότι ο μαζικός. Συχνά, μπορεί να μην είναι άμεσα κατανοητό τι σχέση μπορεί να έχει ο τουρισμός με την αύξηση της κατανάλωσης συγκεκριμένων κλάδων ή τι ανάγκη έχει ο τουρισμός από συγκεκριμένους τομείς της βιομηχανίας και μπορεί πράγματι να μην είναι προφανές. Ας πάρουμε για παράδειγμα μια ξενοδοχειακή μονάδα εναλλακτικού τουρισμού περιπέτειας και πιο συγκεκριμένα ορειβατικού τουρισμού. Αυτή η μονάδα για να λειτουργήσει πετυχημένα χρειάζεται πελάτες, δηλαδή ορειβάτες. Οι άνθρωποι αυτοί έχουν ανάγκη από εξοπλισμό, ακόμη και αν δεν περιμένουν από την ξενοδοχειακή μονάδα να τον παρέχει. Μια εταιρία λοιπόν παραγωγής ορειβατικού εξοπλισμού εξοπλίζει τους ορειβάτες. Εδώ δημιουργείται, λοιπόν, μια κυκλική αλληλεπίδραση, όπου η ορειβατική ξενοδοχειακή μονάδα προκαλεί το ενδιαφέρον των ανθρώπων για ορειβασία, δημιουργείται έμμεσα η ανάγκη εξοπλισμού και τελικά επωφελείται η εταιρία που τον παράγει ή τον εισάγει. Από την άλλη για να λειτουργήσει η ξενοδοχειακή μονάδα εξαρτάται από την διαθεσιμότητα του εξοπλισμού, ώστε να μπορεί ο κόσμος να τον αγοράσει και να την επισκεφτεί. Παρότι το παράδειγμα αυτό είναι πολύ απλουστευμένο και αφαιρετικό, μέσα από αυτό μπορούμε να αντιληφθούμε τις πολύπλοκες σχέσεις που δημιουργούνται με τον κλάδο του τουρισμού, οι οποίες δεν είναι πάντοτε προφανείς.

Αυτές οι σχέσεις είναι σημαντικές για το σύνολο της οικονομίας και θα έπρεπε να είναι κύριο μέλημα της τουριστικής βιομηχανίας όχι μόνο να αλληλοεπιδρά με την υπόλοιπη βιομηχανία, αλλά να φροντίζει ώστε να την αναπτύσσει. Γιατί όμως να είναι απαραίτητο ή θετικό ο τουρισμός να φροντίζει ώστε να αναπτύσσονται οι υπόλοιποι τομείς της οικονομίας και γιατί δεν μπορεί η Ελλάδα να βασιστεί στον τουρισμό; Η απάντηση είναι σχετικά απλή και τα γεγονότα των τελευταίων ετών τελούν κατά τη γνώμη μας ως προειδοποίηση. Αρχικά, το μοντέλο τουρισμού που έχει παγιωθεί στη χώρα μας, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, δημιουργεί αρκετά προβλήματα για τους μόνιμους κατοίκους της χώρας. Αν και προφανώς όλες οι βιομηχανικές δραστηριότητες συνοδεύονται από τα δικά τους ζητήματα και προκλήσεις, εμείς ούτως ή άλλως δεν προτείνουμε την κατάργηση ή τη μείωση της τουριστικής βιομηχανίας, αλλά τη βελτίωσή της. Δεύτερον και βασικότερο, ο τουρισμός, όπως είπαμε αρκετές φορές ήδη, είναι μια ευαίσθητη βιομηχανία, η οποία δεν έχει αντοχές όταν λαμβάνουν χώρα έκτακτα γεγονότα. Πόλεμοι, φυσικές καταστροφές ή, όπως είδαμε πρόσφατα, πανδημίες, έχουν την ικανότητα να μηδενίσουν την τουριστική δραστηριότητα μιας χώρας. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας του covid-19 συγκεκριμένα, είδαμε τον τουρισμό να επηρεάζεται άμεσα εξαιτίας των μέτρων περιορισμού της νόσου, με το 2020 να καταγράφεται αρνητικό ρεκόρ για τη δραστηριότητα του τουριστικού κλάδου. Ταυτόχρονα, εξαιτίας της μεγάλης εξάρτησης της ελληνικής οικονομίας με τον τουρισμό, είδαμε καταστάσεις κατά τις οποίες η υγεία των πολιτών τέθηκε σε κίνδυνο, με μέτρα περιορισμού της νόσου να αίρονται, έτσι ώστε να μη μειωθούν οι ροές εισερχόμενων τουριστών. Εν τέλει αν και η πανδημία του covid-19 δεν ήταν κάτι ικανό ώστε να διαλύσει εντελώς την τουριστική βιομηχανία, κατά την άποψή μας ήταν ένα ισχυρό δείγμα της ευαίσθητης φύσης του τουρισμού και πόσο σημαντική είναι η δημιουργία ενός ανθεκτικού μοντέλου βιομηχανίας που θα μπορεί να συντηρήσει την χώρα κατά τη διάρκεια απρόοπτων συνθηκών.







Γράφημα 5: Οι πολύπλοκες σχέσεις της τριτογενούς βιομηχανίας του τουρισμού με τους υπόλοιπους κλάδους της βιομηχανίας, δευτερογενή και πρωτογενή.

### 3.6. Ο Μαζικός Τουρισμός ως Προϊόν μιας Καπιταλιστικής Κοινωνίας

Η καπιταλιστική οικονομία που δεσπόζει στον σύγχρονο κόσμο που ζούμε έχει δίχως αμφισβήτηση τη μεγαλύτερη επιρροή στον τρόπο λειτουργίας καθώς και στο πώς αντιμετωπίζουμε όλους τους βιομηχανικούς τομείς. Η φιλοσοφία της μέγιστης κατανάλωσης και μέγιστου κέρδους των επιχειρηματιών, που προσπαθεί συνεχώς να ισορροπήσει την κατά το δυνατόν χαμηλότερη αμοιβή των εργαζομένων με την επιθυμία και δυνατότητά τους να καταναλώσουν, είναι η πηγή για τα περισσότερα από τα προβλήματα που αναφέρθηκαν παραπάνω. Το οικονομικό μοντέλο αυτό είναι το ίδιο που γέννησε ένα τουριστικό μοντέλο με τις ίδιες προδιαγραφές, ένα τουριστικό μοντέλο βασισμένο στην κατανάλωση φυσικών, ανθρώπινων και τεχνητών πόρων, δίχως όρια: το μοντέλο του μαζικού τουρισμού. Είναι εύκολα αντιληπτό ότι και τα προβλήματα που αναφέρθηκαν παραπάνω μπορούν με κάποιο τρόπο να εξηγηθούν από κάποια πτυχή της γενικότερης φιλοσοφίας που χαρακτηρίζει την παγκόσμια οικονομία. Η ανάγκη για μεγιστοποίηση του κέρδους, της μέγιστης ικανοποίησης του πελάτη, επιδιώκοντας την μέγιστη κατανάλωση, δημιούργησε το παράδοξο των νησιών, δημιούργησε την αφοσίωση στο να προσελκύσουμε και να ικανοποιήσουμε στο μέγιστο τους επισκέπτες της βόρειας Ευρώπης. Η μανία για ανάπτυξη και πρόοδο συνετέλεσε στα φαινόμενα αστικής διάχυσης. Αλλά το πρόβλημα δεν περιορίζεται μόνο στα προβλήματα που αναφέραμε παραπάνω. Τα τελευταία χρόνια έχουν εντοπιστεί δεκάδες προβλήματα που έχουν προκληθεί από την επιθετική φύση του μαζικού τουρισμού, αλλά και από τη γενικότερη μορφή με την οποία έχει αναπτυχθεί, τα οποία δείχνουν πως το συγκεκριμένο μοντέλο δεν είναι μακροπρόθεσμα βιώσιμο, τουλάχιστον στις περισσότερες περιπτώσεις. Αυτό που κάνει το συγκεκριμένο μοντέλο τουρισμού μη βιώσιμο είναι το συνολικό του αποτύπωμα, δηλαδή οι επιπτώσεις που έχει, τόσο στο φυσικό περιβάλλον όσο και στην τοπική κοινωνία του τόπου υποδοχής, συνοπτικά, παρακάτω αναφέρονται οι πιο συνηθισμένες αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού:

- Περιβαλλοντικές επιπτώσεις
  - Ρύπανση:
 

Από την καθαυτού μόλυνση του περιβάλλοντος εξαιτίας των λυμάτων που παράγουν οι ξενοδοχειακές μονάδες και της ατμοσφαιρικής ρύπανσης εξαιτίας της αυξημένης συγκέντρωσης επισκεπτών, μέχρι την λανθασμένη διαχείριση των απορριμμάτων, είναι παράγοντες που ρυπαίνουν και υποβαθμίζουν το περιβάλλον. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν και φαινόμενα ηχορύπανσης, τα οποία προκαλούνται επίσης από την υψηλή συγκέντρωση επισκεπτών.
  - Αισθητική υποβάθμιση:
 

Αρχικά, το φυσικό περιβάλλον δίνει τη θέση του στις τουριστικές μονάδες και έτσι το αδόμητο τοπίο μετατρέπεται σε τεχνητό. Επιπροσθέτως, οι τουριστικές μονάδες που οικοδομούνται μπορεί να μην είναι αισθητικά αρεστές ή να μην εναρμονίζονται με τον τόπο και τον τοπικό πολιτισμό.
  - Συγκρούσεις χρήσεων γης:
 

Ο τουρισμός πολλές φορές ανταγωνίζεται τις υπόλοιπες βιομηχανίες, αλλά και το φυσικό περιβάλλον όσον αφορά την έκταση που χρησιμοποιείται για να χτιστούν οι τουριστικές υποδομές. Παρά τις αρχές της σωστής ανάπτυξης του τουριστικού κλάδου, οι οποίες συνιστούν την αξιοποίηση γης η οποία είναι ακατάλληλη για άλλες βιομηχανικές δραστηριότητες για την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων, είναι ξεκάθαρο πως δεν τηρείται αυτή η γραμμή. Υπάρχουν επίσης διατάξεις για την προστασία του φυσικού κάλλους, μα και σε αυτή την περίπτωση βλέπουμε πως υπάρχουν τρόποι να παρακαμφθούν. Γενικότερα, η ύπαρξη του τουρισμού, ιδιαίτερα στις παράκτιες περιοχές της χώρας φαίνεται να είναι μονόδρομος και συχνά, εξαιτίας

της υψηλής κερδοφορίας, λειτουργεί ως ανασταλτικός παράγοντας για την ανάπτυξη λοιπών βιομηχανικών δραστηριοτήτων.

- Διατάραξη της λειτουργίας φυσικών οικοσυστημάτων:

Με πολλούς τρόπους η τουριστική δραστηριότητα μπορεί να διαταράξει τη φυσική λειτουργία ενός τόπου, ειδικά το μοντέλο του μαζικού τουρισμού. Ένα παράδειγμα είναι η εγκατάσταση ανεμογεννητριών στα νησιά του Αιγαίου, οι οποίες ήταν απαραίτητες για να καλύψουν την αυξημένη κατανάλωση που προέκυψε λόγω των ξενοδοχείων. Σαν αποτέλεσμα παρατηρήθηκε πως άλλαξαν σημαντικά οι πορείες των αποδημητικών πουλιών, ως και διαταράχθηκαν οι ρυθμοί αποδημησης. Πολλά παρόμοια παραδείγματα έχουν παρατηρηθεί, τα οποία σχετίζονται με κάποιον τρόπο με τον τουρισμό.

- Φθορά του περιβάλλοντος:

Η υποβάθμιση του φυσικού πλούτου είναι άμεσα συνδεδεμένη με τον τουρισμό στη χώρα μας. Είτε με το φαινόμενο περιοχές ιδιαίτερης φυσικής ομορφιάς να παραχωρούνται για την ανέγερση ξενοδοχείων, είτε με την φθορά των περιοχών λόγω της αυξημένης επισκεψιμότητας από τουρίστες, η οποία προκύπτει είτε εσκεμμένα, αφήνοντας σκουπίδια ή από βανδαλισμούς για παράδειγμα, είτε κατά λάθος από πιθανά ατυχήματα.

- Κοινωνικές επιπτώσεις

- Αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις:

Η τουριστική δραστηριότητα συχνά προκαλεί την ανάπτυξη της εκάστοτε περιοχής, ιδιαίτερα όταν αναφερόμαστε σε περιοχές της υπαίθρου. Συχνά η ανάπτυξη αυτή συνοδεύεται από χαρακτηριστικά κοινωνικού εξευγενισμού ή αστικοποίησης. Έτσι αλλάζουν σημαντικά οι σχέσεις των ανθρώπων στις τοπικές κοινωνίες. Πέρα από αυτό, υπάρχει περίπτωση να δημιουργηθούν τριβές μεταξύ των ντόπιων, πιο συγκεκριμένα μεταξύ των ανθρώπων που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό κλάδο και απολαμβάνουν τις υψηλές απολαβές και των υπόλοιπων κατοίκων μιας επαρχιακής περιοχής οι οποίοι συνήθως δεν έχουν ασχολίες τόσο κερδοφόρες όσο ο τουρισμός.

- Αντιδράσεις τοπικής κοινωνίας στον τουρισμό:

Ανάλογα με τη στάση των αρμόδιων τοπικών φορέων, την ένταση της τουριστικής δραστηριότητας αλλά και το αποτύπωμα που έχει σε κάθε περίπτωση είναι αναμενόμενο πως θα προκύψουν και αντίστοιχες αντιδράσεις από τους ντόπιους έναντι στον τουρισμό. Γενικά, μπορεί η τοπική κοινωνία να αποδέχεται την τουριστική δραστηριότητα, να είναι απαθής προς αυτή, να ενοχλείται από αυτή ή να την ανταγωνίζεται. Η στάση αυτή έχει να κάνει με το πως λειτουργεί ο τουριστικός κλάδος σε κάθε περιοχή.

- Φαινόμενα μίμησης:

Όπως αναφέρουμε και στο φαινόμενο της αφοσίωσης στην βόρεια Ευρώπη, πολλές φορές οι τοπικές κοινωνίες μιμούνται τα καταναλωτικά πρότυπα των επισκεπτών. Αυτό μπορεί να γίνει είτε με σκοπό το κέρδος όπως αναφέραμε στην παραπάνω παράγραφο, είτε εξαιτίας του θαυμασμού προς τους επισκέπτες, όπου πολλές φορές οι ντόπιοι και ειδικά οι νέοι, θεωρούν πως οι επισκέπτες εκφράζουν μια μορφή υψηλότερου και πιο μοντέρνου πολιτισμού.

- Αλλαγές στα τοπικά ήθη και έθιμα:

Έχει παρατηρηθεί πως η ανάπτυξη που πηγάζει από τον τουρισμό αλλάζει σημαντικά τα τοπικά ήθη και έθιμα, με μια τάση να υιοθετούνται συνήθειες που συναντάμε στις



αστικές περιοχές. Αλλάζει ο τρόπος διασκέδασης, η διαχείριση του ελεύθερου χρόνου κλπ.

- ο Φθορές μνημείων και πολιτιστικών χώρων:

Αντίστοιχα με τη φθορά του περιβάλλοντος που αναφέραμε παραπάνω το ίδιο φαινόμενο παρατηρείται και σε χώρους πολιτισμού. Οι αυξημένες ροές επισκεπτών αναγκαστικά συνοδεύονται και με αυξημένες φθορές ή πιθανότητα ζημιάς.

- ο Εμπορευματοποίηση του τοπικού πολιτισμού και κουλτούρας:

Η επιθυμία των ντόπιων για κέρδος, σε συνδυασμό με την επιθυμία των επισκεπτών να εξερευνήσουν την τοπική κουλτούρα και να έρθουν σε επαφή μαζί της, οδηγεί συχνά στην εμπορευματοποίηση της. Ένα χαρακτηριστικό αυτής της διαδικασίας είναι η αλλαγή του χαρακτήρα των τοπικών προϊόντων, από τον βιοτεχνικό χαρακτήρα και πρότυπα παραγωγής σε βιομηχανικής μορφής προϊόντα. Η εμπορευματοποίηση προφανώς δεν περιορίζεται μόνο σε αντικείμενα ή προϊόντα, π.χ. κεραμικά, τρόφιμα κ.λπ., αλλά επηρεάζει και την τέχνη, την τοπική μουσική, ζωγραφική, κ.λπ., τα οποία πλέον λαμβάνουν υπόψιν τις επιθυμίες των επισκεπτών κατά τη σύνθεσή τους.

Αν και οι κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού δεν έχουν τόσο άμεση σχέση με το καπιταλιστικό οικονομικό μοντέλο, όσο με την παγκοσμιοποίηση, οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις παρουσιάζουν ακριβώς τα ίδια προβλήματα που δημιουργούνται από όλες τις βιομηχανικές δραστηριότητες τις οποίες διέπουν οι επιθετικές τάσεις ανάπτυξης που ορίζει ο καπιταλισμός. Η ανάπτυξη, δεν είναι για τις καπιταλιστικές οικονομίες απλώς μια φιλοσοφία βέβαια. Είναι αντιθέτως μια άμεση συνέπεια του τρόπου με τον οποίο λειτουργούν. Σήμερα, έχουμε ήδη αρχίσει να θέτουμε προς συζήτηση θέματα βιωσιμότητας και να προσπαθούμε να θέσουμε όρια στην ανάπτυξη. Αυτό συμβαίνει διότι ο τρόπος με τον οποίο λειτουργούσε μέχρι σήμερα η οικονομία βλέπουμε πως δεν λειτουργεί. Η τεράστια ανεξέλεγκτη κατανάλωση των φυσικών πόρων, από όλους τους τομείς της βιομηχανίας, που απαιτείται για τη διαρκή εξέλιξη παρατηρούμε πως οδηγεί τους πόρους αυτούς στην εξαφάνιση. Στη θεωρία, όταν οι πόροι αυτοί εξαντλούνταν, υποτίθεται πως η τεχνολογία θα έδινε τη λύση ώστε να προσπεράσουμε αυτό τον περιορισμό, π.χ. στην αυτοκινητοβιομηχανία, εξαντλούνται οι υδρογονάνθρακες και συνεπώς στρεφόμαστε στην ηλεκτροκίνηση. Στην πράξη όμως βλέπουμε πως δεν είναι πάντα έτσι. Η τεχνολογία δεν έχει καταφέρει μέχρι στιγμής να προσφέρει λύση σε όλους τους τομείς κατανάλωσης. Άλλωστε, έχουμε παρατηρήσει πως ακόμη και στις περιπτώσεις όπου χάρη στην τεχνολογία η διαδικασία παραγωγής έγινε πιο αποδοτική ή μείωσε το περιβαλλοντικό αποτύπωμα, λόγω του υπάρχοντος οικονομικού μοντέλου, άμεση συνέπεια ήταν η μείωση της τιμής του προϊόντος, με τελικό αποτέλεσμα την αύξηση της κατανάλωσης, δηλαδή τελικά μηδενικό κέρδος. Εξαιτίας αυτού, σήμερα μιλάμε για επιβράδυνση των ρυθμών κατανάλωσης και συνεπώς ανάπτυξης. Με αυτή την ιδέα, όμως, φαίνεται να υπάρχουν άλλα προβλήματα. Αρχικά, συχνά θεωρούμε πως η ζημιά που έχει ήδη προκληθεί στο περιβάλλον είναι αναστρέψιμη και μη συσσωρευτική. Αντ' αυτού, στην πραγματικότητα, υπάρχει ένα σημείο, το οποίο αν ξεπεραστεί η ζημιά είναι ανεπανόρθωτη, όπως συμβαίνει για παράδειγμα στις περιπτώσεις εξαφάνισης συγκεκριμένων ειδών ζώων. Άπαξ και αφανίσουμε το είδος, δεν μπορούμε με τίποτα να αναστρέψουμε τη ζημιά. Επίσης, έχει παρατηρηθεί, πως σε περιπτώσεις όπου μια χώρα μειώνει το περιβαλλοντικό της αποτύπωμα, συχνά απλώς το μεταφέρει σε μια άλλη περιοχή. Όπως για παράδειγμα, η Αμερική μείωνε το αποτύπωμά της εξάγοντας τα απορρίμματά της στην Κίνα. Τέλος και σημαντικότερα, η καπιταλιστική οικονομία βασίζεται σε μια λογική αυτοεξισορρόπησης, η οποία ήδη πασχίζει να λειτουργήσει. Μια τόσο ριζικά αντικαπιταλιστική απόφαση όπως η μείωση των ρυθμών ανάπτυξης είναι σχεδόν δεδομένο πως θα κατακερματίσει το ήδη εύθραυστο παγκόσμιο οικονομικό μοντέλο. Εν κατακλείδι, όπως φαίνεται, το πρόβλημα είναι πολύ βαθύτερο αλλά και πολύ πιο δύσκολο να αντιμετωπιστεί από όσο νομίζει ο

περισσότερος κόσμος. Η συζήτηση τελικά στρέφεται στην αναζήτηση νέων οικονομικών μοντέλων, τα οποία δεν έχουν τόσο άμεση εξάρτηση με την παραγωγή, την κατανάλωση και την ανάπτυξη. Ωστόσο καταφέρουμε να ξεφύγουμε από αυτόν τον τρόπο λειτουργίας, είναι πολύ πιθανό πως δε θα καταφέρουμε να λύσουμε το πρόβλημα.

*«Μπορούμε να σώσουμε τον καπιταλισμό ή να σώσουμε τους εαυτούς μας. Δεν μπορούμε να κάνουμε και τα δύο» - Smith (2010)*

## 4. Αναζητώντας μια λύση

### 4.1. Ο Εναλλακτικός Τουρισμός ως Αντίλογος του Μαζικού

Η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού είναι κάτι που συναντάμε συχνά όταν συζητάμε για τη λύση στα προβλήματα που προκαλεί ο μαζικός τουρισμός, χωρίς όμως να γνωρίζουμε πάντα σε τι αναφερόμαστε και τι πραγματικά σημαίνει εναλλακτικός τουρισμός. Συχνά, ο εναλλακτικός τουρισμός παρουσιάζεται ως πανάκεια, ως η απόλυτη λύση, για όλα τα προβλήματα που ροκανίζουν το μαζικό μοντέλο τουρισμού. Ο λόγος για αυτό είναι ότι ο όρος εναλλακτικός τουρισμός έχει εδραιωθεί κατά αυτόν τον τρόπο, ώστε να σηματοδοτεί ένα θετικό σενάριο τουρισμού και να δημιουργεί τον αντίλογο στα προβλήματα του μαζικού τουρισμού. Η έννοια του «εναλλακτικού τουρισμού», στην πραγματικότητα, έχει άμεση σχέση με την κατάσταση του όρου «μαζικός τουρισμός», τον οποίον τα τελευταία χρόνια χρησιμοποιούμε για να αναφερθούμε σε δημοφιλή μοντέλα διακοπών, τα οποία όμως συνδέονται συχνά με αρνητικές επιπτώσεις. Στην Ελλάδα το μοντέλο μαζικού τουρισμού που αναπτύσσεται είναι αυτό που περιλαμβάνει τον τουρισμό γύρω από τη θάλασσα και τον ήλιο της χώρας, ενώ το εναλλακτικό μοντέλο περιλαμβάνει την οικολογική ευαισθησία, τη μόρφωση, την κουλτούρα και αναπόφευκτα τη διασκέδαση. Με αυτά τα δεδομένα ο όρος «εναλλακτικός τουρισμός» έχει την τάση να σηματοδοτεί τη λύση όλων των προβλημάτων που προκαλούν τα υπάρχοντα μοντέλα τουρισμού. Αυτό βεβαίως δεν είναι γενικά αληθές, καθώς ο όρος «εναλλακτικός τουρισμός» είναι πολύ ευρύς και στην πραγματικότητα αναφέρεται σε μια πληθώρα τουριστικών μοντέλων τα οποία λειτουργούν διαφορετικά μεταξύ τους, αλλά και οι συνέπειές τους και η αποτελεσματικότητά τους διαφέρει ανάλογα το περιβάλλον στο οποίο εφαρμόζονται και τις γενικότερες συνθήκες.

Για να γίνουμε πιο συγκεκριμένοι, η εικόνα που αναπτύξαμε στα προηγούμενα κεφάλαια, αναφερόμενοι στη μαζικοποίηση του τουρισμού και στα προβλήματα που παρουσιάζονται αναφέρονται σε ένα πρότυπο τουρισμού, το οποίο σήμερα επιλέγουν πάνω από 700.000.000 άνθρωποι ετησίως, αποτελείται από μαζική συμμετοχή αυτών των ανθρώπων σε δραστηριότητες, επιθυμίες και προσδοκίες που ορίζονται από τη μόδα της εποχής και αυτό τον καθιστά μαζικό. Ο όρος «εναλλακτικός τουρισμός» άρχισε να χρησιμοποιείται ήδη από τη δεκαετία του '70, για να περιγράψει τουριστικά μοντέλα τα οποία προσφέρουν διαφορετικές εμπειρίες από τα μαζικά μοντέλα. Συχνά, επίσης, τα πρότυπα του εναλλακτικού τουρισμού συμπεριλαμβάνουν και προθέσεις για την προστασία της τοπικής κουλτούρας κάθε τόπου καθώς και του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος αν και δεν είναι απαραίτητο.

Τα τελευταία χρόνια, λοιπόν, με τα προβλήματα του μαζικού τουρισμού να γίνονται όλο και πιο έντονα και αισθητά, παρατηρείται μια σημαντική άνοδος των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Το γεγονός αυτό, βάσει και όσων αναφέραμε παραπάνω, αποκαλύπτει μια αδυναμία στην ορολογία που χρησιμοποιούμε για να ορίσουμε τα υπάρχοντα πρότυπα τουρισμού. Είναι προφανές πως στην περίπτωση που η άνοδος των μοντέλων τουρισμού, που αναγνωρίζουμε αυτή τη στιγμή ως εναλλακτικά, συνεχίσει, είναι επόμενο να εδραιωθεί ως η δημοφιλέστερη επιλογή. Σε αυτή την περίπτωση, καταλαβαίνουμε πως οι ρόλοι θα αντιστραφούν μεταξύ μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού, συνεπώς δε θα μπορούμε πλέον να χαρακτηρίζουμε τον εναλλακτικό τουρισμό ως εναλλακτικό. Στην πραγματικότητα, αν και αυτό το μέλλον πιθανόν να αργεί, αυτό που μας δείχνει αυτή η περίπτωση, πέρα από την ασάφεια της γλώσσας που χρησιμοποιείται, είναι η αλληλένδετη σχέση που έχουν αυτές οι δύο μορφές, που πράγματι τελικά ορίζει τον εναλλακτικό τουρισμό ως τον αντίλογο, την θετική εκδοχή αν θέλετε, του μαζικού τουριστικού προϊόντος.

Με αφορμή αυτή τη διαπίστωση, του παράδοξου που δημιουργεί η ορολογία που χρησιμοποιείται για να αναφερθούμε στα τουριστικά μοντέλα, προκύπτει και η εξής σκέψη: είναι πράγματι αδυναμία

στην ορολογία; Ή μήπως, οι έννοιες μαζικός και εναλλακτικός τουρισμός είναι απλώς ευέλικτες και είναι επί σκοπού ορισμένες να αλλάζουν σημασία ακολουθώντας αλλαγές στις τάσεις και τη μόδα; Προφανώς υπάρχει απάντηση σε αυτό το ερώτημα, αλλά δεν είναι ακριβώς ξεκάθαρη. Υπάρχουν δύο σενάρια ως προς την απάντηση αυτού του ερωτήματος, και τα δύο είναι θεωρητικού επιπέδου, αλλά αφορούν την ίδια συνθήκη: ο εναλλακτικός τουρισμός να γίνει το κατά κόρο δημοφιλέστερο πρότυπο τουρισμού. Στη μία περίπτωση, ας υποθέσουμε πως ο εναλλακτικός τουρισμός κατά την ανάπτυξή του, σε νούμερα επισκεπτών που τον επιλέγουν αντίστοιχα με αυτά του μαζικού, πράγματι λειτουργεί ως αναμένεται, είναι δηλαδή πράγματι πιο φιλικός προς το περιβάλλον, προσφέρει καλύτερες εμπειρίες για τους επισκέπτες, λειτουργεί καλύτερα για τους εργαζομένους κ.λπ.. Σε αυτή την περίπτωση οι όροι αντιστρέφονται και ο μαζικός τουρισμός αντικαθίσταται από αυτό που σήμερα γνωρίζουμε ως εναλλακτικό, ο οποίος με τη σειρά του αποκτά αρνητική σημασία. Στη δεύτερη περίπτωση, ας υποθέσουμε πως ο εναλλακτικός τουρισμός εν τέλει δε λειτουργεί σε μαζική κλίμακα. Σε αυτή την περίπτωση πάλι ο εναλλακτικός τουρισμός γίνεται μαζικός, αλλά την έννοια του εναλλακτικού πιθανόν να αντικαταστήσει ένα νέο μοντέλο το οποίο υπόσχεται καλύτερες επιδόσεις. Η ουσία είναι πως παρότι και τα δύο αυτά σενάρια είναι υποθετικά είναι σημαντικό να προσπαθήσουμε να προβλέψουμε, κατά το δυνατό, ποιο από τα δύο είναι αληθές και βασικά να αναρωτηθούμε αν πράγματι ο εναλλακτικός τουρισμός είναι η λύση που υπόσχεται πως είναι ή αν τελικά αξιολογείται θετικά λόγω της περιορισμένης αποδοχής από τον κόσμο για την ώρα.

Παρακάτω θα προσπαθήσουμε να αξιολογήσουμε τα εναλλακτικά μοντέλα τουρισμού, με γνώμονα ακριβώς ό,τι αναφέραμε, δηλαδή σε ποιες περιπτώσεις ο εναλλακτικός τουρισμός έχει προοπτικές ως μια θετική αλλαγή και σε ποιες περιπτώσεις λειτουργεί χειρότερα ή το ίδιο με τον μαζικό τουρισμό που γνωρίζουμε ήδη. Για να επιτευχθεί αυτό αρχικά είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τον εναλλακτικό τουρισμό και τις δυνατότητές του.



#### 4.2. Κατηγορίες Μοντέλων Εναλλακτικού Τουρισμού

Ο εναλλακτικός τουρισμός, όπως και ο μαζικός, είναι στην πραγματικότητα γενικοί όροι, οι οποίοι περιλαμβάνουν μια πληθώρα τουριστικών εμπειριών, με αρκετά μεγάλες διαφοροποιήσεις μεταξύ τους. Όσον αφορά τον εναλλακτικό τουρισμό, ήδη υπάρχουν αρκετές υποκατηγορίες μοντέλων τουρισμού οι οποίες έχουν δοκιμαστεί και διαθέτουν ένα σημαντικό κοινό που τις επιλέγει για τις διακοπές του ή τα ταξίδια του. Η ανάπτυξη αυτών των μοντέλων εξαρτάται άμεσα από τον τόπο στον οποίο λαμβάνουν χώρα, καθώς έχουν σχέση με το τι έχει να προσφέρει ο κάθε τόπος και συχνά βασίζονται στις συνεργασίες πολλών κλάδων της βιομηχανίας ώστε να λειτουργήσουν αλλά και στο προφίλ των ανθρώπων που επιλέγουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού για τις διακοπές τους, είτε αυτό είναι η οικονομική τους κατάσταση, ή το μορφωτικό τους επίπεδο ή οτιδήποτε άλλο. Στην Ελλάδα, βάση των δυνατοτήτων που διαθέτει σαν χώρα ενδείκνυται να αναπτυχθούν οι εξής κατηγορίες εναλλακτικού τουρισμού:

- Τουρισμός περιπέτειας:  
Είναι οι διακοπές που περιλαμβάνουν δραστηριότητες υψηλής αδρεναλίνης ή κινδύνου, όπως rafting, καταδύσεις, θαλάσσια σπορ, παραπέντε κ.λπ.
- Κοινωνικός τουρισμός  
Αναφέρεται στον κρατικά επιδοτούμενο τουρισμό για τα χαμηλότερα οικονομικά στρώματα, ώστε να απολαμβάνουν και αυτοί το απαραίτητο πλέον αγαθό των διακοπών.
- Θρησκευτικός τουρισμός:  
Περιλαμβάνει τις δραστηριότητες και επισκέψεις χώρων και μνημείων θρησκευτικού χαρακτήρα.
- Ιαματικός τουρισμός  
Περιλαμβάνει τα ταξίδια με σκοπό την επίσκεψη ιαματικών πηγών ή λουτρών, τη θαλασσοθεραπεία και γενικότερα την σωματική και ψυχική ίαση.
- Εκπαιδευτικός τουρισμός  
Είναι το τουριστικό μοντέλο με βασικό στόχο τη μόρφωση, μέσω της παρακολούθησης εκπαιδευτικών ή πολιτιστικών εκδηλώσεων και της επίσκεψης χώρων πολιτισμού.
- Πολιτιστικός τουρισμός  
Αφορά την επαφή του επισκέπτη με τα πολιτιστικά στοιχεία ενός τόπου, είτε αυτά είναι η τοπική αρχιτεκτονική, ιστορία, τέχνες, μνημεία, λαογραφικά χαρακτηριστικά ή κοινωνικά.
- Επαγγελματικός τουρισμός:  
Περιλαμβάνει όλες τις κατηγορίες επαγγελματικών ταξιδιών.
- Αθλητικός τουρισμός:
  - Ενεργητικός: Αφορά τους αθλητές που ταξιδεύουν για να συμμετάσχουν σε κάποιο διεθνές αθλητικό γεγονός, ή τα μοντέλα διακοπών που περιλαμβάνουν αθλητικές δραστηριότητες
  - Παθητικός: Αφορά τους μη αθλητές που εργάζονται σε σχετικούς τομείς με τον αθλητισμό (π.χ. αθλητικογράφοι) και ταξιδεύουν επαγγελματικά και τους θεατές που ταξιδεύουν για να παρακολουθήσουν ένα αθλητικό γεγονός.
- Χειμερινός τουρισμός:  
Αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες από το Νοέμβριο μέχρι τον Μάρτιο, κυρίως σε ορεινές περιοχές, περιλαμβάνει το χιονοδρομικό τουρισμό, τον τουρισμό παραχείμασης και τον τουρισμό χειμερινών αθλημάτων.
- Ορεινός τουρισμός:  
Αν και εκ πρώτης όψεως είναι πανόμοιος με τον χειμερινό τουρισμό, ο χειμερινός τουρισμός δεν λαμβάνει χώρα απαραίτητα σε ορεινές περιοχές. Επίσης ο ορεινός τουρισμός δεν

περιορίζεται μόνο στους χειμερινούς μήνες. Τέλος δεν εξαρτάται απαραίτητα από τις κλιματολογικές συνθήκες (ύπαρξη χιονιού, χαμηλών θερμοκρασιών κ.λπ.)

- **Οικολογικός τουρισμός:**  
Αναφέρεται σε μορφές τουρισμού στη φύση, οι οποίες σέβονται τις αντοχές της περιοχής σε ποσότητα τουρισμού, περιλαμβάνει την εξερεύνηση φυσικών και ανθρωπογενών τοπίων και εκτίμηση των πολιτισμικών στοιχείων μιας περιοχής.
- **Αγροτικός τουρισμός:**  
Είναι το μοντέλο τουρισμού που περιλαμβάνει αγροτικές δραστηριότητες, οι οποίες επιτρέπουν τη σύνδεση του επισκέπτη με τη φύση και το ελληνικό τοπίο, είτε συμμετέχοντας στις διαδικασίες παραγωγής, συσκευασίας, επεξεργασίας και μαγειρικής των τοπικών προϊόντων, είτε παρατηρώντας αυτές τις διαδικασίες.
- **Γαστρονομικός τουρισμός**  
Είναι το μοντέλο τουρισμού κατά το οποίο οι ταξιδιώτες έχουν ως στόχο τη γευσιγνωσία. Σαν κύρια δραστηριότητα είναι η δοκιμή και εξερεύνηση υψηλής ποιότητας γαστρονομικών εμπειριών που έχει να προσφέρει ένας τόπος. Μπορεί να θεωρηθεί και κομμάτι του αγροτουρισμού.

Βέβαια, αξίζει να σημειωθεί, πως εξαιτίας της μεγάλης ποικιλίας τοπίων και των γενικών διαφορών από τόπο σε τόπο της Ελλάδας, δεν ταιριάζουν όλες οι κατηγορίες σε όλες τις περιοχές της επικράτειας. Ακόμη, τα παραπάνω μοντέλα δεν είναι όλα το ίδιο ανεπτυγμένα, ούτε έχουν τις ίδιες δυνατότητες και προοπτικές, όπως θα δούμε και παρακάτω.

### 4.3. Το Προφίλ του Εναλλακτικού Τουρίστα

Όπως είναι εμφανές, η παραπάνω κατηγοριοποίηση του εναλλακτικού τουρισμού έχει άμεση σχέση με τις δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχει ο επισκέπτης κατά τη διάρκεια των διακοπών του. Η επιλογή μοντέλου από κάθε ταξιδιώτη έχει άμεση σχέση με τις επιθυμίες και τις προσδοκίες που έχει το κάθε άτομο για τις διακοπές του αλλά και με την προσωπικότητα του ατόμου. Όσο αφορά τα κίνητρα των εναλλακτικών τουριστών διακρίνονται σε τρεις βασικές κατηγορίες:

1. Ενεργητικού τύπου:  
Περιλαμβάνουν την περιπλάνηση, την άθληση, την περιπέτεια και γενικότερα τις ενεργητικές δραστηριότητες
2. Εξερευνητικού τύπου και συναναστροφής:  
Περιλαμβάνουν την παρακολούθηση και εξοικείωση των επισκεπτών με τον πολιτισμό, τα ήθη και τα έθιμα του τόπου που επισκέπτονται καθώς και τη συναναστροφή με τους ντόπιους κατοίκους
3. Δεσμευτικού χαρακτήρα:  
Περιλαμβάνουν την οποιασδήποτε μορφής εθελοντική εργασία των ταξιδιωτών κατά τη διάρκεια των διακοπών τους σε ένα τόπο

Καταλαβαίνουμε, πως τα κίνητρα που χαρακτηρίζουν έναν εναλλακτικό τουρίστα σε σχέση με αυτά του μαζικού, έχουν αρκετά μεγάλη διαφορά. Συχνά οι εναλλακτικοί τουρίστες είναι καλύτερα προετοιμασμένοι και ενημερωμένοι για τον τόπο που σκοπεύουν να επισκεφτούν, συνεπώς έχουν πιο ρεαλιστικές προσδοκίες και συχνά λαμβάνουν υπόψιν κάποιο πρόγραμμα δραστηριοτήτων. Με αυτό τον τρόπο οι επισκέπτες αξιοποιούν καλύτερα τον χρόνο τους και απολαμβάνουν σε βαθύτερο επίπεδο τον τόπο που επισκέπτονται.

Σε ό,τι έχει να κάνει με τις επιθυμίες των ατόμων που επιλέγουν τον εναλλακτικό τουρισμό, παρατηρούμε πως και σε αυτό τον τομέα υπάρχουν αρκετές διαφορές με τους μαζικούς τουρίστες. Συνήθως, ο εναλλακτικός τουρίστας είναι καλά εκπαιδευμένος, έχει απολαβές άνω του μέσου όρου, προτιμά να ταξιδεύει μόνος του ή σε μικρές ομάδες, αναζητά την περιήγηση, επιδιώκει την επαφή με τον τόπο που επισκέπτεται και συνήθως επισκέπτεται ένα τόπο για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.

Το σύνολο των παραπάνω χαρακτηριστικών που διαμορφώνουν κατά κανόνα το προφίλ του εναλλακτικού τουρίστα είναι προφανές πως απεικονίζουν έναν επισκέπτη με πολύ πιο θετικό αποτύπωμα από αυτό του μαζικού τουρίστα. Οι εναλλακτικοί τουρίστες συνήθως είναι ενημερωμένοι για τον τόπο που επισκέπτονται με αποτέλεσμα να προσαρμόζουν τις προσδοκίες τους κατάλληλα, έχουν χαμηλότερο κοινωνικό αντίκτυπο στις τοπικές κοινωνίες, σέβονται το περιβάλλον και τα σημεία ενδιαφέροντος σε μεγαλύτερο βαθμό και γενικότερα εναρμονίζονται με την τοπική κουλτούρα καλύτερα.

Όλο αυτό (Γράφημα 6: Συγκριτικό γράφημα μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού.), δημιουργεί ένα προφίλ για τον άνθρωπο που επιλέγει τον εναλλακτικό τουρισμό για τις διακοπές του, το οποίο σχετίζεται με το πώς αλληλοεπιδρά με τον τόπο, το πώς χειρίζεται την τεχνολογία, τις δραστηριότητες που επιλέγει και τις απαιτήσεις που έχει. Σε γενικά πλαίσια, θα μπορούσαμε να πούμε πως είναι μια βελτίωση σε σχέση με το προφίλ του μαζικού τουρίστα. Εν τέλει, η βελτιωμένη αυτή τουριστική κουλτούρα έχει θετικές προεκτάσεις και στην ανάπτυξη του τόπου υποδοχής.

	Μαζικός Τουρισμός	Εναλλακτικός Τουρισμός
Χρήστες	Ανενημέρωτοι Μη έμπειροι Μαζικές ροές	Ενημερωμένοι Έμπειροι Αναζήτηση της εμπειρίας
Τεχνολογία	Μη εξοικειωμένοι χρήστες Δεν χρησιμοποιείται από όλους Απομονωμένοι χρήστες	Εξοικειωμένοι χρήστες Αμφίδρομη επικοινωνία Όλοι είναι χρήστες Συνδεδεμένοι χρήστες
Παραγωγή	Ανταγωνισμός μέσω τιμής Ανεξέλεγκτη μαζική παραγωγή Μονόπλευρη ανάπτυξη	Ανταγωνισμός μέσω καινοτομίας Στοχευμένη μαζική παραγωγή Πολύπλευρη ανάπτυξη
Διαχείριση	Εργασία ως κόστος παραγωγής Μεγιστοποίηση πληρότητας Πώληση όλων των παραγόμενων	Εργασία ως πηγή ποιότητας Απόδοση παραγωγής Συμμετοχική διαχείριση
Υποδομές	Παλαιά πρότυπα λειτουργίας Οικονομική ανάπτυξη Ανεξέλεγκτη ανάπτυξη	Μοντέρνα πρότυπα λειτουργίας Ανακατασκευή Όρια στην ανάπτυξη

Γράφημα 6: Συγκριτικό γράφημα μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού.



#### 4.4. Η φαινομενική λύση: Η έννοια του ήπιου τουρισμού

Εφόσον πλέον κατανοούμε την έννοια του εναλλακτικού τουρισμού, μπορούμε να καταλάβουμε πως δεν αφορά μόνο τα καταλύματα και τις τουριστικές δομές αλλά και τους ίδιους τους ταξιδιώτες. Παρότι φαίνεται συνολικά ο εναλλακτικός τουρισμός να είναι ανώτερος του μαζικού, όντας ένα μοντέλο το οποίο προσφέρει ένα πιο ενδιαφέρον σενάριο διακοπών για τους επισκέπτες και ταυτόχρονα εναρμονίζεται με τον τόπο φιλοξενίας σε μεγαλύτερο βαθμό, το ερώτημα παραμένει, αν είναι πράγματι μακροπρόθεσμα βιώσιμος, κυρίως σε ότι αφορά το περιβάλλον αλλά και σε δεύτερη ανάλυση οικονομικά.

Η κλίμακα της επέμβασης και συγκεκριμένα το μέγεθος των ξενοδοχείων ή το μέγεθος των προβλεπόμενων ροών επισκεπτών είναι εξαιρετικά σημαντικό όταν συζητάμε για το περιβαλλοντικό αντίκτυπο του τουρισμού. Υπάρχουν άλλωστε ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες παρά το γεγονός ότι προσφέρουν στους επισκέπτες πληθώρα δραστηριοτήτων, που πολλές φορές θα μπορούσαμε να τις εντάξουμε σε πρότυπα εναλλακτικού τουρισμού, είναι φτιαγμένες για να εξυπηρετούν χιλιάδες επισκέπτες, γεγονός που τις στρέφει πλέον στο μαζικό μοντέλο. Η έννοια της κλίμακας όμως είναι σχετικά αφηρημένη. Τι ακριβώς εννοούμε όταν αναφερόμαστε στην κλίμακα; Είναι η έκταση της ξενοδοχειακής μονάδας; Είναι η μορφή της; Είναι ο αριθμός των ετήσιων επισκεπτών; Η χωρητικότητά της; Ή η τοποθεσία της; Στην πραγματικότητα αναφερόμαστε σε ένα συνδυασμό όλων των παραπάνω, το οποίο πιο σωστά θα χαρακτηριζόταν ως η ένταση της τουριστικής δραστηριότητας σε μια περιοχή και αυτό είναι που μας ενδιαφέρει στην ουσία. Για να ορίσουμε την ένταση της τουριστικής δραστηριότητας μιας περιοχής χρησιμοποιούμε δείκτες, όπως οι τουριστικές κλίκες ανά μόνιμο κάτοικο. Με κύριο γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος και του φυσικού τοπίου, το βέλτιστο μοντέλο τουρισμού είναι αυτό του ήπιου τουρισμού. Μικρές μονάδες φιλοξενίας, όπως για παράδειγμα ορειβατικά καταφύγια, τα οποία φιλοξενούν περιορισμένο αριθμό επισκεπτών ετησίως και διατηρούν την κατανάλωση φυσικών πόρων, ενέργειας και νερού χαμηλά, έχουν προφανώς το ελάχιστο δυνατό αποτύπωμα στο φυσικό τοπίο. Η έννοια του ήπιου τουρισμού περιγράφει ακριβώς αυτά τα πρότυπα, αναφέρεται στις χαμηλής έντασης τουριστικές δραστηριότητες σε ένα τόπο, με σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος.

Είναι όμως απαραίτητο να διευκρινιστεί, πως η απόλυτη στροφή προς ήπια μοντέλα τουρισμού δεν είναι εφικτή και ούτε είναι η λύση στο πρόβλημα του τουρισμού. Μια τέτοια κατάσταση, στην οποία λειτουργούν μόνο ήπιοι χαρακτήρα τουριστικές δομές θα είχε ως άμεσο αποτέλεσμα τη μείωση των διαθέσιμων κλινών, γεγονός που θα μετέτρεπε τον τουρισμό της συγκεκριμένης περιοχής σε είδος πολυτελείας. Αυτό σημαίνει αύξηση των τιμών διανυκτέρευσης συνολικά και ως άμεση συνέπεια, θα σήμαινε πως οι διακοπές δεν είναι πλέον ένα κοινό αγαθό το οποίο μπορούν να απολαύσουν όλοι ανά τακτά χρονικά διαστήματα, κάτι το οποίο όπως εξηγήσαμε και στα παραπάνω κεφάλαια είναι απαραίτητο στις μέρες μας. Επίσης, η ύπαρξη μόνο τέτοιου είδους μονάδων θα ήταν πρόβλημα και για το καπιταλιστικό οικονομικό μοντέλο το οποίο υιοθετεί η παγκόσμια οικονομία, μιας και αυτά τα τουριστικά πρότυπα ως επί των πλείστων λειτουργούν εκτός των απαιτήσεων της καπιταλιστικής οικονομίας η οποία απαιτεί τη μέγιστη δυνατή κατανάλωση, σε όλα τα είδη, ασταμάτητα. Επίσης, ο ήπιος τουρισμός βασίζεται συνήθως στο υψηλής ποιότητας φυσικό πλούτο μιας περιοχής, κάτι που δεν είναι διαθέσιμο σε όλες τις περιοχές μιας χώρας.

Παρόλα αυτά, ο ήπιος τουρισμός παραμένει ένα σημαντικό εργαλείο για την τουριστική βιομηχανία, ο οποίος σε περίπτωση που χρησιμοποιηθεί κατάλληλα έχει τη δυνατότητα να προστατέψει και να αναδείξει περιοχές ιδιαίτερης φυσικής ομορφιάς, οι οποίες στην περίπτωση που εκμεταλλευόντουσαν από τουριστικές δραστηριότητες υψηλής έντασης μπορεί και να καταστρέφονταν. Είναι προφανές, πως αν και ο ήπιος τουρισμός είναι πολύ φιλικός για το περιβάλλον, δεν είναι δυνατόν να γίνει το καθολικό πρότυπο για την τουριστική βιομηχανία, για

οικονομικούς λόγους. Ο ήπιος τουρισμός είναι κερδοφόρος μόνο κατ' εξαίρεση, κατά κύριο λόγο στις περιπτώσεις που συνδυάζεται με την πολυτέλεια. Για αυτό το λόγο ο ήπιος τουρισμός δεν μπορεί να αποτελέσει το μοναδικό μοντέλο μιας χώρας, ειδικά σε μια εποχή η οποία έχει θέσει την ξεκούραση ως δεδομένο δικαίωμα κάθε εργαζόμενου, δηλαδή απαιτεί τουριστικές υποδομές ικανές να φιλοξενήσουν μεγάλους αριθμούς επισκεπτών. Έτσι, αντιλαμβανόμαστε πως είτε είναι απαραίτητο να βρούμε μια μέθοδο ώστε να γίνει το μοντέλο του ήπιου τουρισμού, ένα μοντέλο το οποίο βασίζεται στους χαμηλούς αριθμούς επισκεπτών, κερδοφόρο αλλά και ταυτόχρονα προσβάσιμο σε όλες τις κοινωνικές τάξεις, κάτι που κατά πάσα πιθανότητα είναι αδύνατο. Έτσι, καταλαβαίνουμε πως υπάρχει ανάγκη να στραφούμε και σε άλλα τουριστικά μοντέλα για τη συνολική ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας μιας χώρας, χρησιμοποιώντας τον ήπιο τουρισμό στις ανάλογες περιπτώσεις.

#### 4.5. Αποτίμηση της Αειφόρου Τουριστικής Ανάπτυξης

Η έννοια της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης είναι ένα ζήτημα το οποίο απασχολεί έντονα τον κόσμο τις τελευταίες δεκαετίες και έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες ώστε να βρεθεί ένα πλαίσιο το οποίο να ορίζει τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης ώστε να εξασφαλίζεται η βιωσιμότητα και η αειφορία. Ήδη από το 1990 υπάρχουν οργανισμοί όπως η World Commission of Environment and Development, οι οποίοι θέτουν προβληματισμούς για τη βιώσιμη ανάπτυξη και το πώς την αντιλαμβανόμαστε. Συγκεκριμένα, τα κρίσιμα ζητήματα της βιωσιμότητας σύμφωνα με την έκθεση της εν λόγω επιτροπής είναι τα εξής:

- Η αναζωογόνηση της ανάπτυξης.
- Η αλλαγή στην ποιότητα της ανάπτυξης.
- Η ικανοποίηση των βασικών αναγκών για εργασία, τροφή, ενέργεια, νερό και υγιεινή.
- Η εξασφάλιση ενός βιώσιμου πληθυσμιακού επιπέδου.
- Η διατήρηση και ο εμπλουτισμός των πόρων.
- Ο επαναπροσδιορισμός της τεχνολογίας και ο έλεγχος των κινδύνων που αυτή ελλοχεύει.
- Η διασύνδεση του περιβάλλοντος με την οικονομία στη λήψη αποφάσεων.

(World Commission on Environment and Development, 1987, σελ.41)

Στην Ευρώπη, η Ευρωπαϊκή Ένωση, με στόχο να αναδειχθεί ως ένας δυνατός ανταγωνιστής στην παγκόσμια βιομηχανία του τουρισμού και να εξασφαλίσει την αειφόρο ανάπτυξη του κλάδου, έθεσε και αυτή προς συζήτηση ζητήματα που σχετίζονται με την αειφόρο ανάπτυξη του τουρισμού και τη περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Συγκεκριμένα, το 2003 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναφέρει σε άρθρο της τους στόχους και τις προκλήσεις του αειφόρου τουρισμού:

- Κύρια πρόκληση η αειφόρος δραστηριότητα και ανάπτυξη: Δηλαδή, να διερευνηθούν τα εργαλεία και οι τρόποι σύμφωνα με τους οποίους η διαχείριση της τουριστικής δραστηριότητας στην Ευρώπη και παγκόσμια θα προσδιορίζεται βάσει των ορίων των διαθέσιμων πόρων, καθώς και των δυνατοτήτων αναπαραγωγής αυτών, παράλληλα ωστόσο με την εμπορική επιτυχία του τομέα. Επίσης, η Επιτροπή υπογραμμίζει τη θέση πως η αειφόρος ανάπτυξη του τουρισμού συνδέεται περισσότερο με την ανάπτυξη της ποιότητας παρά της ποσότητας και πως η συνειδητοποίηση της ποιότητας εκ μέρους των τουριστών αποτελεί προαπαιτούμενο της αειφόρου ανάπτυξης. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως η Επιτροπή θεωρεί ως ιδιαίτερη και μεγάλη την πρόκληση της διαχείρισης του μαζικού τουρισμού με αειφόρους τρόπους.
- Μια ισορροπημένη προσέγγιση ως προς τους τρεις πυλώνες της αειφορίας: Η Επιτροπή στην ανακοίνωσή της συμπληρώνει τον ορισμό της αειφορίας επικεντρώνοντας το ενδιαφέρον στην αειφορία του τουρισμού, ως εξής: "Η αειφορία του τουρισμού αφορά ειδικότερα σημαντικές πτυχές όπως τις ανταγωνιστικές και κοινωνικά υπεύθυνες τουριστικές επιχειρήσεις, τη δυνατότητα όλων των πολιτών να συμμετάσχουν στον τουρισμό, τις καλές ευκαιρίες απασχόλησης στον τομέα και τα οφέλη από τις τουριστικές δραστηριότητες για τις τοπικές κοινότητες. Απαιτεί τη διατήρηση της πολιτιστικής ακεραιότητας, την ένταξη των περιβαλλοντικών θεμάτων και της προστασίας των πόρων κληρονομιάς στα τουριστικά μέτρα" (Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 2003, σελ.6).
- Αειφόρα μοντέλα κατανάλωσης: Η Επιτροπή προσδιορίζει σε δύο τους κρίσιμους παράγοντες που επηρεάζουν την αειφορία. Πρώτον, η εποχικότητα (ζήτημα που θίγεται ήδη από την Πράσινη βίβλο για τον τουρισμό ωστόσο εδώ αποκτά πληρέστερο εννοιολογικό προσδιορισμό), η οποία έχει ως αποτέλεσμα τον εποχικό κορεσμό των υποδομών επικοινωνίας, των τουριστικών εγκαταστάσεων και της φέρουσας ικανότητας των

προορισμών και οδηγεί σε μείωση της ποιότητας. Δεύτερον, οι μεταφορές, καθώς η άνθηση του τουρισμού την τελευταία πεντηκονταετία διευκολύνθηκε κυρίως από την ανάπτυξη των λιγότερο φιλικών για το περιβάλλον οδικών και εναέριων μεταφορών. Στο σημείο αυτό η Ανακοίνωση αναφέρεται και στα νέα δεδομένα που χαρακτηρίζουν την τουριστική ζήτηση (όπως το γεγονός πως οι τουρίστες αναζητούν ολοένα και περισσότερο εξατομικευμένες επιλογές προσαρμοσμένες στις ανάγκες τους, ότι η δημογραφική αλλαγή θα οδηγήσει σε αλλαγές στη ζήτηση αναφορικά με τους τύπους τουρισμού και εκτιμάται πως η μεγαλύτερη αύξηση θα σημειωθεί στον τουρισμό που αφορά την πολιτιστική και φυσική κληρονομιά κ.λπ.). Η πρόκληση- στόχευση αυτή καταλήγει στη διαπίστωση ότι προς το παρόν, λίγοι τουρίστες ενδιαφέρονται για την αειφορία και για το λόγο αυτό θεωρεί ότι οι νέοι άνθρωποι αποτελούν εξαιρετικά σημαντική ομάδα στόχο.

(Τουφεγγιπούλου, 2014), σελ. 139

Έτσι, καταλαβαίνουμε πως πράγματι αναγνωρίζεται το πρόβλημα του τουρισμού και της οικονομίας που τον περιβάλλει. Αναγνωρίζονται επίσης οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις του μέχρι τώρα τουριστικού μοντέλου. Στα πλαίσια αναζήτησης της λύσης ήδη έχουν γίνει αρκετές συζητήσεις οι οποίες έχουν χαράξει μια γραμμή πλεύσης για την αειφόρο ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου. Οι συζητήσεις αυτές όμως παραμένουν ως γενικές οδηγίες και απαιτείται από το κάθε κράτος να νομοθετήσει κατάλληλα καθώς και να εφαρμόσει τα νέα νομικά πλαίσια, ώστε ο αειφόρος τουρισμός να γίνει πράξη.

Από πλευράς υλοποίησης, λοιπόν, παρατηρήσαμε, πως εκτός από τα γενικά πλαίσια ανάπτυξης τα οποία όπως είδαμε παραπάνω έχουν ήδη γίνει σαφή, δεν αναφέρεται σε κανένα κείμενο ένα συγκεκριμένο τουριστικό ή παραγωγικό ή καταναλωτικό μοντέλο το οποίο να θεωρείται βέλτιστο για την επίτευξη των στόχων της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης. Αυτό το βεβαιώνουν και τα κείμενα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, τα οποία αναφέρουν χαρακτηριστικά, πως η επίτευξη της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης μπορεί να γίνει μέσω πολλών μοντέλων, κάτι το οποίο φαίνεται να είναι αληθές.

Από τα συμπεράσματα του προηγούμενου κεφαλαίου, περί ήπιου τουρισμού, μπορέσαμε να καταλάβουμε πως τα διαφορετικά τουριστικά πρότυπα είναι στην ουσία εργαλεία, μέσω των οποίων, σε περίπτωση που χρησιμοποιηθούν σωστά, μπορούμε να πετύχουμε την αειφόρο ανάπτυξη. Μέσω του τουρισμού έχουμε τη δυνατότητα να προστατέψουμε περιοχές, να αναδείξουμε άλλες, ακόμα και να τροφοδοτήσουμε την ανάπτυξη μιας περιοχής. Η επιλογή του σωστού προτύπου είναι πολύ σημαντική για να επιτύχουμε τα επιθυμητά αποτελέσματα, όπως σημαντικό είναι και να θέσουμε τους σωστούς στόχους μιας ανάπτυξης.

Ας δούμε, για παράδειγμα, δύο πολύ διαφορετικές περιοχές της Ελλάδας, με διαφορετικούς στόχους και διαφορετικές κλίμακες τουριστικής ανάπτυξης. Από τη μία, ας εξετάσουμε την Περιοχή Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΟΤΑ) Μεσσηνίας. Πρόκειται για μια περιοχή στην οποία κρίθηκε πως δεν υπήρχε ιδιαίτερη φυσική ομορφιά και ούτε σημαντική άγρια ζωή. Δημιουργήθηκε έτσι μια περιοχή με αποκλειστικά τουριστικές χρήσεις, οι οποίες λειτουργούν βασισμένες σε ένα εξειδικευμένο πρότυπο μαζικού τουρισμού. Αυτό που πετυχαίνει η περιοχή είναι να δημιουργήσει ένα σημαντικό πόλο έλξης και μια πολύ δυναμική τουριστική μονάδα, σε μια περιοχή όπου οι πρωτογενείς πόροι ήταν χαμηλοί.

Από την άλλη, η περιοχή της λίμνης Κερκίνης, είναι ένας από τους σημαντικότερους οικότουριστικούς προορισμούς πανελλαδικά. Σε αντίθεση με την ΠΟΤΑ, η περιοχή χαρακτηρίζεται από υψηλής ποιότητας φυσικό τοπίο και είναι ένας από τους σημαντικότερους υγροτόπους της Ευρώπης. Στη



λίμνη βρίσκουν καταφύγιο πάνω από 300 είδη πουλιών, ενώ στα νερά της λίμνης υπάρχει η μεγαλύτερη έκταση νούφαρων στην Ελλάδα. Είναι, λοιπόν, προφανές, πως η λίμνη Κερκίνη είναι ένας τόπος τον οποίο οφείλουμε να προστατέψουμε.

Πίνακας 1

ΔΕΙΚΤΕΣ	ΠΟΤΑ Μεσσηνίας	Λίμνη Κερκίνη
<b>A. Μέγεθος Τουριστικής Δραστηριότητας</b>		
Αριθμός των διανυκτερεύσεων (αλλοδαπών και ημεδαπών)	168.200	44.929
Ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών στο σύνολο των διανυκτερεύσεων	37,50%	7,91%
Αριθμός των ξενοδοχειακών κλινών	1.890	824
Αριθμός των ξενοδοχειακών καταλυμάτων	2	19
<b>B. Μορφή Τουριστικής Δραστηριότητας</b>		
Μέσο μέγεθος των ξενοδοχειακών καταλυμάτων (κλίνες/μονάδα)	945	43,36
Ποσοστό των ξενοδοχειακών καταλυμάτων υψηλών κατηγοριών στο σύνολο των καταλυμάτων	100%	0%
Ποσοστό μεγάλων ξενοδοχειακών καταλυμάτων (άνω των 100 κλινών) στο σύνολο των καταλυμάτων	100%	0%
<b>Γ. Συγκέντρωση Τουριστικής Δραστηριότητας</b>		
Ποσοστό του συνολικού αριθμού διανυκτερεύσεων (αλλοδαπών και ημεδαπών) της περιοχής μελέτης στο σύνολο της περιφερειακής ενότητας (ΠΕ)	25,18%	37,34%
Ποσοστό των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της περιοχής μελέτης στο σύνολο της ΠΕ	1,51%	55,88%
Ποσοστό των κλινών της περιοχής μελέτης στο σύνολο της ΠΕ	20,43%	42,82%
<b>Δ. Ένταση Τουριστικής Δραστηριότητας</b>		
Αριθμός τουριστικών κλινών ανά μόνιμο κάτοικο	4,85	0,02
Αριθμός τουριστικών κλινών ανά επιφάνεια (τ.χμ.)	278,76	0,60
Αριθμός διανυκτερεύσεων ανά μόνιμο κάτοικο	432,39	0,91
Αριθμός διανυκτερεύσεων ανά επιφάνεια (τ.χμ.)	24.808,25	32,84
Μέση διάρκεια παραμονής (προκύπτει από το λόγο του συνόλου των διανυκτερεύσεων προς το σύνολο των αφίξεων)	3,96	2,52

Σε αυτές τις δύο περιοχές συναντάμε δύο εντελώς διαφορετικά μοντέλα ανάπτυξης με εντελώς διαφορετικούς στόχους. Από τη μία, η ΠΟΤΑ χαρακτηρίζεται από τις μεγάλης έκτασης, πολυτελείς ξενοδοχειακές μονάδες, ενώ στην περιοχή της λίμνης, από μια μικρή ξενοδοχειακή μονάδα, κατηγορίας μέχρι τριών αστέρων. Έτσι όπως μπορούμε να δούμε και από τα στοιχεία του Πίνακα 1, υπάρχει εντελώς διαφορετική ένταση τουριστικής δραστηριότητας ανάλογα με τον στόχο της δραστηριότητας. Στην περίπτωση της ΠΟΤΑ, ο στόχος ήταν η δημιουργία ενός ολοκληρωμένου τουριστικού «πάρκου» και η ανάδειξη ενός τόπου, ο οποίος θεωρήθηκε χαμηλής φυσικής σημασίας, μέσω της ίδιας της επένδυσης. Στη λίμνη, ο στόχος ήταν η προστασία του φυσικού τοπίου αλλά και να εκθιαστεί αυτό όχι μέσω των επενδύσεων, αλλά κυρίως μέσω της απουσίας παρεμβάσεων. Παρόλα αυτά, όπως μπορούμε να δούμε και στον Πίνακα 1, στις αντίστοιχες περιφερειακές ενότητες, η κάθε περιοχή καταλαμβάνει ασυνήθιστα ποσοστά επί των συνολικών κλινών. Στη Μεσσηνία, η ΠΟΤΑ, καταλαμβάνει μόλις το 20% των συνολικών κλινών της περιφέρειας, ενώ στη περιφέρεια Σερρών, η περιοχή της λίμνης καταλαμβάνει το 42%. Αυτό έχει να κάνει με την τουριστική

δυναμικότητα της ευρύτερης περιοχής αλλά και με το γεγονός πως η λίμνη Κερκίνη είναι ο βασικός τουριστικός πόλος των Σερρών, ενώ η ΠΟΤΑ δεν είναι ο βασικός πόλος έλξης της Μεσσηνίας σε καμία περίπτωση.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί βέβαια, πως όσον αφορά τις επενδύσεις στην ΠΟΤΑ, είναι αρκετά αμφιλεγόμενες. Αρχικά, ο λόγος διανυκτερεύσεις ανά επιφάνεια και κλίνες ανά επιφάνεια στην περίπτωση της ΠΟΤΑ ανέδειξε ένα κρίσιμης σημασίας ζήτημα για το σχεδιασμό της τουριστικής δραστηριότητας, αυτό της πίεσης που ασκείται στο χώρο- υποδοχέα. Οι όροι δόμησης, ως βασικό κανονιστικό εργαλείο του σχεδιασμού, δεν μπορούν να ελέγξουν την πίεση αυτή. Είναι γεγονός πως τα χωροταξικά και πολεοδομικά σχέδια με τον καθορισμό συντελεστή δόμησης και πυκνότητας δεν μπορούν να προκαθορίσουν τη μορφή της τουριστικής ανάπτυξης σε μια περιοχή. Αυτή είναι και η αιτία που πολλές φορές τιτλοφορείται ως "ήπια ανάπτυξη" η τουριστική ανάπτυξη που δεν υπερβαίνει το ΣΔ (π.χ. 0,15 ενώ το όριο είναι το 0,2) ενώ τελικά το παραγόμενο τουριστικό προϊόν είναι εξαιρετικά επιβαρυντικό (278,76 κλίνες ανά τ.χλμ. στην περίπτωση της ΠΟΤΑ και μόλις 0,60 στην περίπτωση της Λίμνης Κερκίνη). Λαμβάνοντας υπόψη δε και τις κατευθύνσεις του χωροταξικού σχεδιασμού της περιφέρειας Πελοποννήσου, ο οποίος προτείνει "ήπια τουριστική ανάπτυξη" για τη δυτική παράκτια ζώνη Πελοποννήσου εντός της περιοχής που αναπτύσσεται η ΠΟΤΑ, οι δείκτες της έντασης αναδεικνύουν αυτήν ακριβώς την εξαιρετικά επιζήμια για το χώρο αντίφαση. (Τουφεγγοπούλου, 2014)

Τέλος, παρά την απουσία του πρωτογενή πλούτου στη ΠΟΤΑ, οι επεμβάσεις που έλαβαν χώρα, από πολλούς θεωρούνται καταστροφικές. Οι 256 ιδιωτικές πισίνες, όπως και οι 36 πίστες του γκολφ, δημιουργούν πολλά ερωτηματικά όσον αφορά την κατανάλωση νερού, αλλά και τη συνολική βιωσιμότητα της επένδυσης. Ταυτόχρονα σημαντικές φαίνεται να είναι και οι κοινωνικές επιπτώσεις που προκαλεί η ΠΟΤΑ στην τοπική κοινωνία καθώς φέρει ένα χαρακτήρα αναγκαστικής αλλοτρίωσης και εξευγενισμού.

## 5. Συμπεράσματα

Μέσα από τη συγκεκριμένη ερευνητική εργασία επιχειρήσαμε να δημιουργήσουμε μια σαφή εικόνα για το πώς λειτουργεί η τουριστική βιομηχανία στα πλαίσια του σύγχρονου κόσμου και τις δυνατότητες που έχει ώστε να πετύχει μια βιώσιμη και αειφόρα ανάπτυξη. Αρχικά, μελετήσαμε τη σημασία των διακοπών για τον σύγχρονο άνθρωπο και αντιλαμβανόμαστε πως η ξεκούραση είναι πλέον απαραίτητη και δεδομένη για κάθε άνθρωπο. Η στροφή αυτή ήταν και η κινητήρια δύναμη ώστε ο τουρισμός να λάβει μαζικό χαρακτήρα και δημιούργησε την ανάγκη να διογκωθεί ο τουριστικός κλάδος, παγκοσμίως, μέσα στα τελευταία 100 χρόνια. Η Ελλάδα, ένας τόπος με υψηλής ποιότητας φυσικό πλούτο και πλούσιες πολιτιστικής κληρονομιάς, φρόντισε να εκμεταλλευτεί τις δυνατότητές της για ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας και έτσι δημιουργήθηκε μέσα στα χρόνια ένα μοντέλο οικονομίας το οποίο βασίζεται σημαντικά στον τουρισμό. Η αδυναμία, όμως, του κράτους να ορίσει σαφή και αποτελεσματικά πλαίσια και κανόνες για την τουριστική ανάπτυξη οδήγησε σε μια σειρά από προβλήματα, τα οποία τελικά επιβράδυναν μεν την ανάπτυξη του κλάδου, αλλά επηρέασαν, δε, και τον κοινωνικό περίγυρο καθώς και την ίδια τη μορφή του του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Σήμερα, μετά από 15 χρόνια, περίπου, οικονομικής κρίσης, και όχι μόνο, αναζητείται μια λύση, η οποία θα εξασφαλίσει την αειφόρα και βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού, με τα περιβαλλοντικά ζητήματα πλέον ως κύριο προβληματισμό για την επίτευξη αυτού του στόχου.

Μελετώντας τα προβλήματα που απασχολούν τον τουρισμό και τον αναγκάζουν να διαμορφώνεται με τον τρόπο που γνωρίζουμε σήμερα, αντιληφθήκαμε πως ίσως το σημαντικότερο από αυτά είναι το ευρύτερο οικονομικό μοντέλο που εφαρμόζεται παγκοσμίως, το καπιταλιστικό, του οποίου οι αρχές και τα πρότυπα λειτουργίας σαφώς επηρεάζουν και την τουριστική βιομηχανία. Ο υπερκαταναλωτισμός και η άκριτη εξάλειψη των φυσικών πόρων είναι ένα σημαντικό ζήτημα, όσον αφορά τον τρόπο λειτουργίας της παγκόσμιας βιομηχανίας, συνεπώς και του τουρισμού. Καταλαβαίνουμε, λοιπόν, είναι απαραίτητη κάποια αλλαγή στον ρυθμό και την ένταση με την οποία καταναλώνουμε. Μέσα, όμως, σε μια ελεύθερη αγορά η οποία ορίζει τα πάντα, από το κόστος των διακοπών, μέχρι τους μισθούς των εν δυνάμει πελατών των τουριστικών προϊόντων, αλλά ακόμα και της προσφοράς και της ζήτησης, καταλαβαίνουμε πως αυτή η αλλαγή μοιάζει περισσότερο με παράδοξο, παρά με αφορμή για λύσεις.

Κατά τη μελέτη των προοπτικών ανάπτυξης του τουρισμού, ο εναλλακτικός τουρισμός, όπως συζητήσαμε και παραπάνω, είναι το κύριο θέμα συζήτησης της εποχής, ενώ συνοδεύεται από προβληματισμούς για τη βιωσιμότητα των τουριστικών υποδομών. Όμως με τον εναλλακτικό τουρισμό να είναι αυτή τη στιγμή ακόμα σε πρώιμα στάδια, ο προβληματισμός για τις επιπτώσεις του εναλλακτικού τουρισμού μακροπρόθεσμα και με την αύξηση των εναλλακτικών τουριστών, παραμένει ένα ερώτημα χωρίς ακριβώς ξεκάθαρη απάντηση, το οποίο πρέπει να μελετηθεί περαιτέρω. Από την άλλη, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια ευρεία έννοια, η οποία στεγάζει πολλά τουριστικά υπό-μοντέλα. Η προφανής επιλογή, η οποία δύναται, φαινομενικά, να απαντά σε όλους τους προβληματισμούς που θέσαμε, περί οικονομίας και καταναλωτισμού, είναι τα μοντέλα οικοτουρισμού και ήπιου τουρισμού. Εδώ συναντάμε το δεύτερο παράδοξο, το οποίο έχει να κάνει με τους αριθμούς επισκεπτών και τη δυνατότητα να εξυπηρετηθούν. Με τον τουρισμό να είναι, όπως είπαμε επανειλημμένα, απαραίτητα μαζική δραστηριότητα και ο ήπιος τουρισμός να έχει τη δυνατότητα, εξ ορισμού, να εξυπηρετεί περιορισμένο αριθμό ατόμων, ανά μονάδα, είναι προφανές πως ένα τουριστικό πρότυπο βασισμένο στον ήπιο τουρισμό δε θα μπορούσε να καλύψει τις ανάγκες του κόσμου για διακοπές.

Με αυτά τα δεδομένα, φαίνεται πως οι επιλογές είναι λίγες και είτε περιορίζονται σε ουτοπικές ιδέες του τύπου να επιβληθεί ένα νέο παγκόσμιο οικονομικό πρότυπο ή να αλλάξει το μαζικό καθεστώς του τουρισμού, αλλά στην πραγματικότητα φαίνεται να υπάρχει ελπίδα. Αρχικά, όπως φαίνεται σε

προσωπικό επίπεδο είναι προς το συμφέρον όλων να φροντίσουμε, ο καθένας μας, να αλλάξει το προφίλ τουρίστα στο οποίο ανήκει και να υιοθετήσουμε αυτό των εναλλακτικών τουριστών, με στόχο οι επισκέπτες ενός τόπου να αποκτήσουν ένα βαθύτερο σεβασμό για τον τόπο που επισκέπτονται, να τους απασχολούν ζητήματα βιωσιμότητας σχετικά με τις δραστηριότητές τους και συνολικά να βελτιώσουμε το προσωπικό μας επίπεδο ως ταξιδιώτες. Αυτό όμως δεν σημαίνει πως μια κάθετη αλλαγή προς τον εναλλακτικό τουρισμό είναι απαραίτητη ή ακόμα και θεμιτή. Όπως φαίνεται, ο μαζικός τουρισμός είναι εξίσου σημαντικός με τον εναλλακτικό και τις υποκατηγορίες του και έχει τη δυνατότητα, σε περίπτωση που χρησιμοποιηθεί υπεύθυνα, να έχει θετικές προεκτάσεις σε ένα τόπο. Το σημαντικότερο είναι να καταλάβουμε πως τα τουριστικά μοντέλα είναι στην ουσία εργαλεία, τα οποία είναι στη διάθεσή μας και μπορούμε να τα χρησιμοποιούμε αντίστοιχα με την κάθε περίπτωση ώστε να πετύχουμε ένα επιθυμητό αποτέλεσμα. Το μεγαλύτερο ερώτημα είναι ποιο είναι αυτό το επιθυμητό αποτέλεσμα;

Η σωστή επιλογή των στόχων μιας τουριστικής επένδυσης είναι πολύ σημαντική. Αυτή η επιλογή, έχει να κάνει με το πώς αξιολογούμε την περιοχή στην οποία πρόκειται να επεμβούμε και σε αυτό υπάρχει ανάγκη για κρατική παρέμβαση. Είναι απαραίτητο το κράτος να φροντίζει ώστε να υπάρχει ένα σαφές πλαίσιο το οποίο να ορίζει τους στόχους για μια περιοχή και είναι σημαντικό να υπάρχουν συστήματα τα οποία να αξιολογούν ή να ελέγχουν τις αξιολογήσεις από άλλους φορείς για μια περιοχή. Τα δίκτυα NATURA, για παράδειγμα, είναι ένα τέτοιο σύστημα αξιολόγησης, το οποίο όμως φαίνεται πως υπάρχουν τρόποι ώστε να το αγνοήσουμε, όπως για παράδειγμα στην ΠΟΤΑ Μεσσηνίας. Χρειάζεται να δημιουργήσουμε ένα σωστό και συνεπές σύστημα το οποίο να μπορεί να αξιολογεί τους διαθέσιμους πόρους μιας περιοχής, να έχει τη δυνατότητα να αναγνωρίζει σημεία τα οποία χρήζουν προστασίας, σημεία τα οποία είναι κατάλληλα για υψηλής έντασης εκμετάλλευση, ή οτιδήποτε άλλο και όλα αυτά υπεύθυνα και αδέκαστα. Ο διαμοιρασμός χρήσεων γης, ο ορισμός όρων δόμησης και οι λοιποί κανονισμοί που διαθέτουμε προς το παρόν, φαίνεται να μην είναι επαρκείς -και πολλές φορές ούτε σωστοί- ώστε να ρυθμίσουν την ένταση των επεμβάσεων στον τομέα του τουρισμού.

Εφόσον έχουμε εξασφαλίσει λοιπόν πως η επιλογή στόχων μιας τουριστικής μονάδας είναι συμβατοί με τον περιβάλλοντα τόπο, μπορούμε να ορίσουμε καλύτερα την κλίμακα και την ένταση της τουριστικής δραστηριότητας την μονάδας ώστε να έχουμε θετικά αποτελέσματα. Μέσω αυτής της διαδικασίας, μπορούμε στη συνέχεια να επιλέξουμε τα αντίστοιχα τουριστικά μοντέλα στα οποία θα βασίζεται μια επένδυση, χρησιμοποιώντας τα ως εργαλεία. Επίσης, έτσι μπορούμε να έχουμε ένα τουριστικό κλάδο ο οποίος δεν χαρακτηρίζεται από ένα πρότυπο αλλά τα χρησιμοποιεί όλα, ενημερωμένα, με σκοπό να καλύψει όλες τις ανάγκες.

Κλείνοντας, είναι σημαντικό να τονίσουμε, πως σε όλη αυτή τη διαδικασία είναι σημαντικό να λαμβάνονται υπόψιν και τα πλαίσια για μια βιώσιμη και αειφόρα ανάπτυξη που αναφέρθηκαν παραπάνω, καθώς και συνεχώς να αναβαθμίζονται και να ενημερώνονται. Θα ήταν θετικό πιθανόν αυτοί οι «κανόνες καλής συμπεριφοράς» να λάβουν και νομοθετικό χαρακτήρα κάποια στιγμή. Πλέον, είναι απαραίτητο να έχουμε την περιβαλλοντική βιωσιμότητα ως ένα από τους κύριους στόχους, σε όλες τις βιομηχανικές μας δραστηριότητες, συνεπώς και στις τουριστικές. Η Ευρώπη φαίνεται να αναγνωρίζει τη σημασία αυτής της ιδέας, αν και έχει ακόμη πολύ δρόμο μέχρι να γίνει πράξη. Εν τέλει, είμαστε κομμάτι του περιβάλλοντος και της φύσης, εξαρτόμαστε από αυτό για να επιβιώσουμε, συνεπώς είναι απαραίτητο να αναζητήσουμε τρόπους να χαλιναγωγήσουμε τον ανεξέλεγκτο καταναλωτισμό.



## 6. Βιβλιογραφία

- IE University. (2015). *Uncharted: The new landscapes of tourism*. (J. Elvira, D. Goodman, P. Oriol, R. Paez, F. Rodríguez, L. Toro, Επιμ., & A. K. Bunning, Μεταφρ.) Actar Publishers & IE University.
- Maas, W., MVRDV (Firm), & Rijs, J. v. (2005). *Costa Iberica*. ACTAR.
- Nadal, A. (2011). *Rethinking macroeconomics for sustainability*. London: Zed Books Ltd.
- Research Unit of Housing and Design, TU Vienna. (2021). *Mapping the Croatian coast*. (A. Dikaa, & B. Krejs, Επιμ.) Βιέννη: Jovis.
- Wikipedia, the free encyclopedia. (2022, Δεκεμβρίου 16). *Car*. Ανάκτηση Δεκέμβριος 20, 2022, από Wikipedia: <https://en.wikipedia.org/wiki/Car#History>
- Αβραμίδης, Γ., Μάρος, Σ., & Κωνσταντάρας, Γ. (2018). *Η επίδραση του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία*. Τ.Ε.Ι. Δυτικής Ελλάδας, Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής. Μεσολόγγι: Διπλωματική Εργασία. Ανάκτηση 2022, από <http://repository.library.teiwest.gr/xmlui/handle/123456789/8947>
- Ανδρέου, Μ. (2017). *Η επίδραση των αερομεταφορών στην τουριστική ανάπτυξη των νησιωτικών προορισμών. Η περίπτωση της Καρπάθου*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Μηχανικών Οικονομίας και Διοίκησης. Αθήνα: Διπλωματική Εργασία. Ανάκτηση 2022, από <https://hellanicus.lib.aegean.gr/handle/11610/17939>
- Βερτόπι, Δ. (2020). *Κοινωνικές και Οικονομικές Επιπτώσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης: Η Περίπτωση της Σαντορίνης*. Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής, Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής. Πειραιάς: Διπλωματική Εργασία. Ανάκτηση 2022, από <http://oceanis.lib2.uniwa.gr/xmlui/handle/123456789/5263>
- Βικιπαίδεια, Η ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια. (2022, Ιούνιος 26). *Λίμνη Κερκίνη*. Ανάκτηση Δεκέμβριος 2022, από Wikipedia: [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9B%CE%AF%CE%BC%CE%BD%CE%B7\\_%CE%9A%CE%B5%CF%81%CE%BA%CE%AF%CE%BD%CE%B7](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9B%CE%AF%CE%BC%CE%BD%CE%B7_%CE%9A%CE%B5%CF%81%CE%BA%CE%AF%CE%BD%CE%B7)
- Βικιπαίδεια, Η. ε. (2022, Ιούλιος 05). *Δόγμα Τρούμαν*. Ανάκτηση Δεκέμβριος 2022, από Wikipedia: [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CF%8C%CE%B3%CE%BC%CE%B1\\_%CE%A4%CF%81%CE%BF%CF%8D%CE%BC%CE%B1%CE%BD](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CF%8C%CE%B3%CE%BC%CE%B1_%CE%A4%CF%81%CE%BF%CF%8D%CE%BC%CE%B1%CE%BD)
- Βικιπαίδεια, Η. ε. (2022, Ιούλιος 16). *Ξενία (ξενοδοχεία)*. Ανάκτηση Δεκέμβριος 2022, από Wikipedia: [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9E%CE%B5%CE%BD%CE%AF%CE%B1\\_\(%CE%BE%CE%B5%CE%BD%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%B1\)#%CE%95%CF%86%CE%B1%CF%81%CE%BC%CE%BF%CE%B3%CE%AE\\_%CE%A0%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CE%BC%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%82\\_1953-1967](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9E%CE%B5%CE%BD%CE%AF%CE%B1_(%CE%BE%CE%B5%CE%BD%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%B1)#%CE%95%CF%86%CE%B1%CF%81%CE%BC%CE%BF%CE%B3%CE%AE_%CE%A0%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CE%BC%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%82_1953-1967)
- Βικιπαίδεια, Η. ε. (2022, Ιούλιος 29). *Σχέδιο Μάρσαλ*. Ανάκτηση Δεκέμβριος 2022, από Wikipedia: [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%87%CE%AD%CE%B4%CE%B9%CE%BF\\_%CE%9C%CE%AC%CF%81%CF%83%CE%B1%CE%BB](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%87%CE%AD%CE%B4%CE%B9%CE%BF_%CE%9C%CE%AC%CF%81%CF%83%CE%B1%CE%BB)
- Ζήκος, Λ. (χ.χ.). *Χάρτες*. Ανάκτηση 2022, από Λευτέρης Ζήκος: <https://leftezi.blogspot.com/p/maps.html>
- Η Μηχανή του Χρόνου (Σκηνοθέτης). (2018). *Το σχέδιο Μάρσαλ* [Ταινία]. ΕΡΤ. Ανάκτηση 2022, από <https://www.youtube.com/watch?v=8HH0VQRvNrU>

- Κέντρο Βιομηχανικών Μελετών CSIL, & Servizi, T. (2008). Οι επιπτώσεις του τουρισμού στις παράκτιες περιοχές: πτυχές περιφερειακής ανάπτυξης. *Γενική Διεύθυνση Εσωτερικών Πολιτικών της Ένωσης* (σ. 13). Βρυξέλλες: Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο. Ανάκτηση 2022, από [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2008/397260/IPOL-REGI\\_ET\(2008\)397260\\_EL.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2008/397260/IPOL-REGI_ET(2008)397260_EL.pdf)
- Λεμπιδάκης, Δ. (2013). *Θετικές και αρνητικές συνέπειες του τουρισμού σε μικρές κοινωνίες. Η περίπτωση της Ελούντας*. Τ.Ε.Ι. Καβάλας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων. Καβάλα: Διπλωματική Εργασία. Ανάκτηση 2022, από <http://digilib.teiimt.gr/jspui/handle/123456789/3503?mode=more>
- Μαντρατζής, Π. Ι. (2016). *Ο εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα: μεγέθη, εξέλιξη, προοπτικές*. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης. Βόλος: Διπλωματική Εργασία. Ανάκτηση 2022, από <https://ir.lib.uth.gr/xmlui/handle/11615/46204>
- Μηχανή του Χρόνου. (χ.χ.). *Τα μεγάλα έργα στην μεταπολεμική Ελλάδα με το σχέδιο Μάρσαλ. Ο εξηλεκτρισμός, οι τηλεπικοινωνίες και τα αγροτικά μηχανήματα*. Ανάκτηση 2022, από Μηχανή του Χρόνου: <https://www.mixanitouxronou.gr/ta-megala-erga-stin-metapolemiki-ellada-me-to-schedio-marsal-o-exilektrismos-oi-tilepikoinonies-kai-ta-agrotika-michanimata-ne-ekpompi-sti-michani-toy-chronoy/>
- Μιχαήλογλου, Α., & Νάστο, Χ. (2015). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. Τ.Ε.Ι. Δυτικής Ελλάδας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων. Πάτρα: Διπλωματική Εργασία. Ανάκτηση 2022, από <http://repository.library.teimes.gr/xmlui/handle/123456789/3527>
- Μουσά, Μ. (2012). *Πολιτικές για τον Τουρισμό: Η υλοποίηση του οράματος για τον τουρισμό μέσα από το κτιριακό έργο του ΕΟΤ*. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών Πρόγραμμα Ενίσχυσης Βασικής Ερευνάς. Αθήνα: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο. Ανάκτηση 2022, από [https://www.researchgate.net/publication/301848698\\_Politikes\\_gia\\_ton\\_Tourismo\\_E\\_ylor\\_oiese\\_tou\\_oramatos\\_gia\\_ton\\_tourismo\\_mesa\\_apo\\_to\\_ktiriako\\_ergo\\_tou\\_EOT](https://www.researchgate.net/publication/301848698_Politikes_gia_ton_Tourismo_E_ylor_oiese_tou_oramatos_gia_ton_tourismo_mesa_apo_to_ktiriako_ergo_tou_EOT)
- Μουσά, Μ. (2012). *Πρόγραμμα Ξενία: Ονομασία, μελέτες + κατασκευές, τυπολογία & κατάλογοι έργων*. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών Πρόγραμμα Ενίσχυσης Βασικής Ερευνάς. Αθήνα: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο. Ανάκτηση 2022, από [https://www.researchgate.net/publication/301835179\\_Programma\\_Xenia\\_Onomasia\\_meletes\\_kataskeues\\_typologia\\_katalogoi\\_ergon](https://www.researchgate.net/publication/301835179_Programma_Xenia_Onomasia_meletes_kataskeues_typologia_katalogoi_ergon)
- Ντιβέρης, Μ. (χ.χ.). *1965-2019: Οι ετήσιες ταξινομήσεις νέων αυτοκινήτων στην Ελλάδα*. Ανάκτηση 2022, από Traction: <https://traction.gr/oi-taxinomiseis-neon-aftokiniton-stin-ellada-anetos-apo-to-1965-eos-kai-to-2019/>
- Παδιώτης, Ι. (2014, Μάιος 19). *Τομείς Παραγωγής*. Ανάκτηση 2022, από Slideshare: <https://www.slideshare.net/ioannispad/parousiasi4-b-tomeisparagogis>
- Παπαδουλάκη, Α. Ν. (2011). *Ιστορία των Τουριστικών Επιχειρήσεων στο 19ο και 20ό αιώνα. Ο ρόλος και η εξέλιξη των ταξιδιωτικών γραφείων & πρακτορείων*. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Σχολή Ανθρωπιστικών Σπουδών. Αθήνα: Διδακτορική Διατριβή. Ανάκτηση 2022, από <https://phdtheses.ekt.gr/eadd/handle/10442/24993>

- Παπακωνσταντίνου, Α. (2022). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, Αγροτουρισμός και Τοπική Οικονομική Ανάπτυξη. Η Περίπτωση της Περιφέρειας Θεσσαλίας*. Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα Μουσειολογίας. Πύργος: Διπλωματική Εργασία. Ανάκτηση 2022, από <http://repository.library.teiwest.gr/xmlui/handle/123456789/9987>
- Πολύδωρα, Ά.-Ε. (2017). *Η θέση της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Ένωση: ο τουρισμός, ο πολιτισμός και η εκπαίδευση ως κινητήριες δυνάμεις διαφυγής από το τέλμα*. Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στις Ευρωπαϊκές Πολιτικές Νεολαίας, Εκπαίδευσης & Πολιτισμού. Θεσσαλονίκη: Διπλωματική Εργασία. Ανάκτηση 2022, από <https://dspace.lib.uom.gr/handle/2159/20926>
- Σαντοριναίος, Φ. (2014). *Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και φυσικό περιβάλλον - Η περίπτωση της Μυκόνου*. Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο. Μύκονος: Διπλωματική Εργασία. Ανάκτηση 2022, από <https://apothesis.lib.hmu.gr/handle/20.500.12688/5526>
- Σγάρτσου, Δ. (2008, Ιούλιος 25). *ΠΟΤΑ Μεσσηνίας: ΠΟΤΕ ΤΩΝ ΠΟΤΩΝ – Παράδειγμα προς Αποφυγή*. Ανάκτηση 2022, από Travel Daily News: <https://traveldailynews.gr/toyristikoi-foreis/ellinikoi/pota-messinias-pote-ton-poton-paradeigma-pros-apofygi/>
- Σιγάλα, Μ., & Χρήστου, Ε. (2014). *Από τον μαζικό τουρισμό στον τουρισμό της εμπειρίας*. Ανάκτηση 2022, από <https://www.hba.gr/5Ek dosis/UplPDFs/sylltomos14/191-206%20Sigala%202014.pdf>
- Στεφανάκης, Δ. (2020, Οκτώβριος 10). *Η ιστορία του αυτοκινήτου στην Ελλάδα*. Ανάκτηση από ΦΩΣ: <https://www.fosonline.gr/auto-moto/aytokinito/article/112074/h-istoria-toy-aytokinitoy-stin-ellada>
- Τζουβελέκας, Ε. (χ.χ.). Διάλεξη: Τουριστική Οικονομική. *Ενότητα 12: Μέθοδοι εκτίμησης και μέτρησης των επιδράσεων του τουρισμού*. Πανεπιστήμιο Κρήτης, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών. Ανάκτηση 2022, από <https://opencourses.uoc.gr/courses/course/view.php?id=304>
- Τζουβελέκας, Ε. (χ.χ.). Διάλεξη: Τουριστική Οικονομική. *Ενότητα 9: Οικονομική ανάλυση, συναλλαγματικές εισπράξεις και επιδράσεις στο ισοζύγιο πληρωμών*. Πανεπιστήμιο Κρήτης. Τμήμα Οικονομικών Επιστημών. Ανάκτηση 2022, από <https://opencourses.uoc.gr/courses/course/view.php?id=304>
- Τζουβελέκας, Ε. (χ.χ.). Διάλεξη: Τουριστική Οικονομική. *Ενότητα 11: Επενδύσεις, απασχόληση και μακροοικονομικός ρόλος του κράτους*. Πανεπιστήμιο Κρήτης, Τμήμα Τουριστικών Επιστημών. Ανάκτηση 2022, από <https://opencourses.uoc.gr/courses/course/view.php?id=304>
- Τζουβελέκας, Ε. (χ.χ.). Διάλεξη: Τουριστική Οικονομική. *Ενότητα 7: Σύγχρονοι τύποι προϊόντων και χρική διάρθρωση της τουριστικής προσφοράς*. Πανεπιστήμιο Κρήτης, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών. Ανάκτηση 2022, από <https://opencourses.uoc.gr/courses/course/view.php?id=304>
- Τζουβελέκας, Ε. (χ.χ.). Διάλεξη: Τουριστική Οικονομική. *Ενότητα 10: Κατανάλωση, παραγωγή, προστιθέμενη αξία και πληθωριστικές τάσεις*. Πανεπιστήμιο Κρήτης: Τμήμα Οικονομικών Επιστημών. Ανάκτηση 2022, από <https://opencourses.uoc.gr/courses/course/view.php?id=304>
- Τουρλιώτη, Π. (χ.χ.). Διάλεξη. *Τουρισμός, Κοινωνία, Περιβάλλον: στοχεύοντας στην αειφορία*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Ωκεανογραφίας και Θαλάσσιων Βιοεπιστημών. Ανάκτηση 2022, από <https://eclass.aegean.gr/modules/document/?course=MAR140>

- Τουφεγγοπούλου, Α. (2014). *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και αναδυόμενοι τουριστικοί προορισμοί. Ο ρόλος του σχεδιασμού στη χωρική τους διάρθρωση και οι προϋποθέσεις ανάπτυξής τους*. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών: Τομέας Πολεοδομίας – Χωροταξίας, Εργαστήριο Χωροταξίας και Οικιστικής Ανάπτυξης. Αθήνα: Διδακτορική Διατριβή. Ανάκτηση 2022, από <https://dspace.lib.ntua.gr/xmlui/handle/123456789/40052>
- Υγρότοπος Λίμνης Κερκίνης. (χ.χ.). Ανάκτηση 2022, από Δήμος Σιντικής: <https://www.sintiki.gov.gr/tourismos/kerkini/>



## 7. Κατάλογος Εικόνων και Γραφημάτων

Γράφημα 1: Αριθμός επισκεπτών ανά έτος για την περίοδο 1938-1983, με πορτοκαλί η περίοδος ανόδου και πτώσης του καθεστώτος της δικτατορίας. Μπορούμε να παρατηρήσουμε, πως από το 1950 και μετά ξεκινά μια ανοδική πορεία, η οποία κορυφώνεται από το 1970 και μετά. .... 14

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, στατιστικά στοιχεία ανακτήθηκαν από: Margarita Dritsas, Water, Culture and Leisure: From Spas to Beach Tourism in Greece during the nineteenth and twentieth centuries στο βιβλίο των Susan C. Anderson, B. H. Tabb's Water, leisure and culture, European Historical Perspectives, Berg Publishers, 2002

Γράφημα 2: Διαθέσιμες κλίνες σε μονάδες φιλοξενίας ανά έτος (1938-1983). Παρατηρούμε τη ραγδαία αύξησή τους μετά το 1970, που άμεσα σχετίζεται με τη δημιουργία νέων ξενοδοχειακών μονάδων. .... 14

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, στατιστικά στοιχεία ανακτήθηκαν από: Margarita Dritsas, Water, Culture and Leisure: From Spas to Beach Tourism in Greece during the nineteenth and twentieth centuries στο βιβλίο των Susan C. Anderson, B. H. Tabb's Water, leisure and culture, European Historical Perspectives, Berg Publishers, 2002

Γράφημα 3: Συνάλλαγμα, από τον τουρισμό, σε Δολάρια ανά έτος (1938-1983). Φαίνεται ξανά η ραγδαία αύξηση μετά το 1970. .... 14

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, στατιστικά στοιχεία ανακτήθηκαν από: Margarita Dritsas, Water, Culture and Leisure: From Spas to Beach Tourism in Greece during the nineteenth and twentieth centuries στο βιβλίο των Susan C. Anderson, B. H. Tabb's Water, leisure and culture, European Historical Perspectives, Berg Publishers, 2002

Γράφημα 4: Ο φαύλος κύκλος των οικογενειακών επιχειρήσεων ..... 30  
Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Γράφημα 5: Οι πολύπλοκες σχέσεις της τριτογενούς βιομηχανίας του τουρισμού με τους υπόλοιπους κλάδους της βιομηχανίας, δευτερογενή και τριτογενή. .... 33  
Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Γράφημα 6: Συγκριτικό γράφημα μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού. .... 44  
Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Εικόνα 1: Τα γραφικά ξύλινα σπίτια στην επαρχία της Νορβηγίας. .... 6  
Πηγή: <https://www.routeperfect.com/blog/10-most-magical-small-towns-in-norway/>

Εικόνα 2: Ξενοδοχείο στη Γαλλία, βραβευμένο από τον οδηγό Michelin. .... 6  
Πηγή: <https://en.hoteladelejules.com/contact>

Εικόνα 3: Βίλλα στην Τοσκάνη, από αγροτική κατοικία, μετατρέπεται σε πολυτελής, με πισίνα. .... 6  
Πηγή: <https://www.sopranovillas.com/property/arezzo-hilltop-villa/>

Εικόνα 4: Οι πόλεις αναψυχής στις Άλπεις, οι οποίες στην ουσία είναι μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα αναψυχής. .... 6  
Πηγή: [https://www.hotelscombined.gr/Place/Val\\_Thorens.htm](https://www.hotelscombined.gr/Place/Val_Thorens.htm)

Εικόνα 5: Αφίσα του ΕΟΤ, 1970-1979, απεικονίζει ακριβώς το πρότυπο του Ελληνικού τουρισμού, βλέπουμε το ηλιόλουστο θαλασσινό τοπίο, με έναν άνθρωπο να το απολαμβάνει και σε πρώτο πλάνο μια αρχαία κολώνα. Κάτω δεξιά, στα γερμανικά, «GRIECHENLAND», «Ελλάδα». .... 8

Πηγή: <http://www.gnto.gov.gr/el/posters?page=1#ad-image-17>

Εικόνα 6: Χάρτης με τις τοποθεσίες των ξενοδοχείων “Paradores” στην Ισπανία, φαίνεται το εκτεταμένο δίκτυο ξενοδοχείων, τα οποία χτίζονται σε περιοχές φυσικού ή πολιτιστικού πλούτου και πολλές φορές γίνονται ακόμα και επαναχρήσεις παλιών μεσαιωνικών πύργων. .... 10

Πηγή:

[https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Paradores\\_en\\_Espa%C3%B1a\\_2015\\_mapa\\_14166\\_SPA.jpg](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Paradores_en_Espa%C3%B1a_2015_mapa_14166_SPA.jpg)

Εικόνα 7: Χάρτης με τις τοποθεσίες των ξενοδοχείων του Ε.Ο.Τ., «Ξενία». Με πηγή έμπνευσης τα Paradores, δημιουργείται ένα δίκτυο ξενοδοχείων σε ολόκληρη τη χώρα. Ένας προσεκτικός βελονισμός, δημιουργεί κτήρια μοντέρνας αρχιτεκτονικής οπουδήποτε υπήρχε φυσικός ή αρχαίος πλούτος. .... 10

Πηγή: [https://www.kaliterilamia.gr/2021/07/blog-post\\_828.html](https://www.kaliterilamia.gr/2021/07/blog-post_828.html)

Εικόνα 8: Ξενία Άνδρου, με όνομα «Τρίτων», 1958. Το πρώτο ξενοδοχείο του Ε.Ο.Τ., σχεδιασμένο από τον Άρη Κωνσταντινίδη. Ο σχεδιασμός του εμφανώς επηρεασμένος από το μοντέρνο κίνημα, θα δημιουργήσει τον χαρακτήρα της αλυσίδας ξενοδοχείων Ξενία. .... 12

Πηγή: <https://el.m.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CF%81%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%BF:Eot-andros-1958.jpg>

Εικόνα 9: Φωτογραφία από μπαλκόνι του ξενοδοχείου Ξενία στον Πόρο. Φαίνεται η μοντέρνα αρχιτεκτονική του κτηρίου καθώς και η μοντέρνα και διαχρονική διακόσμηση. Η εικόνα του Αιγαίου, που «καδράρει» το παράθυρο του δωματίου, είναι χαρακτηριστική των προτύπων του Ελληνικού τουρισμού της εποχής: ήλιος και θάλασσα. .... 12

Πηγή: <https://www.news247.gr/sunday-edition/xenia-i-thryliki-istoria-ton-kosmimatou-tis-ellinikis-architektonikis.9621281.html>

Εικόνα 10: Το ξενοδοχείο Ξενία του Ναυπλίου, παρατηρούμε την όμοια μορφή του κτηρίου καθώς και την τοποθεσία του, ψηλά στο λόφο του Ναυπλίου, προσφέρει απρόσκοπτη θέα στη θάλασσα, ενώ ταυτόχρονα είναι κοντά στο σημαντικό αξιοθέατο του Ναυπλίου, το Παλαμήδι. .... 12

Πηγή: <https://www.news247.gr/sunday-edition/xenia-i-thryliki-istoria-ton-kosmimatou-tis-ellinikis-architektonikis.9621281.html>

Εικόνα 11: Ολυμπιακό Γήπεδο Χόκεϊ, Αθήνα 2012. Η άλλη πλευρά των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Γήπεδα και εγκαταστάσεις εγκαταλείφθηκαν ακριβώς μετά το τέλος των αγωνισμάτων και τα περισσότερα μέχρι και σήμερα ρημάζουν. Ειδικά τα γήπεδα χόκεϊ, μπέιζμπολ, κλπ. Εξάριση αποτελούν τα γήπεδα μπάσκετ και ποδοσφαίρου. .... 16

Πηγή: <https://www.businessinsider.com/2004-athens-olympics-venues-abandoned-today-photos-2012-8#graffiti-and-debris-outside-the-oaka-sports-hall-5>

Εικόνα 12: Όπως και στην Εικόνα 13, και 14 βλέπουμε την περιοχή του Λαγανά, η οποία μας δίνει την αίσθηση ενός φτηνιάρικου Las Vegas, γεμάτο χρωματιστά φώτα και μεθυσμένους τουρίστες να περιφέρονται. .... 20

Πηγή: <https://www.imerazante.gr/2019/05/29/196639>

Εικόνα 13 ..... 20

Πηγή: <https://pelop.gr/zakynthos-apagorefsi-kykloforias-kai-telos-i-mousiki-to-epomeno-stadio-poia-nisia-flertaroun-me-ta-metra/>

Εικόνα 14 ..... 20

Πηγή: <https://www.xn--mxajhhpn2am.net/%CE%BB%CE%B1%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%82.html>

Εικόνα 15: Η χώρα της Ίου, παρατηρούμε πως διατηρείται ο χαρακτήρας της κυκλαδίτικης «χώρας» σε αντίθεση με την εικόνα του Λαγανά. .... 20  
 Πηγή: <https://money-tourism.gr/symmetochi-tis-ioy-se-paneyporaike-foroym/>

Εικόνα 16: Τα Χανιά και οι περιοχές στις οποίες εντοπίζουμε φαινόμενα αστικής διάχυσης. Με κόκκινο το κέντρο των Χανίων, με πράσινο οι περιοχές διάσπαρτης δόμησης και με κίτρινο οι περιοχές γραμμικής ανάπτυξης. .... 24  
 Πηγή: Υπόβαθρο: Δορυφορική φωτογραφία, ανακτήθηκε από Google Earth και ιδία επεξεργασία

Εικόνα 17: Κουνουπιδιανά, Χανιά. Με μπλε διακρίνουμε το δομημένο. Μπορούμε να παρατηρήσουμε ξεκάθαρα τη διάσπαρτη μορφή της δόμησης. .... 24  
 Πηγή: Δορυφορική φωτογραφία, ανακτήθηκε από Google Earth και ιδία επεξεργασία

Εικόνα 18: Μουρνιές, Χανιά. Με μπλε διακρίνουμε το δομημένο. Μπορούμε και εδώ να παρατηρήσουμε τη διάσπαρτη δόμηση. .... 24  
 Πηγή: Δορυφορική φωτογραφία, ανακτήθηκε από Google Earth και ιδία επεξεργασία

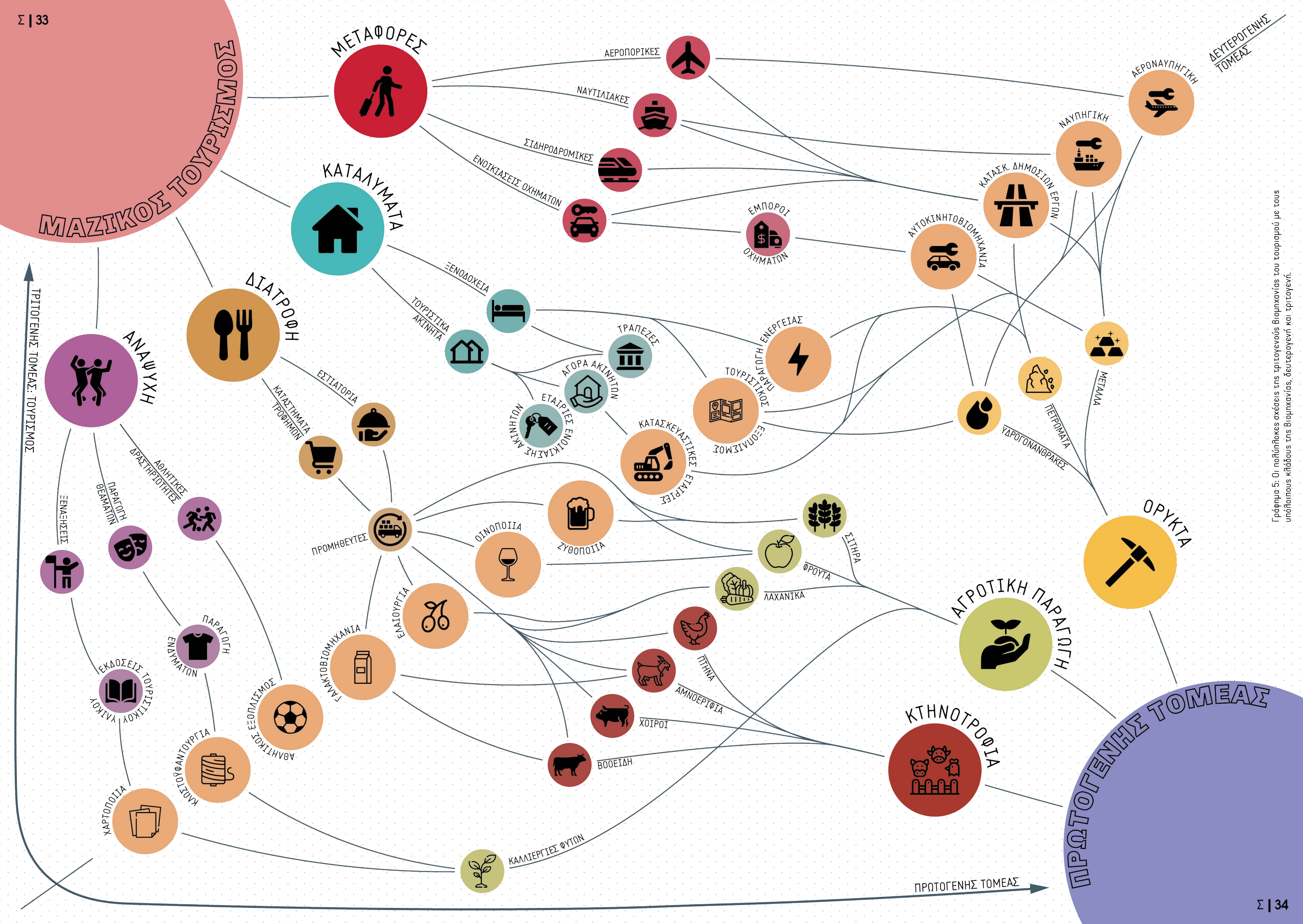
Εικόνα 20: Αγία Μαρίνα, Χανιά. Με πορτοκαλί το δομημένο. Μπορούμε να παρατηρήσουμε τη γραμμική ανάπτυξη εκατέρωθεν του κεντρικού δρόμου (μωβ γραμμή) αλλά επίσης, τη συμπυκνωμένη δόμηση μπροστά στο παραλιακό μέτωπο (βόρεια) και πώς η δόμηση αραιώνει καθώς απομακρυνόμαστε από τον κεντρικό δρόμο και δίνει τη γραμμική μορφή της ανάπτυξης. .... 26  
 Πηγή: Δορυφορική φωτογραφία, ανακτήθηκε από Google Earth και ιδία επεξεργασία

Εικόνα 19: Πλατανιάς, Χανιά. Μπορούμε να παρατηρήσουμε τη μονολειτουργική ανάπτυξη εκατέρωθεν του κεντρικού δρόμου (κόκκινη γραμμή) η οποία αποτελείται αποκλειστικά από παραθεριστικές κατοικίες και ξενοδοχεία. .... 26  
 Πηγή: Δορυφορική φωτογραφία, ανακτήθηκε από Google Earth και ιδία επεξεργασία

Εικόνα 21: Αστική διάχυση σε άλλη κλίμακα. Η Αθήνα και η παραθεριστική λωρίδα της βόρειας Πελοποννήσου, μας θυμίζει μορφολογικά τα φαινόμενα του Πλατανιά Χανίων, που είδαμε παραπάνω, απλώς σε άλλη κλίμακα. .... 28  
 Πηγή: Δορυφορική φωτογραφία, ανακτήθηκε από Google Earth και ιδία επεξεργασία

Εικόνα 22: Ξυλόκαστρο, Πελοπόννησος. Παρατηρούμε την γραμμική μορφή που παρουσιάζει ένα από τα χαρακτηριστικά χωριά της βόρειας Πελοποννήσου, αν και έχει μεγαλύτερο πλάτος από μία μόνο γραμμή παραμένει έντονα μακρόστενη. Αυτή η ανάπτυξη γίνεται κατά μήκος της νέα εθνικής οδού (έντονο κόκκινο) και του παραλιακού μετώπου (βόρεια). Με αχνό κόκκινο η παλιά εθνική. .. 28  
 Πηγή: Δορυφορική φωτογραφία, ανακτήθηκε από Google Earth και ιδία επεξεργασία





Γράφημα 5: Οι πολύπλοκες σχέσεις της τριτογενούς βιομηχανίας του τουρισμού με τους υπόλοιπους κλάδους της βιομηχανίας, δευτερογενή και τρίτογενή.