



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ – MBA Tourism
Management

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
&
ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ – ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΑ – ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ»**

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

Κ^α Αριστέα Κ. Σινανιώτη

Δρ. Ν. Δικηγόρος

Καθηγήτρια Εμπορικού Δικαίου του Πανεπιστημίου Πειραιώς

Μεταπτυχιακή φοιτήτρια:

Γεωργοπούλου Νιόβη
ΔΕΜΤ/1206

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, 2014

*Αφιερώνεται στους ανθρώπους που
πάντα πιστεύουν σε εμένα και μου επιτρέπουν να «κυνηγώ τα όνειρα μου»...*

Στην οικογένεια μου.

*Θα ήθελα ακόμη να ευχαριστήσω την πολύτιμη βοήθεια της επιβλέπουσας καθηγήτριας μου,
Κυρίας Αριστέας Σιναιώτη, που με κατεύθυνε καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της
διπλωματικής μου εργασίας.*

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΑΙΑΣ

Σελίδα δήλωσης αυθεντικότητας

«Το άτομο το οποίο εκπονεί την Διπλωματική Εργασία φέρει ολόκληρη την ευθύνη προσδιορισμού της δίκαιης χρήσης του υλικού, η οποία ορίζεται στην βάση των εξής παραγόντων: του σκοπού και χαρακτήρα της χρήσης (εμπορικός μη κερδοσκοπικός ή εκπαιδευτικός), της φύσης του υλικού που χρησιμοποιεί (τμήμα του κειμένου, πίνακες) του ποσοστού και της σημαντικότητας του τμήματος που χρησιμοποιεί σε σχέση με το όλο κείμενο υπό copyright και των πιθανών συνεπειών της χρήσης αυτής στην αγορά ή στη γενικότερη αξία του υπό copyright κειμένου».

Δηλώνω υπεύθυνα ότι η παρούσα διπλωματική εργασία δεν έχει υποβληθεί για την απόκτηση άλλου μεταπτυχιακού τίτλου ειδίκευσης ή άλλου πτυχίου, πέραν αυτού, ολικά ή μερικά, στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς ή σε άλλο Πανεπιστήμιο του εσωτερικού ή εξωτερικού.

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Πανεπιστημίου Πειραιώς.

Η Δηλούσα,

Γεωργοπούλου Νιόβη.

Σελίδα τριμελούς εξεταστικής επιτροπής

«Η παρούσα Διπλωματική εργασία εγκρίθηκε ομόφωνα από την Τριμελή Εξεταστική Επιτροπή που ορίστηκε από τη ΓΣΕΣ του τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πειραιώς, σύμφωνα με τον Κανονισμό Λειτουργίας του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στην Οργάνωση & Διοίκηση Επιχειρήσεων – Tourism Management.

Τα μέλη της Επιτροπής ήταν :

- 1) Σινανιώτη Αριστέα (Επιβλέπουσα καθηγήτρια)
- 2) Θανόπουλος Ιωάννης
- 3) Δελούκα – Ιγγλέση Κορνιλία

Η έγκριση της Διπλωματικής Εργασίας από το Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πειραιώς δεν υποδηλώνει αποδοχή των γνώμων του συγγραφέα».

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Α' ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

1.1. Εισαγωγή	14
1.2. Ιστορική Αναδρομή	15
1.2.1. Ο τουρισμός κατά την αρχαιότητα	15
1.2.2. Ο τουρισμός κατά την Ρωμαϊκή περίοδο	18
1.2.3. Ο τουρισμός κατά τη Βυζαντινή περίοδο	19
1.2.4. Ο τουρισμός κατά τη Μεσαιωνική περίοδο	19
1.2.5. Ο τουρισμός σήμερα- Α', Β', Γ' περίοδος	20
1.2.6. Ο τουρισμός στην Ελλάδα – Ιστορική εξέλιξη	23
1.3. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα τουριστικής ανάπτυξης, σήμερα	25
1.3.1. Επιπτώσεις στην Οικονομία	25
1.3.2. Επιπτώσεις στην Κοινωνία και στον Πολιτισμό	26
1.3.3. Επιπτώσεις στο Περιβάλλον	27
1.4. Επίλογος	29

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ

2.1. Ορισμός τουριστικού φαινομένου	30
2.2. Ο σκοπός του ταξιδιού	31
2.3. Λόγοι που οδήγησαν στην ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου διεθνώς	31
2.4. Η σπουδαιότητα του τουρισμού	35
2.5. Διακρίσεις τουρισμού σε κατηγορίες	36
2.6. Διακρίσεις σημαντικών εννοιών	40
2.7. Κατηγοριοποίηση τουρισμού σε επιμέρους μορφές	42
2.7.1. Ειδικές μορφές τουρισμού	43
2.7.2. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού	44

Β' ΜΕΡΟΣ

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

I. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ – ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΟΣ , ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΣ, ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1. Πολιτιστικός – πνευματικός τουρισμός: Εισαγωγή	46
1.2. Πολιτιστικός τουρισμός	47
1.2.1. Η Σημερινή πραγματικότητα στην Ελλάδα.....	50
1.2.2. Προτάσεις για βελτίωση και ανάπτυξη του πολιτιστικού – πνευματικού τουρισμού στην Ελλάδα.....	52
1.3. Μορφωτικός τουρισμός	54
1.3.1. Πως ορίζεται ο μορφωτικός τουρισμός.....	54
1.3.2. Η σημερινή πραγματικότητα στην Ελλάδα.....	55
1.4. Θρησκευτικός τουρισμός	56
1.4.1. Τρόποι προώθησης θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.....	57

II. ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ

2.1. Χειμερινός τουρισμός.....	58
2.1.1. Πως ορίζεται ο χειμερινός τουρισμός.....	58
2.1.2. Πως αναπτύσσεται ο χειμερινός τουρισμός.....	60
2.1.3. Δραστηριότητες που συνδέονται με το χειμερινό χιονοδρομικό τουρισμό.....	62
2.1.4. Η σημερινή πραγματικότητα στην Ελλάδα	64
2.1.5. Προβλήματα που αντιμετωπίζει ο χειμερινός- χιονοδρομικός τουρισμός στην Ελλάδα.....	65
2.1.6. Προτάσεις για βελτίωση και ανάπτυξη του ελληνικού χειμερινού- χιονοδρομικού τουρισμού	66
2.2. Τουρισμός παραχείμασης.....	67

III. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ. ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΠΕΡΙΠΑΤΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1. Ορεινός τουρισμός.....	68
3.1.1. Δραστηριότητες που συνδέονται με τον ορεινό τουρισμό	69
3.1.2. Προσφορά ορεινού τουρισμού.....	69
3.1.3. Σημερινή πραγματικότητα στην Ελλάδα	70
3.2. Ορειβατικός τουρισμός.....	71
3.2.1. Απλή ή μη τεχνητή ορειβασία, τεχνητή ορειβασία και αλπινισμός	72
3.2.2. Η σημερινή πραγματικότητα στην Ελλάδα	72
3.3. Περιπατητικός τουρισμός.....	73
3.4. Αθλητικός τουρισμός.....	74

3.4.1.	Ο αθλητικός τουρισμός και η ελληνική πραγματικότητα.....	77
3.4.2.	Προϋποθέσεις ανάπτυξης γηπέδου γκολφ στην Ελλάδα	77
3.5.	Τουρισμός περιπέτειας	78
IV.	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ , ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	
4.1.	Τουρισμός και περιβάλλον	80
4.2.	Επιπτώσεις ανάπτυξης τουρισμού στο περιβάλλον.....	81
4.3.	Αειφόρος τουρισμός	84
4.3.1.	Χαρακτηριστικά και αρχές αειφόρου τουρισμού	85
4.4.	Οικοτουρισμός.....	85
4.4.1.	Χαρακτηριστικά οικοτουρισμού.....	87
4.4.2.	Σημερινή πραγματικότητα παγκοσμίως.....	88
V.	ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ	
5.1.	Αγροτουρισμός και περιβάλλον	90
5.2.	Προφίλ τουριστών	93
5.3.	Χαρακτηριστικά γνωρίσματα αγροτουρισμού	94
5.4.	Σημερινή πραγματικότητα στην Ελλάδα.....	94
5.5.	Συνέπειες αγροτουρισμού.....	97
VI.	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΝΕΡΟ	
6.1.	Τουρισμός και νερό	100
6.2.	Παράκτιος τουρισμός	101
6.2.1.	Δραστηριότητες που συνδέονται με τον παράκτιο τουρισμό	102
6.2.2.	Η αγορά του παράκτιου τουρισμού στην Ελλάδα	103
6.3.	Θαλάσσιος τουρισμός.....	104
6.3.1.	Διακρίσεις θαλάσσιου τουρισμού.....	105
6.3.2.	Υποδομή ελλιμενισμού και συντήρησης σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα- Σημερινή πραγματικότητα.....	107
6.3.3.	Συνέπειες θαλάσσιου τουρισμού	107
6.4.	Καταδυτικός τουρισμός.....	109
6.4.1.	Παγκόσμια κατάσταση καταδυτικού τουρισμού	110
6.4.2.	Κατάσταση καταδυτικού τουρισμού στην Ελλάδα	111
6.4.3.	Το νομοθετικό πλαίσιο του καταδυτικού τουρισμού στην Ελλάδα	112
6.5.	Παραλίμνιος τουρισμός.....	113
6.6.	Παραποτάμιος τουρισμός.....	113
6.7.	Τουρισμός υδροβιότοπων.....	114

VII. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

7.1. Κοινωνικός τουρισμός.....	115
7.1.1. Ιστορική αναδρομή και ορισμός κοινωνικού τουρισμού	116
7.1.2. Κοινωνικός τουρισμός στην Ελλάδα	117
7.1.3. Παράγοντες και φορείς κοινωνικού τουρισμού.....	118
7.1.4. Δικαιούχοι κοινωνικού τουρισμού	119
7.1.5. Χαρακτηριστικά κοινωνικού τουρισμού	120
7.1.6. Σημασία κοινωνικού τουρισμού	120
7.1.7. Συνέπειες κοινωνικού τουρισμού	121
7.2. Τουρισμός για όλους ή τουρισμός για Άτομα με Ειδικές Ανάγκες (ΑμΕΑ)	122
7.2.1. Διαφορά τουρισμού για όλους από τον κοινωνικό τουρισμό	123
7.2.2. Η σημερινή κατάσταση για τον τουρισμό για όλους.....	124
7.3. Τουρισμός ατόμων τρίτης ηλικίας.....	125
7.3.1. Προφίλ τουριστών	126
7.3.2. Τρόποι προώθησης τουριστών τρίτης ηλικίας στην Ελλάδα	130
7.3.3. Τουρισμός παραχείμασης στην Τρίτη ηλικία	131

VIII. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ Ή ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΘΕΡΜΑΛΙΣΜΟΣ

8.1. Τουρισμός υγείας ή ιαματικός τουρισμός-θερμαλισμός	132
8.2. Ιαματικός τουρισμός ή θερμαλισμός.....	133
8.3. Νομοθετικό πλαίσιο ιαματικών πηγών στην Ελλάδα.....	134
8.4. Κέντρα θαλασσοθεραπείας.....	135
8.5. Προφίλ τουριστών θερμαλισμού	135
8.6. Σημερινή κατάσταση παγκοσμίως για τον ιαματικό τουρισμό	136
8.7. Κατάσταση του ιαματικού τουρισμού στην Ελλάδα.....	139

IX. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ

9.1. Επαγγελματικά ταξίδια- επαγγελματικός τουρισμός.....	140
9.2. Συνεδριακός τουρισμός	141
9.2.1. Οικονομικά και κοινωνικά οφέλη συνεδριακού τουρισμού.....	142
9.2.2. Πλεονεκτήματα συνεδριακού τουρισμού	144
9.2.3. Μειονεκτήματα συνεδριακού τουρισμού	145
9.2.4. Σημερινή κατάσταση στην Ελλάδα	145
9.2.5. Προβλήματα διεξαγωγής συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα	145
9.2.6. Προϋποθέσεις ανάπτυξης συνεδριακού τουρισμού.....	146

9.3. Εκθεσιακός τουρισμός.....	147
9.4. Τουρισμός κινήτρων	148

X. ΛΟΙΠΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

10.1. Σεξιστικός ή ερωτικός τουρισμός.....	149
10.2. Γυμνιστικός τουρισμός	151
10.2.1. Προφίλ γυμνιστή τουρίστα	152
10.2.2. Ιστορική αναδρομή	153
10.2.3. Ελληνική πραγματικότητα	153
10.3. Τουρισμός καζίνων	154
10.4. Κοσμοπολίτικος τουρισμός ή τουρισμός διεθνούς jet set.....	154
10.5. Επιλεκτικός τουρισμός	155
10.6. Τουρισμός σακιδιούχων	156
10.7. Χρονομεριστικός τουρισμός	156
10.8. Θεσμός ανταλλαγής κατοικιών	157

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΝ

Γ' ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

1. ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΔΙΑΚΗΡΥΞΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ – ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ:

- I. Η Οικουμενική διακήρυξη των δικαιωμάτων του ανθρώπου..... 159
- II. Η διακήρυξη της Μανίλα για τον Παγκόσμιο Τουρισμό 163
- III. Το έγγραφο του Ακαπούλκο- Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού .. 168
- IV. Η διακήρυξη της Οζάκα για τον τουρισμό 172

2. ΟΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΜΕΝΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ, ΣΧΕΣΕΙΣ:

- A. Θέματα τουριστικής διαφήμισης και προστασία καταναλωτή..... 177
- B. Ικανοποίηση ηθικής βλάβης πελάτη τουριστικής επιχείρησης..... 178
- Γ. Το φαινόμενο της αισχροκέρδειας στον τουρισμό..... 179
- Δ. Άγρα πελατών και κατευθυνόμενες αγορές..... 180

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

- 2.1. Το ελληνικό θεσμικό πλαίσιο για την άσκηση της πολιτικής της προστασίας του καταναλωτή..... 182
- 2.2. Οι θέσεις της Ο.Κ.Ε. για τις ειδικότερες διαστάσεις του καταναλωτή για την πολιτική της προστασίας του 184
- 2.3. Το καταναλωτικό κίνημα 185
- 2.4. Προστασία καταναλωτή στην Ελλάδα 186

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

3.1. Τα δικαιώματα του καταναλωτή	188
3.2. Το τουριστικό προϊόν	195
3.2.1. Καταναλωτής τουριστικού προϊόντος	195
3.2.2. Η έννοια του τουριστικού προϊόντος.....	197
3.2.3. Προστασία καταναλωτή τουριστικού προϊόντος.....	198
3.2.4. Ουσιώδη στοιχεία τουριστικού προϊόντος.....	199
3.3. Τουρισμός και προστασία καταναλωτή κατά το οργανωμένο ταξίδι.....	211
3.3.1. Πως ορίζεται το οργανωμένο ταξίδι.....	211
3.3.2. Πολιτική της Ε.Ε. για τους καταναλωτές οργανωμένου ταξιδιού ..	212
3.3.3. Πολιτική της Ε.Ε. για τα οργανωμένα ταξίδια	212
3.3.4. Οδηγία 90/314/ΕΟΚ – ορισμός οργανωμένου ταξιδιού.....	213
3.3.5. Τύποι οργανωμένων ταξιδιών.....	215
3.3.6. Ζητήματα ταξιδιωτικής σύμβασης που οφείλει να γνωρίζει ο καταναλωτής – τουρίστας οργανωμένου ταξιδιού	215
3.3.7. Πληροφόρηση – ενημέρωση καταναλωτή στα οργανωμένα ταξίδια.....	217
3.3.8. Συσχετισμός του Π.Δ. 339/1996 με την ευρύτερη προστασία του καταναλωτή.....	224
3.3.9. Συμπληρωματικός χαρακτήρας του Π.Δ. 339/1996	225
3.3.10. Το περιεχόμενο των εννοιών του Π.Δ. 339/1996	227
3.4. Time- Sharing- Χρονομεριστική μίσθωση - ενημέρωση και προστασία καταναλωτή	228
3.4.1. Time- Sharing- Χρονομεριστική μίσθωση	228
3.4.2. Σύμβαση χρονομεριστικής μίσθωσης.....	230
3.4.3. Προστασία καταναλωτών Time- Sharing	232
3.4.4. Προστασία καταναλωτών Time- Sharing στη χώρα μας	236
3.4.4.1. Προστασία καταναλωτών time- sharing με βάση την εσωτερική ειδική νομοθεσία.....	237
3.4.4.2. Προστασία μέσα από την προσαρμογή της νομοθεσίας μας στις διατάξεις της Οδηγίας 94/47/ΕΟΚ	240
3.5. Σύμβαση Ξενίας – Υποχρεώσεις πελάτη προς τον ξενοδόχο.....	244
3.5.1. Η έννοια της σύμβασης Ξενίας.....	244
3.5.2. Αιφνίδια αποχώρηση πελάτη.....	245
3.5.3. Νόσος ή θάνατος πελάτη	246
3.5.4. Οι υπερκρατήσεις	248
3.5.5. Οι λόγοι έξωσης του πελάτη.....	249
3.5.6. Η ευθύνη του ξενοδόχου σύμφωνα με τον Α.Κ.....	251
3.5.7. Η ευθύνη του ξενοδόχου για τα εισκομισθέντα.....	251
3.5.8. Τροποποιήσεις διατάξεων του Α.Κ. περί ευθύνης ξενοδόχων	253

3.5.9. Η έννοια της ζημίας.....	253
3.5.10. Η εκποίηση του νόμιμου ενεχύρου.....	254
3.5.11. Χρήματα, χρεόγραφα και τιμαλή 255	255
3.5.12. Περιορισμός ευθύνης ξενοδόχου- Απόσβεση αξίωσης.....	257
3.5.13. Υποχρεώσεις πελατών.....	258

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο
ΔΡΑΣΕΙΣ Ε.Ε. ΥΠΕΡ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

4.1. Εισαγωγή.....	261
4.2. Μορφές δράσεων σε κοινοτικό επίπεδο.....	263
4.3. Φορείς οργάνωσης, προαγωγής και ελέγχου ανάπτυξης τουρισμού.....	
4.3.1. Ε.Ο.Τ.	266
4.3.2. Ενίσχυση οργανωμένης τοπικής αυτοδιοίκησης.....	274

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο
ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
& ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

5.1. Τρόποι προώθησης εναλλακτικού τουρισμού.....	276
5.1.1. Διαδίκτυο.....	278
5.1.2. Τηλεόραση.....	280
5.1.3. Γραπτός λόγος.....	281
5.1.4. Παγκόσμιες εκθέσεις.....	285
5.1.5. Αθλητικά γεγονότα.....	289
5.1.6. Πολιτιστικά γεγονότα.....	290
5.2. Στρατηγικό πρόγραμμα – Σχέδιο δράσης για ενίσχυση εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα.....	291
5.2.1. Ποιοτικοί στόχοι ενίσχυσης τουρισμού στην Ελλάδα.....	291
5.2.2. Περιεχόμενο στρατηγικών προγραμμάτων.....	293
5.3. Ανάπτυξη τουριστικού προϊόντος.....	295
5.3.1. Ανάπτυξη τουριστικού προϊόντος σε σχέση με την Στρατηγική....	295
5.3.1.1. Διαμονή.....	295
5.3.1.2. Κέντρα αναψυχής.....	298
5.3.1.3. Οργάνωση ταξιδίων και ξεναγήσεων.....	299
5.3.1.4. Θαλάσσια ανάπτυξη.....	300
5.3.1.5. Ειδικά προϊόντα.....	302
5.3.2. Προτεινόμενες δράσεις ανά ειδικό προϊόν.....	303
5.3.2.1. Πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός.....	303
5.3.2.2. Τουρισμός εκμάθησης και εκπαίδευσης.....	304

5.3.2.3. Τουρισμός υπαίθρου.....	305
5.3.2.4. Αθλητικός τουρισμός	305
5.3.2.5. Ποδηλατικός τουρισμός	306
5.3.2.6. Τουρισμός γκολφ.....	306
5.3.2.7. Περιπατητικός τουρισμός.....	306
5.3.2.8. Τουρισμός συνεδρίων και κινήτρων.....	307
5.3.2.9. Τουρισμός υγείας (ιατρικός και ευεξίας)	307
5.3.2.10. Τουρισμός κρουαζιέρας.....	308
5.3.2.11. Γαστρονομικός τουρισμός & οινοτουρισμός	308
5.3.2.12. Γάμοι και ταξίδια του μέλιτος	309

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

310

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Εκπόνησα την παρούσα διπλωματική εργασία σε μια προσπάθεια να εξετάσω τα στάδια ανάπτυξης του τουριστικού φαινομένου και τη «γέννηση» του εναλλακτικού τουρισμού μέσα από τις «στάχτες» του μαζικού και κορεσμένου τουρισμού. Σκοπός μου ήταν αρχικά να ξεδιπλώσω το πολυσύνθετο παζλ που δημιουργεί το σύμπλεγμα του εναλλακτικού τουρισμού και εν συνεχεία να προβώ στη μελέτη των τρόπων προστασίας και ενημέρωσης των καταναλωτών – τουριστών σχετικά με θέματα που αφορούν τα δικαιώματα, τις απαιτήσεις αλλά και τις υποχρεώσεις που αναπτύσσονται κατά τη διένεξη του ταξιδιού τους.

Τα πρώτα δύο κεφάλαια του πρώτου μέρους, τα αφιερώνω σε μια εκτενή ιστορική αναδρομή, διανύοντας μια πορεία μέσα από την οποία πέρασε το τουριστικό φαινόμενο, από την αρχαιότητα, τη Ρωμαϊκή περίοδο, το Βυζάντιο, το Μεσαίωνα, προκειμένου να καταλήξει στον 21^ο αιώνα. Σε αυτό το σημείο γίνεται μια νύξη για τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της τουριστικής ανάπτυξης, που αφήνουν το «μελάني» τους στην Οικονομία, στην Κοινωνία, στον Πολιτισμό και στο φυσικό περιβάλλον του κάθε τόπου υποδοχής. Γίνεται λόγος για το σκοπό που υλοποιείται ένα ταξίδι καθώς και για ψυχολογικά – υποκειμενικά και αντικειμενικά αίτια που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του τουρισμού. Η ανάγκη του ατόμου για ανθρώπινη επικοινωνία, γνωριμία με το άγνωστο, οι τάσεις για φυγή από τη ρουτίνα της καθημερινότητας, η ανάγκη για μιμητισμό σε άρρηκτο συνδυασμό με την ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας και τον εκσυγχρονισμό των μέσων μαζικής μεταφοράς είναι τα συστατικά που ωθούν στη διαδικασία σχεδιασμού και υλοποίησης ενός ταξιδιού.

Στο δεύτερο μέρος αναλύω διεξοδικά όλα τα είδη που μπορεί να συναντήσει ο δυνητικός τουρίστας, κάνοντας μια μικρή ιστορική αναδρομή προκειμένου να ορίσω τις «ρίζες» του κάθε είδους και τα εναύσματα που δόθηκαν προκειμένου να αναπτυχθεί η κάθε μορφή ξεχωριστά. Εν συνεχεία, γίνεται αναφορά στα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του κάθε ξεχωριστού παρακλαδιού του εναλλακτικού τουρισμού καθώς και στη σημερινή κατάσταση που επικρατεί στην Ελλάδα, προκειμένου να κάνω διακριτά τα εμπόδια και τις αδυναμίες που συναντώνται σε διάφορους τομείς και παρακωλύουν την υγιή ανάπτυξη των μορφών εναλλακτικού τουρισμού. Κάθε ενότητα κλίνει με προτάσεις – τρόπους βελτίωσης, προώθησης και ανάπτυξης των ποικίλων μορφών εναλλακτικού τουρισμού, ώστε να ζυγίσει ο αναγνώστης την πραγματικότητα και να κινητοποιηθεί ακολουθώντας ορισμένες στρατηγικές που θα αναδείξουν τον ελληνικό τουρισμό.

Στο τρίτο μέρος, κρίνεται εξέχουσας σημασίας η αναφορά στις σημαντικές διακηρύξεις που σημάδεψαν την ιστορία και την πορεία του τουρισμού. Η Οικουμενική διακήρυξη των δικαιωμάτων του ανθρώπου στις 10 Δεκεμβρίου του 1948, η διακήρυξη της Μανίλα για τον παγκόσμιο τουρισμό στις 10 Οκτωβρίου του 1980, το έγγραφο του Ακαπούλκο στις 27 Αυγούστου του 1982 και η διακήρυξη της Οζάκα για τον παγκόσμιο τουρισμό στις 4 Νοεμβρίου του 1994, είναι οι κεντρικοί πυλώνες στους οποίους θεμελιώνονται τα ανθρώπινα δικαιώματα και διευκρινίζεται η πραγματική φύση του τουρισμού σε όλες του τις μορφές καθώς και ο ρόλος που διαδραματίζει σε ένα δυναμικό και συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Κατόπιν, εξετάζω τις διαφορετικές περιπτώσεις μεταφοράς ενός ταξιδιώτη από ένα μέρος σε άλλο και τα βασικά σημεία των κανονισμών που διέπουν τις μεταφορές, όπως η ευθύνη του μεταφορέα που προκύπτει από ατύχημα, η άρνηση επιβίβαση, η ματαίωση του ταξιδιού, η απώλεια ή η καταστροφή των αποσκευών, ο τραυματισμός ή ο θάνατος του επιβάτη κ.α.

Συμπληρωματικά με όλα τα παραπάνω, αναλύω την Οδηγία 90/314/ΕΟΚ που αφορά τα οργανωμένα ταξίδια και τα δικαιώματα του πελάτη κατά την ταξιδιωτική σύμβαση. Η συγκεκριμένη Οδηγία, περιλαμβάνει τις προστατευτικές ρυθμίσεις για τον καταναλωτή, που αποβλέπουν στην εξασφάλιση επαρκούς πληροφόρησης του αντισυμβαλλόμενου, του διοργανωτή ή/και του πωλητή οργανωμένου ταξιδιού τόσο κατά το προ-συμβατικό στάδιο όσο και κατά την κατάρτιση της σύμβασης. Στο σημείο αυτό, μελετώ διεξοδικά το προκαταρκτικό στάδιο ενημέρωσης του δυνητικού τουρίστα, το στάδιο παροχής πληροφοριών, το στάδιο κατάρτισης σύμβασης και την περίπτωση της πλημμελούς ή μη, εκτέλεσης της σύμβασης.

Έκρινα απαραίτητο να ασχοληθώ και με τη σύμβαση χρονομεριστικής μίσθωσης- time sharing-, το καθεστώς και τα δικαιώματα του καταναλωτή που απορρέουν από την συγκεκριμένη ιδιαίτερη μορφή ιδιοκτησίας και κατοχυρώνονται με το Π.Δ. 293/2001.

Στο τέλος αυτής της ενότητας, εκφέρω άποψη για τη σύμβαση ξενίας, τη συμφωνία μεταξύ ξενοδόχου και πελάτη, που αφορά κυρίως στις υποχρεώσεις που προκύπτουν, από τον πελάτη προς τον ξενοδόχο και κυρώνονται από τους νόμους 1652/1986 και 2160/1993. Η εν λόγω σύμβαση ορίζει την έννοια και την υπόσταση του ξενοδόχου και του πελάτη και εξετάζει πιθανά γεγονότα που μπορούν να λάβουν χώρα κατά την παραμονή του τουρίστα σε ένα τουριστικό – ξενοδοχειακό κατάλυμα, όπως η αιφνίδια αποχώρηση του πελάτη, η νόσος ή ο θάνατος αυτού, τα φαινόμενα των υπερκρατήσεων, οι λόγοι έξωσης πελάτη, η ευθύνη του ξενοδόχου για τα εισκομισθέντα σύμφωνα με τον Α.Κ. 834, η εκποίηση του νόμιμου ενεχύρου κ.α. Ουσιαστικά, γίνεται λόγος για τις υποχρεώσεις που έχει ο πελάτης καθ' όλη τη διάρκεια παραμονής του στο τουριστικό κατάλυμα και οι απαγορεύσεις που διέπουν τη σχέση του με τον

ξενοδόχο, προκειμένου να μην παρακωλύει την ομαλή λειτουργία της τουριστικής μονάδας.

Καθοριστικής σημασίας στην σύνδεση του εναλλακτικού τουρισμού με την προστασία του καταναλωτή αποτελούν οι φορείς οργάνωσης, προαγωγής και ελέγχου ανάπτυξης του τουρισμού, ο σπουδαιότερος των οποίων είναι ο Ε.Ο.Τ. που στοχεύει στην προώθηση του Ελληνικού τουρισμού μέσω της αξιοποίησης όλων των δυνατοτήτων που υφίστανται στην χώρα. Η εργασία μου καταλήγει σε μελέτη και ανάλυση ποικίλων τρόπων προώθησης του εναλλακτικού τουρισμού και σε πρόταση ενός στρατηγικού σχεδίου δράσης για ενίσχυση του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Ο βασικότερος φορέας στο σύστημα διανομής του τουριστικού προϊόντος, είναι οι πράκτορες ταξιδίων οι οποίοι χρησιμοποιώντας με κατάλληλες μεθόδους το διαδίκτυο, την τηλεόραση, τον γραπτό λόγο, την προβολή μέσω παγκόσμιων εκθέσεων, τη συμμετοχή σε αθλητικά και πολιτιστικά γεγονότα, μπορούν να πετύχουν την αναβάθμιση του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος και να προσελκύσουν μεγάλο πλήθος επισκεπτών με ειδικά ενδιαφέροντα και υψηλές απαιτήσεις που θα ικανοποιηθούν μέσω στρατηγικά σχεδιασμένων τουριστικών πακέτων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, τα οποία θα προσφέρουν υψηλά επίπεδα ποιότητας παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών και παράλληλα υψηλό αίσθημα ασφάλειας και προστασίας του τουρίστα – καταναλωτή.

Τέλος, παραθέτω την υφιστάμενη κατάσταση και τις παρούσες συνθήκες του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα και προτείνω στρατηγικές ανάπτυξης του ανά τομέα και είδος εναλλακτικού τουρισμού. Πιο αναλυτικά, θέτονται επί τάπητος, προτάσεις προς υλοποίηση στον τομέα της διαμονής, των κέντρων αναψυχής, των οργανωμένων ταξιδίων και ξεναγήσεων, της θαλάσσιας ανάπτυξης και των ειδικών προϊόντων που συνθέτουν τον εναλλακτικό τουρισμό.

Σας ευχαριστώ πολύ για τον χρόνο σας.

Καλή σας ανάγνωση !

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

1950 ... Ο θεσμός της πατριαρχικής οικογένειας ακόμα είναι ισχυρός. Ο πατέρας εργάζεται σκληρά και οι ανάγκες των μελών της οικογένειας είναι περιορισμένες. Τους θερινούς μήνες, στις λιγοστές ημέρες αδείας του πατέρα, η οικογένεια ξυπνάει νωρίς το πρωί και περιμένει κάτω από τον καυτό ήλιο το υπεραστικό λεωφορείο που θα τους μεταφέρει στα δροσερά νερά της Λούτσας, της Ραφήνας, του Σουνίου και των λοιπών παραθεριστικών κέντρων που βρίσκονται σε κοντινές αποστάσεις από τα μέρη μόνιμης κατοικίας. Οι πιο εύπορες οικογένειες, φορτώνουν τις σχάρες του αυτοκινήτου με μπαγκάζια και ταξιδεύουν με προορισμό την Αίγινα, την Κρήτη, την Τήνο, την Λευκάδα και άλλα νησιά εύκολα σε πρόσβαση, αναζητώντας μοναδικές ταξιδιωτικές εμπειρίες από τις απάτητες θάλασσες και την άγρια φύση της Ελλάδας. Οι καρτ ποστάλ αποτελούν αγαπημένο αναμνηστικό για φίλους και συγγενείς ...

1980 ... Οι γυναίκες πλέον στηρίζουν ένθερμα την ανεξαρτησία του φύλου τους, οι δεσμοί της οικογένειας αρχίζουν να χαλαρώνουν, τα λαϊκά ως τότε στρώματα αρχίζουν να ανεβαίνουν εισοδηματικές κατηγορίες, η εύπορη τάξη αυξάνει βεληνεκούς και σχεδόν κάθε οικογένεια έχει στο σπίτι της τηλέφωνο, τηλεόραση, ένα τουλάχιστον αμάξι και πολλά περιοδικά που ξεχειλίζουν με μαγευτικές εικόνες από εξωτικά τοπία των νησιών της Καραϊβικής, της Απω Ανατολής, της Ασίας, της Αμερικής ... Τα νεαρά, σε ηλικία ζευγάρια, πριμοδοτούνται από την ύπαρξη του κοινωνικού τουρισμού και κάνουν μικρές αποδράσεις σε θάλασσες και βουνά προσπαθώντας να περισυλλέξουν τουριστικές εμπειρίες. Οι πιο τολμηροί, παίρνουν ένα σακίδιο στον ώμο, μπαίνουν στο πρώτο καράβι του λιμανιού και με λίγα μόλις χρήματα, κατασκηνώνουν σε μοναχικές παραλίες νησιών ή στις όχθες ποταμών και λιμνών ... Οι οικονομικά ευκατάστατοι και τα ζευγάρια ηλικιωμένων, οργανώνουν τα πρώτα τους ταξίδια στο εξωτερικό, με σκοπό να βιώσουν έντονα και πρωτόγνωρα συναισθήματα από την επαφή με τους ξένους πολιτισμούς, τα ήθη και τα έθιμα. Οι μετακινήσεις με τρένο και αεροπλάνο μοιάζουν να είναι πιο προσιτές και οι αποστάσεις με αυτό τον τρόπο αρχίζουν να μειώνονται. Ωστόσο, τα μεταφορικά έξοδα κάποιες φορές είναι αρκετά υψηλά και ασύμφορα. Οι φωτογραφίες αντικαθιστούν τις καρτ ποστάλ και στολίζουν πλέον τα φωτογραφικά άλμπουμ ως συλλεκτικά και αποδεικτικά αναμνήσεων ...

2000 ... Σχεδόν κάθε σπιτικό υποδέχεται τον «άγνωστο» ως τότε, καλεσμένο, τον υπολογιστή. Η σύνδεση στο διαδίκτυο μοιάζει με είδος πολυτελείας. Η πρόσβαση σε φωτογραφίες, πληροφορίες, βίντεο και άλλα πολλά, από ξένους πολύ μακρινούς προορισμούς, καθώς και η δυνατότητα προσφοράς οργανωμένων ταξιδιών για σαφάρι στην Τανζανία, για διαμονή στον «επίγειο παράδεισο» που βρίσκεται στα πολιτεία των Μπαχαμών, για ορειβασία στα Ιμαλάια, τις Άλπεις, το Θιβέτ, μοιάζει ως Θείο Δώρο σε όσους μπορούν να στηρίξουν οικονομικά ένα τέτοιο ταξίδι

2013 ... Η οικονομική κρίση είναι πραγματικότητα. Παρ' όλα αυτά κάθε εργαζόμενος πλέον έχοντας κατοχυρώσει το δικαίωμα του για διακοπές, αναζητά οικονομικούς προορισμούς για να ξεφύγει από την πραγματικότητα, την ρουτίνα και τους έντονους καθημερινούς ρυθμούς ζωής, να ζήσει την μοναδική εμπειρία των διακοπών, να ξεκουραστεί κάτω από τον καυτό ήλιο και τη δροσιά της θάλασσας, το καλοκαίρι, να αποδράσει για ένα διήμερο, σε ένα χειμερινό προορισμό, το χειμώνα. Το αυτοκίνητο έχει γίνει αναπόσπαστο, σχεδόν πάντα,

μέσο μετακίνησης, οι μεταφορές με τρένο και αεροπλάνο έχουν εκσυγχρονιστεί τόσο που φαίνεται να εκμηδενίζουν τις αποστάσεις. Τα μεταφορικά έξοδα δεν είναι πλέον «τσουχτερά» ειδικά στις περιπτώσεις που τα εισιτήρια προπληρώνονται αρκετό καιρό πριν τη πραγμάτωση του ταξιδιού ...

Τουρισμός. Ο θεσμός που έγινε ανάγκη. Σίγουρα όχι ανάγκη επιβίωσης, αλλά ωστόσο ανάγκη κοινωνικής αποδοχής, αυτοεκτίμησης ακόμη και αυτοπραγμάτωσης.

Οι μαζικές μετακινήσεις πληθυσμών σε παραλίες και βουνά, εντός της Ελλάδος αλλά και εκτός των συνόρων, με κάθε μεταφορικό μέσο σημειώνονται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, είτε γίνεται λόγος για εγχώριο είτε για εισερχόμενο αλλά είτε και για εξερχόμενο τουρισμό. Ορειβασία, χιονοδρομία, κάμπινγκ, προσκυνηματικές εκδρομές, ταξίδια για συνεδριακούς και ιατρικούς σκοπούς, μίσθωση διαμερισμάτων για χρόνια, διακοπές σε αγρόκτημα, εκδρομές για περίπατο στην άγρια φύση, είναι μόνο λίγα παραδείγματα των προτιμήσεων των τουριστών τη σημερινή εποχή, για το πώς ακριβώς επιθυμούν να περνάνε τον ελεύθερο χρόνο των διακοπών τους.

Στην αρχή οι τουριστικές μετακινήσεις ήταν δειλές και ανοργάνωτες, τόσο από την μεριά των τουριστών όσο και από τους παρόχους των τουριστικών καταλυμάτων αλλά και των φορέων των γενικότερων τουριστικών υπηρεσιών. Λάθη, προβλήματα και ασάφειες στου όρους και στις προϋποθέσεις διεξαγωγής της τουριστικής δραστηριότητας, υπήρχαν και ακόμη συνεχίζουν να υπάρχουν, με μια μεγάλη προσπάθεια όμως αυτά να εξαλείφονται ώστε να βελτιώνεται στο μέγιστο η ποιότητα των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών.

Πως ο μαζικός τουρισμός εξελίχθηκε και πήρε διάφορες μορφές, αποκαλούμενες ως εναλλακτικές, ώστε να καλύψει τις ανάγκες ακόμη και των πιο απαιτητικών και «εναλλακτικών» τουριστών, αλλά και πως εμείς όλοι ως τουρίστες θα πρέπει να προστατευόμαστε από τα διάφορα γεγονότα που προκύπτουν από την τουριστική μας δραστηριότητα, είναι όλα αυτά των οποίων θα πάρουμε μια «γεύση» εάν ξεφυλλίσουμε αυτή την εργασία.

Καλό διάβασμα!

Α' ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

1.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Καταρχήν θα εξετάσουμε την βαθύτερη ερμηνεία της έννοιας που έχει ο τουρισμός μέσα από το πέρασμα των χρόνων, τα είδη του τουρισμού που αναπτύχθηκαν από την αρχαιότητα ως σήμερα και αποτελούν τις βασικές αλλά και τις εναλλακτικές μορφές του, τους παράγοντες που ωθούν τους ανθρώπους ανά τον κόσμο να προβούν στη διαδικασία σχεδιασμού και υλοποίησης ενός ταξιδιού προς επίσκεψη διαφόρων τουριστικών προορισμών και σφαιρικότερα το τουριστικό φαινόμενο ως ολότητα.

Πολλά είναι τα κοινωνικοπολιτισμικά χαρακτηριστικά που κάνουν τους ανθρώπους της υφηλίου να διαφέρουν μεταξύ τους, όμως ο ομοιάξονας των οικονομικών, ψυχολογικών, πολιτικών και κοινωνικών παραγόντων είναι αυτός που παρακινεί τη διαμόρφωση και την ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου σε ολόκληρο τον κόσμο. Φαίνεται μάλιστα η ανάπτυξη του τουρισμού να συμπίπτει με την ανασυγκρότηση της Ευρώπης μετά τις ολέθριες συνέπειες του Β' Παγκοσμίου πολέμου.

Τα τελευταία χρόνια, η ευεργετική βελτίωση των όρων εργασίας και της αμοιβής των εργαζομένων και η αύξηση του κατά κεφαλή εισοδήματος, σε συνδυασμό με την ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας και την άνοδο του μορφωτικού υπόβαθρου των λαών, αλλά και την βελτίωση και επέκταση των μέσων μεταφοράς, σημειώνεται μια άνθηση των τουριστικών επιχειρήσεων και του τουριστικού φαινομένου γενικότερα.

Αποτέλεσμα των παραπάνω, είναι να δημιουργηθούν προϋποθέσεις ώστε ο τουρισμός να αποτελέσει κοινωνικό φαινόμενο με ευρύτερες διαστάσεις, εκτός των οικονομικών, και ποικιλόμορφες επιπτώσεις, τόσο θετικές όσο και αρνητικές.

1.2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

1.2.1. Ο τουρισμός κατά την Αρχαιότητα

Ο τουρισμός χρονολογείται από την αρχαιότητα, ως περιήγηση για γνωριμία με πολιτιστικές και κοινωνικές αξίες και πιστεύω άλλων λαών και εθνών, ως μέθοδος ψυχαγωγίας αλλά και ως μέσο για ικανοποίηση οικονομικών, θρησκευτικών, αθλητικών και άλλων παραγόντων.

Η πρώτη συστηματική οργάνωση ταξιδίων στην αρχαιότητα, παρατηρείται στην περιοχή της Μεσοποταμίας, της Αιγύπτου και της Ελλάδας. Μόλις από το 1500 π.Χ. αυτές οι χώρες αποτελούσαν τον βασικότερο πυλώνα της τουριστικής ανάπτυξης. Εκατοντάδες ταξιδιώτες επισκέπτονταν την Αίγυπτο για να θαυμάσουν το κάλος των ναών και των πυραμίδων, περιηγούνταν στα αξιοθέατα, αναζητούσαν τρόπους διασκέδασης και αγόραζαν δώρα και ενθύμια για τα αγαπημένα τους πρόσωπα, στην πατρίδα τους.¹

Πρακτικά, ο βασικός στόχος των ταξιδίων αυτών ήταν η αναζήτηση νέων αγορών για ανάπτυξη εμπορικών συναλλαγών και παράλληλη διεύρυνση της πολιτικής επιρροής των ταξιδιωτών, όπως για παράδειγμα έκαναν οι Φοίνικες και οι Σουμέριοι που με τα πλοία τους κατέφθαναν ως την Μεσόγειο, την Κίνα και την Ινδία για υλοποίηση καθαρά εμπορικών συμφερόντων.²

Πόλο έλξης των τουριστών, αποτέλεσαν τότε, εκτός από τα μαντεία, τα ιερά, τους αγώνες και τις θρησκευτικές γιορτές, τα Επτά Θαύματα της αρχαιότητας, που βρίσκονταν στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου και της Μεσοποταμίας.³ Εμποροι, αξιωματούχοι, επιστήμονες, ιερείς, αυλικοί και γενικότερα άτομα ευκατάστατων και ανώτερων τάξεων, είναι τα σημάδια των πρώτων τουριστών. Εκτός, αυτών, οι ταξιδιωτικές περιηγήσεις αναπτύχθηκαν και στην Ελληνική αρχαιότητα, αφήνοντας ανεξίτηλη στην ιστορία την φήμη των ταξιδίων των Ελλήνων φιλοσόφων και ιστορικών. Μεταξύ τους, οι φιλόσοφοι Πλάτων, Πυθαγόρας, Θαλής ταξιδεύουν στην Αίγυπτο, τον κυρίαρχο πόλο έλξης της εποχής ως το πολιτιστικό κέντρο του κόσμου, ο Αριστοτέλης χαράζει πορεία προς τη Μικρά Ασία και ο ξακουστός Ηρόδοτος αποτελεί τον συστηματικό παρατηρητή των τοπίων και της φύσης και τον πρώτο ταξιδιωτικό συγγραφέα, καταγράφοντας τις ταξιδιωτικές του εμπειρίες.⁴

Μελετώντας τον τουρισμό κατά την αρχαιότητα, θα πρέπει να σημειωθεί πως οι μετακινήσεις ήταν σαφώς πολύ περιορισμένες και τα κίνητρα ήταν περισσότερο προσωπικά. Κύριοι λόγοι πως ωθούσαν στην υλοποίηση ενός ταξιδιού, ήταν η περιέργεια για τον άγνωστο τόπο, το

¹ Γερ. Ζαχαράτος- Πάρις Τσάρτας, *Πολιτική και κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης*, τόμος Γ', ΕΑΠ, Πάτρα 1999, σ.114

² Πάρις Τσάρτας, *Κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο Νομό Κυκλάδων και ιδιαίτερα στα νησιά Ίος και Σέριφος, κατά την περίοδο 1950-1980*, Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών, Αθήνα 1989, σ. 21.

³ Γερ. Ζαχαράτος- Πάρις Τσάρτας, *Πολιτική και Κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης*, τόμος Γ', ΕΑΠ, Πάτρα 1999, σ.113-114.

⁴ Ν.Γ. Ηγουμενάκης- Κ.Ν. Κραβαρίτης- Π.Ν. Λύτρας, *Εισαγωγή στον τουρισμό*, εκδ. Interbooks, 1999, σ. 164.

ενδιαφέρον για ανάπτυξη του εμπορίου, η παρακολούθηση και συμμετοχή στους Ολυμπιακούς Αγώνες, οι συναντήσεις των εκπροσώπων των πόλεων για πολιτικούς λόγους (γνωστές και ως αμφικτιονίες) και η χρήση των ιαματικών πηγών της αρχαίας Ελλάδας και της Ρώμης.⁵

Παράγοντες τουριστικής ανάπτυξης, αποτέλεσαν αφενός μεν η εξέλιξη των μεταφορικών μέσων όπως ήταν οι άμαξες και τα ιστιοφόρα, αφετέρου δε η διαμόρφωση τουριστικών καταλυμάτων υπό την μορφή πανδοχείων και ξενόνων που προσέφεραν στέγη, τροφή και προστασία στους ταξιδιώτες. Αξίζει δε, να σημειωθεί πως οι πρώτες μορφές πανδοχείων εμφανίστηκαν στην Κρήτη γύρω στο 1500 π.Χ., κοντά σε ιερούς τόπους και κέντρα πολιτιστικού ενδιαφέροντος.

Σημαντική είναι η φημισμένη, κατά τους Ομηρικούς χρόνους, εξυπηρέτηση των τουριστών που στηρίχθηκε στην «Φιλοξενία», δηλαδή στην υποδοχή και περιποίηση των ξένων, χωρίς χρηματικό αντάλλαγμα, γεγονός που χρίζεται μέχρι σήμερα ως αρετή. Μάλιστα θεωρείτο μεγάλο παράπτωμα η άρνηση της Φιλοξενίας, και πιστευόταν ότι τιμωρείτο από τους Θεούς. Να σημειωθεί εδώ η εποχή σταθμός, τον 5^ο αιώνα π.Χ. κατά την οποία αρχίζει η ανέγερση μεγαλοπρεπών κτισμάτων και μνημείων τέχνης που αποτελούν ακριβούς θησαυρούς, σήμερα. Ανάμεσα τους, το πρώτο ελληνικό πανδοχείο στις Πλαταιές της Βοιωτίας, δίπλα στον ναό της Ήρας, με δυναμικότητα εκατόν πενήντα δωματίων, καταναμεμένων σε δύο επίπεδα και το πανδοχείο της Επιδαύρου με εκατόν εξήντα δωμάτια σε διάφορο κτίριο.

Με την πάροδο του χρόνου, ύστερα από την εμφάνιση και τη διάδοση του χριστιανισμού, κάνουν την παρθενική τους εμφάνιση και τα ταξίδια για προσκυνηματικούς λόγους. Ένα παράδειγμα αυτών είναι οι ομαδικές μετακινήσεις για προσκύνημα ιερών τόπων, τέλεση αθλητικών αγώνων, οι μακροχρόνιες πολεμικές εκστρατείες όπως οι Σταυροφορίες αλλά και τα ατομικά επιμορφωτικά ταξίδια για θρησκευτικούς λόγους.⁶

Αξίζει να εξεταστούν σε αυτό το σημείο οι ειδικές μορφές τουρισμού που αναπτύχθηκαν κατά την αρχαιότητα, ώστε εν συνεχεία να περάσουμε στην σημερινή εποχή στην οποία θα συναντήσουμε μέσα από την παρούσα μελέτη, αρκετά κοινά στοιχεία μεταξύ των ιδιαίτερων μορφών τουρισμού.

Κατά την αρχαία περίοδο, οι πρώτες και βασικότερες μορφές τουρισμού είχαν ως εξής:

- *Θρησκευτικός τουρισμός*, στον οποίο οι πιστοί προέβαιναν στην διεξαγωγή ενός ταξιδιού ώστε να επισκεφτούν ιερούς τόπους, όπως αυτοί της Αιγύπτου, της Βαβυλώνας, της αρχαίας Ελλάδας κ.α. Σύμφωνα μάλιστα με τον Ηρόδοτο, χιλιάδες ήταν και οι μετακινήσεις των Αιγυπτίων προς την αρχαία Ελλάδα και συγκεκριμένα προς την Αθήνα, την Ελευσίνα, το μαντείο της Δωδώνης, το ιερό της Δήλου που έγινε και θρησκευτικό κέντρο των Ιώνων με θρησκευτικό, ψυχαγωγικό αλλά και πολιτικό χαρακτήρα, και το μαντείο των Δελφών που εξελίχθηκε σε μέγα θρησκευτικό και πολιτικό κέντρο με τη χρησιμοδοσία της Πυθίας. Εξίσου σημαντικός ιερός χώρος αποτέλεσε και το ιερό της Ολυμπίας, με το περίφημο μαντείο των Ιαμιδών το οποίο εξελίχθηκε από θρησκευτικό σε πολιτιστικό κέντρο, με τη γιορτή προς τιμή του Δία. Ας μην παραλείψουμε εδώ, και τις μεγάλες Διονυσιακές γιορτές

⁵ Μ. Λογοθέτης, *Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας*, εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα- Θεσ/κη, 2001, σ.21.

⁶ Πολ. Μοίρα, *Από τον προσκυνητή στο θρησκευτικό τουρίστα*. Κοινωνιολογική προσέγγιση, Τουριστική Επιστημονική Επιθεώρηση, τεύχος 1, Νο 1, 2003, σ.89.

προς τιμή του Διονύσου, τα Ελευσίνια Μυστήρια προς τιμή της Δήμητρας και της Περσεφόνης, τα Παναθήναια προς τιμή της Αθηνάς και άλλες μικρότερες γιορτές προς τιμή άλλων Θεών, ημίθεων και ηρώων.

Βασικό χαρακτηριστικό των προσκυνητών της αρχαίας εποχής, ήταν η ικανοποίηση του κινήτρου της μετακίνησης και η επιδίωξη της ανακάλυψης του καινούργιου, άγνωστου τοπίου, των άγνωστων σε αυτούς οικισμών, της επαφής με τους πληθυσμούς υποδοχής και του διαφορετικού ίσως τρόπου διαβίωσης, της περιπέτειας και των απρόοπτων εκπλήξεων καθ' όλο το ταξίδι.⁷

- *Πολιτιστικός τουρισμός*, κατά τον οποίο πραγματοποιούνταν επισκέψεις σε τόπους όπως η Κόρινθος, η Δήλος, η Κνωσός, λόγω της ύπαρξης περιφημων μνημείων.
- *Εκπαιδευτικός τουρισμός*. Εδώ θα φέρουμε ως παράδειγμα την Αθήνα, η οποία λόγω των φιλοσοφικών της σχολών αποτέλεσε το μεγαλύτερο κέντρο μάθησης και φιλοσοφίας της αρχαιότητας. Νέοι από όλα τα μέρη του κόσμου κατέφθαναν στην Αθήνα προκειμένου να σπουδάσουν κοντά σε μεγάλους σοφιστές και φιλόσοφους. Τον 4^ο αιώνα π.Χ. ο Πλάτωνας δημιούργησε στην Αθήνα την σχολή του στην Ακαδημία, ο Αριστοτέλης ιδρύει στο Λύκιο την περιπατητική σχολή, και σοφιστές όπως ο Πρωταγόρας, ο Γοργίας, ο Πρόδικος, ιδρύουν τις δικές τους σχολές για την μόρφωση των νέων.
- *Αθλητικός τουρισμός*, ο οποίος συνδεόταν άρρηκτα με το θρησκευτικό συναίσθημα και το αθλητικό ιδεώδες. Αθλητές και θεατές από όλον τον κόσμο συνέρρεαν στους επίσημους πανελλήνιους αγώνες, όπως τα Ισθμια στον Ισθμό της Κορίνθου προς τιμή του Ποσειδώνα, τα Νέμεα στην Νεμέα και τα Ολύμπια στην Αρχαία Ολυμπία προς τιμή του Δία, ώστε να λάβουν μέρος ή να παρακολουθήσουν απλώς τους εν λόγω αγώνες.
- *Τουρισμός για λόγους υγείας*, γνωστός και ως *ιαματικός τουρισμός*, ο οποίος πραγματοποιείτο σε γνωστά μέρη όπως στα ασκληπιεία θεραπευτήρια της Επιδαύρου, της Κω, στο Αμφιαράειον του Ωρωπού, ή σε άλλες ιαματικές θερμοπηγές της αρχαίας Ελλάδας και της Ρώμης.
- *Συνεδριακός τουρισμός*. Αντιπρόσωποι από διάφορες αρχαίες ελληνικές πόλεις ταξίδευαν προκειμένου να συμμετάσχουν στις λεγόμενες «Αμφικτιονίες» με σκοπό τη λήψη αποφάσεων θρησκευτικού ή πολιτικού χαρακτήρα. Ας τονίσουμε λοιπόν, πόσο βαθιά θαμμένες στο χρόνο είναι οι ρίζες του σημερινού συνεδριακού τουρισμού.
- *Θαλάσσιος τουρισμός*. Όπως είναι γνωστό, κατά την αρχαιότητα υπήρχαν πλοία και ιστιοφόρα τα οποία χρησιμοποιούνταν για εμπορικούς, πολεμικούς αλλά και ψυχαγωγικούς σκοπούς. Έχει μείνει ως το πιο γνωστό, το θαλαμηγό πλοίο «Συρακούσια» (218-214 π.Χ.) το οποίο διέθετε τριάντα δωμάτια, βιβλιοθήκη με αναγνωστήριο και κήπο καθώς και ναό προς τιμή της Αφροδίτης.

⁷ Στ. Βαρβαρέσος, *Τουρισμός: Οικονομικές προσεγγίσεις*, Β' Έκδοση, 2000, σ.15.

- *Εμπορικός τουρισμός.* Κατά την αρχαιότητα, υπήρχε μεγάλο πλήθος εμπόρων – περιηγητών, οι οποίοι γυρνούσαν από μέρος σε μέρος ξοδεύοντας πολλά χρήματα σε διασκεδάσεις και αποτέλεσαν σημαντικό πυλώνα στην ανόρθωση των οικονομικών των πόλεων υποδοχής. Μέσω αυτής της μορφής τουρισμού, αυξήθηκε η κινητικότητα των ατόμων και διογκώθηκε η τάση για αναζήτηση αλλαγής τόπου διαμονής και καθημερινών παραστάσεων, γνωριμίας με άλλα ήθη, έθιμα αλλά και ανθρώπους. Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του εμπορικού τουρισμού, έπαιξαν και οι κατακτήσεις του Μ. Αλεξάνδρου που άνοιξαν το δρόμο για άγνωστες ως τότε χώρες της Ασίας. Στην Έφεσο χαρακτηριστικά, την εποχή του Μ. Αλεξάνδρου (334 π.Χ.) κατέφθαναν ετησίως 700.000 τουρίστες τόσο για διασκέδαση όσο και για άλλες πολιτιστικές δραστηριότητες.

Παρατηρούμε λοιπόν, από την παραπάνω σύντομη ανάλυση, πως οι αρχαίοι Έλληνες είχαν έντονη επιθυμία για τουρισμό, γεγονός που οδήγησε στη δημιουργία μιας κατηγορίας συγγραφέων, γνωστών ως «περιηγητές». Σύμφωνα με τους αρχαίους συγγραφείς, η λέξη «περιηγητής» δήλωνε αφενός αυτόν που καθοδηγούσε τους ξένους σε τόπους με πολιτιστικό, θρησκευτικό ή άλλο ενδιαφέρον και τους ξεναγούσε στα διάφορα αξιοθέατα και αφετέρου το συγγραφέα που περιέγραφε στο έργο του, τόπους και πόλεις, ανθρώπους και συνήθειες, με κάθε λεπτομέρεια. Πολλοί είναι οι περιηγητές που έμειναν στην ιστορία, αναφορικά μόνο αξίζει να σημειωθούν ο Ηρόδοτος, ο Στράβων, ο Πausανίας και ο Φίλων.

1.2.2. Ο τουρισμός κατά τη Ρωμαϊκή περίοδο

Κατά τη ρωμαϊκή εποχή ο τουρισμός ως έννοια και συγκεκριμένα οι διακοπές, αποκτούν νέα σημασία και αξία. Η φιλοξενία πλέον εθεωρείτο κεκτημένο δικαίωμα των ταξιδιωτών. Οικογένειες από κυρίως ανώτερες τάξεις, πραγματοποιούσαν ταξίδια ετησίως, κυρίως κατά τη θερινή περίοδο, γεγονός που συντέλεσε σε μεγάλη αύξηση του αριθμού των επαύλεων και των παραθεριστικών κατοικιών. Πλούσιοι έμποροι αλλά και η γνωστή τάξη των πατρικίων, διέθεταν μεγάλο μέρος του χρόνου τους σε ταξίδια αναψυχής, συμβάλλοντας έτσι στην αύξηση της τουριστικής προσφοράς θεαμάτων σε θέατρα και αρένες, εστιατορίων, ιαματικών λουτρών κ.α. σε παραθεριστικούς προορισμούς.⁸

Στην διάνθηση του τουριστικού φαινομένου, συνετέλεσε και η διάνοιξη ρωμαϊκών οδών οι οποίες αποτέλεσαν ένα αρκετά ικανοποιητικό δίκτυο επικοινωνίας και ταξιδίων εντός της Ευρώπης, κάνοντας παράλληλα τις μετακινήσεις πιο ασφαλείς. Κατά μήκος των πολυσύχναστων οδών, το κράτος κατασκεύασε πολλά πανδοχεία τα οποία, εκτός από το κατάλυμα και την τροφή, προσέφεραν στους μετακινούμενους και άλλες υπηρεσίες, και παράλληλα δημιουργούνται οι πρώτοι οργανωμένοι ταξιδιωτικοί οδηγοί, στους οποίους τα πανδοχεία παρουσίαζονταν με συγκεκριμένα σύμβολα ώστε να γνωρίζει ο ταξιδιώτης που βρίσκεται και τι είδους υπηρεσίες προσφέρουν.

⁸ Γερ. Ζαχαράτος- Πάρις Τσάρτας, *Πολιτική και Κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης*, τόμος Γ', ΕΑΠ, Πάτρα 1999, σ.115.

Όσον αφορά τις θαλάσσιες μεταφορές, και αυτές με τη σειρά τους γίνονται πιο ασφαλείς καθώς το ναυτικό των Ρωμαίων κάνει σημαντικές προσπάθειες αναστολής της πειρατείας.⁹ Έτσι, Ρωμαίοι πολίτες επισκέπτονταν αρχαίες Ελληνικές πόλεις όπως είναι η Αθήνα, η Κόρινθος και η Ρόδος, με ειδικά ναυλωμένα πλοία, ώστε να παρακολουθήσουν θεάματα, θρησκευτικές εορτές και αθλητικές συναντήσεις.

1.2.3. Ο τουρισμός κατά τη Βυζαντινή περίοδο

Κατά τη Βυζαντινή περίοδο στην Ελλάδα, σημειώνεται η τελειοποίηση των καταλυμάτων και αναπτύσσεται το φαινόμενο των συστατικών επιστολών σε εκκλησίες και μοναστήρια, προκειμένου να δέχονται κληρικούς και άλλους φημισμένους ταξιδιώτες.

Σημαντικό τροχοπέδη στην τουριστική κίνηση, στάθηκε η κατάκτηση του Βυζαντίου από τους Οθωμανούς. Η οικονομία της Ελλάδας καταρρέει και η μόνη μορφή τουριστικού καταλύματος που επιβιώνει είναι τα χάνια, όπως το χάνι της Γραβιάς και το χάνι του Κοκκίνη, τα οποία ουσιαστικά προσφέρουν την απαραίτητη τροφή και στέγη στους περαστικούς Έλληνες ταξιδιώτες μόνο για λίγες ώρες.¹⁰

Αντίθετα, με τους Έλληνες, οι Ενετοί εξελίσσουν τον τουρισμό ένα βήμα παραπέρα, και καθίστανται πρωτοπόροι στα οργανωμένα ταξίδια προς του Αγίους Τόπους. Προβάλλουν το ταξίδι με τη μορφή ενός οργανωμένου πακέτου τουριστικών υπηρεσιών το οποίο περιλαμβάνει όχι μόνο τη μεταφορά αλλά και τη διαμονή, το φαγητό και κάθε είδους διευκόλυνση στον τόπο υποδοχής.

Πρωτοπόροι φαίνεται να είναι και οι Βενετοί στην Δύση, όπου κατά τον 15^ο αιώνα οργανώνουν ομαδικές θαλάσσιες περιηγήσεις προκειμένου να μεταφέρονται οι ταξιδιώτες για προσκυνηματικούς λόγους, στους Αγίους Τόπους. Θεσπίζουν δε, ειδικούς κανόνες για ασφαλή ναυσιπλοΐα δημιουργώντας παράλληλα τουριστικές επιχειρήσεις με έδρα τη Βενετία και ταξιδιωτικά γραφεία σε όλες τις μεγάλες πόλεις της Ευρώπης. Σημαντικό είναι το γεγονός πως μέσα από τα προσκυνηματικά ταξίδια, οι ταξιδιώτες είχαν τη δυνατότητα να γνωρίσουν διαφορετικούς πολιτισμούς και να βιώσουν το αίσθημα πρωτόγνωρων εμπειριών.¹¹

1.2.4. Ο τουρισμός κατά τη Μεσαιωνική περίοδο

Βασικό μειονέκτημα της Μεσαιωνικής περιόδου στέκεται η έλλειψη ασφάλειας κατά την διάρκεια των ταξιδίων λόγω της ύπαρξης πλήθους ληστών και κακοποιών. Ο λόγος όμως που κρατά σε «ζωή» το στοιχείο του τουρισμού είναι η τότε επικρατούσα θρησκευτική υποχρέωση και αφιέρωση σε συγκεκριμένους λατρευτικούς τόπους. Έτσι συνεχίζει να προβάλλεται η προσκυνηματική πλευρά των ταξιδίων, με πλήθος ταξιδιωτών να συρρέουν με караβάνια στην περιοχή των Αγίων Τόπων, ή στη Ρώμη και στο Σαντιάγο ντε Κομποστέλα

⁹ Στ. Βαρβαρέσος, *Τουρισμός: Οικονομικές προσεγγίσεις*, Β' Έκδοση, 2000, σ.21, 22.

¹⁰ Λ. Χυτήρης, *Το Μάνατζμεντ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων*, εκδ. Interbooks, 1996, σ.23.

¹¹ Δ. Μυλωνόπουλος- Πολ. Μοίρα, *Θαλάσσιος τουρισμός*, εκδ. Interbooks, 2005, σ.24.

της Ισπανίας, ενώ οι Σταυροφορίες δίνουν τη δυνατότητα στους Ευρωπαίους να ξεκινήσουν ταξίδια προς τη Μέση Ανατολή.¹²

Εκτός από την μετακίνηση των προσκυνητών, παρατηρείται την ίδια περίοδο και μετακίνηση για λόγους εξερεύνησης, με γνωστούς εξερευνητές να πρωτοστατούν, όπως ο Μάρκο Πόλο ή οι Βίκινγκς, προς νέα άγνωστα ως τότε ανεξερεύνητα μέρη.

Επίσης, κατά τη Μεσαιωνική περίοδο, αναπτύσσονται αρκετά ποικιλόμορφες εμπορικές μετακινήσεις με επαγγελματικό ύφος, με υστέρημα όμως τις αντίξοες συνθήκες τόσο σε στεριά όσο και σε θάλασσα και σημειώνονται τα πρώτα ταξίδια προς τον τότε Νέο Κόσμο και την Κίνα.

1.2.5. Ο Τουρισμός Σήμερα

Προκειμένου να μελετήσουμε καλύτερα τον τουρισμό με βάση τη μορφή που έχει σήμερα είναι προτιμότερο να χωρίσουμε την περίοδο από τον 17^ο αιώνα έως τον 21^ο αιώνα σε τρεις υποπεριόδους.

Πρώτη περίοδος

Έτσι, στην πρώτη περίοδο θα αναλύσουμε το τουριστικό φαινόμενο κατά τον 17^ο, 18^ο και 19^ο αιώνα, καθώς όπως θα διαπιστωθεί και παρακάτω, μέσα σε αυτό το μεγάλο χρονικό διάστημα των τριών περίπου αιώνων σημειώνονται σημαντικές διευκολύνσεις που αφορούν στον τουρισμό.

Ο τουρισμός, όπως σήμερα τον γνωρίζουμε, άρχισε να αναπτύσσεται στην Αγγλία στις αρχές του 17^{ου} αιώνα, όπου οι αριστοκρατικές οικογένειες έστελναν τους γόνους τους να ταξιδεύουν στην Ευρώπη, με σκοπό να διευρύνουν τους πνευματικούς τους ορίζοντες και να γίνουν δεκτοί ύστερα, από τις βασιλικές αυλές. Γνωστό και ως Grand Tour, το ταξίδι τους είχε στόχο την καλή τους σταδιοδρομία ως διοικητικοί υπάλληλοι, δικηγόροι ή στρατιωτικοί. Χώρες υποδοχής για τους επίδοξους νεαρούς Άγγλους, υπήρξαν η Ιταλία και η Γαλλία, με χρονική διάρκεια ταξιδιών που ξεκινούσε από έξι μήνες και άγγιζε τα δύο χρόνια. Συμβολή στην ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης, αποτέλεσε η σημαντική βελτίωση των οδικών δικτύων και των καναλιών, αλλά και η εφεύρεση της άμαξας από τους Ούγγρους. Παρ' όλα αυτά, ο αριθμός των ταξιδιωτών παρέμεινε σε σχετικά μικρό βαθμό, αφού το κόστος ενός ταξιδιού ήταν πολύ μεγάλο και οι κίνδυνοι αρκετά υψηλοί.

Τον 18^ο αιώνα, δημιουργούνται οι πρώτες λουτροπόλεις που αποτελούν πόλους έλξης για άτομα της ανώτερης τάξης, με ιδιαίτερο ενδιαφέρον σε ταξίδια για λόγους υγείας. Τα κέντρα φέρουν το όνομα «κέντρα νερού» και δίνουν ώθηση για διεύρυνση της τουριστικής αγοράς, δημιουργώντας πλήθος παραθαλάσσιων ανταγωνιστών. Χαρακτηριστικό της εποχής, είναι η εγκατάλειψη του ομαδικού στυλ των θαλάσσιων περιηγήσεων και η επικράτηση της

¹² Γερ. Ζαχαράτος- Πάρις Τσάρτας, *Πολιτική και Κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης*, τόμος Γ', ΕΑΠ, Πάτρα 1999, σ.115-116.

μεμονωμένης θαλάσσιας περιήγησης μεμονωμένων ατόμων ή μικρών ομάδων, ειδικά στην περιοχή της Μεσογείου Θάλασσας.¹³

Τον 19^ο αιώνα, η εφεύρεση και ραγδαία ανάπτυξη του σιδηροδρομικού δικτύου, διευκολύνει τις μετακινήσεις τόσο στην Ευρώπη όσο και στις ΗΠΑ και επιδρά θετικά τόσο στον κοινωνικό, όσο και στον οικονομικό και τεχνολογικό τομέα. Μεγάλες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις κοσμούν τα κέντρα μεγάλων πόλεων κυρίως κοντά σε σιδηροδρομικούς σταθμούς και σε αναπτυσσόμενα τουριστικά μέρη.

Συμπληρωματική κίνηση εξίσου ευπρόληπτης σημασίας με το σιδηροδρομικό δίκτυο, είναι και η ναυπήγηση του ατμόπλοιου, με το οποίο σημειώνεται σημαντική μείωση του κόστους μεταφοράς αλλά και ταχύτερες μετακινήσεις, με αποτέλεσμα να διευκολύνονται επαγγελματικές και εμπορικές μεταφορές αλλά και ταξίδια για λόγους αναψυχής.

Στο μεσοδιάστημα 1840-1850 επιτυγχάνεται η σύνδεση Αμερικής και Ευρώπης με ένα ταξίδι «αστραπή» για τα μέχρι τότε δεδομένα, που αγγίζει μόλις τις έξι ημέρες, από δυο εβδομάδες που ήταν παλαιότερα. Έτσι, η Ευρώπη γίνεται ο δημοφιλέστερος προορισμός για τους Αμερικανούς τουρίστες και ο ανταγωνισμός μετατρέπει τα ως τότε απλά πλοία, σε πλωτά πολυτελή υπερωκεάνια.

Αυτό όμως που κάνει τον 19^ο αιώνα να εξέχει στην ιστορία του τουρισμού, είναι η εμφάνιση των πρώτων οργανωμένων ταξιδίων μέσω των οποίων σημειώνεται κατακόρυφη αύξηση της ζήτησης για ταξίδια. Η εποχή είναι «παντρεμένη» με ένα όνομα εξίσου σημαντικό, τον Thomas Cook, ο οποίος μένει στην ιστορία ως ο πρώτος τουριστικός πράκτορας που μεταφέρει οργανωμένους εκδρομείς.

Ο Άγγλος Thomas Cook, ιδρύει στην Αγγλία το πρώτο τουριστικό πρακτορείο και τον Ιούλιο του 1841 μεταφέρει σιδηροδρομικώς του πρώτους 570 πελάτες του από το Leicester στο Loughborough με σκοπό να συμμετάσχουν σε ένα αντιαλκοολικό συνέδριο. Η δεδομένη χρονική στιγμή, καθορίζεται ως η «Γέννηση της οργανωμένης μαζικής μεταφοράς προσώπων» που είχε ως στόχο τη μείωση του κατά κεφαλήν κόστους μεταφοράς. Ήταν ουσιαστικά η πρώτη προσπάθεια που επέτρεψε στους ταξιδιώτες να επισκεφθούν έναν τόπο με αρκετά μικρότερο κόστος από ότι ίσχυε ως τότε.

Το 1855, ο Thomas Cook, επεκτείνοντας τις δραστηριότητες του σε όλη την Ευρώπη, οργανώνει και το πρώτο “Inclusive Tour” σε μια έκθεση στο Παρίσι, το 1865 πραγματοποιεί μια οργανωμένη κρουαζιέρα, το 1866 την πρώτη εκδρομή στις ΗΠΑ και το 1872 οργανώνει τον πρώτο γύρο του κόσμου, στον οποίο συμμετέχει και ο ίδιος.

Ουσιαστικά, ο Thomas Cook είναι ο πρωτοπόρος που προσέφερε το πρώτο ολοκληρωμένο τουριστικό πακέτο που περιελάμβανε μεταφορά, κατάλυμα, ξενάγηση σε χώρους με ιστορικό, πολιτιστικό, θρησκευτικό ενδιαφέρον του μέρους υποδοχής. Το τουριστικό αυτό πακέτο αποτέλεσε και το πρώτο ολοκληρωμένο τουριστικό προϊόν αλλά και ένα αντικείμενο μετέπειτα μιμητισμού από πολλούς επίδοξους πράκτορες ταξιδίων.. Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί πως ο Thomas Cook ήταν αυτός που διαμόρφωσε για πρώτη φορά στα ιστορικά, ευνοϊκές συνθήκες οργανωμένου ταξιδιού για άτομα που επιθυμούσαν τον ομαδικό τουρισμό. Πρόκειται ουσιαστικά για την πρώτη εμφάνιση του *κοινωνικού τουρισμού*, με το

¹³ Δ. Μυλωνόπουλος- Πολ. Μοίρα, *Θαλάσσιος τουρισμός*, εκδ. Interbooks, 2005, σ. 25.

χαρακτηριστικό του ευνοϊκού χαρακτήρα για τις οικονομικά ασθενέστερες τάξεις οι οποίες ενδιαφέρονταν για τέτοιου είδους ταξίδια.

Ωθηση στα ταξίδια τον ίδιο αιώνα δόθηκε εξαιτίας και της Βιομηχανικής Επανάστασης, κατά την οποία δημιουργήθηκαν τα πρώτα θαλάσσια θέρετρα της Μεσογείου και της Αδριατικής, τα οποία φιλοξενούσαν επί πολλούς μήνες το χρόνο, εύπορους ταξιδιώτες των αστικών τάξεων, όπως βιομήχανοι, επιχειρηματίες, έμποροι και ελεύθεροι επαγγελματίες από την Ευρώπη και την Αμερική που ταξίδευαν προκειμένου να ενισχύσουν το προσωπικό τους «Εγώ», και το κοινωνικό τους γόητρο.

Παράλληλα, την ίδια περίοδο, ανθίζει ο χειμερινός τουρισμός με σκοπό την άθληση και τα χειμερινά σπορ τύπου ski. Μεγάλες μάζες τουριστών παρατηρούνται στα χιονοδρομικά κέντρα της Ελβετίας, με το πιο γνωστό το Saint Moritz, και αργότερα επεκτείνονται σε άλλες περιοχές, προκαλώντας αύξηση των επενδύσεων στα ορεινά τουριστικά θέρετρα. Η Ελβετία πλέον θεωρείται ως η χώρα με τα πολυτελέστερα ξενοδοχεία στον κόσμο και στα ακριβά ξενοδοχεία όπως και στις κοσμικές λουτροπόλεις, κάνουν την εμφάνιση τους οι πρώτες χαρτοπαικτικές λέσχες και τα πρώτα καζίνο ως μέσο ψυχαγωγίας των αριστοκρατών.

Στα τέλη του 19^{ου} αιώνα, δημιουργούνται οι πρώτες ξενοδοχειακές αλυσίδες και γίνεται η σύλληψη της ιδέας για συνύπαρξη ξενοδοχείων και εστιατορίων. Είναι τότε, που ξενοδόχοι έχουν την επιχειρηματική ιδέα να διοργανώσουν ως εναλλακτική ψυχαγωγική δραστηριότητα, ράλι αυτοκινήτων σε μεγάλες πόλεις, ώστε να προσελκύσουν τουρίστες εκτός της ως τότε, καθιερωμένης τουριστικής περιόδου.

Δεύτερη περίοδος

Η δεύτερη περίοδος ουσιαστικά αποτελείται από τον 20^ο αιώνα κατά τη διάρκεια του οποίου ο τουρισμός απέκτησε οργανωτική δομή σε εθνικό επίπεδο. Το αυτοκίνητο ως μέσο μεταφοράς τελειοποιείται, και σηματοδοτεί την έναρξη μιας νέας εποχής για τον τουρισμό ο οποίος πλέον γίνεται μαζικότερος και απευθύνεται σε ευρύτερα κοινωνικά στρώματα. Το οδικό δίκτυο βελτιώνεται και επεκτείνεται συμβάλλοντας έτσι στην αύξηση των ταξιδίων που είχαν σκοπό την αναψυχή. Στα τέλη του 1914, με την έναρξη του Α' Παγκοσμίου Πολέμου, η υποδομή των τουριστικών θέρετρων στην Ευρώπη, έχει πλέον βελτιωθεί αισθητά και οι υπερατλαντικές διαδρομές που πραγματοποιούνταν με ατμόπλοια έχουν αυξηθεί σημαντικά. Τη δεκαετία του 1930, ενισχύεται και θεσμικά ο τουρισμός και καθιερώνονται οι πληρωμένες διακοπές για όλους του μισθωτούς, ύστερα από παρέμβαση των εργατικών συνδικάτων, ενώ πλέον μετά το 1936 κατοχυρώνονται οι άδειες μετ' αποδοχών.¹⁴

Τρίτη περίοδος

Η Τρίτη περίοδος σηματοδοτείται μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου πολέμου με τις οργανώσεις του κοινωνικού τουρισμού, να συμβάλλουν καθοριστικά στη μαζικοποίηση του τουριστικού φαινομένου. Ο τουρισμός πλέον εκφράζει τις κοινωνικές, ηθικές και πολιτιστικές σκοπιμότητες των ομάδων ταξιδιωτών. Ο χρόνος αναψυχής για τους ταξιδιώτες αυξάνεται, τα μέσα μεταφοράς συνεχώς βελτιώνονται, η τεχνολογία αναπτύσσεται ραγδαία

¹⁴ Ν.Γ. Ηγουμενάκης- Κ.Ν. Κραβαρίτης- Π.Ν. Λύτρας, *Εισαγωγή στον τουρισμό*, εκδ. Interbooks, 1999, σ. 180.

και τα κράτη σημειώνουν αυξημένο ενδιαφέρον για τον τουρισμό, στοιχεία που οδηγούν σε σχεδόν κατακόρυφη άνοδο του τουριστικού φαινομένου.¹⁵

1.2.6. Ο Τουρισμός στην Ελλάδα- Ιστορική Εξέλιξη

Ύστερα από μια σύντομη αναδρομή στην ιστορία του τουρισμού στην Ευρώπη, κρίνεται σκόπιμο σε αυτό το κεφάλαιο να μελετηθεί η πορεία του τουρισμού συγκεκριμένα στην Ελλάδα.

Πρώτη περίοδος – Μεταβαλκανική περίοδος και Α' Παγκόσμιος Πόλεμος

Σε αντίθεση με τις άλλες τουριστικά ανεπτυγμένες χώρες, η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα παρουσίασε μια βραδέα πορεία για λόγους κυρίως ιστορικούς και εν συνεχεία οικονομικούς. Πιο συγκεκριμένα, ήταν απαραίτητο μετά τους Βαλκανικούς πολέμους και τον Α' Παγκόσμιο πόλεμο, να ολοκληρωθεί ο καταστατικός χάρτης του εθνικού χώρου, να λυθούν τα οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα που είχαν δημιουργηθεί, να βελτιωθεί η οικονομική κατάσταση της χώρας καθώς και οι όροι διαβίωσης των Ελλήνων, προκειμένου να οδηγηθούμε σε επίπεδο τέτοιο ώστε να παρέχουμε δυνατότητες ανάπτυξης του τουρισμού.¹⁶

Ας χωρίσουμε όμως τον τουρισμό στην Ελλάδα, μέσα από το πέρασμα των χρόνων, σε τρεις διαδοχικές φάσεις ώστε να καταφέρουμε να τον εξετάσουμε καλύτερα. Έτσι λοιπόν, έχουμε τις εξής φάσεις:

- Τη φάση του *εκδρομικού τουρισμού*. Οι πρώτες οργανωμένες προσπάθειες για ανάπτυξη του εκδρομικού τουρισμού έγιναν μεταξύ των ετών 1893-1910, ύστερα από την ίδρυση των πρώτων εκδρομικών σωματείων. Ο εκδρομικός τουρισμός αποτελεί την πρώτη οργανωμένη μορφή τουρισμού, υπό την έννοια της μετακίνησης ατόμων από τόπο σε τόπο εντός περιορισμένης ακτίνας και διάρκειας η οποία δεν ξεπερνάει τις 24 ώρες, και έχει ως σκοπό την ψυχαγωγία και την ικανοποίηση πολιτιστικών σκοπών.
Ο εκδρομικός τουρισμός αρχικά αφορούσε ένα μικρό μέρος της κοινωνίας και συγκεκριμένα των ανθρώπων της πνευματικής αριστοκρατίας. Ωστόσο, άρχισε να «κατακτά» έδαφος, μετά από τις μεταρρυθμίσεις που ακολούθησαν στο τέλος της επανάστασης του 1909 και ύστερα από τις μεταβολές που υπέστη το Ελληνικό Έθνος μετά το τέλος του Α' Παγκοσμίου πολέμου, όταν δημιουργήθηκε και η μεσαία κοινωνική τάξη. Ήταν τότε το έναυσμα ώστε να αρχίσει η εκδρομή να αποκτά πιο ομαδικό χαρακτήρα, παύοντας να είναι προνόμιο των λίγων.¹⁷
- Τη φάση του *εσωτερικού ή εθνικού τουρισμού*. Η βελτιωμένη οικονομική θέση των ατόμων της μεσαίας κοινωνικά τάξης, φερόμενης ως αστικής, η ανάπτυξη ενός επαρκούς οδικού δικτύου με την παράλληλη βελτίωση των μέσων συγκοινωνίας καθώς και η οργάνωση των πρώτων ξενοδοχειακών μονάδων, δίνουν μια σημαντική ώθηση στην ανάπτυξη του τουρισμού. Ο *εσωτερικός τουρισμός* προσελκύει κυρίως

¹⁵ Στ. Βαρβαρέσος, *Τουρισμός: Οικονομικές προσεγγίσεις*, Β' Έκδοση, 2000, σ.19.

¹⁶ Μ. Λογοθέτης, *Προβλήματα και κατευθύνσεις τουριστικής πολιτικής*, Αθήνα 1967, σ.86.

¹⁷ Μ. Λογοθέτης, *Προβλήματα και κατευθύνσεις τουριστικής πολιτικής*, Αθήνα 1967, σ.87,88.

φυσιολάτρεις και άτομα που επιθυμούσαν να ταξιδεύσουν για λόγους υγείας. Στα τέλη του 20^{ου} αιώνα οργανώνονται μεγάλα ιαματικά κέντρα στη χώρα, όπως αυτά στην Αιδηψό, στο Λουτράκι, στην Υπάτη, στα Μέθανα κ.α. και αυξάνεται το κύμα των τουριστών που προτιμούν την θάλασσα και τα θαλάσσια σπορ. Αποτέλεσμα αυτού είναι να ανθίσουν νέα τουριστικά κέντρα σε παραθαλάσσιες περιοχές και στη νησιωτική Ελλάδα. Το μειονέκτημα που παρουσιάζει ο εσωτερικός τουρισμός είναι ο περιορισμός της τουριστικής δραστηριότητας κατά τους μήνες Ιούνιο με Σεπτέμβριο.¹⁸

- Τη φάση του *εξωτερικού ή διεθνούς τουρισμού*. Ο εξωτερικός τουρισμός στόχο έχει την προσέλκυση τουριστών από το εξωτερικό προς την Ελλάδα και αναπτύχθηκε κατά τα τελευταία έτη της προπολεμικής περιόδου παράλληλα περίπου με την εμφάνιση της πρώτης οργανωμένης μορφής του εσωτερικού τουρισμού. Αποτελεί ουσιαστικά τον επιδιωκόμενο στόχο της κάθε υπεύθυνης οικονομικής πολιτικής των διαφόρων κρατών. Η μεγαλύτερη κίνηση ξένων τουριστών προς την Ελλάδα σημειώθηκε την προπολεμική περίοδο και πιο συγκεκριμένα, τα έτη 1934-1938 ενώ το 1939 λόγω των διεθνών γεγονότων άρχισε να περιορίζεται σημαντικά. Γενικά, προπολεμικά η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα δεν αποτέλεσε σημαντική οικονομική δραστηριότητα και αφορούσε κυρίως επισκέπτες από υψηλές εισοδηματικά τάξεις που ερχόντουσαν στην χώρα κατά ομάδες και ενδιαφερόντουσαν κυρίως για τους αρχαιολογικούς της χώρους.¹⁹

Δεύτερη περίοδος – Μετά το 1950

Η πρώτη αξιοσημείωτη κίνηση ξένων τουριστών προς την Ελλάδα, παρατηρήθηκε μετά το 1950, ύστερα από το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και του εμφυλίου, περίοδος που θεωρήθηκε ουσιαστικά ως αφετηρία της ανάπτυξης του εξωτερικού τουρισμού. Ο κυριότερος λόγος που συντέλεσε στην προσέλκυση ξένων περιηγητών στην Ελλάδα, ήταν η αναπροσαρμογή της συναλλαγματικής αξίας της δραχμής, η οποία κατέστησε την Ελλάδα ως μια από τις φθηνότερες χώρες του κόσμου με αποτέλεσμα να αρχίσουν να την επισκέπτονται τουρίστες με χαμηλότερο εισόδημα.²⁰

Την δεκαετία του 1960 ώθησε στην τουριστική κίνηση έδωσε η δημιουργία του καζίνο της Πάρνηθας και μετέπειτα της Ρόδου και της Κέρκυρας, τα οποία προσέδωσαν στην χώρα μας ένα πιο κοσμοπολίτικο χαρακτήρα και κατέφερε να καταλάβει μια εξέχουσα θέση ανάμεσα στα πιο γνωστά τουριστικά κέντρα της εποχής.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1970, άρχισαν να προγραμματίζονται προγράμματα πολλαπλών τουριστικών δραστηριοτήτων σε εκτάσεις ιδιοκτησίας του ΕΟΤ, με ειδικά προγράμματα για ανάπτυξη μαρινών, υδροθεραπευτηρίων και γηπέδων golf. Στα μέσα της δεκαετίας του 1970, γίνονται ενέργειες για προώθηση του χιονοδρομικού τουρισμού με τη δημιουργία χιονοδρομικών κέντρων στον Παρνασσό και στη Βόρεια Ελλάδα.

¹⁸ Μ. Λογοθέτης, *Προβλήματα και κατευθύνσεις τουριστικής πολιτικής*, Αθήνα 1967, σ.88,94.

¹⁹ Μ. Λογοθέτης, *Προβλήματα και κατευθύνσεις τουριστικής πολιτικής*, Αθήνα 1967, σ.102.

²⁰ Ν. Ηγουμενάκης – Κ. Κραβαρίτης, *Τουρισμός Βασικές έννοιες*, εκδ. Interbooks, 2004, σ.150.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1970, παρατηρήθηκε μια μεταστροφή του τουρισμού σε πολιτιστικές και φυσικές αξίες, γεγονός που οδήγησε τον ΕΟΤ σε προώθηση ενεργειών για μετατροπή των παραδοσιακών σπιτιών σε ξενώνες και σε ανάπτυξη του αγροτουρισμού.

Την δεκαετία του 1980 εγκαινιάζεται ο κοινωνικός τουρισμός, μέσω της μορφής επιδοτούμενων διακοπών για χαμηλόμισθους και συνταξιούχους από το κράτος, και επεκτείνεται η εφαρμογή του αγροτουρισμού με χρηματοδότηση της ΕΟΚ. Παράλληλα, δημιουργούνται περισσότερες μαρίνες, χιονοδρομικά κέντρα και υδροθεραπευτήρια ως ολοκληρωμένα συμπλέγματα θαλάσσιου, χειμερινού και θεραπευτικού τουρισμού. Σημαντικά φαίνεται να είναι και τα κίνητρα που δίνονται για ανάπτυξη του αθλητικού και του συνεδριακού τουρισμού. Το 1990 μάλιστα, ο θαλάσσιος τουρισμός χάρη στα κοινοτικά πλαίσια στήριξης, προωθείται περισσότερο και ξεκινά με ιδιωτική πρωτοβουλία η δημιουργία ξενοδοχειακών συγκροτημάτων με μαρίνες, υδροθεραπευτήρια, συνεδριακά και χιονοδρομικά κέντρα. Επίσης, συνεχίζεται η εφαρμογή τόσο του κοινωνικού όσο και του αγροτικού τουρισμού.

1.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ , ΣΗΜΕΡΑ

Ο τουρισμός έχοντας περάσει από διάφορες φάσεις, έφτασε σε ένα σημείο υπερ- ανάπτυξης, με αρνητική σημασία. Πολλές ήταν οι φορές που αναπτύχθηκε άναρχα, ανεξέλεγκτα και ανησυχητικά. Ουσιαστικά, έφτασε να χάσει την ανθρωπρέπεια, την ομορφιά και το στοιχείο της ελευθερίας του. Έγινε μια σκληρή, απρόσωπη και υλιστική βιομηχανία. Το νέο πρόσωπο του τουρισμού ονομάστηκε «Μαζικός τουρισμός» και στην πράξη σημαίνει υπερβολική συγκέντρωση τουριστών (τουριστικού φορτίου) σε ένα τόπο- προορισμό (τουριστικό προορισμό), και κατά τη διάρκεια της τουριστικής εποχής (χρονική και τοπική υπερφόρτωση), με αποτέλεσμα να καταστρέφεται το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον, να μειώνεται η ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών και να επιβαρύνεται ο ντόπιος πληθυσμός.²¹

Ως εκ τούτου, είναι εύλογο, η τουριστική ανάπτυξη έχει προκαλέσει αρκετές θετικές και αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομία, κοινωνία, πολιτισμό και το περιβάλλον τις οποίες αναλύουμε παρακάτω:

1.3.1. Επιπτώσεις στην οικονομία

Οι επιπτώσεις στην οικονομία αφορούν τα εξής ζητήματα:

- **Απασχόληση:** Ο τουρισμός είναι τομέας έντασης εργασίας και δημιουργεί συχνά πολλές θέσεις εργασίας. Βεβαία λόγω του εποχικού χαρακτήρα της λειτουργίας του συνήθως επηρεάζει και τα χαρακτηριστικά αυτής της απασχόλησης, η οποία είναι σε μεγάλο ποσοστό εποχική, ανειδίκευτη και περιστασιακή. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του στην ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης (τουριστικές επιχειρήσεις, εμπορικά καταστήματα κα). Τις περισσότερες φορές η απασχόληση στον τουρισμό συνδυάζεται και με παράλληλη απασχόληση σε κάποιο άλλο κλάδο της οικονομίας

²¹ Μ.Κ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. «ΕΛΛΗΝ», 2000, σ.34.

(π.χ. γεωργία, βιομηχανία), με αποτέλεσμα τη γενικότερη αύξηση των οικογενειακών εισοδημάτων. Στις τουριστικές περιοχές που λειτουργούν εποχικά, η πολλαπλή απασχόληση με επίκεντρο τον τουρισμό αποτελεί τον κανόνα για υψηλό ποσοστό του πληθυσμού.

- **Περιφερειακή ανάπτυξη:** Σε πολλές περιπτώσεις ο τουρισμός έχει συμβάλει στη ενίσχυση της ανάπτυξης περιφερειών αποβιομηχανοποιημένων, γεωγραφικά απομονωμένων, ορεινών και μειονεκτικών ή με υποβαθμισμένο αγροτικό τομέα. Η ανάπτυξη του τουρισμού αύξησε τα εισοδήματα, την απασχόληση, τις επενδύσεις και διεύρυνε την παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας, με αποτέλεσμα να σταματήσει η μετανάστευση και να βελτιωθεί το επίπεδο και η ποιότητα ζωής. Ειδικά στις περιοχές που διαθέτουν πλούσιους τουριστικούς πόρους, η ανάπτυξη είναι εξαιρετικά δυναμική σε ετησίους ρυθμούς.
- **Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην τοπική οικονομία:** Με τον τουρισμό υπάρχουν και θετικές επιδράσεις σε πολλούς κλάδους όπως βιομηχανία, Βιοτεχνία, κατασκευές, υπηρεσίες, μεταφορές, εμπόριο, κατασκευές
- **Φορολογικά έσοδα για το κράτος:** Οι επενδύσεις στον τουριστικό τομέα δημιουργεί νέες επιχειρήσεις με αποτέλεσμα να αυξάνονται τα φορολογικά έσοδα του κράτους. Ένας άλλος παράγοντας είναι ο μεγάλος αριθμός των απασχολούμενων στον τομέα, η πλειοψηφία των οποίων έχει υψηλά εισοδήματα και αντίστοιχη καταναλωτική δαπάνη .
- **Πληθωρισμός και αύξηση των τιμών της γης:** Παρατηρείται συχνά ότι ο τουρισμός δημιουργεί πληθωριστικές πιέσεις, με αποτέλεσμα να αυξάνεται το κόστος ζωής, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου η ανάπτυξη του είναι μαζική και οργανωμένη. Συχνά επίσης, εξαιτίας και της ταχύτητας της οικοπεδοποίησης, υπάρχει υπερβολική αύξηση στις τιμές της γης, γεγονός που σχετίζεται και με τη γενικότερη τάση για χωρική επέκταση των δραστηριοτήτων του, ιδιαίτερα στις περιοχές με μαζικό οργανωμένο τουρισμό, όπου υπάρχει και η μεγαλύτερη ζήτηση.

1.3.2. Επιπτώσεις στην κοινωνία και τον πολιτισμό

- **Κοινωνική δομή:** Αλλάζουν τόσο τα χαρακτηριστικά όσο και οι λειτουργίες της τοπικής Κοινωνίας. Οι αλλαγές είναι περισσότερο εμφανείς σε περιοχές της υπαίθρου, σε γεωγραφικά απομονωμένες περιοχές (π.χ. ορεινές κοινότητες ή νησιά), σε περιοχές αγροτικές. Οι περισσότερες αλλαγές σε αυτές τις περιπτώσεις σχετίζονται με την επικράτηση παραγωγικών δομών που συνδέονται με τον τουρισμό και άμεσα ή έμμεσα οδηγούν στη διαμόρφωση μιας νέου τύπου «αστικοποιημένης» κοινωνικής δομής, όπου ο τουρισμός κυριαρχεί σε όλα τα επίπεδα (δραστηριότητες, παραγωγική δομή, απασχόληση, λειτουργίες κλπ).
- **Επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα:** Τα υψηλά εισοδήματα και η μεγαλύτερη κοινωνική αποδοχή των τουριστικών επαγγελμάτων οδηγεί σε έντονη επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα με τελικό στόχο την απασχόληση στον

τουρισμό ή σε επαγγέλματα σχετιζόμενα με αυτόν (εμπόριο, κατασκευές). Η κινητικότητα αυτή είναι εμφανής κυρίως από νέους και τις γυναίκες, αλλά σταδιακά τείνει να αποτελεί εγγενές χαρακτηριστικό της κοινωνικής δομής των τουριστικών περιοχών, ιδιαίτερα στα πρώτα στάδια της ανάπτυξης τους.

- **Το πλαίσιο και τα αποτελέσματα της επικοινωνίας των ντόπιων με τους τουρίστες** Η επικοινωνία των ντόπιων με τους τουρίστες συγκέντρωσε το ενδιαφέρον πολλών ερευνητών του τουριστικού φαινομένου ως ένα σημαντικό παράδειγμα των επιπτώσεων του τουρισμού στην κοινωνική συμπεριφορά και τις αντιλήψεις και αξίες των ντόπιων. Στο πλαίσιο στο οποίο πραγματοποιείται η επικοινωνία επηρεάζεται από τον τύπο ανάπτυξης του τουρισμού, τις εμπορικές διαστάσεις αυτής της συνάντησης, τις διαφορές των πολιτισμικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών τουριστών και ντόπιων. Σε ότι αφορά στα αποτελέσματα, αυτά συνδέονται άμεσα με το στάδιο της ανάπτυξης του τουρισμού π.χ. οπου ο τουρισμός είναι οργανωμένος και μαζικός η επικοινωνία «εμπορευματοποιείται» με αποτέλεσμα τόσο οι ντόπιοι όσο και οι τουρίστες να καταλήγουν σε μια σχέση εμπορικής συναλλαγής οπου ένας πουλάει και ο άλλος αγοράζει.
- **Αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα.** Η συνολικότερη στροφή των κοινωνιών οπου αναπτύσσεται ο τουρισμός σε παραγωγικές δομές και τρόπο ζωής με χαρακτηριστικά αστικοποίησης και εκσυγχρονισμού, επιφέρει σημαντικές αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη, και τα έθιμα. Τέτοιες αλλαγές έχουν παρατηρηθεί στις σχέσεις των δυο φύλων, στον τρόπο ζωής και συμπεριφοράς, στην εκτίμηση της τοπικής παράδοσης, στα έθιμα, στις σχέσεις ανάμεσα σε άτομα της ίδιας κοινότητας, κ.λπ. Οι αλλαγές αυτές προκαλούνται άμεσα ή έμμεσα από τις νέες παραγωγικές και κοινωνικές δομές οι οποίες εγκαθιδρύονται στις τουριστικές περιοχές της υπαίθρου και έχουν αστικά χαρακτηριστικά.
- **Εμπορευματοποίηση δραστηριοτήτων και προϊόντων του τοπικού πολιτισμού και της παράδοσης.** Μορφές τοπικού πολιτισμού όπως π.χ. πολιτιστικές εκδηλώσεις, βιοτεχνικά προϊόντα, χειροτεχνήματα κα. μετατρέπονται σε τουριστικά προϊόντα και πωλούνται στους τουρίστες ως δείγμα της τοπικής πολιτιστικής παράδοσης ή ως αναμνηστικό ταξιδιού. Συχνά τα προϊόντα αυτά είναι πολύ χαμηλής ποιότητας και δεν αποδίδουν πιστά τα πραγματικά χαρακτηριστικά της τοπικής παράδοσης ή του πολιτισμού.

1.3.3. Επιπτώσεις στο περιβάλλον

Οι σημαντικότερες από τις επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον αφορούν τα παρακάτω:

- **Φυσικό περιβάλλον.** Η συνεχής τουριστική ανάπτυξη, είτε με την επέκταση της στο χώρο της υπαίθρου είτε με την ανάπτυξη μεγάλης έκτασης και όγκου υποδομών, επηρεάζει στο μέγιστο βαθμό την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος. Οι

επιπτώσεις αυτού του είδους είναι πιο δραστικές σε οικολογικά «ευαίσθητες» περιοχές (υγροβιότοποι, ορεινές).

- **Συγκρούσεις στις χρήσεις γης.** Η επέκταση του τουρισμού προκαλεί συχνά συγκρούσεις για τη χρήση της γης, σε περιοχές με αγροτικές εκμεταλλεύσεις και παραθαλάσσιες περιοχές. Είναι πολύ έντονο το φαινόμενο της οικοπεδοποίησης, με αποτέλεσμα ο τουρισμός να απορροφά εκτός από τη γη, το νερό και τις διάφορες επενδύσεις του αγροτικού τομέα. Ο τουρισμός δρα «ολιστικά» στις περιοχές που αναπτύσσεται καθώς διεκδικεί όλο και περισσότερο χώρο για τις δραστηριότητες και τις υποδομές του.
- **Μεταμόρφωση οικιστικών συνόλων σε τουριστικούς πόρους.** Τις περισσότερες φορές παρατηρείται ότι στους παραδοσιακούς οικισμούς και τις περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (υγροβιότοποι, εθνικοί δρυμνοί), το φυσικό περιβάλλον αποτελεί έναν ιδιότυπο τουριστικό πόρο που μετατρέπεται σε πόλο έλξης τουριστών. Αναφερόμαστε στην εξέλιξη που οδηγεί στην αναζήτηση νέων τρόπων σχεδιασμού των συγκεκριμένων περιοχών που χαρακτηρίζονται ως περιβαλλοντικά και πολιτισμικά «ευαίσθητοι.»
- **Προβλήματα ανάπτυξης, λειτουργίας και διαχείρισης των τουριστικών περιοχών.** Η συνεχής αύξηση των τουριστικών θέρετρων δημιούργησε ζητήματα και προβληματισμούς αναφορικά με το περιβάλλον, τη χωροταξία και την πολεοδομία. Τα περισσότερα από αυτά αφορούν και την ευρύτερη περιοχή μέσα στην οποία αναπτύχθηκαν τα θέρετρα, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν πρότυπα προστασίας και διαχείρισης του δομημένου και φυσικού περιβάλλοντος των περιοχών αυτών. Κοινή συνισταμένη όλων των προσπαθειών αποτελεί η αναζήτηση προτύπων που εναρμονίζονται με την έννοια της «βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης». Η σημασία, οι αρχές και τα χαρακτηριστικά της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης ταυτίζονται με αυτά της αειφόρου ανάπτυξης. *Με τον όρο «βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη» αναφέρεται το είδος της τουριστικής ανάπτυξης που λαμβάνει δράση ισόρροπα στην τοπική, κοινωνική, οικονομική, πολιτισμική και περιβαλλοντική δομή της οποιασδήποτε τουριστικής περιοχής, δημιουργώντας ταυτόχρονα προϋποθέσεις για τη συνεχή ανατροφοδότησή της.*²²

²¹ Κ. Ανδριώτης, *Τουριστική Ανάπτυξη και Σχεδιασμός*, εκδ. 2003

1.3.4. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Κλείνοντας αυτή την ενότητα, και έχοντας αναλύσει μέσα από το πέρασμα των χρόνων την εξέλιξη του σύγχρονου τουρισμού στην Ελλάδα, φρόνιμο θα ήταν να σταθούμε στα πλεονεκτήματα που φέρει ο ελληνικός τουρισμός αλλά και στα μειονεκτήματα που παρουσιάζει. Ξεκινώντας πρώτα με τα πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού που συμβάλλουν στην προσέλκυση ξένων τουριστών, μπορούμε να σημειώσουμε αρχικά το φυσικό περιβάλλον με την ξεχωριστή ομορφιά του ελληνικού τοπίου και το πλήθος των νησιών με τις καταγάλανες παραλίες, που αποτελούν αδιαμφισβήτητα ισχυρό πόλο έλξης για τους ξένους τουρίστες. Ύστερα, η Ελλάδα προσφέρει ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες, στοιχείο που καθιστά εφικτή τη προσέλκυση μεγάλων μαζών τουριστών από διάφορες χώρες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και τέλος τα εξέχοντα μνημεία πολιτισμού που κοσμούν την χώρα και εξάγουν την πνευματική καλλιέργεια και το μοναδικά ανεπτυγμένο αίσθημα φιλοξενίας των Ελλήνων.²³

Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν και κάποια μελανά σημεία που παρουσιάζει ο ελληνικός τουρισμός και αυτά είναι κυρίως η εξάρτηση του από τον εξωτερικό τουρισμό αλλά και η προώθηση δυστυχώς, μόνο συγκεκριμένων προορισμών της ελληνικής επικράτειας. Επίσης, τροχοπέδη αποτελεί το γεγονός ότι η Ελλάδα θεωρείται ως επί το πλείστον ακριβή χώρα υποδοχής και επηρεάζεται από έντονη εποχικότητα, παράγοντας που αυξάνει το κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών φιλοξενίας και συχνά επηρεάζει αρνητικά την ποιότητα αυτών.²⁴

²² Γ. Ν. Ηγουμενάκης, «Η κρίση της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας», άρθρο στο περιοδικό: Τουριστική Επιστημονική Επιθεώρηση, τεύχ.1^ο. εκδ. Interbooks, Αθήνα, 2003, σ.43.

²³ Γ. Ν. Ηγουμενάκης, «Η κρίση της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας», άρθρο στο περιοδικό: Τουριστική Επιστημονική Επιθεώρηση, τεύχ.1^ο. εκδ. Interbooks, Αθήνα, 2003, σ.43.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ

2.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

Ο όρος «τουρισμός» έχει επικρατήσει και χρησιμοποιείται με την ίδια ρίζα σε όλες σχεδόν τις γλώσσες του κόσμου. Αν εξετάσουμε τις ρίζες της λέξης θα διαπιστώσουμε ότι ο τουρισμός προέρχεται από τις λέξεις *tour* και *tourisme*, που τόσο στην αγγλική όσο και στην γαλλική γλώσσα σημαίνουν « γύρος- περιήγηση». Η λέξη *tour* που στη Γαλλία του 18^{ου} αιώνα σήμαινε ένα κυκλικό ταξίδι, αντλεί την προέλευση της από τη λατινική λέξη *turnus*, που υποδηλώνει ένα περιστρεφόμενο εργαλείο.

Πολλοί είναι οι ορισμοί που έχουν δοθεί για την έννοια του τουρισμού. Κοινός άξονας όλων αυτών είναι ότι χαρακτηρίζουν τον τουρισμό ως μια δραστηριότητα που συνδέεται άμεσα με την τάση του ανθρώπου για επικοινωνία, ψυχαγωγία και δημιουργία νέων εμπειριών μέσα από τον ταξιδιωτικό προορισμό.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) ο **τουρισμός** αποτελείται από δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε διαφορετικά μέρη από το σύνηθες περιβάλλον τους, για λόγους αναψυχής, αποφυγής των προβλημάτων της καθημερινότητας, για άσκηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων κ.α. και για διάστημα μεγαλύτερο της μιας ημέρας και όχι μεγαλύτερο του ενός έτους. Ο όρος σύνηθες περιβάλλον χρησιμοποιείται για να εξαιρεθούν από τον ορισμό τα τακτικά ταξίδια εντός των περιοχών συνηθισμένης διαμονής και εργασίας ή άλλα ταξίδια ρουτίνας. Γενικά ο τουρισμός είναι ένα μίγμα δραστηριοτήτων, υπηρεσιών και βιομηχανιών, όπως μεταφορικών μέσων, χώροι διαμονής, χώροι ψυχαγωγίας, χώροι αθλητισμού, εστιατόρια, εμπορικά μαγαζιά κ.α. που προσφέρουν μια ταξιδιωτική εμπειρία, συμβάλλοντας παράλληλα στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού, στην δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, στην αύξηση των επενδύσεων και στην μεγέθυνση της οικονομίας.

Ένας δεύτερος ορισμός, που επικεντρώνεται περισσότερο στη δημιουργία των σχέσεων και δικτυακών φαινομένων που αναπτύσσονται κατά την άσκηση της τουριστικής δραστηριότητας, υποστηρίζει πως ο τουρισμός αποτελεί ένα σύνολο φαινομένων και σχέσεων που προέρχονται από την επικοινωνία των τουριστών, των προμηθευτών, των επιχειρήσεων, των κυβερνήσεων στις περιοχές υποδοχής, στη διαδικασία της έλξης και φιλοξενίας αυτών των τουριστών και άλλων επισκεπτών.

Αξίζει να δοθεί και ο ορισμός που υιοθετήθηκε από τη Διεθνή Ένωση Επιστημόνων Τουρισμού (International Association of Scientific Experts on Tourism- AIAEST) σύμφωνα με τον οποίο, «τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σε έναν προορισμό, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διανομή στον προορισμό και δεν συνδέονται με κάποια κερδοσκοπική δραστηριότητα».

2.2. Ο ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΤΑΞΙΔΙΟΥ

Ως τουριστική μετακίνηση του ανθρώπου χαρακτηρίζεται εκείνη που έχει ως σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών. Πιο συγκεκριμένα χρειάζεται να προσδιορίσουμε τι είναι τουριστική ανάγκη και ποια είναι η έννοια του τουρίστα.

Τουριστική ανάγκη λοιπόν, είναι η ικανοποίηση των ψυχικών επιθυμιών, των πνευματικών ανησυχιών και άλλων αναγκών του ανθρώπου, οι οποίες μπορεί να καλύπτουν το εξής φάσμα: Διακοπές, ταξίδια αναψυχής, διασκέδαση, επισκέψεις από χόμπι, για σπορ, πολιτιστικές δραστηριότητες, αγορές, επαγγελματικές μετακινήσεις από μια πόλη σε άλλη, διάφορα είδη προσωρινής απασχόλησης στον προορισμό, επίσκεψη σε συγγενείς ή φίλους, εκπαιδευτικές εκδρομές, επισκέψεις σε κέντρα υγείας και ιαματικές πηγές, θρησκευτικές δραστηριότητες, προσκυνηματικοί λόγοι, θρησκευτικά συνέδρια, ησυχαστήρια κ.α.²⁵

Όσον αφορά την έννοια του τουρίστα, ως τουρίστες μπορούν να χαρακτηριστούν όλοι όσοι ταξιδεύουν ακόμη και για επαγγελματικούς ή επιστημονικούς σκοπούς ή συνδυάζουν τις επαγγελματικές τους δραστηριότητες με την ψυχαγωγία και την ψυχική και πνευματική ανάταση.

2.3. ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΟΔΗΓΗΣΑΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΔΙΕΘΝΩΣ

Μέχρι πριν από λίγες δεκαετίες ο τουρισμός αποτελούσε προνόμιο μόνο των ανώτερων κοινωνικών και οικονομικών τάξεων. Μεταπολεμικά παρουσιάστηκε το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού, που απευθυνόταν σε λαϊκότερες τάξεις ενώ στην σημερινή εποχή, έχει μετατραπεί από προνόμιο της κοινωνικής και οικονομικής ελίτ σε προνόμιο που διαθέτουν σχεδόν όλοι οι άνθρωποι. Η ανάπτυξη του τουρισμού οφείλεται σε πολλά αίτια που έχουν πολιτική, οικονομική αλλά και τεχνολογική βάση.

➤ Υποκειμενικά αίτια – Ψυχολογικοί λόγοι

Το άτομο μέσω της τουριστικής μετακίνησης προσπαθεί να εκδηλώσει την ανάγκη για ικανοποίηση της πνευματικής του περιέργειας και των ψυχικών του επιθυμιών.²⁶ Προκειμένου όμως να προβεί ο άνθρωπος στην κοινωνική αυτή ενέργεια, απαιτείται η άμεση ή η έμμεση επίδραση ορισμένων συντελεστών. Αυτοί είναι τα κίνητρα που πηγάζουν από την ψυχική διάθεση του ατόμου και συνοπτικά μπορούμε να αναφέρουμε τα εξής:

- **Η ανάγκη για διερεύνηση του περιβάλλοντος.** Εκφράζεται με τη μετακίνηση των κατοίκων της υπαίθρου προς τις πόλεις αλλά και των κατοίκων της πόλης προς την ύπαιθρο, καθώς και τη μετακίνηση των κατοίκων από τις ανεπτυγμένες χώρες σε λιγότερο ανεπτυγμένες και το αντίστροφο. Ο τουρίστας επιθυμεί να γνωρίζει καινούργια μέρη, να παρατηρεί τη φύση, τον τρόπο ζωής άλλων ανθρώπων, τη μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά διαφόρων λαών και να διευρύνει τις εμπειρίες του

²⁴ Victor Middleton- Rebecca Hawkins, Τουριστικό Μάρκετινγκ, εκδ. Κριτική, 2004, σ.124-125.

²⁶ Στ. Καλφιώτης, *Εισαγωγή στη Θεωρία του τουρισμού*, εκδ. Αθ.Χ.Κούρος, Αθήνα 1972,σ. 23-25.

μέσα από τα ταξίδια, γνωρίζοντας νέους ανθρώπους και τρόπους ζωής, νέα ήθη, έθιμα και γενικότερα λαογραφικά στοιχεία άλλων ξένων χωρών.²⁷

- **Η ανάγκη για ανθρώπινη επικοινωνία.** Οι σύγχρονοι ρυθμοί ζωής, υποχρεώνουν το άτομο να επιζητά ολοένα και μεγαλύτερη επαφή και επικοινωνία με τους συνανθρώπους του. Ωστόσο, η ιδιότητα του ατόμου ως κοινωνικού όντος τον προκαλεί να γνωρίσει από κοντά νέους ανθρώπους, να μάθει για την ιστορία και τις τέχνες μέσω του τουρισμού.²⁸
- **Η ανάγκη για φυγή.** Πρόκειται ουσιαστικά για την ανάγκη που νιώθει ο κάθε άνθρωπος για μια πρόσκαιρη αλλαγή μέσω της απομάκρυνσης του από το γνώριμο περιβάλλον ή το χώρο εργασίας του και την καθημερινότητα που τον φθήρει, με σκοπό την αναζήτηση νέων εμπειριών.
- **Η ανάγκη για μιμητισμό.** Η μόδα που ακολουθεί κάθε εποχή και η ανάγκη του «ανήκειν» σε μια κοινωνική ομάδα, αλλά και η αίσθηση του κοινωνικού γοήτρου και της αποδοχής από τους άλλους, οδηγεί το άτομο να μιμηθεί το ταξίδι που μπορεί να άκουσε από περιγραφές άλλων ατόμων.

➤ Αντικειμενικά αίτια

Η ύπαρξη του τουριστικού φαινομένου δεν θα μπορούσε να υφίσταται χωρίς τις οικονομικές, τις κοινωνικές, τις πολιτικές αλλά και τις τεχνικές βάσεις. Η ανάπτυξη του τουρισμού οφείλεται στους εξής παρακάτω λόγους:

- **Στην ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας,** η οποία βελτίωσε την ποιότητα των μεταφορικών μέσων και μείωσε τη χρονική διάρκεια των αποστάσεων και κατάφερε να ενώσει ακόμα και τις πιο απομακρυσμένες περιοχές του πλανήτη. Η μετακίνηση πλέον σε όλα τα μέσα μεταφοράς (λεωφορεία, σιδηροδρομικοί συρμοί, ατμόπλοια, αεροπλάνα) γίνεται άνετη και ξεκούραστη, χαρίζοντας όχι μόνο ταχύτερη αλλά και οικονομικότερη μεταφορά. Ο εσωτερικός τουρισμός προωθείται χάρη στην εξέλιξη του αυτοκινήτου και του τουριστικού λεωφορείου, και οι αεροπορικές συγκοινωνίες, μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου πολέμου, ωθούν εκατομμύρια ταξιδιωτών να μετακινηθούν από τη μια μεριά του κόσμου στην άλλη. Οι χαμηλόκοστες αεροπορικές εταιρίες κάνουν την εμφάνισή τους στην αγορά, προσφέροντας εισιτήρια σε σχετικά χαμηλές και προσιτές τιμές προς τον καταναλωτή, συμπίεζοντας το κόστος ανά επιβάτη, και μετατρέπουν το αεροπλάνο σε πιο «λαϊκό» μέσο μεταφοράς, αυξάνοντας την αξία της μεταφορικής του ικανότητας, μειώνοντας σημαντικά το χρόνο του ταξιδιού, και βελτιώνοντας συνεχώς τις συνθήκες ασφάλειας των πτήσεων. Η ανάπτυξη γενικότερα, των αερομεταφορών φέρνει στο προσκήνιο τη σύγχρονη μορφή του τουρισμού, η οποία χαρακτηρίζεται από μαζικότητα, ομαδικότητα και αυξανόμενο ρυθμό διεθνισμού.

²⁷ Δ.Λαλούμης, *Οργάνωση και διοίκηση ξενοδοχειακής ψυχαγωγίας και άθλησης*. Διδακτορική διατριβή, Πάντειο παν/μιο 2000, σ.17.

²⁸ Στ. Καλφιώτης, *Εισαγωγή στη Θεωρία του τουρισμού*, εκδ. Αθ.Χ.Κούρος, Αθήνα 1972,σ. 75.

Ο σιδηρόδρομος από τη πλευρά του, βελτιώνεται συνεχώς, προωθώντας εκτός από τον εθνικό και τον ενδοευρωπαϊκό τουρισμό. Όσον αφορά το ελληνικό σιδηροδρομικό δίκτυο δεν μπορούμε να πούμε ότι συμβάλει αρκετά στη μετακίνηση του εισερχόμενου τουρισμού προς τη χώρα μας, καθώς δεν έχει ενταχθεί ακόμα στο ευρωπαϊκό σιδηροδρομικό δίκτυο.

Σημαντική είναι και η εντυπωσιακή βελτίωση στις θαλάσσιες συγκοινωνίες. Τα ταξίδια πλέον προσφέρουν πολυτέλεια και άνετη στον επιβάτη- τουρίστα, και ωθούνται ολοένα και μεγαλύτερες σε μετακίνηση προς παραθαλάσσιες περιοχές και νησιά. Δημιουργούνται τεράστια πολυτελή υπερωκεάνια, ferry boats, ιπτάμενα σκάφη, που δημιουργούν μια συνεχώς ανοδική τουριστική κίνηση, ειδικά στον χώρο της Μεσογείου.²⁹

- **Στην εξέλιξη και στον εκσυγχρονισμό των μέσων μαζικής επικοινωνίας.** Η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής με τη χρήση εκατοντάδων διαδικτυακών τόπων, ο τύπος, ο κινηματογράφος, η λογοτεχνία κα. καθίστανται αιτίες για διανομή πληροφοριών σε ενδιαφερόμενους δυνητικούς τουρίστες που αφορούν σε κλιματολογικές συνθήκες, στην δεδομένη πολιτική και οικονομική κατάσταση της ενδεχόμενης χώρας υποδοχής και δίνουν κίνητρα στους ανθρώπους για να ταξιδέψουν ακόμα και στους πιο μακρινούς προορισμούς, προκειμένου να ζήσουν την μοναδική εμπειρία του ταξιδιού.³⁰
- **Στη δυνατότητα επικοινωνίας από απόσταση.** Η μέθοδος της αλληλογραφίας ως τρόπος επικοινωνίας μεταξύ μακρινών αποστάσεων, θεωρείται πλέον απαρχαιωμένη. Οι νέες εφευρέσεις των τελευταίων δεκαετιών, έχουν αλλάξει οριστικά τη μορφή των επικοινωνιών. Το τηλέφωνο, το φάξ, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, δίνουν τη δυνατότητα για συντονισμό των εκδρομών από τα τουριστικά γραφεία και για ασφαλή και ακίνδυνη εξυπηρέτηση κατά τις μετακινήσεις. Πλέον οι κρατήσεις θέσεων για μεταφορικά μέσα, ξενοδοχεία και ευρύτερα τουριστικά πακέτα, μπορούν να γίνουν με απλούς τρόπους, χάρη στην εξέλιξη της τεχνολογίας των επικοινωνιών, διευκολύνοντας έτσι και αυξάνοντας την τουριστική διαδικασία.
- **Στη βελτίωση των όρων εργασίας και των αμοιβών των εργαζομένων.** Μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου πολέμου, αρχίζει να σχηματίζεται ένα «κράτος ευημερίας». Καθιερώνεται το οκτάωρο στην εργασία, θεσπίζονται οι υποχρεωτικές χορηγήσεις αδειών, εξασφαλίζονται κοινωνικές παροχές στις ευρύτερες τάξεις, καθιερώνονται ελάχιστα όρια αμοιβής και μειώνεται το όριο της συντάξιμης ηλικίας, με την παροχή συντάξεων. Έτσι, οι εργαζόμενοι επιτυγχάνουν να συμμετάσχουν στην κατανομή του εθνικού προϊόντος, και εισέρχονται στο μαζικό τουριστικό κύκλωμα.³¹

²⁹ Μ. Λογοθέτης, *Προβλήματα και κατευθύνσεις τουριστικής πολιτικής*, Αθήνα 1967, σ.25.

³⁰ Δ.Λαλούμης, *Οργάνωση και διοίκηση ξενοδοχειακής ψυχαγωγίας και άθλησης*. Διδακτορική διατριβή, Πάντειο παν/μιο 2000, σ.17.

³¹ Μ. Λογοθέτης, *Προβλήματα και κατευθύνσεις τουριστικής πολιτικής*, Αθήνα 1967, σ.26.

- **Στην αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος.** Η δικαιότερη κατανομή και αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος και του πλούτου, είναι ο κυριότερος και σπουδαιότερος λόγος που οδήγησε στην ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού.³²
- **Στην επικράτηση της οικονομικής και πολιτικής σταθερότητας.** Τόσο η ειρήνη και η εκεχειρία, όσο και η επακόλουθη οικονομική σταθερότητα που ακολούθηθηκε από διάφορες χώρες ανά τον κόσμο, οδήγησαν σε ραγδαία ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου.
- **Βελτίωση του μορφωτικού επιπέδου των λαών.** Η πρωτοβάθμια και μέση εκπαίδευση καθίσταται πλέον υποχρεωτική, γεγονός που συντελεί στη διεύρυνση του γνωστικού ορίζοντα του ατόμου, στον εμπλουτισμό των γνώσεων σε θέματα ιστορίας, θρησκείας, πολιτισμού, ηθών, εθίμων των διαφόρων λαών και τελικά στη βελτίωση της επικοινωνίας. Ο άνθρωπος πλέον στρέφει το ενδιαφέρον του στη επαφή και στη γνωριμία με τη φύση, τα γραφικά σκηνικά με τις άγριες θάλασσες και τα βουνά, επιθυμεί να δει τη διαφορετική αρχιτεκτονική άλλων τόπων, να μάθει για άγνωστες πτυχές της τέχνης, της λογοτεχνίας, και γενικότερα του πολιτισμού ξένων κρατών.
- **Στην κατακόρυφη ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων.** Μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου πολέμου, η άνθηση του τουριστικών επιχειρήσεων είναι μεγάλη, πολλές τουριστικές επιχειρήσεις δημιουργούν αλυσίδες και δημιουργούν συνεργίες με εστιατόρια και χώρους ψυχαγωγίας. Τότε, γίνεται και η εμφάνιση των μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών (tour operators), που κύριο μέλημα τους είναι ο οργανωμένος τουρισμός και η προσφορά φθηνών μέσων μεταφοράς και τουριστικών πακέτων για κάλυψη των ολοένα αυξανόμενων απαιτήσεων των τουριστών.
- **Στην παροχή πιστώσεων και διευκολύνσεων προς τους τουρίστες.** Δόθηκε η δυνατότητα στους τουρίστες να λαμβάνουν οικονομικές διευκολύνσεις από ειδικούς οργανισμούς, γεγονός που προώθησε αρκετά τον διεθνή τουρισμό.
- **Στην απλοποίηση των απαιτούμενων διατυπώσεων.** Σημαντικό όφελος στην ανάπτυξη του τουρισμού, αποτέλεσε και η απλοποίηση των απαιτούμενων διατυπώσεων στις μετακινήσεις των ανθρώπων από κράτος σε κράτος. Πιο συγκεκριμένα, έγινε ευκολότερη η έκδροση διαβατηρίων, καταργήθηκε η υποχρέωση των τουριστών για δήλωση τους στην αστυνομία της χώρας υποδοχής, κατά την είσοδο τους στην χώρα, καταργήθηκε η υποχρέωση τους να φέρουν πιστοποιητικό υγείας ή εμβολιασμού και απλοποιήθηκαν οι τελωνειακοί έλεγχοι αποσκευών και συναλλάγματος, ειδικά σε χώρες της Ε.Ε.

³² Ν. Ηγουμενάκης, *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, εκδ. Interbooks, 1999, σ.73.

2.4. Η ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η τουριστική ανάπτυξη έχει επιφέρει σημαντικές επιπτώσεις και αλλαγές στην οικονομία, όπου εφαρμόζονται οι τουριστικές πολιτικές και δράσεις, και επηρεάζει συγκεκριμένους τομείς της, ορισμένοι εκ των οποίων είναι οι εξής:

- **Ο τομέας της απασχόλησης:** Ο τουρισμός αποτελεί τομέα εντάσεως εργασίας, δημιουργώντας έτσι συνεχώς ευκαιρίες απασχόλησης. Επιτυγχάνει να χρησιμοποιήσει προσωπικό το οποίο άλλοι κλάδοι της παραγωγής δεν μπορούν να απορροφήσουν.
- **Ο συναλλαγματικός τομέας:** Τα έσοδα που προκύπτουν από τον συναλλαγματικό τουρισμό, αποτελούν μια πολύ σημαντική οικονομική ενίσχυση για την κάθε χώρα, ειδικά όταν αυτή βρίσκεται στο στάδιο της ανάπτυξης.
- **Ο εισοδηματικός τομέας:** Το τουριστικό εισόδημα, εκτός από την ποσοτική συμβολή που έχει στην αύξηση του γενικού εισοδήματος, κατανέμεται μεταξύ ενός ευρύτερου κύκλου προσώπων από διάφορες εισοδηματικές τάξεις.
- **Ο επιχειρηματικός τομέας:** Αυξανόμενη της τουριστικής κίνησης, επεκτείνεται και η βιομηχανική και γεωργική παραγωγή προκειμένου να καλυφθεί η αυξημένη ζήτηση. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να δραστηριοποιούνται διάφορες επιχειρήσεις προσφοράς εργασίας, ώστε να ικανοποιηθούν οι τουριστικές ανάγκες. Διευρύνονται οι εμπορικές συναλλαγές των τουριστικών περιφερειών με τις χώρες προέλευσης των ξένων τουριστών και έτσι, αναπτύσσεται ο επιχειρησιακός τομέας.
- **Ο πολιτιστικός τομέας:** Μέσω της επαφής των ντόπιων κατοίκων μιας περιοχής με τους ξένους τουρίστες, αναπτύσσεται και βελτιώνεται το μορφωτικό και το πολιτιστικό επίπεδο.
- **Ο δημοσιονομικός τομέας:** Η τουριστική κίνηση επιδρά ευεργετικά και στη δημόσια οικονομία καθώς και στην οικονομία των οργανισμών τοπικής διοίκησης.

2.5. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΕ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

Εξετάζοντας αναλυτικότερα τον τουρισμό, μπορούμε να τον χωρίσουμε σε κατηγορίες αναλόγως της μορφής που παίρνει, τους σκοπούς και τα κίνητρα που καλύπτει καθώς και του χώρου- χρόνου μέσα στον οποίο πραγματοποιείται.

A. Από πλευράς φυσικών ορίων μιας χώρας ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε εσωτερικό και εξωτερικό.

- Ο *εσωτερικός τουρισμός*, πραγματοποιείται από τον εγχώριο πληθυσμό μιας χώρας, δηλαδή από άτομα που ναι μεν ταξιδεύουν μακριά από τον τόπο διαμονής για λόγους αναψυχής ή επαγγέλματος, αλλά όμως παραμένουν στην επικράτεια της χώρας τους. Αν και ο εσωτερικός τουρισμός δεν συμβάλει στην εισαγωγή ξένου συναλλάγματος, ωστόσο σημειώνει αρκετές ωφέλειες για τη χώρα, τόσο οικονομικές όσο και πνευματικές, πολιτιστικές και ψυχολογικές. Ο ρόλος του εσωτερικού τουρισμού είναι περισσότερο κοινωνικός, γιατί προκαλεί ανακατανομή του εισοδήματος και αμβλύνει τις ανισότητες μεταξύ των πόλεων και της υπαίθρου, συμβάλλοντας παράλληλα και στη συγκράτηση του πληθυσμού των περιφερειών. Σημαντικό είναι, να επιτυγχάνεται στον εσωτερικό τουρισμό, επικοινωνία και αλληλοσεβασμός μεταξύ των περιηγητών και των κατοίκων της περιοχής υποδοχής.
- Ο *εξωτερικός τουρισμός*, πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα εκτός των φυσικών ορίων της χώρας προορισμού. Στις χώρες που έχουν εξωτερικό τουρισμό, οι μόνιμοι κάτοικοι της, εξέρχονται από αυτήν, και αντίστοιχα, ξένοι τουρίστες εισέρχονται σε αυτήν. Στην πρώτη περίπτωση, ο τουρισμός λέγεται *παθητικός*, γιατί σημειώνεται έξοδος πολύτιμου συναλλάγματος, ενώ στην δεύτερη περίπτωση ο εξωτερικός τουρισμός λέγεται *ενεργητικός* γιατί κύριο χαρακτηριστικό του είναι η εισαγωγή ξένου συναλλάγματος. Οι τουρίστες που εισέρχονται σε μια χώρα φέρουν μαζί τους διαθέσιμο συνάλλαγμα, το οποίο υποστηρίζει και αναπτύσσει τον τουρισμό της χώρας.³³

Τόσο πάντως, οι εγχώριοι όσο και οι εισερχόμενοι ξένοι τουρίστες, προκαλούν θετικές επιδράσεις στην οικονομία της κάθε χώρας, αφού δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας και πηγές εισοδήματος, συμβάλλοντας έτσι στα κρατικά έσοδα από τη φορολογία ή και από άλλες πηγές που ευνοούν την τοπική ανάπτυξη ενός προορισμού.

B. Από πλευράς αριθμών των περιηγητών, ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε μεμονωμένο και σε ομαδικό.

- Ο *μεμονωμένος* ή *ατομικός* τουρισμός πραγματοποιείται από ένα ή περισσότερα άτομα φιλικά ή συγγενικά μεταξύ τους, για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών. Η ανάπτυξη αυτής της κατηγορίας τουρισμού συνδυάζεται σε μεγάλο βαθμό με ατομικά- ιδιωτικά μέσα μετακινήσεων, όπως τα αυτοκίνητα, τα

³³ Β. Ρούπας, *Ο τουρισμός προς το 2000*, εκδ. Interbooks, 1989, σ.108.

θαλαμηγά σκάφη κ.α., τόσο κατά τη μετάβαση όσο και κατά την διάρκεια της παραμονής του τουρίστα στη χώρα ή τις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας. Ο κύριος χαρακτήρας αυτής της κατηγορίας τουρισμού είναι περιηγητικός και οι περιηγητές παραμένουν περισσότερο χρόνο σε μέση που παρουσιάζουν ενδιαφέρον. Χαρακτηριστικό επίσης αυτού του είδους τουρισμού, είναι η δαπάνη μεγάλων χρηματικών ποσών λόγω της μεγαλύτερης συνήθως παραμονής του περιηγητή, στον τόπο υποδοχής. Γι' αυτό το λόγο, ο μεμονωμένος τουρίστας από οικονομικής απόψεως θεωρείται επωφελέστερος για τη χώρα που επισκέπτεται. Η ποικιλία των τουριστικών προορισμών που προσφέρει ο Ελληνικός χώρος, ευνοεί ιδιαίτερα την ανάπτυξη του ατομικού- περιηγητικού τουρισμού.

- Ο **ομαδικός** ή **μαζικός** τουρισμός, είναι η κυρίαρχη μορφή τουρισμού και χαρακτηρίζεται από την ομαδική συμμετοχή των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας. Το ύφος του μαζικού τουρισμού οφείλεται στον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού καθώς και στον επιλεγμένο τόπο διακοπών. Ο μαζικός τουρισμός υλοποιείται από ένα πλήθος πολλών ατόμων που ακολουθούν ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα και συναντάται σε ομαδικές εκδρομές ή ταξίδια, που οργανώνονται από εκδρομικά σωματεία, από γραφεία συλλόγων ή οργανισμών, από εκκλησίες, παιδικές κατασκηνώσεις και ιδιωτικά ταξιδιωτικά γραφεία που οργανώνουν διακοπές και εκδρομές σε κέντρα παραθερισμού οικογενειακής ή επαγγελματικής μορφής. Οι τουρίστες αυτής της κατηγορίας, συμμορφώνονται σε ορισμένα σχήματα συμπεριφοράς και εξασφαλίζονται για αυτούς, πρότυπα ασφάλειας από τους διοργανωτές του ταξιδιού. Η διακίνηση του μαζικού τουρισμού, γίνεται με πούλμαν ή με αεροπλάνα ναυλωμένων πτήσεων και οι ταξιδιώτες επιλέγουν τον τόπο των διακοπών τους με βασικό κριτήριο το πιο οικονομικό προσφερόμενο πακέτο. Αυτός ο τύπος τουρίστα, θεωρείται απαιτητικός, αφού θέλει να πληρώσει λίγα και να απολαύσει πολλά.

Ο ομαδικός τουρισμός και οι χωρο-χρονικές συγκεντρώσεις ερμηνεύουν ουσιαστικά το σύγχρονο τουριστικό φαινόμενο. Σε μια εποχή που οι επιστήμονες «κρούουν το καμπανάκι του κινδύνου» για τις αρνητικές επιπτώσεις της μόλυνσης του πλανήτη, ο μαζικός τουρισμός δακτυλοδεικτάται ως ένας από τους κύριους ενόχους. Το είδος αυτού του τουρισμού κατέληξε δυστυχώς να μην αποτελεί, τις τελευταίες δεκαετίες, μια φιλική βιομηχανία προς το περιβάλλον. Σε αυτό βέβαια συνωμοτούν κυρίως η τοπική υπερανάπτυξη και η εξάντληση των φυσικών πόρων.³⁴

Γ. Από πλευράς οικονομικών δυνατοτήτων των περιηγητών, ο τουρισμός διακρίνεται σε λαϊκό, κοινωνικό και κοσμοπολίτικο.

- Ο **λαϊκός** τουρισμός συναντάται σε άτομα που ανήκουν σε χαμηλότερες οικονομικά τάξεις. Προκειμένου να υπάρχει και γι' αυτές τις ομάδες η δυνατότητα οικονομικότερων διακοπών, δημιουργήθηκαν τα κάμπινγκ και οι κατασκηνώσεις. Από το συγκεκριμένο είδος τουρισμού δεν προβλέπονται υψηλά οικονομικά οφέλη για μια χώρα. Παρ' όλα αυτά η Ελλάδα διακρίνεται ως χώρα που προάγει τον λαϊκό

³⁴ Μ. Λογοθέτης, *Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας*, εκδ. Σάκκουλα, 1997, σ.40-41.

τουρισμό, καθώς σημειώνονται ολοένα και αυξανόμενα νούμερα ταξιδιωτών, ειδικά νεαρών σε ηλικία, που καταφεύγουν σε αυτό το είδος τουρισμού.

- Ο **κοινωνικός** τουρισμός, στόχο έχει να κάνει τον τουρισμό πιο προσιτό σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο αριθμό ατόμων και ειδικά σε κατηγορίες πληθυσμού λιγότερο προνομιούχες από οικονομικής απόψεως, λόγω χάρη σε νέους, χαμηλοσυνταξιούχους, πολύτεκνες οικογένειες, ανάπηρους κ.α.
- Ο **κοσμοπολίτικος** τουρισμός αφορά ως επί το πλείστον τον κόσμο της αριστοκρατίας και τους μεγιστάνες του πλούτου που αρέσκονται να ταξιδεύουν σε κοσμοπολίτικα μέρη και είναι διατεθειμένοι να δαπανήσουν μεγάλα χρηματικά ποσά κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Κατά την παραμονή τους στον τόπο προορισμού, επιλέγουν ξενοδοχεία και καταλύματα πέντε αστέρων ή ιδιόκτητες πολυτελείς θαλαμηγούς ή ακόμη, προτιμούν να νοικιάσουν υπερπολυτελείς επαύλεις. Η μετακίνηση των ατόμων που επιλέγουν τον κοσμοπολίτικο τουρισμό, μετακινούνται με ιδιότητα μεταφορικά μέσα όπως ιδιότητα αεροπλάνα, θαλαμηγούς κ.α.³⁵ Σε αυτή την κατηγορία θα μπορούσαμε να εντάξουμε ταξιδιώτες αναψυχής, με υψηλό επίπεδο εισοδήματος και τους ταξιδιώτες που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους. Η βασική διαφορά των τουριστών που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους, σε σχέση με τους ταξιδιώτες αναψυχής, έγκειται στο ποιοτικό επίπεδο των μέσων μεταφοράς και της διαμονής τους όπως και στα είδη των υπηρεσιών για τα οποία πληρώνουν. Πολλοί επιχειρηματίες επιλέγουν το αεροπλάνο, και συγκεκριμένα την πρώτη θέση, και διαμένουν σε ξενοδοχεία Α' κατηγορίας τα οποία λόγω θέσης και υπηρεσιών που προσφέρουν, διευκολύνουν την εργασία τους. Τα έξοδα μάλιστα, καλύπτονται από τις εταιρίες για τις οποίες εργάζονται και όχι από το προσωπικό τους εισόδημα.³⁶

Δ. Από πλευράς επιδιωκόμενου σκοπού των περιηγητών, ο τουρισμός διακρίνεται σε τουρισμό που γίνεται για λόγους *ιστορικούς, θρησκευτικούς, φυσιολατρικούς, αθλητικούς, καλλιτεχνικούς, θεραπευτικούς* κ.α.

Ε. Από πλευράς μέσων μεταφοράς που χρησιμοποιούνται, ο τουρισμός διακρίνεται σε *οδικό, θαλάσσιο, σιδηροδρομικό, αεροπορικό, μέσω πλωτών ποταμών και μικτό.*

ΣΤ. Από πλευράς χρηματοδότησης της διακίνησης, ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε *αυτοχρηματοδοτούμενο* (αυτόνομο) και σε *κοινωνικό* (χρηματοδοτούμενο από κοινωνικούς πόρους).

Ζ. Από πλευράς φύλου των μετακινούμενων, ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε *τουρισμό ανδρών* (λόγω χάρη διαμονή στο Άγιο Όρος), σε *τουρισμό γυναικών* (διαμονή σε μοναστήρια θηλέων) και σε *μικτό.*

Η. Από πλευράς ηλικίας των μετακινούμενων, ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε *τουρισμό νέων, μέσης ηλικίας και τρίτης ηλικίας.*

³⁵ Ν. Ηγουμενάκης, *Τουριστική Οικονομία*, τομ. Α', εκδ. Interbooks, 1997, σ.172.

³⁶ Β. Ρούπας, *Ο τουρισμός προς το 2000*, εκδ. Interbooks, 1989, σ.108.

- Ο **νεανικός** τουρισμός αποτελείται από άτομα 18-30 ετών και προτιμάει ειδικές μορφές τουρισμού (περιπέτειας, χειμερινά σπορ, συμμετοχή σε εκδηλώσεις, φεστιβάλ κ.α.) Οι νέοι προτιμούν προορισμούς όπου μπορούν να ζήσουν έντονες στιγμές με πρωταρχικό σκοπό την ικανοποίηση των αναγκών τους. Για παράδειγμα, οι νεαροί τουρίστες θα διαλέξουν προορισμούς όπως είναι η Σαντορίνη, η Σκιάθος, η Μύκονος, νησιά με έντονο κλίμα διασκέδασης , σε αντίθεση με άλλους προορισμούς που φημίζονται ως πιο «οικογενειακοί». Ο νεανικός τουρισμός ενισχύεται ύστερα από άνοδο του ατομικού εισοδήματος, την ανάγκη ανεξαρτητοποίησης από τους δεσμούς της οικογένειας, την τάση αυτονομίας μέσω κατοχής ιδιωτικών μέσων μεταφοράς και την έμφυτη περιέργεια να ανακαλύψουν άλλους τόπους, λαούς και συνήθειες.
- Ο τουρισμός **μέσης ηλικίας** αποτελείται από άτομα 30-65 ετών και αποτελείται από νέους ενήλικες, νέα ζευγάρια με ή χωρίς παιδιά και από οικογένειες με μεγάλα παιδιά. Οι τουρίστες αυτής της κατηγορίας, ζητάνε νέες εμπειρίες που χαρακτηρίζονται από υπευθυνότητα και ελευθερία δράσης αλλά και ευκαιρίες για ενεργό συμμετοχή και παρέα με άλλους νέους της ηλικίας τους. Ενδιαφέρονται για τον ρομαντισμό ηρεμία και ξεκούραση μακριά από τους έντονους ρυθμούς της καθημερινότητας και στην περίπτωση που έχουν παιδιά, επιθυμούν να απολαμβάνουν διευκολύνσεις σχετικές με τα ανήλικα και σχετική οικονομία στον προϋπολογισμό των διακοπών.
- Ο τουρισμός της **τρίτης ηλικίας** αποτελείται από άτομα ηλικίας 65 και άνω και στις μέρες μας έχει αποκτήσει μεγάλη σημασία λόγω της αύξησης του μέσου όρου ζωής.. Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου και οι ολοένα και περισσότεροι ηλικιωμένοι που διαθέτουν σημαντικό μέρος του ελεύθερου χρόνου τους σε τουριστικά ταξίδια οδήγησε στην δημιουργία μιας ξεχωριστής κατηγορίας τουριστών. Αποτελούνται από ζευγάρια που είναι ανεξάρτητα πλέον από παιδιά (empty nesters) και επιθυμούν να γνωρίσουν κάτι νέο που χαρακτηρίζεται από περισσότερο παθητική συμμετοχή στα δρώμενα κατά το χρόνο των διακοπών τους. Μπορεί επίσης να είναι αρκετά ηλικιωμένα άτομα που επιθυμούν κατά κύριο λόγο να παρακολουθούν παρά να δρουν και να έχουν παρέα άλλους ηλικιωμένους ανθρώπους. Χαρακτηριστικό τους είναι η ανάγκη για άνεση και η απαίτηση για ειδικές εγκαταστάσεις με ευκολίες, λόγω χάρη στις μετακινήσεις, αφού πολλοί είναι αυτοί που παρουσιάζουν κινητικά προβλήματα. Προτιμούν επίσης τα οργανωμένα ταξίδια με συμμετοχή σε μεγάλες ομάδες.³⁷

Θ. Από πλευράς χρονικής διάρκειας της τουριστικής περιόδου, ο τουρισμός μπορεί να χωριστεί σε **συνεχή** και **εποχικό**, αναλόγως αν αυτός γίνεται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου ή σε ορισμένες μόνο περιόδους.

- Ο **συνεχής** τουρισμός είναι αυτός που διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμία περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητες του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές, δηλαδή σε όλη την διάρκεια του

³⁷ J. Swarbrooke and Susan Horner, *Consumer behavior in tourism*, 1999, σ.96.

χρόνου. Αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός κινήτρων, ο τουρισμός εκθέσεων, ο τουρισμός πόλης και ο μορφωτικός τουρισμός.

- Χαρακτηριστική διάκριση του *εποχικού* τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο που σημαίνει ότι σε αντίθεση με το συνεχή τουρισμό, οι δραστηριότητες του επηρεάζονται αποφασιστικά από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές, γι' αυτό αναστέλλονται αυτές προσωρινά για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε έτος. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας που σημειώνουν σημαντική τουριστική κίνηση, είναι ο γενικός τουρισμός κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού και ο τουρισμός των χειμερινών σπορ. Παρ' όλα αυτά, για λόγους ακρίβειας, είναι φρόνιμο να χωριστεί ο εποχικός τουρισμός σε χειμερινό, θερινό, φθινοπωρινό και εαρινό.

I. Από πλευράς κινητικότητας κατά την παραμονή του κάθε τουρίστα, ο τουρισμός μπορεί να χωριστεί σε στατικό και κινητικό.

- **Στατικό** τουρισμό έχουμε όταν ο τουρίστας πηγαίνει σε ένα ξενοδοχείο παραθέρισης και παραμένει εκεί καθ' όλη τη διάρκεια της διαμονής του συνήθως επειδή πιέζεται από τον χρόνο ή οι λόγοι του ταξιδιού του είναι καθαρά επαγγελματικοί ή θέλει να περάσει λίγες μέρες ξεκούρασης χωρίς έντονες στιγμές που θα τον κουράσουν.
- **Κινητικό** τουρισμό έχουμε, σε αντίθεση, όταν ο τουρίστας είναι διαρκώς σε κίνηση, δηλαδή επιθυμεί να εξερευνήσει τη χώρα που επισκέπτεται και βρίσκεται συνεχώς σε κίνηση.

2.6. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ

Σε αυτό το σημείο κρίνω σκόπιμο να αφιερώσω λίγο χρόνο στη διάκριση κάποιων σημαντικών εννοιών προς αποφυγή τυχών παρερμηνεύσεων. Έτσι, προβαίνω στις εξής διακρίσεις:

- **Τουρισμός και μετανάστευση.** Στον τουρισμό η μετακίνηση είναι προσωρινή και αποσκοπεί μόνο στην ευχαρίστηση και στην ικανοποίηση πνευματικών ενδιαφερόντων και ψυχικών επιθυμιών. Σε αντίθεση, στη μετανάστευση, η μετακίνηση αποβλέπει στη μόνιμη εγκατάσταση και άσκηση βιοποριστικής ή επαγγελματικής απασχόλησης.³⁸

^{38,39} Στ. Καλιφιώτης, *Εισαγωγή στην Θεωρία του τουρισμού*, εκδ. Β', σ.57,58.

- **Τουρισμός και εξερεύνηση.** Η εξερεύνηση έχει κατεύθυνση σε περιοχές άγνωστες που παρουσιάζουν ερευνητικό ενδιαφέρον και σκοπό έχουν να εξερευνηθεί ο χώρος και να έρθει το άτομο σε επαφή με το αίσθημα της ανακάλυψης.³⁹

Διάκριση έννοιας Τουρίστα και Επισκέπτη

Τα άτομα που ταξιδεύουν χαρακτηρίζονται γενικά ως ταξιδιώτες. Γι αυτά τα άτομα χρησιμοποιείται ο ορισμός «επισκέπτης». Το 1963, έλαβε χώρα στη Ρώμη η πρώτη διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για τα διεθνή ταξίδια και τον τουρισμό και το 1968 η επιτροπή στατιστικών εμπειρογνομόνων του ΟΗΕ εξέδωσε την ακόλουθη οδηγία:

«Για στατιστικούς λόγους, ο όρος *επισκέπτης* περιγράφει κάθε άτομο που μεταβαίνει σε μια χώρα διαφορετική από τη χώρα μόνιμης διαμονής του, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνον της άσκησης αμειβόμενης εργασίας από τη χώρα την οποία επισκέπτεται».

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (World Tourism Organization- WTA) ενέκρινε τον παραπάνω ορισμό, πρότεινε όμως το διαχωρισμό του όρου «ταξιδιώτης» στις εξής δύο κατηγορίες:

- Τους *τουρίστες*, κατηγορία που περιλαμβάνει όλους του επισκέπτες, ημεδαπούς ή αλλοδαπούς, οι οποίοι μετακινούνται οικειοθελώς, είναι προσωρινοί επισκέπτες και παραμένουν τουλάχιστον 24 ώρες, με μια διανυκτέρευση και όχι περισσότερο από ένα έτος στη χώρα ή την περιοχή που επισκέπτονται, εκτός αν μετέχουν σε θαλάσσια περιήγηση, οπότε μπορεί να θεωρηθούν τουρίστες και όταν η παραμονή τους διαρκεί λιγότερο από 24 ώρες.⁴⁰
- Τους εκδρομείς ή ημερήσιους επισκέπτες, ημεδαπούς ή αλλοδαπούς, οι οποίοι είναι προσωρινοί επισκέπτες και παραμένουν λιγότερο από 24 ώρες στη χώρα ή την περιοχή που επισκέπτονται, χωρίς να πραγματοποιούν καμία διανυκτέρευση. Σε αυτή την κατηγορία συμπεριλαμβάνονται όσοι ταξιδεύουν με κρουαζιερόπλοια χωρίς να πραγματοποιούν καμία διανυκτέρευση στη χώρα που επισκέπτονται ακόμα και αν το πλοίο ελλιμενιστεί για ένα ή περισσότερα βράδια στη χώρα αυτή. Στην ίδια κατηγορία ανήκουν και οι επιβάτες τρένων που διαμένουν στο τρένο και δεν κάνουν καμία διανυκτέρευση στη χώρα ή περιοχή που επισκέπτονται.

Σε αυτό το σημείο σκόπιμο είναι να γίνει διάκριση των επισκεπτών σε δύο υποκατηγορίες:

- Σε *διεθνείς επισκέπτες*, που αφορούν σε άτομα που ταξιδεύουν σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη στην οποία ζουν συνήθως, μακριά από το σύνηθες περιβάλλον τους, για χρονικό διάστημα όχι μεγαλύτερο των δώδεκα μηνών και που ο κύριος σκοπός της επίσκεψης τους δεν αφορά την άσκηση δραστηριότητας για την

⁴⁰ Μ.Γ. Βενετσανοπούλου, Η κρατική συμβολή στον τουρισμό- εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εκδ. Interbooks, 2006, σ.60

οποία θα λάβουν κάποιο είδος αποζημίωσης από τη χώρα που επισκέπτονται.

- Σε *εγχώριους επισκέπτες*, που αφορούν σε άτομα που ζουν σε μια χώρα και ταξιδεύουν σε ένα άλλο μέρος της ίδιας χώρας, διαφορετικό από το σύνηθες περιβάλλον τους, για περίοδο όχι μεγαλύτερη από δώδεκα μήνες και που ο κύριος λόγος της επίσκεψής τους είναι άλλος από την άσκηση δραστηριότητας για την οποία θα αποζημιωθούν από το μέρος που επισκέπτονται.

2.7. ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΕ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΜΟΡΦΕΣ

Ο μαζικός τουρισμός που κυριαρχεί από την δεκαετία του 1960 αρχίζει να εγκαταλείπεται σταδιακά από το τέλος της δεκαετίας του 1970, λόγω των προβλημάτων που συνεπάγεται στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον. Κύρια χαρακτηριστικά του είναι η μαζικότητα, η ομαδικότητα και ο διεθνισμός.

Την ίδια περίοδο αρχίζει η αύξηση της ζήτησης για μορφές ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού, που βρίσκονται στον αντίποδα του μαζικού τουρισμού. Με την προώθηση του τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων επιχειρείται η αύξηση της ανταγωνιστικότητας και της ποιοτικής αναβάθμισης του τουρισμού, η ορθολογικότερη χρονική και περιφερειακή κατανομή της τουριστικής ζήτησης, η προστάσια του φυσικού περιβάλλοντος, καθώς και η δημιουργία νέων τουριστικών προορισμών. Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού συνεπάγονται «ενεργητικές» δραστηριότητες για τον τουρίστα και συνδέονται με τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης. Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι οικονομικά πιο αποδοτικός και λιγότερο συνδεδεμένος με τις θερινές διακοπές και επίσης λιγότερο εξαρτημένος από τους tour operators.

Η διάκριση του τουρισμού σε μορφές, όπως θα αναλυθούν παρακάτω, γίνεται αναλόγως του σκοπού του πραγματοποιούμενου ταξιδιού ή του είδους της τουριστικής υποχρέωσης την οποία επιδιώκει να ικανοποιήσει ο τουρίστας. Συνεπώς, οι μορφές του τουρισμού είναι τόσες, όσες και οι εμφανιζόμενες ή ικανοποιούμενες αντίστοιχες τουριστικές ανάγκες. Είναι πιο αποδοτικές, καλύτερα κατανεμημένες στο χρόνο, περισσότερο ανθεκτικές στις διεθνείς οικονομικές και τουριστικές συγκυρίες και συμβατές με το περιβάλλον προκειμένου να αμβλύνουν τα περιβαλλοντικά προβλήματα που προκαλεί ο μαζικός τουρισμός.

Στόχος της δημιουργίας των επιμέρους μορφών τουρισμού είναι αρχικά, η βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών του μαζικού τουρισμού μέσω της προσφοράς μεγαλύτερου φάσματος υπηρεσιών, και ύστερα, η ανάπτυξη μιας νέας μορφής που να ανταποκρίνεται σε κάποιο ειδικό κίνητρο των τουριστών.

Σημαντικό είναι να τονιστεί το γεγονός ότι οι νέες μορφές τουρισμού δεν πρόκειται να αντικαταστήσουν τον μαζικό τουρισμό, αφού αναπτύσσονται παράλληλα και συμπληρωματικά με αυτόν και χρησιμοποιούν τους ίδιους μηχανισμούς προώθησης και διακίνησης εξασφαλίζοντας όμως οικονομικά πλεονεκτήματα και αναζητώντας νέους τουρίστες.

Ας εξετάσουμε σε αυτό το σημείο τις **τρεις μορφές κατηγοριοποίησης του τουρισμού**⁴¹:

Καταρχάς υπάρχει ο *Μαζικός Τουρισμός* που είναι η πιο «παραδοσιακή» μορφή και η οποία περιλαμβάνει την πλειοψηφία των τουριστών που αναζητούν στο ταξίδι κυρίως ξεκούραση και διασκέδαση, σε ηλιοτροπικούς κατά βάση προορισμούς.

Ύστερα από την παρακμή του μαζικού τουρισμού δημιουργήθηκαν προγράμματα ειδικών μορφών τουρισμού, είτε ειδικών ενδιαφερόντων είτε εναλλακτικών.

Έτσι, σχηματίζεται ο *Τουρισμός Ειδικών Ενδιαφερόντων*, που σχετίζεται με ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού που επιλέγουν τα άτομα ανάλογα με τα ειδικά ενδιαφέροντα και κίνητρα που έχουν (θρησκευτικός τουρισμός, επαγγελματικός, συνεδριακός, υγείας, θεματικός, εκπαιδευτικός, κοινωνικός, αστικός, κινήτρων).

Τέλος, έχουμε τον *Εναλλακτικό Τουρισμό* που επίσης περιλαμβάνει ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού (αγροτουρισμός, αθλητικός τουρισμός, θαλάσσιος, ορεινός, χειμερινός, ορειβατικός, οικοτουρισμός, υπαίθρου, περιπέτειας), τις οποίες επιλέγουν άνθρωποι που αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών. Αυτή η μορφή τουρισμού, συνδέεται με την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη· ειδικότερα συνδέεται με την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, την προστασία της τοπικής κουλτούρας και την αναζήτηση νέων αξιών και τρόπων ζωής. Να επισημανθεί ότι διεθνώς χρησιμοποιείται ο όρος *Ειδικές Μορφές Τουρισμού*, που περιλαμβάνει τον τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων και τον εναλλακτικό τουρισμό. Οι ειδικές μορφές τουρισμού υπονοούν τουρίστες που επιθυμούν δράση και ενεργή συμμετοχή κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

2.7.1. Ειδικές μορφές τουρισμού

Οι «ειδικές μορφές τουρισμού» έχουν ως χαρακτηριστικό τους την ύπαρξη ενός κυρίαρχου κινήτρου στη ζήτηση (λόγου χάρι το κίνητρο για υλοποίηση συνεδρίων) και την παράλληλη ανάπτυξη της ειδικής υποδομής στις τουριστικές περιοχές που θα εξυπηρετήσει τους τουρίστες της κάθε ειδικής μορφής.⁴²

Ο τουρισμός που υπάγεται σε αυτή την κατηγορία αποτελεί μια εξειδικευμένη μορφή τουρισμού που περιλαμβάνει ομαδικές ή ατομικές μετακινήσεις ατόμων με σκοπό να καλλιεργήσουν περισσότερο ειδικά ενδιαφέροντα και να επιστρεφθούν αξιοθέατα και μέρη που συνδέονται με ένα συγκεκριμένο αντικείμενο όπως λόγου χάρι την θρησκεία, την επαγγελματική δραστηριότητα, τη υγεία κ.α.

Οι ειδικές μορφές τουρισμού, δεν αντικαθιστούν τον μαζικό τουρισμό, αλλά τον συμπληρώνουν, εμπλουτίζοντας, διευρύνοντας και διαφοροποιώντας το τουριστικό προϊόν, επιτυγχάνοντας παράλληλα να καλύψουν την αντίστοιχη ζήτηση για τουριστική κίνηση.

Οι κυριότερες ειδικές μορφές τουρισμού είναι οι παρακάτω:⁴³

⁴¹ Δ. Λαγός, *Τουριστική Οικονομική*, εκδ. Κριτική, Αθήνα 2005, σ. 62.

⁴² Χ. Κοκκώσης- Π. Τσάρτας, *Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό*, τόμ. Β', ΕΑΠ, σ.88.

⁴³ Μ.Γ. Βενετσανοπούλου, *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό- εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. Interbooks, 2006, σ.67.

- Ο κοινωνικός τουρισμός
- Ο επαγγελματικός τουρισμός
- Ο εκθεσιακός τουρισμός
- Ο συνεδριακός τουρισμός
- Ο τουρισμός κινήτρων
- Ο θρησκευτικός τουρισμός
- Ο τουρισμός υγείας
- Ο τουρισμός παραχείμασης

2.7.2. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Με τον όρο εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναφερόμαστε στον τουρισμό που σχετίζεται με εναλλακτικές μορφές, αφενός σε οργανωτικό επίπεδο αφετέρου σε ότι αφορά τις τουριστικές δραστηριότητες που αποζητούν οι επισκέπτες. Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει κίνητρα, που συνδέονται με συγκεκριμένα θέματα όπως: φυσιολατρία, ταξίδια περιπέτειας, αθλητικές δραστηριότητες, περιήγηση, περιβάλλον, γνωριμία με την τοπική παράδοση, απόλαυση της θέας ενός τοπίου, περιοχές με μη μολυσμένο περιβάλλον ή πλούσια πολιτιστική κληρονομιά κ.α.⁴⁴ Ως εκ τούτου η άσκηση του εναλλακτικού τουρισμού προϋποθέτει περιορισμούς αναφορικά με τη φέρουσα ικανότητα μιας περιοχής και μπορεί να θεωρηθεί ως τουρισμός μειωμένων αρνητικών επιπτώσεων.

Ο εναλλακτικός τουρισμός προσδιορίζεται από εκείνες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες συνδέονται με κοινωνικές και περιβαλλοντικές αξίες, που επιτρέπουν τόσο στους «οικοδεσπότες» όσο και στους «φιλοξενούμενους» να υφίστανται τις θετικές αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες. Με πιο απλά λόγια θα μπορούσαμε να πούμε, πως ο εναλλακτικός τουρισμός υπόσχεται στους τουρίστες κάτι διαφορετικό από το μαζικό τουρισμό, και δίνει τη δυνατότητα στον τουρίστα να επιλέγει ένα τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού, στον οποίο θα κυριαρχεί η αυτονομία στις διάφορες δραστηριότητες, η περιήγηση με ελάχιστη ή μικρή χρήση υπηρεσιών οργανωμένου τουρισμού και η δημιουργία μιας ειδικής υποδομής που θα εξυπηρετεί το συγκεκριμένο τουρίστα.

Μέσω του εναλλακτικού τουρισμού επιτυγχάνεται αύξηση της διασύνδεσης του τουριστικού τομέα με τους λοιπούς κλάδους της οικονομίας, λόγω χάρη γεωργία, κτηνοτροφία και βιοτεχνία. Από την άλλη, υπάρχει μειωμένη διαρροή χρημάτων από την τοπική οικονομία, δημιουργώντας έτσι υψηλούς οικονομικούς δεσμούς σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Ταυτόχρονα, οι μικρής κλίμακας επενδύσεις που προωθούνται δια μέσου του εναλλακτικού τουρισμού, διατηρούν τον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης από τους ντόπιους κατοίκους και μπορούν να ενσωματωθούν με μεγαλύτερη ευκολία στο κοινωνικο- πολιτιστικό και οικονομικό περιβάλλον του προορισμού υποδοχής τουριστών, οδηγώντας στην αειφόρο ανάπτυξη με πιο αποτελεσματικό τρόπο.

Έχοντας μόλις αναλύσει συνοπτικά τα χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού, χρειάζεται να αναφερθούμε και στο **προφίλ** του τουρίστα που επιλέγει τις εναλλακτικές

⁴⁴ Α. Σούρτζης, *Αειφόρος ανάπτυξη και εναλλακτικές μορφές τουρισμού- Η ελληνική πολιτική κινήτρων*, Αθήνα, 2003, σ.92.

μορφές τουρισμού ως τρόπο αναγνυής. Είναι παρατηρημένο, πως τη σημερινή εποχή με τους έντονους ρυθμούς ζωής, ολοένα και περισσότεροι είναι οι τουρίστες που αναζητούν να ικανοποιήσουν τα ενδιαφέροντα τους μέσω μορφών τουρισμού που είναι πιο εναλλακτικές σε σχέση με τον παραδοσιακό τουρισμό και βρίσκονται στον αντίποδα του μαζικού τουρισμού και ειδικότερα του διεθνούς τουριστικού προτύπου, που χαρακτηρίζεται από τη μαζικότητα, την επιβάρυνση του περιβάλλοντος, τη μείωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και τη μεγιστοποίηση του κέρδους σε βάρος των τοπικών κοινωνιών, της τοπικής οικονομίας και του περιβάλλοντος.⁴⁵

Ο τουρίστας που επιλέγει μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού, έχει καλύτερη μόρφωση, είναι αρκετά συνειδητοποιημένος πολιτιστικά, πιο ευαισθητοποιημένος σε θέματα περιβαλλοντικά και πολιτισμικά και θεωρείται περίεργος να εξερευνήσει και να μάθει τον άγνωστο προορισμό. Δεν του αρέσουν τα μεγάλα ξενοδοχεία που ακολουθούν τα διεθνή πρότυπα προσφοράς υπηρεσιών που λειτουργούν βάση στερεότυπων συμπεριφορών και ουσιαστικά έχουν ως κύριο λόγο ύπαρξης το οικονομικό κέρδος αγνοώντας τις πραγματικές ανάγκες του κάθε μεμονωμένου πελάτη ξεχωριστά. Ο εναλλακτικός τουρίστας, ενδιαφέρεται για την τοπική κουλτούρα, προωθεί την τοπική μαγειρική, επιλέγει να χρησιμοποιήσει τα τοπικά υλικά και τις χειροτεχνίες και προτιμά να παρακολουθήσει τοπικές λαϊκές παραστάσεις, εκθέσεις χειροτεχνίας ή πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Οι κυριότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι οι εξής:

- Πολιτιστικός τουρισμός
- Χειμερινός τουρισμός
- Ορεινός και ορειβατικός τουρισμός
- Αγροτουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Οικοτουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός
- Τουρισμός περιπέτειας

Οι παραπάνω μορφές εναλλακτικού τουρισμού, στόχο έχουν να ελαχιστοποιούν τις δυσμενείς επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού και κινούνται γύρω από ένα κοινό άξονα που αφορά στην αποκέντρωση και στην απομάκρυνση της τουριστικής δραστηριότητας από τις ακτές, τη διοχέτευσή της στο εσωτερικό κάθε χώρας και στην ορθολογικότερη ανάπτυξη νέων περιοχών καθώς και στη συντήρηση των απομακρυσμένων.

Είναι δε, σημαντικές και οι θετικές επιπτώσεις του εναλλακτικού τουρισμού που αφορούν στη δυνατότητα αναδιοργάνωσης της πρωτογενούς δραστηριότητας σε απομακρυσμένες περιοχές, στην ανάπτυξη νέων οικονομικών δραστηριοτήτων και στη βελτίωση του επιπέδου ζωής και της παιδείας των κατοίκων των απομακρυσμένων τουριστικών προορισμών.

⁴⁵ Δ. Λαγός, *Τουριστική Οικονομική*, εκδ. Κριτική, Αθήνα 2005, σ. 76.

Β' ΜΕΡΟΣ

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ι. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ- ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΟΣ, ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΣ, ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ – ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ, ΤΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

Ο όρος «πολιτισμός» εμφανίζεται τον 18^ο αιώνα για να υποδηλώσει τη διάκριση ανάμεσα στον «πολιτισμένο» και τον «βάρβαρο» αποτελώντας έκφραση της δυτικής συνείδησης. Αναφέρεται στην κοινωνική οργάνωση και τις τεχνικές και χαρακτηρίζει ένα σύνολο λαών και κοινωνιών.⁴⁶

Πολιτισμός είναι το σύνολο των πνευματικών εκδηλώσεων (ήθη, έθιμα, τέχνες, γράμματα, τεχνικά, μουσεία, μνημεία, ιστορικές κατασκευές, έργα τέχνης, επιστημονικά και καλλιτεχνικά επιτεύγματα) μιας κοινωνίας ή ενός έθνους. Αναφέρεται στην κοινωνική κληρονομία του ανθρώπου και στα κοινωνικώς μεταβιβάσιμα στοιχεία που χαρακτηρίζουν ένα κοινωνικό σύνολο.

Οι ανθρωπολόγοι συνδέουν τον πολιτισμό με την εμφάνιση του έθνους- κράτους και την ανάπτυξη των πολιτισμικών και καλλιτεχνικών παραδόσεων που συνοδεύουν τις κοινωνίες με τη συγκεκριμένη πολιτική οργάνωση. Η έννοια αυτή συνδέεται με την εμφάνιση και την ανάπτυξη των πόλεων, δηλαδή μέσω της αστικοποίησης. Πρωταρχικά «κέντρα πολιτισμού» θεωρούνται η Αίγυπτος, η Μεσοποταμία, η Αρχαία Ελλάδα, η Βόρειος Κίνα και η Κεντρική Αμερική λόγω της ανεπτυγμένης γραφής, σύνθετης οργάνωσης σε πόλεις με αρδευτική γεωργία. Οι περισσότεροι μελετητές ισχυρίζονται ότι ο πολιτισμός αποτελείται από δεδομένα και πρότυπα παραδόσεων, τα οποία μεταβιβάζονται στο χρόνο και το χώρο και βασίζονται στη γλωσσική και μη γλωσσική ικανότητα του ανθρώπου να χρησιμοποιεί σύμβολα. Τα χαρακτηριστικά του πολιτισμού είναι ότι αποτελεί ένα αυτοτελές όλον, τον μοιράζονται από κοινού όλα τα μέλη του και τέλος παρουσιάζει ανθεκτικότητα στο χρόνο.

Ο πολιτισμός, με όλα του τα στοιχεία, σύμφωνα με τη διακήρυξη της Μανίλας (1980),⁴⁷ αποτελεί θεμελιώδη πόλο έλξης τουρισμού αλλά και κληρονομιά⁴⁸ της ανθρωπότητας, που

⁴⁶Κ. Βρύζας, *Παγκόσμια κοινωνία- Πολιτισμικές ταυτότητες*, εκδ.1997

⁴⁷ Η «Διακήρυξη της Μανίλας» είναι ένα κείμενο που υιοθετήθηκε από την παγκόσμια διάσκεψη τουρισμού που συνήλθε στη Μανίλα των Φιλιππινών από τις 21/9-10/10/1980. Το κείμενο υπέγραψαν 107 αντιπροσωπείες κρατών και 91 αντιπροσωπείες παρατηρητών.

⁴⁸ Σύμφωνα με το Ν. 1126/10/2/1981 «περί κυρώσεως της εν Παρισίοις την 23^η Νοεμβρίου 1972, υπογραφείσης Διεθνούς Συμβάσεως δια την προστασίαν της παγκοσμίου πολιτιστικής και φυσικής

επιβάλλει το σεβασμό και την προστασία του. Κατά τη Διακήρυξη του Μεξικού (1982), η έννοια του πολιτισμού διευρύνθηκε, ώστε σήμερα πολιτισμός να θεωρείται το σύνολο των διακριτικών εκφράσεων, πνευματικών ή υλικών, διανοητικών ή συναισθηματικών, που χαρακτηρίζουν μια κοινωνία ή ένα κοινωνικό σύνολο και οι οποίες περιλαμβάνουν, εκτός από τις τέχνες και τα γράμματα, τους τρόπους ζωής, τα βασικά ανθρώπινα δικαιώματα, τα συστήματα αξιών, τις παραδόσεις και τη θρησκευτική πίστη.⁴⁹

Η έννοια της «ταυτότητας» είναι διττή. Πέρα από τη σημασία της ομοιότητας ή της ισότητας ανάμεσα σε άτομα, απόψεις ή πράγματα (όταν αυτά ταυτίζονται μεταξύ τους), υποδηλώνει και το σύνολο των χαρακτηριστικών που διαφοροποιούν κάποιον ή κάτι από κάτι άλλο. Η ταυτότητα σχηματίζεται κατά την «αλληλεπίδραση» του εγώ με την κοινωνία. Η έννοια της συλλογικής ταυτότητας συνδέεται στενά με την έννοια της κουλτούρας, διότι η κουλτούρα συγκροτεί μια συλλογική ταυτότητα. Ο όρος «κουλτούρα» είναι ασαφής. Στα τέλη του 12^{ου} αιώνα εμφανίζεται με την έννοια της καλλιεργημένης γης μαζί με τη θρησκευτική λατρεία, ενώ στα μέσα του 16^{ου} αιώνα εμφανίζεται με την έννοια της καλλιέργειας του πνεύματος. Υποδηλώνει τις εκφράσεις της ζωής (ιδεολογίες, θρησκείες, τέχνες). Για τους ανθρωπολόγους η «κουλτούρα» είναι ταυτόχρονα ένα σύστημα σκέψης, αξιών και κανόνων. Η έννοια της κουλτούρας σήμερα δεν περιορίζεται στα παραπάνω αλλά υποδηλώνει ένα συγκεκριμένο τρόπο ζωής. Έτσι, ο πολιτισμός ταυτίζεται με ένα ανώτερο επίπεδο κουλτούρας. Θα μπορούσαμε να ταυτίσουμε την έννοια της κουλτούρας με τον πνευματικό τουρισμό και να θεωρήσουμε ότι αναφέρεται στα πνευματικά και ηθικά επιτεύγματα ενός λαού, δηλαδή τις τέχνες, τη λογοτεχνία, την ιδεολογία, τα ήθη και έθιμα, τη θρησκεία κ.α.

Όσον αφορά την εθνική πολιτιστική ταυτότητα, ο εθνικός πολιτισμός είναι μια από τις κύριες πηγές της πολιτιστικής ταυτότητας. Η εθνική ταυτότητα δεν υπάρχει εκ γενετής αλλά διαμορφώνεται και μεταβάλλεται. Ένα έθνος δεν είναι απλά μια πολιτική οντότητα, αλλά παράγει ένα σύστημα πολιτιστικής αναπαράστασης. Οι άνθρωποι δεν είναι μόνο πολίτες ενός έθνους, αλλά συμμετέχουν στην ιδέα του έθνους όπως αναπαρίσταται στην εθνική κουλτούρα.

1.2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς στην τουριστική βιομηχανία. Από το 1970 η ζήτηση για τον πολιτιστικό τουρισμό στην Ευρώπη έχει αυξηθεί σημαντικά, λόγω της «νέας μέσης τάξης» που δημιουργήθηκε και παρατηρήθηκαν σε αυτήν υψηλά επίπεδα εκπαίδευσης και εισοδήματος. Αυτό τη δεκαετία του 1980 και μετά, άρχισε να δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στον πολιτιστικό τουρισμό, με αποτέλεσμα την αύξηση της ειδικής λογοτεχνίας.

Ως πολιτιστικό τουρισμό μπορούμε να χαρακτηρίσουμε την μετακίνηση και την περιήγηση των ατόμων μακριά από τον συνήθη τόπο διαμονής τους, που έχει ως βασικό σκοπό την επαφή, την γνωριμία και την εκτίμηση της ιστορικής, καλλιτεχνικής και πνευματικής

κληρονομίας». Από τη 17^η Οκτωβρίου μέχρι την 21^η Νοεμβρίου 1972 συνήλθε στο Παρίσι η γενική διάσκεψη της οργάνωσης των Ηνωμένων Εθνών και υιοθέτησε σύμβαση για την εκπαίδευση, την επιστήμη και τη μόρφωση.

⁴⁹ Μ. Λογοθέτης, *Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας*, εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα- Θεσ/κη, 2001, σ.211.

κληρονομιάς, καθώς και της σύγχρονης πολιτιστικής δημιουργίας μιας εποχής, προκειμένου να καλύψουν τις πολιτιστικές τους ανάγκες.

Ο πολιτισμός αποτελεί ένα παράγοντα μεγάλης σημασίας για τον σχεδιασμό της εθνικής τουριστικής πολιτικής. Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελείται ουσιαστικά από αλληλοεξαρτώμενες δραστηριότητες και παίζει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας ακόμη και στην αποκατάσταση και ανάκαμψη ορισμένων περιοχών, ζωνών και πόλεων. Οι δύο αυτές έννοιες του πολιτισμού και του τουρισμού που αλληλοσυμπληρώνουν η μια την άλλη, δεν αποτελούν μόνο τη βάση για την άνθηση του τουρισμού στις πόλεις αλλά και το όργανο προώθησης του τουρισμού στις αγροτικές και περιφερειακές περιοχές, αφού όσοι ταξιδεύουν για τουρισμό επισκέπτονται έναν τόπο και για να γνωρίσουν τον πολιτισμό του.

Πολλές είναι οι μελέτες που καταλήγουν στο συμπέρασμα πως ο τεχνολογικός και ο πνευματικός πολιτισμός μαζί με τον τουρισμό, συνεργάζονται αρμονικά και συνδράμουν στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη σε περιφερειακές κοινότητες. Γι' αυτό και χώρες με μακραίωνα ιστορικό παρελθόν, με παράδοση και με πλούσια επιτεύγματα στον πολιτιστικό τομέα, έχουν αυξημένη τουριστική κίνηση.

Ο πολιτιστικός τουρισμός θεωρείται ως μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, η οποία συνυπάρχει με τον μαζικό τουρισμό ή με άλλες εναλλακτικές μορφές. Βασίζεται στην αναζήτηση και στη συμμετοχή σε αισθητικές, πνευματικές, συναισθηματικές και ψυχολογικές εμπειρίες και εμπεριέχει την έννοια της εκπαίδευσης ή της ευρύτερης παιδείας του επισκέπτη. Προσεγγίζεται ολιστικά αλλά με έμφαση στην επίσκεψη στοιχείων πολιτιστικής κληρονομιάς (μνημεία, αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία, κ.α.) και πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που απευθύνεται σε κοινό υψηλού μορφωτικού επιπέδου. Κύριο μέλημα της είναι η εμβάθυνση στον πολιτιστικό πλούτο του παρελθόντος και του παρόντος τόσο σε αστικές πόλεις (κυρίως ιστορικές και μεγάλες πόλεις) όσο και σε ιστορικές περιοχές της αγροτικής περιφέρειας. Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να περιλαμβάνει επίσης και την τοπική γλώσσα, τη γαστρονομία, την τεχνολογία του παρελθόντος, τα είδη ένδυσης και τις δραστηριότητες αναψυχής των παλαιότερων χρόνων.

Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να συμβάλλει ταυτόχρονα στην τοπική οικονομική αναζωογόνηση και την ευημερία, αφού συμβάλλει στη δημιουργία νέων ευκαιριών απασχόλησης, στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος από εντατική αξιοποίηση του διαθέσιμου εργατικού δυναμικού, προωθεί τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις με αυθεντικά τοπικά προϊόντα και παράλληλα ενισχύει τη μάθηση των κατοίκων, την εκτίμηση, την ευαισθητοποίηση, την υπερηφάνεια της κοινότητας και την εθνική τους ταυτότητα. Επίσης, δημιουργεί στους τουρίστες την ανάγκη για απόκτηση τοπικών προϊόντων που θα τους ωθήσουν σε έναν πιο εναλλακτικό τρόπο ζωής.

Από όλα τα παραπάνω, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως ο σωστός σχεδιασμός και διαχείριση του πολιτιστικού τουρισμού μπορεί να μας φέρει αναρίθμητες θετικές κοινωνικοοικονομικές επιπτώσεις συμβάλλοντας ταυτοχρόνως στη διατήρηση και στην προστασία των πολιτιστικών πόρων. Πρόκειται ουσιαστικά για μια εναλλακτική στρατηγική για τον τουρισμό, με οικονομικές, κοινωνικές, πολιτιστικές, εκπαιδευτικές και οικολογικές διαστάσεις που όλα μαζί στοχεύουν στη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη. Εν κατακλείδι, ο πολιτιστικός τουρισμός, είναι πιθανότερο να είναι επιτυχής όταν υπάρχει ρεαλιστική

εκτίμηση της τουριστικής αξίας των περιουσιακών στοιχείων από τις ομάδες ενδιαφερόμενων και πραγματική ανάγκη για διατήρηση βασικών πολιτιστικών αξιών.⁵⁰

Τα συστατικά στοιχεία του πολιτιστικού τουρισμού (σύμφωνα με το άρθρο Ν. 1 του νόμου 2039/1992 και το άρθρο Ν.1 του Ν. 1126/1981)

Νόμος 2039/1992 – Άρθρο 1 : Ορισμός αρχιτεκτονικής κληρονομιάς⁵¹

Στην παρούσα σύμβαση περί προστασίας της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς της Ευρώπης, η «αρχιτεκτονική κληρονομιά» θεωρείται ότι περιλαμβάνει τα ακόλουθα ακίνητα αγαθά:

1. Τα μνημεία: κάθε κατασκευή ιδιαίτερα σημαντική λόγω του ιστορικού, αρχαιολογικού, καλλιτεχνικού, επιστημονικού, κοινωνικού ή τεχνικού της ενδιαφέροντος, συμπεριλαμβανομένων των εγκαταστάσεων ή διακοσμητικών στοιχείων, που αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα τους.
2. Τα αρχιτεκτονικά σύνολα: ομοιογενή σύνολα αστικών ή αγροτικών κατασκευών, σημαντικών λόγω του ιστορικού, αρχαιολογικού, καλλιτεχνικού, επιστημονικού, κοινωνικού ή τεχνικού τους ενδιαφέροντος, συναφή μεταξύ τους ώστε να σχηματίζουν ενότητες, που να μπορούν να οριοθετηθούν τοπογραφικά.
3. Οι τόποι: σύνθετα έργα του ανθρώπου και της φύσης, εν μέρει κτισμένα, τα οποία αποτελούν εκτάσεις τόσο χαρακτηριστικές και ομοιογενείς, ώστε να μπορούν να οριοθετηθούν τοπογραφικά και τα οποία είναι σημαντικά λόγω του ιστορικού, αρχαιολογικού, καλλιτεχνικού, επιστημονικού, κοινωνικού ή τεχνικού της ενδιαφέροντος.

Νόμος 1126/1981 – Άρθρο 1 :Ορισμοί Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς⁵²

Στην παρούσα σύμβαση περί προστασίας της παγκόσμιας πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς, η «πολιτιστική κληρονομιά» θεωρείται ότι περιλαμβάνει τα ακόλουθα στοιχεία:

1. Τα μνημεία: αρχιτεκτονικά έργα, σημαντικά έργα γλυπτικής και ζωγραφικής, έργα ή κατασκευές αρχαιολογικού χαρακτήρα, επιγραφές, σπήλαια και σύνολα έργων παγκόσμιου αξίας από της απόψεως ιστορίας, της τέχνης ή της επιστήμης.
2. Τα σύνολα οικοδομημάτων: ομάδες κτιρίων μεμονωμένων ή ενοτήτων (οικισμών) τα οποία λόγω της αρχιτεκτονικής τους, της ομοιογένειας τους ή της θέσης τους, έχουν παγκόσμια αξία από της απόψεως της ιστορίας, της τέχνης ή της επιστήμης.

⁵⁰ Π. Τσάρτας, *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό*. Αθήνα 1993, εκδ. Εξάντας.

⁵¹ Η Σύμβαση περί προστασίας της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς της Ευρώπης υπογράφηκε στη Γρανάδα της Ισπανίας, στις 03/10/1985, με θεματοφύλακα το Συμβούλιο της Ευρώπης και με έναρξη ισχύος στις 12/01/1987. Η κύρωση στην Ελλάδα έγινε υπό του Ν. 2039/1992 (ΦΕΚ 61/Α/13-04-1992)

⁵² Η Διεθνής Σύμβαση για την προστασία της παγκόσμιας πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς, υπογράφηκε στο Παρίσι της Γαλλίας, στις 23/11/1972, με θεματοφύλακα την UNESCO και με έναρξη ισχύος στις 17/12/1975. Η κύρωση από την Ελλάδα έγινε υπό του Ν.1126/1981 (ΦΕΚ 32/Α/10-02-1981)

3. Τα τοπία: έργα του ανθρώπου ή συνδυασμός έργων του ανθρώπου και της φύσης, καθώς και εκτάσεις περιλαμβανομένων και των αρχαιολογικών χώρων οι οποίοι έχουν παγκόσμια αξία από απόψεως ιστορικής, αισθητικής, εθνολογικής και ανθρωπολογικής.

Συνοψίζοντας, έχοντας αναφέρει τα άρθρα των νόμων πάνω στους οποίους στηρίχθηκε ο ορισμός της πολιτιστικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, φρόνιμο είναι να προβούμε σε περαιτέρω απλούστερη και λεπτομερέστερη ανάλυση προκειμένου να αναφέρουμε τα συστατικά στοιχεία του πολιτιστικού τουρισμού.

Ο πολιτιστικός τουρισμός σύμφωνα με όλα τα παραπάνω περιλαμβάνει τα εξής:

- Τους αρχαιολογικούς χώρους και τις τοποθεσίες, τα αρχαιολογικά μνημεία- μουσεία.
- Τα λαογραφικά- εθνογραφικά στοιχεία, τα λαογραφικά μουσεία, τις ιστορικές βιβλιοθήκες, τα ήθη και τα έθιμα.
- Τις θρησκευτικές τοποθεσίες, τα μοναστήρια, τις εκκλησίες, τους προσκυνηματικούς τόπους λατρείας, τους θρησκευτικούς εορτασμούς.
- Τα ετήσια εθνικά και τοπικά φεστιβάλ, τα πανηγύρια παραδοσιακών δεδομένων.
- Τις καλλιτεχνικές εκδηλώσεις (φεστιβάλ μουσικής, χορού, θεάτρου, κινηματογράφου).
- Τα σχετιζόμενα με παραδοσιακή και μοντέρνα τέχνη (λόγου χάρη γλυπτική, ζωγραφική, μουσική, χορός, πλαστικές τέχνες κ.α.)
- Τα αρχιτεκτονικά μνημεία των επιμέρους περιοχών, όπως διασωζόμενοι παραδοσιακοί οικισμοί, κατακόμβες, πύργοι, κάστρα, φρούρια, μέγαρα, σύνολα οικοδομημάτων, όπως ομάδες κτιρίων μεμονωμένων ή ενοτήτων (οικισμών), τα οποία λόγω της αρχιτεκτονικής τους, της ομοιογένειας τους ή της θέσης τους έχουν παγκόσμια αξία από άποψη ιστορίας, τέχνης ή επιστήμης.
- Τα μνημεία διασωζόμενου φυσικού και τεχνητού κάλλους (λόγου χάρη σπήλαια, φράγματα, κτιριακά συγκροτήματα).
- Οι πινακοθήκες και τα κάθε μορφής μουσεία ανάδειξης της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Οι αθλητικές εγκαταστάσεις, οι αθλητικές συναντήσεις (Ολυμπιακοί Αγώνες κ.α.)
- Τα τοπία, είτε έργα του ανθρώπου είτε συνδυασμός έργων του ανθρώπου και της φύσης, καθώς και εκτάσεις περιλαμβανομένων και των αρχαιολογικών χώρων, οι οποίες έχουν παγκόσμια αξία από άποψη ιστορική, αισθητική, εθνολογική και ανθρωπολογική.

1.2.1. Η σημερινή πραγματικότητα στην Ελλάδα

Η Ελλάδα τις τελευταίες δεκαετίες προσφέρει ουσιαστικά το ίδιο τουριστικό προϊόν, το οποίο δεν είναι άλλο από το γνωστό « ήλιος, θάλασσα, αμμουδιά, σεξ» (Sea, Sun, sand, sex). Παρά τον υψηλό βαθμό προσέλκυσης τουριστών που άσκησε το συγκεκριμένο προϊόν, εμφανίστηκαν νέες ανταγωνίστριες χώρες οι οποίες κατάφεραν να κατακτήσουν μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής αγοράς και η σύγκρουση των οικονομικών και πολιτιστικών

συμφερόντων, προκειμένου να προωθηθεί ο τουρισμός και να δημιουργηθεί επιπλέον οικονομική αξία ήταν αναπόφευκτη με αποτέλεσμα να οδηγήσει σε ορισμένες αρνητικές επιπτώσεις για τον πολιτισμό κάποιες εκ των οποίων είναι η εξής:

- *Εμπορευματοποίηση των παραδοσιακών πολιτιστικών εκδηλώσεων*, η οποία είναι ιδιαίτερα εμφανής σε πολιτιστικές εκδηλώσεις που έχουν θρησκευτικό χαρακτήρα ή συνδέονται με ήθη και έθιμα της περιοχής. Είναι συχνό φαινόμενο, προκειμένου οι τουρίστες να διασκεδάσουν και να ψυχαγωγηθούν να αλλάζει σημαντικά το ύφος των παραδοσιακών εκδηλώσεων με αποτέλεσμα να οδηγούμαστε σε ψευδο- παραδοσιακά θεάματα ή σε ψευδο-γεγονότα και τεχνητά δημιουργήματα.⁵³
- *Υποβάθμιση ή ακόμη και εξαφάνιση της παραδοσιακής τέχνης και τεχνογνωσίας και των αισθητικών αξιών και τουριστικοποίηση της τοπικής κοινωνίας*. Η τουριστικοποίηση ξεκινάει όταν εμφανίζονται οι τουριστικές επιχειρηματικές δραστηριότητες και το σύνολο σχεδόν του τοπικού πληθυσμού αντλεί κάποιο εισόδημα από τον τομέα του τουρισμού. Όταν το σύνολο της παραγωγικής βάσης της τοπικής οικονομίας εξαρτάται από τον τουρισμό, και κυριαρχούν τουριστικές υποδομές και δραστηριότητες, οι υπόλοιποι κλάδοι φθίνουν και επέρχεται στροφή από τα παραδοσιακά ήθη, έθιμα, κοινωνικές σχέσεις με αποτέλεσμα την αστικοποίηση και τον ταχύτατο κοινωνικό μετασχηματισμό σε μια κοινωνία υπηρεσιών και καταναλωτικών προτύπων. Όταν μάλιστα ο τουρισμός περάσει στο στάδιο του μαζικού τουρισμού παρατηρείται πλέον πλήρη αλλαγή στην κοινωνικοοικονομική δομή η οποία προσαρμόζεται πλέον στα αστικά πρότυπα που απαιτεί η τουριστική ανάπτυξη και εγκαταλείπονται τελείως άλλοι κλάδοι της οικονομίας, με αποτέλεσμα να επιτυγχάνεται η τουριστικοποίηση της εκάστοτε περιοχής.
- *Δημιουργία ψευδοκουλτούρας και αλλαγές στα ήθη και στα έθιμα*. Οι αλλαγές στα ήθη και τα έθιμα γίνονται περισσότερο αντιληπτές σε περιοχές με αγροτική ή παραδοσιακή δομή καθώς και σε περιοχές με χαμηλή οικονομική ανάπτυξη πριν την έλευση του τουρισμού και μπορεί να προέρχονται και από την εμπορικοποίηση της τοπικής παράδοσης.⁵⁴ Με τη διαφοροποίηση της παραγωγικής βάσης της τοπικής οικονομίας (αύξηση επαγγελματικών δραστηριοτήτων στον τριτογενή τομέα) εμφανίζονται και οι πρώτες αλλαγές. Σε περιοχές με παραδοσιακή συντηρητική κοινωνική δομή, τα ήθη και οι αξίες καθορίζουν τους κανόνες συμπεριφοράς, τις κοινωνικές σχέσεις και γενικότερα τον τρόπο ζωής. Αντιθέτως, όταν αναπτύσσεται ο τουρισμός, οι κοινωνικές σχέσεις γίνονται πιο επαγγελματικές και απρόσωπες, επιβάλλονται νέες αξίες εξαιτίας της συχνής και άμεσης επαφής με σύγχρονα καταναλωτικά και κοινωνικά πρότυπα.

Παρά τις αρνητικές επιπτώσεις που αναφέραμε ότι επιφέρει ο πολιτιστικός τουρισμός, μέσα από καλή τουριστική οργάνωση και σεβασμό στο φυσικό και ανθρώπινο περιβάλλον, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να επηρεάσει θετικά τις επαφές ανάμεσα στον εγχώριο πληθυσμό και στους επισκέπτες. Πιο συγκεκριμένα:

⁵³ Π. Τσάρτας, *Κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού σε μικρά αστικά κέντρα με τουριστική ανάπτυξη: εξαρτήσεις, διαπλοκές, προοπτικές*. Εκδ. Τόπος, Αθήνα 1998, σ.109-123.

⁵⁴ Π. Τσάρτας, *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό*. Αθήνα 1993, εκδ. Εξάντας.

- Ο πολιτιστικός τουρισμός δημιουργεί ευκαιρίες για απασχόληση και αύξηση του εισοδήματος. Ειδικά για περιοχές με παραδοσιακές δραστηριότητες που παρουσιάζουν ύφεση, αποτελεί ένα πρότυπο προώθησης και ανάπτυξης.
- Μέσα από σωστό τουριστικό μάρκετινγκ, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να συνδράμει στη διατήρηση περιοχών με μοναδικό φυσικό κάλος, αισθητική και πολιτιστική αξία.
- Με την προώθηση της ιδέας του σεβασμού στις τοπικές ιδιομορφίες, στην παραδοσιακή κληρονομιά και στο περιβάλλον, ο τουρισμός μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως καταλυτικό μέσο «αναζωογόνησης» αστικών περιοχών.
- Μπορεί να συμβάλει στην ανανέωση της κοινωνικής και πολιτιστικής ζωής του ντόπιου πληθυσμού, ενισχύοντας την τοπική κοινότητα, προσελκύοντας νέους ανθρώπους στον τόπο και ευνοώντας τις τοπικές δραστηριότητες.
- Ευνοεί στην επαφή των τουριστών με τον ντόπιο πληθυσμό και στην ανταλλαγή ιδεών, πολιτισμικών συνηθειών και αντιλήψεων.

Έτσι σήμερα πλέον, χρίζει προστασίας και διατήρησης η πολιτιστική κληρονομιά των τουριστικών προορισμών και κάθε τόπου η οποία θα επιτευχθεί με ύπαρξη καλής τουριστικής οργάνωσης και σεβασμό στο φυσικό και ανθρώπινο περιβάλλον και θα επιτύχει να επηρεάσει θετικά τις επαφές ανάμεσα στο εγχώριο πληθυσμό και στους επισκέπτες. Προκειμένου να καταφέρουμε ως Έθνος κάτι τέτοιο, θα πρέπει να διαφοροποιήσουμε το τουριστικό μας προϊόν, ώστε αυτό να μπορεί να σταθεί ισάξιο άλλων ανταγωνιστικών και να ανταποκριθεί επάξια στην εξειδικευμένη σύγχρονη τουριστική ζήτηση της αγοράς.

Δημιουργώντας νέα τουριστικά πακέτα που διατηρούν και αναδεικνύουν την πολιτιστική μας κληρονομιά, αξιοποιούν τον υφιστάμενο ξενοδοχειακό μας δυναμικό και τις ειδικές τουριστικές υποδομές που προσφέρουμε, και ύστερα από μια εντατική προσπάθεια βελτίωσης των προσφερόμενων υπηρεσιών θα δώσουμε την ευκαιρία στη χώρα μας να επιτύχει τα εξής:

- Να γίνει πιο ανταγωνιστική, έχοντας στρέψει την προσοχή των τουριστών σε ένα τουριστικό προϊόν ποιοτικό ανανεωμένο μα πάνω απ' όλα διαχρονικό και με τη δική του μοναδική αναλλοίωτη προσωπικότητα
- Να επανενταχθεί δυναμικά στη διεθνή τουριστική αγορά
- Να μειώσει την εποχικότητα του τουρισμού
- Να αυξήσει την απασχόληση στον κλάδο
- Να βελτιώσει τη βιωσιμότητα των τουριστικών επενδύσεων.

1.2.2. Προτάσεις για βελτίωση και ανάπτυξη του πολιτιστικού – πνευματικού τουρισμού στην Ελλάδα

Δεν αρκεί μόνο να σχεδιάσουμε ένα νέο πολιτιστικό τουριστικό πακέτο το οποίο θα καλύπτει τις ειδικές ανάγκες των δυνητικών τουριστών, αλλά θα πρέπει να ακολουθήσουμε και την κατάλληλη στρατηγική προκειμένου να αναδείξουμε τη χώρα μας ως πολιτιστικό πόλο έλξης και να προσελκύσουμε νέους τουρίστες.

Προτεινόμενες δράσεις και στρατηγικές για ανάδειξη και ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού θα αναφέρουμε ευθείς αμέσως:

- Διαφύλαξη και προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς των μνημείων και των κειμηλίων.
- Πολιτιστικές εκδηλώσεις και εκδηλώσεις ανάδειξης και διατήρησης της τοπικής κληρονομιάς. Ανάλογα με την περιοχή παρέμβασης, η δράση αφορά στην ενίσχυση τοπικών εκδηλώσεων όπως εκθέσεις, πανηγύρια, διαγωνισμούς, θεατρικές και μουσικές εκδηλώσεις καθώς και στη δικτύωση των πολιτιστικών συλλόγων με σκοπό τη διατήρηση και προβολή των αξιόλογων στοιχείων της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής.
- Χαρτογράφηση και σήμανση αξιοθέατων, μνημείων, μονοπατιών και χρηματοδότηση τοπικών εκδηλώσεων όπως εκθέσεις, πανηγύρια, διαγωνισμοί, θεατρικές και μουσικές εκδηλώσεις.
- Ενέργειες για ίδρυση ή βελτίωση και αναβάθμιση κέντρων πολιτιστικών και λοιπών δραστηριοτήτων, ενίσχυση ενεργειών προβολής- προώθησης και δαπάνες υπηρεσιών υποστήριξης με στόχο την καλύτερη λειτουργία των κέντρων πολιτιστικών και λοιπών δραστηριοτήτων.
- Ενίσχυση για ίδρυση και επέκταση μουσείων που σχετίζονται με την ιστορία και την παράδοση της περιοχής παρέμβασης για την προστασία και αξιοποίηση λαογραφικού υλικού, ανάδειξη και αξιοποίηση τοπικών πολιτιστικών πόρων για τη διατήρηση, προστασία και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και παράδοσης της υπαίθρου. Πιο συγκεκριμένα, φρόνιμες είναι οι ενέργειες για ίδρυση ή βελτίωση και αναβάθμιση μουσείων, κέντρων ή χώρων έκθεσης αντικειμένων της αλιευτικής, τοπικής αγροτικής, πολιτιστικής, ιστορικής ή λαογραφικής κληρονομιάς κάθε περιοχής.(παραδοσιακές ενδυμασίες, κεντήματα, υφαντά, γεωργικά εργαλεία, παραδοσιακά μουσικά όργανα. Γραπτά ιστορικά ή πολιτιστικά ντοκουμέντα, θρησκευτικά κειμήλια, εργαλεία και αντικείμενα που χρησιμοποιούνταν σε αγροτικές εργασίες, ομοιώματα της πανίδας και της χλωρίδας, όργανα μέτρησης κ.α.)
- Αξιοποίηση παραδοσιακών τεχνικών και χώρων (πατητήρια, κελάρια, επισκέψιμα οινοποιία) όπως και αναπαλαίωση χώρων και μετατροπή τους σε επισκέψιμους χώρους. (αλευρόμυλοι, παραδοσιακά ελαιοτριβεία κ.α.)
- Ενίσχυση εκδηλώσεων που διοργανώνονται στα πλαίσια προβολής του οικολογικού-πολιτιστικού δικτύου και εκδηλώσεων που προωθούν και προβάλλουν την τοπική ιστορία και παράδοση, τα τοπικά προϊόντα και τη γαστρονομία.
- Μέριμνα για να γίνει εφικτός ο παράλληλος σεβασμός του φυσικού περιβάλλοντος, των μνημείων και των πνευματικών αξιών της πολιτιστικής μας κληρονομιάς.
- Διαπαιδαγώγηση του γηγενούς πληθυσμού και των επισκεπτών στο τρίπτυχο της πολιτιστικής κληρονομιάς: περιβάλλον, μνημεία, πνευματικότητα.
- Δημιουργία σύγχρονων μέσων πληροφόρησης και εκπαιδευτικών συστημάτων για τη διδασκαλία, ενημέρωση και προβολή σημαντικών θεμάτων της πολιτιστικής κληρονομιάς.⁵⁵
- Παρουσίαση και γνωριμία της ορθοδοξίας και του εορταστικού της κύκλου.

⁵⁵ Μ.Γ. Βενετσανοπούλου, *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό- εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. Interbooks, 2006, σ.140.

- Οργάνωση τμημάτων για αλλοδαπούς μαθητές στις διακοπές,, όπου θα συνδυάζεται η επίσκεψη των μνημείων και η διδασκαλία της ιστορίας. (λόγω χάρη μινωικός πολιτισμός, Βυζάντιο και ορθοδοξία κ.α.)
- Διοργάνωση επιμορφωτικών προγραμμάτων λόγω χάρη επαφές με πανεπιστήμια, σεμινάρια, οργάνωση δικτύων και πολιτιστικών ανταλλαγών επιστημόνων, πρόσκληση αρχαιολόγων για ανασκαφές κ.α., με τη μορφή θεματικών κύκλων σχετικών με διάφορες ιστορικές περιοχές όπως η Αττική, η Πελοπόννησος ή η Κρήτη.

1.3. ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.3.1. Πως ορίζεται ο μορφωτικός τουρισμός

Ο μορφωτικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού, στην οποία τα άτομα έχουν σαν κύριο σκοπό την εκπαίδευση και τη παρακολούθηση πολιτιστικών ή μορφωτικών εκδηλώσεων. Συγκεκριμένα, αυτό το είδος τουρισμού το οποίο εμφανίζει ανοδικές τάσεις διεθνώς, περιλαμβάνει μεταξύ άλλων επισκέψεις ιστορικών μνημείων, αρχαιολογικών χώρων, μουσείων, πινακοθηκών, παρακολούθησεις συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων, όπερας, καθώς επίσης και συμμετοχές σε πολιτιστικές εκδηλώσεις ή σεμινάρια γλωσσολογίας, φιλοσοφίας, ψυχολογίας, κοινωνιολογίας, ανθρωπολογίας κ.α. Για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού απαιτείται όχι μόνο βασική τουριστική υποδομή αλλά και ειδική υποδομή όπως προγράμματα με πλούσιες πολιτιστικές, μορφωτικές και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις. Σε αυτή την κατηγορία τουρισμού, περιλαμβάνονται κυρίως σπουδαστές που μεταβαίνουν σε διάφορες χώρες με σκοπό να φοιτήσουν σε πανεπιστήμια ή άλλες σχολές προκειμένου να παρακολουθήσουν σεμινάρια επιμόρφωσης ή εξειδίκευσης και μεταπτυχιακά ή διδακτορικά προγράμματα.

Ο μορφωτικός τουρισμός είναι ιδιαίτερα διαδεδομένος σε ευρωπαϊκές χώρες και κυρίως στη Γαλλία και στην Αυστρία, που διαθέτουν τέτοιου είδους δημοφιλή σχολεία. Η Ευρωπαϊκή Ένωση ευνοεί πρωτοβουλίες όπως «πράσινες τάξεις» ή «τάξεις κοντά στη θάλασσα» με σκοπό να συνδυαστούν το ταξίδι, η γνωριμία με την περιοχή και η επαφή με φύση, με τη διδασκαλία των μαθητών, από τις πρώτες κιόλας τάξεις του δημοτικού ως τις τελευταίες τάξεις του Λυκείου.

Πολλά τουριστικά μέρη τα οποία έχουν αναπτύξει αυτή τη μορφή τουρισμού συνδυάζουν την πολιτιστική παράδοση και τα αξιοθέατα με παράλληλες εκπαιδευτικές δραστηριότητες (εκμάθηση γλώσσας, σεμινάρια οικονομικού και επιχειρηματικού ενδιαφέροντος κτ.λ.).

Η προσέλκυση του μαθητικού και του φοιτητικού τουριστικού κοινού επιτυγχάνεται με την προσφορά συγκεκριμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων τα οποία συνήθως στηρίζονται στην ανταλλαγή μαθητών και φοιτητών και προωθούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Είναι γνωστή επίσης και η οργάνωση ομαδικών εκδρομών εκπαιδευτικού χαρακτήρα, από σπουδαστές σε διάφορες χώρες, με σκοπό τον ομαλό συνδυασμό της απόκτησης γνώσεων με την ψυχική ανάταση.

Έτσι οι τουρίστες έχουν την δυνατότητα να συνδυάσουν την εκπαίδευση με ψυχαγωγικές και λοιπές μορφωτικές δραστηριότητες (επισκέψεις ιστορικών μνημείων και αρχαιολογικών χώρων, θεατρικές παραστάσεις κ.τ.λ.). Όπως είναι λογικό οι ειδικές ανάγκες αυτής της μορφής τουρισμού είναι ιδιαίτερα αυξημένες και συνδυάζουν την κλασική τουριστική υποδομή (ξενοδοχεία, εστιατόρια κ.τ.λ.) και ειδική πολιτιστική υποδομή (πολιτιστικές και μορφωτικές εκδηλώσεις, βιβλιοθήκες, εκπαιδευτικό προσωπικό, εκπαιδευτικά ιδρύματα κ.α.).

Τα τελευταία χρόνια έχουν κάνει την εμφάνιση τους και οι κρουαζιέρες με ειδικά πλοία, στις οποίες μπορούν να λάβουν μέρος ολόκληρες τάξεις, με σκοπό την υλοποίηση εκπαιδευτικής εκδρομής στην οποία θα συνδυαστεί το μάθημα και η επαφή με άγνωστα μέρη και τρόπους ζωής.⁵⁶

Μέσω της αποτελεσματικής ανάπτυξης και προώθησης του εκπαιδευτικού- μορφωτικού τουρισμού, κάθε χώρα όπως και πιο συγκεκριμένα η Ελλάδα, επιτυγχάνει να επιτύχει τα εξής παρακάτω:

- Θα καταφέρει να λειτουργεί ως εργαλείο διατήρησης του ελληνικού πολιτισμού και της κουλτούρας.
- Θα προβάλλει μια θετική εικόνα προς το εξωτερικό
- Θα προσελκύσει τουρισμό όλες τις περιόδους του χρόνου, παρατείνοντας έτσι την τουριστική περίοδο, αφού θα λειτουργεί κυρίως τους μήνες της άνοιξης, του φθινοπώρου και στις αρχές του καλοκαιριού, δηλαδή σε περιόδους εκτός τουριστικής αιχμής.

1.3.2. Η σημερινή πραγματικότητα στην Ελλάδα

Η Ελλάδα, δεν κατάφερε ως έχει καταφέρει ως τώρα με μεγάλη επιτυχία να αξιοποιήσει επαρκώς και να συνδυάσει την ανάπτυξη του εκπαιδευτικού τουρισμού με τον πολιτιστικό, τον περιβαλλοντικό και τον αθλητικό, παρά το συγκριτικό πλεονέκτημα που ως χώρα λόγω κλιματολογικών και πολιτιστικών συνθηκών.

Η έρευνα αγοράς έχει δείξει πως υπάρχει σημαντική ζήτηση και εκδήλωση ενδιαφέροντος από Ευρωπαϊκές χώρες για τις παρακάτω δύο δραστηριότητες:

Πρωτίστως, τα αμερικάνικα πανεπιστήμια και κολέγια δείχνουν ενδιαφέρον για τον εκπαιδευτικό τουρισμό στην Ελλάδα, και ειδικά για μαθήματα ελληνικής φιλοσοφίας, ιστορίας, αρχαιολογίας, λογοτεχνίας και αρχιτεκτονικής. Δεύτερο σε σειρά μίγμα δραστηριοτήτων που σημειώνουν αυξημένο ενδιαφέρον είναι η Ελληνική μαγειρική, οι τοπικές τέχνες και τα εργόχειρα καθώς και η παρακολούθηση αρχαίου Ελληνικού Θεάτρου και η διεξαγωγή επιστημονικών ερευνών σε αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία.

Ο Οργανισμός Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς, σύμφωνα με το Π.Δ. 274/1989, ΦΕΚ 130/22/6/1989 και το άρθρο 5 αυτού,⁵⁷ προβλέπει ειδικό τμήμα εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Το συγκεκριμένο τμήμα σε συνεργασία με τον ΕΟΤ, σχεδιάζει και προωθεί

⁵⁶ Ν. Κουτρομπής, *Τουρισμός, Γενικές Αρχές, Οργάνωση, Νομοθεσία*, Αθήνα, 1980, σ.26.

⁵⁷ Το άρθρο 5 του Π.Δ. 272/1989 αναφέρεται στη Διεύθυνση Κοινωνικής Συμμετοχής που ασχολείται με θέματα Παιδείας και Κοινωνικής Συμμετοχής των νέων, καθώς και με θέματα Κοινωνικής Πολιτικής και Αγωγής, Ελεύθερου χρόνου και Πολιτιστικών δραστηριοτήτων.

εκπαιδευτικά προγράμματα διακοπών, κατασκηνώσεων εκδρομών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού για νέους ηλικίας 18-30, που κατοικούν μόνιμα στην Ελλάδα, και τα οποία είναι σχεδιασμένα και προσαρμοσμένα στις ειδικές ανάγκες και δυνατότητες που υπάρχουν.

Ενδεικτικά αναφέρουμε, το πρόγραμμα «Γνωρίζω τη χώρα μου» το οποίο έχει δημιουργηθεί από τη Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς σε συνεργασία με την Ελληνική Ομοσπονδία Ορειβασίας – Αναρρίχησης, και δίνει την ευκαιρία σε νέους, ηλικίας 18-30 ετών, να έρθουν σε επαφή με την φύση της πατρίδας μας, μέσα από χειμερινά τριήμερα που διοργανώνονται. Ακόμη, σε συνεργασία με ιστιοπλοϊκούς και ναυτικούς ομίλους της Ελλάδος, διοργανώνει τριήμερα ιστιοπλοΐας, με σκοπό να γνωρίσουν οι νέοι τις ελληνικές θάλασσες, να ανακαλύψουν εναλλακτικούς τρόπους διακοπών και να εκπαιδευτούν σε αθλητικές-ναυτικές δραστηριότητες. Εξίσου σπουδαίο είναι και το πρόγραμμα «Γνωρίζω την Ευρώπη» μέσω του οποίου 300 αριστούχοι μαθητές της Β' τάξης του Λυκείου και 30 συνοδοί- καθηγητές, ετησίως, έχουν τη δυνατότητα να ταξιδεύσουν σε κάποια χώρα της Ευρώπης προκειμένου να ενισχύσουν την προσωπικότητα τους και την μάθηση τους μέσω της γνωριμίας και της εξοικείωσης τους με τον ευρωπαϊκό πολιτισμό και τη σύγχρονη ευρωπαϊκή πραγματικότητα.

1.4. ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η πληθώρα των γιορτών σε συνδυασμό με το πανανθρώπινο θρησκευτικό συναίσθημα και της ανάγκης εκδήλωσής του, αποτελούν το κίνητρο μετακίνησης πολλών ανθρώπων για θρησκευτικούς λόγους. Αυτή η μετακίνηση θεωρείται βασίμια τουριστική, αφού συχνά συγκεντρώνει όλα τα χαρακτηριστικά ενός τουριστικού ταξιδιού. Ορθά λοιπόν οι μετακινούμενοι θρησκευόμενοι, θεωρούνται τουρίστες της εναλλακτικής μορφής τουρισμού, που ονομάζεται θρησκευτικός τουρισμός.⁵⁸

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι γνωστός από τα πανάρχαια χρόνια με μετακινήσεις που γίνονταν για επίσκεψη σε ιερούς χώρους ή για συμμετοχή σε διάφορες θρησκευτικές εκδηλώσεις. Ακόμη και στη σημερινή εποχή, υπάρχει μεγάλη ζήτηση αυτής της τουριστικής μορφής, αφού σε κάθε θρησκεία υπάρχουν ιεροί χώροι και γίνονται ποικίλες θρησκευτικές εκδηλώσεις. Όμως σήμερα, το κίνητρο δεν είναι αμιγώς θρησκευτικό, αλλά συνδυάζεται και με άλλες μορφές τουρισμού.

Οι τουρίστες του θρησκευτικού τουρισμού παρουσιάζουν μεγάλη ηλικιακή, κοινωνική, οικονομική και επαγγελματική διασπορά. Ανήκουν σε όλες τις ηλικίες, σε όλες τις κοινωνικές και οικονομικές τάξεις και σε όλα τα επαγγέλματα.

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που δεν έχει εποχή. Πραγματοποιείται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, ακολουθεί το θρησκευτικό εορτολόγιο και δεν μπορεί ο τουρίστας να επιλέξει τους προορισμούς, αφού αυτοί είναι οι τόποι που πραγματοποιούνται οι θρησκευτικές τελετές.⁵⁹

⁵⁸ Καραγιάννης Σ., Έξαρχος Γ., «Αγροτουρισμός, μοχλός για την ανάπτυξη της υπαίθρου», Εκδόσεις Κ.Τ.Ε.Κρήτης, 2004, σελ.301

⁵⁹ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ.305.

Σύμφωνα με τον ΕΟΤ είναι ένα είδος τουρισμού που αφορά μια κατηγορία ατόμων που επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους που περιλαμβάνουν εκκλησίες, μοναστήρια, πανηγύρεις είτε στη χώρα της διαμονής τους ή σε κάποια άλλη για λόγους λατρείας ή για να πάρουν μέρος σε θρησκευτικές εκδηλώσεις και που στη χώρα μας βρίσκεται ακόμα σε αρχικό στάδιο ανάπτυξης.

Τα μνημεία της ελληνικής ορθοδοξίας είναι αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής κληρονομιάς και αποτελούν αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών. Οι βυζαντινές και οι μεταβυζαντινές εκκλησίες με την αξιόλογη εικονογράφησή τους, τα ψηφιδωτά, τις τοιχογραφίες και τις σπάνιες εικόνες τους, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί, τα ξωκλήσια και τα προσκυνήματα της υπαίθρου, τα μοναστήρια τα μετόχια και οι σκήτες, η μοναδική μοναστική πολιτεία του Αγίου Όρους και τα μοναστήρια των Μετεώρων (Θεσσαλία), μαρτυρούν την επίμονη προσήλωση στις παραδόσεις και τη στενή και μακραίωνη διασύνδεση της τέχνης με τη θρησκευτική λατρεία.

Σε πολλές περιοχές της χώρας, ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να συναντήσει, επίσης, κτίσματα και μνημεία λατρείας διαφορετικών δογμάτων και θρησκειών, που συνυπάρχουν σε ένα διαρκή διάλογο, αναδεικνύοντας το σπάνιο ιστορικό και πολιτισμικό παλίμψηστο του ελληνικού χώρου. Η Ελλάδα είναι ίσως μια από τις λίγες χώρες στον κόσμο που μπορεί να αναπτύξει τη μορφή αυτή του τουρισμού, καθώς τα ελληνικά μοναστήρια αποτελούν θαυμάσια τεκμήρια τέχνης και τεχνικής, χτισμένα από το 10^ο αιώνα συνδυάζουν την ελληνική ορθόδοξη παράδοση με την εξέλιξη της αρχιτεκτονικής και της ζωγραφικής στον ελληνικό χώρο. Ο ορθόδοξος μοναχισμός έχει προσφέρει σε κάθε γωνιά του τόπου μας θαυμάσια μνημεία, προσαρμοσμένα απόλυτα στη γεωγραφική θέση, το ανάγλυφο του εδάφους και το φυσικό τοπίο.

Η μορφή αυτού του τουρισμού είναι περιορισμένης διάρκειας συνήθως από μία έως τρεις ημέρες. Επίσης τα τουριστικά πακέτα για θρησκευτικό τουρισμό είναι σχετικά φτηνότερα από άλλων μορφών τουρισμού. Τα οικονομικά οφέλη για τους θρησκευτικούς τόπους είναι σημαντικά.⁶⁰ Επιπροσθέτως, ο θρησκευτικός τουρισμός είναι και θα πρέπει να είναι προσιτός διότι δεν είναι τουρισμός πολυτελείας, δεν απαιτεί την ανάπτυξη ιδιαίτερης υποδομής και απευθύνεται σε όλα τα κοινωνικά στρώματα, ενώ τα οικονομικά οφέλη για τους θρησκευτικούς τόπους και κατ' επέκταση για τις οικονομίες των χωρών στις οποίες βρίσκονται αυτοί είναι σχετικά σημαντικά.

1.4.1. Τρόποι προώθησης θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Προκειμένου να εκμεταλλευτεί ο πλούτος των μνημείων της Ελληνικής Ορθοδοξίας που διαθέτει η χώρα μας και να προωθηθεί ο θρησκευτικός τουρισμός, θα πρέπει η κάθε εκκλησία να διοργανώνει ανά τακτά χρονικά διαστήματα, θρησκευτικές εκδηλώσεις που να πλαισιώνονται από ένα πολιτιστικό πρόγραμμα το οποίο θα διαμηνύει στον επισκέπτη-προσκυνητή, τους δεσμούς της θρησκείας με την τέχνη λ.χ. την αρχιτεκτονική, τη ζωγραφική, τη γλυπτική, τη μουσική κ.α.

⁶⁰ <http://www.gnto.gr>

Θα πρέπει επίσης να γίνουν προσπάθειες διεξαγωγής διάφορων σταθερών εκδηλώσεων, οργανωμένων ξεναγήσεων, εορταστικών εκδηλώσεων, φεστιβάλ με θρησκευτικές αναφορές, συνέδρια με θρησκευτικό περιεχόμενο κ.α. ώστε να προβληθούν οι παραγωγικές δραστηριότητες της καθημερινής ζωής που είναι άμεσα συνδεδεμένες με τους ναούς, τα μοναστήρια και το περιβάλλον. Σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη τέτοιων δραστηριοτήτων είναι η προστασία και η προβολή των θρησκευτικών μνημείων και του ευρύτερου περιβάλλοντα χώρου τους.

Τέλος, κρίνεται σκόπιμη η εκπόνηση μελετών προκειμένου να γίνει η κατάλληλη σύνδεση των μνημείων με το πολιτιστικό και φυσικό περιβάλλον της κάθε περιοχής και η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού, μέσω σωστής πληροφόρησης, τόσο σε τοπικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο περιφέρειας, μέσω δημιουργίας μιας βάσης δεδομένων που αφορούν θρησκευτικά μνημεία, στα οποία ο κάθε ενδιαφερόμενος θα μπορεί να έχει πρόσβαση μέσω διαφόρων τεχνολογικών επιτευγμάτων.

II. ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ

2.1. ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1.1. Πως ορίζεται ο Χειμερινός Τουρισμός

Θα πρέπει καταρχήν να διευκρινίσουμε πως ο χειμερινός τουρισμός δεν είναι μορφή τουρισμού υπό την έννοια της ανεξαρτησίας και των χαρακτηριστικών. Αποτελεί απλά μια κατηγορίας μορφών τουρισμού, που έχει χαρακτηριστικό ότι αναπτύσσεται κατά τη διάρκεια του χειμώνα, όταν δηλαδή στον τουριστικό προορισμό επικρατεί χειμώνας.⁶¹ Ο χειμερινός τουρισμός γνώρισε πρωτοφανή άνθιση σε παγκόσμια κλίμακα τις τελευταίες δεκαετίες, και η μορφή του είναι συνυφασμένη με τα χειμερινά σπορ, τα χιονοδρομικά κέντρα και γενικότερα με το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που διεξάγονται κατά διάρκεια του χειμώνα.

Περιλαμβάνει όμως και την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού όπως είναι ο ορεινός τουρισμός, (διακοπές σε ορεινά θέρετρα), ο χιονοδρομικός (όπου η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι οι χιονοδρομίες), ο τουρισμός χειμερινών αθλημάτων (η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι η ενασχόληση τους με τα χειμερινά αθλήματα), ο ορειβατικός, ο τουρισμός περιπέτειας, ο τουρισμός παραχείμασης, που αφορούν το σύνολο των δραστηριοτήτων που εκδηλώνονται σε ορεινές περιοχές και μπορούν να διεξαχθούν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Προκειμένου να αναπτυχθούν οι παραπάνω μορφές χειμερινού τουρισμού, θα πρέπει να συνδυαστούν με έργα τουριστικής υποδομής και αξιοποίησης των ορεινών περιοχών, ώστε να αποτελέσουν πόλο έλξης τουριστών.

⁶¹ Ι.Τ.Ξ.Ε (Ινστιτούτο Τουριστικών Ξενοδοχειακών Ερευνών), *Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού, Α' & Β' τεύχος*, Σεπτέμβριος 2005.

Ο χειμώνας αρχίζει ημερολογιακά την 21^η Δεκεμβρίου και τελειώνει την 21^η Μαρτίου για το Βόριο Ημισφαίριο, όπως για παράδειγμα τις βορειοδυτικές χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής, με αποτέλεσμα να ευνοείται η ιδιαίτερη ανάπτυξη των χειμερινών – ορεινών διακοπών.. Από τουριστικής απόψεως όμως, η χειμερινή περίοδος διαρκεί από τις αρχές Νοεμβρίου, μέχρι τις αρχές Απριλίου. Ο χειμερινός τουρισμός ξεκίνησε από τις Σκανδιναβικές χώρες και στις αρχές του 20^{ου} αιώνα άρχισε να εξαπλώνεται σταδιακά σε χώρες που διαθέτουν τις κατάλληλες κλιματολογικές συνθήκες και την οικονομική δυνατότητα ώστε να υποστηρίξουν την εφαρμογή. Το κύριο χαρακτηριστικό πάνω στο οποίο στηρίχθηκε η ανάπτυξη του χιονοδρομικού, παγοδρομικού και του τουρισμού χειμερινών αθλημάτων, είναι η ύπαρξη ικανοποιητικής ποσότητας πάγου και χιονιού.

Η ενασχόληση του ανθρώπου με το χιόνι επιβλήθηκε από την ίδια τη φύση, η οποία ανάγκασε τους κατοίκους των χιονοσκεπών περιοχών και κυρίως των Βόρειων χωρών, να κινούνται με διάφορα μέσα πάνω σ' αυτό, για να αντιμετωπίσουν τις καθημερινές τους ανάγκες. Με την πάροδο του χρόνου και στην προσπάθεια να γίνει ταχύτερη η μετακίνησή τους, διαμορφώθηκε το άθλημα των χιονοδρομιών, το οποίο διαδόθηκε και στους κατοίκους άλλων χωρών που διέθεταν χιονοσκεπείς περιοχές. Η μετέπειτα ανάπτυξη των χιονοδρομιών υπήρξε θεαματική. Αναπτύχθηκαν πολλά επί μέρους χιονοπαγοδρομικά αθλήματα και το 1921 καθιερώθηκαν οι χειμερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες, ενώ παράλληλα αναπτύχθηκαν οι διάφορες μορφές χειμερινού τουρισμού.⁶²

Το μέγεθος της αγοράς του χιονοδρομικού τουρισμού διαφέρει από χώρα σε χώρα. Σε χώρες της Βόρειας Ευρώπης και Βόρειας Αμερικής, στις οποίες μεγάλες περιοχές είναι χιονοσκεπείς κατά τη μεγαλύτερη διάρκεια του χρόνου, υπάρχει μακράιωνα παράδοση χιονοδρομιών και οι κάτοικοί τους είναι εξοικειωμένοι με το αντίστοιχο άθλημα. Οι κάτοικοι των αστικών κέντρων αυτών των περιοχών, κάνουν συχνά μικρές ή μεγάλες εκδρομές για να βρεθούν στα χιονοδρομικά κέντρα. Συνήθως αφιερώνουν τα Σαββατοκύριακα τους, αλλά και πολλοί από αυτούς αφιερώνουν μέρος από τις κύριες ή τις δευτερεύουσες διακοπές τους για να κάνουν χιονοδρομίες. Στις χώρες της Εύκρατης ζώνης η περίοδος του χιονοδρομικού τουρισμού, περιορίζεται συνήθως στους τρεις χειμερινούς μήνες (Θεκέμβριος, Ιανουάριος, Φεβρουάριος) και ο αριθμός των χιονοδρομιών είναι πολύ χαμηλός. Στη χώρα μας για παράδειγμα υπάρχουν 60.000 χιονοδρόμοι περίπου, αν και οι επισκέπτες των χιονοδρομικών κέντρων είναι περισσότεροι. Όσον αφορά τους τουρίστες του χιονοδρομικού τουρισμού είναι άνθρωποι νεαρής ή μέσης ηλικίας, κυρίως από εύρωστες οικονομικές τάξεις, που ξοδεύουν τρεις φορές περισσότερα από όσα ξοδεύει ένας μέσος τουρίστας του μαζικού τουρισμού, και όσοι μάλιστα από αυτούς κάνουν χιονοδρομίες ξοδεύουν πολύ περισσότερα, αφού στα έξοδα τους προστίθενται έξοδα μεταβίβασης στους τόπους τουρισμού, τα έξοδα ύπνου, διατροφής, διασκέδασης, ψυχαγωγίας κ.α.

Έχει υπολογιστεί ότι από τους επισκέπτες ενός χιονοδρομικού κέντρου, μόνο το 1/3 επιδίδεται στις χιονοδρομίες, ενώ τα 2/3 ή αγοράζουν τα υπόλοιπα προϊόντα- εξοπλισμό εκτός των χιονοδρομικών ή απλώς το επισκέπτονται.⁶³ Συνήθως, οι τουρίστες του χιονοδρομικού τουρισμού κάνουν και θερινές διακοπές, μια ή δυο φορές το χρόνο και ανήκουν στην κατηγορία των δύσκολων και απαιτητικών τουριστών. Στην Ελλάδα λειτουργούν 21 χιονοδρομικά κέντρα, που κατά τη διάρκεια της χιονοδρομικής περιόδου

⁶² Παυλόπουλος Π., *Ο Χειμερινός τουρισμός στην Ελλάδα*, Ι.Τ.Ε.Π.(Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών & Προβλέψεων), 2001

⁶³ Μ. Σφακιανάκης., *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Εκδ. Έλλην, 2000, σελ.219.

συγκεντρώνουν ικανοποιητικό αριθμό επισκεπτών. Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα κέντρα αυτά, συνίστανται στα πλαίσια της υποδοχής που σχετίζεται είτε με την προσβασιμότητα, είτε με το μηχανολογικό εξοπλισμό καθώς και με το διαθέσιμο εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό.⁶⁴

Παρόλα αυτά κατόρθωσαν να περιορίσουν ένα μεγάλο αριθμό Ελλήνων που ταξίδευε στο εξωτερικό προς αναζήτηση χιονοδρομικών κέντρων, για να ικανοποιήσουν το χόμπι τους, με αποτέλεσμα τον περιορισμό της εκροής πολύτιμου συναλλάγματος. Πάντως σε σχέση με την οργάνωση των ξένων χιονοδρομικών κέντρων, είμαστε σαν χώρα πολύ πίσω και ίσως αυτός είναι και ο λόγος, της μη ικανοποιητικής προβολής της μορφής αυτής για προσέλκυση ξένων τουριστών.

2.1.2. Πως Αναπτύσσεται ο Χειμερινός Τουρισμός

Ο Χειμερινός τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων που γίνονται κατά την διάρκεια της χειμερινής περιόδου, δηλαδή κατά το διάστημα των μηνών Νοεμβρίου – Μαρτίου. Συγκεκριμένα καλύπτει τις δραστηριότητες εκείνες, που εκδηλώνονται σε ορεινές κυρίως περιοχές, κάτω πάντα από ορισμένες κλιματολογικές συνθήκες, όπως για παράδειγμα χαμηλές θερμοκρασίες που πλησιάζουν τους 0 κελσίου και συνήθως τους ξεπερνούν. Το κρύο κλίμα της εποχής και οι χαμηλές θερμοκρασίες είναι ιδανικές για την διεξαγωγή αθλημάτων που ενδείκνυται για τους μήνες αυτούς και απαιτούν χιόνι, ή ακόμα και την ύπαρξη πάγου. Τέτοιες δραστηριότητες είναι για παράδειγμα η χιονοδρομία και η ελκηθροδρομία.

Άλλωστε η Ελλάδα ως μια κατ' εξοχήν ορεινή χώρα, χαρακτηρίζεται από βουνά απaráμιλλου φυσικού κάλλους, πλούσια σε γλωρίδα και πανίδα. Σπάνια τοπία και μοναδικά δάση, πολλά απ' τα οποία προστατεύονται ως Εθνικοί Ορυμοί, υπογραμμίζουν την ποικιλομορφία της ομορφιάς του ελληνικού στοιχείου. Η μοναδική αυτή ομορφιά της χώρας μαγνητίζει τον επισκέπτη, αναδεικνύοντας την μαγεία της φύσης καθώς ο ίδιος έρχεται σ' επαφή μ' όλες τις εκφάνσεις της φυσικής δημιουργίας της υπαίθρου.

Ταξίδια σε ορεινά απόμακρα χωριά αποτελούν μια διέξοδο φυγής απ' τα προβλήματα της καθημερινότητας, όπου μπορεί κανείς να χαλαρώσει και να απολαύσει την ξεγνοιασιά και την ηρεμία κοντά στην φύση. Περίπατοι στους Εθνικούς δρυμούς της χώρας, αποτελούν ανεπανάληπτες διαδρομές στα φυσικά ελληνικά μονοπάτια που δίνουν την δυνατότητα στον περιηγητή να τολμήσει και να ελέγξει τις αντοχές του, δοκιμάζοντας κάτι διαφορετικό και ξεχωριστό, όπως δραστηριότητες στον παραλίμνιο ή παραποτάμιο χώρο του τόπου μας. Ανάμεσα σε αυτές είναι το καγιάκ, το ράφτινγκ, όπως και πολλές άλλες.

Παράλληλα δραστηριότητες με έντονο περιβαλλοντικό χαρακτήρα, που υπογραμμίζουν για μια ακόμη φορά την μοναδικότητα του ελληνικού φυσικού στοιχείου, πραγματοποιούνται τους μήνες αυτούς και σε διάφορες περιοχές υγροβιότοπων της χώρας. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Ελλάδα βρίσκεται μεταξύ των πρώτων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όσον αφορά

⁶⁴ Ι.Τ.Ξ.Ε (Ινστιτούτο Τουριστικών Ξενοδοχειακών Ερευνών), *Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού, Α' & Β' τεύχος*, Σεπτέμβριος 2005.

τον αριθμό των υγροβιότοπων της, παρόλο που τα τελευταία πενήντα χρόνια έχει χάσει πάνω από το 60% των λιμνών της.⁶⁵

Σε αυτό το σημείο πρέπει να υπογραμμιστεί το γεγονός ότι για την διεξαγωγή αυτών των δραστηριοτήτων, απαιτείται κατάλληλη κτιριακή υποδομή που να ενισχύει την τουριστική κίνηση και να προσιδιάζει σε μια ανώτερη ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών. Τέτοιου είδους κτιριακή υποδομή και εγκαταστάσεις που να τονώνουν τον χειμερινό τουρισμό αποτελούν τα καταφύγια και τα χιονοδρομικά κέντρα.

Σε γενικές γραμμές όμως, αξίζει να τονιστεί ότι ο χειμερινός τουρισμός αποτελεί μια τουριστική μορφή που επιμηκύνει την τουριστική κίνηση καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και συμβάλει πραγματικά στην άμβλυνση του εποχικού φαινομένου. Μ' αυτό τον τρόπο γίνεται μια ουσιαστική προσπάθεια ισόποσης διανομής και εξισορρόπησης της τουριστικής κίνησης, τόσο χρονικά όσο και γεωγραφικά, σε τουριστικούς προορισμούς σε ορεινές περιοχές, πέρα της νησιωτικής και καθαρά θαλάσσιας πλευράς της χώρας. Έτσι διατηρείται η πληρότητα των επισκεπτών ενός τουριστικού προορισμού, αλλά και αναδεικνύονται οι κρυμμένες πτυχές αυτής.

Ο χειμερινός τουρισμός απευθύνεται σ' όλες τις ηλικιακές ομάδες κυρίως όμως στους νέους, στους οποίους είναι αρεστά τα ακραία αθλήματα, που ενέχουν μεγαλύτερο βαθμό επικινδυνότητας και ανεβάζουν την αδρεναλίνη στα ύψη. Τουρίστες αυτής της κατηγορίας αφιερώνουν συνήθως τα Σαββατοκύριακα τους, αλλά και μέρος των κυριών διακοπών τους, όπως γιορτές και αργίες, για παράδειγμα τα Χριστούγεννα. Οι τουρίστες αυτοί προέρχονται από τάξεις μεσαίας ή και μεγάλης οικονομικής επιφάνειας, δεδομένου ότι τα χειμερινά σπορ απαιτούν σημαντικά έξοδα για την διεξαγωγή τους. Τέτοιες δραστηριότητες είναι για παράδειγμα η χιονοδρομία και όλες οι παραλλαγές αθλημάτων αυτής, που σχετίζονται με το χιόνι καθώς επίσης και δραστηριότητες που συνδέονται.

Πέρα όμως από τους νέους, ο χειμερινός τουρισμός είναι ιδιαίτερα αρεστός και στα άτομα της τρίτης ηλικίας. Η τρίτη ηλικία ορίζεται συνήθως ευρύτερα ώστε να περιβάλλει τις ηλικίες από 55 ετών και άνω. Παρουσιάζει δε ιδιαίτερο ενδιαφέρον από τουριστικής πλευράς, διότι αποτελείται από ηλικίες, οι οποίες σε πολύ υψηλό ποσοστό, έχουν τα οικονομικά μέσα, αλλά και άπλετο ελεύθερο χρόνο για να ταξιδεύουν οποιαδήποτε εποχή του έτους, σε αντίθεση με τους μετέχοντες στην αγορά εργασίας, είτε εργαζόμενοι είναι αυτοί, είτε σπουδαστές κτλ.

Ιδιαίτερη σημασία αποτελεί επίσης το γεγονός, ότι εξαρτώνται από σταθερό εισόδημα (σύνταξη, εισοδήματα από περιουσία) και ως εκ τούτου η τουριστική τους συμπεριφορά παραμένει σε μεγάλο βαθμό ανεπηρέαστη από τις οικονομικές διακυμάνσεις. Άλλωστε τα άτομα αυτά πραγματοποιούν πολλά από τα νεανικά τους όνειρα, τα ταξίδια, που δεν κατάφεραν ως νέοι να κάνουν. Ιδιαίτερα μάλιστα οι αλλοδαποί τουρίστες αυτής της ομάδας προτιμούν να ταξιδεύουν στον ελλαδικό χώρο το χειμώνα, γιατί επιθυμούν πιο ευνοϊκές

⁶⁵ Ι.Τ.Ξ.Ε (Ινστιτούτο Τουριστικών Ξενοδοχειακών Ερευνών), *Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού*, Α' & Β' τεύχος, Σεπτέμβριος 2005.

καιρικές συνθήκες που να προσιδιάζουν όχι απλά στον χειμερινό τουρισμό, αλλά και να κλείνουν στον τουρισμό παραχείμασης.

2.1.3. Δραστηριότητες που συνδέονται με το χειμερινό χιονοδρομικό τουρισμό

A. Χιονοδρομία (σκι).

Η χιονοδρομία θεωρείται άθλημα ελεύθερης δράσης και ο καθένας μπορεί να διαλέξει την κατάλληλη πίστα, έχοντας υπόψη του τις προσωπικές του ικανότητες και τις επικρατούσες καιρικές συνθήκες, δηλαδή την κατάσταση του χιονιού, την ορατότητα, τα εμπόδια κ.α. Στην Ελλάδα, το σκι ως άθλημα άρχισε να έχει απήχηση στα τέλη της δεκαετίας του 1920.

Υπάρχουν πολλές κατηγορίες αθλημάτων σκι, αλλά τα πιο αναγνωρισμένα από την ολυμπιακή επιτροπή είναι τα εξής:

- Το αλπικό σκι (alpic ski)
- Το βόρειο σκι (kim Nordic ski)
- Το σκι χιονοσανίδας. (snowboard ski), το οποίο είναι σχετικά καινούργιο άθλημα και στηρίζεται σε ελεύθερη δράση μέσα στο χιονισμένο τοπίο.
- Έλκηθρο χιονιού (snowmobile).

Σε ένα χιονοδρομικό κέντρο μπορούν να αναπτύσσονται παράλληλα και άλλες χιονοδρομικές δραστηριότητες όπως η άθληση τακτικών ή περιστασιακών σκιές, εκπαιδευτικά μαθήματα για σκιέρ, αθλητικοί αγώνες σκι, προπονήσεις των αθλητών του σκι κ.α.

B. Χιονοδρομικά κέντρα.

Τα χιονοδρομικά κέντρα δημιουργούνται στα ορεινά τμήματα των ζωνών του χειμερινού τουρισμού και αποτελούνται από εγκαταστάσεις χειμερινών αθλητικών και άλλων λειτουργιών, που εξυπηρετούν τους λάτρεις αυτής της μορφής τουρισμού.⁶⁶

Κύρια παροχή των χιονοδρομικών κέντρων προς τον τουρίστα είναι οι εγκαταστάσεις μέσω των οποίων διεξάγονται τα αθλήματα χιονοδρομίας. (αναβατήρες, πίστες κατάβασης κ.α.) Γι' αυτό το λόγο θα πρέπει να εξασφαλίζουν αυστηρά μέτρα ασφαλούς λειτουργίας των αναβατήρων και σωστής οριοθέτησης των πιστών καθώς και επισήμανση των επικίνδυνων σημείων στο χώρο ευθύνης του χιονοδρομικού κέντρου, ώστε να τείνουν να μηδενίσουν τις πιθανότητες σοβαρών ατυχημάτων.

Κριτήρια με τα οποία ο τουρίστας- επισκέπτης επιλέγει τα χιονοδρομικά κέντρα, και ουσιαστικά καθορίζεται εξ αυτών η βιωσιμότητα των κέντρων, είναι η αξιόπιστη λειτουργία των αναβατήρων, η ποιοτική παροχή υπηρεσιών που αφορούν τους χρόνους ανάβασης και την ποιότητα διαμόρφωσης των πιστών καθώς και το κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Σημαντική ιδιαιτερότητα στον τουρισμό αποτελεί το γεγονός πως ο χιονοδρομικός τουρισμός θεωρείται υπαίθριο σπορ και απαιτεί συγκεκριμένες περιβαλλοντικές συνθήκες, πολλές εκ των οποίων μπορεί να είναι επικίνδυνες για τον άνθρωπο. Τέτοιες συνθήκες είναι τα δυσμενή

⁶⁶ Μ. Λογοθέτης, Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας, εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα- Θεσ/κη, 2001, σ.83.

καιρικά φαινόμενα, στα οποία θα πρέπει τόσο οι επιχειρηματίες που διαχειρίζονται τα χιονοδρομικά κέντρα όσο και οι εισερχόμενοι, σε αυτά, τουρίστες, να ξέρουν πώς να συμπεριφερθούν.

Για να γίνουν χιονοδρομίες είναι απαραίτητη η ύπαρξη πιστών χιονοδρομίας, που είναι συνήθως υψίπεδα και ελαφριάς κλίσης πλαγιές, σκεπασμένες με στρώμα χιονιού αρκετού πάχους. Οι καιρικές συνθήκες πρέπει να είναι κατάλληλες για τη διατήρηση του χιονιού και κατά κανόνα, τέτοιες καιρικές συνθήκες επικρατούν κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Επίσης, οι πίστες χιονοδρομίας πρέπει να είναι προσπελάσιμες.⁶⁷ Στις περιοχές που υπάρχουν οι παραπάνω βασικές και απαραίτητες προϋποθέσεις, ιδρύονται τα χιονοδρομικά κέντρα, τα οποία είναι κέντρα υποστήριξης των χιονοδρομιών και των χιονοδρομικών αθλημάτων, καθώς και κέντρα εξυπηρέτησης των τουριστών και των αθλητών. Τα χιονοδρομικά κέντρα ποικίλλουν σε μέγεθος. Από τα πιο μικρά, που διαθέτουν τον ελάχιστο απαιτούμενο εξοπλισμό, μέχρι και τα μεγάλα χιονοδρομικά τουριστικά θέρετρα, που εξυπηρετούν χιλιάδες χιονοδρόμους και επισκέπτες και έχουν την κατάλληλη υποδομή για τη διεξαγωγή κάθε χιονοδρομικού αθλήματος. Ανάλογα με το μέγεθος του χιονοδρομικού κέντρου είναι και το μέγεθος της γενικής και ειδικής υποδομής του κέντρου.

Με εύκολες ή δύσκολες πίστες, με πατημένο ή απάτητο χιόνι, τα χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδας δεν υστερούν σε τίποτα από εκείνα του εξωτερικού. Με διαρκώς αναπτυσσόμενη υποδομή, τα τελευταία χρόνια προσφέρουν στους επισκέπτες όλες τις προϋποθέσεις για αξέχαστες χειμερινές διακοπές, καλύπτοντας τις ανάγκες αρχαρίων, αλλά και επαγγελματιών. Στη χώρα μας λειτουργούν 21 χιονοδρομικά κέντρα, τα οποία καλύπτουν όλες τις απαιτήσεις των φίλων των χιονοδρομικών αθλημάτων.

Συχνά όμως παρατηρείται ένα **χάσμα** των προσδοκιών των τουριστών χιονοδρομικού τουρισμού, σε σχέση με τις πραγματικά παρεχόμενες υπηρεσίες. Παρακάτω θα αναφέρουμε συνοπτικά τις ανάγκες που έχει ο τουρίστας, μπαίνοντας στο χιονοδρομικό κέντρο είτε ως απλός επισκέπτης είτε ως σκιέρ προκειμένου να αθληθεί και να ψυχαγωγηθεί, και στην πορεία θα αναφέρουμε τις παρεχόμενες χιονοδρομικές υπηρεσίες που βρίσκονται στον αντίποδα και δημιουργούν το χάσμα αυτό.

Προσδοκίες & ανάγκες τουριστών χιονοδρομικού κέντρου	Προβλήματα στις παρεχόμενες χιονοδρομικές υπηρεσίες
Φιλική υποδοχή & εγκαταστάσεις με όμορφη ατμόσφαιρα	Ελλιπής ενημέρωση για την σημασία των χειμερινών σπορ
Ελκυστικές τιμές εισόδου και ενοικίασης εξοπλισμού	Περιορισμένη προβολή των χιονοδρομικών δραστηριοτήτων
Μη ύπαρξη ουρών αναμονής στους αναβατήρες	Ελλιπής οργάνωση πρωταθλητικών δραστηριοτήτων
Τοπίο και αρχιτεκτονική ποιότητα	
Οργανωμένες πίστες για τα χιονοδρομικά σπορ	Απουσία πολιτικής ενθάρρυνσης και τοπικής υποστήριξης των χιονοδρομικών σπορ
Πίστες που υπόκεινται στους κανονισμούς ασφαλείας	Πρόχειρος σχεδιασμός της χιονοδρομικής δραστηριότητας και του τρόπου διαχείρισης της

⁶⁷ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Εκδ. Έλλην, 2000, σελ.217.

Εξασφαλισμένη χιονοκάλυψη	Δυσχέρειες στην πρόσβαση των χιονοδρομικών κέντρων
Πίστες με ήλιο	Προβλήματα διαμονής, φθηνός τύπος εγκαταστάσεων που οδηγεί σε χαμηλού επιπέδου προσφερόμενες υπηρεσίες
Πολιτιστική & κοινωνική επαφή με την ορεινή περιοχή & τη λοιπή ενδοχώρα	
Οργανωμένα μονοπάτια περιπάτου στο περιβάλλον	

2.1.4. Η σημερινή πραγματικότητα στην Ελλάδα

Η Ελλάδα δεν έχει ακόμα προβάλει ικανοποιητικά, τα κέντρα χειμερινών σπορ, καθώς έχει επικρατήσει η ιδέα ότι είναι μια θαλασσινή χώρα με ήπιο κλίμα, παρά το γεγονός πως εδαφολογικά είναι χώρα ορεινή, με τον ορεινό πληθυσμό να αποτελεί το 9,87% του συνόλου. Αξίζει να σημειώσουμε όμως, ότι τα κλιματολογικά χαρακτηριστικά της Ελλάδος, ευνοούν την ανάπτυξη του χιονοδρομικού τουρισμού σε όλα σχεδόν τα διαμερίσματα της ηπειρωτικής Ελλάδας αλλά και της Κρήτης, παρά το γεγονός πως η διάρκεια των χιονοπτώσεων και η διατήρηση του χιονιού είναι κατά ένα μήνα τουλάχιστον μικρότερη από αυτή των κεντρικών ευρωπαϊκών χωρών. Το κλίμα είναι ηπιότερο σε σύγκριση με άλλα ευρωπαϊκά, με αποτέλεσμα η χώρα μας να γίνεται ελκυστικότερη για ένα τμήμα της ευρωπαϊκής αγοράς. Επίσης, σημαντικό είναι το πλούσιο, διαφορετικό και άφθαρτο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον στις ορεινές περιοχές, οι οποίες καλύπτουν το 42% της συνολικής έκτασης της χώρας, και προσφέρονται για ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού.⁶⁸

Ο χειμερινός τουρισμός στη χώρα μας, αν και βρίσκεται σε πρωτογενές επίπεδο ανάπτυξης, παρουσιάζει ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια, κυρίως όσον αφορά τον εσωτερικό τουρισμό. Οι έλληνες επιχειρηματίες του ορεινού όγκου στοχεύουν σε «τουρισμό όλο το χρόνο» στις περιοχές που προσφέρονται για χειμερινό τουρισμό και προς αυτή τη κατεύθυνση κινούνται μεθοδικά τα τελευταία χρόνια. Οι επενδύσεις που γίνονται στα ορεινά τουριστικά θέρετρα της κάθε περιοχής είναι μεγάλες και σημαντικές. Θεωρούν πως έτσι θα προσελκύσουν και περισσότερο και «ποιοτικότερο» κόσμο καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και όχι μόνο για μερικές εβδομάδες το καλοκαίρι ή μερικούς μήνες το χειμώνα.⁶⁹

Από άποψη τουριστικών καταλυμάτων και ξενοδοχειακών υποδομών, αυτές βελτιώνονται συνεχώς τα τελευταία χρόνια. Ίσως σε αυτό που θέλουν επιπλέον βελτίωση είναι οι υποδομές, όσον αφορά την πρόσβαση των επισκεπτών, η βελτίωση δηλαδή του οδικού δικτύου και η δημιουργία ίσως εναλλακτικών διαδρομών που θα συνδέσουν σημεία αναφοράς του κάθε νομού ξεχωριστά. Οι επαγγελματίες του ορεινού όγκου πάντως επιμένουν στην δημιουργία ενός νέου χιονοδρομικού κέντρου τουλάχιστον ανά πέντε έτη. Είναι βέβαιο

⁶⁸ Γ. Μ. Βενατσανοπούλου, *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. Interbooks, Αθήνα 2006, σ.148.

⁶⁹ Ι.Τ.Ξ.Ε (Ινστιτούτο Τουριστικών Ξενοδοχειακών Ερευνών), *Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού*, Α' & Β' τεύχος, Σεπτέμβριος 2005.

ότι εφόσον προχωρήσουν οι μελέτες και κατασκευαστεί κάποια στιγμή το χιονοδρομικό κέντρο σε κάποια περιοχή ανά πέντε έτη, θα εκτιναχθεί η προσέλευση επισκεπτών στην κάθε περιοχή αφού θα είναι ένα έργο πνοής που θα δώσει οικονομική ανάσα όχι μόνο στον ορεινό όγκο αλλά και σε ολόκληρη τη χώρα.

Η «στροφή» πάντως των τουριστικών επιχειρήσεων στον τουρισμό όλης της χρονιάς επιβεβαιώνεται και από τα στοιχεία που έρχονται στο φως της δημοσιότητας για τον «χειμερινό τουρισμό», από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Σύμφωνα με αυτά ο χειμερινός τουρισμός αποτελεί ένα διαφοροποιημένο «προϊόν», γίνεται για λόγους αναψυχής, ενώ συντρέχουν ειδικές συνθήκες. Συνήθως το τουριστικό χειμερινό πλήθος αποτελείται από συνταξιούχους και από τους «τουρίστες του σαββατοκύριακου» και γενικότερα των βραχείας διάρκειας ταξιδιών αναψυχής.

2.1.5. Προβλήματα που αντιμετωπίζει ο χειμερινός – χιονοδρομικός τουρισμός στην Ελλάδα

Είναι αδιαμφισβήτητη η σπουδαιότητα του τουρισμού τόσο από άποψη οικονομική όσο και κοινωνική. Ο χειμερινός τουρισμός εν γένει αποτελεί σε υψηλό ποσοστό επαγγελματικό τουρισμό και τουρισμό αναψυχής και λιγότερο τουρισμό διακοπών λόγω της εποχικής διάστασης κοινωνικών θεσμών, όπως είναι οι σχολικές διακοπές και οι ετήσιες άδειες από την εργασία. Παρ' όλα αυτά αντιμετωπίζει κάποια σοβαρά προβλήματα που αποτελούν σημαντικό τροχοπέδη στην ανάπτυξη του.

Η πλειοψηφία των χιονοδρομικών κέντρων της χώρας, αντιμετωπίζει σοβαρές ελλείψεις σε θέματα υποδομής, που σχετίζονται με τον μηχανολογικό εξοπλισμό, τις οδικές συνδέσεις και το διαθέσιμο ανθρώπινο δυναμικό που να διαθέτει το κατάλληλο εκπαιδευτικό υπόβαθρο. Η ανεπάρκεια που συναντάται στο οδικό δίκτυο δημιουργεί μεγάλο πρόβλημα πρόσβασης στα κέντρα χειμερινού τουρισμού και σημαντικές καθυστερήσεις στην μετακίνηση των επισκεπτών από και προς αυτά.

Η έλλειψη πάγιων εγκαταστάσεων και μηχανολογικού εξοπλισμού έχουν ως αποτέλεσμα τον καθυστερημένο εκχιονισμό και διαμόρφωση των δρόμων αλλά και την δύσκολα αναδιαμόρφωση των πιστών εντός των χιονοδρομικών κέντρων.

Επίσης, η πλειοψηφία των χιονοδρομικών κέντρων της χώρας απασχολεί μερικώς ειδικευμένο ή ακόμη και ανειδίκευτο προσωπικό με έλλειψη αυτογνωσίας, γεγονός που οδηγεί σε «φτωχές» παρεχόμενες υπηρεσίες προς τους πελάτες.

Γενικότερα, το χειμερινό- χιονοδρομικό τουριστικό προϊόν, χρειάζεται να εμπλουτιστεί ώστε να καλύπτει τις ανάγκες των τουριστών όλων των ειδικών εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως αυτών που είναι λάτρεις της παγοδρομίας, ή του σκι χιονοσανίδας και άλλων συναφών αθλημάτων, καθώς οι ελλείψεις που σημειώνονται στα χιονοδρομικά κέντρα συντελούν στην απώλεια ημεδαπών ή ξένων πελατών, οι οποίοι απαιτούν υψηλότερου επιπέδου υπηρεσίες και διαφεύγουν σε αντίστοιχα κέντρα του εξωτερικού.

2.1.6. Προτάσεις για βελτίωση και ανάπτυξη του ελληνικού χειμερινού- χιονοδρομικού τουρισμού

Ο τουρισμός χειμερινών αθλημάτων ή σπορ που προσφέρονται στις χώρες της Ευρώπης είναι μια δυναμική μορφή τουρισμού, που προσπαθούν να αναπτύξουν οι χώρες υποδοχής και φιλοξενίας των τουριστών, στην προσπάθειά τους να διαφοροποιήσουν το τουριστικό προϊόν τους, αξιοποιώντας έτσι την τουριστική περίοδο και προσελκύοντας διάφορες κατηγορίες τουριστών. Έτσι, κρίνοντας σημαντική την ανάπτυξη του χειμερινού – χιονοδρομικού τουρισμού και στην Ελλάδα με σκοπό την αύξηση της συμβολής του στην τουριστική κίνηση και στη βελτίωση της οικονομικής και κοινωνικής της θέσης, παρακάτω παρατίθενται κάποιες προτάσεις βελτίωσης του συγκεκριμένης μορφής εναλλακτικού τουρισμού.

- Θα πρέπει όλοι οι ωφελούμενοι από τον χειμερινό – χιονοδρομικό τουρισμό (επιχειρηματίες των χιονοδρομικών κέντρων και των γύρω περιοχών) να φροντίζουν για εξασφάλιση συνθηκών ασφαλούς μετακίνησης των επισκεπτών.
- Απαιτείται διαρκής έλεγχος του οδικού δικτύου από και προς τα χιονοδρομικά κέντρα, προκειμένου να αποφεύγεται τόσο η χιονοκάλυψη όσο και η παγοποίηση αλλά και τα επακόλουθα αυτών, ατυχήματα λόγω ολισθηρότητας.
- Θα πρέπει να υπάρχει συνεχής ενημέρωση ανά τακτά χρονικά διαστήματα, (μίας ώρας), από την τοπική τροχαία προς τους οδηγούς ώστε αυτοί να γνωρίζουν ανά πάσα στιγμή τα σημεία επικινδυνότητας της διαδρομής.
- Χρειάζεται να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στην επέκταση και στον εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού εξοπλισμού και των πάγιων εγκαταστάσεων. (Χώροι στάθμευσης, υποδοχής, ενοικίασης και φύλαξης φορητού εξοπλισμού χιονοδρόμων, σχολές εκμάθησης διάφορων ειδών χιονοδρομιών, εγκαταστάσεις τουρισμού υγείας, συντηρητές χιονοδρομικών μηχανημάτων κ.α.)
- Στελέχωση των χιονοδρομικών κέντρων με εξειδικευμένο προσωπικό.
- Προβολή ορεινού- χιονοδρομικού τουρισμού μέσω διαφημίσεων, έκδοσης ειδικών φυλλαδίων, με διοργάνωση εκθέσεων που θα παρουσιάζουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες και θα περιγράφουν τις ορεινές περιοχές με τα θέλγητρα τους.
- Κυκλοφορία προγραμμάτων εκπαίδευσης των μαθητών των σχολείων για τις χειμερινές αθλητικές δραστηριότητες.
- Διοργάνωση διεθνών χειμερινών αγώνων.
- Οργάνωση εκδηλώσεων από εταιρίες που θα προωθούν προϊόντα σχετικά με τα χειμερινά σπορ κ.α.

Κλείνοντας την ενότητα του χιονοδρομικού τουρισμού, θα πρέπει να τονιστεί η ιδιαίτερη σημασία που απαιτείται να δώσουμε στην προστασία του περιβάλλοντος παράλληλα με την ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού. Είναι μέλημα όλων μας να προσπαθούμε συνεχώς για την αειφόρο και βιώσιμη ανάπτυξη του τόπου μας, γεγονός που θα πρέπει να μας ωθεί στην δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων, αισθητικά «δεμένων» με το φυσικό ορεινό περιβάλλον που θα εξάρουν την ομορφιά της φύσης και της «παρθένας, άγριας, ομορφιάς» των ορεινών μας περιοχών. Μέσα από τη σωστή ανάπτυξη του χειμερινού χιονοδρομικού τουρισμού θα παραμείνει στη χώρα μας ένας σημαντικός αριθμός Ελλήνων σκιέρ που ως σήμερα επέλεγε κέντρα του εξωτερικού για τις χειμερινές του αποδράσεις. Επιτυγχάνοντας να προσελκύσουμε ολοένα και περισσότερους εισερχόμενους χειμερινούς τουρίστες από

άλλες χώρες, θα μειώσουμε σημαντικά τις απώλειες συναλλάγματος και θα βελτιώσουμε την εικόνα της Ελλάδας ως ανταγωνιστικού χειμερινού χιονοδρομικού προορισμού.

2.2. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ

Σε αυτή την υποενότητα, γίνεται μία σχετικά συνοπτική αναφορά στον τουρισμό παραχειμάσεως που εντάσσεται στην κατηγορία του χειμερινού τουρισμού και παρουσιάζει σχεδόν ίδια χαρακτηριστικά με αυτόν.

Ο άνθρωπος ζει σε όλα τα μήκη και πλάτη της γης. Σε άλλα μέρη ζει ευκολότερα και σε άλλα δυσκολότερα. Κατά κοινή παραδοχή ζει καλύτερα σε ένα φιλικότερο προς τον άνθρωπο περιβάλλον, παρά σε ένα περιβάλλον που έχει να αντιμετωπίζει συνεχώς αντίξοες συνθήκες. Ένα τέτοιο περιβάλλον έχουν κατά τεκμήριο όλες οι χώρες με εύκρατο κλίμα.

Οι άνθρωποι «αποδημούν» κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού σε δροσερότερες περιοχές (παραθερίζουν) και κατά τη διάρκεια του χειμώνα σε θερμότερες περιοχές (παραχειμάζουν). Τα ταξίδια αυτά της «αποδημίας» θεωρούνται τουριστικά, αφού οι άνθρωποι δεν μένουν μόνιμα στις περιοχές αυτές. Έτσι, οι μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται είναι αντίστοιχα ο παραθεριστικός και ο τουρισμός παραχειμάσεως. Μάλιστα, ο τουρισμός παραχειμάσεως είναι εντονότερος από τον παραθεριστικό.⁷⁰ Σήμερα ο τουρισμός παραχειμάσεως είναι πολύ διαδεδομένος στη Βόρεια Ευρώπη και στις Η.Π.Α. Οι Βορειοαμερικάνοι επιλέγουν την Καλιφόρνια, τη Φλόριδα, τις Βερμούδες, τις Μπαχάμες και τη Χαβάη για να παραχειμάσουν, ενώ οι Ευρωπαίοι επιλέγουν τις παραμεσόγειες χώρες, ανάμεσά τους και η Ελλάδα.

Η Ελλάδα διαθέτει ήπιο κλίμα και αποτελεί σταυροδρόμι πολλών ηπειρών και θαλασσών, γεγονός που ενδείκνυται για τον τουρισμό παραχειμάσεως. Ο τουρισμός παραχειμάσεως αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων που κατά τη διάρκεια του χειμώνα αποφασίζουν να κάνουν διακοπές σε χώρες με ηπιότερα κλίματα, για να αποφύγουν τα έντονα καιρικά φαινόμενα και τις αντίξοες καιρικές συνθήκες που συνήθως επικρατούν στους τόπους που διαμένουν μόνιμα.

Η τουριστική πελατεία του τουρισμού παραχειμάσεως είναι μικρή, συγκρινόμενη με τη συνολική τουριστική πελατεία, αλλά τα τελευταία χρόνια αυξάνεται συνεχώς. Κατά μεγάλο ποσοστό τα άτομα αυτά είναι κυρίως συνταξιούχοι, ανήκουν στην τρίτη ηλικία, έχουν ελεύθερο χρόνο και σταθερό εισόδημα, και κατά γενική ομολογία προτιμούν τις μεσογειακές χώρες, ανάμεσα σ' αυτές και η Ελλάδα όπου ο χειμώνας είναι σαφώς πιο ήπιος. Σκανδιναβοί, Άγγλοι, Σκωτσέζοι και Γερμανοί, οι οποίοι δεν παραχειμάζουν απλά, αλλά αγοράζουν αγροτόσπιτα ή εγκαταλελειμμένους πύργους στη Μάνη, σπίτια ή μετόχια στην Κρήτη, τα οποία αξιοποιούν και τα χρησιμοποιούν για εξοχική κατοικία τους. Η παραχειμάση δεν γίνεται πάντα και κατά ανάγκη σε τουριστικούς προορισμούς στους οποίους επικρατεί το θέρος. Γίνεται και σε δροσερότερους τόπους, στους οποίους είναι δυνατό να επικρατεί χειμώνας, αλλά να είναι ηπιότερος και θερμότερος από ότι στις χώρες των τουριστών.⁷¹

⁷⁰ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. Έλλην, 2000, σελ. 281.

⁷¹ Ι.Τ.Ξ.Ε (Ινστιτούτο Τουριστικών Ξενοδοχειακών Ερευνών), *Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού*, Α' & Β' τεύχος, Σεπτέμβριος 2005.

Ο τουρισμός παραχείμασης μπορεί να αποτελέσει μια από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που μπορούν να αμβλύνουν την εποχικότητα και στη χώρα μας. Τα μέτρα που μπορούν να ληφθούν είναι βασικά επιδοτούμενα προγράμματα σε όλα τα στοιχεία του τουριστικού πακέτου, ιδιαίτερα στις περιοχές που ευνοούν οι καιρικές συνθήκες και η υποδομή μπορεί να ανταποκριθεί στην κάλυψη των τουριστών, που θα επιλέγουν αυτή τη μορφή τουρισμού.

III. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ

ΟΡΕΙΝΟΣ, ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΟΣ, ΠΕΡΙΠΑΤΗΤΙΚΟΣ, ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ

3.1. ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο ορεινός τουρισμός παρουσιάζει μεν ορισμένες ομοιότητες με τον τουρισμό χειμερινών σπορ αλλά σε καμία περίπτωση δε μπορεί να ταυτιστεί με αυτόν. Πιο συγκεκριμένα, δεν έχει χρονικούς περιορισμούς εκδήλωσης και αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που εκδηλώνεται αποκλειστικά και μόνο στις ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής τουριστών οι οποίες επιθυμούν να αναπτύξουν αυτής της μορφής τον τουρισμό.

Ο ορεινός τουρισμός ως εναλλακτική μορφή τουρισμού έχει ως χαρακτηριστικό γνώρισμα τη χωρική διάσταση και τη μεγάλη θεματική ποικιλία των δραστηριοτήτων. Οι τουριστικές δραστηριότητες κάθε μορφής και τύπου, σε ορεινές περιοχές, έχουν παράδοση που μετρά πολλούς αιώνες πίσω, και οι στόχοι τους αφορούν κυρίως τη φυσιολατρία, την υγεία και τη γνωριμία με τον αγροτικό πολιτισμό.⁷²

Οι ορεινές περιοχές μετά το 1900 μ.Χ. αντιπροσωπεύουν αξιόλογους τουριστικούς προορισμούς για τους κατοίκους των οικονομικά ανεπτυγμένων χωρών, όπου πραγματοποιείται μια σειρά τουριστικών και αθλητικο – αναψυχικών δραστηριοτήτων.⁷³ Ο τουρίστας που επιλέγει να επισκεφθεί τις ορεινές περιοχές, μπορεί να συνδυάσει μαζί με τον τουρισμό, τη διαμονή σε ορεινά θέρετρα για αναψυχή, και γαστρονομικό (τοπική κουζίνα κάθε περιοχής) και πολιτιστικό τουρισμό (περιήγηση και γνωριμία της ιστορικής, καλλιτεχνικής και πνευματικής κληρονομιάς, καθώς και της σύγχρονης πολιτιστικής δημιουργίας).

Απαραίτητη προϋπόθεση λοιπόν, για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού είναι η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων που δένουν με το φυσικό περιβάλλον και διαθέτουν όσο το δυνατόν περισσότερους συμπληρωματικούς χώρους όπως εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες, αίθουσες αναψυχής κ.α. Τέτοιου είδους καταλύματα μπορεί να είναι ξενοδοχεία, μπαγκαλόους, ξύλινα ή πέτρινα αναπαλαιωμένα σπίτια ή ενοικιαζόμενα δωμάτια. Επίσης, πρέπει οι ορεινές αυτές περιοχές στις οποίες αναπτύσσονται κάθε είδους δραστηριότητες

⁷² Δ.Γ. Λαγός, *Τουριστική Οικονομική*, εκδ. Κριτική, 2005, σ.80.

⁷³ Στ. Βαρβαρέσος- Μ. Σωτηριάδης, *Ορεινοί όγκοι και τουρισμός: Μια χωρο-χρονική προσέγγιση*, Τουριστική επιστημονική επιθεώρηση, τεύχος 1, Αθήνα 2003, εκδ. Interbooks, σ.21.

υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού να εξυπηρετούνται συγκοινωνιακά όσο το δυνατόν πληρέστερα και καλύτερα γίνεται.

Ως ορεινές περιοχές, σύμφωνα με τον Γεωγραφικό κατακόρυφο διαμελισμό, εννοούνται:

- Οι λοφώδεις περιοχές, που καλύπτονται από λόφους με ύψος 300-500 μέτρα, βατούς και προσπελάσιμους καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.
- Οι μέσες ορεινές ή ημιορεινές περιοχές που καλύπτονται από βουνά ύψους μέχρι 1500 μέτρα χωρίς απότομες πλαγιές, βατές και προσπελάσιμες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, πλην του χειμώνα οπότε οι βόρειες ημιορεινές περιοχές είναι δυνατόν να καλύπτονται από χιόνια.
- Οι ορεινές περιοχές, που καλύπτονται από βουνά με υψόμετρο πάνω από 1550 μέτρα και έχουν σκληρή ανάγλυφη μορφή με αιχμηρές κορυφές, απότομες πλαγιές, χαράδρες και είναι βατές στους ορειβάτες και εύκολα προσπελάσιμες μόνο κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού.

3.1.1. Δραστηριότητες που συνδέονται με τον ορεινό τουρισμό

Ενδεικτικά αναφέρουμε κάποιες δραστηριότητες οι οποίες συνδέονται με τον ορεινό τουρισμό και είναι οι εξής:

Τουρισμός περιηγήσεων με ποδήλατο, πεζοπορία, ορειβασία, χιονοδρομία, σπηλαιολογία, αναρρίχηση, ιππασία και εκδρομές με άλογα, τοξοβολία, διάσχιση φαραγγιών, επισκέψεις σε θεματικά πάρκα, δραστηριότητες σε ποτάμια και λίμνες όπως κολύμβηση, rafting, canoe kayak, δραστηριότητες του αέρα (αλεξίπτωτο πλαγιάς), παρατήρηση γλωρίδας, πανίδας και μμορφολογίας πετρωμάτων και γεωλογία, τουρισμός του οίνου, αγροτουρισμός, γαστρονομία, οδήγηση οχημάτων 4x4 ήπιας μορφής, φωτογραφίσεις περιοχών φυσικού κάλους, παρουσιάσεις της φύσης, τρέξιμο, περιηγήσεις σε παραδοσιακούς οικισμούς, επισκέψεις σε τοπικά μουσεία, σεμινάρια για τη φυσική ιστορία, θρησκευτικός τουρισμός με ένταση σε ορεινές περιοχές.

Οι πιο πάνω δραστηριότητες λειτουργούν μόνες ή σε διάφορους συνδυασμούς που συνεχώς διευρύνονται δημιουργώντας ανάλογες δράσεις. Επίσης συνδυάζονται με άλλες μορφές ορεινού τουρισμού όπως ο οικοτουρισμός και ο αγροτουρισμός.

3.1.2. Προσφορά ορεινού τουρισμού

Ο ορεινός τουρισμός σε αντίθεση με το μαζικό τουρισμό προσφέρει ενεργή συμμετοχή έναντι της παθητικότητας του επισκέπτη και κινητικότητα σε όλες τις εποχές του χρόνου έναντι της στατικότητας των καλοκαιρινών διακοπών. Οι δραστηριότητες ασκούνται σ' όλα τα σημεία του χώρου αντίθετα με τις κλασσικές τουριστικές περιοχές.

Με τον ορεινό τουρισμό πετυχαίνουμε τα παρακάτω:

- Αποκέντρωση των κλασικών τουριστικών περιοχών
- Ανάπτυξη των ορεινών περιοχών

- Παράταση της τουριστικής περιόδου μιας περιοχής
- Δημιουργία νέων επαγγελματιών στις ορεινές περιοχές με συνέπεια την παραμονή του πληθυσμού στον τόπο του.

3.1.3. Σημερινή πραγματικότητα στην Ελλάδα

Τις τελευταίες δεκαετίες, οι Έλληνες άρχισαν να αποκτούν ως συνήθεια, τις διακοπές σε ορεινές περιοχές της Ελλάδος, εκτός από τις καλοκαιρινές διακοπές. Υποστηρικτές αυτού του είδους διακοπών ήταν κυρίως οι εκδρομείς του Σαββατοκύριακου, που αποζητούσαν σύντομες αποδράσεις από τη ρουτίνα της καθημερινότητας, σε σχετικά κοντινές αποστάσεις από τη μόνιμη κατοικία τους ή από μεγάλα χειμερινά κέντρα προορισμού και με οικονομικό προϋπολογισμό εξόδων που αφορούν τα καταλύματα.

Παρ' όλα αυτά πρόσφατες έρευνες αποδεικνύουν πως ο ορεινός τουρισμός στην Ελλάδα βρίσκεται στα σπάργαλα. Μπορεί το 67% της επιφάνειας της χώρας μας να καλύπτεται από βουνά, τα οποία είναι απaráμιλλης ομορφιάς, ωστόσο η ανάπτυξη αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού συναντάει προς το παρόν αρκετά εμπόδια.

Οι άνθρωποι που ζουν σε ορεινές περιοχές, αγαπούν το βουνό και δραστηριοποιούνται σε αυτό, υποστηρίζουν ένθερμα πως ο ορεινός τουρισμός αναμένεται να αποτελέσει το μέλλον της Ελλάδας. Άλλωστε, η θάλασσα φαίνεται ότι έχει πλέον κορεστεί, ενώ ο τουρισμός δίπλα στην ακρογιαλιά έχει αναπτυχθεί σε λανθασμένο άξονα. Υπάρχει άναρχη ανάπτυξη στις θαλάσσιες περιοχές, ενώ έχουν γίνει μεγάλες μονάδες, οι οποίες αφήνουν λιγότερα κέρδη στην τοπική κοινωνία. Κατά συνέπεια, η χρυσή ευκαιρία για τη χώρα μας είναι ο ορεινός τουρισμός, εφόσον βέβαια ξεπεραστούν τα λάθη και διαμορφωθεί από την πολιτεία θεσμικό πλαίσιο ανάπτυξής του.

Σήμερα εκτιμάται ότι περίπου 100.000 άτομα ετησίως ανεβαίνουν στο βουνό, ενώ κάθε χρόνο έχουμε 15.000 διανυκτερεύσεις στον Όλυμπο. Επίσης περίπου 25.000 άτομα κάνουν ράφτιγκ ετησίως, ενώ συνήθως το 60% των τουριστών στα βουνά είναι ξένοι και το υπόλοιπο 40% Έλληνες. Παράλληλα υποστηρίζει ότι τα επόμενα χρόνια ο κόσμος θα κατευθυνθεί νομοτελειακά στο βουνό. Ωστόσο, είναι αναγκαίος ο σχεδιασμός της ανάπτυξης αυτής της μορφής τουρισμού.

Ως εκ τούτου, το υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης θα πρέπει να συγκροτήσει φορείς που θα σχεδιάσουν τη στρατηγική ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού. Απαιτείται ένας κεντρικός σχεδιασμός για το πώς και το πού θα γίνει η τουριστική ανάπτυξη και ένα θεσμικό πλαίσιο, βάσει του οποίου θα λειτουργούν, με ασφάλεια, οι μονάδες και οι δράσεις του βουνού που δημιουργούνται και αναπτύσσονται. Ήδη, άρχουν αρχίσει να εκπονούνται με μέριμνα του ΕΟΤ σημαντικές μελέτες για τουριστική ανάπτυξη των περιφερειών, όπως η μελέτη

τουριστικής αξιοποίησης της οροσειράς Πίνδου, από τις Πρέσπες ως τον Πατραϊκό κόλπο, ώστε να προταθούν ορεινές περιοχές ως τουριστικές, με συγκεκριμένα έργα υποδομής.⁷⁴

Να σημειωθεί, πως ως τουριστική αξιοποίηση, ο νόμος εννοεί την κατασκευή κάθε είδους εγκαταστάσεων, την ανάλογη διαμόρφωση του όλου χώρου για τη διαβίωση και αναψυχή ατόμων, είτε αυτά κινούνται ομαδικά είτε ατομικά.⁷⁵ Η παραχώρηση αυτή όμως δε μπορεί να περιλαμβάνει δάση και δασικές εκτάσεις, μορφολογικό ενδιαφέρον, καθώς και όλα αυτά που ασκούν ιδιαίτερη προστατευτική επίδραση στα εδάφη και τα υπόγεια νερά. Κατ' εξαίρεση στο απόλυτα αναγκαίο μέτρο επιτρέπεται η δημιουργία περιπτέρων, πανδοχείων ή ξενόνων και σ' αυτές τις κατηγορίες δασών, εφ' όσον με αυτές εξυπηρετούνται εγκαταστάσεις ορειβασίας ή χειμερινού αθλητισμού.

3.2. ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ορειβασία ονομάζεται το οργανωμένο άθλημα ανάβασης στις ορεινές περιοχές (με υψόμετρο βουνών που ξεπερνά τα 1500 μέτρα), το οποίο μπορεί να έχει τη μορφή του δύσκολου ανηφορικού περπατήματος, μέχρι και τη μορφή του σκαρφαλώματος, της επικίνδυνης δηλαδή αναρρίχησης στα βουνά και στις απότομες κορυφές τους, με τα χέρια και τα πόδια και με τη χρησιμοποίηση ή μη ειδικού εξοπλισμού.

Ο ορειβατικός τουρισμός ταυτίζεται με την ορειβασία και περιλαμβάνει πιο συγκεκριμένα, την πεζοπορία σε μονοπάτια, δάση, φαράγγια, περιοχές φυσικού κάλλους, αναβάσεις και καταβάσεις σε βουνά, τη διάσχιση και την αναρρίχηση. Αποτελεί ουσιαστικά μια εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας οι τουρίστες αναπτύσσουν ορειβατικές δραστηριότητες ή παρακολουθούν ορειβατικές δραστηριότητες.

Να τονιστεί πως υπάρχει διαφορά μεταξύ του ορειβατικού τουρισμού και του *Περιπατητικού ή πεζοπορικού τουρισμού*, γιατί αν και οι δύο ανήκουν στον Ορεινό τουρισμό, ο Περιπατητικός, είναι η τουριστική δραστηριότητα του εύκολου περπατήματος στις βατές και προσπελάσιμες λοφώδεις ή ημιορεινές περιοχές από πολλούς τουρίστες, με τη χρήση μόνο των ποδιών και χωρίς εξοπλισμό, ενώ ο Ορειβατικός τουρισμός είναι η δραστηριότητα του δύσκολου ανεβάσματος σε υψηλά βουνά με τη χρήση των ποδιών και των χεριών αλλά και τη συμπληρωματική χρήση ειδικού εξοπλισμού.

Η απαιτούμενη υποδομή για τον ορειβατικό τουρισμό είναι τα εξής δύο:

- Τα ορειβατικά μονοπάτια, που χρησιμοποιούνται συνήθως για πεζοπορία
- Τα καταλύματα-καταφύγια με τον απαιτούμενο εξοπλισμό για διανυκτέρευση των ορειβατών και των αλπινιστών⁷⁶

⁷⁴ Κ. Κατσιγιάννης, *Ο ελληνικός τουρισμός στην αρχή του νέου αιώνα: Υφιστάμενη κατάσταση-προοπτικές*, εκδ. Σύνδεσμος Ελλήνων περιφερειολόγων, Αθήνα 2003, σ.89.

⁷⁵ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλα, 1997, σ.755-756.

⁷⁶ Με τον όρο «αλπινιστές» εννοούμε τους ορειβάτες, στη διεθνή ορολογία. Η ονομασία αυτή προήλθε από μια οργανωμένη ορειβατική κίνηση που έγινε για πρώτη φορά στις Άλπεις.

Με τον όρο *καταλύματα- καταφύγια*, εννοούνται οι κτιριακές εγκαταστάσεις με μέγιστο αριθμό κλινών τις 80, οι οποίες βρίσκονται σε υψόμετρο άνω των 900 μέτρων και εξυπηρετούν άτομα που επιλέγουν δραστηριότητες πεζοπορίας, ορειβασίας και αναρρίχησης. Πρόκειται συνήθως για λιτά πέτρινα καταλύματα που είναι χτισμένα στην άκρη κάποιου δάσους ή σε κάποιο στρατηγικό σημείο στην πορεία προς την κορυφή και ταιριάζουν αρμονικά με τη φυσική ομορφιά του περιβάλλοντα χώρου.

3.2.1. Απλή ή μη τεχνητή ορειβασία, τεχνητή ορειβασία και Αλпинισμός

Σε αυτό το σημείο, αναφερόμενοι στον όρο «Αλπινιστές» κρίνεται σκόπιμο να γίνει ένας σύντομος διαχωρισμός της ορειβασίας στις υποκατηγορίες αυτής.

1. Στην πρώτη κατηγορία, ανήκει η απλή ή μη τεχνητή ορειβασία, η οποία υλοποιείται χωρίς τη χρήση βοηθητικών μέσων. Γίνεται σε λοφώδεις και ημιορεινές περιοχές, όταν κάποιος ορειβάτης ακολουθήσει ένα ορεινό μονοπάτι για να ανέβει στην κορυφή ενός βουνού χωρίς όμως τη βοήθεια του ορειβατικού εξοπλισμού(σχοινιών, γάτζων, σφυριών, σφηνών, ειδικών παπουτσιών κ.α.) Πρόκειται ουσιαστικά για τη μορφή της ορειβασίας που μοιάζει περισσότερο με μια δύσκολη ανηφορική περιπατητική προσπάθεια.
2. Στην δεύτερη κατηγορία εντάσσεται η δύσκολη ορειβασία ή γνωστή και ως τεχνητή, και αναφέρεται στην ορειβασία που χρησιμοποιεί ορειβατικό εξοπλισμό με τη βοήθεια του οποίου οι ορειβάτες αποτολμούν δύσκολες αναβάσεις.
3. Στην Τρίτη και τελευταία κατηγορία, ανήκει ο Αλπινισμός, ο οποίος είναι η τεχνητή ορειβασία όταν αυτή αντιμετωπίζει μεγάλες δυσκολίες ανάβασης ή αναρρίχησης, λόγω της μορφής των βουνών (αιχμηρές κορυφές, απότομες πλαγιές, κατακόρυφα εμπόδια κ.α. Οι ορειβάτες αυτής της κατηγορίας ονομάζονται Αλπινιστές.

3.2.2. Η σημερινή πραγματικότητα στην Ελλάδα

Στη χώρα μας, που η επιφάνειά της καλύπτεται κατά 80% από βουνά, η ορειβασία αναπτύχθηκε από πολύ νωρίς. Το 1930 ιδρύθηκε ο πρώτος Ελληνικός Ορειβατικός Σύνδεσμος (Ε.Ο.Σ.) και σήμερα λειτουργούν πάνω από 50 Ε.Ο.Σ., συνήθως ένας ανά Νομό. Όλοι οι Σύνδεσμοι υπάγονται στην Ελληνική Ομοσπονδία Ορειβασίας. Διεθνώς οι ορειβάτες εκπροσωπούνται από τη Διεθνή Ένωση Αλπινισμού και Αλπινιστών (UIAA) που αντιπροσωπεύει 80 συνδέσμους από 60 χώρες.

Τα μέλη των ορειβατικών συλλόγων είναι ενεργοί ορειβάτες που επιδίδονται συστηματικά στο άθλημα της ορειβασίας και κυρίως της απλής ορειβασίας. Υπάρχουν όμως και Έλληνες Αλπινιστές που έχουν επιχειρήσει και έχουν φέρει εις πέρας αναβάσεις στα πιο δύσκολα και γνωστά στους ορειβάτες, βουνά του κόσμου. Τα μέλη καταβάλλουν ετήσιες εισφορές για τη συντήρηση των συλλόγων τους, που στηρίζονται και από την πολιτεία και τις τοπικές αρχές.

Από τουριστικής άποψης, ο ορειβατικός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, μικρή σχετικά σε μέγεθος και προσιτή μόνο στους ορειβάτες. Οι ορειβάτες-τουρίστες πρέπει να είναι έμπειροι για να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες της ορειβασίας, που συχνά πολλαπλασιάζονται από τις κακές καιρικές συνθήκες, που επικρατούν στα βουνά.

Η υποδομή που χρησιμοποιείται από τον ορειβατικό τουρισμό, είναι τα ορειβατικά καταφύγια που έχουν εγκαταστήσει οι διάφοροι ορειβατικοί σύλλογοι στα βουνά των περιοχών τους, τα οποία φιλοξενούν ορειβάτες. Πολλά από αυτά τα καταφύγια είναι εφοδιασμένα με συντηρημένα τρόφιμα και νερό και με εγκαταστάσεις θέρμανσης (τζάκια) για να μπορούν να ικανοποιούν τις ανάγκες διαμονής και διατροφής των ορειβατών. Σαν καταλύματα του ορειβατικού τουρισμού μπορούν να χρησιμοποιηθούν ακόμη και τα καταλύματα των ορεινών χωριών, τα μοναστήρια και διάφορα εξερευνημένα σπήλαια.

Το τουριστικό ορειβατικό προϊόν θεωρείται δυσπρόσιτο από οικονομικής άποψης, αφού ο ορειβατικός εξοπλισμός είναι αρκετά ακριβός και από άποψη αντοχής, εκπαίδευσης και πείρας, που αποτελούν τα απαραίτητα στοιχεία μιας επιτυχούς ορειβασίας. Όμως παρά τις δυσκολίες, τα τελευταία χρόνια πληθαίνουν και οι ορειβατικοί σύλλογοι και τα μέλη τους. Η τάση της στροφής προς τη φύση παρακινεί πολλούς ανθρώπους να προτιμούν την απλή ορειβασία και να απολαμβάνουν μέσω αυτής τα πανέμορφα ελληνικά βουνά.

Σήμερα, τα καταφύγια και οι ξενώνες της Ε.Ο.Ο.Α.(Ελληνική Ομοσπονδία Ορειβασίας-Αναρρίχησης), της Ο.Ε.Σ.Ε.(Ομοσπονδία Εκδρομικών Σωματείων Ελλάδος), αλλά και άλλων φορέων, ξεπερνούν τα 100. Τα τελευταία χρόνια με τις διάφορες κοινοτικές επιχορηγήσεις, αλλά και με χρήματα από την Ομοσπονδία, τα σωματεία, τις Νομαρχίες και τον Ε.Ο.Τ. έγιναν αρκετές βελτιώσεις και επεκτάσεις σε πάρα πολλά καταφύγια.⁷⁷

3.3. ΠΕΡΙΠΑΤΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο άνθρωπος είναι από τη φύση του περιπατητικό όν. Από την αρχαιότητα η ικανότητα του να πεζοπορεί ήταν η κυρίαρχη δύναμη του στον αγώνα της επιβίωσης, όταν τα αυτοκίνητα και κάθε είδους μεταφορικό μέσο φάνταζε ουτοπικό, άγνωστο και ακατόρθωτο.

Ως πεζοπορία δεν χαρακτηρίζεται μόνο το φυσικό προσόν του ανθρώπου για κίνηση, η οποία του επιτρέπει να ζει, αλλά και η απαραίτητη λειτουργία που του δίνει τη δυνατότητα για σωματική και ψυχική ισορροπία.

Μετά τον 20 αιώνα, η άνθρωποι χάρη στα επιτεύγματα της τεχνολογίας και των νέων μέσων μεταφοράς, έπαψαν να ασκούν το σώμα τους μέσω του απλού περιπάτου, καθιλώθηκαν σε εργασιακές θέσεις και «προσκύνησαν» τα μεταφορικά μέσα που μείωσαν τις αποστάσεις και το χρόνο στο ελάχιστο, ανταποκρινόμενα στις απαιτητικές επαγγελματικές τους υποχρεώσεις. Όπως ήταν όμως επόμενο, οι έντονοι ρυθμοί ζωής και καθημερινότητας, άρχισαν να φθείρουν την ψυχολογική τους ισορροπία, γεγονός που τους ώθησε να καταλάβουν πόσο απαραίτητη ήταν η περιπατητική τους οντότητα και τα ευεργετικά αποτελέσματα αυτής, ενάντια στις καταστροφικές συνέπειες της καθιστικής ζωής.

⁷⁷ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Εκδ. Έλλην, 2000, σ.211-213 .

Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, να στραφεί το ενδιαφέρον των ανθρώπων και πάλι προς την πεζοπορία και έτσι στις αρχές του 1970, σημειώνονται οι πρώτες αναζητήσεις για φυσικούς και υγιεινούς τρόπους ζωής με στροφή προς τη φύση. Από αυτό το ενδιαφέρον άρχισα να δημιουργείται ο περιπατητικός τουρισμός, που μπορεί να οριστεί και ως εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι η πεζοπορία.

Η πεζοπορία λαμβάνει χώρα σε βατές λοφώδεις και ημιορεινές περιοχές με σκοπό την ήπια σωματική άθληση μέσα σε ένα παρθένο φυσικό περιβάλλον και με τη δυνατότητα περιήγησης της επίσκεψης αξιοθέατων περιοχών, αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων, παραδοσιακών χωριών και οικισμών, τοπίων φυσικού κάλους, αρχιτεκτονικών μνημείων, μοναστηριών, εθνικών δρυμών κ.α., που βρίσκονται κοντά στα μονοπάτια της πεζοπορίας και με τη δυνατότητα παράλληλης εκδήλωσης συγγενικών μορφών τουρισμού, όπως του οικοτουρισμού, του φυσιογνωστικού τουρισμού, του αγροτουρισμού, του ορειβατικού τουρισμού και άλλων μορφών.

Ο περιπατητικός τουρισμός αποτέλεσε την πρώτη μορφή του Ορειβατικού τουρισμού, αργότερα όμως, όταν οι ορειβάτες καθόρισαν ως κύριο σκοπό τους την ανάβαση στις κορυφές των βουνών, ο περιπατητικός τουρισμός ξεχώρισε και ανεξαρτητοποιήθηκε από τον Ορειβατικό, ως τουρισμός για όλους όσους μπορούν να περπατήσουν, ανεξαρτήτως ηλικίας ή γνώσεων και χωρίς απαραίτητη τη χρήση ειδικού εξοπλισμού.

3.4. ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο αθλητισμός και τα σπορ έχουν σπουδαία θέση στην ζωή των ανθρώπων και των κοινωνιών και παίζουν σπουδαίο ρόλο στην διαμόρφωση της τουριστικής κίνησης, και στους τόπους που προσφέρονται για αυτήν την απασχόληση. Άλλωστε αυτή η επίδοση αποτελούσε από την αρχαιότητα μια από τις σημαντικότερες απασχολήσεις του ανθρώπου.

Πολλοί συγγραφείς ορίζουν την έννοια του αθλητικού τουρισμού ως όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής ανάμιξης σε αθλητικές δραστηριότητες όπου η συμμετοχή είναι τυχαία ή οργανωμένη και γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους με προϋπόθεση τη μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας. Είναι φανερό ότι ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί ένα ιδιαίτερα σύνθετο και ευρύ φαινόμενο. Για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού υπάρχει η ανάγκη για διευρυμένη υψηλής ποιότητας υποδομής σε διάφορους τομείς υποστήριξης, οι οποίοι είναι το φυσικό περιβάλλον, οι υπηρεσίες, η διασκέδαση, οι μεταφορές, το τεχνητό περιβάλλον, η στέγαση, η πολιτιστική κληρονομιά, οι οργανισμοί και οι κατασκευασμένες διευκολύνσεις.

Ο αθλητικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που έχει ως σκοπό την παρακολούθηση αθλητικών αγώνων ή τη συμμετοχή, επαγγελματική ή ερασιτεχνική, σε αθλητικές δραστηριότητες (Παγκόσμιο πρωτάθλημα ποδοσφαίρου, στίβου, πανελλήνια και πανευρωπαϊκά πρωταθλήματα, Ολυμπιακοί αγώνες κλπ.). Ο πιο σημαντικός παράγοντας σε αυτή τη μορφή τουρισμού, θεωρείται η άθληση σαν απασχόληση κατά τη διάρκεια των διακοπών, μαζί με τη δυνατότητα που υπάρχει για πραγματοποίηση εκδρομών και περιηγήσεων.

Αποτελεί εναλλακτική μορφή τουρισμού με την οποία οι επισκέπτες αναπτύσσουν παράλληλα με την κύρια τουριστική τους δραστηριότητα και δευτερεύουσες π.χ. αθλητικές

αφού επιδίδονται και σε αγωνίσματα του μαζικού τουρισμού (Θαλάσσιο Σκι, τένις, πόλο, γκολφ, ιππασία κλπ.).

Αυτή η μορφή τουρισμού είναι γνωστή από την αρχαιότητα και κυρίως από τον ελλαδικό χώρο, όπου διεξάγονταν πάρα πολλοί αθλητικοί αγώνες, με κορυφαίους τους Ολυμπιακούς Αγώνες, οι οποίοι εξακολουθούν ακόμα και στις μέρες μας να αποτελούν κορυφαίο γεγονός. Ο αθλητισμός προσελκύει μεγάλη μάζα ανθρώπων σε όλο του το φάσμα, από τους μικρότερους αγώνες μέχρι τα κορυφαία αθλητικά γεγονότα ανά τον κόσμο. Οι αθλητικές εκδηλώσεις σε πολλές χώρες έχουν λάβει τη μορφή της show business με πολλά κέρδη για τις εταιρείες που αναλαμβάνουν τη διοργάνωσή τους. Τα οφέλη είναι πάρα πολύ μεγάλα και πέρα από τα οικονομικά, υπάρχουν και άλλα, όπως πολιτικά, εθνικά και πολιτιστικά.

Το γεγονός ότι με την άθληση προάγεται, όπως είναι επιστημονικά αποδεδειγμένο, η σωματική, πνευματική και ψυχική υγεία και ότι μπορούν να αντιμετωπιστούν ψυχοκοινωνικές ασθένειες του σύγχρονου πολιτισμού (άγχος, νευροψυχικές διαταραχές, κ.ά.), δεν είναι αρκετό ώστε ο αθλητικός τουρισμός να μπορεί να απασχολεί και τα πλατιά κοινωνικά στρώματα, αφού ο τουρισμός αυτός σχετίζεται κυρίως με τουρίστες υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Σήμερα ο αθλητισμός και ο τουρισμός αποτελούν δύο μεγάλους κοινωνικούς θεσμούς, που έχουν σε πολλές περιπτώσεις άμεσες αλληλεπιδράσεις. Οι δύο αυτοί θεσμοί γιγαντώθηκαν ειδικότερα μετά το 1960 και αποτελούν σήμερα δύο κερδοφόρες βιομηχανίες που αποφέρουν τεράστια κέρδη. Ο συνδυασμός που προκύπτει από τις τουριστικές και τις αθλητικές δραστηριότητες και η ταύτιση του χρόνου των διακοπών με το χρόνο της πραγματοποίησης των μεγάλων αθλητικών γεγονότων αποτέλεσαν τη γενεσιουργό αιτία του αθλητικού τουρισμού.

Αναλυτικότερα, ο αθλητικός τουρισμός έχει δύο βασικές εκφάνσεις. Συγκεκριμένα υπάρχει ο τουρισμός αθλητών για ξεκούραση και προπονήσεις εκτός της έδρας των ομάδων τους και η άθληση τουριστών, είτε μόνιμη είτε ευκαιριακή. Και στις δύο περιπτώσεις, για να υπάρξει ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού, σημαντικό ρόλο παίζουν οι κλιματολογικές, μορφολογικές και περιβαλλοντικές συνθήκες και οι αθλητικές υποδομές του τουριστικού προορισμού.⁷⁸

Τα τελευταία χρόνια άρχισε να δημιουργούνται αθλητικές υποδομές στις τουριστικές επιχειρήσεις διαμονής, για να μπορούν οι πελάτες τους να αθλούνται και μάλιστα παρουσιάζονται στη διαφημιστική τους καμπάνια σε περίοπτη θέση, με σκοπό την προσέλκυση περισσότερων πελατών. Σε πολλές περιπτώσεις ιδιωτικοί φορείς ή και η ίδια η πολιτεία διοργανώνουν σε αθλητικά κέντρα ή τουριστικές μονάδες διαμονής, αθλητικά camp στα πλαίσια ανάπτυξης του αθλητισμού.

Ο αθλητικός τουρισμός κατάφερε να προσελκύσει σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων αποκτώντας την αντίστοιχη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία. Παράλληλα, οι παραγωγοί της τουριστικής βιομηχανίας οι οποίοι ανέκαθεν αναζητούσαν νέους τομείς επέκτασης των δραστηριοτήτων τους διέκριναν νωρίς τα οικονομικά κυρίως οφέλη του αθλητικού τουρισμού και προχώρησαν σε σημαντικές επενδύσεις. Ως συνέπεια, ο αθλητικός

⁷⁸ Μ. Σφακιανάκης, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ.208-212.

τουρισμός χαρακτηρίζεται από γοργό ρυθμό ανάπτυξης, μεγάλες δυνατότητες εξέλιξης και από το ιδιαίτερο ενδιαφέρον που δημιουργεί σε όλους τους εμπλεκόμενους στο τουριστικό κύκλωμα, παραγωγούς και καταναλωτές.⁷⁹

Το πρόβλημα του αθλητικού τουρισμού συνίσταται στη μη συνεχή εκδήλωσή του και αυτό γιατί εξαρτάται βασικά από τη δυνατότητα διοργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων και παράλληλα από την ύπαρξη κατάλληλης αθλητικής υποδομής. Αυτό φαίνεται πιο έντονα στις χαρακτηριζόμενες μικρές αθλητικές χώρες. Ένα από τα πλεονεκτήματα της χώρας μας για ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού είναι οι καλές κλιματολογικές συνθήκες και η κατασκευή σύγχρονων αθλητικών εγκαταστάσεων που πραγματοποιήθηκε πρόσφατα εξαιτίας των Ολυμπιακών Αγώνων, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προετοιμασία πολλών αθλητών διαφόρων αθλημάτων και πάντα με τη στήριξη της πολιτείας και των ιδιωτικών και αθλητικών παραγόντων.

Για την Ελλάδα, «κοιτίδα» του αθλητικού πνεύματος και της παράδοσης από αρχαιοτάτων χρόνων, κορυφαία στιγμή αποτελεί η διοργάνωση των Ολυμπιακών αγώνων, πρόκληση και δοκιμασία συγχρόνως. Και αυτό γιατί τα κοινωνικά και οικονομικά οφέλη από μια τέτοια οργάνωση είναι μεγάλα για το κράτος και την αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού με την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού, την προβολή της χώρας μέσα από τις παράπλευρες δραστηριότητες και την διάδοση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Πιο συγκεκριμένα, ύστερα από έρευνα που διεξήχθη από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, σχετικά με το προφίλ του αθλητικού τουρισμού στην Ελλάδα προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα σχετικά με τις κατηγορίες δραστηριοτήτων που συμπεριλαμβάνονται στον αθλητικό τουρισμό:

- Προπονητικός τουρισμός - επαγγελματικές ομάδες: Εδώ συγκαταλέγονται οι επαγγελματίες, ομάδες ή αθλητές και όλοι οι παράγοντες - συνοδοί κ.α. που έρχονται για εγκλιματισμό ή προπόνηση σε έναν προορισμό και δημιουργούν τουριστική κίνηση. Αυτό συμβαίνει συνήθως έναν χρόνο πριν από ένα σημαντικό αθλητικό γεγονός στον προορισμό όπου έχει προγραμματιστεί ή σε άλλο προορισμό με παρόμοιες κλιματολογικές κυρίως συνθήκες.
- Παρακολούθηση - θέαση γεγονότων: Φίλαθλοι επισκέπτες που με κεντρικό άξονα την παρακολούθηση του αθλητικού γεγονότος, δημιουργούν τουριστική δραστηριότητα. Παράδειγμα μπορεί να αποτελέσουν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, αλλά και τα παγκόσμια ή τα πανευρωπαϊκά πρωταθλήματα, ακόμη και τα εθνικά ή τοπικά που μπορούν να αποτελέσουν κίνητρο για τουριστικές δραστηριότητες έστω και αν αυτές είναι σύντομες.
- Συμμετοχή σε μεγάλα γεγονότα: Στην κατηγορία αυτή ανήκουν μικρότερης έκτασης αθλητικά γεγονότα, όπως οι μαραθώνιοι πόλεων, τα τοπικά αθλητικά τουρνουά, τα διάφορα ράλι, οι πολυήμερες εκδηλώσεις υπαίθριων δραστηριοτήτων, οι δρόμοι προσανατολισμού στα δάση, όπου η συμμετοχή είναι συνήθως ανοιχτή και μαζική, κ.α.
- Υπαίθριες δραστηριότητες: Αφορά σε εκδρομείς του σαββατοκύριακου, κυρίως ανθρώπους της πόλης, που εξορμούν για πολλαπλά σπορ και οικοπολιτιστικές δραστηριότητες. Συνήθως πηγαίνουν σε προστατευόμενες φυσικές περιοχές για σκι και ορειβασία σε χειμερινά θέρετρα το χειμώνα ή για μπάνιο, σέρφ κ.α. σε παραθαλάσσια θέρετρα το καλοκαίρι.

⁷⁹ <http://www.sport-tourism.com>

- Αθληση - ψυχαγωγία ξενοδοχείων: Ο αθλητισμός αναψυχής ή αθλητική αναψυχή αφορά στις ειδικές δραστηριότητες που διοργανώνουν οι μεγάλες κυρίως ξενοδοχειακές μονάδες. Στην Ελλάδα συνδυάζεται σε μεγάλο ποσοστό με πολιτιστικές, επιμορφωτικές αλλά και περιβαλλοντικές δραστηριότητες.
- Πολιτιστικός – αθλητικός τουρισμός: Αυτή η μορφή τουριστικής δραστηριότητας σχετίζεται με την επίσκεψη αθλητικών χώρων με μεγάλη ιστορική και πολιτιστική σημασία. Στη χώρα μας σημειώνεται μεγάλο τουριστικό ενδιαφέρον για τους αρχαιολογικούς χώρους της Ολυμπίας, το παναθηναϊκό στάδιο, το ολυμπιακό στάδιο της Αθήνας, τα έργα που δημιουργήθηκαν για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 κ.α.

3.4.1. Ο αθλητικός τουρισμός και η ελληνική πραγματικότητα

Ο αθλητικός τουρισμός αλλά και ο τουρισμός των σπορ (που αποτελεί μια ειδική μορφή τουρισμού με την οποία συνδυάζεται το παιχνίδι- σπορ με τη διαμονή σε τουριστικές εγκαταστάσεις) δεν είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένοι στην Ελλάδα, παρά το γεγονός ότι οι κλιματολογικές συνθήκες και το φυσικό περιβάλλον ευνοεί την ανάπτυξη τους αλλά και τη διοργάνωση σημαντικών διεθνών συναντήσεων.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια αύξηση του ενδιαφέροντος μεγάλου μέρους του εσωτερικού τουρισμού προς τα χειμερινά σπορ και αυτό με τη σειρά του οδήγησε σε μια προσπάθεια δημιουργίας της αναγκαίας υποδομής, ώστε να προσελκυστούν και ξένοι τουρίστες. Ωστόσο, τα ελληνικά χιονοδρομικά κέντρα με τα χειμερινά σπορ, δεν είναι εύκολο να ανταγωνιστούν άλλα Ευρωπαϊκά τα οποία προσφέρουν σαφώς υψηλότερες και ποιοτικότερες υπηρεσίες με αποτέλεσμα να γίνονται πόλοι έλξης εξωτερικών τουριστών.

Αντίστοιχη κατάσταση επικρατεί και για τον τουρισμό του γκολφ ο οποίος αν και υπάρχει στην Ελλάδα, δεν είναι δυνατόν να προσελκύσει εξωτερικούς τουρίστες, καθώς δεν διαθέτει τις κατάλληλα οργανωμένες υποδομές και δεν κατάφερε ως τώρα ούτε τα υπάρχοντα γήπεδα να εκσυγχρονίσει ούτε να κατασκευάσει νέα. Παρ' όλα αυτά, το γκολφ σήμερα θεωρείται ένα από τα αθλήματα με δυναμική ανάπτυξη σε διεθνές επίπεδο, με τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού να συγκαταλέγεται ανάμεσα στις πιο προσοδοφόρες του τουριστικού κλάδου, καθώς απευθύνεται σε τουρίστες υψηλού εισοδήματος και διεξάγεται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Πρόκειται για έναν ειδικής μορφής τουρισμό, παρά για άθλημα, αφού οι παίκτες συνδυάζουν το παιχνίδι με τη διαμονή τους σε καλά ξενοδοχεία.

Θα πρέπει να εξεταστεί προσεκτικά το ενδεχόμενο της ανάπτυξης του τουρισμού του γκολφ μέσα από προγράμματα σχεδιασμού της τουριστικής του ανάπτυξης, δεδομένου ότι η Ελλάδα έχει τις ιδιαιτερότητες εκείνες και τα χαρακτηριστικά που ευνοούν την ανάπτυξη του τουρισμού του γκολφ. Να σημειωθεί ότι η υπάρχουσα ζήτηση του τουρισμού γκολφ στα υπάρχοντα γήπεδα της Γλυφάδας, της Ρόδου, της Κέρκυρας, της Χαλκιδικής και της Κρήτης, προέρχεται κυρίως από μόνιμους κατοίκους και από ξένους, κυρίως Αμερικανούς και Ιάπωνες επιχειρηματίες που επισκέπτονται τη χώρα και διαμένουν στα ξενοδοχεία που στεγάζουν τις εγκαταστάσεις του γκολφ.

3.4.2. Προϋποθέσεις ανάπτυξης γηπέδων γκολφ στην Ελλάδα

Ο λόγος που καμία κυβέρνηση ως τώρα στην Ελλάδα, δεν ενδιαφέρθηκε για την ανάπτυξη του τουρισμού του γκολφ οφείλεται σε έλλειψη γνώσεων τόλμης από τις εκάστοτε κυβερνήσεις να εμπλακούν σε μια επενδυτική δραστηριότητα που δεν θα είναι επικοινωνιακά αποδεκτή αφού η ελληνική κοινή γνώμη δεν είναι οικεία με την έννοια και την ιδέα του γκολφ, σε έλλειψη μακρόπνοης πολιτικής και σε έλλειψη συνεργασίας μεταξύ των αρμόδιων φορέων.

Αλλά και η ιδιωτική πρωτοβουλία χωλαίνει να αναλάβει το ρίσκο επενδυτικών σχεδίων μεγάλης κλίμακας, χωρίς να έχει τη στήριξη του κράτους με συμπληρωματικές ενέργειες που θα καταστήσουν την επένδυση αποδοτική. Λόγου χάρι ο συνδυασμός ενός γηπέδου γκολφ με ένα ξενοδοχειακό συγκρότημα. Σοβαρό τροχοπέδη αποτελεί και η αναγκαία μεγάλη έκταση γης που απαιτείται ώστε να δημιουργηθεί ένα γήπεδο γκολφ διεθνών προδιαγραφών, γεγονός που επιβαρύνει το επενδυτικό έργο με υπέρογκο κόστος.

Η Ελλάδα, έχοντας καταλάβει αρκετά καθυστερημένα την ευεργετική δράση της αγοράς τουρισμού του γκολφ, που πλέον θεωρείται ταχέως αναπτυσσόμενη και εξελισσόμενη μεταξύ των κλάδων του τουρισμού διεθνώς, θα πρέπει να αναλάβει κάποιες πρωτοβουλίες, ώστε να χαρακτηριστούν τα εγχώρια γήπεδα γκολφ ως Golf destination, (διεθνείς προορισμοί για γκολφ) οι σπουδαιότερες των οποίων είναι οι εξής:

1. Παραχώρηση στους ενδιαφερόμενους επενδυτές, μεγάλων δημόσιων εκτάσεων γης και επιχορηγήσεων για τα επενδυτικά σχέδια που να αφορούν όχι μόνο τις εγκαταστάσεις του γκολφ, αλλά και τις λοιπές τουριστικές απαιτούμενες συμπληρωματικές υποδομές, των οποίων η ύπαρξη θα καταστήσει αποδοτική και βιώσιμη τη συνολική επένδυση.
2. Εξασφάλιση δυνατότητας πρόσβασης στα γήπεδα του γκολφ, από τους υπάρχοντες διεθνείς αερολιμένες της Ελλάδος και εγκατάσταση ξενοδοχειακών μονάδων σε μικρές αποστάσεις για την καλύτερη εξυπηρέτηση των επισκεπτών του συγκεκριμένου είδους τουρισμού.⁸⁰

3.5. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ

Τουρισμός περιπέτειας χαρακτηρίζονται οι διακοπές με έντονο το στοιχείο του απρόσμενου, του άγνωστου και της έκπληξης. Το ανήσυχο πνεύμα που διακρίνει τον άνθρωπο και ειδικά το νέο, δημιούργησε αυτή τη μορφή τουρισμού, που συνίσταται σε προγράμματα έξω από τα καθιερωμένα, με συνεχείς εκπλήξεις που τονώνουν τη φαντασία και οδηγούν σε δράση για φυγή από την καθημερινότητα.⁸¹

Η προβολή αυτής της μορφής του τουρισμού τα τελευταία χρόνια, έχει ανεβάσει τη ζήτηση σε αρκετά υψηλά επίπεδα λόγω του ότι αποτελεί μια ανάγκη του σύγχρονου αστού, που ζητά έντονες εκτονώσεις για να ξεφύγει από την καθημερινότητα.

⁸⁰ Γ. Μ. Βενετσανοπούλου, *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. Interbooks, 2006, σ.208-223.

⁸¹ Γ. Κολτσιδόπουλος, *Τουρισμός, θεωρητική προσέγγιση*, Εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ.54.

Στον τουρισμό περιπέτειας περιλαμβάνονται οι δραστηριότητες όπως το σαφάρι, η κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς, η παραμονή και διαβίωση στη φύση, το κυνήγι του θησαυρού στη φύση και γενικά καθετί που προκαλεί κάτι το άγνωστο.

Οι κυριότερες δραστηριότητες του τουρισμού περιπέτειας είναι οι ακόλουθες:

- *Τουρισμός εξερευνήσεων και προσπέλασης απρόσιτων περιοχών:* Οι εξερευνήσεις αυτές πραγματοποιούνται σε δάση, ζούγκλες, βουνά κ.α. Αυτού του είδους οι αποστολές είναι εξοπλισμένες με υψηλής τεχνολογίας όργανα, τα οποία παρέχουν τη δυνατότητα επικοινωνίας και προσανατολισμού. Συνήθως τις αποστολές συνοδεύουν εκπαιδευμένοι οδηγοί βουνού, με ανάλογη πείρα.
- *Τουρισμός ακραίων αθλημάτων:* Ως τέτοιες μορφές αθλημάτων μπορούν να θεωρηθούν το rafting, το canoe- kayak, οι αναρριχήσεις και καταβάσεις βουνού και βράχων, οι ελεύθερες πτώσεις με αλεξίπτωτο, η διάσχιση φαραγγιών, η εξερεύνηση σπηλαίων κ.α. Όλες αυτές οι δραστηριότητες προϋποθέτουν εξειδικευμένες γνώσεις και εξοπλισμό από τη μεριά των συμμετεχόντων.
- *Τουρισμός ασκήσεων επιβίωσης και προσανατολισμού:* Στόχος είναι η επιβίωση σε δυσμενείς συνθήκες και η εκμάθηση τεχνικών επιβίωσης.
- *Κυνηγητικός τουρισμός και τουρισμός σαφάρι.* Οι λάτρεις του κυνηγιού υποστηρίζουν ότι το κυνήγι ως άθλημα εντοπισμού, καταδίωξης και θανάτωσης θηραμάτων αποτελεί μια δραστηριότητα που εξασκεί τις σωματικές και πνευματικές δυνάμεις του ανθρώπου. Επίσης, ο κυνηγητικός τουρισμός δεν αποτελεί μια αναγνωρισμένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού, απλώς σημειώνεται μια έντονη δραστηριοποίηση των ενασχολούμενων κατά την κυνηγετική περίοδο, η οποία έχει τα χαρακτηριστικά της τουριστικής δραστηριότητας, χωρίς όμως να υπάρχουν οι ανάλογες υποδομές, ή ελεγχόμενες περιοχές εκτροφής θηραμάτων, απλώς αρκετοί από τους κυνηγούς συχνά φιλοξενούνται σε καταλύματα του αγροτικού και ορειβατικού τουρισμού.

Οι δραστηριότητες που συγκαταλέγονται στον τουρισμό περιπέτειας είναι οι εξής:

- Trekking ή πεζοπορία
- River Trekking
- Kayak ποταμού
- Rafting
- Canoe-Kayak
- Αναρρίχηση
- Mountain bike
- Jeep safari
- Ιστιοπλοΐα
- Σκι
- Ιππασία

Στη χώρα μας, ο τουρισμός περιπέτειας αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς και αποκτά ολοένα και περισσότερους λάτρεις. Σ' αυτό συντελούν διάφοροι σύλλογοι και τουριστικά

γραφεία, που ειδικεύονται σε προγράμματα τουρισμού περιπέτειας, καθώς μεγάλη βοήθεια προσφέρει και η ίδια η ελληνική φύση με τις άγριες περιοχές που διαθέτει και έτσι είναι ένας τρόπος ανάδειξης και προβολής τους.⁸²

IV. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

4.1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Πριν αναφερθούμε στα είδη του εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύσσονται και προάγουν την ευγενή προστασία και τον σεβασμό προς το περιβάλλον, φρόνιμο είναι να ορίσουμε τις βασικές έννοιες του «περιβάλλοντος» και της «φυσικής κληρονομιάς».

Σύμφωνα με το άρθρο 2 του Ν. 1650/1986⁸³, ως «περιβάλλον ορίζεται το σύνολο των φυσικών και ανθρωπογενών παραγόντων και στοιχείων που βρίσκονται σε αλληλεπίδραση και επηρεάζουν την οικολογική ισορροπία, την ποιότητα της ζωής, την υγεία των κατοίκων, την ιστορική πολιτιστική παράδοση και τις αισθητικές αξίες.

Η προστασία του περιβάλλοντος, σύμφωνα με το ίδιο άρθρο, 2 του Ν. 1650/1986, αφορά στο σύνολο των ενεργειών, των μέτρων και των έργων που έχουν ως στόχο την πρόληψη της υποβάθμισης του περιβάλλοντος ή την αποκατάσταση, τη διατήρηση και τη βελτίωση του. Ως περιοχές που χρίζουν προστασίας σύμφωνα με τον ίδιο νόμο⁸⁴, χαρακτηρίζονται οι εκτάσεις μεγάλης οικολογικής ή βιολογικής αξίας, στις οποίες το φυσικό περιβάλλον προστατεύεται από κάθε δραστηριότητα ή επέμβαση που θα μπορούσε να μεταβάλει ή να αλλοιώσει τη φυσική κατάσταση, σύνθεση ή εξέλιξη του.

Σύμφωνα με το άρθρο 2, του Ν. 1126/1981⁸⁵, ως «φυσική κληρονομιά» θεωρούνται τα φυσικά μνημεία που αποτελούνται από φυσικούς ή βιολογικούς σχηματισμούς ή από ομάδες τέτοιων σχηματισμών παγκόσμιας αξίας από άποψης αισθητικής ή επιστημονικής, οι γεωλογικοί και φυσιογραφικοί σχηματισμοί και καθορισμένες εκτάσεις που αποτελούν την κατοικία απειλούμενων ζωικών και φυτικών ειδών παγκόσμιας αξίας από άποψης επιστήμης ή ανάγκης διατηρήσεώς τους, και τα φυσικά τοπία ή οι φυσικές εκτάσεις παγκόσμιας αξίας από άποψης επιστήμης, ανάγκης διατήρησης ή φυσικού κάλλους.

⁸² Γ. Μ. Βενετσανοπούλου, *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. Interbooks, 2006, σ.225-228.

⁸³ Ο Νόμος 1650/1986 έχει σκοπό τη θέσπιση θεμελιωδών κανόνων και τη καθιέρωση κριτηρίων και μηχανισμών για την προστασία του περιβάλλοντος, έτσι ώστε ο άνθρωπος, ως άτομο και ως μέλος του κοινωνικού συνόλου, να ζει σε ένα υψηλής ποιότητας περιβάλλον, μέσα στο οποίο να προστατεύεται η υγεία του και να ευνοείται η ανάπτυξη της προσωπικότητάς του.

⁸⁴ Άρθρο 2, Ν. 1650/1986, περί προστασίας περιβάλλοντος

⁸⁵ Ο Ν. 1126/1981 αφορά στη σύμβαση περί προστασίας της παγκόσμιας πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς και έλαβε μέρος στο Παρίσι στις 23/12/1972, στη Γενική Διάσκεψη της Οργάνωσης Ηνωμένων Εθνών.

Τα τελευταία χρόνια στον τομέα του τουρισμού παρατηρείται μια ιδιαίτερη ευαισθητοποίηση ως προς τα περιβαλλοντικά ζητήματα και μια κλίση προς τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Ο τουρισμός, σε όλες τις μορφές του, βρίσκεται σε άμεση εξάρτηση με το φυσικό περιβάλλον, αφού το περιβάλλον αποτελεί το βασικό «κεφάλαιο» πάνω στο οποίο στηρίζεται και αναπτύσσεται ο τουρισμός, ώστε να παραχθούν οικονομικά, πολιτισμικά και περιβαλλοντικά οφέλη. Πιο συγκεκριμένα, η ποιότητα του περιβάλλοντος αλλά και οι φυσικές ομορφιές που λειτουργούν ως αξιοθέατο για τους επισκέπτες, αποτελούν βασικό πόλο έλξης των τουριστών αφού επηρεάζουν την επιλογή ενός προορισμού έναντι κάποιου άλλου.

Ο γενικότερος ορισμός του *περιβάλλοντος* αναφέρεται όμως τόσο στο *φυσικό* όσο και στο *τεχνητά δομημένο* περιβάλλον. Το *φυσικό περιβάλλον* περιλαμβάνει στοιχεία που μας προσφέρει η φύση, δηλαδή το κλίμα, ο καιρός, οι υδάτινες ζώνες, το φυσικό ανάγλυφο, τα εδάφη, οι ακτές, οι παραλίες, οι αμμουδιές, η χλωρίδα, η πανίδα κ.α. Σε αντίθεση, το *τεχνητά δομημένο περιβάλλον* έχει να κάνει με ό,τι έχει προσθέσει ο άνθρωπος στη φύση, όπως τα κτίρια και οι διάφορες κατασκευές.⁸⁶

Πλέον, οι περισσότεροι τουρίστες αποζητούν τον καθαρό αέρα, τις καθαρές θάλασσες, τις άγριες βουνοπλαγιές με τη φυσική ομορφιά τους και γενικότερα προορισμούς που είναι ασφαλείς αλλά παράλληλα δεν έχουν κοσμοσυρροή. Ως συνέπεια αυτού, όταν δεν λαμβάνουν τέτοιου είδους προσφορές, στρέφονται προς άλλους προορισμούς ικανοποιητικότερους προς τις απαιτήσεις τους. Σημασία για τον κάθε τουρίστα έχει η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και η γενικότερη ποιότητα του τουριστικού πακέτου η οποία με τη σειρά της επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από το περιβάλλον στο οποίο αυτή προσφέρεται.⁸⁷ Γι' αυτό το λόγο οι τουριστικές και ταξιδιωτικές επιχειρήσεις θα πρέπει να σέβονται και να προστατεύουν το περιβάλλον και να χαράζουν περιβαλλοντικές πολιτικές που είναι ζωτικής σημασίας ώστε να αυξηθεί η παρεχόμενη ποιότητα του τουριστικού προϊόντος και να επιτευχθεί η μακροχρόνια επιβίωση και ευημερία του. Είναι παγκοσμίως παραδεκτό ότι ο τουρισμός δεν μπορεί να επιβιώσει χωρίς την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και την προστασία του περιβάλλοντος, επομένως οι χώρες που δεν θα πετύχουν να εξασφαλίσουν περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά υψηλών προδιαγραφών και αναγνωρισμένης ποιότητας, δεν θα αντέξουν στο διεθνή ανταγωνισμό. Όπως είναι εύλογο λοιπόν από όλα τα παραπάνω, η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος αποτελεί βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού μιας συγκεκριμένης περιοχής αλλά και μιας ολόκληρης χώρας εν γένει.

4.2. Επιπτώσεις ανάπτυξης τουρισμού στο περιβάλλον

Καθώς ο τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται ραγδαία και να συμβάλλει πλέον σημαντικά στην κατακόρυφη αύξηση των οικονομικών διεθνώς, τόσο οι Δημόσιοι όσο και οι Ιδιωτικοί φορείς του, άρχισαν να παραβλέπουν ή να αδιαφορούν για τις επιπτώσεις του στο φυσικό περιβάλλον (στα οικοσυστήματα και στους φυσικούς πόρους), στο πολιτιστικό περιβάλλον (στα μνημεία και στους αρχαιολογικούς χώρους), στο ανθρωπογενές περιβάλλον (στην τοπική αρχιτεκτονική και στα παραδοσιακά κτίσματα), στις τοπικές κοινωνίες και στον ντόπιο πληθυσμό (στα ήθη, έθιμα, και στη τοπική νοοτροπία). Μετά το 1950 και την

⁸⁶ Μ. Λογοθέτης, *Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας*, εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα-Θες/κη, 2001, σ.39.

⁸⁷ V. Middleton – Rebecca Hawkins, *Τουριστικό Μάρκετινγκ για βιώσιμη ανάπτυξη*, εκδ. Κριτική, 2004, σ.50.

τουριστική «έκρηξη» άνθησης που σημειώθηκε, ο τουρισμός μετατράπηκε σε μέσο εκμετάλλευσης του ανθρώπου, του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς εκ μέρους μεγάλης μερίδας επιχειρηματιών προς ίδιο και μόνο το οικονομικό όφελος, ενώ παράλληλα άρχισε να «ξεφτίζει» η ανθρωπρέπεια και η φιλοξενία, που είχε ως βασικά χαρακτηριστικά.

Έτσι ο μαζικός τουρισμός, αδιαφορώντας για την προστασία του περιβάλλοντος του τουριστικού προορισμού, υπερεκμεταλλεύεται και εξαντλεί τους φυσικούς πόρους, δημιουργώντας όχι μόνο θετικές αλλά και πολλές περισσότερες αρνητικές συνέπειες, οι οποίες θα αναφερθούν συνοπτικά στους παρακάτω πίνακες.

ΘΕΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ⁸⁸

ΦΥΣΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ
Συντηρείται & αναβαθμίζεται το φυσικό & δομημένο περιβάλλον, προστατεύεται η βιοποικιλότητα	Δίνει οικονομική αξία & δημιουργεί νέες αγορές
Δημιουργείται πρόσβαση σε διεθνώς αναγνωρισμένα πρότυπα ποιότητας όσον αφορά την αξιοποίηση των περιβαλλοντικών πόρων	Δημιουργεί έσοδα που χρησιμεύουν για τη διατήρηση του περιβάλλοντος
Βελτιώνεται η ποιότητα ζωής του τοπικού πληθυσμού, λόγω δημιουργίας έργων υποδομής	Δημιουργεί θέσεις απασχόλησης & νέες ευκαιρίες για επιχειρηματικές κινήσεις. Τονώνει τη δημιουργία νέων οικονομικών τουριστικών δραστηριοτήτων
Παρέχει κίνητρα για εξεύρεση πόρων που συμβάλουν στην προστασία ιστορικών & αρχαιολογικών χώρων, συντήρησης πάρκων, χώρων αναψυχής, προστατευόμενων περιοχών	Προσφέρει κίνητρα για έλεγχο ποιότητας του περιβάλλοντος (υδάτων, ηχορύπανσης, απορριμμάτων κ.α.)

⁸⁸36 Μ.Γ. Βενετσανοπούλου, Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εκδ. Interbooks, Αθήνα 2006, σ.185-189.

ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ⁸⁹

ΦΥΣΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ
Καταστροφή φυσικού χώρου από αλόγιστη & άναρχη επέκταση, διάβρωση τοπίου λόγω κατασκευής αεροδρομίων, λιμένων, οικιστικών θέρετρων, διάβρωση βουνών λόγω δημιουργίας εγκαταστάσεων χειμερινών σπορ	Υπερβολική ή κακή χρήση περιβαλλοντικά ευάλωτων ιστορικών & αρχαιολογικών χώρων, φθορά λόγω βανδαλισμών, διάβρωση & καταστροφή εύθραυστων φυσικού δομημένου περιβάλλοντος λόγω υπερβολικών επισκεπτών στους ιστορικούς/ αρχαιολογικούς χώρους
Υπερσυγκέντρωση των τουριστικών καταλυμάτων σε παράκτιες περιοχές, μόλυνση θάλασσας λόγω αποχετεύσεων ξενοδοχείων που διοχετεύονται στα θαλάσσια ύδατα	Αλλοίωση του χαρακτήρα των μνημείων λόγω ακαλαίσθητης χρήσης του περιβάλλοντα χώρου με κτίρια απαραίτητα για την τουριστική ανάπτυξη
Ατμοσφαιρική ρύπανση & ηχορύπανση λόγω υπερβολικής χρήσης ιδιωτικών αυτοκινήτων από τους τουρίστες	Πρόχειρες αναστηλώσεις, διαμορφώσεις μνημείων που συνεπάγεται κακομεταχείριση αυτών και ταχύτερη φθορά
Διατάραξη οικολογικής ισορροπίας από ανεξέλεγκτη εκμετάλλευση φυσικών αγαθών (συλλογή κοχυλιών, κελυφών χελωνών κ.α.), θανάτωση κοραλλιών από σκάφη ή άγκυρες σκαφών & δύτες, αδικαιολόγητη αποξήρανση ελών	

Ύστερα από αυτήν την απότομη αρνητική επίδραση που είχε το τουριστικό φαινόμενο στο περιβάλλον, υπήρξε μια έντονη αντίδραση τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο, μέσω του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO) και του προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον όσο και σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, μέσω της Ευρωπαϊκής Ένωσης με την έκδοση υποχρέωσης συμμόρφωσης των κρατών μελών της Ε.Ε. σε μια οδηγία.

Οι κυριότεροι στόχοι αυτής της κινητοποίησης ήταν οι εξής:

- Ο επαναπροσδιορισμός της σχέσης «Τουρισμού- Περιβάλλοντος»
- Η λήψη σοβαρών μέτρων για ορθολογική, προγραμματισμένη, ελεγχόμενη και αειφορική τουριστική ανάπτυξη
- Η χάραξη μιας τουριστικής πολιτικής με επίκεντρο τον άνθρωπο ως παραγωγό αλλά και ως καταναλωτή τουριστικών προϊόντων
- Η πληροφοριακή και οικονομική υποστήριξη και προώθηση φιλικών προς το περιβάλλον εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Συνήγοροι αυτής της αντίδρασης στάθηκαν και οι ίδιοι οι τουρίστες οι οποίες εκδήλωσαν έντονο ενδιαφέρον για αλλαγή της τουριστικής τους συμπεριφοράς και στροφή σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού καθώς και σε περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και ενδιαφέρον για ποιότητα τόσο του περιβάλλοντος όσο και του τουριστικού προορισμού. Επίσης, σημαντικό μέλημα των τουριστών φάνηκε να είναι η αποφυγή περιβαλλοντικών κινδύνων κατά τη διάρκεια των τουριστικών τους δραστηριοτήτων και η ανάγκη για προσφορά σε αυτούς, αυθεντικών τουριστικών προϊόντων απαλλαγμένων από τα σημάδια του μαζικού τουρισμού.

Έτσι, άρχισαν να «γεννιούνται» και να αναπτύσσονται με θεαματική απήχηση, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες είναι φιλικές προς το περιβάλλον και όλες μαζί αποτελούν τη γενικότερη μορφή του εναλλακτικού τουρισμού. Αυτές είναι οι εξής:

- I. Ο Αειφόρος τουρισμός, που στην πραγματικότητα δεν είναι μορφή τουρισμού αλλά αντιπροσωπεύει το δόγμα της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης που μπορεί να εφαρμόζεται σε όλες τις μορφές τουρισμού.
- II. Ο οικολογικός τουρισμός ή οικτουρισμός ή περιβαλλοντικός ή πράσινος ή φυσιολατρικός τουρισμός.
- III. Ο τουρισμός Υπαίθρου ή αγροτουρισμός ή αγροτικός τουρισμός ή γεωργικός τουρισμός.

4.3. ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Αν ερμηνεύσουμε τα δύο συνθετικά της λέξης «αειφόρος» (αεί + φέρω) θα δούμε πως στην πραγματικότητα σημαίνει «αυτόν που μπορεί πάντοτε να δίνει, να φέρει). Αειφόρο περιβάλλον είναι το περιβάλλον που μπορεί να δώσει στις μελλοντικές γενιές αυτό ακριβώς που δίνει και στις σύγχρονες. Είναι δηλαδή το περιβάλλον που παραμένει βιώσιμο, που επιτυγχάνει να αναπαράγει συνεχώς τους πόρους του με τέτοιο τρόπο ώστε να τους απολαμβάνουν οι άνθρωποι που σήμερα και οι απόγονοι του αύριο.

Η *αειφόρος ανάπτυξη*, αναφέρεται στην ανάπτυξη που πραγματοποιείται προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι ανάγκες του παρόντος, χωρίς να τίθεται σε κίνδυνο η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να αντιμετωπίσουν τις δικές τους. Ως εκ τούτου, η *αειφόρος τουριστική ανάπτυξη* είναι η ανάπτυξη ενός τουριστικού προορισμού η οποία πραγματοποιείται χωρίς να καταστρέφεται το ευρύτερο περιβάλλον (φυσικό, κοινωνικό, πολιτιστικό, οικονομικό κ.α.) ή οι πόροι του τουριστικού προορισμού και έτσι να μπορούν μελλοντικά και άλλοι τουρίστες να προσελκυστούν και να απολαύσουν εξίσου καλά και το περιβάλλον αλλά και τους πόρους του.⁹⁰

Ο αειφόρος τουρισμός αφορά σε κάθε μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται αειφορικά, σύμφωνα δηλαδή με την αρχή της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης. Πρόκειται για κάθε μορφή τουρισμού που δεν βλάπτει, δεν υποβαθμίζει ή δεν καταστρέφει το περιβάλλον του τουριστικού προορισμού (φυσικό, κοινωνικό, πολιτιστικό, οικονομικό) και δεν εξαντλεί ή δεν αλλοιώνει τους πόρους του. Ως αειφόρος τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ο τουρισμός υπαίθρου, ο αγροτικός τουρισμός, ο Οικοτουρισμός κ.α. εφόσον ακολουθούν τις αρχές της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης.

⁹⁰ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. Ελλήν, 2000, σ.174,176.

4.3.1. Χαρακτηριστικά και αρχές αειφόρου τουρισμού

1. Ο αειφόρος τουρισμός δεν περιορίζεται σε ορισμένες μόνο μορφές τουρισμού αλλά σε κάθε τουριστική δραστηριότητα
2. Δεν απαιτεί μεγάλες επενδύσεις και δεν ζημιώνει αλλά συμπληρώνει τις κρατούσες πρακτικές τουριστικής ανάπτυξης
3. Δεν αποκλείει κάποια αλλαγή του περιβάλλοντος, δέχεται τις αλλαγές που προκαλούν οι τουριστικές δραστηριότητες αρκεί όμως αυτές να μη βλάπτουν τα κύρια στοιχεία του τουρισμού (τους τουρίστες, το περιβάλλον του τουριστικού προορισμού, τον ντόπιο πληθυσμό και τους εμπλεκόμενους στο τουριστικό κύκλωμα)
4. Δεν δέχεται το δόγμα του μεγάλου μεγέθους και της μεγάλης δραστηριότητας
5. Υποστηρίζει τη μετριοπάθεια, τους χαμηλούς τόνους, την ισορροπία, την πρακτικότητα και τη διαχρονική βιωσιμότητα κάθε τουριστικής δραστηριότητας
6. Υποστηρίζει ότι κάθε τουριστική ανάπτυξη σε κάθε περιοχή πρέπει να προσαρμόζεται στην ιδιαιτερότητα της τοποθεσίας, στη θέση της, στην ομορφιά της και στον πολιτισμό της και να μην έχει συσσωρευτικές διαχρονικές δυσμενείς συνέπειες
7. Πρεσβεύει την άποψη ότι οι ανάγκες του παρόντος πρέπει να αντιμετωπίζονται χωρίς να μειώνουν την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να αντιμετωπίσουν τις εκάστοτε δικές τους
8. Προσπαθεί να περιορίσει το λεγόμενο τουριστικό κόστος (οικονομικό, κοινωνικό, πολιτιστικό και περιβαλλοντικό)
9. Στηρίζεται στην αρχή της χωρητικότητας. Σύμφωνα με αυτή την αρχή ως τουριστική χωρητικότητα μιας περιοχής ορίζεται το μέγεθος του τουριστικού φορτίου που μπορεί να δεχθεί χωρίς να διαταραχθεί η περιβαλλοντική, κοινωνική, πολιτιστική και η οικονομική ισορροπία της, τοπικά και χρονικά.

4.4. ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο όρος «Οικοτουρισμός» εμφανίστηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1980, όταν μια ομάδα οικολόγων στη Βόρεια Αμερική αντιλήφθηκαν πως η εντατικοποίηση του τουρισμού στη φύση μπορεί να επιφέρει καταστροφές στο εύθραυστο φυσικό περιβάλλον, γεγονός που έχριζε τήρησης αυστηρών μέτρων προστασίας του, με παράλληλη ορθολογική διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης. Ουσιαστικά, η έννοια του, δημιουργήθηκε από τη μίξη δύο παράλληλων τάσεων, του τομέα ανάπτυξης του τουρισμού και της προστασίας του περιβάλλοντος. Στον τομέα του τουρισμού παρατηρήθηκε μια αυξανόμενη τάση για διακοπές σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους και οικολογικής αξίας, με έντονο το στοιχείο της συμμετοχής της περιπέτειας, της ανάκαμψης, της γνώσης και της επαφής με νέους πολιτισμούς.⁹¹

Ο Οικοτουρισμός, διεξοδικότερα, αποτελεί ένα πεδίο σύνδεσης του τουρισμού με την αειφόρο ανάπτυξη, γεννώντας μια εναλλακτική πρόταση για τουριστική ανάπτυξη φιλική με

⁹¹ Μ.Γ. Βενετσανοπούλου, Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εκδ. Interbooks, Αθήνα 2006,σ.156.

το περιβάλλον. Η συμβολή του μέχρι σήμερα έχει αναδείξει τις αξίες της διατήρησης της φύσης και της πολιτιστικής κληρονομιάς, της διατήρησης του κοινωνικού ιστού και της ευημερίας των τοπικών κοινωνιών, την αξία της απόλαυσης της φύσης και της συμμετοχής στα τοπικά δρώμενα για τους περιηγητές και την αξία της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ο Οικοτουρισμός είναι μια αειφορική μορφή τουρισμού Υπαίθρου που εμπνέεται κατά κύριο λόγο από τη φυσική ιστορία μιας περιοχής, συμπεριλαμβανομένης και της τοπικής κουλτούρας. Ο οικοτουρίστας επισκέπτεται μη ανεπτυγμένες περιοχές με πνεύμα εκτίμησης, συμμετοχής και ευαισθησίας. Δεν χρησιμοποιεί με καταναλωτικό τρόπο τους φυσικούς πόρους και την άγρια φύση, ενώ συμβάλλει ακόμα στη ζωή της περιοχής που επισκέπτεται μέσα από την προσωπική του εργασία ή την οικονομική του βοήθεια για τη διατήρηση της περιοχής και την οικονομική ευημερία των κατοίκων της. Η επίσκεψη θα πρέπει να ενισχύει την αφοσίωση και την εκτίμηση του οικοτουρίστα απέναντι στα οικολογικά θέματα γενικώς και στις ανάγκες της κοινότητας ειδικότερα. Η φύση και το τοπίο λειτουργούν και ως στοιχεία τουριστικής έλξης και τουριστικού αξιοθέατου και έτσι καταφέρνουν να αποτελέσουν παράγοντες της τουριστικής προσφοράς.⁹²

Επίσης, ο Οικοτουρισμός εμπεριέχει την έννοια της διαχείρισης από την πλευρά της χώρας υποδοχής, η οποία δεσμεύεται για την προστασία και τη διατήρηση της περιοχής με τη συμμετοχή των ντόπιων κατοίκων, τη σωστή προβολή της περιοχής, την τήρηση των κανόνων για την προστασία του περιβάλλοντος και τη χρήση των εσόδων των επιχειρήσεων για τη χρηματοδότηση της διαχείρισης των φυσικών πόρων της περιοχής και της ντόπιας ανάπτυξης.

Σήμερα οι άνθρωποι δίνουν μια αυξανόμενη προτεραιότητα στην οικολογική και περιβαλλοντική ποιότητα, όταν επιλέγουν ένα προορισμό. Επιζητούν καθαρό και υγιεινό περιβάλλον, καθαρό αέρα, δάση, καθαρά ποτάμια και λίμνες και ένα φυσικό τρόπο ζωής. Οι άνθρωποι που ζουν στις πόλεις, θέλουν να έχουν διαφορετικές εμπειρίες, θέλουν να γευτούν το μεγαλείο της φύσης.

Έτσι, δημιουργήθηκαν προγράμματα τουριστικών μετακινήσεων με σκοπό να διαπιστωθούν βλάβες του περιβάλλοντος, αλλά και να το προστατέψουν. Πέρα από την προστασία, ο οικολογικός τουρίστας μπορεί να δραστηριοποιηθεί σε πεζοπορίες, αναρριχήσεις υποβρύχιες παρατηρήσεις, κανό, καγιάκ και ορειβατικό σκι. Ο Οικοτουρισμός έχοντας σαν πελάτες του κυρίως οικολόγους, προσπαθεί να διευρύνει την πελατεία του, ευαισθητοποιώντας και άλλα άτομα προς τη μορφή αυτή του τουρισμού, αλλά και γενικά στο οικολογικό πρόβλημα.

Στόχος του Οικοτουρισμού είναι η αξιοποίηση των τουριστικών δυνατοτήτων κυρίως της ενδοχώρας και των μικρών νησιών, μέσω της διαμόρφωσης ενός ποιοτικού και πολυδιάστατου τουριστικού πακέτου, με ποιοτική αναβάθμιση των καταλυμάτων αλλά και των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρονται. Βασικό του πλεονέκτημα σε αντίθεση με άλλες μορφές τουρισμού που προωθούνται, είναι ότι αναπτύσσεται όλες τις εποχές του χρόνου με αποτέλεσμα να μην υπόκειται στην εποχικότητα και μέσα από κατάλληλες στρατηγικές προώθησης του να προσελκύσει νέους εναλλακτικούς τουρίστες.

Χρειάζεται όμως και ο σχεδιασμός ανάλογης υποδομής, όπως η χάραξη μονοπατιών, χαρτογράφηση των περιοχών, αναστύλωση παλιών κτισμάτων λαϊκής αρχιτεκτονικής και

⁹² Μ. Λογοθέτης, Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας, εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα- Θεσ/κη, 2001, σ.207.

παλιών γεφυριών, να γίνουν παρατηρητήρια για την καλύτερη παρατήρηση της γλωρίδας και της πανίδας και να εκπαιδευτούν κατάλληλα άτομα, που θα προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στους τουρίστες, αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού.

Για την ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού επίσης, δεν χρησιμοποιούνται βαριές κατασκευές, ενώ τόσο ο τουρίστας όσο και το τουριστικό κύκλωμα υποδοχής και εξυπηρέτησης του, σέβονται τη φύση, με μια προσπάθεια να αποφεύγονται τα μαζικά μέσα μετακίνησης παντού, όπου αυτό είναι εφικτό. Στο πλαίσιο της ανάπτυξης του οικολογικού τουρισμού εντάσσεται η τουριστική ανάπτυξη των παραδοσιακών οικισμών, των βιότοπων, των εθνικών δρυμών κ.α.

Το περιεχόμενο του Οικοτουρισμού αφορά στα εξής:

- Στην προστασία της φύσης
- Στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς
- Στην αειφόρο ανάπτυξη
- Στην ευημερία της τοπικής κοινωνίας
- Στη δυνατότητα να παρέχει ο τουρισμός απόλαυση και συμμετοχικές δραστηριότητες
- Στην προώθηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης⁹³

4.4.1. Τα χαρακτηριστικά του Οικοτουρισμού

Σύμφωνα με τον ορισμό του Οικοτουρισμού, τα κυριότερα χαρακτηριστικά του είναι τα παρακάτω:

- Ο τουριστικός προορισμός, που περιλαμβάνει ταξίδια σε σχετικά αδιατάρακτες ή παρθένες φυσικές περιοχές(σπήλαια, φαράγγια, βουνά, υδροβιότοποι, λιμνοθάλασσες, προστατευόμενες περιοχές – Εθνικά πάρκα και δρυμοί, κοιλάδες, χαράδρες, φράγματα, ποτάμια, βοτανικοί κήποι, βιολογικές καλλιέργειες, με σκοπό το θαυμασμό, τη μελέτη και την απόλαυση του τοπίου με τα άγρια ζώα και φυτά του, όπως και η συμμετοχή των τουριστών στις υπάρχουσες τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις.
- Το ενδιαφέρον των οικοτουριστών για το περιβάλλον και τη διεύρυνση του γνωστικού τους ορίζοντα σχετικά με την τοπική γλωρίδα και πανίδα.
- Το ενδιαφέρον των οικοτουριστών για τον τοπικό πληθυσμό, τα ήθη και τα έθιμα τους, τον διαφορετικό τρόπο ζωής τους, τις καθημερινές συνήθειες και ιδιαιτερότητες τους.
- Η αειφορία και η αρχή της χωρητικότητας. Δεν απαιτεί ιδιαίτερες ή πρόσθετες εγκαταστάσεις, χρησιμοποιεί την υπάρχουσα δομή, δεν διαταράσσει την τοπική ισορροπία και την αρμονία του τόπου και δεν χρησιμοποιεί καταχρηστικά τους φυσικούς πόρους,

⁹³ Υπουργείο Ανάπτυξης, ΕΟΤ, Σχεδιασμός δράσεων πιλοτικού χαρακτήρα για ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού, 2008, σ.8.

Σήμερα, ο Οικοτουρισμός αποτελεί μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού για την οποία δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία από μελέτες που να αναλύουν τόσο τον όγκο και τη ζήτηση της οικοτουριστικής αγοράς όσο και τις προοπτικές και τις τάσεις ανάπτυξης τους ώστε να μπορέσουν να προκύψουν πιο αξιόπιστα συμπεράσματα. Πολλοί είναι οι οικοτουρίστες που δεν καταγράφονται πουθενά γιατί δεν κάνουν κρατήσεις σε τουριστικά καταλύματα, δεν κάνουν κρατήσεις θέσεων σε μεταφορικά μέσα και δεν αγοράζουν τουριστικά προϊόντα από οργανωτές ταξιδιών. Άλλοι οικοτουρίστες αγοράζουν μερικά μόνο προϊόντα από οργανωτές ταξιδιών (λ.χ. μόνο τα εισιτήρια μετάβασης και επιστροφής) και έτσι καταγράφονται σαν τουρίστες μαζικού τουρισμού. Άλλοι οικοτουρίστες κάνουν παράλληλα με τον οικοτουρισμό και ένα άλλος είδος τουρισμού του οποίου και καταγράφονται ως πελάτες.

Όσον αφορά το προφίλ των οικοτουριστών, αυτοί προέρχονται από χώρες ή περιοχές όπου η τουριστική συνήθεια και η τουριστική συνείδηση είναι ανεπτυγμένες και συνήθως πριν δοκιμάσουν τον οικοτουρισμό, έχουν δοκιμάσει ταξίδια άλλων μορφών τουρισμού. Πρόκειται συχνά, για ηλικιωμένους ή συνταξιούχους ηλικίας άνω των 50 ετών αλλά και νέους ή άτομα μέσης ηλικίας. Γενικότερα θα μπορούσαμε να πούμε πως οι οικοτουρίστες δεν έχουν ηλικιακό πλαίσιο, όμως από άποψη φύλου, έρευνες έχουν δείξει πως το 65- 75% αυτών, αποτελείται από άντρες καθώς οι περισσότερες γυναίκες αποφεύγουν τις δυσκολίες αυτού του είδους εναλλακτικού τουρισμού. Από εκπαιδευτικής άποψης, οι περισσότεροι τουρίστες αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού είναι ανώτερου ή ανώτατου εκπαιδευτικού επιπέδου και από εισοδηματικής άποψης είναι επίσης ανώτερου οικονομικού επιπέδου.

Συνέπειες Οικοτουρισμού

ΘΕΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ	ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ
Ευαισθητοποιεί τους κατοίκους των φυσικών περιοχών καθώς και τους τουρίστες σε ότι αφορά την αναγκαιότητα διατήρησης του φυσικού & πολιτισμικού περιβάλλοντος & πλούτου	Η υπερσυγκέντρωση τουριστών & αυτοκινήτων σε περιόδους αιχμής, δημιουργεί κυκλοφοριακά προβλήματα & ρύπανση
Ενισχύει την τοπική οικονομία, με δημιουργία θέσεων εργασίας & πηγών εισοδήματος στους τοπικούς πληθυσμούς	Η προσέλκυση υπερβολικού τουρισμού σε περιοχές με «άγρια» φύση, ταράσσει τον αναπαραγωγικό κύκλο σπάνιων πουλιών & ζώων
Μειώνει το αίσθημα απομόνωσης και τονώνει το αίσθημα υπερηφάνειας των κατοίκων για τον τόπο & τις παραδόσεις τους, συμβάλλοντας στη συγκράτηση του πληθυσμού & στην ανάπτυξη της περιφέρειας	Η ανάπτυξη του τουρισμού έρχεται σε σύγκρουση με την άσκηση των παραδοσιακών δραστηριοτήτων των μόνιμων κατοίκων (γεωργία, κυνήγι κ.α.)

4.4.2. Σημερινή πραγματικότητα παγκοσμίως

Ο οικότουρισμός παρουσιάζει ενδιαφέρον τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Σε παγκόσμιο επίπεδο οι περιοχές που ελκύουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον είναι τα Ιμαλάια, η Κούβα, η Κόστα Ρίκα, ο Βολιβία, η Βραζιλία, η Γουατεμάλα, η Τουρκία, η κεντρική Ασία, η Ιαπωνία, η Ινδονησία, η Κένυα, οι αφρικανικές έρημοι, οι σαβάνες, τα τροπικά δάση κ.α. Από τις χώρες της Ευρώπης, την μεγαλύτερη απήχηση στον οικότουρισμό παρουσιάζει η Γερμανία με 13 εθνικά πάρκα, οι Άλπεις, τα Γαλλικά Πυρηναία, η Ιταλία, η Κύπρος, η Ισλανδία, η Πορτογαλία, η Ρουμανία, η Ηπειρωτική Ελλάδα και η Κρήτη. Να επισημανθεί όμως ότι έρευνες έχουν δείξει πως η Ελλάδα δεν είναι καταχωρημένη στη συνείδηση των επισκεπτών ως σημαντικός οικότουριστικός προορισμός, αλλά συγχέεται με την έννοια του φυσιολατρικού τουρισμού και των δυνατοτήτων που προσφέρει το φυσικό της περιβάλλον (λ.χ. θάλασσα, πράσινο, φυσικό τοπίο κ.α.)

Αναλύοντας την υφιστάμενη κατάσταση του τουρισμού συνολικά στην Ελλάδα, καθίσταται σαφές πως οι οργανωμένες τουριστικές δραστηριότητες που ασκούνται, δεν έχουν στο σύνολο τους τον χαρακτήρα του οικότουρισμού αλλά αποτελούν κυρίως δραστηριότητες που είτε σχετίζονται με τη γενικότερη μορφή του αγροτουρισμού, είτε αποτελούν τουρισμό περιπέτειας στη φύση. Παράλληλα διαμορφώνεται μια τάση επίσκεψης των σχολείων σε προστατευόμενες περιοχές με βάση το πλαίσιο προγραμμάτων περιβαλλοντικής εκπαίδευσης.

Παρ' όλα αυτά η ανάπτυξη του οικότουρισμού στην Ελλάδα παρουσιάζει αρκετά πλεονεκτήματα σε σχέση με άλλες χώρες. Η ποικιλία και ο πλούτος των ελληνικών οικοσυστημάτων και των τοπίων παρέχουν πλήθος ευκαιριών για τουριστικές εμπειρίες εναλλακτικών διακοπών και καθιστά επιτακτική την ανάπτυξη και προώθηση του οικότουρισμού, αφού αυτή η εναλλακτική μορφή τουρισμού, μπορεί να προσδώσει μια νέα δυναμική σε περιοχές, κυρίως ορεινές, αναδεικνύοντας το πλούσιο φυσικό αλλά και πολιτισμικό περιβάλλον που είναι διαθέσιμο, μέσα από την ενεργή συμμετοχή των ντόπιων κατοίκων.

Αξίζει να σημειωθούν δυο σημαντικές προσπάθειες του κρατικού τομέα για προστασία και ανάπτυξη του οικοσυστήματος. Η πρώτη ενέργεια αφορά στη θέσπιση *Εθνικών Θαλάσσιων Πάρκων στην Αλόνησο και στις Βόρειες Σποράδες*,⁹⁴ με πρώτη υλοποίηση να λαμβάνει χώρα το 1992, προκείμενου να προστατευθεί η φώκια monachus- monachus από τη συστηματική όχληση και την υποβάθμιση που προερχόταν στην περιοχή λόγω της τουριστικής κίνησης και της αλιευτικής δραστηριότητας και δεύτερη έμπρακτη υλοποίηση που έγινε το 1999 στο Λαγανά της Ζακύνθου, με στόχο την προστασία της χελώνας caretta- caretta.⁹⁵ Η διαχείριση των βιοτόπων, όπως γίνεται στις περισσότερες περιοχές που χαρακτηρίζονται ως προστατευόμενες, βρίσκεται στη διάθεση των μη κυβερνητικών οργανώσεων.

Η δεύτερη ενέργεια του κρατικού τομέα που έπαιξε επίσης σημαντικό ρόλο στην προστασία του οικοσυστήματος ήταν η θέσπιση *Δασικών Χωριών*, ύστερα από πρωτοβουλία του Υπουργείου Γεωργίας, για την προώθηση της δασικής αναψυχής και της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης στα πιο σημαντικά δασικά συμπλέγματα της Ελλάδας. Η δράση στόχο είτε

⁹⁴ Τα εθνικά πάρκα θεσπίστηκαν ως κατηγορία προστατευόμενων περιοχών με το Ν. 1650/1986. Ως εθνικά πάρκα χαρακτηρίζονται εκτεταμένες χερσαίες, υδάτινες ή μικτού χαρακτήρα περιοχές, που παραμένουν ανεπηρέαστες ή έχουν επηρεαστεί ελάχιστα από τις ανθρώπινες δραστηριότητες και στις οποίες διατηρείται μεγάλος αριθμός και ποικιλία αξιόλογων βιολογικών, οικολογικών, γεωμορφολογικών και αισθητικών στοιχείων. Όταν το εθνικό πάρκο ή μεγάλο τμήμα του καταλαμβάνεται από θάλασσα, χαρακτηρίζεται ως θαλάσσιο πάρκο.

⁹⁵ Άρθρο 4 & 5, Ν. 3938/2011, Περί προστασίας της θαλάσσιας χελώνας.

τη δημιουργία καταλυμάτων (ξύλινα σπίτια με τη μορφή οικισμών) και κέντρων πληροφόρησης, ώστε να δίνεται η δυνατότητα στο κοινό για σύντομη παραμονή και επαφή με το δάσος.

Σημαντική κίνηση της Ελλάδας, λόγω απειλής εξαφάνισης πολλών σπάνιων ειδών του ζωικού βασιλείου και της χλωρίδας και πανίδας, και λόγω αλλοίωσης και υποβάθμισης της σύνθεσης πολλών οικοσυστημάτων, ήταν η ενσωμάτωση στο εθνικό της δίκαιο την οδηγία της συνθήκης Ramsar⁹⁶, που αφορά στη διατήρηση των φυσικών βιοτόπων καθώς και της άγριας χλωρίδας και πανίδας. Σκοπός της οδηγίας είναι να συμβάλει στην προστασία της βιολογικής ποικιλομορφίας, μέσω της διατήρησης των φυσικών οικοτόπων, καθώς και της άγριας χλωρίδας και πανίδας στο ευρωπαϊκό έδαφος των κρατών μελών, όπου εφαρμόζεται η συνθήκη. Πιο συγκεκριμένα οι χώρες που υπέγραψαν τη σύμβαση, συμφώνησαν στα εξής:

- Οι υγροβιότοποι είναι φυσικοί πόροι με μεγάλη αξία (αναψυχική, οικονομική, επιστημονική), αποτελούν ενδιαίτημα σπάνιων ειδών χλωρίδας και πανίδας και δεν θα πρέπει να γίνει καμία μετατροπή τους σε άλλη μορφή.
- Τα υδρόβια πουλιά μεταναστεύουν εποχιακά και πρέπει να προστατεύονται.
- Τα οικοσυστήματα πρέπει να προστατευτούν για την αειφόρο ανάπτυξη και διατήρηση, εφόσον ο άνθρωπος εξαρτάται από το περιβάλλον.
- Οι υγρότοποι αποτελούν συνδυασμό φυσικών βιοτόπων. Είναι σύνθετα οικοσυστήματα και παρέχουν οφέλη ως προς την αλιεία, την κτηνοτροφία, τη δασική ξυλεία, την αναψυχή και την περιβαλλοντική εκπαίδευση.

V. ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ

5.1. ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ

Ο αγροτουρισμός αναφέρεται στις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού, που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στα πλαίσια του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής. Συγκεκριμένα, αναφέρεται σε μορφές τουριστικών δραστηριοτήτων που εντάσσονται οργανικά και αρμονικά στον αγροτικό χώρο και περιλαμβάνει τουριστικές δραστηριότητες, που είναι συμπληρωματικές ή δεν έρχονται σε σύγκρουση με άλλες δραστηριότητες, όπως είναι για παράδειγμα οικονομικές και κοινωνικές, που χαρακτηρίζουν τον αγροτικό χώρο. Επομένως, αυτό το είδος τουρισμού προσφέρει στους επισκέπτες διαμονή, διατροφή και δραστηριότητες άμεσα συνδεδεμένες με την αγροτική εκμετάλλευση.

Σύμφωνα με την τοποθέτηση του Ελληνικού Κέντρου Αγροτουρισμού, ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα είναι « Η παράλληλη ανάπτυξη δραστηριοτήτων, που αποσκοπεί στην

⁹⁶ Η σύμβαση για τους Υγροβιότοπους Διεθνούς Σημασίας υπογράφηκε στις 2 Φεβρουαρίου 1971 στην περσική πόλη Ραμσάρ και άρχισε να ισχύει στις 21 Δεκεμβρίου του 1975. Η Ελλάδα έχει υπογράψει τη συγκεκριμένη σύμβαση και την επικύρωσε με το Ν.Δ.191/74.

οικονομική και κοινωνική αναβάθμιση των αγροτικών χώρων και της υπαίθρου, με τη στήριξη της τοπικής αγροτικής παραγωγής, της εμπορίας, της ήπιας και μικρής κλίμακας προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών και της ανάδειξης του πολιτιστικού και φυσικού πλούτου κάθε περιοχής».

Το κύμα αστυφιλίας που σαρώνει την Ευρώπη τις τελευταίες δεκαετίες, προκάλεσε την ταχύτερη συρρίκνωση του πληθυσμού των αγροτικών περιοχών και έφερε τις χιλιάδες των αγροκτημάτων που επί σειρά ετών βρίσκονται στο χείλος της καταστροφής. Όμως, η σταδιακή ανάπτυξη του αγροτουρισμού, δηλαδή οι ολιγοήμερες διακοπές σε κάποια φάρμα που παρέχει στοιχειώδεις τουριστικές εγκαταστάσεις και εξοικειώνει τον επισκέπτη με τη ζωή στην ύπαιθρο, αποδείχτηκε σωτήρια για τους κατοίκους της υπαίθρου, που ανακάλυψαν ένα σχετικά εύκολο τρόπο για να αυξήσουν σημαντικά τα εισοδήματά τους. Έτσι, ο αγροτουρισμός έρχεται να δώσει λύσεις στο πρόβλημα αυτό με την οργάνωση προγραμμάτων για μετακινήσεις προς την ύπαιθρο.⁹⁷

Οι νέες τάσεις στην τοπική ανάπτυξη εστιάζονται στην αξιοποίηση του ενδογενούς δυναμικού κάθε περιοχής, στην ενίσχυση των τοπικών πρωτοβουλιών για ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και στην ενεργοποίηση της τοπικής συνείδησης, με στόχο την αποτελεσματικότερη εκμετάλλευση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων κάθε περιφέρειας, την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος και την προώθηση της τοπικής αειφορίας.

Η συμμετοχή των τουριστών ή η παρακολούθηση του τρόπου ζωής και εργασίας των αγροτών, τους φέρνει πιο κοντά και κατά κάποιο τρόπο αμβλύνει το χάσμα μεταξύ των κατοίκων της υπαίθρου και των αστικών κέντρων, αφού μπορούν να συμμετάσχουν, να ψυχαγωγούνται και να νιώθουν τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης των τοπικών συνθηκών. Έτσι, παρατηρούμε σε πολλές περιοχές της χώρας μας να δημιουργούνται αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί με συμμετοχή κυρίως γυναικών της υπαίθρου, που έτσι μπορούν να συμπληρώνουν το εισόδημά τους. Η δυνατότητα της γυναίκας αγρότισσας να εξελιχθεί μέσω του αγροτουρισμού, οφείλεται κυρίως στα χαρακτηριστικά που τη διακατέχουν, όπως η φροντίδα, η επικοινωνία, η καθαριότητα, η ευαισθησία, η αγάπη, η δημιουργικότητα και η επιχειρηματικότητα.

Συνεπώς, ο αγροτουρισμός αποτελεί μια ήπια μορφή τουριστικής ανάπτυξης που επιδιώκει την αύξηση του εισοδήματος των ατόμων που ζουν στην ύπαιθρο, μέσα από την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, την αναβίωση της πολιτιστικής κληρονομιάς, την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής και της προστασίας του περιβάλλοντος.

Ένας ακόμη λόγος ανάπτυξης του αγροτουρισμού, ήταν η ανάγκη των κατοίκων των μεγαλουπόλεων να βρεθούν κοντά στη φύση, σε ένα ήσυχο περιβάλλον. Έτσι, στην προσπάθεια λύσης των απαιτήσεων των τουριστών αλλά και των οικονομικών αναγκών των ατόμων της υπαίθρου, δημιουργήθηκαν τα καταλύματα υποδοχής με σεβασμό στο περιβάλλον και υπηρεσίες στην ύπαιθρο για τα άτομα που είχαν ανάγκη να ξεφύγουν από τα προβλήματα των πόλεων και να απολαύσουν την ηρεμία που προσφέρει η επαφή με τη φύση.

Οι κυριότεροι **παράγοντες ανάπτυξης του αγροτουρισμού** ήταν οι παρακάτω:

⁹⁷ Γ. Κοτσιδόπουλος, *Τουρισμός, θεωρητική προσέγγιση*, εκδ. Έλλην, 2000, σ.52-53.

1. Το αυξημένο ενδιαφέρον των ανθρώπων – τουριστών για αυθεντικότητα του παραδοσιακού αγροτικού τρόπου ζωής
2. Η ανάγκη ανάπτυξης εναλλακτικών προτάσεων διακοπών σύντομης διάρκειας σε αγροτικές περιοχές
3. Η έλλειψη αυθεντικότητας και ζεστασιάς των ανθρωπίνων σχέσεων καθώς και η αναζήτηση φυσικών, ανόθευτων και αυθεντικών προϊόντων
4. Η ανάγκη για ηρεμία και ησυχία μακριά από τους έντονους ρυθμούς των μεγαλουπόλεων
5. Η ανάγκη για φυσικό τρόπο ζωής και το αυξημένο ενδιαφέρον σε θέματα υγείας και υγιεινής
6. Το έντονο αγοραστικό ενδιαφέρον για εξοπλισμό υπαίθριων δραστηριοτήτων και αθλημάτων
7. Η δημιουργία κινήτρων, κυρίως οικονομικών, για αποτροπή της φυγής των ντόπιων από την ύπαιθρο

Ο αγροτικός τουρισμός αποτελεί μια νέα μορφή τουρισμού και τουριστικής ανάπτυξης που αναπτύσσεται σε μη αστικό χώρο και αποτελεί δραστηριότητα κυρίως των ατόμων που απασχολούνται στον πρωτογενή τομέα παραγωγής. Οι δύο βασικοί στόχοι του αγροτουρισμού είναι αφενός ο τουρίστας να περάσει ήσυχες διακοπές κοντά στη φύση και αφετέρου να ενισχύσει το αγροτικό εισόδημα με την ενοικίαση των καταλυμάτων (δωμάτια, ξενώνες, πανσιόν κ.α.) και με την κατανάλωση των ντόπιων προϊόντων αγροτικής παραγωγής και τοπικής λαϊκής τέχνης που αγοράζουν και χρησιμοποιούν οι τουρίστες- επισκέπτες.

Σε διεθνές επίπεδο διακρίνονται **δύο μορφές αγροτουρισμού:**

- A. Εκείνη στην οποία οι επισκέπτες φιλοξενούνται σε μεγάλα αγροκτήματα και συμμετέχουν στις γεωργικές εργασίες αλλά και στην καθημερινότητα και τον τρόπο ζωής των ίδιων των εργατών. Η μορφή αυτή είναι γνωστή ως «Διακοπές σε αγροκτήματα» ή αλλιώς Farmhouse Holidays και εμφανίζεται σε χώρες με μεγάλες γεωργικές εκμεταλλεύσεις.
- B. Εκείνη που προβλέπει τη φιλοξενία σε μικρά καταλύματα όπου μαζί με την διαμονή προσφέρεται και πρωινό γεύμα. Η μορφή αυτή του αγροτουρισμού είναι γνωστή ως «Bed and breakfast» και εμφανίζεται σε χώρες με μικρές γεωργικές περιοχές.

Εμβαθύνοντας περαιτέρω στην κατηγοριοποίηση των μορφών του αγροτικού τουρισμού, μπορούμε να συναντήσουμε και να διακρίνουμε τις παρακάτω σημαντικές μορφές:

1. Αγροτικός τουρισμός που αναπτύσσεται σε αγροτικές περιοχές
2. Γεωργικός τουρισμός που αναπτύσσεται σε γεωργικές περιοχές
3. Φυσιογνωστικός τουρισμός που αναπτύσσεται στις «φυσικές» περιοχές, με σκοπό να αποκτήσουν γνώσεις για τη φύση οι τουρίστες
4. Ο τουρισμός παρατήρησης γλωρίδας και πανίδας που αναπτύσσεται σε περιοχές με αξιόλογες εκδηλώσεις γλωρίδας και πανίδας (υγροβιότοποι, οικοσυστήματα με ιδιαίτερη πανίδα, περάσματα πουλιών κ.α.)
5. Ο περιπατητικός τουρισμός που αναπτύσσεται στα περιπατητικά μονοπάτια της Υπαιθρου
6. Ο τουρισμός αθλημάτων υπαίθρου (ιππασία, ποδηλασία, κινήγι, κατάβαση ποταμών κ.α.)

7. Περιηγητικός και Εκδρομικός τουρισμός όταν η περιήγηση ή η εκδρομή γίνεται στην ύπαιθρο
8. Ο τουρισμός περιπέτειας στην ύπαιθρο (διάβαση φαραγγιών, δασών, ερήμων, κ.α.) που σχετίζεται με τουρισμό επιβίωσης και περιήγησης σε δύσκολα και δυσπρόσιτα μέρη
9. Ο οικολογικός τουρισμός ή Οικοτουρισμός ή Περιβαλλοντικός τουρισμός
10. Οι διάφορες μορφές του πολιτιστικού τουρισμού, του Τουρισμού υγείας, του εκπαιδευτικού και μορφωτικού τουρισμού, του θρησκευτικού τουρισμού, όταν αυτές σχετίζονται με δραστηριότητες που αναπτύσσονται στην ύπαιθρο⁹⁸

5.2. ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΥΠΑΙΘΡΟΥ

Τα άτομα τα οποία χρησιμοποιούν αυτή την μορφή τουρισμού είναι συνήθως μορφωμένα, ηλικιωμένοι η ερευνητές που η οικονομική τους δυνατότητα είναι μεγάλη για το λόγο ότι βρίσκονται σε ένα στάδιο της ζωής στο οποίο δεν επιβαρύνονται από τις οικογενειακές δαπάνες αλλά και από άτομα με χαμηλό εισόδημα. Κατά κανόνα, οι αγροτουρίστες είναι συνήθως συνταξιούχοι 50-70 ετών αλλά και άνθρωποι της τρίτης ηλικίας που έχουν όμως «ενεργό» τουριστική δραστηριότητα. Είναι άτομα που ακολουθούν τη φιλοσοφία «Φύση-Φιλία- Φιλοξενία» και απορρίπτουν αποδοκιμαστικά την ιδεολογία του μαζικού τουρισμού «Sea, sun, sand, sex» είτε γιατί δεν ταιριάζει με την ιδιοσυγκρασία τους και την αποστρέφονται είτε γιατί αδυνατούν να την ακολουθήσουν.

Η διάρκεια των διακοπών ποικίλει ανάλογα με την επιθυμία των επισκεπτών και μπορεί να μεταβληθεί π.χ. μπορεί να είναι από 10-30 ημέρες (κύρια τουριστική αγορά) έως και ένα Σαββατοκύριακο (δευτερεύουσα τουριστική αγορά). Ο αγροτουρισμός τείνει να ανήκει στην κατηγορία της δευτερεύουσας τουριστικής αγοράς, στην οποία οι αγροτουρίστες μπορεί να κάνουν τις κύριες διακοπές τους σε ένα τουριστικό θέρετρο κατά τη θερινή περίοδο και να κάνουν τις δεύτερες διακοπές τους στις αγροτικές περιοχές κατά τις ενδιάμεσες τουριστικές περιόδους. Αυτό το φαινόμενο καθιστά τον αγροτουρισμό ως αντισποχικό και τον οδηγεί να παρακολουθεί όλες τις φάσεις της Γεωργίας με τις συνεπαγόμενες εκδηλώσεις της αγροτικής ζωής, ώστε να αμβλύνει το πρόβλημα της αντισποχικότητας.

Η προέλευση των ατόμων είναι κυρίως από το εσωτερικό της Χώρας αλλά υπάρχουν και οι «εξωτερικοί τουρίστες» (από άλλη Χώρα). Οι τόποι όπου βρίσκονται τα αγροτουριστικά καταλύματα είναι κοντά στα μεγάλα αστικά κέντρα ενώ οι προσβάσεις σε αυτές γίνονται είτε με ιδιωτικά τους αυτοκίνητα είτε με τις Δημόσιες συγκοινωνίες. Ο αγρότης- οικοδεσπότης παρέχει στο φιλοξενούμενο- τουρίστα στέγη στην παραδοσιακή της μορφή έτσι ώστε να τον κάνει να αισθανθεί ως κάτοικος της υπαίθρου.

Η διαδεδομένη αυτή μορφή τουρισμού δίνει την δυνατότητα στο επισκέπτη να συμμετέχει και αυτός όπως τον ντόπιο αγρότη, στην παραγωγική διαδικασία των αγροτικών προϊόντων π.χ. της ντομάτας, πατάτας, οπωροκηπευτικών προϊόντων, την ανταλλαγή τεχνογνωσίας μέσα

⁹⁸ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ.46-47.

από εκπαιδευτικά σεμινάρια για τον τρόπο καλλιέργειας, και συγκομιδής και τέλος από την δοκιμή φρούτων η χυμών, δηλ. απόλαυση προϊόντων κατευθείαν από την φύση. Ο αγροτουρισμός μπορεί να συνδυάσει και άλλες μορφές τουρισμού όπως του φυσιολατρικού, ορειβατικού, κληρονομικού κλπ.

5.3. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο αγροτικός τουρισμός, ως εναλλακτική μορφή τουρισμού που έχει ως βάση το *αγρόκτημα*, επικράτησε στην κεντρική Ευρώπη με τη μορφή της φιλοξενίας σε αγροκτήματα και αγροτουριστικά καταλύματα και αποτέλεσε μια πιο εξειδικευμένη μορφή του οικολογικού τουρισμού, που σκόπευε στη βελτίωση του επιπέδου ζωής των αγροτών στις ορεινές περιοχές που δεν είχαν ανεπτυγμένη οικονομία.

Βασικό γνώρισμα του αγροτουρισμού είναι ότι ο τουρίστας παραμένει είτε σε κάποιο αγρόκτημα, κοντά στον ιδιοκτήτη- αγρότη, ώστε να νιώθει σαν μόνιμος κάτοικος της υπαίθρου βιώνοντας την καθημερινότητα του, είτε σε κάποια διαμορφωμένα καταλύματα ενταγμένα στις αγροτικές κατοικίες ή κοντά σε αγροτικές περιοχές. Έτσι καταλήγουμε στα εξής γενικά χαρακτηριστικά που φέρει ο αγροτουρισμός σε όλες τις χώρες που αναπτύσσεται:

- Φέρνει τον κάτοικο της πόλης σε επαφή με το περιβάλλον της επαρχίας, του χωριού και της αγροτικής ζωής και του παρέχει τη δυνατότητα να νιώσει, για ένα συγκεκριμένο διάστημα, πως είναι «κομμάτι» της τοπικής κοινωνίας, βιώνοντας τις τοπικές συνήθειες.
- Δεν χρησιμοποιεί μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες ή μεγάλα εμπορικά κέντρα και κέντρα διασκέδασης, όπως συμβαίνει με τον μαζικό τουρισμό, αλλά επιλέγει να προωθήσει αγροτικά καταλύματα, σε μια προσπάθεια αποτροπής της διαστρέβλωσης του φυσικού κάλους, της αρχιτεκτονικής της εκάστοτε περιοχής και της υποβάθμισης του αγροτικού περιβάλλοντος.
- Οι παρεχόμενες υπηρεσίες στους τουρίστες, γίνονται από τα ίδια τα μέλη της αγροτικής οικογένειας, γεγονός που δεν μετατρέπει τους ανθρώπους σε «ψυχρούς ξενοδοχοϋπάλληλους» που εκτελούν τυπικά καθήκοντα. Οι προσφερόμενες υπηρεσίες στηρίζονται στην απλότητα, στη λιτότητα και στη φυσικότητα της ανθρώπινης σχέσης με την προσφορά της γαλήνης και της οικειότητας που προσφέρει η αγροτική ζωή.
- Η τροφοδοσία των αγροτουριστικών μονάδων γίνεται με τοπικά προϊόντα από τοπικούς συνεταιρισμούς, συμβάλλοντας έτσι στην προώθηση της τοπικής οικονομίας.

5.4. ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στη χώρα μας, ο αγροτουρισμός αναπτύχθηκε στα περιθώρια του γενικού τουρισμού, στα μέσα της δεκαετίας του 1980, με βάση ενισχυτικά προγράμματα της πολιτείας με βασικό άξονα την ίδρυση γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών χωρίς όμως ικανοποιητική υποστήριξη.

Στις μέρες μας όμως η μορφή αυτή του τουρισμού κερδίζει ολοένα και περισσότερους θαυμαστές, με αποτέλεσμα να ιδρύονται πολλές κερδοφόρες αγροτουριστικές μονάδες ανά την Ελλάδα, αφού εισάγουν νέες κατευθύνσεις στην ανάπτυξη της υπαίθρου, δεν απαιτούν υψηλές επενδύσεις, προσφέρονται σε χαμηλό κόστος, δεν προϋποθέτουν χρήση προηγμένης τεχνολογίας και απέχουν από την επιβολή ή την κυριαρχία ξένων καταναλωτικών προτύπων.

Κατά την τελευταία δεκαετία προωθείται μέσα από την Κοινή Αγροτική Πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ως παράγοντας αγροτικής ανάπτυξης και ενθαρρύνεται μέσα από ειδικές χρηματοδοτικές πρωτοβουλίες (προγράμματα Leader plus⁹⁹, Ολοκληρωμένα προγράμματα Ανάπτυξης του Αγροτικού Χώρου) σαν την εναλλακτική μορφή του τουρισμού που αναπτύσσεται σε μη τουριστικά κορεσμένες περιοχές της ελληνικής και ευρωπαϊκής περιφέρειας.

Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού, εκτός ότι αύξησε σημαντικά τα εισοδήματα των τοπικών πληθυσμών, δημιούργησε τους όρους για την ανάπτυξη των αγροτικών πληθυσμών, προσελκύοντας το ενδιαφέρον των τοπικών κυβερνήσεων, αλλά και των φορέων της τοπικής αυτοδιοίκησης, που διαπίστωσαν ότι μέσα από τη διατήρηση κερδοφόρων αγροκτημάτων μπορούν να αναχαιτίσουν το κύμα της αστυφιλίας. Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού δεν ωφελεί μόνο τους ιδιοκτήτες των αγροκτημάτων, αλλά και τους κατοίκους των γειτονικών περιοχών, που αποτελούν ιδανικούς προορισμούς για τις εκδρομές των επισκεπτών. Σε θεωρητικό επίπεδο, ο αγροτουρισμός συνδέεται με κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές αξίες που επιτρέπουν τόσο στους οικοδεσπότες (μικροεπιχειρηματίες) όσο και στους φιλοξενούμενους των περιοχών (τουρίστες- επισκέπτες) να υφίστανται αλληλοεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες.

Η ανταπόκριση του κοινού σ' αυτές τις ασυνήθιστες διακοπές είναι εντυπωσιακή. Ο τουρίστας αυτού του είδους, αναζητά το τρίπτυχο «φύση, φιλία, φιλοξενία» σε αντίθεση με τον κλασικό τουρίστα του μαζικού τουρισμού που ενδιαφέρεται για το γνωστό « θάλασσα, ήλιος, αμμουδιά» (sea, sun, sand). Η θερμή ανταπόκριση του τουριστικού κοινού έδωσε τη δυνατότητα στους κατόχους των αγροκτημάτων να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους, προωθώντας τα τοπικά προϊόντα και να βελτιώσουν τις εγκαταστάσεις τους. Ταυτόχρονα όμως, δημιούργησε μια νέα κατάσταση για τους επαγγελματίες του τουριστικού κλάδου, που είδαν με πολύ καλό μάτι να ανοίγεται μπροστά τους μια νέα φιλόδοξη και με καλές προοπτικές αγορά. Επιβάλλεται όμως ευαισθητοποίηση του αγροτικού πληθυσμού για αποκέντρωση και ισόρροπη οικονομικοκοινωνική ανάπτυξη μέσω της ήπιας εκμετάλλευσης του φυσικού και του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος και με οργάνωση της προβολής της «δύναμης» και της ομορφιάς της υπαίθρου.

Έτσι με τον αγροτουρισμό πήραν ζωή χωριά στην ύπαιθρο που είχαν ερημώσει. Παραδοσιακοί οικισμοί αναπαλαιώθηκαν και έγιναν τουριστικές εγκαταστάσεις, φυσικά απόλυτα προσαρμοσμένες στο υπάρχον περιβάλλον, χωρίς να υποστούν καμία αλλοίωση. Αναβίωσαν παραδοσιακά επαγγέλματα που κόντευαν να εκλείψουν, καθώς και διάφορα ήθη και έθιμα του τόπου μας.

⁹⁹ Το πρόγραμμα συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων και υιοθετεί δύο αναπτυξιακούς στόχους: 1) Την ολοκληρωμένη, υψηλής ποιότητας, αειφόρο ανάπτυξη της υπαίθρου μέσω πιλοτικών εφαρμογών, 2) την ενίσχυση της προσπάθειας για άρση της απομόνωσης των περιοχών σε όλα τα επίπεδα της οικονομικής και κοινωνικής ζωής.
<http://www.leader-plus.gr/default.htm>

Και όλα αυτά γιατί ο αγροτουρισμός **στοχεύει:**

- Στην κοινωνική και αειφόρο περιφερειακή ανάπτυξη και στην ενεργοποίηση των παραγωγικών, αναπτυξιακών και πολιτισμικών δυνάμεων του τόπου.
- Στην ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών και οικολογικών επιβαρύνσεων.
- Στην ενεργοποίηση των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης και των τοπικών συνεταιρισμών, ως φορείς του αγροτουρισμού και τουριστικής ανάπτυξης.
- Στην άνοδο του οικονομικού επιπέδου των περιοχών και στη συμπλήρωση του εισοδήματος των κατοίκων τους από τον τουρισμό.
- Στην ουσιαστική γνωριμία του επισκέπτη με τη φύση και την απομακρυσμένη πολιτιστική κληρονομιά, τον αγροτικό χώρο με την αυθεντικότητα του και τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την τοπική κουζίνα και την καθημερινή ζωή των ανθρώπων της υπαίθρου.
- Στη γνωριμία και διάδοση προϊόντων, προερχόμενων από τη χειροτεχνία και τη βιοτεχνία.
- Στη δυνατότητα του τουρίστα να ζήσει σε διαφορετικούς ρυθμούς από τη συνηθισμένη του ζωή, αποφεύγοντας το θόρυβο και τη μόλυνση του περιβάλλοντος.

Κάθε αγροτουριστική ανάπτυξη πρέπει να είναι ελεγχόμενη και αειφορική και πολλές φορές είναι επιθυμητή η καθοδηγητική κεντρική διαχείριση από αρμόδιους φορείς και η ενίσχυση των τοπικών παραγόντων. Σε αυτό αποβλέπει και η σύνδεση του αγροτουρισμού με την αγροτική βιομηχανία και τους αγροτικούς συνεταιρισμούς, την οποία χρηματοδοτεί η Ευρωπαϊκή Ένωση και η πολιτεία. Κάθε μορφή βιομηχανοποίησης του, κυρίως από τουριστικούς επιχειρηματίες, οι οποίοι ενδιαφέρονται μόνο για το κέρδος και όχι για την ανάπτυξη του και η εμπορευματοποίηση των αγροτουριστικών προϊόντων τον οδηγούν στον εκφυλισμό του και πρέπει να αποφεύγονται.

Πολλές είναι οι επιχειρήσεις που προσφέρουν τη δυνατότητα να έρθει ο τουρίστας σε επαφή με την ελληνική ύπαιθρο, μέσω ειδικών προγραμμάτων αγροτουρισμό. Οι **επιχειρήσεις** αυτές κατατάσσονται στις παρακάτω κατηγορίες:

- Πρατήρια αγροτουριστικών προϊόντων
- Αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής
- Τουριστικά γραφεία που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση και υλοποίηση προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων οικοτουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος
- Αγροκτήματα
- Επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων
- Εργαστήρια λαϊκής τέχνης

Για να εφαρμοστεί όμως ο αγροτουρισμός σε μια περιοχή απαιτούνται και κάποιες **προϋποθέσεις** όπως:

- Υποδομή μόνιμων τουριστικών καταλυμάτων, όπως: Ενοικιαζόμενα δωμάτια σε αγροτικές κατοικίες, ξενώνες, παραδοσιακοί οικισμοί, πρόγραμμα οργανωμένων συγκροτημάτων παραδοσιακών σπιτιών
- Συμπληρωματική υποδομή αγροτουρισμού, όπως λαογραφικά και πολιτιστικά μουσεία ή τόποι υπαίθριας δημιουργίας αγροτικής ζωής, κέντρα πληροφόρησης για τις αγροτικές εργασίες και τον τρόπο διαβίωσης των αγροτών, συγκοινωνιακές διευκολύνσεις κ.α.
- Κατάρτιση, έρευνα και εκπαίδευση του τοπικού πληθυσμού ώστε να καλλιεργηθεί η σωστή αντίληψη για τη σημασία και την αξία του αγροτουρισμού, διότι ενδέχεται η τοπική αγροτική κοινωνία να μη δεχθεί τους τουρίστες αυτού του είδους
- Φορείς και υπηρεσίες οργάνωσης της υποδομής, με στόχο την οργάνωση της υποδομής των καταλυμάτων, της υποδοχής των επισκεπτών και της ευκολότερης προσαρμογής και ένταξης τους στο αγροτικό περιβάλλον
- Πρόγραμμα για την προστασία και ανάπτυξη χειροτεχνικών και καλλιτεχνικών δραστηριοτήτων στον αγροτικό χώρο
- Διοργάνωση περιηγήσεων στα φυσικά αξιοθέατα και στα μνημεία της περιοχής
- Σεβασμός στο περιβάλλον και ανάδειξη της τοπικής αρχιτεκτονικής
- Ισορροπία ανάμεσα στις ανάγκες και παροχές των επισκεπτών και του οφέλους των αγροτών, σύμφωνα με τις αρχές της αειφορίας
- Θα πρέπει η ανάπτυξη του αγροτουρισμού να γίνει συμπληρωματικά με τις υπόλοιπες εναλλακτικές μορφές τουρισμού και όχι ανταγωνιστικά καθώς μια ανταγωνιστική στρατηγική ανάπτυξης του τουρισμού υπαίθρου, μπορεί να επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις στην ανάπτυξη των υπολοίπων εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Καταλήγοντας, στον αγροτουρισμό αναζητάμε την αυθεντικότητα και τη μοναδικότητα σε κάθε της μορφή και έκθεση. Η Ελλάδα διαθέτει μια σημαντική και αξιόλογη ποικιλομορφία ως προς τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της που την κάνουν μια χώρα μοναδική. Στην Ελλάδα βρίσκεται διαθέσιμο ένα ανεκμετάλλευτο δυναμικό που μπορεί να δημιουργήσει ένα εξειδικευμένο μοντέλο αγροτουρισμού για κάθε περιοχή. Η χώρα έχει το προνόμιο έναντι άλλων χωρών, να διαθέτει ανεξάντλητους πόρους που διαφέρουν από περιοχή σε περιοχή, σπάνια φυσική ομορφιά, ιστορία, παράδοση, γαστρονομία, αρχιτεκτονική, παραδοσιακές τέχνες, μουσική παράδοση, πολιτισμό, θρησκευτικά μνημεία, παραδοσιακούς οικισμούς, γραφικά χωριά, βουνά και θάλασσες που όλα μαζί συνθέτουν μια σπάνια συλλογή μοναδικών εμπειριών για τους τουρίστες, που μόνο με τη συμβολή και αρωγή των ντόπιων μπορεί να αναδειχθεί.

5.5. ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο αγροτουρισμός αποτελεί μια επιτυχημένη στρατηγική ανάπτυξης της υπαίθρου, που εφαρμόζεται με μεγάλη επιτυχία τα τελευταία τριάντα χρόνια για την αντιμετώπιση σημαντικών προβλημάτων, όπως είναι η μειωμένη αγροτική παραγωγή, η αστυφιλία και η εγκατάλειψη της υπαίθρου. Ως εκ τούτου, πολλές είναι οι θετικές του συνέπειες τόσο σε κοινωνικό, όσο και σε πολιτισμικό, οικονομικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Παρακάτω θα εξετάσουμε λεπτομερέστερα το θετικό του αντίκτυπο, σε κάθε κλάδο, ξεχωριστά.

- Σε κοινωνικό επίπεδο:
 - Ο αγροτουρισμό λειτουργεί κατά της απομόνωσης και του αποκλεισμού των αγροτικών περιοχών που προκαλείται λόγω του φαινομένου της αστυφιλίας που παρατηρείται τις τελευταίες δεκαετίες.
 - Βελτιώνει το βιοτικό επίπεδο του αγρότη, αφού αναπτύσσονται τουριστικές υποδομές που αναβαθμίζουν το επίπεδο της υπάρχουσας αγροτικής ζωής
 - Ενισχύει την ανθρώπινη επικοινωνία και προάγει αρμονικές σχέσεις μεταξύ τουριστών και αγροτών
 - Ο τουρίστας, έχει τη δυνατότητα να έρθει σε επαφή με τη φύση και να ανακτήσει την ψυχική του ηρεμία και ισορροπία που κλονίζεται στα αστικά κέντρα με τους έντονους ρυθμούς ζωής . Γενικά ο τουρίστας αποφεύγει το θόρυβο, το συνωστισμό, την μαζικοποίηση και την αισχροκέρδεια που συνεπάγεται ο τουρισμός των ανεπτυγμένων και κορεσμένων τουριστικών περιοχών
 - Παρέχεται στον τουρίστα η δυνατότητα να διαδραματίσει διαφορετικούς κοινωνικούς ρόλους από τους συνηθισμένους της καθημερινής του ζωής ¹⁰⁰

- Σε οικονομικό επίπεδο:
 - Ο αγροτουρισμός, με τη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης ,συμβάλλει στην ανασυγκρότηση του τοπικού πληθυσμού και ειδικά των τάξεων που βρίσκονται σε παραγωγική ηλικία και στην αντιμετώπιση της ανεργίας
 - Δημιουργεί νέες παραγωγικές πρωτοβουλίες και επαγγελματικές δραστηριότητες
 - Προωθεί τα οικολογικά τοπικά προϊόντα που στηρίζονται στην αυθεντικότητα της ποιότητας
 - Ενισχύει τον γεωργικό και τον κτηνοτροφικό τομέα με την παραγωγή και διάδοση ποιοτικών παραδοσιακών προϊόντων
 - Συμβάλλει στην διατήρηση παραδοσιακών μορφών αγροτικής απασχόλησης (οικοτεχνία, χειροτεχνία κ.α.)
 - Αυξάνει τη δραστηριοποίηση των γυναικών , με τη δημιουργία γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών

- Σε περιβαλλοντικό επίπεδο:
 - Σέβεται την υπάρχουσα κοινωνική, πολιτιστική, οικονομική και περιβαλλοντική δομή
 - Συντηρεί, βελτιώνει και αναβιώνει το παραδοσιακό αγροτικό τοπίο
 - Προάγει την οικολογική ισορροπία και την περιβαλλοντική προστασία
 - Αναδεικνύει περιοχές μοναδικού φυσικού κάλους με φυσική και αγροτική βιοποικιλότητα
 - Εξασφαλίζει ισορροπημένη διαχείριση φυσικών πόρων

- Σε πολιτισμικό επίπεδο:

¹⁰⁰ Κ. Καραμπάσου- Παχάκη, *Θέματα γεωργίας αγροτικής και τοπικής ανάπτυξης*, Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα, 1996, σ.153.

- Στηρίζεται σε προγράμματα προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος και συμβάλλει στη διάσωση και προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς της υπαίθρου
- Προωθεί την ανάδειξη πολιτιστικών μνημείων και παραδοσιακών οικισμών που συνδέονται με την τοπική ιστορία. Δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας λαογραφικών μουσείων για ανάδειξη αγροτικών εργαλείων και παραδοσιακών αντικειμένων

Παρά τις θετικές συνέπειες του αγροτουρισμού σε κοινωνικές, οικονομικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές διαστάσεις, παρατηρούνται, στην άλλη όψη του νομίσματος και κάποιες αρνητικές συνέπειες μέσω της ανάπτυξης αυτού του είδους εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες είναι οι εξής:

- Περιορίζονται οι αγροτικές ασχολίες για χάρη του πρόσκαιρου τουριστικού κέρδους
- Συγκρούονται οι τοπικές παραδόσεις του ντόπιου πληθυσμού με τον πολιτισμό των αγροτουριστών. Πολλές φορές, η εισαγωγή ξένων στοιχείων, ηθών, εθίμων και τρόπου ζωής των τουριστών, αλλοιώνει το παραδοσιακό και αυθεντικό στοιχείο των αγροτικών περιοχών
- Ελλοχεύει ο κίνδυνος εμπορευματοποίησης του αγροτουρισμού με αποτέλεσμα να χάσει τα αρχικά αγνά του κίνητρα. Η εκμετάλλευση του αγροτουρισμού από έμπειρους επιχειρηματίες μπορεί να μετατρέψει την αγροτική καθημερινή ζωή σε εμπορευματοποιημένο και τυποποιημένο προϊόν με μοναδικό σκοπό το οικονομικό όφελος

Συμπερασματικά, κλείνοντας την ενότητα του αγροτικού τουρισμού, παρατηρούμε πως πρόκειται για μια από τις φιλικές προς το φυσικό περιβάλλον, εναλλακτικές μορφές τουρισμού και σε περίπτωση υπερβολικής ή κακής του διαχείρισης μπορεί να απαξιωθεί. Γι' αυτό το λόγο η διαχείριση του πρέπει να γίνεται κατά βάση από αγρότες με προσπάθεια ώστε να μην διαταράσσεται η σχέση μεταξύ αγροτικών και τουριστικών δραστηριοτήτων, για χάρη οικονομικών συμφερόντων. Επίσης, κάθε αγροτουριστική ανάπτυξη πρέπει να γίνεται ελεγχόμενα και αειφορικά με την καθοδηγητική συμβολή των αρμόδιων Δημόσιων φορέων και των τοπικών παραγόντων. Η στροφή προς τον αγροτουρισμό εκδηλώνεται λόγω της ανάγκης των ανθρώπων για φυγή και ξεκούραση από τους έντονους ρυθμούς των αστικών κέντρων, συνεπώς κάθε μορφή βιομηχανοποίησης της συγκεκριμένης εναλλακτικής μορφής τουρισμού, μπορεί να οδηγήσει σε απαξίωση της ιδέας του και να οδηγήσει σε καταστροφικές για αυτόν, συνέπειες.

VI. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΝΕΡΟ

ΠΑΡΑΚΤΙΟΣ, ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ, ΚΑΤΑΛΥΤΙΚΟΣ, ΠΑΡΑΛΙΜΝΙΟΣ, ΠΑΡΑΠΟΤΑΜΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΔΡΟΒΙΟΤΟΠΩΝ

6.1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΝΕΡΟ

Ο τουρισμός, ως ανθρώπινη δραστηριότητα, έχει άμεση σχέση με το αφθονότερο στοιχείο της φύσης και το μέγιστο τμήμα του γήινου περιβάλλοντος, το Νερό, γεγονός που υποδηλώνει και την ύπαρξη πολλών εναλλακτικών μορφών που οφείλονται στην παρουσία του στοιχείου του Νερού.

Οι μορφές του τουρισμού που έχουν άμεση σχέση με το Νερό και τις οποίες θα εξετάσουμε είναι οι εξής παρακάτω:

- Ο παράκτιος τουρισμός
- Ο θαλάσσιος τουρισμός
- Ο παραλίμνιος και παραποτάμιος τουρισμός
- Ο τουρισμός υδροβιότοπων όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός παρατήρησης πουλιών και σπάνιας χλωρίδας
- Ο τουρισμός του αθλήματος κατάβασης ποταμών
- Ο ιαματικός τουρισμός
- Αρκετές μορφές του τουρισμού Υγείας (υδροθεραπεία, θαλασσοθεραπεία κ.α.)
- Ο χιονοδρομικός, παγοδρομικός και τουρισμός χειμερινών αθλημάτων και χειμερινών Ολυμπιακών Αγώνων, που αναπτύσσονται πάνω στη στερεά μορφή του Νερού¹⁰¹

Παρά την άρρηκτη σχέση του τουρισμού με το νερό, η τουριστική ανάπτυξη συχνά γίνεται με ανεξέλεγκτο και άναρχο τρόπο και με άλογη εκμετάλλευση των υδάτινων πόρων, με αποτέλεσμα να υπάρχουν δυσμενείς επιπτώσεις στα υδάτινα οικοσυστήματα και στην θάλασσα. Σε ότι αφορά τα υδάτινα οικοσυστήματα, παρατηρείται υπερβολική κατανάλωση νερού από τους τουρίστες σε περιόδους υψηλών θερμοκρασιών και σε μέρη όπου το νερό είναι ανεπαρκές (ελληνικά νησιά), σε βάρος του ντόπιου πληθυσμού. Σύμφωνα με μελέτη του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου, η κατανάλωση νερού στα ελληνικά νησιά, αλλάζει ραγδαία λόγω του τρέχοντος μοντέλου τουρισμού, με την άκριτη μεταφορά καταναλωτικών συνηθειών των κατοίκων μεγαλουπόλεων σε άνυδρες περιοχές και αναμένεται είκοσι νησιά των Κυκλάδων και της Δωδεκανήσου, να αντιμετωπίσουν αύξηση των ελλειμμάτων νερού από 25-40%, μέσα στα επόμενα χρόνια.¹⁰² Η ποιότητα του νερού αλλοιώνεται λόγω υπερβολικής άντλησης και αύξησης της πιθανότητας εναλάτωσης, σημειώνεται υπερκατανάλωση νερού λόγω πλήρωσης πισινών με μη θαλασσινό νερό σε ξενοδοχειακά συγκροτήματα και το νερό των θαλασσών και των ποταμών ή λιμνών μολύνεται είτε λόγω ρίψης απορριμμάτων και αποβλήτων των ξενοδοχείων που δεν διαθέτουν σύστημα βιολογικού καθαρισμού είτε λόγω του μεγάλου πλήθους τουριστών που κάνουν παραποτάμιο ή παραλίμνιο τουρισμό. Σε ότι αφορά τις γενικότερες επιπτώσεις που σημειώνονται στην

¹⁰¹ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ.250.

¹⁰² <http://www.watersave.gr/site/content/view/15/30/>

θάλασσα, παρατηρείται μόλυνση θαλασσών, λιμανιών, και κολπίσκων από ρίψεις απορριμμάτων κρουαζιερόπλοιων, ιστιοφόρων και άλλων πλεούμενων που ταξιδεύουν, από διαρροές πετρελαίου και λοιπών καυσίμων και από τον υπερβολικό αριθμό τουριστών που χρησιμοποιεί τα παράκτια θαλάσσια νερά κυρίως κατά τους θερινούς μήνες.

6.2. ΠΑΡΑΚΤΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Παράκτιος τουρισμός είναι ο τουρισμός που έχει ως τουριστικό προορισμό τις ακτές της θάλασσας, και κατά τη διάρκεια αυτού, οι τουρίστες διαμένουν και διατρέφονται σε παράκτια τουριστικά θέρετρα και ξενοδοχεία με την κύρια δραστηριότητα τους να εκδηλώνεται κοντά ή δίπλα στις ακτές.

Από τη φύση του, είναι θερινός τουρισμός και αναπτύσσεται από τις αρχές Απριλίου μέχρι το τέλος Οκτωβρίου στις εύκρατες χώρες του Βορείου Ημισφαιρίου και από τις αρχές Οκτωβρίου μέχρι τα τέλη Απριλίου στις εύκρατες χώρες του Νότιου Ημισφαιρίου, ενώ διαρκεί όλο το χρόνο στις ισημερινές και παραίσημερινές χώρες και στις χώρες της «αιώνιας» Άνοιξης (Χαβάη, νησιά Καραϊβικής, Σεϋχέλλες, νησιά Πολυνησίας κ.α.). Τα κυριότερα χαρακτηριστικά του είναι το εύκρατο κλίμα, η ζέστη, η θάλασσα, οι ανοιχτοί ορίζοντες και η δυνατότητα των τουριστών να κάνουν θαλασσινά μπάνια.

Ειδικότερα, βασίζεται σε ένα μοναδικό συνδυασμό πόρων που βρίσκονται στα όρια χερσαίου και θαλάσσιου περιβάλλοντος όπως είναι ο ήλιος, οι παραλίες, τα εκπληκτικά τοπία με την πλούσια βιοποικιλότητα (πουλιά, φάλαινες, κοράλλια κ.λπ.), η θαλασσινή τροφή και οι καλές υποδομές μεταφορών. Βάσει αυτών των πόρων, έχουν αναπτυχθεί ποικίλες κερδοφόρες υπηρεσίες σε πολλούς παράκτιους προορισμούς όπως οι πλαζ, οι καταδύσεις, τα ταξίδια με σκάφη, οι εκδρομές για παρακολούθηση πουλιών, τα εστιατόρια ή ακόμη και οι ιατρικές εγκαταστάσεις.

Στα μέσα του 20ου αιώνα, ο παράκτιος τουρισμός στην Ευρώπη πήρε τη μορφή του μαζικού τουρισμού και κατέστη προσίτος σχεδόν για τον οποιονδήποτε. Σήμερα, το 63% των Ευρωπαίων που κάνουν διακοπές προτιμούν παράκτιες περιοχές. Ο τομέας του παράκτιου τουρισμού στην Ευρώπη γίνεται ολοένα και περισσότερο ανταγωνιστικός, καθώς οι τουρίστες αναζητούν περισσότερη ποιότητα με τη χαμηλότερη δυνατή τιμή. Οι σημερινοί τουρίστες δεν επιθυμούν μόνο ήλιο, θάλασσα και αμμουδιές, κάτι που συνέβαινε δύο δεκαετίες πριν. Οι τουρίστες σήμερα απαιτούν μια μεγάλη ποικιλία δραστηριοτήτων αναψυχής και εμπειριών, όπου περιλαμβάνονται, για παράδειγμα, τα σπορ, η μαγειρική, ο πολιτισμός και οι φυσικοί πόλοι έλξης. Παράλληλα, όμως, αυξάνεται το άγχος για την τοπική κοινωνία που ζει στους παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς, καθώς θα πρέπει να διαφυλαχθεί η ταυτότητά της, το φυσικό περιβάλλον και η φυσική, ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά από τυχόν αρνητικές επιδράσεις.¹⁰³

Ο παράκτιος τουρισμός θεωρείται ότι αποτελεί μία από τις πιο ταχέως αναπτυσσόμενες περιοχές του σημερινού τουρισμού, καθώς προσφέρει την αμμουδιά, τη θάλασσα και τον ήλιο. Ειδικά για την Ελλάδα, αποτελεί τη κυρίαρχη οικονομική δραστηριότητα στα ελληνικά νησιά, με τον νησιωτικό τουρισμό να αποτελεί το 60-65% του συνολικού ελληνικού

¹⁰³ <http://www.coastlearn.org/gr/tourism-gr/introduction.html>
http://www.coastlearn.org/gr/tourism-gr/con_coastaltourism.html

τουρισμού. Στο πλαίσιο της στρατηγικής της Ε.Ε. για τη «Γαλάζια ανάπτυξη», ο τομέας του θαλάσσιου και παράκτιου τουρισμού θεωρείται ότι παρουσιάζει **ιδιαίτερες δυνατότητες όσον αφορά την προώθηση μιας έξυπνης, βιώσιμης και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη στην Ευρώπη**.¹⁰⁴ Είναι ο σπουδαιότερος θαλάσσιος τομέας από την άποψη της ακαθάριας προστιθέμενης αξίας και της απασχόλησης και, σύμφωνα με μελέτη για τη Γαλάζια ανάπτυξη, αναμένεται να αυξηθεί κατά 2-3% μέχρι το 2020. Ο τομέας της κρουαζιέρας από μόνος του θα δημιουργήσει 100.000 νέες θέσεις εργασίας μέχρι το 2020, σε σύγκριση με 150.000 θέσεις εργασίας και άμεσο κύκλο εργασιών ύψους 14,5 δισ. ευρώ το 2011.

Προκειμένου να δημιουργηθούν ασφαλή, σταθερά και ελκυστικά παράκτια περιβάλλοντα με καθαρά νερά και υγιή παράκτια οικήματα, είναι απαραίτητο να αναπτυχθεί ένας καλά διαχειριζόμενος αειφορικός παράκτιος τουρισμός. Η Ολοκληρωμένη Διαχείριση της Παράκτιας Ζώνης αποτελεί την καλύτερη διαθέσιμη προσέγγιση για την επίτευξη αυτού του σκοπού.

Ο Αειφορικός Παράκτιος Τουρισμός προϋποθέτει ότι υπάρχουν τα ακόλουθα:

- Αειφορικές πρακτικές παράκτιας διαχείρισης.
- Καθαρό νερό, αέρας και υγιή παράκτια οικοσυστήματα.
- Ασφαλές και σίγουρο περιβάλλον αναψυχής μέσα από τη διαχείριση των παράκτιων απειλών, όπως της διάβρωσης, των καταγίδων και των πλημμυρών. Η παροχή επαρκών μέτρων ασφάλειας για τα πλεούμενα, τους κολυμβητές και για λοιπούς χρήστες του νερού.
- Προσπάθειες αποκατάστασης της παραλίας με σκοπό τη διατήρηση της ελκυστικής αξίας των ακτών.
- Δυναμικές πολιτικές για την προστασία της άγριας ζωής και των ενδιαιτημάτων.

6.2.1. Δραστηριότητες που συνδέονται με τον παράκτιο τουρισμό

Ο διαθέσιμος χρόνος που έχουν οι τουρίστες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, το ενδιαφέρον τους για ξεκούραση, αναψυχή και ψυχική ή σωματική ευεξία και υγεία, καθώς και οι αθλητικές υποδομές των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, επιτρέπουν την ανάπτυξη των παρακάτω τριών βασικών δραστηριοτήτων.

- I. Ενασχόληση με αθλήματα μαζικού λαϊκού αθλητισμού στις αθλητικές εγκαταστάσεις των ξενοδοχείων (ποδόσφαιρο, μπάσκετ, ποδηλασία, γυμναστική στα γυμναστήρια, λοιπές αθλοπαιδιές στα διάφορα γήπεδα κ.α.)
- II. Ενασχόληση με παιχνίδια επί της άμμου που έχουν συνήθως τη μορφή αθλοπαιδιών (πετοσφαίριση επί της άμμου- beach volley- που πλέον αποτελεί και επίσημο

¹⁰⁴ Ο παράκτιος τουρισμός μαζί με τον θαλάσσιο και τον τουρισμό κρουαζιέρας, αποτελεί τη βασική συνιστώσα της «Γαλάζιας Ανάπτυξης». «Γαλάζια Ανάπτυξη» είναι η μακροπρόθεσμη στρατηγική για τη στήριξη της βιώσιμης ανάπτυξης του θαλάσσιου και ναυτιλιακού τομέα. Η στρατηγική αυτή αναγνωρίζει ότι οι θάλασσες και οι ωκεανοί είναι μοχλοί της ευρωπαϊκής οικονομίας, με μεγάλο δυναμικό για καινοτομία και ανάπτυξη. Αποτελεί τη συμβολή της Ολοκληρωμένης Θαλάσσιας Πολιτικής στην επίτευξη των στόχων της στρατηγικής "Ευρώπη 2020" για έξυπνη, διατηρήσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη. (<http://ec.europa.eu/>)

αγώνισμα, αντισφαίριση, κολύμβηση σε πισίνα που διαθέτει η ξενοδοχειακή μονάδα, υδατοσφαίριση ή πόλο, κ.α.)

- III. Ενασχόληση με αθλήματα μέσα στο νερό των αιγιαλών. Η συγκεκριμένη απασχόληση είναι και η κυριότερη δραστηριότητα των τουριστών παράκτιου τουρισμού και αποτελεί το κυριότερο τουριστικό προϊόν μετά τη διαμονή και τη διατροφή. Σε αυτήν τη κατηγορία εντάσσονται τα εξής αθλήματα: απλή κολύμβηση, θαλάσσιο σκι, κωπηλασία, κανό, αθλήματα με ιστιοσανίδα (surfing), καταδύσεις, jet ski, υδροποδηλασία (hydro bikes), ερασιτεχνική αλιεία, αλεξίπτωτο ακτής, σαμπρέλες και μπανάνες κ.α.

6.2.2. Η Αγορά του παράκτιου τουρισμού στην Ελλάδα

Ο παράκτιος τουρισμός στη χώρα μας έχει τη μορφή μαζικού τουρισμού και ταυτίζεται με το γνωστό τρίπτυχο « Ήλιος, θάλασσα, άμμος, σεξ» («Sea, sun, sand, sex» ή αλλιώς 4S.) το οποίο τις τελευταίες δεκαετίες δέχεται μεγάλη κριτική καθώς μερικά από τα προϊόντα του θεωρούνται άκρως επικίνδυνα.¹⁰⁵

Περίπου το 65% των παράκτιων τουριστών στον Ελλαδικό χώρο αποτελείται από ξένους (εισερχόμενους ή εξωτερικούς) τουρίστες που εισέρχονται κυρίως κατά την περίοδο της τουριστικής αιχμής Ιουλίου- Αυγούστου, το 26% των ξένων τουριστών σημειώνεται κατά την ενδιάμεση τουριστική περίοδο Απριλίου- Μαΐου- Ιουνίου, Σεπτεμβρίου, Οκτωβρίου και μόλις το 9% αυτών επισκέπτονται τη χώρα μας κατά τη νεκρή περίοδο Νοεμβρίου- Μαρτίου. Σε ότι αφορά τους εσωτερικούς τουρίστες που επιδίδονται σε παράκτιο τουρισμό, περίπου το 45 % των Ελλήνων κάνει τουρισμό κατά τη θερινή περίοδο.

Τόσο οι ξένοι όσο και οι εσωτερικοί τουρίστες, συγκεντρώνονται περισσότερο στα Ελληνικά νησιά με τους ξένους τουρίστες να προέρχονται κυρίως από χώρες της βόρειας και κεντρικής Ευρώπης, τις Βαλκανικές χώρες, με μια αξιοσημείωτη ανοδική κίνηση από τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, τα τελευταία χρόνια.

Η διεξαγωγή του παράκτιου τουρισμού προσφέρεται συχνά με τη μορφή τουριστικών πακέτων, τα οποία οργανώνονται με τους εξής τρεις τρόπους:

- I. Από τον ίδιο τον τουρίστα, οπότε και ονομάζεται ατομικά οργανωμένο ταξίδι και είναι ένα ταξίδι που από μόνος του ο τουρίστας αποφασίζει, σχεδιάζει και πραγματοποιεί, με δική του ευθύνη και αγοράζοντας τα επί μέρους τουριστικά προϊόντα που εμπεριέχονται στο ταξίδι.
- II. Από ένα γραφείο ταξιδίων, οπότε το ταξίδι ονομάζεται επί παραγγελία οργανωμένο και είναι ένα ταξίδι που οργανώνει ένα γραφείο ταξιδίων για λογαριασμό ενός τουρίστα ή μιας ομάδας τουριστών που το παραγγέλνουν.

¹⁰⁵ Μετά την αύξηση του ενδιαφέροντος των ανθρώπων για θέματα υγείας, κατηγορήθηκε η Ηλιοθεραπεία καθώς προκαλεί σοβαρές βλάβες στο δέρμα και στα μάτια του ανθρώπου λόγω της υπερϊώδους ακτινοβολίας, και η φιλοσοφία του «Sex» καθώς η θεωρία της εύκολα αναπτυσσόμενης σεξουαλικότητας που προωθήθηκε στις τουριστικές ακτές, ήταν συνένοχος για τη μάστιγα της εξάπλωσης του συνδρόμου ανοσοποιητικής ανεπάρκειας (AIDS).

- III. Από έναν οργανωτή ταξιδίων, οπότε το ταξίδι ονομάζεται έτοιμο οργανωμένο ταξίδι και είναι ένα ταξίδι που οργανώνει ένας Tour Operator σε βιομηχανική κλίματα και το πουλάει στην τουριστική αγορά σαν βιομηχανικό έτοιμο τελικό προϊόν, που μπορεί να το αγοράσει οποιοσδήποτε υποψήφιος τουρίστας.

6.3. ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η θαλάσσια περιήγηση έχει τις ρίζες της στην αρχαιότητα, με τη θάλασσα να αποτελεί το βασικότερο συνδετικό κρίκο μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών, αφού ήταν το μέσο για να ενωθούν απομακρυσμένες περιοχές και να προαχθεί το εμπόριο, η οικονομία και η ανταλλαγή πολιτισμικών ιδεών.

Με τον όρο Θαλάσσιο τουρισμό αναφερόμαστε στην ειδική μορφή του τουρισμού του οποίου προορισμός είναι η ανοιχτή θάλασσα. Είναι η ειδική μορφή τουρισμού κατά την οποία, οι τουρίστες ικανοποιούν τις βασικές τουριστικές τους ανάγκες (διαμονή, διατροφή, ψυχαγωγία, άθληση, πολιτιστικές ανάγκες, κλπ) εν πλω, δηλαδή ενώ ταξιδεύουν με ένα πλοίο, το οποίο σ' αυτή την περίπτωση έχει τη μορφή ενός πλωτού ξενοδοχείου.

Αποτελεί μια από τις σημαντικότερες μορφές ήπιου τουρισμού κυρίως σε χώρες που το συγκριτικό τους πλεονέκτημα είναι η θάλασσα και περιλαμβάνει συμπληρωματικές δραστηριότητες που σχετίζονται με τις θαλάσσιες περιηγήσεις και το ναυτικό αθλητισμό όπως ιστιοπλοΐα, yachting με σκάφη αναψυχής, θαλαμηγούς ή τουριστικά σκάφη, ερασιτεχνική αλιεία, κατάδυση, περιήγηση σε θαλάσσια πάρκα, επίσκεψη σε ναυτικά μουσεία κ.α. Σημαντικό είναι να τονιστεί πως ο θαλάσσιος τουρισμός δεν συμπεριλαμβάνει δραστηριότητες σε υδάτινες επιφάνειες της ενδοχώρας (λίμνες, ποτάμια) καθώς αυτές περιέχονται στις μορφές του γενικού τουρισμού.¹⁰⁶

Η θαλάσσια διαδρομή και οι τόποι προορισμού, καθώς και ο ελλιμενισμός των σκαφών και οι διάφορες συμπληρωματικές υπηρεσίες, συνθέτουν τα κύρια συστατικά του θαλάσσιου τουρισμού. Η ναύλωση των σκαφών αποτελεί την πιο παραγωγική και κερδοφόρα δραστηριότητα αυτού του τύπου τουρισμού. Η πελατεία στην οποία απευθύνεται και τις ανάγκες της οποίας ικανοποιεί ο θαλάσσιος τουρισμός, είναι ως επί τω πλείστον άτομα υψηλής εισοδηματικής στάθμης. Επίσης, σημαντικά κέρδη απορρέουν από τις κρουαζιέρες, η ζήτηση των οποίων παρουσιάζει διεθνώς σημαντική αύξηση. Οι σύγχρονες τάσεις της αγοράς των κρουαζιέρων συγκλίνουν στα μεγαλύτερα και πολυτελέστερα κρουαζιερόπλοια, τα οποία εξασφαλίζουν υψηλή ποιότητα διαμονής και ψυχαγωγίας στους τουρίστες.

Τελευταία, επικρατεί και η τάση της ναύλωσης πολυτελών θαλαμηγών, ιστιοφόρων και φουσκωτών σκαφών, με πλήρωμα ή όχι, για μίνι ιδιωτικές κρουαζιέρες, γεγονός που ανθεί στη χώρα μας λόγω των νησιών μας. Ο θαλάσσιος τουρισμός συνδυάζεται πάντοτε και με άλλες μορφές τουρισμού όπως τον Θρησκευτικό ή τον πολιτιστικό αφού για παράδειγμα το πρόγραμμα μιας κρουαζιέρας μπορεί να συμπεριλαμβάνει επισκέψεις σε πολιτιστικά μνημεία των περιοχών που προσεγγίζει, ή περιηγήσεις στα τοπικά αξιοθέατα, επισκέψεις στις τοπικές αγορές κ.α.

¹⁰⁶ Δ. Μηλωνόπουλος- Π. Μοίρα, *Θαλάσσιος Τουρισμός*, εκδ. Interbooks, 2005, σ.25.

Χώρες που διαθέτουν θάλασσα μπορούν αν αναπτύξουν θαλάσσιο τουρισμό, από τη στιγμή που οι καιρικές συνθήκες το επιτρέπουν και η υποδομή υφίσταται. Οι μεγάλες αγορές για τις κρουαζιέρες είναι η Καραϊβική, η Μεσόγειος, τα Αρχιπελάγη της Ινδονησίας και Πολυνησίας, η Βόρειος Θάλασσα. Η οργάνωσή της γίνεται από τους αντίστοιχους Tour-Operators. Αυτή η τουριστική δραστηριότητα χαρακτηρίζεται για την πολυτέλεια άνεση και χλιδή και διαθέτει ένα αυστηρό πρόγραμμα.

Το πρόβλημα για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού εντοπίζεται στη δυνατότητα ύπαρξης πολλών και οργανωμένων μαρινών, οι οποίες είναι αναγκαίες για την εξυπηρέτηση των σκαφών και των επιβατών τους. Επομένως, για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού δεν αρκούν μόνο οι ευνοϊκές καιρικές συνθήκες, η ύπαρξη πολλών νησιών και οι ήσυχες θάλασσες, χρειάζονται παράλληλα, σύγχρονες και άρτια εξοπλισμένες μαρίνες και λιμάνια, για τον ελλιμενισμό, τον ανεφοδιασμό και γενικά για την εξυπηρέτηση τόσο των σκαφών αναψυχής, όσο και των επιβατών και των πληρωμάτων τους.

Στη χώρα μας παρόλο που υπάρχουν σύγχρονα λιμάνια, δεν υπάρχουν τόσες οργανωμένες μαρίνες, όσες θα έπρεπε. Επισημώς, υπάρχουν περίπου 40 μαρίνες, οι οποίες φυσικά δεν καλύπτουν την υπάρχουσα ζήτηση. Παρόλο, που η χώρα μας διεκδικεί μια ξεχωριστή θέση στον κατάλογο των τουριστικών προορισμών του θαλάσσιου τουρισμού, οι υπάρχουσες μαρίνες είναι δυστυχώς λίγες στον αριθμό και ελλιπείς στην οργάνωσή τους. Βέβαια, η πραγματοποίηση των Ολυμπιακών Αγώνων στη χώρα μας βοήθησε κατά μεγάλο βαθμό στη δημιουργία νέων υποδομών και στον εκσυγχρονισμό των ήδη υπάρχόντων. Σημαντική ώθηση στο θαλάσσιο τουρισμό έδωσαν και οι ιδιωτικές μαρίνες που κατασκευάστηκαν, προκειμένου να ικανοποιήσουν μεγαλύτερο μέρος τουριστών και να προσφέρουν υπηρεσίες υψηλού επιπέδου.

6.3.1. Διακρίσεις Θαλάσσιου τουρισμού

Ο θαλάσσιος τουρισμός μπορεί να διαιρεθεί στις εξής υποκατηγορίες:

1. Τουρισμός παραλίας: Ο τουρίστας επιδίδεται σε δραστηριότητες όπως είναι το κολύμπι ή άλλα θαλάσσια σπορ και απολαμβάνει την ομορφιά της θάλασσας στις παράκτιες περιοχές. Προϋπόθεση είναι να υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές στις παράκτιες περιοχές, για την παροχή υπηρεσιών όπως λ.χ. ομπρέλες, καθίσματα παραλίας, αναψυκτήρια, ναυαγοσώστες, εστιατόρια, αποδυτήρια, χώροι υγιεινής, παροχές ιατρικών υπηρεσιών σε περίπτωση ανάγκης, εκμίσθωση θαλάσσιων μέσων αναψυχής, λειτουργία σχολών εκμάθησης θαλάσσιων αθλημάτων, δραστηριότητες ερασιτεχνικού ψαρέματος κ.α.¹⁰⁷
2. Τουρισμός Κρουαζιερόπλοιων (Κρουαζιέρες) : Κρουαζιέρα είναι το είδος του ταξιδιού αναψυχής που πραγματοποιείται σε ειδικό επιβατηγό πλοίο, το λεγόμενο κρουαζιερόπλοιο. Το κρουαζιερόπλοιο είναι ένα πλωτό ξενοδοχείο που έχει τη δυνατότητα να προσφέρει όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει ένα κανονικό ξενοδοχείο. Το τουριστικό ταξίδι με κρουαζιερόπλοιο είναι ένα καλά οργανωμένο και προκαθορισμένο ταξίδι από κάποιο ταξιδιωτικό πρακτορείο, που

¹⁰⁷ Δ. Μηλωνόπουλος- Π. Μοίρα, *Θαλάσσιος Τουρισμός*, εκδ. Interbooks, 2005, σ.53-54.

ακολουθεί συγκεκριμένο πρόγραμμα, λιμάνι αποχώρησης και προορισμού και ώρες αναχώρησης, την πορεία που θα ακολουθήσει το πλοίο, τα λιμάνια που θα προσεγγίσει, τις ώρες παραμονής εκτός πλοίου, το ταξίδι επιστροφής και τον ακριβή χρόνο επιστροφής. Η κρουαζιέρα αποτελεί ένα ολοκληρωμένο τουριστικό προϊόν, που προσφέρει διαμονή, διατροφή και αναψυχή και συνδυάζει την ψυχαγωγία του επιβάτη στο κρουαζιερόπλοιο με την επίσκεψη παράλληλα σε διάφορα κοσμοπολίτικα λιμάνια, με σκοπό τη γνωριμία νέων τόπων και την επαφή με νέους πολιτισμούς. Οι τουρίστες είναι υποχρεωμένοι να ακολουθούν αυστηρά το πρόγραμμα και εντός του πλοίου τα προϊόντα και οι υπηρεσίες είναι αφθονότερες και καλύτερης ποιότητας από τις αντίστοιχες των ξενοδοχείων. Μπορούμε να διακρίνουμε κρουαζιέρες ανάλογα με τη διάρκεια τους, σε τριήμερες, μικρής διάρκειας 5-7 ημερών, μέσης 8-14 ημερών και μακράς διάρκειας 15 ημερών και πάνω, και ανάλογα με τον προορισμό τους σε εγχώριες, διεθνείς, υπερατλαντικές κ.α. Οι τοπικές μονοήμερες κρουαζιέρες δε είναι τόσο σημαντικές καθώς δεν αποτελούν θαλάσσιες εκδρομές.¹⁰⁸

Για την Ελλάδα, ο τουρισμός κρουαζιέρας έχει μεγάλη σημασία, καθώς πρωτίστως αποτελεί ένα άριστο τουριστικό προορισμό λόγω του πλήθους των πανέμορφων νησιών του Αιγαίου και του Ιονίου με τις καταγάλανες θάλασσες και δευτερευόντως γιατί ως ναυτική χώρα με ναυτική παράδοση, έχει την απαραίτητη υποδομή και το απαραίτητο προσωπικό που μπορούν να υποστηρίξουν τον θαλάσσιο τουρισμό.

3. Τουρισμών των κότερων ή ιστιοφόρων ή yachts (Yachting): Το ταξίδι με κότερο ή ιστιοφόρο ή μηχανοκίνητο σκάφος αναψυχής (yacht) αποτελεί εκδρομή αναψυχής όταν το ταξίδι διαρκεί μόνο μια ημέρα, και ονομάζεται τουρισμός αναψυχής όταν το ταξίδι διαρκεί περισσότερο. Τα κότερα ή ιστιοφόρα ή yachts είναι ιδιωτικής χρήσεως είτε κατά κτήση είτε κατά ενοικίαση και επιτρέπουν στους χρήστες τους να ταξιδεύουν όπου θέλουν, να προσεγγίζουν όποιο λιμάνι θέλουν και να μένουν όπου και όσο θέλουν. Λόγω της ιδιωτικής τους χρήσης, διαφέρουν από τις κρουαζιέρες, αφού σε αυτές τα δρομολόγια, τα ωράρια, οι προς επίσκεψη χώροι και τα προγράμματα εκδηλώσεων, όπως προαναφέρθηκε, είναι προκαθορισμένα. Αυτή η διαφορά, κάνει το yachting να έχει τη μορφή πιο επιλεκτικού τουρισμού, σε αντίθεση με τις κρουαζιέρες που έχουν τη μορφή οργανωμένου πακέτου.
4. Τουρισμός με φουσκωτά σκάφη: Τα φουσκωτά σκάφη προσφέρονται μόνο για τον παράκτιο τουρισμό και σπανιότερα, τα μεγαλύτερα σε μέγεθος, με διαθεσιμότητα καμπίνας και εξοπλισμού ναυσιπλοΐας, ενδείκνυνται για θαλάσσιο τουρισμό αλλά πάντα για μικρές αποστάσεις. Είναι κατάλληλα για τουρισμό σε ένα αρχιπέλαγος όπου τα νησιά είναι κοντά το ένα με το άλλο και σε περίπτωση έκτακτης θαλασσοταραχής θα χρειαστεί μικρός χρόνος προκειμένου να φτάσει το φουσκωτό στο κοντινότερο λιμάνι.
5. Θαλάσσιος τουρισμός με πλοία της γραμμής: Αυτή η κατηγορία θαλάσσιου τουρισμού περιλαμβάνει διαδρομές με πλοία της γραμμής με μετάβαση από το ένα λιμάνι στο άλλο, με ενδιάμεσες στάσεις και χρονικά διαστήματα κατά τα οποία ο τουρίστας θα αναγκάζεται να διαμένει στη στεριά λόγω των πολύωρων δρομολογίων και των σχετικά αραιών συγκοινωνιών από το ένα μέρος στο άλλο. Αυτό το είδος θαλάσσιου τουρισμού είναι δύσκολο, δαπανηρό και πολύ κουραστικό και ενέχει περισσότερα στοιχεία εξερεύνησης και τάσης για βιώματα περιπέτειας.

¹⁰⁸ Δ. Μηλωνόπουλος- Π. Μοίρα, *Θαλάσσιος Τουρισμός*, εκδ. Interbooks, 2005, σ.97, 106.

6.3.2. Υποδομή ελλιμενισμού και συντήρησης σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα – Σημερινή πραγματικότητα

Η έννοια της κρουαζιέρας καθίσταται ιδιαίτερα σημαντική, καθώς εισάγει σημαντικό τουριστικό συνάλλαγμα από τους ναύλους των ενοικιαζόμενων θαλαμηγών και προσφέρει μεγάλο αριθμό θέσεων εργασίας και μορφών απασχόλησης, καθώς απασχολείται με αυτόν τον τρόπο, ένας αξιόλογος αριθμός ναυτικών, πληρώματος εξυπηρέτησης τουριστών-επιβατών και άλλων ειδικοτήτων για την μηχανολογική συντήρηση τους.¹⁰⁹

Σε ότι αφορά τον ελλιμενισμό, τα κρουαζιερόπλοια και τα μεγάλα σκάφη αναψυχής χρησιμοποιούν τα λιμάνια που χρησιμοποιεί και ο εμπορικός στόλος και τα οποία εξυπηρετούνται από τις λιμενικές υπηρεσίες των τουριστικών προορισμών.

Τα μικρού ή μεσαίου μεγέθους όμως, σκάφη αναψυχής (yachts και φουσκωτά) χρειάζονται ειδικές υποδομές ελλιμενισμού και συντήρησης, τις λεγόμενες μαρίνες, οι οποίες δυστυχώς στον Ελλαδικό χώρο είναι λίγες στον αριθμό και ελλειπείς στην οργάνωσή τους. Παρά ταύτα, να τονιστεί πως τα τελευταία χρόνια γίνονται προσπάθειες κυρίως στο λεκανοπέδιο της Αττικής, μέσω ιδιωτικών πρωτοβουλιών, για κάλυψη των κενών σε μαρίνες.

Όσον αφορά τον στόλο των ελληνόκτητων κρουαζιερόπλοιων, είναι από τους μεγαλύτερους του κόσμου, σε μια προσπάθεια επιθετικής εισόδου στις νέες αγορές, έχοντας ήδη διαβλέψει ως χώρα, τις προσφερόμενες δυνατότητες της παγκόσμιας αγοράς.

Παρά βέβαια την προσφορά της κρουαζιέρας στην εθνική οικονομία, τα κρουαζιερόπλοια, δεν έχουν ακόμα ένα σχηματισμένο νομοθετικό πλαίσιο, μέσα από το οποίο θα μπορούσαν να επιλυθούν τα προβλήματα που συχνά συναντώνται και επιπλέον δεν έχουν ακόμη υπαχθεί στο καθεστώς των επιχορηγήσεων των αναπτυξιακών νόμων. Αυτό έχει ως αντίκτυπο να δημιουργούνται πολλές δυσκολίες για τον εκσυγχρονισμό και την ανανέωση τους, με αποτέλεσμα να μειώνεται η ανταγωνιστικότητά τους σε σχέση με τα κρουαζιερόπλοια γειτονικών χωρών όπως της Τουρκίας, που μας ανταγωνίζεται στο θαλάσσιο τουρισμό, ή της Ιταλίας και της Ισπανίας.

6.3.3. Συνέπειες θαλάσσιου τουρισμού

Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού έχει οδηγήσει σε αρκετές θετικές συνέπειες οι οποίες σημειώνονται στους εξής τομείς:

- Οικονομία:
 - Οικονομική ανάπτυξη περιοχής και ολόκληρης της χώρας
 - Εισαγωγή συναλλάγματος από τους ναύλους, το ναυτιλιακό, τουριστικό και εμπορικό συνάλλαγμα από τη λειτουργία των πλοίων του κλάδου
 - Εισαγωγή συναλλάγματος από την ημερήσια κατανάλωση των τουριστών υψηλής εισοδηματικής στάθμης

¹⁰⁹ Μ. Λογοθέτης, Προβλήματα και κατευθύνσεις τουριστικής πολιτικής, Αθήνα, 1967, σ.121.

- Συμβολή στην απασχόληση, καθώς λόγω υψηλής απαίτησης σε προσφερόμενες υπηρεσίες, αυξάνεται η ανάγκη για ειδικευμένο προσωπικό θαλαμηγών και κρουαζιερόπλοιων
 - Αναβάθμιση τουριστικής ζήτησης με προσέλκυση τουριστικής πελατείας ειδικών ενδιαφερόντων, θαλάσσια περιήγηση, θαλάσσια σπορ
 - Συμπληρωματική και όχι ανταγωνιστική λειτουργία ως προς τις χερσαίες τουριστικές εγκαταστάσεις
- Στην περιφερειακή ανάπτυξη
- Αναβάθμιση τοπικών κοινωνιών με τον ελλιμενισμό θαλαμηγών στις τοπικές μαρίνες και τις στάσεις των κρουαζιερόπλοιων σε αυτές
 - Δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης σε τοπικό επίπεδο με ανάπτυξη μαρίνων εξυπηρέτησης ελλιμενισμού
 - Ανάπτυξη περιοχών με τη δημιουργία νέων προορισμών θαλάσσιου τουρισμού
- Στο περιβάλλον
- Θα μπορούσαμε να υποστηρίξουμε πως δεν υπάρχουν αρνητικές συνέπειες του θαλάσσιου τουρισμού στο περιβάλλον, δεδομένων των αυστηρών απαγορευτικών διατάξεων, που ισχύουν σε διεθνές επίπεδο για τη ρύπανση της θάλασσας από κάθε είδους απόβλητα, λύματα, απορρίμματα πλοίων ή σκαφών και των αυστηρών προδιαγραφών κατασκευής των τουριστικών σκαφών και μαρίνων αλλά και λόγω του γεγονότος ότι οι δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού ασκούνται κυρίως στη θάλασσα και δεν επιβαρύνουν άλλους φυσικούς και πολιτιστικούς τουριστικούς πόρους, ούτε καν τις ακτές.

Στην πράξη, δυστυχώς ο θαλάσσιος τουρισμός έχει *αρνητικές* συνέπειες, οι οποίες συναντώνται κυρίως ως προς το περιβάλλον και προέρχονται από:

- Την υπέρμετρη ανοικοδόμηση ξενοδοχειακών και τουριστικών εγκαταστάσεων, χωρίς αισθητική τοπική αρχιτεκτονική, που οδηγεί σε οπτική και αισθητική υποβάθμιση των παράκτιων περιοχών.
- Την κοσμοσυρροή και υπερσυγκέντρωση δραστηριοτήτων σε κάποια τουριστικά κέντρα θαλάσσιου τουρισμού, που στέκονται εμπόδιο στην περαιτέρω ανάπτυξη τους
- Την μη εφαρμογή των υπαρχουσών εν ισχύ διατάξεων, την ανεπαρκή αστυνόμευση και τον έλεγχο των αρμοδίων υπηρεσιών, κυρίως σε θέματα που αφορούν τη ρύπανση και τη μόλυνση των υδάτων από εκροή διαφόρων αποβλήτων, λυμάτων, πετρελαιοειδών και απορριμμάτων τουριστικών σκαφών στη θάλασσα και σε λιμένες ή μαρίνες, που δεν διαθέτουν εγκαταστάσεις εναπόθεσης και περισυλλογής καταλοίπων

Προκειμένου να συμβάλει ο θαλάσσιος τουρισμός στην οικονομική, πολιτιστική, κοινωνική και περιβαλλοντική ανάπτυξη της χώρας μας, παρακάτω προτείνονται ορισμένες δράσεις που έχουν ως κύριο μέλημα τους την ομαλότερη διεξαγωγή της λειτουργίας του.

1. Κατασκευή εκσυγχρονισμένων και καλά οργανωμένων μαρίνων, που θα διαθέτουν εκτός των ευρύχωρων προβλητών, πρατήρια καυσίμων, παροχές νερού και ρεύματος, αποθήκες, τουαλέτες και ένα γενικότερο πλήρως εξοπλισμένο σέρβις για την παροχή διαφόρων εξυπηρετήσεων προς τους χρήστες των ελλιμενισμένων σκαφών. (λ.χ. εστιατόρια, πισίνες, ξενοδοχεία, σούπερ μάρκετ κ.α.)
2. Βελτίωση του υπάρχοντος θεσμικού πλαισίου, ώστε να επιτρέπει τη δυναμική ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Βασικό είναι να δοθεί μεγαλύτερη σημασία στη προστασία του θαλάσσιου τουρισμού από τις έντονες ανταγωνιστικές δραστηριότητες των γειτονικών χωρών της Μεσογείου.
3. Αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών και προστασία των τουριστών με καθιέρωση κυρώσεων για την παράνομη ναύλωση πλοίων αναψυχής ή περιήγησης
4. Οργανωμένα κέντρα θαλάσσιων σπορ που θα προσφέρουν τη δυνατότητα εκπαίδευσης τουριστών αλλά και διεξαγωγής διεθνών ή ευρωπαϊκών αγώνων ώστε να δημιουργηθεί μια ενέργεια προβολής των τοπικών περιοχών
5. Διαφημιστικό πρόγραμμα του ελληνικού τουρισμού που θα συμπεριλαμβάνει τον θαλάσσιο τουρισμό και τις εναλλακτικές εμπειρίες που προσφέρει στον τουρίστα
6. Επανεξέταση του νέου αναπτυξιακού νόμου ώστε εκτός από τα οικονομικά κίνητρα που παρέχει για τις τουριστικές επενδύσεις, να δίνει κίνητρα για ενίσχυση του τόπου και του γενικότερου ελληνικού προϊόντος

6.4. ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

«Σε όλη τη διάρκεια της Ιστορίας, ο άνθρωπος έπρεπε να παλεύει με τη Φύση για να επιβιώσει. Σ' αυτόν τον αιώνα, έχει αρχίσει να συνειδητοποιεί ότι για να επιβιώσει, πρέπει να την προστατέψει.»(Jacques- Yves Cousteau)

Με αυτά τα λόγια του Ζακ Υβ Κουστό, θα αναφερθούμε εν συντομία στον καταδυτικό τουρισμό ο οποίος αποτελεί μια ιδιαίτερη κατηγορία του θαλάσσιου τουρισμού και αξίζει να αναλυθεί, καθώς είναι σημαντική η συμβολή της στην τουριστική ανάπτυξη.

Ο άνθρωπος εξασκεί εδώ και χιλιάδες χρόνια την ελεύθερη κατάδυση, γεγονός που αποδεικνύεται από τα ευρήματα που ανακαλύπτονται σε ανασκαφές και σε απεικονίσεις δυτών σε πολλές τοιχογραφίες που έχουν βρεθεί. Η επιθυμία του ανθρώπου να εξερευνήσει το βυθό αποτελεί στοιχείο της φύσης του και της ανάγκης για ικανοποίηση της περιέργειας του για τη γνώση του ανεξερεύνητου, όμως τροχοπέδη στην ανάγκη του στάθηκε ο τρόπος με τον οποίο θα μπορούσε να αναπνεύσει κάτω από το νερό, με αποτέλεσμα οι πρώτες καταδύσεις να είναι αναγκαστικά μικρής διάρκειας και μεγάλης επικινδυνότητας.¹¹⁰

Οι πρώτες χρήσεις καταδυτικών σκαφών έγιναν δειλά, τον 16^ο αιώνα και το 19^ο αιώνα πλέον η τεχνολογική ανάπτυξη με τα επιτεύγματα της, επιτρέπει στον άνθρωπο να παραμείνει για αρκετή ώρα κάτω από το νερό. Η επανάσταση στην κατάδυση έγινε το 1943, όταν ο Γάλλος ωκεανογράφος Ζακ Υβ Κουστό μαζί με έναν παριζιάνο μηχανικό, τον Εμιλ Γκανιάν, επινόησαν το «Aqua Lung», έναν ρυθμιστή με απλό σχεδιασμό και συμπαγή κατασκευή που αποτέλεσε μια αξιόπιστη μονάδα για αθλητική κατάδυση.

¹¹⁰ <http://www.incrediblecrete.gr/>

Η μεγάλη απήχηση που είχε το ενδιαφέρον για καταδύσεις οδήγησε σε ανάπτυξη μιας ιδιαίτερης μορφής τουρισμού, του υποβρύχιου ή καταδυτικού τουρισμού με παράλληλη ανάπτυξη ενός τομέα οικονομικών δραστηριοτήτων που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως καταδυτική τουριστική βιομηχανία και που περιλαμβάνει επιχειρήσεις πώλησης καταδυτικού εξοπλισμού, σχολές καταδυτικής εκπαίδευσης, επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών μεταφοράς με εξειδικευμένα πλοία στους χώρους κατάδυσης, εταιρίες διαφήμισης και προβολής των περιοχών κατάδυσης, θέρετρα τουριστών για καταδύσεις, επιχειρήσεις έκδοσης ειδικού εντύπου και ηλεκτρονικού τύπου, ταξιδιωτικά πρακτορεία που ασχολούνται αποκλειστικά με καταδύσεις κ.α.¹¹¹

Στις μέρες μας, ο αριθμός των τουριστών που επιδίδονται σε καταδύσεις για αναψυχή σε παραθαλάσσια θέρετρα, γνωστοί και ως “resort divers”, αυξάνεται συνεχώς, έχοντας ως πιο δημοφιλείς καταδυτικούς προορισμούς στην Ευρώπη, την Ισπανία, τη Μάλτα, την Κύπρο, την Ερυθρά Θάλασσα- Αίγυπτο, την Κροατία και την Τουρκία. Οι χώρες αυτές παρατηρείται ότι συγκεντρώνουν σημαντικό μέρος του ετήσιου εισοδήματός τους από τη λειτουργία των καταδυτικών κέντρων και μάλιστα οι Μαλδίβες ζουν αποκλειστικά από τον καταδυτικό τουρισμό, έχοντας θέσει σε λειτουργία και τα γνωστά «υποβρύχια καταλύματα» τα οποία είναι ουσιαστικά, ξενοδοχεία κάτω από τη θάλασσα με κλιματιζόμενους χώρους που επικοινωνούν με την επιφάνεια.

6.4.1. Παγκόσμια κατάσταση καταδυτικού τουρισμού

Ο Καταδυτικός Τουρισμός αναπτύσσεται ταχύτατα σε παγκόσμιο επίπεδο. Κάθε χρόνο διακινείται παγκοσμίως μεγάλος όγκος συναλλάγματος που μεταφέρεται κατά κανόνα προς τις παράλιες χώρες και κυρίως σε εκείνες που διαθέτουν ενδιαφέροντες βυθούς με πλούσια χλωρίδα και πανίδα (φυσικά τοπία, ποικιλία χλωρίδας και πανίδας, σπήλαια και ηφαίστεια στο βυθό της θάλασσας κ.α.) Το εθνικό εισόδημα μερικών χωρών εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από τον καταδυτικό τουρισμό ενώ για άλλες ο τουρισμός αυτός μπορεί να αποτελέσει βασική πηγή συναλλάγματος γεγονός που οδηγεί πολλές χώρες να καταβάλλουν κάθε δυνατή προσπάθεια αξιοποίησης του φυσικού τους περιβάλλοντος, με σκοπό τη προσέλκυση ξένων επισκεπτών και την αύξηση της συμμετοχής τους στα οφέλη της παγκόσμιας καταδυτικής δραστηριότητας. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι με τις καταδύσεις συνδέεται ένας ευρύς κύκλος προσώπων που δραστηριοποιείται άμεσα ή έμμεσα στο συγκεκριμένο εργασιακό τομέα.

Οι υποβρύχιες δραστηριότητες αναψυχής είναι πολύ ελκυστικές κυρίως για τους νέους και αυτός είναι ο λόγος που χώρες χωρίς θάλασσα, όπως η Ελβετία και η Αυστρία παρουσιάζουν μεγάλη ανάπτυξη με λέσχες, σχολές εκμάθησης και οργανωμένο τουρισμό. (Η Αυστρία έχει 50 λέσχες και η Ελβετία 100).

Ένα σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι το ότι μεγάλος αριθμός καταδυτικών προορισμών για τους ερασιτέχνες αυτοδύτες πολίτες της, βρίσκεται εκτός Ευρωπαϊκού Χώρου, με αποτέλεσμα τη διαρροή ευρωπαϊκού συναλλάγματος σε εξωκοινοτικές χώρες. Το φτωχό θέαμα που προσφέρουν τα παράλια των ευρωπαϊκών χωρών στους αυτοδύτες οφείλεται στην πολυμορφική υπεραλίευσή τους. Ωστόσο, ο βυθός των ευρωπαϊκών χωρών, αν και διαφορετικός από το βυθό των τροπικών χωρών, έχει αξιόλογο κάλλος, πλούσια χλωρίδα κι εντυπωσιακά είδη πανίδας.

¹¹¹ Δ. Μηλωνόπουλος- Π. Μοίρα, *Θαλάσσιος τουρισμός*, εκδ. Interbooks, σ. 68.

6.4.2. Η κατάσταση του καταδυτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Οι καταδύσεις αποτελούν αναμφισβήτητα, μια από τις ωραιότερες και πλέον ενδιαφέρουσες ψυχαγωγικές δραστηριότητες η οποία προσφέρει ταυτόχρονα άθληση, γνώσεις, υγεία, πνευματική άσκηση και ψυχική ηρεμία. Πολλοί αλλοδαποί επισκέπτες συχνά επιθυμούν να συνδυάσουν την περίοδο των διακοπών τους στην Ελλάδα με ασχολίες όπως οι Καταδύσεις Αναψυχής που είναι δύσκολο να πραγματοποιήσουν στην καθημερινή τους ζωή καθώς η χώρα τους δεν διαθέτει τις απαιτούμενες γεωφυσικές δυνατότητες.

Ο καταδυτικός τουρισμός στη χώρα μας έκανε τα πρώτα βήματά του, μόλις στις αρχές της δεκαετίας του '90. Ο μεγαλύτερος αριθμός καταδυτικών κέντρων και κέντρων εκπαίδευσης βρίσκεται στην Κρήτη, στην Κέρκυρα και στην Αθήνα - Πειραιά.

Οι ελληνικές θάλασσες γενικότερα αποτελούν έναν από τους πιο σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους, καθώς στα βάθη τους υπάρχουν βυθισμένες πόλεις, παράκτιο προϊστορικοί οικισμοί, πύργοι, ναυάγια πλοίων, αρχαία λιμάνια. Σύμφωνα με δημοσιεύματα από τις πιο αξιόλογες προσπάθειες εντοπισμού και ανεύρεσης ναυαγίων στην Ελλάδα ήταν αυτή του διάσημου γάλλου εξερευνητή **Ζακ Υβ Κουστό** με το γνωστό πλοίο «**Καλυψώ**». Το 1975 το υπουργείο Εξωτερικών και ο ΕΟΤ προσκάλεσαν τον Κουστό στην Ελλάδα προκειμένου να γυρίσει ταινίες με θέμα την «Αναζήτηση της Ατλαντίδος».

Πολύ σημαντική ανακάλυψη ήταν το “λείψανο” της υποναυαρχίδας “**La Therese**” του γαλλικού στόλου η οποία βυθίστηκε πριν 344 χρόνια. Τα μυστικά του πλοίου παρέμειναν για αιώνες στο βυθό ως το 1976 όπου ο Ζακ Υβ Κουστό μαζί με την ομάδα του (μεταξύ των οποίων και κρητικοί αυτοδύτες) ανέσυραν **129 αντικείμενα καθημερινής χρήσης** όπως νομίσματα αλλά και πολεμικό υλικό (κυρίως βόλια). Αυτό όμως που οδήγησε στην ταύτιση τους με το “La Therese” ήταν ένα μπρούτζινο κανόνι με το έμβλημα του Καρόλου του 9^{ου} της Γαλλίας και τα προσωπικά αντικείμενα του Δούκα Navaille. Αρκετά από τα ευρήματα σήμερα φυλάσσονται στο **φρούριο «Κούλες»** στο λιμάνι Ηρακλείου αλλά και το Ιστορικό Μουσείο Κρήτης.

Οι προοπτικές ανάπτυξης του καταδυτικού τουρισμού στην Ελλάδα είναι τεράστιες, αφού η χώρα μας διαθέτει σημαντικά πλεονεκτήματα. Είναι μια χώρα που προσφέρει ασφάλεια, ως μέλος της Ε.Ε. διαθέτει το ίδιο νόμισμα με τα περισσότερα ευρωπαϊκά κράτη και χαρακτηρίζεται από άριστες καιρικές συνθήκες, με διαυγή και ζεστά νερά και μεγάλη ποικιλία θαλάσσιας ζωής και μορφολογίας.

Λόγω των ευνοϊκών κλιματολογικών συνθηκών που επικρατούν στη χώρα μας και του βραχώδους βυθού της (που αποτελεί σημείο έλξης για τους αυτοδύτες καθώς έχει ενδιαφέρουσα μορφολογία, βράχους, σπηλιές, χαράδρες, κλπ), παρέχεται η δυνατότητα διενέργειας συστηματικών ψυχαγωγικών καταδύσεων για περίοδο οχτώ μηνών τουλάχιστο ετησίως και ιδίως σε συνδυασμό με την πλούσια πολιτιστική παράδοση και κληρονομιά, την ιστορικότητα της περιοχής μας, την γεωγραφική διαμόρφωση και τη μεγάλη έκταση της ελληνικής ακτογραμμής (15.021 χιλιόμετρα). Συνεπώς η Ελλάδα μπορεί να αποτελέσει έναν υποβρύχιο παράδεισο για ερασιτέχνες και επαγγελματίες αυτοδύτες. Καθίσταται έτσι, επιβεβλημένη η ανάγκη ανάπτυξης του καταδυτικού τουρισμού στη χώρα μας.

Ωστόσο, τα μεγάλα πλεονεκτήματα της χώρας μας δεν έχουν αξιοποιηθεί όσο θα έπρεπε για την ανάπτυξη του καταδυτικού τουρισμού και αυτό διότι:

1. η ισχύουσα νομοθεσία της Ελλάδας δίνει στην Αρχαιολογική Υπηρεσία τη δυνατότητα να δεσμεύει κάθε σπιθαμή των ελληνικών θαλασσών και να επιτρέπει τις καταδύσεις μόνο σε συγκεκριμένα και περιορισμένα σε έκταση και αριθμό σημεία. Επίσης σύμφωνα με το άρθρο που αφορά την ενάλια νομική προστασία και διαχείριση, η εφορία εναλίων αρχαιοτήτων, χαρακτηρίζει "ιστορικό" κάθε ναυάγιο άνω των 50 ετών και η κατάδυση απαγορεύεται σε ακτίνα 300 μέτρων μακριά από αυτό. Οι περισσότεροι από τους δύτες όμως διαφωνούν με αυτή την απόφαση και ζητούν η εφορεία εναλίων αρχαιοτήτων να υποδείξει ποιο κομμάτι της θάλασσας και του βυθού είναι αρχαιολογικός χώρος, αφήνοντας το υπόλοιπο ελεύθερο για τους λάτρεις του υγρού στοιχείου και της ζωής που κρύβει μέσα του.
2. Οι καταδυτικές επιχειρήσεις, δεν έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν ποιοτικές καταδύσεις, λόγω του περιορισμένου αριθμού περιοχών στις οποίες επιτρέπονται οι καταδυτικές δραστηριότητες και του χαμηλού καταδυτικού ενδιαφέροντος που καταδεικνύουν στην πλειονότητα τους.
3. Οι διεθνείς καταδυτικοί οργανισμοί δεν αναγνωρίζονται στην Ελλάδα. Λ.χ. ένας εκπαιδευτής της PADI¹¹², δεν αναγνωρίζεται στη χώρα μας, γεγονός που δημιουργεί τεράστια εμπόδια για σύσταση καταδυτικών επιχειρήσεων.

6.4.3. Το νομοθετικό πλαίσιο του καταδυτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Το νομοθετικό καθεστώς των καταδύσεων στη χώρα μας σήμερα συγκροτούν ο υπ' αριθ. 10 Γενικός Κανονισμός Λιμένα Περι καταδυτικών εργασιών ο οποίος ουσιαστικά ρυθμίζει τις επαγγελματικές καταδύσεις και ο υπ' αριθ. 5 Γενικός Κανονισμός Λιμένα (όπως τροποποιήθηκε με τους κανονισμούς λιμένα 8, 13 και 19) για τις υποβρύχιες δραστηριότητες με αυτόνομη καταδυτική συσκευή ο οποίος ρυθμίζει τις καταδύσεις αναψυχής.

Στις καταδύσεις αναψυχής, οπουδήποτε και αν διενεργούνται, εφαρμόζονται τα εκάστοτε σε ισχύ εθνικά πρότυπα καταδύσεων αναψυχής. (Π.Δ. 39/2001, ΦΕΚ,28 Α'). Επίσης, έχει τεθεί σε ισχύ ο οργανισμός πιστοποίησης αυτοδύτων¹¹³, που είναι νομικό πρόσωπο δημοσίου ή ιδιωτικού δικαίου ή ομοσπονδία που τα ασκεί, σύμφωνα με τα Εθνικά Πρότυπα Καταδύσεων Αναψυχής, τις εξής δραστηριότητες:

- Καταρτίζει πρόγραμμα εκπαίδευσης για καταδύσεις αναψυχής, το οποίο παρέχει εφαρμογή σε παρόχους καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής, που αναγνωρίζονται από αυτόν ως ικανοί να παρέχουν τέτοιες υπηρεσίες, σύμφωνα με το πιστοποιημένο σχήμα εκπαίδευσης που διαθέτει και εφαρμόζει.
- Ελέγχει και εξουσιοδοτεί παρόχους καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής για την παροχή τέτοιων υπηρεσιών,

¹¹² PADI: Professional Association of Diving Instructors: Είναι διεθνής καταδυτικός οργανισμός που δραστηριοποιείται σε περισσότερες από 175 χώρες, με καταδυτικά κέντρα και σχολές κατάδυσης, παγκοσμίως.

¹¹³ Ν.3409/2005, άρθρο 3.

- Εκδίδει πιστοποιητικά εκπαίδευσης στους εκπαιδευόμενους ερασιτέχνες και εκπαιδευτές αυτοδύτες, που έχουν ολοκληρώσει την εκπαίδευση αυτόνομης κατάδυσης.¹¹⁴

Προκειμένου να μπορέσει η Ελλάδα να αναπτύξει κατάλληλα τον καταδυτικό τουρισμό και να εκμεταλλευτεί τις τεράστιες προοπτικές του, θα πρέπει όχι μόνο να ανοίξει τις θάλασσες αλλά και την ίδια την αγορά της. Θα πρέπει οι αρχές της χώρας να προωθήσουν στις καταδυτικές επιχειρήσεις την ανάγκη για προστασία των περιοχών που γίνονται καταδύσεις και να συνδράμουν μαζί σε μια προσπάθεια για αποτροπή των επίδοξων αρχαιοκάπηλων να επιδοθούν στο έργο τους. Παράλληλα θα πρέπει να γίνουν ενέργειες για αξιοποίηση των ενάλιων αρχαιολογικών χώρων με τη δημιουργία υποθαλάσσιων αρχαιολογικών πάρκων, όπως έχουν γίνει αντίστοιχα κινήσεις από την Τουρκία, στην περιοχή Μπουντρούμ, αλλά και στην Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου, σε μια προσπάθεια ανάδειξης του καταδυτικού τουρισμού.

Κλείνοντας, σημαντικό είναι να τονιστεί πως η απελευθέρωση των δυνατοτήτων του καταδυτικού τουρισμού δεν θα ωφελήσει μόνο τους ξένους τουρίστες αλλά και τους Έλληνες πολίτες, που ενδιαφέρονται για το συγκεκριμένο σπορ, συμβάλλοντας σημαντικά στην αύξηση της τουριστικής κίνησης και στην γενικότερη οικονομική κατάσταση και ανάπτυξη της χώρας.

6.5. ΠΑΡΑΛΙΜΝΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο παραλίμνιος τουρισμός αποτελεί μια ιδιαίτερη μορφή του παράκτιου τουρισμού και αναπτύσσεται σε χώρες όπου υπάρχουν λίμνες ενώ η πρόσβαση σε θάλασσα δεν δύναται ή είναι πολύ δύσκολη. Σε περιπτώσεις δε, που οι λίμνες είναι πολύ μεγάλες, είναι δυνατόν να αναπτυχθεί και ο τουρισμός σκαφών αναψυχής (κρουαζιερόπλοια και yachts), όπως αυτό συναντάται σε χώρες της Ανατολικής Ευρώπης και σε μεσοδυτικές πολιτείες των ΗΠΑ.

Όλες οι θαλάσσιες δραστηριότητες και τα αγωνίσματα που αναπτύσσονται κατά τον παράκτιο τουρισμό είναι εφικτό να αναπτυχθούν και κατά τον παραλίμνιο τουρισμό. Συνεπώς, ότι προαναφέρθηκε¹¹⁵ ότι ισχύει για τον παράκτιο και τον θαλάσσιο τουρισμό ισχύει και για τον παραλίμνιο εφόσον αυτός μπορεί να αναπτυχθεί, είτε σε μικρές είτε σε μεγάλες λίμνες.

6.6. ΠΑΡΑΠΟΤΑΜΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Αξιόλογο είναι το πλήθος των τουριστών που επιλέγουν ως τουριστικό προορισμό τα ποτάμια. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη μιας άλλης ειδικής μορφής του παράκτιου τουρισμού, ο οποίος αναφέρεται ως παραποτάμιος τουρισμός και αφορά τις παρακάτω μορφές:

- Τουρίστες που κατασκηνώνουν στις όχθες ποταμών ή διαμένουν σε παραποτάμια καταλύματα, με σκοπό να λάβουν μέρος ή να παρακολουθήσουν τα αθλήματα

¹¹⁴ <http://www.yen.gr/wide/home.html>

¹¹⁵ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ.269.

κατάβασης ποταμών με σκάφη Kayak ή Rafts. Αυτό το είδος παραποτάμιου τουρισμού παίρνει τη μορφή τουρισμού αθλημάτων Υπαίθρου.

- Τουρίστες που κατασκηνώνουν σε όχθες ποταμών ή διαμένουν σε παραποτάμια καταλύματα με σκοπό να παρακολουθήσουν την υπάρχουσα τοπική πανίδα ή χλωρίδα και να θαυμάσουν το φυσικό περιβάλλον ή τους καταρράκτες ή άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ποταμών και του περιβάλλοντος του εκάστοτε τοπίου. Αυτό το είδος παραποτάμιου τουρισμού παίρνει τη μορφή φυσιογνωστικού τουρισμού.
- Σε ορισμένες περιπτώσεις τα νερά των ποταμών μπορεί να χρησιμοποιηθούν για κολύμπι και στις όχθες των ποταμών διεξάγονται αθλητικές δραστηριότητες παρόμοιες με τις παράκτιες αθλητικές δραστηριότητες. Τότε ο παραποτάμιος τουρισμός παίρνει τη μορφή του παράκτιου τουρισμού.
- Σε ορισμένα ποτάμια αναπτύσσεται η τουριστική δραστηριότητα των τουριστικών ποτάμιων διαδρομών. Οι διαδρομές ποικίλουν σε μέγεθος και μπορεί να διαρκούν από λίγες μέρες έως πολλές, οπότε και αποτελούν μορφή οργανωμένου τουριστικού ταξιδιού. Στην περίπτωση όμως που διαδρομές διασχίζουν πολλές χώρες και πολλούς ποταμούς, τότε γίνεται λόγος για ποτάμιο και όχι για παραποτάμιο τουρισμό.

Σε κάθε περίπτωση πάντως, σημαντικό είναι να παρατηρήσουμε πως το στοιχείο του νερού έχει αποτελέσει σημαντικό πόλο έλξης τουριστών και μέσο για ανάπτυξη ποικίλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

6.7. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΡΟΒΙΟΤΟΠΩΝ

Ο βιότοπος είναι ένας τόπος στον οποίο ζει ένα σύνολο έμβιων όντων και ο οποίος προσφέρει όλα όσα χρειάζεται για να ζήσει αυτό το σύνολο. Οι υγροβιότοποι με τη σειρά τους, είναι βιότοποι, μικρής ή μεγάλης γεωγραφικής περιοχής που αποτελούνται από ξηρά τμήματα στεριάς και από τμήματα καλυμμένα από νερά. Σχηματίζονται σε χαμηλές περιοχές όπου συσσωρεύονται νερά, στις άκρες των λιμνών, ποταμών ή σε παράκτιες περιοχές από νερά των παλιρροιών.

Οι υγροβιότοποι μπορεί να είναι βιότοποι πουλιών, ψαριών, ασπόνδυλων αλλά και μεγαλύτερων ζώων, πολλά εκ των οποίων είναι σπάνια ή απειλούμενα ή κινδυνεύουν από εξαφάνιση.

Οι Ελληνικοί υγροβιότοποι θεωρούνται οι σπουδαιότεροι της Ευρώπης λόγω των σπάνιων ζώων και πουλιών που φιλοξενούν αλλά το δυσάρεστο είναι ότι δεν έχουν ακόμη οριοθετηθεί και προστατευτεί επαρκώς. Το ενδιαφέρον για τους υγροβιότοπους, επικεντρώνεται στη δυνατότητα ανάπτυξης τουριστικών δραστηριοτήτων στις περιοχές κοντά σε αυτούς. Κατά τον τουρισμό που αναπτύσσεται σε υγροβιότοπους, οι τουρίστες ενδιαφέρονται για την παρατήρηση πουλιών και άλλων ειδών της πανίδας και της χλωρίδας. Επίσης, σε αυτές τις περιοχές αναπτύσσεται και ο κνηγετικός τουρισμός, κάτω από περιοριστικούς κανόνες, ο τουρισμός αλιείας, ο περιπατητικός τουρισμός και ο εκδρομικός τουρισμός.

Όλες οι παραπάνω ειδικές μορφές τουρισμού, αν και πολύ μικρές σε μέγεθος, παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια μικρές αλλά σταθερές τάσεις αύξησης και μπορούν να θεωρηθούν δυναμικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού.¹¹⁶

VII. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΑΤΟΜΑ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

7.1. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Αναμφισβήτητα ο οικονομικός ρόλος του τουρισμού είναι πολύ σημαντικός για τις οικονομίες των χωρών. Εξίσου σημαντικός είναι και ο κοινωνικός του ρόλος, ο οποίος ενδιαφέρει όλα τα στρώματα της κοινωνίας και του οποίου η ενδυνάμωσή του απαιτείται.

Ο ρόλος αυτός του τουρισμού δημιουργήθηκε εξαιτίας κυρίως της μορφής των σύγχρονων κοινωνιών, οι οποίες χαρακτηρίζονται από έντονους ρυθμούς ζωής, αυξημένες απαιτήσεις, με επιπτώσεις που διαταράσσουν τη σωματική και τη ψυχική ισορροπία των ανθρώπων.¹¹⁷

Στην προσπάθεια αντιμετώπισης αυτής της δυσμενούς πραγματικότητας, διαπιστώθηκε από πολύ νωρίς ότι ο τουρισμός είναι το καλύτερο θεραπευτικό μέσον, αφού δίνει στους τουρίστες τη δυνατότητα να απομακρυνθούν από το δυσμενές αστικό περιβάλλον και από τις πηγές των επιβαρύνσεων που δέχονται και να αποκαταστήσουν τη σωματική και ψυχική τους ισορροπία.

Διότι τα μέλη μιας κοινωνίας δεν ωφελούνται μόνο από τη θετική σχέση του τουρισμού με την υγεία. Ο τουρισμός αποτελεί ένα μέσο προσέγγισης των κοινωνιών μεταξύ τους, αφού τα μέλη τους έρχονται σε επαφή, γνωρίζονται, ανταλλάσσουν στοιχεία, εξελίσσονται. Γι' αυτό το λόγο, ο τουρισμός σήμερα θεωρείται κοινωνικό αγαθό και τα τουριστικά προϊόντα απαραίτητα, που θα πρέπει να απολαμβάνουν όλα τα μέλη της κοινωνίας ανεξαιρέτως.

Και όπως κάθε ευνομούμενη σύγχρονη κοινωνία είναι υποχρεωμένη να ικανοποιεί ή να συμβάλλει στην ικανοποίηση των βασικών αναγκών του ανθρώπου, σύμφωνα και με τη θεωρία του Maslow να ικανοποιείται το 1^ο (φυσιολογικές ανάγκες- ανάγκες επιβίωσης, και όλες αυτές που με την ικανοποίησή τους κρατιόμαστε στη ζωή, φαγητό, νερό, αέρας) και 2^ο επίπεδο των αναγκών (ανάγκες ασφάλειας- αίσθημα αυτοσυντήρησης, δηλαδή η ανάγκη της στέγης, της υγείας και της προστασίας γενικότερα). Από την υποχρέωση αυτή ξεκίνησε και η δημιουργία του Κοινωνικού Τουρισμού και σ' αυτήν την υποχρέωση στηρίζεται το δόγμα του.

Ο κοινωνικός τουρισμός, σαν ιδιαίτερη μορφή τουρισμού, ορίζεται το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων τουριστικού χαρακτήρα που διευκολύνουν τη συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικών τάξεων. Με άλλα λόγια ο κοινωνικός ή επιδοτούμενος τουρισμός αποτελεί το είδος εκείνο του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι πραγματοποιείται από μέλη του κοινωνικού συνόλου, των οποίων η αγοραστική δύναμη είναι περιορισμένη, χάρη σε ειδικές παροχές προς αυτά που μπορεί να είναι άμεσες ή έμμεσες.

¹¹⁶ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ.271.

¹¹⁷ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Εκδόσεις Έλλην, 2000, σελ.227-228 .

Πιο συγκεκριμένα, πρόκειται για μια μορφή κοινωνικής παροχής του κράτους, η οποία σκοπεύει στην ενίσχυση των χαμηλών εισοδηματικών τάξεων (άνεργοι, νέοι, ηλικιωμένοι, χαμηλόμισθοι) ενός πληθυσμού. Απευθύνεται ιδιαίτερα σε ευπαθή ομάδες του πληθυσμού όπως π.χ. σε άνεργους, άτομα με ειδικές ανάγκες, πολύτεκνους, γυναίκες και άνδρες εν χηρεία, πρόσφυγες, και γενικότερα σε άτομα με ιδιαίτερα οικονομικά προβλήματα, οι οποίοι αποτελούν τους δικαιούχους του κοινωνικού τουρισμού.

Οι παροχές για κοινωνικό τουρισμό αποτελούν σήμερα για τις αναπτυγμένες οικονομικά χώρες υποχρέωση του κράτους. Συγκεκριμένα το σύγχρονο «κοινωνικό κράτος» έχει υποχρέωση πέρα από υγεία, καλά γερατεία, εργασία, παιδεία κ.α. να εξασφαλίσει σε άτομα χαμηλής εισοδηματικής στάθμης τη δυνατότητα να κάνουν διακοπές και με αυτόν τον τρόπο να ισορροπήσουν τόσο ψυχικά όσο και σωματικά. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού είναι η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, όπως για παράδειγμα κατασκευή ειδικών τουριστικών καταλυμάτων που να ανταποκρίνονται στις οικονομικές δυνατότητες της πελατείας τους, δηλαδή «κοινωνικών τουριστών», χορήγηση επιδομάτων διακοπών που να αναπροσαρμόζονται σύμφωνα με τις πραγματικές ανάγκες μιας οικογένειας, εφαρμογή επιχορηγούμενων προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού για ειδικές κατηγορίες ατόμων, όπως για παράδειγμα σπουδαστές, στρατιώτες, συνταξιούχους, που η οικονομική τους κατάσταση κάθε άλλο παρά τους επιτρέπει να κάνουν διακοπές, χρηματοδότηση των διακοπών με ευνοϊκούς όρους κ.α.

7.1.1. Ιστορική αναδρομή και ορισμός κοινωνικού τουρισμού

Σύμφωνα με το Διεθνές Γραφείο Κοινωνικού Τουρισμού (Bureau Internationale la Tourisme Social -B.I.T.S.), Κοινωνικός τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και των διεργασιών που προκύπτουν βάσει ορισμένων προγραμμάτων, από την επιδοτούμενη από την Πολιτεία συμμετοχή στον τουρισμό των κοινωνικών στρωμάτων με χαμηλό εισόδημα. Με άλλα λόγια, ο κοινωνικός τουρισμός είναι εκείνη η τουριστική μορφή, όπου το κράτος επιδοτεί τις διακοπές ορισμένων κοινωνικών ομάδων, που έχουν χαμηλά εισοδήματα. Συγχρόνως, με αυτήν την πολιτική ενισχύει την απασχόληση στους τόπους υποδοχής των τουριστών.

Ο κοινωνικός τουρισμός αποτελεί μια ξεχωριστή έννοια του σύγχρονου ανεπτυγμένου τουρισμού, που οι ρίζες της ξεκινούν στις αρχές της δεκαετίας του 1920, που κατέληξε αρχικά στο διεθνές συνέδριο «πάνω στον ελεύθερο χρόνο των εργαζομένων» και στη συνέχεια το 1936 στην υπογραφή της «Συνθήκης Κοινωνικού Τουρισμού» από 14 χώρες. Στις 7 Ιουνίου 1963 ιδρύεται το Διεθνές Γραφείο Κοινωνικού Τουρισμού (γνωστό και σαν B.I.T.S.), κάτω από τη δυναμική υποστήριξη του Βέλγου κομισάριου τουρισμού και επιφανούς ανθρώπου του παγκόσμιου τουρισμού, του Arthur Haulot.

Μια από τις πλέον σημαντικές πράξεις του B.I.T.S. υπήρξε η Χάρτα, που υπογράφηκε στη Βιέννη στις 18 Οκτωβρίου 1972, η οποία ακόμα και σήμερα θεωρείται το βασικότερο ντοκουμέντο στήριξης των αρχών του Κοινωνικού τουρισμού. Στη συνέχεια, στο πλαίσιο της ιδιαίτερα σημαντικής όσο και ιστορικής για τον παγκόσμιο τουρισμό «Διακήρυξη της

Μανίλας» των Φιλιππίνων¹¹⁸, καθορίστηκε ένα ακόμα ευρύτερο πλαίσιο άσκησης της διεργασίας του κοινωνικού τουρισμού.¹¹⁹

Γενικά, οι παρακάτω λόγοι οδήγησαν στην δημιουργία της ξεχωριστής και εξέχουσας σημασίας της κατηγορίας του κοινωνικού τουρισμού:

- Η οικονομική ανάπτυξη που σημειώθηκε, τις δεκαετίες του 1950-1970, επέτρεψε την καθιέρωση συστημάτων κοινωνικής ασφάλισης στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες και πλέον συστηματικά επιβλήθηκε το σύστημα των πληρωμένων διακοπών των εργαζομένων όλων των κατηγοριών, από τις επιχειρήσεις και το κράτος.
- Η μείωση των εβδομαδιαίων ωρών εργασίας είχε ως αποτέλεσμα την αντίστοιχη αύξηση του ελεύθερου χρόνου τόσο για ψυχαγωγία και άλλα χόμπι όσο και για τουρισμό.
- Η συνταξιοδότηση των εργαζομένων τότε, μετά τη συμπλήρωση των 35 ετών εργασίας, δημιούργησε προϋποθέσεις κατάλληλες για την τουριστική δραστηριοποίηση των ανθρώπων μετά τα συντάξιμα έτη της ζωής τους.
- Το 1950-1970 πρωτοεμφανίζεται η εμπορικά οργανωμένη μορφή τουρισμού όπως τη γνωρίζουμε σήμερα.
- Άτομα νεαρής ηλικίας, χαμηλόμισθοι, από αγροτικές περιοχές, με προβλήματα υγείας και από άλλες ειδικές κατηγορίες, άρχισαν να διεκδικούν τα δικαιώματά τους στον τουρισμό, με τη σημαντική βοήθεια και υποστήριξη τους από συνδικαλιστικές ενώσεις.

7.1.2. Ο κοινωνικός τουρισμός στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα ο κοινωνικός τουρισμός δεν ήταν καθόλου γνωστός στο διάστημα που το Διεθνές Γραφείο Κοινωνικού Τουρισμού δημιουργούσε τις προϋποθέσεις ανάπτυξής του και κυρίως της επέκτασής του.

Το 1962 καθιερώνεται το επίδομα αδειάς, αλλά ο κοινωνικός τουρισμός εφαρμόστηκε για πρώτη φορά το 1982, όταν άρχισαν πειραματικά τα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού του Ε.Ο.Τ., της Εργατικής Εστίας και της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς. Στα πρώτα χρόνια εφαρμογής, τα προγράμματα αυτά γνώρισαν μεγάλη άνθηση, αφού υπολογίζεται ότι το 1984-1985 εξυπηρετήθηκαν πάνω από 220.000 συνολικά άτομα.¹²⁰ Η διάρκεια των διακοπών του κοινωνικού τουρισμού κυμαίνεται από 3 έως 7 ημέρες, με αντίστοιχες διανυκτερεύσεις. Οι

¹¹⁸ Πραγματοποιήθηκε από τις 27 Σεπτεμβρίου έως 10 Οκτωβρίου 1980, συγκλήθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, με συμμετοχή 107 αντιπροσώπων Κρατών και 91 Αντιπροσωπειών παρατηρητών, με σκοπό να διευκρινίσει την πραγματική φύση του Τουρισμού σε όλες τις μορφές και το ρόλο που καλείται να παίξει ο Τουρισμός, σε ένα δυναμικό και διαρκών μεταβαλλόμενο κόσμο, καθώς επίσης και για να εξετάσει την ευθύνη των κρατών για την ανάπτυξη και αύξηση του τουρισμού τις σημερινές κοινωνίες ως κάτι περισσότερο από μια καθαρά οικονομική δραστηριότητα των εθνών και λαών.

¹¹⁹ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ.228.

Π.Ν. Λύτρας, *Κοινωνιολογία του τουρισμού*, εκδ. Β', εκδ. Interbooks, 1999, σ.134.

¹²⁰ Ν. Ηγουμενάκης, Κ. Κραβαρίτης, Π. Λύτρας, *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Εκδ. Interbooks, 1998, σελ.270-271.

χρήστες του δικαιώματος αυτού, απολαμβάνουν έναντι προσιτής τιμής (ανάλογα με το επιλεγμένο κατάλυμα) διαμονή και διατροφή, καθώς και σημαντικές εκπώσεις στα γεύματα του ξενοδοχείου, στα ΚΤΕΛ και στις ναυτιλιακές εταιρίες, για τις μετακινήσεις τους. Τα κοινωνικά και ψυχολογικά δεδομένα των προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού στην Ελλάδα υπήρξαν πρωτίστως το επίπεδο του εισοδήματος, το οποίο αναπροσαρμόζεται κάθε χρόνο υπέρ των χρηστών και εν συνεχεία η ένταξη σε ορισμένες κοινωνικές κατηγορίες.

Σημαντική υπήρξε η ανταπόκριση των τουριστικών καταλυμάτων και των μέσων μαζικής μεταφοράς, που ανήκουν στην ιδιωτική πρωτοβουλία. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι τα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού μπορούν να εκτελεστούν σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο, που προσδιορίζει η αρμόδια αρχή χορήγησης και ανάλογα με τη λειτουργία του κάθε καταλύματος. Επίσης, εκτός των επταήμερων προγραμμάτων, υπάρχουν και άλλα προγράμματα διάρκειας 3 ή 4 ημερών.

Τα τελευταία χρόνια στα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού που δίνονται στους δικαιούχους, περιλαμβάνονται και καταλύματα σε ορεινές περιοχές. Ενώ στο αρχικό στάδιο του κοινωνικού τουρισμού, τα καταλύματα που διατίθονταν ήταν σε παραθαλάσσιες περιοχές και αποσκοπούσαν στην ύπαρξη θερινού τουρισμού, την τελευταία τριετία ο αριθμός των καταλυμάτων, συνήθως παραδοσιακών, στις ορεινές περιοχές αυξάνεται συνεχώς. Έτσι, ο κάθε δικαιούχος μπορεί να γνωρίσει και άλλες περιοχές, που δεν είναι παραθαλάσσιες και να γευτεί όλες τις ομορφιές της φύσης κατά τη χειμερινή περίοδο, αφού το διάστημα πραγματοποίησης του κοινωνικού τουρισμού έχει διευρυνθεί σημαντικά.

Με την ανάπτυξη και διεύρυνση του προγράμματος του κοινωνικού τουρισμού, οι δικαιούχοι μπορούν να γνωρίσουν και να μυηθούν στις επιμέρους μορφές του χειμερινού τουρισμού, με πολύ χαμηλότερο κόστος, από εκείνο που θα χρειάζονταν αν πραγματοποιούσαν το ίδιο πρόγραμμα με εξολοκλήρου δικά τους έξοδα.

Σημαντική είναι και η συνεισφορά της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς, η οποία έδωσε τη δυνατότητα για περαιτέρω ανάπτυξη των χειμερινών μορφών τουρισμού, μέσω των ειδικών προγραμμάτων που δημιούργησε. Τα προγράμματα αυτά είναι συνήθως 3 ή 4 ημερών, απευθύνονται κυρίως σε νέους και περιλαμβάνουν διακοπές σε ορεινούς και ημιορεινούς οικισμούς της Ελλάδας, σε περιοχές κοντά σε χιονοδρομικά κέντρα ή σε περιοχές που αναπτύσσονται οι επιμέρους μορφές χειμερινού τουρισμού. Έτσι, ο κόσμος επιλέγει ολοένα και περισσότερο το χειμερινό κοινωνικό τουρισμό, αντί να συσσωρεύεται στις παράκτιες περιοχές. Όλα αυτά έχουν σαν αποτέλεσμα να δημιουργείται μεγαλύτερη ώθηση για ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού, μέσω των ειδικών προγραμμάτων του κοινωνικού τουρισμού.¹²¹

7.1.3. Παράγοντες και φορείς κοινωνικού τουρισμού

Από τον ορισμό του Κοινωνικού τουρισμού προκύπτει ότι οι παράγοντες του κοινωνικού τουρισμού είναι οι εξής τρεις:

¹²¹ <http://www.gnto.gov.gr/>

1. Η Πολιτεία και οι λοιποί φορείς που επιδοτούν τον Κοινωνικό τουρισμό και καθορίζουν το πλαίσιο ανάπτυξης του
2. Το ύψος της επιδότησης που καθορίζει το είδος και τη διάρκεια του Κοινωνικού τουρισμού
3. Οι δικαιούχοι του Κοινωνικού τουρισμού

Οι κυριότεροι φορείς του Κοινωνικού τουρισμού στη χώρα μας είναι ο ΕΟΤ για όλο τον πληθυσμό της χώρας και η Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς για τη νεολαία της χώρας.¹²² Φορείς Κοινωνικού τουρισμού θεωρούνται και οι επιχειρήσεις του τουριστικού κυκλώματος που υπογράφουν συμβάσεις με τους χρηματοδοτικούς φορείς για να συμμετέχουν σύμφωνα με το συμφέρον τους, στα προγράμματα του κοινωνικού τουρισμού.

Η επιδότηση του Κοινωνικού τουρισμού από τους παραπάνω φορείς, ποικίλλει ανά φορέα και ανά περίοδο εφαρμογής των σχετικών προγραμμάτων. Είναι δυνατόν να περιλαμβάνει την πλήρη κάλυψη ολόκληρης της τουριστικής δαπάνης (έξοδα μεταφοράς, διαμονής, διατροφής, εκδρομών κ.α.) αλλά και τη μερική επιδότηση μέρους της τουριστικής δαπάνης.

7.1.4. Δικαιούχοι του κοινωνικού τουρισμού

Σύμφωνα με τον ορισμό του Διεθνούς Γραφείου Κοινωνικού Τουρισμού – BITS-, δικαιούχοι του Κοινωνικού Τουρισμού είναι τα «κοινωνικά στρώματα με χαμηλό εισόδημα ή οι ομάδες ατόμων που για διάφορες αιτίες, αλλά κυρίως για κοινωνικούς λόγους ή λόγους υγείας, έχουν δυσκολίες να κάνουν διακοπές». Τα άτομα αυτά μπορούν να υπαχθούν στις εξής κατηγορίες:

- Εργαζόμενοι και συνταξιούχοι με χαμηλό εισόδημα
- Άνεργοι
- Άτομα με ειδικές ανάγκες συμπεριλαμβανομένων και των υπερηλίκων
- Πολύτεκνοι με ανεπαρκές εισόδημα, λόγω μεγάλων οικογενειακών δαπανών
- Πολιτικοί πρόσφυγες, αγρότες και αγρότισσες των οποίων η πρόσβαση στον τουρισμό είναι δύσκολη ή δεν έχουν την απαραίτητη πληροφόρηση και εμπειρία
- Ανύπαντρες μητέρες και γυναίκες ή άνδρες εν χηρεία που αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα οικονομικά προβλήματα
- Νέοι που δεν έχουν το δικό τους εισόδημα (εντάσσονται σε προγράμματα της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς)¹²³

Θα πρέπει να σημειωθεί πως τα κυριότερα εμπόδια πρόσβασης στον τουρισμό είναι τρία. Η οικονομική δυσχέρεια, οι λόγοι υγείας και η έλλειψη πληροφόρησης για τις τουριστικές δυνατότητες που δημιουργεί το φόβο των διακοπών ή της απομάκρυνσης από τον τόπο κατοικίας και εμποδίζει τους δυνητικούς τουρίστες να αποκτήσουν τουριστική εμπειρία.

7.1.5. Χαρακτηριστικά κοινωνικού τουρισμού

¹²² <http://www.gnto.gov.gr>, <http://www.neagenia.gr/>

¹²³ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ.233.

Ο κοινωνικός τουρισμός καθώς χρηματοδοτείται είτε ολικά είτε μερικά από τους φορείς διοργάνωσης του, διαμορφώνεται σύμφωνα με τις δυνατότητες και τις σκοπιμότητες αυτών και αποτελεί ουσιαστικά ένα είδος οργανωμένου πακέτου, όπου το ρόλο των Tour Operators παίζουν οι φορείς, με τους δικαιούχους αν μην επηρεάζουν ιδιαίτερα τη σύσταση των πακέτων, με τα προσωπικές τους επιθυμίες ή επιδιώξεις. Με τη δυνατότητα καθορισμού των τουριστικών προορισμών οι τουριστικοί φορείς ενισχύουν ευκολότερα την ανάπτυξη του τουρισμού σε μια επιλεγμένη περιοχή που αντιμετωπίζει προβλήματα ανάπτυξης ή κοινωνικά και οικονομικά προβλήματα.

Επομένως στα πακέτα κοινωνικού τουρισμού συναντώνται κάποια κοινά χαρακτηριστικά, τα σημαντικότερα των οποίων είναι τα παρακάτω:

- Η περίοδος των διακοπών καθορίζονται από τους φορείς, οι οποίοι χρησιμοποιούν τον κοινωνικό τουρισμό ως μέσο κατά της τουριστικής εποχικότητας. Έτσι, οι δικαιούχοι κάνουν διακοπές συνήθως κατά την ενδιάμεση και τη νεκρή τουριστική περίοδο.
- Η διάρκεια των διακοπών του Κοινωνικού τουρισμού είναι συνήθως 5-7 ημέρες, ενώ σε συγκεκριμένες περιπτώσεις μπορεί να είναι μόλις 3-4 ημέρες, διάστημα αρκετά μικρό για να ικανοποιήσει τις τουριστικές ανάγκες των δικαιούχων.
- Οι τουριστικοί προορισμοί επιλέγονται επίσης από τους φορείς του Κοινωνικού τουρισμού και βρίσκονται σε όλους τους νομούς της Ελλάδος, πλην των θεωρούμενων ως τουριστικά κορεσμένων.
- Τα ταξίδια κοινωνικού τουρισμού είναι συνήθως εσωτερικού τουρισμού.
- Οι τρόποι οργάνωσης είναι πολλοί και περιλαμβάνουν τα ειδικά κέντρα παραθερισμού της νεολαίας, χωριά διακοπών οικογενειακού χαρακτήρα, υπαίθρια campings¹²⁴ κ.α.

Χαρακτηριστικό επίσης των κοινωνικών τουριστών είναι ότι δεν τους συναντάμε σε συγκεκριμένο κύκλο τουριστικών ρευμάτων, αλλά τους βρίσκουμε σε όλες τις τάξεις και κατηγορίες των τουριστών, είτε ταξιδεύουν ατομικά είτε ομαδικά.

7.1.6. Σημασία κοινωνικού τουρισμού

Ο Κοινωνικός τουρισμός κατάφερε να αναπτυχθεί και να εδραιωθεί στηριζόμενος σε παράγοντες όπως, στο γεγονός ότι συνδυάζει μια μεγάλη ποικιλία άλλων μορφών τουρισμού (ιαματικός, εκπαιδευτικός, αγροτουρισμός κ.α.), στη συνεχή προώθηση που λαμβάνει από υπερεθνικούς οργανισμούς ως πολιτική κοινωνικών παροχών προς εργαζομένους και στη δυνατότητα να συμβάλλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, στοιχείο που τον καθιστά ιδιαίτερα ελκυστικό στους ξενοδόχους που επιτυγχάνουν να αυξήσουν την περίοδο λειτουργίας των τουριστικών τους καταλυμάτων.

¹²⁴ Τα campings ή αλλιώς γνωστά και ως οργανωμένες κατασκηνώσεις, αφορούν κυρίως την εξυπηρέτηση τουριστών που ανήκουν σε φοιτητικές τάξεις

Από τη φύση του έχει μεγάλη σημασία για τα μέλη μιας κοινωνίας που αδυνατούν για διάφορους λόγους να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες με τα δικά τους μέσα. Αυτή η σημασία προσδιορίζεται από τον ανθρωπιστικό, κοινωνικό, οικονομικό και πολιτικό χαρακτήρα αυτής της μορφής τουρισμού. Ο ανθρωπιστικός χαρακτήρας του Κοινωνικού τουρισμού προκύπτει από το γεγονός ότι απευθύνεται σε ανθρώπους που δεν έχουν τη δυνατότητα να υποστηρίξουν την άσκηση του τουριστικού τους δικαιώματος και τους οποίους στηρίζει με ανθρωπιστικά κριτήρια, ο κοινωνικός χαρακτήρας του προκύπτει από το γεγονός ότι προσφέρει ένα κοινωνικό αγαθό που δικαιούνται όλα τα μέλη της κοινωνίας, ο οικονομικός του χαρακτήρας προκύπτει από το γεγονός ότι μπορεί να βοηθήσει οικονομικά μια περιοχή ή τις τουριστικές επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν προβλήματα πληρότητας και τέλος ο πολιτικός του χαρακτήρας προκύπτει από το γεγονός ότι χρησιμοποιείται ως μέσο άσκησης μιας χρήσιμης τουριστικής πολιτικής, όπως η πολιτική της χρονικής και τοπικής ισοκατανομής του τουριστικού φορτίου.

7.1.7. Συνέπειες κοινωνικού τουρισμού

Η ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού έχει επιφέρει τόσο θετικές όσο και αρνητικές συνέπειες.

Οι κυριότερες θετικές συνέπειες του είναι οι εξής:

- Η ικανοποίηση που λαμβάνουν οι δικαιούχοι ύστερα από την άσκηση των διακοπών τους
- Η αποβολή του άγχους για την εξασφάλιση των οικονομικών μέσων για την πραγματοποίηση των διακοπών
- Η εξάλειψη, έστω και προσωρινά και φαινομενικά, της κοινωνικής ανισότητας
- Η αίσθηση των πολιτών πως η κοινωνία νοιάζεται για αυτούς και μεριμνά για την ικανοποίηση των αναγκών τους

Στον αντίποδα βρίσκονται οι αρνητικές συνέπειες που έχουν ως εξής:

- Συχνά οι άνθρωποι που μετέχουν στον κοινωνικό τουρισμό αντιμετωπίζονται ως άτομα δεύτερης κατηγορίας και δεν τους παρέχονται ποιοτικές και ισάξιες υπηρεσίες με άλλους τουρίστες
- Υπάρχουν αρκετές δυσκολίες ένταξης στο θεσμό και εύρεσης δελτίου ειδικά για άτομα ειδικών κατηγοριών όπως είναι οι υπερήλικες, οι ασθενείς κ.α.
- Συναντάται αρκετή γραφειοκρατία που αφορά στον τρόπο διάθεσης των δελτίων Κοινωνικού τουρισμού
- Το σύντομο χρονικό διάστημα διακοπών δεν ικανοποιεί τις τουριστικές ανάγκες των δικαιούχων λόγω έλλειψης του απαιτούμενου χρόνου για προσαρμογή και απόλαυση του τόπου προορισμού
- Συχνά γίνεται υπερσυγκέντρωση δικαιούχων στον ίδιο χώρο

- Υπάρχουν προστριβές μεταξύ των φορέων του κοινωνικού τουρισμού και των συμβεβλημένων ξενοδοχειακών καταλυμάτων, σε θέματα που αφορούν τις καθυστερήσεις πληρωμών, την αθέτηση συμβατικών υποχρεώσεων και την απροσδιοριστία των τουριστικών πακέτων που προσφέρονται

Παρά τις ατέλειες που παρουσιάζονται στο πρόγραμμα του κοινωνικού τουρισμού στη χώρα μας, γίνεται συνεχώς προσπάθειες για βελτίωση του θεσμού ώστε αυτό να μην υστερεί σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες ως προς τον αριθμό των δικαιούχων, το ύψος των επιδοτήσεων και την ποιότητα των παροχών στα συμβεβλημένα τουριστικά καταλύματα.

7.2. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ ή ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΕΙΔΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ

Στην χώρα μας όπως και σε πολλές άλλες χώρες, έχει αναπτυχθεί ένα είδος τουρισμού που αφορά τα άτομα με ειδικές ανάγκες, υπάγεται στον κοινωνικό τουρισμό και αντιμετωπίζεται όπως ακριβώς και αυτός. Σε άλλες χώρες όμως ο τουρισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες ή τουρισμός για όλους, όπως αλλιώς λέγεται, θεωρείται ότι αποτελεί μια τελείως διαφορετική μορφή τουρισμού, με τελείως διαφορετικά χαρακτηριστικά και διαφορετική φιλοσοφία. Παρακάτω θα εξετάσουμε τις ομοιότητες και τις διαφορές μεταξύ αυτών των φαινομενικά ίδιων μορφών τουρισμού.

Πριν γίνει λόγος για τον «τουρισμό για όλους» θα εξεταστεί τι ακριβώς εννοούμε λέγοντας «άτομα με ειδικές ανάγκες».

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας, αναπηρία θεωρείται κάθε περιορισμός, ανεπάρκεια ή έλλειψη (λόγω ατυχήματος, ασθένειας ή φυσικής βλάβης), που οδηγεί σε αφυναμία εκτέλεσης μιας δραστηριότητας κατά τρόπο που θεωρείται φυσιολογικός, για έναν άνθρωπο. Η αδυναμία εκτέλεσης αποτελεί μια ειδική ανικανότητα που αφορά μόνο μια ανεπάρκεια, σαφώς καθορισμένη και περιορισμένη, και δεν καθιστά το άτομο που την έχει, άχρηστο ή εντελώς ανίκανο, αλλά το περιορίζει ως προς μια δραστηριότητα του.

Η ειδική ανάγκη αφορά μια σχέση ατόμου και περιβάλλοντος και θεωρείται αναπηρία μόνο όταν έτσι τα θεωρεί το περιβάλλον μέσα στο οποίο ζει το άτομο που την έχει. Δεν είναι σε καμία περίπτωση αρρώστια και τα άτομα με ειδικές ανάγκες έχουν πρακτικά δυσκολία να εκτελέσουν κανονικές δραστηριότητες λόγω κατασκευαστικής ή λειτουργικής ανικανότητας του σώματος ή του μυαλού τους.

Τα άτομα με ειδικές ανάγκες εντάσσονται στις εξής κατηγορίες¹²⁵:

1. Άτομα με φυσική κινητική ανικανότητα
2. Άτομα με ανικανότητα στα όργανα αισθήσεων
3. Άτομα με ανικανότητα μάθησης
4. Άτομα με προβλήματα πνευματικής υγείας
5. Άτομα με αόρατες ικανότητες

¹²⁵ Σύμφωνα με τη γενική διεύθυνση τουρισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής διακρίνονται 5 βασικές κατηγορίες αναπηριών, δηλαδή: 1. Σωματική αναπηρία, 2. Αισθητηριακή αναπηρία, 3. Μαθησιακές δυσκολίες, 4. Προβλήματα ψυχικής υγείας, 5. Λοιπές αναπηρίες. ΕΟΤ, *Για μια Ευρώπη προσβάσιμη σε τουρίστες με αναπηρία*, 2003, σ.17-20.

6. Άτομα με ανικανότητες ηλικίας
7. Άτομα με ειδικά οικογενειακά προβλήματα
8. Άτομα με προσωρινή ανικανότητα
9. Άτομα με οικονομική ανικανότητα

Κάτω από το πνεύμα των αρχών της διακήρυξης για τα άτομα με ειδικές ανάγκες το 1989, ο Αγγλικός Οργανισμός Τουρισμού ανέλαβε μια καμπάνια υποστήριξης του δικαιώματος των ατόμων αυτών ώστε να έχουν ισότιμη πρόσβαση σε όλες τις τουριστικές υπηρεσίες και το 1989 δημοσίευσε τα συμπεράσματα και τις προτάσεις του καθιερώνοντας για πρώτη φορά τον όρο «τουρισμός για όλους», με την έννοια ότι όλοι οι άνθρωποι, συμπεριλαμβανομένων των ατόμων με ειδικές ανάγκες, πρέπει να έχουν δικαιώματα, ίσες και ίδιες ευκαιρίες και ίδιες προσβάσεις στον τουρισμό. Προκειμένου να υλοποιηθεί αυτή η ενέργεια, κάλεσε όλους τους τουριστικούς επιχειρηματίες(μεταφορείς, ξενοδόχους, οργανωτές ταξιδίων κ.α.) να πάρουν ειδικά μέτρα ώστε τα άτομα αυτά να έχουν πρόσβαση στις εγκαταστάσεις και στα μέσα τους και να μπορούν να απολαμβάνουν τα τουριστικά προϊόντα με τον ίδιο τρόπο που τα απολαμβάνουν οι υπόλοιποι τουρίστες.

Αυτή η μορφή τουρισμού, αναφέρεται σε ανθρώπους με κινητικά ή ψυχολογικά προβλήματα και γενικά με προβλήματα υγείας, που ανήκουν κυρίως σε μεσαίες και άνω ηλικίες. Δεν έχει ως στόχο την θεραπεία ή τη βελτίωση της υγείας των ατόμων αυτών, αλλά την παροχή δυνατότητας να ταξιδέψουν και να μπορέσουν να βιώσουν την τουριστική εμπειρία.

Με αυτό το σχέδιο δράσης για τον τουρισμό, η Ε.Ε. έδωσε προτεραιότητα σε μορφές τουρισμού που χρειάζονταν υποστήριξη και καθόρισε την ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού και ειδικά του τουρισμού για άτομα με ειδικές ανάγκες, ως επιδίωξη πρώτης προτεραιότητας. Με τον τρόπο αυτό χαρακτήρισε τον τουρισμό για άτομα με ειδικές ανάγκες ως μορφή του κοινωνικού τουρισμού που έχει ως τουριστική πελατεία τα άτομα αυτά με τους συνοδούς τους.

7.2.1. Διαφορά τουρισμού για όλους από τον κοινωνικό τουρισμό

Ο τουρισμός για όλους, αν και θεωρείται μορφή του Κοινωνικού τουρισμού διαφέρει από αυτόν ως προς τον τρόπο που αντιμετωπίζει τους τουρίστες. Ο Κοινωνικός τουρισμός σαν κοινωνική υπηρεσία προσφέρεται σε επιλεγμένες ομάδες τουριστών, βάσει κριτηρίων, από την Πολιτεία, βάσει ενός προγράμματος που καθορίζει τους τουριστικούς προορισμούς, την τουριστική περίοδο, τη διάρκεια διακοπών και το είδος διαμονής και διατροφής. Η Πολιτεία σε αυτή την περίπτωση ξεχωρίζει τους δικαιούχους και σε άλλους προσφέρει το τουριστικό αγαθό ενώ άλλους τους αποκλείει από την προσφορά του.

Σε αντίθεση με τον κοινωνικό τουρισμό, ο τουρισμός για όλους, προβλέπει να μπορούν όλα τα άτομα με ειδικές ανάγκες να κάνουν τουρισμό όποτε θέλουν, σε όποιο τουριστικό προορισμό θέλουν, όσο χρόνο θέλουν, να προτιμούν όποια μορφή τουρισμού θέλουν και να αγοράζουν όποια τουριστικά προϊόντα θέλουν, όπως ακριβώς κάνουν οι τουρίστες χωρίς ειδικές ανάγκες.

Η δυνατότητα που εξασφαλίζεται μέσω του τουρισμού για όλους δεν είναι μόνο οικονομική αλλά είναι και η λήψη μέτρων που εξασφαλίζουν την πρόσβαση των ατόμων με ειδικές ανάγκες στα μεταφορικά μέσα, στα ξενοδοχειακά καταλύματα και σε όλα τα τουριστικά προϊόντα καθώς και η πληροφόρηση για την ύπαρξη ή μη της κατάλληλης υποδομής για τα άτομα αυτά. Επιπρόσθετα σε αυτά, είναι και η συμπεριφορά των ατόμων του προσωπικού των τουριστικών επιχειρήσεων απέναντι στα άτομα με ειδικές ανάγκες καθώς και ο τρόπος επικοινωνίας μαζί τους.

Προκειμένου να αναπτυχθεί ο τουρισμός για όλους θα πρέπει να ληφθούν κάποια απαραίτητα μέτρα που αφορούν:

- στην πρόσβαση των ατόμων με ειδικές ανάγκες στα μεταφορικά μέσα, προκειμένου να είναι εφικτό για αυτούς να μετακινηθούν. Είναι απαραίτητο να υπάρχουν ευκολίες επιβίβασης και αποβίβασης καθώς και χώροι για τροχήλατα αμαξίδια με ειδικές σημάνσεις
- στην πρόσβαση στα ξενοδοχειακά καταλύματα, τα οποία διαθέτουν επαρκή βοηθητικό εξοπλισμό, ειδικές σημάνσεις και ειδικό αρχιτεκτονικό σχεδιασμό ώστε να εξυπηρετείται η μετακίνησή τους στους χώρους του ξενοδοχείου
- στην πρόσβαση στις πληροφορίες σχετικά με τα ξενοδοχεία που παρέχουν διευκολύνσεις για τα άτομα με ειδικές ανάγκες.
- Στην σωστή συμπεριφορά και στάση του προσωπικού των τουριστικών επιχειρήσεων απέναντι στα άτομα με ειδικές ανάγκες. Το προσωπικό δεν αρκεί να φέρεται με προθυμία και ευγένεια αλλά και να γνωρίζει τη ψυχολογία των ατόμων που έχουν κάποια ειδική ανάγκη, ώστε να είναι σε θέση να σκεφτούν τον πιθανό τρόπο αντιμετώπισης ενός προβλήματος

7.2.2. Η σημερινή κατάσταση για τον τουρισμό για όλους

Η τουριστική βιομηχανία στις χώρες της Ευρώπης εξακολουθεί να αναπτύσσεται με αλματώδη βήματα, τόσο σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, όσο και σε επίπεδο προσέλκυσης τουριστών από τρίτες χώρες, έξω από τα όρια ευρωπαϊκής ηπείρου. Οι ανάγκες όμως σε παροχές και υπηρεσίες πολλών πληθυσμιακών ομάδων, όπως είναι οι ηλικιωμένοι και ακόμα περισσότερο οι άνθρωποι με αναπηρία, εξακολουθούν να αντιμετωπίζονται ως ζητήματα χαμηλής προτεραιότητας και σε πολλές περιπτώσεις αγνοούνται παντελώς.

Ο αριθμός των προσπελάσιμων ξενοδοχείων και των άλλων αντίστοιχων καταλυμάτων ανά την Ευρώπη είναι πολύ χαμηλός, ενώ ακόμα και εκείνα που θεωρούνται προσπελάσιμα πολύ σπάνια καλύπτουν απολύτως τις ανάγκες των φιλοξενούμενων με αναπηρία. Το 10-20% των ευρωπαίων πολιτών έχει κάποιου είδους αναπηρία και τα ποσοστά αυτά αυξάνονται σταδιακά με τη γήρανση του πληθυσμού της Ευρώπης. Σοβαρές ελλείψεις στον τομέα του προσπελάσιμου τουρισμού, έχει εκδώσει πλήθος συστάσεων προς τα κράτη-μέλη για την υιοθέτηση πολιτικών αποκατάστασης της προσπελασιμότητας των τουριστικών καταλυμάτων. Οι παραπάνω συστάσεις δεν έχουν ακόμα ξεκινήσει να υλοποιούνται, με αποτέλεσμα, να μην έχει σημειωθεί πανευρωπαϊκά κάποια ιδιαίτερη πρόοδος στο συγκεκριμένο τομέα.

Η εξυπηρέτηση χιλιάδων τουριστών με αναπηρία που θα μπορούν εύκολα και γρήγορα να εντοπίζουν προσπελάσιμα τουριστικά καταλύματα και να επιλέγουν μεταξύ διαφορετικών τουριστικών προορισμών, φιλοδοξεί να ευαισθητοποιήσει τους επιχειρηματίες των τουριστικών εγκαταστάσεων να αναβαθμίσουν την ποιότητα των υπηρεσιών τους και να ανοίξουν τις πόρτες της επιχείρησής τους σε νέες ομάδες τουριστών και επομένως σε ένα ευρύτερο φάσμα πελατών. Άλλωστε, κανένας ειδικός δε μπορεί να κρίνει καλύτερα από έναν άνθρωπο με αναπηρία το εάν μια εγκατάσταση είναι όντως προσπελάσιμη και καλύπτει τις ανάγκες του.

Στη χώρα μας, το μέγεθος της τουριστικής αγοράς των ατόμων με ειδικές ανάγκες αυξάνεται με την πάροδο του χρόνου αν και με αργούς ρυθμούς. Η αύξηση αυτή είναι ανάλογη της αύξησης των ειδικών εγκαταστάσεων και των ειδικών διευκολύνσεων που είναι απαραίτητες για την εξυπηρέτηση της πελατείας των ατόμων με ειδικές ανάγκες. Το αρνητικό που παρατηρείται, είναι πως στην Ελλάδα, ο τουρισμός για όλους δεν αντιμετωπίζεται ως ξεχωριστή κατηγορία εναλλακτικού τουρισμού, αλλά εντάσσεται στην κατηγορία του Κοινωνικού τουρισμού συνεπώς έχει ανάλογη μεταχείριση. Τα άτομα με ειδικές ανάγκες μπορούν να δηλώσουν συμμετοχή για απόκτηση δελτίων, μόνο στην περίπτωση που ανήκουν στην κατηγορία «ατόμων με αναπηρία πάνω από 67%» γεγονός που αποκλείει πολλά άτομα με ειδικές ανάγκες από την άσκηση του τουριστικού τους δικαιώματος.

Δυστυχώς στη χώρα μας ο τουρισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες υστερεί κατά πολύ, και τα όποια μέτρα ελήφθησαν ήταν προκειμένου να ακολουθηθεί μόνο η Ευρωπαϊκή Πολιτική σε αντίθεση με άλλες χώρες που αποτελούν τους πρωταγωνιστές στην ανάπτυξη του τουρισμού για όλους, υιοθετώντας δραστικά μέτρα αντιμετώπισης όλων των προβλημάτων των ατόμων με ειδικές ανάγκες και όχι μόνο των τουριστικών προβλημάτων τους.

7.3. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

Η τάση που υπάρχει την εποχή μας για περισσότερα και μακρύτερα ταξίδια, επηρέασε σημαντικά την Τρίτη ηλικία που αποδεδειγμένα, διαθέτει περισσότερο ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα, υψηλό δείκτη αποταμίευσης λόγω νοοτροπίας και τρόπου ζωής αλλά πάνω από όλα μεγάλη επιθυμία για ταξίδια και νέες τουριστικές εμπειρίες.

Σύμφωνα με μελέτη του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, η Τρίτη ηλικία αποτελεί το μέλλον του τουρισμού. Τα άτομα που ανήκουν στην τρίτη ηλικία είναι αυτά που ξεπερνούν το 65^ο έτος της ηλικίας τους και αποτελούν μια καλή πελατεία για το λόγο ότι διαθέτουν αρκετό ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα και κυρίως έχουν τη διάθεση να ταξιδέψουν, συνδυάζοντας διάφορες μορφές τουρισμού, όπως ο κοινωνικός τουρισμός, ο τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες και ο θεραπευτικός τουρισμός ή τουρισμός ψυχικής αποκατάστασης. Είναι διαπιστωμένο ότι τα άτομα της τρίτης ηλικίας ταξιδεύουν συνέχεια για να αποκτήσουν εμπειρίες και γνώσεις που κατά τη διάρκεια των προηγούμενων ετών, εξαιτίας πολλών υποχρεώσεων δεν είχαν την ευκαιρία αυτή. Εξίσου σημαντικό είναι ότι οι τουρίστες της τρίτης ηλικίας είναι σε θέση να δραστηριοποιούνται όλες τις εποχές του χρόνου, γεγονός που ωθεί σε ανάπτυξη του τουρισμού ακόμη και το χειμώνα, σε περιοχές με ήπιο κλίμα και με κατάλληλες εγκαταστάσεις ικανές να καλύψουν τις ειδικές ανάγκες αυτών των ηλικιών.

Έτσι, οι διάφοροι τουριστικοί οργανισμοί, αλλά και κρατικοί φορείς άρχισαν να στρέφουν την προσοχή τους σε αυτήν τη μερίδα τουριστών, που μπορεί να λύνει προβλήματα εποχικότητας και συνεχούς ενασχόλησης με τα τουριστικά επαγγέλματα πολλών υπαλλήλων.

Αν λάβουμε υπόψη μας ότι ολοένα και αυξάνεται ο αριθμός των ατόμων της τρίτης ηλικίας και με το πρόβλημα της υπογεννητικότητας να εμφανίζεται έντονο στις μέρες μας, αντιλαμβανόμαστε τι συμμετοχή στην τουριστική διαδικασία θα έχουν τα άτομα αυτά. Η τουριστική τάση των ατόμων αυτής της κατηγορίας είναι κατά πολύ ανώτερη από τη μέση αντίστοιχη τάση του συνολικού τουρισμού, στοιχείο σημαντικό για τις επιχειρήσεις και τα κράτη, αφού μια επένδυση σε αυτό το είδος τουρισμού μπορεί να φέρει μεγαλύτερα οφέλη, οικονομικού, πολιτισμικού και κοινωνικού χαρακτήρα.¹²⁶

Στη χώρα μας, όπου οι κλιματολογικές συνθήκες ευνοούν τον τουρισμό αυτών των ατόμων και έτσι παρατηρείται η ύπαρξη του κατά τους μήνες Απρίλιο, Μάιο, Ιούνιο, Σεπτέμβριο και Οκτώβριο και όχι κατά τους μήνες της υψηλής περιόδου. Τα άτομα αυτά δείχνουν ιδιαίτερη προτίμηση στον παράκτιο τουρισμό, στον ιαματικό, στον αγροτουρισμό και στο θρησκευτικό τουρισμό.

7.3.1. Προφίλ τουριστών τρίτης ηλικίας

Η επίδραση των νέων τεχνολογιών, η εμφάνιση του νέου τουρίστα που συνεχώς ενημερώνεται αλλά και οι νέες συνθήκες που επικρατούν στην ξενοδοχειακή και τουριστική βιομηχανία έχουν επιφέρει αλλαγές στο τουριστικό τοπίο. Κάνοντας μία σύγκριση του παλαιού με το «νέο» τουρίστα φαίνεται ότι «ενώ ο παλαιός είχε περιορισμένες δυνατότητες για τουριστικές εμπειρίες ο «νέος» είναι πλήρης εμπειριών και ώριμος». Ο «νέος» τουρίστας δεν επιδιώκει διακοπές σε περιοχές οπωσδήποτε με ηλιοφάνεια, αλλά επεκτείνει τα ενδιαφέροντα και το σκοπό του ταξιδιού του και σε άλλα θέματα όπως οι τέχνες, ο πολιτισμός, το περιβάλλον και γενικά σε όσα θα του καλύψουν την ανάγκη για ψυχική ανανέωση και την ικανοποίηση της επιθυμίας για μάθηση και κατανόηση.

Ο «νέος» λοιπόν τουρίστας είναι ενημερωμένος, επιδιώκει καλές υπηρεσίες, είναι ευέλικτος, αλλά παρουσιάζει και αρκετά διαφορετικά χαρακτηριστικά σχετικά με τα δημογραφικά στοιχεία του. Οι πληθυσμοί γηράσκουν, «δηλαδή τα ανώτερα ηλικιακά στρώματα αυξάνουν την αναλογία στο σύνολο του πληθυσμού». Αυτή η αλλαγή είναι σημαντική για τον τουρισμό γιατί έχει δημιουργηθεί μία νέα αγορά που αποτελείται από πιο ηλικιωμένα άτομα. Σε αυτή την αλλαγή έχει συμβάλει η επιμήκυνση του μέσου όρου ζωής και η σμίκρυνση του μεγέθους της οικογένειας ώστε να δημιουργείται αυτή η αγορά με ιδιαίτερες τουριστικές προτιμήσεις, δυνατότητες και τάσεις. Έτσι έχει δημιουργηθεί η ανάγκη να αξιολογηθεί αυτή η αγορά, να βρεθούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους και οι προοπτικές ανάπτυξης τους στην Ελλάδα.

Ο νέος αυτός τουρίστας και η αύξηση της ηλικίας των τουριστών οδήγησε στον τουρισμό Γ' ηλικίας. Αυτή η αύξηση, η οποία είναι παρόμοια και σε άλλες ανεπτυγμένες χώρες, δεν προκύπτει μόνο από μια δημογραφική μετατόπιση προς μεγαλύτερες ηλικίες, αλλά και από το

¹²⁶ <http://www.disabled.gr/lib/?p=8237>

γεγονός ότι οι άνθρωποι στην πλειοψηφία τους διατηρούν πλέον τις συνήθειες ταξιδιού τους, καθώς μεγαλώνουν σε ηλικία. Αυτό δεν αφορά μόνο τη διάθεση ταξιδιού, αλλά και τους προορισμούς και τα ενδιαφέροντα των διακοπών που αυτοί οι άνθρωποι είχαν ως νέοι, τα οποία φαίνεται ότι διατηρούνται αναλλοίωτα με την πάροδο των χρόνων.

Οι σημερινοί 60άρηδες δεν αισθάνονται τόσο γέροι όσο οι προκάτοχοί τους. Η γενιά των σημερινών 60άρηδων, είναι η γενιά στόχος των περισσότερων διαφημιστικών μηνυμάτων τα τελευταία 40 χρόνια. Η παράδοση ήθελε τους 60άρηδες καθηλωμένους στο σπίτι λόγω προβλημάτων υγείας, ικανούς μόνο για την προστασία των εγγονών τους, τις «ελαφριές» δουλειές του σπιτιού και μια κοντινή βόλτα μέχρι κάποιο πάρκο. Ωστόσο, οι σημερινοί 60άρηδες έχουν ταξιδέψει πολύ, βλέπουν πολλά και γνωρίζουν πολλά. Ένα από αυτά που γνωρίζουν είναι ότι δεν μπορεί κανείς να γυρίσει πίσω το χρόνο, αλλά μπορεί να τον «ξεγελάσει».¹²⁷

Με βάση αυτή τη σκέψη οι σημερινοί 60άρηδες έχουν ζητήσει τη βοήθεια της επιστήμης, της διατροφής, της άθλησης και της ψυχολογίας για να μην δείχνουν γέροι. Στον τουρισμό, αυτό μεταφράζεται σε μη αλλαγή των ταξιδιωτικών συνηθειών που είχαν ως 30άρηδες ή και 40άρηδες. Σύμφωνα με τις Αμερικανικές στατιστικές, η ηλικιακή αυτή ομάδα δαπανά περισσότερο από 5 τρις. δολάρια ετησίως. Το 30% έχει τουλάχιστον ένα πτυχίο πανεπιστημίου, το 70% εργάζεται με πλήρες ωράριο και περισσότερο από το 70% των νοικοκυριών διαθέτουν δύο εισοδήματα. Το 20% του συνόλου είναι τακτικά μέλη σε γυμναστήρια και health club (μορφή τουρισμού υγείας ή ιαματικού τουρισμού). Μελέτες από Αμερικανικούς ασφαλιστικούς φορείς αποδεικνύουν ότι το 80% δηλώνει ότι δεν σκοπεύει να συνταξιοδοτηθεί. Αυτό δεν πρέπει να αποτελεί έκπληξη, καθώς οι baby boomer έχουν ζήσει όλη τη ζωή τους εργαζόμενοι. Πολλοί δεν μπορούν να αντέξουν οικονομικά το βάρος της συνταξιοδότησης, καθώς έχουν μεγάλο χρέος, πάρα πολύ μικρή αποταμίευση και περιορισμένη πρόσβαση σε υγειονομική περίθαλψη.¹²⁸

Φαίνεται λοιπόν ότι ο πληθυσμός ολόκληρου του πλανήτη γηράσκει, καθώς με την πάροδο του χρόνου το ποσοστό των ατόμων που υπερβαίνουν τα 55 έτη, βαίνει συνεχώς αυξανόμενο. Αυτό οφείλεται στη μείωση του ρυθμού των γεννήσεων, στην καταπολέμηση των ασθενειών και στο υψηλότερο επίπεδο ευημερίας συγκριτικά με τις παλαιότερες γενεές. Μάλιστα, ο σχετικός ρυθμός μεταβολής αυξάνεται με την πάροδο του χρόνου. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι ο Ευρωπαϊκός πληθυσμός γηράσκει με ρυθμό ταχύτερο του παγκοσμίου. Η Ευρώπη μετά την Ιαπωνία είναι η περιοχή που παρουσίασε κατά το παρελθόν, και θα συνεχίσει να παρουσιάζει και στο μέλλον, σχετικά μεγάλη τάση γήρανσης.

Γενικά, οι ανάγκες, οι επιθυμίες των τουριστών τρίτης ηλικίας παρουσιάζονται από τον WTO, ο οποίος αναφέρει ότι οι ηλικιωμένοι άνθρωποι, λόγω της έλλειψης εξάρτησης από την οικογένεια ή τα παιδιά τους και από τις επαγγελματικές υποχρεώσεις, μπορούν να ταξιδεύουν συχνότερα από τους νέους και να κάνουν πιο μικρής διάρκειας ταξίδια. Επιπλέον, έχουν πολύ ελεύθερο χρόνο να συμμετέχουν, και να επισκέπτονται διαφορετικές εκθέσεις.

¹²⁷ Ν. Καψή, *Ατομα τρίτης ηλικίας, η κρυφή μορφή τουρισμού, Τουρισμός & Οικονομία*, Απρίλιος 2006, τεύχος 317, σ.22.

¹²⁸ Γ. Κάτσος, *Τουρισμός τρίτης ηλικίας*, Αθήνα, 2004, ΙΤΕΠ, σ.66,
Ν. Καψή, *Ατομα τρίτης ηλικίας, η κρυφή μορφή τουρισμού, Τουρισμός & Οικονομία*, Απρίλιος 2006, τεύχος 317, σ.23.

Επίσης, ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό όπως τα μουσεία, τα μνημεία κ.λπ. Επιθυμούν να έχουν μερικούς άλλους επαγγελματίες για να φροντίζουν τις λεπτομέρειες ταξιδιού τους. Είναι περισσότερο «ευαίσθητοι» με τις δαπάνες του ταξιδιού δεδομένου ότι, προγραμματίζουν με μεγάλη ακρίβεια κάθε είδος δαπάνης. Οι ηλικίες μεταξύ 55 και 80 ετών, μάλιστα, φαίνεται να ταξιδεύουν πολύ συχνά γιατί θέλουν να αποδείξουν ότι δεν έχουν γεράσει ακόμα και η ζωή μπορεί να τους προσφέρει πολλά πράγματα ακόμα. Για να αντιμετωπίσουν την μοναξιά τους συνηθίζουν να ταξιδεύουν τις πιο νεκρές περιόδους και συνηθίζουν να ακολουθούν οργανωμένες περιηγήσεις χωρίς φυσικά να χάνουν και την ανεξαρτησία τους. Γενικά, οι τουρίστες αυτής της κατηγορίας θεωρείται το πιο δύσκολο, ανομοιογενές και συντηρητικό τμήμα της συνολικής τουριστικής αγοράς, καθώς είναι έμπειροι, ενημερωμένοι και απαιτητικοί τουρίστες, οι οποίοι ξέρουν τι θέλουν και τι ζητούν και

Η πλειοψηφία τους είναι συνήθως γυναίκες και είναι συνήθως εκείνες που προτιμούν να πάνε για τις αγορές και τα ψώνια στους διαφόρους τουριστικούς προορισμούς.¹²⁹ Επιπρόσθετα, έχει παρατηρηθεί ότι ένα μεγάλο δείγμα εκείνων των τουριστών επιστρέφει στη χώρα τους με αναμνηστικά και άλλα πράγματα που είναι δώρα για την οικογένειά τους. Υπάρχουν πολλά παραδείγματα που δείχνουν ότι, πολλοί προορισμοί έχουν επιλεγεί από αυτούς επειδή υπάρχει ένα καλό και οργανωμένο κέντρο αγοράς.¹³⁰

Ο WTO, έχει χωρίσει την ηλικιωμένη αγορά σύμφωνα με την ανάγκη τους, σε δύο μορφές ανάλογα με τις ηλικίες:

- I. Η πρώτη περιλαμβάνει τις ηλικίες μεταξύ πενήντα πέντε και εβδομήντα εννέα έτη. Αυτό είναι βασισμένο στη ζήτηση του τουρισμού εκείνων των ηλικιών, λόγω του ότι αυτοί οι άνθρωποι έχουν μια μεγαλύτερη μετακίνηση, μια καλύτερη κατάσταση υγείας και μια διαφορετική τάση στον τουρισμό, ειδικά στον ξένο τουρισμό.
- II. Η δεύτερη κλίμακα περιλαμβάνει τους ηλικιωμένους, συνήθως ογδόντα και άνω (80+), επειδή οι ανάγκες τους είναι διαφορετικές σε σχέση με τα προηγούμενα έτη, έχουν μια συμπεριφορά λόγω του λόγου της βραδύτητας και της εύθραυστης υγείας. Για αυτόν τον λόγο κάνουν συνήθως εσωτερικό τουρισμό και όχι περισσότερο μακριά από την περιοχή εστίασής τους.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει το γεγονός ότι όσο μεγαλύτερο είναι το επίπεδο της εκπαίδευσης τους τόσο περισσότερες απαιτήσεις έχουν.¹³¹ Τέλος, όταν επιστρέφουν από το ταξίδι τους περιγράφουν όλη την εμπειρία και ωθούν άλλους για να κάνουν το ίδιο πράγμα. Ο τουρισμός τρίτης ηλικίας συσχετίζεται επίσης με τον τομέα των κρουαζιερών. Ειδικά, οι μορφωμένοι ηλικιωμένοι άνθρωποι ενδιαφέρονται για να μάθουν για τα νέα στοιχεία κληρονομιάς που υπάρχουν στις περιοχές που επισκέπτονται όταν ταξιδεύουν στα σκάφη κρουαζιέρας.

Επιπλέον οι ηλικιωμένοι άνθρωποι επισκέπτονται προορισμούς για τουρισμό υγείας. Οι ηλικιωμένοι δίνουν μια σημαντική αξία στην υγεία κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Πολλοί από αυτούς έχουν τον ιδιωτικό γιατρό τους που παίρνουν συμβουλές ιατρικής του

¹²⁹ Θ. Σιταράς, Χ. Τζένος, *Εισαγωγή στη θεωρία του τουρισμού*, Αθήνα 2007, εκδ. Interbooks, σ.68.

¹³⁰ Γ. Κάτσος, *Τουρισμός τρίτης ηλικίας*, Αθήνα, 2004, ΙΤΕΠ, σ.63.

¹³¹ Μ. Σωτηριάδης, Ι. Φαρσάρη, *Εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού*, Αθήνα 2009, εκδ. Interbooks, σ.253.

πριν από οποιοδήποτε ταξίδι.¹³² Εκτός όμως από το λόγο ταξιδιού που αφορά στην υγεία τους, τους απασχολούν και διάφορα θέματα που σχετίζονται με την υγεία τους. Ενδιαφέρονται κυρίως για το χρόνο του ταξιδιού, την ασφάλεια τους κατά τη διάρκεια των διακοπών του, αλλά και για τη δυνατότητα ιατρικής περίθαλψης.

Το συναίσθημα της ασφάλειας και της ακεραιότητας τους είναι πολύ σημαντικός παράγοντας, και επηρεάζει σημαντικά τις επιλογές τους. Ο τουρίστας τρίτης ηλικίας επηρεάζεται και από την γαστρονομία, τον πολιτισμό και την ιστορία, κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του.¹³³ Ένα μικρό ποσοστό προτιμά να κάνει δραστηριότητες όπως γκολφ και αλιεία που είναι τάσεις των ηλικιωμένων. Άλλες δραστηριότητες που οι τουρίστες τρίτης ηλικίας προτιμούν να κάνουν στις διακοπές τους είναι:

- Επαφή με τη φύση
- Απολαύσεις μαζί με την οικογένεια και τους φίλους
- Δραστηριότητες στον ήλιο
- Νέες και διαφορετικές εμπειρίες χαλάρωσης και απόλαυσης
- Δραστηριότητες βελτίωσης της υγείας
- Επισκέψεις σε διάφορα αξιοθέατα.¹³⁴

Συνοψίζοντας των προαναφερθέντων καταλήγουμε στα εξής δημογραφικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά των ατόμων τρίτης ηλικίας:

- Δημογραφικά χαρακτηριστικά
 - Είναι ανεπάγγελτοι καθώς οι περισσότεροι είναι πλέον συνταξιούχοι
 - Έχουν σταθερό εισόδημα και υψηλό δείκτη αποταμίευσης άρα και αρκετά διαθέσιμα χρήματα για τις διακοπές τους
 - Έχουν ελεύθερο χρόνο χωρίς περιοριστικές υποχρεώσεις, επαγγελματικές ή οικογενειακές
 - Ανήκουν στο στάδιο της «άδειας φωλιάς» (empty nesters- δηλαδή ηλικιωμένα ζευγάρια χωρίς παιδιά) ή στο στάδιο των ηλικιωμένων που ζουν μόνοι τους
 - Έχουν αντικειμενική αντίληψη για την αξία του χρήματος
 - Θεωρούνται μορφωτικά ολοκληρωμένοι
- Ψυχολογικά χαρακτηριστικά
 - Νιώθουν έντονα το φόβο, τις ανησυχίες και τις πεσιμιστικές θεωρήσεις της ηλικίας, που σχετίζονται με το πλήρωμα του χρόνου
 - Παρουσιάζουν συχνά προβλήματα υγείας και έχουν ανάγκη από προστασία και καθοδήγηση, οπότε συχνά ακολουθούνται από συνοδούς φροντίδας
 - Δεν επηρεάζονται εύκολα, έχουν τις δικές τους στάσεις και απόψεις
 - Είναι απαιτητικοί και πεισματάρηδες, καθώς θέλουν τα πάντα να γίνονται με βάση τις προσωπικές τους ανάγκες, ιδιαιτερότητες

¹³² Θ. Σιταράς, Χ. Τζένος, *Εισαγωγή στη θεωρία του τουρισμού*, Αθήνα 2007, εκδ. Interbooks, σ.68.

¹³³ Γ. Κάτσος, *Τουρισμός τρίτης ηλικίας*, Αθήνα, 2004, ΙΤΕΠ, σ.75.

¹³⁴ Γ. Κάτσος, *Τουρισμός τρίτης ηλικίας*, Αθήνα, 2004, ΙΤΕΠ, σ.72.

Η τουριστική συμπεριφορά των τουριστών τρίτης ηλικίας, διαμορφώνεται από όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά που αναλύθηκαν με αποτέλεσμα να σημειώνονται ορισμένες κοινές για όλους, προτιμήσεις, οι κυριότερες των οποίων είναι οι παρακάτω:

- Διακοπές στο εσωτερικό της χώρας ή σε γειτονικές χώρες λόγω του φόβου της απομάκρυνσης
- Ταξίδια βασισμένα στην άνεση και την ασφάλεια των μεταφορικών μέσων
- Μικρές εκδρομές για ηρεμία, ξεκούραση και αλλαγή παραστάσεων καθημερινότητας
- Διακοπές κατά την ενδιάμεση ή τη νεκρή τουριστική περίοδο, προς αποφυγή της πολυκοσμίας, της ταλαιπωρίας και των κυκλοφοριακών προβλημάτων
- Αποστροφή προς τον μαζικό τουρισμό, ιδιαίτερη προτίμηση για τις ήπιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως τον πολιτιστικό, θρησκευτικό, αγροτικό τουρισμό
- Προτίμηση για ομαδικά ταξίδια ώστε να αναπτύσσουν παρέες και να καλύπτουν την ανάγκη της συντροφικότητας
- Υψηλές απαιτήσεις για ευγένεια στις σχέσεις, άριστη παροχή υπηρεσιών στις τουριστικές επιχειρήσεις, σωστή εξυπηρέτηση και σεβασμό στις ιδιαίτερα αυξημένες ανάγκες τους
- Επιθυμία για καθαρό και αθόρυβο τουριστικό περιβάλλον
- Προτίμηση σε τουριστικούς προορισμούς όπου σημειώνουν υψηλά επίπεδα προσφοράς υπηρεσιών υγείας και αντιμετώπισης έκτακτων αναγκών υγείας
- Αναζήτηση περιβάλλοντος που προσφέρει τη δυνατότητα συμμετοχής σε κοινωνικές ενασχολήσεις¹³⁵

Σημαντικό είναι να τονιστεί πως τα άτομα της τρίτης ηλικίας είναι πολύ απαιτητικά σε θέματα ποιότητας και συνέπειας. Θεωρούνται ως οι πιο πιστοί πελάτες, αρκεί να μένουν ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες που τους προσφέρονται. Πάντα προϋπολογίζουν το κόστος του ταξιδιού τους και δεν θέλουν να συναντούν απρόσμενες αυξήσεις στη χώρα υποδοχής, τις οποίες δεν είχαν προσχεδιάσει. Επίσης, ενδιαφέρονται πάρα πολύ να κάνουν αγορές κατά το ταξίδι τους ή κατά το χρόνο διαμονής τους στο χώρο προορισμού και οι αγορές- ψώνια που κάνουν, αποτελούν και σοβαρό λόγο για τουρισμό. Τέλος, προκειμένου να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι χωρίς ατέλειες και απρόβλεπτα γεγονότα, επιθυμούν να ζητούν πολλές πληροφορίες από τους διοργανωτές των ταξιδίων ώστε να είναι προετοιμασμένοι για παν ενδεχόμενο και να νιώθουν ασφάλεια και οικειότητα κατά τη διάρκεια παραμονής τους στον ξένο τόπο προορισμού.¹³⁶

7.3.2. Τρόποι προώθησης τουρισμού τρίτης ηλικίας στην Ελλάδα

«Χρυσάφι» για τον ελληνικό τουρισμό είναι τα «γκρίζα μαλλιά» καθώς ο Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας και οι ηλικιωμένοι τουρίστες θα αποτελούν το 24% της παγκόσμιας αγοράς το 2030 και το 28% το 2050. Από σήμερα και για τα επόμενα 20 έως 30 χρόνια θα υπάρξει μία αφύσικη αύξηση της αναλογίας των ηλικιωμένων, ανάμεσα στους πληθυσμούς των οικονομικά ανεπτυγμένων χωρών, ενώ μετά το 2050 η κατάσταση θα ομαλοποιηθεί. Ο Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας μπορεί να εξελιχθεί σε καθοριστικό παράγοντα επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου για την Ελλάδα, σύμφωνα με τη μελέτη του Ινστιτούτου Τουριστικών

¹³⁵ Γ. Κάτσος, *Τουρισμός τρίτης ηλικίας*, Αθήνα, 2004, ΙΤΕΠ, σ.55,66.

¹³⁶ Γ. Κάτσος, *Τουρισμός τρίτης ηλικίας*, Αθήνα, 2004, ΙΤΕΠ, σ.62-63,72.

Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) για τον «Τουρισμό Τρίτης Ηλικίας», καθώς διαθέτει όλα όσα αναζητούν οι ταξιδιώτες αυτής της κατηγορίας, δηλαδή το ήπιο κλίμα, τα σύγχρονα κέντρα διακοπών, τις απέραντες ακτές, τις καθαρές θάλασσες, τον ήλιο και τον μοναδικό αρχαιολογικό πλούτο.¹³⁷

Έτσι λοιπόν, θα πρέπει να γίνουν κάποιες προωθητικές ενέργειες οι οποίες θα βελτιώσουν τις συνθήκες για ανάπτυξη του τουρισμού τρίτης ηλικίας. Οι ξενοδοχειακές μονάδες θα πρέπει να μεριμνήσουν για δημιουργία συνθηκών ψυχαγωγίας σύμφωνα με τα πρότυπα των ηλικιακών ομάδων που δέχονται, όπως και να εντάξουν προγράμματα διασκέδασης με τα πρότυπα προηγούμενων δεκαετιών και μουσικών ακουσμάτων, ώστε να γεννήσουν το αίσθημα της νοσταλγίας και της αναπόλησης των περασμένων φάσεων της ζωής των πελατών της τρίτης ηλικίας.

Το κράτος με τη σειρά του, καθώς και ο ευρύτερος δημόσιος τομέας, συμπεριλαμβανομένης και της τοπικής αυτοδιοίκησης θα πρέπει να γίνουν αρωγοί αυτής της προσπάθειας για ανάπτυξη του τουρισμού τρίτης ηλικίας, με κρατικές παρεμβάσεις στους τομείς της υγείας και της ασφάλειας. Οι αρχές της τοπικής αυτοδιοίκησης θα πρέπει να ασχοληθούν ιδιαίτερα με την ικανοποίηση των τουριστών τρίτης ηλικίας μέσω της δημιουργίας διευκολύνσεων, χώρων για περιπάτους, για ψυχαγωγία και άλλες δραστηριότητες. Απαραίτητο είναι να έχουν γίνει πρώτα μελέτες για εκτενέστερη ανάλυση των ψυχογραφικών χαρακτηριστικών των τουριστών αυτής της ειδικής κατηγορίας.

Παράλληλα, θα πρέπει να προωθηθεί ο θεματικός τουρισμός, αφού τα άτομα της τρίτης ηλικίας ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για τον πολιτιστικό και φυσιολατρικό τουρισμό, περισσότερο από κάθε άλλη ομάδα τουριστών.

7.3.3. Ο τουρισμός παραχείμασης στην Τρίτη ηλικία

Ο τουρισμός παραχείμασης, ο οποίος αναλύθηκε σε προηγούμενη ενότητα, αποτελεί μια μορφή τουρισμού που συναντάται κυρίως στα άτομα τρίτης ηλικίας και σε συνταξιούχους, καθώς αυτοί αρέσκονται να περνούν μεγάλο χρονικό διάστημα του χειμώνα σε περιοχές με ήπιο κλίμα. Πρόκειται για μια ομάδα τουριστών που είναι πιο ευαίσθητοι κατά τους χειμερινούς μήνες, όπως επίσης μπορεί να είναι ελεύθεροι επαγγελματίες και εισοδηματίες, με οικονομική άνεση και χωρίς επαγγελματικές ή οικογενειακές υποχρεώσεις.

Αυτό το είδος τουρισμού έχει κάποιες ιδιαίτερες απαιτήσεις, καθώς δεν επιλέγουν έναν προορισμό μόνο για παραχείμαση, αλλά και για ικανοποίηση πολιτιστικών και μορφωτικών σκοπών. Επομένως, για να γίνει σωστή προώθηση του τουρισμού αυτού του είδους, θα πρέπει οι πόλεις υποδοχής αυτών των τουριστών, να συνεργαστούν κατάλληλα με τους φορείς δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, ώστε να εξασφαλιστούν οι αναγκαίες υπηρεσίες εξυπηρέτησης τους. (λ.χ. διευκόλυνση στις μετακινήσεις). Επίσης, σημαντικό είναι να εξασφαλιστεί η πρόσβαση στους αρχαιολογικούς χώρους, τα πολιτισμικά, λαογραφικά και ιστορικά μουσεία της περιοχής και να γίνουν ενέργειες για προστασία της σωματικής ακεραιότητας του τουρίστα και της εύκολης πρόσβασης του σε υπηρεσίες υγείας.

¹³⁷ <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=509214>

VII. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ ή ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ- ΘΕΡΜΑΛΙΣΜΟΣ

8.1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ ή ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ- ΘΕΡΜΑΛΙΣΜΟΣ

Το πολυτιμότερο αγαθό του ανθρώπου, η υγεία, δημιούργησε μια μορφή τουρισμού, γνωστή από την αρχαιότητα, τον ιαματικό τουρισμό ή τουρισμό υγείας η οποία στηρίχθηκε στην αξιοποίηση των διαφόρων ιαματικών πηγών, τα νερά των οποίων έχουν θεραπευτικές ιδιότητες .

Αρχικά, ο τουρισμός υγείας απευθυνόταν κυρίως σε άτομα που είχαν ανάγκη να κάνουν χρήση των υδάτων των ιαματικών πηγών, προκειμένου να ευεργετηθούν από τις ιαματικές τους ιδιότητες και να θεραπεύσουν διάφορες παθήσεις. Συνεπώς, πρώτιστος σκοπός, του ταξιδιού ήταν η θεραπεία και για το λόγο αυτό οι ηλικίες στις οποίες απευθυνόταν αυτή η μορφή τουρισμού ήταν η μέση και η τρίτη ηλικία. Με την πάροδο του χρόνου, όμως, ο τουρισμός υγείας εξελίχθηκε σε σύγχρονο τύπο τουρισμού με μεγαλύτερη εξειδίκευση και επέκταση δραστηριοτήτων και με τη χρήση νέων τεχνολογιών, που προστέθηκαν στα παραδοσιακά ιαματικά λουτρά. Οι τουρίστες δεν είναι μόνο άνθρωποι μέσης και τρίτης ηλικίας, αλλά και νέοι, ανωτέρου συνήθως εισοδηματικού επιπέδου, που μέσα στην ποικιλία των προϊόντων του τουρισμού υγείας, αναζητούν εκείνα τα προϊόντα που θα τους προσφέρουν αναζωογόνηση και βελτίωση της φυσικής τους κατάστασης.

Ο τουρισμός υγείας αποτελεί μια εναλλακτική μορφή τουρισμού η οποία επιχειρεί να προσελκύσει επισκέπτες που ενδιαφέρονται για θέματα υγείας ή για αναζωογόνηση της καλής φυσικής τους κατάστασης. Οι τουρίστες αυτής της κατηγορίας έχουν παράλληλα και τουριστικές ανάγκες και προσπαθούν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους να επιτύχουν τόσο την αντιμετώπιση των προβλημάτων υγείας, όσο και τις ανάγκες αυτές. Περιλαμβάνει δραστηριότητες που σχετίζονται με τον ιαματικό τουρισμό ή θερμαλισμό (ιαματικές πηγές) και με νέες μορφές που συνδυάζουν τον τουρισμό με ειδικές θεραπείες, όπως είναι ο τουρισμός υγιεινής και φυσικής διαβίωση (προληπτική ιατρική, διαιτητική, αισθητική) και ο τουρισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες, με βάση τα στοιχεία των ιαματικών πηγών και του θαλάσσιου περιβάλλοντος.

Ο τουρισμός υγείας από την αρχαιότητα έως σήμερα παραλληλιζόταν με το θεραπευτικό-ιαματικό τουρισμό, Τις δυο τελευταίες δεκαετίες όμως, σε πολλές ανεπτυγμένες ευρωπαϊκές χώρες αλλά και στις ΗΠΑ, έχει αναπτυχθεί ένα νέο είδος τουρισμού υγείας, που δεν απευθύνεται μόνο σε ασθενείς αλλά και σε υγιείς ανθρώπους, οι οποίοι επιζητούν να διατηρήσουν μια καλή φυσική κατάσταση και να αναζωογονηθούν. Η νέα μορφή τουρισμού υγείας, περιλαμβάνει όλες τις υπηρεσίες που έχουν σχέση με την υγεία, όπως τον ιατρικό έλεγχο, την ειδική διαιτητική, τη θεραπεία με βιταμίνες, τις βοτανοθεραπείες, τη γυμναστική αλλά και άλλες ειδικές θεραπείες κατά του άγχους, ψυχοθεραπείες, κινησιοθεραπείες , αντικαπνιστικές θεραπείες κ.α.¹³⁸

Ο τουρισμός υγείας αποτελείται από δύο τμήματα:

¹³⁸ Σ.Κ. Σπαθή, *Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα*, Κέντρο προγραμματισμού και οικονομικών ερευνών, Αθήνα 2000, σ.22.

- I. Το τμήμα θεραπείας, που βασίζεται σε ιατρικές μεθόδους και σε χρήση ουσιών που εξέρχονται από τη γη, τη θάλασσα και τον αέρα, στα πλαίσια μια θεραπευτικής και προληπτικής διάστασης της υγείας. Λ.χ. ο θερμαλισμός (που σχετίζεται με το νερό), η κλιματοθεραπεία (που σχετίζεται με τον αέρα), η σπηλαιοθεραπεία (που εφαρμόζεται σε χώρους εντός των σπηλαίων) κ.α.
- II. Το τμήμα που σκοπεύει στην επανάκτηση της καλής φυσικής κατάστασης του οργανισμού και γενικά στην αναζωογόνηση και στη συντήρηση της σωματικής και ψυχικής κατάστασης του ατόμου. Λ.χ. η θαλασσοθεραπεία, η φυτοθεραπεία, η αισθητική, η διαιτητική κ.α.¹³⁹

Τέλος, στη βιομηχανία τουρισμού υγείας υπάγονται και τα διάφορα προϊόντα υγείας, δηλαδή είτε φυσικά προϊόντα είτε σχετικά παράγωγα αυτών, των οποίων η παρασκευή βασίζεται σε παραδοσιακές συνταγές με στοιχεία που προέρχονται από φυσικές ή φυτικές ύλες – βότανα, φυσικά θεραπευτικά, αρωματικά φυτά, άνθη, φυτικά εκχυλίσματα, φυτικά έλαια, φύκια, σφουγγάρια, ιχθυέλαια, φυτικά καλλυντικά, σαπούνια, βιταμίνες, μέταλλα και ιχνοστοιχεία – τα οποία παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση τα τελευταία χρόνια.

8.2. ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ή ΘΕΡΜΑΛΙΣΜΟΣ

Ο ιαματικός τουρισμός αποτελεί κομμάτι του τουρισμού υγείας και αναφέρεται στο ταξίδι των τουριστών με διάφορα προβλήματα υγείας, σε τουριστικούς προορισμούς με ιαματικές πηγές, προκειμένου να κάνουν χρήση των ιαματικών νερών, συνήθως θερμομεταλλικών, που έχουν θεραπευτικές ιδιότητες.

Ο θερμαλισμός ή θερμαλιστικός τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων του ιαματικού τουρισμού μαζί με διευρυμένες δραστηριότητες αναψυχής και αναζωογόνησης, που μπορούν να έχουν και οι μη ασθενείς τουρίστες, που επισκέπτονται τις πηγές και περιλαμβάνει την ενεργειακή αξιοποίηση των θερμομεταλλικών νερών, τη γενικότερη χρήση της γεωθερμικής ενέργειας, καθώς και τη διαχείριση των μεταλλικών νερών.¹⁴⁰

Ως ισοδύναμος όρος του θερμαλισμού χρησιμοποιείται και η υδροθεραπεία η οποία αναγνωρίζεται ως ιατρική θεραπευτική μέθοδος και μπορεί να είναι εσωτερική ή εξωτερική. Η εσωτερική υδροθεραπεία, περιλαμβάνει την ποσιθεραπεία(πόση ιαματικών νερών), την εισπνοθεραπεία (εισπνοή αερίων ή σταγονιδίων των μεταλλικών νερών) και τις πλύσεις (στοματικές, ρινικές, γυναικολογικές, με ιαματικό νερό) και η εξωτερική υδροθεραπεία, περιλαμβάνει τη λουτροθεραπεία, τις καταιωνίσεις (το σώμα δέχεται για ορισμένο χρονικό διάστημα, θερμομεταλλικό νερό που έρχεται με υψηλή ή χαμηλή πίεση), τις υδρομαλάξεις, την υδροκινησιοθεραπεία (συνδυασμός λουτροθεραπείας και κινησιοθεραπείας όταν το σώμα βρίσκεται στο νερό) και την πηλοθεραπεία (εφαρμογή πηλού που έχει ωριμάσει, σε σημεία του σώματος με διάφορες παθήσεις).¹⁴¹

¹³⁹ Σ.Κ. Σπαθή, *Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα*, Κέντρο προγραμματισμού και οικονομικών ερευνών, Αθήνα 2000, σ.23.

¹⁴⁰ Σ.Κ. Σπαθή, *Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα*, Αθήνα 2000, σ.21.

¹⁴¹ Σύνδεσμος Δήμων και Κοινοτήτων Ιαματικών Πηγών Ελλάδας, σ.12-15. , www.gnto.gr

Οι εκτιμήσεις για την διεθνή αγορά τόσο του τουρισμού υγείας, όσο και του ιαματικού τουρισμού είναι θετικές, λόγω της συνεχούς αυξημένης ζήτησης που παρουσιάζεται και οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι καταβάλλονται προσπάθειες συνδυασμού των πλεονεκτημάτων του ιαματικού τουρισμού με τις ευκαιρίες του τουρισμού υγείας.

Χαρακτηριστικό είναι ότι πολλά σύγχρονα κέντρα υγείας αναπτύσσονται σε περιοχές ιαματικών πηγών και αναλόγως το μέγεθος και τη θέση τους, μπορεί να περιλαμβάνουν: εγκαταστάσεις λουτροθεραπείας, φυσικοθεραπείας και μεθόδων εναλλακτικής ιατρικής, ιατρικές εγκαταστάσεις, αθλητικές εγκαταστάσεις και χώρους ψυχαγωγίας, κέντρα ομορφιάς και κέντρα αδυνατίσματος, τουριστικές εγκαταστάσεις (ξενοδοχεία, εστιατόρια), συνεδριακά κέντρα, εμπορικά καταστήματα, χώρους στάθμευσης οχημάτων κ.α.

8.3. ΤΟ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΩΝ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΠΗΓΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Το νομοθετικό πλαίσιο των ιαματικών πηγών βασίστηκε στον Ν. 2188/1920 «περί ιαματικών πηγών» ο οποίος ήταν σε ισχύ μέχρι το 1960, οπότε και ψηφίστηκε ο Ν. 4086/1960, που καθόριζε το χαρακτηρισμό, την ανακήρυξη, την κυριότητα και λειτουργία των ιαματικών πηγών της χώρας, αναφερόμενος μόνο στη μορφή του ιαματικού τουρισμού και μη λαμβάνοντας υπ' όψιν τις σύγχρονες διεθνείς εξελίξεις του κλάδου. Όμως μετά την υπ' αριθμό Τ/4400/97 υπουργική απόφαση, οι προδιαγραφές των εγκαταστάσεων αξιοποίησης των ιαματικών πηγών εκσυγχρονίστηκαν, προκειμένου να υπαχθούν στο καθεστώς κινήτρων του Ν. 1892/1990 «περί εκσυγχρονισμού και ανάπτυξης και άλλων διατάξεων», όπως σήμερα ισχύει.

Οι ιαματικές πηγές είναι οι πηγές μεταλλικών ή μη υδάτων και κηρύσσονται ως ιαματικές με προεδρικό διάταγμα, που εκδίδεται μετά από πρόταση του ΕΟΤ και γνωμοδότηση του ιατροσυνηδρίου, το οποίο βεβαιώνει τις ιαματικές τους ιδιότητες. Τον επιχειρηματικό ρόλο του ΕΟΤ, σήμερα έχει αναλάβει η Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης με σκοπό την πλήρη αξιοποίηση όλης της ακίνητης περιουσίας του ΕΟΤ και των ιαματικών πηγών.

Σύμφωνα με τον Ν. 4086/196, οι ιαματικές πηγές χωρίζονται σε:

- Ιαματικές πηγές τουριστικής σημασίας
- Ιαματικές πηγές τοπικής σημασίας με σημαντική κίνηση
- Ιαματικές πηγές τοπικής σημασίας με περιορισμένη κίνηση
- Πηγές πόσιμου μεταλλικού ύδατος¹⁴²

Οι οικισμοί που σχηματίζονται γύρω από τις ιαματικές πηγές λουτροθεραπείας ονομάζονται λουτροπόλεις, ονομασία που έχουν αποκτήσει με προεδρικό διάταγμα, μετά από αίτηση των οικειών δημοτικών ή κοινοτικών συμβουλίων και απόφαση του διοικητικού συμβουλίου του ΕΟΤ. Στις λουτροπόλεις και σε ακτίνα ενός χιλιομέτρου γύρω από αυτές, απαγορεύεται η εγκατάσταση και λειτουργία θεραπευτηρίων, νοσοκομείων, κλινικών ή αναρρωτηρίων για νοσηλεία ατόμων που πάσχουν από μεταδοτικές ασθένειες, χωρίς άδεια του ΕΟΤ και του

¹⁴² ΕΟΤ, *Λουτροπόλεις και Ιαματικές πηγές*, Εθν. Τυπογραφείο, Αθήνα 1966, σ.10-12.

Υπουργείου Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, μετά από γνωμοδότηση του ιατροσυνεδρίου.

8.4. ΚΕΝΤΡΑ ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ

Είναι κοινώς παραδεκτό πως το θαλάσσιο νερό, κάποια είδη θαλασσιών φυκιών και γενικότερα το θαλασσινό κλίμα, βελτιώνουν την κατάσταση των ασθενών που πάσχουν από ορισμένες παθήσεις. Αποτέλεσμα αυτού είναι να σημειώνεται μια ιδιαίτερη κίνηση προς τόπους που έχουν δημιουργηθεί και εφαρμόζουν την θαλασσοθεραπεία.

Η πρώτη εμφάνιση των «κέντρων νερού» ή αλλιώς θαλάσσιων ιαματικών κέντρων, είναι τον 18^ο αιώνα, όπου άρχισαν να αναπτύσσονται υψηλής ποιότητας ιαματικά κέντρα σε ελκυστικές τοποθεσίες της κεντρικής Ευρώπης, που αποτέλεσαν πόλο έλξης για τις υψηλές κοινωνικο-οικονομικές τάξεις.

Σήμερα, τα κέντρα αυτά προσφέρουν σημαντικές ιατρικές και συμπληρωματικές υπηρεσίες ψυχαγωγίας, όπως καζίνο, γκολφ αλλά και πολιτιστικές δραστηριότητες και αποτελούν μια μορφή ειδικών εγκαταστάσεων που έχουν θεσπιστεί με ιδιαίτερους κανόνες ως προς την ίδρυση και την τουριστική υποδομή τους. Πρόκειται ουσιαστικά για εγκαταστάσεις που αποβλέπουν στη μεγιστοποίηση της θεραπευτικής ιδιότητας της θάλασσας και των παραγώγων της (φύκια, άμμος, λάσπη κ.α.) σε παραθαλάσσιες περιοχές με αναζωογονητικό κλίμα, με στόχο την πρόληψη ή θεραπεία. Τα κέντρα θαλασσοθεραπείας μπορεί να ανεγείρονται είτε αυτοτελώς είτε σε συνδυασμό με κάποιο ξενοδοχείο και πρέπει να βρίσκονται σε μικρή απόσταση από τη θάλασσα. Διεθνώς χρησιμοποιείται ο όρος spa (sanus per aquam) δηλαδή «υγιής μέσω νερού», προκειμένου να περιγράψει τα ιαματικά παραθεριστικά κέντρα στα οποία παρέχονται ιαματικά λουτρά κατάλληλα για θεραπεία διαφόρων παθήσεων, αλλά ταυτόχρονα αποτελούν και τόπους για ξεκούραση από το καθημερινό άγχος των μεγαλουπόλεων.

Πολλές είναι οι ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδας, όπως η Ισπανία, η Βόρεια Ιταλία, η Ρουμανία, η Βουλγαρία, οι οποίες έχουν κάνει σημαντικές προόδους στον τομέα της θαλασσοθεραπείας, με σημαντικά συναλλαγματικά οφέλη από τη δραστηριότητα αυτή, παρά το γεγονός ότι στερούνται πηγών ανάλογης φυσικοχημικής σύστασης και θεραπευτικών ιδιοτήτων.

8.5. ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΘΕΡΜΑΛΙΣΜΟΥ

Οι πελάτες του τουρισμού υγείας, όπως προαναφέρθηκε, είναι άτομα με προβλήματα υγείας που θέλουν να τα αποβάλλουν ή θέλουν να μάθουν να ζουν υγιεινά, αλλά παράλληλα έχουν και τουριστικές ανάγκες και προσπαθούν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους να συνδυάσουν τόσο την ανάγκη τους για αντιμετώπιση των προβλημάτων υγείας όσο και τις τουριστικές τους επιθυμίες.

Η ημεδαπή θερμαλική πελατεία αποτελείται από άτομα μέσης και τρίτης ηλικίας, με τις γυναίκες να αποτελούν το μεγαλύτερο ποσοστό, με προβλήματα υγείας και από τους συνοδούς τους και επειδή για τα άτομα αυτά η ανακούφιση της υγείας τους έχει πρωταρχική σημασία, επιλέγουν εγκαταστάσεις, που η υποδομή τους θα ικανοποιήσει τις ανάγκες τους. Αυτές οι εγκαταστάσεις δεν είναι άλλες από τις λεγόμενες λουτροπόλεις, όπως η Αιδηψός, τα Καμένα Βούρλα, το Λουτράκι, η Κυλλήνη και η Ικαρία.

Από την άλλη, υπάρχουν και άτομα μικρότερης ηλικίας, που πέρα από τις παραπάνω ανάγκες, έχουν και άλλες, όπως αθλητικές, πολιτιστικές, ομορφιάς. Τα άτομα αυτά είναι συνήθως επιτυχημένα επαγγελματικά και αναζητούν το αίσθημα της αυτοπραγμάτωσης μέσα από τις δραστηριότητες που μπορούν να αναπτύξουν στα κέντρα όπου υφίσταται ο τουρισμός υγείας και ως επί το πλείστον τα κέντρα αυτά θεωρούνται κοσμοπολίτικα. Η κατηγορία αυτών των ατόμων δίνει μεγάλο βάρος στην υγεία και στην υγιεινή, στην ομορφιά, στον αθλητισμό και στην κοινωνικότητα και χαρακτηρίζονται σαν νεωτεριστές, αφού δε διστάζουν να δοκιμάζουν καθετί νέο και να ακολουθούν τις τάσεις κάθε εποχής.

Για όλους τους παραπάνω λόγους, η μορφή αυτή του τουρισμού, εκτός από τις ειδικές εγκαταστάσεις υδροθεραπείας, λουτροθεραπείας, θαλασσοθεραπείας, αεροθεραπείας και τα καταλύματα με συμπληρωματικές εγκαταστάσεις (εστιατόρια, χώρους αναψυχής και άθλησης, κλπ.), απαιτεί και ειδικές ιατρικές και φυσιοθεραπευτικές υπηρεσίες.

Όσον αφορά τη χώρα μας, η προέλευση των τουριστών αυτής της μορφής είναι στην πλειονότητά τους Έλληνες, αν και τα τελευταία χρόνια αυτό ανατρέπεται, αφού πολλοί ξένοι τουρίστες έρχονται στην Ελλάδα για να κάνουν θαλασσοθεραπεία σε ξενοδοχεία της Κρήτης, της Κυλλήνης, της Θεσσαλονίκης, τα οποία διαθέτουν σύγχρονα μηχανήματα και κατάλληλο προσωπικό θαλασσοθεραπείας. Βέβαια, η ζήτηση για τα προϊόντα του Τουρισμού υγείας αυξάνεται χρόνο με το χρόνο. Έτσι, δημιουργούνται νέες τουριστικές επιχειρήσεις που ασχολούνται με αυτόν τον τομέα, οι οποίες βάζουν τον πήχη ψηλά για την ικανοποίηση και των πλέον εξεζητημένων απαιτήσεων των πελατών-τουριστών.¹⁴³

8.6. Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΙΑΜΑΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Ο ιαματική λουτροθεραπεία διαδόθηκε και διευρύνθηκε αρκετά τους τελευταίους δύο αιώνες. Σε πολλές χώρες της Ευρώπης (Γερμανία, Αυστρία, Γαλλία, Ιταλία, Ουγγαρία, Τσεχία, Σλοβακία) κατασκευάστηκαν νέα λουτροθεραπευτήρια που αντικατέστησαν τις παλιές Ρωμαϊκές θέρμες. Μετά τον 2ο παγκόσμιο πόλεμο έγιναν σημαντικές βελτιώσεις στον ιαματικό τουρισμό και, σε συνδυασμό με καινούριες ιατρικές προσεγγίσεις, συντέλεσαν στην ανάπτυξη του.

Πολλά κέντρα τουρισμού υγείας λειτουργούν σήμερα στην Κεντρική Ευρώπη και συγκεκριμένα στην Γερμανία, Ιταλία, Γαλλία, Ελβετία, Αυστρία και λιγότερο στο Βέλγιο, Ισπανία, Πορτογαλία, Ελλάδα, Ολλανδία, Φιλανδία, Σουηδία. Επίσης λειτουργούν πολλά τέτοια κέντρα στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης όπου ο ιαματικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κομμάτι της οικονομίας τους π.χ. Ουγγαρία, Τσεχία, Σλοβακία, Ρουμανία, Ρωσία,

¹⁴³ Μ. Σφακιανάκης, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ.99.

Γιουγκοσλαβία, Βουλγαρία. Στο χώρο της Μεσογείου εκτός της Ιταλίας, Ισπανίας, Ελλάδας και Πορτογαλίας ιαματικό τουρισμό και τουρισμό υγείας έχουν επίσης αναπτύξει το Ισραήλ, η Τουρκία, η Τυνησία, το Μαρόκο και η Κύπρος.

Η συνεχής αύξηση της τουριστικής κίνησης που παρουσιάζει ο τουρισμός υγείας, συνάδει προς τη γενικότερη στροφή του πληθυσμού σε φυσικές θεραπευτικές αγωγές, ενώ συνδέεται άμεσα με τις διακοπές ξεκούρασης, που η ψυχολογικό-κοινωνική τους σημασία είναι βαρύνουσα. Με δεδομένο μάλιστα ότι καμιά εποχή του έτους δεν είναι «απαγορευτική» για τουρισμό υγείας, ο ιαματικός τουρισμός, ειδικότερα, μπορεί να συμβάλλει καθοριστικά στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου ενός προορισμού. Στην περίπτωση της Ελλάδας, ωστόσο, η διεθνής άνθηση του ιαματικού τουρισμού με στόχο είτε τη θεραπεία (προληπτική, κατασταλτική), είτε την υγεία-ανανέωση (φυσική ζωή, γυμναστική κλπ.) δεν έχει οδηγήσει στη διαμόρφωση ανάλογης προσφοράς τουριστικών προϊόντων, που να αξιοποιεί τους σημαντικούς φυσικούς πόρους της χώρας (πλήθος ιαματικών πηγών με εξαιρετικές φυσικοχημικές ιδιότητες) για την προσέλκυση αξιόλογων τμημάτων της διεθνούς αγοράς.

Οι χώρες προέλευσης των περισσότερων πελατών τουρισμού υγείας είναι οι ανεπτυγμένες χώρες της κεντρικής Ευρώπης και η Σκανδιναβία. Σημαντικό ρόλο για τη στροφή των χωρών αυτών στον θεραπευτικό τουρισμό παίζει η ιστορική παράδοση αλλά κι η ιατρική, που υποστηρίζει στις χώρες αυτές, τις θεραπευτικές ιδιότητες των ιαματικών πηγών. Το κίνητρο που ωθεί τους ανθρώπους σε επίσκεψη των κέντρων υγείας σήμερα, είναι η αναζήτηση ξεκούρασης, χαλάρωσης και η αντιμετώπιση του καθημερινού άγχους της αστικής ζωής και της εργασίας.

Οι μεσογειακές χώρες παρουσιάζουν το μειονέκτημα της έλλειψης κατάλληλων υποδομών, για κάλυψη της αυξημένης ζήτησης του ιαματικού τουρισμού. Την τελευταία δεκαετία όμως, έχουν γίνει αρκετές επενδυτικές κινήσεις με στόχο την ανανέωση και την επέκταση των υπάρχοντων θεραπευτικών κέντρων λόγω της αυξημένης ζήτησης που αντιμετωπίζουν, η οποία είναι αποτέλεσμα της συνειδητοποίησης των ωφελειών της καλής υγείας σε συνδυασμό με το ανανεωμένο ενδιαφέρον για φυσική ζωή και θεραπείες ομορφιάς.

Οι κυριότεροι τομείς ανάπτυξης της αγοράς τουρισμού υγείας είναι οι εξής:

- Τομέας θεραπείας, λ.χ. ρευματοπάθειες, αρθρίτιδες, αντιμετώπιση κακής κυκλοφορίας του αίματος, του αναπνευστικού και του πεπτικού συστήματος καθώς και θεραπείες κατά του άγχους.
- Τομέας πρόληψης, για ενίσχυση της φυσικής κατάστασης και υγείας του πελάτη μέσω προγραμμάτων ομορφιάς, γυμναστικής και διαίτας.
- Τομέας βελτίωσης της φυσικής κατάστασης και της καλής υγείας, με δραστηριότητες αναψυχής.

Οι εγκαταστάσεις που παρέχουν τις παραπάνω δυνατότητες είναι εγκαταστάσεις ευρείας κλίμακας προληπτικών και θεραπευτικών μέτρων για υγιείς και ασθενείς πελάτες και κέντρα με τον απαραίτητο εξοπλισμό για προσφορά διευκολύνσεων σε δραστηριότητες αναψυχής, που δεν έχουν άμεση σχέση με την ιατρική περίθαλψη.

Σημαντικό τμήμα της βιομηχανίας του τουρισμού υγείας αποτελεί και η εμφιάλωση και εμπορία του μεταλλικού νερού. Υπάρχουν ακόμη πολλές βιομηχανίες καλλυντικών, που

έχουν ως πρώτη ύλη το μεταλλικό νερό και τον άργιλο (προέρχεται από τον πηλό) για την παρασκευή καλλυντικών.

Συνοπτικά, κρίνεται σκόπιμο να αναφερθούν οι θετικές συνέπειες του ιαματικού τουρισμού οι οποίες είναι:

- Η συνεχής τουριστική ροή και η συναλλαγματική συνέχεια
- Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου
- Η στροφή του διεθνούς πληθυσμού σε φυσικές θεραπευτικές αγωγές
- Ο συνδυασμός διακοπών και ξεκούρασης
- Η φιλική λειτουργία με το περιβάλλον που δρα και αναπτύσσεται μέσα σε αυτό.

Υπάρχουν, όμως και αμφισβητήσεις για την αξία του θερμαλισμού ως θεραπευτικής μεθόδου που μαζί με τον ανταγωνισμό των άλλων κέντρων οδηγούν σε φθίνουσα διαχρονική τάση του αριθμού των ατόμων που προσέρχονται στ ιαματικά κέντρα. Αναλυτικότερα οι παράγοντες αυτοί αποδίδονται κυρίως:

1. Στον μεγάλο ανταγωνισμό ανάμεσα στα κέντρα τουρισμού υγείας και στα άλλα τουριστικά θέρετρα που βρίσκονται στις παραλίες ή στα όρη των χωρών του εξωτερικού και προσφέρουν φθηνότερα πακέτα διακοπών με εναλλακτικές ευκαιρίες αναψυχής.
2. Στις νέες μεθόδους που εφαρμόζουν οι φαρμακοβιομηχανίες για την χημική θεραπεία των ασθενειών με τη χρήση φαρμάκων και το χαρακτηρισμό της υδροθεραπείας ως απαρχαιωμένης μεθόδου. Στην Αμερική και την Αγγλία οι γιατροί είναι τελείως αρνητικοί για την αποτελεσματικότητα της υδροθεραπείας ως θεραπευτικής μεθόδου ενώ στις άλλες χώρες υπάρχει μια ενδιάμεση κατάσταση.
3. Στην παραμελημένη εκπαίδευση της υδρολογίας που δεν διδάσκεται συστηματικά στα περισσότερα πανεπιστήμια.
4. Στην απροθυμία του ιατρικού σώματος να αναγνωρίσει την υδροθεραπεία ως ιατρική μέθοδο.

Η Διεθνής Οργάνωση θερμαλισμού λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω εισήγαγε το 1974 νέες αρχές και όρους για το χαρακτηρισμό των θεραπευτικών ιδιοτήτων των ιαματικών νερών και για την ταξινόμηση των θερμών πηγών.

Είναι σημαντικό, όπως αναφέρει η παραπάνω Οργάνωση, ότι ο Θερμαλισμός δεν είναι ανταγωνιστικός στις θεραπείες με φάρμακα αλλά συμπληρωματικός στην κλινική και χειρουργική, αφού μπορεί να προσφέρει στον ασθενή π.χ. ενός ατυχήματος την ανακούφιση και φροντίδα που χρειάζεται για να επανέλθει στην κανονική ζωή.

Όμως η αναγνώριση της υδροθεραπείας ως ιατρικής θεραπευτικής μεθόδου από τον τομέα της Κοινωνικής Ασφάλισης σε πολλές χώρες, ιδίως τη Ευρώπη, οδήγησε σε μία σχετικά αυξημένη ζήτηση των κέντρων του ιαματικού τουρισμού, συγκριτικά με τα προηγούμενα.

Η σημαντική αυτή αύξηση στη ζήτηση των προϊόντων που προσφέρονται στα κέντρα του τουρισμού υγείας που παρατηρήθηκε τελευταία, αποδίδεται στη στροφή των ατόμων προς τις παραδοσιακές μεθόδους θεραπείας, όπως προαναφέρθηκε, αλλά και την αυξανόμενη έμφαση που δίδεται από πολλούς στην κατ' επανάληψη επανάκαμψη του οργανισμού που

επιτυγχάνεται με την σωματική άσκηση και δοκιμασία και τις ειδικές θεραπείες που ακολουθούνται σε καθαρό και υγιεινό περιβάλλον ενός κέντρου τουρισμού υγείας.

Αυτό είχε ως αποτέλεσμα ο κλάδος του τουρισμού υγείας να προσελκύσει αρκετές επενδύσεις και σημαντικά κεφάλαια του ιδιωτικού τομέα για την επέκταση και τον εκσυγχρονισμό των κέντρων αυτών, ώστε να προσαρμοστούν στις σύγχρονες απαιτήσεις του τουρισμού υψηλών προδιαγραφών όπως χαρακτηρίζεται ο τομέας αυτός.¹⁴⁴

8.7. Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα, η πρώτη εκδήλωση του ιαματικού τουρισμού ήταν το 1897 με το πρώτο ιδιωτικό spa στην Αιδηψό, το οποίο ακόμη και σήμερα δέχεται επισκέπτες τόσο εγχώριους όσο και από το εξωτερικό. Το 1997, δημιουργήθηκε το πρώτο σύγχρονο κέντρο θαλασσοθεραπείας στην βόρεια Κρήτη, το οποίο είναι προσαρμοσμένο στα γαλλικά πρότυπα και θεωρείται ένα από τα καλύτερα της Ευρώπης. Πλέον, έρευνες δείχνουν πως πάνω από 80 ξενοδοχεία πολυτελείας στην Ελλάδα, διαθέτουν spa και μέσα στην επόμενη δεκαετία εκτιμάται μια αύξηση της τάξης του 100% στο συγκεκριμένο τομέα, καθώς ο διεθνής ανταγωνισμός είναι έντονος και η ένταξη των spa στις ξενοδοχειακές μονάδες θα συμβάλλει στην αύξηση του ποιοτικού τουρισμού και κατά συνέπεια στην προσέλευση τουριστών υψηλού εισοδήματος και στην αύξηση εισροής συναλλάγματος.¹⁴⁵

Να σημειωθεί σε αυτό το σημείο πως όλες οι ιαματικές πηγές που λειτουργούν στην Ελλάδα συναντάται μόνο η μορφή της θεραπείας και όχι η προσφορά υπηρεσιών που έχουν σχέση με την αναζωογόνηση του οργανισμού, δηλαδή τα κέντρα που λειτουργούν στην Ελλάδα είναι κέντρα ιαματικού τουρισμού και όχι κέντρα τουρισμού υγείας.

¹⁴⁴ Σ.Κ. Σπαθή, *Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα*, Αθήνα 2000, σ.24-30.

¹⁴⁵ Μ.Γ. Βενετσανοπούλου, *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό- Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. Interbooks, 2006, σ.248-249.

ΙΧ. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΤΑΞΙΔΙΑ, ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ

9.1. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΤΑΞΙΔΙΑ – ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Επαγγελματικά ταξίδια ονομάζονται τα ταξίδια που γίνονται «χάριν του επαγγέλματος». Είναι τα ταξίδια που κάνουν οι διάφοροι επαγγελματίες για ποικίλους επαγγελματικούς σκοπούς.¹⁴⁶

Όταν οι επαγγελματίες κατά τη διάρκεια των ταξιδιών αυτών, εκτός από τις επαγγελματικές έχουν και τουριστικές δραστηριότητες, τότε αναπτύσσεται η εναλλακτική μορφή τουρισμού, που ονομάζεται επαγγελματικός τουρισμός. Δεν θεωρούνται τουριστικά επαγγελματικά ταξίδια και δεν προσδιορίζουν καμιά μορφή τουρισμού, οι εκδρομές των επαγγελματιών, τα άσχετα με το επάγγελμα τους ταξίδια και τα οποιαδήποτε μορφής ταξίδια που δεν περιλαμβάνουν τουριστικές δραστηριότητες.

Ο επαγγελματικός τουρισμός είναι μια από τις νεότερες μορφές τουρισμού. Εμφανίστηκε στις Η.Π.Α. τη δεκαετία του 1960 και διαδόθηκε αμέσως μετά στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης και στην Ιαπωνία και αργότερα σε όλες τις ανεπτυγμένες χώρες. Η διεθνοποίηση του εμπορίου έχει προσφέρει σημαντικά στην ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού, που είναι από τις πλέον προσοδοφόρες για τις τουριστικές επιχειρήσεις, επειδή κάθε επαγγελματίας ή έμπορος για λόγους τακτικής, εντυπωσιασμού και αυτοπροβολής ξοδεύει περισσότερα χρήματα.

Σήμερα, ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί έναν ιδιαίτερα δυναμικό τουριστικό τομέα, θεωρείται σημαντική πηγή εσόδων και δημιουργίας θέσεων εργασίας και αντιπροσωπεύει το 40% της συνολικής παγκόσμιας τουριστικής αγοράς με αυξητικές τάσεις. Αυτό σημαίνει ότι από τα 1-1,5 δισεκατομμύρια των ανθρώπων που κάνουν παγκοσμίως τουρισμό κάθε χρόνο, τα 400-600 εκατομμύρια συγκαταλέγονται στον επαγγελματικό τουρισμό.¹⁴⁷

Ο επαγγελματικός τουρισμός χωρίζεται σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες:

- I. Τον γενικό επαγγελματικό τουρισμό
- II. Τον συνεδριακό τουρισμό: Σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή των επαγγελματιών σε ένα συνέδριο. Αφορά την συνάντηση ατόμων από διαφορετικά συνήθως μέρη, για μία ή περισσότερες ημέρες, με σκοπό την ανταλλαγή επιστημονικών και ειδικών γνώσεων στο πλαίσιο ενός προκαθορισμένου προγράμματος.
- III. Τον εκθεσιακό τουρισμό: Σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή των επαγγελματιών σε μια έκθεση. Αφορά την διοργάνωση εκθέσεων από επιχειρήσεις, φορείς, οργανισμούς, κράτη, ιδρύματα, συνδέσμους, με σκοπό να αξιοποιήσουν την επικοινωνιακή δυνατότητα των εκθέσεων προκειμένου να δημιουργήσουν τις κατάλληλες προϋποθέσεις για την διάδοση πληροφοριών προς τον επιθυμητό στόχο. Οι εκθέσεις ενσωματώνουν τρία βασικά εργαλεία του μάρκετινγκ, τη διαφήμιση, τις

¹⁴⁶ Μ. Σφακιανάκης, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ. 107.

¹⁴⁷ World Travel and Tourism Council, Tourism statistics.

δημόσιες σχέσεις, την προώθηση πωλήσεων και πραγματοποιούνται σε εκθεσιακά κέντρα ή χώρους κατάλληλους για τέτοιες εκδηλώσεις.

- IV. Τα ταξίδια κινήτρων: Όταν το ταξίδι είναι ένα τουριστικό πακέτο που δίνεται στους επαγγελματίες ως δώρο/ αμοιβή για την καλή τους απόδοση. Εντάσσονται στη γενικότερη κατηγορία των εταιρικών ταξιδίων και είναι η πραγματοποίηση διακοπών με έξοδα της επιχείρησης, ως ανταμοιβή εξαιρετικής απόδοσης στο πλαίσιο μιας ενέργειας-κινήτρων. Τα ταξίδια κινήτρων αποτελούν για την επιχείρηση ένα μέσο υποκίνησης, με απώτερο στόχο την αύξηση της απόδοσης των εργαζομένων. Πρόκειται για πολυτελή ταξίδια περιορισμένων χρονικής διάρκειας ταξιδιού τρεις ως τέσσερις μέρες συνήθως που τα αναλαμβάνουν ταξιδιωτικά γραφεία σκοπεύοντας στην ικανοποίηση των στελεχών διαφόρων επιχειρήσεων, με την παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών σε τουριστικούς προορισμούς που κατά προτίμηση να ξεχωρίζουν από τους συνηθισμένους.

9.2. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι η κυριότερη μορφή του επαγγελματικού τουρισμού και αντιπροσωπεύει το 40% της συνολικής επαγγελματικής τουριστικής αγοράς. Συνεδριακός τουρισμός είναι η συμμετοχή διαφόρων ατόμων σε κάθε είδους συνέδριο, σεμινάριο, σύσκεψη ή συνεδρίαση με επιστημονικό ή άλλο ενδιαφέρον, με σκοπό την επικοινωνία, την ανταλλαγή απόψεων και την ενημέρωση, αλλά στο χρόνο εκτός συνεδρίου (στο περιθώριο του συνεδρίου ή σε προγραμματισμένο χρόνο πριν, ενδιάμεσα ή μετά το συνέδριο) έχουν τουριστικές δραστηριότητες.¹⁴⁸

Οι λόγοι που οδήγησαν στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι η ραγδαία ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς, η πρόοδος των επιστημών, της τεχνολογίας, της πληροφορικής και του αυτοματισμού, παράλληλα με τις αυξανόμενες απαιτήσεις μιας κοινωνίας γεμάτης από γρήγορους ρυθμούς εργασίας και άγχους, που δημιούργησαν την ανάγκη αναζήτησης μιας διεξόδου σε συνδυασμό με την αλλαγή παραστάσεων και περιβάλλοντος.

Η δυναμική της μορφής αυτής φαίνεται από το γοργό ρυθμό δημιουργίας πολλών συνεδριακών κέντρων σε όλα τα μέρη της γης, καθώς και το μεγάλο ανταγωνισμό των περιοχών για ανάληψη τέτοιων εκδηλώσεων. Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μορφή του τουρισμού που απαιτεί ειδική υποδομή και εξοπλισμό. Ο συνεδριακός τουρίστας είναι υψηλής κοινωνικής και εισοδηματικής τάξης. Για το λόγο αυτό έχει μεγάλη αγοραστική δύναμη, η οποία αυξάνεται με την εξασφάλιση των βασικών του αναγκών, την οποία προσφέρουν πολλές φορές διάφοροι σπόνσορες.

Πολλές φορές, τους συνεδριακούς τουρίστες τους συνοδεύουν άτομα του οικογενειακού ή εργασιακού τους περιβάλλοντος, οπότε δημιουργείται μια άλλη ομάδα τουριστών, οι συνοδοί, η οποία και αυτή είναι αρκετά υπολογίσιμη τόσο από τους οργανωτές των συνεδρίων, όσο και από τις τουριστικές επιχειρήσεις, που στηρίζουν κατά κόρον τα συνέδρια.

¹⁴⁸ Μ. Σφακιανάκης, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ. 109.

Ο χρόνος διεξαγωγής τους στο μεγαλύτερο ποσοστό είναι εκτός περιόδου τουριστικής αιχμής, γεγονός που βοηθά στη σταδιακή άρση του προβλήματος της εποχικότητας. Το κέρδος, ειδικά από τα διεθνή συνέδρια, είναι η μεγάλη εισροή συναλλάγματος για τη ώρα υποδοχής. Η διάρκειά τους κυμαίνεται από μία ημέρα έως μια εβδομάδα, με ελάχιστες εξαιρέσεις υπέρβασης. Το χρονικό αυτό διάστημα αυξάνεται με διάφορες προ- ή μετά-συνεδριακές εκδηλώσεις που συμβάλλουν στη μεγαλύτερη απόδοση της δυναμικής αυτής μορφής τουρισμού.

Η χώρα μας βρίσκεται στις πρώτες επιλογές των οργανωτών συνεδρίων και προσπαθεί με τη συνεχή βελτίωση της συνεδριακής της υποδομής να διατηρηθεί και να αντέξει το μεγάλο ανταγωνισμό που παρατηρείται τελευταία σε παγκόσμιο επίπεδο.

Τα συνέδρια μπορούν να διακριθούν με βάση:

- Το αντικείμενο με το οποίο ασχολούνται, σε: επαγγελματικά, επιστημονικά, πολιτιστικά, πολιτικά, κοινωνικά κ.α.
- Τη συχνότητα με την οποία συνέρχονται σε: σταθερά συνέδρια ή ημερίδες, που τελούνται σε συνδυασμό με εκθέσεις, και σε μη σταθερά, περιοδικά και μη περιοδικά συνέδρια, όσα δηλαδή δεν παρουσιάζουν ούτε περιοδικότητα ούτε σταθερότητα.
- Τη χρονική τους διάρκεια, διακρίνονται σε: ημερήσια, ολιγοήμερα κ.α.
- Το γεωγραφικό τους χαρακτήρα, σε: τοπικής, περιφερειακής, εθνικής και διεθνούς εμβέλειας.
- Τον αριθμό των συμμετεχόντων σε: ολιγομελή ή πολυάριθμα.

Αντίστοιχα, με βάση τον τύπο και το θέμα του συνεδρίου, οι συμμετέχοντες μπορεί να είναι επιχειρηματίες, στελέχη επιχειρήσεων και ειδικοί επιστήμονες διαφόρων ειδικοτήτων.

Πολύ σημαντικό χαρακτηριστικό της μορφής αυτής τουρισμού, είναι η λειτουργία της σε περιόδους εκτός αιχμής, καθώς η ζήτηση της αγοράς αυτής, φτάνει το μέγιστο σημείο τα διαστήματα μεταξύ Φεβρουαρίου- Μαΐου και Σεπτεμβρίου- Νοεμβρίου.

9.2.1. Οικονομικά & κοινωνικά οφέλη συνεδριακού τουρισμού

Η συμβολή στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα από την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού μπορεί να αποβεί πολύ μεγαλύτερη απ' ό τι κανείς θα μπορούσε εκ πρώτης όψεως να συμπεράνει. Υπάρχουν διάφορα οικονομικά οφέλη και κοινωνικά τα οποία περιγράφονται παρακάτω.

Οικονομικά οφέλη

- Η μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη είναι αρκετά μεγαλύτερη από το μέσο επισκέπτη, αυξάνοντας έτσι το οικονομικό αντικείμενο, το οποίο και ενδιαφέρει περισσότερο.
- Ο συνεδριακός τουρισμός ίσως δεν αναμένεται να επηρεάσει εντυπωσιακά την συνολική τουριστική κίνηση, λόγω όμως της ομαλότερης εποχικής του κατανομής σε σύγκριση με το γενικό τουρισμό και της εποχικής συμπληρωματικότητας της συνεδριακής κίνησης με τη συνολική τουριστική κίνηση, ο σχετικά μικρός αριθμός πρόσθετων επισκεπτών μπορεί να αυξήσει σε ανάλογη ή και μεγαλύτερη έκταση τους

βαθμούς πληρότητας των ξενοδοχειακών μονάδων που επωφελούνται από τη συνεδριακή κίνηση. Λόγω και της δομής του κόστους των ξενοδοχειακών μονάδων η βελτίωση αυτή της πληρότητας μπορεί να έχει κρίσιμη σημασία για τα οικονομικά τους αποτελέσματα και την οικονομική τους υγεία. Με τη σειρά της η ενίσχυση της οικονομικής ευρωστίας των οικονομικών μονάδων του τομέα επηρεάζει και τις περαιτέρω προοπτικές ανάπτυξης του, και την αποδοτικότητα του.

- Οι συνεδριακές εκδηλώσεις οδηγούν σε πολύ σημαντική δευτερογενή αύξηση της τουριστικής κίνησης. Η σχετικά περιορισμένη εσωτερική ζήτηση για συνεδριακές υπηρεσίες, που συνδέεται με το σχετικά χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης της οικονομίας μας και με την έλλειψη μεγάλων επιχειρήσεων, η σχετικά μεγάλη απόσταση της χώρας μας από τα μεγάλα κέντρα από τα οποία προέρχεται το μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης και οι όχι πάντοτε ευμενή εντύπωση που δημιουργεί η γενικότερη εικόνα της χώρας μας στους οργανωτές για την ποιότητα των υπηρεσιών που μπορεί να αναμένουν, οδηγούν στο συμπέρασμα ότι θα χρειαστούν αρκετά μεγάλες προσπάθειες για την περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου. Από το άλλο μέρος, τα περιθώρια για ανάπτυξη είναι αρκετά μεγάλα, ακριβώς επειδή η έως τώρα πρόοδος υπήρξε περιορισμένη.

Κοινωνικά οφέλη

Με εύλογες παραδοχές, η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού μπορεί να αναμένεται να συμβάλει στο μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης του τουριστικού τομέα, χωρίς να συνυπολογίζεται η πιθανή δευτερογενής αύξηση της τουριστικής κίνησης, η οποία δημιουργείται με έναυσμα τον συνεδριακό τουρισμό. Τα έσοδα της συνεδριακής αγοράς μπορούν να προκύψουν είτε άμεσα είτε έμμεσα μέσω των παρακάτω¹⁴⁹:

ΑΜΕΣΑ ΕΣΟΔΑ	ΕΜΜΕΣΑ ΕΣΟΔΑ
1. Υψηλότερη Μέση τιμή δωματίου	1. Λόγω άμβλυνσης εποχικότητας ζήτησης
2. Πρόσθετα έσοδα που προέρχονται από εκμετάλλευση συνεδριακών χώρων	2. Λόγω επέκτασης της τουριστικής περιόδου
3. Υψηλότερη μέση κατά κεφαλή είσπραξη στα τμήματα του ξενοδοχείου	3. Λόγω μείωσης του επιχειρηματικού κινδύνου που προκαλεί η εστίαση σε μια μόνο αγορά

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί θέμα υψίστης σημασίας για την οικονομική, κοινωνική και πολιτική ανάπτυξη κάθε χώρας. Ειδικότερα για την Ελλάδα η προβολή της στο παγκόσμιο σκηνικό ως ιδανικός συνεδριακός προορισμός αποτελεί πρώτη προτεραιότητα στην ατζέντα αρκετών υπουργείων για ευνόητους σε όλους λόγους.

Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια λίγα και μικρά βήματα έχουν γίνει για την περαιτέρω ενίσχυση και ανάπτυξη του, παρά το γεγονός μάλιστα ότι η Ελλάδα φαίνεται να διαθέτει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι άλλων γειτονικών, ανταγωνιστικών χωρών της Μεσογείου.

¹⁴⁹ www.hapco.gr

9.2.2. Πλεονεκτήματα συνεδριακού τουρισμού

Ο συνεδριακός τουρισμός συνδυάζεται με την περιήγηση αξιοθέατων και ιδίως αρχαιολογικών χώρων και μουσείων, πράγμα που μας ενδιαφέρει αφού οι πολιτισμικοί μας πόροι μας προσδίδουν σαφές συγκριτικό πλεονέκτημα. Σήμερα οι κορυφαίοι φορείς διοργάνωσης συνεδρίων, σκέπτονται την Ελλάδα ως προορισμό όπου οι σύνεδροι αναζητούν τις επαγγελματικές, επιστημονικές και πολιτιστικές τους ρίζες. Επιπλέον, οι περισσότερες τουριστικά αναπτυγμένες περιοχές της χώρας μας διαθέτουν αξιόλογες ξενοδοχειακές μονάδες με συνεδριακές εγκαταστάσεις κατάλληλες για την διεξαγωγή συνεδριακών εκδηλώσεων υψηλού επιπέδου. Παρ' όλα αυτά, βρισκόμαστε σε μια απελπιστικά χαμηλή θέση στην κατάταξη των συνεδριακών προορισμών. Προκειμένου να βελτιώσουμε την θέση μας, είναι ανάγκη να εντοπίσουμε το λόγο. Αλλά ακόμα πιο σημαντικό είναι να δούμε όλοι μαζί, ο καθένας από τον τομέα ευθύνης του, με συστηματικό και οργανωμένο τρόπο τι πρέπει να κάνουμε για να διεκδικήσουμε και να πάρουμε το μερίδιο της συνεδριακής αγοράς. Μπορούμε τουλάχιστον να δώσουμε σημασία στα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας μας και να επενδύσουμε πάνω τους. Τα πλεονεκτήματα αυτά είναι τα εξής:

- Οι άριστες κλιματολογικές συνθήκες, μοναδική φυσική ομορφιά, εξαιρετική Ελληνική γαστρονομία, υψηλού επιπέδου φιλοξενία, νυχτερινή διασκέδαση, το αίσθημα ασφάλειας που νοιώθει ο επισκέπτης στην χώρα μας και φυσικά η πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά που συναντά κανείς σε κάθε γωνιά της Ελλάδος.
- Οι σύγχρονες υποδομές και μία σειρά από καλά οργανωμένες και ανακαινισμένες ξενοδοχειακές μονάδες, κυρίως στην Αττική, τη Θεσσαλονίκη, τη Χαλκιδική, την Αλεξανδρούπολη και πολλούς άλλους προορισμούς από τη Νησιωτική και Ηπειρωτική Ελλάδα.
- Η επιτυχημένη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων από τη χώρα μας, αποτελεί απόδειξη ότι η Ελλάδα είναι σε θέση να διοργανώσει διεθνείς εκδηλώσεις μεγάλου μεγέθους.
- Η Ελλάδα διαθέτει πλέον κάποια αξιόλογα συνεδριακά κέντρα σε γνωστούς προορισμούς αναψυχής π.χ. Ρόδο, Κρήτη, Κω, Θεσσαλονίκη, Αθήνα, Χαλκιδική, Αλεξανδρούπολη κτλ.
- Ο επαγγελματισμός των καταξιωμένων γραφείων διοργάνωσης συνεδρίων που όχι μόνο μπορούν να διοργανώσουν άψογα ένα συνέδριο, αλλά ως μεσογειακός λαός, δίνουμε και την ψυχή μας για να στεφθεί ένα συνέδριο με επιτυχία.

Παράλληλα, αρκετοί είναι σήμερα και οι Έλληνες επαγγελματίες του συνεδριακού τουρισμού που, αξιοποιώντας τις δυνατότητες της τεχνολογίας, επενδύουν σε νέες εφαρμογές και διαφοροποιούν το προϊόν τους, προσεγγίζοντας κατ' αυτό τον τρόπο νέες αγορές.

Δεν πρέπει όμως να αγνοήσουμε ότι υπάρχουν και μειονεκτήματα και είναι τα εξής:

9.2.3. Μειονεκτήματα συνεδριακού τουρισμού

- Έλλειψη μελετημένων συντονισμένων και ολοκληρωμένων στρατηγικών προβολής και μάρκετινγκ
- Η διστακτικότητα του κρατικού φορέα για την ουσιαστική στήριξη της ιδιωτικής πρωτοβουλίας
- Οι λανθασμένοι χειρισμοί τιμολογιακής πολιτικής
- Η έλλειψη εκπαίδευσης από μεγάλη μερίδα Ελλήνων συνέδρων

9.2.4. Σημερινή κατάσταση στην Ελλάδα

Δυστυχώς για τη χώρα μας ενώ οι δυνατότητες που διαθέτει για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι πολύ μεγάλες, βρίσκεται στην τελευταία θέση στη διεθνή συνεδριακή πίτα από την άποψη του αριθμού συνεδρίων που φιλοξενεί ετήσια. Η μέχρι σήμερα πείρα δείχνει ότι όσες ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις επένδυσαν σε μεγάλα και σύγχρονα συνεδριακά κέντρα διαπίστωσαν ότι ο τζίρος των συνεδριακών πελατών τους ήταν διπλάσιος από αυτόν των άλλων πελατών τους και ότι παρά τη διεθνή ύφεση η ζήτηση για συνεδριακό τουρισμό αυξάνει σε αντίθεση με το γενικό τουρισμό που μειώνεται.

Για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού απαιτείται η λήψη μιας σειράς μέτρων τα οποία σχετίζονται τόσο με την δημιουργία κατάλληλης υποδομής όπως η κατασκευή σύγχρονων συνεδριακών κέντρων άρτια εξοπλισμένων, μεγάλης χωρητικότητας και με βοηθητικούς χώρους όσο και με την αλλαγή του θεσμικού πλαισίου για τους οργανωτές συνεδρίων και εκθέσεων καθώς πολλά μη ειδικευμένα άτομα οργανώνουν σήμερα συνέδρια με αποτέλεσμα να δυσφημίζεται η Ελλάδα στο εξωτερικό. Όσον αφορά την υποδομή την τελευταία περίοδο υπάρχει μια έντονη κινητικότητα εκ μέρους της πολιτείας για να καλυφθούν οι ελλείψεις και παραλείψεις των προηγούμενων χρόνων.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η οργάνωση και δημιουργία γραφείων συνεδριακού τουρισμού σε εθνικό και τοπικό επίπεδο αποτελεί θεμέλιο λίθο της αποτελεσματικής προσπάθειας προβολής και προώθησης μίας χώρας ή μίας περιοχής ως συνεδριακού προορισμού στην έντονα ανταγωνιστική διεθνή αγορά των συνεδρίων καθώς και το ότι μέχρι σήμερα η χώρα μας δεν διαθέτει κανένα γραφείο συνεδρίων, εκτός από αυτό της Θεσσαλονίκης.

9.2.5. Προβλήματα διεξαγωγής συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα

Μερικοί από τους σημαντικότερους παράγοντες που στάθηκαν ανασταλτικοί για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα αποτελούν:

- Η μη ύπαρξη κατάλληλης υποδομής
- Η υπάρχουσα συγκοινωνία η οποία δεν καλύπτει ορισμένες περιοχές για την μετάβαση των συνέδρων και την εξυπηρέτηση αναγκών των πολιτών για μετακίνηση

- Δεν έχει δημιουργηθεί ακόμα ένας κατάλληλος χώρος ο οποίος θα αποτελεί συνεδριακό κέντρο δυναμικότητας από 10.000 έως και 15.000 άτομα στα μεγάλα αστικά κέντρα όπως Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Πάτρα
- Επίσης τα ξενοδοχεία στα μεγάλα αστικά κέντρα κυρίως πέντε αστέρων με συνεδριακές αίθουσες είναι λίγα σε αριθμό και έτσι πάλι δεν επαρκούν ώστε να φιλοξενήσουν ένα μεγάλο αριθμό συνεδριακών τουριστών.
- Τέλος είναι αντιληπτό πως για να μετατραπεί μια αίθουσα και να είναι κατάλληλη για την διεκπεραίωση των συνεδρίων χρειάζεται να επενδυθεί ένα αρκετά αξιόλογο πόσο καθώς επίσης αποτελεί και σπατάλη πολύτιμου χρόνου.

Λόγω των παραπάνω προβλημάτων τα μεγάλα διεθνή συνέδρια που γίνονται στην χώρα μας είναι ελάχιστα και ο ετήσιος αριθμός αυτών μονοψήφιος.

9.2.6. Προϋποθέσεις ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού

Ένας τουριστικός προορισμός μπορεί να θεωρηθεί κατάλληλος για φιλοξενία συνεδρίων όταν διαθέτει:

- Δημιουργία θεσμικού πλαισίου για πιστοποίηση των γραφείων τουρισμού που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων
- Ύπαρξη μη κερδοσκοπικού οργανισμού συνεδρίων και φιλοξενίας
- Έκδοση επαγγελματικού οδηγού με πληροφορίες για τα συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα της χώρας καθώς και ότι έχει σχέση με αυτά
- Δημιουργία βάσης δεδομένων, σε έντυπη αλλά και ηλεκτρονική μορφή, όπου θα παρουσιάζονται όλα τα στοιχεία που αφορούν τα συνέδρια
- Εκσυγχρονισμός υποδομών τουριστικών επιχειρήσεων
- Φυσικό και φιλικό περιβάλλον συνεδριακών χώρων
- Υψηλής ποιότητας ανθρωπογενές περιβάλλον (πολιτιστικό, ιστορικό, κοινωνικό)
- Υψηλής ποιότητας τουριστική υποδομή και ενδιαφέροντα τουριστικά σημεία που μπορούν να έλκουν τους επαγγελματίες- τουρίστες
- Κατάλληλη συνεδριακή υποδομή (εξοπλισμού, υλικοτεχνική, υποστηρικτική)
- Εγγυημένες υπηρεσίες ασφαλείας
- Κατάλληλο προσωπικό με δυνατότητες άσκηση συνεδριακού management¹⁵⁰
- Γεωγραφική θέση, με εύκολη διεθνή συγκοινωνιακή πρόσβαση
- Συγκοινωνιακή σύνδεση με το κέντρο της πόλης
- Επαρκείς θέσεις στάθμευσης
- Φυσικές ομορφιές, αξιοθέατα στην ευρύτερη περιοχή προσφέροντας την δυνατότητα διοργάνωσης εκδρομών και παράλληλων εκδηλώσεων

Επίσης, τα συνεδριακά κέντρα¹⁵¹ θα πρέπει να βρίσκονται σε κεντρικό σημείο, να συνδέονται συγκοινωνιακά με το κέντρο της πόλης με εύκολη συγκοινωνιακή πρόσβαση, να διαθέτουν

¹⁵⁰ Μ. Σφακιανάκης, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ. 122.

αρκετό χώρο στάθμευσης, ικανοποιητικό αριθμό καταλυμάτων και να περιβάλλονται όσο το δυνατόν περισσότερο γίνεται, από αξιοθέατα, ώστε να υπάρχει η δυνατότητα εκδρομών και εκδηλώσεων.

9.3. ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Αν οι επισκέπτες μιας έκθεσης πρέπει να ταξιδέψουν από τον τόπο που ζουν και εργάζονται, στον τόπο που γίνεται η έκθεση, τότε οι επισκέπτες αυτοί αποκτούν την τουριστική ιδιότητα και κάνουν εκθεσιακό τουρισμό.

Εκθεσιακός τουρισμός υφίσταται και για τους εκθέτες και τους συνοδούς τους, για τους οργανωτές των εκθέσεων και για το βοηθητικό προσωπικό, όταν μετακινούνται από τον τόπο διαμονής τους για να μεταβούν στον τόπο όπου γίνεται η έκθεση και στα περιθώρια της έκθεσης έχουν τουριστικές δραστηριότητες.¹⁵²

Οι εκθέσεις μπορεί να είναι γενικές ή κλαδικές και συνήθως πραγματοποιούνται σε περιόδους εκτός αιχμής, βοηθώντας έτσι στην άμβλυνση της εποχικότητας, που παρουσιάζουν πολλές τουριστικές περιοχές διεθνώς.

Στη χώρα μας, η μεγαλύτερη έκθεση που πραγματοποιείται, είναι εκείνη της Θεσσαλονίκης και έχει διεθνή χαρακτήρα. Έχει παρατηρηθεί ότι κατά τη διάρκειά της, ο πληθυσμός της πόλης σχεδόν διπλασιάζεται από τους επισκέπτες- τουρίστες.

Σκοπός όλων των εκθέσεων εμπορικών και μη, είναι να προκαλέσουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών τους για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Από τουριστικής πλευράς, η ύπαρξη πολλών επισκεπτών αυξάνει τη ζήτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

Διεθνώς η τάση για εκθεσιακό τουρισμό αυξάνεται συνεχώς. Για την ανάπτυξή του απαιτείται εκτός των άλλων, η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής και πιο συγκεκριμένα η δημιουργία σύγχρονων εκθεσιακών χώρων και τις απαραίτητες βοηθητικές εγκαταστάσεις, όπως ξενοδοχεία, εστιατόρια, καφετέριες, γραφεία εξυπηρέτησης επισκεπτών, χώρους στάθμευσης οχημάτων και άλλα.

Ο εκθεσιακός τουρισμός, σαν μορφή επαγγελματικού τουρισμού, θεωρείται τουρισμός με σημαντικά οικονομικά οφέλη και χρησιμοποιείται σαν εργαλείο marketing για την προώθηση των πωλήσεων και την επίτευξη πολλών επαγγελματικών επιδιώξεων.

Ο εκθεσιακός τουρισμός στην Ελλάδα, παρότι παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια μια σταθερή άνοδο, δεν παύει να υστερεί πολύ σε σχέση με τις εκθεσιακές εκδηλώσεις των άλλων ευρωπαϊκών χωρών και αυτό διότι έχει στη διάθεση του να διαχειριστεί πολύ μικρό αριθμό εκθεσιακών χώρων, δεν υπάρχει το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο και η τεχνογνωσία για την

¹⁵¹ Ως συνεδριακά κέντρα ορίζονται οι αίθουσες που αποτελούν τον πυρήνα του συνεδρίου και κατ' επέκταση του συνεδριακού τουρισμού. Πρόκειται για στεγασμένους χώρους συγκέντρωσης ατόμων, που καλύπτουν τις ανάγκες συνεδριακών και πολιτιστικών, κοινωνικών, εκθεσιακών, εμπορικών ή ψυχαγωγικών εκδηλώσεων σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο. Όλα όσα αφορούν τα συνεδριακά κέντρα, καθορίστηκαν με την υπ' αριθμό 23908/9/4/91 Κοινή Υπουργική Απόφαση που δημοσιεύτηκε στο υπ' αριθμό 208 φύλλο της Εφημερίδας της Κυβέρνησης, τεύχος Β και συμπληρώθηκε με διόρθωση στο ΦΕΚ 298/ τεύχος Β/5.5.91.

¹⁵² Μ. Σφακιανάκης, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ. 146-147.

ανάπτυξη του, αλλά ούτε και η απαραίτητη οργάνωση. Επίσης το επίπεδο της ποιότητας των χώρων είναι αρκετά χαμηλό, η προβολή των εκθέσεων δεν είναι ικανοποιητική ώστε να παρακινήσει το ενδιαφέρον των ανθρώπων και οι εκθεσιακοί χώροι εκλείπουν στην περιφέρεια.

9.4. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ

Κίνητρο είναι μια εσωτερική κατάσταση που ενεργοποιεί, δραστηριοποιεί ή υποκινεί ένα άτομο και το αναγκάζει να διαμορφώσει μια συμπεριφορά και να προβεί σε ενέργειες, που έχουν σκοπό την επίτευξη ενός επιθυμητού στόχου.¹⁵³

Ο τουρισμός κινήτρων, όπως προαναφέρθηκε, είναι η τουριστική μορφή που αφορά την προσφορά δωρεάν ταξιδίων από διάφορες εταιρείες και επιχειρήσεις προς τα στελέχη τους, σαν ένα είδος αμοιβής για την καλή τους απόδοση ή για να τους προτρέψουν να έχουν καλύτερη απόδοση στην εργασία τους.

Η ιδέα για παροχή κινήτρων στους υπαλλήλους μιας επιχείρησης, με σκοπό να αυξήσουν την παραγωγικότητα τους, ξεκίνησε το 1906, από μια εταιρία στην Νέα Υόρκη και έχει σημαντική απήχηση μέχρι και σήμερα. Έτσι, τα στελέχη των επιχειρήσεων, απαλλαγμένοι από τα έξοδα μεταφοράς, διαμονής και διατροφής, έχουν τη διάθεση να δαπανήσουν χρήματα για την ικανοποίηση των άλλων αναγκών που δημιουργούνται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, όπως η διασκέδαση, η αγορά αναμνηστικών και άλλα, αυξάνοντας την οικονομική απόδοση της τουριστικής αυτής μορφής.

Σήμερα, η τεχνική ενίσχυσης της παραγωγικότητας των στελεχών επιχειρήσεων και η επιβράβευση των καλύτερων με πολυτελή ταξίδια κινήτρων, αποτελούν τουρισμό με σημαντικά οικονομικά οφέλη για τις χώρες υποδοχής των τουριστών που θέλουν, αλλά και έχουν τις προϋποθέσεις να τον αναπτύξουν.

Ο τουρισμός κινήτρων αποτελεί ένα αποτελεσματικό μέσο του σύγχρονου μανάτζμεντ, που χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερο οι μεγάλες βιομηχανικές, εμπορικές και παροχής υπηρεσιών επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να αυξήσουν την παραγωγικότητα των εργαζομένων τους και κατ' επέκταση την ανταγωνιστικότητά τους στις αγορές του εσωτερικού και του εξωτερικού. Για να επιτευχθεί αυτό, οι εταιρείες προσφέρουν διάφορα κίνητρα στους εργαζομένους τους, μεταξύ των οποίων και ομαδικά τουριστικά πακέτα συνήθως σε τουριστικούς προορισμούς του εξωτερικού.

Αυτή η μορφή τουρισμού έχει κατά κανόνα περιορισμένη χρονική διάρκεια, 4 με 7 μέρες συνήθως. Σκοπός των οργανωτών ταξιδιού που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση του ταξιδιού, είναι να δώσει στο χρήστη την ευκαιρία να απολαύσει κάτι ξεχωριστό, το οποίο ο ίδιος δεν θα είχε τη δυνατότητα να ζήσει, αν έπρεπε να αγοράσει με δικά του χρήματα αυτό το τουριστικό πακέτο.

Τα οφέλη από τον τουρισμό κινήτρων είναι ότι έχει υψηλή κατά κεφαλήν δαπάνη, βοηθά στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, λειτουργεί σαν μέσο προβολής της περιοχής

¹⁵³ Μ. Σφακιανάκης, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000, σ. 149.

υποδοχής και είναι τουρισμός που η ροή του δεν ανακόπτεται από διάφορα γεγονότα, όπως οικονομικές υφέσεις ή εποχιακές κλιματολογικές μεταβολές.

Για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού, απαραίτητη προϋπόθεση είναι να προσφέρεται ένας τουριστικός προορισμός που να ξεχωρίζει από τους συνηθισμένους, δίνοντας έμφαση στην πολυτέλεια των εγκαταστάσεων και στην ατμόσφαιρα που δημιουργεί το περιβάλλον των ξενοδοχείων.

Στην παρούσα ενότητα θα παρουσιάσουμε κάποιες ακόμη εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που δεν είναι τόσο διαδεδομένες όσο οι μέχρι τώρα αναφερθέντες, αλλά παρ' όλα αυτά συναντώνται και οι τουρίστες αυτών αποτελούν μια σημαντική μειονότητα της τουριστικής κίνησης.

X. ΛΟΙΠΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

10.1. ΣΕΞΟΥΑΛΙΚΟΣ ή ΕΡΩΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Με τον όρο σεξουαλικό τουρισμό εννοούμε το ταξίδι που προγραμματίζεται με σκοπό τη φτηνή σεξουαλική συνεύρεση σε μια ξένη χώρα, με το sex να αποτελεί ουσιώδες συστατικό ή και αυτοσκοπό. Η σχέση μπορεί να είναι απλά μιας βραδιάς, αλλά συχνά, το ταίρι «νοιкиάζεται» για όλο το διάστημα παραμονής του σεξοτουρίστα στον προορισμό, ακόμη και εβδομάδα ολόκληρη.

Ήδη από τον Μεσαίωνα, οι ναυτικοί είχαν ερωτικές συνενυρέσεις με κατοίκους των ξένων χωρών που καταλάμβαναν. Ο Κολόμβος και το πλήρωμά του, έφεραν τη σύφιλη στο Νέο Κόσμο. Υπήρχαν επίσης τα δημοφιλή Grand Tours, τον 18ο και 19ο αιώνα. Σε εκείνα τα ταξίδια, άνδρες και γυναίκες ταξίδευαν για να αποκτήσουν πολιτιστικές εμπειρίες, που περιλάμβαναν ερωτικές συνενυρέσεις με νέα άτομα που γνώριζαν στη διαδρομή. Με την εξέλιξη των μεταφορών τον 19ο αιώνα, ο σεξουαλικός τουρισμός επεκτάθηκε σε όλο τον κόσμο. Οι χαμηλές τιμές του αγοραίου έρωτα στην Καραϊβική και την Αφρική προσέλκυσαν τους Ευρωπαίους. Αργότερα, οι Βρετανοί και στη συνέχεια οι Αμερικανοί με τις βάσεις τους, ήταν μια εύκολη λεία για την άνθηση της πορνείας στις χώρες εγκατάστασής τους. Σήμερα, ο σεξουαλικός τουρισμός αποτελεί μια ολόκληρη βιομηχανία με εκατομμύρια «εργάτες» και κέρδη πολλών εκατομμυρίων. Συχνά οι τουρίστες χρησιμοποιούν το άλλοθι ότι το πληρωμένο σεξ είναι ευκαιρία να βοηθήσουν τους φτωχούς κατοίκους να κερδίσουν λίγα χρήματα παραπάνω. Στην πλειονότητά τους, ωστόσο, οι «εργάτες» στη βιομηχανία του σεξ υφίστανται βία, σεξουαλική κακοποίηση, ασθένειες και φτώχεια.¹⁵⁴

Με το πέρασμα των χρόνων η Λατινική Αμερική και η Ανατολική Ασία έγιναν οι δημοφιλέστεροι προορισμοί. Οι άνδρες προτιμούν τις ασιατικές χώρες όπου μπορούν να βρουν πειθήνιες, περιποιητικές γυναίκες που δείχνουν να μην έχουν προβλήματα και ταμπού και σχεδόν πάντα χαμογελούν. Οι Αμερικανοί και Ευρωπαίοι βρίσκουν κοντά τους την

¹⁵⁴ <http://www.travelpassion.gr/adultraveller/698-sex-a-travel.html>

ευκαιρία να χαλαρώσουν και να νιώσουν πιο «άνδρες». Εν τω μεταξύ, οι Ευρωπαίες και Αμερικανές, αναζητούν μυώδεις, όμορφους άνδρες, που έχουν το χάρισμα του λόγου, λέγοντας εύκολα και με το δικό τους τρόπο κομπλιμέντα, αλλά και με τα «προσόντα» που υπόσχονται πολύ καλές ερωτικές βραδιές. Αυτά τα αγόρια τα βρίσκουν στην Καραϊβική, την Αφρική και τη Νότια Ευρώπη.

Οι γυναίκες που ταξιδεύουν για αναζήτηση σεξουαλικού συντρόφου είναι διαφορετική υπόθεση. Ενώ λοιπόν, οι άνδρες στρέφονται προς την Ασία, κυρίως, οι γυναίκες κατευθύνονται προς Καραϊβική, Νότια Ευρώπη και Αφρική. Κοινοί προορισμοί θα μπορούσαν να θεωρηθούν η Ταϊλάνδη, η Δομινικανή Δημοκρατία και η Κούβα.

Η γυναικεία και ανδρική πορνεία αλλά το τραγικότερο φαινόμενο της παιδικής πορνείας μαστίζουν πολλές χώρες ανά τον κόσμο. Σε όλες τις χώρες που παρατηρείται το φαινόμενο του σεξουαλικού τουρισμού, το βασικό στοιχείο είναι η εμπορευματοποίηση του έρωτα, καθώς με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται αύξηση του εισοδήματος των ντόπιων πληθυσμών. Σήμερα, πολλοί είναι οι τουρίστες που επιλέγουν το σεξουαλικό-ερωτικό τουρισμό προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ερωτικές τους ανάγκες και φαντασιώσεις, την επιθυμία που έχουν για γνωριμία ξένων ατόμων και την ανάπτυξη κάθε μορφής σχέσεων με άτομα που ανήκουν σε άλλα πολιτιστικά και κοινωνικά επίπεδα.

Πρόσφατα, φαινόμενα ερωτικού τουρισμού σημειώθηκαν και στην Κύπρο, τα οποία μάλιστα παρουσιάζουν τρομερή άνοδο, αφού εύποροι Τούρκοι επιχειρηματίες και φοιτητές ταξιδεύουν εκεί με σκοπό την ερωτική επαφή με γυναίκες-θύματα εμπόρων, με σκοπό την σεξουαλική εκμετάλλευση τους. Σύμφωνα δε, με έρευνα του Κέντρου μελετών Μεταναστευτικής Ταυτότητας και Δικαιωμάτων, για τους εμπόρους γυναικών το μόνο που έχει σημασία είναι τα χρήματα.¹⁵⁵

Η μορφή αυτή του τουρισμού κρίνεται απαράδεκτη καθώς προσβάλλει την ανθρώπινη αξιοπρέπεια, τις ανθρώπινες αξίες, τους κοινωνικούς θεσμούς ακόμη και την ιδέα του τουρισμού και απαξιώνει πλήρως την πραγματική αξία ενός τόπου προορισμού.

Σε μια προσπάθεια να καταπολεμηθεί ο παιδικός σεξοτουρισμός που εξαπλώνεται καθημερινά με καλπάζοντες ρυθμούς, διάφοροι οργανισμοί και κυρίως η UNICEF, έχουν ευαισθητοποιηθεί και μεριμνούν για την αντιμετώπιση του μεγάλου αυτού προβλήματος και την στήριξη των παιδιών που έχουν υποστεί σεξουαλική εκμετάλλευση. Σε συνεργασία μάλιστα, με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού και το Διεθνή Συνασπισμό για τον τερματισμό της παιδικής πορνείας και εμπορίας παιδιών για σεξουαλικούς σκοπούς έχει δημιουργήσει ένα κώδικα δεοντολογίας, ο οποίος προστατεύει τα παιδιά από την εμπορική σεξουαλική εκμετάλλευση και κακοποίηση.

Παράλληλα, πολλές είναι οι χώρες που θεσπίζουν νόμους για την καταπολέμηση του φαινομένου του σεξουαλικού τουρισμού και της παιδικής πορνείας, προσπαθώντας έτσι να ελέγξουν την πορνεία με νομοθετικές ρυθμίσεις, όμως δυστυχώς δεν σημειώνεται καμία σημαντική μείωση του προβλήματος. Τραγικό καθίσταται δε το γεγονός ότι αρκετές χώρες δεν ποινικοποιούν την ίδια την πορνεία αλλά κάποιες μόνο μορφές της, όπως το «ψάρεμα» πελατών.

¹⁵⁵ <http://www.e-radio.gr/blog/post.asp?uid=3168>

10.2. ΓΥΜΝΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ελάχιστα έχουν γραφτεί για το συγκεκριμένο είδος τουρισμού. Ο γυμνιστικός τουρισμός ή αλλιώς naturism tourism ή naturist tourism ή nudism tourism είναι ένα αμφιλεγόμενος θεσμός που κρίνεται απαράδεκτος από τους εκκλησιαστικούς κανόνες και τα ήθη και έθιμα και απορρίπτεται από όλες σχεδόν τις κοινωνικές τάξεις ενώ αντίθετα επικροτείται από διάφορες φιλελεύθερες οργανώσεις.

Παρακάτω θα αναλυθεί ο οργανωμένος γυμνιστικός τουρισμός, καθώς ο ανοργάνωτος είναι μια αυθαίρετη μορφή τουρισμού που να μην συμβαίνει, αλλά δε μπορεί να υπολογιστεί, να σχεδιαστεί ή να ληφθεί επιστημονικά υπ' όψιν.

Ξεκινώντας από το όνομα του γυμνιστικού τουρισμού, μπορούμε να τον προσεγγίσουμε με τον ορισμό των δύο λέξεων του. Ο όρος «γυμνισμός» και κοινωνική γυμνότητα ορίζεται γενικά ως η πρακτική της έκθεσης του γυμνού σώματος και σημαίνει ότι οι δραστηριότητες γίνονται σε μη σεξουαλικά ή οικογενειακά πλαίσια. Ένα κέντρο γυμνιστών (λέσχη, θέρετρο ή άλλη εγκατάσταση) είναι μια θέση όπου η γυμνότητα επιτρέπεται ανοιχτά.

Η φιλοσοφία των γυμνιστών βασίζεται στην ιδέα ότι το γυμνό σώμα πρέπει να είναι αποδεκτό, να είναι σεβαστό και να το χαϊρόμαστε. Πιστεύουν ότι η θέα του γυμνού σώματος δεν είναι ντροπή, δε διαφθείρει, δεν είναι υποτιμητική ή επικίνδυνη. Δεν θεωρούν ότι η συνεύρεση γυμνών ανθρώπων είναι κάτι το ανήθικο και υποστηρίζουν ότι η γύμνια είναι μια υγιής φυσική και αγνή κατάσταση αφού γεννηθήκαμε γυμνοί.

Το μοντέρνο κίνημα του γυμνισμού είναι μια αναβίωση των αρχαίων εθίμων που ήταν κυρίαρχα σε μεγάλο μέρος του κόσμου. Τη σημερινή εποχή μόνο μερικές απομονωμένες φυλές συνεχίζουν την πρακτική της γύμνιας με λίγα ή ακόμη και καθόλου ρούχα.

Ο γυμνισμός δεν θα πρέπει να συγχέεται με την επιθυμία κάποιου να δει άλλους γυμνούς για σεξουαλικούς λόγους (ηδονοβλεψίας) ή με την επιθυμία κάποιου να τον δουν γυμνό για σεξουαλικούς λόγους (επιδειξίας). Πολλοί άνθρωποι πιστεύουν ότι με το να είναι γυμνοί γίνονται πιο αποδεκτοί από τους άλλους για αυτό που είναι, τόσο σωματικά όσο πνευματικά και συναισθηματικά. Χωρίς ρούχα η κοινωνική τάξη του καθενός δεν είναι άμεσα ορατή.

Ο γυμνιστικός τουρισμός παρόλο το αίσθημα της ελευθερίας του γυμνού σώματος, διέπεται από ορισμένους κανόνες. Αυτοί οι κανόνες θεσπίστηκαν από γυμνιστικούς διεθνείς συλλόγους για την ανάγκη προστασίας των επιχειρήσεων αλλά και των πελατών της. (Οι πιο γνωστοί σύλλογοι παγκοσμίως είναι δύο, στην Ευρώπη ο INF-FNI (International Naturist Federation) και στην Αμερική ο AANR (American Association for Nude Recreation)).

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο του γυμνιστικού τουρισμού, συχνά χαρακτηρίζονται ως FKK επιχειρήσεις. (Ο όρος βγαίνει από τη γερμανική λέξη Freikorperkultur, που στα αγγλικά μεταφράζεται ως “Free Body Culture” δηλαδή φιλοσοφία του γυμνού σώματος). Αυτός ο όρος ξεκίνησε τη δεκαετία του 1980 όταν το γερμανικό κίνημα Freikorperkultu κατάφερε να καταργήσει πολλές απαγορεύσεις που υπήρχαν μέχρι τότε στη Γερμανία, για τη γύμνια. Θεωρήθηκε μια μεγάλη κατάκτηση δικαιωμάτων από τους γυμνιστές παγκοσμίως και ο όρος FKK υιοθετήθηκε από τον κόσμο των γυμνιστών. Σήμερα ο όρος FKK, χρησιμοποιείται συνήθως για το χαρακτηρισμό γυμνιστικής επιχείρησης,

πάρκου, λίμνης κ.α. και ο αγγλικός του όρος είναι “clothes optional” που σε ελεύθερη μετάφραση σημαίνει « τα ρούχα είναι προαιρετικά».

Στις τουριστικές γυμνιστικές επιχειρήσει συνήθως συναντάμε τις παρακάτω μορφές:

- Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις
- Τουριστικά Θέρετρα
- Τουριστικά καταλύματα, ξενώνες, καταφύγια κ.α.
- Κάμπινγκ
- Ιαματικά κέντρα
- Κρουαζιέρες
- Τουριστικά πρακτορεία που διοργανώνουν γυμνιστικές εκδρομές, τουριστικά πακέτα, συνέδρια κ.α.
- Οργανωμένα γυμνιστικά events (γυμνή ποδηλατοδρομία, ιππασία, γυμνός μαραθώνιος κ.α.)
- Γυμνιστικοί σύλλογοι, Clubs κ.α.
- Αεροπορικές εταιρίες (με τη διοργάνωση γυμνών πτήσεων κ.α.)
- Επιχειρήσεις άλλων ειδών που χαρακτηρίζονται από τον νόμο, ως τουριστικές επιχειρήσεις και προωθούν τον γυμνιστικό τουρισμό

Όπως και στις υπόλοιπες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, έτσι και ο γυμνιστικός τουρισμός έχει δημιουργήσει κάποιους κορυφαίους προορισμούς, όπως η νότια Γαλλία, η νότια Ισπανία, η Καραϊβική, η νότια ΗΠΑ, η Κροατία κ.α.

10.2.1. Προφίλ γυμνιστή τουρίστα

Από έρευνες που έχουν γίνει στο εξωτερικό, ο γυμνιστής τουρίστας είναι μεσαίου προς υψηλού εισοδήματος και εκπαίδευσης άτομο,, Συναντούμε επίσης και πολλές οικογένειες γυμνιστών.

Η τελευταία τάση που έχει δημιουργηθεί στους γυμνιστές είναι το γεγονός ότι πολλοί από τους γυμνιστές είναι μέσης προς τρίτης ηλικίας άτομα. Έτσι οι νεότεροι γυμνιστές άρχισαν να οργανώνονται σε ομάδες που τις ονομάζουν young nudists ή youth nudism, κ.λπ. Στη Βρετανία όπως και στις ΗΠΑ πολλοί νέοι γυμνιστές δημιουργούν ντοκιμαντέρ, ιστοσελίδες, forums, για την απομυθοποίηση του νεανικού γυμνισμού και την αποσύνδεσή του από κάθε είδους σεξουαλικές δραστηριότητες (χωρίς όμως να θίγουν τη σεξουαλικότητα του ατόμου ή να την λογοκρίνουν).

Ολοένα και αυξάνεται η τάση του νεανικού γυμνισμού, ενώ οι μεγαλύτερης ηλικίας γυμνιστές, στηρίζουν τις προσπάθειες αυτές (είτε προτρέποντας τα παιδιά τους να γίνουν μέλη σ'αυτές, είτε παραχωρώντας τμήματα των διαφόρων naturist clubs που συχνάζουν για τους νέους) οικονομικά και οργανωτικά (με τις εμπειρίες τους, τις συμβουλές τους και το “know how” τους).

Παρόλο που υπάρχουν πολλοί πολέμιοι του γυμνιστικού κινήματος και μερικά πασίγνωστα θέρετρα τους (resorts), όπως το cap d'agde, άρχισαν να ξεφεύγουν, με τα διάφορα

σεξουαλικά σκάνδαλα τους, από τα ιδεώδη και τους κανόνες του γυμνιστικού τουρισμού, το κίνημα ολοένα και αυξάνεται και αρχίζει να δραστηριοποιείται σε όλες τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού (πέρα από αυτές που προϋποθέτουν το στοιχείο “θάλασσα”), όπως γυμνιστική ορειβασία, γυμνιστική άσκηση στην φύση, κ.α.

10.2.2. Ιστορική Αναδρομή

Η πρώτη εμφάνιση του γυμνισμού, στη Γερμανία, στις αρχές του 20ού αιώνα, συνέπεσε με μια ανταρσία κατά των αυστηρών ηθών του τέλους του 19ου αιώνα. Ο γυμνισμός εξαπλώθηκε στην Ευρώπη μετά τον Α΄ Παγκόσμιο πόλεμο και καθιερώθηκε στη Βόρεια Αμερική κατά τη δεκαετία του 1930.

Ως κοινωνική κίνηση ο γυμνισμός εμφανίζεται στα τέλη του περασμένου και στις αρχές του 20ου αιώνα. Επικεφαλής του κινήματος αυτού ήταν ο γερμανός καθηγητής Τσιμμερμαν που πρώτος διακήρυξε επίσημα, τις αρχές του γυμνισμού και κίνησε πρακτικά τους πρώτους ομίλους γυμνιστών που λειτούργησαν. Από θεωρητική άποψη, η βάση του γυμνισμού είναι ιατρική. Από πολύ παλιά, οι γιατροί είχαν επισημάνει τις ευεργετικές επιδράσεις του ήλιου και του ατμοσφαιρικού αέρα στο ανθρώπινο σώμα και συνιστούσαν ένα είδος γυμνισμού ως θεραπευτική αγωγή. Μέσα σ’ αυτά τα πλαίσια εντάσσεται και η λουτροθεραπεία στη θάλασσα, όπου ο άνθρωπος σχεδόν γυμνώνεται για να εκθέσει το ασώματου στο θαλασσινό νερό, στον ήλιο και στον ατμοσφαιρικό αέρα. Σήμερα, όλος ο κόσμος ακόμα και οι πιο συντηρητικοί, αποδέχτηκε τα θαλασσινά λουτρά με τη σχετική γύμνωση του σώματος ως αναγκαίο θεραπευτικό μέσο και μέσο δυναμώσεως και σκληραγώγησης του ανθρώπινου σώματος. Ο Τσιμμερμαν ίδρυσε σύλλογο γυμνιστών και βρήκε μέρος (στρατόπεδο) όπου ζούσαν οι γυμνιστές τους καλοκαιρινούς μήνες χωρίς να προκαλούν τη δημόσια αιδώ. Στην αρχή, η αντίδραση στο γυμνισμό ήταν έντονη, ιδιαίτερα από την πλευρά της Εκκλησίας.

10.2.3. Η ελληνική πραγματικότητα

Στην Ελλάδα συναντάμε τον γυμνισμό από την αρχαία Ελλάδα (δημόσιο γυμνισμό, αθλητικό γυμνισμό, κ.λπ.), μετά χάνεται και ξανά-εμφανίζεται στις αρχές της δεκαετίας του ’40. Στη σύγχρονη ελληνική νομοθεσία περί ίδρυσης και λειτουργίας τουριστικών κέντρων παραθερισμού γυμνιστών (ΚΠΓ), ισχύει (εν έτη 2013) ο νόμος που ψηφίστηκε το 1983 και δημοσιεύθηκε στο ΦΕΚ 718 στις 13 Δεκεμβρίου 1983. Πολλές δράσεις έχουν γίνει έκτοτε για την τροποποίηση ή και κατάργηση αυτού του νόμου, χωρίς όμως κανένα αποτέλεσμα. Παράνομα γυμνιστικά κέντρα υπήρχαν από πολύ νωρίς, αλλά σήμερα τα σπουδαιότερα νόμιμα πλέον κέντρα, είναι αυτά της Κέρκυρας, της Ερμιόνης, της Μυκόνου της Αντιπάρου κ.α.¹⁵⁶

Από απόψεως μεγέθους, ο γυμνιστικός τουρισμός είναι μια πολύ μικρή μορφή τουρισμού, με έντονο τον εποχικό χαρακτήρα, καθώς αναπτύσσεται μόνο το καλοκαίρι, η πελατεία του δεν έχει επαφή με τον ντόπιο πληθυσμό και αρκείται στη διαβίωση μέσα σε μια κλειστή

¹⁵⁶ http://traveldailynews.gr/columns/article/2308?fb_ref=.T3FkMxBM-08.like&fb_source=home_multiline

γυμνιστική κοινωνία και στην αναβίωση της «προ οφικής» περιόδου της ζωής του Αδάμ και της Εύας.¹⁵⁷

10.3. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΚΑΖΙΝΩΝ

Ο τουρισμός Καζίνων στην χώρα μας ουσιαστικά δεν υπάρχει. Παρ' όλο που η Ελλάδα διαθέτει αυτή τη στιγμή εννέα καζίνο και ίσως στο μέλλον ιδρυθούν περισσότερα, όλοι αυτοί που συρρέουν καθημερινά σε αυτά τα καζίνο για να θυσιάσουν ολόκληρες περιουσίες, δεν θεωρείται ότι κάνουν τουρισμό. Κάνουν κατά κύριο λόγο νυχτερινές εκδρομές, ικανοποιώντας τις ανάγκες τους για παιχνίδι, με την ελπίδα του κέρδους, μέσα σε ένα κοσμοπολίτικο περιβάλλον πολυτέλειας και υψηλής ποιότητας.

Παράλληλα και οι ξένοι τουρίστες που μπορεί να επισκέπτονται τα καζίνο της χώρας μας κατά την παραμονή τους στην Ελλάδα, δεν θεωρείται ότι κάνουν τουρισμό καζίνο, καθώς η επίσκεψη τους αποτελεί μέρος μιας προγραμματισμένης τουριστικής δραστηριότητας.

Αντιθέτως, σε αρκετές χώρες του εξωτερικού ανθεί αυτό το είδος τουρισμού καθώς θεωρείται η πιο συναλλαγματοφόρα μορφή τουρισμού για τις χώρες υποδοχής. Χαρακτηριστικό των τουριστών αυτής της μορφής είναι το αρκετά υψηλό εισόδημα, στοιχείο που τους ωθεί κιόλας να σπαταλήσουν ανούσια τα χρήματά τους, μη ξέροντας τι να τα κάνουν.¹⁵⁸

10.4. ΚΟΣΜΟΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ή ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ JET SET

Με τον ορισμό “Jet Set” αποκαλούμε το διεθνές κοινωνικό γκρουπ των πολύ πλούσιων ανθρώπων (μεγιστάνες του πλούτου, εφοπλιστές, αριστοκράτες) που συχνάζουν σε τουριστικά θέρετρα.

Σύνηθες φαινόμενο γι' αυτά τα άτομα είναι να κινούνται εκτός του κανονικού τουριστικού κυκλώματος καθώς χρησιμοποιούν τα δικά τους μέσα συγκοινωνιών (ιδιωτικά αεροπλάνα, θαλαμηγούς, λιμουζίνες κ.α.) και τα δικά τους καταλύματα (βίλες, επαύλειες, σαλέ κ.α.) και διαθέτουν και ειδικό προσωπικό διατροφής και καθαριότητας. Όταν αυτό το γκρουπ ατόμων αποφασίσει να κινηθεί μέσα στο τουριστικό κύκλωμα, διαμένει σε υπερπολυτελή ξενοδοχεία, έχει αρκετά υψηλές απαιτήσεις, κάνει έντονη κοσμοπολίτικη ζωή και γενικά χαρακτηρίζεται ως πολύ δύσκολη πελατεία αφού ξοδεύει πάρα πολλά χρήματα.

Επίσης, να σημειωθεί ότι ο κύκλος γνωριμιών τους είναι μεγάλος, ο ένας γνωρίζει καλά τον άλλο και κανονίζουν να συναντιούνται ομαδικά σε ακριβά τουριστικά θέρετρα, άγνωστα ή απροσπέλαστα για το ευρύ κοινό, στα οποία συνηθίζουν να διεξάγουν χλιδάτα και πολυδάπανα parties.

Για να αναπτυχθεί ο κοσμοπολίτικος τουρισμός, τον οποίο πολλοί τουριστικοί προορισμοί επιθυμούν να αναπτύξουν για καθαρά οικονομικούς λόγους, εκτός από την κατάλληλη

¹⁵⁷ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. ΕΛΛΗΝ, σ. 314.

¹⁵⁸ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. ΕΛΛΗΝ, σ. 315.

υποδομή, απαιτείται και η καταξίωση του τουριστικού προορισμού στη συνείδηση της αριστοκρατίας και των μεγιστάνων του πλούτου σαν τόπος κοσμοπολίτικου τουρισμού κάτι το οποίο δεν είναι πάντα εφικτό και απαιτεί συνεχή και έντονη προσπάθεια μα πάνω από όλα μακριά περιθώρια χρόνου και αναμονής.

10.5. ΕΠΙΛΕΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η συνειδητοποίηση των τουριστικών επιχειρηματιών αλλά και των πολιτικών εξουσιών των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, ότι η ικανοποιητική απόδοση του κεφαλαίου που έχουν επενδύσει στην τουριστική οικονομία γίνεται με το πέρασμα του χρόνου ολοένα και πιο δύσκολη, όταν εξαρτώνται μόνο από το παραδοσιακό τουριστικό πακέτο και μάλιστα σε μια εποχή που οι tour operators πιέζουν συνεχώς για χαμηλότερες τιμές, οδήγησε στην ωρίμανση της ιδέας για την ανάπτυξη του επιλεκτικού τουρισμού.

Ο επιλεκτικός τουρισμός πραγματοποιείται κατά κανόνα από άτομα υψηλής εισοδηματικής στάθμης που, όπως μπορεί να συμπεράνει κανείς, όχι μόνο θέλουν αλλά και μπορούν να ξοδέψουν μεγάλα ποσά για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών. Τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως μεμονωμένα, δηλαδή κάνουν ατομικό τουρισμό, που σημαίνει ότι είτε αγοράζουν ατομικά πακέτα ΙΤ (individual exclusive tours) είτε τα φτιάχνουν όπως αυτοί ακριβώς θέλουν, έτσι ώστε να ικανοποιούνται κατά τον καλύτερο τρόπο οι τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, είτε δεν αγοράζουν καθόλου τουριστικά πακέτα, που σημαίνει ότι αγοράζουν τις διάφορες τουριστικές υπηρεσίες μεμονωμένα. Τα άτομα που κάνουν επιλεκτικό τουρισμό μπορεί να ξοδεύουν πολλά χρήματα για την ικανοποίηση των αναγκών ή επιθυμιών, αλλά ταυτόχρονα είναι και απαιτητικά.

Συγκεκριμένα έχουν την απαίτηση τα χρήματα που ξοδεύουν για την αγορά τουριστικών προϊόντων να τους προσφέρουν τουλάχιστον την ικανοποίηση ή την ωφέλεια ή την χρησιμότητα που προσδοκούν.

Χαρακτηριστικό της κατηγορίας των επιλεκτικών και των κοσμοπολίτικων τουριστών, είναι το σύμπλεγμα Veblen (σύμφωνα με τον Αμερικανό κοινωνιολόγο και οικονομολόγο συγγραφέα του βιβλίου « Η θεωρία της τάξης των πλουσίων», Thorstein Veblen), στο οποίο οι τουρίστες παρουσιάζουν τα παρακάτω κοινά χαρακτηριστικά:

- Καταναλώνουν επιδεικτικά
- Γευματίζουν σε πανάκριβα εστιατόρια
- Μένουν σε υπερπολυτελή ξενοδοχεία
- Φοράνε πανάκριβα ρούχα
- Οδηγούν πολύ ακριβά αυτοκίνητα που έχουν την οικονομική δυνατότητα να οδηγούν μόνο οι πλούσιοι
- Κάνουν εξεζητημένες καταναλωτικές πράξεις
- Μιμούνται τους πλουσιότερους από αυτούς
- Επιδιώκουν τη δημοσιότητα
- Γίνονται μέλη σε ιδιωτικές λέσχες πλουσίων
- Είναι λάτρεις της κατάχρησης (οικονομικής, ουσιών κ.α.)

Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του επιλεκτικού τουρισμού είναι η χώρα υποδοχής και φιλοξενίας αυτής της κατηγορίας τουριστών να δημιουργήσει την κατάλληλη υποδομή, δηλαδή ξενοδοχεία πέντε και τεσσάρων αστέρων με πολλούς συμπληρωματικούς χώρους, υψηλής ποιοτικής στάθμης σέρβις, νυκτερινή ζωή, καλλιτεχνική κίνηση, αναπτυσσόμενη αγορά, μουσεία, πινακοθήκες, καλό συγκοινωνιακό δίκτυο, άνετα μεταφορικά μέσα, καθαρό περιβάλλον κ.α.¹⁵⁹

10.6. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΑΚΙΔΙΟΥΧΩΝ

Στο άλλο άκρο της εισοδηματική κλίμακας των τουριστών του κοσμοπολίτικου και του επιλεκτικού τουρισμού, βρίσκονται οι τουρίστες του σακιδίου, οι οποίοι στην πλειονότητα τους είναι φτωχοί, νεαροί σε ηλικία που με ένα σακίδιο στην πλάτη, με τα απαραίτητα για επιβίωση υπάρχοντα, γυρίζουν τον κόσμο, κάνοντας όσο το δυνατόν φθηνότερες διακοπές γίνεται και αποκτούν εμπειρίες.

Συχνά αυτή η ομάδα ατόμων κατηγορείται ότι είναι άτομα περιθωριακά, με τάσεις αλκοολισμού και αρκετά ελαφρών ηθών, σε σημείο που πολλές τουριστικές χώρες, αποπειράθηκαν να απαγορεύσουν νομοθετικά την είσοδο σε αυτό το είδος τουριστών που δεν τους προσδίδει κανένα οικονομικό όφελος. Στην πραγματικότητα όμως, οι τουρίστες σακιδίων στην εποχή μας, είναι κανονικοί τουρίστες, άξιοι σεβασμού και φιλοξενίας όπως όλοι οι τουρίστες, και δαπανούν όσα χρήματα έχουν δυνατότητα να δαπανήσουν.

Ο τουρισμός των σακιδιούχων είναι μια από τις μη καταναλωτικές μορφές τουρισμού, κατά τις οποίες οι τουρίστες δαπανούν από λίγα έως καθόλου χρήματα. Τέτοιου είδους μορφές μπορεί να θεωρηθούν ο περιπατητικός, ο κυνηγετικός, ο τουρισμός παρατήρησης της χλωρίδας και της πανίδας, ο τουρισμός άγριας ζωής κ.α. αν και εφόσον οι τουρίστες κινούνται εκτός του τουριστικού κυκλώματος και αντιμετωπίζουν τις ανάγκες ταξιδιού, διαμονής και διατροφής με τα δικά τους μέσα.¹⁶⁰

10.7. ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο χρονομεριστικός τουρισμός στηρίζεται στην αρχή της πώλησης του δικαιώματος χρήσης ορισμένων ημερών ή εβδομάδων σε ένα ξενοδοχείο ή ένα συγκρότημα διαμερισμάτων την ίδια χρονική περίοδο του έτους κάθε χρόνο.¹⁶¹ Ένας δυνητικός τουρίστας αγοράζει από μια εταιρία Time Sharing (με συμβολαιογραφική πράξη) το δικαίωμα να χρησιμοποιεί ένα κατάλυμα σε ένα ξενοδοχείο (συνήθως ένα studio) ή σε ένα συγκρότημα διαμερισμάτων, για τη διαμονή του κατά τη διάρκεια των διακοπών του, για ορισμένες μόνο ημέρες ή εβδομάδες (συνήθως 15 ημέρες) σε ορισμένη εποχή του έτους και για ορισμένα χρόνια. Το δικαίωμα αυτό ονομάζεται και μερίδιο TS και μεταπωλείται, ενοικιάζεται και κληροδοτείται όπως τα ακίνητα.

¹⁵⁹ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. ΕΛΛΗΝ, σ. 311-312.

¹⁶⁰ Μ. Σφακιανάκης, *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. ΕΛΛΗΝ, σ. 312-313.

¹⁶¹ <http://www.tjnews.gr/?p=2914>

Αποτελεί αναμφίβολα την ταχύτερα αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού σήμερα. Με ρυθμό ανάπτυξης 30% περίπου το χρόνο, οι χρονομεριστικές διακοπές πιστεύεται βάσιμα ότι θα αποτελέσουν μελλοντικά ότι ήταν το οργανωμένο τουριστικό πακέτο για τη δεκαετία του '50. Ο πρωτοποριακός αυτός θεσμός δίνει την λύση στον «κορεσμένο» τουρίστα του τουριστικού πακέτου, που απαιτητικός όσο ποτέ άλλοτε σήμερα αναζητά υψηλή ποιότητα τουριστικών υπηρεσιών στις διακοπές του.

Η υπερσύγχρονη αυτή μορφή τουρισμού, που έχει κατά κανόνα πελατεία μέσης και υψηλής εισοδηματικής στάθμης, βασίζεται στην αρχή της πώλησης του δικαιώματος χρήσης ορισμένων ημερών ή εβδομάδων σε ένα ξενοδοχείο ή σε ένα συγκρότημα διαμερισμάτων την ίδια χρονική περίοδο κάθε χρόνο. Επειδή όμως είναι πολύ φυσικό ο αγοραστής του δικαιώματος αυτού να αρχίσει γρήγορα να κουράζεται με την ιδέα της επιστροφής στο ίδιο μέρος, στο ίδιο ξενοδοχείο ή συγκρότημα διαμερισμάτων, την ίδια χρονική περίοδο κάθε χρόνο, οδηγήθηκε εκ των πραγμάτων να επιδιώξει την ανάπτυξη δικτύων ανταλλαγής παρόμοιων δικαιωμάτων. Και τελικά το πέτυχε. Έτσι λοιπόν μπορεί πια σήμερα να ανταλλάξει κανείς το δικαίωμα χρήσης που έχει αγοράσει σε ένα ξενοδοχείο ή σε ένα συγκρότημα διαμερισμάτων για ορισμένο χρονικό διάστημα κάθε χρόνο, με παρόμοιο δικαίωμα χρήσης άλλου αγοραστή σε ξενοδοχείο ή συγκρότημα διαμερισμάτων όχι μόνο σε άλλη περιοχή αλλά και σε άλλη χώρα. Επίσης μπορεί να το πουλήσει, να το νοικιάσει ή να το κληροδοτήσει όπως ακριβώς συμβαίνει με τα άλλα ακίνητα.

Ειδικότερα σε ότι αφορά τα ξενοδοχεία, θα πρέπει να ειπωθεί ότι πολλά από αυτά έχουν αρχίσει να συνειδητοποιούν ότι ο χρονομεριστικός τουρισμός μπορεί να τους εξασφαλίσει πέρα από την αρχική εισροή κεφαλαίων, ένα σταθερό εισόδημα και μια σταθερή πληρότητα με τουρίστες κατά κανόνα μέσης και υψηλής εισοδηματικής στάθμης. Να σημειωθεί ότι σήμερα υπολογίζεται να υπάρχουν σε όλο τον κόσμο πάνω από 3 εκατομμύρια ιδιοκτήτες μεριδίων TS, που στην πράξη αντιπροσωπεύουν 9 εκατομμύρια τουρίστες, αριθμός που παρουσιάζει μεγάλη ετήσια αύξηση, που κατατάσσει το χρονομεριστικό τουρισμό στις ταχύτερα αναπτυσσόμενες μορφές τουρισμού.

10.8. ΘΕΣΜΟΣ ΑΝΤΑΛΛΑΓΗΣ ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ

Η οικονομική ύφεση προκαλεί αναπόφευκτα τον προβληματισμό σε πολλές οικογένειες για το κόστος των διακοπών τους. Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), το καλοκαίρι του 2013 οι διανυκτερεύσεις των Ελλήνων στη χώρα κατέγραψαν σημαντική μείωση που σε ορισμένες περιπτώσεις ξεπερνά το 20%, ενώ η ανησυχία για το μέλλον οδηγεί πολλούς που θέλουν να κάνουν διακοπές, αν δεν μειώσουν τον χρόνο παραμονής τους, να φιλοξενούνται σε συγγενικά ή φιλικά σπίτια προκειμένου να ελαχιστοποιήσουν τις δαπάνες τους. Λίγοι πάλι δοκίμασαν την εναλλακτική του «να κάνεις διακοπές στο σπίτι κάποιου άλλου». Ωστόσο ο αριθμός όσων επιζητούν μια αλλαγή σκηνικού που δεν περιλαμβάνει ξενοδοχεία αυξάνεται και σε αυτό συμβάλλει η περίοδος οικονομικής ανασφάλειας.

Η ανταλλαγή κατοικίας (Home Exchange) δεν είναι καινούργιο φαινόμενο. Στο εξωτερικό υπάρχουν πολλές οργανώσεις, ενώ η διεθνής οργάνωση Intervac που δραστηριοποιείται και στην Ελλάδα λειτουργεί από το 1953. Υπάρχει ωστόσο πληθώρα εναλλακτικών στο

Διαδίκτυο, όπως το HomeExchange. com που ιδρύθηκε το 1992 και, έχοντας συγκεντρώσει 28.000 καταχωρίσεις ως σήμερα, θεωρείται το μεγαλύτερο κέντρο ανταλλαγής κατοικίας.

Η αρχική επαφή γίνεται μέσα από τα sites με e-mail, ενώ ακολουθεί τηλεφωνική επικοινωνία μεταξύ των ενδιαφερομένων για λεπτομερέστερη διερεύνηση. Εξάλλου όσοι κάνουν ανταλλαγές κατοικιών μιλάνε με αρκετούς ενδιαφερομένους προτού κάνουν την τελική επιλογή, αφού υπάρχουν μια σειρά θέματα που χρειάζονται διερεύνηση (τοποθεσία, κατάσταση σπιτιού, θέματα συντήρησης κ.ά.).

Παρ' ότι η πρακτική έχει αποκτήσει πιστούς θαυμαστές οι οποίοι αργότερα δυσκολεύονται ιδιαίτερα να πληρώσουν για διαμονή σε ξενοδοχείο, αντιμετωπίζεται ως παρακινδυνευμένη για όσους δεν την έχουν δοκιμάσει. Το ενδεχόμενο φθοράς του σπιτιού ή της απώλειας αντικειμένων είναι ένας από τους λόγους για τους οποίους λειτουργεί αποτρεπτικά. Για τον λόγο αυτόν τα διαδικτυακά sites ανταλλαγής προτείνουν στους ενδιαφερομένους να κάνουν μια συνεννόηση μεταξύ τους από πριν.

Σε περίπτωση που συμβεί κάποιο ατύχημα, αν δεν είναι σε θέση να το λύσουν, υπάρχουν φόρμες αξιολόγησης που συμπληρώνονται από τον καθέναν ή ακόμη μπορεί ο υπεύθυνος της οργάνωσης σε κάθε χώρα να ενημερωθεί για τη διαμαρτυρία και να αποβάλει το μέλος που έχει προκαλέσει κάποια ζημιά. Υπάρχει, από την άλλη, και η δυνατότητα ασφάλισης του σπιτιού.¹⁶²

¹⁶² <http://www.tovima.gr/finance/finance-business/article/?aid=291962>

Γ' ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο -ΕΝΟΤΗΤΑ 1-

ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΔΙΑΚΗΡΥΞΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ – ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ

I. ΟΙΚΟΥΜΕΝΙΚΗ ΔΙΑΚΗΡΥΞΗ ΤΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ

Η **Οικουμενική Διακήρυξη για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα** είναι μια διακήρυξη που υιοθετήθηκε από τη Γενική Συνέλευση του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (10 Δεκεμβρίου 1948), περιγράφοντας την άποψή τους για τα βασικά ανθρώπινα δικαιώματα. Παρ' όλο που δεν είναι νομικά δεσμευτικό έγγραφο, έγινε η βάση για δύο νομικές συνθήκες, το Διεθνές Σύμφωνο για τα Ατομικά και Πολιτικά Δικαιώματα και το Διεθνές Σύμφωνο για τα Οικονομικά, Κοινωνικά και Πολιτιστικά Δικαιώματα. Συνεχίζει να αναφέρεται από ακαδημαϊκούς, νομικούς και συνταγματικά δικαστήρια.

Διακηρύσσει ότι η παρούσα Οικουμενική Διακήρυξη των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου αποτελεί το κοινό ιδανικό στο οποίο πρέπει να κατατείνουν όλοι οι λαοί και όλα τα έθνη, έτσι ώστε κάθε άτομο και κάθε όργανο της κοινωνίας, με τη Διακήρυξη αυτή διαρκώς στη σκέψη, να καταβάλλει, με τη διδασκαλία και την παιδεία, κάθε προσπάθεια για να αναπτυχθεί ο σεβασμός των δικαιωμάτων και των ελευθεριών αυτών, και να εξασφαλιστεί προοδευτικά, με εσωτερικά και διεθνή μέσα, η παγκόσμια και αποτελεσματική εφαρμογή τους, τόσο ανάμεσα στους λαούς των ίδιων των κρατών μελών όσο και ανάμεσα στους πληθυσμούς χωρών που βρίσκονται στη δικαιοδοσία τους.

Πιο αναλυτικά, μέσα από τα άρθρα της αναφέρεται στα εξής:

ΑΡΘΡΟ 1 : Όλοι οι άνθρωποι γεννιούνται ελεύθεροι και ίσοι στην αξιοπρέπεια και τα δικαιώματα. Είναι προικισμένοι με λογική και συνείδηση, και οφείλουν να συμπεριφέρονται μεταξύ τους με πνεύμα αδελφοσύνης.

ΑΡΘΡΟ 2: Κάθε άνθρωπος δικαιούται να επικαλείται όλα τα δικαιώματα και όλες τις ελευθερίες που προκηρύσσει η παρούσα Διακήρυξη, χωρίς καμία απολύτως διάκριση, ειδικότερα ως προς τη φυλή, το χρώμα, το φύλο, τη γλώσσα, τις θρησκείες, τις πολιτικές ή οποιοσδήποτε άλλες πεποιθήσεις, την εθνική ή κοινωνική καταγωγή, την περιουσία, τη γέννηση ή οποιαδήποτε άλλη κατάσταση. Δεν θα μπορεί ακόμα να γίνεται καμία διάκριση εξαιτίας του πολιτικού, νομικού ή διεθνούς καθεστώτος της χώρας από την οποία προέρχεται κανείς, είτε πρόκειται για χώρα ή εδαφική περιοχή ανεξάρτητη, υπό κηδεμονία ή υπεξουσία, ή που βρίσκεται υπό οποιονδήποτε άλλον περιορισμό κυριαρχίας.

ΑΡΘΡΟ 3: Κάθε άτομο έχει δικαίωμα στη ζωή, την ελευθερία και την προσωπική του ασφάλεια.

ΑΡΘΡΟ 4: Κανείς δεν επιτρέπεται να ζει υπό καθεστώς δουλείας, ολικής ή μερικής. Η δουλεία και το δουλεμπόριο υπό οποιαδήποτε μορφή απαγορεύονται.

ΑΡΘΡΟ 5: Κανείς δεν επιτρέπεται να υποβάλλεται σε βασανιστήρια ούτε σε ποινή ή μεταχείριση σκληρή, απάνθρωπη ή ταπεινωτική.

ΑΡΘΡΟ 6: Καθένας, όπου και αν βρίσκεται, έχει δικαίωμα στην αναγνώριση της νομικής του προσωπικότητας.

ΑΡΘΡΟ 7: Όλοι είναι ίσοι απέναντι στον νόμο και έχουν δικαίωμα σε ίση προστασία του νόμου, χωρίς καμία απολύτως διάκριση. Όλοι έχουν δικαίωμα σε ίση προστασία από κάθε διάκριση που θα παραβίαζε την παρούσα Διακήρυξη και από κάθε πρόκληση για μια τέτοια δυσμενή διάκριση.

ΑΡΘΡΟ 8: Καθένας έχει δικαίωμα να ασκεί αποτελεσματικά ένδικα μέσα στα αρμόδια εθνικά δικαστήρια κατά των πράξεων που παραβιάζουν τα θεμελιακά δικαιώματα τα οποία του αναγνωρίζουν το Σύνταγμα και ο νόμος.

ΑΡΘΡΟ 9: Κανείς δεν μπορεί να συλλαμβάνεται, να κρατείται ή να εξορίζεται αυθαίρετα.

ΑΡΘΡΟ 10: Καθένας έχει δικαίωμα, με πλήρη ισότητα, να εκδικάζεται η υπόθεσή του δίκαια και δημόσια, από δικαστήριο ανεξάρτητο και αμερόληπτο, που θα αποφασίσει είτε για τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του είτε, σε περίπτωση ποινικής διαδικασίας, για το βάσιμο της κατηγορίας που στρέφεται εναντίον του.

ΑΡΘΡΟ 11:

1. Κάθε κατηγορούμενος για ποινικό αδίκημα πρέπει να θεωρείται αθώος, ωστόσο διαπιστωθεί η ενοχή του σύμφωνα με τον νόμο, σε ποινική δίκη, κατά την οποία θα του έχουν εξασφαλιστεί όλες οι απαραίτητες για την υπεράσπισή του εγγυήσεις.
2. Κανείς δεν θα καταδικάζεται για πράξεις ή παραλείψεις που, κατά τον χρόνο που τελέστηκαν, δεν συνιστούσαν αξιόποινo αδίκημα κατά το εσωτερικό ή το διεθνές δίκαιο. Επίσης, δεν επιβάλλεται ποινή βαρύτερη από εκείνη που ίσχυε κατά τον χρόνο που τελέστηκε η αξιόποινη πράξη.

ΑΡΘΡΟ 12: Κανείς δεν επιτρέπεται να υποστεί αυθαίρετες επεμβάσεις στην ιδιωτική του ζωή, την οικογένεια, την κατοικία ή την αλληλογραφία του, ούτε προσβολές της τιμής και της υπόληψης του. Καθένας έχει το δικαίωμα να τον προστατεύουν οι νόμοι από επεμβάσεις και προσβολές αυτού του είδους.

ΑΡΘΡΟ 13

1. Καθένας έχει το δικαίωμα να κυκλοφορεί ελεύθερα και να εκλέγει τον τόπο της διαμονής του στο εσωτερικό ενός κράτους.
2. Καθένας έχει το δικαίωμα να εγκαταλείπει οποιαδήποτε χώρα, ακόμα και τη δική του, και να επιστρέφει σε αυτήν.

ΑΡΘΡΟ 14

1. Κάθε άτομο που καταδιώκεται έχει το δικαίωμα να ζητά άσυλο και του παρέχεται άσυλο σε άλλες χώρες.

2. Το δικαίωμα αυτό δεν μπορεί κανείς να το επικαλεστεί, σε περίπτωση δίωξης για πραγματικό αδίκημα του κοινού ποινικού δικαίου ή για ενέργειες αντίθετες προς τους σκοπούς και τις αρχές του ΟΗΕ.

ΑΡΘΡΟ 15

1. Καθένας έχει το δικαίωμα μιας ιθαγένειας.
2. Κανείς δεν μπορεί να στερηθεί αυθαίρετα την ιθαγένειά του ούτε το δικαίωμα να αλλάξει ιθαγένεια.

ΑΡΘΡΟ 16

1. Από τη στιγμή που θα φθάσουν σε ηλικία γάμου, ο άνδρας και η γυναίκα, χωρίς κανένα περιορισμό εξαιτίας της φυλής, της εθνικότητας ή της θρησκείας, έχουν το δικαίωμα να παντρεύονται και να ιδρύουν οικογένεια. Και οι δύο έχουν ίσα δικαιώματα ως προς τον γάμο, κατά τη διάρκεια του γάμου και κατά τη διάλυσή του.
2. Γάμος δεν μπορεί να συναφθεί παρά μόνο με ελεύθερη και πλήρη συναίνεση των μελλοντύμφων.
3. Η οικογένεια είναι το φυσικό και το βασικό στοιχείο της κοινωνίας και έχει το δικαίωμα προστασίας από την κοινωνία και το κράτος.

ΑΡΘΡΟ 17

1. Κάθε άτομο, μόνο του ή με άλλους μαζί, έχει το δικαίωμα της ιδιοκτησίας.
2. Κανείς δεν μπορεί να στερηθεί αυθαίρετα την ιδιοκτησία του.

ΑΡΘΡΟ 18: Κάθε άτομο έχει το δικαίωμα της ελευθερίας της σκέψης, της συνείδησης και της θρησκείας. Στο δικαίωμα αυτό περιλαμβάνεται η ελευθερία για την αλλαγή της θρησκείας ή πεποιθήσεων, όπως και η ελευθερία να εκδηλώνει κανείς τη θρησκεία του ή τις θρησκευτικές του πεποιθήσεις, μόνος ή μαζί με άλλους, δημόσια ή ιδιωτικά, με τη διδασκαλία, την άσκηση, τη λατρεία και με την τέλεση θρησκευτικών τελετών.

ΑΡΘΡΟ 19: Καθένας έχει το δικαίωμα της ελευθερίας της γνώμης και της έκφρασης, που σημαίνει το δικαίωμα να μην υφίσταται δυσμενείς συνέπειες για τις γνώμες του, και το δικαίωμα να αναζητεί, να παίρνει και να διαδίδει πληροφορίες και ιδέες, με οποιοδήποτε μέσο έκφρασης, και από όλο τον κόσμο.

ΑΡΘΡΟ 20

1. Καθένας έχει το δικαίωμα να συνέρχεται και να συνεταιρίζεται ελεύθερα και για ειρηνικούς σκοπούς.
2. Κανείς δεν μπορεί να υποχρεωθεί να συμμετέχει σε ορισμένο σωματείο.

ΑΡΘΡΟ 21

1. Καθένας έχει το δικαίωμα να συμμετέχει στη διακυβέρνηση της χώρας του, άμεσα ή έμμεσα, με αντιπροσώπους ελεύθερα εκλεγμένους.
2. Καθένας έχει το δικαίωμα να γίνεται δεκτός, υπό ίσους όρους, στις δημόσιες υπηρεσίες της χώρας του.
3. Η λαϊκή θέληση είναι το θεμέλιο της κρατικής εξουσίας. Η θέληση αυτή πρέπει να εκφράζεται με τίμιες εκλογές, οι οποίες πρέπει να διεξάγονται περιοδικά, με καθολική, ίση και μυστική ψηφοφορία, ή με αντίστοιχη διαδικασία που να εξασφαλίζει την ελευθερία της εκλογής.

ΑΡΘΡΟ 22: Κάθε άτομο, ως μέλος του κοινωνικού συνόλου, έχει δικαίωμα κοινωνικής προστασίας. Η κοινωνία, με την εθνική πρωτοβουλία και τη διεθνή συνεργασία, ανάλογα πάντα με την οργάνωση και τις οικονομικές δυνατότητες κάθε κράτους, έχει χρέος να του εξασφαλίσει την ικανοποίηση των οικονομικών, κοινωνικών και πολιτιστικών δικαιωμάτων που είναι απαραίτητα για την αξιοπρέπεια και την ελεύθερη ανάπτυξη της προσωπικότητάς του.

ΑΡΘΡΟ 23

1. Καθένας έχει το δικαίωμα να εργάζεται και να επιλέγει ελεύθερα το επάγγελμά του, να έχει δίκαιες και ικανοποιητικές συνθήκες δουλειάς και να προστατεύεται από την ανεργία.
2. Όλοι, χωρίς καμία διάκριση, έχουν το δικαίωμα ίσης αμοιβής για ίση εργασία.
3. Κάθε εργαζόμενος έχει δικαίωμα δίκαιης και ικανοποιητικής αμοιβής, που να εξασφαλίζει σε αυτόν και την οικογένειά του συνθήκες ζωής άξιες στην ανθρώπινη αξιοπρέπεια. Η αμοιβή της εργασίας, αν υπάρχει, πρέπει να συμπληρώνεται με άλλα μέσα κοινωνικής προστασίας.
4. Καθένας έχει το δικαίωμα να ιδρύει μαζί με άλλους συνδικάτα και να συμμετέχει σε συνδικάτα για την προάσπιση των συμφερόντων του.

ΑΡΘΡΟ 24: Καθένας έχει το δικαίωμα στην ανάπαυση, σε ελεύθερο χρόνο, και ιδιαίτερα, σε λογικό περιορισμό του χρόνου εργασίας και σε περιοδικές άδειες με πλήρεις αποδοχές.

ΑΡΘΡΟ 25

1. Καθένας έχει δικαίωμα σε ένα βιοτικό επίπεδο ικανό να εξασφαλίσει στον ίδιο και στην οικογένειά του υγεία και ευημερία, και ειδικότερα τροφή, ρουχισμό, κατοικία, ιατρική περίθαλψη όπως και τις απαραίτητες κοινωνικές υπηρεσίες. Έχει ακόμα δικαίωμα σε ασφάλιση για την ανεργία, την αρρώστια, την αναπηρία, τη χηρεία, τη γεροντική ηλικία, όπως και για όλες τις άλλες περιπτώσεις που στερείται τα μέσα της συντήρησής του, εξαιτίας περιστάσεων ανεξαρτήτων της θέλησής του.
2. Η μητρότητα και η παιδική ηλικία έχουν δικαίωμα ειδικής μέριμνας και περίθαλψης. Όλα τα παιδιά, ανεξάρτητα αν είναι νόμιμα ή εξώγαμα, απολαμβάνουν την ίδια κοινωνική προστασία.

ΑΡΘΡΟ 26

1. Καθένας έχει δικαίωμα στην εκπαίδευση. Η εκπαίδευση πρέπει να παρέχεται δωρεάν, τουλάχιστον στη στοιχειώδη και βασική βαθμίδα της. Η στοιχειώδης εκπαίδευση είναι υποχρεωτική. Η τεχνική και επαγγελματική εκπαίδευση πρέπει να εξασφαλίζεται για όλους. Η πρόσβαση στην ανώτατη παιδεία πρέπει να είναι ανοικτή σε όλους, υπό ίσους όρους, ανάλογα με τις ικανότητες τους.
2. Η εκπαίδευση πρέπει να αποβλέπει στην πλήρη ανάπτυξη της ανθρώπινης προσωπικότητας και στην ενίσχυση του σεβασμού των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των θεμελιακών ελευθεριών. Πρέπει να προάγει την κατανόηση, την ανεκτικότητα και τη φιλία ανάμεσα σε όλα τα έθνη και σε όλες τις φυλές και τις θρησκευτικές ομάδες, και να ευνοεί την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων των Ηνωμένων Εθνών για τη διατήρηση της ειρήνης.
3. Οι γονείς έχουν, κατά προτεραιότητα, το δικαίωμα να επιλέγουν το είδος της παιδείας που θα δοθεί στα παιδιά τους.

ΑΡΘΡΟ 27

1. Καθένας έχει το δικαίωμα να συμμετέχει ελεύθερα στην πνευματική ζωή της κοινότητας, να χαίρεται τις καλές τέχνες και να μετέχει στην επιστημονική πρόοδο και στα αγαθά της.
2. Καθένας έχει το δικαίωμα να προστατεύονται τα ηθικά και υλικά συμφέροντά του που απορρέουν από κάθε είδους επιστημονική, λογοτεχνική ή καλλιτεχνική παραγωγή του.

ΑΡΘΡΟ 28: Καθένας έχει το δικαίωμα να επικρατεί μια κοινωνική και διεθνής τάξη, μέσα στην οποία τα δικαιώματα και οι ελευθερίες που προκηρύσσει η παρούσα Διακήρυξη να μπορούν να πραγματώνονται σε όλη τους την έκταση.

ΑΡΘΡΟ 29

1. Το άτομο έχει καθήκοντα απέναντι στην κοινότητα, μέσα στα πλαίσια της οποίας και μόνο είναι δυνατή η ελεύθερη και ολοκληρωμένη ανάπτυξη της προσωπικότητάς του.
2. Στην άσκηση των δικαιωμάτων του και στην απόλαυση των ελευθεριών του κανείς δεν υπόκειται παρά μόνο στους περιορισμούς που ορίζονται από τους νόμους, με αποκλειστικό σκοπό να εξασφαλίζεται η αναγνώριση και ο σεβασμός των δικαιωμάτων και των ελευθεριών των άλλων, και να ικανοποιούνται οι δίκαιες απαιτήσεις της ηθικής, της δημόσιας τάξης και του γενικού καλού, σε μια δημοκρατική κοινωνία.
3. Τα δικαιώματα αυτά και οι ελευθερίες δεν μπορούν, σε καμία περίπτωση, να ασκούνται αντίθετα προς τους σκοπούς και τις αρχές των Ηνωμένων Εθνών.

ΑΡΘΡΟ 30: Καμιά διάταξη της παρούσας Διακήρυξης δεν μπορεί να ερμηνευθεί ότι παρέχει σε ένα κράτος, σε μια ομάδα ή σε ένα άτομο οποιοδήποτε δικαίωμα να επιδιώξει σε ενέργειες ή να εκτελεί πράξεις που αποβλέπουν στην άρνηση των δικαιωμάτων και των ελευθεριών που εξαγγέλλονται σε αυτήν.¹⁶³

II. Η ΔΙΑΚΗΡΥΞΗ ΤΗΣ ΜΑΝΙΛΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ (1980)

ΥΙΟΘΕΤΗΘΗΚΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΔΙΑΣΚΕΨΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΣΤΗ ΜΑΝΙΛΑ ΤΩΝ ΦΙΛΙΠΠΙΝΩΝ ΑΠΟ 21 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ ΕΩΣ 10 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 1980

Η παγκόσμια Διάσκεψη Τουρισμού πραγματοποιήθηκε στην Μανίλα των Φιλιππίνων, από τις 27 Σεπτεμβρίου έως 10 Οκτωβρίου 1980, συγκλήθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, με τη συμμετοχή 107 Αντιπροσωπειών Κρατών και 91 Αντιπροσωπειών παρατηρητών, με σκοπό να διευκρινίσει την πραγματική φύση του Τουρισμού σε όλες του τις μορφές και το ρόλο που καλείται να παίξει, ο Τουρισμός, σε ένα δυναμικό και διαρκώς μεταβαλλόμενο κόσμο, καθώς επίσης να εξετάσει την ευθύνη των κρατών για την ανάπτυξη και αύξηση του τουρισμού στις σημερινές κοινωνίες ως κάτι περισσότερο από μια καθαρά οικονομική δραστηριότητα των εθνών και των λαών.

¹⁶³ <http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Language.aspx?LangID=grk>

Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού μπορεί να αναπτυχθεί μέσα σε ένα κλίμα ειρήνης και ασφάλειας, πράγμα που μπορεί να επιτευχθεί με τις κοινές προσπάθειες όλων των κρατών για τη προώθηση της Διεθνούς Ύφεσης και ανάπτυξης της διεθνούς συνεργασίας μέσα σε πνεύμα φιλίας, σεβασμού για τα ανθρώπινα δικαιώματα και κατανόησης μεταξύ των κρατών.

Πεπεισμένοι ότι ο Παγκόσμιος Τουρισμός μπορεί να αποβεί ζωτική δύναμη για την παγκόσμια ειρήνη και να αποτελέσει την ηθική και πνευματική βάση για τη διεθνή κατανόηση και αλληλεξάρτηση.

Πεπεισμένοι ακόμη, ότι ο Παγκόσμιος Τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην εγκαθίδρυση μιας Νέας Διεθνούς Οικονομικής Τάξης, που θα βοηθήσει στην εξάλειψη του διευρυνόμενου οικονομικού χάσματος μεταξύ των ανεπτυγμένων και αναπτυσσόμενων χωρών και θα διασφαλίσει την σταθερή επιτάχυνση της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης και προόδου, ειδικότερα των αναπτυσσόμενων χωρών.

Γνωρίζοντας ότι ο Παγκόσμιος Τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί μόνο εάν βασίζεται στην δικαιοσύνη, την κυριαρχική ισότητα, την μη επέμβαση στις εσωτερικές υποθέσεις και στη συνεργασία μεταξύ των κρατών, ανεξάρτητα από τα οικονομικά και κοινωνικά τους συστήματα και εάν ο τελικός σκοπός του είναι η βελτίωση της ποιότητας της ζωής και η δημιουργία καλύτερων βιοτικών συνθηκών για όλους τους λαούς, αντάξια της ανθρώπινης αξιοπρέπειας.

Συμφωνεί να διακηρύξει με το πνεύμα αυτό τα ακόλουθα:

Ο Τουρισμός θεωρείται μια δραστηριότητα ουσιώδης για την ζωή των εθνών, λόγω των άμεσων επιπτώσεων του στους κοινωνικούς, πολιτιστικούς, μορφωτικούς και οικονομικούς τομείς των εθνικών κοινωνιών και των διεθνών τους σχέσεων. Η ανάπτυξη του είναι συνδεδεμένη με την κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη των εθνών και μπορεί να καταστεί δυνατή μόνο εάν ο άνθρωπος έχει πρόσβαση στην δημιουργική ανάπαυση και στις διακοπές και μόνο εάν απολαμβάνει την ελευθερία του να ταξιδεύει μέσα στο πλαίσιο του ελεύθερου του χρόνου και της ανάπαυσης, της οποίας υπογραμμίζει τον βαθιά ανθρώπινο χαρακτήρα. Η ύπαρξη του αυτή καθ' εαυτή και η ανάπτυξή του εξαρτώνται εξ' ολοκλήρου από την ύπαρξη ενός καθεστώτος διαρκούς ειρήνης, για το οποίο απαιτείται να συμβάλει ο τουρισμός.

1. Στο κατώφλι του εικοστού πρώτου αιώνα και ενόψει τω προβλημάτων που αντιμετωπίζει η ανθρωπότητα, είναι επίκαιρο και αναγκαίο να αναλυθεί το φαινόμενο του τουρισμού και σε συνάρτηση βασικά με τις διαστάσεις που έλαβε από τότε που χορηγήθηκε στους εργάτες το δικαίωμα για ετήσιες μετ' αποδοχών διακοπές, γεγονός που συνέβαλε στην μεταλλαγή του τουρισμού από μια κλειστή ελιτιστική δραστηριότητα σε μια ευρύτερη δραστηριότητα ενταταγμένη στη κοινωνική και οικονομική ζωή.
2. Ως αποτέλεσμα των φιλοδοξιών που τρέφουν οι λαοί για τον τουρισμό, των πρωτοβουλιών που έχουν αναλάβει τα κράτη αναφορικά με τη νομοθεσία και τους θεσμούς, των μονίμων δραστηριοτήτων των εθελοντικών οργανώσεων που αντιπροσωπεύουν τα διάφορα στρώματα του πληθυσμού και της τεχνικής συμβολής των ειδικευμένων επαγγελματιών, ο σύγχρονος τουρισμός οδηγήθηκε στο να παίζει ένα σημαντικό ρόλο μέσα στο πεδίο των ανθρώπινων δραστηριοτήτων. Τα κράτη έχουν αναγνωρίσει το γεγονός αυτό και η μεγάλη πλειονότητα τους έχει εμπιστευθεί στο

Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού το έργο της διασφάλισης της αρμονικής και διαρκούς ανάπτυξης του τουρισμού σε συνεργασία, σε ειδικές περιπτώσεις, με τις ειδικευμένες υπηρεσίες των Ηνωμένων Εθνών και τους άλλους σχετικούς Διεθνείς Οργανισμούς.

3. Το δικαίωμα χρησιμοποίησης του ελεύθερου χρόνου και ειδικότερα το δικαίωμα για διακοπές και ελευθερία για ταξίδια και τουρισμό, ως φυσική απόρροια του δικαιώματος εργασίας, αναγνωρίζεται ως μια μορφή της ολοκλήρωσης του ανθρώπινου όντος από την Παγκόσμια Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων καθώς και από τη νομοθεσία πολλών κρατών. Επίσης συνεπάγεται για τη κοινωνία την υποχρέωση να προσφέρει στους πολίτες της την πλέον πρακτική, αποτελεσματική και χωρίς διακρίσεις πρόσβαση σε αυτό το είδος της δραστηριότητας. Μια παρόμοια προσπάθεια πρέπει να εναρμονίζεται με τις προτεραιότητες, τους θεσμούς και τις παραδόσεις της κάθε επιμέρους χώρας.
4. Υπάρχουν πολλοί περιορισμοί στην ανάπτυξη του τουρισμού. Τα έθνη και οι ομάδες εθνών θα πρέπει να καθορίσουν και να μελετήσουν αυτούς τους περιορισμούς και να υιοθετήσουν μέτρα που να αποβλέπουν στην άμβλυνση των αρνητικών επιρροών τους.
5. Το μερίδιο που εκπροσωπεί ο τουρισμός στην εθνική οικονομία και το διεθνές εμπόριο τον καθιστά ένα σημαντικό παράγοντα της Παγκόσμιας ανάπτυξης. Ο σταθερός, αποφασιστικός ρόλος του στην εθνική οικονομική δραστηριότητα, τις διεθνείς συναλλαγές και την εξασφάλιση του ισοζυγίου πληρωμών τον καθιστά ως μια από τις κυριότερες δραστηριότητες της παγκόσμιας οικονομίας.
6. Σε κάθε χώρα ο εσωτερικός τουρισμός συμβάλλει στο βελτιωμένο ισοζύγιο της εθνικής οικονομίας μέσω της ανακατανομής του εθνικού εισοδήματος. Ο εγχώριος τουρισμός επί πλέον, αυξάνει την γνώση των κοινών συμφερόντων και συμβάλλει στην ανάπτυξη των δραστηριοτήτων που είναι ευνοϊκές για τη γενική οικονομία της χώρας. Κατά συνέπεια η ανάπτυξη του τουρισμού από το εξωτερικό θα πρέπει να συνοδεύεται από μια παρόμοια προσπάθεια εξάπλωσης του εσωτερικού τουρισμού.
7. Η οικονομική αποδοτικότητα του τουρισμού, όσο πραγματική και σημαντική και αν είναι δεν αποτελεί το μόνο κριτήριο για την απόφαση των κρατών να ενθαρρύνουν αυτή τη δραστηριότητα. Το δικαίωμα των διακοπών, η ευκαιρία για τον πολίτη να γνωρίσει το ίδιο του το περιβάλλον, μια βαθύτερη γνώση της εθνικής του ταυτότητας και της αλληλεγγύης που τον συνδέει με τους συμπατριώτες του και το αίσθημα ότι ανήκει σε ένα πολιτισμό και ένα λαό, όλα αυτά, αποτελούν σημαντικούς λόγους για την ενίσχυση της συμμετοχής του ατόμου στον εθνικό και διεθνή τουρισμό με τη δυνατότητα που του παρέχεται για διακοπές και ταξίδια.
8. Η σημασία που εκατομμύρια σύγχρονοι μας αποδίδουν στο τουρισμό για τη χρησιμοποίηση του ελεύθερου χρόνου τους και σύμφωνα με τη θεώρησή τους για την ποιότητα της ζωής, αναγκάζει τις κυβερνήσεις να λάβουν υπόψη τον τουρισμό και να τον υποστηρίξουν.
9. Ο κοινωνικός τουρισμός είναι ένας αντικειμενικός στόχος, που η κοινωνία πρέπει να επιδιώκει προς το συμφέρον εκείνων των πολιτών που είναι ελάχιστα προνομιούχοι στην άσκηση του δικαιώματος τους για ανάπαυση.
10. Ο τουρισμός, με τις επιδράσεις του πάνω στη φυσική και διανοητική υγεία των ατόμων που επιδίδονται σε αυτόν, είναι ένας παράγοντας που ευνοεί την κοινωνική σταθερότητα, βελτιώνει την ικανότητα για εργασία των κοινοτήτων και προάγει την ατομική καθώς και την γενική ευημερία.
11. Μέσα από το ευρύ πλέγμα των υπηρεσιών που απαιτούνται για την ικανοποίηση των αναγκών του, ο τουρισμός δημιουργεί νέες δραστηριότητες σημαντικής σπουδαιότητας που αποτελούν την πηγή νέων θέσεων εργασίας. Από την άποψη αυτή ο τουρισμός

- αποτελεί ένα θετικό στοιχείο για την κοινωνική ανάπτυξη σε όλες τις χώρες όπου υπάρχει, ανεξάρτητα από το επίπεδο της ανάπτυξης τους.
12. Σχετικά με τις διεθνείς σχέσεις για την επιδίωξη της ειρήνης που βασίζεται στην δικαιοσύνη και το σεβασμό των ατομικών και εθνικών προσδοκιών, ο τουρισμός προβάλλει ως ένας θετικός και μόνιμος παράγοντας για την προαγωγή αμοιβαίας γνώσης και κατανόησης και ως μια βάση για την επίτευξη ενός καλύτερου επιπέδου σεβασμού και εμπιστοσύνης μεταξύ όλων των λαών του κόσμου.
 13. Ο σύγχρονος τουρισμός απορρέει από την υιοθέτηση μιας κοινωνικής πολιτικής που οδήγησε στην επίτευξη από τους εργατές ετήσιων πληρωμένων διακοπών και αντιπροσωπεύει την αναγνώριση του θεμελιώδους δικαιώματος του ανθρώπου για ανάπαυση και αναψυχή. Έχει αποβεί ένας παράγοντας που συμβάλει στην κοινωνική σταθερότητα, την αμοιβαία κατανόηση ανάμεσα στα άτομα και τους λαούς και στην ατομική πρόοδο. Παράλληλα με τις γνωστές οικονομικές του πλευρές, έχει προσλάβει και μια πολιτισμική και ηθική διάσταση που πρέπει να σφυρηλατηθεί και να προστατευθεί από τις επιβλαβείς παραμορφώσεις που είναι δυνατό να προκληθούν από οικονομικούς παράγοντες. Οι δημόσιες αρχές και οι τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να μετέχουν ανάλογα στην ανάπτυξη του τουρισμού διαμορφώνοντας κατευθυντήριες γραμμές που αποσκοπούν στην ενθάρρυνση προς κατάλληλες επενδύσεις.
 14. Ο τουρισμός για τους νέους απαιτεί την πλέον ιδιαίτερη προσοχή καθώς οι νέοι έχουν λιγότερο επαρκή εισοδήματα από άλλους για ταξίδια και διακοπές. Μια θετική πολιτική πρέπει να παρέχει στους νέους τη μεγαλύτερη δυνατή ενθάρρυνση και ευκολίες. Οι ίδιες ευκολίες θα πρέπει να παρέχονται στους ηλικιωμένους και στα άτομα με ειδικές ανάγκες.
 15. Στις οικουμενικές προσπάθειες για την εγκαθίδρυση μιας νέας διεθνούς οικονομικής τάξεως ο τουρισμός μπορεί κάτω από κατάλληλες συνθήκες να διαδραματίσει ένα θετικό ρόλο στην προώθηση της ισορροπίας, της συνεργασίας, της αμοιβαίας κατανόησης και της αλληλεγγύης μεταξύ όλων των χωρών.
 16. Τα έθνη θα πρέπει να προωθούν βελτιωμένες συνθήκες απασχόλησης για τους εργαζόμενους που ασχολούνται με τον τουρισμό και να επιβεβαιώσουν και να προστατέψουν το δικαίωμα τους για ίδρυση επαγγελματικών συνδικάτων και σύναψη συλλογικών συμβάσεων εργασίας.
 17. Οι διαθέσιμοι τουριστικοί πόροι στις διάφορες χώρες αποτελούνται συγχρόνως από την ύπαρξη χώρου, ευκολιών και αξιών. Πρόκειται για πηγές που η χρήση τους δεν μπορεί να αφηθεί ανεξέλεγκτη χωρίς τον κίνδυνο της φθοράς τους ή ακόμη και της καταστροφής τους. Η ικανοποίηση των τουριστικών προδιαγραφών δεν πρέπει να είναι καταστροφική για τα οικονομικά και κοινωνικά συμφέροντα του πληθυσμού στις τουριστικές περιοχές, στο περιβάλλον ή πάνω από όλα στο φυσικό πλούτο που αποτελούν το θεμελιώδη πόλο έλξης του τουρισμού, ως και τους ιστορικούς και πολιτιστικούς χώρους. Όλες οι τουριστικές πηγές αποτελούν μέρος της κληρονομιάς της ανθρωπότητας. Οι εθνικές κοινότητες και ολόκληρη η διεθνής κοινωνία πρέπει να λάβουν τα απαραίτητα μέτρα προκειμένου να διασφαλίσουν τη διατήρησή τους. Η διατήρηση των ιστορικών, πολιτιστικών και θρησκευτικών όρων αποτελεί σε όλες τις εποχές και κυρίως σε περίοδο συγκρούσεων, ένα από τα θεμελιώδη καθήκοντα των κρατών.
 18. Η διεθνής συνεργασία στο τομέα του τουρισμού είναι μια προσπάθεια κατά την οποία πρέπει να τύχουν σεβασμού τα χαρακτηριστικά των λαών και τα βασικά συμφέροντα των επί μέρους κρατών. Στο τομέα αυτό ο κεντρικός και αποφασιστικός ρόλος του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ως οργάνου μορφώσεως, αντιλήψεως και εναρμονίσεως είναι πασιφανής.

19. Η διμερής και πολυμερής τεχνική και οικονομική συνεργασία δεν μπορεί να θεωρηθεί ως πράξη αρωγής, εφόσον αποτελεί τη συγκέντρωση των μέσων των αναγκαίων για τη χρησιμοποίηση των πηγών προς όφελος όλων των μερών.
20. Στο τουρισμό τα πνευματικά στοιχεία πρέπει να προηγούνται των τεχνικών και υλικών στοιχείων. Τα πνευματικά στοιχεία είναι βασικά τα ακόλουθα: (α) Η πλήρης τελείωση του ανθρώπινου όντος, (β) Η συνεχώς αυξανόμενη συμβολή στην παιδεία, (γ) Η ισότητα στα πεπρωμένα των εθνών, (δ) Η απελευθέρωση του ανθρώπου μέσα σε πνεύμα σεβασμού για την ταυτότητα και αξιοπρέπεια του, (ε) Η επιβεβαίωση της αρχής των πολιτισμών και ο σεβασμός για την ηθική κληρονομιά των λαών.
21. Η προπαρασκευή του τουρισμού θα πρέπει να εντάσσεται στα πλαίσια της άσκησης από τον πολίτη των πολιτικών του καθηκόντων. Από την άποψη αυτή, πρέπει οι κυβερνήσεις να κινητοποιήσουν τα μέσα που έχουν στη διάθεση τους για εκπαίδευση και ενημέρωση και πρέπει να διευκολύνουν την εργασία μεμονωμένων ατόμων και οργάνων που συμμετέχουν σε αυτή την προσπάθεια. Η προπαρασκευή για τον τουρισμό, για διακοπές και για ταξίδια θα μπορούσε επωφελώς να αποτελέσει τμήμα της διαδικασίας για τη μόρφωση και εκπαίδευση των νέων. Για τους λόγους αυτούς η ένταξη του τουρισμού στη μόρφωση των νέων αποτελεί ένα βασικό στοιχείο που ευνοεί τη διαρκή εδραίωση της ειρήνης.
22. Οποιαδήποτε μακροπρόθεσμη ανάλυση της κοινωνικής, πολιτιστικής και οικονομικής ανάπτυξης της ανθρωπότητας θα πρέπει να λάβει σοβαρά υπόψη τις εθνικές και διεθνείς τουριστικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες. Αυτές οι δραστηριότητες αποτελούν σήμερα ένα αναπόσπαστο τμήμα της ζωής των σύγχρονων εθνικών και διεθνών κοινωνιών. Έχοντας υπόψη τις παραδεκτές αξίες του τουρισμού που είναι αναπόσπαστες από αυτόν, οι Αρχές θα πρέπει να καταβάλουν αυξημένη προσοχή στην ανάπτυξη της εθνικής και διεθνούς τουριστικής και ψυχαγωγικής δραστηριότητας που να βασίζεται σε μία συνεχώς διευρυνόμενη συμμετοχή των λαών σε διακοπές και ταξίδια καθώς και στη διακίνηση των προσώπων για πολυάριθμους άλλους λόγους, με σκοπό τη διασφάλιση της ομαλής ανάπτυξης του τουρισμού κατά τρόπο σύμφωνο προς τις άλλες βασικές ανάγκες της κοινωνίας.
23. Συνίσταται έντονα στα κράτη και στους άλλους συμμετέχοντες στη Διάσκεψη να λάβουν υπόψη τους από κοινού με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, τις κατευθυντήριες γραμμές, τις απόψεις και τις συστάσεις τις προερχόμενες από τη Διάσκεψη, έτσι ώστε να μπορούν να συμβάλουν, βασισμένοι στη πείρα τους και μέσα στα πλαίσια των καθημερινών τους δραστηριοτήτων, στην πρακτική εφαρμογή των αντικειμενικών σκοπών που έχουν τεθεί για να διευρύνουν τη διαδικασία της ανάπτυξης του Παγκόσμιου Τουρισμού και να εμψυχήσουν καινούργια ζωή σε αυτόν.
24. Η Διάσκεψη συνιστά στο Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού να λάβει όλα τα απαραίτητα μέτρα, μέσω του εσωτερικού της μηχανισμού και εκεί όπου πρέπει σε συνεργασία με άλλες διεθνείς, διακυβερνητικές και μη κυβερνητικές οργανώσεις έτσι ώστε να καταστήσει δυνατή τη παγκόσμια εφαρμογή των αρχών, ιδεών και κατευθυντήριων γραμμών που περιέχονται σε αυτό το τελικό κείμενο.¹⁶⁴

¹⁶⁴http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/Legislation/DocLib/5_ManillaDeclarationOnWorldTourism_1980.pdf, Α.Γ. Κουτσουράδης, Βασική Τουριστική Νομοθεσία, εκδ. Σάκκουλα, 2000, σ. 41-49.

III. ΤΟ ΕΓΓΡΑΦΟ ΤΟΥ ΑΚΑΠΟΥΛΚΟ – ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Υιοθετήθηκε από την Παγκόσμια Διάσκεψη Τουρισμού που πραγματοποιήθηκε στο
Ακαπούλκο, Μεξικό
από 21 έως 27 Αυγούστου 1982

Η Παγκόσμια Σύσκεψη Τουρισμού

Συγκλήθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού στο Ακαπούλκο, Μεξικό, από τις 21 έως τις 27 Αυγούστου 1982 και πραγματοποιήθηκε με τη συμμετοχή 79 Αντιπροσωπειών Κρατών και 57 Αντιπροσωπειών Παρατηρητών, με σκοπό να εφαρμόσει σταδιακά τους στόχους που τέθηκαν από τη Διακήρυξη της Μανίλας για τον Παγκόσμιο Τουρισμό ως αποτέλεσμα της Παγκόσμιας Διάσκεψης Τουρισμού (Μανίλα, Σεπτέμβριος - Οκτώβριος 1980),

Λαμβάνοντας υπόψη το ψήφισμα 106 (IV) της τέταρτης Γενικής Συνέλευσης του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) και της απόφασης 14 (XVIII) του Εκτελεστικού Συμβουλίου του Π.Ο.Τ. στην Παγκόσμια Σύσκεψη Τουρισμού,

Λαμβάνοντας υπόψη με ικανοποίηση ότι η γενική Συνέλευση του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών, με το ψήφισμα 36/41, έδωσε στον τουρισμό μια θέση στην Διεθνή στρατηγική Ανάπτυξης για την Τρίτη Δεκαετία του οργανισμού Ηνωμένων Εθνών,

Λαμβάνοντας υπόψη, ότι αυτή η Διάσκεψη αποτελεί ένα σημαντικό βήμα προς τα εμπρός στην υλοποίηση των σκέψεων, των αρχών και των κριτηρίων της Διακήρυξης της Μανίλα και ότι η Διάσκεψη του Ακαπούλκο αντανάκλα το πνεύμα που διαποτίζει την αναφερόμενη Διακήρυξη, η οποία προβλέπει ότι τα Κράτη, οι οργανισμοί τουρισμού και όλοι οι άλλοι σχετικοί οργανισμοί έχουν συνειδητοποιήσει την σημασία των αλλαγών που πρέπει να γίνουν στη διοικητική και λειτουργική προσέγγιση του τουρισμού,

Πεπεισμένη ότι η σημερινή παγκόσμια κατάσταση και ο αυξανόμενος αριθμός των ενόπλων συγκρούσεων, που έχει ο κόσμος σε αφθονία, συνιστούν εμπόδια στην ανάπτυξη του τουρισμού, καθώς επίσης ότι η συνάθροιση των αντιπροσωπειών κρατών και διεθνών παρατηρητών που εμπλέκονται με δραστηριότητες αναψυχής και ιδιαίτερα με τα ταξίδια και τις διακοπές, μπορεί να συντελέσει στην μελέτη και την υιοθέτηση μέτρων τα οποία, με την ενίσχυση της τουριστικής ανάπτυξης, θα επιτρέψουν στους ανθρώπους να αποκτήσουν από πρώτο χέρι γνώση ο ένας του άλλου, φέρνοντας τους με τον τρόπο αυτό πιο κοντά,

Λαμβάνοντας υπόψη ότι σήμερα, περισσότερο παρά ποτέ, η συμμετοχή στους πόθους και τους σκοπούς για την βελτίωση της ποιότητας ζωής ολόκληρης της ανθρωπότητας σε όλες τις ηπείρους, ανεξάρτητα από θρησκεία, πιστεύω και κοινωνικών, οικονομικών και πολιτικών συστημάτων, είναι σήμερα ζωτική για τη περιφρούρηση της ειρήνης με την διασκόρπιση της μισαλλοδοξίας, της προκατάληψης και των παρανοήσεων και τη δημιουργία ενός κλίματος κατανόησης,

Επαναεπιβεβαιώνοντας ακόμη μια φορά ότι "ο Παγκόσμιος Τουρισμός μπορεί να αποτελέσει μια ζωτική δύναμη για την παγκόσμια ειρήνη και μπορεί να δημιουργήσει μια ηθική και πνευματική βάση για τη διεθνή κατανόηση και αλληλεξάρτηση ανάμεσα στα έθνη" και "μπορεί να συνεισφέρει στην εγκαθίδρυση μιας νέας διεθνούς οικονομικής τάξης η οποία θα βοηθήσει στην εξάλειψη του οικονομικού χάσματος ανάμεσα στις ανεπτυγμένες και τις αναπτυσσόμενες χώρες"

Πεπεισμένη ότι προς αυτή τη κατεύθυνση είναι απαραίτητο να αποκλειστεί κάθε ενδεχόμενο διακινδύνευσης της περιφρούρησης της ειρήνης, με την εξασφάλιση μιας πιο δίκαιης

διανομής του πλούτου και με την εξάλειψη της διατήρησης καταστάσεων αναχρονιστικής αποικιοκρατίας, η οποία με κανένα τρόπο δεν αποτελεί τιμή για τα κράτη που την ασκούν, αλλά μάλλον αφαιρεί από την ηθική τους υπόσταση και αποτελεί προσβολή στο πνεύμα αυτοδιάθεσης που πρέπει να διαποτίζει τον τουρισμό ως ένα όχημα για την ειρήνη, την αρμονία και τον αλληλοσεβασμό ανάμεσα στους ανθρώπους και τη γνώση του κόσμου και της αλήθειας του,

Ανανεώνοντας την έκκληση που έγινε από την Παγκόσμια Διάσκεψη στη Μανίλα προς όλα τα Κράτη και τις κυβερνήσεις για την προετοιμασία κοινωνιών που θα ζουν ειρηνικά, σε σχέση με την Διακήρυξη στο θέμα αυτό από την 33η Γενική Συνέλευση των Ενωμένων Εθνών,

Θυμίζοντας ότι η ανάπτυξη του τουρισμού σε όλες του τις μορφές και ιδιαίτερα σαν μέσο για την ικανοποίηση του δικαιώματος της πρόσβασης σε διακοπές και ταξίδια που απορρέουν από άδειες μετ'αποδοχών, μπορούν να πραγματοποιηθούν μόνο σε ένα κλίμα διεθνούς ειρήνης και κατανόησης, το οποίο θα πρέπει να θεωρείται από όλους ως φυσιολογικό και διαρκές,

1. Διακηρύσσει την ικανοποίηση του για τα αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν από αυτή τη διεθνή διάσκεψη μέσα στα πλαίσια των αρμοδιοτήτων των Κρατών για να προάγουν, περισσότερο αποτελεσματικά από πριν την εφαρμογή των πολιτικών τουρισμού έτσι ώστε να εξασφαλίσουν την ικανοποίηση του δικαιώματος στις διακοπές και τα ταξίδια και να διευκολύνουν τα ταξίδια για τουρισμό ή για κάθε άλλο συναφή σκοπό μέσα και έξω από τα εθνικά σύνορα.
2. Εκφράζει την ικανοποίησή του, γιατί πολλά κράτη, διεθνείς οργανισμοί και επαγγελματικές οργανώσεις τουρισμού, συμμετείχαν σε αυτές τις σημαντικές συσκέψεις οι οποίες αποτελούν ένα από τα πρώτα βήματα για την εφαρμογή της Διακήρυξης της Μανίλα για τον Παγκόσμιο Τουρισμό, καθώς επίσης και μια υπενθύμιση για όλα τα κυβερνητικά, μη κυβερνητικά, διεθνή και εθνικά όργανα, ώστε ο κόσμος του τουρισμού να μπορεί να αφιερώσει στην τελική Διακήρυξη της Παγκόσμιας Διάσκεψης για τον Τουρισμό της Μανίλα, την προσοχή που της αρμόζει.
3. Παρατηρεί ότι ορισμένες χώρες με υψηλό επίπεδο κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης ή χώρες που απολαμβάνουν προνομιάτων γεωγραφικών θέσεων εξαιτίας της εγγύτητάς τους σε βασικές παραγωγικές αγορές ή τομείς, έχουν ήδη επιτύχει πολλούς από τους στόχους που διατυπώθηκαν στην Διακήρυξη της Μανίλα, αλλά οκτίζει το γεγονός ότι ένας πολύ μεγάλος αριθμός κρατών δεν είναι ακόμη σε θέση να απολαμβάνουν τέτοιες συνθήκες.
4. Παρατηρεί περαιτέρω ότι η ανάπτυξη του τουρισμού είναι βαθιά συνδεδεμένη με το κοινωνικό, οικονομικό και πολιτιστικό περιβάλλον της κάθε χώρας.
5. Είναι της γνώμης ότι, για το συμφέρον της δίκαιης συμμετοχής στα ταξίδια και τις διακοπές εκ μέρους όλων, η απαραίτητη διεθνής αλληλεγγύη θα πρέπει να υπερσχύσει έτσι ώστε να καταλήξει στο μέλλον σε μια ισορροπημένη κατάσταση, η οποία είναι απαραίτητη για την ικανοποίηση του δικαιώματος πρόσβασης στις διακοπές για όλα τα στρώματα του πληθυσμού και ιδιαίτερα των λιγότερο ευνοημένων.
6. Θεωρεί ότι, μέσω της πρόσκλησης του για την πραγματοποίηση αυτής της συνάντησης στο Ακαπούλκο, με το να διαθέσει εντυπωσιακές εγκαταστάσεις στους συμμετέχοντες και με την καλοσυνάτη φροντίδα και τα δείγματα της παραδοσιακής

φιλοξενίας από τους ανθρώπους του, το Μεξικό, η φιλοξενούσα χώρα, συνέβαλε τα μέγιστα στην επιτυχία της Διάσκεψης.

7. Ζητά από τον Πρόεδρο της Διάσκεψης να μεταβιβάσει, στον επικεφαλής του μεξικανικού Κράτους και σε όλες τις αρχές του Μεξικού και τις οργανώσεις που συνέβαλαν στην επιτυχία αυτής της εκδήλωσης, την βαθύτατη ευγνωμοσύνη όλων των συμμετεχόντων.
8. Δίνει έμφαση:
 - στο ότι με το να ξεκαθαρίσει την πραγματική σημασία του τουρισμού, ευαγγελιζόμενος μια νέα προσέγγιση σε αυτόν, χωρίς να απορρίπτει τις προηγούμενες προσεγγίσεις που προέρχονται από πρόδηλες ιστορικές καταστάσεις, νέο φως χύθηκε στην χρήση του ελεύθερου χρόνου στη σημερινή κοινωνία,
 - στο ότι επομένως κάθε στρατηγική για την σταδιακή εφαρμογή αυτής της νέας προσέγγισης θα πρέπει να εξεταστεί έχοντας υπόψη το μέλλον, παίρνοντας ως βάση για στοχασμό και έμπνευση και ως σημείο εκκίνησης καθιερωμένα κριτήρια, σκέψεις και αρχές.

Επίσης, συμφωνεί ότι οι στρατηγικές για να επιτευχθούν οι προτεραιότητες που προτάθηκαν πρέπει να στηρίζονται στις παρακάτω αρχές, ανεξαρτήτως σειράς προτίμησης:

- a. Το δικαίωμα στην ανάπαυση, την αναψυχή και την άδεια μετ' αποδοχών και την δημιουργία των κατάλληλων κοινωνικών συνθηκών και του νομοθετικού πλαισίου για να διευκολυνθεί η πρόσβαση στις διακοπές για όλα τα στρώματα του πληθυσμού
 - i. Το δικαίωμα για ανάπαυση, μια φυσική συνέπεια του δικαιώματος για εργασία, πρέπει να επιβεβαιωθεί ως ένα θεμελιώδες δικαίωμα για την ανθρώπινη ευτυχία. Το οποίο αναμφίβολα συνεπάγεται το δικαίωμα για την χρήση χρόνου αναψυχής και ιδιαίτερα, την μεγαλύτερη δυνατή πρόσβαση σε διακοπές.
 - ii. Αν είναι επιθυμητό ότι κάθε Κράτος πρέπει να αναγνωρίσει το δικαίωμα για διακοπές σε όλους τους πολίτες του, όχι ως πολυτέλεια αλλά ως μια απόλυτη αναγκαιότητα, τότε ξεκάθαρα η ευθύνη των Κρατών δεν μπορεί να περιοριστεί στην απλή αναγνώριση του δικαιώματος αυτού, αλλά θα πρέπει να επεκταθεί και στη δημιουργία πρακτικών και κατάλληλων συνθηκών για την αποτελεσματική πρόσβαση στις διακοπές αυτών που τις δικαιούνται
 - iii. Είναι επόμενο λοιπόν ότι, χωρίς να επιβληθούν απαραίτητα διεθνώς όμοιες κοινωνικές πολιτικές, το μέγεθος της κίνησης και των δραστηριοτήτων του τουρισμού, συνδέεται άμεσα και καθορίζεται από το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης της κάθε χώρας και της σημασίας που αποδίδει η κάθε μια στην κοινωνική ζωή.
 - iv. Η απαραίτητη πρόσβαση αυξανόμενων στρωμάτων του πληθυσμού στις διακοπές και τα ταξίδια είναι ένα νέο στοιχείο στο σημερινό τουρισμό, το οποίο θα πρέπει τελικά να καταλήξει σε μια δέσμη διοικητικών, νομοθετικών και οικονομικών μέτρων σχεδιασμένων να εγγυηθούν την καλύτερη δυνατή κοινωνική, πολιτιστική, εκπαιδευτική, πολιτική και οικονομική διαχείριση των μετακινήσεων.
 - v. Σημαντικές προσπάθειες για να κλιμακωθούν οι διακοπές και να δοθούν νέες προσεγγίσεις στις τουριστικές επενδύσεις, που θα κατευθύνονται προς απλούστερες και περισσότερο λειτουργικές μορφές διαμονής, θα πρέπει να μελετηθούν για να φέρουν πιο κοντά οικονομίες όλων των ειδών και έτσι

περισσότερο ικανοποιητικού ρυθμούς κατασκευών, με σκοπό να διασφαλιστεί η διαποίκιση των προμηθειών και η τοποθέτηση τους εντός της εμβέλειας των ομάδων μεσαίων και χαμηλών εισοδημάτων.

- b. Προετοιμασία για ταξίδια, διακοπές και εισερχόμενο και εξερχόμενο τουρισμό.
- i. Η ανθρώπινη δραστηριότητα των ταξιδιών και των διακοπών καθορισμένη από όλα τα κίνητρα για ταξίδια, μπορεί να βοηθήσει το άτομο, ως τον πρωταγωνιστή του, να φθάσει τις πλήρεις δυνατότητες του, να συνεισφέρει στην μόρφωση του και να καλλιεργήσει την αφύπνιση του σχετικά με το πεπρωμένο που μοιράζεται με όλα τα ανθρώπινα όντα.
 - ii. Το επίπεδο και η ποιότητα του τουρισμού δεν μπορεί να εξαρτάται μόνο από την ικανοποιητική προετοιμασία μέσα από δημόσιες σχέσεις και την μόρφωση του πληθυσμού, των επισκεπτών και των οικοδεσποτών, αλλά επίσης και παράλληλα, στην προσπάθεια που γίνεται για τη δημιουργία των καλύτερων δυνατών συνθηκών για την εκπαίδευση και την προετοιμασία της τουριστικής διαχείρισης, ανεξάρτητα από το αν ανήκει στον ιδιωτικό ή το δημόσιο τομέα.
 - iii. Η βασική μόρφωση αποτελεί το πλέον αποτελεσματικό εργαλείο γιατί είναι το πιο διαδεδομένο σύστημα προετοιμασίας των πολιτών. Πρέπει επομένως να ληφθούν μέτρα για να εξασφαλιστούν τα άτομα από την παιδική τους ηλικία με μια γνώση του τουρισμού και των πρακτικών του.
 - iv. Η διαδικασία της μόρφωσης και της εκπαίδευσης του πληθυσμού στο τουρισμό από την παιδική ηλικία έως τη τρίτη ηλικία θα πρέπει να επωφεληθεί από την βοήθεια των μέσων μαζικής ενημέρωσης, ως σύνολο, καθώς αποτελούν τα πλέον αποτελεσματικά μέσα για την δημιουργία κοινωνικής ευαισθησίας και ετοιμότητας για τον τουρισμό, με την χρήση των πλέον προηγμένων τεχνικών επικοινωνίας.
 - v. Ο εορτασμός της Παγκόσμιας Ημέρας Τουρισμού είναι ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για την ευαισθητοποίηση σχετικά με τις πολλαπλές αξίες του τουρισμού.
 - vi. Η υποχρέωση της προετοιμασίας για ταξίδια και διακοπές θα πρέπει να αναλαμβάνεται με συλλογικές και κοινά αποδεκτές προσπάθειες σε κάθε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο και να τροφοδοτείται από τη διεθνή αλληλεγγύη και συνεργασία και μέσα στα πλαίσια επίσης των ενεργειών προώθησης του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού.
- c. Ο ρόλος του εσωτερικού τουρισμού στην ανάπτυξη του τουρισμού σήμερα.
- i. Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι τα εσωτερικά ταξίδια αποτελούν την συντριπτική πλειοψηφία της συνολικής τουριστικής κίνησης παγκοσμίως και ότι οι στόχοι της ανάπτυξης του εσωτερικού τουρισμού αντανακλούν το αναπόφευκτο, τα Κράτη θα πρέπει να αυξήσουν τις προσπάθειες τους για να διασφαλίσουν ότι αυτή η ανάπτυξη θα είναι συνεχής και συνεχώς και πιο αρμονική.
 - ii. Οι περισσότερες μη βιομηχανοποιημένες χώρες συνεχίζουν να αναπτύσσουν την κοινωνική και οικονομική τους δομή. Αυτός ο μετασχηματισμός συνεπάγεται πολλές αλλαγές στη συμπεριφορά των πληθυσμών σε σχέση με την αστική (κοινωνική) τους συνείδηση, την οικογενειακή τους ζωή, τα πολιτιστικά τους επιτεύγματα και τις φιλοδοξίες τους για ευτυχία. Αυτό, μεταξύ άλλων, αυξάνει σημαντικά την ανάγκη για υπηρεσίες σε ένα μέχρι τώρα παραμελημένο τομέα.

- iii. Ο εσωτερικός τουρισμός δίνει τη δυνατότητα στα άτομα να γνωρίσουν πνευματικά την ίδια τη χώρα τους και επίσης τα ετοιμάζει και για μια παγκόσμια προοπτική.
 - iv. Τα Κράτη θα πρέπει να βελτιώσουν τον τρόπο που αντιλαμβάνονται το ρόλο του εσωτερικού τουρισμού και να δώσουν μεγαλύτερη σημασία στις κοινωνικές, μορφωτικές και πολιτιστικές απολαβές του.
 - v. Η λογική εξήγηση για την ύπαρξη εσωτερικού τουρισμού είναι η κοινωνική, πολιτιστική, μορφωτική και πολιτική πρόοδος της σημερινής κοινωνίας, στην οποία η Διακήρυξη της Μανίλα απέδωσε παγκόσμια σημασία.
 - vi. Ο εσωτερικός τουρισμός βοηθάει στο να επιτευχθεί καλύτερη διανομή των δραστηριοτήτων, της εργασίας και του εισοδήματος μέσα στην εθνική επικράτεια. Αλληλοσυσχετίζεται στενά και αλληλεξαρτάται με άλλους τομείς της κοινωνικής και οικονομικής ζωής κάθε χώρας. Η ανάπτυξη του θα πρέπει να αποτελεί ένα αναπόσπαστο κομμάτι του συνολικού σχεδιασμού ανάπτυξης.
- d. Ελεύθερη κυκλοφορία.
- Συνολικές στρατηγικές για την εφαρμογή των παραπάνω αναφερόμενων προτεραιοτήτων μπορούν να προδιαγραφούν μόνο μέσα σε ένα γενικότερο κλίμα ελεύθερης διακίνησης και ταξιδίων. Η Διάσκεψη επομένως αναγνωρίζει ότι:
- i. Το ζήτημα της ελευθερίας διακίνησης και ταξιδίων το οποίο τέθηκε στη Διακήρυξη της Μανίλα, είναι μεγάλης σημασίας για την ανάπτυξη του παγκόσμιου τουρισμού σήμερα.
 - ii. Είναι υποχρέωση του Π.Ο.Τ. να προβαίνει σε δραστηριότητες με σκοπό την καλλιέργεια της ελευθερίας της διακίνησης και των ταξιδίων μέσα στα πλαίσια της διεθνούς συνεργασίας στον τομέα του τουρισμού.
 - iii. Κάθε προσπάθεια να καλλιεργηθεί η ελευθερία της διακίνησης και των ταξιδίων θα πρέπει υποχρεωτικά να λαμβάνει υπόψη της τις υπάρχουσες κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες κάθε χώρας, την αυτονομία της, τη νομοθεσία και τις παραδόσεις καθώς επίσης και τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των πολιτών της.
 - iv. Τα κράτη θα πρέπει να αυξήσουν τις προσπάθειες τους να εφαρμόσουν τις διατάξεις της Διακήρυξης της Μανίλα σχετικά με την ελευθερία της διακίνησης και των ταξιδίων και, όπου είναι απαραίτητο, να δώσουν τη βοήθεια τους στον ΠΟΤ προς αυτή τη κατεύθυνση.¹⁶⁵

IV. Η ΔΙΑΚΗΡΥΞΗ ΤΗΣ ΟΖΑΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

4 Νοεμβρίου 1994

Η Παγκόσμια Διάσκεψη των Υπουργών του Τουρισμού, που πραγματοποιήθηκε στις 3 και 4 Νοεμβρίου 1994 στην Οζάκα της Ιαπωνίας, μετά από πρόσκληση του Υπουργού Μεταφορών της Ιαπωνίας και υπό την αιγίδα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, με την ευκαιρία

¹⁶⁵http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/Legislation/DocLib/6_WorldTourismOrganization_Acapo ulcoDocument_1982.pdf, Α.Γ. Κουτσουράδης, Βασική Τουριστική Νομοθεσία, εκδ. Σάκκουλα, 2000, σ. 67-75.

των εγκαινίων του Διεθνούς Αεροδρομίου του Kansai, στην οποία συμμετείχαν αντιπροσωπείες από 78 κράτη και περιοχές, 18 τοπικές κυβερνήσεις και 5 παρατηρητές, Βασιζόμενοι ότι σε αυτά τα 14 έτη από τότε που εκδόθηκε η Παγκόσμια Διακήρυξη Τουρισμού της Μανίλα, υπό την αιγίδα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, το τέλος του ψυχρού πολέμου και η οικονομική ανάπτυξη της Ασίας και άλλων περιοχών, είχαν ως αποτέλεσμα μια σημαντική αύξηση του διεθνούς τουρισμού και ότι στο δεύτερο μισό αυτού του αιώνα, η τεχνολογική ανάπτυξη στις συγκοινωνίες και τις επικοινωνίες καθώς και η εξάπλωση τους σε διεθνή δίκτυα, έχει συνεισφέρει στην ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού, Σημειώνοντας ότι ο τουρισμός είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός ακαθάριστου εθνικού προϊόντος και εργασίας, παίζει ένα σημαντικό ρόλο στην προώθηση της αλληλοκατανόησης ανάμεσα στους λαούς του πλανήτη και στην διατήρηση της ειρήνης μέσα από τις διαπροσωπικές συναλλαγές και έτσι συνεισφέρει στην ευημερία πολλών κρατών και περιοχών,

Αναγνωρίζοντας ότι η ηγεσία του διεθνούς τουρισμού φέρει την αναπόδραστη ευθύνη να κληροδοτήσει την ομορφιά και τα πλούσια ελέη της φύσης στις επόμενες γενεές, και σημειώνοντας ότι απαιτούνται δυναμικές προσπάθειες για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και των παραδόσεων από την εξαφάνιση που προκαλείται από την άναρχη τουριστική ανάπτυξη,

Αναγνωρίζοντας ότι αυτή η παγκόσμια συνάντηση κορυφής των Υπουργών Τουρισμού, η πρώτη του είδους της, αντικρίζοντας την αυγή ενός νέου αιώνα και ταυτόχρονα μια νέας χιλιετίας, επιθυμεί να οδηγήσει την τουριστική ανάπτυξη στο καλύτερο δυνατό σημείο για την ανθρωπότητα,

Διακηρύσσει τα ακόλουθα:

I. Ανάπτυξη του Διεθνούς Τουρισμού

1. Ο μεγάλος κλίμακας διεθνής τουρισμός ξεκίνησε στα μέσα αυτού του αιώνα και από τότε αναπτύσσεται συνεχώς. Το 1950, οι αφίξεις, διεθνώς, αριθμούσαν 25 εκατομμύρια και οι εισπράξεις από τον διεθνή τουρισμό στα 2.1 δισεκατομμύρια δολάρια. Σαραντα χρόνια αργότερα, το 1993, τα νούμερα αυτά έφθασαν στα 500 εκατομμύρια αφίξεις και 304 δισεκατομμύρια δολάρια τα έσοδα. Κατά τον χρόνο αυτό, ο μέσος όρος ανόδου των αριθμών αυτών ήταν 7,1% και 12,2% αντίστοιχα. Μέχρι το έτος 2010, οι αφίξεις του τουρισμού διεθνώς αναμένονται να διπλασιαστούν και να φθάσουν τα 937 εκατομμύρια.
2. Ο τουρισμός είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός ακαθάριστου εθνικού προϊόντος και εργασίας, αφού σε αυτόν οφείλεται το ένα δέκατο καθενός, και οι τουριστικές επενδύσεις και τα σχετικά με αυτόν φορολογικά έσοδα είναι ανάλογα υψηλά. Αυτά και άλλα οικονομικά αποτελέσματα του τουρισμού, αποτελούν επιβεβαίωση μιας συνεχιζόμενης σταθερής ανάπτυξης και ο τουρισμός θα είναι η ατμομηχανή που θα εισάγει την παγκόσμια οικονομία στον 21 αιώνα.

II. Σημασία του Διεθνούς Τουρισμού

3. Η ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού ανέπτυξε σε μεγάλο βαθμό, τις διαπροσωπικές ανταλλαγές ανάμεσα και μέσα στις διάφορες περιοχές. Επιπρόσθετα, ο αριθμός των τουριστών από περιοχές όπως η Ανατολική Ασία και η Ανατολική Ευρώπη έχει δραματικά αυξηθεί στα τελευταία χρόνια. Τέτοιου είδους διεθνής ανταλλαγές προσφέρουν καλύτερες ευκαιρίες να κατανοήσει κάποιος τους απλούς ανθρώπους και τον τρόπο ζωής τους, σε αντίθεση με αυτά που μαθαίνει από αποσπασματικές

αναφορές για τις ξένες κοινωνίες από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Αυτό βοηθάει για την ακόμη μεγαλύτερη εξάλειψη των προκαταλήψεων ανάμεσα στους ανθρώπους. Η ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού συνεισφέρει στην προώθηση της αμοιβαίας κατανόησης ανάμεσα στις χώρες και τους λαούς.

4. Ο τουρισμός είναι ένα αποτελεσματικό μέσο αναδιανομής ανάμεσα στις χώρες και με τον τρόπο αυτό συνεισφέρει σε μια πιο ισορροπημένη ανάπτυξη των οικονομιών του πλανήτη. Η αναδιανομή του εισοδήματος μέσα από τον τουρισμό είναι προσβάσιμη κάθε στιγμή για κάθε κράτος και μπορεί να βοηθήσει για να αμβλυνθεί η ανισορροπία στο διεθνές εμπόριο. Ο διεθνής τουρισμός μπορεί να αποδειχτεί ιδιαίτερα σημαντικός για τις αναπτυσσόμενες χώρες που δεν έχουν άλλες πηγές απόκτησης ξένου συναλλάγματος. Επιπρόσθετα, η διεθνής συνεργασία από τις ανεπτυγμένες χώρες και τους αρμόδιους οργανισμούς και ιδρύματα μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομική πρόοδο των αναπτυσσόμενων χωρών.
5. Ο τουρισμός είναι κύρια μια πράξη ύπαρξης σε συσχετισμό με το να εκτιμούμε και να διδασκόμαστε από τη γενναιοδωρία της φύσης και τις ξένες κοινωνίες και κουλτούρες. Από αυτήν την άποψη, οι τουρίστες θα πρέπει να διακατέχονται από ταπεινοφροσύνη και σεβασμό στα ταξίδια τους. Θα πρέπει να καλλιεργήσουν την πνευματική περιέργεια, να υιοθετήσουν ανοιχτό μυαλό απέναντι σε ανθρώπους ξένους και την κουλτούρα τους και να εμβαθύνουν την ευαισθησία τους απέναντι στους ανθρώπους και την κουλτούρα τους. Με αυτό τον τρόπο οι άνθρωποι μπορούν να εκτιμήσουν τις ευλογίες της φύσης, των κοινωνιών και των πολιτισμών και έτσι να κληροδοτήσουν αυτόν τον όμορφο και υγιή πλανήτη στις μελλοντικές γενεές.

III. Η ανάπτυξη της Τουριστικής Βιομηχανίας

6. Για να μπορέσει ο τουρισμός να επιτελέσει το σημαντικό του έργο ως μια βιομηχανία με σημαντική οικονομική επιρροή, θα πρέπει να επιτελέσει πλήρως τις λειτουργίες του και να ανταποκριθεί στις συνεχώς εξελισσόμενες τουριστικές ανάγκες. Ο τουρισμός θα εκτιμηθεί ιδιαίτερα από την κοινωνία ως βιομηχανία μόνο εάν ικανοποιήσει τις ανάγκες της πελατείας του. Για να επιτευχθεί αυτό απαιτείται περισσότερη εκπαίδευση, έρευνα και μελέτη στον τουριστικό τομέα.
7. Η ανάπτυξη των συστημάτων μεταφοράς που δημιουργήθηκε από την αλματώδη πρόοδο της τεχνολογίας στις μεταφορές στο δεύτερο μισό του 20ου αιώνα κατέστησε τον κόσμο μικρότερο και ενθάρρυνε τους ανθρώπους να ταξιδέψουν. Αυτό ήταν ο κυριότερος παράγοντας ώθησης για την μεγάλη εξάπλωση του διεθνούς τουρισμού. Αναπτυσσόμενες παράλληλα, οι τεχνολογίες των τηλεπικοινωνιών, μέσα από την μετάδοση διαφόρων μορφών πληροφοριών, επέτειναν την επιθυμία των ανθρώπων να ταξιδέψουν. Η παραπέρα εξέλιξη σε αυτούς τους τομείς είναι αναπόσπαστο στοιχείο για την μελλοντική ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού και θα επηρεάσει σημαντικά τον τουρισμό στον 21ο αιώνα.

Η επίδραση του Διεθνούς Τουρισμού στην Κοινωνία και το Περιβάλλον

8. Η καταστροφή των παραδοσιακών πολιτισμών και τρόπων ζωής και η εκμετάλλευση ευάλωτων ομάδων που προκαλείται από την τουριστική ανάπτυξη μπορεί να οδηγήσει σε σοβαρές επιπτώσεις και πρέπει να αποφευχθεί. Οι τουρίστες επίσης θα

πρέπει να επιδεικνύουν εκείνη την διακριτική και ενδεδειγμένη συμπεριφορά ώστε να αποφεύγεται η αρνητική επιρροή της τοπικής κοινωνίας.

9. Ένα καλά διατηρημένο φυσικό περιβάλλον και η πολιτιστική κληρονομιά είναι ανεκτίμητες πηγές τουρισμού. Ο τουρισμός δεν πρέπει ποτέ να είναι αιτία καταστροφής, το αντίθετο, θα πρέπει να είναι αιτία προστασίας. Εάν η τουριστική βιομηχανία και οι τουρίστες μοιραστούν την ευθύνη για τη διατήρηση του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, είναι δυνατό να διατηρήσουν την αξία τους και ταυτόχρονα να χρησιμοποιηθούν ως πηγές τουρισμού. Αυτός ο αρμονικός κύκλος της φύσης, εάν χρησιμοποιηθεί και αναπτυχθεί με συγκεκριμένα μέτρα μπορεί να καταστεί η κινητήρια δύναμη για να κληροδοτηθούν άφθαρτες πηγές τουρισμού στις μελλοντικές γενεές και να γίνει πραγματικότητα ο αειφόρος τουρισμός.

Διεθνής Τουρισμός και Ειρήνη

10. Ο τουρισμός δημιουργείται από την ειρήνη και ταυτόχρονα ενισχύει συνεχώς την ειρήνη. Το τέλος του ψυχρού πολέμου και μιας σειράς παρατεινόμενων περιφερειακών συγκρούσεων, εξάλειψε την ψυχολογία της αντιπαράστασης σε πολλές πληθυσμιακές ομάδες, και ταυτόχρονα είχε ως αποτέλεσμα την άρση των ταξιδιωτικών περιορισμών σε πολλές χώρες. Ωστόσο, όπως ξεκάθαρα αποδεικνύουν οι άλλτες περιφερειακές συγκρούσεις, ο διεθνής τουρισμός δεν είναι βιώσιμος σε ταραγμένες χώρες ή περιοχές. Η παραπέρα προώθηση του τουρισμού ως σύμβολο ειρήνης για τον 21 αιώνα θα συνεισφέρει σημαντικά στην διατήρηση της ειρήνης για την ανθρωπότητα. Για το λόγο αυτό θα ήταν χρήσιμο τα έθνη να ενισχύσουν την υποστήριξη τους στον τουρισμό με την χρήση, για παράδειγμα, μέρους του μερίσματος της ειρήνης που προήλθε από τη κατάπαυση του ψυχρού πολέμου.

Ο ρόλος των Κυβερνήσεων και των Διεθνών Οργανώσεων

11. Οι Κυβερνήσεις χρειάζεται να αποκτήσουν μεγαλύτερη συνείδηση του κρίσιμου ρόλου που παίζει ο τουρισμός στον σχεδιασμό της πολιτικής και θα πρέπει να προωθήσουν πολιτικές με έμφαση στον τουρισμό. Ο διεθνής τουρισμός ασκεί θετική επιρροή στην οικονομία, την κοινωνία, τον πολιτισμό και το περιβάλλον. Στην άσκηση της πολιτικής τους, οι κυβερνήσεις ενθαρρύνονται να εξαλείψουν μη απαραίτητους κανονισμούς και γραφειοκρατικές επιβαρύνσεις και να λάβουν ειδικά μέτρα για να εξασφαλίσουν την ασφάλεια των τουριστών και να υποστηρίξουν τους νέους, τους ηλικιωμένους και τα άτομα με ειδικές ανάγκες. Επιπρόσθετα, για να αναβαθμίσουν την στρατηγική προτεραιότητα της τουριστικής πολιτικής, είναι σημαντικό να καταγραφούν οι επιπτώσεις των τουριστικών δραστηριοτήτων στις εθνικές οικονομίες με μια διεθνώς ομοιόμορφη μέθοδο. Αυτό θα καταστήσει, τις επενδύσεις και τις άλλες αποφάσεις για τον τουρισμό, περισσότερο αντικειμενικά εξηγήσιμες και περισσότερο ακριβείς.
12. Τα έθνη, οι διεθνείς οργανισμοί και τα ερευνητικά ινστιτούτα καλούνται να επαναεπιβεβαιώσουν την σημασία του τουρισμού στην προώθηση της διεθνούς κατανόησης, της οικονομικής ανάπτυξης, της περιβαλλοντολογικής ισορροπίας και ειρήνης και να ενσωματώσουν πλήρως τον τουρισμό στα προγράμματα τους ανάπτυξης και βοήθειας. Πιο συγκεκριμένα, τα διεθνή πρακτορεία χρηματοδότησης ενθαρρύνονται να χρηματοδοτήσουν τον τουριστικό τομέα και ακόμη παραπέρα, όλα

τα έθνη, οι οργανισμοί και τα ινστιτούτα προτρέπονται να εντατικοποιήσουν την διεθνή και δια-οργανισμιακή συνεργασία για να βοηθήσουν τις αναπτυσσόμενες χώρες, μεγάλες ή μικρές, έτσι ώστε όλες οι πλευρές του τουρισμού να είναι αποτελεσματικά συντονισμένες για να επιτύχουν το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

166

ΕΝΟΤΗΤΑ 2

ΟΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΜΕΝΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΧΕΣΕΙΣ

Ο ενδιαφερόμενος τουρίστας που επιθυμεί να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι ή γενικότερα αναζητά τουριστικές υπηρεσίες, συχνά υποκινείται από τη διαφήμιση ή και αυτοβούλως και έχει δύο επιλογές.

- A. Να επιχειρήσει το ταξίδι και τον τουρισμό εν γένει, ατομικά, με δική του πρωτοβουλία. Σε αυτή την περίπτωση είναι αναγκαία η ευχερής πρόσβαση του σε κέντρα πληροφόρησης, που έχει συστήσει είτε ο φορέας της διαφήμισης, είτε ο τόπος του τουριστικού του ενδιαφέροντος. Η πληροφόρηση του οφείλει να περιλαμβάνει με κάθε πληρότητα και ακρίβεια τους τρόπους μετάβασης, τα δρομολόγια, τις τιμές, τις ανταποκρίσεις, τα ξενοδοχεία, τους αρχαιολογικούς χώρους, τους λιμένες, τις προσφερόμενες υπηρεσίες κ.α. Την ίδια πλήρη και πρόθυμη πληροφόρηση θα πρέπει να βρίσκει ο επισκέπτης σε όλα τα μέσα συγκοινωνίας και σε κεντρικά, εμφανή σημεία των πόλεων. Φαίνεται λοιπόν επιβεβλημένη η εμπλοκή μιας κεντρικής δημόσιας αρχής με σκοπό τη διαφήμιση και την οργανωμένη παροχή πληροφοριών στον επισκέπτη. Σε αυτή την περίπτωση πάντως, ο επισκέπτης συμβάλλεται μόνος του με τα διάφορα μέσα συγκοινωνίας και με τα ξενοδοχεία, με τη δική του ευθύνη. Είναι σημαντικό ωστόσο, να γνωστοποιούνται στον αλλοδαπό επισκέπτη οι δυνατότητες πληροφόρησης, καθοδήγησης και αρωγής, που έχει, και μάλιστα στη γλώσσα του, από τη δημόσια αρχή και τα εξουσιοδοτημένα για το λόγο αυτό, παρακλάδια της, ήδη από το σημείο εισόδου του αλλοδαπού επισκέπτη στη χώρα υποδοχής.
- B. Ο ενδιαφερόμενος έχει την επιλογή να απευθυνθεί στο τουριστικό γραφείο της επιλογής του και ειδικά σε εκείνο που υποδεικνύεται άμεσα στη διαφήμιση, ως προερχόμενη συνήθως από αυτό. Το αλλοδαπό τουριστικό γραφείο βέβαια συμβάλλεται με τους πελάτες του στη βάση της νομοθεσίας της χώρας που είναι εγκατεστημένο. Η σχέση τους, δηλαδή, δεν υπάγεται κατά κανόνα στο ελληνικό δίκαιο. Προκειμένου όμως να πραγματοποιήσει το οργανωμένο ταξίδι ή να ικανοποιήσει συγκεκριμένη τουριστική επιθυμία ή ανάγκη του πελάτη του με τόπο εκπλήρωσης την Ελλάδα, θα απευθυνθεί υποχρεωτικά σε ελληνική τουριστική επιχείρηση. Το αντίστοιχο θα πράξει και το ημεδαπό τουριστικό γραφείο, όσον αφορά τον εσωτερικό τουρισμό.

166

http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/Legislation/DocLib/7_OzakaDeclarationOnTourism_1994.pdf, Α.Γ. Κουτσουράδης, Βασική Τουριστική Νομοθεσία, εκδ. Σάκκουλα, 2000, σ. 80-85.

Ο ενδιαφερόμενος τουρίστας όμως χρήζει προστασίας σε όποια και από τις δύο κατηγορίες και αν ανήκει, έναντι των συνεπειών της τυχόν πλημμελούς συμπεριφοράς που μπορεί να επιδείξει η ημεδαπή ή αλλοδαπή τουριστική επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα, ο επισκέπτης σε κάθε περίπτωση πλάνης ή ζημίας του από τις διαπραγματεύσεις ή από την για οποιονδήποτε λόγο ανώμαλη εξέλιξη της ενοχής χρειάζεται να έχει ευχερή πρόσβαση στην εθνική δικαιοσύνη και την ετυμηγορία της. Αυτό εξασφαλίζεται με την καθιέρωση και ενίσχυση ειδικής ταχείας διαδικασίας τουριστικών διαφορών κατά της ημεδαπής επιχείρησης.¹⁶⁷

A. ΘΕΜΑΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Η διαφήμιση υπάγεται και ρυθμίζεται στα πλαίσια του νόμου για τον αθέμιτο ανταγωνισμό (άρθρο 1 και 3, Ν. 146/1914) και του νόμου για την προστασία του καταναλωτή (άρθρο 9, Ν 2251/1994). Υπάρχουν επίσης και ειδικές διατάξεις για την «τουριστική» διαφήμιση, όπως εκείνες του άρθρου 9 του Ν. 2743/1999 για την απαγόρευση διαφήμισης ταξιδίων αναψυχής με ιδιωτικά πλοία υπό ελληνική σημαία και του άρθρου 3 του Π.Δ. 339/1996 για τη διαφήμιση σε περίπτωση οργανωμένων ταξιδίων και παροχής άλλων τουριστικών υπηρεσιών.

Γενικά, ο κάθε ενδιαφερόμενος που θέλει να επισκεφθεί κάποιο άλλο, διαφορετικό του τόπου της κατοικίας ή διαμονής του, μέρος, έχει ανάγκη να καθοδηγηθεί με επάρκεια και ακρίβεια από την ίδια την πηγή που δημιούργησε το σχετικό ενδιαφέρον του. Η πηγή αυτή συνήθως είναι η διαφήμιση και πρέπει να περιέχει η ίδια τις διευθύνσεις και τα τηλέφωνα των κέντρων προέλευσης της, είτε πρόκειται για δημόσια υπηρεσία είτε για δημοτική ή νομαρχιακή ή περιφερειακή ή άλλη αρχή, είτε για επιμελητήρια, είτε για κατ' ιδίαν τουριστικές επιχειρήσεις, οργανισμούς, συλλόγους, ινστιτούτα κ.α. Επίσης πρέπει η διαφήμιση να είναι ειλικρινής και ακριβής. Να ανταποκρίνεται δηλαδή, με πληρότητα και ακρίβεια στη διαφημιζόμενη πραγματική κατάσταση. Παραπλανητικές διαφημίσεις, ανεξάρτητα από το αντικείμενο της πλάνης που δημιουργούν, λ.χ. ως προς το αξιοθέατο ή τις τιμές ή τις παρεχόμενες υπηρεσίες κ.α., δικαιολογούν όχι μόνο την εφαρμογή των σχετικών διατάξεων περί αθέμιτου ανταγωνισμού και προστασίας καταναλωτή, αλλά και την επέμβαση αρμόδιας εποπτικής δημόσιας αρχής, ώστε να προλαμβάνονται ή να καταστέλλονται ταχύτατα οι διαφημιστικές ενέργειες που είναι ικανές να θίξουν το γενικό ενδιαφέρον.

Οι εξουσίες της εκάστοτε εποπτικής αρχής θα πρέπει να είναι προληπτικές και κατασταλτικές με κυρωτικό χαρακτήρα, ώστε να ορίζουν τον τρόπο διαφήμισης, να εγκρίνουν ή όχι τη συγκεκριμένη διαφήμιση, να απαγορεύουν την παραπλανητική διαφήμιση και να επιβάλλουν κυρώσεις σε περίπτωση παραβάσεων. Στόχος τους πρέπει να είναι αφενός η αποφυγή της βλαπτικής εν γένει διαφήμισης για τα συμφέροντα της χώρας ή του συγκεκριμένου μέρους ή αξιοθέατου, η αποφυγή δηλαδή της ανήθικης και παραπλανητικής διαφήμισης, αφετέρου δε η επαρκής καθοδήγηση του ενδιαφερόμενου μέσω της διαφήμισης, προς άντληση πληροφοριών που είναι σαφείς, ειλικρινείς και ακριβείς.

Εν κατακλείδι, η τουριστική διαφήμιση απαιτεί συνδυασμένη προσπάθεια των τοπικών αρχών, των περιφερειακών διοικήσεων, των επιμελητηρίων και των υπηρεσιών του

¹⁶⁷ Σ. Δ. Ψυχομάνης, *Τουριστικό Δίκαιο, Ερμηνευτικά και νομοθετικά ζητήματα και προτάσεις*, εκδ. Σάκκουλα, 2003, σ.19-20.

Δημοσίου αλλά και συντονισμό όλων αυτών από ένα αρμόδιο όργανο στα πλαίσια του υπουργείου ανάπτυξης, που να έχει ως αντικείμενο εργασίας την αναζήτηση, δημιουργία, χρηματοδότηση και διάθεση διαφημιστικών υλικών που βασίζονται σε ειλικρινή και ακριβή δεδομένα.

Ανακεφαλαιώνοντας, από όλα τα παραπάνω εκκρίνουν οι τέσσερις βασικές αρχές ή αξιώματα, της τουριστικής διαφήμισης ως εξής:

- I. Η τουριστική διαφήμιση οργανώνεται και παρέχεται στις αγορές από δημόσια αρχή, η οποία εκτός της διαφήμισης επωμίζεται την πληροφόρηση και την καθοδήγηση του επισκέπτη.
- II. Η παρεχόμενη διαφήμιση, ευθέως από ιδιωτικές ή δημόσιες επιχειρήσεις και άλλες αρχές, εποπτεύεται προληπτικά και κατασταλτικά από την ίδια ως άνω δημόσια αρχή.
- III. Η διαφήμιση πρέπει να διακρίνεται από πληρότητα, αλήθεια και ακρίβεια περιεχομένου. Να παραπέμπει ευκρινώς στο κέντρο προέλευσης της για πληροφορίες και να συνοδεύεται από πλήρη ετοιμότητα του κέντρου προέλευσης και εποπτείας για τουριστική καθοδήγηση του ενδιαφερομένου με όλα τα σύγχρονα και παραδοσιακά μέσα. (Άρθρο 2, Ν. 2160/1993).
- IV. Τα τουριστικά γραφεία και οι τουριστικές επιχειρήσεις που βρίσκονται εκτός Ελλάδος, από τη στιγμή που γίνονται αποδέκτες του διαφημιστικού υλικού, λειτουργούν ως αντιπρόσωποι των ελληνικών κέντρων προέλευσης, και η εξ αυτών τουριστική διαφήμιση ελέγχεται νομικά από την εποπτική ελληνική αρχή, η οποία σε περίπτωση διαπίστωσης παραβάσεων, θα έχει τη δυνατότητα παρέμβασης στην ξένη χώρα με κάθε δυνατό νόμιμο τρόπο.

B. ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΗΘΙΚΗΣ ΒΛΑΒΗΣ ΠΕΛΑΤΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Οι διαπραγματεύσεις μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων ή τουριστικών γραφείων και πελατών δημιουργούν το δικαίωμα αποζημίωσης του πελάτη, του οποίου διανεύσθηκε η εμπιστοσύνη, που επέδειξε ως προς την κατάρτιση μιας τουριστικής και ιδίως ταξιδιωτικής σύμβασης με τουριστικό γραφείο ή άλλη τουριστική επιχείρηση με την αποζημίωση αυτή να υπόκειται στον ΑΚ 198.

Μέσα σε ένα εντατικό καθημερινό πρόγραμμα ρουτίνας του σύγχρονου τρόπου ζωής, οι ανάγκες για εκμετάλλευση του ελεύθερου χρόνου διακοπών με σκοπό τις δραστηριότητες αναψυχής και ξεκούρασης και άλλων λοιπών καλλιτεχνικών, πολιτισμικών, αρχαιολογικών, φυσιολατρικών τουριστικών δραστηριοτήτων, αποτελούν στοιχεία της σωματικής, ψυχικής και πνευματικής ατομικότητας και κοινωνικής ιδιαιτερότητας του ατόμου. Πρόκειται ουσιαστικά για την προσωπικότητα του ατόμου που σχετίζεται με την απόλαυση και την πνευματική ωφέλεια και διαμορφώνεται από μη ποσοτικούς παράγοντες, όπως είναι η ψυχική διάθεση και τα συναισθήματα.

Η προσβολή αυτής της πλευράς της προσωπικότητας και των άυλων αγαθών που τη συνθέτουν, αποτελεί δείγμα ηθικής βλάβης καθώς αναστατώνεται η ψυχική και συναισθηματική ισορροπία του ατόμου, γεγονός που χρήζει ταχείας αποκατάστασης. Με τη δυνατότητα ικανοποίησης της ηθικής βλάβης του επισκέπτη, αποκαθίσταται η προσωπικότητα του ατόμου το οποίο πιθανόν να έτυχε στέρησης της απόλαυσης του ταξιδιού, ή μέρους των συμφωνημένων παροχών ή άλλων υπηρεσιών από τον εκάστοτε

τουριστικό υπεύθυνο, το τουριστικό γραφείο, το ξενοδοχείο ή την οποιασδήποτε άλλης μορφής τουριστική επιχείρηση, χωρίς να είναι απαραίτητο το δικαίωμα ικανοποίησης της ηθικής βλάβης να στηρίζεται σε αδικοπραξία.

Σύμφωνα μάλιστα με τον ΑΚ 932, ισχύουν τα εξής:

- Από μη εκπλήρωση των υπεσχημένων από την τουριστική επιχείρηση τουριστικών παροχών λόγω υπαιτιότητας της ίδιας ή προστεθέντων αυτής, ο πελάτης έχει αξίωση ικανοποίησης της ηθικής του βλάβης. Αυτή συνίσταται στην καταβολή εύλογου χρηματικού ποσού από την υπαίτια επιχείρησης, χωρίς να αποκλείονται και άλλες αξιώσεις, κατ' εφαρμογή γενικών ή ειδικών διατάξεων.
- Η τουριστική επιχείρηση είναι υποχρεωμένη να παρέχει ή να εξασφαλίζει στον πελάτη, τις διαφημισθείσες ή υπεσχημένες κατά τις διαπραγματεύσεις υπηρεσίες, προϊόντα και εγκαταστάσεις. Ουσιώδεις ή πλείονες αποκλίσεις που δεν οφείλονται σε γεγονότα ανωτέρας βίας, παρέχουν το δικαίωμα στον πελάτη να υπαναχωρήσει ή να καταγγείλει τη σύμβαση ενός 24 ωρών από τη στιγμή της διαπίστωσης της παράβασης. Η οφειλόμενη για το λόγο αυτό, ικανοποίηση της ηθικής βλάβης του πελάτη καταβάλλεται ακόμα και αν ο πελάτης αποφασίσει να κάνει χρήση των ελαττωματικών ή ελλιπών υπηρεσιών, προϊόντων ή εγκαταστάσεων. Ο πελάτης έχει επίσης το δικαίωμα σε αποζημίωση, για οτιδήποτε καταβάλλει επιπλέον, για την απόλαυση των ίδιων υπηρεσιών, προϊόντων ή εγκαταστάσεων.¹⁶⁸

Γ. ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΑΙΣΧΡΟΚΕΡΔΕΙΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Με την υπερβολική άνθηση του τουρισμού, παρατηρήθηκαν φαινόμενα αδικαιολόγητα υψηλών τιμών των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων ή υπηρεσιών από τις τουριστικές επιχειρήσεις, γεγονός που έχρησε αναγκαία τη νομοθετική ενασχόληση με την περίπτωση αυτή.

Οι διατάξεις που αναφέρονται στις τιμές των προς μίσθωση από καταλυματικές επιχειρήσεις κλινών και θέτουν όρια στην υπερτίμηση των προϊόντων και των υπηρεσιών υπάγονται στα άρθρα 178, 179, 281 του ΑΚ και στο άρθρο 405 του ΠΚ. Αξίζει να σημειωθούν οι παρακάτω νομοθετικές ρυθμίσεις, των οποίων χρειάζεται να είναι ενήμερος ο κάθε τουρίστας-καταναλωτής:

- Οι τιμές των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρονται από κάθε ξενοδοχειακή ή άλλη τουριστική επιχείρηση ή κατάσταση τουριστικών περιοχών, πρέπει να είναι ενιαίες, εμφανείς και προσιτές στο κοινό και σε κάθε ενδιαφερόμενο, με αναρτήσεις σχετικών πινάκων στις εισόδους, στα σημεία επαφής με το κοινό, στα δωμάτια και σε έγγραφο πληροφοριακό υλικό, που πρέπει να διαθέτει το ξενοδοχείο και η τουριστική επιχείρηση στους χώρους ευθύνης τους.
- Οι καθοριζόμενες τιμές πρέπει να είναι ανάλογες προς το είδος, την έκταση, το περιεχόμενο και το κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων και την ποιότητα των προς μίσθωση χώρων. Υπηρεσίες, προϊόντα και χώροι πρέπει σε κάθε περίπτωση να έχουν ποιότητα και να είναι πρόσφορα για τον σκοπό για τον οποίο προορίζονται.

¹⁶⁸ Σ. Δ. Ψυχομάνης, *Τουριστικό Δίκαιο, Ερμηνευτικά και νομοθετικά ζητήματα και προτάσεις*, εκδ. Σάκκουλα, 2003, σ.29-32.

- Οι αρμόδιες δημόσιες αλλά και οι εφοριακές, δημοτικές και αστυνομικές αρχές είναι υποχρεωμένες να ελέγχουν αυστηρά τις περιπτώσεις αισχροκέρδειας με την έννοια του άρθρου 405 του ΠΚ και να προβαίνουν στην αναγκαία μηνυτήρια αναφορά και τις απαιτούμενες ενέργειες για την ποινική δίωξη των πράξεων με την αυτόφωρη διαδικασία.
- Αισχροκερδείς θεωρούνται σε κάθε περίπτωση οι τιμές λιανικής πώλησης προϊόντων από τουριστικές επιχειρήσεις και καταστήματα τουριστικών περιοχών, όταν υπερβαίνουν το τριπλάσιο της χονδρικής τιμής τους. Αισχροκερδείς είναι επίσης οι τιμές για παροχή υπηρεσιών και προϊόντων ή χρήσεως χώρων, όταν αυτές δεν αναλογούν στην ποιότητα και στην ποσότητα των υπηρεσιών, ή υπερβαίνουν κατά 50% το μέσο όρο των διαμορφούμενων ανταγωνιστικά τιμών του συγκεκριμένου είδους παροχής.

Δ. ΑΓΡΑ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΕΥΘΥΝΟΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Είναι συχνό το φαινόμενο το οποίο ταλαιπωρεί τους τουρίστες, διαστρεβλώνει τον ελεύθερο ανταγωνισμό και υποβαθμίζει την εικόνα της χώρας. Σε κάποιες περιπτώσεις το αδίκημα αυτό διαπράττεται με εύκολα αντιληπτό τρόπο από τον καθέναν, όπως στα αεροδρόμια, στα λιμάνια, τους οδικούς ή σιδηροδρομικούς σταθμούς ή ακόμη και μέσα σε μέσα μεταφοράς. Πρόκειται ουσιαστικά για το φαινόμενο της κατευθυνόμενης αγοράς, ή αλλιώς της άγρας πελατών, κατά το οποίο διάφοροι επιτήδριοι πλησιάζουν τους τουρίστες και με πειστικό τρόπο τους πιέζουν να προτιμήσουν συγκεκριμένες τουριστικές υπηρεσίες μιας συγκεκριμένης επιχείρησης.

Στην περίπτωση κατά την οποία ο τουρίστας ακολουθήσει μια τέτοια προτροπή, κινδυνεύει να καταλήξει θύμα κακών υπηρεσιών ή και αισχροκέρδειας, αφού η άγρα ασκείται από άτομα που συνήθως αμείβονται για τις υπηρεσίες τους, και την αμοιβή αυτή την καταβάλλει ουσιαστικά ο τουρίστας.

Υπάρχουν βέβαια και περιπτώσεις στις οποίες ο τουρίστας δεν αντιλαμβάνεται εύκολα, ότι καθίσταται θύμα άγρας και αυτό συνήθως συμβαίνει με τις κατευθυνόμενες αγορές και την κατευθυνόμενη εστίαση και αναψυχή. Σε αυτές τις περιπτώσεις, ο τουρίστας που λόγω χάρη μετέχει σε μια κρουαζιέρα, ή σε ένα περιηγητικό γύρο πόλεων με πούλμαν, αναγκάζεται με έμμεσο τρόπο να κάνει τις αγορές του σε συγκεκριμένο κατάστημα ή να γευματίσει σε συγκεκριμένο εστιατόριο απλώς γιατί εκεί τον οδήγησε το πούλμαν. Δεδομένου ότι στις περιπτώσεις αυτές τα ευνοούμενα καταστήματα καταβάλλουν υψηλές προμήθειες σε πρόσωπα εμπλεκόμενα με τη διακίνηση των τουριστών, αυτός που τελικά πληρώνει τις προμήθειες είναι ο τουρίστας, χωρίς φυσικά να έχει πάντοτε εξασφαλίσει υψηλή ποιότητα, ανάλογη της τιμής.

Κυρώσεις:

Επί σειρά ετών η φροντίδα της Πολιτείας για τους τουρίστες και την προστασία τους από τις κατευθυνόμενες αγορές, περιοριζόταν σε συστάσεις προς τους τουρίστες. Σήμερα, με τον νόμο 2160/1993, το πρόβλημα αντιμετωπίστηκε αποφασιστικότερα με την επιβολή των παρακάτω κυρώσεων.

Σύμφωνα με τις διατάξεις της παρ. 3 του άρθρου 4 του Ν. 2160/1993, όπως τροποποιήθηκε με την παρ. 2 του άρθρου 27 του Ν. 2636/1998 και την Υπ. Απόφαση Προεδρίας της Κυβερνήσεως ισχύουν τα παρακάτω:

Όποιος παροτρύνει και παρενοχλεί πρόσωπο ή ομάδα προσώπων να αποκρούσει ταξιδιωτική ή μεταφορική υπηρεσία, υπηρεσίες εστίασης, αναψυχής ή τουριστικού καταλύματος, προϊόντα εμπορικού καταστήματος, τιμωρείται με την διάταξη του άρθρου 458 του Ποινικού Κώδικα.

Με την ίδια διάταξη τιμωρείται και όποιος χωρίς άδεια ασκήσεως του οικείου επαγγέλματος συναλλάσσεται με πρόσωπο ή με ομάδα προσώπων ή διαπραγματεύεται ή μεσολαβεί, με σκοπό να κατευθύνει πελατεία σε υπηρεσίες ή καταστήματα της προηγούμενης παραγράφου.

Ανεξάρτητα από τις ποινικές κυρώσεις στους παραβάτες των προηγούμενων εδαφίων επιβάλλεται με απόφαση του Γεν. Γραμματέα του Ε.Ο.Τ., πρόστιμο από 880 έως 5.000 ευρώ για κάθε παράβαση, ανάλογα με την βαρύτητα αυτής. Σε περίπτωση υποτροπής το ανώτατο όριο του προστίμου υπερδιπλασιάζεται και μπορεί να φτάσει έως και 10.000 ευρώ. Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης, που εκδίδεται ύστερα από γνώμη του Γεν. Γραμματέα του Ε.Ο.Τ., τα πρόστιμα μπορούν να αναπροσαρμόζονται.

Με τις ανωτέρω διατάξεις ο νομοθέτης επιχειρεί να περιορίσει ένα φαινόμενο που ταλαιπωρεί τους τουρίστες, διαστρεβλώνει τον ελεύθερο ανταγωνισμό και υποβαθμίζει την εικόνα της χώρας. Σε ορισμένες περιπτώσεις, το αδίκημα αυτό διαπράττεται με τρόπο που είναι εύκολα αντιληπτός στον καθένα: σε αεροδρόμια, λιμάνια, οδικούς ή σιδηροδρομικούς σταθμούς ή ακόμα και μέσα σε μέσα μεταφοράς, επιτήδευοι πλησιάζουν τους τουρίστες και με πειστικό τρόπο τους προτρέπουν να προτιμήσουν συγκεκριμένες τουριστικές υπηρεσίες, συγκεκριμένης επιχείρησης. Ο τουρίστας που ακολουθεί μια τέτοια προτροπή, κινδυνεύει να καταλήξει θύμα κακών υπηρεσιών ή και αισχροκέρδειας, αφού η άγρα ασκείται από άτομα, που συνήθως αμείβονται για τις υπηρεσίες τους και την αμοιβή αυτήν την καταβάλλει σε τελευταία ανάλυση ο τουρίστας.

Υπάρχουν όμως και περιπτώσεις που ο τουρίστας δεν αντιλαμβάνεται ότι εύκολα καθίσταται θύμα άγρας κι αυτό συνήθως συμβαίνει με τις κατευθυνόμενες αγορές (shopping) και την κατευθυνόμενη εστίαση και αναψυχή. Στις περιπτώσεις αυτές ο τουρίστας που μετέχει σε κρουαζιέρα, περιηγητικό γύρο ή γύρο πόλεων με πούλμαν αναγκάζεται με έμμεσο τρόπο να κάνει τις αγορές του σε συγκεκριμένο κατάστημα ή να γευματίσει σε συγκεκριμένο εστιατόριο, απλούστατα γιατί εκεί-και μόνον εκεί- τον οδηγεί το πούλμαν. Δεδομένου ότι στις περιπτώσεις αυτές, τα ευνοούμενα καταστήματα καταβάλλουν υψηλές προμήθειες σε πρόσωπα εμπλεκόμενα με την διακίνηση των τουριστών, αυτός που τελικά πληρώνει τις προμήθειες είναι ο τουρίστας, χωρίς φυσικά να έχει πάντοτε εξασφαλίσει υψηλή ποιότητα, ανάλογη της τιμής.¹⁶⁹

¹⁶⁹ <http://touristguides.gr/plhrofories/nomothesia/45-agra-pelaton>

Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 528-519.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Είναι ευρέως παραδεκτό ότι η σημερινή κοινωνία γίνεται όλο και περισσότερο καταναλωτική. Το ελεύθερο εμπόριο, ο ελεύθερος ανταγωνισμός, η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας, η παραγωγή φθηνών βιομηχανικών προϊόντων προκαλούν τον ανηλεή βομβαρδισμό των καταναλωτών με χιλιάδες διαφορετικά προϊόντα και υπηρεσίες. Εξάλλου, η αύξηση της κατανάλωσης αποτελεί πλέον απαραίτητο δείκτη για την ενδεχόμενη ενδυνάμωση της οικονομικής δραστηριότητας και της ανάπτυξης. Στον καταναλωτή όμως που δεν έχει επαρκή πληροφόρηση για τις τιμές, την προέλευση, τα συστατικά και κυρίως τα δικαιώματά του απέναντι στις επιχειρήσεις σε περίπτωση που το προϊόν δεν τον ικανοποιεί, άλλαξε γνώμη ή εξαπατήθηκε, δημιουργείται σοβαρό πρόβλημα.

2.1. ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΚΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Στην Ελλάδα το νομικό πλαίσιο για την προστασία του καταναλωτή εδράζεται, κυρίως, στο νόμο 2251/1994 (ΦΕΚ 191 Α/16-11-1994), όπως έχει τροποποιηθεί, συμπληρωθεί και ισχύει, και ο οποίος κατοχυρώνει τα βασικά δικαιώματα του καταναλωτή (την υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών, τα οικονομικά τους συμφέροντα, την οργάνωση τους σε ενώσεις καταναλωτών, το δικαίωμα ακρόασης τους σε θέματα που τους αφορούν, και την πληροφόρηση και επιμόρφωση τους σε καταναλωτικά θέματα). Με το νόμο αυτό επήλθε εναρμόνιση του ελληνικού δικαίου προς μία σειρά κοινοτικές οδηγίες, ενώ η εναρμόνιση προς άλλες οδηγίες που δεν έχουν ενσωματωθεί στον Ν. 2251/94 έλαβε τη μορφή Προεδρικών Διαταγμάτων ή Κοινών Υπουργικών Αποφάσεων. Το νομοθετικό πλαίσιο υποστηρίζεται συμπληρωματικά από ένα πλέγμα κανονιστικών /διοικητικών διατάξεων (Αγορανομικές Διατάξεις, Υπουργικές Αποφάσεις, κλπ), η διαμόρφωση των οποίων άρχισε πολύ πριν τη ψήφιση του Ν. 2251/94 και οι οποίες αποσκοπούν στον καθορισμό και έλεγχο όρων κυκλοφορίας προϊόντων (ποιότητα και ασφάλεια).

Η υλοποίηση των πολιτικών για τον καταναλωτή συμπληρώνεται άμεσα ή έμμεσα από τη λειτουργία και το νομοθετικό έργο και των άλλων Γενικών Γραμματειών του ΥΠ.ΑΝ., και συν-διαμορφώνεται και από άλλα υπουργεία και οργανισμούς σε επί μέρους τομείς, π.χ. Υπ. Υγείας και Πρόνοιας, Υπ. Μεταφορών, Υπ. Παιδείας, κ.λπ. Αναμφισβήτητα υπάρχει δυσκολία παρακολούθησης της εφαρμογής της νομοθεσίας από τα κρατικά όργανα τόσο σε κεντρικό όσο και νομαρχιακό επίπεδο, κυρίως λόγω της ποσοτικής ή/ και της ποιοτικής ανεπάρκειας του υπάρχοντος προσωπικού. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να επιβάλλονται ποινές με μικρότερη συχνότητα από αυτή που θα έπρεπε, γεγονός που εκλαμβάνεται από μερίδα της αγοράς ως δυνατότητα λειτουργίας ατιμωρητή ανεξάρτητα από το σύννομο ή μη χαρακτήρα των εμπορικών της πρακτικών. Η Ο.Κ.Ε. (Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή Ελλάδος) πιστεύει ότι η δημιουργία μίας Ανεξάρτητης Αρχής επιφορτισμένης με τον έλεγχο των παραπόνων του καταναλωτή - κατά το πρότυπο του Συνηγόρου του Πολίτη ή του Τραπεζικού

Μεσολαβητή (που λειτουργεί ήδη από το 1999) -, θα συνέβαλε στην επίλυση σειράς προβλημάτων που συνδέονται με την παραβίαση των δικαιωμάτων του καταναλωτή και την ελλιπή εφαρμογή της νομοθεσίας.

Η κατάσταση αυτή επιτείνεται από την άγνοια του κοινού σχετικά με τα δικαιώματα του και την νομοθεσία που τα κατοχυρώνει. Επίσης εντοπίζονται προβλήματα που αφορούν στην αδυναμία ικανοποιητικής αντιμετώπισης -με βάση την υπάρχουσα νομοθεσία- ζητημάτων που απασχολούν το καταναλωτικό κοινό, όπως για παράδειγμα το θέμα των παραπλανητικών διαφημίσεων.

Για το σκοπό αυτό απαιτείται κωδικοποίηση και απλοποίηση της ισχύουσας νομοθεσίας και εκλαΐκευσή της μέσω των οργανώσεων των καταναλωτών, των Κέντρων Εξυπηρέτησης Πολιτών (ΚΕΠ), αλλά και με κάθε άλλο πρόσφορο μέσο. Η Ο.Κ.Ε. θεωρεί ότι τα ζητήματα που άπτονται της εφαρμογής και λειτουργίας του νομοθετικού πλαισίου πρέπει να αποτελέσουν αντικείμενο συζήτησης στο Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτών, στο πλαίσιο της πρότασης για αναβάθμισή του στην οποία προβαίνει η παρούσα Γνώμη με στόχο τη μετεξέλιξή του σε όργανο χάραξης εθνικής στρατηγικής για την προστασία του καταναλωτή. Η Ο.Κ.Ε. θεωρεί ότι μία επιτυχημένη πολιτική καταναλωτή θα πρέπει να εδράζεται σε τέσσερις άξονες, οι οποίοι θα συμβάλουν στη διαμόρφωση ενός προγράμματος δράσης.

Αυτοί είναι οι ακόλουθοι:

- α) η παραγωγή επαρκούς και κατάλληλου νομοθετικού πλαισίου,
- β) η εφαρμογή της νομοθεσίας,
- γ) η ενημέρωση και εκπαίδευση των καταναλωτών και, τέλος,
- δ) η συνεργασία με τις καταναλωτικές οργανώσεις για όλα τα παραπάνω θέματα.

Η Ο.Κ.Ε. υποστηρίζει ενεργά:

- Το δικαίωμα στην ασφάλεια και στη βεβαιότητα ότι τα προϊόντα που χρησιμοποιούνται στη διατροφή, στην ένδυση, στην οδήγηση, μέσα και γύρω από το σπίτι, δεν θα προκαλέσουν φυσικές βλάβες / αρρώστιες
- Την απαγόρευση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών
- Το δικαίωμα στην εκλογή, στη δυνατότητα δηλαδή επιλογής από μια ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές, στην προστασία από μονοπωλιακές πρακτικές και φραγμούς.
- Το δικαίωμα να εκπροσωπούνται και να συμμετέχουν οι οργανώσεις των καταναλωτών στις αποφάσεις που λαμβάνονται σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο.¹⁷⁰

¹⁷⁰ www.peo.org.cy

2.2. ΟΙ ΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ Ο.Κ.Ε. ΓΙΑ ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΕΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ¹⁷¹

Α. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ.

Το ζήτημα της ενημέρωσης και εκείνο της εκπαίδευσης του καταναλωτή έχει μείζονα σημασία. Στην Ελλάδα, η πληροφόρηση των καταναλωτών κρίνεται ως ανεπαρκής και αποτελεί εδώ και χρόνια κυριολεκτικά την αχίλλειο πτέρνα της πολιτικής καταναλωτή. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι έλληνες καταναλωτές να είναι οι λιγότερο ενημερωμένοι πολίτες της Ε.Ε. σχετικά με τα δικαιώματά τους. Το έλλειμμα της διάχυσης της ενημέρωσης δεν περιορίζεται μόνο στο ΥΠ.ΑΝ., αλλά αφορά και στις οργανώσεις των καταναλωτών. Όμως θα πρέπει να μην παραγνωριστεί και το γεγονός ότι η ελληνική κοινωνία χαρακτηρίζεται από έλλειψη μιας συνολικής καταναλωτικής κουλτούρας.

Η ενημέρωση καταναλωτών μπορεί να οργανώνεται μέσω:

- Της λειτουργίας του τηλεφωνικού κέντρου εξυπηρέτησης κοινού.
- Της έκδοσης εντύπων (φυλλάδια, αφίσες).
- Της διαφήμισης και ενημερωτικών ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών
- Της ενσωμάτωσης σχετικών μηνυμάτων στην πλοκή τηλεοπτικών σειρών ευρείας τηλεθέασης
- Ανακοινώσεων στα ΜΜΕ (δελτία τύπου)
- Λειτουργίας ιστοσελίδας στο διαδίκτυο. Ήδη λειτουργούν οι ιστοσελίδες της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτών του Υπουργείου Ανάπτυξης (www.efpolis.gr), του ΙΝΚΑ (www.inka.gr), του ΚΕΠΚΑ (www.kepka.org), της ΕΚΠΟΙΖΩ (www.ekpizo.org.gr), πιθανώς και άλλων φορέων.

Όσον αφορά την εκπαίδευση των καταναλωτών στο σχολείο (πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση), αυτή αποτελεί αρμοδιότητα κατά κύριο λόγο του Υπ. Παιδείας. Στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση διδάσκονται στοιχεία αγωγής καταναλωτή στα πλαίσια της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης. Στην αγωγή υγείας, σε όσα σχολεία αυτή διδάσκεται, συμπεριλαμβάνονται και στοιχεία αγωγής καταναλωτή, τα οποία διδάσκονται με τη βοήθεια διδακτικού υλικού (βιβλία, cd, κασέτες), από εκπαιδευτικούς που έχουν επιμορφωθεί σε ειδικά σεμινάρια. Επίσης οι έλληνες μαθητές παίρνουν μέρος στον Ευρωπαϊκό Διαγωνισμό Νέου Καταναλωτή που διοργανώνεται κατ'έτος από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Η εκπαίδευση των ενηλίκων παίρνει τη μορφή κυρίως σεμιναρίων, ομιλιών, κλπ σε κεντρικό και περιφερειακό επίπεδο σε συνεργασία με καταναλωτικές οργανώσεις, επαγγελματικές ενώσεις, ΚΑΠΗ, κλπ.¹⁷²

¹⁷¹ www.peo.org.cy

¹⁷² www.peo.org.cy

B. Η ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΩΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΥΓΙΟΥΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Στο νέο οικονομικό περιβάλλον, έτσι όπως αυτό διαμορφώνεται από την απελευθέρωση και το άνοιγμα των αγορών, τη δημιουργία της ενιαίας εσωτερικής αγοράς, αλλά και τη διεύρυνση της Ε.Ε., ο επαναπροσδιορισμός των κανόνων του υγιούς ανταγωνισμού αποτελεί κρίσιμο θέμα όχι μόνο σε οικονομικό, αλλά και σε κοινωνικό επίπεδο.

Η προστασία του καταναλωτή συνδέεται άμεσα και έμμεσα με τη λειτουργία του υγιούς ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων στο πλαίσιο της εσωτερικής αγοράς. Σε μια ανταγωνιστική αγορά οι επιχειρήσεις κινητοποιούνται περισσότερο ώστε να προσελκύσουν τους καταναλωτές και με αυτόν τον τρόπο γίνονται πιο καινοτόμες, τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προσφέρουν στον καταναλωτή είναι καλύτερης ποιότητας, ενώ οι τιμές τους γίνονται πιο ανταγωνιστικές. Αθέμιτες επιχειρηματικές πρακτικές, όπως οι πωλήσεις κάτω του κόστους, μπορεί να φαίνεται ότι ωφελούν τον καταναλωτή βραχυπρόθεσμα, δεν ισχύει όμως το ίδιο σε μεσοπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο επίπεδο. Οι πρακτικές αυτές έχουν συχνά ως αποτέλεσμα τη αποχώρηση μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων από την αγορά και τη δημιουργία μονοπωλιακών καταστάσεων, γεγονός ιδιαίτερα επιβαρυντικό για την εθνική οικονομία. Η Ο.Κ.Ε. υποστηρίζει τη δημιουργία ενός υγιούς ανταγωνιστικού περιβάλλοντος, στο οποίο αποδυναμώνονται μια σειρά από αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, όπως οι πωλήσεις κάτω του κόστους, με αποτέλεσμα, αφενός μεν να προστατεύεται ο καταναλωτής, αφετέρου δε να ωφελείται η Εθνική Οικονομία, χωρίς να χρειάζεται κάθε φορά να κινητοποιείται ο ελεγκτικός και ο κατασταλτικός μηχανισμός. Η Ο.Κ.Ε. αναφέρεται και σε ειδικότερα ζητήματα που σχετίζονται με τομείς, όπως η καταναλωτική πίστη, τα φάρμακα, τα χημικά, οι γενετικά τροποποιημένοι οργανισμοί κλπ, όπου η μη στήριξη του υγιούς ανταγωνισμού μπορεί να υποθηκεύσει την ασφάλεια και την υγεία των καταναλωτών.¹⁷³

2.3. ΤΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ

«Το καταναλωτικό κίνημα είναι μία οργανωμένη κίνηση πολιτών και κρατικών φορέων που αποσκοπεί στη βελτίωση των δικαιωμάτων και της ισχύος των αγοραστών σε σχέση με τους πωλητές» Kotler (2000)

«Το καταναλωτικό κίνημα είναι η προστασία ή η προώθηση των ενδιαφερόντων των καταναλωτών σε σχέση με τον παραγωγό» Eurodicautom (2006)

Το κίνημα των καταναλωτών στην Ελλάδα ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1970. Ήδη, περισσότερο από μια δεκαετία πριν, συναντούμε στην Δυτική Ευρώπη τις πρώτες οργανώσεις καταναλωτών, ενώ και η ίδρυση της Ευρωπαϊκής Οργάνωσης Καταναλωτών (BEUC) χρονολογείται από το 1962. Την ίδια περίοδο γίνεται λόγος σε ευρεία κλίμακα και στις Η.Π.Α. για το ρόλο και την οικονομική δύναμη του καταναλωτή. Επιθυμία και συμφέρον όλων των καταναλωτών είναι να βρίσκουν την καλύτερη δυνατή ποιότητα προϊόντων και

¹⁷³ www.peo.org.cy

υπηρεσιών στην καλύτερη δυνατή τιμή. Όμως, για να επιτευχθεί ο σκοπός αυτός, οι καταναλωτές χρειάζονται καταρχάς πληροφόρηση, ενημέρωση και εκπαίδευση. Χρειάζονται, όμως, και επαρκές νομοθετικό πλαίσιο και κατάλληλα μέτρα πολιτικής, αφού - ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών- τόσο οι νέες συνθήκες στην παγκόσμια οικονομία, όσο και οι εξελίξεις σε επίπεδο τεχνολογίας (βιοτεχνολογία, γενετικά τροποποιημένοι οργανισμοί, ψηφιακή τεχνολογία, κ.λπ.) καθιστούν ιδιαίτερα δύσκολη και επίπονη την "αυτό-προστασία τους. Η Ο.Κ.Ε. σημειώνει ότι ο έμπρακτος σεβασμός του καταναλωτή και η καλλιέργεια υψηλής καταναλωτικής συνείδησης, που εκφράζεται μέσα από την ορθή καταναλωτική συμπεριφορά, είναι δείγμα κατάκτησης υψηλού πολιτιστικού επιπέδου για μία χώρα, που αντανακλάται τόσο την ποιότητα ζωής των πολιτών της, όσο και την εν γένει ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας .¹⁷⁴

Θεμελιώδη Δικαιώματα Καταναλωτών:

Το 1962 ο J. F. Kennedy παρουσίασε έναν Καταστατικό Χάρτη Προστασίας των Καταναλωτών ο οποίος καθιέρωνε τέσσερα θεμελιώδη δικαιώματα των καταναλωτών:

- Το δικαίωμα στην ασφάλεια
- Το δικαίωμα στην επιλογή
- Το δικαίωμα στην εκπροσώπηση
- Το δικαίωμα στην πληροφόρηση
- Μέχρι το τέλος της δεκαετίας του '70 αναγνωρίστηκαν επιπλέον:
- Το δικαίωμα στην εκπαίδευση
- Το δικαίωμα στην αποκατάσταση ζημιών
- Το δικαίωμα σε ένα υγιεινό περιβάλλον
- Το δικαίωμα στην ικανοποίηση των βασικών αναγκών

Το 1984 ο Διεθνής Οργανισμός των Ενώσεων Καταναλωτών (Consumers International), υιοθέτησε επίσημα τον κατάλογο των θεμελιωδών δικαιωμάτων του καταναλωτή.

Το 1985 τα θεμελιώδη δικαιώματα καταναλωτών αναγνωρίζονται επίσημα από τη Γενική Συνέλευση των μελών του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (Ο.Η.Ε.).

2.4. Προστασία καταναλωτή στην Ελλάδα

- Μέχρι και αρχές 1980 δεν υπήρχε κάποια ειδική νομική διάταξη που να προστάτευε τους Έλληνες καταναλωτές.
- Ν. 1961/91 έθετε το νομικό πλαίσιο για απαγόρευση παραπλανητικής διαφήμισης, για θέματα ασφάλειας και αξιοπιστίας των προϊόντων και πωλήσεων από πόρτα σε πόρτα.
- Ν. 2251/1994 περί προστασίας καταναλωτή η ελληνική νομοθεσία κατοχυρώνει για πρώτη φορά τα δικαιώματα των καταναλωτών. Εναρμονίστηκε το ελληνικό δίκαιο με μία σειρά κοινοτικών οδηγιών και θεσπίστηκε το νομικό πλαίσιο για την προστασία του καταναλωτή.

¹⁷⁴ www.peo.org.cy

- Οκτώβριος 2006: Υπουργείο Ανάπτυξης έδωσε σε δημόσια διαβούλευση προσχέδιο νόμου «περί προστασίας το καταναλωτή» στο οποίο τροποποιείται και συμπληρώνεται ο νόμος 2251/1994, ενώ περιλαμβάνονται και 20 σημαντικές καινοτομίες.
- Γενική Γραμματεία Καταναλωτή υπηρεσία Υπουργείου Ανάπτυξης που έχει την κύρια ευθύνη και αρμοδιότητα για την υλοποίηση πολιτικής καταναλωτή στην Ελλάδα.
- Συστάθηκαν θεσμικά όργανα και φορείς για την προστασία των καταναλωτών, π.χ. Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή της Ελλάδος, Συνήγορος του Καταναλωτή, Ε.Φ.Ε.Τ.

Σήμερα, δραστηριοποιούνται 70 καταναλωτικές οργανώσεις. Από αυτές οι 4 οργανώσεις με ευρύτερη εμβέλεια δράσης είναι το ΚΕ.Π.ΚΑ., η Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ., η Ε.ΚΑΤ.Ο. και το Νέο ΙΝ.ΚΑ.

Επιπροσθέτως σημαντική πηγή πληροφόρησης, μέσω διαδικτύου, των καταναλωτών αποτελούν οι Κοινοποιήσεις RAPEX, οι οποίες είναι κοινοποιήσεις μη ασφαλών προϊόντων.

Το Rapex είναι σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης της Ε.Ε. για μη ασφαλή προϊόντα(εξαιρούνται τρόφιμα, φαρμακευτικές και ιατρικές συσκευές, που καλύπτονται από άλλους μηχανισμούς) .Βοηθά στη γρήγορη ανταλλαγή πληροφοριών ανάμεσα στα κράτη μέλη, σχετικά με τα μέτρα που πρέπει να ελήφθησαν για να προλάβουν ή να απαγορεύσουν τη διακίνηση ή χρήση προϊόντων που εμπεριέχουν πιθανό κίνδυνο σχετικά με την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών.¹⁷⁵

Πρωταγωνιστικό ρόλο για την πραγματική απεικόνιση και καταγραφή των προβλημάτων των καταναλωτών, καθώς και την ανάδειξη των προβλημάτων της αγοράς και των επιπτώσεών τους στα συμφέροντα των καταναλωτών, ανέλαβε για πρώτη φορά και το Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτών, μέσα από μία σειρά ουσιαστικών και γόνιμων παρεμβάσεων. Περαιτέρω, δραστηριοποιήθηκαν, δια το Εθνικού Συμβουλίου Καταναλωτών και οι, ανά τη χώρα, ενώσεις καταναλωτών, οι οποίες με τις απόψεις τους συνέβαλαν αποφασιστικά στη διαμόρφωση του περιεχομένου του νομοσχεδίου. Η επαναδραστηριοποίηση, από το Μάρτιο του 2004, της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή, με τον διορισμό του Γενικού Γραμματέα της από την νέα διακυβέρνηση, έδωσε, για πρώτη φορά, τη δυνατότητα καταγραφής των παραπόνων των καταναλωτών και των προβλημάτων της αγοράς που αντανακλώνται στα συμφέροντά τους, μέσω της Γραμματείας αυτής. Εξάλλου, η δυνατότητα που παρέχεται στους πολίτες – καταναλωτές να διατυπώνουν τις καταγγελίες και τα παράπονά τους στην αρμόδια δημόσια υπηρεσία μέσω της τηλεφωνικής γραμμής 1520, συνετέλεσε στην καλύτερη καταγραφή των προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο Έλληνας καταναλωτής κατά τις καθημερινές συναλλαγές του στη σύγχρονη και παγκοσμιοποιημένη αγορά.¹⁷⁶

¹⁷⁵ <http://www.efpolis.gr>

¹⁷⁶ Αιτιολογημένη έκθεση επί του σχεδίου νόμου: Τροποποίηση και συμπλήρωση του Ν. 2251/1994 περί «Προστασίας Καταναλωτών», όπως ισχύει – Ενσωμάτωση οδηγίας 2005/29 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

3.1. ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Τα τελευταία χρόνια, οι ανεξέλεγκτες αυξήσεις των τιμών και της αισχροκέρδειας καθώς και η πρόσφατη οικονομική κρίση δημιούργησαν την ανάγκη μεγαλύτερης δραστηριοποίησης των καταναλωτών. Δημιουργήθηκε η ανάγκη για διεκδίκηση των δικαιωμάτων τους, για προστασία και παρέμβαση τους σε κάθε ζήτημα που έχει να κάνει με τις τιμές, την ποιότητα των προσφερομένων προϊόντων, τις παραβιάσεις της νομοθεσίας, την εκπαίδευση και ενημέρωση τους και τη λήψη ,από μέρους του κράτους ,των μέτρων εκείνων που θα βελτιώσουν τη θέση τους στην κοινωνία. Θεωρούμε την εκπαίδευση, ενημέρωση και δημιουργία καταναλωτικής συνείδησης σαν πολύ σημαντικά στοιχεία για τη δημιουργία ενός σωστού καταναλωτή. Ένας καταναλωτής ενημερωμένος πάνω στις βασικές νομοθεσίες, πάνω στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του, ένας καταναλωτής που γνωρίζει που θα απευθυνθεί όταν διαπιστώνει παραβιάσεις της νομοθεσίας θα είναι σε θέση ανά πάσα στιγμή να επηρεάσει και να σταθεί φραγμός σε κάθε στρέβλωση της αγοράς, σε κάθε επιτήδριο που αισχροκερδεί ή προσφέρει ακατάλληλα προϊόντα. Δεν αμφιβάλουμε ότι ο πιο πάνω στόχος είναι δύσκολος και χρειάζονται πολλές προσπάθειες να γίνουν τόσο από πλευράς των Οργανώσεων όσο και από πλευράς κυβέρνησης. Στα μορφωτικά προγράμματα των συνδικαλιστικών οργανώσεων περιλαμβάνονται σεμινάρια και διαλέξεις με θέμα την προστασία του Καταναλωτή και την αναγκαιότητα δημιουργίας καταναλωτικής συνείδησης.

Είναι γεγονός ότι τα τελευταία 20-30 χρόνια, λόγω των τεράστιων αλλαγών που σημειώθηκαν στη ζωή των ανθρώπων (τεχνολογικών, κοινωνικών, δημογραφικών), επήλθαν και σημαντικές αλλαγές στη νοοτροπία και συμπεριφορά των καταναλωτών. Έχει διαφοροποιηθεί η προτίμηση τους για το ένα ή το άλλο καταναλωτικό αγαθό. Στη σύγχρονη εποχή, την εποχή του άκρατου καταναλωτισμού έχει καταστεί περισσότερο επιτακτική η προστασία του καταναλωτή όπως είδαμε και παραπάνω και βεβαίως έχει καταστεί εξίσου επιτακτική, η διεκδίκηση από τους καταναλωτές των βασικών τους δικαιωμάτων.

Τα βασικά δικαιώματα του καταναλωτή, είναι τα εξής:

I. Το δικαίωμα της ασφάλειας και υγείας

Τα εμπορεύματα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται στους καταναλωτές πρέπει να είναι τέτοια ώστε, κάτω από κανονικές συνθήκες χρησιμοποίησης τους να μην παρουσιάζουν κανένα κίνδυνο για την υγεία ή την ασφάλεια των καταναλωτών.

Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να υπάρχουν προδιαγραφές ασφαλείας που καθορίζονται από το κάθε κράτος, για κάθε προϊόν και υπηρεσία. Ο καταναλωτής πρέπει να ενημερώνεται από τον πωλητή για τους - τυχόν- κινδύνους που συνεπάγεται η χρήση των προϊόντων. Αν παρουσιασθούν τέτοιοι κίνδυνοι πρέπει με γρήγορη και απλή διαδικασία να αποσυρθούν από την αγορά. Επίσης, πρέπει να προβλέπεται η προστασία του καταναλωτή από φυσικές βλάβες που μπορεί να του προκαλέσουν προϊόντα ή υπηρεσίες.

II. Προστασία των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών.

Ο καταναλωτής πρέπει να προστατεύεται σε περίπτωση κατάχρησης εκ μέρους των προμηθευτών προϊόντων και υπηρεσιών. Πρέπει να προστατεύεται, για παράδειγμα, σε περιπτώσεις που παραπλανάται από διαφημίσεις ή όταν τον ξεγελούν στην τιμή ή στον διακανονισμό της τιμής ενός προϊόντος κ.α.

III. Το δικαίωμα της ενημέρωσης

Επειδή καθημερινά η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, ο τύπος μας βομβαρδίζουν με εκατοντάδες διαφημίσεις όλων των ειδών, ο καταναλωτής γίνεται έρμαιο στα χέρια των παραγωγών με αποτέλεσμα να μην ξέρει τι να διαλέξει. Για προστασία από την αθέμιτη και παραπλανητική διαφήμιση ο καταναλωτής πρέπει να έχει το δικαίωμα να ενημερώνεται σωστά και να έχει πρόσβαση σε πληροφορίες που είναι αναγκαίες για μια σωστή επιλογή.

IV. Το δικαίωμα της επιλογής

Ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να διαλέγει προϊόντα ή υπηρεσίες σε ανταγωνιστικές τιμές και σε ικανοποιητική ποιότητα. Ο καταναλωτής θα πρέπει να προστατεύεται από μονοπωλιακές ή ολιγοπωλειακές καταστάσεις οι οποίες πολλές φορές καθορίζουν ομοιόμορφες τιμές με αποτέλεσμα ο καταναλωτής να μην έχει δικαίωμα επιλογής.

V. Το δικαίωμα της αποζημίωσης

Οι καταναλωτές πρέπει να παίρνουν συμβουλές και βοήθεια σε σχέση με τις ασθένειες, τους τραυματισμούς και τη βλάβη που μπορεί να προκληθεί από τη χρησιμοποίηση ελαττωματικών προϊόντων ή ανεπαρκών υπηρεσιών. Πρέπει να ληφθούν μέτρα ώστε ο καταναλωτής να τυγχάνει της κατάλληλης αποζημίωσης για τέτοιους τραυματισμούς ή ζημιές με γρήγορη αποτελεσματική και φτηνή διαδικασία.

VI. Το δικαίωμα της εκπαίδευσης

Ο καταναλωτής για να μπορεί να αναζητεί το κατάλληλο προϊόν και για να είναι σε θέση να κρίνει και να επιλέγει αυτό που τον συμφέρει, πρέπει να μπορεί να κατανοεί και να αφομοιώνει τις διαθέσιμες πληροφορίες, πριν αποφασίσει για τις αγορές του. Το δικαίωμα απόκτησης γνώσεων και δεξιοτήτων, η δημιουργία καταναλωτικής συνείδησης είναι απαραίτητη ώστε να είναι ένας καταναλωτής πληροφορημένος. Τα σχολεία, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, το κράτος έχουν σημαντικό ρόλο να διαδραματίσουν και οφείλουν να εκπαιδεύουν συνεχώς τον καταναλωτή.

VII. Το δικαίωμα της εκπροσώπησης

Η κυβέρνηση πρέπει να ενθαρρύνει και να ενισχύει (όχι κατ' ανάγκη οικονομικά) τις Οργανώσεις που εκπροσωπούν τους καταναλωτές για να διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στη διαμόρφωση της πολιτικής και στη λήψη αποφάσεων που αφορούν τους καταναλωτές. Ο καταναλωτής πρέπει να μπορεί να απευθύνεται σε αρμόδιες υπηρεσίες, όπου θα μπορεί να πάρει συμβουλές και βοήθεια ή να υποβάλει τα παράπονά του, όταν έχει υποστεί βλάβη ή ζημία από προϊόντα και υπηρεσίες. Επίσης, πρέπει να έχει τη δυνατότητα εφαρμογής απλών, μη δαπανηρών και σύντομων διαδικασιών που θα έχουν στόχο να τον βοηθήσουν να αποκαταστήσει τη ζημία ή τη βλάβη που έπαθε.

VIII. Το δικαίωμα ενός Υγιεινού Περιβάλλοντος

Ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να ζει και να δουλεύει σ' ένα περιβάλλον που δεν είναι απειλητικό και επικίνδυνο για την υγεία του. Ας δούμε όμως και τι πραγματικά προβλέπει ο Νόμος 2251/1994 όσον αφορά τα δικαιώματα του αγοραστή. Για ποιους τομείς έχει μεριμνήσει η πολιτεία και πώς οι καταναλωτές καλύπτονται και δύνανται να διεκδικήσουν αυτά τα δικαιώματα, μέσω των συλλογικών μέσων προστασίας.

Στο άρθρο 10 του Ν. 2251/1994, ορίζονται οι ενώσεις των καταναλωτών και τα συλλογικά μέσα προστασίας για την υπεράσπιση των δικαιωμάτων τους

Πιο αναλυτικά:

Άρθρο 10: Ενώσεις καταναλωτών - Συλλογικά μέσα προστασίας¹⁷⁷

1. Οι ενώσεις καταναλωτών συγκροτούνται ως σωματεία και διέπονται από τις διατάξεις του άρθρου αυτού και του Αστικού Κώδικα. Οι ενώσεις καταναλωτών έχουν αποκλειστικό σκοπό την προστασία των συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού. Εκπροσωπούν τους καταναλωτές στα όργανα στα οποία προβλέπεται η εκπροσώπηση καταναλωτών, ενημερώνουν και συμβουλεύουν τους καταναλωτές, τους αντιπροσωπεύουν δικαστικά και εξώδικα και ασκούν συλλογικές αγωγές κατά τις διατάξεις του νόμου.
2. Μέλη της ένωσης καταναλωτών είναι φυσικά πρόσωπα. Για να συσταθεί ένωση καταναλωτών χρειάζεται εκατό τουλάχιστον πρόσωπα. Σε δήμους ή κοινότητες με πληθυσμό μέχρι τριών χιλιάδων κατοίκων αρκούν είκοσι πρόσωπα. Κανείς δεν επιτρέπεται να συμμετέχει σε περισσότερες από μία ενώσεις καταναλωτών. Οι εγγραφές πέρα της πρώτης είναι άκυρες.
3. Πόροι των ενώσεων καταναλωτών είναι αποκλειστικά:
 - α) οι συνδρομές των μελών τους,
 - β) οι συνδρομές και λοιπές εισπράξεις από τη διάθεση των εντύπων που εκδίδουν οι ενώσεις,
 - γ) εισπράξεις από δημόσιες εκδηλώσεις,

¹⁷⁷ <http://www.kepka.org/Grk/Lgs/Legislation/2251.htm>

- δ) κρατική επιχορήγηση ή επιχορήγηση από τους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης και
- ε) επιχορήγηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, διεθνών οργανισμών και διεθνών ενώσεων καταναλωτών.
4. Αποκλείεται η οποιασδήποτε άλλης μορφής ιδιωτική χρηματοδότηση με πράξη εν ζωή. Απαγορεύεται στις ενώσεις καταναλωτών οποιαδήποτε διαφήμιση επιχειρήσεων.
 5. Οι ενώσεις καταναλωτών αποκτούν νομική προσωπικότητα με την εγγραφή τους στο μητρώο ενώσεων καταναλωτών. Εγγραφή στο βιβλίο σωματείων δεν απαιτείται, οι διατάξεις όμως που το διέπουν εφαρμόζονται αναλόγως για το μητρώο ενώσεων καταναλωτών.
 6. Σε κάθε νομαρχία τηρείται μητρώο ενώσεων καταναλωτών του νομού. Το μητρώο είναι δημόσιο βιβλίο. Καθένας μπορεί να το συμβουλευτεί και να ζητήσει αντίγραφο ή πιστοποιητικό οποιασδήποτε εγγραφής του. Στο Υπουργείο Εμπορίου τηρείται συγκεντρωτικό μητρώο για όλες τις ενώσεις καταναλωτών της χώρας. Ο αριθμός μητρώου ενώσεων καταναλωτών εγγράφεται υποχρεωτικά στα έντυπα, στη σφραγίδα και στα έγγραφα των ενώσεων καταναλωτών.
 7. Κάθε ένωση καταναλωτών έχει δικαίωμα να ζητεί και να λαμβάνει πληροφορίες για θέματα που ανάγονται στα συμφέροντα του καταναλωτικού κοινού από τις δημόσιες υπηρεσίες, τους δημόσιους οργανισμούς, τις επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας, τα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου και τις ανεξάρτητες επιτροπές που λειτουργούν στα πλαίσια της δημόσιας διοίκησης και της τοπικής αυτοδιοίκησης.
 8. Κάθε ένωση καταναλωτών νομιμοποιείται να ζητεί για τα δικαιώματα των μελών της ως καταναλωτών έννομη προστασία, δικαστικώς ή διοικητικώς, οποιασδήποτε μορφής. Ιδίως νομιμοποιείται να ασκεί αγωγή, αίτηση ασφαλιστικών μέτρων, αίτηση ακύρωσης ή προσφυγή κατά διοικητικών πράξεων και παράσταση πολιτικής αγωγής. Κάθε ένωση καταναλωτών δικαιούται να παρεμβαίνει προσθέτως σε εκκρεμείς δίκες μελών της για την υποστήριξη των δικαιωμάτων τους ως καταναλωτών.
 9. Ενώσεις καταναλωτών που έχουν τουλάχιστον πεντακόσια ενεργά μέλη και έχουν εγγραφεί στο μητρώο ενώσεων καταναλωτών πριν από δύο τουλάχιστον έτη μπορούν να ασκούν κάθε είδους αγωγή για την προστασία των γενικότερων συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού (συλλογική αγωγή). Ιδίως μπορούν να ζητήσουν:
 - α) Την παράλειψη παράνομης συμπεριφοράς του προμηθευτή, ακόμη και πριν αυτή εκδηλωθεί, ιδίως όταν συνιστάται σε παράβαση των διατάξεων του παρόντος νόμου για τους ενικούς όρους των συναλλαγών (άρθρο 2), τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος (άρθρο 3) ή από απόσταση (άρθρο 4), την πώληση καταναλωτικών αγαθών και εγγυήσεις (άρθρο 5 όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 3 του ν. 3043/2002, ΦΕΚ 192 Α), την ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα (άρθρο 6), την υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών (άρθρο 7), την ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες (άρθρο 8), τη διαφήμιση (άρθρο 9), των διατάξεων για την καταναλωτική πίστη (ΚΥΑ Φ1 - 983/91, ΦΕΚ Β' 172, όπως ισχύει), τα οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις (Π.Δ. 339/96 όπως ισχύει, ΦΕΚ 225 Α'), τη διαφήμιση των φαρμάκων που προορίζονται για ανθρώπους (Υ6α/776/23.6.1993, ΦΕΚ Β' 536), τη χρονομεριστική μίσθωση (Π.Δ. 182/99. όπως ισχύει, ΦΕΚ 171 Α'), την ευθύνη του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα και την έλλειψη συννομολογημένων ιδιοτήτων (κεφάλαιο Α', άρθρα 1-4 του ν. 3043/2002, ΦΕΚ 192 Α') καθώς και των διατάξεων για την προσαρμογή της Ελληνικής νομοθεσίας στην οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου

2000/31/EK σχετικά με ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά. Όταν η ως άνω παράνομη συμπεριφορά εκδηλώνεται μετά από σύσταση ή υπόδειξη ενώσεων των προμηθευτών ή εφόσον οι ενώσεις των προμηθευτών προβαίνουν στην ως άνω συμπεριφορά, τότε μπορεί να ζητηθεί και από αυτές η παύση της. Μπορούν επίσης να ζητήσουν τη δέσμευση, την απόσυρση ή την καταστροφή ελαττωματικών προϊόντων επικίνδυνων για την ασφάλεια ή την υγεία του κοινού, καθώς και τη λήψη μέτρων, όπως είναι η κατάλληλη δημοσίευση του συνόλου ή μέρους της απόφασης, ή/και η δημοσίευση επανορθωτικής δήλωσης, ώστε να εκλείψουν τα συνεχιζόμενα αποτελέσματα της παράβασης.

[Το στοιχείο α' αντικαταστάθηκε ως άνω από το άρθρο 2 Π.Δ. 301/2002]

β) Χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης. Για τον καθορισμό της χρηματικής ικανοποίησης, το δικαστήριο λαμβάνει υπόψη ιδίως την ένταση της προσβολής της έννομης τάξης που συνιστά η παράνομη συμπεριφορά, το μέγεθος της εναγόμενης επιχείρησης του προμηθευτή και ιδίως τον ετήσιο κύκλο εργασιών της, καθώς και τις ανάγκες της γενικής και της ειδικής πρόληψης.

γ) Τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων για την εξασφάλιση των απαιτήσεών τους για παράλειψη ή χρηματική ικανοποίηση μέχρι την έκδοση εκτελεστικής απόφασης. Σε περίπτωση ελαττωματικών προϊόντων επικινδύνων για την ασφάλεια ή την υγεία του κοινού, μπορεί να διαταχθεί ως ασφαλιστικό μέτρο η δέσμευση των προϊόντων.

10. Συλλογική αγωγή κατά τις διατάξεις της προηγούμενης παραγράφου μπορούν να ασκήσουν από κοινού περισσότερες ενώσεις καταναλωτών ακόμη και αν καθεμιά από αυτές έχει μικρότερο αριθμό ενεργών μελών από το προβλεπόμενο κατώτατο όριο, αρκεί τα ενεργά μέλη όλων αθροιστικά των ενώσεων να υπερβαίνουν το όριο αυτό. Η συλλογική αγωγή ασκείται με απόφαση του διοικητικού συμβουλίου της ένωσης καταναλωτών. Ενεργά μέλη λογίζονται όσα έχουν εκπληρώσει τις ταμειακές τους υποχρεώσεις. Ο αριθμός αποδεικνύεται με κοινή υπεύθυνη δήλωση των μελών του διοικητικού συμβουλίου της ένωσης καταναλωτών. Η συλλογική αγωγή ασκείται σε αποκλειστική προθεσμία έξι μηνών από την τελευταία εκδήλωση της παράνομης συμπεριφοράς που αποτελεί τη βάση της.
11. Αποκλειστική αρμοδιότητα για την εκδίκαση συλλογικής αγωγής έχει το πολυμελές πρωτοδικείο της κατοικίας ή έδρας του εναγομένου. Όταν αντικείμενο της συλλογικής αγωγής είναι ραδιοτηλεοπτική διαφήμιση, αποκλειστικά αρμόδιο είναι το πολυμελές πρωτοδικείο της έδρας του ραδιοφωνικού ή τηλεοπτικού σταθμού.
12. Συλλογικές αγωγές κατά τις περιπτώσεις α' και β' της παραγράφου 9 αυτού του άρθρου δικάζονται στη συντομότερη δυνατή δικάσιμο κατά τη διαδικασία της εκούσιας δικαιοδοσίας. Το δικαστήριο μπορεί να διατάξει την προσωρινή εκτέλεση της απόφασης. Η απόφαση παράγει τα αποτελέσματά της έναντι πάντων, και αν δεν ήταν διάδικοι.
13. Χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης κατά την παράγραφο 9 αυτού του άρθρου παρέχεται μια μόνο φορά. Τα επιδικαζόμενα ποσά διατίθεται για κοινωφελείς σκοπούς σχετικούς με την προστασία του καταναλωτή. Με απόφαση του Υπουργού Εμπορίου, που εκδίδεται μετά γνώμη του Εθνικού Συμβουλίου Καταναλωτών, ρυθμίζεται ο τρόπος διάθεσης των επιδικαζόμενων ποσών.

14. Αν αίτημα χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης απορριφθεί τελεσίδικα ως προφανώς όλως αβάσιμο, ο εναγόμενος προμηθευτής μπορεί να ζητήσει με αγωγή του αποζημίωση από την ενάγουσα ένωση καταναλωτών και προσωπικά από τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου, τα οποία ευθύνονται εις ολόκληρον.
15. Τη συλλογική αγωγή της παραγράφου 9 μπορούν να ασκούν εναντίον των προμηθευτών και τα εμπορικά και βιομηχανικά, βιοτεχνικά και επαγγελματικά επιμελητήρια. Οι διατάξεις των παραγράφων 11 έως και 14 εφαρμόζονται αναλόγως.
16. Οι ενώσεις καταναλωτών δεν δικαιούνται αμοιβής από τα μέλη τους για ατομικά ή συλλογικά μέσα προστασίας που του παρέχουν.
17. Οι ενώσεις καταναλωτών ευθύνονται για την ακρίβεια των πληροφοριών που, ανακοινώνουν προς ενημέρωση, του καταναλωτικού κοινού.
18. Η εκ μέρους ένωσης καταναλωτών ανακοίνωση στο καταναλωτικό κοινό επανειλημμένα αναληθών πληροφοριών αποτελεί λόγο έκπτωσης του διοικητικού της συμβουλίου. Την έκπτωση ζητούν, μέσα σε προθεσμία έξι μηνών από την τελευταία ανακοίνωση αναληθούς πληροφορίας, οποιοδήποτε μέλος της ένωσης, οποιοσδήποτε βλάπτεται από την αναλήθεια και ο εισαγγελέας αυτεπαγγέλτως. Το δικαστήριο, που δικάζει κατά τη διαδικασία της εκούσιας δικαιοδοσίας, αν κάνει δεκτή την αίτηση, διορίζει με την ίδια απόφαση προσωρινό διοικητικό συμβούλιο. Τα μέλη που εκπίπτουν δεν είναι επανεκλέξιμα για μια τριετία από την έκπτωσή τους. Το διοικητικό συμβούλιο δεν εκπίπτει, εάν οι αναληθείς πληροφορίες ή ο τρόπος μετάδοσής τους είναι μικρής σημασίας ή αν η αναλήθεια δεν οφείλεται σε δόλο ή βαριά αμέλεια των μελών του.
19. Το δικαστήριο μπορεί να διατάξει τη διάλυση ένωσης καταναλωτών αν αυτή άσκησε κατ' επανάληψη αγωγές χρηματικής ικανοποίησης για ηθική βλάβη που απορρίφθηκαν τελεσίδικα ως προφανώς όλως αβάσιμες, εφόσον οι αγωγές αυτές ασκήθηκαν με δόλο ή από βαριά αμέλεια. Στην περίπτωση αυτήν, τη διάλυση ζητούν, μέσα σε αποκλειστική προθεσμία ενός έτους από την τελεσιδικία της τελευταίας απορριπτικής απόφασης, ο προμηθευτής που υπήρξε εναγόμενος σε δίκη στην οποία εκδόθηκε τέτοια απορριπτική απόφαση ή ο εισαγγελέας αυτεπαγγέλτως. Επίσης όπως είδαμε, σε περίπτωση μη ανταπόκρισης του πράγματος στη σύμβαση το 540AK παρέχει μια σειρά από δικαιώματα στον αγοραστή τα οποία αυτός μπορεί να τα ασκήσει κατ'επιλογή.

Έτσι ο αγοραστής έχει δικαίωμα για:

- 1) διόρθωση ή αντικατάσταση του πράγματος,
- 2) μείωση του τιμήματος,
- 3) υπαναχώρηση από τη σύμβαση και, σωρευτικά,
- 4) αποζημίωση.

Το ζήτημα της παραγραφής των δικαιωμάτων του αγοραστή ρυθμίζεται στα άρθρα 554-558AK. Η παραγραφή αρχίζει από το χρόνο παράδοσης του πράγματος, έστω και αν ο αγοραστής διαπίστωσε αργότερα το πραγματικό ελάττωμα ή την έλλειψη συνομολογημένης ιδιότητας. Ως προς το χρόνο παραγραφής, αυτός είναι 2 χρόνια για τα κινητά και 5 χρόνια για τα ακίνητα.

"Καταναλωτές είμαστε όλοι. Πρόκειται για την μεγαλύτερη οικονομική ομάδα, η οποία επηρεάζει αλλά και επηρεάζεται σχεδόν από κάθε δημόσια ή ιδιωτική οικονομική απόφαση, τη μόνη σημαίνουσα οικονομική ομάδα, η οποία δεν είναι αποτελεσματικά οργανωμένη και της οποίας οι απόψεις δεν ακούγονται..."

Τζων Φ. Κένεντι, 15 Μαρτίου 1962

Ο Τζων Φ. Κένεντι ήταν ο πρώτος που δημόσια αναφέρθηκε για πρώτη φορά στα δικαιώματα των καταναλωτών, με μήνυμά του στο αμερικανικό κογκρέσο στις 15 Μαρτίου 1962. Είκοσι τρία χρόνια μετά, το 1985, η Γενική Συνέλευση του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ), αναγνώρισε επίσημα τις 'θεμελιώδεις αρχές του καταναλωτή και καθιέρωσε την 15η Μαρτίου ως «Παγκόσμια Ημέρα του Καταναλωτή».

Τα θεμελιώδη δικαιώματα των καταναλωτών, όπως ορίστηκαν από τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ), είναι οκτώ:

- I. Το δικαίωμα στην ικανοποίηση των βασικών αναγκών αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να αποκτή τα βασικά προϊόντα και υπηρεσίες που εγγυώνται την επιβίωσή του, δηλαδή επαρκή τροφή, ρούχα, κατοικία, ιατρική περίθαλψη, μόρφωση και υγιεινές συνθήκες διαβίωσης.
- II. Το δικαίωμα στην ασφάλεια αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να προστατεύεται από την κυκλοφορία επικίνδυνων για την υγεία και τη ζωή του προϊόντων και υπηρεσιών.
- III. Το δικαίωμα στην πληροφόρηση αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να έχει πρόσβαση σε επαρκείς και σωστές πληροφορίες που θα του επιτρέψουν να κάνει σωστές επιλογές στις συναλλαγές του.
- IV. Το δικαίωμα στην επιλογή αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να μπορεί να διαλέγει προϊόντα και υπηρεσίες σε ανταγωνιστικές τιμές και σε ικανοποιητική ποιότητα
- V. Το δικαίωμα στην εκπροσώπηση αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να εκπροσωπείται και να εκφράζει τα συμφέροντά του στα όργανα όπου λαμβάνονται και εφαρμόζονται πολιτικές αποφάσεις που τον αφορούν ως καταναλωτή
- VI. Το δικαίωμα στην αποζημίωση αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να απαιτεί και να λαμβάνει αποζημίωση όταν τον προμηθεύσουν ελαττωματικά προϊόντα ή ανεπαρκείς ή κακής ποιότητας υπηρεσίες.
- VII. Το δικαίωμα στην εκπαίδευση αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να αποκτή τις αναγκαίες γνώσεις και δεξιότητες που είναι απαραίτητες ώστε να είναι μπορεί να υλοποιεί τις συναλλαγές του αποτελεσματικά και εξασφαλίζοντας τα συμφέροντά του.
- VIII. Το δικαίωμα σε ένα υγιεινό περιβάλλον αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να διαβιώνει σε περιβάλλον που εξασφαλίζει μια αξιοπρεπή ζωή και που δεν είναι απειλητικό ή επικίνδυνο για την υγεία του και τη ζωή του.

3.2. ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

3.2.1. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Οι τουρίστες αποτελούν ένα στοιχείο που διαδραματίζει ουσιαστικό ρόλο στην όλη προσπάθεια ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτεται μια χώρα, τόσο μεγαλύτερη είναι η προοπτική για αύξηση και της παραγωγής τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, αλλά και της κατανάλωσης ή χρήσης τους αντίστοιχα, γι αυτό λοιπόν κρίθηκε απαραίτητη η δημιουργία ενός προστατευτικού πλαισίου για τον τομέα αυτό. Της πώλησης δηλαδή του τουριστικού προϊόντος και της προστασίας του καταναλωτή/αγοραστή του.

Στο πλαίσιο που τέθηκε από το ψήφισμα του Συμβουλίου της 6^{ης} Μαΐου 1986, για την «νέα ώθηση για πολιτική προστασίας του καταναλωτή» εκδόθηκαν μια σειρά από Οδηγίες μεταξύ των οποίων και η 90/314/ΕΟΚ. Σε αυτή διευρύνεται η έννοια του καταναλωτή. Σύμφωνα με μια σειρά ορισμών διάφορων Οδηγιών, για να χαρακτηριστεί ένα πρόσωπο ως καταναλωτής και να απολαύει των προστατευτικών διατάξεων, πρέπει η συναλλαγή να μην εμπίπτει στην επιχειρηματική του δραστηριότητα.¹⁷⁸

Το άρθρο 2 παρ.4 του Π.Δ. 339/1996 ορίζει ως καταναλωτή «το πρόσωπο που αγοράζει ή αναλαμβάνει να αγοράσει το οργανωμένο ταξίδι(κύριος συμβαλλόμενος) ή κάθε πρόσωπο εξ ονόματος του οποίου ο κύριος συμβαλλόμενος αναλαμβάνει να αγοράσει το οργανωμένο ταξίδι (άλλοι δικαιούχοι) ή κάθε άλλο πρόσωπο στο οποίο ο κύριος συμβαλλόμενος ή ένας από τους άλλους δικαιούχους εκχωρεί το οργανωμένο ταξίδι (εκδοχέας)».¹⁷⁹

Στην πραγματικότητα ο νόμος περιγράφει την έννοια του καταναλωτή με αναφορά σε ορισμένες περιπτώσεις προσώπων, στα οποία θεωρεί ότι πληρούνται το πραγματικό της έννοιας αυτής. Η ιδιότητα του καταναλωτή αποδίδεται αρχικά στο πρόσωπο που «αγοράζει ή αναλαμβάνει να αγοράσει το οργανωμένο ταξίδι. Πρόκειται για τον κύριο συμβαλλόμενο, το πρόσωπο δηλαδή που συμβάλλεται με τον πωλητή και αγοράζει το ταξίδι.¹⁸⁰ Η χρήση του όρου αγοράζει αφορά την σύναψη της σύναψης για λογαριασμό του προσώπου που την καταρτίζει, ενώ ο όρος αναλαμβάνει να αγοράσει παραπέμπει στις περιπτώσεις που το πρόσωπο που καταρτίζει την σύμβαση ενεργεί για λογαριασμό άλλου.¹⁸¹

Καταναλωτής ως τελικός αποδέκτης των αγαθών, κατά το άρθρο 2 παρ.4 του Ν. 2251/1994 μπορεί να είναι φυσικό ή νομικό πρόσωπο. Αντίστοιχα καταναλωτής κατά το άρθρο 2 παρ 4

¹⁷⁸ Ι.Στ. Κουμάνης, *Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996*, εκδ. Σάκκουλας, σελ.20.

¹⁷⁹ Ι.Στ. Κουμάνης, *Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996*, εκδ. Σάκκουλας, σελ.127.

¹⁸⁰ Ι.Στ. Κουμάνης, *Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996*, εκδ. Σάκκουλας, σελ.332.

¹⁸¹ Ι.Στ. Κουμάνης, *Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996*, εκδ. Σάκκουλας, σελ. 127-128.

του Π.Δ. 339/1996 μπορεί να είναι φυσικό ή νομικό πρόσωπο. Ωστόσο το νομικό πρόσωπο δεν είναι δυνατό να είναι τελικός αποδέκτης του οργανωμένου ταξιδιού. Διότι η συμμετοχή στο ταξίδι και η πλήρωση του τουριστικού σκοπού, στον οποίο αποβλέπει, προϋποθέτει φυσικό πρόσωπο. Ένα νομικό πρόσωπο μπορεί να είναι καταναλωτής μόνο με την ιδιότητα του κύριου συμβαλλόμενου ή του δικαιούχου που αγοράζει το οργανωμένο ταξίδι για λογαριασμό άλλων ή για να το διαθέσει περαιτέρω σε φυσικά πρόσωπα. Ως εκ τούτου προκύπτει ότι ο τελικός αποδέκτης του οργανωμένου ταξιδιού μπορεί να είναι μόνο φυσικό πρόσωπο, το οποίο φέρει πάντα την ιδιότητα του καταναλωτή.¹⁸²

Τέλος θα πρέπει να τονιστεί ότι καταναλωτής του τουριστικού αγαθού είναι κατ' εξοχήν ο ταξιδιώτης, αυτός που μετέχει στο ταξίδι και απολαύει του τουριστικού σκοπού, ο οποίος όμως μπορεί να είναι μόνο φυσικό πρόσωπο, εν αντιθέσει με τον καταναλωτή που μπορεί να είναι, όπως είδαμε και πιο πάνω, και νομικό πρόσωπο.

Ο ταξιδιώτης είναι πάντοτε δικαιούχος του ταξιδιού, όχι όμως και το αντίθετο. Η ιδιότητα του ταξιδιώτη προϋποθέτει την έναρξη το ταξιδιού ενώ του δικαιούχου μόνο την σύναψη της σύμβασης. Ο ταξιδιώτης είναι το πρόσωπο που μετέχει του τουριστικού σκοπού στον οποίο αποβλέπει το οργανωμένο ταξίδι. Ουσιαστικά αυτός απολαύει της αναψυχής, που επιδιώκεται από το ταξίδι. Η σχέση αυτή του ταξιδιώτη με τον σκοπό του ταξιδιού αποτελεί πρόσθετο λόγο για τον οποίο την ιδιότητα του ταξιδιώτη δεν μπορεί να την φέρει νομικό πρόσωπο. Η αναψυχή δεν συνυφάνεται με την φύση και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά στοιχεία της προσωπικότητας του νομικού προσώπου.¹⁸³

¹⁸² Ι.Στ. Κουμάνης, *Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996*, εκδ. Σάκκουλας, σελ.140-141.

¹⁸³ Ι.Στ. Κουμάνης, *Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996*, εκδ. Σάκκουλας, σελ.148-154.

3.2.2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Η ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των μελών μιας σύγχρονης κοινωνίας προϋποθέτει την παραγωγή όσο το δυνατό περισσότερων τουριστικών προϊόντων. Το οργανωμένο ταξίδι ως έκφανση του τουριστικού προϊόντος, που αποβλέπει κατά κανόνα στην αναψυχή του προσώπου αποτελεί κατ'εξοχήν καταναλωτικό αγαθό.¹⁸⁴ Τα αγαθά αυτά μπορεί να είναι άυλα ή υλικά. Τα άυλα αναφέρονται στις υπηρεσίες, όπως είναι για παράδειγμα η διαμονή σε ξενοδοχείο και η ψυχαγωγία των τουριστών. Στα άυλα τουριστικά προϊόντα συμπεριλαμβάνονται και διάφορες καταστάσεις ή μορφές ενέργειας, όπως είναι για παράδειγμα το ηλεκτρικό φως, ο κλιματισμός, η κεντρική θέρμανση, η τηλεφωνική επικοινωνία κ.α. Στοιχεία όμως που είναι απαραίτητα για την παραγωγή υπηρεσιών φιλοξενίας. Τα υλικά τουριστικά προϊόντα είναι όπως είναι προφανές, τα τουριστικά αγαθά που προσφέρονται στον τουρίστα για την ικανοποίηση των υλικών αναγκών του.

Τα τουριστικά προϊόντα που προσφέρονται συνδυασμένα χαρακτηρίζονται σαν τουριστικό πακέτο ή πακέτο περιήγησης που περιλαμβάνει στην απλούστερή του μορφή τα εξής βασικά στοιχεία:

- Τον τουριστικό προορισμό (destination): έχει συνήθως συγκεντρωμένες πρώτες ύλες που δεν μπορούν να μεταφερθούν αλλού για την παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, όπως είναι για παράδειγμα τα φυσικά, κλιματολογικά και πολιτιστικά στοιχεία που ταυτόχρονα αποτελούν και σημαντικότερα θέλγητρά του.
- Το μεταφορικό μέσο μετακίνησης (transfer): με αυτό πραγματοποιεί ο τουρίστας τη διακίνηση του από και προς τον τόπο διαμονής του προορισμού της επιλογής του.
- Το κατάλυμα (accommodation): είναι το μέρος που φιλοξενείται ο τουρίστας τόσο στον τουριστικό προορισμό που επισκέπτεται όσο και για τη διάρκεια της τουριστικής του μετακίνησης από τον τόπο της μόνιμης διαμονής του σε αυτόν και αντίστροφα.
- Και τέλος οι δυνατότητες αναψυχής (animation) στον τόπο Προορισμού.

¹⁸⁴ Ι.Στ. Κουμάνης, *Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996*, εκδ. Σάκκουλας, σελ.21.

3.2.3. ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

ΛΟΓΟΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Ο ταξιδιώτης-καταναλωτής στον τομέα του τουρισμού και ειδικότερα των οργανωμένων ταξιδίων χρειάζεται προστασία. Αρχικά πρέπει να ερευνηθεί αν στο πρόσωπο του ταξιδιώτη – καταναλωτή συντρέχουν εκείνες οι καταστάσεις που επιβάλλουν την προστασία και οδήγησαν στη διαμόρφωση από τον ν.2251/1994 του γενικότερου προστατευτικού πλαισίου του καταναλωτή:

- α) Ο προμηθευτής είναι συνήθως ο οικονομικά ισχυρός που επιβάλλει τους όρους της συναλλαγής.
- β) Ο προμηθευτής είναι ο επαγγελματίας που διαθέτει ειδικές γνώσεις και εμπειρία ως προς το προϊόν που προωθεί. Αντίθετα ο καταναλωτής ενδιαφέρεται μόνο για την χρήση στην οποία επιθυμεί να ανταποκρίνεται το αγαθό που αποκτά.
- γ) ο καταναλωτής στερείται εξειδικευμένων γνώσεων που θα του επιτρέψουν να αντιληφθεί το πραγματικό περιεχόμενο των συμβατικών όρων που αποδέχεται και περαιτέρω των συνθηκών υπό τις οποίες θα πραγματοποιηθεί το οργανωμένο ταξίδι που συμφωνεί.
- δ) Ο προμηθευτής έναντι του καταναλωτή διαθέτει οργανωτική υπεροπλία η οποία συχνά είναι απότοκος της οικονομικής και επαγγελματικής του υπεροχής. Διαθέτει την υποδομή η οποία του επιτρέπει να προετοιμάζει το νομικό και το τεχνικό μέρος της μαζικής προώθησης των προϊόντων του. Ο καταναλωτής από την πλευρά του αντιμετωπίζει τις μεθόδους διάθεσης του καταναλωτικού αγαθού χωρίς να έχει συνήθως την δυνατότητα να αντιληφθεί, λόγω του τρόπου που παρουσιάζονται τα προϊόντα, το πραγματικό περιεχόμενο των όρων της συναλλαγής ή τους σκοπούς που υπηρετούνται. Ακριβώς όμοια διαμορφώνεται η σχέση διοργανωτή ή πωλητή και καταναλωτή του οργανωμένου ταξιδιού. ε) Ο καταναλωτής συνήθως δεν έχει την δυνατότητα εναλλακτικών λύσεων. Ο ανταγωνισμός, στο μέτρο που λειτουργεί, περιορίζεται στη σύγκριση της τιμής με το προσφερόμενο αγαθό χωρίς να υπεισέρχεται στις λεπτομέρειες της συναλλαγής. Έτσι ο καταναλωτής, όταν συγκρίνει τις προσφορές οργανωμένων ταξιδιών, βρίσκεται σε δυσχερή θέση, διότι τα ουσιώδη στοιχεία της υπό κατάρτιση σύμβασης που μπορεί να συγκρίνει (τιμή και προορισμός ταξιδιού) συνήθως διατίθενται από τους διοργανωτές. Και τους πωλητές, χωρίς ουσιώδεις αποκλίσεις. Ωστόσο, στις επιμέρους λεπτομέρειες των υπηρεσιών είναι δυνατόν να υπάρχουν ουσιώδεις αποκλίσεις τις οποίες δεν είναι σε θέση να τις διαπιστώσει, συνήθως λόγω έλλειψης εξειδίκευσης, αλλά ούτε και να τις συγκρίνει εξαιτίας της ένδειας χρόνου.¹⁸⁵
- στ) Η συντριπτική υπεροχή του προμηθευτή σε όλους τους τομείς, σε συνδυασμό με την τάση και κάποιες φορές την αναγκαιότητα για κατανάλωση, οδηγεί συχνά τον καταναλωτή στην αποδοχή των προτάσεων του προμηθευτή χωρίς καμία αντίδραση ακόμη και στις περιπτώσεις που αυτή θα ήταν δυνατή.
- ζ) Όλα τα ανωτέρω στοιχεία προκαλούν τελικά μια διαπραγματευτική ανισότητα των συμβαλλόμενων μερών, η οποία είναι αναγκαίο να προστατευθεί με θέσπιση ειδικών κανόνων. Στην προσπάθεια αυτή εντάσσονται αναμφισβήτητα και οι ρυθμίσεις του Π.Δ. 339/1996 για την προστασία του καταναλωτή οργανωμένου ταξιδιού. Η ανάγκη προστασίας

¹⁸⁵ Ι.Στ. Κουμάνης, *Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996*, εκδ. Σάκκουλας, σελ.26-30.

στον τομέα του τουρισμού και ειδικότερα στη σύμβαση οργανωμένου ταξιδιού επιτείνεται από τον ιδιαίτερο (κοινωνικό) χαρακτήρα του τουριστικού αγαθού και του οργανωμένου ταξιδιού ως εκδήλωσης αυτού, ο οποίος επηρεάζει στη διαμόρφωση της (προστατευτικής) σχέσης του προμηθευτή με τον καταναλωτή ή πιο συγκεκριμένα του διοργανωτή ή του πωλητή με τον ταξιδιώτη-καταναλωτή.

3.2.4. ΟΥΣΙΩΔΗ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Πρώτος αναγκαίος όρος του τουριστικού αγαθού, είναι η Διακίνηση (transfer). Χωρίς αυτήν δε νοείται τουριστική δραστηριότητα. Η μεταφορά όμως εκτός του τόπου κατοικίας ή εργασίας, για να θεωρηθεί ως τουριστική μετακίνηση, πρέπει να έχει μια ελάχιστη διάρκεια, η οποία περαιτέρω, εφόσον ξεπερνά τις 24 ώρες καθιστά αναγκαία την συνδρομή και του στοιχείου της Διαμονής (accommodation). Η αναψυχή αποτελεί και αυτή αναγκαίο στοιχείο της υπόστασης του τουριστικού αγαθού. Μπορεί να μην αποτελεί πάντα τον αποκλειστικό σκοπό της διακίνησης αλλά είναι απαραίτητο να πληρούται έστω και εν μέρει.¹⁸⁶

¹⁸⁶ Ι.στ. Κουμάνης, *Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996*, σελ.41-43.

ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

I. ΤΑΞΙΔΙ ΜΕ ΑΕΡΟΠΛΑΝΟ

Ένα μεγάλος αριθμός τουριστών διακινείται συχνά με αεροπλάνα και ένας μεγάλος αριθμός επιβατών αντιμετωπίζει συχνά προβλήματα στις αεροπορικές μεταφορές. Συνειδητοποιήθηκε λοιπόν το γεγονός ότι είναι επιτακτική ανάγκη αφενός να προστατευθούν από διάφορων μορφών κινδύνους και αφετέρου να ενημερωθούν αποτελεσματικά για τα δικαιώματα τους.

Το 1997, εκδόθηκε ο κανονισμός υπ' αριθμόν 2027/97 του Συμβουλίου της 9^{ης} Οκτωβρίου 1997, για την ευθύνη του αερομεταφορέα σε περίπτωση ατυχήματος, προκειμένου να βελτιωθεί το επίπεδο προστασίας των επιβατών που εμπλέκονται σε αεροπορικά ατυχήματα. Λίγα χρόνια αργότερα, το 2000, η Ε.Ε. εξέδωσε ψήφισμα σχετικό με τα δικαιώματα των επιβατών αεροσκαφών, με σκοπό την ενημέρωσή τους, ώστε να μη βρίσκονται σε άνιση θέση απέναντι στις εταιρίες, αλλά και την ενίσχυση των δικαιωμάτων αυτών. Το συγκεκριμένο ψήφισμα τόνιζε ότι σκόπευε να φροντίσει για τη διατήρηση της αναγκαίας ισορροπίας μεταξύ των μελλοντικών μέτρων υπέρ των επιβατών και των οικονομικών επιταγών που αντιμετωπίζουν, στα πλαίσια του διεθνούς ανταγωνισμού, οι αεροπορικές εταιρίες, τα αεροδρόμια, τα ταξιδιωτικά γραφεία και οι διοργανωτές ταξιδίων, αλλά και οι οργανισμοί ελέγχου εναερίου κυκλοφορίας, χωρίς όμως να παρεμποδίζεται ο ελεύθερος ανταγωνισμός. Προχώρησε μάλιστα στον προσδιορισμό των δράσεων προτεραιότητας.

Τέλος, η ευρωπαϊκή ένωση σε μια προσπάθεια να προστατεύσει και να καθιερώσει τα δικαιώματα των καταναλωτών που ταξιδεύουν αεροπορικώς έχει θέσει σε ισχύ, από τις 17 Φεβρουαρίου 2005, τον Κανονισμό(ΕΚ) με αριθμό 261/2004, για τη θέσπιση κοινών κανόνων αποζημίωσης των επιβατών αεροπορικών μεταφορών και παροχής βοήθειας σε αυτούς σε περίπτωση άρνησης επιβίβασης, ματαίωσης ή μεγάλης καθυστέρησης της πτήσης. Η Ε.Ε. έχει καθιερώσει τα δικαιώματα των επιβατών που ταξιδεύουν αεροπορικώς και εργάζεται για την ενίσχυσή τους. Τα δικαιώματα αυτά που απολαμβάνει ο επιβάτης σήμερα αφορούν σε μια σειρά θέματα όπως οι πληροφορίες για τις πτήσεις και τις κρατήσεις, οι υπεράριθμες κρατήσεις θέσεων(overbooking), η άρνηση επιβίβασης(denied boarding), η αποζημίωση σε περίπτωση ατυχήματος και τα αεροπορικά ταξίδια ως μέρος οργανωμένων ταξιδίων.

Αναλυτικότερα τίθενται τα παρακάτω βασικά σημεία των ανωτέρω κανονισμών:

➤ **Ευθύνη από ατύχημα**

Ο κανονισμός 2027/97, καθορίζει τις υποχρεώσεις των κοινοτικών αερομεταφορέων για την ευθύνη που φέρουν από ατύχημα, απέναντι στους επιβάτες, για τυχόν ζημία που υπέστησαν λόγω θανάτου, τραυματισμού ή άλλης σωματικής βλάβης που έχει υποστεί επιβάτης. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι το ζημιογόνο ατύχημα να συνέβη μέσα στο αεροσκάφος, κατά την επιβίβαση ή την αποβίβαση. Να σημειωθεί, πως η ευθύνη του αερομεταφορέα, δεν υπόκειται σε κανένα οικονομικό περιορισμό, από το νόμο είτε από σύμβαση οποιασδήποτε μορφής. Ο κοινοτικός δε αερομεταφορέας ασφαλίζεται οπωσδήποτε μέχρι το όριο της ευθύνης του και έπειτα μέχρι ένα εύλογο ποσό. Μέχρι ένα ορισμένο ποσό δεν δικαιούται να αποκλείσει ή περιορίσει την ευθύνη του, αποδεικνύοντας ότι τόσο ο ίδιος όσο και το προσωπικό του έλαβαν όλα τα μέτρα προς αποφυγή της ζημίας ή ότι ήταν αδύνατη η λήψη τέτοιων μέτρων εκ μέρους του ίδιου ή του προσωπικού του.

Στην περίπτωση όμως, που αποδείξει ο αερομεταφορέας, πως η ζημία που προκλήθηκε στο σύνολο ή και εν μέρει οφείλεται σε αμέλεια αυτού που τραυματίστηκε ή πέθανε, είναι δυνατή η ολική ή μερική άρση της ευθύνης του, σύμφωνα με το δίκαιο που εφαρμόζεται. Σε περίπτωση μάλιστα, που ο επιβαίνων υποστεί ατύχημα, τραυματισμό ή άλλη σωματική βλάβη ακόμη και θάνατο, δεν συνάγεται ότι ο κοινοτικός αερομεταφορέας είναι ο μόνος υπεύθυνος για καταβολή αποζημίωσης. Επίσης διατηρεί το δικαίωμα του να επιδιώξει συνεισφορά τρίτου στην αποζημίωση ή την εκ μέρους τρίτου αποζημίωση.

Σε κάθε περίπτωση, ο αερομεταφορέας έχει την υποχρέωση να καταβάλει, χωρίς καθυστέρηση ή το αργότερο εντός δεκαπέντε ημερών από τη στιγμή που εξακριβωθεί το πρόσωπο που δικαιούται την αποζημίωση, την απαραίτητη προκαταβολή για την κάλυψη των άμεσων οικονομικών αναγκών και ανάλογα με το μέγεθος της ζημίας που υπέστη.

Να τονιστεί, πως η αποζημίωση δεν συνιστά και αναγνώριση ευθύνης και είναι εφικτό να συμψηφιστεί με καταβολές που έγιναν εκ των υστέρων, λόγω της ευθύνης του κοινοτικού αερομεταφορέα. Μπορεί δε, να επιστραφεί, μόνο εάν εκ των υστέρων αποδειχθεί ότι αυτός που την εισέπραξε προκάλεσε ο ίδιος τη ζημία, ή δεν την δικαιούται ή συνέβαλε σε αυτήν από αμέλεια. Στην περίπτωση που ο αερομεταφορέας είναι εγκατεστημένος εκτός της Κοινότητας και εκτελεί μεταφορές από και προς αυτή, οφείλει να ενημερώσει σχετικά τους επιβάτες, ρητά και με σαφήνεια, κατά την αγορά του εισιτηρίου στα πρακτορεία τους, τα ταξιδιωτικά γραφεία ή τις υπηρεσίες ελέγχου εισιτηρίων που βρίσκονται στο έδαφος κράτους- μέλους, εάν δεν εφαρμόζει κάτι από όλα τα προαναφερθέντα. Τέλος, οι αερομεταφορείς προμηθεύουν στους επιβάτες τους έγγραφο στο οποίο αναγράφονται οι όροι τους, χωρίς όμως αυτό να αποτελεί επαρκές στοιχείο ενημέρωσης.¹⁸⁷

➤ **Δικαιώματα που παρέχονται από τον Κανονισμό**

- i. Πεδίο εφαρμογής του Κανονισμού

¹⁸⁷ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 556-558.

Ο κανονισμός 261/2004 εφαρμόζεται στην περίπτωση κατά την οποία οι επιβάτες μεταφέρονται με μηχανοκίνητο αεροσκάφος μ σταθερές πτέρυγες και πληρούν κάποιες προϋποθέσεις.

Συγκεκριμένα, αφορά εκείνους που αναχωρούν από αερολιμένα στο έδαφος κράτους-μέλους στο οποίο εφαρμόζεται η συνθήκη και στους επιβάτες που αναχωρούν από αερολιμένα στο έδαφος κράτους-μέλους στο οποίο εφαρμόζεται η συνθήκη και εφόσον ο πραγματικός αερολιμένας της συγκεκριμένης πτήσης είναι κοινοτικός αερολιμένας.

Σε αντίθετη περίπτωση, κατά την οποία ο επιβάτης έλαβε ανταλλάγματα ή αποζημίωση και έτυχε βοήθειας στην τρίτη αυτή χώρα, ο κανονισμός δεν ισχύει. Θα πρέπει όμως ο επιβάτης να έχει επιβεβαιωμένη κράτηση στη συγκεκριμένη πτήση και εκτός από την περίπτωση ματαιώσης, να παρουσιασθεί στον έλεγχο εισιτηρίων, όπως έχει ορίσει και την έχει υποδείξει προηγουμένως εγγράφως ο αερομεταφορέας, ο ταξιδιωτικός πράκτορας ή ο εξουσιοδοτημένος πράκτορας του., Εάν δεν προσδιορίζεται η ώρα θα πρέπει να έχει παρουσιασθεί το αργότερο σαράντα πέντε λεπτά πριν από την αναγραφόμενη αναχώρηση της πτήσης. Ακόμη μια προϋπόθεση για την εφαρμογή του Κανονισμού είναι να έχει μεταφερθεί ο επιβάτης από τον αερομεταφορέα ή τον ταξιδιωτικό πράκτορα από την πτήση για την οποία είχε κράτηση σε άλλη πτήση, ανεξαρτήτως αιτίας. Δεν εφαρμόζεται όμως για τα δωρεάν ταξίδια ή τα ταξίδια με μειωμένο ναύλο που δεν διατίθενται άμεσα ή έμμεσα στο κοινό, Εφαρμόζεται ωστόσο στους επιβάτες που ταξιδεύουν με εισιτήρια που εκδίδονται με βάση πρόγραμμα τακτικών επιβατών ή άλλων εμπορικών προγραμμάτων ενός αερομεταφορέα ή ταξιδιωτικού πράκτορα, Δεν εφαρμόζεται τέλος, όταν οργανωμένο ταξίδι ματαιώνεται για λόγους άλλους από τη ματαιώση της πτήσης.

Γενικά εφαρμόζεται σε κάθε πραγματικό αερομεταφορέα, που παρέχει υπηρεσίες μεταφοράς σε επιβάτες που πληρούν τις ανωτέρω προϋποθέσεις, Όταν ο πραγματικός αερομεταφορέας που δεν έχει σύμβαση με τον επιβάτη εκπληρώνει υποχρεώσεις με βάση τον κανονισμό, θεωρείται ότι ενεργεί για λογαριασμό προσώπου με το οποίο έχει σύμβαση ο συγκεκριμένος επιβάτης.

ii. ΑΡΝΗΣΗ ΕΠΙΒΙΒΑΣΗΣ

Σε περίπτωση που η αεροπορική εταιρεία εκτιμά ότι θα προβεί σε άρνηση επιβίβασης, πρέπει πρώτα να ζητήσει εθελοντές επιβάτες που είναι πρόθυμοι να παραχωρήσουν τη θέση τους έναντι ορισμένων παροχών και με όρους που θα συμφωνηθούν μεταξύ του ενδιαφερόμενου επιβάτη και του αερομεταφορέα. Στους επιβάτες – εθελοντές αυτούς μάλιστα, προσφέρεται εκτός από τα οφέλη αυτά και πρόσθετη βοήθεια, όπως μεταφορά τους με την όσο το δυνατόν νωρίτερα πτήση ή άλλη μέρα που τους εξυπηρετεί εφόσον υπάρχει διαθεσιμότητα θέσεων.

Εάν δεν βρεθούν εθελοντές ώστε να επιτραπεί σε όλους τους επιβάτες με κράτηση να ταξιδέψουν, τότε η αεροπορική εταιρεία μπορεί να αρνηθεί την επιβίβαση ορισμένων επιβατών παρά τη θέλησή τους και να τους παράσχει βοήθεια σύμφωνα με το άρθρο 8 του Κανονισμού. Σε μία τέτοια περίπτωση ο επιβάτης δικαιούται αποζημίωσης:

- 250€ για πτήσεις έως και 1.500 χιλιόμετρα

- 400€ για πτήσεις άνω των 1.500 χιλιόμετρα εντός της Ε.Ε. και για όλες τις άλλες πτήσεις μεταξύ 1.500 και 3.500 χιλιόμετρα
- 600€ για όλες τις άλλες πτήσεις

Για τον καθορισμό της σχετικής απόστασης λαμβάνεται ως βάση ο τελευταίος προορισμός στον οποίο ο επιβάτης θα φτάσει καθυστερημένα, μετά την προγραμματισμένη ώρα, εξαιτίας της άρνησης επιβίβασης. Υπάρχουν όμως περιπτώσεις που ο πραγματικός αερομεταφορέας μπορεί να μειώσει τις παραπάνω αποζημιώσεις κατά 50%. Αυτό μπορεί να συμβεί όταν προσφέρεται στους επιβάτες μεταφορά στον τελικό τους προορισμό με άλλη πτήση, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Κανονισμού, η ώρα άφιξης της οποίας δεν υπερβαίνει την προκαθορισμένη ώρα άφιξης της πτήσης για την οποία είχε αρχικά κρατηθεί η θέση.

Ο επιβάτης έχει το δικαίωμα της επιλογής μεταξύ των ως άνω αποζημιώσεων, επιστροφής της τιμής του εισιτηρίου ή εναλλακτικής πτήσης. Επίσης η εταιρεία οφείλει να προσφέρει στους επιβάτες δωρεάν γεύματα και αναψυκτικά, δωρεάν διαμονή στην περίπτωση που θα είναι αναγκαία η διανυκτέρευση τους και δωρεάν μεταφορά στον τόπο διαμονής. Τέλος έχει τη υποχρέωση να προσφέρει στον επιβάτη δύο δωρεάν τηλεφωνήματα, ή φαξ/τέλεξ, ή μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail).¹⁸⁸

iii. ΜΑΤΑΙΩΣΗ ΠΤΗΣΗΣ

Στην περίπτωση ματαίωσης, ο καταναλωτής δικαιούται βοήθεια από τον πραγματικό μεταφορέα, σύμφωνα με το άρθρο 8 & 9 του Κανονισμού, όπως και αποζημίωσης, ή επιστροφής της τιμής του εισιτηρίου, ή εναλλακτικής πτήσης και των παροχών που ορίζονται στην άρνηση επιβίβασης. Ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμα αποζημίωσης εάν ο αερομεταφορέας τον έχει ειδοποιήσει για τη ματαίωση τουλάχιστον 2 εβδομάδες πριν από την προγραμματισμένη αναχώρηση. Επίσης, το δικαίωμα αποζημίωσης χάνεται εάν ο καταναλωτής έχει ενημερωθεί τουλάχιστον 1 ή 2 εβδομάδες πριν από τη προγραμματισμένη αναχώρηση και του προσφέρεται μεταφορά με εναλλακτική πτήση, που θα του επιτρέψει να φύγει, όχι περισσότερο από δυο ώρες νωρίτερα από την προγραμματισμένη ώρα αναχώρησης και να φτάσει στον τελικό προορισμό του λιγότερο από τέσσερις ώρες μετά την προγραμματισμένη ώρα άφιξης. Το ίδιο ισχύει και αν ο επιβάτης, πληροφορηθεί για τη ματαίωση της πτήσης σε λιγότερο από επτά μέρες πριν και του προσφερθεί μεταφορά με άλλη πτήση που θα του επιτρέψει να φύγει όχι περισσότερο από μια ώρα νωρίτερα από την προγραμματισμένη ώρα αναχώρησης και να φτάσει στον προορισμό τους λιγότερο από δύο ώρες μετά την προγραμματισμένη ώρα άφιξης. Το βάρος αποδείξεως του αν και πότε ενημερώθηκε ο πελάτης – επιβάτης, το φέρει ο πραγματικός αερομεταφορέας.

Τέλος, όταν γνωστοποιείται στους επιβάτες η ματαίωση της πτήσης, θα πρέπει να τους δίνονται εξηγήσεις σχετικά με τη δυνατή εναλλακτική μεταφορά. Να σημειωθεί, πως ο πραγματικός αερομεταφορέας δεν υποχρεούται να πληρώσει την αποζημίωση, στην περίπτωση κατά την οποία θα μπορέσει να αποδείξει πως η ματαίωση

¹⁸⁸ ww.inka.gr, <http://travelsafe.gr>

Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 559.

προκλήθηκε από έκτακτες περιστάσεις οι οποίες δεν θα μπορούσαν να αποφευχθούν ακόμη και αν είχαν ληφθεί τα ανάλογα μέτρα.¹⁸⁹

iv. ΚΑΘΥΣΤΕΡΗΣΗ ΠΤΗΣΗΣ

Όταν ο αερομεταφορέας έχει ενδείξεις ότι η πτήση θα έχει καθυστέρηση:

- πάνω από 2 ώρες για όλες τις πτήσεις έως 1.500 χιλιόμετρα
- 3 ώρες και περισσότερο για πτήσεις εντός της ευρωπαϊκής ένωσης άνω των 1500 χλμ. και για άλλους προορισμούς μεταξύ 1.500 και 3.500 χιλιόμετρα
- 4 ώρες ή περισσότερο για όλες τις πτήσεις.

Τότε ο αερομεταφορέας οφείλει να παρέχει στους καταναλωτές δωρεάν γεύματα και αναψυκτικά για όσο χρόνο αυτοί περιμένουν, καθώς και δύο δωρεάν τηλεφωνήματα, ή φαξ-τέλεξ, ή μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Όταν ο χρόνος αναχώρησης μετατεθεί για την επόμενη ημέρα ο καταναλωτής δικαιούται δωρεάν διαμονή και δωρεάν μεταφορά στον τόπο διαμονής. Στις περιπτώσεις που η καθυστέρηση υπερβεί τις 5 ώρες, ο καταναλωτής μπορεί να απαιτήσει από τον αερομεταφορέα εντός 7 ημερών την επιστροφή του αντίτιμου του εισιτηρίου για το μέρος ή τα μέρη του ταξιδιού που δεν πραγματοποιήθηκαν. Αν ο επιβάτης ταξίδεψε, τότε δικαιούται την επιστροφή των χρημάτων του όταν η πτήση δεν εξυπηρετήσε κανένα σκοπό σε σχέση με το αρχικό του σχέδιο και μπορεί να τεκμηριώσει και να αποδείξει στην εταιρεία το γεγονός αυτό.¹⁹⁰

v. ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΗ, ΑΠΩΛΕΙΑ Ή ΦΘΟΡΑ ΑΠΟΣΚΕΥΩΝ

Ο αερομεταφορέας είναι υπεύθυνος για τη καταστροφή, απώλεια ή φθορά αποσκευών. Εάν ο καταναλωτής έχει παραδώσει τις αποσκευές του κατά τον έλεγχο των εισιτηρίων, ο αερομεταφορέας είναι υπεύθυνος ακόμη και αν δεν ευθύνεται για την απώλεια, εκτός και αν η αποσκευή έφερε κάποιο ελάττωμα. Στις περιπτώσεις που οι αποσκευές δεν έχουν παραδοθεί κατά τον έλεγχο των εισιτηρίων ο αερομεταφορέας καθίσταται υπεύθυνος μόνον εφόσον η ζημία οφείλεται σε υπαιτιότητα.

vi. ΚΑΘΥΣΤΕΡΗΣΗ ΑΠΟΣΚΕΥΩΝ

Σε αυτή τη περίπτωση, ο αερομεταφορέας έχει την ευθύνη για τις ζημίες, εκτός εάν έλαβε όλα τα μέτρα για να αποφευχθεί η καθυστέρηση, ή έκανε ότι μπορούσε για να αποφευχθεί το γεγονός αυτό.

¹⁸⁹ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 559-560.

¹⁹⁰ www.inka.gr, <http://travelsafe.gr>

Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 560-561.

vii. ΤΡΑΥΜΑΤΙΣΜΟΣ Ή ΘΑΝΑΤΟΣ

Στις περιπτώσεις θανάτου ή τραυματισμού επιβάτη με υπαιτιότητα του αερομεταφορέα, δεν υπάρχει ανώτατο όριο ποσού για την αξίωση αποζημίωσης. Για αξίωση έως περίπου 120.000€ , η εταιρεία δεν μπορεί να αμφισβητήσει το ποσό. Μπορεί να αντικρούσει την απαίτηση άνω του ποσού αυτού, εφόσον αποδειχθεί πως η βλάβη δεν οφείλεται σε αμέλεια ή υπαιτιότητα της εταιρείας.¹⁹¹

viii. ΑΛΛΑΓΗ ΘΕΣΗΣ

Εάν ο πραγματικός αερομεταφορέας, τοποθετήσει επιβάτη σε θέση ανώτερη από εκείνη για την οποία αγοράσθηκε το εισιτήριο, δεν έχει το δικαίωμα να απαιτήσει επιπλέον πληρωμή για κάλυψη της οικονομικής διαφοράς των εισιτηρίων.

Εάν αντίθετα, τον τοποθετήσει σε κατώτερη θέση, οφείλει να του επιστρέψει μέσα σε επτά ημέρες:

- Το 30% της τιμής του εισιτηρίου για όλες τις πτήσεις έως 1.500 χιλιόμετρα
- Το 50% για όλες τις ενδοκοινοτικές πτήσεις άνω των 1.500 χιλιομέτρων, εκτός από τις πτήσεις μεταξύ της ευρωπαϊκής επικράτειας των κρατών – μελών και των γαλλικών υπερπόντιων διαμερισμάτων, καθώς και για όλες τις άλλες πτήσεις μεταξύ 1.500 και 3.500 χιλιομέτρων
- Το 75% της τιμής του εισιτηρίου, για όλες τις πτήσεις που δεν εμπίπτουν στις ανωτέρω περιπτώσεις.¹⁹²

ix. ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΟΥΣ

Ο πραγματικός αερομεταφορέας οφείλει να εξασφαλίζει ότι κατά τον έλεγχο των εισιτηρίων υπάρχει αναρτημένη, με ευδιάκριτο τρόπο για τους επιβάτες, ευανάγνωστη γνωστοποίηση η οποία θα περιέχει το εξής κείμενο: « Σε περίπτωση που σας αρνηθούν την επιβίβαση ή σε περίπτωση ματαίωσης ή δίωρης τουλάχιστον καθυστέρησης της πτήσης σας, ζητήστε στη θυρίδα ελέγχου των εισιτηρίων ή στην θύρα εξόδου, το κείμενο που αναφέρει τα δικαιώματά σας, ιδίως όσον αφορά την αποζημίωση και την παροχή βοήθειας».

Ο πραγματικός αερομεταφορέας ο οποίος θα αρνηθεί την επιβίβαση ή που θα ματαιώσει την πτήση, οφείλει να παράσχει σε κάθε επιβάτη που θίγεται γραπτή γνωστοποίηση με τους κανόνες αποζημίωσης και παροχής βοήθειας Την ίδια γνωστοποίηση παρέχει επίσης σε κάθε επιβάτη που έχει υποστεί τουλάχιστον δίωρη καθυστέρηση.¹⁹³

x. ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΣ ΑΠΟΠΟΙΗΣΗΣ

¹⁹¹ ww.inka.gr , <http://travelsafe.gr>

^{192, 193} Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 563.

Δεν επιτρέπεται ο περιορισμός ή η αποποίηση των υποχρεώσεων απέναντι στους επιβάτες, όπως καθορίζονται από τον κανονισμό κυρίως με ρήτρα αποκλεισμού ή παρέκκλισης στη σύμβαση μεταφοράς. Αν παρόλα αυτά εφαρμοστεί μια τέτοια ρήτρα, ή εάν ο επιβάτης δεν ενημερωθεί, όπως θα έπρεπε, σχετικά με τα δικαιώματα του και για το λόγο αυτό δεχθεί αποζημίωση μικρότερη από αυτή που προβλέπεται από τον κανονισμό, εξακολουθεί να δικαιούται να προσφύγει στο αρμόδιο δικαστήριο ή σε άλλους φορείς, προκειμένου να διεκδικήσει επιπρόσθετη αποζημίωση.¹⁹⁴

II. ΤΑΞΙΔΙ ΜΕ ΠΛΟΙΟ

- Σε περίπτωση καθυστέρησης αναχώρησης του πλοίου, ο επιβάτης δικαιούται πλήρη κάλυψη των εξόδων διατροφής και διαμονής μέχρις ότου αναχωρήσει το πλοίο. Επίσης, μπορεί να ακυρώσει το εισιτήριο και να πάρει πίσω το ποσό που είχε καταβάλει. Αν η ταλαιπωρία του ήταν υπερβολική (κατά την διάρκεια καθυστέρησης του πλοίου) μπορεί να διεκδικήσει και αποζημίωση. Εάν δεν ταξιδέψει και ενημερώσει έγκαιρα, παίρνει το 50% της αξίας του εισιτηρίου. Υπεύθυνος για την καταβολή του εισιτηρίου είναι ο ναυτικός πράκτορας.
- Εάν έχει κλείσει εισιτήριο με καμπίνα και όταν επιβιβαστεί στο πλοίο βρει την θέση του κατελημμένη, πρέπει να υποβάλει μήνυση στην πλησιέστερη λιμενική αρχή, γιατί η διπλοκράτηση που έγινε θεωρείται υπεράριθμο εισιτήριο κατά θέση και οι ποινές που επιβάλλονται σε τέτοιες περιπτώσεις μπορεί να φτάσουν και τα 14.500 ευρώ.
- Εάν δεν ταξιδέψει λόγω δικής του ευθύνης, χάνει το εισιτήριο. Οι όροι που αναφέρονται στο εισιτήριο καθώς και στην απόδειξη μεταφοράς οχήματος πρέπει να είναι εγκεκριμένοι από το Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας.
- Ο επιβάτης δικαιούται να μεταφέρει αποσκευές, των οποίων το βάρος και ο όγκος πρέπει να ορίζεται στην πίσω πλευρά του εισιτηρίου. Εάν ο επιβάτης παραδώσει τις αποσκευές του στο πλοίο για φύλαξη, σε περίπτωση απώλειας ή καταστροφής ευθύνεται ο Πλοίαρχος και το πλήρωμα του πλοίου. Ο επιβάτης δικαιούται αποζημίωσης το ανώτερο στα 736,70 ευρώ ανά μονάδα ή δέμα. Για την καταβολή της αποζημίωσης απαραίτητη προϋπόθεση είναι η δήλωση από τον επιβάτη του περιεχομένου και της αξίας των αποσκευών που παραδίδει προς φύλαξη. Αν το αυτοκίνητό σας υποστεί ζημιά στο γκαράζ από κακό χειρισμό του πλοίαρχου, δικαιούστε αποζημίωση από την πλοιοκτήτρια εταιρία. Αν έχει τιμαλφή, μεγάλα χρηματικά ποσά και αντικείμενα αξίας, μπορεί να τα παραδώσει στο λογιστήριο του πλοίου για φύλαξη. Αν χαθούν ή κλαπούν, μπορεί να ζητήσει αποζημίωση ίση με την αξία των αντικειμένων που έδωσε.
- Απαγορεύεται η έκδοση εισιτηρίων εντός των επιβατικών πλοίων. Επιτρέπεται η έκδοση συμπληρωματικού εισιτηρίου, με αναφορά στο αρχικό εισιτήριο λόγω αλλαγής θέσης ή ανακριβών στοιχείων στο αρχικό εισιτήριο. Σε περίπτωση άρνησης έκδοσης εισιτηρίου από τον πράκτορα με την αιτιολογία ότι έχει καλυφθεί ο αριθμός, εάν διαπιστωθεί ότι αυτό δεν ισχύει, πρέπει να καταγγεληθεί στις κατά τόπο αρμόδιες λιμενικές αρχές για την επιβολή διοικητικών προστίμων.¹⁹⁵

¹⁹⁴ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 564.

¹⁹⁵ www.inka.gr, <http://kepka.org>

III. ΤΑΞΙΔΙ ΜΕ ΤΡΕΝΟ

Αν ο επιβάτης δεν άρχισε ή δεν συνέχισε το ταξίδι του λόγω υπαιτιότητας του ΟΣΕ (κατάργηση αμαξοστοιχίας, απεργία, βλάβη) έχει τις εξής δυνατότητες:

- i. Να ταξιδέψει με άλλη αμαξοστοιχία με το ίδιο εισιτήριο. Αν είναι ανώτερης κατηγορίας δεν πληρώνει διαφορά, αν είναι κατώτερης παίρνει πίσω τη διαφορά της τιμής του εισιτηρίου.
- ii. Να αναβάλει το ταξίδι του για άλλη ημερομηνία. Το εισιτήριο ισχύει κανονικά.
- iii. Αν το ταξίδι διακοπεί στη μέση της διαδρομής, μπορεί ο επιβάτης να επιστρέψει στον σταθμό αφετηρίας με την πρώτη κατάλληλη αμαξοστοιχία, χωρίς να πληρώσει εισιτήριο. Επιπλέον μπορεί να ζητήσει πίσω και το αντίτιμο του εισιτηρίου που έχει καταβάλλει.

ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ

Τουριστικά καταλύματα είναι οι επιχειρήσεις υποδοχής οι οποίες κανονικά ή περιοδικά προσφέρουν στους πελάτες υπηρεσίες διαμονής, καθώς και άλλες συναφείς προς τη διαμονή υπηρεσίες, όπως εστίαση, ψυχαγωγία, άθληση κ.α. (Άρθρο 2 Ν.2160/1993, Το γενικό ρυθμιστικό πλαίσιο του ελληνικού τουρισμού).

Στην Ελλάδα τα τουριστικά καταλύματα διακρίνονται , σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στην απόφαση 530992/1987 του Γενικού Γραμματέα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) με θέμα τις τεχνικές προδιαγραφές των τουριστικών εγκαταστάσεων (ΦΕΚ 557Β') στις ακόλουθες δύο μεγάλες κατηγορίες:

1.Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα:

- Ξενοδοχεία κλασικού τύπου
- Ξενοδοχεία τύπου μοτέλ
- Ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων
- Ξενοδοχεία κλασικού τύπου και επιπλωμένων διαμερισμάτων

2. Μη κύρια ή συμπληρωματικά ξενοδοχειακά καταλύματα:

- Χώροι οργανωμένης κατασκήνωσης με ή χωρίς οικίσκους
- Τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις ή κατοικίες
- Ενοικιαζόμενα δωμάτια σε συγκρότημα μέχρι 10 δωματίων
- Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια

I. ΔΙΑΜΟΝΗ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ

Τα ξενοδοχεία κατατάσσονται σε κατηγορίες πέντε «αστέρων»:

5*****, 4****, 3***, 2**, 1*.

Οι τιμές, στα ξενοδοχεία, διαμορφώνονται, ελεύθερα. Όμως, οι ξενοδόχοι υποχρεούνται να αναρτούν θεωρημένους, από τον ΕΟΤ, τιμοκαταλόγους, σε κάθε δωμάτιο, στους οποίους πρέπει να αναγράφεται η τιμή του δωματίου, με τις σχετικές προσυζητήσεις. Επίσης, το ξενοδοχείο πρέπει να είναι εφοδιασμένο, με το ειδικό σήμα του ΕΟΤ και να τηρεί τους κανόνες υγιεινής.

Η χρέωση των τηλεφωνημάτων, στο ξενοδοχείο, διαμορφώνεται ελεύθερα. Ο ξενοδόχος υποχρεούται να ανοικιάζει τα κενά δωμάτια του ξενοδοχείου, σε κάθε πελάτη, καθώς και να απαντά, μέσα σε τρεις ημέρες, τηλεφωνικά ή γραπτά, σχετικά με την αποδοχή ή όχι παραγγελιών ενοικίασεως δωματίων. Επίσης, υποχρεούται να διαθέτει, στους πελάτες, τις ανέσεις, που διαφημίζει, όπως π.χ. πισίνα, εγκαταστάσεις γυμναστικής, νυχτερινό κέντρο, κ.λπ. Ο καταναλωτής έχει δικαίωμα να κάνει χρήση α) του δωματίου ή σουίτας, β) των κοινόχρηστων χώρων του ξενοδοχείου κλπ. Σε περίπτωση που ο καταναλωτής επιθυμεί την αποκλειστική χρήση υπηρεσιών του ξενοδοχείου (ομπρέλα θαλάσσης, καναπές κλπ.) θα χρεωθεί επιπλέον σύμφωνα με τον προκαθορισμένο τιμοκατάλογο. Η χρήση του δωματίου ή της σουίτας γίνεται αποκλειστικά από το άτομο που έκανε την κράτηση ή από τα άτομα που δηλώνονται από την κράτηση.

Ο ξενοδόχος δικαιούται να ζητήσει προκαταβολή, μέχρι 25% της συνολικά συμφωνημένης τιμής. Ο πελάτης, που παρήγγειλε δωμάτια και δεν τα χρησιμοποίησε, οφείλει αποζημίωση, στον ξενοδόχο, το 1/2 της συμφωνημένης τιμής. Απαλλάσσεται, όμως, από κάθε υποχρέωση αποζημίωσης, εάν προειδοποιήσει τον ξενοδόχο 21 ημέρες, πριν την έναρξη της ενοικίασης. Στην περίπτωση αυτή, ο ξενοδόχος πρέπει να επιστρέψει την προκαταβολή, που τυχόν έχει λάβει, από τον πελάτη.

Η ενοικίαση δωματίου θεωρείται ότι γίνεται, για μία ημέρα, εκτός εάν υπάρχει άλλη ρητή συμφωνία, μεταξύ του πελάτη και του ξενοδόχου.

Η ενοικίαση ανανεώνεται, για την επόμενη ημέρα, εφόσον ούτε ο ξενοδόχος ούτε ο πελάτης ειδοποιήσουν, από την προηγούμενη ημέρα, ότι λήγει η μίσθωση. Την ημέρα αναχώρησης ο καταναλωτής είναι υποχρεωμένος να αφήσει το δωμάτιο το αργότερο στις 12:00. Σε περίπτωση που ο καταναλωτής επιθυμεί να αποχωρήσει αργότερα και μέχρι τις 18:00 θα πληρώσει το μισό της ημερήσιας χρέωσης. Σε περίπτωση που ο καταναλωτής αρνηθεί να πληρώσει, ο ξενοδόχος έχει το δικαίωμα να βγάλει τις αποσκευές του από το δωμάτιο.

Εάν το δωμάτιο, που έχουμε κλείσει, δεν είναι διαθέσιμο, υπάρχει υποχρέωση του ξενοδόχου να εξασφαλίσει τη διαμονή μας, σε άλλο ξενοδοχείο, της ίδιας τουλάχιστον τάξεως, το οποίο να βρίσκεται, στην ίδια πόλη και να διαθέτει τις ίδιες ανέσεις και προϋποθέσεις διαμονής, όπως αυτές που διαφημίζει, για το δικό του ξενοδοχείο. Ταυτόχρονα, οφείλει να καταβάλει τα έξοδα μεταφοράς και την τυχόν επιπλέον διαφορά τιμής. Εάν δεν καταστεί αυτό δυνατό, ο

ξενοδόχος πρέπει να μας αποζημιώσει, με το σύνολο του συμφωνημένου τιμήματος διαμονής.

Ο ξενοδόχος δεν έχει δικαίωμα διπλοκράτησης των διαθέσιμων δωματίων με σχετικά συμβόλαια. Ο ξενοδόχος φέρει ευθύνη, για τυχόν απώλεια ή κλοπή των πολύτιμων αντικειμένων και χρημάτων μας, μόνο αν τα παραδώσουμε, προς φύλαξη, λαμβάνοντας απόδειξη. Για τα λοιπά αντικείμενα, ευθύνεται ο ξενοδόχος, εκτός εάν η ζημία ή η απώλειά τους οφείλεται, σε αμέλεια του πελάτη ή των επισκεπτών του, ή αν οφείλεται, σε ανωτέρα βία (π.χ. σεισμό, πυρκαγιά).¹⁹⁶

II. ΔΙΑΜΟΝΗ ΣΕ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ

Τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα πρέπει να φέρουν το ειδικό σήμα λειτουργίας του ΕΟΤ, το οποίο λαμβάνουν οι επιχειρήσεις, που συγκεντρώνουν ποσοστό ετήσιας πληρότητας ίσο ή ανώτερο του οριζόμενου για την αντίστοιχη περιοχή.

Τα ενοικιαζόμενα δωμάτια πρέπει να διαθέτουν το βασικό εξοπλισμό μίας οικίας, όπως π.χ. ψυγείο, κουζίνα, μαγειρικά σκεύη, χώρους υγιεινής, καθώς και να διαθέτουν σωστό φωτισμό. Επίσης, πρέπει να πληρούν τους κανόνες υγιεινής και καθαριότητας. Οι τιμές τους διαμορφώνονται, ελεύθερα. Πρέπει, όμως, να αναρτώνται, σε κάθε δωμάτιο. Στα κάμπινγκ, πρέπει να αναρτώνται κατάλογοι, με τις τιμές διαμονής, στην είσοδό τους. Επίσης, πρέπει να πληρούνται οι κανόνες υγιεινής και καθαριότητας. Οι τιμές τους διαμορφώνονται ελεύθερα. Πρέπει όμως, να αναρτώνται σε κάθε δωμάτιο.

Για να αποδειχθεί ότι ο ξενοδόχος ή ο ιδιοκτήτης του δωματίου ή του κάμπινγκ, δεν τήρησαν τη συμφωνία τους, πρέπει να υπογραφεί, μαζί τους, μια γραπτή σύμβαση στην οποία θα αναφέρονται, αναλυτικά, τόσο οι προσφερόμενες υπηρεσίες, όσο και οι χρεώσεις. Επειδή αυτό είναι δύσκολο, όταν το κατάλυμα βρίσκεται, σε άλλη περιοχή, από αυτήν του τόπου διαμονής του καταναλωτή, καλό είναι, ο επισκέπτης να ζητά να του αποσταλεί η σύμβαση ταχυδρομικά ή με fax, προτού πληρώσει την προκαταβολή. Εάν και αυτό είναι αδύνατο τότε, θα πρέπει να αναγράφονται οι όροι στο έμβασμα της προκαταβολής. Η είσπραξη της προκαταβολής αποτελεί έμμεση αποδοχή των όρων, που αναγράφονται στο έμβασμα.¹⁹⁷

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΗΣ

Ο νόμος 710/1977 διέπει το επάγγελμα του ξεναγού στην Ελλάδα, όσον αφορά την εκπαίδευση, τη χορήγηση αδείας ασκήσεως επαγγέλματος, την κοινωνική ασφάλιση, την προστασία του επαγγέλματος, τις υποχρεώσεις και τα καθήκοντα, την εποπτεία και τις ποινικές κυρώσεις των επαγγελματιών διπλωματούχων ξεναγών.

Σύμφωνα με το άρθρο 1.1 του Νόμου, «Ξεναγός είναι ο συνοδευών αλλοδαπούς ή ημεδαπούς περιηγητές ή επισκέπτες της χώρας, καθοδηγών αυτούς και υποδεικνύων τα

¹⁹⁶ www.kepka.org

¹⁹⁷ www.kepka.org, www.inka.gr

αξιοθέατα του τόπου, αρχαία ή ιστορικά μνημεία, καλλιτεχνικά έργα πάσης εποχής, επεξηγών εις αυτούς τη σημασία αυτών , τον προορισμό και την ιστορία των και παρέχων γενικότερες πληροφορίες περί της αρχαίας και νεωτέρας Ελλάδος».

Όποιος παρέχει υπηρεσίες ξενάγησης χωρίς άδεια ασκήσεως επαγγέλματος ή όποιος διοργανωθείς εκδρομής αναθέτει εν γνώσει του ξενάγηση σε άτομο στερούμενο την άδεια ξεναγού , τιμωρείται με ποινή φυλάκισης έως τρεις μήνες και χρηματική ποινή.

ΆΛΛΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Οι άλλες τουριστικές υπηρεσίες ανάγονται από τον νόμο σε αυτοτελές στοιχείο, το οποίο , αν συντρέχει μαζί με την μεταφορά , αρκεί για την πλήρωση των προϋποθέσεων του νόμου. Ωστόσο απαιτείται να πληρούνται δυο επιπλέον προϋποθέσεις. Αφενός πρέπει οι άλλες τουριστικές υπηρεσίες να μην είναι συμπληρωματικές της μεταφοράς ή της διαμονής και αφετέρου επιβάλλεται να αντιπροσωπεύουν σημαντικό τμήμα του οργανωμένου ταξιδιού. Τα κριτήρια αυτά συνδέονται μεταξύ τους διότι, όταν οι άλλες τουριστικές υπηρεσίες είναι συμπληρωματικές της μεταφοράς ή της διαμονής, συνήθως δεν αντιπροσωπεύουν σημαντικό τμήμα του ταξιδιού. Ωστόσο είναι δυνατό να μην είναι συμπληρωματικές της μεταφοράς και της διαμονής και πάλι να μην αντιπροσωπεύουν σημαντικό τμήμα της προσφερόμενης παροχής. Ως υπηρεσίες συμπληρωματικές τη μεταφοράς μπορούν να θεωρηθούν η μεταφορά από την έδρα του πωλητή ή του διοργανωτή στο αεροδρόμιο ή τον σιδηροδρομικό σταθμό , οι ενδιάμεσες στάσεις για ολιγόλεπτη ξεκούραση, η παροχή μικρογευμάτων ενόσω διαρκεί η μεταφορά, η δυνατότητα χρήσης Η/Υ κ.α.¹⁹⁸

Ως συμπληρωματικές της διαμονής είναι δυνατό να εμφανιστούν , η μεταφορά από το αεροδρόμιο ή το λιμάνι στο ξενοδοχείο και αντίστροφα, η κατηγορία του καταλύματος, η θέα του δωματίου, η ύπαρξη πισίνας κ.λπ. Οι παροχές αυτές δεν είναι ασήμαντες. Μάλιστα , ο συνδυασμός αυτών αποτελεί τις περισσότερες φορές αποφασιστικό κριτήριο για την επιλογή ή την απόρριψη του οργανωμένου ταξιδιού από τον καταναλωτή. Ωστόσο πρόκειται για συμπληρωματικές της μεταφοράς και της διαμονής παροχές, οι οποίες δεν συνιστούν αυτοτελές κριτήριο για την ένταξη του ταξιδιού στις προστατευτικές διατάξεις.¹⁹⁹

¹⁹⁸ Ι.Στ. Κουμάνης. *Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996*, εκδ. Σάκκουλας, σελ 60-61.

¹⁹⁹ Ι.Στ. Κουμάνης. *Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996*, εκδ. Σάκκουλας, σελ 60-61.

3.3. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΤΑ ΤΟ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟ ΤΑΞΙΔΙ

3.3.1. ΤΟ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟ ΤΑΞΙΔΙ

Ως οργανωμένο ταξίδι μπορούμε να ορίσουμε ένα σύνθετο προϊόν που αποτελείται από ένα σύνολο προϊόντων και υπηρεσιών και διατίθεται στην αγορά ως ένα ενιαίο σύνολο σε μια ενιαία τιμή.

Διακρίσεις των οργανωμένων ταξιδιών

Τα οργανωμένα ταξίδια μπορούν να διαιρεθούν ανάλογα με τις κατηγορίες πελατών που απευθύνονται σε:

1. Ready Made: Πρόκειται για ταξίδια που σχεδιάζονται για ομάδες τουριστών και απευθύνονται σε ευρείες κατηγορίες πελατών
2. Tailor Made: Τα συγκεκριμένα πακέτα ταξιδιών σχεδιάζονται για μικρές ομάδες πελατών ή και για μεμονωμένους ταξιδιώτες και οργανώνονται με βάση τις επιθυμίες του πελάτη.

Επίσης, μπορούν να διαιρεθούν με βάση τον αριθμό των ατόμων που συμμετέχουν σε ένα οργανωμένο ταξίδι ως:

1. Group Inclusive Tours: Πακέτα που οργανώνονται για ομάδες τουριστών και είναι ready made.
2. Individual Inclusive Tours: Οργανώνονται για μεμονωμένους πελάτες ή για ολιγομελείς ομάδες τουριστών και είναι tailor made.

Μια ακόμη διάκριση μπορεί να γίνει με βάση το χρόνο παραμονής σε ένα ταξίδι. Έτσι έχουμε τα:

1. Ταξίδια «περιηγήσεις»: Μπορεί να είναι ατομικά ή ομαδικά και να συνοδεύονται από ξεναγό με ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα επισκέψεων.
2. Οι διακοπές παραμονής: Μπορεί να συμπεριλαμβάνουν τη μεταφορά και πραγματοποιούνται συνήθως σε πόλεις ή παραθεριστικά κέντρα. Μπορεί να περιλαμβάνουν διαμονή ή/και διατροφή και να συνδυάζονται με συγκεκριμένες δραστηριότητες.

Τέλος, υπάρχουν τα Dynamic Packages, στα οποία ο τουρίστας έχει τη δυνατότητα να επιλέγει μόνος του τα διάφορα συστατικά του τουριστικού πακέτου και να το αγοράσει ως ένα ενιαίο προϊόν, σε ενιαία τιμή από ένα τουριστικό πρακτορείο ή κάποιον Tour Operator.

3.3.2. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει δημιουργήσει μια πετυχημένη εσωτερική αγορά με ελεύθερη κυκλοφορία αγαθών και υπηρεσιών προς όφελος, μεταξύ άλλων, των καταναλωτών. Για να μπορούν οι καταναλωτές παντού στην ΕΕ να αγοράζουν ασφαλή προϊόντα και υπηρεσίες με σαφείς όρους και χωρίς εκπλήξεις, η ΕΕ θέσπισε ένα νομικό πλαίσιο για την πολιτική των καταναλωτών.

Σκοπός των νομοθετικών και των λοιπών μέτρων είναι να προωθήσουν τα συμφέροντα, την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών στην εσωτερική αγορά, να διασφαλίσουν ότι λαμβάνονται δεόντως υπόψη τα προβλήματα των καταναλωτών σε όλες τις πολιτικές της ΕΕ και να συμπληρώσουν την εθνική πολιτική για τους καταναλωτές στα κράτη μέλη. Κατά πρώτον, οι κατασκευαστές είναι υπεύθυνοι για τη διάθεση μόνο ασφαλών προϊόντων στην αγορά. Εάν δεν είναι εγκατεστημένοι στην Ένωση, αυτήν την υποχρέωση αναλαμβάνει ο αντιπρόσωπός τους στην ΕΕ ή ο εισαγωγέας.

Κανένα προϊόν που τίθεται στη διάθεση των καταναλωτών δεν πρέπει να ενέχει κινδύνους, ή τουλάχιστον όχι περισσότερους από τους ελάχιστους που μπορεί να ενέχει η χρήση του προϊόντος υπό κανονικές ή προβλέψιμες συνθήκες. Κατά δεύτερον, οι καταναλωτές οφείλουν, στο μέτρο του δυνατού, να ενημερώνονται τακτικά σχετικά με την ασφάλεια των προϊόντων που αγοράζουν.

3.3.3. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΑ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΑ ΤΑΞΙΔΙΑ

Ο τουριστικός τομέας έχει αναγνωριστεί από την Ευρωπαϊκή ένωση ως ένα από τα σημαντικά στοιχεία για την ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς, η οποία αποτελεί έναν από τους κύριους στόχους της.

Επειδή όμως οι νομοθεσίες των κρατών-μελών που αφορούν τα οργανωμένα ταξίδια παρουσιάζουν πολλές ανομοιομορφίες, αλλά και οι εθνικές πρακτικές στον τομέα διαφέρουν σημαντικά, δημιουργούνται εμπόδια στην ελεύθερη παροχή των σχετικών υπηρεσιών και στρεβλώνουν τον ανταγωνισμό ανάμεσα στις επιχειρήσεις που είναι εγκατεστημένες στα διάφορα κράτη-μέλη.

Εδώ και πολλά χρόνια λοιπόν έγινε συνείδηση το γεγονός ότι η θέσπιση κοινών κανόνων σχετικά με τα οργανωμένα ταξίδια, μπορεί να συμβάλει στην κατάργηση των εμποδίων και τη δημιουργία κοινής αγοράς υπηρεσιών στον τομέα αυτό. Έτσι ήδη από το 1981 ζητήθηκε από την Επιτροπή να μελετήσει τον τουριστικό τομέα και να υποβάλει κατάλληλες προτάσεις με στόχο την προσασία των καταναλωτών.

Τελικά στις 13 Ιουνίου του 1990 το Συμβούλιο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων αφού έλαβε υπόψη του την πρόταση της Επιτροπής και σε συνεργασία με το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, εξέδωσε την Οδηγία «για τα οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις».

Στόχος της Οδηγίας αυτής είναι η εναρμόνιση των νομοθεσιών των κρατών-μελών, για τα οργανωμένα ταξίδια με γνώμονα τα μέτρα που προτείνονται με αυτή. Το πρώτο άρθρο

μάλιστα της Οδηγίας ορίζει ότι σκοπός της είναι η προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών-μελών σχετικά με τα οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις που πωλούνται ή προσφέρονται προς πώληση στο έδαφος της Κοινότητας. Τα κράτη-μέλη όμως έχουν δικαίωμα να θεσπίζουν ή να διατηρούν αυστηρότερες διατάξεις στον τομέα που διέπει η Οδηγία, για να προστατεύουν τον καταναλωτή.

Αξιοσημείωτο είναι ότι τα κράτη-μέλη έπρεπε να θέσουν σε ισχύ τα αναγκαία μέτρα για να συμμορφωθούν με την Οδηγία που εξετάζουμε το αργότερο στις 31 Δεκεμβρίου του 1992. Μόλις πάντως θεσπίζουν ουσιώδεις διατάξεις εσωτερικού δικαίου στον τομέα αυτό οφείλουν να ανακοινώσουν το κείμενό τους στην Επιτροπή. Αυτή με τη σειρά της πρέπει να πληροφορήσει σχετικά τα άλλα κράτη-μέλη. Στη χώρα μας αποτελεί ήδη μέρος της εσωτερικής μας έννομης τάξης και με τη μορφή που τελικά έλαβε θα τη μελετήσουμε παρακάτω.

3.3.4. ΟΔΗΓΙΑ 90/314/ΕΟΚ ΠΕΡΙ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

ΟΡΙΣΜΟΣ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟΥ ΤΑΞΙΔΙΟΥ

Είναι σκόπιμο να δοθεί ένας ορισμός για το οργανωμένο ταξίδι, προκειμένου να γίνουν πιο κατανοητές όλες οι έννοιες που θα αναφερθούν παρακάτω.

Ως οργανωμένο ταξίδι ορίζουμε: το ταξίδι, τις διακοπές και τις περιηγήσεις, που αφορούν σε παροχή υπηρεσιών οι οποίες προσφέρονται *σε μια συνολική τιμή*, η διάρκεια της παροχής υπερβαίνει τις 24 ώρες ή *περιλαμβάνει διανυκτέρευση* και συνδυάζει, τουλάχιστον, δύο από τα εξής στοιχεία: **μεταφορά, διαμονή και άλλες τουριστικές υπηρεσίες** μη συμπληρωματικές της μεταφοράς ή της διαμονής, που αντιπροσωπεύουν σημαντικό τμήμα της τιμής του οργανωμένου ταξιδιού

(Σύμφωνα με το άρθρο 2 της Οδηγίας 90/314/ΕΟΚ).

Οι καταναλωτές καλύπτονται μόνον σε εκείνες τις περιπτώσεις όπου τουλάχιστον δύο από αυτά τα στοιχεία πωλούνται ή προσφέρονται για πώληση, δηλαδή η αγορά μόνο αεροπορικής μεταφοράς δεν σημαίνει την αγορά ενός πακέτου διακοπών και συνεπώς εξαιρείται από τα πλαίσια της προστασίας που παρέχει η κοινοτική νομοθεσία της ΕΕ. Δηλαδή, οι κρατήσεις, όπου ο καταναλωτής αγοράζει διαφορετικά στοιχεία από διαφορετικούς πωλητές/δικτυακούς τόπους που δεν είναι συνδεδεμένοι ή δεν ανήκουν στο ίδιο δίκτυο, γενικά, θεωρούνται «μεμονωμένα ταξίδια» και δεν ανήκουν στον τομέα των οργανωμένων ταξιδιών.

Το προσφερόμενο από τους διοργανωτές ή τους πωλητές τουριστικό προϊόν απευθύνεται στο ευρύ καταναλωτικό κοινό είτε κατά το σύστημα group inclusive tour αν πρόκειται για ομάδα, είτε κατά το σύστημα individual inclusive tour στην περίπτωση των μεμονωμένων καταναλωτών. Ορισμό του οργανωμένου ταξιδιού βρίσκουμε στο άρθρο 2 παρ.1 της Οδηγίας 90/314/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 13ης Ιουνίου 1990 «για τα οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις», κατά το οποίο οργανωμένο ταξίδι είναι : « ο προκαθορισμένος συνδυασμός τουλάχιστον δύο από τα ακόλουθα στοιχεία , εφόσον πωλείται ή προσφέρεται προς πώληση σε μια συνολική τιμή και εάν η διάρκεια της παροχής αυτής υπερβαίνει τις είκοσι τέσσερις ώρες ή περιλαμβάνει διανυκτέρευση: α)μεταφορά ,β) διαμονή ,

γ) άλλες τουριστικές υπηρεσίες μη συμπληρωματικές της μεταφοράς ή της διαμονής που αντιπροσωπεύουν σημαντικό τμήμα του οργανωμένου ταξιδιού.»

Η έννοια λοιπόν «Οργανωμένο ταξίδι» ή «πακέτο διακοπών» είναι προκαθορισμένος συνδυασμός τουλάχιστον δύο εκ των ακόλουθων στοιχείων, ήτοι μεταφοράς, διαμονής, άλλων τουριστικών υπηρεσιών μη συμπληρωματικών της μεταφοράς ή της διαμονής που αντιπροσωπεύουν σημαντικό τμήμα του οργανωμένου ταξιδιού, εφόσον η εν λόγω παροχή υπερβαίνει τις 24 ώρες ή περιλαμβάνει μία διανυκτέρευση και πωλείται ή προσφέρεται προς πώληση σε μία συνολική τιμή. (Σύμφωνα με το άρθρο 2 του Π.Δ. 339/1996, περί οργανωμένων ταξιδιών, σε συμμόρφωση προς την Οδηγία 90/314 για τα οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις).

Οργανωμένο ταξίδι ή πακέτο διακοπών θεωρείται και όταν η παροχή των επί μέρους υπηρεσιών ενός και του αυτού οργανωμένου ταξιδιού γίνεται με χωριστή τιμολόγηση.

Και όπως είδαμε και παραπάνω, η έννοια «Διοργανωτής» είναι το πρόσωπο Φυσικό ή Νομικό, το οποίο κατ' επάγγελμα διοργανώνει οργανωμένα ταξίδια και τα πωλεί ή τα προσφέρει προς πώληση απ' απευθείας ή μέσω πωλητή. (Σύμφωνα με το άρθρο 2 του Π.Δ. 339/1996).

Η έννοια «Πωλητής» είναι το πρόσωπο, Φυσικό ή Νομικό που πωλεί ή προσφέρει προς πώληση το οργανωμένο ταξίδι που έχει προγραμματίσει ο διοργανωτής. Η έννοια «Καταναλωτής» είναι το πρόσωπο που αγοράζει ή αναλαμβάνει να αγοράσει το οργανωμένο ταξίδι (κύριος συμβαλλόμενος) ή κάθε πρόσωπο εξ ονόματος του οποίου ο κύριος συμβαλλόμενος αναλαμβάνει να αγοράσει το οργανωμένο ταξίδι (άλλοι δικαιούχοι) ή κάθε άλλο πρόσωπο στο οποίο ο κύριος συμβαλλόμενος ή ένας από τους άλλους δικαιούχους εκχωρεί το οργανωμένο ταξίδι.²⁰⁰ (Σύμφωνα με το άρθρο 2 του Π.Δ. 339/1996).

Το τουριστικό αγαθό ή προϊόν όπως λέγεται λόγω του σκοπού στον οποίο αποβλέπει, την αναψυχή του προσώπου, εμφανίζει ιδιαιτερότητες, που το καθιστούν άξιο προστασίας. Αποτελεί αγαθό το οποίο ανάγεται στην προσωπικότητα. Συνιστά μια από τις κατ' αρχήν αδύνατο να προσδιοριστούν εκ των προτέρων εκφάνσεις του δικαιώματος στην προσωπικότητα. Άλλωστε η αναψυχή αποτελεί τον σκοπό στον οποίο αποβλέπει ο τουρισμός και ως εκ τούτου και το οργανωμένο ταξίδι ως μορφή τουρισμού και εκδήλωση του τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον η αναψυχή αποτελεί παράγοντα που συμβάλλει στην ψυχική ισορροπία και στην συνεπώς στην ψυχική υγεία του προσώπου. Έτσι λοιπόν το οργανωμένο ταξίδι, όπως αντιλαμβανόμαστε, αποτελεί ένα από τα περισσότερα μέσα πραγμάτωσης της αναψυχής του προσώπου και ως εκ τούτου είναι ένα κοινωνικό αγαθό, το οποίο λόγω της συμβολής του στην ολοκληρωμένη ανάπτυξη της προσωπικότητας του ατόμου αλλά και στην ομαλή λειτουργία της κοινωνίας πρέπει να τύχει προστασίας. Στην προστασία αυτή απέβλεψε η Οδηγία 90/314/ΕΟΚ και το Π.Δ. 339/1996 που εκδόθηκε προς εναρμόνιση σε αυτή.²⁰¹

²⁰⁰ www.kepka.gr

²⁰¹ Ι.Στ. Κουμάνης, *Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996*, εκδ. Σάκκουλας, σελ.22-26.

3.3.5. ΤΥΠΟΙ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

Τα οργανωμένα ταξίδια χωρίζονται στις εξής κατηγορίες:

1. Διακοπές Παραμονής: Πραγματοποιούνται συνήθως σε ένα κέντρο παραθερισμού ή σε μια πόλη ή σε ένα κέντρο χειμερινών σπορ. Μπορεί να περιλαμβάνουν εκτός της μεταφοράς, τη διαμονή σε ξενοδοχειακό κατάλυμα και την ημιδιατροφή ή την πλήρη διατροφή. Συνδυάζονται συχνά με κάποια δραστηριότητα όπως ιστιοπλοΐα, θαλάσσιο σκι, τένις κ.α.
2. Ταξίδια – Περιηγήσεις: Μπορεί να είναι ατομικά ή ομαδικά και να συνοδεύονται από ξεναγό με ένα πρόγραμμα συγκεκριμένων επισκέψεων. Διακρίνονται σε ταξίδια – περιηγήσεις μικρής διάρκειας που συμπεριλαμβάνονται στις διακοπές παραμονής, σε περιηγήσεις «ανακάλυψη» που πραγματοποιούνται συνήθως σε μια χώρα, σε μεγάλες και μακρινές περιηγήσεις σε περισσότερες από μια μακρινές χώρες, σε περιηγήσεις με πούλμαν και σε σαφάρι.
3. Περιηγήσεις με παραμονή: Αποτελούν συνδυασμό ταξιδίων – περιηγήσεων και διακοπών παραμονής και προσδίδουν το βάρος τους στην ανάπαυλα των τουριστών μετά το τέλος της «ανακάλυψης – περιπέτειας».
4. Κρουαζιέρες: Αφορούν σε αναμνηχή των συμμετεχόντων που ανήκουν σε εισοδηματικά υψηλές κατηγορίες.
5. Ανεξάρτητη Περιήγηση: Αποτελεί μέρος του ανεξάρτητου τουρισμού και λαμβάνει διαφορετικές μορφές όπως αερομεταφορά, ενοικίαση αυτοκινήτου, κράτηση ξενοδοχειακού καταλύματος και πρόγραμμα προτεινόμενων διαδρομών.

3.3.6. ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΠΟΥ ΟΦΕΙΛΕΙ ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΕΙ Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ- ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟΥ ΤΑΞΙΔΙΟΥ

Σύμφωνα με το άρθρο 15 της Οδηγίας 90/314/ΕΟΚ περί οργανωμένων ταξιδίων, με την ταξιδιωτική σύμβαση ο μεν διοργανωτής υποχρεούται σε παροχή ενός συνόλου τουριστικών υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένης οπωσδήποτε μεταφοράς (ταξιδίου) ή διαμονής, στον αντισυμβαλλόμενο πελάτη, ο δε πελάτης σε καταβολή του συμφωνηθέντος τιμήματος. Η απλή διαμεσολάβηση λογίζεται ως ταξιδιωτική σύμβαση, αν δεν αποδεικνύεται ότι ο πελάτης έλαβε γνώση ενυπόγραφα της διαμεσολάβησης και της έλλειψης ευθύνης του διοργανωτή για τις επιμέρους τουριστικές παροχές. Να σημειωθεί επίσης, πως η σύμβαση καταρτίζεται εγγράφως και αντίγραφο αυτής παραδίδεται επί αποδείξει στον πελάτη προ της υπογραφής της, με ευθύνη του διοργανωτή κατά τον ΑΚ 288.

ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΠΕΛΑΤΗ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗ ΣΥΜΒΑΣΗ

Ο πελάτης, σύμφωνα με το άρθρο 17 της Οδηγίας 90/314/ΕΟΚ, δικαιούται στα εξής παρακάτω:

1. Σε υπαναχώρηση από τη σύμβαση οποτεδήποτε πριν από την έναρξη των ταξιδιωτικών παροχών. Δικαιούται επίσης, σε υπαναχώρηση, αν η τιμή αναπροσαρμοσθεί σε ύψος μεγαλύτερο του 5% της αρχικής ή ο διοργανωτής προβεί σε σημαντική αλλαγή μιας ουσιώδους παροχής. Αντί της υπαναχώρησης, ο πελάτης

δικαιούται συμμετοχής σε άλλη τουριστική παροχή ίσης τουλάχιστον αξίας που ο διοργανωτής μπορεί να προσφέρει χωρίς επιπλέον επιβάρυνση του πελάτη. Το ίδιο δικαίωμα έχει ο πελάτης και επί αρνήσεως της ταξιδιωτικής παροχής. Υπαναχώρηση και δήλωση συμμετοχής οφείλουν να ασκούνται από τον πελάτη χωρίς υπαίτια καθυστέρηση.

2. Μέχρι την έναρξη του ταξιδιού, ο πελάτης μπορεί να μεταβιβάσει σε τρίτο, τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του από την ταξιδιωτική σύμβαση με αναγγελία της μεταβιβαστικής συμφωνίας στον διοργανωτή. Εφόσον ο τελευταίος δεν εναντιωθεί, στη σύμβαση υπεισέρχεται ο τρίτος, ο οποίος ευθύνεται εις ολόκληρον μαζί με το μεταβιβάσαντα έναντι του διοργανωτή για την τιμή των ταξιδιωτικών παροχών και τα επιπλέον έξοδα για την είσοδο του στη σχέση.
3. Αν οι οφειλόμενες ταξιδιωτικές παροχές δεν φέρουν τις συμφωνημένες ιδιότητες ή πάσχουν από ελαττώματα που αναιρούν ή ελαττώνουν την αξία ή την χρησιμότητα τους σε σύγκριση με τις συνήθειες ή τις συμβατικά προβλεφθείσες χρήσεις του, ο πελάτης δικαιούται να απαιτήσει από τον διοργανωτή την σε εύλογο χρόνο αποκατάσταση των πραγμάτων, Αν η προθεσμία περάσει άπρακτη και σε κάθε περίπτωση που ο διοργανωτής έχει αρνηθεί την αποκατάσταση ή το συμφέρον του πελάτη απαιτεί την άμεση αποκατάσταση, ο πελάτης δικαιούται από μόνος του σε λήψη των αναγκαίων διορθωτικών μέτρων, δυνάμενος να απαιτήσει κάλυψη των πραγματοποιηθεισών δαπανών του από τον διοργανωτή, εκτός αν η αποκατάσταση ή οι δαπάνες υπερβαίνουν κάθε έλλογο μέτρο.
4. Αν οι ταξιδιωτικές παροχές είναι ελαττωματικές, ο πελάτης δικαιούται σε μείωση της συμφωνηθείσας τιμής, εκτός αν έχει παραλείψει υπαίτια να αναγγείλει το ελάττωμα στο διοργανωτή.
5. α) Ο πελάτης δικαιούται να καταγγείλει τη σύμβαση, αν συντρέχει ελάττωμα εκ των ανωτέρω που απαξιώνει ουσιωδώς την ταξιδιωτική παροχή ή η συνέχιση της έχει καταστεί επαχθής γι' αυτόν λόγω σπουδαίου λόγου που μπορούσε να διαγνώσει ο διοργανωτής και εφόσον έχει παρέλθει άπρακτη η ταχθείσα εύλογη προθεσμία προς αποκατάσταση του ελαττώματος. Η καταγγελία μπορεί να γίνει και χωρίς να καθορισθεί προθεσμία, όταν η αποκατάσταση δεν είναι εφικτή ή την αρνείται ο διοργανωτής ή υπάρχει ιδιαίτερο συμφέρον του πελάτη.
β) Επί καταγγελίας της σύμβασης, λόγω ελαττώματος, ο διοργανωτής στερείται του δικαιώματος στο συμφωνηθέν τίμημα. Δικαιούται μόνο αποζημίωσης για τις εκπληρωθείσες ήδη ομαλώς ταξιδιωτικές παροχές ή και για τις υπολειπόμενες, όταν ο πελάτης παρά την άρση της συμβάσεως ικανοποίηση ή μπορούσε να ικανοποιήσει μέσω των αυτών αντικειμενικά μέρος των ενδιαφερόντων του.
γ) Ο διοργανωτής υποχρεούται με δικά του έξοδα να λάβει όλα τα αναγκαία μέτρα για την προστασία του πελάτη στην περίπτωση της λόγω καταγγελίας λύσεως της συμβάσεως, και ιδίως να επιμεληθεί της επιστροφής του στον τόπο του, αν η σύμβαση περιλαμβάνει επιστροφή.
6. Εκτός από τα δικαιώματα της μείωσης του τιμήματος και της καταγγελίας, ο πελάτης δικαιούται σε αποζημίωση για μη εκπλήρωση, αν η ελαττωματικότητα των ταξιδιωτικών παροχών ανάγεται σε υπαιτιότητα του διοργανωτή.
7. Σε περίπτωση ματαίωσης των ταξιδιωτικών παροχών ή ουσιωδών απαξιωτικών τους αλλαγών, ο πελάτης δικαιούται να απαιτήσει εύλογη χρηματική ικανοποίηση της ηθικής του βλάβης, εξαιτίας του μη επωφελώς αξιοποιηθέντος χρόνου διακοπών του.

Σημαντικό είναι να γνωρίζει ο πελάτης ότι υποχρεούται να ασκήσει τις απαιτήσεις του κατά του διοργανωτή, σε περίπτωση ματαίωσης των ταξιδιωτικών παροχών ή σε περίπτωση ελαττωμάτων των ταξιδιωτικών ως προς τα αρχικά συμφωνηθέντα, εντός προθεσμίας ενός μηνός από την συμβατικά προβλεπόμενη ημερομηνία περάτωσης των ταξιδιωτικών παροχών. Μετά την πάροδο της προθεσμίας αυτής, μπορεί να ασκήσει μόνο τις απαιτήσεις, τις οποίες δεν μπόρεσε να ασκήσει έγκαιρα χωρίς την υπαιτιότητα του. Οι παραπάνω απαιτήσεις, παραγράφονται μετά από ένα εξάμηνο, το οποίο αρχίζει να υπολογίζεται από την επόμενη της ημέρας κατά την οποία σύμφωνα με την ταξιδιωτική σύμβαση όφειλαν να περατωθούν οι τουριστικές παροχές. (Σύμφωνα με το άρθρο 18, της Οδηγίας 90/314/ΕΟΚ, που αφορά στην αποκλειστική προθεσμία και την παραγραφή των απαιτήσεων του πελάτη).

Επίσης, σε περίπτωση που λόγω γεγονότων ανωτέρας βίας, οι ταξιδιωτικές παροχές καθίστανται δυσχερείς ή επικίνδυνες ή ζημιογόνες και δεν ήταν προβλέψιμες κατά το χρόνο κατάρτισης της σύμβασης, δίνεται το δικαίωμα καταγγελίας στον κάθε συμβαλλόμενο χωριστά. (Σύμφωνα με το άρθρο 19 της Οδηγίας 90/314/ΕΟΚ, που αναφέρεται στην καταγγελία της ταξιδιωτικής σύμβασης λόγω ανωτέρας βίας).

Τέλος, σε περίπτωση αφερεγγυότητας ή πτωχεύσεως του διοργανωτή, ο πελάτης δύναται να απαιτήσει την άμεση επιστροφή σε αυτόν, του καταβληθέντος τιμήματος για ταξιδιωτικές παροχές, που δεν προσφέρθηκαν και των δαπανών της επιστροφής του στον τόπο του. Ο διοργανωτής οφείλει να του παρέχει πριν την έναρξη εκτέλεσης της σύμβασης, το έγγραφο της ασφάλισης του ταξιδιώτη- πελάτη, που αποδεικνύει και επιτρέπει στον πελάτη την άσκηση της ευθείας αξίωσης κατά του ασφαλιστή. Ασφαλιστής μπορεί να είναι μια ασφαλιστική εταιρία οποιουδήποτε κράτους μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή ταμείο αλληλασφάλισης τουριστικών γραφείων, που εκδίδει ασφαλιστήριο, καθώς και τράπεζα που παρέχει εγγύηση ή εγγυητική επιστολή. (Σύμφωνα με το άρθρο 20 της Οδηγίας 90/314/ΕΟΚ, που κάνει λόγο για την ασφάλιση του πελάτη σε περίπτωση αφερεγγυότητας του διοργανωτή).²⁰²

Η ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟΥ ΤΑΞΙΔΙΟΥ

Οι προστατευτικές για τον καταναλωτή ρυθμίσεις της Οδηγίας 90/314/ΕΟΚ αποβλέπουν στην εξασφάλιση επαρκούς πληροφόρησης του αντισυμβαλλόμενου του διοργανωτή ή/και του πωλητή οργανωμένου ταξιδιού τόσο κατά το προ-συμβατικό στάδιο όσο και κατά την κατάρτιση της σύμβασης.

Αν και δεν είναι υποχρεωτικό να τίθεται στη διάθεση του καταναλωτή διαφημιστικό φυλλάδιο, σε περίπτωση που αυτό συμβαίνει, τότε θα πρέπει να περιέχει κατά τρόπο ευανάγνωστο, σαφή και επακριβή στοιχεία για την τιμή, τα μέσα μεταφοράς, τον προορισμό, τον τύπο του καταλύματος, τα παρεχόμενα γεύματα, το δρομολόγιο, γενικές πληροφορίες σχετικά με τις θεωρήσεις των διαβατηρίων και τις υγειονομικές διατυπώσεις, το ποσό της προκαταβολής και το χρονοδιάγραμμα εξόφλησης υπολοίπου, την απαίτηση ενός ελάχιστου αριθμού ατόμων για την πραγματοποίηση του ταξιδιού, καθώς και την προθεσμία για την ειδοποίηση του καταναλωτή σε περίπτωση ματαίωσης του τελευταίου. Οι σχετικές με τα ανωτέρω θέματα πληροφορίες είναι δεσμευτικές για τον διοργανωτή ή/και πωλητή και

²⁰² Σ.Δ. Ψυχομάνης, Τουριστικό Δίκαιο- Ερμηνευτικά και νομοθετικά ζητήματα και προτάσεις, εκδ. Σάκκουλα, 2003, σ.129-133.

αποτελούν τμήμα της καταρτιζόμενης σύμβασης οργανωμένου ταξιδιού. Περαιτέρω, ο διοργανωτής ακόμη και αν δεν έχει προβεί στη σύνταξη διαφημιστικού φυλλαδίου, οφείλει πριν από τη σύναψη της σύμβασης να παρέχει στον καταναλωτή είτε γραπτά είτε υπό άλλη πρόσφορη μορφή τις γενικές πληροφορίες αναφορικά με τους όρους που ισχύουν για τα διαβατήρια και τις θεωρήσεις, ιδίως δε το απαιτούμενο για την έκδοσή τους χρονικό διάστημα, καθώς και πληροφορίες σχετικές με υγειονομικές διατυπώσεις. Απαιτείται ακόμη ο αντισυμβαλλόμενος του τουρίστα να του παρέχει πριν την έναρξη του ταξιδιού εγκαίρως με γραπτή ή οποιαδήποτε άλλη πρόσφορη μορφή πληροφορίες αναφορικά με τα ωράρια, τις ενδιάμεσες στάσεις, τις ανταποκρίσεις και τη θέση του ταξιδιώτη, τα στοιχεία του τοπικού αντιπροσώπου του διοργανωτή/πωλητή, ή αν δεν υπάρχει, των τοπικών φορέων που μπορούν να βοηθήσουν τον καταναλωτή σε περίπτωση δυσχερειών.

Επίσης υπάρχει ειδική πρόβλεψη για τη δυνατότητα επικοινωνίας του συμβαλλόμενου με ανήλικο ταξιδιώτη, όπως και για την ενημέρωση για τη δυνατότητα προαιρετικής ασφάλισης. Η υποχρέωση παροχής πρόσθετης πληροφόρησης στον πελάτη πριν από την έναρξη του ταξιδιού αποβλέπει στην αντιμετώπιση του ιδιαίτερου για τα οργανωμένα ταξίδια κινδύνου, ο καταναλωτής συνεπεία πλημμελειών της παροχής να παραμείνει σε μια ξένη χώρα χωρίς κατάλυμα, διατροφή ή δυνατότητα επιστροφής.

Παρακάτω παρατίθενται με λεπτομέρεια, όλα τα στάδια πληροφόρησης του καταναλωτή σύμφωνα με την οδηγία 90/314/ΕΟΚ περί οργανωμένων ταξιδίων.

3.3.7. ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ – ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΣΤΑ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΑ ΤΑΞΙΔΙΑ

I. ΠΡΟΚΑΤΑΡΚΤΙΚΟ ΣΤΑΔΙΟ

❖ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΦΥΛΛΑΔΙΑ

Κατά το προκαταρκτικό στάδιο, ο καταναλωτής δέχεται ένα πλήθος πληροφοριών σχετικά με το ταξίδι. Οι πληροφορίες που παρέχονται στον καταναλωτή πρέπει να είναι αληθείς, χωρίς απατηλές ενδείξεις, τόσο για την περιγραφή όσο και για τη τιμή του ή για κάθε άλλο όρο της σύμβασης.

Το διαφημιστικό φυλλάδιο, από τη στιγμή που τεθεί στη διάθεση του καταναλωτή, θα πρέπει να είναι ευανάγνωστο, σαφές και επακριβές σε σχέση με την τιμή και τα παρακάτω:

- τον προορισμό και τα μέσα μεταφοράς, τα χαρακτηριστικά και τις κατηγορίες των μεταφορικών μέσων που χρησιμοποιούνται
- τον τύπο του καταλύματος, τη θέση του, τη κατηγορία ή το επίπεδο ανέσεων του
- τα γεύματα που παρέχονται
- το δρομολόγιο
- τις πληροφορίες γενικού χαρακτήρα σχετικά με τους όρους που ισχύουν όσον αφορά αφενός τα διαβατήρια, αφετέρου τις υγειονομικές διατυπώσεις που απαιτούνται για το ταξίδι και τη διαμονή

- το ποσό ή το ποσοστό της τιμής που πρέπει να καταβληθεί ως προκαταβολή και το χρονοδιάγραμμα εξόφλησης του υπολοίπου
- αν η πραγματοποίηση του οργανωμένου ταξιδιού απαιτεί ένα ελάχιστο αριθμό ατόμων και στη περίπτωση αυτή, την προθεσμία για την ειδοποίηση του καταναλωτή σε περίπτωση ματαίωσης του ταξιδιού

Υποσημείωση σχετικά με την πληροφόρηση:

Οι πληροφορίες που περιλαμβάνονται στο διαφημιστικό φυλλάδιο δεσμεύουν τον οργανωτή ή τον πωλητή, εκτός εάν:

- οι μεταβολές που επήλθαν στις πληροφορίες αυτές έχουν κοινοποιηθεί στον καταναλωτή έγγραφα ή με άλλο εύληπτο τρόπο, πριν από τη σύναψη της σύμβασης, με τρόπο που να έχουν οπωσδήποτε γίνει αντιληπτές και κατανοητές. Κάθε δυνατότητα μεταβολής του προγράμματος θα πρέπει να προβλέπεται ρητά από τη σύμβαση
- μεταγενέστερες μεταβολές πραγματοποιήθηκαν μετά από συμφωνία ανάμεσα στα συμβαλλόμενα μέρη
(Σύμφωνα με το άρθρο 3 της Οδηγίας 90/314/ΕΟΚ)

II. ΣΤΑΔΙΟ ΠΑΡΟΧΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

❖ ΠΑΡΟΧΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

Ο διοργανωτής και/ή ο πωλητής οφείλουν να παρέχουν στον καταναλωτή πριν τη σύναψη της σύμβασης γραπτά ή με οποιαδήποτε άλλη πρόσφορη μορφή τις γενικές πληροφορίες σχετικά με τους όρους που ισχύουν όσον αφορούν τα διαβατήρια, τις θεωρήσεις και το χρονικό διάστημα που απαιτείται για την έκδοσή τους. Επίσης τις πληροφορίες που αφορούν τις υγειονομικές διατυπώσεις που είναι απαραίτητες για το ταξίδι και τη διαμονή. Ακόμη, οφείλουν να παρέχουν έγκαιρα και πριν από την έναρξη του ταξιδιού, πληροφορίες σχετικά με:

- τα ωράρια, τις ενδιάμεσες στάσεις, τις ανταποκρίσεις και τη θέση του ταξιδιώτη (πχ καμπίνα ή κουκέτα σε πλοίο κλπ)
- το όνομα, τη διεύθυνση και τον αριθμό τηλεφώνου του τοπικού αντιπροσώπου του διοργανωτή και/ή του πωλητή, ή ελλείψει τοπικού αντιπροσώπου, το όνομα, τη διεύθυνση και τον αριθμό τηλεφώνου των τοπικών φορέων που μπορούν να βοηθήσουν τον καταναλωτή σε περίπτωση δυσχερειών. Σε περίπτωση που δεν υπάρχουν οι ανωτέρω αντιπρόσωποι ή φορείς, πρέπει οπωσδήποτε να δίδεται στον καταναλωτή ένας αριθμός τηλεφώνου επείγουσας ανάγκης, ή κάθε άλλη πληροφορία που θα του επιτρέψει να έρθει σε επικοινωνία με τον διοργανωτή ή/και τον πωλητή.
- τα ταξίδια και τη παραμονή ανηλίκων στο εξωτερικό. Σε αυτή την περίπτωση, χορηγούνται στον καταναλωτή πληροφορίες που του επιτρέπουν να έρθει απ' ευθείας σε επαφή με τον ενήλικο ή τον επιτόπου υπεύθυνο για τη διαμονή του.
- τη δυνατότητα προαιρετικής σύναψης ασφαλιστικής συμβάσεως, που θα καλύπτει τα έξοδα σε περίπτωση που ο καταναλωτής ματαιώσει το ταξίδι ή τα έξοδα επαναπατριsmού του σε περίπτωση ατυχήματος ή ασθένειας.

(Σύμφωνα με το άρθρο 4 της Οδηγίας 90/314/ΕΟΚ)

Σε αυτό το σημείο να σημειωθεί, ότι τα κράτη- μέλη μεριμνούν ώστε η σύμβαση να τηρεί τις εξής αρχές:

α) ανάλογα με το οργανωμένο ταξίδι, η σύμβαση να περιλαμβάνει τουλάχιστον τις ρήτρες όπως αναφέρονται παρακάτω, στην ενότητα κατάρτισης σύμβασης.

β) όλες οι ρήτρες της σύμβασης συνομολογούνται γραπτώς ή με οποιονδήποτε τρόπο εύληπτο και προσιτό στον καταναλωτή και πρέπει να κοινοποιούνται πριν τη σύναψη της σύμβασης. Ύστερα, ο καταναλωτής πρέπει να λαμβάνει αντίγραφο της σύμβασης.

γ) η διάταξη της σύμβασης δεν πρέπει να εμποδίζει να γίνονται καθυστερημένες ή «της τελευταίας στιγμής» κρατήσεις ή να συνάπτονται συμβάσεις.

ΙΙΙ. ΣΤΑΔΙΟ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

❖ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Η σύμβαση συνομολογείται γραπτά και ο καταναλωτής λαμβάνει αντίγραφο της, πριν την υπογραφή της, ώστε να μπορεί να λάβει έγκαιρα γνώση των όρων που εμπεριέχονται.

Στοιχεία που περιλαμβάνονται στη σύμβαση για το οργανωμένο ταξίδι:

α) ο προορισμός/προορισμοί του ταξιδιού και σε περίπτωση που προβλέπονται λοιπές παραμονές, πρέπει να αναφέρονται οι διάφοροι περίοδοι και οι ημερομηνίες.

β) τα μέσα μεταφοράς, τα χαρακτηριστικά και οι κατηγορίες τους, οι ημερομηνίες, οι ώρες και οι τόποι αναχώρησης και επιστροφής και τα χιλιόμετρα που διανύονται καθημερινά.

γ) όταν το ταξίδι περιλαμβάνει διανυκτέρευση, ο τύπος, η θέση, η τουριστική κατηγορία του καταλύματος, ή το επίπεδο των ανέσεων και τα κυριότερα χαρακτηριστικά του, η συμφωνία του με τη νομοθεσία του κράτους μέλους υποδοχής και ο αριθμός των παρεχόμενων γευμάτων.

δ) αν απαιτείται ένας ελάχιστος αριθμός ατόμων για την πραγματοποίηση του ταξιδιού, και στην περίπτωση αυτή, η προθεσμία για την ειδοποίηση του καταναλωτή σε περίπτωση ματαίωσης του ταξιδιού.

ε) το δρομολόγιο, οι επισκέψεις, οι εκδρομές, ή άλλες υπηρεσίες που περιλαμβάνονται.
στ) το όνομα και η διεύθυνση του διοργανωτή, του πωλητή και των ασφαλιστών, τον αριθμό του ασφαλιστήριου συμβολαίου, το ποσό της ασφαλιστικής κάλυψης και την ύπαρξη λοιπών εγγυήσεων.

ζ) η τιμή του ταξιδιού καθώς και κάθε αναθεώρηση της, τα ενδεχόμενα τέλη και φόροι που οφείλονται για ορισμένες υπηρεσίες (πχ. φόροι αεροδρομίου, αποβίβασης ή επιβίβασης σε

λιμένες και αερολιμένες, τέλη παραμονής) εφόσον δεν περιλαμβάνονται στην τιμή του οργανωμένου ταξιδιού.

η) το χρονοδιάγραμμα και οι λεπτομέρειες πληρωμής της τιμής

θ) οι ιδιαίτερες επιθυμίες του καταναλωτή που γνωστοποιούνται στον διοργανωτή ή στον πωλητή τη στιγμή της κράτησης, τις οποίες, αμφότεροι έχουν αποδεχθεί.

ι) οι προθεσμίες δυνατότητας διαμαρτυρίας του καταναλωτή σε περίπτωση πλημμελούς/ ή μη εκτέλεσης, της σύμβασης.

Εκχώρηση κράτησης

Σε περίπτωση που ο καταναλωτής έχει κάποιο κώλυμα και δεν μπορεί να συμμετάσχει στο ταξίδι, έχει το δικαίωμα να εκχωρήσει την κράτηση του σε πρόσωπο που πληρεί όλους τους απαραίτητους όρους, ύστερα από έγκαιρη ενημέρωση (εντός 5 εργάσιμων ημερών) του διοργανωτή. Τόσο ο εκχωρών όσο και ο εκδοχέας ευθύνονται αλληλέγγυα απέναντι στον αντισυμβαλλόμενο του διοργανωτή ή πωλητή, να καταβάλλουν το οφειλόμενο ακόμη ποσό και τα ενδεχόμενα πρόσθετα έξοδα λόγω της εκχωρήσεως αυτής.

(Σύμφωνα με το άρθρο 4 της Οδηγίας 90/314/ΕΟΚ)

Πληροφόρηση για τις τιμές

Οι τιμές που καθορίζονται στη σύμβαση δεν αναθεωρούνται, εκτός αν η σύμβαση προβλέπει ρητά τη δυνατότητα αύξησης ή μείωσης και καθορίζει τον ακριβή τρόπο προϋπολογισμού και αυτό για να ληφθούν υπόψη οι μεταβολές:

- α) του κόστους μεταφοράς, συμπεριλαμβανομένων των καυσίμων
- β) των τελών και φόρων που οφείλονται για ορισμένες υπηρεσίες (πχ. φόροι αεροδρομίου, επιβίβασης ή αποβίβασης σε λιμένες και αερολιμένες)
- γ) των τιμών συναλλάγματος που εφαρμόζονται στο συγκεκριμένο ταξίδι

Σημείωση:

1- Η προκαθορισμένη τιμή δεν μπορεί να προσαυξηθεί για κανένα λόγο κατά τη διάρκεια των 20 ημερών που προηγούνται της προβλεπόμενης ημερομηνίας αναχώρησης.
2- Όταν, πριν την αναχώρηση, ο διοργανωτής υποχρεωθεί να τροποποιήσει ένα από τα ουσιαστικά στοιχεία της σύμβασης όπως η τιμή πρέπει να το γνωστοποιήσει το ταχύτερο δυνατό στον καταναλωτή ώστε ο δεύτερος να λάβει τις κατάλληλες αποφάσεις:

- είτε να καταγγείλει τη σύμβαση χωρίς να υποστεί κυρώσεις
- είτε να αποδεχθεί μια τροποποιητική πράξη της σύμβασης που θα καθορίζει τις τροποποιήσεις που επέρχονται και τις επιπτώσεις τους στις τιμές

IV. ΜΗ ΕΚΤΕΛΕΣΗ Ή ΠΑΡΗΜΜΕΛΗΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Σε περίπτωση που ο καταναλωτής καταγγείλει τη σύμβαση χωρίς υπαιτιότητα του ή ο διοργανωτής ματαιώσει το ταξίδι πριν από τη συμφωνηθείσα ημερομηνία αναχώρησης, ο καταναλωτής δικαιούται να απαιτήσει:

- α) Είτε άλλο ταξίδι ίδιας ή ανώτερης ποιότητας εφόσον ο διοργανωτής μπορεί να του το προσφέρει, είτε σε περίπτωση κατώτερης ποιότητας, ο διοργανωτής υποχρεούται να καταβάλλει στον καταναλωτή τη διαφορά της τιμής
- β) Είτε να ζητήσει την επιστροφή του ποσού που προκαταβλήθηκε

Στις παραπάνω περιπτώσεις μάλιστα, ο καταναλωτής μπορεί να ζητήσει αποζημίωση, εφόσον αυτό είναι δικαιολογημένο, είτε από τον διοργανωτή είτε από τον πωλητή, για να μην εκπληρώσει τη σύμβαση, σύμφωνα με τις σχετικές νομοθετικές διατάξεις. Αυτό βέβαια, δεν είναι δυνατόν εάν:

- α) η ματαίωση οφείλεται στο ότι ο αριθμός των συμμετεχόντων στο ταξίδι είναι μικρότερος από τον απαιτούμενο ελάχιστο αριθμό και ο καταναλωτής πληροφορήθηκε τη ματαίωση εντός των προθεσμιών που προβλέπονται.
- β) η ματαίωση δεν οφείλεται σε υπεράριθμες κρατήσεις αλλά ανάγεται σε λόγους ανωτέρας βίας, δηλαδή σε περιστάσεις που είναι ξένες προς τη βούληση του διοργανωτή/ πωλητή ασυνήθεις και απρόβλεπτες, των οποίων οι συνέπειες δεν θα μπορούσαν να αποφευχθούν παρά την όση καταβεβλημένη επιμέλεια.

Μετά την αναχώρηση του καταναλωτή, αν ένα σημαντικό τμήμα των προβλεπόμενων στη σύμβαση υπηρεσιών δεν παρέχεται, ο διοργανωτής πρέπει να προβεί σε διακανονισμούς χωρίς επιπρόσθετη χρέωση του καταναλωτή, για ομαλή συνέχιση του ταξιδιού, ή σε αποζημίωση του κατά το μέγεθος της διαφοράς μεταξύ προβλεπόμενων και παρασχεθεισών υπηρεσιών.

Σε περίπτωση αδυναμίας διακανονισμού ή άρνησης του καταναλωτή, ο διοργανωτής οφείλει να παρέχει μεταφορικό μέσο για επιστροφή στον τόπο αναχώρησης ή σε οποιοδήποτε άλλο σημείο επιστροφής, χωρίς επιβάρυνση, ή ακόμα και να τον αποζημιώσει. Τέλος, ο διοργανωτής ή/και ο πωλητής ή ο εκάστοτε τοπικός αντιπρόσωπός τους, σε περίπτωση ύπαρξης του, θα πρέπει στο ενδεχόμενο έγγραφης διαμαρτυρίας, αν κληθούν από την εποπτεύουσα αρχή, να είναι σε θέση να παρέχουν εξηγήσεις και να αποδεικνύουν ότι ενέργησαν επιμελών για την εξεύρεση των κατάλληλων λύσεων. Ως εποπτεύουσα αρχή, είναι ο ΕΟΤ, όταν οι διοργανωτές/ πωλητές είναι τουριστικά γραφεία, ναυλομεσιτικά γραφεία ή τουριστικά καταλύματα (κύρια ή μη κύρια) και το ΥΕΝ όταν πρόκειται για θαλάσσιες μεταφορές.

(Σύμφωνα με το άρθρο 4 της Οδηγίας 90/314/ΕΟΚ)

V. ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Με τον όρο συμβατική ευθύνη αναφερόμαστε στην ευθύνη που προκύπτει από συμβάσεις που έχει συνάψει η Ευρωπαϊκή Κοινότητα με τρίτους.

Σύμφωνα με το άρθρο 5 της Οδηγίας 90/314/ΕΟΚ, τα κράτη μέλη λαμβάνουν τα απαραίτητα μέτρα ώστε ο διοργανωτής ή/και ο πωλητής, που είναι συμβαλλόμενα μέρη στη σύμβαση, να φέρουν ευθύνη ως προς τον καταναλωτή και την καλή εκπλήρωση των υποχρεώσεων που απορρέουν από την εν λόγω σύμβαση, είτε οι υποχρεώσεις αυτές πρόκειται να εκτελεσθούν από τους ίδιους είτε από άλλους παρέχοντες υπηρεσίες, με την επιφύλαξη του δικαιώματος του διοργανωτή ή/και του πωλητή να στραφεί κατ' αυτών των παρεχόντων υπηρεσίες (δικαίωμα αναγωγής).

Όσον αφορά τις ζημίες που πιθανά υφίσταται ο καταναλωτής, λόγω της πλημμελούς ή μη εκτέλεσης της σύμβασης, ο διοργανωτής ή/και ο πωλητής φέρουν ευθύνη, εκτός αν αυτή δεν οφείλεται σε δική τους υπαιτιότητα ούτε σε υπαιτιότητα άλλου παρόχου υπηρεσιών, διότι υπήρξαν παραλείψεις:

α) οι οποίες σημειώθηκαν κατά την εκτέλεση της σύμβασης και ευθύνεται αποκλειστικά ο καταναλωτής.

β) για τις οποίες ευθύνεται αποκλειστικά τρίτο πρόσωπο, ξένο προς την παροχή των υπηρεσιών που προβλέπονται στη σύμβαση και οι συμβαλλόμενοι δε θα μπορούσαν να τις προβλέψουν ή να τις αποτρέψουν.

γ) που οφείλονται σε ανωτέρα βία ή σε γεγονός που ούτε ο διοργανωτής ή/και ο πωλητής ούτε ο πάροχος των υπηρεσιών θα μπορούσαν με όλη την απαιτούμενη επιμέλεια να προβλέψουν ή να αποτρέψουν.

Στις περιπτώσεις β' και γ', ο διοργανωτής ή/και πωλητής, που είναι συμβαλλόμενα μέρη στη σύμβαση, οφείλουν να επιδείξουν την προσήκουσα επιμέλεια προκειμένου να βοηθήσουν τον καταναλωτή που βρίσκεται σε δύσκολη θέση.

Όσον αφορά τις ζημίες που προκύπτουν από τη μη εκτέλεση των παροχών του οργανωμένου ταξιδιού, η αποζημίωση περιορίζεται σύμφωνα με τις διατάξεις των διεθνών συμβάσεων περί ευθύνης οι οποίες δεσμεύουν τη χώρα και διέπουν τις εν λόγω παροχές. Εύλογος περιορισμός της αποζημίωσης, μπορεί να προβλέπεται στη σύμβαση για λοιπές ζημίες, εκτός από τις σωματικές βλάβες που προκύπτουν από τη μη εκτέλεση ή την πλημμελή εκτέλεση των παροχών του οργανωμένου ταξιδιού.

Πλέον των προαναφερθέντων, ο καταναλωτής υποχρεούται να γνωστοποιεί γραπτά και χωρίς υπαίτια βραδύτητα, στον πάροχο των υπηρεσιών καθώς και στον διοργανωτή ή/και τον πωλητή, κάθε ελάττωμα κατά την εκτέλεση της σύμβασης που διαπιστώνεται επί τόπου, από αυτόν. Στη σύμβαση πρέπει να γίνεται επακριβής και σαφής μνεία της υποχρέωσης αυτής.

Τα φυσικά ή νομικά πρόσωπα δε, που παρέχουν υπηρεσίες οργανωμένων ταξιδιών, υποχρεούνται από τη μεριά τους, να είναι εφοδιασμένοι με άδεια από το νόμο.

Οι διοργανωτές και οι πωλητές οργανωμένων ταξιδιών οφείλουν να συνάπτουν ασφαλιστήριο συμβόλαιο αστικής επαγγελματικής ευθύνης που προέρχεται από λάθη και παραλείψεις κατά την άσκηση του επαγγέλματος τους, με ασφαλιστική εταιρεία που λειτουργεί νόμιμα στην Ελλάδα ή σε άλλο κράτος μέλος των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Το μεταξύ τους συμβόλαιο

στόχο έχει να καλύψει τυχόν αξιώσεις καταναλωτών που προέρχονται από την πλημμελή ή μη εκτέλεση της τουριστικής σύμβασης.

Η σύναψη ασφαλιστικής σύμβασης καλύπτει επιπρόσθετα, σε περίπτωση αφερεγγυότητας ή πτώχευσης του διοργανωτή ή/και του πωλητή, πέραν των άλλων αξιώσεων, την υποχρέωση επιστροφής των καταβληθέντων και τον επαναπατρισμό του καταναλωτή. Ειδικά για την περίπτωση της αφερεγγυότητας ή πτώχευσης, θα πρέπει να αναφέρεται στο ασφαλιστήριο συμβόλαιο και ο τρόπος άμεσης καταβολής των εξόδων επαναπατρισμού.

Οι κίνδυνοι που προκύπτουν από την αφερεγγυότητα ή την πτώχευση, αλλά και οι αντίστοιχες αξιώσεις του καταναλωτή, είναι δυνατόν να καλυφθούν με τραπεζικές εγγυήσεις. Σε περίπτωση μάλιστα που ο διοργανωτής ή πωλητής οργανωμένων ταξιδίων είναι τουριστικό γραφείο, η κάλυψη των κινδύνων αυτών μπορεί να εξασφαλίζεται εναλλακτικά με το ασφαλιστήριο συμβόλαιο και τις τραπεζικές εγγυήσεις, από ειδικό κοινό ταμείο.²⁰³

(Σύμφωνα με τα άρθρα 5, 6, 7 της Οδηγίας 90/314/ΕΟΚ)

Να σημειωθεί σε αυτό το σημείο πως Ο Καταναλωτής θα πρέπει να γνωρίζει ότι:

Σύμφωνα με το Π.Δ. 339/96 περί οργανωμένων ταξιδίων, ο καταναλωτής δικαιούται να γνωρίζει με κάθε λεπτομέρεια τους όρους και τις τουριστικές υπηρεσίες, οι οποίες περιλαμβάνονται στην τιμή του οργανωμένου ταξιδιού, σύμφωνα με την περιγραφή των διαφημιστικών φυλλαδίων και της γραπτής σύμβασης, την οποία συνάπτει με τον οργανωτή ή πωλητή του οργανωμένου ταξιδιού. Στις υπηρεσίες που περιλαμβάνονται στη συνολική τιμή είναι και οι επισκέψεις, περιηγήσεις και εκδρομές σε πάσης φύσεως αξιοθέατα ενός τόπου. Εάν στην τιμή συμπεριλαμβάνονται και αναγράφονται οι υπηρεσίες ξεναγού (tourist guide) κατά τις επισκέψεις σε αξιοθέατα και κατά τη διαδρομή, αυτό θα πρέπει να αναφέρεται με σαφή τρόπο στη σύμβαση του οργανωμένου ταξιδιού. Ο ξεναγός της Ελλάδας είναι υποχρεωμένος να φέρει και να επιδεικνύει την άδεια ασκήσεως επαγγέλματος ανά πάσα στιγμή αυτή του ζητηθεί από τα αρμόδια για έλεγχο όργανα (Τουριστική Αστυνομία, Αρχαιοφύλακες κ.α.) Σε διαφορετική περίπτωση μπορεί να αναγράφεται απλώς ότι στην τιμή περιλαμβάνονται υπηρεσίες αρχηγού εκδρομής ή συνοδού εκδρομής (επίσημοι ορισμοί: tour manager/ tour escort) ο οποίος όμως δεν έχει το δικαίωμα από τον Νόμο να προσφέρει υπηρεσίες ξενάγησης, ούτε κατά τις επισκέψεις και περιηγήσεις σε αξιοθέατα.²⁰⁴

3.3.8. Συσχετισμός του Π.Δ. 339/1996 με την ευρύτερη προστασία του καταναλωτή

Το Π.Δ. 339/1996 έχει ως στόχο να προστατεύσει τον τουρίστα – καταναλωτή όταν αυτός συμμετέχει στο οργανωμένο ταξίδι, με την έννοια που ορίζεται στην κοινοτική οδηγία η οποία ενσωματώθηκε στην Ελληνική έννομη τάξη.

Ο νόμος 2251/1994, που αφορά την προστασία των καταναλωτών καλύπτει και τους ταξιδιώτες οργανωμένου ταξιδιού. Είναι συχνό φαινόμενο οι ταξιδιωτικές συμβάσεις μεταξύ διοργανωτών ή/και πρακτόρων και πελατών τους, όπως και μεταξύ ξενοδόχων και πελατών

²⁰³ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλας, 1997, σ. 498-509.

²⁰⁴ www.efpolis.gr

τους, να παίρνουν τη μορφή της σύμβασης προσχώρησης, αφού οι πρώτοι υπαγορεύουν στους δεύτερους, τους όρους της σύμβασης και οι πελάτες απλώς υπογράφουν το κείμενο αποδεχόμενοι παράλληλα τους όρους αυτούς.

Από τα ανωτέρα, συνεπάγεται ότι ο πελάτης εμπίπτει αβίαστα στην έννοια του «αποδέκτη υπηρεσιών» ενώ ο επιχειρηματίας εμπίπτει στην έννοια του «προμηθευτή υπηρεσιών» γεγονός που υπάγει την υπόστασή τους στις διατάξεις του νόμου 2251/1994 για την προστασία του καταναλωτή.

Τις περισσότερες φορές, ο ταξιδιώτης βρίσκεται στη δυσάρεστη θέση να μην λαμβάνει επαρκή πληροφόρηση, ώστε η απόφαση που θα λάβει να είναι πλήρους επίγνωσης και αντικειμενικότητας, αλλά και οι εναλλακτικές λύσεις που θα μπορούσε να επιλέξει δεν είναι επαρκείς, καθώς το κλίμα που δημιουργείται από τα μέσα προώθησης του τουριστικού προϊόντος αλλά και από τους διοργανωτές του είναι τέτοιο που περιορίζει σε μεγάλο βαθμό τη δυνατότητα αντικειμενικής επιλογής εκ μέρους του καταναλωτή.

Έτσι, ο καταναλωτής ταξιδιωτικών υπηρεσιών υπόκειται σε ορισμένους κινδύνους που ελλοχεύει ο νόμος 2251/1994, όπως είναι η χρήση γενικών όρων των συναλλαγών (σύμφωνα με το άρθρο 2 του νόμου 2251/1994), οι αιφνιδιαστικές και αδιαφανείς μεθόδους προσέγγισης (σύμφωνα με τα άρθρα 3,4 του νόμου 2251/1994), οι μαζικές μέθοδοι παραγωγής και διακίνησης προϊόντων (άρθρα 6,7 του νόμου 2251/1994), δηλαδή κίνδυνοι που συνδέονται με την προσφορά υπηρεσιών κάθε ελεύθερου επαγγέλματος, αλλά και τη χρήση παραπλανητικής ή αθέμιτης διαφήμισης.

Είναι λοιπόν προφανές, πως ο ταξιδιώτης μπορεί πιθανά να αντιμετωπίσει το δυσάρεστο γεγονός της διάψευσης των προσδοκιών του ως προς το περιεχόμενο της σύμβασης που σύναψε, για την ασφάλεια των προϊόντων ή των υπηρεσιών ή ακόμη και τις ιδιότητες της παροχής. Γι' αυτό το λόγο, ο νόμος προβλέπει ένα σημαντικό αριθμό μέτρων ώστε να αντιμετωπισθούν οι κίνδυνοι αυτοί, όπως είναι ο έλεγχος των καταχρηστικών γενικών όρων των συναλλαγών, η δυνατότητα του καταναλωτή για αναιτιολόγητη αποδέσμευση του από συμβάσεις που συνάπτονται με μεθόδους προσέγγισης που δεν είναι διαφανείς, η απαγόρευση πρόωρης είσπραξης τιμήματος με οποιαδήποτε μορφή για τα τέτοιες συμβάσεις, η απαγόρευση της παραπλανητικής ή αθέμιτης διαφήμισης κ.α.²⁰⁵

3.3.9. Συμπληρωματικός χαρακτήρας του Π.Δ. 339/1996

Από όλα τα παραπάνω, συμπεραίνεται ότι το Π.Δ. 339/1996 έχει συμπληρωματικό χαρακτήρα στο νόμο 2251/1994, στον εξειδικευμένο τομέα των οργανωμένων ταξιδιών και διακατέχεται από τις αρχές της διαφάνειας, της διασφάλισης ενός ελάχιστου επιπέδου πληροφόρησης του πελάτη και ενός ελάχιστου περιεχομένου της σύμβασης. Με τις διατάξεις του, στόχο έχει να προστατεύσει τον ταξιδιώτη από ένα μεγάλο αριθμό προβλημάτων που οφείλονται σε απατηλές ενδείξεις της περιγραφής ή του κόστους του πακέτου, αλλά και σε ελλιπείς πληροφορίες που παρήχθησαν στον πελάτη κατά το στάδιο της ενημέρωσης του. Ο τουρίστας- ταξιδιώτης προστατεύεται από τον νόμο, με την επιβολή των ελάχιστων πληροφοριών που θα πρέπει να παρέχονται υποχρεωτικά στον πελάτη πριν από τη σύναψη της σύμβασης και πριν από την αναχώρηση, αλλά και εκείνων που πρέπει να

²⁰⁵ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 506-507.

περιλαμβάνονται στα διαφημιστικά φυλλάδια. Επίσης, το Π.Δ. 339/1996 περιλαμβάνει και άλλες αρχές και θεμελιακές ιδέες του νόμου 2251/1994 όπως είναι η προστασία της εμπιστοσύνης του καταναλωτή η οποία επιδιώκεται με τις δυνατότητες που του παρέχονται στην περίπτωση κατά την οποία γίνει διάψευση των προσδοκιών του και το δεν ταξίδι δεν πληροί των όρων που αρχικά είχαν συμφωνηθεί.

Βέβαια, παρά τα κοινά θέματα που καλύπτει το Π.Δ. 339/1996 ως προς τον νόμο 2251/1994, δεν μπορεί να υπάρξει πλήρης ταύτιση αυτών των δύο, καθώς το Π.Δ. αφορά ένα εξειδικευμένο θέμα, αυτό των οργανωμένων ταξιδιών. Ως εκ τούτου, κάποιες λύσεις που δίνονται για αντίστοιχο ζήτημα είναι σαφώς διαφοροποιημένες όπως λόγου χάρη η ευθύνη του διοργανωτή ή του πωλητή είναι ευρύτερη από αυτή που προβλέπεται για αυτούς που παρέχουν γενικά υπηρεσίες στους καταναλωτές. Επιπροσθέτως, οι υποχρεώσεις πρόσθετης πληροφόρησης πριν από την έναρξη ενός ταξιδιού, είναι σαφώς μεγαλύτερες καθώς οι κίνδυνοι που ελλοχεύουν μπορεί να είναι σοβαρότερης σημασίας. Αυτός είναι και ο λόγος που προβλέπεται από το νόμο υποχρεωτική ασφάλιση αστικής επαγγελματικής ευθύνης των διοργανωτών ή και των πωλητών, ώστε να είναι δυνατόν να καλυφθεί σε περίπτωση αφερεγγυότητας ή πτώχευσης τους η επιστροφή των ποσών που κατέβαλαν οι ταξιδιώτες, αν δεν είναι εφικτό να πραγματοποιηθεί το ταξίδι εν μέρει εξ ολοκλήρου το ταξίδι ή τα έξοδα επαναπατρισμού των ταξιδιωτών.

Πέραν όμως του συμπληρωματικού χαρακτήρα που έχει το Π.Δ. 339/1996 ως προς τον νόμο 2251/1994, λόγω των ιδιαιτεροτήτων που παρουσιάζει ο τουριστικός τομέας, ο ίδιος ο νόμος 2251/1994 έρχεται να συμπληρώσει το Π.Δ. λόγω της ταυτότητας των προβλημάτων και των τρόπων αντιμετώπισης τους, όπως λόγου χάρη οι γενικοί όροι των συναλλαγών οι οποίοι χρησιμοποιήθηκαν στην σύμβαση μεταξύ διοργανωτή ή/και πράκτορα και ταξιδιώτη υπόκεινται στους ελέγχους ένταξης, ερμηνείας και καταχρηστικότητας του άρθρου 2 του νόμου 2251/1994.²⁰⁶

²⁰⁶ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 507-509.

3.3.10. Το περιεχόμενο των εννοιών του Π.Δ. 339/1996

Όσον αφορά την έννοια του προμηθευτή, δεν υπάρχει καμία διαφοροποίηση. Πρόκειται ουσιαστικά για το πρόσωπο το οποίο ασχολείται επαγγελματικά και όχι ευκαιριακά με το συγκεκριμένο αντικείμενο δραστηριότητας και στη προκειμένη περίπτωση, το πρόσωπο που «κατ' επάγγελμα διοργανώνει ταξίδια και τα πωλεί ή τα προσφέρει προς πώληση απευθείας ή μέσω πωλητή». Πρόκειται όμως και για εκείνο το πρόσωπο που «πωλεί ή προσφέρει προς πώληση το οργανωμένο ταξίδι που έχει προγραμματίσει ο διοργανωτής».

Όσον αφορά τώρα, την έννοια του καταναλωτή, αυτή είναι αρκετά ευρύτερη, καθώς ήδη με τον νόμο 2251/1994, καλύπτει κάθε «τελικό αποδέκτη» των προϊόντων ή υπηρεσιών, ακόμη και αν αυτό γίνεται για επαγγελματική χρήση, κάτι που αποκλείεται από δίκαια άλλων κρατών. Με το Π.Δ. 339/1996 όμως, η έννοια του καταναλωτή, γίνεται ακόμα πιο ευρεία, δεδομένου ότι σε αυτή δεν συμπεριλαμβάνονται μόνο ο τελικός αποδέκτης αλλά και αυτός που «αγοράζει ή αναλαμβάνει να αγοράσει το οργανωμένο ταξίδι εξ ονόματος άλλων δικαιούχων» όπως λόγου χάρη ένα εκπαιδευτικό ίδρυμα το οποίο απευθύνεται στον διοργανωτή για την διοργάνωση ενός ταξιδιού για τους μαθητές ή το προσωπικό του.²⁰⁷

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Το οργανωμένο ταξίδι, το οποίο όπως αναλύθηκε, συνιστά μια δέσμη παροχών, ένα «πακέτο υπηρεσιών» (μεταφορά, διαμονή, ψυχαγωγία κ.α.).²⁰⁸ Το οργανωμένο ταξίδι ως αντικειμενικό όριο προστασίας του ρυθμιστικού πεδίου του νόμου αποβλέπει στην αναψυχή του προσώπου, έχει τουριστικό σκοπό, δεδομένου ότι αποτελεί έκφανση του τουριστικού προϊόντος.²⁰⁹

Σύμφωνα λοιπόν με τα όσα είδαμε στο συγκεκριμένο κεφάλαιο καταλήγουμε στο ότι, ο ελληνικός τουρισμός για να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητά του, να αναβαθμίσει και να παγιώσει μία υψηλή θέση στην παγκόσμια αγορά, εκμεταλλευόμενος τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα, θα πρέπει να επενδύσει σε ένα μοντέλο που θα εμπλουτίσει το τουριστικό προϊόν, θα βελτιώσει την ανταγωνιστικότητά του και θα διευρύνει την τουριστική περίοδο, αμβλύνοντας ουσιαστικά την εποχικότητα. Μία από τις δράσεις του μοντέλου αυτού είναι και οι ειδικές μορφές τουρισμού.

Οι ειδικές μορφές τουρισμού είναι εκείνα τα τουριστικά προϊόντα που χαρακτηρίζονται από ποικιλία, απευθύνονται σε τουρίστες κάθε οικονομικής δυνατότητας και προσαρμόζονται δυναμικά στις προτεραιότητες και τις απαιτήσεις του, όπως είναι ο θαλάσσιος, ο συνεδριακός, ο εκθεσιακός, ο αθλητικός τουρισμός, ο τουρισμός ευεξίας κ.ά. Στόχος της ανάπτυξής τους είναι ο περιορισμός ή και η εξάλειψη της εποχικότητας, μέσω της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου και η ποιοτική αναβάθμιση και ο εμπλουτισμός του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

²⁰⁷ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 509.

²⁰⁸ Ι.Στ. Κουμάνης. *Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996*, εκδ. Σάκκουλας, σελ 120.

²⁰⁹ Ι.Στ. Κουμάνης. *Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996*, εκδ. Σάκκουλας, σελ 99.

Συνοψίζοντας λοιπόν, παρατηρούμε ότι, ο ζημιωθείς αποδέκτης των υπηρεσιών ή προϊόντων δεν υποχρεούται να αποδείξει την υπαίτια και παράνομη συμπεριφορά του παρέχοντος υπηρεσίες ή προϊόντα.

Ο καταναλωτής έχει την αξίωση διορθώσεως και το δικαίωμα της αντικατάστασης, καθώς η αναποτελεσματικότητα ενός προϊόντος θεωρείται ελάττωμα. Η έλλειψη ασφάλειας και η μη εκπλήρωση σκοπού, συνιστούν επίσης ελαττωματικότητα του προϊόντος και σε περίπτωση ζημίας εξαιτίας έλλειψης ιδιοτήτων, η ευθύνη καταλογίζεται στον παραγωγό. Ο αγοραστής δικαιούται να απαιτήσει αναστροφή της πωλήσεως, μείωση του τιμήματος, αντικατάσταση με άλλο πράγμα του ίδιου γένους χωρίς ελάττωμα, ή αποζημίωση.

Η νομολογία καθώς και οι διάφορες οργανώσεις και σύλλογοι προστασίας του Καταναλωτή αποτελούν μέσα πληροφόρησης και αντιμετώπισης προβλημάτων που μπορεί να έχει ενίοτε, ο εκάστοτε αγοραστής καταναλωτικών αγαθών ή ειδικότερα ο τουρίστας καταναλωτής τουριστικών υπηρεσιών.

Τα στελέχη της πολιτείας θα πρέπει να αντιληφθούν καλύτερα τις ανάγκες και τις απαιτήσεις των πολιτών- καταναλωτών. Οφείλουν να δώσουν μεγαλύτερη προσοχή στο θέμα της προστασίας των καταναλωτών, να ενισχύσουν τους ελέγχους προς τις επιχειρήσεις και να δώσουν έμφαση στην κατάρτιση προγραμμάτων δράσης με στόχο την εκπαίδευση και την ευρεία ενημέρωση των καταναλωτών για τα δικαιώματά τους.

Καταλήγοντας θα μπορούσαμε να πούμε ότι το φάσμα του ζητήματος της προστασίας των καταναλωτών είναι σίγουρα ευρύ, ιδίως αν συνυπολογίσουμε την ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη η οποία διαρκώς γεννά νέες ανάγκες και δυνατότητες καθώς και τους ασταθείς οικονομικούς παράγοντες που επικρατούν στην παγκόσμια αγορά, οι οποίοι προφανώς επηρεάζουν τις επιλογές των καταναλωτών και συχνά δημιουργούν νέα καταναλωτικά πλαίσια, εντός των οποίων θα πρέπει να δραστηριοποιούνται οι επιχειρηματίες, πάντοτε σύμφωνα με τις αλλαγές ζήτησης των καταναλωτών οι οποίες σαφώς θα διαμορφώνουν την προσφορά νέων αγαθών για την ικανοποίηση των διαφοροποιημένων πλέον αναγκών τους.

3.4. TIME SHARING – ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ- ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

3.4.1. Η Χρονομεριστική μίσθωση ως έννοια

Η Χρονομεριστική μίσθωση είναι μία μορφή ιδιοκτησίας ή το δικαίωμα χρήσης μιας ιδιοκτησίας, που είναι κατάλυμα διακοπών, για μια χρονική περίοδο π.χ. μία ή περισσότερες εβδομάδες για καθορισμένη περίοδο του έτους.

Ο τρόπος διακοπών με χρονομεριστική μίσθωση είναι πολύ δημοφιλής στους καταναλωτές σε πολλές χώρες συμπεριλαμβανομένων των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παράλληλα ο κλάδος της χρονομεριστικής μίσθωσης συνεισφέρει σημαντικά στην ενίσχυση των οικονομιών των χωρών αυτών.

Η σχετική Νομοθεσία που αφορά στη χρονομεριστική μίσθωση έχει ως εξής:

Σε πρώτη φάση η Ευρωπαϊκή κοινότητα το 1994 προκειμένου να προστατεύσει τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών σε ζητήματα χρονομεριστικής μίσθωσης υιοθέτησε την οδηγία 94/47/ΕΚ. Στη χώρα μας η ενέργεια αυτή έγινε με το ΠΔ 182/1999 (ΦΕΚ 171 Α/25.8.1999) όπως αυτό τροποποιήθηκε από το ΠΔ 293/2001 (ΦΕΚ 205 Α/17.9.2001). Στις σχετικές διατάξεις συμπεριλαμβάνονταν μεταξύ των άλλων τα εξής:

- Το δικαίωμα της πληροφόρησης
- Η αποτροπή των πωλήσεων υπό πίεση, μέσω του δικαιώματος υπαναχώρησης.
- Η απαγόρευση λήψης προκαταβολής από τους πωλητές του προϊόντος της χρονομεριστικής μίσθωσης, κατά την περίοδο της υπαναχώρησης.

Εν τούτοις η νομοθεσία αυτή παρουσίασε έναν αριθμό ελλείψεων και αδυναμιών, που οφείλονταν στις εξελίξεις στην αγορά. Αναπτύχθηκαν νέα προϊόντα και διαφορετικές συμβάσεις για τα οποία δεν υπήρχαν ρυθμίσεις π.χ. διαφορετικά είδη καταλύματος (κρουαζιερόπλοια, τροχόσπιτα) ή συμβάσεις μικρότερες των τριών ετών. Οι καταναλωτές που αγόραζαν αυτά τα προϊόντα δεν απολάμβαναν την ίδια προστασία με εκείνους που αγόραζαν τα πιο συμβατικά στο χώρο αυτό προϊόντα.

Έτσι σε δεύτερη φάση, σαν συνέπεια της καινούργιας κατάστασης επήλθε η αντικατάσταση της οδηγίας 94/47/ΕΚ με την οδηγία 2008/122/ΕΚ η οποία ενσωματώθηκε στο Ελληνικό δίκαιο με την κοινή υπουργική απόφαση (ΚΥΑ) Ζ1-130/2011 (ΦΕΚ 295 Β/22.2.2011).

Με τη νέα νομοθεσία το πεδίο των υφιστάμενων κανόνων επεκτάθηκε και κάλυψε τα νέα προϊόντα και τις ανάγκες που εμφανίστηκαν στην αγορά της χρονομεριστικής μίσθωσης.

Ειδικότερα:

- Η περίοδος υπαναχώρησης επεκτάθηκε σε 14 ημέρες για όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ανεξάρτητα από τη χώρα που αγοράστηκε η χρονομεριστική μίσθωση.
- Η πληροφόρηση που παρέχεται στον καταναλωτή πριν τη σύναψη του συμβολαίου υπόκειται σε πιο λεπτομερείς διατάξεις. Απαιτείται η περιγραφή όλων των χαρακτηριστικών και των κανόνων λειτουργίας της χρονομεριστικής μίσθωσης.

Επίσης ρυθμίζονται:

- Τα μακροπρόθεσμα προϊόντα διακοπών στα οποία περιλαμβάνονται και οι λέσχες διακοπών.
- Η ανταλλαγή και η μεταπώληση προϊόντων χρονομεριστικής μίσθωσης.
- Συμβάσεις πιο βραχυπρόθεσμες δηλ. με διάρκεια μικρότερη από τρία χρόνια.
- Κινητά καταλύματα :Ποταμόπλοια, κρουαζιερόπλοια, τροχόσπιτα.

Υπογραμμίζεται ότι υπό προϋποθέσεις οι καταναλωτές δεν στερούνται την προστασία που τους παρέχει η παραπάνω Υπουργική Απόφαση και στην περίπτωση που έχει επιλεγεί ως εφαρμοστέα νομοθεσία η νομοθεσία τρίτης χώρας.

Αρμόδια αρχή για τη χρονομεριστική μίσθωση είναι η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή και ειδικότερα η Διεύθυνση Προστασίας Καταναλωτή προς την οποία μπορεί να απευθύνεται ο καταναλωτής για τη ρύθμιση σχετικών προβλημάτων.

Τέλος η παράβαση των ανωτέρω διατάξεων επισύρει τις ποινές, που προβλέπονται στο άρθρο 13α του Ν. 2251/94 «Προστασία των καταναλωτών».²¹⁰

3.4.2. Σύμβαση χρονομεριστικής μίσθωσης

Με τη σύμβαση χρονομεριστικής μίσθωσης, ο εκμισθωτής αναλαμβάνει την υποχρέωση να παραχωρεί κατ' έτος στον μισθωτή, κατά τη διάρκεια της σύμβασης, τη χρήση τουριστικού καταλύματος και να παρέχει σε αυτόν συναφείς υπηρεσίες για καθορισμένο από τη σύμβαση χρονικό διάστημα και ο μισθωτής αντίστοιχα υποχρεούται να καταβάλλει το μίσθωμα που συμφωνήθηκε.

Παρά το γεγονός ότι φαίνεται να είναι μια κλασική σύμβαση μίσθωσης πράγματος, στην πραγματικότητα πρόκειται για μια ιδιόμορφη μίσθωση πράγματος η οποία εμφανίζει δύο νέα στοιχεία, το ένα εκ των οποίων αφορά τη μορφή της σύμβασης καθεαυτής και το άλλο τις υποχρεώσεις του εκμισθωτή του πράγματος. Όσον αφορά την ίδια τη σύμβαση, η διάρκεια της δεν είναι συνεχής, όπως συμβαίνει υπό φυσιολογικές συνθήκες, αλλά συνίσταται σε καθορισμένο κατ'έτος χρονικό διάστημα το οποίο μπορεί να κυμαίνεται από 5 έως και 60 χρόνια.

Παράλληλα με τις βασικές υποχρεώσεις που έχει ο εκμισθωτής σύμφωνα με τον Α.Κ., δηλαδή να παραδώσει στο μισθωτή το κατάλληλο μίσθιο για τη συμφωνημένη χρήση και να το διατηρεί κατάλληλο σε όλη τη διάρκεια της μίσθωσης, εμφανίζεται και μια νέα υποχρέωση. Πιο συγκεκριμένα, ο εκμισθωτής πρέπει να παρέχει στο μισθωτή, για το χρονικό διάστημα που συμφωνήθηκε, όλες τις υπηρεσίες τις συναφείς προς τη φύση του μισθίου, το οποίο μπορεί να είναι αποκλειστικά και μόνο τουριστικό κατάλυμα.

Ο νέος αυτός θεσμός, δε μπορεί να εφαρμοσθεί παρά μόνο στα πλαίσια της δραστηριότητας τουριστικών επιχειρήσεων, με αντικείμενο την παροχή τουριστικού καταλύματος. Επειδή, μάλιστα η έννοια «τουριστικό κατάλυμα» είναι για τη συγκεκριμένη περίπτωση υπερβολικά γενική, συμπεριλαμβάνοντας και επιχειρήσεις οι οποίες δεν μπορούν πρακτικά ή δεν είναι σκόπιμο να έχουν τη δυνατότητα να λειτουργήσουν με τη μορφή αυτή, η σχετική υπουργική απόφαση που εκδόθηκε αργότερα, προσδιορίζει τα εξής:

Ξενοδοχειακές μονάδες και γενικά τουριστικές εγκαταστάσεις, κατά την έννοια του άρθρου 1 του Νόμου 1652/86 περί «Σύμβασης χρονομεριστικής μίσθωσης και ρύθμισης συναφών θεμάτων» είναι μόνο τα τουριστικά καταλύματα²¹¹, που έχουν μια από τις ακόλουθες λειτουργικές μορφές:

- Ξενοδοχεία κλασικού τύπου
- Ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων
- Ξενοδοχεία μικρής λειτουργικής μορφής (τουριστικά χωριά)
- Τουριστικές επαύλεις

²¹⁰ <http://www.efpolis.gr/el/diasfalisi-oikonomikon-symefronton-katanaloton/tourismos-diakopes/75-time-sharing.html>

²¹¹ Σύμφωνα με τον Νόμο 1652/86, στα τουριστικά καταλύματα υπάγονται και οι ξενοδοχειακές μονάδες και γενικά οι τουριστικές εγκαταστάσεις που λειτουργούν με άδεια του Ε.Ο.Τ. και έχουν υπαχθεί στα διατάξεις του νόμου με απόφαση του Γενικού Γραμματέα του Ε.Ο.Τ.

- Τουριστικά επιπλωμένα σπίτια²¹²

Περιεχόμενο σύμβασης χρονομεριστικής μίσθωσης

Η σύμβαση χρονομεριστικής μίσθωσης πρέπει υποχρεωτικά να περιλαμβάνει ή να προβλέπει:

- α) Τα ονοματεπώνυμα των συμβαλλομένων, τη διεύθυνση κατοικίας και την εθνικότητα τους. Σε περίπτωση νομικών προσώπων θα πρέπει αντίστοιχα να περιλαμβάνονται η κατοικία και η εθνικότητα τους.
- β) Τον προσδιορισμό και την πλήρη περιγραφή του μισθίου καθώς και τον κάθε είδους εξοπλισμό του, στον οποίο θα πρέπει να συμπεριλαμβάνεται και ο κινητός εξοπλισμός.
- γ) Τη διάρκεια της μίσθωσης και τον ημερολογιακό προσδιορισμό της κατ' έτος ισχύος της.
- δ) Το μίσθωμα, τον τρόπο εξόφλησης του και το νόμισμα στο οποίο συμφωνείται, Αν ο μισθωτής είναι μόνιμος κάτοικος του εξωτερικού ή έχει την έδρα του στο εξωτερικό, το μίσθωμα συμφωνείται σε συνάλλαγμα, το οποίο εκχωρείται υποχρεωτικά από τον εκμισθωτή στην Τράπεζα της Ελλάδος μέσα σε ένα μήνα από την είσπραξη του.
- ε) Τον τρόπο υπολογισμού και εξόφλησης των λειτουργικών εξόδων που βαρύνουν αναλογικά κάθε μισθωτή.
- στ) Την εφαρμογή του ελληνικού δικαίου και τη δικαιοδοσία των ελληνικών δικαστηρίων.
- ζ) Τους όρους τυχόν υπομίσθωσης ή παραχώρησης της χρήσης από το μισθωτή σε τρίτο με ή χωρίς αντάλλαγμα.
- η) Τους όρους και τα τυχόν ανταλλάγματα για την εκ μέρους του μισθωτή χρήση των κάθε είδους εγκαταστάσεων εστίασης και αναψυχής ή αθλητισμού. Επίσης για τις τυχόν εκ μέρους του εκμισθωτή, συμπληρωματικές παροχές και εξυπηρετήσεις, πχ. προσθήκη επιπλέον κλινών, επίπλων ή εξοπλισμού.

Δεδομένου ότι επιτρέπεται η υπομίσθωση ή η παραχώρηση της χρήσης από τον αρχικό μισθωτή σε τρίτο με αντάλλαγμα, οι παραπάνω υποχρεώσεις πρέπει απαραίτητα να περιλαμβάνονται και στις συμβάσεις αυτές.²¹³

Δικαιώματα μισθωτή και προστασία του

Κάθε μισθωτής που έχει αποκτήσει δικαίωμα χρήσης δωματίου ή δωματίων ή διαμερίσματος με βάση χρονομεριστική μίσθωση, έχει κατ' αρχή όλα τα δικαιώματα που παρέχονται από τις διατάξεις του Α.Κ. δεδομένου ότι, αυτές εφαρμόζονται και στην ειδική αυτή μορφή μίσθωσης πράγματος.

Δικαιούται λοιπό να παραλάβει το μίσθιο, κατάλληλο για τη χρήση για την οποία συμφωνήθηκε, ελεύθερο από πραγματικό ή νομικό ελάττωμα, όπως και να έχει την απαίτηση από τον εκμισθωτή να το διατηρεί κατάλληλο για τη χρήση αυτή καθ' όλη τη διάρκεια της μίσθωσης. Λόγω όμως, της ιδιαιτερότητας και της πολυπλοκότητας της ιδιόρρυθμης αυτής

²¹² Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλας, 1997, σ. 193-195.

²¹³ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλας, 1997, σ. 199-200.

σύμβασης μίσθωσης πράγματος, είναι ενδεχόμενο να αποδειχθεί εξαιρετικά δύσκολο για το μισθωτή να προστατεύσει τα δικαιώματά του.²¹⁴

Για το λόγο αυτό έχει προβλεφθεί η σύσταση ειδικού οργάνου με αντικείμενο την προστασία των δικαιωμάτων των μισθωτών. Πρόκειται για τη γενική συνέλευση μισθωτών στην οποία δικαίωμα συμμετοχής έχει τόσο ο κάθε μισθωτής, από τη στιγμή της σύναψης της σχετικής σύμβασης, όσο και ο εκμισθωτής. Ο τελευταίος όμως, έχει το δικαίωμα συμμετοχής στη γενική συνέλευση μισθωτών μόνο για τις χρονικές περιόδους που δεν έχει εκμισθώσει.

Πέραν όμως από την προστασία που παρέχεται με βάση τις περί μισθώσεως πράγματος διατάξεις του Α.Κ., οι συμβαλλόμενοι έχουν τη δυνατότητα να περιλάβουν στη σύμβαση χρονομεριστικής μίσθωσης, και άλλους τρόπους προστασίας των δικαιωμάτων του μισθωτή, όπως εμπράγματες ασφάλειες, τραπεζικές εγγυήσεις, ειδική ασφάλιση κ.α., με όλες τις σχετικές λεπτομέρειες να ρυθμίζονται με βάση την αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων.²¹⁵

3.4.3. Προστασία καταναλωτών Time –Sharing

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεωρώντας ότι το σύστημα time – sharing βρίσκεται σε συνεχή ανάπτυξη, έκρινε σκόπιμο να προβεί σε κατάρτιση Οδηγίας 94/47/ΕΟΚ για την προστασία των καταναλωτών που υιοθετούν την μέθοδο αυτή για τις διακοπές τους, κυρίως από ενδεχόμενες απάτες.

Αντικείμενο αυτής της Οδηγίας, είναι η προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών, σχετικά με την προστασία των «αγοραστών» κατά τις συμβάσεις αυτές. Ως αγοραστή χαρακτηρίζει η Οδηγία, κάθε φυσικό πρόσωπο που κατά τις συμβάσεις χρήσης ακινήτου με το καθεστώς χρονομεριστικής ιδιοκτησίας (time – sharing) ενεργεί ως καταναλωτής.

Τα κυριότερα σημεία της Οδηγίας αυτής είναι τα εξής:

I. Υποχρεώσεις του πωλητή:

Ως πωλητής νοείται, σε γενικές γραμμές, το πρόσωπο που, έχοντας την κυριότητα του ακινήτου μεταβιβάζει στον αγοραστή εμπράγματο ή δικαίωμα χρήσης στο ακίνητο (ανάλογα με το χαρακτηρισμό που δίνει στο δικαίωμα αυτό η νομοθεσία του κάθε κράτους μέλους). Τα κράτη μέλη πρέπει να προβλέψουν έτσι ώστε να εγγυάται στον αγοραστή ειδικότερα:

- i. Ότι το ακίνητο καθώς και οι συναφείς εγκαταστάσεις έχουν κατασκευαστεί ή πρόκειται να κατασκευαστούν σύμφωνα με όλους τους κανόνες της τέχνης και υπό όρους που επιτρέπουν τη λήψη από τις αρχές του κράτους όπου βρίσκεται ή πρόκειται να βρίσκεται το ακίνητο, της απαραίτητης έγκρισης σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία, προκειμένου το ακίνητο αυτό να είναι δυνατόν να περιέλθει στην κατοχή του αγοραστή.

²¹⁴ Πολλοί είναι οι χρονομισθωτές που έχουν πέσει θύματα πωλήσεων χωρίς αντίκρισμα σε διάφορες χώρες. Αυτός ήταν και ο κύριος λόγος για την κατάρτιση της κοινοτικής Οδηγίας για την προστασία των καταναλωτών στον τομέα του Time – Sharing.

²¹⁵ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλας, 1997, σ. 203-204.

- ii. Τη μεταβίβαση στον αγοραστή, έναντι πληρωμής ποσού καθορισμένου στη σύμβαση, του δικαιώματος χρήσης του ακινήτου, ελεύθερου από κάθε βάρος ή μόνο με τα βάρη που καθορίζονται στη σύμβαση.
- iii. Κατά περίπτωση το δικαίωμα του αγοραστή να χρησιμοποιεί, εκτός από τις κοινές υπηρεσίες, όπως ο φωτισμός, ο καθαρισμός χώρων, η αποκομιδή απορριμμάτων κ.α. τις ιδιαίτερες εγκαταστάσεις, όπως πισίνες, γήπεδα τένις, γκολφ κ.α. που υπάρχουν κατά τη στιγμή της υπογραφής της σύμβασης χρονομεριστικής ιδιοκτησίας ή πρόκειται να υπάρξουν στο μέλλον με τους όρους που καθορίζονται στη σύμβαση ή προβλέπονται από τον πωλητή.
- iv. Το δικαίωμα του αγοραστή να συμμετέχει στη διαδικασία λήψης αποφάσεων σχετικά με τη διαχείριση του καθεστώτος χρονομεριστικής ιδιοκτησίας και στη διαχείριση και τη συντήρηση του ακινήτου, στο οποίο διαθέτει δικαίωμα χρονομεριστικής ιδιοκτησίας. Ο αγοραστής μπορεί να μεταβιβάσει το δικαίωμα του, εφόσον αυτό γίνεται με ξεχωριστή πράξη. Μετά την υπογραφή της σύμβασης αυτή η μεταβίβαση μπορεί να ανακαλείται ανά πάσα στιγμή.

Τα κράτη μέλη έχουν υποχρέωση να προβλέπουν τα κατάλληλα μέτρα, προκειμένου ο πωλητής να παρέχει επαρκείς εγγυήσεις όσον αφορά κατά περίπτωση:

- Την καλή αποπεράτωση της κατασκευής του ακινήτου
- Την επιστροφή κάθε προκαταβολής σε περίπτωση μη αποπεράτωσης του ακινήτου ή σε περίπτωση άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης.

Τα κράτη μέλη προβλέπουν επίσης:

- Τα μέτρα που αποβλέπουν στον καθορισμό των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων του αγοραστή, όσον αφορά τη συντήρηση και τη διαχείριση του ακινήτου, στο οποίο ο αγοραστής διαθέτει δικαίωμα χρονομεριστικής ιδιοκτησίας.
- Τις βάσεις σύμφωνα με τις οποίες γίνεται η κατανομή των βαρών που είναι κοινά και συνδεδεμένα με την κατοχή κάθε χρόνο και στα οποία ο αγοραστής υποχρεούται να συμμετέχει. Οι βάσεις αυτές καθορίζουν με σαφήνεια το μέρος κάθε κατηγορίας βαρών που αντιστοιχεί σε κάθε αγοραστή, σύμφωνα με την κατάσταση και την κατηγορία του ακινήτου, στο οποίο αναφέρεται το δικαίωμα της ιδιοκτησίας. Επίσης την περίοδο απόλαυσης της ιδιοκτησίας και τη διάρκεια της.²¹⁶

II. Καθεστώς σύμβασης

Τα κράτη μέλη προβλέπουν ακόμη ότι η σύμβαση η οποία απαραίτητα συντάσσεται γραπτά, περιέχει τουλάχιστον τα παρακάτω στοιχεία:

- i. Λεπτομερή και σαφή περιγραφή του ακινήτου. Αυτή η περιγραφή οφείλει να είναι σύμφωνη με τα στοιχεία που αναφέρονται παρακάτω.
- ii. Τον ακριβή τύπο δικαιώματος χρονομεριστικής ιδιοκτησίας που μεταβιβάζεται στον αγοραστή.

²¹⁶ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλας, 1997, σ. 833-835.

- iii. Την περίοδο και την ημερομηνία κατά την οποία ο αγοραστής μπορεί να ασκεί το δικαίωμα της χρονομεριστικής ιδιοκτησίας.
- iv. Ημερομηνία ολογράφως και υπογραφή της σύμβασης.
- v. Δήλωση του αγοραστή ότι έλαβε και κατανόησε το έγγραφο που αφορά τη χρονομεριστική ιδιοκτησία.

Τα κράτη μέλη υποχρεούνται επίσης να προβλέψουν και για μια σειρά από άλλα θέματα όπως:

- Την υποχρέωση του πωλητή να πληροφορεί τον αγοραστή, γραπτώς κατά την υπογραφή της σύμβασης, ότι αυτή ισχύει εκτός εάν ο αγοραστής υπαναχωρήσει σε προθεσμία: τουλάχιστον 14 ημερολογιακών ημερών από την υπογραφή της σύμβασης, ή τουλάχιστον 28 ημερολογιακών ημερών από την υπογραφή της σύμβασης, εφόσον το δικαίωμα χρονομεριστικής ιδιοκτησίας ασκείται σε κράτος άλλο από εκείνο της συνήθους κατοικίας του αγοραστή.
- Στην δυνατότητα να ασκείται το δικαίωμα υπαναχώρησης από τον αγοραστή με γνωστοποίηση προς το άτομο του οποίου το όνομα και η διεύθυνση αναφέρονται προς το σκοπό αυτό στη σύμβαση. Όσον αφορά την τήρηση της προθεσμίας, αρκεί να γίνεται η γνωστοποίηση με συστημένη επιστολή, πριν από τη λήξη της αντίστοιχης προθεσμίας.
- Μέτρα τα οποία αποβλέπουν:
 - α) στον καθορισμό των όρων κάτω από τους οποίους, εφόσον ο αγοραστής ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης, καταρτίζεται ο αναλυτικός λογαριασμός των ενδεχομένων επιστρεπτέων ποσών. Στόχος είναι να αποφεύγεται ο αδικαιολόγητος πλουτισμός οποιουδήποτε από τα συμβαλλόμενα μέρη λόγω της επιστροφής.
 - β) στην καθιέρωση προθεσμίας επιστροφής.

Πρέπει επίσης τα κράτη μέλη να προβλέψουν ότι κάθε ρήτρα με την οποία ο αγοραστής παραιτείται από τα πλεονεκτήματα των δικαιωμάτων που αναφέρονται στην παρούσα Οδηγία θεωρείται άκυρη. Το ίδιο ισχύει και όσον αφορά κάθε ρήτρα με την οποία ο πωλητής απαλλάσσεται από ευθύνες που απορρέουν από αυτή. Παρά την επιλογή της νομοθεσίας από τα μέρη της σύμβασης ή την εφαρμογή αντικειμενικών κριτηρίων του ιδιωτικού διεθνούς δικαίου για τον προσδιορισμό της ισχύουσας νομοθεσίας, ο αγοραστής δεν μπορεί να στερείται της προστασίας που διασφαλίζεται από τις διατάξεις της Οδηγίας αυτής:

α) αν το ακίνητο στο οποίο αφορά η σύμβαση βρίσκεται σε κράτος μέλος ή

β) αν ο αγοραστής έχει τη συνήθη κατοικία του σε κράτος μέλος και:

- i. Αν πριν από τη σύναψη της σύμβασης έχει προηγηθεί στο εν λόγω κράτος μέλος πρόταση που έγινε ειδικά ή διαφήμιση και αν ο αγοραστής εξετέλεσε σε αυτό το κράτος μέλος τις απαραίτητες ενέργειες για τη σύναψη της σύμβασης ή
- ii. Αν ο πωλητής ή ο εκπρόσωπος του έλαβε την παραγγελία του αγοραστή στο εν λόγω κράτος μέλος ή
- iii. Αν ο αγοραστής μετέβη από το κράτος μέλος σε ξένη χώρα και εκεί προέβη στην υπογραφή της σύμβασης εφόσον το ταξίδι οργανώθηκε από τον πωλητή με σκοπό να παρακινήσει τον αγοραστή να συνάψει τέτοια σύμβαση.

Ακόμη, τα κράτη μέλη πρέπει να προβλέπουν στις νομοθεσίες τους τις συνέπειες της μη εκπλήρωσης των διατάξεων της Οδηγίας. Δεν εμποδίζονται όμως τα κράτη μέλη να εκδίδουν

ή να διατηρούν διατάξεις ευνοϊκότερες όσον αφορά την προστασία του αγοραστή στον τομέα που αυτή καλύπτει, με την επιφύλαξη των υποχρεώσεων τους που απορρέουν από τη συνθήκη.²¹⁷

III. Τα ελάχιστα στοιχεία που πρέπει να περιέχονται στο έγγραφο

Τα κράτη μέλη πρέπει να προβλέπουν μέτρα προκειμένου να διασφαλίζουν ότι ο πωλητής υποχρεούται να θέτει στην διάθεση κάθε ενδεχόμενου αγοραστή, έγγραφο με πληροφορίες σαφείς, λεπτομερείς και πλήρεις. Το έγγραφο συντάσσεται σε γλώσσα που ο αγοραστής δηλώνει ότι γνωρίζει και κάθε μορφής διαφήμιση αναφέρει τη δυνατότητα απόκτησης του εγγράφου.

Τα στοιχεία που περιλαμβάνονται στο έγγραφο είναι τα εξής:

α) Περιγραφή ακινήτου στο οποίο υπάρχουν ή θα υπάρξουν δικαιώματα χρονομεριστικής ιδιοκτησίας, διευκρινίζοντας τη γεωγραφική θέση. Θα πρέπει επίσης να γίνει μνεία αν πρόκειται για ακίνητα ήδη κατασκευασμένα ή υπό κατασκευή ή που πρόκειται να κατασκευαστούν. Επίσης θα πρέπει να αναφέρονται οι όροι των κρατικών αρχών του τόπου όπου βρίσκεται η θα βρίσκεται το ακίνητο καθώς και η απαραίτητη έγκριση, σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία, έτσι ώστε να μπορεί να περιέλθει πραγματικά στην κατοχή του αγοραστή.

β) Η φύση του τίτλου του πωλητή στο οικόπεδο, στο οποίο θα ευρίσκεται το ακίνητο, τα βάρη κάθε είδους που βαρύνουν τον το ακίνητο (υποθήκες, δουλείες, κ.α.). καθώς και άδειες που έχουν χορηγηθεί στον πωλητή (οικοδομής, σύνδεσης με τα δίκτυα τηλεφώνου, ηλεκτρισμού, ύδατος, αερίου, τηλεόρασης κ.α.).

γ) ακριβής νομική δομή του καθεστώτος χρονομεριστικής ιδιοκτησίας και η διάρκεια του.

δ) ο προσδιορισμός της νομικής φύσης του δικαιώματος χρονομεριστικής ιδιοκτησίας που προσφέρεται από τον πωλητή και της διάρκειας του, ο αριθμός των ακινήτων που έχουν ήδη κατασκευασθεί, όπως επίσης εκείνων που είναι υπό κατασκευή ή προς κατασκευή ακινήτων, η επίπλωση και ο εξοπλισμός του κάθε ακινήτου.

ε) ο συνολικός αριθμός των δικαιωμάτων χρονομεριστικής ιδιοκτησίας που υπάρχουν σε κάθε ακίνητο.

στ) σαφής και ευκρινής περιγραφή των σταθερών και μεταβλητών περιόδων κατοχής, διευκρινίζοντας παράλληλα το σύστημα καθορισμού των περιόδων.

ζ) η προβλεπόμενη ημερομηνία, κατά την οποία ο αγοραστής μπορεί να εγκατασταθεί στο ακίνητο.

η) οι κοινές εγκαταστάσεις (όπως πισίνα, σάουνα, γήπεδα τένις, γκολφ κ.α.) και οι σημερινοί αλλά και οι μελλοντικοί χώροι εξυπηρέτησης, στους οποίους έχει δικαίωμα ο αγοραστής, όπως και η προβλεπόμενη ημερομηνία κατά την οποία ο αγοραστής μπορεί να χρησιμοποιήσει αυτές τις εγκαταστάσεις και τους χώρους εξυπηρέτησης.

²¹⁷ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλας, 1997, σ. 835-837.

θ) το συνολικό κόστος για τον αγοραστή, προσδιορίζοντας, με ευκρινή και σαφή τρόπο, το κόστος των διαφόρων δικαιωμάτων χρονομεριστικής ιδιοκτησίας, στη διάρκεια των διαφόρων περιόδων του έτους. Αν πρόκειται για μίσθωση πρέπει να αναφέρεται το ποσό του μισθώματος.

ι) το ετήσιο ποσό, το οποίο βαρύνει τον αγοραστή για τη χρήση των εγκαταστάσεων και των κοινών χώρων εξυπηρέτησης, Το ετήσιο ποσό δαπανών που συνδέονται με την κατοχή του ακινήτου από τον αγοραστή. Οι υποχρεωτικές νόμιμες ετήσιες δαπάνες (φόροι, περιοδικές παροχές κ.α.) καθώς και οι συμπληρωματικές διοικητικές ετήσιες δαπάνες (διαχείριση, συντήρηση, επισκευές κ.α.) και η προβλεπόμενη εξέλιξη τους. Οι ενδεχόμενες δαπάνες που πρέπει να πληρώνει ο αγοραστής για ιδιαίτερες υπηρεσίες εφόσον τις ζητήσει.

κ) Οι όροι, σαφώς και ευκρινώς, τα όρια και το κόστος των υπηρεσιών ανταλλαγής και μεταπώλησης του δικαιώματος χρονομεριστικής απόλαυσης στην περίπτωση κατά την οποία οι υπηρεσίες αυτές υπάρχουν. Αν δεν υπάρχουν, αυτό θα πρέπει να αναφερθεί. Οποσδήποτε, θα πρέπει να αναφερθεί και ότι η πώληση του δικαιώματος χρονομεριστικής απόλαυσης δεν μπορεί να εξασφαλίζεται σε καθορισμένη τιμή ή μέσα σε καθορισμένη περίοδο.

λ) τα μέτρα που λαμβάνονται ή πρέπει να λαμβάνονται για τη διαχείριση, τη συντήρηση και την επισκευή του ακινήτου, καθώς και εκείνα τα οποία υιοθετούνται ή πρέπει να υιοθετηθούν, έτσι ώστε ο αγοραστής να συμμετέχει στη διοίκηση και τη διαχείριση.

μ) η προθεσμία την οποία διαθέτει ο αγοραστής για να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης, καθώς και ο τρόπος άσκησης και τα αποτελέσματα αυτής.²¹⁸

3.4.4. Προστασία των καταναλωτών Time- Sharing στη χώρα μας

Στη χώρα μας, η πρόνοια των μισθωτών στηρίζεται με τον νόμο 1652/1986 και την υπουργική απόφαση που εκδόθηκε σε εκτέλεση του, ο οποίος περιορίζει τη λειτουργία του θεσμού μόνο σε τουριστικά καταλύματα που τελούν υπό την εποπτεία του ΕΟΤ και προβλέπει την «εμπραγματοποίηση» του ενοχικού δικαιώματος του μισθωτή και τον ιδιαίτερο τρόπο απόσβεσης και άρσης υποθηκών με εγγυητική επιστολή τράπεζας η οποία θα καλύπτει όλο το ποσό.

Οι σημαντικότερες διατάξεις που αφορούν στην προστασία του εκμισθωτή time sharing περιέχονται στο Π.Δ. 182/1999, το οποίο εκδόθηκε με σκοπό την προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας προς τις διατάξεις της Οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου 94/47/ΕΚ της 29^{ης} Οκτωβρίου 1994 «περί προστασίας των αγοραστών ως προς ορισμένες πλευρές των συμβάσεων που αφορούν την απόκτηση δικαιώματος χρήσης ακινήτων υπό το καθεστώς χρονομεριστικής μίσθωσης». Με τις διατάξεις αυτές, επιτυγχάνεται ο καθορισμός του υποχρεωτικού περιεχομένου της σύμβασης αλλά και του κανονισμού σχέσεων του μισθωτή με τον εκμισθωτή, με την επισήμανση πως ο μισθωτής time sharing είναι κατά κύριο λόγο καταναλωτής και μάλιστα ειδικής συγκεκριμένης μορφής τουριστικών υπηρεσιών. Γενικά, η προστασία του μισθωτή εξασφαλίζεται ως ένα βαθμό και από τις γενικές διατάξεις που αφορούν την προστασία των καταναλωτών, στο σημείο που αυτές μπορούν να

²¹⁸ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλας, 1997, σ. 837-839.

εφαρμοσθούν λόγω της ιδιαιτερότητας που φέρει η περίπτωση της χρονομεριστικής μίσθωσης.

Παρακάτω, θα αναλυθούν οι βασικότερες διατάξεις της ειδικής νομοθεσίας με τις οποίες προστατεύεται ο καταναλωτής time sharing καθώς και το περιεχόμενο του Π.Δ. 182/1999, με το οποίο προσαρμόστηκε η ελληνική νομοθεσία στη σχετική κοινοτική Οδηγία 94/47/ΕΚ.²¹⁹

3.4.4.1. Προστασία καταναλωτών time sharing με βάση την εσωτερική ειδική νομοθεσία

Οι διατάξεις του νόμου 1652/1986 και της σχετικής υπουργικής απόφασης του 1987, καθορίζουν την ιδιαίτερη προστασία η οποία παρέχεται στον καταναλωτή, οριοθετώντας κατά κύριο λόγο τη σύμβαση χρονομεριστικής μίσθωσης, «εμπραγματοποιώντας» το δικαίωμα που πηγάζει από αυτή, ως προς τον τρόπο μεταφοράς των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων στους διαδόχους των συμβαλλομένων και παρέχοντας προστασία σε περίπτωση αναγκαστικής εκποίησης του ακινήτου. Αυτές οι τρεις συνιστώσες προστασίας καταναλωτών κατά τη σύμβαση χρονομεριστικής μίσθωσης, θα αναλυθούν παρακάτω.²²⁰

Συνιστώσα 1: Οριοθέτηση της σύμβασης και εμπραγματοποίηση του δικαιώματος

Προκειμένου να προστατευτεί ο καταναλωτής, προβλέφθηκε ότι η χρονομεριστική μίσθωση επιτρέπεται να συναφθεί με αντικείμενο μόνο τα τουριστικά ακίνητα, ώστε αυτά να μπορούν να υπάγονται στην εποπτεία του ΕΟΤ.

Το βασικό στοιχείο της σύμβασης χρονομεριστικής μίσθωσης είναι η παροχή ξενοδοχειακών υπηρεσιών. Είναι ευκόλως εννοούμενο πως οι κίνδυνοι για τον καταναλωτή θα ήταν πολύ σημαντικοί εάν ο εκμισθωτής time sharing είχε την ενασχόληση αυτή ως πάρεργο και όχι ως αντικείμενο της επαγγελματικής του δραστηριότητας. Επίσης, το ακριβές περιεχόμενο της σύμβασης όσο και οι υποχρεώσεις του εκμισθωτή απέναντι στον μισθωτή προσδιορίζονται επακριβώς, κατοχυρώνοντας έτσι τον καταναλωτή πολύ περισσότερο από ότι θα κατοχυρωνόταν σε περίπτωση κοινής μίσθωσης πράγματος.

Ο νόμος 1652/1986 προβλέπει ακόμη, τη σύσταση και λειτουργία της γενικής συνέλευσης των μισθωτών η οποία αποφασίζει για τα διάφορα λειτουργικά θέματα, με τα οποία δεν θα ήταν δυνατό να ασχολείται μάθε μεμονωμένος μισθωτής. Επίσης, οι διατάξεις του νόμου αυτού, ενισχύουν το ενοχικό δικαίωμα που αποκτά ο μισθωτής από τη σύμβαση τόσο μέσω της καθιέρωσης της τυπικής διαδικασίας, δηλαδή με τη σύνταξη συμβολαιογραφικού εγγράφου και μεταγραφής ανεξαρτήτως από τη διάρκεια της μίσθωσης, όσο και μέσω των διατάξεων περί διαδοχής των δικαιωμάτων. Ουσιαστικά, το δικαίωμα αυτό «εμπραγματοποιείται», γεγονός που συντελείται με τον συνδυασμό των ειδικών διατάξεων για χρονομεριστική μίσθωση.²²¹

Συνιστώσα 2: Μεταφορά δικαιωμάτων και υποχρεώσεων στους διαδόχους

²¹⁹ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 510-511.

^{220,216} Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 511-512.

Με το νόμο 1652/1986 και συγκεκριμένα με το άρθρο 2, παράγραφο 1, προβλέπεται ότι τόσο οι καθολικοί όσο και οι ειδικοί διάδοχοι του μισθωτή και του εκμισθωτή υπεισέρχονται στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του δικαιοπαρόχου τους που απορρέουν από τη σύμβαση.

Σε περίπτωση που η αρχική σύμβαση χρειαστεί ανανέωση ή τροποποίηση λόγω των ανωτέρω λόγων, ο νόμος δεν προβλέπει τήρηση τύπου για την αποτύπωση της νέας κατάστασης, ώστε να περιβάλλονται με δημοσιότητα και οι τροποποιήσεις της αρχικής σύμβασης. Ουσιαστικά, πρόκειται για ένα κενό του νόμου, το οποίο, σύμφωνα με μία άποψη, θα πρέπει να καλύπτεται με τη σύνταξη τροποποιητικών συμβολαιογραφικών πράξεων, οι οποίες να υποβάλλονται και σε μεταγραφή, ώστε να υλοποιείται το πνεύμα του νόμου για ασφάλεια των συναλλαγών και δημοσιότητα.

Αν και η διαδοχή αυτή αφορά και τα δύο μέρη, ιδιαίτερη βαρύτητα αποκτά για το μισθωτή, σε ότι αφορά την προστασία του. Σε αυτή την περίπτωση θα πρέπει να γίνει διαχωρισμός των περιπτώσεων όσον αφορά τους διαδόχους.

Α. Διάκριση μεταξύ διαδόχων εκμισθωτή

Στη μία πλευρά έχουμε αυτούς που διαδέχονται τον εκμισθωτή τόσο με κληρονομική διαδοχή όσο και με σύμβαση.

Σε ότι αφορά τους κληρονόμους του εκμισθωτή, υπεισέρχονται στις υποχρεώσεις του και δεν έχουν τη δυνατότητα να καταγγείλουν τη σύμβαση χρονομεριστικής μίσθωσης πριν από τη παρέλευση του χρόνου διαρκείας της, όπως έχει συμφωνηθεί.

Σε ότι πάλι, αφορά τους διαδόχους του εκμισθωτή που απέκτησαν το δικαίωμα τους με άλλο τρόπο και όχι με κληρονομική διαδοχή, τα δικαιώματα τους διαφοροποιούνται σε σχέση με αυτά που ισχύουν για τη συνήθη μίσθωση. Συγκεκριμένα, στη συνήθη σύμβαση μακροχρόνιας μίσθωσης η δέσμευση τους για μη καταγγελία της σύμβασης περιορίζεται στα τριάντα χρόνια, διάστημα το οποίο είναι πολύ μικρό σε σχέση με εκείνο που μπορεί να έχει συμφωνηθεί για μια σύμβαση χρονομεριστικής μίσθωσης, το οποίο μπορεί να φτάνει και στα εξήντα χρόνια. Αυτής της μορφής λοιπόν οι διάδοχοι, είτε στην περίπτωση που είναι φυσικά πρόσωπα είτε σε εκείνη που είναι εταιρίες, δεσμεύονται ως προς το δικαίωμα καταγγελίας το οποίο στερούνται, εφόσον υπεισέρχονται στις υποχρεώσεις του εκμισθωτή.

Επιπροσθέτως, τόσο οι καθολικοί όσο και οι ειδικοί διάδοχοι του εκμισθωτή δεν έχουν αξίωση για μισθώματα, τα οποία έχουν προκαταβληθεί στον δικαιοπάροχο τους, σύμφωνα με το άρθρο 1, παράγραφο 3, του νόμου 1652/1986. Με βάση το άρθρο αυτό υπάρχει μια σημαντική απόκλιση ως προς τον Α.Κ. 616 στον οποίο προβλέπεται ότι «προκαταβολές μισθωμάτων που έγιναν στον εκμισθωτή που εκποίηση είναι ανίσχυρες απέναντι στο νέο κτήτορα για μισθώματα πέρα από τρεις μήνες, που αρχίζουν από τότε που αυτός γνωστοποίησε στο μισθωτή την εκποίηση».

Εφόσον όμως η χρονομεριστική μίσθωση συνεχίζει να υφίσταται και να παράγει αποτελέσματα, θα ήταν λογικό ο διάδοχος του εκμισθωτή και ο νέος πλέον δανειστής να έχει τη δυνατότητα να το απαιτήσει από τον αρχικό εκμισθωτή, σε ότι αφορά το υπόλοιπο διάστημα, δεδομένου ότι αυτός πλέον αναλαμβάνει την εκπλήρωση των υποχρεώσεων απέναντι στους μισθωτές time sharing. Το θέμα αυτό επιλύει ο Α.Κ. με το άρθρο 614, το οποίο καθορίζει ότι η μεταβίβαση δικαιωμάτων και υποχρεώσεων, μέσα στις οποίες περιλαμβάνονται και αυτές που αποτελούν συνέπεια της χρονομεριστικής μίσθωσης,

επέρχεται με τη μεταβίβαση του εμπραγμάτου δικαιώματος της κυριότητας, εκτός εάν έγινε αντίθετη συμφωνία στο μισθωτήριο συμβόλαιο, πράγμα το οποίο δεν μας απασχολεί στην περίπτωση της χρονομεριστικής μίσθωσης.

Εάν βέβαια δεν έχει αποπληρωθεί το τίμημα, δηλαδή υπάρχουν ακόμα οφειλόμενες δόσεις μισθώματος, κατά τον χρόνο αυτό, θα πρέπει πλέον να καταβληθούν στον νέο κτήτορα, δεδομένου ότι περιλαμβάνονται στα δικαιώματα στα οποία αυτός υπεισέρχεται.²²²

B. Κληρονόμοι του μισθωτή

Όλα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, δεν ισχύουν σε ότι αφορά τους κληρονόμους του μισθωτή, δεδομένου ότι το άρθρο 1, παράγραφος 2 του νόμου 1652/1986, καθορίζει πως σε περίπτωση κληρονομικής διαδοχής εφαρμόζεται το άρθρο 612 του Α.Κ.

Μετά το θάνατο δηλαδή του μισθωτή οι κληρονόμοι του διατηρούν το δικαίωμα για καταγγελία της μίσθωσης, και αυτό πρέπει να γίνει πριν από τρεις τουλάχιστον μήνες και ισχύει για το τέλος του ημερολογιακού μήνα, όπως και στην περίπτωση της κοινής μίσθωσης. Δεδομένου πως η διάταξη του άρθρου 612 του Α.Κ. είναι ενδοτικού δικαίου, ο μισθωτής έχει τη δυνατότητα να παραιτηθεί από το δικαίωμα αυτό για λογαριασμό των κληρονόμων του. Θα πρέπει όμως η παραίτηση αυτή να περιλαμβάνεται ως ειδική ρήτρα στο μισθωτήριο συμβόλαιο.

Επιπλέον, καθορίζεται ότι οι κληρονόμοι αυτοί δεν έχουν το δικαίωμα να αναζητήσουν τα μισθώματα που προκαταβλήθηκαν. Η δυνατότητα δηλαδή καταγγελίας της σύμβασης χρονομεριστικής μίσθωσης, έχει περιορισμένη πρακτική χρησιμότητα, δεδομένου ότι, στις περισσότερες τουλάχιστον των περιπτώσεων, η διαδοχή θα επέλθει σε χρόνο μεταγενέστερο της αποπληρωμής του μισθώματος, εφόσον αυτή γίνεται υποχρεωτικά σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα μετά τη σύναψη της σύμβασης. Θα μπορούσε όμως να έχει σημασία για τους κληρονόμους οι οποίοι δεν έχουν ενδιαφέρον για τη χρονομεριστική χρήση της μονάδας ή δεν επιθυμούν να επιβαρύνονται με τις ετήσιες δαπάνες συντήρησης. Το δικαίωμα αυτό, ασκείται χωριστά από τους κληρονόμους, στη περίπτωση που αυτοί είναι περισσότεροι από ένα. Κάποιοι δηλαδή από αυτούς, είναι δυνατό να επιθυμούν να το διατηρήσουν ή άλλοι να το αποποιηθούν οπότε και δικαιούνται να ενεργήσουν αντίστοιχα.²²³

Συνοψία 3: Προστασία σε περίπτωση αναγκαστικής εκποίησης του ακινήτου

Όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, ισχύουν σε όλες τις περιπτώσεις εκούσιας εκποίησης του καταλύματος, το οποίο αποτελεί το αντικείμενο της σύμβασης χρονομεριστικής μίσθωσης. Όχι μόνο δηλαδή όταν η διαδοχή στο δικαίωμα επέρχεται ως συνέπεια κληρονομικής διαδοχής αλλά και κατόπιν πώλησης, δωρεάς, γονικής παροχής και μεταβίβασης σε τρίτο, άλλου εμπράγματου δικαιώματος.

Ο Α.Κ. μάλιστα, στο άρθρο 614, ορίζει πως εάν το εμπράγματο δικαίωμα που παραχωρήθηκε από τον εκμισθωτή στον τρίτο, δεν αποκλείει τη χρήση στο μισθωτή, ο τρίτος έχει επίσης την υποχρέωση να μη την παρακωλύει. Το αντίστοιχο ισχύει και όταν πρόκειται για αναγκαστική εκποίηση, όταν δηλαδή το ακίνητο κατακυρωθεί στον υπερθεματιστή με αναγκαστικό πλειστηριασμό. Ο υπερθεματιστής υπεισέρχεται στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του δικαιοπαρόχου του εκμισθωτή από τη στιγμή της μεταγραφής της εκποιητικής δικαιοπραξίας.

^{222,218} Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 512-515.

Με τη μεταβίβαση της κυριότητας μεταβιβάζονται και όλα τα εμπράγματα δικαιώματα, τα οποία θα παρακόλυαν τη χρήση του πράγματος από το μισθωτή, αλλά και η αρχική μίσθωση, με βάση την οποία ο μισθωτής συνεχίζει να διατηρεί το δικαίωμα στη χρήση του ακινήτου. Η μίσθωση δηλαδή δεν λύεται με την εκποίηση του ακινήτου και η δέσμευση του νέου κτήτορα είναι η ίδια με εκείνη του αρχικού εκμισθωτή, δεδομένου ότι υπεισέρχεται στη σχέση με τη μορφή ακριβώς που έχει κατά τη στιγμή της μεταβίβασης της κυριότητας. Όλα τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις του αρχικού εκμισθωτή μεταβιβάζονται ως είχαν, εκτός βέβαια αν υπήρχε αντίθετη συμφωνία μεταξύ τους, όπως προβλέπεται από το άρθρο 614 του Α.Κ.²²⁴

3.4.4.2. Προστασία μέσα από την προσαρμογή της νομοθεσίας μας στις διατάξεις της Οδηγίας 94/47/ΕΟΚ

Η νομοθεσία που αφορά τη χρονομεριστική μίσθωση προσαρμόστηκε μέσω του Π.Δ. 182/1999 στις διατάξεις της σχετικής κοινοτικής Οδηγίας. Παράλληλα με αυτό το προεδρικό διάταγμα, συνεχίζουν να ισχύουν και ο νόμος 1652/1986, η υπουργική απόφαση 9953/1987 και οι περί μισθώσεως πράγματος διατάξεις του Α.Κ. για όσα θέματα δεν ρυθμίζονται με τα ανωτέρω. Τα τελευταία χρόνια, τα άρθρα 2 και 11 του Π.Δ. 182/1999 τροποποιήθηκαν με το Π.Δ. 293/2001.

Το ειδικό περιεχόμενο του Π.Δ. 293/2001 περιλαμβάνει τα εξής:

Ορισμοί:

Το άρθρο 2 του Π.Δ. 293/2001 επαναλαμβάνει σε μεγάλο βαθμό, αυτούσιους τους ορισμούς των διαφόρων εννοιών. Όπως αναφέρονται στο κείμενο της Οδηγίας. Διαφοροποιείται μόνο στα σημεία που δεν συμβιβάζονται με την ελληνική νομοθεσία, με τρόπο όμως που να είναι μέσα στα πλαίσια των περιθωρίων τα οποία με την ευρύτητα της θέτει η Οδηγία. Πιο αναλυτικά, το άρθρο 2 καθορίζει τα παρακάτω:

- Ως «Σύμβαση» νοείται κάθε σύμβαση ή ομάδα συμβάσεων, που αφορά άμεσα ή έμμεσα την απόκτηση δικαιώματος χρήσης ενός ή περισσότερων ακινήτων υπό το καθεστώς χρονομεριστικής μίσθωσης. Με τη σύμβαση αυτή, η οποία θα πρέπει αν συνάπτεται τουλάχιστον για τρία χρόνια, έναντι συνολικού τιμήματος, άμεσα ή έμμεσα, γεννάται ή μεταβιβάζεται ή αναλαμβάνεται η υποχρέωση να μεταβιβαστεί δικαίωμα χρησιμοποίησης ενός ή περισσότερων ακινήτων για περίοδο του έτους, είτε καθορισμένη είτε που μπορεί να καθοριστεί, η οποία δεν θα πρέπει να είναι μικρότερη από μια εβδομάδα.
- Ως «ακίνητο νοείται κάθε ακίνητο που χαρακτηρίζεται ως τουριστικό κατάλυμα, εφόσον πληροί τους όρους και προϋποθέσεις της νομοθεσίας, όπως και κάθε κτίριο ή μέρος κτιρίου που προορίζεται για διαμονή, στο οποίο αφορά το δικαίωμα που αποτελεί αντικείμενο της σύμβασης και το οποίο μπορεί να υπαχθεί στην κατηγορία του «τουριστικού καταλύματος». Ο ορισμός αυτός διαφοροποιείται από αυτόν της οδηγίας, διότι ο άνωθεν περιορίζει τα ακίνητα που μπορούν να λειτουργήσουν με το σύστημα της χρονομεριστικής μίσθωσης μόνον στα τουριστικά καταλύματα, κατά

²²⁴ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 516.

την οδηγία όμως μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τον σκοπό αυτό οποιοδήποτε ακίνητο που προορίζεται για κατοικία.

- Ως «πωλητής» χαρακτηρίζεται κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο κατά τις συναλλαγές που καλύπτει το συγκεκριμένο διάταγμα και στα πλαίσια της επαγγελματικής του δραστηριότητας, συνιστά, μεταβιβάζει ή αναλαμβάνει την υποχρέωση να μεταβιβάσει το δικαίωμα που αποτελεί αντικείμενο της σύμβασης.
- Ως «αγοραστής», θεωρείται κάθε φυσικό πρόσωπο, στο οποίο μεταβιβάζεται το δικαίωμα το οποίο αποτελεί αντικείμενο της σύμβασης ή υπέρ του οποίου γεννάται το παραπάνω δικαίωμα, εφόσον το πρόσωπο αυτό ενεργεί στα πλαίσια των συναλλαγών όπως καθορίζονται από το Π.Δ. 293/2001.

Το περίεργο που παρατηρείται στους παραπάνω ορισμούς, είναι ότι γίνεται η χρήση των όρων «πωλητής» και «αγοραστής» αντί των ορθών, σύμφωνα με το δίκαιο μας αλλά και με το ίδιο Π.Δ., «εκμισθωτής» και «μισθωτής». Να υπενθυμίσουμε πως δεν γίνεται να συμφωνηθεί χρονομερισμός με τη μορφή της σύμβασης πώλησης και τη σύσταση κάποιου εμπράγματος δικαιώματος και στην περίπτωση κατά την οποία συμβεί κάτι τέτοιο θα πρόκειται για σύσταση κάποιου διαφορετικού δικαιώματος, το οποίο δεν θα υπάγεται στην ειδική νομοθεσία, τη σχετική με τη χρονομεριστική μίσθωση.

Φαίνεται λοιπόν, ότι τόσο η Οδηγία όσο και το Π.Δ. ενώ δέχονται ότι ο πωλητής μπορεί να είναι και νομικό πρόσωπο, δεν αντιμετωπίζουν με τον ίδιο τρόπο τον καταναλωτή. Δεν προβλέπεται δηλαδή άμεσα ότι μπορεί να είναι και αυτός νομικό πρόσωπο, παρά το γεγονός ότι μπορεί αυτό να συμβαίνει, Συγκεκριμένα, υπάρχουν περιπτώσεις «χονδρικής» χρονομεριστικής μίσθωσης ξενοδοχείων, τα οποία στη συνέχεια υπεκμισθώνουν στους επί μέρους χρήστες, όπως επίσης εμπορικών επιχειρήσεων που αποκτούν time sharing για χρήση των στελεχών τους.

Εν κατακλείδι, ένα σημείο στο οποίο το Π.Δ. 293/2001 διαφοροποιείται σε σχέση με την Οδηγία είναι ότι ενώ η Οδηγία προσδιορίζει ότι το φυσικό πρόσωπο που θεωρείται ως αγοραστής θα πρέπει να ενεργεί για σκοπούς που δεν υπεισέρχονται στα πλαίσια της επαγγελματικής του δραστηριότητας, το στοιχείο αυτό δεν έχει περιληφθεί στο ελληνικό Π.Δ. το οποίο περιορίζεται στο να ορίζει ότι ένα πρόσωπο έχει την ιδιότητα του αγοραστή, εφόσον ενεργεί στα πλαίσια των συναλλαγών του παρόντος Π.Δ.²²⁵

Σύναψη της σύμβασης:

Η Οδηγία 94/47/ΕΟΚ δεν αναφέρεται στον τύπο τον οποίο θα πρέπει να περιβάλλεται η σύμβαση, αφήνοντας έτσι το σχετικό προσδιορισμό στα επιμέρους κράτη – μέλη. Στην Ελλάδα, το Π.Δ. 293/2001 καθορίζει ότι η σύμβαση χρονομεριστικής μίσθωσης συντάσσεται υποχρεωτικά συμβολαιογραφικά και υποβάλλεται σε μεταγραφή. Το περιεχόμενο της πρέπει να περιλαμβάνει τουλάχιστον τα στοιχεία που καθορίζονται από την Οδηγία. Η γλώσσα στην οποία συντάσσεται, καθώς και το έγγραφο με συγκεκριμένες πληροφορίες, το οποίο πρέπει να παραδίδει ο αγοραστής σε κάθε ενδιαφερόμενο, πρέπει να συντάσσεται καταρχάς στην ελληνική γλώσσα. Επιπρόσθετα, θα πρέπει α συντάσσεται και σε μια ακόμη γλώσσα, η οποία επιλέγεται από τον αγοραστή και μπορεί να είναι η γλώσσα είτε του κράτους μέλους στο οποίο κατοικεί, είτε εκείνου του οποίου είναι υπήκοος.

²²⁵ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 517-519.

Το ελληνικό κράτος έκανε χρήση της δυνατότητας που παρέχει η Οδηγία, στο άρθρο 4, να καθορίσει ως υποχρεωτική και την ελληνική γλώσσα παράλληλα με αυτές που προβλέπονται από την Οδηγία, δηλαδή εναλλακτικά αυτές της κατοικίας ή της ιθαγενείας του αγοραστή.

Ο πωλητής του ακινήτου έχει την υποχρέωση να παραδώσει στον αγοραστή αντίγραφο της σύμβασης ή του δεσμευτικού προσυμφώνου, ως χωριστό έντυπο, το οποίο θα περιέχει με σαφήνεια και ευανάγνωστους χαρακτήρες, πληροφορίες σχετικά με τα δικαιώματα καταγγελίας της σύμβασης και υπαναχώρησης από αυτή, το όνομα του προσώπου στο οποίο πρέπει να κοινοποιηθεί η ενδεχόμενη καταγγελία ή υπαναχώρηση και τον προσδιορισμό του τρόπου με τον οποίο μπορεί να γίνει η κοινοποίηση. Επίσης, θα πρέπει να δοθούν πληροφορίες σχετικά με την ακριβή ένδειξη της φύσης και του ύψους των εξόδων που οφείλει να καταβάλει ο αγοραστής, εάν ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης του. Τέλος, είναι σημαντικό να δοθούν πληροφορίες για τον τρόπο καταγγελίας της σύμβασης πίστωσης, που συνδέονται με τη σύμβαση σε περίπτωση καταγγελίας της ή υπαναχώρησης από αυτή. Το αντίγραφο της σύμβασης ή του δεσμευτικού προσυμφώνου θα πρέπει να συνοδεύεται από υπόδειγμα δήλωσης υπαναχώρησης.

Εάν η γλώσσα στην οποία συντάχθηκε η σύμβαση ή το δεσμευτικό προσύμφωνο διαφέρουν από τη γλώσσα του κράτους, στο οποίο βρίσκεται το ακίνητο, ο πωλητής οφείλει να παραδώσει στον αγοραστή και πιστή μετάφραση της σύμβασης ή του δεσμευτικού προσυμφώνου στη γλώσσα ή σε μια από τις επίσημες γλώσσες της Κοινότητας του κράτους – μέλους όπου βρίσκεται το ακίνητο.²²⁶

Υποχρέωση του πωλητή για πληροφόρηση:

Ο πωλητής έχει την υποχρέωση να παραδίδει σε κάθε πρόσωπο που ζητά πληροφορίες, ένα έγγραφο το οποίο εκτός από τη γενική περιγραφή του ακινήτου, πρέπει να περιέχει και σύντομες αλλά ακριβείς πληροφορίες, τουλάχιστον για τα στοιχεία τα οποία επιβάλλει η Οδηγία. Ειδικότερα, επαναλαμβάνονται τα στοιχεία που αφορούν την ταυτότητα των συμβαλλομένων, την ακριβή δύση του δικαιώματος, την περιγραφή του ακινήτου και της θέσης του και τα πρόσθετα στοιχεία που είναι απαραίτητα στην περίπτωση που το ακίνητο δεν έχει αποπερατωθεί. Επίσης, χρειάζεται να οριστεί το ακριβές χρονικό διάστημα κατά το οποίο μπορεί να ασκήσει το δικαίωμα του ο αγοραστής, το τίμημα που θα πρέπει να καταβάλει για να το ασκήσει καθώς και πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα καταγγελίας της σύμβασης και υπαναχώρησης του από αυτή.²²⁷

Δικαίωμα υπαναχώρησης και καταγγελία

Ο «αγοραστής» έχει σύμφωνα και με την εσωτερική νομοθεσία, τα δικαιώματα αφενός της υπαναχώρησης χωρίς μνεία του λόγου, ο οποίος τον ώθησε στην νέα αυτή απόφαση και αφετέρου τόσο σε καταγγελία όσο και σε υπαναχώρηση για συγκεκριμένο όμως λόγο. Η τυπική διαφορά ανάμεσα στην πρώτη και στη δεύτερη μορφή υπαναχώρησης συνίσταται ουσιαστικά στο χρονικό διάστημα μέσα στο οποίο μπορούν να ασκηθούν.

Συγκεκριμένα, ο αγοραστής έχει τη δυνατότητα να ανατρέψει τα αποτελέσματα της σύμβασης χρονομεριστικής μίσθωσης την οποία σύναψε και χωρίς κάποιο ιδιαίτερο λόγο, απλώς επειδή άλλαξε γνώμη. Στην περίπτωση όμως αυτή, έχει στη διάθεση του μόνο δέκα

²²⁶ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 520-521.

²²⁷ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 521.

ημέρες από την παράδοση του αντιγράφου της σύμβασης ή του δεσμευτικού προσυμφώνου και του χωριστού εντύπου προβλέπει το Π.Δ. 293/2001, στο άρθρο 1.

Εάν δεν το κάνει αυτό, η σύμβαση θεωρείται πλέον δεσμευτική για αυτόν, εφόσον βέβαια έχουν τηρηθεί οι προϋποθέσεις που προβλέπονται από την οδηγία και το Π.Δ., δηλαδή εφόσον του χορηγηθούν όλες οι πληροφορίες που είναι απαραίτητες.

Υπάρχει όμως και η περίπτωση στην οποία μπορεί να μην έχει παραδοθεί στον αγοραστή το παραπάνω χωριστό έντυπο, οπότε η δεκαήμερη προθεσμία υπαναχώρησης αρχίζει τρεις μήνες, αφότου του παραδοθεί αντίγραφο της σύμβασης ή του δεσμευτικού προσυμφώνου. Εάν δεν του παρασχεθούν όλες οι απαραίτητες πληροφορίες ούτε μέσα στους τρεις μήνες από την υπογραφή της σύμβασης ή του δεσμευτικού προσυμφώνου έχει πλέον το δικαίωμα να καταγγείλει τη σύμβαση. Εάν όμως μέσα σε αυτό το τρίμηνο του παρασχεθούν οι πληροφορίες αυτές, από τη στιγμή αυτή έχει την δεκαήμερη προθεσμία υπαναχώρησης.

Τόσο η υπαναχώρηση όσο και η καταγγελία πρέπει να γίνουν με έγγραφη δήλωση βεβαίας χρονολογίας και μάλιστα με συστημένη επιστολή ή άλλο αντίστοιχο μέσο, πριν από τη λήξη της προθεσμίας, προς το πρόσωπο που ορίζεται στη σύμβαση για το σκοπό αυτό, Εάν τυχόν το τίμημα καλύπτεται από πίστωση, η δήλωση βεβαίας χρονολογίας θα πρέπει να κοινοποιηθεί και προς τον τρίτο, ο οποίος παρέχει την πίστωση.

Εάν ο αγοραστής ασκήσει το δικαίωμα της υπαναχώρησης χωρίς μνεία λόγου, έχει την υποχρέωση να καταβάλει μόνο τα έξοδα που προέκυψαν από τη σύναψη της σύμβασης ή του προσυμφώνου και την υπαναχώρηση από αυτά. Τα έξοδα αυτά αντιστοιχούν σε πράξεις που πρέπει οπωσδήποτε να έχουν πραγματοποιηθεί πριν από το τέλος της δεκαήμερης προθεσμίας. Θα πρέπει δε να αναφέρονται ρητά στη σύμβαση και να μην ξεπερνούν σε καμία περίπτωση το 3% του τιμήματος που συμφωνήθηκε. Εάν όμως ο αγοραστής ασκήσει το δικαίωμα της καταγγελίας για τους γνωστούς πλέον λόγους δεν υποχρεούται σε καμία καταβολή.

Πρέπει να τονιστεί πως πριν τη λήξη της προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος καταγγελίας και υπαναχώρησης δεν επιτρέπεται μεταγραφή και ακόμη ότι απαγορεύεται κάθε πληρωμή προκαταβολής από τον αγοραστή εκτός από τα έξοδα που προέκυψαν από τη σύναψη της σύμβασης ή του προσυμφώνου.

Υπάρχει επίσης η περίπτωση, μέρος ή και σύνολο του τιμήματος να καλύπτεται από πίστωση που χορηγείται στον αγοραστή είτε από τον πωλητή είτε από τον τρίτο, μετά από συμφωνία μεταξύ τρίτου και του πωλητή. Στις περιπτώσεις αυτές, εφόσον ο αγοραστής ασκήσει τα δικαιώματα του καταγγελίας ή υπαναχώρησης από τη σύμβαση, καταγγέλλεται αυτοδίκαια και η σύμβαση πίστωσης, χωρίς καταβολή αποζημίωσης, σύμφωνα με τις διατάξεις του Α.Κ.

Τέλος, να σημειωθεί πως κάθε ρήτρα με την οποία ο αγοραστής παραιτείται από την άσκηση των παραπάνω δικαιωμάτων του, θεωρείται άκυρη. Το ίδιο ισχύει και σε ότι αφορά τις ρήτρες με τις οποίες απαλλάσσεται ο πωλητής από τις ευθύνες οι οποίες απορρέουν από αυτό.²²⁸

²²⁸ Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Δ' εκδ. Σάκκουλας, 2009, σ. 522-524.

3.5. Σύμβαση Ξενίας- Υποχρεώσεις Πελάτη προς τον Ξενοδόχο

3.5.1. Η έννοια της σύμβασης Ξενίας

Η σύμβαση Ξενίας όπως θα δούμε και παρακάτω αποτελεί τη συμφωνία μεταξύ του ξενοδόχου και του πελάτη, και αφορά κυρίως στις υποχρεώσεις που προκύπτουν, μέσω της σύμβασης, από τον πελάτη προς τον ξενοδόχο. Αν και η σύμβαση αυτή αναλύει περισσότερο ζητήματα προστασίας του ξενοδόχου από τον εκάστοτε πελάτη, από τη δική του σκοπιά, ωστόσο κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί, καθώς οι απαιτήσεις του ξενοδόχου είναι παράλληλα και υποχρεώσεις των πελατών, συνεπώς οφείλουν να γνωρίζουν κάποιες σπουδαίες περιπτώσεις γεγονότων και πως αυτές αντιμετωπίζονται.

Ορισμός Ξενοδοχειακής Σύμβασης

Ξενοδοχειακή Σύμβαση είναι η συμφωνία με την οποία ο ξενοδόχος αναλαμβάνει την υποχρέωση έναντι του διοργανωτή ταξιδίων να προσφέρει ξενοδοχειακές υπηρεσίες σε συγκεκριμένο αριθμό τουριστών εντός μιας ή και περισσότερων τουριστικών περιόδων.

Ο ορισμός αυτός συναντάται στο άρθρο 1 του Κώδικα Συμπεριφοράς που διέπει τις σχέσεις μεταξύ των ταξιδιωτικών πρακτόρων και ξενοδόχων στην Ε.Ε που υπογράφηκε μεταξύ της HORTEC και της ECTAA στις Βρυξέλλες την 10/1/1996. Στην ελληνική νομοθεσία συναντάται μια αποσπασματική ρύθμιση των θεμάτων της ξενοδοχειακής σύμβασης στα άρθρα 11, 12, 13 του Κανονισμού των Σχέσεων Ξενοδόχων και Πελατών.

Από νομικής φύσεως, πρόκειται για μια ενοχική, αμοτεροβαρή και διαρκή σύμβαση που καταρτίζεται γραπτά. Η σύμβαση εμφανίζεται για την επίτευξη των διαφορετικών συμφερόντων της κάθε πλευράς. Αναγνωρίζεται στον διοργανωτή το δικαίωμα να παραχωρεί κλίνες με βάση το άρθρο 593 ΑΚ, οπότε τους παρέχει το δικαίωμα για χρήση του δωματίου και των λοιπών υπηρεσιών έναντι της κατάλληλης αμοιβής βέβαια. Οι πελάτες έχουν την ευθύνη να εκπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους στον ξενοδόχο.

Εισαγωγικές παρατηρήσεις

Από νομικής απόψεως, η σύμβαση ξενία συνιστά μεικτή σύμβαση στην οποία προέχει κυριαρχικά ο χαρακτήρας της μισθώσεως πράγματος-υπηρεσίας σε συνδυασμό με την θεωρία της απορροφήσεως να εφαρμόζονται πάνω σε αυτήν οι σχετικές διατάξεις των άρθρων 574 του ΑΚ.

Τα ζητήματα που προκύπτουν μέσω της σύμβασης είναι ποικίλα και χρήζουν ιδιαίτερης αντιμετώπισης. Οι προαναφερθέντες διατάξεις του ΑΚ δεν είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν πλήρως και επαρκώς τέτοιου είδους ζητήματα. Για αυτό το λόγο θα ασχοληθούμε με μερικά από αυτά, τα πιο σημαντικά.

Ζητήματα όπως η αποζημίωση του ξενοδόχου σε περίπτωση που ο πελάτης αποχωρήσει, ή σε περίπτωση νόσου ή θανάτου του πελάτη, οι υπερκρατήσεις (overbooking), η έξωση όπως και οι λόγοι αυτής, οι έλεγχοι των τιμών που οι καταλυματικές επιχειρήσεις εφαρμόζουν, η

ευθύνη του ξενοδόχου για τα εισκομισθέντα και η εκποίηση του νόμιμου ενεχύρου επί των εισκομισθέντων, είναι αυτά τα οποία θα προσπαθήσουμε να ερμηνεύσουμε και παράλληλα να αντιμετωπίσουμε νομοθετικά.

Η έννοια του ξενοδόχου και του πελάτη

Ως ξενοδόχος, σύμφωνα με την ειδική ξενοδοχειακή νομοθεσία, ορίζεται το πρόσωπο στο όνομα του οποίου εκδίδεται το σήμα λειτουργίας της ξενοδοχειακής επιχείρησης, ανεξάρτητα από την ειδικότερη μορφή της. Ουσιαστικά ξενοδόχος είναι το πρόσωπο που κατ' επάγγελμα παρέχει κατάλυμα στο ξενοδοχείο του σε όσους το ζητήσουν, ανεξάρτητα από το εάν προσφέρει ή όχι επιπλέον και τροφή.

Η έννοια του πελάτη από την άλλη μεριά δεν προκύπτει με σαφήνεια από την Ξενοδοχειακή νομοθεσία ούτε από τον Αστικό Κώδικα. Ουσιαστικά ο πελάτης είναι κάθε πρόσωπο που προσέρχεται στο ξενοδοχείο και ζητά κατάλυμα, χωρίς να μας ενδιαφέρει η χρονική διάρκεια για την οποία έχει πρόθεση να το χρησιμοποιήσει. Δεν θεωρούνται συνεπώς ως πελάτες, ως προς την ευθύνη του ξενοδόχου, όσοι επισκέπτονται πελάτες του ξενοδοχείου ή φιλοξενοούνται από τον ίδιο τον ξενοδόχο ή απλά συμμετέχουν σε γεύμα του εστιατορίου ή σε αθλητικές- ψυχαγωγικές και άλλες δραστηριότητες των χώρων αναψυχής του ξενοδοχείου.

Σημαντικό είναι να τονιστεί πως η πραγματική παραμονή στο ξενοδοχείο δεν είναι απαραίτητη ώστε να χαρακτηριστεί ένα πρόσωπο ως πελάτης. Εάν δηλαδή νοικιάσει ένα δωμάτιο στο οποίο τελικά δεν διαμείνει ή δεν διανυκτερεύσει δεν παύει να υφίσταται την ιδιότητα του πελάτη. Αυτό που είναι απαραίτητο ώστε να θεωρηθεί κάποιος ως πελάτης, είναι η ρητή ή σιωπηρή αποδοχή του πελάτη εκ μέρους του ξενοδόχου, η οποία συνεπάγεται και την αυτόματη αποδοχή των «εισκομιζόμενων» πραγμάτων. Επίσης, δεν είναι απαραίτητο να έχει καταλύσει στο ξενοδοχείο ο πελάτης για να έχει την ιδιότητα αυτή και τα δικαιώματα που συνεπάγονται αυτής. Αν λόγω χάρη κλείσει ένα δωμάτιο είτε τηλεφωνικά είτε ηλεκτρονικά είτε με οποιοδήποτε άλλο τρόπο, και αποστείλει τα πράγματα του πριν από την άφιξη του, η ευθύνη του ξενοδόχου υπάρχει σύμφωνα με τον Α.Κ.

Τέλος, η ιδιότητα του πελάτη διατηρείται έως ότου τερματισθεί η σύμβαση, είτε ρητά είτε σιωπηρά, πράγμα που συνήθως γίνεται με την αποχώρηση του. Αυτό έχει ως συνέπεια, σε περίπτωση που λησμονήσει ορισμένα πράγματα στο δωμάτιο του ή σε χώρους του ξενοδοχείου κατά την οριστική αποχώρηση του από αυτό, η τυχόν ζημία ή απώλεια τους να μην καλύπτονται από την ειδική ευθύνη του ξενοδόχου. Σε αντίθετη περίπτωση, αν γίνεται λόγος για πράγματα που δόθηκαν για φύλαξη και στη συνέχεια λησμονήθηκαν, υπάρχει ευθύνη του ξενοδόχου που είχε αποδεχθεί τη φύλαξη τους, σύμφωνα με άλλες διατάξεις που αναφέρονται σε παρακαταθήκες, εντολές κ.α.²²⁹

3.5.2. Αιφνίδια αποχώρηση πελάτη

Πολύ συχνά συναντάται το φαινόμενο να αποχωρήσει ξαφνικά ο πελάτης από το ξενοδοχείο χωρίς να έχει εξοφλήσει το λογαριασμό του. Στην περίπτωση αυτή ο ξενοδόχος δικαιούται να παρακρατήσει όλα τα πράγματα ανεξαιρέτως τα οποία είτε ο πελάτης έχει φέρει στο ξενοδοχείο είτε έχουν παραδοθεί στον ξενοδόχο, έναντι της οφειλής του πελάτη η οποία

²²⁹ Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, Τουριστικό Δίκαιο, Β' εκδ., Σάκκουλα, 1997, σ. 112-113.

απορρέει από την παραμονή του στο ξενοδοχείο και αφορά παροχές που σχετίζονται με την παραμονή αυτή.

Παράλληλα όμως, ο ξενοδόχος οφείλει να ειδοποιήσει σχετικά μέσα σε 24 ώρες την πλησιέστερη αστυνομική αρχή με έγγραφο, στο οποίο θα πρέπει να περιγράφονται συνοπτικά τα αντικείμενα που παρακρατήθηκαν.

Μέσα σε πέντε μέρες από την παρακράτηση, ο πελάτης δικαιούται να ζητήσει από τον ειρηνοδίκη της περιφέρειας του ξενοδοχείου ακόμα και προφορικά και ανεξάρτητα από την αξία των παρακρατηθέντων, την απόδοση τους, αποδεικνύοντας την εξόφληση του λογαριασμού του. Η απόδειξη αυτή μπορεί να γίνει με τον εξοφλημένο λογαριασμό αλλά και με τα βιβλία του ξενοδόχου, τα οποία αυτός είναι υποχρεωμένος να προσκομίσει στον ειρηνοδίκη κατά τη συζήτηση. Τέλος, μπορεί να αποδειχθεί επίσης η εξόφληση και με όρκο που μπορεί να επιβληθεί στον ξενοδόχο. Εάν ο ειρηνοδίκης κυρώσει την παρακράτηση, παρέχει προθεσμία μέχρι ένα μήνα για την εξόφληση του λογαριασμού.

Εάν ο πελάτης δεν προσφύγει στον ειρηνοδίκη μέσα σε δέκα πέντε μέρες από την παρακράτηση, ο ξενοδόχος είναι υποχρεωμένος να καταθέσει τα πράγματα αυτά στην αστυνομική αρχή, προς την οποία είχε γίνει η ειδοποίηση, και αυτή προβαίνει στην εκποίηση τους με όποιον τρόπο κρίνει ως προσφορότερο και γενικά ωφελιμότερο. Από το προϊόν της εκποίησης πρώτα εξοφλείται ο ξενοδόχος για την απαίτηση του και τα έξοδα που έγιναν. Το ποσό που περισσεύει, είτε αποδίδεται στον πελάτη είτε κατατίθεται από την αστυνομική αρχή στο Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων στο όνομα του πελάτη.

Εάν αντίθετα το τίμημα δεν επαρκέσει για την κάλυψη της οφειλής και των εξόδων, ο ξενοδόχος διατηρεί ακέραια τα δικαιώματα του κατά του πελάτη του. Εάν όμως ο ξενοδόχος παρακρατήσει πράγματα πελάτη του χωρίς να υπάρχουν οι προϋποθέσεις που προβλέπει ο νόμος και χωρίς να τηρηθούν οι παραπάνω όροι, τιμωρείται για υπεξαίρεση.²³⁰

3.5.3. Νόσος ή θάνατος πελάτη

Συχνά ο ξενοδόχος βρίσκεται στην δυσάρεστη θέση να προβεί σε δαπάνες ή να υποστεί γενικά ζημιά, λόγω μολυσματικής ή μεταδοτικής ασθένειας του πελάτη του, ή παραφροσύνης του ή ακόμη και θανάτου ή αυτοκτονίας του.

Το άρθρο 21 του Κανονισμού ορίζει ότι σε περίπτωση ασθένειας από μολυσματική ή μεταδοτική νόσο ή παραφροσύνης ή θανάτου ή αυτοκτονίας πελάτη μέσα στο ξενοδοχείο, ο ξενοδόχος δικαιούται αποζημίωση εκ μέρους του πελάτη ή των δικαιούχων αυτού, για τις δαπάνες ή τις ζημιές που υπέστη. Ωστόσο, το ύψος της αποζημίωσης καθορίζεται μέσω αποφάσεως του Γενικού Γραμματέα του ΕΟΤ.

Στο σημείο αυτό γεννιέται το ερώτημα : «Ποιο είναι το ακριβές νόημα της διάταξης περί καθορισμού της αποζημίωσης από τη διοίκηση και επίσης αν ή πότε μια τέτοια διάταξη που χαρακτηρίζεται ως αντισυνταγματική ως προς την υποκατάσταση παροχής έννομης προστασίας από τα δικαστήρια με την διοικητική πράξη, είναι εφικτό να εφαρμοστεί στην πράξη.»

²³⁰ Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, Τουριστικό Δίκαιο, Β' εκδ., Σάκκουλα, 1997, σ. 108-109.

Μέσα σε όλα αυτά, ο όρος αποζημίωση πρέπει να περιλαμβάνει και τον όρο δαπάνες, διότι ο συντάκτης του κανονισμού δεν είχε επίγνωση της διάκρισης. Ο ξενοδόχος διατηρεί το δικαίωμα αποκατάστασης των δαπανών και των ζημιών του. Η απαίτηση αυτή ασκείται και ικανοποιείται σύμφωνα με τις γενικές διατάξεις(διοίκηση αλλότριων, ΑΚ 730). Σε αυτό δεν θέτει εμπόδιο η διάταξη, που ορίζει τον καθορισμό της αποζημίωσης από τον ΕΟΤ. Τη διάταξη μπορεί κανείς να εννοήσει σε σχέση μόνο με την ανάγκη παροχής αποδεικτικών διευκολύνσεων στον ξενοδόχο ως προς την ύπαρξη και το μέγεθος των απαιτήσεων του, αλλά και με την ανάγκη εξασφάλισης των συμφερόντων των υποχρεών από υπερβολικές αποτιμήσεις των δαπανών και ζημιών εκ μέρους του ξενοδόχου. Ο ξενοδόχος είναι υποχρεωμένος να υποβάλλει πίνακα δαπανών και ζημιών από το συγκεκριμένο συμβάν με τη συνοδεία των αιτιολογιών τους και να ζητήσει έγκριση του αιτούμενου ποσού αποκατάστασης από τον ΕΟΤ. Έτσι, το ποσό της αποζημίωσης καθορίζεται ουσιαστικά από τον Γενικό Γραμματέα του ΕΟΤ, όπως αναφέρεται στο άρθρο 21 του Κανονισμού. Ο αυθαίρετος όμως, χωρίς αιτιολογίες και ακρόαση του ενδιαφερομένου ξενοδόχου, καθορισμός του ποσού της αποζημίωσης, είναι προφανές ότι καθιστά την εκδιδόμενη διοικητική πράξη παράνομη και για αυτό το λόγο ακυρωτέα. Με δεδομένη την έγκριση, ο ξενοδόχος είναι ικανός να ασκήσει τις απαιτήσεις του κατά τις γενικές διατάξεις αφήνοντας τους υπόχρεους το βάρος της απόδειξης, ότι οι προς αποκατάσταση δαπάνες και ζημιές ήταν μικρότερες των αιτούμενων.

Εν τούτοις, η νομιμότητα των διατάξεων του άρθρου 21 παραμένει προβληματική, διότι παραμένουν σε απλή διοικητική πράξη, δηλαδή δεν μπορεί να εισχωρήσει σε πεδία ισχύος τυπικών νόμων, παρά την ακύρωσή της με νόμο. Όμως, οι διατάξεις αυτές λειτουργούν για το συμφέρον του ξενοδόχου και ενόψει της κρατούσας νομολογιακής άποψης, που δέχεται μάλλον στις κυρωθείσες με νόμο διοικητικές πράξεις ισχύ τυπικού νόμου, μπορεί να παραμείνει κάποιος σε αυτές. Στην εφαρμογή πρέπει να τονιστούν οι ερμηνευτικές ως άνω παρατηρήσεις, ώστε σε κάθε περίπτωση ο ξενοδόχος να στραφεί εναντίον του υπαίτιου της ζημίας προσώπου και κατά τις γενικές διατάξεις, όταν ο διοικητικός καθορισμός της αποζημίωσης του δεν τον ικανοποιεί, βαρυνόμενος ασφαλώς τότε με το αντίστοιχο βάρος της απόδειξης.

Τελικά, μια πιο ασφαλής σχετική ρύθμιση θα μπορούσε να γίνει μόνο με τυπικό νόμο και με το ακόλουθο περιεχόμενο. «Σε περίπτωση ασθένειας του πελάτη από μολυσματική ή μεταδοτική νόσο ή θανάτου ή αυτοκτονίας πελάτη στους χώρους του ξενοδοχείου, ο ξενοδόχος έχει το δικαίωμα να απαιτήσει από τον πελάτη ή τους καθολικούς διαδόχους του την αποκατάσταση των δαπανών και ζημιών του από το συμβάν, ύστερα από τον έλεγχο και την έγκριση του αιτούμενου ποσού από τη Γενική Γραμματεία Τουρισμού. Η έγκριση ή όχι του ποσού πρέπει να πραγματοποιηθεί εντός δύο μηνών από την επομένη του συμβάντος και αν δοθεί η έγκριση επέρχεται αντιστροφή του βάρους της απόδειξης. Η τυχόν εκδοθείσα δικαστική απόφαση κηρύσσεται προσωρινά εκτελέσιμη. Ο ξενοδόχος από την αρχή ή επί μη εγκρίσεως μπορεί να ασκήσει τα δικαιώματά του κατά τις γενικές διατάξεις.»²³¹

²³¹ Σ.Δ. Ψυχομάνης, *Τουριστικό Δίκαιο, Ερμηνευτικά και νομοθετικά ζητήματα και προτάσεις*, εκδ. Σάκκουλα, 2003, σ.81-83.

3.5.4. Οι υπερκρατήσεις

Το άρθρο 10 του κανονισμού σχέσεων ξενοδόχων και πελατών αυτών που τέθηκε σε ισχύ με την απόφαση 503007/1976 του γενικού γραμματέα του ΕΟΤ και κυρώθηκε με το άρθρο 8 του ν.1652/1986, συμπληρώνεται ως ακολούθως: «Σε κάθε περίπτωση μεταφορά πελάτη σε άλλο ξενοδοχείο λόγω υπερκρατήσεων ο ξενοδόχος υποχρεούται να αποκαταστήσει την ηθική βλάβη του πελάτη με το ποσό τουλάχιστον των 500 ευρώ και αν το άλλο ξενοδοχείο δεν πληροί τις ίδιες με το δικό του προϋποθέσεις είτε ο πελάτης αποδεχθεί τη διαμονή του σ αυτό είτε όχι, ο ξενοδόχος ευθύνεται σε χρηματική ικανοποίηση του πελάτη για ηθική βλάβη με το σύνολο της αξίας της προβλεπόμενης διαμονής στο δικό του ξενοδοχείο. Αν όμως ο ξενοδόχος αφήσει τον πελάτη άστεγο, ευθύνεται σε ικανοποίηση της ηθικής του βλάβης τουλάχιστον με το τριπλάσιο της ως άνω αξίας. Περαιτέρω αξιώσεις κατά τις γενικές διατάξεις ή για μείζονα ποσά δεν αποκλείονται. Επί επανειλημμένων παραβάσεων σε άτομα ή ομάδες ανακαλείται η άδεια λειτουργίας του ξενοδοχείου.

Ο ξενοδόχος είναι υποχρεωμένος να εξασφαλίσει τη διαμονή των πελατών σε το λιγότερο σε άλλο ξενοδοχείο ίδιας κατηγορίας και με ακριβώς τις ίδιες συνθήκες και υπηρεσίες στην ίδια περιοχή, με την οικονομική επιβάρυνση του ιδίου για τη μεταφορά και την επιπλέον αξία της διαμονής. Σε κάθε άλλη περίπτωση, είναι υποχρεωμένος να αποζημιώσει τον πελάτη με τη συνολική αξία της συμφωνημένης διαμονής του στο δικό του ξενοδοχείο και επιπρόσθετα, σύμφωνα με τη διάταξη της παραγράφου 5^α του άρθρου 4 ν.2160/1993, μπορεί να του επιβληθεί από τη Γενική Γραμματεία Τουρισμού χρηματικό πρόστιμο 300 ευρώ για κάθε τέτοια παράβαση.

Αρχικά, η ρύθμιση αυτή εμφανίζει τα ίδια προβλήματα με κάθε διοικητική ρύθμιση που κυρώνεται με νόμο. Η κύρωση αδυνατεί να καλύψει ελαττώματα της διοικητικής πράξης. Παρ' όλα αυτά, η ρύθμιση κινείται στη σωστή κατεύθυνση και ενδείκνυται να παραμείνει αναγόμενη σε διάταξη τυπικού νόμου. Είναι υποχρεωτική η εξής συμπλήρωση : «Ο ξενοδόχος σε κάθε περίπτωση μεταφοράς πελάτη σε άλλο ξενοδοχείο λόγω υπερκρατήσεων είναι υποχρεωμένος να αποκαταστήσει την ηθική βλάβη του πελάτη με το ελάχιστο ποσό των 1000 ευρώ, και σε περίπτωση που το άλλο ξενοδοχείο δεν πληροί τις ίδιες προϋποθέσεις ,είτε ο πελάτης αποδεχθεί τη διαμονή σε αυτό είτε όχι, ο ξενοδόχος είναι υπεύθυνος για την χρηματική ικανοποίηση του πελάτη για ηθική βλάβη με το διπλάσιο της αξίας της προβλεπόμενης διαμονής στο δικό του ξενοδοχείο, που δεν μπορεί να είναι μικρότερο των 2.000 ευρώ. Σε συνεχείς περιπτώσεις εμφάνισης υπερκρατήσεων, ανακαλείται η άδεια λειτουργίας του ξενοδοχείου». (Σύμφωνα με το άρθρο 27 της απόφασης υπ' αριθμόν 503007/1976 του ΕΟΤ περί κανονισμού σχέσεων ξενοδόχων και πελατών αυτών, που κυρώθηκε με το άρθρο 8 του Νόμου 1652/1986.)²³²

²³² Σ.Δ. Ψυχομάνης, *Τουριστικό Δίκαιο, Ερμηνευτικά και νομοθετικά ζητήματα και προτάσεις*, εκδ. Σάκκουλα, 2003, σ.85-86, 136.

3.5.5. Οι λόγοι έξωσης του πελάτη

Ο φορέας της καταλυματικής τουριστικής επιχείρησης δικαιούται κατόπιν καταγγελίας να απαιτήσει από τον μισθωτή πελάτη την απόδοση του μισθίου εντός εικοσιτεσσάρων ωρών, σε κάθε περίπτωση παραβίασης εκ μέρους του πελάτη των υποχρεώσεων που απορρέουν γενικά από τη μισθωτική σχέση ή επί παραβίασης υποχρεώσεων αυτού ή επί συνδρομής αυτοτελών λόγων έξωσης που έχουν προβλεφθεί ειδικά στον Κανονισμό σχέσεων ξενοδόχων και πελατών αυτών ή σε απόφαση του αρμόδιου Υπουργού εξουσιοδοτημένου δια του παρόντος προς έκδοσή της.

Οι διάφοροι λόγοι που οδηγούν στην έξωση του πελάτη (μισθωτή) αντιμετωπίζονται με τρόπο γενικό αρχικά από τις διατάξεις του ΑΚ περί μισθώσεως πράγματος. Έτσι, ο μισθωτής οφείλει να αποδώσει το μίσθιο κατά τη λήξη της μισθώσεως σύμφωνα με το άρθρο 599. Η λήξη της μισθώσεως προκαλείται με τους ακόλουθους τρόπους : α) με καταγγελία της μισθωτικής σχέσεως επί καθυστερήσεως πληρωμής του μισθώματος σύμφωνα με το άρθρο 597, β) με την πάροδο του συμφωνηθέντος ορισμένου χρόνου διάρκειας της μίσθωσης όπως αναφέρεται στο άρθρο 608, εδ.α', γ) με καταγγελία της μισθώσεως αορίστου χρόνου οποτεδήποτε (άρθρο 608, εδ.β'), υπό τους περιορισμούς όμως της ΑΚ 609, αν δεν έχει συμφωνηθεί διαφορετικά, δηλαδή προς μιας τουλάχιστον ημέρας, αν το μίσθωμα ορίζεται καθημερινά, προ πέντε τουλάχιστον ημερών με ισχύ της καταγγελίας για το τέλος της εβδομάδας, αν το μίσθωμα έχει ορισθεί κάθε εβδομάδα, προ δεκαπέντε τουλάχιστον ημερών με ισχύ για το τέλος του μήνα, αν το μίσθωμα έχει ορισθεί κατά μήνα και προ τουλάχιστον τριών μηνών με ισχύ για το τέλος Μαρτίου ή Ιουνίου ή Σεπτεμβρίου ή Δεκεμβρίου εκάστου έτους, αν το μίσθωμα έχει ορισθεί κατά διαστήματα μεγαλύτερα του ενός μήνα, δ) με καταγγελία από τον νέο κτήτορα του μισθωμένου ακινήτου υπό τους όρους του άρθρου 615 ΑΚ.

Παράλληλα, αυτοτελής λόγος που θα οδηγήσει στην έξωση ενός μισθωτή είναι και αυτός που προβλέπεται στη διάταξη του άρθρου 66 του Εις. Νομ. Κώδικα Πολιτικής Δικονομίας. Δηλαδή, ο εκμισθωτής έχει δικαίωμα να ζητήσει την απόδοση του μισθίου και χωρίς να καταγγείλει τη μίσθωση σύμφωνα με την ΑΚ 597, όταν ο μισθωτής καθυστερεί το οφειλόμενο μίσθωμα από δύστροπο χαρακτήρα.

Από τις γενικές διατάξεις και πιο συγκεκριμένα από αυτές των άρθρων 281 και 288 ΑΚ προκύπτει ότι απαίτηση απόδοσης του μισθίου λόγω λήξεως της μίσθωσης επέρχεται σε κάθε περίπτωση μη καταχρηστικής καταγγελίας από τον εκμισθωτή, όταν η σχέση εξαιτίας της συμπεριφοράς του πελάτη είναι επαχθής.

Λόγοι έξωσης προβλέπονται αδιακρίτως στον κανονισμό των σχέσεων ξενοδόχων και πελατών (απόφαση 5030071976 Γεν. Γραμματέα ΕΟΤ) . Οι λόγοι δημιουργούν ζητήματα συνταγματικής νομιμότητας στο βαθμό που οι διατάξεις του έστω και Κυρωμένου Κανονισμού είναι αμφίβολο αν μπορούν να τροποποιήσουν εκείνο που οι διατάξεις των άρθρων 281 και 288 ΑΚ ρυθμίζουν. Εν τούτοις, οι προβλεπόμενοι στον Κανονισμό λόγοι έξωσης εντάσσονται αρχικά στην γενική κατηγορία της παραβάσεως από τον πελάτη των διατάξεων του Κανονισμού, όπως της υποχρέωσης να υπογράφει τα διατεταγμένα δελτία, να μη δέχεται επισκέψεις στα δωμάτια (άρθρο 22), να μην παρασκευάζει φαγητά στα δωμάτια (άρθρο 23). Ευρύτερη κατηγορία λόγων έξωσης του πελάτη είναι και η περίπτωση κατά την οποία η συμπεριφορά του τον καθιστά ανεπιθύμητο. Ως ανεπιθύμητος μπορεί να χαρακτηριστεί κάποιος κατά τη διάταξη του άρθρου 24 του Κανονισμού, όταν δεν τηρεί τις υποχρεώσεις που του επιβάλλει ο Κανονισμός, όταν θορυβεί, όταν ενοχλεί τους υπόλοιπους

πελάτες και όταν συμπεριφέρεται με ανάρμοστο τρόπο στους πελάτες και το προσωπικό. Στις παραπάνω περιπτώσεις η διεύθυνση της καταλυματικής μονάδας μπορεί να απαιτήσει από τον πελάτη να εγκαταλείψει το χώρο εντός 24 ωρών ή να συμμορφωθεί προς τον Κανονισμό ζητώντας ακόμη και την επέμβαση της αστυνομίας (άρθρα 24 και 26 του Κανονισμού).

Κατά τον ίδιο Κανονισμό, οι λόγοι πρόωρης λύσης της μίσθωσης και έξωσης του πελάτη, είναι κατά το άρθρο 8 : α) Η παράβαση των διατάξεων του Κανονισμού από τον πελάτη, β) η ασθένεια του πελάτη από μεταδοτική νόσο που προκαλεί ενόχληση στους λοιπούς πελάτες και γ) η παράβαση των χρηστών ηθών.

Οι λόγοι έξωσης πελάτη από μια καταλυματική μονάδα έχουν την ανάγκη μιας πιο ορθολογικής ρύθμισης. Η πρόβλεψη νόμιμων λόγων λύσης της μίσθωσης είναι αναγκαία στο τουριστικό δίκαιο για την ασφαλέστερη και ταχύτερη διευθέτηση όλων των σχετικών θεμάτων, δίχως να αναιρείται το καθεστώς των άρθρων 281 και 288 ΑΚ. Είναι λοιπόν αναγκαία μια πιο σαφής και πλήρης αναφορά στους λόγους έξωσης στον Κανονισμό, γεγονός που απαιτεί την δια τυπικού νόμου είτε εκ νέου πρόβλεψη των λόγων της έξωσης, είτε παροχή νομοθετικής εξουσιοδότησης στον αρμόδιο υπουργό για να ορίζει τους λόγους της έξωσης.

Συνοψίζοντας, θα ήταν καλό να παρατεθεί η εξής ρύθμιση : «Ο φορέας της καταλυματικής τουριστικής επιχείρησης δικαιούται κατόπιν καταγγελίας να απαιτήσει από τον μισθωτή την απόδοση του μισθίου εντός 24 ωρών, σε περίπτωση παραβίασης από τη μεριά του πελάτη των υποχρεώσεων που δημιουργούνται από τη μισθωτική σχέση ή επί συνδρομής αυτοτελών λόγων έξωσης που έχουν προβλεφθεί ειδικά στον Κανονισμό σχέσεων ξενοδόχων και πελατών ή σε απόφαση του αρμόδιου Υπουργού. Τα δικαιώματα του εκμισθωτή από τη διάταξη του άρθρου 66 του Εις.Νομοθετικού Κώδικα Πολιτικής Δικονομίας δεν παραβιάζονται». (Σύμφωνα με τα άρθρα 28,29 της απόφασης υπ' αριθμόν 503007/1976 του ΕΟΤ περί κανονισμού σχέσεων ξενοδόχων και πελατών αυτών που κυρώθηκε στο άρθρο 8 του Νόμου 1652/1986.)²³³

Περί Καθορισμού κατώτατων τιμών

Καταργείται η προβλεπόμενη στο άρθρο 1 παρ.13 εισαγωγικό νομοθετικό κώδικα πολιτικής δικονομίας 313/2001 και στο άρθρο 4 παρ. 7 ν.2160/1993 διαδικασία του ετήσιου καθορισμού κατώτερων επιτρεπόμενων τιμών των τουριστικών επιχειρήσεων. Ο υφυπουργός ανάπτυξης διατηρεί την αρμοδιότητα καθορισμού κατωτάτων τιμών σε εξαιρετικές μόνο περιπτώσεις ανάγκης προστασίας του ανταγωνισμού, κατόπιν γνώμης των οικείων φορέων και της Επιτροπής Ανταγωνισμού εφόσον αυτή ζητηθεί.²³⁴

²³³ Σ.Δ. Ψυχομάνης, *Τουριστικό Δίκαιο, Ερμηνευτικά και νομοθετικά ζητήματα και προτάσεις*, εκδ. Σάκκουλα, 2003, σ.87-91, 137.

²³⁴ Σ.Δ. Ψυχομάνης, *Τουριστικό Δίκαιο, Ερμηνευτικά και νομοθετικά ζητήματα και προτάσεις*, εκδ. Σάκκουλα, 2003, σ.137.

3.5.6. Η ευθύνη του ξενοδόχου σύμφωνα με τον Α.Κ.

Από τη στιγμή που ο πελάτης εισέρχεται στο ξενοδοχείο, φέροντας μαζί του και τα πράγματα του, τα οποία με τον τρόπο αυτό εμπιστεύεται στον ξενοδόχο, αρχίζει και η ευθύνη του ξενοδόχου για τυχόν βλάβη, καταστροφή ή ζημία τους. Δεν έχει καμία σημασία το ποιος επέφερε την βλάβη, ζημιά ή καταστροφή, αν δηλαδή είναι ο ξενοδόχος, υπάλληλος ή συγγενής του ή και εντελώς τρίτο προς την επιχείρηση. Επίσης, δεν είναι ανάγκη να υπάρχει συμβατικός δεσμός ανάμεσα στον ξενοδόχο και στον πελάτη, προκειμένου να δημιουργηθεί αυτή η ευθύνη. Δεν μας ενδιαφέρει καν ένα έχουν δικαιοπρακτική ικανότητα, τόσο ο ξενοδόχος όσο και ο πελάτης κατά το χρόνο της γέννησης τους. Είναι δηλαδή τελείως αυτοτελής η ευθύνη αυτή και αφορά μόνον τα πράγματα που εισκομίσθηκαν από τον πελάτη στο ξενοδοχείο. Επιπρόσθετα, είναι ανεξάρτητη και από κάθε πταίσμα είτε του ξενοδόχου είτε των προσώπων που απασχολεί, είναι δηλαδή εξωδικαιοπρακτική και αντικειμενική.

Έτσι, σύμφωνα με τον Α.Κ. και το άρθρο 834, ο ξενοδόχος ευθύνεται για κάθε βλάβη, καταστροφή ή αφαίρεση των πραγμάτων που έφεραν οι πελάτες στο ξενοδοχείο (εισκομισθέντων) εκτός αν η ζημία οφείλεται στον ίδιο τον πελάτη ή σε επισκέπτη, συνοδό ή υπηρέτη του ή στην ιδιάζουσα φάση του πράγματος ή σε ανωτέρα βία. Πρέπει δε, να τονιστεί ότι την ειδική, αντικειμενική ευθύνη φέρει ο ξενοδόχος αποκλειστικά και όχι ο διευθυντής της επιχείρησης, στην περίπτωση βέβαια που αυτές οι δύο μορφές προσώπων δεν ταυτίζονται. Αντιστοίχως, το ίδιο ισχύει και για τα τρένα, αεροπλάνα και πλοία που προσφέρουν κατάλυμα στους πελάτες.²³⁵

Για χρήματα, χρεόγραφα και τιμαλφή η ευθύνη του ξενοδόχου περιορίζεται στο ποσό των εκατό ευρώ για τον κάθε πελάτη, εκτός αν ο ξενοδόχος, γνωρίζοντας την ιδιότητα των πραγμάτων αυτών ανέλαβε τη φύλαξη τους ή την αποποιήθηκε, καθώς και αν η ζημία προήλθε από πταίσμα του ξενοδόχου ή της οικογένειας ή του προσωπικού του.

Αν ο πελάτης έχοντας πληροφορηθεί τη ζημία, βραδύνει αδικαιολόγητα να την αναγγείλει στον ξενοδόχο, επέρχεται απόσβεση της αξίωσης του για αποζημίωση, εκτός εάν είχε παραδώσει τα πράγματα στον ξενοδόχο ή η ζημία οφείλεται σε πταίσμα του ξενοδόχου, της οικογένειας του ή του προσωπικού του. Κάθε μονομερής γνωστοποίηση του ξενοδόχου που περιορίζει την ευθύνη του αυτή είναι άκυρη.

3.5.7. Η ευθύνη του ξενοδόχου για τα εισκομισθέντα

Ως «εισκομισθέντα πράγματα» θεωρούνται σε γενικές γραμμές εκείνα τα οποία φέρνει ο πελάτης στο ξενοδοχείο και είτε τα παραδίδει στον ξενοδόχο ή σε εξουσιοδοτημένο για το σκοπό αυτό πρόσωπο, είτε τα τοποθετεί ή αφήνει στο μέρος που άμεσα ή έμμεσα του υποδεικνύεται. Πιο συγκεκριμένα, είναι τα πράγματα του πελάτη ακόμη και αν δεν συνοδεύονται από τον ίδιο, λ.χ. στην περίπτωση που σταλούν στο ξενοδοχείο πριν από την άφιξη του εφόσον έχει πρώτα γίνει η σύμβαση μίσθωσης δωματίου. Σε αυτή την κατηγορία συμπεριλαμβάνονται επίσης και τα πράγματα που παραδίδονται στο εξουσιοδοτημένο πρόσωπο από τον ξενοδόχο κατά την άφιξη του πελάτη στο αεροδρόμιο, στο σιδηροδρομικό σταθμό ή στο σταθμό λεωφορείων κ.α., ο οποίος έρχεται να τον παραλάβει ακόμη και αν ο πελάτης δεν επιθυμεί ή δεν μπορεί να μεταφερθεί ταυτόχρονα στο ξενοδοχείο. Το μόνο που

²³⁵ Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλα, 1997, σ.111.

αρκεί σε αυτή την περίπτωση είναι να παραδοθούν τα πράγματα από τον πελάτη στον υπάλληλο του ξενοδοχείου ή στον οδηγό του λεωφορείου του ξενοδοχείου. Εισκόμιση πραγμάτων θεωρείται ότι γίνεται και με την παράδοση του δελτίου αποσκευών στο εξουσιοδοτημένο πρόσωπο το οποίο τα παραλαμβάνει.

Επίσης, δεν είναι απαραίτητο να γνωρίζει ο ξενοδόχος ότι παραδόθηκαν τα πράγματα με κάποιον από τους παραπάνω τρόπους, ώστε να δημιουργηθεί η αντίστοιχη ευθύνη. Είναι αρκετό το γεγονός ότι εξουσιοδότησε το πρόσωπο με τη σχετική αρμοδιότητα για την παραλαβή των πραγμάτων του πελάτη.

Όσον αφορά τη φύση των πραγμάτων, αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν το οτιδήποτε και μπορούν να εισκομισθούν στο ξενοδοχείο ακόμα και πολύ μετά από την άφιξη του πελάτη, λ.χ. μπορεί ο πελάτης να αγοράσει κάτι κατά τη διάρκεια παραμονής του στο ξενοδοχείο και να το μεταφέρει εκεί για όσο διαμένει στο κατάλυμα. Από αυτό απορρέει, πως η έννοια των εισκομισθέντων δεν καλύπτει μόνο τις αποσκευές που εισήχθησαν στο ξενοδοχείο με την άφιξη του πελάτη.

Η ευθύνη του ξενοδόχου για τα εισκομισθέντα στο ξενοδοχείο από τον πελάτη αντικείμενα ρυθμίζεται κυρίως στα άρθρα 834-837 και 839 του ΑΚ. Σύμφωνα με αυτά και σε αδρές γραμμές, ο ξενοδόχος ευθύνεται αντικειμενικά σε πλήρη αποζημίωση του πελάτη, χωρίς δυνατότητα συμφωνίας απαλλαγής για κάθε «βλάβη, καταστροφή ή αφαίρεση» των εισκομισθέντων πραγμάτων, που δεν οφείλεται στον ίδιο τον πελάτη ή σε επισκέπτη ή συνοδό του ή προστεθέντα του ή στην ιδιάζουσα φύση του πράγματος ή σε ανωτέρα βία. Ευθύνεται ιδιαίτερα για χρήματα, χρεόγραφα και τιμαλφή αν αποποιήθηκε τη φύλαξή τους ή την αναδέχτηκε εν γνώσει της ιδιότητάς τους ή αν η ζημία προήλθε από πταίσμα αυτού. Απαλλάσσεται όμως αν ο πελάτης επιβραδύνει αδικαιολόγητα να αναγγείλει τη ζημία.

Παράλληλα, το άρθρο 20 του Κανονισμού των σχέσεων ξενοδόχων και πελατών που έχει κυρωθεί με το άρθρο 8 του ν.1652/1986, ορίζει ότι ο ξενοδόχος δεν ευθύνεται για την απώλεια των χρημάτων και πολύτιμων αξίας αντικειμένων, τα οποία ο πελάτης δεν του παρέδωσε έναντι αποδείξεως, όπως υποχρεούται να πράξει μετά την άφιξή του στο ξενοδοχείο. Η ρύθμιση αυτή θεσπίζει υποχρέωση του πελάτη για παράδοση των χρημάτων και των τιμαλφών. Αντίθετα ο ΑΚ αφήνει να εννοηθεί ότι ο πελάτης δικαιούται απλώς σε παράδοση ενώ ο ξενοδόχος υποχρεούται επί προσφοράς- παραδόσεως σε παραλαβή και φύλαξη των χρημάτων και των τιμαλφών, ευθυνόμενος αλλιώς σε πλήρη αποζημίωση. Σύμφωνα δηλαδή με τα σχετικά άρθρα του ΑΚ, ο ξενοδόχος ευθύνεται πλήρως για την απώλεια χρημάτων και τιμαλφών ακόμα και αν δεν του παραδόθηκαν προς φύλαξη. Επίσης αν ο πελάτης παραβεί την υποχρέωση παραδόσεως των χρημάτων και τιμαλφών δεν θα μπορέσει να έχει αξίωση αποζημίωσης, εκτός αν ο ξενοδόχος αρνήθηκε την παραλαβή, εξαιτίας της τυπικής ισχύς του νόμου που οδηγεί στην αναπόφευκτη τροποποίηση των διατάξεων του ΑΚ.

Στο θέμα αναφέρεται επίσης και η συνθήκη των Παρισίων της 17.12.1962 του Συμβουλίου Ευρώπης, το οποίο έχει κυρωθεί από πολλές ευρωπαϊκές πόλεις όχι όμως και από την Ελλάδα. Η συνθήκη αυτή καθιερώνει κυρίως:

3.5.8. Τροποποίηση διατάξεων του ΑΚ περί ευθύνης ξενοδόχων

Τα άρθρα 834-837 του ΑΚ τροποποιούνται ως ακολούθως:

1. Ξενοδόχοι ή ξενιστές (φορείς άλλης μορφής καταλυματικής τουριστικής επιχείρησης) ευθύνονται για κάθε βλάβη, καταστροφή ή αφαίρεση πραγμάτων, που έχουν φέρει μαζί τους οι πελάτες στους χώρους λειτουργίας της καταλυματικής επιχείρησης ή σε άλλους χώρους που προορίζονται ή υποδείχθηκαν για φύλαξη ή που αναλήφθηκαν προς φύλαξη από τον ξενοδόχο, τον ξενιστή ή προστεθέντες τους, ακόμα και πριν ή μετά τη διαμονή του πελάτη για εύλογο χρονικό διάστημα, εκτός αν η ζημιά οφείλεται στον ίδιο τον πελάτη ή σε συνοδό ή σε επισκέπτη ή σε προστεθέντα του ή στην ιδιάζουσα φύση του πράγματος ή σε ανωτέρα βία, ή αν πρόκειται για οχήματα ή ζώα ή πράγματα εγκαταλειμμένα σε οχήματα.
2. Ευθύνονται επίσης για χρήματα, αξιόγραφα, τιμαφή και άλλα πράγματα αξίας, τα οποία οι πελάτες δεν τους παρέδωσαν προς φύλαξη ή των οποίων αρνήθηκαν τη φύλαξη, έχοντας κατά το επόμενο άρθρο (ΑΡ.835), δικαίωμα προς τούτο.
3. Προς ξενοδοχεία εξομοιώνονται οικοτροφεία, κλινικές, κλινάμαξες και επιβατικά πλοία ή αεροπλάνα για το παρεχόμενο στους επιβάτες κατάλυμα.²³⁶

(Σύμφωνα με το άρθρο 31 της απόφασης 503007/1976 του ΕΟΤ περί κανονισμού σχέσεων ξενοδόχων και πελατών αυτών, που κυρώθηκε με το άρθρο 8 του Νόμου 1652/1986).²³⁷

3.5.9. Η έννοια της ζημίας

Σε περίπτωση που τα εισκομισθέντα του πελάτη καταστραφούν είτε μερικώς είτε ολοσχερώς, σημειώνεται το φαινόμενο της ζημίας σύμφωνα με την έννοια του Α.Κ. Στην έννοια της καταστροφής ή βλάβης συμπεριλαμβάνεται και η κλοπή του πράγματος, όχι μόνο από τον ξενοδόχο ή από κάποιον εργαζόμενο στο ξενοδοχείο αλλά και από τρίτο πρόσωπο, τελειώς ξένο προς αυτής, Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ο ξενοδόχος οφείλει από το νόμο να υποδεικνύει ιδιαίτερη επιμέλεια. Αυτό που είναι απαραίτητο, ώστε να φέρει ο ξενοδόχος ευθύνη και να μπορεί έτσι ο πελάτης να ασκήσει τα δικαιώματά του για αποκατάσταση της ζημίας, είναι αυτή να έχει γίνει μέσα στο ξενοδοχείο ή στους χώρους αυτού, με την επιφύλαξη της περίπτωσης που τα πράγματα παραδίδονται σε εξουσιοδοτημένο από τον ξενοδόχο πρόσωπο εκτός του ξενοδοχείου.

Ο πελάτης δεν έχει δικαίωμα να ζητήσει αποζημίωση λόγω καταστροφής ή απώλειας των εισκομισθέντων πραγμάτων του, όταν συμβαίνουν τα εξής παρακάτω, τα οποία οδηγούν σε άρση της ευθύνης του ξενοδόχου για βλάβη ή ζημιά ή καταστροφή των πραγμάτων των πελατών:

- i. Η ζημιά οφείλεται στον ίδιο τον πελάτη ή σε επισκέπτη του, συνοδό του ή υπηρέτη του. Στην συγκεκριμένη περίπτωση δεν εξετάζεται αν τα πρόσωπα έφταιγαν για τη

²³⁶ Σ.Δ. Ψυχομάνης, *Τουριστικό Δίκαιο, Ερμηνευτικά και νομοθετικά ζητήματα και προτάσεις*, εκδ. Σάκκουλα, 2003, σ.137-138.

²³⁷ Σ.Δ. Ψυχομάνης, *Τουριστικό Δίκαιο, Ερμηνευτικά και νομοθετικά ζητήματα και προτάσεις*, εκδ. Σάκκουλα, 2003, σ.98-102.

ζημία αλλά αν το αποτέλεσμα ήταν λόγω παράλειψης ή δικής τους πράξης. Δεν απαιτείται δηλαδή πταίσμα, αλλά αιτιώδης σύνδεση ανάμεσα στην πράξη ή παράλειψη και στην ζημία ή καταστροφή. Επίσης, δεν εξετάζεται αν το πρόσωπο που προκάλεσε τη ζημία είχε ικανότητα καταλογισμού ήταν λ.χ. ανήλικο παιδί ή μεθυσμένος συνοδός κ.α.

- ii. Η ζημία οφείλεται στην ιδιάζουσα φύση του πράγματος. Λ.χ. αν ο πελάτης έφερε τρόφιμα στο δωμάτιο του, τα οποία από κακή συντήρηση αλλοιώθηκαν, δεν φέρει ευθύνη ο ξενοδόχος.
- iii. Η ζημία οφείλεται σε ανωτέρα βία, δηλαδή σε ένα γεγονός τελείως απρόβλεπτο και ακαταμάχητο που δεν είναι δυνατό να αποτραπεί ούτε καν με μέτρα άκρας επιμέλειας και σύνεσης. Λ.χ. θεομηνίες, σεισμοί, πυρκαγιές, πλημμύρες, κ.α. Εάν όμως υπήρχε δυνατότητα να προληφθεί η ζημία με κατάλληλα μέτρα όπως για παράδειγμα με τη σωστή πυρασφάλεια, τότε δεν μπορούμε να κάνουμε λόγο για ανωτέρα βία και ο ξενοδόχος δεν απαλλάσσεται από την ευθύνη του.²³⁸

3.5.10. Η εκποίηση του νόμιμου ενεχύρου

Σύμφωνα με την ΑΚ 838 ο ξενοδόχος – και κατ' επέκταση ο φορέας οποιασδήποτε καταλυματικής τουριστικής επιχείρησης- έχει νόμιμο ενέχυρο επί των εισκομισθέντων πραγμάτων του πελάτη και των συνοδών του, κατ' ανάλογο εφαρμογή της ΑΚ 604- για τις απαιτήσεις του από τη μίσθωση και τις συναφείς παροχές. Από το νόμιμο ενέχυρο δεν εξαιρούνται τα ακατάσχετα όπως θα μπορούσε να ισχυριστεί κανείς με βάση την ΑΚ 604. Ο λόγος είναι τόσο η ιδιομορφία της Σύμβασης Ξενίας, όσο και η αναλογική μόνον εφαρμογή των άρθρων 604-607 ΑΚ, αλλά και το ερμηνευτικό συμπέρασμα από την παράλληλη εφαρμογή των άρθρων 5 επ. του ν. 5205/1931, στα οποία γίνεται λόγος περί δικαιώματος του ξενοδόχου να παρακρατήσει «πάντα ανεξαιρέτως τα εισκομισθέντα ή παραδοθέντα σ αυτόν αντικείμενα».

Τα διατηρούμενα σε ισχύ και εφαρμοζόμενα εν προκειμένω, παρά τις ποικίλες αμφισβητήσεις της ισχύος τους, άρθρα 5 επ. του ν. 5205/1931 περί ευθύνης και προστασίας των ξενοδόχων, προβλέπουν δικαίωμα παρακράτησης των εισκομισθέντων πραγμάτων του πελάτη τον ξενοδόχο, παράδοσή τους σε αστυνομική αρχή, αν ο πελάτης δεν προσφύγει στον Ειρηνοδίκη ή παρέλθει άπρακτη ή προθεσμία που του έχει θέσει ο τελευταίος, και εκποίηση των πραγμάτων από την αστυνομική αρχή «καθ' οιονδήποτε φρονεί προσφορότερον και ωφελιμότερον τρόπον» (άρθρο 8).

Η τελευταία δυνατότητα φαίνεται ότι χρήζει αναθεώρησης. Πράγματι, ούτε η αστυνομική αρχή ως εκ της αποστολής της μπορεί να έχει τέτοια αρμοδιότητα, ούτε η διαδικασία εκποίησης κατοχυρώνει την βέλτιστη αξιοποίηση του ενεχύρου προς όφελος του ξενοδόχου και του κυρίου των πραγμάτων. Βέβαια, ο ξενοδόχος διατηρεί το δικαίωμα να επιδιώξει την ρευστοποίηση του ενεχύρου με εφαρμογή των γενικών διατάξεων και δη εκείνων των άρθρων 1237 ΑΚ, 792 και 960 του Πολ. Δικαίου. Οι διατάξεις όμως των άρθρων 5 επ. του ν. 5205/1931 φαίνεται ότι παρέχουν πλείονα προστασία στον ξενοδόχο με την έννοια της

²³⁸ Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλα, 1997, σ. 115-117.

ταχείας και ανέξοδης διαδικασίας εκποίησης των πραγμάτων. Έτσι ως ειδικότερες δεν παύουν να έχουν τη δική τους σημασία, εφαρμοζόμενες πάντως παράλληλα με τις γενικές διατάξεις.

Εκφράζονται επιφυλάξεις για την αναγκαιότητα της διατήρησης των άρθρων 5 επ. του ν. 5205/1931, προκρίνοντας την κατάργησή τους και την προσφυγή του ξενοδόχου για την εκποίηση των εικομισθέντων πραγμάτων στις γενικές διατάξεις. Αν ωστόσο αυτό δεν επιτευχθεί, φαίνεται χρήσιμη η τροποποίηση τουλάχιστον της παραπάνω ειδικής ρύθμισης στο άρθρο 8 του νόμου προς την κατεύθυνση της διατηρήσεως των πραγμάτων στον ξενοδόχο –που μπορεί να οριστεί και ως μεσεγγυούχος- και της εκποίησής τους κατόπιν κατόπιν άδειας του Ειρηνοδίκη με τον ωφελιμότερο τρόπο ή με πλειστηριασμό. Η τροποποίηση μπορεί επίσης να συμπεριλάβει ρύθμιση της τύχης των πραγμάτων μετά από τουλάχιστον τρεις ανεπιτυχείς προσπάθειες εκποίησης τους και πρόβλεψη δικαιώματος του ξενοδόχου να ζητήσει κάλυψη των νέων εξόδων του από τον πελάτη. Αναγκαία είναι εξάλλου και η παροχή δυνατότητας στον πελάτη να ζητήσει την παραλαβή των πραγμάτων από τον Ειρηνοδίκη, αν αυτά είναι από τα ακατάσχετα, που τα έχει άμεση ανάγκη, ή μετά από παροχή ασφαλείας ή μετά τις ανεπιτυχείς προσπάθειες εκποίησής τους, εφόσον δεν προβλέπεται τελικά τέτοια δυνατότητα, με ή χωρίς παροχή ασφαλείας ή μερική πληρωμή του χρέους.²³⁹

3.5.11. Χρήματα, χρεόγραφα και τιμαλφή

Ως χρήματα και χρεόγραφα το άρθρο 835 του Α.Κ. καλύπτει τα ελληνικά ή ξένα, ανώνυμα ή εις διαταγή ορισμένου προσώπου. Ως τιμαλφή θεωρούνται όλα τα αντικείμενα που έχουν ιδιαίτερα μεγάλη αντικειμενική αξία είτε πρόκειται για έργα τέχνης, είτε για κοσμήματα, είτε για άλλα πολύτιμα αντικείμενα. Προκειμένου να θεωρηθεί ένα πράγμα ως τιμαλφές πρέπει να ληφθούν υπόψη τα συναλλακτικά ήθη αλλά και άλλα στοιχεία όπως η ιδιότητα ή η κοινωνική τάξη του πελάτη και η κατηγορία του ξενοδοχείου.

Ξενοδόχοι και ξενιστές υποχρεούνται να αναλαμβάνουν προς φύλαξη χρήματα, αξιόγραφα, τιμαλφή και άλλα πράγματα αξίας απαιτώντας ενδεχομένως την παράδοσή τους σε κλειδωμένα ή σφραγισμένα κιβώτια, εκτός αν – λαμβανομένων υπόψη της θέσης και του μεγέθους της καταλυματικής επιχείρησης- είναι υπερβολικής αξίας ή όγκου ή επικίνδυνα. (Σύμφωνα με το άρθρο 835 του Α.Κ. περί ευθύνης ξενοδόχων).²⁴⁰

Σύμφωνα πάλι με το άρθρο 835 του Α.Κ. η ευθύνη του ξενοδόχου περιορίζεται στα εκατό ευρώ ανά πελάτη όταν πρόκειται για απώλεια χρημάτων, χρεογράφων ή τιμαλφών αντικειμένων. Να διευκρινιστεί σε αυτό το σημείο ότι η αποζημίωση των εκατό ευρώ αντιστοιχεί σε κάθε μεμονωμένο πελάτη εκτός εάν τα πολύτιμα πράγματα που απωλέστηκαν ή υπέστησαν ζημία ανήκουν από κοινού σε περισσότερους πελάτες λ.χ. σε μια οικογένεια,

²³⁹ Σ.Δ. Ψυχομάνης, *Τουριστικό Δίκαιο, Ερμηνευτικά και νομοθετικά ζητήματα και προτάσεις*, εκδ. Σάκκουλα, 2003, σ.96-97.

²⁴⁰ Σ.Δ. Ψυχομάνης, *Τουριστικό Δίκαιο, Ερμηνευτικά και νομοθετικά ζητήματα και προτάσεις*, εκδ. Σάκκουλα, 2003, σ.138.

οπότε το ποσό της αποζημίωσης εκ μέρους του ξενοδόχου πολλαπλασιάζεται επί τον αριθμό των μελών της.²⁴¹

Υπάρχουν όμως και περιπτώσεις όπου η ευθύνη του ξενοδόχου είναι απεριόριστη ως προς τα εισκομισθέντα πράγματα (χρήματα, χρεόγραφα, τιμαλφή) και η οποία αντιστοιχεί στην πραγματική τους αξία. Αυτές οι περιπτώσεις είναι οι εξής τρεις παρακάτω:

1. Ο ξενοδόχος δέχτηκε να φυλάξει τα πράγματα αυτά, γνωρίζοντας εξ αρχής την ιδιότητα τους. Δεν είναι απαραίτητο να γνωρίζει την πραγματική τους αξία αρκεί να του είναι γνωστό ότι πρόκειται για τιμαλφή. Προκειμένου να είναι αυτό πιο εύκολο να αποδειχθεί είναι σκόπιμο να γίνεται η αποδοχή των αντικειμένων γραπτά από τον ξενοδόχο, με απόδειξη παραλαβής του συγκεκριμένου αντικειμένου.
2. Δεν δέχθηκε ο υπάλληλος να φυλάξει τα πράγματα παρόλο που του το ζήτησε ο πελάτης. Δεδομένου ότι ο ξενοδόχος υποχρεούται να παρέχει όλα τα μέσα για την διευκόλυνση και την εξυπηρέτηση των πελατών του, αν αρνηθεί να ικανοποιήσει την ανάγκη αυτή, θεωρείται ότι δεν εκπληρεί τις υποχρεώσεις του σωστά. Ως συνέπεια αυτού οφείλει να τον αποζημιώσει απεριόριστα για την αξία του πράγματος εφόσον χαθεί. Μάλιστα δεν θεωρείται δεκτό το επιχείρημα ότι δεν διατίθεται κατάλληλος χώρος φύλαξης, δεδομένου ότι ο ξενοδόχος οφείλει να φροντίσει γι' αυτό έγκαιρα.
3. Η ζημία προξενήθηκε από πταίσμα του ξενοδόχου ή μέλους της οικογένειας του ή του προσωπικού του. Η έννοια του πταίσματος συμπεριλαμβάνει τον δόλο και την αμέλεια είτε βαριά είτε ελαφρά. Δεν είναι δηλαδή απαραίτητο η ζημία να γίνει από πρόθεση, ή από δόλο. Ακόμη και αν οφείλεται σε απροσεξία ή ανικανότητα του προσώπου που την προξενεί, ο ξενοδόχος ευθύνεται για αυτή απεριόριστα. Η μόνη περίπτωση που επιδέχεται απαλλαγή της ευθύνης του ξενοδόχου είναι το ακαταλόγιστο του προσώπου που επέφερε τη ζημία. Αν για παράδειγμα το παιδί του ξενοδόχου ηλικίας τριών ετών έριξε από το τραπέζι και έσπασε ένα ακριβό αντικείμενο του πελάτη, δεν μπορεί η πράξη αυτή να του καταλογισθεί επειδή δεν έχει ικανότητα βούλησης. Το ίδιο ισχύει αν το πρόσωπο που επέφερε τη ζημία βρισκόταν σε κατάσταση μέθης.

Γενικά σε όλες τις περιπτώσεις που δεν μπορεί να καταλογισθεί η ζημία σε αυτόν που την επέφερε η ειδική απεριόριστη ευθύνη του ξενοδόχου δεν υφίσταται. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι ο ξενοδόχος απαλλάσσεται από κάθε ευθύνη, αλλά οι εκάστοτε περιπτώσεις υπάγονται σε άλλες διατάξεις του Α.Κ.²⁴²

²⁴¹ Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλα, 1997, σ. 117-118.

²⁴² Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλα, 1997, σ. 118-120.

3.5.12. Περιορισμός ευθύνης ξενοδόχου- Απόσβεση αξίωσης

Στις παρακάτω περιπτώσεις η αξίωση του ξενοδόχου για αποζημίωση δεν αποσβένεται, παρά μόνο υπόκειται στην εικοσαετή συνηθισμένη παραγραφή.

1. Η κατά το άρθρο 834 ευθύνη περιορίζεται στο ύψος του εκατονταπλάσιου ποσού της τιμής της διανυκτέρευσης του ζημιωθέντα πελάτη, που δεν μπορεί να είναι μικρότερο των 1000 ευρώ ή μεγαλύτερο των 10000 ευρώ και ειδικά για χρήματα, αξιόγραφα, τιμαφή και άλλα πράγματα αξίας, που δεν παραδόθηκαν ή δεν μπορούσαν να παραδοθούν κατά το προηγούμενο άρθρο, στο ύψος μόνο των 1000 ευρώ.
2. Η ευθύνη του ξενοδόχου ή του ξενιστή είναι απεριόριστη, αν η ζημία προήλθε από πταίσμα των μελών της οικογένειάς τους ή των προστεθέντων τους ή αν πρόκειται για πράγματα που ανέλαβαν προς φύλαξη ή αρνήθηκαν να τα αναλάβουν κατά παράβαση της διατάξεως του προηγούμενου άρθρου.
3. Η αξίωση του πελάτη για αποζημίωση αποσβήνεται, αν αότου έχει λάβει γνώση της ζημίας καθυστέρησε αδικαιολόγητα να την αναγγείλει στον έχοντα την ευθύνη, εκτός αν του είχε παραδώσει τα πράγματα ή η ζημία οφείλεται σε πταίσμα του, των μελών της οικογένειας ή του προσωπικού του. (Σύμφωνα με το άρθρο 836 του Α.Κ. περί ευθύνης ξενοδόχων).

Θα πρέπει να σημειωθεί πως η αξίωση του πελάτη για αποζημίωση αποσβένεται, εάν αυτός από τη στιγμή που έλαβε γνώση της ζημίας, καθυστερήσει αδικαιολόγητα να την αναγγείλει στον ξενοδόχο. Είναι αδιάφορο τόσο το πώς έλαβε γνώση της ζημίας ο πελάτης, όσο και ο τρόπος με τον οποίο την ανήγγειλε στον ξενοδόχο. Η αναγγελία μπορεί να γίνει είτε γραπτά είτε τηλεφωνικά είτε προφορικά. Η διάταξη περί απόσβεσης της αξίωσης ευθύνης του ξενοδόχου, έχει ως σκοπό την προστασία του ξενοδόχου, ο οποίος δικαιούται να λάβει το ταχύτερο δυνατό γνώση της ζημίας για την οποία θα του ζητηθεί ευθύνη.²⁴³

Απαλλακτικές ρήτρες

Κάθε μονομερής γνωστοποίηση του ξενοδόχου ή ξενιστή περί αποκλεισμού ή περιορισμού της ευθύνης είναι άκυρη. Αν η απαλλακτική ρήτρα περιλαμβάνεται σε γενικούς όρους συναλλαγών η ισχύς της κρίνεται κατά τις γενικές διατάξεις και τις διατάξεις του άρθρου 2 ν. 2251/1994. Απαλλαγή είναι δυνατή με έγγραφη, ρητή δήλωση του πελάτη, μόνον όμως για ελαφρά αμέλεια του υπευθύνου, όταν δεν πρόκειται για πράγματα που παραδόθηκαν προς φύλαξη ή που δεν έγιναν δεκτά προς τούτο κατά παράβαση της σχετικής υποχρέωσης. (Σύμφωνα με το άρθρο 837 του Α.Κ. περί ευθύνης ξενοδόχων).²⁴⁴

²⁴³ Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλα, 1997, σ. 120-121.

²⁴⁴ Σ.Δ. Ψυχομάνης, *Τουριστικό Δίκαιο, Ερμηνευτικά και νομοθετικά ζητήματα και προτάσεις*, εκδ. Σάκκουλα, 2003, σ.139.

Συνεπώς συνοψίζουμε όλα τα παραπάνω στα εξής:

3.5.13. Υποχρεώσεις πελατών

I. Καθήκοντα

- i. Μόλις ο πελάτης φτάσει στο ξενοδοχείο οφείλει να παραδώσει στον ξενοδόχο ή στον διευθυντή του ξενοδοχείου τα πολύτιμα ή σημαντικής αξίας αντικείμενα, καθώς επίσης και τα χρήματα που έχει μαζί του. Για ότι παραδώσει βέβαια δικαιούται να πάρει απόδειξη.
- ii. Εάν ο πελάτης αρρωστήσει από μολυσματική ή μεταδοτική ασθένεια ή παραφροσύνη, οφείλει να αποζημιώσει τον ξενοδόχο για τις δαπάνες που υπέστη λόγω του γεγονότος αυτού. Την ίδια υποχρέωση έχουν και οι κληρονόμοι του στην περίπτωση που ο πελάτης πεθάνει ή αυτοκτονήσει. Σε περίπτωση που σημειωθεί κρούσμα λοιμώδους νόσου, οι οικείοι του ασθενή και ο γιατρός του οφείλουν να ειδοποιήσουν αμέσως τον διευθυντή του ξενοδοχείου, το αστυνομικό τμήμα και το πλησιέστερο υγειονομικό κέντρο. Εάν αυτό δεν γίνει, μπορούν είτε ο πελάτης είτε ο ξενοδόχος, εάν είναι ανάγκη, να αποταθούν στην τουριστική αστυνομία, ή εάν δεν υπάρχει, στις υπόλοιπες αστυνομικές αρχές οι οποίες υποχρεούνται να παρέχουν κάθε νόμιμη βοήθεια σε όποιον τη ζητήσει και να επιβάλουν την εφαρμογή των διατάξεων του κανονισμού αυτού.
- iii. Ο πελάτης επίσης, οφείλει να συμπεριφέρεται με προσήνεια προς το προσωπικό του ξενοδοχείου. Σε περίπτωση που έχει οποιοδήποτε παράπονο πρέπει να απευθύνεται στη διεύθυνση, η οποία και οφείλει να το ικανοποιήσει στο μέτρο του δυνατού και του εφικτού.
- iv. Εάν έχει παραγγείλει δωμάτια με προκαθορισμένη τη χρονική περίοδο χρήσης του, τα οποία τελικά δεν χρησιμοποιήσει, είτε για όλη την περίοδο είτε για μέρος της, οφείλει να αποζημιώσει τον ξενοδόχο με το μισό της τιμής που συμφωνήθηκε για την περίοδο που δεν χρησιμοποιήθηκαν. Εάν όμως έχει προειδοποιήσει τον ξενοδόχο πριν από 21 τουλάχιστον ημέρες, τότε απαλλάσσεται από την υποχρέωση για αποζημίωση, ενώ ο ξενοδόχος οφείλει να του επιστρέψει αμέσως την προκαταβολή που ενδεχομένως έχει λάβει.
- v. Ο πελάτης δικαιούται να χρησιμοποιήσει τόσο το δωμάτιο ή το διαμέρισμα που νοίκιασε, όσο και τους κοινόχρηστους χώρους του ξενοδοχείου που προορίζονται για τους πελάτες.
- vi. Σε περίπτωση που απαιτήσει την αποκλειστική χρήση πραγμάτων που ενδεχομένως διατίθενται από την επιχείρηση, όπως για παράδειγμα ομπρέλα θαλάσσης, ο ξενοδόχος δικαιούται να ζητήσει ειδική πληρωμή με βάση προκαθορισμένο τιμολόγιο.
- vii. Η χρήση του δωματίου ή διαμερίσματος που έχει νοικιασθεί επιτρέπεται αποκλειστικά και μόνο στον πελάτη που το νοίκιασε και στα πρόσωπα τα οποία ρητά δηλώθηκαν κατά την ενοικίαση.
- viii. Η ενοικίαση του δωματίου θεωρείται ότι έγινε για μία μέρα, εκτός αν έγινε διαφορετική συμφωνία ανάμεσα στον ξενοδόχο και στον πελάτη, Εάν όμως ο

ξενοδόχος δεν ειδοποιήσει τον πελάτη ότι λήγει η μίσθωση και ο πελάτης δεν ειδοποιεί τον ξενοδόχο ότι δεν θα συνεχίσει τη μίσθωση, η ενοικίαση θεωρείται ότι ανανεώνεται αμοιβαία για κάθε επόμενη μέρα. Η ειδοποίηση αυτή πρέπει να γίνεται από την προηγούμενη μέρα, διαφορετικά δεν ισχύει για την ίδια μέρα, αλλά για την επόμενη.

- ix. Κατά τη λύση της μίσθωσης του δωματίου, ο πελάτης είναι υποχρεωμένος να εκκενώσει το δωμάτιο μέχρι τις 12 το μεσημέρι, Παραμονή πέρα από την ώρα αυτή και μέχρι τις 6 το απόγευμα τον υποχρεώνει σε καταβολή μισού ενοικίου, Παραμονή μετά την ώρα αυτή, υποχρεώνει τον πελάτη στην καταβολή ολόκληρου του ενοικίου μιας ημέρας. Αν ο πελάτης αρνηθεί, ο ξενοδόχος δικαιούται να αποβάλει τις αποσκευές του από το δωμάτιο.
- x. Ο πελάτης οφείλει να δεχθεί το δωμάτιο που κρατήθηκε είτε με απευθείας συμφωνία, είτε μέσω τρίτου, μετά από εντολή του, εκτός εάν αυτό δεν είναι σύμφωνο με τη παραγγελία του. Επίσης, είναι υποχρεωμένος να διατηρήσει το δωμάτιο μέχρι το τέλος του χρόνου που συμφωνήθηκε, διαφορετικά οφείλει να καταβάλει στον ξενοδόχο αποζημίωση αντίστοιχη με το μισό του μισθώματος των υπόλοιπων ημερών που αναλογεί στην τιμή διανυκτέρευσης. Το ίδιο ισχύει και για την περίπτωση που ο πελάτης δεν φτάσει την καθορισμένη ημερομηνία, εκτός από τις περιπτώσεις ανωτέρας βίας που αποδεικνύεται με αδιάσειστα γεγονότα ή αποδεικτικά στοιχεία. Εννοείται βεβαίως ότι η συμφωνία του με τον ξενοδόχο σχετικά με τη διάρκεια της μίσθωσης είναι ισχυρή, εφόσον υπάρχει σχετικό αποδεικτικό στοιχείο.²⁴⁵

II. Απαγορεύσεις

- i. Ο πελάτης δεν έχει το δικαίωμα να παρασκευάζει μέσα στο δωμάτιο του ξενοδοχείου φαγητά ή ακόμα και να τρώει μέσα στο δωμάτιο, εκτός αν είναι ασθενής ή έχει ζητήσει room service.
- ii. Δεν μπορεί να χρησιμοποιεί καμινέτα, ηλεκτρικές μηχανές κ.α. Επίσης απαγορεύεται η χρήση ηλεκτρικού ρεύματος για άλλο σκοπό εκτός από φωτισμό και χρήση ξυριστικής μηχανής, στεγνωτήρα για τα μαλλιά και φόρτισης κινητών συσκευών.
- iii. Εντός των δωματίων απαγορεύεται η πλήση ασπρορούχων και λοιπών ειδών ρουχισμού.
- iv. Απαγορεύονται τα τυχερά παιχνίδια καθώς και η μουσική, τα τραγούδια και οι κάθε είδους συγκεντρώσεις που προξενούν θόρυβο ή ενόχληση στους υπόλοιπους πελάτες. Για κάθε θόρυβο ή ενόχληση εκ μέρους των ανηλίκων ευθύνονται οι γονείς ή οι κηδεμόνες τους.
- v. Ο πελάτης δεν επιτρέπεται να μεταφέρει έξω από το δωμάτιο λινά προσόψια και λοιπά είδη ιματισμού για να τα χρησιμοποιήσει.
- vi. Τέλος, απαγορεύεται να τοποθετεί κάθε είδους αποσκευές στους διαδρόμους του ξενοδοχείου.

²⁴⁵ Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλα, 1997, σ. 142-144.

Εάν παρ' όλες τις παραπάνω απαγορεύσεις, ο πελάτης παραβεί τις διατάξεις του κανονισμού αυτού, κάνει συστηματικά θόρυβο, ενοχλεί τους υπόλοιπους πελάτες και γενικά συμπεριφέρεται με τρόπο ανάρμοστο σε αυτούς και στο προσωπικό, μπορεί να θεωρηθεί ως ανεπιθύμητος. Στην περίπτωση αυτή ο διευθυντής του ξενοδοχείου δικαιούται να απαιτήσει από αυτόν να εγκαταλείψει το ξενοδοχείο μέσα σε 24 ώρες και να αδειάσει το δωμάτιο από τις αποσκευές του.²⁴⁶

²⁴⁶ Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. Σάκκουλα, 1997, σ. 144.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο

Δράσεις Ευρωπαϊκής Κοινότητας υπέρ του Τουρισμού

4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Ευρωπαϊκή Ένωση εκδήλωσε έντονο ενδιαφέρον για τον τουρισμό εδώ και αρκετά χρόνια. Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο εξέδωσε μάλιστα μια σειρά ψηφισμάτων από το τέλος του 1983 με πρώτο αυτό που αφορούσε την κοινοτική δράση στον τουρισμό ενώ με βάση το ψήφισμα του 1988 , ανακήρυξε το 1990 ως το πρώτο έτος Τουρισμού. Προς το τέλος της δεκαετίας του 1980 οι υπουργοί Τουρισμού της Ευρωπαϊκής Κοινότητας και η Επιτροπή πραγματοποιούν τακτικές συναντήσεις με στόχο την ανταλλαγή πληροφοριών που αφορούν την πολιτική που ακολουθούν τα κράτη μέλη στον τομέα του τουρισμού και την διαμόρφωση κατευθυντηρίων γραμμών μιας κοινοτικής ενέργειας για τον τουρισμό.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε μια προσπάθεια να προσαρμοστεί με τις νέες τουριστικές τάσεις που παρατηρούνται στα κράτη μέλη, ξεκίνησε από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 μια δράση ώστε να δώσει στον τουρισμό τη θέση που του αξίζει μέσα στην Κοινότητα, αναγνωρίζοντας την σημαντική συμβολή που διαδραματίζει στην ευρωπαϊκή οικονομία των κρατών μελών αλλά και το γεγονός ότι μπορεί να οδηγήσει σε σημαντική μείωση της ανεργίας καθώς αποτελεί πηγή απασχόλησης. Επίσης ο τουρισμός θεωρείται ότι παρέχει τη δυνατότητα να προωθηθεί η καλύτερη ένωση των πολιτιστικών πόλων της Ευρώπης, των πολιτισμών και των τρόπων ζωής στα κράτη μέλη για όλες τις κατηγορίες πολιτών, γεγονός που συμβάλει στην πρόοδο της ιδέας της ευρωπαϊκής ιθαγένειας.

Έτσι, εν έτη 2013, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει πλέον χαράξει μια σειρά πολιτικών, έχει καταρτίσει μια σειρά προγραμμάτων και έχει θεσπίσει μια σειρά μέτρων μέσω των οποίων επιχειρείται να δοθεί λύση στα προβλήματα που δημιουργούνται λόγω της ραγδαίας ανάπτυξης και εξέλιξης των τουριστικών δραστηριοτήτων. Επίσης, θεωρείται πως δια μέσου της υιοθέτησης μιας κοινής προσέγγισης των μεσοπρόθεσμων προβλημάτων που προκύπτουν για τον ευρωπαϊκό τουρισμό, βελτιώνει την ποιότητα και την ανταγωνιστικότητα της κοινοτικής τουριστικής προσφοράς, ενθαρρύνει την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, τη διαφοροποίηση των τουριστικών δραστηριοτήτων, την ανάπτυξη διεθνικών δράσεων και την προώθηση του ευρωπαϊκού τουρισμού στις κυριότερες αγορές των τρίτων χωρών. Κάποια από αυτά τα μέτρα αφορούν άμεσα τον τουρισμό ενώ κάποια άλλα τον αφορούν έμμεσα και όλα μαζί μπορούμε να τα ταξινομήσουμε σε τρεις μεγάλες κατηγορίες.

1. Στην πρώτη κατηγορία έχουμε τα γενικά μέτρα στο πλαίσιο της υλοποίησης της εσωτερικής αγοράς. Σε αυτά εντάσσονται συν της άλλης και οι μεταβολές που αφορούν τον τομέα των μεταφορών και κυρίως των αεροπορικών, την εγκατάσταση επιχειρήσεων και την άσκηση τουριστικής δραστηριότητας σε ένα άλλο κράτος μέλος, την ελεύθερη παροχή υπηρεσιών κ.α.
2. Στην δεύτερη κατηγορία εντάσσονται οι έμμεσες ενέργειες που απορρέουν από την εφαρμογή ορισμένων κοινοτικών πολιτικών. Οι ενέργειες αυτές αφορούν κυρίως την περιφερειακή πολιτική, την προστασία των καταναλωτών, τα μέτρα για την ανάπτυξη

του αγροτικού κόσμου, την πολιτιστική ανάπτυξη της κοινότητας, την πολιτική περιβάλλοντος, την εκπαίδευση και την κατάρτιση.

3. Στην τρίτη και τελευταία κατηγορία έχουμε τα άμεσα μέτρα υπέρ του τουρισμού, όπως είναι η τυποποιημένη ενημέρωση στα ξενοδοχεία, τα θέματα ασφάλειας κατά των κινδύνων πυρκαγιάς στα ξενοδοχεία κ.α.

Στόχοι του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου είναι αφενός μεν η προετοιμασία της δημιουργίας ενός μεγάλου χώρου χωρίς σύνορα με την αξιοποίηση του ενοποιητικού ρόλου του τουρισμού για την δημιουργία της Ευρώπης των πολιτών και αφετέρου δε η υπογράμμιση της οικονομικής και κοινωνικής σημασίας του τομέα του τουρισμού, στο πλαίσιο της περιφερειακής πολιτικής και της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας. Απώτερος σκοπός της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι η βελτίωση της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας της κοινοτικής τουριστικής προσφοράς, αλλά και η πληρέστερη γνώση και ικανοποίηση της τουριστικής ζήτησης. Ιδιαίτερη βαρύτητα δόθηκε στα μέτρα που αφορούν άμεσα τον τουρισμό και σκοπεύουν στην οικονομική ενίσχυση των κρατών μελών, όπως είναι η βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών των ξενοδοχείων, οι τουριστικές μεταφορές κ.α. Ουσιαστικά πρόκειται για μια Κοινοτική δράση που συμβάλει αποτελεσματικά στην υλοποίηση του στόχου της οικονομικής και κοινωνικής συνοχής της Κοινότητας, η οποία θα προαγάγει την αρμονική ανάπτυξη των οικονομικών δραστηριοτήτων, τη συνεχή και ισόρροπη επέκταση της οικονομίας, την ανύψωση του βιοτικού επιπέδου και τη σύσφιξη των σχέσεων μεταξύ των κρατών που συνενώνει.

Εκτός των δράσεων που αναλαμβάνει η Κοινότητα, τονίζει ότι τα μέτρα που θα τεθούν σε εφαρμογή με βάση το σχέδιο δράσεων, πρέπει να ανταποκρίνονται σε ορισμένα κριτήρια, ιδίως στον σεβασμό των τοπικών πληθυσμών και στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον, προκειμένου να προωθηθεί η ποιότητα της προσφοράς. Επιπλέον, σημειώνει την ανάγκη εξασφάλισης της ομαλής λειτουργίας των δυνάμεων του ελεύθερου ανταγωνισμού, τόσο προς όφελος των καταναλωτών όσο και για την προώθηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Τέλος, διαπιστώνει ότι εκτός από την βελτίωση του τρόπου ενσωμάτωσης του τουρισμού στις διάφορες κοινοτικές πολιτικές, είναι ανάγκη να ενισχυθεί η στενότερη συνεργασία μεταξύ όλων των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων στον τομέα του τουρισμού, στους οποίους συμπεριλαμβάνονται οι εκπρόσωποι των περιοχών υποδοχής αλλά και η λήψη ορισμένων συμπληρωματικών μέτρων σε κοινοτικό επίπεδο ώστε να αποφευχθούν τυχόν στρεβλώσεις που προκαλεί ο τουριστικός ανταγωνισμός.²⁴⁷

²⁴⁷ Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. 1997, Σάκκουλα, σ.801-807.

4.2. ΜΟΡΦΕΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΣΕ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

❖ Άμεσες ενέργειες

Οι δράσεις που υπέδειξε η Ευρωπαϊκή Ένωση ότι χρίζουν ενίσχυσης, με σκοπό την βελτίωση της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας της εθνικής και κοινοτικής τουριστικής προσφοράς, είναι οι εξής:

- Βελτίωση των γνώσεων στον τομέα του τουρισμού και ενίσχυση της συνοχής των δράσεων. Στόχος της δράσης είναι να εξασφαλιστεί η καλύτερη συνοχή των μέτρων που λαμβάνονται υπέρ του τουρισμού, με τη βελτίωση των γνώσεων που αφορούν, τα χαρακτηριστικά, τις συνιστώσες και τις εξελίξεις τους.
- Χρονικός καταμερισμός των διακοπών ώστε να καταμεριστεί εποχιακά καλύτερα ο τουρισμός.
- Διεθνείς δράσεις για διεθνικές πρωτοβουλίες ανάπτυξης του τουρισμού που αφορούν σε θέματα υποστήριξης της συνεργασίας μεταξύ των παραμεθόριων περιοχών και του δημόσιου με τον ιδιωτικό τομέα υπέρ της ανάπτυξης των παραδοσιακών τουριστικών περιοχών και των λιγότερο ανεπτυγμένων περιοχών της υπαίθρου.
- Αντιμετώπιση τουριστών ως καταναλωτές. Λήψη πρωτοβουλιών για βελτίωση της πληροφόρησης των τουριστών και της προστασίας τους σε τομείς όπως οι συμβάσεις χρονομεριστικής μίσθωσης, οι υπεράριθμες κρατήσεις και οι διαδικασίες προσφυγής.
- Πολιτιστικός τουρισμός. Στόχος της δράσης αυτής είναι η αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς για τουριστικούς σκοπούς και η ενθάρρυνση της καλύτερης γνώσης των πολιτισμών, των παραδόσεων και των τρόπων ζωής των Ευρωπαίων.
- Τουρισμός και περιβάλλον. Η δράση της Κοινότητας ως προς την αλληλεπίδραση του τουρισμού με το περιβάλλον στόχο έχει να ευνοήσει τη μεγαλύτερη μέριμνα για το περιβάλλον, με την υποστήριξη των πρωτοβουλιών για ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των τουριστών σε θέματα που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος και με την ανάπτυξη καινοτόμων δράσεων που στόχο θα έχουν τη συμφιλίωση του τουρισμού με την προστασία της φύσης σε τοπικό ή περιφερειακό επίπεδο.
- Αγροτικός τουρισμός. Στόχος της δράσης αυτής είναι η ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο αλλά και των μικρών οικογενειακών ξενοδοχείων ή των δραστηριοτήτων των τοπικών φορέων. Τα μέτρα που λαμβάνονται για την εφαρμογή της ανάπτυξης του αγροτικού τουρισμού αφορούν στην υποστήριξη των πρωτοβουλιών σύναψης εταιρικών σχέσεων μεταξύ φορέων σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, στην βελτίωση της πληροφόρησης των φορέων στην ύπαιθρο και της πρόσβασης στα διάφορα διαθέσιμα κοινοτικά συστήματα χορήγησης ενισχύσεων στο χώρο του αγροτικού τουρισμού και στην παροχή κινήτρων για τη βελτίωση της ποιότητας της προσφοράς του αγροτικού τουρισμού και της πρόσβασης των τουριστών στην ύπαιθρο.
- Κοινωνικός τουρισμός. Στόχος της δράσης αυτής είναι η πρόσβαση στον τουρισμό ομάδων προσώπων, τα οποία, για διάφορους λόγους ιδίως κοινωνικούς ή υγείας, αντιμετωπίζουν δυσχέρειες να κάνουν διακοπές. Οι ενέργειες της δράσης στηρίζονται με αμοιβαία ενημέρωση, σε κοινοτικό επίπεδο, των δημοσίων και ιδιωτικών φορέων που χρησιμοποιούνται στα κράτη μέλη με σκοπό την ενθάρρυνση ορισμένων

κατηγοριών τουριστών να κάνουν διακοπές και να εξαιρεθούν τα εμπόδια ανάπτυξης του τουρισμού για τα μειονεκτούντα άτομα.

- Τουρισμός των νέων. Στόχος της δράσης του συγκεκριμένου τομέα είναι να προαχθεί η καλύτερη γνώση του πολιτισμού και του τρόπου ζωής στα κράτη μέλη από την πλευρά της νεολαίας και να διευκολυνθούν οι διακοπές των νέων. Λαμβάνονται ιδιαίτερα μέτρα για μελέτη της δυνατότητας διασύνδεσης ανάμεσα στις «κάρτες νέων» και της δημιουργίας ενός δικτύου ανταλλαγών στο χώρο των «ευρωπαϊκών τάξεων» (σχολικά ταξίδια στα οποία συμμετέχουν άτομα από περισσότερα κράτη-μέλη).
- Κατάρτιση. Στόχος της δράσης σε αυτή την περίπτωση είναι η ανάπτυξη ευνοϊκών συνθηκών ανταγωνιστικότητας της τουριστικής βιομηχανίας με την τόνωση του επαγγελματισμού στον κοινωνικό τουρισμό. Πιο συγκεκριμένα, γίνονται ενέργειες για ενημέρωση των νέων όσον αφορά τις δυνατότητες που παρέχει ο τουριστικός τομέας και τα τουριστικά επαγγέλματα, ενθαρρύνονται οι συμμετοχές των τουριστικών επιχειρήσεων και των εργαζομένων τους σε υφιστάμενα κοινοτικά προγράμματα και δράσεις κατάρτισης, υποστηρίζονται σχέδια συνεργασίας διεθνικού χαρακτήρα, στα οποία συμμετέχουν πανεπιστήμια, τουριστικές σχολές, επαγγελματίες από τον χώρο του τουρισμού ή οι ενδιαφερόμενες διοικητικές αρχές, ιδίως για την κατάρτιση σε τομείς του αγροτικού, πολιτιστικού και περιβαλλοντικού τουρισμού και γίνονται έντονες προσπάθειες για βελτίωση της ποιότητας της επαγγελματικής κατάρτισης ώστε να βελτιωθεί η ποιότητα των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών.
- Προβολή σε τρίτες χώρες. Η Ευρωπαϊκή Κοινότητα έχει ως στόχο και την προβολή των κρατών μελών της Ευρώπης σε τουρίστες που προέρχονται από μακρινές χώρες, ώστε να γίνουν ελκυστικότερα τα ταξίδια με προορισμό την Ευρώπη. Τα μέτρα που λαμβάνονται για αυτή τη δράση, προβάλλουν την Ευρώπη ως τουριστικό προορισμό στις αγορές των μακρινών χωρών, των οποίων η ανάπτυξη ενδέχεται να έχει επίπτωση στον κοινοτικό τουρισμό, όπως συμβαίνει με τον εισερχόμενο τουρισμό από την Βόρεια Αμερική και την Ιαπωνία.²⁴⁸

❖ Έμμεσες ενέργειες

Η πολιτική της Ευρωπαϊκής Κοινότητας εκτός από τις άμεσες δράσεις που υποστηρίζει, για την ενίσχυση του τουρισμού, έχει αναπτύξει και έμμεσες ενέργειες, επιτυγχάνοντας έτσι να καλύψει τομείς όπως είναι η περιφερειακή πολιτική, η προστασία των καταναλωτών, τα μέτρα για την ανάπτυξη του αγροτικού κόσμου, την πολιτιστική ανάπτυξη της Κοινότητας, την πολιτική περιβάλλοντος, την εκπαίδευση και την κατάρτιση.

Τα μέτρα αφορούν τους παρακάτω τομείς, και είναι τα εξής:

- Περιφερειακή πολιτική. Περιλαμβάνει δράσεις της Κοινότητας για ενίσχυση και προώθηση του τουρισμού των κρατών μελών που παρουσιάζουν αδυναμίες, με παροχή κοινοτικών πλαισίων χρηματικής στήριξης. Οι χώρες που χρήζουν περιφερειακής πολιτικής είναι κυρίως η Ιρλανδία, η Ισπανία και η Ελλάδα.
- Πολιτική Καταναλωτών. Οι δράσεις που γίνονται σε αυτόν τον τομέα αφορούν τα οργανωμένα ταξίδια, τις εναέριες μεταφορές και την προστασία του τουρίστα ως καταναλωτή σε περιπτώσεις καταχρηστικών ρητρών.

²⁴⁸ Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. 1997, Σάκκουλα, σ.808-817.

- Ανάπτυξη αγροτικού τουρισμού. Η Ευρωπαϊκή Ένωση, στα πλαίσια της γεωργικής πολιτικής, προωθεί μια σειρά δράσεων για ενίσχυση των επιχειρήσεων του αγροτικού τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, παρέχει δυνατότητες ανάληψης δράσεων υπέρ του αγροτικού τουρισμού και της επαγγελματικής κατάρτισης στον τουρισμό, όπως λόγω χάρη είναι η χρηματοδότηση τουριστικών επενδύσεων που αφορούν τη διαμονή σε μια αγροτική εκμετάλλευση, την αναμόρφωση φυσικών πάρκων ή αθλητικών συγκροτημάτων κ.α.
- Πολιτιστική ανάπτυξη. Καθώς ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένας από τους κυριότερους τομείς κοινοτικών ενεργειών, η Ευρωπαϊκή Κοινότητα προωθεί ορισμένες δράσεις που ενισχύουν την πολιτιστική ανάπτυξη κυρίως μέσω της στήριξης σχεδίων για διατήρηση της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς και προγραμμάτων για ενθάρρυνση πολιτιστικών εκδηλώσεων σε ευρωπαϊκή κλίμακα.
- Πολιτική στον τομέα του Περιβάλλοντος. Η Ευρωπαϊκή Κοινότητα μέσα από ένα πλαίσιο ενεργειών της, τονίζει ότι ο τουρισμός συμβάλλει στην ενίσχυση της οικονομικής και κοινωνικής συνοχής στην Ένωση, αλλά και στην υλοποίηση της αειφόρου ανάπτυξης. Οι βασικές προτεραιότητες των δράσεων της στον περιβαλλοντικό τομέα, υποστηρίζουν την ποιοτική βελτίωση του τουρισμού, με στόχο τη καλύτερη εκτίμηση των εξελικτικών τάσεων της τουριστικής ζήτησης, παροτρύνουν τους σχετικούς φορείς για διαφοροποίηση των τουριστικών δραστηριοτήτων και προϊόντων, με στόχο την υποστήριξη της βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας και της αποδοτικότητας της τουριστικής βιομηχανίας και τέλος προωθούν την ένταξη της ισόρροπης και αειφόρου ανάπτυξης στον τουρισμό, με στόχο τον καλύτερο συνυπολογισμό των πολιτιστικών και περιβαλλοντικών διαστάσεων στον τουρισμό.
- Εκπαίδευση και κατάρτιση. Στόχος της Ευρωπαϊκής Κοινότητας είναι η βελτίωση της εξειδίκευσης των τουριστικών φορέων και η κατάρτιση των προσώπων που εργάζονται προς χάριν της ανάπτυξης του τουρισμού.²⁴⁹

4.3. ΦΟΡΕΙΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ, ΠΡΟΑΓΩΓΗΣ & ΕΛΕΓΧΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η πρώτη προσπάθεια της Ελληνικής Πολιτείας για δημιουργία ενός οργάνου με αρμοδιότητες σε θέματα που αφορούν τον τουρισμό έγινε την πρώτη δεκαετία του περασμένου αιώνα μας, περίπου το 1919, με τη σύσταση του «Γραφείου Ξένων και Εκθέσεων». Το 1929, εμφανίζεται για πρώτη φορά ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) υπό τη μορφή κοινωφελούς νομικού προσώπου δημοσίου δικαίου. Ο λόγος της σύστασης του ήταν η οργάνωση, η ενίσχυση και η προαγωγή του τουρισμού στην Ελλάδα. Το 1945 δημιουργείται η Γενική Γραμματεία Τουρισμού η οποία αναλαμβάνει όλες τις σχετικές με τον τουρισμό αρμοδιότητες των υπηρεσιών του Υπουργείου Εθνικής Οικονομίας, το οποίο δημιουργήθηκε το 1936 και στόχο είχε και αυτό, την προώθηση και την ομαλή λειτουργία του θεσμού του τουρισμού. Εν τέλει το 1950, γίνεται η επανασύσταση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) με τη μορφή που γνωρίζουμε σήμερα, οπότε καταργείται η Γενική Γραμματεία Τουρισμού η οποία λειτουργούσε από το 1948 έως το 1951.

²⁴⁹ Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. 1997, Σάκκουλα, σ.817-819, 821, 823.

Τα τελευταία χρόνια το Ελληνικό Κράτος έκρινε απαραίτητη, την ενεργοποίηση των περιφερειακών φορέων και την αποκέντρωση των αρμοδιοτήτων του ΕΟΤ προκειμένου να προωθήσει πιο ορθά την τουριστική ανάπτυξη της χώρας. Γι' αυτό το λόγο ενισχύθηκε ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης και τα περιφερειακά γραφεία του ΕΟΤ απέκτησαν περισσότερες αρμοδιότητες αφού συνδέθηκαν με τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης, τα Νομαρχιακά Συμβούλια και τις περιφερειακές ενώσεις του τουριστικού τομέα.

4.3.1. ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΕΟΤ)

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) έχει τη μορφή νομικού προσώπου δημοσίου δικαίου, με έδρα την Αθήνα και υπάγεται στο Υπουργείο Ανάπτυξης. Περιεχόμενο της εποπτείας του είναι η έγκριση συγκεκριμένων κατηγοριών αποφάσεων του διοικητικού συμβουλίου του ΕΟΤ που καθορίζονται από τον νόμο, όπως λόγου χάρι αυτές που αφορούν την υλοποίηση της τουριστικής πολιτικής που χαράσσει η κυβέρνηση ή τον συντονισμό των ενεργών των συναρμοδίων φορέων για την εξυπηρέτηση των τουριστικών σκοπών.

➤ Σκοπός του ΕΟΤ

Σκοπός του ΕΟΤ είναι η οργάνωση και η προαγωγή του τουρισμού στην Ελλάδα, με την αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων που υφίστανται στη χώρα. Επίσης, στόχο έχει τον συντονισμό προς μία ενιαία κατεύθυνση, όλων των ενεργειών δημόσιας, δημοτικής ή κοινοτικής αρχής ή νομικών προσώπων ιδιωτικού ή δημόσιου δικαίου ή κοινωφελών οργανισμών καθώς και ιδιωτικών οργανώσεων ή επιχειρήσεων που αποβλέπουν στην εξυπηρέτηση των βασικών σκοπών του τουρισμού στην Ελλάδα. Για το λόγο αυτό καταρτίζει και εφαρμόζει πρόγραμμα τουρισμού που αποβλέπει κυρίως στην προσέλκυση ξένων περιηγητών και στην τόνωση του εσωτερικού τουρισμού.

Οι σκοποί του ΕΟΤ επιτυγχάνονται με:

1. Την ανάπτυξη κέντρων και τόπων.
2. Τη βελτίωση και παρακολούθηση των συγκοινωνιών που ενδιαφέρουν τον τουρισμό.
3. Την τελειοποίηση και ανέγερση νέων ξενοδοχείων και τουριστικών περιπτέρων, οδικών σταθμών και λοιπών τουριστικών εγκαταστάσεων.
4. Την διοργάνωση περιηγήσεων, εορτών και παραστάσεων.
5. Την καλαίσθητη διαρρύθμιση των λουτροπόλεων, των αρχαιολογικών και των λοιπών τουριστικών τόπων, σε συνεργασία με τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης.
6. Την ενίσχυση των δημοσίων υπηρεσιών, οργανισμών και κάθε είδους σωματείων που επιδιώκουν σκοπούς συναφείς με την τουριστική ανάπτυξη της χώρας.
7. Την ενίσχυση των τουριστικών επιχειρήσεων, την ανάπτυξη της τουριστικής συνείδησης.
8. Τη διαφήμιση του ελληνικού τουρισμού στο εσωτερικό και το εξωτερικό.

Παράλληλα με την επιδίωξη των σκοπών του ο ΕΟΤ αναλαμβάνει:

- i. Την εκτέλεση κάθε είδους διαφημιστικών ενεργειών του ελληνικού τουρισμού στο εσωτερικό αλλά και το εξωτερικό.
- ii. Τη διοργάνωση κάθε μορφής τουριστικών εκδηλώσεων που αποβλέπουν στην προώθηση της τουριστικής κίνησης στη χώρα.
- iii. Την κατασκευή και εκμετάλλευση τουριστικών καταστημάτων και εγκαταστάσεων και γενικά έργων τουριστικής ανάπτυξης και την κατάρτιση σχετικών προγραμμάτων για τουριστική αξιοποίηση λουτροπόλεων και ιαματικών πηγών.
- iv. Την υποβολή προτάσεων στην Κυβέρνηση για χάραξη της τουριστικής πολιτικής και την υλοποίησή της.
- v. Τον συντονισμό των ενεργειών των συναρμόδιων φορέων για την εξυπηρέτηση των τουριστικών σκοπών.
- vi. Την κατάρτιση και εκτέλεση του προγράμματος τουριστικής προβολής της χώρας στο εσωτερικό και εξωτερικό καθώς και την μέριμνα για την ανάπτυξη της τουριστικής συνείδησης.
- vii. Την ευθύνη για την τουριστική επιμόρφωση.
- viii. Την εποπτεία και τον έλεγχο των τουριστικών εγκαταστάσεων και δραστηριοτήτων.
- ix. Την επίβλεψη της όποιας δραστηριότητας ή ενέργειας αποσκοπεί στην οργάνωση, ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού.

➤ Δικαιώματα του ΕΟΤ

Ο ΕΟΤ διαθέτει περιουσία , με την εκμετάλλευση της οποίας έχει την δυνατότητα να εκπληρώνει τους ποικίλους στόχους του. Για την εκπλήρωση των σκοπών του και την εκμετάλλευση της περιουσίας του ο ΕΟΤ ενεργεί είτε μέσω αναδόχων (μισθωτών, επικαρπωτών ή εργολάβων) με βάση σχετικό κανονισμό, είτε με αυτεπιστασία (με αποκεντρωμένες ή μη μονάδες εκμετάλλευσης), είτε μέσω αυτοτελών επιχειρηματικών μονάδων. Οι μονάδες αυτές είναι δυνατόν να υφίστανται ήδη, ή και να δημιουργούνται για το συγκεκριμένο σκοπό, με εφαρμογή των διατάξεων του ιδιωτικού δικαίου και σύμφωνα με τους κανόνες της ιδιωτικής οικονομίας.

Ο ΕΟΤ έχει το δικαίωμα στα εξής παρακάτω:

- i. Να αποκτά, να λαμβάνει στην κατοχή του, να χρησιμοποιεί ή και να εκμεταλλεύεται με αγορά. Μίσθωση ή οποιονδήποτε άλλο τρόπο, κινητά ή ακίνητα πράγματα. Επίσης, έχει το δικαίωμα να τα απαλλοτριώνει ή να παραχωρεί τη χρήση του, με πώληση, ανταλλαγή, μίσθωση ή με οποιονδήποτε άλλο τρόπο, καθώς επίσης και να παραχωρεί εμπράγματα δικαιώματα.
- ii. Να αποδέχεται δωρεές και παροχή υπηρεσιών ή συνεισφορά περιουσιακών στοιχείων, εμπράγματων ή ενοχικών.
- iii. Να χρησιμοποιεί κοινόχρηστους χώρους καθώς και χώρους που ανήκουν στο Δημόσιο, τους Δήμους ή τις Κοινότητες ή άλλα νομικά πρόσωπα ιδιωτικού ή δημοσίου δικαίου ή και εγκαταστάσεις τους, αφού πρώτα έχει την έγκρισή τους. Μπορεί επίσης, να αφήνει τα έργα που έχει εκτελέσει σε κοινή χρήση ή στη διαχείριση και εκμετάλλευση αυτών, στους οποίους ανήκουν οι χώροι ή οι εγκαταστάσεις που χρησιμοποιούνται.

- iv. Να καταβάλλει αποζημιώσεις και να αναλαμβάνει τις δαπάνες που απαιτούνται για τη διάθεση προς αυτόν από τρίτους, χώρων που μπορούν να αξιοποιηθούν τουριστικά. Επίσης, να προβαίνει με δαπάνες του σε ενέργειες που έχουν ως στόχο τη διατήρηση του χαρακτήρα του τοπίου ή της αρχιτεκτονικής ή πολεοδομικής μορφής κτισμάτων ή χώρων που ενδιαφέρουν την ανάπτυξη του τουρισμού.
- v. Να δανείζεται για την εκπλήρωση συγκεκριμένων σκοπών τουριστικής ανάπτυξης, παρέχοντας τις εγγυήσεις που απαιτούνται γι' αυτό, καθώς και να δανείζει στις επιχειρήσεις στις οποίες συμμετέχει.²⁵⁰

➤ Η διοίκηση του ΕΟΤ

Το διοικητικό Συμβούλιο του ΕΟΤ αποτελείται από εννέα άτομα, τον Πρόεδρο, επτά μέλη και το Γενικό Γραμματέα του ΕΟΤ, τα οποία ορίζονται για τριετή θητεία με Απόφαση του Υπουργού Τουρισμού, που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. Τόσο ο Πρόεδρος, όσο και ο Γενικός Γραμματέας και τα μέλη του Δ.Σ. μπορούν να απολυθούν κατά τη διάρκεια της θητείας τους μόνο σε περίπτωση σοβαρής παράβασης ή αμέλειας περί της εκτέλεσης των καθηκόντων τους.

I. Το Διοικητικό Συμβούλιο

Το Διοικητικό Συμβούλιο έχει αρκετές αρμοδιότητες, οι σπουδαιότερες των οποίων αξίζει να αναφερθούν και είναι οι εξής:

- Εισηγείται την τουριστική πολιτική.
- Αποφασίζει για τον ετήσιο τακτικό προϋπολογισμό των εσόδων και εξόδων του Οργανισμού, τον προϋπολογισμό επενδύσεων, τον απολογισμό της ετήσιας διαχείρισης και τον ισολογισμό του. Τον οποίο παραπέμπει προς έλεγχο σε ορκωτό ελεγκτή.
- Αποφασίζει για το πρόγραμμα των έργων και ενεργειών προς υλοποίηση της τουριστικής πολιτικής.
- Αποφασίζει για τις δαπάνες των προγραμμάτων τουριστικής προβολής, διαφήμισης, δημοσίων σχέσεων και τουριστικών εκδηλώσεων καθώς και προγραμμάτων συμπαραγωγής και συνδιαφήμισης στην ημεδαπή και αλλοδαπή από κοινού με οργανισμούς, επιμελητήρια και άλλα νομικά ή φυσικά πρόσωπα της ημεδαπής ή αλλοδαπής.
- Αγοράζει, εκποιεί και εκμισθώνει ακίνητα του ΕΟΤ, ή μισθώνει ακίνητα τρίτων ανεξάρτητα από την αξία τους.
- Αναλαμβάνει αρμοδιότητες εκ μέρους του ΕΟΤ για οποιαδήποτε αιτία.
- Συνομολογεί δάνεια προς εκπλήρωση συγκεκριμένων σκοπών τουριστικής ανάπτυξης και χορηγεί δάνεια στις επιχειρήσεις που συμμετέχει ο ΕΟΤ.
- Εγκρίνει ειδικές χορηγίες υπέρ του προσωπικού για κατασκηνώσεις και επετειακές εκδηλώσεις.²⁵¹
- Εγκρίνει δαπάνες για ενίσχυση δραστηριοτήτων δημόσιων υπηρεσιών και φυσικών ή νομικών προσώπων, οι οποίες αποβλέπουν στην προώθηση των στόχων του ΕΟΤ. κ.α.

²⁵⁰ Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. 1997, Σάκκουλα, σ.778-783.

²⁵¹ Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. 1997, Σάκκουλα, σ.783-784.

II. Γενικός Γραμματέας

Ο Γενικός Γραμματέας του ΕΟΤ έχει κάθε διοικητική αρμοδιότητα, προΐσταται του προσωπικού του ΕΟΤ, έχει την ευθύνη για την εύρυθμη λειτουργία του και ασκεί ορισμένες αρμοδιότητες οι σημαντικότερες των οποίων είναι οι εξής:

- Μέριμνα για την εκτέλεση του τουριστικού προγράμματος που έχει ήδη εγκριθεί.
- Εισηγήση για τον ετήσιο προϋπολογισμό του Οργανισμού τον οποίο και υποβάλλει στο Δ.Σ. για έγκριση.
- Διαχείριση της περιουσίας και των πόρων του ΕΟΤ.
- Συντονισμός συναρμοδίων φορέων για εφαρμογή τουριστικής πολιτικής.
- Εκπροσώπηση του ΕΟΤ ενώπιον των αντισυμβαλλομένων, οποιονδήποτε τρίτων, των δικαστηρίων και κάθε αρχής.
- Συγκρότηση επιτροπών για θέματα αρμοδιότητας του ΕΟΤ και έγκριση σχετικών δαπανών στα πλαίσια του εγκεκριμένου προϋπολογισμού.
- Μεταβίβαση αρμοδιοτήτων σε γενικούς διευθυντές και προϊσταμένους υπηρεσιών, καθώς και του δικαιώματος υπογραφής ως «εντολή Γενικού Γραμματέα ΕΟΤ».
- Παροχή της δικαστικής πληρεξουσιότητας σε δικηγόρους προσωπικού του ΕΟΤ και σε άλλους δικηγόρους για την άσκηση των ενδίκων μέσων και την παραίτηση από αυτά.

Σε αυτό το σημείο να σημειωθεί ότι ο Γενικός Γραμματέας του ΕΟΤ έχει το βαθμό και τις αποδοχές γενικού γραμματέα υπουργείου και κατά τη διάρκεια της θητείας του δεν μπορεί να ασκεί ιδιωτική επιχείρηση ή άλλο ελεύθερο επάγγελμα.

III. Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου

Ο Πρόεδρος του Δ.Σ. του ΕΟΤ, έχει τις παρακάτω αρμοδιότητες:

- Συγκαλεί το Συμβούλιο. Διευθύνει τις συνεδριάσεις του και κατευθύνει τις εργασίες του.
- Παρακολουθεί τις αποφάσεις του Δ.Σ. και τις ενέργειες του Οργανισμού αφού ενημερωθεί για αυτές από τον Γενικό Γραμματέα.
- Εκπροσωπεί τον Οργανισμό στις σχέσεις του με τις συναφείς οργανώσεις και ιδρύματα της αλλοδαπής, με τη βοήθεια της αρμόδιας υπηρεσίας.

Σε αυτό το σημείο να σημειωθεί πως σε περίπτωση απουσίας ή κωλύματος του Προέδρου, η αναπλήρωση γίνεται από τον Αντιπρόεδρο και σε περίπτωση απουσίας ή κωλύματος και του Αντιπροέδρου η αναπλήρωση γίνεται από ένα μέλος που ορίζει το Δ.Σ. Επίσης, τόσο ο Πρόεδρος όσο και ο γενικός Γραμματέας του ΕΟΤ διορίζονται πρόσωπα αναγνωρισμένου κύρους που διαθέτουν διοικητική πείρα.

➤ Διάρθρωση των υπηρεσιών του ΕΟΤ

Όπως προκύπτει από τον κανονισμό, η βασική διάρθρωση του ΕΟΤ έχει ως εξής:

- I. Κεντρική Υπηρεσία, η οποία αποτελείται από τις:
 - i. Γενική Διεύθυνση Τουριστικής Ανάπτυξης
 - ii. Υπηρεσία Διοικήσεως και Διαχειρίσεως
 - iii. Γραφείο Μελετών και Προγραμματισμού
 - iv. Γραφείο Νομικού Συμβούλου
 - v. Γραφείο Διεθνών Σχέσεων
 - vi. Γραφείο Τύπου
- II. Περιφερειακές Υπηρεσίες Εσωτερικού, οι οποίες διαρθρώνονται σε Διευθύνσεις Τουρισμού, Γραφεία Τουρισμού και Γραφεία Πληροφοριών και έχουν ως αρμοδιότητες την παρακολούθηση και εποπτεία των έργων και εγκαταστάσεων που εκτελούνται στην περιοχή τους, τη λειτουργία των εγκαταστάσεων, την εκμετάλλευση των επιχειρήσεων του ΕΟΤ που λειτουργούν με αυτεπιστασία κ.α.
- III. Υπηρεσίες Εξωτερικού, τις οποίες συνθέτουν οι Διευθύνσεις Α και Β τάξεως και τα Γραφεία Εξωτερικού. Οι σημαντικότερες από τις αρμοδιότητες που αναλαμβάνουν είναι οι εξής παρακάτω:
 - i. Μέριμνα προώθησης των ενεργειών για την τουριστική ανάπτυξη και την εφαρμογή της τουριστικής πολιτικής που χαράσσεται κάθε φορά, που αφορά το εξωτερικό, με κάθε πρόσφορο μέσο, με σκοπό την προσέλκυση προς την Ελλάδα επισκεπτών και την αύξηση του τουριστικού ρεύματος προς αυτήν.
 - ii. Παρακολούθηση των δημοσιευμάτων του ξένου τύπου για τα τουριστικά θέματα της χώρας, ενημέρωση σχετικά με αυτά της κεντρικής υπηρεσίας, καθώς και παροχή σε αυτήν κάθε πληροφορίας σχετικής με τη διαμόρφωση των μεγεθών και τάσεων της τουριστικής αγοράς ης περιφέρειας της.
 - iii. Μέριμνα για ανάπτυξη ευνοϊκών υπέρ του ελληνικού τουρισμού κοινωνικών, δημοσίων και διεθνών σχέσεων και επαφών.
 - iv. Κίνηση των απαραίτητων διαδικασιών για τη σύναψη ειδικών και άλλων συμβάσεων, βασιζόμενων σε εντολές και εξουσιοδοτήσεις της Διοίκησης.²⁵²

➤ Εκτέλεση έργων από τον ΕΟΤ

Σε αυτό το σημείο αξίζει να γίνει ένας λόγος σε ότι αφορά την *εκτέλεση των έργων* που γίνονται από τον ΕΟΤ. Ο ΕΟΤ, είναι γνωστό, ότι δύναται να πραγματοποιεί κατασκευές, επισκευές και διαρρυθμίσεις κάθε είδους έργων, είτε μόνιμων είτε όχι, τα οποία θα συντελέσουν στην επίτευξη των σκοπών του ως οργανισμό.

Τα έργα αυτά έχουν ως σκοπό τη δημιουργία, τη βελτίωση και τη συντήρηση τουριστικών καταστημάτων γενικά και τουριστικών συγκοινωνιών. Επίσης, γίνεται λόγος και για έργα που έχουν ως στόχο την ανάδειξη, τη βελτίωση και τον καλλωπισμό τουριστικών κέντρων και τόπων, λουτροπόλεων και ιστορικών ή και αρχαιολογικών χώρων και μνημείων.

Για κάθε ξεχωριστό έργο που πραγματοποιεί ο ΕΟΤ, συντάσσεται ένα ειδικό πρόγραμμα, στο οποίο εκτίθεται συνοπτικά ο σκοπός του έργου, η περιγραφή του, ο προϋπολογισμός της δαπάνης καθώς και ο τρόπος εκτέλεσης του. Επίσης, ο ίδιος ο Οργανισμός επιβλέπει την εκτέλεση των έργων με όργανα που διορίζει για αυτόν τον σκοπό. Συχνά ο ΕΟΤ αναλαμβάνει μέσω της τεχνικής του Υπηρεσίας τη μελέτη και την εκτέλεση έργων του Δημοσίου ή άλλων προσώπων Δημοσίου Δικαίου, εφόσον αυτά, συντελούν στην προαγωγή του τουρισμού. Τα εν λόγω έργα εκτελούνται είτε με εργολάβους είτε με αυτεπιστασία. Να σημειωθεί εδώ, πως

²⁵² Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. 1997, Σάκκουλα, σ.785-789.

με αυτεπιστασία εκτελούνται έργα ειδικής μορφής ή έργα που δεν απαιτούν, λόγω της φύσεώς τους ή της περιορισμένης έκτασης του, σύνταξη προγράμματος ή λεπτομερούς τεχνικής μελέτης ή όντα για διάφορους λόγους είναι αδύνατη ή εξαιρετικά δύσκολη η σύνταξη της σχετικής μελέτης.²⁵³

➤ Τμήμα Παραπόνων του ΕΟΤ

Μέσα από τη διαδικτυακή του ιστοσελίδα ο ΕΟΤ παρέχει τη δυνατότητα ενημέρωσης του καταναλωτή – τουρίστα σε βασικά θέματα που τον αφορούν και καλύπτει την ανάγκη του για άμεση επικοινωνία για κάθε λόγο αλλά ειδικότερα και για θέματα παραπόνων που δύναται να προκύψουν κατά τη διάρκεια των διακοπών του.

Ειδικότερα, το τμήμα παραπόνων του ΕΟΤ είναι αρμόδιο για τα εξής παρακάτω:

- Τη συγκέντρωση, κατάταξη, αξιολόγηση και διερεύνηση παραπόνων και καταγγελιών στις οποίες προβαίνουν οι τουρίστες και αφορούν οποιοδήποτε θέμα (όπως, οργάνωση αρχαιολογικών χώρων, αεροδρομίων, λιμανιών, κακομεταχείρισης ζώων κτλ.).
- Τη συνεργασία με αρμόδιους φορείς για τη λήψη αναγκαίων μέτρων.
- Την ενημέρωση της Διεύθυνσης Συντονισμού και των Περιφερειακών Υπηρεσιών Τουρισμού, κατόπιν μελέτης και αξιολόγησης των πορισμάτων που προκύπτουν από ελέγχους.
- Την ενημέρωση των καταναλωτών– ενδιαφερομένων τόσο ιδιωτικών όσο και δημόσιων φορέων.
- Τη μέριμνα για την τήρηση της νομοθεσίας που αφορά την προστασία των τουριστών.

Οι καταγγελίες από τους καταναλωτές – τουρίστες μπορούν να κατατεθούν ή να αποσταλούν είτε μέσω ταχυδρομείου είτε μέσω e- mail της κεντρικής ιστοσελίδας του ΕΟΤ είτε τηλεφωνικώς στην γραμμή 1572.

Επίσης κρίνεται σκόπιμο σε αυτό το σημείο να αναφερθούν ως έχουν τα όσα οφείλει να γνωρίζει συνοπτικά ο καταναλωτής – τουρίστας, σύμφωνα με την επίσημη ιστοσελίδα του ΕΟΤ στο διαδίκτυο.

Όταν λοιπόν ταξιδεύουμε εντός της Ελλάδας, είναι χρήσιμο να γνωρίζουμε τα ακόλουθα:

Ως καταναλωτής, όλοι μας προστατευόμαστε από την Ελληνική νομοθεσία περί προστασίας καταναλωτή, για όλες τις συναλλαγές που κάνουμε ενώ ταξιδεύουμε στην χώρα.

Όλες οι επιχειρήσεις τουριστικές ή μη, υποχρεούνται στην έκδοση γραπτών αποδείξεων για το σύνολο του ποσού που εισπράττουν. Η απόδειξη κατοχυρώνει τον καταναλωτή σε οποιαδήποτε διεκδίκηση - διαφορά με τις επιχειρήσεις. Οι ξένοι επισκέπτες σκόπιμο είναι να κάνουν ασφάλεια πριν το ταξίδι τους.

Κατά τη διαμονή μας σε καταλύματα που διαθέτουν το ειδικό σήμα λειτουργίας του ΕΟΤ ισχύουν τα ακόλουθα:

²⁵³ Α. Ευθυμιάτου- Πουλάκου, *Τουριστικό Δίκαιο*, Β' εκδ. 1997, Σάκκουλα, σ.792-793.

1. Ο ξενοδόχος είναι υποχρεωμένος να ενοικιάζει τα κενά δωμάτια που διαθέτει στους πελάτες και να παρέχει όσες ανέσεις διαφημίζει.
2. Ο ξενοδόχος είναι υποχρεωμένος να απαντά εγγράφως μέσα σε 3 ημέρες ότι αποδέχεται ή όχι κάθε παραγγελία για δωμάτιο που του έχει υποβληθεί με οποιονδήποτε τρόπο (τηλεφωνικά, εγγράφως ή με email) αναφέροντας τις λεπτομέρειες της μίσθωσης (τύπος δωματίου, ημέρες κράτησης, τιμή). Η έγγραφη απάντηση κατοχυρώνει τον πελάτη και τον ξενοδόχο ταυτόχρονα.
3. Η προκαταβολή για την κράτηση δεν μπορεί να ξεπερνά το 25% του συνολικού κόστους διαμονής αλλά δεν μπορεί να είναι μικρότερη από το μίσθωμα μιας ημέρας.
4. Σε περίπτωση ακύρωσης από τον πελάτη εφόσον αυτή γίνει 21 ημέρες πριν από την συμφωνημένη άφιξη ο ξενοδόχος υποχρεούται να επιστρέψει ολόκληρη την προκαταβολή ενώ αν η ακύρωση γίνει σε λιγότερες από 21 ημέρες ο πελάτης οφείλει στον ξενοδόχο το μισό του συνολικού ποσού της παραγγελίας που ακύρωσε.
5. Σε περίπτωση που ο ξενοδόχος αδυνατεί να προσφέρει δωμάτια που έχει αποδεχτεί να διαθέσει σε πελάτες, υποχρεούται να εξασφαλίσει την διαμονή τους σε άλλο κατάλυμα της ίδιας τουλάχιστον κατηγορίας, στην ίδια πόλη που να προσφέρει τις ίδιες ανέσεις και εν γένει παροχές με εκείνες που διαφημίζει για το δικό του κατάλυμα.
6. Ο ξενοδόχος φέρει ευθύνη μόνο για τα πολύτιμα ή μεγάλης αξίας αντικείμενα και χρήματα που του έχει παραδώσει ο πελάτης, δίνοντας σχετική απόδειξη.
7. Η διατήρηση μέσα στο ξενοδοχείο κάθε είδους κατοικίδιων ζώων απαγορεύεται εκτός αν διατίθεται στο ξενοδοχείο ειδικός για τούτο χώρος. Σε κάθε περίπτωση να υπάρχει αντίστοιχη συνεννόηση μεταξύ ξενοδόχου και τουρίστα καταναλωτή για το θέμα αυτό.

Κατά τις συναλλαγές μας ως τουρίστες, με τουριστικά γραφεία που διαθέτουν σήμα λειτουργίας από τον ΕΟΤ ισχύουν τα ακόλουθα:

1. Το τουριστικό γραφείο είναι υπεύθυνο έναντι του καταναλωτή για όλες τις υπηρεσίες που του πούλησε ακόμα και για εκείνες που παράγονται από τρίτους (ξενοδοχεία, κέντρα εστίασης, ενοικίαση αυτοκινήτων κλπ), εκτός των περιπτώσεων ευθύνης του ίδιου του καταναλωτή, τρίτου προσώπου ή ανωτέρας βίας.
2. Σε κάθε περίπτωση ο πελάτης του τουριστικού γραφείου και του γραφείου ενοικίασης αυτοκινήτων, πρέπει να έχει έγγραφη ενημέρωση για τους αναλυτικούς όρους της παροχής των προϊόντων και υπηρεσιών πριν προβεί στην αγορά τους.

Ειδικότερα για τα Οργανωμένα ταξίδια, (Π.Δ. 339/96) τα οποία σύμφωνα με τον νόμο είναι προκαθορισμένος συνδυασμός τουλάχιστον δύο από τα ακόλουθα στοιχεία, δηλαδή μεταφοράς, διαμονής ή άλλης παροχής (συμμετοχή σε επαγγελματική, πολιτιστική ή καλλιτεχνική συνάντηση ή εκδήλωση, κλπ) είναι υποχρεωτική η σύναψη σχετικής σύμβασης στην οποία να αναφέρονται:

1. Οι όροι των παροχών που περιλαμβάνονται στη σύμβαση αυτή, (η τιμή, η κατηγορία του καταλύματος)
2. Τα μέσα μεταφοράς, τα παρεχόμενα γεύματα, το δρομολόγιο, πληροφορίες σχετικά με τα διαβατήρια και τις απαραίτητες θεωρήσεις, προϋποθέσεις ακύρωσης,

ξεναγήσεις, εισόδους σε αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία, άλλες υπηρεσίες αναψυχής κλπ).

3. Η ύπαρξη ασφαλιστικής σύμβασης στην οποία θα αναφέρεται ρητά ότι σε περίπτωση αφερεγγυότητας ή πτώχευσης του τουριστικού γραφείου ο καταναλωτής πέραν των άλλων αξιώσεων ,δικαιούται επιστροφής των καταβληθέντων και του τρόπου άμεσης καταβολής των εξόδων επαναπατριsmού.

Σε κάθε περίπτωση ο τουρίστας καταναλωτής, για την καλύτερη εξυπηρέτησή του οφείλει να ενημερώνεται πάντοτε σχετικά με την χρήση των δημοσίων μέσων μεταφοράς του τόπου προορισμού του και ιδιαίτερα ως προς το κόστος διαδρομής, την ισχύ και ακύρωση εισιτηρίου, τους χρόνους προσέλευσης πριν την εκκίνηση.




Όταν χρησιμοποιεί ταξί πρέπει να γνωρίζει ότι οι οδηγοί υποχρεούνται εφόσον τους ζητηθεί να εκδίδουν θεωρημένες αποδείξεις για το σύνολο του ποσού στις οποίες αναφέρεται ο αριθμός κυκλοφορίας του οχήματος και το όνομα του ιδιοκτήτη.

Τέλος, σε περίπτωση παραλείψεων ή παραβάσεων των ανωτέρω ο κάθε τουρίστας-καταναλωτής μπορεί να υποβάλει τα παράπονα και καταγγελίες του στον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού με e- mail στο complaints@gnto.gr και για λοιπές τουριστικές πληροφορίες μπορεί να επικοινωνήσει στο e- mail info@gnto.gr ή στα τηλέφωνα 210 3310392, 210 3310716, σύμφωνα πάντα με τις επίσημες πληροφορίες που αναγράφονται στην ιστοσελίδα του ΕΟΤ.²⁵⁴

➤ **Ε.Ο.Τ και Διαδίκτυο**

Σημαντικό κομμάτι των δραστηριοτήτων του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού είναι και η σχέση του με το διαδίκτυο. Για να επισκεφθεί κάποιος τις ιστοσελίδες του Ε.Ο.Τ στο διαδίκτυο, δεν έχει παρά να πληκτρολογήσει την ακόλουθη διεύθυνση: <http://www.gnto.gr> και αυτομάτως θα μπορέσει να ταξιδέψει σε όλες τις γωνιές της Ελλάδας. Η κεντρική σελίδα είναι σχεδιασμένη κατά τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να είναι εύκολη στη χρήση και απόλυτα κατανοητή.

Περιλαμβάνει χάρτες πλοήγησης που επιτρέπουν στον επισκέπτη να βρει οτιδήποτε θελήσει, από μια μεγαλούπολη έως και το πιο απομακρυσμένο χωριουδάκι των συνόρων. Επίσης διαθέτει και ένα ευρετήριο στο αριστερό μέρος της κεντρικής του σελίδας, το οποίο χωρίζεται στις παρακάτω ενότητες:

-  Ταξιδιωτικός Οδηγός
 - Διακοπές
 - Αξιοθέατα
 - Διαμονή
 - Εκδηλώσεις
 - Συγκοινωνίες
 - Γενικές Πληροφορίες
 - Downloads
-  Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης
-  Φορείς Τουρισμού

²⁵⁴<http://www.gnto.gov.gr>

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ)
Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (ΟΤΕΚ)
Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε.)
Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΕΤΑ)
Ελληνικό Φεστιβάλ ΑΕ
Αγροτουριστική ΑΕ
Άλλοι φορείς Τουρισμού

Κάθε μια από τις τρεις βασικές ενότητες διαθέτει και υποενότητες. Επιλέγοντας μια από αυτές τις υποενότητες εμφανίζεται μια νέα ιστοσελίδα η οποία με τη σειρά της διαθέτει τα δικά της περιεχόμενα.

Έτσι λοιπόν στις ιστοσελίδες του Ε.Ο.Τ. μπορεί κανείς να βρει οτιδήποτε έχει σχέση με την τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα (επιχειρηματικές προτάσεις, δελτία τύπου, ειδησιογραφία σχετικά με τις δραστηριότητες των φορέων του Τουρισμού), καθώς και κατατοπιστικές πληροφορίες (διαμονή, αρχαιότητες, ήθη και έθιμα, παραδόσεις, διατροφή, συγκοινωνίες κλπ.) για τις διακοπές στην Ελλάδα.

4.3.2. Ενίσχυση Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης

Έχοντας κάνει λόγο για τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού, είναι σημαντικό να αναφερθεί πως η σωστή τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτει τη συμμετοχή και τη συνεργασία όλων, τόσο ατόμων όσο και επιχειρήσεων, τοπικής αυτοδιοίκησης και κρατικών φορέων σε εθνικό επίπεδο. Ως εκ τούτου, γίνονται συνεχώς προσπάθειες για αποκέντρωση του προγραμματισμού τόσο με την αποκέντρωση των υπηρεσιών του ΕΟΤ όσο και με την ενίσχυση του ρόλου των Οργανισμών της Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Η αποκέντρωση του των υπηρεσιών του ΕΟΤ επιτυγχάνεται με τη μεταβίβαση αρμοδιοτήτων τόσο από την πλευρά του Γενικού Γραμματέα προς τους Διευθυντές και Προϊσταμένους Τμημάτων, όσο και από την Κεντρική Υπηρεσία του ΕΟΤ προς τις Υπηρεσίες Εσωτερικού και Εξωτερικού.

Η ενίσχυση του ρόλου της Τοπικής Αυτοδιοίκησης γίνεται με την παραχώρηση από τον ΕΟΤ προς τους Δήμους και τις Κοινότητες, δημοσίων εκτάσεων για τουριστική ανάπτυξη. Οι Οργανισμοί Τουριστικής Αυτοδιοίκησης με τη σειρά τους αναλαμβάνουν πλήρη διοίκηση και διαχείριση των εκτάσεων που παραχωρούνται και σε περίπτωση που πρόκειται για εγκαταστάσεις, οι υπηρεσίες που παρέχουν δεν θα πρέπει να υποβαθμίζονται.

Επίσης, ο ΕΟΤ παρέχει τεχνική βοήθεια στις Νομαρχίες και στους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης, μέσω ενημέρωσης, παροχής τεχνικών συμβουλών και εκπόνησης μελετών τουριστικής αξιοποίησης. Η αποκέντρωση και η ενδυνάμωση της τοπικής αυτοδιοίκησης, επιπλέον, ενισχύεται με το θεσμό των προγραμματικών συμβάσεων και την ενεργοποίηση των περιφερειακών φορέων και των έργων τους από τις Νομαρχιακές Επιτροπές Τουρισμού και την Επιτροπή Τουριστικής Προβολής.

I. Προγραμματικές συμβάσεις

Οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης, δύναται να συνάπτουν προγραμματικές συμβάσεις με φορείς του δημόσιου τομέα, ώστε να μελετήσουν και να εκτελέσουν έργα ή προγράμματα ανάπτυξης μιας περιοχής ή παροχής υπηρεσιών. Στις συμβάσεις αυτές μπορούν να συμμετέχουν τόσο επιχειρήσεις οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης, όσο και σύνδεσμοι δήμων και κοινοτήτων, συνεταιρισμών, επιμελητηρίων και επιστημονικών φορέων δημοσίου δικαίου.

II. Νομαρχιακές Επιτροπές Τουρισμού

Οι Νομαρχιακές Επιτροπές Τουρισμού συνίστανται ώστε να υποβοηθήσουν το έργο των αρμόδιων φορέων για την τουριστική ανάπτυξη της χώρας αλλά και για να εξειδικεύσουν το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης σε επίπεδο νομού, ώστε αυτό να ανταποκριθεί όσο το δυνατόν καλύτερα στη βελτίωση και στην αξιοποίηση των τουριστικών υπηρεσιών και στην προβολή των τουριστικών εκδηλώσεων του νομού.

III. Επιτροπή Τουριστικής Προβολής

Ο νόμος 2160/1993 που αφορά σχετικές ρυθμίσεις για τον Τουρισμό προέβλεψε τη σύσταση στην έδρα κάθε νομού της Ελλάδος μιας Επιτροπής Τουριστικής Προβολής η οποία θα έχει ως βασικό σκοπό την κατάρτιση προγραμμάτων τουριστικής προβολής της περιοχής στο εσωτερικό και εξωτερικό, καθώς και την εκτέλεση τους, ύστερα από έγκριση του ΕΟΤ. Τα προγράμματα τουριστικής προβολής χρηματοδοτούνται κατά το ήμισυ από τον ΕΟΤ και το υπόλοιπο ποσό χρηματοδότησης εκπίπτει από υποχρεωτικές εισφορές των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης και όλων των παραγωγικών τάξεων της περιοχής του νομού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο

ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ & ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο κόσμος που ταξιδεύει ή συμμετέχει στις διάφορες υπάρχουσες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχει διάφορα κίνητρα και αίτια που τον οδηγούν στην απόφαση που θα πάρει για το είδος του τουρισμού που θα πραγματοποιήσει.

Σημαντικός προσδιοριστικός παράγοντας της τουριστικής προσφοράς ήταν και θα συνεχίσει να είναι το πραγματικά υπολειπόμενο εισόδημα ενός ανθρώπου ή μιας οικογένειας που θέλει να ταξιδέψει. Η ελκυστικότητα είναι σημαντικό κριτήριο για την τελική απόφαση κάποιου να επισκεφτεί έναν προορισμό όμως η τελική επιλογή είναι άρρηκτα εξαρτώμενη από τον οικονομικό προϋπολογισμό του. Επίσης, το κόστος ενός ταξιδιού, η διάρκεια του και αυτά που περιλαμβάνει ένα ολοκληρωμένο πακέτο διακοπών ή ακόμη και όλα αυτά που μπορεί να κάνει κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του ένας μεμονωμένος τουρίστας σε έναν ξένο τόπο όπου αποφασίζει να επισκεφτεί είναι αναγκαία να τα γνωρίζει από νωρίς.

Η ηλικία είναι ένα αρκετά σημαντικό κριτήριο μετά από αυτό του περισευόμενου εισοδήματος, για να διαλέξει κάποιος ένα προορισμό. Διαφορετικές αναζητήσεις και προσδοκίες έχουν οι νέοι άνθρωποι, οι μεσήλικες και αυτοί της τρίτης ηλικίας που όμως αποτελούν και τον μεγαλύτερο όγκο τουριστών παγκοσμίως. Το επάγγελμα κάποιου καθώς και η μορφωτική του κατάσταση έχουν μεγάλη βαρύτητα στην τελική του επιλογή. Ο άνθρωπος επηρεάζεται πάρα πολύ από το είδος της δουλειάς που κάνει όλο το χρόνο και αναλόγως επιζητεί το είδος εκείνο των διακοπών από το οποίο μπορεί να αποκομίσει περισσότερα οφέλη. Τέλος, η εκπαίδευση που έχει αποκτήσει κάποιος στη ζωή του έχει σχέση με τη τάση που του έχει δημιουργηθεί να ταξιδεύει αλλά και να αναζητά να επισκεφτεί από κοντά μνημεία και αρχαιολογικούς, ιστορικούς τόπους.

Συμπερασματικά, οι ασχολίες και τα ερεθίσματα των ανθρώπων αναλόγως του τύπου διαμονής τους και του περιβάλλοντα χώρου τους, επηρεάζει τον τρόπο λειτουργίας και αντίδρασης τους στις κοινωνικές, επαγγελματικές και διαπροσωπικές τους σχέσεις καθώς και τις προσωπικές τους ανάγκες για ξεκούραση, χαλάρωση και διακοπές. Λόγου χάριν, οι άνθρωποι των μεγάλων πόλεων είναι δέκτες πολλών ερεθισμάτων και μηνυμάτων λόγω του ότι βρίσκονται στο κέντρο των εξελίξεων, όπως είναι σήμερα όλες οι μεγάλες πρωτεύουσες και πόλεις, ενώ αντίθετα οι κάτοικοι των απομακρυσμένων μικρών πόλεων και χωριών βιώνουν διαφορετικές καταστάσεις πιέσεων και συνθηκών ζωής από τους παραπάνω. Αποτέλεσμα αυτού, είναι οι κάτοικοι των μικρών πόλεων να μην έχουν τόσο ανεπτυγμένες τις ανάγκες για τουρισμό, επαφή με τη φύση, ή αναζήτηση εναλλακτικών τρόπων χαλάρωσης σε περιόδους διακοπών.

5.1. Τρόποι προώθησης εναλλακτικού τουρισμού

Προκειμένου να διεξαχθεί το ταξίδι και να φτάσει ο τουρίστας από τον ένα τόπο στον άλλο, σημαντικό ρόλο παίζουν οι φορείς του συστήματος διανομής που προωθούν τους τουριστικούς προορισμούς. Αυτοί δηλαδή που θα διανέμουν τον καταναλωτή – τουρίστα, μεταξύ των τουριστικών προϊόντων- προορισμών, δίνοντας του παράλληλα τις κατάλληλες πληροφορίες και εξασφαλίζοντας του ένα ασφαλές ταξίδι.

Ο βασικότερος φορέας του συστήματος διανομής, είναι ο πράκτορας ταξιδίων ο οποίος φροντίζει ώστε να εξασφαλίζει ένα βολικό χώρο όπου το κοινό που ενδιαφέρεται να ταξιδέψει να μπορεί να ζητήσει πληροφορίες για τους τουριστικούς προορισμούς, να κλείσει θέσεις και να αγοράσει τα εισιτήρια.

Το επίπεδο της εξυπηρέτησης που επιθυμούν οι πελάτες από τους πράκτορες έχει σχέση με την καλή γνώση του προϊόντος, τις αντικειμενικές συμβουλές από αυτούς, καθώς και την άνετη και βολική πρόσβαση και το ωράριο λειτουργίας του γραφείου. Επίσης πολύ σημαντικό είναι πάντα, οι υπηρεσίες αυτές να μπορούν να παρέχονται με ένα κόστος ανταγωνιστικό προς άλλα συστήματα διανομής.

Άλλοι τρόποι προώθησης των τουριστικών προορισμών από τη πλευρά των μικρότερων τουριστικών πρακτόρων της αγοράς μπορεί να είναι οι επιθετικές τεχνικές πωλήσεων, οι συμφωνίες «αποκλειστικής διανομής» των πακέτων ταξιδίων από εξειδικευμένες τουριστικές επιχειρήσεις τις οποίες οι μεγαλύτερες αλυσίδες είναι απρόθυμες να υποστηρίξουν.

Ένα ακόμη μέσο με το οποίο οι πράκτορες και οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να προωθούν τους διάφορους τουριστικούς προορισμούς στην αγορά με πιο αποτελεσματικό τρόπο είναι να γίνονται μέλη μιας συνεργατικής επιχειρηματικής δραστηριότητας η οποία τους δίνει τη δυνατότητα να ενώνονται για σκοπούς μάρκετινγκ και συγχρόνως να είναι οικονομικά ανεξάρτητοι.

Στις μέρες μας οι πράκτορες ταξιδίων έχουν επινοήσει διάφορους τρόπους προώθησης των τουριστικών προορισμών για να τους κάνουν γνωστούς στο κόσμο. Ο πλέον διαδεδομένος τρόπος προβολής ενός ήδη γνωστού τουριστικού προορισμού ή ενός ανερχόμενου, είναι το *διαδίκτυο*. Μέσα από τις υπηρεσίες που προσφέρει το *ιντερνέτ* δηλαδή αυτές του *παγκόσμιου ιστού*, του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, της ταυτόχρονης συνομιλίας μεταξύ των χρηστών του αλλά και τις λεγόμενες ομάδες ειδήσεων, ο χρήστης μπορεί να δει και να διαβάσει πληροφορίες για έναν προορισμό. Το διαδίκτυο δίνει τη δυνατότητα να συνομιλήσει κάποιος με έναν άνθρωπο όπου ζει ή έχει επισκεφτεί στο παρελθόν τον προορισμό που θέλει να επισκεφτεί ο πρώτος.

Στη συνέχεια, μια από τις πολλές χρησιμότητες του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι πως μέσα από ένα *e – mail* μπορεί κάποιος να ζητήσει ακριβείς πληροφορίες από ένα τουριστικό γραφείο για τις διακοπές που σκέφτεται να κάνει. Όλες οι πληροφορίες που χρειάζεται για την βασική ροή του προγράμματος τω διακοπών του, έρχονται ως απάντηση από τον τουριστικό πράκτορα, μέσω ηλεκτρονικής μορφής στον υπολογιστή του.

Σημαντικός ωστόσο είναι και ο ρόλος της τηλεόρασης στην προώθηση ενός τουριστικού πακέτου διακοπών. Τα μεγάλα τουριστικά γραφεία μιας χώρας προκειμένου να εξασφαλίσουν την πώληση των προαγορασμένων θέσεων των πακέτων τους, από ένα όσο το

δυνατόν μεγαλύτερο αριθμό ανθρώπων που θέλουν να ταξιδέψουν κάπου μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο χρησιμοποιούν το πλέον ισχυρό μέσο της εποχής μας που είναι η τηλεόραση. Αγοράζουν ουσιαστικά έναν μικρό τηλεοπτικό χρόνο λίγων δευτερολέπτων προκειμένου να προβάλλουν όσο το δυνατόν καλύτερα και να διαφημίσουν τον τουριστικό προορισμό που θέλουν να δείξουν στο κόσμο.

Αρκετά δημοφιλής και χρηστικός τρόπος διαφήμισης ενός τουριστικού προορισμού, είναι επίσης ο γραπτός λόγος στο χαρτί. Χρησιμοποιείται στις μπροσούρες των ταξιδιωτικών γραφείων και στις εκδιδόμενες εφημερίδες. Μέσω ενός πολύ καλογραμμένου, περιγραφικού ταξιδιωτικού άρθρου και σε συνδυασμό με φωτογραφίες με ωραία χρώματα που απεικονίζουν τα πιο σημαντικά σημεία μιας πόλης και μιας χώρας, δημιουργείται το αίσθημα της ανάγκης για ταξίδι σε αυτόν που τα διαβάζει. Οι μπροσούρες δίνονται από τα ταξιδιωτικά γραφεία στους πελάτες τους και πρόκειται για πιο εκτενή και περιγραφικά κείμενα. Αντίθετα στα φύλλα των εφημερίδων υπάρχουν διαφημιστικοί πίνακες με χοντρά γράμματα που αναφέρουν την τιμή και τις ημερομηνίες του κάθε ταξιδιού, και είναι σε μια πιο περιληπτική μορφή.

Τέλος. Αξιοσημείωτος είναι και ο ρόλος των περιοδικών στην προώθηση ενός ταξιδιωτικού προορισμού. Οι παγκόσμιες εκθέσεις, τα φεστιβάλ ταινιών αλλά και τα αθλητικά γεγονότα έχουν ένα διαφορετικό τρόπο να προβάλλουν τον τουριστικό προορισμό μέσα από την ίδια την πόλη στην οποία διαδραματίζονται αυτές οι οργανώσεις. Μέσα από τα παγκόσμια δίκτυα ενημέρωσης που ενημερώνουν τον κόσμο για την πραγματοποίηση αυτών των οργανώσεων διαφημίζεται ο τόπος που γίνονται αυτά και έτσι δημιουργείται το τουριστικό ρεύμα. Προκαλείται στο κόσμο μια διαφορετική ανάγκη ίσως πιο επιτακτική για την επίσκεψη των τόπων όπου πραγματοποιούνται οι παραπάνω οργανώσεις. Γι' αυτό το λόγο βλέπουμε και μια τουριστική άνοδο των πόλεων αυτών που φιλοξενούν θεσμούς όπως τα φεστιβάλ ταινιών ή τους ολυμπιακούς αγώνες.

Παρακάτω, θα εξετάσουμε όλους τους πιθανούς τρόπους προώθησης των διαφόρων ειδών εναλλακτικού τουρισμού.

5.1.1. ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Οι κυριότερες υπηρεσίες που προσφέρει σήμερα το διαδίκτυο είναι οι ακόλουθες.

- α) Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web),
- β) Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο (E-mail),
- γ) Ομάδες Ειδήσεων (Newsgroups),
- δ) Συνομιλία (Chat).

Ο παγκόσμιος ιστός είναι ένα σύστημα παρουσίασης πληροφοριών που βασίζεται στο διαδίκτυο. Η μεγάλη επιτυχία του και σχεδόν ταύτιση του, για πολλούς χρήστες, με την έννοια του διαδικτύου οφείλεται σε δύο στοιχεία του. Επιτρέπει τη χρήση κειμένου και στοιχείων όπως η εικόνα το βίντεο και ο ήχος. Δίνει τη δυνατότητα διασύνδεσης όλων των πληροφοριών που φιλοξενεί, με αποτέλεσμα να μπορεί ένας υπολογιστής να έχει πρόσβαση σε πληροφορίες σε όποιο υπολογιστή πάνω στο πλανήτη κι αν βρίσκονται αυτές. Η επαφή του ανθρώπου με τον παγκόσμιο ιστό, γίνεται μέσω των ιστοσελίδων, ηλεκτρονικών σελίδων που απεικονίζονται στην οθόνη του υπολογιστή και οι οποίες ανοίγουν με τη χρήση

κατάλληλου λογισμικού που λέγεται (browser). Οι ιστοσελίδες είναι σύνολο κειμένων. Εμφανίζονται στην οθόνη του υπολογιστή με τη βοήθεια κάποιου προγράμματος πλοήγησης. Με τη βοήθεια των ιστοσελίδων μπορούν να γίνουν τραπεζικές συναλλαγές, εμπορικές και τουριστικές συναλλαγές όπως κρατήσεις θέσεων σε μέσα μεταφοράς και ξενοδοχειακές μονάδες.

Η ποσότητα των πληροφοριών που συσσωρεύονται στο Διαδίκτυο αυξάνεται συνεχώς. Το ίδιο συμβαίνει και με τις διευθύνσεις URL εφόσον ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις και τουριστικοί οργανισμοί κατασκευάζουν το δικό τους τόπο στο Διαδίκτυο. Υπάρχουν μηχανές αναζήτησης όπου με τη χρησιμοποίηση λέξεων – κλειδιά και με το ‘ξεφύλλισμα’ θεματικών καταλόγων, εμφανίζονται στις οθόνες μας αποθηκευμένοι και συνεχώς ενημερωμένοι κατάλογοι πληροφοριών.

Μέσα από το διαδίκτυο γίνεται on-line ενημέρωση για τον καιρό σε κάποιο προορισμό, υπάρχουν πληροφορίες για την ειδησεογραφία ενός μέρους και ομάδες συζητήσεων από ανθρώπους που έχουν επισκεφτεί τον εκάστοτε προορισμό. Επίσης υπάρχει δυνατότητα οι παραπάνω πληροφορίες να εμφανίζονται με μορφή εικόνας, ήχου, και βίντεο. Αναγράφονται ο χρόνος δημιουργίας ή μεταβολής της ιστοσελίδας καθώς και η επιλογή της γλώσσας που θέλουμε να εμφανιστούν οι πληροφορίες.

Γνωστοποιείται ακόμη και το ποσοστό ακριβείας που θεωρεί η μηχανή ότι βρήκε τη ζητούμενη πληροφορία ή με βάση το πόσο πρόσφατα είναι τα αποτελέσματα. Όπως γίνεται φανερό από τα παραπάνω, στο διαδίκτυο μπορούν να πραγματοποιηθούν πολλές δραστηριότητες. Δύο από αυτές είναι η κράτηση δωματίου σε ξενοδοχείο και η κράτηση θέσης σε κάποιο από τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Με τη βοήθεια των μηχανών αναζήτησης και των δικτυακών πυλών γίνεται πρόσβαση στις ιστοσελίδες των ξενοδοχείων. Οι πράκτορες τηλεφωνούν στον υπάλληλο του τμήματος κρατήσεων, ο οποίος συμβουλεύεται τον υπολογιστή που έχει μπροστά του και προχωράει στην διαδικασία κράτησης, συνήθως μετά από την παραλαβή της σχετικής πληρωμής. Ίδια είναι και η διαδικασία για τα μέσα μαζικής μεταφοράς.

Τα τελευταία χρόνια ξεκίνησαν να χρησιμοποιούνται και κάποια πλήρως αυτοματοποιημένα συστήματα κρατήσεων. Οι πράκτορες αλλά και ο καθένας από το σπίτι του, έχουν άμεση πρόσβαση στον υπολογιστή τους και μπορούν να κάνουν κάποια κράτηση χωρίς την παρεμβολή προσωπικού που εργάζεται στην τουριστική επιχείρηση. Τα μηχανογραφημένα αυτά συστήματα κρατήσεων θέσεων μπορούν να προβλέψουν καθώς και να επιδείξουν σε αυτόν που θέλει να κάνει την κράτηση, ποια είναι ακριβώς η διαθεσιμότητα εκείνη την ώρα που γίνεται η αναζήτηση. Βέβαια αυτές οι συνθήκες προκάλεσαν τα τελευταία χρόνια μια αισθητή μείωση στα έσοδα και στην κερδοφορία των τουριστικών γραφείων που βρίσκονται πλέον μπροστά στην ανάγκη να επαναξιολογήσουν το ρόλο τους και να προσεγγίσουν την αγορά με νέες στρατηγικές. Η μείωση ακόμη και η κατάργηση των προμηθειών που παραδοσιακά χρησιμοποιούσαν οι παραγωγοί προς τα τουριστικά γραφεία ως εμπορική αμοιβή είναι πλέον γεγονός. Παρόλα αυτά όμως η προσωπική εξυπηρέτηση ενός τουριστικού πράκτορα δημιουργεί πιο μεγάλη εμπιστοσύνη στους πελάτες ταξιδιώτες όταν γίνεται με επαγγελματισμό και έχει προηγηθεί η κατάλληλη εκπαίδευση του προσωπικού.

5.1.2. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

Το γεγονός ότι η τηλεόραση είναι ένα αποτελεσματικό μέσο καθώς επίσης και ένα εξαιρετικά ακριβό αγαθό όπου μπορεί να ξεχαστεί και εύκολα δεν χωράει αμφιβολία. Εξαιτίας του κόστους της προβολής του, οι μεγάλοι διαφημιζόμενοι της απασχολούν τα πιο δημιουργικά ταλέντα για να επινοήσουν τις νέες ιδέες που χρειάζονται και να τις δοκιμάσουν στα προγράμματα τους. Όλα τα παραπάνω αυξάνουν τον προϋπολογισμό που είναι απαραίτητος προκειμένου μια διαφήμιση να συναγωνίζεται την ποιότητα των άλλων. Επίσης όταν δημιουργηθεί μια εξαιρετική διαφήμιση θα έχει και τη δυνατότητα να χρησιμοποιηθεί, συχνά, κυρίως τις ώρες αιχμής για το ακροατήριο στόχο που έχει. Ως μέσον, η τηλεόραση δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί παρά μόνον από τις μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου των ταξιδιών και του τουρισμού. Γενικά, οι προϋπολογισμοί που διατίθενται να χρησιμοποιηθούν για την διαφήμιση, είναι αρκετά μεγάλοι, γεγονός που απαιτεί μια σωστή και ακριβής έρευνα αγοράς, και καταναλωτικής συμπεριφοράς. Ο καλός διαφημιζόμενος θα χρησιμοποιήσει τη διαθέσιμη πείρα του για να καθορίσει τα απαιτούμενα μέσα ώστε να φανεί το διαφημιζόμενο τουριστικό πακέτο ελκυστικό και δελεαστικό.

Η δε αποτελεσματικότητα της διαφήμισης αυξάνει μέσω της επανάληψης της, ακόμα και αν μερικές φορές φτάνει σε σημείο που να κουράζει. Η δαπάνη μεγάλων χρηματικών ποσών για τη δημιουργία μιας εξαιρετικής δουλειάς στο χώρο της διαφήμισης, η οποία όμως δεν επαναλαμβάνεται αποτελεί συνήθως σπατάλη. Μια πραγματικά καλή διαφημιστική δουλειά αξίζει τον κόπο να επαναλαμβάνεται χρόνο με το χρόνο με τις κατάλληλες μόνο τροποποιήσεις και ενημέρωση.

Όταν οι ενδεχόμενοι πελάτες παρακολουθούν τηλεόραση εκτίθενται σε τόσες πολλές διαφημίσεις, ώστε ίσως δεν παρατηρήσουν τη διαφήμιση μιας συγκεκριμένης ξενοδοχειακής επιχείρησης ή αεροπορικής εταιρείας. Ουσιαστικά δηλαδή, υπάρχει πάρα πολύς ανταγωνιστικός θόρυβος.

Η τηλεόραση επιτρέπει στο διαφημιζόμενο μεγαλύτερη ευελιξία στην επιλογή της μορφής της διαφήμισης. Απευθύνεται σε όλες τις αισθήσεις, εκτός από την οσμή. Όπως ισχύει και για το ραδιόφωνο, οι διαφημιζόμενοι στην τηλεόραση μπορούν να αγοράσουν διαφημιστικό χρόνο από τους τοπικούς σταθμούς, προβάλλοντας τις διαφημίσεις στα διαλείμματα των τηλεοπτικών προγραμμάτων των σταθμών, εκτέμποντας έτσι σε όλη τη χώρα και καλύπτοντας μεγάλο εύρος της δυναμικής τουριστικής ζήτησης.

Οι τηλεοπτικές διαφημίσεις μπορούν να είναι αρκετά πειστικές χάρη στη δυνατότητα τους να χρησιμοποιούν όλες τις πρωτότυπες μορφές και να κάνουν πλήρη χρήση των συναισθημάτων και του χιούμορ για να αποσπάσουν την προσοχή των τηλεθεατών και να δώσουν πρόσθετη «διάθεση». Η τηλεόραση είναι επίσης ένα υπέροχο μέσο για την επίδειξη υπηρεσιών και προϊόντων. Οι τηλεοπτικές διαφημίσεις μπορούν να προγραμματισθούν για διαφορετικά τμήματα της ημέρας και για κάποιες συγκεκριμένες ημέρες της εβδομάδας. Η διάρκεια τους είναι πρόσκαιρη, συχνά μόνο εξήντα δευτερόλεπτα ή λιγότερο. Πρέπει να επαναληφθούν αρκετές φορές για να είναι αποτελεσματικές και για να «τυπωθούν» στη μνήμη του τηλεθεατή γεγονός το οποίο αυξάνει σημαντικά τις δαπάνες του διαφημιζόμενου.

Εν γένει η τηλεόραση θεωρείται ως ένα αρκετά άτακτο μέσο, με ντουζίνες διαφημίσεων κάθε ώρα να ανταγωνίζονται για την απόσπαση της προσοχής του τηλεθεατή. Συμπεραίνεται λοιπόν πως μια τηλεοπτική διαφήμιση, πρέπει να είναι πάρα πολύ καλή για να ξεχωρίσει από

το υψηλό επίπεδο αταξίας, άρα και μια ειδική διαφήμιση που εξάρει έναν τουριστικό προορισμό, που θα προσφέρει εναλλακτικούς τρόπους αναψυχής, θα πρέπει να ξεχωρίζει τα μάτια του δέκτη- δυνητικού τουρίστα καταναλωτή, ώστε να φαίνεται ως η ιδανική ευκαιρία μέσω της οποίας θα βιώσει μια μοναδική και τελειώς διαφορετική εμπειρία.

5.1.3. ΓΡΑΠΤΟΣ ΛΟΓΟΣ

➤ ΜΠΡΟΣΟΥΡΑ

Αφού κοστολογηθεί το πακέτο που αφορά έναν τουριστικό προορισμό θα πρέπει να προωθηθεί ως προϊόν και στους δυνητικούς πελάτες. Ο πιο σημαντικός τρόπος προώθησης μέσω του γραπτού λόγου είναι το διαφημιστικό έντυπο(μπροσούρα). Είναι αλήθεια ότι αν σκεφτούμε ποιο είναι το προϊόν που προωθούν οι διοργανωτές τουριστικών πακέτων η απάντηση θα είναι το όνειρο. Όπως είναι εύκολα αντιληπτό, οι υπηρεσίες πριν αγοραστούν και ουσιαστικά πριν παρασχεθούν στους πελάτες δεν είναι δυνατόν να ερευνηθούν πλήρως ως προς την ακριβή ποσότητα τους ή την πληρότητα τους. Φυσικά ο κάθε ταξιδιώτης μπορεί να κάνει την έρευνα του σε βιβλιοθήκες, στο διαδίκτυο, σε τουριστικά γραφεία ή να πάρει πληροφορίες από γνωστούς που έχουν ήδη επισκεφτεί τον συγκεκριμένο προορισμό. Παρόλα αυτά δεν είναι πολλοί που ακολουθούν αυτή την τακτική και φυσικά δεν καλύπτει όλα τα σημεία που περιλαμβάνονται σε ένα πακέτο ενός προορισμού. Από την άλλη πλευρά οι διοργανωτές δεν έχουν στα χέρια τους ένα συγκεκριμένο προϊόν που να μπορούν να δείξουν στον δυνητικό πελάτη, να δείξουν τα θετικά του σημεία και να τον πείσουν ότι του ταιριάζει.

Γι' αυτούς τους λόγους το διαφημιστικό έντυπο γίνεται σημαντικό εργαλείο προώθησης του πακέτου από την πλευρά του διοργανωτή αλλά και πληροφόρησης του πελάτη ώστε να γνωρίζει τι αγοράζει και τι να περιμένει με τα χρήματα που δαπάνησε για αυτή την αγορά.

Απαραίτητα στοιχεία ενός έγκυρου διαφημιστικού εντύπου είναι η αναφορά μέσα σε αυτό των συμφωνιών νομικού περιεχομένου που υποχρεώνουν τους διοργανωτές όσον αφορά τις πληροφορίες που θα περιέχονται. Ο βασικός σκοπός της κάθε μπροσούρας είναι να προκαλέσει μια πώληση. Να προκαλέσει το ενδιαφέρον του δυνητικού πελάτη, να τον πληροφορήσει για τα τουριστικά προϊόντα που προσφέρονται. Τέλος να τον πείσει να κάνει την αγορά και να δημιουργήσει ή να επιβεβαιώσει την καλή εικόνα του διοργανωτή ως επιχείρηση.

Οι φωτογραφίες πρέπει να είναι καλής ποιότητας, ακριβείς και δελεαστικές ώστε να προκαλέσουν το ενδιαφέρον του πελάτη χωρίς όμως να τον εξαπατήσουν. Μπορεί να προέλθουν από φωτογραφικές ή απλές βιβλιοθήκες, από φυλλάδια προώθησης των εθνικών οργανισμών τουρισμού των χωρών προορισμού, από τους προμηθευτές ή από επαγγελματίες φωτογράφους. Τα χρώματα είναι ένα σημαντικό στοιχείο στη σύνθεση μιας μπροσούρας για την προώθηση ενός ταξιδιού. Δεν εξυπηρετούν μόνο την αισθητική πλευρά αλλά δημιουργούν και ανάλογα συναισθήματα που υπαγορεύουν αγοραστικές τάσεις και συμπεριφορές. Τα κείμενα πρέπει να είναι σύντομα, περιεκτικά, ακριβή και δελεαστικά. Να αναφέρεται μέσα σε αυτά η επωνυμία του διοργανωτή του πακέτου, η διάρκεια του και αναλυτικά όλες οι υπηρεσίες του καθώς και όλο το πρόγραμμα με χρονολογική σειρά και λεπτομέρειες. Να αναφέρονται τα τυχόν ταξιδιωτικά έντυπα που πρέπει να έχουν οι πελάτες

καθώς και τα εμβόλια που ίσως θα πρέπει να κάνουν. Επίσης οι όροι συμμετοχής, οι διαδικασίες κράτησης και η παροχή ταξιδιωτικής ασφάλισης (υποχρεωτικής ή προαιρετικής).

Η τουριστική επιχείρηση είναι αυτή που διαφημίζει και προσφέρει διακοπές προς πώληση. Έτσι ο ρόλος του ταξιδιωτικού ενημερωτικού φυλλαδίου είναι πολύ σημαντικός. Το ξενοδοχείο, ένα θέρετρο διακοπών καθώς και η αεροπορική εταιρία με τα ωράρια πτήσεων που συνήθως χρησιμοποιούνται για την πραγματοποίηση του ταξιδιού από την τουριστική επιχείρηση προβάλλονται στο ταξιδιωτικό ενημερωτικό φυλλάδιο. Ο νόμος προβλέπει απαραίτητα κάθε επιχειρηματίας να περιγράφει λεπτομερώς τα παραπάνω στοιχεία μέσα στα ενημερωτικά του φυλλάδια.

Ο ανταγωνισμός παίζει πολύ σημαντικό ρόλο σε αυτό το σημείο και ο διοργανωτής θα πρέπει να προωθήσει το προϊόν του με ένα πολύ καλό διαφημιστικό έντυπο. Το κόστος της παραγωγής του πρέπει να μην υπερβαίνει ένα όριο που θα επιβαρύνει την τελική τιμή του πακέτου σε σημείο που να το κάνει μη ανταγωνιστικό ως προς τη τιμή. Επίσης πολύ σημαντικό όσον αφορά το επιπλέον κόστος είναι ο αριθμός των επανεκτυπώσεων των προσούρων εάν χρειάζεται και ανάλογα με τη ζήτηση της αγοράς.

Ένας τρόπος διανομής του ολοκληρωμένου πακέτου είναι η διανομή του μέσω προσούρων, από τα τουριστικά πρακτορεία στα τουριστικά γραφεία, με αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με τις διαδικασίες των κρατήσεων αλλά και των ιδιαίτερων σημείων που χρήζουν προσοχής. Μια άλλη τακτική διανομής των προσούρων που εκδίδονται από τα τουριστικά πρακτορεία είναι η απευθείας αποστολή τους στους πελάτες. Αυτή η μέθοδος δεν αποτελεί την κύρια μορφή πραγματοποίησης πωλήσεων καθώς λειτουργεί περισσότερο ως δημόσιες σχέσεις που επιφέρουν απλή επιβεβαίωση της επαγγελματικής εικόνας της επιχείρησης. Κάτι τέτοιο όμως επιφέρει μελλοντικές πωλήσεις στην εταιρία. Να τονιστεί πάντως, πως η συλλογή φυλλαδίων από τη πλευρά του κόσμου επηρεάζεται από παράγοντες όπως είναι οι προηγούμενες εμπειρίες, οι συστάσεις από φίλους και από τον ταξιδιωτικό πράκτορα. Πολύ συχνή δε, είναι η επίδραση του εξωφύλλου και μια πολύ βιαστική εξέταση για μια πρώτη ματιά στο φυλλάδιο και στο είδος των διακοπών που προτείνει.

➤ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ

Οι προϋπολογισμοί των τοπικών ταξιδιωτικών πρακτόρων μπορούν να αξιοποιηθούν με τη χρήση των τοπικών εφημερίδων. Τουλάχιστον ένα ταξιδιωτικό πρακτορείο διατηρεί επαφή με την τοπική αγορά του με τη βοήθεια ενός ένθετου ενημερωτικού φυλλαδίου ή με απλή αναφορά στα στοιχεία επικοινωνίας του και τις βασικές του υπηρεσίες μέσα από την εφημερίδα.

Τα μεγαλύτερα ταξιδιωτικά γραφεία και οι τουριστικές εταιρίες της χώρας θα διαφημιστούν στις εβδομαδιαίες εθνικές εφημερίδες. Ανάλογα με το είδος του αγαθού που θέλουν να προωθήσουν θα επιλέξουν και την αντίστοιχη εφημερίδα. Κατά κύριο λόγο η προβολή μιας προσφοράς ενός τουριστικού πακέτου μέσα από την εφημερίδα πραγματοποιείται με ολοσέλιδες διαφημίσεις στον τύπο του Σαββατοκύριακου. Πρόκειται για αρκετά ακριβή διαφήμιση την οποία μπορούν να στηρίξουν μόνο τουριστικά γραφεία και εταιρίες που υπάρχουν πολλά χρόνια στον κλάδο του τουρισμού και με μεγάλο εύρος πελατείας. Το αποτέλεσμα είναι ένα υψηλό επίπεδο αφοσίωσης από την πλευρά του κόσμου

αφού οι άνθρωποι που θέλουν να βιώσουν μια τουριστική εμπειρία θα προτιμήσουν να συμμετάσχουν σε μια οργανωμένη ομαδική ή ατομική αναχώρηση από αυτές που βλέπουν και διαβάζουν μέσα στην εφημερίδα παρά να προβούν σε ατομικές ή ανοργάνωτες δράσεις αναψυχής.

Είναι κοινώς παραδεκτό πως οι εφημερίδες διαβάζονται από άτομα και των δύο φύλων, όλων των ηλικιών, όλων των ομάδων εισοδημάτων και επαγγελματικής απασχόλησης. Οι περισσότερες εφημερίδες εκδίδονται καθημερινά και επομένως είναι ένα καλό μέσο για τα διαφημιστικά μηνύματα που πρέπει να επαναληφθούν αρκετές φορές, ώστε να επιτύχουν τη μεγαλύτερη επίδραση (λ.χ. μια αεροπορική εταιρεία η οποία αναγγέλλει ένα νέο δρομολόγιο για μια συγκεκριμένη πόλη). Στην πράξη, οι εφημερίδες είναι απτές καθώς επιτρέπουν στους αναγνώστες να κόψουν και να κρατήσουν διαφημίσεις, κουπόνια ή άλλες προσφορές και επίσης μπορούν εύκολα να δειχθούν και να δοθούν σε άλλα άτομα. Υπάρχει χρησιμότητα, όταν προσφέρεται στους πελάτες κάποιο κουπόνι για την προώθηση πωλήσεων. Οι τελικές διαφημίσεις μπορούν να τοποθετηθούν στις εφημερίδες σε πολύ σύντομο χρόνο. Μολονότι πολλά πράγματα εξαρτώνται από την ίδια τη διαφήμιση και το μέγεθος της αρχικής καλλιτεχνικής επεξεργασίας που χρειάζεται, μια διαφήμιση στην εφημερίδα μπορεί να παραχθεί και να δημοσιευθεί μέσα σε λίγες μέρες.

Αν συγκρίνουμε όμως τις εφημερίδες με πολλές από τις άλλες σημαντικές εναλλακτικές μέσων διαφήμισης, βλέπουμε πως ο τύπος, είναι ένα σχετικά μικρού κόστους μέσο. Για το λόγο αυτό, η διαφήμιση σε εφημερίδες είναι δημοφιλής ανάμεσα σε μικρομεσαίους οργανισμούς.

Παρ' όλα αυτά, οι διαφημίσεις σε εφημερίδες μπορούν να μεταφέρουν πιο λεπτομερείς πληροφορίες στους ενδεχόμενους πελάτες απ' ότι μπορούν πολλά άλλα εναλλακτικά μέσα διαφήμισης. Μερικοί μεγαλύτεροι διαφημιζόμενοι μεταφέρουν ακόμη περισσότερες πληροφορίες, είτε μόνοι τους είτε σε συνεργασία με επιλεγμένους συνεργάτες, χρησιμοποιώντας ανεξάρτητα ένθετα. Αυτά είναι ξεχωριστά, πολυσέλιδα τμήματα, τα οποία προστίθενται σε μια καθημερινή ή κυριακάτικη έκδοση. Οι περισσότερες εφημερίδες περιέχουν αρκετά εξειδικευμένα τμήματα, γεγονός που επιτρέπει στους διαφημιζόμενους να επιλέξουν το τμήμα στο οποίο είναι το πλέον κατάλληλο για τις στοχευόμενες αγορές τους, όπως λόγου χάρη συμβαίνει με πολλές κυριακάτικες εκδόσεις οι οποίες περιέχουν άρθρα για ταξίδια.

Η διαφήμιση σε εφημερίδες πάντως, έχει τους περιορισμούς της όταν συγκρίνεται με τα πλεονεκτήματα άλλων μέσων διαφήμισης δεδομένου ότι οι εφημερίδες προσεγγίζουν πολλές και διαφορετικές ομάδες αγοραστών- καταναλωτών, γεγονός που καθιστά την διαφημιστική σπατάλη υψηλή, για τις τουριστικές επιχειρήσεις που απευθύνονται σε ορισμένα μόνο τμήματα της αγοράς.

➤ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

Όσον αφορά τις αγορές διακοπών, μέσα από έρευνες του Διεθνή Εκδοτικού Οργανισμού International Publishing Corporation (IPC), έχει παρατηρηθεί πως οι γυναίκες έχουν μεγαλύτερη επίδραση από τους άντρες στις αγορές διακοπών. Έτσι οι τουριστικές εταιρίες προωθούν τα ταξίδια τους ξεκινώντας από τα εβδομαδιαία και μηνιαία γυναικεία περιοδικά. Επίσης οι εταιρίες που θέλουν να διαφημίσουν τα πακέτα τους εξετάζουν το προφίλ των αναγνωστών για κάθε περιοδικό ξεχωριστά.

Θεωρείται ότι τα περιοδικά έχουν υψηλή δυνατότητα αναπαραγωγής και μεγάλη δυνατότητα στόχευσης. Ωστόσο έχουν μεγαλύτερους χρόνους υλοποίησης και μικρότερη συχνότητα απ' ότι συμβαίνει με άλλα μέσα διαφήμισης όπως είναι η εφημερίδα. Το περιοδικό είναι απτό και μπορεί να φυλαχτεί εύκολα, προσφέρει στο διαφημιζόμενο περισσότερο επιλεκτικά ακροατήρια και έχει λιγότερη κυκλοφορία σπατάλης. Τα ακροατήρια του είναι πολύ πιο εξειδικευμένα όμως στερούνται την ευρεία προσιτότητα των εφημερίδων.

Πολλά είναι τα περιοδικά τα οποία παρέχουν εκτενή δημογραφικά προφίλ των συνδρομητών τους, γεγονός που δίνει στους διαφημιζόμενους την δυνατότητα να επιλέγουν τα περιοδικά των οποίων οι αναγνώστες έχουν χαρακτηριστικά παρόμοια με τις στοχευόμενες αγορές τους.

Σε ότι αφορά τώρα, την ιδιότητα αναπαραγωγής των περιοδικών, αυτή είναι πολύ καλύτερη απ' ότι των εφημερίδων. Πολλές διαφημίσεις σε περιοδικά είναι υπερβολικά ελκυστικές, με έντονα και ποικίλα χρώματα. Τα χρώματα είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας ερεθίσματος για τους περισσότερους διαφημιζόμενους στο τομέα των ταξιδιών. Έχει μια σημαντική επίδραση στη δημιουργία της προτιθέμενης αντίληψης για το σημείο τουριστικού προορισμού ή την μελλοντική τουριστική υπηρεσία.

Επίσης, τα περιοδικά διαβάζονται με πολύ αβίαστο τρόπο απ' ότι οι εφημερίδες και κρατιούνται στο σπίτι ή το γραφείο για μεγαλύτερο χρόνο καθώς υπάρχει η τάση να διαβάζονται κατά διαλείμματα εντός μιας περιόδου ημερών. Ακόμη, έχει παρατηρηθεί το φαινόμενο να μεταβιβάζονται συχνότερα απ' ότι οι εφημερίδες σε συγγενείς, φίλους και συναδέλφους, στοιχείο που τους προσδίδει μια δευτερογενή κυκλοφορία, με το πρόσθετο αυτό αναγνωστικό κοινό να επεκτείνει τη διάρκεια ζωής και προσέγγισης ενός περιοδικού.

Το αποτέλεσμα των παραγόντων αυτών είναι ότι η διαφήμιση σε περιοδικά έχει περισσότερο χρόνο να παρατηρηθεί, να διαβαστεί και να απορροφηθεί. Αν το περιοδικό ξαναδιαβάζεται, περισσότερες από μια φορές, είναι δυνατόν να προκληθεί εν τέλει ενδιαφέρον για το διαφημιζόμενο προϊόν αλλά και ανάγκη για περαιτέρω πληροφορίες και γνώση για τις παροχές που προσφέρει.

Σε αντίθεση με τις εφημερίδες, τα περιοδικά προσφέρουν κύρος χάρη στην υψηλότερη αρχική τιμή της αγοράς τους, την ιδιότητα αναπαραγωγής καθώς και την φύση των θεμάτων και περιεχομένων τους. Οι πελάτες θεωρούν επίσης τα περιεχόμενα τους πιο πιστευτά απ' ότι αυτά που κοινοποιούνται από άλλα μέσα ενημέρωσης όπως είναι η τηλεόραση. Έτσι, οι διαφημιζόμενοι, οι οποίοι θέλουν να δημιουργήσουν μια εικόνα γοήτρου και να προσελκύσουν πιο εύπορους πελάτες, θεωρούν τα περιοδικά ένα πιο ιδιαίτερα αποτελεσματικό μέσο.

Πάντως, παρ' όλο που τα περιοδικά προσφέρονται για τη μετάδοση λεπτομερέστερων πληροφοριών για την τουριστική υπηρεσία, παρατηρείται ότι η διαφήμιση σε περιοδικά δεν είναι τόσο πειστική, ούτε διαθέτει την ίδια αίσθηση επιτακτικότητας, όσο συγκεκριμένα άλλα μέσα και ειδικά η τηλεόραση. Για το λόγο αυτό το περιοδικό χρησιμοποιείται σπανίως από επιχειρήσεις εστιατορίων γρήγορου φαγητού, οι οποίες προτιμούν τη μεγαλύτερη επίδραση και επιτακτικότητα, της τηλεόρασης.

5.1.4. ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Ο τουρισμός εκθέσεων ουσιαστικά αποτελεί μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται δυναμικά όλο και περισσότερο. Σε αυτό το είδος εναλλακτικού τουρισμού υπάγονται κάθε είδους εκθέσεις, που συνήθως οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα, αλλά και σε νησιά ή και επαρχιακές πόλεις, ώστε οι επισκέπτες τους να μπορούν να συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με κάποια μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης, μορφωτικό τουρισμό.

Για την ανάπτυξη του τουρισμού εκθέσεων απαιτείται εκτός των άλλων και η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής και συγκεκριμένα σύγχρονων εκθεσιακών χώρων. Οι συγκεκριμένοι χώροι πρέπει να είναι κατάλληλα εξοπλισμένοι και να διαθέτουν τους αναγκαίους βοηθητικούς χώρους, δηλαδή εστιατόρια, καφετέριες, ταχυδρομείο, γραφείο εξυπηρέτησης επισκεπτών, χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων, ιατρείο κ.α.

Η παρουσία κάποιας διασημότητας, ενός γνωστού ηθοποιού, ή ενός ατόμου της αριστοκρατίας, στην εκάστοτε έκθεση επηρεάζει την γνωστοποίηση της περιοχής στο ευρύ κοινό. Τα μέσα ενημέρωσης και κυρίως οι παπαράτσι προβάλλουν φωτογραφίες από καθημερινά στιγμιότυπα της παραμονής των ατόμων αυτών στο σημείο που γίνεται η έκθεση. Τονίζονται όλα τα στοιχεία που δείχνουν ότι η συγκεκριμένη περιοχή είναι και θέρετρο διακοπών. Συμβολικά για τους μελλοντικούς τουρίστες αυτό το γεγονός, λειτουργεί ως προτροπή για συμμετοχή στο τρόπο ζωής των διασημοτήτων αυτών που μόνο τη φωτογραφία τους γνωρίζει.

Παρακάτω ακολουθούν οι σημαντικότερες εξειδικευμένες ενέργειες δημοσίων σχέσεων.

Συμμετοχή στις διεθνείς τουριστικές εκθέσεις

Μια από τις αποτελεσματικότερες ενέργειες δημοσίων σχέσεων είναι η συμμετοχή των τουριστικών προορισμών στις διεθνείς εκθέσεις τουρισμού. Οι εκθέσεις αυτές αποτελούν συνήθως μεγάλα εμπορικά και κοινωνικά γεγονότα για την πόλη και τη χώρα που τις φιλοξενεί και διακρίνονται στις παρακάτω κατηγορίες:

- *Γενικές και εξειδικευμένες:* Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει τις διεθνείς τουριστικές εκθέσεις που αφορούν εκθέτες από τις βασικές κατηγορίες των εμπλεκομένων στο τουριστικό κύκλωμα (tour operators, travel agents, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις). Στη δεύτερη κατηγορία συμμετέχουν εξειδικευμένες τουριστικές επιχειρήσεις, όπως συνεδριακά κέντρα, κέντρα θαλασσοθεραπείας, γήπεδα γκολφ, εταιρείες μίσθωσης σκαφών αναψυχής κ.α.
- *Εμπορικές και καταναλωτικές:* Η πρώτη κατηγορία αφορά τους εμπορικούς επισκέπτες οι οποίοι συναντούν τους εκθέτες με σκοπό να συνάψουν εμπορικές συμφωνίες. Η δεύτερη αφορά εκθέσεις στις οποίες το κοινό περιηγείται στους χώρους της έκθεσης, αντλώντας περισσότερο πληροφορίες από τους εκθέτες παρά προβαίνοντας σε κρατήσεις.
- *Μονοδιάστατες και πολυδιάστατες:* Η πρώτη κατηγορία αφορά εκθέσεις που έχουν ως κεντρικό θέμα την προβολή των εκθετών, και η δεύτερη κατηγορία αφορά εκθέσεις στα πλαίσια των οποίων συνδυάζονται αρμονικά και άλλα γεγονότα, όπως η διοργάνωση συνεδρίου ή φόρουμ με θέμα σχετικό με τον τουρισμό.

- *Εθνικές και ιδιωτικές*: Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει τις εκθέσεις στις οποίες ο οργανωτής είναι ο κρατικός φορέας, ο οποίος έχει ως αντικείμενο τη διοργάνωση κλαδικών εκθέσεων στην επικράτειά του ή διεθνώς. Στη δεύτερη κατηγορία τις εκθέσεις τις διοργανώνουν ιδιώτες οι οποίοι διαθέτουν τεχνογνωσία τόσο στο οργανωτικό κομμάτι όσο και στον τουρισμό. Συνήθως, οι ιδιώτες οργανωτές είναι όμιλοι επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο χώρο της προβολής και της προώθησης.

Παρακάτω αναφέρονται μερικές από τις κυριότερες διεθνείς τουριστικές εκθέσεις :

- **WTM (World Travel Market)**: Μια από τις κορυφαίες τουριστικές εκθέσεις η οποία λαμβάνει χώρα στην Μεγάλη Βρετανία. Ορισμένες ημέρες αφορά μόνο εμπορικούς επισκέπτες και τις υπόλοιπες το κοινό.
- **ITB**: Θεωρείται η μεγαλύτερη και σημαντικότερη έκθεση τουρισμού διεθνώς, συγκεντρώνοντας το σύνολο σχεδόν του τουριστικού κόσμου (εκθέτες, εμπορικούς επισκέπτες, καταναλωτές, και απλούς επισκέπτες). Διεξάγεται στην Γερμανία από έναν ιδιωτικό φορέα (Messe Berlin) και αποτελεί το ετήσιο σημείο συνάντησης του τουριστικού κυκλώματος.
- **INTERNATIONAL BOAT SHOW**: Πραγματοποιείται στη Φλόριντα των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής, στο διεθνές κέντρο για κρουαζιέρες και σκάφη αναψυχής. Είναι εξειδικευμένη έκθεση που αφορά τις επιχειρήσεις μίσθωσης σκαφών αναψυχής, τους κατασκευαστές, τις ναυτιλιακές επιχειρήσεις, τους εξειδικευμένους tour operators και τους travel agents.
- **PHILOXENIA**: Τη διοργανώνει κρατικός φορέας (HELEXPO) στα πλαίσια εφαρμογής ενός γενικού πλάνου διοργάνωσης κλαδικών εκθέσεων, κυρίως στη Θεσσαλονίκη. Είναι γενική έκθεση που αφορά εμπορικούς επισκέπτες και κοινό, και τείνει να αποτελέσει το εκθεσιακό γεγονός των Βαλκανίων για τα θέματα του τουρισμού.

Συμπερασματικά, οι τουριστικοί προορισμοί, ανάλογα με τους στόχους τους (τουριστικές αγορές) και το επίπεδο προβολής που επιθυμούν να έχουν, επιλέγουν μια σειρά τουριστικών εκθέσεων κάθε χρόνο, για να έρθουν σε επαφή με το κοινό που τους ενδιαφέρει. Η συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις θεωρείται επίσης αποτελεσματικός τρόπος αξιολόγησης των ενεργειών των δημοσίων σχέσεων, διότι το ενδιαφέρον και οι εμπορικές συμφωνίες μπορούν εύκολα να καταγραφούν.

Προετοιμασία και παρουσία σε επιλεγμένες τουριστικές Εκθέσεις

Η συμμετοχή σε τουριστική έκθεση ενός τουριστικού προορισμού από μόνη της δεν προσφέρει πάντοτε λύσεις. Πολλές φορές, η ίδια η συμμετοχή του σε αυτήν μπορεί να λειτουργήσει αρνητικά για την προβολή του, αν δεν πραγματοποιηθεί μια καλή και αξιοπρεπής εμφάνιση στο οποιοδήποτε κοινό.

Ο οργανωτής της έκθεσης συνήθως προσφέρει ένα χώρο με βασικό εξοπλισμό. Αυτό όμως από μόνο του δεν είναι αρκετό. Δύο είναι οι βασικοί λόγοι που επιβάλλουν το σχεδιασμό της εκθεσιακής παρουσίας ενός τουριστικού προορισμού σε επίπεδο δημοσίων σχέσεων. Ο πρώτος είναι η εικόνα του απέναντι στον ανταγωνισμό (άλλους τουριστικούς προορισμούς-εκθέτες) και ο δεύτερος η εικαστική – οπτική εμφάνισή του.

Για τους παραπάνω βασικούς λόγους, απαιτείται η οργάνωση από την πλευρά του τουριστικού προορισμού ενός πλάνου δημοσίων σχέσεων για τη συμμετοχή στην έκθεση. Το πλάνο αυτό θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη του τους εξής παράγοντες:

Την τουριστική αγορά που αφορά η έκθεση (επαγγελματίες, συνήθειες, ωράρια).

- Το διοργανωτή της έκθεσης (παρεχόμενες υπηρεσίες, ώρες λειτουργίας)
- Τη δημοσιότητα και το βεληνικές της έκθεσης.
- Τα χαρακτηριστικά του εκθεσιακού χώρου (συνολική έκταση, έκταση περιπτέρου, πτέρυγα, διάφορες άλλες ευκολίες).
- Τις παράλληλες εκδηλώσεις (συνέδρια, βραβεύσεις, κοινωνικές εκδηλώσεις).

Με βάση τους παραπάνω παράγοντες, ένα λειτουργικό πλάνο δημοσίων σχέσεων για τη συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις τουρισμού θα πρέπει να περιλαμβάνει τις παρακάτω δραστηριότητες:

- Επαφή με το διοργανωτή για τη δέσμευση κατάλληλου σε έκταση και ιδανικού σε θέση χώρου: Συνήθως, ένας ανταγωνιστικός τουριστικός προορισμός πρέπει να φιλοξενείται στην πτέρυγα όπου βρίσκονται και οι υπόλοιποι τουριστικοί προορισμοί που ανήκουν στην ίδια γεωγραφική ενότητα.
- Οργάνωση της κατασκευής του περιπτέρου: Συνήθως οι διοργανωτές προσφέρουν στον εκθέτη εκτός από τη θέση, ένα βασικό εξοπλισμό και ο εκθέτης αναλαμβάνει να φιλοτεχνήσει την εσωτερική και εξωτερική διακόσμηση του συγκεκριμένου χώρου. Το θέμα που θα φιλοτεχνηθεί θα πρέπει αφενός να εκφράζει τον τουριστικό προορισμό και αφετέρου να μην προσβάλλει τα ήθη και τις συνήθειες του κοινού που θα το επισκεφθεί.
- Αριθμός ατόμων υποστήριξης του περιπτέρου: Ο αριθμός των ατόμων υποστήριξης εξαρτάται από την έκταση του περιπτέρου, τον αναμενόμενο αριθμό επισκεπτών καθώς και από το ωράριο της έκθεσης. Επίσης, όλα τα άτομα θα πρέπει να διαθέτουν ικανότητες επικοινωνίας και εμφάνιση που να προσελκύει διακριτικά χωρίς να προκαλεί.
- Υλικό προβολής: Το υλικό προβολή διακρίνεται κυρίως σε έντυπο και ηλεκτρονικό. Το έντυπο υλικό θα πρέπει να είναι γλωσσικά προσαρμοσμένο στις ανάγκες της αγοράς, να ξεχωρίζει από τα ανταγωνιστικά έντυπα και να διαθέτει τις απαραίτητες πληροφορίες. Το ηλεκτρονικό υλικό πρέπει να ενημερώνει άμεσα και ξεκάθαρα και να κερδίζει τις πρώτες εντυπώσεις χωρίς να γίνεται ενοχλητικό.
- □ Διανομή αναμνηστικών: Για τη δημιουργία θετικών εντυπώσεων στους επισκέπτες του περιπτέρου συνήθως προσφέρονται αναμνηστικά που εκφράζουν τον τουριστικό προορισμό και βοηθούν στην υπενθύμισή του. Όσο πιο χρήσιμο είναι για τον κάτοχό του, τόσο πιο μεγάλη δύναμη υπενθύμισης διαθέτει.
- Εκδηλώσεις στο χώρο: Κατά τη διάρκεια της έκθεσης ο τουριστικός προορισμός, ανάλογα με την έκταση και τους διαθέσιμους χώρους του περιπτέρου του μπορεί να διοργανώσει ανοικτές ή κλειστές εκδηλώσεις, όπως τα επίσημα εγκαίνια του περιπτέρου, κληρώσεις δώρων, μια συνέντευξη τύπου, την παρουσίαση ενός φολκλορικού προγράμματος κ.α.

Διοργάνωση συνέντευξης τύπου και συμμετοχή στις κοινωνικές εκδηλώσεις

Η εκθεσιακή παρουσία ενός τουριστικού προορισμού σε μια τουριστική αγορά αποτελεί βασικό βήμα για τη γνωριμία του με αυτήν. Το σημαντικότερο όμως βήμα είναι η επαφή του με τα τοπικά μέσα μαζικής ενημέρωσης, που επιτυγχάνεται μέσω οργανωμένης συνέντευξης

τύπου σε ειδικό χώρο εντός ή εκτός της έκθεσης. Κατά τη συνέντευξη τύπου, ο εκπρόσωπος του τουριστικού προορισμού παρουσιάζει τα χαρακτηριστικά του και απαντάει σε ερωτήσεις των δημοσιογράφων. Για τη δημιουργία ακόμη θετικότερων αποτελεσμάτων, διανέμεται συσκευασμένο πλήρες πληροφοριακό υλικό. Επίσης, στις κοινωνικές εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται από τους οργανωτές και τους χορηγούς της έκθεσης δίνεται η ευκαιρία στον τουριστικό προορισμό, μέσω των εκπροσώπων του, να ενισχύσει ακόμη πιο πολύ τη θετική του εικόνα, ιδίως όταν αυτοί έρχονται σε επαφή εκτός επαγγελματικού χώρου με ανώτερους εκπροσώπους τουριστικών οργανισμών και φορέων.

Χειρισμός αρνητικών καταστάσεων

Η κορυφαία για πολλούς επαγγελματίες του τουριστικού χώρου χρησιμότητα ενός προγράμματος δημοσίων σχέσεων ενός τουριστικού προορισμού είναι ο χειρισμός των αρνητικών καταστάσεων που μπορούν να δημιουργηθούν κυρίως κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου. Το πλάνο χειρισμού των αρνητικών αυτών καταστάσεων μέσω των δημοσίων σχέσεων ακολουθεί τις αρχές της διαχείρισης των κρίσεων. Τέτοιου είδους αρνητικά γεγονότα, που μπορούν να επηρεάσουν έναν τουριστικό προορισμό, είναι κυρίως τα εξής:

1. Σεισμός ή φυσική καταστροφή στον τουριστικό προορισμό
2. Εμπόλεμη κατάσταση στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή
3. Τρομοκρατικές ενέργειες
4. Ρύπανση περιβάλλοντος της περιοχής
5. Μεταδοτική ασθένεια-επιδημία
6. Απεργίες κ.α.

Η περίπτωση της τρομοκρατικής επίθεσης το Νοέμβριο του 1997 στην Αίγυπτο, είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα διαχείρισης κρίσεων. Το γεγονός συνέπεσε με την έναρξη της λειτουργίας της διεθνούς έκθεσης τουρισμού στο Λονδίνο. Κατά την επίθεση έχασαν τη ζωή τους Βρετανοί και Γερμανοί τουρίστες. Οι ενέργειες που έγιναν για την αντιμετώπιση του περιστατικού ήταν οι εξής:

- α. απασχόληση εξειδικευμένης εταιρείας δημοσίων σχέσεων με εμπειρία στο crisis management.
- β. δημοσίευση δελτίων τύπου που περιόριζαν την έκταση του γεγονότος, χωρίς να διαστρεβλώνουν την αλήθεια.
- γ. προσπάθεια για διακριτικό περιορισμό των αρνητικών εικόνων από τον τόπο του συμβάντος.
- δ. προβολή εικόνων από τον τόπο της επίθεσης που έδειχναν την επαναφορά της λειτουργίας του χώρου στα φυσιολογικά επίπεδα
- ε. διοργάνωση συνέντευξης τύπου στα ΜΜΕ τόσο στο Λονδίνο (του υπουργού Τουρισμού), όσο και στην Αίγυπτο (ανώτατου κρατικού αξιωματούχου), για την άμβλυνση των αρνητικών εντυπώσεων που είχαν δημιουργηθεί στο κοινό.
- ζ. στο χώρο του εκθεσιακού περιπτέρου της Αιγύπτου έγινε προσπάθεια συσπείρωσης όλων των υπολοίπων συνεκθετών της Αιγύπτου και εκείνων που εξυπηρετούσαν τα αιγυπτιακά συμφέροντα.

Το αποτέλεσμα του πλάνου δημοσίων σχέσεων που υλοποιήθηκε έδωσε άμεσα αποτελέσματα. Από την επόμενη μέρα της επίθεσης και ενώ όλοι πίστευαν ότι το περίπτερο

της Αιγύπτου θα ήταν άδειο, σε αυτό υπήρχε φυσιολογική κίνηση. Επίσης στα πλαίσια των διεθνών σχέσεων, Βρετανοί αξιωματούχοι επισκέφθηκαν επίσημα το εκθεσιακό περίπτερο της Αιγύπτου και

έδωσαν ακόμη και κοινή συνέντευξη τύπου με τον Υπουργό Τουρισμού. Τέλος, ύστερα από δύο μήνες (δηλ. αρχές του επόμενου έτους) και αρχή της νέας τουριστικής περιόδου είχαν πλέον υποχωρήσει ακόμη περισσότερο οι αρνητικές επιδράσεις. Οι κρατήσεις άρχισαν να παρουσιάζουν αυξητικές τάσεις, ίσως επειδή συνοδεύονταν και από προσφορές.

Συμπερασματικά, ο χειρισμός των αρνητικών καταστάσεων μέσω των δημοσίων σχέσεων θεωρείται ιδιαίτερα χρήσιμος και με χαμηλό κόστος, αρκεί να είναι μεθοδικός και να σέβεται την κρίση και την αξιοπρέπεια της κοινής γνώμης.

5.1.5. ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ

Ο τουρισμός άθλησης έχει ως κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος, όπως για παράδειγμα είναι η ποδηλασία, η ιππασία, το τένις, η πεζοπορία, το γκολφ, η ανεμοπορία, και διάφορα προγράμματα γυμναστικής. Η άθληση σαν απασχόληση κατά την διάρκεια των διακοπών θεωρείται σε αυτήν τη μορφή τουρισμού ο πιο σημαντικός παράγοντας, μαζί με τη δυνατότητα που υπάρχει

για την πραγματοποίηση εκδρομών και περιηγήσεων. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού είναι η δημιουργία εγκαταστάσεων άθλησης εκ μέρους των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και η απασχόληση έμπειρων γυμναστών, εκπαιδευτών. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι μια τέτοια επένδυση σε συμπληρωματικές εγκαταστάσεις άθλησης ανεβάζει αναμφίβολα το επίπεδο αξίας της απόλαυσης των διακοπών, παράλληλα δε με την ανταγωνιστικότητα και το κύρος της ξενοδοχειακής επιχείρησης βελτιώνει την πληρότητα της και γενικά προσελκύει πελατεία υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Στα σπουδαία αθλητικά γεγονότα συγκαταλέγονται και οι Ολυμπιακοί Αγώνες.

Είναι η αθλητική διοργάνωση πολλών αγωνισμάτων που γίνεται κάθε τέσσερα χρόνια. Η καταγωγή των αγώνων είναι από την Αρχαία Ελλάδα. Με τις τελετές έναρξης και λήξης οι Ολυμπιακοί Αγώνες έχουν στραμμένα πάνω τους τα βλέμματα όλου του κόσμου για όσο διάστημα διαρκούν. Άνθρωποι από διαφορετικά κράτη συμμετέχουν στη μεγαλύτερη αθλητική διοργάνωση με αποτέλεσμα να φτάνουν και να διαμένουν στη χώρα που φιλοξενεί τη διοργάνωση αυτή. Ως γνωστόν, η χώρα που φιλοξενεί τους αγώνες ξοδεύει ένα μεγάλο χρηματικό πόσο προκειμένου να προετοιμαστεί ως χώρα υποδοχής. Παράλληλα η δημοσιότητα που δημιουργείται αποφέρει σε εκείνη την άφιξη χιλιάδων τουριστών την χρονιά που διαδραματίζονται οι αγώνες, άλλα και τα επόμενα χρόνια καθώς δημιουργείται η περιέργεια στο κόσμο να δει πως είναι από κοντά η χώρα που φιλοξένησε του Ολυμπιακούς Αγώνες της κάθε τετραετίας. Συμπεραίνεται λοιπόν πως, τα παραπάνω γεγονότα είναι ένας αρκετά σημαντικός τρόπος προώθησης του τουρισμού από το εξωτερικό σε μια χώρα, με μεγάλα οικονομικά έσοδα αλλά και έξοδα ώστε να δημιουργηθούν στη συνέχεια τα έσοδα.

5.1.6. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ

➤ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΑΙΝΙΩΝ

Το φεστιβάλ αποτελεί μια μορφή τουρισμού μέσα στην οποία διαφημίζεται η ιστορία και το όνομα της κάθε χώρας στο παγκόσμιο τουριστικό στερέωμα. Πλήθος κόσμου νιώθει την ανάγκη να επισκεφτεί τη χώρα που διοργανώνει το θεσμό για να τη γνωρίσει καλύτερα. Έτσι παρατηρείται μια επιπλέον κινητικότητα είτε κατά το διάστημα της διοργάνωσης ή τους υπόλοιπους μήνες του έτους.

Τα τελευταία χρόνια, τα φεστιβάλ έχουν αναπτυχθεί σε αριθμό, ποικιλία και δημοτικότητα. Πολυάριθμες κοινότητες ανέπτυξαν νέα φεστιβάλ ως μια πολιτιστική ασχολία για τους κατοίκους τους. Έχει καταστεί σαφές ότι η άνοδος των φεστιβάλ παγκόσμιας εμβέλειας και ιδιαίτερα των κινηματογραφικών έχουν αποφέρει σημαντική τουριστική ανάπτυξη στις χώρες που τα φιλοξενούν. Η καθιέρωση τους έχει δώσει τη δυνατότητα σε διάφορους δημιουργούς να προωθήσουν κινηματογραφικές δουλειές ποιοτικού περιεχομένου. Η διοργάνωση αυτή αποτελεί ένα μοναδικό μέρος για συναντήσεις και κινηματογραφικές ανακαλύψεις.

Η επιτυχία και η ανάπτυξη του φεστιβάλ συμβάλλουν στην αλλαγή του τόπου στον οποίο λαμβάνει χώρα. Προωθείται η ομορφιά του τόπου που φιλοξενεί το συγκεκριμένο πολιτιστικό γεγονός. Βέβαια η απόκτηση ενός καλού αποτελέσματος εξαρτάται από τον ενθουσιασμό των τοπικών κοινοτήτων καθώς και από τους ίδιους τους διοργανωτές του γεγονότος. Εξίσου σημαντικός παράγοντας είναι και το χρηματικό κεφάλαιο που απαιτείται ώστε να στηριχθεί ένα αντίστοιχο φεστιβάλ.

Σήμερα πρωταρχική θέση στο χώρο του Φεστιβάλ της 7^{ης} Τέχνης στην Ευρώπη κατέχει η γαλλική πόλη των Κανών, η οποία θεωρείται η διεθνής πρωτεύουσα προβολής νέων ταινιών απ' όλο τον κόσμο.

Η επιλογή των ταινιών στο φεστιβάλ της πόλης των Κανών είναι μια προσεγμένη αλλά και καθιερωμένη διαδικασία στην οποία φτάνουν κάθε χρόνο να παρουσιαστούν και να διαγωνιστούν, ταινίες όλων των ειδών. Είκοσι ταινίες επιλέγονται από την κριτική επιτροπή και μπαίνουν στο διαγωνισμό για την απόκτηση του Χρυσού Φοίνικα.

Από το 1947 διεξάγεται το διεθνές καλλιτεχνικό φεστιβάλ το οποίο συγκεντρώνει κάθε χρόνο τον Ιούνιο 100.000 επισκέπτες. Θεατρικές παραστάσεις, χορός, κινηματογράφος, μουσικές παραστάσεις υψηλού κύρους και εκθέσεις έργων τέχνης, συγκαταλέγονται στις εκδηλώσεις του. Παγκόσμιας εμβέλειας κινηματογραφιστές εμφανίζονται στο φεστιβάλ, κάθε Αύγουστο, παρουσιάζοντας τις ταινίες τους για πάνω από μισό αιώνα. Έχει τη μεγαλύτερη διάρκεια σε σχέση με τα υπόλοιπα φεστιβάλ, ξεκίνησε βασιζόμενο στα ντοκιμαντέρ, περνώντας από τη δίνη του Β Παγκοσμίου Πολέμου και καθιερώθηκε σε όλο τον κόσμο. Στη δεκαετία του 70' και του 80' το φεστιβάλ σταθεροποίησε τη φήμη του ως πρωτοπόρα δύναμη στις ευρωπαϊκές παραστάσεις. Προβολές ταινιών υπήρξαν από το νέο τότε γερμανικό κινηματογράφο, από ανεξάρτητους Αμερικανούς, από εκπροσώπους του Ιαπωνικού κινηματογράφου και από φεμινιστές παραγωγούς ταινιών.

5.2. Στρατηγικό πρόγραμμα – Σχέδιο δράσης για ενίσχυση εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Σε αυτό το σημείο, κρίνεται σκόπιμο να γίνει μια αναφορά σε ένα στρατηγικό πρόγραμμα το οποίο, έχοντας αντικειμενικούς και ρεαλιστικούς σκοπούς, θα μπορέσει σε βραχυχρόνια κλίμακα να σημειώσει ανοδική πορεία στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Η Ελλάδα, αν και υποτιμάται από πολλούς, ως τουριστικός προορισμός τόσο μαζικού όσο και εναλλακτικού τουρισμού, με μια δεύτερη ματιά είναι ο απόλυτος τουριστικός προορισμός, για τους απαιτητικούς τουρίστες κάθε ειδικού τουριστικού προϊόντος. Οι καταγάλανες θάλασσες, τα καταπράσινα ορεινά τοπία, το πλήθος λιμνών και ανεξερεύνητων «άγριων» τοπίων, ο πολιτισμός και η ιστορία της, καθώς και όλες οι τουριστικές εγκαταστάσεις και οι υποδομές για στήριξη εκθεσιακού, συνεδριακού ή γαστρονομικού τουρισμού, είναι μόλις λίγα από τα πολλά παραδείγματα που μπορούν να στηρίξουν ένα επενδυτικό σχέδιο, προς ενδυνάμωση των ποικιλόμορφων εναλλακτικών ειδών τουρισμού που μπορούν να ευδοκιμήσουν στον Ελλαδικό χώρο.

Ορίζοντας ένα βραχυχρόνιο πλάνο μεταξύ των ετών 2013 και 2017, μέσα στον οποίο θα αναπτυχθεί η στρατηγική τουρισμού, χρήζει μείζονος σημασίας η εφαρμογή στρατηγικών προγραμμάτων στους τομείς της ανάπτυξης προϊόντος, μάρκετινγκ, παρεχομένων υπηρεσιών και ποιότητας της τουριστικής εμπειρίας. Είναι γενικώς παραδεκτό πως μέσω των στρατηγικών δράσεων που αναπτύσσονται σε κάθε επενδυτικό πρόγραμμα, είναι εφικτό να επιτευχθούν στο μέγιστο δυνατό σημείο οι ποιοτικοί στόχοι όπως και οι στόχοι για αειφόρο ανάπτυξη.

5.2.1. ΠΟΙΟΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Οι ποιοτικοί στόχοι στη Στρατηγική ενίσχυσης του τουρισμού στην Ελλάδα πρέπει να επιλέγονται με βάση τα παρακάτω κριτήρια:

1. Έσοδα σε πραγματικούς όρους: Κύριο δείκτη αποτελούν τα έσοδα σε πραγματικούς όρους ο οποίος καταδεικνύει το μέγεθος των κοινωνικοοικονομικών οφελών που αποκομίζονται από τον τουρισμό. Τα έσοδα αποτελούν σύνθετο δείκτη ο οποίος αποτελείται από το δείκτη των αφίξεων και την κατ' άτομο δαπάνη σε πραγματικούς όρους.
2. Αφίξεις: Αναγνωρίζεται ότι η αύξηση των εσόδων μόνο μέσω της αύξησης των αφίξεων εξαντλεί τους διαθέσιμους πόρους και υπονομεύει την αειφορία του προορισμού στον τομέα της διατήρησης του περιβάλλοντος. Όμως εάν αυτή η αύξηση οριοθετηθεί, προέλθει από τα επιθυμητά τμήματα αγοράς και επιτευχθεί ισορροπημένα μέσα στο χρόνο και χώρο, τότε μπορεί να συμβάλει θετικά και ουσιαστικά στην αύξηση των εσόδων, στα πλαίσια μιας αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης.
3. Κατ' άτομο δαπάνη σε πραγματικούς όρους: Προτεραιότητα δίδεται στην αύξηση της κατ' άτομο δαπάνης σε πραγματικούς όρους η οποία αποτελεί δείκτη ποιότητας για τον προορισμό και επίτευξης της επανατοποθέτησης. Σε ότι αφορά το στόχο αυτό,

οποιαδήποτε αύξηση σε πραγματικούς όρους θα αποτελεί επιπλέον επιτυχία του προορισμού.

4. Εποχικότητα: Στα πλαίσια της Στρατηγικής και της επιδίωξης μιας αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης τίθενται στόχοι για βελτίωση του προβλήματος της εποχικότητας οριοθετώντας τη ροή των αφίξεων μέσα στο χρόνο, με σκοπό:
 - (α) την αποφυγή της συγκέντρωσης τους στην περίοδο αιχμής, η οποία ασκεί πιέσεις στον προορισμό και εξαντλεί τους φυσικούς και ανθρώπινους πόρους,
 - (β) τη βελτίωση της αποδοτικότητας και τη βιωσιμότητα των επενδύσεων
 - (γ) τη βελτίωση του βαθμού ικανοποίησης των επισκεπτών.
5. Βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας: Η βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας στον προορισμό αποτελεί ένα καθαρά ποιοτικό δείκτη ο οποίος εκφράζεται μέσα από την ποικιλία και επίπεδο των προσφερόμενων επιλογών σε ένα προορισμό και αποτελεί απόδειξη της ποσοτικής και ποιοτικής αναβάθμισης των προϊόντων, υπηρεσιών, εμπειριών που παρέχονται στον επισκέπτη. Επίσης, η βελτίωση στην τουριστική εμπειρία μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση της κατ' άτομο δαπάνης και των εσόδων από τον τουρισμό. Μπορεί ακόμη να συμβάλει στην πιο ισορροπημένη κατανομή των εσόδων από τον τουρισμό, διοχετεύοντας τα και προς άλλους τομείς της οικονομίας – επιχειρήσεις που προσφέρουν εμπλουτιστικά προϊόντα και υπηρεσίες, επιτυγχάνοντας ταυτόχρονα οικονομική αποτελεσματικότητα.
6. Βαθμός ικανοποίησης πελατών – επισκεπτών: Ο βαθμός ικανοποίησης πελατών είναι ακόμη ένας ποιοτικός δείκτης για τον προορισμό ο οποίος συνδέεται άμεσα με το επίπεδο των προσφερομένων υπηρεσιών, προϊόντων, περιβάλλοντος, φιλοξενίας κ.α., όπως και με την τιμή που καλείται να πληρώσει ο πελάτης. Ως εκ τούτου, καθορίζει τη σχέση αξίας – τιμής (value for money) του προορισμού και επηρεάζει τις αφίξεις, δαπάνη, βιωσιμότητα κ.ά. στον προορισμό.

Αναφορικά με την οικονομία, προβλέπεται ότι μέσω στρατηγικών προγραμμάτων ενίσχυσης του τουρισμού στην Ελλάδα, θα υπάρξει θετική επίδραση στην οικονομική ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας και του κράτους, λόγω της μεγιστοποίησης της απόδοσης των τουριστικών και άλλων παρεμφερών και συμπληρωματικών επιχειρήσεων, της επέκτασης της περιόδου λειτουργίας τους, της βελτίωσης της βιωσιμότητας των επιμέρους τουριστικών μονάδων, της μείωσης της ανεργίας κατά τους χειμερινούς μήνες και της παράλληλης διατήρησης των θέσεων εργασίας της τουριστικής περιόδου αιχμής και τέλος, της βελτίωσης της μέσης πληρότητας των καταλυμάτων.

Σε σχέση με την τοπική κοινωνία, η οικονομική ανάπτυξη και η βελτίωση και διατήρηση της συνολικής εμπορικής και κοινωνικής δραστηριότητας αναμένεται να έχει θετικές επιπτώσεις στην ποιότητα της ζωής όλων των κατοίκων και σε όλους τους τομείς των κοινωνικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων τους.

Επίσης, η πιο ισορροπημένη κατανομή του τουριστικού ρεύματος στη διάρκεια του ημερολογιακού έτους, αναμένεται να οδηγήσει σε πιο ορθολογιστική κατανομή και χρήση των πόρων και του φυσικού πλούτου της χώρας, περιορίζει την καταπόνηση του φυσικού περιβάλλοντος, βελτιώνει τους δείκτες αειφορίας και συντείνει στην αποσυμφόρηση των παραλιακών περιοχών.

5.2.2. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Τα προτεινόμενα **στρατηγικά προγράμματα και σχέδια δράσης για την ενίσχυση της τουριστικής κίνησης στην Ελλάδα**, περιλαμβάνουν τα εξής παρακάτω:

- Κάθετες παρεμβάσεις, σε τομείς όπου άπτονται αποκλειστικά των αρμοδιοτήτων του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, ιδιαίτερα όπου ο ΕΟΤ είναι περιβεβλημένος με νομοθετικές εξουσίες και αρμοδιότητες, όπως τους τομείς των Ξενοδοχείων, των Κέντρων Αναψυχής, της Οργάνωσης Ταξιδιών και των Ξεναγήσεων.
- Παρεμβάσεις από κοινού σε περιπτώσεις όπου οι δράσεις άπτονται της ευθύνης και δραστηριότητας πέραν του ενός τμήματος εντός του ΕΟΤ (όπου συνεπώς απαιτείται η ανάλογη συνεργασία μεταξύ διαφορετικών τμημάτων του Οργανισμού).
- Οριζόντιες παρεμβάσεις, σε τομείς όπου η αρμοδιότητα και πρωτοβουλία καλύπτει Φορείς του Δημόσιου και του Ιδιωτικού τομέα, όπως είναι οι τομείς ανάπτυξης μεγάλων έργων τουριστικής υποδομής, ανάπτυξης ανθρώπινου δυναμικού, οικιστικού περιβάλλοντος, καθαριότητας, προώθησης της αυθεντικότητας, εθνικών και τοπικών συμφώνων ποιότητας, χειρσαίων μεταφορών και παραλιών κ.α. Οι παρεμβάσεις δύναται να εμπίπτουν αποκλειστικά στο πεδίο ευθύνης και αρμοδιοτήτων ενός η και περισσότερων από τους υπόλοιπους εμπλεκόμενους φορείς (περιλαμβανομένου και του ΕΟΤ).

5.3. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Η ανάπτυξη ενός επενδυτικού προγράμματος στόχο έχει την προσφορά ελκυστικού και αναβαθμισμένου φάσματος τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, την μεγιστοποίηση της αξίας και του βαθμού θετικής αξιολόγησης του προορισμού, με κριτήριο την υποδομή του, το επίπεδο εξυπηρέτησης του επισκέπτη και τη συνολική εμπειρία διακοπών, σε σχέση με την τιμή των προσφερομένων προϊόντων και υπηρεσιών (value for money).

Υφιστάμενη κατάσταση και παρούσες συνθήκες:

Το γενικότερο διεθνές και εθνικό οικονομικό περιβάλλον στο οποίο θα υλοποιηθεί η Στρατηγική κρίνεται ως δυσμενές, ενώ τα χρονικά περιθώρια για την υλοποίηση της είναι ιδιαίτερα περιορισμένα. Η στρατηγική ανάπτυξης προϊόντος καλείται να αντιμετωπίσει επιτυχώς ιδιαίτερα δύσκολους ενδογενείς και εξωγενείς παράγοντες και προκλήσεις, όπως:

- Την αγνώστου χρονικού ορίζοντα και μεγέθους επικρατούσα διεθνή και εθνική οικονομική κρίση και τις επιπτώσεις αυτής, που επηρεάζουν αρνητικά τόσο τη δυνατότητα και την ευχέρεια – ευρωστία της τουριστικής αγοράς, όσο και τα περιθώρια κέρδους των τουριστικών επιχειρήσεων.
- Το υφιστάμενο εσωτερικό επιχειρησιακό περιβάλλον στην τουριστική βιομηχανία, όπως έχει διαμορφωθεί τα τελευταία χρόνια, με κύρια χαρακτηριστικά του τη χαμηλή έως και αρνητική κερδοφορία. Η πραγματικότητα αυτή αποθαρρύνει νέες επενδύσεις και εξωθεί τους

ιδιώτες επιχειρηματίες προς την κατεύθυνση μείωσης των λειτουργικών τους εξόδων, με συχνό επακόλουθο την υποβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.

- Τη χαμηλή εισροή ξένων κεφαλαίων στην Ελληνική τουριστική βιομηχανία, η οποία σε συνδυασμό με άλλα προβλήματα της οικονομίας, όπως η χαμηλή επιχειρηματική κερδοφορία, η περιορισμένη ρευστότητα του τραπεζικού συστήματος και η υπολειτουργία του χρηματιστηριακού θεσμού, περιορίζει τόσο τις νέες επενδυτικές δυνατότητες, όσο και τα περιθώρια εξασφάλισης χρηματοδότησης για την ανακαίνιση και την αναβάθμιση των τουριστικών υποδομών, ο κυριότερος όγκος των οποίων κατασκευάστηκε τις δεκαετίες 1980 και 1990.

- Την απώλεια συγκριτικών πλεονεκτημάτων σε σχέση με ανταγωνιστικούς προορισμούς σε επίπεδο υποδομής, υπηρεσιών εξυπηρέτησης και ποιότητα του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος.

- Τον κατακερματισμό αρμοδιοτήτων τόσο μεταξύ κρατικών υπηρεσιών, τοπικών αρχών και ιδιωτικού τομέα όσο και μέσα στις ομάδες αυτές των εταίρων, γεγονός που δυσχεραίνει το συντονισμό, ομοιομορφία και τη συνεργασία για τον προγραμματισμό και την αποτελεσματική υλοποίηση δράσεων για ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος.

- Τη μη συμπερίληψη στις επιμέρους στρατηγικές ή τη χαμηλή ιεράρχηση της προτεραιότητας υλοποίησης πτυχών της στρατηγικής τουρισμού από αρμόδια υπουργεία, κρατικές υπηρεσίες και αρχές της τοπικής αυτοδιοίκησης, σε σχέση με το ευρύτερο πλέγμα αρμοδιοτήτων και τομέων ευθύνης τους, τόσο από πλευράς διάθεσης ανθρώπινου δυναμικού όσο και από πλευράς έγκρισης και δέσμευσης πιστώσεων στους ετήσιους προϋπολογισμούς τους. Το γεγονός αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τη μη ικανοποιητική ανάληψη πρωτοβουλιών, τη μετατόπιση ευθυνών και την απουσία μηχανισμών παρακολούθησης και ελέγχου σχετικά με το βαθμό υλοποίησης των πτυχών της Στρατηγικής.

- Την αδυναμία των τοπικών αρχών ή/και σε μερικές περιπτώσεις τη χαμηλή προτεραιότητα που αυτές προσδίδουν στην αυστηρή εφαρμογή των ισχυόντων νομοθεσιών στα πλαίσια των αρμοδιοτήτων τους.

- Τον περιορισμένο βαθμό επιτυχίας των τοπικών αρμόδιων Φορέων στην υλοποίηση των σχεδίων δράσης, προγραμμάτων και πρωτοβουλιών, ώστε αυτά να αποφέρουν ορατή βελτίωση σε ουσιώδη προβλήματα που ταλανίζουν το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας, όπως τομείς ανάπτυξης και ανάδειξης εξειδικευμένων τοπικών προϊόντων, αναβάθμιση υπηρεσιών πληροφόρησης και εξυπηρέτησης, προώθηση του επαγγελματισμού, αποτελεσματική αντιμετώπιση προβλημάτων ενόχλησης των τουριστών, άγρας πελατών, όχλου, καταστροφής του τοπικού χρώματος και αισθητικής, αισχροκέρδειας, καθαριότητας και βελτίωσης του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος.

- Την ανυπαρξία ενός οργάνου (ή φορέα) συντονισμού και διαχείρισης με εξουσίες και αρμοδιότητες επιβολής και υλοποίησης δράσεων τουριστικής ανάπτυξης εντός συγκεκριμένων χρονοδιαγραμμάτων.

5.3.1. Ανάπτυξη τουριστικού προϊόντος σε σχέση με την Στρατηγική

Προκειμένου να επιτευχθεί μακροχρόνια αύξηση της τουριστικής κίνησης στον Ελλαδικό χρόνο θα πρέπει να γίνουν μεγάλες προσπάθειες υλοποίησης ουσιαστικών στόχων μέσω επιθυμητών δράσεων σε βασικούς τομείς παρέμβασης οι οποίοι παραμένουν και είναι οι εξής:

- Η προσφορά ψηλού επιπέδου υπηρεσιών διαμονής, εστίασης, ψυχαγωγίας, συγκοινωνιών και λοιπών υπηρεσιών συμπληρωματικών προς τις αμιγώς τουριστικές. Η αναβάθμιση υποδομών και υπηρεσιών παραμένει ο θεμέλιος λίθος της Στρατηγικής για την τουριστική ανάπτυξη της χώρας.
- Η μέγιστη δυνατή επέκταση της χρονικής περιόδου λειτουργίας και των ποσοστών πληρότητας των αδειούχων τουριστικών καταλυμάτων.
- Η βελτίωση της φθίνουσας ανταγωνιστικότητας. Η επαναφορά απολεσθέντων και η δημιουργία νέων συγκριτικών πλεονεκτημάτων σε σύγκριση με ανταγωνιστικούς προς εμάς προορισμούς.
- Η προώθηση της αυθεντικότητας ως εργαλείο αξιοποίησης συγκριτικών πλεονεκτημάτων.
- Η βελτίωση της οπτικής και γενικής αισθητικής εικόνας των τουριστικών περιοχών, ιδιαίτερα στους νευραλγικούς τομείς της καθαριότητας, εξυγίανσης και αναβάθμισης του περιβάλλοντος.
- Η προώθηση του επαγγελματισμού μεταξύ των παροχών των τουριστικών υπηρεσιών, μέσω της διαρκούς αναβάθμισης των γνώσεων, των δεξιοτήτων και ικανοτήτων των ανθρώπινων πόρων που απασχολούνται στην τουριστική βιομηχανία.
- Η καλλιέργεια και προβολή της τουριστικής συνείδησης και φιλοξενίας. Η προβολή μιας εικόνας ποιοτικού τουριστικού προορισμού, με αξιοποίηση του Ελληνικού συγκριτικού πλεονεκτήματος της γνήσιας και ανιδιοτελούς παροχής φιλοξενίας.

5.3.1.1. ΔΙΑΜΟΝΗ

Είναι επιτακτική η επαναφορά της ζωτικότητας του τομέα διαμονής και της ποιοτικής αναβάθμισης του, κατά τρόπο που να εξυπηρετεί τις ανάγκες των επιλεγμένων (στοχευμένων) τμημάτων της τουριστικής αγοράς. Οι παρακάτω στρατηγικές αποσκοπούν στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της βιωσιμότητας των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.

- 1.1. Εκσυγχρονισμός νομοθεσίας Περί Ξενοδοχείων και Τουριστικών Καταλυμάτων: Εφαρμογή νέου θεσμικού πλαισίου αναφορικά με την Περί Ξενοδοχείων και Τουριστικών Καταλυμάτων Νομοθεσία. Το νέο θεσμικό πλαίσιο στοχεύει στην αναβάθμιση των τεχνικών και λειτουργικών προδιαγραφών των ξενοδοχείων και τουριστικών καταλυμάτων, ενσωματώνει πρόνοια για τη δημιουργία νέων μορφών καταλυμάτων που ανταποκρίνονται στις νέες τάσεις πελατείας όπως ενδεικτικά αναφέρονται τα boutique, spa, family και club hotels, εισαγωγή ευελιξίας στους Κανονισμούς και απομάκρυνση θεσμικών εμποδίων στην αναβάθμιση και επέκταση του τομέα διαμονής, εισαγωγή διευρυσμένων κριτηρίων κατάταξης καθώς και ένταξης στα ποιοτικά κριτήρια της αξιολόγησης του ανθρώπινου δυναμικού .

- 1.2. Λειτουργικές προδιαγραφές στα ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματα: Εκσυγχρονισμός των προνοιών των λειτουργικών προδιαγραφών της Περί Ξενοδοχείων και Τουριστικών Καταλυμάτων Νομοθεσίας που αφορούν την υποχρέωση βελτίωσης της εμπειρίας διαμονής του πελάτη- χρήστη, μέσω προσφοράς συγκεκριμένων αναβαθμισμένων υπηρεσιών από τα καταλύματα.
- 1.3. Συστήματα ποιότητας παροχής υπηρεσιών σε ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματα: Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος μέσω της ενθάρρυνσης και στήριξης του τομέα διαμονής για την εξασφάλιση και εφαρμογή προτύπων και συστημάτων ποιότητας, σε εθελοντική βάση.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Διατήρηση υφιστάμενων σχεδίων και προγραμμάτων κινήτρων επιχορήγησης μονάδων που εξασφαλίζουν διεθνώς αναγνωρισμένα συστήματα ποιότητας όπως είναι τα πρότυπα της σειράς ISO σε θέματα διαχείρισης διεύθυνσης, ασφάλειας και υγείας, περιβαλλοντικής διαχείρισης και υγιεινής τροφίμων, περιβαλλοντικά προγράμματα σήμανσης τύπου Ecolabel κ.α.
 - Εφαρμογή, στα πλαίσια σχετικής πρόνοιας του νέου θεσμικού πλαισίου της Περί Ξενοδοχείων και Τουριστικών Καταλυμάτων Νομοθεσίας, Διακριτικού Σήματος (notation award) σε μονάδες καταλυμάτων που προσφέρουν σε εθελοντική βάση ανθρωποκεντρικές ποιοτικές υπηρεσίες, πέραν των ελάχιστων που επιβάλλει η κατά Νόμο κατάταξή τους.
- 1.4. Κίνητρα αναβάθμισης & εκσυγχρονισμού ξενοδοχείων και τουριστικών καταλυμάτων: Εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος με τη δημιουργία έργων εκσυγχρονισμού και αναβάθμισης των ξενοδοχείων και τουριστικών καταλυμάτων, όπως και της δημιουργίας εμπλουτιστικών έργων εντός των ξενοδοχείων και τουριστικών καταλυμάτων. Επιδίωξη αύξησης για τα έτη 2015, 2016 και 2017 των προς τον σκοπό αυτό διατεθέντων από τα Διαρθρωτικά Ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης πιστώσεων του τρέχοντος Σχεδίου 2007-2013, και παράλληλη επιδίωξη ενίσχυσης του Σχεδίου από Εθνικούς πόρους.
 - 1.5. Παροχή κινήτρων για υποδομή ΑμεΑ: Πρόγραμμα κινήτρων ανάπτυξης υποδομής και προσφοράς υπηρεσιών σε Άτομα με ειδικές Ανάγκες (ΑμεΑ) σε επιχειρήσεις διαμονής. Αναβάθμιση υπηρεσιών και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, μέσα από την παροχή κινήτρων ήσσονος σημασίας για οικονομική ενίσχυση των μονάδων διαμονής, για ειδικευμένο εξοπλισμό και για εγκαταστάσεις που θα διευρύνουν και θα βελτιώνουν τη δυνατότητα φιλοξενίας ΑμεΑ.
 - 1.6. Παροχή οικονομικών κινήτρων: Παροχή χρηματοπιστωτικών κινήτρων για τον εμπλουτισμό, την αναβάθμιση και την ποιοτική διαφοροποίηση των υφισταμένων αδειούχων ξενοδοχείων και τουριστικών καταλυμάτων. Προτείνεται η ουσιαστική ενίσχυση της βιομηχανίας διαμονής για την αντιμετώπιση των σοβαρών προβλημάτων γήρανσης της κτιριακής υποδομής,

έλλειψης ρευστότητας και δυσχέρειας άντλησης κεφαλαίων για αναγκαίες επενδύσεις σε ανακαινίσεις, εξοπλισμό και υποδομή, σε βαθμό που να ικανοποιεί τις νέες διεθνείς πελατειακές τάσεις και απαιτήσεις. Σημειώνεται πως απαραίτητη προϋπόθεση στην παροχή οικονομικών κινήτρων είναι η λήψη σχετικών κρατικών χρηματοπιστωτικών αποφάσεων και η δέσμευση όλων των εμπλεκόμενων φορέων (κυβέρνηση, δημόσιος τομέας, ιδιωτικός τομέας) στην προώθηση των προτεινόμενων Δράσεων.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Εισήγηση δανειοδότησης της βιομηχανίας διαμονής για την αναβάθμιση ή/και ανακαίνιση υποδομών. Αξιοποίηση της δυνατότητας εξασφάλισης κρατικού δανεισμού με χαμηλό επιτόκιο από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και διάθεσή του, μέσω εμπορικών τραπεζών, για δανεισμό ξενοδοχείων και τουριστικών καταλυμάτων.
- Σχέδιο επιδότησης μέρους του τραπεζικού δανειστικού επιτοκίου των δανείων των ξενοδοχείων και τουριστικών καταλυμάτων για σκοπούς εκσυγχρονισμού τουριστικών εγκαταστάσεων.
- Εισήγηση για επέκταση προγράμματος κινήτρων αναβάθμισης και εκσυγχρονισμού ξενοδοχείων και τουριστικών καταλυμάτων.

1.7. Πολεοδομικές ρυθμίσεις για ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματα: Η πολεοδομική πτυχή της τουριστικής πολιτικής αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην επίτευξη του στόχου της Στρατηγικής. Τα περισσότερα από τα ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματα της τουριστικής βιομηχανίας της Ελλάδας κατασκευάστηκαν σε παλαιότερες εποχές, κάτω από δύσκολες για τον τόπο συνθήκες, που απαιτούσαν επιτακτικά τη λήψη μέτρων για την ανάκαμψη της Ελληνικής οικονομίας. Οι παρακάτω δράσεις στοχεύουν στην αναβάθμιση και τον εμπλουτισμό των υπηρεσιών, τη βελτίωση του φάσματος προσφερομένων υπηρεσιών και τη βελτίωση της προοπτικής βιωσιμότητας των επιχειρήσεων.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Ρύθμιση των αυθαίρετων επεκτάσεων/τροποποιήσεων στα ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματα. Το πρόβλημα αυτό έχει λάβει μεγάλες διαστάσεις και επηρεάζει την εύρυθμη λειτουργία των επιχειρήσεων διαμονής, αφού πολλές μονάδες λειτουργούν χωρίς να έχουν εξασφαλίσει τις απαραίτητες από την νομοθεσία άδειες.
- Πολεοδομικά κίνητρα για παραχώρηση πρόσθετου συντελεστή δόμησης για τη δημιουργία εμπλουτιστικών έργων και το μη υπολογισμό στο συντελεστή δόμησης κάποιων χρήσεων (αίθουσες παιγνιδιών, αίθουσα γυμναστικής, χώροι παροχής υπηρεσιών υγείας και ευεξίας, κ.ά.). Εφαρμογή των πολεοδομικών κινήτρων ως έχουν εξαγγελθεί σύμφωνα με τις αποφάσεις του Πολεοδομικού και του Υπουργικού Συμβουλίου.
- Απόσυρση ξενοδοχείων και τουριστικών καταλυμάτων – απόσυρση, μέσω αλλαγής χρήσης ή κατεδάφισης - και αντικατάσταση κτινών σε καταλύματα χαμηλών κατηγοριών που αδυνατούν να ανταποκριθούν στα ποιοτικά επίπεδα και τις απαιτήσεις της σημερινής πελατείας. Επιδιωκόμενος στόχος είναι η αναβάθμιση της

ποιότητας, η βελτίωση του προσφερόμενου προϊόντος και η συνδρομή στο περιθώριο βελτίωσης των ποσοστών πληρότητας των κλινών σε λειτουργία.

- Δημιουργία 'Μικτών Τουριστικών Αναπτύξεων' (hotel-enhanced mixed-use), εντός γηπέδων ξενοδοχειακών μονάδων. Ο Οργανισμός προτίθεται να διερευνήσει το ενδεχόμενο εισαγωγής ρυθμίσεων στην Περί Ξενοδοχείων και Τουριστικών Καταλυμάτων Νομοθεσία, που να επιτρέπουν τη συνύπαρξη, υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις που θα διασφαλίζουν την λειτουργικότητα και τη διασφάλιση ψηλών προδιαγραφών υπηρεσιών της ξενοδοχειακής επιχείρησης, σε περιπτώσεις λειτουργίας επιχείρησης ξενοδοχειακής μονάδας με επιχείρηση άλλης/ων χρήσης/ων όπως ενδεικτικά αναφέρονται τα οικιστικά διαμερίσματα, γραφεία, νοσηλευτήρια.

5.3.1.2. ΚΕΝΤΡΑ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

Αναβάθμιση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών στην κατηγορία των κέντρων αναψυχής. Βελτίωση του βαθμού εξυπηρέτησης και της σχέσης της προσφερόμενης αξίας ως προς την τιμή (value for money) σε ολόκληρο το φάσμα πελατών, αναγνώριση και θετική προβολή των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν βέλτιστες πρακτικές και πληρέστερη ενημέρωση και πληροφόρηση καταναλωτών σχετικά με τις διαθέσιμες προς αυτούς επιλογές.

- 5.4. Εισαγωγή νέου θεσμικού πλαισίου για τα κέντρα αναψυχής: Το νέο θεσμικό πλαίσιο προνοεί βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών στην βιομηχανία εστίασης και διατροφής. Κυριότερες πρόνοιές του η νέα κατηγοριοποίηση των κέντρων αναψυχής, η επέκταση και αναβάθμιση των κτιριακών προδιαγραφών και υποδομών και η εισαγωγή ποιοτικών κριτηρίων ταξινόμησης των επιχειρήσεων σε τάξεις και κατηγορίες.
- 5.5. Πιστοποίηση ποιότητας (διεθνή πρότυπα): Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος μέσω της ενθάρρυνσης και στήριξης του τομέα επισιτισμού για την εξασφάλιση και εφαρμογή προτύπων και συστημάτων ποιότητας, σε εθελοντική βάση.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Διατήρηση υφιστάμενων σχεδίων και προγραμμάτων κινήτρων επιχορήγησης κέντρων αναψυχής που εξασφαλίζουν διεθνώς αναγνωρισμένα συστήματα ποιότητας (π.χ. πρότυπα της σειράς ISO σε θέματα διαχείρισης διεύθυνσης, υγιεινής τροφοίμων, ασφάλειας και υγείας και περιβαλλοντικής διαχείρισης).
- 5.6. Πιστοποίηση ποιότητας (εγχώρια πρότυπα): Εφαρμογή, σε εθελοντική βάση, πρακτικών πιστοποίησης ποιότητας και αναγνωρισμένης προσφοράς ξεχωριστών υπηρεσιών στην κατηγορία των κέντρων αναψυχής.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

Εισαγωγή θεσμού Σχεδίου Απονομής Σήματος Πιστοποίησης Ποιοτικής Προσφοράς Υπηρεσιών σε κατηγορίες κέντρων αναψυχής που προσφέρουν βέλτιστες ποιοτικές υπηρεσίες (σχέση τιμής προς αξία, περιβάλλον χώρος, διευκολύνσεις, επίπεδα εξυπηρέτησης, κ.α.), πέραν από αυτές που επιβάλλει η κατά Νόμο κατάταξη και λειτουργία τους.

5.7. Αναβάθμιση και εκσυγχρονισμός επιχειρήσεων κέντρων αναψυχής

Επιχορήγηση επιχειρήσεων με στόχο την αισθητική και ποιοτική βελτίωση των προσφερομένων υπηρεσιών και του τεχνικού εξοπλισμού τους.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Σχέδια επιχορήγησης μέρους του κόστους δαπάνης για βελτίωση, αναβάθμιση και εκσυγχρονισμό χώρων Κέντρων Αναψυχής. Επιδίωξη είναι η αισθητική και ποιοτική βελτίωση των εγκαταστάσεων των κέντρων αναψυχής (όψεις, εγκεκριμένοι εξωτερικοί χώροι, εγκαταστάσεις χώρων υγιεινής).

5.8. Διάχυση πληροφόρησης: Αξιοποίηση διαφόρων πρακτικών διάχυσης της πληροφόρησης προς το ευρύ κοινό, σε σχέση με την παροχή ξεχωριστών υπηρεσιών στην κατηγορία των κέντρων αναψυχής και των διαθέσιμων επιλογών στη βάση τιμών χρέωσης.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Οικονομική συμβολή του ΕΟΤ σε πρωτοβουλίες του ιδιωτικού τομέα που αποσκοπούν στην αντικειμενική πληροφόρηση του κοινού και στην ανάδειξη των επιχειρήσεων που προσφέρουν υψηλή αξία σε σχέση με την τιμή χρέωσης, όπως οδηγό καλού φαγητού, οδηγό εστιατορίων καλής αξίας/τιμής κ.ά.
- Διεύρυνση της εφαρμοζόμενης πρακτικής του παρατηρητηρίου τιμών των παραλιακών κέντρων αναψυχής και σε άλλες κατηγορίες επιχειρήσεων.
- Προβολή ειδικών προσφορών κέντρων αναψυχής μέσω της επίσημης ιστοσελίδας του ΕΟΤ.
- Δημιουργία και ανάρτηση σε ειδικές θεματικές ενότητες της επίσημης ιστοσελίδας του ΕΟΤ κειμένων που άπτονται των δραστηριοτήτων και του ενδιαφέροντος των επιχειρήσεων αναψυχής (ειδικές εκδηλώσεις, επιμορφωτικά σεμινάρια, άρθρα επαγγελματικού ενδιαφέροντος κ.ά.)

5.3.1.3. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΑΞΙΔΙΩΝ ΚΑΙ ΞΕΝΑΓΗΣΕΩΝ

Παρακάτω παρουσιάζονται αναλυτικά οι προτεινόμενες δράσεις που αφορούν τον κλάδο οργάνωσης ταξιδίων και ξεναγήσεων.

- 5.3. Εισαγωγή νέου θεσμικού πλαισίου που αφορά τα γραφεία τουρισμού και ταξιδιών: Το νέο θεσμικό πλαίσιο θα προνοεί μεταξύ άλλων για τον εκσυγχρονισμό της υφιστάμενης Νομοθεσίας με πρότυπα που εφαρμόζονται στην Ευρωπαϊκή Ένωση, με εφαρμογή εισηγήσεων του Επιτρόπου Διοίκησης και της Επιτροπής Προστασίας του Ανταγωνισμού (ΕΠΑ), καθώς και απλοποίηση διαδικασιών και προνοιών που αφορούν τραπεζικές εγγυήσεις και συχνότητα καταβολής των τελών αδειών λειτουργίας επιχειρήσεων. Στόχος είναι η αναβάθμιση της ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών.
- 5.4. Λειτουργικές προδιαγραφές (ποιοτικά κριτήρια): Εισαγωγή, αποκλειστικά σε εθελοντική βάση, λειτουργικών προδιαγραφών και πιστοποίησης σε επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες πέρα από αυτές που επιβάλλει η κατά Νόμο λειτουργία τους, στους τομείς μεταφοράς εισερχόμενου (incoming) τουρισμού και πραγματοποίησης οργανωμένων περιηγήσεων.
- 5.5. Επαγγελματικός κώδικας συμπεριφοράς ξεναγών: Εισαγωγή, σε εθελοντική βάση, επαγγελματικού και δεοντολογικού κώδικα αδειούχων ξεναγών.

5.3.1.4. ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Έχοντας το συγκριτικό πλεονέκτημα μίας από τις καθαρότερες θάλασσες της Μεσογείου, χωρίς καμιά μορφή επιβαρυντικής για το περιβάλλον βιομηχανίας, οι Ελληνικές ακτές προσφέρουν όλα τα γεωμορφολογικά είδη παραλίας, με αμμουδιά, βράχια, βότσαλα, με απεριόριστες δυνατότητες αιεφόρου τουριστικής ανάπτυξης, χωρίς να φιλοξενούν παράλληλα κανένα επικίνδυνο για τους αυτοδύτες (SCUBAdivers) θαλάσσιο είδος. Οι θερμοκρασίες δε, ακόμη και στους μήνες του Χειμώνα, δεν πέφτουν κάτω από τους 16-17 βαθμούς Κελσίου. Παράλληλα προσφέρει εκ των καλύτερων παγκοσμίως καιρικών συνθηκών για θαλάσσιες δραστηριότητες, με γαλήνια θάλασσα και με καλούς και σταθερούς ανέμους για πλείστα ναυτικά αθλήματα και δραστηριότητες. Με δεδομένη τη συμβολή της θαλάσσιας ανάπτυξης στα στρατηγικά πλεονεκτήματα του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας, ο ΕΟΤ λειτουργεί τα τελευταία χρόνια “Μονάδα Τουρισμού Υγρού Στοιχείου”, με ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων.

5.4. Τομέας παραλίας

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Καθαριότητα παραλιών: Επιχορήγηση και χρηματοδότηση παράλιων Τοπικών Αρχών για τη διεξαγωγή εκστρατειών καθαρισμού παραλιών και την αξιοποίηση της τεχνολογίας για τον καθαρισμό παραλίας (αγορά μηχανημάτων καθαρισμού).
- Οργάνωση παραλιών και ασφάλειας των λουομένων: Επιχορήγηση και χρηματοδότηση παράλιων Τοπικών Αρχών για την αγορά και εγκατάσταση ναυαγοσωστικών πύργων και λοιπού εξοπλισμού οργάνωσης παραλιών και ασφάλειας λουομένων, όπως μεταξύ άλλων κατάλληλα σκάφη έρευνας και διάσωσης, απινιδωτές .

- Προσβασιμότητα παραλιών: Επιχορήγηση και χρηματοδότηση παράλιων Τοπικών Αρχών για την αγορά και εγκατάσταση διαδρόμων, τροχοκαθισμάτων και λοιπού εξοπλισμού και αυτοδύναμων συστημάτων πρόσβασης εισόδου και εξόδου από τη θάλασσα, για χρήση από άτομα με κινητικές δυσκολίες και από ΑμεΑ.
- Τροποποίηση και αναθεώρηση του υφιστάμενου «Περί Προστασίας της Παραλίας Νόμου» ώστε να καταστεί δυνατή η ριζική επίλυση των περισσότερων προβλημάτων που αντιμετωπίζουν σήμερα οι παραλίες της Ελλάδος. Εντατικοποίηση των προσπαθειών αποτελεσματικής υλοποίησης έργων και δράσεων που αφορούν στη γενική προσπάθεια Ολοκληρωμένης Διαχείρισης Ζώνης Παραλίας (Integrated Coastal Zone Management).
- Δημιουργία «προτύπου» παραλίας, με όλες τις διευκολύνσεις και αξιοποίηση της τελευταίας τεχνολογίας (Στάθμευση, πρόσβαση για λουόμενους ΑμεΑ, πυκνότητα και αισθητική εμφάνιση σε ομπρέλες/ξαπλώστρες, χώρους υγιεινής, συχνότητα καθαρισμού, διαχείριση και ανακύκλωση απορριμμάτων, ναυαγοσωστικό και λοιπό εξοπλισμό ασφάλειας και υγείας, δυνατότητα διαδικτυακής πρόσβασης wifi και εγκατάσταση webcam για ζωντανή διαδικτυακή προβολή εικόνων από την παραλία, ένστολοι επιθεωρητές παραλίας, κλπ).
- Διερεύνηση δυνατότητας αύξησης της συχνότητας δειγματοληπτικής ανάλυσης της ποιότητας του θαλάσσιου νερού σε περιόδους παραθεριστικής αιχμής. Επεξεργασία, βάσει μελέτης, προτύπου καθαρότητας σε μια προσπάθεια εύρεσης μετρήσιμων και συγκρίσιμων παραμέτρων στερεάς ρύπανσης και ανθυγιεινής βιο-ρύπανσης με επικίνδυνους για τον άνθρωπο μύκητες εντός της άμμου.
- Διεύρυνση και εμπλουτισμός προγραμμάτων επισκέψεων και παρουσιάσεων σε εκπαιδευτικά ιδρύματα Δημοτικής και Μέσης Εκπαίδευσης, με σκοπό την καλλιέργεια τουριστικής και θαλάσσιας περιβαλλοντικής συνείδησης.
- Διατήρηση, σε εθνικό επίπεδο, της περιβαλλοντικής διάκρισης της 'Γαλάζιας Σημαίας' τουλάχιστον στα επίπεδα των 54 διακρίσεων (αριθμός απονομών 2010) και συνεχής παρακολούθηση και αξιολόγηση της ποιότητας των νερών κολύμβησης. Στόχος είναι όπως ο θεσμός της 'Γαλάζιας Σημαίας' αποτελέσει κίνητρο για τις τοπικές αρχές και τον ιδιωτικό τομέα για λήψη μέτρων προς συνεχή βελτίωση των προσφερομένων υπηρεσιών στις παραλίες βάσει των κριτηρίων της ποιότητας του θαλάσσιου νερού (σύμφωνα με σχετική Οδηγία της οργάνωσης της παραλίας και ασφάλειας των λουομένων).
- Διαχωρισμός της παραλίας σε τμήματα λουομένων και σε τμήματα για άλλες δραστηριότητες, όπως είναι τα γήπεδα beach volley.

5.5. Τομέας θαλάσσιου νερού

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Θέματα Ναυτικού Τουρισμού και Αθλημάτων Υγρού Στοιχείου. Επιχορήγηση και χρηματοδότηση της κατασκευής αποβάθρων και δημοσίων προσβάσεων νεωλκείων, και υλοποίηση προγραμμάτων καταδυτικού τουρισμού με τη δημιουργία υποβρύχιων καταδυτικών πάρκων εμπλουτισμού θαλάσσιας ζωής και γενικά υποβρύχιου ενδιαφέροντος.

5.6. Τομέας γλυκού νερού

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Επιχορήγηση και χρηματοδότηση για την εγκατάσταση βασικών πλωτών εγκαταστάσεων και λοιπού εξοπλισμού σε υδατοφράκτη με στόχο την αξιοποίησή του τόσο από αθλητές – εθνικές ομάδες, όσο και από μεμονωμένους τουρίστες σε αθλήματα όπως κωπηλασία, ιστιοπλοΐα, κανό, καγιάκ.
- Βελτίωση των εγκαταστάσεων και του γενικού διαχειριστικού πλαισίου για ερασιτεχνική αλιεία σε υδατοφράκτες.

5.3.1.5. ΕΙΔΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Γενικός Στόχος: Η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού που εμπλουτίζουν την εμπειρία του επισκέπτη «ήλιου και θάλασσας» συμβάλλει ουσιαστικά στη διαμόρφωση της συνολικής εικόνας της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού θεωρείται ότι θα συμβάλουν θετικά στην επίτευξη των βασικών στόχων της Στρατηγικής σε ότι αφορά στην εξάλειψη του προβλήματος της εποχικότητας, αύξηση της ζήτησης διακοπών προς την Ελλάδα μέσω της ενίσχυσης των αφίξεων εκτός τουριστικής περιόδου αιχμής και αύξηση της κατά κεφαλή δαπάνης των επισκεπτών. Η Στρατηγική θα διατηρήσει ως προτεραιότητα τη στήριξη, οργάνωση, προβολή και, όπου είναι δυνατό, την ανάπτυξη αριθμού ειδικών προϊόντων τα οποία παρουσιάζουν συγκριτικό πλεονέκτημα, με περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης μέσω αρτιότερης οργάνωσης της υποδομής τους. Τα ειδικά προϊόντα τα οποία επιλέγονται για να αναπτυχθούν ή να εμπλουτιστούν περαιτέρω, συνδέονται άμεσα με τους στόχους της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης που αποτελεί έναν από τους τρεις κύριους άξονες του νέου πλαισίου πολιτικής για τον τουρισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Πάντως, σε κάθε περίπτωση πρέπει να διευκρινιστεί ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δεν είναι εφικτό να αποτελέσουν τον πυρήνα του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδος, αλλά, οι παρακάτω προτεινόμενες εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν επικουρικά στοιχεία του βασικού τουριστικού προϊόντος της Ελλάδος, δηλαδή του παραθεριστικού τουρισμού «ήλιου και θάλασσας».

Χαρακτηριστικά ειδικών τουριστικών προϊόντων

Σημαντικοί παράγοντες στην απόφαση για περαιτέρω ανάπτυξη των ειδικών προϊόντων τα οποία συμβάλλουν στη διαφοροποίηση και αναβάθμιση της τουριστικής εικόνας της Ελλάδος αποτελούν οι ακόλουθοι άξονες:

- Η υφιστάμενη και μελλοντική ζήτηση για την κάθε ειδική μορφή τουρισμού, όσον αφορά τον όγκο του τουριστικού ρεύματος, την περίοδο επίσκεψης στην Ελλάδα και τα έσοδα από τους επισκέπτες.
- Η υφιστάμενη και μελλοντική προσφορά του κάθε ειδικού τουριστικού προϊόντος.
- Το επενδυτικό κόστος και η βιωσιμότητα του κάθε ειδικού τουριστικού προϊόντος σε σχέση με την απαιτούμενη επένδυση από τον Οργανισμό, όπως και η συμβολή του στην αειφόρο ανάπτυξη.

Στρατηγικές δράσεις κατά ειδικό προϊόν

Οι στρατηγικές δράσεις που αφορούν τα ειδικά τουριστικά προϊόντα ακολουθούν ολιστική προσέγγιση, συνδυάζοντας θέματα ανάπτυξης και διαχείρισης των προϊόντων αυτών και εξειδικευμένων ενεργειών μάρκετινγκ του κάθε ειδικού προϊόντος, με παράλληλη αξιοποίηση των σύγχρονων τεχνολογιών.

Οι δράσεις αυτές επικεντρώνονται στη:

- Συστηματική έρευνα για τις εξελίξεις στην προσφορά και τη ζήτηση κατά προϊόν διεθνώς (και ιδιαίτερα στους ανταγωνιστικούς προορισμούς).
- Εισαγωγή καινοτόμων πρωτοβουλιών, με τη στενή συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα μέσω στρατηγικών συμπράξεων.
- Θεματική καταγραφή, οργάνωση και παρουσίαση όλων των στοιχείων που συγκροτούν το κάθε ειδικό προϊόν, με τη δημιουργία τράπεζας πληροφοριών. Συνεχής ενημέρωση και ανανέωση στοιχείων.
- Προβολή και διάχυση των στοιχείων ανά θεματική ενότητα στα ενδιαφερόμενα μέρη (πάροχοι υπηρεσιών και προμηθευτές, οργανωμένες ομάδες, μεμονωμένοι χρήστες, κ.α.)
- Βελτίωση της υφιστάμενης υποδομής με την υλοποίηση συγκεκριμένων αναγκαίων έργων.
- Αξιοποίηση της τεχνολογίας τόσο στη διαχείριση όσο και στην προβολή του κάθε προϊόντος, με ιδιαίτερη έμφαση στα εργαλεία που προσφέρονται μέσω του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ.
- Εκσυγχρονισμός των σχεδίων κινήτρων που λειτουργούν και προγραμματισμός νέων (όπου κρίνεται απαραίτητο) για την ενθάρρυνση της υλοποίησης σημαντικών πρωτοβουλιών στην ανάπτυξη, οργάνωση και προβολή των ειδικών προϊόντων.
- Αξιοποίηση όλων των δυνατικών πηγών χρηματοδότησης για την υλοποίηση έργων.
- Στοχευόμενη προβολή των ειδικών τουριστικών προϊόντων.
- Παρακολούθηση της υλοποίησης σημαντικών έργων υποδομής από Κυβερνητικά Τμήματα.

5.3.2. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΝΑ ΕΙΔΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

5.3.2.1. Πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός

Οι επισκέπτες που ταξιδεύουν αποκλειστικά για να επισκεφθούν χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς και θρησκευτικά μνημεία αποτελούν αγορά πολύ εξειδικευμένου ενδιαφέροντος, η οποία έχει αποδειχθεί ως ιδιαίτερα προσοδοφόρα. Παράλληλα, ο πολιτισμός αποτελεί βασικό πυλώνα της τουριστικής πολιτικής που διευρύνει την εμπειρία του τουρισμού ήλιου και θάλασσας, γι' αυτό και η συνεχής υποστήριξη του ΕΟΤ θεωρείται επιβεβλημένη. Η περαιτέρω ανάπτυξη του συγκεκριμένου τμήματος της αγοράς απαιτεί καλύτερη οργάνωση, παρουσίαση και προβολή της υλικής και άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της Ελλάδας. Σημειώνεται ότι η ανάπτυξη (συντήρηση και ανάδειξη) του

προϊόντος που άπτεται της πολιτιστικής και θρησκευτικής κληρονομιάς της Ελλάδας αποτελεί ευθύνη του Τμήματος Αρχαιοτήτων και γίνεται βάσει των δικών του σχεδιασμών.

Προτάσεις προς υλοποίηση στον Πολιτιστικό Τουρισμό:

- Ανάπτυξη μηχανισμών διαχείρισης θεματικών διαδρομών και αξιοποίηση της τεχνολογίας για την προβολή τους.
- Στήριξη πολιτιστικών εκδηλώσεων με στόχευση σημαντικές ποιοτικές εκδηλώσεις μεγάλης εμβέλειας, που ενδιαφέρουν τους επισκέπτες και συμβάλουν ουσιαστικά στον εμπλουτισμό του προϊόντος.
- Η χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας στην παρουσίαση, ερμηνεία και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους θα πρέπει να επεκταθεί σε όλους τους χώρους σχετικού ενδιαφέροντος σε Πανελλαδική κλίμακα.

Προτάσεις προς υλοποίηση στον Θρησκευτικό τουρισμό:

- Θεσμοθέτηση συνεργασίας με αρμόδιους φορείς για θέματα πρόσβασης στα θρησκευτικά μνημεία και τις υποδομές και υπηρεσίες που προσφέρονται στους προσκυνητές.
- Συνεργασίες με εκκλησίες στο εξωτερικό για ένταξη της Ελλάδας στα προγράμματα θρησκευτικών περιηγήσεων.
- Εκπόνηση Σχεδίου Δράσης για τον προσκυνηματικό τουρισμό.
- Ανάπτυξη συνεργασίας του ΕΟΤ με την Εκκλησία της Ελλάδας, με στόχο τη διαχείριση της βιώσιμης τουριστικής αξιοποίησης των θρησκευτικών μνημείων και χώρων λατρείας.

Προτεινόμενη Κοινή Δράση Πολιτιστικού και Θρησκευτικού Τουρισμού:

- Ανάπτυξη μηχανισμών βελτίωσης της προσβασιμότητας από σημαντικές αγορές για πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό.

5.3.2.2. Τουρισμός εκμάθησης και εκπαίδευσης

Πρόκειται για εξειδικευμένη αγορά με αυξανόμενο ρυθμό ανάπτυξης διεθνώς. Η Ελλάδα παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα στον τομέα εκμάθησης της αγγλικής γλώσσας και δυνατότητα αύξησης του σχετικού μεριδίου της αγοράς. Ο στόχος μπορεί αν επιτευχθεί με την αύξηση και βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών και προϊόντος, θέματα που αφορούν, κυρίως, τους παροχείς στον ιδιωτικό τομέα.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Ενίσχυση της συνεργασίας με το Υπουργείο Παιδείας για αξιοποίηση διαφόρων διακρατικών συμφωνιών.
- Προώθηση συνεργασιών με τον ιδιωτικό τομέα για την ανάπτυξη στοχευμένου προγράμματος μέσω διαφήμισης και συμμετοχής σε εξειδικευμένα εργαστήρια και εκθέσεις.
- Συνεργασία για στοχευμένες δραστηριότητες προβολής.

5.3.2.3. Τουρισμός υπαίθρου

Ο Τουρισμός Υπαίθρου περιλαμβάνει την ενασχόληση του επισκέπτη με δραστηριότητες που έχουν σχέση με το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Ο εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος με εξειδικευμένα προϊόντα που καλύπτουν τους τομείς της διαμονής, διατροφής και δραστηριοτήτων έχει προσδώσει μία νέα δυναμική στο τμήμα του τουρισμού υπαίθρου. Ο τουρισμός υπαίθρου δεν αποτυπώνεται αυτούσιος στο σχετικό διάγραμμα του Παραρτήματος Ι διότι αποτελεί ειδική μορφή τουρισμού η οποία περιλαμβάνει σειρά άλλων επιμέρους δραστηριοτήτων (π.χ. πολιτιστικό τουρισμό, θρησκευτικό τουρισμό, ποδηλατικό τουρισμό, περιπατητικό τουρισμό, φυσιολατρικό τουρισμό, διαμονή σε καταλύματα αγροτουρισμού, κλπ.) οι οποίες αντιστοιχούν σε συγκεκριμένα τμήματα αγοράς που παρουσιάζονται στο σχετικό διάγραμμα.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Υλοποίηση Σχεδίου Προβολής της Υπαίθρου το οποίο συγχρηματοδοτείται από την Ε.Ε.
- Δημιουργία συνεργειών για οργάνωση και προώθηση των επιμέρους ειδικών προϊόντων που συνθέτουν τον τουρισμό υπαίθρου.
- Ενίσχυση συνεργασίας με την Ελληνική Εταιρεία Αγροτουρισμού μέσα από συγκεκριμένο Σχέδιο Δράσης.

5.3.2.4. Αθλητικός τουρισμός

Αποτελεί αγορά με μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης η οποία συμβάλλει θετικά στην αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας. Εκτιμάται ότι η αγορά έχει σημαντική αγοραστική δύναμη. Η υπάρχουσα υποδομή χρήζει βελτίωσης, καλύτερης οργάνωσης και διαχείρισης. Ο ΕΟΤ στηρίζει ποικιλοτρόπως τον τομέα, ιδιαίτερα στα θέματα προβολής, φιλοξενίας και βελτίωσης στην υποδομή. Η περαιτέρω ανάπτυξη και συντήρηση της υποδομής είναι απαραίτητη και αποτελεί ευθύνη του ιδιωτικού τομέα όπως και της κατάλληλης στήριξης από τις αρμόδιες κρατικές υπηρεσίες. Στο τμήμα του αθλητικού τουρισμού περιλαμβάνονται αθλήματα όπως το ποδόσφαιρο, η κολύμβηση, το τρίαθλο, το τρέξιμο (μαραθώνιοι), ο στίβος, ο καταδυτικός τουρισμός, το beach volley, κ.ά.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Περαιτέρω ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού, με αξιοποίηση των σχεδίων αναβάθμισης αθλητικών εγκαταστάσεων, προσέλκυσης διεθνών αθλητικών διοργανώσεων και φιλοξενίας αθλητικών ομάδων, που προσφέρει ο ΕΟΤ.
- Συνεργασίες με διεθνείς φορείς και προσωπικότητες του αθλητισμού.

5.3.2.5. Ποδηλατικός τουρισμός

Αυτή η τουριστική αγορά είναι ιδιαίτερα εξειδικευμένη και η διεθνής εμπειρία έχει δείξει ότι συμβάλλει στη θετική αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας της ζήτησης. Απαιτείται σημαντική επένδυση για την επέκταση και τη βελτίωση των έργων υποδομής. Η συμβολή του ΕΟΤ στην ανάπτυξη της υποδομής και στην προώθηση του προϊόντος είναι ιδιαίτερα σημαντική. Ο ιδιωτικός τομέας αναμένεται να συμβάλει πιο ενεργά στο θέμα της οργάνωσης του προϊόντος.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Επέκταση του ποδηλατικού δικτύου, ενσωμάτωση και σύνδεση του δικτύου με τα ρυθμιστικά σχέδια και τους σχεδιασμούς των τοπικών αρχών.
- Δημιουργία φορέα για ξενοδοχεία που είναι φιλικά στους ποδηλάτες (Cycle-friendly Hotels).
- Ενίσχυση συνεργασίας με το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Eurovelo και το European Cycling Federation (ECF).
- Στήριξη σε ποδηλατικές διοργανώσεις στην Ελλάδα, με στόχο την αναβάθμιση τους.

5.3.2.6. Τουρισμός γκολφ

Πρόκειται για αγορά με μεγάλο αριθμό δυνητικών Ευρωπαίων επισκεπτών, με μεγάλη αγοραστική δύναμη, από την οποία η Ελλάδα μπορεί να αντλήσει σημαντικό τουριστικό ρεύμα. Οι καιρικές συνθήκες στην Ελλάδα καθιστούν την συμβολή του τουρισμού γκολφ στην αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας ουσιαστική. Μέχρι το 2015 αναμένεται η δημιουργία ικανοποιητικού αριθμού γηπέδων η οποία θα καταστήσει την Ελλάδα έναν αξιόλογο προορισμό γκολφ στην περιοχή. Σημειώνεται ότι η στρατηγική ανάπτυξης γηπέδων γκολφ δεν εμπίπτει στις αρμοδιότητες του ΕΟΤ. Ο Οργανισμός περιορίζεται σε ενέργειες προώθησης του προϊόντος.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Φιλοξενία σημαντικών διεθνών διοργανώσεων γκολφ στην Ελλάδα.
- Δημιουργία αναγνωρίσιμου Brand για τον τουρισμό γκολφ.

5.3.2.7. Περιπατητικός τουρισμός

Πρόκειται για αγορά με μέτρια συμβολή στην αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας. Έχει ιδιαίτερη σημασία για τον εμπλουτισμό και τη βιωσιμότητα του προϊόντος και της ευρύτερης εικόνας της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού. Η Ελλάδα διαθέτει αξιόλογο δίκτυο περιπατητικών διαδρομών, χρειάζεται όμως βελτίωση στους μηχανισμούς διαχείρισης. Το χαμηλό σχετικά κόστος, που οδηγεί σε υψηλή (άμεση και έμμεση) απόδοση επί της επένδυσης, δημιουργεί ευνοϊκές συνθήκες για την ανάπτυξη του προϊόντος.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Εμπλουτισμός, ποιοτική βελτίωση του υφιστάμενου δικτύου μονοπατιών και επέκτασή του όπου κριθεί αναγκαίο.
- Αξιοποίηση της τεχνολογίας GPS για διευκόλυνση των περιπατητών.
- Θεσμοθέτηση συνεργασίας μεταξύ των τοπικών αρχών και του Τμήματος Δασών για αποτελεσματικότερη συντήρηση των μονοπατιών.

5.3.2.8. Τουρισμός συνεδρίων και κινήτρων

Πρόκειται για σημαντική αγορά με μεγάλη διεθνή δραστηριότητα και εκτιμάται ότι αφορά επισκέπτες μεγάλης αγοραστικής δύναμης. Ο ΕΟΤ δραστηριοποιείται έντονα στον τομέα αυτό, ιδιαίτερα στα θέματα οργάνωσης και προβολής αυτού. Μελέτες στηρίζουν και αποδεικνύουν ότι υπάρχουν περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης ιδιαίτερα όσον αφορά τη δημιουργία σύγχρονων συνεδριακών κέντρων, θέμα το οποίο στηρίζει, στα πλαίσια των δυνατοτήτων του, ο ΕΟΤ. Η ανάπτυξη αυτή απαιτεί τη συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Σύσταση και λειτουργία Visitors & Convention Bureau.
- Επέκταση και ενδυνάμωση του προγράμματος Ambassadors in Tourism.
- Καταρτισμό εξειδικευμένης ταυτότητας (Branding) για τον τουρισμό συνεδρίων και κινήτρων, με υιοθέτηση της από όλους του εμπλεκόμενους φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα.
- Περαιτέρω ανάπτυξη του τομέα με την αξιοποίηση των σχεδίων κινήτρων για διεκδίκηση συνεδρίων, φιλοξενίας συνεδρίων ή εταιρικών συναντήσεων και προσέλκυσης συνεδρίων και ταξιδιών κινήτρων.
- Παροχή κινήτρων για την αναβάθμιση των υφιστάμενων συνεδριακών υποδομών και προώθηση της στήριξης επενδύσεων συνεδριακού τουρισμού, μέσω αξιοποίησης κονδυλίων από το ΕΤΠΑ.

5.3.2.9. Τουρισμός υγείας (ιατρικός και ευεξίας)

Ο τουρισμός υγείας περιλαμβάνει τα τμήματα του ιατρικού τουρισμού και του τουρισμού ευεξίας. Πρόκειται για ιδιαίτερα εξειδικευμένη και κερδοφόρα αγορά, με δυνατότητες για σημαντικά μακροπρόθεσμα οικονομικά οφέλη. Απαιτείται αρκετός χρόνος για την επιτυχή υλοποίηση των δράσεων που ήδη έχουν προγραμματιστεί από τον ΕΟΤ και τους εταίρους του στον τομέα του τουρισμού υγείας. Η επιτυχία της ανάπτυξης θα εξαρτηθεί από τις επενδύσεις στο συγκεκριμένο προϊόν και από την συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα. Η συμβολή του Οργανισμού περιορίζεται κυρίως σε θέματα προώθησης και οργάνωσης του προϊόντος.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Ενίσχυση του συντονιστικού ρόλου της επιτροπής προώθησης της Ελλάδας ως Κέντρου Παροχής Υπηρεσιών Υγείας της οποίας προεδρεύει ο ΕΟΤ.
- Συντονισμός της διαδικασίας διαπίστευσης των ιδιωτικών νοσηλευτηρίων.

- Αξιοποίηση συγχρηματοδοτούμενων σχεδίων για στήριξη επενδύσεων που αφορούν τον ιατρικό τουρισμό και τουρισμό ευεξίας.
- Ενθάρρυνση, καθοδήγηση και ενημέρωση των εμπλεκομένων του ιδιωτικού τομέα για τον σχεδιασμό και την προώθηση ελκυστικών πακέτων υπηρεσιών στο τομέα του τουρισμού υγείας.
- Ενθάρρυνση συνεργασιών των εμπλεκομένων του ιδιωτικού τομέα με ασφαλιστικές εταιρείες στο εξωτερικό.
- Ενθάρρυνση συνεργασιών για το φωτο-θεραπευτικό τουρισμό, ιαματικό τουρισμό, τουρισμό αποκατάστασης (συντονισμός εμπλεκομένων, στήριξη μελετών κ.ά.).
- Ενθάρρυνση, καθοδήγηση και ενημέρωση των εμπλεκομένων του ιδιωτικού τομέα για τον σχεδιασμό και την προώθηση ελκυστικών πακέτων στο τομέα του ιατρικού τουρισμού και τουρισμού ευεξίας.

5.3.2.10. Τουρισμός κρουαζιέρας

Οι κρουαζιέρες αναπτύσσονται ραγδαία τα τελευταία χρόνια και αποτελούν νέα εναλλακτική μορφή διακοπών για τουρίστες από την Ευρώπη (ενώ πρόκειται για ώριμο τουριστικό προϊόν στη Βόρεια Αμερική).

Για την περαιτέρω ανάπτυξη απαιτείται επένδυση στη βελτίωση του προϊόντος τόσο στις κρουαζιέρες προς Ελλάδα όσο και στις κρουαζιέρες από την Ελλάδα με βελτίωση της υπάρχουσας υποδομής στα λιμάνια και γενικά των προσφερομένων υπηρεσιών.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Εμπλουτισμός και αναβάθμιση προγραμμάτων των εκδρομών με πολιτιστικά δρώμενα και με θεματικές διαδρομές και οργάνωση ειδικών εκδηλώσεων υποδοχής κρουαζιερόπλοιων στο λιμάνι.
- Συντονισμός ενεργειών για περίληψη της Ελλάδας σε προγράμματα κρουαζιέρων. Παροχή ειδικών κινήτρων σε εταιρίες διοργάνωσης κρουαζιέρων ώστε να συμπεριλαμβάνεται η Ελλάδα στο πρόγραμμά τους.
- Παροχή ειδικών κινήτρων σε εταιρίες διοργάνωσης κρουαζιέρων ώστε η Ελλάδα να αποτελεί σημείο έναρξης ή/και τερματισμού προγραμμάτων κρουαζιέρας.

5.3.2.11. Γαστρονομικός τουρισμός & οινoturισμός

Το φαγητό και το ποτό που επιλέγει ο επισκέπτης αποτελούν, πέραν της διαμονής, το πλέον σημαντικό σκέλος της εμπειρίας των διακοπών του (το 30-50% των εσόδων από τον τουρισμό σχετίζονται με την διατροφή). Βάσει στοιχείων, το 44% των τουριστών θεωρούν το φαγητό βασικό κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού. Πέραν του εμπλουτιστικού ρόλου που διαδραματίζει η διατροφή στην τουριστική εμπειρία, υπάρχουν και ομάδες τουριστών οι οποίοι ταξιδεύουν για να «γνωρίσουν και να γευτούν» την τοπική γαστρονομία ενός προορισμού και τα κριτήρια επιλογής είναι ανάλογα. Κατά συνέπεια, η τοπική κουζίνα και το κυπριακό κρασί πρέπει να καταλάβουν μια περισσότερο διακριτή θέση στο τουριστικό προϊόν της Ελλάδας, να αναπτυχθούν και να προβληθούν κατάλληλα.

Οι διατροφικές συνήθειες στην Ελλάδα διαμορφώθηκαν μέσα από την ιστορία, τα ήθη και έθιμα, την τοπική παράδοση, τη θρησκεία, τις πολιτιστικές επιρροές και, φυσικά, τις καιρικές συνθήκες και τη μορφολογία του εδάφους της χώρας. Η Ελληνική κουζίνα εξελίχθηκε και αναδείχθηκε μέσα από τη μακραίωνη ιστορία του νησιού ως μια ξεχωριστή γαστρονομική οντότητα στον ευρύτερο χάρτη της Μεσογειακής διατροφής, με διαχρονική και πολιτιστική αξία. Βάσει τούτων, στη Στρατηγική τίθεται ως άμεσος στόχος η καθιέρωση της «Μεσογειακής Γαστρονομίας» τόσο ως ειδικό προϊόν όσο και ως εμπλουτιστικό στοιχείο του τουριστικού μας προϊόντος και της τουριστικής εμπειρίας.

Η ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού βρίσκεται ακόμη σε πρώιμο στάδιο και ως αποτέλεσμα δεν αποτυπώθηκε στο συγκριτικό διάγραμμα με τα υπόλοιπα ειδικά προϊόντα.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

Οι δράσεις ανάπτυξης του προϊόντος θα στηριχθούν σε συγκεκριμένες δέσμες εργασίας ως ακολούθως:

- Μελέτη, ανάλυση, καταγραφή και αξιολόγηση της Ελληνικής διατροφής (κουζίνας και οίνου).
- Καθιέρωση γαστρονομικών διαδρομών, όπως «ταξίδι στην Ελληνική κουζίνα».
- Δημιουργία πακέτων για βίωση ολοκληρωμένης γαστρονομικής εμπειρίας, όπως «Διαμονή και διατροφή στην ύπαιθρο», «Μαγειρεύω Ελληνικά».
- Σχολές μαγειρικής: Εκπαίδευση ή/και διεξαγωγή επιμορφωτικών σεμιναρίων σε κατηγορίες επαγγελματιών του τουρισμού με στόχο την προβολή και την ανάδειξη της Ελληνικής γαστρονομίας.
- Προβολή πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων διατροφής.
- Ανάπτυξη, διαχείριση και προβολή οργανωμένων "Δρόμων του Κρασιού" κατά το ιδιαίτερα επιτυχημένο πρότυπο των "Δρόμων του Κρασιού της Βόρειας Ελλάδας".

5.3.2.12. Γάμοι και ταξίδια του μέλιτος

Πρόκειται για σημαντική αγορά η οποία παρέχει υψηλά έσοδα στον προορισμό αλλά με περιορισμένη συμβολή στην απόσβεση της εποχικότητας. Έχει ήδη αναπτυχθεί αξιόλογη υποδομή από τον ιδιωτικό τομέα και τις αρχές της τοπικής αυτοδιοίκησης. Οι ενέργειες του ΕΟΤ επικεντρώνονται στον τομέα της προώθησης του προϊόντος.

Προτάσεις προς υλοποίηση:

- Στοχευμένες ενέργειες προβολής, σε συνεργασία με τις αρχές τοπικής αυτοδιοίκησης και τις Περιφερειακές Εταιρείες Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής.
- Εξέταση του νομικού πλαισίου που επηρεάζει την πραγματοποίηση γάμων στην Ελλάδα από ευρωπαίους και ξένους υπηκόους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ❖ «Τουριστικό Δίκαιο», Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, Δ' έκδοση, εκδ. Σάκκουλα, 2009
- ❖ «Τουριστικό Δίκαιο», Α. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, Β' έκδοση, εκδ. Σάκκουλα, 1997
- ❖ «Βασική Τουριστική Νομοθεσία», Α. Γ. Κουτσουράδης, εκδ. Σάκκουλα, 2000
- ❖ «Εναλλακτικές μορφές Τουρισμού», Μ. Κ. Σφακιανάκης, εκδ. Ελλην, 2000
- ❖ «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Γ. Μ. Βενετσανοπούλου, εκδ. Interbooks, 2006
- ❖ «Τουριστικό Δίκαιο. Ερμηνευτικά και νομοθετικά ζητήματα και προτάσεις», Σ. Π. Ψυχομάνης, εκδ. Σάκκουλα, 2003
- ❖ «Πολιτική και κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης», τόμος Γ' ΕΑΠ, Πάτρα, 1999
- ❖ «Κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο Νομό Κυκλάδων και ιδιαίτερα στα νησιά Ίος και Σέριφος, κατά την περίοδο 1950-1980», Πάρις Τσάρτας, Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών, Αθήνα 1989
- ❖ «Εισαγωγή στον τουρισμό», Ν.Γ. Ηγουμενάκης- Κ.Ν. Κραβαρίτης- Π.Ν. Λύτρας, εκδ. Interbooks, 1999
- ❖ «Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας», Μ. Λογοθέτης, εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα-Θεσ/κη, 2001
- ❖ «Από τον προσκυνητή στο θρησκευτικό τουρίστα. Κοινωνιολογική προσέγγιση, Τουριστική Επιστημονική Επιθεώρηση», Πολ. Μοίρα, τεύχος 1, Νο 1, 2003
- ❖ «Τουρισμός: Οικονομικές προσεγγίσεις», Στ. Βαρβαρέσος, Β' Έκδοση, 2000
- ❖ «Το Μάνατζμεντ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων», Α. Χυτήρης, εκδ. Interbooks, 1996
- ❖ «Θαλάσσιος τουρισμός», Δ. Μυλωνόπουλος- Πολ. Μοίρα, εκδ. Interbooks, 2005
- ❖ «Τουρισμός Βασικές έννοιες», Ν. Ηγουμενάκης – Κ. Κραβαρίτης, εκδ. Interbooks, 2004
- ❖ «Η κρίση της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας», Γ. Ν. Ηγουμενάκης, άρθρο στο περιοδικό: Τουριστική Επιστημονική Επιθεώρηση, τεύχ.1^ο. εκδ. Interbooks, Αθήνα, 2003
- ❖ «Οργάνωση και διοίκηση ξενοδοχειακής ψυχαγωγίας και άθλησης.» Δ.Λαλούμης, Διδακτορική διατριβή, Πάντειο παν/μιο 2000
- ❖ «Τουριστικό Μάρκετινγκ», Ν. Ηγουμενάκης, εκδ. Interbooks, 1999
- ❖ «Ο τουρισμός προς το 2000», Β. Ρούπας, εκδ. Interbooks, 1989
- ❖ «Τουριστική Οικονομία», Ν. Ηγουμενάκης, τομ. Α', εκδ. Interbooks, 1997
- ❖ «Εισαγωγή στην Θεωρία του τουρισμού», Στ. Καλιφιώτης, εκδ. Β'
- ❖ «Τουριστική Οικονομική», Δ. Λαγός, εκδ. Κριτική, Αθήνα 2005
- ❖ «Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό», Χ. Κοκκώσης- Π. Τσάρτας, τόμ. Β', ΕΑΠ
- ❖ «Αειφόρος ανάπτυξη και εναλλακτικές μορφές τουρισμού- Η ελληνική πολιτική κινήτρων», Α. Σούρτζης, Αθήνα, 2003
- ❖ «Παγκόσμια κοινωνία- Πολιτισμικές ταυτότητες», Κ. Βρύζας, εκδ.1997
- ❖ «Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό». Π. Τσάρτας, Αθήνα 1993, εκδ. Εξάντας

- ❖ «Κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού σε μικρά αστικά κέντρα με τουριστική ανάπτυξη: εξαρτήσεις, διαπλοκές, προοπτικές». Π. Τσάρτας, Εκδ. Τόπος, Αθήνα 1998
- ❖ «Τουρισμός, Γενικές Αρχές, Οργάνωση, Νομοθεσία», Ν. Κουτρομπής, Αθήνα, 1980
- ❖ «Αγροτουρισμός, μοχλός για την ανάπτυξη της υπαίθρου», Καραγιάννης Σ., Έξαρχος Γ., Εκδόσεις Κ.Τ.Ε. Κρήτης, 2004
- ❖ <http://www.gnto.gr>
- ❖ «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού», Ι.Τ.Ξ.Ε (Ινστιτούτο Τουριστικών Ξενοδοχειακών Ερευνών), Α' & Β' τεύχος, Σεπτέμβριος 2005
- ❖ «Ο Χειμερινός τουρισμός στην Ελλάδα», Ι.Τ.Ε.Π. (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών & Προβλέψεων), Παυλόπουλος Π., 2001
- ❖ «Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας», Μ. Λογοθέτης, εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα-Θεσ/κη, 2001
- ❖ «Ορεινοί όγκοι και τουρισμός: Μια χωρο-χρονική προσέγγιση, Τουριστική επιστημονική επιθεώρηση», Στ. Βαρβαρέσος- Μ. Σωτηριάδης, τεύχος 1, Αθήνα 2003, εκδ. Interbooks
- ❖ «Ο ελληνικός τουρισμός στην αρχή του νέου αιώνα: Υφιστάμενη κατάσταση-προοπτικές», Κ. Κατσιγιάννης, εκδ. Σύνδεσμος Ελλήνων περιφερειολόγων, Αθήνα 2003
- ❖ <http://www.sport-tourism.com>
- ❖ «Τουρισμός, θεωρητική προσέγγιση», Γ. Κολτσιδόπουλος, Εκδ. ΕΛΛΗΝ, 2000
- ❖ «Τουριστικό Μάρκετινγκ για βιώσιμη ανάπτυξη», V. Middleton – Rebecca Hawkins, εκδ. Κριτική, 2004
- ❖ «Σχεδιασμός δράσεων πιλοτικού χαρακτήρα για ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού», Υπουργείο Ανάπτυξης, ΕΟΤ, 2008
- ❖ «Τουρισμός, θεωρητική προσέγγιση», Γ. Κοτσιδόπουλος, εκδ. Έλλην, 2000
- ❖ <http://www.leader-plus.gr/default.htm>
- ❖ «Θέματα γεωργίας αγροτικής και τοπικής ανάπτυξης», Κ. Καραμπάσου- Παχάκη, Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα, 1996
- ❖ <http://www.coastlearn.org/gr/tourism-gr/introduction.html>
- ❖ http://www.coastlearn.org/gr/tourism-gr/con_coastaltourism.html
- ❖ «Θαλάσσιος Τουρισμός», Δ. Μηλωνόπουλος- Π. Μοίρα, εκδ. Interbooks, 2005
- ❖ <http://www.incrediblecrete.gr/>
- ❖ <http://www.yen.gr/wide/home.html>
- ❖ «Κοινωνιολογία του τουρισμού», Π.Ν. Λύτρας, εκδ. Β', εκδ. Interbooks, 1999
- ❖ «Εισαγωγή στον τουρισμό», Ν. Ηγουμενάκης, Κ. Κραβαρίτης, Π. Λύτρας, Εκδ. Interbooks, 1998
- ❖ <http://www.gnto.gov.gr/>
- ❖ <http://www.gnto.gov.gr>, <http://www.neagenia.gr/>
- ❖ <http://www.disabled.gr/lib/?p=8237>
- ❖ «Άτομα τρίτης ηλικίας, η κρυφή μορφή τουρισμού, Τουρισμός & Οικονομία», Ν. Καψή, Απρίλιος 2006, τεύχος 317
- ❖ «Τουρισμός τρίτης ηλικίας», Γ. Κάτσος, Αθήνα, 2004, ΙΤΕΠ
- ❖ «Εισαγωγή στη θεωρία του τουρισμού», Θ. Σιταράς, Χ. Τζένος, Αθήνα 2007, εκδ. Interbooks
- ❖ Μ. Σωτηριάδης, Ι. Φαρσάρη, Εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού, Αθήνα 2009, εκδ. Interbooks

- ❖ <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=509214>
- ❖ «Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα, Κέντρο προγραμματισμού και οικονομικών ερευνών», Σ.Κ. Σπαθή, Αθήνα 2000
- ❖ «Βασική Τουριστική Νομοθεσία», Α.Γ. Κουτσουράδης, εκδ. Σάκκουλα, 2000
- ❖ «Η Σύμβαση του Οργανωμένου Ταξιδιού κατά το Π.Δ. 339/1996», Ι.Στ. Κουμάνης, εκδ. Σάκκουλας

- ❖ Σύνδεσμος Δήμων και Κοινοτήτων Ιαματικών Πηγών Ελλάδας, σ.12-15.
- ❖ www.gnto.gr
- ❖ ΕΟΤ, Λουτροπόλεις και Ιαματικές πηγές, Εθν. Τυπογραφείο, Αθήνα 1966
- ❖ World Travel and Tourism Council, Tourism statistics

- ❖ www.hapco.gr
- ❖ <http://www.travelpassion.gr/adultraveller/698-sex-a-travel.html>
- ❖ <http://www.e-radio.gr/blog/post.asp?uid=3168>
- ❖ http://traveldailynews.gr/columns/article/2308?fb_ref=.T3FkMxBM-08.like&fb_source=home_multiline
- ❖ <http://www.tjnews.gr/?p=2914>
- ❖ <http://www.tovima.gr/finance/finance-business/article/?aid=291962>
- ❖ http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/Legislation/DocLib/5_ManillaDeclarationOnWorldTourism_1980.pdf ,
- ❖ http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/Legislation/DocLib/6_WorldTourismOrganization_AcapoulcoDocument_1982.pdf ,
- ❖ http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/Legislation/DocLib/7_OzakaDeclarationOnTourism_1994.pdf
- ❖ <http://touristguides.gr/plhrofories/nomothesia/45-agra-pelaton>
- ❖ www.peo.org.cy
- ❖ <http://www.efpolis.gr>
- ❖ <http://www.kepka.org/Grk/Lgs/Legislation/2251.htm>
- ❖ ww.inka.gr , <http://travelsafe.gr>

- ❖ <http://kepka.org>
- ❖ <http://www.efpolis.gr/el/diasfalisi-oikonomikon-symefronton-katanaloton/tourismos-diakopes/75-time-sharing.html>
- ❖ <http://www.gnto.gov.gr>