



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Διπλωματική Εργασία

**ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
ΚΑΙ
ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ**

Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΑΝ ΜΟΡΦΗ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Γεωργούλη Αικατερίνη

Πειραιάς, 2007

ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ

Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΑΝ ΜΟΡΦΗ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Γεωργούλη Αικατερίνη

Σημαντικοί όροι: *οικοτουρισμός, οικοτουρίστας, τουριστικά κίνητρα, οικοτουριστικά κίνητρα, μαζικός τουρισμός, βαθύς/ ρηχός οικοτουρισμός*

ΣΥΝΟΨΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Αρχικός σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να μελετηθεί και να αναλυθεί το φαινόμενο του οικοτουρισμού μέσα από τα ψυχολογικά κίνητρα των τουριστών που συμμετέχουν σε αυτόν, θεωρώντας τον πάντα σαν μια «καλή» και ποιοτική μορφή τουρισμού. Ωστόσο, κατά τη διάρκεια της έρευνας για τους σκοπούς της εργασίας, διαπιστώθηκε η διττή υπόσταση του οικοτουρισμού και αποκαλύφθηκε μια διαφορετική, όχι τόσο «καλή», πλευρά του, η οποία φάνηκε να ταυτίζεται σε πολλά σημεία με τον εκ διαμέτρου αντίθετο, θεωρητικά, μαζικό τουρισμό. Εξ αιτίας των διαπιστώσεων αυτών, φάνηκε πιο ενδιαφέρον να γίνει αφενώς μια προσέγγιση του οικοτουρισμού ως προς τα ψυχολογικά κίνητρα, αφετέρου, και μέσω των κινήτρων αυτών, να αναλυθεί αυτός υπό το πρίσμα του προτύπου του μαζικού τουρισμού.

Με τη βοήθεια της βιβλιογραφίας, ελληνικής και ξενόγλωσσης, τέθηκε η θεωρητική βάση της παρούσης εργασίας, όσον αφορά στην έννοια του οικοτουρισμού, την τουριστική ψυχολογία και τον ορισμό του μαζικού τουρισμού. Ωστόσο, το μεγαλύτερο κομμάτι των στοιχείων που χρησιμοποιήθηκαν αντλήθηκαν από ένα μεγάλο αριθμό άρθρων ξένων επιστημονικών περιοδικών. Ένα μικρό, αλλά σημαντικό ποσοστό αποτέλεσαν και κείμενα ή άρθρα τα οποία βρέθηκαν σε πολυάριθμους διαδικτυακούς τόπους, κατά την διαδικασία μιας γενικότερης αναζήτησης στοιχείων στο Διαδίκτυο. Μετά από την ολοκλήρωση της αναζήτησης και συλλογής στοιχείων, ακολούθησε η επεξεργασία, η ταξινόμησή τους και η διαμόρφωση του τελικού κειμένου, έτσι ώστε αυτό να έρθει στη μορφή της παρούσης εργασίας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ

Ο οικοτουρισμός αποτελεί από μόνος του ένα φαινόμενο αμφιλεγόμενο, και πολλά έχουν γραφτεί γύρω απ' αυτόν. Για το λόγο αυτό, στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια εκτενής ανάλυση των ορισμών, αρχών, χαρακτηριστικών και σκοπών του, και παρουσιάζονται διάφορες προσεγγίσεις και αποτελέσματα ερευνών για το προφίλ και τα γενικότερα χαρακτηριστικά του οικοτουρίστα. Εξίσου εκτενώς αναλύεται και η οικοτουριστική αγορά, ως προς την συμβολή της στις γενικότερες τουριστικές αφίξεις, τις οικονομικές της επιπτώσεις, τις μορφές της και τους κυριότερους οικοτουριστικούς προορισμούς.

Στο επόμενο κεφάλαιο, αφού πρώτα γίνει αναφορά στα τουριστικά κίνητρα γενικότερα και τις θεωρίες που κατά καιρούς έχουν διατυπωθεί με σκοπό να αιτιολογήσουν την ανάγκη του ανθρώπου να ταξιδεύει, αναλύονται τα κίνητρα στον οικοτουρισμό. Βάσει των κινήτρων αυτών αναφέρονται κατηγοροποιήσεις των οικοτουριστών, όπως αυτές προτείνονται από διάφορους συγγραφείς και ερευνητές του οικοτουρισμού.

Προκειμένου να ερευνηθεί ο οικοτουρισμός σε σχέση με το μαζικό τουρισμό, κρίθηκε απαραίτητο να γίνει μια σύντομη αναφορά στην εξέλιξή του, στα βασικότερα συστατικά που τον χαρακτηρίζουν και στο μέγεθος της αγοράς του, στο τρίτο κεφάλαιο. Τέλος, απαριθμούνται οι αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού, καθώς και άλλοι παράγοντες που πιθανότατα συνέβαλαν στην αλλαγή των τουριστικών προτιμήσεων και στη στροφή αυτής της αγοράς προς άλλες μορφές τουρισμού, όπως ο οικοτουρισμός.

Μετά την εννοιολογική προσέγγιση του οικοτουρισμού, του μαζικού τουρισμού και των τουριστικών κινήτρων, στα δύο τελευταία κεφάλαια αναλύεται το αρνητικό πρόσωπο του οικοτουρισμού, ως προς την αδυναμία του να κάνει τη θεωρία πράξη, την ανομοιογένεια του κοινού του, την εμπορευματοποίησή του και τις αρνητικές συνέπειες που ήδη είναι εμφανείς σε πολλές οικοτουριστικές περιοχές, αλλά και στις ίδιες τις επιχειρήσεις. Με βάση τα παραπάνω, προτείνονται, τέλος, τρόποι μέτρησης των οικολογικών αξιών για την αποφυγή λαθών, αλλά και λύσεις ή τρόποι αντιμετώπισης των ποικίλων προβλημάτων που έχουν προκύψει από λάθος χειρισμούς και παρατυπίες που έγιναν και γίνονται, κατά κύριο λόγο, για χάρη του κέρδους.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Στο σημείο αυτό θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου, Δρ Έλενα Βεντουράτου, για την πολύτιμη βοήθειά της καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της παρούσης εργασίας, καθώς συνέβαλε σημαντικά με συμβουλές και προτάσεις σχετικά με τη δομή της αλλά και παρείχε ιδέες για τρόπους αναζήτησης πηγών. Επίσης, σημαντική υπήρξε η υποστήριξη των γονέων μου, Κώστα και Μαής, αλλά και της αδερφής μου, Ελένης, η οποία με βοήθησε σημαντικά. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω και την κυρία **Katie Maschman**, διευθύντρια του Τμήματος Επικοινωνιών της Διεθνούς Οικοτουριστικής Κοινότητας (**TIES**, Ουάσινγκτον, ΗΠΑ), η οποία, ανταποκρινόμενη σε δικό μου αίτημα, μου παρείχε σημαντικά στατιστικά στοιχεία σχετικά με τον τουρισμό και τον οικοτουρισμό.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	ΣΕΛΙΔΑ
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Οριοθέτηση του οικοτουρισμού-Ορισμός του οικοτουρίστα.....	1
1.1. Ιστορική αναδρομή του φαινομένου: Η πορεία του οικοτουρισμού απ' την εμφάνισή του έως και σήμερα.....	2
1.2. Ορισμοί του οικοτουρισμού: Βασικά χαρακτηριστικά και οικοτουριστικές αρχές.....	7
1.2.1. Ορισμοί του οικοτουρισμού.....	7
1.2.2. Βασικά συστατικά και αρχές του οικοτουρισμού.....	15
1.2.3. Οι διαστάσεις και τα κύρια χαρακτηριστικά του οικοτουρισμού.....	22
1.2.4. Αντικειμενικοί σκοποί και στόχοι του οικοτουρισμού.....	30
1.3. Το οικοτουριστικό προϊόν και η οικοτουριστική αγορά	32
1.3.1. Το μέγεθος της οικοτουριστικής αγοράς και η θέση της στην ευρύτερη τουριστική βιομηχανία.....	32
1.3.2. Τα χαρακτηριστικά του οικοτουριστικού προϊόντος-Οικοτουριστικές δραστηριότητες και υποδομές.....	40
1.3.3. Η ζήτηση των οικοτουριστικών πακέτων.....	44
1.3.4. Οι οικοτουριστικοί προορισμοί.....	48
1.4. Το προφίλ και τα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά του οικοτουρίστα.....	58
1.5. Συμπεράσματα Κεφαλαίου 1.....	74
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Τουριστική ψυχολογία και τουριστικά κίνητρα στον οικοτουρισμό.....	75
2.1. Οι ψυχολογικές διεργασίες και τα κίνητρα που ωθούν τον άνθρωπο στον τουρισμό.....	76
2.2. Τι αναζητά ο οικοτουρίστας;-Κατηγοριοποίηση των οικοτουριστών βάσει των κινήτρων.....	85
2.2.1. Τα κίνητρα των οικοτουριστών και τα προσδοκώμενα οφέλη απ' την οικοτουριστική εμπειρία.....	85

2.2.2. Κατηγορίες οικοτουριστών βάσει των ταξιδιωτικών τους κινήτρων και των οικολογικών αξιών τους.....	98
2.3. Συμπεράσματα Κεφαλαίου 2.....	104
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο μαζικός τουρισμός και η ανάγκη για ένα νέο είδος τουρισμού.....	105
3.1. Ιστορική αναδρομή και οριοθέτηση του μαζικού τουρισμού.....	106
3.2. Η αγορά του μαζικού τουρισμού.....	111
3.3. Οι επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού στην οικονομία, την κοινωνία και το ευρύτερο περιβάλλον.....	119
3.4. Η αλλαγή στις προτιμήσεις των τουριστών και η στροφή της αγοράς προς τον οικοτουρισμό.....	128
3.5. Συμπεράσματα Κεφαλαίου 3.....	138
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Οικοτουρισμός: Μόδα ή ανάγκη;.....	139
4.1. Η δυσκολία εφαρμογής των οικοτουριστικών αρχών και ορισμών και ο σκεπτικισμός για τον οικοτουρισμό.....	140
4.2. Η ανομοιογένεια της οικοτουριστικής αγοράς και η διαμόρφωση διαφορετικών ειδών οικοτουριστών.....	147
4.2.1. Πόσο περιβαλλοντικά υπεύθυνοι είναι τελικά οι οικοτουρίστες;.....	147
4.2.2. Κατηγοριοποίηση των οικοτουριστών βάσει της περιβαλλοντικής τους συνείδησης και συμπεριφοράς.....	149
4.3. Παράγοντες που συνετέλεσαν στην «εμπορευματοποίηση» του οικοτουρισμού.....	159
4.4. Οι αρνητικές επιπτώσεις του οικοτουρισμού στην κοινωνία και το περιβάλλον.....	163
4.4.1. Η αρνητική πλευρά του οικοτουρισμού και οι επιπτώσεις αυτής.....	163
4.4.2. Μελέτη περιπτώσεων περιοχών τις οποίες έπληξε ο οικοτουρισμός.....	170
4.4.2.1. Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής: Oceanville.....	171
4.4.2.2. Νεπάλ: Αναπούρνα.....	172
4.4.2.3. Ισημερινός: Νησιά Γκαλαπάγκος.....	173
4.4.2.4. Κεντρική Αμερική: Κόστα Ρίκα.....	173

4.4.2.5. Αυστραλία: Τανζανία.....	174
4.4.2.6. Αφρική: Κένυα.....	175
4.5. Η σχέση του μαζικού τουρισμού με τον οικοτουρισμό-Πόσο διαφέρει ο οικοτουρίστας απ' τον μαζικό τουρίστα;.....	177
4.6. Συμπεράσματα Κεφαλαίου 4.....	183
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Συμπεράσματα και Προτάσεις.....	185
5.1. Γενικά συμπεράσματα.....	186
5.2. Προτάσεις: Τρόποι ελέγχου των επιπτώσεων του οικοτουρισμού και προτεινόμενες πολιτικές για τη σωστή λειτουργία των οικοτουριστικών επιχειρήσεων.....	190
5.2.1. Τρόποι μέτρησης του οικοτουρισμού.....	190
5.2.2. Προτεινόμενες λύσεις και επιθυμητά αποτελέσματα.....	191
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	202
A. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	203
B. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	203

ΠΙΝΑΚΕΣ

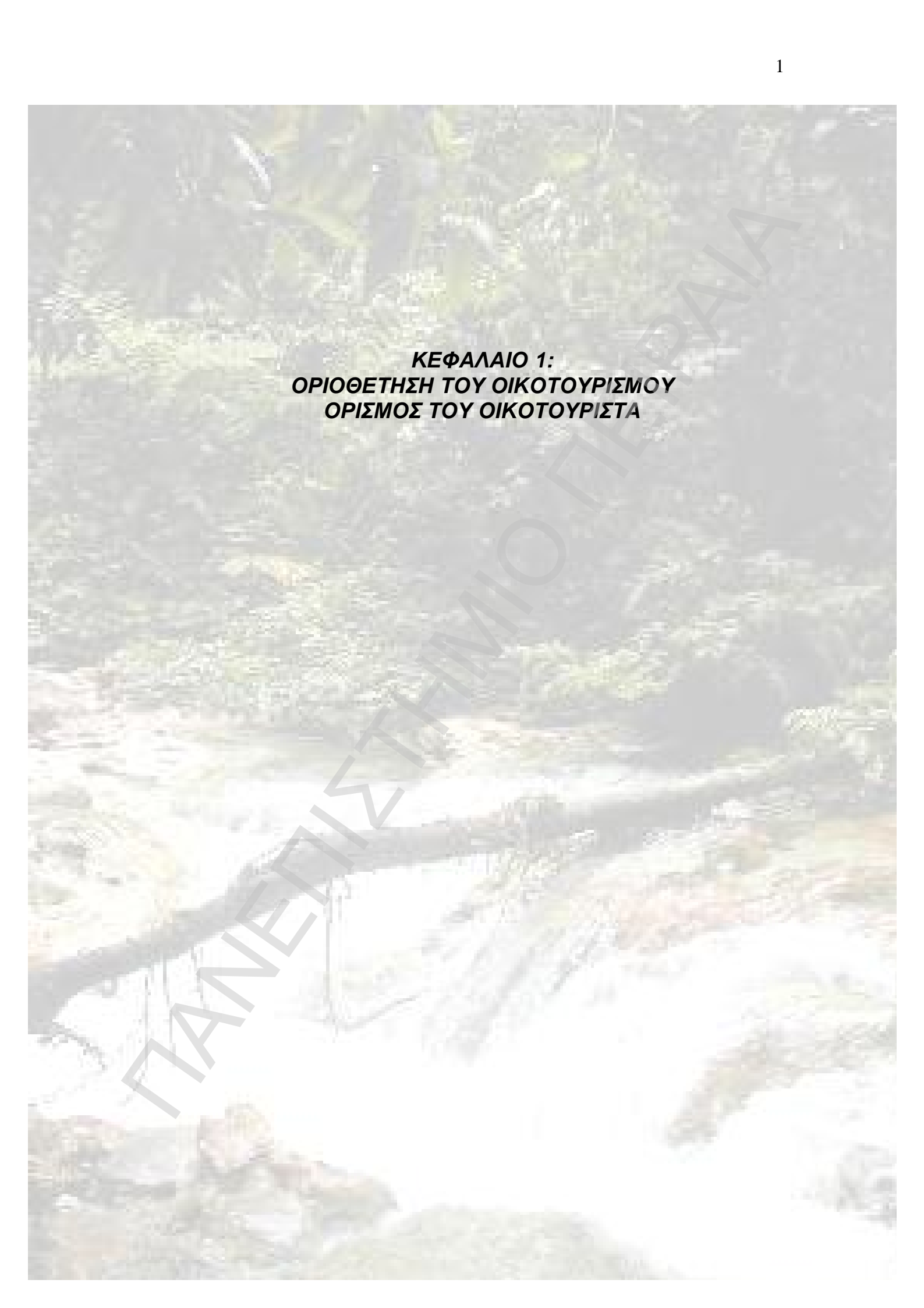
	ΣΕΛΙΔΑ
1.2.1. Ορισμοί του οικοτουρισμού.....	13
1.2.2. Αρχές του οικοτουρισμού.....	17
1.2.3. Οι αρχές βιώσιμης ανάπτυξης που πρέπει να περιλαμβάνει ο οικοτουρισμός.....	20
1.2.4. Τα μέρη που εμπλέκονται στον οικοτουρισμό.....	21
1.2.5. Οι διαστάσεις του οικοτουρισμού.....	23
1.2.6. Το περιεχόμενο του οικοτουρισμού.....	24
1.2.7. Εναλλακτικές μέτρησης του οικοτουρισμού.....	25
1.3.1. Διεθνείς τουριστικές αφίξεις & δαπάνες.....	37
1.3.2. Δραστηριότητες που προτιμούν οι οικοτουρίστες της Β. Αμερικής.....	43
1.3.3. Ποσοστά επισκέψεων σε φυσικούς προορισμούς.....	53
1.4.1. Προφίλ τουριστών φύσης.....	66
1.4.2. Κοινωνικό-δημογραφικό προφίλ των επισκεπτών των υδροβιοτόπων Guan-Du, Guan-Mei και Ghi-Gu στην Ταϊβάν.....	69
1.4.3. Προφίλ των οικοτουριστών και άλλων σχετικών ταξιδιωτών.....	70
2.1.1. Ψυχολογικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης.....	77
2.1.2. Τυπολογία του Cohen (1972) των τουριστών.....	83
2.2.1. Σύνοψη των βασικών ιδεών στον περιβαλλοντισμό.....	92
2.2.2. Ορισμοί δύο αντίθετων προτύπων σχετικά με τις περιβαλλοντικές αξίες.....	92
2.2.3. Κίνητρα ταξιδιού των οικοτουριστών της Β. Αμερικής.....	97
3.2.1. Οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού το 1999.....	113
3.2.2. Προορισμοί μαζικού τουρισμού.....	115
3.3.1. Αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον.....	121
3.3.2. Επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού σε μια περιοχή ή χώρα.....	122
3.3.3. Κοινωνικο-πολιτιστικές επιπτώσεις του τουρισμού.....	125
3.4.1. Στροφή απ' τον παραδοσιακό τουρισμό.....	132
4.2.1. Χαρακτηριστικά του σκληρού και μαλακού οικοτουρισμού σαν ιδανικές μορφές.....	150

4.2.2.	Η σχέση μεταξύ τυπολογιών του περιβαλλοντισμού και της βιώσιμης ανάπτυξης με τον βαθύ/ρηχό οικοτουρισμό.....	155
4.4.1.	Συνήθη προβλήματα σε άγρια τοπία και φυσικές περιοχές.....	164
4.4.2.	Υποθετικά κόστη και οφέλη του οικοτουρισμού.....	166
4.4.3.	Ασθένειες & τουρισμός φύσης/οικοτουρισμός.....	170
4.5.1.	Αμοιβαίως ωφέλιμοι σύνδεσμοι μεταξύ οικοτουρισμού, μαζικού τουρισμού και προστατευόμενων περιοχών.....	181
5.2.1.	Φόροι, Τιμολόγηση.....	197
5.2.2.	Κίνητρα.....	198
5.2.3.	Νομοθεσία, Διοίκηση, Σχεδιασμός.....	199
5.2.4.	Παροχή εγκαταστάσεων.....	200
5.2.5.	Στρατηγικές και τακτικές για την διαχείριση άγριων τοπίων και φυσικών περιοχών.....	200

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

	ΣΕΛΙΔΑ
1.2.1. Μια ευρύτερη εννοιολογική προσέγγιση του οικοτουρισμού.....	12
1.2.2. Τα συστατικά του οικοτουρισμού.....	16
1.3.1. Ο οικοτουρισμός σαν τμήμα της αγοράς.....	35
1.3.2. Οι δέκα πρώτες χώρες προέλευσης των trekkers.....	46
1.4.1. Ηλικιακές ομάδες των οδοιπόρων (trekkers) στο Νεπάλ.....	71
1.4.2. Κοινωνική τάξη των «trekkers».....	72
2.2.1. Διακρίνοντας οφέλη που αναζητά ο οικοτουρίστας.....	90
2.2.2. Παράδειγμα αλυσίδας μέσου-σκοπού σχετικά με τις αξίες των οικοτουριστών.....	91
3.2.1. Μια σφαιρική θεώρηση του οικοτουρισμού.....	112
3.2.2. Οι χώρες με τους περισσότερους επισκέπτες το 2001.....	115
3.2.3. Μεριδία αγοράς των τουριστικών αφίξεων, 2000.....	117
3.2.4. Διεθνείς αφίξεις: πραγματικό μέγεθος, 1950-2020.....	118
4.1.1. Φάσμα της γλώσσας που χρησιμοποιείται στην προώθηση του οικοτουρισμού.....	144
4.2.1. Αποχρώσεις του πράσινου στον οικοτουρισμό.....	152
4.2.2. Τύποι τουριστών βάσει του ενδιαφέροντός τους για το περιβάλλον.....	153
4.2.3. Η αλληλουχία των οικοτουριστικών προτύπων.....	157
4.2.4. Προφίλ και ταξιδιωτικά χαρακτηριστικά της οικοτουριστικής αγοράς (της Β. Αμερικής).....	158
4.4.1. Μοντέλο κατηγοροποίησης οικοτουριστικών προμηθευτών, κινήτρων και επιπτώσεων.....	165
4.5.1. Συγκριτικός πίνακας μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού.....	178

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ



**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:
ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΑ**

1.1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ: Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ ΕΩΣ ΚΑΙ ΣΗΜΕΡΑ

Η διεθνής βιομηχανία του τουρισμού φύσης άρχισε να ευημερεί στις αρχές της δεκαετίας του '80 μαζί με το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τα ταξίδια στην ύπαιθρο και το περιβάλλον, ωθούμενη από τον άριστο εξοπλισμό για camping, πεζοπορία και εκδηλώσεις όπως η Μέρα της Γης. Οι εταιρίες του «τουρισμού φύσης» άρχισαν να συνειδητοποιούν ότι θα μπορούσαν να πάρουν τη πρωτοβουλία να προστατέψουν το περιβάλλον χρηματοδοτώντας τοπικές οικολογικές ομάδες στους προορισμούς όπου πήγαιναν ή συγκεντρώνοντας χρήματα για τοπικά θέματα. Σύντομα συνειδητοποίησαν ότι το να εκπαιδεύουν και να προσλαμβάνουν ντόπιους κατοίκους για να διευθύνουν τις επιχειρήσεις τους ήταν ο καλύτερος τρόπος να τις διοικήσουν και ένας εξαιρετικός τρόπος για να δημιουργήσουν οφέλη στις τοπικές κοινωνίες (Wood M. E., 2002). Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες για παράδειγμα που προωθούν ταξιδιωτικά πακέτα με προορισμό τα νησιά Γκαλαπάγκος, την Κόστα Ρίκα, την Κένυα και το Νεπάλ είναι μερικοί απ'τους πρωτοπόρους στην κίνηση αυτή.

Μερικές απ' τις επιχειρήσεις οι οποίες ανέλαβαν αντίστοιχες πρωτοβουλίες υποστηρίζουν ωστόσο, ότι είχαν ήδη ξεκινήσει να χρησιμοποιούν τις αρχές του οικοτουρισμού εδώ και 20 με 30 χρόνια. Πράγματι, είναι πιθανόν πως οι αρχές, οι οποίες σχηματίζουν την βάση του οικοτουρισμού να εξελίχθηκαν, εν μέρει τουλάχιστον, από την περιβαλλοντική σταυροφορία της δεκαετίας του '60, την κίνηση υπέρ της οικονομικής ανάπτυξης η οποία εμφανίστηκε κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '70 και απ'την βιώσιμη ανάπτυξη η οποία σημείωσε ραγδαία άνοδο μέσα στη δεκαετία του '80 (Fennell D., 2002).

Ο οικοτουρισμός λοιπόν φαίνεται ότι αναπτύχθηκε «μέσα στη μήτρα» του περιβαλλοντικού κινήματος στις δεκαετίες '70 και '80 .(Honey , 1999: Blamey R., 2001). Το αυξανόμενο περιβαλλοντικό ενδιαφέρον σε συνδυασμό με μια αναδυόμενη δυσανασχέτηση για το μαζικό τουρισμό οδήγησε στην αυξημένη ζήτηση για εμπειρίες βασισμένες στη φύση του εναλλακτικού τουρισμού. Ταυτόχρονα , οι χώρες άρχισαν να συνειδητοποιούν ότι ο τουρισμός που βασίζεται στη φύση αποτελεί μέσο για την συσσώρευση ξένου συναλλάγματος και την παροχή μιας λιγότερο καταστροφικής χρήσης των πηγών από ότι εναλλακτικοί πόροι όπως η ξυλουργία και η γεωργία (Honey , 1999: Blamey R., 2001). Έως τα μέσα της δεκαετίας του '80 , ένας αριθμός

από τέτοιες χώρες είχαν ταυτίσει τον οικοτουρισμό ως ένα τρόπο για να επιτευχθεί και η διατήρηση και ο στόχος της ανάπτυξης.

Η ιδέα της συσχέτισης του τουρισμού με την προστασία υπάρχει από τις πρώιμες ημέρες των Αφρικάνικων σαφάρι και την δημιουργία της έννοιας του εθνικού πάρκου στο 19^ο αιώνα. Στην τουριστική βιβλιογραφία, η έννοια έλαβε περισσότερη προσοχή από τον Budowski σε ένα άρθρο του 1976 με τίτλο «Τουρισμός και συντήρηση: διαμάχη, συμβίωση και συνύπαρξη». Ωστόσο, παρόλο που το άρθρο του Budowski υποστήριξε τα ιδανικά του οικοτουρισμού, όπως σε γενικές γραμμές γίνονται κατανοητά σήμερα, δεν χρησιμοποίησε τον όρο οικοτουρισμό για να περιγράψει το σκεπτικό του. Δεν υπάρχει ομόφωνη συμφωνία για το ποιος πρωτοχρησιμοποίησε τον όρο οικοτουρισμός (Fennell, 1999: Orams M., 2001) αλλά είναι ξεκάθαρο ότι ο όρος πρωτοεμφανίστηκε σε δημοσιεύματα κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '80 (Romeril, 1985- Ceballos –Lascourain 1987- Laarman and Durst, 1987- Ziffer, 1989: Orams M., 2001). Σίγουρα, ακόμη και εάν ο όρος δεν χρησιμοποιήθηκε αυτός καθ'αυτός, η έννοια προϋπήρχε για αιώνες. Φαίνεται πιθανό ότι η ανακάλυψη του όρου οικοτουρισμός σχετίζεται με τους όρους όπου το «οικο-» αποτελεί πρόθεμα, όπως οικολογία και οικοσύστημα. Επομένως ο συνδυασμός αυτής της έννοιας με τον όρο τουρισμός παρέχει μια κατάλληλη ετικέτα για την έννοια που υποστηρίζουν συγγραφείς όπως ο Hetzer (1965: Orams M., 2001), Budowski (1976: Orams M., 2001) και άλλοι συγγραφείς.

Ο οικοτουρισμός, όπως αναφέρθηκε πριν, εμφανίστηκε τη δεκαετία του '80 σαν συστατικό μίας ευρύτερης έννοιας τουρισμού, του εναλλακτικού τουρισμού, ή αλλιώς του τουρισμού που επινοήθηκε σκόπιμα από υποστηρικτές μιας προειδοποιητικής ιδεολογίας σαν ένας ιδανικός «καλός» τύπος τουρισμού, εκ διαμέτρου αντίθετος απ' τον «κακό» μαζικό τουρισμό. Ενώ ο μαζικός τουρισμός είχε θεωρηθεί πως είναι μεγάλης κλίμακας, εξωτερικά ελεγχόμενος, με υψηλές διαρροές και συγκεντρωμένος σε «υψηλής πυκνότητας» τουριστικές περιοχές, ο εναλλακτικός τουρισμός εμφανίστηκε σαν ένα είδος τουρισμού μικρής κλίμακας, τοπικά ελεγχόμενος, ικανός να συνδεθεί και με άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας, και εξαπλωμένος σε χαμηλής πυκνότητας τοπικές περιοχές. Εκεί που ο μαζικός τουρισμός είχε θεωρηθεί εξ ορισμού μη-βιώσιμος, ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρήθηκε βιώσιμος (Jackie Clarke, 1997: Weaver D., 2001a). Στο πλαίσιο αυτών των αλλαγών εμφανίστηκε και ο οικοτουρισμός, σαν μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού ο οποίος έδωσε έμφαση στους φυσικούς πόλους έλξης, παρά στους πολιτιστικούς. Αν και ο βιώσιμος τουρισμός φύσης προϋπήρχε για αρκετές δεκαετίες στους εθνικούς δρυμούς και σε άλλες

προστατευόμενες περιοχές, η χρήση του οικοτουριστικού σαν τίτλο τοποθέτησε αυτή τη μορφή τουρισμού σε μια ιδεολογική θέση η οποία κέρδισε την ταυτότητά της απ'την συνειδητή αντιπαράθεσή της με το μαζικό τουρισμό (Weaver D., 2001α).

Έτσι, σαν μορφή εναλλακτικού τουρισμού, ο οικοτουρισμός έχει ρίζες οι οποίες εντοπίζονται πολλά χρόνια πριν, όταν το περιβάλλον ήταν το κέντρο του ενδιαφέροντος ενός μικρού κύκλου αφοσιωμένων ατόμων. Ο οικοτουρισμός, συνεπώς, είναι ένα ανθρώπινο φαινόμενο το οποίο όμως, όπως κάθε άλλη ανθρώπινη προσπάθεια που βασίζεται σε μεγάλο βαθμό σε φυσικούς πόρους και έχει οικονομικό επίκεντρο, μπορεί να συντριβεί (Fennell D., 2002). Αυτό που είναι ωστόσο σίγουρο είναι ότι σαν κίνημα ξεκίνησε με άριστες προϋποθέσεις και υποστηρικτές ανθρώπους με βαθιά οικολογική συνείδηση, κυρίως απ' την πλευρά της ζήτησης, ανεξάρτητα απ' το αν σήμερα έχουν δημιουργηθεί διαμάχες για τα αμφίβολα θετικά αποτελέσματα στο περιβάλλον και την κοινωνία των προορισμών.

Παρόλο που η προέλευση του όρου οικοτουρισμός δεν είναι ξεκάθαρη, ένας από τους πρώτους που το χρησιμοποίησαν ήταν ο Hetzer (1965: Blamey R., 2001) ο οποίος αναγνώρισε τέσσερις αρχές υπεύθυνου τουρισμού:

1. την ελαχιστοποίηση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου,
2. το σεβασμός για τον ντόπιο πολιτισμό,
3. τη μεγιστοποίηση για τα οφέλη για τους ντόπιους κάτοικους και
4. τη μεγιστοποίηση της ικανοποίησης των τουριστών.

Η πρώτη αρχή θεωρήθηκε το πιο εξέχον χαρακτηριστικό για τον οικολογικό τουρισμό (Fennell D., 1998: Blamey R., 2001). Άλλες αναφορές στον οικοτουρισμό απαντώνται στη δουλειά του Miller (1978: Blamey R., 2001) για τον σχεδιασμό εθνικών πάρκων για την οικοανάπτυξη στη Λατινική Αμερική, και την καταγραφή που προήλθε από το Environmental Canada σε σχέση με μια σειρά οικο-εκδρομών που αναπτύχθηκαν από τα μέσα της δεκαετίας του '70 έως τις αρχές της δεκαετίας του '80.

Η σχέση αυτή του οικοτουρισμού με την αφύπνιση του κόσμου για περιβαλλοντική προστασία έχει συμβάλει ενεργά στην προσφορά μιας υψηλά στρατηγικής πηγής εσόδων στις φυσικές περιοχές που χρειάζονται προστασία. Έτσι, ο οικοτουρισμός ξεκίνησε σαν μια μη δοκιμασμένη ιδέα η οποία πολλοί ήλπιζαν πως θα συνεισφέρει στην προστασία των φυσικών πόρων παγκοσμίως. Πράγματι, έρευνα που πραγματοποιήθηκε στη Κένυα στη δεκαετία του '70 (Thresher, 1981: Wood M. E., 2002) έδειξε ότι τα οικονομικά οφέλη του τουρισμού στην άγρια φύση ξεπερνούσαν κατά πολύ αυτά του κυνηγιού, δραστηριότητα η οποία είχε απαγορευθεί στη Κένυα το

1977. Στις αρχές της δεκαετίας του '80, τα τροπικά δάση και οι κοραλλιογενείς ύφαλοι έγιναν το αντικείμενο τόσο πολυπληθών ερευνών από βιολόγους που ενδιαφέρονταν στην βιοποικιλότητα όσο και πληθώρας ντοκιμαντέρ σχετικά με την φύση. Αυτό το ενδιαφέρον βοήθησε στην δημιουργία πολλών μικρών, τοπικών επιχειρήσεων ειδικευμένων στην ξενάγηση επιστημόνων και δημιουργών ταινιών σε απομονωμένες ζώνες. Όσο οι μικρές αυτές επιχειρήσεις γρήγορα άρχισαν να ευημερούν, ειδικά σε χώρες όπως η Κόστα Ρίκα και ο Ισημερινός, άρχισε να εξελίσσεται μια πιο τυπική βιομηχανία, η οποία ικανοποιούσε τις ανάγκες μικρών τουριστικών ομάδων οι οποίες αρχικά αποτελούνταν από birdwatchers και αφοσιωμένους οικολόγους. Σε πολλά μέρη του κόσμου, πρωτοπόροι επιχειρηματίες δημιούργησαν επισκέψεις σε ειδικά μέρη και έρευνες για ενήλικους ταξιδιώτες, φοιτητές και εθελοντές (Wood M. E., 2002).

Από εννοιολογική άποψη, οικότουρισμός σημαίνει οικολογικός τουρισμός, όπου ο όρος οικολογικός έχει έχει τόσο περιβαλλοντική όσο και κοινωνική σημασία. Γεννήθηκε στην σημερινή του μορφή στα τέλη της δεκαετίας του '80 και ενηλικιώθηκε το 2002, όταν τα Ηνωμένα Έθνη γιόρτασαν «Το Διεθνές Έτος Οικότουρισμού». Μέχρι σήμερα έχουν διατυπωθεί πολλοί ορισμοί για τον οικότουρισμό, όμως αυτό που τον χαρακτηρίζει καλύτερα είναι αυτή καθαυτή η έλλειψη ορισμού γι' αυτό και έχει αποτελέσει θέμα συζήτησης σχετικά με το τι είναι , τι θα έπρεπε να είναι και πως μπορεί να λειτουργήσει, ερωτήματα που συνεχίζουν να κυριαρχούν στη βιβλιογραφία έως και σήμερα. Σε γενικές γραμμές όμως μπορεί να ειπωθεί ότι ο οικότουρισμός επικεντρώνεται σε τοπικούς πολιτισμούς, σε περιπέτειες στην άγρια φύση, στον εθελοντισμό, στην προσωπική ανάπτυξη και στην εκμάθηση νέων τρόπων διαβίωσης στον πλανήτη. Τυπικά (Wikipedia (β)), ορίζεται σαν το ταξίδι σε προορισμούς όπου η πανίδα και η χλωρίδα και η πολιτιστική κληρονομιά είναι οι πρωταρχικοί πόλοι έλξης.

Η εμφάνιση του οικότουρισμού στα τέλη της δεκαετίας του '80 ως άμεση απόρροια την παγκόσμιας παραδοχής και αντίδρασης στις βιώσιμες πρακτικές και παγκόσμιες οικολογικές πρακτικές είχε ως αποτέλεσμα την εμφάνιση βασισμένων στη φύση δραστηριοτήτων και διακοπών καθώς και την αυξανόμενη επίγνωση για την ελαχιστοποίηση των ανταγωνιστικών επιδράσεων του τουρισμού στο περιβάλλον (δηλ. η ατελείωτη κατανάλωση περιβαλλοντικών πηγών), στοιχεία που συνέβαλλαν στην ζήτηση για οικότουριστικές διακοπές. Αυτή η ζήτηση αυξήθηκε από το γεγονός ότι οι καταναλωτές είχαν στραφεί μακριά από τον μαζικό τουρισμό προς εμπειρίες που ήταν περισσότερο ατομιστικές και εμπλουτιστικές (Diamantis D., 1999). Επιπρόσθετα, αυτές οι εμπειρίες θεωρήθηκαν ότι συσχετιζόνταν με μια γενική αναζήτηση για το φυσικό συστατικό κατά τη διάρκεια των διακοπών.

Σε γενικές γραμμές η οικο-ανάπτυξη βασίστηκε σε τρία ιδανικά, όπως προτείνει ο Riddel (1981: Fennell D., 2002):

1. Μεγέθυνση της δυνατότητας των ατόμων να πραγματοποιούν την επιθυμία να είναι χρήσιμοι και επιθυμητοί, με αποτέλεσμα να δίνεται κάποια αξιοπρέπεια στις εργασιακά έντονες και κοινωνικά κατευθυνόμενες προσπάθειες περιβαλλοντικά μη-υποτιμητικών ειδών.
2. Επέκταση της δυνατότητας των κοινοτήτων να είναι αυτάρκεις με αποτέλεσμα να αναπληρώνονται οι ανανεώσιμοι πόροι, και να γίνεται πιο προσεκτική χρήση των μη-ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.
3. Ενίσχυση της εντιμότητας και δικαιοσύνης της κοινωνίας, όσον αφορά το περιβάλλον, αποφεύγοντας την άσκοπη κατανάλωση.

Ωστόσο, και παρά την κοινή βάση και ιδεολογία πάνω στην οποία κινήθηκαν οι επιχειρήσεις οικοτουρισμού, υπάρχει διαμάχη για τις οφέλειες που πρέπει να έχει αυτός. Έτσι, υπάρχουν εκείνοι που υποστηρίζουν ότι ο οικοτουρισμός πρέπει να συνεισφέρει ενεργά στην ενίσχυση της πηγής, ενώ άλλοι ισχυρίζονται ότι είναι επαρκές για τον οικοτουρισμό απλά να μη χειροτερέψει από το κανονικό *status quo*.

1.2. ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ-ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

1.2.1. ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο οικοτουρισμός δεν είναι αγροτικός τουρισμός, φυσικός τουρισμός ή περιπετειώδης τουρισμός, αλλά μία μοναδική μορφή τουρισμού, η οποία έχει γίνει πολύ δημοφιλής εξαιτίας της αυξανόμενης επίγνωσης για το εύθραυστο του περιβάλλοντος, των καλύτερα ενημερωμένων μανάτζερς, και την παραδοχή ότι υπάρχει στενή σχέση ανάμεσα στην καλή οικολογία και την καλή οικονομία. Παρά την ανάπτυξη στην εφαρμογή του όρου «οικοτουρισμός», από τις κυβερνήσεις, τις βιομηχανίες και τους ίδιους τους τουρίστες, υπάρχει φιλονικία ως προς ένα συνεκτικό ορισμό. Ωστόσο, η Οικοτουριστική Κοινότητα δίνει έναν πιο αποδεκτό και επίσημο ορισμό σύμφωνα με τον οποίο ο οικοτουρισμός είναι «ταξίδια σε φυσικές περιοχές προκειμένου να κατανοήσουμε την πολιτισμική και φυσική ιστορία του περιβάλλοντος, φροντίζοντας να μην αλλοιώσουμε την ακεραιότητα του οικοσυστήματος, ενώ ταυτόχρονα παράγουμε ευκαιρίες, που καθιστούν την συντήρηση των φυσικών πηγών ευεργετική για τους τοπικούς πολίτες» (Clifton J. & Galley G., 2003).

Το φαινόμενο του οικοτουρισμού είναι γνωστό και με άλλα ονόματα, όπως οικολογικός τουρισμός, περιβαλλοντικός τουρισμός και φυσιολατρικός τουρισμός και με διάφορους επιθετικούς προσδιορισμούς όπως ήπιος, μαλακός, πράσινος κ.λ.π., που αποδίδονται και σε άλλες μορφές τουρισμού. Μέχρι αρκετά πρόσφατα, ο ερευνητής ήταν απασχολημένος με την προσπάθεια εντοπισμού των ορίων του οικοτουρισμού, συμπεριλαμβανομένων του ορισμού, των πολιτικών και των ομοιοτήτων και αντιθέσεων με τις άλλες μορφές τουρισμού. Αν και πολλοί θα υποστήριζαν πως ακόμα δεν έχει οριοθετηθεί σωστά, υπάρχει ένα αυξανόμενο επίπεδο επανάπαυσης σχετικά με το τί είναι οικοτουρισμός και πώς θα πρέπει να λειτουργεί (Fennell D., 2002).

Είναι προφανές πως ο οικοτουρισμός έχει κερδίσει την μερίδα του λέοντος της προσοχής που έχει αρχίσει να δίνεται στον εναλλακτικό τουρισμό. Μια από τις πρώτες δημοσιεύσεις για τον οικοτουρισμό, που πραγματοποιήθηκε ύστερα από εντολή μιας Αμερικανικής βάσης περιβαλλοντικής ομάδας, της Conservation International, προσδιόρισε τον οικοτουρισμό σαν «*μια μορφή τουρισμού, εμπνευσμένη πρωτίστως από την φυσική ιστορία μιας περιοχής, συμπεριλαμβανομένης και της τοπικής κουλτούρας*» (Ziffer 1989: Stronza A., 2001). Στην ιδανική εκδοχή, η μη καταναλωτική

χρήση και ο σεβασμός των φυσικών και πολιτιστικών πόρων μιας περιοχής από τους οικοτουρίστες μπορεί να συμβάλλει στις προσπάθειες προστασίας μιας περιοχής, αλλά και να προσφέρει οικονομικές ευκαιρίες στους κατοίκους της (Sherman & Dixon 1991: Stronza A., 2001). Αυτή η συσχέτιση στόχων σημαίνει πλέον ότι η εφαρμοσμένη έρευνα των ανθρωπολόγων είναι πολύ σημαντική για τον σχεδιασμό και την εφαρμογή τουριστικών έργων ανά τον κόσμο. Γενικότερα διατυπωμένος, ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει «μορφές τουρισμού οι οποίες είναι ακόλουθες με τις φυσικές και κοινωνικές αξίες καθώς και τις αξίες της τοπικής κοινωνίας, και οι οποίες επιτρέπουν τόσο στους επισκέπτες όσο και στους οικοδεσπότες να απολαύσουν θετική και αξιόλογη αλληλεπίδραση και κοινές εμπειρίες» (Eadington & Smith 1992, p.3: Stronza A., 2001). Οι ανθρωπολόγοι δεν καταδικάζουν αυτόματα τις επιπτώσεις του τουρισμού στις τοπικές κοινωνίες. Αντίθετα, η ζυγαριά έχει αρχίσει να γέρνει προς την αντίθετη κατεύθυνση. Αυτή τη στιγμή η τάση φαίνεται να είναι η επιδοκιμασία του τουρισμού ως η πανάκεια για την επίτευξη ενός ευρύ συνόλου κοινωνικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών στόχων. Ο Munt (1994: Stronza A., 2001) παρατήρησε ότι «ενώ ο μαζικός τουρισμός έχει δεχτεί δριμύτατη κριτική, σαν μια ρηχή και υποτιμητική εμπειρία για τους ανθρώπους και τις χώρες υποδοχής του Τρίτου Κόσμου, οι νέες τουριστικές πρακτικές θεωρούνται πιο καλοπροαίρετες», υπονοώντας κατά κύριο λόγο την ανάπτυξη του οικοτουρισμού στις περιοχές αυτές.

Ένας από τους αντιπροσωπευτικότερους ορισμούς που συναντά κανείς στην μέχρι τώρα βιβλιογραφία είναι ο ακόλουθος: «*Οικοτουρισμός είναι μια αειφορική μορφή τουρισμού υπαίθρου που εστιάζεται πρωτίστως στην απόκτηση εμπειριών και γνώσεων για τη φύση και ο οποίος διαχωρίζεται με τρόπο ώστε να είναι ήπιος (χαμηλού αντίκτυπου), μη καταναλωτικός και τοπικά προσανατολισμένος. Αναπτύσσεται τυπικά σε φυσικές περιοχές και πρέπει να συντελεί στη διατηρησιμότητα και στη συντήρηση αυτών των περιοχών*», όμως ο οικοτουρισμός είχε πρωτοοριστεί ως «*το να ταξιδεύεις σε σχετικά ανενόχλητες ή αμόλυντες φυσικές περιοχές έχοντας ως στόχο την μελέτη , το θαυμασμό και την απόλαυση του σκηνικού και των άγριων φυρών και ζώων , καθώς και οποιασδήποτε υπάρχουσας πολιτισμικής εκδήλωσης που απαντάται σε αυτές τις περιοχές*». Ο τελευταίος αυτός ορισμός του Ceballos-Lascurain (1987: Diamantis D., 1999) εξέτασε τον τουρισμό υπό το πρίσμα των εκπαιδευτικών παραγόντων των προστατευόμενων φυσικών περιοχών. Αυτός ισχυρίστηκε ότι ο οικοτουρισμός αποτελεί μια πολυδιάστατη φιλοσοφική έννοια, η οποία αποτελεί συστατικό της οικονομικής ανάπτυξης και απαιτεί σχεδιασμό βασισμένο σε αυστηρές αρχές και κανονισμούς οι οποίοι θα ενδυναμώσουν τη βιώσιμη λειτουργία. Δηλαδή, στον ορισμό αυτό εντοπίζονται δύο βασικά στοιχεία: η φύση και ο πολιτισμός. Άλλοι, πιο πρόσφατοι,

ορισμοί δίνουν επίσης έμφαση στη σημασία της προστασίας των συμφερόντων της τοπικής κοινωνίας τέτοιων προορισμών, ενώ τονίζεται πως οι αληθινοί οικοτουρίστες έχουν μια αντίληψη για τον κόσμο η οποία είναι περισσότερο οικο-κεντρική παρά ανθρωποκεντρική (Hinch T., 1998).

Η Οικοτουριστική Κοινότητα έχει ορίσει τον οικοτουρισμό και ως *«υπεύθυνο ταξίδι σε φυσικές περιοχές οι οποίες διατηρούν το περιβάλλον και συντηρούν την καλοζωία των ντόπιων»*. Αυτός ο ορισμός έχει γίνει ευρέως αποδεκτός, αλλά δεν δρα ως ο κύριος ορισμός για τη συσσώρευση στατιστικών στοιχείων στις Ηνωμένες Πολιτείες για παράδειγμα, όπου μονάχα 9 αμερικάνικες τουριστικές εταιρίες παρείχαν γραπτό ορισμό του οικοτουρισμού και έξι ήταν ορισμοί αναπτυγμένοι από τους ίδιους. Τέτοιοι ορισμοί είναι εκείνοι που έχει γράψει η εταιρία ή προσαρμόσει προκειμένου να αντιμετωπίσει τις ανάγκες κατανόησης του οικοτουρισμού (TIES, 1999).

Μια ακόμη προσέγγιση της έννοιας του οικοτουρισμού είναι η άποψη ότι αποτελεί ένα ταξίδι με σκοπό *«...να παρατηρήσεις και ταυτόχρονα να μάθεις για τα φυσικά φαινόμενα , να βιώσεις την άγρια φύση και την αδιατάραχη άγρια ζωή (Meric & Hunt 1998: Clifton J. & Galley G., 2003), να κάνεις κάτι σημαντικό ,»(Weiler &Richins ,1995: Clifton J. & Galley G., 2003)* είναι η επιθυμία να κάνεις κάτι που σε προκαλεί. (Weiler & Richins,1995: Clifton J. & Galley G., 2003). Ο οικοτουρισμός μπορεί ακόμα να προσδιοριστεί ως *«μια δραστηριότητα όπου οι αρχές, η βιομηχανία τουρισμού και οι ντόπιοι άνθρωποι συνεργάζονται για να μπορέσουν οι τουρίστες να ταξιδέψουν σε αυθεντικές περιοχές προκειμένου να θαυμάσουν, να μελετήσουν και να απολαύσουν τη φύση και τον πολιτισμό με τρόπο που δεν γίνεται εκμετάλλευση της πηγής , αλλά συνεισφέρει στη βιώσιμη διατήρηση»* ο δε οικοτουρίστας δεν θα πρέπει να αναμειγνύεται στη φυσική ανάπτυξη και στην εκμετάλλευση των πηγών. Στον περιπετειώδη τουρισμό και στον τουρισμό που βασίζεται στη φύση , καθώς και στον οικοτουρισμό , η φύση βρίσκεται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος και όλες αυτές οι τρεις μορφές τουρισμού βασίζονται στη φύση (Bjork P., 2002).

Στην Αυστραλία χρησιμοποιούνται κυρίως δύο ορισμοί του οικοτουρισμού. Σύμφωνα με τον πρώτο, οικοτουρισμός είναι *«ο βασισμένος στη φύση τουρισμός ο οποίος περιλαμβάνει την ερμηνεία και εκπαίδευση, και διοικείται έτσι ώστε να είναι οικολογικά βιώσιμος (αναγνωρίζοντας ότι το «φυσικό περιβάλλον» περιλαμβάνει πολιτιστικά στοιχεία και το «οικολογικά βιώσιμος» περιλαμβάνει μια κατάλληλη απόδοση για την κοινότητα και μακροπρόθεσμη προστασία της πηγής).»* (Αυτόνομο Υπουργείο Τουρισμού 1995: Macfarlane D.). Ο δεύτερος ορισμός, διατυπωμένος από τον

Οικοτουριστικό Σύλλογο Αυστραλίας (1999: Macfarlane D.), θεωρεί ότι «ο οικοτουρισμός είναι ο οικολογικά βιώσιμος τουρισμός με πρωτεύον σημείο εστίασης την εμπειρία φυσικών περιοχών η οποία καλλιεργεί την περιβαλλοντική και πολιτιστική κατανόηση, εκτίμηση και προστασία».

Σύμφωνα με το Κέντρο Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Δυτικής Ελλάδος (ΚΕΤΑ) ο οικοτουρισμός είναι «μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται και διαχειρίζεται με τέτοιο τρόπο ώστε όλη η τουριστική δραστηριότητα - η οποία επικεντρώνεται κατά κάποιο τρόπο σε ένα πόρο φυσικής ή πολιτισμικής κληρονομιάς - να μπορεί να συνεχιστεί στο διηνεκές. Αναζητεί να στηρίξει διαχρονικά την ποιότητα, την ποσότητα και την παραγωγικότητα των συστημάτων των ανθρωπίνων και φυσικών πόρων, ενώ σέβεται και διευκολύνει τις δυναμικές τέτοιων συστημάτων. Είναι φιλικός με τη φύση που περιβάλλει τον άνθρωπο και συμβατός με τοπικά περιβάλλοντα και τοπικές κοινωνίες». Η αειφορικότητα, που εμπεριέχεται στον οικοτουρισμό, υποδηλώνει τη συμβιωτική σχέση ανάμεσα στην ανθρώπινη και στην περιβάλλουσα φύση κατά τη διάρκεια της χωρικής μετακίνησης και συνιστά μια υπέρβαση των κυρίαρχων μορφών ταξιδιωτικής αναψυχής.

Μια σειρά ποικίλων και διαφορετικών ορισμών του οικοτουρισμού παρουσιάζεται από τον Mowforth (1993: Κομίλης Π., 2001), που αποδίδει τέτοιες εννοιολογικές διαφοροποιήσεις στο ρόλο, τις επιδιώξεις και τις αντιλήψεις ατόμων, φορέων ή οργανισμών και ενώσεων: κυβερνήσεις/ κοινότητες, επιχειρήσεις/ Tour Operators, επιστήμονες/ ακαδημαϊκοί, ενώσεις οικοτουριστών, περιβαλλοντικές οργανώσεις κλπ. Στη σχετική έκθεση του πιστεύει ότι ο οικοτουρισμός αναπτύχθηκε εν μέρει ως μια προσπάθεια αποτροπής ή πρόληψης των προβλημάτων και επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού, καθώς και ότι ο οικοτουριστικός σχεδιασμός και οι σχετικές αναπτυξιακές πρακτικές βρίσκονται ακόμα σε αρχικό στάδιο ανάπτυξης ή σε «νηπιακή ηλικία».

Μια διαφορετική προσέγγιση της έννοιας, όχι πολύ διαφορετική, με μεγαλύτερη όμως έμφαση στις περιβαλλοντικές παραμέτρους είναι αυτή του Ceballos-Lascurain (1996: Κομίλης Π., 2001). Ο οικοτουρισμός ορίζεται ως «μια περιβαλλοντικά υπεύθυνη ταξιδιωτική δραστηριότητα σε σχετικά άθικτες φυσικές περιοχές με στόχο την απόλαυση και γνωριμία των φυσικών αλλά και των ενταγμένων στο φυσικό περιβάλλον αγαθών. Όντας μια περιορισμένων περιβαλλοντικών επιπτώσεων δραστηριότητα – ή μη καταναλωτική – ο οικοτουρισμός, εκτός του ότι προσφέρει ευχαρίστηση/απόλαυση και γνώσεις/εμπειρίες στον επισκέπτη, διατηρεί και ενισχύει την ευημερία τοπικών

κοινοτήτων, που θεωρούνται αναπόσπαστο τμήμα μιας τέτοιας δραστηριότητας και αναπτυξιακής διαδικασίας».

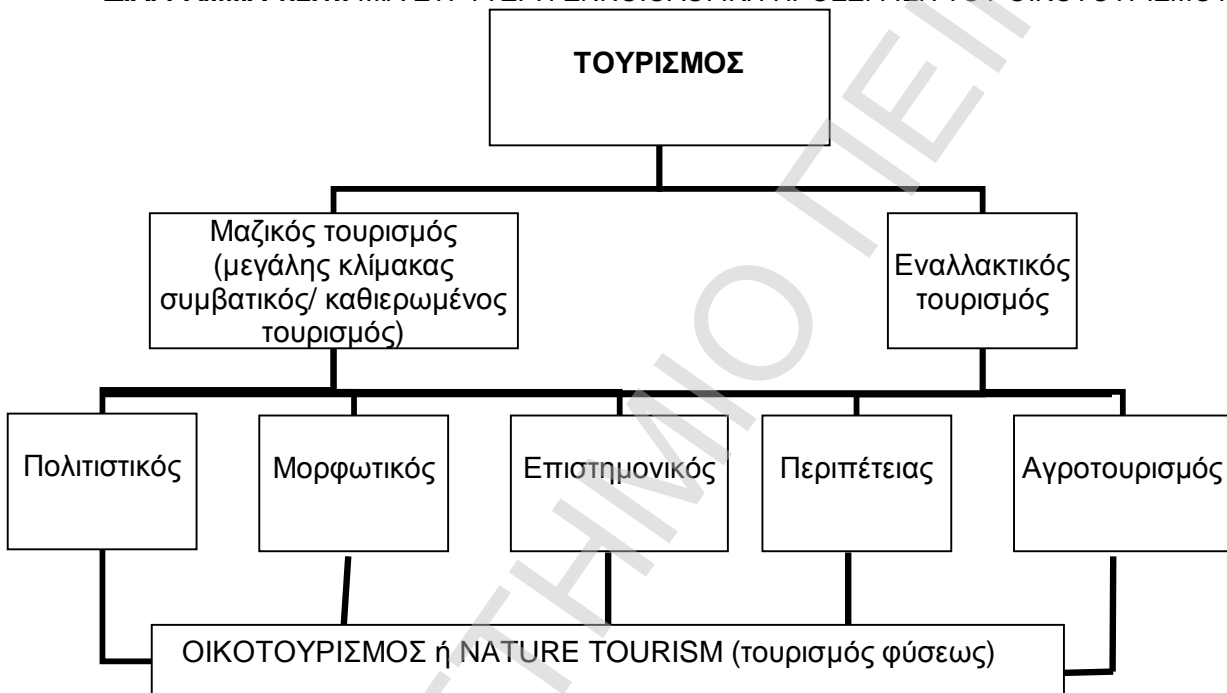
Ο Valentine παρουσιάζει μια λίστα από 18 έννοιες που έχουν χρησιμοποιηθεί για να περιγράψουν τον τουρισμό που βασίζεται στη φύση . Ο οικοτουρισμός είναι «τουρισμός βασισμένος στη φύση και περιλαμβάνει ένα εκπαιδευτικό συστατικό και διαχειρίζεται ώστε να είναι βιώσιμος . Το να λέμε ότι η διαφορά ανάμεσα στον οικοτουρισμό και τον τουρισμό που βασίζεται στη φύση είναι ότι «ο οικοτουρισμός είναι τουρισμός ο οποίος εξαρτάται πρωτίστως από τα ζωντανά όντα στα φυσικά συστήματα» είναι μια περιορισμένη άποψη και δεν ευθυγραμμίζεται με την άποψη του Ayala (1996: Bjork P., 2002) ότι ο «οικοτουρισμός περιλαμβάνει και περιβαλλοντικές και πολιτιστικής κληρονομιάς πλευρές».

Μια βασική διάσταση που εμπεριέχεται στους διάφορους εννοιολογικούς προσδιορισμούς του οικοτουρισμού είναι αυτή της συμμετοχής τοπικών κοινοτήτων. Η καθοριστική σημασία της διάστασης αυτής στον οικοτουρισμό αναλύεται από την Scheyvens (1999: Κομίλης Π., 2001), η οποία, επισημαίνοντας και προσδιορίζοντας λειτουργικά την έννοια της ενδυνάμωσης (empowerment), προτείνει ένα μεθοδολογικό πλαίσιο ανάλυσης και προσδιορισμού των επιπτώσεων διάφορων οικοτουριστικών δραστηριοτήτων στις τοπικές κοινότητες. Τελικά, μια ευρύτερη εννοιολογική προσέγγιση του οικοτουρισμού προτείνεται από τον Mięczkowski (1995: Κομίλης Π., 2001) και παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 1.2.1. μια προσέγγιση σύμφωνα με την οποία ο οικοτουρισμός (και ο τουρισμός φύσεως) δεν αποτελεί ιδιαίτερη/ξεχωριστή μορφή εναλλακτικού τουρισμού, αλλά καλύπτει ορισμένες μορφές του. Κατά την άποψή μας και με βάση τις διάφορες έννοιες που εξετάσαμε, πρόκειται για το πληρέστερο εννοιολογικό πλαίσιο για μια ολοκληρωμένη ανάλυση του οικοτουρισμού.

Μπορεί να υποστηριχθεί από κάποιους ότι ο οικοτουρισμός θα έπρεπε να συμβαίνει έξω από τις προστατευμένες περιοχές μιας και, εξ ορισμού, οι προστατευμένες περιοχές αξίζουν να προστατευθούν ενάντια στην ανάπτυξη. Οι απροστάτευτες περιοχές είναι οι περισσότερο κατάλληλες για τη συντήρηση των μη – προστατευόμενων περιοχών. Στο σημείο μέχρι το οποίο οι οικοτουρίστες παρακινούνται από το ενδιαφέρον για μάθηση για τη φύση , ο οικοτουρισμός μπορεί να θεωρηθεί και μια μορφή ειδικού τουρισμού ή τουρισμού στον οποίο «τα κίνητρα του ταξιδιώτη και η λήψη απόφασης καθορίζονται από ένα συγκεκριμένο ενδιαφέρον» (Hall and Weiler , 1995: Blamey R., 2001).

Υπάρχουν πολλές σημασίες, έννοιες και διαστάσεις που μπορεί να εμπεριέχονται στον οικότουρισμό όπως μια γνήσια προσπάθεια για περιβαλλοντικά βιώσιμο τουρισμό ή και ένας κυνικός τρόπος των επιχειρήσεων για να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες σε μια περιοχή. Επίσης, εύκολα παρατηρεί κανείς ότι στη σχετική διεθνή βιβλιογραφία υπάρχουν ποικίλες απόψεις, θέσεις και αντιθέσεις αφενός ως προς την έννοια του οικότουρισμού *per se*, αφετέρου ως προς τις δραστηριότητες και μορφές του καθώς και τους τύπους ή τα χαρακτηριστικά των οικότουριστών.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.2.1.: ΜΙΑ ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



ΠΗΓΗ: Mieczkowski, 1995: Κομίλης Π., 2001

Στον πίνακα 1.2.1. παρουσιάζονται συνοπτικά μερικοί μόνο απ' τους ορισμούς οι οποίοι έχουν αποδωθεί κατά καιρούς στην έννοια του οικότουρισμού:

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.1.: ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

«Ο οικοτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που εμπνέεται πρώτιστα από τη φυσική ιστορία μιας περιοχής, συμπεριλαμβανομένων των γηγενών πολιτισμών του. Ο οικοτουρίστας επισκέπτεται σχετικά μη αναπτυχθείσες περιοχές στο πνεύμα της εκτίμησης, της συμμετοχής και της ευαισθησίας. Ο οικοτουρίστας εφαρμόζει μια μη καταναλωτική χρήση της άγριας φύσης και των φυσικών πόρων και συνεισφέρει στην περιοχή που επισκέπτεται μέσω της εργασίας ή μέσω οικονομικών μέσων που στοχεύοντας να ωφελήσουν άμεσα τη προστασία της περιοχής και την οικονομική ευημερία των ντόπιων..» (Ziffer, 1989)
«Ο οικοτουρισμός είναι ένας τουρισμός φύσης που συμβάλλει στη προστασία, μέσω της δημιουργίας των κεφαλαίων για τις προστατευόμενες ζώνες, της δημιουργίας ευκαιριών απασχόλησης για τις τοπικές κοινότητες, και της προσφοράς περιβαλλοντικής εκπαίδευσης» (Boo, 1991b)
«Είναι ο βασισμένος στη φύση τουρισμός που επικεντρώνεται στην παροχή ευκαιριών μάθησης παρέχοντας παράλληλα τοπικά και περιφερειακά οφέλη και καταδεικνύοντας περιβαλλοντική, κοινωνική, πολιτιστική, και οικονομική βιωσιμότητα» (Forestry Tasmania, 1994)
«Είναι ο οικολογικά βιώσιμος τουρισμός σε φυσικές περιοχές που ερμηνεύει το τοπικό περιβάλλον και τους πολιτισμούς, προάγει την κατανόηση των τουριστών γι' αυτά, ενθαρρύνει τη προστασία και συνεισφέρει στην ευημερία των τοπικών ανθρώπων» (Richardson, 1993)
«Είναι ο βασισμένος στη φύση τουρισμός που περιλαμβάνει την εκπαίδευση και την ερμηνεία του φυσικού περιβάλλοντος και διοικείται έτσι ώστε να είναι οικολογικά βιώσιμος. Αυτός ο ορισμός αναγνωρίζει ότι το φυσικό περιβάλλον περιλαμβάνει τα πολιτιστικά συστατικά, και ότι το οικολογικά βιώσιμος περιλαμβάνει μια κατάλληλη επιστροφή στην τοπική κοινότητα και μακροπρόθεσμη προστασία του πόρου» (Υπουργείο Τουρισμού της Αυστραλίας, 1994)
«Είναι το ταξίδι σε απομακρυσμένες ή φυσικές περιοχές που στοχεύει να ενισχύσει την κατανόηση και την εκτίμηση του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, αποφεύγοντας τη ζημία ή την επιδείνωση του "περιβάλλοντος και της εμπειρίας για άλλους»» (Figgis, 1993)
«Είναι το ταξίδι για την απόλαυση της καταπληκτικής ποικιλομορφίας της φυσικής ζωής και του ανθρώπινου πολιτισμού στον κόσμο, χωρίς την πρόκληση ζημίας σε κανένα από τα δύο» (Tickell, 1994)
«Είναι μια υπεύθυνη ταξιδιωτική εμπειρία στη φύση, που συμβάλλει στην προστασία του οικοσυστήματος σεβόμενος την ακεραιότητα των κοινοτήτων-οικοδεσποτών και, όπου είναι δυνατόν, εξασφαλίζοντας ότι οι δραστηριότητες είναι συμπληρωματικές, ή τουλάχιστον συμβατές, με τις υπάρχουσες χρήσεις των πόρων στο οικοσύστημα» (Boyd & Butler, 1993)
«Ο οικοτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που ενθαρρύνει τις περιβαλλοντικές αρχές, με μια έμφαση στην επίσκεψη και την παρατήρηση φυσικών περιοχών» (Boyd & Butler, 1996)
«Είναι ο τουρισμός φύσης χαμηλού αντίκτυπου που συμβάλλει στην προστασία των ειδών και των βιότοπων είτε άμεσα μέσω μιας συμβολής στην προστασία ή/και έμμεσα με την παροχή εισοδήματος στην τοπική κοινότητα, αρκετό για τους τοπικούς ανθρώπους, και επομένως προστατεύει, την περιοχή άγριας φύσης που κληρονόμησαν ως πηγή εισοδήματος» (Goodwin, 1996)
«Ο οικοτουρισμός είναι τουρισμός και αναψυχή που είναι και βασισμένος στη φύση και βιώσιμος» (Lindberg & McKercher, 1997)
«Είναι το υπεύθυνο ταξίδι που προστατεύει το περιβάλλον και στηρίζει την ευημερία των τοπικών ανθρώπων» (Οικοτουριστική Κοινότητα του Όραμς, 1995)

ΠΗΓΗ: Diamantis D., 1999

Είναι φανερό απ' την πληθώρα των ορισμών του οικοτουρισμού που είναι γνωστοί έως σήμερα ότι η οριοθέτησή του έχει αποτελέσει πηγή φιλονικίας . Ωστόσο, ο πραγματικός ορισμός που χρησιμοποιείται είναι πιο σημαντικός από την εφαρμογή των αρχών που υποστηρίζουν τον οικοτουρισμό . Οι Boyd και Butler (Wight P., 1995α) υποστηρίζουν ότι ο οικοτουρισμός πρέπει να αντιμετωπίζεται ως δυναμικός και ευέλικτος , και να τείνει προς την αλλαγή εντός της ποικιλίας των τοποθεσιών προορισμού . Ο οικοτουρισμός αποτελεί μια διαφωτιστική φυσική ταξιδιωτική εμπειρία η οποία συνεισφέρει στη διατήρηση του οικοσυστήματος, ενώ παράλληλα δείχνει σεβασμό για την ακεραιότητα των οικοδεσποτικών κοινοτήτων.

Ανάμεσα στην πληθώρα των ορισμών του οικοτουρισμού που αναφέρθηκαν στην παρούσα εργασία αλλά συναντά κανείς γενικότερα στην βιβλιογραφία, παρατηρούνται διαφορές ως προς το βαθμό περιοριστικότητας, από την απλή ερμηνεία του βασισμένου στη φύση (nature-based) τουρισμού του Boo (1990: Blamey R. & Braithwaite V., 1997) μέχρι τους πιο στενούς ορισμούς, όπως αυτός της Αυστραλιανής Εθνικής Κοινότητας Οικοτουρισμού (1994: Blamey R. & Braithwaite V., 1997), ο οποίος υποστηρίζει ότι ο οικοτουρισμός είναι βασισμένος στη φύση, εκπαιδευτικός και πολιτιστικά και περιβαλλοντικά βιώσιμος. Όσο κατατοπιστικοί κι αν είναι οι ορισμοί αυτοί, λίγα είναι γνωστά για το προφίλ των ατόμων που είτε ενδιαφέρονται για αντίστοιχες εμπειρίες, είτε απλά ακολουθούν τη νέα και πολύ κερδοφόρα μόδα του οικοτουρισμού. Οι κοινωνικές αξίες αποτελούν διηλεκτική πιστεύω τα οποία οι άνθρωποι έχουν, και ορίζουν σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο που γίνονται οι κοινωνικές επαφές και τον τρόπο που λειτουργεί γενικότερα η κοινωνία. Οι κοινωνικές αξίες προσφέρουν μια αρκετά χρήσιμη βάση για κατηγοριοποίηση, σε προϊόντα όπως ο οικοτουρισμός, όπου το κοινωνικό στοιχείο είναι έντονο. (Blamey R. & Braithwaite V., 1997).

Πολλοί όροι χρησιμοποιούνται εναλλακτικά για τον οικοτουρισμό. Μερικοί είναι περιγραφικοί (φυσικός τουρισμός), μερικοί βασίζονται σε αξίες (εναλλακτικός τουρισμός). Δεν υπάρχει ωστόσο κάποιος συγκεκριμένος ορισμός, εν μέρει εξαιτίας των πολλών συμφερόντων που έγκεινται στον οικοτουρισμό. Ο οικοτουρισμός είναι μια διαφωτιστική ταξιδιωτική φυσική εμπειρία η οποία συνεισφέρει στη διατήρηση του οικοσυστήματος, ενώ ταυτόχρονα σέβεται την ακεραιότητα των ντόπιων κοινοτήτων. Ο οικοτουρισμός περιγράφεται ποικιλοτρόπως σαν ο οικολογικά και κοινωνικά υπεύθυνος τουρισμός, τουρισμός ο οποίος ωφελεί τους πόρους ή τουρισμός που είναι εκπαιδευτικός εκ φύσεως, μολονότι, όπως ο Buckley (1994: McCool S. & Palacio V., 1997) υποστηρίζει, ένας ακριβής ορισμός μπορεί και να μην είναι απαραίτητος, για διάφορους λόγους.

1.2.2. ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΚΑΙ ΑΡΧΕΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

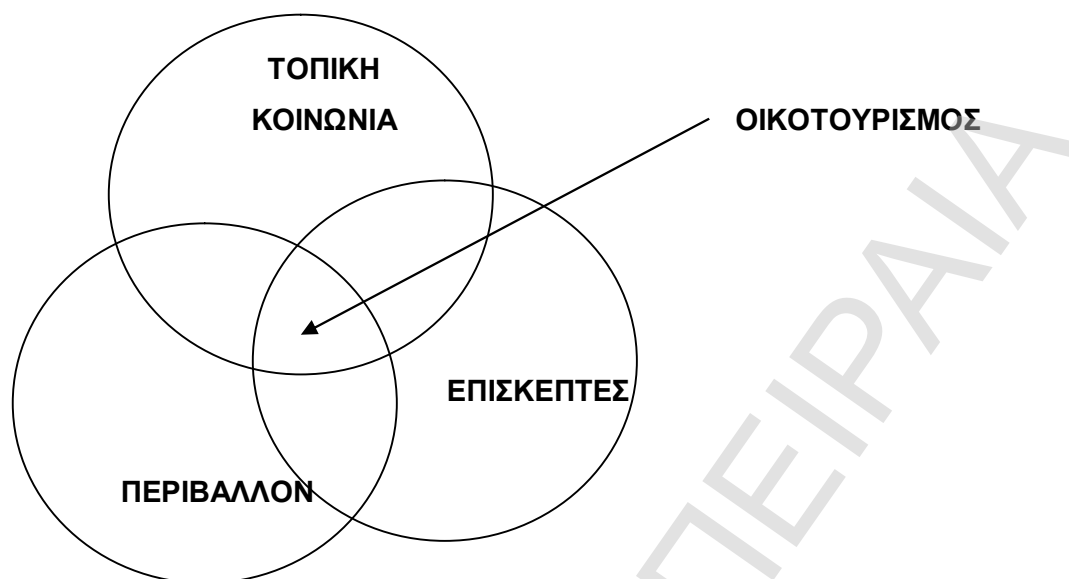
Σύμφωνα με τον Κομίλη (2001, σελ.: 35), τα κριτήρια ή αρχές προσδιορισμού του οικοτουρισμού διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

1. Κριτήρια αειφορίας, που καλύπτουν ορισμένες αναπτυξιακές διαστάσεις, όπως: (i) η περιβαλλοντική: ανάγκη αποφυγής ή ελαχιστοποίησης περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τις οικοτουριστικές δραστηριότητες, (ii) η κοινωνική: αποφυγή αρνητικών επιδράσεων, όπως εμφάνιση για πρώτη φορά ή επιδείνωση υφισταμένων κοινωνικών διαιρέσεων, (iii) η πολιτιστική: αποτροπή επιζήμιων επιδράσεων από τους επισκέπτες και διαμόρφωση υπεύθυνης συμπεριφοράς εκ μέρους τους, για να αποφευχθεί η παραμόρφωση της τοπικής κουλτούρας, (iv) η οικονομική: διαμόρφωση επιπέδων οικονομικής απόδοσης ικανών να καλύψουν το κόστος οικοτουριστικής ανάπτυξης και να ελαχιστοποιήσουν τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιδράσεις, ενισχύοντας συγχρόνως εισοδηματικά τον τοπικό πληθυσμό.
2. Κριτήρια εκπαιδευτικά / επιμορφωτικά, που αναφέρονται και καλύπτουν εκείνα τα στοιχεία επιμορφωτικών εισροών (προγράμματα, μέτρα, υποδομές κλπ) που συμβάλλουν στην κατανόηση, από μέρους των επισκεπτών αλλά και των ντόπιων κατοίκων, της αξίας και της λειτουργίας του φυσικού περιβάλλοντος.
3. Κριτήρια τοπικής συμμετοχής, που αναφέρονται στην ανάγκη συμμετοχής και εμπλοκής τοπικών κοινοτήτων στην αναπτυξιακή διαδικασία και στον έλεγχο και διαχείριση των οικοτουριστικών προϊόντων και δραστηριοτήτων.

Όσον αφορά στο περιεχόμενο του οικοτουρισμού και παρά το γεγονός ότι οι ορισμοί που έχουν δωθεί στον οικοτουρισμό διαφέρουν, οι περισσότεροι συμφωνούν πως τα βασικά συστατικά του οικοτουρισμού είναι τα εξής:

- Ο οικοτουρισμός προβάλλει την ερμηνεία και την εκπαίδευση
- Ο οικοτουρισμός είναι οικολογικά βιώσιμος
- Ο οικοτουρισμός περιλαμβάνει πολιτιστικές ευαισθησίες
- Υπάρχει καθαρή απόδοση/κέρδος στις τοπικές κοινότητες

Ακόμα ο οικοτουρισμός θεωρείται ότι είναι το αποτέλεσμα μιας αλληλεπίδρασης της τοπικής κοινωνίας του τόπου προορισμού, των επισκεπτών της περιοχής και του εκεί περιβάλλοντος, (διάγραμμα 1.2.2.), αλληλεπίδραση που θεωρείται απαραίτητη για να υπάρξει αληθινή οικοτουριστική δραστηριότητα.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.2.2.: ΤΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΠΗΓΗ: Taylor Stein, 2003: Denny C., 2004

Ο οικοτουρισμός διέπεται, επίσης, από τις ακόλουθες οκτώ αρχές:

1. Επικεντρώνεται στην προσωπική εμπειρία φυσικών περιοχών με έναν τρόπο που οδηγεί στην καλύτερη κατανόηση και εκτίμηση (π.χ. περίπατοι με ξεναγό μέσα από φυσικές περιοχές με πληροφορίες και ενδιαφέρουσα ερμηνεία που επικεντρώνεται στις φυσικές αξίες της περιοχής)
2. Εντάσσει ευκαιρίες κατανόησης των φυσικών περιοχών μέσα σε κάθε εμπειρία (π.χ. διαθεσιμότητα βοηθητικού υλικού, επεξηγηματική σήμανση κατά μήκος των μονοπατιών)
3. Αντιπροσωπεύει την βέλτιστη εφαρμογή του οικολογικά βιώσιμου τουρισμού (π.χ. ελάχιστη διατάραξη στην άγρια πανίδα και χλωρίδα και τοπική βλάστηση)
4. Συνεισφέρει θετικά στην προστασία των φυσικών περιοχών (π.χ. συνδρομή σε έρευνες για την πανίδα και χλωρίδα)
5. Προσφέρει εποικοδομητικές συνεχείς συνεισφορές στις τοπικές κοινότητες (π.χ. αγορά τοπικών ειδών, συνδρομή σε τοπικές οικολογικές ομάδες)
6. Είναι ευαίσθητος σε, ερμηνεύει και περιλαμβάνει διαφορετικούς πολιτισμούς, ειδικά τους εγχώριους (π.χ. ειδικοί στην παράδοση δίνουν συμβουλές για τη φύση και το περιεχόμενο αντίστοιχων εγχειρημάτων)
7. Καλύπτει με συνέπεια τις προσδοκίες των πελατών (π.χ. ανεπίσημα, επιδιώκεται ένα feedback από την ικανοποίηση των πελατών μέσω ερευνών οι οποίες δείχνουν πως στην πλειψηφία τους μένουν ικανοποιημένοι από την εμπειρία αυτή)

8. Η προώθηση είναι ακριβής και οδηγεί σε ρεαλιστικές προσδοκίες (π.χ. οι φάλαινες στο εξώφυλλο μιας μπροσούρας για περιήγηση στην έρημο είναι απίθανο να οδηγήσει σε ρεαλιστικές προσδοκίες!) (Macfarlane D.).

Επίσης, στον πίνακα 1.2.2. φαίνονται οι αρχές του οικοτουρισμού όπως αυτές διατυπώθηκαν από το Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.2.: ΑΡΧΕΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΑΡΧΕΣ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
<ul style="list-style-type: none"> • Ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων στη φύση και τον πολιτισμό που μπορεί να βλάψουν ένα προορισμό. • Εκπαίδευση του ταξιδιώτη για την σημασία της προστασίας. • Επιμονή στην σπουδαιότητα των υπεύθυνων επιχειρήσεων, που συνεργάζονται με τις τοπικές αρχές και τους ανθρώπους, ώστε να καλύψουν τις ανάγκες τους και να απελευθερώσουν τα οφέλη της προστασίας. • Άμεσα έσοδα στην διατήρηση και διαχείριση των φυσικών και προστατευόμενων περιοχών. • Έμφαση στην ανάγκη χωροταξικής κατανομής σε τουριστικές περιφέρειες και σχεδίων διαχείρισης επισκεπτών, τόσο για περιφέρειες όσο και για φυσικές περιοχές που προορίζονται να γίνουν οικο-προορισμοί. • Έμφαση στη χρήση περιβαλλοντικά και κοινωνικά-βασισμένων ερευνών, καθώς και μακροπρόθεσμων προγραμμάτων, ώστε να εντοπίζονται και ελαχιστοποιούνται οι επιπτώσεις. • Προσπάθεια για την μεγιστοποίηση του οικονομικού οφέλους για την φιλοξενούσα χώρα, τις τοπικές επιχειρήσεις και κοινότητες, και ειδικά για τους ανθρώπους που παρακείμενα από φυσικές και προστατευόμενες περιοχές. • Προσπάθεια εξασφάλισης ότι η τουριστική ανάπτυξη δεν ξεπερνά τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά όρια της αποδεκτής αλλαγής όπως αυτή καθορίζεται από τους ερευνητές σε συνεργασία με τους τοπικούς κατοίκους. • Δημιουργία εγκαταστάσεων που συνάδουν με το περιβάλλον, ελαχιστοποιώντας την χρήση ορυκτών καυσίμων, προστατεύοντας την τοπική βλάστηση και άγρια ζωή, και τα οποία αναμιγνύονται αρμονικά με το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον.

ΠΗΓΗ: Wood M. E., 2002

Σύμφωνα με τη δήλωση σχετικά με τον οικοτουρισμό του Συνεδρίου του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού στο Κεμπέκ το 2002, ο οικοτουρισμός «είναι μια μορφή τουρισμού που αγκαλιάζει τις αρχές του βιώσιμου τουρισμού». Διέπεται, ωστόσο, από

κάποιες αρχές οι οποίες τον διακρίνουν από την ευρύτερη έννοια του βιώσιμου τουρισμού και είναι οι εξής:

- Να συμβάλλει ενεργά στη διατήρηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, να περιλαμβάνει τις τοπικές και γηγενείς κοινότητες στον προγραμματισμό του, την ανάπτυξη και λειτουργία που συμβάλλουν στην ευημερία τους, να ερμηνεύει τη φυσική και πολιτιστική κληρονομιά του προορισμού του επισκέπτη.
- Να παραχωρεί καλύτερες υπηρεσίες στους ανεξάρτητους ταξιδιώτες, καθώς επίσης και στους οργανωμένους, για τις μικρού μεγέθους ομάδες.

Δύο απόψεις μοιάζουν να επικρατούν στον οικοτουρισμό. Η μια θεωρεί ότι το δημόσιο ενδιαφέρον στο περιβάλλον μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να προωθήσει το προϊόν στην αγορά – η άλλη θεωρεί ότι το ίδιο ενδιαφέρον μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να διατηρηθούν οι πηγές στις οποίες βασίζεται το προϊόν. Αυτές οι απόψεις μπορεί να μην είναι αμοιβαία αποκλειόμενες και μπορούν κάλλιστα να είναι συμπληρωματικές. Σύμφωνα με την Wight (1993) αυτό που απαιτείται είναι μια αποτελεσματική ενσωμάτωση και των δύο απόψεων, έτσι ώστε και η βιομηχανία και οι πηγές να συντηρηθούν επί μακροπρόθεσμου και υποστηρίζει ότι καθοριστική για τη διατήρηση της βιομηχανίας αυτής είναι η αποδοχή των αρχών που καθορίζουν την έννοια του οικοτουρισμού. Η ίδια προτείνει την ακόλουθη σειρά αρχών, που πρέπει απαραίτητα να διέπουν μια οικοτουριστική δραστηριότητα :

- Δεν πρέπει να ελαττώνει την πηγή και θα πρέπει να αναπτύσσεται με τρόπο οικολογικά σωστό
- Θα πρέπει να παρέχει από πρώτο χέρι διαφωτιστικές εμπειρίες
- Θα πρέπει να ενθαρρύνει την αναγνώριση των εσωτερικών αξιών της πηγής
- Θα πρέπει να σέβεται τις φυσικές πηγές και να αναγνωρίζει τους περιορισμούς τους
- Θα πρέπει να προωθεί την κατανόηση και να εμπλέκει συνεργασίες , οι οποίες θα πρέπει να συμπεριλαμβάνουν την κυβέρνηση , τη βιομηχανία , τους επιστήμονες και τους ντόπιους
- Θα πρέπει να προωθεί την ηθική ευθύνη και τη σωστή συμπεριφορά προς το φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον
- Θα πρέπει να παρέχει μακροπρόθεσμα οφέλη – για τις φυσικές πηγές , για την τοπική κοινότητα και τη βιομηχανία (τα οφέλη μπορεί να είναι επιστημονικά , κοινωνικά , πολιτισμικά ή οικονομικά).

Τέλος, μια τουριστική δραστηριότητα για να μπορεί να αξιολογηθεί σαν οικοτουριστική πρέπει:

- Να προάγει θετικές περιβαλλοντικές ηθικές και να καλλιεργεί την ενδεικνυόμενη συμπεριφορά στους συμμετέχοντες
- Να μην υποβαθμίζει το φυσικό πόρο
- Να επικεντρώνεται περισσότερο στις εγγενείς παρά στις επίκτητες αξίες
- Να προσανατολίζεται γύρω από το περιβάλλον και όχι γύρω από τον άνθρωπο
- Να οφελεί την άγρια ζωή και το περιβάλλον
- Να παρέχει άμεση επαφή με το φυσικό περιβάλλον
- Να συμπεριλαμβάνει ενεργά την τοπική κοινωνία στην τουριστική διαδικασία
- Το επίπεδο ικανοποίησης να μετράται σε κλίμακες εκπαίδευσης και/ή εκτίμησης
- Να συνεπάγεται σημαντική προετοιμασία και απαιτήσεις γνώσεων σε βάθος από μέρους των ξεναγών και συμμετεχόντων (ΚΕΤΑ).

Πριν αναφερθούμε στις διαστάσεις και τα βασικότερα χαρακτηριστικά του οικοτουρισμού, παρατίθενται οι επόμενοι πίνακες, στους οποίους αναφέρονται συνοπτικά οι αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης που πρέπει να διέπουν τον οικοτουρισμό (Πίνακας 1.2.3.) καθώς και τα μέρη τα οποία εμπλέκονται άμεσα στην οικοτουριστική διαδικασία (Πίνακας 1.2.4.) σύμφωνα με ορισμούς και έρευνες που έχουν γίνει από διάφορους συγγραφείς και μελετητές έως σήμερα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.3.: ΟΙ ΑΡΧΕΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (X= ΥΠΟΓΡΑΜΜΙΣΜΕΝΑ ΑΠΟ ΤΟΝ/ΤΟΥΣ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑΕΙΣ)

Αρχές	Συγγραφείς						
	Wallace & Pearce (1996)	Prosser (1994)	Wight (1994)	Boers & Bosch (1994)	Allcock et al (1993)	Cater (1993)	Butler (1993)
Ο οικότουρισμός να είναι μη καταναλωτικός	X	X	X	X	X	X	X
Το περιβάλλον να επηρεάζει τη συμπεριφορά των ατόμων που εμπλέκονται στον τουρισμό	X	X	X	X		X	X
Η τοπική κατάσταση να επηρεάζει την ανάπτυξη	X	X	X	X	X	X	
Στο επίκεντρο να είναι ο μακροπρόθεσμος σχεδιασμός	X	X	X	X		X	
Ο οικότουρισμός να υποστηρίζει την τοπική οικονομία	X	X			X	X	
Ο οικότουρισμός να υποστηρίζει την τοπική ανάπτυξη	X	X	X	X	X	X	
Ο οικότουρισμός να είναι δυναμικός				X			
Να λαμβάνονται υπ' όψη ηθικά ζητήματα			X				X
Να λαμβάνονται υπ' όψη οι ανάγκες των επισκεπτών				X		X	X
Ο οικότουρισμός να είναι μια διαφωτιστική εμπειρία αυθεντικών περιοχών	X	X	X				X
Ο οικότουρισμός να είναι εκπαιδευτικός	X	X	X				X
Ο οικότουρισμός να μην καταστρέφει για σκοπούς άλλων βιομηχανιών	X				X		

ΠΗΓΗ: Bjork P., 2002

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.4.: ΤΑ ΜΕΡΗ ΠΟΥ ΕΜΠΛΕΚΟΝΤΑΙ ΣΤΟΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟ (Χ=ΥΠΟΓΡΑΜΜΙΣΜΕΝΑ ΑΠΟ ΤΟΝ/ΤΟΥΣ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ/ΕΙΣ)

Εμπλεκόμενοι	Συγγραφείς							
	Cater (1994)	Sisman (1994)	Boers & Bosch (1994)	Green (1995)	Allcock et al/ (1993)	Hvenegaard 1994	Eagles (1992)	EC (1994)
Τουρίστες	X		X		X	X	X	X
Ταξιδιωτικοί πράκτορες			X	X		X		X
Τουριστικές επιχειρήσεις		X		X	X		X	X
Τουριστικοί οργανισμοί	X		X		X			X
Δημόσιοι φορείς			X	X	X	X		X
Τοπική κοινωνία	X		X			X		X
Φύση	X						X	X
Μέσα ενημέρωσης		X			X			
Περιβαλλοντικές ομάδες					X	X		
Συνδικαλιστικές οργανώσεις/πολιτικοί					X	X		
Σχεδιαστές					X	X		
Πανεπιστήμια					X	X		
Οικονομικά ιδρύματα					X			

ΠΗΓΗ: Bjork P., 2002

1.2.3. ΟΙ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑ ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο οικοτουρισμός, όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα, αποτελεί μια ειδική κατηγορία εναλλακτικού τουρισμού, που αναπτύχθηκε στις αρχές της δεκαετίας του '90. Λόγω του «νεαρού» της ηλικίας αλλά και της φύσης του δεν έχει ακόμα διαμορφωθεί ένας κοινά αποδεκτός ορισμός, σε αντίθεση με τα γενικά χαρακτηριστικά του, τα οποία θα μπορούσαν να συνοψιστούν ως εξής:

- Περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού που βασίζονται στη φύση, στις οποίες το κύριο κίνητρο των τουριστών είναι η παρατήρηση και η εκτίμηση της φύσης, καθώς επίσης και οι παραδοσιακοί πολιτισμοί που κυριαρχούν στις φυσικές περιοχές.
- Περιέχει επιστημονικά, εκπαιδευτικά και διερευνητικά χαρακτηριστικά.
- Είναι συνήθως οργανωμένος σε μικρές ομάδες από εξειδικευμένες και μικρές τοπικές επιχειρήσεις.
- Ελαχιστοποιεί τις αρνητικές επιδράσεις πάνω στο φυσικό και κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον.
- Υποστηρίζει την προστασία των φυσικών περιοχών
 - ο παράγοντας οικονομικά οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες, τους οργανισμούς και τους φορείς διαχείρισης φυσικών περιοχών που αποσκοπούν στη διατήρηση και προστασία,
 - ο παρέχοντας εναλλακτική απασχόληση και ευκαιρίες εισοδήματος για τις τοπικές κοινότητες
 - ο αυξάνοντας την ευαισθησία των τοπικών κοινωνιών και των τουριστών για τη διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών στοιχείων (ΚΕΤΑ).

«Το ταξίδι σε σχετικά αμόλυντες περιοχές με το συγκεκριμένο σκοπό της μελέτης, του θαυμασμού και της απόλαυσης του σκηνικού καθώς και των άγριων φυτών και ζώων, καθώς και οποιασδήποτε πολιτισμικής εκδήλωσης (τωρινής και παρελθοντικής) που απαντάται σε αυτές περιοχές» περιγράφει απόλυτα την οικοτουριστική εμπειρία και αποκαλύπτει τις τρεις διαστάσεις του οικοτουρισμού:

- Βασίζεται στη φύση
- Είναι επιμορφωτικός
- Είναι βιώσιμος

Στον πίνακα 1.2.5. φαίνεται και μια άλλη άποψη των διαστάσεων του οικοτουρισμού, σύμφωνα με τον Waldeback (1995: Holden A., 2000).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.5.: ΟΙ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

<i>Δραστηριότητα</i>	Τουρισμός που βασίζεται στην εμπειρία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων
<i>Επιχειρήσεις</i>	Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες που παρέχουν οικοτουριστικά πακέτα
<i>Φιλοσοφία</i>	Σεβασμός για τη γη, τη φύση, τους ανθρώπους και τον πολιτισμό
<i>Στρατηγική</i>	Ένα εργαλείο για την προστασία της φύσης, την οικονομική ανάπτυξη και την πολιτιστική αναβίωση
<i>Μέσο προώθησης</i>	Πρωθούνται τουριστικά προϊόντα με μια έμφαση στο περιβάλλον
<i>Αντικείμενο εκμετάλλευσης</i>	Βολική ταμπέλα πολλών σχεδίων σχετικών με τον τουρισμό όπως «υπεύθυνο ή ηθικό ταξίδι», «τουρισμός χαμηλών επιπτώσεων», «εκπαιδευτικό ταξίδι», «πράσινος τουρισμός», κλπ
<i>Σύμβολο</i>	Συμβολίζει τη διαμάχη για τη σχέση μεταξύ περιβάλλοντος και τουρισμού
<i>Αρχές και στόχοι</i>	Προσδιορίζει την συμβιωτική και βιώσιμη σχέση μεταξύ περιβάλλοντος και τουρισμού

ΠΗΓΗ: Waldeback, 1995; Holden A., 2000

Οι Ross και Wall υπογραμμίζουν πέντε ουσιώδεις λειτουργίες του οικοτουρισμού:

1. Η προστασία των φυσικών περιοχών,
2. Η επιμόρφωση,
3. Η συσσώρευση χρημάτων,
4. Ο ποιοτικός τουρισμός και
5. Η τοπική συμμετοχή ,

από τις οποίες οι 3 τελευταίες ανήκουν στην κατηγορία «βιώσιμος». Η περιοριστική έννοια του οικοτουρισμού από τον Buckley βασίζεται στη φύση, είναι επιμορφωτική και υποστηρίζει τη συντήρηση.

Μια συνοπτική παρουσίαση των διαστάσεων που περιέχει ο οικοτουρισμός σύμφωνα με μερικούς συγγραφείς φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.6.: ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ*

Συγγραφείς	Χαρακτηριστικά της περιοχής	Τι κάνουν οι τουρίστες	Διαστάσεις	
			Αντικείμενο	Συμπεριφορά
Hetzer, 1965	Φυσικές περιοχές και αρχαιολογικοί χώροι			
Ziffer, 1989	Εγχώριες και μη-ανεπτυγμένες περιοχές	Απολαμβάνουν, λαμβάνουν μέρος και αισθάνονται	Η ιστορία της περιοχής, συμπεριλαμβανομένου του πολιτισμού της	Μη-καταναλωτική και που συνεισφέρει στην βιωσιμότητα
Ceballos-Lascurain, 1991	Αδιατάρακτες και μη μολυσμένες περιοχές	Θαυμάζουν, εξερευνούν και διασκεδάζουν	Άγρια φυτά και ζώα, και πολιτιστικά στοιχεία	
Figgis, μη δημοσιευμένες πληροφορίες, 1992	Απομακρυσμένες ή φυσικές περιοχές	Κατανοούν και εκτιμούν	Φύση και πολιτισμός	Μη-επιβλαβής ή επιδεινωτική
Young, 1992	Φυσικές περιοχές	Κατανόηση, απόλαυση και προστασία	Φύση και πολιτισμός	Περιλαμβάνει μια διάσταση προστασίας και συντήρησης
Οικοτουριστικός Σύλλογος Αυστραλίας, 1992		Κατανόηση, απόλαυση και προστασία	Φύση και πολιτισμός	Περιλαμβάνει μια διάσταση προστασίας
Valentine, 1991, 1993	Αδιατάρακτες περιοχές		Φύση	Μη-επιβλαβής και μη-υποβαμιστική
Wight, 1993	Φυσικές περιοχές	Εμπειρία και προστασία	Φύση	Προστασία του οικοσυστήματος και σεβασμός για τις κοινότητες που φιλιξενούν
Scace, 1993	Φύση		Φύση	Προστασία του περιβάλλοντος, διατήρηση και ενίσχυση της ακεραιότητας των φυσικών και κοινωνικοπολιτιστικών στοιχείων
Hvenegaard, 1994	Δραστηριότητες βασισμένες στην φύση και τον πολιτισμό		Φύση και πολιτισμός	Μη-καταναλωτική
Steele, 1995	Φυσικές τοποθεσίες		Φυσικός κόσμος	
Bjork, 1995	Φυσικές περιοχές	Θαυμασμός, έρευνα και διασκέδαση	Φύση και πολιτισμός	Περιλαμβάνει μια διάσταση μη-εκμετάλλευσης προστασίας
Wallace & Pierce, 1996	Αδιατάρακτες φυσικές περιοχές	Έρευνα, διασκέδαση και βοήθεια	Χλωρίδα, πανίδα, γεωλογία, οικοσύστημα μιας περιοχής, πολιτισμός και άνθρωποι	Ένα εργαλείο τόσο για την προστασία όσο και για την βιώσιμη ανάπτυξη

ΠΗΓΗ: Bjork P., 2002

*μια κενή καταχώρηση σημαίνει ότι τίποτε δεν αναφέρθηκε στον ορισμό

Μια επιπλέον διάσταση του οικοτουρισμού, που δεν αναφέρεται στους περισσότερους ορισμούς, αλλά αξίζει να χαρακτηριστεί ως «δευτερεύουσα αρχή», εμπλέκει την εναλλακτική φύση πολλών από τις εμπειρίες οικοτουρισμού. Το πιο προφανές χαρακτηριστικό σύμφωνα με τον Blamey (2001) του οικοτουρισμού είναι ότι βασίζεται στη φύση. Σύμφωνα με τον ίδιο όμως (1997), εξίσου σημαντικές θεωρούνται και οι διαστάσεις του οικοτουρισμού που αφορούν την εκπαίδευση και την βιωσιμότητα. Ωστόσο, και οι τρεις διαστάσεις του οικοτουρισμού που προτείνονται από τον Blamey δεν ισχύουν πάντα στον ίδιο βαθμό, αλλά εξαρτώνται από πολλές παράγοντες, ένας εκ των οποίων είναι και η μέθοδος που επιλέγουμε κάθε φορά για να μετρήσουμε τον οικοτουρισμό (πίνακας 1.2.7.).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.7.: ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Μέθοδος Μέτρησης	Διάσταση 1 (βασισμένη στη φύση)	Διάσταση 2 (εκπαιδευτική)	Διάσταση 3 (βιωσιμότητα)
Έρευνα για τις προθέσεις των τουριστών	<i>Πιθανή:</i> πραγματοποίηση έρευνας ή συνέντευξης πριν το ταξίδι, αλλά αφότου έχει παρθεί απόφαση για το ταξίδι.	<i>Πιθανή:</i> Παρόμοια αντιμετώπιση με την Διάσταση 1.	<i>Δύσκολο:</i> Υπόκειται στην κοινωνική προκατάληψη και στο ερώτημα του πως αυτό το κίνητρο ταιριάζει στις διαδικασίες επιλογής του καταναλωτή.
Έρευνα της αντίληψης των τουριστών	<i>Πιθανή:</i> Διαφορετικά άτομα έχουν διαφορετικά πιστεύω και αντιλήψεις που αφορούν το τι αποτελεί μια δραστηριότητα βασισμένη στη φύση.	<i>Πιθανή:</i> αλλά πάλι υπόκειται σε διαφορές και λάθη στην αντίληψη.	<i>Δύσκολο:</i> υπόκειται σε διαφορές και λάθη, τα οποία επιδεινώνονται από έλλειψη πληροφοριών. Οι ανταποκριθέντες το πιο πιθανό να αποδώσουν την ευθύνη για αρνητικές συνέπειες σε εξωτερικά μέλη (π.χ στους οργανωτές της εκδρομής) παρά στους εαυτούς τους.
Ανεξάρτητη αξιολόγηση των αποτελεσμάτων	<i>Πιθανή:</i> αλλά απαιτεί μια καταγραφή των τοποθεσιών που ικανοποιούν τον ορισμό της φύσης. Περισσότερο εφικτό σε τοπική βάση. Σε μια μεγαλύτερη εθνική κλίμακα θα γινόταν χρήση ερωτηματολογίων, βασισμένα στην ακριβή ανάκλιση απ' τους απαντηθέντες των τοποθεσιών που επισκέπτηκαν.	<i>Δεν είναι πιθανή:</i> για αυτό-οργανωμένες εμπειρίες. <i>Πιθανή:</i> για οργανωμένες ταξιδιωτικές εμπειρίες. Η διαπίστευση βασίζεται στην ποιότητα της εκπαίδευσης/ η συμμετοχή θα βοηθούσε, οι παρατηρήσεις των συμμετεχόντων θα ήταν πιθανές.	<i>Δεν είναι φυσιολογικά εφικτή:</i> για αυτό-οργανωτικές εμπειρίες. <i>Πιθανή:</i> για θετικές ή αρνητικές επιπτώσεις των οργανωμένων εκδρομών, αλλά θα απαιτεί κατάλογο των οργανωτών και τοποθεσιών. Οι παρατηρήσεις των συμμετεχόντων μπορεί να είναι πιθανές. Μπορεί να χρειαστεί να συμπληρωθούν με έρευνες κοινότητας.
Έρευνα των	<i>Πιθανή:</i> υπόκεινται σε	<i>Πιθανή:</i> όμως οι	<i>Πιθανή:</i> όμως οι

αντιλήψεων των οργανωτών για τα αποτελέσματα	διαφορές στις αντιλήψεις των οργανωτών.	οργανωτές πιθανόν να υπερβάλλουν για την ποιότητα της επιμόρφωσης στις περιοδίες τους. Επίσης υπόκεινται σε διαφορές στην αντίληψη.	οργανωτές πιθανόν να υποτιμήσουν τις αρνητικές επιδράσεις των δικών τους εκδρομών, ή να υπερβάλλουν σε ότι αφορά τα μέτρα που έχουν παρθεί για να μειωθεί ο αντίκτυπος ή να δημιουργηθεί θετικός αντίκτυπος. Ξανά υπόκεινται σε διαφοροποιήσεις στην αντίληψη.
Έρευνα για τις αντιλήψεις των οργανωτών σχετικά με τα κίνητρα των καταναλωτών	Δύσκολο: οι οργανωτές μπορούν να προβλέψουν εάν η επίσκεψη σε φυσικές περιοχές αποτελεί ένα σημαντικό κίνητρο για την εκδρομή, αλλά δυσκολίες προκύπτουν όταν οι εκδρομές επισκέπτονται άλλες περιοχές, και οι οργανωτές δεν μπορούν να διαγνώσουν τα κίνητρα των πελατών. Αυτοί μπορούν να πάρουν κάποια ιδέα μέσω συζήτησης ή παρατήρησης των πελατών.	Δεν είναι πιθανή: οι αντιλήψεις των οργανωτών υπόκεινται σε λάθος.	Δεν είναι πιθανή: οι λόγοι όπως παραπάνω

ΠΗΓΗ: Blamey R., 1997

Σύμφωνα με τα κριτήρια που αναφέρθηκαν στην προηγούμενη παράγραφο, τα οποία πρέπει να ικανοποιεί μια δραστηριότητα για να ονομαστεί οικοτουριστική, προκύπτουν τα παρακάτω κύρια χαρακτηριστικά του οικοτουρισμού:

- Βασίζεται στη φύση και σε περιοχές με σχετικά ανόθευτα στοιχεία φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς, όπου τα κύρια κίνητρα των τουριστών είναι η παρατήρηση και η εκτίμηση της φύσης, καθώς και τα επιστημονικά, εκπαιδευτικά και διερευνητικά τους ενδιαφέροντα.
- Έχει σαφώς φυσιοκεντρικό χαρακτήρα και έντονο το στοιχείο προστασίας του περιβάλλοντος. Τούτο έχει ιδιαίτερη σημασία, αν λάβει κανείς υπόψη ότι οι πρώτες περιοχές στις οποίες απευθύνεται ο οικοτουρισμός είναι προφανώς περιοχές με τεράστιο οικοτουριστικό δυναμικό, όπως: οι προστατευόμενες φυσικές περιοχές και οι περιοχές παγκόσμιας κληρονομιάς.

- Ενισχύει τη γηγενή πολιτιστική ταυτότητα, προϋποθέτει την ενεργό συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας σε όλο το φάσμα της τουριστικής διαδικασίας και συμβάλλει στην κοινωνική, οικονομική και πολιτιστική της εξύψωση.
- Απαιτεί τέλος την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και συμπεριφορά όλων των εμπλεκομένων στο τουριστικό «κύκλωμα»: Διαχειριστές φυσικών περιοχών και βοηθητικό προσωπικό, φύλακες, κρατικές υπηρεσίες, πολιτικοί, τουριστικοί πράκτορες, ξεναγοί, τουριστικά πρακτορεία, ιδιοκτήτες και υπαλληλικό προσωπικό ξενοδοχείων και εστιατορίων και τοπική κοινωνία, γεγονός που προϋποθέτει την περιβαλλοντική αγωγή όλων των εμπλεκομένων (ΚΕΤΑ).

Μια δεύτερη άποψη για τα χαρακτηριστικά του οικοτουρισμού προτείνει ο Σφακιανάκης (2000, σελ.: 180), σύμφωνα με την οποία είναι τα εξής:

1. Ο τουριστικός προορισμός: είναι πάντοτε η φύση ή ο οίκος του ανθρώπου (από όπου πήρε και το όνομά του), δηλαδή το φυσικό περιβάλλον με όλα τα οικοσυστήματα του, τους φυσικούς πόρους και την άγρια ζωή που διαθέτει. Και πρέπει να τονιστεί ότι αυτό το περιβάλλον είναι το αναπεξέργαστο, το αυθεντικό, το αμόλυτο και το ανόθευτο περιβάλλον, είναι το φυσικό περιβάλλον στην πρωτογενή «φυσική» μορφή του οποίου οι περιοχές δεν αλλοιώθηκαν από τις ανθρώπινες δραστηριότητες. Συγκεκριμένα οι τουριστικοί προορισμοί που προσελκύουν τους οικοτουρίστες είναι οι φυσικές περιοχές στις οποίες βρίσκονται:

- Τα τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους.
- Οι παρθένοι και αμόλυτοι φυσικοί χώροι (βουνά, κοιλάδες, χαράδρες, φράγματα, ποτάμια, πηγές, οροπέδια, δάση κ.λ.π.).
- Τα σπήλαια, τα φαράγγια και οι παραδοσιακές γέφυρες.
- Οι προστατευόμενες περιοχές (Εθνικά πάρκα, δρυμοί).
- Οι βοτανικοί κήποι, τα φυτώρια, οι βιολογικές καλλιέργειες και οι καλλιέργειες αρωματικών φυτών.
- Τα περάσματα πουλιών, οι χώροι των κοινωνιών διαφόρων ζώων, τα κέντρα περίθαλψης αγρίων ζώων.
- Οι τόποι που φιλοξενούν ιδιαίτερη και σπάνια χλωρίδα και πανίδα.
- Οι υδροβιότοποι, τα δέλτα των ποταμών, οι λιμνοθάλασσες.
- Οι εξωτικές, άγριες, απρόσιτες και “απάτητες” περιοχές.
- Οι παραδοσιακοί Οικισμοί, τα μνημεία και τα αρχιτεκτονήματα της υπαίθρου.

- Τα περιπατητικά μονοπάτια του περιπατητικού τουρισμού (που αναπτύσσεται σε ιδιαίτερη παράγραφο) τα οποία έχουν χαραχθεί με σκοπό να περνούν από αξιοθέατα σημεία του φυσικού περιβάλλοντος.
- Οι χαρακτηριζόμενες σαν ειδικές φυσικές περιοχές, όπως οι παγωμένες περιοχές (ανταρκτική), οι ανεξερεύνητες περιοχές (Αμαζόνιος,ζούγκλες), οι έρημοι, οι περιοχές ηφαιστειών κ.λ.π.

2. Το ενδιαφέρον για το περιβάλλον του τουριστικού προορισμού: Το κυριότερο κίνητρο του οικοτουρισμού είναι η γνωριμία, η γνώση και η απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος των τουριστικών προορισμών. Αν αυτό το περιβάλλον αλλοιωθεί ή υποβαθμιστεί ή καταστραφεί θα πάψει πλέον να ελκύει τους οικοτουρίστες αλλά προπαντός θα χάσει την ταυτότητα του.Και κύριος σκοπός του οικοτουρισμού είναι να διαφυλαχθεί αυτό το περιβάλλον όπως και μικροπεριβάλλοντα που βρίσκονται μέσα σε αυτό (κοινωνικό, πολιτιστικό, οικονομικό). Και η διαφύλαξη του περιβάλλοντος επιτυγχάνεται πρώτο με τη διατηρησιμότητά του και τη συντήρησή του. Διατηρησιμότητα ενός περιβάλλοντος σημαίνει τη διατήρηση του σε τέτοια κατάσταση ώστε να μπορεί να χρησιμοποιείται από τις παρούσες και τις μελλοντικές γενεές με τον ίδιο τρόπο. Να διατηρείται δηλαδή αειφορικό. Συντήρηση ενός περιβάλλοντος σημαίνει να συντηρείται μετά από κάθε χρήση για να είναι έτοιμο να επαναχρησιμοποιηθεί.

3. Το ενδιαφέρον για τον τοπικό πληθυσμό: Ο οικοτουρισμός πρέπει πάντα να έχει τοπικό προσανατολισμό.Να διαχειρίζεται από τον ωτόπιο πληθυσμό. Να αναπτύσσεται σε τοπική κλίμακα.Να βασίζεται στην τοπική υποδομή. Τα κέρδη του να περνούν στον ντόπιο πληθυσμό για να αυξήσουν το χαμηλό πράγματι εισόδημα του και εμμέσως να χρησιμοποιούνται για τη συντήρηση της τοπικής κοινωνίας και του τοπικού περιβάλλοντος. Αν ο οικοτουρισμός περάσει στα χέρια τουριστικών επιχειρηματιών, τότε θα εμπορευματοποιηθεί, θα μεγεθυνθεί, θα γίνει καταναλωτικός και τα κέρδη του θα διαφεύγουν. Ο τοπικός πληθυσμός τότε αν και βραχυχρόνια μπορεί να αποκτήσει οφέλη, μακροχρόνια θα ζημιωθεί και ο ίδιος ο οικοτουρισμός θα μετατραπεί σε μία άλλη μορφή τουρισμού.

4. Η αειφορία, η ηπιότητα και το μικρό μέγεθος: Εξ ορισμού ο οικοτουρισμός είναι αιφορικός. Ακολουθεί όλες τις αρχές της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης και το δόγμα του συμπίπτει με το δόγμα του αειφόρου τουρισμού. Και σαν μορφή του εναλλακτικού τουρισμού είναι επίσης ήπιος, μαλακός και αντιμαζικός. Δεν απαιτεί ιδιαίτερες ή πρόσθετες εγκαταστάσεις, χρησιμοποιεί την υπάρχουσα υποδομή, δεν

διαταράσσει την τοπική ισορροπία και την αρμονία του τοπίου και δεν χρησιμοποιεί καταχρηστικά τους φυσικούς πόρους.

5. Η γνωριμία με τη φύση, η απόκτηση γνώσεων για τη φύση και η απαίτηση εμπειριών: Οι οικοτουρίστες είναι άνθρωποι που αγαπούν τη φύση, γι'αυτό και ο οικοτουρισμός ονομάζεται και φυσιολατρικός τουρισμός. Θέλουν να γνωριστούν με τη φύση, αν ο τρόπος ζωής τους και το περιβάλλον στο οποίο βρέθηκαν να ζουν, τους την αποστερεί, να μάθουν τη φύση, να γνωρίσουν τους νόμους της, θέλουν να αποκτήσουν εμπειρίες από την προσωρινή συμβίωσή τους με τη φύση. Δυστυχώς ο σημερινός τρόπος ζωής των ανθρώπων στα αστικά κέντρα τους έχει απομακρύνει από τη φύση και οι νέες κυρίως γενιές έχουν γεννηθεί και ανατραφεί μέσα στο τεχνητό περιβάλλον των μεγαλουπόλεων κατέχοντας ελάχιστες γνώσεις για το φυσικό περιβάλλον. Ο οικοτουρισμός για αυτές τις γενιές αποτελεί φυγή προς τη φύση, απόδραση από το τεχνικό ανθρωπογενές ασφυκτικό και κουραστικό περιβάλλον και επιστροφή στις ρίζες του.

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί και μια τρίτη άποψη, που αφορά πιο συγκεκριμένα τον «πραγματικό οικοτουρισμό» (Κομίλης Π., 2001) και σύμφωνα με την οποία αυτός έχει τα ακόλουθα επτά χαρακτηριστικά ή αναπτυξιακά κριτήρια:

- **Περιλαμβάνει ή εμπειριέχει ταξίδια σε φυσικές περιοχές** (τόπων προορισμού), περιοχές κυρίως απομακρυσμένες, κατοικημένες ή ακατοίκητες, που βρίσκονται συνήθως υπό κάποιο καθεστώς περιβαλλοντικής προστασίας σε διεθνές, εθνικό ή περιφερειακό / τοπικό επίπεδο.
- **Ελαχιστοποιεί τις επιπτώσεις στο περιβάλλον** (φυσικό και ανθρωπογενές). Μέσω ποικίλων ρυθμίσεων (π.χ. πρόσβαση σε φυσικές περιοχές, μεγέθη και τρόποι συμπεριφοράς τουριστών κ.λ.π.) επιδιώκει να ελαχιστοποιήσει τις δυσμενείς επιδράσεις που επιφέρουν οι τουριστικές υποδομές, ανωδομές και δραστηριότητες.
- **Δημιουργεί και ενδυναμώνει την περιβαλλοντική συνειδητοποίηση και επιμόρφωση**, με τη συμβολή και σύμπραξη επιχειρήσεων και τοπικών φορέων ανάπτυξης οικοτουρισμού και μέσω κατάλληλων μέτρων (π.χ. σωστά εκπαιδευμένοι οδηγοί, «κώδικες καθοδήγησης / συμπεριφοράς») που απευθύνονται στους τουρίστες, στους ντόπιους κατοίκους, αλλά και στους απασχολούμενους στις επιχειρήσεις.
- **Προσφέρει άμεσα οικονομικά οφέλη για την προστασία του περιβάλλοντος:** εισροή κεφαλαίων μέσω διαφόρων μηχανισμών (π.χ. φόροι επιχειρήσεων, τέλη

εισόδου σε πάρκα, εθελοντικές συνεισφορές κ.λ.π.) για προστασία / διαχείριση και έρευνα / επιμόρφωση.

- **Προσφέρει οικονομικά οφέλη και συμβάλλει στην ενδυνάμωση του τοπικού πληθυσμού.** Με την αναγκαία εμπλοκή των τοπικών κοινοτήτων στην αναπτυξιακή διαδικασία (κυρίως αν ο οικότουρισμός θεωρηθεί εργαλείο τοπικής / αγροτικής ανάπτυξης), αυτόνομα ή σε σύμπραξη με εξωτοπικούς φορείς, δημιουργούνται εισοδήματα και άλλα χειροπιαστά οφέλη (αναβάθμιση υποδομών / υπηρεσιών).
- **Εκτιμά και σέβεται την τοπική κουλτούρα και τα πολιτιστικά αγαθά του τόπου προορισμού.** Εκτός από το φυσικό περιβάλλον, ο οικότουρίστας (αλλά και διάφοροι φορείς ή επιχειρήσεις που εμπλέκονται στον οικότουρισμό) ευαισθητοποιείται και συμπεριφέρεται υπεύθυνα και με σεβασμό και ως προς τα πολιτιστικά δρώμενα στο χώρο προορισμού.
- **Συμβάλλει στη στήριξη των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των δημοκρατικών κινήσεων ή δραστηριοτήτων για θεμελιώδεις ελευθερίες.** Πρόκειται για μια κοινωνικο-πολιτική διάσταση σχετική με τη συμπεριφορά του οικότουρίστα, που εκφράζει την ευαισθητοποίησή του για το πολιτικό περιβάλλον και το κοινωνικό κλίμα που επικρατεί στον τόπο που επισκέπτεται.

1.2.4. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΙ ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Για να έχουμε μία ολοκληρωμένη ανάπτυξη της έννοιας του οικότουρισμού θα πρέπει να αναφέρουμε τέλος τους σκοπούς των οποίων την υλοποίηση επιδιώκει η οικότουριστική ανάπτυξη, οι οποίοι είναι (Κομίλης Π., 2001):

1. **Παροχή οικονομικο-κοινωνικών ωφελειών στις τοπικές κοινότητες ή συμβολή στην ανάπτυξή τους.** Τα έσοδα από τον οικότουρισμό (συναλλαγματικές εισροές αλλοδαπών, δαπάνες ημεδαπών) αλλά και επενδυτικές εισροές (δημόσιες και ιδιωτικές) συμβάλλουν (i) στην τοπική οικονομία (μείωση οικονομικών ανισοτήτων, αυξημένες ευκαιρίες απασχόλησης) και (ii) στη βελτίωση τεχνικών και κοινωνικών – πολιτιστικών υποδομών και υπηρεσιών.
2. **Προαγωγή της προστασίας και αναβάθμισης φυσικών περιοχών, και γενικότερα των ποικίλων περιβαλλοντικών πόρων (φυσικών και πολιτιστικών).** Αυτό επιτυγχάνεται με τη συμβολή των τουριστικών εσόδων και των επενδυτικών δαπανών που αναφέραμε παραπάνω, αλλά και με την ενεργή συμμετοχή ορισμένων ομάδων (ντόπιων και επισκεπτών) και οργανισμών (δωρεές κ.λ.π.).

- 3. Παροχή και εξασφάλιση υπηρεσιών περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και επιμόρφωσης.** Πρόκειται για υποδομές, υπηρεσίες και σχετικά προγράμματα που πραγματοποιούνται σε ειδικές περιοχές οικοτουρισμού (ecotourism sites) με τη συμμετοχή τοπικών κοινοτήτων, οικολογικών οργανώσεων, σχολείων κ.λ.π. και αποσκοπούν στην καλύτερη δυνατή συνειδητοποίηση και εκτίμηση της σημασίας των φυσικών πόρων, όπως επίσης και στην προαγωγή αμοιβαίας κατανόησης, εμπιστοσύνης και καλών σχέσεων μεταξύ των διαφόρων ομάδων ντόπιων και επισκεπτών.
- 4. Προαγωγή και παροχή εμπειριών υψηλής ποιότητας στους επισκέπτες και στους ντόπιους κατοίκους.** Βασική προϋπόθεση να βιώσουν ή να αποκτήσουν τέτοιες εμπειρίες αποτελεί η υλοποίηση των προηγούμενων στόχων (1-3) αλλά και γενικότερα η βελτίωση των συνθηκών και της ποιότητας ζωής σε ευρύτερο πλαίσιο.
- 5. Προαγωγή της περιβαλλοντικής διαχείρισης (stewardship) για την προστασία / ανάδειξη τοπικών περιβαλλοντικών αγαθών και πόρων.** Η υλοποίηση ενός τέτοιου στόχου πραγματοποιείται μέσω αποτελεσματικών δημόσιων πολιτικών και δράσεων αλλά και μέσω ενεργειών προάσπισης και στήριξης από ντόπιους κατοίκους και τουρίστες. Μία στήριξη που υποβοηθείται και γαλουχείται από τις θετικές εμπειρίες που αποκομίζουν αυτοί από τη σχέση τους με το φυσικό περιβάλλον.

Κλείνοντας, αξίζει να συμπληρωθεί η άποψη του Wight (Clifton J. & Galley G., 2003), σύμφωνα με την οποία δύο από τους κύριους καθοδηγητικούς παράγοντες της οικοτουρισμικής ανάπτυξης δηλώνουν ότι θα πρέπει να παρέχουν όχι μόνο μακροπρόθεσμα οφέλη στην τοπική κοινότητα και βιομηχανία, αλλά επίσης πρέπει να επιτρέπουν την αλληλεπίδραση ανάμεσα σε όλα τα συμμετέχοντα μέλη, συμπεριλαμβανομένου της τοπικής κοινότητας, της κυβέρνησης, των μη-κυβερνητικών οργανισμών, της βιομηχανίας και των τουριστών.

1.3. ΤΟ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ Η ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Σύμφωνα με αυτά που έχουν αναφερθεί έως τώρα, ο οικοτουρισμός αφορά αναπτυσσόμενες χώρες με μεγάλο φυσικό και πολιτιστικό πλούτο, απομακρυσμένες απ' τα μεγάλα αστικά κέντρα, ανθρώπους με περιβαλλοντικά συνείδηση και εν γένει οικολογικά ευαισθητοποιημένους, δραστηριότητες, καταλύματα και υπηρεσίες που σχετίζονται με την φύση και όχι με την προσφορά ανέσεων στους ταξιδιώτες, και κυρίως με ταξιδιωτικούς πράκτορες που αναλαμβάνουν να καλύψουν την ζήτηση αυτή και να προσφέρουν μια αληθινή οικοτουριστική εμπειρία σε εκείνους που το επιθυμούν.

Ο βαθμός ζήτησης οικοτουριστικών πακέτων βασίζεται συνήθως στο βαθμό του εξειδικευμένου ενδιαφέροντος των καταναλωτών, με ένα μεγάλο ποσοστό οικοτουριστών παρά γενικών καταναλωτών να επιλέγουν συγκεκριμένες δραστηριότητες, και για το πρόσφατο ταξίδι τους και για το επόμενο. Δεν είναι δυνατόν να καθοριστεί ακριβώς ποιος ή τι είναι υπεύθυνο για αυτή την άνηση του ενδιαφέροντος, παρόλο που η Μελέτη για τις Απαιτήσεις της Αγοράς υποδεικνύει μια σειρά από συσχετιζόμενες τάσεις, όπως η ανάπτυξη του μαλακού ενδιαφέροντος, το αυξημένο ενδιαφέρον για περιβαλλοντικά ζητήματα, η αύξηση της δημοτικότητας για συγκεκριμένες εξωτερικές δραστηριότητες και μια αύξηση στον εκπαιδευτικό τουρισμό. Είναι φανερό ότι το ενδιαφέρον στον οικοτουρισμό αυξάνεται (Wight P., 1995α). Στη συνέχεια γίνεται μια προσπάθεια προσέγγισης της αγοράς αυτής στο γενικότερο πλαίσιο της τουριστικής βιομηχανίας και προσδιορισμού, όσο αυτό επιτρέπεται, του μεγέθους της.

1.3.1. ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού σε όλες τις μορφές του και σε διάφορες χώρες φαίνεται να έχει καταπλήξει την ίδια την τουριστική βιομηχανία. Ενώ κάποτε, σε αρχική φάση ανάπτυξης, ο οικοτουρισμός εθεωρείτο μια μικρή εξειδικευμένη αγορά που προσφέρει συγκεκριμένες δραστηριότητες, οι οποίες εστιάζονται σε «προϊόντα που προσφέρουν ειδικές εμπειρίες», τελευταία θεωρείται και προσδιορίζεται ως μια σημαντική και ευρύτερη αγορά προσφοράς φυσικών και πολιτιστικών προϊόντων (Κομίλης Π., 2001). Αυτό διαπιστώνεται από το γεγονός ότι η ζήτηση για οικοτουρισμό δεν ικανοποιείται

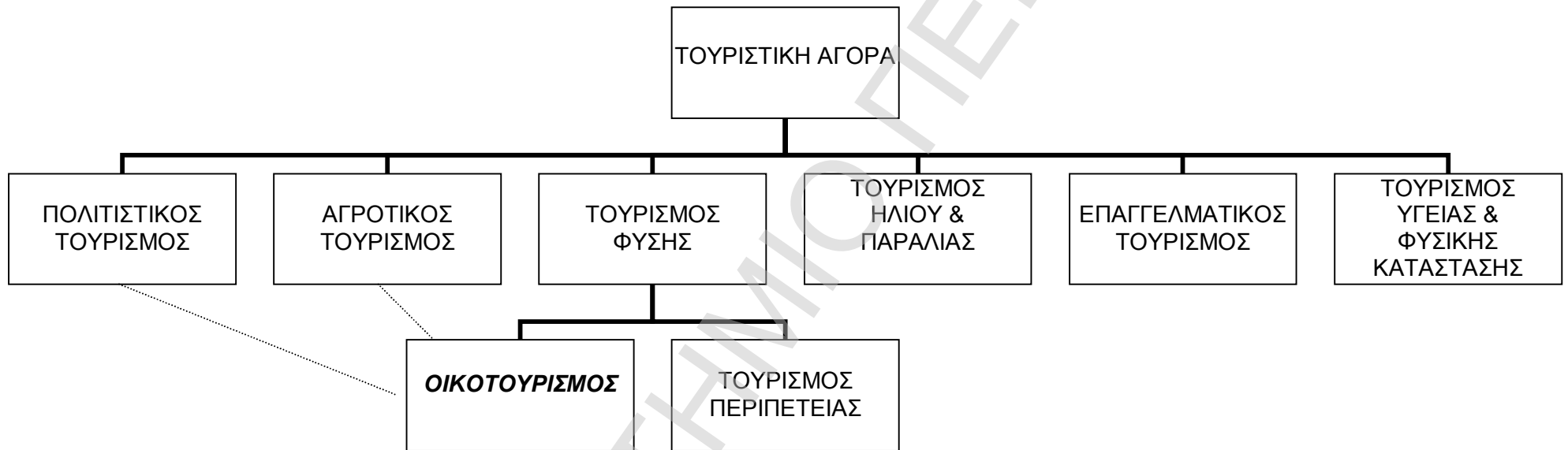
πια μόνο από μικρές και εξειδικευμένες εταιρείες ή γραφεία τουρισμού, αλλά και από μεγάλους Tour Operators.

Η έλλειψη ενός κοινά αποδεκτού ορισμού του οικοτουρισμού δημιουργεί σημαντικά προβλήματα στην ποσοτικοποίηση του μεγέθους του, ωστόσο οι περισσότεροι συγγραφείς συμφωνούν ότι η οικοτουριστική αγορά παρουσίασε ανοδική τάση και πέρασε μια περίοδο ανάπτυξης που ξεπέρασε εκείνη του ευρύτερου τουριστικού τομέα (Οικοτουριστική Κοινότητα, 1998; Scheyvens, 2002; Clifton J., 2006). Αυτό αντικατοπτρίζει παράγοντες όπως την ύπαρξη σχετικά φτηνών αεροπορικών εισιτηρίων, αυξημένο διαθέσιμο εισόδημα και ελεύθερο χρόνο στις ανεπτυγμένες χώρες, την ζήτηση για την εμπειρία της ανέγγιχτα φυσικά περιβάλλοντα σε αναπτυσσόμενες χώρες «όσο ακόμα υπάρχουν» (Hong, 1985; Clifton J., 2006) και την αυξημένη επίγνωση των κυβερνήσεων, ειδικά σε αναπτυσσόμενες χώρες, της δυνατότητας να εκμεταλλευτούν οικονομικά αυτή τη ζήτηση. Σε όλα όσο αναφέρθηκαν στον ορισμό και τους σκοπούς του οικοτουρισμού, έχει δωθεί περαιτέρω ώθηση στην ανάπτυξη του οικοτουρισμού σαν μια δραστηριότητα εναλλακτικής πηγής εισοδημάτων ώστε να διευκολυνθεί η διαχείριση του αυξανόμενου αριθμού των προστατευόμενων περιοχών που προτείνονται από διεθνή συνέδρια (Convention on Biological Diversity, 2004; Clifton J., 2006).

Επειδή ο οικοτουρισμός έχει οριστεί απ' τον σκοπό του να προστατέψει τη φύση και να συνεισφέρει στους τοπικούς κατοίκους, είναι πολύ δύσκολο να μετρηθεί. Ο οικοτουρισμός, γενικά, μελετάται σαν τουρισμός φύσης, οδηγώντας σε λάθος συμπεράσματα για το μέγεθος της αγοράς. Έρευνες για τον τουρισμό φύσης δείχνουν ότι σχεδόν το 50% της συνολικής τουριστικής αγοράς επιθυμούν να επισκεφθούν μια φυσική περιοχή κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού, κάτι που μπορεί να συμπεριλαμβάνει μια σύντομη στάση σε έναν εθνικό δρυμό. Αν και αυτό είναι ένα πολύ μεγάλο κομμάτι της αγοράς, είναι αρκετά διαφορετικό απ' τον καταναλωτή ο οποίος έχει πραγματικό κίνητρο το να ταξιδέψει σε μικρές ομάδες, να μάθει για την άγρια φύση και τον πολιτισμό από έναν τοπικό ξεναγό, και να βοηθήσει στην υποστήριξη της τοπικής προστασίας και της βιώσιμης ανάπτυξης (Wood M. E., 2002).

Αν και ο οικοτουρισμός είναι μια μικρή βιομηχανία, έχει καταφέρει να αναπτυχθεί γρήγορα μέσα σε μία περιορισμένη αγορά η οποία κυβερνάται από εμπορικές δυνάμεις και κανονισμούς. Ο οικοτουρισμός διαφημίζεται πρωταρχικά σαν μια μορφή τουρισμού που είναι αντίστοιχη του τουρισμού φύσης στον τομέα της αγοράς αυτής. Μερικές χώρες, εταιρίες και προορισμοί έχουν περιβαλλοντικές και κοινωνικές

πολιτικές και προγράμματα, ενώ κάποιες άλλες όχι. Αυτό έχει οδηγήσει σε σύγχυση παγκοσμίως σχετικά με την έννοια του όρου οικοτουρισμός όπως αυτός εφαρμόζεται στην αγορά. Σχετικά με άλλες μορφές τουρισμού, ο οικοτουρισμός μαζί με τον τουρισμό περιπέτειας αποτελούν υποκατηγορίες του τουρισμού φύσης, ενώ ο οικοτουρισμός έχει μεγαλύτερη συνάφεια με τον αγροτικό και πολιτιστικό τουρισμό απ' ότι ο τουρισμός περιπέτειας (διάγραμμα 1.3.1.). Στον οικοτουρισμό το πρωτεύον κίνητρο είναι η παρατήρηση και εκτίμηση των φυσικών και πολιτιστικών στοιχείων, ενώ στον τουρισμό περιπέτειας είναι περισσότερο η φυσική εξάσκηση και άλλες προκλήσεις μέσα σ' ένα φυσικό περιβάλλον. Από λειτουργική άποψη, ο οικοτουρισμός είναι περισσότερο ατομικός ή μικρής κλίμακας τουρισμός τον οποίο διαχειρίζονται μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις σε φυσικές περιοχές. Αντιπροσωπεύει ένα δείγμα της αγοράς το οποίο επικεντρώνεται στην ξενάγηση και φιλοξενία μικρών ομάδων σε φυσικές περιοχές και με έναν τρόπο εκπαιδευτικό, χρησιμοποιώντας επεξηγηματικό υλικό και εξειδικευμένους ξεναγούς.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.3.1.: Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΑΝ ΤΜΗΜΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

ΠΗΓΗ: WTO: Wood M. E., 2002

Το μέγεθος της αγοράς του οικοτουρισμού είναι ακόμα δύσκολο να προσδιοριστεί και λόγω της αδυναμίας καταγραφής των κινήσεων των οικοτουριστών. Έτσι, πολλοί οικοτουρίστες 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 ένα τουριστικό πακέτο (π.χ. μόνο τα εισιτήρια μετάβασης και επιστροφής) και καταγράφονται σαν τουρίστες μαζικού τουρισμού. Άλλοι οικοτουρίστες κάνουν παράλληλα με τον οικοτουρισμό και ένα άλλο είδος τουρισμό του οποίου καταγράφονται σαν πελάτες. Εξ'άλλου το μεγαλύτερο μέρος των οικοτουριστών αποτελείται από εσωτερικούς τουρίστες οι οποίοι κάνουν ατομικό ή οικογενειακό τουρισμό και δεν καταγράφονται πουθενά. Οι οικοτουρίστες οι οποίοι επισκέπτονται προστατευόμενες περιοχές είναι δυνατόν να καταγράφονται, αλλά στο σύνολο τους αποτελούν ένα μικρό μόνο κομμάτι της αγοράς του οικοτουρισμού.

Ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων στον οποίο μπορεί να πει κανείς πως υπάγεται μεταξύ άλλων και ο οικοτουρισμός αποτελεί σε παγκόσμια κλίμακα το 3% του συνολικού τουρισμού με αναμφισβήτητες όμως τάσεις αύξησης. Σε σύγκριση με το μαζικό και εναλλακτικό τουρισμό, ο οικοτουρισμός στην ευρεία του έννοια αντιπροσωπεύει το μισό περίπου του εναλλακτικού τουρισμού και το 2,5-5% του παγκόσμιου τουρισμού. Σε επιτόπιες έρευνες που έγιναν σε περιοχές που διαθέτουν τουριστικούς προορισμούς για τον οικοτουρισμό (ΗΠΑ, Καναδάς, Αυστραλία, Αγγλία, Γερμανία) τα παραπάνω ποσοστά φαίνονται αυξημένα (Σφακιανάκης Μ., 2000). Γενικά γίνεται δεκτό ότι το μέγεθος της αγοράς του Οικοτουρισμού διαφέρει σημαντικά από περιοχή σε περιοχή και εξαρτάται από την πολιτική marketing που εφαρμόζεται.

Ένας πρόχειρος υπολογισμός των παγκόσμιων οικοτουριστικών αφίξεων είναι 7% της συνολικής τουριστικής αγοράς (Lindberg, 1997: Wood M. E., 2002), ή περίπου 45 εκατομμύρια αφίξεις το 1998 και πρόβλεψη 70 εκατομμυρίων το 2010, ενώ ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού είχε ανακοινώσει το 1997 ότι ο οικοτουρισμός αξίζει \$20 δις. το χρόνο. Αξίζει ακόμα να προστεθεί και ο σημαντικός αριθμός των εγχώριων επισκεπτών στις φυσικές περιοχές. Στον πίνακα 1.3.1. φαίνεται η σημαντική αύξηση του τουρισμού φύσης και γενικότερα του τουρισμού σχετικά με την άγρια φύση, καθώς και οι οικονομικές επιπτώσεις του παγκοσμίως, την χρονική περίοδο 1988 με 1994.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.3.1.: ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ & ΔΑΠΑΝΕΣ

Συνολικές Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις	Τουρίστες Φύσης	Τουρίστες Σχετικοί με την Άγρια Φύση
1988: 393 εκατομ.	157-236 εκατομ.	79-157 εκατομ.
1994: 528,4 εκατομ.	211-317 εκατομ.	106-211 εκατομ.
Συνολικές Διεθνείς Άμεσες Οικονομικές Επιπτώσεις*	Τουρίστες Φύσης	Τουρίστες Σχετικοί με την Άγρια Φύση
1988: US\$ 388 δισ	US\$ 93-223 δισ	US\$ 47-155 δισ
1994: US\$ 416 δισ	US\$ 166-250 δισ	US\$ 83-166 δισ
* Συνολικές Διεθνείς Άμεσες Οικονομικές Επιπτώσεις = τα χρήματα που δαπανήθηκαν σε ταξίδια από τουρίστες που ταξίδεψαν στο εξωτερικό		

ΠΗΓΗ: TIES, 2000

Συγκριτικά με τον γενικότερο τουρισμό, αξίζει να αναφερθεί η περίπτωση της Κόστα Ρίκα, όπου ο τουρισμός (μεγαλύτερο κομμάτι του οποίου είναι οικοτουρισμός) δημιουργεί έσοδα που φτάνουν τα \$1000 ανά επισκέπτη, ενώ στη Γαλλία ο κλασσικός τουρισμός δίνει μόνο \$400 ανά επισκέπτη (Horizontes Nature Tours, 2002: TIES, 2005α). Στη Κοινοπολιτεία της Ντομίνικα, στη Καραϊβική, οι τουρίστες που διανυκτερεύουν σε μικρά, βασισμένα στη φύση καταλύματα ξοδεύουν 18 φορές παραπάνω απ' ότι οι επιβάτες κρουαζιέρων δαπανούν κατά τη διάρκεια μιας επίσκεψής τους σε κάποιο νησί. Το 80% των χρημάτων των all-inclusive πακέτων πηγαίνει στις αερογραμμές, τα ξενοδοχεία και άλλες διεθνείς εταιρίες. Τα οικοκαταλύματα προσλαμβάνουν και αγοράζουν τοπικά, και συνεπώς συνεισφέρουν περισσότερο, και πολλές φορές έως και το 95% των χρημάτων, στην τοπική οικονομία (Martha Honey, TIES, Οικοτουριστική Κοινότητα της Σρι-Λάνκα και The Tourism Cluster & The Competitiveness Programme, Sri Lanka, 2004; Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, 2001: TIES, 2005α).

Σε μια πρόσφατη εκτίμηση του μεγέθους της παγκόσμιας οικοτουριστικής αγοράς (Russel et al. 1996: Κομίλης Π., 2001), και παρά τα περιορισμένα στατιστικά δεδομένα διεθνώς ως προς τις διάφορες μορφές τουρισμού, ο οικοτουρισμός εκτιμάται ότι καλύπτει το 12-15% της συνολικής ταξιδιωτικής αγοράς. Στην ίδια έρευνα αναφέρεται, με βάση εκτιμήσεις του Κέντρου Ταξιδιωτικών Πληροφοριών των ΗΠΑ (US-TDC), ότι για την πενταετία 1995-2000, προβλεπόταν ότι 43 εκατομμύρια Αμερικανοί επρόκειτο να πραγματοποιήσουν ταξίδια οικοτουρισμού (Κομίλης Π., 2001).

Ο Ceballos-Lascurain (1993: TIES, 2000) αναφέρει μια πρόβλεψη του WTO (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού) σύμφωνα με την οποία ο τουρισμός φύσης παράγει το 7% των διεθνών ταξιδιωτικών δαπανών (Lindberg, 1997: TIES, 2000). Το Ινστιτούτο Παγκόσμιων Πόρων (1990) διαπίστωσε ότι ενώ ο τουρισμός, συνολικά, σημείωνε ετήσια αύξηση της τάξεως του 4%, ο τουρισμός φύσης παρουσιάζει ετήσια αύξηση μεταξύ 10% και 30% (Reingold, 1993: TIES, 2000). Στοιχεία που επιβεβαιώνουν την αύξηση αυτή μπορεί κανείς να βρει στην έρευνα του Lew (1997: TIES, 2000) για τους ταξιδιωτικούς πράκτορες στην περιοχή της Ασίας και του Ειρηνικού, οι οποίοι παρουσίασαν ετήσια ποσοστά αύξησης της τάξεως του 10% με 25% τα τελευταία χρόνια (Lindberg, 1997: TIES, 2000). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO, 1998: TIES, 2000) δήλωσε ότι ο οικοτουρισμός και όλες οι σχετικές με τη φύση μορφές τουρισμού κατέχουν περίπου το 20% των συνολικών διεθνών ταξιδιών. Ο Fillion (1992: TIES, 2000) υπογραμμίζει τις διαστάσεις της οικοτουριστικής αγοράς μέσω της χρήσης στατιστικών του γενικού τουρισμού. Ο Fillion χαρακτηρίζει τον οικοτουρισμό σαν «ταξίδι με σκοπό να χαρείς και να εκτιμήσεις τη φύση». Κατά τη γνώμη της TIES αυτό περιγράφει περισσότερο τον τουρισμό φύσης, ωστόσο η διαμάχη για τον διαχωρισμό μεταξύ των δύο αυτών μορφών τουρισμού είναι μια πραγματικότητα, η οποία οφείλεται στην λεπτή γραμμή που τις χωρίζει και ταυτόχρονα τις συνδέει. Το γεγονός αυτό δυσχεραίνει ακόμα τις στατιστικές έρευνες που προσπαθούν να εντοπίσουν και να μετρήσουν την αγορά αυτή, γι' αυτό και σε πολλές περιπτώσεις στοιχεία που αναφέρονται σε τουρισμό φύσης θα θεωρούνται στοιχεία του οικοτουρισμού. Μέσω έρευνας και ανάλυσης των κινήτρων εισερχόμενων τουριστών σε διάφορους προορισμούς του κόσμου, ο Fillion διαπίστωσε ότι το 40%-60% όλων των διεθνών τουριστών είναι τουρίστες φύσης και ότι το 20%-40% είναι τουρίστες βασισμένοι στην άγρια φύση (όπου τουρίστες φύσης ήταν οι τουρίστες που επισκέπτονταν έναν προορισμό για να ζήσουν και να χαρούν τη φύση και οι σχετικοί με την άγρια φύση τουρίστες ήταν εκείνοι που επισκέπτονταν έναν προορισμό για να παρατηρήσουν την άγρια πανίδα και χλωρίδα).

Όσον αφορά στην οικοτουριστική αγορά της Βορείου Αμερικής, τα στατιστικά στοιχεία υποδεικνύουν ότι περιλαμβάνοντας τόσο τον Καναδά όσο και τις ΗΠΑ, είναι πολύ μεγάλη. Οι πληροφορίες για το μέγεθος της αγοράς αυτής παρέχονται από διάφορες πρόσφατες έρευνες, συμπεριλαμβανομένων και των ακόλουθων:

- Μια μελέτη των εταιριών HLA/ARA (1994: Williams Lake Forest District Tourism Opportunities Study, 2001), η οποία διαπίστωσε μια δυναμική οικοτουριστική αγορά

των 13,2 εκατομμυρίων ταξιδιωτών σε μόνο επτά βασικές, κεντρικές περιοχές του Καναδά και των Ηνωμένων Πολιτειών.

- Το 1996, το 85% των Καναδών, ηλικίας 15 ετών και πάνω, δηλαδή περίπου 20 εκατομμύρια άνθρωποι, έλαβαν μέρος σε μία ή περισσότερες δραστηριότητες που σχετίζονταν με τη φύση (Infomat, 1998: Williams Lake Forest District Tourism Opportunities Study, 2001).
- Το 1997, η Έρευνα Ταξιδιού Περιπέτειας των ΗΠΑ γνωστοποίησε ότι το 50% των 196 εκατομμυρίων ενηλίκων των ΗΠΑ οι οποίοι είχαν ταξιδέψει τους προηγούμενους 12 μήνες, είχαν κάνει και διακοπές περιπέτειας, με το 47% των ταξιδιωτών να έχουν κάνει «ήπιας (soft) διακοπές» και το 3% «έντονης (hard) περιπέτειας» διακοπές (TIA, 1997: Williams Lake Forest District Tourism Opportunities Study, 2001).
- Μια κοινή έρευνα των κρατικών υπηρεσιών και της Ένωσης Κατασκευαστών Αθλητικών Ειδών διαπίστωσε ότι 54 εκατομμύρια Αμερικάνοι έλαβαν μέρος στη δραστηριότητα birdwatching το 1994 (Gustaitis, 1997: Williams Lake Forest District Tourism Opportunities Study, 2001).

Είναι προφανές ότι περαιτέρω έρευνα είναι απαραίτητη σχετικά με την οικοτουριστική αγορά, ώστε να καθοριστεί καλύτερα η αναλογία της τεράστιας και συνεχώς αυξανόμενης αγοράς του τουρισμού φύσης που είναι πιο πιθανό να ανταποκριθεί σε κοινωνικές και περιβαλλοντικές προσεγγίσεις και είναι διατεθημένη να πληρώσει γι' αυτές. Η έρευνες δείχνουν ότι ενώ οι καταναλωτές υποστηρίζουν περιβαλλοντικά θέματα, τελικά είναι πιο ενθουσιώδεις στην έκφραση του ενδιαφέροντός τους στις έρευνες παρά στο να αγοράσουν πράσινα προϊόντα (Ackerstein & Lemon, 1999: Wood M. E., 2002). Οι μελλοντικές έρευνες αγοράς θα πρέπει, συνεπώς, να διαχωρίσουν τον τουρισμό φύσης απ' τον οικοτουρισμό, κάτι το οποίο απαιτεί πιο εξεζητημένα ερευνητικά όργανα τα οποία να εξετάζουν τον τρόπο ζωής των καταναλωτών και την διάθεσή τους να πληρώσουν για προσπάθειες περιβαλλοντικής και κοινωνικής βιωσιμότητας, και όχι μόνο για τις δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχουν. Το ερώτημα που παραμένει είναι το πόσοι τουρίστες τον 21^ο αιώνα θα είναι πρόθυμοι να πληρώσουν για περιβαλλοντικά και κοινωνικά σχεδιασμένα οικοτουριστικά προγράμματα. Τέτοιου είδους έρευνες θα μπορέσουν να βοηθήσουν τους επαγγελματίες στο να σχεδιάσουν κατάλληλα προγράμματα γι' αυτή την αγορά.

1.3.2. ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ- ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Τα οικοτουριστικά προϊόντα αποτελούνται από αγαθά και υπηρεσίες που έχουν πηγές το φυσικό περιβάλλον και το ντόπιο πληθυσμό του τουριστικού προορισμού και το είδος τους όπως και η ποιότητά τους είναι ανάλογη του είδους και της ποιότητας των πηγών τους. Γενικό χαρακτηριστικό των οικοτουριστικών προϊόντων είναι ότι κυριαρχεί η άυλη πλευρά τους έναντι της υλικής. Ένας οικοτουρίστας δεν επιδιώκει υπηρεσίες διαμονής και διατροφής υψηλής ποιότητας όπως κάνει ένας τουρίστας μαζικού τουρισμού. Ενδιαφέρεται περισσότερο να γνωρίσει το φυσικό περιβάλλον, να το μελετήσει και να το μάθει, να αποκτήσει εμπειρίες από την προσωρινή του συμβίωση με αυτό, να ικανοποιήσει τις τυχόν περιέργειές του και να χαρεί αυτά που του στερεί το αστικό περιβάλλον μέσα στο οποίο ζει. Σαν αντιπροσωπευτικά οικοτουριστικά προϊόντα μπορούν να αναφερθούν τα παρακάτω (Κομίλης Π., 2001):

- Η απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος, του ανοικτού χώρου, του καθαρού αέρα και του φυσικού και ζωικού κόσμου.
- Η επαφή και επιτόπια γνωριμία με χαρακτηριστικά φυσικά τοπία και τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (βουνά, λίμνες, ποτάμια, δάση, φαράγγια, δρυμοί, σπήλαια, υδροβιότοποι κ.λ.π.) όπως και με πολιτιστικά μνημεία της υπαίθρου.
- Επαφή και επιτόπια γνωριμία με τη χλωρίδα και πανίδα του τόπου, κυρίως την σπάνια και πρωτόγνωρη και με τα στοιχεία της άγριας ζωής.
- Η ηρεμία και η ησυχία που προσφέρει το φυσικό περιβάλλον.
- Η επώνυμη επαφή οικοτουριστών και ντόπιου πληθυσμού και η γνωριμία τοπικών κοινωνιών.
- Η δυνατότητα σωματικής άσκησης και η συμμετοχή ή η παρατήρηση αθλοπαιδιών (περιπατητικός τουρισμός, τουρισμός αθλημάτων Υπαίθρου, ποδηλασία, ιππασία, κ.λ.π.).
- Η συμμετοχή σε έρευνες και μελέτες που αφορούν το φυσικό περιβάλλον.
- Η ικανοποίηση της θέλησης, πολλών οικοτουριστών να συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος αντιπροσωπεύοντας με τη συμμετοχή τους στον οικοτουρισμό τα άτομα ή τις ομάδες ανθρώπων που έχουν ευαισθητοποιηθεί για το περιβάλλον και τα προβλήματά τους.

Πολλές από τις δραστηριότητες που έχουν συμπεριληφθεί υπό την ετικέτα «οικοτουρισμός» υπήρχαν προτού ο όρος εφευρεθεί. Η επιτυχημένη εξέλιξη του όρου «οικοτουρισμός» (με την έννοια που χρησιμοποιείται ευρέως τώρα) σχετίζεται με τρία

βασικά ζητήματα. Πρώτον, αποτελεί αντίδραση ενάντια στις αρνητικές επιπτώσεις με συνδέονται με τον μαζικό τουρισμό. Για παράδειγμα, ο Glasson et al (1995: Orams M., 2001) και άλλοι δήλωσαν ότι «Ο τουρισμός περιέχει τους σπόρους της καταστροφής του – ο τουρισμός μπορεί να σκοτώσει τον τουρισμό, καταστρέφοντας τα περιβαλλοντικά αξιοθέατα τα οποία επισκέπτονται οι τουρίστες σε μια τοποθεσία προκειμένου να τα βιώσουν». Δεύτερον, ο όρος αναπτύχθηκε ως ανταπόκριση στην ανάπτυξη του τουρισμού βασιζόμενο στα περιβαλλοντικά φυσικά αξιοθέατα και τρίτον, ως αποτέλεσμα της αυξανόμενης κατανόησης και αποδοχής των αρχών της περιβαλλοντικής συντήρησης και βιωσιμότητας (Orams M., 2001).

Οι δραστηριότητες οικοτουρισμού παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλία, καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα περιβαλλοντικών πόρων. Όλες αυτές οι δραστηριότητες συναρτώνται με εμπειρίες, που βασίζονται και εξαρτώνται από τα χαρακτηριστικά και τις συνθήκες κάθε χώρου οικοτουρισμού. Οι προκαλούμενες εμπειρίες μπορούν να διακριθούν σε δύο κατηγορίες:

- Άμεσες εμπειρίες, που σχετίζονται με την ενεργό συμμετοχή του επισκέπτη σε διάφορες δραστηριότητες (π.χ. υπαίθριας αναψυχής) ή κοινωνικά-πολιτιστικά δρώμενα.
- Έμμεσες εμπειρίες ή συχνά αποκαλούμενες «υποκατάστατες (substitution) δραστηριότητες και αισθητικές εμπειρίες». Στην περίπτωση αυτή ο οικοτουρίστας δεν αποκομίζει εμπειρίες από ενεργό συμμετοχή σε δραστηριότητες ή από άμεση κατανάλωση φυσικών ή πολιτιστικών πόρων, αλλά απολαμβάνει τους πόρους μέσω ορισμένων μορφών αναπαράστασης (φωτογράφιση) ή παρατήρησης της πανίδας και χλωρίδας.

Οι μορφές οικοτουρισμού συναρτώνται με συγκεκριμένους τόπους ή χώρους, τα είδη περιβαλλοντικών πόρων που διαθέτουν και τις διάφορες δραστηριότητες που ασκούνται σε αυτούς τους χώρους. Σχετικά με το χωρικό πλαίσιο, διακρίνουμε αφενός μορφές που αναπτύσσονται σε φυσικές περιοχές ή σε απομακρυσμένες, άθικτες και συνήθως ακατοίκητες περιοχές (ορεινές αλλά και νησιωτικές/παρακτίες), αφετέρου μορφές που αναπτύσσονται σε σχέση με αγροτικούς/παραδοσιακούς οικισμούς και τις ασκούμενες δραστηριότητες (παραγωγικές, πολιτιστικές) του τοπικού πληθυσμού.

- Στην πρώτη περίπτωση έχουμε μορφές που αφορούν: (i) ταξίδια/επισκέψεις για παρατήρηση (φωτογράφιση, βιντεοσκόπηση) και αναγνώριση/κατανόηση χαρακτηριστικών και ιδιοτήτων των φυσικών πόρων και της άγριας ζωής (βλέπε παραπάνω για τον τουρισμό άγριας ζωής), (ii) ταξίδια περιπέτειας (adventure travels) και δραστηριότητες που απαιτούν φυσικό σφρίγος/αντοχή (π.χ. καταδύσεις,

διασχίσεις φαραγγίων κλπ.) (iii) ταξίδια υπαίθριας αναψυχής και ήπιας μορφής δραστηριοτήτων σε άθικτο (unspoiled) περιβάλλον.

- Στη δεύτερη περίπτωση, οι σχετικές μορφές αφορούν: (i) ταξίδια με «ανθρωπολογικά κίνητρα», δηλ. με κύρια έλξη το ανθρωπογενές περιβάλλον: γνωριμία ντόπιων/ιθαγενών κατοίκων και παρατήρηση ή συμμετοχή σε ασκούμενες δραστηριότητες και πολιτιστικές εκδηλώσεις, (ii) ταξίδια με βασικό κίνητρο της προσωπική ανανέωση/αναζωογόνηση και με ενδιαφέροντα επικεντρωμένα σε βιολογικά/οικολογικά προϊόντα διατροφής και υγείας (π.χ. φαρμακευτικά βότανα) και (iii) ταξίδια γνωριμίας της φύσης του αγροτικού χώρου με περιηγήσεις (π.χ. караβάνια αλόγων), επισκέψεις (οικομουσείων, βοτανικών κήπων κλπ) και παραμονή σε φάρμες/αγροκτήματα. Οι περιπτώσεις (ii) και (iii) σχετίζονται και με τον αγροτουρισμό ή τον τουρισμό της φάρμας (farm tourism) (Κομίλης Π., 2001).

Με βάση τις διαστάσεις και τα χαρακτηριστικά του οικοτουριστικού προϊόντος, αλλά και τις προτιμήσεις, ανάλογα με την ηλικία, την κοινωνική τάξη, την περιβαλλοντική συνείδηση, τις ανάγκες, κλπ κάθε οικοτουρίστα, ξεχωρίζουν συγκεκριμένες δραστηριότητες οι οποίες φαίνεται να είναι ιδιαίτερα διαδεδομένες. Συγκεκριμένα, σε έρευνες που έχουν γίνει κατά καιρούς στους οικοτουρίστες της Βορείου Αμερικής, η πεζοπορία (trekking), η παρατήρηση πουλιών (bird-watching), η κατασκήνωση στην φύση ή και ένας απλός περίπατος είναι μερικές απ' τις δραστηριότητες που έχουν μεγάλη απήχηση στους οικοτουρίστες (πίνακας 1.3.2.)

Σχετικά, τέλος, με τις οικοτουριστικές υποδομές, ο οικοτουρισμός σαν αειφορική, ήπια και μικρού μεγέθους εναλλακτική μορφή τουρισμού, χρειάζεται ελάχιστη ή και καθόλου υποδομή. Οι οικοτουρίστες χρησιμοποιούν (αν χρησιμοποιούν) την υπάρχουσα υποδομή της υπαίθρου, αυτή που χρησιμοποιούν οι κάτοικοι των φυσικών περιοχών ή την υποδομή άλλων μορφών τουρισμού (ορειβατικού, αγροτικού, περιπατητικού) (Σφακιανάκης Μ, 2000). Έτσι, ένας οικοτουρίστας μπορεί να διαμείνει:

- Στη φύση, χωρίς στέγη, χρησιμοποιώντας ατομικά αντίσκηνα, υπνόσακκους σε κρεμαστά κρεβάτια / δίκτυα.
- Κάτω από προσωρινή στέγη, σε αγροτικές καλύβες και υπόστεγα.
- Κάτω από κανονική στέγη σε αγροτικά σπίτια, σε αγροτικούς ξενώνες και εξοχικά ξενοδοχεία.
- Σε κανονικά ξενοδοχειακά καταλύματα έξω ή πλησίον από τις φυσικές περιοχές και να εξορμά απο εκεί στη φύση για οικοτουριστικές δραστηριότητες. Η περίπτωση

αυτή είναι η συνηθισμένη όταν οι τουρίστες είναι ηλικιωμένοι ή όταν δεν επιθυμούν το στοιχείο της περιπέτειας που ενυπάρχει στον Οικοτουρισμό.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.3.2.: ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΟΥΝ ΟΙ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΜΕΡΙΚΗΣ

ΕΡΕΥΝΑ	ΠΡΟΤΙΜΗΤΕΕΣ/ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
HLA/ARA (1994)-δραστηριότητες που θα προτιμούσαν οικοτουρίστες γενικού ενδιαφέροντος στο επόμενο ταξίδι τους	<ul style="list-style-type: none"> • Πεζοπορία (hiking) • Περιήγηση (touring) • Camping • Λεμβοδρομία (boating) • Περίπατος (walking) • Ψάρεμα • Τοπίο άλλο, εκτός από βουνό/ωκεανό • Κολύμπι • Άλλες δραστηριότητες στο νερό • Τοπικός πολιτισμός • Ποδηλασία • Παρατήρηση άγριας πανίδας/χλωρίδας • Σκι
HLA/ARA (1994)- δραστηριότητες που θα προτιμούσαν έμπειροι οικοτουρίστες στο επόμενο ταξίδι τους	<ul style="list-style-type: none"> • Πεζοπορία • Rafting • Ποδηλασία • Camping • Παρατήρηση άγριας πανίδας/χλωρίδας • Kayaking • Τοπίο άλλο, εκτός από βουνό/ωκεανό • Canoeing • Ψάρεμα • Τοπικός πολιτισμός • Backpacking • Περιήγηση
Russell et al (1995)-πιό διαδεδομένες δραστηριότητες πελατών σε οικο-καταλύματα	<ul style="list-style-type: none"> • Ερμηνεία της φύσης • Περιηγήσεις στην άγρια φύση • Bird watching • Ski σε πλαγιά
Saleh & Karwacki (1996)-δραστηριότητες στις οποίες λαμβάνουν μέρος συχνά	<ul style="list-style-type: none"> • Πεζοπορία • Canoeing • Ski μετά φυσικών εμποδίων • Bird watching • Σαφάρι/εσδρομές με όχημα
TIA (1997)-πιό διαδεδομένες ήπιες περιπέτεια δραστηριότητες	<ul style="list-style-type: none"> • Camping • Πεζοπορία • Ποδηλασία • Bird/animal watching • Ιππασία • Canoeing • Θαλάσσιο ski • Χειμερινό ski • Περιηγήσεις σε άγρια τοπία με 4X4 • Ιστιοπλοΐα • Σαφάρι για φωτογράφιση • Επίσκεψη ράντσων

ΠΗΓΗ: Williams Lake Forest District Tourism Opportunities Study, 2001

1.3.3. Η ΖΗΤΗΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ

Η αρχική ζήτηση για οικοτουρισμό εμφανίστηκε στη Βόρεια Αμερική περίπου έναν αιώνα πριν, όταν μεγάλος αριθμός επισκεπτών έρχισε να συρρέει σε εθνικούς δρυμούς με σκοπό να ζήσει τη φύση και το τοπίο. Σήμερα, η ζήτηση για οικοτουριστικές εμπειρίες συνεχίζει να μεγαλώνει, εκφράζοντας τις σύγχρονες περιβαλλοντικές και κοινωνικές τάσεις (Williams Lake Forest District Tourism Opportunities Study, 2001).

Ένα από τα λίγα σημεία στα οποία οι συγγραφείς και οι ερευνητές συμφωνούν είναι το γεγονός ότι η οικοτουριστική αγορά είναι μία απ' τις γρηγορότερα αναπτυσσόμενες αγορές του τουρισμού (Development Consulting Limited, 1991; Cook, Stewart, και Repass, 1992; Laarman και Durst, 1993; Parker, 1993; Wight P., 1995α). Οι αφοσιωμένοι στη προστασία του περιβάλλοντος, οι αγορές του τουριστικού εμπορίου και οι γενικοί καταναλωτές ενδιαφέρονται για προϊόντα τα οποία είναι περιβαλλοντικά ευαίσθητα ή ευεργετικά (Wright, 1991; Cook, Stewart και Repass, 1992; Wight, 1993; Wight P., 1995α). Η σημασία της οικοτουριστικής αγοράς γίνεται καλύτερα αντιληπτή αν κανείς αναλογιστεί το καθολικό αυτό ενδιαφέρον σε σχέση με τις συνεχώς μεταβαλλόμενες ταξιδιωτικές προτιμήσεις των καταναλωτών.

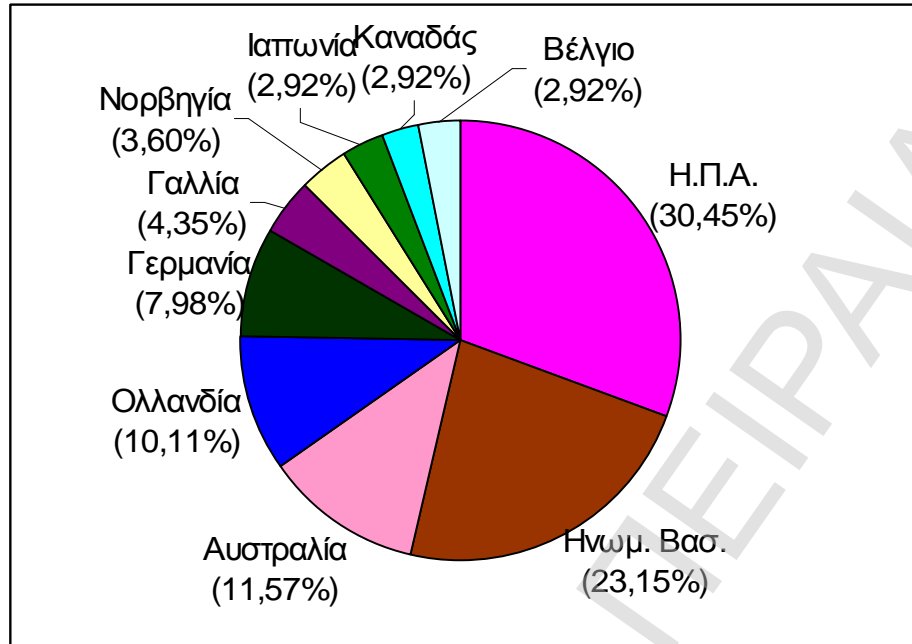
Σύμφωνα με έρευνες μέτρησης του μεγέθους του οικοτουρισμού, από το 1990 παρουσιάζεται αύξηση των οικοτουριστών της τάξεως του 20 με 34% ανά έτος (Mastny, 2001: TIES, 2005α). Το 2004 ο οικοτουρισμός και ο τουρισμός φύσης αυξανόταν παγκοσμίως 3 φορές γρηγορότερα απ' την τουριστική βιομηχανία συνολικά (WTO, 2004: TIES, 2005α). Ο τουρισμός που βασίζεται στα θέρετρα sun-and-sea έχει πλέον «ωριμάσει» σαν αγορά και η ανάπτυξή του προβλέπεται να παραμείνει επίπεδη. Αντίθετα, ο «βιωματικός» τουρισμός, ο οποίος συμπεριλαμβάνει τον οικοτουρισμό, τον τουρισμό φύσης, τον πολιτιστικό τουρισμό και τον ήπιο τουρισμό περιπέτειας, καθώς επίσης και υποκατηγορίες όπως ο αγροτικός και κοινοτικός τουρισμός, είναι ανάμεσα στους τομείς που αναμένονται να αναπτυχθούν γρήγορα μέσα στις επόμενες δύο δεκαετίες (WTO, 2001: TIES, 2005α).

Σύμφωνα με Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO), οι οικοτουριστικές δραστηριότητες έχουν εξαπλωθεί ραγδαία μέσα στις τελευταίες δύο δεκαετίες σε παγκόσμια κλίμακα, ενώ περαιτέρω ανάπτυξη αναμένεται στο μέλλον (WTO, 2000: Khan M., 2003). Ωστόσο, οικονομικά στοιχεία που σχετίζονται με αυτές παραμένουν

σπάνια. Η δυνητική αγορά του οικοτουρισμού στις ΗΠΑ είναι 43 εκατομμύρια, με τα 8 να είναι ενήλικες οι οποίοι έχουν ήδη κάνει ένα οικοτουριστικό ταξίδι και τα 35 ενήλικες που είναι πιθανόν να πραγματοποιήσουν ένα στα επόμενα χρόνια. Ο τουρισμός φύσης υπολογίστηκε πως παρουσίασε ανάπτυξη μεταξύ 20% και 25% απ' το 1990 μέχρι το 1995, ενώ οι τουρίστες που προτιμούν τέτοιου είδους διακοπές ξόδεψαν \$14 δις ετησίως. Ο τουρισμός το 1991 κάλυπτε περίπου το 10% της αγοράς ενώ το 1993 οι πωλήσεις διεθνών οικοτουριστικών πακέτων στις ΗΠΑ άγγιξαν περίπου το \$1,4 δις και το 1994 η αγορά υπολογίστηκε στα \$1,5 δις περίπου. Η οικοτουριστική αγορά, ήδη απ' το 1995 είχε προβλεφθεί πως θα παρουσιάσει ανάπτυξη της τάξεως του 8 με 10% (Monitar Company 1995: Khan M., 2003). Η Οικοτουριστική Κοινότητα (1992, 1998: Khan M., 2003) ανέφερε εκτεταμένη ανάπτυξη στον αριθμό των αφίξεων σε αναπτυσσόμενες χώρες με σκοπό φυσικές και άλλες παρόμοιες εμπειρίες. Μέρη όπως τα νησιά Γκαλαπάγκος, το Μπελίτζ, η Κόστα Ρίκα, το Νεπάλ, η Κένυα, τα οποία προσελκύουν οικοτουρίστες, έχουν σημειώσει σημαντική αύξηση στον αριθμό των αφίξεων (Khan M., 2003).

Στην Αυστραλία και τη Νέα Ζηλανδία, το 32% των επισκεπτών αναζητούν το σκηνικό, τα άγρια φυτά και την άγρια ζωή, ως μέρος του ταξιδιού τους. Στην Αφρική, το 80% των τουριστών που επισκέφτηκαν χώρες σε αυτή την ήπειρο αναγνώρισαν την άγρια ζωή ως το κύριο κίνητρο. Στη Βόρειο Αμερική, το 69-88% των Ευρωπαίων και των Κινέζων ταξιδιωτών θεώρησαν την άγρια ζωή και την παρατήρηση των πουλιών ως τα σημαντικότερα στιγμιότυπα της επίσκεψής τους. Στη Λατινική Αμερική, το 50-79% των επισκεπτών ισχυρίστηκαν ότι οι επισκέψεις σε προστατευμένες περιοχές αντιπροσώπευαν ένα σημαντικό παράγοντα για την επιλογή τέτοιων προορισμών. Στην Αμερική, πάνω από 100 εκατομμύρια άνθρωποι συμμετείχαν σε δραστηριότητες άγριας ζωής, εκ των οποίων τα 76.5 εκατ. σχετίζονταν με την άγρια ζωή και τα 24.7 εκατ. εκδήλωσαν ενδιαφέρον για την παρακολούθηση πουλιών. Αυτό παρήγαγε πάνω από 20 εκατ. δολάρια στην οικονομική δραστηριότητα με μια ανάπτυξη 30% ανά έτος (Diamantis D., 1999).

Ένα σημαντικό κομμάτι της οικοτουριστικής αγοράς αποτελούν οι trekkers. Πράγματι, από έρευνες γίνεται αντιληπτό το ενδιαφέρον πολλών καταναλωτών να επισκεφθούν φυσικά τοπία τα οποία ενδείκνυνται για την συγκεκριμένη οικοτουριστική δραστηριότητα όπως η Αυστραλία, το Νεπάλ και η Ινδονησία. Στο διάγραμμα 1.3.2. μπορεί να διαπιστωθεί πως, όπως και στις περισσότερες δραστηριότητες υπαίθρου, έτσι και στην πεζοπορία οι οικοτουρίστες των ΗΠΑ παρουσιάζουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον κι έτσι αποτελούν το σημαντικότερο κομμάτι αυτής της αγοράς.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.3.2.: ΟΙ ΔΕΚΑ ΠΡΩΤΕΣ ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΤΩΝ «TREKKERS»

ΠΗΓΗ: Holden A. & Sparrowhawk J., 2002

Πολύ σημαντικό κομμάτι της οικοτουριστικής αγοράς φαίνεται επίσης να αποτελεί και η γενιά των «baby-boomers», κοινωνική ομάδα μιας εποχής που σημειώθηκαν τεράστιοι αριθμοί γεννήσεων, λίγο μετά τον 2^ο παγκόσμιο πόλεμο. Η γενιά αυτή παρουσιάζει έναν πολύ δελεαστικό στόχο στην ανάπτυξη και προώθηση των ταξιδίων ανακάλυψης και των προϊόντων τουρισμού περιπέτειας (Foot & Stoffman, 1996; Muller & Cleaver, 2000: Cleaver M. & Muller T., 2002). Όσο οι baby-boomers πλησιάζουν και μπαίνουν την συμβατική ηλικία της σύνταξης, ο τουρισμός, γενικά, αναμένεται να αυξηθεί στα άτομα της γενιάς αυτής (Blazey, 1992; Cleaver, 1996; Muller, 1994: Cleaver M. & Muller T., 2002). Κατά συνέπεια, αυτό σηματοδοτεί ένα λαμπρό μέλλον για τον οικοτουρισμό και την ανάπτυξη νέων οικοτουριστικών προϊόντων.

Σχετικά με την ζήτηση του οικοτουρισμού στην Ευρώπη, λίγες πληροφορίες είναι διαθέσιμες σχετικά με τα ενδιαφέροντα των Ευρωπαίων ή τη συμπεριφορά απέναντι στα ταξίδια φύσης και τον οικοτουρισμό, παρόλο που είναι μια ζωτικής σημασίας τουριστική αγορά. Έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Αυστραλία (Blamey, 1998: Wood M. E., 2002) για τον εισερχόμενο τουρισμό φύσης δείχνει ότι ένα υψηλό ποσοστό Γερμανών (20%), Ελβετών (23%) και Σκανδηναβών (18%) τουριστών έδειξαν ενδιαφέρον για την Αυστραλία επειδή διαθέτει υπαίθριες δραστηριότητες στη φύση. Το ενδιαφέρον της Ευρωπαϊκής αγοράς στα ταξίδια φύσης ξεπερνούν οποιαδήποτε άλλη εισερχόμενη αγορά, συμπεριλαμβανομένης και αυτής των ΗΠΑ και του Καναδά. Το γεγονός αυτό δείχνει ξεκάθαρα ότι η Ευρώπη θα αποτελέσει μια

σημαντική αγορά εξερχόμενου τουρισμού φύσης, εφόσον η έρευνα για την Ευρωπαϊκή αγορά αναγνωρίσει τον τουρισμό φύσης και τον οικοτουρισμό σαν κατηγορία για έρευνα.

Στην Αυστραλία, ο πληθυσμός αποτελείται κατά το 27,6% από «σίγουρους οικοτουρίστες», από «πιθανούς οικοτουρίστες» σε ποσοστό 29%, από «ενδεχόμενους οικοτουρίστες» κατά 10,2% και από «μη-οικοτουρίστες» κατά 33,2% (Οργανισμός Τουρισμού του Queensland: Cleaver M., 2002). Αν και το ένα τρίτο των Αυστραλιανών δεν παρουσιάζουν κανένα ενδιαφέρον για τον οικοτουρισμό, είναι ενθαρρυντικό για την βιομηχανία του οικοτουρισμού ότι το 28% αυτών είναι πολύ πιθανό να απολαύσουν σύντομα οικοτουριστικά προϊόντα. Το υπόλοιπο 40% του πληθυσμού ενδιαφέρεται κυρίως για προϊόντα που ικανοποιούν τα οικοτουριστικά τους ενδιαφέροντα και, αν και μερικοί μπορεί να έχουν ήδη μια οικοτουριστική εμπειρία, συνολικά αντιπροσωπεύουν μια πολύ ελκυστική αγορά για τους οικοτουριστικούς πράκτορες.

Όσον αφορά στη ζήτηση που παρατηρείται από τους πιθανούς καταναλωτές, περισσότεροι απ' τα δύο τρίτα των Αμερικανών και Αυστραλών ταξιδιωτών, καθώς και το 90% των Βρετανών τουριστών, θεωρούν την ενεργό προστασία του περιβάλλοντος, συμπεριλαμβανομένης της υποστήριξης των τοπικών κοινωνιών, μέρος των υποχρεώσεων ενός ξενοδοχείου. Στην Ευρώπη το 20 με 30% των ταξιδιωτών γνωρίζουν τις ανάγκες και τις αξίες του βιώσιμου τουρισμού, το 10 με 20% αναζητούν «πράσινες» εναλλακτικές για τις διακοπές τους και το 5 με 10% απαιτούν «πράσινες» διακοπές (Herbert Hamel, Ecotrans, 2004: TIES, 2005α). Στη Γερμανία, το 65% (39 εκατομμύρια) ταξιδιωτών περιμένουν περιβαλλοντική ποιότητα στον προορισμό, ενώ το 42% (25 εκατομμύρια) «πιστεύουν ότι είναι ιδιαίτερα σημαντικό να βρουν περιβαλλοντικά-φιλική διαμονή» (Ecotrans, 2002: TIES, 2005α).

Σύμφωνα με έρευνα, η οποία αναφέρεται στα ετήσια στατιστικά στοιχεία για τον οικοτουρισμό της Διεθνούς Οικοτουριστικής Κοινότητας (TIES, 2005α), και η οποία πραγματοποιήθηκε σε πιθανούς Βρετανούς ταξιδιώτες, σχεδόν οι μισοί απ' αυτούς που ρωτήθηκαν απάντησαν ότι θα ήταν πιο πιθανό να ταξιδέψουν με μια «εταιρία η οποία θα είχε έναν γραπτό κώδικα που θα εξασφάλιζε τις καλές εργασιακές συνθήκες, που θα προστάτευε το περιβάλλον και θα ενίσχυε τοπικές αγαθοεργίες στον τουριστικό προορισμό...Ο ηθικός τουρισμός δίκαια θα είναι ένα σημαντικό θέμα στη νέα χιλιετία» (Tearfund, 2000: TIES, 2005α). Έρευνα στους Αμερικάνους, Βρετανούς και Αυστραλούς ταξιδιώτες αποκάλυψε ότι το 70% αυτών θα πλήρωναν μέχρι και \$150 παραπάνω για μια διαμονή δυο εβδομάδων σε ξενοδοχείο με μια «υπεύθυνη

περιβαλλοντική συμπεριφορά» (Travelbiz, 2002: TIES, 2005α). Στο Ηνωμένο Βασίλειο το 87% των ερωτηθέντων απάντησαν ότι οι διακοπές τους δεν θα έπρεπε να καταστρέφουν το περιβάλλον, ενώ το 39% είπαν πως ήταν διατεθειμένοι να πληρώσουν μέχρι και 5% παραπάνω για ηθικές εγγυήσεις (MORI, 2002) (WTO, 2001: TIES, 2005α).

Ο Lindberg (1991: Wight P., 1995α) διαπίστωσε ότι συνολικά ο τουρισμός έχει παρουσιάσει ετήσια αύξηση της τάξεως του 4%, όμως ο τουρισμός φύσης αυξάνεται κατά 10% με 30% κάθε χρόνο. Στο Νεπάλ, για παράδειγμα, έχει συντελεστεί μια έκρηξη του τουρισμού οδοιπορίας (trekking) κατά τη διάρκεια των τελευταίων δύο δεκαετιών. Συγκεκριμένα, από το 1980 μέχρι το 1991, ο αριθμός των trekkers αυξήθηκε κατά 255% (από 27.478 που ήταν το 1980, έφτασαν τους 70,000 το 1991), περισσότεροι απ' το 50% των οποίων επισκέφτηκαν την περιοχή Annapurna (Gurung και de Coursey, 1994: Wight P., 1995α). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) είχε προβλέψει ότι μέχρι το 2000 το μεγαλύτερο μέρος της κατά 86% αύξησης των παγκοσμίων τουριστικών εισπράξεων θα προέρχεται από ενεργές μορφές μορφές τουρισμού όπως τουρισμό περιπέτειας, φύσης, πολιτιστικό τουρισμό, κλπ (Reingold, 1993: Wight P., 1995α). Άλλες μελέτες των Oelrichs και Prossner (1992: Wight P., 1995α) προβλέπουν αύξηση του τουρισμού φύσης κατά 25% με 30% ετησίως, ενώ ακολουθούν ο τουρισμός περιπέτειας και ο πολιτιστικός τουρισμός, με αύξηση από 10% με 15%. Αν και ακόμα κρίνεται απαραίτητη η περαιτέρω τεκμηρίωση τέτοιων ποσοστών, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η ζήτηση αυξάνεται ραγδαία. Σε μελέτη των HLA/ARA, το 77% των καταναλωτών είχαν ήδη πραγματοποιήσει κάποιο ταξίδι που περιελάμβανε δραστηριότητες σχετικές με τη φύση, την υπαίθρια περιπέτεια, ή την εκμάθηση για έναν άλλο πολιτισμό στην επαρχία ή την άγρια φύση, ενώ από τους υπόλοιπους 23% , όλοι εκτός από έναν δήλωσαν ότι τους ενδιέφερε να κάνουν ένα τέτοιου είδους ταξίδι.

1.3.4. ΟΙ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ

Η κοινή πεποίθηση, καθώς επίσης και ένα μεγάλο μέρος της έρευνας μέχρι σήμερα, υποστηρίζουν ότι οι τροπικές και αναπτυσσόμενες χώρες είναι οι πρωταρχικοί προορισμοί για την οικοτουριστική αγορά. Ο Yee (1992: Wight P., 1995β), σε μια μελέτη των τουριστικών πρακτόρων του τουρισμού φύσης στη Βόρεια Αμερική, διαπίστωσε ότι η Βόρεια Αμερική αποτέλεσε μόνο το 13% από 48 προορισμούς που

υπήρχαν στα ταξιδιωτικά πακέτα. Δεδομένου ότι αυτά τα συμπεράσματα είναι βασισμένα σε ένα πολύ μικρό δείγμα, δεν πρέπει να γενικευθούν για όλους τους οικοτουρίστες. Τα συμπεράσματα μπορούν να είναι ενδεικτικά παρά αντιπροσωπευτικά των βορειοαμερικάνων πρακτόρων. Ωστόσο, τα συμπεράσματα τόσο του Yee όσο και των Ingram και Durst (1989: Wight P., 1995β) δείχνουν ότι μέχρι και τέσσερα χρόνια πριν το προσανατολισμένο στη φύση ταξιδιωτικό εμπόριο της Αμερικής δεν έβλεπε τη Βόρεια Αμερική σαν πρωτεύον προορισμό για τους πελάτες του. Στα αντίθετα συμπεράσματα κατέληξε η μελέτη των HLA/ARA, όπου μέλη του τουριστικού εμπορίου κλήθηκαν να απαντήσουν σχετικά με τους προορισμούς των τριών κορυφαίων, γι' αυτούς, τουριστικών πακέτων φύσης/περιπέτειας/πολιτισμού. Διαπιστώθηκε ότι η ζήτηση για προορισμούς του Πρώτου Κόσμου ήταν υψηλή, κατέχοντας το 48% των συνολικών πακέτων στις Ηνωμένες Πολιτείες και το 37% στον Καναδά. Η Έρευνα Ζήτησης Αγοράς ρώτησε τους καταναλωτές σχετικά με το μέρος των τελευταίων οικοτουριστικών διακοπών τους όπου και πάλι, οι προορισμοί της Βορείου Αμερικής ξεχώρισαν και μόνο ένα μικρό ποσοστό των γενικών καταναλωτών επέλεξαν πιά εξωτικούς προορισμούς, όπως η Νότια και η Κεντρική Αμερική, η Αφρική ή η Ασία.

Στην αγορά της Βορείου Αμερικής διαπιστώνεται και το φαινόμενο της κυμαινόμενης τάσης στα ταξίδια με συγκεκριμένους προορισμούς, όπως για παράδειγμα οι κάτοικοι του Τορόντο, οι οποίοι ταξίδεψαν σε μέρη εκτός Καναδά περισσότερο απ' ότι οι κάτοικοι του Winnipeg (68% έναντι 34%) για τις οικοτουριστικές διακοπές τους, οι κάτοικοι του Σικάγο και του Ντάλλας επέλεξαν κατά κύριο λόγο περιοχές των ΗΠΑ (74% και 71%, αντίστοιχα), ενώ οι κάτοικοι του Σαν Φρανσίσκο επισκέφτηκαν την Ευρώπη περισσότερο από οποιοσδήποτε άλλους (16%) και μαζί με τους κατοίκους του Λος Άντζελες ταξίδεψαν περισσότερο απ' όλους εκτός των Ηνωμένων Πολιτειών. Η άποψη ότι οι Ηνωμένες Πολιτείες και ο Καναδάς είναι ελκυστικοί προορισμοί για τους οικοτουρίστες της Βορείου Αμερικής υποστηρίζεται από μια πρόσφατη έρευνα του Οργανισμού Τουρισμού του Καναδά (1995: Wight P., 1995β), όπου οι βασισμένες στη φύση τουριστικές επιχειρήσεις θεωρούσαν σαν σημαντικότερους πελάτες τους Βορειο-Αμερικάνους (Καναδάς 57%, Ηνωμένες Πολιτείες 23%, εξωτερικό 20%). Αυτό που επίσης διαπιστώθηκε ήταν πως η συγκεκριμένη προέλευση των καταναλωτών ήταν στενά συνδεδεμένη με την δραστηριότητα που εκείνος είχε επιλέξει (Wight P., 1995β).

Αυτό που αξίζει να σημειωθεί είναι πως βασικοί οικοτουριστικοί προορισμοί έχουν σημειώσει δραματικές αυξήσεις στον αριθμό των επισκεπτών σε προστατευόμενες και

άλλες φυσικές περιοχές. Οι οικοτουρίστες από πάντα ελκύονταν ιδιαίτερα από εθνικούς δρυμούς και προστατευόμενες περιοχές. Αν και οι απλές επισκέψεις σε δρυμούς ή φυσικές περιοχές αποτελεί τουρισμό φύσης και όχι οικοτουρισμό, η τάση για επισκέψεις σε δρυμούς αποτελούν επίσης ένδειξη της ανάπτυξης του οικοτουρισμού.

Ένα μεγάλο ποσοστό αυτού που προσφέρεται σε γνωστούς οικοτουριστικούς προορισμούς είναι οικοτουρισμός όσον αφορά τον σχεδιασμό και τις εφαρμογές, ωστόσο, είναι ακόμα άγνωστος ο βαθμός στον οποίο ισχύει κάτι τέτοιο. Σε εδραιωμένες πλέον οικοτουριστικές περιοχές, όπως η Κόστα Ρίκα, ο Ισημερινός, το Μπελίζ, η Νότια Αφρική, η Κένυα, η Μποτσουάνα και το Νεπάλ, εκατοντάδες ταξιδιωτικών πρακτόρων και καταλυμάτων δέχονται τουρίστες φύσης απ' όλο τον κόσμο, ωστόσο καμιά έρευνα για την οικοτουριστική αγορά δεν είναι διαθέσιμη σε δημοσιευμένη βιβλιογραφία γι' αυτούς τους προορισμούς, παρόλο που όλες αυτές οι χώρες παρέχουν πληροφορίες για την δική τους οικοτουριστική αγορά. Οι Ευρωπαϊκές στατιστικές δεν προσφέρουν ξεκάθαρες πληροφορίες για την αγορά του τουρισμού φύσης, αν και η ζήτηση για περιβαλλοντικά φιλικά προϊόντα εκδηλώνεται ξεκάθαρα εκεί. Η έρευνα δείχνει ότι οι Ευρωπαίοι είναι πιο πιθανό να αναζητήσουν τον αγροτικό τουρισμό στην Ευρώπη παρά τον τουρισμό φύσης, κι αυτό γιατί το μεγαλύτερο μέρος του Ευρωπαϊκού περιβάλλοντος δεν είναι άγριο τοπίο (Blangy & Vautier, 2001: Wood M. E., 2002). Οι Βόρειοι Ευρωπαίοι συγκεκριμένα έχουν δείξει κατ' επανάληψη το ενδιαφέρον τους για τουρισμό με υψηλό επίπεδο βιωσιμότητας σαν μέρος του πακέτου το οποίο αγοράζουν, και ο τουρισμός φύσης αναπτύσσεται έντονα σαν εξερχόμενη αγορά για τις χώρες αυτές καθώς και για την Αγγλία (Wood M. E., 2002).

Οι έρευνες από τις αρχές της δεκαετίας του '90 άρχισαν να καταγράφουν μια δραματική αύξηση του τουρισμού σε εθνικούς δρυμούς σε σημαντικά κομμάτια της οικοτουριστικής αγοράς, δείχνοντας μια σημαντική στροφή στις τουριστικές προτιμήσεις από τους παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς της Ευρώπης σε ένα ευρύτερο πεδίο φυσικών προορισμών, και κυρίως σε αναπτυσσόμενες χώρες. Οι ξένοι τουρίστες στους εθνικούς δρυμούς της Κόστα Ρίκα εκτοξεύθηκαν απ' τους 65,000 το 1982 στους 273,000 το 1991, σημειώνοντας ετήσια αύξηση της τάξεως του 30%. Και άλλες χώρες σύντομα άρχισαν να σημειώνουν αντίστοιχες τάσεις. Η Αυστραλία ανέλαβε να πραγματοποιήσει μια εκτενή έρευνα των τουριστών φύσης που κατέφταναν εκεί, το 1995 (Blamey & Hatch, 1998: Wood M. E., 2002) και τα αποτελέσματα αυτά επιβεβαίωσαν ότι οι εθνικοί δρυμοί και οι βιότοποι είχαν «υψηλή ελκυστικότητα» στους διεθνείς επισκέπτες της Αυστραλίας. Από τους 1,7 εκατομμύρια

ξένους επισκέπτες της χώρας το 1995, το 50% επισκέφθηκαν τουλάχιστον ένα εθνικό δρυμό κατά τη διάρκεια της διαμονής τους, αύξηση της τάξεως του 10% περίπου απ' το προηγούμενο έτος. Πολλοί ακόμα οικοτουριστικοί προορισμοί έχουν σημειώσει υψηλά ποσοστά ανάπτυξης μέσα στη δεκαετία του '90 (Wood M. E., 2002).

Όσον αφορά στην Ευρώπη σαν οικοτουριστικό προορισμό, σύμφωνα με μια ορισμένη προσέγγιση (Becker 1995: Κομίλης Π., 2001), η γεωγραφική κατανομή του οικοτουρισμού ή του περιβαλλοντικά φιλικού τουρισμού εκεί χαρακτηρίζεται «πολωμένη» (polarized). Συγκεντρώνεται κυρίως σε ορισμένες περιφέρειες της κεντρικής και βορειοδυτικής Ευρώπης με τη μικρότερη τουριστική ανάπτυξη (ή χαμηλό «τουριστικό εμπόριο», όπως αποκαλείται) και αποδίδεται στην αυξημένη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του πληθυσμού, λόγω της οικολογικής καταστροφής που προκάλεσε στις περιφέρειες αυτές η εντατική βιομηχανοποίηση και αστικοποίηση. Στις περιφέρειες γύρω από τη Μεσόγειο υπάρχουν λίγα περιβαλλοντικά παραδείγματα φιλικού τουρισμού, μερικά από τα οποία οφείλονται σε πρωτοβουλίες περιβαλλοντολόγων από τη βόρεια Ευρώπη. Τούτο αποδίδεται στο «χαμηλό επίπεδο οικολογικής συνειδητοποίησης» (ecological consciousness) των τοπικών κοινοτήτων της μεσογειακής περιφέρειας.

Πράγματι, όπως υποστηρίζουν ορισμένοι μελετητές (Higgins 1996: Κομίλης Π., 2001), οι σχετικές έρευνες και αναλύσεις του οικοτουρισμού αναφέρονται κυρίως στις αναπτυσσόμενες χώρες προορισμού – με κύρια έμφαση στα περιβαλλοντικά/βιολογικά χαρακτηριστικά των προϊόντων που προσφέρουν – παρά στις αγορές οικοτουρισμού ή στις αναπτυγμένες χώρες και τις επιχειρήσεις/οργανώσεις οικοτουρισμού. Βασικό και παγκόσμιο χαρακτηριστικό του οικοτουρισμού είναι ότι οι διεθνείς οικοτουρίστες προέρχονται κυρίως από τις βιομηχανικά αναπτυγμένες χώρες ή περιφέρειες, οι οποίες διαθέτουν ελκυστικό φυσικό περιβάλλον. Αυτό εξηγεί γιατί στη σχετική διεθνή βιβλιογραφία δεν έχουμε διακριβώσει/εντοπίσει πλήρεις αναλύσεις ή μελέτες και προγράμματα οικοτουρισμού για τον ευρωπαϊκό και το μεσογειακό χώρο ή για συγκεκριμένες χώρες της περιοχής.

Στις χώρες της βόρειας και κεντρικής Ευρώπης, η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού επικεντρώνεται κυρίως σε αγροτικές περιοχές και συναρτάται με τα δίκτυα των πάρκων (εθνικών και περιφερειακών), τις φυσικές περιοχές προστασίας (reserves) και τον εσωτερικό κυρίως τουρισμό (Κομίλης Π., 2001). Για παράδειγμα, στις Σκανδιναβικές χώρες, εκτός της Δανίας, ο εσωτερικός τουρισμός είναι ακόμα κυρίαρχος, παρά τη σημαντικά αυξανόμενη τα τελευταία χρόνια αλλοδαπή ζήτηση για

περιβαλλοντικά φιλικό τουρισμό και οικοτουρισμό, μια τάση που αναμένεται να αυξηθεί λόγω της έλξης των περιβαλλοντικών πόρων (άφθαρτη φύση, γαλήνια τοπία, χωρίς συνωστισμό περιοχές).

Στην Ιρλανδία, ο οικοτουρισμός έχει αναγνωριστεί και ενταχθεί μαζί με άλλους τρεις τομείς στη στρατηγική μάρκετινγκ του Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού (Bord Failte), με κύριο στόχο να ευνοήσει τις αγροτικές και λιγότερο αναπτυγμένες περιφέρειες. Σε ορισμένες χώρες της κεντρικής Ευρώπης (Γαλλία, Γερμανία, Αυστρία), οι πολιτικές, τα προγράμματα/σχέδια, οι προτάσεις και οι σχετικές μελέτες για εναλλακτικές μορφές τουρισμού (εθνικών οργανισμών ή αναπτυξιακών φορέων τουρισμού και διαφόρων οικολογικών οργανώσεων) επικεντρώνονται στον αγροτουρισμό και γενικότερα στον «ήπιο» ή «πράσινο» τουρισμό. Για παράδειγμα στη Γαλλία, ο πράσινος τουρισμός (Tourisme Verte) συναρτάται με μια αγορά 70 δις φράγκων ετησίως και καλύπτει κυρίως προϊόντα και δραστηριότητες αγροτουρισμού και «τουρισμού της φάρμας».

Η αποκαλούμενη «βιομηχανία τουρισμού της φάρμας» (farm tourism industry) είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένη σε χώρες της κεντρικής Ευρώπης, όπως και στην Αγγλία. Μόνο στην Αυστρία, υπάρχουν 28.000 φάρμες που όπως αναφέρει ο Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού της χώρας σε πρόγραμμά του για ήπιο τουρισμό (Sanfter Tourismus), προσφέρουν ευκαιρίες διακοπών σε φυσικό περιβάλλον, βιολογικά προϊόντα και για δραστηριότητες «υπαίθριας αναψυχής».

Στις μεσογειακές χώρες και περιφέρειες οι περισσότερες προσπάθειες επικεντρώνονται στην αναβάθμιση των αναπτυξιακών μοντέλων μαζικού τουρισμού και στην προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης. Για παράδειγμα, στα νησιά των Βαλεαρίδων (Ισπανία), το σχετικό σχέδιο POOT (Pla de Ordenacio de l' Oferta Turistica), που εγκρίθηκε το 1995, αποσκοπεί, όπως αναφέρεται σε ειδικό άρθρο (Batle & Robledo 2000: Κομίλης Π., 2001), στη ρύθμιση της προσφοράς (το 1998, σε σύνολο 578.687 κλινών, οι 180.000 ήταν χωρίς άδεια/«παράνομες») μέσω ολοκληρωμένων/συντονισμένων δράσεων προς την κατεύθυνση:

1. της προστασίας και αναβάθμισης του περιβάλλοντος και
2. των αυστηρών χωροταξικών ρυθμίσεων ανάπτυξης ή διαμόρφωσης ανωδομών και υποδομών προσανατολισμένων σε ποιοτική τουριστική ζήτηση.

Στην Ιταλία, ως προς τον οικοτουρισμό per se, ενδιαφέρον παράδειγμα αποτελεί η ανάπτυξη του εθνικού δρυμού Abruzzo (Απέννινα, Κεντρική Ιταλία), που αποτελεί καταφύγιο αρκούδας (canis lupus), αλλά και ελκυστική φυσική περιοχή (40.000 ha) για

ήπιες δραστηριότητες, που προσελκύει περίπου 1 εκατ. επισκέπτες ετησίως (Κομίλης Π., 2001).

Ωστόσο, οι Ευρωπαϊκοί οικοτουριστικοί προορισμοί, αν και γίνονται προσπάθειες προώθησής τους και διαθέτουν την φυσική ομορφιά και περιβαλλοντικό και πολιτιστικό ενδιαφέρον, δεν κατέχουν την πρωτιά στους οικοτουριστικούς προορισμούς, ίσως γιατί η Ευρώπη έχει καθιερωθεί σαν ένας προορισμός του μαζικού τουρίστα. Η μεγαλύτερη συγκέντρωση οικοτουριστών παρατηρείται σε περιοχές της Νότιας και Κεντρικής Αμερικής, της Αφρικής, της Αυστραλίας καθώς και της Ανταρκτικής και ιδιαίτερα σε χώρες αναπτυσσόμενες, που διαθέτουν όμως πλούσιο πολιτισμό και εξαιρετικής ομορφιάς φυσικά τοπία, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως. Ο πίνακας 1.3.3. παρουσιάζει τα ποσοστά επισκέψεων σε γνωστούς φυσικούς προορισμούς απ' το 1990 έως το 1999:

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.3.3.: ΠΟΣΟΣΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΣΕ ΦΥΣΙΚΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ

ΧΩΡΑ	1990	ΑΥΞΗΣΗ 1999	ΣΥΝΟΛΙΚΗ % ΑΥΞΗΣΗ	ΕΤΗΣΙΟΣ ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ
Νότια Αφρική	1,029,000	6,026,000	4,86%	19,3%
Κόστα Ρίκα	435,000	1,027,000	136%	9,0%
Ινδονησία	2,178,000	4,700,000	116%	8,0%
Μπελίζ*	88,000	157,000	78%	6,0%
Ισημερινός	362,000	509,000	41%	3,5%
Μποτσουάνα	543,000	740,000	36%	3,1%
*ποσοστά επισκέψεων διαθέσιμα απ' το 1990 έως το 1998				

ΠΗΓΗ: WTO, Tourism Highlights 2000, 2000: Wood M. E., 2002

Σύμφωνα με μια πολύ πρόσφατη έρευνα της Διεθνούς Οικοτουριστικής Κοινότητας (TIES), έγιναν οι ακόλουθες διαπιστώσεις όσον αφορά την οικοτουριστική δραστηριότητα σε προορισμούς όπως οι ΗΠΑ, το Νεπάλ, το Μπελίζ, τα νησιά Γκαλαπάγκος, την Κένυα, την Αυστραλία, το Περού, την Βραζιλία, την Νότια Αφρική, και το Ηνωμένο Βασίλειο (TIES, 2000):

ΗΠΑ: Στις ΗΠΑ παρατηρείται σημαντική οικοτουριστική δραστηριότητα, με εγχώριους και διεθνείς ταξιδιώτες να πραγματοποιούν περίπου 287 εκατομμύρια επισκέψεις αναψυχής σε 378 περιοχές αναψυχής τις οποίες διαχειρίζεται η Υπηρεσία Εθνικών Δρυμών των ΗΠΑ (US National Park Service-NPS) το 1998, συγκριτικά με τις 275 εκατομμύρια επισκέψεις το 1997, παρουσιάζοντας μια αύξηση της τάξεως του 4,4%

(Ένωση Ταξιδιωτικής Βιομηχανίας της Αμερικής, 2000: TIES, 2000). Τα ταξίδια στους Εθνικούς Δρυμούς των ΗΠΑ κατά τη διάρκεια του 1996 δημιούργησε άμεσο και έμμεσο οικονομικό αντίκτυπο στις τοπικές κοινωνίες του ύψους των US\$14,2 εκατομμυρίων καθώς και 300,000 θέσεις εργασίας σχετικές με τον τουριστικό τομέα. Είναι άγνωστη, ωστόσο, η αναλογία στην οποία αυτοί οι επισκέπτες αντιπροσώπευαν και συμμετοχή σε οικοτουριστικές δραστηριότητες (Tourism Works of America, 1997).

ΝΕΠΑΛ: Η περιοχή της Annapurna είναι ο πιο διάσημος προορισμός για trekking στο Νεπάλ. Από το 1989 ο αριθμός των trekkers που φτάνουν στη περιοχή έχει αυξηθεί με ένα ετήσιο ποσοστό της τάξεως του 18%. Το 1997, 50,708 διεθνείς trekkers επισκέφθηκαν την περιοχή, απ' τους οποίους οι 12,000 επισκέφθηκαν και το ιερό της Annapurna.

ΜΠΕΛΙΖ: Στην Κεντρική Αμερική το άλλοτε γνωστό και ως Βρετανικές Ονδούρες Μπελίζ κατά το έτος 1999 έγινε δέκτης 172.292 επισκεπτών, το 42,2% των οποίων επισκέφθηκαν τα αξιοθέατα των Μάγιας και το 12,8% δρυμούς και βιότοπους. Σημαντικοί λόγοι για να επισκεφθεί κάποιος το Μπελίζ είναι για να παρατηρήσει τις φυσικές ομορφίες, να βρεθεί σε φυσικά τοπία και να παρατηρήσει την άγρια πανίδα και χλωρίδα (Higgins, 2000: TIES, 2000). Το 87% των επισκεπτών επισκέφθηκαν ακόμα τις κοραλλιογενείς νήσους και τους κοραλλιογενείς υφάλους, ενώ διαπιστώθηκε ότι το 82% αυτών ήταν ηλικίας από 18 έως 50 ετών και το 65% ήταν απόφοιτοι κολλεγίου (Higgins, 2000).

ΝΗΣΙΑ ΓΚΑΛΑΠΑΓΚΟΣ: Τα νησιά Γκαλαπάγκος αποτελούν ακόμα έναν πολύ σημαντικό οικοτουριστικό προορισμό, καθώς ο τουρισμός φύσης στην περιοχή παρουσίασε σταθερή αύξηση απ' τις καινοτόμες μέρες του '70 και μετά, αγγίζοντας σήμερα τους 60,000 επισκέπτες ετησίως, συνεισφέροντας με πάνω από \$100 εκατομμύρια στην οικονομία της Δημοκρατίας του Ισημερινού (Charles Darwin Research Station, 2001).

ΚΕΝΥΑ: Στην περιοχή της Κένυας από το 1983 μέχρι το 1993 οι αφίξεις επισκεπτών αυξήθηκαν κατά 45% (από 372,000 στις 826,000). Η Υπηρεσία Άγριας Φύσης της Κένυας (1995: TIES, 2000) υπολόγισε ότι το 80% της τουριστικής αγοράς της Κένυας προσελκύεται από την πλούσια άγρια πανίδα και χλωρίδα και ότι η τουριστική βιομηχανία παράγει το ένα τρίτο των κερδών της χώρας σε ξένο συνάλλαγμα. Τα έσοδα από τους Εθνικούς Δρυμούς της Κένυας αυξήθηκαν στα Ksh. 711 εκατομμύρια το 1995 (το 1997 ήταν: US\$1=60KS).

ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ: Στην περιοχή της Αυστραλίας σήμερα υπάρχουν περίπου 600 οικοτουριστικοί πράκτορες, το 85% των οποίων απασχολούν λιγότερους από 20 υπαλλήλους. Οι οικοτουριστικές επιχειρήσεις υπολογίζεται ότι έχουν ετήσιο τζίρο της τάξεως των \$250 εκατομμυρίων περίπου και απασχολούν συνολικά 6500 υπαλλήλους, που αντιστοιχούν σε 4500 υπαλλήλους πλήρους απασχόλησης (Τμήμα Αθλητισμού και Τουρισμού της Αυστραλιανής κυβέρνησης-Sport and Tourism Division Australian government, 1999: TIES, 2000). Τα τελευταία χρόνια έχει σημειωθεί μια σημαντική αύξηση των διεθνών επισκεπτών στους εθνικούς δρυμούς της Αυστραλίας, με άνοδο σε αριθμούς επισκεπτών ανάμεσα στο 1993 και το 1996 από περίπου 1.2 εκατομμύρια σε περισσότερες από 1.6 εκατομμύρια, αύξηση της τάξεως του 33,3%. Μέχρι το 1998 το νούμερο αυτό είχε αυξηθεί περαιτέρω στα σχεδόν 1,7 εκατομμύρια, και το 47% όλων των εισερχόμενων τουριστών 15 ετών και άνω δήλωνε ότι έχει επισκεφθεί εθνικούς δρυμούς (Γραφείο Τουριστικής Έρευνας, όπως παρατέθηκε απ' το Τμήμα Αθλητισμού και Τουρισμού της Αυστραλιανής κυβέρνησης, 1999: TIES, 2000). Στην Αυστραλία, πρόσφατη έρευνα διαπίστωσε ότι οι οικοτουρίστες αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 30% των εγχώριων ταξιδιωτών (ecotrends, 1999, όπως παρατέθηκε απ' τον Wight).

ΠΕΡΟΥ: Από μια εκτίμηση των τουριστών που επισκέπτονται το Περού, προκύπτει ότι το 10,3% περίπου αυτών προτιμούν να παρακολουθούν τα διαφορετικά και σπάνια είδη πουλιών σε φυσικές περιοχές (birdwatching) (Proyecto PRA, 2000: TIES, 2000), ενώ σύμφωνα με μελέτες που πραγματοποιήθηκαν από την PromPerú (2000: TIES, 2000), το 47% των ξένων τουριστών στο Περού επισκέφθηκαν φυσικές ζώνες και από αυτούς, το 44% συνδύασε την επίσκεψη στις φυσικές ζώνες με μια επίσκεψη και σε αξιοθέατα πολιτιστικού περιεχομένου. Η ροή επισκεπτών στις 26 απ' τις 52 προστατευόμενες από το κράτος περιοχές (Áreas Naturales Protegidas por el Estado – ANPE) αυξήθηκε κατά 250% κατά τη διάρκεια της περιόδου 1990-1999. Ήδη το 1999 ο αριθμός των επισκεπτών υπολογίστηκε περίπου στους 642.336, σύμφωνα με μετρήσεις του Εθνικού Ινστιτούτου Φυσικών Πόρων (Instituto Nacional de Recursos Naturales – INRENA) (Promperú, 2000: TIES, 2000).

ΒΡΑΖΙΛΙΑ: Πέντε εκατομμύρια επισκέπτες έφτασαν στη Βραζιλία το 1999, πέντε φορές περισσότεροι απ' αυτούς που την επισκέφθηκαν το 1991. Η Βραζιλία διαθέτει περισσότερες από 150 προστατευόμενες περιοχές, από τις οποίες οι 40 είναι Εθνικοί Δρυμοί. Περίπου 3,5 εκατομμύρια επισκέπτες υπολογίζεται ότι πήγαν στα Εθνικά Πάρκα το 1998. Ειδικά τα έτη 1998 και 1999 ο αριθμός των ξένων οικοτουριστών

παρουσίασε αύξηση με την άφιξη 600,000 Βραζιλιάνων και άλλων 200,000 ξένων οικοτουριστών (Janér, 2000: TIES, 2000).

ΝΟΤΙΑ ΑΦΡΙΚΗ: Κατά την περίοδο 1986 με 1998 ο αριθμός των επισκεπτών σε βιότοπους της Νότιας Αφρικής παρουσίασε ετήσια άνοδο της τάξεως 108%, φτάνοντας τους 5.898.000 επισκέπτες το 1998, από τους 454.428 το 1986. Τα καταφύγια θηραμάτων και οι φυσικοί βιότοποι ήταν η νούμερο ένα δραστηριότητα για τους επισκέπτες της χώρας το έτος 1997 (60%), παρουσιάζοντας αύξηση 2% μέσα στα προηγούμενα χρόνια (South African Tourism Board, 1998: TIES, 2000).

ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ.: Έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την MORI για λογαριασμό της ABTA επισήμανε ότι το 85% των ατόμων που ζουν στο Ηνωμένο Βασίλειο και έχουν κάνει ή κάνουν σε τακτά ή αραιά χρονικά διαστήματα διακοπές πιστεύουν πως είναι σημαντικό να μην καταστρέφουν το περιβάλλον. Το 77% θεωρεί σημαντικό οι επισκέψεις να περιλαμβάνουν εμπειρίες σχετικές με τον τοπικό πολιτισμό και το φαγητό ενώ 71% πιστεύει ότι ο τουρισμός θα έπρεπε να ωφελεί τους κατοίκους του επισκεπτούμενου προορισμού, μέσω επαγγελματικών και επιχειρηματικών ευκαιριών. Το 52% απάντησε ότι θα τους ενδιέφερε να μάθουν περισσότερα για τα τοπικά θέματα (περιβαλλοντικά και κοινωνικά) στο κατάλυμα που θα επιλέξουν πριν κλείσουν τις διακοπές τους. Η πλειοψηφία των ερωτώμενων (64%) δήλωσε ότι θα ήταν διατεθημένοι να πληρώσουν £10 έως και £25 παραπάνω για περιβαλλοντικές και κοινωνικές εγγυήσεις, αντιπροσωπεύοντας μια αύξηση της τάξεως 2-5% σε διακοπές αξίας £500.

Σχετικά με την διαμόρφωση της ζήτησης για μελλοντικούς οικοτουριστικούς προορισμούς, σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε καταναλωτές της Βορείου Αμερικής για τους προορισμούς που θα προτιμούσαν σε μελλοντικά οικοτουριστικά ταξίδια (Wight P., 1995), το ένα τρίτο περίπου αυτών υπέδειξε τον Καναδά και άλλο ένα τρίτο τις Ηνωμένες και σαν δεύτερη επιλογή, το 38% επέλεξε τον Καναδά, το 25% τις Ηνωμένες Πολιτείες και το υπόλοιπο 36% άλλους προορισμούς. Οι έμπειροι οικοτουριστές ήταν πιθανότερο να επιλέξουν προορισμούς στον Καναδά παρά στις ΗΠΑ. Ο Merschen (1992: Wight P., 1995) τονίζει το ιδιαίτερα ενδιαφέρον γεγονός ότι μόνο το 8% των πολιτών των ΗΠΑ διαθέτουν νόμιμα διαβατήρια και κατά συνέπεια, το πιθανότερο είναι οι περισσότεροι Αμερικανοί πολίτες να μην έχουν υπ' όψη τους οικοτουριστικούς προορισμούς πέρα των Αμερικανικών συνόρων. Επιπλέον, και δεδομένου ότι οι Αμερικανοί και οι Καναδοί πολίτες δεν χρειάζονται διαβατήριο για να ταξιδέψουν ο ένας στη χώρα του άλλου, οι κάτοικοι των ΗΠΑ και του Καναδά

αποτελούν την κύρια αγορά για τον οικοτουρισμό της Βορείου Αμερικής. Συνολικά, αυτό που διαπιστώθηκε απ' τη μελέτη ήταν ότι οι προορισμοί της Βορείου Αμερικής είναι δημοφιλείς, όχι μόνο σε παλαιότερες διακοπές, αλλά και σε μελλοντικά ταξίδια (Wight P., 1995β). Αναφορικά με τον οικοτουρισμό γενικότερα, για το έτος 2024, προβλέπεται (Starmer-Smith, 2004: Sharpley R., 2006) ότι θα αντιπροσωπεύει το 5% της παγκόσμιας αγοράς διακοπών.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

1.4. ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΚΑΙ ΤΑ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, ο οικοτουρισμός είναι μια σχετικά νέα έννοια, η οποία έχει εξελιχθεί τις τελευταίες δύο με τρεις δεκαετίες και γενικά περιλαμβάνει το είδος του τουρισμού του οποίου οι κύριες «ατραξιόν» αποτελούν στοιχεία του φυσικού περιβάλλοντος. Ωστόσο, παρά τη φαινομενική αύξηση στην χρήση αυτού του όρου από ακαδημαϊκούς, την κυβέρνηση, την βιομηχανία και τις κοινότητες που φιλοξενούν και ακόμη από τους ίδιους τους τουρίστες, υπάρχει μεγάλη συζήτηση για ένα εννιαίο ορισμό. Προηγούμενες μελέτες στον εναλλακτικό οικοτουρισμό έχουν περιλάβει εθελοντές στην αποστολή Sulawesi, Indonesia και επομένως συμπέραναν ότι οι συμμετέχοντες ήταν εξτρεμιστές, θέλοντας όχι μόνο να είναι περιβαλλοντικά υπεύθυνοι αλλά να ενδυναμώσουν και το περιβάλλον. Η ανάλυση αυτών των συμμετεχόντων αποκάλυψε ένα πολύ συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς τουρισμού, αλλά και έθεσε το ερώτημα της δημογραφίας και των κινήτρων των άλλων οικοτουριστών .

Ύστερα από αρκετά χρόνια έρευνας, είναι πλέον προφανές ότι δεν υπάρχει ένας μέσος οικοτουρίστας. Για παράδειγμα, ο Eagles (1995: McCool S. & Palacio V., 1997) προσδιόρισε τέσσερις τύπους βιώσιμου τουρισμού - τον οικοτουρισμό, τον τουρισμό σε άγρια ή ερημικά τοπία, τον τουρισμό περιπέτειας και το camping με αυτοκίνητο – σαν μια μέθοδο μερισμού της αγοράς που αφορά την βασισμένη στη φύση αναψυχή. Ο μερισμός του αυτός βασίστηκε κυρίως σε μια διαισθητική και εννοιολογική προσέγγιση, τονίζοντας τον συχνό αλλά λανθασμένο χαρακτηρισμό των τεσσάρων κατηγοριών σαν οικοτουρισμό. Οι Pearce & Wilson (1995: McCool S. & Palacio V., 1997) εντόπισαν τρεις τύπους διεθνών επισκεπτών στη Νέα Ζηλανδία, και βασισμένοι στον τύπο της δραστηριότητας, παρατήρησαν σημαντικές διαφορές στα καταναλωτικά πρότυπα που διαμορφώθηκαν. (McCool S. & Palacio V., 1997).

Όπως είναι γνωστό, η τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς γίνεται συνήθως γεωγραφικά, δημογραφικά, ψυχογραφικά και οικονομικά και στην πράξη απαντά στην σύνθετη ερώτηση ποιος και γιατί κάνει τουρισμό, από που προέρχεται πώς και πότε έρχεται. Στην περίπτωση του οικοτουρισμού οι οικοτουρίστες προέρχονται από χώρες ή περιοχές, οι κάτοικοι των οποίων συνηθίζουν να κάνουν τουριστικά ταξίδια. Συνήθως οι οικοτουρίστες πριν κάνουν ένα οικοτουριστικό ταξίδι έχουν κάνει πολλά τουριστικά ταξίδια άλλων μορφών τουρισμού. Οι τόποι προέλευσης των οικοτουριστών είναι οι τόποι όπου η τουριστική συνήθεια και η τουριστική συνείδηση είναι ανεπτυγμένες. Οι

οικοτουρίστες είναι συνήθως ηλικιωμένοι ή συνταξιούχοι ηλικίας άνω των 50 ετών αλλά και πολλοί από αυτούς είναι νέοι ή μέσης ηλικίας, ανάλογα με το είδος της οικοτουριστικής δραστηριότητας που αναπτύσσουν οι «τουρίστες σακκιδίου» (backpackers) που κάνουν οικοτουρισμό, είναι νέοι άνθρωποι. Οι οικοτουρίστες που κάνουν έρευνες και μελέτες της φύσης είναι νέοι ή μέσης ηλικίας άνθρωποι. Από απόψεως φύλου το 65-75% των οικοτουριστών είναι άνδρες γιατί οι περισσότερες γυναίκες αποφεύγουν τις εγγενείς δυσκολίες του οικοτουρισμού. Από απόψεως εκπαίδευσης οι οικοτουρίστες είναι ανωτέρου ή ανωτάτου εκπαιδευτικού επιπέδου και από απόψεως εισοδήματος είναι επίσης ανώτερου οικονομικού επιπέδου (Σφακιανάκης Μ., 2000).

Σύμφωνα με το Γραφείο Τουριστικής Έρευνας της Αυστραλίας (BTR: Macfarlane D.) απ' την άλλη, υπάρχουν τρία ευρεία τμήματα της οικοτουριστικής αγοράς:

- Παρόρμησης: που χαρακτηρίζονται από ημερήσια ταξίδια στη φύση, μακριά από βασικούς τουριστικούς προορισμούς και κυρίως κλείνονται τοπικά από εγχώριους ή διεθνείς τουρίστες.
- Ενεργά: χαρακτηρίζονται από νεότερους ή μέσης ηλικίας επαγγελματίες οι οποίοι γενικά κλείνουν εκ των πρωτέρων. Υπάρχει μια κάμψη στους εγχώριους τουρίστες παρόλο που θα μπορούσαν να είναι η προοπτική για ανάπτυξη μέσω διεθνούς προώθησης, εγκαταστάσεων και βελτίωσης του προϊόντος.
- Προσωποποιημένα: μεγαλύτεροι επαγγελματίες (ή συνταξιούχοι) οι οποίοι περιμένουν να τους φροντίσουν ιδιαίτερα από κάποιο τουριστικό γραφείο ή πράκτορα. Το κομμάτι αυτό της αγοράς παρουσιάζει κάμψη στους διεθνείς τουρίστες που κλείνουν αυθημερόν οικοτουριστικά ταξίδια πριν φτάσουν στην Αυστραλία.

Σύμφωνα με τον Σφακιανάκη (2000, σελ.: 186), οι οικοτουρίστες μπορούν να καταταχθούν στις εξής κατηγορίες:

1. Οι οικοτουρίστες που ταξιδεύουν μόνοι τους ή με τις οικογένειές τους σε διάφορους προορισμούς και οι οποίοι μετακινούνται εύκολα και επισκέπτονται όσες φυσικές περιοχές μπορούν, για να αποκτήσουν μεγαλύτερη εμπειρία.
2. Ο οικοτουρίστες μέλη επιστημονικών ή σχολικών ομάδων που πηγαίνουν σε ένα τουριστικό προορισμό για να κάνουν μια έρευνα ή μια μελέτη και οι οποίοι συνήθως μένουν στον ίδιο προορισμό για πολύ καιρό.
3. Οι οικοτουρίστες που επισκέπτονται προστατευόμενες περιοχές.
4. Οι οικοτουρίστες που επισκέπτονται εξωτικούς μακρινούς προορισμούς για να αποκτήσουν μια έντονη οικοτουριστική εμπειρία.

5. Οι οικοτουρίστες που κάνουν οικοτουρισμό περιπτωσιακά, στα πλαίσια μιας άλλης τουριστικής δραστηριότητας.
6. Οι οικοτουρίστες φυσικά ανήκουν στη γενική κατηγορία των νεοτουριστών οι οποίοι είναι ώριμοι, απαιτητικοί, χειραφετημένοι, κριτικοί και οι οποίοι ξέρουν τι θέλουν και τι αντιπροσωπεύει η δαπάνη που κάνουν.

Σε γενικές γραμμές, οι τύποι των οικοτουριστών διακρίνονται και προσδιορίζονται συνήθως ανάλογα με τις γνώσεις, τα ενδιαφέροντα τους και τις δραστηριότητες που ασκούν. Η προσέγγιση του Mowforth , που βασίστηκε σε ορισμένες μελέτες των Ruschmann και Budowski, ταξινομεί τους οικοτουρίστες σε τρεις κατηγορίες σε σχέση με ορισμένα χαρακτηριστικά (π.χ. ηλικία, οργάνωση ταξιδιού, δαπάνες ενδιαφέροντα/δραστηριότητες) (Κομίλης Π., 2001):

- οικοτουρίστες δραστήριοι ή τραχείς (rough), που επιδιώκουν δραστηριότητες άθλησης, κυρίως έντονες ή περιπετειώδεις και επικίνδυνοι τύπου
- οικοτουρίστες ήπιοι/ήρεμοι (smooth), που ενδιαφέρονται κυρίως για παρατήρηση και απόλαυση της φύσης ή για οργανωμένα ταξίδια και διαδρομές
- οικοτουρίστες ειδικοί/σπεσιαλίστες (specialists), που ταξιδεύουν και για επιστημονικούς λόγους (διεύρυνση φυσικών πόρων) αλλά και για χόμπι.

Μια ενδιαφέρουσα προσέγγιση των οικοτουριστών αναλύει τα «ψυχογραφικά χαρακτηριστικά» που παρουσιάζουν ή εκδηλώνουν σε διάφορο βαθμό (Ballantine & Eagles 1994: Κομίλης Π., 2001). Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή, οι οικοτουρίστες:

- διακατέχονται από περιβαλλοντική ηθική (environmental ethic)
- προθυμοποιούνται και ενεργοποιούνται για την προστασία των περιβαλλοντικών πόρων
- ενεργοποιούνται και συμπεριφέρονται με εσωτερικά (εσωτερικής παρότρυνσης) παρά με εξωγενή κίνητρα
- χαρακτηρίζονται από βιοκεντρικό παρά ανθρωποκεντρικό προσανατολισμό και υψηλές γνωστικές και συναισθηματικές λειτουργίες
- επιδιώκουν να προστατέψουν και να ωφελήσουν την άγρια ζωή στο περιβάλλον που αυτή εντάσσεται
- αγωνίζονται να αποκτήσουν άμεσες (από πρώτο χέρι) εμπειρίες στο φυσικό περιβάλλον
- προσδοκούν επιμόρφωση (σωστή αναγνώριση και κατανόηση) ως προς τις συνθήκες και τις ιδιότητες των περιβαλλοντικών πόρων.

Είναι προφανές πως μια ποικιλία τεχνικών είναι διαθέσιμες για τον προσδιορισμό των οικοτουριστών ή την διάκρισή τους από τους άλλους τύπους τουριστών. (Blamey, 1997; Bottrill & Pearce, 1995; Hvenegaard G., 2002). Πράγματι, πολλές έρευνες θεωρούν οικοτουρίστες τους τουρίστες που επισκέπτονται μια συγκεκριμένη περιοχή (Lindberg et al, 1996; Tobias & Mendelsohn, 1991; Hvenegaard G., 2002). Άλλες μελέτες θεωρούν πως όλοι οι τουρίστες που συμμετέχουν σε κάποιες δραστηριότητες (Ceballos-Lascurain, 1991; Hvenegaard G., 2002) ή που παίρνουν μέρος σε ορισμένες περιηγήσεις είναι οικοτουρίστες (Diamantis, 1998; Eagles, 1992; Hvenegaard G., 2002). Κάποιες έρευνες χρησιμοποιούν κριτήρια που αφορούν τόσο την τοποθεσία όσο και την δραστηριότητα (Wall, 1994; Hvenegaard G., 2002). Μόνο μερικές μελέτες βασίζονται στα κίνητρα για να οριοθετήσουν την έννοια και τα χαρακτηριστικά που οικοτουρίστα. Για παράδειγμα, οι Ballantine και Eagles (1994; Hvenegaard G., 2002) ορίζουν τους οικοτουρίστες σαν τους ερωτηθέντες εκείνους οι οποίοι:

- Απαντούν «πολύ σημαντικό» ή «κάπως σημαντικό» στο «να μέθω για την φύση» σαν κίνητρο όταν σχεδιάζουν ένα ταξίδι και
- Απαντούν «πολύ σημαντικό» ή «κάπως σημαντικό» στο «ερημικές/παρθένες περιοχές» σαν πόλο έλξης όταν επιλέγουν ένα ταξίδι και
- Πρέπει να ξοδέψουν τουλάχιστον το ένα τρίτο των διακοπών τους για «σαφάρι» ή αντίστοιχες οικοτουριστικές δραστηριότητες.

Ο Boo (1990) ταξινόμησε τους τουρίστες της φύσης σύμφωνα με την σημασία που έδιναν στις προστατευόμενες περιοχές σαν κριτήριο για την επιλογή μιας χώρας σαν προορισμό. Άλλοι ερευνητές κατηγοριοποίησαν τους οικοτουρίστες χρησιμοποιώντας τα ταξιδιωτικά ωφέλη (Palacio & McCool, 1997; Hvenegaard G., 2002), τις κοινωνικές αξίες (Blamey & Braithwaite, 1997), ή το Νέο Περιβαλλοντικό Πρότυπο (Luzar et al, 1998; Hvenegaard G., 2002). Μερικοί ερευνητές πάνε πιο μακριά, ξεχωρίζοντας και υπο-κατηγορίες οικοτουριστών. Για παράδειγμα, οι Laarman και Durst (1987; Hvenegaard G., 2002) χρησιμοποίησαν τα επίπεδα ενδιαφέροντος και τον βαθμό της σωματικής δοκιμασίας για να μπορέσουν να κάνουν κάποιο διαχωρισμό μεταξύ των «σκληρών» και «ήπιων» οικοτουριστών. Κάποιες από τις τουριστικές αυτές τυπολογίες είναι θεωρητικές εκ φύσεως, και κάποιες έχουν δοκιμαστεί και εμπειρικά. Οι περισσότερες βασίζονται σε παρατηρήσεις άλλων ερευνητών και στα σχόλιά τους πάνω σε τουριστικές δραστηριότητες και περιοχές οι οποίες καθορίζουν τους τουρίστες που τις επισκέπτονται σαν οικοτουρίστες. Λιγότερες μελέτες χρησιμοποιούν τα κίνητρα για να ενισχύσουν αυτόν το χαρακτηρισμό. Τέλος, πολύ λίγες έρευνες έχουν ρωτήσει

τους απαντηθέντες, οι οποίοι γνωρίζουν την δικιά τους δραστηριότητα και τα δικά τους κίνητρα καλύτερα, να χαρακτηρίσουν τον εαυτό τους.

Όπως αναφέρεται και στη σχετική βιβλιογραφία (Boo, 1990; Eagles, 1992; Ingram and Durst, 1989; Ryel and Grasse, 1991; Whelan, 1991; Wight, 1996; Khan M., 2003), οι οικοτουρίστες είναι ιδιαίτερα ευκατάστατα άτομα που αναζητούν εμπειρίες στις οποίες μπορούν να μάθουν για τη φύση ενώ βρίσκονται σε παρθένα τοπία. Είναι διατεθημένοι να πληρώσουν περισσότερα για προϊόντα και υπηρεσίες που παρέχονται από περιβαλλοντικά ευσυνείδητους προμηθευτές. Δείχνουν ευαισθησία σε προσπάθειες εφαρμογής φιλικών προς το περιβάλλον συμπεριφορών με σκοπό την διατήρηση των φυσικών πόρων, ενώ εκδηλώνουν ενδιαφέρον και εκτίμηση για τοπικά έθιμα και άλλες συνθήκες. Τέλος, ενδιαφέρονται περισσότερο για εμπειρίες στις οποίες μπορούν να έχουν πιο ενεργό συμμετοχή και είναι εκπαιδευτικού περιεχομένου με έντονο το στοιχείο της ομαδικότητας και συνεργασίας (Khan M., 2003).

Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο Ηνωμένο Βασίλειο, με σκοπό τον εντοπισμό απ' όλες τις απόψεις των οικοτουριστών (Diamantis D., 1995) στην οποία οι οικοτουρίστες διαιρέθηκαν σε δύο ομάδες, στους περιστασιακούς τουρίστες και τους τακτικούς τουρίστες. Αυτή η κατηγοριοποίηση επέτρεψε να αναδυθούν τα προφίλ των οικοτουριστών και οδήγησε στον κύριο ερευνητικό στόχο της εν λόγω εργασίας, που ήταν η διερεύνηση των διαφορετικών ειδών των οικοτουριστών στο Ηνωμένο Βασίλειο χρησιμοποιώντας την έννοια της «ανάμειξης του καταναλωτή». Συγκεκριμένα, οι στόχοι έρευνας ήταν:

1. Η αναγνώριση των περιστασιακών και των τακτικών τουριστών
2. Η ανάδειξη των προφίλ των περιστασιακών τουριστών βασιζόμενη στη γνώση τους για τον οικοτουρισμό
3. Η ανάδειξη του επιπέδου εμπλοκής των περιστασιακών οικοτουριστών
4. Η αναγνώριση της δομής των γνώσεων των τακτικών οικοτουριστών
5. Η αξιολόγηση της δομής των γνώσεων των τακτικών οικοτουριστών σε ένα μεγαλύτερο δείγμα
6. Η ανάδειξη του προφίλ των τακτικών οικοτουριστών βασιζόμενη στη γνώση των οικοτουριστών και των αξιών τους .
7. Η ανάδειξη των επιπέδων εμπλοκής των τακτικών οικοτουριστών
8. Η αναγνώριση των ποικίλων επιδράσεων στη φύση της εμπλοκής
9. Η σύγκριση της αποτελεσματικότητας της γνωστικής θέσης της ανάμειξης.

Τα αποτελέσματα της παραπάνω έρευνας έδειξαν ότι οι περιστασιακοί οικοτουρίστες ήταν μια ομάδα νεαρών γυναικών με χαμηλό εισόδημα , ενώ οι τακτικοί οικοτουρίστες ήταν γυναίκες μέσης ηλικίας με μεσαίο εισόδημα. Παρόλο που το μορφωτικό επίπεδό τους ήταν παρόμοιο σε σχέση με τα πτυχία και τα μεταπτυχιακά προσόντα τους, οι περιστασιακοί οικοτουρίστες είχαν ένα καλύτερο εκπαιδευτικό προφίλ σε αντίθεση με τους τακτικούς οικοτουρίστες. Και οι περιστασιακοί και οι τακτικοί τουρίστες δεν ήταν μέλη περιβαλλοντικών οργανώσεων αλλά οι δραστηριότητές τους κατά τη διάρκεια των διακοπών τους περιστρέφονταν γύρω από τις φυσικές ομορφιές και τα εκπαιδευτικά ενδιαφέροντα. Η πλειοψηφία και των περιστασιακών και των τακτικών οικοτουριστών ανήκουν στην ίδια κατηγορία της υψηλής ποσότητας δραστηριοτήτων ακολουθούμενη από τα άτομα στη μεσαία και τη χαμηλή κατηγορία δραστηριοτήτων. Μονάχα ένα μικρό ποσοστό οικοτουριστών ανήκαν στην κατηγορία της χαμηλής ποσότητας δραστηριοτήτων άσχετα από την παρουσία τους στη φυσική περιοχή. Καμία από τις κατηγορίες των τουριστών που εξετάστηκε δεν είχε περιορισμένη γνώση για τις οικοτουριστικές διακοπές. Επιπρόσθετα , το κοινωνικο-δημογραφικό στοιχείο φανέρωσε ότι όχι μόνο οι οικοτουρίστες έχουν ανάμοια χαρακτηριστικά , αλλά το πιο σημαντικό είναι ότι αυτά τα χαρακτηριστικά επηρεάζονται από συγκεκριμένες μεταβλητές, όπως το μέγεθος της παρουσίας στη φυσική περιοχή. Αυτό το εύρημα έχει προφανή σημαντικότητα σε σχέση και με το μάρκετινγκ του οικοτουρισμού και τον τρόπο αντιμετώπισης των επισκεπτών στις φυσικές περιοχές. Οι περιστασιακοί οικοτουρίστες είχαν σε υψηλή περιωπή τις φυσικές ομορφιές ενώ οι συχνοί οικοτουρίστες λιγότερο. Το τακτικό γκρουπ άφησε να εννοηθεί ότι η έννοια του οικοτουρισμού τους περιείχε το κοινωνικό και το πολιτισμικό στοιχείο με έμφαση στα εκπαιδευτικά και τα βιώσιμα συστατικά.

Συνοπτικά, τα συμπεράσματα της παραπάνω έρευνας ήταν ότι:

1. Και οι περιστασιακοί και οι τακτικοί τουρίστες έχουν τις ίδιες απόψεις σε ότι αφορά τα φυσικά και εκπαιδευτικά συστατικά της έννοιας
2. Και οι δύο ομάδες έδωσαν λιγότερο έμφαση στο στοιχείο της χαλάρωσης , επιβεβαιώνοντας ότι αυτό δεν αποτελεί το κυρίαρχο στοιχείο που επηρεάζει τη φύση του οικοτουρισμού
3. Η βασική διαφορά ανάμεσα στις δύο ομάδες είναι ότι οι τακτικοί οικοτουρίστες είχαν μεγαλύτερη επίγνωση της συνεισφοράς τους σε σχέση με τη συντήρηση και τις εκπαιδευτικές πλευρές των διακοπών τους , τονίζοντας ότι η κατανόηση της βιωσιμότητας βρίσκεται σε υψηλότερο επίπεδο στη δομή παραγωγής γνώσης .

Βασισμένοι στην παραπάνω μελέτη, και από τη θεωρητική σκοπιά, φαίνεται πως ο οικοτουρισμός θεωρείται μια διαδικασία μάθησης, η οποία απευθύνεται στα πολιτισμικά, εκπαιδευτικά και περιβαλλοντικά στοιχεία. Οι τακτικοί οικοτουρίστες περιέγραψαν με λεπτομέρεια ένα υψηλό επίπεδο προσωπικής εμπλοκής σε αυτή τη μορφή διακοπών σε αντίθεση με τους περιστασιακούς οικοτουρίστες. Μια σημαντική διαφορά ανάμεσά τους είναι ότι η περιστασιακή εμπλοκή επηρεάζεται από προ – καθιερωμένα εκπαιδευτικά μοτίβα ενώ η τακτική εμπλοκή επηρεάζεται από την ήδη υπάρχουσα γνώση. Οι περιστασιακοί οικοτουρίστες έτειναν να παρακινούνται κυρίως από τις εξωτερικές/ προσωπικά προσανατολισμένες αξίες, με εξαίρεση τις αξίες ασφάλειας και της υπόληψης. Αντίθετα, οι τακτικοί οικοτουρίστες ωθούνταν από τις εσωτερικές τους αξίες. Και στις δύο περιπτώσεις, οι οικοτουρίστες έτειναν να συνδυάζουν ανθρωποκεντρικά, οικοκεντρικά και περιβαλλοντικά στοιχεία .

Μοιάζει να υπάρχει αρκετό ενδιαφέρον για τα χειμερινά ταξίδια προκειμένου να δικαιολογήσουν τα προϊόντα των 4 εποχών. Αυτό ισχύει κυρίως για τον έμπειρο οικοτουρίστα. Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε απ' την Wight (1995α), πάνω από το 25% των οικοτουριστών είπαν ότι ο Απρίλης έως και ο Οκτώβρης είναι ο προτιμητέος μήνας ταξιδιού ενώ το ένα τέταρτο των καταναλωτών προτιμούν η οικοτουριστική μερίδα του ταξιδιού τους να κρατάει περισσότερο από δύο εβδομάδες - μια περίοδος σημαντικά εκτεταμένη. Αυτό δείχνει ότι οι καταναλωτές αναζητούν μια εμπειρία η οποία να συνδυάζει τον οικοτουρισμό με άλλα είδη τουρισμού (Wight P., 1995α). Επιπλέον, ο οικοτουρίστας φαίνεται να είναι διατεθειμένος να ταξιδέψει πολύ πιο μακριά με σκοπό, όχι να βρεί ήλιο και πολυτέλεια, αλλά να βρεί αγνά φυσικά τοπία και να ικανοποιήσει την περιέργειά του για άγνωστους πολιτισμούς (Stringer P., 1984). Σε γενικές γραμμές, αυτό που μπορεί κανείς να πει είναι πως οι οικοτουρίστες είναι σαφείς, κατηγορηματικοί και μορφωμένοι. Ζητούν ποιοτικές εμπειρίες και προέρχονται γενικά από μεσαίες κοινωνικές τάξεις και σπάνια από υψηλότερες όπως φαίνεται από τα λογικά διαθέσιμα εισοδήματα, ενώ είναι προετοιμασμένοι να ταξιδέψουν. Ανάμεσα στους διεθνείς οικοτουρίστες, οι περισσότεροι προέρχονται από την Βόρεια Ευρώπη και Αμερική παρά απ' την Νότια Ευρώπη ή την Λατινική Αμερική ενώ και οι Αυστραλοί είναι αρκετά πρόθυμοι να ζήσουν μια οικοτουριστική εμπειρία (Sinclair J.).

Σε μια άλλη προσπάθεια εντοπισμού των οικοτουριστών, και υπό το πρίσμα του διαχωρισμού του βασισμένου στη φύση τουρισμού και του οικοτουρισμού, ο Buckley (2000: Cleaver M., 2002) τονίζει ότι, ενώ οι τουρίστες φύσης είναι παθητικοί συμμετέχοντες, οι οικοτουρίστες είναι πιο ενεργοί και προσπαθούν να έχουν θετική επίπτωση-είτε οικονομική, είτε εκπαιδευτική ή αναπτυξιακή-στον τόπο προορισμού. Οι

οικοτουρίστες επιδεικνύουν ένα υψηλότερο επίπεδο ενδιαφέροντος και ανάμιξης στην προστασία του περιβάλλοντος απ' ό,τι τα υπόλοιπα είδη τουριστών (Hvenegaard & Deardon 1998: Cleaver M., 2002). Παρά το ότι ο Diamantis (1998: Cleaver M., 2002) και οι Yuan και Moisey (1992: Cleaver M., 2002) τονίζουν την νεανικότητα των οικοτουριστών, οι περισσότερες μελέτες δείχνουν ότι οι οικοτουρίστες τείνουν να είναι μεγαλύτεροι σε ηλικία από τον μέσο τουρίστα (Backman & Potts, 1993; Boo, 1990; Eagles & Cascagnette, 1995; Hvenegaard & Deardon, 1998; Wight, 1996: Cleaver M., 2002). Τα στοιχεία των Fennell και Smale (1992: Cleaver M., 2002) αποκαλύπτουν πως οι οικοτουρίστες είναι, κατά μέσο όρο, 54 ετών. Πολύ σημαντικό κομμάτι της οικοτουριστικής αγοράς φαίνεται να αποτελεί και η γενιά των «baby-boomers», όπως έχει ήδη αναφερθεί, κοινωνική ομάδα μιας εποχής που σημειώθηκαν τεράστιοι αριθμοί γεννήσεων, λίγο μετά τον 2ο παγκόσμιο πόλεμο. Η γενιά αυτή παρουσιάζει έναν πολύ δελεαστικό στόχο στην ανάπτυξη και προώθηση των ταξιδιών ανακάλυψης και των προϊόντων τουρισμού περιπέτειας (Foot & Stoffman, 1996; Muller & Cleaver, 2000: Cleaver M., 2002). Όσο οι «baby-boomers» πλησιάζουν και μπαίνουν την συμβατική ηλικία της σύνταξης, ο τουρισμός, γενικά, αναμένεται να αυξηθεί στα άτομα της γενιάς αυτής (Blazey, 1992; Cleaver, 1996; Muller, 1994: Cleaver M., 2002). Κατά συνέπεια, αυτό σηματοδοτεί ένα λαμπρό μέλλον για τον οικοτουρισμό και την ανάπτυξη νέων οικοτουριστικών προϊόντων.

Παρά τις διαφορές των τουριστών φύσης απ' τους οικοτουρίστες που αναφέρθηκαν παραπάνω, εντοπίζονται πολλά κοινά σημεία στα χαρακτηριστικά των δύο αυτών τμημάτων της τουριστικής αγοράς. Αξίζει να σημειωθεί ότι σε πολλές έρευνες χρησιμοποιούνται τουρίστες φύσης κάποιου προορισμού ώστε να διεξαχθούν συμπεράσματα για την οικοτουριστική αγορά. Ο πίνακας 1.4.1. δίνει συνοπτικά κάποιες πληροφορίες για τα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών φύσης, τα οποία σε πολλές περιπτώσεις συμπίπτουν με αυτά των οικοτουριστών.

Ο Mundt, απ' την πλευρά του, θεωρεί ότι οι οικοτουρίστες μπορεί να ανήκουν σε τρεις ομάδες (1994: Cleaver M., 2002). Η πρώτη ομάδα αποτελείται από ευκατάστατα, υγιή, μεγαλύτερα σε ηλικία άτομα, μεταξύ 44 και 66 ετών, οι οποίοι διαθέτουν ένα εκτενές ταξιδιωτικό περαλθόν και έχουν πλέον εξαντλήσει όλους τους παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς. Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν νεότερα άτομα, ηλικίας μεταξύ 33 και 40, οι οποίοι έχουν φιλελεύθερη νοοτροπία και είναι ταξιδιώτες της μέσης τάξης που προτιμούν τα χαμηλού κόστους οικοτουριστικά πακέτα. Η τρίτη κατηγορία οικοτουριστών, γνωστοί και ως «εγω-τουρίστες», είναι η νεότερη αγορά (ηλικίας από 20 και κάτω), της οποίας τα μέλη αναζητούν ταξιδιωτικές εμπειρίες που

είναι ευαίσθητες σε περιβαλλοντικά θέματα και περιλαμβάνουν έναν εναλλακτικό τρόπο ζωής. Οι Swarbrooke και Horner (1999: Cleaver M., 2002) επίσης ξεχώρισαν ένα είδος «εγω-βασισμένου» οικοτουρίστα, προσπαθώντας έτσι να περιγράψουν το κίνητρο των οικοτουριστών αυτών για οικοτουρισμό σαν μια «*επιθυμία να βελτιώσουν την εικόνα τους στους φίλους και τους συγγενείς τους με το να τους βλέπουν να ενδιαφέρονται για περιβαλλοντικά θέματα*».

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.4.1.: ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΦΥΣΗΣ

ΠΡΟΦΙΛ ΑΓΟΡΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΦΥΣΗΣ

- *Ηλικία*: 35-54 ετών, αν και η ηλικία ποικίλει ανάλογα με τη δραστηριότητα και άλλους παράγοντες όπως το κόστος.
 - *Φύλο*: 50% γυναίκες και 50% άντρες, παρόλο που βρέθηκαν ξεκάθαρες διαφορές ανάλογα με τη δραστηριότητα.
 - *Εκπαίδευση*: 82% ήταν απόφοιτοι κολλεγίου.
 - *Σύνθεση νοικοκυριού*: δεν βρέθηκαν μεγάλες διαφορές μεταξύ γενικών και έμπειρων τουριστών φύσης*.
 - *Σύνθεση ομάδας*: η πλειοψηφία (60%) των έμπειρων τουριστών φύσης που απάντησαν, δήλωσαν ότι προτιμούν να ταξιδεύουν με την οικογένειά τους, και το 13% να ταξιδεύουν μόνοι.
 - *Διάρκεια ταξιδιού*: το μεγαλύτερο μέρος των έμπειρων τουριστών φύσης (50%) προτιμούσαν ταξίδια που διαρκούν 8 με 14 ημέρες.
 - *Δαπάνες*: οι έμπειροι τουρίστες φύσης ήταν διατεθημένοι να ξοδέψουν περισσότερα απ' ό,τι οι γενικοί τουρίστες, με το μεγαλύτερο μέρος τους (26%) να δηλώνει ότι ήταν διατεθημένοι να δαπανήσουν \$1,001-\$1,500 ανά ταξίδι.
 - *Σημαντικά στοιχεία του ταξιδιού*: τα σημαντικότερα τρία στοιχεία που απάντησαν οι έμπειροι τουρίστες φύσης ήταν: (1) το άγριο/ερημικό τοπίο, (2) η παρατήρηση της άγριας πανίδας/χλωρίδας και (3) η πεζοπορία/trekking.
 - *Κίνητρα για την πραγματοποίηση του επόμενου ταξιδιού*: οι πρωτεύοντες λόγοι για τους έμπειρους τουρίστες φύσης ήταν: (1) να χαρούν το τοπίο/τη φύση και (2) να ζήσουν νέες εμπειρίες/να δουν νέα μέρη.
- *οι έμπειροι τουρίστες φύσης ήταν τουρίστες που είχαν ήδη πραγματοποιήσει τουλάχιστον ένα οικοτουριστικό ταξίδι. Ο οικοτουρισμός ορίστηκε στην έρευνα αυτή σαν τουρισμός φύσης/πολιτιστικός τουρισμός. Η έρευνα αυτή περιελάμβανε τόσο εγχώρια όσο και διεθνή ταξίδια.

ΠΗΓΕΣ: HLA & ARA Consulting, 1994; Wight, 1996a, 1996b; Wood M. E., 2002

Έρευνα του Οργανισμού Τουρισμού του Queensland (1999: Cleaver M., 2002) έδειξε ότι τρία είναι τα επίπεδα ενδιαφέροντος για τον οικοτουρισμό στους Αυστραλούς. Η άποψη του Mundt (1994: Cleaver M., 2002) για την οικοτουριστική αγορά συμπίπτει με τα παραπάνω, παρέχοντας και μια δημογραφική κατηγοριοποίηση αυτής. Πέρα από την δημογραφική κατηγοριοποίηση, οι οικοτουρίστες μπορούν επίσης να χωριστούν και βάσει του τρόπου ζωής τους-μια ψυχογραφική μέθοδος διαχωρισμού των αληθινών οικοτουριστών από τους τουρίστες εκείνους οι οποίοι δεν κινητοποιούνται ιδιαίτερα από την οικολογική πλευρά του ταξιδιού ή από περιβαλλοντικά ευαίσθητους προορισμούς και εμπειρίες (Cleaver M., 2002), γεγονός που θα εξεταστεί εκτενέστερα στο Κεφάλαιο 4.

Σχετικά με το μορφωτικό τους επίπεδο, οι οικοτουρίστες είναι πιο καλλιεργημένοι και μορφωμένοι από το μέσο τουρίστα (Backman & Potts, 1993; Diamantis, 1998; Eagles & Cascagnette, 1995; Fennell & Smale, 1992; Hvenegaard & Deardon, 1998: Cleaver M., 2002) και παρουσιάζουν μεγαλύτερη ανάγκη για πνευματική και συναισθηματική διέγερση καθώς και για εκπαιδευτικές εμπειρίες (Wood, 2001: Cleaver M., 2002). Ο Ευρωπαίος οικοτουρίστας, συγκεκριμένα, φαίνεται ότι είναι ένας έμπειρος ταξιδιώτης, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, υψηλό εισόδημα και μέσης με μεγαλύτερης ηλικίας. Συνήθως είναι άτομα με ισχυρή επιρροή στους άλλους, που ρωτάνε και λένε σε φίλους ή συνάδελφους για ένα ταξίδι και είναι η πιο βασική πηγή πληροφόρησης για ταξίδια (Herbert Hamele, 2004: TIES, 2005α).

Οι οικοτουρίστες ταξιδεύουν πιο συχνά απ' το μέσο τουρίστα και απολαμβάνουν περισσότερο ταξίδια με την μεγαλύτερη δυνατή διάρκεια, κυρίως λόγω των άνω του μέσου όρου εισοδημάτων τους (Fennell & Smale, 1992; Hvenegaard & Deardon, 1998; Wight, 1996: Cleaver M., 2002). Επίσης, τείνουν να ξοδεύουν περισσότερα στις διακοπές τους (Eagles & Cascagnette, 1995: Cleaver M., 2002) ενώ, αν και οι οικοτουρίστες λέγεται ότι προτιμούν τα ομαδικά ταξίδια (Boo, 1990; Fennell & Smale, 1992: Cleaver M., 2002), πιο πρόσφατες έρευνες αποδεικνύουν ότι οι οικοτουρίστες είναι πιθανότερο να ταξιδεύουν μόνοι ή σαν ζευγάρι και λιγότερο πιθανό μαζί με κάποια ομάδα ή την οικογένειά τους ή τα παιδιά τους (Wight, 1996: Cleaver M., 2002). Πράγματι, σύμφωνα και με δεύτερη μελέτη (Wight P., 1995α), η πλειοψηφία των τουριστών που ταξιδεύουν σε οικοτουριστικούς προορισμούς προτιμούν να ταξιδεύουν ως ζευγάρια (περίπου το 60% και για τους καταναλωτές και για τους οικοτουρίστες), ενώ οι έμπειροι οικοτουρίστες στην πλειοψηφία τους προτιμούσαν να ταξιδεύουν μόνοι τους (13% έναντι 7% για τον γενικό καταναλωτή). Οι οικογένειες με παιδιά

αποτελούσαν μόλις το 15% της έμπειρης αγοράς οικοτουριστών και το 26% των γενικών καταναλωτών.

Το γένος των οικοτουριστών που αναφέρεται στη βιβλιογραφία ποικίλει επίσης. Μερικές μελέτες έχουν κάνει λόγο για πλειοψηφία αρρένων (Fennell και Smale 1992, Backman και Potts 1993, Nababan και Aliadi 1993: Wight P., 1995α) ενώ οι Cook, Stewart και Repass 1992, Reingold 1993 για πλειοψηφία των θηλέων – ή ακόμη και για ένα μείγμα αρρένων και θηλέων (Boo 1990, Ingram και Durst 1987: Wight P., 1995α).

Σύμφωνα με στοιχεία που συλλέχθηκαν σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τις εταιρίες consulting HLA και ARA για τους Βορειο-Αμερικάνους ταξιδιώτες το 1994, πραγματοποιήθηκε μια αρκετά ακριβής προσέγγιση του προφίλ των οικοτουριστών εκεί. Βάσει της έρευνας αυτής, οι οικοτουρίστες είναι 35 με 54 ετών, αν και η ηλικία τους ποικίλει ανάλογα με την δραστηριότητα και άλλους παράγοντες, όπως το κόστος. Είναι κατά το ήμισι άντρες, παρόλο που βρέθηκαν ξεκάθαρες διαφορές ανάλογα με την δραστηριότητα. Το 82% αυτών είναι απόφοιτοι κολλεγίου, ενώ παρατηρήθηκε και μια αλλαγή στο ενδιαφέρον για τον οικοτουρισμό και από άτομα με μικρότερο μορφωτικό επίπεδο, ένδειξη μιας εξάπλωσης του φαινομένου και σε ευρύτερες αγορές. Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση, δεν βρέθηκαν σημαντικές διαφορές μεταξύ γενικών τουριστών και οικοτουριστών. Απ' τους έμπειρους οικοτουρίστες οι οποίοι απάντησαν, το σημαντικό ποσοστό του 60% απάντησαν ότι προτιμούν να ταξιδεύουν σαν ζευγάρια, με ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 15% να δηλώνει ότι προτιμά να ταξιδεύει οικογενειακώς και ένα 13% να ταξιδεύει μόνο (Σαν έμπειροι οικοτουρίστες θεωρήθηκαν εκείνοι οι οποίοι είχαν πραγματοποιήσει τουλάχιστον άλλο ένα οικοτουριστικό ταξίδι). Όσον αφορά τη διάρκεια του ταξιδιού, το μεγαλύτερο μέρος των έμπειρων οικοτουριστών (50%) δήλωσε πως προτιμά ταξίδια διάρκειας 8 με 14 ημερών. Οι έμπειροι οικοτουρίστες ήταν επίσης πρόθυμοι να ξοδέψουν περισσότερα απ' ότι οι γενικοί τουρίστες, με το 26% αυτών να δηλώνουν πως ήταν διατεθημένοι να χαλάσουν \$1,001 με \$1,500 ανά ταξίδι, και σαν σημαντικά στοιχεία ενός ταξιδιού ξεχώρισαν τα ερημικά τοπία, την θέα της άγριας πανίδας και χλωρίδας και την πεζοπορία και το trekking. Τα δύο σημαντικότερα κίνητρα για να πραγματοποιήσουν το επόμενο οικοτουριστικό ταξίδι ήταν η απόλαυση του τοπίου και της φύσης και οι νέες εμπειρίες σε νέα μέρη (TIES, 2000).

Μια πολύ καλή προσέγγιση του προφίλ των οικοτουριστών αποτελεί μια εξειδικευμένη ομάδα επισκεπτών, σε υδροβιότοπους της Ταϊβάν, όπου επιβεβαιώνονται πολλά

ευρήματα άλλων ερευνών, όπως για παράδειγμα το υψηλό μορφωτικό τους επίπεδο και το αρκετά υψηλό εισόδημα (πίνακας 1.4.2.). Ωστόσο, στον πίνακα 1.4.3., μια συνοπτική παρουσίαση των δημογραφικών στοιχείων επτά μεγάλων κατηγοριών οικοτουριστών, είναι προφανής η διαφοροποίηση που υπάρχει, άλλοτε ασήμαντα μικρή και άλλοτε πολύ μεγάλη, ανάλογα με τον τόπο προέλευσης, τις επιλεγόμενες δραστηριότητες αλλά και το αν πρόκειται για έναν έμπειρο ή περιστασιακό οικοτουρίστα, ο οποίος είτε ταξιδεύει σε μικρές είτε σε μεγάλες ομάδες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.4.2.: ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΤΩΝ ΥΔΡΟΒΙΟΤΟΠΩΝ GUAN-DU, GUAN-MEI ΚΑΙ GHI-GU ΣΤΗ ΤΑΪΒΑΝ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΗ ΜΕΤΑΒΛΗΤΗ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΦΥΛΟ	
Άντρες	54,2
Γυναίκες	45,8
ΗΛΙΚΙΑ	
< 19 ετών	5,1
19-24	31,6
25-35	39,0
35-50	19,9
> 50 ετών	4,4
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	
Απολυτήριο Δημοτικού	2,0
Απολυτήριο Γυμνασίου	4,7
Απολυτήριο Λυκείου	20,2
Πτυχίο πρώτης βαθμίδας τριτοβάθμιας εκπαίδευσης	61,6
Μεταπτυχιακό ή διδακτορικό	11,6
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ ΑΝΑ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟ	
< \$ 30,000	54,7
\$ 30,001- \$ 50,000	31,5
\$ 50,001- \$ 100,000	11,3
> \$ 100,000	2,5

ΠΗΓΗ: Hou J., Kerstetter D. & Lin C., 2004

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.4.3.: ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ

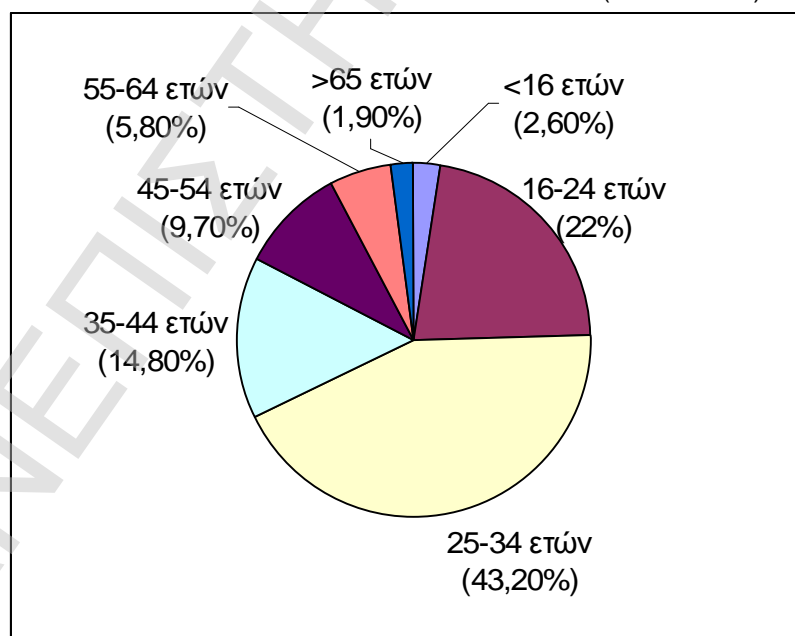
Χαρακτηριστικά Αγοράς	Γενικός ταξιδιώτης περιπέτειας & υπαίθρου των ΗΠΑ	Γενικός οικοτουρίστας της Βορείου Αμερικής	Έμπειρος οικοτουρίστας της Βορείου Αμερικής	Καναδός οικοτουρίστας	Αυστραλός οικοτουρίστας	Ομαδικοί συχνοί οικοτουρίστες του Ην. Βασ.	Ομαδικοί περιστασιακοί οικοτουρίστες του Ην. Βασ.
Εισόδημα Νοικοκυριού	76% > US\$30.000 24% < US\$30.000 18% > US\$75.000	Μένουν σε γειτονιές με > US\$35,000	Δεν υπάρχουν πληροφορίες	57% > CND\$50.000 36% > CND\$70.000 Μ.ό.: CND\$64.000	Υψηλότερα εισοδήματα	13% < £10.000 15%: £10-15.000 22%: £15-20.000 17%: £20-25.000 12%: £25-30.000 21% > £30.000	33% < £10.000 12%: £10-15.000 14%: £15-20.000 14%: £20-25.000 9%: £25-30.000 18% > £30.000
Ηλικία	51%: 25-40 25% 45-64 10%: 65+ Μ.ό.: 40	10%: 18-24 24%: 25-34 25%: 35-44 18%: 45-54 23%: 55+	2%: 18-24 20%: 25-34 28%: 35-44 28%: 45-54 23%: 55+	46%: 45-64 22%: 35-44 11%: 25-34 11%: 70+	36%: 20-29 23%: 30-39 27%: 50+	7%: 17-24 15%: 25-34 27%: 35-44 24%: 45-54 18%: 55+	28%: 17-24 28%: 25-34 16%: 35-44 17%: 45-54 11%: 55+
Φύλο	51% άντρες (vs. 60% των ταξιδιωτών συνολικά), Ποικίλει ανά δραστηριότητα	Άντρες και γυναίκες, ποικίλει ανά δραστηριότητα	Άντρες και γυναίκες, ποικίλει ανά δραστηριότητα	50:50	55% γυναίκες 45% άντρες, Ποικίλει ανά δραστηριότητα	54% γυναίκες 46% άντρες	57% γυναίκες 43% άντρες
Οικογενειακή Κατάσταση	66%: έγγαμοι (vs 56% των ταξιδιωτών συνολικά) 50% με παιδιά (vs 37% των ταξιδιωτών συνολικά)	44% ζευγάρια 1/3 οικογένειες	47% ζευγάρια ½ οικογένειες	Δεν υπάρχουν πληροφορίες	Δεν υπάρχουν πληροφορίες	58% έγγαμοι 34% άγαμοι 8% με διαζύγιο	54% άγαμοι 39% έγγαμοι 7% με διαζύγιο
Μόρφωση	41% απόφοιτοι κολεγίου	45% απόφοιτοι κολεγίου 30% μερικώς κολεγίου 21% απόφοιτοι λυκείου 5% μερικώς λύκειο	82% απόφοιτοι κολεγίου 14% μερικώς κολεγίου 4% απόφοιτοι λυκείου 1% μερικώς λύκειο	>64% πανεπιστημιακή εκπαίδευση 24% μερική πανεπιστημιακή μόρφωση	Όλα τα μορφωτικά επίπεδα, αλλά οι πιθανοί οικοτουρίστες τείνουν να είναι πιο υψηλά μορφωμένοι	38% απόφοιτοι πανεπιστημίου 25% απόφοιτοι γυμνασίου 23% κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος 15% απόφοιτοι λυκείου	46% απόφοιτοι πανεπιστημίου 22% απόφοιτοι γυμνασίου 21% κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος 11% απόφοιτοι λυκείου
Σύνθεση ομάδων/ Ταξιδιωτικοί σύντροφοι	58% ζευγάρια 36% με εγγόνια/ παιδιά 34% με άλλους ενήλικους 11% με γονείς ή παππούδες 4% μόνοι	59% ζευγάρια 29% οικογένειες με παιδιά 7% μόνοι	61% ζευγάρια 15% οικογένειες 13% μόνοι	Δεν υπάρχουν πληροφορίες	30% ζευγάρια 14% οικογένεια/ φίλοι 45% μόνοι (οι επισκέπτες λιγότερο πιθανό να είναι ασυνδευτοι)	66% ένας 18% δύο 9% τρεις 4% τέσσερις 3% άλλο	63% ένας 15% δύο 9% τρία 5% τέσσερα 9% άλλο
Επάγγελμα	35% επαγγελματίες-διευθυντές 14% εργάτες-τεχνίτες 12% συνταξιούχοι 10% κληρικοί	Δεν υπάρχουν πληροφορίες	Δεν υπάρχουν πληροφορίες	Δεν υπάρχουν πληροφορίες	Το μεγαλύτερο ποσοστό επαγγελματίες	Δεν υπάρχουν πληροφορίες	Δεν υπάρχουν πληροφορίες

ΠΗΓΗ: ΤΙΑΑ, 1994; HLA/ARA, 1994; Eagles & Cascagnette, 1995 ; Blamey & Hatch, 1998 ; Diamantis, 1999; Wight P., 2001

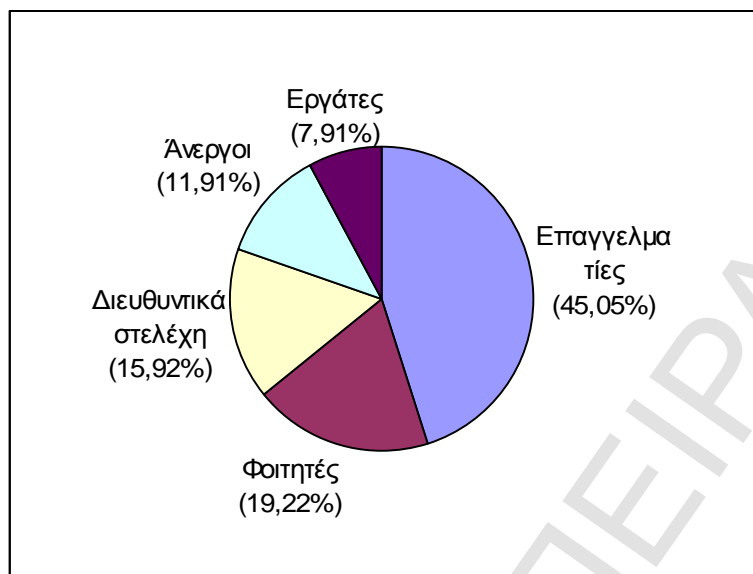
Όσον αφορά την ηλικία των οικοτουριστών, διαφορετικές μελέτες στο παρελθόν έχουν δώσει αντιφάσκουσες πληροφορίες. Για παράδειγμα, οι φυσικοί τουρίστες λέγεται ότι είναι μεγαλύτεροι από το μέσο όρο, 54 χρονών κατά μέσο όρο. Οι έμπειροι οικοτουρίστες είναι γενικά μεγαλύτεροι (το 56% ήταν 35 έως 54χρονών) από ότι οι γενικοί καταναλωτές (το 49% ήταν 25 έως 44 χρονών). Έρευνα επίσης βρήκε ότι μια μεγάλη γκάμα από πελάτες αντιπροσωπευόταν, παρόλο που υπήρχε τάση για τους Ευρωπαίους ταξιδιωτικούς οργανισμούς να ελκύουν μια ελαφρώς μεγαλύτερη πελατεία (Wight P., 1995α). Είναι πιθανόν ότι η ηλικία ποικίλλει ανάλογα με τη δραστηριότητα και άλλους παράγοντες όπως το κόστος. Για παράδειγμα, σε μια πρόσφατη τουριστική έρευνα στον Καναδά οι περισσότεροι συμμετέχοντες (80%) ήταν από τη Βόρεια Αμερική, με ηλικία που ποίκιλλε ανάλογα με την προτιμώμενη δραστηριότητα.

Σχετικά με την ηλικία των οικοτουριστών, αλλά και το κοινωνικό τους επίπεδο, στα επόμενα δύο διαγράμματα φαίνονται τα αποτελέσματα έρευνας που πραγματοποιήθηκε στους τουρίστες οι οποίοι επισκέπτονταν το Νεπάλ προκειμένου να κάνουν trekking, δραστηριότητα πολύ διαδεδομένη ιδιαίτερα στην περιοχή Annapurna:

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.4.1.: ΗΛΙΚΙΑΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ ΤΩΝ ΟΔΟΙΠΟΡΩΝ (ΤΡΕΚΚΕΡΣ) ΣΤΟ ΝΕΠΑΛ



ΠΗΓΗ: Holden A. & Sparrowhawk J., 2002

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.4.2.: ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΤΑΞΗ ΤΩΝ «TREKKERS»

ΠΗΓΗ: Holden A. & Sparrowhawk J., 2002

Οι οικοτουρίστες έχουν συχνά προσδιοριστεί ως αγοραστές ακριβής κατανάλωσης έχοντας ένα εισόδημα άνω του μετρίου, γεγονός που αποδεικνύεται από έρευνες όπως αυτή των Αμερικανών ταξιδιωτών, στην οποία προέκυψε ότι οι οικολογικοί ταξιδιώτες ήταν πρόθυμοι να ξοδέψουν, ανά μέσο όρο, 8.5% παραπάνω για υπηρεσίες και προϊόντα που παρέχονται από εταιρίες υπεύθυνες για το περιβάλλον. απ' την άλλη πλευρά, ο Βοο ισχυρίζεται ότι οι οικοτουρίστες αποδέχονται ευκολότερα συνθήκες που είναι διαφορετικές από εκείνες στο σπίτι τους από ότι άλλα είδη τουριστών (Diamantis D., 1999). Τα χαρακτηριστικά τους συχνά συμπεριλαμβάνουν το να ζούν σύμφωνα με τις τοπικές συνθήκες, τα έθιμα και το φαγητό, με δραστηριότητες που κυμαίνονται από μια βόλτα στο δάσος, έως και την εξερεύνηση και τη μελέτη των φυσικών ομορφιών ενός προορισμού.

Βάσει όλων των παραπάνω πλευρών των οικοτουριστών που εξετάστηκαν, τα κριτήρια που φαίνεται να χρησιμοποιούν για να επιλέξουν το ταξίδι που προτιμούν είναι σε γενικές γραμμές (Macfarlane D.):

- Η προσωπική εξυπηρέτηση σε συνδυασμό με την υψηλή ποιότητα των φυσικών πόρων.
- Ο βαθμός της ερμηνείας που παρέχεται όταν βρεθούν στην περιοχή.
- Η από στόμα σε στόμα διαφήμιση και την τοπική πληροφόρηση.

Επίσης, οι Ballantine και Eagles (Blamey R., 1997) προτείνουν ότι οι οικοτουρίστες μπορούν να ταξινομηθούν γενικά σύμφωνα με τρία κριτήρια:

- Μια πρόθεση να μάθουν για τη φύση
- Μια πρόθεση να επισκεπτούν αδιάβατες περιοχές και
- Χρονική δέσμευση της τάξεως του 33% του συνολικού ταξιδιού που να αφιερώνεται στα πρώτα δύο κριτήρια .

Ο Pihlstrom (Bjork P., 2002) προσδιορίζει τον οικοτουρίστα με τον ακόλουθο τρόπο: Θέλει να μελετήσει, θαυμάσει και να απολαύσει το σκηνικό, τα φυτά, τα ζώα και τον πολιτισμό σε ανενόχλητες φυσικές περιοχές. Ο Ceballos – Lascrain (Blamey R., 2001) μας λέει ότι: Το άτομο που κάνει οικοτουρισμό έχει την ευκαιρία να γίνει ένα με τη φύση με έναν τρόπο μοναδικό. Αυτό το άτομο σταδιακά θα αποκτήσει συνείδηση, η οποία θα τον μετατρέψει σε άτομο βαθιά αναμειγμένο σε θέματα διατήρησης του περιβάλλοντος.

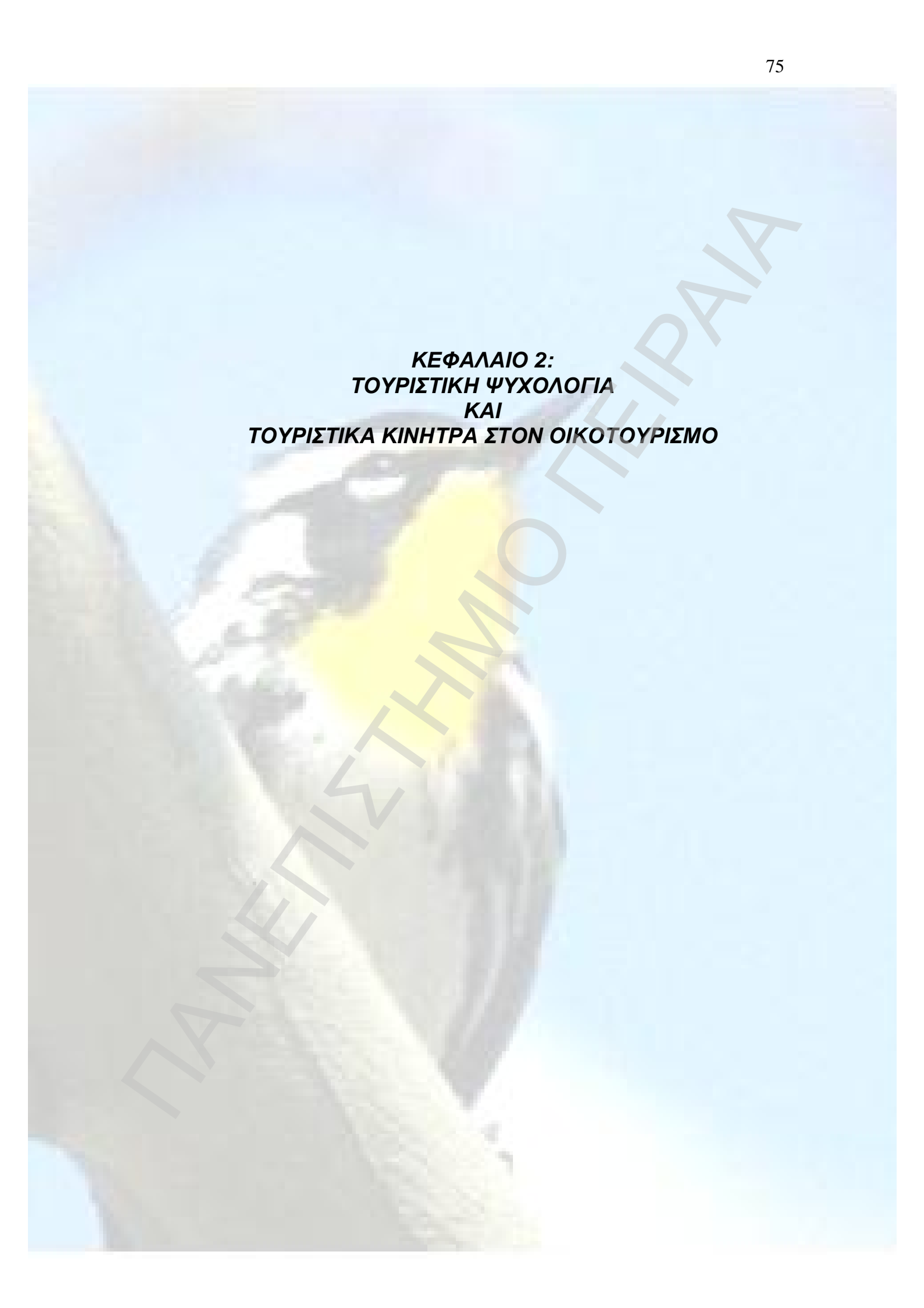
Δεδομένης της έλλειψης ομοιομορφίας στην οριοθέτηση των οικοτουριστών, είναι ακόμα άγνωστο το αν ο προσδιορισμός των οικοτουριστών σε μια μελέτη μπορούν να είναι ίδιος και σε κάποια άλλη, με τη χρήση διαφορετικών μεθόδων. (Hvenegaard G., 2002). Γενικά, τα άτομα έχουν την τάση να έχουν τους δικούς τους ορισμούς για τον οικοτουρισμό και οποιοσδήποτε ορισμός μπορεί να τους προϊδεάσει. Επιπρόσθετα, κανείς δεν μπορεί πραγματικά να αποκαλεστεί οικοτουρίστας μέχρι να φτάσει στο έδαφος του προορισμού, συμπεριφερόμενος σύμφωνα με τις αρχές. Για να επιβεβαιωθεί ότι ένας επισκέπτης συμμετέχει στον οικοτουρισμό στον προορισμό του, αυτό θα καθοριστεί όχι μόνο από τις δραστηριότητές του, αλλά και από τη συμπεριφορά του και τη συμπεριφορά των ξεναγών και άλλων μελών της ταξιδιωτικής βιομηχανίας (Wight P., 1995α).

1.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 1

Φαίνεται ότι ο οικοτουρισμός, αν και σαν όρος εμφανίστηκε τη δεκαετία του '80, προϋπήρχε σαν έννοια και ιδεολογία από πολύ παλαιότερα. Αναπτύχθηκε ραγδαία, αποτελώντας σήμερα ένα απ' τα πλέον υποσχόμενα κομμάτια της τουριστικής αγοράς. Πράγματι, ο οικοτουρισμός είναι το γρηγορότερα αναπτυσσόμενο κομμάτι του τουρισμού τα τελευταία 50 χρόνια, αυτού που σήμερα είναι η μεγαλύτερη βιομηχανία παγκοσμίως, ενώ η δυνητική αγορά για οικοτουριστικές εμπειρίες είναι σημαντική και συνεχώς αυξανόμενη.

Ο οικοτουρισμός μπορεί να οριστεί μεταξύ άλλων και σαν «...*μια αειφορική μορφή τουρισμού υπαίθρου που εστιάζεται πρωτίστως στην απόκτηση εμπειριών και γνώσεων για τη φύση και ο οποίος διαχωρίζεται με τρόπο ώστε να είναι ήπιος (χαμηλού αντίκτυπου), μη καταναλωτικός και τοπικά προσανατολισμένος. Αναπτύσσεται τυπικά σε φυσικές περιοχές και πρέπει να συντελεί στη διατηρησιμότητα και στη συντήρηση αυτών των περιοχών*». Οι δε οικοτουρίστες είναι άτομα με έντονη περιβαλλοντική συνείδηση που αποφεύγουν την συσσώρευση κόσμου σε μια περιοχή και ενδιαφέρονται κυρίως στην μάθηση παρά στην προσωπική διασκέδαση. Είναι, σε γενικές γραμμές, άτομα υψηλού μορφωτικού και άνω του μετρίου οικονομικού επιπέδου, μέσης κυρίως ηλικίας, με φύλλο και οικογενειακή κατάσταση που ποικίλουν ανά περίπτωση.

Σχετικά, τέλος, με το οικοτουριστικό προϊόν, αυτό που είναι σίγουρο είναι ότι γενικά το «πράσινο» πουλάει. Οποιοσδήποτε όρος με το πρόθεμα «οικο» μπορεί να αυξήσει τις πωλήσεις. Ωστόσο, τα αληθινά οικοτουριστικά προϊόντα χαρακτηρίζονται από την άμεση σχέση τους με τη φύση, τον πολιτισμό και την μάθηση, στοχεύουν στη προστασία του περιβάλλοντος και την οικονομική ενίσχυση των τοπικών κοινοτήτων, και είναι κυρίως ποικίλες δραστηριότητες υπαίθρου, σε προορισμούς μη ανεπτυγμένων χωρών, με πλούσια, κατά τ' άλλα, πολιτιστική και φυσική κληρονομιά.



**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ
ΚΑΙ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΤΟΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟ**

2.1. ΟΙ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΔΙΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΠΟΥ ΩΘΟΥΝ ΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΟ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η καταναλωτική συμπεριφορά αφορά με έναν εντελώς ιδιαίτερο τρόπο τον τουριστικό τομέα. Αυτό οφείλεται αφ' ενός μεν στην κοινωνιολογική σπουδαιότητα ενός τόσο σημαντικού θεσμού σαν τον τουρισμό και αφ' ετέρου στην ψυχολογική σημασία ορισμένων παραγόντων στην αγορά του τουριστικού προϊόντος (Λύτρας Π., 1993). Συγκεκριμένα, υπάρχουν ορισμένα ιδιόμορφα χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν τον τουρισμό από την πληθώρα των άλλων κοινωνικών θεσμών. Τα χαρακτηριστικά αυτά γνωρίσματα του τουρισμού, που τον κάνουν να διαφέρει από τους άλλους θεσμούς, είναι τα ακόλουθα (Λύτρας Π., 1993, σελ.: 41):

1. Η διεργασία αυτή απαιτεί την ύπαρξη ενός μίνιμουμ χρονικού διαστήματος *ελεύθερου χρόνου*.
2. Η άσκησή του και η κύρια μορφή και το επίπεδό του αποτελούν συνάρτηση ενός συγκεκριμένου *επαγγελματικού και εισοδηματικού επιπέδου*.
3. Είναι ιδιαίτερα *εύθραυστος* σαν κοινωνικός θεσμός, αφού επηρεάζεται σημαντικά από «αστάθμητους» παράγοντες, όπως για παράδειγμα από γεγονότα εκδήλωσης τρομοκρατικών ενεργειών.
4. Η κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος γίνεται συνήθως σε *άγνωστο* χώρο και συνεπώς ο θεσμός επηρεάζεται σημαντικά τόσο από την άμεση αντίληψη, όσο και από τις γενικότερες ψυχο-κοινωνικές επιβαρύνσεις που πιθανά προκύπτουν κατά την εκτέλεση των διακοπών και δεν συναντάται σε άλλο θεσμό.
5. Η λειτουργικότητα του θεσμού συχνά εξαρτάται αποκλειστικά από μία πληθώρα υποκειμενικών διαθέσεων, οι οποίες είναι αδύνατο να προβλεφθούν εκ των προτέρων, αν και αποτελούν ένα ουσιαστικό σύμπλεγμα αγοραστικών επιρροών (Chisnall P., 1975: Λύτρας Π., 1993).

Ουσιαστικά οι ψυχολογικές επιδράσεις στην καταναλωτική συμπεριφορά στον τουριστικό τομέα ξεκινούν μεταπολεμικά, όταν μία εκτεταμένη σειρά τουριστικών επιχειρήσεων αντιλαμβάνεται την ανάγκη να βελτιώσει τις πωλήσεις (Λύτρας Π., 1993). Έτσι, οριοθετείται και η στροφή στην κάλυψη και ψυχολογικών αναγκών στον τουρισμό, όχι πλέον με τη γενική και αφηρημένη έννοια της αναψυχής κατά τη διάρκεια των διακοπών, αλλά κάτω από το πρίσμα των νέων επιστημονικών ανακαλύψεων στον τομέα της ψυχολογίας. Από όλο αυτό το τόσο πολύπλοκο οικοδόμημα ψυχολογικών αναγκών ξεχωρίζουν (Λύτρας Π., 1993, σελ.: 43):

- Η απομάκρυνση από την καθημερινότητα και τη ρουτίνα της επαγγελματικής ζωής.

- Η ξεκούραση του οργανισμού όχι μόνο από την κούραση της εργασίας, αλλά και από μία σειρά σύγχρονων ψυχοσωματικών παθήσεων (λ.χ. άγχος, στρες, ένταση κλπ) που μαστιίζουν το σύγχρονο άνθρωπο.
- Η αλλαγή των διαθέσεων της προσωπικότητας στη διάρκεια αυτού του περιορισμένου χρονικού διαστήματος των διακοπών.
- Η ψυχολογική ισορροπία που επέρχεται με την ενασχόληση με νέα πράγματα, νέες παραστάσεις, με αλλαγές ή παραλλαγές των κύριων κοινωνικών ρόλων, κλπ.
- Η προσπάθεια πολλών και διαφορετικών φορέων του τουριστικού κυκλώματος να δοθεί στον καταναλωτή η ευχέρεια κάλυψης κάποιων μη συνηθισμένων αναγκών για το υπόλοιπο διάστημα του χρόνου.
- Η απάμβλυση από τις περιβαλλοντικές και οικολογικές δυσμορφίες του ανθρώπου των αστικών κέντρων και των βιομηχανικών περιοχών.
- Η δυνατότητα σύναψης νέων διαπροσωπικών σχέσεων που στη διάρκεια της τουριστικής αναψυχής συντελούνται πολύ πιο εύκολα.
- Η ελευθερία των πράξεων και η δυνατότητα αλλαγής της εν γένει συμπεριφοράς στη διάρκεια των διακοπών, και τόσα άλλα.

Οι ψυχολογικές ανάγκες που αναφέρθηκαν προηγουμένως διατυπώθηκαν και απ' τον Ryan (1991: Holden A., 2000) σε ένα πλαίσιο ταξιδιωτικών κινήτρων (πίνακας 2.1.1). Αν και εντοπίζονται κάποιες διαφορές με την προηγούμενη άποψη, η θεωρητική βάση παραμένει ίδια, με την έμφαση να δίνεται κυρίως στην ανάγκη φυγής, ξεκούρασης, χαλάρωσης, κοινωνικής συναστροφής και ευκαιρίας στην δημιουργικότητα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1.1.: ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ
<ul style="list-style-type: none"> • Φυγή από ένα πεζό περιβάλλον, συναφής με την θεωρία της φυγής του Boorstin (1961) • Χαλάρωση, συμπεριλαμβανομένης της πνευματικής και σωματικής «ανάρρωσης» • Παιχνίδι, μια ευκαιρία μετάβασης σε μια κατάσταση παιδικότητας η οποία δεν είναι εφικτή απ' τους ενήλικες λόγω της δομής της σύγχρονης κοινωνίας • Ενδυνάμωση των οικογενειακών δεσμών • Γόητρο-συναφής με την θεωρία του Dann (1977) για εγω-ενίσχυση • Κοινωνικές συναναστροφές • Σεξουαλικές ευκαιρίες • Εκπαιδευτικές ευκαιρίες • Αυτο-ολοκλήρωση-συναφής με την θεωρία του MacCannell (1976) για την αυτο-ανακάλυψη

ΠΗΓΗ: Ryan, 1991: Holden A., 2000

Η τουριστική διεργασία στο σύγχρονο ανεπτυγμένο κόσμο – που μαστίζεται από μία εκτεταμένη σειρά ψυχοσωματικών επιβαρύνσεων – αν δεν λύνει κάποια προβλήματα αυτής της υφής, τουλάχιστον υποβοηθά σημαντικά στην καλύτερη αντίδραση του ατόμου απέναντι σε αυτές τις επιβαρύνσεις, οι οποίες με τη μεσολάβηση της τουριστικής διεργασίας και την άσκηση των διακοπών δημιουργούν το πλαίσιο απάμβλυνσης από κάποιες σύγχρονες κοινωνικές και ψυχολογικές επιβαρύνσεις, κυρίως γιατί οριοθετούνται από:

- Την αλλαγή των παραστάσεων, εικόνων και μηνυμάτων της συνήθους καθημερινής και συχνά αδυσώπητης πραγματικότητας,
- Την ξεκούραση από την κόπωση μεγάλων χρονικών διαστημάτων, που πέρα από τις καθαρά σωματικές επιπτώσεις του, παρουσιάζει και σοβαρές αλληλεπιδράσεις στα θέματα ψυχικών διαταραχών,
- Την ανακατασκευή («ανάπλαση») των συνηθισμένων κοινωνικών ρόλων (Λύτρας Π.: *Τουριστική Κοινωνιολογία*) που η διάρκεια των διακοπών και της τουριστικής διακίνησης προϋποθέτει,
- Την απόκλιση από κάποια μορφή τυποποιημένων συμπεριφορών, που αποτελεί την καλύτερη αντιμετώπιση ορισμένων ψυχοπαθολογικών συνδρόμων με πλούσια ποικιλία διαταραχών και σωματικών παθήσεων,
- Την απομάκρυνση από τα κέντρα ατμοσφαιρικής, και όχι μόνο, μόλυνσης, από τα κέντρα υψηλής ηχορύπανσης, κλπ, που με τη σειρά τους προσδίδουν κάποιες ψυχολογικές απαμβλύνσεις,
- Τη διαφοροποίηση ορισμένων βασικών κοινωνικών και ψυχολογικών παραγόντων που διαμορφώνουν την αγοραστική συμπεριφορά, γιατί η μετατροπή αυτής της συμπεριφοράς συχνά προσδίδει πρόσθετη ψυχολογική ικανοποίηση,
- Τέλος, την επέκταση δημιουργικής αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου, που αποτελεί το κύριο ζητούμενο στη σύγχρονη καπιταλιστική κοινωνία, όπου το άτομο μαστίζεται από την απουσία του (Λύτρας Π., 1980: Λύτρας Π., 1993).

Στην προσπάθεια εντοπισμού των τουριστικών κινήτρων, ο Plog διαμόρφωσε ένα «ομοιοδιάστατο» μοντέλο ταξιδιωτικών κινήτρων στο οποίο τα άτομα φαίνεται να εμπίπτουν σε μια ψυχοκεντρική συνέχεια. Ο όρος ψυχοκεντρικός χρησιμοποιείται για να περιγράψει κάποιον «του οποίου το κέντρο της προσοχής επικεντρώνεται σε προσωπικές αμφιβολίες και άγχη, παρά στο να χρησιμοποιήσει την ενέργεια αυτή για να βγει έξω στον κόσμο και να τον εξερευνήσει» (Plog, 1994: Blamey R. & Braithwaite V., 1997). Ο Pearce και οι συνεργάτες του, απ' την άλλη, ανέπτυξαν ένα πλαίσιο για την ανάλυση των ταξιδιωτικών κινήτρων βασισμένο στην ιεράρχηση των αναγκών του

Maslow (1954: Blamey R. & Braithwaite V., 1997), σύμφωνα με το οποίο «οι άνθρωποι έχουν μια καριέρα στην ταξιδιωτική τους συμπεριφορά. Όπως η καριέρα στο χώρο εργασίας τους, οι άνθρωποι μπορεί να ξεκινήσουν από διαφορετικά επίπεδα (της ιεραρχίας), είναι πιθανόν να αλλάξουν επίπεδα κατά τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους και μπορούν να αποτραπούν από το να ταξιδέψουν από θέματα οικονομικά, υγείας ή από άλλους ανθρώπους. Μπορούν ακόμα να συνταξιοδοτηθούν από την ταξιδιωτική τους καριέρα και να μην κάνουν καθόλου διακοπές και συνεπώς να μην είναι μέρος του συστήματος» (Pearce, 1991: Blamey R. & Braithwaite V., 1997). Η προσέγγιση του Plog φαίνεται να σχετίζεται περισσότερο σε χαρακτηριστικά της προσωπικότητας, ενώ αυτή του Pearce επικεντρώνεται κυρίως στη φύση των ταξιδιωτικών κινήτρων για μια δεδομένη εμπειρία. Συνεπώς, η κλίμακα της ταξιδιωτικής καριέρας είναι πιθανόν να είναι αρκετά χρήσιμη στην ερμηνεία των διαφορετικών τουριστικών συμπεριφορών σε διαφορετικά χρονικά σημεία. Μια προσέγγιση του τύπου της προσωπικότητας, απ' την άλλη, είναι πιθανόν να είναι χρήσιμη σε περίπτωση που κάποιος θέλει να γενικεύσει ή να προβλέψει τύπους συμπεριφοράς που σχετίζονται με τον τουρισμό.

Η θεωρία των βασικών κινήτρων περιγράφει μια δυναμική διαδικασία εσωτερικών ψυχολογικών παραγόντων (ανάγκες, επιθυμίες και στόχους) οι οποίοι παράγουν ένα επίπεδο έντασης μέσα στο μυαλό των ατόμων και στο σώμα τους. Οι εσωτερικές ανάγκες και η απορρέουσα ένταση οδηγούν σε ενέργειες που έχουν σχεδιαστεί ώστε να απελευθερώσουν την ένταση, κάτι που ικανοποιεί τις ανάγκες. Από την άποψη μάρκετινγκ, τα προϊόντα τουρισμού μπορούν να σχεδιαστούν και να προωθηθούν ως λύσεις στις ανάγκες των πελατών. Έτσι, ένας άλλος τρόπος για την κατανόηση των κινήτρων τουρισμού είναι η εξέταση της έννοιας της ώθησης και ζήτησης. Τα έργα των Crompton (1979: Tao T., 1999), Dann (1977: Tao T., 1999), Fodness (1994: Tao T., 1999) και Pearce and Caltabiano για τα κίνητρα των τουριστών δείχνουν ότι τα κίνητρα πρέπει να βασίζονται στις δύο διαστάσεις των παραγόντων της «ώθησης και της έλξης». Η ιδέα πίσω από αυτή την διδιάστατη προσέγγιση είναι ότι οι άνθρωποι ταξιδεύουν επειδή ωθούνται από τις δικές τους εσωτερικές δυνάμεις και έλκονται από εξωτερικές δυνάμεις του προορισμού. Ο Iso-Ahola επίσης προτείνει ότι και η προσέγγιση (αναζήτηση) και η αποφυγή (απόδραση) είναι παρόντα συστατικά για τα κίνητρα του τουρισμού συγκεκριμένα. Οι παράγοντες ώθησης περιλαμβάνουν τις συγγενικές σχέσεις, το πρεστίτζ, και τη χαλάρωση – τα χόμπι. Οι παράγοντες έλξης περιλαμβάνουν τον προϋπολογισμό, τις ανέσεις του ταξιδιού, τον πολιτισμό και την ιστορία, την άγρια φύση και το κοσμοπολίτικο περιβάλλον (Tao T., 1999).

Ωστόσο, αυτό που διαπιστώνει κανείς πέρα απ' τα πλαίσια που έχουν διατυπωθεί κατά καιρούς για τα ψυχολογικά κίνητρα στον τουρισμό, είναι ότι το μεγαλύτερο κομμάτι της πρώτης βιβλιογραφίας για τον τουρισμό και τις ανάγκες και τα κίνητρα των τουριστών επικεντρώνονταν στη «διαφυγή». Ο Mayo (1975: Blamey R. & Braithwaite V., 1997) βρήκε πως τα ψυχογραφικά μέτρα που είχαν σχέση με την ανάγκη φυγής από άλλους ανθρώπους ήταν, μεταξύ άλλων, σημαντικά συσχετισμένα με το βαθμό ελκυστικότητας των Εθνικών Πάρκων. Ο Dann (1977: Blamey R. & Braithwaite V., 1997) ισχυρίστηκε ότι η διαφυγή είναι η κεντρική βάση των τουριστικών κινήτρων, και εμφανίζεται με δύο στάδια: αρχικά, υποστηρίζεται ότι «ένας πιθανός παράγοντας ώθησης για ταξίδια βρίσκεται στην επιθυμία να ξεπεράσει κάποιος το αίσθημα της αποξένωσης, την οποία νιώθει καθημερινά, όταν δηλαδή ο άνθρωπος απλά εύχεται «να ξεφύγει απ' όλα αυτά». Στη συνέχεια, κάποιοι άνθρωποι, συνήθως χαμηλότερου κοινωνικο-οικονομικού επιπέδου, έχουν την τάση να δίνουν έμφαση στο κύρος και τη σημασία των διακοπών τους. Γενικότερα, ο Dann (1977: Blamey R. & Braithwaite V., 1997) υποστηρίζει πως η διαδικασία απόφασης για ένα ταξίδι περιλαμβάνει δύο παράγοντες: τους παράγοντες ώθησης οι οποίοι μας κάνουν να θέλουμε να ταξιδέψουμε, και τους παράγοντες έλξης, οι οποίοι επηρεάζουν το πού και πώς θα ταξιδέψουμε. Οι Crompton (1979: Blamey R. & Braithwaite V., 1997) και Iso-Ahola (1980, 1982: Blamey R. & Braithwaite V., 1997) επίσης αναγνωρίζουν στον παράγοντα «φυγή» μια πολύ σημαντική όψη των κινήτρων του τουρισμού.

Ένα άλλο θεωρητικό πλαίσιο της διαδικασίας της αναψυχής που αναπτύχθηκε απ' τους Clawson και ο Kneitsch (1966: Fridgen J., 1984) παρέχει έναν ουσιώδη δεσμό μεταξύ του περιβάλλοντος και των κοινωνικών διαδικασιών, και των ταξιδιών και της τουριστικής συμπεριφοράς. Το πλαίσιο αυτό προσφέρει μια εμπειρική αντίληψη της αναψυχής σε πέντε φάσεις η οποία περιλαμβάνει:

1. Την πρόβλεψη, δηλαδή τον σχεδιασμό και την σκέψη για το ταξίδι.
2. Το ταξίδι προς τον προορισμό, δηλαδή τον τρόπο με τον οποίο θα φτάσει κάποιος στον προορισμό.
3. Την συμπεριφορά εντός του προορισμού.
4. Το ταξίδι της επιστροφής.
5. Την αναπόληση, δηλαδή τις αναμνήσεις από το ταξίδι.

Το πρώτο στάδιο θεωρείται και το πιο σημαντικό, καθώς ο σχεδιασμός ενός ταξιδιού θεωρείται κοινωνικό γεγονός. Το περιβάλλον που αφήνει κανείς πίσω είναι ένας πολύ σημαντικός συντελεστής στον σχεδιασμό ενός ταξιδιού και μιας δραστηριότητας αναψυχής (Knopf 1983; Iso-Ahola 1981; Crompton 1979: Fridgen J., 1984). Ενώ λαμβάνονται οι αποφάσεις που αφορούν ένα ταξίδι, οι αντιλήψεις των ανθρώπων για

τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές καταστάσεις στο σπίτι, στην εργασία και στην κοινότητα αλληλεπιδρούν με αυτές του προορισμού των διακοπών. Το μεγάλο ποσοστό των ατόμων οι οποίοι ταξιδεύουν για να «ξεφύγουν» (Rubenstein 1980: Fridgen J., 1984) υποδηλώνει πως προγενέστερες μεταβλητές χρήζουν μεγαλύτερης προσοχής. Αυτό που είναι πάντως σίγουρο είναι ότι η διαδικασία σχεδιασμού και απόφασης ενός ταξιδιού περιλαμβάνει κατά κύριο λόγο τις περιβαλλοντικές προτιμήσεις του ατόμου (Rapoport, 1982: Fridgen J., 1984) και τις νοητικές εικόνες που έχουν για το τί τους επιφυλάσσει ένας προορισμός (Downs και Stea 1977: Fridgen J., 1984).

Αξίζει ακόμα να αναφερθεί, ότι στο στάδιο της συμπεριφοράς του ατόμου στον προορισμό των διακοπών που αναφέρθηκε προηγουμένως, εμπεριέχεται η έννοια της αυθεντικότητας, που πολύ συχνά έχει συζητηθεί στην τουριστική βιβλιογραφία. Αυτό, πάντως, που διαπιστώνει κανείς απ' τις μέχρι τώρα αναφορές στην έννοια αυτή είναι πως τα αυθεντικά τοπία είναι επιτυχημένα και προσφέρουν ικανοποίηση στον τουρίστα όταν υπάρχει μια ομοιομορφία μεταξύ περιβάλλοντος και συμπεριφοράς, μια ταύτιση μεταξύ αυτού που συμβαίνει στο τοπίο και εκείνου που περιμένει ο επισκέπτης απ' το τοπίο αυτό (Wicker 1979; Fridgen και Hinkleman 1977: Fridgen J., 1984).

Τα τουριστικά κίνητρα μπορούν ακόμα να ερμηνευθούν αποτελεσματικά από έναν συνδυασμό της θεωρίας του Maslow και κάποιων στοιχείων της θεωρίας της απόδοσης και των κινήτρων επίτευξης. Αυτό, πάντως, που είναι πλέον ξεκάθαρο στους ερευνητές είναι πως ο τουρισμός ο ίδιος είναι στην ουσία ένα κοινωνικό ψυχολογικό φαινόμενο, γι' αυτό και πολλές κοινωνικές ψυχολογικές έννοιες (όπως η συμπεριφορά και η στερεοτυπία) εμφανίζονται στην τουριστική βιβλιογραφία. Όσον αφορά την τουριστική συμπεριφορά, αυτή δέχεται πολλές επιρροές από δευτερεύοντες ή πρωτεύοντες ομάδες στις οποίες κάποιος μπορεί να ανήκει. Πολύ συνηθισμένο φαινόμενο είναι για παράδειγμα η ανάγκη πολλών ανθρώπων να βρεθούν κάπου, όχι για να λάβουν ικανοποίηση απ' το ότι πήγανε, αλλά για να μπορούν να πούνε πως έχουν πάει εκεί (Kelly, 1985: Pearce P., 1991). Στην περίπτωση αυτή οι πιέσεις από την ομάδα υπερισχύουν άλλων πιο ατομιστικών αναγκών.

Σε μία ακόμα εκτίμηση των κινήτρων τουρισμού, ο Mourtinho (1987: Page S., 2003) όρισε τα κίνητρα σαν μια «κατάσταση ανάγκης, μια θέση που ασκεί μια πίεση στο άτομο προς συγκεκριμένους τύπους ενεργειών που θεωρούνται πιθανές να φέρουν ικανοποίηση». Συνεπώς, η ζήτηση στον τουρισμό αναφέρεται στην χρήση αυτού σαν μια μορφή κατανάλωσης με σκοπό την επίτευξη ενός επιπέδου ικανοποίησης για ένα

άτομο, και περιλαμβάνει την κατανόηση της συμπεριφοράς και των ενεργειών τους και των στοιχείων που σχηματίζουν αυτά τα ανθρώπινα χαρακτηριστικά. Είναι σημαντικό να γνωρίζει κανείς αυτά που οι τουρίστες επιθυμούν, χρειάζονται και αναζητούν μέσα απ' τη διαδικασία της κατανάλωσης μιας τουριστικής εμπειρίας που περιλαμβάνει την επένδυση χρόνου και χρήματος. Οι προσδοκίες που έχει ένας τουρίστας σαν καταναλωτής στην αγορά και κατανάλωση ενός τουριστικού προϊόντος ή μιας εμπειρίας σχηματίζονται τελικά από ένα ευρύ φάσμα κοινωνικών και οικονομικών παραγόντων που εξαρτώνται απ' τις συμπεριφορές του ατόμου και απ' τον τρόπο που αντιλαμβάνεται τον τουρισμό (Page S., 2003).

Είναι προφανές ότι για να γίνει πλήρως κατανοητή η τουριστική συμπεριφορά χρειάζεται να μελετηθούν τόσο περιβαλλοντικές όσο και κοινωνικές μεταβλητές. Ο Iso-Ahola (1981, 1982: Fridgen J., 1984) προτείνει πως τα άτομα αναζητούν νέα, πιθανόν ικανοποιητικά περιβάλλοντα και κοινωνικές καταστάσεις ενώ προσπαθούν να ξεφύγουν απ' τις καθημερινές κοινωνικές πιέσεις και τα προσωπικά περιβάλλοντα. Επίσης, θεωρεί πως το ταξίδι είναι μια διαδικασία βελτιστοποίησης όπου συγκεκριμένα τοπία και κοινωνικές καταστάσεις χρησιμοποιούνται από άτομα για να ελέγξουν το άγχος και να κερδίσουν ψυχολογική ικανοποίηση. Ανάλογα, και οι Crompton (1979: Fridgen J., 1984) και Mayo (1981: Fridgen J., 1984) προτείνουν θεωρίες οι οποίες επίσης περιέχουν στοιχεία της θεωρίας βέλτιστης διέγερσης, συμπεριφορές αναζήτησης και διαφυγής καθώς και την ανάγκη των ανθρώπων να συγκρίνουν και να αναζητήσουν συγκεκριμένα περιβάλλοντα ώστε να διατηρήσουν ή να επιστρέψουν σε ένα βέλτιστο επίπεδο ψυχολογικής και φυσικής λειτουργίας. Ο Knopf (1983: Fridgen J., 1984) επίσης αναφέρεται στη βελτιστοποίηση όταν αναζητά τα κίνητρα για την ψυχαγωγική χρήση του φυσικού περιβάλλοντος. Σύμφωνα με εκείνον, ο «σκοπίμος ηθοποιός (purposive actor)» επιλέγει μέρη μέσα στο φυσικό περιβάλλον με σκοπό να μετριάσει το άγχος και τα προβλήματα που έχει στο «περιβάλλον που άφησε πίσω», όπως το σπίτι, η γειτονιά ή ο χώρος εργασίας.

Ο τρόπος που αντιλαμβάνεται κάθε άνθρωπος την ταξιδιωτική διαδικασία και οι προσδοκίες ή και απαιτήσεις που έχει όσον αφορά τις τουριστικές του μετακινήσεις έχουν διαχωρίσει τους τουρίστες σε πολλά επίπεδα και διαφορετικές ομάδες. Μια πολύ σημαντική τυπολογία των τουριστών η οποία διατυπώθηκε απ' τον Cohen (1972: Holden A., 2000) παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς διαχωρίζει τους τουρίστες ανάλογα με τις προτιμήσεις τους κυρίως στον τόπο προορισμού, απ' όπου διακρίνεται τα κίνητρα που αναφέρθηκαν προηγουμένως, εκφρασμένα σε διαφορετικό βαθμό για κάθε ομάδα (πίνακας 2.1.2.).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1.2.: ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ COHEN (1972) ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Κατηγορία	Χαρακτηριστικά
Ο οργανωμένος μαζικός τουρίστας	Υψηλά οργανωμένο ταξίδι, ελάχιστη επαφή με τον πολιτισμό του προορισμού, ταξίδι σε μεγάλο μεγέθους ομάδες
Ο ατομικός μαζικός τουρίστας	Βασίζεται στον ταξιδιωτικό πράκτορα για την τακτοποίηση των πτήσεων και της διαμονής, επιθυμεί ένα βαθμό ελευθερίας αλλά εξακολουθεί να προτιμά την πεπατημένη
Ο τουρίστας-εξερευνητής	Προσπαθεί να αποφύγει την τουριστική πορεία, κάνει ο ίδιος τις ταξιδιωτικές προετοιμασίες, μαθαίνει τη γλώσσα του μέρους όπου θα πάει και προσπαθεί να συναναστραφεί με τους τοπικούς κατοίκους, διατηρεί κάποιες απ' τις αξίες και τις συνήθειες της σπιτικής ζωής
Ο περιπλανώμενος τουρίστας	Επιχειρεί να γίνει μέρος της τοπικής κοινότητας ζώντας και εργάζοντας μαζί τους, αποφεύγει την επαφή με άλλους τουρίστες και με την τουριστική βιομηχανία γενικότερα

ΠΗΓΗ: Cohen, 1972: Holden A., 2000

Ωστόσο τα τουριστικά κίνητρα είναι μια ιδιαίτερα πολύπλοκη περιοχή στην οποία δεσπόζουν οι κοινωνιο-ψυχολόγοι, με το μεγαλύτερο μέρος του ενδιαφέροντός τους να επικεντρώνεται στην συμπεριφορά, τις στάσεις και σκέψεις των ανθρώπων σαν καταναλωτές τουρισμού. Μια πολύ εκτενής έρευνα πάνω στα κίνητρα των τουριστών δημοσιεύτηκε το 1993 απ' τον Phillip Pearce, στην οποία εκείνος υποστήριξε ότι σε οποιαδήποτε προσπάθεια κατανόησης των τουριστικών κινήτρων πρέπει κανείς να λάβει υπόψη του το πώς θα αναπτύξει μια έννοια των κινήτρων στον τουρισμό, πώς θα το μεταδώσει στους φοιτητές και τους ερευνητές που δεν κατανοούν την κοινωνική ψυχολογία, και ποιά πρακτικά μέτρα πρέπει να δημιουργηθούν ώστε να μετρηθούν τα κίνητρα των ανθρώπων για τον τουρισμό-ιδιαίτερα στην περίπτωση της ύπαρξης καταστάσεων πολυ-κινήτρων. Ο Pearce ανέφερε επίσης την ανάγκη διάκρισης μεταξύ εγγενών και εξωγενών δυνάμεων που σχηματίζουν τα κίνητρα ώστε να κάνουν κάποιον τουρίστα (Page S., 2003).

Συνεπώς, δεν υπάρχει σίγουρα μια εννιαία θεωρία που να περιλαμβάνει όλες τις πιθανές περιπτώσεις τουριστικών κινήτρων, κυρίως λόγω του προβλήματος της απλούστευσης πολύπλοκων ψυχολογικών παραγόντων και συμπεριφορών σε μια διεθνώς αποδεκτή θεωρία που μπορεί να δοκιμαστεί και αποδειχθεί σε διάφορες μορφές τουρισμού. Το ζήτημα αυτό συζητήθηκε απ' τον Cooper και άλλους ερευνητές

(1993: Page S., 2003), οι οποίοι τόνισαν την ατομικότητα σαν το βασικό συστατικό της τουριστικής ζήτησης: «...δεν υπάρχουν δύο διαφορετικά άτομα που να μοιάζουν, και οι διαφορές στη συμπεριφορά, τις αντιλήψεις και τα κίνητρα έχουν σημαντική επιρροή στις ταξιδιωτικές αποφάσεις όπου οι συμπεριφορές βασίζονται στην αντίληψη κάθε ατόμου για τον κόσμο. Οι αντιλήψεις είναι πνευματικές αποτυπώσεις ενός...μέρους ή μιας ταξιδιωτικής εταιρίας και καθορίζονται από πολλούς παράγοντες, οι οποίοι περιλαμβάνουν την παιδική ηλικία, την οικογένεια και τις εργασιακές εμπειρίες. Ωστόσο, οι συμπεριφορές και οι αντιλήψεις μέσα τους δεν μπορούν να εξηγήσουν γιατί οι άνθρωποι θέλουν να ταξιδεύουν. Οι εσωτερικές παρορμήσεις που ξεκινάνε την τουριστική ζήτηση ονομάζονται ταξιδιωτικά κίνητρα».

Πέρα όμως απ' την πολυπλοκότητα που παρουσιάζουν χωρίς αμφιβολία τα κίνητρα στον τουρισμό, είναι προφανές ότι ο τουρισμός αποτελεί και μια έννοια άρρηκτα συνδεδεμένη με το περιβάλλον. Η σχέση μεταξύ του τουρίστα και του τουριστικού προορισμού είναι μια σχέση ανθρώπου-περιβάλλοντος. Το ταξίδι είναι μια πράξη εξερεύνησης. Η μετακίνηση μέσα από τοπία, οδεύοντας προς έναν τελικό προορισμό ή απλά η περιπλάνηση στην εξοχή περιλαμβάνει την επαφή με το περιβάλλον και τους περιβαλλοντικούς φραγμούς. Οι τουριστικοί πόλοι έλξης και οι διάσημοι προορισμοί βασίζονται σε φυσικές ανέσεις όπως το κλίμα, το τοπίο ή το έδαφος. Η μελέτη του τουρισμού δεν είναι ολοκληρωμένη χωρίς την κατανόηση του πώς το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον επηρεάζουν τον τουρίστα και τον οικοδεσπότη ανάλογα. Ένας πολυσύνθετος συνδυασμός της κοινωνικής κατάστασης, του φυσικού περιβάλλοντος και της ανθρώπινης συμπεριφοράς συνθέτει την καρδιά του ταξιδιού, του σχεδιασμού των διακοπών και εν γένει του τουρισμού (Fridgen J., 1984).

2.2. ΤΙ ΑΝΑΖΗΤΑ Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΑΣ;-ΚΑΤΗΓΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΒΑΣΕΙ ΤΩΝ ΚΙΝΗΤΡΩΝ

Μια ερώτηση που συνήθως ακούγεται είναι «Ποιοι είναι οι οικοτουρίστες;». Ένα πρόβλημα στο να απαντήσουμε αυτή την ερώτηση είναι ότι τα κίνητρα των οικοτουριστών αλληλοπλέκονται με εκείνα άλλων ειδών τουριστών, ούτε μπορούμε να ορίσουμε τους οικοτουρίστες μόνο από τα προϊόντα στα οποία εκδηλώνουν ενδιαφέρον. Κατά ένα μεγάλο μέρος, ο συνοδός του ταξιδιού καθορίζει εάν μια εμπειρία αποτελεί οικοτουρισμό, με τις συσχετιζόμενες αξίες και τις ηθικές, ή μια γενική ψυχαγωγία ή περιπέτεια. Επίσης, πολλές φορές συσχετίζονται οι λόγοι με τα κίνητρα των οικοτουριστικών ταξιδιών, ωστόσο, Οι λόγοι για το ταξίδι είναι διαφορετικοί από τα κίνητρα. Τα κίνητρα συνδέονται με τις ανάγκες του ατόμου. Οι λόγοι για να γίνει ένα ταξίδι ίσως να είναι σχετικά ευρείς, ενώ οι πληροφορίες για τα κίνητρα είναι περισσότερο εξυπηρετικές στη διαφοροποίηση των οικοτουριστών. Πολλοί οικοτουρίστες δεν συμμετέχουν σε οικοτουριστικές διακοπές αλλά είναι ανεξάρτητοι ταξιδιώτες που αναζητούν οικοτουριστικές εμπειρίες (Wight P., 1995α).

2.2.1. ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΩΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠ' ΤΗΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

Εκτός από το γεγονός ότι οι οικοτουρίστες προφανώς αποτελούν μια ευρεία γκάμα από δημογραφικά χαρακτηριστικά και προσωπικά ιστορικά, επιπλέον μελέτες έχουν αποκαλύψει ότι τα κίνητρα για τα ταξίδια των οικοτουριστών ποικίλλουν. Σαν κίνητρο αναφέρεται το να βιώσεις κάτι εντελώς καινούριο, το να συμμετάσχεις σε μια σπάνια ευκαιρία, το να παρατηρήσεις την ποικιλία των ζώων ή το να κάνεις πράγματα που περιέχουν πρόκληση. Στην έρευνα των Clifton J. & Galley G. (2003) στην Ινδονησία, όπου οι εθελοντές που έλαβαν μέρος στην επιχείρηση «Operation Wallacea» (επιχείρηση σχετική με την εθελοντική προστασία και έρευνα του περιβάλλοντος) ρωτήθηκαν για τους λόγους που τους ώθησαν να λάβουν μέρος στο εγχείρημα αυτό, στο σύνολό τους απάντησαν ότι παρακινήθηκαν από παράγοντες όπως «προσωπική εξέλιξη» ή «ακαδημαϊκά επιτεύγματα». Αυτοί οι παράγοντες είναι πολύ πιθανόν να συνδέονται με το μορφωτικό τους επίπεδο και τις ακαδημαϊκές ικανότητες, καθώς και την αντιληπτή επιθυμία τους να μάθουν περισσότερα για θέματα που αφορούν τη φύση. Μια κυρίαρχη οικοκεντρική στάση που αναγνωρίστηκε μεταξύ των εθελοντών

μέσω της ερμηνείας τους για τον όρο οικοτουρισμό ήταν η επίγνωσή τους για θέματα που σχετίζονται με τη φύση και μια επιθυμία να μάθουν περισσότερα για το περιβάλλον. Οι πιο συχνές αντιδράσεις για τη συμμετοχή σε υπερατλαντικές αποστολές ήταν «η προσωπική ανάπτυξη», και η «ακαδημαϊκή επίτευξη».

Ο Ceballos – Lascurain όρισε τον οικοτουρισμό ως τα ταξίδια σε σχετικά ανενόχλητες φυσικές περιοχές με το συγκεκριμένο σκοπό της μελέτης, του θαυμασμού, και της απόλαυσης του σκηνικού και των άγριων ζώων του και φυτών, καθώς και οποιοδήποτε υπάρχοντων πολιτισμικών εκδηλώσεων (παρελθοντικών και τωρινών) που απαντώνται σε εκείνες τις περιοχές. Τα κίνητρα για συμμετοχή στον οικοτουρισμό έχουν ταξινομηθεί σε δύο κατηγορίες. Η μια είναι τα κίνητρα για συμμετοχή, η άλλη είναι τα κοινωνικά κίνητρα, τα οποία είναι παρόμοια με τους παράγοντες ώθησης και έλξης. Τα κίνητρα για συμμετοχή είναι σημαντικά για την επιλογή προορισμού των τουριστών και τα κοινωνικά κίνητρα αναφέρονται στις απόψεις για προσωπικούς στόχους και για αλληλεπίδραση (Tao T., 1999).

Οι οικοτουρίστες περιγράφονται γενικά σαν άνθρωποι που αναζητούν την αναψυχή, οι οποίοι ασχολούνται με δραστηριότητες οι οποίες είναι κατά βάση εκπαιδευτικές και χαρακτηρίζονται συνήθως ως φιλικές προς το περιβάλλον και τις τοπικές κοινωνίες. Πιο συγκεκριμένοι χαρακτηρισμοί περιλαμβάνουν το ενδιαφέρον να μάθουν για το φυσικό περιβάλλον και να το εκτιμήσουν, την ανάγκη διαφυγής από την πίεση της καθημερινότητας, την επιθυμία συμμετοχής σε περιπετειώδεις δραστηριότητες, την υιοθέτηση ενός υγιεινού τρόπου ζωής και τέλος την ανάγκη να μοιραστούν και με άλλα άτομα εμπειρίες (Boo, 1990, Fennell & Eagles 1990, Williams 1992: McCool S. & Palacio V., 1997). Ωστόσο, όπως σημείωσε και η Wight (1996: McCool S. & Palacio V., 1997), υπάρχει σημαντική έλλειψη πληροφόρησης σχετικά με τα κίνητρα των οικοτουριστών, και μερικές φορές προκύπτει λανθασμένα ένα σχεδόν αυτόνομο συμπέρασμα πως επειδή κάποιοι επισκέπτες βρίσκονται σε τοπία όπου κυριαρχεί η φύση, είναι οι ίδιοι οικοτουρίστες. (McCool S. & Palacio V., 1997)

Οι λόγοι και τα κίνητρα των οικοτουριστικών διακοπών είναι δυναμικοί (Wight, 1995), μπορούν να περιλαμβάνουν πολλές κατηγορίες μεταβλητών, και μπορεί να σχετίζονται με μια πληθώρα στοιχείων, όπως προορισμοί, συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς, προτιμώτερες δραστηριότητες, εκπαίδευση, ποιότητα του μέρους, ή άλλους λόγους. Σε έρευνα η οποία περιγράφεται σε άρθρο της Pamela A. Wight (Wight P., 1995β), όλοι οι βασικοί λόγοι ενός ταξιδιού ομαδοποιήθηκαν σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες:

1. οι λόγοι σχετικοί με τη φύση,
2. οι σχετικοί με υπαίθριες δραστηριότητες,
3. οι σχετικοί με πολιτιστικές δραστηριότητες και
4. οι υπόλοιποι που καθορίστηκαν από μια ανοιχτού τύπου ερώτηση.

Η ευκαιρία να απολαύσουν το τοπίο και τη φύση ήταν ο νούμερο ένα λόγος για το επόμενο οικοτουριστικό ταξίδι για τους μισούς σχεδόν καταναλωτές και οικοτουρίστες. Ο γενικός καταναλωτής έδειξε να ενδιαφέρεται περισσότερο για δραστηριότητες που είχαν σχέση με τον πολιτισμό, ενώ ο έμπειρος οικοτουρίστας έδειξε να ενδιαφέρεται περισσότερο για υπαίθριες δραστηριότητες. Αυτό πάντως που φάνηκε ξεκάθαρα ήταν η πολλαπλότητα και πολυπλοκότητα των κινήτρων των καταναλωτών. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, οι λόγοι για να ταξιδέψει κανείς είναι δυναμικοί. Τόσο για τον οικοτουρίστα όσο και για τον γενικό ταξιδιώτη η ευκαιρία να απολαύσει το τοπίο και τη φύση βρίσκονται στην κορυφή των λόγων για τους οποίους θα πραγματοποιήσουν το επόμενο οικοτουριστικό ταξίδι τους. Η σημασία του λόγου αυτού, όπως έδειξε η έρευνα, έχει διπλασιαστεί για τον γενικό ταξιδιώτη-καταναλωτή, το 22% των οποίων απάντησαν το «να απολαύσω το τοπίο» σαν τον λόγο για το τελευταίο τους ταξίδι, όμως το 45% έδωσαν την ίδια απάντηση σαν το λόγο για το επόμενο τους ταξίδι, νούμερο που ταυτίστηκε πλήρως με τις αντίστοιχες απαντήσεις των έμπειρων οικοτουριστών. Άλλες αυξήσεις που αξίζει να σημειωθούν ήταν το ενδιαφέρον για νέες εμπειρίες/νέα μέρη, για την παρακολούθηση της άγριας φύσης, την εμπειρία πολιτιστικών δρώμενων καθώς και για την πληροφόρηση για την φύση και άλλους πολιτισμούς. Αξιοσημείωτη ήταν η πτώση των συμβατικών λόγων ταξιδιού, όπως η ξεκούραση, η φυγή, η χαλάρωση, η επίσκεψη σε φίλους/οικογένεια, κλπ.

Σε έρευνα της οικοτουριστικής αγοράς του Καναδά (Tao T., 1999) φάνηκε ότι οι οικοτουρίστες έχουν ευδιάκριτα ταξιδιωτικά κίνητρα και ότι και τα κίνητρα έλξης και τα κοινωνικά κίνητρα των Καναδών οικοτουριστών διαφέρουν σημαντικά από εκείνα του μέσου Καναδού ταξιδιώτη. Οι οικοτουρίστες είναι πιθανόν ότι θα έχουν κοινωνικά κίνητρα που τονίζουν τη σωματική δραστηριότητα, την συνάντηση με ανθρώπους με παρόμοια ενδιαφέροντα και το να δούν ότι μπορούν στο μέγιστο εντός των ορίων του διαθέσιμου χρόνου, απ'ότι ο Καναδός ταξιδιώτης. Ο οικοτουρίστας μάλλον ενδιαφέρεται για προορισμούς που περιέχουν λίμνες και ρυάκια, αγροτικές περιοχές, πάρκα, βουνά και ωκεανούς, στοιχεία που δεν αφορούν τόσο τον γενικό ταξιδιώτη.

Μελέτες, όπως εκείνη του Eagles (1992: Blamey R., 1997), προτείνουν ότι η μάθηση για τη φύση είναι ένα σημαντικό κίνητρο οικοτουρισμού, όμως οι αρνητικές επιδράσεις δεν είναι. Ομαδική έρευνα που διεξήχθη εκ μέρους του Geelong Otway Tourism

(Blamey R., 1997) βρήκε ότι παρόλο το ότι να ξεφεύγεις μακριά από τις πόλεις και να βιώνεις τη φύση αποτελεί το πιο σημαντικό κίνητρο για τους τουρίστες που βασίζονται στη φύση, οι δραστηριότητες πολλών ατόμων καθοδηγήθηκαν από την οικοτουριστική αρχή της βιωσιμότητας. Η μόρφωση έπαιξε σημαντικό ρόλο, αλλά παίζει δευτερεύοντα ρόλο σε σχέση με τους βασικούς παράγοντες για την εμπειρία. Οι συζητήσεις έδειξαν ότι «...σε γενικές γραμμές, οι οικοτουρίστες δείχνουν μια ποικιλία από ενδιαφέροντα που δεν περιορίζονται στη φύση και πάνω από όλα όλοι αναζητούν χαλαρωτικές και ενδιαφέρουσες διακοπές. Πρέπει να λάβουμε υπόψη ότι οι οικοτουρίστες είναι συχνά μορφωμένοι, σοφιστικέ, αλλά βρίσκονται σε διακοπές!». Βρέθηκε επίσης ότι οι οικοτουρίστες δείχνουν κοινό ενδιαφέρον για τις μικρές ομάδες, και μια επιθυμία να βιώσουν κάτι το διαφορετικό. Τα άτομα μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως οικοτουρίστες εάν επιχειρήσουν να αναζητήσουν περιβαλλοντικά υπεύθυνες εκδρομές αλλά που για κάποιο λόγο δεν πετυχαίνουν (Blamey R., 1997).

Στην προσπάθεια προσδιορισμού κάποιων από τα χαρακτηριστικά και τα κίνητρα των οικοτουριστών, πολύ σημαντική υπήρξε η συμβολή των Wight (1996: McCool S. & Palacio V., 1997), Eagles (1992, 1995: McCool S. & Palacio V., 1997) και Eagles & Cascagnette (1995: McCool S. & Palacio V., 1997). Τα χαρακτηριστικά αυτά περιλαμβάνουν το ενδιαφέρον επίσκεψης μη-συνωστισμένων προορισμών, η εμπειρία της απομακρυσμένης και αμόλυντης φύσης, η γνώση για την φύση και τον πολιτισμό, η αλληλεπίδραση με ανθρώπους της τοπικής κοινωνίας και η συμμετοχή σε προγράμματα που ενέχουν ενός είδους ψυχολογική πρόκληση. Εν γένει, υπάρχει ένα υποβόσκον συμπέρασμα που αναφέρθηκε και νωρίτερα, πως επειδή κάποιοι βρίσκονται σε κατεξοχήν φυσικά τοπία, τότε είναι οικοτουρίστες, φαινόμενο που σε πολλές περιπτώσεις έχει οδηγήσει έρευνες σε λανθασμένα συμπεράσματα και γενικότερα έχει δημιουργήσει σύγχυση γύρω από την έννοια του οικοτουρίστα. Πράγματι, κάποιος μπορεί να επισκεφθεί το Tikal στη Γουατεμάλα και για άλλους λόγους εκτός απ' το να δει τα είδη πουλιών ή να μάθει για τα ερείπια των Μάγια, ένας απ' τους οποίους είναι για να πει αργότερα «Είχα πάει εκεί» (McCool S. & Palacio V., 1997).

Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε απ' την Social Change Media (1995: Blamey R., 1997) σχετικά με τα κίνητρα στον οικοτουρισμό, διαπιστώθηκε ότι παρόλο που η ερμηνεία αναγνωρίστηκε ως ένα σημαντικό στοιχείο, η μόρφωση δεν θεωρήθηκε ως βασικό κίνητρο στην απόφαση να κάνει κάποιος οικοτουρισμό. Το πιο βασικό κίνητρο θεωρήθηκε η ευκαιρία να βιώσουν από κοντά την άσπιλη φύση, κατά προτίμηση με

ένα μικρό γκρουπ από άτομα με τις ίδιες απόψεις. Επίσης, ενώ η αποφυγή της περιβαλλοντικής καταστροφής θεωρήθηκε παγκοσμίως ως ένα επιθυμητό στοιχείο μιας οικοτουρισμικής εμπειρίας, αυτό το γεγονός είχε μικρό αντίκτυπο στην επιλογή του προϊόντος και η ικανότητα να στηριχθεί η τοπική οικονομία απ'τον οικοτουρισμό δεν θεωρήθηκε ιδιαίτερα σημαντική από τους οικοτουρίστες.

Ωστόσο, πολύ σημαντική για την κατανόηση των κινήτρων που ώθησαν τον άνθρωπο στην φύση και τον οικοτουρισμό αποτελεί και η ίδια η σύγχρονη κοινωνία, η πόλεις, ο γρήγορος ρυθμός της ζωής. Έτσι, οι άνθρωποι που ζουν στις πόλεις έχουν κίνητρα να ταξιδέψουν ως τουρίστες σε περιοχές με έντονη την παρουσία της άγριας φύσης επειδή έχουν ανάγκη να δραστηρεύσουν από ένα τεχνητό, μονότονο περιβάλλον (Dann, 1977; Matley, 1976; Espinoza A.). Σύμφωνα με τον Mansfeld (1992: Espinoza A.) δύο κίνητρα βοηθούν στην ερμηνεία του λόγου για τον οποίο οι άνθρωποι πηγαίνουν σε φυσικές τοποθεσίες. Το πρώτο κίνητρο είναι η επιθυμία να πάνε από ένα γνωστό σε ένα άγνωστο μέρος, το οποίο στη θεωρία του Gray αποκαλείται Sunlust. Δεύτερον, είναι η ανάγκη να βρουν ένα μέρος το οποίο μπορεί να τους προμηθεύσει με συγκεκριμένες ανέσεις που δεν υπάρχουν στον τόπο κατοικίας τους. Αυτά τα κίνητρα βοηθούν στην κατανόηση του γιατί οι τουρίστες αναζητούν φυσικές τοποθεσίες που είναι διαφορετικές από τη ρουτίνα πόλη–δουλειά–σπίτι και που τους επιτρέπουν να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες σε άγνωστο έδαφος.

Σύμφωνα με τα προηγούμενα, είναι προφανές ότι αυτοί αναζητούν μια ποικιλία προϊόντων. Είναι όμως ξεκάθαρο πως το τοπίο (το οποίο περιλαμβάνει και την παρατήρηση της άγριας φύσης) είναι βασικό σε μια οικοτουριστική εμπειρία. Ωστόσο το τοπίο μπορεί να αποτελεί βασικό κριτήριο και για άλλα, πιο παραδοσιακά, είδη τουριστών. Είναι, συνεπώς, σημαντικό να εντοπιστούν όχι γενικά τα κίνητρα των οικοτουριστών, αλλά επακριβώς τα χαρακτηριστικά εκείνα τα οποία τους διαχωρίζουν από τους υπόλοιπους ταξιδιώτες, έτσι ώστε να μπορέσουν να ανακαλυφθούν τα οφέλη που αναζητούν (Wight P., 1995β). Μέχρι σήμερα, τα οφέλη που φαίνεται να είναι πιο χαρακτηριστικά ανάμεσα στους οικοτουρίστες και τους μαζικούς τουρίστες σχετίζονται με την «Πρωτόγονη Φύση» (Crossley και Lee 1994: Wight P., 1997), ενώ εκείνα που έχουν μικρότερη διακριτική δύναμη, δηλαδή ενδιαφέρουν όλες τις αγορές, είναι η θέα όμορφων τοπίων και της φύσης και η αυξημένη γνώση για την ιστορία και τον πολιτισμό του τόπου προορισμού (διάγραμμα 2.2.1.). Αυτό είναι μια ένδειξη ότι οι περιβαλλοντικές και πολιτιστικές ανησυχίες δεν περιορίζονται μόνο στους οικοτουρίστες. Τα τοπία και ο πολιτισμός μπορεί να είναι πολύ σημαντικά στοιχεία ενός

ταξιδιού, όμως δεν βοηθούν απαραίτητα στην διαφοροποίηση του προϊόντος (Wight P., 1997).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.2.1.: ΔΙΑΚΡΙΝΟΝΤΑ ΟΦΕΛΗ ΠΟΥ ΑΝΑΖΗΤΑ Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΑΣ

ΠΡΩΤΟΓΟΝΗ ΦΥΣΗ

(οικοτουρίστες)

Διακρίνοντα χαρακτηριστικά:

- Μη πολυπληθή μέρη
- Απομακρυσμένα, ερημικά, αμόλυντα
- Άγρια πανίδα/χλωρίδα, φύση
- Τοπική κοινωνία, πολιτισμός
- Οικονομικά οφέλη κοινότητας
- Παρατήρηση φυτών & ζώων
- Φυσική πρόκληση

- Καλές αγορές
- Καλά γεύματα
- Διάσημοι πόλοι έλξης
- Νυχτερινή ζωή/διασκέδαση

ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ

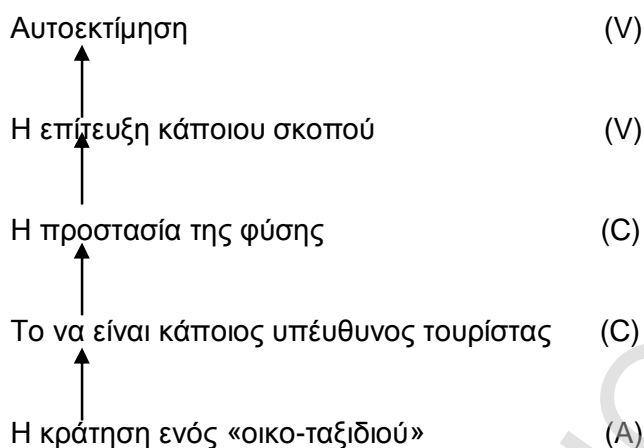
(μαζικοί τουρίστες)

ΠΗΓΗ: τροποποιημένο από Wight, 1995: Wight P., 1997

Η μέτρηση των οικοτουριστικών αξιών και συνεπώς ο εντοπισμός των οικοτουριστικών κινήτρων, σύμφωνα με τον Lück (1998), βασίζεται μεταξύ άλλων και στην καθιερωμένη θεωρία συμπεριφοράς του καταναλωτή, όπως για παράδειγμα στην λίστα με αξίες (LOV) και τις αξίες και στυλ ζωής (VALS). Η θεωρία VALS έχει αναπτυχθεί από τον Arnold Mitchell και βασίζεται στην ιεράρχηση αναγκών του Maslow. Η θεωρία LOV βασίζεται στην θεωρία κοινωνικής προσαρμογής και ταξινομεί τους ανθρώπους με βάση την ιεραρχία του Maslow και εννιά αξίες, συμπεριλαμβανομένων του αυτοσεβασμού, της ασφάλειας, της ζεστής σχέσης με τους άλλους, την αίσθηση της επίτευξης, την αυτό –εκπλήρωση, την αίσθηση του ανήκειν, το να γίνεσαι σεβαστός, τη διασκέδαση και απόλαυση στη ζωή, και τον ενθουσιασμό. Ο ίδιος υποστηρίζει ακόμα ότι η καταναλωτική συμπεριφορά, και συνεπώς οι αξίες των

οικοτουριστών, μπορούν να ερμηνευτούν και με την λεγόμενη θεωρία «αλυσίδας μέσου-σκοπού», όπου μέσω μιας «κλιμακούμενης τεχνικής» ο οικοτουρίστας, αλλά και οποιοσδήποτε καταναλωτής, ακολουθεί τρία βήματα, ξεκινώντας απ' τα προσόντα και καταλήγοντας στις αξίες μέσω των επακόλουθων (διάγραμμα 2.2.2.).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.2.2.: ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΜΕΣΟΥ-ΣΚΟΠΟΥ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΑΞΙΕΣ ΤΩΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΩΝ



Επεξήγηση: τρία βήματα από τα προσόντα (A= Attributes) μέσω των επακόλουθων (C= Consequences) στις αξίες (V= Values)

ΠΗΓΗ: Lück M., 1998

Στις προσπάθειες μέτρησης των οικοτουριστικών αξιών, ο βαθμός των οποίων καθορίζει το πλήθος και την ποιότητα των κινήτρων στον οικοτουρισμό, σημαντική είναι και η συμβολή των αξιών του οικοκεντρισμού. Ο οικοκεντρισμός αποτελεί σε μεγάλο ποσοστό μια καλή θεωρητική βάση για την κατανόηση της νοοτροπίας ενός αληθινού οικοτουρίστα, ενώ η αντιπαράθεσή του με τις αξίες του τεχνοκεντρισμού αποκαλύπτει την διαφορά του οικοτουρισμού, σε ιδεολογική βάση, απ' τον τρόπο ζωής που προτείνεται απ' τις σύγχρονες κοινωνίες (πίνακας 2.2.1.).

Ο οικοκεντρισμός, που αναφέρθηκε προηγουμένως, μπορεί ακόμα να συγκριθεί με την ανθρωποκεντρική φιλοσοφία (Fennell, 1999: Clifton J. & Galley G., 2003). Μια τέτοια αντιπαράθεση μπορεί να προσφέρει χρήσιμα συμπεράσματα όσον αφορά τις περιβαλλοντικές αξίες των ανθρώπων απ' τις οποίες πηγάζει η επιθυμία τους να συμμετέχουν στον οικοτουρισμό, συγκρητικά με την ανθρωποκεντρική φύση των κινήτρων οποιασδήποτε σχεδόν άλλης τουριστικής μορφής (πίνακας 2.2.2.).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2.1.: ΣΥΝΟΨΗ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΙΔΕΩΝ ΣΤΟΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΣΜΟ

Οικοκεντρισμός	Τεχνοκεντρισμός
Εσωτερική αξία : η φύση έχει αξία από μόνη της άσχετα από τη χρήση προς τους ανθρώπους	Εξωτερική αξία: η αξία της φύσης μετριέται ενάντια στη χρησιμότητά της προς τους ανθρώπους
Καρτεσιανός δυαδισμός: Ο διαχωρισμός του μυαλού και της ύλης, το υποκείμενο και αντικείμενο απορρίπτεται προς χάρη μιας ενοποιητικής ολιστικής άποψης	Καρτεσιανός δυαδισμός: ο διαχωρισμός μυαλού και ύλης, υποκειμένου και αντικειμένου είναι κεντρικός στη μεταφυσική θεώρηση του κόσμου
Ολισμός: το περιβάλλον είναι μεγαλύτερη παρά το άθροισμα των μερών του, οι άνθρωποι αποτελούν τμήματα της φύσης	Υπεραπλούστευση: Το περιβάλλον καταλαβαίνεται καλύτερα ελαττώνοντάς το στα ατομικά χαρακτηριστικά, τα ανθρώπινα όντα είναι ξέχωρα από τη φύση
Βιοηθική: όλα τα πλάσματα αποτελούν μέρος του ενοποιημένου συνόλου και επομένως αξίζουν ίση θεώρηση	Ανθρωποκεντρική: τα ανθρώπινα όντα είναι ξέχωρα και διαφορετικά από τα άλλα ζώοντα και επομένως αξίζουν μεγαλύτερη ηθική θεώρηση
Οργανική: Οι μηχανιστικές αναλογίες απορρίπτονται υπέρ μιας οργανωμένης μεταφυσικής	Μηχανιστική: Μια μηχανιστική αναλογία χρησιμοποιείται για να περιγράψει το πως λειτουργεί η φύση

ΠΗΓΗ: Acott T., Trobe H. & Howard S., 1998

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2.2.: ΟΡΙΣΜΟΙ ΔΥΟ ΑΝΤΙΘΕΤΩΝ ΠΡΟΤΥΠΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΑΞΙΕΣ

Οικοκεντρική φιλοσοφία	Η φιλοσοφία ότι όλα τα πράγματα στη βίοσφαιρα έχουν ίση εσωτερική αξία και ίδιο δίκιο να υπάρχουν. Υποστηρίζει την εφαρμογή μικρής παρέμβασης, απόδοση υψηλών αξιών σε φυσικές πηγές, καμία ή υπεύθυνη χρήση και πολύ μικρός αριθμός τουριστών. Οι μετρήσεις της φυσικής αξίας σχετίζονται με την μη-διατάραξη του περιβάλλοντος. Οι οικοκεντρική φιλοσοφία συμβαδίζει με την άποψη προστασίας των πηγών.
Ανθρωποκεντρική φιλοσοφία	Η κυρίαρχη φιλοσοφία στο Δυτικό κόσμο. Υπονοεί ότι μπορεί να γίνει αντιληπτή μόνο από την άποψη των ανθρώπινων αξιών. Το ανθρώπινο είδος καθορίζει τη μορφή και λειτουργία της φύσης εντός των ανθρώπινων κοινωνιών. Η ανθρωποκεντρική φιλοσοφία μπορεί να υποστηρίξει τις απόψεις της εκμετάλλευσης φυσικών πόρων, την παρέμβαση στη διαχείριση της φύσης και την υψηλή πρόσβαση σε φυσικές περιοχές.

ΠΗΓΗ: Fennell, 1999: Clifton J. & Galley G., 2003

Ανάμεσα στις προσπάθειες που έχουν γίνει έως σήμερα για να προσδιοριστούν τα κίνητρα που στρέφουν τον κόσμο προς τον οικοτουρισμό ξεχωρίζει εκείνη των R. K. Blamey και V. A. Braithwaite (Blamey R. & Braithwaite V., 1997) οι οποίοι χρησιμοποίησαν για πρώτη φορά τις κοινωνικές αξίες των ανθρώπων σαν βάση για μια κατηγοριοποίηση των τουριστών. Αντίθετα από τις προσωπικές αξίες οι οποίες αναφέρονται στα ιδανικά που έχει κάποιος για την ιδιωτική του ζωή, οι κοινωνικές αξίες είναι ιδανικά που κάποιος έχει για το πώς ο κόσμος, η χώρα του και η κοινωνία του θα έπρεπε να είναι. Η χρήση των κοινωνικών αξιών, συνεπώς, θεωρήθηκε ιδιαίτερα χρήσιμη, ειδικά στην περίπτωση ενός κοινωνικού αγαθού όπως τουρισμού. Ειδικότερα, επειδή το περιβάλλον είναι εκ φύσεως αγαθό δημοσίου οφέλους, μπορεί κανείς να υποθέσει πως οι κοινωνικές αξίες προσφέρουν ένα χρήσιμο κριτήριο κατηγοριοποίησης σε έρευνες του οικοτουρισμού, του βιώσιμου οικοτουρισμού, του εναλλακτικού τουρισμού, κλπ.

Η μέτρηση των κοινωνικών αξιών που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα που διεξήχθη για την μελέτη των R. K. Blamey και V. A. Braithwaite (Blamey R. & Braithwaite V., 1997) αντιστοιχεί στην θεωρία του Inglehart (1977: Blamey R. & Braithwaite V., 1997) για τις μετα-υλιστικές αξίες. Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή, η «πρωτοφανής ευμάρεια των Δυτικών κοινωνιών στην μεταπολεμική εποχή και η εφαρμογή προγραμμάτων κοινωνικής πρόνοιας έχει ικανοποιήσει τις υλικές ανάγκες των πληθυσμών αυτών. Εκείνοι οι οποίοι μεγάλωσαν την περίοδο αυτή έχουν ασχοληθεί, συνεπώς, λιγότερο με υλικές ανησυχίες όπως οικονομική εξασφάλιση και φυσική ασφάλεια και περισσότερο με μη-υλιστικές και μετα-υλιστικές ανησυχίες όπως η κοινωνική ισότητα, η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και η συνολική ποιότητα της ζωής» (McAlister, 1990: Blamey R. & Braithwaite V., 1997). Άτομα με μετα-υλιστικού τύπου αξίες είναι πιο πιθανό να ενταχθούν υπέρ της περιβαλλοντικής προστασίας, και να υιοθετήσουν φιλο-περιβαλλοντικές μορφές συμπεριφοράς, όπως το να ψηφίζουν υπέρ της περιβαλλοντικής προστασίας, να συμμετέχουν σε οικολογικές ομάδες κοκ.

Η θεωρία του Inglehart για τον μετα-υλισμό προέρχεται κατά βάση από τη θεωρία του Maslow (1954: Blamey R. & Braithwaite V., 1997) για τα κίνητρα. Κάποιος θα περίμενε οι οικοτουριστικές εμπειρίες να περιλαμβάνουν κατά κύριο λόγο ανάγκες που βρίσκονται κοντά στη κορυφή της ιεραρχίας του Maslow, το οποίο συμπίπτει με τις μετα-υλιστικές αξίες. Αξίζει να σημειωθεί δε ότι, σε αντίθεση με την κλίμακα της ταξιδιωτικής καριέρας του Pearce, η οποία ασχολείται με τον προσδιορισμό του επιπέδου ή των επιπέδων στο οποίο ή στα οποία ένας τουρίστας λειτουργεί σε ένα συγκεκριμένο χρονικό σημείο, η θεωρία των μετα-υλιστικών αξιών ασχολείται με τον

προσδιορισμό ενός γενικευμένου προσανατολισμού ενός ατόμου αναφορικά με την ιεραρχία του Maslow. Ο Blamey (1995: Blamey R. & Braithwaite V., 1997) συνοψίζει τις διαφορετικές ψυχογραφικές προσεγγίσεις λεπτομερέστερα παράλληλα με την σχέση τους με τον οικοτουρισμό (Blamey R. & Braithwaite V., 1997).

Ο Crompton (1979: Mehmetoglu M., 2005α) έχοντας δανειστεί απόψεις από τον Maslow και εστιάζοντας στον Dann και τη διχοτομία ώθησης /έλξης αναγνώρισε επτά κοινωνικο-ψυχολογικά κίνητρα: καινοτομία, κοινωνικοποίηση, πρεστίζ, χαλάρωση, μορφωτικός εμπλουτισμός, ενδυνάμωση της συγγένειας, και παλινδρόμηση.

Σε έρευνα δε που πραγματοποιήθηκε απ' τον Mehmetoglu (2005α) σε δύο βασισμένες στη φύση περιοχές έλξης στην Βόρεια Νορβηγία σχετικά με τα κίνητρα των επισκεπτών που βρέθηκαν εκεί, προέκυψαν τρία τμήμα τουριστών, ανάλογα με τις δραστηριότητες που είχαν επιλέξει. Τα τμήματα αυτά ήταν:

- Οι προσανατολισμένοι προς την φυσική δραστηριότητα,
- Εκείνοι που επέλεξαν πολιτισμικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες και
- Οι προσανατολισμένοι προς τις χαμηλές δραστηριότητες.

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι προσανατολισμένοι προς την φυσική δραστηριότητα επισκέπτες παρακινήθηκαν σε μεγάλο βαθμό από τη σωματική δραστηριότητα ενώ το τμήμα που επέλεξε πολιτισμικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες παρακινήθηκε απ' την φυσική δραστηριότητα περισσότερο απ' ότι εκείνο που ήταν προσανατολισμένο προς τις χαμηλές δραστηριότητες. Επιπλέον, οι ανταποκριθέντες απ' τον δεύτερο τμήμα είχαν σε μεγάλο βαθμό παρακινηθεί από την «καινοτομία /μάθηση», ενώ όταν τα τρία τμήματα συγκρίθηκαν σε σχέση με το κίνητρο «πεζή καθημερινότητα», οι ερωτηθέντες που ήταν προσανατολισμένοι προς τον πολιτισμό και την ψυχαγωγία οδηγήθηκαν από αυτό το κίνητρο πολύ περισσότερο απ' όλους τους υπόλοιπους. Τέλος, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι ερωτηθέντες προσανατολισμένοι προς τον πολιτισμό και την ψυχαγωγία διέφεραν σημαντικά από τους ερωτηθέντες οι οποίοι ήταν προσανατολισμένοι στις χαμηλές δραστηριότητες σε σχέση με το κίνητρο «κοινωνική επαφή», ενώ αντίθετα οι πρώτοι και οι προσανατολισμένοι προς τις φυσικές δραστηριότητες δεν διέφεραν σε σύγκριση με το κίνητρο «κοινωνικής επαφής», η οποία θεωρήθηκε και απ' τους δύο πολύ σημαντική.

Πολύ σημαντικό είναι και το έργο της ψυχολόγου Ellen Langer (Frauman E., 2000) σχετικά με τη θεωρία επίγνωσης /άγνοιας, σύμφωνα με την οποία συγκεκριμένες περιβαλλοντικές (σωματικές και κοινωνικές) συνθήκες υπάρχουν ή δημιουργούνται σε

δεδομένα πλαίσια, και υπάρχει η πιθανότητα μερικοί άνθρωποι να έχουν αυξημένη επίγνωση του περιβάλλοντος τριγύρω τους. Η προσέγγιση άγνοιας έχει υποστηριχθεί (Moscardo, 1996: Frauman E., 2000) ως ένα πιθανό βοήθημα «οδηγούμενο από τη θεωρία» στον τομέα των ταξιδιών και του τουρισμού για την καλύτερη κατανόηση του επισκεπτόμενου κοινού. Σύμφωνα με την Langer, η άγνοια αποτελεί μια πνευματική κατάσταση η οποία εκφράζεται από την ενεργή κατοχή διαθέσιμων πληροφοριών. Αποτελεί μια κατάσταση η οποία χαρακτηρίζεται από γνωστική διαφοροποίηση. Όταν έχει επίγνωση, το άτομο παρατηρεί και είναι ενήμερο για το διαφοροποιούμενο πλαίσιο στο οποίο βρίσκεται. Είναι μια κατάσταση ετοιμότητας και επίγνωσης όπου το άτομο διαφοροποιεί τον εξωτερικό κόσμο. Η θεωρία επίγνωσης – άγνοιας προτείνεται ως ένα εννοιολογικό πλαίσιο για προορισμούς που βασίζονται στη φύση και αποτελεί συνεπώς χρήσιμη βάση και στην προσπάθεια αιτιολόγησης των οικοτουριστικών ταξιδιών απ' την πλευρά των τουριστών.

Στην μελέτη που ασχολήθηκε με τα κίνητρα των συμμετεχόντων στην επιχείρηση «Operation Wallacea» η οποία αναφέρθηκε στην αρχή της παραγράφου, οι ανταποκριθέντες, όλοι καλά μορφωμένοι, ζητήθηκαν να επιλέξουν τα τρία βασικότερα κίνητρα από μια λίστα με 21 που αποφάσισαν να παρευρεθούν στο Operation Wallacea. Τα κίνητρα αυτά ήταν:

1. Το να βιώσουν κάτι εντελώς καινούριο.
2. Η εμπειρία που θα αποκόμιζαν από το ταξίδι θα ξεχωρίζει στο βιογραφικό τους και θα είχαν πρόσβαση σε καλύτερες ευκαιρίες απασχόλησης.
3. Το ενδιαφέρον για έρευνα για ένα project σε επίπεδο μάστερ.

Τα τρία αυτά κίνητρα ακολουθήθηκαν από εθελοντές που ήθελαν να παρατηρήσουν την ποικιλία των ζώων και να συμμετέχουν σε μια σπάνια ευκαιρία. Λιγότερο σημαντικοί ήταν λόγοι όπως η επίσκεψη σε κοντινές παραλίες, η βίωση του καλού καιρού της χώρας και η απόλαυση της χαλαρωτικής και ειρηνικής ατμόσφαιρας. Όταν ζητήθηκαν να καταγράψουν το ενδιαφέρον τους σε ότι αφορά την επιδείνωση του φυσικού περιβάλλοντος, πάνω από το 85% των εθελοντών το αξιολόγησαν ως 4 ή 5 στην κλίμακα Likert (πολύ σημαντικό) δείχνοντας έτσι μια μεγάλη αίσθηση περιβαλλοντικής επίγνωσης. Πάνω από το 90% των εθελοντών είχαν ακούσει τον όρο οικοτουρισμό. Όταν ζητήθηκαν να ονομάσουν τέσσερις παράγοντες που πίστευαν ότι προσδιορίζουν καλύτερα τον οικοτουρισμό, από μια επιλογή 15 δηλώσεων, οι τέσσερις περισσότερο σημαντικοί παράγοντες για τον ορισμό του οικοτουρισμού ήταν:

1. Ελεγχμένος τουρισμός με μίνιμουμ ενόχληση στις φυσικές τοποθεσίες
2. Η βίωση της φύσης με μίνιμουμ ενόχληση στο περιβάλλον
3. Ανάλυση «project» τα οποία ευεργετούν την τοπική κοινότητα

4. Οικονομικό όφελος προς την κοινότητα

Αυτές οι πρώτες 4 απαντήσεις ακολουθούνται από την αντίληψη ότι η εκπαίδευση πρέπει να αποτελεί κομμάτι της εμπειρίας και ότι οι εθελοντές πρέπει να σέβονται τους κανόνες ενδυμασίας και άλλες τυπικότητες.

Αξίζει εδώ να αναφερθεί ένα ιδιαίτερο κομμάτι των κινήτρων στον οικοτουρισμό που είναι η πολυκοσμία και την οποία ένα μεγάλο κομμάτι των οικοτουριστών δεν επιθυμούν. Γενικά, στα τουριστικά μέρη η πολυκοσμία θεωρείται περισσότερο σαν πίεση προς το ίδιο το περιβάλλον (Pigram, 1980; Pearce P., 1991) ή σαν ένας περιορισμός της επιθυμητής τουριστικής εμπειρίας (Schreyer and Roggenbuck, 1984; West, 1982; Womble and Studebaker, 1981; Pearce P., 1991). Έτσι, ειδικά όταν πρόκειται για τουρίστες οι οποίοι αναζητούν την απομόνωση ή την «φυγή», είναι πιθανόν να είναι περισσότερο ευαίσθητοι στην πολυκοσμία (Gramann and Burdge, 1984; Hammitt, McDonald and Noe, 1984; Pearce P., 1991; Pearce P., 1991), ενώ εκείνοι των οποίων ο σκοπός είναι η δράση ή η κοινωνική αλληλεπίδραση, ακόμα και σε ένα ερημικό τοπίο, είναι λιγότερο πιθανόν να θεωρήσουν την παρουσία άλλων σαν πολυκοσμία (Schreyer and Roggenbuck, 1978; Pearce P., 1991). Σε γενικές γραμμές πάντως, η πολυκοσμία θεωρείται απ' τον οικοτουρίστα κατακριτέα για πολλούς λόγους, τόσο περιβαλλοντικούς, όσο και προσωπικούς, και η αποφυγή του αποτελεί σημαντικό παράγοντα επιλογής του οικοτουριστικού προορισμού ή και της χρονικής περιόδου στην οποία θα πραγματοποιήσει το οικοτουριστικό ταξίδι του.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει μελέτη του Williams Lake Forest District Tourism Opportunities Study (2001), στην οποία παρουσιάζονται εν συντομία τα κίνητρα των οικοτουριστών της Βορείου Αμερικής σύμφωνα με 8 διαφορετικές έρευνες (πίνακας 2.2.3.). Όσον αφορά ωστόσο την συνολική οικοτουριστική αγορά, αν και όπως έχει ήδη αναφερθεί είναι αδύνατον να υπάρξει μια ενιαία προσέγγιση, συνοπτικά μπορεί κανείς να πει ότι οι οικοτουρίστες αναζητούν ταξιδιωτικές εμπειρίες οι οποίες να περιλαμβάνουν:

- Περιοχές και άλλους πόλους έλξης φυσικής ομορφιάς
- Μικρού μεγέθους ομάδες και μακριά από πολυκοσμία
- Συναναστροφή με άλλους ανθρώπους οι οποίοι κατά προτίμηση να έχουν ίδια νοοτροπία και να είναι ευπροσάρμοστοι
- Κάποιο επίπεδο αλληλεπίδρασης με το περιβάλλον
- Ένα βαθμό πληροφόρησης και εκπαίδευσης
- Χαρά και διασκέδαση (Macfarlane D.).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2.3.: ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΑΞΙΔΙΟΥ ΤΩΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΤΗΣ Β. ΑΜΕΡΙΚΗΣ

ΕΡΕΥΝΑ	ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΑΞΙΔΙΟΥ (με σειρά προτεραιότητας, σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων)
Crossley & Lee (1994)	<ul style="list-style-type: none"> • Να μάθουν/να ζήσουν τη φύση • Να μάθουν/να ζήσουν την τοπική κουλτούρα • Να ξεφύγουν • Να χαλαρώσουν • Να διασκεδάσουν
Eagles (1992)	<ul style="list-style-type: none"> • Τροπικά δάση • Ερημικά τοπία και αδιατάραχτη φύση • Να μάθουν για τη φύση • Είδη πουλιών • Λίμνες και ποτάμια • Δέντρα και άγρια είδη λουλουδιών • Φωτογράφιση του τοπίου/της άγριας φύσης • Τα θηλαστικά • Να νιώσουν σωματικά ενεργοί • Να συναντήσουν άτομα με παρόμοια ενδιαφέροντα • Τα βουνά • Οι παράκτιες περιοχές • Να δουν όσα περισσότερα μπορούν στο χρόνο που έχουν • Αγροτικές περιοχές
Fennell & Smale (1992)	<ul style="list-style-type: none"> • Να δουν όσα περισσότερα μπορούν • Να νιώσουν σωματικά ενεργοί • Να συναντήσουν άτομα με παρόμοια ενδιαφέροντα • Να ζήσουν νέους τρόπους ζωής • Να επισκεφθούν ιστορικά μέρη • Να δοκιμάσουν νέες γεύσεις • Να γίνουν τολμηροί και περιπετειώδεις
HLA/ARA (1994)-Εμπειροί οικοτουρίστες (επόμενο ταξίδι)	<ul style="list-style-type: none"> • Να χαρούν το τοπίο/τη φύση • Να ζήσουν νέες εμπειρίες/νέα μέρη • Να παρατηρήσουν την άγρια φύση • Να δουν τα βουνά • Να ζήσουν σε ερημικά τοπία • Να λάβουν μέρος σε δραστηριότητες με βάση το νερό • Να βρεθούν σε μη τουριστικά/πολυπληθή μέρη • Να ζήσουν πολιτιστικές εμπειρίες • Να μελετήσουν/μάθουν για τη φύση/τους πολιτισμούς
HLA/ARA (1994)-οικοτουρίστες γενικού ενδιαφέροντος (επόμενο ταξίδι)	<ul style="list-style-type: none"> • Να χαρούν το τοπίο/τη φύση • Να ζήσουν νέες εμπειρίες/νέα μέρη • Να πάνε κάπου όπου είχαν ξαναπάει και τους άρεσε • Να δουν βουνά • Να ζήσουν πολιτιστικές εμπειρίες • Να μελετήσουν/μάθουν για τη φύση και τους πολιτισμούς • Να χαλαρώσουν/ξεκουραστούν/ξεφύγουν • Να ζήσουν εμπειρίες σε ερημικά/απομακρυσμένα τοπία • Να επισκεφθούν οικογένεια/φίλους
Saleh & Karwacki (1996)	<ul style="list-style-type: none"> • Να μάθουν για το περιβάλλον και να δουν φυσικά τοπία • Να μάθουν για τον τοπικό πολιτισμό • Να επισκεφθούν εθνικούς δρυμούς και βιότοπους • Να αναζητήσουν απολιθώματα δεινοσαύρων
Salen & Steadman (1994)	<ul style="list-style-type: none"> • Να μάθουν για το περιβάλλον και τη φύση • Να δουν ένα φυσικό τοπίο • Να λάβουν μέρος σε υπαίθριες δραστηριότητες • Να επισκεφθούν εθνικούς δρυμούς και βιότοπους • Να μάθουν για την τοπική κουλτούρα
TIA (1994)	<ul style="list-style-type: none"> • Να ξεφύγουν απ' όλα • Να δοκιμάσουν/μάθουν κάτι καινούργιο • Το ενδιαφέρον τους για το περιβάλλον • Να μάθουν/δοκιμάσουν κάτι για τον εαυτό τους

ΠΗΓΗ: Williams Lake Forest District Tourism Opportunities Study, 2001

Πολύ συνοπτικά διατυπωμένα, τα κίνητρα στον οικοτουρισμό τελικά περιλαμβάνουν τις παρακάτω ανάγκες-επιθυμίες:

- Να απολαύσουν τη φύση
- Να μάθουν νέα πράγματα
- Να ενισχύσουν οικογενειακές σχέσεις
- Να μειώσουν την ένταση της καθημερινότητας
- Να ξεφύγουν από το Σωματικό Άγχος
- Να μοιραστούν με άλλα άτομα παρόμοιες αξίες
- Να νιώσουν ανεξάρτητοι
- Να ανακαλύψουν τον εαυτό τους
- Να συναναστραφούν με ανθρώπους ευγενικούς, με ευαίσθησιες
- Να νιώσουν τη χαρά της επίτευξης και της πνευματικής διέγερσης
- Να αναπαυθούν σωματικά
- Να διδάξουν άλλους
- Να πάρουν ρίσκα
- Να μειώσουν το ρίσκο
- Να γνωρίσουν άλλους ανθρώπους
- Να νιώσουν δημιουργικοί
- Να νιώσουν νοσταλγία
- Να ζήσουν σε περιβάλλον με ευχάριστη θερμοκρασία.

2.2.2. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΒΑΣΕΙ ΤΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΤΟΥΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΩΝ ΑΞΙΩΝ ΤΟΥΣ

Εκείνο που οι ερευνητές και συγγραφείς του οικοτουρισμού διαπίστωσαν, ήταν πως στην προσπάθεια διαχωρισμού των οικοτουριστών απ' τους υπόλοιπους τουρίστες, βάσει των κινήτρων τους, διαφορές προέκυψαν και ανάμεσα στους ίδιους τους οικοτουρίστες. Αυτό, ωστόσο, θα έπρεπε να είναι αναμενόμενο, καθώς η οικοτουριστική αγορά δεν είναι σε καμία περίπτωση ομοιογενής. Έτσι, αξίζει να αναφερθούν μερικά συμπεράσματα και κατηγοριοποιήσεις των οικοτουριστών που προέκυψαν μέσα από έρευνες σε οικοτουριστικούς προορισμούς και ειδικευμένες ομάδες οικοτουριστών.

Όπως αναφέρθηκε και στην προηγούμενη παράγραφο, η χρήση των κοινωνικών αξιών έχει αποδειχτεί πολύ χρήσιμη βάση για την κατηγοριοποίηση των οικοτουριστών, όπως αποδείχτηκε στην περίπτωση της έρευνας των R. K. Blamey και V. A. Braithwaite (Blamey R. & Braithwaite V., 1997). Σε προηγούμενες από αυτήν έρευνες φάνηκε πως τόσο οι προσωπικές όσο και οι κοινωνικές αξίες σχετίζονται με την περιβαλλοντική συμπεριφορά. Ο Dunlap et al (1983: Blamey R. & Braithwaite V., 1997), για παράδειγμα, διαπίστωσε ότι τα άτομα που είναι υπέρ της ανακύκλωσης ταξινομούν τις αξίες που αντιστούν σε υψηλότερης τάξης ανάγκες (όπως το να ζεις μια συναρπαστική ζωή, να έχεις εσωτερική αρμονία και έναν όμορφο κόσμο) σημαντικά υψηλότερα από το εθνικό δείγμα, και ταξινομούν χαμηλότερης τάξης ανάγκες (όπως εθνική ασφάλεια, έναν κόσμο με ειρήνη, την σωτηρία, κλπ) σημαντικά χαμηλότερα (Blamey R. & Braithwaite V., 1997).

Στην έρευνα των R. K. Blamey και V. A. Braithwaite ενήλικοι Αυστραλοί κλήθηκαν να αξιολογήσουν σύμφωνα με την σημασία για εκείνους μια λίστα από κοινωνικούς στόχους. Σαν πιθανοί οικοτουρίστες θεωρήθηκαν εκείνοι οι οποίοι απάντησαν ναι στην ερώτηση: «Θα σας άρεσε να περάσετε κάποιες από τις διακοπές σας στους επόμενους 12 μήνες αυξάνοντας την κατανόησή και εκτίμησή σας για τη φύση;». Το ερώτημα ξεκάθαρα τονίζει την εκπαιδευτική/εμπειρική διάσταση του οικοτουρισμού, η οποία είναι το πρωταρχικό κίνητρο για μια οικοτουριστική εμπειρία.

Μέσα από τις απαντήσεις, το δείγμα χωρίστηκε σε τέσσερις ομάδες. Η πρώτη και μικρότερη ομάδα ονομάστηκε «Ιδεολόγοι Πράσινοι» και ήταν εκείνοι οι οποίοι υποστήριξαν περισσότερο την Ισότητα των ανθρώπων, την Αρμονία ανθρώπου και φύσης και τα ίσα Δικαιώματα αλλά ήταν σχετικά μη-υποστηρικτικοί της Εθνικής Οικονομικής Ανάπτυξης και του Ελέγχου μέσω περισσότερων νόμων. Η δεύτερη ομάδα ήταν αυτοί που δεν υποστήριξαν ιδιαίτερα αξίες οποιουδήποτε είδους και ονομάστηκαν «Ηθικοί Σχετικιστές» (Scott, 1965) εννοώντας ότι οι άνθρωποι αυτοί δυσκολεύονται να υιοθετήσουν οποιαδήποτε ιδεολογία ως κατευθυντήρια αρχή σε κάθε κατάσταση. Τα άτομα της επόμενης ομάδας ονομάστηκαν «Δυαδιστές» και ήταν εκείνοι που είχαν την άποψη πως τόσο η Ανάπτυξη όσο και ο Έλεγχος και η Αρμονία είναι σημαντικά, δηλαδή επιθυμούσαν πολιτικές οι οποίες θα συνδυάζαν βέλτιστα αριστερές και δεξιές πολιτικές. Η τέταρτη και τελευταία ομάδα αποτελούταν από άτομα που έδειξαν μικρό ενδιαφέρον για αξίες όπως η Ισότητα και η Αρμονία και μεγαλύτερο για τα Δικαιώματα, και ονομάστηκαν «Φιλελεύθεροι», τονίζοντας την έντονη επιθυμία τους για ελευθερία και ευημερία δίχως την επιβολή περιορισμών.

Μετά τον διαχωρισμό του δείγματος σε κατηγορίες, έγινε σύγκριση αυτών σε σχέση με τους τρόπους με τους οποίους τα άτομα των ομάδων αυτών ορίζουν τη σχέση τους με τη φύση. Συγκεκριμένα, η ομάδα των «Ιδεολόγων Πρασίνων» φάνηκε να έχει έναν ιδιαίτερο σεβασμό για τη φύση, αντιλαμβάνοντάς τη σαν κάτι καλό και αποδίδοντάς της θρησκευτική και πνευματική σημασία. Και οι τέσσερις ομάδες αξιών αναγνώρισαν την πνευματική πλευρά της φύσης και το δικαίωμά της να υπάρχει ανεξάρτητα από την ανθρώπινη χρήση της.

Όσον αφορά την προσωπική αφοσίωση σε σχέση με το περιβάλλον, όλες οι ομάδες σημείωσαν ένα μέσο όρο μεταξύ «πάρα πολύ» και «μια μέτρια ποσότητα» στην αγορά περιβαλλοντικά φιλικών προϊόντων. Διαπιστώθηκε ότι ήταν λιγότερο προσωπικά διατεθειμένοι να κάνουν δωρεές υπέρ της προστασίας της φύσης, ενώ οι διαφορές που προέκυψαν μεταξύ των ομάδων διαχώρισαν τους «Ιδεολόγους Πράσινους» και τους «Δυαδιστές» από τους «Ηθικούς σχετικιστές» και τους «Φιλελεύθερους» οι οποίοι ήταν λιγότερο διατεθειμένοι να αγοράσουν οικολογικά προϊόντα. Σχετικά με τις δωρεές, οι «Ιδεολόγοι Πράσινοι» ήταν οι περισσότερο υποσηρικτικοί από τις άλλες ομάδες.

Σε σχέση, τέλος με την πολιτική συμπεριφορά, τις περιβαλλοντικές εμπορικές συναλλαγές και την εμπιστοσύνη στη βιομηχανία, εκείνο που διπίστωσαν οι R. K. Blamey and V. A. Braithwaite ήταν ότι οι «Ιδεολόγοι Πράσινοι» ήταν σημαντικά περισσότερο υπέρ της κυβερνητικής νομοθεσίας, και της ανάγκης για κοινωνική ασφάλεια και μείωση της φτώχειας, καθώς και πιο ανήσυχοι για το πού οδεύει ο κόσμος. Οι «Φιλελεύθεροι» και οι «Σχετικιστές» ήταν λιγότερο απ' όλους υπέρ της ύπαρξης νομοθεσίας, κοινωνικής ασφάλειας και μείωσης της ανέχειας, και λιγότερο απ' όλους ανήσυχοι για την πορεία των Δυτικών κοινωνιών. Καμία ομάδα δεν έδειξε εμπιστοσύνη στη βιομηχανία, με τους «Ιδεολόγους Πράσινους» να την αμφισβητούν πολύ περισσότερο από τις άλλες ομάδες.

Σύμφωνα με τη Διεθνή Οικοτουριστική Κοινότητα, περίπου το 60% των διεθνών τουριστών μπορούν να θεωρηθούν τουρίστες που βασίζονται στη φύση, περιλαμβάνοντας σε μεγάλο βαθμό και τους οικοτουρίστες. Έχει ήδη αναφερθεί ότι οι τουρίστες φύσης, αν και παρουσιάζουν κάποιες διαφορές με τους οικοτουρίστες, παρακινούνται σε γενικές γραμμές από τα ίδια κίνητρα και τις ίδιες ανάγκες. Ο Lindberg, προσπαθώντας να διαχωρίσει την οικοτουριστική αγορά (Mehmetoglu M., 2005a), προτείνει ότι υπάρχουν 4 τύποι φυσικών τουριστών:

1. Οι σκληροπυρηνικοί τουρίστες οι οποίοι αντιπροσωπεύουν επιστημονικούς ερευνητές ή μέλη της περιοδείας που ασχολούνται με την εκπαίδευση, τη μετακίνηση απορριμάτων και τα λοιπά.
2. Οι αφοσιωμένοι φυσικοί τουρίστες οι οποίοι κάνουν ταξίδια αποκλειστικά σε προστατευμένες περιοχές προκειμένου να κατανοήσουν την τοπική, φυσική και πολιτισμική ιστορία.
3. Οι φυσικοί τουρίστες του βασικού ρεύματος οι οποίοι επισκέπτονται προορισμούς όπως τον Αμαζόνιο ή το πάρκο Rwandah κυρίως για να κάνουν ένα ασυνήθιστο ταξίδι.
4. Οι περιστασιακοί τουρίστες, οι οποίοι συμμετέχουν στη φύση ως κομμάτι ενός ευρύτερου δρομολογίου.

Οι ρόλοι ποικίλλουν από τον οικοκεντρισμό έως τον ανθρωποκεντρισμό. Η υπόθεσή τους είναι ότι ένα δεδομένο άτομο ιδεολογικά μπορεί να είναι οικοτουρίστας άσχετα από την τοποθεσία. Για παράδειγμα, κάποιος που έχει περιβαλλοντική συνείδηση, ακόμη και εάν επισκέπτεται μια μη-οικοτουριστική τοποθεσία όπως μια πόλη, μπορεί να θεωρηθεί οικοτουρίστας, ενώ ένα άτομο που βρίσκεται σε μια οικοτουριστική τοποθεσία μπορεί κάλλιστα να μην είναι οικοτουρίστας.

Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε για τους επισκέπτες στο Belize, χώρα της Κεντρικής Αμερικής που αποτελεί έναν από τους πλέον πολυσύχναστους προορισμούς για οικοτουρισμό, εντοπίστηκαν τέσσερα είδη τουριστών (McCool S. & Palacio V., 1997). Εδώ ο διαχωρισμός έγινε με βάση τον βαθμό στον οποίο θεώρησαν σημαντικούς κάποιους τομείς, οι οποίοι αφορούσαν τα ωφέλη που περίμενε να έχει ο καθένας από αυτή την εμπειρία. Συγκεκριμένα το ερωτηματολόγιο που τους δώθηκε αποτελούταν από ερωτήσεις οι οποίες αφορούσαν το θέμα της φυγής από την καθημερινότητα, την επιθυμία να μάθουν για την φύση, την ανάγκη να επιδοθούν σε υγιείς δραστηριότητες και την επιθυμία της συντροφικότητας. Η πρώτη κατηγορία ονομάστηκε «φυγείς της φύσης (nature escapist)», γιατί ενδιαφέρονταν περισσότερο από τους υπόλοιπους να μάθουν για τη φύση και να ξεφύγουν για λίγο από την καθημερινότητα και λιγότερο για την υγεία και την ομάδα. Η κατηγορία αυτή αποτελούσε το 21,5 % του δείγματος. Η δεύτερη ομάδα επισκεπτών ονομάστηκε «οικοτουρίστες» και κάλυπταν το 18 % του δείγματος. Ο τίτλος αυτός δώθηκε γιατί έδειξαν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον από όλο το δείγμα και στους τέσσερις τομείς και ταίριαζαν περισσότερο με τα χαρακτηριστικά του οικοτουρίστα όπως αυτός παρουσιάζεται στη βιβλιογραφία. Η τρίτη ομάδα ονομάστηκε «βολεμένοι φυσιολάτρεις (comfortable naturalists)», αποτελούσαν το 33,3 % του δείγματος και ήταν άτομα τα οποία, ενώ ήθελαν να γνωρίσουν τη φύση και να ξεφύγουν από την

πόλη, ήθελαν να το κάνουν με έναν άνετο, γι' αυτούς, τρόπο. Η τελευταία κατηγορία ήταν οι «παθητικοί παίκτες (passive players)» που ονομάστηκαν έτσι γιατί σημείωσαν χαμηλότερο ενδιαφέρον σε όλους τους τομείς και αποτελούσαν το 26,9 % του υπό εξέταση δείγματος.

Τα τέσσερα διαφορετικά είδη τουριστών που εντοπίστηκαν στην παραπάνω έρευνα διαφέρουν στα χαρακτηριστικά και επιλέγουν δραστηριότητες με διαφορετικά κριτήρια και συχνότητα. Στην εν λόγω έρευνα, οι οικοτουρίστες προσδιορίστηκαν, όχι απ' την συμμετοχή τους στις δραστηριότητες αυτές, αλλά από τα ωφέλη που περίμεναν να έχουν από την επίσκεψή τους. Συνεπώς, ο ορισμός αυτός μπορεί να διαφορούμενος, προσφέρει όμως μία βάση στην προσπάθεια προσδιορισμού του οικοτουρίστα. Ωστόσο, μπορεί κανείς να εντοπίσει πολλές ομοιότητες ανάμεσα στα τέσσερα είδη επισκεπτών, γεγονός που περιπλέκει ακόμα περισσότερο τον ορισμό του οικοτουρίστα.

Σε έρευνα η οποία πραγματοποιήθηκε απ' την Glen T. Hvenegaard (2002), και πάλι σκοπός ήταν να κατηγοριοποιηθεί συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς σύμφωνα με τα κίνητρα και τις δραστηριότητες που επέλεξε. Έτσι, επιλέχθηκαν τυχαία και ρωτήθηκαν bird-watchers και τυχαίοι επισκέπτες του εθνικού δρυμού DINP, που βρίσκεται στην βορειοδυτική Ταϊλάνδη, 80 χμ περίπου απ' την Chiang Mai, την δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της χώρας και σημαντικό τουριστικό κέντρο του βορρά. Οι ερωτηθέντες έπρεπε να απαντήσουν, μεταξύ άλλων, για τα κίνητρά τους και τις δραστηριότητες που επέλεξαν να κάνουν. Για την ερμηνεία των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκαν πολλαπλές μέθοδοι, οι οποίες είτε κατηγοριοποιούσαν τους επισκέπτες σύμφωνα με τη δραστηριότητα που είχαν επιλέξει, είτε επιτρεπόταν στους ίδιους να κατηγοριοποιήσουν τον εαυτό τους, είτε χρησιμοποιούσαν σαν βάση το κίνητρο ή τα κίνητρα των τουριστών για την επίσκεψή τους στο πάρκο. Στην έρευνα, συνεπώς, ξεχώρισαν τρία είδη επισκεπτών: οι trekkers, οι birders και οι γενικοί επισκέπτες. Αυτό που αξίζει να σημειωθεί είναι ότι αν και οι περισσότεροι γενικοί επισκέπτες θεώρησαν τον εαυτό τους σαν γενικό τουρίστα, υπήρχαν και κάποιοι που αυτοχαρακτηρίστηκαν οικοτουρίστες, ενώ γενικά αυτοί που θεώρησαν τους εαυτούς τους οικοτουρίστες επέλεξαν μια ποικιλία δραστηριοτήτων, πλησιάζοντας όμως περισσότερο στους birders. Τέλος, οι αυτοαποκαλούμενοι οικοτουρίστες είχαν σαν κίνητρο το φυσικό περιβάλλον, τα είδη πουλιών, την άγρια φύση, το τοπίο και τους καταρράκτες (Hvenegaard G., 2002).

Ένας άλλος διαχωρισμός των οικοτουριστών, τέλος, που προτείνεται από τους Clifton & Galley (2003), αποτελεί μια πολύ καλή προσέγγιση και φαίνεται να εφαρμόζει σε αρκετές περιπτώσεις οικοτουριστών. Στην έρευνά τους οι οικοτουρίστες αναγνωρίστηκαν ως υποκατηγορία της περισσότερο οικείας κατηγορίας ατόμων των τουριστών, και θεωρήθηκε ότι διαφέρουν από τους συμβατικούς ταξιδιώτες απλά επειδή αναζητούν την απόλαυση του σχετικά ανενόχλητου φαινομένου της φύσης. Οι Clifton & Galley προτείνουν τις επόμενες τέσσερις κατηγορίες:

1. Οι πολύ αφοσιωμένοι τουρίστες
2. Οι απλά αφοσιωμένοι τουρίστες
3. Οι τουρίστες που διοχετεύονται σε βασικά ρεύματα φυσικού περιβάλλοντος και
4. Οι τουρίστες που τυχαίνει να επισκέπτονται τη φύση ως μέρος του ευρύτερου ταξιδιού τους.

2.3. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 2

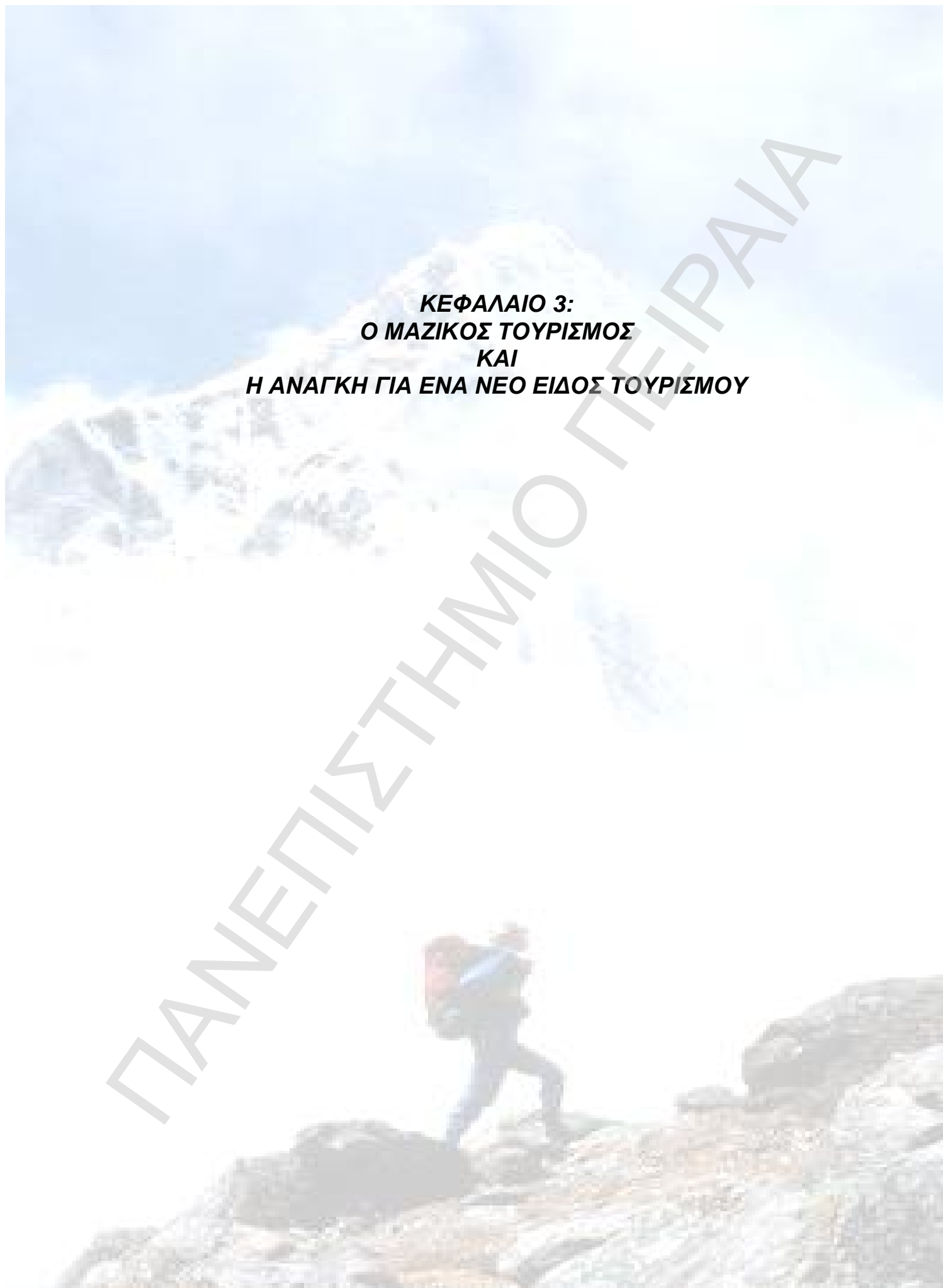
Η πολυκοσμία, η ανάγκη για προσωπικό χώρο καθώς και άλλοι κοινωνικοί και περιβαλλοντικοί παράγοντες άγχους που δημιουργούνται στην καθημερινότητα, στην κοινότητα και στο χώρο εργασίας αλληλεπιδρούν και εκδηλώνονται στις διαδικασίες απόφασης των διακοπών. Ωστόσο, εκείνο που φαίνεται να επικρατεί σαν βασικότερο κίνητρο για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού, και που έχει μελετηθεί από πολλούς θεωρητικούς στον τομέα αυτό, είναι η ατομική ανάγκη της «διαφυγής», η επιθυμία να ξεφύγει ο άνθρωπος από όλα εκείνα που του προκαλούν πίεση, άγχος, κούραση αλλά και άλλες άσχημες σωματικές και ψυχολογικές καταστάσεις.

Σχετικά με τους λόγους και τα κίνητρα που ωθούν τους οικοτουρίστες, συγκεκριμένα, στην πραγματοποίηση ενός τέτοιου ταξιδιού, ο μελέτες έχουν δείξει ότι αυτά ποικίλουν ανάλογα με τον προορισμό, τα τμήματα της οικοτουριστικής αγοράς, τις προτιμητέες δραστηριότητες, την εκπαίδευση, τα προσόντα της περιοχής, και είναι κυρίως δυναμικά. Σε γενικές γραμμές μπορεί να ειπωθεί πως οι συχνότερα εμφανιζόμενοι λόγοι για οικοτουριστικές διακοπές είναι η απόλαυση του τοπίου και της φύσης, η επιθυμία συμμετοχής σε περιπετειώδεις δραστηριότητες, η υιοθέτηση ενός υγιεινού τρόπου ζωής αλλά και η ανάγκη να μοιραστούν και με άλλα άτομα τέτοιες εμπειρίες. Βάσει των κινήτρων που εμφανίζονται σε διάφορα τμήματα της αγοράς αυτής, πολλοί ερευνητές έχουν χωρίσει τους οικοτουρίστες σε κατηγορίες, κυρίως ανάλογα με την αφοσίωσή τους στη φύση και τον βαθμό στον οποίο αυτή αποτέλεσε κύριο παράγοντα για την πραγματοποίηση ενός οικοτουριστικού ταξιδιού.

Ωστόσο, θα ήταν λάθος να διαχωριστούν οι οικοτουρίστες από όλα τα υπόλοιπα είδη τουριστών, καθώς και αυτοί δείχνουν μια ποικιλία από ενδιαφέροντα που δεν περιορίζονται μόνο στη φύση και, πάνω από όλα, όλοι αναζητούν χαλαρωτικές και ενδιαφέρουσες διακοπές. Πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι μπορεί οι οικοτουρίστες να είναι συχνά μορφωμένοι και «σοφιστικέ», όμως η πραγματικότητα είναι πως κι εκείνοι είναι άνθρωποι που βρίσκονται σε διακοπές.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:
Ο ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
ΚΑΙ
Η ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΕΝΑ ΝΕΟ ΕΙΔΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ



3.1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΚΑΙ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Μια κοινή έκφραση που χρησιμοποιείται αναφορικά με τον τουρισμό είναι ο «μαζικός τουρισμός». Αν θεωρηθεί ότι το 1841 Ο Thomas Cook εισήγαγε για πρώτη φορά την έννοια της μαζικής μετακίνησης και τελικά του μαζικού τουρισμού, η περίοδος μετά το 2ο Παγκόσμιο Πόλεμο στιγματίστηκε απ' αυτό που μπορεί να χαρακτηριστεί και σαν «δεύτερο κύμα μαζικού τουρισμού», αυτή τη φορά όμως σε διεθνές επίπεδο (Holden A., 2000). Ιδιαίτερα η περίοδος μετά το 1980 μπορεί να χαρακτηριστεί ως περίοδος της συστηματικής παγκοσμιοποίησης της τουριστικής ανάπτυξης, με την έννοια αφενός ότι αυτή επεκτείνεται σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό χωρών του πλανήτη και αφετέρου ότι καταργούνται πολλοί από τους περιορισμούς που ίσχυαν στη διακίνηση των τουριστών. Σε αυτό το πλαίσιο δημιουργούνται πολλές νέες αγορές τόσο στην Ευρώπη και την Ασία (κράτη τα οποία προέκυψαν από τη διάσπαση της πρώην Σοβιετικής Ένωσης, βαλκανικά κράτη, Κίνα, Καμπότζη, Βιετνάμ κ.ά.) όσο και στην Αφρική και την περιοχή του Ειρηνικού (Κοκκώσης Χ.& Τσάρτας Π., 2001).

Ο μαζικός διεθνής τουρισμός, ο οποίος όπως αναφέρθηκε, ξεκίνησε τη δεκαετία του '50, περιελάμβανε την μετακίνηση χιλιάδων τουριστών κυρίως απ' το Ηνωμένο Βασίλειο προς την Ισπανία, που τελικά οδήγησε στην τουριστική ανάπτυξη της Δυτικής Μεσογειακής ακτογραμμής. Οι παράγοντες που συνετέλεσαν στην μαζική αυτή συρροή τουριστών στην περιοχή αυτή ήταν το αυξανόμενο επίπεδο διαθέσιμου εισοδήματος απ' τα τέλη της δεκαετίας του '50, το πλεόνασμα των αεροσκαφών του 2^{ου} παγκοσμίου πολέμου, τα οποία μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για να παρέχουν φθηνές μετακινήσεις απ' το Ηνωμένο Βασίλειο όπου προβαλλόταν ιδιαίτερα η Ισπανία, η προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης απ' τον Ισπανό δικτάτορα Franco και η διαθεσιμότητα φθηνής γης εκεί για ξενοδοχειακές υποδομές. Η επιτυχία της Ισπανίας στην εκμετάλλευση του τουρισμού για οικονομική ανάπτυξη ενθάρρυνε τις κυβερνήσεις και άλλων κρατών να αναπτύξουν τον τουρισμό σαν μέρος της οικονομικής τους πολιτικής, ο οποίος προσέφεραν ένα ευρύ φάσμα ευκαιριών και οικονομικών κινήτρων για να ενθαρρύνουν την τουριστική ανάπτυξη, όπως δάνεια, φοροαπαλλαγές, κλπ. (Holden A., 2000).

Σε όλες τις παραπάνω περιπτώσεις περιοχών, οι κύριες χώρες αποστολής τουριστών, οι οποίες παράλληλα διαθέτουν την κατάλληλη τεχνογνωσία για την ανάπτυξη του τουρισμού, σταδιακά επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους. Οι περισσότερες άλλωστε από τις σημαντικές χώρες αποστολής τουριστών του κόσμου (Γερμανία, Ηνωμένο

Βασίλειο, Γαλλία, ΗΠΑ, Ιαπωνία, Καναδάς, Σκανδιναβικές χώρες κ.λ.π.) συγκεντρώνουν και τη μεγάλη πλειοψηφία των εταιριών οι οποίες με τον ένα ή με τον άλλο τρόπο ασχολούνται με την παραγωγή του τουριστικού προϊόντος, τη διακίνηση των τουριστών και την οργάνωση και διαχείριση υποδομών και υπηρεσιών τουριστικής ανάπτυξης (tour operators, αλυσίδες ξενοδοχείων, εταιρίες μεταφορών, εταιρίες κατασκευών, διαφημιστικές εταιρίες κ.ά.). Η διαδικασία της παγκοσμιοποίησης του τουρισμού οδηγεί – τόσο τις παλαιότερες όσο και τις νεότερες τουριστικές χώρες – σε έναν προβληματισμό ο οποίος θα γίνεται εντονότερος τα επόμενα χρόνια όσον αφορά ζητήματα σχετικά με τα υιοθετούμενα πρότυπα ανάπτυξης, τον έλεγχο της ζήτησης, τη οργάνωση και διαχείριση της προσφοράς (Inskoop E., 1991, Theobald W., 1998, Burns P. M., Holden A., 1995: Κοκκώσης Χ.& Τσάρτας Π., 2001).

Αν και η απαρχή του μαζικού τουρισμού μπορεί να εντοπιστεί ήδη απ' την εξάπλωση των σιδηροδρομικών γραμμών και την ραγδαία βελτίωση των θαλάσσιων μεταφορών, η αληθινή εποχή του διεθνούς μαζικού τουρισμού ξεκίνησε με την ανάπτυξη των εναέριων μεταφορών, μετά τον 2^ο Παγκόσμιο Πόλεμο, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως. Ωστόσο, ήταν τα φτηνά αεροπορικά ταξίδια σε συνδυασμό με τα τουριστικά πακέτα που έδωσαν την ώθηση στην ανάπτυξη του διεθνούς μαζικού τουρισμού (Wikipedia (α)). Σε γενικές γραμμές πάντως, οι βασικοί λόγοι της εμφάνισης του μαζικού τουρισμού ήταν οι βελτίωση της τεχνολογίας, που επέτρεπε την μεταφορά μεγάλων αριθμών ανθρώπων σε σύντομο χρονικό διάστημα σε μέρη που είχαν ενδιαφέρον ως προορισμοί διακοπών και αναψυχής, καθώς και ο μεγάλος αριθμός ατόμων που άρχισε να χαίρεται τα οφέλη του ελεύθερου χρόνου (Wikipedia (α)).

Το πρότυπο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών συνδέεται άμεσα με την ανάπτυξη πολλών περιοχών και κρατών, του κόσμου και τα βασικά χαρακτηριστικά της ανάπτυξής του είναι (Κοκκώσης Χ.& Τσάρτας Π., 2001):

1. Οι εκτεταμένες και οργανωμένες υποδομές και υπηρεσίες που προσφέρει.
2. Η καθοριστική παρουσία του προτύπου στην παραγωγική δομή της περιοχής, που έχει ως αποτέλεσμα σχεδόν το σύνολο των υπόλοιπων κλάδων να εξαρτώνται σταδιακά από τον τουρισμό.
3. Οι συχνά δυσμενείς επιπτώσεις της ανάπτυξής του στην τοπική κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον.

Ο μαζικός τουρισμός περιλαμβάνει τουριστικούς πράκτορες που συνθέτουν ένα τυποποιημένο τουριστικό πακέτο, που περιλαμβάνει τουλάχιστον την μεταφορά και το κατάλυμα, και το οποίο τελικά διατίθεται μαζικά στην αγορά σε εκατομμύρια

καταναλωτές. Αυτές οι «πακεταρισμένες» διακοπές (package holidays) που βασίζονται στην μαζική κατανάλωση και τις μαζικές πωλήσεις ώστε να διατηρηθούν οι τιμές σε χαμηλά επίπεδα, εμφανίζει τα χαρακτηριστικά της «Fordist» παραγωγής. Ο όρος αυτός χρησιμοποιήθηκε στην αυτοκινητοβιομηχανία στις αρχές του 20ού αιώνα για να περιγράψει την τεχνική που πρώτος εισήγαγε ο Henry Ford στους ιμάντες αυτοκινήτων και που άνοιξε το δρόμο για τη μαζική παραγωγή τους, διατηρώντας το κόστος παραγωγής χαμηλά.

Σύμφωνα με την TIES (2006) ο μαζικός τουρισμός είναι ο μεγάλης κλίμακας τουρισμός, τυπικά συσχετισμένος με θέρετρα τύπου «sea, sand, sun» και χαρακτηριστικά όπως διεθνείς ιδιοκτησίες, ελάχιστο άμεσο οικονομικό όφελος στις κοινότητες προορισμού, εποχικότητα και τουριστικά. Με άλλα λόγια, ο μαζικός τουρισμός είναι ο μεγάλης κλίμακας τουρισμός, που λόγω της συσσώρευσης αυτής ανθρώπων σε ένα μέρος, γίνεται απρόσωπος και παθητικός και αφήνει πολύ μικρό βαθμό ελευθερίας στα άτομα.

Ένας πιο γενικός και πραγματοποιήσιμος ορισμός δώθηκε απ' τους Burkart και Medlik (1974: Wahab S.,1997) σύμφωνα με τους οποίους *«ο μαζικός τουρισμός αναφέρεται στη συμμετοχή μεγάλων αριθμών ανθρώπων στον τουρισμό, ένα γενικό χαρακτηριστικό των ανεπτυγμένων χωρών του 20^{ου} αιώνα. Με αυτή την έννοια, ο όρος χρησιμοποιείται σε αντίθεση με την περιορισμένη συμμετοχή ανθρώπων σε κάποιες ειδικές μορφές τουριστικής δραστηριότητας, όπως οι διακοπές με γιώτ, ή σε αντίθεση με την κατάσταση σε αναπτυσσόμενες χώρες ή σε χώρες με εξαιρετικές ανισότητες εισοδήματος και πλούτου ή, τελικά, με την περιορισμένη τουριστική δραστηριότητα οπουδήποτε μέχρι και πριν από μερικές δεκαετίες. Ο μαζικός τουρισμός είναι ουσιαδώς μια ποσοτική έννοια, βασισμένη στην αναλογία του πληθυσμού που συμμετέχει στον τουρισμό ή στον όγκο της τουριστικής δραστηριότητας».*

Η Poon (1993: Wahab S.,1997) τονίζει περισσότερο την μεγάλης κλίμακας δημιουργία πακέτων με τυποποιημένες υπηρεσίες διακοπών, και για εκείνη ο μαζικός τουρισμός υπάρχει αν ισχύουν οι παρακάτω συνθήκες:

- Οι διακοπές είναι τυποποιημένα, άκαμπτα πακέτα και ανελαστικά. Κανένα κομμάτι των διακοπών δεν μπορεί να αλλάξει παρά μόνο πληρώνοντας υψηλότερες τιμές.
- Οι διακοπές παράγονται μέσω της μαζικής αντιγραφής πανομοιότυπων μονάδων, με τις οικονομίες κλίμακας σαν κατευθυντήρια δύναμη.
- Οι διακοπές προωθούνται μαζικά σε μια μη διαφοροποιημένη πελατεία.

- Οι διακοπές καταναλώνονται συλλήβδην, με μια έλλειψη ενδιαφέροντος των τουριστών για τους τοπικούς κανόνες, τον πολιτισμό ή το περιβάλλον των τουριστικών προορισμών.

Δηλαδή, ο μαζικός τουρισμός σχετίζεται με δύο βασικά χαρακτηριστικά:

1. Η συμμετοχή ενός τεράστιου αριθμού ανθρώπων στον τουρισμό και
2. Οι διακοπές είναι τυποποιημένες, αυστηρά προκαθορισμένες και ανελαστικές.

Ο μαζικός τουρισμός ωστόσο είναι μια έννοια πολύ κοινά χρησιμοποιούμενη, χωρίς να είναι πάντα γνωστή η ακριβής της σημασία, παρά το γεγονός ότι οι ορισμοί που έχουν διατυπωθεί κατά καιρούς διαφέρουν ελάχιστα ή και καθόλου και συμφωνούν στα στοιχεία που ουσιαστικά χαρακτηρίζουν τον μαζικό τουρισμό. Έτσι, άλλοτε χρησιμοποιείται για να περιγράψει πακέτα διακοπών, άλλοτε για την συγκέντρωση τουριστών σε κάποιο θέρετρο ή μια περιοχή, άλλες φορές αναφέρεται σε τουρισμό χαμηλών τόνων. Η πραγματικότητα τελικά είναι πως αποτελεί ένα φαινόμενο που περιλαμβάνει όλα τα προηγούμενα αλλά και πολλά ακόμα στοιχεία, είναι δηλαδή μια πολυδιάστατη έννοια. Σύμφωνα με τον Ελβετό συγγραφέα Fink (1970: Wahab S., 1997) τα βασικά στοιχεία του μαζικού τουρισμού είναι:

- Συμμετοχή τεράστιων αριθμών ανθρώπων
- Κατά κύριο λόγο ομαδική οργάνωση του ταξιδιού
- Ομαδική διαμονή
- Συνειδητή ενσωμάτωση του ανθρώπου που κάνει διακοπές σε κάποια ταξιδιωτική ομάδα

Εκτός απ' τις γνωστές μορφές μαζικού τουρισμού, έχει αρχίσει να γίνεται αντιληπτή μια νέα τάση στον τουρισμό τις τελευταίες δεκαετίες, αυτή των «σύντομων διακοπών» ειδικά στην Ευρώπη. Οι τουρίστες πλέον διαθέτουν μεγαλύτερα ποσά και περισσότερο ελεύθερο χρόνο, ενώ είναι πιο μορφωμένοι και διαθέτουν πιο εκλεπτυσμένα γούστα. Υπάρχει μια ζήτηση για προϊόντα καλύτερης ποιότητας το οποίο έχει οδηγήσει στις ακόλουθες τάσεις:

- Η παλιά μαζική αγορά «sun, sea and sand» έχει αρχίσει να φθίνει και οι άνθρωποι πλέον θέλουν πιο εξειδικευμένες μορφές του, όπως το «Club 18-30», πιο ήσυχα θέρετρα, επιλεγμένα ξενοδοχεία, κλπ.
- Οι άνθρωποι κάνουν και δεύτερες διακοπές στη μορφή σύντομων διαλειμμάτων από την πόλη, κυμαίνοντας από Βρετανικές και Ευρωπαϊκές πόλεις σε ξενοδοχεία της επαρχίας.

- Έχει συντελεστεί μια αύξηση σε εξειδικευμένες αγορές που καλύπτουν ειδικά ενδιαφέροντα ή δραστηριότητες.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας και των υποδομών μεταφορών (ειδικά η έλευση των αεροσκαφών jumbo) έχουν θέσει κάποιους τύπους διακοπών στη διάθεση ενός πιο καθολικού ρεύματος, όπως η ανάπτυξη της αγοράς των μαζικών κρουαζιέρων, η έλευση των οικονομικά προσιτών διακοπών σε πολύ μακρινούς προορισμούς όπως η Ταϊλάνδη και η Κένυα, καθώς και το φαινόμενο των χαμηλού κόστους αερογραμμών, αξιοποιώντας μια νέα γενιά μικρών περιφερειακών αεροδρομίων (Wikipedia (α)).

Αν και αρχικά ο μαζικός τουρισμός φάνηκε να φέρνει θετικά αποτελέσματα όπως αύξηση της απασχόλησης, αύξηση του εισοδήματος, κλπ, γρήγορα διαπιστώθηκε ότι χαρακτηρίζεται από πολύ σημαντικά μειονεκτήματα που ζημιώνουν σχεδόν όλα τα μέρη της τουριστικής διαδικασίας. Οι σημαντικότερες επιπτώσεις που επέφερε είναι:

- Η έντονη εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης
- Η αλλοίωση της πολιτιστικής φυσιογνωμίας
- Η επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος λόγω της υπέρβασης της φέρουσας ικανότητας
- Η επιβάρυνση του δομημένου περιβάλλοντος λόγω της ανεξέλεγκτης και άναρχης δόμησης
- Η υπερσυγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας στις παραλιακές ζώνες
- Η πώλωση της τουριστικής ανάπτυξης και οι χαμηλοί ρυθμοί ανάπτυξης περιοχών της ενδοχώρας

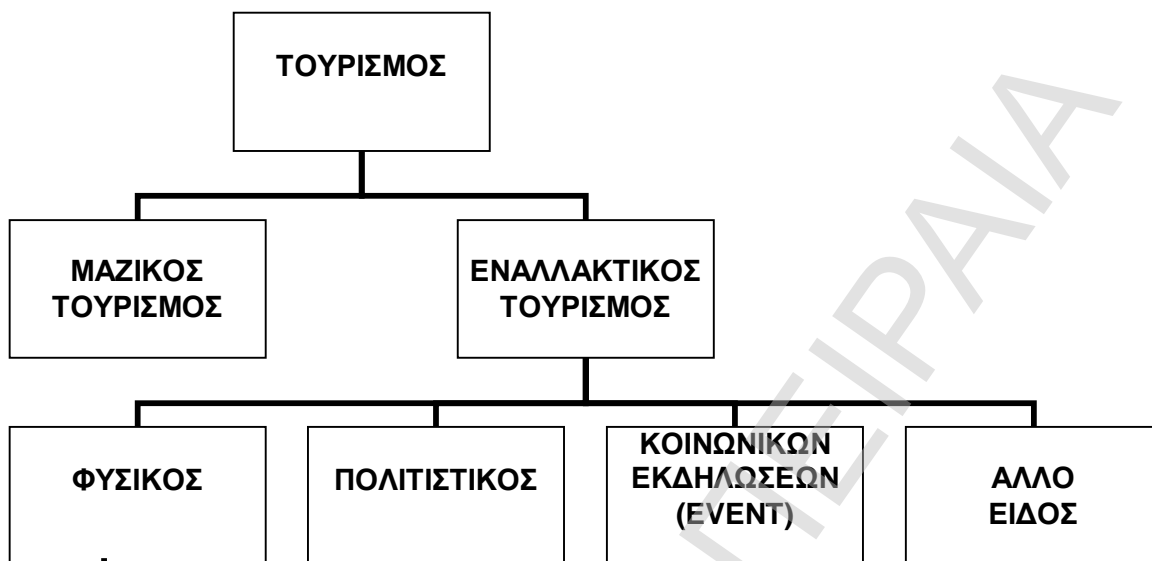
Στις αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού και γενικότερα στους τρόπους με τους οποίους επηρέασε και επηρεάζει ακόμα την κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον στην ευρεία του έννοια θα γίνει αναφορά αναλυτικότερα στην παράγραφο 3.3..

3.2. Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Όπως αναφέρθηκε και στην προηγούμενη παράγραφο, ο μαζικός τουρισμός συνδέεται άμεσα με τους μεγάλους tour operators και τα τουριστικά πακέτα. Έτσι, όσον αφορά την αγορά του μαζικού τουρισμού, μπορούμε να πούμε ότι περιλαμβάνει κυρίως τους ταξιδιωτικούς πράκτορες που στοχεύουν στην κάλυψη όσο το δυνατόν μεγαλύτερου τμήματος της τουριστικής ζήτησης, τα τουριστικά πακέτα που χαρακτηρίζονται από μια υπέρμετρη τυποποίηση και εξασφαλίζουν το μεγαλύτερο μέρος ενός ταξιδιού και, τέλος, τους μαζικούς τουρίστες, οι οποίοι ταξιδεύουν σε πολυπληθείς ομάδες και σε πολύ συγκεκριμένους προορισμούς.

Ο μαζικός τουρισμός, μαζί με τον ευρύτερο εναλλακτικό τουρισμό, συνθέτουν την συνολική τουριστική αγορά (διάγραμμα 3.2.1.), ωστόσο το ποσοστό που καλύπτει ο πρώτος στο σύνολο αυτό είναι πολύ μεγαλύτερο, παρόλο που μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, σαν τον οικοτουρισμό όπως αναφέρθηκε και στο πρώτο κεφάλαιο, παρουσιάζουν ραγδαία ανάπτυξη και κερδίζουν ολοένα και μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς. Στοιχεία για τον μαζικό τουρισμό προκύπτουν απ' τις γενικότερες στατιστικές έρευνες, δίνοντας μεγαλύτερη σημασία σε προορισμούς που παρουσιάζουν μεγάλη συσσώρευση και έντονη εποχικότητα καθώς και σε εκείνους που προωθούνται ιδιαίτερα από μεγάλους tour operators μέσω των πακέτων που σχεδιάζουν.

Νούμερα που αφορούν τον τουρισμό γενικότερα αλλά και τις επιπτώσεις που έχει στην τοπική οικονομία, στην απασχόληση, κλπ, δίνουν μια ένδειξη για την πορεία και του μαζικού τουρισμού καθώς, όπως προαναφέρθηκε και προηγουμένως, αποτελεί ένα μεγάλο κομμάτι του (πίνακας 3.2.1.). Ειδικότερα, σε περιοχές που είναι γνωστό ότι αποτελούν προορισμούς μαζικών τουριστών, μια ματιά στις αφίξεις και τις δαπάνες των επισκεπτών μπορεί να δώσει πολλά στοιχεία για τον ίδιο τον μαζικό τουρισμό, ενώ με μια σύγκριση αυτών με νούμερα προορισμών που ανήκουν ξεκάθαρα σε άλλη μορφή τουρισμού μπορούν να προκύψουν πολύ χρήσιμα συμπεράσματα για την πορεία του μαζικού τουρισμού ως προς τον εναλλακτικό εν γένει τουρισμό.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.1.: ΜΙΑ ΣΦΑΙΡΙΚΗ ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- Τουρισμός περιπέτειας
- Βασισμένος στη φύση τουρισμός
- Τουρισμός «άγριας φύσης»

ΠΗΓΗ: Newsome, Moore και Dowling, 2002: Espinoza A.

Ο ρόλος του τουρισμού ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες χώρες του κόσμου είναι ζωτικής σημασίας, καθώς αποτελεί την κύρια «εξαγωγή» (δημιουργεί ξένο συνάλλαγμα) στο 83% των χωρών αυτών και το πρωτεύον εξαγόμενο προϊόν στο 1/3 των φτωχότερων χωρών του κόσμου. Για τις 40 φτωχότερες χώρες παγκοσμίως, ο τουρισμός αποτελεί ακόμα την 2^η πιά σημαντική πηγή ξένου συναλλάγματος, μετά το λάδι, ενώ μέσα στη τελευταία δεκαετία είναι «ο μοναδικός μεγάλος τομέας του διεθνούς εμπορίου υπηρεσιών όπου οι φτωχές χώρες σημειώνουν συνεχώς πλεόνασμα» (Patricia Goldstone, 2001: TIES, 2005α). Όσον αφορά την παγκόσμια ανάπτυξη του τουρισμού, το 2004 σημειώθηκαν 760 εκατομμύρια αφίξεις, απ' τις 25 εκατομμύρια το 1950. για το 2020 προβλέπεται το νούμερο αυτό να φτάσει τα 1,56 δισεκατομμύρια. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '90 ο τουρισμός παρουσίαζε ετήσια αύξηση της τάξεως του 7%, ενώ το 2004 αυξήθηκε παγκοσμίως κατά 10%, συγκριτικά με το 2003 (TIES, 2005α).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.1.: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΟ 1999

Περιοχή	GDP			Απασχόληση	
	Δις. σε US \$	% του συνολικού της περιοχής	% ετήσιας αύξησης	Εκατ. θέσεων εργασίας	% του συνόλου της περιοχής
Κόσμος	3550	11,7	3,0	192,3	8,2
Β. Αφρική	20	6,8	6,0	2,2	7,4
Αφρική κάτω απ' τη Σαχάρα	26	11,2	5,2	9,6	7,4
Β. Αμερική	1171	11,8	2,5	21,2	11,9
Λατινική Αμερική	90	5,6	6,1	8,9	6,0
Καρραϊβική	29	20,6	5,5	3,6	15,8
Ωκεανία	68	14,7	3,8	2,1	16,0
Β. Α. Ασία	537	10,0	2,8	57,2	7,1
Ν. Α. Ασία	81	10,6	5,5	15,2	7,3
Ν. Ασία	27	5,3	9,1	22,3	5,4
Ευρώπη	1461	14,0	2,6	47,8	13,2
Μέση Ανατολή	41	7,3	5,2	2,0	6,1

ΠΗΓΗ: WTTC (World Travel & Tourism Council), 1999: Lindberg K., 2001

Ο τουρισμός είναι αδιαμφισβήτητα ο μεγαλύτερος εμπορικός τομέας στη παγκόσμια οικονομία. Απασχολεί συνολικά 200 εκατομμύρια υπαλλήλους, παράγει \$3,6 τρισεκατομμύρια σε οικονομική δραστηριότητα και καλύπτει μία στις 12 (ή αλλιώς το 8%) των θέσεων εργασίας παγκοσμίως. Αν ο τουρισμός ήταν χώρα, θα είχε τη 2^η μεγαλύτερη οικονομία, με μοναδική χώρα τις ΗΠΑ να την ξεπερνούν. Το 2004 ο τουρισμός συνεισέφερε σε παγκόσμια κλίμακα περίπου \$5,49 τρισεκατομμύρια στην οικονομική δραστηριότητα. Σε 4 από τις 5 χώρες (σε πάνω από 150, δηλαδή) ο τουρισμός αποτελεί έναν απ' τους πέντε κορυφαίους τομείς που έχουν κέρδη από εξαγωγές και από αυτές στις 60 είναι ο νούμερο ένα τομέας αυτού του είδους (TIES, 2005α).

Σχετικά με τους τουριστικούς προορισμούς, παρατηρείται μια χωρική συγκέντρωση του παγκόσμιου τουρισμού χωρικά ανά χώρα και σε συγκεκριμένες περιοχές κάποιων χωρών φαινόμενο που ουσιαστικά σηματοδοτεί τους προορισμούς μαζικού τουρισμού. Ο Urry (1990: Carr M., 1997) αποδίδει το φαινόμενο αυτό στον τρόπο με τον οποίο οι μεγάλοι τουριστικοί πράκτορες έχουν «καθοδηγήσει την πιθανή τουριστική ματιά». Απ'

το 1950 οι «image-makers του τουρισμού» στην Ευρώπη έχουν προωθήσει σε μεγάλο βαθμό τις διακοπές της παραλίας και του σκι. Υπάρχει μια περιορισμένη μόνο παροχή περιοχών που μπορούν να προσφέρουν τις επιθυμητές συνθήκες. Τρεις είναι οι βασικοί παράγοντες που καθόρισαν και καθορίζουν τη ζήτηση προορισμών μαζικού τουρισμού:

- Διαθεσιμότητα ενός συνδυασμού φυσικών συνθηκών που είναι επιθυμητές απ' τους τουρίστες και ενισχύονται από τους πολυ-εθνείς ταξιδιωτικούς πράκτορες.
- Μια τοποθεσία αρκετά κοντά στην ζήτηση της αγοράς ώστε ο προορισμός να είναι οικονομικά προσιτός.
- Μια τοποθεσία όπου έχουν κατασκευαστεί οι απαραίτητες υποδομές και εγκαταστάσεις μεγάλης κλίμακας.

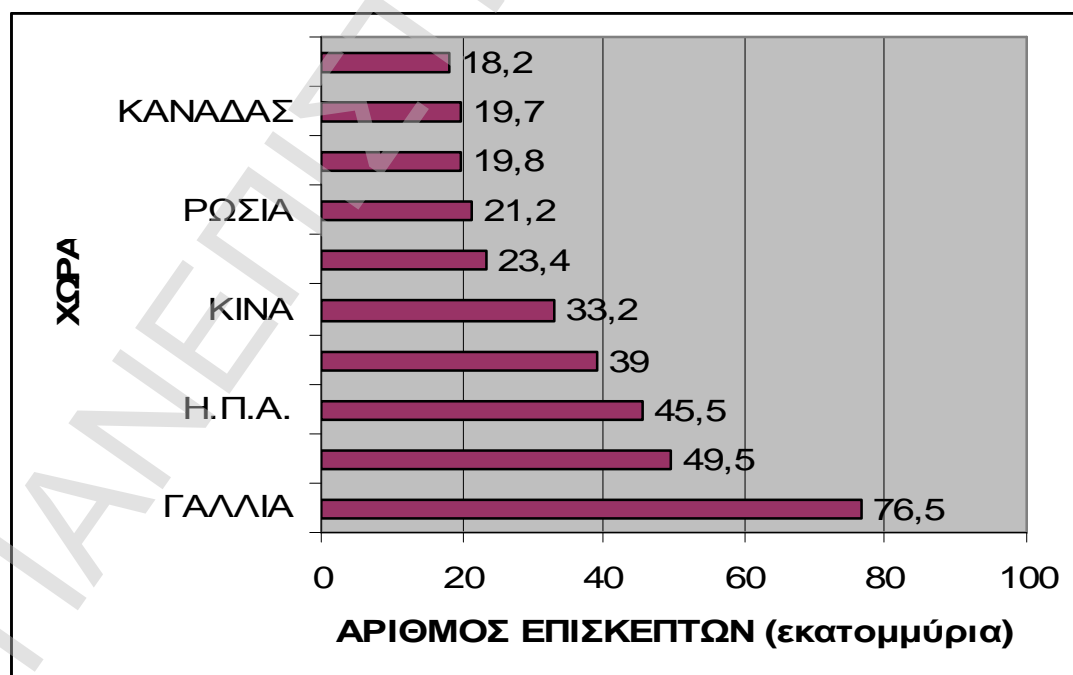
Έτσι, σε γενικές γραμμές ο παγκόσμιος τουρισμός είναι συγκεντρωμένος γύρω απ' την Μεσόγειο, σε περιοχές των ΗΠΑ, σε τροπικά νησιά και γενικότερα σε παράκτιες περιοχές που προσφέρονται για διακοπές τύπου «sun, sea & sand». Δηλαδή, από άποψη ζήτησης, ο μαζικός τουρισμός είναι, εκτός απ' τον μεγάλης κλίμακας τουρισμό, και οι διαδεδομένες μορφές τουρισμού ξεκούρασης που εμφανίστηκαν αρχικά στην Ευρώπη, στα νησιά της Καραϊβικής και τη Βόρεια Αμερική τις δεκαετίες του '60 και '70 (www.stile.coventry.ac.uk/cbs/staff/beece/BOTM/Glossary.htm, 06/02/2007). Άλλοι βασικοί προορισμοί είναι η περιοχή των Άλπεων της Δυτικής Ευρώπης (Ελβετία και Αυστρία) οι οποίες έχουν διπλάσια τουριστική περίοδο τόσο διακοπών χειμερινού σκι, όσο και καλοκαιρινών διακοπών σε βουνά και λίμνες. Βέβαια, απ' τα μέσα της δεκαετίας του '80 πραγματοποιήθηκε μια επέκταση του μαζικού τουρισμού σε νέες πιο μακρινές και πιο εξωτικές περιοχές όπως η Φλώριδα και η Ανατολική Αφρική (Κένυα), ενώ πιο πρόσφατα παρουσιάζεται μεγάλη προτίμηση για προορισμούς όπως η Goa στην Ινδία, η Ταϊλάνδη και η Αυστραλία. Στον πίνακα 3.2.2. αναφέρονται ενδεικτικά για το έτος 1992 μερικοί απ' τους πιο πολυσύχναστους προορισμούς μαζικών τουριστών και τα αντίστοιχα νούμερα επισκεπτών σε κάθε χώρα για την χρονιά αυτή, ενώ στο διάγραμμα 3.2.2. παρουσιάζονται οι χώρες με τους περισσότερους επισκέπτες, το έτος 2001.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.2.: ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΠΗΓΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΓΙΑ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ ΤΟ ΕΤΟΣ 1992**

Προορισμός	Χώρες-πηγές	Επισκέπτες (σε εκατομ.)
Ισπανία (σύνολο=53 εκατομ.)	Γαλλία	12,0
	Πορτογαλλία	10,5
	Γερμανία	7,5
	Ηνωμένο Βασίλειο	6,1
	Σουηδία	3,4
Ηνωμένο Βασίλειο (σύνολο=17 εκατομ.)	Γαλλία	2,3
	Γερμανία	2,1
	ΗΠΑ	2,3
	Ιρλανδία	1,3
	Ολλανδία	1,1
Μεξικό	ΗΠΑ	87%
Βερμούδες	ΗΠΑ	84%
Αυστραλία (σύνολο=2,4 εκατομ.)	Ιαπωνία	0,52
	Νέα Ζηλανδία	0,48
	Ηνωμένο Βασίλειο	0,26
	ΗΠΑ	0,27

ΠΗΓΗ: Carr M., 1997

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.2.: ΟΙ ΧΩΡΕΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΥΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΟ 2001



ΠΗΓΗ: Wikipedia(α)

Σχετικά με την καθοδήγηση της ζήτησης στον μαζικό τουρισμό απ' τους tour operators, αξίζει να σημειωθεί ότι αυτό οφείλεται στην μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη που πλέον διαθέτουν στον κλάδο του παγκόσμιου τουρισμού. Η δύναμη αυτή πηγάζει απ' το ότι στοχεύουν να καλύψουν ένα τεράστιο μερίδιο αγοράς του τουρισμού και το πετυχαίνουν, προσφέροντας ταξιδιωτικά πακέτα σε πολύ προσιτές τιμές τα οποία περιλαμβάνουν όλες τις πιθανές ανέσεις που μπορεί να ζητήσει ο ταξιδιώτης, χωρίς ο ίδιος να μπει σε ιδιαίτερο κόπο. Έτσι, καταφέρνουν να διακινούν μεγάλες ομάδες τουριστών, των οποίων οι προτιμήσεις μεταβάλλονται σχεδόν μαζικά, ανάλογα με τα μέρη που προωθούνται κατά καιρούς απ' τους tour operators. Αυτή τη στιγμή, στην Ευρώπη, απ' τους μεγαλύτερους tour operators θεωρούνται οι:

- Thomson, First Choice & Airtour στην Αγγλία,
- TUI, NUR & Alltour στην Γερμανία,
- Nouvelle Frontieres & Vacances Heliades στην Γαλλία,
- Itas & Tourgora στην Αυστρία,
- Apollo & Vingressor στην Σουηδία,
- Spies/Tjour & Star Fridt στην Δανία,
- Jet Hals & Nekerman στο Βέλγιο,
- Kuoni & Imbalz στην Ελβετία, κλπ.

Όσον αφορά στην αγορά της Αμερικής, μερικοί μόνο απ' τους εκατοντάδες tour operators που δραστηριοποιούνται εκεί είναι:

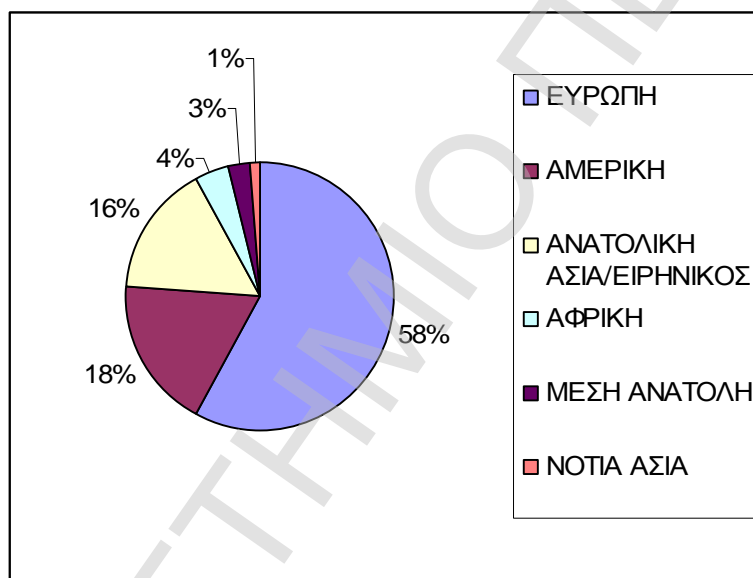
- American Express Vacations
- Blue Sky Tours
- Image Tours
- Islands in the sun
- Mayflower Tours
- Sunny Land Tours, κλπ.

Η ζήτηση για το πρότυπο του μαζικού τουρισμού εξαρτάται άμεσα και από τις ανεπτυγμένες χώρες αποστολής τουριστών, όπου οι πληρωμένες διακοπές είναι πλέον ευρύτατα διαδεδομένος θεσμός. Το γεγονός ότι μεγάλο μέρος της ζήτησης αφορά οργανωμένα «τουριστικά πακέτα» που προωθούνται από τους tour operators, έχει ως αποτέλεσμα τον επηρεασμό των επιλογών των τουριστών από την πολιτική αυτών των εταιριών, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως. Στον πίνακα 28, εκτός απ' τον αριθμό των επισκεπτών σε γνωστούς προορισμούς, αναφέρεται και η σύνθεση των επισκεπτών αυτών σε κάθε χώρα, ανάλογα με την χώρα απ' την οποία

προέρχονται, ενώ στο διάγραμμα 3.2.3. φαίνονται τα μερίδια αγοράς των συνολικών τουριστικών αφίξεων το έτος 2000.

Τέλος, εγγενές χαρακτηριστικό αυτού του τύπου ανάπτυξης είναι, σύμφωνα με τους ορισμούς του μαζικού τουρισμού που αναφέρθηκαν στην προηγούμενη παράγραφο, η εποχικότητα της ζήτησης με αιχμή (ανάλογα με την τουριστική περιοχή) το καλοκαίρι ή το χειμώνα. Οι περιοχές που κατά κύριο λόγο υιοθετούν αυτό το πρότυπο έχουν πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτισμικούς πόρους, και σταδιακά μετατρέπονται σε θέρετρα τουρισμού της καλοκαιρινής ή της χειμερινής περιόδου με συγκροτημένη διαφημιστική εικόνα σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.3.: ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ, 2000

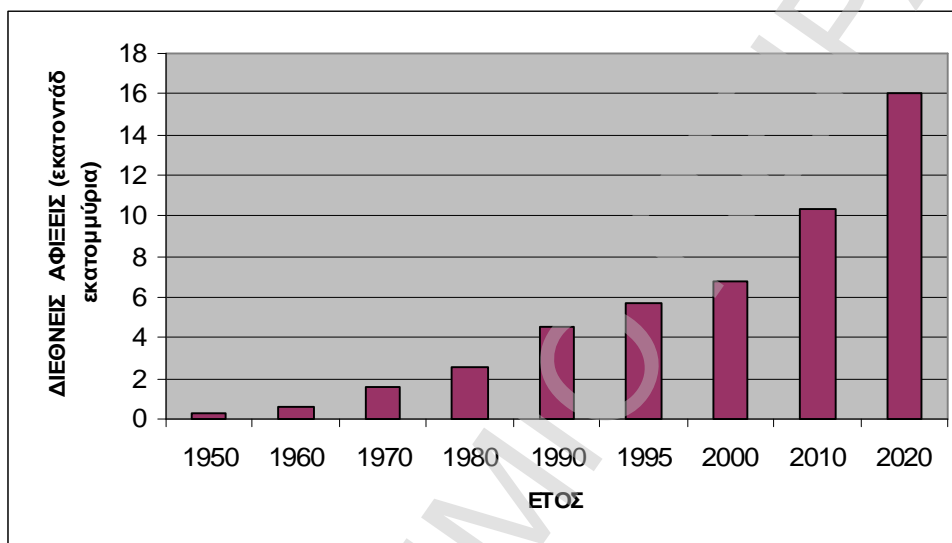


ΠΗΓΗ: WTO: Akkina J., 2001

Όσον αφορά στις προβλέψεις για τις μελλοντικές τουριστικές μετακινήσεις, ο συνδυασμός των μεταβαλλόμενων κοινωνικών συνθηκών και της ενθάρρυνσης της τουριστικής ανάπτυξης απ' τις κυβερνήσεις, οδηγεί σε μια ραγδαία αύξηση του αριθμού των ανθρώπων που ταξιδεύουν διεθνώς, ένα ποσοστό αύξησης που προβλέπεται να συνεχίσει να μεγαλώνει μέχρι τουλάχιστον το 2020 (διάγραμμα 3.2.4.). Τα δαπανώμενα ποσά των τουριστών αυτών το 1997 καταδείκνυαν μια προτίμηση για κλασσικούς προορισμούς της Ευρώπης και των ΗΠΑ, ωστόσο ο κατάλογος των χωρών, ταξινομημένες σύμφωνα με τις δαπάνες των καταναλωτών, αποκάλυπταν κάποιες ενδιαφέρουσες αλλαγές στην σειρά των χωρών. Στις αρχές του 21^{ου} αιώνα, ο διεθνής τουρισμός, μαζικός σήμερα, άρχισε να εξαπλώνεται, περιλαμβάνοντας μια ποικιλία προορισμών. Όπως τονίζει και ο Poon (1993: Holden A., 2000), οι τουρίστες

ζητάνε πλέον την εμπειρία νέων πολιτισμών, φυσικών τοπίων και δραστηριοτήτων. Αυτό έχει οδηγήσει τους τουρίστες σε αυτόχθονες πολιτισμούς και ειδικά φυσικά περιβάλλοντα όπως τροπικά δάση, κοραλλιογενείς υφάλους και πολικές περιοχές που έχουν αρχίσει να γίνονται το κέντρο του τουριστικού ενδιαφέροντος. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας καμία περιοχή δεν φαίνεται πλέον απρόσιτη ή πολύ απομακρυσμένη για τουρισμό.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.4.: ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΦΙΞΕΙΣ: ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟ ΜΕΓΕΘΟΣ, 1950-2020



ΠΗΓΗ: WTO, 1998α; Holden A., 2000

3.3. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΕΥΡΥΤΕΡΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Παρόλο που η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού σήμαινε πως εκατομμύρια ανθρώπων είχαν την ευκαιρία να ταξιδέψουν σε διαφορετικές χώρες, η ανάπτυξή του σε κάποιους προορισμούς συχνά συνδέθηκε με περιβαλλοντικά προβλήματα, όπως η μόλυνση και η απώλεια του τοπικού πολιτισμού. Σχολιάζοντας τον μαζικό τουρισμό, ο Poon (1993: Holden A., 2000) γράφει: «Μιμούμενος την μαζική παραγωγή στον κατασκευαστικό τομέα, ο τουρισμός αναπτύχθηκε πάνω σε αρχές «αλυσίδων συναρμολόγησης»: οι διακοπές έγιναν τυποποιημένες και ανελαστικές, πανομοιότυπες διακοπές παράγονταν μαζικά και η οικονομία κλίμακας ήταν η κατευθυντήρια δύναμη της παραγωγής αυτής. Ομοίως, οι διακοπές καταναλώνονταν συλλήβδην με έναν παρόμοιο, αυτόματο και προγραμματισμένο τρόπο, με μια έλλειψη ενδιαφέροντος για τα πρότυπα, τον πολιτισμό και το περιβάλλον των επισκεπτόμενων χωρών».

Ωστόσο, ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων συνεχίζει να αυξάνεται μέχρι σήμερα, και μαζί με αυτόν και το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού. Τα οφέλη και τα κόστη του μαζικού τουρισμού μπορούν να μετρηθούν σε διαφορετικά επίπεδα: εθνικά, περιφερειακά και τοπικά. Σε κάθε περίπτωση, μια ανάλυση κοινωνικών ωφελειών-κοστών είναι η κατάλληλη προσέγγιση. Τα βασικά ωφέλη του μαζικού τουρισμού είναι το εισόδημα και η δημιουργία θέσεων εργασίας, ενώ τα κυριότερα κόστη είναι και τα γνωστά ως επουσιώδη κόστη. Αυτά οδηγούν σε κόστη ποιότητας ζωής και δημόσια ή δημοσιονομικά κόστη.

Σχετικά με τις θετικές επιπτώσεις που ο μαζικός τουρισμός μπορεί να έχει στο περιβάλλον, οι Κοκκώσης & Τσάρτας (2001) υποστηρίζουν ότι:

- Συμβάλλει στην προστασία και αναβάθμιση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων μιας περιοχής λόγω της τουριστικής ανάπτυξης είτε άμεσα λόγω των έργων και πολιτικής ανάδειξης των πόρων της περιοχής είτε έμμεσα, όπως, για παράδειγμα, οι ιδιωτικές πρωτοβουλίες αναστήλωσης ή αναβάθμισης παραδοσιακών κατοικιών ή τη δημιουργία πιέσεων προστασίας των περιβαλλοντικών πόρων λόγω μεγαλύτερης ευαισθησίας στα θέματα προστασίας του περιβάλλοντος.
- Βελτιώνει την ποιότητα ζωής και του περιβάλλοντος γενικότερα λόγω έργων υποδομής που δεν θα κατασκευάζονταν ή θα αργούσαν να κατασκευαστούν ελλείψει τουρισμού.

Όσον αφορά δε τις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον, ο Holden υποστηρίζει πως αυτές πηγάζουν κυρίως απ' την υπέρμετρη ή λανθασμένη χρήση των πόρων, την γενικότερη συμπεριφορά του επισκέπτη στο περιβάλλον κατά τη διάρκεια διαμονής του σε έναν προορισμό και την μόλυνση, λόγω της ανθρώπινης παρουσίας, του νερού, του ήχου, του αέρα και της αισθητικής μιας περιοχής (πίνακας 3.3.1.).

Γενικότερα, οι επιπτώσεις του τουρισμού μπορούν να διακριθούν σε τέσσερις γενικές κατηγορίες ως προς το:

- Φυσικό περιβάλλον (φυσικά οικοσυστήματα και τους φυσικούς πόρους: έδαφος, χλωρίδα, πανίδα, τοπίο, αέρας, θάλασσα, νερά).
- Δομημένο περιβάλλον, ειδικότερα στην αρχιτεκτονική κληρονομιά αλλά και στη δομή, λειτουργία και δυναμική των ανθρώπινων οικισμών.
- Κοινωνικό περιβάλλον (θεσμούς, ήθη, έθιμα).
- Οικονομικό περιβάλλον (τοπική, περιφερειακή και εθνική κλίμακα).

Σύμφωνα με τον Carr (1977), ένας άλλος διαχωρισμός των επιπτώσεων , ακόμα πιο γενικός απ'τον προηγούμενο, είναι ως προς την οικονομία, την κοινωνία, τον πολιτισμό και το περιβάλλον. Οι αρνητικές και θετικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού σε καθεμιά απ' τις κατηγορίες αυτές φαίνονται συνοπτικά στον πίνακα 3.3.2..

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.1.: ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Θέμα	Προβλήματα	Παραδείγματα
<p><i>Χρήση πόρων:</i> Ο τουρισμός συναγωνίζεται με άλλες μορφές ανάπτυξης και ανθρώπινης δραστηριότητας για τους φυσικούς πόρους, ειδικά τη γη και το νερό. Φυσικό επακόλουθο είναι η χρήση των φυσικών πόρων να οδηγεί στον μετασχηματισμό των οικολογικών φυσικών κατοίκων και σε ελλείψεις στην πανίδα και χλωρίδα</p>	<p>Μπορεί να αρνηθεί η πρόσβαση στους αυτόχθονες και ντόπιους σε φυσικούς πόρους πάνω στους οποίους βασίζουν την ύπαρξή τους και την καθημερινή τους ζωή. Ο μετασχηματισμός της γης για τουριστικούς σκοπούς μπορεί άμεσα να καταστρέψει οικολογικά φυσικά περιβάλλοντα. Η χρήση των πόρων για τουρισμό περιλαμβάνει ένα «κόστος ευκαιρίας» καθώς η χρήση τους αποκλείεται σε άλλους τομείς οικονομικής ανάπτυξης</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Κατασκευή αεροδρομίων σε περιοχές προέλευσης τουριστών και τουριστικούς προορισμούς όπως το Λονδίνο και η Μάλτα, όπου έχουν χρησιμοποιηθεί μεγάλες εκτάσεις γεωργικής γης • Αποστράγγιση παράκτιων περιοχών στην Κένυα για την κατασκευή ξενοδοχειακών μονάδων • Απώλεια παραλιών και οικοσυστημάτων κοραλλιογενών υφάλων στην Καρραϊβική • Αποψίλωση βουνοπλαγιών για τουριστικούς σκοπούς στις Ευρωπαϊκές Άλπεις και τα Ιμαλάια • Χαμήλωμα της στάθμης του υδάτινου οριζοντα κάτω απ' τη στάθμη των τοπικών πηγών, όπως στη Γκόα της Ινδίας • Τεχνητές αλλαγές στα φυσικά οικοσυστήματα και κατά συνέπεια μείωση του αριθμού των ειδών της πανίδας και χλωρίδας, όπως στη Σκωτία και τις Ευρωπαϊκές Άλπεις • Αποκλεισμός των αυτόχθονων απ' τη γη τους, όπως στους Μασάι απ' τον βιότοπο Maasai Mari στην Κένυα
<p><i>Η ανθρώπινη συμπεριφορά προς το περιβάλλον του προορισμού</i></p>	<p>Οι τοπικοί κάτοικοι, παρακινημένοι απ' τα έσοδα που έχουν απ' τον τουρισμό και τους τουρίστες, μπορεί να εμφανίσουν άγνοια και/ή αδιαφορία για το περιβάλλον και να διαφορήσουν για τυχόν ακατάλληλη συμπεριφορά. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε μια σειρά από αρνητικά επακόλουθα για τα φυσικά και πολιτιστικά περιβάλλοντα</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Διατάραξη των διατροφικών συνθηκών των άγριων ζώων στο Μασάι, στην Κένυα • Αφαίρεση των κοραλλιών απ' τους ντόπιους, με σκοπό να τα πουλήσουν σε τουρίστες, όπως στην ακτή Μομπάσα στην Κένυα • Ψάρεμα με δυναμίτη στον Αμαζόνιο, για τη διασκέδαση των τουριστών • Περίπατοι των τουριστών πάνω σε κοράλλια στην Καρραϊβική • Αυξημένα επίπεδα εγκληματικότητας, πορνείας και χρήσης ναρκωτικών σε πολλούς προορισμούς • Προσβολή που προκαλείται σε Μουσουλμανικούς πολιτισμούς από τουρίστες ντυμένους ακατάλληλα για να επισκεφθούν ένα τέμενος ή κάποιο άλλο πολιτιστικό μέρος
<p><i>Μόλυνση:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Νερού • Ήχου • Αέρα • Αισθητικής 	<p>Ένα ευρύ φάσμα διαφορετικών ειδών μόλυνσης μπορεί να προκληθεί απ' τους τουρίστες. Αυτά μπορούν να έχουν επιπτώσεις σε διαφορετικές κλίμακες από τοπικές μέχρι και παγκόσμιες. Σε προορισμούς οι επιπτώσεις από τη μόλυνση συχνά σχετίζονται με τα επίπεδα της τουριστικής ανάπτυξης και τον βαθμό σχεδιασμού ελέγχων της εφαρμογής και διαχείρισης του περιβάλλοντος</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Προβλήματα από δημιουργία ανθρωπίνων απορριμάτων που προκαλούνται απ' τον τουρισμό στη Μεσόγειο και την Καρραϊβική • Μόλυνση του αέρα στις Ευρωπαϊκές Άλπεις και η συμβολή των καυσαερίων των αεροπλάνων στην παγκόσμια αύξηση της θερμοκρασίας και στην αύξηση της τρύπας του όζοντος • Πολλές παράκτιες περιοχές όπως σε μέρη της Μεσογείου και της Καρραϊβικής μετασχηματίστηκαν ώστε να δημιουργηθούν τυποποιημένα τουριστικά καταλύματα, γεγονός που τις έχει κάνει πλέον πανομοιότυπες

ΠΗΓΗ: Holden A., 2000

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.2.: ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΕ ΜΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗ Ή ΧΩΡΑ

Οικονομικές	
Θετικές: <ul style="list-style-type: none"> • Αυξάνει το ακαθάριστο εθνικό προϊόν άμεσα και έμμεσα, μέσω του πολλαπλασιαστή • Οι φόροι στον τουρισμό αυξάνουν τα κυβερνητικά έσοδα • Αυξημένα κέρδη από ξένο συνάλλαγμα • Δημιουργεί θέσεις εργασίας συμπεριλαμβανομένων και των ανειδίκευτων θέσεων • Βοηθά τη χρηματοδότηση νέων υποδομών και εγκαταστάσεων τα οποία μπορούν να χρησιμοποιήσουν και οι τοπικοί κάτοικοι • Τονωμένη οικονομική δραστηριότητα σε άλλους τομείς-αναζωογόνηση των τοπικών τεχνών, κατασκευαστών, υπηρεσιών και γεωργίας • Μπορεί να λειτουργήσει σαν βάση για την άνθιση της επιχειρηματικότητας με συνεργασίες και με άλλους τομείς 	Αρνητικές: <ul style="list-style-type: none"> • Μπορεί να εκτρέψει τις κυβερνητικές δαπάνες από άλλους πιο σημαντικούς τομείς της οικονομίας • Απαιτεί κυβερνητικές δαπάνες για τον τουρισμό • Υπερ-εξάρτηση σε ξένα πρακτορεία και ένας βαθμός εξωτερικού ελέγχου στην οικονομία • Έσοδα που μειώνονται λόγω «διαρροών» ή εκροών • Υπερ-εξάπλωση των υποδομών • Η κατανομή των εσόδων είναι περιορισμένη και συνεπώς μπορεί να αυξήσει τις ανισότητες μεταξύ τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών και της περιφέρειας • Εκτρέπει την εργασία και τους πόρους απ' τις μη-τουριστικές περιοχές και μπορεί να επηρεάσει συγκεκριμένα περιοχές της περιφέρειας οδηγώντας στην μετανάστευση προς πιο τουριστικές περιοχές • Οι θέσεις εργασίας είναι μη-εξειδικευμένες και εποχιακές • Ξένο προσωπικό κατέχει διοικητικές θέσεις και πρόστα με υψηλό μισθό μειώνοντας τις ευκαιρίες για τους ντόπιους
Κοινωνικές	
Θετικές: <ul style="list-style-type: none"> • Παρακινείται η πολιτιστική ανταλλαγή με την διεύρυνση των οριχόντων και τη μείωση των προκαταλήψεων ανάμεσα στους τουρίστες-επισκέπτες και τον πληθυσμό που τους φιλοξενεί • Μπορεί να ενισχύσει το ρόλο των γυναικών στη κοινωνία και το γόητρό τους μέσω ευκαιριών που δημιουργούνται στον τουρισμό και μέσω μιας πιο διευρυμένης προοπτικής • Ενθαρρύνει την εκπαίδευση • Ενθαρρύνει τα ταξίδια και την κινητικότητα καθώς και την κοινωνική ένταξη 	Αρνητικές: <ul style="list-style-type: none"> • Μπορεί να προκαλέσει πόλωση μεταξύ των πληθυσμών σε εξελισσόμενες τουριστικές περιοχές και περιοχές που έχουν μείνει ακόμα πίσω στην τουριστική ανάπτυξη, δημιουργώντας μια «διπλή κοινωνία» • Κλονισμός των αξιών της παραδοσιακής οικογένειας που δημιουργεί υλικές προσδοκίες • Κλονισμός των οικογενειών λόγω της έντασης μεταξύ της νεότερης γενιάς που επηρεάζεται από εισαγόμενες κουλτούρες και εναντιώνεται με τα γηραιότερα μέλη της οικογένειας • Κοινωνική παθολογία που περιλαμβάνει μία αύξηση στην πορνεία, τα ναρκωτικά και τα μικρο-εγκλήματα
Πολιτιστικές	
Θετικές: <ul style="list-style-type: none"> • Μπορεί να διασώσει πλευρές της τοπικής κουλτούρας λόγω του ενδιαφέροντος των τουριστών γι' αυτές • Η επαφή με άλλους πολιτισμούς μπορεί να εμπλουτίσει την τοπική κουλτούρα μέσω νέων ιδεών και εθίμων που εμφανίζονται • Ενθαρρύνει την επαφή και τις αρμονικές σχέσεις μεταξύ ανθρώπων διαφορετικής κουλτούρας 	Αρνητικές: <ul style="list-style-type: none"> • Επίπτωση της εμπορευματοποίησης που μπορεί να οδηγήσει σε ψευτο-πολιτιστικές δραστηριότητες με σκοπό να διασκεδάσουν οι τουρίστες και σε ακραίες περιπτώσεις μπορεί να προκαλέσει τον αφανισμό της τοπικής κουλτούρας • Ο μαζικός τουρισμός μπορεί να δημιουργήσει ανταγωνιστικές αντιδράσεις απ' τον πληθυσμό που φιλοξενεί σχετικά με παραδοσιακές αξίες, κλπ
Περιβαλλοντικές	
Θετικές: <ul style="list-style-type: none"> • Βελτιωμένα πρότυπα για το περιβάλλον και την αρχιτεκτονική σε θέρετρα συμπεριλαμβανομένης της αυξημένης τοπικής χρηματοδότησης για βελτίωση των τοπικών κατοικιών, κλπ • Προάγει το ενδιαφέρον για μνημεία και ιστορικά κτίρια και ενισχύει τη χρηματοδότηση για την προστασία και συντήρησή τους • Μπορεί να ωθήσει αυστηρότερη περιβαλλοντική νομοθεσία για την προστασία του περιβάλλοντος • Δημιουργία φυσικών βιοτόπων και εθνικών δρυμών καθώς και αυξανόμενο ενδιαφέρον των τουριστών σε αυτά βοηθούν στην προστασία των περιοχών απ' την οικονομική και οικοδομική κατάχρηση 	Αρνητικές: <ul style="list-style-type: none"> • Ατελέσφορη οικοδομική ανάπτυξη- οι επιθυμίες των τουριστών δεν συνάδουν με την τοπική αρχιτεκτονική • Καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος και της φυσικής κατοικίας των άγριων ζώων-του θαλάσσιου, παράκτιου και της ενδοχώρας • Εκτεταμένη πίεση που οδηγεί στη μόλυνση του αέρα, του εδάφους και του νερού και στον κλονισμό της ύδρευσης, κλπ

ΠΗΓΗ: WTO: Carr M., 1997

Μια γενική και ολοκληρωμένη θεώρηση των προβλημάτων από την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού επιχειρήθηκε από τον Butler (1991: Κομίλης Π., 2001), από τη μελέτη του οποίου αναφέρονται συνοπτικά οι ακόλουθες προβληματικές καταστάσεις:

- Άγνοια ή παραγνώριση των πραγματικών διαστάσεων και της δυναμικής του τουρισμού, καθώς και των περιβαλλοντικών παραμέτρων που εμπλέκονται στη διαδικασία τουριστικής ανάπτυξης.
- Έλλειψη συνειδητοποίησης, κατανόησης και αναγνώρισης του τουρισμού ως βιομηχανίας που προκαλεί επιπτώσεις σημαντικής εμβέλειας, καθώς και των περιβαλλοντικών παραμέτρων που εμπλέκονται στη διαδικασία τουριστικής ανάπτυξης.
- Έλλειψη συνειδητοποίησης, κατανόησης και αναγνώρισης του τουρισμού ως βιομηχανίας που προκαλεί επιπτώσεις σημαντικής εμβέλειας, καθώς και των δυσκολιών αναίρεσης ή αναστροφής των αλλαγών που προκαλούνται.
- Έλλειψη δυνατότητας ή και ικανότητας να προσδιοριστούν επίπεδα αιεφόρου ανάπτυξης και χωρητικότητας (capacity) και να εφαρμοστούν ολοκληρωμένες και αποδοτικές πολιτικές διαχείρισης και ελέγχου της τουριστικής ανάπτυξης.
- Έλλειψη σωστής αναγνώρισης της αξίας και της αναπτυξιακής δυναμικής του τουρισμού, των ποικίλων διασυνδέσεων του τουρισμού με το οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό σύστημα, αλλά και έλλειψη αναγνώρισης των αλλαγών που αυτός προκαλεί, δυσχεραίνοντας μια ολοκληρωμένη ανταπόκριση και παρέμβαση στην επίλυση των προβλημάτων.
- Έλλειψη συνεργασίας, συμφωνίας και συνεννόησης (consensus) μεταξύ διαφόρων φορέων σε διάφορα χωρικά και διοικητικά επίπεδα ως προς τα επιθυμητά επίπεδα τουριστικής ανάπτυξης, τις ενδεικνυόμενες μορφές και κατευθύνσεις και τις αναγκαίες πολιτικές ρυθμίσεων και διαχείρισης.

Σύμφωνα με τους Κοκκώση & Τσάρτα (2001), οι πολλαπλές επιπτώσεις του τουρισμού προέρχονται από την πολυπλοκότητα της δομής του ως δραστηριότητα, καθώς έχει ισχυρές διασυνδέσεις με διάφορες άλλες οικονομικές δραστηριότητες όπως το εμπόριο, οι μεταφορές και η δόμηση κ.λ.π. Οι παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό δεν είναι μόνο οικονομικοί, αλλά σε ένα μεγάλο βαθμό κοινωνικοί και πολιτισμικοί. Η ανάπτυξη οποιασδήποτε ανθρώπινης δραστηριότητας έχει επιπτώσεις στο περιβάλλον. Το κύριο ερώτημα είναι κατά πόσο οι επιπτώσεις αυτές είναι σημαντικές, δηλαδή επιφέρουν δραστικές αλλαγές στη δομή και δυναμική των φυσικών και ανθρώπινων οικοσυστημάτων. Γι' αυτό το λόγο και η αξιολόγηση των επιπτώσεων έχει προσελκύσει ιδιαίτερο ενδιαφέρον.

Η αναζήτηση και αξιολόγηση των επιπτώσεων του τουρισμού περιλαμβάνει δυσκολίες που προέρχονται από το χαρακτήρα του τουρισμού ως συνδυασμός δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει τη διαμονή, τις μεταφορές, το εμπόριο, τις υπηρεσίες κ.λ.π., αλλά και από τις σημαντικές έμμεσες (δευτερογενείς) επιπτώσεις στα ήθη και τον τρόπο ζωής των επισκεπτών και του τοπικού πληθυσμού, τις επιπτώσεις τους στη χρήση των πόρων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η οικιστική ανάπτυξη που σχετίζεται με την τουριστική δραστηριότητα και μπορεί να συνεπάγεται σημαντικούς κινδύνους υποβάθμισης της ποιότητας του περιβάλλοντος. Ιδιαίτερα ως προς τις έμμεσες επιπτώσεις δεν είναι τόσο ο τουρισμός που αποτελεί το ειδικό πρόβλημα, αλλά και η αδυναμία ελέγχου και ορθολογικής οργάνωσης της ανάπτυξης αυτής. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον αποκτούν οι αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στους πόρους (π.χ. νερό, παραλίες, μνημεία, κτίρια, οικισμοί, έργα τέχνης κ.λ.π.) κατά τη διαδικασία παραγωγής (π.χ. δημιουργία τεχνητών παραλιών) ή κατανάλωσης (απόλαυσής) τους.

Από μια γενική σκοπιά, οι αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στη φυσική και πολιτισμική κληρονομιά μπορεί να ανάγονται σε φυσική φθορά ή και απώλεια των πόρων λόγω της χρήσης τους (π.χ. καταστροφές στα μνημεία) είτε της μείωσης της ικανοποίησης που προσφέρει η «κατανάλωσή» τους λόγω υποβάθμισης του συμβολισμού ή των χαρακτηριστικών τους ή αδυναμίας ουσιαστικής απόλαυσής τους (π.χ. λόγω παρουσίας μεγάλου αριθμού επισκεπτών). Οι επιπτώσεις αυτές αναφέρονται τόσο στους επισκέπτες – τουρίστες όσο και στον τοπικό πληθυσμό. Η σχέση δε επισκεπτών και τοπικών χρηστών έχει αποτελέσει αντικείμενο ιδιαίτερης μελέτης σε πολλούς τουριστικούς προορισμούς (Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π., 2001). Μια άποψη των αλλαγών αυτών που μπορεί να συντελεστούν στον πολιτισμό της τοπικής κοινωνίας ενός προορισμού μαζικού τουρισμού φαίνεται στον πίνακα 3.3.3.:

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.3. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1. Επιπτώσεις στη δομή του πληθυσμού
Μέγεθος του πληθυσμού Σύνθεση ηλικίας/φύλου Τροποποίηση του μεγέθους της οικογένειας Μετατροπή του αστικού-επαρχιακού πληθυσμού
2. Μεταβολές στους τύπους απασχόλησης
Επιπτώσεις στη γλώσσα και τα επίπεδα εξειδίκευσης Επιπτώσεις στην κατανομή απασχόλησης ανά τομέα Ζήτηση για γυναικείο εργατοδυναμικό Αύξηση στην εποχικότητα της απασχόλησης
3. Μεταβολές των αξιών
Πολιτικές αξίες Κοινωνικές αξίες Θρησκευτικές αξίες Ηθικές αξίες
4. Επίδραση στο παραδοσιακό τρόπο ζωής
Τέχνη, μουσική και λαϊκή παράδοση Συνήθειες και έθιμα Καθημερινή ζωή
5. Τροποποίηση των καταναλωτικών μοντέλων
Ποιοτικές διαφοροποιήσεις Ποσοτικές διαφοροποιήσεις

ΠΗΓΗ: Figuerola: Lindberg K., 2001

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα που αφορά μόνο ένα ελάχιστο κομμάτι της συμβολής του μεγάλης κλίμακας τουρισμού στην υποβάθμιση του περιβάλλοντος αποτελούν οι μεταφορές που συνδέονται με τον τουρισμό και οι οποίες εκτιμάται ότι καταναλώνουν το 3% της συνολικής καταναλισκόμενης ενέργειας στην Ευρώπη. Τα 2/3 των τουριστών στη Μεσόγειο χρησιμοποιούν το αυτοκίνητο για τις διάφορες μετακινήσεις τους, γεγονός που μεταφράζεται σε 110 εκατ. επιβάτες και 36 εκατ. αυτοκίνητα κάθε χρόνο. Προφανώς, η μετακίνηση αυτή συμβάλλει στην ατμοσφαιρική ρύπανση. Ας σημειωθεί ότι το 70% των συνολικών εκπομπών CO₂, που προκαλεί προβλήματα στην υγεία, κυρίως στο αναπνευστικό σύστημα και την καρδιά, προέρχονται από τις μεταφορές. Οι μεταφορές ευθύνονται επίσης για το 50% των εκπομπών οξειδίων του αζώτου, ρύπος που συμβάλλει επίσης στη δημιουργία φωτοχημικού νέφους. Αν και είναι δύσκολος ο ακριβής υπολογισμός της συμβολής της τουριστικής κίνησης στην

πρόκληση ατμοσφαιρικής ρύπανσης, εντούτοις ειδικά για ορισμένες εποχές του έτους φαίνεται ότι δεν είναι καθόλου αμελητέα (Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π., 2001).

Αντιπροσωπευτική του πόσο ζημιογόνος μπορεί να είναι ο μαζικός τουρισμός στο φυσικό περιβάλλον είναι και η περίπτωση της Tahoe (μια όμορφη λίμνη και πολυσύχναστο, παράλληλα, θέρετρο στην Καλιφόρνια), η οποία τις τελευταίες τρεις δεκαετίες έχει αποτελέσει πεδίο διαμάχης στο οποίο εμπλέκονται 2 πολιτείες, 5 χώρες, και πολυάριθμες Πολιτείες και Συνομοσπονδίες – ένας μικρόκοσμος για το «τεστάρισμα» της περιβαλλοντικής ηθικής ενάντια στο δικαίωμα να χτίσεις (Farrell B. & Runyan D., 1991). Στη δεκαετία του '60, οι περιβαλλοντικές δυνάμεις σχημάτισαν ένα χαλαρό συνασπισμό υπό την ηγεσία του Συνδέσμου για τη Διάσωση της Λίμνης Tahoe προκειμένου να παλέψουν με τις δυνάμεις εξέλιξης οι οποίες υποστηρίζονταν από μια βιομηχανία 1 δισ., η οποία αντιπροσώπευε κτηματομεσίτες και μια γρήγορα αναπτυσσόμενη ψυχαγωγική βιομηχανία και οι οποίες απειλούσαν να αλλάξουν τόσο την περιοχή που δεν θα θύμιζε σε τίποτα αυτό που κάποτε ήταν.

Το παράδειγμα της λίμνης Tahoe, όπως και τόσων άλλων περιοχών, αποδεικνύουν ότι το χαρακτηριστικό των περισσότερων φυσικών τοποθεσιών είναι πως αλλάζουν μετά την ανθρώπινη επέμβαση. Στόχος πρέπει να είναι η θετική αλλαγή. Η αρνητική αλλαγή, ακόμη και σε μικρό ποσοστό, μπορεί να έχει καταστρεπτικές συνέπειες. Κάτι τέτοιο συμβαίνει όταν η ανθρώπινη δραστηριότητα υποβαθμίζει την ποιότητα του νερού ή του αέρος, τροποποιεί ή καταστρέφει τη βλάστηση, αυξάνει το θόρυβο, ή επηρεάζει την άγρια ζωή. Η πειραματική υποβάθμιση μπορεί επίσης να συμβεί ως απόρροια της αυξανόμενης ανθρώπινης ενέργειας για ψυχαγωγία, ακόμη και όταν δεν συμβαίνει καμία ουσιώδης φυσική μετατροπή. Αυτό ισχύει όταν μια λίμνη γίνεται περισσότερο προσβάσιμη στους χρήστες και δεν προσφέρει την ίδια εμπειρία της απόστασης και του διαχωρισμού από την ανθρώπινη κατοικία. Επειδή η ζήτηση και η χρήση επηρεάζουν τόσο πολύ την ποιότητα της φυσικής πηγής, οποιαδήποτε προσέγγιση για την συντήρηση ή την αναβάθμιση της ποιότητας της πηγής πρέπει να είναι καλά σχεδιασμένη. Το επίπεδο, η έκταση και η συγκέντρωση της ψυχαγωγικής δραστηριότητας είναι οι κύριοι παράγοντες που επηρεάζουν το φυσικό περιβάλλον.

Για να αντιμετωπιστούν οι αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού που αναφέρθηκαν παραπάνω, πρέπει να δοθεί προσοχή σε σημεία όπως:

- Μεθόδευση των διακοπών ως προς το χρόνο, το χώρο και το προϊόν,
- Ανεκτούς αριθμούς σαν βασικό θέμα στον τουριστικό σχεδιασμό και

· Ένα είδος τουρίστα με καλύτερη συμπεριφορά.

Το βασικότερο ωστόσο είναι μια περιοχή να βάζει το περιβάλλον πρώτο, κάτι το οποίο σημαίνει την δημιουργία πιο υπεύθυνου τουρισμού, ενισχύοντας ένα πνεύμα προστασίας και αναπτύσσοντας ένα περιβαλλοντικό επίκεντρο (Wahab S., 1997).

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑΣ

3.4. Η ΑΛΛΑΓΗ ΣΤΙΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΙ Η ΣΤΡΟΦΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟ

Οι περιβαλλοντικές επιβαρύνσεις που έχει προκαλέσει η μαζική μετακίνηση τουριστών και η συσσώρευση επισκεπτών σε πολλούς προορισμούς επέδρασαν αρνητικά στον τουρισμό, καθώς επίσης και την ποιότητα και ποσότητα του τουριστικού «κεφαλαίου», το οποίο άρχισε να μην ανταποκρίνεται πλέον στα συνεχώς ανερχόμενα standards των τουριστών. Αποτέλεσμα αυτής της διάστασης μεταξύ «πραγματικού» και «επιθυμητού» ήταν η εμφάνιση στη δεκαετία του '80 σημείων «κόπωσης» των τουριστών, που συνοδεύτηκε με σταδιακή εγκατάλειψη παραδοσιακών τουριστικών κέντρων και αναζήτηση άλλων περιοχών με περισσότερο φυσικό περιβάλλον. Την τουριστική αυτή συμπεριφορά είχε προβλέψει πριν από 20 περίπου χρόνια ο γενικός διευθυντής του Αυστριακού Οργανισμού Τουρισμού, δρ. Κλάους, υποστηρίζοντας ότι «η επιστροφή στο φυσικό και άθικτο περιβάλλον θα είναι πρωταρχικός παράγοντας στις τάσεις και τις επιθυμίες των τουριστών στο εγγύς μέλλον» (ΚΕΤΑ).

Επιπλέον, και η αλλαγή των δημογραφικών χαρακτηριστικών του πληθυσμού έχει συμβάλλει στην στροφή αυτή στην φύση. Έτσι, καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού γερνά, παρατηρείται έλξη λιγότερο στις επικίνδυνες ψυχαγωγικές δραστηριότητες και περισσότερο στις λιγότερο επίπονες. Αυτή η αλλαγή στα δημογραφικά δημιουργεί περισσότερη ζήτηση και για οικοτουριστικά ταξίδια και τα σχετικά πολιτιστικά ταξίδια. Οι ώριμοι Αμερικάνικοι (55+) αποτελούν το 21% του συνολικού αμερικάνικου πληθυσμού και έως το έτος 2010 αναμένεται να υψωθεί στο 25% (75 εκατομμύρια). Αυτή η ραγδαία αύξηση των ώριμων ταξιδιωτών, τάση που είναι επίσης προφανής στον Καναδά, την Ευρωπαϊκή ένωση και την Ιαπωνία (Wight P., 2001), σε συνδυασμό με την οικονομική δυνατότητα και διαθεσιμότητα του ελεύθερου χρόνου, έχει κι αυτή συμβάλλει σημαντικά στις αλλαγές της τουριστικής ζήτησης.

Ήδη από τη δεκαετία του '70 καταγράφονται σημαντικές αλλαγές στην τουριστική ζήτηση, που επηρεάζουν ευρύτερα τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο. Οι αλλαγές αυτές αφορούν αρχικά στα κίνητρα των τουριστών (Τσάρτας Π., 1996, Middleton V.T.C.-Hawkins R., 1998, Plog S.C., 1991: Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π., 2001), πολλά από τα οποία σχετίζονται με το περιβάλλον, τη φύση, την τοπική παράδοση, τον αθλητισμό κ.λ.π. και ενισχύουν τη δημιουργία εναλλακτικών προτύπων ανάπτυξης σε τουριστικές περιοχές σε ένα άλλο επίπεδο. Ο θεσμικός

ρόλος των τουριστών – καταναλωτών τους μετατρέπει σταδιακά σε συμμετόχους των διαδικασιών της τουριστικής ανάπτυξης. Η τάση αυτή ενισχύεται από την προώθηση θεσμών που αναφέρονται σε δικαιώματα και υποχρεώσεις των τουριστών κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους και προβάλλουν τη διαφύλαξη της ισόρροπης τοπικής ανάπτυξης ως βασικό μέλημα των σύγχρονων τουριστών. Τη θεσμική αυτή διάσταση ενισχύει και η «Σχολή της Ηθικής» που επισημαίνει την υποχρέωση όλων όσων συμμετέχουν στη διαδικασία «παραγωγής» του τουρισμού να σέβονται τις ιδιαιτερότητες (ήθη, έθιμα, παραδόσεις κ.λ.π.) των τουριστικών περιοχών (Lea J. P., 1993, Wheeler M., 1994, Kwansa F. A. και Farrar A. L., 1992: Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π., 2001). Καταγράφεται, με την έννοια αυτή, μία γενικευμένη τάση στη ζήτηση, η οποία αναζητά τουριστικές περιοχές με ήπια και ισόρροπα αναπτυξιακά χαρακτηριστικά.

Αξίζει εδώ να σημειωθεί πως αν και για πολλές δεκαετίες τώρα οι τουρίστες που αναζητούσαν να δραπετεύσουν από τις μάζες και να ζήσουν εμπειρίες μικρής κλίμακας, επιμορφωτικές, και μοναδικής φύσεως αποτελούσαν την μειοψηφία της τουριστικής αγοράς, πλέον η ανάγκη αυτή αποτελεί μια γενικότερη τάση των καταναλωτών οι οποίοι αναζητούν μια ευκαιρία να αναπτύξουν μια νέα τάξη τουριστικών προϊόντων βασισμένων στη φύση. Το προϊόν αυτό είναι κατά βάση εμπειρίες περιβαλλοντικά και πολιτισμικά φιλικές, με έμφαση στην επιμόρφωση (Blamey R., 2001).

Σχετικά με τον χρονικό εντοπισμό της αλλαγής στις τουριστικές προτιμήσεις, και ο Whelan (1991: McCool S., 1997) υποστηρίζει ότι από το 1985 άρχισαν να συμβαίνουν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο οι τουρίστες συνδέονταν με δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονταν με το περιβάλλον. Έτσι, παραδοσιακές τουριστικές δραστηριότητες όπως το μπάνιο στη θάλασσα, η ηλιοθεραπεία, οι καταδύσεις, η ορειβάσια και το χειμερινό σκι, οι οποίες προσέλκυαν εκατομμύρια επισκέπτες και που πάντα βασίζονταν στην υψηλή ποιότητα του φυσικού περιβάλλοντος το οποίο εξασφάλιζε το μεγαλύτερο μέρος της περιβαλλοντικής τους ακεραιότητας, έπαψαν να αποτελούν το νούμερο ένα της τουριστικής ζήτησης. Πολλές απ' τις αλλαγές στις τουριστικές προτιμήσεις συντελέστηκαν σε δραστηριότητες που επικεντρώνονταν στο φυσικό περιβάλλον σαν αντικείμενο εκτίμησης παρά σε άλλες οι οποίες ήταν πιο συντελεστικές μέσα σ' αυτό, όπως το κολύμπι ή το ψάρεμα, οι οποίες επίσης προϋποθέτουν την ύπαρξη αυτού. Η ανάπτυξη των βασισμένων στη φύση (nature-based) δραστηριοτήτων αναψυχής, στα οποία είναι έντονη η παρουσία του

μαθησιακού-εκπαιδευτικού στοιχείου, έδωσε ώθηση στην ανάπτυξη του βασισμένου στη φύση ή αλλιώς οικο-τουρισμού.

Πλέον οι τουρίστες αναζητούν ασυνήθιστους προορισμούς και εμπειρίες σε κάποια απ' τα πιο από μακριά και εξωτικά μέρη του κόσμου, κάτι το οποίο ο Cohen (2004: Crouch G. & Laing J., 2005) χαρακτηρίζει σαν «πιθανούς αναπτυσσόμενους, νέους ορίζοντες στα ταξίδια». Κάνουν σκι στην Ανταρκτική, κάνουν trekking μόνοι τους σε μερικές απ' τις πιο αφιλόξενες ερήμους του κόσμου, γυρνάνε τον κόσμο με αερόστατο ή καράβι, ταξιδεύουν ακόμα και στο διάστημα. Έτσι, ενώ οι δραστηριότητες στις παραδοσιακές διακοπές όπως η ηλιοθεραπεία, και η πεζοπορία προσελκύουν ακόμα εκατομμύρια τουρίστες κάθε χρόνο, ραγδαίες αλλαγές συμβαίνουν ξαφνικά στην βιομηχανία τουρισμού και οι τουρίστες αρχίζουν να συσχετίζονται με το φυσικό περιβάλλον με διαφορετικό τρόπο. Οι τουρίστες τώρα αντιμετωπίζουν το περιβάλλον ως αντικείμενο εκτίμησης και ως κάτι από το οποίο μπορούν να μάθουν (Clifton J. & Galley G., 2003).

Οι απαιτήσεις των τουριστών για νέες μορφές αναψυχής με περισσότερες και πιο αυθεντικές εμπειρίες, μακριά από εμπορευματοποιημένες περιοχές, με ένα πιο εκλεπτυσμένο τρόπο, έχουν συνεισφέρει στην αυξανόμενη ευαισθητοποίηση σε θέματα περιβάλλοντος, ενώ παράλληλα παρουσιάζεται μετάβαση από το μοντέλο παθητικού τουρισμού σε έναν πιο ενεργητικό. Επιπλέον, η αλληλεξάρτηση της ποιότητας περιβάλλοντος και τουρισμού έχει αρχίσει να συνειδητοποιείται από όσους συμμετέχουν στην τουριστική διαδικασία. Οι ίδιοι οι τουρίστες επιδιώκουν διακοπές σε ένα περιβάλλον που δεν είναι υποβαθμισμένο, ενώ ενδιαφέρονται για την πολιτιστική αυθεντικότητα του τόπου προορισμού. Συνεπώς, η αλλαγή της στάσης των τουριστών, καθώς και των κατοίκων του τόπου προορισμού και των επαγγελματιών, αντανακλά τη γενικότερη στροφή προς την προστασία του περιβάλλοντος και τη στάση ως προς την έννοια της ανάπτυξης, η οποία σήμερα έχει ξεφύγει από την κλασική «οικονομιστική» αντίληψη. Στο πλαίσιο των αλλαγών αυτών, παρατηρείται μια στροφή από εντατικές μορφές τουρισμού όπως ο μαζικός τουρισμός, σε πιο ήπιες μορφές τουρισμού όπως ο βιώσιμος τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο οικοαγροτουρισμός, ο πράσινος τουρισμός ή καλύτερα ο οικοτουρισμός αλλά και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού (Τ.Ε.Ι. Χαλκίδας).

Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει «μορφές τουρισμού οι οποίες είναι ακόλουθες με τις φυσικές και κοινωνικές αξίες καθώς και τις αξίες της τοπικής κοινωνίας, και οι οποίες επιτρέπουν τόσο στους επισκέπτες όσο και στους οικοδεσπότες να απολαύσουν θετική και αξιόλογη αλληλεπίδραση και κοινές εμπειρίες»(Eadington & Smith, 1992:

Stronza A., 2001). Έτσι, αυτή τη στιγμή η τάση φαίνεται να είναι η επιδοκιμασία του τουρισμού ως η πανάκεια για την επίτευξη ενός ευρέως συνόλου κοινωνικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών στόχων. Όπως ο Munt (1994: Stronza A., 2001) παρατηρεί, «ενώ ο μαζικός τουρισμός έχει δεχτεί δριμύτατη κριτική, σαν μια ρηχή και υποτιμητική εμπειρία για τους ανθρώπους και τις χώρες υποδοχής του Τρίτου Κόσμου, οι νέες τουριστικές πρακτικές θεωρούνται πιο καλοπροαίρετες». Στα πλαίσια αυτά, η ανάπτυξη του οικοτουρισμού, εξηγείται ως έκφραση και αποτέλεσμα της αυξανόμενης περιβαλλοντικής και κοινωνικής ευαισθητοποίησης και συνειδητοποίησης σημαντικού μέρους του πληθυσμού στον αναπτυσσόμενο κόσμο, μιας συνειδητοποίησης των αρνητικών επιπτώσεων που έχει επιφέρει ο μαζικός τουρισμός, αλλά και της αξίας του φυσικού περιβάλλοντος (Κομίλης Π., 2001).

Η αλλαγή στις προτιμήσεις των τουριστών ωστόσο, δεν αφορά μόνο την τουριστική εμπειρία αυτή καθαυτή. Παρατηρείται ακόμα μια έντονη υποστήριξη των καταναλωτών-τουριστών για περιβαλλοντικά ευαίσθητους ταξιδιωτικούς πράκτορες, σχετικά με τους πόλους έλξης, την διαμονή, τις υπηρεσίες σίτισης, κλπ, συμπεριφορά η οποία συνέβαλε κι αυτή στην στροφή προς ένα νέα είδος τουρισμού (πίνακας 3.4.1.), και τελικά στη διαμόρφωση αυτού που σήμερα ονομάζεται οικοτουρισμός. Πλέον η αγορά είναι διατεθημένη να αποφύγει προορισμούς ή πρακτορεία τα οποία θεωρούνται πως έχουν αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Οι προτιμήσεις εκείνων που ενδιαφέρονται για τη φύση, την περιπέτεια και τον πολιτισμό γίνονται πλέον μια τάση πιο γενικών αγορών. Υπάρχει μια επιθυμία προστασίας της φύσης, μια αυξημένη συμμετοχή σε δραστηριότητες και προγράμματα, δημιουργούνται καταλύματα και εγκαταστάσεις που είναι αντιπροσωπευτικές της νοοτροπίας αυτής, ενώ ο τουρίστας έχει οφέλη τα οποία πάνε πιο πέρα απ' τον πράκτορα ή τον επισκέπτη και διαρκούν πολύ περισσότερο (Wright P., 1997).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4.1.: ΣΤΡΟΦΗ ΑΠ' ΤΟΝ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ/ ΜΑΖΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

ΣΥΣΤΑΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ/ ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ
Εγκαταστάσεις	<ul style="list-style-type: none"> • Κατάλυμα σαν κρεββάτι • Κατάλυμα σαν νησί πολυτέλειας και «νταντέματος» 	<ul style="list-style-type: none"> • Κατάλυμα σαν μέρος της εμπειρίας • Κατάλυμα σαν προέκταση της νοοτροπίας προστασίας
Παροχές	<ul style="list-style-type: none"> • Στοιχειώδεις απαιτήσεις των πελατών 	<ul style="list-style-type: none"> • Σφαιρική εμπειρία των πελατών, κατανόηση, δραστηριότητες & άλλες ανάγκες
Πολυτέλεια	<ul style="list-style-type: none"> • Λειτουργίες για την εξυπηρέτηση των πελατών • Πολυτέλεια μέσης κατηγορίας • Διασκέδαση • Εξυπηρέτηση 	<ul style="list-style-type: none"> • Περιβάλλοντα διαθέσιμα στους επισκέπτες • Τιμές μέσης κατηγορίας • Εκπαίδευση, ικανοποίηση, εκτίμηση • Στυλ
Πρώθηση	<ul style="list-style-type: none"> • Μαζικές αγορές • Απόλαυση • Πουλά image • Δημιουργία πράσινου image (οικο-image) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ειδικές ομάδες της αγοράς: φύση/περιπέτεια/πολιτισμός/εκπαίδευση • Κανόνες συμπεριφοράς σε συγκεκριμένες περιοχές, επιμέλεια περιβαλλοντικής ενημέρωσης • Πράσινη πραγματικότητα, οικο-ηθική
Προγραμματισμός	<ul style="list-style-type: none"> • Δραστηριότητες στο χώρο του καταλύματος • Επαφή κατά τη διάρκεια των διακοπών, ίσως και εκπαίδευση • Παρατήρηση/παρακολούθηση • Συγκεκριμένες και εξειδικευμένες δραστηριότητες 	<ul style="list-style-type: none"> • Εμπειρίες στο χώρο του καταλύματος, με επιπλέον μακράς διάρκειας οφέλη, εκτός του χώρου αυτού • Επαφή και εκατίδευση, με διάρκεια πριν και μετά τις διακοπές • Εμπειρία αλληλένδετων δραστηριοτήτων και εμπειριών
Οφέλη	<ul style="list-style-type: none"> • Χρηματικά οφέλη πρακτόρων • Προνόμια πελατών στις διακοπές 	<ul style="list-style-type: none"> • Πράκτορες, πόροι κοινότητας (διάφορα οφέλη) • Τα οφέλη διαρκούν περισσότερο απ' ότι οι διακοπές
Μέτρηση της επιτυχίας	<ul style="list-style-type: none"> • Βασισμένη στο μέγεθος • Αριθμός των επισκεπτών • Χρήματα που δαπανήθηκαν 	<ul style="list-style-type: none"> • % των συνεχόμενων επισκέψεων και της δια στόματος διαφήμισης • Ενημέρωση των πελατών • Ποιότητα ζωής της κοινότητας/των πρακτόρων, πολιτιστική ανανέωση, υπερηφάνεια • Επέκταση της περιόδου επίσκεψης • Θετικές οικονομικές επιπτώσεις & βιώσιμες επιχειρήσεις • Προστασία πόρων

ΠΗΓΗ: Wight, 1996a: Wight P., 1997

Η αυξανόμενη περιβαλλοντική αντίληψη στον τουρισμό αποτελεί μια οδηγητήρια δύναμη για καινοτομίες στην τουριστική βιομηχανία. Νέα «πράσινα» προϊόντα και υπηρεσίες εμφανίζονται, τα οποία συνδυάζονται με μέτρα όπως η ανακύκλωση, η εξοικονόμηση ενέργειας, κλπ. (Hjalager A., 1996). Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η αγορά γίνεται «όλο και πιο πράσινη» ή περισσότερο συνειδητοποιημένη περιβαλλοντικά, και σε σχέση με την επίγνωση και την επιθυμία να συνεισφέρει προς μια περισσότερο ευαίσθητη προσέγγιση προς πολυάριθμες δραστηριότητες και αγορές. Υπάρχει μια αυξανόμενη αντίθεση προς την ανεύθυνη περιβαλλοντική συμπεριφορά και ο χώρος της αγοράς και η αγορά διακηρύσσει περιβαλλοντική ευαισθησία (Wight P., 1993).

Έτσι, η νέα ζήτηση που αφορά τουρίστες που επιθυμούν και επιδιώκουν να έχουν καλύτερη πληροφόρηση (μέσω εκπαίδευσης/επιμόρφωσης) για τον τόπο που επισκέπτονται, ώστε να είναι πιο δραστήριοι στον τόπο προορισμού οδηγεί την τουριστική βιομηχανία στο να αναγνωρίζει και ανταποκριθεί σε μια τέτοια αλλαγή της ζήτησης, που οφείλεται κυρίως στην πρωτοφανή αύξηση του ενδιαφέροντος, παγκοσμίως, για το περιβάλλον. Το ενδιαφέρον των ανθρώπων γενικά ή των τουριστών ειδικότερα για τα σύνθετα ζητήματα προστασίας οικοσυστημάτων, τα απειλούμενα είδη και τις καταστροφές της πανίδας και χλωρίδας κλπ. Ώθησε έτσι ακόμα και μεγάλες επιχειρήσεις ή Tour Operators να αναγνωρίζουν τα οικολογικά ζητήματα ως συστατικό μέρος του ασκούμενου μάρκετινγκ, ζητήματα που απέκτησαν με την πάροδο του χρόνου αυξανόμενη σημασία.

Πράγματι, είναι πλέον εμφανές στις τουριστικές επιχειρήσεις ότι ένα άθικτο και ταυτόχρονα ελκυστικό περιβάλλον συνιστά το βασικό πλαίσιο διαμόρφωσης, ανάπτυξης και διάθεσης του τουριστικού προϊόντος και αποτελεί κύριο συστατικό στοιχείο του ίδιου του τουριστικού προϊόντος, η διαρκής ελκυστικότητα του οποίου αποτελεί προϋπόθεση για ευχάριστες διακοπές αλλά και για ευρύτερα οικονομικά οφέλη από την αυξανόμενη ζήτηση. Έτσι, μια ολοένα και αυξανόμενη ομάδα νέων τουριστικών επιχειρήσεων, συχνά σε συνεργασία με μη-κυβερνητικούς οργανισμούς, ισχυρίζεται πως θα εφαρμόσει μια συμπεριφορά πολύ ηπιότερη προς το περιβάλλον και την τοπική κοινωνία, ακόμα κι αν αυτό σημαίνει μικρότερα κέρδη. Οι επιχειρήσεις αυτές έχουν χαρακτηρίσει τα πακέτα που προσφέρουν ως «οικοτουρισμό», «community-based τουρισμό», «πολιτιστικό τουρισμό» ή απλά «εναλλακτικό τουρισμό». (Stronza A., 2001)

Ένδειξη της νέας αυτής γραμμής πλεύσης της τουριστικής βιομηχανίας αποτελεί η δήλωση του προέδρου της μεγάλης γερμανικής εταιρείας TUI-Touristik (Corsten, 1999:

Κομίλης Π., 2001), ο οποίος υποστηρίζει ότι οι εταιρείες της τουριστικής βιομηχανίας πρέπει να επιδιώκουν και να στοχεύουν στη μείωση των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων ή της μόλυνσης/ρύπανσης που προκαλείται από διάφορες δραστηριότητες και ενέργειες. Επισημαίνοντας της προτεραιότητα ενός τέτοιου στόχου, σημειώνει ότι είναι αποφασιστικό σε ποια έκταση οι προσφερόμενες υπηρεσίες και προϊόντα, καθώς και οι εμπειρίες που διαμορφώνουν, ικανοποιούν και εξυπηρετούν τις προσδοκίες και τις απαιτήσεις των πελατών, που σήμερα δείχνουν μεγαλύτερη περιβαλλοντική ευαισθησία από παλαιότερα.

Σχετικά με τα ψυχολογικά κίνητρα των διαφοροποιήσεων που παρατηρούνται στην τουριστική αγορά, αρκετοί θεωρητικοί του τουρισμού μέχρι σήμερα έχουν επιχειρήσει να τα εντοπίσουν. Ο McCannell (1976: Stronza A., 2001) πρότεινε πως ακολουθώντας τα βήματα των τουριστών, κάποιος μπορεί να αρχίσει να κατανοεί τα συστήματα αξιών της μοντέρνας κοινωνίας. Για την ακρίβεια, παίρνοντας τους τουρίστες σαν αντικείμενο, ο σκοπός του McCannell ήταν να δημιουργήσει «μια εθνογραφία της μοντέρνας κοινωνίας». Ο μοντερνισμός, για τον McCannell, χαρακτηρίζεται από αισθήματα αποξένωσης, διάσπασης, και επιπολαιότητας. Η αναζήτηση αυθεντικών εμπειριών αντικατοπτρίζει την επιθυμία των μοντέρνων τουριστών να επανασυνδεθούν με «το παρθένο, το πρωτόγονο, το φυσικό, αυτό το οποίο δεν έχει αλλοιωθεί ακόμα από τον μοντερνισμό» (Cohen, 1988; Dobkin de Rios, 1994; Harkin, 1995; Redfoot, 1984: Stronza A., 2001).

Η «μεθοριακή» φύση δε των οικοτουριστικών εμπειριών μπορεί να σχετίζεται τόσο με συναισθηματικούς/ψυχολογικούς παράγοντες όσο σχετίζεται και με τις απομακρυσμένες περιοχές, όσο ο ταξιδιώτης κινείται από το γνωστό προς το άγνωστο. Το να ταξιδεύει κατά κύριο λόγο χωρίς τη βοήθεια ενός εμπορικού τουριστικού πράκτορα ή ξεναγού, ο μεθοριακός ταξιδιώτης, ο οποίος ταυτίζεται σε αρκετά σημεία με τον πραγματικό οικοτουρίστα, επενδύει μια σημαντική ποσότητα χρόνου και πόρων στην ταξιδιωτική του εμπειρία. Ενώ η αναζήτηση για νέους και ξεχωριστούς τουριστικούς προορισμούς και εμπειρίες φαίνεται να είναι αδυσώπητη σ' αυτή τη μετα-μοντέρνα εποχή, ο ταξιδιώτης πλέον αναζητά περισσότερο το «αυθεντικό» παρά την «τουριστική φούσκα» που προσέφεραν μέχρι πρόσφατα τα τουριστικά γραφεία. Πολλοί απ' αυτούς τους ταξιδιώτες είναι γεννημένοι και μεγαλωμένοι σε δυτικές χώρες, κάτι που κάνει πολύ ενδιαφέρουσα την αναζήτηση του βαθμού στον οποίο πολιτιστικοί παράγοντες επηρεάζουν τα κίνητρα πίσω απ' την αναζήτηση νέων τουριστικών εμπειριών (Crouch G. & Laing J., 2005).

Όσον αφορά την εμφάνιση και η δυναμική ανάπτυξη του οικοτουρισμού, πιο συγκεκριμένα, τα τελευταία δέκα με δεκαπέντε χρόνια, αυτή μπορεί να αποδοθεί σε συγκεκριμένους παράγοντες. Ορισμένοι (Boo, 1992: Κομίλης Π., 2001) θεωρούν την αναπτυξιακή διάσταση του οικοτουρισμού αποτέλεσμα της σύγκλισης δύο ανεξάρτητων τάσεων. Η πρώτη τάση αφορά τον τομέα ή το πεδίο δράσης της περιβαλλοντικής προστασίας. Πρόκειται για μια τάση σύγκλισης και ολοκλήρωσης της περιβαλλοντικής προστασίας στο πλαίσιο της διαδικασίας οικονομικής ανάπτυξης, όπου εντάσσεται και ο οικοτουρισμός. Οι σχετικές προσπάθειες επικεντρώνονται στην υλοποίηση αποτελεσματικών σχεδίων διαχείρισης των φυσικών περιοχών και πόρων (parks and nature reserves), που προάγουν τη φυσική και οικονομική βιωσιμότητά τους. Σχέδια μέσω των οποίων:

1. Λαμβάνονται ειδικά, εθνικής κλίμακας μέτρα οικονομικής πολιτικής, που εστιάζονται στην προστασία μεγάλης φυσικής και οικονομικής αξίας περιοχών, αλλά και
2. Προωθούνται οικονομικά κίνητρα για τον τοπικό πληθυσμό, ώστε αυτός να προστατέψει και διαχειριστεί σωστά τους φυσικούς πόρους της περιοχής του.

Η δεύτερη τάση που εμφανίζεται και πραγματοποιείται στην τουριστική βιομηχανία αφορά μια εντυπωσιακή και δυναμική μεταβολή της τουριστικής ζήτησης ή αγοράς προς την κατεύθυνση νέων μορφών διακοπών του πληθυσμού πολλών χωρών (Κομίλης Π., 2001).

Μια άλλη άποψη για την στροφή των τουριστών στον οικοτουρισμό είναι αυτή του Fennell (1999: Blamey R., 2001), ο οποίος θεωρεί ότι ο οικοτουρισμός υπάρχει υπό το ευρύτερο πρίσμα της ταξινόμησης των ειδών των τουριστών, η οποία μπορεί να χωριστεί σε «μαζικό τουρισμό» και εναλλακτικό τουρισμό. Ο μαζικός τουρισμός θεωρείται η περισσότερο παραδοσιακή μορφή της τουριστικής ανάπτυξης όπου οι βραχυπρόθεσμες αρχές της ελεύθερης αγοράς κυριαρχούν και η μεγιστοποίηση του εισοδήματος είναι πρωτίστης σημασίας. Αυτές τις ημέρες έχουμε περισσότερο την τάση να χαρακτηρίζουμε τον μαζικό τουρισμό ως κτήνος – μια τερατώδης μορφή η οποία έχει ελάχιστες εξιλεωτικές ιδιότητες για την περιοχή του προορισμού, τους ανθρώπους του και τις φυσικές πηγές τους». Δεν είναι δυνατόν να έχουμε εναλλακτικό τουρισμό χωρίς κάτι να είναι εναλλακτικό.

Μια άλλη ενδιαφέρουσα προσέγγιση των κύριων παραγόντων της οικοτουριστικής ανάπτυξης και των μεταξύ τους σχέσεων δίνεται απ' τους Ross & Wall (1999: Κομίλης Π., 2001), σύμφωνα με την οποία:

1. οι προστατευόμενες φυσικές περιοχές,

2. ο τοπικός πληθυσμός και
3. τα μεγέθη τουρισμού

οδήγησαν κατά κύριο λόγο στην άνθιση του ενδιαφέροντος για περισσότερο ευαίσθητες, περιβαλλοντικά, διακοπές.

Η στροφή προς οικοτουρισμό που αρχικά πραγματοποιήθηκε σε ένα μικρό μόνο κομμάτι της αγοράς ενισχύθηκε απ' την συνειδητοποίηση ότι ο οικοτουρισμός μπορεί να προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα καθώς και προνόμια, τόσο στις τοπικές κοινωνίες και στο περιβάλλον, όσο και σε εκείνους που επιλέγουν σαν εναλλακτική πρόταση διακοπών τα οικοτουριστικά πακέτα. Σύμφωνα με την Denny (2004), τα οφέλη του οικοτουρισμού μπορούν να διαχωριστούν σε προσωπικά, που περιλαμβάνουν το ψυχολογικό και σωματικό κέρδος, σε κοινωνικά, σε οικονομικά και σε περιβαλλοντικά.

Μια άλλη άποψη για τα οφέλη του οικοτουρισμού (Macfarlane D.), θεωρητικά αλλά και απ' τις ενδείξεις που υπάρχουν έως τώρα, υποστηρίζει πως αυτά περιλαμβάνουν:

- Την οικονομική ανάπτυξη και επέκταση, ειδικά σε περιοχές της περιφέρειας.
- Την τάση για περισσότερες δαπάνες και μεγαλύτερη διάρκεια διαμονής των οικοτουριστών (συγκριτικά με τους υπόλοιπους τουρίστες).
- Την δημιουργία εσόδων για την προστασία και σωστή διαχείριση των εθνικών πάρκων και άλλης δημόσιας γης.
- Τις ποιοτικές ευκαιρίες απασχόλησης που χρησιμοποιούν την τοπική γνώση.
- Τα κέρδη από ξένο συνάλλαγμα.
- Την εκπαίδευση και εκτίμηση της φυσικής κληρονομιάς.
- Τα σημαντικά οικονομικά οφέλη.

Σύμφωνα με τον Boo (1992: Wright P., 1997), τα κύρια οφέλη του οικοτουρισμού είναι:

1. Αυξημένη χρηματοδότηση για τις προστατευόμενες περιοχές και τις τοπικές κοινότητες (οι προστατευόμενες περιοχές πάσχουν από περιορισμένες χρηματοδοτήσεις, ωστόσο εισπράττουν μόνο τα αμελητέας αξίας εισιτήρια εισόδου ή και κάποιες φορές ούτε αυτά, όμως οι ταξιδιώτες ενδιαφέρονται να βοηθήσουν τις περιοχές αυτές, όσο γίνονται περισσότερο περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένοι)
2. Δημιουργία θέσεων εργασίας για τους ντόπιους κατοίκους (π.χ. ξεναγοί, φύλακες πάρκων, ιδιοκτήτες καταλυμάτων, τεχνίτες, κλπ)
3. Περιβαλλοντική εκπαίδευση των επισκεπτών (αυξανόμενη επίγνωση της κατάστασης μπορεί να αλλάξει την συμπεριφορά, τις καταναλωτικές συνήθειες και να δημιουργήσει υπέρμαχους της προστασίας του περιβάλλοντος).

Πιο συνοπτικά, μπορούμε να πούμε ότι τα οφέλη του οικοτουρισμού είναι:

- Οικονομική ανάπτυξη και επέκταση των επιχειρήσεων, ιδιαίτερα στις περιοχές της περιφέρειας.
- Τάση για μεγαλύτερες δαπάνες και διάρκεια παραμονής απ' τους οικοτουρίστες (σε σύγκριση με τους τουρίστες γενικότερα).
- Δημιουργία εισοδήματος για σκοπούς προστασίας της φύσης και διαχείρισης των εθνικών δρυμών και της δημόσιας γης.
- Ευκαιρίες ποιοτικής απασχόλησης, χρησιμοποιώντας την τοπική γνώση.
- Κέρδη από ξένο συνάλλαγμα.

Είναι προφανές ότι ο οικοτουρισμός είναι κάτι πολύ παραπάνω και μια διαδικασία πολύ πιο ουσιαστική από το να βλέπεις απλά αξιοθέατα. Αποτελεί εμπειρία. Για πολλούς οικοτουρίστες και άλλους που συμμετέχουν στην οικοτουριστική βιομηχανία, αυτή η εμπειρία διαφέρει ριζικά από την εμπειρία του μαζικού τουρισμού. Οι τουρίστες όλο και περισσότερο αναζητούν την αυθεντικότητα, την αυτό-αναζήτηση και την ποιότητα παρά την ποσότητα (Hall & Weiler, 1992: Blamey R., 2001). Μέσα από περιπετειώδεις και ατομικευμένες εμπειρίες σε μοναδικές, απόμερες και πρωτόγονες τοποθεσίες.

3.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 3

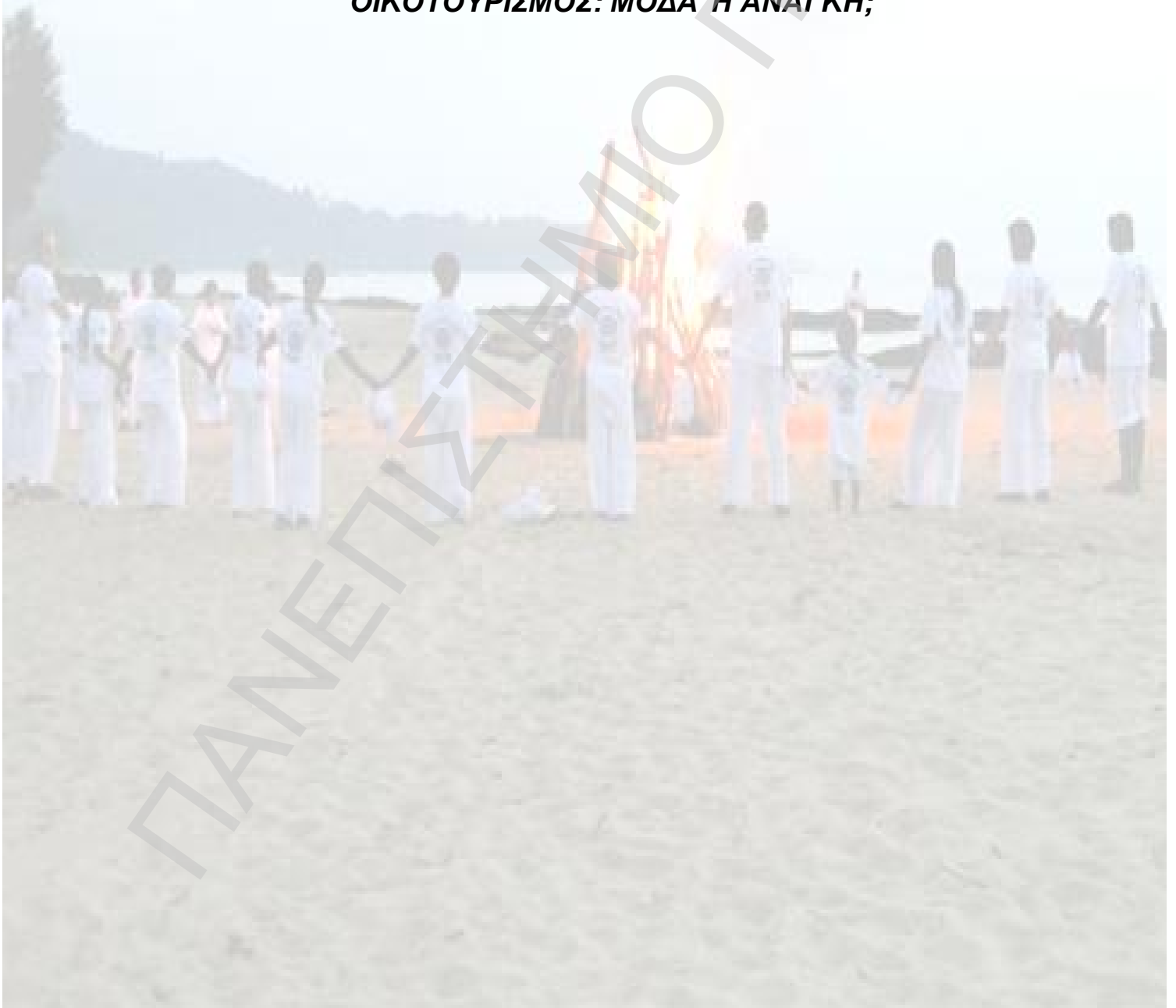
Ο μαζικός τουρισμός είναι ουσιαστικά το πρότυπο αυτό του τουρισμού που προέκυψε λόγω της αυξανόμενης δυνατότητας μεταφοράς και εστίασης μεγάλου αριθμού τουριστών. Η εξέλιξη της τεχνολογίας, η εξάπλωση των tour operators, η δημιουργία ολοένα και πιο τυποποιημένων πακέτων που γλίτωναν τον πελάτη από κόπο και χρόνο, και η πτώση των τιμών των πακέτων αυτών οδήγησαν σε μαζικές μετακινήσεις, λόγω τουρισμού, και σε συγκεκριμένους συνήθως προορισμούς, ανάλογα με τις κατευθύνσεις που έδιναν κατά καιρούς οι tour operators. Κύριος εκπρόσωπος του προτύπου αυτού είναι οι γνωστές σε όλους διακοπές «3S» ή αλλιώς οι διακοπές «sun, sea & sand».

Αναμφισβήτητα, ο μαζικός τουρισμός ωφέλησε και ωφελεί οικονομικά πολλές χώρες που προωθήθηκαν ως τέτοιοι προορισμοί, ενώ συμβάλλει σε πολύ μεγάλο ποσοστό στις παγκόσμιες τουριστικές μετακινήσεις και δαπάνες. Η τυποποίηση των διακοπών, και η πτώση των τιμών ήταν εν μέρει απαραίτητες, ώστε να διευκολύνουν εκείνους με περιορισμένο χρόνο και μικρό διαθέσιμο εισόδημα.

Ωστόσο, εδώ και πολλές δεκαετίες οι αρνητικές συνέπειες του έντονα καταναλωτικού και εμπορικού προτύπου του μαζικού τουρισμού είναι εμφανείς σε πολλούς προορισμούς, έχοντας επηρεάσει έντονα το φυσικό περιβάλλον (τα φυσικά οικοσυστήματα και τους φυσικούς πόρους: έδαφος, χλωρίδα, πανίδα, τοπίο, αέρας, θάλασσα, νερά), το δομημένο περιβάλλον (την αρχιτεκτονική κληρονομιά αλλά και τη δομή, λειτουργία και δυναμική των ανθρώπινων οικισμών), το κοινωνικό περιβάλλον (θεσμούς, ήθη, έθιμα) και το οικονομικό περιβάλλον (τοπική, περιφερειακή και εθνική κλίμακα).

Αποτέλεσμα όλων αυτών, αλλά και ενός γενικότερου ενδιαφέροντος για το περιβάλλον και τον πολιτισμό ήταν η στροφή προς νέα είδη τουρισμού, με κυριότερο αντιπρόσωπο τον οικοτουρισμό. Η απογοήτευση από το άκαμπτο και αδιαφοροποίητο προϊόν του μαζικού τουρισμού, η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση γύρω στη δεκαετία του '80, και η αλλαγή των δημογραφικών χαρακτηριστικών του πληθυσμού, δημιούργησαν ένα νέο τμήμα της τουριστικής αγοράς. Το τμήμα αυτό χαρακτηρίστηκε από τη ζήτηση για νέα, πιο απομακρυσμένα και δυσπρόσιτα μέρη, για δραστηριότητες με βάση την περιβαλλοντική εκπαίδευση και προστασία, και κυρίως από την απομάκρυνση από τους κλασσικούς τουριστικούς προορισμούς και μέρη με μεγάλη πολυκοσμία.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:
ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΜΟΔΑ Ή ΑΝΑΓΚΗ;**



4.1. Η ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΡΧΩΝ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΩΝ ΚΑΙ Ο ΣΚΕΠΤΙΚΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟ

Το να επιχειρήσει κάποιος να δώσει έναν ορισμό για τον οικοτουρισμό που να μπορεί να εφαρμοστεί παντού θα αποβεί μάταιο. Ίσως να είναι δυνατό, ωστόσο, να χρησιμοποιηθεί ο πιο αρμόζοντας ορισμός για δεδομένες περιστάσεις. Το πρόβλημα που προκύπτει τότε είναι το πώς τα αποτελέσματα διαφορετικών ερευνών αγοράς μπορούν να συγκριθούν, όταν η κάθε έρευνα χρησιμοποιεί διαφορετικό ορισμό. Ο μόνος τρόπος για να αποφευχθεί αυτό το πρόβλημα είναι να υιοθετηθεί ένας κοινός ορισμός. Δημιουργείται έτσι ένας φαύλος κύκλος που δεν φτάνει ποτέ σε κάποια λύση. Και είναι λογικό να ισχύει κάτι τέτοιο, καθώς πώς είναι δυνατόν να τοποθετηθούν κάτω απ' το ίδιο πρίσμα άνθρωποι με διαφορετική κουλτούρα, διαφορετικών οικονομικών και κοινωνικών επιπέδων, με άλλες ανάγκες, συνήθειες και αρχές.

Το λάθος που γίνεται είναι ότι συνήθως γίνονται προτάσεις για τον οικοτουρισμό χωρίς μια εκτενή θεωρητική απεικόνιση, δημιουργώντας έτσι ανατροπές του τύπου που περιγράφεται από τον Pigram (1980: Hjalager A., 1996): «Πολιτικές οι οποίες αξίζουν τον κόπο και χρόνο μπορούν να ενστερνιστούν, ακόμα και να εφαρμοστούν τυπικά από διευθύνοντα πρακτορεία, παρ' όλαυτά κρύβουν αξεπέραστα εμπόδια όταν γίνονται προσπάθειες υλοποίησής τους. Προβλήματα εμφανίζονται, όχι τόσο κατά την λήψη αποφάσεων για το τί θα πρέπει να γίνει, αλλά κατά τη διαδικασία εφαρμογής των αποφάσεων αυτών».

Πράγματι, σύμφωνα με αυτά που μέχρι τώρα έχουν αναφερθεί, ο οικοτουρισμός εμπεριέχει κατά βάση τρία στοιχεία ή διαστάσεις. Ο οικοτουρισμός:

- Βασίζεται στη φύση
- Παρέχει περιβαλλοντική εκπαίδευση και
- Έχει βιώσιμη διαχείριση

Αυτή η άποψη συμφωνεί με εκείνη του Buckley (1994: Blamey R., 1997), ο οποίος κάνει λόγο για περιοριστική έννοια του οικοτουρισμού, στην οποία ο βασισμένος στη φύση οικοτουρισμός, περιβαλλοντικά εκπαιδευμένος, με βιώσιμη διαχείριση και υποστηρικτής της συντήρησης ενώ υποστηρίζει ότι λόγω αυτής της εννοιολογικής στενότητας, τίθεται ένα σοβαρό θέμα λειτουργικότητας των ορισμών αυτών, εφαρμογής τους δηλαδή στην πραγματικότητα της οικοτουριστικής βιομηχανίας.

Σχετικά με τις τρεις αυτές διαστάσεις, τίθενται κάποια σοβαρά ερωτήματα για την δυνατότητα εφαρμογής τους, τα οποία αναλύονται εκτενώς απ' τον Buckley (1994: Blamey R., 1997):

1^η διάσταση-Βασίζεται στη φύση: Σε ότι αφορά την πρώτη διάσταση του οικοτουρισμού, ανακύπτουν ερωτήματα ως προς από τι αποτελείται μια εμπειρία που βασίζεται στη φύση. Η βόλτα με το αυτοκίνητο μέσα σε μια δασωμένη περιοχή μετράει ως βασισμένη στη φύση, ή πρέπει ο οδηγός να σταματήσει στην άκρη και να πάει μια βόλτα; Το να απαιτούμε από τον οικοτουρισμό να λαμβάνει χώρα σε προστατευόμενες περιοχές είναι ανώφελα περιοριστικό, και έρχεται σε αντίθεση με ένα σημαντικό όφελος της οικοτουρισμικής δραστηριότητας: την προώθηση της συντήρησης των μη-προστατευόμενων περιοχών. Ένας λειτουργικός ορισμός του οικοτουρισμού θα απαιτήσει να τραβήξουμε μια γραμμή διαχωρισμού. Δεν μπορούν να αποφευχθούν οι υποκειμενικές αποφάσεις .

2^η διάσταση-Περιλαμβάνει την εκπαίδευση: Σε ότι αφορά το δεύτερο, εκπαιδευτικό συστατικό του οικοτουρισμού, ανακύπτει δυσκολία στο να καθιερώσουμε εάν μια συγκεκριμένη δραστηριότητα βασιζόμενη στη φύση εμπλέκει ένα σημαντικό εκπαιδευτικό ή ερμηνευτικό συστατικό .

Η γεωγραφική απομόνωση της Αυστραλίας συνεπάγεται ότι οι τουρίστες θα πάνε εκεί πιθανότατα για να δουν μοναδικά αξιοθέατα, όπως τα καγκουρώ , τα κοάλα, κλπ.Οι άνθρωποι σίγουρα θα μάθουν από τέτοιες εμπειρίες, ακόμη και εάν αυτό δε σημαίνει τίποτε περισσότερο από ένα απλό τσίμα του καγκουρώ ή κοιτώντας στα μάτια έναν καρχαρία. Άραγε μια τέτοια αλληλεπίδραση και μάθηση μπορεί να ονομαστεί «οικοτουρισμός»; Πως τίθεται καλύτερα σε λειτουργία η εκπαιδευτική διάσταση;

3^η διάσταση-Το συστατικό της βιωσιμότητας: Η τρίτη διάσταση του οικοτουρισμού σχετίζεται με θέματα που ανήκουν στην κατηγορία της οικολογικής βιωσιμότητας , και κυρίως τις θετικές και αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού στις τοπικές κοινότητες και το φυσικό περιβάλλον. Ωστόσο, σε λίστα με περισσότερα από 60 κίνητρα όπως ταξινομούνται από τον Eagles κανένα δεν φαίνεται να αναφέρεται σε θετικές ή αρνητικές πολιτισμικές ή περιβαλλοντικές επιπτώσεις και η διάσταση αυτή φαίνεται να μην αποτελεί το κύριο κίνητρο για τις οικοτουρισμικές εμπειρίες.

Έτσι, υπάρχουν μια σειρά από παράγοντες που καθιστούν την αναγνώριση των οικοτουριστών ή τις οικοτουριστικές δραστηριότητες δύσκολες σε μελέτες έρευνας αγοράς, όπου τα ερωτηματολόγια, τα γκρουπ εστίασης και τα λοιπά εμπλέκονται. Δυσκολίες προκύπτουν κατά κύριο λόγο εξαιτίας της πολυπλοκότητας της φύσης των ορισμών, και το γεγονός ότι η κάθε μία απ' τις διαστάσεις που αναφέρθηκαν πριν αντιπροσωπεύει ένα διαρκές πιθανοτήτων.

Ανάμεσα στην πληθώρα ορισμών που προσφέρει η οικοτουριστική βιβλιογραφία, υπάρχει μια τάση να προσδιορίζεται ο οικοτουρισμός σε αναφορά με την δραστηριότητα που ασχολείται ο οικοτουρίστας. Ωστόσο, αυτή η προσέγγιση δεν λαμβάνει υπόψη της τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις στην τουριστική δραστηριότητα ή τις αξίες και τα κίνητρα των συμμετεχόντων τουριστών. Η πρόταση να ενσωματωθούν η φιλοσοφία και η ηθική δεν είναι καινούρια. (Acott T., Trobe H. & Howard S., 1998). Υπάρχουν πολλά προβλήματα στην προσπάθεια να οριστεί ο οικοτουρισμός αν δεν δωθεί προσοχή στις υπαθάμπουσες φιλοσοφικές και ηθικές αρχές. Παρόλο που υπάρχει μια ευρύτερη συζήτηση σε ότι αφορά τις επιπτώσεις που έχει το περιβάλλον στις στάσεις και τη συμπεριφορά των ανθρώπων, δεν υπάρχει λόγος η γεωγραφική τοποθεσία ενός ατόμου για παράδειγμα να αποτελεί καθοριστικό παράγοντα των περιβαλλοντικών αξιών του. Είναι αρκετά πιθανό άτομα να γίνονται οικοτουρίστες σε μη οικοτουριστικές τοποθεσίες και αντίστροφα να γίνονται μη-οικοτουρίστες σε μια οικοτουριστική τοποθεσία (Acott T., Trobe H. & Howard S., 1998).

Σχετικά με την βιωσιμότητα που πρέπει να διέπει τις οικοτουριστικές δράσεις, αυτή κυρίως βασίζεται στην φέρουσα ικανότητα των κοινωνικών και φυσικών συστημάτων (Lindberg και Hawkins 1993, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού-WWF Ελλάς, 2000: Χοβαρδός T., 2004). Η «φέρουσα ικανότητα» μιας περιοχής για την οικοτουριστική της ανάπτυξη ισοδυναμεί με τον μέγιστο δυνατό αριθμό χρηστών που μπορούν να εξυπηρετηθούν, χωρίς να υπονομευτεί το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον του προορισμού. Στην περίπτωση του οικοτουρισμού, η φέρουσα ικανότητα συνιστά μια ποσοτική εκτίμηση της σχετικής διακινδύνευσης: η ορθολογικά υπολογισμένη εκτίμηση περιστελλει τις πιθανότητες υπέρβασης εκείνου του ορίου πέρα από το οποίο θα προκληθούν μη αναστρέψιμες ζημιές. Ωστόσο, κατά γενική ομολογία, το μέγεθος «φέρουσα ικανότητα» προσδιορίζεται δύσκολα, γιατί η συγκεκριμένη έννοια είναι πολυδιάστατη και θεωρείται ως ένα βαθμό ασαφής (Ceballos-Lascurain 1996, Lindberg et al. 1996, McArthur 2000: Χοβαρδός T., 2004). Αυτός είναι ακόμα ένας λόγος που ο οικοτουρισμός αμφισβητείται πλέον ως προς την φιλική προς το περιβάλλον υπόστασή του και αποδεικνύεται έτσι το πόσο δύσκολη είναι η εφαρμογή οποιουδήποτε ορισμού του οικοτουρισμού στην πραγματικότητα (Χοβαρδός T., 2004).

Η σύγχυση γύρω απ' τον ορισμό του οικοτουρισμού και η απομάκρυνση της θεωρίας απ' την πραγματικότητα οφείλεται επίσης στην χρήση του ίδιου του όρου οικοτουρισμός με τόσο διαφορετικούς τρόπους, τóσους ώστε δεν είναι ανάγκη να αναφέρεται πάντα σε μια δραστηριότητα που να είναι περιβαλλοντικά ήπια. Για παράδειγμα, μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν όρος του μάρκετινγκ προκειμένου να

πουληθούν προϊόντα που συγκλίνουν στο μαζικό τουρισμό ή που προκαλούν περιβαλλοντική και πολιτισμική αποσάθρωση. Οι άνθρωποι ενδέχεται να ενθαρρυνθούν να επισκεφθούν θεαματικές απομονωμένες περιοχές στα βουνά, κάτι που μπορεί να παρέχεται όμως με δυτικά πρότυπα υπηρεσιών, έχοντας ως αποτέλεσμα περιβαλλοντικά προβλήματα. Για παράδειγμα, ο όρος οικοτουρισμός δεν διαχωρίζει ανάμεσα σε:

1. Μια μεγάλη ομάδα ανθρώπων σε διακοπές για παρακολούθηση πουλιών, φθάνοντας στον προορισμό τους με αεροσκάφος, διαμένοντας σε πολυτελή ξενοδοχεία, και αναμένοντας μια εμπειρία με δυτικά πρότυπα
2. Έναν χαμηλών τόνων οικοταξιδιώτη, με σάκο στην πλάτη, ο οποίος επιδιώκει μια ελάχιστη αποκόμιση εμπειρίας.

Αυτά τα υποθετικά παραδείγματα αποδεικνύουν ότι ο οικοτουρισμός μπορεί να αναφέρεται σε μια ευρεία γκάμα δραστηριοτήτων οι οποίες μπορεί να έχουν διαφορετικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις και να προσελκύουν άτομα με διαφορετικές αξίες και κίνητρα (Acott T., Trobe H. & Howard S., 1998).

Το ότι η έννοια του οικοτουρισμού έχει γίνει αντικείμενο συζητήσεων και διαμάχων οφείλεται ακόμα σε μεγάλο βαθμό και στο ότι ο ίδιος ο οικοτουρισμός είναι απόρροια διαφορετικών συμφερόντων με διαφορετικές προοπτικές. Συγκεκριμένα, διαφορές προοπτικές έχουν υιοθετηθεί από:

1. Επιστημονικούς και μη κυβερνητικούς οργανισμούς
2. Οργανισμούς παροχής βοήθειας
3. Αναπτυσσόμενες χώρες και
4. Την ταξιδιωτική βιομηχανία και το κοινό των τουριστών.

Ο Honey (1999: Blamey R., 2001) παρατηρεί ότι σχεδόν ταυτόχρονα αλλά για διαφορετικούς λόγους οι θεωρητικές αρχές του οικοτουρισμού άρχισαν να διαμορφώνονται μέσα σε αυτές τις τέσσερις περιοχές, δημιουργώντας μια διαφορετική άποψη του οικοτουρισμού από εκείνη που υπήρχε αρχικά (Blamey R., 2001).

Απ' τις περιοχές μέσα στις οποίες διαμορφώθηκε η σημερινή έννοια του οικοτουρισμού που αναφέρθηκαν πριν, η ταξιδιωτική βιομηχανία κατάχει ένα πολύ μεγάλο ποσοστό ευθύνης, με βασικότερους υπευθύνους τους tour operators και την ευρύτερη βιομηχανία προώθησης τουριστικών προϊόντων αλλά και άλλες τουριστικές επιχειρήσεις σε τόπους προορισμού. Έτσι, το φάσμα της γλώσσας που χρησιμοποιείται στο μάρκετινγκ ποικίλλει από την οικο-πώληση προς προοπτικές προσανατολισμένες στις αξίες και τείνει να παραλληλίζει το εύρος των κινήτρων των μετόχων που εμπλέκονται στην προμήθεια του οικοτουριστικού προϊόντος (διάγραμμα

4.1.1.). Για παράδειγμα, σε μια οικοτουριστική διαφήμιση η οποία συντάχθηκε από την Co-op America (1991: Wight P., 1993) περιέχονται κατά το ήμισι οι οικοτουριστικές εκφράσεις.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.1.1.: ΦΑΣΜΑ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑΙ ΣΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΜΗ-ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΕΣ, ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΕΝΕΣ ΣΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ, ΦΡΑΣΕΙΣ

Προσανατολισμένες στην οικοπώληση

- Εμείς απλά προσφέρουμε την καλύτερη και μεγαλύτερη ποικιλία του «κλασσικού και ασυνήθιστου».
- Οικολογικές εκδρομές στα τροπικά δάση
- Οικονομικό ταξίδι σε προορισμούς που δεν είναι τουριστικοί
- Περιοχές που συνήθως είναι παραμελημένες από τις τουριστικές μάζες
- Προορισμοί που δεν πειράζονται από τον μαζικό τουρισμό
- Πέρα από την περπατημένη οδό

Γενική Γλώσσα

- Περιβαλλοντική επίγνωση , αυτό –ανακάλυψη και προσωπική ανταλλαγή με εξωτικούς προορισμούς ή περιπέτειες σε κλασσικούς προορισμούς
- Οικολογικά ευαίσθητη
- Περιβαλλοντικά φιλικό
- Ευαίσθητο και για το φυσικό περιβάλλον και για τον τοπικό πληθυσμό
- Περιπέτειες για έναν υπεύθυνο ταξιδιώτη
- Βιώσιμη οικολογική εξέλιξη
- Άνθρωποι που έχουν επίγνωση από εκδρομές στη φύση
- Ταξίδια στη φύση

Προσανατολισμένες στην επιστήμη

- Μια βδομάδα εθελοντική δουλειά
- Να επισκεπτείτε το φυσικό περιβάλλον ενώ βοηθάτε να διατηρηθεί.
- Μερικά ταξίδια εμπεριέχουν ταξιδιώτες σε πρότζεκτ συντήρησης
- Επιστημονικές αποστολές
- Πρότζεκτ αποκατάστασης

Προσανατολισμένες στις αξίες

- Μικρές ομάδες (8-10)
- Μέγιστο μέγεθος ομάδας 12
- Τοπικά ιδιόκτητα ξενοδοχεία
- Δωρίζει το 1% των κερδών σε περιβαλλοντικές ομάδες
- Γυναίκες και αυτόχθονες επιχειρήσεις
- Υποστήριξη της τοπικής οικονομικής ανάπτυξης
- Ο οδηγός σας είναι λάτρης της φύσης.

ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΕΣ, ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΕΝΕΣ ΣΤΙΣ ΑΞΙΕΣ, ΦΡΑΣΕΙΣ

ΠΗΓΗ: Wight P., 1993

Ο βαθμός στον οποίο οποιαδήποτε εταιρία υιοθετεί περιβαλλοντικά υπεύθυνη δράση ή ασχολείται με το περιβαλλοντικό μάρκετινγκ, μπορεί να κυμαίνεται ανάμεσα σε τρεις 3 στάσεις: ισορροπία, οικο-εκμετάλλευση ή αμέλεια. Μερικοί διοργανωτές έχουν παράγει

επιφανειακές αλλαγές στα προϊόντα τους. Από την άλλη πλευρά, οι διοργανωτές μπορεί να είναι δεσμευμένοι σε περιβαλλοντικά υπεύθυνες πράξεις, αλλά αποτυγχάνουν να βγάλουν στην αγορά και την νόμιμη χαρακτηριστικότητα των προϊόντων τους (Wight P., 1993).

Πέρα απ' την θεωρητική ανάλυση των προβλημάτων και η πραγματικότητα προσφέρει πλούσια παραδείγματα της μεγάλης δυσκολίας μέτρησης του οικοτουρισμού εκεί όπου συμβαίνει, εφαρμογής των αρχών του, προσδιορισμού ενός εννιαίου τύπου οικοτουρίστα, κλπ. Πράγματι, ομάδες ανθρώπων ίσως να θελήσουν κάποια στιγμή στη ζωή τους να επισκεφθούν οικοτουριστικές τοποθεσίες. Για παράδειγμα, στην περιοχή του Annapurna circuit στο Nepal μπορεί κάποιος να συναντήσει ένα μεγάλο αριθμό trekkers, πολλοί απ' τους οποίους όμως δεν συμπεριφέρονται με τρόπο που να σηματοδοτεί επίγνωση του περιβάλλοντος. Για παράδειγμα, πολλοί άνθρωποι εξακολουθούν να αγοράζουν νερό σε πλαστικά μπουκάλια παρά τις προσπάθειες του Annapurna Conservation Area Project να ανατρέψει αυτή την τάση. Αυτά τα μπουκάλια δεν είναι ανακυκλώσιμα και επομένως δημιουργούν πρόβλημα απορριμμάτων. Παρόλο που μερικοί από αυτούς τους τουρίστες ίσως να χαρακτηρίζονται από αυθεντικό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον, αυτό θυμίζει περισσότερο μια μορφή εγωτουρισμού παρά οικοτουρισμού (Acott T., Trobe H. & Howard S., 1998).

Είναι συνεπώς δύσκολο να συλλογιστεί κάποιος το θέμα «τύποι οικοτουρισμού», ακόμα κι αν γνωρίζει τον πλήρη ορισμό του ή έχει κατανοήσει ακριβώς το τι είναι πραγματικά ο οικοτουρισμός. Άραγε αποτελεί το σαφάρι μια οικοτουρισμική εμπειρία λόγω του ότι εμπρικλείει και το επιμορφωτικό συστατικό και το κυνήγι της άγριας ζωής; Ομοίως, τι γίνεται στην περίπτωση που μια τουριστική εκδρομή, παρόλο που έχει τις καλύτερες προθέσεις, βλάπτει το φυσικό περιβάλλον από καθαρή άγνοια; Υπάρχουν τόσοι πολλοί ορισμοί του οικοτουρισμού και τόσες εργασίες που συζητούν αυτούς τους ορισμούς έτσι ώστε η ανασκόπηση όλων των ορισμών θα κατέληγε ακόμη και ενοχλητική (Blamey R., 2001).

Γίνεται αντιληπτό το γεγονός ότι παρόλο που έχει υπάρξει κάποιος βαθμός ομοφωνίας υπέρ των περιοριστικών ορισμών του οικοτουρισμού, διαφεύγει ένας λειτουργικός ορισμός. Αυτό που χρειάζεται είναι ένας ορισμός που να είναι και έγκυρος και λειτουργικός. Ο Buckley δηλώνει ότι «πρέπει να ορίσουμε τον οικοτουρισμό με τέτοιο τρόπο που θα διευκολύνει τους ερευνητές να υπολογίσουν την αναλογία όλων των τουριστών που είναι οικοτουρίστες» ενώ σημειώνει ότι «ένας ακριβής ορισμός του οικοτουρισμού είναι ίσως περιττός εκτός και εάν ο όρος πρόκειται να χρησιμοποιηθεί

σε νομικά ή διοικητικά έγγραφα, όπως ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη οργάνων ελέγχου ή καθοδηγητικές γραμμές για φορείς χρηματοδότησης». Κανένας ορισμός, συνεπώς, και καμία προσπάθεια εννοιολογικής τοποθέτησης του οικοτουρισμού δεν μπορεί να προχωρήσει πέρα απ' τη θεωρία. Η πραγματικότητα είναι πολύ πιο περίπλοκη και εμπεριέχονται παράγοντες, αστάθμητοι και μη, που κάνουν αδύνατη την μελέτη του οικοτουρισμού βάσει συγκεκριμένων, περιοριστικών ορισμών.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

4.2. Η ΑΝΟΜΟΙΟΓΕΝΕΙΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ Η ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

4.2.1. ΠΟΣΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΕΙΝΑΙ ΤΕΛΙΚΑ ΟΙ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΕΣ;

Υπάρχουν πολλοί άνθρωποι που κατά τη διάρκεια της καθημερινής ζωής τους προσπαθούν να ζήσουν περιβαλλοντικά βιώσιμα στυλ ζωής. Για αυτήν την ομάδα ανθρώπων, τα ταξίδια μπορεί να σημαίνουν πολύ περισσότερα από απλά μια δραστηριότητα αναψυχής. Ίσως να αποτελούν κομμάτι ενός ευρύτερου φιλοσοφικού στοχασμού που αφορά τη φύση και τον εαυτό τους. Μπορεί να εμπλέκεται η προσπάθεια να βρεθούν απαντήσεις σε πολλά από τα προβλήματα που βιώνει κανείς όταν ζει σε μια δυτική, βιομηχανοποιημένη χώρα. Παρόλο που οποιαδήποτε ταξιδιωτική εμπειρία κατά πάσα πιθανότητα να τροποποιήσει τις στάσεις της ζωής κατά κάποιον τρόπο, είναι πιθανόν ότι θα εξακολουθήσουν να ισχύουν, και οι ταξιδιώτες θα συνεχίσουν να αναπτύσσουν τη δική τους περιβαλλοντική επίδραση ενόσω ταξιδεύουν. Οι πιθανότητες να μετατραπούν σε οικο-χούλιγκανς απλά επειδή ξεφεύγουν από την φυσιολογική τους ζωή είναι πολύ λίγες. Ένα άτομο που ταξιδεύει σύμφωνα με μια βαθύτερη περιβαλλοντική συνείδηση θα συνεχίσει να επιδιώκει ένα βιώσιμο στυλ ζωής άσχετα από την τοποθεσία. Για παράδειγμα, ένα άτομο μπορεί να βρίσκεται στο κέντρο μιας μολυσμένης πόλης με κυκλοφοριακή συμφόρηση αλλά αποφασίζει να αποφύγει τη μετακίνηση με όχημα και να περπατήσει παρά να συμβάλει στο πρόγραμμα. Αυτό το άτομο επιδεικνύει τις ενέργειες του οικοτουρίστα χωρίς να βρίσκεται σε μια καθορισμένη οικοτουριστική τοποθεσία (Acott T., Trobe H. & Howard S., 1998).

Ωστόσο, το προφίλ του οικοτουρίστα που περιγράφεται παραπάνω αποτελεί ένα μικρό μόνο ποσοστό της ευρύτερης οικοτουριστικής αγοράς. Παρόλο που οι επισκέπτες σε οικοτουριστικούς προορισμούς μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως οικοτουρίστες, αποτελούν μια ευρεία ποικιλία δημογραφικών χαρακτηριστικών, προσωπικού ιστορικού, κινήτρων και ταξιδιωτικών προτιμήσεων (Boyd & Butler, 1996; Burton, 1998; Wight, 1994; Clifton J. & Galley G., 2003) αλλά κυρίως παρουσιάζουν πολύ διαφορετικά επίπεδα οικολογικής συνείδησης και φιλικής προς το περιβάλλον συμπεριφοράς.

Λόγω της αμφίβολης αυτής ομοιογένειας και γνήσιας περιβαλλοντικής συνείδησης των οικοτουριστών, ή καλύτερα των καταναλωτών οικοτουριστικών πακέτων, καθώς και εξαιτίας της προσπάθειας των τουριστικών γραφείων να απευθυνθούν σε ολοένα και μεγαλύτερο κομμάτι της τουριστικής αγοράς, ο οικοτουρισμός θεωρείται από πολλούς σαν μια επιφανειακή προσπάθεια της ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης των τουριστών με σκοπό το κέρδος. Για παράδειγμα, σε μια οικοτουριστική ξενάγηση το περιεχόμενό της περιορίζεται σε περιγραφές ειδών-συμβόλων της χλωρίδας και της πανίδας των προστατευόμενων περιοχών, χωρίς να δίνεται έμφαση στη διαλεκτική σχέση των ανθρώπινων κοινωνιών με τη φύση. Αυτό που γίνεται είναι μια συμβολική ευαισθητοποίηση στη βάση ενός σκηνοθετημένου θεάματος. Συνεπώς, κάθε προστατευόμενη περιοχή καταλήγει να είναι το άλλοθι του κατοίκου της πόλης (Χοβαρδός Τ., 1999: Χοβαρδός Τ., 2004). Ο επισκέπτης, τρομοκρατημένος από τα καταστροφολογικά μηνύματα που δέχεται από παντού για την τύχη της φύσης, φτάνει στην προστατευόμενη περιοχή όπου βλέπει και ακούει όλα όσα καταστρέφονται: τις λίμνες, τα δάση, τα πουλιά, τα όμορφα τοπία. Εκείνη τη στιγμή τα μηνύματα καταστροφής καταρρέουν και επιστρέφει στην πόλη συνεχίζοντας να έχει τα ίδια πρότυπα συμπεριφοράς.

Όσον αφορά δε τους οικοτουρίστες, αυτοί επισκέπτονται διαρκώς προστατευόμενες περιοχές, για να επαληθεύσουν τη διατήρηση του «άθικτου» φυσικού περιβάλλοντος, γεγονός που δίνει παράταση στα σημερινά καταναλωτικά πρότυπα (Χοβαρδός, 1999: Χοβαρδός Τ., 2004), ενώ η διάδοση των προστατευόμενων περιοχών ως τουριστικών προορισμών και σε άλλους είναι η διάδοση αυτού ακριβώς του μηνύματος. Ο επισκέπτης διαδίδει το άλλοθι που απαιτείται, προκειμένου να μην αναγκαστεί να αλλάξει καθόλου τα πρότυπα συμπεριφοράς του και να συνεχίσει να καταναλώνει την φύση που του χρειάζεται, όταν του χρειάζεται και στην ποσότητα που τη χρειάζεται, ένας φαύλος κύκλος, συνεπώς, που οδηγεί στην υιοθέτηση μιας «βολικής», «διαιτητικής» μορφής οικολογίας, μιας οικολογίας light (Πάντης και άλλοι, 1996: Χοβαρδός Τ., 2004).

Παλιές έρευνες είχαν συνδέσει τις περιβαλλοντικές ανησυχίες με τον οικοτουρισμό. Τα αποτελέσματα, ωστόσο, της έρευνας των R. K. Blamey and V. A. Braithwaite (1997), για την κατηγοριοποίηση βάσει των κοινωνικών αξιών της Αυστραλιανής οικοτουριστικής αγοράς, έδειξε πως η πλειοψηφία των οικοτουριστών δεν έχουν ιδιαίτερα «πράσινες» αξίες. Ανάλογα συμπεράσματα προέκυψαν και απ' την έρευνα του Mehmetoglu (2005α), όπου αντίθετα με την μέχρι τότε υπόθεση ότι τα κίνητρα και οι δραστηριότητες συνδέονταν με το ότι το ίδιο το ταξίδι καθόριζε την επιλογή των

δραστηριοτήτων σε αυτό, εδώ αποδείχθηκε ότι σε σχέση με τον παράγοντα «φύση» το γκρουπ που ήταν προσανατολισμένο προς τη φύση δεν διέφερε σημαντικά ούτε από το γκρούπ που ήταν προσανατολισμένο στον πολιτισμό και την ψυχαγωγία ούτε από εκείνο των χαμηλών τόνων δραστηριοτήτων.

Σχετικά με την οικοτουριστική αγορά της Βορείου Αμερικής και της Αυστραλίας, πιο συγκεκριμένα, ένας μεγάλος αριθμός από μελέτες τονίζουν το γεγονός ότι το προφίλ των πιθανών οικοτουριστών τείνει να είναι ευρύτερο από το προφίλ των πραγματικών οικοτουριστών. Οι Blamey και Hatch δηλώνουν (Wight P., 2001) ότι καθώς ο οικοτουρισμός γίνεται περισσότερο εξιδεικευμένος, το προφίλ των συμμετεχόντων γίνεται στενότερο και λιγότερο αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού. Υπάρχει μια σημαντική εννοιολογική διαφορά ανάμεσα στους οικοτουρίστες που είναι ελεύθεροι και ανεξάρτητοι ταξιδιώτες και εκείνοι που πηγαίνουν σε ομαδικές περιοδείες. Οι μελέτες τείνουν να εξετάζουν όλους τους επισκέπτες σε ένα προορισμό με αποτέλεσμα να προκύπτουν σημαντικά λάθη στον εντοπισμό και προσδιορισμό της οικοτουριστικής αγοράς.

4.2.2. ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΒΑΣΕΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΤΟΥΣ ΣΥΝΕΙΔΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ

Όσο μεγάλη είναι η ποικιλία των ορισμών για τον οικοτουρισμό, τόσο μεγάλη είναι και η ποικιλία από ταξιδιωτικούς πράκτορες που έχουν υιοθετήσει την ταμπέλα του οικοτουρισμού με διαφορετικές ερμηνείες για το τι σημαίνει κάθε φορά. Λογικό επακόλουθο της ασυνεπούς αυτής χρήσης του όρου είναι ότι το επίπεδο της αφοσίωσης του τουρίστα στην εμπειρία σε σχέση με τη σωματική προσπάθεια, το επίπεδο ενδιαφέροντος στο φυσικό θέλγητρο και το επίπεδο της οικολογικής συνείδησης ποικίλουν. Έτσι, ένας σκληρός οικοτουρίστας είναι προετοιμασμένος και μπορεί ακόμη και να επιθυμεί να ζει, έχοντας τα βασικά, με λίγες ανέσεις και να ταξιδεύει σε δύσκολες περιστάσεις για μεγάλες περιόδους μέσα σε μια άγρια φύση προκειμένου να τη βιώσει στο έπακρο. Ο μαλακός οικοτουρίστας δείχνει τυχαίο ενδιαφέρον στο φυσικό θέλγητρο και επιθυμεί να βιώσει αυτή την εμπειρία σε ένα επιφανειακό επίπεδο (Orams M., 2001), αποδुकνεύεται δε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των οικοτουριστικών προϊόντων καταναλώνονται τελικά από αυτούς τους επιφανειακούς οικοτουρίστες των οποίων η μη-οικολογική συμπεριφορά κατά τη

διάρκεια της παραμονής τους σε έναν προορισμό μπορεί και να αποβεί καταστρεπτική για το τοπικό περιβάλλον και την κοινωνία.

Ο διαχωρισμός των οικοτουριστών σε «σκληρούς» και «μαλακούς» υποστηρίχθηκε επίσης και απ' τον Weaver (2005), ο οποίος ωστόσο τους κατέταξε πιο κοντά και έδωσε έναν πιο επιεική ορισμό στους ήπιους οικοτουρίστες. Έτσι παρατήρησε ότι ο ιδανικός σκληρός τύπος περιέχει μικρότερο αριθμό τουριστών οι οποίοι είναι περιβαλλοντικά ενήμεροι, και επισκέπτονται την άγρια φύση ή προορισμούς άγριας φύσης μόνο εάν υπάρχουν διαθέσιμες πληροφορίες. Αυτοί ξεκινάνε σχετικά μεγάλα και ειδικευμένοι ταξίδια τα οποία είναι σωματικά και νοητικά πνευματικά, και εμπειρεύουν την επιδίωξη μιας βαθύτερης αλληλεπίδρασης με το φυσικό περιβάλλον. Η έννοια του σκληρού μοντέλου ως καλός οικοτουρισμός, η οποία υποστηρίζεται και από άλλους ερευνητές, πηγάζει από τα μέσα του '80, ως μορφή εναλλακτικού τουρισμού βασισμένη στη φύση. Το ήπιο μοντέλο οικοτουρισμού απ' την άλλη, σύμφωνα πάντα με τον Weaver, θεωρήθηκε ως μια πιο αρμόζουσα εναλλακτική από τον συμβατικό μαζικό τουρισμό, ο οποίος θεωρήθηκε απ' τους υποστηρικτές του εναλλακτικού τουρισμού σαν μια καταστρεπτική γενικά δύναμη (πίνακας 4.2.1.).

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2.1.: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ «ΣΚΛΗΡΟΥ» ΚΑΙ «ΜΑΛΑΚΟΥ» ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΑΝ ΙΔΑΝΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ

Φάσμα σκληρού οικοτουρισμού	Φάσμα μαλακού οικοτουρισμού
(δραστήριος οικοτουρίστας)	(παθητικός οικοτουρίστας)
Μεγάλης διάρκειας ταξίδια	Σύντομα ταξίδια
Δυνατή περιβαλλοντική αφοσίωση	Μέτρια περιβαλλοντική αφοσίωση
Μικρές ομάδες	Πολύ μεγάλες ομάδες
Βιωσιμότητα βελτίωσης	Βιωσιμότητα σταθερής κατάστασης
Εξειδικευμένα ταξίδια	Ταξίδια με πολλούς σκοπούς
Σωματικά ενεργοί τουρίστες	Σωματικά παθητικοί τουρίστες
Αναμένονται λίγες υπηρεσίες ή και καθόλου	Αναμένονται υπηρεσίες
Δίνεται έμφαση στην προσωπική εμπειρία	Δίνεται έμφαση στην ερμηνεία

ΠΗΓΗ: Lawton & Weaver: Weaver D., 2001

Πιο συγκεκριμένα, στο ένα άκρο, του σκληρού οικοτουρισμού, συναντά κανείς τους δραστήριους οικοτουρίστες, λίγους στον αριθμό, οι οποίοι είναι περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι, παίρνουν μέρος σε μεγάλης διάρκειας εξειδικευμένα ταξίδια,

περιμένουν λίγες υπηρεσίες κατά τη διάρκεια των ταξιδιών αυτών και ζουν άμεσες εμπειρίες μέσα σε φυσικά περιβάλλοντα. Από την άλλη βρίσκεται ο ήπιος οικότουρισμός, όπου συγκαταλέγονται εκείνοι οι οποίοι επιλέγουν σύντομες οικότουριστικές εμπειρίες σαν συστατικό ενός μεγαλύτερου ταξιδιού με πολλούς διαφορετικούς σκοπούς. Οι ταξιδιώτες αυτοί περιμένουν υψηλού επιπέδου ανέσεις και υπηρεσίες και είναι πιο πιθανό να βασίζονται στην ερμηνεία και μεσολάβηση άλλων για να εκτιμήσουν τα σχετικά φυσικά τοπία. Ένας σημαντικός διαχωρισμός είναι ότι οι ήπιοι οικότουρίστες συχνά σχετίζονται με την «σταθερής-κατάστασης βιωσιμότητα», αφήνουν, δηλαδή, την περιοχή στην ίδια κατάσταση που ήταν πριν φτάσουν, ενώ οι δυναμικοί οικότουρίστες υποστηρίζουν την «βιωσιμότητα αναβάθμισης», προσπαθούν δηλαδή να βελτιώσουν την κατάσταση της περιοχής που επισκέπτονται κατά τη διάρκεια της διαμονής τους εκεί, μέσω δωρεών και εθελοντικής εργασίας. Σε θέματα μεγέθους, σκοπού του ταξιδιού και εξάρτησης από τις υπηρεσίες και τις εγκαταστάσεις, είναι φανερό ότι ο ήπιος οικότουρίστας ταυτίζεται σε πολλά σημεία με τον μαζικό τουρίστα.

Όπως πολλές μελέτες δείχνουν έως τώρα, δεν υπάρχει «τυπικός» οικότουρίστας. Υπάρχει ένα φάσμα οικότουριστών, με μεταβαλλόμενα επίπεδα ενδιαφέροντος στον οικότουρισμό και στην σχέση του με τα ταξίδια. Οι Swarbrooke και Horner (1999: Cleaver M., 2002) κατηγοριοποίησαν τους οικότουρίστες σε «αποχρώσεις του πράσινου», ξεχωρίζοντας αυτούς που δεν είναι «καθόλου πράσινοι» αυτούς που είναι «ελαφρώς πράσινοι (οι οποίοι προβληματίζονται για πράσινα θέματα)», τους «βαθείς πράσινους (που επιδεικνύουν πράσινη συμπεριφορά μπιϊκοτάροντας ξενοδοχεία με άσχημο περιβαλλοντικό ιστορικό)» και τους «ολοκληρωτικά πράσινους (που δεν κάνουν διακοπές μακριά απ' το σπίτι έτσι ώστε να μη βλάψουν το περιβάλλον)» (διάγραμμα 4.2.1.).

Σύμφωνα με την παραπάνω ταξινόμηση των τουριστών σε αποχρώσεις του πράσινου των Swarbrooke and Horner (1999: Holden A., 2000), φαίνεται ότι η περιβαλλοντική δέσμευση εκ μέρους των τουριστών επηρεάζεται κατά πολύ από τρεις κύριους παράγοντες:

1. Από την επίγνωση θεμάτων που σχετίζονται με τον τουρισμό και το περιβάλλον
2. Από τις στάσεις προς το περιβάλλον γενικά
3. Από το βαθμό εκπλήρωσης άλλων δεσμεύσεων στη ζωή τους, όπως η οικογένεια ή η απασχόληση.

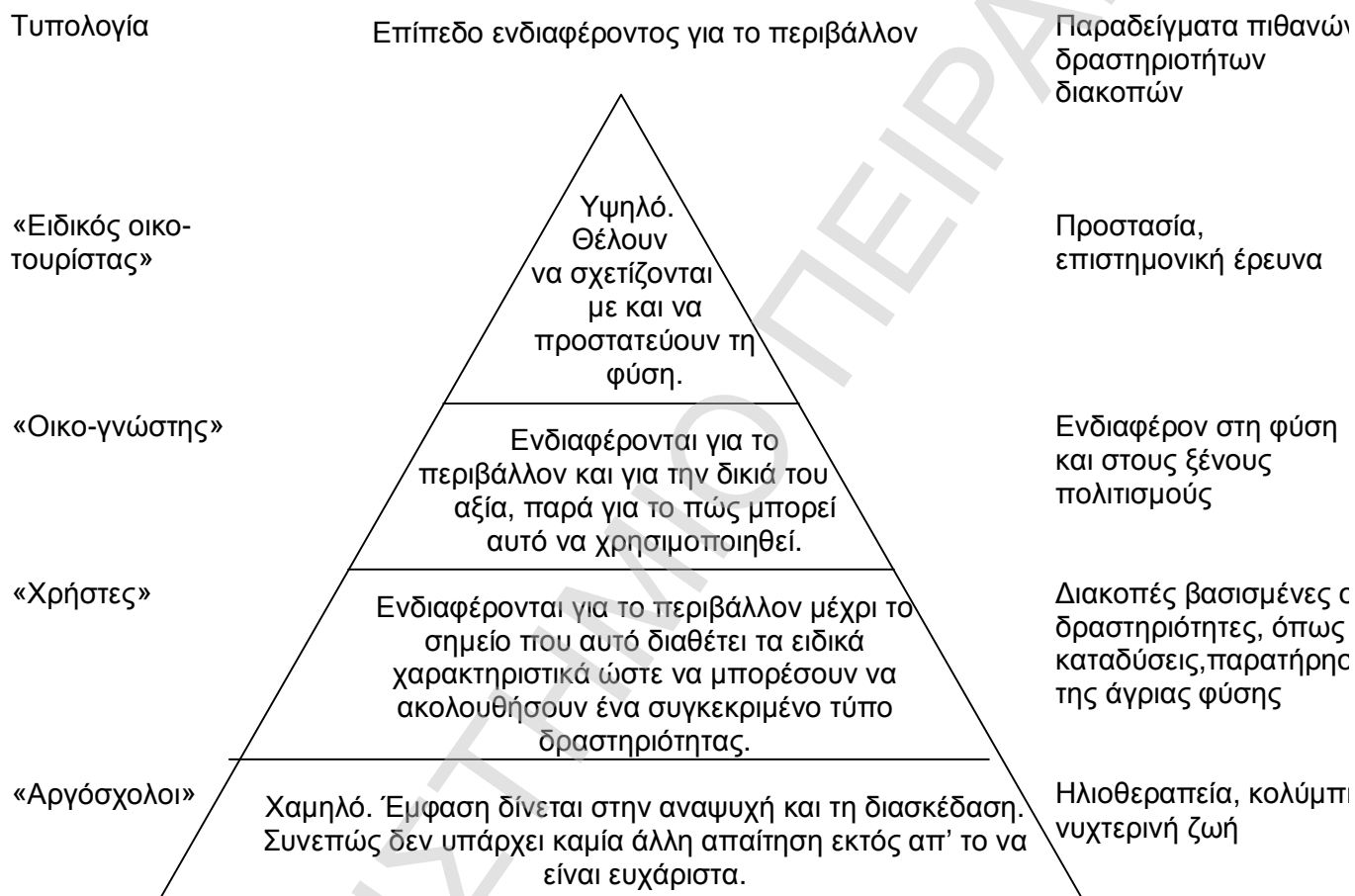
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.2.1.: ΑΠΟΧΡΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΣΤΟΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟ

Καθόλου Πράσινος	Ανοιχτός Πράσινος		Βαθύς Πράσινος	Ολοκληρωτικά Πράσινος		
<p>Διαβάζουν αυτά που γράφουν οι μπροσούρες για πράσινα ζητήματα και βιώσιμο τουρισμό</p>	<p>Σκέφτονται για πράσινα ζητήματα και προσπαθούν για παράδειγμα να μειώσουν την κανονική κατανάλωση νερού σε προορισμούς όπου το νερό είναι λιγосτό</p>	<p>Συνειδητά αναζητούν περισσότερες πληροφορίες για συγκεκριμένα θέματα και προσπαθούν να ασχοληθούν πιο ενεργά με τα θέματα αυτά, συμμετέχοντας για παράδειγμα σε ομάδες πολιτικής πίεσης</p>	<p>Χρησιμοποιούν τα μέσα μαζικής μεταφοράς για να φτάσουν στον προορισμό και να μετακινηθούν εκεί κατά τη διάρκεια των διακοπών</p>	<p>Μποϊκοτάρουν ξενοδοχεία και θέρετρα που δεν έχουν καλή φήμη σε περιβαλλοντικά ζητήματα</p>	<p>Πληρώνουν για να πάνε διακοπές όπου θα δουλέψουν σε προγράμματα προστασίας</p>	<p>Δεν κάνουν διακοπές μακριά απ' το σπίτι καθόλου έτσι ώστε να μην βλάψουν το περιβάλλον με κανένα τρόπο σαν τουρίστες</p>
<p>Καμία θυσία δεν γίνεται λόγω απόψεων</p>	<p>-----></p>	<p>Κάποιες μικρές θυσίες γίνονται λόγω απόψεων</p>	<p>-----></p>	<p>Μεγάλες θυσίες γίνονται λόγω απόψεων</p>		
<p>Ρηχό ενδιαφέρον για όλα τα πράσινα θέματα</p>	<p>-----></p>	<p>-----></p>	<p>-----></p>	<p>Βαθύ ενδιαφέρον για όλα τα πράσινα θέματα Πολύ βαθύ ενδιαφέρον για ένα συγκεκριμένο θέμα</p>		
<p>Μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού</p>	<p>-----></p>	<p>-----></p>	<p>-----></p>	<p>Μικρό ποσοστό του πληθυσμού</p>		

ΠΗΓΗ: Swarbrooke & Horner, 1999: Clifton J. & Galley G., 2003

Ειδικά σε σχέση με τα επίπεδα ενδιαφέροντος για το περιβάλλον, στο διάγραμμα 4.2.2. φαίνεται μια τυπολογία των τουριστών βάσει των επιπέδων αυτών, όπως προτείνεται απ' τον Cleverdon (1999: Holden A., 2000).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.2.2.: ΤΥΠΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΒΑΣΕΙ ΤΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΤΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΤΟΥΣ ΓΙΑ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ



ΠΗΓΗ: Cleverdon, 1999: Holden A., 2000

Απ' την άλλη, ο Οργανισμός Τουρισμού του Queensland (1999: Cleaver M., 2002) εντόπισε έξι χαρακτηριστικά ενός οικοτουρίστα:

1. Οι διακοπές σε φυσικά (παρά αστικά) μέρη
2. Η βαθιά κατανόηση του όρου «οικοτουρισμός» καθώς και του σημείου στο οποίο μπορεί αυτός να εφαρμοστεί στις διακοπές
3. Μία γενική συμπεριφορά απέναντι στη φύση και τον τουρισμό φύσης
4. Συγκεκριμένοι λόγοι για τους οποίους επιλέγει το πού θα κάνει διακοπές, και συγκεκριμένα το ρόλο που παίζει η φύση και οι γνώσεις που μπορεί να αποκτήσει γι' αυτή

5. Το σημείο στο οποίο σχεδιάζει τις διακοπές του και οι πηγές που χρησιμοποιεί για να το κάνει
6. Οι δραστηριότητες που βασίζονται στη φύση, στις οποίες επιδίδεται ενώ βρίσκεται σε διακοπές

Βάσει των χαρακτηριστικών αυτών εξακριβώθηκε με ποιόν από τέσσερις προτεινόμενους τύπους οικοτουρίστα μπορεί να χαρακτηριστεί ένας ταξιδιώτης. Οι «σίγουροι οικοτουρίστες» συμβάδιζαν και με τα έξι στοιχεία, και ενώ οι «πιθανοί οικοτουρίστες» είχαν ένα υποβόσκον ενδιαφέρον για τη φύση και μια τάση να μαθαίνουν γι' αυτή, δεν ασχολούνταν ιδιαίτερα με τον σχεδιασμό ενός ταξιδιού. Οι «ενδεχόμενοι οικοτουρίστες» είχαν προδιάθεση προς ταξίδια στη φύση και διέθεταν μια επαρκή κατανόηση για τον οικοτουρισμό, ωστόσο δεν είχαν αρκετά κίνητρα να ταξιδέψουν με σκοπό την σύνδεσή τους με τη φύση ή το να μάθουν γι' αυτή. Τέλος, οι «μη-οικοτουρίστες» δεν ήταν καθόλου αφοσιωμένοι στα ταξίδια φύσης και διέθεταν μικρή κατανόηση για τον οικοτουρισμό.

Προκειμένου να γίνει διαφοροποίηση ανάμεσα στον οικοτουρισμό ο οποίος αγγίζει τα όρια του μαζικού τουρισμού και στις αυθεντικές προσπάθειες για περιβαλλοντικό τουρισμό, μπορούν ακόμα να χρησιμοποιηθούν οι όροι «βαθύς οικοτουρισμός» και «ρηχός οικοτουρισμός» (Acott T., Trobe H. & Howard S., 1998). Μια σημαντική πλευρά αυτής της προσέγγισης είναι η αναγνώριση ότι υπάρχουν διαφορές ανάμεσα στις αξίες που έχουν οι πιθανοί οικοτουρίστες και στις δραστηριότητες σε οικοτουριστικές τοποθεσίες. Μια θεώρηση των αξιών, των στάσεων και της συμπεριφοράς των ανθρώπων είναι ουσιώδης όταν γίνεται συζήτηση για τις αυθεντικές μορφές του περιβαλλοντικού τουρισμού ή στην προσπάθεια να αναγνωριστούν οι πιθανοί οικοτουρίστες (πίνακας 4.2.2.).

Ο «ρηχός» οικοτουρισμός αντιπροσωπεύει μια ποικιλία από απόψεις οι οποίες κείτονται ανάμεσα στο βαθύ οικοτουρισμό από τη μια πλευρά και τον μαζικό τουρισμό από την άλλη. Εντός του περιβαλλοντικού πλαισίου, ο ρηχός οικοτουρισμός αντιπροσωπεύει τη συνηθισμένη στάση στο περιβάλλον. Η φύση αξιολογείται σύμφωνα με την χρησιμότητά της για τους ανθρώπους. Το περιβάλλον θεωρείται ως μια πηγή που μπορεί να γίνει εκμεταλλεύσιμη ώστε το όφελος του ανθρώπου να μεγιστοποιηθεί. Δεν λαμβάνονται υπόψη οι εσωτερικές αξίες παρόλο που η σημασία των μελλοντικών ανθρώπινων γενιών αναγνωρίζεται. Οι αποφάσεις διαχείρισης αναλύονται υπό ένα ωφελμιστικό, ανθρωποκεντρικό πρίσμα. Η κυρίαρχη αλληγορία για το περιβάλλον, από την οποία απορρέει μια εκμεταλλευτική τάση, είναι εκείνη της μηχανής. Η επίγνωση της φύσης επιτυγχάνεται μειώνοντάς την στα συστατικά μέρη

της. Υπάρχει μια γενική υποψία για μια συμμετοχική δημοκρατία, μια άποψη που υποστηρίζει ότι η λήψη αποφάσεων στον οικοτουρισμό οφείλει να αφεθεί στα χέρια των ειδικών και μόνο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2.2.: Η ΣΧΕΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΥΠΟΛΟΓΙΩΝ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΕ ΤΟΝ ΒΑΘΥ/ΡΗΧΟ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟ

Βασική παραπομπή	Βαθύς οικοτουρισμός		Ρηχός οικοτουρισμός	Μαζικός τουρισμός
O' Riordan (1981), Pepper (1988)	Οικοκεντρισμός		Τεχνοκεντρισμός	
Pepper (1996), O' Riordan (1989)	Γιανισμός	Κομουναλισμός	Προσαρμογή	Παρέμβαση
Pepper (1984)	Βαθείς Οικοτουρίστες	Αυτοπεποίθηση, Ήπιοι τεχνολόγοι	Περιβαλλοντικοί Διαχειριστές	Κορνοουκοπιανοί
Dunlap & Van Liere (1978), Milbrath (1985)	Νέο Περιβαλλοντικό Πρότυπο		Δεσπόζον Κοινωνικό Πρότυπο	
Naess & Rothenburg (1989)	Βαθεία Οικολογία		Ρηχή Οικολογία	
Pearce (1993), Tumer et al. (1994)	Πολύ Δυνατή Βιωσιμότητα	Δυνατή Βιωσιμότητα	Ελαφριά βιωσιμότητα	Πολύ Ελαφριά βιωσιμότητα

ΠΗΓΗ: Acott T., Trobe H. & Howard S., 1998

Σε μερικές περιπτώσεις ο «ρηχός» οικοτουρισμός αντιπροσωπεύει μια μορφή οικοτουρισμού η οποία τείνει να συγκλίνει με τον μαζικό τουρισμό. Η βασική διαφορά μεταξύ μιας ακραίας μορφής ρηχού οικοτουρισμού και μαζικού τουρισμού έγκειται στον τρόπο που βιώνεται η εμπειρία. Οι δραστηριότητες στον ρηχό οικοτουρισμό θα περιλαμβάνουν π.χ πρόσβαση σε φυσικές άσπιλες περιοχές, στην φυσική άγρια ζωή, στην παρακολούθηση πουλιών κτλ. Οι περιβαλλοντικές και πολιτισμικές επιπτώσεις της δραστηριότητας θα έρθουν σε δεύτερη μοίρα ενώ υπερέχουν οι οικονομικοί συλλογισμοί για κέρδος. Θέματα καταλύματος, απώλεια της πολιτισμικής ταυτότητας και η δυτικοποίηση δεν θα λαμβάνονταν υπόψη. Η πραγματική εμπειρία του τουρίστα τροποποιείται μέσω ενός πολιτισμικού παραθύρου όπου τα δυτικά στάνταρντ της ασφάλειας, της άνεσης και της υγιεινής διατηρούνται όπου αυτό είναι δυνατό. Παρόλο που ο «ρηχός» οικοτουρίστας θα ενδιαφερθεί να μάθει για τον τοπικό πολιτισμό, θα κρατήσει μια απόσταση, και θα διατηρήσει μόνο οικείες καταστάσεις και συνθήκες. Δεν γίνεται δηλαδή καμία προσπάθεια για ταύτιση με τα τοπία ή τον πολιτισμό.

Μέσα σε αυτόν τον προσδιορισμό του ρηχού οικοτουρισμού η φύση αποκτά αξία μόνο λόγω της υλιστικής της αξίας για τους ανθρώπους. Αυτό μπορεί να ευχαριστήσει τον

τουρίστα ή να αποτελέσει μια άμεση μέθοδο για να μεγιστοποιηθούν τα κέρδη. Οι ανάγκες των τοπικών πολιτισμών θα έρθουν σε δεύτερη μοίρα. Τα ζώα και τα τοπία θα προστατευθούν μόνο εκεί που υπάρχουν οικονομικά συμφέροντα για την προστασία τους.

Ο «βαθύς» οικοτουρισμός, απ' την άλλη, βασίζεται στις ιδέες που εκφράζονται στον οικοκεντρισμό και στη βαθιά οικολογία. Ενσωματώνει τις υποκατηγορίες των βαθιών οικολογιστών, της αξιοπιστίας και της ήπιας τεχνολογίας. Ο βαθύς οικοτουρισμός επομένως ενσωματώνει ιδέες οι οποίες περικλείουν τη σημασία των εσωτερικών αξιών στη φύση, έμφαση στην ταυτότητα της κοινότητας, τη σημασία της συμμετοχής στην κοινότητα, μια έλλειψη πίστης στην μοντέρνα τεχνολογία μεγάλης κλίμακας και μια υπόθεση ότι ο υλισμός από μόνος του είναι λανθασμένος.

Ένα τμήμα της ουσίας της βαθιάς οικολογίας είναι ότι τα άτομα διερωτούνται διαρκώς για την ανθρώπινη ζωή και την κοινωνία (Devall & Sessions, 1985: Acott T., Trobe H. & Howard S., 1998). Αντίθετα, οι ρηχόι οικοτουρίστες αντιλαμβάνονται μια επιφανειακή κατανόηση του πολιτισμού. Για παράδειγμα, ίσως να θελήσουν να παρακολουθήσουν την ιδιωτική τελετή μύησης των νεαρών ανδρών στα παραδοσιακά χωριά του Vanuatu (Theophile, 1993: Acott T., Trobe H. & Howard S., 1998). Όμως, ένας βαθύς οικοτουρίστας θα σεβόταν αυτό τον πολιτισμό και θα κατανοούσε ότι πρόκειται για ιδιωτική τελετή, θα κατανοούσε καλύτερα το τι είναι πολιτισμός, και, ίσως, να ανέτρεχε στην βιβλιογραφία για να μάθει για τη συγκεκριμένη ομάδα των ιθαγενών. Ο βαθύς οικοτουρίστας θα έκανε προσπάθεια να γίνει ένα με τον περιβάλλοντα πολιτισμό και θα επιχειρούσε να τον κατανοήσει με τη βαθύτερη έννοιά του χωρίς να ενοχλεί ή να υποβιβάζει τους ντόπιους. Αυτό θα είχε ως αποτέλεσμα να αποφασίσει ένα άτομο να μην επισκεφθεί μια συγκεκριμένη περιοχή εάν έτσι επρόκειτο να απειληθεί ο τοπικός πολιτισμός.

Ο κύριος λόγος για τον οποίο ένας οικοτουρίστας επισκέπτεται μια περιοχή, σε συνδυασμό με το βάθος του ηθικού σκεπτικού τους αποτελεί μια άλλη διαφορά ανάμεσα στο ρηχό και το βαθύ οικοτουρίστα. Ένας ρηχός οικοτουρίστας θα επισκεπτεί μια περιοχή για τις αισθητικές αξίες που έχει υιοθετήσει η τοπική κοινότητα. Αυτό αποτελεί μια θεμελιώδη εκτίμηση της φύσης. Αυτοί ίσως να νοιώθουν ότι με το να επισκέπτονται μια περιοχή συνεισφέρουν στο δυναμικό συντήρησης της περιοχής, μιας και ο οικοτουρισμός παράγει εισόδημα που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη συντήρηση και τη διαχείριση της περιοχής. Ένας «ρηχός» οικοτουρίστας αντίθετα θα αναγνωρίσει ότι η διατήρηση της φύσης είναι πολύ σημαντική προκειμένου να

διατηρήσει τις πηγές της και για την τωρινή και τη μέλλουσα γενιά, αποδुकνειόντας ότι μια από τις βασικές ανησυχίες των ρηχών οικοτουριστών είναι η εξάντληση των πηγών.

Αντίστοιχη με εκείνη του βαθύ και ρηχού οικοτουρισμού είναι και η ταξινόμηση των οικοτουριστών σε παθητικούς και ενεργητικούς, όπου σύμφωνα με τον Orams (1995α: Diamantis D., 1999) αυτοί ακολουθούν μια κλίμακα η οποία κυμαίνεται ανάλογα με την ανθρώπινη υπευθυνότητα (διάγραμμα 4.2.3.)

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.2.3.: Η ΑΛΛΗΛΟΥΧΙΑ ΤΩΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΥΠΩΝ



ΠΗΓΗ: Orams, 1995α: Diamantis D., 1999

Τέλος, μια γενικότερη διαπίστωση πολλών ερευνών είναι ότι, σε ότι αφορά τα οικοτουριστικά ταξίδια, η συνολική διάρκεια ενός τέτοιου ταξιδιού είναι μεγαλύτερη από το αληθινό οικοτουριστικό κομμάτι, καθώς και ότι οι γενικοί καταναλωτές δείχνουν ενδιαφέρον για μια ποικίλλουσα ταξιδιωτική εμπειρία (Wight P., 1995α). Αυτό το συμπέρασμα υποστηρίζεται από πληροφορίες που σχετίζονταν με την επιθυμία του καταναλωτή για πολλαπλές δραστηριότητες καθώς και από το ενδιαφέρον του για περισσότερες από μια δραστηριότητες για τις επόμενες διακοπές τους. Έτσι, παρόλο που οι γενικοί καταναλωτές ενδιαφέρονται για τον οικοτουρισμό, περιμένουν να ενσωματώσουν μη-οικοτουριστικές εμπειρίες στο συνολικό ταξίδι τους. Αυτές οι πληροφορίες είναι σημαντικές γιατί αποδεικνύουν τον ξεκάθαρο διαχωρισμό της οικοτουριστικής αγοράς σε τουλάχιστον δύο μέρη, τα οποία διαφοροποιούνται τόσο όσον αφορά τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά, όσο και τις ταξιδιωτικές τους συνήθειες αλλά και τον βαθμό ενδιαφέροντός τους για το περιβάλλον και τον πολιτισμό

του μέρους που επισκέπτονται (διάγραμμα 4.2.4.). Γίνεται έτσι αντιληπτό ότι αν και οι οικοτουριστικοί προορισμοί και γενικότερα το οικοτουριστικό προϊόν είναι κατά μία άποψη ξεκάθαρο, δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να υποτεθεί ότι σε μια τέτοια περιοχή μπορούν να βρεθούν μόνο άτομα τα οποία εκτιμούν το περιβάλλον στο οποίο βρίσκονται και είναι διατεθειμένα να ακολουθήσουν συμπεριφορά που να σεβεται την φύση και την τοπική κοινωνία.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.2.4.: ΠΡΟΦΙΛ ΚΑΙ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ (ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΜΕΡΙΚΗΣ)



4.3. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΤΕΛΕΣΑΝ ΣΤΗΝ «ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ» ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Πολλά έχουν γραφτεί γύρω απ' τον ορισμό του οικοτουρισμού απ'τη στιγμή που αυτός δημοσιοποιήθηκε σαν έννοια, στα τέλη της δεκαετίας του '80. Στοιχεία που μπορεί κανείς να συναντήσει μαζί αναφέρονται στην ανάγκη προστασίας των φυσικών ιδιοτήτων του περιβάλλοντος προορισμού, την παροχή οικονομικών δυνατοτήτων στις τοπικές κοινωνίες, αποφεύγοντας δυσμενείς κοινωνικο-πολιτιστικές επιπτώσεις απ' την παρουσία επισκεπτών στις φιλοξενούσες κοινότητες και διασφαλίζοντας μια εκπαιδευτική εμπειρία για τον επισκέπτη, ή έναν συνδυασμό των παραπάνω (Boo, 1990; Nelson, 1994; Wood, 2002; Clifton J., 2006). Ωστόσο, η έμφυτη υποκειμενικότητα αυτών των ορισμών έχει γεννήσει την ανησυχία πως ο όρος είναι επιρρεπής σε υπερβολική ή λάθος χρήση και έχει περιορισμένη πρακτική συνάφεια.

Πράγματι, ενώ ο οικοτουρισμός προέκυψε ως μια περισσότερο επιθυμητή μορφή τουρισμού και διαφημίστηκε ως η λύση σε πολλά προβλήματα, έξυπνοι επιχειρηματίες χρησιμοποίησαν το πρόθεμα «οικο» για αποτελεσματικότερο μάρκετινγκ, παρόλο που το προϊόν είναι ελαφρώς διαφορετικό από τον παλιό τουρισμό (Lück M., 1998). Με αυξανόμενο ενδιαφέρον για το περιβάλλον αρχικά, και τον αντίκτυπο του τουρισμού συγκεκριμένα, οι οικολόγοι και οι τουρίστες αναζήτησαν καινούριους τρόπους τουρισμού, με κύριο αντιπρόσωπο τον οικοτουρισμό. Αυτό που τελικά διαμορφώθηκε, ωστόσο, είναι ένα είδος τουρισμού κάθε άλλο παρά απευθύνεται σε άτομα με οικολογική συνείδηση.

Για τον λόγο αυτό, υπάρχει απ' την μεριά των οικολόγων τόσο αισιοδοξία όσο και σκεπτικισμός για το αν ο οικοτουρισμός μπορεί τελικά να συμβάλλει στην προστασία της φύσης αλλά και στην κάλυψη των οικονομικών αναγκών της τοπικής κοινωνίας (Barkin, 1996; Boo, 1990; Cater & Lowman, 1994; Honey, 1999; Lindberg, 1991; Lindberg & Enriquez, 1994; Orams, 1999; Whelan, 1991; Stronza A., 2001). Σχετικά με άλλες δραστηριότητες, όπως το κυνήγι, την υλοτομία ή την γεωργία, ο οικοτουρισμός φαίνεται να έχει μικρό αντίκτυπο στα οικοσυστήματα (Groom et al, 1991; Kusler, 1991; Stronza A., 2001), και θεωρητικά τα έσοδα απ' τον οικοτουρισμό μπορούν να διοχετευθούν στην προστασία του περιβάλλοντος και την κάλυψη των αναγκών της τοπικής κοινωνίας. Ωστόσο οι κριτικές ανταπαντούν ότι ο υπερβολικός οικοτουρισμός, ειδικά αν είναι ανεξέλεγκτος και δεν διέπεται από συγκεκριμένη νομοθεσία, μπορεί να καταστρέψει φυσικές περιοχές και να διαταράξει τόσο την άγρια

πανίδα και χλωρίδα όσο και την ισορροπία της τοπικής κοινωνίας (Begley, 1996; Giannecchini, 1993; Stronza A., 2001).

Αυτό που πολλοί φοβούνται είναι ότι η ρητορική του οικοτουρισμού αποτελεί απλά ένα πρόσχημα για τις επιχειρήσεις, ως συνήθως. Ο Vickers (1997; Stronza A., 2001) έχει τονίσει ότι *«μεγάλο μέρος αυτών που περνάνε ως οικοτουρισμός εμπεριέχει επιχειρηματικά εγχειρήματα τα οποία σκοπό έχουν την μεγιστοποίηση του κέρδους των τουριστικών πρακτορείων και επαγγελματιών ξεναγών»*. Κατά συνέπεια, η αναζήτηση κέρδους εμποδίζει κάθε προσπάθεια προστασίας της φύσης ή βελτίωσης της ζωής των ντόπιων κατοίκων.

Έτσι, και όπως έχει ήδη αναφερθεί στην παράγραφο 4.1., παρά τις ευγενείς προθέσεις του οικοτουρισμού, όπως φαίνεται από τους ορισμούς που έχουν δωθεί στο φαινόμενο αυτό, η πραγματικότητα του οικοτουρισμού μπορεί τελικά να είναι διαφορετική. Ένας άλλος παράγοντας, πέρα απ' την εμπορική χρήση του όρου, που περιπλέκει την κατάσταση είναι η δυσκολία εξακρίβωσης του «αληθινού» οικοτουρίστα, όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη παράγραφο. Δεδομένης της επικράτησης των τουριστικών επιχειρήσεων οι οποίες περιγράφονται καλύτερα σαν «οικο-εμπορικές (ecosell)» παρά σαν «οικοτουριστικές» (Wight, 1993; Hinch T., 1998), είναι λογικό κάποιος να περιμένει τους δημιουργούς των επιχειρήσεων αυτών να προβάλλουν ένα ευρύ φάσμα απόψεων για την σχέση μεταξύ ανθρώπου και φύσης. Μπορεί, μάλιστα, να είναι πιο ρεαλιστικό να περιμένει κανείς πως πολλοί απ'τους επισκέπτες αυτούς να ταιριάζουν με την τυπολογία ενός εγω-τουρίστα (Wheeler, 1994; Hinch T., 1998) τείνοντας προς περισσότερο ανθρωποκεντρικές παρά οικο-κεντρικές αντιλήψεις, όπως αυτές αναλύθηκαν στην προηγούμενη παράγραφο .

Η ανεξέλεγκτη χρήση του όρου «οικοτουρισμός» απ' την τουριστική βιομηχανία ωφείλεται σε μεγάλο βαθμό, πέρα απ' την ανευθυνότητα αυτών που την κατευθύνουν, και στην δυσκολία εφαρμογής των, αναρίθμητων κατά τ' άλλα, ορισμών του οικοτουρισμού στις οικοτουριστικές επιχειρήσεις αλλά και την αδυναμία ελέγχου του βαθμού στον οποίο μπορεί να εφαρμόζονται. Είναι πιθανόν πιο ρεαλιστικό να αναγνωριστεί πως αντί για μερικές ξεχωριστές, διακριτές κατηγορίες, υπάρχει ένα συνεχές πρακτόρων οι οποίοι παρουσιάζουν διαφορετικούς βαθμούς περιβαλλοντικά υπεύθυνης συμπεριφοράς, με τον οικοτουρισμό απ'τη μια πλευρά του πρίσματος και την την εκμετάλλευση που πραγματοποιείται απ' τον τουρισμό φύσης απ' την άλλη (Burton R., 1998).

Εξαιτίας της ανάμιξης πολλών ανθρώπων στην βιομηχανία του οικοτουρισμού, και συνεπώς της ύπαρξης πολλών μοναδικών ιδεών και δημιουργικών προσεγγίσεων, σπάνια αυτός πραγματοποιείται με τον ίδιο τρόπο. Ο οικοτουρισμός είναι μια επιχείρηση και μπορεί να είναι κερδοφόρα επιχείρηση, όμως, κατά κύριο λόγο, πρέπει να είναι μια υπεύθυνη επιχείρηση που στοχεύει στο να ικανοποιήσει υψηλότερους κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς σκοπούς. Συνεπώς, ο οικοτουρισμός εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό απ' την αφοσίωση των ιδιοκτητών, οι οποίοι πρέπει να είναι διατεθημένοι να εφαρμόσουν μια σειρά κανονισμών στις επιχειρηματικές τους προσεγγίσεις, οι οποίοι δυστυχώς είναι υπό διαμόρφωση τα τελευταία 10 χρόνια.

Το γεγονός ότι δεν υπάρχει κανένα διεθνές θεσμοθετικό σώμα, και το ότι τα πρότυπα στον τομέα του οικοτουρισμού είναι δύσκολο να μετρηθούν, έχει επιτρέψει στις επιχειρήσεις και κυβερνήσεις να προωθούν τον οικοτουρισμό σε μια ευρεία αγορά, προβαίνοντας σε μεγάλες παραλείψεις και υπερβάσεις. Πολλές ταξιδιωτικές και τουριστικές επιχειρήσεις θεώρησαν βολικό να χρησιμοποιήσουν τη λέξη «οικοτουρισμός», και οι κυβερνήσεις έχουν ήδη χρησιμοποιήσει τον όρο εκτεταμένα για να προωθήσουν τον τόπο τους, όλοι χωρίς να προσπαθήσουν έστω να εφαρμόσουν τις πιο βασικές αρχές αυτού που ισχυρίζονται ότι προσφέρουν. Το πρόβλημα αυτό του «green-washing» έχει υπονομεύσει την νομιμότητα του όρου «οικοτουρισμός» και είναι, κατά κύριο λόγο, αποτέλεσμα της έλλειψης κατανόησης των θεμελιωδών αρχών του οικοτουρισμού (Wood M., 2002).

Ο Ray Ashton (Wight P., 1993), οικοτουρισμικός σύμβουλος και βιολόγος, έχει εκφράσει την άποψη ότι ο οικοτουρισμός αποτελεί λέξη-κλειδί η οποία δυστυχώς δεν γίνεται κατανοητή. Οι άνθρωποι δεν έχουν αλλάξει τα δρομολόγια τους—απλά χρησιμοποιούν την λέξη για σκοπούς μάρκετινγκ. Μερικά προϊόντα είναι τελείως άσχετα με αυτόν, και ωστόσο τους προσκολλάται η ταμπέλα του οικοτουρισμού. Για να αποδείξει την θέση αυτή, αναφέρει την εμφάνιση μιας διαφήμισης η οποία προσπαθούσε να τραβήξει το ενδιαφέρον των τουριστών για επένδυση σε ένα κομμάτι γης στην Καραϊβική. Αυτή η γη αποτελούταν από 600 εκτάρια με ένα προτεινόμενο διεθνές ξενοδοχείο, γήπεδο γκολφ, μαρίνα, και την πιο τέλεια παραλία. Η γη αυτή διαφημίστηκε ως τροπικός παράδεισος με πολύτιμη άγρια ζωή, τον δεύτερο μεγαλύτερο κοράλιο ύφαλο και ένα κλίμα που ενθάρρυνε την επένδυση τόσο από ντόπιους όσο και από τουρίστες. Η διαφήμιση συμπέρανε τέλος ότι οι πελάτες θα θέλουν σίγουρα να αγοράσουν, και όλα αυτά με το περιτύλιγμα του οικοτουριστικού. Η πραγματικότητα όμως είναι πως η διαφήμιση αυτή δεν διέφερε σε τίποτα από κάποια

άλλη, που θα ενθάρρυνε την εκμετάλλευση γης σε οποιοδήποτε άλλο μέρος, είτε φυσικά είτε τεχνητά όμορφο.

Αυτό που κανείς διαπιστώνει τελικά είναι ότι η λέξη οικότουρισμός εμπερικλείεται ουσιαστικά σε υλικό μάρκετινγκ (συνήθως για εξωτικούς ή απόμερους προορισμούς) για ένα πακέτο διακοπών το οποίο αποτελεί βασικά μια μορφή περιοδείας και παρατήρησης, χωρίς καμία εξήγηση του πως αυτή η περιήγηση διαφέρει από άλλες περιηγήσεις. Πράγματι, η περιήγηση μπορεί να είναι ίδια και με κάποια άλλη, που θα έχει όμως διαφορετικό κάλυμμα (Wight P., 1993).

Τα ερωτήματα που προκύπτουν είναι πολλά. Άραγε οι διοργανωτές των εκδρομών αγαπούν το περιβάλλον ή απλά χρησιμοποιούν αυτή την ετικέτα για αποτελεσματικό μάρκετινγκ. Είναι οι οικότουρίστες οι καλύτεροι τουρίστες; Ο οικότουρισμός πραγματοποιείται μαζικά ή μόνο σε μικρές ομάδες; Οι τοπικές κοινότητες ωφελούνται από αυτόν; Φαίνεται πως η απάντηση για τα ερωτήματα αυτά δεν είναι προφανής και σίγουρα όχι ενιαία.

4.4. ΟΙ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Σύμφωνα με τα όσα έχουν αναφερθεί έως τώρα, το πρόσωπο του οικοτουρισμού έχει αλλάξει απ' την εποχή που πρωτοεμφανίστηκε μέχρι και σήμερα, ή καλύτερα απ' την εποχή όπου άρχισε να χρησιμοποιείται ο όρος «οικοτουρισμός», καθώς σαν νοοτροπία προϋπύρχε σε πολλές περιοχές. Πέρα από την θεωρητική οριοθέτηση του οικοτουρισμού, και την διαπίστωση ότι δύσκολα μπορεί να εφαρμοστεί, υπάρχουν και απτά γεγονότα που αποδεικνύουν την καταστρεπτική, πολλές φορές, πλευρά του. Στη συνέχεια αναλύονται οι αρνητικές επιπτώσεις του οικοτουρισμού, τόσο σε θεωρητική βάση, όσο και με συγκεκριμένα παραδείγματα περιοχών που υπήρξαν αντικείμενο των επιπτώσεων αυτών.

4.4.1. Η ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΥΤΗΣ

Η συνεχής αύξηση του αριθμού των τουριστών που συμμετέχουν στον οικοτουρισμό και η εξάπλωσή του έχουν κάνει ήδη εμφανή τα σημάδια των αρνητικών επιπτώσεων που μπορεί να έχει το αυξανόμενο αυτό οικοτουριστικό κύμα σε πολλά από τα μέρη που αποτελούν τόπους προορισμού των οικοτουριστών. Ο ελλιπής σχεδιασμός και η λάθος διαχείριση του οικοτουρισμού μπορεί να βλάψει την ίδια την άγρια φύση, τις φυσικές και τις πολιτιστικές πηγές που προσελκύουν τους τουρίστες (πίνακας 4.4.1). Είναι δύσκολο να αξιολογηθούν επακριβώς τα κόστη του οικοτουρισμού, γιατί αυτά μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με το χώρο και το χρόνο. Σύμφωνα με την Wight (1997), τα βασικότερα κόστη που μπορούν να εντοπιστούν μέχρι τώρα είναι:

1. Περιβαλλοντική υποβάθμιση (που σχετίζεται με τις δραστηριότητες των επισκεπτών, την διαχείριση ή τη συμπεριφορά)
2. Οικονομική αστάθεια και ανεπάρκεια (οποιαδήποτε μορφή τουρισμού μπορεί να είναι μια ασταθής πηγή εισοδήματος, ειδικά λόγω εξωτερικών παραγόντων όπως φυσικές καταστροφές, διακυμάνσεις νομίσματος ή πολιτική αστάθεια. Το άλλο πρόβλημα είναι ότι οικονομικές διαροές των δαπανών των τουριστών που μπορεί να συμβούν είτε εκτός της περιοχής είτε εκτός της χώρας)
3. Κοινωνικο-πολιτιστικές αλλαγές (αν και οι αλλαγές μπορεί να είναι τόσο θετικές όσο και αρνητικές, η αρνητική πλευρά τους είναι πιο συνήθης όταν οι κοινότητες δεν

έχουν την ευκαιρία να αποφασίσουν αν θέλουν να εμπλακούν με τον τουρισμό και πώς)

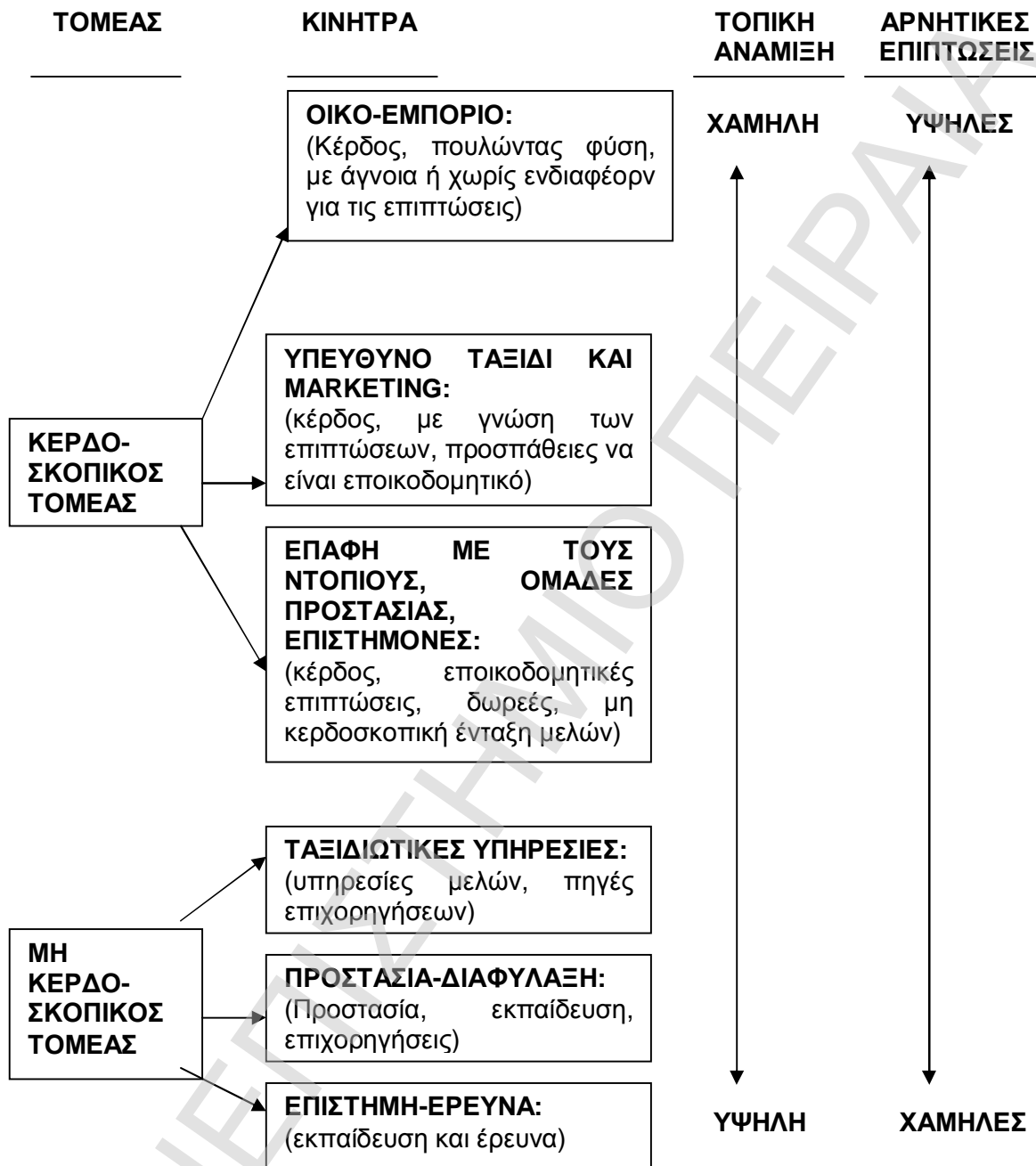
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.1.: ΣΥΝΗΘΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΕ ΑΓΡΙΑ ΤΟΠΙΑ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΠΙΘΑΝΕΣ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

<ul style="list-style-type: none"> • Φθορά μονοπατιών • Φθορά χώρων κατασκήνωσης • Απορρίματα • Πολυκοσμία • Επιπτώσεις από τα υπολείμματα που μένουν πίσω • Προβλήματα από τα ανθρώπινα λύματα • Επιπτώσεις στην πανίδα/χλωρίδα • Διαμάχες χρηστών • Μόλυνση του νερού • Υπερανάπτυξη • Απώλειες φυσικών κατοίκων περιοχής 	<ul style="list-style-type: none"> • Ηχορρύπανση και μόλυνση του αέρα • Συλλογή αναμνηστικών και προσαναμμάτων • Αισθητικές επιπτώσεις • Πολύ πάνω ή κάτω του κανονικού ψάρεμα • Επιπτώσεις στα φυτά • Διαταραχή/καταστροφή των αμμόλοφων και υφάλων • Συμπύεση του εδάφους • Υψηλός κίνδυνος πυρκαγιάς • Καταστροφές σε αρχαιολογικά και ιστορικά μέρη
--	--

ΠΗΓΕΣ: Cole, Petersen & Lucas, 1987, McNeely & Thorsell, 1989, Buckley & Pannell, 1990, Dowling, 1993, Wight, 1996c: Wight P., 1997

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, τα τελευταία χρόνια ο οικοτουρισμός έχει γίνει λέξη-κλειδί για την πώληση μιας ποικιλίας προϊόντων. Αυτό κατά κάποιο τρόπο ομοιάζει την τάση των κατασκευαστών να διαφημίζουν πολλά προϊόντα ως οικολογικά. Το πρόβλημα είναι ότι οι καταναλωτές δεν γνωρίζουν τι αγοράζουν, ούτε την επίπτωση που μπορεί να έχει αυτό στο περιβάλλον (Wight P., 1993). Στο διάγραμμα 4.4.1. φαίνεται το επίπεδο των αρνητικών επιπτώσεων ενός οικοτουριστικού ταξιδιού, ανάλογα με τα κίνητρα και τον τρόπο με τον οποίο οι προμηθευτές το προωθούν.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.4.1.: ΜΟΝΤΕΛΟ ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ, ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ



ΠΗΓΗ: Ziffer, 1989; Wight P., 1993

Το βασικότερο ίσως σημείο της σοβαρότητας των αρνητικών επιπτώσεων του οικοτουρισμού αποτελεί το ίδιο το γεγονός ότι ξεκίνησε σαν ένα κίνημα υπέρ του περιβάλλοντος και των υποανάπτυκτων χωρών, με σκοπό την ενίσχυση και προστασία τους, παρά σαν μια μορφή τουρισμού με σκοπό την ξεκούραση και διασκέδαση. Αξίζει, συνεπώς, να γίνει μια σύγκριση των ωφελειών που θα έπρεπε να έχει ο οικοτουρισμός, και μπορεί να έχει κάτω απ' τις κατάλληλες συνθήκες, αλλά των

επιπτώσεών του, σε επίπεδο περιβαλλοντικό, οικονομικό και κοινωνικο-πολιτιστικό (πίνακας 4.4.2)

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.2.: ΥΠΟΘΕΤΙΚΑ ΚΟΣΤΗ ΚΑΙ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	
Άμεσα οφέλη	Άμεσα κόστη
<ul style="list-style-type: none"> παρέχει το κίνητρο για την προστασία του περιβάλλοντος, τόσο τυπικά (προστατευόμενες ζώνες) όσο και ανεπίσημα παρέχει το κίνητρο για την αποκατάσταση και τη μετατροπή των τροποποιημένων βιότοπων οι οικοτουρίστες που βοηθούν ενεργά στην ενίσχυση των βιότοπων (δωρεές, αστυνόμευση, συντήρηση, κ.λπ.) 	<ul style="list-style-type: none"> κίνδυνος ότι οι περιβαλλοντικές ικανότητες μεταφοράς θα ξεπεραστούν ακούσια, λόγω: <ul style="list-style-type: none"> ποσοστών ραγδαίας ανάπτυξης δυσκολίες στον προσδιορισμό, τη μέτρηση και τον έλεγχο των επιδράσεων πέρα από μια μακρά περίοδο της ιδέας ότι όλος ο τουρισμός προκαλεί άγχος
Έμμεσα οφέλη	Έμμεσα κόστη
<ul style="list-style-type: none"> η έκθεση στον οικοτουρισμό ενθαρρύνει την ευρύτερη δέσμευση για την περιβαλλοντική ευημερία περιοχή που προστατεύεται λόγω του οικοτουρισμού παρέχει διάφορα περιβαλλοντικά οφέλη 	<ul style="list-style-type: none"> οι εύθραυστες περιοχές μπορεί να εκτεθούν σε λιγότερο αθώες μορφές τουρισμού (λειτουργία πρωτοπόρων) μπορεί να ενθαρρυνθούν τάσεις να τεθεί οικονομική αξία στη φύση, ανάλογα με την ελκυστικότητα
Οικονομικές επιπτώσεις	
Άμεσα οφέλη	Άμεσα κόστη
<ul style="list-style-type: none"> εισοδήματα που λαμβάνονται άμεσα από τους οικοτουρίστες δημιουργία άμεσων ευκαιριών απασχόλησης μεγάλη δυνατότητα για συνδέσμους με άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας δραστηριοποίηση των περιφερειακών αγροτικών οικονομιών 	<ul style="list-style-type: none"> Δαπάνες έναρξης λειτουργίας (απόκτηση γης, καθιέρωση προστατευόμενων ζωνών, ανωδομή, υποδομή) Τρέχουσες δαπάνες (συντήρηση της υποδομής, προώθηση, αμοιβές)
Έμμεσα οφέλη	Έμμεσα κόστη
<ul style="list-style-type: none"> έμμεσα εισοδήματα απ' τους οικοτουρίστες (υψηλή επίδραση του πολλαπλασιαστή) τάση των οικοτουριστών να προστατεύουν πολιτιστικούς πόλους έλξης οικονομικά οφέλη από τη βιώσιμη χρήση των προστατευόμενων ζωνών 	<ul style="list-style-type: none"> διαρροές εισοδήματος κατανάλωσης λόγω εισαγωγών, εκπατριζόμενων ή την μη-τοπικών συμμετοχών, κλπ κόστη ευκαιρίας ζημιά στις συγκομιδές από την άγρια φύση
Κοινωνικο-πολιτιστικές επιπτώσεις	
Άμεσα οφέλη	Άμεσα κόστη
<ul style="list-style-type: none"> ο οικοτουρισμός προσιτός σε ένα ευρύ φάσμα του πληθυσμού αισθητικό/πνευματικό στοιχείο των εμπειριών ενθαρρύνει την περιβαλλοντική συνειδητοποίηση μεταξύ των οικοτουριστών και του τοπικού πληθυσμού 	<ul style="list-style-type: none"> παρεισφύσεις στους τοπικούς και ενδεχομένως απομονωμένους πολιτισμούς επιβολή ενός ελίτ συστήματος αξιών στους ξένους μετατόπιση των τοπικών πολιτισμών από τους δρυμούς διάβρωση του τοπικού ελέγχου (ξένοι εμπειρογνώμονες, εσωτερική μετανάστευση αυτών που αναζητούν εργασία)
Έμμεσα οφέλη	Έμμεσα κόστη
<ul style="list-style-type: none"> οφέλη επιλογής και ύπαρξης 	<ul style="list-style-type: none"> πιθανή δυσαρέσκεια και ανταγωνισμός των ντόπιων αντιπαράθεση μεταξύ των τουριστών σε πτυχές του τοπικού πολιτισμού (π.χ. κυνήγι, γεωργία)

ΠΗΓΗ: Weaver, 1998: Diamantis D., 1999

Σχετικά με τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις του οικοτουρισμού, αυτές αφορούν τόσο τον τόπο προορισμού όσο και τους ίδιους τους επισκέπτες (Denny C., 2004). Συνεπώς, η συσσώρευση κόσμου σε προστατευόμενες περιοχές και η υπέρμετρη χρήση, εκεί, πόρων που είναι περιορισμένοι, είναι λογικό να υποβαθμίσουν την περιοχή, και να μειώσουν την οικολογική της αξία αλλά και να δυσχεράνουν την ζωή των τοπικών κατοίκων. Οι κοινωνικές επιπτώσεις μπορούν να εντοπιστούν στις διαμάχες που σε πολλές περιπτώσεις προκύπτουν, καθώς και σε φαινόμενα συνωστισμού και προσέλευσης μεγαλύτερου αριθμού επισκεπτών απ' όσους μια περιοχή μπορεί να αντέξει. Διαμάχες μπορούν να εμφανιστούν ανάμεσα στην υπαίθρια αναψυχή και άλλες χρήσεις των φυσικών πόρων και ανάμεσα σ' εκείνους που σχεδιάζουν τις δραστηριότητες αναψυχής και εκείνους που διαχειρίζονται τους πόρους αυτούς. Επίσης, μπορεί να εμφανιστούν συγκρούσεις ανάμεσα σε δραστηριότητες ή και στο εσωτερικό της ίδιας δραστηριότητας.

Τα ακραία αυτά φαινόμενα που πολλές φορές εμφανίζονται οφείλονται κυρίως στο ξαφνικό ενδιαφέρον για το περιβάλλον και τους τοπικούς πολιτισμούς, το οποίο δημιούργησε μια δυναμική οικονομική μηχανή η οποία ενώ θα μπορούσε να δώσει ώθηση στην υγιή οικονομική ανάπτυξη υποανάπτυκτων περιοχών, τις έχει οδηγήσει σε πολλές περιπτώσεις στην μη-βιώσιμη ανάπτυξη με επακόλουθο την απότομη οικονομική ύφεση, φαινόμενο το οποίο ονομάστηκε κύκλοι «boom-bust» (άνθισης-πτώχευσης). Η ιστορία έχει δείξει ότι το σύνδρομο «άνθισης-πτώχευσης» σε περιοχές όπως η Χαβάι ή η παραθαλάσσια Ισπανία ήταν καταστρεπτικό για το περιβάλλον και την τοπική οικονομία. Τέτοιοι οικονομικοί κύκλοι θα έπρεπε να αποφεύγονται, γιατί αποτελούν την αντίθεση της δημιουργίας υγιών και βιώσιμων οικονομιών που οφελούν τους τοπικούς κατοίκους μακροπρόθεσμα. Οι στατιστικές και οι έρευνες επιβεβαιώνουν ότι ένας αυξανόμενος αριθμός ταξιδιωτών θα μπορεί να προσεγγίσει απομονωμένες περιοχές ευκολότερα, με μικρότερο κόστος και γρηγορότερα απ' όσο παλαιότερα, επισημαίνοντας ότι μερικοί οικοτουριστικοί προορισμοί μπορεί να γίνουν πιο ευάλωτοι στους ίδιους κύκλους «άνθισης-πτώχευσης» που μάλιστα πιο προσιτές περιοχές στο παρελθόν (Wood M. E., 2002).

Η ραγδαία ανάπτυξη του οικοτουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες ήταν καθοριστική ώστε να γίνει εξίσου ζημιογόνος με τον μαζικό τουρισμό, σε περιοχές όπου δεν σχεδιάστηκε και πραγματοποιήθηκε κατάλληλα. Τοποθετημένος εξ ορισμού σε παρθένα, εύθραυστα οικοσυστήματα, τα οικοτουριστικά έργα διατρέχουν τον κίνδυνο να καταστρέψουν τα ίδια περιβαλλοντικά στοιχεία στα οποία βασίζονται. Η έλλειψη βιοποικιλίας και φυσικού περιβάλλοντος της άγριας πανίδας και χλωρίδας, η

παραγωγή αποβλήτων και λυμάτων σε περιοχές που έχουν περιορισμένη ή και καμία δυνατότητα να τα απορροφήσουν είναι απλά ένα κομμάτι του προβληματισμού (Wood M. E., 2002). Επιπλέον, σοβαρές ανησυχίες γύρω απ' τον οικοτουρισμό έχουν προκύψει σχετικά με το βαθμό της κοινωνικής δικαιοσύνης που υπάρχει καθώς και με την ανάμιξη και τον έλεγχο των επιχειρηματιών.

Πέρα απ' τις καταστρεπτικές συνέπειες που ο οικοτουρισμός μπορεί να έχει στο περιβάλλον, σημαντικό είναι και το κόστος για τις τοπικές κοινωνίες. Έτσι, με την έμφαση στις νέες αξίες χρήσης του αγροτικού χώρου (προστασία, αναψυχή) εκφράζονται αιτήματα του πληθυσμού των αστικών κέντρων που μειώνουν την παραδοσιακή συμπάθεια που απολαμβάνουν οι γεωργοί (Λουλούδης, 1999; Κοσκινάς και άλλοι, 2000; Χοβαρδός Τ., 2004). Η αντιπαράθεση μεταξύ γεωργίας και προστασίας του περιβάλλοντος επιβάλλει την αντικατάσταση ενός καταφατικού ορισμού των κατοίκων της υπαίθρου (παραγωγός αγροτικών προϊόντων) με έναν αρνητικό (φύλακας της φύσης). Η πρόσληψη των κατοίκων της υπαίθρου ως φυλάκων της φύσης και η καλλιέργεια μιας αντίστοιχης αυτοεικόνας οδηγεί στη λαογραφικοποίηση των τοπικών κοινωνιών (Bourdieu, 1999; Χοβαρδός Τ., 2004), η οποία τους κατοίκους της υπαίθρου σε φύλακες μιας φύσης διαμορφωμένης για τους κατοίκους της πόλης. Έτσι, ο αγροτικός πολιτισμός προσλαμβάνεται σύμφωνα με τα παραπάνω ως αμετάβλητος και οποιαδήποτε αλλαγή σε αυτόν και στον αγροτικό τρόπο ζωής εκτιμάται αρνητικά, με όρους «καταστροφής» και «απώλειας» του «παλαιότερου» και «αυθεντικού» (Καυταντζόγλου και Κοβάνη 1999; Χοβαρδός Τ., 2004). Οι κάτοικοι της πόλης απαιτούν πολλές φορές να δουν μια εικόνα η οποία μπορεί να μην ισχύει πια, οδηγώντας τους κατοίκους μιας περιοχής να υποκρίνονται, για χάρη των τουριστών, πως ζουν με τρόπους που καμία σχέση δεν έχουν με την πραγματικότητα, νιώθοντας έτσι καταπιεσμένοι, σε ένα βαθμό, και δέσμιοι των ορέξεων των τουριστών αλλά και των πρακτόρων, καθώς και των προσδοκιών που αυτοί δημιουργούν στους τουρίστες.

Σχετικά, τέλος, με την μελέτη των αρνητικών επιπτώσεων του οικοτουρισμού, αξίζει να αναφερθεί το ερευνητικό πρόγραμμα που είχε αναλάβει η WWF με την οικονομική στήριξη της Αμερικάνικης Υπηρεσίας Διεθνούς Ανάπτυξης (U.S. Agency for International Development). Πρόκειται για ένα πρόγραμμα που αποσκοπούσε σε μια ολοκληρωμένη κατανόηση του οικοτουρισμού και των μακροπρόθεσμων επιπτώσεων του, καθώς και στην αξιολόγηση των οικονομικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων σε ορισμένες χώρες (Μεξικό, Ισημερινός, Ντομίνικα, Κόστα Ρίκα, Μπελίζ). Σε σχέση με

το τελευταίο θέμα και από τις σχετικές αναλύσεις για κάθε χώρα, διαπιστώνονται γενικά τα εξής:

- Χαρακτηριστικό για όλες τις χώρες είναι η ανεπάρκεια στατιστικών δεδομένων ή αξιόπιστων πληροφοριών για να εντοπιστούν επακριβώς ορισμένες οικονομικές επιπτώσεις (π.χ. στον τομέα της απασχόλησης), καθώς και η έλλειψη ειδικών ερευνών και διασκοπήσεων (surveys) για να προσδιοριστούν τα διάφορα επίπεδα ή οι βαθμοί των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων που προκαλεί ο τουρισμός.
- Οι οικονομικές και οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις του οικοτουρισμού διαφοροποιούνται από χώρα σε χώρα. Σε κάποιες από αυτές τις χώρες (Ισημερινός, Κόστα Ρίκα) ο οικοτουρισμός συμβάλλει σημαντικά στην οικονομία της χώρας, ενώ σε άλλες οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις θεωρούνται ελάχιστες (Μπελίτζ) ή θετικές στην προστασία των φυσικών πόρων (Κόστα Ρίκα). Αρνητικοί παράγοντες ή εμπόδια για περαιτέρω ανάπτυξη θεωρούνται η ανεπαρκής χρηματοδότηση για περιβαλλοντική προστασία και οικοτουριστική ανάπτυξη (Μεξικό), οι ελλιπείς υποδομές στα δίκτυα πάρκων (Ντομνίκα, Μπελίτζ) και οι ελλείψεις ειδικών υπηρεσιών (οδηγοί για περιηγητικές διαδρομές).

(Κομίλης Π., 2001).

Συγκεκριμένα παραδείγματα μπορούν να αποδείξουν την επικινδυνότητα που μπορεί ο οικοτουρισμός να κρύβει, για το περιβάλλον, την άγρια ζωή, τις τοπικές κοινωνίες, αλλά και τους ίδιους τους τουρίστες:

- Το ταξίδι από αέρος σε απομακρυσμένους προορισμούς δεν περιλαμβάνεται στον «υπολογισμό των περιβαλλοντικών επιπτώσεων». Αξίζει να σημειωθεί ότι ένα ταξίδι σε κάποιο μέρος 10.000 χιλιάμετρα μακριά απ' την χώρα προέλευσης του επισκέπτη χρειάζεται 700 λίτρα καυσίμων ανά άτομο (Wikipedia (β)).
- Η διαδικασία της παρατήρησης της άγριας ζωής μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα αρνητικές συνέπειες εάν διεξαχθεί με αναρμόζων τρόπο (Buckley, 2001: Weaver D., 2005). Μελέτες που επιχειρούν να εμπορευματοποιήσουν συγκεκριμένα είδη, όπως ο υπολογισμός ότι ένα αρσενικό λιοντάρι μπορεί να αξίζει \$515.000 ως μια οικοτουριστική ατραξιόν, ενθαρρύνουν αυτή την παραμορφωμένη εστίαση και θέτουν επιπρόσθετα ερωτήματα για την ηθική της νομισματικής αξίας στα συστατικά ενός οικοσυστήματος.
- Ένα άλλο ρίσκο είναι το λανσάρισμα εξωτικών ειδών όπως τα έντομα (Silberglie: Weaver D., 2005), και τα φύκια (Lonsdale & Lane, 1994: Weaver D., 2005), είδη πολύ ευαίσθητα στην υπέρμετρη έκθεση σε ανθρώπους, που μπορεί να προκαλέσει ακόμα και την εξαφάνισή τους.

- Μια πολύ σοβαρή διάσταση των επιπτώσεων του οικοτουρισμού είναι και η διάδοση ασθενειών από τις επισκεπτόμενες περιοχές στην χώρα όπου ο τουρίστας θα επιστρέψει, όπως φαίνεται και στον πίνακα 4.4.3.:

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.3.: ΑΣΘΕΝΕΙΕΣ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΦΥΣΗΣ/ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Παράγοντες που σχετίζονται με την εμφάνιση ασθενειών και τον τουρισμό φύσης/οικοτουρισμό
1. Μετακίνηση ανθρώπων σε ένα υποανάπτυκτο, υπαίθριο περιβάλλον
2. Περιβαλλοντικές αλλαγές (π.χ. αποψίλωση, οδοποιεία, ανέγερση κτιρίων, κλπ)
3. Αυξημένη επαφή των ανθρώπων με την άγρια φύση
4. Αυξημένη επαφή των ανθρώπων με οργανισμούς που αποτελούν πηγές μόλυνσεων ή ασθενειών (π.χ. κουνούπια, τσιμπούρια, κλπ)
5. Αυξημένος κίνδυνος μόλυνσης με τοπικές ασθένειες για εκείνους που επισκέπτονται μια νέα περιοχή

ΠΗΓΗ: Akkina J., 2001

Όλα τα παραπάνω δικαιολογούν απόλυτα το γεγονός πολλοί τοπικοί φορείς να μην επιθυμούν και πολλές φορές να εμποδίζουν οποιαδήποτε τουριστική ανάπτυξη στην περιοχή τους. Το φαινόμενο αυτό πηγάζει από τον φόβο μήπως το όφελος από την όποια τουριστική δραστηριότητα θα είναι, μακροχρόνια, μικρότερο από το κόστος της ευρύτερης περιβαλλοντικής αλλοίωσης, που φαίνεται ότι είναι αναπόφευκτη όταν δεν τηρούνται οι αρχές της αειφορίας, από τους τουριστικούς επιχειρηματίες οι οποίοι κατά κανόνα τηρούν μόνο τις αρχές της ελεύθερης οικονομίας και αδιαφορούν για την αειφορία (Σφακιανάκης, 2000).

4.4.2. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΤΙΣ ΟΠΟΙΕΣ ΕΠΛΗΞΕ Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο οικοτουρισμός και γενικά άλλες παρόμοιες μορφές τουρισμού θεωρούνται πλέον σαν τις πιο καταστρεπτικές μορφές τουρισμού. Οι οικοτουρίστες καταβάλλουν μεγάλες προσπάθειες για να ανακαλύπτουν συνεχώς νέες, ανάγχιτες περιοχές. Οι αρνητικές επιπτώσεις συχνά δεν μπορούν να αποφευχθούν, και αντ' αυτού σκορπίζονται χωρικά (Lück M., 2002). Έτσι, αυτό που διαπιστώνει κανείς είναι ότι τα αποτελέσματα του οικοτουρισμού δεν διαφέρουν και πολύ από εκείνα που αποκτώνται από άλλες μορφές τουρισμού και πως ο οικοτουρισμός δεν ωφελεί πάντα το φυσικό περιβάλλον. Υπάρχει δυστυχώς ένας σημαντικός αριθμός από σχετικά παραδείγματα, μερικά από τα οποία

αναφέρονται στη συνέχεια. Ως αποτέλεσμα, πολλοί συγγραφείς έχουν εκφράσει την ανησυχία τους για τις αρνητικές επιπτώσεις στο φυσικό οικοσύστημα προς χάρη του οικοτουρισμού. Γίνεται αποδεκτό ότι ακόμη και εάν η φιλοσοφία του οικοτουρισμού είναι ηθικά σωστή—δηλ. ότι επιχειρεί να ελαχιστοποιήσει τις αρνητικές επιδράσεις του—η εφαρμογή αυτής της προσέγγισης δεν είναι πάντα επιτυχημένη (Orams M., 2001).

4.4.2.1. ΗΝΩΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΕΙΕΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ: OCEANVILLE

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα των σοβαρών επιπτώσεων που μπορεί να έχει η λανθασμένη εκμετάλλευση του οικοτουρισμού αποτελεί το Oceanville των ΗΠΑ, μια μικρή πόλη με πληθυσμό 9,000 ανθρώπων και μία απ' τις λίγες μικρές πόλεις που παραμένουν στην παράκτια αυτή περιοχή της πολιτείας. Τα τελευταία 10 χρόνια ο τουρισμός στη περιοχή παρουσίασε αύξηση της τάξεως του 300%, όταν η πόλη άρχισε να διαφημίζεται σε άρθρα εθνικών περιοδικών σαν ένα απ' τα «τελευταία σημαντικά μέρη διαφυγής».

Οι τοπικοί πράκτορες θεώρησαν το γεγονός σαν ένα δώρο για την τοπική οικονομία, εφόσον το εμπορεύσιμο ψάρεμα δεν ήταν πλέον μια επικερδής επιχείρηση και οι κάτοικοι χρειάζονταν απεγνωσμένα μια νέα πηγή εσόδων. Οι τοπικοί επιχειρηματίες άρχισαν να προωθούν τον πολιτισμό και το φυσικό τοπίο της περιοχής και το Oceanville γρήγορα έγινε γνωστό σαν την πόλη που πρέπει κάποιος να επισκεφθεί για να δει «το πώς ήταν κάποτε η ζωή». Ο οικοτουρισμός έγινε η «καραμέλα» για όλες τις επιχειρήσεις που πουλούσαν φύση και πολιτισμό με τον ένα ή τον άλλο τρόπο. Οι παλιοί κάτοικοι άρχισαν να πουλούν χειροποίητα αντικείμενα, να κάνουν περιηγήσεις στα αξιοθέατα και να ανοίγουν μαγαζιά με αναμνηστικά. Οι επισκέπτες συσσωρεύονταν στη πόλη για να απολαύσουν την οικεία και απλοϊκή ατμόσφαιρα του μέρους και επισκέπτονταν τις παραλίες καθώς ενθουσιάζονταν απ' το γεγονός ότι μπορούσαν να περάσουν τον καιρό τους με ηρεμία, σε ένα περιβάλλον με τόση φυσική ομορφιά και κυρίως σε τόσο χαμηλές τιμές. Έτσι το Oceanville έγινε ευρέως γνωστό σαν ένας τουριστικός προορισμός.

Η επιτυχία του Oceanville προσέλκυσε στη περιοχή επενδυτές και παράγοντες οικιστικής και οικοδομικής ανάπτυξης, ενώ η τοπική εξουσία θεώρησε την κίνηση αυτή σαν μια άλλη ευκαιρία της οικονομίας και καλωσόρισε την συρροή ρευστού που ερχόταν από την ανέγερση ξενοδοχείων, συγκροτημάτων κατοικιών και εξοχικών.

Μέσα σε δέκα χρόνια απ' την «ανακάλυψή» του, το Oceanville δεν είχε πλέον την αρχική του όψη. Οι περισσότεροι απ' τους τοπικούς κατοίκους είχαν μετακομίσει σε άλλες περιοχές λόγω της έλλειψης θέσεων εργασίας με καλές χρηματικές απολαβές, ενώ οι παραλίες και οι περιοχές πρασίνου που κάποτε προσέλκυαν οικοτουρίστες τώρα ήταν γεμάτα με ψηλά κτίρια, πολυτελή εξοχικά και πολυκατοικίες. Παρόλο που η οικονομία της περιοχής ήταν δυνατή, το μεγαλύτερο μέρος των χρημάτων ελεγχόταν από λίγους μεγάλους οικοδομικούς παράγοντες και ιδιοκτήτες επιχειρήσεων. Τα δημογραφικά στοιχεία των επισκεπτών του Oceanville άλλαξαν και οι προσανατολισμένοι στη φύση επισκέπτες δεν έρχονταν πια. Τι ήταν εκείνο που δεν πήγε καλά και με ποιόν τρόπο θα μπορούσε να έχει αποφευχθεί; Πως ο οικοτουρισμός θα μπορούσε να έχει βοηθήσει τους κατοίκους της περιοχής να διατηρήσουν τον έλεγχό της, παρέχοντας πάλι οικονομικές δυνατότητες; (Denny C., 2004).

4.4.2.2. ΝΕΠΑΛ: ΑΝΑΠΟΥΡΝΑ

Η περιοχή της Αναπούρνα, στο Νεπάλ, αποτελεί προορισμό πολύ διαδεδομένος για τους trekkers. Το Νεπάλ είναι μια απ' τις φτωχότερες χώρες του κόσμου, με πολύ μεγάλο εξωτερικό χρέος, ωστόσο κατέχει εξαιρετικούς φυσικούς πόρους για τουρισμό, με πιο χαρακτηριστική την οροσειρά των Ιμαλαίων, γι' αυτό και έχει αρχίσει να αποτελεί πρωτεύοντα τουριστικό προορισμό για διεθνείς ταξιδιώτες με βασικό πόλο έλξης τις φυσικές περιοχές που προσφέρονται κατεξοχήν για trekking. Η Αναπούρνα είναι πιο γνωστή απ' τις περιοχές αυτές, με το 59% των trekkers που φθάνουν στο Νεπάλ να την προτιμούν.

Η Αναπούρνα έχει μεγάλη βιοποικιλότητα τόσο σε πανίδα όσο και σε χλωρίδα, όμως η άφιξη πάνω από 40,000 trekkers ετησίως έχει δημιουργήσει επιπλέον πίεση στους φυσικούς πόρους της περιοχής. Η μη σχεδιασμένη ανάπτυξη έχει οδηγήσει στην κατασκευή πάνω από 700 τεϊοποιείων και καταλυμάτων, ενώ μεγάλες εκτάσεις με δάση από ροδόδεντρα έχουν αφαιρεθεί ώστε να προμηθεύσουν με ξύλο τις τουριστικές εγκαταστάσεις αλλά και να δημιουργήσουν καύσιμα για να μπορούν οι τουρίστες να ζεσταίνουν το φαγητό τους και το νερό όταν θέλουν να κάνουν μπάνιο. Η αποψίλωση των βουνών έχει προκαλέσει σοβαρές κατολισθήσεις, οι οποίες γίνονται ολοένα και πιο συχνές, ενώ η δημιουργία απορριμάτων και η ανεπαρκής εγκαταστάσεις υγιεινής προκαλούν την μόλυνση των αποθεμάτων νερού και τη δημιουργία προβλημάτων υγείας. Στην περιοχή έχουν παρουσιαστεί ακόμα και πολιτιστικά προβλήματα, όπως παιδιά που ζητιανεύουν στους trekkers καθώς και

κόμπλεξ κατωτερότητας σε αρκετούς τοπικούς κατοίκους, που δημιουργείται απ' τη σύγκριση με τον, κατά μέσο όρο, πλουσιότερο τουρίστα (Holden A., 2000).

4.4.2.3. ΙΣΗΜΕΡΙΝΟΣ: ΝΗΣΙΑ ΓΚΑΛΑΠΑΓΚΟΣ

Πρόκειται για το μεγαλύτερο τουριστικό προορισμό της χώρας του Ισημερινού, με τον οικοτουρισμό να συμβάλλει σε ποσοστό 60% στα συνολικά έσοδα της χώρας από τον τουρισμό. Τα ζητήματα διαχείρισης των ευαίσθητων οικοσυστημάτων στα νησιά αυτά δεν αντιμετωπίζονται ολοκληρωμένα ενώ θα έπρεπε να αποτελούν τον κύριο στόχο, ένα στόχο που θα συμβάλλει στην επίτευξη ισορροπίας (equilibrium) μεταξύ τοπικού πληθυσμού, φυσικών περιβαλλοντικών πόρων και οικοτουριστικών δραστηριοτήτων. Ένα ζήτημα που προέχει είναι η διαχείριση του αυξανόμενου αριθμού επισκεπτών και των πλοίων περιήγησης (tour boats).

Τα κύρια προβλήματα σήμερα συναρτώνται με τη μεγάλη άνοδο του οικοτουρισμού και αποδίδονται σε φαινόμενα όπως

- Η πληθυσμιακή ανάπτυξη (είσοδος μεταναστών / εποικισμός των νησιών),
- Η εισαγωγή νέων ειδών πανίδας και
- Η διεθνής / εμπορική αλιεία (νέοι μετανάστες συντάσσονται με διεθνή συμφέροντα αλιείας).

Τα εν λόγω φαινόμενα απειλούν τα θαλάσσια και χερσαία πάρκα και τα οικοσυστήματα του νησιού και προκαλούν ποικίλες διαφωνίες και συγκρούσεις (Κομίλης Π., 2001).

4.4.2.4. ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΑΜΕΡΙΚΗ: ΚΟΣΤΑ ΡΙΚΑ

Στη δεκαετία του 1990, η Κόστα Ρίκα έγινε η πιο δημοφιλής χώρα οικοτουρισμού, ξεπερνώντας την Κένυα, το Νεπάλ και τα νησιά Γκαλαπάγκος, με συνολική ετήσια τουριστική αύξηση της τάξεως του 17% την πρώτη πενταετία. Πρόκειται για μια χώρα που διαθέτει τους αναγκαίους φυσικούς πόρους και πληρεί, σε ορισμένα σημεία, τις προϋποθέσεις για μια σωστή ανάπτυξη του οικοτουρισμού.

Ωστόσο, παρά την αύξηση της δημοτικότητάς της, τα τελευταία χρόνια δημιουργήθηκαν ορισμένα προβλήματα και αρνητικοί παράγοντες που προκάλεσαν μείωση των τουριστικών εισροών. Προβλήματα όχι σε άμεση συνάρτηση με τα διατιθέμενα προϊόντα οικοτουρισμού *per se*, αλλά γενικότερης περιβαλλοντικής υποβάθμισης (ρύπανση ακτών, υδάτινων πόρων/ποταμών, εκδασώσεις εκτός εθνικών

πάρκων κ.λπ.), που προκάλεσαν αρνητική δημοσιότητα στις κύριες χώρες προέλευσης τουρισμού. Ο κυβερνητικός σχεδιασμός θεωρείται πενιχρός και αναποτελεσματικός και χαρακτηρίζεται «ελαττωματικός» ή «μη ξεκάθαρος», αφού προωθεί μια επικίνδυνη πολιτική διπλής κατεύθυνσης, προβάλλοντας μία εικόνα (image) διττής ταυτότητας: αφενός προβάλλονται και προωθούνται, με εντατικό μάρκετινγκ, το φυσικό περιβάλλον (δίκτυο πάρκων) και οι περιοχές οικότουρισμού, αφετέρου προωθούνται ο μαζικός τουρισμός και η εντατική ανάπτυξη σε παράκτιες ζώνες (beach resorts) και αστικά κέντρα, σε συνάρτηση με διεθνή δίκτυα εταιριών και ειδικά αεροπορικά και θαλάσσια ταξίδια (air charter tours / cruise ship tours).

Σε μελέτη του Cambell (1999: Κομίλης Π., 2001) αναφέρεται η ad hoc (χωρίς κυβερνητικό σχεδιασμό και πολιτικές παρέμβασης) ανάπτυξη του οικότουρισμού σε ορισμένες αγροτικές κοινότητες της Κόστα Ρίκα (Ostional), όπου εντάσσεται και μια προστατευόμενη περιοχή (Ostional Wildlife Refuge) καθώς και μερικά προβλήματα που δυσχεραίνουν τις κοινότητες να ελέγξουν την ανάπτυξη και να προσκομίζουν οφέλη. Τα κύρια προβλήματα εντοπίστηκαν:

- Στην έλλειψη πρωτοβουλιών και στις ελάχιστες παρεμβάσεις από κυβερνητικούς φορείς,
- Στα χαμηλά επίπεδα συνειδητοποίησης / επίγνωσης του πληθυσμού για τις αναπτυξιακές δυνατότητες και ευκαιρίες και
- Στις αναπτυξιακές πρωτοβουλίες που προέρχονται από άτομα / επιχειρήσεις εκτός περιοχής, λόγω αδυναμίας και ανεπιτυχών προσπάθειών τοπικών αναπτυξιακών οργανώσεων να προωθήσουν ομαδικές κοινοτικές πρωτοβουλίες.

(Κομίλης Π., 2001).

4.4.2.5. ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ: TANZANIA

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1980, οι σχετικές με τον τουρισμό και την προστασία στρατηγικές και πολιτικές της χώρας αυτής άλλαξαν σημαντικά. Το αποτέλεσμα ήταν να αποδίδει ο τουρισμός στη δεκαετία του 1990 τα μεγαλύτερα έσοδα / κέρδη σε ξένο συνάλλαγμα.

Βασικά στοιχεία τουριστικής έλξης αποτελούν τα δίκτυα των πάρκων (εθνικών και game parks), οι περιοχές προστασίας και αποθεμάτων φυσικών πόρων (reserves) και οι οργανωμένες διαδρομές σαφάρι άγριας ζωής (wild life safaris) στο βόρειο αλλά και στο νότιο τμήμα της χώρας. Συνοπτικά αναφέρονται το Εθνικό Πάρκο Kilimanjaro και η

περιοχή Serengeti, όπου βρίσκεται το ομώνυμο εθνικό πάρκο, που αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες εναπομείνουσες περιοχές άγριας φύσης (wilderness areas) και αποθεμάτων φυσικών πόρων της Αφρικής.

Δυστυχώς, παρά τις διάφορες προσπάθειες κυβερνητικών φορέων να διαθέσουν ορισμένα κονδύλια από τα τουριστικά έσοδα για περιβαλλοντική προστασία και στήριξη των τοπικών κοινοτήτων, οι πόροι που διατίθενται θεωρούνται ανεπαρκείς. Ιδιαίτερα επισημαίνεται ότι ο πληθυσμός που ζει κοντά στα πάρκα (η φυλή των Maasai) έχει πολύ περιορισμένη συμμετοχή στις σχετικές με τα πάρκα αποφάσεις και στα κέρδη που αποκτώνται από τον τουρισμό. Γενικά, ο έλεγχος και η διαχείριση του τουρισμού θεωρείται το κύριο πρόβλημα, ενώ επισημαίνεται η έλλειψη μιας ενιαίας τουριστικής και περιβαλλοντικής στρατηγικής, όπου εντάσσονται οι αρχές, οι στόχοι και οι πρακτικές του οικοτουρισμού. Βέβαια τέτοια προβλήματα δεν είναι ανεξάρτητα και συναρτώνται με την αναγκαία βελτίωση των κοινωνικών υπηρεσιών (δημόσια υγεία, εκπαίδευση), αλλά και με τη στήριξη της τοπικής κουλτούρας. (Κομίλης Π., 2001).

4.4.2.6. ΑΦΡΙΚΗ: ΚΕΝΥΑ

Η χώρα αυτή θεωρείται πρωτοπόρος ή η πιο δημοφιλής της Αφρικής στον «τουρισμό άγριας ζωής» (wildlife tourism) και από ορισμένους (Olindo, 1991: Κομίλης Π., 2001) χαρακτηρίζεται το «κύριο οικοτουριστικό θέλγητρο παγκοσμίως». Στις αρχές του 1990 ξεπερνούσε όλες τις Αφρικανικές χώρες σε τουριστικά έσοδα, αλλά και ως προς τη δραστηριοποίηση σε ζητήματα οικοτουρισμού, οργανώνοντας ειδικό περιφερειακό συμπόσιο / εργαστήριο (1990), Διεθνές Συνέδριο (1997) και δημιουργώντας την πρώτη Εταιρεία Οικοτουρισμού στην Αφρική (Οικοτουριστική Κοινότητα της Κένυας, 1993: Κομίλης Π., 2001).

Όπως και στην Τανζανία, έτσι και στην Κένυα ο οικοτουρισμός στηρίζεται στο εκτεταμένο δίκτυο πάρκων και φυσικών πόρων της χώρας (26 πάρκα και 28 περιοχές προστασίας / αποθεμάτων φυσικών πόρων – reserves) και στις προσπάθειες που έχουν αναληφθεί για την υιοθέτηση και προώθηση αναπτυξιακών στόχων, μέτρων και σχεδίων οικοτουρισμού στο εν λόγω δίκτυο.

Τα ευρύτερα προβλήματα που επηρεάζουν αρνητικά τον τουρισμό γενικά συναρτώνται με το «ασταθές πολιτικό κλίμα» και την «εκτεταμένη οικονομική διαφθορά», καθώς και με συγκεκριμένες καταστάσεις και γεγονότα στο τέλος της δεκαετίας του 1990 που

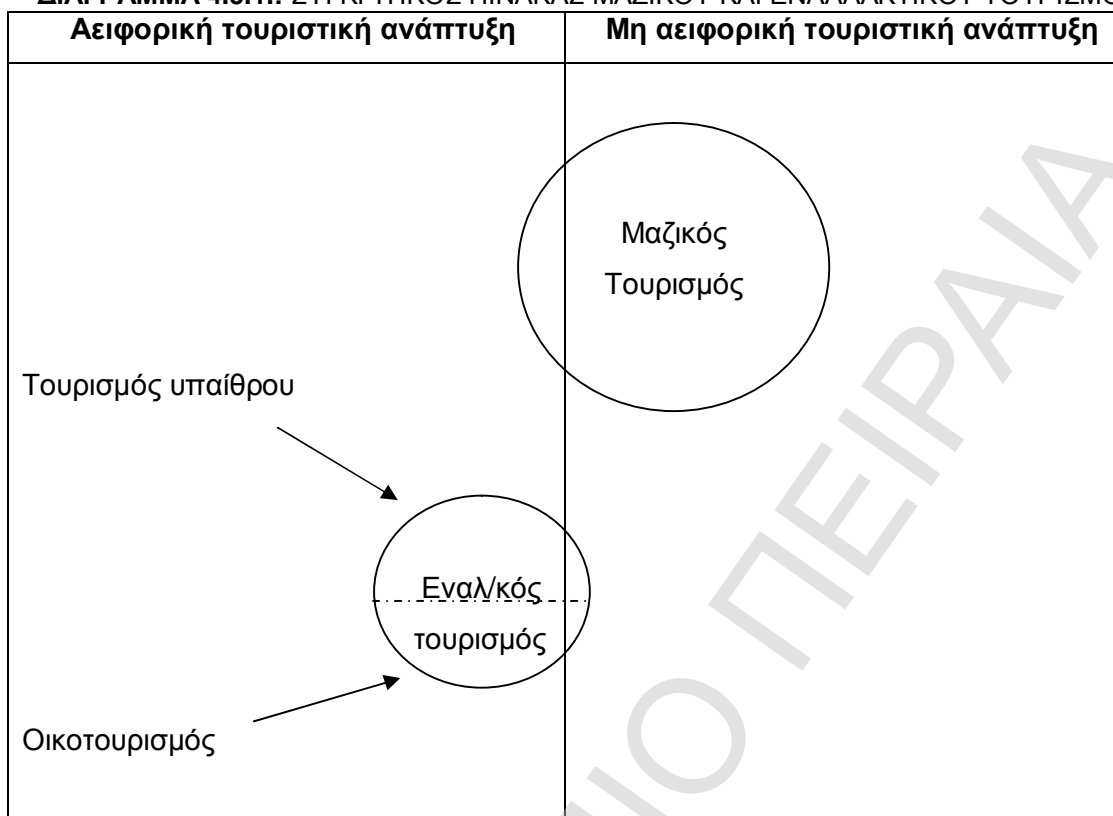
λειτούργησαν αμαυρωτικά για την εικόνα της χώρας, όπως αυξημένη εγκληματικότητα, πολιτική αναταραχή και τρομοκρατικές / βομβιστικές ενέργειες (πρεσβεία ΗΠΑ, 1998: Κομίλης Π., 2001).

Τα σχετικά με τον οικοτουρισμό προβλήματα αφορούν την υποβάθμιση της ποιότητας των πάρκων και βιοτόπων λόγω διαχειριστικής ανεπάρκειας και ελλειπών ελέγχων στη διακίνηση μεγάλου αριθμού τουριστών. Ειδικότερα, τα προβλήματα εντοπίζονται στον υπερβολικό αριθμό καταλυμάτων/ξενώνων στις περιοχές προστασίας, στην ανεξέλεγκτη οδήγηση εκτός οδικών δικτύων (με ποικίλες καταστροφές σε πανίδα και χλωρίδα) και στη λαθροθηρία στα πάρκα. (Κομίλης Π., 2001).

4.5. Η ΣΧΕΣΗ ΤΟΥ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΤΟΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟ-ΠΟΣΟ ΔΙΑΦΕΡΕΙ Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΑΣ ΑΠ' ΤΟΝ ΜΑΖΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΑ;

Παρόλο που ο οικοτουρισμός συνεχίζει να αναπτύσσεται, υπάρχουν λίγες ενδείξεις ότι συμβαίνει το ίδιο και στους οικοτουρίστες. Πιο συγκεκριμένα, η κατανάλωση τουρισμού φύσης είναι τέτοια ώστε η ανησυχία για το περιβάλλον είναι πιθανό να υποσκελιστεί από μια πληθώρα άλλων αξιών, κινήτρων και επιθυμητών οφελών. Με άλλα λόγια, οι τουρίστες μπορεί να αναζητήσουν νέα, διαφορετικά προϊόντα, όπως ο οικοτουρισμός, ωστόσο οι συμβατικοί λόγοι για την συμμετοχή στον τουρισμό είναι απίθανο να έχουν αλλάξει. Εν συντομία, υπάρχει ελάχιστη διαφορά μεταξύ του «οικοτουρίστα» και του «μαζικού» τουρίστα. Αυτό, ουσιαστικά, οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ο «αληθινός» οικοτουρισμός είναι απίθανο να επιτευχθεί (Sharpley R., 2006).

Θεωρώντας τον εναλλακτικό τουρισμό σαν την ευρύτερη μορφή τουρισμού που περικλείει και τον οικοτουρισμό, η σχέση ανάμεσα σε αυτόν και τον μαζικό τουρισμό αναπαριστάται με διαλεκτικούς όρους, με τον εναλλακτικό τουρισμό να αποτελεί την καλή επιλογή και το μαζικό τουρισμό την κακή επιλογή (Lanfant & Graburn, 1992; Clarke, 1997; Weaver D., 2001β). Ο μαζικός τουρισμός βρίσκεται, σε σχέση με αυτό το μοντέλο, ως αμοιβαία αποκλειστική κατηγορία, η οποία διαχωρίζεται από αυτό που ο Clarke περιγράφει ως ένα εννοιολογικό φραγμό. Αυτή η άποψη προτείνει ότι ο εναλλακτικός τουρισμός και ο μαζικός τουρισμός αποτελούν πόλους, και ότι η μετακίνηση από τον ένα στον άλλο αποτελεί θέμα λεπτής μετάβασης παρά απότομου διαχωρισμού (διάγραμμα 4.5.1.). Καθώς η γραμμή ανάμεσα στον εναλλακτικό και τον μαζικό τουρισμό γίνεται όλο και πιο πολύ ασαφής, το ίδιο συμβαίνει και με τα όρια ανάμεσα στον οικοτουρισμό και το μαζικό τουρισμό.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.5.1.: ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΜΑΖΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΠΗΓΗ: Weaver 1998: Weaver D., 2001β

Ο Weaver (2001β) δίνει μερικούς επιπλέον λόγους για τους οποίους ένα τμήμα της οικοτουρισμικής δραστηριότητας μπορεί να συμπεριληφθεί στην κατηγορία του μαζικού τουρισμού ή τουρισμού σε μεγάλη κλίμακα:

- Ο μαλακός οικοτουρισμός σε μερικούς προορισμούς είναι αρκετά μεγάλος σε όγκο ώστε να μπορεί να του αποδοθεί η ταμπέλα του μαζικού τουρισμού, ενώ παραμένει συνεκτικός με τις αρχές της βιωσιμότητας.
- Πολλοί εάν όχι οι περισσότεροι που συμμετέχουν στον μαλακό οικοτουρισμό είναι πράγματι μαζικοί τουρίστες που εμπλέκονται σε τέτοιες δραστηριότητες ως τμήμα διακοπών με πολλαπλούς σκοπούς οι οποίες δίνουν έμφαση στο πεδίο «3S» (sand, sea and sun).

Ο συσχετισμός ανάμεσα στο μαζικό τουρισμό και τον οικοτουρισμό που διαπιστώθηκε και στην προηγούμενη παράγραφο, σε σχέση με το σκληρό και μαλακό μοντέλο οικοτουρισμού, είναι αμφιλεγόμενος. Επικρατεί γενικά η άποψη ότι η ανομοιογένεια αυτή στην δύναμη των δύο τμημάτων σημαίνει ότι η επιρροή του μαζικού τουρισμού πάνω στον οικοτουρισμό είναι μεγαλύτερη παρά το αντίστροφο και ότι ο μαζικός τουρισμός θα προσαρμόσει τον οικοτουρισμό για τους δικούς του σκοπούς (Weaver D., 2001β). Η πολυ-σκοπιμότητα της συνολικής ταξιδιωτικής εμπειρίας των ήπιων

οικοτουριστών είναι ιδιαίτερος σχετική, αφού οι επιδιώξεις των ταξιδιωτών αυτών ταιριάζουν πολύ με αυτές του μαζικού τουρισμού (π.χ. ψώνια, αξιοθέατα, κλπ).

Για πολλούς ερευνητές του οικοτουρισμού, η έννοια αυτή του μαζικού τουρισμού που ενυπάρχει στον ήπιο οικοτουρισμό είναι αντιφατική και πιθανόν επικίνδυνη, και υποστηρίζουν ότι υψηλά επίπεδα επισκέψεων δεν συμβαδίζουν με την καλή περιβαλλοντική και κοινωνική κατάσταση των επαρχιακών εκείνων περιοχών όπου πραγματοποιείται η οικοτουριστική δραστηριότητα (Scace, 1993: Weaver D., 2001α).

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα που αποδεικνύει τον ισχυρισμό αυτό είναι η περίπτωση της Κένυας, όπου οι τυπικοί Βορειοαμερικάνοι και Ευρωπαίοι ταξιδιώτες ξοδεύουν το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου τους στο Ναϊρόμπι και στα άλλα παραθαλάσσια θέρετρα. Μέχρι ενός σημείου, ωστόσο, οι επισκέπτες αυτοί παίρνουν μέρος σε ημερίσια ή με μια διανυκτέρευση σαφάρι σε κάποια απ' τις πιο γνωστές και καλά προστατευμένες κοντινές περιοχές (Akama, 1991: Weaver D., 2001α). Τα σαφάρι αυτά μπορούν θεωρητικά να χαρακτηριστούν σαν οικοτουριστική εμπειρία, παρόλο που το επίπεδο των υπηρεσιών και παροχών αποτελεί χαρακτηριστικό μαζικού τουρισμού. Συνεπώς, θα μπορούσε κάποιος να πει ότι οι συμμετέχοντες των σαφάρι αυτών στη Κένυα είναι τόσο μαζικοί τουρίστες όσο και οικοτουρίστες, ένα είδος δηλαδή που θα μπορούσε να ονομαστεί «μαζικοί οικοτουρίστες».

Σημαντική ένδειξη της αυξανόμενης ταύτισης του οικοτουρισμού με τον μεγάλης κλίμακας τουρισμό είναι μια αλλαγή του ενδιαφέροντος στον οικοτουρισμό από εκείνους που έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο σε εκείνους με λιγότερη εκπαίδευση— μια επέκταση του ενδιαφέροντος σε αγορές μαζικής κατανάλωσης. Αυτού του είδους η αλλαγή υποστηρίζεται και από έρευνες των παρελθοντικών και μελλοντικών Αμερικανών οικοτουριστών. Αυτό που διαπιστώνει κανείς είναι ότι, συνολικά, τα χαρακτηριστικά των πιθανών οικοτουριστών υποδεικνύουν ότι το ενδιαφέρον για τον οικοτουρισμό απλώνεται σε πολλά τμήματα του πληθυσμού και ότι τα χαρακτηριστικά του έμπειρου οικοτουρίστα ενσωματώνονται στην αγορά των κύριων τάσεων του τουρισμού (Wight P., 1995α).

Επικρατεί επίσης η άποψη ότι ενώ ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από καταναλωτικές κυρίως δραστηριότητες, όπως οι αγορές, το ψάρεμα ή το κηνύγι, εξ ορισμού ο οικοτουρισμός θα έπρεπε να χαρακτηρίζεται αντίστοιχα από δραστηριότητες μη-καταναλωτικές, όπως είναι η παρατήρηση πουλιών, δραστηριότητες που στοχεύουν πρωτίστως στο να προσφέρουν εμπειρίες στον ταξιδιώτη. Ωστόσο,

διαπιστώνεται ότι και οι οικοτουρισμικές εμπειρίες εμπεριέχουν αρκετές μορφές κατανάλωσης, όπως είναι:

- Η κατανάλωση καυσίμων στη διαδικασία μετακίνησης, και όταν γίνεται χρήση μηχανών ή βαρκών στη διαδικασία της παρατήρησης της άγριας ζωής—επίσης η κατανάλωση φαγητού και άλλων προϊόντων καθ'όλη τη διάρκεια της οικοτουρισμικής εμπειρίας.
- Η αγορά σουβενίρ, η οποία απαιτεί τουλάχιστον κάποιο βαθμό κατανάλωσης φυσικών πηγών.
- Η σταδιακή αποσάθρωση του περιβάλλοντος μέσω της διάβρωσης, της καταπάτησης της βλάστησης κατά τη διάρκεια της παρατήρησης της άγριας ζωής ή κατά τη διάρκεια της εγκατάστασης των εγκαταστάσεων-αυτά μπορούν να περιγραφούν ως μια μορφή κατανάλωσης φυσικών πηγών.
- Η διατήρηση της άγριας φύσης ως ένα είδος κατανάλωσης (Weaver D., 2001β).

Παρατηρείται έτσι μια σχέση αλληλεξάρτησης και αμοιβαίας ενίσχυσης ανάμεσα στον οικοτουρισμό και τον μαζικό τουρισμό. Πράγματι, ο οικοτουρισμός μπορεί να ενδυναμώσει τον μαζικό τουρισμό προσφέροντας ευκαιρίες για ποικιλία επιλογών οι οποίες είναι ιδιαίτερα ελκυστικές ενόψει του αυξανόμενου ενδιαφέροντος για την τουριστική αγορά. Επίσης, ο οικοτουρισμός μπορεί να βοηθήσει να μεταδοθεί ένα ήθος περιβαλλοντικής επίγνωσης ενισχύοντας το κίνημά του προς την κατεύθυνση της βιωσιμότητας. Με τη σειρά του, ο μαζικός τουρισμός προμηθεύει την αγορά με οικοτουρίστες. Η μαζική τουριστική βιομηχανία μπορεί να εισάγει στρατηγικές εξελιγμένου περιβαλλοντικού χειρισμού για τον οικοτουρισμό οι οποίες βρίσκονται πέρα από τις δυνατότητες των περισσότερων οργανώσεων οικοτουρισμού σε μικρή κλίμακα (Weaver D., 2001β).

Ο μαζικός τουρισμός προμηθεύει πολλούς οικοτουριστικούς τομείς με ένα μεγάλο κομμάτι των πελατών του (π.χ. επιβάτες κρουαζιερών οι οποίοι γίνονται ήπιοι οικοταξιδιώτες όταν αποβιβάζονται σε έρημα νησιά τα οποία ανήκουν στην εταιρία του πλοίου, ή τουρίστες θερέτρων που επισκέπτονται προστατευόμενες περιοχές κοντά στο θέρετρο), και συνεπώς κάνει κάποιες πλευρές του οικοτουρισμού εξαρτώμενες από αυτόν. Λόγω του ότι ο ήπιος οικοτουρισμός είναι σχετικά γνωστός και μπορεί να δημιουργήσει ένα αξιολόγο εισόδημα, οι κυβερνήσεις είναι διατεθειμένες να τον πάρουν πολύ πιο σοβαρά απ' τον σκληρό οικοτουρισμό, σαν κάτι που αξίζει υποστήριξης. Ο οικοτουρισμός, με την ενίσχυση τόσο του δημόσιου τομέα όσο και

άλλων τομέων της βιομηχανίας του μαζικού τουρισμού, μπορεί να αντιμετωπίσει καλύτερα τον ανταγωνισμό από άλλες ομάδες που προσπαθούν να εκμεταλλευθούν το φυσικό περιβάλλον. Απ' την άλλη, ο οικοτουρισμός ενισχύει τον μαζικό τουρισμό μέσω της επέκτασης των επιχειρήσεων, προσφέροντας μια ευκαιρία στους επισκέπτες να κάνουν ένα διάλειμμα απ' την παραλία ή τα ψώνια για να παρατηρήσουν και να μάθουν για τις φυσικές ομορφιές της περιοχής (πίνακας 4.5.1.).

Η ισχυρή επιρροή του οικοτουρισμού στον μαζικό τουρισμό απεικονίζεται απόλυτα από μια έρευνα του 1990 σε 1.678 εσερχόμενους τουρίστες στην Κένυα, η οποία αποκάλυψε ότι το 70% αυτών είχαν επισκεφτεί τη χώρα με σκοπό να θαυμάσουν την ενδιαφέρουσα άγρια πανίδα και χλωρίδα στο φυσικό της περιβάλλον. Το φαινόμενο αυτό επαναλαμβάνεται και σε άλλους γνωστούς οικοτουριστικούς προορισμούς όπως η Κόστα Ρίκα, το Μπελίζ και το Κουίνζλαντ στην Αυστραλία (Weaver, 1998: Weaver D., 2001α). Αν όχι για την ευκαιρία αυτή να θαυμάσουν την άγρια φύση, οι τουρίστες αυτοί είναι πιθανόν να ταξιδέψουν σε φθηνότερους και ευκολότερα προσβάσιμους προορισμούς, που επιπλέον συνδυάζουν τα τρία S του τουρισμού (sun, sea and sand), όπως η Μάλτα, η Τζαμάικα ή η Χαβάη.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.5.1.: ΑΜΟΙΒΑΙΩΣ ΩΦΕΛΙΜΟΙ ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ ΜΕΤΑΞΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ

<p style="text-align: center;">Α</p> <p style="text-align: center;">(μαζικός τουρισμός στον οικοτουρισμό)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Παρέχει ένα τεράστιο πελατολόγιο (ήπιοι οικοτουρίστες) και εισροή εισοδημάτων • Φέρνει οικονομίες κλίμακας που υπόκεινται στις αρχές της βιωσιμότητας • Παρέχει άσκηση πολιτικής επιρροής με τη μορφή των ανταγωνιζόμενων χρηστών των πόρων 	<p style="text-align: center;">Β</p> <p style="text-align: center;">(οικοτουρισμός στο μαζικό τουρισμό)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Συνεισφέρει στην επέκταση του προϊόντος μαζικού τουρισμού • Είναι ελκυστικό σε μια αναπτυσσόμενη «πράσινη» αγορά μαζικών τουριστών • Γίνεται περαιτέρω έκθεση σε αρχές και πρακτικές βιωσιμότητας
<p style="text-align: center;">Γ</p> <p style="text-align: center;">(προστατευόμενες περιοχές στον οικοτουρισμό)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Παρέχουν ένα ελκυστικό, υψηλής ποιότητας περιβάλλον για οικοτουριστικές δραστηριότητες • Απομονώνουν τον οικοτουρισμό από ασυμβίβαστες δραστηριότητες 	<p style="text-align: center;">Δ</p> <p style="text-align: center;">(οικοτουρισμός στις προστατευόμενες περιοχές)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Η εισροή εισοδημάτων παρέχει πόρους για αναβάθμιση και επέκταση • Η ευρεία έκθεση αυξάνει την υποστήριξη του κοινού

ΠΗΓΗ: Weaver D., 2001α

Στο πλαίσιο όσων έχουν αναφερθεί μέχρι τώρα, πολλοί σχολιαστές έχουν αμφισβητήσει το εάν ο οικοτουρισμός θα πρέπει να θεωρηθεί ως ξέχωρο τμήμα της τουριστικής αγοράς. Ένας από αυτούς είναι και ο Reingold (1993: Blamey R., 1997) ο

οποίος ισχυρίζεται ότι «Οι οικοτουρίστες δεν αποτελούν μια εναλλακτική ξεχωριστή αγορά, αλλά συχνά ακολουθούν το κύριο ρεύμα των υπόλοιπων τουριστών. Και σε ότι αφορά την ελευθερία τους, αυτοί συχνά αναζητούν οργανωμένες εκδρομές τόσο συχνά όσο και οι άλλοι τουρίστες».

Ανάλογα, και οι Preece *et al* (1995: Blamey R., 2001), επιχειρηματολογούν ότι γίνεται ψευδής διάκριση ανάμεσα στον τουρισμό και τον οικοτουρισμό. Ο τουρισμός που βασίζεται στη φύση και ο οικοτουρισμός πρέπει να ενσωματωθεί μέσα στο ευρύ φάσμα του τουρισμού, και δεν θα έπρεπε να περιορίζεται με τεχνητές προσπάθειες για την κατηγοριοποίηση του φαινομένου.

Τέλος, ο Hall (1993: Blamey R., 1997) ισχυρίζεται ότι ο οικοτουρισμός δεν αποτελεί έννοια η οποία τίθεται σε ενέργεια. Μια πρόσφατη αναφορά στο Τμήμα Περιβάλλοντος, Αθλητισμού και Εδάφους της Αυστραλίας, η οποία αφορά την περιβαλλοντική συντήρηση και τον οικοτουρισμό ισχυρίζεται ότι γίνεται μια «λανθασμένη διαχώριση» ανάμεσα στον τουρισμό και τον οικοτουρισμό. Ο τουρισμός που βασίζεται στη φύση και ο οικοτουρισμός πρέπει να θεωρούνται συνυφασμένα της έννοιας του τουρισμού, και δεν πρέπει να περιορίζονται με ψεύτικες προσπάθειες κατηγοριοποίησης του φαινομένου.

4.6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 4

Σύμφωνα με όσα προσφέρει μέχρι τώρα η βιβλιογραφία και τις έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί πάνω στον οικοτουρισμό, δεν είναι λάθος να ειπωθεί ότι τελικά ο οικοτουρισμός, σε ένα μεγάλο ποσοστό, είναι και μαζικός τουρισμός. Αν και κάτι τέτοιο μπορεί να θεωρηθεί σχήμα οξύμορο, οι έρευνες το επιβεβαιώνουν συνεχώς. Χωρίς να αναιρείται η ύπαρξη αληθινών οικοτουριστών, οι οποίοι είναι διατεθημένοι να αφιερώσουν χρόνο και χρήμα για μια αληθινή οικοτουριστική εμπειρία, αδιαφορώντας για τις ανέσεις και, πολλές φορές, την ίδια τους την ασφάλεια, το μεγαλύτερο κομμάτι των καταναλωτών αυτών διαθέτουν χαρακτηριστικά και κίνητρα που ταιριάζουν περισσότερο στο προφίλ ενός μαζικού τουρίστα. Είναι πολλές φορές δύσκολο να ξεχωρίσει κανείς αν τα οικοτουριστικά πακέτα είναι τόσο περιζήτητα γιατί προσφέρουν αληθινές εμπειρίες κοντά στη φύση ή γιατί απλά αποτελούν μια νέα τάση στον τουρισμό και αποτελούν μια εναλλακτική πρόταση διακοπών. Εξ' άλλου οι τουριστικοί πράκτορες, έχοντας επίγνωση αυτής της πραγματικότητας, διαμορφώνουν έτσι τα οικοτουριστικά προϊόντα ώστε να απευθύνονται σε ένα πολύ ευρύτερο κοινό απ'αυτό των οικοτουριστών, δημιουργώντας έτσι ένα νέο είδος τουρίστα, τον μαζικό οικοτουρίστα, ο οποίος είναι και ο βασικός αγοραστής των οικοτουριστικών προϊόντων.

Συνεπώς, όπως σε όλες τις μορφές του τουρισμού, έτσι και στην περίπτωση του οικοτουρισμού, ελλοχεύει πάντα ο κίνδυνος των δυσμενών επιδράσεων στο περιβάλλον, όταν αυτός αναπτύχθει υπερβολικά και χωρίς αειφορικούς φραγμούς, πόσο μάλλον στην περίπτωση που αυτός τείνει να είναι μαζικός. Πολλές φυσικές περιοχές, σε αρκετές χώρες του κόσμου, που λόγω της ιδιαιτερότητάς τους αποτελούν περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, προσέλκυσαν μεγάλους αριθμούς οικοτουριστών, οι οποίοι όταν δεν ακολουθούσαν κανόνες ελέγχου, προκάλεσαν δυσμενείς επιπτώσεις στις περιοχές αυτές που κλιμακώθηκαν από την απλή υποβάθμιση μέχρι και την καταστροφή τους.

Οι αρνητικές επιπτώσεις του οικοτουρισμού εξαπλώνονται και σε άλλους τομείς, πέραν του περιβάλλοντος, όπως ο τοπικός πληθυσμός, οι οικοτουριστικές επιχειρήσεις, αλλά και οι ίδιοι οι οικοτουρίστες. Γι'αυτό το λόγο, σε κάθε περιοχή που αναπτύσσεται ο οικοτουρισμός οι αρμόδιοι φορείς έχουν την υποχρέωση να παίρνουν προληπτικά μέτρα ελέγχου και περιορισμού της τουριστικής ανάπτυξης μέσα στα πλαίσια της βιωσιμότητας και του μικρού μεγέθους. Γιατί είναι προτιμότερο να μην αναπτύχθει καν

οικοτουρισμός σε μια περιοχή, παρά να αναπτυχθεί άναρχα, ανεξέλεγκτος και με τρόπο που να αλλοιώνει τη φιλικότητα του προς το περιβάλλον.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ
ΚΑΙ
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ



5.1. ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο οικοτουρισμός, μορφή τουρισμού που εμφανίστηκε γύρω στα τέλη της δεκαετίας του '80, είναι σύμφωνα με τον Ceballos-Lascurain (1987: Diamantis D., 1999) «το να ταξιδεύεις σε σχετικά ανενόχλητες ή αμόλυντες φυσικές περιοχές έχοντας ως στόχο την μελέτη, το θαυμασμό και την απόλαυση του σκηνικού και των άγριων φυρών και ζώων, καθώς και οποιασδήποτε υπάρχουσας πολιτισμικής εκδήλωσης που απαντάται σε αυτές τις περιοχές».

Στα πλαίσια του προηγούμενου ορισμού, οι οικοτουρίστες είναι άτομα τα οποία:

- Διακατέχονται από περιβαλλοντική ηθική,
- Προθυμοποιούνται και ενεργοποιούνται για την προστασία των περιβαλλοντικών πόρων,
- Ενεργοποιούνται και συμπεριφέρονται με εσωτερικά παρά με εξωγενή κίνητρα,
- Χαρακτηρίζονται από βιοκεντρικό παρά ανθρωποκεντρικό προσανατολισμό και υψηλές γνωστικές και συναισθηματικές λειτουργίες,
- Επιδιώκουν να προστατέψουν και να ωφελήσουν την άγρια ζωή στο περιβάλλον που αυτή εντάσσεται,
- Αγωνίζονται να αποκτήσουν άμεσες εμπειρίες στο φυσικό περιβάλλον,
- Προσδοκούν επιμόρφωση ως προς τις συνθήκες και τις ιδιότητες των περιβαλλοντικών πόρων.

Σχετικά με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά και τις ταξιδιωτικές τους προτιμήσεις, σε γενικές γραμμές οι οικοτουρίστες:

- | | |
|------------------------------------|---|
| • είναι 35-54 ετών | • ξοδεύουν σε ένα οικοτουριστικό ταξίδι \$1,000-\$2,000 |
| • είναι 50% άντρες, 50% γυναίκες | • επιλέγουν διάρκεια διακοπών 8-14 ημέρες |
| • είναι υψηλού μορφωτικού επιπέδου | |
| • έχουν εισοδήματα άνω του μέσου | |

Όσον αφορά τις πιο γνωστές οικοτουριστικές δραστηριότητες, αυτές είναι:

- | | |
|--------------------------------------|----------------------|
| • Πεζοπορία | • Kayaking |
| • Rafting | • Canoeing |
| • Ποδηλασία | • Ψάρεμα |
| • Camping | • Τοπικός πολιτισμός |
| • Παρατήρηση άγριας πανίδας/χλωρίδας | • Backpacking |
| | • Περιήγηση, κλπ. |

Οι πιο διαδεδομένοι οικοτουριστικοί προορισμοί είναι:

- Νεπάλ
- Μπελίζ
- Νησιά Γκαλαπάγκος
- Κένυα
- Αυστραλία
- Περού
- Βραζιλία
- Νότια αφρική
- Ανταρκτική, κλπ.

Τα ψυχολογικά κίνητρα των οικοτουριστών και η διαδικασία της απόφασης πραγματοποίησης ενός οικοτουριστικού ταξιδιού μοιάζουν πολύ με τα κίνητρα και τις διαδικασίες ενός γενικού τουρίστα. Ωστόσο, η επιθυμία για οικοτουριστικά ταξίδια συνδέεται σε μεγάλο βαθμό και από τις περιβαλλοντικές αξίες των τουριστών (οικοκεντρισμός-οικοκεντρική φιλοσοφία), οι οποίες, ανάλογα με τον βαθμό στον οποίο ισχύουν, ωθούν το άτομο στην αναζήτηση των διακοπών κοντά στη φύση. Μέσα απ' τις μελέτες για τα οικοτουριστικά κίνητρα, προκύπτει γενικά ότι οι άνθρωποι επιλέγουν τέτοιου είδους διακοπές ώστε:

- να απολαύσουν τη φύση
- να μάθουν νέα πράγματα
- να ενισχύσουν οικογενειακές σχέσεις
- να μειώσουν την ένταση της καθημερινότητας
- να ξεφύγουν από το σωματικό άγχος
- να μοιραστούν με άλλα άτομα παρόμοιες αξίες
- να νιώσουν ανεξάρτητοι
- να ανακαλύψουν τον εαυτό τους
- να συναναστραφούν με ανθρώπους ευγενικούς, με ευαισθησίες
- να νιώσουν τη χαρά της επίτευξης και της πνευματικής διέγερσης
- να αναπαυθούν σωματικά
- να διδάξουν άλλους
- να πάρουν ρίσκα
- να μειώσουν το ρίσκο
- να γνωρίσουν άλλους ανθρώπους
- να νιώσουν δημιουργικοί
- να νιώσουν νοσταλγία
- να ζήσουν σε περιβάλλον με ευχάριστη θερμοκρασία.

Μάλιστα, ανάλογα με τα κίνητρα αυτά, οι οικοτουρίστες έχουν χωριστεί από πολλούς μελετητές σε κατηγορίες, οι οποίες συνήθως διαφέρουν ως προς το είδος και τη δυσκολία των δραστηριοτήτων που επιλέγονται, τη συχνότητα οικοτουριστικών διακοπών, αλλά κυρίως ως προς το επίπεδο αφοσίωσης στη φύση και ανάγκης για αλληλεπίδραση με το περιβάλλον.

Απ' την σύντομη αναφορά στον μαζικό τουρισμό, ώστε να εξεταστεί μέσω αυτού ο οικοτουρισμός, προκύπτει ότι αποτελεί ένα πρότυπο τουρισμού που του ανήκει ένα σημαντικό τμήμα της τουριστικής αγοράς και χαρακτηρίζεται από:

- Τη συμμετοχή τεράστιων αριθμών ανθρώπων
- Την ομαδική οργάνωση του ταξιδιού
- Την ομαδική διαμονή και
- Τη συνειδητή ενσωμάτωση του ανθρώπου που κάνει διακοπές σε κάποια ταξιδιωτική ομάδα

Αν και έχει προσφέρει δίχως αμφιβολία πολλά στην ανάπτυξη του τουρισμού αλλά και στην οικονομική άνθιση αρκετών χωρών, ο μαζικός τουρισμός επέφερε σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις τόσο σε τουριστικούς προορισμούς, όσο και στην ίδια την τουριστική βιομηχανία, όπως:

- Η έντονη εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης,
- Η αλλοίωση της πολιτιστικής φυσιογνωμίας ενός μέρους,
- Η επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος λόγω της υπέρβασης της φέρουσας ικανότητας,
- Η επιβάρυνση του δομημένου περιβάλλοντος λόγω της ανεξέλεγκτης και άναρχης δόμησης,
- Η υπερσυγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας στις παραλιακές και άλλες ζώνες και
- Η πόλωση της τουριστικής ανάπτυξης και οι χαμηλοί ρυθμοί ανάπτυξης περιοχών της ενδοχώρας.

Λόγω των αρνητικών αυτών επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού, της άκαμπτης και αδιαφοροποίητης φύσης του προϊόντος που προσφέρει, τη γενικότερη κινητοποίηση και ευαισθητοποίηση υπέρ του περιβάλλοντος και του πολιτισμού και των νέων αναγκών της τουριστικής αγοράς για ανέγγιχτες, παρθένες και απομακρυσμένες περιοχές, ο οικοτουρισμός έγινε η νέα τάση στη τουριστική βιομηχανία.

Ωστόσο, οι αυξανόμενες απαιτήσεις για την κάλυψη της οικοτουριστικής ζήτησης και η εξάπλωση του φαινομένου σε πολλά τμήματα της τουριστικής αγοράς οδήγησαν στον εκφυλισμό της αρχικής έννοιας του οικοτουρισμού και στην αδυναμία εφαρμογής της θεωρίας στην πράξη. Οι αληθινοί οικοτουρίστες αποτελούν πλέον ένα μικρό μόνο ποσοστό της αγοράς αυτής, ενώ οι υπόλοιποι αποτελούν ένα είδος μαζικού οικοτουρίστα. Ο οικοτουρισμός με τον μαζικό τουρισμό δε, είναι ουσιαστικά δύο

διαφορετικά, αλλά αλληλοσυμπληρούμενα και αλληλοϋποστηριζόμενα, κομμάτια της συνολικής τουριστικής αγοράς.

Η ταύτιση του οικοτουρισμού με το μαζικό τουρισμό, και η λανθασμένη, γενικότερα, χρήση και εκμετάλλευσή του, δημιούργησαν πολλά προβλήματα σε φυσικές περιοχές, ιστορικές τοποθεσίες, αλλά και στις τοπικές κοινωνίες των επισκεπτόμενων απ' τους οικοτουρίστες περιοχών, όπως:

- Φθορά μονοπατιών
- Φθορά χώρων κατασκήνωσης
- Απορρίματα
- Πολυκοσμία
- Επιπτώσεις από τα υπολείμματα που μένουν πίσω
- Διαμάχες χρηστών
- Προβλήματα από τα ανθρώπινα λύματα
- Επιπτώσεις στην πανίδα/χλωρίδα
- Μόλυνση του νερού
- Υπερανάπτυξη
- Απώλειες φυσικών κατοίκων περιοχής
- Ηχορρύπανση και μόλυνση του αέρα
- Αισθητικές επιπτώσεις
- Συλλογή αναμνηστικών και προσαναμμάτων
- Επιπτώσεις στα φυτά
- Διαταραχή/καταστροφή των αμμόλοφων και υφάλων
- Συμπύεση του εδάφους
- Υψηλός κίνδυνος πυρκαγιάς
- Καταστροφές σε αρχαιολογικά και ιστορικά μέρη

Αυτά και πολλά ακόμα προβλήματα μπορούν να υποβαθμίσουν τις φυσικές περιοχές και να αποβούν ακόμα και καταστρεπτικά για το περιβάλλον, τον πολιτισμό και την οικονομία μια περιοχής. Κρίνεται απαραίτητο να ληφθούν άμεσα μέτρα αντιμετώπισής τους, αλλά και να δημιουργηθούν κανόνες που να ελέγχουν και να περιορίζουν το βαθμό της οικοτουριστικής ανάπτυξης, σε επίπεδα αριθμού και συχνότητας επισκεπτών καθώς και υποδομών. Οι λύσεις που προτείνονται με σκοπό την επίλυση των ήδη υπάρχοντων προβλημάτων, αλλά και την αποφυγή νέων, παρουσιάζονται λεπτομερώς στην επόμενη παράγραφο.

5.2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ: ΤΡΟΠΟΙ ΕΛΕΓΧΟΥ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΩΣΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η σύγχρονη πραγματικότητα του οικοτουρισμού είναι δυστυχώς πολύ διαφορετική από εκείνη που αρχικά επιδιώχθηκε από τους γνήσιους υποστηρικτές του. Όπως αναφέρθηκε και στο τέλος της προηγούμενης παραγράφου, η πραγματικότητα αυτή απαιτεί άμεσες ενέργειες αντιμετώπισης, αλλά και προληπτικό σχεδιασμό, ώστε να αποφευχθούν λάθη που έγιναν, αλλά και συνεχίζουν να γίνονται, εις βάρος του περιβάλλοντος, των τοπικών κοινωνιών και των ίδιων των τουριστών. Ο κυριότερος παράγοντας που συνετέλεσε στην απομυθοποίηση του «καλού» οικοτουρισμού υπήρξε η αδυναμία μέτρησης του πόσο «οικο» είναι πραγματικά, αλλά και στην απροθυμία, απ' την πλευρά κυρίως των τουριστικών επιχειρήσεων, να προβούν σε τέτοιου είδους διαδικασία. Έτσι, θα ήταν χρήσιμο, πριν την αναφορά προτεινόμενων λύσεων και των πιθανών αποτελεσμάτων τους, να αναφερθούν ακόμα οι τρόποι με τους οποίους είναι δυνατόν να μετρηθεί ο οικοτουρισμός, ως προς τις κύριες αρχές που πρέπει να τον διέπουν.

5.2.1. ΤΡΟΠΟΙ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Λόγω της άμεσης σχέσης του οικοτουρισμού με τον περιβαλλοντισμό και την οικολογική συνείδηση που υποθετικά πρέπει να επιδεικνύουν, τόσο οι τουρίστες όσο και οι εμπλεκόμενοι στο οικοτουριστικό εμπόριο, είναι απαραίτητη η μέτρηση της «περιβαλλοντικής» αυτής στάσης. Η «περιβαλλοντική» στάση μπορεί γενικά να οριστεί σαν «η εμβριθής τάση να απευθύνει κάποιος με συνέπεια ευμενείς ή δυσμενείς τρόπους με σεβασμό» στο περιβάλλον. Πολλοί τρόποι έχουν προταθεί και χρησιμοποιηθεί για την μέτρηση της «περιβαλλοντικής» στάσης.

Οι Dunlap και Van Liere (1978: Pelstring L., 1997) ήταν οι πρώτοι αληθινοί ερευνητές που έθεσαν σαν ζητούμενο την εμφάνιση μιας νέας θεώρησης για τον κόσμο, μιας θεώρησης που διέφερε δραματικά απ' το Κυρίαρχο Κοινωνικό Πρότυπο (Dominant Social Paradigm) – την αντίληψη του κοινού για την ανάπτυξη και την εξέλιξη, την επιστήμη και την τεχνολογία, την *laissez-faire* οικονομία, κλπ. Ονομάζοντας τη στάση αυτή Νέο Περιβαλλοντικό Πρότυπο (New Environmental Pradigm–NEP), οι συγγραφείς υποστηρίζουν ότι η αναδυόμενη αυτή άποψη αποτελείται από έννοιες

όπως τα όρια στην ανάπτυξη, την αμετάβλητη οικονομία, τη διατήρηση των φυσικών πόρων, κλπ. Ωστόσο, οι ερευνητές ήρθαν αντιμέτωποι με αρκετά προβλήματα κατά την εφαρμογή του νέου αυτού προτύπου. Ένα απ' τα πιο σημαντικά θέματα που προέκυψαν ήταν το αν το NEP είναι μονοδιάστατο ή πολυδιάστατο, αν δηλαδή η έννοια της περιβαλλοντικής συμπεριφοράς είναι τελικά μία μόνο έννοια ή αποτελείται από πολλές διαφορετικές έννοιες και διαστάσεις.

Στην παράγραφο 5.2. αναφέρθηκε ότι ο βαθύς οικοτουρισμός αποτελεί ουσιαστικά την γνήσια και, σπάνια πια, έκφραση του οικοτουρισμού. Ποια είναι όμως τα κριτήρια που απαιτούνται για να αναγνωριστεί ο βαθύς οικοτουρισμός; Είναι απαραίτητο να γίνει αρχικά μια διαφοροποίηση ανάμεσα στον οικοτουρίστα και τον οικοτουρισμό. Ο οικοτουρίστας αναφέρεται σε ένα άτομο που μπορεί να ταξιδεύει ανάλογα με βαθιές ή με ρηχές αρχές. Ο τύπος του οικοτουρίστα μπορεί να αναλυθεί σύμφωνα με χαρακτηριστικά τα οποία περιλαμβάνουν στάσεις, αξίες και συμπεριφορά. Ερωτήσεις μπορεί να δημιουργηθούν οι οποίες αντανακλούν τις περιβαλλοντικές ευαισθησίες του οικοτουρίστα μέσω ερευνών, οι περισσότερες από τις οποίες βασίζονται στις τροποποιήσεις της κλίμακας περιβαλλοντικής στάσης των Dunlap and Van Leire που αναφέρθηκε προηγουμένως.

Οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται για να διαφοροποιήσουν ανάμεσα στο βαθύ και τον επιφανειακό τουρισμό και τις ανάλογες δραστηριότητες μοιάζει να είναι προβληματικός. Πολλές μεταβλητές έχουν χρησιμοποιηθεί για να αναγνωριστούν διαφορετικές μορφές τουρισμού, για παράδειγμα μετρήσεις για τη στέγαση, την οικονομική επίδραση, τους τουρίστες. Η πολύπλευρη φύση του τουρισμού το καθιστά δύσκολο να αναπτυχθούν μέθοδοι για τη μέτρηση και τη σύγκριση των οικοτουριστικών δραστηριοτήτων που μπορούν να εφαρμοστούν σε όλες τις γεωγραφικές περιοχές. Ωστόσο, δείκτες για το βιώσιμο τουρισμό, και η αναγνώριση της περιοχής ως οικολογική προσφέρουν αρκετές πιθανότητες προς τη κατεύθυνση αυτή (Acott T., Trobe H. & Howard S., 1998).

5.2.2. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΘΥΜΗΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Αν ο οικοτουρισμός πρόκειται να ανθίσει και να εξαπλωθεί σε βιομηχανία, οι ενδείξεις της έρευνας των R. K. Blamey and V. A. Braithwaite (Blamey R. & Braithwaite V., 1997) στη Αυστραλέζικη αγορά προαναγγέλλουν έναν αριθμό από προειδοποιήσεις για εκείνους οι οποίοι ασχολούνται ή σκοπεύουν να ασχοληθούν με την βιομηχανία του

οικοτουρισμού. Αρχικά, είναι σημαντικό να αναγνωριστεί πως η προοπτική της οικοτουριστικής αγοράς δεν περιορίζεται μόνο σε εκείνους που είναι ιδιαίτερα αφοσιωμένοι ή ευαίσθητοι σε περιβαλλοντικά θέματα. Ένα σημαντικό κομμάτι της δυναμικής αγοράς αποτελείται από άτομα με συντηρητικές αξίες, πολλοί από τους οποίους είναι απίθανο να συμμετάσχουν σε γνήσιες μορφές οικοτουρισμού, μπορεί ωστόσο να εκτιμήσουν την ευκαιρία να μάθουν για τη φύση σ' ένα ασφαλές και άνετο περιβάλλον μιας ορανωμένης οικοτουριστικής εκδρομής. Δεύτερον, αυτή η δυναμική αγορά, αν και απλοϊκή κατά κάποιο τρόπο, εκφράζει την προθυμία να μάθει για το περιβάλλον και είναι ανοιχτή στην υιοθέτηση νέων κανόνων με οικολογικά πρότυπα. Επίσης, δεδομένου του μεγέθους και της ανομοιότητας της πιθανής οικοτουριστικής αγοράς, είναι απαραίτητα θεσμοθετημένα μέσα προστασίας του περιβάλλοντος. Το τέταρτο και τελευταίο σημείο, ωστόσο, είναι πως ο τρόπος με τον οποίο ο άνθρωπος διαχειρίζεται την περιβαλλοντική προστασία είναι προβληματικός και υπάρχει σοβαρό ενδεχόμενο να προκληθούν τριβές στο εσωτερικό της οικοτουριστικής βιομηχανίας. Σήμερα, είναι πλέον ξεκάθαρο πως θέματα διοίκησης στον τομέα αυτό είναι τελικά πολιτικά θέματα, και το συμπέρασμα αυτό επιβεβαιώνεται ακόμα κι απ' την επιβολή αντιτίμου εισόδου σε έρημες, παρθένες ακόμα, περιοχές.

Συνεπώς, για να επιβιώσει μια ζωτική, μακροπρόθεσμη οικοτουριστική βιομηχανία, είναι βασικό αυτοί που είναι υπεύθυνοι για την προστασία των πόρων αναψυχής και εκείνοι που προσφέρουν τις υποδομές να συνειδητοποιήσουν την αλληλοεξάρτησή τους. Η βελτιωμένη διαχείριση μπορεί να προσφέρει ένα εύρος αποδεκτών επιπέδων χρήσης με μια ευελιξία της προστασίας των φυσικών πόρων από τις επιπτώσεις καθώς και να διατηρήσει την βιωσιμότητα των τουριστικών υπηρεσιών (Carter B. & Moore S., 1993).

Το πρώτο βήμα για να εξασφαλιστεί ότι οι τουριστικοί οργανισμοί λαμβάνουν υπ' όψη τους την προστασία των πόρων είναι να τεθεί αυτό σαν ξεκάθαρος στόχος των επιχειρηματικών πρακτικών, δηλαδή:

- Να προφυλάσσεται η αναψυχή υπαίθρου σε όλες τις περιπτώσεις,
- Να μεγιστοποιείται η απόλαυση των δραστηριοτήτων υπαίθρου,
- Να καλύπτεται η ανάγκη για πρόσβαση σε τοποθεσίες και υπηρεσίες αναψυχής,
- Να προσφέρονται τα κατάλληλα καταλύματα, εγκαταστάσεις και υπηρεσίες και
- Να δημιουργείται τέτοιο κέρδος στην επένδυση ώστε να αποζημιώνει κατάλληλα τους επενδυτές.

Ενέργειες ώστε να μειωθούν οι διαμάχες, να αυξηθεί η κατανόηση και να ωθηθεί ο σχεδιασμός και η διαχείριση είναι:

- Να περιληφθούν περιβαλλοντολόγοι στο προσωπικό οργανισμών προώθησης τουρισμού ή να υπάρχει προσωπικό εκπαιδευμένο από αυτούς
- Να αυξηθούν τα προσόντα marketing και διαφήμισης σε υπηρεσίες διαχείρισης πόρων
- Να αυξηθούν τα οικονομικά και επιχειρηματικά προσόντα σε υπηρεσίες διαχείρισης πόρων
- Να υπάρχουν κοινά μαθήματα εκπαίδευσης όπου tour operators που θα μπορούν να διδάξουν στο προσωπικό και το αντίστροφο
- Να χρησιμοποιούνται ειδικοί χειριστές και η τοπική κοινότητα εκεί όπου οι οικονομικοί πόροι και το ανθρώπινο δυναμικό είναι περιορισμένα, ώστε να βοηθήσουν με την διαχείριση των φυσικών περιοχών
- Να προσφέρονται εναλλακτικές για ιδιωτικές παραχωρήσεις σε φυσικές περιοχές και βιοτόπους.

Είναι σημαντικό η οικοτουριστική βιομηχανία να είναι ικανή να δημιουργήσει ένα όραμα για μελλοντική προστασία των πόρων και παρουσίαση των αξιών τους. Μέρος αυτού του οράματος θα είναι να αναγνωρίσει τις πιθανές αλλαγές στις ανάγκες των επισκεπτών και επισκέψεων και να σχεδιάσει για τις αλλαγές αυτές (Carter B. & Moore S., 1993).

Ο σχεδιασμός αυτός στον οικοτουρισμό, που κρίνεται απαραίτητος ώστε να μπορέσει αυτός να έχει μέλλον στην βιομηχανία του τουρισμού, θα βοηθήσει στη διατήρηση του ιδεολογικού του υπόβαθρου και θα τον αποτρέψει απ' το να εκφυλιστεί σε άλλη μια μορφή μαζικού τουρισμού, με μια αγορά που απλά επιθυμεί να ακολουθήσει την τάση της εποχής. Κάτι τέτοιο σημαίνει την εφαρμογή προγραμμάτων που θα περιορίσουν τις αρνητικές επιπτώσεις του στο περιβάλλον, στις τοπικές κοινωνίες αλλά και στους ίδιους τους οικοτουρίστες. Αρχικά, θα πρέπει να υπάρξει έλεγχος όπου με συχνές δειγματοληψίες στην ίδια δραστηριότητα, τον ίδιο προορισμό, ή στην αγορά του προορισμού ή της δραστηριότητας αυτής, να διαπιστώνονται τυχόν αλλαγές στη σύνθεση, τα κίνητρα, τη μορφή, τους τρόπους διεξαγωγής, κλπ. Με τον τρόπο αυτό θα μπορεί να γίνει μια πρόβλεψη για το μέλλον, προσδιορίζοντας πρότυπα συμπεριφοράς, εντοπίζοντας πιθανά προβλήματα, αποδεικνύοντας ότι συμβαίνουν αλλαγές και σχεδιάζοντας τελικά υψηλότερης ποιότητας οικοτουριστικά ταξίδια.

Επιπλέον, κρίνεται απαραίτητος ο καλύτερος σχεδιασμός, όπου πριν την προσέλκυση επισκεπτών σ' έναν προορισμό πρέπει να μελετώνται οι μέθοδοι και να προβλέπονται οι επιπτώσεις, καθώς ο οικοτουρισμός δεν αποτελεί μια απλή υπόθεση «κεφαλιών και κρεβατιών». Ακριβώς επειδή ο οικοτουρισμός δεν είναι απλή υπόθεση και αποτελεί μια πολύ πολύπλοκη και ευαίσθητη διαδικασία, οι άνθρωποι που ασχολούνται με τη βιομηχανία του οικοτουρισμού πρέπει να είναι άτομα με γνώσεις για το περιβάλλον και έντονη οικολογική συνείδηση. Για το λόγο αυτό, η εκπαίδευση είναι ένα απαραίτητο βήμα πριν την απασχόληση με τον τομέα αυτό, για την σωστή λειτουργία του οποίου απαραίτητη προϋπόθεση είναι η γνώση των βασικών αρχών μιας βιώσιμης επιχείρησης καθώς και τα πιθανά οφέλη και οι επιπτώσεις που μπορούν να υπάρξουν απ' τον οικοτουρισμό. Εκπαίδευση, ωστόσο, πρέπει να υπάρχει και απ' την πλευρά της φιλοξενούσας κοινότητας, όπου οι κάτοικοι πρέπει να γνωρίζουν πώς να υποδέχονται τους επισκέπτες και να τους παρέχουν μια θετική εμπειρία (Denny C., 2004).

Έτσι, ούτως ώστε να συμβάλλει ο οικοτουρισμός στην προστασία του περιβάλλοντος και στον έλεγχο και την αποφυγή αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων δεν απαιτούνται μόνο προγράμματα και σωστές πρακτικές οικοτουριστικής ανάπτυξης *per se*, αλλά χρειάζονται και συναρτώνται με ορισμένες προϋποθέσεις και ευρύτερα πλαίσια σχεδιασμού και αναπτυξιακών παραγόντων (Κομίλης Π., 2001) όπως:

- Ύπαρξη ολοκληρωμένων και ευρύτερα αποδεκτών μέτρων και κατευθύνσεων δράσης, που συναρτώνται με συγκεκριμένες νομοθετικές ρυθμίσεις, μέτρα χωροταξικού σχεδιασμού (π.χ. χρήσεις γης), διεργασίες περιβαλλοντικής διαχείρισης και διαδικασίες ενημέρωσης, πληροφόρησης και μάρκετινγκ.
- Προαγωγή της γνώσης και επιμόρφωσης τόσο του επισκέπτη-τουρίστα (κυρίως πριν από την αναχώρησή του) όσο και των ντόπιων κατοίκων και των απασχολούμενων στον τουρισμό, με διεργασίες πληροφόρησης, ενημέρωσης και εκπαίδευσης τέτοιες, που διαμορφώνουν ένα «στυλ ζωής» και συμπεριφοράς και που παράλληλα συμβάλλουν στον «εξανθρωπισμό του ταξιδιού» και στο σεβασμό του περιβάλλοντος.
- Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου για την καλύτερη δυνατή χωρική και χρονική κατανομή των τουριστών, σε συνάρτηση με επιλεκτικά μέτρα μάρκετινγκ για προσέλκυση ορισμένων τύπων τουριστών.

Κυριότεροι παράγοντες που συζητούνται και εξετάζονται ως συντελεστές μιας αποδοτικής συμβολής στη σχέση οικοτουρισμού-περιβάλλοντος θεωρούνται:

- Οι συντονισμένες ενέργειες των αρμόδιων φορέων τουρισμού, προς την κατεύθυνση μιας σωστής διασύνδεσης του οικοτουρισμού με άλλους τύπους ή προϊόντα τουρισμού και κυρίως ένταξης τοπικών κοινοτήτων και οργανώσεων (οικολογικών/περιβαλλοντικών, πολιτιστικών) στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων.
- Η ορθολογική διαχείριση της φυσικής κληρονομιάς ή των περιβαλλοντικών (φυσικών και πολιτιστικών) πόρων, διαχείριση που απαιτεί συνεργασία δημόσιων και ιδιωτικών φορέων και καλύπτει την προστασία-αναβάθμιση των πόρων αλλά και τη σωστή ερμηνεία -προβολή της σημασίας τους.
- Η θετική ανταπόκριση και ένταξη της τουριστικής βιομηχανίας (επιχειρήσεις) στις δραστηριότητες οικοτουρισμού, η οποία ακολουθεί και προσαρμόζεται στις περιβαλλοντικές πολιτικές του δημοσίου, ενώ παράλληλα ασκεί περιβαλλοντικούς ελέγχους (environmental auditing) στα προϊόντα που αναπτύσσει και διαθέτει.

Σχετικά με τον τρίτο παράγοντα, οι δεσμεύσεις και η ανάληψη υποχρεώσεων των επιχειρήσεων σχετικά με το περιβάλλον επιβάλλει μέτρα και δράσεις που καλύπτουν ενέργειες όπως:

- Συμμόρφωση με το πνεύμα και τους κανονισμούς της περιβαλλοντικής νομοθεσίας, καθώς και συμμετοχή/συνεργασία με αρμόδιους φορείς στη διαμόρφωση και εφαρμογή περιβαλλοντικών ρυθμίσεων,
- Λήψη μέτρων αποφυγής αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων στα προγραμματιζόμενα αναπτυξιακά έργα ή μέτρων μείωσης των υφιστάμενων αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων,
- Ανάπτυξη εναρμονισμένων στο περιβάλλον τουριστικών προϊόντων σε συνάρτηση με ορθολογική χρήση των πόρων και ενίσχυση/προαγωγή περιβαλλοντικά φιλικών εισροών και εξοπλισμό,
- Ενθάρρυνση της κατανόησης περιβαλλοντικών ζητημάτων και φιλικής στο περιβάλλον συμπεριφοράς από μέρους των απασχολούμενων στις επιχειρήσεις αλλά και των τουριστών / πελατών, καθώς και των κοινοτήτων που λειτουργούν οι επιχειρήσεις.

(Κομίλης Π., 2001)

Με έμφαση στην οικονομική διάσταση της σχέσης περιβάλλοντος (ή περιβαλλοντικών πόρων) και τουρισμού γενικά ή του οικοτουρισμού ειδικότερα, ορισμένοι αναλυτές (Willis, 1991: Κομίλης Π., 2001) θεωρούν αναγκαία τη δημιουργία αγοράς για μη εμπορεύσιμα προϊόντα ή δημόσια αγαθά, τα οποία προοδευτικά σπανίζουν λόγω της αυξανόμενης και συχνά μη ελεγχόμενης ζήτησης. Τούτο σημαίνει την επιβολή

νομισματικών μέτρων ή τον καθορισμό ορισμένης αξίας και τιμής χρήσης σε αυτά τα μη εμπορεύσιμα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος, μιας αξίας που επηρεάζει και τη τουριστική χρήση τους. Το βασικό επιχείρημα που διατυπώνεται είναι ότι με τη χρέωση του καταναλωτή ή την επιβολή ορισμένης δαπάνης για χρήση φυσικών πόρων έλξης, απλώς αναγνωρίζεται ότι τέτοιοι πόροι δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται ως πόροι ελεύθερης ή ανοικτής προσπέλασης σε ένα περιβάλλον που υφίσταται αυξανόμενες πιέσεις από μεγάλο αριθμό τουριστών. Μία τέτοια τιμολόγηση συμβάλλει ταυτόχρονα και στον έλεγχο του αριθμού των τουριστών και στη συγκέντρωση επαρκών κονδυλίων (funds), που βοηθούν στη διαχείριση και την προστασία των φυσικών περιοχών. Όπως επισημαίνεται, «τα καλά οικονομικά είναι και καλή οικολογία».

Η Hjalager (1996) απ' την άλλη, προτείνει τρόπους και πολιτικές της αγοράς που μπορούν να ωθήσουν σε πιο περιβαλλοντικά φιλική συμπεριφορά. Έτσι, παρεμβάσεις σε επιλεγμένα κομμάτια της αγοράς θα «διαταράξουν» τους συνήθεις μηχανισμούς τιμολόγησης, και οι επιχειρήσεις ή οι καταναλωτές θα αντιδράσουν ανάλογα στις «νέες» τιμές. Οι πολιτικές που λειτουργούν μέσα στα πλαίσια της λογικής των μηχανισμών της αγοράς μπορούν να χωριστούν στις παρακάτω υπο-κατηγορίες:

- Φορολόγηση και ανάλογη τιμολόγηση δυσεύρετων πόρων
- Κίνητρα που θα οδηγούν σε περιβαλλοντικά φιλική συμπεριφορά ή θα αποτρέπουν ζημιογόνες συμπεριφορές
- «Τιμωρίες» και μια γενικότερη νοοτροπία που θα επιβάλλει σε όποιον μολύνει με οποιονδήποτε τρόπο, να πληρώνει
- Διαπραγματεύσιμες άδειες

Με την εφαρμογή των παραπάνω πολιτικών, οι διαφορετικές μορφές αμοιβών, φόρων, κλπ θα μπορέσουν να ανεβάσουν τις τιμές και συνεπώς να διορθώσουν αυτό που θα μπορούσε να θεωρηθεί σαν αποτυχία της αγοράς, εφ' όσον το περιβάλλον, ως συστατικό του τουρισμού, είναι ένα δημόσιο αγαθό που δεν τιμολογείται. Η ζήτηση έτσι θα μειωθεί, κατευνάζοντας την πίεση στο περιβάλλον. Επιπλέον, με την επιβολή ποινών σε περίπτωση που κάποιος κανόνας αγνοηθεί ή παραβιαστεί, είτε από καταναλωτή, είτε από εταιρία, μπορεί να εξασφαλιστεί άμεσα η προστασία του περιβάλλοντος σε πολλές περιπτώσεις. Πιο αναλυτικά, στους πίνακες 5.2.1., 5.2.2. και 5.2.3., παρουσιάζονται οι τρόποι εφαρμογής των παραπάνω πολιτικών, καθώς και τα αποτελέσματά τους, τόσο στο περιβάλλον, όσο και σε καινοτόμα σχέδια σχετικά με τον οικότουρισμό.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2.1.: ΦΟΡΟΙ, ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ

ΟΡΓΑΝΟ	Πώς επιτυγχάνεται η επίδραση στο περιβάλλον	Επιρροή στις καινοτομίες
Αντίτιμο εισόδου, για παράδειγμα σε δρυμούς και παραλίες	Αποτρέπουν τον πελάτη απ' το να εκμεταλλευτεί τον πόρο	Καμία, εκτός κι αν τα έσοδα επανεπενδυθούν σε καινοτόμα σχέδια
Τουριστικά τέλη, τέλη ανά διανυκτέρευση	Αποτρέπουν τον πελάτη απ' τον να εκμεταλλευτεί τον προορισμό, και όχι μόνο τους ανεπαρκείς πόρους	Καμία, εκτός κι αν τα έσοδα επανεπενδυθούν σε καινοτόμα σχέδια
Άδειες, π.χ. για ψάρεμα, κυνήγι, θαλάσσιο σκι, κλπ	Περιορίζουν τον αριθμό των χρηστών των ανεπαρκών-σπάνιων πόρων	Καμία, εκτός κι αν τα έσοδα επανεπενδυθούν σε καινοτόμα σχέδια
Πολιτική μεταφορών, φόρος CO ₂ , φόρος ενέργειας, αντίτιμα για χρήση δρόμων και αεροδρομίων	Αποτέπουν τα ταξίδια μεγάλων αποστάσεων, ενθαρρύνουν τις δημόσιες μεταφορές	Συνεισφέρει στην ανάπτυξη ταξιδιωτικού εξοπλισμού υψηλής αποδοτικότητας
Υψηλότερη τιμολόγηση της ενέργειας, του νερού, των υπηρεσιών επεξεργασίας απορριμάτων, κλπ με την επιβολή κάποιου φόρου	Ενθαρρύνουν τις εταιρίες να περιορίσουν τη χρήση ανεπαρκών πόρων για να μειώσουν τα κόστη	Ενθαρρύνει την εξέλιξη του εξοπλισμού, των αγαθών, της τεχνολογίας διαχείρισης και πληροφόρησης που ικανοποιούν την ανάγκη οικονομίας των πόρων
Οι αναπτυξιακοί παράγοντες να πληρώνουν τα κόστη	Εξασφαλίζει την ύπαρξη οικονομικών αποζημιώσεων	Καμία

ΠΗΓΕΣ: OECD, 1980; Pigram, 1980; Ziffer, 1989; Butler, 1990; Lindberg, 1991; EC, 1992; Middleton & Hawkins, 1993, 1994; Econstat, 1993; Lindberg & Huber, 1993; Paauw & Perrels, 1994; Hjalager A., 1996

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2.2.: ΚΙΝΗΤΡΑ

ΟΡΓΑΝΟ	Πώς επιτυγχάνεται η επίδραση στο περιβάλλον	Επιρροή στις καινοτομίες
Εγγυήσεις για δάνεια σχετικά με ιδιωτικές βιώσιμες επενδύσεις	Αυξάνεται η πιθανότητα περισσότερων βιώσιμων λύσεων	Μπορεί να υπάρξει, αν σε συνδυασμό με την εγγύηση προωθούνται και περιοριστικοί όροι
Χαμηλότοκα δάνεια σε σχέση με τις ιδιωτικές βιώσιμες επενδύσεις	Αυξάνεται η πιθανότητα περισσότερων βιώσιμων λύσεων	Μπορεί να υπάρξει, αν σε συνδυασμό με την έγκριση προωθούνται και περιοριστικοί όροι
Επιχορηγήσεις επενδύσεων που καλύπτουν τα «επιπλέον κόστη» των ιδιωτικών βιώσιμων επενδύσεων, π.χ. επενδύσεις σχετικές με λύσεις εξοικονόμησης ενέργειας, τοπικά υλικά δόμησης, εξοπλισμό διαχείρισης νερού και απορριμάτων	Αυξάνεται η πιθανότητα περισσότερων βιώσιμων λύσεων	Μπορεί να υπάρξει, ειδικά αν τα κίνητρα χρησιμοποιούνται αρκετά έντονα ώστε να επηρεάσουν τους προμηθευτές του εξοπλισμού
Διακοπές ή απαλλαγές φόρων για νέες εταιρίες που ικανοποιούν τα κριτήρια βιωσιμότητας	Αυξάνεται η πιθανότητα περισσότερων βιώσιμων λύσεων	Μπορεί να υπάρξει αν σε συνδυασμό με τις φοροαπαλλαγές προωθούνται και περιοριστικοί όροι
Έμμεσες επιχορηγήσεις: παροχή υποδομών που είναι απαραίτητες για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας σε νέα ή ήδη υπάρχοντα θέρετρα	Εξασφαλίζει την ασφάλεια των επενδύσεων σχετικά με το περιβάλλον	Καμία

ΠΗΓΕΣ: Ziffer, 1989; Lindberg, 1991; Tzoanos, 1992; Janssen et al, 1992; Hjalager A., 1996

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2.3.: ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ, ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

ΟΡΓΑΝΟ	Πώς επιτυγχάνεται η επίδραση στο περιβάλλον	Επιρροή στις καινοτομίες
Ελεγχόμενα επίπεδα εκπομπών. Επιθεώρηση με σκοπό τον έλεγχο	Βιομηχανικά μέτρα «end of pipe» εκφρασμένα ανάλογα με την χωρητικότητα. Άδειες ανάπτυξης σύμφωνα με τα περιβαλλοντικά πρότυπα	Ο έλεγχος μπορεί να αυξήσει την ποιότητα των προτύπων, ο αυστηρός έλεγχος μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη νέων τεχνικών. Καμία ένδειξη ότι ο τουρισμός θα πάρει το πρωβάδισμα στη καινοτομία
Υποχρεωτική χρήση συγκεκριμένων πηγών ενέργειας ή συγκεκριμένων τεχνολογιών	Επιτυγχάνονται οικονομίες κλίμακας στα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης	Τυπικά, η καινοτομία δεν θα συμβεί στις τουριστικές βιομηχανίες, αλλά σε εξειδικευμένα εργοστάσια και προμηθευτές
Χωροταξική κατανομή με σκοπό τον περιορισμό ή τον έλεγχο των ευκαιριών για ανάπτυξη. Έλεγχος της χρήσης γης	Περιορισμός των δραστηριοτήτων ανάπτυξης σύμφωνα με τη χωρητικότητα ή τους περιβαλλοντικούς σκοπούς	Πιθανόν καμία
Χωροταξική κατανομή της πρόσβασης των τουριστών σε ευπαθείς πόρους ή περιοχές	Συστήματα ελέγχου επισκεπτών και ρύθμιση του τουρισμού ως προς το μέγεθος. Υποχρεωτικές μέθοδοι ή εκπαίδευση, παροχή κινήτρων	Ευκαιρίες για ανάπτυξη των οργάνων IT σε συνδυασμό με τα όργανα επικοινωνίας/μετάφρασης

ΠΗΓΕΣ: Inskeep, 1987, 1992; Butler, 1990; Convery, 1992; Middleton, 1993; EC, 1992; Dietvorst, 1993; Wallace, 1993; Hjalager A., 1996

Σε όλα τα παραπάνω, και σύμφωνα πάντα με την Hjalager (1996), και η παροχή εγκαταστάσεων είναι υψηλής σημασίας, όχι μόνο για την διαχείριση των περιορισμών που αφορούν το περιβάλλον, αλλά και για τις καινοτόμες προσπάθειες που γίνονται από τον ιδιωτικό τομέα (πίνακας 5.2.4.).

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2.4.: ΠΑΡΟΧΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

ΟΡΓΑΝΟ	Πώς επιτυγχάνεται η επίδραση στο περιβάλλον	Επιρροή στις καινοτομίες
Συμπλήρωση με νέες και διατήρηση των ήδη υπαρχόντων ελκυστικών φυσικών πηγών	Αύξηση της πηγής, ευκαιρία να προστατευτούν ιδιαίτερα ευπαθείς περιοχές	Καινοτομία νέων τύπων των τοπίων και των φυσικών πηγών. Καινοτομία στα συστήματα διαχείρισης
Παροχή φυσικών υποδομών, υποδομών μετακίνησης	Προκαθορισμός των επιπέδων και τρόπων των περιορισμών και συμπερίληψη αναλυτικών στρατηγικών για προστασία	Η προσαρμογή σε περιορισμούς υποδομών μπορεί να οδηγήσει στην εξέλιξη προϊόντων /διαδικασιών
Παροχή μιας ερμηνευτικής υποδομής	Στόχος είναι η επιρροή της συμπεριφοράς των τουριστών	Μπορεί να οδηγήσει στην ανάμιξη για παράδειγμα οργάνων IT ή καινοτομιών οργάνωσης στον τουρισμό

ΠΗΓΕΣ: Mathieson & Wall, 1982; Urry, 1992; EC, 1992; Blangy & Nilsen, 1993; Bramwell & Lane, 1993; Hjalager A., 1996

Μια τελευταία πρόταση για την αντιμετώπιση των προβλημάτων σε οικοτουριστικούς προορισμούς παρουσιάζεται στον πίνακα 5.2.5., σύμφωνα με τους Cole, Petersen και Lucas (1997: Wight P., 1997):

ΠΙΝΑΚΑΣ 10: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΑΙ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΓΡΙΩΝ ΤΟΠΙΩΝ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ

1.	Μείωση της χρήσης ολόκληρης της έκτασης των φυσικών περιοχών
2.	Μείωση της χρήσης των προβληματικών περιοχών
3.	Τροποποίηση του μέρους χρήσης των προβληματικών περιοχών
4.	Τροποποίηση του χρόνου χρήσης
5.	Τροποποίηση του τύπου χρήσης και της συμπεριφοράς των επισκεπτών
6.	Τροποποίηση των προσδοκιών των επισκεπτών
7.	Αύξηση της ανθεκτικότητας του πόρου
8.	Διατήρηση ή αποκατάσταση του πόρου

ΠΗΓΗ: Cole, Petersen & Lucas, 1997: Wight P., 1997

Μια σημαντική κίνηση προς την προσπάθεια εξυγίανσης της οικοτουριστικής πραγματικότητας αποτελεί η προσέγγιση Πράσινη Σημαία. Η Διεθνής Πράσινη Σημαία αποτελεί μια μη-κερδοφόρα επιχείρηση που δημιουργήθηκε ως απάντηση στην αυξανόμενη ζήτηση για συμβουλές προς το τουριστικό κοινό. Πρωταρχικός της στόχος είναι να δουλέψει σε συνεργασία με την τουριστική βιομηχανία προκειμένου να βελτιωθεί το περιβάλλον παγκοσμίως. Καταγράφει δε περιβαλλοντικά τις διακοπές και τα θέρετρα λαμβάνοντας υπόψη:

- Το τοπίο, την άγρια ζωή και την πολιτιστική κληρονομιά
- Την αποτελεσματικότητα
- Την ρίψη των απορριμμάτων και την ανακύκλωση
- Την αλληλεπίδραση με τις τοπικές κοινότητες σε σχέση με τα αγαθά και τις υπηρεσίες.

Στην Ευρώπη, ο Σύνδεσμος Ανεξάρτητων Διοργανωτών Εκδρομών έχει συνειδητοποιήσει τη σχέση ανάμεσα στο περιβάλλον και την οικονομία, δηλώνοντας σχετικά ότι: *«είναι ώρα να προστατέψουμε το περιβάλλον από το οποίο εξαρτάται η επιχείρησή μας»* (Wight P., 1993).

Πρέπει να γίνει κατανοητό από όλους όσους εμπλέκονται στην βιομηχανία του οικοτουρισμού ότι ο όρος αυτός πρέπει να χρησιμοποιείται με προσοχή έως ότου η πλειοψηφία όσων έχουν συμφέροντα στις υποψήφιες περιοχές ως οικοτουριστικοί προορισμοί να συμφωνούν με τον ορισμό, ή με τα συστατικά που θα'πρεπε να είναι παρόντα. Πέρα απ' τις ποινές και τις επιβολές κανόνων, η κατανόηση και ο σεβασμός είναι πρωτίστης σημασίας και η έλλειψή τους είναι τελικά εκείνη απ' την οποία πηγάζει οποιοδήποτε λάθος, παρατυπία ή παράλλειψη. Το περιβάλλον και η φύση είναι πολύτιμα, τόσο για τον ίδιο τον άνθρωπο, σε επίπεδο πνευματικής και σωματικής υγείας, όσο και τις επιχειρήσεις, σε επίπεδο οικονομικό, αρκεί η χρήση του να γίνεται σε πνεύμα συνεργασίας και αλληλοσεβασμού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ



A. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ecotravel, «Τι είναι οικοτουρισμός;», από www.ecotravel.gr/definition.doc, 28/09/2006.
- Θεοχαρίδου Ν. (2002), «Οικοτουρισμός: Γιατί ο άνθρωπος είναι κομμάτι της φύσης», από www.hotel-magazine.com, 28/09/2006
- ΚΕΤΑ (Κέντρο Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Δυτικής Ελλάδος), «Εναλλακτικός Τουρισμός», από www.keta-de.gr/docs/enall-tour.pdf., 28/09/2006.
- Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π. (2001), «Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον», εκδόσεις Κριτική.
- Κομίλης Π. (2001), «Οικοτουρισμός: Η εναλλακτική προοπτική αιεφόρου τουριστικής ανάπτυξης», εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.
- Λύτρας Π. (1993), «Τουριστική Ψυχολογία», εκδόσεις INTERBOOKS.
- NEWSLETTER (2002), «Οικοτουρισμός», από www.yassas.com/newsletter, 10/12/2006.
- Σφακιανάκης Μ. (2000), «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», εκδόσεις Έλλην, σελ. 179-190.
- ΤΕΙ Χαλκίδας, Σχολή Τεχνολογικών Εφαρμογών, Τμήμα Ηλεκτρολογίας, μάθημα: Προστασία Περιβάλλοντος, «Οικοτουρισμός», από www.ee.teihal.gr/labs/pkoukos/PROSTASIA%20PERIBALONTOS/Ecotourism.htm, 28/09/2006.
- Τσούκας Β., «Οικοτουριστικό Μάρκετινγκ: Λίμνη Κερκίνη», από www.zermas.docs.gr, 28/09/2006.
- Χοβαρδάς Τ. (2004), «Μια κριτική προσέγγιση του οικοτουρισμού», από www.electridea.gr, 11/10/2006.

B. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Akkina J. (2001), «Market watch-nature travel and ecotourism: animal and human health concerns», *October 2001*, USDA, APHIS, VS, CEAH, Center of emerging issues, από www.aphis.usda.gov/vs/ceah/cei/bi/emergingmarketcondition-files/ecotourism.pdf, 02/02/2007.
- Acott T., Trobe H. & Howard S. (1998), «An evaluation of deep ecotourism and shallow ecotourism», *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 6, no. 3, pp.238-253.
- Benson A. & Clifton J. (2006), «Planning of sustainable ecotourism: the case for research ecotourism in developing country destinations», *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 14, no. 3, pp. 238-254.
- Bjork P. (2002), «Ecotourism from a conceptual perspective, an extended definition of a unique tourism form», *International Journal of Tourism Research*, vol. 2, pp. 189-202.
- Black R. (1995), «All about Ecotourism», από www.cnthome.uidaho.edu, 18/12/2006.
- Blamey R. (1997), «Ecotourism: the search for an operational definition», *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 5, no. 2, pp. 109-130.
- Blamey R. (2001), «The Encyclopedia of Ecotourism», προσαρμοσμένη απ' τον Weaver, εκδόσεις CABI.
- Blamey R. & Braithwaite V. (1997), «A social values segmentation of the potential ecotourism market», *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 5, no.1, pp. 29-45.
- Buckley R. (2002), «Tourism ecocertification in the international year of ecotour», *Journal of Ecotourism*, vol. 1, no. 2 & 3, pp. 197-203.

- Burton R. (1998), «Maintaining the quality of ecotourism: ecotour operators' responses to tourism growth», Journal of Sustainable Tourism, vol. 6, no. 2, pp. 117-142.
- Businessballs, «Maslow's hierarchy of needs», από www.businessballs.com/maslow.htm, 06/11/2006.
- Carr M. (1997), «New patterns: process and change in human geography», εκδόσεις Nelson Thornes, pp. 461-462.
- Carter B. & Moore S. (1993), «Ecotourism in the 21st century», Tourism Management, vol. 14, no. 2, pp. 123-130.
- Cleaver M. & Muller T. (2002), «The socially aware baby-boomer: Gaining a lifestyle-based understanding of the new wave of ecotourists», Journal of Sustainable Tourism, vol. 10, no. 3, pp. 173-190.
- Clifton J. & Galley G. (2003), «The motivational and demographic characteristics of research ecotourists: operation Wallacea volunteers in South-East Sulawesi, Indonesia», Journal of Ecotourism, vol. 3, no. 1, pp. 69-82.
- Crandell C., Curtis J. & Ingalls S. (1997), «Ecotourism-Is it really worth it?», από www.user.muohio.edu/shermarc/p412/p41297.shtml, 02/10/2006.
- Crouch G. & Laing J. (2005), «Extraordinary journeys: an exploratory cross-cultural study of tourists on the frontier», Journal of Vacation Marketing, vol. 11, no. 3, pp. 209-223.
- Denny C. (2004), «Exploring ecotourism: the who, what, why and how», από www.pandionsystems.com/pdf/powerpoints/Exploring%20Ecotourism.ppt, 02/10/2006.
- Diamantis D. (1995), «Cutting edge: research into consumer behaviour and value systems of ecotourists; tourist choice, behaviour, motivations and attachments; visitors to nature based destinations; adventure tourism and channel relationships in the tourism industry, edited by Adelle Ladkin», International Journal of Tourism Research, vol. 2, pp. 211-228.
- Diamantis D. (1999), «The concept of ecotourism: evolution and trends», Current Issues in Tourism, vol. 2, no. 2 & 3, pp. 93-122.
- Dowling *et al* (2000), «Ecotourism», εκδόσεις Pearson Higher Education.
- Espinoza A., «Motivation of Nature Tourism», από www.ecoturismolatino.com, 04/10/2006.
- Fennel D. (2001), «Οικοτουρισμός», εκδόσεις Έλλην.
- Fennel D. (2002), «Ecotourism: where we've been; where we're going», Journal of Ecotourism, vol. 1, no. 1, pp. 1-6.
- Farrell B. & Runyan D. (1991), «Ecology and Tourism», Annals of Tourism Research, vol. 18, pp. 26-40.
- Frauman E. (2000), «Cutting edge: research into consumer behaviour and value systems of ecotourists; tourist choice, behaviour, motivations and attachments; visitors to nature based destinations; adventure tourism and channel relationships in the tourism industry, edited by Adelle Ladkin», International Journal of Tourism Research, vol. 2, pp. 211-228.
- Fridgen J. (1984), «Environmental psychology and tourism», Annals of Tourism Research, vol. 11, pp. 19-39.
- Geoffrey I., Mazanec J. & Woodside A. (2004), «Consumer psychology of tourism, hospitality and leisure», εκδόσεις CABI.
- Ghimire K. (2001), «The native tourist: mass tourism within developing countries», εκδόσεις James & James/Earthscan, pp. 17-18.
- Hawkins D. & Lamoureux K. (2001), «The Encyclopedia of Ecotourism», προσαρμοσμένη απ' τον Weaver, εκδόσεις CABI.
- Hinch T. (1998), «Ecotourists and indigenous hosts: diverging views on their relationship with nature», Current Issues in Tourism, vol. 1, no. 1, pp. 120-124.

- Hjalager A. (1996), «Tourism and the environment: the innovation connection», Journal of Sustainable Tourism, vol. 4, no. 4, pp. 201-218.
- Holden A. (2000), «Environment and Tourism», εκδόσεις Routledge.
- Holden A. & Sparrowhawk J. (2002), «Understanding the motivations of ecotourists: the case of trekkers in Annapurna, Nepal», International Journal of Tourism Research, vol. 4, pp. 435-446.
- Hou J., Kerstetter D. & Lin C. (2004), «Profiling Taiwanese ecotourists using a behavioural approach», Tourism Management, vol. 25, pp. 491-498.
- Hvenegaard G. (2002), «Using tourist typologies for ecotourism research», Journal of Ecotourism, vol. 1, no. 1, pp. 7-18.
- Khan M. (2003), «ECOSERV: Ecotourists' quality expectations», Annals of Tourism Research, vol. 30, no. 1, pp. 109-124.
- Lindberg K. (2001), «The Encyclopedia of Ecotourism», προσαρμοσμένη απ' τον Weaver, εκδόσεις CABI.
- Lück M. (1998), «Cutting edge: research into consumer behaviour and value systems of ecotourists; tourist choice, behaviour, motivations and attachments; visitors to nature based destinations; adventure tourism and channel relationships in the tourism industry, edited by Adelle Ladkin», International Journal of Tourism Research, vol. 2, pp. 211-228.
- Lück M. (2002), «Looking into the future of ecotourism and sustainable tourism», Current Issues in Tourism, vol. 5, no. 3 & 4, pp. 371-374.
- MacFarlane D., «Definitions of ecotourism and the Australian experience», από www.unesco.or.uk/ecotourism/data/1_stephen_eu.doc, 18/10/2006
- McCool S. & Palacio V. (1997), «Identifying ecotourists in Belize through benefit segmentation: a preliminary analysis», Journal of Sustainable Tourism, vol. 5, no. 3, pp. 234-243.
- Mehmetoglu M. (2005α), «Typologizing nature-based tourists by activity-theoretical and practical implications», Tourism Management, vol. 28, issue 3, pp. 651-660.
- Mehmetoglu M. (2005β), «A case study of nature-based tourists: specialists versus generalists», Journal of Vacation Marketing, vol. 11, no. 4, pp. 357-369.
- Mindjov K. & Schindler A., «Tourist Invasion», από www.greenpack.rec.org/tourism/lessons/14-1.pdf, 03/02/2007.
- Orams M. (2001), «The Encyclopedia of Ecotourism», προσαρμοσμένη απ' τον Weaver, εκδόσεις CABI.
- Page S. (2003), «Tourism management: managing change», εκδόσεις Elsevier, pp. 57-60.
- Pearce P. & Stringer P. (1991), «Psychology and tourism», Annals of Tourism Research, vol. 18, pp. 136-154.
- Pelstring L. (1997), «Measuring environmental attitudes: the new environmental paradigm», από www.socialresearchmethods.net/tutorial/Pelstring/validity.htm, 05/11/2006.
- Pigram J. (1980), «Environmental implications of tourism development», Annals of Tourism Research, vol. 7, pp. 558-583.
- Sharpley R. (2006), «Ecotourism: a consumption perspective», Journal of Ecotourism, vol. 5, no. 1, pp. 7-22.
- Simon F. (1996), «Regulating ecotourism: Legal Frameworks and Market Guidelines», απ' το βιβλίο «The ecotourism equation: measuring the impacts», προσαρμοσμένο απ' την Elizabeth Malek-Zadek, εκδόσεις Yale.
- Sinclair J., «Ecotourism-an overview», από www.sinclair.org.au, 17/10/2006.
- Singh (2004), «New horizons in tourism: strange experiences and strange practices», εκδόσεις CABI.
- Stringer P. (1984), «Studies in the socio-environmental psychology of tourism», Annals of Tourism Research, vol. 11, pp. 147-166.

- Stronza A. (2001), «Anthropology of tourism: forging new ground for ecotourism and other alternatives», *Annual Review of Anthropology*, vol. 30, pp. 261-283.
- Tao T. (1999), «Understanding characteristics of ecotourists in Taiwan», «Abstracts for the 1999 Leisure Research Symposium: Research Pathways in Leisure, Recreation and Tourism», από www.ahs.uwaterloo.ca/~garls/99abstracts/teresa.htm, 29/11/2006.
- TIES (The International Ecotourism Society) (1999), «USA Ecotourism statistical factsheet», από www.ecotourism.org, 05/10/2006.
- TIES (2000), «Ecotourism statistical fact sheet», από www.ecotourism.org, 05/10/2006.
- TIES (2004), «Consumer demand and operator support for socially and environmentally responsible tourism», από www.ecotourism.org, 22/01/2007.
- TIES (2005α), «Ecotourism fact sheet», από www.ecotourism.org, 18/10/2006.
- TIES (2005β), «Fact sheet: ecotourism in the U.S.», από www.ecotourism.org, 06/02/2007.
- TIES (2006), «Fact Sheet: Global Ecotourism», από www.ecotourism.org, 06/02/2007.
- Wace N. (1990), «Antarctica: a new tourist destination», *Applied Geography*, vol. 10, pp. 327-341.
- Wahab S. (1997), «Tourism, development and growth: the challenge of sustainability», εκδόσεις Routledge, pp. 50-53.
- Weaver D. (2001α), «Ecotourism as mass tourism: contradiction or reality?», *Cornell Hotel & Restaurants Administration Quarterly*, από www.allbusiness.com/accommodation_food_services, 28/01/2007.
- Weaver D. (2001β), «The Encyclopedia of Ecotourism», προσαρμοσμένη απ' τον Weaver, εκδόσεις CABI.
- Weaver D. (2005), «Copenhensive and minimalist dimensions of ecotourism», *Annals of Tourism Research*, vol. 32, no. 2, pp. 439-455.
- Wight P. (1993), «Ecotourism: ethics or eco-sell?», *Journal of Travel Research*, vol. 31, no. 3, pp. 3-9.
- Wight P. (1995α), «North American Ecotourists: Market Profile and Trip Characteristics», *Journal of Travel Research*, Vol. 34, No. 4, pp. 2-10
- Wight P. (1995β), «North American ecotourism markets: motivations, preferences and destinations», από 206.161.82.194/WebModules/WedArticlesNet/articlefiles/39-wight2.pdf, 05/10/2006.
- Wight P. (1997), «Sustainability, profitability and ecotourism markets: what are they and how do they relate?», από www.ecotourism.ee/oko/wight.html, 18/12/2006.
- Wight P. (2001), «The Encyclopedia of Ecotourism», προσαρμοσμένη απ' τον Weaver, εκδόσεις CABI.
- Wikipedia (α), «Tourism», από www.wikipedia.com.
- Wikipedia (β), «Ecotourism», από www.wikipedia.com.
- Williams Lake Forest District Tourism Opportunities Study (2001), από ilmbwww.gov.bc.ca/cis/initiatives/tourism/tos/williams/AppendixF_Ecotourist_Profiles.pdf, 17/10/2006.
- Wood M. E. (2002), «Ecotourism: principles, practices & policies for sustainability», UNEP (United Nations Environmental Programme), από www.unep.org/pc/tourism/documents/ecotourism.pdf, 18/12/2006.
- WTO (2000-2001), «Tourism 2020 vision».
- WTO (2002), «The World Ecotourism Summit: the Final Report», Quebec City, Canada.