

ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Σχολή Διοίκησης Οικονομίας

Τμήμα Τουριστικών επιχειρήσεων

Πτυχιακή εργασία

**Ο ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΟΧΗΜΑ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**



Του σπουδαστή: Αλεξάκη Στυλιανού

Επιβλέπων Καθηγητής: Δρ Στεργίου Δημήτριος

ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ

Οι στόχοι της εργασίας συνδέονται άμεσα με την έκθεση της δήλωσης από την εκφώνηση της εργασίας, ο τουρισμός ως όχημα για την ανάπτυξη στην χώρα. Ξεκινώντας από την παρούσα φάση του τουρισμού στην Ελλάδα, με αναφορά στο πως οδηγηθήκαμε ως εδώ. Γίνεται και μια περιγραφή στις έννοιες πολιτισμός και πολιτιστική κληρονομιά. Στην συνέχεια περιγράφονται οι συνθήκες ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού και το προτεινόμενο μοντέλο μετάβασης. Αρχικά αναφέρονται και ορισμένα από τα διαφαινόμενα ως πλεονεκτήματα από την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού και τέλος παρουσιάζονται: τομεακές πτυχές και εκφάνσεις της λειτουργίας του συγκεκριμένου μοντέλου τουριστικής δράσης. Στην πορεία ανάπτυξης του κειμένου εμπεριέχονται αποσπάσματα και αναφορές σε ορισμένες από τις ‘ευαισθησίες’ του τουρισμού σε κοινωνικό-πολιτισμικά και περιβαλλοντικά ζητήματα τα οποία δύνανται να ανακόψουν ανεπιστρεπτί την πορεία ανάπτυξης κάποιων μορφών τουρισμού και τα οφέλη που προκύπτουν από αυτές.

Αφιερώνεται στους καθηγητές που συνάντησα στα σπουδαστικά μου χρόνια, των οποίων τα διδάγματα σαν απώτερο σκοπό είχαν να βελτιώσουν την υφιστάμενη κατάσταση στον τουρισμό.

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	5
Ιστορική αναδρομή	6
Κεφάλαιο Πρώτο: Πολιτισμός.....	9
1.1 Πολιτισμός.....	9
1.2 Πολιτιστική Κληρονομιά	11
1.3 Ο Πολιτισμός ως τουριστικός πόρος.	14
1.4 Πολιτιστικός Τουρισμός	16
1.5 Διαχρονική εξέλιξη	20
1.6 Πολιτιστικοί τουρίστες	21
1.7 Προοπτική της εξέλιξης του πολιτιστικού τουρισμού	23
1.9 Πλεονεκτήματα του πολιτιστικού τουρισμού.....	26
2.1 Ανάπτυξη	27
2.2 Η Τουριστική Βιομηχανία στην Ελλάδα	28
2.3 Η απασχόληση στον τουρισμό στην Ελλάδα.....	31
2.4 Τουριστική Ανάπτυξη.....	33
2.5 Διάκριση των ρόλων της τουριστικής ανάπτυξης, από την διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς.....	35
2.5.1 Τουρισμός και ΔΠΚ.....	35
2.5.2 Συνύπαρξη και επίδραση του τουρισμού στην πολιτιστική κληρονομιά.....	37
2.5.3 Διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.....	40
2.6 Φυσικό περιβάλλον.....	40
2.6.1 Μελέτη περίπτωσης: Κρήτη	41
2.7 Ανθρωπογενές περιβάλλον.	49
2.7.1 Κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού	49
2.7.2 Επικοινωνία ντόπιου τουρίστα.....	50
2.8 Αειφορία και Μαζικός, Συμβατικός και Νέος τουρισμός.....	52
2.8.1 Κατευθυνόμενοι προς τον νέο τουρισμό.....	55
2.8.2 Πολιτιστικές Διαδρομές.....	59
Κεφάλαιο Τρίτο: Συμπεράσματα και Προτάσεις.....	64
3.1 Συμπεράσματα	64
3.1.1 Πλαίσιο	64
3.1.2 Γεωγραφία.....	68
3.1.3 Πόρος.....	69

3.2 Προτάσεις	71
Βιβλιογραφία	75

Εισαγωγή

Η θεωρητική επισκόπηση επιχείρησε να φωτίσει θέματα που επιζητούν προσοχή, καθώς η διατήρηση της συνοχής αυτού που ο τουρισμός εμπορευματοποιεί αποτελεί μείζον ζήτημα. Ο τουρισμός από καταβολής του είναι πολιτιστικός, «αρχαίοι λαοί ταξίδευαν προς τέρψιν εμπειρίας άλλων πολιτισμών». Στην σύγχρονη Ελλάδα οι πρώτοι επισκέπτες έφθασαν για να γνωρίσουν το μοναδικό αρχαιολογικό πλούτου και ούτω καθεξής. Όμως η ανάπτυξη που φέρνει αποανάπτυξη σε τομείς άλλους τομείς όπως την γεωργία ή ζημιώνει το φυσικό περιβάλλον το οποίο και αποτέλεσε αρχικά τον πόλο έλξης ή διαβρώνει τον κοινωνικό ιστό οδηγώντας παραδοσιακές αξίες σε μαρασμό, δεν νογάτε ανάπτυξη, αλλά εξυπηρέτηση σκοπών άλλοτε εξωγενών. Κατά το συγγράφοντα θεωρείται φυσικό κάποιες περιοχές να θυσιάζονται στον βωμό της γενικότερης ανάπτυξης, περιοχές υψηλής ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού, ειδικότερα δε αν συγκριθεί το κακό με άλλες βιομηχανίες ή εκφάνσεις οικονομικής δραστηριότητας, απλό παράδειγμα τα απόνερα από τα ελαιουργεία έβλαπταν το περιβάλλον, ή υπερβόσκηση των βουνών οδήγησαν στην ερήμωση αυτών. Αναγκαίο κακό ο τουρισμός και όπως κάθε δράση στην φύση όπου *δεν υπάρχει δράση χωρίς αντίδραση*, η αντίδραση που θα επιφέρει θα πρέπει να είναι ελεγχόμενη και να μην φέρνει καταστροφικά αποτελέσματα.

Ο ελληνικός τουρισμός ίσως τώρα να είναι ώριμος να πραγματοποιήσει τις δράσεις για ένα μοντέλο προσαρμοσμένο στην ζήτηση και την προσφορά με πιο θετικές επιδράσεις στο συστημικό περιβάλλον της χώρας. Η επιλογή της ανάπτυξης του μοντέλου του μαζικού τουρισμού κατά τα τέλη της δεκαετίας του 70 και στις αρχές του 80 αποτέλεσαν επιτακτική ανάγκη, λόγω της αυξημένης ζήτησης για το ελληνικό τουρισμό αναψυχής όπως επέτασαν οι επιταγές της εποχής.

Η τακτική εκπόνησης του θέματος, στηρίχθηκε στην ακαδημαϊκή γνώση η οποία αποκτήθηκε κατά την διάρκεια των σπουδαστικών χρόνων και πλαισιώθηκε από την εργασιακή και επιχειρηματική εμπειρία του γράφοντος, στον τομέα του τουρισμού.

Ιστορική αναδρομή

Ο Ελληνικός τουρισμός αναπτύσσονταν με σταθερό ρυθμό, κυρίως εξαιτίας του χαμηλού κόστους παραγωγής του, το οποίο είχε σαν αποτέλεσμα η σχέση ποιότητας τιμής για τον τουρίστα να είναι ικανοποιητική. Τα τελευταία δέκα έτη το κόστος είναι υψηλό με αποτέλεσμα είτε η τελική τιμή του τουριστικού προϊόντος να είναι ιδιαίτερα ακριβή, είτε να διατηρείται σε λογικά επίπεδα αλλά η ποιότητα του προϊόντος να είναι πολύ χαμηλή. Και στις δύο περιπτώσεις η σχέση ποιότητας τιμής να βαίνει μειούμενη, με αποτέλεσμα την διαρκή κρίση της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας.

Η ιστορία του τουρισμού μετράει εκατοντάδες χρόνια και η εξέλιξη του στη σημερινή μορφή, οφείλεται σε διάφορα στάδια. . Ξεκίνησε από τους αρχαίους λαούς που ταξίδευαν προς ικανοποίηση της περιέργειας τους για τον υπόλοιπο κόσμο. Ιστορικά ο τουρισμός εξελίχθηκε από χώρους θρησκευτικούς, εμπορικούς, πολιτιστικών και φυσικών αξιοθέατων, ιαματικών πηγών και λουτρών σε χώρους χιονοδρομικών δραστηριοτήτων και παράκτιας εαρινής αναψυχής .Στην συνέχεια στον γνωστό κόσμο στις πρώτες μορφές τουρισμού ανήκουν και οι Ολυμπιακοί Αγώνες, αθλητικός τουρισμός και μεγάλων εκδηλώσεων, ανάλογες εκδηλώσεις εμφανίστηκαν και για θρησκευτικούς λόγους. Το μεσαίωνα ο τουρισμός συνδεόταν με τις ολιγαρχίες και τη θρησκεία από όπου και προέκυψε ο αγγλικός όρος holidays, από τις λέξεις holy και days, ιερές μέρες. Η έναρξη του σύγχρονου τουρισμού ορίζεται με την έλευση των ατμόπλοιων, τα οποία παρέχουν δυνατότητα για μαζικές και προγραμματισμένες μετακινήσεις. Εμφάνιση οργανωμένων περιηγήσεων με τις γνωστές καινοτομίες της εποχής από τον Thomas Cook.

Κατά την διάρκεια του 20^{ου} αιώνα μαζί με την ανάπτυξη της βιομηχανικής κοινωνίας, ήρθαν και οι ημέρες υποχρεωτικής αδείας οι δια-κοπές, το κενό από τον εργασιακό χρόνο.

Προάγγελος του σύγχρονου πολιτιστικού τουρισμού σήμερα θεωρείται το λεγόμενο Grand tour, που πραγματοποιούσαν οι ευγενείς στα πλαίσια της μόρφωσης και παιδιάς που λάμβαναν. Στις μέρες μας ο τουρισμός είναι μια ευρέως διαδεδομένη δραστηριότητα για τον ανεπτυγμένο κόσμο. Πηγή οικονομικού πλούτου η οποία σηματοδοτεί προοπτικές για ανάπτυξη των περιφερειών.

Στον Ελληνικό χώρο ο τουρισμός ήταν καταρχήν πολιτιστικός. Πολυάριθμοι ξένοι αριστοκράτες συνέρεαν στο νεότευκτο Ελληνικό κράτος, εμφορούμενοι από αρχαιολατρία και φιλελληνική διάθεση, για να επισκεφθούν τα μνημεία του αρχαίου Ελληνικού πολιτισμού. Οι ανύπαρκτες υποδομές και οι φτωχές συγκοινωνίες καθιστούσαν το ταξίδι περιπετειώδες.

Πιο συνειδητά από την δεκαετία του '50 ο πολιτιστικός τουρισμός συνιστά συστατικό στοιχείο μιας κεντρικά σχεδιασμένης τουριστικής πολιτικής και ανάπτυξης, χωρίς όμως να αξιοποιείται σε ικανοποιητικό βαθμό το πολιτιστικό απόθεμα της χώρας. Οι πρωτοβουλίες της πολιτείας επικεντρώθηκαν σε συγκεκριμένες πολιτιστικές εκδηλώσεις και μνημεία.

Η φυσική ομορφιά, το κλίμα, η θάλασσα, η αρχιτεκτονική και ο φιλόξενος χαρακτήρας των ανθρώπων, συνέβαλαν στη συνέχεια στην μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού με θετικές και αρνητικές συνέπειες. Θετικές γιατί ενίσχυσαν το εισόδημα των κατοίκων και βοήθησαν στον περιορισμό της δημογραφικής συρρίκνωσης, αρνητικές γιατί δημιούργησαν ισχυρές πιέσεις πάνω στο περιβάλλον και αλλοίωσαν πολλά από τα αυθεντικά χαρακτηριστικά των τοπικών κοινοτήτων.

Η στρατηγική επιλογή υιοθέτησης των προτύπων του μαζικού τουρισμού στα μέσα της δεκαετίας του '80, σημείο στο οποίο ο αριθμός των αφίξεων υπερέβαινε πλέον τον συνολικό πληθυσμό της χώρας. Οδηγώντας στην ομογενοποίηση της τουριστικής προσφοράς. Η ομογενοποίηση αυτή δεν προσέφερε την κατάλληλη ανάδειξη των βασικών διαφοροποιήσεων του τουριστικού προϊόντος έναντι των ανταγωνιστικών γειτόνων χωρών. Ο τομέας της πολιτιστικής κληρονομιάς συνδέθηκε με τον μαζικό τουρισμό, σύνδεση που θεωρείται ότι δεν απέφερε τα αναμενόμενα έως σήμερα αποτελέσματα.

Στις μέρες μας

Η αυτονόμηση του πολιτιστικού τουρισμού και η ανάδειξη του σε προσοδοφόρο κλάδο για την εθνική οικονομία αντιπαρατάσσουν την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά αποτελεί μείζον ζήτημα, ώστε, το πολιτιστικό απόθεμα της χώρας να δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα για τον Ελληνικό τουρισμό. Η συνετή ανάπτυξη του θα συμβάλει στη βιωσιμότητα και θα προσφέρει νέες προοπτικές στην

οικονομία της εγχώριας αγοράς. Προς χάριν της βαρύτητας αυτών, αναφέρεται απόσπασμα από δημοσίευμα σε ηλεκτρονικό κόμβο ενημέρωσης,

Ο υπουργός Πολιτισμού και Αθλητισμού, κ. Πάνος Παναγιωτόπουλος, εισήγαγε νομοθετική ρύθμιση προς ψήφιση στη βουλή με την οποία επεκτείνεται το ωράριο και πρόσθεσε:

«Ο πολιτισμός δεν είναι μόνο βασικό στοιχείο της εθνικής μας ταυτότητας, είναι και μουσείων και αρχαιολογικών χώρων με αύξηση και των εσόδων του δημοσίου, αλλά και των αποδοχών των εργαζομένων, είναι ένα πρώτο βήμα προς αυτή την κατεύθυνση. Και πρόσθεσε, ότι προκειμένου να βοηθηθεί η ανάπτυξη της χώρας, το ΥΠΠΟΑ εξετάζει την επέκταση του ωραρίου κατά αρχήν σε μια σειρά αρχαιολογικών χώρων, την αύξηση του αριθμού των πωλητηρίων του ΓΑΠΑ, την καλύτερη οργάνωση του e-ticketing και της παρουσίασης των ελληνικών μουσείων και των αρχαιολογικών χώρων στο διαδίκτυο και εργαλείο εξωτερικής πολιτικής και βασικός μοχλός σύγχρονης ανάπτυξης», όπως και επεσήμανε.

http://www.express.gr/news/greek_tourism/734928oz_20131120734928.php3

Με βάση τα παραπάνω και λαμβάνοντας υπόψιν τα ακόλουθα

- Ø Την δυναμική των υφιστάμενων τουριστικών πόρων
- Ø Τις διαφαινόμενες τάσεις εξέλιξης του διεθνούς και Ευρωπαϊκού τουρισμού
- Ø Τις προτεραιότητες και τις δυνατότητες ολοκληρωμένων δράσεων για μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

Υλοποιείται η παρούσα πτυχιακή εργασία «Πολιτιστικός τουρισμός ως όχημα ανάπτυξης». Στα πλαίσια απόκτησης πτυχίου Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων.

Κεφάλαιο Πρώτο: Πολιτισμός

Εισαγωγή κεφαλαίου

Ο πολιτιστικός τουρισμός ως μορφή του τουρισμού, αξιοποιεί, το πολιτιστικό καταπίστευμα του παρελθόντος, την πολιτιστική κληρονομιά. Οι έννοιες του πολιτισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς, αναλύονται με σκοπό να διακριθεί η σχέση και η συνάφεια της λειτουργία αυτών. Ο όρος Πολιτιστική Κληρονομιά εκφράζει τον τρόπο ζωής που μια κοινωνία έχει αναπτύξει και μεταδίδεται από γενιά σε γενιά, περιλαμβάνοντας ήθη, πρακτικές, μέρη, αντικείμενα, καλλιτεχνικές εκφράσεις και αξίες (ICOMOS, 2002). Τα βασικά χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού παρουσιάζονται με σκοπό την δημιουργία ενός σημείου αναφοράς για τον σκοπό της εργασίας, που είναι και, η συνεισφορά της ανάπτυξης του τουρισμού στην ελληνική οικονομία και η εύρεση των σημείων που χρήζουν προσοχής ή δύναται σε αλλαγές για την βελτίωση της αποδοτικότητάς τους. Η παράθεση των θέσεων της θεωρίας της αιφορίας, πραγματοποιείται με σκοπό την σύγκλιση του υπάρχοντος μοντέλου σε μια πιο βιώσιμη μορφή ανάπτυξης, η οποία θα εφαρμόζεται μέσα από προτάσεις του πολιτιστικού τουρισμού. Πολλές μελέτες υποστηρίζουν ότι η δημιουργία θέσεων εργασίας στον τουρισμό αυξάνει την ευημερία του ντόπιου πληθυσμού. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι περιφέρειες με αυξημένη τουριστική δραστηριότητα όπως Κρήτη, Ιόνιοι νήσοι και Νότιο Αιγαίο έχουν υψηλούς δείκτες ευημερίας.

1.1 Πολιτισμός

Σύμφωνα με τον ορισμό που δίνει ο Lalande:

«Ο πολιτισμός είναι ένα πολύπλοκο σύνολο κοινωνικών φαινομένων, το οποίο φύσει προσφέρεται προς μετάδοση. Έχει χαρακτήρα θρησκευτικό, ηθικό, αισθητικό, τεχνικό ή επιστημονικό και είναι κοινό σε όλα τα τμήματα μιας ευρείας κοινωνίας ή περισσότερων κοινωνιών που συνδέονται μεταξύ τους». Ένας άλλος μελετητής δίνει τον ακόλουθο ορισμό για την έννοια του πολιτισμού: «Πολιτισμός

είναι το πολυσύνθετο εκείνο σύνολο που περιλαμβάνει τη γνώση, τις πεποιθήσεις, την τέχνη, την ηθική, τους νόμους, τα έθιμα, τους κανόνες και όσες άλλες δεξιότητες και ιδιότητες αποκτά ο άνθρωπος, ως σύνολο της κοινωνίας». Βλ. Α. Νικολάου-Σμοκοβίτη, Κοινωνιολογία, Κοινωνίας και Κοινωνική ζωή, Σταμούλης, Αθήνα-Πειραιάς 1994, σ.118. Κατά τον Burke, με τον όρο «πολιτισμός» περιγράφεται το σύνολο των κοινωνικά μεταβιβαζόμενων και ιστορικά διαμεσολαβούσων γνώσεων, αντιλήψεων και πρακτικών. Σύμφωνα με τον ίδιο, το σύστημα των αξιών σηματοδοτεί την ανθρώπινη ύπαρξη σε κάθε ιδιαίτερη κοινωνία και εποχή (αξίες οι οποίες διαχέονται στις στάσεις, στις στερεότυπες συμπεριφορές και στις συλλογικά έγκυρες και αρμόζουσες δραστηριότητες».

Ο πολιτισμός αφομοιώνεται και μεταδίδεται, είναι δυναμικός, επιλεκτικός, συχνά εθνοκεντρικός.⁵ Σε όλους του τομείς η έννοια του πολιτισμού αναφέρεται συγχρόνως σε υλικές και ηθικές αξίες, σε ευγενείς πνευματικές αναζητήσεις και σε υλικές πραγματώσεις των επιτευγμάτων των ανθρώπων. Σε αυτό το πλαίσιο, ο βιομηχανικός και τεχνολογικός πολιτισμός αποτελεί μέρος της ευρύτερης έννοιας του πολιτισμού. Τα στοιχεία που απαρτίζουν τον πολιτισμό διακρίνονται σε τρεις ομάδες: στα υλικά, στα κοινωνικά και στα πνευματικά. Στα πρώτα, που αποτελούν το λεγόμενο υλικό πολιτισμό, εντάσσονται τα ανθρώπινα επιτεύγματα που αποβλέπουν στην ικανοποίηση των βιοτικών αναγκών του ανθρώπου, όπως τροφή, ένδυση, κατοικία, σκεύη και εργαλεία, μεταφορικά μέσα κ.α. Τα δεύτερα, αναφέρονται στην οργάνωση της κοινωνίας και της οικονομίας. Τα δε τρίτα, συνθέτουν το λεγόμενο πνευματικό πολιτισμό, που περιλαμβάνει τη γλώσσα, τις θρησκευτικές δοξασίες, τους μύθους, τα ήθη και τα έθιμα, τις επιστήμες και τις τέχνες.³

Η μελέτη του υλικού πολιτισμού ενός τόπου εξετάζεται με βάση την κοινωνία, τις σχέσεις, το ρόλο και τη σπουδαιότητα των υλικών αντικειμένων στη ζωή των ατόμων, με απώτερο σκοπό την κατανόηση του ανθρώπου ως πολιτιστικού όντος. Ο μελετητής του υλικού πολιτισμού επικεντρώνεται στην πλάγια σχέση που διέπει τα υλικά φαινόμενα και τον άνθρωπο, με άλλα λόγια στο υλικό σύστημα που περιέχει τον υλικό πολιτισμό και όχι απλώς και μόνο στα αντικείμενα καθαυτά. Ο Malinowski σωστά παρατηρούσε πως δεν υπάρχει κανένα είδος ανθρώπινης δραστηριότητας χωρίς υλικά εξαρτήματα (Βλ. Malinowski "Antropology", in Encyclopedia Britannica, vol. 1, 13th edition 1926.) και επομένως τα αντικείμενα

αποτελούν κεφαλαιώδες μέρος της πολιτιστικής κληρονομιάς κάθε χώρας. Τα πολιτισμικά πλαίσια δεν κληρονομούνται αυτομάτως, αλλά μεταβιβάζεται από γενιά σε γενιά μέσα από τη έμπρακτη εμπειρία², της διδασκαλίας και της μάθησης. Έτσι διασφαλίζεται η πολιτισμική συνέχεια μιας κοινωνίας και συγχρόνως διασφαλίζεται η προοπτική της εξέλιξης. Μια εύστοχη επισήμανση που διατυπώθηκε από τον Herzfeld Michael ότι «τα πολιτιστικά συμβάντα δεν παραδίδονται παθητικά, αλλά ανασύρονται και ανασυντίθενται δημιουργικά. Δεν μεταβιβάζονται ως δεδομένες καταστάσεις, άλλα ως δυναμικές, διαλογικές αλληλεπιδράσεις, ανάμεσα σε εξίσου ενεργά υποκείμενα, που καταλαμβάνουν διαφορετικές θέσεις στον ενιαίο καταμερισμό της γνωστικής διαδικασίας».⁷ Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό ότι η παρακαταθήκη των πολιτισμικών αγαθών μεταβιβάζεται μέσα από την αλληλεπίδραση. Καθίσταται εύλογο ότι η εκπαίδευση συνιστά καθοριστικής σημασίας παράγοντα για την προβολή του οικουμενικού χαρακτήρα, της πολιτιστικής προσφοράς όλων των λαών, την προώθηση της συνεργασίας και του σεβασμού στο πλαίσιο της αλληλοκατανόησης και της αλληλοεκτίμησης, με παράλληλη ανάπτυξη της κριτικής σκέψης.²

1.2 Πολιτιστική Κληρονομιά

Ο όρος πολιτιστική κληρονομιά περιλαμβάνει το σύνολο των συλλογικών βιωμάτων, των γνώσεων, των ιδεών, των ηθικών και αισθητικών αξιών που μας έχουν παραδοθεί από τις προηγούμενες γενιές, το οποίο παράγεται και προσδιορίζεται ιστορικά. Τα σημάδια του παρελθόντος εμφανίζονται σε κείμενα, ιστορικούς χώρους, μουσεία ή γειτονιές, αλλά και αντανακλώνται σε έθιμα, συνήθειες, μύθους και ήχους, απομνημονεύματα και χρονικά, συμπεριφορές, τελετουργίες και μνήμες, ατομικές και συλλογικές.⁶

Το κύριο επιστημονικό αντικείμενο της προστασίας των μνημείων, έγκειται στη συντήρηση και ανάδειξη του παρελθόντος σε άμεση συσχέτιση με το σύγχρονο και μελλοντικό περιβάλλον στις διάφορες μορφές του (αστικού και μη, κ.λπ.), τις πολιτιστικές και οικονομικές παραμέτρους και τη δεοντολογία σεβασμού, αποσκοπώντας στην επιβίωση. Αναμφισβήτητα η υποβαθμισμένη ποιότητα του οικιστικού και η αλόγιστη καταστροφή του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος

στα σύγχρονα, μεγάλα και μικρά, αστικά κέντρα επιτείνει και κάνει αισθητή την ποιοτική διαφορά ανάμεσα στις μορφές ζωής του παρελθόντος και παρόντος. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείτε πρωτοφανής εκδήλωση ενδιαφέροντος, για να διατηρηθούν αρχιτεκτονικά μνημεία που κινδυνεύουν από πολεμικές συρράξεις αλλά και αναπτυξιακές δραστηριότητες πολλές φορές από τους ίδιους τους κληρονόμους του μνημειακού παρελθόντος.

Από την διατύπωση που πραγματοποιήθηκε στο χάρτη της Βενετίας δόθηκε ο εξής ορισμός «Η έννοια ενός ιστορικού μνημείου δεν καλύπτει μόνο το μεμονωμένο αρχιτεκτονικό έργο, αλλά και την αστική ή αγροτική τοποθεσία, που μαρτυρεί έναν ιδιαίτερο πολιτισμό, μια ενδεικτική εξέλιξη ή ένα ιστορικό γεγονός. Αυτό ισχύει όχι μόνο για τις μεγάλες δημιουργίες, αλλά και για μικρότερα έργα που με τον καιρό απέκτησαν πολιτιστική σημασία».8 Σταδιακά, επιχειρείται, η σύνδεση μεμονωμένων μνημείων, συνόλων και τόπων ή ο συνδυασμός μνημείων της φύσης και έργων του ανθρώπου σε μια αδιάσπαστη ενότητα ολοκληρωμένης προστασίας, η οποία αναδεικνύεται τώρα σε δεοντολογία που διέπει την πολιτισμική ιδεολογία της εποχής. Με βάση τα παραπάνω, το ερώτημα που τίθεται είναι αν μπορεί η κληρονομιά του παρελθόντος να εξακολουθεί να διατηρείται στο μέλλον και να εκτιμώνται δεόντως οι αξίες της.

“Το κράτος, ως δικαιούχος της πολιτιστικής κληρονομιάς, έχει καθήκον να παρέχει την απαραίτητη προστασία και δράση διατήρησης”.

Ως πολιτιστικό αγαθό νοείται κάθε αντικείμενο, το οποίο έχει σπουδαιότητα για την αρχαιολογία, την προϊστορία, την ιστορία, τη φιλολογία, την τέχνη ή την επιστήμη. Η πολιτιστική κληρονομιά εκτός από τα πολιτιστικά αγαθά περιλαμβάνει και την άυλη πολιτιστική κληρονομιά. Άυλη πολιτιστική κληρονομιά σύμφωνα με το άρθρο 2.1 της σύμβασης της Unesco είναι οι πρακτικές, αναπαραστάσεις, εκφράσεις, γνώσεις και δεξιότητες, τι οποίες κοινότητες, ομάδες – και σε ορισμένες περιπτώσεις μεμονωμένα άτομα- αναγνωρίζουν ως στοιχεία της πολιτιστικής κληρονομιάς προφορικές παραδόσεις και εκφράσεις, όπως π.χ. γλώσσα, παραστατικές τέχνες, κοινωνικές πρακτικές, τελετουργίες, γνώσεις και πρακτικές που αφορούν στη φύση και εν γένει στον κόσμο. Το σύνολο των πολιτιστικών αγαθών που αναφέρονται σε έναν τόπο συγκροτούν την πολιτιστική του κληρονομιά. Ως μέρος της ανθρώπινης δράσης η Πολιτιστική Κληρονομιά παράγει απτές αντανάκλασεις του συστήματος

αξιών, των ιδεών, παραδόσεων και τρόπου ζωής. Ως σημαντικό και αναπόσπαστο κομμάτι του πολιτισμού, η Πολιτιστική Κληρονομιά, περιέχει αυτά τα ορατά και χειροπιαστά ίχνη από την αρχαιότητα στο πρόσφατο παρελθόν.

Η πολιτιστική κληρονομιά ως όρος είναι ιδιαίτερα ευρύς.

http://www.cultureindevelopment.nl/Cultural_Heritage/What_is_Cultural_Heritage

Ο όρος «πολιτιστική κληρονομιά» καλύπτει σήμερα ένα ευρύτατο εννοιολογικά φάσμα, τόσο ειδολογικά με νέες κατηγορίες πολιτιστικών αγαθών όπως η βιομηχανική κληρονομιά, όσο και χρονικά με την επέκτασή του, ως και τη σύγχρονη εποχή, συμπεριλαμβάνοντας ακόμη και έργα της μοντέρνας αρχιτεκτονικής (Κόνσολα 2006). Αλλαγές παρατηρούνται επίσης όχι μόνον στην εννοιολογική διεύρυνση του όρου αλλά και στις αντιλήψεις για το ρόλο της πολιτιστικής κληρονομιάς η οποία θεωρείται πλέον ως «κοινωνικό αγαθό» που αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της σύγχρονης ζωής και μπορεί να συνεισφέρει στην πολιτιστική και κοινωνική ανάπτυξη και στη βελτίωση της ποιότητας του δομημένου περιβάλλοντος (βλ. και Merriman 2004, Loulanski 2006). Κατά συνέπεια επιδιώκεται όχι μόνο η εξασφάλιση της επιβίωσης των μνημείων αλλά και η ένταξή τους στον χωροταξικό και πολεοδομικό σχεδιασμό και η διευκόλυνση της γνωριμίας και της επικοινωνίας των πολιτών με τα υλικά κατάλοιπα του παρελθόντος. Επιπροσθέτως, προβάλλεται τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερο το επιχείρημα της οικονομικής απόδοσης των μνημείων της κληρονομιάς που συνδέεται κυρίως με την ανάπτυξη του τουρισμού (Navrund and Ready 2002, Greffe 2003, Mazzanti 2003), ιδιαίτερα του πολιτιστικού τουρισμού που έχει πλέον συγκροτηθεί σε δραστηριότητα με ξεχωριστό χαρακτήρα και συνεχώς αυξανόμενη δημοφιλία. Η εξέλιξη αυτή δεν είναι άσχετη με την παρατηρούμενη στροφή της τουριστικής ζήτησης προς νέα τουριστικά προϊόντα, που προσφέρουν ποιότητα, ιδιαιτερότητα, αυθεντικότητα και νέες εμπειρίες στους απαιτητικούς τουρίστες με ιδιαίτερες προσδοκίες. Τα μνημεία και οι χώροι της πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελούν έναν από τους βασικότερους παράγοντες προσέλκυσης του τουριστικού ρεύματος. Επομένως, η διατήρηση και προβολή τους δίνει σε μια χώρα ή μια περιφέρεια ένα σημαντικό ανταγωνιστικό τοπικό πλεονέκτημα στην παγκόσμια τουριστική αγορά. Η ίδρυση νέων

Ας σημειωθεί, ότι χρήση του όρου πολιτιστική κληρονομιά γίνεται επίσης για την άυλη κληρονομιά, δηλαδή τη γλώσσα, τις παραδόσεις, τα ήθη και έθιμα, τη μουσική, το χορό κ.λπ μουσείων, που τα τελευταία χρόνια έχει πάρει τεράστιες διαστάσεις (η λεγόμενη «έκρηξη» μουσείων), η ανάπλαση ιστορικών κέντρων πόλεων και η αποκατάσταση και επανάχρηση ιστορικών κτιρίων και γενικότερα η ανάδειξη των στοιχείων της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι μερικά από τα κύρια μέσα της σύγχρονης πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη (Richards 1996, McKercher and du Cross 2002)

1.3 Ο Πολιτισμός ως τουριστικός πόρος.

Ένας από τους κυριότερους λόγους ταξιδιών ήταν και παραμένει το πολιτιστικό κίνητρο για τους τουρίστες. Η συνεχής διεύρυνση του φάσματος των κινήτρων που οδηγούν τους τουρίστες να ταξιδέψουν οδήγησε σταδιακά και στη χρήση ερμηνευτικών πλαισίων τα οποία να επιτρέπουν την αναλυτικότερη προσέγγιση των στοιχείων που συναπαρτίζουν την έννοια του πολιτισμού.

Η έννοια του πολιτισμού, χωρίς να αναιρεί τις αναλύσεις των κοινωνιολόγων, ανθρωπολόγων και εθνολόγων γύρω από το ζήτημα, δίνει έμφαση στην καταγραφή των θεματικά ομοειδών στοιχείων του πολιτισμού που μπορούν να θεωρηθούν παράλληλα και τουριστικοί πόροι. Με απλή την οπτική ο πολιτισμός περιλαμβάνει:

Μορφές τέχνης.

Έθιμα και παραδόσεις της περιοχής που σχετίζονται με την τοπική παράδοση.

Ιστορία, θρησκεία (πνευματικά και υλικά στοιχεία).

Δομημένο περιβάλλον (αρχιτεκτονική, παραδοσιακοί οικισμοί, ιστορικά κέντρα).

Σύνολα φυσικού περιβάλλοντος ή μικτού φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος (τοπία).

Πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Καλύπτονται με αυτόν τον τρόπο και πλευρές του τοπικού πολιτισμού που ανταποκρίνονται σε κίνητρα θρησκευτικά, εκπαιδευτικά ή και περιβαλλοντικά,

δίνοντας στο θέμα μία δυναμικότερη εννοιολογική οριοθέτηση που καλύπτει και ορισμένες εκφάνσεις της σύγχρονης προσέγγισης στα πολιτισμικά αγαθά, π.χ. η έννοια του τοπίου και κατά πόσο αυτό μπορεί να θεωρηθεί ένα στοιχείο του πολιτισμού.

Η μετατροπή του πολιτισμού σε τουριστικό πόρο μεγάλης σημασίας για ορισμένες χώρες ή περιοχές, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, καθώς και ο καθοριστικός ρόλος αυτού του πόρου στη σύνθεση ενός ανταγωνιστικού πακέτου των εταιριών τουρισμού έχει οδηγήσει σε μια πλήρη αλλαγή της προσέγγισης του ζητήματος στις τουριστικές χώρες. Ο πολιτισμός στις διαφορετικές μορφές του δεν είναι πλέον μόνο αντικείμενο έρευνας, αισθητικής απόλαυσης, γνώσης κλπ., αλλά και ένα προϊόν το οποίο προβάλλεται, πωλείται και αγοράζεται.

Ο τουρισμός δεν είναι το μόνο κοινωνικό φαινόμενο ή η μόνη μορφή ανάπτυξης που οδήγησε σε εμπορική εκμετάλλευση τον τοπικό πολιτισμό. Η διαφορά στην περίπτωση του έγκειται στα εξής στοιχεία: (α) η μαζικοποίηση του τουρισμού μεγιστοποιεί σε όλα τα επίπεδα αυτή την τάση εμπορικοποίησης, (β) η τουριστική ανάπτυξη συχνά δημιουργεί μια ειδική αγορά για αγαθά και υπηρεσίες πολιτισμού αποκλειστικά για τους τουρίστες, (γ) ο τουρισμός διευρύνει και εξειδικεύει σημαντικά τη ζήτηση για μια μεγάλη ποικιλία τουριστικών πόρων και αγαθών την τελευταία δεκαετία.

Η πορεία προς την εμπορικοποίηση της τοπικής πολιτιστικής παράδοσης είναι ιδιαίτερα εμφανής σε ορισμένες πολιτιστικές εκδηλώσεις που συνδέονται με ήθη και έθιμα της περιοχής ή έχουν θρησκευτικό περιεχόμενο και στηρίζονται στη συμμετοχή του τοπικού πληθυσμού. Πολλά από αυτά έχουν υποστεί μικρές και μεγάλες αλλαγές για διάφορους λόγους και σε εποχές που έχουν προηγηθεί του τουρισμού ιστορικά.

Η οργάνωση του τουρισμού και η συχνή έλλειψη χρόνου σε συνδυασμό με την ανάγκη οι τουρίστες να διασκεδάσουν και να ψυχαγωγηθούν, οδηγεί συχνά σε εντυπωσιακές αλλαγές αυτές τις εκδηλώσεις. Οι τουριστικοί πράκτορες και συχνά οι τοπικοί παράγοντες παίζουν καθοριστικό ρόλο σε αυτές τις προσαρμογές έχοντας γνώση και εμπειρία από τις διαθέσεις των τουριστών, π.χ. μειώνουν τη διάρκεια των εκδηλώσεων αλλάζοντας συχνά και τη μορφή τους (π.χ. οι μονότονοι και αργοί χοροί στην Πολυνησία, στην Τόγκα και το Φίτζι γίνονται περισσότερο ρυθμικοί).

Άλλοτε πάλι μετατρέπονται σε ένα «ψευδοπαραδοσιακό» θέαμα το οποίο προσφέρεται ως αυθεντικό στους τουρίστες, ενώ συχνά δεν αποτελεί παρά μία αναβίωση σύγχρονες μεθόδους στοιχείων της παράδοσης, τα οποία δεν υπάρχουν ή έχουν ατονήσει για διάφορους λόγους. Σε ορισμένες μάλιστα περιπτώσεις όπου οι εκδηλώσεις συνδέονται με έθιμα τα οποία αναφέρονται π.χ. στην ταφή των νεκρών, οι παρεμβάσεις αποκτούν ένα χαρακτήρα καταλυτικό, όπως π.χ. στην Ινδονησία όπου αναφέρονται παραδείγματα πώλησης εισιτηρίων για παρακολούθηση τέτοιων εκδηλώσεων ή μείωση της διάρκειας της τελετής και αλλαγή του τόνου ώστε να γίνει δραματικότερος. Το ιδιαίτερο νόημα που έχουν για τους ντόπιους όλα αυτά τα έθιμα σταδιακά χάνεται και πολλοί δυσανασχετούν, ώστε να μην είναι παρόντες οι τουρίστες που θεωρούνται η αιτία για την εμπορικοποίηση. Η κατάσταση είναι αναμφίβολα περισσότερο περίπλοκη όταν παρόμοια έθιμα αποτελούν και τον κύριο ή έναν από τους βασικούς «πόρους» της τοπικής κοινωνίας, οπότε και η εμπορικοποίησή τους επηρεάζει ευρύτερα την τοπική κοινωνική δομή σηματοδοτώντας αλλαγές στα κοινωνικά και πολιτισμικά πρότυπα.

1.4 Πολιτιστικός Τουρισμός

Εννοιολογική προσέγγιση

Με τον όρο πολιτιστικός τουρισμός, χαρακτηρίζουμε τους ανθρώπους που επισκέπτονται μια περιοχή με βάση το πολιτιστικό της απόθεμα. Ο πολιτιστικός τουρισμός δεν περιορίζεται στο θαυμασμό μόνο των αρχαιοτήτων μιας περιοχής, αλλά ταυτόχρονα επεκτείνεται και στην κατανόηση του τρόπου συμπεριφοράς ή τρόπου σκέψης των ατόμων της περιοχής και την άμεση επαφή με τις συνήθειες, τα ήθη και τα έθιμα τους.⁹ Η Χάρτα για τον Πολιτιστικό Τουρισμό 1976, αναφέρει ότι ο Πολιτιστικός Τουρισμός είναι «ένα εξειδικευμένο είδος τουρισμού, το οποίο αποσκοπεί, μεταξύ άλλων, στην ανακάλυψη- αποκάλυψη μνημείων - πολιτιστικών αξιοθέατων και στην ταυτόχρονη προστασία και διατήρησή τους». Ο πολιτιστικός τουρισμός, ως μορφή του τουρισμού, αφορά την εντός μιας χώρας η περιοχής, συγκεκριμένο τρόπο ζωής των ανθρώπων σε αυτές τις περιοχές. Την ιστορία αυτών των ανθρώπων, την τέχνη, την αρχιτεκτονική, την θρησκεία και άλλα στοιχεία που συνέβαλλαν στην διαμόρφωση του τρόπου ζωής.¹⁰

Ως πολιτιστικός τουρισμός προσδιορίζεται η περιήγηση με κεντρικό κίνητρο την επίσκεψη των πολιτιστικών μνημείων και των πόρων πολιτιστικής κληρονομιάς

Ο Πολιτιστικός Τουρισμός ως όχημα Ανάπτυξης

ενός προορισμού, όπως αρχαιολογικοί χώροι, ιστορικά μνημεία, θρησκευτικά μνημεία, το δομημένο περιβάλλον (οικιστικά σύνολα αρχιτεκτονικής αξίας, παραδοσιακοί οικισμοί, ιστορικά κέντρα πόλεων, ιστορικοί φάροι κλπ) και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις (μουσικής, χορού, τέχνης, θεάτρου κλπ.). Αποτελεί μια ιδιαίτερα σημαντική μορφή τουρισμού, αφού το πολιτιστικό κίνητρο ήταν και παραμένει ένας από τους κυριότερους λόγους ταξιδιών για τους τουρίστες σε παγκόσμιο επίπεδο. Στην περίπτωση της Ελλάδας, ο συνδυασμός του αρχαιολογικού πλούτου και του αρχαιοελληνικού πολιτισμού αποτελεί διαχρονικά έναν από τους κυριότερους πόλους προσέλκυσης τουριστών στην χώρα και ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι άλλων τουριστικών προορισμών. Ο πολιτιστικός τουρισμός αξιοποιεί το υλικό και άυλο κεφάλαιο, όπως και τις πολιτιστικές αξίες μέσα από την ενσάρκωση τους στα ιστορικά κτίρια, τους αρχαιολογικούς χώρους, τις καλλιτεχνικές εκφράσεις, όπως και τις πολιτιστικές παραδόσεις με την μορφή λαϊκής τέχνης, των τεχνών και καλλιτεχνιών, τον τοπικό τρόπο ζωής, κοινωνικά πρότυπα και πολιτιστικές εκδηλώσεις, όλα αυτά αποτελούν τον ορισμό εκδηλώσεων της μορφής του πολιτιστικού τουρισμού, το μανιφέστο του λοιπόν θα λέγαμε. Υπάρχει μια γενική τάση γύρω από την άποψη ότι θα ήταν λάθος να ξεχωρίσει κανείς τον πολιτιστικό τουρισμό από τον καθεαυτό τουρισμό και ότι μια ευρεία προσέγγιση θα ήταν η πλέον αποτελεσματική. Αντιστρόφως ο Πολιτιστικός τουρισμός γίνεται αντιληπτός ως την μορφή που δεν στηρίζεται στον ήλιο τη θάλασσα και τον αθλητισμό. 11

Διάφοροι ορισμοί

«Ο πολιτιστικός τουρισμός περιέχεται στον τουρισμό αστικών περιοχών, χαρακτηριστικών ιστορικών ή μεγάλων πόλεων και τις πολιτιστικές τους εγκαταστάσεις, όπως μουσεία και θέατρα».

«Μπορεί επίσης να περιέχεται στον τουρισμό σε υπαίθριες περιοχές, προβάλλοντας τις παραδοσιακές αξίες και τον τρόπο ζωής των ενδογενών πολιτιστικών κοινοτήτων».

«Ο πολιτιστικός τουρισμός ουσιαστικά εμπεριέχεται σε επισκέψεις ατόμων με πολιτιστικά κίνητρα σε πόλους έλξης και εκδηλώσεις πολιτιστικής φύσης».

Ο πολιτιστικός τουρισμός εμπεριέχεται σε πολλούς τομείς, επομένως πρόκειται για ένα οριζόντιο τομέα. Στην μαζική αγορά για τον πολιτιστικό τουρισμό, κανείς μπορεί

να διακρίνει ένα εύρος διακλαδώσεων σχετιζόμενες με συγκεκριμένες πολιτιστικές εκφάνσεις οι οποίες προσελκύουν τους επισκέπτες.

Κλάδοι από τους οποίους οι πιο σημαντικοί της νέας αυτής αγοράς είναι:

- Δημιουργικός τουρισμός
- Εκπαιδευτικός τουρισμός
- Γαστρονομικός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Πνευματικός και τουρισμός ολοκλήρωσης
- Ομορφιάς και λουτρών
- Πολιτιστικός τουρισμός εθελοντισμού
- Μεταναστευτικές ρίζες

Δημιουργικός τουρισμός

Ο Richard και ο Wilson (2006) πρότειναν ότι σε ορισμένες περιπτώσεις ο πολιτιστικός τουρισμός εξελίσσεται σε ‘δημιουργικό τουρισμό’, ο οποίος ορίζεται σαν:

Ο τουρισμός που δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες την δυνατότητα να αναπτύξουν το δικό τους δημιουργικό δυναμικό μέσα από την ενεργή συμμετοχή σε μαθήματα και εκπαιδευτικές εμπειρίες οι οποίες είναι χαρακτηριστικές του τύπου όπου διαδραματίζονται οι διακοπές.

Στο κομμάτι του δημιουργικού τουρισμού η έμφαση μεταφέρεται από τον απτό στον άυλο πολιτισμό και η εμπειρία βασίζεται στην ανταλλαγή γνώσης και ικανοτήτων ανάμεσα σε επισκέπτες και οικοδεσπότες. Αυτό παράγει ένα πιο τοπικά ορισμένο, δίκαιο και διαλλακτικό, περισσότερο αυθεντικό τρόπο διακοπών. Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού λαμβάνει χώρα σε περιοχές της υπαίθρου (όπου η δημιουργικότητα χρειάζεται να συνταχθεί με έλλειψη οικονομικών εναλλακτικών) και σε πόλεις, οι οποίες θεωρούνται ως μηχανές παραγωγής δημιουργικής οικονομίας. Ο υπαίθριος δημιουργικός τουρισμός αναπτύσσεται ως εναλλακτική του μαζικού τουρισμού(www.creativetourismnetwork.org).

Εκπαιδευτικός τουρισμός

Το ταξίδι για εκμάθηση γλωσσών αποτελεί σημαντική αγορά σε πολλές χώρες, ιδιαίτερα σε αυτές που μπορούν να προσφέρουν κάποια από τις παγκόσμιες γλώσσες. Υπολογίζεται ότι υπάρχει μια δυνητική παγκόσμια αγορά των 375 εκατομμύρια ανθρώπων που θέλει να ταξιδέψει για να μάθει γλώσσες. Η τοπική κουλτούρα και η γλώσσα συνδυάζονται στην διάρκεια των μαθημάτων.

Γαστρονομικός τουρισμός

Τα τελευταία χρόνια, έμφαση έχει δοθεί στις τουριστικές εμπειρίες και σε πόλους έλξης σχετιζόμενους με το φαγητό. Ο τουρισμός του φαγητού- ως δείγμα του γαστρονομικού τουρισμού- ορίστηκε από τους Hall and Mitchell (2001) ως 'επίσκεψη στους πρωτογενείς και δευτερογενείς παραγωγούς τροφίμων, γιορτές τροφίμων, εστιατόρια και συγκεκριμένες τοποθεσίες για οποίες οι δοκιμή φαγητών και /ή εμπειρία των ειδικών παραγωγικών μεθόδων τροφίμων είναι το αρχικό κίνητρο ταξιδιού'.

Θρησκευτικός τουρισμός

Μια σημαντική ανάπτυξη έχει σημειωθεί στον θρησκευτικό τουρισμό τα τελευταία χρόνια, ιδιαίτερα το προσκύνημα σε σημαντικούς shrines και μια αύξηση στον πνευματικό τουρισμό.

Πνευματικός τουρισμός ολοκλήρωσης

Το εσωτερικό ταξίδι είναι ένας ακόμα τομέας του πολιτιστικού τουρισμού, οι τουρίστες ζητούν να αναπτύξουν τον δικό τους πνευματικό κόσμο ή να ανακαλύψουν άλλων. Ο Τουριστικός Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών αναγνωρίζει τον πνευματικό τουρισμό ως το τμήμα με την ταχύτερη ανάπτυξη το 2007. Η εξάπλωση του συγκεκριμένου τμήματος στηρίζεται στο μεγάλο εύρος των κινήτρων προς αυτό, παραδοσιακός θρησκευτικός τουρισμός, εναλλακτική θεραπεία κα.

Για τον τουρισμό λουτροθεραπείας το ενδιαφέρον έχει αναζωογονηθεί σε προορισμούς της Ευρώπης ως αποτέλεσμα της γενικής τάσης για ταξίδια ομορφιάς. Μια νέα γενιά επισκεπτών ανακαλύπτει της λουτροπόλεις, η ζήτηση γίνεται τώρα πιο απαιτητική στις ανέσεις και επακόλουθες εμπειρίες. Η παγκόσμια αγορά ταξιδιού

ομορφιάς υπολογίζεται στα 30 δις ευρώ. Οι πολιτιστικές διαδρομές έχουν ιδιαίτερο χαρακτήρα σύνδεσης με τις λουτροπόλεις.

Τουρισμός πολιτιστικού εθελοντισμού

Ο εθελοντικός τουρισμός είναι άλλη μια αναδύομενη αγορά τα τελευταία έτη, αθούμενος από την επιθυμία για γνωριμία με άλλους πολιτισμούς. Η Τουριστική Έρευνα και Μάρκετινγκ έχει υπολογίσει ότι υπάρχουν 600 000 προσφερόμενες θέσεις εθελοντισμού σε όλο τον κόσμο ετησίως. Αυτό το είδος του τουρισμού είναι σημαντικό λόγω της μακράς χρονικά διαμονής στον προορισμό. Ο εθελοντισμός έχει μια δυναμική σύνδεση με τις πολιτιστικές διαδρομές, λόγω του ενδεχόμενου για έντονες εμπειρίες με τους ντόπιους.

Μεταναστευτικός τουρισμός

Ο 'μεταναστευτικός' τουρισμός είναι ευρέως συνδεδεμένος με τα μεταναστευτικά κύματα. Καθώς οι άνθρωποι μετακινούνται σε άλλες χώρες και εκεί εγκαθίστανται, τείνουν να ταξιδεύουν πίσω στις χώρες τους. Αυτός ο τύπος τουρισμού γίνεται μια αρκετά φυσική έκφραση στην ιστορία της μετανάστευσης. Αυτός ο τύπος τουρισμού εξελίσσεται παράλληλα με την παγκόσμια μετανάστευση.

Σε πολλές περιοχές υπάρχει συγκεκριμένα προγράμματα μάρκετινγκ τα οποία στοχεύουν στην αγορά, συχνά συσχετιζόμενα με ανθρώπους που αναζητούν τις ρίζες τους στην πατρίδα. Αυτή είναι μια ομαλά αναπτυσσόμενη αγορά με δυναμική ανάπτυξης σε πολλές περιοχές. Αυτή η ιδιαίτερη αγορά συνδέεται με τον πολιτισμό και τις συνδέσεις τους με ανάλογες πληθυσμιακές ομάδες.

1.5 Διαχρονική εξέλιξη

Η παρουσίαση του πολιτιστικού τουρισμού, τμήμα των εναλλακτικών μορφών βασίζεται στην ιστορική έναρξη αυτού του κινήματος. *Ο τουρισμός υπήρξε πολιτιστικός στα πρώτα στάδια ανάπτυξης του.* Ο σύγχρονος τουρισμός είναι αρχικά πολιτιστικός και προνόμιο της ελίτ, μέχρι που κατέστη κύρια παραθεριστικός αποκτώντας μαζί χαρακτηριστικά. Ο μαζικός τουρισμός αναπτύχθηκε παράλληλα με την οικονομική και τεχνολογική ανάπτυξη στις δυτικές κοινωνίες μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο. Η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού έγινε εφικτή με την

ανάπτυξη των σχετικών βιομηχανιών (π.χ. καταλύματα, μεταφορές) που σκοπό είχαν την μετακίνηση και την φιλοξενία των ταξιδιωτών. Μαζί με την ανάπτυξη και τις τεχνολογικές εξελίξεις σημειώθηκε και μια πτώση στις τιμές των ταξιδιών, προσφέροντας έτσι σε περισσότερους ανθρώπους την ευκαιρία να ταξιδέψουν. Η σύγχρονη ταξιδιωτική βιομηχανία προκειμένου να προσφέρει υπηρεσίες που θα βασιζόταν σε μια μεγαλύτερη άνεση, σε λιγότερο κόπο και σε λιγότερο χρόνο. Με αυτόν τον τρόπο όμως εμπορευματοποιήθηκαν οι κουλτούρες, τα αξιοθέατα έγιναν κάτι κοινότυπο και οι εμπειρίες πακεταρίστηκαν. Μετά το β' παγκόσμιο πόλεμο ο τουρισμός βιομηχανοποιείται και θεωρείται βασικός μοχλός ανάπτυξης. Οι συνέπειες από την μαζική και βιομηχανοποιημένη τουριστική ανάπτυξη υποδεικνύουν ηπιότερες μορφές τουρισμού, εξέχουσα θέση λαμβάνει τότε και ο πολιτιστικός τουρισμός.

Η παγκόσμια τράπεζα, η UNESCO, το Συμβούλιο της Ευρώπης, και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού εντάσσουν τον πολιτιστικό τουρισμό στα προγράμματα τους ως ένα από τα σημαντικότερα μέσα για την αειφόρο ανάπτυξη με την μικρότερη δυνατή επιβάρυνση στο περιβάλλον και τον πολιτισμό. Έτος ορόσημο το 1976, οπότε και υπογράφεται στις Βρυξέλες η «Χάρτα του πολιτιστικού τουρισμού» στα πλαίσια του ICOMOS, της Διεθνούς Οργάνωσης Μνημείων και Τόπων. Έτσι τίθεται σε ισχύ ένα κανονιστικό πλαίσιο που περικλείει τις ηθικές αρχές και αξίες του πολιτιστικού τουρισμού, ώστε να είναι βιώσιμος και να εξασφαλίζει την διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. (Παγκόσμια Πολιτιστική Εγκυκλοπαίδεια Τα μνημεία της UNESCO, 2007). Παράλληλα ο πολιτιστικός τουρισμός καταλαμβάνει όλο και μεγαλύτερο κομμάτι της τουριστικής αγοράς τις δύο τελευταίες δεκαετίες του 20^{ου} αιώνα, καθώς απαξιώνεται το μοντέλο του μαζικού τουρισμού. Ένας ολοένα και μεγαλύτερος αριθμός γίνονται τουρίστες ειδικών ενδιαφερόντων που περιλαμβάνουν τις τέχνες, την πολιτιστική κληρονομιά και άλλες πολιτιστικές δραστηριότητες.

1.6 Πολιτιστικοί τουρίστες

Οι πολιτιστικοί τουρίστες είναι πιο μορφωμένοι από τον μέσο όρο, σχετικά εύποροι και συνήθως μεγάλοι σε ηλικία. (Koutoulas D. 2000). Σημαντικό μέρος της κατηγορίας αυτής είναι οι γυναίκες, ενώ ασυνήθιστα μεγάλο, εμφανίζεται σύμφωνα με έρευνες, το ποσοστό των νέων σε ηλικία ταξιδιωτών που προσελκύονται από την

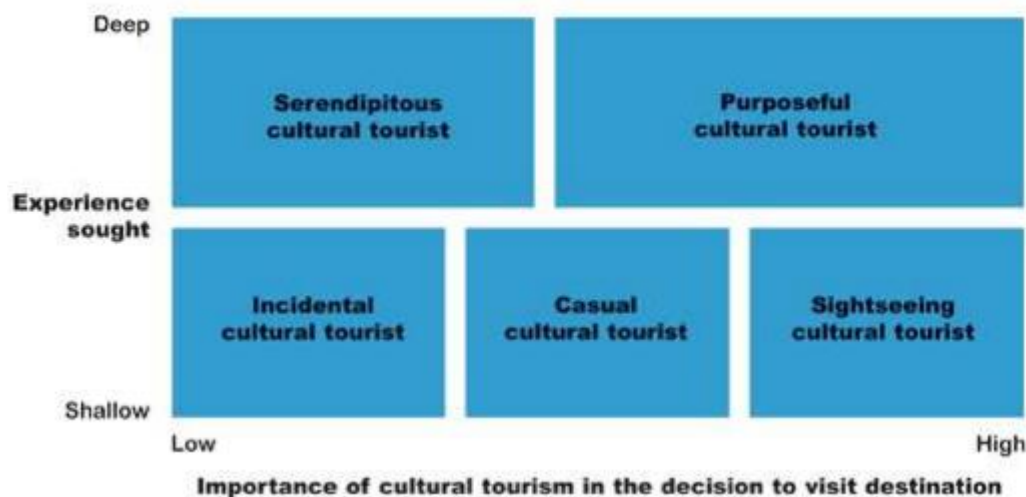
πολιτιστική διάσταση του ταξιδιού. Οι πολιτιστικοί ταξιδιώτες επιδιώκουν να μάθουν για την ιστορία και τον πολιτισμό της χώρας προορισμού, να γευτούν τις ιδιαίτερες εμπειρίες που προσφέρει μαζί με τη χαλάρωση και διασκέδαση.

“Ο πολιτιστικός τουρίστας δεν ψάχνει για νέους προορισμούς που δεν έχει επισκεφθεί αλλά για εμπειρίες ή μάλλον για **την** εμπειρία”.

Συνοπτικά οι «πολιτιστικοί τουρίστες» έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο, επαγγελματικά βρίσκονται σε υψηλές θέσεις, συνδυάζουν τις διακοπές με την πολιτιστική απόλαυση, έχουν τάση να προτιμούν αξιοθέατα, που έχουν σχέση με την πολιτιστική κληρονομιά (μουσεία, ιστορικές θέσεις, μνημεία,) και λιγότερο θέατρα ή φεστιβάλ, χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες για να επιλέξουν και να οργανώσουν τις διακοπές τους, έχουν υψηλές απαιτήσεις σε ό,τι αφορά στις πολιτιστικές υπηρεσίες και ενισχύουν την τοπική οικονομία των περιοχών που επισκέπτονται, διότι έχουν την τάση να ξοδεύουν περισσότερο από τους τουρίστες του μαζικού τουρισμού ή αυτούς που έλκονται μόνον από το φυσικό περιβάλλον, αλλά και από τους ντόπιους επισκέπτες (Richards2007) iv.

Ενδεικτικά θα αναφέρουμε ότι η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού μπορεί να αξιοποιήσει τους μοναδικούς φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους που διαθέτει η χώρα, εφόσον υπάρξει η κατάλληλη οργάνωση για την υποδοχή των «πολιτιστικών τουριστών». Παράλληλα αυτού του τύπου οι τουρίστες ενδιαφέρονται και για τοπικά αυθεντικά προϊόντα, γεγονός το οποίο μπορεί να δώσει ώθηση στην τοπική παραγωγή (κυρίως γεωργική και κτηνοτροφική αλλά και την μεταποίηση-χειροτεχνία), αφού η νέα αυτή ζήτηση δεν εξαρτάται μόνο από την τιμή, αλλά από την ποιότητα και ιδιαίτερα την συνολική ‘εικόνα’ από την σκοπιά του καταναλωτή των προϊόντων αυτών. Η διεύρυνση της τοπικής αγοράς μπορεί να συνεχιστεί με την εξαγωγή των προϊόντων αυτών και προς τον τόπο μόνιμης κατοικίας των τουριστών. Στην αγορά του πολιτισμού τουρισμού, διακρίνονται διαφορετικά τμήματα. Σε διευρυμένους όρους, τα κύρια τμήματα έχουν την τάση να συνδέονται με ανθρώπους που κατέχουν, ή ένα γενικό ενδιαφέρον και βλέπουν τον πολιτισμό ως ένα από τα χαρακτηριστικά του προορισμού και σε αυτούς με συγκεκριμένο ενδιαφέρον στον πολιτισμό, για τους οποίους ο πολιτισμός είναι ο κύριος λόγος του ταξιδιού. Ο Paschinger (2007) χρησιμοποίησε την προσέγγιση του ΑΤΛΑΣ, συνδυάζοντας την

διάκριση ανάμεσα σε ‘συγκεκριμένο’ και ‘γενικό’ πολιτιστικό τουρισμό και την δουλειά του McKercher and Du Cros (2002) για να εξηγήσει την εν λόγω αγορά.



Οι με πρόθεση και σκοπό πολιτιστικοί τουρίστες, συγκρινόμενοι με τους συγκεκριμένους πολιτιστικούς τουρίστες όπως περιγράφονται από τον Richards (1996, p 34), είναι εντελώς κινητοποιημένοι από τον πολιτισμό για την επίσκεψή τους σε ένα συγκεκριμένο προορισμό ή πολιτιστικό πόλο έλξης, και ψάχνουν για βαθιά εμπειρία. Οι πολιτιστικοί τουρίστες αξιοθέατων διαθέτουν κυρίως κίνητρα πολιτιστικά, επίσης, ή όπως και να έχει η εμπειρία παραμένει περισσότερο επιφανειακή. Τα χαρισματικά άτομα που ταξιδεύουν με κίνητρο τον πολιτισμό, δεν κάνουν σχέδια με πολιτιστικά κίνητρα, αλλά μετά, συμμετέχοντας πάντα τελειώνει σε βαθιές πολιτιστικές εμπειρίες. Οι συνήθεις πολιτιστικοί τουρίστες, κατέχονται από ένα ήπιο κίνητρο για επίσκεψη σε συγκεκριμένους πόλους έλξης ή προορισμούς και ως αποτέλεσμα αυτή εμπειρία παραμένει επιφανειακή. Τέλος, οι ‘συμπτωματικοί’ πολιτιστικού τουρίστες δεν ταξιδεύουν για πολιτιστικούς λόγους σε καμιά περίπτωση, και όταν ταυτιστούν με κάποια πολιτιστική δραστηριότητα τότε χαρακτηριστικά παραμένουν στην επιφανειακή εμπειρία.

1.7 Προοπτική της εξέλιξης του πολιτιστικού τουρισμού

Στοιχεία δείχνουν ότι ο πολιτιστικός τουρισμός ολοένα και περισσότερο αποκτά σημαντικό μέρος της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς. Για παράδειγμα,

στοιχεία από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού προσδιορίζουν ότι το μερίδιο των διεθνών ταξιδιών αυξήθηκε από 37% το 1995 σε 40% το 2004. Παρόλο που αυτή η αύξηση φαίνεται μικρή, η μεγάλη αύξηση στον παγκόσμιο τουρισμό σημαίνει ότι το 2009 είχαμε 375 εκατομμύρια διεθνή πολιτιστικά ταξίδια. Αρκετές χώρες και περιοχές επιθυμούν τον πολιτιστικό τουρισμό, επειδή γενικά επιφέρει υψηλές δαπάνες, συνήθως υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου μεμονωμένοι πραγματοποιούν πολιτιστικές δραστηριότητες στον προορισμό. Οι ντόπιοι κάτοικοι φαίνεται επίσης να εκτιμούν τα ενδεχόμενα πλεονεκτήματα του πολιτιστικού τουρισμού. *Δύναται να παρατεθούν στοιχεία από ερωτηματολόγια ΑΤΛΑ. Σύμφωνα με την αναφορά του OECD για τον πολιτισμό και τον τουρισμό (2009) ως οι κύριοι παράγοντες των πολιτικών του πολιτισμού και του τουρισμού είναι:

- Αξιοποίηση και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς
- Οικονομική ανάπτυξη και απασχόληση
- Φυσική και οικονομική αναζωογόνηση
- Ενδυνάμωση και διαφοροποίηση
- Διατήρηση των πληθυσμών
- Ανάπτυξη της πολιτιστικής κατανόησης

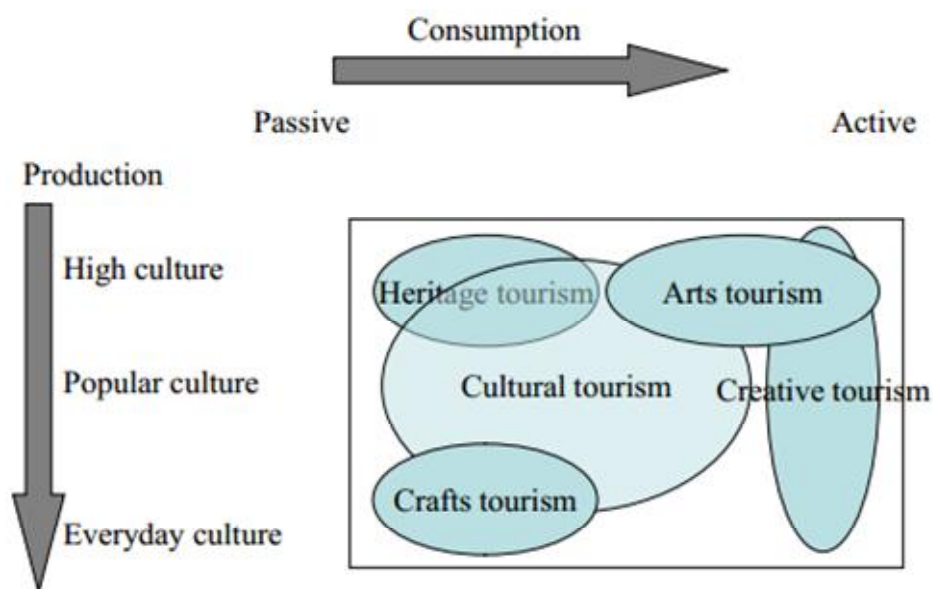
Η ανάπτυξη της ζήτησης του πολιτιστικού τουρισμού έχει τονώσει την ανάπτυξη νέων πολιτιστικών πόλων έλξης και πολιτιστικών στρατηγικών τουριστικού μάρκετινγκ, καθώς διάφορες χώρες και περιοχές ανταγωνίζονται για μερίδιο σε αυτή την επικερδή αγορά. Ως παράδειγμα αναφέρουμε, στην Ισπανία ο αριθμός των μουσείων έχει αυξηθεί 100% μέσα στα τελευταία 20 χρόνια. Η Βαρκελώνη, ένας από τους κορυφαίους προορισμούς τουρισμού πόλης στην Ευρώπη τα τελευταία χρόνια, στοχοθέτησε τον πολιτιστικό τουρισμό ως κύρια περιοχή ανάπτυξης, και είδε ως αποτέλεσμα συμμετοχή στις πολιτιστικές ατραξιόν αύξηση από 4 εκατομμύρια το 1994 σε 13.2 εκατομμύρια το 2005. Οι τουρίστες τώρα βρίσκονται στο 71% όλων των εισιτηρίων εισόδου στις πολιτιστικές ατραξιόν της πόλης. Για να επιτευχθεί επιτυχία σε αυτήν την αγορά, χρειάζεται, οι περιοχές όχι μόνο να έχουν επαρκές πολιτιστικό απόθεμα σε πόλους έλξης και εκδηλώσεις, αλλά χρειάζονται και να είναι ικανές να ανταποκριθούν στον διεθνή ανταγωνισμό μέσα από αποτελεσματικό μάρκετινγκ. Αυτή η στροφή προϋποθέτει μια ξεκάθαρη κατανόηση της δομής των

αναγκών της αγοράς του πολιτιστικού τουρισμού, καθώς και την ανάπτυξη πολιτιστικών προϊόντων που καλύπτουν της ζήτηση της αγοράς.

Οι κύριες ποσοτικές τάσεις όπως αναγνωρίστηκαν από την έρευνα του ΑΤΛΑΣ έχουν την σχετική ανάλυση:

- Αυξημένος αριθμός 'πολιτιστικών διακοπών'
- Αυξανόμενη εκπαίδευση, εισροές και επίπεδα στάτους στην αγορά
- Περισσότερη χρήση του διαδικτύου για συλλογή πληροφοριών και κρατήσεων
- Περισσότερες επισκέψεις σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, καθοδηγούμενες από προμήθεια και συμ-παρουσία

Η έρευνα του ΑΤΛΑΣ ξεχώρισε έναν αριθμό από ποιοτικές αλλαγές στην ζήτηση οι οποίες είναι σημαντικό να ληφθούν υπόψιν. Σε γενικές γραμμές, φαίνεται να έχει συμβεί μια γενική στροφή προς μια νέα εποχή στον πολιτισμό, ιδιαίτερα στην λαϊκή και άυλη μορφή πολιτισμού. Υπάρχουν ακόμα πολλά στοιχεία «παμφάγες» μορφές πολιτιστικής κατανάλωσης, καθώς οι άνθρωποι συνδυάζουν το 'υψηλό' 'λαϊκό' μορφή στον ελεύθερο τους χρόνο.



Οι τέχνες και οι δημιουργικές δραστηριότητες γίνονται όλο και πιο ορατές στην αγορά του πολιτιστικού τουρισμού. Οι κύριες εκθέσεις τέχνης αποτελούν μια σημαντική πηγή ροής τουριστών σε αρκετές πόλεις. Οι τέχνες του θεάματος κατευθύνονται προς το τουριστικό κοινό, καθώς η μουσική και οι θεατρικές

εκτελέσεις είναι σχεδιασμένες να εισάγουν κάτοικους και επισκέπτες σε νέες παραστάσεις θεάματος και προγραμματίζονται όλο και περισσότερο να κερδίζουν το γούστο του τουρίστα. Η δημιουργικότητα επίσης συνδέεται με τον πολιτιστικό τουρισμό, καθώς οι άνθρωποι χρησιμοποιούν συχνότερα τον ελεύθερο χρόνο τους για να αναπτύξουν τις δικές τους ικανότητες και συγχρόνως να αποκτήσουν εμπειρία στην τοπική κουλτούρα. Μια πραγματική έκρηξη έχει πραγματοποιηθεί τα τελευταία χρόνια στο χώρο, της εκμάθησης γλωσσών, της γαστρονομίας, της καλλιτεχνικής φωτογραφίας οδηγούμενη από την ζήτηση για δημιουργικές ικανότητες αλλά και δημιουργικούς παραγωγούς οι οποίοι ξεκίνησαν να εξυπηρετούν την αγορά, όπως φαίνεται και παραπάνω.

Οι κύριες ποιοτικές τάσεις μπορούν ως εκ τούτου να καταγραφούν ως εξής:

- Ανάπτυξη ενδιαφέροντος για την λαϊκή τέχνη, ή την ‘καθημερινή κουλτούρα’ του προορισμού
- Αύξηση του ρόλου των τεχνών στον πολιτιστικό τουρισμό
- Αυξημένη σύνδεση ανάμεσα στον τουρισμό και την δημιουργικότητα, και η ανάπτυξη του ‘δημιουργικού τουρισμού’
- Αύξηση της ‘παμφαγίας’ στην πολιτιστική κατανάλωση

1.9 Πλεονεκτήματα του πολιτιστικού τουρισμού

- Προστατεύει, αναδεικνύει και αξιοποιεί τους πολιτιστικούς πόρους και γενικότερα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής στην οποία αναπτύσσεται.
- Είναι ανεξάρτητος από την εποχικότητα, καθώς δεν επηρεάζεται σχεδόν καθόλου από τις κλιματολογικές συνθήκες. Επομένως, συμβάλλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, εκτός της περιόδου αιχμής.
- Διαχέει ευρύτερα το τουριστικό ρεύμα με την ανάδειξη νέων προορισμών σε λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές.
- Προσελκύει τουρίστες υψηλότερου εισοδήματος και μορφωτικού επιπέδου, οι οποίοι συνήθως παρατείνουν τη διαμονή τους σε ένα συγκεκριμένο μέρος και συμμετέχουν σε περισσότερες δραστηριότητες.

- Είναι φιλικός προς το φυσικό περιβάλλον, σε αντίθεση προς τον μαζικό τουρισμό, ο οποίος προκαλεί υποβάθμιση και αλλοίωση του περιβάλλοντος.
- Δημιουργεί νέες προοπτικές απασχόλησης για ειδικευμένο προσωπικό.
- Αποτελεί ένα από τα κυριότερα μέσα της σύγχρονης στρατηγικής για την αναζωογόνηση των αστικών κέντρων μέσω του πολιτισμού (culture-led urban regeneration).

Είναι βέβαιο δε, ότι η ύπαρξη των πόρων και των νέων δυνατοτήτων ανάπτυξης αποτελούν αναγκαία αλλά όχι ικανή συνθήκη για την έξοδο από τη υποανάπτυξη. Για να είναι δυνατή η αξιοποίηση τους χρειάζεται σχεδιασμός της ανάπτυξης. Με στόχο τη βελτίωση των συνθηκών που επιφέρει, όπως αυτές προσδιορίζονται παρακάτω. Η ανάλυση των ιδιομορφιών προσφέρεται προς την ελαχιστοποίηση των οικονομικών διαρροών, την κινητοποίηση των μηχανισμών για την επιτόπια επανεπένδυση των κερδών κλπ.

Κεφάλαιο Δεύτερο: Ανάπτυξη

Στο κεφάλαιο αυτό επιχειρείτε προσέγγιση της έννοιας της ανάπτυξης, οι αναπτυξιακές επιλογές, καθώς και οι επιπτώσεις που επιφέρει ο πολιτιστικός τουρισμός.

2.1 Ανάπτυξη

Η ανάπτυξη από τη φύση της είναι μια διαδικασία αλλαγής. Η ποικιλία με την οποία εμφανίζεται σε κάθε τουριστικό προορισμό, προβάλλει ως απαραίτητο να γίνεται μια λεπτομερής έρευνα ως το τι θα επιφέρει αυτή η αλλαγή.

Η ανάπτυξη δηλώνει πάντοτε κάτι, μια ανθρώπινη οντότητα, μια κοινωνία, μια ιδέα, μια οικονομία, μια δεξιοτεχνία... Συνδέεται συχνά με λέξεις όπως υπό ή υπέρ ή ισόρροπη, πολύ λίγη, πάρα πολύ ή επαρκής... Όλες αυτές οι λέξεις προτείνουν ότι η ανάπτυξη έχει δομή και ότι ο ομιλητής έχει κάποια ιδέα για το πώς αυτή η δομή οφείλεται να αναπτυχθεί. Τείνουμε επίσης να θεωρήσουμε την ανάπτυξη ως μια διαδικασία αλλαγής ή ως μία πολύπλοκη διαδικασία που είναι εν μέρει θεμιτή ή τουλάχιστον επαρκής (Friedman, 1980, σελ 4).

Πρόσωπο στον οικογενειακό μου κύκλο, ορίζει την ανάπτυξη ως την διαδικασία μετάβασης από ένα σημείο σε ένα άλλο. Όπου κατά την πραγμάτωση

αυτού του άλματος δημιουργείται ένα κενό - μια έλλειψη, σε πόρους, γνώση και ότι άλλο συνεπάγεται στον τομέα- χώρο που συντέλεσης της εξέλιξης. Έως την πλήρωση αυτού του κενού και την εξομάλυνση των ελλείψεων δημιουργείτε σύγχυση από τις αναταράξεις και τα προβλήματα λόγω έλλειψης εφοδίων και τεχνογνωσίας. Εάν επιτευχθεί τελικά να καλυφθεί αυτό το κενό της γνώσης ή του κεφαλαίου όλα επανέρχονται σε κανονικούς ρυθμούς. Όπου έπειτα η κατάσταση στην οποία επιβλήθηκε το άλμα της ανάπτυξης, βρίθει στερεής γνώσης και κεφαλαίου εφόσον αυτά αποκτήθηκαν και πλέον διατίθενται για επανεπένδυση.

Ο όρος ανάπτυξη συνήθως ταυτίζεται με την οικονομική ανάπτυξη, εξέλιξη ή μεγέθυνση. Ερμηνεύεται με μια λεκτική μονομέρεια στο πλαίσιο μιας υλιστικής και άκρως οικονομιστικής προσέγγισης. Εξ αυτού λοιπόν θα εξεταστεί η επίδραση του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία. Η οποία, για το 2014 αναμένετε σε αφίξεις 18,5 εκ. τουριστών, τα οποία θα αποφέρουν 13,5 δις άμεσα έσοδα.

2.2 Η Τουριστική Βιομηχανία στην Ελλάδα

Η τουριστική βιομηχανία είναι ένας από τους σημαντικότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας, τόσο από πλευράς συνεισφοράς στο ΑΕΠ, όσο και από πλευράς αναπτυξιακών προοπτικών, χωρίς να παραγνωρίζεται και το ζήτημα της διεθνούς εικόνας και προβολής της χώρας. Η συμβολή της στο ΑΕΠ εκτιμάται στο 16,2% και στην απασχόληση στο 19,2 σε σχέση με τη συνολική για το 2009, ενώ με βάση τις ετήσιες αφίξεις τουριστών και τα έσοδα για το ίδιο έτος η Ελλάδα κατατάσσεται στην 24η θέση μεταξύ 133 χωρών στον τομέα του τουρισμού και των ταξιδιών¹. Ο τουρισμός αποτελεί για την Ελλάδα την βαριά του βιομηχανία, όρος που αποδίδεται για το μέρος που προσφέρει στο ΑΕΠ αρά για την σημασία του στην οικονομία της χώρας. Καθώς και για τις όποιες επιπτώσεις μπορεί να έχει μια βαριά βιομηχανία ενός κράτους που ενώ θεωρούνταν στα αναπτυσσόμενα ξαναγύρισε στα υπανάπτυκτα (βάση αριθμών). Από την ανάπτυξη του Ελληνικού τουρισμού γίνεται πλέον σαφές ότι σε ορισμένες περιοχές παρουσιάζει στοιχεία βιομηχανοποίησης. Η άνιση κατανομή της τουριστικής προσφοράς τροφοδοτεί την άνιση κατανομή των τουριστικών ροών προς διάφορες περιοχές της χώρας. Ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις παρουσιάζεται υπερεκμετάλλευση τοπικών πόρων και συγκέντρωση δραστηριοτήτων σε ευαίσθητες περιοχές.

Ο τουρισμός αποτελεί για την ελληνική οικονομία τα τελευταία 30 χρόνια κύρια πηγή ανάπτυξης, δημιουργίας εισοδήματος και απασχόλησης. Η συμμετοχή του στο ΑΕΠ είναι σταθερά πάνω από 15% (βλ. πίνακα), ενώ 1 στους 5 κατοίκους της χώρας μας απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα, ενώ ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του τουρισμού στη κάλυψη του ελλείμματος στο εμπορικό ισοζύγιο, όπου παρά την διόγκωση του τα τελευταία 3 χρόνια η κάλυψη παραμένει στο 1/3 αυτού. Υπολογίζεται ότι η τουριστική κατανάλωση επηρεάζει το 60% των κλάδων της ελληνικής οικονομίας, ενώ ο τουριστικός πολλαπλασιαστής εκτιμάται σε 2,184, ή με άλλα λόγια, κάθε ευρώ που καταναλώνεται στον τουρισμό δημιουργεί υπερδιπλάσια δευτερογενή κατανάλωση στην υπόλοιπη οικονομία.

Οι επιπτώσεις στην οικονομία από τη δράση τουρισμού περιλαμβάνουν: την εισροή συναλλάγματος, την αύξηση φορολογικών εσόδων για το κράτος, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και εισοδημάτων για το ντόπιο πληθυσμό, την περιφερειακή ανάπτυξη, τη διαρροή συναλλάγματος έξω από την κοινωνία και τις διασυνδέσεις της τουριστικής βιομηχανίας με τους λοιπούς κλάδους της οικονομίας.

Η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2012 στο ΑΕΠ της Ελλάδας φτάνει το 16,4%, ενώ η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (688.800 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 18,3% των απασχολουμένων.

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2012	
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	16,4% [WTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	18,3% της συνολικής απασχόλησης [WTTC]
Συνολική Απασχόληση	688.800 [WTTC]
Έσοδα	10,4 δισ. € (συμπεριλαμβανομένων των εισπράξεων κρουαζιέρας) [ΤτΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	16,9 εκατ. (συμπεριλαμβανομένων των αφίξεων κρουαζιέρας)
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	616 € (συμπεριλαμβανομένων των ποσών κρουαζιέρας)

Μερίδιο Αγοράς	1,5% Παγκόσμια, 2,9% Ευρώπη
Εποχικότητα	56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφορές	66% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΞΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.670 ξενοδοχεία / 771.271 κλίνες [ΞΕΕ]
Τop 5 αγορές	Γερμανία (2.108.787), Ην. Βασίλειο (1.920.794), ΠΓΔΜ (1.300.000), Γαλλία (977.376), Ρωσία (874.787) [ΤΤΕ]
Τop 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (2.651.062), Ηράκλειο (2.067.475), Ρόδος (1.593.298), Θεσσαλονίκη (901.573), Κέρκυρα (824.000) [ΕΛ.ΣΤΑΤ.]

Αναφορά στις επιδόσεις 2012 από ΣΕΤΕ

**Πέρα από την σημαντική συμμετοχή του τουρισμού ως κλάδου της οικονομίας στο ΑΕΠ της χώρας και την απασχόληση,. Παρατηρούμε μια εποχικότητα της τάξης του 56 % να συγκεντρώνεται στο ¼ του έτους. Καθώς και υψηλή συγκέντρωση ξενοδοχειακών κλινών σε 4 περιοχές της Ελλάδος.*

Συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2012 ήταν 17η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 23η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2013, η χώρα μας καταλαμβάνει την 32η θέση μεταξύ 140 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 96η. Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο.¹ Οι τουριστικές υποδομές της χώρας μας χαρακτηρίζονται ως άριστες και την κατατάσσουν στην 3η θέση παγκοσμίως ως προς την ποιότητα και το εύρος των τουριστικών της υποδομών, The Travel & Tourism Competitiveness Index, WEF 2013.

Ο κλάδος του τουρισμού είναι ένας από τους σπουδαιότερους παραγωγικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας, στον οποίο η χώρα μας διαθέτει αναμφισβήτητα συγκριτικά πλεονεκτήματα. Στους τόπους όπου αναπτύσσεται ο

τουρισμός υπάρχει οικονομική άνθηση μεγάλου αριθμού παράπλευρων επιχειρήσεων και επαγγελμάτων, μεγάλων τουριστικών συγκροτημάτων, ξενοδοχειακών και μη ξενοδοχειακών τουριστικών καταλυμάτων, εστιατορίων, τουριστικών λεωφορείων, τουριστικών γραφείων, θαλασσιών και αστικών εγκαταστάσεων, αξιοθέατων ιστορικών και άλλων μνημείων, εμπορικών επιχειρήσεων (χονδρικού και λιανικού εμπόριο), λαϊκής τέχνης, κ.ά. Η ευημερία αρκετών πόλεων και της ελληνικής περιφέρειας, ιδιαίτερος δε περιοχών που δεν έχουν στενούς δεσμούς με τα οικονομικά κέντρα, συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό ή τον συνδυασμό αγροτικών και τουριστικών δραστηριοτήτων.

2.3 Η απασχόληση στον τουρισμό στην Ελλάδα

Οι Κοκκώσης & Τσάρτας (2001) επαινούν τον τουρισμό για τη συμβολή του στην ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης. Παράλληλα η απασχόληση στον τουρισμό έχει επικριθεί για υψηλή εποχικότητα, μερική απασχόληση, χαμηλά εισοδήματα και θέσεις εργασίας χαμηλής ποιότητας ή ένα συνδυασμό όλων αυτών (Andriotis & Vaughan 2004, Cukier 199, Cukier & Wall 1995, Diamond 1977, Goodall, Johnson & Thomas 1990, Mathieson & Wall 1982, Pigram 1990, Sinclair 1998). Στοιχεία αναδεικνύουν την γυναικεία απασχόληση από την μεταπολεμική περίοδο να παρουσιάζει συνεχή αύξηση. Οι οποίες εργάζονται στις τουριστικές επιχειρήσεις άμεσα, με πλήρη ή μερική απασχόληση. Σε άλλες περιπτώσεις απασχολούνται συστηματικά ή περιστασιακά στον τουρισμό, σε θέσεις ευθύνης, όσο και μέσω της αυτοαπασχόλησης στις οικογενειακές επιχειρήσεις. Ο τουρισμός στάθηκε βασικός παράγοντας ένταξης των γυναικών στην αγορά εργασίας. Μια άλλη συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση είναι το φαινόμενο της πολύ-δραστηριότητας ή πολύ-απασχόλησης, με επίκεντρο κάποιο τουριστικό επάγγελμα, σε συνδυασμό με κάποια δεύτερη απασχόληση συνδεδεμένη με τον τουρισμό. Ακόμα και με επενδύσεις που αποφέρουν κάποιο εισόδημα σε επιχειρήσεις όπως κατάστημα σουβενίρ ή ενοικιαζόμενα δωμάτια. Η απασχόληση στον τουρισμό έχει επικριθεί για υψηλή εποχικότητα, μερική απασχόληση, χαμηλά εισοδήματα και θέσεις εργασίας χαμηλής ποιότητας ή ένα συνδυασμό όλων αυτών(παραπομπή). Η απασχόληση στον τουρισμό συνδυάζεται από πολλούς εργαζόμενους με παράλληλη απασχόληση σε κάποιο άλλο κλάδο της οικονομίας(παραπομπή). Για παράδειγμα, κάποιος μπορεί να εργάζεται ως δημόσιος υπάλληλος το πρωί και ως σερβιτόρος το βράδυ.

Ο τομέας του τουρισμού κατηγορείται για χαμηλούς μισθούς, χωρίς όμως πολλές φορές να συνυπολογίζονται παροχές πρόσθετες, όπως στέγαση και παροχή δωρεάν γευμάτων, καθώς και τα φιλοδωρήματα, ως κλάδου των υπηρεσιών. Άλλοι, υποστηρίζουν ότι οι εργαζόμενοι στον τουρισμό εξασφαλίζουν υψηλότερες απολαβές συγκριτικά με άλλους

παραγωγικούς κλάδους επομένως προσελκύουν και το εργατικό δυναμικό. Μια άποψη υποστηρίζει ότι ο τουρισμός δίνει τη δυνατότητα για απασχόληση σε ανειδίκευτα, ανεκπαίδευτα και άπειρα άτομα, τα οποία απαρτίζουν συνήθως το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού. Οι περισσότερες από τις θέσεις που δημιουργούνται στην τουριστική βιομηχανία δεν απαιτούν εργαζόμενους με εξειδικευμένες γνώσεις. Προσφέροντας ένα σημαντικό μέσο καταπολέμησης της ανεργίας των ανειδίκευτων ατόμων. Μια άλλη θεώρηση για την τουριστική απασχόληση αφορά το μέγεθος των επιχειρήσεων, όπου όσο μικρότερη επιχείρηση συχνά το καθεστώς ιδιοκτησίας είναι οικογενειακό. Μέσα από έρευνα εμφανίζεται ότι τα μικρομεσαία ξενοδοχειακά καταλύματα δημιουργούν περισσότερες θέσεις εργασίας σε σύγκριση με τα μεγάλα μεγέθους. Άλλοι μελετητές κατηγορούν τον τουρισμό ότι οδηγεί σε ελλείψεις λόγω του γεωγραφικού συγκεντρωτισμού της ζήτησης σε θέρετρα όπου και αναπτύσσεται. Συνεπάγεται δε η προσέλκυση αλλοδαπού εργατικού δυναμικού, το οποίο πολλές φορές λαμβάνει χαμηλότερους μισθούς σε σύγκρισή με το ντόπιο. Οι επιχειρηματίες προτιμούν τους αλλοδαπούς προκειμένου να μειώσουν το εργατικό κόστος. Ενώ πολλές φορές και οι υψηλές διοικητικές θέσεις δεν καταλαμβάνονται από ντόπιους καθώς δεν διαθέτουν τις απαραίτητες γνώσεις και εκπαίδευση για αυτές. Στοιχεία: σελ 127, ΣΕΤΕ. Παπανίκος (2004), Συγκεκριμένα ο μαζικός τουρισμός παρουσιάζει μεγάλη εποχικότητα. Η οποία δημιουργεί διακυμάνσεις στα επίπεδα της τοπικής και της περιφερειακής απασχόλησης (Andriotis & Τσάρτας 1989, Vaughan, Andriotis & Wikes 2000). Οι εργαζόμενοι στον τουρισμό στη συνέχεια αναζητούν άλλη απασχόληση ή παραμένουν άνεργοι κατά την νεκρή τουριστικά περίοδο. Η μερική απασχόληση είναι επίσης διαδεδομένη στην τουριστική βιομηχανία. Η οποία όταν οι συγκεκριμένοι υπάλληλοι δεν κερδίζουν ικανοποιητικό εισόδημα για τη διαβίωση τους θεωρείται ακατάλληλη. Αντιθέτως όταν παρέχει ένα επιπρόσθετο εισόδημα δρα ευεργετικά.

Διασύνδεση του τουρισμού με τους λοιπούς κλάδους της οικονομίας/ Διαρροή Χρημάτων.

Η σημασία του τουρισμού αναδεικνύει την ανάγκη προσδιορισμού των διακλαδικών σχέσεων και της συνεισφοράς του στην εγχώρια οικονομική δραστηριότητα. Υπολογίζεται ότι για κάθε 1000 ευρώ τουριστικής δαπάνης το ακαθάριστο προϊόν αυξάνεται κατά 2200 ευρώ.

Για τις ανάγκες του συγκεκριμένου γραπτού, παρακάτω αναλύονται κάποια μοντέλα ανάπτυξης σχετικά, με προσέγγιση στον πολιτιστικό τουρισμό. Η προσπάθεια έγκειται

στην προσπάθεια εύρεσης μοντέλων υψηλότερης απόδοσης προσόδων για την κοινωνία, την οικονομία με παράλληλη προστασία του πολιτισμού και του φυσικού περιβάλλοντος.

2.4 Τουριστική Ανάπτυξη

Η τεράστια αύξηση του φαινομένου του τουρισμού ως μια στρατηγική ανάπτυξης στην προσπάθεια να βελτιώσουν το επίπεδο διαβίωσης των πολιτών. Δημιούργησε μια μετάβαση από μια κατάσταση φτώχειας σε μια κατάσταση «πλούτου» ή «περισσότερης ανάπτυξης». Η τουριστική ανάπτυξη δεν αναγνωρίζει ξεκάθαρα το περιβαλλοντικό ή κοινωνικό κόστος. Ο καθορισμός των αξιών αυτών υπόκεινται στις πολιτικές διαδικασίες και στις εκάστοτε συγκυρίες τις εποχής, όπως οικονομικές κρίσεις (βλ. Ελλάδα 2010). Αυτή η δήλωση περιβάλλει μια ευρεία έννοια που μπορεί να περιγραφεί από τις λεγόμενες εξωτερικότητες της τουριστικής ανάπτυξης. Η γενικευμένη κρίση, τόσο σε οικονομικό- ποσοτικό, όσο και σε περιβαλλοντικό- ποιοτικό επίπεδο, έχει οδηγήσει σε κριτική και αλλαγή της αντίληψης για το μοντέλο ανάπτυξης του παρελθόντος, καθώς και για αυτό που πρέπει να υιοθετηθεί στο μέλλον. Η δυναμική πορεία του τουρισμού οδήγησε στη παγίωση διάφορων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης. Η ουσιαστική συγκρότηση και σταθερή λειτουργία κάθε προτύπου καθορίζεται από την αλληλεπίδραση της ζήτησης και της προσφοράς.

-Εναρμονισμός στα πρότυπα της βιώσιμης ανάπτυξης και προϋποθέσεις

Τα τελευταία έτη, η προσοχή έχει στραφεί από την αποκλειστική ποσοτική ανάπτυξη της τουριστικής ζήτησης, προς την ποιοτική αλλαγή της φύσης της ζήτησης. Οι θεματικές ενότητες που ακολουθούν αναθεωρούν, πρώτα, του κύριους οδηγούς ανάπτυξης και μετά εξετάζουν με περισσότερη λεπτομέρεια τις επιπτώσεις της αλλαγής της φύσης της παραγωγής και κατανάλωσης του τουρισμού.

Ο τουρισμός από την δεκαετία του '50 αποτελεί μοχλό ανάπτυξης πολλών περιοχών, είτε αυτές ανήκουν στον αναπτυγμένο, είτε στον αναπτυσσόμενο κόσμο. Σε περιοχές που δεν υστερούν σε φυσικούς ή πολιτισμικούς πόρους παρουσιάζεται σαν μια εύκολη αναπτυξιακή διέξοδος. Η άνευ όρων όμως παράδοση σε συνδυασμό με την απρογραμμάτιστη τουριστική δραστηριότητα, προκάλεσαν μια πληθώρα

αρνητικών επιπτώσεων, τόσο στους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους, όσο και στις οικονομίες και κοινωνίες των περιοχών υποδοχής σε όλες τις χωρικές κλίμακες.

Μπριασούλη 2000

Ο τουρισμός δεν μπορεί να αντιμετωπίζεται μεμονωμένα ως τομέας, αλλά ως μέρος ενός σύνθετου συστήματος άρρηκτα συνδεδεμένου με την εθνική και την τοπική οικονομία. Η λειτουργία των φυσικών οικοσυστημάτων, η διαφύλαξη των φυσικών και πολιτισμικών πόρων και ο σεβασμός στις αντιλήψεις και τις συνήθειες της τοπικής κοινωνίας θα πρέπει να είναι ένθετα στον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης. Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη είναι συνδεδεμένη με τον παγκόσμιο προβληματισμό για τα ηθικά προβλήματα που προκύπτουν από τη διαχείριση του περιβάλλοντος σε σχέση με τις ανάγκες της ανθρωπότητας

Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001

Τα κυριότερα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης που έχουν επικρατήσει στο σύγχρονο κόσμο είναι τα ακόλουθα:

- § Οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών θερινής ή χειμερινής περιόδου.
- § Ενταγμένο στο τοπικό αναπτυξιακό πλαίσιο, π.χ. αστικός τουρισμός, τουρισμός υπαίθρου.
- § Βιώσιμου τουρισμού με χρήση ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- § Τουριστικής ανάπτυξης σε θύλακες, π.χ. τουριστικά χωριά, θεματικά πάρκα.
- § Παραθεριστικό σε περιοχές με μεγάλο αριθμό διάφορων τύπων παραθεριστικών κατοικιών.
- § Εναλλακτικού τουρισμού με έμφαση σε μια ή περισσότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

«Από αυτά τα πρότυπα σε αυτό που τα γενικά του χαρακτηριστικά φαίνονται να προάγουν την ανάπτυξη της μορφής του πολιτιστικού τουρισμού είναι ο βιώσιμος τουρισμός.»

Η τουριστική ανάπτυξη είναι σημαντικό επίσης να λάβει υπόψιν στην οικονομική πρόοδο και την προστασία του πολιτισμού

2.5 Διάκριση των ρόλων της τουριστικής ανάπτυξης, από την διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς

2.5.1 Τουρισμός και ΔΠΚ

Στην προκειμένη μελέτη που γίνεται αναφορά παρακάτω εξετάζεται η φύση της σχέσης ανάμεσα στον τουρισμό και την διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς, στις εγκαταστάσεις του προορισμού του Χονγκ Κονγκ.

Στο παρελθόν, η σκοπιά θεώρησης διαμορφώνονταν μέσα από διαμάχες στην βάση των περισσότερων μελετών της σχέσης μεταξύ του τουρισμού και τομέων της οικονομίας. Τέλος πάντων ένα παράδειγμα διαμάχης ίσως να μην αποτελούσε το πιο κατάλληλο πλαίσιο εργασίας. Αντί αυτού, οι συγγραφείς περιγράφουν μια συνεχόμενη αντανακλαστική με διαφορετικά επίπεδα ωριμότητα ανάμεσα στους δύο τομείς. Επτά διαφορετικές σχέσεις αναγνωρίζονται. Όπου αυτές επηρεάζονται από πέντε παράγοντες άμβλυσης.

Ο τουρισμός και η διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς (ΔΠΚ) συχνά παρουσιάζουν μια άκομψη σχέση. Παραδοσιακά, η ΔΠΚ ήταν υπεύθυνη για την επίβλεψη και την διατήρηση των θεμάτων πολιτιστικής κληρονομιάς, ενώ η γενικότερη βάση του τουρισμού περιλάμβανε το ρόλο της ανάπτυξης και προώθησης του προϊόντος. Δυο αντίθετες οπτικές της φύσης της σχέσης έχουν διακηρυχτεί, οι οποίες αντανακλούν διαφορετικές εντάσεις της διχοτόμησης της συνεργασίας. Από τη μια πλευρά, ένας αριθμός ανθρώπων συνιστά ότι ο τουρισμός και η ΔΠΚ είναι ασύμβατες (Berry, 1994; Boniface, 1998; Jacobs & Gale, 1994; Jansen-Verbeke, 1998), και λόγω αυτής της ασυμβατότητας η διαμάχη είναι αναπόφευκτη. Ο τομέας του πολιτισμού διαφωνεί στο γεγονός ότι οι πολιτιστικές αξίες προορίζονται για εμπορικούς σκοπούς (Urry, 1990; Daniel, 1996; ICOMOS, 1999), ενώ οι υποστηρικτές του τουρισμού θεωρούν ότι όταν οι τουριστικές αξίες θέτονται σε κίνδυνο όταν μια διαχειριστική προσέγγιση αντιδρά σε κάθε «τουριστικοποίηση» επίδραση που αλλοίωσης (Hovinen, 1995; Fyall & Garrod, 1996). Ένα εναλλακτικό επιχειρήμα είναι ότι το μοίρασμα των πόρων δημιουργεί ευκαιρίες, όπου κοινές αναδυόμενες ωφέλειες δύναται να επιτευχθούν. Ο πολιτιστικός τουρισμός επανεισάγει τους ανθρώπους στις πολιτιστικές τους ρίζες (Donert & Light, 1996; McCarthy, 1994) και αναζωογονεί το ανθρώπινο ενδιαφέρον για την ιστορία και τον

πολιτισμό (Squire, 1996; Tourism Canada, 1991; WTO, nd). Ακόμα περισσότερο ο πολιτισμός ως τουριστικός πόρος μπορεί να λειτουργήσει ως ένα ισχυρό πλεονέκτημα στην διαμάχη για την διατήρηση των ιστορικοτήτων μιας περιοχής, της κουλτούρας, της θρησκείας και του βιομηχανικού- αγροτικού παρελθόντος.

Στη συνέχεια ερωτήματα εγείρονται σχετικά με την διαμάχη και αν κατά πόσο δύναται να ξεπεραστούν οι τριβές ή και να συνυπάρξουν μέσα από αυτές. Η συγκεκριμένη σχέση θα πρέπει να εξετάζει.

Την φύση της σχέσης των παραγόντων του τουρισμού και των παραγόντων των κοινωνιών, του φυσικού περιβάλλοντος των πολιτιστικών πόρων, που αποτελεί αντικείμενο μελέτης για πάνω από 30 χρόνια για τους ειδικούς. Η ανάπτυξη προστατευόμενων περιοχών σε συνδυασμό με την σημασία της διατηρησιμότητας του περιβάλλοντος και την αειφορία αποτελεί δημοφιλή θέμα. Πρόσφατα το ενδιαφέρον στράφηκε στην σχέση του πολιτισμού και της κοινωνίας με τον τουρισμό.

Καθώς η θεωρία των αντιθέσεων έχει τα πλεονεκτήματα της, αποτελείται επίσης και από έναν αριθμό αδυναμιών και περιορισμένης εφαρμοστικότητας στην μελέτη του πολιτιστικού τουρισμού. Η θεωρία των συγκρούσεων βρίσκει περισσότερη εφαρμοστικότητα σε δυναμικές καταστάσεις όπου η φύση των αλληλεπιδράσεων ανάμεσα στους «έχοντες» αλλάζει ριζικά. Όπως και να έχει, η ενδεχόμενη διαμάχη ίσως να έχει λυθεί ή να μην υπάρχει σε σταθερά περιβάλλοντα. Η διαμάχη περιέχει ένα σενάριο όπου μια εξελισσόμενη σχέση εισάγεται μέσα από μια αλλαγή που λαμβάνει χώρα. Όπου όμως δεν πραγματοποιείτε αλλαγή η κατάσταση δεν αλλάζει καθώς επίσης, η σχέση αυτή αναπτύσσεται σε κράτη με σταθερότητα. *Είναι άραγε αυτή η αλλαγή η αναγκαιότητα για οικονομικά οφέλη και πρόσοδο;

Για την ανάλυση της μεθόδου έρευνας αναλύεται το καθεστώς λειτουργίας των μνημείων. Οι πληροφορίες που παρουσιάζονται από τους οδηγούς για τα εν λόγω μνημεία στους επισκέπτες. Σημαντικότητα από τουριστικής άποψης. Δράσεις προώθησης.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας προέκυψαν επτά σενάρια σχέσης που αφορούν την ΔΚΠ και τον τουρισμό «Άρνησης» «Μη πραγματοποιήσιμων

προσδοκιών» «Παράλληλης ύπαρξης» «Διαμάχης» «Επιβαλλόμενης συνδιαχείρισης» «Συνεργασίας» και «Διασταυρούμενων σκοπών».

Το συγκεκριμένο γραπτό τοποθετεί επτά σενάρια που θα μπορούσαν να υπάρχουν ανάμεσα στον τουρισμό και την ΔΚΠ, σε εδραιωμένους αστικούς πολιτιστικούς τουριστικούς προορισμούς. Καθώς η μελέτη διαφέρει από με άλλες με προσανατολισμό σε ταχεία αναδύμενους προορισμούς. Από τα επτά σενάρια που διαπιστώθηκαν, τα έξι ταιριάζουν ευπρεπώς ανάμεσα στην αγορά, ενώ το έβδομο αντιπροσωπεύει μια μη ομαλή σχέση.

Άλλες τάσεις μελετών δε, υποστηρίζουν τα εξής:

2.5.2 Συνύπαρξη και επίδραση του τουρισμού στην πολιτιστική κληρονομιά

Ο πολιτισμός έχει ανάγκη από τα έσοδα του τουρισμού τα οποία είναι και τα μόνα για μερικούς τομείς όπως η πολιτιστική κληρονομιά. Όλες οι τουριστικές δραστηριότητες δεν έχουν πολιτιστική πλευρά, αλλά και μερικές πλευρές του πολιτισμού δεν είναι αξιοποιήσιμες τουριστικά. Οι κόσμοι του τουρισμού και του πολιτισμού προσεγγίζουν από διαφορετική σκοπιά. Οι δυο τομείς συχνά έχουν διαφορετικές ευαισθησίες, στόχους, σχεδιασμούς, αποφάσεις διαχείρισης και προσεγγίσεις για το περιεχόμενο και τη βελτίωση των πωλήσεων των προϊόντων τους. Σημαντικός αριθμός καλλιτεχνών ασχολείται παράλληλα με την τέχνη με τον επιχειρηματικό και εμπορικό χώρο, συχνά προωθώντας τα προϊόντα της τέχνης για βιοπορισμό. Ο τουρισμός χρειάζεται τον πολιτισμό και το αντίστροφο. Η σχέση ανάμεσα στην διαχείριση του τουρισμού και του πολιτισμού είναι διαλεκτική (McKercher et al., 2005). Από την μια, οι πολιτιστικές αξίες ίσως να εμπορευματοποιούνται και να διαφθείρονται για χάρη της «τουριστικοποίησης» των πολιτιστικών χώρων (Daniel, 1996; Urry, 1990)— η αποκλιμάκωση των πολιτιστικών αξιών θα επηρεάσει αρνητικά την επιρροή των τουριστικών αξιών διαμορφώνοντας έναν φαύλο κύκλο (Garrod & Fyall, 2000). Από τη άλλη αμφισβητείται ότι οι κοινοί πόροι δημιουργούν ευκαιρίες συνεργασίας, από τις οποίες κοινές ωφελείες μπορούν να επιτευχθούν. Ο πολιτισμός επανεισάγει τους ανθρώπους στις πολιτιστικές τους ρίζες και τους βοηθάει να ταυτιστούν (Donert & Light, 1996; McCarthy, 1994), εντωμεταξύ ο τουρισμός είναι μια πηγή χρηματοδότησης για την συντήρηση και

διατήρηση των πολιτιστικών μνημείων. Οι διευθυντές των πολιτιστικών μνημείων βρίσκονται αντιμέτωποι με την πρόκληση της συμβιβαστικής λύσης για των στόχων της διατήρηση με οικονομικοί και δημόσια πρόσβαση περιορισμένη στην ασφαλή διατηρησιμότητα (Garrod & Fyall, 2000).

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι καταρχάς ο τουρισμός επιδρά στην πολιτιστική κληρονομιά με ισχυρό τρόπο. Ευαίσθητες τοποθεσίες όπως τα σπήλαια για παράδειγμα δεν μπορούν να δεχτούν την πλημμυρίδα των τουριστών δίχως να υποστούν ανεπανόρθωτες αλλαγές στην δομή τους.

Ανάλογη επίδραση έχει και στο ευρύτερο πολιτιστικό πλαίσιο μιας χώρας. Στην οποία η αυξημένη ζήτηση μπορεί να μετατρέψει την λαϊκή τέχνη σε βιομηχανία σουβενίρ. Ξένα πολιτιστικά στοιχεία μπορεί να επιδράσουν και να δημιουργήσουν νέες μορφές που εκτοπίζουν τις ιδιαιτερότητες που συντελούν στην ταυτότητα κάθε τόπου.

Κριτική σχετικά με την επίδραση του τουρισμού στον πολιτισμό της τοπικής κοινωνίας

Αρκετοί, βλέπουν τον τουρισμό ως μια διαδικασία εμπορευματοποίησης του πολιτισμού, η οποία καπηλεύεται την αυθεντικότητα και τον πολιτισμό του τόπου. Ο τουρισμός εμπορεύεται τον πολιτισμό, αυτός φαίνεται να προσαρμόζεται στις ανάγκες των τουριστών. Οι ανθρωπολογικές απόψεις όπως τονίζει ο Pereiro έχουν αναπτύξει διάφορες απόψεις από τις οπτιμιστικές παρουσιαζόμενες στα 1960^a στις πιο κριτικές απόψεις (De Kadt, 1978) σε πιο προσαρμοστικές μεθόδους υιοθετούμενες στα 1980^a -90^a όπου έμφαση δίνεται στην ικανότητα των τοπικών κοινωνιών να χρησιμοποιούν τον τουρισμό για τις δικές τους ανάγκες.

William C. Gartner 2001

Για την επίτευξη μιας βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης οι παράμετροι που θα πρέπει να ακολουθηθούν είναι έξης:

- § Σχεδιασμός εξειδικευμένος με στόχο την ισόρροπη ανάπτυξη μεταξύ κοινωνίας, οικονομίας και περιβάλλοντος.
- § Ενίσχυση όλων των μέτρων (έρευνα, εκπαίδευση, μάρκετινγκ κ.α.) που συμβάλουν στις διαδικασίες ανατροφοδότησης της ανάπτυξης.

- § Καθιέρωση ειδικού θεσμικού πλαισίου προώθησης των διαδικασιών βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και της τοπικής συμμετοχής-πρωτοβουλίας.
- § Προώθηση μέτρων και πολιτικών που συμβάλουν στην προστασία και την ανάδειξη του τοπικού φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος.
- § Χρήση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως βασικού άξονα για την τοπική ανάπτυξη.

Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001

Στην ουσία ο στόχος δεν είναι η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη αλλά η αειφόρος ανάπτυξη γενικά.

Επομένως, η αξιοποίηση δεν πρέπει να έχει ως αποτέλεσμα την κατανάλωση των πολιτιστικών πόρων, αλλά πρέπει να στοχεύει στη διατήρηση και την ανάδειξη τους με τη δημιουργία υψηλής προστιθέμενης αξίας. Μέσω ενσωμάτωσης των υψηλής ποιότητας υπηρεσίες και προσεκτικό σχεδιασμό. Άλλωστε η πρόκληση για τον 21^ο αιώνα είναι η εφαρμογή της πολιτικής της αειφορίας στην περιφέρεια, δηλαδή της σταθερής αναπτυξιακής πορείας που να επιτρέπει τη διατήρηση της φυσιογνωμίας (ποικιλομορφία) και των χαρακτηριστικών τους (μικρή κλίμακα) σε βάθος χρόνου, προσελκύοντας έναν σταθερό μόνιμο πληθυσμό.

Ο τουρισμός αναπτύσσεται συχνά σε ευαίσθητα περιβάλλοντα, όπως σε μικρά νησιά, παράκτιες περιοχές, ορεινά και αλπικά εδάφη και περιοχές πολιτιστικού ιστορικού και αρχαιολογικού ενδιαφέροντος. Τα υπερκαταναλωτικά πρότυπα, χαρακτηριστικά του δυτικού ανθρώπου, ως τουρίστα μπορούν να οδηγήσουν σε αλλοιώσεις. Στο παρελθόν πολλές κυβερνήσεις και υπεύθυνοι για την ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών δεν έδωσαν την απαραίτητη σημασία στα περιβαλλοντολογικά ζητήματα. Πρόσφατα διαπιστώθηκε ότι ο τουρισμός και το περιβάλλον είναι αλληλένδετα και αδιάσπαστα. Έκτοτε έχουν αρχίσει να καταβάλλονται προσπάθειες διασφάλισης της προστασίας του. Οι σύγχρονοι τουρίστες έχουν γίνει περισσότερο απαιτητικοί, για ζητήματα που αφορούν το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον είναι πρόθυμοι να πληρώσουν υψηλότερα ποσά.

Παρακάτω πραγματοποιείται μια συνοπτική παρουσίαση της διπολικής προσέγγιση της επίδρασης του τουρισμού σε διάφορους τομείς, όπως το φυσικό περιβάλλον, το ανθρωπογενές και το κοινωνικό- πολιτισμικό. Σκοπό αποτελεί η

κατανόηση της φύσης τουρισμού και των τομέων οι οποίοι είναι και άρρηκτα συνδεδεμένοι με τον τουρισμό, όπως γίνεται κατανοητό από τα προαναφερόμενα.

2.5.3 Διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς

Η διοίκηση της πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί να ταλαντευθεί ανάμεσα, στις προϋποθέσεις για την προστασία και διατήρηση και την οικονομική ανάπτυξη. Από την μια πλευρά ιστορικές πηγές μπορούν να επανδρώνονται με σκοπό να εξυπηρετήσουν οικονομική ανάπτυξη μέσω του τουρισμού. Από την άλλη, εμπορικές δράσεις δύνανται να προκαλέσουν φυσικές φθορές λόγω της τουριστικής χρήσης μέσω της τυποποίησης την οποία υπόκεινται και να κοινοποίηση αυτού ως συνηθισμένου. Όμως στην σύγχρονη πραγματικότητα δράσεις διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς, μπορεί να καταδικάσει ένα μέρος σε οικονομική υπανάπτυξη. Βέβαια η εμπορική χρήση των πόρων της πολιτιστικής κληρονομιάς μπορούν να της εξασφαλίσουν την χρηματοδότηση που απαιτείτε για την προστασία αυτής.

Δεδομένης της σημασίας του πολιτιστικού τουρισμού ως ένα οικονομικό και πολιτικό προϊόν, η ακαδημαϊκή μελέτη δεν έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα για να προσφέρει τις συνθήκες που απαιτούνται για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας των τόπων πολιτιστικής αξίας.

Μέσα από έρευνα που πραγματοποιήθηκε για την ανάπτυξη πολιτιστικών τόπων παγκόσμιας σημασίας στην Κίνα, από γεωγραφική σκοπιά, τρεις ήταν κύριοι παράγοντες που φάνηκε να επηρεάζουν την προστασία των σημείων ενδιαφέροντος από άποψης πολιτιστικής κληρονομιάς: Η πληθυσμιακή πίεση, αναπτυξιακές επιλογές και έλλειψη οικονομικής στήριξης.

2.6 Φυσικό περιβάλλον

Τα εισοδήματα που εισέρχονται στην τοπική οικονομία αρχικά, ωφελούν με τη συμβολή τους στον καθαρισμό και στον έλεγχο της ατμοσφαιρικής ρύπανσης. Τα χρήματα επίσης που συγκεντρώνονται από τα εισιτήρια εισόδου σε εθνικά πάρκα, μουσεία, ζωολογικούς κήπους και αρχαιολογικούς χώρους βοηθούν στην κάλυψη των δαπανών για τη συντήρηση τους. Στην συνέχεια ο αντίκτυπος που δημιουργείται από την μετακίνηση του τουρίστα μπορεί να βλάψει. Ο βαθμός των επιπτώσεων αυτών

Ο Πολιτιστικός Τουρισμός ως όχημα Ανάπτυξης

εξαρτάται από το μέσο μετακίνησης που χρησιμοποιείται. Οι απαιτήσεις του σύγχρονου τουρίστα για ενέργεια και νερό είναι υψηλές, καθώς και οι πόροι που χρησιμοποιούνται για παροχή θερμότητας, κλιματισμού, φωτισμού, τροφίμων, πόσιμου νερού, κ.λπ. Η αλόγιστη χρήση των φυσικών πόρων από τον τουρισμό μπορεί να καταστρέψει ακόμη και την οικολογική ισορροπία μιας περιοχής. Η ρύπανση της θάλασσας, που είναι ένας από τους καθοριστικούς παράγοντες επηρεασμού της τουριστικής ζήτησης. Από τα ακατέργαστα λύματα των ξενοδοχείων προκαλείται δυσάρεσκη των τουριστών. Ως αποτέλεσμα της ανεξέλεγκτης τουριστικής ανάπτυξης η χλωρίδα και η πανίδα μιας περιοχής μπορεί να μειωθεί ή και να εξαφανισθεί. Παρά τις αρνητικές επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο περιβάλλον υποστηρίζεται ότι οι ζημιές που προκαλεί είναι λιγότερο σημαντικές με αυτές της βαριάς βιομηχανίας (WTO 1983).

Ο τουρισμός έχει τη δυνατότητα να προσφέρει σ' έναν προορισμό μία φυσική διέξοδο οικονομικής ανάπτυξης. Παρακάτω παρουσιάζονται στοιχεία που αφορούν τις επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον με την έλευση της ανάπτυξη του τουρισμού, στο νησί της Κρήτης

2.6.1 Μελέτη περίπτωσης: Κρήτη

Παρατίθεται από απόσπασμα ομιλίας της 20^{ης} Σεπτεμβρίου 2008 του κ. Π. Ινιωτάκη πρόεδρου της Δ.Ε. ΤΕΕ/ΤΑΚ σε ημερίδα με θέμα: «Τι μέλλον για τον τουρισμό στην Ίο». Την οποία διοργάνωση η Ελληνική Εταιρεία Περιβάλλοντος και Πολιτισμού στο πλαίσιο του προγράμματος Αειφόρο Αιγαίο.

Η οικονομία της Κρήτης αναπτύσσεται διαχρονικά με γρήγορους ρυθμούς και το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της Κρήτης συμμετέχει στο ΑΕΠ της χώρας με αυξανόμενα ποσοστά. Ο τριτογενής τομέας στην Κρήτη είναι ο πιο έντονα αναπτυσσόμενος κλάδος με ουσιαστική συμβολή στη διαμόρφωση του ακαθάριστου Περιφερειακού Προϊόντος. Ο τουρισμός συμμετέχει σ' αυτό με 22% και ενισχύει την απασχόληση με ποσοστό που προσεγγίζει το 12% του εργατικού δυναμικού.

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΚΛΙΝΕΣ - 2003									
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ									
ΝΟΜΟΣ	ΑΑ	Α	Β	Γ	Δ	Ε	ΣΥΝΟΛΟ	% Συν. ΚΡΗΤΗΣ	% Συν. ΕΛΛΑΔΟΣ
ΧΑΝΙΩΝ	0	2.859	6.513	13.630	2.887	724	24.126	19,33%	3,84%
% Συν. Χανίων	0,00%	11,85%	27,00%	56,50%	3,00%	1,66%			
ΡΕΘΥΜΝΗΣ	318	8.010	8.134	8.192	651	38	25.343	20,31%	4,03%
% Συν. Ρεθύμνης	1,25%	31,61%	32,10%	32,32%	2,57%	0,15%			
ΥΠΟΣΥΝ. ΔΥΤ. ΚΡΗΤΗ	318	10.869	14.647	21.822	1.375	438	49.469	39,64%	7,88%
% ΣΥΝ. ΔΥΤ. ΚΡΗΤΗΣ	0,64%	21,97%	29,61%	44,11%	2,78%	0,69%	100,00%		
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	6.824	22.705	10.833	11.951	1.689	807	54.809	43,92%	8,73%
% Συν. Ηρακλ.	12,45%	41,43%	19,77%	21,80%	3,08%	1,47%			
ΛΑΣΙΘΙΟΥ	2.904	6.809	3.766	6.200	615	212	20.506	16,43%	3,26%
% Συν. Λασιθίου	14,16%	33,20%	18,37%	30,24%	3,00%	1,03%	100,00%		
ΥΠΟΣΥΝ. ΑΝΑΤ. ΚΡΗΤΗΣ	9.728	29.514	14.599	18.151	2.304	1.019	75.315		11,99%
% ΣΥΝ. ΑΝΑΤ. ΚΡΗΤΗΣ	12,92%	39,19%	19,38%	24,10%	3,06%	1,35%	100,00%		
ΣΥΝ. ΚΡΗΤΗΣ	10.046	40.383	29.246	39.973	3.679	1.457	124.784		19,86%
% ΣΥΝ. ΚΡΗΤΗΣ	8,05%	32,36%	23,44%	32,03%	2,95%	1,17%	100,00%		
ΣΥΝ. ΕΛΛΑΔΟΣ	40.322	161.909	149.517	221.336	39.006	16.080	628.170		
% ΣΥΝ. ΕΛΛΑΔΟΣ	6,42%	25,77%	23,80%	35,24%	6,21%	2,56%	100,00%		

Ξενοδοχειακό Δυναμικό, κλίνες 2003

Η Κρήτη διαθέτει μια τεράστια ποικιλία χαρακτηριστικών, τα οποία πηγάζουν από:

- § τη γεωγραφική της θέση,
- § το ήπιο κλίμα,
- § το φυσικό περιβάλλον και
- § το πλούσιο ιστορικό και πολιτιστικό απόθεμα,

στοιχεία που αποτελούν αξιόλογο τουριστικό πόρο και συνθέτουν το κρητικό τουριστικό προϊόν.

Σήμερα όμως, η τουριστική βιομηχανία είναι μαζικοποιημένη και εμφανίζει έντονα χαρακτηριστικά εποχικότητας και εξάρτησης από πολλούς εξωτερικούς παράγοντες ενώ εκμεταλλεύεται ελάχιστα από τα ιδιαίτερα αυτά χαρακτηριστικά του νησιού. Επιπλέον, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια παρατηρείται έντονα το φαινόμενο της υποβάθμισης του περιβάλλοντος κάτι που έχει άμεση επίπτωση και στην τουριστική ανάπτυξη. Παράλληλα, το ελλιπές νομοθετικό πλαίσιο, οι ατελείς προδιαγραφές και τα περιορισμένα κονδύλια οδήγησαν μαζί με την κατασπατάληση πολύτιμων φυσικών πόρων, στην οικοδόμηση του τουρισμού επάνω σε «κινούμενη

άμμο». Πρόκειται για ένα φαύλο κύκλο που πρέπει να σταματήσει, αυτό σχηματικά εκφράζεται ως εξής:

ΥΠΟΒΑΘΜΙΣΗ ΤΟΥ ΦΥΣΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ
ΠΑΡΑΛΛΗΛΑ ΜΕ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ

 ΠΤΩΣΗ ΤΙΜΩΝ



ΠΟΛΛΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΧΑΜΗΛΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ
ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΩΝ



ΜΕΙΩΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗ ΔΑΠΑΝΗΣ



ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ



ΝΕΑ ΥΠΟΒΑΘΜΙΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ



ΝΕΑ ΠΤΩΣΗ ΤΙΜΩΝ

Η εμπειρία μας στην Ανατολική Κρήτη όσον αφορά την εξέταση της κρίσιμης σχέσης τουρισμού και περιβάλλοντος δεν μπορούμε να πούμε ότι έχει μεγάλη προϊστορία:

- Η πρώτη μελέτη για την τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης στις αρχές της δεκαετίας του 1960 του FRANK BASIL, της οποίας φωτογραφικό υλικό παρουσιάζεται στη συνέχεια, εκτιμάτε ότι είχε ως στόχο να προσδιορίσει τις περιοχές εκείνες που συγκέντρωναν όλα εκείνα φυσικά, κλιματολογικά και χωροταξικά πλεονεκτήματα, ώστε να μπορέσουν να αποτελέσουν πόλους τουριστικής ανάπτυξης.

- Το 1965 αρχίζει να εκπονείται το Ρυθμιστικό Σχέδιο του Α. Προβελέγγιου όπου γίνεται η πρώτη προσπάθεια χωρικής οργάνωσης κυρίως των αστικών κέντρων που όμως ποτέ δεν θεσμοθετήθηκε.
- Στα τέλη της δεκαετίας του 1970 εκπονείται το Ρυθμιστικό Σχέδιο του Αρχιτέκτονα Μηχανικού Π. Λουκάκη το οποίο εν μέρει θεσμοθετήθηκε αλλά δεν εξειδικεύτηκε, γεγονός που δημιουργεί πολλά προβλήματα.
- Η νέα φιλοσοφία της δεκαετίας του 1980 προσανατολίζεται σε μια ισόρροπη σχέση των στόχων της οικονομικής ανάπτυξης και της προστασίας του περιβάλλοντος ή όπως έχει επικρατήσει ως πολιτική της αειφόρου ανάπτυξης, ωστόσο όμως μέχρι και σήμερα η πολιτική αυτή έχει μείνει στη θεωρία και όχι στην πράξη.

Σήμερα υπολογίζεται ότι το 16% των παραλιών της Μεσογείου είναι ήδη χτισμένο και αν συνεχιστεί η ίδια τάση το 50% των ακτών της Μεσογείου θα έχει χτιστεί ως το 2025, σύμφωνα με εκτιμήσεις του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Περιβάλλοντος και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Μάλια, 1964 και σήμερα

Στο σημείο αυτό θα ήθελα να σας παρουσιάσω εικόνες , όπως σας ανέφερα παραπάνω από την μελέτη του FRANK BASIL, όσον αφορά στις επιπτώσεις της οικιστικής ανάπτυξης των βόρειων ακτών της Ανατολικής Κρήτης στο φυσικό περιβάλλον. Στο Ηράκλειο ενδεικτικά να σας αναφέρω ότι είναι συγκεντρωμένο το 80 % των τουριστικών δραστηριοτήτων. Όπως λοιπόν είναι φανερό θα πρέπει να σταματήσει αυτή η στρεβλή θα λέγαμε ανάπτυξη όσο είναι καιρός, καθώς η εξάντληση των φυσικών πόρων και η επιβάρυνση του περιβάλλοντος πολύ γρήγορα θα μας οδηγήσουν σε καταστάσεις μη αναστρέψιμες.



Παλιόχωρα 1964 και σήμερα



Αγία Γαλήνη, 1964 και σήμερα



Αγία Πελαγία, 1964 και σήμερα



Παραλία Φόδελε, 1964 και σήμερα



Η Κρήτη εξακολουθεί να είναι ένας από τους κυριότερους τουριστικούς προορισμούς της χώρας και ανταγωνιστική διεθνώς, αφού παρέχει υψηλού επιπέδου τουριστικό προϊόν. Παράλληλα έχει όλες τις δυνατότητες για να αναπτύξει νέες μορφές τουρισμού (εναλλακτικός, θεματικός, Ιατρικός κ.ά.) και να διευρύνει χωρικά και χρονικά την κατανομή της τουριστικής βιομηχανίας, στηρίζοντας με τον τρόπο αυτό και τους άλλους παραγωγικούς τομείς της περιφέρειας. Τα περιθώρια ανάπτυξης του Κρητικού Τουρισμού υπάρχουν και θα εξαρτηθούν από το ρυθμό προσαρμογής του στις απαιτήσεις της αγοράς, αναβαθμίζοντας και εμπλουτίζοντας το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν. Η Κρήτη αξιοποιώντας τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα (πολιτιστικό απόθεμα, φυσικό περιβάλλον, καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό, υποδομές υγείας, ερευνητική και εκπαιδευτική υποδομή) μπορεί να ανταποκριθεί στην ολοένα αυξανόμενη ζήτηση σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως αθλητικού-προπονητικού, συνεδριακού, αγροτικού, πολιτιστικού, φυσιολατρικού, τουρισμού υγείας και άλλων μορφών θεματικού τουρισμού.

- Πρέπει να διασυνδεθεί ο τουρισμός με τους άλλους παραγωγικούς τομείς της Περιφέρειας και να επεκταθεί η τουριστική βιομηχανία χρονικά και χωρικά στηρίζοντας την ενδοχώρα και αμβλύνοντας τις αντιθέσεις μεταξύ βόρειου παραλιακού μετώπου και υπόλοιπης Κρήτης
- Πρέπει να ενισχυθούν οι επενδύσεις για την προώθηση των θεματικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού και ειδικά των νέων μορφών τουρισμού υγείας, αθλητικού -προπονητικού και αγροτουρισμού, με προτεραιότητα την ενδοχώρα και βασική προϋπόθεση το σεβασμό στο περιβάλλον.
- Πρέπει να γίνει σωστή προώθηση της πιστοποίησης ποιοτικών κρητικών προϊόντων και προβολή της κρητικής διατροφής.

Τη μεγαλύτερη ευθύνη για την επίτευξη των παραπάνω στόχων την έχει η κυβέρνηση, η οποία τα τελευταία χρόνια όχι μόνο δεν βοηθά και δεν προωθεί την ανάπτυξη, αλλά με τις πολιτικές επιλογές της θα λέγαμε ότι παρεμποδίζει την αιεφόρο ανάπτυξη της χώρας με χαρακτηριστικό παράδειγμα το Ειδικό Χωροταξικό πλαίσιο για τον Τουρισμό.

2.7 Ανθρωπογενές περιβάλλον.

Ο τουρισμός μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένα σημαντικό μέσο για την διατήρηση του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος. Ιστορικές τοποθεσίες, μνημεία και διάφορα κτίρια αποτελούν πόλους έλξης για τους επισκέπτες (εικόνες). Σε αρκετές περιπτώσεις ο τουρισμός υποκινεί την διατήρηση και αναπαλαίωση τους. Πολλά από τα αξιοθέατα δεν θα είχαν επιζήσει χωρίς τη συμβολή του τουρισμού. Ερευνητές αναφέρονται στις θετικές επιπτώσεις του τουρισμού στο ανθρωπογενές περιβάλλον. Οι Archer & Cooper (1998), Kendal & Var (1984), (1988) Papadopoulos (1988) και Travis (1982) εξιστορούν τις ακόλουθες θετικές συνέπειες που συνεισφέρουν στην καλύτερευση της ζωής των ντόπιων: καλύτερες ευκαιρίες αναψυχής και ψυχαγωγίας, μεγαλύτερες δυνατότητες για την αγορά καταναλωτικών αγαθών, καλύτερη ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, μεγαλύτερη προσοχή στην προστασία ιστορικών μνημείων και βελτίωση των μέσων επικοινωνίας και μεταφοράς. Εκτός από τις θετικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο δομημένο περιβάλλον ο τουρισμός φέρνει και αρκετές αρνητικές επιπτώσεις. Η κατασκευή ξενοδοχειακών συγκροτημάτων αναψυχής οδηγεί σε οπτική ακαλαισθησία και σε καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος. Σε περιόδους αιχμής τα συστήματα ύδρευσης και της συγκομιδής λυμάτων δεν είναι ικανά να ανταπεξέλθουν στις αυξημένες ανάγκες. Τα οδικά δίκτυα επίσης. Περιπτώσεις προσπελασιμότητας των ντόπιων στην πατρική τους γη. Παραδείγματα ξενοδοχείων στη Μεσόγειο εμποδίζουν την πρόσβαση στην ακτή και στη θάλασσα γιατί αυτό επιτρέπεται μόνο στους πελάτες τους. Σε τέτοιες περιπτώσεις εκφράζονται άμεσες διαμαρτυρίες από τον ντόπιο πληθυσμό.

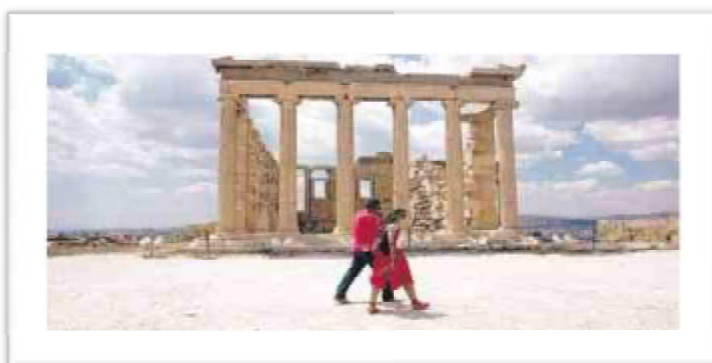
Ο μαζικός τουρισμός όπως αναπτύσσεται προκαλεί έλλειψη σχεδιασμού χρήσης γης, αυθαίρετη δόμηση, ανεπαρκή διαχείριση των απορριμμάτων και ελλείψεις στην υποδομή, ενώ οι επενδύσεις χαρακτηρίζονται από χαμηλού επιπέδου προδιαγραφών.

2.7.1 Κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού

Αρκετές μελέτες του κλάδου συμφωνούν ότι για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού απαιτείται η συμβολή της τοπικής κοινωνίας. Στοιχεία επίσης από επιστημονικά άρθρα υποστηρίζουν ότι ο πολιτιστικός τουρισμός είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με τους ανθρώπους, το τοπίο και την κουλτούρα ζωής του τόπου.

Ο τουρισμός επιδρά στον πολιτισμό της χώρας, με φαινόμενα όπως. Άνθηση – μη συμμετοχή των ντόπιων, αρκετές μελέτες έχουν συμπεράνει ότι ο τουρισμός αποτελεί μέσο ενθάρρυνσης και οικονομικής ώθησης των πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Παραδοσιακοί χοροί, η μουσική και το θέατρο βρίσκει μια έξτρα χρηματοδότηση για την λειτουργία τους από τους θερινούς μήνες. Ο τουρισμός αποτελεί ερέθισμα για τη διατήρηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς. Η διατήρηση του περιβάλλοντος και της μνημειακής αρχιτεκτονικής προσελκύει τουρίστες και συνεπώς βοηθάει την οικονομία. (εικόνα)

Στην βιβλιογραφία εκφράζεται συχνά η άποψη ότι ο τουρισμός είναι υπεύθυνος για



πολιτιστική ρύπανση (εικόνα), αφού ένα μεγάλο μέρος των τουριστών ενδιαφέρεται ως επί το πλείστον για το εξωτικό παρά για το αυθεντικό. Οι τουριστικοί

προορισμοί προσφέρουν τη μέγιστη ποικιλία στην ψυχαγωγία, αναδιαμορφώνοντας τις πολιτιστικές τους δραστηριότητες και οι κάτοικοι προσφέρουν αυτό που ενδιαφέρει τους τουρίστες εφόσον αυτοί είναι που πληρώνουν.

Η συστηματική μεθοδολογία τονίζει ότι το αντικείμενο της μελέτης πρέπει να υποβάλλεται σε επιστημονική έρευνα, πάντοτε, ως ενιαίο και αδιαίρετο σύνολο.

2.7.2 Επικοινωνία ντόπιου τουρίστα

Τις τελευταίες δεκαετίες οι περισσότερες κυβερνήσεις, κατανοούν ότι για την ανάπτυξη του τουρισμού και των οικονομικών ωφελειών απαιτούνται ανταλλάγματα. Στο φυσικό τους, περιβάλλον στον πολιτισμό και την κοινωνία τους. Όταν ο αριθμός αυξηθεί σε μέγεθος, προκαλούνται αμετάκλητες αλλοιώσεις στις κοινωνικές δομές, τις αξίες και τις παραδόσεις (Jenkins 1997, Murphy 1985, Pizam, Reichel & Shieth

1982). Ο de Kadt (1979) αναφέρει τα βασικά είδη επικοινωνίας που εκδηλώνονται συνήθως μεταξύ ντόπιου και τουρίστα:

- Ο τουρίστας αγοράζει κάποιο αγαθό ή υπηρεσία από κάποιο ντόπιο.
- Ο τουρίστας και κάποιος κάτοικος βρίσκονται δίπλα- δίπλα, παραδείγματος χάριν, σε μια αμμώδη παραλία ή σε κάποιο νυχτερινό κέντρο.
- Τα δύο συμβαλλόμενα έρχονται πρόσωπο με πρόσωπο κατά την ανταλλαγή πληροφοριών.

Η βασική μορφή αυτή επικοινωνίας εκδηλώνει μια επιφανειακή σχέση που δημιουργείται. Από την οποία δύναται να προκύψουν θετικές όσο και αρνητικές αλληλεπιδράσεις. Οι αλληλεπιδράσεις αυτές έχουν τις θετικές αλλά και αρνητικές τους πτυχές. Μελέτες παρουσιάζουν τον τουρισμό ως ένα σημαντικό παράγοντα για τη βελτίωση της διεθνούς κατανόησης. Ο τουρισμός επίσης υποστηρίζεται ότι συμβάλει στη διεθνή ειρήνη και κατανόηση. Ακόμα περισσότερο στην ανάπτυξη της κατανόησης μεταξύ των ανθρώπων και στην καλύτερευση των προτύπων διαβίωσης καλύτερα από οποιαδήποτε άλλη οικονομική δύναμη. Υπάρχουν περιπτώσεις όπου οι τουρίστες έρχονται σε επαφή με τους τοπικούς τρόπους ζωής και μαθαίνουν κάτι από την γλώσσα του ντόπιου πληθυσμού, κινήσεις που συμβάλλουν στον αμοιβαίο σεβασμό.

Η τουριστική ανάπτυξη δημιούργησε νέες θέσεις εργασίας για τους κατοίκους μειώνοντας τη μετανάστευση της νέας γενιάς. Συμβάλλοντας έτσι, θεαματικά στη δημογραφική αναγέννηση των πληθυσμών της υπαίθρου και των νησιώτικων περιοχών. Οι νέες ευκαιρίες απασχόλησης δύνανται να διαστρεβλώσουν τη δημογραφική δομή των κοινωνιών μιας περιοχής. Η γοητεία που πολλές φορές προσφέρει η απασχόληση στον τουρισμό προσελκύει διάφορα άτομα, συνήθως νεότερης ηλικίας, τα οποία εγκαταλείπουν τις αγροτικές εργασίες. Με αποτέλεσμα η αγροτική παραγωγή να ελαττωθεί σημαντικά λόγω της μετακίνησης του εργατικού δυναμικού προς τη τουριστική βιομηχανία. Η απασχόληση των νέων στον τουρισμό έχει αφαιρέσει την ισχύ από τα παραδοσιακά γηραιότερα μέλη της οικογένειας, διαταράσσοντας την πολιτική δομή και τη θέση των ατόμων στην κοινωνία. Οι νέες ευκαιρίες απασχόλησης δίνουν τη δυνατότητα για οικονομική αυτονομία πολλών γυναικών, που καταφέρνουν να αποκτήσουν την ανεξαρτησία και τον έλεγχο του οικογενειακού περιβάλλοντος. Ο τουρισμός δημιουργεί πληθωριστικές τάσεις από

την αυξημένη ζήτηση στα αγαθά και τις υπηρεσίες και τις πιέσεις στις τιμές γης, αυξάνοντας το κόστος ζωής για τους ντόπιους, ιδιαίτερα σε περιοχές μαζικής τουριστικής ανάπτυξης. Κατηγορείται επίσης ότι καταστρέφει τις πολιτιστικές και κοινωνικές συνήθειες. Ενδεικτικά τα πρότυπα κατανάλωσης και συμπεριφοράς των τουριστών πείθουν πολύ συχνά τους ντόπιους κάτοικους και ιδιαίτερα τους νέους να υιοθετήσουν τον τρόπο ζωής των εισερχόμενων τουριστών. Πάραυτα είναι δύσκολο να μελετηθεί η επίδραση του τουρισμού στη ζωή των ντόπιων κατοίκων, αφού υπάρχουν άλλες δυνάμεις κοινωνικής αλλαγής, όπως τα μέσα μαζικής επικοινωνίας.

Μια νέα προσέγγιση για τον τουριστικό σχεδιασμό απαιτείται για την εξομάλυνση των απρόσκοπτων συνεπειών στην συνύπαρξη του τουρισμού και την υγιή διατήρηση των κοινωνικών οντοτήτων και πολιτιστικών στοιχείων σε περιφέρειες που δέχονται την τουριστική ανάπτυξη.

- Έ Πρώτα, η αναπτυξιακή του τουρισμού και οι τοπικές υπηρεσίες μπορούν να δεσμεύονται και να ακούνε τις τοπικές κοινωνίες.
- Έ Στη συνέχεια θα πρέπει να αυξάνεται η τοπική συμμετοχή και πρόσβαση στο κεφάλαιο, με μεμονωμένα μικροδάνεια και παροχή κινήτρων επιχειρηματικότητας.
- Έ Σε μετέπειτα ανάλυση ο κύριος ρόλος της εξωτερικής χρηματοδότησης θα πρέπει να εστιάζει σε ευρείας κλίμακας έργα τα οποία ωφελούν με αλλαγές στην δημιουργία οικονομικών κλίμακας,

2.8 Αειφορία και Μαζικός, Συμβατικός και Νέος τουρισμός

Κατά τον ορισμό της Παγκόσμιας Επιτροπής για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη -Αειφόρος Ανάπτυξη- είναι μια διαδικασία αλλαγής που δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη διατήρηση των πόρων που διαθέτει μια περιοχή και σέβεται τις ανάγκες των μελλοντικών γενεών.

Η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης καλύπτει διάφορες μορφές οικονομικής δραστηριότητας, διαμορφώνοντας την ανάγκη για μια διαφορετική αναπτυξιακή προσέγγιση που λαμβάνει υπόψη όχι μόνο τις οικονομικές παραμέτρους, αλλά και τους περιβαλλοντικούς, τους κοινωνικούς και τους πολιτιστικούς παράγοντες. Κάθε κέρδος προερχόμενο από την ανάπτυξη πρέπει, εάν κριθεί σκόπιμο, να

χρησιμοποιείται για τη βελτίωση των φθαρμένων φυσικών πόρων και την οικολογική τους συντήρηση προς όφελος των μελλοντικών γενεών. Η αρχή της αειφορίας επιβάλλει τα οφέλη από τον τουρισμό να μοιράζονται σε πιο πολλές κοινωνίες, οι οποίες να μην συγκεντρώνονται σε μια στενή παράκτια λουρίδα ή μια γραφική κοιλάδα. Η διασπορά λοιπόν της ανάπτυξης αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση της αειφορίας, ώστε να επιτευχθεί μια ισομερής διάδοση των ωφελειών σε ολόκληρο το πληθυσμό. Η αειφόρος ανάπτυξη στο πλαίσιο της θεωρίας των συστημάτων προσεγγίζεται, ως μια διαδικασία μεγιστοποίησης και ρύθμισης όλων των στοιχείων ενός αναπτυξιακού συστήματος(όπου περιλαμβάνεται και ο τουρισμός), κατά τρόπο που το σύστημα στο σύνολο του βρίσκεται σε κατάσταση ισορροπίας, χωρίς δηλαδή το ένα από τα στοιχεία να απορυθμίζεται ή να αναπτύσσεται σε βάρος των άλλων(Κομίλης , 2001:31) (σελ.90).

Συνοπτικά η εφαρμογή της αειφόρου ανάπτυξης προϋποθέτει τρεις βασικές αρχές (Mowforth & Munt 1998):

1. Οικονομική αειφορία, σύμφωνα με την οποία πρέπει να εξασφαλισθεί ότι η ανάπτυξη είναι οικονομικά αποδοτική, συνεισφέρει στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του ντόπιου πληθυσμού και στη διαχείριση των πλουτοπαραγωγικών πόρων, εξασφαλίζοντας την μακροβιότητα και τη διατήρησή τους.
2. Οικολογική αειφορία, κατά την οποία η αναπτυξιακή διαδικασία πρέπει να τηρεί την χρήση των φυσικών πόρων με βιώσιμο τρόπο και τη συντήρηση της οικολογίας.
3. Κοινωνικό-πολιτιστική αειφορία, σύμφωνα με την οποία η ανάπτυξη πρέπει να οδηγεί στην αύξηση του ελέγχου των διαθέσιμων πλουτοπαραγωγικών πόρων από τον ντόπιο πληθυσμό, συνεισφέροντας ταυτόχρονα στη διατήρηση της κουλτούρας και του πολιτισμού, καθώς και στην ενδυνάμωση της ταυτότητας της κοινωνίας.

Μέσα από την σύγκριση του μαζικού τουρισμού με τις αρχές της αειφορίας οι διαφορές που παρουσιάζουν οι μορφές αυτές ανάπτυξης, αναφερόμενες σε τέσσερις θέσεις είναι οι εξής:

- ο Πολικά αντίθετες έννοιες. Θεωρώντας ότι το πλήθος των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων που πολλοί τουριστικοί βιώνουν, οφείλεται στο μαζικό τουρισμό.
- ο Έννοιες συνέχειας. Οι οποίες βασίζονται στο σκεπτικό ότι ο αειφόρος τουρισμός χρησιμοποιεί την υποδομή, τα μέσα και τα συστήματα κρατήσεων του μαζικού τουρισμού.
- ο Θέση κίνηση. Η προσπάθεια να ελαχιστοποιηθούν οι μεγάλης κλίμακας τουριστικές επενδύσεις σε πολλές μικρής κλίμακας που θεωρούνται αειφόρες.
- ο Σύγκλιση. Παρά την πολικά αντίθετη φύση μπορεί να υπάρξει σύγκλιση μεταξύ τους μέσα από τον κοινό στόχο για επιβίωση.

Η εξέλιξη αυτών στους τομείς του τουρισμού οδηγεί σε σύγκλιση θέσεων και η αλληλεπίδραση των δράσεων οδηγούν στην μορφή της ανάπτυξης του τουρισμού της Ελλάδας στο μέλλον. Σύμφωνα και με τις αρχές που εφαρμόζονται για την επίτευξη αειφόρου ανάπτυξης, η Φέρουσα Ικανότητα ορίζει την μέγιστη χρήση μιας τοποθεσίας χωρίς να προκαλούνται αρνητικές συνέπειες στους διαθέσιμους πόρους καθώς και να μην μειώνεται η ικανοποίηση των τουριστών ή να ασκούνται αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία, στην οικονομία και στον πολιτισμό της κάθε τουριστικής περιοχής (WTO 1993, σελ.23). Δημιουργώντας το ζήτημα του προσδιορισμού του μέγιστου επιπέδου τουριστικής ανάπτυξης που μπορεί να δεχτεί μια περιοχή, χωρίς να υπάρχει αύξηση αρνητικών επιπτώσεων. Λύνοντας αυτό το ζήτημα θα χρειαστεί να φτιάξουμε ένα δείκτη που να υποδεικνύει τα όρια ανεκτής αλλαγής. Τα επιστημονικά κριτήρια που θα πρέπει να ποσοτικοποιήσουν τους βέλτιστους αριθμούς επισκεπτών. Παρ' όλα αυτά είναι πολύ δύσκολο να διερευνηθούν όλες οι μεταβλητές. Συνεπώς ασκείται μεγάλη κριτική για την βάση της σε υποκειμενικούς παράγοντες.

Αξίζει να αναφερθεί ότι, η αυξανόμενη ζήτηση προϊόντων από τους τουρίστες έχει τη δυνατότητα να υποκινήσει και να ενισχύσει την τοπική γεωργία, την κτηνοτροφία και την αλιεία, καθώς και όλους τους παραγωγικούς τομείς που συνδέονται με τον τουρισμό, όπως το λιανεμπόριο, τις κατασκευές, το χονδρεμπόριο, τη βιοτεχνία, τις μεταφορές και τις λοιπές υπηρεσίες (Andriotis 2002b, Cox, Fox & Bowen 1995, Telfer & Wall 1996).

2.8.1 Κατευθυνόμενοι προς τον νέο τουρισμό

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	
	ΣΥΜΒΑΤΙΚΟΣ	ΝΕΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	<ul style="list-style-type: none"> • ΗΛΙΟΤΡΟΠΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (3S) • ΟΡΕΙΝΟΣ (ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 	<u>ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</u> <ul style="list-style-type: none"> • ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ • ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ • ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ • ΦΥΣΗΣ • ΠΕΡΙΠΑΤΗΤΙΚΟΣ <u>ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΕΙΔΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ</u> <ul style="list-style-type: none"> • ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ • ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ • ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ • ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ • ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ • ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ • ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ • ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ
ΤΡΟΠΟΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ (ΖΗΤΗΣΗ)	<ul style="list-style-type: none"> • ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ • ΑΤΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ • ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ • ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΜΟΣ 	<ul style="list-style-type: none"> • ΜΙΚΡΕΣ ΟΜΑΔΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ • ΑΤΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ • ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ
ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ (ΠΡΟΣΦΟΡΑ)	<ul style="list-style-type: none"> • ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟΣ • ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΟΣ 	ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΟΣ
ΕΠΙΠΕΔΟ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	ΜΗ ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	<ul style="list-style-type: none"> • ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ • ΗΠΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ • ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	ΑΔΙΑΦΟΡΙΑ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ

Πίνακας 1. Κατανομή μορφών τουρισμού, σύμφωνα με το θέμα και το μέγεθος που προσδιορίζουν

Οι μακροπρόθεσμες αλλαγές στον τουρισμό επηρεάζονται από τις γενικές και οικονομικές τάσεις. Η ανασκόπηση της τουριστικής βιβλιογραφίας, όπως την στροφή προς

την εξατομικευμένη παραγωγή και κατανάλωση, την επιθυμία για εμπειρίες και την ανάδειξη της ηλεκτρονικής κράτησης και διανομής (CRM). Οι περισσότερες από αυτές τις τάσεις μπορούν να συσχετιστούν άμεσα με την σύγχρονη δικτυωμένη κοινωνία (Castells 1996). Ο Scitovsky (1996) σημείωσε την μετάβαση από την ανειδίκευτη στην εξειδικευμένη κατανάλωση. Όσο η κοινωνία αναπτύσσεται τόσο ο υλικός πλούτος αυξάνεται, οι βασικές ανάγκες εξασφαλίζονται εύκολα και οι άνθρωποι ξεκινούν να αποκτούν αυξημένο εύρος των αγαθών. Με τον καιρό, η ικανοποίηση και η διάκριση που μπορούν να έλθουν με την κατοχή αγαθών μειώνεται, εφόσον τείνουν να παρέχουν επαναλαμβανόμενες εμπειρίες. Το ενδιαφέρον στρέφεται προς επιτηδευμένες μορφές κατανάλωσης, όπως πολιτιστικές δραστηριότητες, όπου αυξημένη κατανάλωση οδηγεί σε ικανή ανάπτυξη όπου εκεί εμπειρέχεται η απόλαυση. Η ανάπτυξη της εκπαιδευμένης συχνά συνδέεται με την ζήτηση για αυθεντικότητα ανάμεσα σε διακεκριμένους καταναλωτές (Zukin 2009). Πολιτιστικές διαδρομές σελ. 29 Αυτή η τάση είναι ξεκάθαρα ορατή στον τουρισμό, όπου οι υπηρεσίες εμπλουτίζονται μέσα από την ανάπτυξη σεναρίων και απόδοσης αυτών. Η ανάπτυξη θεματικών πόλων έλξης, πολιτιστικών διαδρομών και θεατρικών δρώμενων. Στην ονειρική κοινωνία του Rolf Jensen (2001) όπου σύμφωνα με την ιεράρχηση των αναγκών του Maslow η αυτό-δραστηριοποίηση είναι η μεγαλύτερη ανάγκη. Η επιθυμία για προσωπική εξέλιξη μέσα από τα όνειρα και την φαντασία παρήγαγε μια αλλαγή από πληροφορίες οδηγούμενες μέσα από την ανάγκη στην καθοδηγούμενη από την ιστορία φαντασία. Η αφήγηση ιστοριών στο μέλλον θα γίνει ένας από τους κύριους οδηγούς της ονειρικής οικονομίας. Οι ιστορίες δεσμεύουν τους ανθρώπους και προσθέτουν αξία στις εμπειρίες, αυτό είναι το βασικό επιχειρηματικό μοντέλο που χρησιμοποιείται για γενιές στο Hollywood και τώρα επεκτείνεται και σε άλλες περιοχές τις οικονομίας. Τα αυτοκίνητα δεν έχουν το νόημα της μεταφοράς, είναι μια ιστορία για τους ιδιοκτήτες τους. Οι άνθρωποι αγοράζουν αυτοκίνητα για να πουν κάτι για τους εαυτούς τους ως μεμονωμένοι, μέρος της δικής αφήγησης της δικιάς τους ζωής.

Με κοινή διάθεση και ο τουρισμός παρουσιάζει αυξημένο ενδιαφέρον για τις αφηγήσεις που μεταφέρει, δημιουργεί και προάγει. Προκειμένου οι προορισμοί να σταθούν στις σύγχρονες αγορές, χρειάζονται να διαθέτουν μια ξεκάθαρη αφήγηση-ιστορία για το ποιοι είναι. Η Ελλάδα δεν είναι μια χώρα, είναι ένας ονειρικός τόπος απaráμιλλης ομορφιάς, όπου οι εμπειρίες ξετυλίγονται αβίαστα. Η πώληση ονείρων αποτελούσε βασική ενασχόληση της τουριστικής βιομηχανίας, αλλά η διαφορά τώρα είναι, ότι τα όνειρα δεν είναι απαραίτητα προ-συσκευασμένα, αλλά συν-δημιουργημένα με τους τουρίστες.

Μια αλλαγή έχει διαπραχθεί, από την παραδοσιακή παραγωγή και κατανάλωση, στην ενοποίηση αυτών, για συν- δημιουργία. Σε ένα σύστημα συνεργατικής δημιουργίας, οι συνδέσεις ανάμεσα στους δράττοντες και στους οργανισμούς έγινε οργανική, καθώς αυτό προάγει την διαδικασία της παραγωγής. Οι συνδέσεις αυτές εξαρτώνται όχι μόνο από μορφή της πληροφορίας που ρέει αλλά και από το περιεχόμενο της πληροφορίας. Παρά τις αλλαγές στην μορφή των επικοινωνιών, όπως την έλευση του διαδικτύου, τα «έξυπνα» κινητά και τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης, τα οποία έχουν επαναστατήσει στον τρόπο που επικοινωνούμε και στον τρόπο που ταξιδεύουμε. Η πληροφορία διαμορφώθηκε για να παρέχει το συγκεκριμένο περιεχόμενο στους ανθρώπους που το επιθυμούν, με τρόπο όπου η αφηγούμενη ιστορία κάνει το μέρος ξεχωριστά ελκυστικό για ταξίδι, για πληροφορίες στα συγκεκριμένα πλεονεκτήματα που επιζητούνται από τον προορισμό. Αυτό σημαίνει μια αλλαγή στην παροχή των πληροφοριών και των υπηρεσιών σχετικά με την δημιουργική συν-δημιουργία των εμπειριών, αφηγήσεις και όνειρα.

Στο πεδίο του πολιτιστικού τουρισμού μπορούμε να δούμε μια παρόμοια απομάκρυνση από τα στατικά μουσεία και τα μνημεία σε πιο διαδραστικές και χειροπιαστές εμπειρίες, καθώς και δημιουργική ανάπτυξη αφηγήσεων. Για παράδειγμα ο Frey (2009) περιγράφει πως ο πολιτιστικός τουρισμός και η δημιουργικότητα ενοποιούνται. Βλέπει τον πολιτιστικό τουρισμό όχι ως παθητική δραστηριότητα, αλλά ως δράση δημιουργίας τόπων:

«Το πολιτιστικό κεφαλαίο και οι δημιουργικοί πόροι ενός τόπου είναι πηγή για του πολιτιστικούς τουρίστες οι οποίοι θεωρούνται πολιτιστικοί πρωτοπόροι που επανατοποθετούν αμφισβητούμενα μέρη και έχουν καθοριστικής σημασίας επιρροή σε αυτά, αναζωογονώντας τα.»

New & Conventional Tourism. Σελ. 746

Διαφορές - Σύγκριση

Τομέας	Νέος τουρισμός	Συμβατικός τουρισμός
Διαμονή	Ενοικιαζόμενα δωμάτια Παραθεριστικές κατοικίες	Μεγάλα ξενοδοχεία

Τροφοδοσία	Ταβέρνες, οικογενειακού τύπου εστιατόρια	Διεθνή πρότυπα εστίασης
	Παραδοσιακή κουζίνα	
Σουβενίρ	Χειροτεχνήματα, μικρές Επιχειρήσεις, τοπικά προϊόντα	Μαζική παραγωγή Ειδών λαϊκής τέχνης εισαγόμενα Από τρίτες χώρες
Μεταφορές	Ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα ΚΤΕΛ	Μισθωμένα λεωφορεία

Οι κατηγορίες που χρησιμοποιούνται στον παραπάνω πίνακα, είναι μέρος της υποθετικής τυπολογίας ερμηνευμένη από τους ιδανικούς τύπους του Weber, με σκοπό να διαχωριστούν οι διαφορές του συμβατικού από τον νέο τουρισμό. Παρόλα αυτά υπάρχουν περιπτώσεις συμπτώξεων και στις δύο κατηγορίες. Όπως για παράδειγμα στις μεταφορές. Ή αν ένας τουρίστας κάνει χρήση των υπηρεσιών του νέου τουρισμού αλλά το μέσο που χρησιμοποιεί για τις μετακινήσεις του είναι κοινό με αυτό του συμβατικού. Σε άλλες περιπτώσεις τουρίστες του συμβατικού τουρισμού επισκέπτονται εστιατόρια με σκοπό να δοκιμάσουν την τοπική κουζίνα.

Ο παρακάτω πίνακας αναδεικνύει ότι οι δαπάνες του νέου τουρισμού εμφανίζονται να είναι περισσότερο σε ντόπιο- κεντρικά παραγόμενες υπηρεσίες και προϊόντα.

Πίνακας 2. Οικονομικά Χαρακτηριστικά του Νέου και του Συμβατικού Τουρισμού

Χαρακτηριστικά	Νέος Τουρισμός	Συμβατικός Τουρισμός
Εκροές – Διαμονή	Χαμηλή. Μεγάλο μέρος των ντόπιων υλικών για την κατασκευή και επίπλωση	Υψηλές. Μεγάλο μέρος εισαγόμενων υλικών για την κατασκευή και επίπλωση
Εκροές- Τροφοδοσία	Χαμηλές. Μεγάλο μέρος από τοπικά παραγόμενα φαγητά και ποτά	Υψηλές. Μεγάλο μέρος από εισαγόμενα φαγητά και ποτά

Άμεση Διαμοιμή	απασχόληση-	Χαμηλή ανά δωμάτιο- συχνά με μη αμειβόμενα μέλη της οικογένειας	Υψηλές ανά δωμάτιο, αμειβόμενες καθαρίστριες και καμαριέρες
Άμεση τροφοδοσία	απασχόληση	- Σχετική- μεγάλος αριθμός από μικρές επιχειρήσεις	Σχετικότητα χαμηλή – μικρός αριθμός από μεγάλες εγκαταστάσεις
Χαρακτηριστικά απασχόλησης		Μικρής κλίμακας, διάφορες εργασίες, ελεγχόμενες ιδιόκτητες επιχειρήσεις, οικογενειακής λειτουργίας	Μεγάλης κλίμακας, τάσεις σε χαμηλά προσόντα, θέσεις ευθύνης συχνά από αλλοδαπούς
Κόστη κεφαλαίου		Χαμηλά	Υψηλά
Ιδιοκτησία		Τάσεις προς τοπική ιδιοκτησία	Έξω από την κοινωνία

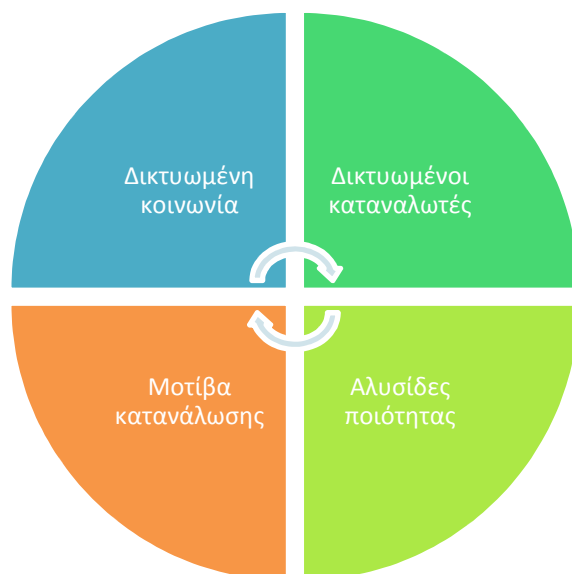
Σχολιασμός

Σε πολλές περιπτώσεις, ο νέος τουρισμός ίστανται να παρέχει περισσότερες ωφέλιμες επιδράσεις σε σχέση με τον συμβατικό για τις τοπικές κοινωνίες λόγω των χαμηλών του εκροών, μεγαλύτερη απόδοση δαπανών στην τοπική περιοχή, ευκολίας εισόδου στις επιχειρήσεις λόγω των χαμηλών κεφαλαιακών απαιτήσεων. Εδώ, ο νέος τουρισμός είναι περισσότερο συμμετοχικός στην οικονομία από πλευράς τοπικής οικονομίας, περισσότερο από τον συμβατικό. Για τις τοπικές κοινότητες γύρω από τους μεγάλους πόρους έλξης, ο νέος τουρισμός και οι μικρής κλίμακας επιχειρήσεις μπορούν να συνεισφέρουν σημαντικά στην τοπική οικονομία, επιδρώντας στην άμεση απασχόληση, σχέσεις παλινδρόμησης και πολλαπλασιαστικές ιδιότητες.

2.8.2 Πολιτιστικές Διαδρομές

Οι πολιτιστικές διαδρομές προσφέρονται ιδιαίτερα ως μέσον για τη γνωριμία και προβολή μνημείων, χώρων και μουσείων σε μικρότερα νησιά, που συχνά είναι άγνωστα στο ενδιαφερόμενο κοινό. Η συμπερίληψή τους σε μια προτεινόμενη υπερτοπική διαδρομή μαζί με άλλους σημαντικούς και γνωστούς πολιτιστικούς πόρους με μεγάλη επισκεψιμότητα, τους παρέχει την ευκαιρία να αποκτήσουν αναγνωρισιμότητα και να προσελκύσουν επισκέπτες. Βασική

προϋπόθεση βέβαια αποτελεί να είναι προσβάσιμα, να βρίσκονται σε σχετικά καλή κατάσταση διατήρησης και να είναι επαρκώς σηματοδοτημένα.



Δράσεις που πρέπει να λάβουν χώρα για την προώθηση της ομαλής ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού

Δικτύωση της κοινωνίας

Μια από τις βασικές αλλαγές που λαμβάνει χώρα ανάμεσα στην κοινωνική, οικονομική και πολιτική σφαίρα, είναι η ανάπτυξη της κοινωνικής δικτύωσης (Castells 1996). Τα συνεπακόλουθα από την αυξανόμενη σημασία των κοινωνικών δικτύων και η έγερση των συνεργαζόμενων οργανισμών και των αυτόνομων δικτύων είναι εμβριθής. Στον κόσμο του τουρισμού, αυτό οδηγεί σε έναν αριθμό από ενδο-συνδυαζόμενες αλλαγές όπου θα έχουν σημαντικές επιπτώσεις στον μέλλον.

Αυξημένη δικτύωση μεταξύ παραγωγών

Σε μια αγορά όπου ο ανταγωνισμός διαρκώς αυξάνεται, οι προμηθευτές απαιτείτε να κινηθούν με ταχύτητα και να μετρούν κάθε ευκαιρία για ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Πολλαπλασιαστικά αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω συνεργασιών – έρευνα για πλεονεκτήματα μέσω συνεργασιών. Η μελέτη των τάσεων από IPK (2009) υπογραμμίζει «την σημασία της συνεργασίας δημοσίου – ιδιωτικού, αλλά και ανάμεσα σε διαφορετικούς τομείς της βιομηχανίας (όπως αερογραμμές, φιλοξενία,

ταξιδιωτικούς οργανισμούς, εδραιωμένες συνεργατικές αγορές κα) και αυξημένου ενδιαφέροντος, εξειδικευμένους τεχνολόγους ικανούς να βοηθήσουν στην πολυμεσική καμπάνια μάρκετινγκ».

Αύξηση στους δικτυωμένους καταναλωτές

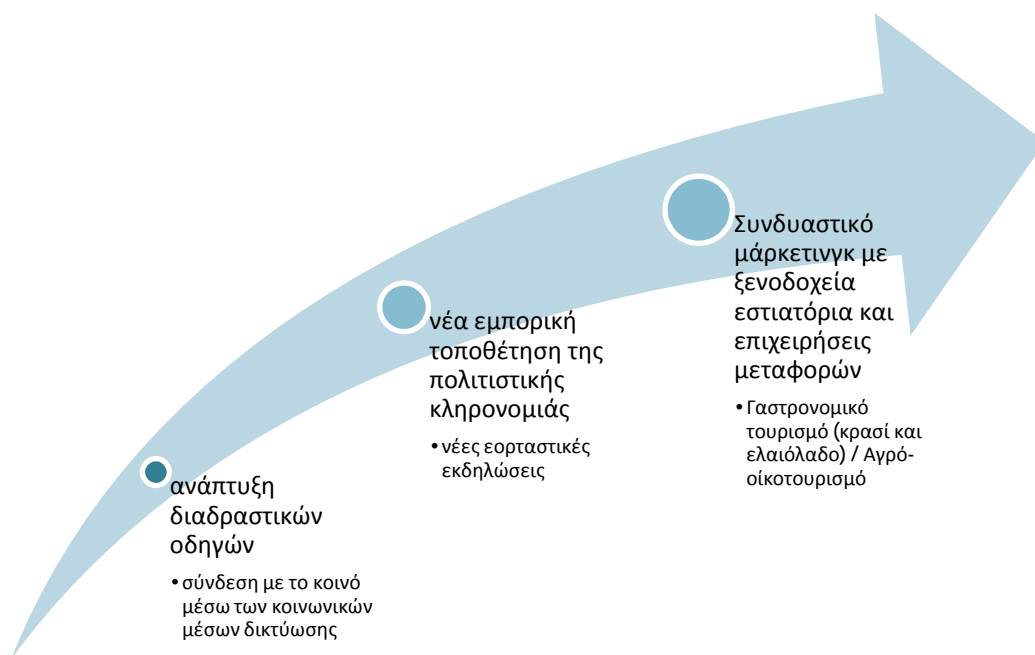
Τα κοινωνικά δίκτυα και άλλες μορφές δικτύωσης αποκτούν ρόλο στον ελεύθερο χρόνο και στη δουλειά. Οι ομάδες όσο και οι μεμονωμένοι αποκτούν αυξημένη σημασία μέσα από την σύνδεση σε σύνολα μελών διαφορετικών δικτύων. Τα δίκτυα αποτιμούν την σημαντικότητα τους μέσα από τα μέλη τους. Η αξία της δικτύωσης έγκειται στο γεγονός ότι οι δεσμοί ανάμεσα στη δουλειά και τον ελεύθερο χρόνο γίνονται περισσότερο ασαφής – πλέον, χρησιμοποιούμε τα κοινωνικά δίκτυα για να κάνουμε φίλους, οι οποίοι είναι χρήσιμοι στις καριέρες μας, όπου μπορούν να μας παρέχουν επαφές και γνώση για την δουλειά μας. Τα δίκτυα όπου ανήκουμε, ως εκ τούτου έχουν μια αυξημένη σημαντικότητα στην επιρροή τους στην διαδικασία λήψης απόφασης σε ένα ευρύ πεδίο θεμάτων.

Αλλαγές στις αλυσίδες ποιότητας

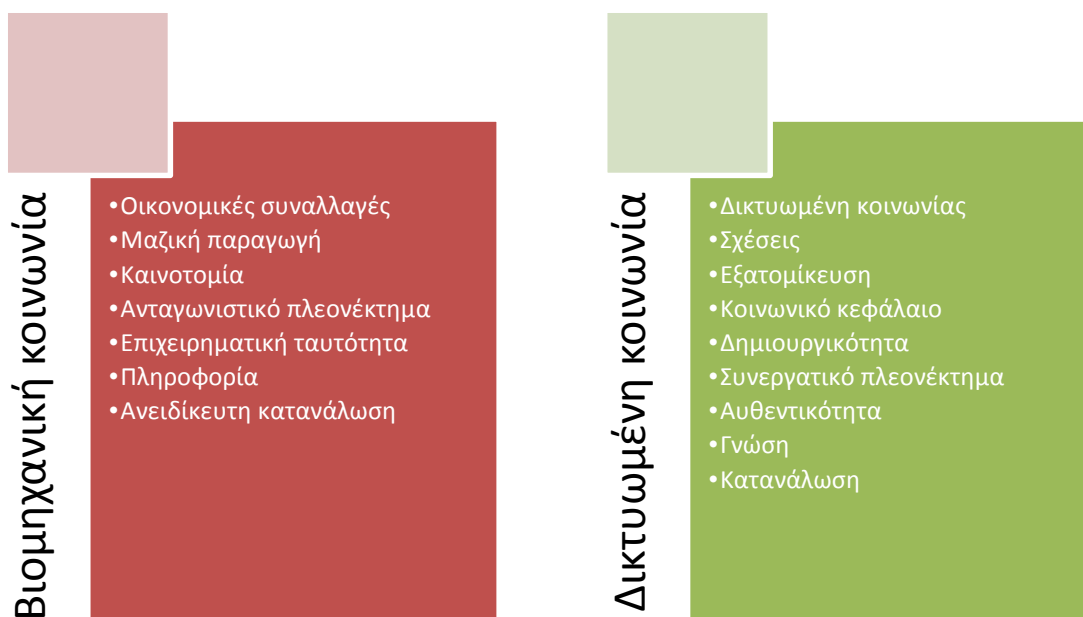
Τα παραδοσιακά κάθετα κανάλια διανομής μετατοπίζονται για να δώσουν χώρο σε πιο σύνθετες αλυσίδες, εμπλέκοντας σε μεγάλο εύρος διαφορετικούς προμηθευτές από, μέσα και εκτός του ταξιδιωτικού τομέα. Το ταξίδι δεν εξαρτάται πια από την υποδομή και την παλιά οικονομία – αεροπορικές θέσεις, κρεβάτια ξενοδοχείων και τα ίδια τα ταξιδιωτικά πρακτορεία. Ερχόμαστε σε μια νέα, ευέλικτη, δικτυωμένη οικονομία στην οποία ICT, τοπική κουλτούρα και κοινωνία, η εκπαίδευση κα, γίνονται μέρος της ταξιδιωτικής αλυσίδας. Στην πραγματικότητα οι ενδό-σχέσεις μεταξύ του ταξιδιού, τους λοιπούς οικονομικούς κλάδους και της κοινωνίας ως μέρος του όλου, έχει μετεξελιχθεί έτσι που μπορεί να έχουμε μεταβεί στο «δίκτυο ποιότητας» από την παλιά αλυσίδα ποιότητας.

Στο νέο αυτό τοπίο, οι πολιτιστικές διαδρομές αποκτούν μια δυναμικότητα σχετικά με τον ρόλο που καλούνται να διαδραματίσουν. Οι πολιτιστικές διαδρομές μπορούν δράσουν ως σταθμοί πνευματικής επαναφόρτωσης, σημεία συνάντησης και χώροι εμπιστοσύνης.

Η σχέση που αναπτύσσεται ανάμεσα στις πολιτιστικές διαδρομές και τις μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις απαιτεί:



Στο δίκτυο αξίας του νέου τουρισμού, ο προορισμός, όντας ένας απλός προμηθευτής εισροών στην τουριστική αλυσίδα ποιότητας, μετατρέπεται σε ένα αναπόσπαστο κομμάτι στη δημιουργία αξίας, της ταξιδιωτικής διαδικασίας. Οι συναγόμενες με τον προορισμό αφηγήσεις και εικόνες λαμβάνουν καθοριστικό ρόλο στην αξία των τόπων για τον καταναλωτή και ως εκ τούτου η διαδικασία της απόφασής πραγματοποιείται σε όρους του προορισμού και της προθυμίας για πληρωμή.



Με σκοπό να προσδιορίσουμε τι επίδραση θα έχουν οι τάσεις σε μακρο επίπεδο, θα πρέπει να αναπτύξουμε μια πάνοψη του τρόπου που αυτές οι δυνάμεις επηρεάζουν την ανάπτυξη του τουρισμού.

Μοτίβα κατανάλωσης

Στοιχεία από έρευνες του ΑΤΛΑΣ προσδιορίζουν ότι τα καθημερινά μοτίβα κατανάλωσης στον ελεύθερο χρόνο, επαναλαμβάνονταν στις διακοπές. Μια σαφής τάση συσχέτισης, επαγγελμάτων με τις δραστηριότητες κατά τον χρόνο των διακοπών, όπου για παράδειγμα εργαζόμενοι από μουσεία, επισκεφθήκαν μουσεία. Η νέα τεχνολογία όσο και τα παγκόσμια δίκτυα πληροφοριών, συμβάλουν κατά τρόπο στην διατήρηση των ανθρώπινων πρακτικών στα ταξίδια. Τα μέσα της νέας τεχνολογίας παρέχουν νέες πηγές, αυτόνομης και πολυποίκιλης πληροφόρησης (smart phones, ipads), όπου αντικαταστούν τα κείμενα των παραδοσιακών οδηγών. Η μεταφορά των πρακτικών της καθημερινής ζωής, από τους ανθρώπους, στο χρόνο των διακοπών, τείνει προς να καθημερονοποιεί, τις διακοπές. Κάποιοι μελετητές βλέπουν στον πολιτιστικό τουρισμό μια μορφή πιο ‘σοβαρών’ διακοπών (Stebins 1996). Ο Stebins, προτείνει ότι οι δραστηριότητες των διακοπών αντιλαμβάνονται ως μια σημαντική μορφή, προσωπικής εξέλιξης ή και μάθησης. Οι σοβαρές διακοπές έρχονται σε αντίθεση με τον απλό τουρισμό ο οποίος είναι σχετίζεται με την ξεκούραση και την διασκέδαση. Καθώς φαίνεται οι τουρίστες της παραλίας σχετίζονται με την ξεκούραση, την ξεγνοιασιά και την πλάκα, οι πολιτιστικοί τουρίστες φαίνεται να το παίρνουν στα σοβαρά το θέμα, των διακοπών.

Κεφάλαιο Τρίτο: Συμπεράσματα και Προτάσεις

3.1 Συμπεράσματα

Στην πολυσύνθετη εικόνα του τουρισμού επιβάλλονται, το γενικότερο πλαίσιο που ο τουρισμός θα δράσει, η γεωγραφία του τόπου που θα δεχτεί την δράση αυτή και η δυναμική που θα την ελκύσει.

3.1.1 Πλαίσιο

Στην κοινή πρακτική δύο είναι οι προϋποθέσεις για τη ανάπτυξη ενός προορισμού, οι απαραίτητες και οι επιβεβλημένες. Οι απαραίτητες αναφέρονται στους διάφορους παράγοντες που οδηγούν αρχικά τους ανθρώπους να επισκεφθούν τους διάφορους τουριστικούς προορισμούς, όπως ειδυλλιακά τοπία, καθαρές θάλασσες, αρχαιολογικοί θησαυροί κ.λπ. Παρόλο λοιπόν που υπάρχουν πολλοί πλούσιοι σε «απαραίτητες» προϋποθέσεις κάποιοι, δεν καταφέρνουν ποτέ να περάσουν στην τελική υλοποίηση, ο λόγος, στερούνται των «επιβεβλημένων» προϋποθέσεων, δηλαδή τη θέληση κάποιων ατόμων για ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, μέσω επενδύσεων σε υποδομές, ίδρυση επιχειρήσεων μεταφοράς, διαμονής, σίτισης και ψυχαγωγίας.

Τα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος χωρίζονται σε τέσσερις κατηγορίες:

Φυσικοί παράγοντες (γεωφυσική κατάσταση και μορφολογία εδάφους)

Ανθρωπολογικοί παράγοντες (τρόπος ζωής, ήθη, έθιμα, κοινωνικοί παράγοντες)

Παράγοντες υποδομής (τηλεπικοινωνίες, μεταφορές, διαχείριση υδάτινων πόρων, ενέργεια)

Τουριστικές υποδομές (καταλύματα και χώροι διαμονής, εγκαταστάσεις άθλησης και ενημέρωσης επισκεπτών, εγκαταστάσεις διατροφής, μεταφορικά μέσα).

Ο πολιτιστικός τουρισμός δεν έχει προφανώς τα βασισμένα στα charters και τα μαζικά ξενοδοχεία φθηνά πακέτα που μεταφέρουν τα βιομηχανικό βορρά στο θερμό νότο για τις μεγάλες θερινές διακοπές. Όμως δεν μπορεί να είναι βιώσιμος αν δεν συνδέσει-συνθέσει 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.

Ο μαζικός τουρισμός με την υπάρχουσα ανεπτυγμένη υποδομή του, ενδέχεται, να αποτελέσει την “δεξαμενή” που θα διοχετεύσει στον πολιτιστικό τουρισμό την ζητούμενη ροή. Η διάχυση αυτή αναμένεται να εξομαλύνει τις αρνητικές «οντότητες» που επιφέρουν υποανάπτυξη της κοινωνίας βλ. Τζεδάκη Παπαδάκη Ενδογενής τουριστική ανάπτυξη.

Ουσιαστικά ο πολιτιστικός τουρισμός αφορά ταξίδια. Λαμβάνοντας αυτήν την άποψη όχι μόνο επειδή προκύπτει από την έννοια του τουρισμού αλλά και ο πολιτισμός από μόνος του είναι ταξίδι –ένα ταξίδι στην ανακάλυψη και αυτόπραγμάτωση. Συνοψίζοντας παρακάτω τις τάσεις, ο νέο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί με όρους:

- συνδημιουργίας,
- περισσότερες συνδέσεις μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών,
- αυξημένη επαφή με την τοπική κουλτούρα
- έμφαση στην καθημερινή άυλη πολιτιστική κληρονομιά,
- αλλαγή των εκδηλώσεων με νόημα προς την εκτίμηση του τόπου
- δημιουργικοί χώροι
- ολιστικές, πνευματικές προσεγγίσεις
- φρέσκο χόμα για αυθεντικότητες

Μια από τις όψεις που εμφανίζει ο πολιτιστικός τουρισμός, είναι η δυναμική να αναπτύσσει διαπολιτισμικές σχέσεις, καθώς διαφορετικές κουλτούρες έρχονται κοντά στην παραγωγή, την κατανάλωση και την επικοινωνία. Στην θετική πλευρά, ο πολιτιστικός τουρισμός νέοι άνθρωποι όπου ταξιδεύουν για αρκετό διάστημα, όντας ενδιαφερόμενοι να έρθουν σε επαφή με τους ντόπιους και την τοπική κουλτούρα. Στοιχεία από έρευνες δείχνουν άνηση των διαπροσωπικών σχέσεων, της ανεκτικότητας και της αυτοπεποίθησης.

Το ενδιαφέρον που παρουσιάζεται από στους διαπολιτισμικούς διαλόγους, είναι ή έκθεση των δύο όψεων της εκτυλισσόμενης ιστορίας. Ο πολιτιστικούς

τουρισμός δημιουργεί αφηγήσεις για το μέρος όπου ντόπιοι και τουρίστες αράζουν με τους μετανάστες που κάνουν την δουλειά. Η εξιστόρηση του τουρισμού, ως εκ τούτου συνδέει το ταξίδι με τον πολιτισμό, το τοπικό με το παγκόσμιο, την μονιμότητα με την μετακίνηση, φιλοξενία και επίσκεψη. Αυτό που πραγματικά λείπει από το εμπορικό κοινωνικό δίκτυο είναι η αίσθηση της αφήγησης, η οποία μπορεί να παράξει την ουσιαστική σύνδεση ανάμεσα στους ανθρώπους, τις κοινωνίες, τα μέρη, τους καιρούς και τους θεσμούς.

Ο τουρισμός, από την μια, είναι μια βιομηχανία, η οποία έγκειται στην ευχέρεια της αγοράς και σχετική με την κρατική νομοθεσία. Από την άλλη όμως, η πολιτιστική κληρονομιά είναι βαθιά ριζωμένη έννοια της κοινωνίας, με εγκάρσια τομή στην ταυτότητα αυτής. Χωρίς έστω μια αίσθηση της κοινωνίας δεν υπάρχει συλλογική πολιτιστική κληρονομιά, χωρίς την ταυτότητα που εδρεύει γύρω από τα ορυχεία, δεν θα υπάρξει πολιτισμός των ορυχείων, μόνο απομεινάρια και ερείπια, τα οποία είναι χωρίς νόημα ή ξεπερασμένα. Έτσι, όσο και νόημα να έχουν θα είναι πολύ δύσκολο να τα μετατρέψεις τουριστικό πόρο. Η κοινωνία και η ταυτότητα του τόπου είναι καθοριστικοί παράγοντες για να κατανοηθεί η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, ειδικότερα, αυτός που έχει χαρακτηριστεί ως νέος τουρισμός και ήπιος τουρισμός (Hampton, 2005). Δεν είναι δύσκολο να υποτεθεί ότι οι ίδιες αυτές περιστάσεις και σε άλλες μορφές τουριστικής πολιτιστικής ανάπτυξης. Απαραίτητα, τα μέλη μια κοινωνίας θα πρέπει να αξιολογήσουν το δυναμικό της πολιτιστικής τους κληρονομιάς ως τουριστικό προϊόν. Η κοινωνία αν έχει σκοπό να διευρύνει την προσφορά της θα πρέπει να καθιερώσει μια 'σχέση κατανάλωσης' με τον πολιτισμό της, με αλλά λόγια θα πρέπει να τοποθετηθεί ένα στρατηγικό συμβολικό δόμημα της κοινωνίας. Σε αυτήν την μέθοδο γίνεται επισήμανση στον ρόλο των τοπικών κοινωνιών στην ανάπτυξη και την αειφορία αυτού του τύπου τουρισμού. Έπειτα, αυτό επεκτείνεται και διελυκάνει τον ρόλο του τουρισμού στα μοντέλα της τοπικής ανάπτυξης, παρέχοντας ένα πιο συγκεκριμένο περιεχόμενο για την υποθετική του κοινωνικού κεφαλαίου και της ελαστικότητας του στην ανάπτυξη του τουρισμού.

Η αυθεντικότητα και η μοναδικότητα προσδίδουν την δυνατότητα για ανάπτυξη ενός προορισμού ως πολιτιστικού. Καθώς ρόλο δύναται να διαδραματίσει η συσχέτιση του τουριστικού πόρου με την τοπική κοινότητα. Σημαντικός παράγοντας δε, είναι η δυναμική αξιοποίησης ενός πόρου για τουριστικούς σκοπούς

περισσότερο δε, από την καθεαυτή του πολιτιστική αξία. Για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, η υπάρχουσα πολιτιστική κληρονομιά θα πρέπει να είναι ικανή να μετατραπεί σε τουριστικό πόρο.

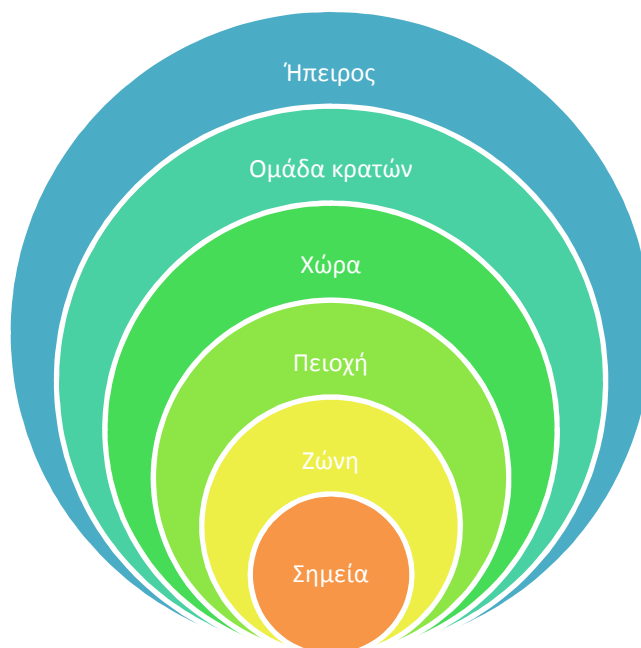


Για τον υπολογισμό της πολιτιστικής αξίας και την δυναμική του πολιτιστικού τουρισμού στην χώρα μας θα πρέπει να ενσωματώσουμε δύο σημαντικά βήματα: Μελέτη της δυναμικής της αγοράς και αξιολόγηση της ευρωστίας, π.χ. η ικανότητα των πόρων να αντέξουν την αυξημένη επισκεψιμότητα. Σε αυτήν την διαδικασία, η αγορά πραγματοποιεί έκκληση για να καθοριστεί κατά πόσο οι πολιτιστικοί πόροι κατέχουν τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα για ελκύσουν τουρίστες και εδώ θα πρέπει να συσχετιστεί η εκτίμηση της ευρωστίας που καθορίζει το βαθμό στον οποίο η επισκεψιμότητα δεν διακυβεύει του πόρους των πολιτιστικών αξιών.

Ένα μέρος πολιτιστικού ενδιαφέροντος πρέπει να διακατέχεται από μια ομάδα περιουσιακών στοιχείων πολιτιστικής σημασίας. Τα στοιχεία εκτίμησης της αξίας των πολιτιστικών αποθεμάτων, σύμφωνα με τους Mc Kercher και du Cros (2002), εμπεριέχονται στην σπανιότητα, στην διερευνητική δυνητικότητα, στην αντιπροσωπευτικότητα, στην εμφανής ελκυστικότητα, τα στοιχεία των τεχνολογικών και καινοτομικών διαδικασιών, των συνδέσμων από ειδικούς, πολιτιστικές πρακτικές και πνευματικές απόψεις. Για την κατανόηση του ρόλου των πολιτιστικών πόρων, είναι σημαντικό να εκτιμηθούν η αισθητική, η ιστορικότητα, και η επιστήμη όσο και οι κοινωνικές αξίες.

3.1.2 Γεωγραφία

Οι τουριστικοί προορισμοί συχνά περιγράφονται βάση γεωγραφικών κριτηρίων. Παρουσιάζονται δε και ως σημεία χώροι (site), ζώνη (zone), περιοχή (region), χώρα (country), ομάδα κρατών (group of countries) ή ήπειρος (continent) Vukovic, 1997.



Ο τουρισμός σήμερα έχει την έννοια ενός οργανωμένου και ελεγχόμενου χώρου π.χ. περιοχές ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης, τουριστικά χωριά και άλλα θέρετρα. Οι Hu και Richie (1993) αντιλήφθηκαν τον τουριστικό προορισμό ως ένα πακέτο τουριστικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών το οποίο, όπως κανένα άλλο καταναλωτικό προϊόν, αποτελείται από έναν αριθμό πολυδιάστατων ιδιοτήτων. Σύμφωνα με τον Gunn (1998), τουριστικός προορισμός είναι μια ζώνη ή περιοχή προορισμού (tourist destination zone or area). Η περιοχή διαθέτει ελκυστικότητες (attractions) καθώς και διευκολύνσεις προς τους επισκέπτες. Οι Hunziker και Krippendorf (1971) υποστήριζαν πως θα πρέπει να υπάρξει διεύρυνση των περιοχών και πως ένας τόπος, μια περιοχή, μια χώρα θα πρέπει να θεωρούνται ως μια αδιαχώριστη και ενιαία τουριστική επιχείρηση.

Τρόποι για να αναπτυχθεί ο πολιτιστικός τουρισμός είναι η σύνδεση των σημείων ενδιαφέροντος ως κάποια μορφή πολιτιστικής διαδρομής.

Tourism development of World Heritage Sites in China: A geographic perspective.

Για την ανάλυση από γεωγραφική άποψη, δύο παράγοντες επηρεάζουν: Πρωτίστως, οι χάρτες ως γεωγραφικό εργαλείο αναδεικνύουν την χωρική κατανομή των θέλγητρων, όσο και των πόλων τουριστικής έλξης (Cheng & Masser, 2003). Η μέθοδος της νοερής απεικόνισης της χωρικής κατανομής δύναται να προσφέρει μια διαισθητική θεώρηση της προσβασιμότητας της αγοράς των θέλγητρων. Δευτερευόντως, η χωρική προσέγγιση ανάμεσα στην αγορά και τον προορισμό είναι ένας σημαντικός παράγοντας επηρεασμού της πρόσβασης (Boniface & Cooper, 1994; Mill & Morrison, 2002). Η γεωγραφική τοπικότητα είναι ένας από τους πολύ ισχυρούς τουριστικούς τμηματοποίησης (Hsu & Lee, 2002; Kotler, 1999; McKercher, Ho, & DuCros, 2005; Smith, 1995).

http://www.dee.gr/mediaupload/publications/kostakis_tourismos_politismos.pdf

3.1.3 Πόρος

Οι υλικοί πόροι ενός προορισμού αποτελούνται από τους φυσικούς, πολιτιστικούς, κοινωνικούς, αλλά και τους μη υλικούς όπως τις παραδόσεις τα ήθη, τα έθιμα και τις αντιλήψεις ενός τόπου. Την σύνθεση των στοιχείων που μπορεί να αποτελούν την τουριστική προσφορά τη διακρίνουμε σε δύο κατηγορίες, την πρωτογενή όπου περιλαμβάνει τους τουριστικούς πόρους (ακτές, χλωρίδα, πανίδα, αξιοθέατα κ.τ.λ.). Και την δευτερογενή, η οποία περιλαμβάνει διάφορες υποδομές (αεροδρόμια, συγκοινωνιακά δίκτυα κ.λ.π.).

Τα πολιτιστικά συστήματα είναι διαφορετικά από τα κοινωνικά, καθώς περιέχουν παράγοντες που σχετίζονται με το φυσικό περιβάλλον, της χρήση της γης και την ανθρώπινη αλληλεπίδραση με το μέρος, εξ αυτού λοιπόν αναγνωρίζονται και τα φυσικά τοπία ως πολιτιστικές δομές.

Κάθε τόπος έχει τα δικά του ξεχωριστά πολιτιστικά του χαρακτηριστικά τα οποία διακρίνονται από το γεωφυσικό τοπίο. Ο Carmichael (2005, p. 188) προτείνει ότι «το αγροτικό τοπίο είναι αναπόσπαστο κομμάτι της εμπειρίας του οινικού τουρισμού» και ότι «υπάρχει μια αισθηματική περιπέτεια στην αγροτική εργασία, στον γεωργικό μόχθο του οινοποιείου και στο αμπέλι, όπως και ρομαντισμός και αισθησιακή αίσθηση συσχετισμένη με το να πίνεις κρασί». Αυτή η ρομαντική όψη των γεωργικών εργασιών του κρασιού έχουν περιγραφεί ως «το αγροτικό ειδύλλιο το

οποίο ουσιωδώς ξεφαντώνει, η κατανάλωση καλών κρασιών, γκουρμέ γεύσεων, υψηλή διαμονή και σκόπιμη κοινωνική σύνδεση (Howland, 2007, p. 2).

Τα αγροτικά τοπία, ανεξάρτητα από την χρήση τους, αντιλαμβάνονται διαφορετικά από διαφορετικές ομάδες ανθρώπων (Rogge, Nevens, & Gulinck, 2007), και προσεγγίζονται διαφορετικά μέσα από τις αλλαγές μέσα στο χρόνο. Για παράδειγμα, ενώ οι κοινωνίες ιδρυτές των Ευρωπαϊκών αποικιών συχνά επιβεβαίωναν την κυριαρχία τους στη γη, οι άνθρωποι στα βιομηχανικά κράτη από τον 18ο και 19ο αιώνα (πολλοί από αυτούς δε εμπλέκονταν πλέον προσωπικά στην αγροτική παραγωγή) η ρομαντικοποίηση της αγροτιάς και η ωραιοποίηση των θεμάτων της ζωής στην ύπαιθρο (Claval, 2005; Vos & Meekes, 1999).

Είναι η υποτιθέμενη καθημερινή ειδυλλιακή ύπαρξη η οποία είναι το επίκεντρο της τουριστικής "επιμονής" στις αγροτικές περιοχές, καθημερινότητα η οποία όμως συχνά είναι ένας σκληρός τρόπος το να ζεις στην ύπαιθρο. Αυτό αναδεικνύει την ύπαρξη πολλαπλών αξιών της τοπιογραφίας και ταυτοτήτων αυτής. Η καθημερινή αυτή εμπειρία είναι ένα μείγμα από δυναμικού τοπικά βασισμένου πολιτισμικό σύστημα το οποίο μπορεί να εξερευνηθεί με τον τρόπο που το αγροτικό τοπίο διαχειρίζεται, ζει, και γίνεται αντιληπτό (Mitchell, 1995). Ο οινικός τουρισμός είναι ευρέως αναγνωρισμένο ότι διαθέτει μια ισχυρή σχέση με το αγροτικό τοπίο και την αγροτιά. Για την συνάφεια των διαδικασιών της ταυτοποίησης και του υπολογισμού της συμβολικής κοινότητας, δυο προτάσεις μπορούν να διακριθούν όσον αφορά τον σχεδιασμό και την διαχείριση τουριστικών σχεδίων σχετικών με στον πολιτισμό. Από τη μια πλευρά, η δυνατότητα να χρησιμοποιηθούν συμμετοχικές μεθοδολογίες για τον σχεδιασμό και την διαχείριση του πολιτιστικού τουρισμού, μιας και αυτό θα ήταν το πιο ταιριαστό μοντέλο που εγγυάται την κατάλληλη γνώση για τις τουριστικές διαδικασίες. Από την άλλη, η ανάγκη να γίνει γνωστό - πριν να στηριχθεί οποιοδήποτε πολιτιστικό κίνητρο- η τωρινή πραγματική κατάσταση της κοινότητας της οποίας η κουλτούρα πρόκειται να μετατραπεί σε τουριστικό πόρο. Για να επιτευχθεί αυτό, θα πρέπει να εξεταστούν προσδιοριστικοί παράγοντες σχετιζόμενους με την ταυτότητα της κοινότητας στα θέματα, σχεδιασμού και διαχείρισης τουριστικών έργων.

Το πολιτιστικό απόθεμα ως πόρος τουριστικής ανάπτυξης εκτιμάται για:

- Σπανιότητα
- Διερευνητική δυναμικότητα
- Αντιπροσωπευτικότητα
- Εμφανής ελκυστικότητα
- Τεχνολογικά στοιχεία
- Καινοτομικές διαδικασίες
- Ειδικούς συνδέσμους
- Πολιτιστικές πρακτικές
- Και τις πνευματικές απόψεις των επισκεπτών και των ντόπιων

3.2 Προτάσεις

Από την μελέτη για το Μάρκετινγκ στον Ελληνικό Τουρισμό που εκπονήθηκε από τον ΕΟΤ το 2007, προέκυψαν τα εξής συμπεράσματα η εργασία παραθέτει αυτά που σχετίζονται με τον πολιτιστικό τουρισμό.

Οι ελληνικοί παραθαλάσσιοι προορισμοί δεν έχουν αξιοποιήσει την ευκαιρία να χρησιμοποιήσουν τους εκπληκτικούς πόρους και πόλους έλξης για να συμπληρώσουν το σημερινό προϊόν. Κατά συνέπεια, η δημιουργία ταξιδιωτικών προγραμμάτων και εκδρομών θα συμβάλλει στην εξάλειψη ενός από τα κύρια εμπόδια που παρουσιάζει ο τομέας: την έλλειψη οργανωμένης συμπληρωματικής προσφοράς και νέων εμπειριών. Θέματα όπως η γαστρονομία, οι ψαράδες, η θαλάσσια βιολογία, η κληρονομιά, τα νησιά, κλπ. θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία σύντομων εκδρομών και περιοδειών. Οι ταξιδιώτες των περιηγήσεων επιθυμούν να απολαμβάνουν προορισμούς και να επισκέπτονται τους πιο σημαντικούς πόλους έλξης σε σχετικά μικρό χρονικό διάστημα. Θα ήταν καλό να δημιουργηθούν ιστορίες και να προσδιοριστούν νέες θεματικές διαδρομές που σχετίζονται με την ελληνική πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά, τη μυθολογία, τη φιλοσοφία, τη γαστρονομία, κλπ.

Για του άξονες Ελληνική ύπαιθρος και πόλη προτείνονται:

Α) Ανάδειξη ταξιδιωτικών προγραμμάτων και εκδρομών που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν τόσο από τους ανεξάρτητους ταξιδιώτες όσο και από το κύκλωμα των οργανωμένων ταξιδιών, προκειμένου να αναδειχθούν νέες ιδέες ως προς τους προορισμούς και τις προσφερόμενες δραστηριότητες.

Παραδείγματα: «Οι δώδεκα άθλοι του Ηρακλή», «Ο δρόμος των λευκών χωριών», «Ο δρόμος των παρθένων νήσων», «Ιστορικά μοναστήρια», «Η

διαδρομή των παραδοσιακών ψαράδων», «Ο δρόμος των προβάτων», «Η διαδρομή των ελληνικών αμπέλων»

Β) Δημιουργία θεματικών διαδρομών με τους επιλεγμένους πόρους και θέματα, καθώς και κυκλικές περιηγήσεις γενικού περιεχομένου για τους ταξιδιώτες που δεν ενδιαφέρονται για ένα συγκεκριμένο θέμα αλλά ενδιαφέρονται να ανακαλύψουν τη χώρα με έναν οργανωμένο τρόπο.

Κατά τις σύντομες Επισκέψεις Πόλεων οι ταξιδιώτες έχουν περιορισμένο χρόνο να απολαύσουν τον προορισμό και αναζητούν να έχουν πολλές εμπειρίες σε σύντομο χρονικό διάστημα. Η εκπόνηση θεματικών διαδρομών μπορεί να συμβάλλει στη διάρθρωση της προσφοράς της πόλης γύρω από επιλεγμένα θέματα όπως αρχαιολογία, αρχαίοι φιλόσοφοι, μπαρ, shopping, τέχνη κλπ.

Με σκοπό να επιτύχουμε:

- Καλύτερη οργάνωση της επικράτειας
- Καλύτερη διάρθρωση τουριστικού προϊόντος
- Βελτιστοποίηση της αποτελεσματικότητας των προσπαθειών

Θα πρέπει να γίνουν τα παρακάτω:

- Γεωγραφική ομάδα(Cluster) αποτελεί η ένωση τουριστικών πόρων, υποδομών και εξοπλισμού καθώς και των τουριστικών επιχειρήσεων που εντοπίζονται σε μία ομογενή γεωγραφική περιοχή.

- Ο προσδιορισμός των ομάδων είναι ιδιαίτερα χρήσιμος, αφού οποιαδήποτε τουριστική δραστηριότητα εντοπίζεται σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές. Η συγκέντρωση τουριστικής ανάπτυξης σε επιλεγμένες περιοχές συμβάλλει στη βελτιστοποίηση της αποδοτικότητας των προσπαθειών που προσανατολίζονται στην επίλυση ανταγωνιστικών κενών και στη βελτίωση της θέσης της Ελλάδας.

- Ο ΕΟΤ, οι Ενώσεις Μάρκετινγκ και Ανταγωνιστικότητας καθώς και άλλοι παράγοντες τουρισμού μπορούν να συνεργαστούν προκειμένου να προσδιοριστούν οι καλύτερες δυνατές ομαδοποιήσεις περιοχών στην Ελλάδα. Κάθε ομάδα πρέπει να διαρθρωθεί γύρω από έναν κύριο αερολιμένα. Κάθε ομάδα θα διαθέτει ένωση Μάρκετινγκ και Ανταγωνιστικότητας υπεύθυνη για τα ακόλουθα:

- Προσδιορισμός και προώθηση του ιδιαίτερου χαρακτήρα και προσωπικότητας των

ομάδων

- Προσδιορισμός των στρατηγικών μάρκετινγκ και ανταγωνιστικότητας

- Επιλογή ελκυστικών και ευκολομνημόνευτων ονομάτων για κάθε περιοχή

Τα εμπορικά σήματα βεβαιώνουν ότι ένα συγκεκριμένο προϊόν διαθέτει προσδιορισμένες ιδιότητες. Η ύπαρξη μιας σειράς τουριστικών εμπορικών σημάτων καθιστά δυνατή τη διαφοροποίηση μεταξύ τουριστικών προϊόντων εντός Ελλάδος και, κατά συνέπεια, διαφοροποιεί τις εμπειρίες. Έτσι, η Ελλάδα δεν θα αντιμετωπίζεται ως ομοιόμορφος προορισμός αλλά ως μία επικράτεια που προσφέρει σειρά ποικίλων εμπειριών.

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στη γνώση της πολιτιστικής προσφοράς των κύριων πολιτιστικών προορισμών, καθώς και τους διάφορους τρόπους δημιουργίας εμπειριών εκπαίδευσης και ψυχαγωγίας. Εναρμόνιση του ελληνικού συστήματος σήμανσης προκειμένου να διευκολυνθεί ο προσανατολισμός των επισκεπτών στους ελληνικούς προορισμούς διακοπών και να ενημερώνονται αναφορικά με τους υπάρχοντες πόλους έλξης. Το σύστημα σήμανσης θα αναδεικνύει στο έπακρο τους υπάρχοντες τουριστικούς πόρους.

Υπάρχουν τρεις τύποι σήμανσης:

- Προωθητική σήμανση: ενημερώνει τους επισκέπτες για τους τουριστικούς πόλους έλξης
- Καθοδηγητική σήμανση: ενημερώνει τους επισκέπτες ότι έχουν φθάσει σε ένα συγκεκριμένο μέρος.
- Ενημερωτική σήμανση: παρέχει λεπτομερείς πληροφορίες για έναν συγκεκριμένο πόλο έλξης.

Παραδείγματα ανάρτησης καθοδηγητικών πινακίδων:

- Θεματικές διαδρομές
- Πολιτιστικές τοποθεσίες και πόλοι έλξης
- Θερμά λουτρά
- Πόλη με τα πόδια
- κλπ.

Η ανάρτηση καθοδηγητικών πινακίδων πρέπει να υποδεικνύει την κατεύθυνση για τους κύριους πόλους έλξης, πώς μπορεί κανείς να φθάσει με τα πόδια και με τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Η χρήση του συστήματος μαζικής μεταφοράς πρέπει να είναι εύκολη για τους αλλοδαπούς ταξιδιώτες: ενημερωτικοί χάρτες και μεγάφωνα με

πληροφορίες στα αγγλικά, χάρτες που θα υποδεικνύουν τους κύριους πόλους έλξης κάθε σταθμού, κλπ.

Νέες εκδηλώσεις και φεστιβάλ που αξιοποιούν τους ποικίλους πόρους που μπορεί να προσφέρει η Ελλάδα στους τουρίστες: αρχαία θέατρα, ναοί, μοναστήρια μουσεία, ελληνικές παραδόσεις, κλπ.

Σε πολλές περιπτώσεις, οι ταξιδιώτες σύντομων επισκέψεων πόλεων επισκέπτονται μια πόλη για να παρακολουθήσουν μία ειδική εκδήλωση και παραμένουν στην πόλη 2 ή 3 ημέρες ακόμη. Κατά συνέπεια, η δημιουργία ενδιαφέρουσας προσφοράς φεστιβάλ και εκδηλώσεων διεθνούς κύρους θα μπορούσε να συμβάλλει στην προσέλκυση περισσότερων τουριστών στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη και στον εμπλουτισμό της προσφοράς των πόλεων. Υπό αυτή την έννοια, παράμετροι όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, πολιτιστικοί πόλοι έλξης και γαστρονομία θα μπορούσαν να χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία ειδικών εκδηλώσεων.

-Βελτίωση της υπάρχουσας πολιτιστικής προσφοράς που βασίζεται στον αρχαίο πολιτισμό και κληρονομιά

Η Ελλάδα πρέπει να επωφεληθεί της μοναδικής πολιτιστικής της κληρονομιάς, των αρχαίων θεάτρων και του γεγονότος ότι η αρχαία Ελλάδα αποτελούσε το λίκνο του δυτικού πολιτισμού προκειμένου να προσελκύσει αλλοδαπούς επισκέπτες. Οι υπάρχουσες πολιτιστικές εκδηλώσεις και φεστιβάλ πρέπει να εμπλουτίσουν το πρόγραμμά τους και να καταστούν πιο ελκυστικές για ξένους τουρίστες, ενώ πρέπει να καθιερωθούν και νέες. Εξάλλου, πρέπει να αξιοποιηθούν οι μοναδικοί ιστορικοί χώροι εκδηλώσεων που διαθέτει η Ελλάδα

Βιβλιογραφία

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Τουριστική Ανάπτυξη & Σχεδιασμός, Κωνσταντίνος Ανδριώτης, Αθήνα 2005
- Τουριστική Οικονομική, Δημήτρης Γ. Λαγός, 2005
- Τουριστική Οικονομία, Ν. Ηγουμενάκης, 1991
- Τουρίστες, ταξίδια και τόποι, Πάρις Τσάρτας, 1996
- Ο τουρισμός ως παράγοντας κοινωνική αλλαγής, Μανωλόγλου Ε. Τσάρτας Π. Μάρκου Α. Παπλιάκου Β. 1999
- Ενδογενής τουριστική ανάπτυξη. Διαρθρωμένη ή αποδιαρθρωμένη τοπική ανάπτυξη: Η περίπτωση του Ρεθύμνου της Κρήτης, Τζεδάκη Παπαδάκη, 1999
- Αναπτυξιακές προοπτικές και απασχόληση στον ελληνικό νησιώτικο χώρο, στο Ευθυμίουπουλος Η, Μοδινός Μ. (επιμ) «Οι δρόμοι της αειφορίας. Περιβάλλον, εργασία, επιχειρηματικότητα», εκδ. Ελληνικά Γράμματα – ΔΠΠΕ, 2003, σ.183-200
- Η σημασία του τουρισμού για την Ελληνική οικονομία/ κοινωνία & προτάσεις, Μελέτη Εκπονηθείσα για Λογαριασμό του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), Χίος 2010
- Η επίδραση του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία, Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, 2012
- Εξελίξεις στον Παγκόσμιο και Ελληνικό τουρισμό, βασικά μεγέθη της Ελληνικής Ξενοδοχείας το 2013, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων
- <http://iniotakis.wordpress.com/2009/11/25/τουρισμός-οι-εμπειρίες-της-ανατολική/#more-36>
- Το πνεύμα των αγροτικών τοπίων Πολιτισμός, Μνήμη και μηνύματα. Δρ. Έφη Καρποδίνη-Δημητριάδη 2009
- Στρατηγικό σχέδιο πολιτιστικού τουρισμού για την περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, Ντόρα Κονσόλα καθ. Πάντειου Πανεπιστημίου
- Στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού 2010-2015, Μπαμπλή Χρυσή, (2010), Διπλωματική εργασία--Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- William C. Gartner Τουριστική Ανάπτυξη, Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές, 2001
- Applicability of the market appeal—robusticity matrix: a case study of heritage tourism, *Tourism Management* 25 (2004) 789–800
- Cultural Systems and the Wine tourism product, *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 1, pp. 311–335, 2012
- Mc Kercher B. and du Cross H. (2002) *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*, London: Routledge
- Heritage, Local Communities and Economic Development, Mark P. Hampton, University of Kent, UK *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, No. 3, pp. 735–759, 2005
- Heritage protection and tourism development priorities in Hangzhou, China: A political economy and governance perspective *Tourism Management* 33 (2012) 988–998
- Sustainable tourism indicators as planning tools in cultural destinations, *Ecological Indicators* 18 (2012) 659–675
- Identity and community— Reflections on the development of mining heritage tourism in Southern Spain, *Tourism Management* 28 (2007) 677–687
- Relationship between tourism and cultural heritage management: evidence from Hong Kong, *Tourism Management* 26 (2005) 539–548
- Tourism development of World Heritage Sites in China: A geographic perspective, *Tourism Management* 29 (2008) 308–319
- ICOMOS (1999) *International Cultural Tourism Charter*
- Russo A. P. (2002) “The “Vicious Circle” of Tourism Development in Heritage Cities”, *Annals of Tourism Research*, 29 (1): 165-182
- *Regional Economic Development in Europe*, Volos: University of Thessaly Press
- *The State’s Role in Protecting and Promoting World Tourism Organization (WTO)*, 1985
- ICOMOS, *Χάρτα για τον Πολιτιστικό Τουρισμό* 1976

- Greg Richards, ATLAS Cultural Tourism Survey , Summary Report 2007
www.tram-research.com./atlas
- Council of Europe, Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness,
- Tourism, Routledge 1995 1st.ed.
- OECD, Tourism Trends and Policies 2012, OECD Publishing,
<http://dx.doi.org/10.1787/tour-2012-en>
- OECD, The Impact of Culture on Tourism, January 2009
- UNWTO, Βαρόμετρο 11, Ιανουάριος 2013