



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**«ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»**

**ΕΛΕΝΗ ΜΟΥΡΑΤΙΔΟΥ: Α.Μ. 5172**

**ΘΕΟΔΟΣΙΑ ΨΑΡΡΑ: Α.Μ. 4765**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Κος ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΣΤΕΡΓΙΟΥ**

**ΠΑΤΡΑ, ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2013**

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στόχος της παρούσας αυτής μελέτης είναι η παρουσίαση και κατανόηση από τους αναγνώστες της έννοιας του πολιτιστικού τουρισμού, μια από τις σημαντικότερες μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, καθώς και η συμβολή της μορφής αυτής στη γενική ανάπτυξη του κλάδου του τουρισμού.

Τα ταξίδια για πολιτιστικούς λόγους και η επιδίωξη διεύρυνσης των οριζόντων των ταξιδιωτών καθώς και η προσπάθεια των τελευταίων να γνωρίσουν όσο καλύτερα μπορούν τις ρίζες μιας ξένης χώρας, τα ήθη, τα έθιμά της αλλά και την νοοτροπία των ίδιων των κατοίκων της χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τους, έχουν επιφέρει μια ραγδαία αύξηση τα τελευταία χρόνια στην μορφή αυτή του τουρισμού την οποία και αναλύουμε στη μελέτη αυτή.

Η προσπάθεια που έχει καταβληθεί, ξεκινά με τη γνωριμία των αναγνωστών με τη γενικότερη έννοια του τουρισμού, την ιστορία του, τις μορφές που τον χαρακτηρίζουν καθώς και την εξέλιξή του από την στιγμή της εμφάνισής του μέχρι σήμερα όπως αυτά παρουσιάζονται στο δεύτερο κεφάλαιο. Το τρίτο κεφάλαιο εστιάζει στη συγκεκριμένη μορφή του τουρισμού την οποία αναλύουμε, δηλαδή τον πολιτιστικό τουρισμό, αναφέροντας παραδείγματα αυτής, οργανισμούς και φορείς οι οποίοι έχουν συμβάλει στην ανάπτυξη και προώθηση αυτής καθώς και τη σχέση της – παρουσίαση – εξάρτησή της από το διαδίκτυο.

Το τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζει τον τρόπο έρευνας και ανάλυσης όλων των στοιχείων που χρησιμοποιήθηκαν για τη μελέτη αυτή, παραθέτοντας παράλληλα και ένα ερωτηματολόγιο στη συμπλήρωση του οποίου συμμετείχαν ταξιδιώτες που διαμένουν σε ξενοδοχεία της Αθήνας προκειμένου να κατανοήσουμε το κίνητρο που τους έκανε να επισκεφτούν τη χώρα μας και να ασχοληθούν με την ιστορία και τον πολιτισμό αυτής.

Τέλος, στα δύο τελευταία κεφάλαια, παρουσιάζονται η προσωπική μας ανάλυση των αποτελεσμάτων της παραπάνω έρευνας, οι διαπιστώσεις και τα συμπεράσματα των στατιστικών στοιχείων, καθώς και όλες οι πηγές που μας οδήγησαν στη δημιουργία της μελέτης αυτής.

## **ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ**

### **Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>: Εισαγωγή**

- 1.1. Στόχος και δομή της εργασίας σελ. 4

### **Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>: Η ιστορία του τουρισμού**

- 2.1. Ιστορική αναδρομή. Γενικά στοιχεία για τον τουρισμό σελ.6  
2.2. Βασικές κατηγορίες τουρισμού σελ.10  
2.3. Βασικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού σελ.15  
2.4. Παρούσες συνθήκες τουριστικής ανάπτυξης διεθνώς σελ.21

### **Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>: Πολιτιστικός τουρισμός**

- 3.1. Έννοια του πολιτιστικού τουρισμού και χαρακτηριστικά του σελ. 24  
3.2. Διεθνή παραδείγματα ανάπτυξης πολιτιστικού τουρισμού σελ.28  
3.3. Μέσα, οργανισμοί και φορείς ανάπτυξης πολιτιστικού τουρισμού. (Πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη) σελ.32  
3.4. Πολιτιστικός τουρισμός και διαδίκτυο σελ.34

### **Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>: Μεθοδολογία και Αποτελέσματα Έρευνας**

- 4.1. Έρευνα. Μεθοδολογία έρευνας σελ.37  
4.2. Ανάλυση του δείγματος σελ.37  
4.3. Παράθεση ερωτηματολογίου και απαντήσεων σελ.39

### **Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup>: Παρελθόν, παρόν και μέλλον του πολιτιστικού τουρίστα**

- 5.1. Μελλοντικές τάσεις του πολιτιστικού τουρισμού σελ.45  
5.2. Κριτήρια ενός πολιτιστικού τουρίστα – οι τάσεις της εποχής μας σελ.46

### **Κεφάλαιο 6<sup>ο</sup>: Συζήτηση και συμπεράσματα**

- 6.1. Συζήτηση. Συμπεράσματα. Ανάλυση συμπεράσματος σελ.50

### **Βιβλιογραφία σελ.54**

## Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>: Εισαγωγή

### **1.1. Στόχος και δομή της εργασίας**

Ας φανταστούμε έναν κόσμο στον οποίο όλοι λίγο πολύ θα ζούμε με τον ίδιο τρόπο. Από μια ιδεολογική πλευρά δεν ακούγεται ιδιαίτερα άσχημο. Ας το δούμε όμως αναλυτικά: πως θα ήταν αν όλοι μιλάγαμε την ίδια γλώσσα (αγγλικά π.χ.), αν όλοι τρώγαμε τα ίδια περίπου φαγητά ακολουθώντας παράλληλα τις ίδιες συνήθειες γύρω από τη διατροφή (π.χ. τον «πολιτισμό» του fast food και της coca-cola), αν όλοι ακόμη περισσότερο σκεφτόμαστε με τον ίδιο τρόπο και αν δεν συνδεόμαστε με κάποια συγκεκριμένη εθνική και τοπική παράδοση αλλά είμαστε ζυμωμένοι από μια ακαθόριστη, γκρίζα πολιτισμική μάζα και δηλώνουμε απλώς «πολίτες του κόσμου». Πόσο ενδιαφέρον θα είχαν τέτοιοι άνθρωποι και πόσο ελκυστικές θα ήταν οι κοινωνίες τους; Γιατί να επισκεφτεί κάποιος τις χώρες τους αν δεν πρόκειται να συναντήσει τίποτα διαφορετικό σε κοινωνικό επίπεδο;

Οι ερωτήσεις αυτές είναι ρητορικές και πιθανότατα αποδέχονται μόνο αρνητικές απαντήσεις από τους περισσότερους από εμάς. Το πρόβλημα που περιγράφουν είναι το πρόβλημα της πολιτιστικής πολυμορφίας. Ένα πρόβλημα κεντρικό, αν όχι το σημαντικότερο για όσους ασχολούνται με τα διεθνή πολιτιστικά θέματα. Το πρόβλημα αυτό είναι κεντρικό γιατί ενώ ξεκινά από τον πολιτισμό, επεκτείνεται σε πολλές άλλες πτυχές της οικονομικής και κοινωνικής ζωής ενώ τελικά θα καθορίσει σε μεγάλο βαθμό τις εξελίξεις στις κοινωνίες του μέλλοντος.

Σήμερα, δεν βρίσκεται καμιά φωνή στον παγκόσμιο διάλογο που να μιλά εναντίον της διατήρησης της πολιτιστικής πολυμορφίας. Όλοι συμφωνούν ότι πρόκειται για ένα πλούτο ανάλογο με τη βιοποικιλία που αξίζει το ενδιαφέρον και τις προσπάθειες για να επιβιώσει και να ανθίσει. Όμως η ποικιλία δημιουργήθηκε στο παρελθόν σε ένα περιβάλλον ασυνεχειών, φραγμών, περιορισμών, συνόρων, με άλλα λόγια σε κλειστά συστήματα που εκτρέφουν ιδιαιτερότητες, τοπικότητες και ταυτότητες. Μπορούμε σήμερα να επαναφέρουμε ένα τέτοιο περιβάλλον; Όλοι αυτοί πάντως που κόπτονται διεθνώς για την πολιτιστική πολυμορφία δεν είναι πρόθυμοι να θυσιάσουν ούτε στο ελάχιστο την οικονομική ευημερία που εξασφαλίζουν τα ανοικτά σύνορα

στο εμπόριο, στη μετακίνηση εργαζομένων και στο μαζικό τουρισμό προκειμένου να διατηρήσουν τις πολιτιστικές ταυτότητες.

Σε γενικές γραμμές όποιος παρακολουθεί τη συζήτηση για την πολιτιστική πολυμορφία μάλλον τείνει προς την απαισιοδοξία. Ο διάλογος συγκαλύπτει την ανάγκη για δράση και όλα αφήνονται να πάρουν το δρόμο της ομογενοποίησης. Μόνο μία πτυχή του προβλήματος αφήνει ένα παράθυρο στην ελπίδα: η οικονομική και αυτή αφορά και τον τουρισμό. Ο τουρισμός πρέπει να έχει να παρουσιάσει ιδιαιτερότητες, διαφορές, διακρίνουσες ταυτότητες. Σε ένα ομοιογενή κόσμο δεν θα υπάρχουν κίνητρα για ταξίδια.

Στο «γενναίο κόσμο» που έρχεται τίποτα δε θα είναι δεδομένο. Αν όλοι κολυμπούν σε ένα ομοιόμορφο πολιτιστικό τέλμα και τα ταξίδια δεν παρουσιάζουν πια ενδιαφέρον τότε είναι εύκολο να αντικατασταθούν από τη φυγή στη εικονική πραγματικότητα. Μπορεί να πρόκειται για «πραγματικότητα» εντός πολλών εισαγωγικών, αλλά θα είναι πιο ενδιαφέρουσα από τον ομογενοποιημένο πολιτιστικά κόσμο.

## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>: Η ιστορία του τουρισμού

### **2.1. Ιστορική αναδρομή. Γενικά στοιχεία για τον τουρισμό**

Ο όρος «τουρισμός» (tourism) προέρχεται από τη γαλλική λέξη 'tour' και την αγγλική 'touring', που σημαίνουν γύρος, περιήγηση. Η ρίζα και των δύο αυτών λέξεων είναι λατινική λέξη tornus. Η Διεθνής Ακαδημία του Τουρισμού ορίζει ότι ο τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές και υποκινούνται, σε διαφορετικό βαθμό και ένταση, από τον πόθο της απόδρασης, που ενυπάρχει στα άτομα.

Σύμφωνα με τον Graburn (1983) το γεγονός ότι το ταξίδι εντοπίζεται στη σφαίρα του μη – καθημερινού, συνεπάγεται ότι ο στόχος του είναι συμβολικά ιερός και ηθικά ανήκει σε ένα ανώτερο επίπεδο από τις ενασχολήσεις και τις δραστηριότητες της καθημερινής ζωής. Με άλλα λόγια ο τουρισμός

- Προσφέρει ελευθερία από την εργασία και τις κοινωνικές υποχρεώσεις
- Επιτρέπει την αναζήτηση μιας άλλης πραγματικότητας ή την απόδραση από τη ρουτίνα, την υφιστάμενη κατάσταση και τους παραδοσιακούς και καθιερωμένους κοινωνικούς ρόλους
- Δίνει τη δυνατότητα στα άτομα να αξιοποιήσουν το χρόνο τους κατά βούληση και
- Ενθαρρύνει τη σπατάλη και τις συναντήσεις με διαφορετικούς ανθρώπους

Ο τουρισμός είναι ένα παγκόσμιο κοινωνικο-οικονομικό φαινόμενο το οποίο έχει τη βάση του στην ανάγκη του ανθρώπου για αναψυχή, για επαφή με τη φύση και τη γνωριμία ξένων τόπων και πολιτισμών. Η εξάπλωση του τουρισμού υπήρξε απόρροια πολλών παραγόντων, όπως η άνοδος του βιοτικού επιπέδου, η βελτίωση των μέσων μεταφοράς, η αύξηση των εισοδημάτων και του ελεύθερου χρόνου και η βιομηχανοποίηση της τουριστικής παραγωγής.

Οι επιπτώσεις του τουρισμού είναι σημαντικές και αφορούν το σύνολο των χαρακτηριστικών ενός προορισμού. Λόγω του ότι ο τουρισμός αποτελεί μια δραστηριότητα ιδιαίτερα απαιτητική σε φυσικούς και ανθρώπινους πόρους, η επίδρασή του στις περισσότερες περιπτώσεις είναι αρνητική για το περιβάλλον των χώρων υποδοχής. Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι η σχέση αυτή είναι

ανάστροφη, δηλαδή η υποβάθμιση των χαρακτηριστικών ενός τόπου (φυσικών αλλά και ανθρωπογενών) επηρεάζει αρνητικά την ανάπτυξη του τουρισμού (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001, Priestley, 1995). Ενδεικτικά αναφέρεται ότι θετική είναι η συνεισφορά του τουρισμού στο εισόδημα και στην απασχόληση των τόπων προορισμού και ιδίως στις λιγότερο αναπτυγμένες περιφέρειες. Με τον τρόπο αυτό συμβάλλει στην άμβλυνση των ανισοτήτων μεταξύ των περιφερειών και διαχέει την οικονομική ανάπτυξη στο γεωγραφικό χώρο. Επιπλέον, συμβάλλει στη δημιουργία σύγχρονων υποδομών και στη διατήρηση του πολιτισμικού αποθέματος των περιοχών όπου αναπτύσσεται. Αντίθετα κατασπαταλεί τους φυσικούς πόρους των τόπων προορισμού, διαταράσσει τα φυσικά οικοσυστήματα, συμβάλλει στην αστικοποίηση, στην αλλαγή χρήσεων γης, στην υποβάθμιση του τοπίου, στην αλλοίωση του χαρακτήρα και της έκτασης των οικισμών, στη μεταβολή του κοινωνικού και οικονομικού ιστού και των παραδόσεων.

Γενικότερα ο τουρισμός πρέπει να αποτελεί το πλέον αντιπροσωπευτικό παράδειγμα προσδιορισμού του τρόπου με τον οποίο διασυνδέεται η ποιότητα με τους επιμέρους οικονομικούς τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας (Priestley et al, 1995).

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί ότι μέχρι τώρα η έρευνα για τον τουρισμό εστιάζοταν κυρίως στον τρόπο που αυτός αναπτύσσεται και επηρεάζει πρώτιστα το φυσικό περιβάλλον και τον κοινωνικο-οικονομικό ιστό των τόπων υποδοχής. Βέβαια είναι προφανές ότι ο λόγος που ένας τόπος προορισμού αναπτύσσεται τουριστικά δεν οφείλεται μόνο στην ιδιαιτερότητα του φυσικού ή του ανθρωπογενούς του περιβάλλοντος, αλλά και στην πολιτιστική του ταυτότητα. Άλλωστε ο τουρισμός αποτελεί ένα αποτελεσματικό εργαλείο πολιτισμικής ανταλλαγής, μια ζωτική γέφυρα ανάμεσα στο ανθρώπινο είδος και στην κληρονομιά του (Van Luu, 2001).

Ο πολιτισμός είναι ένας ζωντανός συνδυασμός των δημιουργικών δραστηριοτήτων ατόμων αλλά και κοινωνιών τόσο στο παρελθόν όσο και στο παρόν. Διαμέσου των αιώνων αυτές οι δημιουργικές δραστηριότητες σχημάτισαν ένα σύστημα αξιών και παραδόσεων – παραγόντων δηλαδή που ορίζουν τα μοναδικά χαρακτηριστικά του κάθε ανθρώπου και της κάθε κοινωνίας. Η πολιτιστική ταυτότητα ενός τόπου μπορεί να συνίσταται από μια πληθώρα χαρακτηριστικών του, όπως η αρχιτεκτονική, τα τοπικά ήθη και έθιμα (χοροί, παραστάσεις, πανηγύρια κ.λπ.), η τοπική μαγειρική, οι αρχαιολογικές και ιστορικές σημασίες χώροι κ.λπ. Ως εκ τούτου η ταυτότητα αυτή

είναι ιδιαίτερα σημαντική για τη βιομηχανία του τουρισμού και οι επιπτώσεις που δέχεται από τον τουρισμό είναι εξίσου σημαντικές.

#### Οι διεθνείς τάσεις στον τουρισμό

Κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας έχει διαπιστωθεί μετακίνηση του τουριστικού ενδιαφέροντος και αύξηση του εναλλακτικού τουρισμού σε ποσοστό 8%.

Οι πιθανότεροι λόγοι για την αύξηση αυτή είναι:

- Αλλαγές στη μορφή και στη δομή του οργανωμένου μαζικού τουρισμού.
- Αλλαγές στον οργανωτικό και οικονομικό τομέα στον τουρισμό σε παγκόσμιο επίπεδο.
- Μεγαλύτερη ευκολία μετακίνησης μέσα στα όρια της Ευρωπαϊκής Ένωσης (κοινό νόμισμα, ευκολία μεταφοράς κ.ά.).
- Μεγαλύτερη έμφαση από τη μεριά του τουρίστα στην ποιότητα και στο περιβάλλον.
- Μείωση της διάρκειας του ταξιδιού με ταυτόχρονη αύξηση στον αριθμό των ταξιδιών.
- Αύξηση της ταξιδιωτικής εμπειρίας των τουριστών καθώς και του μορφωτικού τους επιπέδου που οδηγεί στην αναζήτηση <νέων > και <ιδιαίτερων> προορισμών.
- Αλλαγή των κινήτρων του ταξιδιού.
- Προτίμηση του ανεξάρτητου ταξιδιού (οι περισσότεροι προετοιμάζουν μόνοι τους το ταξίδι τους εκτός ταξιδιωτικών γραφείων).
- Η προτιμώμενη περίοδος του ταξιδιού είναι εκτός της θερινής περιόδου.

Επιπλέον έχει διαπιστωθεί αύξηση των τουριστών (αλλοδαπών και ημεδαπών) των οποίων κύριος σκοπός του ταξιδιού είναι η συνάντηση και η εμπειρία της επαφής με άλλες κουλτούρες και πολιτισμούς (van der Stoep, 1996). Ο πολιτισμικός τουρισμός αναγνωρίζεται πλέον σαν μια νέα «αγορά» στη βιομηχανία του τουρισμού, η οποία αντανακλά μια αλλαγή στις ανάγκες του σύγχρονου τουρίστα παρόλο που είναι μια μορφή τουρισμού που πάντα υπήρξε διαμέσου όλων των υπόλοιπων μορφών του (Richards, 2001). Άλλωστε και οι σύγχρονοι holiday-makers, διαπιστώνοντας τις



συγκεκριμένες ανάγκες και αλλαγές της αγοράς, αναζητούν νέες εμπειρίες και τουριστικούς πόρους εκτός του γνωστού συμπλέγματος του ήλιου και της θάλασσας.

Οι Μαρξιστές και οι μελετητές με μαρξιστικό προσανατολισμό αποδίδουν το τουριστικό ταξίδι στην αλλοτρίωση που δημιουργούν οι καταπιεστικές συνθήκες ζωής στον ώριμο και ύστερο καπιταλισμό. Οι τουρίστες επιδιώκουν την απόδρασή τους από τις – μη αυθεντικές αλληλουχίες της καθημερινότητας και αναζητούν την αυθεντικότητα σε άλλους τόπους και χρόνους (Γαλάνη-Μουτάφη, 2002).

Το 1942 δόθηκε η πρώτη πλήρης επιστημονική προσέγγιση του τουρισμού από τους Hunziker και Krapf. Ο τουρισμός είναι το σύνολο των ενεργοποιημένων σχέσεων και γεγονότων κατά τη διάρκεια της μετακίνησης και παραμονής των ανθρώπων εκτός του τόπου της συνήθους κατοικίας τους, υπό τον περιορισμό ότι τόσο η μετακίνηση όσο και η παραμονή τους δεν έχουν κίνητρο την άσκηση οποιασδήποτε κερδοσκοπικής δραστηριότητας. Δύο είναι οι κύριες έννοιες που οριοθετούν τον παραπάνω ορισμό του τουρισμού: το κίνητρο ή αλλιώς ο σκοπός του ταξιδιού και η μετακίνηση ή αλλιώς η διάρκεια της παραμονής (Βαρβαρέσος, 2000).

Στην Ελλάδα, ο τουρισμός χρονολογείται από τα αρχαία χρόνια και μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο που απέκτησε τη σημερινή μαζική μορφή, συνέβαλλε σημαντικά στην οικονομία της χώρας. Μετά τις πτωτικές τάσεις της δεκαετίας του '90, διαπιστώθηκε η αναγκαιότητα ανάπτυξης πιο εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως ο πολιτιστικός τουρισμός, σε επίπεδο εθνικής, περιφερειακής και τοπικής τουριστικής δραστηριότητας. Παρόλο, όμως, που η χώρα έχει πληθώρα πολιτισμικών πόρων, το τουριστικό της προφίλ βασίζεται κυρίως στο δίπτυχο ήλιος-θάλασσα, ενώ σε πολλές περιπτώσεις δεν έχει γίνει αποδοτική ερμηνεία της πολιτισμικής κληρονομιάς όσον αφορά τη σύνδεσή της με τον τουρισμό ώστε να αναπτυχθεί έτσι και ο πολιτισμικός τουρισμός<sup>10</sup>. Σχετικά με τα κριτήρια των Ελλήνων για τα ταξίδια τους, επιλέγουν κυριότερα βάσει του τοπικού περιβάλλοντος και της ομορφιάς του παρά βάσει της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Μία από τις πιο σημαντικές «μονάδες», θα μπορούσε να πει κανείς με απλά λόγια, στη βιομηχανία του τουρισμού είναι ο τουρίστας. Πρόκειται για τον αποδέκτη όλων

αυτών των προϊόντων και υπηρεσιών που παράγει αυτή η βιομηχανία με σκοπό να ικανοποιήσει τις ανάγκες του. Μπορεί να ισχυριστεί κανείς πως τουρισμός και τουρίστας είναι αλληλένδετοι μεταξύ τους και συνδέονται άμεσα με το δίπτυχο προσφορά-ζήτηση. Ποια άτομα, όμως, θεωρούνται τουρίστες; Όπως δείχνει η βιβλιογραφία, ο τουρίστας είναι το κάθε άτομο που θα ταξιδέψει σε ένα μέρος, εκτός της μόνιμης διαμονής του, για χρονική διάρκεια από εικοσιτετράωρο (το ελάχιστο) και ενός έτους (το μέγιστο) και ο σκοπός επίσκεψής του δεν έχει σχέση με την άσκηση οποιασδήποτε αμειβόμενης δραστηριότητας στο μέρος επίσκεψης.<sup>1\*</sup> Ως άτομο, έχει τη δική του μοναδική και ανεπανάληπτη προσωπικότητα με τα δικά της ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, βάσει των οποίων διαμορφώνεται οι τουριστική του συμπεριφορά. Έχει τα δικά του δημογραφικά και ψυχογραφικά στοιχεία και «κουβαλάει» τις δικές του ψυχοσωματικές επιβαρύνσεις, τα δικά του κίνητρα, συμπλέγματα, τρόπο ζωής και εμπειρίες. Τα ψυχογραφικά αυτά στοιχεία επηρεάζουν τους λόγους που οι άνθρωποι κάνουν τουρισμό και τις μορφές τουρισμού που, όπως αναφέρει και ο Π. Λύτρας, ο τουρίστας-καταναλωτής δείχνει ξεχωριστή προτίμηση σε κάποια είδη προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών με βάση τις κοινωνικές ιδιαιτερότητες (οικονομικό επίπεδο, μορφωτικό επίπεδο κ.λπ.) (Βαρβαρέσος, 1997, Λύτρας, 1987).

## **2.2. Βασικές κατηγορίες τουρισμού**

Η τυποποίηση και διάκριση του τουρισμού σε έξι βασικές κατηγορίες εξαρτάται, κατά κύριο λόγο, από τους παράγοντες που προσδιορίζουν το φαινόμενο. Παρακάτω θα επιχειρηθεί να αναλυθούν αυτές συνοπτικά. Συγκεκριμένα αυτές είναι οι εξής:

### A) Μαζικός τουρισμός

Ο μαζικός τουρισμός θεωρείται η κατηγορία εκείνη του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας, πλην όμως σε καμία περίπτωση δεν συνδέεται αποκλειστικά με τον τουρισμό διακοπών-αναψυχής τύπου μακράς διαμονής. Ο συλλογικός-ομαδικός χαρακτήρας του μαζικού τουρισμού αναφέρεται και στον τρόπο οργάνωσης και εκτέλεσης της τουριστικής μετακίνησης, δηλαδή του ταξιδιού, καθώς επίσης στη συγκέντρωση των τουριστών στους τόπους σιαμονής της χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τους. Το άτομο, δηλαδή ο τουρίστας, εντάσσεται ταυτιζόμενο ή μη ταυτιζόμενο σε ομάδες περισσότερο ή λιγότερο ομοειδών τουριστικών αναγκών ή

επιθυμιών και συμμορφώνεται προς ορισμένα σχήματα συμπεριφοράς, εξασφαλίζοντας έτσι ταυτόχρονα ένα μίνιμουμ ικανοποίησης που προσφέρεται η καλή οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουρ οπερέιτορς. Τη βάση ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού αποτελεί σήμερα το σύστημα GIT (group inclusive tours), που προσφέρει αλληλεξαρτόμενες και ολοκληρωμένες υπηρεσίες, δηλαδή πακέτα, που στην απλούστερή τους μορφή.

Περιλαμβάνουν, όπως ήδη ειπώθηκε, τον τόπο προορισμού, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα και το τράνσφερ. Στο σύστημα αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό η τουριστική ανάπτυξη πολλών περιοχών σε διάφορες χώρες, όπως για παράδειγμα στην Ισπανία, το Μαρόκο, την Τυνησία, την Ελλάδα, την Καραϊβική κλπ. Στο ίδιο σύστημα, δηλαδή στο GIT (group inclusive tours), οι παράγοντες κόστους ταξιδιού και απόσταση μεταξύ χώρας προέλευσης και χώρας προορισμού των τουριστών, από τη μια πλευρά, και από την άλλη τα επίπεδα τιμών των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται από τη χώρα υποδοχής και φιλοξενίας των τουριστών, θεωρούνται βασικοί παράγοντες για τον καθορισμό της γραμμής σύνδεσης της έντασης και του όγκου των τουριστών που θα μετακινηθούν.

Ακόμα έχει διαπιστωθεί ότι ένας τρίτος παράγοντας που αναφέρεται σε μια κατηγορία φυσικών πόρων, όπως είναι για παράδειγμα ο ήλιος, οι καθαρές ακτές, η πλούσια βλάστηση κλπ., αποτελεί τον κυριότερο, σε σύγκριση με άλλους τουριστικούς πόρους, όπως είναι για παράδειγμα οι αρχαιολογικοί πόροι, τα μνημεία κλπ., πόλο έλξης των μαζικά μετακινούμενων τουριστών. Αυτό γίνεται ολοφάνερο στα δίκτυα τουριστικών ροών, όπου η μεγάλης πολιτιστικής σημασίας πόλεις, όπως είναι για παράδειγμα η Αθήνα, η Μαδρίτη, η Ρώμη κλπ., έχουν πάψει πια να είναι για το μαζικό τουρισμό τόσο μεγάλοι πόλοι έλξης όσο είναι τόποι και περιοχές όπως η Κρήτη, η Ρόδος, η Ίμπιζα, η Μαγιόρκα, οι δαλματικές ακτές, τα νορβηγικά φιόρντ κλπ.

### B) Ατομικός τουρισμός

Ο ατομικός τουρισμός είναι η αντίθετη του μαζικού τουρισμού κατηγορία, που χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών. Η ανάπτυξη αυτής της κατηγορίας τουρισμού συνδυάζεται σε μεγάλο βαθμό, πλην όμως όχι αποκλειστικά με ατομικά-ιδιωτικά μέσα μετακίνησης,

όπως είναι τα αυτοκίνητα, τα αυτοκινούμενα τροχόσπιτα, τα θαλαμηγά σκάφη κλπ., τόσο κατά τη μετάβαση όσο και κατά τη διάρκεια της παραμονής του τουρίστα στη χώρα ή τις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας του. Ο κύριος χαρακτήρας της κατηγορίας αυτής τουρισμού είναι περιηγητικός, οι δε παράγοντες που προσδιορίζουν το μέγεθος της σε συνάρτηση με αυτό των άλλων κατηγοριών του τουρισμού, που προσφέρονται στην τουριστική αγορά είναι:

- 1) η απόσταση που χωρίζει τη χώρα της μόνιμης διαμονής των τουριστών από τη χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τους,
- 2) ο βαθμός οικονομικής προσπελασιμότητας των τουριστικών προορισμών στις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τους,
- 3) το επίπεδο ανάπτυξης των συγκοινωνιακών δικτύων και μέσων στις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τους, που διευκολύνουν τις περιηγήσεις τους και τις κάνουν πιο άνετες και πιο ευχάριστες.

Η ανάπτυξη του ατομικού τουρισμού τα τελευταία χρόνια βασίζεται ολοένα και περισσότερο στο σύστημα ΙΤ (individual inclusive tours), που όπως και στην περίπτωση του συστήματος GIT (group inclusive tours) προσφέρει σε μεμονωμένα άτομα τουριστικά πακέτα, που στην απλούστερή τους μορφή περιλαμβάνουν, όπως ήδη ειπώθηκε, τον τουριστικό προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα, το πρόγευμα και το τράνσφερ. Η διαφορά μεταξύ των δύο αυτών συστημάτων βρίσκεται, βασικά, στον τρόπο με τον οποίο ο τουρίστας ταξιδεύει στον τόπο του τουριστικού του προορισμού. Συγκεκριμένα, με το σύστημα GIT (group inclusive tours) ο τουρίστας ταξιδεύει στον τόπο του τουριστικού του προορισμού ομαδικά, ενώ με το σύστημα ΙΤ (individual inclusive tours) μεμονωμένα.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι αυτοί που ταξιδεύουν με το σύστημα GIT (group inclusive tours), ταξιδεύουν ταυτόχρονα σχεδόν αποκλειστικά και με το σύστημα ΙΤC (inclusive tours by charter), που σημαίνει ότι οι τουρίστες μετακινούνται από τη χώρα της μόνιμης διαμονής τους στη χώρα του τουριστικού τους προορισμού και αντίστροφα με ναυλωμένα από τους τουρ οπερέιτορς αεροπλάνα. Αντίθετα, αυτοί που ταξιδεύουν με το σύστημα ΙΤ (individual inclusive tours), ταξιδεύουν ταυτόχρονα αποκλειστικά και μόνο με το σύστημα ΙΤΧ (inclusive tours excursions), που σημαίνει ότι οι τουρίστες μετακινούνται από τη χώρα της

μόνιμης διαμονής τους στη χώρα του τουριστικού τους προορισμού και αντίστροφα με αεροπλάνα που πραγματοποιούν προγραμματισμένες πτήσεις. Συγκεκριμένα οι αεροπορικές εταιρίες διαθέτουν στους τουρ οπερέτορς, έναν ορισμένο αριθμό θέσεων στα αεροπλάνα αυτά, οι οποίοι με τη σειρά τους τους χρησιμοποιούν στα τουριστικά πακέτα υψηλής ποιοτικής στάθμης που φτιάχνουν. Τα πακέτα αυτά, δηλαδή τα ΙΤ/ΙΤΧ (individual inclusive tours/inclusive tours excursions), περιλαμβάνουν εκτός άλλων και διαμονή σε καλύτερα ξενοδοχεία, γι' αυτό και προσφέρονται σε υψηλότερης εισοδηματικής στάθμης τουρίστες, η δε τιμή διάθεσής τους στην τουριστική αγορά είναι, οπωσδήποτε, αρκετά ακριβότερη από εκείνη των άλλων τουριστικών πακέτων, δηλαδή των GIT/ΙΤC (group inclusive tours/inclusive tours by charter).

### Γ) Εσωτερικός τουρισμός

Ο εσωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα πάντα στα φυσικά της όρια, δηλαδή μέσα στην επικράτειά της. Αν και η συγκεκριμένη κατηγορία τουρισμού κάθε άλλο παρά σαν συναλλαγατοφόρα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί, παρ' όλα αυτά όμως παρουσιάζει σημαντικές οικονομικές και άλλες ωφέλειες για τη χώρα στην οποία αναπτύσσονται. Μια από αυτές είναι οπωσδήποτε και η συγκράτηση εκροής συναλλάγματος εξαιτίας της μη πραγματοποίησης εξωτερικού τουρισμού εκ μέρους του ντόπιου πληθυσμού.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού είναι η πλήρωση ορισμένων βασικών όρων. Και πρώτα απ' όλα θα πρέπει να δημιουργηθούν τα κατάλληλα και ταυτόχρονα οικονομικά προσιτά στους ντόπιους τουρίστες μέσα φιλοξενίας, η ανυπαρξία ή/και ανεπάρκεια των οποίων αποτελεί αν όχι τον κυριότερο, τουλάχιστον έναν από τους κυριότερους ανασταλτικούς παράγοντες ανάπτυξης της κατηγορίας τουρισμού για την οποία ο λόγος, δηλαδή του εσωτερικού τουρισμού. Όπως είναι γνωστό, η τουριστική πολιτική ορισμένων αναπτυγμένων χωρών και του συνόλου των αναπτυσσόμενων έχει σαν κύριο σκοπό την εξυπηρέτηση του εξωτερικού συναλλαγατοφόρου τουρισμού. Έτσι λοιπόν όλα τα κύρια τουλάχιστον μέσα φιλοξενίας, δηλαδή τα διάφορα τουριστικά καταλύματα που δημιουργήθηκαν ή δημιουργούνται είτε με κεφάλαια της ιδιωτικής πρωτοβουλίας είτε με κρατικά κεφάλαια, απευθύνονται σχεδόν αποκλειστικά στην ξένη τουριστική πελατεία που έχει τις οικονομικές δυνατότητες να αγοράσει τις υπηρεσίες που της

προσφέρουν αυτά και έτσι να ικανοποιήσει τις τουριστικές τις ανάγκες ή επιθυμίες. Η μονόπλευρη αυτή παθογενής τουριστική υποδομή των τουριστικών οικονομιών των χωρών αυτών, είχε σαν συνέπεια να μη δημιουργηθούν ταυτόχρονα, όπως έγινε με άλλες χώρες που είναι τουριστικά αναπτυγμένες, συμπληρωματικά μέσα φιλοξενίας, δηλαδή συμπληρωματικά τουριστικά καταλύματα, που θα μπορούσαν βασικά να εξυπηρετήσουν τις στοιχειώδεις ανάγκες ή επιθυμίες του εσωτερικού τουρισμού, ιδιαίτερα δε κατά την περίοδο των θερινών διακοπών που φυσιολογικά γίνονται πιεστικότερες παρά ποτέ. Άλλη βασική προϋπόθεση είναι τόσο η βελτίωση όσο και η ανάπτυξη των διάφορων δικτύων και μέσων συγκοινωνίας, ώστε οι μετακινήσεις των ντόπιων τουριστών στην επικράτεια της χώρας που κατοικούν μόνιμα να είναι ταχύτερες, ανετότερες και ασφαλέστερες.

#### Δ) Εξωτερικός τουρισμός

Ο εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα και την εγκαταλείπουν προσωρινά για να επισκεφτούν κάποια άλλη ή κάποιες άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους και με αυτόν τον τρόπο να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους. Κατά συνέπεια εξωτερικό τουρισμό έχει οποιαδήποτε χώρα, όταν μόνιμοι κάτοικοι άλλων χωρών την επισκέπτονται ή όταν μόνιμοι κάτοικοί της επισκέπτονται άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους

Στην πρώτη περίπτωση, δηλαδή όταν μόνιμοι κάτοικοι μιας χώρας επισκέπτονται μια άλλη χώρα για τουριστικούς λόγους, τότε ο εξωτερικός τουρισμός που κάνουν χαρακτηρίζεται σαν ενεργητικός και αυτό γιατί κύριο χαρακτηριστικό του είναι η εισροή συναλλάγματος, για την οποία ενδιαφέρονται λίγο-πολύ όλες οι χώρες, κυρίως όμως εκείνες των οποίων οι οικονομίες βρίσκονται ακόμα στο στάδιο της ανάπτυξης. Αντίθετα, στη δεύτερη περίπτωση, δηλαδή όταν μόνιμοι κάτοικοι μιας χώρας επισκέπτονται μια άλλη χώρα για τουριστικούς λόγους, ο εξωτερικός τουρισμός που κάνουν χαρακτηρίζεται σαν παθητικός και αυτό γιατί κύριο χαρακτηριστικό της είναι η εκροή πολύτιμου συναλλάγματος.

### Ε) Συνεχής τουρισμός

Χαρακτηριστική διάκριση του συνεχούς τουρισμού είναι ότι διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμιά περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητές του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές, δηλαδή σε όλη τη διάρκεια του χρόνου. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός κινήτρων, ο τουρισμός εκθέσεων, ο τουρισμός πόλης και ο μορφωτικός τουρισμός.

### ΣΤ) Εποχιακός τουρισμός

Χαρακτηριστική διάκριση του εποχιακού τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε αντίθεση με το συνεχή τουρισμό, οι δραστηριότητές του επηρεάζονται αποκλειστικά από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές, γι' αυτό και αναστέλλονται αυτές προσωρινά για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε έτος. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο γενικός τουρισμός κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, ο τουρισμός παραχείμασης και ο τουρισμός χειμερινών σπορ.

## **2.3 Βασικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού**

### ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- Ø Δρώμενα (π.χ. φεστιβάλ, συναυλίες, πανηγύρια κ.ά.)
- Ø Επισκέψεις σε μουσεία, γκαλερί, εκθέσεις κ.ά.
- Ø Περιήγηση σε πολιτιστικές θέσεις και μνημεία
- Ø Παραδοσιακή αρχιτεκτονική
- Ø Παραδοσιακές τέχνες και προϊόντα
- Ø Παραδοσιακός τρόπος ζωής και δράσεις
- Ø Θρησκευτικός τουρισμός

### ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- Ø Παρακολούθηση άγριας ζωής
- Ø Τουρισμός αναψυχής (π.χ. περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους κ.ά.)
- Ø Περιπατητικός ή ποδηλατικός τουρισμός
- Ø Ορεινός τουρισμός (ορειβασία, σκι κλπ.)

## ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- Ø Φάρμες – παραδοσιακά καταλύματα στην επαρχία

## ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- Ø Διοργάνωση αθλητικών αγώνων – προετοιμασία ομάδων

## ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ

- Ø Ράφτινγκ
- Ø Bungee jumping
- Ø Αγώνες προσανατολισμού – εξερευνήσεις κ.ά.

## ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- Ø Σεμινάρια σχετικά με τον πολιτισμό, τη φύση ή τις επιστήμες

## ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- Ø Επιστημονικά, επαγγελματικά ή άλλων κατηγοριών συνέδρια

## ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΘΕΡΑΠΕΙΑΣ

- Ø Ιαματικός τουρισμός
- Ø Προγράμματα απεξάρτησης
- Ø Προγράμματα χαλάρωσης και ομορφιάς (π.χ. SPA)

Ανταποκρινόμενη στην διεθνή τάση για διεύρυνση και διαφοροποίηση του τουριστικού της προϊόντος, τα τελευταία χρόνια, η Ελλάδα προσφέρει ελκυστικά πακέτα και υπηρεσίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Με την βοήθεια σημαντικών κρατικών επενδυτικών κινήτρων οι επιχειρηματίες δημιουργούν υποδομές και υπηρεσίες σχετικές με τον τουρισμό υγείας, τον θρησκευτικό τουρισμό, τον γαστρονομικό τουρισμό, τον αθλητικό τουρισμό, τον οικοτουρισμό και τον αγροτουρισμό.

Σύμφωνα με πρόσφατες έρευνες, ένα σημαντικό ποσοστό (άνω του 25%) ευκατάστατων με υψηλό μορφωτικό επίπεδο Ευρωπαίων ταξιδιωτών αναζητούν



πρωτότυπες βιοματικές εμπειρίες και τουριστικές υπηρεσίες πέρα από το τρίπτυχο ήλιος, θάλασσα, φιλοξενία. Η Ελλάδα μπορεί να προσφέρει πληθώρα τέτοιων εμπειριών εκμεταλλευόμενη την ποικιλότητα των τοπίων της, τους φυσικούς της πόρους, τον πολιτισμικό και ιστορικό της πλούτο, καθώς και την παράδοση, τα ήθη και τα έθιμά της. Όλα τα προηγούμενα, συνδυασμένα με νεωτεριστική επιχειρηματικότητα, μπορούν να αναδείξουν πρωτότυπες κερδοφόρες επενδυτικές ευκαιρίες.

Πλεονέκτημα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι η δυνατότητα τους να προσελκύουν τουρίστες καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου με αποτέλεσμα να δημιουργείται μια σταθερή πηγή εσόδων και απασχόλησης.

#### Πλεονεκτήματα Επένδυσης στον Εναλλακτικό Τουρισμό

- Ποικίλο φυσικό περιβάλλον εξαιρετικής ομορφιάς
- Αυξανόμενη ζήτηση για νέες τουριστικές εμπειρίες οδηγούν σε ευοίωνες προοπτικές ανάπτυξης
- Εξαιρετικός πολιτισμικός και ιστορικός πλούτος
- Αναπτυγμένη υφιστάμενη τουριστική υποδομή η οποία μπορεί να λειτουργήσει συμπληρωματικά και να υποστηρίξει προϊόντα εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Στόχος της Τουριστικής Στρατηγικής της χώρας μας είναι να μετατρέψει τον πλούτο των πόρων της σε πρότυπα, μοναδικά τουριστικά προϊόντα με την σύμπραξη Ελλήνων και ξένων επενδυτών. Προκειμένου να εξυπηρετήσει την στρατηγική της αυτή, η Ελληνική κυβέρνηση έχει θέσει ως προτεραιότητά της και ενθαρρύνει την ανάπτυξη τουριστικής υποδομής νέων μορφών εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες συμπληρώνουν το παραδοσιακό τουριστικό προϊόν της χώρας. Η Ελλάδα προσελκύει ετησίως περισσότερους από 17 εκατομμύρια επισκέπτες.

#### Οικοτουρισμός

Η Ελλάδα με τα μαγευτικά τοπία της και ένα πλήθος μοναδικών οικοσυστημάτων όπως οι προστατευόμενες περιοχές Ramsar, αγροτικά τοπία, επιβλητικά βουνά και αμόλυντα ποτάμια, παρέχει μοναδικές ευκαιρίες για την ανάπτυξη οικοτουριστικών

εμπειριών. Αυτή η ραγδαία αυξανόμενη, αγορά υπόσχεται σημαντικές αποδόσεις και υποστηρίζεται αμέριστα από την Ελληνική κυβέρνηση με την παροχή ελκυστικών κινήτρων.

### Αθλητικός Τουρισμός

Ο τόπος που έφερε στον κόσμο τους Ολυμπιακούς Αγώνες και το 2004, διοργάνωσε από τους πιο επιτυχημένους Ολυμπιακούς Αγώνες στα χρονικά, είναι ιδανικός για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. Από ιστιοπλοΐα και εξερεύνηση σπηλαίων, μέχρι οδοιπορία και αλεξίπτωτο πλαγιάς, η Ελλάδα είναι σε θέση να προσελκύσει λάτρεις των σπορ από όλο τον κόσμο, οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να ασχοληθούν με ποικίλες δραστηριότητες, ενώ παράλληλα θα απολαμβάνουν τα φυσικά θέλγητρα της χώρας, από θεαματικά τοπία μέχρι μαγευτικές παραλίες.

### Επιτυχή Παραδείγματα

- Το Euroleague Final 4 Athens 2007
- Το 2009 Athens CSI2\*-W (Equestrian) international
- Το WRC Acropolis Rally of Greece (ετήσιο)
- Το Athens Grand Prix Tsiklitiria (εντάσσεται στο πλαίσιο του IAAF Grand Prix)
- Η ετήσια Aegean Regatta

### Τουρισμός Υγείας

Η Ελλάδα φημίζεται για τους άριστους γιατρούς της και τους επαγγελματίες υγείας, που σπουδάζουν και εξειδικεύονται σε μερικά από τα καλύτερα πανεπιστήμια της Ευρώπης και της Βορείου Αμερικής. Το γεγονός αυτό αποτελεί στρατηγικό πλεονέκτημα για τη χώρα, καθώς οι ασθενείς ανακαλύπτουν τα οφέλη της ιατρικής φροντίδας σε χώρους όπου η εξειδίκευση συνδυάζεται με την εξοικονόμηση εξόδων και ένα ελκυστικό περιβάλλον ανάρρωσης. Ο Οργανισμός Παγκόσμιας Υγείας κατατάσσει το σύστημα υγείας της Ελλάδας στη 14<sup>η</sup> θέση μεταξύ 191 χωρών παγκοσμίως.

Η πλαστική χειρουργική, τα κέντρα αποτοξίνωσης, οι κλινικές γονιμότητας και η αιμοκάθαρση σε ευχάριστο περιβάλλον είναι από τους τομείς που γνωρίζουν επιτυχία

στον τομέα του τουρισμού υγείας. Μία από τις πιο ελκυστικές πλευρές της θεραπευτικής αγωγής στην Ελλάδα είναι η δυνατότητα ανάρρωσης σε ένα πανέμορφο περιβάλλον απολαμβάνοντας την ελληνική φιλοξενία. Το 2010, αναμένεται νομοσχέδιο που θα υποστηρίξει τον τουρισμό υγείας.

**Διάγραμμα 2.1:** Αναλογία Γιατρών ανά 1.000 άτομα



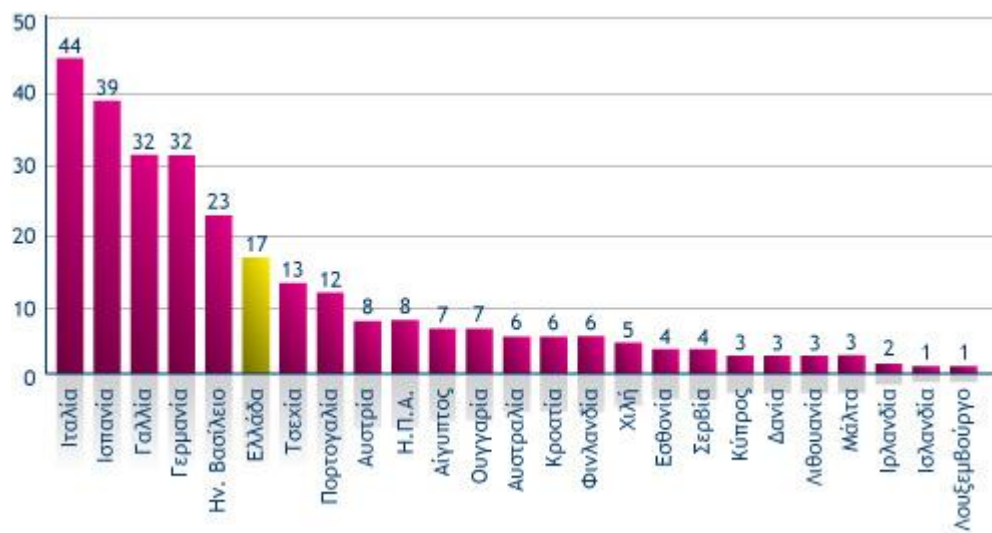
Πηγή: *World Travel & Tourism Competitiveness Report 2010*

### Θρησκευτικός Τουρισμός

Η θρησκευτική κληρονομιά της Ελλάδας προσελκύει επισκέπτες από όλο τον κόσμο, οι οποίοι επισκέπτονται εκκλησίες και μοναστήρια σε όλη τη χώρα που συχνά βρίσκονται σε περιοχές με εξαιρετικά τοπία. Ο θρησκευτικός τουρισμός συνδυάζει πνευματικά, πολιτισμικά και ιστορικά θέματα και παράλληλα αναδεικνύει την εθνική ταυτότητα της Ελλάδας. Εκτός από τα ταξίδια σε Χριστιανικά Ορθόδοξα μοναστήρια, όπως του Όρους Άθως και των Μετεώρων, οι επισκέπτες έρχονται στην Ελλάδα για να θαυμάσουν και να μελετήσουν τα μοναδικά Βυζαντινά και μετα-Βυζαντινά αριστουργήματα, όπως εικόνες και εικονογραφίες, μωσαϊκά, τοιχογραφίες και ιερά. Τόποι θρησκευτικής λατρείας, από μικρές εκκλησίες σε νησιά έως επιβλητικοί ναοί, αποτελούν θρησκευτική κληρονομιά αιώνων, της οποίας ο πλούτος χαίρει ευρέως σεβασμού.

Για παράδειγμα, χιλιάδες επισκέπτες συρρέουν στο νησί της Πάτμου, προκειμένου να επισκεφθούν το Σπήλαιο της Αποκάλυψης, όπου λέγεται ότι ο Άγιος Ιωάννης, ο Θεολόγος, έγραψε την “Αποκάλυψη”. Τέτοιες εμπειρίες συμπληρώνουν πιο δημοφιλείς και παραδοσιακές μορφές τουρισμού και προσφέρουν μοναδικές ευκαιρίες σε όλη την Ελλάδα.

**Διάγραμμα 2.2:** Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτισμικής Κληρονομιάς



Πηγή: *World Travel & Tourism Competitiveness Report 2010*

### Αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός εξελίσσεται σε έναν από τους πιο δυναμικούς τομείς της αγοράς του εναλλακτικού τουρισμού, καθώς οι επισκέπτες σε όλο τον κόσμο εκδηλώνουν ενδιαφέρον για την αειφόρο ανάπτυξη και τις οικολογικές πρακτικές. Ο αγροτουρισμός, βασισμένος στις αγροτικές περιοχές και στον αγροτικό τρόπο ζωής, επικεντρώνεται στην ανάπτυξη και ενίσχυση της σχέσης μας με το φυσικό περιβάλλον αλλά και με τους ανθρώπους και τις κοινότητες που κατοικούν και εξασφαλίζουν τα προς το ζην από την εκμετάλλευση της γης. Οι επισκέπτες στο πλαίσιο του αγροτουρισμού διαμένουν και συχνά εργάζονται μαζί με τους μόνιμους κατοίκους, μαθαίνοντας με αυτό τον τρόπο αγροτικές τεχνικές σε ένα πρακτικό επίπεδο. Πρόκειται για μια εμπειρία που αποφέρει εισοδήματα για τους επαγγελματίες του αγροτουρισμού και παράλληλα προσφέρει εκπαιδευτικές ευκαιρίες για τους επισκέπτες. Ο αγροτουρισμός αποτελεί οικονομικό παράγοντα ανάπτυξης σε

συχνά εξαιρετικής ομορφιάς απομακρυσμένες περιοχές της περιφέρειας και μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης για τους επισκέπτες σε τοπικές γιορτές και εκδηλώσεις, να ενισχύσει την παραγωγή και πώληση τοπικών προϊόντων και να δημιουργήσει ισχυρούς διαπολιτισμικούς κοινωνικούς δεσμούς. Επίσης, ο αγροτουρισμός μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως είναι ο αθλητικός, ο θρησκευτικός, ο ιστορικός τουρισμός και ο τουρισμός υγείας.

Η Ελλάδα προσφέρει πλήθος ευκαιριών σε αυτή την αναπτυσσόμενη αγορά, με μοναδικές εμπειρίες διακοπών σε αγροτικά χωριά ή με ευκαιρίες για τη δημιουργία νέων προϊόντων σύμφωνα με τοπικά ήθη και έθιμα. Ο Επενδυτικός Νόμος της χώρας καθορίζει τους όρους και τις προϋποθέσεις για τις επενδύσεις στην Ελλάδα και παρέχει τα απαραίτητα επενδυτικά κίνητρα για επενδυτές από την Ελλάδα και το εξωτερικό ανάλογα με τον κλάδο και την περιοχή, στην οποία αφορά η επένδυση. Ο νέος Επενδυτικός Νόμος που ψηφίστηκε από την Ελληνική Βουλή τον Φεβρουάριο του 2011, εισάγει νέες αξίες, νέες διαδικασίες και νέα χρηματοδοτικά εργαλεία. Δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για μια υγιή και εξωστρεφή επιχειρηματική δραστηριότητα.

#### **2.4. Παρούσες συνθήκες τουριστικής ανάπτυξης διεθνώς**

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, για αρκετά χρόνια οι ευρωπαϊκές χώρες υπήρξαν οι κύριοι τόποι υποδοχής του παγκόσμιου τουρισμού λαμβάνοντας το 60% των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών.

Οι ευρωπαϊκές χώρες όντας πλούσιες σε φυσικούς και πολιτισμικούς πόρους διαθέτουν πλεονέκτημα στην παγκόσμια αγορά του τουρισμού και παρά την εμφάνιση νέων προορισμών συνεχίζουν να έχουν ένα μεγάλο μερίδιο της αγοράς (Coccocis, 1996). Σε παγκόσμιο επίπεδο ο τουρισμός έχει αυξητικές τάσεις τόσο σε ποσοτικό επίπεδο όσο και σε ποιοτικό (εμφάνιση νέων μορφών του), με αποτέλεσμα να μετατρέπεται σε ένα διαφοροποιημένο, ποικιλόμορφο και πολύπλοκο φαινόμενο. Αν και ο μαζικός τουρισμός παραμένει η κύρια μορφή τουρισμού σε διεθνές επίπεδο, νέες μορφές τουρισμού που έχουν σχέση με τον πολιτισμό, το περιβάλλον, την εκπαίδευση, την υγεία κ.λπ. έχουν αρχίσει να αναπτύσσονται.

**Πίνακας 2.1:** Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών (εκατομμύρια) για την περίοδο 1990-2010

Περιοχή	Εκτίμηση			Ρυθμός μεταβολής %	
	1990	2000	2010	1990-2000	2000-2010
Αφρική	15	24	36	5.0	4.0
Αμερική	94	147	207	4.6	3.5
Ανατολική Ασία/Ειρηνικός	52	101	190	6.8	6.5
Ευρώπη	248	372	476	2.7	2.5
Μέση Ανατολή	7	11	18	4.0	5.0
Νότια Ασία	3	6	10	6.1	6.0
Σύνολο	456	661	937	3.8	3.55

Πηγή: ΠΟΤ

Γενικά υπάρχει μια τάση μεταξύ των Ευρωπαίων καταναλωτών του τουρισμού προς μια κατεύθυνση αναψυχής με περισσότερες δραστηριότητες και με μεγαλύτερο πολιτιστικό περιεχόμενο (Gratton & Van der Straaren, 1994, Richards, 1994, EU, 2002) σε αντίθεση βέβαια με το κλασικό μοντέλο τουρισμού του ήλιου και της θάλασσας.

Ο Richards (1994) σε μια μελέτη των δραστηριοτήτων των τουριστών σε ένα τόπο προορισμού αναγνωρίζει πέντε βασικούς τύπους τουρισμού:

- Θάλασσας και ήλιου 37%
- Διακοπές περιπέτειας και δράσης 18%
- Σκι 6%
- Τουρισμός πόλης 21%
- Πολιτιστικός τουρισμός 19%

Η συγκεκριμένη διάκριση αναδεικνύει το γεγονός ότι το 40% των δραστηριοτήτων των τουριστών βασίζονται κυρίως σε πολιτισμικά στοιχεία. Γεγονός είναι ότι οι μεσογειακές χώρες δέχονται το 50% της συνολικής τουριστικής κίνησης.

Στο Πέμπτο Πρόγραμμα Περιβαλλοντικής Δράσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης ο τουρισμός αναγνωρίστηκε ως ένας από τους τομείς πολιτικής με προτεραιότητα για δράση. Μεταξύ των αξόνων που αναγνωρίστηκαν ήταν και η αναγκαιότητα για διασπορά του τουρισμού στο χρόνο και το χώρο, όπως επίσης και η αναγκαιότητα μετακίνησης προς τον αγροτικό χώρο και προς την κατεύθυνση του πολιτισμού.

## **Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>: Πολιτιστικός τουρισμός**

### **3.1. Έννοια του πολιτιστικού τουρισμού και χαρακτηριστικά του**

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO), πολιτιστικός τουρισμός είναι το ταξίδι που γίνεται με κίνητρο κυρίως πολιτιστικό, δηλαδή περιλαμβάνοντας εκπαιδευτικές περιηγήσεις, θεατρικές παραστάσεις, φεστιβάλ, προσκυνήματα, επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και μουσεία, καθώς και τη μελέτη του φυσικού περιβάλλοντος, του λαϊκού πολιτισμού και της τέχνης. Διαφορετικά, θα μπορούσαμε να ορίσουμε τον πολιτιστικό τουρισμό ως την προσέγγιση εκείνη που συντελείται μέσω της οποίας επιχειρείται η επαφή με την ιστορία, την αρχαιολογία, τον παραδοσιακό τρόπο ζωής, τους εγχώριους ρυθμούς ζωής, τα λαογραφικά χαρακτηριστικά, τα ήθη και τα έθιμα, την πολιτιστική εξέλιξη, τις τέχνες, την αρχιτεκτονική, τους παραδοσιακούς κλάδους ανάπτυξης, την κοινωνικοοικονομική συνοχή και την πολιτική δομή, τη μορφολογία, το περιβάλλον και τις διάφορες εορταστικές εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στην εκάστοτε περιοχή.

Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να πάρει και μία από τις ακόλουθες μορφές:

- Συνεδριακός τουρισμός
- Εκπαιδευτικός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός
- Ιαματικός τουρισμών
- Αγροτουρισμός
- Φυσιολατρικός τουρισμός
- Βιομηχανικός τουρισμός
- Γαστρονομικός τουρισμός

Σύμφωνα με εκτίμηση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ο πολιτιστικός τουρισμός αναπτύσσεται με ρυθμό 15% το χρόνο και το 37% όλων των διεθνών ταξιδιών περιλαμβάνει ένα πολιτιστικό στοιχείο. Αντιθέτως, ο μαζικός τουρισμός



αναπτύσσεται με ρυθμό μόνον 8% το χρόνο. Επιπλέον, σύμφωνα με έρευνες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, το 30% των τουριστικών προορισμών επιλέγονται με βάση τα μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς που διαθέτουν, ενώ αν συμπεριλάβουμε τα φεστιβάλ και τις πολιτιστικές εκδηλώσεις, το ποσοστό φτάνει το 45 με 50% (Klein, 2001). Ενώ, σύμφωνα με άλλες έρευνες, η πολιτιστική κληρονομιά αποτελεί παράγοντα τουριστικής δραστηριότητας με ποσοστό μεγαλύτερο από 50% (Europa Nostra, 2006, Bellini, 2007).

Ορισμένα από τα οφέλη που συνδέονται με τον πολιτιστικό τουρισμό είναι τα ακόλουθα:

- Παρατηρείται αποδέσμευση από την προσκόλληση σε συγκεκριμένα είδη τουρισμού όπως ο φυσιολατρικός τουρισμός, ενώ ταυτόχρονα επιμηκύνεται η τουριστική περίοδος, καθώς διευρύνονται τα τουριστικά σημεία αναφοράς και εξυπηρετούνται τουριστικές ανάγκες καθ' όλη τη διάρκεια του ημερολογιακού έτους.
- Παράλληλα, συμβάλλει στην αποκέντρωση και στην πιο ομοιόμορφη κατανομή των τουριστών μεταξύ διαφορετικών γεωγραφικών σημείων, κάτι το οποίο συμβάλλει θετικά στην ευημερία των κοινωνιών της περιφέρειας και τονώνει την εγχώρια επιχειρηματικότητα.
- Παράλληλα, η ενεργός συμμετοχή του ακαδημαϊκού χώρου στο είδος αυτού του τουρισμού συνδέεται με πραγματικά οφέλη, όσον αφορά τη διαδικασία δυναμικής και πολύπλευρης αξιοποίησης των υπάρχοντων πολιτισμικών στοιχείων, ενώ ταυτόχρονα συμβάλλει στη δημιουργία πολιτισμού υψηλής ποιότητας.

Επιπροσθέτως, μέσω του πολιτισμικού τουρισμού και της διαδικασίας της ολιστικής προσέγγισης (η οποία δίνει έμφαση στον συνδυασμό επιμέρους στοιχείων πολιτισμού και στην ικανοποίηση των απαιτήσεων συγκεκριμένων τουριστών που συνδέονται με αυτόν τον τομέα), παρατηρείται επιχειρηματική, στρατηγική στόχευση σε συγκεκριμένες κατηγορίες τουριστών, κάτι το οποίο σαν οικονομική λειτουργία συνδέεται με μεγαλύτερο βαθμό αποτελεσματικότητας για τον επιχειρηματία, υψηλότερη ευελιξία και ελαστικότητα πολιτικών, ενώ από την πλευρά του υποψήφιου τουρίστα είναι πλήρως επωφελές λόγω της ατομικής απόκρισης στις ανάγκες, της παροχής υπηρεσιών που συγκλίνουν στις πρότυπες ή τις θεμιτές κατά τις

προδιαγραφές, της ένταξης σε ομάδες κοινού ενδιαφέροντος και της υγιούς διάδρασης, χαρακτηριστικά που τείνουν να αυξάνουν το επίπεδο κορεσμού του κάθε ατόμου από τη φύση των παρεχόμενων τουριστικών δυνατοτήτων. Είναι αναμενόμενο, καθώς διευρύνεται ο κύκλος του τουρισμού, να παρατηρείται εξειδίκευση και επομένως αναζωογόνηση του κλάδου της οικονομίας, με ευεργετική επίδραση στη φάση της οικονομικής ανάπτυξης, ενώ η ακμάζουσα τουριστική ζήτηση, συνεπάγεται μεγαλύτερη κινητικότητα παραγωγικών συντελεστών, αυξανόμενες θέσεις εργασίας (τόσο σε εποχιακό όσο και σε μόνιμο προσωπικό, καθώς επίσης και σε ειδικό αλλά και γενικό προσωπικό), με δυνατότητα εφαρμογής επί μέρους προγραμμάτων επιμόρφωσης. Τέλος, σε έναν κλάδο όπως αυτός του τουρισμού είναι αδύνατον η τεχνολογική πρόοδος να μην σημειώνει σημαντικά βήματα στην κατεύθυνση της εξοικονόμησης πόρων, της βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών και της εισαγωγής νέων προτύπων ενδιαφέροντος στο ευρύ τουριστικό κοινό και ειδικά σε μία χώρα με τεράστιες δυνητικές επιλογές σε αυτόν τον τομέα.

«Ο πολιτισμός», όπως είχε πει και η Μελίνα Μερκούρη, «είναι η κληρονομιά μας, η περιουσία μας. Χωρίς αυτόν, είμαστε κανείς». Είναι η ταυτότητα μοναδικότητας, η προσωπική σφραγίδα αναγνωρισιμότητας για κάθε διακριτό στοιχείο του κοινωνικού γίνεσθαι, η πινακίδα διαφορετικότητας, ο φάρος της διαχρονικότητας. Είναι η παρακολούθηση του χθες, μέσα από το βλέμμα του σήμερα, με ορίζοντα το αύριο. Είναι η τοιχογραφία της αναπαράστασης του προτύπου ζωής της ελληνικής κοινωνίας, μέσα στο οποίο συμβιώνουν διαφορετικοί πρωταγωνιστές, διαφορετικού οικονομικοκοινωνικού υποβάθρου, διαφορετικής προέλευσης και φιλοσοφίας ζωής, οι οποίοι δίνουν νόημα στο ψυχρό πρόσωπο της απρόσωπης μαζικότητας.

Τοιχογραφία που φωτίζεται από τις ακτίνες της τεχνολογικής καινοτομίας, προσδίδοντας στον θεατή μια απτή, βιωματική αίσθηση συνύπαρξης με τους πρωταγωνιστές, αλλά και που κινδυνεύει να χαθεί στη λάμψη των προβολέων της καθολικής πολιτισμικής ενοποίησης, που γίνεται με χορηγό την τεχνολογία. Στο χέρι μας είναι να διατηρήσουμε την αίγλη της τοιχογραφίας της κάθε κοινωνίας ζωντανή, σαν πυξίδα στο αδιέξοδο των σύγχρονων προτύπων διαβίωσης, ώστε να καταστήσουμε το αβίωτο βιώσιμο, το δυσοίωνο ελπιδοφόρο, το παραδοσιακό μοντέρνο. Αυτή είναι η συνταγή που η κοινωνία χορηγεί απλόχερα σε όλο το έμψυχο

δυναμικό της με την ελπίδα ότι όλοι μας, κάπου, κάποτε, θα κοιτάξουμε πίσω μας, πίσω στο χρόνο και θα ζωγραφίσουμε την καθημερινότητά μας με τα χρώματα του πολιτισμού, που βρίσκονται στην παλέτα της ιστορίας μας, στον πίνακα της σύγχρονης, τεχνολογικά εδραιωμένης και ιδεολογικά κονιορτοποιημένης κοινωνίας. Κατά καιρούς έχουν γίνει πολλές προσπάθειες ορισμού του πολιτισμικού τουρισμού, κάποιες από τις οποίες είναι:

- ... ένα φαινόμενο που βασίζεται περισσότερο στα κίνητρα και στην αντίληψη των τουριστών παρά στα ειδικά χαρακτηριστικά του τοπίου... Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μια υπο-ομάδα του τουρισμού στην οποία το κύριο κίνητρο για την επίσκεψη ενός τόπου βασίζεται στα πολιτισμικά χαρακτηριστικά του τόπου σύμφωνα όμως με την αντίληψη του πολιτισμικού υπόβαθρου που έχει ο ίδιος ο τουρίστας (Poria, Butler & Airey, 2001).
- ... ο τουρισμός που δημιουργείται, προσφέρεται και καταναλώνεται επακριβώς σαν πολιτισμική αναγνώριση και εκτίμηση υπό μορφή κτήσης εμπειριών ή γνώσης (Prentice, 2001).
- ... ειδική μορφή τουρισμού βασισμένη στη νοσταλγία του παρελθόντος και στην επιθυμία της απόκτησης εμπειρίας πολλαπλών πολιτισμικών τοπίων (Zeppel & Hall, 1992).
- ... μια ιδέα που προέρχεται από τη σύνθεση πολλών και διαφορετικών συναισθημάτων, συμπεριλαμβανομένου της νοσταλγίας, του ρομαντισμού, της αισθητικής ευχαρίστησης και της αίσθησης της καταγωγής στο χρόνο και στο χώρο (Ashworth & Goodall, 1990).
- ... ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί σαν μια υπο-ομάδα του οικοτουρισμού και αφορά τουρίστες που επιθυμούν να γνωρίσουν και να διατηρήσουν το φυσικό περιβάλλον ενός τόπου, να μάθουν για τον πολιτισμό που συνδέεται με τον τόπο αυτό και την ανάγκη διατήρησης των τοπικών κοινωνιών (Ryan, 2002).
- ... ο πολιτιστικός τουρισμός υποδουλώνει την ανάγκη αναζήτησης του τρόπου ζωής των ανθρώπων τόσο στο παρόν όσο και στο παρελθόν (Kennedy, 2002).
- ... ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει την επίσκεψη σε ιστορικούς και αρχαιολογικούς χώρους, την παρακολούθηση τοπικών φεστιβάλ, χορών και τελετών (Besculides et al, 2002).

Από τους παραπάνω ορισμούς γίνεται αντιληπτό ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αναφέρεται τόσο στην επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία, μουσεία κ.λπ., όπως επίσης και στην «παρακολούθηση» των στοιχείων που συνθέτουν την κουλτούρα μιας κοινωνίας/ενός τόπου, όπως παραδοσιακοί χοροί, φεστιβάλ κ.λπ. Επιπλέον δεν καθορίζεται αν κύριος σκοπός του ταξιδιού είναι η επίσκεψη ενός αρχαιολογικού χώρου, μνημείου κ.λπ. ή η παρακολούθηση και η απόκτηση γνώσης για την κουλτούρα και την ιστορία της κοινωνίας. Για τις ανάγκες της συγκεκριμένης αναφοράς θα θεωρηθεί ότι ο πολιτισμικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που αφορά την αναζήτηση γνώσης για την ιστορία, τα ήθη και τα έθιμα ενός τόπου (μνημεία, μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι, τελετουργίες, χοροί, τοπική κουζίνα κ.λπ.), ενώ επιπλέον ο λόγος του ταξιδιού αφορά ακριβώς τις παραπάνω δραστηριότητες. Αυτό που θα πρέπει να σημειωθεί είναι το γεγονός της κοινής αποδοχής του τουρισμού σαν μια πολιτισμική δραστηριότητα, ένα ιδεολογικό πλαίσιο για την ιστορία, το φυσικό περιβάλλον και τις παραδόσεις ενός τόπου, ένα πλαίσιο όμως που έχει τη δύναμη και τη δυνατότητα να επαναπροσδιορίσει και να επαναδιαμορφώσει τον πολιτισμό και τη φύση μιας περιοχής προκειμένου να ικανοποιήσει τις ανάγκες του. Έτσι, σε κάθε περίπτωση θα πρέπει η ανάπτυξη να είναι τέτοιας μορφής και έντασης, ώστε να μην αλλοιώνει τις «ιδιότητες» εκείνες που προσελκύουν τον τουρισμό σε έναν τόπο. Με βάση το γεγονός ότι δεν είναι όλες οι μορφές και οι δραστηριότητες του πολιτισμικού τουρισμού ωφέλιμες, είναι αναγκαία η ύπαρξη εκτίμησης επιπτώσεων προκειμένου να ελαχιστοποιηθούν κατά το δυνατόν οι αρνητικές συνέπειες.

### **3.2. Διεθνή παραδείγματα ανάπτυξης πολιτιστικού τουρισμού**

#### Ο πολιτιστικός τουρισμός ως μέσο οικονομικής ανάπτυξης

Όπως γνωρίζουμε, ο τουρισμός αποτελεί μία πολύ σημαντική βιομηχανία. Σύμφωνα με τον Διεθνή Οργανισμό Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών – United Nations World Tourism Organisation – (UNWTO, 2010), η τουριστική κίνηση παρουσίασε αύξηση

σε παγκόσμιο επίπεδο κατά 7%, με τον αριθμό των τουριστών να υπολογίζεται στα 935 εκατομμύρια. Ενώ προβλέπεται αύξηση μεταξύ 4% και 5% για το έτος 2011. Όμως, μία μορφή του τουρισμού που είναι όλο και πιο δημοφιλής σε ολόκληρο τον κόσμο είναι ο πολιτιστικός τουρισμός. Ο πολιτιστικός τουρισμός ορίζεται ως η κυκλοφορία των ατόμων στα πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από τον τόπο μόνιμης διαμονής, που έχει ως κίνητρο τη συλλογή νέων πληροφοριών και εμπειριών για ικανοποίηση των πολιτιστικών ατομικών αναγκών (Stebbins, 1996). Επιπροσθέτως, περιλαμβάνονται στον πολιτιστικό τουρισμό δραστηριότητες που σχετίζονται με τον εθελοντισμό και το περιβάλλον, καθώς εκπαιδευτικά σεμινάρια σχετικά την τέχνη και την ιστορία. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι μέσω του πολιτιστικού τουρισμού αυξάνεται εν τέλει η διαπολιτισμική ανταλλαγή και αναπτύσσεται η βιομηχανία της κληρονομιάς.

Ειδικότερα για την Ελλάδα, ο τουρισμός αποτελεί την «ατμομηχανή» της οικονομίας, γιατί απλά συνεισφέρει σε μεγάλο ποσοστό του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ), ενώ αποτελεί καίρια πηγή συναλλάγματος. Στην Ελλάδα, με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, ο τουρισμός δεν δημιουργεί μόνον μια αίσθηση γνώσης και υπερηφάνειας για την ταυτότητα και την τοπική ιστορία, αλλά βοηθά στην οικονομική ανάπτυξη και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Παράλληλα, προστατεύει και αναπτύσσει την έννοια του «τοπικού» μέσω δεσμών φιλίας με τους επισκέπτες, αλλά και λειτουργεί ως μέσο για την ενίσχυση της εθνικής, τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης.

Η σπουδαιότητα του πολιτισμού για την Ελλάδα καταδεικνύεται από μία σειρά πρωτοβουλιών, όπως το Ευρωμεσογειακό Πρόγραμμα για την Πολιτιστική Κληρονομιά και την πρόσφατη καινοτόμο δράση, το Σήμα Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Κληρονομιάς που θα απονέμεται σε μνημεία, αρχαιολογικούς και πολιτιστικούς χώρους καθώς και σε τόπους μνήμης.

### Δράσεις Ανάπτυξης

Με βάση λοιπόν όλα τα παραπάνω, ο πολιτισμός πρέπει να αποτελέσει τον καταλύτη της ελληνικής οικονομίας που όχι μόνον θα εκμεταλλευτεί στο έπακρον τους υπάρχοντες πολιτιστικούς πόρους, αλλά θα δημιουργήσει και θα αναπτύξει καινοτόμα πολιτιστικά προϊόντα που θα συμβάλλουν άμεσα στην οικονομική

ανάπτυξη της Ελλάδας. Ο πολιτισμός πρέπει να αποτελέσει κεντρικό θέμα πολιτικής της ανάπτυξης. Σήμερα, η σχέση πολιτισμού και τουρισμού έχει αποκτήσει ιδιαίτερη σημασία στο πλαίσιο του αυξανόμενου ανταγωνισμού και της προσπάθειας για βελτίωση της ποιότητας ζωής. Καθώς όμως ο τουρισμός εστιάζει στην αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων, δημιουργεί πιέσεις στη χρήση των πόρων αυτών με αρνητικές και θετικές επιπτώσεις αλλά και πιθανούς κινδύνους αλλοίωσης. Ο τουρισμός εξάλλου, δυναμική δραστηριότητα εξ ορισμού, επιφέρει σημαντικές διαρθρωτικές μεταβολές στην οικονομία και στην κοινωνία, τόσο σε τοπικό όσο και σε περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Πρόκειται για ένα φαινόμενο πολυδιάστατο σε αλληλεπίδραση με το οικονομικό και πολιτισμικό περιβάλλον. Στο μέσον αυτής της σχέσης πολιτισμού και τουρισμού, εντάσσεται ο ρόλος της καινοτομίας στην ανάπτυξη.

Γι' αυτό στα πλαίσια μιας τέτοιας βιώσιμης στρατηγικής της ολοκληρωμένης ανάπτυξης θα πρέπει να εφαρμόζονται τα παρακάτω:

- Μετατροπή της ιδιαιτερότητας του χώρου σε στρατηγικό πλεονέκτημα με την παράλληλη ανάδειξη της μοναδικότητας του τοπικού πολιτισμού, όπου η ύπαρξη της μονοδιάστατης «παγκόσμιας κουλτούρας» (“global culture”) επιβάλλεται να αποδυναμωθεί. Το πιο σημαντικό είναι η προβολή για τη βίωση μιας αυθεντικής πολιτιστικής εμπειρίας, με την ποικιλομορφία του πολιτιστικού προϊόντος να είναι το σήμα κατατεθέν.
- Νέοι τρόποι διαχείρισης της τοπικής παραγωγής στη μεταποίηση και τυποποίηση των παραδοσιακών τοπικών προϊόντων σε προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας που θα απευθύνονται σε διεθνείς αγορές. Εμφανίζεται, περισσότερο από ποτέ, η ανάγκη για την είσοδο της τεχνολογικής καινοτομίας στην υπηρεσία του πολιτισμού, στα πλαίσια της διαδικασίας με την υλοποίηση νέων ή σημαντικά βελτιωμένων μεθόδων παραγωγής όπου θα περιλαμβάνονται αλλαγές στον εξοπλισμό, στους ανθρώπινους πόρους, στις μεθόδους εργασίας ή και σε συνδυασμό των παραπάνω. Ο στόχος της τεχνολογικής καινοτομίας επί της διαδικασίας θα είναι η μείωση του κόστους παραγωγής και η διεύρυνση της αγοράς διάθεσης των ελληνικών προϊόντων. Όμως εξίσου σημαντική είναι και η εισαγωγή της τεχνολογικής καινοτομίας του πολιτιστικού προϊόντος για την υλοποίηση προϊόντων με μεγάλη ζήτηση και με βελτιωμένα χαρακτηριστικά απόδοσης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα,

είναι τα παγκοσμίως γνωστά προϊόντα της Μαστίχας Χίου και του Κρόκου Κοζάνης, τα οποία και ξεχωρίζουν αισθητά από τον ανταγωνισμό. Με αυτόν τον τρόπο, θα αυξηθεί ακόμη περισσότερο το σύνολο των εξαγωγικών προϊόντων με ονομασία προέλευσης σε νέες αγορές – στόχους, π.χ., η Κίνα.

- Σύμπραξη του κράτους και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας μαζί με τον τοπικό πληθυσμό. Η συμμετοχή της τοπικής κοινότητας στη διαδικασία λήψης αποφάσεων σε στρατηγικής σημασίας θέματα που σχετίζονται με τον πολιτισμό θα επιφέρουν υψηλά ποσοστά επιτυχίας, αφού τα μέλη της τοπικής κοινωνίας έχουν αυξημένη εξοικείωση και κατανόηση της περιοχής τους, σε αντίθεση με εξωτερικούς παράγοντες. Επιπλέον, θα αυξηθεί η θετική διάθεση της τοπικής κοινωνίας σε νέες καινοτόμες ιδέες και έργα, τα οποία προστατεύουν και αναδεικνύουν περιοχές πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Ίσως τότε επιτευχθεί άμεσα η απεμπλοκή από το προσωπικό μικροσκοπικό συμφέρον προς χάριν του συλλογικού μακροσκοπικού συμφέροντος. Ως εκ τούτου, το κατάλληλο περιβάλλον επιχειρηματικής κουλτούρας, η κοινωνική αποδοχή της καινοτομίας, οι θεσμοί συνεργασίας και το μαθησιακό περιβάλλον θα επιδράσουν καταλυτικά στις δραστηριότητες της τεχνολογικής καινοτομίας των πολιτιστικών προϊόντων.
- Τέλος, επιβάλλεται επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου στην Ελλάδα, αλλά και διαφοροποίηση, με εναλλακτικές μορφές, του παραδοσιακού «καλοκαιρινού» τουρισμού (αγροτουρισμός, εκπαιδευτικός και συνεδριακός τουρισμός). Παράλληλα, δημιουργείται η ανάγκη για ανάπτυξη νέων ειδών εκδηλώσεων στην πολιτιστική βιομηχανία, που προσφέρει ένα «εξαιρετικό κλειδί» για την αύξηση του αριθμού επισκεπτών από το εξωτερικό με φεστιβάλ και αθλητικές διοργανώσεις.

Σε όλα τα επίπεδα, οφείλει η ελληνική οικονομία και οι παράγοντες του πολιτισμού να ανακαλύψουν και να διατηρήσουν αυτήν την ευαίσθητη ισορροπία της οικονομικής ανάπτυξης, της συνετής διαχείρισης του πολιτιστικού περιβάλλοντος, της βιώσιμης ανάπτυξης, της κοινωνικής ευημερίας. Οι όποιες αποφάσεις και κανόνες που λαμβάνονται, να τηρούνται, να εφαρμόζονται, να στηρίζονται και να υποστηρίζονται με ένταση ψυχής και θέλησης. Μα πάνω από όλα, στα χρόνια της οικονομικής κρίσης που διανύουμε, μόνον κινήσεις από περίσσειμα γνώσης, διάθεσης και άνευ φόβου αποτυχίας θα βρίσκουν τρόπο πραγματοποίησης. Γιατί,

όπως είχε πει και ο πρόεδρος Roosevelt, αντιμετωπίζοντας την οικονομική κρίση του 1932, «the country needs and, unless I mistake its temper, the country demands, bold, persistent, experimentation. It is common sense to take a method and try it: If it fails, admit it frankly and try another. But above all, try something».

### **3.3. Μέσα, οργανισμοί και φορείς ανάπτυξης πολιτιστικού τουρισμού**

#### UNESCO:

Η UNESCO αποτελεί σημαντικό εξειδικευμένο διεθνή Οργανισμό του ΟΗΕ. Πρόκειται για τον Εκπαιδευτικό Επιστημονικό και Πολιτιστικό Οργανισμό των Ηνωμένων Εθνών του οποίου τ' αρχικά στην αγγλική αποτελούν και την διεθνή ονομασία UNESCO (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization).

Δημιουργήθηκε στις 16 Νοεμβρίου του 1945. Στόχος του Οργανισμού αυτού είναι η παγίωση της παγκόσμιας ειρήνης μέσα από την επικοινωνία των λαών δια της εκπαίδευσης, των φυσικών και κοινωνικών επιστημών και του πολιτισμού. Μέσα σ' αυτά τα πλαίσια η UNESCO αποτελεί ένα διεθνές κέντρο επικοινωνίας αλλά και εργαστήριο ιδεών στη δημιουργία προτύπων στη συνομολόγηση διεθνών συνθηκών σε πλείστα αναδυόμενα προβλήματα όπως ηθικής τάξης, καθώς και τον σεβασμό και τις κοινές αξίες κάθε πολιτισμού των λαών. Ο σύγχρονος ρόλος του Οργανισμού αυτού κρίνεται πολύ σημαντικός ιδιαίτερα στην αναζήτηση παγκόσμιων οραμάτων για τον αμοιβαίο σεβασμό και την βιώσιμη ανάπτυξη των λαών που υπαγορεύουν σχετικές συνθήκες των ανθρωπίνων δικαιωμάτων με απώτερο στόχο την εξάλειψη της φτώχειας ή τουλάχιστον τον περιορισμό της.

Μέλη της UNESCO είναι σχεδόν όλα τα κράτη του ΟΗΕ. Λειτουργεί ως παγκόσμιο κέντρο ανταλλαγής πληροφοριών και διάδοσης προγραμμάτων με τα οποία και υποστηρίζει τα κράτη μέλη στις δικές τους αναγκαίες θεσμοθετήσεις σε κοινούς τομείς δράσης. Τούτο επιτυγχάνεται με τις εθνικές επιτροπές του κάθε κράτους που συνδέονται με τα κεντρικά γραφεία (Γραμματεία) στο Παρίσι. Οι Εθνικές Επιτροπές αποτελούν έτσι, ως περιφερειακά γραφεία, τους συνδέσμους μεταξύ των Χωρών-μελών και του Οργανισμού υποβοηθώντας τον μέσα σε διετή προγράμματα εργασίας.



## ICOMOS:

Το Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τοποθεσιών, ICOMOS από τRΟΜα αρχικά της ονομασίας του στην αγγλική International Council on Monuments and Sites είναι ο πιο έγκυρος διεθνής επαγγελματικός Μη Κυβερνητικός Οργανισμός (NGO) που έχει ως σκοπό την προώθηση της θεωρίας της μεθοδολογίας, της τεχνολογίας και της ενημέρωσης για την προστασία και την ανάδειξη των ιστορικών μνημείων και τοποθεσιών των χωρών του κόσμου.

Το ICOMOS ιδρύθηκε το 1965 με απόφαση του ιστορικού Β' Διεθνούς Συνεδρίου Αρχιτεκτόνων και Τεχνικών της Προστασίας, που πραγματοποιήθηκε το 1964 στη Βενετία. Κατά το συνέδριο αυτό καταρτίστηκε και ψηφίστηκε από τους εκπροσώπους της UNESCO, του Διεθνούς Κέντρου για τη Συντήρηση και Αναστήλωση των ιστορικών μνημείων (International Center for Conservation and Restoration of Monuments-ICCROM), καθώς και από τους εκπροσώπους των 16 χωρών, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα, το θεμελιώδες διεθνές κείμενο αρχών για επεμβάσεις στα ιστορικά μνημεία, γνωστό και ως «Χάρτης της Βενετίας».

Το ICOMOS έχει μέλη ειδικούς επιστήμονες από όλο τον κόσμο και δραστηριοποιείται σε 104 χώρες στις 5 ηπείρους και είναι ο τεχνικός σύμβουλος της σε θέματα προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς. Με αυτήν την ιδιότητά του, εξετάζει τις προτάσεις των χωρών-μελών της UNESCO για την εγγραφή εθνικών μνημείων στον Κατάλογο της Παγκόσμιας Κληρονομιάς (Φυσικής και Πολιτιστικής) ενώ παράλληλα με 21 Διεθνείς Ειδικές Επιστημονικές Επιτροπές μελετά εξειδικευμένα θέματα όπως: Το CIAV (για την παραδοσιακή αρχιτεκτονική), το CIVVIH (για την προστασία ιστορικών πόλεων και οικισμών) κλπ.

Η διεθνής διοίκηση του ICOMOS εκλέγεται ανά τριετία. Συγκροτείται από το Διεθνές Γραφείο, τη Διεθνή Εκτελεστική Επιτροπή και τη Διεθνή Συμβουλευτική Επιτροπή. Έδρα του Διεθνούς ICOMOS είναι το Παρίσι.

## Ελληνικό Τμήμα ICOMOS:

Το Ελληνικό Τμήμα ICOMOS ιδρύθηκε το 1972, αρχικά ως Επιστημονική Επιτροπή του Τεχνικού Επιμελητηρίου Ελλάδας. Από το 1992 συνεχίζει τη δράση του ως

ανεξάρτητο και αναγνωρισμένο επιστημονικό σωματείο. Σήμερα έχει 750 περίπου μέλη και διοικείται από το 18μελές Διοικητικό Συμβούλιο το οποίο εκλέγεται ανά τριετία.

Έχει αναπτύξει έντονη δραστηριότητα στη διάσωση και την προστασία πολιτιστικών αγαθών τόσο στην Ελλάδα όσο και στο διεθνή χώρο. Για την προώθηση των στόχων του το Ελληνικό ICOMOS συντάσσει και εκδίδει ενημερωτικό δελτίο (3-4 τεύχη το χρόνο) με τις προτάσεις του στα θέματα προστασίας μνημείων, τις δραστηριότητές του καθώς και με τις σχετικές ειδήσεις από το διεθνή χώρο.

Το Ελληνικό ICOMOS βραβεύτηκε το έτος 1999 με το βραβείο Αμπντί Ιπεκτσι για την συνεισφορά του στην Ελληνοτουρκική προσέγγιση, μαζί με το Τουρκικό Τμήμα ICOMOS, με το οποίο συνεργάζεται στενά για τη διάσωση μνημείων που κινδυνεύουν στις δύο χώρες.

Τον Απρίλιο του 2000 βραβεύτηκε από τους δημοσιογράφους της ΕΡΑ στο πρόσωπο του προέδρου του Νίκου Αγριαντώνη, για την προσφορά στη διάσωση της Αρχιτεκτονικής Κληρονομιάς, προκειμένου μαζί με άλλους μη κυβερνητικούς οργανισμούς να αποτελέσει μέλος της «Κυβέρνησης των μη Κυβερνητικών».

Τα τελευταία πέντε χρόνια, το Ελληνικό Τμήμα του ICOMOS απέκτησε μόνιμη έδρα στην Αθήνα σ' ένα αναστηλωμένο νεοκλασικό σπίτι στην οδό Πειραιώς 73 όπου ήδη στεγάζεται η Διοίκηση, η Γραμματεία και η Βιβλιοθήκη του, ενώ σύντομα θα λειτουργήσουν επίσης, χώροι μόνιμων και περιοδικών εκθέσεων.

### **3.4. Πολιτιστικός τουρισμός και διαδίκτυο**

Υλοποίησή της προώθησης του πολιτιστικού τουρισμού (και του τουρισμού γενικότερα) μέσω διαδικτύου

Η ιδέα της προώθησης του πολιτιστικού τουρισμού (και γενικότερα του τουρισμού στον ελλαδικό χώρο), ωστόσο, μπορεί να υλοποιηθεί χωρίς τη σπατάλη υπέρογκων χρηματικών ποσών, μέσω της δημιουργία ενός μεγάλου ιστότοπου, ο οποίος παράλληλα θα αποτελεί και ένα είδος ταξιδιωτικού γραφείου. Οι ενδιαφερόμενοι που θα επισκέπτονται τη σελίδα αυτήν στο διαδίκτυο θα μπορούν να θαυμάσουν όλα τα μέρη της Ελλάδας (από την Αθήνα και τις άλλες μεγάλες πόλεις ως τα ορεινά χωριά

και τα μικρά γραφικά νησιά), μέσα από οπτικοαουστικό υλικό, εικονικές ξεναγήσεις (virtual tours) και απευθείας εικόνες μέσω κάμερας (live webcam) για κάθε τόπο ξεχωριστά. Παράλληλα, θα προτείνει εκδηλώσεις, αξιοθέατα και διαδρομές στον προορισμό, θα παρέχει εξειδικευμένες πληροφορίες σε ειδικά θέματα (οικογενειακές διακοπές, προσβάσιμος τουρισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες), και θα διαθέτει υποκατηγορίες για συγκεκριμένες αγορές. Ακόμη, θα μπορούν να ενημερωθούν για τους αρχαιολογικούς χώρους κάθε περιοχής και την ιστορία του κάθε μνημείου.

Επιπροσθέτως, θα αναφέρονται τα χαρακτηριστικά της ελληνικής παραδοσιακής κουζίνας, οι κατηγορίες των ελληνικών κρασιών, κάποια ελληνικά προϊόντα και θα δίνονται ορισμένες παραδοσιακές συνταγές. Εκτός από την ενημέρωση που θα παρέχεται, όπως τονίστηκε αρχικά, ο διαδικτυακός αυτός χώρος θα λειτουργεί και ως ταξιδιωτικό γραφείο. Οι επισκέπτες θα έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν τα μέρη που θέλουν να επισκεφτούν, με την άφιξή τους στην Ελλάδα, τα ξενοδοχεία που θα μείνουν, το μεταφορικό μέσο που θα χρησιμοποιήσουν για τις μετακινήσεις από το ένα μέρος στο άλλο, και τα μέρη που θέλουν να επισκεφθούν (αρχαιολογικούς χώρους, πάρκα ψυχαγωγίας κ.λπ.). Αφού τα επιλέξουν, θα μπορούν να κάνουν κρατήσεις και πληρωμές μέσω διαδικτύου, είτε με πιστωτική είτε με προπληρωμένη κάρτα, και θα είναι 100% ασφαλή. Η ιστοσελίδα θα συνεργάζεται με ξενοδοχειακές μονάδες σε όλη τη χώρα, εστιατόρια, τόπους ψυχαγωγίας, αρχαιολογικά μνημεία, και θα δίνει την ευκαιρία στον επισκέπτη της να δημιουργήσει εύκολα και οικονομικά ένα πακέτο διακοπών. Επίσης, μπορούν να επιλέξουν μέσα από έτοιμα τουριστικά πακέτα και πακέτα για ειδικό τουρισμό (οικολογικός, θρησκευτικός, θαλάσσιος, αθλητικός, συνεδριακός, θεραπευτικός, γαστρονομικός, πολιτιστικός τουρισμός, αγροτουρισμός, τουρισμός πόλεων).

Στην ιστοσελίδα θα υπάρχει και έκδοση για κινητά τηλέφωνα, ενώ οι επισκέπτες θα μπορούν να κατεβάσουν δωρεάν φορητούς οδηγούς για κάθε πόλη, τους οποίους θα συμβουλευόνται ανά πάσα στιγμή μέσω του κινητού τους. Ακόμη, ο διαδικτυακός αυτός χώρος, εκτός από την ενημέρωση που θα προσφέρει στους ενδιαφερόμενους μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για προσφορές σε έτοιμα πακέτα διακοπών, θα μπορεί να ενημερώνει και μέσω γραπτών μηνυμάτων (sms) σε κινητό τηλέφωνο. Ο ιστότοπος θα μεταφραστεί για να διευκολύνει τους ενδιαφερόμενους να περιηγηθούν στη δική τους γλώσσα και θα επιτρέπει την προβολή της χώρας μας στο εξωτερικό. Η

ιστοσελίδα αυτή μπορεί να διαφημίζεται μέσα από ιστοσελίδες συμμετοχικού διαδικτύου, οι οποίες, όπως φαίνεται από τα στατιστικά, έχουν τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα διεθνώς (My space, Facebook, Twitter, Youtube κ.λπ.).

Με αυτήν την ιστοσελίδα, μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα μπορούν να διαφημίσουν και να προωθήσουν τα προϊόντα τους, άμεσα, γρήγορα και με χαμηλό κόστος σε παγκόσμιο επίπεδο, χωρίς να εξαρτώνται από τρίτες επιχειρήσεις ή tour-operators. Παράλληλα, οι επιχειρήσεις θα προτείνονται στους τουρίστες και θα μπορούν να ενταχθούν στο πρόγραμμα διακοπών τους, με ειδικά διαμορφωμένες τιμές. Ακόμη οι επισκέπτες μπορούν να ανακαλύψουν νέους προορισμούς, γεγονός που συμβάλλει στην περιφερειακή ανάπτυξη.

## **Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>: Μεθοδολογία και Αποτελέσματα Έρευνας**

### **4.1. Έρευνα. Μεθοδολογία έρευνας**

Ο σκοπός του συγκεκριμένου κεφαλαίου είναι η παρουσίαση της μεθοδολογίας που ακολουθήθηκε για τη διεξαγωγή της έρευνας που αφορά τη μελέτη του πολιτιστικού τουρισμού στηριζόμενη στις προσωπικές απόψεις καθώς και εμπειρίες των ταξιδιωτών που επιλέγουν την εναλλακτική αυτή μορφή τουρισμού. Για αυτό το σκοπό αναφέρονται αναλυτικά οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν, η διαδικασία σχεδιασμού του ερωτηματολογίου της έρευνας και η επιλογή του δείγματος. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την αναφορά πιθανών περιορισμών και των δυσκολιών που αντιμετωπίστηκαν κατά την έρευνα.

### **4.2. Ανάλυση του δείγματος**

Η ιστορία της Ελλάδος, ο αρχαίος της πολιτισμός καθώς και η συνεχής συμμετοχή της σε διοργανώσεις και φιλοξενίες θεατρικών παραστάσεων, συναυλιών, παρουσιάσεων και εκθέσεων κλπ. την κατατάσσει στην κατηγορία των προορισμών που κινούν το ενδιαφέρον του ταξιδιώτη να την επισκεπτεί για να διευρύνει τους πολιτιστικούς του ορίζοντες. Για να «θρέψει» το πνεύμα του και να συμμετέχει στα πολιτιστικά δρώμενα-εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται.

Όπως είναι λογικό το ερωτηματολόγιο πρέπει να σχετίζεται με τον σκοπό της έρευνας. Για το λόγο αυτό πριν την σύνταξη του ερωτηματολογίου πρέπει να καθοριστούν:

- i. οι πληροφορίες που είναι αναγκαίο να συγκεντρωθούν, και
- ii. ο τρόπος διανομής/συγκέντρωσης των ερωτηματολογίων, δηλαδή αν θα συμπληρωθούν τηλεφωνικά, ταχυδρομικά ή με προσωπική διανομή από τον ερευνητή.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση επιλέχθηκε η προσωπική διανομή από τις ερευνήτριες, προκειμένου να ελαχιστοποιηθεί το κόστος της έρευνας (δεν χρειάζονται ταχυδρομικά τέλη ούτε ομάδα ερευνητών για την διανομή του ερωτηματολογίου),

καθώς και γιατί η προσέγγιση αυτή επιτρέπει στις ερευνήτριες να επεξηγήσουν τον σκοπό της έρευνας και να προσφέρουν επεξηγήσεις για τις ερωτήσεις στους συμμετέχοντες.

Μετά την εξέταση της σχετικής με τον πολιτιστικό τουρισμό βιβλιογραφίας, συγκεντρώθηκε ένας αριθμός ερωτήσεων που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για την εξέταση του πολιτιστικού τουρισμού στην Αθήνα. Έγινε επιλογή των περισσότερο αντιπροσωπευτικών ερωτήσεων και στη συνέχεια τέθηκαν σε μια λογική σειρά. Επίσης λήφθηκε υπόψη το γεγονός πως οι ερωτήσεις αυτές θα έπρεπε να είναι κατανοητές, σαφείς και περιορισμένες στον αριθμό έτσι ώστε να υπάρξει προθυμία από τους ερωτώμενους να συμμετέχουν στην έρευνα συμπληρώνοντας το ερωτηματολόγιο.

Οι πρώτες δύο ερωτήσεις αφορούν τη συχνότητα των ταξιδιών του πολιτιστικού τουρίστα καθώς και τα κριτήρια με βάση τα οποία επιλέγει τον τόπο προορισμού του. Οι επόμενες ερωτήσεις αφορούν την άποψη και αντίληψη του συγκεκριμένου αυτού τουρίστα για την γενικότερη έννοια του πολιτιστικού τουρισμού με βάση τις προσωπικές του εμπειρίες και διαπιστώσεις μέσω των ταξιδιών για πολιτιστικό σκοπό καθώς και το πώς αντιλαμβάνεται αυτός την γενικότερη ανάπτυξη της εναλλακτικής αυτής μορφής του τουρισμού.

Η δειγματοληψία είναι μια διαδικασία που έχει σκοπό τον καθορισμό του πληθυσμού-στόχου (δείγματος) που πρόκειται να ερευνηθεί. Στόχος της διαδικασίας είναι η επιλογή ενός δείγματος που θα είναι αντιπροσωπευτικό του ευρύτερου πληθυσμού. Στην συγκεκριμένη έρευνα το δείγμα που επιλέχθηκε αποτελείται από επισκέπτες της ευρύτερης περιοχής της Αθήνας, την στιγμή που πραγματοποιήθηκε η έρευνα.

Για την επιλογή του δείγματος εφαρμόστηκε η τυχαία δειγματοληψία. Σύμφωνα με τον Tzelepis (2004) στην τυχαία δειγματοληψία κάθε άτομο του πληθυσμού έχει ίση πιθανότητα να συμπεριληφθεί στο δείγμα. Η απόφαση για το δείγμα ήταν να συγκεντρωθούν τουλάχιστον 50 ερωτηματολόγια από Έλληνες και ξένους επισκέπτες της περιοχής. Για αυτό το λόγο 100 ερωτηματολόγια μοιράστηκαν στην υποδοχή τουριστικών καταλυμάτων του κέντρου της Αθήνας (το Athenaeum InterContinental

Athens, το Royal Olympic, το President Hotel, το Athens Gate καθώς και το New Hotel). Η προσπάθεια αυτή είχε σαν αποτέλεσμα την συμπλήρωση και των 50 σχεδόν ερωτηματολογίων που ήταν ο αρχικός σκοπός να συμπληρωθούν για να υπάρχει ολοκληρωτική κατανόηση των συμπερασμάτων του ερωτηματολογίου, χάρη στην προθυμία του προσωπικού των ξενοδοχείων αυτών (οι περισσότεροι είναι πρώην συνάδελφοι των ερευνητριών). Αυτή ήταν μια ιδιαίτερα ευχάριστη διαπίστωση για τις ερευνήτριες καθώς μέσα από την προσφορά βοήθειας στην έρευνα αυτή του προσωπικού των ξενοδοχείων βλέπουμε ότι υπάρχουν ακόμη οι έννοιες της συναδελφικότητας και των καλών και αυθεντικών ανθρώπινων σχέσεων.

### **4.3. Παράθεση ερωτηματολογίου και απαντήσεων**

#### 1) Πόσο συχνά ταξιδεύετε:

- 1-2 φορές τον χρόνο
- 2-4 φορές τον χρόνο
- Πάνω από 5 φορές τον χρόνο

#### **Σχολιασμός:**

Το 60% των ερωτηθέντων απάντησαν ότι ταξιδεύουν 1-2 φορές τον χρόνο, το 30% αυτών απάντησαν ότι ταξιδεύουν 2-4 φορές τον χρόνο και το 10% αυτών ότι ταξιδεύουν πάνω από 5 φορές τον χρόνο. Τα αποτελέσματα αυτά βασίζονται κατά πολύ στο γεγονός ότι οποιαδήποτε μορφή τουρισμού είναι μια πολυτέλεια, ο τουρισμός για πολιτιστικούς λόγους ακόμη μεγαλύτερη πολυτέλεια (ταξιδιώτες ως επί το πλείστον με υψηλό μορφωτικό και βιοτικό επίπεδο).

#### 2) Ποια είναι τα πιο σημαντικά κριτήρια επιλογής του τόπου προορισμού σας:

- Κλιματολογικές συνθήκες
- Υποδομές (ξενοδοχειακές μονάδες, προσβασιμότητα, κ.λπ.)
- Ιστορία του τόπου προορισμού – πολιτισμός
- Εκδηλώσεις πολιτιστικού ενδιαφέροντος (θεατρικές παραστάσεις, συναυλίες, εκθέσεις, κ.λπ.)
- Όλα τα παραπάνω

- Άλλο (παρακαλώ διευκρινίστε)

.....

#### **Σχολιασμός:**

Το 20% των ερωτηθέντων απάντησαν τα πιο σημαντικά κριτήρια επιλογής του τόπου προορισμού τους είναι οι κλιματολογικές συνθήκες, το 15% αυτών απάντησαν ότι είναι οι υποδομές (ξενοδοχειακές μονάδες, προσβασιμότητα κλπ.), το 35% αυτών απάντησαν ότι είναι η ιστορία του τόπου προορισμού και ο πολιτισμός του, το 20% αυτών απάντησαν ότι είναι οι εκδηλώσεις πολιτιστικού ενδιαφέροντος (θεατρικές παραστάσεις, συναυλίες, εκθέσεις κλπ.) και το 10% απάντησαν ότι είναι ο συνδυασμός των παραπάνω. Στην ερώτηση για κάποιο άλλο κριτήριο δεν υπήρξε κάποιος να προσθέσει κάτι άλλο διότι ισχυρίστηκαν ότι καλύφθηκαν από τις προηγούμενες ερωτήσεις.

Το συμπέρασμα που βγαίνει από την έρευνα της ερώτησης αυτής είναι και το αναμενόμενο, μιας και ο κυριότερος σκοπός ενός πολιτιστικού τουρίστα είναι η γνωριμία με την ιστορία του τόπου προορισμού και τις παραδόσεις του (35%).

3) Θεωρείτε ότι ο πολιτιστικός τουρισμός ευνοεί την τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου προορισμού;

- Καθόλου
- Ελάχιστα
- Πολύ
- Πάρα πολύ

#### **Σχολιασμός:**

Το 1% των ερωτηθέντων απάντησαν καθόλου, το 10% αυτών απάντησαν ελάχιστα, το 69% αυτών απάντησαν πολύ και το 20% αυτών απάντησαν πάρα πολύ. Με βάση τα παραπάνω, διαπιστώνουμε ότι ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων δίνει μεγάλη σημασία στην ευρύτερη έννοια του πολιτιστικού τουρισμού και τον θεωρεί καταλυτικό παράγοντα στην τουριστική ανάπτυξη του τόπου προορισμού.



- 4) Θεωρείτε ότι ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει απειλή για τον πολιτισμό ενός τόπου προορισμού; (Αν «Όχι» ή «Δεν γνωρίζω», προχωρήστε στην ερώτηση 6)
- ο Ναι
  - ο Όχι
  - ο Δεν γνωρίζω

**Σχολιασμός:**

Το 25% των ερωτηθέντων απάντησε θετικά στην ερώτηση, το 40% αυτών απάντησε αρνητικά και το 40% αυτών ότι δεν είναι σε θέση να γνωρίζει την απάντηση. Το συμπέρασμα στο οποίο καταλήγουμε εδώ είναι ότι ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό (25%), οι οποίοι πιθανότατα είναι και οι τουρίστες που ταξιδεύουν καθαρά για πολιτιστικούς λόγους (υψηλότερο εισόδημα και βιοτικό επίπεδο), πιστεύει στην έννοια του «κακού» τουρισμού, έννοια την οποία θα μας αναλύσουν στην παρακάτω ερώτηση.

- 5) Εάν απαντήσατε θετικά (ΝΑΙ) στην 4<sup>η</sup> ερώτηση, ποιες από τις παρακάτω καταστάσεις θεωρείτε πιθανότερο να συμβάλλουν στην πολιτιστική αλλοίωση ενός τόπου προορισμού:
- ο Υπερβολική προσέλευση τουριστών σε έναν τόπο ιστορικού – πολιτιστικού ενδιαφέροντος
  - ο Αδιαφορία ως προς την τήρηση κανόνων, κακή συμπεριφορά τουριστών σε χώρους θρησκευτικής, ιστορικής και πολιτιστικής σημασίας
  - ο Υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος κατά την ανάπτυξη των τουριστικών μονάδων – μόλυνση αυτού
  - ο Υπερπροσφορά χαμηλού οικονομικού τουριστικού πακέτου στην προσπάθεια επίτευξης υψηλού αριθμού αφίξεων και πληροτήτων.

**Σχολιασμός:**

Το 20% των ερωτηθέντων απάντησε ότι θεωρεί την υπερβολική προσέλευση τουριστών ικανή να συμβάλλει στην πολιτιστική αλλοίωση ενός τόπου προορισμού, ένα ακόμη 20% των ερωτηθέντων θεωρεί την μη τήρηση και παράβλεψη κανόνων σε χώρους θρησκευτικής, ιστορικής και πολιτιστικής σημασίας, το 50% αυτών πιστεύει

ότι είναι η μόλυνση του περιβάλλοντος στον τόπο προορισμού αυτή που αλλοιώνει αυτών και τέλος, το 10% των ερωτηθέντων πιστεύουν ότι τα φτηνά τουριστικά πακέτα είναι αυτά που υποβαθμίζουν την πολιτιστική υπόσταση ενός τόπου προορισμού. Το συμπέρασμα στο οποίο καταλήγουμε με βάση τις παραπάνω απαντήσεις είναι ότι αυτό που ενδιαφέρει τους περισσότερους πολιτιστικούς τουρίστες είναι το καθαρό περιβάλλον και η καλή διατήρηση των μνημείων του τόπου προορισμού τους.

- 6) Κατά την άποψη σας, φορείς όπως η UNESCO, ICOMOS κλπ παίζουν σημαντικό ρόλο στην διαφύλαξη πολιτιστικών μνημείων;
- ο Ναι
  - ο Όχι
  - ο Δεν γνωρίζω

#### **Σχολιασμός:**

Το 85% των ερωτηθέντων απάντησε θετικά στον σημαντικό ρόλο των φορέων πολιτισμού με σκοπό τη διαφύλαξη των πολιτιστικών μνημείων, το 10% των ερωτηθέντων απάντησε αρνητικά και το 5% αυτών δήλωσε άγνοια. Το συμπέρασμα εδώ είναι ότι οι περισσότεροι πολιτιστικοί τουρίστες είναι ενήμεροι για τη μεγάλη προσφορά των φορέων προστασίας των πολιτιστικών μνημείων και γνωρίζουν ότι μεγάλο μέρος της διατήρησης των μνημείων αυτών οφείλεται στους οργανισμούς αυτούς. Ελάχιστοι είναι αυτοί που δεν γνωρίζουν ή δεν έχουν ενδιαφερθεί να ενημερωθούν γι' αυτό.

- 7) Με ποια σειρά θα αξιολογούσατε τις παρακάτω εκδηλώσεις πολιτιστικού ενδιαφέροντος; Παρακαλώ αριθμήστε από το 1 έως το 5 σύμφωνα με την προτίμηση σας.
- ο Αθλητικές εκδηλώσεις (π.χ. Ολυμπιακοί Αγώνες)
  - ο Συναυλίες
  - ο Φεστιβάλ θεάτρου και κινηματογράφου
  - ο Εκθέσεις καλλιτεχνικού ενδιαφέροντος

- ο Παραδοσιακοί τοπικοί εορτασμοί ( π.χ. Καρναβάλι Ρίου, Octoberfest Γερμανία)

**Σχολιασμός:**

Η σειρά την οποία έδωσαν οι ερωτηθέντες είναι η ακόλουθη:

- 1- Εκθέσεις καλλιτεχνικού ενδιαφέροντος
- 2- Παραδοσιακοί τοπικοί εορτασμοί
- 3- Φεστιβάλ θεάτρου και κινηματογράφου
- 4- Αθλητικές εκδηλώσεις
- 5- Συναυλίες

**Σχολιασμός:**

Προφανώς η απάντηση στην ερώτηση αυτή βασίζεται στα προσωπικά κριτήρια του καθενός κατά τη διοργάνωση ενός ταξιδιού. Τα πρώτα τρία γεγονότα συνήθως αποτελούν κίνητρα ταξιδιωτών μεγαλύτερης ηλικίας, ενώ τα δύο τελευταία ταξιδιωτών μικρότερης ηλικίας.

- 8) Πώς κατά την άποψη σας, συμβάλει ο πολιτιστικός τουρισμός στην γενικότερη τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου προορισμού;

**Σχολιασμός:**

Στην παραπάνω ερώτηση, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων, της τάξεως του 85%, πιστεύει πως η συμβολή του πολιτιστικού τουρισμού στην γενικότερη ανάπτυξη ενός τόπου προορισμού είναι καταλυτική. Το τεκμηρίωσαν με ελάχιστα επιχειρήματα – λόγια τα οποία όμως ήταν αρκετά για να βγάλουμε το συμπέρασμα ότι κατά την άποψή τους στη σημερινή εποχή οι πολιτιστικοί τουρίστες αποτελούν ένα όλο και μεγαλύτερο μέρος (αριθμητικά) του γενικού συνόλου των τουριστών. Επίσης, όπως έχει ήδη αναφερθεί, οι πολιτιστικοί τουρίστες έχουν υψηλότερο εισόδημα και βιωτικό επίπεδο από τους υπολοίπους που τους επιτρέπει να μένουν για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα σε έναν τόπο προορισμού και να ξοδεύουν περισσότερα χρήματα από αυτούς. Κατά συνέπεια, υπάρχει εισροή ξένου συναλλάγματος και διάθεση από τους κατοίκους του τόπου προορισμού για προσφορά περισσότερων, καλύτερων και πιο ικανοποιητικών τουριστικών υπηρεσιών

στους πολιτιστικούς τουρίστες. Άρα και περισσότερες θέσεις εργασίας στον τομέα του τουρισμού, μιας και η προσφορά εξαρτάται πάντα από τη ζήτηση.

Το υπόλοιπο 15% των ερωτηθέντων δεν πιστεύει ότι ο πολιτιστικός τουρισμός συμβάλει με κάποιο ιδιαίτερο πρόπο στην γενικότερη τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου προορισμού αλλά ότι όλες οι μορφές του τουρισμού επηρεάζουν κατά τον ίδιο τρόπο την ανάπτυξη αυτή.

## Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup>: Παρελθόν, παρόν και μέλλον του πολιτιστικού τουρίστα

### **5.1. Μελλοντικές τάσεις του πολιτιστικού τουρισμού**

Ένας ολοένα αυξανόμενος αριθμός επισκεπτών γίνονται ταξιδιώτες ειδικών ενδιαφερόντων που περιλαμβάνουν τις τέχνες, την πολιτιστική κληρονομιά και άλλες πολιτιστικές δραστηριότητες ως μία από τις πέντε κορυφαίες αιτίες για να ταξιδέψουν. Οι πολιτιστικοί τουρίστες συνήθως είναι περισσότερο μορφωμένοι από τον μέσο όρο, σχετικά ευκατάστατοι με καλή εργασία. Επιδιώκουν να μάθουν κάτι από την ιστορία και τον πολιτισμό της χώρας προορισμού και να δοκιμάσουν τις ιδιαίτερες εμπειρίες που τους επιφυλάσσει μαζί με την χαλάρωση και τη διασκέδαση. Τα χαρακτηριστικά αυτά τα συναντάμε συχνότερα σε μεγαλύτερες ηλικίες. Όμως οι έρευνες που γίνονται στον τομέα αυτό δεν έχουν δώσει ακόμη την τελική απάντηση. Φαίνεται πως η διαφορά του μέσου όρου ηλικίας των πολιτιστικών τουριστών από των υπολοίπων δεν είναι μεγάλη, ενώ σε κάποιες ομάδες νέων, η πολιτιστική διάσταση αποτελεί ιδιαίτερα ελκυστικό στοιχείο. Σύμφωνα με έρευνα της Travel Industry Association of America που δημοσιεύτηκε το 2002 και αφορά τις Ηνωμένες Πολιτείες, το 65% των Αμερικανών ενηλίκων τουριστών σχεδίασαν μία τουλάχιστον πολιτιστική δραστηριότητα για τις διακοπές τους. Το 21% των τοπικών προσωπικών ταξιδιών για διασκέδαση ή δουλειά περιλαμβάνει μία ιστορική ή πολιτιστική δραστηριότητα. Ο όγκος των πολιτιστικών ταξιδιών αυξήθηκε κατά 10% από το 1996. Το 80% των πολιτιστικών τουριστών που πραγματοποίησαν τα ταξίδια αυτά είναι ώριμοι με παιδιά, αυτό που αποκαλούν οι Αμερικανοί «baby boomers». Οι ταξιδιώτες αυτοί σε μέσους όρους ξοδεύουν περίπου 38% περισσότερα, είναι δύο χρόνια μεγαλύτεροι και συνεπώς περισσότεροι από αυτούς συνταξιούχοι, έχουν λίγο μεγαλύτερο αριθμό πτυχιούχων μεταξύ τους, παραμένουν στον προορισμό σημαντικά μεγαλύτερο χρονικό διάστημα (50%) και επιλέγουν το αεροπλάνο σε σχέση με άλλα μέσα λίγο περισσότερο από τους υπολοίπους.

Το κύριο συμπέρασμα που μπορούμε να βγάλουμε από τα στοιχεία αυτά είναι ότι όσον αφορά τον Αμερικανό πολιτιστικό τουρίστα είναι είτε πλουσιότερος είτε προθυμότερος να ξοδέψει περισσότερα και να έχει ένα ανετότερο σε διάρκεια και

κατά τη μετάβαση ταξίδι, με άλλα λόγια ένας σαφώς καλύτερος πελάτης για τους επαγγελματίες του χώρου.

Προσπαθώντας να εντοπίσουμε τις κυριότερες τάσεις που θα καθορίσουν την εξέλιξη του τουρισμού τα επόμενα χρόνια και θα επηρεάσουν αναλογικά και τον πολιτιστικό τουρισμό θα αναφέρουμε επιγραμματικά τα παρακάτω:

- Αυξανόμενη καταναλωτική αφθονία στο δυτικό τουλάχιστον κόσμο. Το πλαίσιο αυτό διευκολύνει την αναζήτηση ποιοτικού τρόπου ζωής και κάνει να φαίνεται λιγότερο δαπάνη πολυτελείας ένα ταξίδι με πολιτιστικό περιεχόμενο.
- Αυξάνεται ο αριθμός των συνταξιούχων που ζουν για πολλά χρόνια, σχετικά υγιείς, με άφθονο ελεύθερο χρόνο για ταξίδια.
- Ο ρόλος των γυναικών στην οικονομία ανέρχεται. Συνήθως οι γυναίκες στην οικογένεια προγραμματίζουν τις διακοπές. Θα πρέπει λοιπόν, να αναμένουμε περισσότερο «γυναικείες» επιλογές στον τουρισμό.
- Μείωση του χρόνου ανάπαυσης για τα νέα, δυναμικά και οικονομικά επιτυχημένα κοινωνικά στρώματα λόγω των αναγκών της επαγγελματικής ζωής. Αυτό σημαίνει ότι θα δοθεί μεγαλύτερη έμφαση στα μικρά ταξίδια, τις μικρές διακοπές, τις αποδράσεις του Σαββατοκύριακου, αντί των μεγάλων θερινών διακοπών μέχρι σήμερα.
- Ταχύτατη τεχνολογική εξέλιξη στην πληροφορική και τις επικοινωνίες. Ο τουρισμός θα διευκολυνθεί αλλά μήπως γίνει εικονικός;
- Θα αυξηθεί η ευαισθησία σε κοινωνικά και οικολογικά θέματα ως συνέπεια της συνειδητοποίησης της συνύπαρξης στο «πλανητικό χωριό», ότι δηλαδή όλοι ζούμε στο ίδιο περιβάλλον και οι αλληλεπιδράσεις δεν αφήνουν κανέναν σε αδιάφορη ιδιωτεία. Είναι εύλογο να αναμείνουμε από τον τουρισμό να αξιοποιήσει τέτοιες αναφορές.

## **5.2. Κριτήρια ενός πολιτιστικού τουρίστα – οι τάσεις της εποχής μας**

Όπως δείχνει η παρατήρηση και οι έρευνες που έχουν γίνει οι πολιτιστικοί τουρίστες δεν αναζητούν έναν ακόμη προορισμό τον οποίο δεν έχουν μέχρι τώρα επισκεφτεί, αλλά ψάχνουν για εμπειρίες ή καλύτερα για Την εμπειρία. Η ποιότητα, η αυθεντικότητα, η διακριτή ταυτότητα είναι λέξεις που χρησιμοποιήθηκαν

επανελημμένως για να περιγράψουν το κλειδί της επιτυχίας στον ανταγωνιστικό κόσμο του πολιτιστικού τουρισμού.

Κακόγουστα, ψεύτικα, βιομηχανικά αναπαραγόμενα γεγονότα, εκδηλώσεις και αξιοθέατα δεν μπορούν να σταθούν απέναντι στην κριτική των πολιτιστικών τουριστών που είναι όπως είδαμε κατά κανόνα μορφωμένοι, ώριμοι, καθόλου επιπόλαιοι αλλά υποψιασμένοι επισκέπτες. Είναι εύκολο μια καταρχάς καλή ιδέα π.χ. για την αναπαράσταση μιας ιστορικής εικόνας ή προσώπων να καταλήξει σε άσχημο αποτέλεσμα αν δεν γίνει με επιστημονική σοβαρότητα, συνέπεια και προσοχή.

Η διακριτή ταυτότητα απαιτεί διαφορετικότητα και μοναδικότητα, η τυποποίηση μπορεί να είναι βολική για τη βιομηχανική παραγωγή, όμως όχι μόνο δεν συνεισφέρει κάτι στις μικρές κλίμακες του πολιτιστικού τουρισμού αλλά τον καθιστά συγχρόνως λιγότερο ανταγωνιστικό. Η εικόνα μιας χώρας δεν είναι η καλύτερη δυνατή αν βασίζεται στα συνήθη στερεότυπα της μη ενημερωμένης πολιτιστικά τουριστικής βιομηχανίας και οπωσδήποτε ακατάλληλη για τον υποψιασμένο πολιτιστικό τουρίστα. Μια τέτοια εικόνα είναι συχνά υπεραπλουστευτική και χωρίς ίχνος αυθεντικότητας. Ενώ παρελθοντολογεί επιπόλαιοι και επιφανειακά αδυνατεί να αναδείξει την καθημερινή πραγματικότητα και την τρέχουσα ταυτότητα του τόπου. Είναι αντιπαραγωγικό να προβάλλει κανείς μια εικόνα που δεν θα μπορέσει να συναντήσει ο πολιτιστικός τουρίστας. Η απομάκρυνση από πρακτικές σαν αυτές δεν είναι εύκολη ακόμη και με δεδομένη την κατανόηση και τη βούληση από την πλευρά των επαγγελματιών. Γιατί συχνά τα στερεότυπα είναι καλά εδραιωμένα στο μυαλό ακόμη και των πολιτιστικών τουριστών και χρειάζεται προσπάθεια από τις δύο πλευρές. Η διαφήμιση και το μάρκετινγκ απαιτούν σύντομα και ξεκάθαρα μηνύματα πράγμα που ευνοεί τις απλουστεύσεις και τα στερεότυπα.

Στην Ολλανδία γίνεται μεγάλη συζήτηση για το αν οι τουλίπες είναι πλέον κάτι «πολυφορεμένο» και βαρετό για να συνδέεται με την νέα εικόνα της χώρας ή είναι ένα κατοχυρωμένο σύμβολο με αμείωτη αξία για το μέλλον. Οι δυσκολίες αυτές δεν είναι ωστόσο απαγορευτικές όταν ενεργοποιείται η δημιουργικότητα και η φαντασία. Μια διαφημιστική εκστρατεία του ΕΟΤ πριν χρόνια που αξιοποιούσε πολιτιστικά φορτισμένες λέξεις (όπως ήθος, αθλητής κ.α.) που χρησιμοποιούνται και στην

αγγλικά γλώσσα σε συνδυασμό με καλλιτεχνικές φωτογραφίες ελληνικών θεμάτων είναι ένα επιτυχημένο παράδειγμα.

Το παλιό και το καινούριο θα πρέπει να συνυπάρχουν αρμονικά στο συνολικό πολιτιστικό τουριστικό προϊόν. Η παράδοση, στην πιο γνήσια και αυθεντική της μορφή, χωρίς παραχαράξεις, αλλά και έξυπνα επιλεγμένα αξιοπρόσεκτα στοιχεία της σύγχρονης ζωής και της τέχνης. Στη Φινλανδία, ένα από τα σημεία εστίασης της προσοχής των τουριστών, ειδικά των Ιαπώνων, είναι τα κεντρικά γραφεία της Nokia. Ας μη ξεχνάμε ακόμη ότι πέραν της τέχνης των μουσείων και των πινακοθηκών υπάρχουν και οι σύγχρονοι καλλιτέχνες που δημιουργούν εδώ και τώρα.

Όλοι οι τουρίστες ακόμη και όσοι έχουν πολιτιστικά ενδιαφέροντα θέλουν να διασκεδάσουν στο ταξίδι των διακοπών τους. Η σωστή αναλογία μεταξύ διασκέδασης και πολιτιστικής ψυχαγωγίας θα ξεκουράσει και θα ευχαριστήσει τον τουρίστα. Θα του δημιουργήσει θετικές εντυπώσεις και συναισθήματα, με μακροπρόθεσμη προοπτική, που θα καταλάβουν προνομιακή θέση στη μνήμη του. Η ενίσχυση της ελκυστικότητας του πολιτιστικού προορισμού επιβάλλει την ομαδοποιημένη προσφορά: τα τουριστικά πακέτα. Όπως όλοι οι τουρίστες έτσι και οι πολιτιστικοί έχουν ανάγκη από ολοκληρωμένες επιλογές ενώ δεν διαθέτουν το χρόνο αλλά και το χρήμα, πέραν ενός σημείου, που όπως είδαμε υπερέχουν, για μια πλήρως a la cart σύνθεση.

Εδώ είναι άλλο ένα ευαίσθητο σημείο που απαιτεί ισορροπία: ο πολιτιστικός τουρισμός δεν έχει προφανώς ανάγκη τα βασισμένα στα charters και τα μαζικά ξενοδοχεία φτηνά πακέτα που μεταφέρουν το βιομηχανικό βορρά στο θερμό νότο για τις μεγάλες θερινές διακοπές. Όμως δεν μπορεί να είναι βιώσιμος αν δε συνδέσει σε πακέτο τη μεταφορά, τη διαμονή και περαιτέρω ένα σημαντικό αριθμό πολιτιστικών προορισμών, διαδρομών και εκδηλώσεων, πάντοτε βέβαια, σε συνδυασμό με εναλλακτικές επιλογές.

Στο πλαίσιο αυτό εμφανίζεται η επιδίωξη για δικτύωση τόπων, εκδηλώσεων, φορέων και προσώπων που ασχολούνται με τον πολιτιστικό τουρισμό. Ίσως να οφείλεται σε μια γενικότερη φάση που θεμελιώθηκε στις εξελίξεις στην πληροφορική και τις επικοινωνίες. Είναι γεγονός όμως ότι η δικτύωση δημιουργεί ευέλικτα και ανθεκτικά



στις εξωτερικές κρίσεις και προκλήσεις συστήματα πολύ περισσότερο βιώσιμα από τους μεμονωμένους προορισμούς, που μπορούν πολύ εύκολα να άγονται και να φέρονται από την επιτυχία στην αποτυχία.

Στην Ολλανδία, ένα δίκτυο δημοτικών αξιωματούχων και διευθυντών τοπικών τουριστικών υπηρεσιών από 30 ολλανδικές πόλεις δημιουργήθηκε για να συνεργαστούν σε ένα φάσμα τουριστικών θεμάτων όπως τα πολιτιστικά γεγονότα, η αναμόρφωση των τοπικών τουριστικών γραφείων και η βελτίωση της πρόσβασης στα κέντρα των πόλεων. Η δικτύωση των αρχαιολογικών μουσείων και χώρων καθώς και των εκδηλώσεων με θεσμικό ή άτυπο τρόπο είναι πάγια πολιτική του ελληνικού Υπουργείου Πολιτισμού τα τελευταία χρόνια. Η δικτύωση επιτρέπει τη διατήρηση της ιδιαιτερότητας παράλληλα με τη διασύνδεση αλλά και την ενίσχυση της προσφοράς έναντι μιας όλο και περισσότερο κατακερματισμένης αγοράς που αντιμετωπίζει την ομογενοποίηση σαν κόκκινο πανί.

Με άλλα λόγια ο συντονισμός των ενεργειών σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον είναι αναπόφευκτος, όμως πρέπει να γίνεται με τρόπο ώστε να μην ομογενοποιεί τα προϊόντα, γιατί ένα από τα μεγαλύτερα κεφάλαια που διαθέτει ένας προορισμός είναι η ταυτότητά του. Η δικτύωση είναι μια επιτυχημένα ισορροπημένη επιλογή ανάμεσα στην απομόνωση και στην ισοπέδωση.

## Κεφάλαιο 6<sup>ο</sup>: Συζήτηση και συμπεράσματα

### **6.1 Συζήτηση, συμπεράσματα, ανάλυση συμπεράσματος**

Οι συνθήκες που διαμορφώνουν την ιδιαιτερότητα του πολιτιστικού τουρισμού, σε σχέση με τις άλλες μορφές τουρισμού, καθορίζονται από το δίπολο πολιτισμός – τουρισμός. Το ICOMOS, η Διεθνής Οργάνωση για την Προστασία Μνημείων και Τόπων, έχει συμπεριλάβει στις ειδικές επιτροπές του τη Διεθνή Επιτροπή Πολιτιστικού Τουρισμού με αντικείμενο την προάσπιση της πολιτιστικής κληρονομιάς στις περιπτώσεις εμπλοκής της με τον τουρισμό.

Ως προς τον σχεδιασμό του πολιτιστικού τουρισμού, χρειάζονται συντονισμένες και στοχευμένες κινήσεις και απαιτείται η συνεργασία του δημόσιου με τον ιδιωτικό φορέα στην τοπική βάση. Ο σχεδιασμός πρέπει να ενισχύεται και κεντρικά με κύριους φορείς τον ΕΟΤ και το υπουργείο Πολιτισμού αλλά και τοπικά από τις περιφέρειες και τους δήμους. Παράδειγμα αποτελούν οι Ηνωμένες Πολιτείες, όπου το κράτος δίνει τη δυνατότητα χρηματοδότησης δράσεων που στοχεύουν στον πολιτιστικό τουρισμό, εδώ και αρκετά χρόνια, και υποστηρίζονται φορείς και επιχειρήσεις προς αυτήν την κατεύθυνση από το 1993. (culturalheritagetourism.org).

#### Τα πλεονεκτήματα του πολιτιστικού τουρισμού

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ + ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ + ΤΟΠΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ = ΒΙΩΣΙΜΗ  
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Τα οφέλη του πολιτιστικού τουρισμού είναι πολλαπλά (Sdrali, 2007): νέες επιχειρήσεις, νέες θέσεις εργασίας, μεγαλύτερη αγοραστική αξία γης και κτιρίων, υποστηρίζει τις μικρές και μεσαίες οικογενειακές επιχειρήσεις οι οποίες παράγουν αυθεντικά τοπικά προϊόντα, υποστηρίζονται και αναζωογονούνται τα παραδοσιακά τοπικά επαγγέλματα, μεγαλύτερη κυκλοφορία χρήματος στην τοπική αγορά και αύξηση των φορολογικών εισφορών.

Ένα σωστά στοχευμένο πλάνο για τον τουρισμό μπορεί να βελτιώσει το επίπεδο ζωής των κατοίκων και αναζωογονεί την άμιλλα και την υπερηφάνεια για τον τόπο, καθώς οι πολίτες συνεργάζονται και πετυχαίνουν την ανάπτυξη της περιοχής τους. Τέλος, ο πολιτιστικός τουρισμός βοηθά στη μεγιστοποίηση της λεγόμενης «τουριστικής περιόδου» και συντελεί στην αειφόρο ανάπτυξη.

#### Η τεχνολογική καινοτομία στην υπηρεσία του πολιτισμού

Η εφαρμογή της τεχνολογίας στον πολιτισμό μπορεί να έχει πολλές μορφές (Κρίγκα, 2010): ηλεκτρονική αρχειοθέτηση, τεχνολογία συντήρησης, ανασύνθεσης και αναστυλώσεων, εικονικά μουσεία, ρεαλιστική τρισδιάστατη ψηφιακή αναπαράσταση έργων τέχνης, συλλογή εκθεμάτων από διάφορους εκθεσιακούς χώρους και παρουσίασή τους στον εικονικό χώρο ενός φανταστικού μουσείου, δυνατότητα εικονικής επίσκεψης, ψηφιακές βιβλιοθήκες, καθώς και ηλεκτρονικοί χάρτες – εφαρμογές για «έξυπνα» κινητά τηλέφωνα οι οποίοι προσφέρουν ξενάγηση σε μια ολόκληρη περιοχή σε σχέση με τα πολιτιστικά σημεία αναφοράς.

Το καλύτερο ίσως ελληνικό παράδειγμα πολιτισμού και νέων τεχνολογιών αποτελεί το Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού στην Αθήνα, καθώς και το Κέντρο Διάδοσης Επιστημών και Μουσείο Τεχνολογίας «Νόησις» στη Θεσσαλονίκη. Στην Ελλάδα, τα περισσότερα κρατικά μουσεία προβάλλονται μέσα από τη δικτυακή πύλη του υπουργείου Πολιτισμού ([www.culture.gr](http://www.culture.gr)), και σταδιακά δημιουργούν τους δικούς τους δικτυακούς τόπους, όπως το Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού της Θεσσαλονίκης ([www.mbp.gr](http://www.mbp.gr)).

Επιπλέον, η χρήση φορητών συσκευών για τους επισκέπτες στους αρχαιολογικούς χώρους και στις εκθέσεις μουσείων και πινακοθηκών κερδίζει έδαφος τα τελευταία χρόνια. Τα σχετικά προγράμματα στηρίζουν την ανεξάρτητη κίνηση του επισκέπτη στο χώρο, χρησιμοποιώντας γεωγραφικά συστήματα πληροφοριών (GIS). Έτσι έχουμε εξάπλωση της χρήσης της τεχνολογίας όχι μόνον για την παροχή πληροφοριακού υλικού, αλλά και για τη δημιουργία εμπειριών για τους επισκέπτες, το ζωντάνεμα άλλων εποχών και πολιτισμών και την «εμβύθιση» του κοινού σε αυτές (Οικονόμου, 2004). Για παράδειγμα, θα μπορούσε ο επισκέπτης απλά, με ένα «έξυπνο» κινητό τηλέφωνο ή άλλη φορητή συσκευή, να επισκεφτεί την Ακρόπολη

και να βλέπει σε πραγματικό χώρο και χρόνο τα μνημεία σε ψηφιακή αναπαράσταση, όπως ήταν στον αιώνα του Περικλή.

### Προτάσεις

- Προώθηση ελληνικού πολιτισμού ως λίκνο του ευρωπαϊκού, δυτικού, και παγκόσμιου πολιτισμού, ανάδειξη ιστορικών μνημείων.
- Προώθηση θρησκευτικού τουρισμού: «Σύμφωνα με εκτιμήσεις του υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού, η διευκόλυνση της έκδοσης βίζας μπορεί να προσελκύσει 1,5 εκατ. Περισσότερους τουρίστες στη χώρα μας»
- Προώθηση γαστρονομίας και οινοτουρισμού: «Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, το 44% των ταξιδιωτών ανά τον κόσμο, θεωρούν το φαγητό ως ένα από τα πρωτεύοντα κριτήρια του τόπου που θα επισκεφθούν (ΞΕΕ, 2011).»
- Προώθηση σύγχρονης ελληνικής πολιτιστικής δημιουργίας
- Δημιουργία μουσείων με περιεχόμενο επιστημονικό και περιβαλλοντικό
- Δημιουργία υποβρύχιων μουσείων εναλίων αρχαιοτήτων – πρωτοποριακή ιδέα που συνδυάζει υποβρύχιο με πολιτιστικό τουρισμό (NGN, 2008).
- Βασικά εργαλεία για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού είναι οι νέες τεχνολογίες. Η τεχνολογία γίνεται όλο και πιο προσεγγίσιμη οικονομικά και αποτελεί πολύ καλή επιχειρηματική ευκαιρία για τους νέους επιστήμονες της πληροφορικής, αφού δεν απαιτεί μεγάλα κεφάλαια. Θα μπορούσαμε με πολύ μικρό κόστος να ξαναζωντανέψουμε τα μουσεία μας και να πρωτοπορήσουμε με ηλεκτρονικά συστήματα μάρκετινγκ για την πολιτιστική μας κληρονομιά και τον τουρισμό.
- Επιπλέον, η συμμετοχή των κατοίκων μιας περιοχής στα πολιτιστικά δρώμενα παίζει πολύ σημαντικό ρόλο. Μπορούμε να οργανώνουμε και να αναβαθμίσουμε τις τοπικές γιορτές και φεστιβάλ ώστε να γίνουν πιο επιτυχημένα, όπως επίσης και να αναβιώσουμε αρχαία και νεότερα έθιμα που έχουν εκλείψει. Στην Ισπανία, για παράδειγμα, οργανώνουν πάρα πολλές μεσαιωνικές γιορτές κατά τη διάρκεια του χρόνου, στις οποίες συμμετέχει όλη η πόλη και οι τουρίστες συρρέουν και αγοράζουν ενθύμια και τοπικά προϊόντα, στην επιθυμία τους να ζήσουν κάτι το διαφορετικό, κάτι που δεν θα έβλεπαν στην πατρίδα τους.

Από όλα τα παραπάνω, γίνεται κατανοητό ότι η προστασία και η σωστή διαχείριση της πλούσιας πολιτιστικής μας κληρονομιάς παίζει βασικό ρόλο στο μέλλον της πατρίδας μας.

Τέλος, μην ξεχνούμε ότι ο τουρισμός στηρίζεται πρωτίστως στις υπηρεσίες που παρέχουν οι άνθρωποι από ένα ευρύ φάσμα επαγγελμάτων, αλλά και στη δεκτικότητα και στη φιλοξενία όλου του ντόπιου πληθυσμού μιας χώρας. Μπορούμε να πούμε ότι αυτό το στοιχείο της ειλικρινούς φιλοξενίας είναι και η μεγαλύτερη ζώσα πολιτιστική κληρονομιά μας.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **Ελληνική Βιβλιογραφία**

- Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π. «Εισαγωγή στον τουρισμό» Αθήνα, Εκδόσεις Interbooks
- Κουρλιούρος Η. (2001) «Διαδρομές στις θεωρίες του χρόνου. Οικονομικές γεωγραφίες της παραγωγής και της ανάπτυξης», Αθήνα, Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα
- Βερνίκος Ν., Δασκαλοπούλου Σ., Μπακμαρούδης Φ., Μπουμπάρης Ν., Παπαγεωργίου Δ. (2004) «Πολιτιστικές Βιομηχανίες-Διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά». Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική
- Τερζάκης Δ. (2010) «Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας»
- ΞΕΕ (2011) «Η προοπτική του τουρισμού – Ελληνικά Ξενοδοχεία – Τουρισμός – Πολιτισμός», Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος
- Οικονόμου Μ. (2004) «Νέες Τεχνολογίες και Μουσεία: εργαλείο, τροχοπέδη ή συρμός», Μαρία Οικονόμου, MUSEOLOGY, International Scientific Electronic Journal, Department of Cultural Technology and Communication, University of the Aegean, Issue 1, 2004
- Κοκκώσης Χ., Τσαρτάς Π. (2001) «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον». Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική
- Κρίγκα Κ. (2010): Σημειώσεις για το μάθημα «Πολιτισμική Διαχείριση», Κ. Κρίγκα, ΤΕΙ Ιονίων Νήσων, τμήμα Προστασίας και συντήρησης Πολιτισμικής Κληρονομιάς Ζακύνθου, 2010
- Βαρβαρέσος Σ. (2000): «Τουρισμός: Έννοιες, μεγέθη, δομές». Αθήνα, Εκδόσεις Προπομπός

### **Ξενόγλωσση βιβλιογραφία**

- Stebbins R. (1996) «Cultural Tourism as Serious Leisure» In: Annals of Tourism Research 23 (4)
- World Travel & Tourism Competitiveness Report 2010

- Bellini (2007) «Impact of Cultural Tourism upon Urban Economies: An Econometric Exercise», Elena Bellini, Ugo Gasparino, Barbara Del Corpo and William Malizia, KTHC – Knowledge, Technology, Human Capital Fondazione Eni Enrico Mattei, September 2007
- NGN (2008) «Underwater Museum Planned for Egypt's Alexandria», Andrew Bossone National Geographic News, September 2008
- Stebbins R. (1996) «Cultural Tourism as Serious Leisure», In: Annals of Tourism Research
- Hunziker W. & Kraft K. (1942): «The General Plan of Tourism Teaching»
- Poria Y., Butler R. & Airey D. (2001) «Clarifying heritage tourism», University of Surrey
- Prentice R. (2001) «International Journal of Tourism Research»
- Grabum N. (1983): «The anthropology of Tourism», Annals of Tourism Research
- Priestley G. (1995): «Tourism and spatial transformation»
- Van Luu N. (2001): «Tourism: an important bridge between man and cultural heritage» in Cultural Heritage, Man and Tourism, Report of the Asia-Europe Seminar, Hanoi, Vietnam
- Klein L. (2001): «Tourism – Generated Earnings» in the Coastal Zone: A Regional Analysis, Article in Journal Coastal
- Ashworth G. & Goodall B. (1990): «Tourism images: marketing considerations» in Goodall B. & Ashworth G. (eds), Marketing in the tourism industry, Routledge, London
- Kennedy I.O. (2002): «Cultural tourism in Kenya», Annals of tourism research
- Besculides A. et al. (2002), «Residents' perceptions of cultural benefits of tourism», Annals of tourism research
- Gratton C., Straaten J.van der (1994), «The Environmental impact of tourism in Europe»
- Richards G. (1994): «Cultural tourism in Europe»
- Richards G. (ed.) (2001): «Cultural attractions and European tourism», CABI, Wallingford

- Tzelepis D. (2004): «The effects of regional capital subsidiew on firm performance», an empirical study Journal of Small Business and Enterprise Development
- Ryan C. (2002): «Tourism and Cultural Proximity: Examples from New Zeland», Annals of tourism research
- Coccoccis H. (1996): «Tourism and Sustainability, Perspectives and Implications», in Priestley G. et al (eds), Sustainable Tourism

### Διαδικτυακές πηγές

- [www.dee.gr/mediaupload/publications](http://www.dee.gr/mediaupload/publications)

- [www.icomoshellenic.gr](http://www.icomoshellenic.gr)

(ICOMOS – Ελληνικό τμήμα. Η Χάρτα του πολιτισμικού τουρισμού)

- [www.culturalheritagetourism.org](http://www.culturalheritagetourism.org)

- [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

(United Nations World Tourism Organisation)

- <http://el.wikipedia.org/wiki>

(Wikipedia – Η ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια)

- <http://portal.tee.gr>

- [www.culture.gr](http://www.culture.gr)

(Υπουργείο Πολιτισμού)

- [www.unesco-hellas.gr](http://www.unesco-hellas.gr)

- [www.grhotels.gr](http://www.grhotels.gr)

- [http://europa.eu/about-eu/eu-history/2000-2009/2002/index\\_en.htm](http://europa.eu/about-eu/eu-history/2000-2009/2002/index_en.htm)

- <http://www.europanostra.org/laureates-2006/>