

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΕΙΣ
ΚΑΙ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ1.1 Διαστάσεις και παράμετροι διαμόρφωσης των χαρακτηριστικών
της τουριστικής ανάπτυξης

Ο τουρισμός στη μεταπολεμική περίοδο, ειδικά μετά το 1970, αποτελεί έναν από τους δυναμικότερους και ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό αυτού του τομέα είναι ότι η λειτουργία του συνδέεται με τη διεθνοποίηση μεγάλου αριθμού παραγωγικών κλάδων καθώς και κλάδων παροχής υπηρεσιών της οικονομίας. Έτσι μπορεί να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη σε τρία επίπεδα στις τουριστικές περιοχές: δημιουργία εισοδημάτων, θέσεων απασχόλησης, φορολογικών εσόδων. Επιπλέον διευρύνει την παραγωγική βάση αυτών των περιοχών και επιπλέον επηρεάζει και την ανάπτυξη και άλλων κλάδων της τοπικής οικονομίας (Γεωργία, Εμπόριο, Οικοδομή κ.λπ.). Οι προϋποθέσεις για την ύπαρξη αυτών των θετικών αποτελεσμάτων, όπως ο προγραμματισμός, η διαχείριση και η προβολή πόρων, ο έλεγχος των διαδικασιών ανάπτυξης κ.λπ., θα εξεταστούν αναλυτικά σε επόμενα κεφάλαια αυτού του τόμου.

Η δυναμική της πορείας ανάπτυξης του τουρισμού προκύπτει από τα ακόλουθα στοιχεία (UNWTO, 2018):

- Τη σταθερή αύξηση των ρυθμών ανάπτυξης των κυριότερων δεικτών του (αφίξεις, εισπράξεις) στην περίοδο 1950-2017, παρά τις σημαντικές κοινωνικές ανακατατάξεις σε παγκόσμιο επίπεδο και την οικονομική κρίση (βλ. Πίνακα 1).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

Διεθνείς αφίξεις και εισπράξεις 1950-2017

	1950	1960	1970	1980	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2017
Διεθνείς Αφίξεις (εκατ.)	25	69	166	288	455	531	680	809	952	1195	1326
Διεθνείς εισπράξεις (δισεκατ.)	212	18	102	255	373	571	817	1099	1101	1340	
Πηγή: UNWTO, 2014, 2018.											

- Τις προβλέψεις του UNWTO ότι οι ίδιοι ρυθμοί (3% μέχρι 4,5% σε ετήσια βάση) θα συνεχιστούν έως το 2020 και το 2030 γεγονός ενδεικτικό της δυναμικής του τομέα.
- Την διαχρονική εκτίμηση ότι ο τουρισμός είναι η μεγαλύτερη παγκόσμια «βιομηχανία», τόσο σε αριθμό απασχολούμενων όσο και σε δαπάνη, γεγονός που επισημαίνει τη σημασία του στην ανάπτυξη σε περιφερειακό, τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο (UNWTO, 2014, 2018; Tsartas & Sarantakou, 2016).
- Τη μετατροπή του τουριστικού ταξιδιού σε «κλασικό» κοινωνικό αγαθό για τις αναπτυγμένες χώρες, αλλά και σε μια μορφή δαπάνης με σταθερή παρουσία στον οικογενειακό προϋπολογισμό ευρύτερων κοινωνικών στρωμάτων.
- Τον κυρίαρχο ρόλο που έχει ο τουρισμός στην οικονομία πολλών αναπτυσσόμενων αλλά και αναπτυγμένων κρατών, γεγονός που υπογραμμίζει την ανάγκη προγραμματισμού και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης.
- Το γεγονός ότι εκτός από την αλματώδη ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού και ο εγχώριος τουρισμός εμφανίζει εντυπωσιακούς ρυθμούς ανάπτυξης, συμβάλλοντας άμεσα στην περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη χωρών και περιοχών που διαθέτουν τουριστικούς πόρους.
- Τις εξελίξεις στα δημογραφικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού των αναπτυγμένων χωρών, που αναμένεται να ενισχύσουν περισσότερο την κατανάλωση τουριστικών προϊόντων τα επόμενα χρόνια: αύξηση του μέσου όρου ζωής, δυναμικότερη παρουσία των ατόμων τρίτης ηλικίας στον τουρισμό, περισσότερες εργαζόμενες γυναίκες, καλύτερη πληροφόρηση και εκπαίδευση, μείωση των ωρών εργασίας, αύξηση του αριθμού των εβδομάδων αδείας με αποδοχές.
- Την ιδιαίτερη ευρωπαϊκή διάσταση της τουριστικής ανάπτυξης, εφόσον υπολογίζεται ότι το άνω του 50% του παγκόσμιου τουρισμού και το 65% της παγκόσμιας τουριστικής δαπάνης εξακολουθεί να ενεργοποιείται στην ΕΕ την τελευταία δεκαετία (UNWTO, 2018).
- Τη δυνατότητα που εμφανίζει ο τουριστικός τομέας να «παράγει» νέους προορισμούς, αλλά και να κατασκευάζει ειδικά «τουριστικά προϊόντα» (Eyssartel, Rochette, & Baudrillard, 1992), με αποτέλεσμα, αφενός να προσελκύει όλο και περισσότερες ομάδες καταναλωτών τουριστών, και αφετέρου να επιτρέπει την εμπλοκή όλο και μεγαλύτερου αριθμού χωρών και περιφερειών του κόσμου στις διαδικασίες της τουριστικής ανάπτυξης.

Η δυναμική πορεία του τουρισμού οδήγησε στη διαμόρφωση πολλών και διαφορετικών προτύπων τουριστικής ανάπτυξης στον κόσμο ως αποτέλεσμα των παραμέτρων που διαμορφώνουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της. Στον Πίνακα 2 που ακολουθεί, επισημαίνουμε ποιες είναι οι παράμετροι αυτές (Pearce, 1989; Τσάρτας, 1996; Τσάρτας & Λύτρας, 2017), και στη συνέχεια θα καταγράψουμε τον ιδιαίτερο ρόλο που παίζει καθεμιά τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

Παράμετροι διαμόρφωσης των χαρακτηριστικών της τουριστικής ανάπτυξης



1.1.1 Χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης

Η τουριστική ζήτηση, ως αποτέλεσμα των ειδικότερων κινήτρων των τουριστικών ταξιδιών (Doswell, 1997; Mason, 2012; Parrinello, 1993; UNWTO, 2011), επηρεάζει άμεσα την πορεία της τουριστικής ανάπτυξης. Αυτή προκάλεσε την ανάπτυξη των πρώτων παραθαλάσσιων και ορεινών θέρετρων, καθώς και των ιαματικών λουτροπόλεων. Σε αυτήν, επίσης, οφείλεται η τάση ανάπτυξης περιοχών με παραθεριστικές κατοικίες αλλά και η τάση κατάταξης σε ζώνες της παγκόσμιας προσφοράς με βάση τα χαρακτηριστικά της ζήτησης (π.χ. περιοχές με ήλιο και θάλασσα, περιοχές με χειμερινά σπορ, περιοχές για πολιτιστικό τουρισμό κ.λπ.). Σε σημαντικό παράγοντα, μετά το 1980, αναδεικνύεται η δυναμική τάση εξειδίκευσης της τουριστικής ζήτησης, που οδηγεί σε παράλληλη τάση για αντίστοιχη ειδίκευση των υπηρεσιών και προϊόντων που προσφέρουν οι περιοχές με τουριστική ανάπτυξη. Διαμορφώνονται σε αυτό το πλαίσιο περιοχές είτε με έναν κυρίαρχο τύπο ζήτησης είτε με έναν αριθμό, συχνά μεγάλο, διαφορετικών τύπων ζήτησης.

1.1.2 Τουριστικοί πόροι της χώρας ή της περιοχής

Η ύπαρξη σημαντικών τουριστικών πόρων αποτελεί καθοριστικό παράγοντα και συγκριτικό πλεονέκτημα για τις χώρες ή τις περιοχές που επιδιώκουν να αναπτυχθούν τουριστικά. Στους τουριστικούς πόρους, εκτός από τους φυσικούς (κλίμα, φυσικό περιβάλλον κ.λπ.) και τους πολιτιστικούς (παράδοση, πολιτιστικές εκδηλώσεις, τοπικά ήθη και έθιμα κ.λπ.) περιλαμβάνουμε τις υποδομές και υπηρεσίες που άμεσα ή έμμεσα συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη (ξενοδοχεία, πρακτορεία, μεταφορικά και επικοινωνιακά δίκτυα κ.λπ.). Η συνεχής αύξηση των τουριστικών χωρών και περιοχών σε παγκόσμιο επίπεδο επιβάλλει την παράλληλη ανάπτυξη, προβολή και διαχείριση όλων των τύπων τουριστικών πόρων. Μετά το 1990 δε, παρατηρείται μια δυναμική τάση ανάπτυξης τεχνολογικά κατασκευασμένων τουριστικών πόρων (Θεματικά πάρκα. Χώροι τουρισμού και αναψυχής κ.ά.).

1.1.3 Επιρροή των υπαρκτών προτύπων τουριστικής ανάπτυξης στην προσφορά

Οι φάσεις που πέρασε η τουριστική ανάπτυξη, ιδιαίτερα στη μεταπολεμική περίοδο, βοήθησαν στη διαμόρφωση και την παγίωση ορισμένων προτύπων ανάπτυξης του τουρισμού, που θεωρούνται «πετυχημένα», είτε εμπορικά είτε αναπτυξιακά (Rontos, Filipe, & Tsartas, 2016; Τσάρτας, 2010). Όσοι (φορείς ή άτομα) διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη των υποδομών και υπηρεσιών που συγκροτούν την τουριστική προσφορά μιας χώρας, επηρεάζονται από τα πρότυπα αυτά. Έτσι, αυτά τα πρότυπα, π.χ. τα παραθαλάσσια θέρετρα μαζικού οργανωμένου τουρισμού διακοπών, γίνονται παραδείγματα προς μίμηση, και τυπολογικά χαρακτηριστικά της ανάπτυξης τους «μεταφέρονται» σε διαφορετικές περιοχές του κόσμου. Σε αυτό το πλαίσιο, ορισμένα πρότυπα ανάπτυξης, όπως ιδιαίτερα αυτό του οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών, δείχνουν να έχουν παρόμοια χαρακτηριστικά, ανεξάρτητα από την περιοχή ή τη χώρα του κόσμου που αναπτύσσονται. Το γεγονός αυτό, ιδιαίτερα εμφανές στην τελευταία εικοσαετία, οδήγησε στη διαμόρφωση ορισμένων «κεντρικών τάσεων» στα πρότυπα της τουριστικής ανάπτυξης που συναντάμε στο σύγχρονο κόσμο. Πρέπει μάλιστα να επισημάνουμε ότι η επιρροή αυτή είναι εντονότερη στις αναπτυγμένες χώρες και, ιστορικά, σε νεότερους τουριστικούς προορισμούς (χώρες ή περιοχές).

1.1.4 Φορείς, οργανισμοί και κοινωνικό-επαγγελματικές ομάδες που εμπλέκονται στη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης

Η συνεχής ανάπτυξη του τουρισμού και οι επιπτώσεις της στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον των τουριστικών χωρών προκάλεσε τη δημιουργία πολλών φορέων και οργανισμών (Costa, Panyik, & Buhalis, 2014; Pearce, 1989; Βαρβαρέσος, 1999), οι οποίοι σε διεθνές, εθνικό και τοπικό επίπεδο ασχολούνται με την πολιτική, την έρευνα, τον προγραμματισμό και τη διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης.

Εξίσου σημαντική είναι και η εμπλοκή κοινωνικο-επαγγελματικών ομάδων που για διαφορετικούς λόγους σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως: επαγγελματιών και επιχειρηματιών στις τουριστικές περιοχές, νέων, όσων ασχολούνται με την πολιτική σε τοπικό ή περιφερειακό επίπεδο κ.λπ. (Tsartas, 1998). Οι εξελίξεις αυτές είναι περισσότερο εμφανείς στην περίοδο μετά το 1980, οπότε και το θέμα της διαχείρισης των επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης αποκτάει βαρύνουσα σημασία σε τοπικό επίπεδο.

1.1.5 Τουριστικές Επιχειρήσεις

Τις τελευταίες δεκαετίες, η διεθνοποίηση του τουρισμού και η συνεχής γεωγραφική του επέκταση στις αγορές αναπτυσσόμενων χωρών τοποθέτησε σε προνομιακή θέση τις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις (tour-operators) (Ascher, 1985; Bywater, 1992; Koutoulas, 2006). Το γεγονός μάλιστα ότι αυτές επηρεάζουν άμεσα -και σε μεγάλο ποσοστό- την τουριστική ζήτηση (ιδιαίτερα στα επαγγελματικά ταξίδια και τα ταξίδια διακοπών), τους επιτρέπει να επηρεάζουν καθοριστικά και τη διαμόρφωση συγκεκριμένων προτύπων ανάπτυξης από την πλευρά της προσφοράς. Η συνεχής αύξηση του αριθμού των οργανωμένων ταξιδιών και η μετατροπή του ταξιδιού σε καθημερινό καταναλωτικό προϊόν, ενισχύουν όλο και περισσότερο το ρόλο αυτών των επιχειρήσεων. Η σχετικά πρόσφατη αλλά αλματώδης ανάπτυξη του INTERNET και των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας στον τουρισμό (ΤΠΕ) έχει διαμορφώσει νέα δεδομένα στην επιχειρηματική δραστηριότητα των διαφόρων τύπων τουριστικών επιχειρήσεων (Buhalis & Law, 2008; Sigala & Gretzel, 2017; Σακελλαρίδης, 1999).

1.1.6 Τουριστική πολιτική (διεθνής, εθνική, τοπική)

Τις τελευταίες δεκαετίες, η διεθνοποίηση του τουρισμού και η συνεχής γεωγραφική του επέκταση στις αγορές αναπτυσσόμενων χωρών τοποθέτησε σε προνομιακή θέση τις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις (tour-operators) (Ascher, 1985; Bywater, 1992; Koutoulas, 2006; UNWTO, 2011). αζ γεγονός μάλιστα ότι αυτές επηρεάζουν άμεσα -και σε μεγάλο ποσοστό- την τουριστική ζήτηση (ιδιαίτερα στα επαγγελματικά ταξίδια και τα ταξίδια διακοπών), τους επιτρέπει να επηρεάζουν καθοριστικά και τη διαμόρφωση συγκεκριμένων προτύπων ανάπτυξης από την πλευρά της προσφοράς. Η συνεχής αύξηση του αριθμού των οργανωμένων ταξιδιών και η μετατροπή του ταξιδιού σε καθημερινό καταναλωτικό προϊόν, ενισχύουν όλο και περισσότερο το ρόλο αυτών των επιχειρήσεων. Η σχετικά πρόσφατη αλλά αλματώδης ανάπτυξη του INTERNET έχει διαμορφώσει νέα δεδομένα στην επιχειρηματική δραστηριότητα των διαφόρων τύπων τουριστικών επιχειρήσεων (Buhalis & Law, 2008; Sigala & Gretzel, 2017; Σακελλαρίδης, 1999).

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ 1
ΕΛΛΑΔΑ, ΝΕΑ ΖΗΛΑΝΔΙΑ

1. Η Ελλάδα (Βαρβαρέσος, 1999) έχει υιοθετήσει ένα μοντέλο όπου συνδυάζεται η κεντρική διοίκηση του τουρισμού (Υπουργείο Ανάπτυξης, ΕΟΤ) και η αποκέντρωση αρμοδιοτήτων (Νομαρχίες και περιφέρειες) (Τσάρτας, 2010). Το μοντέλο αυτό επιδιώκει να συγκεράσει τον κεντρικό ρόλο του κράτους (με κύρια αρμοδιότητα το σχεδιασμό και τον προγραμματισμό της τουριστικής πολιτικής) και τον διαρκώς και δυναμικότερο ρόλο των ΟΤΑ (με αρμοδιότητες και χρηματοδότηση σχετικές με την οργάνωση, τη διαχείριση, την προβολή αλλά και το σχεδιάσμά της τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης του τουρισμού). Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός των σημαντικών δυσκολιών διαχείρισης οι οποίες παρουσιάζονται μετά το 2000 στην περίπτωση των εμβληματικών τουριστικών προορισμών π.χ. Σαντορίνη, Μύκονος, Ρόδος, Χαλκιδική. Οι δυσκολίες αυτές οφείλονται κατά κύριο λόγο στα κενά του θεσμικού πλαισίου της ανάπτυξης αλλά και στα «ολιστικά» χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης σε αυτές τις περιοχές.
 2. Η Ν. Ζηλανδία (Pearce, 1992) αποτελεί ένα ενδιαφέρον παράδειγμα με μεγάλη παράδοση στην οργάνωση της τουριστικής ανάπτυξης (ο Εθνικός Οργανισμός της χώρας ιδρύεται το 1901). Με μια δομή αρχικά όπου ο ρόλος του κεντρικού κράτους είναι καθοριστικός σε πολλά πεδία του σχεδιασμού και της οργάνωσης της τουριστικής ανάπτυξης παρατηρούνται σταδιακά, ιδιαίτερα μετά το 1950 και κυρίως στη δεκαετία του '80, καθοριστικές αλλαγές προς μια «περιφερειακοποίηση» και αποκέντρωση των αρμοδιοτήτων. Οι αλλαγές αυτές συνοδεύτηκαν και από μια πολιτική η οποία επεδίωξε να αναδείξει τον Ιδιωτικό Τομέα σε άμεσο συμμετέχο στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων αλλά και στη «διεθνοποίηση» του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος της χώρας σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.
 3. Η Λιθουανία (Livina & Druva Druvaskalne, 2014) αποτελεί μια ιδιαίτερη περίπτωση χώρας όπου η εξελικτική πορεία της τουριστικής πολιτικής η οποία ασκήθηκε επηρεάστηκε έντονα από τις πολιτικές εξελίξεις. Ξεκινώντας από την ανάπτυξη των πρώτων θέρετρων ιαματικού τουρισμού (έως τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο) μετατρέπεται σταδιακά σε έναν περιφερειακό προορισμό με ανάπτυξη στηριγμένη στην ζήτηση των γειτονικών χωρών (1918-1940). Στην περίοδο της Σοβιετικής Ένωσης (1945-1991) ο τουρισμός αναπτύσσεται με βάση τον κεντρικό σχεδιασμό και την οργανωμένη ίδρυση και λειτουργία πολλών θέρετρων και προορισμών με στόχο την εξυπηρέτηση των αναγκών συνδικάτων, κρατικών εταιρειών και επαγγελματικών οργανώσεων. Στην σύγχρονη περίοδο τέλος (1991-2014) η Λιθουανία ως τουριστικός προορισμός με ένα διττό μοντέλο τουριστικής πολιτικής συγκερασμού του σχεδιασμού σε εθνικό επίπεδο με αυτό σε περιφερειακό και με ιδιαίτερη έμφαση αφενός στην προσπάθεια εμπλοκής σε όλα τα επίπεδα των διαφορετικών ομάδων συμφερόντων και αφετέρου στην ενσωμάτωση των πολιτικών της ΕΕ στον τουρισμό.
-