

# Η Ανάπτυξη του Εναλλακτικού Τουρισμού στην Ελλάδα: Μελέτη περίπτωσης των επιχειρήσεων στη Λίμνη Κερκίνη

Ιωάννης Δ. Ηλιάδης

Μεταπτυχιακός Φοιτητής

Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων  
Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κεντρικής Μακεδονίας

[gianniliadis@gmail.com](mailto:gianniliadis@gmail.com)

## Περίληψη

Στην παρούσα εργασία γίνεται προσπάθεια να καταγραφούν, κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, τα κύρια χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύσσονται στην Ελλάδα και ειδικότερα ως μελέτης περίπτωσης, αυτά των επιχειρήσεων στην περιοχή της Λίμνης Κερκίνης. Αρχικά, παρατίθενται συνοπτικά διαφορά στοιχεία σχετικά με τον τουρισμό και τις συναφείς με αυτόν έννοιες και αναλύεται η συνεισφορά του εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή της Λίμνης Κερκίνης. Στη συνέχεια, υλοποιείται μια έρευνα με πρωτογενή δεδομένα. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσω της συγκέντρωσης ερωτηματολογίων υποβοηθούμενης αυτοσυμπλήρωσης, με μέθοδο δειγματοληψίας τη *phone personal interview*. Τέλος, η ανάλυση των δεδομένων οδηγεί στην εξαγωγή σχετικών συμπερασμάτων για την εξέλιξη του τουρισμού στην περιοχή της Λίμνης Κερκίνης και τη διατύπωση προτάσεων για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού κλάδου, ο οποίος αποτελεί τον βασικότερο ίσως «πυλώνα» της ελληνικής οικονομίας.

**Λέξεις-κλειδιά:** τουρισμός, εναλλακτικός τουρισμός, λίμνη Κερκίνη, οικονομική κρίση, ερωτηματολόγιο

## Εισαγωγή

Η Ελλάδα συγκαταλέγεται ανάμεσα στους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς της Μεσογείου, αλλά και της υψηλίου λαμβανομένων υπόψη των πληθυσμιακών μεγεθών. Ο τουρισμός αποτελεί για την οικονομία της χώρας έναν από τους πιο δυναμικούς παραγωγικούς τομείς, με σημαντική επίδραση στη διαμόρφωση της κοινωνικής και οικονομικής δομής των τουριστικών περιοχών της (Πολύζος, 2002).

Ο τουρισμός, ως οικονομική δραστηριότητα στην Ελλάδα συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στη διαμόρφωση του ΑΕΠ της χώρας, αφού συμμετέχει σε αυτό σε ποσοστό μεγαλύτερο του 15%, βοηθά στη βελτίωση του ισοζυγίου εξωτερικών συναλλαγών με εισαγωγή συναλλάγματος που υπερβαίνει τα 9 δισεκατομμύρια € ετησίως. Επίσης, βοηθά σημαντικά στην ενίσχυση της απασχόλησης και στην περιφερειακή ανάπτυξη. Για την επίδραση του τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη, καθοριστικό ρόλο παίζει η γεωγραφική κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας, καθώς και άλλοι παράγοντες που σχετίζονται με τη δομή της τοπικής οικονομίας, το χρόνο παραμονής των τουριστών, το επίπεδο τουριστικής κατανάλωσης, κλπ. (Πολύζος, 2002; Ανδριώτης, 2005).

Υπό μια ευρύτερη θεώρηση, ο τουρισμός δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένας ξεχωριστός συμβατικός οικονομικός τομέας, αλλά είναι ένα σύμπλεγμα αλληλένδετων οικονομικών τομέων ή δραστηριοτήτων που συμμετέχουν στην παραγωγή του τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, βρίσκεται υπό την επίδραση πολλών μεταβλητών και απρόβλεπτων ή ανεξέλεγκτων παραγόντων, που μπορούν να επηρεάσουν και να διαμορφώσουν

το μέγεθος της τουριστικής κίνησης σε κάθε περιοχή. Ως ένας αναπτυγμένος τουριστικός προορισμός σε ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον, η Ελλάδα δέχεται έντονες επιδράσεις από το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης και της ωρίμανσης της τουριστικής αγοράς (Polyzos & Sdrolias, 2006).

Τέλος, η διάρθρωση της εργασίας έχει ως εξής: Στη δεύτερη ενότητα, παρουσιάζονται διαφορά στοιχεία σχετικά με τον τουρισμό και τις συναφείς με αυτόν έννοιες και αναλύεται η συνεισφορά του εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή της Λίμνης Κερκίνης. Στη συνέχεια, η τρίτη ενότητα περιλαμβάνει την έρευνα, όπου παρουσιάζεται ο σκοπός και η μεθοδολογία της έρευνας. Στη τέταρτη ενότητα του παρόντος άρθρου παρουσιάζονται τα αποτελέσματα και η συζήτηση τους. Στο τελευταίο κομμάτι παρατίθενται τα συμπεράσματα, οι προτάσεις και οι περιορισμοί της παρούσας δημοσίευσης.

## **Θεωρητικό Πλαίσιο Έρευνας**

### **Οι έννοιες: τουρισμός, τουρίστας και τουριστικό προϊόν**

Τουρισμός είναι η ανθρώπινη δραστηριότητα κατά την οποία οι άνθρωποι μετακινούνται προσωρινά και διαμένουν για μικρό χρονικό διάστημα (μία διανυκτέρευση μέχρι ένα χρόνο, για τους τουρίστες εξωτερικού τουρισμού και μέχρι έξι μήνες για τους τουρίστες εσωτερικού τουρισμού) σε τόπους διαφορετικούς εκείνων στους οποίους ζουν και εργάζονται κανονικά, για λόγους ανάπαυσης, ψυχαγωγίας, περιήγησης, εξερεύνησης, άσκησης, θεραπείας, επίσκεψης φίλων και συγγενών, θρησκείας, επαγγέλματος, μόρφωσης και συμμετοχής σε διάφορες εκδηλώσεις αν και εφόσον οι λόγοι αυτοί δεν έχουν χρηματικό ή άλλο υλικό κίνητρο και η δραστηριότητα αυτή συνεπάγεται δαπάνη και εκδηλώνεται κατά τη διάρκεια των διακοπών. (Σφακιανάκης, 2000)

Από την έννοια του τουρισμού εύκολα γίνεται αντιληπτή και η έννοια του τουρίστα. Τουρίστας, λοιπόν, ονομάζεται ο κάθε άνθρωπος που για μικρό χρονικό διάστημα (από 24 ώρες έως και ένα έτος) μεταβαίνει σε ένα μέρος διαφορετικό της μόνιμης κατοικίας του για διάφορους λόγους, άσχετους με χρηματικά ή άλλα υλικά κίνητρα και ο οποίος προκαλεί τη δημιουργία οικονομικών δραστηριοτήτων (Βαρβαρέσος, 2000).

Επίσης, Τουριστικό προϊόν ονομάζεται ένα σύνολο άυλων υπηρεσιών και αγαθών που όταν συνδυάζονται δημιουργούν το τελικό προϊόν. Ο κάθε πελάτης έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει ένα τουριστικό προϊόν προσαρμοσμένο στις δικές του ανάγκες (Dowell, 2002; Αλεξανδράκη-Κριτωτάκη, 2000).

### **Προσφορά/Ζήτηση τουριστικού προϊόντος**

Όταν μία χώρα θέλει να προσελκύσει τουρίστες προσπαθεί να αναπτύξει και να αναδείξει τους παράγοντες που συνθέτουν την τουριστική της προσφορά. Οι παράγοντες αυτοί είναι οι φυσικοί της πόροι, το κατασκευασμένο περιβάλλον, τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας αυτής έναντι των ανταγωνιστών της, οι λειτουργικοί κλάδοι, οι συνθήκες της ζήτησης που επικρατούν στην αγορά την δεδομένη χρονική στιγμή, το πνεύμα φιλοξενίας, η ιστορία και ο πολιτισμός της (Ακριβός & Σελεσιώτης, 2007; Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001; Λαλούμης & Ρούπας, 1998).

Σύμφωνα με τον Languar η τουριστική ζήτηση αντιπροσωπεύει τη ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών που επιδιώκει να καταναλώσει ο τουρίστας κατά τη διάρκεια των διακοπών του. Η τουριστική ζήτηση όπως και η τουριστική

προσφορά εξαρτάται από κάποιους παράγοντες. Αυτοί οι παράγοντες είναι η ετερογένεια της ζήτησης, η εποχικότητα της ζήτησης και οι παράγοντες της ζήτησης μέσα στους οποίους περιλαμβάνονται οι κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες, οι κοινωνικο-ψυχολογικοί παράγοντες και οι παράγοντες που σχετίζονται με το τουριστικό προϊόν (Βαρβαρέσος, 2000).

### **Οι έννοιες του επιχειρηματία και της επιχειρηματικότητας**

Ο όρος «επιχειρηματικότητα» προέρχεται από το ρήμα «επιχειρώ», που σημαίνει ενεργώ με συγκεκριμένο στόχο. Επιχειρηματικότητα είναι η ικανότητα του ηγέτη μιας επιχείρησης να συνδυάζει αποτελεσματικά τους συντελεστές παραγωγής και να πετυχαίνει έτσι το μεγαλύτερο δυνατό αποτέλεσμα (κέρδος) (Μουρδουκούτας και συν., 2004; Ιωαννίδης, 2000). Ο επιχειρηματίας είναι αυτός ο οποίος προσπαθεί να διαμορφώσει τους όρους της προσωπικής του εξέλιξης και ανάπτυξης παίρνοντας μέρος σε ένα κοινωνικό σύνολο το οποίο επηρεάζει αλλά και επηρεάζεται ταυτόχρονα. Στόχος του επιχειρηματία είναι το κέρδος. Ο επιχειρηματίας πρέπει να ενισχύει την απασχόληση και την ανταγωνιστικότητα της οικονομίας μέσα στην οποία δραστηριοποιείται τόσο για το προσωπικό του συμφέρον αλλά και για το συμφέρον της χώρας του (Χατζηκωνσταντίνου & Γωνιάδης, 2009).

### **Τουριστική Επιχειρηματικότητα**

Η τουριστική επιχειρηματικότητα άρχισε να αναπτύσσεται τις τελευταίες δύο δεκαετίες. Οι περιοχές στις οποίες αναπτύχθηκε η τουριστική επιχειρηματικότητα βοηθήθηκαν με πολλούς τρόπους. Πρώτα από όλα απέκτησαν τουριστική κίνηση συνεπώς και ζωή. Επιπλέον δημιουργήθηκαν νέες θέσεις εργασίας και καταπολεμήθηκε η ανεργία η οποία στις περιοχές αυτές πλήττει κυρίως τους νέους. Έγιναν γνωστές στο ευρύ κοινό με αποτέλεσμα να αυξάνεται συνεχώς η επισκεψιμότητά τους. Αυτά βέβαια ίσχυαν προ οικονομικής κρίσης (Παπαδάκη-Τζεδάκη, 1999).

Με την τουριστική επιχειρηματικότητα δόθηκε η ευκαιρία στους κατοίκους να έχουν ένα επιπλέον εισόδημα πέρα από την κύρια απασχόληση τους. Επίσης οι νέοι των περιοχών αυτών προτίμησαν να μείνουν στον τόπο τους και να γίνουν επιχειρηματίες και δεν επέλεξαν την μετεγκατάστασή τους σε ένα μεγάλο αστικό κέντρο. Επίσης μέσα από κάποια προγράμματα ενίσχυσης της Ε.Ε. δόθηκε η δυνατότητα στις γυναίκες των περιοχών αυτών να αναπτύξουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα μέσα από τους αγροτουριστικούς συλλόγους γυναικών πουλώντας τα δικά τους τοπικά προϊόντα τα οποία οι ίδιες παράγουν (Λαμπριανίδης, 2005).

### **Οι προοπτικές εξέλιξης του τουρισμού στην Ελλάδα**

Η μείωση των τουριστικών αφίξεων στην Ελλάδα, αλλά και σε άλλες χώρες μετά το έτος 2007 δεν είναι ασύνδετη με τη διεθνή χρηματοοικονομική κρίση της περιόδου αυτής. Οι μεταβολές της περιόδου αυτής συνδέονται τόσο με τον αριθμό των τουριστικών επισκέψεων, όσο με την τουριστική καταναλωτική δαπάνη. Είναι λογικό ότι, τα γενικότερα δομικά προβλήματα που χαρακτηρίζουν τον τουριστικό κλάδο στην Ελλάδα επηρεάζουν δυσμενώς τη δραστηριότητά του σε περιόδους οικονομικής κρίσης, ενώ τα αποτελέσματά της εκτείνονται και επηρεάζουν κάθε άλλον παραγωγικό τομέα με τον οποίο βρίσκεται σε λειτουργική αλληλεξάρτηση. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία, ο κλάδος του τουρισμού στην Ελλάδα και σε άλλες ανταγωνίστριες χώρες τα τελευταία χρόνια βίωσε τις δυσμενείς επιδράσεις της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης. Σχεδόν όλες οι χώρες την περίοδο αυτή εμφάνισαν μείωση στον αριθμό

των τουριστικών επισκέψεων και των ετήσιων εισπράξεων (Gazoroulou, 2011). Από τις αρχές του 2013 όμως παρατηρείτε μία σημαντική ανάκαμψη στον τουρισμό της Ελλάδας κυρίως όμως τον νησιωτικό τουρισμό. Αυτό ίσως είναι το πρώτο βήμα για την συνολική ανάκαμψη του Ελληνικού τουρισμού είτε μιλάμε για τον κλασικό τουρισμό είτε για τον εναλλακτικό τουρισμό (ΣΕΤΕ, 2013).

### **Η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα**

Ο ελληνικός τουρισμός για αρκετές δεκαετίες στην πλειονότητα των επισκέψεων χαρακτηρίστηκε από τη «μαζικότητα» του (mass tourism) και αφορούσε στην αξιοποίηση σε ιδιαίτερα υψηλό βαθμό του προϊόντος «ήλιος και θάλασσα». Το γεγονός αυτό αποτέλεσε μια «αδυναμία» του τουρισμού, αφού ως οικονομική δραστηριότητα είναι προσανατολισμένη στην παροχή τουριστικών προϊόντων που δεν μπορούν να προσφερθούν παρά μόνο κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, με αποτέλεσμα ο ελληνικός τουρισμός να χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα. Αυτό οδηγεί σε υποαξιοποίηση των τουριστικών υποδομών ή διαφορετικά σε αυξημένο κόστος χρήσης τους. Αυτό πλέον έχει αλλάξει με τη βοήθεια του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα. Με τον εναλλακτικό τουρισμό ο επισκέπτης μπορεί να κάνει τις διακοπές του καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου. Στον εναλλακτικό τουρισμό ο τουρίστας μπορεί να πραγματοποιήσει πληθώρα δραστηριοτήτων, να ξεκουραστεί σε ένα ήσυχο περιβάλλον, να γνωρίσει νέα μέρη και να επισκεφθεί πολιτιστικούς και θρησκευτικούς χώρους (μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι, μοναστήρια). Με αυτό τον τρόπο υπάρχει τουριστική κίνηση καθ' όλη τη διάρκεια του έτους στις τουριστικές περιοχές. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την οικονομική ανάπτυξη των περιοχών αυτών και την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων των περιοχών αυτών.

### **Η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού**

Ο εναλλακτικός τουρισμός δεν έχει τα χαρακτηριστικά που έχει ο κλασικός τουρισμός που όλοι έχουμε στο μυαλό μας. Τον εναλλακτικό τουρισμό τον χαρακτηρίζει η μη μαζικότητα των τουριστών, η οικολογική συνείδηση που διακατέχει τους τουρίστες, οι τουριστικές επιχειρήσεις σε περιοχές που υπάρχει εναλλακτικός τουρισμός είναι μικρού μεγέθους (συνήθως οικογενειακές) και οι μορφές του τουρισμού χαρακτηρίζονται ως αντισυμβατικές σε σχέση με τον τουρισμό που έχουμε όλοι στο μυαλό μας (Paramichael, 2003)

Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει ως στόχο τη διαφύλαξη του περιβάλλοντος και των πόρων του τουριστικού προορισμού, την ικανοποίηση των αναγκών του ντόπιου πληθυσμού, τη δυνατότητα των χωρών στις οποίες υπάρχουν τουριστικοί προορισμοί να παίρνουν αυτές τις αποφάσεις της τουριστικής ανάπτυξης, σύμφωνα με τις δικές τους τουριστικές πολιτικές και να μην ποδηγετούνται από τους μεγάλους τουριστικούς επιχειρηματίες (τουριστικούς πράκτορες, ξενοδόχους που συνήθως εξυπηρετούν πολυεθνικά ή ίδια οφέλη). Στον εναλλακτικό τουρισμό γίνεται προσπάθεια περιορισμού του μαζικού τουρισμού και ενθάρρυνσης του εναλλακτικού ήπιου τουρισμού καταβάλλεται τόσον από τις ομάδες πληθυσμού που προαναφέρθηκαν όσο και από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, την Ε.Ε. τους εθνικούς τουριστικούς φορείς, κλπ. (Herbig & O'Hara, 1997).

Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει ως στόχο την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων των περιοχών όπου αναπτύσσεται ο εναλλακτικός τουρισμός. Έτσι δίνεται η ευκαιρία σε νέους να επενδύσουν πάνω σε νέες επιχειρηματικές ιδέες σεβόμενοι πάντα το φυσικό περιβάλλον της περιοχής (Galani-Moutafi, 2004).

## **Η Λίμνη Κερκίνη και οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού**

Η Λίμνη Κερκίνη βρίσκεται στο βορειοδυτικό μέρος του Νομού Σερρών κοντά στα σύνορα με τη Βουλγαρία και είναι ένας διεθνούς σημασίας υγροβιότοπος, που έχει ανακηρυχθεί σε Εθνικό Πάρκο και προστατεύεται από τη Διεθνή Σύμβαση RAMSAR. Περιλαμβάνεται, επίσης, στο δίκτυο των περιοχών Φύση 2000 (Natura 2000), σύμφωνα με την οδηγία 92/43/ΕΟΚ και είναι περιοχή Ειδικής Προστασίας σύμφωνα με την οδηγία 74/409/ΕΟΚ και σημαντική για τα πουλιά (IBA). Σχεδόν όλα τα σπονδυλωτά είδη που συναντάμε στη λίμνη περιλαμβάνονται στα παραρτήματα I και II της σύμβασης της Βιέννης (Σύμβαση για την προστασία της Άγριας ζωής και του Φυσικού Περιβάλλοντος της Ευρώπης). Πολλά από τα αποδημητικά πουλιά προστατεύονται από τη Σύμβαση της Βόννης (Σύμβαση για τη διατήρηση των αποδημητικών ειδών που ανήκουν στη άγρια πανίδα). Εδώ βρίσκονται οι μικτές αποικίες 10 ειδών πουλιών από τις πιο σημαντικές στην Ευρώπη, λόγω του μεγάλου αριθμού και της σπανιότητας τους. Είναι από τους πλουσιότερους υγρότοπους στην Ελλάδα από ορνιθολογική άποψη. Τέλος είναι από τις παραγωγικότερες σε ψάρια λίμνες της Ελλάδας (Πέτρου, 1995).

Ο τουρισμός που αναπτύσσεται στις περιοχές της Λίμνης Κερκίνης δεν έχει την κλασική μορφή που γνωρίζουμε ότι υπάρχει στις νησιωτικές περιοχές της Ελλάδας. Ο τουρισμός που υπάρχει στην Κερκίνη είναι ο εναλλακτικός τουρισμός. Οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού που υπάρχουν στην περιοχή της Λίμνης Κερκίνης είναι πάρα πολλές. Αυτές είναι ο Αγροτουρισμός, ο Οικοτουρισμός, ο Φυσιολατρικός τουρισμός, ο Ορεινός τουρισμός, ο Θρησκευτικός τουρισμός, ο Πολιτιστικός τουρισμός, ο Αθλητικός τουρισμός, ο Επιστημονικός τουρισμός, ο Τουρισμός υγροβιοτόπων, ο Ιαματικός τουρισμός και ο Τουρισμός υπαίθρου (Ηγουμενάκης και συν., 1999).

Τέλος, όπως είναι γνωστό οι διάφορες μορφές του εναλλακτικού τουρισμού βασίζονται στο φυσικό περιβάλλον και στη διαφύλαξή του. Έτσι γίνεται αντιληπτό ότι οι έννοιες του περιβάλλοντος και του εναλλακτικού τουρισμού είναι δύο έννοιες άρρηκτα συνδεδεμένες.

Οι άνθρωποι που ασχολούνται με τον τουρισμό βλέποντας τις δυνατότητες που υπάρχουν για περαιτέρω ανάπτυξη της περιοχής θέλησαν να προχωρήσουν στην εξέλιξη των υποδομών που ήδη υπάρχουν (π.χ. μεγαλύτερες ξενοδοχειακές μονάδες) αλλά και στην βελτίωση των υπόλοιπων υποδομών (π.χ. οδικό δίκτυο). Βέβαια επειδή μιλάμε για μια προστατευμένη περιοχή από τις συνθήκες (π.χ. RAMSAR, Natura 2000 κ.α.) υπάρχουν ορισμένοι περιορισμοί στις δυνατότητες που υπάρχουν για την εξέλιξη των υποδομών γιατί κύριος σκοπός τους είναι η προστασία και η διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος και όχι η ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη. (Κοκκώσης Χ. και Τσάρτας Π., 2001; Ρούπας, 1997)

## **Η επίδραση της Οικονομικής Κρίσης στη περιοχή της Κερκίνης**

Όπως είναι γνωστό η Ευρώπη και η Ελλάδα βρίσκονται στη μέση μίας οικονομικής κρίσης. Έτσι δεν θα μπορούσε να μην επηρεαστεί και ο τουρισμός της Ελλάδας ο οποίος είναι η «βαριά βιομηχανία» της χώρας μας. Έτσι τα τελευταία χρόνια έχει μειωθεί ο αριθμός των επισκεπτών στις τουριστικές περιοχές όσο και η καταναλωτική δαπάνη ανά επισκέπτη. Από αυτή την κατάσταση δεν θα μπορούσε να μείνει ανεπηρέαστη και η περιοχή της Λίμνης Κερκίνης. Έτσι τα τελευταία χρόνια το ποσοστό της πληρότητας των καταλυμάτων στην περιοχή κυμαίνεται γύρω στο 40% με ελάχιστες εξαιρέσεις. Οι τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή συνήθως είναι μεσαίου εισοδήματος γύρω στα 700€ και δεν αφήνουν ιδιαίτερα μεγάλα χρηματικά ποσά στις επιχειρήσεις της περιοχής παρά

μόνο ξοδεύουν κάποια χρήματα για τις βασικές τους ανάγκες και κάποια χρήματα για τις δραστηριότητες που κάνουν κατά την παραμονή τους στην περιοχή. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι ντόπιοι κάτοικοι να έχουν κάποιο επιπλέον εισόδημα πέρα από τη βασική τους απασχόληση αλλά αυτό το ποσό να μην είναι συγκρίσιμο με τα χρήματα που είχαν από τις επιπλέον δραστηριότητες προ οικονομικής κρίσης. Οι επιχειρηματίες οι οποίοι δεν επένδυσαν σωστά στον τουρισμό αλλά τον είδαν ως το όχημα για το εύκολο κέρδος είδαν η προτίμηση των επισκεπτών προς τις επιχειρήσεις τους να μειώνεται και κάποιοι από αυτούς να αναγκάζονται να βάλουν λουκέτο σε αυτές.

### **Βιβλιογραφική Επισκόπηση**

Στις επόμενες παραγράφους, παρατίθενται ενδεικτικά διάφορες σημαντικές έρευνες σχετικές με τον τουρισμό/εναλλακτικό τουρισμό στην Ελλάδα, ως και για τη λίμνη Κερκίνη.

Ο Ηγουμενάκης (2007) αναφέρει ότι ο τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία της κάθε χώρας. Συνήθως, ο τουρισμός βρίσκεται είτε στο στάδιο της ανάπτυξης είτε στο στάδιο της εξέλιξης. Ο τουρισμός μέχρι την δεκαετία του '50 αναπτύσσονταν στην Ελλάδα απρογραμματίστα, συμπτωματικά, ευκαιριακά και άναρχα. Αυτό όμως άλλαξε γιατί όλοι κατάλαβαν την σημασία που έχει η σωστή ανάπτυξη του τουρισμού για την οικονομία της Ελλάδας. Το αποτέλεσμα αυτών των προσπαθειών ήταν η αργή, αλλά σταθερή ανάπτυξη του τουρισμού, όχι μόνο ποσοτικά, αλλά και ποιοτικά. Η ανάπτυξη του τουρισμού είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση των επισκεπτών σε τουριστικές περιοχές της Ελλάδας, τόσο από ημεδαπούς, όσο και από αλλοδαπούς τουρίστες. Αυτό επέφερε τη βελτίωση της οικονομικής κατάστασης των κατοίκων των τουριστικών περιοχών, όσο και την αύξηση του ΑΕΠ για το Κεντρικό Κράτος.

Ο Σφακιανάκης (2000) καταγράφει ότι ο τουρισμός είναι ένα πολύ σημαντικό κομμάτι της Ελληνικής Οικονομίας, αλλά η επιδίωξη των ανθρώπων για όλο και περισσότερα κέρδη κοντεύουν να καταστρέψουν αυτό το καταπληκτικό φυσικό περιβάλλον που διαθέτει η χώρα μας. Έτσι, πρέπει να στραφούμε οι ηπιότερες και πιο εναλλακτικές μορφές τουρισμού, προκειμένου να έχουμε τουρισμό στην χώρα μας, αλλά και για κατορθώσουμε να προστατεύσουμε αυτό το φυσικό περιβάλλον που διαθέτει η Ελλάδα, γιατί χωρίς αυτό θα πάψει να υφίσταται και η πιο κερδοφόρα βιομηχανία που έχει η Ελλάδα, που είναι ο τουρισμός.

Οι Πολύζος (2002; 2006); Ανδριώτης (2005); Σδρόλιας (2006) συγκλίνουν στο ότι ο τουρισμός για την Ελλάδα είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης, γιατί βοηθάει τόσο στο ΑΕΠ της χώρας, όσο και στο ισοζύγιο των εξωτερικών συναλλαγών. Επίσης, είναι γνωστό ότι ο τουρισμός δεν είναι ένας ξεχωριστός τομέας δραστηριότητας, αλλά είναι άρρηκτα συνδεδεμένος και με άλλους παραγωγικούς τομείς, αλλά εξαρτάται επίσης από πολλές μεταβλητές και απρόβλεπτους ή ανεξέλεγκτους παράγοντες, που μπορούν να επηρεάσουν και να διαμορφώσουν το μέγεθος της τουριστικής κίνησης σε κάθε περιοχή.

Η Γαζοπούλου (2011) αναφέρει ότι ο τουρισμός της Ελλάδας ήταν αδύνατο να μην επηρεαστεί από την παγκόσμια οικονομική κρίση που βιώνουμε τα τελευταία χρόνια. Έτσι, υπάρχει μία μείωση, τόσο στις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, όσο και στα έσοδα από την τουριστική δαπάνη.

Τέλος, ο Πέτρου (1995) παραθέτει ότι ο Υγροβιότοπος της Κερκίνης είναι ένα θαυμάσιο μέρος απaráμιλλου κάλλους, το οποίο οι κάτοικοι της περιοχής θα πρέπει να προστατέψουν με κάθε δυνατή προσπάθεια, γιατί

είναι ένα μέρος σημαντικό τόσο για την οικολογική του σημασία, αλλά και για την οικονομική του σημασία, γιατί βοηθάει τους ντόπιους κατοίκους να έχουν κάποιο επιπλέον εισόδημα ξεχωριστά από την κύρια απασχόλησή τους. Παράλληλα, η ύπαρξη της λίμνης Κερκίνης έχει βοηθήσει τους νέους της περιοχής είτε στο να θέλουν να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση είτε να βρουν μια θέση εργασίας πιο εύκολα, καταπολεμώντας έτσι την μεγάλη ανεργία των νέων.

## Μεθοδολογία/Σκοπός Έρευνας

### Σκοπός Έρευνας

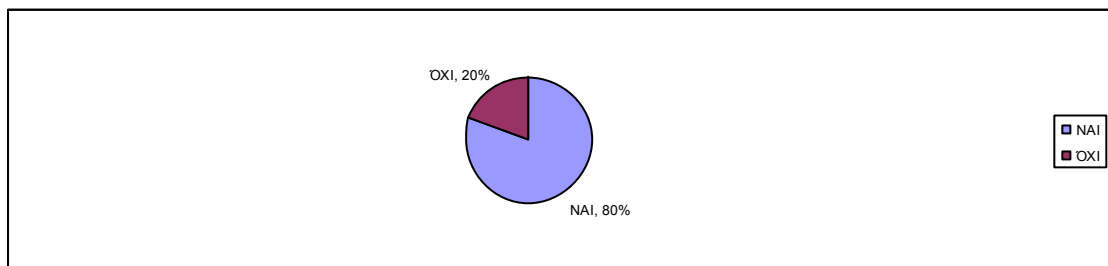
Ο σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να εξετάσει τις πιθανές επιρροές του Ελληνικού Τουρισμού από την Χρηματοπιστωτική Κρίση που βιώνουμε τα τελευταία χρόνια και πιο συγκεκριμένα τις επιδράσεις και τα αποτελέσματα της Οικονομικής κρίσης στον τουρισμό της περιοχής της Λίμνης Κερκίνης.

### Μεθοδολογία Έρευνας

Για την πραγμάτωση της παρούσας εργασίας χρησιμοποιήθηκαν πρωτογενή δεδομένα. Η μέθοδος που ακολουθήθηκε ήταν η τηλεφωνική συνέντευξη με τους υπεύθυνους των ξενοδοχείων της περιοχής της Λίμνης Κερκίνης κατά το μήνα Μάρτιο του έτους 2014. Για την πιο εύκολη συλλογή και επεξεργασία των πρωτογενών δεδομένων από τις συνεντεύξεις αυτές χρησιμοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο. Έτσι, τα πρωτογενή δεδομένα συγκεντρώθηκαν με ερωτηματολόγια υποβοηθούμενης αυτοσυμπλήρωσης (aided administrated questionnaires), με μέθοδο δειγματοληψίας τη phone personal interview (Γιοβάνης κ.α., 2011; Malhotra, 1996). Από τις δεκαπέντε επιχειρήσεις που ζητήθηκε να συμμετέχουν στην έρευνα, οι δέκα δέχθηκαν να συμμετέχουν στην έρευνα. Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων έγινε με τη χρήση της περιγραφικής στατιστικής και τα εμπειρικά αποτελέσματα απεικονίστηκαν διαγραμματικά (Μαντζάρης, 2004).

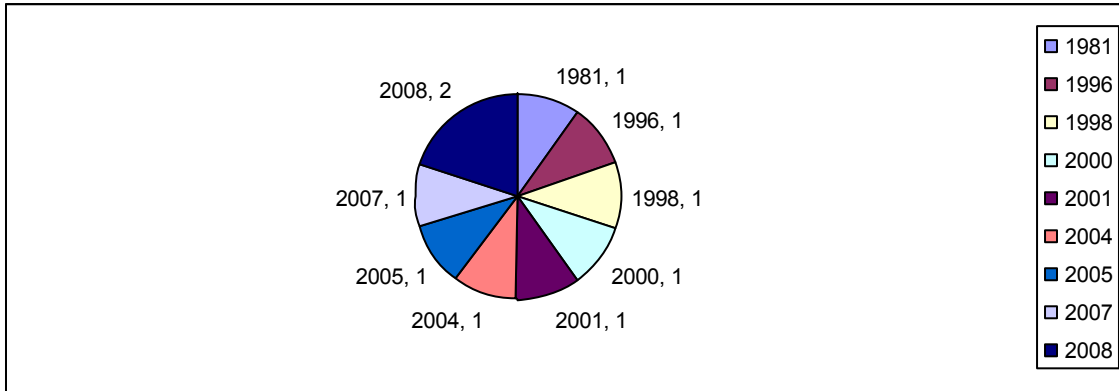
## Αποτελέσματα της Έρευνας

Από τα αποτελέσματα της έρευνας γίνεται κατανοητό ότι η επισκεψιμότητα και η τουριστική δαπάνη έχουν μειωθεί τα τελευταία χρόνια, αλλά σε καμία περίπτωση αυτή η μείωση δεν ήταν καταστροφική για τους ντόπιους κατοίκους της περιοχής. Βέβαια υπήρχαν και επιχειρήσεις οι οποίες έβαλαν "λουκέτο", αλλά αυτό δεν ήταν συνέπεια μόνο της Οικονομικής Κρίσης, αλλά ήταν κυρίως αποτέλεσμα της κακής αντιμετώπισης του τουρισμού από τους ίδιους τους επιχειρηματίες. Αυτό συνέβη, γιατί αρκετοί επιχειρηματίες ήθελαν απλώς το εύκαιρο και εύκολο κέρδος και δεν επένδυσαν μακροπρόθεσμα και σωστά στον τουρισμό της περιοχής της Λίμνης Κερκίνης. Όλα αυτά μπορούν να γίνουν ακόμα πιο κατανοητά από τα παρακάτω διαγράμματα.



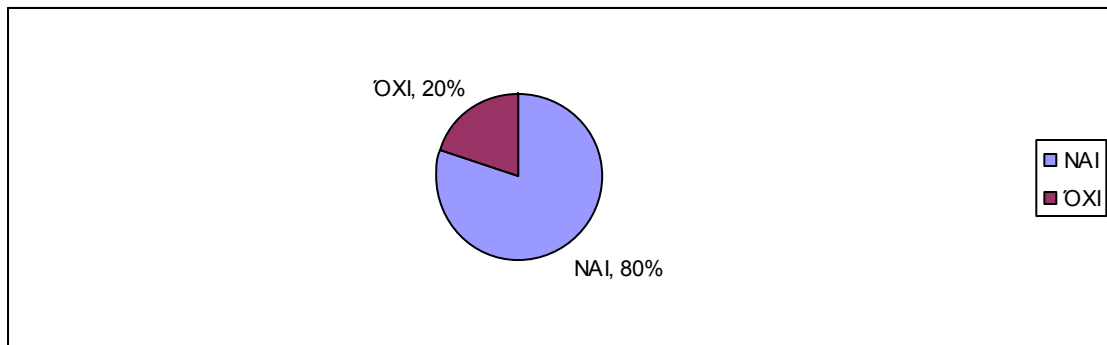
Διάγραμμα 1: Η τουριστική επιχείρηση είναι η κύρια απασχόλησή σας;

Μπορεί στην αρχή οι περισσότεροι να είδαν τον τουρισμό σαν ευκαιρία για να συμπληρώνουν το εισόδημά τους από την κύρια απασχόλησή τους, αλλά πλέον οι περισσότεροι έχουν επενδύσει πολύ σοβαρά πάνω στον τουρισμό της περιοχής και ασχολούνται κατά κύριο λόγο με τις τουριστικές επιχειρήσεις.



**Διάγραμμα 2: Πότε άρχισε να λειτουργεί η επιχείρηση;**

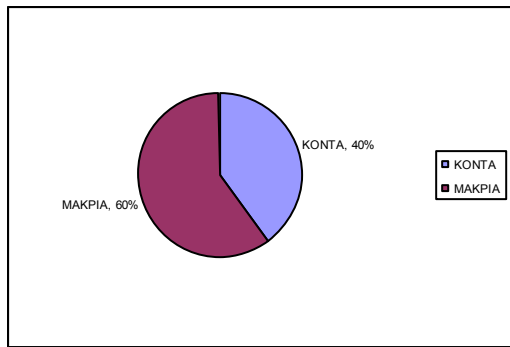
Όπως φαίνεται από το παραπάνω διάγραμμα η απόφαση για αξιοποίηση του τουρισμού της περιοχής πάρθηκε στις αρχές της δεκαετίας του '80 και συνεχίστηκε με αργό ρυθμό, αλλά η μεγάλη έκρηξη έγινε στη δεκαετία του 2000. Αυτό οφείλεται στην απόφαση για ουσιαστική αξιοποίηση του τουρισμού της περιοχής. Αυτή η απόφαση όμως αύξησε τις ανάγκες για περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες στην περιοχή για την όσο γίνεται καλύτερη εξυπηρέτηση του τουριστικού κοινού.



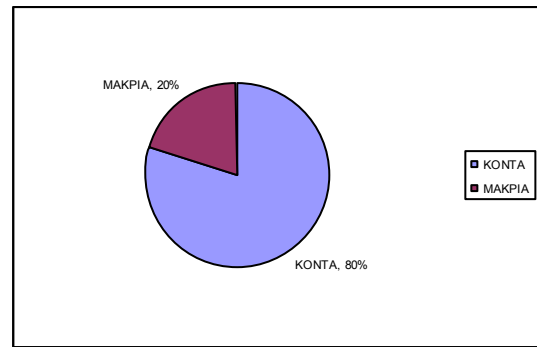
**Διάγραμμα 3: Η Επιχειρηματική ιδέα υλοποιήθηκε με τη βοήθεια κάποιου επενδυτικού προγράμματος;**

Για την ανάπτυξη του τουρισμού της περιοχής χρειάστηκε να δημιουργηθούν οι κατάλληλες υποδομές. Επειδή όμως οι κάτοικοι δεν διέθεταν το αναγκαίο κεφάλαιο για την υλοποίηση των επενδύσεων οι περισσότεροι χρειάστηκαν την βοήθεια από κάποιο επενδυτικό πρόγραμμα. Αυτή η βοήθεια ήρθε είτε από Εθνικά προγράμματα (π.χ. ΟΠΠΑΧ) είτε από Ευρωπαϊκά μέσω της Ευρωπαϊκής Ένωσης (π.χ. Leader<sup>+</sup>).



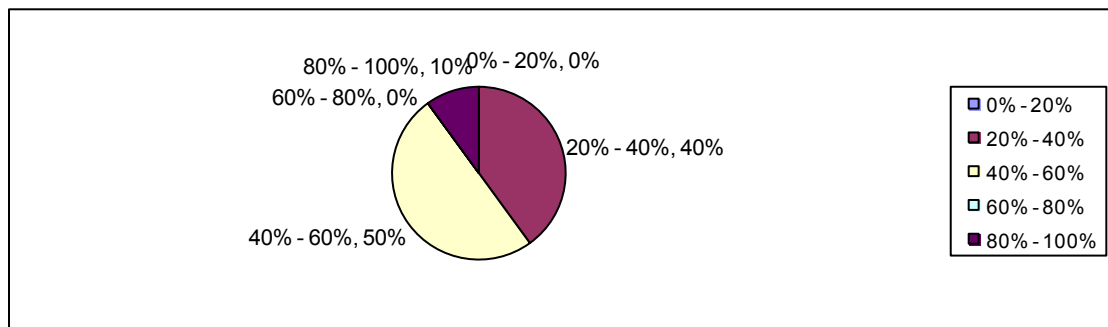


**Διάγραμμα 4: Η μονάδα βρίσκεται κοντά ή μακριά από τη Λίμνη Κερκίνη;**



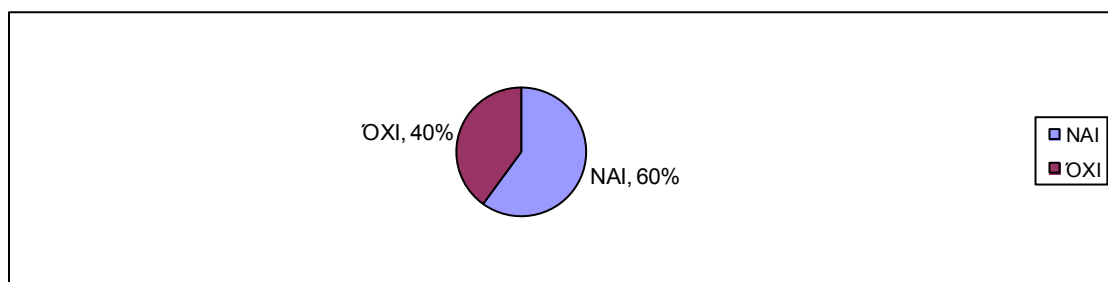
**Διάγραμμα 5: Η επιχείρηση είναι εγκατεστημένη κοντά ή μακριά από κατοικημένη περιοχή;**

Όπως είναι γνωστό η νομοθεσία δεν επιτρέπει την άναρχη δόμηση σε προστατευμένες περιοχές με στόχο να διατηρηθεί το φυσικό περιβάλλον της περιοχής. Έτσι και στην Λίμνη Κερκίνη οι επιχειρηματίες προσπάθησαν να χτίσουν τις ξενοδοχειακές μονάδες κοντά σε κατοικημένες περιοχές, αλλά και κοντά στην Λίμνη Κερκίνη. Κοντά στην Λίμνη κατάφεραν να δημιουργηθούν μόνο οι μικρές μονάδες και αυτοί που ήθελαν να χτίσουν μία μεγάλη ξενοδοχειακή μονάδα αναγκάστηκαν να την χτίσουν σε κάποιο χωριό, αλλά με απόσταση κάποια χιλιόμετρα από την Λίμνη Κερκίνη.



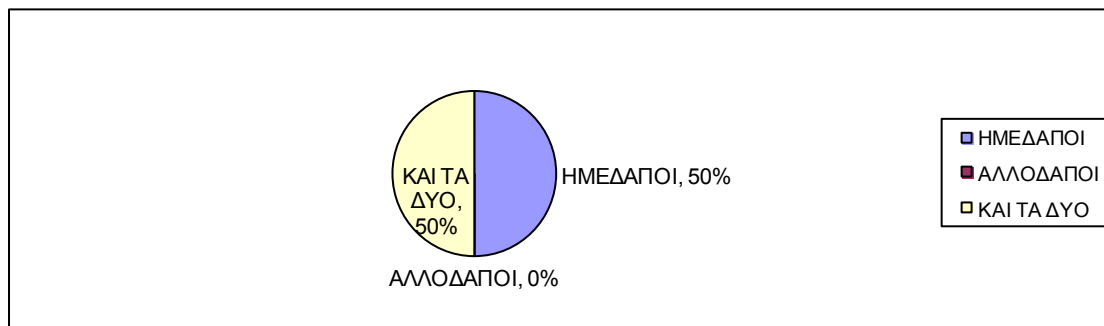
**Διάγραμμα 6: Τι ποσοστό πληρότητας δηλώνετε στον Ε.Ο.Τ.;**

Τα προηγούμενα χρόνια η επισκεψιμότητα και η πληρότητα στην περιοχή της Λίμνης Κερκίνης ήταν σαφώς μεγαλύτερη, αλλά λόγω της Οικονομικής Κρίσης που υπάρχει τα τελευταία χρόνια η πληρότητα έχει μειωθεί στις ξενοδοχειακές μονάδες της περιοχής. Το επίπεδο πληρότητας δεν είναι όμως καταστροφικό, αφού το 50% των επιχειρήσεων δηλώνει πληρότητα γύρω στο 50% της συνολικής δυναμικότητας των ξενοδοχειακών μονάδων.



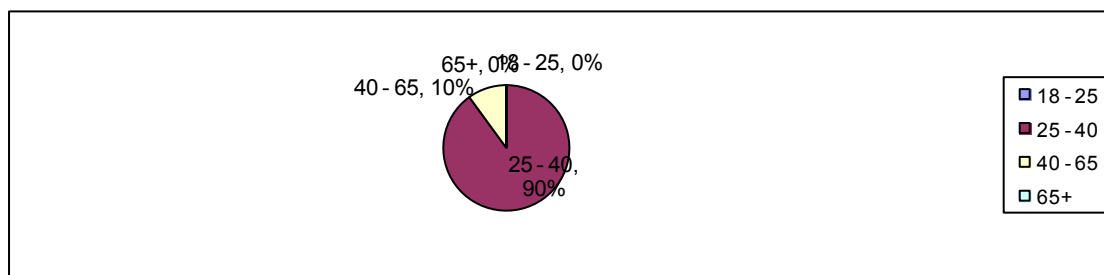
**Διάγραμμα 7: Η επιχείρηση λειτουργεί με βάση την εποχικότητα;**

Επειδή στην περιοχή της Λίμνης Κερκίνης αναπτύσσονται διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι λογικό να υπάρχει το φαινόμενο της εποχικότητας. Έτσι η επισκεψιμότητα στην περιοχή αυξάνεται την περίοδο των εορτών (π.χ. Πάσχα) και τα σαββατοκύριακα και μειώνεται τις εργάσιμες μέρες της εβδομάδας.



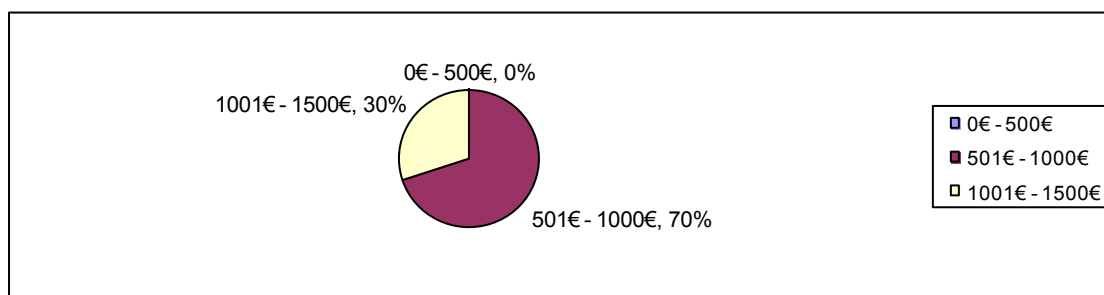
**Διάγραμμα 8: Τι εθνικότητας είναι οι επισκέπτες σας;**

Επειδή στην περιοχή αναπτύσσεται ο εναλλακτικός τουρισμός η περιοχή δεν είναι ευρέως διαδεδομένη για να καταφέρει να προσελκύει πολλούς αλλοδαπούς τουρίστες. Έτσι κατά κύριο λόγο οι επισκέπτες είναι Έλληνες. Βέβαια υπάρχει ένα ποσοστό αλλοδαπών επισκεπτών οι οποίοι όμως αποτελούνται από επιστήμονες με αντικείμενο μελέτης την περιοχή της λίμνης, αλλά και από γειτονικές Βαλκανικές χώρες (π.χ. Βουλγαρία).



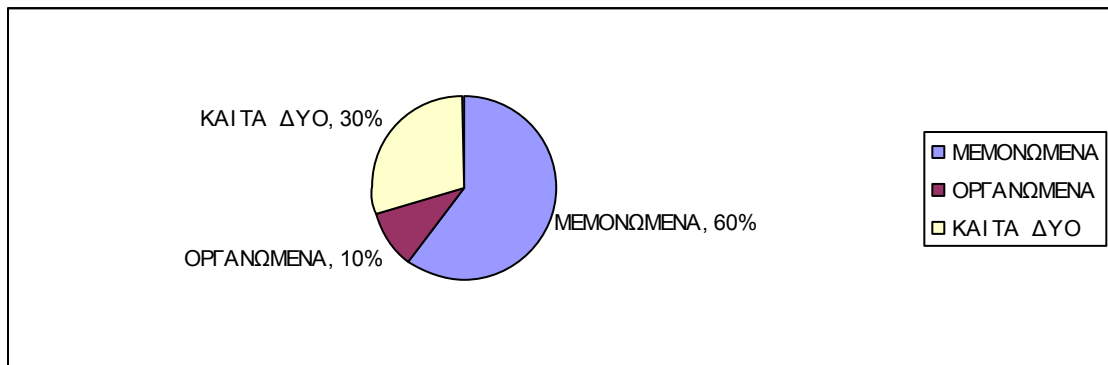
**Διάγραμμα 9: Ποιος είναι ο μέσος όρος της ηλικίας των επισκεπτών;**

Στην περιοχή της Λίμνης Κερκίνης αναπτύσσεται ο εναλλακτικός τουρισμός και όχι ο θαλάσσιος και μαζικός τουρισμός που αναπτύσσεται στα ελληνικά νησιά (π.χ. Μύκονος) είναι απολύτως λογικό να μην είναι ιδιαίτερα διαδεδομένος και πρώτη επιλογή στους νέους. Τον εναλλακτικό τουρισμό είναι λογικό να τον προτιμούν είτε νέα ζευγάρια είτε οικογένειες με παιδιά, γιατί έχουν ανάγκη από λίγη ξεκούραση και απόδραση από την καθημερινή ρουτίνα τους στην ζωή σε μία πόλη.



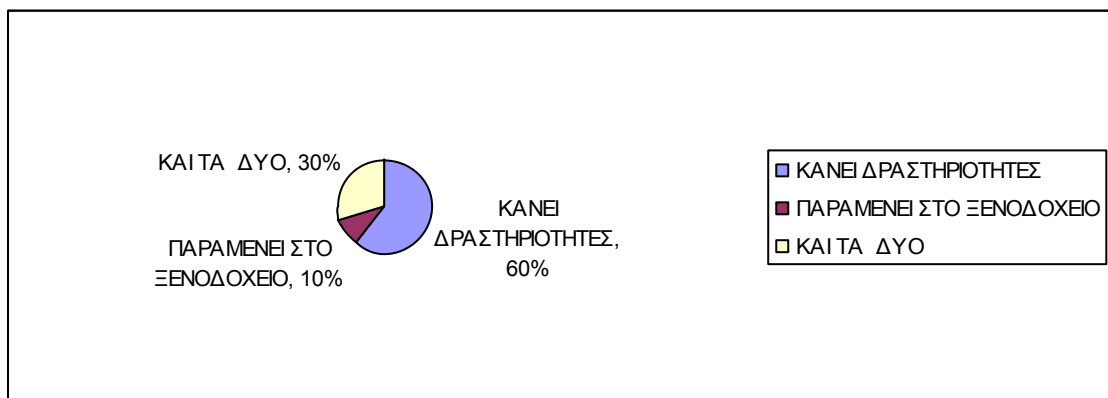
**Διάγραμμα 10: Ποιο είναι το μέσο εισόδημα των επισκεπτών;**

Όπως είναι αναμενόμενο, επειδή ζούμε σε μία περίοδο Οικονομικής Κρίσης με περικοπές μισθών και συντάξεων, αλλά και με αύξηση στην φορολογία, είναι λογικό το εισόδημα των επισκεπτών να έχει υποστεί μεγάλη μείωση τα τελευταία χρόνια. Αυτό βέβαια έχει επίδραση και στην τουριστική δαπάνη που δαπανούν οι τουρίστες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Έτσι, το 70% των επισκεπτών στην Λίμνη Κερκίνη έχει ένα μέσο εισόδημα με λίγες δυνατότητες για υπερβολές, ενώ μόνο το 30% των τουριστών έχει κάπως αυξημένο εισόδημα με δυνατότητα να αφήσει κάποια χρήματα στην τοπική αγορά.



**Διάγραμμα 11:** Οι τουρίστες έρχονται μεμονωμένα, υπάρχει κάποια συνεργασία με τουριστικά γραφεία για οργανωμένο τουρισμό ή και τα δύο;

Ο κύριος όγκος των επισκεπτών έρχεται στην Λίμνη Κερκίνη μεμονωμένα και με το δικό του Ι.Χ., γιατί η περιοχή δεν είναι αρκετά γνωστή σε όλα τα μέρη της Ελλάδας, πόσο μάλλον του Εξωτερικού. Τα τελευταία χρόνια όμως έγιναν και γίνονται προσπάθειες η περιοχή της Κερκίνης να γίνει ένας τουριστικός προορισμός και στον οργανωμένο τουρισμό γι' αυτό πλέον πολλά τουριστικά πρακτορεία κάνουν εκδρομές προς την περιοχή έχοντας πρώτα δημιουργήσει συνεργασίες με τους επιχειρηματίες της περιοχής.



**Διάγραμμα 12:** Οι τουρίστες κατά τη διαμονή τους προτιμούν να κάνουν δραστηριότητες, προτιμούν να παραμένουν στο χώρο του ξενοδοχείου ή και τα δύο;

Ο επισκέπτης που επισκέπτεται την περιοχή της Λίμνης Κερκίνης έχει πολλές επιλογές με το τι δραστηριότητες θα θελήσει να κάνει κατά τη διάρκεια της παραμονής του στην περιοχή. Οι περισσότεροι από αυτούς δεν χάνουν την ευκαιρία με το γνωρίσουν την περιοχή κάνοντας κάποιες δραστηριότητες. Κάποιοι άλλοι προτιμούν να συνδυάσουν την χαλάρωση με την εξερεύνηση του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής, ενώ λίγοι

επισκέπτες προτιμούν να ξεκουραστούν, απλώς χαζεύοντας το φυσικό περιβάλλον.

### **Συμπεράσματα**

Στη εργασία αυτή επιδιώχθηκε μια συνοπτική παρουσίαση των βασικών χαρακτηριστικών του τομέα του τουρισμού στην Ελλάδα και τη θέση της περιοχής της Λίμνης Κερκίνης στον τουρισμό της Ελλάδας. Από την ανάλυση των στοιχείων της έρευνας προκύπτει ότι υπάρχει πρόθεση για την στήριξη και την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος. Το γεγονός αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς σε μια περίοδο κατά την οποία η ελληνική οικονομία βρίσκεται σε ύφεση, ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στην ενίσχυση της συνολικής ανταγωνιστικότητας και στην τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας της χώρας.

Ο τουρισμός αποτελεί για την Ελλάδα το βασικό μοχλό εθνικής και περιφερειακής ανάπτυξης σε μια κρίσιμη περίοδο. Για να επιτύχει ο τουρισμός τους στόχους του θα πρέπει να υιοθετηθεί μια ολοκληρωμένη τουριστική πολιτική με μακροχρόνια προοπτική και με σταθερό πλαίσιο εφαρμογής. Η πολιτική αυτή θα πρέπει να επιδιώκει την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών περιοχών δια μέσου του εμπλουτισμού του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος, τη λειτουργική σύνδεση του τουριστικού κλάδου με τους άλλους παραγωγικούς κλάδους της περιοχής. Με αυτό τον τρόπο θα επιτευχθεί η αύξηση του εισοδήματος των κατοίκων στις τουριστικές περιοχές, αλλά και την αύξηση της απασχόλησης στις περιοχές αυτές. Οι επιδιώξεις αυτές θα πρέπει να είναι στενά συνδεδεμένες με την υιοθέτηση των αρχών της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης, την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, την εκπόνηση στρατηγικών σχεδίων marketing για την αποτελεσματική προώθηση των τουριστικών προϊόντων, καθώς και την αναβάθμιση του μοντέλου της τοπικής διακυβέρνησης του τουρισμού.

Οι άνθρωποι στην περιοχή της Λίμνης Κερκίνης κατάφεραν να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες της περιοχής τους επενδύοντας τις τελευταίες δεκαετίες στον εναλλακτικό τουρισμό της περιοχής. Όλες αυτές, λοιπόν, οι υποδομές που δημιουργήθηκαν και οι επιχειρηματικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται στην περιοχή της λίμνης Κερκίνης μπορούν να χαρακτηρίσουν πλέον την Κερκίνη σαν ένα αξιοσημείωτο και σημαντικό Οικοτουριστικό προορισμό για Έλληνες και αλλοδαπούς τουρίστες.

Θα πρέπει όμως οι επιχειρήσεις να έχουν πάντα στόχευση στην αειφόρο ανάπτυξη. Θα πρέπει πάση θυσία να διαφυλάξουν αυτό το φυσικό περιβάλλον που τους περιβάλλει, γιατί σε περίπτωση που το φυσικό περιβάλλον της περιοχής αλλοιωθεί ή ακόμα χειρότερα καταστραφεί, τότε θα πάψει να υφίσταται και ο τουρισμός της περιοχής.

Επίσης, οι ίδιοι οι επιχειρηματίες είναι θετικό να προσπαθήσουν να προβάλλουν τις επιχειρήσεις τους μέσα από τουριστικά φυλλάδια, αφίσες, συμμετοχή σε τουριστικούς οδηγούς και σε τουριστικές εκθέσεις, αλλά και με διαφημίσεις στον έντυπο και στον ηλεκτρονικό τύπο.

Ακόμη, θα πρέπει οι επιχειρηματίες να συνεχίσουν να προσφέρουν άριστα τη φιλοξενία της Σερραϊκής γης και να διατηρήσουν τα χαρακτηριστικά της τοπικής γαστρονομίας με υγιεινά τοπικά προϊόντα. Αυτό κρίνεται απαραίτητο, ώστε να είναι ικανοποιημένοι οι τουρίστες και όχι μόνο για να επιστρέψουν πάλι, αλλά και να πείσουν τον κοινωνικό τους περίγυρο, ώστε να επισκεφθούν και άλλοι τουρίστες την περιοχή.

Είναι εξαιρετικά σημαντικό αυτή η υπέροχη περιοχή απaráμιλλου φυσικού κάλλους και αυξανόμενης οικοτουριστικής υποδομής να προβληθεί τόσο στο εσωτερικό της χώρας όσο και στο εξωτερικό.

Τέλος, θα πρέπει να διευκρινισθεί ότι η παρούσα έρευνα που πραγματοποιήθηκε ήταν διερευνητικής φύσεως και ότι τα αποτελέσματα, αν και εξυπηρέτησαν τους στόχους της έρευνας, δεν μπορούν να γενικευθούν. Σίγουρα, θα πρέπει να ακολουθήσει περισσότερη έρευνα, η οποία θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει περισσότερες μεταβλητές/ερωτήσεις, αλλά και μεγαλύτερο δείγμα επιχειρήσεων, ώστε να μπορούν να εξαχθούν ασφαλέστερα συμπεράσματα επί του θέματος και τους στόχους της παρούσης έρευνας.

## Βιβλιογραφία

- Doswell, R., 2002, "Τουρισμός: Ο ρόλος του αποτελεσματικού μάρκετινγκ", Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- Galani-Moutafi, V., 2004, "Tourism Research on Greece, A Critical Overview", *Annals of Tourism Research*, 31(1), 157-179.
- Gazopoulou, H., 2011, "Assessing the impact of terrorism on travel activity in Greece", Bank of Greece, Working Paper, Athens.
- Herbig, P. and O'Hara, B., 1997, "Ecotourism: a guide for Marketers", *European Business Review*, 97(5), 231-236.
- Karoulia, S. and Tsionou, T., 2013, "Information gathering in Greek tourism entrepreneurship", *Social and Behavioral Sciences*, 73, 607-615.
- Malhotra, N. K., 1996, "Marketing Research. An Applied Orientation" (Second Edition), Ed. Prentice-Hall, Inc., New Jersey.
- Mehmetoglu, M. and Normann, 2013, "The link between travel motives and activities in nature-based tourism", *Tourism Review*, 68(2), 3-13.
- Papamichael, Y., 2003, "Agrotourism Development in Cyprus Dedicated to a World of Heritage...", *Tourism Review*, 58(3), 36-42.
- Polyzos, S. and Sdrolias, L., 2006, "Strategic Method of Confrontation of Tourist Competition: The Case of Greece", *Journal of Travel and Tourism Research*, 6(1), 12-28.
- Trunfio, M. et al., 2006, "Tour operators and alternative tourism in Italy: Exploiting niche markets to increase international competitiveness", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(5), 426-438.
- Ακριβός, Χ. και Σαλεσιώτης, Μ., 2007, "Τουρισμός: Εισαγωγικές έννοιες, Τουριστική συνείδηση, Τουριστική συμπεριφορά", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Αλεξανδράκη - Κριτσωτάκη, Ρ., 2000, "Τουριστική Οικονομία", Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Ανδριώτης, Κ., 2005, "Τουριστική Ανάπτυξη και Σχεδιασμός", Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.
- Βαρβαρέσος, Σ., 2000, "Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές: η ελληνική πραγματικότητα" (Β' έκδοση), Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.
- Βαρβαρέσος, Σ., 2000, "Τουρισμός: Οικονομικές Προσεγγίσεις" (Β' έκδοση), Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.
- Γιοβάνης, Ν., Καρανάσιος, Ν. και Παζάρσκη, Μ., 2011, "Γυναικεία Νεανική Επιχειρηματικότητα στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση στην Ελλάδα", *Διεθνές Συνέδριο ΕΣΔΟ 2010*, 16-18 Σεπτεμβρίου 2011, Σέρρες, Conference Proceedings, 96-114.
- Ε.Ο.Τ., 2003, "Μελέτη «Εθνικός Σχεδιασμός για τον Οικοτουρισμό (Master Plan)»", Α' & Β' Φάση, Αθήνα.
- Ηγουμενάκης, Ν. και συν., 1999, "Εισαγωγή στον Τουρισμό", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

- Ηγουμενάκης, Ν., 2007, "Τουριστική Οικονομία", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Ιωαννίδης, Σ., 2000, "Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα", Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π., 2001, "Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον", Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- Λαλούμης, Δ. και Ρούπας, Β., 1998, "Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων", Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.
- Λαμπριανίδης, Λ., και συν., 2005, "Η Επιχειρηματικότητα στην Ευρωπαϊκή Ύπαιθρο: Η περίπτωση της Ελλάδας", Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα.
- Μαντζάρης, Γ., 2004, "Επιστημονική έρευνα", Εκδόσεις Ματθαϊάδης Παπαγεωργιάδης Ο.Ε., Θεσσαλονίκη.
- Μουρδουκούτσας, Π. και συν., 2004, "Επιχειρηματικότητα: Θεσμοί και Πολιτικές", Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.
- Παπαδάκη-Τζεδάκη, Σ., 1999, "Ενδογενής Τουριστική Ανάπτυξη: Διαρθρωμένη ή Αποδιαρθρωμένη Τοπική Ανάπτυξη;", Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Πέτρου, Ν., 1995, "Καθρεφτίσματα στην Κερκίνη", Εκδόσεις ΚΟΑΝ, Αθήνα.
- Πολύζος, Σ., 2002, "Ανάλυση Παραγόντων Επιρροής και Εμπειρική Διερεύνηση των Εσωτερικών Τουριστικών Ροών στην Ελλάδα", Εκδόσεις Τόπος, Αθήνα.
- Ρούπας, Β., 1997, "Τουριστική Γεωγραφία της Ελλάδας", Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- ΣΕΤΕ, 2013-1, "Ελληνικός Τουρισμός, Στοιχεία και Αριθμοί" (Ετήσιες εκθέσεις 2013, 2012, 2011), Αθήνα.
- Σφακιανάκης, Μ., 2000, "Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού", Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα.
- Χατζηκωνσταντίνου, Γ. και Γωνιάδης, Η., 2009, "Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία", Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα.