



Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων
Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στο Τουριστικό Μάνατζμεντ Επιχειρήσεων και
Οργανισμών
-(*)-

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΣ ΦΟΙΤΗΤΗΣ:

Γιάννου Ιωάννης
(Α.Μ: Mtx17002)

ΘΕΜΑ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

**ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ
ΔΕΙΦΟΡΑ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ:
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΛΟΥΤΡΩΝ ΠΟΖΑΡ.**

Επιβλέπων Καθηγητής:

Βασιλειάδης Χρήστος

-(*)-

Θεσσαλονίκη, Δεκέμβριος 2020

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τομέας των ταξιδιών και του τουρισμού παραμένει κρίσιμος παράγοντας στην ψυχική ανάταση του ανθρώπου, αλλά μπορεί επίσης να προκαλέσει μεγάλη ζημιά. Όσον αφορά τις επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον από την κλιματική αλλαγή, τον υπερτουρισμό, την υπερβολική ανάπτυξη και την κακή ανάπτυξη, δεν υπάρχει πλέον χρόνος για χάσιμο. Ο εναλλακτικός τουρισμός αντιπροσωπεύει τη δυνατότητα εκμετάλλευσης των προστατευόμενων περιοχών με βιώσιμο τρόπο. Σε αυτή την εργασία πραγματοποιείται βιβλιογραφική επισκόπηση των παραπάνω φαινομένων ενώ ταυτόχρονα εστιάζει στον ιαματικό τουρισμό στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Τέλος, γίνεται αναφορά στο Σκανδιναβικό μοντέλο ανάπτυξης του τουρισμού ευεξίας και διερευνώνται τα μέσα με τα οποία τα Λουτρά Πόζαρ θα αναδειχθούν ως ένας αειφόρος τουριστικός προορισμός

Λέξεις-κλειδιά: μαζικός τουρισμός, εναλλακτικός τουρισμός, τουρισμός ευεξίας, ιαματικός τουρισμός

ABSTRACT

The travel and tourism sector remains a critical factor in the mental uplift of human, but it can also cause great harm. As for the effects of tourism on the environment from climate change, hypertourism, overdevelopment and poor development, there is no time to lose. Alternative tourism represents the possibility of exploiting protected areas in a sustainable way. In this thesis, a bibliographic review of the above phenomena is carried out while at the same time it focuses on the spa tourism in Greece and abroad. Finally, reference is made to the Scandinavian model of development of wellness tourism and the means by which the Pozar Baths will emerge as a sustainable tourist destination are explored

Keywords: mass tourism, alternative tourism, wellness tourism, spa tourism

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη	2
Abstract	3
Περιεχόμενα.....	4
1 Εισαγωγή	81
1.1 Υπόβαθρό της έρευνας.....	6
1.2 Σκοπός και επιμέρους στόχοι της εργασίας	6
1.3 Ερευνητικά ερωτήματα	7
1.4 Δομή της εργασίας	8
2 Τουρισμός.....	9
2.1 Εννοιολογικό πλαίσιο.....	9
2.2 Τουριστικό προϊόν.....	11
2.3 Μαζικός τουρισμός	12
2.3.1 Ορισμός.....	12
2.4 Παράγοντες εξάπλωσης του μαζικού τουρισμού.....	13
2.5 Συνέπειες μαζικού τουρισμού	14
2.5.1 Θετικές συνέπειες	14
2.5.2 Αρνητικές συνέπειες	15
3 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού	17
3.1 Εννοιολογικό πλαίσιο.....	17
3.2 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού.....	22
3.2.1 Οικοτουρισμός	26
3.2.2 Πολιτιστικός και δημιουργικός τουρισμός	29
3.3 Στατιστικά δεδομένα	31
3.4 Το ζήτημα της τουριστικής φέρουσας ικανότητας	39

3.5	Η Αειφόρα ανάδειξη τουριστικών προορισμών.....	44
3.6	Πολιτικές αειφόρου τουρισμού.....	45
3.6.1	Ευρωπαϊκή πολιτική.....	47
3.6.2	Εθνική πολιτική.....	49
4	Η περίπτωση του τουρισμού ευεξίας.....	53
4.1	Βασικά στοιχεία.....	53
4.2	Ιαματικός τουρισμός.....	55
4.3	Υπηρεσίες spa και τύποι ιαματικού τουρισμού.....	56
4.4	Παγκόσμιες τάσεις ιαματικού τουρισμού.....	58
4.4.1	Αυστραλία.....	58
4.4.2	Ασία.....	60
4.4.3	Βόρεια Αμερική.....	60
4.5	Ιαματικός τουρισμός στην Ευρώπη.....	61
4.6	Ιαματικός τουρισμός στην Ελλάδα.....	63
4.6.1	Ιστορικά στοιχεία.....	63
4.6.2	Κύρια χαρακτηριστικά.....	65
5	Μελέτες περιπτώσεων.....	69
5.1	Η περίπτωση της Σκανδιναβίας: Nordic Well-being.....	69
5.2	Η περίπτωση των ιαματικών Λουτρών Πόζαρ.....	72
5.2.1	Γενικά στοιχεία.....	72
5.2.2	Πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα.....	75
	Συμπεράσματα.....	76
6	Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα και εφαρμογές.....	78
	Βιβλιογραφία.....	81

1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Τα τελευταία χρόνια η διεθνής τουριστική τάση επικεντρώνεται στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αναζητούν τουριστικές υπηρεσίες διαφορετικές από το συνηθισμένο μοντέλο μαζικού τουρισμού. Ο τουρισμός αντιπροσωπεύει τη δυνατότητα εκμετάλλευσης των προστατευόμενων περιοχών με βιώσιμο τρόπο. Ταυτόχρονα, αυτός είναι ένας τρόπος χρήσης, διατήρησης και ανάπτυξης του ζωντανού περιβάλλοντος που είναι πλούσιο με εξαιρετικά φυσικά και ανθρωπογενή στοιχεία και περιεχόμενο. Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού έχει ιδιαίτερη σημασία στις περιοχές όπου υπάρχει αυθεντική φύση και πολιτιστική κληρονομιά που συνδέονται με τη δυνατότητα αναψυχής, διασκέδασης και πολιτιστικής εμπειρίας.

Σήμερα, όλο και περισσότεροι άνθρωποι ενδιαφέρονται για τον τουρισμό ευεξίας και επισκέπτονται τις ιαματικές πηγές για να επωφεληθούν από τις θεραπευτικές και ευεργετικές ιδιότητες, απολαμβάνοντας προληπτικές και ολοκληρωμένες θεραπείες υγείας. Αυτό το είδος τουρισμού έχει μεγάλη σημασία για την Ελλάδα, καθώς διαθέτει τεράστιο αριθμό ιαματικών πηγών πλούσιων σε φυσικοχημικό χαρακτήρα. Σε αυτή την εργασία θα πραγματοποιηθεί μια περιγραφή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού με βάση την αειφόρα ανάδειξη τουριστικών προορισμών ως απόκριση στον μαζικό τουρισμό ενώ θα εστιάσει στον ιαματικό τουρισμό. Έπειτα, θα παρουσιαστούν οι στρατηγικές ανάδειξης του ιαματικού τουρισμού τόσο σε εθνικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Τέλος, θα αναπτυχθεί το Σκανδιναβικό μοντέλο ανάπτυξης του τουρισμού ευεξίας και η περίπτωση των ιαματικών Λουτρών Πόζαρ.

1.2 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι η καταγραφή των σύγχρονων δεδομένων γύρω από τον εναλλακτικό τουρισμό και ειδικότερα τον τουρισμό ευεξίας. Στο επίκεντρο

της έρευνας βρίσκεται η ανεύρεση των μέσων που θα οδηγήσουν στην αειφόρα ανάδειξη των ιαματικών λουτρών στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα των λουτρών Πόζαρ. Το παραπάνω επιτυγχάνεται με την μελέτη εθνικών και παγκόσμιων στρατηγικών τουριστικής ανάπτυξης καθώς και την πιο λεπτομερή ανάλυση την περίπτωσης της Σκανδιναβίας.

Συνεπώς, οι επιμέρους στόχοι είναι:

- Βιβλιογραφική ανασκόπηση στον εναλλακτικό τουρισμό και συγκεκριμένα, τον Ιαματικό τουρισμό
- Μελέτη γύρω από την αειφόρα ανάδειξη ιαματικών λουτρών σε διεθνές και εθνικό επίπεδο
- Έρευνα σχετικά με την αειφόρα ανάδειξη των Ιαματικών λουτρών Πόζαρ

1.3 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

Τα ερευνητικά μας ερωτήματα είναι:

- Πως ο μαζικός τουρισμός οδήγησε στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού?
- Πως διαμορφώθηκε ο ιαματικός τουρισμός παγκοσμίως?
- Ποιο ρόλο παίζει ο ιαματικός τουρισμός στη χώρα μας?
- Ποια μοναδικά χαρακτηριστικά διαθέτουν τα λουτρά Πόζαρ?
- Ποια είναι τα πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα των λουτρών Πόζαρ?

1.4 ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η δομή της εργασίας χωρίζεται σε τέσσερα βασικά κεφάλαια. Στο πρώτο μέρος πραγματοποιήθηκε μία βιβλιογραφική ανασκόπηση για την περιγραφή του φαινομένου του τουρισμού και κυρίως του μαζικού τουρισμού. Στο δεύτερο κεφάλαιο ακολούθησε η περιγραφή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και στο τρίτο κεφάλαιο αναλύθηκε ο τουρισμός ευεξίας και κυρίως ο ιαματικός τουρισμός στην Ελλάδα. Στο τελευταίο κεφάλαιο μελετήθηκαν διάφορες περιπτώσεις ιαματικού τουρισμού.

Τελειώνοντας, τα συμπεράσματα που εξήχθησαν βασίστηκαν σε κριτική αξιολόγηση της βιβλιογραφίας και ενσωμάτωση αυτής στα αποτελέσματα της εργασίας μας με στόχο την αποσαφήνιση της χρήσης των ιαματικών Λουτρών Πόζαρ ως μια εναλλακτική μορφή τουρισμού με βάση την αειφόρα ανάδειξη τουριστικών προορισμών στην Ελλάδα

2 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Κατά το παρελθόν, πολλοί επιστήμονες προσπάθησαν να δώσουν τον ορισμό του τουρισμού και γι' αυτό ιστορικά στη βιβλιογραφία συναντάμε αρκετούς αποδεκτούς ορισμούς. Ένας από τους πρώτους ορισμούς συσχετίζει τον τουρισμό με τους τουρίστες. Σύμφωνα με αυτόν, τα άτομα γίνονται τουρίστες όταν εγκαταλείπουν οικειοθελώς το φυσιολογικό τους περιβάλλον, όπου διαμένουν, για να επισκεφθούν ένα άλλο περιβάλλον. Αυτά τα άτομα συνήθως ασκούν διαφορετικές δραστηριότητες, ανεξάρτητα από το πόσο κοντά ή πόσο μακριά είναι αυτό το περιβάλλον (προορισμός) (Jafari, 1990; Holloway & Taylor, 2006). Ως εκ τούτου, οι τουρίστες είναι επισκέπτες, και αυτό που κάνουν όταν επισκέπτονται έναν άλλο τόπο μπορεί να θεωρηθεί ως τουρισμός. Το 1963, η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Διεθνές Ταξίδι και τον Τουρισμό συμφώνησε να χρησιμοποιήσει τον όρο «επισκέπτες» (ως το αντίθετο των κατοίκων) για να περιγράψει τα άτομα που επισκέπτονται άλλη χώρα. Αυτός ο ορισμός κάλυψε δύο κατηγορίες επισκεπτών: Οι τουρίστες ταξινομούνται ως προσωρινοί επισκέπτες που διαμένουν τουλάχιστον 24 ώρες σε έναν προορισμό. Αν ταξιδεύουν για λόγους διασκέδασης, υγείας, αθλητισμού, σπουδών ή για θρησκευτικούς σκοπούς τότε η επίσκεψή τους θα μπορούσε να χαρακτηριστεί υπό μια γενική έννοια ως «αναψυχή». Εναλλακτικά, οι εκδρομείς, συμπεριλαμβανομένων των ταξιδιωτών κρουαζιέρας, μπορούν να θεωρηθούν ως προσωρινοί επισκέπτες, εάν παραμείνουν σε προορισμό λιγότερο από 24 ώρες (Horner & Swarbrooke, 1996). Αν και αρκετά αναλυτικοί οι παραπάνω ορισμοί κρίθηκε ότι δεν λαμβάνουν υπόψη τους εγχώριους τουρίστες. Το 1976, το Ινστιτούτο Τουρισμού (το οποίο αργότερα έγινε η Εταιρεία Τουρισμού) πρότεινε ότι ο τουρισμός είναι η προσωρινή βραχυπρόθεσμη μετακίνηση ανθρώπων σε προορισμούς εκτός των τόπων όπου συνήθως ζουν και εργάζονται. Ως εκ τούτου, ο τουρισμός περιλαμβάνει την κίνηση ανθρώπων για όλους τους σκοπούς, συμπεριλαμβανομένων των ημερήσιων επισκέψεων ή των εκδρομών (Holloway & Taylor, 2006; Cooper e al., 2004).

Το 1981, στο Κάρντιφ, αναδιατυπώθηκε ένας ευρύτερος ορισμός στη Διεθνή Διάσκεψη για τον Τουρισμό Αναψυχής που οργανώθηκε από το Παγκόσμιο Δίκτυο Τουριστικών Εμπειρογνομώνων (AIEST) και την Εταιρεία Τουρισμού (Mathieson & Wall, 1982). Σύμφωνα με αυτόν, ο τουρισμός ορίζεται ανάλογα τις δραστηριότητες που εξασκούνται και επιλέγονται από τον ίδιο, και γίνονται εκτός του οικείου του περιβάλλοντος. Σε αυτό τον ορισμό τονίζεται ότι ο τουρισμός μπορεί να συμπεριλαμβάνει τη διανυκτέρευση μακριά από το σπίτι. Δέκα χρόνια αργότερα, προτάθηκε νέος ορισμός από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών ο οποίος αναφέρει ότι «ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε μέρη έξω από το συνηθισμένο περιβάλλον για όχι περισσότερο από ένα συνεχές έτος για ψυχαγωγικούς, επιχειρηματικούς ή άλλους σκοπούς». Σε αυτό το στάδιο, έγινε διαφοροποίηση του εγχώριου από τον διεθνή τουρισμό (Horner & Swarbrooke, 1996). Στην πρώτη περίπτωση αναφέρονται τα ταξίδια που πραγματοποιούνται αποκλειστικά εντός της χώρας καταγωγής του επισκέπτη ενώ στη δεύτερη, τα ταξίδια εκτός της χώρας καταγωγής του. Τα εγχώρια ταξίδια έχουν αντίκτυπο στο ισοζύγιο πληρωμών και μειώνουν την εκροή χρημάτων από την πατρίδα των τουριστών (Horner & Swarbrooke, 1996).

Σε κάθε περίπτωση, η κύρια λειτουργία της τουριστικής βιομηχανίας είναι να εξυπηρετεί τους ταξιδιώτες και η συνολική επιτυχία της εξαρτάται από τις θετικές αλληλεξαρτήσεις όλων των σχετιζόμενων τομέων. Η τουριστική βιομηχανία περιλαμβάνει τέσσερις κύριους τομείς, οι οποίοι είναι (Baum, 1995):

1. Διαμονή
2. Μεταφορές
3. Επικουρικές Υπηρεσίες και
4. Πωλήσεις και Διανομή.

2.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

Τα τουριστικά προϊόντα είναι τα μέσα για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών (Paul, 1977, p. 18). Σύμφωνα με τον Jovicic (1988, p. 2-3), οι τουριστικές ανάγκες είναι εκείνες που «ικανοποιούνται όταν πραγματοποιείται μετακίνηση (ταξίδι και διαμονή) έξω από τον τόπο κατοικίας». Ως εκ τούτου, «μια ανάγκη είναι μια τουριστική ανάγκη μόνο εάν απαιτεί αναχώρηση από τον τόπο κατοικίας κάποιου».

Αυτές οι ανάγκες μπορούν να ομαδοποιηθούν σε δύο διαφορετικές κατηγορίες (Paul, 1977, p. 18):

- Πρωταρχικές τουριστικές ανάγκες είναι εκείνες που παροτρύνουν ένα άτομο να κάνει ένα τουριστικό ταξίδι για να τις ικανοποιήσει.
- Δευτερεύουσες ή παράγωγες τουριστικές ανάγκες είναι αυτές που απορρέουν από την απόφαση να πραγματοποιηθεί τουριστικό ταξίδι.

Επίσης, τα τουριστικά προϊόντα είναι αχώριστα σύνθετα προϊόντα στη διαμόρφωση της ταξιδιωτικής εμπειρίας (Morrison & Alastair, 2010). Όπως και άλλα προϊόντα υπηρεσιών γενικά, ορισμένοι ειδικοί ισχυρίστηκαν ότι υπάρχουν ορισμένα ειδικά χαρακτηριστικά των προϊόντων υπηρεσιών που σχετίζονται με τον τουρισμό (Swarbrooke, 2002). Η έννοια του μάρκετινγκ προϊόντων έχει σχεδιαστεί για να καλύψει τις ανάγκες της αγοράς-στόχου. Ωστόσο, τα κύρια προϊόντα των καλύτερων τουριστικών προορισμών είναι συνήθως δύσκολο να προσαρμοστούν στις αλλαγές της ζήτησης (Barnes, 2010). Στον τουρισμό (άυλο), το ζήτημα της διαφοροποίησης της εικόνας του προϊόντος, η ποιότητα και η απόδοση των υπηρεσιών είναι δύσκολο να εξακριβωθούν κατά την αγορά, εκτός εάν αντικατοπτρίζονται στην προηγούμενη εμπειρία ή έχουν δοθεί απευθείας πληροφορίες από φίλους που έχουν βιώσει την αγορά του τουριστικού πακέτου. Επειδή ο καθορισμός της απόδοσης των τουριστικών προϊόντων μπορεί να είναι δύσκολος κατά την αγορά, το πακέτο τουριστικών προορισμών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την εμπειρία της διαφοροποίησης της εικόνας (Assaf, 2012).

Ως συστατικό στοιχείο των τουριστικών προϊόντων, το τουριστικό αξιοθέατο έχει τη δύναμη να ενθαρρύνει και να προσελκύει τους τουρίστες να ταξιδεύουν, ειδικά σε ένα

πιθανό διαφορετικό και ποικίλο τουριστικό αξιοθέατο (Mill, 1990). Τα αξιοθέατα φέρνουν τους ανθρώπους στον προορισμό και οι υπηρεσίες τους εξυπηρετούν όταν φτάσουν εκεί. Επειδή είναι μακριά από το σπίτι, ο επισκέπτης απαιτεί ορισμένα πράγματα - ένα μέρος για διαμονή, κάτι για φαγητό και ποτό (Mill, 1990). Η φιλοξενία μιας περιοχής είναι η γενική αίσθηση καλωσορίσματος που λαμβάνουν οι τουρίστες κατά την επίσκεψή τους στην περιοχή. Οι άνθρωποι δεν θέλουν να πάνε εκεί που δεν αισθάνονται ευπρόσδεκτοι (Mill, 1990). Τα βασικά στοιχεία των τουριστικών προορισμών που προσφέρονται στους τουρίστες περιλαμβάνουν (Suradnya, 2011):

1. τα βασικά στοιχεία ενός τουριστικού προορισμού που περιλαμβάνουν τη γεωγραφική θέση, το κλίμα και τις φυσικές συνθήκες στην περιοχή, κ.λπ.
2. τα φυσικά στοιχεία όπως οι ντόπιοι και η καθημερινή τους ζωή
3. τα τεχνητά στοιχεία που περιλαμβάνουν διαμονή, εστιατόρια, χώρους ψυχαγωγίας, εγκαταστάσεις μεταφοράς και άλλες εμπορικές ανέσεις που παρέχονται για να στοχεύσουν πελάτες που αγοράζουν τον τουριστικό προορισμό.

2.3 ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

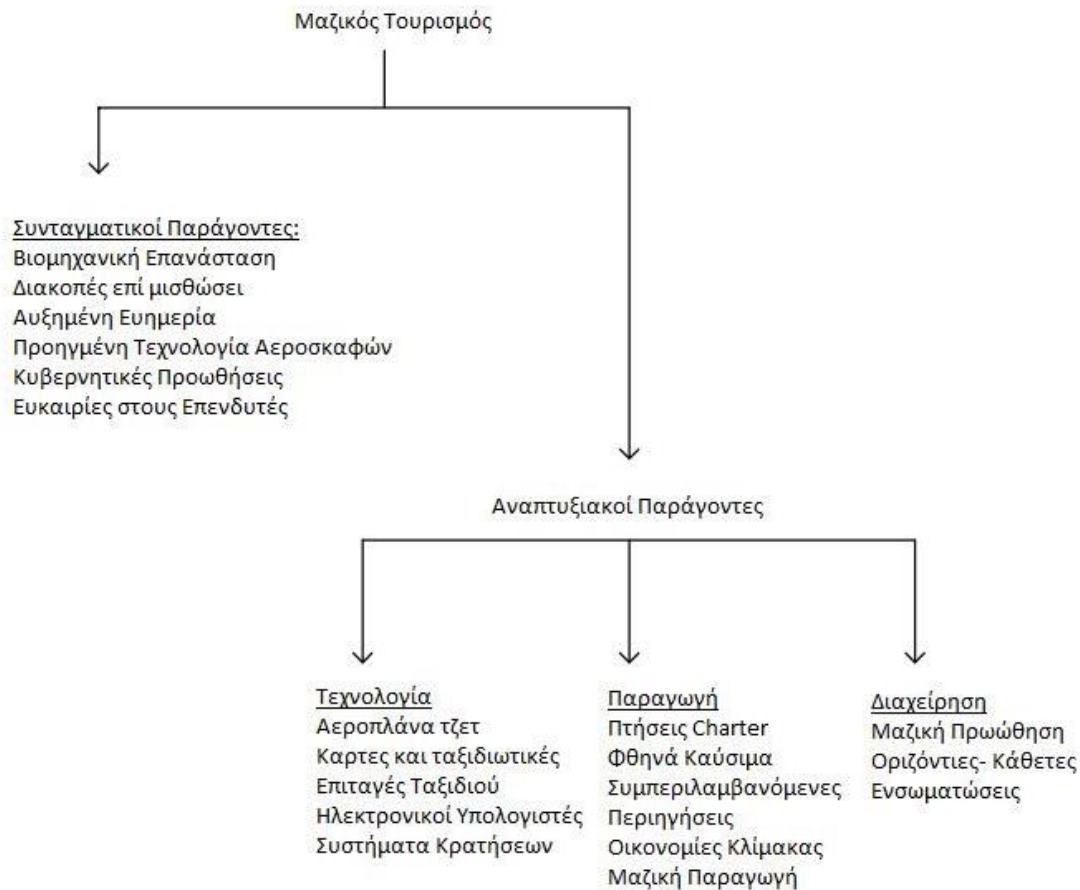
2.3.1 Ορισμός

Ο όρος μαζικός τουρισμός χρησιμοποιείται εν συντομία για προ-προγραμματισμένες εκδρομές για ομάδες ατόμων που ταξιδεύουν μαζί με παρόμοιους σκοπούς (αναψυχή, αξιοθέατα κ.λπ.) συνήθως υπό την οργάνωση επαγγελματιών του τουρισμού. Ο μαζικός τουρισμός έχει χρησιμοποιηθεί καταχρηστικά ή συγχέεται με τον τουρισμό των διακοπών. Ωστόσο, ο μαζικός τουρισμός είναι το αντίθετο του «ατομικού τουρισμού» αν και οι δύο έχουν ευρύτερο πεδίο εφαρμογής που περιλαμβάνει διακοπές, πτήσεις και άλλες τουριστικές αγορές.

2.4 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΞΑΠΛΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι παράγοντες που άνοιξαν τον δρόμο για τον μαζικό τουρισμό για τη χρυσή εποχή του είναι συγκεκριμένα οι αλλαγές στην πρόοδο που σχετίζονται με την τεχνολογία, την παραγωγή και τη διαχείριση. Αυτοί οι συνταγματικοί και αναπτυξιακοί παράγοντες με τους υπο-παράγοντες τους φαίνονται στην Εικόνα 1. Ωστόσο, αυτοί οι παράγοντες που αναφέρονται πρέπει να ληφθούν ως σύνολο στην πρόοδο του μαζικού τουρισμού και θα μπορούσε να ειπωθεί ότι δεν είναι ομοιογενείς και μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με τις ηπείρους, τα εμπορικά έθιμα των ηπείρων και των χωρών επίσης. Τα πολύ βασικά δύο παραδείγματα για τέτοιες προσομοιώσεις είναι η Ευρώπη και οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής (ΗΠΑ) που αναγνωρίζονται επίσης ως οι δύο κορυφαίες αγορές ζήτησης της τουριστικής βιομηχανίας (Sezgin & Yolal, 2012).

Οι αλυσίδες ξενοδοχείων, οι αεροπορικές εταιρείες, τα επαγγελματικά ταξίδια, οι κρουαζιέρες και τα σύντομα εργασιακά διαλείμματα υπήρξαν οι παράγοντες που βοήθησαν στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού των ΗΠΑ. Ωστόσο, η ευρωπαϊκή αγορά μαζικού τουρισμού έχει αναπτυχθεί σύμφωνα με την τουριστική ζήτηση των πλουσιότερων και πιο ανεπτυγμένων ευρωπαϊκών χωρών για διακοπές σε μάλλον λιγότερο ανεπτυγμένες νότιες (μεσογειακές) χώρες. Η ανάγκη για ταξίδια στο εξωτερικό (σε κοντινή απόσταση) στην ήπειρο έχει φέρει νέους παίκτες ως διοργανωτές στον τουρισμό, συγκεκριμένα τους ταξιδιωτικούς πράκτορες. Ταξιδιωτικοί πράκτορες, πτήσεις τσάρτερ και περιηγήσεις χωρίς αποκλεισμούς –ιδίως πακέτα διακοπών– είναι τα αναγνωριστικά του ευρωπαϊκού μαζικού τουρισμού στη χρυσή εποχή του μαζικού τουρισμού. Από την άλλη πλευρά, οι κοινοί παράγοντες που άλλαξαν την παγκόσμια τουριστική επιχείρηση και κατά συνέπεια ο μαζικός τουρισμός θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν την τεχνολογία, τις αεροπορικές μεταφορές, τις εταιρείες διαμονής, τους ταξιδιωτικούς πράκτορες, τους ομίλους ετερογενών δραστηριοτήτων και τη μαζική κατανάλωση ανάλογα με τις ανάγκες διακοπών.



Εικόνα 1 «Σημείωση: Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: Παράγοντες ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού (Sezgin & Yolal, 2012)»

2.5 ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.5.1 Θετικές συνέπειες

2.5.1.1 Οικονομικές επιπτώσεις

Σύμφωνα με τον Vanhove (1997), οι πιο σημαντικοί όροι σχετικά με τα οφέλη του τουρισμού είναι οι δαπάνες, οι επενδύσεις, το εισόδημα και η απασχόληση. Όλα ξεκινούν με την επένδυση σε τουριστική εγκατάσταση όπως ξενοδοχείο, θέρετρο ή χωριό διακοπών. Μπορούμε να πούμε ότι μια επένδυση αυξάνει τις δαπάνες των τουριστών. Οι δαπάνες σε ένα ξενοδοχείο, για παράδειγμα, προκαλούν οικονομικά οφέλη, καθώς είναι άμεσο εισόδημα στην περιοχή. Οι τοπικοί προμηθευτές επωφελούνται από αυτό και

δημιουργούνται περισσότερες θέσεις εργασίας. Άλλα μέρη των δαπανών χρησιμοποιούνται για την πληρωμή φόρων ή για περαιτέρω αγαθά και υπηρεσίες. Η αγορά ειδών παντοπωλείου στο σούπερ μάρκετ μπορεί να ενισχύσει παρόμοια οικονομική δραστηριότητα καθώς παράγει έμμεσο εισόδημα. Καθώς αυξάνεται το εισόδημα από τη διάθεση, ενισχύει μια αλλαγή στη συμπεριφορά των καταναλωτών καθώς οι άνθρωποι παρέχουν υψηλότερο χρηματικό ποσό για να ξοδέψουν. Καθώς οι εργαζόμενοι ξοδεύουν το εισόδημά τους στην περιοχή, αυξάνονται τα φορολογικά έσοδα που στη συνέχεια έχουν θετικό αντίκτυπο στη βελτίωση των τοπικών υποδομών και υπηρεσιών που παρέχονται στους τουρίστες (Vanhove, 1997).

Οι άμεσες επιπτώσεις του τουρισμού αφορούν τις πωλήσεις, τις θέσεις εργασίας, τα φορολογικά έσοδα καθώς και τα επίπεδα εισοδήματος που αναφέρονται παραπάνω. Οι έμμεσες επιπτώσεις του τουρισμού είναι οι αλλαγές στις τιμές, οι αλλαγές στην ποιότητα και την ποσότητα αγαθών και υπηρεσιών και οι αλλαγές στους φόρους ιδιοκτησίας. Επιπλέον, ο τουρισμός μπορεί να έχει επιπτώσεις όπως οι δαπάνες των νοικοκυριών. Οι προαναφερθείσες επιπτώσεις ανέρχονται στο συνολικό οικονομικό αντίκτυπο του τουρισμού (Stynes, 1997).

2.5.2 Αρνητικές συνέπειες

2.5.2.1 Τουριστικός εξευγενισμός

Σύμφωνα με τον Cocola-Gant (2015), «ο εξευγενισμός (gentrification) συνήθως ορίζεται ως μια διαδικασία κατά την οποία οι κάτοικοι της μεσαίας τάξης μετακινούνται σε περιοχές εργατικής τάξης, με αποτέλεσμα τον εκτοπισμό και τον αποκλεισμό ολόκληρων κοινοτήτων» (σελ.2). Στην περίπτωση του μαζικού τουρισμού, ωστόσο, η μετακίνηση των κατοίκων που προκαλούνται από τους τουρίστες ονομάζεται «τουριστικός εξευγενισμός» (Cocola-Gant, 2015). Ο Cocola-Gant (2015) τον ορίζει ως «μια διαδικασία κοινωνικο-χωρικής αλλαγής στην οποία οι γειτονιές μεταμορφώνονται ανάλογα με τις ανάγκες των εύπορων καταναλωτών, κατοίκων και επισκεπτών» (σελ. 4).

2.5.2.2 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις

Ο μαζικός τουρισμός θεωρείται συχνά ότι φέρνει μειονεκτήματα, όπως επιπτώσεις με τη μορφή περιβαλλοντικών θεμάτων. Με την κατασκευή εκατοντάδων ξενοδοχείων και θέρετρων και άλλων τουριστικών εγκαταστάσεων, καθώς και με την αποψίλωση των δασών για να δημιουργηθεί χώρος για κατασκευές, έτσι οι φυσικοί πόροι συχνά υποβαθμίζονται. Επιπλέον, όχι μόνο η κατασκευή τουριστικών ανέσεων, αλλά και η κατασκευή υποδομών, συμπεριλαμβανομένης της κατασκευής δρόμων, μπορούν να βλάψουν το περιβάλλον (Bosselman, Peterson & McCarthy, 1999). Οι Bosselman, Peterson και McCarthy (1999) ανέφεραν επίσης τη ρύπανση από την άποψη των αποχρωματισμένων παραλιών λόγω της μεγάλης ποσότητας αποβλήτων, καθώς και από την κυκλοφορία. Επιπλέον, οι τουριστικοί προορισμοί δεν επηρεάζονται μόνο από τη ρύπανση των υδάτων αλλά μπορούν επίσης να επηρεαστούν από την ατμοσφαιρική ρύπανση. Ιδιαίτερα οι πόλεις που επισκέπτονται οι μάζες τουριστών επηρεάζονται από αυξημένη κίνηση (Akis, 2011).

2.5.2.3 Αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις

Ο τουρισμός συχνά λέγεται ότι αποφέρει πολλά οικονομικά οφέλη, καθώς δημιουργεί θέσεις εργασίας και επηρεάζει θετικά τον προορισμό. Ωστόσο, με κριτική εξέταση της τουριστικής βιομηχανίας, ο μαζικός τουρισμός, ειδικότερα, έφερε επίσης πολλά οικονομικά μειονεκτήματα. Πολλοί προορισμοί πρέπει να αντιμετωπίσουν εποχιακές διακυμάνσεις και συνεπώς αλλαγές στη ζήτηση. Σύμφωνα με τον Bramwell (2004), η τουριστική βιομηχανία συχνά ασχολείται με προβλήματα με την εποχική ανεργία καθώς και με εργασία τις μεγάλες ώρες. Επιπλέον, μεγάλο μέρος της δημιουργούμενης απασχόλησης είναι συχνά εποχική, ανειδίκευτη και χαμηλά αμειβόμενη (Vaughan & Long, 1982, Allcock, 1986, όπως αναφέρεται στο Ratz, 2002).

2.5.2.4 Κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις

Ο μαζικός τουρισμός ή ο τουρισμός γενικά, μπορεί να έχει τόσο θετικές όσο και αρνητικές κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις. Ο εξευγενισμός του τουρισμού και ο εκτοπισμός των ντόπιων που αναφέρθηκαν προηγουμένως είναι ένα από τα μειονεκτήματα που μπορεί να αντιμετωπίσει κάποιος. Επιπλέον, οι αλλαγές στα συστήματα αξίας, στον παραδοσιακό τρόπο ζωής, στην ατομική συμπεριφορά, στη δομή της κοινότητας και στις οικογενειακές σχέσεις μπορεί να είναι επιπτώσεις του τουρισμού στην κοινότητα υποδοχής (Ratz, 2002). Οι αλλαγές μπορεί να ποικίλλουν σημαντικά καθώς η πολιτιστική και οικονομική διαφορά μεταξύ των τουριστών και της τοπικής κοινότητας δεν είναι πάντα η ίδια (Mathieson & Wall, 1982, όπως αναφέρεται στο Ratz, 2002).

3 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Όπως αναφέραμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο, αν και ο τουρισμός έχει αναγνωριστεί για τα τεράστια οικονομικά και κατά συνέπεια και κοινωνικά του οφέλη, ως οικονομικός σωτήρας που παρέχει θέσεις εργασίας και αυξάνει το ΑΕΠ, έχει επίσης κατηγορηθεί ως πηγή μεγάλου φάσματος σοβαρών προβλημάτων, ειδικά στις αναπτυσσόμενες οικονομίες. Ο Macleod (2004) υποστηρίζει ότι ο τουρισμός αλλάζει τη σύνθεση του εργατικού πληθυσμού από παραδοσιακές βιομηχανίες της γεωργίας σε βιομηχανίες τουρισμού και φιλοξενίας που βασίζονται σε υπηρεσίες, διαταράσσοντας την κοινότητα

και την πολιτιστική της ταυτότητα. Τέσσερα βασικά φαινόμενα οδήγησαν στην ανάγκη μιας διαφορετικής προσέγγισης στον τουρισμό. Αυτά είναι:

1. οικονομικά ζητήματα όπως το γεγονός ότι η οικονομική ανάπτυξη δεν έλυσε το πρόβλημα της φτώχειας,
2. περιβαλλοντικά ζητήματα που αφορούν την μαζική τουριστική επίδραση στο περιβάλλον,
3. πολιτικά ζητήματα που αντικατοπτρίζουν την πολιτική οικονομία της διεθνούς τουριστικής βιομηχανίας που έγινε μια φυσική συνέχεια των ιστορικών ανισοτήτων μεταξύ του Πρώτου Κόσμου και του Τρίτου Κόσμου και
4. κοινωνικά ζητήματα, συμπεριλαμβανομένης της νέας ταξιδιωτικής αγοράς μεταμοντέρνας κουλτούρας.

Έτσι, μια «νέα» μορφή τουρισμού αναδείχθηκε και πολλοί την δέχτηκαν ενστικτωδώς, παρόλο που δεν μπορούσαν να την προσδιορίσουν με ακρίβεια. Ακόμα, σήμερα εκπλήσσει το γεγονός ότι δεν υπάρχει καθολικά συμφωνημένος ή ευρέως αποδεκτός ορισμός του εναλλακτικού τουρισμού, ούτε ότι έχουν γίνει σαφείς κατευθυντήριες γραμμές μεταξύ των διαφορετικών μορφών του. Σύμφωνα με τη νέα διαφορετική προσέγγιση αυτή, του εναλλακτικού τουρισμού, οι επιπτώσεις στις περιοχές προορισμού θα ήταν λιγότερες και λιγότερο σοβαρές στον πληθυσμό τους, και οι τουρίστες θα εξακολουθούσαν να απολαμβάνουν τα θετικά οικονομικά αποτελέσματα. Αυτή η νέα «μορφή» του τουρισμού προέκυψε ως εναλλακτική λύση στον πιο ανεπιθύμητο τύπο τουρισμού «τον μαζικό τουρισμό» ή στον « συμβατικό / εμπορικό τουρισμό» ή «παραδοσιακό τουρισμό».

Είναι εναλλακτική λύση σε μεγάλο αριθμό επισκεπτών, στην αδέξια και ανεξέλεγκτη ανάπτυξη, στην καταστροφή του περιβάλλοντος, στην κοινωνική αποξένωση και την ομογενοποίηση. Οι «μαζικοί τουρίστες» απολαμβάνουν την ευκολία να μην χρειάζεται να κάνουν τις δικές τους ταξιδιωτικές ρυθμίσεις, να μην χρειάζεται να ξοδέψουν πολλά χρήματα ή χρόνο, να μην υποχρεούνται να μάθουν ξένη γλώσσα για να αγοράσουν αγαθά και να απολαύσουν υπηρεσίες στον τουριστικό τους προορισμό. Αυτού του είδους οι τουρίστες είναι έτοιμοι να εγκαταλείψουν την αυθεντική τοπική πολιτιστική επαφή,

και ο Τρίτος Κόσμος ή ο Παλαιός Κόσμος φάνηκε να τους παρέχει αυτά τα οφέλη (Butler, 1992).

Τελικά, οι «νέες» μορφές τουρισμού εμφανίστηκαν στις αναπτυσσόμενες χώρες μεταξύ της δεκαετίας του 1970 και των αρχών της δεκαετίας του 1980, προκειμένου να αντιμετωπίσουν τον σκληρό μαζικό τουρισμό. Αυτές οι μορφές τουρισμού εξυπηρετούσαν μια πιο ευαίσθητη προσέγγιση, δίνοντας προτεραιότητα στους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους στην πρώτη γραμμή του σχεδιασμού και της ανάπτυξης. Παρόλο που εμφανίστηκαν με διαφορετικά ονόματα και διάφορα μοντέλα, μοιράστηκαν τις ίδιες αξίες, για να βελτιώσουν την κατάσταση και να διατηρήσουν την αρχική αγροτική γοητεία του τουριστικού προορισμού. Περιλάμβαναν έργα μικρής κλίμακας, με χαμηλό επίπεδο επενδύσεων, χαμηλού χαρακτήρα, ανεξάρτητο και αυτοσυντηρούμενο και απαιτώντας την υψηλή συμμετοχή των κατοίκων της περιοχής (τα κύρια χαρακτηριστικά παρουσιάζονται στον Πίνακα 2) (Triarchi & Karamanis, 2017). Η συμμετοχή του τοπικού πληθυσμού θα βελτιώσει τις επαφές μεταξύ των ντόπιων και των ξένων επισκεπτών τους θα προσφέρει μια πιο αυθεντική, ουσιαστική και ικανοποιητική εμπειρία τόσο για τους επισκέπτες όσο και για τους οικοδεσπότες. Ο Dernoί, το 1981 συσχετίζει τον όρο «εναλλακτικός τουρισμός» με τον τρόπο διαμονής. Συγκεκριμένα αναφέρει πως «στον εναλλακτικό τουρισμό ο πελάτης λαμβάνει διαμονή απευθείας μέσα ή στο σπίτι του οικοδεσπότη με, τελικά, άλλες υπηρεσίες και εγκαταστάσεις που προσφέρονται εκεί» (Dernoί, 1981, p. 253 -264). Λίγα χρόνια αργότερα, πρόσθεσε άλλα χαρακτηριστικά στον εναλλακτικό τουρισμό που τον διέκριναν από τον μαζικό τουρισμό, με αποτέλεσμα το γεγονός στον εναλλακτικό τουρισμό άτομα, οικογένειες ή τοπικές κοινότητες να προσφέρουν ιδιωτικά στους επισκέπτες ένα σύνολο υπηρεσιών φιλοξενίας. Έτσι, ο εναλλακτικός τουρισμός στοχεύει στη δημιουργία άμεσης προσωπικής και πολιτιστικής επικοινωνίας και κατανόησης μεταξύ του οικοδεσπότη και του επισκέπτη (Dernoί, 1988). Αυτός ο ορισμός υποστηρίζει τη διευκόλυνση και τη βελτίωση των επαφών μεταξύ επισκεπτών και ντόπιων, προκειμένου να επιτευχθεί μια πολιτιστική ανταλλαγή και επικοινωνία και των δύο μερών.

Πίνακας 1 «**Σημείωση:** Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού-κύρια χαρακτηριστικά (Triarchi & Karamanis, 2017).*»

Διοίκηση	Κανονισμός Λειτουργίας	Συνεισφορά στην Οικονομία
<p>Η διαδικασία ανάπτυξης είναι χαμηλή και ελεγχόμενη ανάπτυξη, Ο προγραμματισμένος ρυθμός δεν είναι τόσο σημαντικός, Θεματο-κεντρικά, Επηρεάζει την ευαισθητοποίηση να μειώσει τις αρνητικές επιπτώσεις Ο διοργανωτής είναι τοπικός Η ενεργειακή κατανάλωση είναι συχνά αναποτελεσματική στην εξοικονόμηση καυσίμου</p>	<p>Έλεγχος της τοπικής κοινότητας, Τοπική λήψη αποφάσεων Ποσό: Εκτεταμένο; ελαχιστοποίηση των τοπικών αρνητικών επιπτώσεων Ιδεολογία σε σχέση με τη δημόσια παρέμβαση στη διαδικασία ανάπτυξης, εξαιρουμένων των εξωτερικών επιρροών. Έμφαση στη σταθερότητα και την ευημερία της κοινότητας · ολοκληρωμένο, ολιστικό Το χρονικό πλαίσιο του είναι μακροπρόθεσμο</p>	<p>Ο ρόλος του τουρισμού είναι συμπληρωματικός της υπάρχουσας δραστηριότητας Οι διασυνδέσεις και οι διαρροές είναι κυρίως εσωτερικές και ελάχιστες Μεσαία πολλαπλασιαστική επίδραση και Υψηλή κατανομή εισοδήματος</p>

Ο Macleod (1998) προτείνει ορισμένες αρχές για τον καλύτερο ορισμό του εναλλακτικού τουρισμού και ο Herms (2006), ανέπτυξε αυτές τις αρχές ως εξής:

- Θα πρέπει να βασίζεται στον διάλογο με τους ντόπιους, ο οποίος πρέπει να ενημερώνεται για τις επιπτώσεις του,
- Πρέπει να είναι φιλικός προς το περιβάλλον και να αποδίδει σεβασμό στον τοπικό πολιτισμό και στη θρησκευτική παράδοση,
- Η κλίμακα του τουρισμού πρέπει να προσαρμοστεί στην ικανότητα της τοπικής περιοχής να αντιμετωπίσει, και να μετράται με αισθητικούς και οικολογικούς όρους.

Σύμφωνα με τον Holden, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια διαδικασία που προωθεί μια δίκαιη μορφή ταξιδιού μεταξύ μελών διαφορετικών κοινοτήτων και επιδιώκει την επίτευξη αμοιβαίας κατανόησης, αλληλεγγύης και ισότητας μεταξύ των συμμετεχόντων» (Holden, 1984, p. 15). Ο Holden ενδιαφέρεται κυρίως να εξελίξει την αλληλεξάρτηση των επισκεπτών και των οικοδεσποτών, μέσω της οργάνωσης καλά οργανωμένων εκδρομών ειδικού ενδιαφέροντος, αντί για την πραγματική ανάπτυξη εγκαταστάσεων. Έτσι, ο εναλλακτικός τουρισμός περιγράφεται ως «μορφές τουρισμού που είναι συνεπείς με τις φυσικές, κοινωνικές και κοινοτικές αξίες και οι οποίες επιτρέπουν τόσο στους

οικοδεσπότες όσο και στους επισκέπτες να απολαύσουν θετική και αξιόλογη αλληλεπίδραση και κοινές εμπειρίες» (Smith & Eadington, 1992, p. 3) .

Στην Ευρώπη, ειδικά στη Γερμανία, στην Αυστρία και στην Ελβετία, στις αρχές της δεκαετίας του 1980, ο όρος που χρησιμοποιήθηκε για να εξηγήσει τη νέα μορφή τουρισμού ήταν ο «μαλακός τουρισμός», καθώς το κύριο χαρακτηριστικό του ήταν η προσοχή σε περιβαλλοντικά ζητήματα και η προώθηση οικολογικών- φιλικής ανάπτυξης- πολιτικών. Η δήλωση Chur της «Διεθνούς Επιτροπής Pour La Protection des Regions Alpines» (CIPRA) ορίζει τον μαλακό τουρισμό ως «την αμοιβαία κατανόηση μεταξύ του τοπικού πληθυσμού και των επισκεπτών, η οποία δεν θέτει σε κίνδυνο την πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής υποδοχής και που προσπαθεί να φροντίσει το περιβάλλον όσο το δυνατόν καλύτερα». Οι μαλακοί τουρίστες δίνουν προτεραιότητα στη χρήση υποδομών που προορίζονται για τον τοπικό πληθυσμό και δεν δέχονται σημαντικές τουριστικές εγκαταστάσεις επιβλαβείς για το περιβάλλον »(Broggi 1985, p. 286 που αναφέρεται στην Pearce, 1992, p. 18).

Ο όρος «Νέος Τουρισμός» προτάθηκε το 1979 από τους Rosenow και Pulsipher, για την αμερικανική τουριστική βιομηχανία ως έναν νέο τρόπο ανάπτυξης, υποστηρίζοντας ότι όχι μόνο οι επισκέπτες, αλλά και οι κοινότητες θα επωφεληθούν από τη δημιουργία μιας «διαφοροποιημένης» τουριστικής βιομηχανίας με βάση μοναδικά περιουσιακά στοιχεία και των δύο. Ο "Νέος Τουρισμός" βασίζεται σε οκτώ αρχές:

1. μοναδική κληρονομιά και περιβάλλον,
2. εξελισσόμενη ειδική ποιότητα αξιοθέατων,
3. προσπάθεια ανάπτυξης πρόσθετων τοπικών αξιοθέατων,
4. οικονομικές ευκαιρίες και πολιτιστικός εμπλουτισμός,
5. τοπικές υπηρεσίες,
6. μάρκετινγκ επικοινωνία,
7. προσαρμογή των περιουσιακών στοιχείων στην τοπική φέρουσα ικανότητα και
8. πρόληψη των απωλειών ενέργειας.

Η χρήση του όρου «εναλλακτικός τουρισμός» μπορεί να θεωρηθεί προβληματική, καθώς στις μέρες μας συνήθως σχετίζεται με την αρχή της αειφόρου ανάπτυξης. Έτσι, καθιστώντας τον όρο «αειφόρος τουρισμός» πιο ακριβής στην περιγραφή των «νέων» μορφών τουρισμού. Σύμφωνα με τον Holden (2003), ο αειφόρος τουρισμός είναι πιο συμβατός με το φυσικό περιβάλλον από τον συμβατικό μαζικό τουρισμό. Η βλάστηση, τα ενδιαιτήματα των ζώων και η άριστη γεωργική γη έδωσαν το δρόμο για νέες υποδομές μέσω της αποψίλωσης που έβλαψε το οικοσύστημα και το τοπίο (Holden, 2003; παρατίθεται στο Wearing & Grabowski, 2011). Σύμφωνα με την UNWTO «οι κατευθυντήριες γραμμές για την αειφόρο ανάπτυξη του τουρισμού και οι πρακτικές διαχείρισης εφαρμόζονται σε όλες τις μορφές τουρισμού σε όλους τους τύπους προορισμών, συμπεριλαμβανομένου του μαζικού τουρισμού και των διαφόρων εξειδικευμένων τουριστικών τμημάτων. Οι αρχές της αειφορίας αναφέρονται στις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικοπολιτιστικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης και πρέπει να επιτευχθεί κατάλληλη ισορροπία μεταξύ αυτών των τριών διαστάσεων για να διασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά της»(UNEP & UNWTO, 2005). Ο αειφόρος τουρισμός γίνεται τόσο δημοφιλής που ορισμένοι υποστηρίζουν ότι αυτό που σήμερα ονομάζεται «εναλλακτικός τουρισμός» θα είναι «mainstream» σε λίγα χρόνια.

3.2 ΜΟΡΦΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Από τότε που έφτασε ο «νέος» τουρισμός, πολλές μορφές του έχουν αναδυθεί σταδιακά, με βάσεις σε πολλές διαφορετικές πτυχές της σύγχρονης οικονομικής και κοινωνικής ζωής. Οι ειδικές ομάδες «νέων» τουριστών φαίνεται να έχουν κίνητρα να ταξιδεύουν για διαφορετικούς λόγους, διατυπώνοντας ταυτόχρονα και αμφιλεγόμενους τύπους εναλλακτικού τουρισμού. Αυτό σε ένα σημείο είναι συνέπεια του γεγονότος ότι, παρόλο που ο εναλλακτικός τουρισμός λαμβάνει συνεχώς αυξανόμενη ακαδημαϊκή προσοχή, οι διαφορές στην ερμηνεία του από διάφορους ακαδημαϊκούς προκάλεσαν τον ορισμό και

την ορολογία για τον εναλλακτικό τουρισμό. Οι ακαδημαϊκοί φαίνεται να συμφωνούν μόνο για την αντίθεσή τους στον μαζικό τουρισμό. Άλλοι προτείνουν ότι «το εναλλακτικό πρότυπο τουρισμού πρέπει να εξεταστεί ως ένας γενικός όρος ομπρέλας, κάτω από τον οποίο βρίσκεται η ποικιλομορφία άλλων μορφών τουρισμού ή εξειδικευμένων αγορών» (Benson, 2005). Μερικές φορές, ο οικοτουρισμός ή ο βιώσιμος τουρισμός ή ο τουρισμός δικαιοσύνης περιγράφονται ως συνώνυμοι με τον εναλλακτικό τουρισμό και άλλες φορές ως διαφορετικές μορφές του, καθιστώντας την ταξινόμηση περίπλοκη. Σε αυτό το μέρος, θα παρουσιαστούν μερικές από τις κύριες διαφορετικές προσεγγίσεις που οδηγούν σε συγκεκριμένες ταξινομήσεις.

Υπάρχουν πολλές πτυχές του εναλλακτικού τουρισμού που καλλιεργούν την κοινωνική και οικολογική αναδιάρθρωση όπως ο οικοτουρισμός, ο βιώσιμος τουρισμός, ο τουρισμός υπέρ των φτωχών (PPT), το δίκαιο εμπόριο, ο τουρισμός με βάση την κοινότητα, η ειρήνη μέσω του τουρισμού, ο εθελοντικός τουρισμός και ο τουρισμός δικαιοσύνης (Isaak, 2010). Ο οικοτουρισμός αναγνωρίζεται ως ένας από τους καλύτερους τρόπους σύνδεσης της οικονομικής ανάπτυξης με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Η έννοια του αειφόρου τουρισμού του Butler είναι αυτή του «τουρισμού στο πλαίσιο της αειφόρου ανάπτυξης».

Το PPT εμφανίστηκε τελευταία και είναι περισσότερο μια προσέγγιση στην ανάπτυξη και διαχείριση του τουρισμού. Στοχεύει στην ενίσχυση των σχέσεων μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων και των φτωχών ανθρώπων, υπό την έννοια ότι ο τουριστικός τομέας θα υποστηρίξει την εξάλειψη της φτώχειας και ότι οι φτωχοί θα έχουν την ευκαιρία να συμμετάσχουν στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος. Αναμένεται ότι το PPT θα βελτιώσει την ποιότητα ζωής των κατοίκων της περιοχής.

Η ειρήνη μέσω του τουρισμού επικεντρώνεται στα είδη τουρισμού που ευνοούν πιο ειρηνικές σχέσεις. Ο επίσημος τρόπος να εξηγηθεί η σχέση μεταξύ τουρισμού και ειρήνης είναι, να διασφαλιστεί ότι ο διαπολιτισμικός διεθνής τουρισμός καλλιεργεί αρμονικές σχέσεις. Ο ειρηνικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει στη συμφιλίωση δύο εθνών και γενικά αντιπαρατιθέμενων ομάδων ανθρώπων σε καταστάσεις συγκρούσεων, διασφαλίζοντας τη συνύπαρξή τους (Isaak, 2010).

Ο εθελοντικός τουρισμός εμφανίζεται ως απάντηση σε αυξανόμενα κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα στις αναπτυσσόμενες χώρες και ως απάντηση σε φυσικές καταστροφές και τρομοκρατικές επιθέσεις. Περιλαμβάνει βραχυπρόθεσμα έργα με σκοπό την εξυπηρέτηση των κοινοτήτων που έχουν ανάγκη. Σύμφωνα με το Wearing, οι εθελοντές τουρίστες έχουν οριστεί ως εκείνοι που «εθελοντίζονται με οργανωμένο τρόπο για να κάνουν διακοπές που θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν βοήθεια ή ανακούφιση της υλικής φτώχειας ορισμένων ομάδων στην κοινωνία, αποκατάσταση ορισμένων περιβαλλόντων προβλημάτων ή έρευνα σε πτυχές του περιβάλλοντος» (Wearing & Grabowski, 2011, p. 149).

Ο τουρισμός δικαιοσύνης μόλις πρόσφατα έλαβε ένα όνομα και αναγνωρίστηκε ως μια αναδυόμενη τάση. Μερικοί συγγραφείς εξισώνουν τον τουρισμό δικαιοσύνης με τον εναλλακτικό τουρισμό, βάσει του ορισμού του Holden (1984) του εναλλακτικού τουρισμού ως «μια διαδικασία που προωθεί μια δίκαιη μορφή ταξιδιού μεταξύ μελών διαφορετικών κοινοτήτων. Επιδιώκει την επίτευξη αμοιβαίας κατανόησης, αλληλεγγύης και ισότητας μεταξύ των συμμετεχόντων». Ο τουρισμός δικαιοσύνης προσπαθεί να εξανθρωπίσει την τουριστική βιομηχανία, με την έννοια ότι, «οι καταπιεσμένοι άνθρωποι ασχολούνται με τον τουριστικό τομέα για να προσφέρουν περιηγήσεις κληρονομιάς, και αυτές οι περιηγήσεις μπορούν να υποστηρίξουν την κατανόηση των επισκεπτών σχετικά με τα ανθρώπινα δικαιώματα και τα ζητήματα της δικαιοσύνης, ενώ ταυτόχρονα δίνει φωνή οι τοπικές κοινότητες να μιλήσουν μόνες τους και να πουν τις δικές τους ιστορίες για την τρέχουσα καταπίεση και κατοχή» (Isaak & Hodge, 2011, p. 103).

Η Benson (2005) προτείνει ο «ερευνητικός τουρισμός» να ενταχθεί στο πλαίσιο του «εναλλακτικού τουρισμού» και ειδικότερα στον εκπαιδευτικό, επιστημονικό και εθελοντικό τομέα. Ο σύγχρονος «εκπαιδευτικός» τουρισμός αναφέρεται σε ευκαιρίες που προσφέρουν κολέγια και πανεπιστήμια για ταξίδια και σπουδές στο εξωτερικό. Περιλαμβάνει «σχολικά ταξίδια και σχολές γλωσσών, φοιτητές πανεπιστημίου και κολλέγιων όσον αφορά τις σπουδές στο εξωτερικό, τις εκδρομές και τις ανταλλαγές, καθώς και την νέα αγορά για μαθήματα ενηλίκων όπως μαγειρική, τέχνη, μαθήματα κηπουρικής σε εξωτικές τοποθεσίες και ειδικούς διοργανωτές και πολιτισμικά και πολιτιστικά εκπαιδευτικά προγράμματα τουρισμού» (Carr & Cooper, 2003, Carr, 2003,

Ritchie, 2003 · αναφέρεται στο Benson, 2005). Ο Mieczkowski (1995) θεωρεί τον «επιστημονικό τουρισμό» ως μια μορφή οικολογικού τουρισμού, δεδομένου ότι προστατεύει το περιβάλλον, παρακινεί άτομα ή ομάδες να επισκεφθούν διάφορα οικοσυστήματα υπό την ηγεσία επιστημόνων υψηλής ειδίκευσης.

Με έναν πιο απλό και διαφορετικό τρόπο, ο εναλλακτικός τουρισμός ως γενικός όρος περιλαμβάνει μια σειρά τουριστικών μορφών όπως «οικολογικός», «πολιτισμικός», «κοινοτικός», «αγροτικός», (Scheyvens, 2002, Weaver, 1991, αναφερόμενη στο Aslam, Awang, & Nor 'ain, 2014). Για παράδειγμα ο «οικοτουρισμός», περιλαμβάνει περιβαλλοντική και οικολογική ευαισθητοποίηση που διασφαλίζει τη διατήρηση. Ο «κοινοτικός τουρισμός», λαμβάνει χώρα μέσα στην τοπική κοινότητα, οι οποίοι είναι κοινωνικοοικονομικά εξουσιοδοτημένοι μέσω του τουρισμού και ο «αγροτικός τουρισμός», βρίσκεται στην ύπαιθρο με τη συγχώνευση της ρουστίκ αγροτικής ζωής και των βασικών εγκαταστάσεων (Page et al., 2001, που αναφέρονται στην Aslam, Awang, & Nor 'ain, 2014). Οποιαδήποτε μορφή τουρισμού που προβάλλει την αγροτική ζωή, την τέχνη, τον πολιτισμό και την κληρονομιά σε αγροτικές τοποθεσίες, και ωφελεί έτσι την τοπική κοινότητα οικονομικά και κοινωνικά επιτρέποντας την αλληλεπίδραση μεταξύ των τουριστών και των ντόπιων για μια πιο εμπλουτισμένη τουριστική εμπειρία, μπορεί να χαρακτηριστεί ως αγροτικός τουρισμός. Είναι πολύπλευρος και μπορεί να συνεπάγεται αγροτικός / γεωργικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, φυσικός τουρισμός, περιπέτεια, και οικολογικός τουρισμός.

Επιπλέον, οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού μπορούν να ταξινομηθούν σαφώς στις ακόλουθες κύριες κατηγορίες:

- i. Πολιτιστικός και Ιστορικός τουρισμός, με βάση τη μοναδική ταυτότητα του τόπου επίσκεψης,
- ii. Τουρισμός υγείας, ανάλογα με τον πόρο και τον τύπο της εγκατάστασης,
- iii. Συνεδριακός Τουρισμός, ανάλογα με το είδος της δραστηριότητας, και τον σκοπό της συνάντησης,
- iv. Αθλητικός τουρισμός, με βάση τόσο τον ενθουσιασμό όσο και την ικανότητα εκτέλεσης της δραστηριότητας,

- v. Επικοινωνία με τη Φύση: Δραστηριότητες οικοτουρισμού, με βάση το διατηρημένο περιβάλλον που έχει φυσικό πλούτο και
- vi. Ψυχαγωγικός τουρισμός, με βάση τη διαθεσιμότητα δραστηριοτήτων ευρέος φάσματος σχετικών με τη διασκέδαση» (Ισπανικό Ινστιτούτο Προοπτικών Τεχνολογικών Σπουδών, 2001; Gartner, 1996; Aslanyurek 1984; Lier & Taylor, 1993; Lawton & Weaver 2001; αναφέρεται στο Christou 2012).

Από την άλλη, η Fragkaki (2003) επισημαίνει πέντε κατηγορίες:

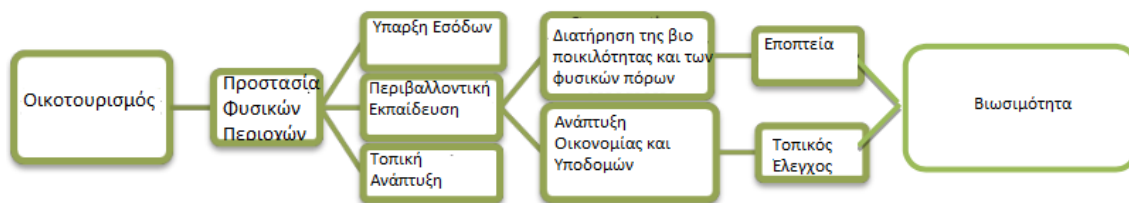
- i. Συνεδριακός και εκθεσιακός τουρισμός, δηλαδή διοργάνωση συνεδρίων και διεθνών εκθέσεων σε περιοχές που προσφέρουν επίσης άλλες εγκαταστάσεις,
- ii. Αθλητικός τουρισμός, που σημαίνει ότι ο τουρισμός μπορεί να συνδυαστεί με αθλητικές εκδηλώσεις, προπόνηση ή ατομικά αθλήματα,
- iii. Τουρισμός για θρησκευτικούς λόγους, συμπεριλαμβανομένων εκδρομών σε εκκλησίες, μοναστήρια, θρησκευτικά φεστιβάλ κ.λπ.,
- iv. Πολιτιστικός τουρισμός που σχετίζεται με επισκέψεις σε μνημεία ή πολιτιστικές εκδηλώσεις,
- v. Οικοτουρισμός, δηλαδή τουρισμός που συνδυάζει την τοπική οικονομική ανάπτυξη, προστασία την ποιότητα του περιβάλλοντος και την προώθηση των φυσικών πλεονεκτημάτων και την ιστορία μιας περιοχής.

3.2.1 Οικοτουρισμός

Ο οικοτουρισμός έχει γίνει ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος τομέας της τουριστικής βιομηχανίας. Ο οικοτουρισμός αναπτύχθηκε στις δεκαετίες του 1970 και του 1980 μέσα στην έκρηξη του περιβαλλοντικού κινήματος που έκανε ενέργειες ενάντια στις αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού στο περιβάλλον. Το περιβαλλοντικό κίνημα αναγνώρισε ότι η φύση είναι απαραίτητη για την ανθρώπινη ευημερία. Πρόσφατα, αυτή η πεποίθηση ενισχύθηκε από την επιστήμη που επιβεβαιώνει ότι η βιοποικιλότητα είναι απαραίτητη τόσο για την ανθρώπινη ευημερία όσο και για την επιβίωση. Σταδιακά, η ζήτηση για εμπειρίες βασισμένες στη φύση ενός εναλλακτικού χαρακτήρα, που δεν

παρείχε ο μαζικός τουρισμός, αυξήθηκε. Οι λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες βρήκαν τη βέλτιστη λύση στα προβλήματά τους απέναντι στον τουρισμό που βασίζεται στη φύση καθώς συνειδητοποίησαν ότι προσφέρει ένα μέσο απόκτησης συναλλάγματος χωρίς να καταστρέψουν τους φυσικούς τους πόρους. Πολλές από αυτές τις χώρες αναγνώρισαν τον οικοτουρισμό ως ένα χρήσιμο εργαλείο που εξυπηρετεί τους στόχους διατήρησης και ανάπτυξης (Blamey, 2001).

Ο Ceballos-Lascurain είναι γνωστός ως ο πρώτος που εισήγαγε τον όρο «οικοτουρισμός» για τον προσδιορισμό μορφών οικολογικού τουρισμού. Επισημαίνει τον οικοτουρισμό ως μια μορφή ταξιδιού στο οποίο το φυσικό περιβάλλον έχει προτεραιότητα και αυτό είναι το σημείο εκκίνησης για να θεωρηθεί ο οικοτουρισμός ως μια συγκεκριμένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Αυτό το ταξίδι είναι σε παρθένα φυσικά περιβάλλοντα και είναι κυρίως για την εμπειρία του φυσικού περιβάλλοντος (Wearing & Neil, 2009). Οι Ross και Wall (1999), στο άρθρο τους για τον οικοτουρισμό, αναφέρονται στον ρόλο του οικοτουρισμού ως στρατηγική για τη διατήρηση των φυσικών περιοχών, ενώ ταυτόχρονα προωθούν την αειφόρο ανάπτυξή του. Βρήκαν συσχετίσεις μεταξύ του οικοτουρισμού και της αειφορίας και μεταξύ της διατήρησης και της ανάπτυξης όπως φαίνεται στην Εικόνα 2.



Εικόνα 2 «Σημείωση: Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: Οικοτουρισμός & αειφορία (Ross & Wall, 1999).»

Ο οικοτουρισμός μπορεί να οριστεί ευρέως ως ο τουρισμός με βάση τη φύση που δεν καταλήγει στις αρνητικές περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις που σχετίζονται με τον μαζικό τουρισμό.

Ο ορισμός του οικοτουρισμού όπως αναθεωρήθηκε πρόσφατα από την «Διεθνή Εταιρεία Οικοτουρισμού» (TIES, 2015) είναι το «υπεύθυνο ταξίδι σε φυσικές περιοχές που προστατεύουν το περιβάλλον, διατηρεί την ευημερία των κατοίκων της περιοχής και περιλαμβάνει διερμηνεία και εκπαίδευση». Η λογοτεχνία υπογραμμίζει τρεις αρχές που ακολούθησε αυτή η μορφή τουρισμού στην αρχική της περίοδο. Η πρώτη είναι ότι ο οικοτουρισμός είναι μη καταναλωτικός και μη εξορυκτικός στη χρήση πόρων για και από τουρίστες, εξαλείφοντας αρνητικά εξωτερικά χαρακτηριστικά. Η δεύτερη είναι ότι παρακινεί την οικολογική συνείδηση των ανθρώπων και η τελευταία είναι οι οικοκεντρικές αξίες και ηθική τους σε σχέση με τη φύση.

Το TIES, (2015) υποστηρίζει ότι «ο οικοτουρισμός αφορά στην ένωση της διατήρησης, των κοινοτήτων και των βιώσιμων ταξιδιών. Αυτό σημαίνει ότι όσοι εφαρμόζουν, συμμετέχουν και εμπορεύονται δραστηριότητες οικοτουρισμού πρέπει να υιοθετήσουν τώρα τις ακόλουθες αρχές οικοτουρισμού:

1. Ελαχιστοποίηση των σωματικών, κοινωνικών, συμπεριφορικών και ψυχολογικών επιπτώσεων.
2. Δημιουργία περιβαλλοντικής και πολιτιστικής συνείδησης και σεβασμού.
3. Παροχή θετικών εμπειριών τόσο για τουρίστες όσο και για οικοδεσπότες.
4. Προσφορά άμεσων οικονομικών οφελών για τη διατήρηση.
5. Παραγωγή οικονομικών οφελών τόσο για τους ντόπιους όσο και για τον ιδιωτικό τομέα.
6. Προσφορά αξέχαστων ερμηνευτικών εμπειριών στους τουρίστες που συμβάλλουν στην αύξηση της ευαισθησίας στα πολιτικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά κλίματα των χωρών υποδοχής.
7. Σχεδιασμό, κατασκευή και λειτουργία εγκαταστάσεων χαμηλού αντίκτυπου.
8. Αναγνώριση των δικαιωμάτων και των πνευματικών πεποιθήσεων των ντόπιων και συνεργασία για τη δημιουργία ενδυνάμωσης».

Ο οικοτουρισμός τα τελευταία χρόνια, περικλείει πολλές τουριστικές μορφές που εστιάζονται στο φυσικό περιβάλλον. Η πολυδιάσταση του οικοτουρισμού απαιτεί τη διάκρισή τους. Οι Wearing και Neil (2009) υποστηρίζουν ότι «υπάρχουν πολλά επίπεδα που διακρίνουν τη σχέση μεταξύ συγκεκριμένων τουριστικών δραστηριοτήτων και φύσης. Αυτές οι δραστηριότητες (εμπειρίες):

- α) που εξαρτώνται από τη φύση,
- β) που ενισχύονται από τη φύση,
- γ) για τις οποίες η φυσική ρύθμιση είναι παρεπόμενη.

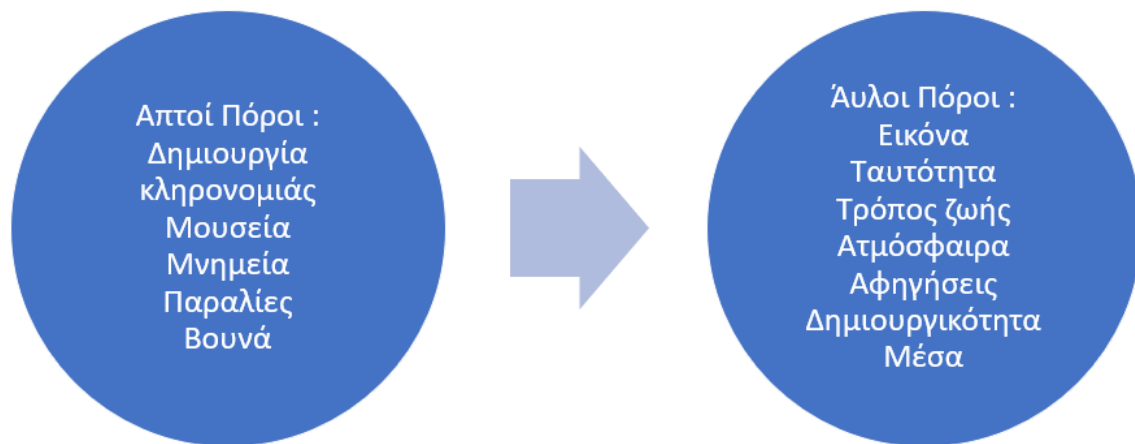
Έτσι, ο οικοτουρισμός αγκαλιάζει τον «φυσικό τουρισμό», τον «τουρισμό με χαμηλό αντίκτυπο» και τον «αιεφόρο τουρισμό».

3.2.2 Πολιτιστικός και δημιουργικός τουρισμός

Ως εναλλακτική μορφή τουρισμού, ο πολιτιστικός τουρισμός αποδέχτηκε ως απάντηση στον μαζικό τουρισμό. Υπονοεί το ταξίδι για να ανακαλύψει κανείς και να μάθει περισσότερα σχετικά με μνημεία και χώρους ιστορικού και καλλιτεχνικού ενδιαφέροντος. Ο WTO (2004) αποκαλύπτει ότι ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μία από τις μεγαλύτερες και ταχύτερα αναπτυσσόμενες παγκόσμιες τουριστικές αγορές. Έχει εξελιχθεί για να γίνει ένα σημαντικό φαινόμενο στην ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία και ένα ουσιαστικό στοιχείο του τουριστικού συστήματος (Ritzer, 1999; Urry, 2001 που αναφέρεται στην Liu, 2014).

Τα τελευταία χρόνια, η δυναμική ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού μπορεί να χαρακτηριστεί από τη γρήγορη αύξηση της ζήτησης για ταξίδια σε διάφορα πολιτιστικά αξιοθέατα και ανέσεις. Η αύξηση του ενδιαφέροντος των τουριστών τόσο για μακρινές κουλτούρες όσο και για την τοπική κληρονομιά σημειώθηκε μέσω της αύξησης των μορφωμένων ανθρώπων σε όλο τον κόσμο και της παγκοσμιοποίησης. Επιπλέον, η τεχνολογία υποστήριξε αυτήν την ανάπτυξη, και ιδίως το Διαδίκτυο ως κύρια πηγή πληροφοριών για πολιτιστικά αξιοθέατα, δίνοντας τη δυνατότητα στους τουρίστες να

δημιουργήσουν τα δικά τους πολιτιστικά προϊόντα του τουρισμού συνδυάζοντας, για παράδειγμα, ταξίδια, διαμονή και ελκυστικό περιεχόμενο σε προσαρμοσμένα πακέτα, αγνοώντας τους ειδικούς ταξιδιωτικούς πράκτορες. Η τεχνολογία έχει επηρεάσει βαθιά την τουριστική κατανάλωση καθώς οι πολιτιστικοί χώροι βιώνονται πλέον ξεχωριστά μέσω του ακουστικού ενός ηχητικού ξεναγού ή του σκόπευτρου μιας βιντεοκάμερας (Jončić, 2014). Ο πολιτιστικός τουρίστας, από τον καταναλωτή, μεταμορφώνεται σε παραγωγό των πολιτιστικών προϊόντων και εμπειριών. Οι πολιτιστικοί τουρίστες έχουν πλέον αποκτήσει περισσότερες γνώσεις σχετικά με τις εμπειρίες που καταναλώνουν από τους ανθρώπους που τους προμηθεύουν, παίρνοντας έτσι το προβάδισμα στην παραγωγή εμπειριών. Οι εμπειρίες στις οποίες εμπλέκονται, σχετίζονται με μια μετάβαση από απτούς σε άυλους τουριστικούς πόρους που υποδηλώνει μετάβαση από στατικά αξιοθέατα σε πιο διαδραστικές και άυλες εμπειρίες. Αυτές οι εμπειρίες σχετίζονται με την τοπική κουλτούρα και όχι με την παγκόσμια (Richards & Wilson, 2007).



Εικόνα 3 «Σημείωση: Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: Μετατόπιση από απτούς σε άυλους τουριστικούς πόρους (Richards & Wilson, 2007).»

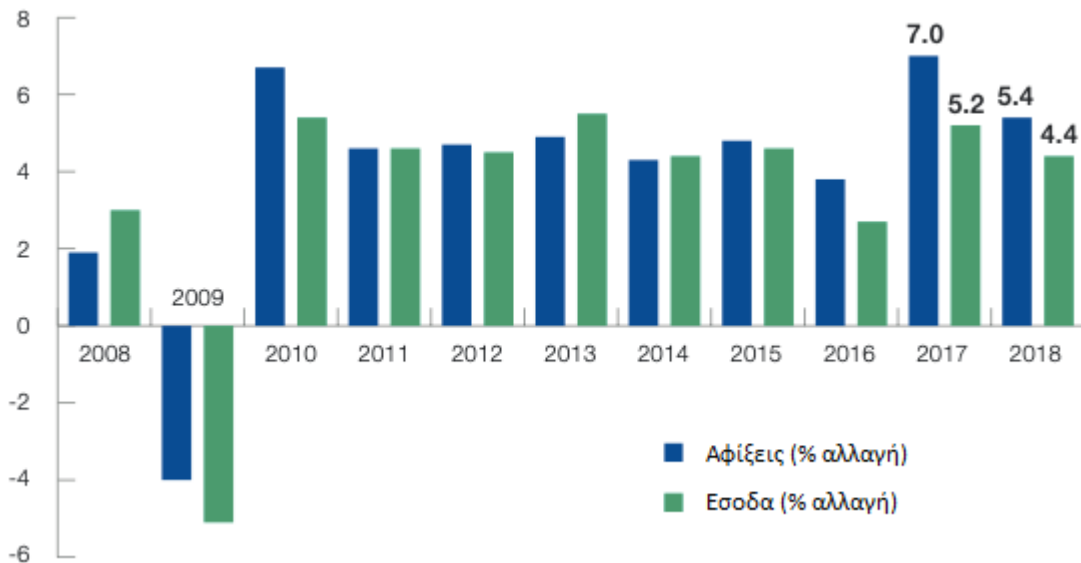
Καθώς οι τουρίστες πολιτισμού γίνονται πιο διαδραστικοί και δημιουργικοί, ο πολιτιστικός τουρισμός πρέπει να επανατοποθετηθεί και να γίνει πιο «δημιουργικός». Σύμφωνα με τον Richards (2012), οι τρόποι με τους οποίους η δημιουργικότητα μπορεί να χρησιμοποιηθεί στον τουρισμό περιλαμβάνουν:

«τουριστικά προϊόντα και εμπειρίες, αναζωογόνηση υπαρχόντων προϊόντων, αξιοποίηση πολιτιστικών και δημιουργικών αγαθών, παροχή οικονομικών αποδόσεων για δημιουργική ανάπτυξη, χρήση δημιουργικών τεχνικών για την ενίσχυση της τουριστικής εμπειρίας, δημιουργία buzz και ατμόσφαιρας». Συνεπώς, ο «δημιουργικός τουρισμός» μπορεί να οριστεί ευρέως ως η συν-δημιουργία δημιουργικών εμπειριών με τουρίστες (Richards, 2011).

3.3 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

Παρακάτω θα αναφερθούν κάποια σύγχρονα τουριστικά δεδομένα (έως πριν το ξέσπασμα της πανδημίας του Covid-19) που περιγράφουν τον τουρισμό παγκοσμίως.

Ο τουρισμός σημείωσε συνεχή επέκταση με την πάροδο του χρόνου, παρά περιστασιακά σοκ, δείχνοντας τη δύναμη και την ανθεκτικότητα του τομέα (UNWTO, 2019).

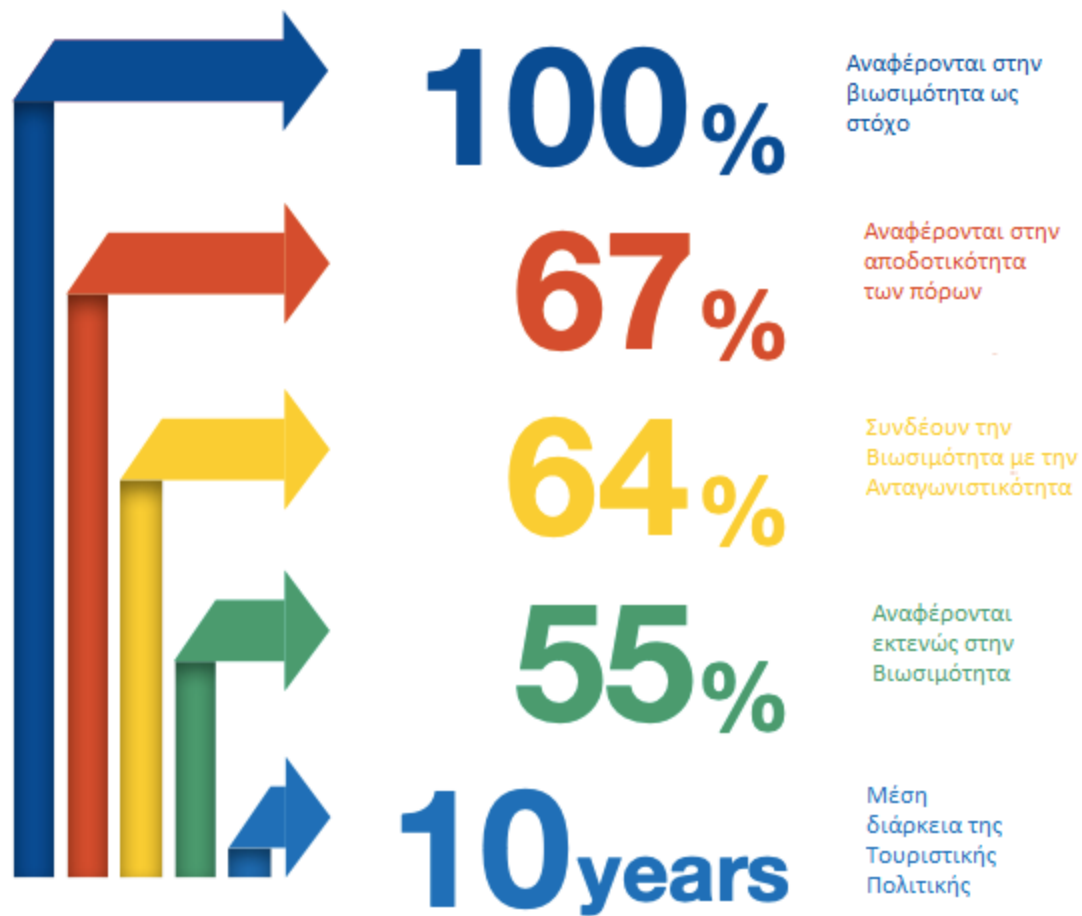


Εικόνα 4 «Σημείωση: Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: Διεθνείς αφίξεις τουριστών και έσοδα από τον τουρισμό (% αλλαγή) (UNWTO, 2019).»



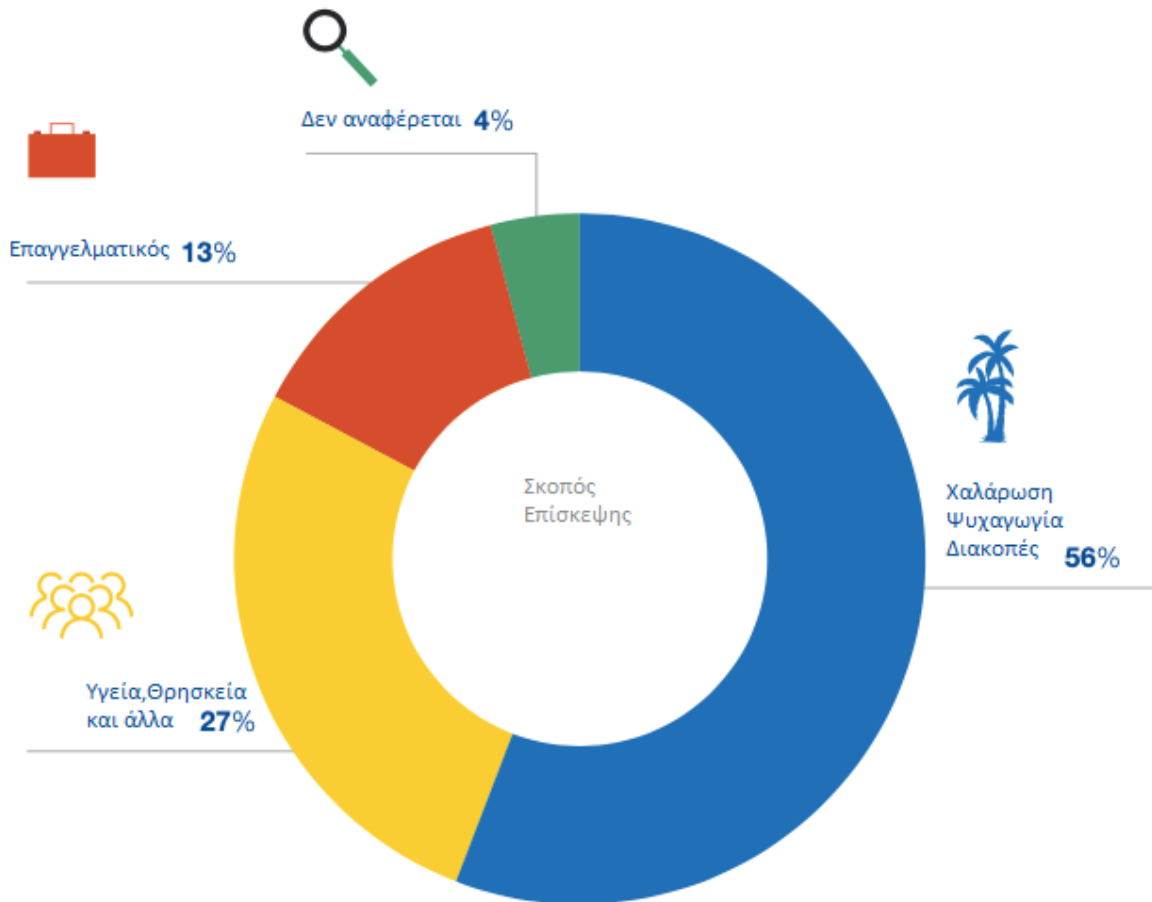
Εικόνα 5 «**Σημείωση:** Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: Χάρτης διεθνών τουριστικών αφίξεων (εκατομμύρια) και τουριστικών εσόδων (δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ) (UNWTO, 2019) ».

Η βιωσιμότητα και η ανταγωνιστικότητα συμβαδίζουν καθώς οι προορισμοί και οι επιχειρήσεις μπορούν να γίνουν πιο ανταγωνιστικές μέσω της αποτελεσματικής χρήσης των πόρων, της προώθησης της διατήρησης της βιοποικιλότητας και των δράσεων για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής. Η αειφορία ήταν το βασικό μέρος των τουριστικών πολιτικών σε 101 κράτη μέλη του UNWTO που ερευνήθηκαν.



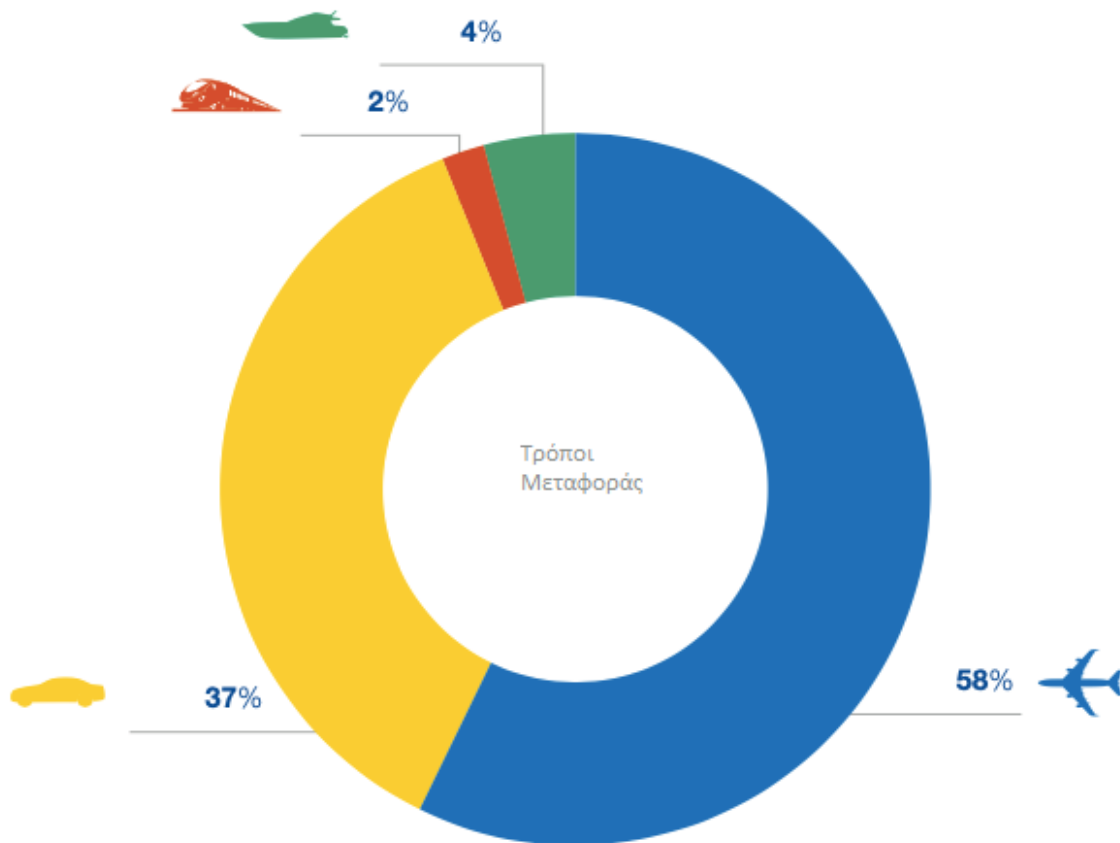
Εικόνα 6 «Σημείωση: Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: Το ζήτημα της αειφορίας (UNWTO, 2019)»

Όσον αφορά τα μέσα και το σκοπό του ταξιδιού, τα ταξίδια για αναψυχή και τα αεροπορικά ταξίδια κυριαρχούν στον διεθνή τουρισμό. Τα ταξίδια αναψυχής είναι ο κύριος σκοπός της επίσκεψης σε όλες τις περιοχές του κόσμου εκτός από τη Μέση Ανατολή, όπου κυριαρχεί η επίσκεψη φίλων και συγγενών (VFR), ή για λόγους υγείας ή θρησκευτικούς λόγους (UNWTO, 2019).



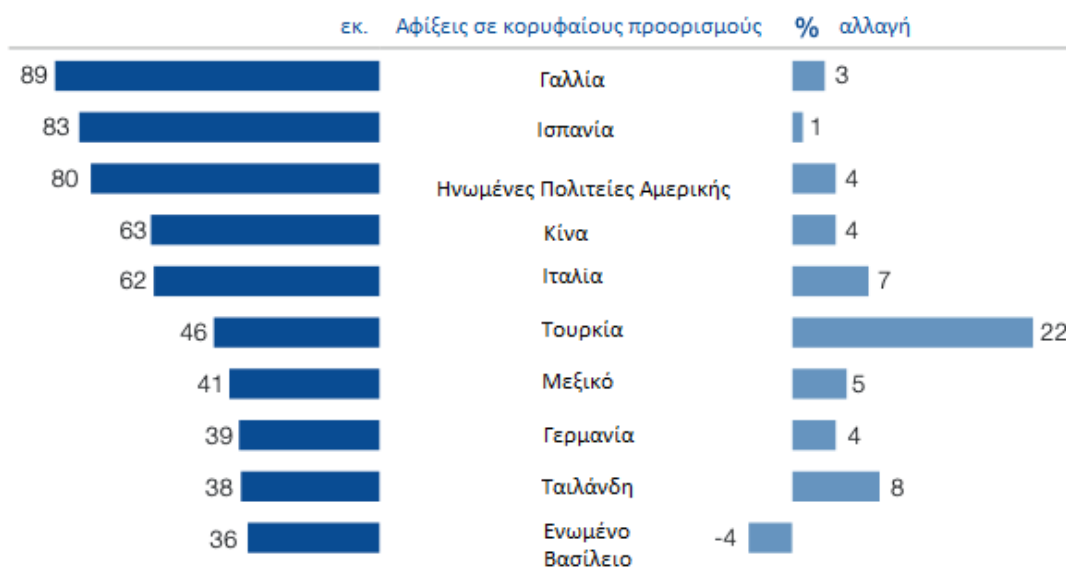
Εικόνα 7 «Σημείωση: Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: Σκοπός ταξιδιού σε παγκόσμια κλίμακα (UNWTO, 2019)»

Το μερίδιο των ταξιδιών αναψυχής αυξήθηκε από 50% το 2000 σε 56% το 2018. Το μερίδιο των αεροπορικών ταξιδιών αυξήθηκε από 46% το 2000 σε 58% το 2018, ενώ οι χερσαίες μεταφορές μειώθηκαν από 49% σε 39% την ίδια περίοδο (UNWTO, 2019).



Εικόνα 8 «Σημείωση: Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: Τρόπος ταξιδιού σε παγκόσμια κλίμακα (UNWTO, 2019)»

Οι 10 κορυφαίοι προορισμοί λαμβάνουν το 40% των παγκόσμιων αφίξεων



Εικόνα 9 «Σημείωση: Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: Οι δέκα κορυφαίοι προορισμοί με διεθνείς αφίξεις τουριστών, 2018 (UNWTO, 2019).»

Το 2018 ήταν το ένατο έτος συνεχόμενης ανάπτυξης στην Ευρώπη, την περιοχή με τις περισσότερες επισκέψεις στον κόσμο. Τα αποτελέσματα της Νότιας Ευρώπης και της Μεσογείου, έδειξαν ότι οι περισσότεροι προορισμοί απολάμβαναν διψήφια ανάπτυξη. Μεταξύ των μεγαλύτερων προορισμών, χώρες όπως η Ιταλία, η Ελλάδα, η Πορτογαλία και η Κροατία σημείωσαν ισχυρή απόδοση. Η Τουρκία συνέχισε την ισχυρή ανάκαμψή της, υποστηριζόμενη από μια ευνοϊκή συναλλαγματική ισοτιμία. Μετά από αρκετά χρόνια αξιοσημείωτης αύξησης του όγκου, η Ισπανία, ο μεγαλύτερος προορισμός της υποπεριφέρειας, παρουσίασε σταθερή αύξηση στα τουριστικά κέρδη το 2018. Οι προορισμοί στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη αυξήθηκαν σύμφωνα με τον μέσο όρο της περιοχής. Η διευκόλυνση των θεωρήσεων οδήγησε σε αύξηση των Κινέζων τουριστών σε ορισμένους προορισμούς. Η Ρωσική Ομοσπονδία φιλοξένησε το Παγκόσμιο Κύπελλο FIFA 2018 και κατέγραψε διψήφια αύξηση στις διεθνείς τουριστικές αποδείξεις. Η θετική απόδοση στη Δυτική Ευρώπη καθοδηγείται από το Βέλγιο, το οποίο ενοποίησε την ανάκαμψη και τις Κάτω Χώρες. Τέλος, η Βόρεια Ευρώπη σημείωσε σταθερή ανάπτυξη με μικτή απόδοση μεταξύ των προορισμών (UNWTO, 2019).

Διεθνείς Αφίξεις Τουριστών 2018



710

εκατομμύρια



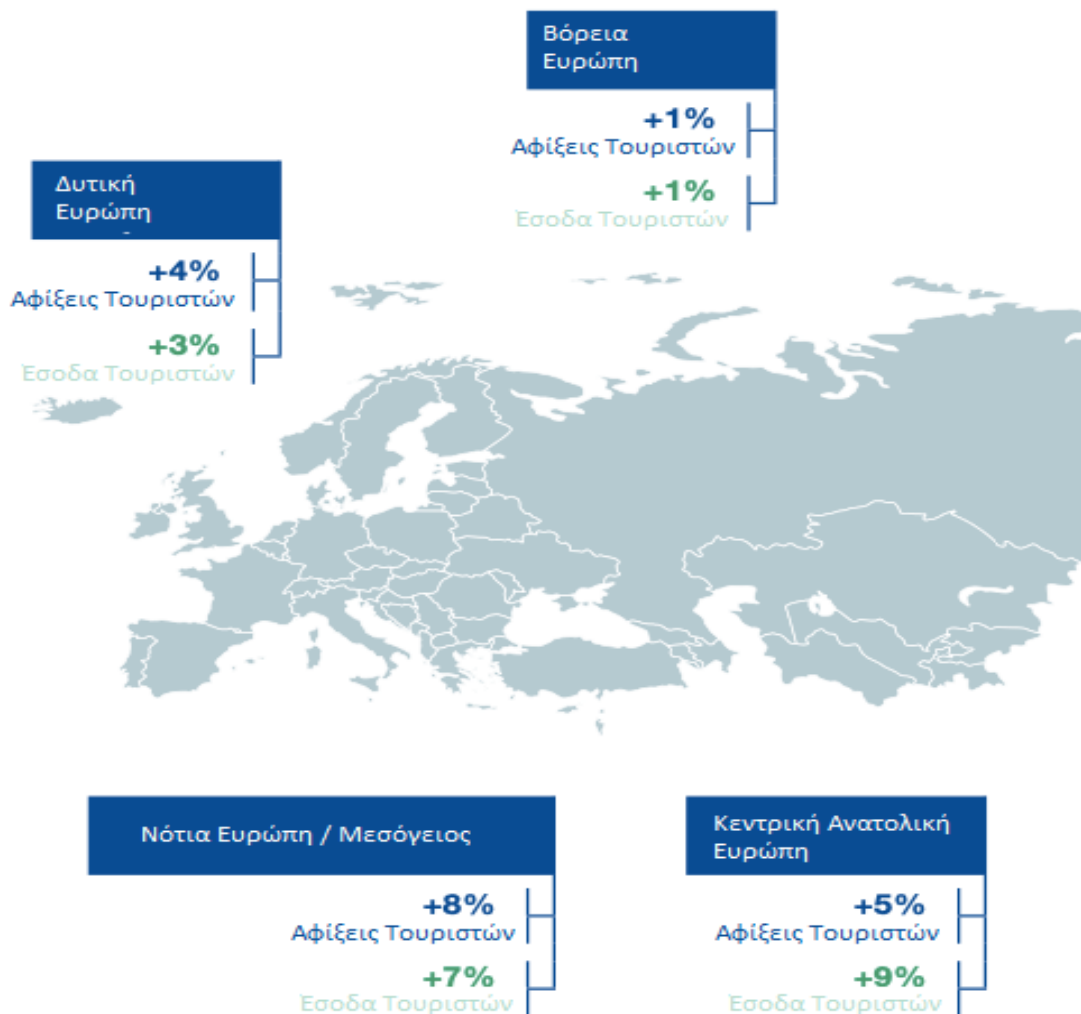
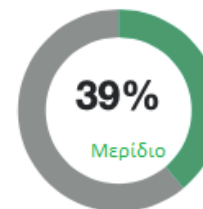
Διεθνή Έσοδα Τουριστών 2018



Δολάρια

570

δισεκατομμύρια



Εικόνα 10 - 1: «**Σημείωση:** Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: «**Σημείωση:** Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: Τρόπος ταξιδιού σε παγκόσμια κλίμακα (UNWTO, 2019)» Ποσοστά αύξησης στην Ευρώπη (UNWTO, 2019)

3.4 ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΦΕΡΟΥΣΑΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑΣ

Σύμφωνα με τον Manning (2002), η φέρουσα ικανότητα αναφέρθηκε για πρώτη φορά το 1936 (Sumner, 1936) Από την άλλη πλευρά, ο Saarinen (2006) θεωρεί ότι αναφέρθηκε το 1930 από τον McMurray. Για τη διαχείριση του τουρισμού και της αναψυχής το βασικό έργο είναι αυτό του Wagar (1964).

Η φέρουσα ικανότητα μπορεί να εκφραστεί με διάφορους τρόπους. Οι Zelenka et al. (2013) δηλώνουν ότι το θεμελιώδες είναι το ποσοστό ευελιξίας του δεδομένου φυσικού ή κοινωνικού συστήματος σε σχέση με την ενεργή εξωτερική επιρροή και τη σχετική αναστρεψιμότητα ή μη των αλλαγών μετά ή κατά τη διάρκεια της δραστηριότητας της εξωτερικής επιρροής και επιθυμίας ή μη (αποδοχή ή απόρριψη) της προκύπτουσας κατάστασης του δεδομένου φυσικού ή κοινωνικού συστήματος. Η φέρουσα ικανότητα καθορίζεται στη συνέχεια από τη σχέση μεταξύ του ρυθμού και της ποιότητας του δεδομένου αντίκτυπου και της αποδοχής της προκαλούμενης αλλαγής. Αυτές οι εκτιμήσεις, καθώς και αυτές σχετικά με το ευκολότερο μοντέλο LAC (Limits of Acceptable Change ή Όρια αποδεκτής αλλαγής) δεν έχουν επαρκείς τρόπους για να προσδιορίσουν εάν η αλλαγή είναι αναστρέψιμη ή όχι και αν η κατάσταση του κοινωνικοπολιτισμικού ή φυσικού συστήματος παραμένει αποδεκτή (Manning, 2002). Για παρόμοιους λόγους, ούτε το μοντέλο LAC (Frauman and Banks, 2011) μπορεί να ξεπεράσει αυτό το βασικό πρόβλημα. Ορισμένοι συγγραφείς αμφισβητούν συνεπώς την έννοια της φέρουσας ικανότητας (Papageorgiou and Brotherton, 1999; McCool and Lime, 2001) καθώς δηλώνουν ότι η προαναφερθείσα έννοια στερείται θεωρίας, είναι μη ρεαλιστική κατά την εφαρμογή της και ότι είναι αδύνατο να μετρηθεί η φέρουσα ικανότητα. Άλλοι αμφιβάλλουν ότι η φέρουσα ικανότητα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την ακριβή ανάλυση και στην πρακτική διαχείριση (Buckley, 1999).

Όσον αφορά πολλές πτυχές των επιπτώσεων του τουρισμού, είναι ζωτικής σημασίας να ληφθούν υπόψη πολλές διαστάσεις της φέρουσας ικανότητας όπως συζητείται εμπειρικά και θεωρητικά π.χ. Pásková (2003), Pásková (2008), Saarinen (2006), Zelenka and

Pásková (2012), και Salerno et al. (2013). Αυτές οι διαστάσεις σχετίζονται με διάφορα χαρακτηριστικά του δεδομένου φυσικού ή κοινωνικού συστήματος. Σύμφωνα με τον Pásková (2008), στην περίπτωση του τουρισμού, σχετίζονται με φυσικές και κοινωνικοπολιτιστικές ιδιότητες της περιοχής και των κατοίκων της, με την τουριστική υποδομή καθώς και με την κοινότητα των επισκεπτών και επισημαίνονται (μερικές φορές τα ίδια φαινόμενα διαφορετικά από διάφορους συγγραφείς) όπως π.χ. ψυχολογική / αντιληπτική φέρουσα ικανότητα, φυσική φέρουσα ικανότητα, κοινωνικοπολιτισμική φέρουσα ικανότητα, οικονομική φέρουσα ικανότητα, οργανική φέρουσα ικανότητα. Ο Manning (2002) καθώς και ο Pásková (2008) καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι, προκειμένου να προσδιοριστεί η φέρουσα ικανότητα ή, εναλλακτικά, τους δείκτες των ορίων του αποδεκτού μοντέλου αλλαγής, η απόφαση της διοίκησης είναι απαραίτητη, και θα πρέπει να βασίζεται στους προκαθορισμένους στόχους της φύσης και του τοπίου που απαιτεί προστασία και στο κοινωνικοπολιτισμικό και οικονομικό περιβάλλον της τοπικής κοινότητας.

Ο Saveriades (2000) και άλλοι συγγραφείς (π.χ. Pásková, 2003; Pásková, 2008; Salerno et al., 2013) τονίζουν επίσης τον δυναμικό χαρακτήρα της φέρουσας ικανότητας. Για παράδειγμα, ο Saveriades (2000) δηλώνει ότι «η φέρουσα ικανότητα δεν είναι μια επιστημονική έννοια ή τύπος του οποίου η παραγωγή είναι αριθμοί ή ένας τύπος που χρησιμοποιείται για τη λήψη ορισμένων αριθμών ή διαστημάτων εκτός των οποίων πρέπει να σταματήσει οποιαδήποτε ανάπτυξη. Τα πιθανά όρια πρέπει να θεωρηθούν ως κατευθυντήρια γραμμή. Αυτά τα όρια πρέπει να προσδιοριστούν διεξοδικά και να παρακολουθούνται, να συμπληρώνονται με άλλα πρότυπα κ.λπ. Η φέρουσα ικανότητα δεν είναι σταθερή. Αναπτύσσεται με την πάροδο του χρόνου και με την ανάπτυξη του τουρισμού και μπορεί να επηρεαστεί από διαχειριστικές τεχνικές και ελέγχους.»

Με τη γενίκευση πολλών ερευνών (ιδίως εκείνων των McCool and Lime, 2001; Cole, 2004; Simón et al., 2004; Monz, 2006; Pásková, 2008; Salerno et al., 2013), είναι δυνατόν να καταλήξουμε στα ακόλουθα συμπεράσματα. :

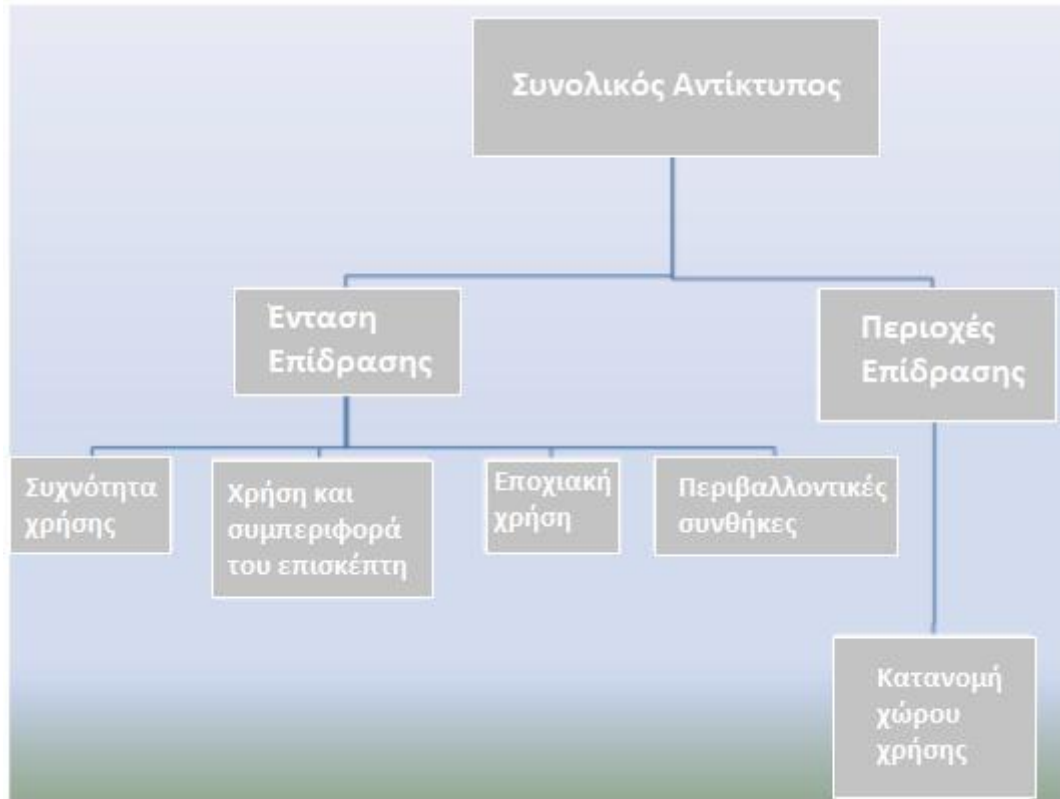
- Δεν υπάρχει «εγγενής» φέρουσα ικανότητα μιας περιοχής.
- Μια περιοχή μπορεί να έχει πολλές διαστάσεις φέρουσας ικανότητας. Είναι απαραίτητο να εξεταστεί ποια είναι τα ουσιαστικά ερευνητικά κριτήρια, ποιος

είναι ο σκοπός της χρήσης της εν λόγω περιοχής, εάν και σε ποιο βαθμό οι επισκέπτες της περιοχής είναι προετοιμασμένοι για την επίσκεψή τους, όπου γίνεται η έρευνα κ.λπ.

- Η φέρουσα ικανότητα στον τουρισμό δεν είναι αποκλειστικά συνάρτηση του αριθμού των επισκεπτών. Άλλες σημαντικές μεταβλητές είναι η κατανομή των επισκεπτών στην περιοχή, οι δραστηριότητες, η συμπεριφορά τους, η κατάσταση των τουριστικών υποδομών κ.λπ.
- Η φέρουσα ικανότητα αλλάζει με το χρόνο και επομένως είναι μια δυναμική ιδέα, η οποία μπορεί να εξαρτάται από την ταχύτητα της αλλαγής.
- Στα οικοσυστήματα και στα κοινωνικά συστήματα ο αντίκτυπος μπορεί να ενισχυθεί με θετική ανατροφοδότηση και η ανάπτυξή του μπορεί να ακολουθήσει αργά την αιτία του.
- Η φέρουσα ικανότητα εξαρτάται από πολλές μεταβλητές συνθήκες. Εάν οι συνθήκες αλλάξουν, είναι απαραίτητο να επαληθευτεί ή, ανάλογα με την περίπτωση, να προσδιοριστεί πρόσφατα το μέγιστο φορτίο του περιβάλλοντος, δηλαδή η φέρουσα ικανότητα του.

Οι πιο συχνά θεωρούμενες βιοφυσικές επιπτώσεις του τουρισμού εξαρτώνται από πολλές μεταβλητές. Αυτές μεταξύ άλλων, είναι το ποσοστό χρήσης, η συμπεριφορά των επισκεπτών, οι τύποι των δραστηριοτήτων των επισκεπτών, οι δραστηριότητες της διαχείρισης της περιοχής, οι πραγματοποιηθείσες επενδύσεις στην προστασία της φύσης και του τοπίου, οι τύποι τουριστικών εγκαταστάσεων και οι τρόποι χρήσης τους, ο καιρός, οι εποχές, ο εντοπισμός της χρήσης, του εδάφους, των γεωλογικών στοιχείων, της βλάστησης και των τοπογραφικών χαρακτηριστικών.

Σύμφωνα με τον Cole (2004, p. 12), οι βιοφυσικές επιπτώσεις του τουρισμού μπορούν να περιγραφούν από το μοντέλο των πρωταρχικών παραγόντων που επηρεάζουν τις βιοφυσικές επιπτώσεις.

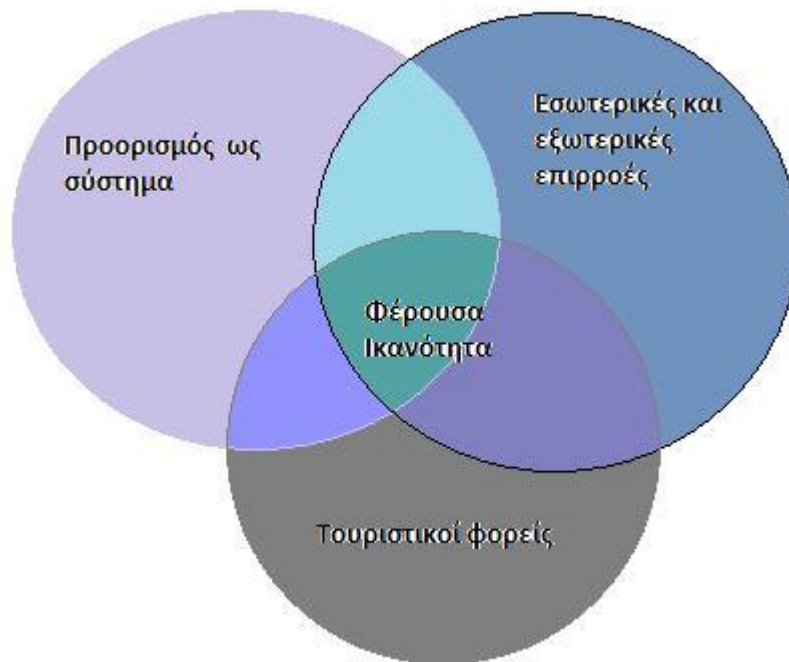


Εικόνα 12 «Σημείωση: Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή Το μοντέλο των πρωταρχικών παραγόντων που επηρεάζουν τις βιοφυσικές επιπτώσεις (Cole, 2004: 12).»

Όσον αφορά όλα τα κοινωνικοπολιτισμικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά συστήματα ενός δεδομένου τουριστικού προορισμού (βλέπε π.χ. Ράσκονά, 2003; Ράσκονά, 2008), η φέρουσα ικανότητα δεν μπορεί να ληφθεί υπόψη ως ακριβές σχήμα ή όριο. Αντίθετα, οι αναπτυξιακές τάσεις των επιδράσεων και οι επιπτώσεις τους πρέπει να λαμβάνονται υπόψη σε σχέση με το διευθυντικό (εξειδικευμένο) καθορισμένο και καθορισμένο χρονικό διάστημα τιμών αποδεκτών συνθηκών / παραμέτρων που ισχύουν για συγκεκριμένο φυσικό και κοινωνικό σύστημα σε συγκεκριμένες συνθήκες και χρόνο.

Έτσι, η φέρουσα ικανότητα είναι πολυδιάστατη και υπάρχουν πολλοί τρόποι για να την περιγράψουμε. Βάσει του σκοπού της αξιοποίησής του στη διαχείριση του τουρισμού, είναι απαραίτητο να επιλέξετε τις διαστάσεις του και τους όρους των προδιαγραφών του σε σχέση με μια κατάλληλα επιλεγμένη και καθορισμένη περιοχή, το είδος του φαινομένου, τις δυνατότητες παρακολούθησης της δεδομένης επιρροής και του

αντικτύπου της. Η εικόνα δείχνει τους τουριστικούς προορισμούς σύμφωνα με τον Zelenka (2012), ο οποίος υποστηρίζει ότι η φέρουσα ικανότητα πρέπει να θεωρείται ως διαχειριστική ιδέα στο πλαίσιο της συστημικής προσέγγισης στη δεδομένη περιοχή και επηρεάζει το φυσικό ή κοινωνικό σύστημα, το κίνητρο, τις δραστηριότητες, την αντίληψη και τη γνώση των ενδιαφερόμενων μέρη του τουρισμού, καθώς και τις εξωτερικές επιρροές και συνθήκες στην περιοχή (π.χ. καιρός). Όλα αυτά πρέπει να αναλυθούν σε σχέση με το χρονικό παράγοντα (π.χ. το ιστορικό ανάπτυξης της δεδομένης περιοχής, το προηγούμενο τουριστικό φορτίο, την εποχή και ούτω καθεξής).



Εικόνα 13 Σημείωση: Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: Φέρουσα ικανότητα του προορισμού ως διαχειριστική ιδέα στο πλαίσιο της συστημικής προσέγγισης στον προορισμό, των τουριστικών φορέων και των εξωτερικών επιρροών (Zelenka, 2012). »

Σύμφωνα με τους Zelenka et al. (2013) και Zelenka (2012), η συγκεκριμένη συνιστώσα της πολυδιάστατης φέρουσας ικανότητας θα πρέπει να προσδιοριστεί επακριβώς σε σχέση με το είδος της επιρροής, την επίδραση καθώς και εκείνη του παρακολουθούμενου φαινομένου σε ένα κατάλληλα οριοθετημένο τμήμα της γεωγραφικής περιοχής (βέλτιστα

η γεωγραφική περιοχή όπου η φέρουσα ικανότητα παραμένει η ίδια εάν άλλες μεταβλητές παραμένουν σταθερές) και όλα αυτά στο πλαίσιο του τρόπου παρακολούθησης, διαχείρισης του τουρισμού, έρευνας και χρόνου (βλ. σχήμα 3). Ένα παράδειγμα του τύπου της τουριστικής επίδρασης στον προορισμό μπορεί να είναι ο αριθμός των επισκεπτών. Ο τύπος αντίκτυπου μπορεί στη συνέχεια να είναι οι αλλαγές στο βιοτικό επίπεδο των κατοίκων του (π.χ. κυκλοφοριακή συμφόρηση που προκαλείται από επισκέπτες, αύξηση των τιμών στον πυρήνα του προορισμού, εισόδημα από θέσεις εργασίας που σχετίζονται με τον τουρισμό στον προορισμό, βλέπε Pásková, 2008; Zelenka -Pásková, 2012), ο τρόπος παρακολούθησης και ο ελεγχόμενος δείκτης είναι η ικανοποίηση των κατοίκων σχετικά με την επίδραση του τουρισμού στο βιοτικό τους επίπεδο. Ο τύπος του φαινομένου είναι η κοινωνικο-πολιτιστική επίδραση του τουρισμού και το συγκεκριμένο συστατικό της πολυδιάστατης φέρουσας ικανότητας είναι η κοινωνικοπολιτισμική φέρουσα ικανότητα (Zelenka & Kacetl, 2014).

3.5 Η ΑΞΙΟΦΟΡΑ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

Η ανάγκη ενθάρρυνσης εναλλακτικών προοπτικών για την προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης συζητήθηκε και εγκρίθηκε από τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής κατά το Ευρωπαϊκό Έτος Τουρισμού 1990. Μεταξύ αυτών που υιοθετήθηκαν ήταν η ενίσχυση άλλων μορφών τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός και πολιτιστικός τουρισμός, με έμφαση στην ελαχιστοποίηση των αρνητικών συνεπειών του μαζικού τουρισμού και στην ενθάρρυνση θετικών νέων μορφών τουριστικής ανάπτυξης. Σε αυτό το πλαίσιο, ένας σημαντικός αριθμός αγροτικών περιοχών που έχουν υποστεί μείωση εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης επωφελήθηκε από τα κονδύλια διαφόρων έργων που ξεκίνησε έκτοτε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Για παράδειγμα, τα προγράμματα Leader βασίστηκαν σε πολλές περιπτώσεις στα πλεονεκτήματα της τουριστικής ανάπτυξης ως οικονομικού καταλύτη για την ανάκαμψη των αγροτικών περιοχών (Weaver, 2001).

Ομοίως, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή είχε δημοσιεύσει μια σειρά εκθέσεων σχετικά με το περιβάλλον και τη σχέση της με την τουριστική ανάπτυξη. Λαμβάνοντας υπόψη το περιβάλλον στην τουριστική ανάπτυξη (COM, 1993) στοχεύει στον καθορισμό του τρόπου σχέσεων μεταξύ του περιβάλλοντος και της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού μέσω της ανάλυσης των ιστορικών περιπτώσεων του τουριστικού θέρετρου, του τύπου και της θέσης τους στον κύκλο ζωής, (Butler, 1980). Η μελέτη καθιερώνει ένα μοντέλο αλληλεπίδρασης μεταξύ των τουριστικών αναπτυξιακών παραγόντων του περιβάλλοντος, δηλαδή της προσφοράς και της ζήτησης, της κυβέρνησης, του πληθυσμού υποδοχής και του πολιτιστικού, φυσικού και αστικού περιβάλλοντος με στόχο την ανάπτυξη μιας τουριστικής βιομηχανίας που όχι μόνο φαίνεται συμβατή με το περιβάλλον αλλά και στην πραγματικότητα το προωθεί. Το προτεινόμενο μοντέλο συνεπάγεται ένα σημαντικό εργαλείο για την εφαρμογή σημαντικών διατάξεων για την αειφόρο ανάπτυξη και τον προσδιορισμό και την αναγνώριση των διαφόρων ενδιαφερομένων που συμμετέχουν στις διαδικασίες τουριστικής παραγωγής και κατανάλωσης (Boyra, 2004).

Η αποτελεσματικότητα των μεθοδολογικών προτάσεων και πολιτικών που αναπτύχθηκαν από την ΕΕ και άλλους διεθνείς οργανισμούς και οργανισμούς από το 1990 και αναζητούν καταλληλότερες μορφές τουριστικής ανάπτυξης σύμφωνα με τις αρχές της αειφορίας εξακολουθεί να είναι περιορισμένη. Τα αυξανόμενα και διαφοροποιημένα φαινόμενα της τουριστικής προσφοράς και ζήτησης τόσο γεωγραφικά όσο και ποιοτικά αυξάνουν τη συνολική επίδραση του τουρισμού στο περιβάλλον. Σε κάθε περίπτωση και παρά την ανεπάρκεια των διαθέσιμων εργαλείων και τον αριθμό των πολιτικών που εφαρμόστηκαν, η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη έχει γίνει τα τελευταία χρόνια ένα όλο και πιο διεθνώς αποδεκτό παράδειγμα που πρέπει να επιτευχθεί. Έτσι, με την πάροδο του χρόνου, η έννοια της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης έχει εξελιχθεί από το να θεωρείται ως ευκαιρία και στρατηγική στη διαδικασία τουριστικής ανάπτυξης για να θεωρηθεί μια ολοένα πιο πιεστική και αναπόφευκτη προτεραιότητα (Mazilu, 2012).

3.6 ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο αειφόρος τουρισμός, όπως και η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης, είναι έντονα πολιτικός (deKadt, 1992; Bramwell, 2005). Οι ολιστικές φιλοδοξίες της αειφόρου ανάπτυξης και ο πολυτομεακός χαρακτήρας του τουρισμού συνεπάγονται ότι μόνο οι κυβερνήσεις και οι δημόσιες αρχές μπορούν να συντονίσουν τις προσπάθειες για τη χάραξη πολιτικής αειφόρου τουρισμού τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο (Inskeep, 1991; Pridham, 1999; Bramwell, 2005).

Ο αειφόρος τουρισμός, που θεωρείται ότι συμβάλλει στη συνολική αειφόρο ανάπτυξη, απαιτεί μεταξύ διαφόρων επιπέδων χάραξης πολιτικής και φορέων να ξεπεράσουν και να προσαρμόσουν τομεακές εκτιμήσεις που μπορούν να παρέχουν μόνο κυβερνητικοί φορείς, σε όλα τα επίπεδα χάραξης πολιτικής (Hunter, 1995, p. 164). Ο Inskeep (1991) βλέπει έναν παθητικό, ενεργό ή ενδιάμεσο ρόλο μιας κυβέρνησης στην τουριστική ανάπτυξη ως βασική πολιτική απόφαση. Ακολουθώντας τον ορισμό των Hall και Jenkins (1995) σχετικά με τη δημόσια πολιτική του τουρισμού, η πολιτική για τον αειφόρο τουρισμό θεωρείται εδώ ως κάτι που οι κυβερνήσεις επιλέγουν να κάνουν ή όχι σε σχέση με τον αειφόρο τουρισμό. Μια πολιτική βιώσιμου τουρισμού είναι μια πολιτική που προέρχεται από κυβερνητικούς φορείς, σε διάφορες κλίμακες, με τη μορφή κανονισμών, επίσημων δηλώσεων ή ομιλιών, συνεργασιών και κινήτρων. Η πολιτική χρησιμοποιείται εδώ για να δηλώσει τη διαμόρφωση των στόχων και των μέτρων και τον καθορισμό των προτεραιοτήτων όπως εκφράζονται σε διάφορες μορφές (π.χ. επιλογές, δηλώσεις, κανονισμοί).

Η χάραξη πολιτικής για τον τουρισμό θεωρείται ως ένας πολύπλοκος τομέας που περιλαμβάνει πολλαπλές σχέσεις μεταξύ διαφόρων θεμάτων. Τέτοιες πολύπλοκες σχέσεις μπορούν να βρεθούν με τον τρόπο που διάφοροι παράγοντες αλληλεπιδρούν μεταξύ τους (Pfoff, 2006), με τον τρόπο που διανέμονται μεταξύ τους (Hall and Jenkins, 1995) και την οργανωτική πολυπλοκότητα των τουριστικών ιδρυμάτων (Elliott, 1997). Ωστόσο, η πολυπλοκότητα μπορεί να φανεί στη διαμόρφωση πολιτικής βιώσιμου τουρισμού και στο ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων και παραγόντων που πρέπει να διαχειριστούν ταυτόχρονα, με συχνά ανταγωνιστικούς στόχους, σε μια ολιστική προσέγγιση που ενσωματώνει κοινωνικές, περιβαλλοντικές και οικονομικές διαστάσεις (Walker et al., 1999, p. 60).

Μια πολιτική βιώσιμου τουρισμού είναι ένα σύνθετο φαινόμενο με τα διάφορα θέματα να αναμιγνύονται και να επηρεάζουν το ένα το άλλο (Hall, 1994; Elliott, 1997). Οι ολιστικές προσεγγίσεις στις βιώσιμες τουριστικές πολιτικές πρέπει να λαμβάνουν υπόψη όχι μόνο τις μεμονωμένες ενότητες πολιτικής αλλά και τις σχέσεις μεταξύ τους, προκειμένου να κατανοήσουν καλύτερα τον τρόπο με τον οποίο μια ενέργεια μπορεί να επηρεάσει την άλλη προκειμένου τελικά να συμβάλει σε βελτιωμένες πολιτικές (Farsari, Butler and Prastacos, 2007).

Αναγνωρίζοντας ότι η εφαρμογή αυτού του οράματος θα απαιτήσει μια ολοκληρωμένη ανοιχτή διαδικασία που θα εμπλέκει κυβερνήσεις σε όλα τα επίπεδα, διεθνείς οργανισμούς, επιχειρήσεις, ΜΚΟ και καταναλωτές, οι συστάσεις διαρθρώνονται γύρω από έναν απλοποιημένο κύκλο ζωής της τουριστικής αλυσίδας αξίας, όπως:

- Σχεδιασμός Τουρισμού
- Τουριστικές επιχειρήσεις και διαχείριση
- Τουριστική επένδυση
- Τουριστική προώθηση και μάρκετινγκ
- Ανάπτυξη ικανοτήτων
- Κατανάλωση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών
- Παρακολούθηση και αξιολόγηση της τουριστικής ανάπτυξης

3.6.1 Ευρωπαϊκή πολιτική

Η πολιτιστική κληρονομιά ήταν μία από τις προτεραιότητες του προγράμματος εργασίας της ΕΕ για τον πολιτισμό (2015-2018) σύμφωνα με την ευρωπαϊκή ατζέντα για τον πολιτισμό, δηλαδή το στρατηγικό πλαίσιο για τις πολιτιστικές πολιτικές της ΕΕ. Τα θέματα προτεραιότητας που πρέπει να εφαρμοστούν σε επίπεδο κρατών μελών περιλαμβάνουν τη συμμετοχική διακυβέρνηση της πολιτιστικής κληρονομιάς · δεξιότητες, εκπαίδευση και μεταφορά γνώσεων. Το πρόγραμμα εργασίας απαιτεί τον

εντοπισμό τρόπων δημιουργίας μιας ευρωπαϊκής τουριστικής προσφοράς που βασίζεται σε στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς. Επιπλέον, δίνεται έμφαση στον τρόπο με τον οποίο η ψηφιοποίηση του πολιτιστικού περιεχομένου και των ψηφιακών υπηρεσιών μπορεί να προωθήσει την επέκταση των διευρωπαϊκών τουριστικών δικτύων (Interreg Europe Policy, 2018).

Στον τομέα του τουρισμού, οι αρμοδιότητες της ΕΕ είναι «συμπλήρωση, υποστήριξη και συντονισμός της δράσης των κρατών μελών». Η ατζέντα για έναν αειφόρο και ανταγωνιστικό ευρωπαϊκό τουρισμό είναι το κύριο στρατηγικό έγγραφο της ΕΕ για τον αειφόρο τουρισμό.

Η Ατζέντα επισημαίνει ότι «η δημιουργία της σωστής ισορροπίας μεταξύ της ευημερίας των τουριστών, των αναγκών του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος και της ανάπτυξης και της ανταγωνιστικότητας των προορισμών και των επιχειρήσεων απαιτεί μια ολοκληρωμένη και ολιστική πολιτική προσέγγιση». Άλλα μέσα πολιτικής για τον αειφόρο τουρισμό περιλαμβάνουν το οικολογικό σήμα της ΕΕ και την καταχώριση EMAS. Το οικολογικό σήμα της ΕΕ είναι ένα εθελοντικό εργαλείο που διαθέτει τουριστικές υπηρεσίες διαμονής πρόθυμες να αξιοποιήσουν και να προωθήσουν την περιβαλλοντική τους απόδοση. Έχουν αναπτυχθεί ειδικά κριτήρια οικολογικού σήματος της ΕΕ για τουριστικά καταλύματα και υπηρεσίες κάμπινγκ. Η εγγραφή στο Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου (EMAS) επιτρέπει στους φορείς του τουρισμού να βελτιώσουν την περιβαλλοντική τους απόδοση και να προωθήσουν την ποιότητα των υπηρεσιών τους. Το έγγραφο βέλτιστης πρακτικής περιβαλλοντικής διαχείρισης EMAS μπορεί να τους καθοδηγήσει σε αυτήν τη διαδικασία. Το σύστημα ευρωπαϊκών δεικτών τουρισμού για βιώσιμη διαχείριση προορισμού (ETIS) αναπτύχθηκε για να βοηθήσει στη μέτρηση της απόδοσης των τουριστικών προορισμών σε σχέση με τη βιωσιμότητα.

Το Interreg Europe παρέχει υποστήριξη για τη διατήρηση, προστασία, προώθηση και ανάπτυξη της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, αναγνωρίζοντας ότι οι περιφερειακοί φορείς είναι σε θέση να αναλάβουν αυτό το έργο και να επωφεληθούν από την ανταλλαγή εμπειριών με άλλους τομείς που αντιμετωπίζουν παρόμοιες προκλήσεις.

Διαφορετικές πτυχές της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς και η σύνδεσή τους με τον αειφόρο τουρισμό εξετάζονται στα έργα που υποστηρίζονται από το πρόγραμμα

Interreg Europe. Η ανάπτυξη περιουσιακών στοιχείων φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς για την ανάπτυξη και προώθηση καινοτόμων και υπεύθυνων τουριστικών στρατηγικών, συμπεριλαμβανομένης της άυλης και βιομηχανικής κληρονομιάς, είναι βασικό θέμα για το CHRISTA. Το Cult-RInG προωθεί πολιτιστικούς δρόμους ως εργαλεία για να ξεκλειδώσει το τουριστικό δυναμικό και να προωθήσει τις κοινές και διαφορετικές πολιτιστικές ταυτότητες της ΕΕ. Το Green Pilgrimage επικεντρώνεται σε αρχαίες διαδρομές προσκυνητών που παρατηρούν αύξηση του αριθμού των επισκεπτών. Η EPICAH ασχολείται επίσης με την τουριστική ανάπτυξη και την προστασία της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς σε διασυνοριακές περιοχές, δίνοντας έμφαση στην ανάπτυξη βιώσιμων, ομοιογενών και συνεκτικών εργαλείων για τη διατήρηση της κληρονομιάς που θα χρησιμοποιηθούν διασυνοριακά. Ο συνδυασμός των παραδοσιακών μορφών έκθεσης πολιτιστικής κληρονομιάς με λύσεις που βασίζονται στις ΤΠΕ έχει ιδιαίτερη σημασία για τον τουρισμό, καθώς αυξάνει το ενδιαφέρον των πολιτών για την κληρονομιά και αυξάνει τις επισκέψεις σε μουσεία και χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς. Το CD-ETA στοχεύει στη βελτίωση της υιοθέτησης ψηφιακών προσεγγίσεων στον τομέα της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς. Τα χρηματοδοτούμενα έργα αποδεικνύουν την αξία της συνεργασίας σε περιφερειακό επίπεδο και έχει δημιουργηθεί μια βάση δεδομένων ορθών πρακτικών (Interreg Europe Policy, 2018).

3.6.2 Εθνική πολιτική

Η περίοδος μετά το 1980 θα μπορούσε να θεωρηθεί ως μια ενδιαφέρουσα μεταβατική περίοδος στην τουριστική ανάπτυξη των ελληνικών νησιών, όσον αφορά τη διαφοροποίηση στα αναπτυξιακά χαρακτηριστικά τους. Η έλλειψη οργάνωσης και σχεδιασμού δημιουργεί απειλές παρόμοιες με εκείνες της «αυθόρμητης» και μη προγραμματισμένης μαζικής τουριστικής ανάπτυξης που έλαβε χώρα στα ελληνικά νησιά τη δεκαετία του '60 και του '70. Αυτό προκάλεσε πολλά προβλήματα στην τουριστική ανάπτυξη και το τουριστικό «προϊόν» που προσφέρθηκε τότε στην Ελλάδα. Αυτό δεν μειώνει τη σημασία των παραγόντων που υποστηρίζει τη βιωσιμότητα. Οι πιο σημαντικοί από αυτούς τους παράγοντες είναι (Zacharatos & Tsartas, 1995):

α) Προσπάθειες που καταβάλλονται από επιχειρήσεις και τοπικές αρχές για την υποστήριξη της ανταγωνιστικότητας του τοπικού τουριστικού προϊόντος. Αυτές οι προσπάθειες είναι εμφανείς και αφορούν κυρίως: οργάνωση εναλλακτικών τουριστικών δραστηριοτήτων, υπηρεσιών και υποδομών για ειδικά ή νέα τουριστικά προϊόντα, επαγγελματική κατάρτιση σε υπηρεσίες που υποστηρίζουν τη διαφοροποίηση και εξειδίκευση του τουριστικού προϊόντος.

β) Η πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Μετά το 1990, οι τουριστικές πολιτικές και πρωτοβουλίες της ΕΕ υποστηρίζουν τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, ιδίως σε τοπικό επίπεδο. Τέτοιες εξελίξεις είναι εμφανείς σε: ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, προγράμματα τουριστικής ανάπτυξης στην ύπαιθρο που συνδέουν τον τουρισμό με άλλους τομείς παραγωγής, εκπαιδευτικά προγράμματα για τους ανέργους, προγράμματα για την προστασία του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς.

γ) Ελληνική πολιτική για τον τουρισμό. Η προσπάθεια διαφοροποίησης και βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος μέσω της εξειδίκευσης του εφοδιασμού και της ανάπτυξης νέων υπηρεσιών (ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού) αποτελεί μια διαρκή παράμετρο τουριστικής πολιτικής, ειδικά μετά το 1970. Παρόλο που αυτή η πολιτική δεν μπορεί να αξιολογηθεί στο σύνολό της, έχει συμβάλει στην υποστήριξη στοιχείων της αιεφόρου τουριστικής ανάπτυξης στη χώρα. Δύο παράμετροι που πρέπει να αξιολογηθούν παράλληλα είναι: η σύνδεση αυτής της πολιτικής με τις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ένα από τα πιο ενδιαφέροντα παραδείγματα είναι το πρόγραμμα «TourismCulture») και οι προσπάθειες αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος της χώρας ενόψει του εντονότερου διεθνούς ανταγωνισμού.

δ) Σχέδια και προγράμματα τοπικής τουριστικής ανάπτυξης. Τα τελευταία χρόνια, ένας μεγάλος αριθμός σχεδίων και προγραμμάτων τοπικής ανάπτυξης - σχεδιασμένα και προωθημένα σε περιφερειακό, νομαρχιακό ή οικιστικό επίπεδο, π.χ. παραθαλάσσιες ζώνες, περιοχές με ειδικούς περιβαλλοντικούς / πολιτιστικούς πόρους κ.λπ. - βασίστηκαν στον αιεφόρο τουρισμό και τα στοιχεία του.

ε) Ορισμένες παραμέτρους της πολιτικής των ταξιδιωτικών πρακτορείων. Είναι ένας παράγοντας που, έμμεσα, έχει συμβάλει στην υποστήριξη της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Αφορούν:

i) τη στροφή των τουριστικών πρακτόρων σε νέα ή εξειδικευμένα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες, που σχετίζονται κυρίως με πολιτιστικά, εκπαιδευτικά, επιστημονικά, οικολογικά, θαλάσσια τουρισμό κ.λπ.,

ii) την προσπάθεια στήριξης επιχειρηματικών πολιτικών που στοχεύουν σε μια «Ένταξη» τουριστικών δραστηριοτήτων στην τοπική κοινωνική και περιβαλλοντική δομή.

στ) Αλλαγές στα κίνητρα Ελλήνων και ξένων τουριστών. Τις τελευταίες δεκαετίες, η Ελλάδα ανταποκρίθηκε στις νέες απαιτήσεις αναπτύσσοντας σταδιακά την απαραίτητη υποδομή και υπηρεσίες που σχετίζονται με σύγχρονα τουριστικά κίνητρα: πολιτιστικά ταξίδια, ταξίδια στην ύπαιθρο, εκδρομές, ταξίδια σε παραδοσιακούς οικισμούς, ταξίδια με φυσιογνωμικό περιεχόμενο κ.λπ. Αυτά τα ταξίδια διαμορφώνουν μια νέα, δυναμική τάση εξωτερικής και εγχώριας ζήτησης. Αυτή η ζήτηση συνέβαλε στην ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών με βιώσιμα χαρακτηριστικά σε πολλές περιοχές και νησιά της χώρας.

ζ) Τοπικές κοινωνικο-επαγγελματικές ομάδες και πρακτορεία. Είναι ένας παράγοντας που λειτουργεί έμμεσα, υποστηρίζοντας πρωτοβουλίες και διαδικασίες που συμβάλλουν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

η) Η συμβολή εξειδικευμένων επιστημόνων. Αυτός ο παράγοντας λειτούργησε ευρέως - σε ολόκληρη τη χώρα - και έμμεσα υποστήριξε την τάση αναζήτησης μοντέλων βιώσιμης ανάπτυξης. Η συμβολή των εξειδικευμένων επιστημόνων είναι σημαντική, ειδικά στα ακόλουθα θέματα:

- Η προώθηση της ανάγκης για ισορροπημένα μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης, ενσωματωμένα στην τοπική κοινωνικοοικονομική και περιβαλλοντική δομή.
- Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της νησιωτικής περιοχής, όσον αφορά την κοινωνική, πολιτιστική και περιβαλλοντική δομή και τη γεωμορφολογία της.

- Η κριτική του κυρίαρχου μοντέλου μαζικής τουριστικής ανάπτυξης σε όλους τους τομείς που διαθέτουν τους σχετικούς πόρους.
- Η προώθηση της άποψης ότι ο τουρισμός, ο πολιτισμός και το περιβάλλον πρέπει να συνυπάρχουν στις προσπάθειες που αποσκοπούν στην ανάπτυξη τουριστικών περιοχών.

4 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΕΥΕΞΙΑΣ

4.1 ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Μερικοί συγγραφείς θεωρούν τον τουρισμό ευεξίας ως υποκατηγορία του ιατρικού τουρισμού. Σύμφωνα με τους Mueller και Kaufmann (2001), ο τουρισμός ευεξίας είναι «το άθροισμα όλων των σχέσεων και των φαινομένων που προκύπτουν από ένα ταξίδι και την διαμονή, από ανθρώπους των οποίων το κύριο κίνητρο είναι να διατηρήσουν ή να προωθήσουν την υγεία τους. Μένουν σε ένα εξειδικευμένο ξενοδοχείο που παρέχει την κατάλληλη επαγγελματική τεχνογνωσία και ατομική φροντίδα. Απαιτούν ένα ολοκληρωμένο πακέτο υπηρεσιών που περιλαμβάνει σωματική φυσική κατάσταση / φροντίδα ομορφιάς, υγιεινή διατροφή, χαλάρωση / διαλογισμό και ψυχική δραστηριότητα / εκπαίδευση.» Ο τουρισμός ευεξίας είναι ένα ταξίδι του οποίου ο κύριος στόχος είναι η επίτευξη ισορροπίας και αρμονίας των ψυχικών, συναισθηματικών, σωματικών και πνευματικών αξιών του ανθρώπου (Spasojević & Šušić, 2011).

Οι τουρίστες ευεξίας είναι αποκλειστικά "υγιείς άνθρωποι" και πρωταρχικός σκοπός του ταξιδιού τους είναι να διατηρήσουν την υγεία, δηλαδή να λάβουν υπηρεσίες πρόληψης. Οι Smith και Kelly (2006) θεωρούν τους τουρίστες ευεξίας συνήθως «ενεργούς αναζητούντες υγείας» που έχουν μεγάλο κίνητρο και είναι αποφασισμένοι να διαδραματίσουν ενεργό ρόλο στη δική τους υγεία. Συχνά επιλέγουν εναλλακτική λύση σε σχέση με την κλασική ιατρική και δεν φοβούνται να πειραματιστούν. Οι περισσότεροι τουρίστες ευεξίας δραστηριοποιούνται ήδη στο σπίτι σε έναν από τους τύπους δραστηριοτήτων (γιόγκα, διαλογισμός, μασάζ, υγιεινή διατροφή κ.λπ.). Όσοι δεν είναι ενεργοί στο σπίτι συχνά θέλουν να ασχολούνται περισσότερο με δραστηριότητες ευεξίας στις διακοπές. Οι κύριοι πελάτες του τουρισμού ευεξίας είναι γυναίκες ηλικίας μεταξύ 36 και 55 ετών (οι περισσότερες από αυτές είναι περίπου 47 ετών) και ζευγάρια που έρχονται χωρίς παιδιά (Tourism Development Strategy of Serbia, 2005). Αυτοί οι καταναλωτές είναι πολύ μορφωμένοι και έχουν καλή οικονομική κατάσταση, δηλαδή έχουν μεγαλύτερη ικανότητα πληρωμής. Οι τουρίστες ευεξίας ξόδεψαν κατά μέσο όρο

130% περισσότερο από τους μέσους τουρίστες σε παγκόσμιο επίπεδο (Ellis, 2013). Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια σαφής τάση που δείχνει ότι τα ταξίδια ευεξίας είναι όλο και πιο ελκυστικά και για τους νεότερους πληθυσμούς. Οι τουρίστες από 20 έως 25 ετών ενδιαφέρονται όλο και περισσότερο για αυτό το είδος ταξιδιού. Η ηλικιακή ομάδα τουριστών 50 - 65 ετών εξακολουθεί να έχει τις μεγαλύτερες δυνατότητες. Αναζητούν κοινές ιατρικές μεθόδους για την υγειονομική περίθαλψη, μένουν περισσότερο στον προορισμό και οι θεραπείες τους διαρκούν γενικά περισσότερο (Pupovac, Čeran & Škrbić, 2010).

Οι περισσότεροι τουρίστες ευεξίας προέρχονται από τις ΗΠΑ, τη Γερμανία, την Ιαπωνία, τη Γαλλία και την Αυστρία. Αυτές οι πέντε χώρες αντιπροσωπεύουν το 63% της αγοράς ευεξίας. Η Ευρώπη, με 203 εκατομμύρια ταξίδια ευεξίας, είναι ηγέτης μεταξύ των περιοχών αυτού του κλάδου και λαμβάνοντας υπόψη την κατανάλωση στον τουρισμό ευεξίας (158,4 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ) είναι η δεύτερη περιοχή στον κόσμο (Ellis, 2013).

	Εξοδα (\$ Billions)
Ην.Πολιτείες	167,1
Γερμανία	42,2
Ιαπωνία	28,6
Γαλλία	24,1
Αυστρία	14,0

Εικόνα 24 « **Σημείωση:** Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: Οι 5 κορυφαίοι καταναλωτές στον κόσμο στον τουρισμό ευεξίας το 2013 (Ellis, 2013). »

Οι τελευταίες τάσεις στη διεθνή τουριστική αγορά ευεξίας δείχνουν ότι η τουριστική επιχείρηση ευεξίας αναζητά και δοκιμάζει νέα κανάλια διανομής (π.χ. μέσω διαμεσολαβητών όπως εξειδικευμένους ταξιδιωτικούς πράκτορες, εξειδικευμένες ιστοσελίδες / πύλες, κοινοπραξίες ή εθελοντικές αλυσίδες κ.λπ.) προκειμένου να επιτευχθεί χαμηλότερο κόστος, καλύτερη και ταχύτερη πρόσβαση στην αγορά-στόχο, αυξημένες πωλήσεις, μείωση του επιχειρηματικού κινδύνου. Ωστόσο, σε ορισμένες περιπτώσεις, πολλοί τουριστικοί προορισμοί και εταιρείες επιλέγουν την άμεση παράδοση των προϊόντων τους, προκειμένου να έχουν έναν πιο αποτελεσματικό

συνολικό έλεγχο του προϊόντος τους (δηλαδή μέσω προσωπικής επαφής με τον τουρίστα, στον χώρο του τουρισμού ευεξίας) (CTO, 2005).

4.2 ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο ιαματικός τουρισμός δεν είναι μια νέα ιδέα όσον αφορά τη σύνδεση μεταξύ τουρισμού και υγείας. Υποστηρίζεται ότι οι άνθρωποι άρχισαν να ταξιδεύουν ή να επισκέπτονται λουτρόπολη το 1800, μια πρακτική που έχει αποκτήσει σημαντική έλξη σε όλο τον κόσμο (Okech, 2014). Επί του παρόντος, οι υπηρεσίες spa δεν απαιτούνται μόνο από διεθνείς τουρίστες αλλά και από τοπικούς τουρίστες (Hashemi et al., 2015). Ανάλογα με τον σκοπό και τις διαθέσιμες επιλογές θεραπείας, οι υπηρεσίες spa αποτελούν μέρος του τουρισμού υγείας και κατατάσσονται μεταξύ ιατρικής και ευεξίας (Hashemi et al., 2015). Το να παρευρεθεί κανείς σε λουτρά ήταν μία από τις δραστηριότητες που είχαν αναλάβει ενεργά άτομα με επίγνωση των οφελών στην υγεία τους (Hashemi et al., 2015). Ο ιαματικός τουρισμός υπάρχει στο πλαίσιο του τουρισμού ευεξίας που αναφέρεται σε έναν συγκεκριμένο τύπο τουρισμού όπου οι άνθρωποι επιδιώκουν να προωθήσουν και να διατηρήσουν την υγεία τους δίνοντας μεγάλη έμφαση στην ολιστική ευεξία του φυσικού σώματος, του νου και της ψυχής τους κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους (Lin, 2013). Ως εκ τούτου, ο ιαματικός τουρισμός είναι ένας τύπος τουρισμού ευεξίας που βρίσκεται υπό τον τουρισμό υγείας.

Η προέλευση του όρου spa σχετίζεται με διάφορες τοποθεσίες και λέξεις. Πρώτον, ο όρος spa προέρχεται από ένα λατινικό ακρωνύμιο *Sanitas per aqua* που σημαίνει «υγεία μέσω του νερού» (Okech, 2014; Hashemi et al., 2015; Yurcu, 2017). Συγκεκριμένα, το spa αναφέρεται ότι προέρχεται από μια λατινική λέξη «*spragere*» που σημαίνει να διασκορπίζεται, να πασπαλίζεται ή να υγραίνεται ή μπορεί να είναι το ακρωνύμιο του «*sanus per aquam*» όπως αναφέρθηκε προηγουμένως (Kazandzhieva, 2014; Yurcu, 2017). Δεύτερον, σε άλλες μελέτες, η λέξη spa λέγεται ότι προέρχεται από τη λέξη από τη Βαλλωνία «*espa*» που σημαίνει σιντριβάνι (Kazandzhieva, 2014; Yurcu, 2017). Αυτός ο όρος, με τη σειρά του, εντοπίζεται στο όνομα μιας βελγικής πόλης Spa, ενός τόπου όπου μια ιαματική πηγή ανακαλύφθηκε τον 14ο αιώνα (Kazandzhieva, 2014). Σε γενικές

γραμμές, ένα σπα ορίζεται ως μια συλλογή τόσο από εγκαταστάσεις νερού όσο και από άλλες εγκαταστάσεις που χρησιμοποιούνται για να προσφέρουν ένα ευρύ φάσμα θεραπειών υγείας, ιατρικής, χαλάρωσης και ομορφιάς (Okech, 2014). Ο όρος spa εξακολουθεί να έχει μεγάλη χρήση στη Βρετανία, ενώ το «ιαματικό νερό» είναι ο όρος που χρησιμοποιείται συχνά στην υπόλοιπη Ευρώπη. Ως εκ τούτου, ένα σπα είναι απλώς το ιαματικό νερό για θεραπευτικούς σκοπούς και είναι μια πρακτική που μπορεί να αναφέρεται με τη χρήση μυριάδων όρων, όπως θεραπεία spa, υδροθεραπεία και λουτροθεραπεία (Kazandzhieva, 2014) Όλοι αυτοί οι όροι μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν εναλλακτικά.

Ο τουρισμός spa ή ο ιαματικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από ένα πλήθος υπηρεσιών. Ορισμένες από τις θεραπείες spa με βάση το νερό περιλαμβάνουν υδροθεραπεία, θαλασσοθεραπεία, λουτροθεραπεία και καλλυντικές θεραπείες. Σύμφωνα με υποστηρικτικές και δωρεάν θεραπείες spa, έχουμε μασάζ, θεραπεία με πελοειδή, κλιματοθεραπεία, ηχοθεραπεία, λάσποθεραπεία, έγχρωμη θεραπεία, ηλιοθεραπεία και άσκηση (Yurcu, 2017). Στις θεραπείες ευεξίας και spa υπάρχουν όλα όσα κάνουν τους ανθρώπους να αισθάνονται καλά. Οι άνθρωποι βιώνουν τον ιαματικό τουρισμό με μοναδικό σκοπό την αποκατάσταση της υγείας τους από την άποψη ψυχολογικών, φυσιολογικών ή κοινωνιολογικών του πτυχών (Yurcu, 2017). Εκτός αυτού, ο ιαματικός τουρισμός επιτρέπει στους ανθρώπους να διασκεδάζουν και να ξεκουράζονται από τις αγχωτικές καθημερινές ή εργασιακές τους συνήθειες (Yurcu, 2017). Κατά συνέπεια, η International Spa Association (ISPA) αντιλαμβάνεται τα spa ως μέρη όπου παρέχονται επαγγελματικές υπηρεσίες για την προώθηση της ευημερίας των ανθρώπων μέσω της αναζωογόνησης του σώματος, του νου, καθώς και του πνεύματος (Hyde-Smith, 2012).

4.3 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΠΑ ΚΑΙ ΤΥΠΟΙ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Κάθε μία από τις υπηρεσίες που προσφέρονται στον ιαματικό τουρισμό είναι προσαρμοσμένη για να ικανοποιεί συγκεκριμένες απαιτήσεις ή μάλλον εξυπηρετεί έναν συγκεκριμένο σκοπό. Για παράδειγμα, η θαλασσοθεραπεία, το κλίμα και η θάλασσα εφαρμόζονται σε συγκεκριμένο θεραπευτικό στίλ που σημαίνει ότι έχουν γίνει για

θεραπεία (Yurcu, 2017). Από την άλλη πλευρά, η βαλνοθεραπεία είναι θεραπευτική και εφαρμόζεται μέσω δραστηριοτήτων, όπως η κολύμβηση, η κατανάλωση αλκοόλ και μερικές φορές η εισπνοή φυσικών θεραπευτικών στοιχείων όπως αέρια, ιαματικά μεταλλικά νερά και πελοειδή, μεταξύ άλλων (Yurcu, 2017). Όσον αφορά την υδροθεραπεία, η θεραπεία συνήθως γίνεται χρησιμοποιώντας γλυκό νερό και νερό του οποίου η θερμοκρασία είναι 200°C (Yurcu, 2017). Τέλος, οι καλλυντικές θεραπείες εφαρμόζονται επίσης ως στυλ θεραπείας που περιλαμβάνουν φυσικά προϊόντα ή καλλυντικά παρασκευάσματα (Yurcu, 2017).

Υπάρχουν πολυάριθμοι τύποι σπα στον ιαματικό τουρισμό, όπως περιγράφεται από την International Spa Association (ISPA) το 2010. Ο πρώτος τύπος είναι το day spa που είναι γνωστό για την παροχή υπηρεσιών σπα, όπως περιποίηση προσώπου και σώματος, αλλά σε αυτό που ονομάζεται ανά ημέρα - μόνο για μία χρήση (Okech, 2014). Ο δεύτερος είναι το σπα του ξενοδοχείου ή το θέρετρο που προσφέρει κυρίως σπα, υπηρεσίες ευεξίας και φυσικής κατάστασης, επιλογές μενού κουζίνας σπα, καθώς και διανυκτέρευση εντός του ξενοδοχείου ή του θέρετρου (Okech, 2014). Ο τρίτος είναι ένα σπα προορισμού του οποίου ο βασικός σκοπός είναι να καθοδηγήσει τους μεμονωμένους επισκέπτες για να επιτύχουν τον απόλυτο ή επιθυμητό υγιεινό τρόπο ζωής τους (Hashemi et al., 2015). Στην ιδανική περίπτωση, ένα σπα προορισμού είναι ένα εκτεταμένο πρόγραμμα που περιλαμβάνει πράγματα όπως υπηρεσίες σπα, εκπαίδευση ευεξίας, προγραμματισμό ειδικού ενδιαφέροντος, υγιεινή κουζίνα και δραστηριότητες φυσικής κατάστασης (Okech, 2014). Ο τέταρτος είναι οι ιαματικές πηγές που είναι ένα είδος σπα που προσφέρει μια επιτόπια πηγή θερμικών ορυκτών και θαλασσινό νερό που χρησιμοποιείται συνήθως σε θεραπείες υδροθεραπείας (Hashemi et al., 2015). Ο πέμπτος είναι ένα κλαμπ σπα, το οποίο είναι γνωστό ότι προσφέρει υπηρεσίες σπα που διαχειρίζονται επαγγελματικά οι υπάλληλοί της. Ο έκτος είναι το κρουαζιερόπλοιο που είναι ένα σπα που βρίσκεται πάνω σε ένα κρουαζιερόπλοιο του οποίου τις υπηρεσίες σπα διαχειρίζονται επαγγελματίες (Hashemi et al., 2015). Ο έβδομος είναι ένα καλλυντικό σπα το οποίο πιστώνεται για την προσφορά διαδικασιών και υπηρεσιών καλλυντικών / αισθητικής και ευεξίας / πρόληψης, όπως περιποιήσεις προσώπου, αποτρίχωση, απολέπιση και άλλες μικρές μη επεμβατικές διαδικασίες που απαιτούν επιτόπια ιατρική επίβλεψη (Okech, 2014). Ο τελευταίος είναι ένα ιατρικό σπα το οποίο διαχειρίζονται

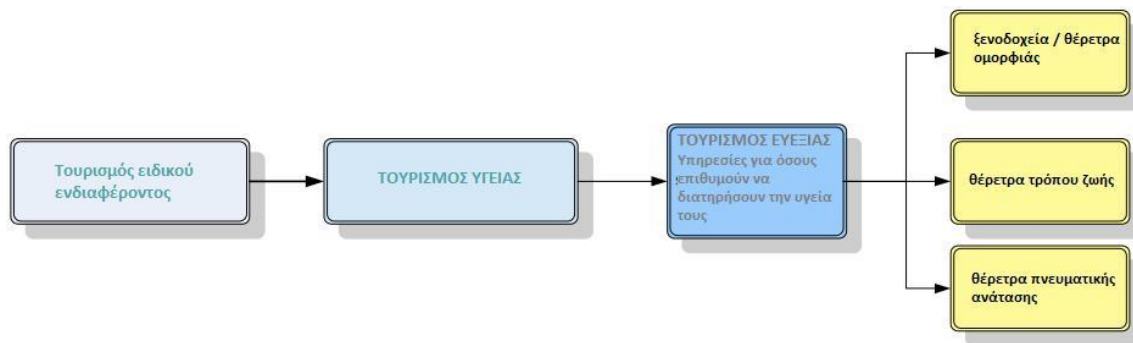
ουσιαστικά οι εξουσιοδοτημένοι επαγγελματίες υγείας που προσφέρουν επιτόπου, ολοκληρωμένη ιατρική και φροντίδα ευεξίας που περιλαμβάνει τις υπηρεσίες σπα, έχοντας παραδοσιακές, εναλλακτικές ή / και συμπληρωματικές θεραπείες και τεχνικές (Okech, 2014). Ως εκ τούτου, ο ιαματικός τουρισμός είναι ένας σημαντικός κλάδος του τουρισμού ευεξίας (Hashemi et al., 2015).

4.4 ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

4.4.1 Αυστραλία

Ο αυστραλιανός τουρισμός ευεξίας και ιαματικός τουρισμός επικεντρώνεται σε έναν υγιεινό τρόπο ζωής και στην πρόληψη, μια παραδοσιακά μη ευρωπαϊκή υγειονομική περίθαλψη και αποκατάσταση (Benett, King & Milner, 2004; Puczkó, & Bacharov, 2006; Smith & Puczkó, 2008). Ο τουρισμός ευεξίας αναπτύχθηκε παρόμοια με τον ιαματικό τουρισμό της Βόρειας Αμερικής, που κυριαρχείται κυρίως από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Το 2006 λειτουργούσαν 503 ιαματικά λουτρά, τα περισσότερα από τα οποία αποτελούσαν ημερήσια σπα με σημαντικό αριθμό προορισμών (ξενοδοχεία) και σπα θερέτρων (AUSPA 2007). Τα ιαματικά λουτρά μοιάζουν με πολλά ξενοδοχεία / θέρετρα ομορφιάς. Ωστόσο, δεν προσφέρουν καταλύματα (Voigt & Laing, 2010). Ο τουρισμός ευεξίας στη χώρα μπορεί να αναγνωριστεί από υπηρεσίες σπα και διάφορες υπαίθριες δραστηριότητες, πρώτα απ' όλα εγχώριες, με εκδρομές 1-2 ημερών. Η πλειοψηφία των Αυστραλών τείνουν να θεωρούν τις εθνικές εκδρομές ευεξίας ελκυστικές και οικονομικά διαθέσιμες επιλογές).

Με βάση μια εις βάθος μελέτη της τεχνικής βιβλιογραφίας και προηγούμενης έρευνας στο πλαίσιο της Αυστραλίας, οι Voigt και Laing (2010) εντόπισαν τρεις διαφορετικές κατηγορίες παρόχων υπηρεσιών ευεξίας.



Εικόνα 15 « Σημείωση: Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: Κατηγορίες παρόχων υπηρεσιών ευεξίας-τουρισμού (Voigt & Laing, 2010).»

Τα ξενοδοχεία / θέρετρα ομορφιάς επικεντρώνονται κυρίως στη φροντίδα σώματος και ομορφιάς, προσφέρουν, για παράδειγμα, περιποιήσεις προσώπου, μασάζ, μάσκες σώματος και απολέπιση σώματος. Από τους τρεις παρόχους υπηρεσιών, αυτός είναι ο πιο πιθανός να περιλαμβάνει "υγρές" θεραπείες. Από αυτήν την άποψη, αποτελεί πλεονέκτημα για ορισμένα ξενοδοχεία και θέρετρα ομορφιάς να βρίσκονται κοντά σε πόρους μεταλλικού ή θερμικού νερού. Ωστόσο, τα λουτρά χωρίς τέτοια περιουσιακά στοιχεία προσφέρουν επίσης τέτοιες «υγρές» θεραπείες. Αυτές οι υγρές επεξεργασίες περιλαμβάνουν π.χ. ατμόλουτρα, σάουνα, τζακούζι, μπανιέρες υδρομασάζ, αίθουσες θεραπείας νερού (όπου υπάρχει μπανιέρα και υδροθεραπευτικό μασάζ, για παράδειγμα μπανιέρα ντους Vichy).

Τα περισσότερα πνευματικά κρησφύγετα της Αυστραλίας χαρακτηρίζονται από την επίδραση της ασιατικής φιλοσοφίας και των τεχνικών διαλογισμού (Voigt & Laing, 2010).

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Αυστραλιανής CRC για τον Αειφόρο Τουρισμό, οι πάροχοι υπηρεσιών στον τομέα του τουρισμού υγείας και ευεξίας (σπα, θέρετρο σπα, ξενοδοχεία σπα, κέντρα τρόπου ζωής) εξακολουθούν να θεωρούνται νέα. Ο αριθμός των ιαματικών λουτρών όπου οι τουρίστες μπορούν να διανυκτερεύσουν δείχνει να έχει μια αυξανόμενη τάση και οι περισσότεροι πάροχοι υπηρεσιών διαθέτουν φυσικούς πόρους θερμικού νερού, κάτι που δίνει στα ιαματικά λουτρά μοναδικό χαρακτήρα. Οι εθνικοί

τουρίστες είναι εκείνοι που είναι πιο πιθανό να χρησιμοποιούν υπηρεσίες σπα, αλλά τα ιαματικά λουτρά δεν είναι οι κύριοι προορισμοί τους (Csirmaza & Károly, 2015).

4.4.2 Ασία

Την τελευταία δεκαετία, στις χώρες της Βόρειας Αμερικής, της Ανατολικής και Νοτιοανατολικής Ασίας ο τουρισμός ευεξίας θεωρείται ένας από τους τουριστικούς χώρους με τις πιο επιτυχημένες και σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης (Kiss & Török, 2001; Rátz, 2004). Εκτός από τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, η τάση ότι αυξάνεται ο ρόλος των υπηρεσιών day-spa που λειτουργούν σε εμπορικά κέντρα, κέντρα ομορφιάς, κέντρα γυμναστικής κ.λπ., παρατηρείται επίσης στην Ασία. Αυτά τα μέρη δημιουργούν ευκαιρίες για ευχαρίστηση κατά τη διάρκεια της ημέρας παρέχοντας διάφορες υπηρεσίες χαλάρωσης, θεραπείας και ομορφιάς (Rátz, 2002). Λαμβάνοντας υπόψη την εξαιρετικά δυναμική ανάπτυξη του τουρισμού της Νοτιοανατολικής Ασίας, δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι ο τουρισμός υγείας που είναι παραδοσιακά δημοφιλής στην Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική έχει αποκτήσει επίσης καθοριστικό ρόλο στην επέκταση των τουριστικών προσφορών. Οι περισσότερες από τις χώρες της περιοχής διαθέτουν τους πόρους και τις παραδόσεις που μπορούν να χρησιμοποιηθούν και στον τουρισμό υγείας (π.χ. ιαπωνική ή κορεατική κουλτούρα λουτρού, ινδονησιακές θεραπείες σώματος, ταϊλανδέζικες τεχνικές μασάζ ή βιομηχανία καλλυντικών της Νοτιοανατολικής Ασίας) (Csirmaza & Károly, 2015).

4.4.3 Βόρεια Αμερική

Οι μελέτες για τον ιαματικό τουρισμό στη βορειοαμερικανική ήπειρο πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τις σημαντικές διαφορές μεταξύ της ευρωπαϊκής και της αμερικανικής ερμηνείας της έννοιας του σπα. Στην ευρωπαϊκή έννοια αναφέρεται κυρίως σε ιατρικά λουτρά, ενώ στις Ηνωμένες Πολιτείες συνδέεται με εγκαταστάσεις όπου οι πάροχοι υπηρεσιών προσπαθούν να δημιουργήσουν τη σωματική, πνευματική και πνευματική ευεξία και ισορροπία των πελατών με διάφορα μέσα (π.χ. διαλογισμός, θεραπείες

ομορφιάς, γιόγκα, αθλητικές δραστηριότητες, σωστή διατροφή) (Rátz, 2004). Όσον αφορά το ISPA, το 1999 οι Ηνωμένες Πολιτείες φιλοξένησαν περίπου 95 εκατομμύρια επισκέπτες σε 5.700 εγκαταστάσεις που παρέχουν υπηρεσίες σπα. Η έρευνα σχετικά με τη διανομή διαφόρων τύπων σπα αποκαλύπτει ότι τα ιαματικά λουτρά διαδραματίζουν βασικό ρόλο σε ολόκληρο τον τομέα (αποτελούν το 72,4% των προσφορών), όπως και τα ξενοδοχεία σπα και τα θέρετρα (18,8%). Από τότε, σημειώθηκε μια άνευ προηγουμένου εξέλιξη στον τομέα των σπα των Ηνωμένων Πολιτειών: ο αριθμός των εγκαταστάσεων σπα τετραπλασιάστηκε την περίοδο 1990-1999 (ο αριθμός των ιαματικών λουτρών ήταν 1.331 το 1990 και αυτός ο αριθμός αυξήθηκε σε 5.698 το 1999 και αργότερα παρουσίασε ρυθμό ανάπτυξης 21% ετησίως. Αυτή η τάση συνεχίζεται με την ίδια ώθηση από τότε. Η επαγγελματική τοποθέτηση και η πολιτική τιμών είναι τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των εξελίξεων που σχετίζονται με τον τουρισμό υγείας. Τα ερευνητικά ευρήματα του ISPA δείχνουν ότι η τεράστια αύξηση της προσφοράς είναι το αποτέλεσμα των τάσεων των πελατών, των επενδυτών και των προϊόντων (Csirmaza & Károly, 2015).

4.5 ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Η Ευρώπη εξακολουθεί να παίρνει το μεγαλύτερο κομμάτι του διεθνούς τουρισμού. Ωστόσο, το μερίδιό της από ταξίδια εκτός περιοχών μειώνεται συνεχώς. Το 51,6% των αφίξεων, δηλ. 344,7 εκατομμύρια καταγράφηκαν εδώ το 2012. Όσον αφορά τα διεθνή τουριστικά έσοδα, η Ευρώπη είχε το μεγαλύτερο μερίδιο (42,1%, 453,4 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ). Σε σύγκριση με το 2011 (υπολογιζόμενο σε τοπικά νομίσματα), τα τουριστικά έσοδα της ηπείρου αυξήθηκαν κατά 1,8%, δηλαδή με κάπως χαμηλότερο ρυθμό από τους αριθμούς άφιξης τουριστών.

Η Ευρώπη είναι μία από τις περιοχές από τις οποίες προήλθε η σημαντική επιρροή των ιαματικών λουτρών (Hyde-Smith, 2012). Στον τομέα του ευρωπαϊκού σπα, το στοιχείο του νερού παίζει καθοριστικό ρόλο λόγω της σχέσης του με τη «λήψη νερού» (Ellis, 2008). Αρχικά, τα ευρωπαϊκά ιαματικά λουτρά είχαν συνδεθεί με μια φυσική ιαματική πηγή, από την οποία άνθρωποι όπως οι Ρωμαίοι και οι Έλληνες πίστευαν ότι είχε κάποια θεραπευτική δύναμη (Hyde-Smith, 2012) Ιστορικά, οι Ρωμαίοι θεώρησαν το σπα ως

κρίσιμη κοινωνική, πολιτική και ομαδική υπόθεση (Hyde-Smith, 2012). Η σύνδεση μεταξύ νερού, θεραπείας και σπα έχει εντοπιστεί στην Ευρώπη και εμφανίζονται δύο τύποι σπα. Αυτές οι δύο κατηγορίες είναι τα ιαματικά λουτρά που περιλαμβάνουν πηγές κρύου νερού για πόσιμο και φυσικές θερμές πηγές για θεραπευτικούς σκοπούς και θαλασσοθεραπεία που χρησιμοποιούν άλατα μέταλλα, θαλασσινό νερό, φύκια (Cohen & Bodecker, 2008). Ωστόσο, τα σύγχρονα ιαματικά λουτρά που χρησιμοποιούνται σήμερα στην ευρωπαϊκή βιομηχανία σπα ονομάζονται όλο και περισσότερο από τη γεωγραφική προέλευση του νερού που χρησιμοποιείται στη θεραπεία. Για παράδειγμα, έχουμε το μασάζ Aix και το μασάζ Vichy (Hyde-Smith, 2012). Ο εντοπισμός αυτών των ιαματικών λουτρών είναι σημαντικός επειδή ορισμένοι ευρωπαϊκοί προορισμοί, όπως το Baden Baden στη Γερμανία και η Βουδαπέστη στην Ουγγαρία χρησιμοποιούν τα σπα ως πηγή τουριστικού αξιοθέατου δείχνοντας την επιτυχία του ευρωπαϊκού ιαματικού τουρισμού (Hyde-Smith, 2012).

Με την πάροδο του χρόνου, τα ευρωπαϊκά ιαματικά λουτρά έχουν υποστεί μια μνημειακή αλλαγή τον δέκατο ένατο αιώνα από την αρχική τους αποστολή υγείας και θεραπείας στην περιποίηση και στην πολυτέλεια (Hyde-Smith, 2012). Καθώς τα πράγματα άλλαξαν, προστέθηκαν περισσότερα στοιχεία στην ευρωπαϊκή ιδέα του σπα, όπου οι άνθρωποι άρχισαν να παρευρίσκονται στο σπα, όχι για θεραπεία, αλλά για αναζήτηση χαλάρωσης, ομορφιάς, υγείας, έμπνευσης και στο τέλος για σεξουαλική ευχαρίστηση (Ellis, 2008). Εν τω μεταξύ, τα ιαματικά λουτρά έγιναν όλο και περισσότερο μια συνήθεια των πλούσιων (Hyde-Smith, 2012) Μερικές από τις προσθήκες που έγιναν για την ανάπτυξη ενός ευρωπαϊκού σπα περιελάμβαναν εγκαταστάσεις θαλασσινού νερού, κλιματικά θέρετρα και φυσιοθεραπεία (Hyde-Smith, 2012).

Οι μελέτες δείχνουν ότι η αναπτυξιακή τάση της ευρωπαϊκής οικονομίας σπα δεν ήταν πάντα σε ανοδική πορεία, αλλά σε κυκλικές αλλαγές. Για παράδειγμα, στην αρχή της φάσης του εικοστού αιώνα, πολλά ευρωπαϊκά θέρετρα σπα αντιμετωπίζονται με απόλυτη αδιαφορία και αχρηστία κάτι που οδήγησε σε κάμψη την ανάπτυξη του ευρωπαϊκού τομέα σπα (Ellis, 2008). Η πρόσφατη απόσυρση της κρατικής χρηματοδότησης για προγράμματα φροντίδας ανάγκασε επίσης πολλά σπα να υιοθετήσουν άλλα

επιχειρηματικά μοντέλα επιδεινώνοντας περαιτέρω το πρόβλημα αχρηστίας, και επηρεάζοντας αρνητικά τον ιαματικό τουρισμό στην Ευρώπη (Hyde-Smith, 2012). Ωστόσο, αυτή η τάση έχει αντιστραφεί από την υψηλή ζήτηση για υπηρεσίες σπα από τις γενιές των baby boomers και από τα παιδιά τους ή από τη γενιά X, που αποτελούν τους μεγάλους καταναλωτές υπηρεσιών που σχετίζονται με σπα και ιαματικές πηγές, ειδικά στην Ευρώπη (Hyde-Smith, 2012).

4.6 ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.6.1 Ιστορικά στοιχεία

Η Ελλάδα είναι μια χώρα με σημαντικό αριθμό θερμών πηγών (περίπου 500 σύμφωνα με το Εθνικό Ινστιτούτο Ορυκτών και Γεωλογικών Θεμάτων-IGME (Gioni-Stavropoulou, 1983; Orfanos, 1985; Sfetsos, 1988). Κατά συνέπεια, ο επακόλουθος - τουρισμός για ιαματικές πηγές - αποτέλεσε μια πολύ δημοφιλή δραστηριότητα στη χώρα από την αρχαιότητα. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα θεωρείται η γενέτειρα του τουρισμού για ιαματικές πηγές και είναι η περιοχή όπου κατασκευάστηκαν τα πρώτα κτίρια με εγκαταστάσεις σπα. Τα Ασκληπιεία (5ος αιώνας π.Χ.) ήταν κτίρια συστηματικά και αποκλειστικά χτισμένα δίπλα σε θερμές πηγές και αποτελούνταν από ναούς για τη λατρεία των θεών και προορίζονταν για θεραπευτικές θεραπείες (Greek Association of Hot Springs Municipalities – Greek Thermal Agency, 2006; Skarpia-Hoipel, 1996).

Στη σύγχρονη εποχή, το ελληνικό κράτος άρχισε να αναζωπυρώνει την τουριστική δραστηριότητα των σπα μετά τις αρχές του 19ου αιώνα, λόγω της οθωμανικής κατοχής που προηγείτο της ίδρυσης του νεοελληνικού κράτους και διήρκεσε αιώνες. Ωστόσο, η ουσιαστική ανάπτυξη του τουρισμού ιαματικών πηγών δεν έφτασε πριν από τις αρχές του 20ού αιώνα (Charitakis, 1935). Από εκείνο το σημείο ο ιαματικός τουρισμός αναπτύχθηκε ραγδαία, καθώς αποτελούσε την επικρατούσα μορφή τουρισμού που βρέθηκε στη χώρα εκείνη την εποχή. Αναμφίβολα, το ελληνικό κράτος συνέβαλε επίσης καθοριστικά σε αυτό, εφαρμόζοντας εκτεταμένα και δομημένα προγράμματα ανάπτυξης και εκσυγχρονισμού για προορισμούς σπα σε τακτά χρονικά διαστήματα. Συγκεκριμένα,

σε αυτό το πλαίσιο, μια ομάδα περιοχών με ιαματικές πηγές προετοιμάστηκε κατάλληλα για να καλωσορίσει σύγχρονες και αισθητικά σχεδιασμένες εγκαταστάσεις σπα και ξενοδοχεία, με σκοπό την ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα (Charitakis, 1935; Lekkas, 1938).

Ως αποτέλεσμα, για πολλά χρόνια - από τη δεκαετία του 1950 έως τη δεκαετία του 1970 - η Ελλάδα πέτυχε να προσφέρει ιαματικό τουρισμό υψηλής ποιότητας. Αυτό το πέτυχε δημιουργώντας διαθέσιμες εγκαταστάσεις προσανατολισμένες κυρίως στην παροχή θεραπευτικών θεραπειών. Με αυτόν τον τρόπο, μπόρεσε να προσελκύσει μεγάλο αριθμό τουριστών τόσο από τη χώρα όσο και από το εξωτερικό (GNTO, 1954; 1966). Ωστόσο, αυτή η ευημερία δεν θα διαρκούσε πολύ. Τη δεκαετία του 1980, ο ιαματικός τουρισμός στην Ελλάδα εισήλθε σε περίοδο ύφεσης και παρακμής (Spathi, 2000), κυρίως λόγω της αδυναμίας του να προσαρμοστεί στις νέες τάσεις που βρέθηκαν στην τουριστική αγορά, οι οποίες υπέδειξαν ότι οι υπηρεσίες και οι εγκαταστάσεις σπα έπρεπε να υπογραμμίζουν την ευεξία μάλλον παρά τη θεραπεία.

Αυτή η κατάσταση άρχισε τελικά να αλλάζει, αλλά όχι χωρίς σχετική καθυστέρηση, γύρω στις αρχές της νέας χιλιετίας. Το 2000, ένας μικρός αριθμός σύγχρονων και πολυτελών εγκαταστάσεων σπα, που προσφέρουν «σύγχρονες» υπηρεσίες και θεραπείες ευεξίας, ξεκίνησαν στην ελληνική τουριστική αγορά. Αυτά δημιουργήθηκαν δίπλα σε μερικές από τις παλαιότερες εγκαταστάσεις «κλασικού τύπου» που συνέχισαν να λειτουργούν αλλά χωρίς να ενημερώσουν ούτε την υποδομή τους ούτε τις υπηρεσίες τους (Papageorgiou & Beriatos, 2011).

Σε γενικές γραμμές, θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι αυτή η τάση, η οποία ξεκίνησε στις αρχές του 21ου αιώνα, συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Συγκεκριμένα, δεδομένου ότι η τουριστική αγορά υπαγορεύει τώρα ότι η ευεξία - αντί της θεραπείας - αποτελεί την κυρίαρχη πτυχή ή στοιχείο του ιαματικού τουρισμού. Οι ελληνικοί προορισμοί σπα έχουν προσανατολιστεί κυρίως στην παροχή «σύγχρονων» και πολυτελών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών, δηλ. πολυθεματική ευεξία. Αυτό έρχεται σε βάρος του εκσυγχρονισμού των πιο «κλασικών» εγκαταστάσεων, οι οποίες παραδοσιακά παρέχουν θεραπευτική επίσκεψη (Papageorgiou & Beriatos, 2011).

4.6.2 Κύρια χαρακτηριστικά

Σύμφωνα με την τελευταία απογραφή του Ινστιτούτου Γεωλογικής και Μεταλλευτικής Εξερεύνησης το 1988, οι καταγεγραμμένες πηγές θερμικού νερού στην Ελλάδα είναι 822. Οι περισσότερες από αυτές βρίσκονται σε παράκτιες περιοχές, λιγότερο σε πεδιάδες και ακόμη λιγότερο σε οροσειρές. Η γεωγραφική κατανομή των ιαματικών πηγών σχετίζεται με τη μορφολογία της χώρας κυρίως λόγω ηφαιστειακών εκρήξεων και τεκτονικών ρωγμών, ενώ ορισμένες δεν σχετίζονται με την ηφαιστειακή δραστηριότητα και βρίσκονται σε ορεινές περιοχές. Από όλες τις πηγές, μπορούν να χρησιμοποιηθούν 752 θερμικές πηγές, ενώ μόνο 348 από αυτά χρησιμοποιούνται. 180 χρησιμοποιούνται για λουτροθεραπεία, 148 για θεραπεία με πόσιμο νερό και 20 για θεραπεία με λουτροθεραπεία και πόσιμο (Nikoli & Lazakidou, 2019). Οι θερμικές πηγές μπορούν να χωριστούν σε δύο κατηγορίες: τις θερμικές πηγές τουριστικής σημασίας και τις θερμικές πηγές τοπικής σημασίας. Υπάρχουν 23 πηγές Τουριστικής Σημασίας στην Ελλάδα, σε 16 από αυτές εφαρμόζεται υδροθεραπεία και 53 τοπικής σημασίας, 36 από τις οποίες λειτουργούν (Koumelis, 1996; Spathi, 2000).

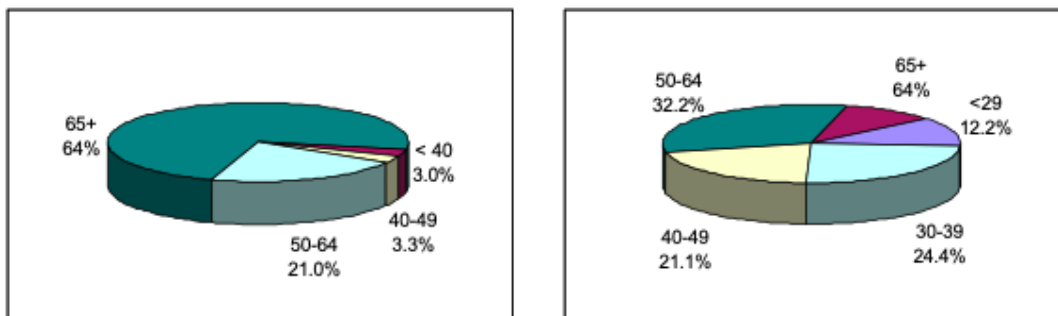
Η ζήτηση για ιαματικό τουρισμό χαρακτηρίζεται από υψηλή εποχικότητα σε μεγάλα θέρετρα spa, καθώς η πλειονότητα των επισκεπτών τους επισκέπτεται από τον Αύγουστο έως τον Σεπτέμβριο. Πολλές θερμικές πηγές, αν και θεωρούνται πολύτιμες λόγω της γεωγραφικής τους θέσης, της ποσότητας και της ποιότητας των ιαματικών τους υδάτων, δεν μπορούν να αξιοποιηθούν καθόλου ή χαρακτηρίζονται από έλλειψη σύγχρονων εγκαταστάσεων. Λόγω της οικονομικής κατάστασης στην Ελλάδα, υπήρξαν πολλές περικοπές του προϋπολογισμού στα ταμεία υγείας και ασφάλισης, και ως αποτέλεσμα λιγότεροι ασφαλισμένοι έχουν την ευκαιρία να χρησιμοποιούν θερμικές υπηρεσίες, ενώ οι σύγχρονες πολυτελείς εγκαταστάσεις θεωρούνται απρόσιτες από τον μέσο Έλληνα. Ταυτόχρονα, η έλλειψη πόρων για επενδύσεις για αναβάθμιση εγκαταστάσεων, ο μη εμπλουτισμός του ιαματικού τουρισμού με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού και η μικρή γκάμα προϊόντων ευεξίας εμποδίζουν την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας. Επιπλέον, οι ανεπαρκείς πληροφορίες σχετικά με τη χρήση ιαματικών νερών όχι μόνο για την αποκατάσταση αλλά και για την πρόληψη ασθενειών

σε όλες τις ηλικίες, καθώς και την έλλειψη ολοκληρωμένου σχεδιασμού από το κράτος, έτσι ώστε να υπάρχουν στρατηγικά προγράμματα μάρκετινγκ για την προώθηση του θερμικού τουρισμού στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, έχουν αποτρέψει την ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού (Sfakianakis, 2000; Kouskoukis, 2016; Venetsanopoulou, 2006; Papageorgiou, 2010).

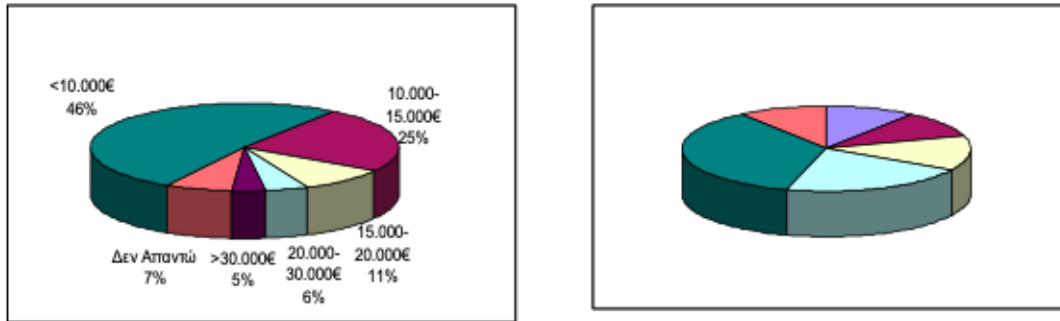
Σε μια ενδιαφέρουσα έρευνα, οι Beriatos & Papageorgiou (2009) εξερεύνησαν τα σύγχρονα στατιστικά δεδομένα από μεγάλα ιαματικά λουτρά της Ελλάδας.

Ξεκινώντας από τη σύνθεση του επιλεγμένου δείγματος, ανακάλυψαν ότι είτε ο θεραπευτικός ιαματικός τουρισμός είτε ο σύγχρονος ιαματικός τουρισμός (για λόγους ευεξίας) αποτελούν «γυναικεία υπόθεση». Συγκεκριμένα, το 60,5% των συνολικών 610 «κλασικών» τουριστών spa ήταν γυναίκες. Ομοίως, το 66,7% των 90 «σύγχρονων» τουριστών spa ήταν γυναίκες (Beriatos & Papageorgiou, 2009).

Παρόλο που η σύνθεση αυτών των δύο κατηγοριών φαίνεται ομοιογενής, τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά τους ήταν εντελώς διαφορετικά. Έτσι, όσον αφορά την ηλικία τους, οι «κλασικοί» τουρίστες spa είναι κυρίως ηλικιωμένοι (72,8%), ενώ αντίθετα οι «σύγχρονοι» τουρίστες spa ανήκουν σχεδόν σε όλες τις ηλικίες και ειδικότερα στο 90% αυτών είναι κάτω των 65 ετών.



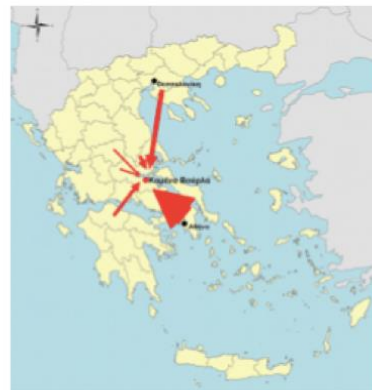
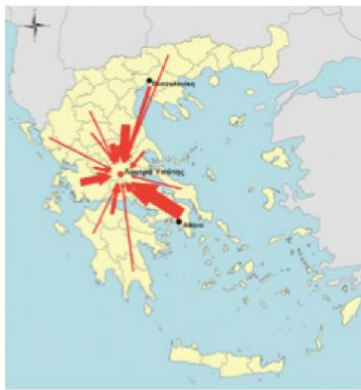
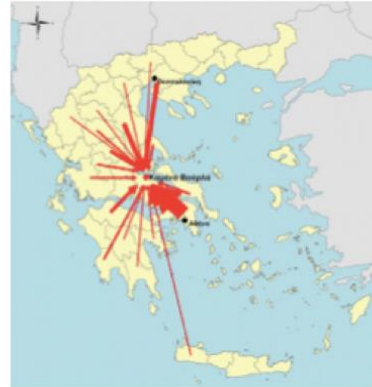
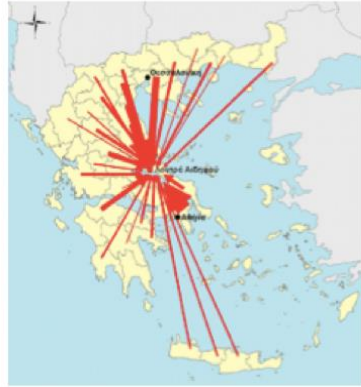
Εικόνα 36 Διανομή τουριστών ανά ηλικία στα κλασικά και στα μοντέρνα spa-λουτρά (Beriatos & Papageorgiou, 2009).



Εικόνα 17 Διανομή τουριστών ανά ετήσιο εισόδημα στα κλασσικά και στα μοντέρνα spa-λουτρά (Beriatos & Papageorgiou, 2009).

Όσον αφορά την οικονομική κατάσταση και των δύο τύπων τουριστών spa, το 75,8% των «κλασικών» τουριστών spa δεν κερδίζει περισσότερα από 15.000 € ετησίως, ενώ το ετήσιο εισόδημα του 56,7% των «σύγχρονων» τουριστών spa είναι πάνω από 20.000 €. Κατά συνέπεια, η έρευνα μας οδήγησε στο συμπέρασμα ότι σχεδόν το 70% των «κλασικών» τουριστών spa συχνάζουν στα λουτρά, χάρη στην επιδότηση που κερδίζουν από το Ταμείο Κοινωνικών Ασφαλίσεων ή το κράτος (κοινωνικά προγράμματα), ενώ το 91,1% των «σύγχρονων» τουριστών spa επισκέπτονται την λουτρόπολη (Beriatos & Papageorgiou, 2009).

Επίσης, όσον αφορά την καταγωγή (τόπος διαμονής) των τουριστών spa, φαίνεται ότι από τη μία πλευρά η πλειοψηφία των «κλασικών» τουριστών spa προέρχονται από την ελληνική περιφέρεια, ενώ αντίθετα οι σύγχρονοι τουρίστες spa προέρχονται από τις μεγάλες αστικές περιοχές (κυρίως Αθήνα και Θεσσαλονίκη) και από το εξωτερικό (Beriatos & Papageorgiou, 2009).



Εικόνα 18 Με τη φορά του ρολογιού από πάνω και αριστερά: Λουτρά Αιδηψού ("κλασικοί" τουρίστες σπα), Καμένα Βούρλα ("κλασικοί" τουρίστες σπα), Λουτρά Ιπάτης ("κλασικοί" τουρίστες σπα), Καμένα Βούρλα ("σύγχρονοι" τουρίστες σπα) (Beriatos & Parageorgiou, 2009).

5 ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ

5.1 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΑΣ: NORDIC WELL-BEING

Η μελέτη χρηματοδοτήθηκε από το Nordic Innovation Center (NICe), του οποίου ο κύριος σκοπός είναι η χρηματοδότηση έργων και η συνεργασία με κυβερνήσεις για την τόνωση της καινοτομίας σε όλους τους οικονομικούς τομείς. Το κέντρο διοικείται από το σκανδιναβικό συμβούλιο υπουργών που περιλαμβάνει τις συμμετέχουσες χώρες της Δανίας, της Φινλανδίας, της Νορβηγίας και της Σουηδίας. Το έργο Nordic Wellbeing προσπαθεί να αναπτύξει ένα καινοτόμο σκανδιναβικό περιεχόμενο για τον τουρισμό ευημερίας και μια έννοια ευεξίας που θα μπορούσε να προσφερθεί σε όλες τις σκανδιναβικές χώρες (Hjalager et al., 2011).

Οι ενδιαφερόμενοι στη μελέτη είναι ερευνητές και από τις πέντε συμμετέχουσες χώρες, κυρίως πανεπιστήμια εφαρμοσμένων επιστημών και συνεργάζονται με τις ακόλουθες περιοχές των σκανδιναβικών χωρών (Hjalager et al., 2011):

- Kainuu και Vuokatti (Φινλανδία)
- Jyväskylä (Φινλανδία)
- Vaasa (Φινλανδία)
- Åre (Σουηδία)
- Νότια Δανία
- Beitostølen (Νορβηγία)
- Μývatn (Ισλανδία).

Οι καινοτομίες δοκιμάστηκαν στις «εργαστηριακές περιοχές» κατά την περίοδο 2008-2010. Σε αυτές τις εργαστηριακές περιοχές, αναπτύσσονται αρκετές καινοτομίες όπως (Hjalager & Flagestad, 2012):

- Βασικές καινοτομίες προϊόντων και υπηρεσιών (π.χ. ο ρόλος της ποιότητας του νερού στα προϊόντα ευεξίας)
- Διαφοροποίηση προϊόντων (π.χ. εισαγωγή μιας έννοιας ευημερίας για οικογένειες)
- Τεχνολογική καινοτομία (π.χ. μια επιχείρηση τεχνολογίας που παρέχει υπηρεσίες παρακολούθησης της υγείας και της ευεξίας)
- Θεσμικές καινοτομίες (π.χ. δικτύωση και συνεργασία μεταξύ διαφορετικών επιχειρηματικών τομέων)

Το έργο έχει διάφορους σκοπούς και στόχους, με πρωταρχικό στόχο να δημιουργεί διαδικασίες συνεργατικών διαδικασιών σε καινοτόμα και ουσιαστικά προϊόντα ευεξίας (Hjalager et al., 2011). Τέλος, το έργο είχε ως στόχο να κοινοποιήσει τα αποτελέσματα στους ενδιαφερόμενους και στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για να εξασφαλίσει μια ευρεία εφαρμογή των αποτελεσμάτων (Hjalager et al., 2011).

Οι τάσεις της τουριστικής αγοράς ευεξίας διερευνήθηκαν σε σκανδιναβικό πλαίσιο για να αποκαλυφθεί ο νέος πελάτης ευεξίας και ευκαιρίες για προσφορές «ολιστικής ευεξίας» που περιλαμβάνουν όλα τα στοιχεία ευεξίας (σώμα, χαλάρωση, υγεία και μυαλό). Μοναδικά σημεία πώλησης που κάνουν τους προορισμούς της Σκανδιναβικής ευημερίας να θεωρούνται αισθητικοί, η αξία της απλότητας και της αρμονίας και η φροντίδα για το περιβάλλον. Εκτός από αυτές τις κοινές αξίες, κάθε χώρα έχει τη δική της «προφορά επωνυμίας», όπως η φύση για τη Νορβηγία, διασκέδαση στη Δανία και απλότητα στη Σουηδία. Η επιτυχημένη καθιέρωση επωνυμίας σημαίνει συνεχή χειροτεχνία και επανεφεύρεση του προϊόντος μέσω της ανάπτυξης θέσεων.

Διαφορετικοί τύποι καινοτομιών (προϊόν, διαφοροποίηση, τεχνολογική, θεσμική) μπορούν να κατευθύνουν τον τουρισμό της Σκανδιναβικής Ευημερίας προς το μέλλον στην ανάπτυξη προορισμών. Οι πολιτικές φαίνεται να είναι σημαντικές. Προσδιορίστηκαν τρεις κατηγορίες παρεμβάσεων που ξεκίνησαν δημόσια:

- Μια πολιτική ενσωμάτωσης και συντονισμού με άλλες πολιτικές όπως ο προγραμματισμός, οι πολιτικές εργασίας και υγείας δημιούργησαν πιθανότητες επιτυχίας.
- Προώθηση της συνεργασίας με βάση τους πόρους σε τοπικά πλαίσια, όπου ο επιχειρηματικός ζήλος είναι απαραίτητος για την πραγματοποίηση των πραγμάτων.
- Νέα μοντέλα επωνυμίας και μάρκετινγκ που χρησιμοποιούν επωνυμία μικρής κλίμακας, επωνυμία εκπομπής, επωνυμία κοινότητας και ελκυστική επωνυμία. Αυτό συνεπάγεται τη χρήση των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης ως «υπευθύνων για τη γνώμη» κατά τρόπο που να χαρακτηρίζει ένα προϊόν προορισμού ή τουρισμού με βάση αξίες και νόημα.

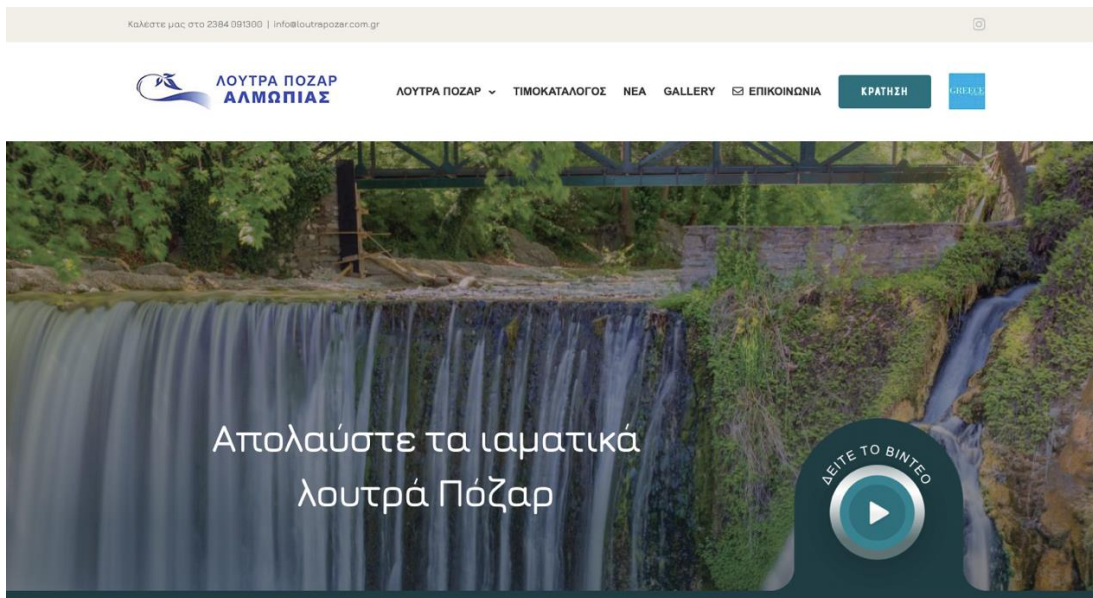
Το έργο Nordic Wellness δημιούργησε πολλές ακαδημαϊκές δημοσιεύσεις που ανέφεραν προκλήσεις και περιορισμούς σχετικά με τη μακροχρόνια συνεργασία, το συντονισμό και την αποτελεσματικότητα.

Οι Hjalager et al. (2011, p. 4) ανέμεναν ότι η «γνήσια και αποφασιστική κοινή επιχείρηση για την εμπορία της Nordic Wellness» θα είναι «θέμα μακροπρόθεσμης στρατηγικής και επέκτασης δικτύων συνεργασίας και δεν είναι πιθανό να συμβεί γρήγορα». Μια επιπλοκή που προστέθηκε σε αυτό είναι ότι «σε πολλές περιπτώσεις, οι πόροι για μια διαφοροποίηση είναι άφθονοι διαθέσιμοι σε μια περιοχή, αλλά ένας συντονισμένος σχεδιασμός και μάρκετινγκ είναι ουσιαστικά αυτό που λείπει» Hjalager and Flagestad (2012, p. 731). Αυτό επιβεβαιώνεται από τον Tuohino (2013, p. 278) για τη φινλανδική κατάσταση, ο οποίος παρατήρησε ότι, για παράδειγμα, «οι λίμνες και τα τοπία της λίμνης δεν χρησιμοποιούνται αποτελεσματικά και μέχρι στιγμής δεν υπάρχουν σαφή προφίλ ευημερίας στις εργαστηριακές περιοχές από την άποψη του τουρισμού». Άλλες προκλήσεις που αναφέρονται περιλαμβάνουν την ενσωμάτωση φυσικών προϊόντων στην εμπειρία, την ενίσχυση της χρήσης της τεχνολογίας, την ενίσχυση ιατρικών σχετικών προσφορών και τη δημιουργία εκδηλώσεων ευεξίας (Hjalager & Flagestad, 2012).

5.2 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΛΟΥΤΡΩΝ ΠΟΖΑΡ

5.2.1 Γενικά στοιχεία

Τα λουτρά Λουτρακίου Αριδαίας, γνωστά και με την ονομασία "Λουτρά Πόζαρ", είναι γνωστά για τη φυσική ομορφιά τους και την εξαιρετική άγρια φύση που τα περιβάλλει. Πέντε ιαματικές πηγές αναβλύζουν κατά μήκος του ποταμού, ο οποίος συνεχίζει τη ροή του στη λεκάνη της Αλμωπίας (www.loutrapozar.com).



Εικόνα 19 Ιστότοπος των Λουτρών Πόζαρ (www.loutrapozar.com).

Τα νερά ανακηρυχθήκαν ιαματικά το 1920. Οι πηγές έχουν παροχή 650 κυβικά μέτρα ανά ώρα και θερμοκρασία 37-38°C. Το νερό χαρακτηρίζεται ως θερμό, $\text{HCO}_3\text{-Ca-Ng-K-B-As}$ ολιγομεταλλικό, υποτονικό ιαματικό νερό (www.loutrapozar.com). Τα νερά των φυσικών ή ιαματικών πηγών είναι νερά, που πηγάζουν μέσα από πετρώματα και βράχους που βγαίνουν από τα έγκατα της γης.

Πίνακας 3 « Σημείωση: Μετά από προσαρμογή στην ελληνική και επανασχεδιασμό από την αρχική πηγή: *Συστατικά Νερού λουτρών Πόζαρ* (<https://loutrapozar.com.gr/water-details/>)»

Συστατικά Ιαματικού Νερού Λουτρών Πόζαρ
ΚΑΛΙΟ: Βοηθά στη σωστή λειτουργία των κυττάρων, στην καρδιακή λειτουργία, λειτουργία πεπτικού και μυϊκού συστήματος
ΝΑΤΡΙΟ: Διατήρηση της ισορροπίας των υγρών στο σώμα και τη μετάδοση των νευρικών ερεθισμάτων
ΛΙΘΙΟ: Ενδείκνυται στην θεραπεία μανιακών επεισοδίων και διπολικής διαταραχής
ΜΑΓΓΑΝΙΟ: Αντιοξειδωτικές ιδιότητες, καλή πέψη τροφών, ενίσχυση της δομής των οστών
ΠΥΡΙΤΙΟ: Διευκολύνει τον εμπλουτισμό των οστών με ασβέστιο και μέταλλα. Απαραίτητο για την πρόληψη της οστεοπόρωσης
ΦΘΟΡΙΟ: Ευεργετική επίδραση στην υγεία των δοντιών, αντιμετώπιση προβλημάτων οστεοπόρωσης
ΣΙΔΗΡΟΣ: Έλλειψη σιδήρου προκαλεί αναιμία, κόπωση, ωχρό δέρμα, ταχυκαρδία, αδυναμία συγκέντρωσης, εύθραυστα νύχια, απώλεια μαλλιών, επιδείνωση δύσπνοιας
ΜΑΓΝΗΣΙΟ: Έλλειψη μαγνησίου συνδέεται με καρδιαγγειακές νόσους, διαβήτη και υπέρταση

Τα λουτρά Λουτρακίου Αριδαίας (Πόζαρ) είναι ένας οργανωμένος προορισμός με διαμορφωμένες εσωτερικές και εξωτερικές πισίνες, χαμάμ και τζακούζι στα οποία μέσω αγωγών, διοχετεύονται μεγάλες ποσότητες ζεστού, τρεχούμενου νερού, το οποίο συνεχώς ανανεώνεται. Οι πισίνες είναι έξι, σε κλειστές εγκαταστάσεις.

Όσον αφορά την επισκεψιμότητα, σε άρθρο της Business News, στις 13 Απριλίου 2018, ο δήμαρχος Αλμωπίας, Δημήτρης Μπίνος αναφέρει, ότι η επισκεψιμότητα στα Λουτρά Πόζαρ είχε σημειώσει άνοδο, ως και 70% σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Πιο συγκεκριμένα, σε απόλυτους αριθμούς οι επισκέπτες ξεπέρασαν το 1.000.000 από την Ελλάδα αλλά και τις γειτονικές χώρες. Επιπλέον, ενδιαφέρον παρουσιάζει ότι η προσέλευση αφορά τόσο τα Σαβ/κα όσο και τις καθημερινές ημέρες, κάτι που καθιστά τη λουτρόπολη των Πόζαρ, πρώτη σε επισκεψιμότητα σε σχέση με τις άλλες λουτροπόλεις της Ελλάδος. Ο δήμαρχος τόνισε τη σημαντικότητα της λουτρόπολης και για τα γύρω ξενοδοχεία και δωμάτια (100% πληρότητα), αλλά και τη διαφοροποίηση των επισκεπτών. Ανέφερε ότι αν και στα Λουτρά παλαιότερα έρχονταν κυρίως άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, ο πληθυσμός πλέον αφορά πολλούς νέους, ζευγάρια, και σχολεία από όλη την Ελλάδα.

Η τοποθεσία των λουτρών Πόζαρ είναι αξιοσημείωτη καθώς σε απόσταση μικρότερης της μιας ώρας οδικώς, τοποθετούνται πόλοι έλξης:

- Το Χιονοδρομικό κέντρο Βόρρα - Καιμακτσαλάν (38χλμ).
- Οι Ιερές Μονές Αρχαγγέλου Μιχαήλ και Αγίου Ιλαρίωνος Μογλενών (49χλμ και 17χλμ αντίστοιχα).
- Η Αριδαία με εμπορικά καταστήματα (14χλμ).
- Έδεσσα και το πάρκο καταρρακτών (32χλμ).
- Στα όρια των λουτρών υπάρχει το πρώτο και μοναδικό σπηλαιολογικό πάρκο της Ελλάδας που περιλαμβάνει και το Φυσιογραφικό, Παλαιοντολογικό και Λαογραφικό μουσείο Αλμωπίας.

Όλα τα παραπάνω προσθέτουν στην αξία της τοποθεσίας των ιαματικών λουτρών και εμπλουτίζουν το φάσμα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε οικολογικό, ορειβατικό, περιηγητικό, θρησκευτικό, πολιτιστικό, σπηλαιολογικό.

5.2.2 Πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα

Υπάρχουν κάποια πλεονεκτήματα που ξεχωρίζουν τα λουτρά Πόζαρ ως ένα σημείο άφιξης για ιαματικό τουρισμό. Αυτά είναι:

- Θέση. Πρόκειται για μια περιοχή που βρίσκεται δίπλα σε σημαντικά σημεία ενδιαφέροντος όπως άλλα αξιοθέατα, χιονοδρομικό κέντρο κτλ.
- Πρόσβαση σε εμπορικά σημεία. Μια απαίτηση του σύγχρονου τουρίστα είναι να μπορεί να βρίσκει κοντά του ότι χρειάζεται. Καφετέριες, εστιατόρια, σουπερμάρκετ και είδη πρώτης ανάγκης βρίσκονται κοντά στα Λουτρά Πόζαρ και σε άλλες περιοχές (πχ. Αριδαία).
- Συνδυασμός αθλητικών δραστηριοτήτων και άλλων δραστηριοτήτων ευεξίας όπως ορειβασία, αναρρίχηση, κατάβαση, διαλογισμός στη φύση.

Από την άλλη τα βασικά μειονεκτήματα είναι:

- Μη εκσυγχρονισμένες υποδομές στα Λουτρά Πόζαρ που δεν ανταποκρίνονται στις ανάγκες όλου του πληθυσμού (πχ)πρόσβαση σε ΑΜΕΑ.
- Μη εκσυγχρονισμένα ξενοδοχεία πλησίον των λουτρών (σε αντίθεση με τα γύρω μπανγκαλόου)
- Ανευρέσιμο προσωπικό στις γύρω τουριστικές επιχειρήσεις.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο θερμικός τουρισμός έχει μεγάλη σημασία για την Ελλάδα, καθώς διαθέτει τεράστιο αριθμό ιαματικών πηγών κατάλληλων για πρόληψη και θεραπεία διαφόρων ασθενειών. Σε συνδυασμό με τις ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες, τα διαφορετικά φυσικά εναλλασσόμενα περιβάλλοντα (ορεινά, πεδινά, παραλίμνια, παραθαλάσσια), την πλούσια πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά, τη μεσογειακή διατροφή, την προνομιακή θέση στον τουριστικό χάρτη και το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι ένας ασφαλής τουριστικός προορισμός, είναι ένας εξαιρετικός συνδυασμός με πολλές δυνατότητες για την ανάπτυξη του τουρισμού spa και άλλων μορφών εναλλακτικού τουρισμού, προσφέροντας ένα επιπλέον διαφοροποιημένο τουριστικό προϊόν για τη χώρα.

Οι ιαματικές πηγές της Ευρώπης καταλαμβάνουν τη μερίδα του λέοντος των εναλλακτικών τουριστών παγκοσμίως. Αυτό αναδεικνύει το γεγονός ότι υπάρχει η ευκαιρία προώθησης αυτού του τουριστικού προϊόντος και από την μεριά της Ελλάδας. Παράλληλα, παρατηρείται πως αν και στο παρελθόν ο ιαματικός τουρισμός ήταν άρρηκτα συνδεδεμένος με την υγεία, αυτό τείνει να θεωρείται πλέον συμβατικό. Ο ιαματικός τουρισμός επεκτείνεται σε περισσότερες υπηρεσίες που έχουν ως στόχο τόσο την σωματική υγεία καθώς και την γενικότερη ευεξία και ανάταση του ανθρώπου, την ευκαιρία να βρεθεί κοντά στη φύση και να χαλαρώσει «ψυχή τε και σώματι».

Η ενσωμάτωση της τεχνολογίας στην καθημερινότητα και οι πολλές ώρες θέασης ημερησίως, οι γρήγοροι ρυθμοί ζωής και το αναπτυγμένο άγχος που μπορεί να βιώνει ο άνθρωπος σήμερα, δημιουργούν όλες τις απαραίτητες ευκαιρίες ανάπτυξης του ιαματικού τουρισμού όλο το χρόνο και όχι μόνο ως εποχιακό προϊόν. Επιπρόσθετα, δημιουργούν την ευκαιρία διεύρυνσης του ηλικιακού φάσματος των επισκεπτών όλων των φύλων. Τα προαναφερθέντα, είναι δυνατό να επιτευχθούν με συνδυασμό υπηρεσιών και με εξατομικευμένα πακέτα στις ανάγκες των ταξιδιωτών.

Ωστόσο, όπως φάνηκε από την παραπάνω έρευνα, απαραίτητος είναι ο κεντρικός σχεδιασμός ενός πλάνου ανάπτυξης στοχεύοντας στην μέγιστη εμπειρία των επισκεπτών, με σεβασμό στο περιβάλλον. Ο κεντρικός σχεδιασμός αφορά στην θέσπιση κρατικών

οργάνων και πλαισίων, καθώς και επιχορηγήσεων που θα διασφαλίζουν την υγιή ανάδειξη των λουτροπόλεων και των γύρω περιοχών. Μία από τις αδιαμφισβήτητες αιτίες της παρακμής των ελληνικών λουτροπόλεων, είναι οι παρωχημένες εγκαταστάσεις τους. Είναι λυπηρό το γεγονός ότι μετά από 30 περίπου χρόνια λειτουργίας των λουτρών Πόζαρ, εδώ και ένα χρόνο φέρουν πλέον ειδικό σήμα πιστοποίησης από τον ΕΟΤ που εξασφαλίζει τη νόμιμη λειτουργία τους.

Τέλος, η μελέτη του Σκανδιναβικού μοντέλου ανέδειξε την ανάγκη για καινοτομία στον ιαματικό τουρισμό. Προτείνεται η απλότητα και η εναρμόνιση του ανθρώπου με το φυσικό περιβάλλον, η ανάπτυξη στρατηγικών προώθησης και συνεργιών με τοπικές επιχειρήσεις. Η παραπάνω μελέτη, θα μπορούσε να αποτελέσει παράδειγμα προς μίμηση και για την περίπτωση των λουτρών Πόζαρ καθώς το φυσικό περιβάλλον ενδείκνυται για την οργάνωση επιπρόσθετων δραστηριοτήτων που προωθούν τον υγιή τρόπο ζωής.

6 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

Η αναζωογόνηση των υπηρεσιών ιαματικών λουτρών σε παγκόσμια κλίμακα απαιτεί από τη χώρα μας να λάβει τις απαραίτητες μετρήσεις προκειμένου τα κέντρα τουρισμού ευεξίας και κυρίως τα ιαματικά λουτρά να μετατραπούν σε κέντρα θεραπείας και αναψυχής που προσφέρουν υπηρεσίες που ανταποκρίνονται σε τουρίστες από όλα τα οικονομικά και κοινωνικά επίπεδα και ηλικίες, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Η εκμετάλλευση των θεραπευτικών ιδιοτήτων και η ικανότητα των ιαματικών πηγών θα αποφέρει πολλά οικονομικά και κοινωνικά οφέλη που θα συμβάλουν όχι μόνο στην οικονομική ανάπτυξη σε εθνικό επίπεδο αλλά και σε περιοχές που δεν έχουν αξιοποιηθεί, όπως η αύξηση της απασχόλησης, η επέκταση της τουριστικής περιόδου και η αύξηση εισοδήματος. Μερικά από τα μέτρα προς αυτήν την κατεύθυνση είναι: προσαρμογή του νομικού πλαισίου, ώστε άτομα από το εξωτερικό να μπορούν να κάνουν χρήση των ιαματικών πηγών μέσω των ασφαλιστικών ταμείων τους, να καθορίσουν μια εθνική στρατηγική για τον προσδιορισμό και την προώθηση του τουρισμού των ιαματικών λουτρών. Επιπλέον, θα ήταν σημαντικό να συμπεριληφθούν τα κέντρα λουτροθεραπείας στην πρωτοβάθμια υγειονομική περίθαλψη και να αναγνωριστεί η υδροθεραπεία, η θεραπεία αργίλου κ.λπ. ως θεραπευτική λύση.

Επίσης, ο χωροταξικός σχεδιασμός θα πρέπει να συμβάλει στην προσοχή της μοναδικής ταυτότητας του προορισμού, να καλύψει τις απαιτήσεις των επισκεπτών και, τέλος, να διασφαλίσει τη βιωσιμότητα του χώρου spa και των νερών του, διατηρώντας τον έτσι ελκυστικό και επιτρέποντας στις μελλοντικές γενιές να επωφεληθούν από αυτή τη μοναδική μορφή τουρισμού.

Παράλληλα, η μοναδική μορφολογία του περιβάλλοντα χώρου και η γεωγραφική θέση των λουτρών Πόζαρ είναι ιδανική για την ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων και κυρίως νέων συνδυαστικών πακέτων εναλλακτικού τουρισμού με στόχο την περαιτέρω ενίσχυση της τοπικής οικονομίας όλο τον χρόνο έχοντας ως επίκεντρο την ευεξία και τον σεβασμό στο περιβάλλον.

Πιο συγκεκριμένα, το χιονοδρομικό κέντρο Καιμακτσαλάν βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από τα λουτρά και αποτελεί διακεκριμένο χειμερινό προορισμό. Η ενδεχόμενη σύνδεση των δύο τοποθεσιών (όπως π.χ με τηλεφερικό), θα μπορούσε να εμπλουτίσει την εμπειρία των επισκεπτών και να εξασφαλίσει την πολυήμερη διαμονή τους.

Επιπροσθέτως, υπάρχει η δυνατότητα του συνδυασμού του τουρισμού ευεξίας και του θρησκευτικού, τουρισμού καθώς στην περιοχή υπάρχουν δύο θρησκευτικά μνημεία περισυλλογής, η Ιερά Μονή Αρχαγγέλου Μιχαήλ και η Ιερά Μονή Αγίου Ιλαρίωνος Μογλενών, όπως επίσης και πολλές μεταβυζαντινές εκκλησίες.

Παράλληλα, στα όρια της Λουτρόπολης υπάρχει το μοναδικό σπηλαιολογικό πάρκο στην Ελλάδα που περιλαμβάνει περίπου 15 σπήλαια και έγκοιλα, που παρουσιάζουν παλαιοντολογικό και αρχαιολογικό ενδιαφέρον. Πακέτα ξεναγήσεων στο Λαογραφικό, Φυσιογραφικό, Παλαιοντολογικό Μουσείο συνδυαστικά με την επίσκεψη των λουτρών μπορούν επίσης να προσθέσουν αξία στην εμπειρία των επισκεπτών.

Ανεξάρτητα από τον συνδυασμό πακέτων δραστηριοτήτων που θα κάνουν το τουριστικό προϊόν ελκυστικότερο, είναι εξίσου σημαντικό να αναπτυχθούν οι κατάλληλες στρατηγικές προώθησης φιλικές προς το περιβάλλον, που θα αναδεικνύουν την ιδιαιτερότητα της περιοχής με στόχο τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Μία τέτοια στρατηγική αποτελεί η προώθηση εξατομικευμένων πακέτων ανάλογα με τα χαρακτηριστικά και τα ενδιαφέροντα του κάθε επισκέπτη.

Έπειτα, με ευθύνη απέναντι στο περιβάλλον και στις επόμενες γενιές, άλλη μία πρόταση είναι η εκμετάλλευση της θερμότητας των νερών για την θέρμανση κατοικιών της γύρω περιοχής και συνεπώς την εξοικονόμηση των συμβατικών πόρων παραγωγής ενέργειας.

Βέβαια, όλα τα παραπάνω προϋποθέτουν τον συγκερασμό της τοπικής διοίκησης με τον κρατικό μηχανισμό ο οποίος είναι αρμόδιος για την θέσπιση του πλαισίου λειτουργίας των ιαματικών λουτρών και την αειφόρα ανάπτυξη αυτών. Σχετικά με το τον τουρισμό, το νέο νομοσχέδιο του Υπουργείου Τουρισμού που παρουσιάστηκε από τον Υπουργό Τουρισμού στις 7 Δεκεμβρίου του 2020, περιλαμβάνει την θέσπιση ενός νέου Οργανισμού που αποσκοπεί στην ανάπτυξη του ιαματικού -θερμαλιστικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί έναν αναπτυσσόμενο κλάδο στην Ελλάδα ο οποίος παρουσιάζει εξαιρετικές προοπτικές ανάπτυξης. Θα είχε ενδιαφέρον, λοιπόν, να παρακολουθήσουμε τις μελλοντικές εξελίξεις στον κλάδο αυτό στον τόπο μας καθώς επίσης και την πρόοδο του Σκανδιναβικού μοντέλου. Επιπροσθέτως, τα ιαματικά λουτρά Πόζαρ θα μπορούσαν να μελετηθούν συγκριτικά με αυτά της Ασίας η οποία κατέχει τη δεύτερη θέση σε επισκεψιμότητα παγκοσμίως και παρουσιάζει και αυτή μεγάλη παράδοση στα ιαματικά λουτρά και την ευεξία. Τέλος, το ξέσπασμα της πανδημίας COVid-19 είναι μία καλή παράμετρος που θα μπορούσε να ληφθεί υπόψιν έτσι ώστε να μελετηθούν οι προεκτάσεις επιρροής της στον ιαματικό τουρισμό.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Akis, A. (2011). The effects of mass tourism: A case study from Manavgat (Antalya- Turkey). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 19, 289-296. DOI: 10.1016/j.sbspro.2011.05.134
- Aslam, M., Awang, W. K., & Nor'ain, B. H. (2014). Issues and Challenges in Nurturing Sustainable Rural Tourism Development. *Tourism, Leisure and Global Change*, 1, 75-89. Retrieved from <http://geog.nau.edu/igust/Sabah2013/>>
- Assaf, A.G. (2012). Identifying and Ranking the Determinants of Tourism Performance: A Global Investigation *Journal of Travel Research*. 7 (1), 388-399
- Australian Spa Association (AUSPA) 2007: <http://www.auspa.com.au/index.cfm>
- Barnes, John. (2010). Restoring Tourism Destination Image in The Wake of The Recent Political Crises. *GSBE Journal*, 23-16
- Baum, T. (1995), *Managing human resources in the European hospitality and tourism industry – a strategic approach*, London: Chapman Hall
- Benson, A. (2005). Research Tourism-Professional travel for useful discoveries. In M. Novelli (Ed.), *Niche Tourism* (pp. 133-144). Oxford: Elsevier.
- Beriatos, E. & Papageorgiou M. (2009). Towards sustainable spa tourism activities in Greece. *Sustainable Development and Planning IV*, (2), 773
- Blamey, P. K. (2001). Principles of Ecotourism. In D. B. Weaver (Ed.), *The Encyclopedia of Tourism*. Wallingford: CABI Publishing.
- Bosselman, F., Peterson, C., & McCarthy, C. (1999). *Managing tourism growth*. Washington D.C.: Island Press.
- Boyra, J. (2004). *Sustainable Tourism Development*, University of Girona - Escola Universitària Formatic Barcelona
- Bramwell, B. (2004). *Coastal Mass Tourism*. Clevedon: Channel View.
- Bramwell, B. (2005) 'Interventions and policy instruments for sustainable tourism', in Theobald, W.F. (Ed.): *Global Tourism*, 3rd ed., Elsevier, USA, pp.406–425.

- Buckley, R., 1999. An ecological perspective on carrying capacity. *Annals of Tourism Research*, 26(3), pp. 705-708.
- Businessnews. (2018). Αύξηση 70% καταγράφει η επισκεψιμότητα στα Λουτρά Πόζαρ. <http://www.businessnews.gr/article/104848/ayxisi-70-katagrafei-i-episkeysimotita-sta-loytra-pozar>
- Butler, R. (1992). *Alternative Tourism: The thin Edge of the Wedge*. In V. L. Smith, & W. R. Eadington (Eds.), *Tourism Alternatives: Potentials and Problems of Tourism* (pp. 31-46). USA: International Academy for the Study of Tourism. <https://doi.org/10.9783/9781512807462-006>
- Butler, R.W. (1980) The concept of a tourist area cycle evolution and implications for management. *The Canadian Geographer*, 24, pp. 5-12
- Charitakis, C., (1935). *Hot Springs and Spa Towns in Greece*, Medical Encyclopedia: “Anexartitos” Newspaper Publications: Athens (in Greek).
- Christou, L. (2012). Is it possible to combine mass tourism with alternative forms of tourism: The case of Spain, Greece, Slovenia and Croatia. *Journal of Business Administration Online*, Spring 2012. Retrieved from http://www.atu.edu/jbao/spring2012/Is_it_possible_to_combine.pdf
- Cocola-Gant, A. (2015). *Tourism and commercial gentrification. The ideal city: between myth and reality*. RC21 Conference. Urbino: ISA, 1-25.
- Cohen, M., Bodecker, G. (2008). *Understanding global spa industry: Spa management*. Oxford, England: Elsevier.
- Cole, D.C., 2004. *Monitoring and Management of Recreation in Protected Areas: the Contributions and Limitations of Science*. In: *The Finnish Forest Research Institute, Policies, methods and tools for visitor management – proceedings of the second International Conference on Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas*. Rovaniemi, Finland, 16-20 June 2004, pp. 10-17.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, R., Wanhill, S. and Fyall, A. (2004), *Tourism Principles and Practice*, Fourth Edition, Harlow UK: Longman.

- Csirmaza, E & Károly, P. (2015). International trends in recreational and wellness tourism, *Emerging Markets Queries in Finance and Business, Procedia Economics and Finance*, 32, 755 – 762.
- CTO-Cyprus Tourism Organisation, REMACO S.A. & CyproNetwork. (2005). Study for the development of the special products of Wellbeing and Pampering in Cyprus.
- deKadt, E. (1992) 'Making the alternative sustainable: lessons from development for tourism' in Smith, V.L. and Eadington, W.R. (Eds.): *Tourism Alternatives*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp.47–75.
- Deroi, L. A. (1981). Alternative tourism: A new style in north-south relations. *International Journal of Tourism Management*, 2, pp. 253-264. [https://doi.org/10.1016/0143-2516\(81\)90030-X](https://doi.org/10.1016/0143-2516(81)90030-X)
- Deroi, L. A. (1988). Alternative or community-based tourism. In L. D'Amore, J. Jafari, & (Eds), *Tourism-A vital Force for Peace* (pp. 89-94). Vancouver, Canada: D'Amore and Associates.
- Elliott, J. (1997) *Tourism: Politics and Public Sector Management*, Routledge, London and New York.
- Ellis, S. (2008). Trends in the global spa industry. In Cohen, M., & Bodecker, G. (Eds.). *Understanding global spa industry: Spa management*. Oxford, England: Elsevier, 66- 85.
- Ellis, S. (2013). ITB Experts Forum Wellness: The Global Wellness Tourism Economy 2013. Global Spa&Wellness Summit & ITB Berlin, http://www.itb-kongress.de/media/itbk/Archiv_2014/ITB_Experts_Forum_Wellness_2/The_Global_Wellness_Tourism_Economy_2013.pdf.
- eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL_STU(2017)601985_EN.pdf
- Farsari, Y., Butler, R. and Prastacos, P. (2007) 'Sustainable tourism policy for Mediterranean destinations: issues and interrelationships', *Int. J. Tourism Policy*, Vol. 1, No. 1, pp.58–78.
- Fragkaki, E. (2003). *Alternatives Forms of Tourism. Trade with Greece*. Herms, F. (2006). *Alternative forms on Gran Canaria*.

- Frauman, E. and Banks, S., 2011. Gateway community resident perceptions of tourism development: Incorporating Importance-Performance Analysis into a Limits of Acceptable Change framework, *Tourism Management*, 32(1), pp. 128-140.
- Gioni-Stavropoulou, G., (1983). Census of Mineral Hot Springs of Greece I: Aegean Sea, Hydrologic and Hydro-Geological Research No. 39, Institute of Geological and Mineral Research: Athens (in Greek).
- GNTO (1954). Greek National Tourism Organization, Spa Towns and Hot Springs: 1951-1952- 1953, GNTO: Athens.
- GNTO (1966). Greek National Tourism Organization, Spa Towns and Hot Springs, GNTO: Athens.
- Greek Association of Hot Springs Municipalities – Greek Thermal Agency, (2006). Hot Springs and Spa Towns: Greek Thermalism, G.A.H.S.M. – G.T.A.: Thessaloniki (in Greek).
- Hall, C.M. (1994) *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*, John Wiley and Sons, New York.
- Hall, C.M. and Jenkins, J.M. (1995) *Tourism and Public Policy*, Routledge, London, USA, Canada.
- Hashemi, S., Jusoh, J., Kiumarsi, S., Mohammadi, S. (2015). Influence Factors of Spa and Wellness Tourism on Revisit Intention: The Mediating Role of International Tourist Motivation and Tourist Satisfaction. *International Journal of Research – Granthaalayah*, 3(7), 1-11.
- Hjalager, A. M. & Flagestad, A. (2012). Innovations in well-being tourism in the Nordic countries. *Current Issues in Tourism*, 15(8), 725-740.
- Holden, A. (1984). *Alternative Tourism: Report on the Workshop on Alternative Tourism with Focus in Asia*. Bangkok: ECTW.
- Holloway, J.C, Taylor, N. (2006), *The Business of Tourism*, London: FT/Prentice Hall; 7th edition.
- Holloway, J.C. (1998). *The Business of Tourism*, Fifth Edition, Longman, ISBN 0-273-70161-4, Harlow.

- Horner, S. and Swarbrooke J. (1996), *Marketing Tourism, Hospitality and Leisure in Europe*, London: International Thomson Business Press.
- Hunter, C. (1997) 'Sustainable tourism as an adaptive paradigm', *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, No. 4, pp.850–867
- Hyde-Smith, J. (2012). *The wellness spa: construct definition and performance evaluation* Doctoral dissertation, Auckland University of Technology. Retrieved 7 January 2020, from <https://openrepository.aut.ac.nz/bitstream/handle/10292/5417/Hyde-SmithMJE.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Inskip, E. (1991) *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, VAN Nostrand Reinhold, New York.
- Interreg Europe Policy (2018). *Sustainable tourism: an opportunity for regions to benefit from their cultural and natural heritage. A policy brief from the Policy Learning Platform on environment and resource efficiency*
- Isaak, R. K. (2010). *Alternative tourism: New forms of tourism in Bethlehem for the Palestinian tourism industry*. *Current Issues in Tourism*, 13(1), 21-36. <https://doi.org/10.1080/13683500802495677>
- Isaak, R. K., & Hodge, D. (2011). *An Explanatory Study: Justice Tourism in Controversial Areas. The Case of Palestine*. *Tourism Planning & Development*, 8(1), 101-108. <https://doi.org/10.1080/21568316.2011.554048>
- ISPA 2006: *Spa-goerStudy; U.S. and Canadian Consumer Attitudes and Spa Use* (September 2006)
- Jafari, J. (1990). *Research and scholarship: the basis of tourism education* *Journal of Tourism Studies*, (1), 407-429.
- Jovicic, D. (2014). *Cultural tourism in the context of relation between mass and alternative tourism*. *Current Issues in Tourism*, 1-8. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.932759>
- Jovicic, Z. (1988), *A Plea for Tourismological Theory and Methodology*, *Revue de Tourisme*, 3, 2-5.
- Kazandzhieva, V. (2014). *Trends in the Development of Spa and Wellness Tourism*. Retrieved 6 February 2020, from

<https://www.researchgate.net/publication/26380867>

1_TRENDS_IN_THE_DEVELOPMENT_OF_SPA_AND_WELLNESS_TOURISM

- Kiss K. - Török P. 2001. Az Egészségturizmus nemzetközi keresleti és kínálati trendjei, Turizmus Bulletin 2001. 5(3). pp. 7–14
- Koumelis, Th. (1996). Greek Tourism-Myths and Reality, Collection of texts”, Athens-Thessaloniki, Anubis.
- Kouskoukis, K. (2016). Untapped the thermal springs in Greece, Daily, December.
<http://www.kathimerini.gr/887294/article/epikairothta/perivallon/ana3iopoihtes-oi-iamatikes-phges-sthn-ellada>
- Lekkas, N.,(1938). The 752 Mineral Springs of Greece, Institute of Geological and Mineral Research: Athens (in Greek).
- Lertcharoenchoke, N. (1999). Alternative Tourism. ABAC Journal. Retrieved from http://www.journal.au.edu/abac_journal/may99/article4_f.html
- Lin, H. (2013). Determinants of revisit intention to a hot springs destination: Evidence from Taiwan. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 18(3), 183–204.
- Liu, Y. D. (2014). Cultural Events and Cultural Tourism Deveopment: Lessons form the European Capitals of Culture. (Routledge, Ed.) European Planning Studie, 22(3), 498-514. <https://doi.org/10.1080/09654313.2012.752442>
- Macleod, D. V. L (1998) Alternative tourists: A comparative analysis of meaning and impact. In W. Theobald (Ed.), Global Tourism: The Next Decade. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Macleod, D. V. L. (2004). Tourism, Globalisation and Cultural Change: An Island Community Perspective. Cleveland: Channel View Publications.
- Manning, R.E., 2002. How Much is Too Much? Carrying Capacity of National Parks and Protected Areas. In: Arnberger, A., Brandenburg, C. and Muhar, A. eds., Proceedings International Conference on Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas. Bodenkultur University Vienna, Austria, 30 January – 2 February 2002. pp. 306-313.

- Mazilu, M. (2012). Sustainable Tourism of Destination, Imperative Triangle Among: Competitiveness, Effective Management and Proper Financing. 10.5772/28062.
- McCool, S.F. and Lime, D.W., 2001. Tourism Carrying Capacity: Tempting Fantasy or Useful Reality? *Journal of Sustainable Tourism*, 9(5), pp. 372-388. [online]
- Mieczkowski, Z. (1995). *The Environmental issues of tourism and recreation*. University Press of America, London
- Morrison, Alastair M. 2010. *Hospitality & Travel Marketing*, 4 th Edition, New York : Delmar Cengage Learning
- Mueller, H., Kaufmann, L., E. (2001). Wellness Tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7 (1), 5-17.
- Nikoli, G. & Lazakidou, A. (2019). Accessing Demand Characteristics of Thermal Tourism in Greece through Survey of Entrepreneurs and Visitors, *Business & Entrepreneurship Journal*, 8(1), 21-27.
- OECD. (1994). *Tourism Strategies and Rural Development*. Paris: Organisation for Economic Co-Operation and Development.
- OECD. (2009). *The Impact of Culture on Tourism*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264040731-en>
- OECD. (2014a). *OECD Tourism Trends and Policies 2014*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/20767779>
- OECD. (2014b). *Tourism and the Creative Economy*, OECD studies on Tourism. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/22239804>
- Okech, R. (2014). Promoting the Spa Tourism Industry: Focus on Coastal Resorts in Kenya. *Athens Journal of Tourism*, 1(1), 67-77.
- Orfanos, G., (1985). *Census of Mineral Hot Springs of Greece II: Peloponnese, Hydrologic and Hydro-Geological Research No. 39*, Institute of Geological and Mineral Research: Athens (in Greek).
- Papageorgiou, K. and Brotherton, I., 1999. A management planning framework based on ecological, perceptual and economic carrying capacity: The case study

- of Vikos-Aoos National Park, Greece. *Journal of Environmental Management*, 56(4), pp. 271-284.
- Papageorgiou, M. & Beriatos, E. (2011). *Int. J. Sus. Dev. Plann.* 6(1), 34–48.
 - Papageorgiou, M. (2010). Towards new standards of spatial planning of thermalistic tourism in Greece, *Scientific journal Aichohoros - Texts of Urban Planning, Spatial Planning and Development*, University Press of Thessaly, 13, 62-84.
 - Pásková, M., 2003. Změny geografického prostředí vyvolané rozvojem cestovního ruchu ve světle kriticko – realistické metodologie (Changes of Geographical Space Caused by Tourism Development in the Light of Critical Realist Methodology). PhD. Faculty of Natural Sciences UK Praha.
 - Pásková, M., 2008. Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu (Tourism Development Sustainability). Hradec Králové: Gaudeamus.
 - Pásková, M., 2012. Environmentalistika cestovního ruchu (Tourism Environmentalism). *Czech Journal of Tourism*, 1(2), pp. 77-113.
 - Paul, H. (1977), *Marketing für Fremdenverkehr: Leitlinien für die Dienstleistungs- und Absatzpolitik im Herstellerbereich der Fremdenverkehrswirtschaft*, RKW Rationalisierungs- Kuratorium der Deutschen Wirtschaft, Frankfurt.
 - Pearce, D. G. (1992). Alternative Tourism: Concepts, Classifications, and Questions. In V. L. Smith, & W. R. Eadington (Eds.), *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism* (pp. 15-30). USA: International Academy for the Study of Tourism. <https://doi.org/10.9783/9781512807462-005>
 - Pforr, C. (2006) ‘Tourism policy in the making – an Australian network study’, *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, No. 1, pp.87–108.
 - Pridham, G. (1999) ‘Towards sustainable tourism in the Mediterranean? Policy and practice in Italy, Spain and Greece’, *Environmental Politics*, Vol. 8, No. 2, pp.97–116.

- Pupavac, N., Čeran, J., Škrbić, A. (2010). Spa&Wellness – Novi megatrend savremenog turizma. In Proceedings of the second Congress of the spas with international participation. Serbia: Vrnjačka Banja, 73-86.
- Ratz, T. (2002). Residents' perceptions of the socio-cultural impacts of tourism at Lake Balaton, Hungary. In Richards, G., & Hall, D. (eds) *Tourism and Sustainable Community Development* (pp. 36-47). London: Routledge.
- Richards, G. (2007). *Tourism, Culture and Creativity*. Centre for Leisure and Tourism Research.
- Richards, G. (2011). Creativity and Tourism. The State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 38, 1225-1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Richards, G. (2012). *Tourism, Creativity and Creative Industries*. *Creativity and Creative Industries in Challenging Times*.
- Richards, G., & Wilson, J. (2007). Tourism development trajectories: From culture to creativity? In G. Richards, & J. Wilson (Eds.), *Tourism, Creativity and Development* (pp. 1-34). Routledge.
- Salerno, F., Viviano, G., Manfredi, E.C., Caroli, P., Thakuri, S. and Gianni Tartari, G., 2013. Multiple Carrying Capacities from a management-oriented perspective to operationalize sustainable tourism in protected areas. *Journal of Environmental Management*, 128, pp. 116-125.
- Sezgin, E. & Yolal, M. (2012). Golden Age of Mass Tourism: Its History and Development. 10.5772/37283.
- Sfakianakis, M. (2000). *Alternative Forms of Tourism*, Athens, Hellenic. ISBN: 978-960-286-548-4.
- Sfetsos, K.S., (1988). *Census of Mineral Hot Springs of Greece III: Continental Greece, Hydrologic and Hydro-Geological Researches No. 39*, Institute of Geological and Mineral Research: Athens (in Greek).
- Skarpia-Hoipel, X., (1996) *Hydrotherapy and Leisure: Historical Evolution of Hot Baths*, University Studio Press: Thessaloniki (in Greek).
- Smith M. - Puczkó L. (2008): *Health and Wellness Tourism*, Oxford, Butterworth-Heinemann, pp. 341-344.

- Smith, M. K., Kelly, C. (2006). Wellness Tourism. *Tourism Recreation Research*, 31(1) 1-4.
- Smith, M., Puczko, L. (2015). More than a special interest: Defining and determining the demand for health tourism. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 205-219. DOI= 10. 1080/02508281.2015.1045364.
- Smith, V. L. (1989). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (2nd ed.). Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Smith, V., & Eadington, W. (1992). *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. <https://doi.org/10.9783/9781512807462>
- Spasojević, M., Šušić, V. (2011). Savremene tendencije u razvoju zdravstvenog turizma u svetu i Srbiji. *Teme*, 1, 149-162
- Spathi, S. (2000). Thermal tourism and the development of health tourism in Greece, Athens, Center for Planning and Economic Research. Reports 29. ISBN: 960-341-029-2.
- Spathi, S., (2000). *The Development of Spa and Health Tourism in Greece*, KEPE: Athens (in Greek).
- Stynes, D. J. (1997). *Economic impacts of tourism: A handbook for tourism professionals*. Illinois bureau of tourism. East Lansing, MI: Tourism Research Laboratory, Michigan State University.
- Sumner, L., 1936. *Special Report on a Wildlife Study in the High Sierra in Sequoia and Yosemite National Parks and Adjacent Territories*. Unpublished Report, Washington, D.C.: National Park Service Archives.
- Suradnya, I.M, (2011). Strategi Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*. 16 2 (12) hlm 42-53
- Swarbrook, John. (2002). *The Development and Management of Visitor Attractions*. Second Edition. A division of Reed Educational and Professional Publishing Ltd
- The International Ecotourism Society. (2015). What-is-ecotourism. Retrieved from <http://www.ecotourism.org>

- Tourism Development Strategy of Serbia (2005). Belgrade: Horwath Consulting Zagreb, Faculty of Economics, University of Belgrade.
- Tourism Highlights, (2015). UNWTO, p. 2.
- Triarchi, E. & Karamanis, K. (2017). Alternative Tourism Development: A Theoretical Background. World Journal of Business and Management. 3. 35. 10.5296/wjbm.v3i1.11198.
- Tuohino, A. (2013). The potential of lakes and lake landscape in the concept of Nordic Wellbeing. PUBLISHER UWM, 267
- UNEP, & UNWTO. (2005). Making Tourism More Sustainable-A guide for policy makers. UNESCO. (2006). Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism. Santa Fe, New Mexico, USA: UNESCO.
- UNWTO, (2019). International Tourism Highlights, 2019 Edition, World Tourism Organization
- Vanhove, N. (1997). Mass tourism: benefits and costs. In S. Wahab and J.J. Pigram (eds), Tourism Development and Growth. London: Routledge.
- Venetsanopoulou, M. (2006). The State Contribution to Tourism, Alternative Forms of Tourism: Historical Evolution-Institutional Framework, Athens, Interbooks Publications. ISBN: 960-390-169-5.
- Voigt C.- Laing J. : TURIZMUS BULLETIN XIV. ÉVFOLYAM 4. SZÁM
- Wagar, J.A., 1964. The carrying capacity of wild lands for recreation. Washington, D.C.: Society of American Foresters.
- Walker, P.A., Greiner, R., McDonald, D. and Lyne, V. (1999) 'The tourism futures simulator: a systems thinking approach', Environmental Modelling and Software, Vol. 14, pp.59–67.
- Wearing, S., & Grabowski, S. (2011). International Volunteer Tourism: One mechanism for Development. PINTO, Henrique (org), 145-165.
- Wearing, S., & Neil, J. (2009). Ecotourism. Impacts Potentials and Possibilities (2nd ed.). Oxford: Elsevier.
- Weaver, D.B. (2001) Ecotourism as Mass Tourism: Contradiction or Reality? Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, pp.104-112.

- Yurcu, G. (2017) Wellness and Spa Tourism. *Journal of Tourism & Hospitality*, 6(2), 274. DOI= 10.4172/2167-0269.1000274.
- Zacharatos, G. & Tsartas, P. (1995). Sustainable Tourism Development in the Greek Islands and the Role of Tourism research and Education.
- Zelenka J. & Kacetl.J. (2014). The Concept of Carrying Capacity in Tourism. *Amfiteatru Economic*. 16. 641-654.
- Zelenka, J. and Pásková, M., 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu (The Explanatory Dictionary of Tourism)*, Praha: Linde Praha.
- Zelenka, J., 2012. Únosná kapacita v cestovním ruchu (Tourism Carrying Capacity). *Czech Journal of Tourism*, 1(2), pp. 114-134.
- Zelenka, J., Tesitel, J., Pásková, M. and Kusova, D., 2013. *Udržitelný cestovní ruch: management cestovního ruchu v chráněných územích (Sustainable Tourism: Tourism Management in Protected Areas)*. Hraadec Králové: Gaudeamus.
- Λουτρά Πόζαρ (2020). www.loutrapozar.com