

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

«ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ:
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»

ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΣΑΡΟΥΧΗΣ

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο τμήμα Οικονομικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική

Πειραιάς, Μάιος 2016

UNIVERSITY OF PIRAEUS
DEPARTMENT OF ECONOMICS



**MASTER PROGRAM IN ECONOMIC AND BUSINESS
STRATEGY**

**“NEW TYPES OF TOURISM: CULTURAL AND
RELIGIOUS TOURISM IN GREECE”**

By

IOANNIS TSAROUCHIS

Master Thesis submitted to the Department of Economics of the University of Piraeus in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Economic and Business Strategy

Piraeus, Greece, May 2016

Αφιερωμένη στην οικογένεια μου και στην Ξανθή

Ευχαριστίες

Αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω όλους εκείνους που με την αμέριστη συμπαράσταση τους και την αδιάκοπη βοήθεια τους συνέβαλαν καταλυτικά στην ολοκλήρωση αυτής της διπλωματικής εργασίας. Ιδιαίτερα θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου, την κα Κοτταρίδη Κωνσταντίνα, Επίκουρη Καθηγήτρια του τμήματος Οικονομικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς για την ανάθεση και την επίβλεψη της εργασίας αυτής καθώς και για τις χρήσιμες συμβουλές και παρατηρήσεις με στόχο το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Επιπλέον θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τα άλλα δύο μέλη της τριμελούς επιτροπής, τον κ. Γιαννέλη Δημήτριο Διευθυντή του Μεταπτυχιακού Προγράμματος και Καθηγητή του τμήματος Οικονομικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς, καθώς και τον κ. Παντελίδη Παντελή Καθηγητή του τμήματος Οικονομικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς. Επίσης, επιθυμώ να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την ηθική αλλά και υλική συνεισφορά της κατά τη διάρκεια ολόκληρης της ακαδημαϊκής μου εκπαίδευσης και φυσικά τα φιλικά μου πρόσωπα που ο καθένας με τον τρόπο του μου έδωσε το κουράγιο και την όρεξη να ολοκληρώσω την συγγραφή αυτής της εργασίας. Τέλος, θα αποτελούσε παράλειψη να μην ευχαριστήσω όλους εκείνους τους ανώνυμους εισερχόμενους ταξιδιώτες στη χώρα μας που θέλοντας να βοηθήσουν στην υλοποίηση της έρευνας σχετικά με τις τάσεις και τις προοπτικές του πολιτιστικού και θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα, αφιέρωσαν λίγο από τον χρόνο τους προκειμένου να απαντήσουν τα σχετικά ερωτηματολόγια.

«Σύγχρονες Μορφές Τουρισμού: Πολιτιστικός και Θρησκευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα»

Σημαντικοί όροι: τουρισμός, ταξίδι, μορφές τουρισμού, τουριστικές τάσεις, οικονομία, ανάπτυξη, οικονομικό όφελος, αφίξεις, προορισμός, πολιτιστικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός, πολιτιστικά μνημεία, μουσεία, θρησκευτικοί χώροι ενδιαφέροντος, μοναστήρια, υποδομές, ταξιδιώτης, τόνωση τοπικών οικονομιών

Περίληψη

Μέσα στη ροή και την εξέλιξη της κοινωνικής πραγματικότητας αλλά και του σύγχρονου και συνεχώς μεταβαλλόμενου κοινωνικοπολιτικού περιβάλλοντος που ζούμε και δραστηριοποιούμαστε, συντελούνται αλλαγές στον τρόπο αντίληψης των δεδομένων και των επιλογών μας σε όλα τα επίπεδα. Έτσι, λογική και αναμενόμενη συνέπεια αυτών των εξελικτικών ζυμώσεων αποτελεί και η σταδιακή μεταστροφή των ταξιδιωτών προς νέες και περισσότερο εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Στην παρούσα εργασία, αρχικά παρουσιάζονται ορισμένα γενικά στοιχεία για τον τουρισμό, στη συνέχεια γίνεται αναφορά στη συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη και πρόοδο της ελληνικής οικονομίας μέσω της παράθεσης σχετικών πινάκων και δεικτών και ακολουθούν στοιχεία και πληροφορίες για τον πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα.

Στο επόμενο τμήμα της εργασίας, παρουσιάζονται και αναλύονται τα στατιστικά αποτελέσματα της έρευνας που έλαβε χώρα αναφορικά με το προφίλ του εισερχόμενου ταξιδιώτη στην Ελλάδα, τις τάσεις και τις προοπτικές για τον πολιτιστικό και τον θρησκευτικό τουρισμό στη χώρα μας, τα προβλήματα που ενδεχομένως αντιμετωπίζει και τέλος τις προτάσεις του για τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα.

Τα αποτελέσματα τα οποία προκύπτουν είναι αρκετά ενθαρρυντικά και δείχνουν ότι οι σύγχρονοι ταξιδιώτες απομακρύνονται σταδιακά από τη μαζικότητα του τουρισμού που επικρατούσε και εστιάζουν σε νέες και ποιοτικότερες επιλογές.

“New Types of Tourism: Cultural and Religious Tourism in Greece”

Keywords: tourism, travel, forms of tourism, trends of tourism, economy, development, economic profit, arrivals,, destination, cultural tourism, religious tourism, cultural monuments, museums, religious sites, monasteries, facilities, traveler, strengthening of local economy

Abstract

Through the flow and evolution of the actualities of our social life, as well as the contemporary and constant changes of our social and political environment where we live and activate ourselves, a lot of changes contribute in the way of perception of data and our choices in every level. In this way, the gradual change of mind towards new and more alternative forms of tourism, constitute the reasonable and expected consequence of all these evolutionary activities.

In the beginning of this assignment, some general facts for the tourism are presented and then there is a report on the contribution of tourism in the economic development and progress of Greek economy through quotation of relevant lists and index. Furthermore, some elements and information about the cultural and religious tourism follow.

In the following part of this assignment, the statistic results of the research, which took place according to the profile of the traveler who comes to Greece, the trends and perspectives for cultural and religious tourism in our country, the problems that possibly faces and at last the proposals for the improvement of tourist product in Greece are presented and analyzed.

The results that arise are encouraging enough and show us that travelers are withdrawn from massive tourism gradually and focus on new and more quality options.

Περιεχόμενα

Περίληψη	ix
Abstract	xi
Κατάλογος Πινάκων	xv
Κατάλογος Διαγραμμάτων	xvii
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	1
1.1 Εισαγωγή	1
1.2 Ιστορική αναδρομή του τουρισμού και του τουριστικού φαινομένου	2
1.3 Η εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού	4
1.4 Το ελληνικό τουριστικό προϊόν	7
1.5 Ο τουρισμός και οι ωφελούμενοι τομείς	8
1.6 Εναλλακτικός τουρισμός	9
1.7 Οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού	10
1.8 Οι τύποι του τουρισμού	12
1.8.1 Βασικές κατηγορίες του τουρισμού	13
1.8.2 Εναλλακτικές μορφές του τουρισμού	14
1.9 Ανακεφαλαίωση	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	21
2.1 Εισαγωγή	21
2.2 Οικονομική και τουριστική ανάπτυξη	22
2.3 Ο τουρισμός σε διεθνές επίπεδο	24
2.4 Ο τουρισμός στην Ελλάδα σήμερα	27
2.5 Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία	30
2.6 Νέες τάσεις στον τουρισμό	35
2.7 Ανακεφαλαίωση	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	39
3.1 Εισαγωγή	39
3.2 Πολιτιστικός τουρισμός	40
3.3 Ισχύον πλαίσιο για πολιτιστικό τουρισμό στην Ευρώπη	43
3.4 Πολιτιστικός τουρισμός στην Ελλάδα	44
3.5 Πολιτιστικά μνημεία και χώροι ενδιαφέροντος στην Ελλάδα	46

3.6	Ανακεφαλαίωση.....	50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	51
4.1	Εισαγωγή.....	51
4.2	Θρησκευτικός τουρισμός.....	52
4.3	Ισχύον πλαίσιο για θρησκευτικό τουρισμό στην Ευρώπη.....	55
4.4	Θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα	57
4.5	Θρησκευτικοί χώροι ενδιαφέροντος και μοναστήρια στην Ελλάδα	59
4.6	Ανταγωνιστικές χώρες για θρησκευτικό τουρισμό.....	62
4.7	Ανακεφαλαίωση.....	64
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	65
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ	67
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	101
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	107
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	117
	Ελληνική.....	117
	Ξένα.....	119
	Διαδικτυακοί Τόποι.....	121

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 2-1: Συγκεντρωτικά περιφερειακά στατιστικά εισερχόμενου τουρισμού.....	34
--------------------------------------------------------------------------------	----

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Σχήμα 2-1: Διεθνείς αφίξεις τουριστών το 2015.....	25
Σχήμα 2-2: Τουριστικές αφίξεις παγκοσμίως από το 1950 έως το 2030	26
Σχήμα 2-3: Συμβολή του τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ.....	27
Σχήμα 2-4: Κατανομή των ξενοδοχείων ανά κατηγορία σε βασικούς ελληνικούς προορισμούς..	30
Σχήμα 2-5: Διαχρονική εξέλιξη εμπορικού και ταξιδιωτικού ισοζυγίου μεταξύ 2002-2014	32
Σχήμα 2-6: Η ταυτότητα του ελληνικού τουρισμού	33
Σχήμα 6-1: Το φύλο των ταξιδιωτών	67
Σχήμα 6-2: Η ηλικία των ταξιδιωτών.....	68
Σχήμα 6-3: Μορφωτικό επίπεδο	68
Σχήμα 6-4: Κατηγορία ταξιδιωτών	69
Σχήμα 6-5: Ετήσιο εισόδημα σε ευρώ	70
Σχήμα 6-6: Επάγγελμα των ταξιδιωτών.....	70
Σχήμα 6-7: Χώρα καταγωγής.....	71
Σχήμα 6-8: Επίσκεψη στην Ελλάδα κατά το παρελθόν	72
Σχήμα 6-9: Σκοπός του ταξιδιού.....	72
Σχήμα 6-10: Διάρκεια ταξιδιού.....	73
Σχήμα 6-11: Επίσκεψη σε άλλα μέρη	73
Σχήμα 6-12: Άλλα μέρη επίσκεψης	74
Σχήμα 6-13: Προγραμματισμένες συνολικές δαπάνες σε ευρώ.....	75
Σχήμα 6-14: Εκτιμώμενες ημερήσιες δαπάνες κατ' άτομο σε ευρώ	75
Σχήμα 6-15: Πρόθεση επίσκεψης σε μουσείο.....	76
Σχήμα 6-16: Πρόθεση επίσκεψης σε αρχαιολογικούς χώρους	77
Σχήμα 6-17: Ποσοστό γνώσης αρχαιολογικών χώρων	78
Σχήμα 6-18: Παράλληλες δραστηριότητες με την επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους.....	79
Σχήμα 6-19: Πρόθεση επίσκεψης σε χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος.....	81
Σχήμα 6-20: Παράλληλες δραστηριότητες με την επίσκεψη σε θρησκευτικούς χώρους.....	82
Σχήμα 6-21: Λόγοι επίσκεψης θρησκευτικού χώρου.....	83
Σχήμα 6-22: Ποσοστό γνώσης θρησκευτικών χώρων	84
Σχήμα 6-23: Προϋποθέσεις και υποδομές για την επίσκεψη σε αρχαιολογικούς και θρησκευτικούς χώρους.....	85
Σχήμα 6-24: Συνδυαστική επίσκεψη αρχαιολογικών και θρησκευτικών χώρων	87
Σχήμα 6-25: Αντιμετώπιση προβλημάτων ξένων ταξιδιωτών στην Ελλάδα	88
Σχήμα 6-26: Έλλειψη απευθείας συγκοινωνίας.....	89
Σχήμα 6-27: Σημαντικές καθυστερήσεις ΜΜΜ.....	89
Σχήμα 6-28: Απεργίες και διαδηλώσεις	90
Σχήμα 6-29: Αίσθημα ανασφάλειας στους ταξιδιώτες	91
Σχήμα 6-30: Ωράριο των μουσείων	91
Σχήμα 6-31: Κλειστοί αρχαιολογικοί χώροι	92

Σχήμα 6-32: Μη προσβάσιμα μοναστήρια για τους ταξιδιώτες	93
Σχήμα 6-33: Ανεπάρκεια επικοινωνίας με τους ταξιδιώτες.....	93
Σχήμα 6-34: Ακρίβεια των προϊόντων	94
Σχήμα 6-35: Άλλα προβλήματα των ταξιδιωτών	95
Σχήμα 6-36: Προτεινόμενοι τρόποι αντιμετώπισης προβλημάτων.....	96
Σχήμα 6-37: Τομέας του τουρισμού που χρήζει βελτίωσης	97
Σχήμα 6-38: Τομέας του τουρισμού με στρατηγικό πλεονέκτημα	98
Σχήμα 6-39: Επόμενος προορισμός των ταξιδιωτών	99

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

1.1 Εισαγωγή

Ο άνθρωπος από τη δημιουργία του κόσμου είχε έμφυτο το αίσθημα της περιπλάνησης και της ανακάλυψης νέων περιοχών που θα του εξασφαλίσουν τροφή και κάλυψη των αναγκών του. Μέσα από τις διαδρομές του και τις αναζητήσεις του κατάφερε να δημιουργήσει οικισμούς, οι οποίοι μετεξελίχθηκαν σε οργανωμένες πολιτείες και αργότερα σε σύγχρονες μεγαλουπόλεις. Θεμελιώδες στοιχείο αυτής της εξέλιξης αποτέλεσε η δυνατότητα του να αλληλεπιδρά και να επισκέπτεται άλλες περιοχές καθώς και να αξιοποιεί τα διάφορα ερεθίσματα που λάμβανε. Έτσι, με το πέρασμα των χρόνων, ο άνθρωπος άρχισε να ταξιδεύει με σκοπό είτε την μετοίκηση και την εύρεση ευνοϊκότερων συνθηκών διαβίωσης είτε για λόγους οικονομικών και εμπορικών συνδιαλλαγών.

Μέσα από αυτές τις διαδικασίες όμως, άρχισε να γεννιέται και η βαθύτερη ανάγκη του ατόμου για ψυχαγωγία, διεύρυνση των πνευματικών του οριζόντων και εσωτερική ολοκλήρωση. Αυτό, είχε σαν φυσικό επακόλουθο τη δημιουργία των πρώτων ταξιδευτών και μετέπειτα ταξιδιωτικών ομάδων που επισκέπτονταν μέρη και τοποθεσίες ανά την υφήλιο με σκοπό να γνωρίσουν νέους πολιτισμούς, νέα ήθη και έθιμα, να δουν τον τρόπο ζωής άλλων φυλών και εθνοτήτων και να αποκομίσουν χρήσιμες γνώσεις από την καθημερινότητά τους. Βασικό κίνητρο στα περισσότερα ταξίδια αποτέλεσε η ιστορία και ο πολιτισμός του τόπου επίσκεψης καθώς επίσης η θρησκεία και οι ιεροί τόποι προσκυνήματος.

Έτσι λοιπόν, εκτός από τον κλασικό και πολλές φορές μαζικό τουρισμό που άκμασε ιδιαίτερα τα τελευταία 50 χρόνια, καλλιεργήθηκαν και αναπτύχθηκαν νέες και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Στο κεφάλαιο που ακολουθεί, θα γίνει μία ιστορική αναδρομή του τουρισμού και του τουριστικού φαινομένου, θα παρουσιαστεί η εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού και το ελληνικό τουριστικό προϊόν, θα γίνει αναφορά στους τομείς που ωφελούνται άμεσα ή έμμεσα από τον τουρισμό και τέλος θα παρουσιαστούν οι βασικές κατηγορίες και οι εναλλακτικές μορφές του.

1.2 Ιστορική αναδρομή του τουρισμού και του τουριστικού φαινομένου

Ο τουρισμός ως φαινόμενο και ως οργανωμένη και συνειδητή μετακίνηση των ανθρώπων από μέρος σε μέρος αποτελεί προϊόν της εξελικτικής πορείας του ανθρώπου και των αναζητήσεων του. Κατά την αρχαιότητα, τόσο οι αρχαίοι Έλληνες όσο και οι Ρωμαίοι συνήθιζαν να ταξιδεύουν και να επισκέπτονται άλλες πόλεις για διάφορους εμπορικούς αλλά και ιδιωτικούς λόγους. Μάλιστα, στην αρχαία Ελλάδα, η θέσπιση των Ολυμπιακών Αγώνων αποτελεί και την πρώτη καταγεγραμμένη μετακίνηση ατόμων από όλες τις χώρες του τότε γνωστού κόσμου με σκοπό τη συμμετοχή στους αγώνες.

Οι περισσότεροι ταξιδιώτες κατά την περίοδο των αρχαίων χρόνων ανήκαν στην άρχουσα τάξη και αυτό εξηγείται λόγω των δυσκολιών που συνέτρεχαν για τις μετακινήσεις τους και των μεγάλων χρηματικών ποσών που απαιτούνταν. Με το πέρασμα των χρόνων, δημιουργήθηκε ευρύ δίκτυο δρόμων και κατασκευάστηκαν νέα, μεγαλύτερα και ασφαλέστερα πλοία με αποτέλεσμα την ευκολότερη και με μικρότερο κόστος μετακίνηση των πολιτών από περιοχή σε περιοχή. Σε αυτό συνέβαλε καταλυτικά η εξάπλωση της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας η οποία συντέλεσε στην βελτίωση του οδικού δικτύου, στην ασφάλεια των μεταφορών και στην εξειδίκευση των τουριστικών ταξιδιών. Έτσι, πολλές περιοχές, όπως η Ελλάδα και η Αίγυπτος γίνονται πόλος έλξης τουριστών τόσο για θρησκευτικούς όσο και για πολιτιστικούς λόγους (Τσάρτας, 1996).

Κατά τον Μεσαίωνα, τα περισσότερα ταξίδια πραγματοποιούνταν για θρησκευτικές εκδηλώσεις, γιορτές και ιαματικές θεραπείες. Αποτελεί άλλωστε ευρέως γνωστό το γεγονός ότι ήδη από την εποχή της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας οι ιαματικές πηγές της κεντρικής Ευρώπης ήταν πολύ δημοφιλείς, ενώ αργότερα κατά την Αναγέννηση έγιναν κέντρα αναψυχής και διασκέδασης για την υψηλή κοινωνία (Βιτουλαδίτη, 2000). Επιπρόσθετα, πολλά ταξίδια εκείνη την εποχή γίνονταν στην Ιερουσαλήμ και στους Αγίους Τόπους, όπου μεγάλα караβάνια προσκυνητών κατευθύνονταν στα μέρη αυτά με σκοπό να προσκυνήσουν και να μετέλθουν του Θείου, αφηφώντας τους κινδύνους και τις κακουχίες που εμπεριείχε ένα τόσο μεγάλο ταξίδι τότε.

Την περίοδο της Αναγέννησης, παρατηρείται μία αλλαγή στο ταξιδιωτικό τοπίο και πλέον είναι οι γόνιμοι των αριστοκρατικών οικογενειών της Ευρώπης οι οποίοι παροτρύνονται από τις οικογένειές τους να ταξιδέψουν προκειμένου να διευρύνουν το πνεύμα τους, να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους και αργότερα να γίνουν δεκτοί στις βασιλικές αυλές. Τα ταξίδια αυτά έγιναν γνωστά με το όνομα «Grand Tour» και αποτέλεσαν τη βασική αιτία μαζικοποίησης του τουρισμού και

ανάπτυξης των τουριστικών υποδομών όπως δρόμων, λιμανιών και ξενοδοχείων. Παράλληλα με αυτά τα ταξίδια, ξεκίνησαν και οι εξερευνήσεις της Αφρικής, της Ασίας, της Αμερικής και της Αυστραλίας. Με την ανακάλυψη των νέων αυτών χωρών, οι Ευρωπαίοι διαπιστώνουν ότι οι ταξιδιωτικοί τους ορίζοντες γίνονται πιο ευρείς και ότι νέες ευκαιρίες θα προκύψουν στις νεοανακαλυφθείσες χώρες. Επιστήμονες, έμποροι και ιεραπόστολοι αρχίζουν να ακολουθούν τους θαλασσοπόρους στους νέους προορισμούς, μεταφέροντας την ιστορία, τον πολιτισμό, την επιστήμη και τις ιδέες των χωρών προέλευσης τους (Τσάρτας, 1996).

Η μεγάλη ανάπτυξη και κατά κάποιο τρόπο έκρηξη του τουρισμού που οδήγησε στη μελλοντική μαζικοποίηση του σημειώθηκε κατά τον 19ο αιώνα και σε αυτό συνέβαλαν καταλυτικά η ταχύτατη ανάπτυξη του σιδηροδρομικού δικτύου σε όλη την ευρωπαϊκή επικράτεια αλλά και η εφεύρεση του ατμόπλοιου που διευκόλυνε σημαντικά τις θαλάσσιες μεταφορές. Μέσω των δύο αυτών τεχνολογικών επιτευγμάτων, το κόστος των μεταφορών μειώθηκε και η ασφάλεια των μετακινήσεων δεν αποτελούσε πια τροχοπέδη για τους ταξιδιώτες. Βέβαια, καθώς ο τουρισμός αναπτυσσόταν με ραγδαίους ρυθμούς, παρουσιάστηκε η ανάγκη για οργάνωση όλων των επιμέρους παραμέτρων που καθορίζουν ένα ταξίδι και το χαρακτηρίζουν ασφαλές και επιτυχημένο. Ο πρώτος που ασχολήθηκε συστηματικά με την οργάνωση και πραγματοποίηση ταξιδιών ήταν ο Άγγλος Thomas Cook, το 1841, ο οποίος οργάνωσε το πρώτο ταξίδι από το Λέστερ στο Λωφμπόρου για 570 άτομα. Θεωρείται ο πρώτος τουριστικός πράκτορας διότι προσέφερε το πρώτο ολοκληρωμένο τουριστικό πακέτο, το οποίο περιελάμβανε τη μεταφορά, τη διαμονή και την ψυχαγωγία στον τόπο του προορισμού. Αργότερα, ίδρυσε το δικό του τουριστικό γραφείο στο Λέστερ και η δραστηριότητα του επεκτάθηκε σε 68 χώρες.

Τον Thomas Cook μιμήθηκαν πολλοί επιχειρηματίες στην Ευρώπη και στην Αμερική με αποτέλεσμα την κατακόρυφη ζήτηση για οργανωμένα ταξίδια από την μεσαία τάξη της εποχής. Πλέον, ο τουρισμός γίνεται ένα καταναλωτικό αγαθό που μπορούν να απολαύσουν πολλοί περισσότεροι σε σχέση με το παρελθόν. Τα οργανωμένα ταξίδια αναπτύσσονται, νέοι προορισμοί προστίθενται συνεχώς στον κατάλογο των ταξιδιωτικών γραφείων, τα μέσα μεταφοράς γίνονται ολοένα και περισσότερα και ταχύτερα και οι άνθρωποι αρχίζουν να ανακαλύπτουν νέα μέρη και νέους πολιτισμούς.

Με το ξέσπασμα του Α Παγκοσμίου Πολέμου, οι ταξιδιωτικές ροές μειώθηκαν δραματικά, γεγονός που συνεχίστηκε και τα επόμενα χρόνια λόγω της διεθνούς οικονομικής ύφεσης του 1929 και αργότερα εξαιτίας του Β Παγκοσμίου Πολέμου που έπληξε βαθειά τις περισσότερες περιοχές

του πλανήτη. Από το 1950 περίπου και μετά, με την εδραίωση της ειρήνης παγκοσμίως, με τη μαζική παραγωγή του αυτοκινήτου, την ανάπτυξη σύγχρονων και ασφαλών αυτοκινητοδρόμων και την είσοδο του αεροπλάνου στις μεταφορές, το τουριστικό τοπίο αλλάζει και πάλι. Αρχίζει να αναπτύσσεται ο εσωτερικός τουρισμός, οι μετακινήσεις ομαλοποιούνται, τα διηπειρωτικά ταξίδια αρχίζουν να κερδίζουν μεγάλη μερίδα ατόμων που αναζητούν καλύτερες συνθήκες διαβίωσης και διαπιστώνεται παγκοσμίως πως ο τουρισμός αποτελεί μία σημαντική και αρκετά προσοδοφόρα δραστηριότητα. Για τον λόγο αυτό, τα ανεπτυγμένα κράτη προωθούν τον τουρισμό ως οικονομική δραστηριότητα με θετικά αποτελέσματα για τις οικονομίες τους και διαμορφώνουν το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο που θα ενισχύσει, οργανώσει και θα ελέγξει αυτή την ταχύτατα αναπτυσσόμενη «βιομηχανία» (Τσάρτας, 1996).

Τα τελευταία χρόνια, μέσω της διείσδυσης του διαδικτύου στον τουριστικό τομέα και της ταχύτερης και με μικρότερο κόστος οργάνωσης ενός ταξιδιού, παρατηρείται κατακόρυφη αύξηση των μετακινήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο, αύξηση του μέσου χρόνου παραμονής σε ένα μέρος, ζήτηση για νέους και ανεξερεύνητους προορισμούς και προώθηση των εναλλακτικών μορφών ταξιδιού. Με άλλα λόγια, η τουριστική βιομηχανία θεωρείται σήμερα μία από τις ισχυρότερες βιομηχανίες του κόσμου, παράγει ετησίως εκατομμύρια θέσεις εργασίας, συμβάλει καθοριστικά στην οικονομία και την ανάπτυξη των χωρών και προάγει την αλληλεπίδραση και την κατανόηση μεταξύ των λαών.

1.3 Η εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού

Η Ελλάδα ήδη από την αρχαιότητα αποτελούσε τόπο προσέλκυσης πολυάριθμων επισκεπτών, που ήθελαν να συμμετέχουν σε διάφορες εκδηλώσεις και γιορτές ή να επισκεφθούν ιερούς χώρους λατρείας με σκοπό την προσευχή προς τους Θεούς. Με το πέρασμα των χρόνων, η δραστηριότητα αυτή επεκτάθηκε, νέοι προορισμοί του ελληνικού χώρου προστέθηκαν στον χάρτη των μετακινήσεων και των επισκέψεων και δημιουργήθηκε μία πιο εξωστρεφής τάση για γνωριμία και ανακάλυψη νέων περιοχών.

Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, η μελέτη των αρχαίων Ελλήνων συγγραφέων, των φιλοσόφων και των ιστορικών δημιούργησε ένα ευρωπαϊκό ρεύμα επίσκεψης της Ελλάδας με σκοπό την ανακάλυψη όλων εκείνων των τοποθεσιών που περιγράφονται μέσα στα αρχαία κείμενα και όπου έλαβαν χώρα όλες οι σημαντικές στιγμές της αρχαίας Ελλάδας όπως την Αθήνα,

τους Δελφούς, την αρχαία Ολυμπία, τις Μυκήνες κλπ. Μάλιστα, η επίσκεψη αρχαιολογικών και προσκυνηματικών χώρων στην Ελλάδα ενθαρρυνόταν έντονα από τις ευρωπαϊκές βασιλικές αυλές μιας και με αυτόν τον τρόπο τα άτομα που προαλείφονταν για συγκεκριμένα αξιώματα θα διεύρυναν τους ορίζοντες τους και θα αποκτούσαν μία κλασική παιδεία.

Μετά την επανάσταση του 1821 και την ανεξαρτησία του ελληνικού κράτους καθώς και με την αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων το 1896, σηματοδοτήθηκε η αρχή και η έναρξη μίας νέας περιόδου για τον τουρισμό στην Ελλάδα. Ολοένα και περισσότεροι ευρωπαίοι ταξιδιώτες άρχισαν να καταφθάνουν στην απελευθερωμένη πλέον χώρα με αποτέλεσμα τη σταδιακή εμφάνιση νέων επαγγελμάτων όπως του τουριστικού πράκτορα, του ξενοδόχου, του οδηγού και του ξεναγού. Πολλοί Έλληνες που ζούσαν σε μεγάλες πόλεις αλλά και ομογενείς της διασποράς επένδυσαν εκείνη την περίοδο στην κατασκευή των πρώτων ξενοδοχειακών μονάδων και στην κατασκευή σύγχρονων για την εποχή υποδομών.

Τα επόμενα χρόνια και συγκεκριμένα με νόμο που έλαβε η ελληνική κυβέρνηση το 1929, θεσπίστηκε το κανονιστικό πλαίσιο για βελτίωση των υφιστάμενων ξενοδοχειακών παροχών με αποτέλεσμα την ανέγερση μερικών από τα καλύτερα και ακριβότερα ξενοδοχεία που υπάρχουν μέχρι σήμερα στην Αθήνα. Παράλληλα, οι τράπεζες άρχισαν να διευκολύνουν τη σύναψη δανειακών συμβάσεων και να δίνουν επιχειρηματικά κίνητρα σε όσους ήθελαν να ασχοληθούν με τον τουρισμό και την ξενοδοχειακή βιομηχανία, γεγονός το οποίο επέφερε τη δημιουργία ξενοδοχειακών μονάδων στις περισσότερες επαρχιακές πόλεις και την τόνωση και την οικονομική ενίσχυση των περιοχών αυτών.

Μετά το 1913, με την απελευθέρωση της Θεσσαλονίκης και την επέκταση του σιδηροδρομικού δικτύου στις κυριότερες πόλεις της Μακεδονίας, ταξιδιώτες από όλη την Ελλάδα αλλά και την Ευρώπη αρχίζουν να επισκέπτονται τις νέες περιοχές και να γοητεύονται από την ιστορία και τον φυσικό πλούτο της περιοχής. Κατασκευάζονται μικρά αλλά και μεγαλύτερα ξενοδοχεία, τα παλιότερα χάνια αρχίζουν να μετασχηματίζονται και να παίρνουν τη μορφή καφενείων και ταβέρνας και οι κάτοικοι να αποδέχονται και να επιζητούν τη νέα τουριστική πραγματικότητα. Σημαντικός επίσης υπήρξε και ο ιαματικός τουρισμός λόγω της ύπαρξης πολλών ιαματικών πηγών και ταυτόχρονα πληθώρας τακτικών επισκεπτών που έβρισκαν θεραπεία και χαλάρωση στα μέρη αυτά.

Ορόσημο για τον ελληνικό τουρισμό και την ανάπτυξη του αποτελεί η ίδρυση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) το 1929. Με την εποπτεία του νέου αυτού οργανισμού ο οποίος

αποτελείται από έμπειρα και αξιόλογα άτομα και με τη συγκροτημένη πολιτική των θεσμικών οργάνων παράχθηκε σημαντικό έργο για τον ελληνικό τουρισμό, έγιναν πολλές τομές και τέθηκαν οι βάσεις του σημερινού σύγχρονου τουρισμού. Σημαντικά επιτεύγματα του ΕΟΤ αποτέλεσαν η κατάρτιση των πρώτων διαφημιστικών προγραμμάτων, η έκδοση τουριστικών φυλλαδίων για προβολή των ελληνικών περιοχών ενδιαφέροντος σε δύο ξένες γλώσσες, η κατασκευή τουριστικών περιπτέρων δίπλα σε αρχαιολογικούς χώρους και η θέσπιση των πρώτων τεχνικών προδιαγραφών των ξενοδοχείων.

Με εξαίρεση τα χρόνια του Β Παγκοσμίου Πολέμου και μετέπειτα του ελληνικού εμφυλίου, οι αφίξεις ξένων ταξιδιωτών στη χώρα μας σημείωναν αλματώδη αύξηση χρόνο με το χρόνο και η προσέλκυση και παγίωση αυτών των ταξιδιωτικών ροών αποτέλεσε πρωταρχικό μέλημα όλων των κυβερνήσεων της εποχής στα πλαίσια της οικονομικής ενίσχυσης και ανασυγκρότησης της χώρας. Μέσα από τη διεθνή προβολή και τη συνεννόηση με τα ξένα κράτη, οι ιθύνοντες προέβαλαν την Ελλάδα ως τον ιδανικό προορισμό για διακοπές, για αναψυχή και διασκέδαση. Αυτό έγινε ακόμα πιο έντονο τις δεκαετίες του 1960 και του 1970, με τη μαζική κατασκευή ξενοδοχειακών μονάδων και χώρων εστίασης, την ανάπτυξη των υποδομών και την επίτευξη καλύτερης και ταχύτερης ακτοπλοϊκής σύνδεσης με τα νησιά.

Από τα τέλη της δεκαετίας του 1980, παρατηρείται μία μεταστροφή στο δόγμα που επικρατούσε για τον ελληνικό τουρισμό, προσπαθώντας να γίνει ανεξάρτηση της χώρας από τον μαζικό τουρισμό και μέσω της προβολής των ανταγωνιστικών της πλεονεκτημάτων να προσελκύσει και να εστιάσει σε ταξιδιώτες που επιδιώκουν τον πολιτισμό, την ποιότητα και τις εναλλακτικές δραστηριότητες. Στην κατεύθυνση αυτή, έλαβαν χώρα αρκετές συλλογικές δράσεις με σκοπό την καλύτερη προβολή της χώρας, την κατά το δυνατόν καλύτερη κατανομή των διαφόρων τουριστικών δραστηριοτήτων, την ενθάρρυνση και ενίσχυση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού καθώς επίσης και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται μία έκρηξη τουριστικών αφίξεων στην Ελλάδα και μία συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση για νέες υπηρεσίες και προϊόντα. Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης κατασκευάζονται νέοι αγροτουριστικοί ξενώνες, ανακαινίζονται και επεκτείνονται μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες σύμφωνα με τις νέες τάσεις και τις επιταγές του σύγχρονου τουριστικού προϊόντος, παραδοσιακές ταβέρνες και εστιατόρια εστιάζουν στο ποιοτικό φαγητό με τη χρήση εγχώριων και πολλές φορές βραβευμένων πρώτων υλών, ενισχύοντας ταυτόχρονα τους έλληνες παραγωγούς και κτηνοτρόφους. Επιπλέον, νέες και

εναλλακτικές μορφές τουρισμού προστίθενται ολοένα και περισσότερο στην τουριστική πραγματικότητα της σύγχρονης Ελλάδας, δίνοντας στον τουρισμό ακόμα μεγαλύτερη ώθηση και δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας.

1.4 Το ελληνικό τουριστικό προϊόν

Κάθε χώρα, στην προσπάθεια της να προσελκύσει ξένους ταξιδιώτες, χρειάζεται να μελετήσει και να προσδιορίσει τα δυνατά της χαρακτηριστικά έτσι ώστε μέσω των κατάλληλων διαύλων επικοινωνίας να τα προωθήσει με σκοπό την επίτευξη των αντικειμενικών της στόχων. Στην κατεύθυνση αυτή, θα πρέπει να καθορίσει το τι ακριβώς θέλει να προβάλει, με ποιον τρόπο, ποια κατηγορία ταξιδιωτών αποτελεί πεδίο στόχευσης της, τον χρονικό ορίζοντα που επιθυμεί να το πραγματοποιήσει και φυσικά να γνωρίζει τα ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα έναντι όμορων κρατών.

Γίνεται εύκολα αντιληπτό λοιπόν, ότι ο προσδιορισμός του εκάστοτε τουριστικού προϊόντος αποτελεί μία πολυσύνθετη πράξη και μία πολυπαραγοντική μελέτη. Τα στοιχεία τα οποία αποτελούν συνήθως τα διαπραγματευτικά όπλα μιας περιοχής στα πλαίσια της προβολής της είναι τα φυσικά τοπία, η ιστορία, ο πολιτισμός, τα μνημεία, η πολιτιστική κληρονομιά, η γαστρονομική παράδοση, το επίπεδο των τιμών, η διασκέδαση, το επίπεδο των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, η δυνατότητα για δραστηριότητες στη φύση, η ύπαρξη σύγχρονων και ασφαλών υποδομών και σίγουρα η εύκολη πρόσβαση στον προορισμό.

Στην Ελλάδα, η οποία κατέχει μία αρκετά σημαντική και προνομιούχα θέση στον τουριστικό χάρτη, λόγω της μακραίωνης ιστορίας της, της γεωστρατηγικής της θέσης και της φυσικής της ομορφιάς, ο καθορισμός του τουριστικού προϊόντος αποκτά έναν ευρύτερο χαρακτήρα και την κατατάσσει ως έναν ισχυρό ανταγωνιστή έναντι άλλων χωρών με παρόμοια χαρακτηριστικά. Πιο συγκεκριμένα, το ελληνικό τουριστικό προϊόν, σύμφωνα με τις πολιτικές που άπτονται του τουριστικού τομέα, εστιάζεται στην ιστορία, στα αναρίθμητα αρχαιολογικά και πολιτιστικά μνημεία, στον πολιτισμό σε όλες του τις εκφάνσεις, στον ήλιο και τη θάλασσα που αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι πολλών ευρωπαϊκών χωρών και στο πλούσιο φυσικό τοπίο. Επιπρόσθετα, συγκριτικό πλεονέκτημα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος αποτελεί η δυνατότητα για διακοπές όλο τον χρόνο λόγω της θέσης και του κλίματος της χώρας, οι θαλάσσιες δραστηριότητες αλλά και οι δραστηριότητες στη φύση, η μεσογειακή κουζίνα και τα διάφορα

προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (Π.Ο.Π), τα διεθνούς φήμης και διακρίσεων ελληνικά κρασιά και τέλος η εμπειρία διαμονής σε σύγχρονους ξενώνες και ξενοδοχειακές μονάδες υψηλής πολυτέλειας και ανέσεων.

Εκτός από τα προαναφερθέντα τουριστικά κίνητρα που συναποτελούν το προσφερόμενο ελληνικό τουριστικό προϊόν, αξίζει να αναφερθεί ότι ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Ελλάδας αποτελεί και η ίδια της η θέση και η φυσική της ποικιλομορφία. Με την επίσκεψη του, δηλαδή, ένας ταξιδιώτης δύναται να γνωρίσει ορεινά τοπία και γραφικά χωριά και στη συνέχεια με ένα πλοίο ή αεροπλάνο να επισκεφθεί κάποιο ελληνικό νησί βιώνοντας την εμπειρία της νησιωτικής Ελλάδας. Επιπλέον, έχοντας την Ελλάδα ως βάση εξόρμησης και εξερεύνησης, ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα, σε σύντομο χρονικό διάστημα, να επισκεφθεί τα Μικρασιατικά Παράλια, την Κύπρο ή ενδεχομένως να συνεχίσει το ταξίδι του σε κάποια από τις χώρες της Βαλκανικής. Παρατηρούμε λοιπόν, ότι το ελληνικό τουριστικό προϊόν συνδυάζει πληθώρα χαρακτηριστικών και κινήτρων, που σε συνάρτηση με την αυξημένη ζήτηση και την ευρεία κλίμακα τιμών και προσφερόμενων υπηρεσιών, το καθιστά ιδιαίτερος ελκυστικό ανάμεσα σε άλλα προϊόντα γειτονικών χωρών.

1.5 Ο τουρισμός και οι ωφελούμενοι τομείς

Ο τουρισμός σαν τομέας δραστηριότητας εμπλέκεται και αλληλεπιδρά σχεδόν με όλους τους τομείς της καθημερινότητας και επηρεάζει το μεγαλύτερο φάσμα της οικονομίας. Όπως αναφέρει και ο Σκουλάς (2008), ο τουρισμός δεν είναι μία ξεκομμένη και αυτόνομη οικονομική και κοινωνική δραστηριότητα, αλλά αποτελεί, μαζί με τους άλλους τομείς, ένα ενιαίο παραγωγικό σύμπλεγμα και πρέπει να τον δούμε και να τον διαχειριστούμε ως την κινητήρια δύναμη της ελληνικής οικονομίας. Αποτελώντας κυρίαρχη δραστηριότητα, έχει αξιόλογες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στους άλλους τομείς της οικονομίας και συμβάλλει στη συνολική οικονομική ανάπτυξη της χώρας μας.

Γίνεται λοιπόν εύκολα αντιληπτό, ότι ο τουρισμός έχει προεκτάσεις και επιπτώσεις σε ένα μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού και μέσα από αυτόν, άμεσα ή έμμεσα, επωφελούνται πολλοί τομείς της οικονομίας. Αρχικά, οι ταξιδιωτικές ροές που κατευθύνονται σε μία χώρα δημιουργούν ανάγκες για στέγαση και σίτιση. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ανέγερση μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων αλλά και μικρότερων παραδοσιακών ξενώνων καθώς επίσης και τη δημιουργία

εστιατορίων και χώρων παροχής φαγητού. Με τον τρόπο αυτό, πολλά επαγγέλματα που σχετίζονται με τον χώρο των ξενοδοχείων και της εστίασης εξασφαλίζουν απασχόληση και αύξηση του κύκλου εργασιών τους.

Στα πλαίσια της μετακίνησης εντός ή και εκτός του τόπου διαμονής τους, οι ταξιδιώτες χρησιμοποιούν συγκοινωνίες, εκδρομικά λεωφορεία, ταξί, ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα, αεροπλάνα, πλοία ή άλλες υπηρεσίες μεταφοράς. Άμεση συνέπεια του γεγονότος αυτού είναι η εργασία αρκετών ατόμων γύρω από τον χώρο των μεταφορών και η ενίσχυση του τοπικού εισοδήματος, ειδικά σε περιοχές που χαρακτηρίζονται αγροτικές ή μαστιίζονται από την ανεργία. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί, ότι πέραν των προαναφερθέντων τομέων της οικονομίας που απολαμβάνουν άμεσα το όφελος του τουρισμού, υπάρχουν πολλά επαγγέλματα που επωφελούνται εμμέσως, συνεπικουρώντας αυτές τις δραστηριότητες και προμηθεύοντας τις επιχειρήσεις με τα κατάλληλα εφόδια.

Ένας ακόμα τομέας που δέχεται τις ωφέλειες του τουρισμού σε άμεσο επίπεδο, είναι αυτός του πολιτισμού. Οι επισκέπτες επιλέγουν ως επί το πλείστον, να επισκέπτονται αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία, πινακοθήκες, θέατρα, συναυλίες με αποτέλεσμα την τόνωση των εισπράξεων και την οικονομική ενίσχυση των κρατικών ταμείων και των επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται στο χώρο. Επιπρόσθετα, σημαντική είναι η συνεισφορά των τουριστών που παρατηρείται σε συνεδριακά κέντρα, ιαματικές πηγές, γήπεδα γκολφ, κέντρα ευεξίας και θαλασσοθεραπείας, καζίνο καθώς επίσης και σε μαρίνες και χιονοδρομικά κέντρα.

1.6 Εναλλακτικός τουρισμός

Εκτός από τον παραδοσιακό τουρισμό, ο οποίος πολλές φορές αγγίζει τα όρια της μαζικότητας και της απρόσωπης ταξιδιωτικής κίνησης, τις τελευταίες δεκαετίες έχει αρχίσει και αναπτύσσεται ένα άλλο είδος ταξιδιωτών, με διαφορετική ταξιδιωτική κουλτούρα και περισσότερο εναλλακτικά ενδιαφέροντα. Σύμφωνα με τον Σφακιανάκη (2000), ο όρος εναλλακτικός τουρισμός χρησιμοποιείται για να περιγράψει τις νέες, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που στην ολότητα τους αποτελούν το λεγόμενο ήπιο ή μαλακό ή εναλλακτικό τουρισμό που δημιουργήθηκε για να αντιμετωπιστεί ο σκληρός μαζικός τουρισμός και οι δυσμενείς περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις του καθώς και ο απανθρωπισμός του βιομηχανοποιημένου και πακεταρισμένου πακέτου.

Αν και δεν υπάρχει επίσημος ορισμός για τον εναλλακτικό τουρισμό, πολλοί ερευνητές θεωρούν ότι οποιαδήποτε μορφή τουρισμού πέραν του μαζικού, κατηγοριοποιείται και άπτεται των εναλλακτικών μορφών του. Αποτελεί εκείνο το είδος του τουρισμού που επιτρέπει στα άτομα να γνωρίσουν σε βάθος μία περιοχή, να ανακαλύψουν πτυχές της ιστορίας της, να αλληλεπιδράσουν με τους ντόπιους, να δοκιμάσουν την τοπική κουζίνα, να εμπλακούν σε διάφορες φυσιολατρικές ή θαλάσσιες δραστηριότητες, να επισκεφθούν αρχαιολογικά μνημεία και χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος και σίγουρα να αποκτήσουν γνώση και εσωτερική πληρότητα.

Σημαντική είναι η προσέγγιση του Ρίγγα (2006) αναφορικά με τον εναλλακτικό τουρισμό και τις συνιστώσες του, σύμφωνα με τον οποίο υπάρχουν ορισμένες αποδεκτές προϋποθέσεις για να χαρακτηριστεί μία ταξιδιωτική κίνηση ως εναλλακτική. Πρώτον, ο εναλλακτικός τουρισμός εφαρμόζεται σε εκείνες τις μορφές του τουρισμού, οι οποίες δεν καταστρέφουν το περιβάλλον και δεν επιφέρουν τις αρνητικές επιπτώσεις που προκαλεί ο μαζικός τουρισμός στις περιοχές που αναπτύσσεται. Η δεύτερη θεωρεί ότι ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται μικρής κλίμακας ανάπτυξης και προέρχεται ή οργανώνεται από τον τοπικό πληθυσμό και τους κατά τόπους φορείς. Τέλος, η τρίτη προϋπόθεση αφορά στο γεγονός ότι οι μορφές του τουρισμού που χαρακτηρίζονται εναλλακτικές, δεν εκμεταλλεύονται τον τοπικό πληθυσμό και τα οικονομικά οφέλη από τις διάφορες δραστηριότητες διοχετεύονται κατά κύριο λόγο στους μόνιμους κατοίκους της περιοχής ή σε μειονεκτικές περιοχές και όχι σε μεγάλες πόλεις και χώρους υποδοχής μαζικότερων μορφών τουρισμού.

1.7 Οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού

Αναντίρρητη αλήθεια αποτελεί το γεγονός ότι ο τουρισμός και κατ' επέκταση οι εναλλακτικές μορφές έκφρασης του συμβάλουν θετικά στον τόπο υποδοχής και δραστηριότητας των ταξιδιωτών. Τα οφέλη που απορρέουν από την ανάπτυξη των διαφόρων μορφών του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα εστιάζονται κατά κύριο λόγο στον οικονομικό, πολιτισμικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό τομέα της χώρας.

Σε οικονομικό επίπεδο, η ζήτηση των ταξιδιωτών για επίσκεψη σε συγκεκριμένες περιοχές δημιουργεί αυτόματα τις προϋποθέσεις για ανέγερση ξενοδοχείων και παραδοσιακών ξενώνων καθώς και σημαντικό αριθμό εστιατορίων και χώρων αναψυχής. Έτσι, δημιουργούνται νέες θέσεις

εργασίας, ενισχύεται η κίνηση στους επαγγελματίες του κλάδου και ευνοείται η ανάπτυξη εμπορικών καταστημάτων που παρέχουν τις απαραίτητες προμήθειες τόσο στις επιχειρήσεις όσο και στους ταξιδιώτες. Επιπλέον, το μεγαλύτερο τμήμα των άμεσα εμπλεκόμενων ατόμων ανήκει στον τοπικό πληθυσμό, γεγονός το οποίο επιτρέπει τη δημιουργία συμπληρωματικού εισοδήματος για τις οικογένειες τους και παρέχει τις κατάλληλες προοπτικές για παραμονή του πληθυσμού στον τόπο τους. Η συμβολή αυτή, δρα καταλυτικά σε περιοχές που μαστίζονται από την ανεργία ή εμφανίζουν σημαντική τάση γήρανσης του πληθυσμού, δίνοντας τη δυνατότητα για ανάπτυξη της περιοχής, ενίσχυση του ήδη υπάρχοντος εισοδήματος και βελτίωση των όρων διαβίωσης.

Σε επίπεδο περιφερειακής ανάπτυξης, ο εναλλακτικός τουρισμός συμβάλει στην ήπια ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών, στο σεβασμό και την εναρμόνιση με το φυσικό περιβάλλον και στην δημιουργία ή ολοκλήρωση σημαντικών έργων υποδομής. Συγκεκριμένα, μεγάλα έργα ανασυγκρότησης και ανάπτυξης που είχαν σχεδιαστεί αλλά εκκρεμούσε η υλοποίησή τους, μπαίνουν σε τελική φάση αποπεράτωσης, παρέχοντας στους ντόπιους ποιοτικότερες και ασφαλέστερες υποδομές, διευκολύνοντας παράλληλα την υποδοχή, διαμονή και μετακίνηση των επισκεπτών. Τέτοια έργα μπορεί να είναι η κατασκευή ενός μεγάλου και σύγχρονου αυτοκινητόδρομου, η επέκταση δικτύων παροχής ηλεκτρικού ρεύματος ή οπτικών ινών, η δημιουργία σύγχρονων χώρων υγειονομικής ταφής απορριμμάτων, νέοι χώροι αναψυχής και άθλησης, η δημιουργία πρότυπων μονάδων επεξεργασίας και παραγωγής τροφίμων και η εισαγωγή ποιοτικότερων πρώτων υλών.

Σε επίπεδο τοπικής κοινωνίας, αξίζει να αναφερθεί ότι ο εναλλακτικός τουρισμός δεν δρα ενάντια στους φυσικούς πόρους αλλά αντίθετα συμβάλει στη διατήρηση και προβολή τους. Μέσα από την επαφή του εισερχόμενου ταξιδιώτη με το περιβάλλον και το οικοσύστημα μίας περιοχής, εντείνεται η οικολογική του συνείδηση, γίνεται γνώστης και μέτοχος των ιδιαιτεροτήτων της φύσης και μέσω της αλληλεπίδρασης του με τον τοπικό πληθυσμό επιτυγχάνεται η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς της εκάστοτε περιοχής. Επιπρόσθετα, στα πλαίσια της επιχειρηματικότητας που ασκείται από τους ντόπιους, προστατεύεται και αναδεικνύεται η τοπική πολιτιστική κληρονομιά. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της δημιουργίας λαογραφικών μουσείων, της αναβίωσης μακροχρόνιων ηθών και εθίμων, τη θέσπιση πολιτιστικών εκδηλώσεων και την προβολή της τοπικής γαστρονομίας. Με τον τρόπο αυτό, κάθε περιοχή που αποτελεί πόλο έλξης εναλλακτικών ταξιδιωτών, δύναται να συντηρήσει τον χαρακτήρα της, να προστατέψει τις παραδόσεις της και να αναδείξει τη μοναδικότητα και τη διαφορετικότητα της.

Ένα ακόμα όφελος που προκύπτει από την αξιοποίηση του εναλλακτικού τουρισμού είναι τα έσοδα που προκύπτουν για την ελληνική οικονομία. Οι εισερχόμενοι ταξιδιώτες, μέσω του συναλλάγματος που φέρνουν καθώς και των χρημάτων που δαπανούν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους, επιτρέπουν την αύξηση των κρατικών εσόδων. Ακόμα, οι άμεσες εισφορές όπως οι φόροι από εισοδήματα που σχετίζονται με την τουριστική δραστηριότητα, οι άμεσες χρεώσεις σε τουρίστες, οι δημοτικοί φόροι και οι φόροι αναχώρησης καθώς και οι έμμεσες εισφορές όπως οι φόροι και οι δασμοί που μπαίνουν σε αγαθά και υπηρεσίες προς τους τουρίστες συμβάλουν προς την κατεύθυνση αυτή.

Σημαντική αποτελεί επίσης η συνεισφορά των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, μετατρέποντας ολόκληρες περιοχές σε ετήσιους προορισμούς, αμβλύνοντας έτσι το πρόβλημα της εποχικότητας και της διαφοροποίησης των τουριστικών περιόδων. Τέλος, λόγω του ιδιαίτερου χαρακτήρα του εναλλακτικού τουρισμού μπορεί να δημιουργηθεί ένα κλίμα κατανόησης και αλληλεπίδρασης μεταξύ των κατοίκων και των επισκεπτών, επιτρέποντας την ανταλλαγή πολιτιστικών και κοινωνικών στοιχείων. Έτσι, δίνεται μία ώθηση στην ανάπτυξη των σχέσεων μεταξύ των λαών, της αμοιβαίας κατανόησης, του σεβασμού στη διαφορετικότητα και στη μείωση των προκαταλήψεων.

1.8 Οι τύποι του τουρισμού

Ο τουρισμός σαν φαινόμενο, δεν αποτελεί μία ενιαία οντότητα αλλά διαχωρίζεται σε επιμέρους τύπους και μορφές ανάλογα με τη φύση του, την προέλευση του, τη χωροχρονική του διάσταση, τα ενδιαφέροντα των ταξιδιωτών, τις προσφερόμενες υπηρεσίες και φυσικά τα κύρια χαρακτηριστικά που τον διακρίνουν. Έτσι, σύμφωνα με μελέτες πολλών ερευνητών που ασχολούνται με την τουριστική βιομηχανία, τις τάσεις και τις προοπτικές της, ο τουρισμός αποτελείται από ορισμένες βασικές κατηγορίες όπως είναι ο μαζικός, ο ατομικός, ο συνεχής, ο εποχιακός, ο εσωτερικός και ο εξωτερικός καθώς επίσης και από ορισμένους τύπους που άπτονται του εναλλακτικού του χαρακτήρα όπως είναι ο πολιτιστικός, ο θρησκευτικός, ο συνεδριακός, ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο γαστρονομικός και πολλοί άλλοι. Στη συνέχεια, θα γίνει μία παρουσίαση των βασικών και των εναλλακτικών κατηγοριών του με σκοπό την πληρέστερη κατανόηση των επιμέρους συνιστωσών του.

1.8.1 Βασικές κατηγορίες του τουρισμού

Στις βασικές κατηγορίες του τουρισμού, όπως αυτές έχουν καθιερωθεί στο ταξιδιωτικό γίγνεσθαι, εντάσσονται:

- Ο μαζικός τουρισμός, ο οποίος χαρακτηρίζεται από την ομαδική συμμετοχή των ταξιδιωτών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας. Αποτελεί την πιο ευρέως διαδεδομένη μορφή τουρισμού και αυτό οφείλεται στον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού, στην εμπλοκή των ταξιδιωτικών γραφείων και στη φύση ορισμένων προορισμών. Εξαιτίας της μαζικότητας του και των συνεπειών που απορρέουν από αυτήν, χαρακτηρίζεται ως μη οικολογικά φιλικός και κατηγορείται ως μία από τις κύριες αιτίες υπερανάπτυξης και εξάντλησης των φυσικών πόρων.
- Ο ατομικός τουρισμός, ο οποίος χαρακτηρίζεται από την ατομική οργάνωση και εκτέλεση ολόκληρου του ταξιδιού. Η ανάπτυξη αυτού του είδους του τουρισμού συνοδεύεται συνήθως από άτομα που έχουν συγκεκριμένο ταξιδιωτικό προσανατολισμό, επιζητούν την αυτονόμηση και τη δυνατότητα της προσωπικής επιλογής και εστιάζουν σε μέρη με αυθεντικότητα και φυσιογνωμία.
- Ο εσωτερικός τουρισμός, ο οποίος πραγματοποιείται από τον εγχώριο πληθυσμό μίας χώρας, εντός των συνόρων της επικράτειας της. Αυτό το είδος του τουρισμού ευνοεί σε σημαντικό βαθμό την εσωτερική οικονομία λόγω του ότι δεν υπάρχει εκροή συναλλάγματος και τα χρήματα που δαπανώνται στα πλαίσια του ταξιδιού παραμένουν εντός της χώρας. Επίσης, ο εσωτερικός τουρισμός, με δεδομένο ότι απευθύνεται σε ντόπιους και γηγενείς, αποτελεί μέσο πίεσης και προώθησης της κατασκευής σύγχρονων υποδομών και ασφαλέστερων μεταφορών.
- Ο εξωτερικός τουρισμός, ο οποίος πραγματοποιείται από άτομα τα οποία διαμένουν μόνιμα σε μία χώρα και την εγκαταλείπουν για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα με σκοπό να επισκεφθούν κάποια άλλη ή άλλες ξένες χώρες. Στην περίπτωση, που ο εξωτερικός τουρισμός είναι εισερχόμενος για μία χώρα, τότε καλείται ενεργητικός και συνοδεύεται από εισροή συναλλάγματος ενώ όταν είναι εξερχόμενος τότε καλείται παθητικός και συνοδεύεται από εκροή συναλλάγματος.
- Ο συνεχής τουρισμός, ο οποίος πραγματοποιείται κατά τη διάρκεια ολόκληρου του έτους, χωρίς να επηρεάζεται από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν

αναλόγως την εποχή. Χαρακτηριστικές μορφές συνεχούς τουρισμού είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο εκθεσιακός τουρισμός, ο τουρισμός πόλης και ο μορφωτικός τουρισμός.

- Ο εποχιακός τουρισμός, ο οποίος σε αντίθεση με τον συνεχή, πραγματοποιείται σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους εντός του έτους και επηρεάζεται άμεσα και σε σημαντικό βαθμό από τις κλιματολογικές αλλαγές και την εποχικότητα. Χαρακτηριστικές μορφές εποχιακού τουρισμού είναι ο θαλάσσιος τουρισμός, ο τουρισμός κρουαζιέρας και ο τουρισμός χειμερινών σπορ.
- Ο στατικός τουρισμός, ο οποίος πραγματοποιείται όταν ο ταξιδιώτης επιλέξει να παραμείνει σχεδόν σε όλη τη διάρκεια του ταξιδιού του εντός του ξενοδοχείου λόγω χρονικής πίεσης, ενδεχομένως λόγω επαγγελματικών υποχρεώσεων ή εξαιτίας της συνειδητής επιλογής του για χαλάρωση και ξεκούραση.
- Ο κινητικός τουρισμός, ο οποίος λαμβάνει χώρα όταν ο ταξιδιώτης επιλέγει τη συνεχή μετακίνηση, την εξερεύνηση και την επίσκεψη όσο το δυνατόν περισσότερων αξιοθέατων και τοποθεσιών. Βρίσκεται σε πλήρη αντιδιαστολή με τον στατικό τουρισμό και αποτελεί συχνή επιλογή των σύγχρονων ταξιδιωτών.

Γίνεται λοιπόν εύκολα κατανοητό ότι ο ευρύτερος τομέας του τουρισμού συναποτελείται από ορισμένες βασικές κατηγορίες, οι οποίες σχηματίζονται ανάλογα με τα χαρακτηριστικά και τις προτιμήσεις των ταξιδιωτών.

1.8.2 Εναλλακτικές μορφές του τουρισμού

Εκτός από τις καθιερωμένες κατηγορίες του τουρισμού, μέσα από το πέρασμα των χρόνων και λόγω της εξέλιξης των ενδιαφερόντων των ταξιδιωτών, δημιουργήθηκαν νέες και περισσότερο εναλλακτικές μορφές, αντιπροσωπεύοντας τις διαφορετικές τουριστικές ανάγκες κάθε ταξιδιώτη. Οι διαμορφωθείσες εναλλακτικές μορφές είναι:

- Ο μορφωτικός τουρισμός, ο οποίος έχει ως κύριο χαρακτηριστικό την εκπαίδευση και την παρακολούθηση πολιτιστικών ή μορφωτικών εκδηλώσεων. Οι ταξιδιώτες που επιλέγουν αυτό το είδος τουρισμού συνδυάζουν την επίσκεψη και τη γνωριμία με τα αξιοθέατα μίας περιοχής, παρακολουθώντας παράλληλα ψυχαγωγικές και

μορφωτικές εκδηλώσεις όπως εκμάθηση μίας ξένης γλώσσας, ειδικά σεμινάρια, επισκέψεις σε αρχαιολογικούς και πολιτιστικούς χώρους καθώς επίσης παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων.

- Ο αγροτουρισμός, ο οποίος πραγματοποιείται κυρίως σε περιοχές με έντονη αγροτική δραστηριότητα. Αποτελεί ένα είδος διακοπών που οργανώνεται συνήθως από άτομα που ασχολούνται με τον αγροτικό τομέα και έχουν επεκταθεί στο χώρο του τουρισμού μέσω της κατασκευής ξενώνων και επισκέψιμων αγροκτημάτων. Απευθύνεται σε ανθρώπους που θέλουν να ζήσουν ένα διάστημα μακριά από τον οργανωμένο πολιτισμό, να δοκιμάσουν να ασχοληθούν με αγροτικές εργασίες και να γευτούν παραδοσιακά προϊόντα που παράγονται στο αγρόκτημα.
- Ο τουρισμός υγείας, ο οποίος αποτελεί έναν αρκετά ανερχόμενο και δυναμικό είδος τουρισμού. Πραγματοποιείται συνήθως από άτομα τρίτης ηλικίας, εύπορα, που κατοικούν σε μεγάλες πόλεις και ενδιαφέρονται να ανακαλύψουν εναλλακτικές μορφές θεραπείας ώστε να βελτιωθεί η ψυχική και η σωματική τους υγεία. Τα μέρη που προσελκύουν ταξιδιώτες με αυτά τα ενδιαφέροντα είναι τοποθεσίες που ευνοούνται από τους φυσικούς πόρους, όπως η ύπαρξη ιαματικών πηγών, καθώς και οι περιοχές εκείνες που έχουν αναβαθμισμένα και πλήρως εξοπλισμένα νοσηλευτικά ιδρύματα.
- Ο τουρισμός άθλησης, ο οποίος έχει σαν κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος, όπως τένις, ποδηλασία, κολύμβηση και πολλά άλλα. Αποτελεί μορφή τουρισμού που επιλέγεται από άτομα με έντονο το αθλητικό ενδιαφέρον και συνδυάζεται ως επί το πλείστον με εκδρομές και περιηγήσεις στην ευρύτερη περιοχή. Τα τελευταία χρόνια, πολλές ξενοδοχειακές μονάδες επιλέγουν να δημιουργήσουν σύγχρονα γυμναστήρια, γήπεδα και χώρους προπόνησης, προσελκύοντας, αυξάνοντας έτσι την ανταγωνιστικότητα τους και προσελκύοντας άτομα με αθλητικά ενδιαφέροντα και συγκεκριμένο ταξιδιωτικό προσανατολισμό.
- Ο τουρισμός πόλεων, ο οποίος πραγματοποιείται σε μεγάλες πόλεις όπου οι ταξιδιώτες επιλέγουν να καταλύσουν, εξερευνώντας παράλληλα τον αστικό ιστό και κάνοντας επισκέψεις, σε μουσεία, αξιοθέατα και αρχαιολογικούς χώρους. Τα ταξίδια αυτά τις περισσότερες φορές διοργανώνονται από ταξιδιωτικούς πράκτορες, είναι οργανωμένα και απευθύνονται συχνά σε οικογένειες καθώς και

σε άτομα που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους. Αξίζει να σημειωθεί ότι, πολλά άτομα επιλέγουν αυτό το είδος τουρισμού για την νυχτερινή ζωή μίας πόλης, για ψώνια ή και για κοντινές εκδρομές σε αξιοθέατα της ευρύτερης περιοχής.

- Ο τουρισμός εκθέσεων, που αποτελεί μία σχετικά σύγχρονη τάση και πραγματοποιείται κυρίως σε μεγάλες πόλεις. Περιλαμβάνει όλων των ειδών τις εκθέσεις, δίνοντας τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες με τον συγκεκριμένο ταξιδιωτικό προσανατολισμό να συνδυάσουν ένα ταξίδι αναψυχής μαζί με την πολιτιστική και πνευματική τους διεύρυνση. Για την πραγματοποίηση εκθεσιακού τουρισμού, απαιτείται η δημιουργία κατάλληλων εκθεσιακών χώρων που θα έχουν όλες τις σύγχρονες και απαραίτητες βοηθητικές υποδομές ώστε να προσελκύσουν ταξιδιώτες από όλο τον κόσμο που δίνουν έμφαση στις εκθέσεις.
- Ο συνεδριακός τουρισμός, ο οποίος περιλαμβάνει κάθε είδους οργανωμένη εκδήλωση, συνέδριο ή οργάνωση σε τοπικό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο. Είναι ένα είδος τουρισμού περιορισμένης σχετικά χρονικής διάρκειας και για το λόγο αυτό συνδυάζεται συνήθως με κάποιο άλλο είδος όπως τον μορφωτικό ή τον τουρισμό πόλεων. Τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότερα ξενοδοχεία δημιουργούν σύγχρονους συνεδριακούς χώρους καθώς και επιχειρηματίες του τουρισμού στρέφονται στην κατασκευή μεγάλων και άρτια τεχνολογικά εξοπλισμένων χώρων με σκοπό την προσέλκυση διεθνών συνεδρίων και εκθέσεων.
- Ο τουρισμός περιπέτειας, ο οποίος περιλαμβάνει περιπλανήσεις στην άγρια φύση, ράφτινγκ σε ορμητικά ποτάμια, πρωτότυπες φωτογραφικές αναζητήσεις και λοιπές δραστηριότητες που δίνουν τη δυνατότητα στον άνθρωπο να εξάψει τη φαντασία του και να νιώσει στιγμές περιπέτειας και αδρεναλίνης. Προτιμάται κατά κύριο λόγο από νέα άτομα και από εργαζομένους στον κλάδο των επιχειρήσεων που επιδιώκουν την εκτόνωση και την αποφόρτιση από την καθημερινή ένταση.
- Ο χειμερινός τουρισμός, ο οποίος αποτελεί μία δυναμική μορφή τουρισμού και επιλογή πολλών ταξιδιωτών που επιδίδονται σε χειμερινές δραστηριότητες όπως το σκι. Ευνοείται σε ορεινές περιοχές, με σημαντικό βαθμό χιονόπτωσης, ύπαρξη απαραίτητων υποδομών όπως χιονοδρομικά κέντρα, ξενώνες και εστιατόρια και συνδυάζεται με περιηγητικές εξορμήσεις στην περιοχή ενδιαφέροντος.

- Ο ορεινός τουρισμός, ο οποίος παρουσιάζει σημεία σύγκλισης με τον χειμερινό αλλά δεν ταυτίζεται μιας και μπορεί να πραγματοποιηθεί ολόκληρη τη διάρκεια του έτους. Οι ταξιδιώτες που ενδιαφέρονται για αυτή την εναλλακτική μορφή τουρισμού, επιλέγουν να επισκεφθούν κάποιο ορεινό μέρος, να μείνουν σε κάποιον παραδοσιακό ξενώνα, να γνωρίσουν τη φυσιογνωμία της περιοχής, να περπατήσουν στη φύση και να κάνουν διάφορες υπαίθριες δραστηριότητες.
- Ο θαλάσσιος τουρισμός, ο οποίος πραγματοποιείται μόνο σε χώρες που βρέχονται από θάλασσα και αποτελεί μία πολύ δυναμική και συνεχώς εξελισσόμενη εναλλακτική μορφή τουρισμού. Εκτός από τις παραδοσιακές θαλάσσιες δραστηριότητες, συμπεριλαμβάνει κι την ναύλωση σκαφών αναψυχής καθώς επίσης και τον τομέα της κρουαζιέρας. Επιλέγεται από άτομα μεσαίων και υψηλότερων εισοδηματικών κλιμακίων, παρουσιάζει ανοδική πορεία σε διεθνές επίπεδο και παρέχει απασχόληση σε πολλά άτομα διαφόρων ειδικοτήτων.
- Ο τουρισμός κινήτρων, ο οποίος αποτελεί μία σχετικά σύγχρονη ανακάλυψη. Δημιουργήθηκε από τις επιχειρήσεις στα πλαίσια παρακίνησης και επιβράβευσης των εργαζομένων τους για επιτυχία και επίτευξη συγκεκριμένων στόχων. Έχει περιορισμένη χρονική διάρκεια, συνήθως ο προορισμός διαφοροποιείται από τις διεθνείς τουριστικές τάσεις και δίνεται έμφαση στη διαφορετικότητα και στο επίπεδο του εξοπλισμού και των ανέσεων που θα απολαύσει ο εργαζόμενος αν επιτύχει τα επιθυμητά αποτελέσματα.
- Ο οικολογικός τουρισμός, ο οποίος δημιουργήθηκε από την ανάγκη του ανθρώπου για επιστροφή στη φύση, αποφυγή της μαζικότητας και σεβασμό στην περιοχή φιλοξενίας. Στα πλαίσια αυτού του είδους τουρισμού, αποφεύγεται η χρήση βαριών κατασκευών, ευνοούνται οι παραδοσιακοί ξενώνες, γίνεται ενημέρωση και προστασία σημαντικών βιοτόπων και εθνικών δρυμών και επιλέγεται, όπου είναι εφικτό, η χρήση εναλλακτικών μέσων μεταφοράς.
- Ο θρησκευτικός τουρισμός, ο οποίος είναι μία μορφή τουρισμού που επιλέγεται από μία μερίδα ατόμων, στα πλαίσια του οποίου επισκέπτονται διάφορους ιερούς θρησκευτικούς χώρους, τόσο εντός όσο και εκτός συνόρων. Η εναλλακτική αυτή μορφή τουρισμού είναι περιορισμένης χρονικής διάρκειας, αποφέρει σημαντικά έσοδα στους τόπους όπου βρίσκονται τα ιερά προσκυνήματα και οι χώροι λατρείας

και η υλικοτεχνική υποδομή που απαιτείται στον τόπο προορισμού χαρακτηρίζεται ως βασική.

- Ο πολιτιστικός τουρισμός, ο οποίος έχει σαν κύριο γνώρισμα την επαφή των ταξιδιωτών με το πολιτιστικό στοιχείο του τόπου που επισκέπτονται. Περιλαμβάνει, επισκέψεις σε μουσεία, θεατρικές παραστάσεις, πανηγύρια, συναυλίες και κάθε λογής δραστηριότητα που επιτρέπει την αλληλεπίδραση, τη γνώση και την κατανόηση της κουλτούρας και του πολιτισμού του εκάστοτε προορισμού.
- Ο αρχαιολογικός τουρισμός, όπου οι ταξιδιώτες επιλέγουν ως βασικό κίνητρο του ταξιδιού τους την επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους, σε ιστορικά μνημεία, σε μουσεία, σε παραδοσιακούς και διατηρητέους οικισμούς καθώς επίσης και σε κτήρια με ιστορική και αρχιτεκτονική αξία. Αποτελεί ένα είδος τουρισμού που επιλέγεται από άτομα εγνωσμένης καλλιέργειας και κουλτούρας, που ενδιαφέρονται να γνωρίσουν την ιστορία μίας χώρας και να γίνουν μέτοχοι του παρελθόντος της και των αξιών της.
- Ο γαστρονομικός τουρισμός, ο οποίος συνιστά μία ανερχόμενη κατηγορία εναλλακτικού τουρισμού και στοχεύει στη γνωριμία του ταξιδιώτη με τα τοπικά προϊόντα, την εγχώρια κουζίνα και τις διατροφικές συνήθειες της περιοχής. Στα πλαίσια αυτού του είδους του τουρισμού, διοργανώνονται ξεναγήσεις σε μικρές κτηνοτροφικές μονάδες, σε μεγάλους αμπελώνες και πραγματοποιούνται σεμινάρια εκμάθησης και δοκιμής παραδοσιακών εδεσμάτων. Αξίζει να σημειωθεί ότι, αυτή η μορφή του τουρισμού δίνει τη δυνατότητα για προβολή των τοπικών προϊόντων, την ανάδειξη των κατά τόπους γαστρονομιών, δίνει κίνητρο στους ντόπιους επιχειρηματίες για χρήση ποιοτικότερων πρώτων υλών και παρουσιάζει ευκαιρίες για νέες θέσεις εργασίας στο χώρο της εστίασης.

Έτσι λοιπόν, βλέπουμε ότι οι εναλλακτικές μορφές του τουρισμού ποικίλουν ανάλογα με τα ενδιαφέροντα, τις προτιμήσεις και τις επιλογές του κάθε ταξιδιώτη και ότι στο σύνολο τους αποτελούν τη νέα τάση στην τουριστική βιομηχανία.

1.9 Ανακεφαλαίωση

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάστηκε αρχικά μία ιστορική αναδρομή του τουρισμού και του τουριστικού φαινομένου, ο τρόπος σχηματισμού των πρώτων ταξιδιωτικών ροών και η μετεξέλιξη τους με το πέρασμα των χρόνων. Στη συνέχεια, έγινε παρουσίαση της εξέλιξης του ελληνικού τουρισμού και του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, των εκδοχών του και της δυναμικής που έχει σήμερα. Πραγματοποιήθηκε εκτενής αναφορά στον τουρισμό και στους ωφελούμενους τομείς του και παρουσιάστηκε η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού και των άμεσων ωφελειών που προκύπτουν από αυτόν. Τέλος, έγινε η διάκριση μεταξύ των βασικών κατηγοριών του τουρισμού και των εναλλακτικών μορφών του και ακολούθησε σύντομη παρουσίαση για κάθε μία ξεχωριστά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

2.1 Εισαγωγή

Κάθε κράτος, στα πλαίσια της ενίσχυσης και της ανάπτυξης της οικονομίας του, επεξεργάζεται τρόπους, μέσα και εργαλεία ώστε να διατηρήσει όλα όσα έχουν επιτευχθεί και να θέσει τα θεμέλια για την επίτευξη των μελλοντικών του στόχων. Στην κατεύθυνση αυτή, κύρια συνιστώσα που επιτρέπει την υλοποίηση των δεσμεύσεων και την θέσπιση νέων προοπτικών αποτελεί η σωστή και αποτελεσματική διάρθρωση της οικονομίας του και η αύξηση των συναλλαγματικών ροών. Με τον τρόπο αυτό, η οικονομία του καθίσταται πιο εξωστρεφής, οι επενδύσεις γίνονται πιο ελκυστικές, περισσότεροι άνθρωποι αλληλεπιδρούν μεταξύ τους τόσο επαγγελματικά όσο και πολιτισμικά και το κράτος αποκτά την απαιτούμενη δυναμική για την πραγματοποίηση των σχεδιασμών του.

Θεμέλιος λίθος στην οικονομική ισχυροποίηση και στην αύξηση των χρηματικών ροών που εισρέουν στα κρατικά ταμεία, αναντίρρητα αποτελεί ο τουρισμός. Σύμφωνα με έγκυρες μελέτες, αποτελεί την βαριά βιομηχανία της χώρας και συμβάλει σημαντικά στην ενίσχυση των κρατικών εσόδων που προέρχονται από την φορολογία, στην επέκταση των επενδύσεων και στη μείωση της ανεργίας. Μέσω των εκατομμυρίων ταξιδιωτών που διακινούνται κάθε χρόνο, τόσο σε διεθνές όσο και σε εγχώριο επίπεδο, συντελείται μία πολιτισμική αλληλεπίδραση, νέοι τόποι γίνονται προϊόντα εξερεύνησης, άνθρωποι από διαφορετικές κουλτούρες έρχονται σε επαφή και κατανοούν τις συνήθειες και τον τρόπο ζωής των άλλων και σημαντικά χρηματικά ποσά δαπανώνται στα πλαίσια της ικανοποίησης των επιμέρους ταξιδιωτικών αναγκών των ταξιδευτών.

Γίνεται λοιπόν αντιληπτό, ότι ο τουρισμός έχει καταλυτική επίδραση στην οικονομία μίας χώρας και η στρατηγική θέσπιση κατάλληλων πολιτικών μπορεί να δώσει πολύ μεγάλη οικονομική και κοινωνική ώθηση σε όλους τους εμπλεκόμενους κλάδους. Στο κεφάλαιο αυτό, θα γίνει μία συσχέτιση της τουριστικής και της οικονομικής ανάπτυξης μέσω των διαφόρων διαστάσεων που λαμβάνει, θα παρουσιαστεί η κατάσταση του τουρισμού σε διεθνές επίπεδο και

θα δοθεί μία εικόνα για το πώς έχει διαμορφωθεί το τουριστικό τοπίο στην Ελλάδα σήμερα. Στη συνέχεια, θα συζητηθεί η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, τα μεγέθη και τα οφέλη που προκύπτουν καθώς και οι προβλέψεις για την μελλοντική του πορεία και τέλος θα παρουσιαστούν οι νέες τάσεις που διαμορφώνονται στην τουριστική βιομηχανία.

2.2 Οικονομική και τουριστική ανάπτυξη

Είναι γεγονός ότι η ανάπτυξη του τουρισμού σε μία περιοχή επιφέρει σημαντικές επιδράσεις σε διάφορους τομείς όπως είναι η οικονομία, η κοινωνία και το περιβάλλον. Οι επιδράσεις αυτές, με τη σωστή διαχείριση και την οργανωμένη επέκταση των ταξιδιωτικών ροών, μπορούν να συμβάλουν καταλυτικά στην οικονομική ανάπτυξη ενός τόπου, στον εκσυγχρονισμό των υποδομών του, στη δημιουργία πολλών νέων θέσεων εργασίας και στην πολιτισμική αλληλεπίδραση μεταξύ του ντόπιου πληθυσμού και των επισκεπτών.

Αρχικά, ο τουρισμός και οι δραστηριότητες που σχετίζονται με αυτόν, έχουν άμεση και θετική επίδραση στο εισόδημα της χώρας. Μέσω των τουριστικών ροών, δίνεται η δυνατότητα για αύξηση του τουριστικού εισοδήματος και κατ' επέκταση του εθνικού εισοδήματος, ενώ μέσω της διασποράς του τουρισμού στις διάφορες περιφέρειες δημιουργείται ένα πλέγμα στήριξης και ενίσχυσης των περιοχών με χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα. Επιπρόσθετα, στις περιοχές που υποδέχονται μεγάλη τουριστική κίνηση δημιουργούνται πολλές θέσεις εργασίας, τόσο για απασχόληση όσο και για αυτοαπασχόληση. Αυτό στοιχειοθετείται από το γεγονός ότι κατασκευάζονται νέες ξενοδοχειακές μονάδες, καινούρια εστιατόρια δίνουν τη θέση τους σε παλιές και μικρότερες ταβέρνες και μέσω των κατάλληλων πολιτικών δίνονται τα κίνητρα για νέα εμπορικά καταστήματα και τουριστικές επιχειρήσεις που συχνά δρουν συμπληρωματικά στο εισόδημα των κατοίκων της περιοχής.

Ένας άλλος τομέας της οικονομίας που δέχεται τη θετική επίδραση της τουριστικής ανάπτυξης είναι αυτός των δημοσίων εσόδων μέσω της είσπραξης των τουριστικών φόρων και της εισροής του τουριστικού συναλλάγματος. Έτσι, αυξάνονται τα κρατικά ταμειακά διαθέσιμα, βελτιώνεται σημαντικά το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών και σημειώνουν άνοδο τα συναλλαγματικά διαθέσιμα της χώρας που γίνεται πόλος έλξης των ταξιδιωτών. Σημαντικός και μεγάλος παράγοντας σε αυτή την αύξηση είναι και οι φόροι που προκύπτουν από την τουριστική

δραστηριότητα και τους οποίους καλούνται να καταβάλουν οι επιχειρηματίες που ασχολούνται με τον κλάδο. Αξίζει να σημειωθεί ότι, προκειμένου να υπάρξει ισορροπημένη ανάπτυξη του τουρισμού και για να αποφευχθεί το ενδεχόμενο μετατροπής της χώρας σε έναν μόνιμο πάροχο τουριστικών υπηρεσιών θα πρέπει να υπάρχει στρατηγική κατάλληλα προσαρμοσμένη και προσανατολισμένη στην ταυτόχρονη και αρμονική ανάπτυξη όλων των κλάδων της οικονομίας.

Εκτός της οικονομίας και των διαφόρων εκφάνσεων της που επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από την τουριστική ανάπτυξη, ο τουρισμός επηρεάζει και την κοινωνία. Οι περισσότερες περιοχές που δέχονται μεγάλο όγκο ταξιδιωτών απολαμβάνουν υψηλά, ως επί τω πλείστον, εισοδήματα και για το λόγο αυτό παρατηρείται μία στροφή του κατοίκων των περιοχών αυτών προς την ενασχόληση με τουριστικές δραστηριότητες και σταδιακή εγκατάλειψη των αγροτικών εργασιών τους. Αυτή η επαγγελματική κινητικότητα είναι περισσότερη εμφανής στους νέους και στις γυναίκες, παρέχοντας τους τη δυνατότητα να παραμείνουν στον τόπο τους και να συμβάλουν καθοριστικά στην ανάπτυξη και στην προβολή του. Απόρροια αυτής της τάσης είναι η βαθμιαία αστικοποίηση μεγάλων περιοχών και η μετατροπή τους σε περισσότερο αστικού περιβάλλοντος μέρη, μειώνοντας έτσι τους τομείς της γεωργίας, της κτηνοτροφίας, της αλιείας και εν γένει του πρωτογενούς τομέα. Η μεταστροφή αυτή επηρεάζει και τα ήθη, τα έθιμα και τις παραδόσεις κάθε τόπου καθώς επίσης συντελείται και μία πολιτισμική αλληλεπίδραση με τους επισκέπτες και αφομοίωση στοιχείων του πολιτισμού τους. Αποτελεί υποχρέωση και ευθύνη των μόνιμων κατοίκων των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών για περιφρούρηση της ταυτότητας του τόπου τους, την προστασία των ηθών και των εθίμων και την ανάδειξη και την προβολή τους με τον καλύτερο και πιο συμφέροντα για αυτούς τρόπο.

Τέλος, ένας ακόμα τομέας που δέχεται την επίδραση της τουριστικής και της οικονομικής ανάπτυξης είναι το περιβάλλον. Ο βαθμός επίδρασης σε αυτό εξαρτάται από τον όγκο των ταξιδιωτικών ροών, τις θεσπισμένες πολιτικές προστασίας του και από τις ενέργειες του ντόπιου πληθυσμού που οφείλει να το σεβαστεί και να το αναδείξει. Οι περιοχές που δέχονται την μεγαλύτερη καταπόνηση και ενδεχομένως καταστροφή είναι οι παραθαλάσσιες και οι ορεινές περιοχές, όπου σημειώνεται μεγάλη συγκέντρωση επισκεπτών και λαμβάνουν χώρα ποικίλες δραστηριότητες στη φύση. Για το λόγο αυτό, η τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να γίνεται με γνώμονα τη διατήρηση και την προστασία του φυσικού πλούτου κάθε τόπου, την ιδιαιτερότητα που παρουσιάζει, τις δυνατότητες αξιοποίησης του μέσω προγραμμάτων φυσιολατρικού τουρισμού και εκπαίδευσης των επισκεπτών και με στόχο την αειφορία και τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Ευοίωνο σημάδι αποτελεί η μεταστροφή που παρατηρείται με το πέρασμα των χρόνων όσον αφορά τις συνήθειες των επιχειρηματιών του χώρου, ο προσανατολισμός στην επέκταση μέσω του σεβασμού της φύσης, η βέλτιστη αξιοποίηση του χώρου εξαιτίας της προόδου της τεχνολογίας και των αρχιτεκτονικών προγραμμάτων και η συμμόρφωση με τα πρότυπα και τους κανόνες διαχείρισης του φυσικού περιβάλλοντος. Σε κάθε περίπτωση, η τουριστική ανάπτυξη που συντελεί στην οικονομική, κοινωνική αλλά και περιβαλλοντική μεταβολή χαρακτηρίζεται θετική και ευεργετική για συγκεκριμένα μέρη, ενισχύει τις ήδη υπάρχουσες δομές, προσφέρει όραμα και ελπίδα στους κατοίκους και δίνει τη δυνατότητα για ισχυροποίηση της χώρας στο παγκόσμιο τουριστικό γίγνεσθαι.

2.3 Ο τουρισμός σε διεθνές επίπεδο

Ο τομέας του τουρισμού και οι δραστηριότητες που πηγάζουν από αυτόν, αποτελούν σε παγκόσμιο επίπεδο την πιο δυναμική και ταχέως αναπτυσσόμενη βιομηχανία. Σύμφωνα με αναλυτικές έρευνες που έχουν γίνει, υπολογίζεται ότι ο τουρισμός παράγει περίπου το 6% του παγκόσμιου ΑΕΠ και είναι υπεύθυνος για το 7% της απασχόλησης σε όλο τον πλανήτη. Τα ποσοστά αυτά είναι αρκετά μεγαλύτερα για τις ανεπτυγμένες περιοχές όπως η Ευρώπη και η Βόρεια Αμερική και αποτελούν έναν παράγοντα στάθμισης της δυναμικής και των προοπτικών που προσφέρει ο τουρισμός σε διεθνές επίπεδο.

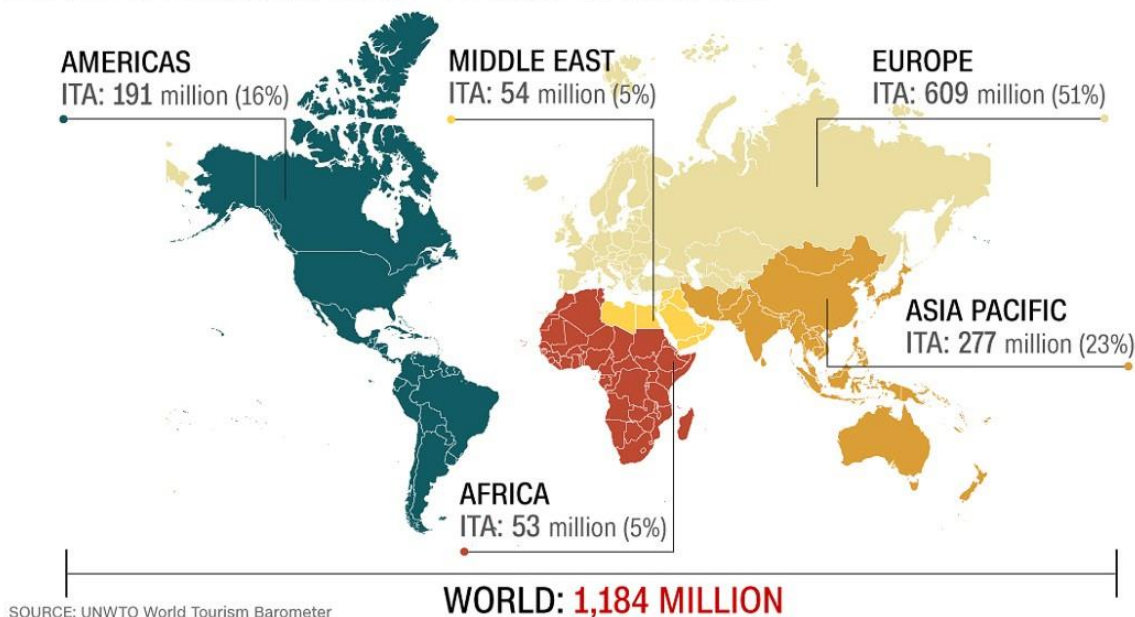
Ανατρέχοντας σε μελέτες και έρευνες που έχουν γίνει στο παρελθόν αναφορικά με τη σημασία και τα μεγέθη που προκύπτουν από την παγκόσμια τουριστική κίνηση, προκύπτουν σημαντικά ευρήματα. Συγκεκριμένα, κατά την περίοδο 1950-1995, οι αφίξεις τουριστών σε διεθνές επίπεδο αυξήθηκαν με ρυθμό της τάξης του 7,2% και οι εισπράξεις σε \$ μεταβλήθηκαν θετικά κατά 12,2%. Τα ποσοστά αυτά φανερώνουν ότι οι ταξιδιώτες από 25 εκατομμύρια το 1950 αυξήθηκαν σε 561 εκατομμύρια το 1995 και οι εισπράξεις συναλλάγματος κινήθηκαν από τα 2,1 δισεκατομμύρια \$ στα 381 δισεκατομμύρια \$. Αξιολογημένο αποτελεί το γεγονός ότι, σύμφωνα με τις πιο πρόσφατες μετρήσεις, οι διεθνείς αφίξεις κατά το 2012 έφτασαν τα 853 εκατομμύρια και οι συναλλαγματικές εισπράξεις ξεπέρασαν τα 748 δισεκατομμύρια \$. Γίνεται λοιπόν εύκολα αντιληπτό ότι ο τουρισμός αποτελεί μία ισχυρή κατηγορία βιομηχανίας από μόνος του και δεν μπορεί να συγκριθεί σε επίπεδο δυναμικότητας και παγκόσμιας συνεισφοράς ούτε με τη

βιομηχανική παραγωγή αλλά ούτε και με τις διάφορες εξαγωγές των οικονομικά εύρωστων χωρών.

Μία άλλη καταλυτική συνεισφορά του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο είναι η μεγάλη μείωση της ανεργίας και η δημιουργία προοπτικών και νέων θέσεων εργασίας στα μέρη όπου οι τουριστικές δραστηριότητες γνωρίζουν άνθιση και ανάπτυξη. Αξίζει να σημειωθεί ότι, η τουριστική βιομηχανία παρέχει τις προϋποθέσεις απασχόλησης εκατομμυρίων ατόμων ανά τον κόσμο και μάλιστα δημιουργεί θέσεις εργασίας για εκείνο το τμήμα του εργατικού δυναμικού που αποτελεί το στενό πυρήνα της ανεργίας. Υπολογίζεται ότι σε διεθνές επίπεδο, το 70% των ατόμων που ασχολούνται με τον τουρισμό ήταν χρόνια άνεργοι και η πλειοψηφία αυτών δεν είχε εκπαιδευτεί σε συναφές αντικείμενο. Με τον τρόπο αυτό, επισημαίνεται η σπουδαιότητα της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας σε αντίθεση με άλλους κρίσιμους τομείς, οι επεκτάσεις που δύναται να λάβει και η δυναμική της στην επίλυση του παγκόσμιου προβλήματος της ανεργίας.

Στη συνέχεια παρατίθενται ορισμένα σχήματα μέσω των οποίων γίνονται ευκολότερα κατανοητά τα μεγέθη που σχετίζονται με τον διεθνή τουρισμό.

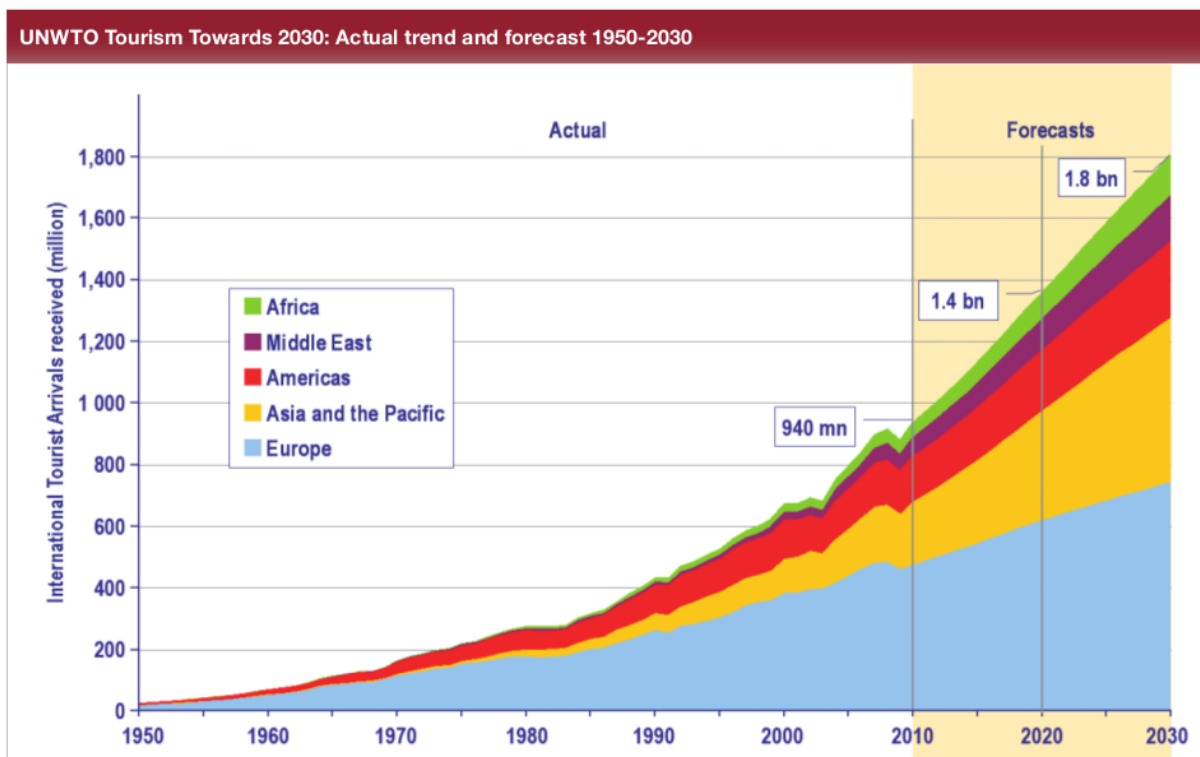
2015 International Tourist Arrivals



Σχήμα 2-1: Διεθνείς αφίξεις τουριστών το 2015

Πηγή: United Nations World Tourism Organization

Σύμφωνα με το σχήμα 2-1, οι αφίξεις των τουριστών σε παγκόσμιο επίπεδο το 2015 ανήλθαν στα 1,184 δισεκατομμύρια και συγκεκριμένα 191 εκατομμύρια στην Αμερική (μεταβολή 16%), 609 εκατομμύρια στην Ευρώπη (μεταβολή 51%), 54 εκατομμύρια στην Μέση Ανατολή (μεταβολή 5%), 277 εκατομμύρια στην Ασία (μεταβολή 23%) και 53 εκατομμύρια αφίξεις στην Αφρική (μεταβολή 5%).



Σχήμα 2-2: Τουριστικές αφίξεις παγκοσμίως από το 1950 έως το 2030

Πηγή: United Nations World Tourism Organization

Όπως φαίνεται στο σχήμα 2-2, η τάση των τουριστικών αφίξεων σε διεθνές επίπεδο είναι αυξητική και μάλιστα από το 2010 και μετά ακολουθεί μία ραγδαία ανάπτυξη σε σύγκριση με παλαιότερες χρονολογίες. Τον μεγαλύτερο όγκο των τουριστών τον υποδέχεται η Ευρώπη, ακολουθεί η Ασία και η περιοχή του Ειρηνικού και έπονται η Αμερική, η Μέση ανατολή και η Αφρική. Μάλιστα, η τάση αυτή φαίνεται να διατηρείται και να διογκώνεται ιδιαίτερα μετά το 2020, γεγονός το οποίο δημιουργεί προοπτικές και ελπίδες για αύξηση του ΑΕΠ κάθε εμπλεκόμενης χώρας και μείωσης των ποσοστών ανεργίας.



Market Realist^Q

Source: World Travel & Tourism Council

Σχήμα 2-3: Συμβολή του τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ

Πηγή: World Travel & Tourism Council

Παρατηρώντας το σχήμα 2-3, διαπιστώνουμε ότι η συμβολή του τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ είναι τεράστια και ακολουθεί διαχρονικά μία ανοδική τάση. Τα ποσά εκφράζονται σε δισεκατομμύρια δολάρια και σύμφωνα με την έρευνα οι χρηματικές εισροές από τον διεθνή τουρισμό θα αυξηθούν κατακόρυφα την επόμενη δεκαετία, φτάνοντας περίπου τα 11 δισεκατομμύρια δολάρια το 2024.

2.4 Ο τουρισμός στην Ελλάδα σήμερα

Η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός αναπτύχθηκε από το 1950 και μετά, με αποκορύφωμα τις δεκαετίες του 1960 και του 1970 όπου τέθηκαν οι βάσεις και οι υποδομές για την τουριστική προβολή και αξιοποίηση της χώρας. Κατά τη διάρκεια εκείνης της περιόδου κατασκευάστηκαν μεγάλα έργα υποδομής όπως λιμάνια, αεροδρόμια, μαρίνες ελλιμενισμού των σκαφών και

αυτοκινητόδρομοι, μικρότερα πανδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια έδωσαν τη θέση τους σε μεγάλες και σύγχρονες για την εποχή ξενοδοχειακές μονάδες και μεγάλο τμήμα του τεχνικού και του κατασκευαστικού κλάδου απασχολήθηκε στην ανάπτυξη της χώρας και στην ικανοποίηση των τουριστικών της αναγκών. Με τον τρόπο αυτό, η χώρα κατέστη ελκυστική στους ταξιδιώτες και άρχισε να αποτελεί αγαπημένο προορισμό για όσους ήθελαν να συνδυάσουν τις διακοπές, τη θάλασσα, το καλό φαγητό μαζί με την ιστορία και τον πολιτισμό.

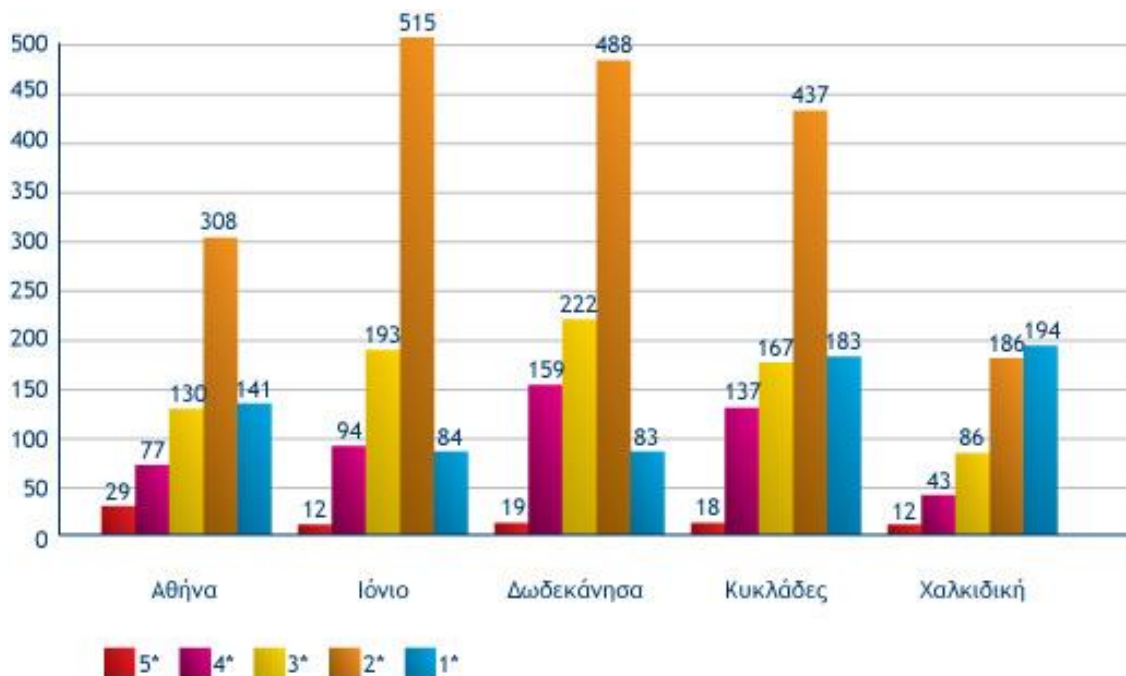
Σήμερα, η Ελλάδα συγκαταλέγεται στους κορυφαίους ταξιδιωτικούς προορισμούς του πλανήτη και σύμφωνα με τα Telegraph Travel Awards της Αγγλίας, το 2008, κατέλαβε τη δεύτερη θέση στην κατηγορία της καλύτερης ευρωπαϊκής χώρας. Με βάση τα δημοσιευμένα στοιχεία, ο αριθμός των επισκεπτών που επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό βαίνει αυξανόμενος με σταθερό ρυθμό. Το 2004, οι τουριστικές αφίξεις στη χώρα ήταν 14,2 εκατομμύρια άνθρωποι, αυξήθηκαν στα 17 εκατομμύρια το 2008, περίπου στα 20 εκατομμύρια το 2010 και ξεπέρασαν τα 26 εκατομμύρια το 2015. Επιπλέον, η χώρα διαθέτει περισσότερα από 15.000 χιλιόμετρα παραλιών, 190.000 χιλιόμετρα ακτογραμμής και περίπου 6.000 νησιά και βραχονησίδες, καθιστώντας τη θάλασσα ένα από τα ισχυρότερα συγκριτικά τουριστικά πλεονεκτήματα και ένα αδιαμφισβήτητο μέσο προσέλκυσης ξένων ταξιδιωτών.

Προσδιορίζοντας τη θέση της Ελλάδας στο παγκόσμιο τουριστικό σκηνικό και θέτοντας τις δυνατότητες αλλά και τις προοπτικές που παρουσιάζει ως ταξιδιωτικός προορισμός, αποτελεί έναν τόπο διακοπών για ολόκληρη τη διάρκεια του έτους, ικανοποιώντας το μεγαλύτερο εύρος των προτιμήσεων των ταξιδιωτών. Συνδυάζει το πλούσιο φυσικό περιβάλλον, την πολυποίκιλη γεωμορφολογία, το εύκρατο μεσογειακό κλίμα μαζί με μία μακραίωνη ιστορία και μία παράδοση στον πολιτισμό. Οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν ανάμεσα σε πληθώρα προορισμών και δραστηριοτήτων και να συνδυάσουν την διασκέδαση και την ψυχαγωγία με την ανακάλυψη ενός ιστορικού και διακεκριμένου τόπου. Συγκεκριμένα, οι ταξιδιώτες μπορούν να απολαύσουν την περιπλάνηση στη φύση, την ορειβασία σε ένα από τα πολλά ελληνικά βουνά, να πάρουν μέρος σε θαλάσσιες δραστηριότητες και κρουαζιέρες και να βιώσουν την εμπειρία του να ταξιδέψουν με ιστιοπλόο στο Αιγαίο ή με τον παραδοσιακό οδοντωτό μέχρι τα Καλάβρυτα. Παράλληλα, ο κάθε ταξιδιώτης μπορεί να επισκεφθεί κάποια από τα αναρίθμητα ιστορικά μνημεία της χώρας, να γνωρίσει την ιστορία και τον πολιτισμό της, να πραγματοποιήσει μικρές αποδράσεις με γνώμονα τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (αγροτουρισμός, ορεινός τουρισμός,

γαστρονομικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός κλπ) και να βιώσει την αρχέγονη ελληνική φιλοξενία.

Σε επίπεδο ποσοτικών στοιχείων και απτών αποδείξεων αναφορικά με την κατάσταση του τουρισμού στην Ελλάδα σήμερα, το 70% περίπου των επισκέψεων πραγματοποιείται ανάμεσα στον Μάιο και τον Οκτώβριο και η διασπορά των ταξιδιωτών στην ελληνική επικράτεια επικεντρώνεται στη νησιωτική χώρα με ποσοστό 65% και συγκεκριμένα στην Κρήτη, στις Κυκλάδες, στα Επτάνησα, στα Δωδεκάνησα και σε σημαντικό βαθμό στην Χαλκιδική. Από το σύνολο των αφίξεων, η συντριπτική πλειοψηφία με ποσοστό 85% προέρχεται από την Δυτική Ευρώπη και πιο συγκεκριμένα το 21% από το Ηνωμένο Βασίλειο, το 17,5% από την Γερμανία, το 9% από την Ιταλία, το 5,5% από την Γαλλία, ένα 5% από την Ολλανδία και ένα 7,5% από τις Σκανδιναβικές χώρες. Τα τελευταία χρόνια, έχουν αυξηθεί επίσης σημαντικά οι αφίξεις τουριστών από τη Ρωσία, την Κίνα και τις χώρες της πρώην Ανατολικής Ευρώπης.

Με τον κύριο όγκο των τουριστών να διαμένουν σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και να αποζητούν υψηλό επίπεδο υπηρεσιών, το ενδιαφέρον των επιχειρηματιών του χώρου έχει στραφεί σε αυτή την κατεύθυνση και μάλιστα στη δημιουργία μεγάλων ξενοδοχείων με δυνατότητες εξυπηρέτησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού όπως συνέδρια, εκθέσεις, αθλητικές διοργανώσεις και λοιπές δραστηριότητες. Δυστυχώς, όπως αποκαλύπτει και το σχήμα 2-4, ο αριθμός και το επίπεδο των ελληνικών ξενοδοχείων δεν ανταποκρίνεται στις νεοδιαμορφωθείσες τάσεις και η πλειοψηφία των μονάδων ανά την επικράτεια υπολείπεται σε επίπεδο κλινών, παροχών και εν γένει δυνατοτήτων. Αξίζει να σημειωθεί ότι περίπου τα μισά ελληνικά ξενοδοχεία ανήκουν στην κατηγορία των 2 αστέρων, ο μέσος αριθμός κλινών ανέρχεται στις 76 κλίνες και σύμφωνα με το Greek Hotel Branding Report, τα επώνυμα ξενοδοχεία στην Ελλάδα αποτελούν το 4% στο σύνολο και το 19% στη συνολική διαθεσιμότητα κλινών, σε αντίθεση με την υπόλοιπη Ευρώπη που το ποσοστό κυμαίνεται από 25% έως και 40%.



Σχήμα 2-4: Κατανομή των ξενοδοχείων ανά κατηγορία σε βασικούς ελληνικούς προορισμούς

Πηγή: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία

Τέλος, σε επίπεδο ευρύτερων υποδομών, τα τελευταία χρόνια έχουν παραδοθεί μεγάλα και καταλυτικής σημασίας δημόσια έργα και συγκοινωνιακές βελτιώσεις που διευκολύνουν τις μετακινήσεις τόσο των ταξιδιωτών όσο και των μόνιμων κατοίκων, εξασφαλίζοντας μεγαλύτερη ασφάλεια και ταχύτητα. Έτσι, δίνεται η δυνατότητα στην Ελλάδα να προσελκύσει ολοένα και περισσότερους ξένους ταξιδιώτες, να τους παρέχει σύγχρονες τουριστικές υπηρεσίες, να αξιοποιήσει όλο το εύρος των τοποθεσιών της και της γεωγραφικής της ιδιαιτερότητας, να ανταποκριθεί με επιτυχία στις νέες τουριστικές τάσεις και να διακριθεί ως ένας από τους κορυφαίους και ολοκληρωμένους τουριστικούς προορισμούς σε παγκόσμιο επίπεδο.

2.5 Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων 50 ετών, ο τουρισμός έχει εξελιχθεί σε έναν από τους κυριότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας και αποτελεί ίσως τον βασικότερο πυλώνα ανάπτυξης. Από τη φύση του, δεν μπορεί να αποτυπωθεί και να κατηγοριοποιηθεί σε έναν μεμονωμένο κλάδο καθώς συνδέεται με ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων και στις διάφορες

πτυχές του εμπλέκονται, άμεσα ή έμμεσα, οι περισσότεροι επαγγελματικοί τομείς. Σύμφωνα με οικονομικές μελέτες που έχουν λάβει χώρα προκειμένου να αποτιμηθεί η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, υπολογίζεται ότι σε ετήσια βάση ο τουρισμός συμβάλει στη δημιουργία τουλάχιστον του 18% του ΑΕΠ, ενώ η άμεση και η έμμεση συμβολή του υπολογίζεται σε 20% έως 25%, θέτοντας τον αυτόματα σε ατμομηχανή της εγχώριας οικονομίας. Παρά τη γενικότερη υφεσιακή κατάσταση που επικρατεί τα τελευταία χρόνια στη χώρα και την σημαντική μείωση των δημοσίων εσόδων σε συνδυασμό με την επιβράδυνση της ανάπτυξης, ο τουρισμός σημείωσε άνοδο την τελευταία διετία της τάξης του 11,5% ή 1,8 δισεκατομμύρια ευρώ, γεγονός το οποίο σημαίνει ότι από τα 15,2 δισεκατομμύρια που συνεισέφερε στο ΑΕΠ το 2014 αυξήθηκε στα 17 δισεκατομμύρια ευρώ το 2015.

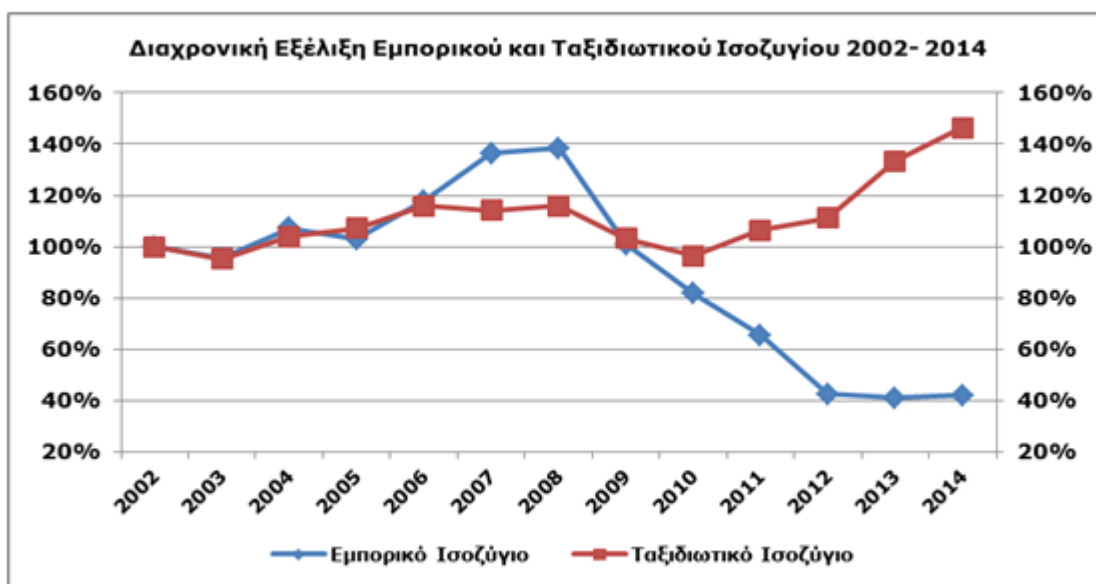
Μία ακόμα ευεργετική ιδιότητα του τουρισμού στην ελληνική οικονομία είναι η πολλαπλασιαστική ωφέλεια που απορρέει από αυτόν. Έχει υπολογιστεί ότι, για κάθε 1 ευρώ που δαπανάται στα πλαίσια του τουρισμού, δημιουργείται επιπλέον 1,2 έως 1,65 ευρώ πρόσθετης οικονομικής δραστηριότητας και σαν αποτέλεσμα αυτού, για κάθε 1 ευρώ τουριστικού εσόδου, το ΑΕΠ της χώρας αυξάνεται κατά 2,2 έως 2,65 ευρώ, γεγονός το οποίο δείχνει τη διάχυση των ωφελειών του στην κοινωνία. Επιπλέον, για τρεις νησιωτικές περιφέρειες (Κρήτη, Νότιο Αιγαίο, Ιόνιο), ο τουρισμός συνεισφέρει άμεσα στη δημιουργία περίπου του 50% του ΑΕΠ τους, με αποτέλεσμα οι περιφέρειες αυτές να έχουν από τα υψηλότερα κατά κεφαλήν ΑΕΠ στη χώρα, δείχνοντας έτσι ότι η ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας οδηγεί σε βελτίωση του βιοτικού επιπέδου στις περιοχές στις οποίες αναπτύσσεται.

Εκτός της σημαντικής συμβολής του σε επίπεδο δημοσίων εσόδων, ο τουρισμός συμβάλει δυναμικά και στην ενίσχυση της περιφέρειας και στη μείωση των ποσοστών της ανεργίας. Σε περιόδους μεγάλης άνθησης, καλύπτει το 30% των θέσεων μισθωτής απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα και βοηθάει στην αύξηση των αυτοαπασχολούμενων σε 31.000 μικρά ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια και σε χιλιάδες επιχειρήσεις εστίασης. Με δεδομένο ότι οι αφίξεις ξένων ταξιδιωτών στη χώρα άγγιξαν τα 26 εκατομμύρια ευρώ το 2015, τα παραπάνω μεγέθη αναμένεται να αυξηθούν και άλλο, με τις τουριστικές εισπράξεις από το εξωτερικό να ανέλθουν τουλάχιστον στα 13 δισεκατομμύρια ευρώ, ενώ σε όρους συνολικής επίδρασης στο ΑΕΠ η επιπλέον συνεισφορά θα είναι μεγαλύτερη κατά 7,5 δισεκατομμύρια ευρώ σε σχέση με το 2010.

Σε επίπεδο ευρύτερης απασχόλησης, η ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων αγγίζει το 16% των συνολικών θέσεων εργασίας το οποίο μεταφράζεται σε 741.000 θέσεις και καταδεικνύει

το βαθμό εγγύτητας πολλών επαγγελματιών με τον κλάδο του τουρισμού. Το μέγεθος αυτό, τις περισσότερες φορές τείνει να είναι αρκετά μεγαλύτερο και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η ενασχόληση πολλών ατόμων με τα τουριστικά επαγγέλματα δρα ενισχυτικά των κύριων εργασιών τους. Θα αποτελούσε παράλειψη να μην αναφερθεί ότι ο τουρισμός, ιδιαίτερα κατά τα τελευταία χρόνια, αποτέλεσε ισχυρό στήριγμα των ασφαλιστικών ταμείων, καλύπτοντας μέσω των ταξιδιωτικών εισπράξεων το 75% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου. Με δεδομένη τη συρρίκνωση του μεγαλύτερου μέρους του ιδιωτικού τομέα και την κατακόρυφη μείωση των εξαγωγών όλων των άλλων προϊόντων που εξάγει η χώρα, οι τουριστικές εισπράξεις αποδείχθηκαν καταλυτικές και σωτήριες για την ισοστάθμιση των δημοσιονομικών κενών που δημιουργήθηκαν. Τέλος, αν στις ταξιδιωτικές εισπράξεις συνυπολογισθούν και οι εισπράξεις από αερομεταφορές και θαλάσσιες μεταφορές από τον εισαγόμενο τουρισμό, τότε το σύνολο υπερβαίνει σε μεγάλο βαθμό τις εισπράξεις όλων των άλλων προϊόντων εκτός των καυσίμων και των πλοίων.

Πίνακας 5

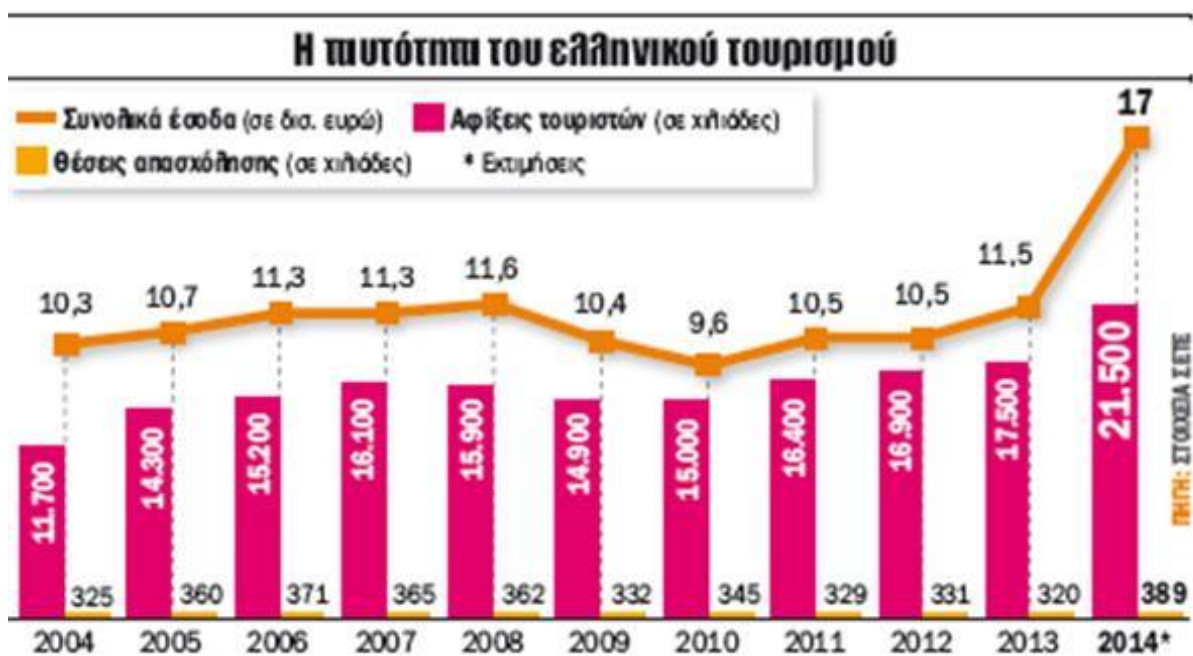


Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Σχήμα 2-5: Διαχρονική εξέλιξη εμπορικού και ταξιδιωτικού ισοζυγίου μεταξύ 2002-2014

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Όπως φαίνεται στο σχήμα 2-5, το οποίο απεικονίζει τη διαχρονική εξέλιξη του εμπορικού και του ταξιδιωτικού ισοζυγίου στην Ελλάδα από το 2002 έως το 2014, το εμπορικό ισοζύγιο υπερβαίνει το ταξιδιωτικό από το 2006 έως το 2009 και στη συνέχεια, λόγω της οικονομικής κρίσης και των υφεσιακών μέτρων, μειώνεται σημαντικά και καταλήγει το 2014 να καλύπτει μόνο το 40% σε αντίθεση με το ταξιδιωτικό ισοζύγιο που γνωρίζει μεγάλη άνοδο και καλύπτει περίπου το 140%.



Σχήμα 2-6: Η ταυτότητα του ελληνικού τουρισμού

Πηγή: ΣΕΤΕ

Το σχήμα 2-6 παρουσιάζει με αναλυτικό τρόπο την πορεία των συνολικών εσόδων όπως αυτά προέκυψαν από τις τουριστικές αφίξεις από το 2004 έως το 2014, τις θέσεις απασχόλησης που δημιουργήθηκαν εξαιτίας αυτής της τουριστικής δραστηριότητας καθώς και τον αριθμό των ξένων ταξιδιωτών που επισκέφθηκαν την Ελλάδα κάθε χρόνο. Παρατηρούμε ότι ο αριθμός των αφίξεων παρουσιάζει μία σταθερή άνοδο, με σχεδόν διπλασιασμό των τουριστών μέσα σε 10 χρόνια και ότι παρά την υφιστάμενη οικονομική κρίση, οι συνολικές τουριστικές εισπράξεις για το 2014 άγγιξαν τα 17 δισεκατομμύρια ευρώ.

Συγκεντρωτικά Περιφερειακά Στατιστικά Εισερχόμενου Τουρισμού

Συγκεντρωτικά περιφερειακά στατιστικά εισερχόμενου τουρισμού - Αύγουστος 2013

Περιφέρεια	Επισκέπτες	Διανυκτερεύσεις	Δαπάνες (ευρώ)	Δαπάνες ανά διανυκτέρευση	Δαπάνες ανά επισκέπτη	Διανυκτερεύσεις ανά επίσκεψη
Ανατ. Μακεδονία - Θράκη	253.528	1.626.075	100.346.951	61,7	395,8	6,4
Κεντρική Μακεδονία	1.021.903	5.764.661	290.386.580	50,4	284,2	5,6
Δυτική Μακεδονία	34.620	245.902	13.914.664	56,6	401,9	7,1
Ήπειρος	80.384	456.912	33.541.371	73,4	417,3	5,7
Θεσσαλία	102.691	571.185	32.970.589	57,7	321,1	5,6
Ιόνια Νησιά	512.752	4.400.033	315.382.362	71,7	615,1	8,6
Δυτική Ελλάδα	69.163	358.89	23.647.753	65,9	341,9	5,2
Στερεά Ελλάδα	48.377	215.306	16.674.060	77,4	344,7	4,5
Πελοπόννησος	110.994	742.03	43.532.389	58,7	392,2	6,7
Αττική	401.528	1.687.480	145.483.883	86,2	362,3	4,2
Νησιά Βορ. Αιγαίου	20.956	198.426	16.197.550	81,6	772,9	9,5
Νησιά Νοτ. Αιγαίου	1.007.797	8.422.062	811.644.056	96,4	805,4	8,4
Κρήτη	787.819	6.841.050	615.406.861	90	781,2	8,7
Σύνολο	3.885.717	31.530.011	2.459.129.073	78	632,9	8,1

Πίνακας 2-1: Συγκεντρωτικά περιφερειακά στατιστικά εισερχόμενου τουρισμού

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία

Ο πίνακας 2-1 δείχνει τα συγκεντρωτικά στοιχεία που αφορούν τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα το 2013. Παρατηρώντας τις αφίξεις διαπιστώνουμε ότι αθροιστικά η νησιωτική Ελλάδα υπερिशύει σε επίπεδο προτιμήσεων, οι δαπάνες για διανυκτέρευση ποικίλουν και παρουσιάζουν σημαντική διακύμανση στις τιμές και ότι ο μέσος χρόνος διανυκτέρευσης είναι αισθητά μικρότερος στην ηπειρωτική χώρα σε αντίθεση με τις παραθαλάσσιες περιοχές. Τέλος, με βάση όλα τα προαναφερθέντα και σύμφωνα με τη διαμορφωθείσα κατάσταση στο ελληνικό τουριστικό τοπίο, γίνεται αντιληπτό ότι η συνεισφορά του τουριστικού τομέα στην εγχώρια οικονομική δραστηριότητα δείχνει τη δυναμική του στο πλαίσιο της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας και για τον λόγο αυτό θα πρέπει όλες οι ενέργειες της πολιτείας να στραφούν στην αξιοποίηση των ανεκμετάλλετων πόρων και στην ενίσχυση των αφίξεων και των εσόδων που προέρχονται από τους ξένους ταξιδιώτες.

2.6 Νέες τάσεις στον τουρισμό

Η βιομηχανία του τουρισμού λόγω της ιδιαιτερότητας της και των συγκεκριμένων χαρακτηριστικών της, επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από το εξωτερικό περιβάλλον και τις διαμορφωθείσες κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες. Κατά το παρελθόν έχει σημειώσει περιόδους μεγάλης ακμής αλλά και υφεσιακής κατάστασης και πάντοτε προσαρμόζει το τουριστικό της προϊόν με βάση τη ζήτηση και τις νέες τάσεις που διαμορφώνονται κάθε φορά στο διεθνές ταξιδιωτικό γίνεσθαι. Έτσι, κατορθώνει να διατηρεί το μερίδιο αγοράς που έχει κατακτήσει και να ανταποκρίνεται στις νέες προτιμήσεις και τις προσδοκίες των ταξιδιωτών.

Με το πέρασμα των χρόνων και την εξέλιξη της τεχνολογίας αλλά και της καθημερινότητας της πλειοψηφίας των ταξιδιωτών, η σύγχρονη τουριστική πραγματικότητα έχει αρχίσει να ξεφεύγει από τη μαζικότητα και τα χαρακτηριστικά που είχε στο παρελθόν και να στρέφεται σε νέα είδη που θα ικανοποιούν τις ανάγκες του σημερινού ταξιδιώτη. Με την ευρεία χρήση του ίντερνετ και τη διευκόλυνση των διαδικασιών προγραμματισμού ενός ταξιδιού, δίνεται η δυνατότητα για ατομική επιλογή των προορισμών, για εύκολη και γρήγορη περάτωση έκδοσης των εισιτηρίων και για εξερεύνηση νέων και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Επιπλέον, ο σύγχρονος ταξιδιώτης επιλέγει τη χρονική περίοδο που τον διευκολύνει καλύτερα για την πραγματοποίηση του ταξιδιού του, μπορεί να συγκρίνει τιμές, προορισμούς, διαθεσιμότητα και παροχές και με βάση την έρευνα του να επιλέξει και να συνθέσει το ταξίδι που θα καλύπτει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις ανάγκες του.

Σύμφωνα με την Βρετανική Ένωση Τουριστικών Γραφείων, τα κριτήρια τα οποία εξετάζουν οι ταξιδιώτες στα πλαίσια επιλογής του προορισμού των διακοπών τους ποικίλουν και είναι ανάλογα των προτεραιοτήτων και της μορφής του ταξιδιού που επιθυμούν. Αρχικά, σημαντική παράμετρος επιλογής του προορισμού είναι οι ασφάλεια και οι υποδομές. Μέρη όπου κυριαρχούν εμφύλιες συρράξεις, βρίσκονται σε εμπόλεμη κατάσταση ή δεν παρέχεται το επίπεδο ασφαλούς διαβίωσης και ύπαρξης θεμελιωδών υποδομών τις περισσότερες φορές αποφεύγονται. Παρόλα αυτά, κράτη που γνώρισαν αναταραχές και ως επί το πλείστον χαρακτηρίζονταν από μεγάλες ελλείψεις σε υποδομές, ανέσεις και συγκοινωνίες σήμερα συγκαταλέγονται ανάμεσα στους πιο δημοφιλείς προορισμούς μιας και παρέχουν υψηλό επίπεδο ποιότητας σε συνδυασμό με χαμηλές τιμές. Το γενικό επίπεδο των τιμών συνιστά ένα ακόμα βασικό κριτήριο για την επιλογή του τελικού προορισμού. Στο πλαίσιο αυτό, νέα μέρη έχουν ξεπηδήσει στον τουριστικό χάρτη και

πολλά κράτη προσανατολίζονται σε μείωση της φορολογίας και των τουριστικών δασμών προκειμένου να προσελκύσουν μεγαλύτερο αριθμό τουριστών στη χώρα τους.

Ένα ακόμα κριτήριο που εξετάζουν οι ταξιδιώτες είναι η προσβασιμότητα και ο βαθμός ευκολίας της. Η ύπαρξη απευθείας αεροπορικής σύνδεσης, το ευρύ σιδηροδρομικό δίκτυο, η συνέπεια στις συγκοινωνίες, η αναγκαιότητα βίζας ή όχι αποτελούν παραμέτρους επιλογής ή τελικά απόρριψης ενός ταξιδιωτικού προορισμού. Μερικές φορές, το μοναδικό κριτήριο για την τελική απόφαση ενός ταξιδιώτη για την επίσκεψη του σε ένα μέρος είναι αποκλειστικά και μόνο ο καιρός, τόσο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού όσο και κατά την παραμονή του εκεί. Με αυτό τον τρόπο, μέρη τα οποία βρίσκονται σε περισσότερο εύκρατες περιοχές γνωρίζουν τουρισμό καθόλη τη διάρκεια του έτους, σε αντίθεση με περισσότερα τροπικές περιοχές που αποτελούν επιλογή κυρίως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Τέλος, σε αρκετά σημαντική παράμετρο επιλογής τόπου διακοπών έχει καταστεί η διαφορετικότητα του μέρους και σε τι διακρίνεται σε σύγκριση με τα υπόλοιπα. Αυτό σημαίνει ότι πλέον οι σύγχρονοι ταξιδιώτες ενδιαφέρονται να επισκεφθούν μέρη που θα χαρακτηρίζονται από πρωτοτυπία, θα ξεχωρίζουν από τις συνηθισμένες και πιο μαζικές επιλογές και θα μπορούν να βιώσουν μοναδικές και αξέχαστες εμπειρίες.

Έτσι, γίνεται κατανοητό, ότι το νέο τουριστικό μοντέλο διαφέρει και ποσοτικά και ποιοτικά με το ισχύον και διαμορφωθέν πλαίσιο του τουρισμού και πως οι νέοι ταξιδιώτες έχουν περισσότερες απαιτήσεις και προσανατολίζονται σε νέες και περισσότερο εναλλακτικές μορφές διακοπών. Εκτός των προαναφερθέντων κριτηρίων, μεγάλη άνθιση γνωρίζουν τα τελευταία χρόνια πολλές μορφές τουρισμού που παρέχουν στον επισκέπτη την ποιότητα, τις εμπειρίες, τα κίνητρα και το πλαίσιο μέσα στο οποίο θα μπορέσει να αποσυμπιεστεί από την καθημερινότητα, να διευρύνει τους ορίζοντες του, να ξεκουραστεί και να βελτιωθεί σαν άνθρωπος και σαν προσωπικότητα. Σύμφωνα λοιπόν με τις νέες τάσεις, η πλειοψηφία των ταξιδιωτών σε διεθνές επίπεδο στρέφεται σε ταξίδια που μπορεί να απολαύσει εμπειρίες, να γνωρίσει αλλά ακόμα και να ζήσει μέσα στη φύση, να γευτεί τοπικές γεύσεις και προϊόντα ενός τόπου, να περάσει ποιοτικό χρόνο με τους ντόπιους κατοίκους, να επισκεφθεί αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία, να μετέλθει των ηθών και των εθίμων μέσα από γιορτές και εκδηλώσεις που γίνονται σε τοπικό επίπεδο και να νιώσει αναπόσπαστο κομμάτι του τόπου διαμονής του.

2.7 Ανακεφαλαίωση

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάστηκε η στενή σχέση του τουρισμού με την οικονομία και η διαχρονική συμβολή του στην ανάπτυξη και την ενίσχυση τόσο των κρατικών εσόδων όσο και των ιδιωτών που ασχολούνται με την τουριστική βιομηχανία. Αρχικά, έγινε μία συσχέτιση της τουριστικής και της οικονομικής ανάπτυξης μέσα από τις διαστάσεις που λαμβάνει, δόθηκε μία εικόνα για τον τουρισμό σε διεθνές επίπεδο και τα μεγέθη που τον συναποτελούν και παρουσιάστηκε η ισχύουσα κατάσταση του τουρισμού στην Ελλάδα σήμερα. Στη συνέχεια, μέσα από βιβλιογραφική έρευνα και μέσω της παράθεσης ορισμένων διαγραμμάτων, αναπτύχθηκε η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία και τα μεγέθη τα οποία αποτελούν άμεση ή έμμεση συνέπεια της επίδρασης του και αποτυπώθηκαν οι νέες τάσεις στην τουριστική βιομηχανία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 Εισαγωγή

Από την αρχαιότητα μέχρι τη σύγχρονη εποχή, ο άνθρωπος στα πλαίσια της έκφρασης του και της προσφοράς του στο κοινωνικό σύνολο δημιούργησε διάφορα αγάλματα, ναούς, μνημεία και κατασκεύασε έργα και οικοδομήματα που αποτύπωναν τα στοιχεία του πολιτισμού του. Με τον τρόπο αυτό, ικανοποιούσε το εγγενές ενδιαφέρον του για πολιτιστική αλληλεπίδραση και παράλληλα δημιουργούσε τις κατάλληλες προϋποθέσεις για γνωριμία των μελλοντικών γενεών με τον υπάρχοντα πολιτισμό κατά την εποχή του. Έτσι, ιδιαίτερα κατά τα παλαιότερα χρόνια, κατασκευάστηκαν μεγαλόπρεπα ορόσημα και επιβλητικά μνημεία τα οποία διασώζονται μέχρι σήμερα και αποτελούν πόλο έλξης επισκεπτών από όλο τον κόσμο καθώς αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της ιστορίας κάθε λαού.

Με την πάροδο των χρόνων και την ανάπτυξη σε μεγαλύτερο βαθμό της καλλιέργειας, της παιδείας και της κουλτούρας στα πλαίσια μίας ολοκληρωμένης μόρφωσης και επέκτασης των πνευματικών οριζόντων, οι άνθρωποι άρχισαν να ενδιαφέρονται περισσότερο ενεργά για τη γνωριμία με αρχαία μνημεία και χώρους πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Μέσω αυτής της νέας αντίληψης, άρχισε να κάνει την εμφάνισή της η σταδιακή μεταστροφή σημαντικής μερίδας ταξιδιωτών από τον μαζικό και πλέον κορεσμένο τουρισμό προς μία νέα σχετικά εκδοχή, αυτή του πολιτιστικού τουρισμού. Οι ταξιδιώτες, άρχισαν να προσανατολίζονται σε προορισμούς όπου θα έχουν τη δυνατότητα να συνδυάσουν τη ψυχαγωγία και τη γνωριμία με το μέρος μαζί με την επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους, σε αρχαία μνημεία, σε ιστορικές τοποθεσίες και γενικότερα σε μέρη με πλούσια ιστορική και πολιτιστική παράδοση.

Στις μέρες μας, η παρουσία του πολιτιστικού τουρισμού και η ζήτηση των ταξιδιωτών για περισσότερο εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχει καταστήσει τη χώρα μας προβλεπόμενο διεθνή ταξιδιωτικό προορισμό, γεγονός το οποίο οφείλεται στην μακραίωνη ιστορία της, στα αναρίθμητα αρχαιολογικά και πολιτιστικά ευρήματα, στις ισχυρές παραδόσεις, στα ήθη και στα έθιμα που έχει

στις διάφορες περιφέρειες της και στη δυνατότητα που παρέχει στους επισκέπτες για γνωριμία με τον πολιτισμό που αποτέλεσε ουσιαστική απαρχή του σύγχρονου κόσμου. Στο κεφάλαιο που ακολουθεί, θα παρουσιαστεί ο πολιτιστικός τουρισμός ως μία νέα και δυναμική μορφή εναλλακτικού τουρισμού, θα δοθεί το πλαίσιο και οι ισχύουσες συνθήκες για τον πολιτιστικό τουρισμό στην Ευρώπη, θα γίνει αναφορά για την σημερινή κατάσταση του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα και τέλος θα παρατεθούν τα πολιτιστικά μνημεία και οι χώροι ενδιαφέροντος στην ελληνική επικράτεια καθώς και οι δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης των περιοχών που βρίσκονται κοντά τους.

3.2 Πολιτιστικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ίσως την παλαιότερη εκδοχή συνειδητής ταξιδιωτικής κινητικότητας σε παγκόσμιο επίπεδο και έχει τις ρίζες του στην αρχαιότητα όπου σημαντικός αριθμός ατόμων ταξίδευε για να γνωρίσει και να επισκεφθεί σημαντικά μνημεία και χώρους λατρείας που βρίσκονταν σε άλλα μέρη εκτός του τόπου διαμονής τους. Με τον τρόπο αυτό, οι κάτοικοι διαφόρων περιοχών γνώριζαν την ιστορία και τον πολιτισμό άλλων περιοχών, τόσο εντός όσο και εκτός συνόρων, έρχονταν σε επαφή με τους ντόπιους κατοίκους, επισκέπτονταν τους ιερούς τους χώρους και τα σημαντικά τους μνημεία και αλληλεπιδρούσαν πολιτισμικά θέτοντας τις βάσεις για τη μελλοντική εξέλιξη των διαφόρων εκφάνσεων του πολιτισμού.

Στις μέρες μας, όπου οι ταξιδιώτες σε διεθνές επίπεδο αρχίζουν σταδιακά να εγκαταλείπουν την κλασική εκδοχή του τουρισμού που χαρακτηριζόταν από μαζικότητα και ουσιαστική έλλειψη ποιοτικών χαρακτηριστικών, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και συγκεκριμένα ο πολιτιστικός τουρισμός γνωρίζει ιδιαίτερη άνθιση και κερδίζει ολοένα και μεγαλύτερο μερίδιο στην ταξιδιωτική αγορά. Πρόκειται για εκείνο το είδος του τουρισμού, όπου οι ταξιδιώτες θέτουν ως προτεραιότητα του ταξιδιού τους την ουσιαστική γνωριμία με την ιστορία και τον πολιτισμό του τόπου που επισκέπτονται και επιλέγουν συνειδητά να επισκεφθούν μέρη ιστορικού ενδιαφέροντος, αρχαίους ναούς και οικοδομήματα, πολιτιστικά μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς καθώς και αρχαιολογικά μουσεία με πλήθος ευρημάτων και κτερισμάτων. Επιπλέον, οι ταξιδιώτες με έντονα πολιτιστικά αντανακλαστικά επιλέγουν την γνωριμία και την πολιτισμική αλληλεπίδραση με τον γηγενή πληθυσμό, λαμβάνουν μέρος σε τοπικές γιορτές και σε αναβίωση των κατά τόπους παραδόσεων, ενδιαφέρονται για τα ήθη και τα έθιμα του τόπου επίσκεψής τους

και συνδιαλέγονται με το τοπικό στοιχείο προκειμένου να αποκτήσουν επιπλέον γνώσεις που ενδεχομένως ξεφεύγουν από τα στενά όρια της σχετικής βιβλιογραφίας.

Ο κύριος λόγος μεταστροφής των ταξιδιωτικών επιλογών των σύγχρονων ταξιδιωτών και η εστίαση τους σε νέες και περισσότερο ποιοτικές μορφές τουρισμού οφείλεται, κατά κύριο λόγο, στην αλλαγή του προφίλ και των ενδιαφερόντων τους. Οι ταξιδιώτες πλέον, στην πλειοψηφία τους, χαρακτηρίζονται από διευρυμένη μόρφωση, από σφαιρική παιδεία, από ισχυρή αντίληψη και φυσικά από νέες ανάγκες και υψηλές απαιτήσεις που καθιστούν τον πολιτιστικό τουρισμό την κατάλληλη διέξοδο για ψυχαγωγία και διεύρυνση των πνευματικών τους οριζόντων. Θεωρούν ότι μέσω της επίσκεψης και της αλληλεπίδρασης με την ιστορία και τον πολιτισμό ενός τόπου, αποκτούν πολύπλευρη γνώση, αποσυμπιέζονται από την σύγχρονη καθημερινότητα, επενδύουν ποιοτικά τον ελεύθερο τους χρόνο και κάνουν σημαντικά βήματα προς την αυτοβελτίωση και την ανάπτυξη της προσωπικότητάς τους. Συνήθως, τα άτομα που επιλέγουν τον πολιτιστικό τουρισμό, έχουν έντονα ανεπτυγμένα τα πολιτιστικά και τα καλλιτεχνικά κριτήρια, δίνουν έμφαση στις τέχνες, στην κουλτούρα και στην καλλιέργεια τους, ανήκουν σε ανώτερες κοινωνικές αλλά και εισοδηματικές τάξεις και σύμφωνα με έρευνες δαπανούν 10% με 15% περισσότερα χρήματα κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους σε σχέση με τους υπόλοιπους ταξιδιώτες.

Τα πλεονεκτήματα από την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού σε μία περιοχή είναι πολλά και αποτελούν το κίνητρο για την διατήρηση και την προστασία των μνημείων αλλά και της ίδιας της περιοχής από τους κατοίκους. Πιο συγκεκριμένα, μέσω της προώθησης του πολιτιστικού τουρισμού:

- Δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας
- Θέτονται οι βάσεις για οικονομική ανάπτυξη και για προσέλκυση επενδύσεων
- Πραγματοποιείται οικονομική ενίσχυση ορισμένων κοινωνικά και οικονομικά ευπαθών περιοχών και αμβλύνονται οι διαφορές μεταξύ αστικών και αγροτικών περιοχών
- Προσελκύονται κονδύλια για την ανάπτυξη της γύρω περιοχής μέσω ειδικών προγραμμάτων της Ε.Ε, του κράτους αλλά και οικονομικά ισχυρών ιδιωτών
- Βελτιώνεται η ανταγωνιστικότητα του συγκεκριμένου μέρους έναντι άλλων συγκριτικά οικονομικότερων προορισμών
- Διατηρείται και προωθείται η πολιτιστική φυσιογνωμία του τόπου

- Συσφίγγονται οι σχέσεις μεταξύ των κατοίκων του τόπου ενδιαφέροντος μέσω της κοινής προσπάθειας για διατήρηση και προβολή του ιστορικού και πολιτιστικού πλούτου της περιοχής τους
- Δημιουργείται μία ιδιαίτερη ταυτότητα για το μέρος που συνοδεύεται από ορισμένα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά όπως παραγωγή Π.Ο.Π προϊόντων, καλλιέργεια διακεκριμένων φρούτων και λαχανικών, παραγωγή βραβευμένων κρασιών κλπ μέσω των οποίων προβάλλεται η χώρα διεθνώς

Στον αντίποδα, με δεδομένο ότι ο τουρισμός και κατ' επέκταση ο πολιτιστικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την εντατικότητα και ο απώτερος σκοπός είναι η κερδοφορία, πολλές φορές επιφέρει ορισμένες αρνητικές συνέπειες στον τόπο που αναπτύσσεται, όπως:

- Κίνδυνος υποβάθμισης και καταστροφής των διαφόρων οικοσυστημάτων λόγω της υπέρμετρης κατανάλωσης των φυσικών πόρων της περιοχής
- Βαθμιαία αλλοίωση του κοινωνικού ιστού μέσω της άκρατης υιοθέτησης του τρόπου ζωής των επισκεπτών
- Σημαντική μείωση αναβίωσης και διατήρησης των ηθών και των εθίμων και γενικότερα επηρεασμός της κουλτούρας του γηγενούς πληθυσμού
- Αλλαγή της έκτασης των οικισμών και της αρχιτεκτονικής φυσιογνωμίας τους
- Πρόκληση καταστροφών στα μνημεία και στους αρχαιολογικούς χώρους από την πολύ μεγάλη επισκεψιμότητα και την μη-επαρκή φύλαξη τους

Γίνεται λοιπόν αντιληπτό ότι, ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μία σύγχρονη και αρκετά δυναμική εναλλακτική μορφή τουρισμού και η σωστή αξιοποίηση του δύναται να επιφέρει αύξηση στις αφίξεις ξένων ταξιδιωτών και άνοδο στα έσοδα που προέρχονται από αυτόν. Από την άλλη πλευρά, η υπέρμετρη προβολή ενός προορισμού, η αθρόα επίσκεψη τουριστών και η άκρατη βιομηχανοποίηση στο βωμό του κέρδους ελλοχεύει ορισμένους σημαντικούς κινδύνους ικανούς να επηρεάσουν ή ακόμα και να καταστρέψουν μία ολόκληρη περιοχή. Στην κατεύθυνση αυτή, χρειάζεται θέσπιση κατάλληλων στρατηγικών και νομικού πλαισίου που θα ενθαρρύνουν την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, θα προωθούν μέτρα προβολής της πολιτιστικής ταυτότητας ενός τόπου και παράλληλα θα διασφαλίζουν τη φυσιογνωμία, τον φυσικό και αρχαιολογικό πλούτο και τα χαρακτηριστικά κάθε προορισμού ξεχωριστά.

3.3 Ισχύον πλαίσιο για πολιτιστικό τουρισμό στην Ευρώπη

Όπως είδαμε και νωρίτερα, η ευρωπαϊκή τάση στην τουριστική βιομηχανία και στην διενέργεια ταξιδιών τείνει να αλλάξει και σταδιακά επικεντρώνεται σε περισσότερο εναλλακτικές και πιο ποιοτικές εκδοχές του τουρισμού. Ξεφεύγει δηλαδή από τις παλαιότερες συνήθειες και την μαζικότητα που χαρακτήριζε τον τουρισμό, ιδιαίτερα κατά τις προηγούμενες δεκαετίες και επικεντρώνεται σε νέες μορφές που παρέχουν ουσιαστική κάλυψη των αναγκών των ταξιδιωτών, συμβάλουν στην διαμόρφωση ταξιδιωτικής κουλτούρας και βοηθούν στην απόκτηση ευρύτερης παιδείας. Έτσι, οι ταξιδιώτες, στα πλαίσια απομάκρυνσης από την πίεση της καθημερινότητας, την εύρεση πραγματικής χαλάρωσης και την πολύπλευρη ανάπτυξη της προσωπικότητάς τους, προσανατολίζονται αρκετά συχνά στη διενέργεια ταξιδιών με έντονο το πολιτιστικό ενδιαφέρον, δίνοντας στον εαυτό τους την δυνατότητα να γνωρίσει τον ευρύτερο ευρωπαϊκό πολιτισμό, να ενημερωθεί για την ιστορία του και να έρθει πιο κοντά με ανθρώπους που έχουν κοινές ρίζες και κοινό ευρωπαϊκό όραμα.

Στην κατεύθυνση αυτή, τόσο τα ταξιδιωτικά γραφεία όσο και τα αρμόδια όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης όπως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και ο ευρωπαϊκός φορέας διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς, έχουν αναλάβει ορισμένες δράσεις έτσι ώστε μέσα από τη θέσπιση νέων και στοχευμένων στρατηγικών να προάγουν τον πολιτιστικό τουρισμό και να εμφυσήσουν νέα ταξιδιωτικά ενδιαφέροντα στους Ευρωπαίους ταξιδιώτες. Καταβάλλεται προσπάθεια μέσα από την καλλιέργεια μίας νέας ταξιδιωτικής κουλτούρας να ενισχυθούν οι ταξιδιωτικές ροές, τόσο από Ευρωπαίους πολίτες όσο και από εισερχόμενους τουρίστες, με προορισμό μέρη πολιτιστικού και αρχαιολογικού ενδιαφέροντος, να προβληθούν τα αναρίθμητα μουσεία που φιλοξενούν καλλιτεχνήματα και αρχαιολογικούς θησαυρούς από όλο τον κόσμο, να γίνουν ευρύτερα γνωστές ευρωπαϊκές πόλεις όπως η Μπρυζ στο Βέλγιο, η Φλωρεντία στην Ιταλία ή το Τολέδο στην Ισπανία που αποτελούν στην ολότητα τους μεσαιωνικούς και διατηρητέους οικισμούς και να αποτελέσουν αντικείμενο επίσκεψης μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς που βρίσκονται στο ευρωπαϊκό έδαφος. Επιπρόσθετα, η δέσμη των μέτρων και των πολιτικών που στοχεύουν στην εδραίωση του πολιτιστικού τουρισμού στην Ευρώπη, συμπεριλαμβάνει σε μεγάλο βαθμό την προάσπιση και τη διατήρηση των παραδόσεων που φέρει ο κάθε λαός, την προβολή μέσω διαφόρων φεστιβάλ και εκδηλώσεων των ηθών και των εθίμων που συναντώνται σε ορισμένες περιοχές και στην ενθάρρυνση της διακρατικής αλληλεπίδρασης σε επίπεδο ανταλλαγής

διακεκριμένων γαστρονομικών προϊόντων και αγαθών που κατά παράδοση παράγονται σε συγκεκριμένους τόπους.

Έχοντας κατανοήσει τη σπουδαιότητα του πολιτιστικού τουρισμού στην ευρωπαϊκή επικράτεια, οι κυβερνήσεις και οι αρμόδιοι φορείς δημιουργούν τις κατάλληλες προϋποθέσεις που θα επιτρέψουν την καθιέρωση και την περαιτέρω ανάπτυξη αυτής της σύγχρονης και εναλλακτικής εν γένει νέας μορφής τουρισμού. Αναγνωρίζοντας αυτή την σπουδαιότητα, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, ήδη από το 1987, θέσπισε το πρόγραμμα «European Cultural Routes» που αποτελεί έναν οδηγό διαπολιτισμικών δρόμων και προβολής της ιστορίας και του πολιτισμού της Γηραιάς Ηπείρου, τόσο στο σύνολο της όσο και σε επίπεδο εθνικών κρατών ξεχωριστά. Λαμβάνοντας τις βασικές αρχές από αυτόν τον οδηγό και διαμορφώνοντας τις δικές τους πολιτικές, τα διάφορα ευρωπαϊκά κράτη προβάλλουν με τους καλύτερους δυνατούς τρόπους τα ιστορικά τους μνημεία, τα οποία σε ευρωπαϊκό σύνολο απαριθμούν περίπου τα 200.000, ανακαινίζουν και επεκτείνουν τα διάφορα μουσεία, αναλαμβάνουν τη διαμόρφωση και την σωστή περιφρούρηση αρχαιολογικών χώρων και χώρων πολιτιστικού ενδιαφέροντος, διοργανώνουν και στηρίζουν καλλιτεχνικές παραστάσεις και εκδηλώσεις που προάγουν τις παραδόσεις, τα ήθη και έθιμα της χώρας καθώς και την ευρύτερη φυσιογνωμία της περιοχής. Επιπλέον, εστιάζουν στην μείωση των χρόνων και των αποστάσεων κατασκευάζοντας καλύτερο οδικό δίκτυο, περισσότερο διευρυμένο σιδηροδρομικό δίκτυο, απελευθερώνουν τη δημιουργία αεροπορικών εταιρειών με στόχο την αύξηση μετακίνησης επιβατών και συνεπώς την αύξηση των αφίξεων και των εσόδων και θέτουν φιλικές πολιτικές προς τους επισκέπτες σε όλα τα επίπεδα. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι, ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί έναν από τους πιο δυναμικούς και ανερχόμενους κλάδους τουρισμού στην Ευρώπη και ότι σε ευρωπαϊκό επίπεδο 4 στους 10 ταξιδιώτες επιλέγουν τον προορισμό των διακοπών τους με γνώμονα το πολιτιστικό ενδιαφέρον.

3.4 Πολιτιστικός τουρισμός στην Ελλάδα

Ο πολιτιστικός τουρισμός στην Ελλάδα, ιδιαίτερα κατά τα τελευταία χρόνια που παρατηρείται μία γενικότερη μεταστροφή του ταξιδιωτικού ρεύματος προς νέες και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, γνωρίζει ιδιαίτερη ανάπτυξη και αποτελεί έναν τομέα τουρισμού που μπορεί να τοποθετηθεί σε γερές βάσεις και να αποφέρει σημαντικά οφέλη στην οικονομία της χώρας. Στην κατεύθυνση αυτή, η Ελλάδα με την μακραίωνη και πολυποίκιλη ιστορία της, με τα εκατοντάδες

διάσπαρτα μνημεία σε όλη την επικράτεια της, με την ύπαρξη σημαντικών ιστορικών τοποθεσιών όπου έλαβαν χώρα γεγονότα που επηρέασαν τόσο τον ελληνικό όσο και τον παγκόσμιο πολιτισμό καθώς επίσης με την διατήρηση και την προβολή των παραδόσεων της έχει όλα τα εχέγγυα να πρωταγωνιστήσει στο παγκόσμιο πολιτιστικό και τουριστικό γίγνεσθαι και να καταστεί ισχυρή δύναμη στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού.

Σήμερα, που η καθημερινότητα χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερα έντονους ρυθμούς, από στρεσογόνες καταστάσεις, από μαζικοποίηση και αλλοίωση βασικών συνιστωσών του πολιτισμού μας, ο πολιτιστικός τουρισμός δείχνει να είναι μία ικανή διέξοδος και ένα μέσο προβολής αλλά και προστασίας της ιστορίας, της κουλτούρας και του πολιτισμού της χώρας. Με την χάραξη κατάλληλων στρατηγικών και τη θέσπιση στοχευμένων πολιτικών, η Ελλάδα έχει τη δυνατότητα να αναπτύξει πολυεπίπεδες δραστηριότητες που να άπτονται του πολιτιστικού τομέα και να προσφέρει ανταγωνιστικά τουριστικά προϊόντα σε σύγκριση με άλλες χώρες με παρόμοια χαρακτηριστικά. Με την παρουσία πολυάριθμων αρχαιολογικών χώρων διαφόρων ιστορικών περιόδων, την ύπαρξη σημαντικών και παγκοσμίου εμβέλειας μουσείων, την ύπαρξη ιστορικών τοποθεσιών όπου έλαβαν χώρα μεγάλα γεγονότα όπως μάχες ή δράση αρχαίων φιλοσόφων και συνυπολογίζοντας την γεωγραφική της θέση που αποτελεί σταυροδρόμι πολιτισμών και πολιτισμικών ζυμώσεων, δίνει την ευκαιρία στον σύγχρονο ταξιδιώτη να γνωρίσει την κοιτίδα του ευρωπαϊκού πολιτισμού και να αναπτύξει ευρύτερα την προσωπικότητα του. Επιπλέον, στα πλαίσια του ταξιδιού του, ο πολιτιστικός επισκέπτης μπορεί να γνωρίσει τα κατά τόπους ήθη και έθιμα, να συμβάλει στη διενέργεια τους αλλά και στην προστασία τους, να αλληλεπιδράσει με τους ντόπιους κατοίκους της περιοχής και να αποκτήσει βαθειά γνώση και συνείδηση της πολιτιστικής παράδοσης του τόπου, να δει κτήρια με ιδιαίτερη αρχιτεκτονική που κατασκευάστηκαν τους προηγούμενους αιώνες και να ψυχαγωγηθεί παρακολουθώντας κάποια καλλιτεχνική παράσταση όπως μία αρχαία κωμωδία ή τραγωδία στο θέατρο της αρχαίας Επιδαύρου.

Γίνεται λοιπόν εύκολα αντιληπτό, ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένα ισχυρό όπλο στα χέρια των ιθυνόντων αναφορικά με τη χάραξη τουριστικής πολιτικής στην Ελλάδα και η σωστή διαχείριση του μπορεί να αποφέρει σημαντικά έσοδα στα κρατικά ταμεία. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2011 από την εταιρεία McKinsey, το μέσο έσοδο στην Ελλάδα από τα άτομα που χαρακτηρίζονταν ως πολιτιστικοί επισκέπτες διαμορφωνόταν στα 6,1 ευρώ σε αντίθεση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο που ήταν στα 19,7 ευρώ. Επίσης οι αρχαιολογικοί χώροι

στο σύνολο τους διοικούνται από το Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων που ιδρύθηκε το 1977 και σε σημαντικό βαθμό οι πολιτικές του έχουν παραμείνει προσκολλημένες στα δεδομένα της εποχής δημιουργίας του. Συμπληρωματικά, ο κύριος όγκος των εσόδων των μουσείων και των αρχαιολογικών χώρων, σε ποσοστό 86%, προέρχεται από τα εισιτήρια τα οποία εκδίδονται στα ταμεία των χώρων αυτών, τη στιγμή που στην Αγγλία το ποσοστό αυτό ανέρχεται στο 26% και στην Γαλλία ακόμα χαμηλότερα, στερώντας παράλληλα τη δυνατότητα για αγορά ηλεκτρονικού εισιτηρίου ή άλλων παρόμοιων διευκολύνσεων. Η έρευνα εμφανίζει ακόμα την πληροφορία ότι το μέσο έσοδο στην Ελλάδα από τα πωλητήρια των μουσείων είναι 0,2 ευρώ ανά επισκέπτη σε αντίθεση για παράδειγμα με την Γαλλία που φτάνει τα 6,5 ευρώ ανά επισκέπτη. Ενδιαφέρον προκαλεί η απάντηση των συμμετεχόντων στην έρευνα σχετικά με το τι γνωρίζουν για την Ελλάδα σαν πολιτιστικό προορισμό, όπου το 42% είπε ότι την γνωρίζει, το 22% δήλωσε ότι την έχει επισκεφθεί και μόνο το 12% φάνηκε πρόθυμο να επιστρέψει κάποια στιγμή στο μέλλον. Τα ποσοστά αυτά είναι ομολογουμένως απογοητευτικά, ιδιαίτερα σε σύγκριση με τα αντίστοιχα ποσοστά άλλων ευρωπαϊκών χωρών και η Ελλάδα φαίνεται να προσπερνά μόνο την Τουρκία, όπου η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δεν δήλωσε διατεθειμένη να την επισκεφθεί ξανά στο μέλλον. Απαιτείται λοιπόν, λήψη κατάλληλων μέτρων και επαναπροσδιορισμός της πολιτικής αναφορικά με τον πολιτιστικό τουρισμό και την ανάπτυξη του, έτσι ώστε να μειωθούν οι σημερινές παθογένειες, να βελτιωθούν τα ποσοστά και οι δείκτες που αντιπροσωπεύουν τη δυναμικότητα και την συνεισφορά του και να αποτελέσει η Ελλάδα παγκόσμιο πόλο έλξης για ταξιδιώτες με έντονο ενδιαφέρον για πολιτιστικό τουρισμό.

3.5 Πολιτιστικά μνημεία και χώροι ενδιαφέροντος στην Ελλάδα

Όπως προαναφέρθηκε σε προηγούμενη ενότητα, η Ελλάδα είναι διάσπαρτη από ιστορικά μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους, αρχαίους ναούς και μέρη που συγκεντρώνουν έντονα το πολιτιστικό και το ιστορικό στοιχείο. Τα περισσότερα και πιο σημαντικά από αυτά βρίσκονται στον κατάλογο της UNESCO με τα μνημεία που ανήκουν στην παγκόσμια πολιτιστική κληρονομιά, προστατεύονται από διεθνείς κανονισμούς, χαρακτηρίζονται από τη μοναδικότητα τους και αποτελούν την αιχμή του δόρατος για την προβολή της χώρας σε κορυφαίο προορισμό πολιτιστικού τουρισμού στην Ευρώπη. Τα μνημεία αυτά είναι:

- Ο ναός του Επικούρειου Απόλλωνος στις Βάσσες: Βρίσκεται στις Βάσσες της αρχαίας Φιγαλείας, σήμερα ανήκει στον νομό Ηλείας, είναι σε υψόμετρο 1.130 μέτρα και κατασκευαστής του είναι ο Ικτίνος, ο οποίος μαζί με τον Καλλικράτη σχεδίασαν και κατασκεύασαν τον Παρθενώνα στην Αθήνα.
- Ο αρχαιολογικός χώρος Ακροπόλεως Αθηνών: Βρίσκεται στο κέντρο της σύγχρονης πόλεως των Αθηνών, αποτελούσε κατά την αρχαιότητα τον σπουδαιότερο ναό της Αθήνας και μέρος συνάθροισης του αρχαίου κόσμου και είναι τμήμα του ευρύτερου δικτύου αρχαιολογικών χώρων που συναντώνται στην περιοχή.
- Ο αρχαιολογικός χώρος των Δελφών: Βρίσκεται στους πρόποδες του Παρνασσού, στο σημερινό νομό Φωκίδας, σε ένα υποβλητικής ομορφιάς και διαστάσεων φυσικό τοπίο, ανάμεσα στους δύο τεράστιους βράχους των Φαιδριάδων και κατά την αρχαιότητα αποτελούσε τον ομφαλό της γης, διέθετε το ξακουστό μαντείο και ήταν το μεγαλύτερο θρησκευτικό κέντρο του αρχαίου κόσμου.
- Το ιερό του Ασκληπιού στην Επίδαυρο: Βρίσκεται στο νομό Αργολίδας, σε μία περιοχή ήπιας βλάστησης, με πληθώρα ιαματικών πηγών και κατά την αρχαιότητα θεωρείται το σημαντικότερο θεραπευτικό κέντρο όλου του ελληνικού και ρωμαϊκού κόσμου καθώς επίσης και ο τόπος γέννησης της ιατρικής.
- Το Άγιο Όρος (Αθωνική Πολιτεία): Καταλαμβάνει ολόκληρο το τρίτο πόδι της χερσονήσου της Χαλκιδικής, έχει μήκος 60 χλμ. και συνολική έκταση 360 τ.χλμ., φιλοξενεί πλειάδα μονών και ησυχαστηρίων και αποτελεί κορυφαίο πολιτιστικό και θρησκευτικό προορισμό, ιδιαίτερα για τις χώρες της ορθοδοξίας.
- Η μεσαιωνική πόλη της Ρόδου: Βρίσκεται στην άκρη της σύγχρονης πόλης της Ρόδου, καταλαμβάνει μία αρκετά μεγάλη περιοχή, αποτελείται από σειρά οχυρωματικών έργων και επιβλητικών κτισμάτων, χτίστηκε κατά τον Μεσαίωνα από τους Ιωαννίτες Ιππότες και παρατηρώντας τα διάφορα οικοδομήματα και τα λιθόστρωτα στενά φαίνεται η πολιτισμική αλληλεπίδραση μεταξύ των διαφόρων λαών που την κυρίευσαν στο πέρασμα των χρόνων.
- Τα Μετέωρα: Βρίσκονται στο νομό Τρικάλων, βόρεια της πόλης της Καλαμπάκας, αποτελούν μετά το Άγιο Όρος το μεγαλύτερο και με συνεχή παρουσία από την εγκατάσταση των πρώτων μοναχών μοναστικό σύνολο στην Ελλάδα, είναι ένα από

τα πιο γνωστά και φωτογραφημένα σημεία του ελληνικού χώρου και σήμερα βρίσκονται σε λειτουργία οι 6 από τις περίπου 30 μόνες που υπάρχουν διασκορπισμένες στα Μετέωρα.

- Τα παλαιοχριστιανικά και τα βυζαντινά μνημεία της Θεσσαλονίκης: Τα περισσότερα εξ αυτών βρίσκονται εντός των ορίων της σημερινής εκδοχής της πόλης και ανάμεσα τους είναι η Ροτόντα, ο ναός του Αχειροποίητου, ο ναός του Αγίου Δημητρίου, η μονή Λατόμου, ο ναός της Αγίας Σοφίας, ο ναός των Αγίων Αποστόλων και πολλά άλλα.
- Ο αρχαιολογικός χώρος του Μυστρά: Βρίσκεται 6 χλμ. ΒΔ της Σπάρτης, είναι μία από τις καλύτερα διατηρημένες βυζαντινές καστροπολιτείες, αποτελεί τόπο καταγωγής της οικογένειας των Παλαιολόγων, περιλαμβάνει αλώβητες πολλές επιβλητικές εκκλησίες όπως του Αγίου Δημητρίου και της Παντάνασσας και δίνει τη δυνατότητα στον ταξιδιώτη να ταξιδέψει νοητά στον χρόνο.
- Ο αρχαιολογικός χώρος της Ολυμπίας: Βρίσκεται στη Δυτική Πελοπόννησο στην κοιλάδα του Αλφειού ποταμού, αποτελεί τον τόπο όπου γεννήθηκαν οι Ολυμπιακού Αγώνες, ήταν αφιερωμένος στον πατέρα των θεών τον Δία και κατά την αρχαιότητα, παρά τη σχετικά απομονωμένη τοποθεσία του, ήταν ίσως το σπουδαιότερο θρησκευτικό και αθλητικό κέντρο ολόκληρου του ελληνισμού.
- Ο αρχαιολογικός χώρος της Δήλου: Βρίσκεται δίπλα στη νήσο Μύκονο, είναι το μοναδικό σε παγκόσμιο επίπεδο νησί-αρχαιολογικός χώρος, κατά την αρχαιότητα ήταν μεγάλο εμπορικό, οικονομικό και θρησκευτικό κέντρο και σύμφωνα με την μυθολογία ήταν ο τόπος που γεννήθηκε ο Απόλλωνας και η Άρτεμις και για τον λόγο αυτό δεν επιτρεπόταν ούτε να γεννηθεί αλλά ούτε και να πεθάνει κάποιος κοινός θνητός.
- Ο αρχαιολογικός χώρος του Ηραίου: Βρίσκεται στη νήσο Σάμο, τα αρχαιολογικά ευρήματα χρονολογούνται από την 4^η χιλιετία π.Χ. και αντικατοπτρίζουν την μεγάλη ακμή που γνώρισε το νησί κατά τη διάρκεια της αρχαιότητας.
- Ο αρχαιολογικός χώρος των Αιγών στη Βεργίνα: Βρίσκεται στις υπώρειες των Πιερίων Ορέων, ήρθε στο φως το 1977 από τις ανασκαφές του καθηγητή Μανώλη Ανδρόνικου, θεωρείται η σημαντικότερη αρχαιολογική ανακάλυψη του 20^{ου} αιώνα

και κατά την αρχαιότητα υπήρξε η πρώτη πρωτεύουσα του Μακεδονικού Βασιλείου.

- Οι αρχαιολογικοί χώροι των Μυκηνών και της Τίρυνθας: Βρίσκονται αμφότεροι στο νομό Αργολίδας κοντά στο Ναύπλιο και στις σημερινές Μυκήνες, αποτελούν κατασκευαστικά κομψοτεχνήματα και τόσο οι θολωτοί τάφοι των Μυκηνών όσο και το τείχος που περιβάλλει και προστατεύει το ανάκτορο της αρχαίας Τίρυνθας αποτέλεσαν αντικείμενο θαυμασμού και άθλο της μηχανικής.
- Η Μονή του Αγίου Ιωάννου του Θεολόγου και το Σπήλαιο της Αποκάλυψης: Βρίσκονται στη νήσο Πάτμο, ιδρύθηκαν από τον όσιο Χριστόδουλο το 1088 μ.Χ., είναι χτισμένο πάνω σε βουνό και ενδεχομένως σε αρχαίο ναό της Αρτέμιδας και θεωρείται το σημαντικότερο μοναστηριακό συγκρότημα του αιγαίου πελάγους.
- Η παλαιά πόλη της Κέρκυρας: Χαρακτηρίζεται από αναγεννησιακό ρυθμό και η πλειοψηφία των κτισμάτων αποπνέει την πλούσια ιστορία της και την εποχή της ενετοκρατίας και από πολύ νωρίς αποτέλεσε αντικείμενο επιθυμίας για πολλούς κατακτητές εξαιτίας της στρατηγικής της θέσης στην άκρη του Ιονίου και στην είσοδο της Αδριατικής.

Εκτός των προαναφερθέντων μνημείων και χώρων πολιτιστικού ενδιαφέροντος τα οποία συγκαταλέγονται στα μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO, υπάρχουν και δεκάδες άλλα τα οποία βρίσκονται σε κάθε γωνιά της Ελλάδας και μαρτυρούν το πλούσιο ιστορικό παρελθόν της και την έντονη πολιτιστική της δραστηριότητα. Χαρακτηριστικά μπορούμε να αναφέρουμε την Κνωσό στην Κρήτη, το παλάτι του Νέστορος στην Πύλο, την αρχαία Μαντίνεια κοντά στη Νεμέα, το αρχαίο θέατρο της Δωδώνης στην Ήπειρο, το νεκρομαντείο στην περιοχή του Αχέροντα, τον αρχαίο ναό του Ποσειδώνα στο Σούνιο, τα αρχαία Άβδηρα στη Θράκη όπου δίδαξε ο Αριστοτέλης, τον αρχαιολογικό χώρο του Δίον κοντά στο Λιτόχωρο Πιερίας και πολλά άλλα μέρη τα οποία στο σύνολο τους χαρακτηρίζονται από μεγάλη ιστορική σημασία, υπήρξαν τόποι όπου διαμορφώθηκε ο σύγχρονος ελληνικός και κατ' επέκταση ευρωπαϊκός πολιτισμός και η επίσκεψη και γνωριμία με αυτά δίνει τη δυνατότητα στον ταξιδιώτη να γνωρίσει καλύτερα τις ρίζες του και να εμπλουτίσει το πολιτιστικό του υπόβαθρο. Αξίζει να σημειωθεί ότι, οι ευρύτερες περιοχές που πλαισιώνουν τα προαναφερθέντα μνημεία και τους χώρους πολιτιστικού ενδιαφέροντος έχουν τη δυνατότητα να αναπτυχθούν τουριστικά και να

επωφεληθούν με γόνιμο και αποδοτικό τρόπο από τις αυξημένες ταξιδιωτικές ροές στην περιοχή τους και να προωθήσουν την ανάπτυξη τομέων όπως τη γευσιγνωσία, την οινογνωσία, τη γνωριμία με το πλούσιο φυσικό περιβάλλον και την οργάνωση ορειβατικών, πεζοπορικών και θαλάσσιων δραστηριοτήτων.

3.6 Ανακεφαλαίωση

Στο κεφάλαιο αυτό, συζητήθηκε το θέμα του πολιτιστικού τουρισμού ο οποίος αποτελεί μία εναλλακτική μορφή τουρισμού με μεγάλη δυναμικότητα και περιθώρια ανάπτυξης. Αρχικά, έγινε μία εκτενής αναφορά στην έννοια του πολιτιστικού τουρισμού, στα βασικά στοιχεία τα οποία τον αποτελούν και παρατέθηκαν οι θετικές αλλά και οι αρνητικές συνέπειες από την δράση του. Παρουσιάστηκε το ισχύον πλαίσιο για τον πολιτιστικό τουρισμό στην Ευρώπη και ποια μέτρα λαμβάνουν οι ευρωπαϊκοί θεσμοί στα πλαίσια επέκτασης και καθιέρωσης του και έγινε παρουσίαση των δυνατοτήτων αλλά και της ευρύτερης θέσης που κατέχει στην Ελλάδα σήμερα. Τέλος, παρουσιάστηκαν αναλυτικά τα σημαντικά μνημεία, οι ιστορικές τοποθεσίες και οι χώροι πολιτιστικού ενδιαφέροντος που βρίσκονται σε όλη την επικράτεια του ελλαδικού χώρου και αναφέρθηκαν οι εν δυνάμει τρόποι τουριστικής αξιοποίησης των γύρω περιοχών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

4.1 Εισαγωγή

Ο άνθρωπος από τα πανάρχαια χρόνια ένιωθε την βαθύτερη ανάγκη να πιστεύει σε μία ανώτερη δύναμη. Η δύναμη αυτή μπορεί να ήταν κάποιος θεός, κάποιο στοιχείο της φύσης, κάποιος ζωντανός οργανισμός και σε μερικές περιπτώσεις ακόμα και άνθρωπος όπως σε ορισμένα βασίλεια του αρχαίου κόσμου. Η εσωτερική αυτή αναζήτηση σε συνδυασμό με την ανάγκη της ευχαριστίας και της έκφρασης ευγνωμοσύνης για ευμενή εξέλιξη κάποιων συμβάντων, οδήγησαν τους ανθρώπους ανά τον κόσμο να κατασκευάσουν κάποιους ιερούς θρησκευτικούς χώρους προκειμένου να ασκούν τα θρησκευτικά τους καθήκοντα και να συνομιλούν με το Θείο. Με αυτό τον τρόπο, δημιουργήθηκαν πολυάριθμα οικοδομήματα διαφόρων αρχιτεκτονικών ρυθμών και μεγεθών, τα οποία αποτέλεσαν θρησκευτικούς χώρους λατρείας και τόπους συγκέντρωσης μικρών αλλά και μεγάλων ομόθρησκων ομάδων.

Με το πέρασμα των χρόνων και λόγω της έμφυτης τάσης για επίκληση του Θείου, οι άνθρωποι άρχισαν σε μεγαλύτερο βαθμό να στρέφονται προς τον Θεό και να αποκτούν βαθειά θρησκευτική συνείδηση. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την ευρύτερη εξάπλωση ιερών θρησκευτικών χώρων και μνημείων θρησκευτικού ενδιαφέροντος και ομάδες ατόμων άρχισαν να ταξιδεύουν από τόπο σε τόπο προκειμένου να προσκυνήσουν τα ιερά θρησκευτικά προσκυνήματα της θρησκείας τους που βρίσκονταν στην επικράτεια άλλων χωρών και που ήταν γνωστά για τις ιερές και θαυματουργικές τους ιδιότητες. Επίσης, δεν ήταν λίγες οι φορές που χώροι θρησκευτικού ενδιαφέροντος γίνονταν αντικείμενο επίσκεψης ταξιδιωτών εξαιτίας της αρχιτεκτονικής τους ιδιομορφίας, των ιστορικών χαρακτηριστικών που τα συνόδευαν ή λόγω της περίοπτης θέσης στην οποία βρίσκονταν με αποτέλεσμα οι ταξιδιωτικές ροές εκτός από καθαρά θρησκευτικό να συνδυάζουν και πολιτιστικό, ιστορικό ή φυσιολατρικό σκοπό στην επίσκεψη τους.

Στις μέρες μας, οι ταξιδιώτες με έντονο θρησκευτικό ενδιαφέρον αποτελούν μία δυναμική και συνεχώς αυξανόμενη ομάδα και συμβάλουν σημαντικά στην εξάπλωση και στην ισχυροποίηση

του θρησκευτικού και του προσκυνηματικού τουρισμού. Έτσι, ο θρησκευτικός τουρισμός καθίσταται μία ανερχόμενη τουριστική δύναμη στην κατηγορία των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και δίνει τη δυνατότητα τόσο στους ιερούς θρησκευτικούς χώρους και τα μοναστήρια όσο και στους κατοίκους των γύρω περιοχών ένα ισχυρό κίνητρο για ανάπτυξη, προβολή και προστασία όλων των θρησκευτικών μνημείων. Στο κεφάλαιο αυτό, αρχικά θα παρουσιαστούν κάποιες βασικές πληροφορίες αναφορικά με τον θρησκευτικό τουρισμό και τα χαρακτηριστικά του, θα συζητηθεί το ισχύον πλαίσιο που ισχύει για αυτό το είδος του τουρισμού στην Ευρώπη και θα αναφερθούμε στον θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα σήμερα. Επιπλέον, θα γίνει μία αναφορά όλων των γνωστών ιερών χώρων και χώρων θρησκευτικού ενδιαφέροντος που βρίσκονται στην Ελλάδα και θα παρατεθούν οι κύριες ανταγωνίστριες χώρες και οι ιεροί τόποι προσκυνήματος που βρίσκονται στο εξωτερικό.

4.2 Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί ένα δυναμικό και ταχέως αναπτυσσόμενο τμήμα της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, το οποίο παρουσιάζει σημαντικές και ελπιδοφόρες προοπτικές ανάπτυξης τόσο στα πλαίσια της χώρας μας όσο και σε διεθνές επίπεδο. Οι ρίζες του χάνονται στο βάθος των αιώνων και μαζί με τον πολιτιστικό τουρισμό αποτελούν ίσως τις δύο παλαιότερες μορφές συνειδητής ταξιδιωτικής μετακίνησης ανθρώπων από τόπο σε τόπο. Αποτελεί μία από τις πλέον ανθεκτικές μορφές τουριστικής δραστηριότητας και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι στρέφονται προς το Θείο και επιζητούν τη γνωριμία με ιερούς χώρους και την αλληλεπίδραση μαζί τους. Σύμφωνα με έρευνες που έχουν γίνει, υπολογίζεται ότι περίπου 300 εκατομμύρια άνθρωποι ταξιδεύουν ετησίως με σκοπό να επισκεφθούν χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος ενώ σε παγκόσμιο επίπεδο υπάρχουν σχεδόν τρία δισεκατομμύρια ανθρώπων με ισχυρές θρησκευτικές αναφορές, οι οποίοι αποτελούν εν δυνάμει ταξιδιώτες αυτής της εναλλακτικής κατηγορίας τουρισμού.

Σαν όρος, ο θρησκευτικός τουρισμός χρονολογείται σχετικά πρόσφατα και συγκεκριμένα από τις αρχές του 19^{ου} αιώνα. Σαν ταξιδιωτική ιδιότητα όμως, με τα χαρακτηριστικά τα οποία της προσδίδονται σήμερα, υπάρχει έντονα από πολύ νωρίς στην ανθρώπινη ιστορία και μάλιστα αναπτύχθηκε σε μεγάλο βαθμό σε ευρύτερες περιοχές με ισχυρό θρησκευτικό συναίσθημα όπως η Ευρώπη και η Μέση Ανατολή. Περιλαμβάνει την επίσκεψη σε ιερούς χώρους, άγια

προσκυνήματα και γενικότερα χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος με σκοπό την γνωριμία με τον χώρο, τη συνομιλία με τους ιερείς και τους μοναχούς, την προσευχή, την παρατήρηση της αρχιτεκτονικής που χαρακτηρίζει το οικοδόμημα στο σύνολο του και την διάνοιξη των πνευματικών και των θρησκευτικών οριζόντων των ταξιδιωτών. Επιπρόσθετα, οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να ενημερωθούν για την ιστορία του ναού ή της μονής, για τα ιστορικά γεγονότα τα οποία έλαβαν χώρα κατά τη διάρκεια της μακρόχρονης ιστορίας του, να ζήσουν και να βιώσουν διαφορετικού είδους εμπειρίες όπως η διαμονή ή η σίτιση στους χώρους ενός μοναστηριού και να απολαύσουν τον περιβάλλοντα χώρο που συνήθως χαρακτηρίζεται από πλούσιο φυσικό περιβάλλον. Συχνά, λόγω του ότι ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί μία μορφή θεματικού και εναλλακτικού τουρισμού στην οποία κυριαρχεί το θρησκευτικό κίνητρο, επεκτείνεται και συνδέεται με άλλες άρρηκτα συνδεδεμένες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως ο πολιτιστικός, ο μορφωτικός ή ο φυσιολατρικός τουρισμός, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να διευρύνουν το πεδίο ενδιαφερόντων τους και να προσδώσουν μία μεγαλύτερη ποικιλία στις ταξιδιωτικές τους προσλαμβάνουσες.

Το προφίλ του θρησκευτικού ταξιδιώτη δεν έχει διερευνηθεί ακόμα σε βάθος και υπολείπεται η κατηγοριοποίηση ουσιαστικών χαρακτηριστικών που θα προσδίδουν τον τίτλο του θρησκευτικού ταξιδιώτη στα άτομα που επιλέγουν ως κύριο σκοπό του ταξιδιού τους να επισκεφθούν ιερά μέρη και χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος. Παρόλα αυτά, η πλειοψηφία των ατόμων που επιλέγει αυτό το είδος του τουρισμού ανήκει στις ηλικίες από 40 έως 70 ετών, κατηγοριοποιείται στα μεσαία και ανώτερα εισοδήματα, έχει ως επί το πλείστον σημαντική μόρφωση και κουλτούρα, χαρακτηρίζεται από ισχυρά πολιτιστικά και θρησκευτικά αντανακλαστικά και επιζητά τον ποιοτικό χρόνο, την αυτοβελτίωση και τη διεύρυνση των οριζόντων του. Τα τελευταία χρόνια, ο θρησκευτικός τουρισμός αρχίζει και αποκτά μερίδιο και σε μικρότερες ηλικιακές κατηγορίες όπως είναι φοιτητές και νέοι μέχρι 35 ετών και αυτό εξαιτίας της σύγχρονης και με μεγάλη δόση άγχους καθημερινότητας, της ανάγκης για απαγκίστρωση από τη μαζικότητα και την ομογενοποίηση του τουριστικού προϊόντος που απευθύνεται στα μικρότερης ηλικίας άτομα, την ευρύτερη στροφή προς νέες και εναλλακτικές μορφές τουρισμού και την ευκολία πρόσβασης και μετακίνησης στους χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος.

Οι παράγοντες, σύμφωνα με την διεθνή βιβλιογραφία, που συμβάλουν στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού και θέτουν τα θεμέλια για την διεύρυνση του είναι:

- Η ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου για αυθεντικές εμπειρίες και η συμμετοχή σε πνευματικές και πολιτιστικές παραδόσεις που συνδέονται με συγκεκριμένους θρησκευτικούς και προσκυνηματικούς τόπους.
- Η ανάδειξη ενός διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος, που εξυπηρετεί την εθνική στρατηγική για τουρισμό κατά τη διάρκεια ολόκληρου του έτους με σκοπό την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
- Η αύξηση του αριθμού των τουριστικών πρακτορείων που προσφέρουν θρησκευτικό τουρισμό και εκδρομές σε μοναστήρια, ιστορικές εκκλησίες και χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος.
- Η μείωση του κόστους μετακίνησης και διαμονής προκειμένου μεγάλος αριθμός ταξιδιωτών να επιλέξει να ταξιδέψει για να επισκεφθεί παγκοσμίου φήμης θρησκευτικούς χώρους λατρείας.
- Η δημιουργία μίας παγκόσμιας κουλτούρας που θα περιλαμβάνει την απομάκρυνση από τη μαζικότητα και την στροφή σε περισσότερο ασυνήθιστες και εναλλακτικές εκδοχές τουρισμού.
- Η αναγνώριση της θρησκείας και της πνευματικότητας ως φορείς προσωπικής ολοκλήρωσης και εξέλιξης.
- Το υψηλό προφίλ και η επιτυχημένη δημιουργία φήμης για ορισμένους πολύ γνωστούς θρησκευτικούς και προσκυνηματικούς τόπους.
- Η διεθνής τάση για ανάπτυξη περισσότερο αειφόρων μορφών τουρισμού.
- Η ευρύτερη διάδοση και υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και κυρίως του ίντερνετ που θα επιτρέπουν την ταχύτερη και πληρέστερη ενημέρωση των ταξιδιωτών σχετικά με τις μονές και τις δυνατότητες που παρέχει η κάθε μία για φιλοξενία.
- Η ανάπτυξη των υποδομών, τόσο στους θρησκευτικούς χώρους και τα μοναστήρια όσο και στην ευρύτερη περιοχή ώστε να διευκολύνεται η πρόσβαση και η διαμονή των ταξιδιωτών.

Γίνεται λοιπόν εύκολα αντιληπτό ότι, ο θρησκευτικός τουρισμός εξαρτάται από διάφορους παράγοντες όσον αφορά την ανάπτυξη του, παρουσιάζει σημαντική δυναμική στα πλαίσια ενίσχυσης των ιερών προσκυνηματικών χώρων και στην επιβίωση των μονών και των μοναχών

που τις πλαισιώνουν καθώς επίσης συμβάλει καθοριστικά στην οικονομική ενίσχυση των κατοίκων και των επιχειρηματιών που βρίσκονται στην ευρύτερη περιοχή του εκάστοτε θρησκευτικού χώρου ενδιαφέροντος.

4.3 Ισχύον πλαίσιο για θρησκευτικό τουρισμό στην Ευρώπη

Όπως είδαμε και νωρίτερα, η νέα τάση στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία είναι η απαγκίστρωση από την μαζικότητα που χαρακτήριζε τον τουρισμό τα παλαιότερα χρόνια και που πλέον έχει κορεστεί και ξεπεραστεί και η σταδιακή στροφή προς νέες και ποιοτικότερες μορφές ταξιδιωτικών επιλογών. Στα πλαίσια αυτής της γενικότερης αναθεωρητικής ταξιδιωτικής στάσης, σημαντική θέση διαδραματίζει και η Ευρώπη η οποία μέσα από τη χάραξη στρατηγικών και τη θέσπιση συγκεκριμένων μέτρων προσβλέπει στην αύξηση της ταξιδιωτικής κίνησης, στην περαιτέρω ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και στην προβολή και διασφάλιση της πολιτιστικής και της θρησκευτικής της ταυτότητας.

Συγκεκριμένα, σε επίπεδο πολιτιστικού και θρησκευτικού τουρισμού επενδύει σημαντικά χρηματικά ποσά για την ανέγερση μουσείων και χώρων πολιτισμού, για την προστασία και την διασφάλιση της ταυτότητας χώρων θρησκευτικού ενδιαφέροντος και τη δημιουργία ευρωπαϊκού δικτύου το οποίο θα ενώνει όλα τα θρησκευτικά μνημεία, τα σημαντικά ιερά προσκυνήματα και τις ιστορικές μονές έτσι ώστε να διευκολύνεται η πρόσβαση σε αυτά και να επιτρέπεται η συνδυαστική επίσκεψη τους.

Έχει υπολογιστεί βάσει μελετών αναφορικά με τις ταξιδιωτικές προτιμήσεις των ευρωπαίων πολιτών και περισσότερο σχετικά με τον θρησκευτικό τουρισμό και τις προοπτικές του, ότι μία αρκετά μεγάλη μερίδα ταξιδιωτών έχει αρχίσει και στρέφεται δυναμικά στη διενέργεια ταξιδιών μέσω των οποίων δύναται να επισκεφθεί μοναστήρια και χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος, να αποκτήσει γνώσεις πάνω στην ιστορία και την αρχιτεκτονική σημαντικών ναών, να βιώσει εμπειρίες όπως τη διανυκτέρευση σε κάποια από αυτά και να αποκτήσει ευρύτερο πεδίο σκέψης μέσω της αλληλεπίδρασης και των βιωμάτων που θα αποκομίσει. Επιπλέον, σε παγκόσμια κλίμακα, ο αριθμός των πραγματοποιηθέντων ταξιδιών ανέρχεται στις 600.000 μετακινήσεις κάθε χρόνο εκ των οποίων το 40% αφορά ταξίδια με πολιτιστικό και θρησκευτικό προσανατολισμό.

Για τον λόγο αυτό, τόσο η Ευρωπαϊκή Ένωση όσο και οι διάφοροι αρμόδιοι ευρωπαϊκοί φορείς μελετούν τρόπους μέσω των οποίων θα μπορέσουν να αναδείξουν τον πλούσιο θρησκευτικό

πολιτισμό της Γηραιάς Ηπείρου και να προβάλουν και ταυτόχρονα να προστατεύσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα θρησκευτικά μνημεία και τους χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος. Έτσι, οι προσπάθειες τους στοχεύουν στο να δώσουν την ευκαιρία στους ταξιδιώτες να επισκεφθούν μεσαιωνικά μοναστήρια και γνωστές ιερές τοποθεσίες, όπως είναι το Βατικανό στην Ιταλία, η Παναγία της Λούρδης στην Γαλλία, η Φατιμά στην Πορτογαλία και πλήθος άλλων μικρών και μεγαλύτερων προσκυνηματικών χώρων, να τους ενθαρρύνουν στην αλληλεπίδραση μαζί τους μέσω της παρακολούθησης λειτουργιών και συνομιλίας με τους μοναχούς και τους ιερείς καθώς επίσης και να τους δραστηριοποιήσουν μέσω της ενεργής συμμετοχής τους στην αναπαλαίωση πολλών εξ αυτών.

Ένα άλλο μέτρο που εφαρμόζεται στην Ευρώπη στα πλαίσια ανάπτυξης και καθιέρωσης του θρησκευτικού τουρισμού ως μία βιώσιμη και εναλλακτική μορφή ταξιδιωτικής δραστηριότητας, είναι η αξιοποίηση πολλών θρησκευτικών χώρων για τη διενέργεια εκδηλώσεων όπως ομιλιών και συναυλιών με απώτερο στόχο την οικονομική ενίσχυση του εκάστοτε χώρου και την γνωριμία των ταξιδιωτών με την αρχιτεκτονική, την ιστορία και την παράδοση που συνοδεύει κάθε ιερό θρησκευτικό χώρο. Ακόμα, σε ορισμένα μοναστήρια της βόρειας Ευρώπης όπως είναι το Βέλγιο και η Ολλανδία, οι μοναχοί εδώ και πολλούς αιώνες, εκτός των αμιγώς θρησκευτικών τους καθηκόντων, δραστηριοποιούνται και στον χώρο της παραγωγής μπύρας, κρασιού και κάποιες φορές τυριών τα οποία χαρακτηρίζονται για την ποιότητα τους, έχουν αποσπάσει σειρά βραβείων σε διεθνείς διαγωνισμούς και αποτελούν έναν εύστοχο και υγιή τρόπο οικονομικής ενίσχυσης των μονών και βιοπορισμού των μοναχών. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι, μέσω του ευρωπαϊκού προγράμματος για θρησκευτικό και προσκυνηματικό τουρισμό, δημιουργούνται τοπικές εκδηλώσεις σε περιοχές με έντονη παρουσία θρησκευτικών μνημείων με σκοπό την προσέλκυση πληθώρας επισκεπτών και επιχειρείται ο συνδυασμός της επίσκεψης σε κάποιον χώρο θρησκευτικού ενδιαφέροντος της περιοχής με την διοργάνωση φεστιβάλ γευσιγνωσίας και οινογνωσίας, τη συμμετοχή στην αναπαράσταση τοπικών ηθών και εθίμων και την αλληλοκατανόηση ανθρώπων διαφορετικών εθνοτήτων, με ίδια όμως θρησκευτικά χαρακτηριστικά.

4.4 Θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα

Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα έκανε την εμφάνιση του από πολύ νωρίς και οι πρώτες καταγραφές σχετικά με μετακινήσεις ανθρώπων από τόπο σε τόπο προκειμένου να επισκεφθούν κάποιον ιερό τόπο λατρείας και να προσφέρουν τις ευχαριστίες τους προς τους Θεούς ανάγονται πολλές χιλιάδες χρόνια πριν. Κατά τη διάρκεια σημαντικών λατρευτικών εορτών όπως ήταν τα Δαφνηφόρια στη Θήβα προς τιμήν του θεού Απόλλωνα, τα Διονύσια, τα Θαργήλια κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού και τα Πυανόφια κατά τη διάρκεια του φθινοπώρου καθώς και τα Ανθεστήρια με την άνθηση της φύσης κατά την άνοιξη και τα Θεσμοφόρια προς τιμήν της θεάς Δήμητρας, μεγάλο πλήθος κόσμου επέλεγε να ταξιδεύσει από περιοχή σε περιοχή με σκοπό να παρευρεθεί στις τελετές, να θαυμάσει τους ναούς προς τιμήν των Θεών και να ασκήσει τα θρησκευτικά του καθήκοντα.

Από τους αρχαίους χρόνους όμως μέχρι και σήμερα, ο θρησκευτικός τουρισμός δεν έχει σταματήσει να αποτελεί μία παγιωμένη, για τα ελληνικά δεδομένα, ταξιδιωτική πραγματικότητα και μάλιστα χρόνο με τον χρόνο κερδίζει συνεχώς έδαφος και αναδεικνύεται σε μία σημαντική και δυναμική μορφή εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα. Οι ταξιδιώτες, στα πλαίσια απαγκίστρωσης από την καθημερινότητα και θέλοντας να εξασφαλίσουν ποιοτικό χρόνο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους έχουν αρχίσει να στρέφονται σταδιακά σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού και συγκεκριμένα ο θρησκευτικός τουρισμός, ειδικά στην χώρα μας, αποτελεί ιδιαίτερα προσφιλές κίνητρο ταξιδιωτικής μετακίνησης. Δεν είναι λίγοι αυτοί οι οποίοι είτε οργανωμένα μέσω κάποιου ταξιδιωτικού γραφείου είτε σε ατομικό επίπεδο επιλέγουν να επισκεφθούν ιερά προσκυνήματα, θρησκευτικά μνημεία και χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος, επιζητώντας να γνωρίσουν τα μέρη αυτά, να δουν από κοντά τη αρχιτεκτονική τους ταυτότητα, να μάθουν για την ιστορία τους και την παράδοση που τα συνοδεύει και να βιώσουν τη ψυχική ηρεμία και να αλληλεπιδράσουν με το ενεργειακό περιβάλλον. Με δεδομένο ότι η Ελλάδα είναι διάσπαρτη από κάθε λογής εκκλησίες και ξωκλήσια, μικρούς και μεγαλύτερους ναούς, ιστορικές μονές και θρησκευτικά μνημεία παγκόσμιας εμβέλειας, η επιλογή του τόπου επισκέψεως και ενδεχομένως ο συνδυασμός περισσότερων περιοχών θρησκευτικού ενδιαφέροντος κατά τη διάρκεια του ίδιου ταξιδιού καθίσταται ιδιαίτερα εύκολος και συμβάλει στην γενικότερη οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της κάθε περιοχής.

Ένα μειονέκτημα για την καλύτερη διαχείριση και την στρατηγική ανάπτυξη του εγχώριου θρησκευτικού τουρισμού αποτελεί το γεγονός ότι δεν έχει γίνει καταγραφή των λεπτομερών χαρακτηριστικών που συγκεντρώνει το άτομο το οποίο χαρακτηρίζεται ως θρησκευτικός τουρίστας. Επιπρόσθετα, σε εθνικό επίπεδο, απουσιάζουν σοβαρές στατιστικές έρευνες σχετικά με τον αριθμό των επισκέψεων των θρησκευτικών ταξιδιωτών, τη χώρα προέλευσης τους, το μέσο ετήσιο εισόδημα τους, την απόσταση από τον τόπο διαμονής, τη συχνότητα των επισκέψεων, την ηλικία, το επίπεδο μόρφωσης, την θρησκεία του επισκέπτη και πολλές άλλες χρήσιμες πληροφορίες για την εξαγωγή ουσιαστικών συμπερασμάτων. Η μόνη καταγραφή που υπάρχει είναι αναφορικά με τον αριθμό των θρησκευτικών μνημείων, των μοναστηριών και των χώρων θρησκευτικού ενδιαφέροντος που βρίσκονται σε κάθε νομό ανά την επικράτεια καθώς και οι δυνατότητες φιλοξενίας και υποδοχής επισκεπτών. Έτσι, σύμφωνα με τα δεδομένα που εμφανίζονται στη σχετική βιβλιογραφία και με βάση την επικρατούσα κατάσταση στο θρησκευτικό ταξιδιωτικό γίγνεσθαι της Ελλάδας, μπορούμε να προβούμε σε ορισμένες διαπιστώσεις σχετικά με τον ελληνικό θρησκευτικό τουρισμό και τις δυνατότητες του:

- Όλοι οι νομοί της Ελλάδας διαθέτουν χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος, γεγονός που τους καθιστά ελκυστικούς για προσέλκυση ταξιδιωτών με τον συγκεκριμένο ταξιδιωτικό προσανατολισμό.
- Με την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού επιτυγχάνεται η οικονομική και κοινωνική ενίσχυση των ευπαθών και τουριστικά ανεκμετάλλευτων περιοχών της χώρας.
- Οι θρησκευτικές τουριστικές επισκέψεις πραγματοποιούνται όλο τον χρόνο, δεν επηρεάζονται από την εποχικότητα και κορυφώνονται κατά τους καλοκαιρινούς μήνες.
- Τα θρησκευτικά μνημεία και οι χώροι θρησκευτικού ενδιαφέροντος, βρίσκονται κατά κύριο λόγο μοιρασμένα ισόποσα στα διάφορα μέρη και μέσω της κατάλληλης διαχείρισης μπορούν να μετατραπούν σε καθοριστικό μοχλό ανάπτυξης για την περιφέρεια.
- Ο μέσος χρόνος παραμονής των ταξιδιωτών σε μέρη θρησκευτικού ενδιαφέροντος είναι σχετικά μικρός και μόνο στην περίπτωση που συνδυάζεται με άλλου είδους εναλλακτικό τουρισμό δύναται να αυξηθεί.

- Σε επίπεδο ηλικιακών κατηγοριών, τα άτομα που συνηθίζουν να επιλέγουν τον θρησκευτικό τουρισμό κατά τη διάρκεια των διακοπών τους είναι συνήθως άτομα μέσης και τρίτης ηλικίας.
- Οι τοπικές κοινωνίες αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα θετικά αυτό το είδος του τουρισμού και συμβάλουν μέσω της ανάπτυξης των κατάλληλων υποδομών στην προσέλκυση ταξιδιωτών και στη διευκόλυνση της διαμονής τους στην περιοχή.

Γίνεται λοιπόν εύκολα αντιληπτό ότι, ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί έναν δυναμικό και ανερχόμενο τουριστικό κλάδο, παρέχει τη αυθεντικότητα και την ποιότητα που επιζητούν οι θρησκευτικοί ταξιδιώτες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους και μέσω των κατάλληλων πολιτικών έχει τη δυνατότητα να συμβάλει καθοριστικά στην αύξηση των κρατικών εσόδων και στην ενίσχυση των κατά τόπους κοινωνιών.

4.5 Θρησκευτικοί χώροι ενδιαφέροντος και μοναστήρια στην Ελλάδα

Σε ολόκληρο τον ελληνικό χώρο βρίσκονται διάσπαρτα πολυάριθμα θρησκευτικά μνημεία, ιερά προσκυνήματα, μοναστήρια και χώροι θρησκευτικού ενδιαφέροντος τα οποία στην πλειοψηφία τους χαρακτηρίζονται από ιστορικότητα, συνοδεύονται από μακρόχρονη παράδοση, είναι σημεία αναφοράς για τους απανταχού χριστιανούς και αποτελούν πόλο έλξης για ταξιδιώτες με έντονο θρησκευτικό ενδιαφέρον. Τα σημαντικότερα εξ αυτών, όπως κατανέμονται ανά νομό, είναι:

- Αιτωλοακαρνανία: Μονή Παντοκράτορος στο Αγγελόκαστρο και Μονή Αγίου Δημητρίου στην Πάλαιρο
- Αργολίδα: Μοναστήρι Ζωοδόχου Πηγής στην Άρια, Μοναστήρι Αγίων Αναργύρων στην Ερμιόνη, Μοναστήρι Κοιμήσεως της Θεοτόκου στο Καλάμι και Μονή Παμμεγίστων Ταξιαρχών στην Νέα Επίδαυρο
- Αρκαδία: Μοναστήρι Παναγίας της Μαλεβής στον Άγιο Πέτρο Κυνουρίας, Μονή Λουκούς στο Άστρος, Μονή Κερνίτσης στην Βυτίνα, Μονή Παναγίας Έλωνας στο Λεωνίδιο και Μονές Αιμυαλών και Προδρόμου στην Δημητσάνα
- Άρτα: Παρεκκλήσι Αγίου Νεκταρίου στην Δροσοπηγή και Μονή Αγίας Αικατερίνης στους Καταρράκτες

- Αχαΐα: Μονή Αγίας Λαύρας και Μονή Μεγάλου Σπηλαίου στα Καλάβρυτα, Μονή Αγίας Τριάδας στην Ακράτα, Μονή Μακελλαριάς στο χωριό Λαπαναγοί
- Βοιωτία: Μοναστήρι Αγίου Νεκταρίου στο Καπαρέλλι, Μονή Κοιμήσεως της Θεοτόκου στα Λεύκτρα, Μοναστήρι Αγίας Τριάδας στις Πλαταιές, Μονή Αγίου Ιωάννου Θεολόγου «Μαζαράκι» έξω από την Θήβα
- Γρεβενά: Μοναστήρι Γοργιανής στο Κηπούρειο και Μοναστήρι Οσίου Νικάνορος στο Όρος Καλλίστρατον
- Δράμα: Μονή Αγίων Αναργύρων στην Μικρόπολη και Μονή Αναλήψεως Σωτήρος Ταξιαρχών
- Δωδεκάνησα: Μοναστήρι Αγίου Ιωάννου και Σπήλαιο της Αποκάλυψης στην Πάτμο, Μοναστήρι Αρχάγγελου Μιχαήλ στον Πανορμίτη της Σύμης
- Επτάνησα: Μοναστήρι Αγίου Σπυρίδωνος στην Κέρκυρα, Μοναστήρι Αγίου Γερασίμου στην Κεφαλονιά και Μοναστήρι Αγίου Διονυσίου στην Ζάκυνθο
- Εύβοια: Μοναστήρι Αγίου Νικολάου Γαλατάκη στην Λίμνη, Μοναστήρι Παναγίας Φανερωμένης στην Νέα Αρτάκη, Μοναστήρι Γέροντα στις Ροβιές, Μοναστήρι Μακρυμάλλης στα Ψαχνά, Μοναστήρι Αγίου Ιωάννου του Ρώσσου στο Προκόπι και πληθώρα μοναστηριών στο Αυλωνάρι
- Ευρυτανία: Μοναστήρι Παναγίας Προυσιώτισσας στον Προυσσό
- Ηλεία: Μονή Αγίου Αθανασίου στον Αγγελόκαμπο και Μονή Ζωοδόχου Πηγής στο Επιτάλιο
- Ημαθία: Μονή Προδρόμου στην Βέροια και Μονή Παναγίας Σουμελά στο Βέρμιο
- Ιωάννινα: Μονή Αγίας Παρασκευής στα Πράμαντα, Μοναστήρι Παναγίας στην Πυρσόγιαννη και Μονή Μολυβδοσκεπάστου στο Μολυβδοσκεπάστο
- Καβάλα: Μονή Υπαπαντής στα Κήπια και «Η Αγία Νονά» του ιερού προσκυνήματος του Αγίου Γρηγορίου στην Νέα Καρβάλη
- Καρδίτσα: Μοναστήρι Αγίου Γεωργίου στο Βογάτσικο και Μονή Γεννήσεως τα Θεοτόκου στην Κλεισούρα
- Κιλκίς: Μοναστήρι Αγίου Γεωργίου
- Κοζάνη: Μονή Αγίας Τριάδας στον Βελβεντό και Μοναστήρι της Παναγία στο Σισάνιο

- Κορινθία: Μονή Ταξιαρχών στα Αθήκια, Μονή Αγίας Τριάδας στο Ζευγολατιό, Μοναστήρι Αγίου Γεωργίου στα Καλύβια, Μοναστήρι Παναγίας Βράχου στο Κάτω Ταρσό, Μονή Οσίου Παταπίου και Μονή Αγίας Τριάδας στο Λουτράκι, Μοναστήρι Αγίου Βλασίου και Αγίου Γεωργίου στα Τρίκαλα Κορινθίας και Μοναστήρι Θεοτόκο Φανερωμένης στο Χιλιομόδι
- Κρήτη: Μονή Πρέβελης στο Ρέθυμνο, Μονή Οδηγήτριας στο Ηράκλειο, Μονή Αρκαδίου στο Ρέθυμνο, Μονή Σαββαθιανών στο Ηράκλειο, Μονή Τοπλού στο Λασιθί και Μονή Παναγίας Χρυσοσκαλίτισσας στα Χανιά
- Κυκλάδες: Μοναστήρι Παναγίας στην Τήνο, Παναγία Εκατονταπυλιανή στην Πάρο, Μοναστήρι Ταξιαρχών στην Σέριφο και Παναγία Χοζοβιώτισσα στην Αμοργό
- Λακωνία: Μονή Αγίων Αναργύρων στον Βασαρά, Μοναστήρι Παναγίας στην Ελαφόνησο και Βυζαντινή εκκλησία του Ελκωμένου Χριστού στην Μονεμβασιά
- Μαγνησία: Μοναστήρι Ευαγγελιστρίας στο Παλαιό Τρίκερι
- Μεσσηνία: Μοναστήρι Άξιον Εστί στην Μεθώνη και εκκλησία της Υπαπαντής στην Καλαμάτα
- Ξάνθη: Μονή Αγίου Νικολάου στο Πόρτο Λάγος
- Περία: Μοναστήρι Αγίου Διονυσίου στις υπώρειες του Ολύμπου κοντά στο Λιτόχωρο
- Πρέβεζα: Μοναστήρι Προφήτη Ηλία στο Κανάλι
- Σέρρες: Μοναστήρι Αγίας Κυριακής στην Αλιστράτη, Μονή Παναγία Γουμεράς στην Μακρυνίτσα, Μοναστήρι Αγίας Μαρίας στην Μαυροθάλασσα, Μονή Τιμίου Σταυρού στο Παλιόκαστρο, Μονή Εικοσιφοινίσσις σε χαράδρα του Παγγαίου και τα Μοναστήρια Αγίου Πνεύματος, Προφήτη Ηλία και Τιμίου Σταυρού στην πόλη των Σερρών
- Τρίκαλα: Μοναστήρι «Ορφανού» στο Νεοχώρι, Μοναστήρι Αγίου Βησσαρίωνα στην Πύλη και Θρησκευτικό Σύμπλεγμα Μετεώρων στην Καλαμπάκα
- Φθιώτιδα: Μοναστήρι Κοιμήσεως της Θεοτόκου στην Αγία Μαρίνα, Μοναστήρι Παναγίας Ελεούσας στην Ξυνιάδα, Μονή Αγάθωνος στην Υπάτη και Μονή Δαμάστας στο Όρος Καλλίδρομο

- Φωκίδα: Μονή Παναγίας Κουτσουριώτισσας στην Αμυδαλιά και Μοναστήρι Σεραφείμ του Σαρώφ στο Τρίκορφο
- Χαλκιδική: Το Άγιο Όρος στη Χερσόνησο του Άθω

Εκτός από τα προαναφερθέντα μοναστήρια και τους ιερούς τόπους λατρείας, η Ελλάδα είναι γεμάτη από μικρές αλλά και μεγαλύτερες εκκλησίες, προσκυνήματα, σκήτες και ιερά θρησκευτικά μνημεία τα οποία δημιουργήθηκαν κατά τη διάρκεια των περασμένων αιώνων, παρουσιάζουν μεγάλη ιστορική, θρησκευτική και πολιτιστική αξία και αποτελούν σημαντικά και ικανά θέλγητρα για να προσελκύσουν θρησκευτικούς ταξιδιώτες, τόσο από την Ελλάδα όσο και από τον υπόλοιπο κόσμο.

4.6 Ανταγωνιστικές χώρες για θρησκευτικό τουρισμό

Στα πλαίσια του θρησκευτικού τουρισμού, των δυνατοτήτων των οποίων προκύπτουν από την ανάπτυξη του αλλά και των προκλήσεων που ενδεχομένως να υφίστανται, η Ελλάδα λόγω της γεωγραφικής θέσης στην οποία βρίσκεται και εξαιτίας της μακρόχρονης πολιτιστικής αλλά και θρησκευτικής αλληλεπίδρασης με τα γειτονικά της κράτη, καλείται να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό. Πιο συγκεκριμένα, οι κύριες ανταγωνιστικές χώρες που έχει να αντιμετωπίσει και να υπερκεράσει η Ελλάδα είναι αρχικά η Ρωσία και η Βουλγαρία. Οι δύο αυτές χώρες είναι επίσης χριστιανικές ορθόδοξες, με ισχυρό θρησκευτικό αίσθημα και πολυάριθμα θρησκευτικά μνημεία, ορθόδοξες εκκλησίες εγνωσμένης αρχιτεκτονικής και ιστορικής αξίας και με πλήθος βυζαντινών μοναστηριών. Αποτελούν πολύ δημοφιλή προορισμό ανάμεσα στους ταξιδιώτες με έντονο θρησκευτικό ενδιαφέρον και διακρίνονται για τις ιδιαίτερα ανταγωνιστικές τιμές που προφέρουν σε επίπεδο φιλοξενίας και παροχής υπηρεσιών.

Άλλες ανταγωνιστικές χώρες που βρίσκονται διεκδικητές στον αγώνα για την προσέλκυση θρησκευτικών ταξιδιωτών έναντι της χώρας μας είναι η γειτονική Τουρκία καθώς επίσης και το κράτος του Ισραήλ και της Αιγύπτου. Η Τουρκία λόγω του ότι μετά την άλωση της Κωνσταντινούπολης αποτέλεσε τον κτήτορα όλης της παλαιότερης Βυζαντινής Αυτοκρατορίας με το τεράστιο πλήθος χριστιανικών εκκλησιών, μοναστηριών και θρησκευτικών μνημείων παγκοσμίου βεληνεκούς όπως είναι ο μεγαλόπρεπος ναός της Αγίας Σοφίας, αποτελεί σήμερα έναν αρκετά δυναμικό παίκτη στην διεθνή τουριστική αγορά για θρησκευτικούς ταξιδιώτες.

Επίσης, σε αυτό συμβάλει καταλυτικά η ραγδαία ανάπτυξη που έχει σημειώσει στον τουριστικό κλάδο, το υψηλό επίπεδο των υπηρεσιών που προσφέρει και συγκριτικά σε χαμηλότερες τιμές έναντι της Ελλάδας καθώς επίσης το πλήθος των επιλογών και των συνδυασμών που παρέχονται σε κάθε ταξιδιώτη. Ακόμα, το Ισραήλ και η Αίγυπτος, διαδραματίζουν αρκετά σημαντικό ρόλο στον τομέα του θρησκευτικού τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή μιας και αποτελούν τα ιστορικά εδάφη όπου δημιουργήθηκε και καθιερώθηκε ο χριστιανισμός, στην επικράτεια τους βρίσκονται κάποια από τα πιο ιερά παγκόσμια προσκυνήματα όπως είναι οι Άγιοι Τόποι, το Σπήλαιο της Αναστάσεως και το φημισμένο μοναστήρι του Σινά και δίνουν την ευκαιρία στον ταξιδιώτη να βιώσει τη μοναδικότητα της επίσκεψης σε τέτοια μέρη σε συνδυασμό με το καθ' ολοκληρίαν διαφορετικό τοπίο και κλίμα.

Τέλος, ανταγωνιστικές ως προς την Ελλάδα σε επίπεδο θρησκευτικού τουρισμού και διαπραγματευτικών εργαλείων για την προσέλκυση θρησκευτικών ταξιδιωτών είναι οι ευρωπαϊκές χώρες όπου άκμασε ιδιαίτερα ο χριστιανισμός και συγκεκριμένα ο καθολικισμός. Στην κατηγορία αυτή εμπίπτουν χώρες όπως η Ιταλία, η Ισπανία, η Πορτογαλία και η Γαλλία μιας και οι υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες ασπάστηκαν, ως επί το πλείστον, τον Λουθηρανισμό και δεν έχουν να επιδείξουν στον ίδιο βαθμό μεγάλα και φημισμένα θρησκευτικά μνημεία. Οι προαναφερθείσες χώρες χαρακτηρίζονται μέχρι σήμερα από βαθύ θρησκευτικό αίσθημα, παρουσιάζουν παρόμοια γεωμορφολογική και κλιματολογική κατανομή και στην επικράτεια τους βρίσκονται κάποια από τα γνωστότερα χριστιανικά μνημεία του κόσμου όπως ο Άγιος Πέτρος στο Βατικανό, η Καπέλα Σιξτίνα επίσης στο Βατικανό, η Παναγία της Λούρδης στην Γαλλία, η Φατιμά στην Πορτογαλία και ο καθεδρικός ναός του Santiago de Compostela στην Ισπανία. Καταλαβαίνουμε λοιπόν ότι, η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στη χώρα μας αποτελεί μία διαδικασία στην οποία υπάρχουν ισχυροί ανταγωνιστές και που μέσω των κατάλληλων στρατηγικών προβολής του θρησκευτικού πλούτου και των πολυάριθμων θρησκευτικών μνημείων, η Ελλάδα θα κατορθώσει να χρησιμοποιήσει εποικοδομητικά τα ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα και να αποσπάσει σημαντικό μερίδιο αγοράς στην κατηγορία του θρησκευτικού τουρισμού.

4.7 Ανακεφαλαίωση

Στο κεφάλαιο αυτό συζητήθηκε το θέμα του θρησκευτικού τουρισμού, ο οποίος αποτελεί μία δυναμική και συνεχώς εξελισσόμενη μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Αρχικά, έγινε μία εκτενής αναφορά στην έννοια του θρησκευτικού τουρισμού, στα βασικά στοιχεία τα οποία τον αποτελούν και στους παράγοντες που συμβάλουν στην ανάπτυξη του. Στη συνέχεια, παρουσιάστηκε το ισχύον πλαίσιο για τον θρησκευτικό τουρισμό στη Ευρώπη, τις διαστάσεις τις οποίες λαμβάνει σε ευρωπαϊκό επίπεδο και τις πολιτικές τις οποίες θεσπίζουν οι αρμόδιοι φορείς στα πλαίσια της επέκτασης και της καθιέρωσης του. Έγινε παρουσίαση της υφιστάμενης κατάστασης αλλά και των δυνατοτήτων του στην Ελλάδα σήμερα και παρατέθηκαν τα κυριότερα θρησκευτικά μνημεία, μοναστήρια και θρησκευτικοί χώροι ενδιαφέροντος που υπάρχουν σε όλη την έκταση της ελληνικής επικράτειας. Τέλος, έγινε αναφορά στις ίδιες δυναμικότητας ως προς την Ελλάδα ανταγωνιστικές χώρες για θρησκευτικό τουρισμό και αναφέρθηκαν οι κυριότεροι λόγοι που οι χώρες αυτές αποτελούν ισχυρό αντίπαλο για την Ελλάδα στον τομέα του θρησκευτικού τουρισμού και στην προσέλκυση ταξιδιωτών με θρησκευτικά ενδιαφέροντα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στα πλαίσια της προσέγγισης και ανάλυσης του τομέα του πολιτιστικού και θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα, καθώς και των δυνατοτήτων που αναπτύσσονται γύρω από αυτόν τα επόμενα χρόνια, πραγματοποιήθηκε μία έρευνα καταγραφής και μέτρησης των απόψεων, των τάσεων, των προοπτικών αλλά και των προβλημάτων ξένων ταξιδιωτών στη χώρα μας.

Σκοπός της έρευνας ήταν να αποκρυσταλλωθεί το προφίλ του εισερχόμενου ταξιδιώτη και να ποσοτικοποιηθούν στοιχεία όπως το ετήσιο εισόδημα, ο συνολικός προϋπολογισμός του ταξιδιού, οι αναμενόμενες ημερήσιες δαπάνες, τα ενδιαφέροντα και οι προτιμήσεις, οι αρνητικοί παράγοντες και τα προβλήματα και φυσικά οι προτάσεις για βελτίωση και ενίσχυση του τουρισμού στην Ελλάδα. Επιπλέον, αντικείμενο διερεύνησης αποτέλεσε το ενδιαφέρον του ξένου ταξιδιώτη για επίσκεψη σε χώρους πολιτιστικού αλλά και θρησκευτικού ενδιαφέροντος, οι παράλληλες δραστηριότητες που θα επιθυμούσε να κάνει κατά την επίσκεψη και τέλος ο βαθμός γνωριμίας του με βασικούς πολιτιστικούς και θρησκευτικούς χώρους.

Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε με βάση τα άμεσα συνδεδεμένα απαιτούμενα της έρευνας και σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική και περιείχε 30 ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών, βαθμονομημένης κλίμακας και ορισμένες ανοιχτής απάντησης για την ελεύθερη έκφραση των απόψεων των ταξιδιωτών. Μετά την ολοκλήρωσή του, διαμορφώθηκε ηλεκτρονικά μέσω του Google Drive και με τη χρήση tablet δόθηκε προς συμπλήρωση σε τυχαίο δείγμα 70 εισερχόμενων ταξιδιωτών, στις περιοχές γύρω από την Ακρόπολη, το Μοναστηράκι και το Σύνταγμα καθώς επίσης και στην αίθουσα αφίξεων του αεροδρομίου «Ελευθέριος Βενιζέλος». Η διαδικασία της συλλογής των συμπληρωμένων ερωτηματολογίων έλαβε χώρα από τις 18 έως τις 21 Δεκεμβρίου 2015.

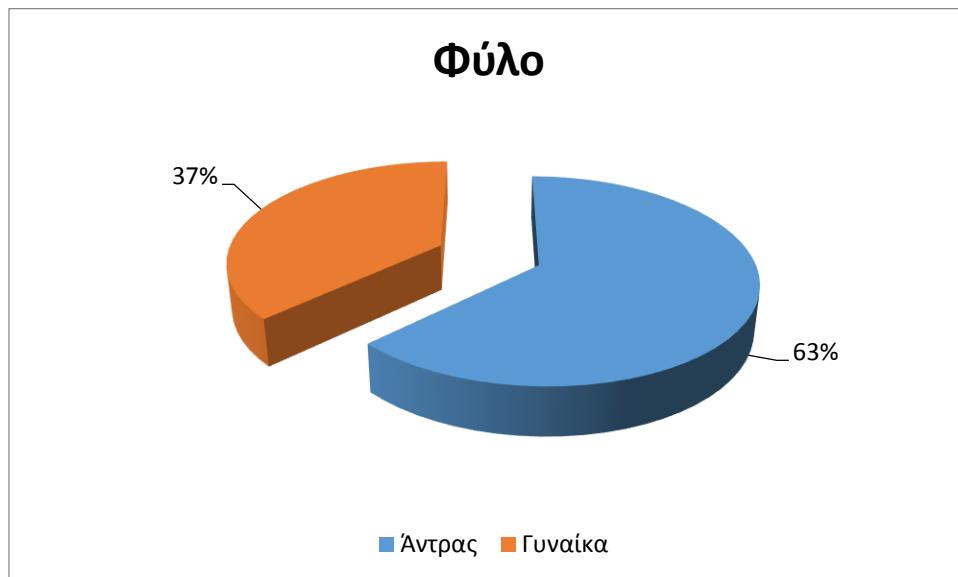
Αφού συμπληρώθηκαν όλα τα προβλεπόμενα ερωτηματολόγια, μέσω του Google Drive και του συγκεντρωτικού πίνακα αποτελεσμάτων συλλέχθηκαν τα τελικά στοιχεία και τα ποσοστά κάθε απάντησης. Έτσι, οι απαντήσεις κάθε ερώτησης απεικονίστηκαν μέσω της ποσοστιαίας έκφρασης τους με διαγράμματα, τα οποία κατασκευάστηκαν στο Microsoft Excel.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί, ότι το βασικό εργαλείο και η μοναδική πηγή πληροφόρησης για τη διεξαγωγή της έρευνας ήταν το διαμορφωθέν ερωτηματολόγιο και ότι οι ταξιδιώτες είχαν πλήρη ελευθερία έκφρασης και δήλωσης των απαντήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

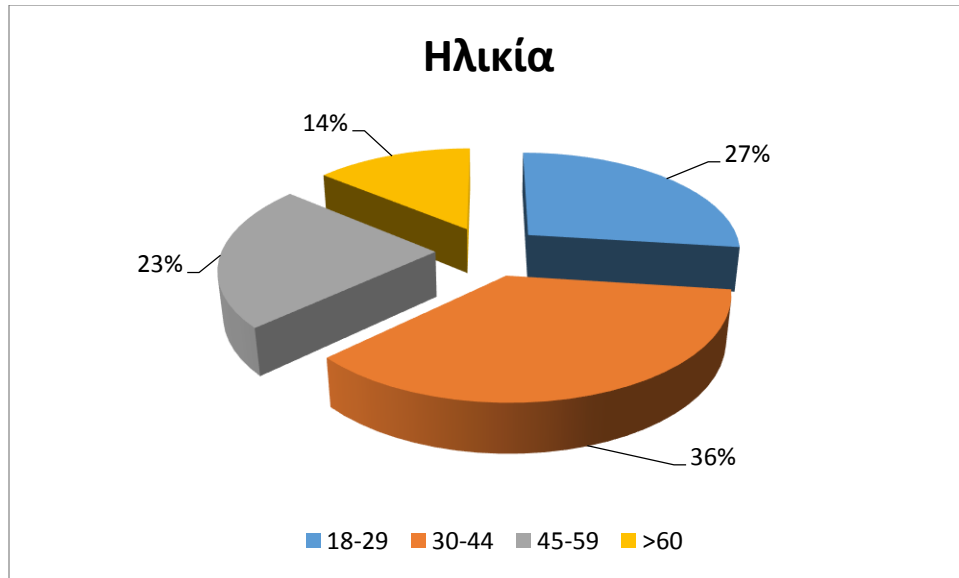
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

Με την ολοκλήρωση της συλλογής και καταγραφής των συγκεντρωτικών αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίων, δημιουργήθηκαν με τη βοήθεια του Microsoft Excel μία σειρά από γραφήματα τα οποία έχουν ως στόχο την καλύτερη και πληρέστερη απεικόνιση των απαντήσεων. Με τον τρόπο αυτό, το ποσοστό το οποίο λαμβάνει το κάθε ενδεχόμενο μίας ερώτησης παρουσιάζεται ως μέρος μίας «πίτας» ή ενός ραβδογράμματος, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα για πιο άμεση και εμφανή σύγκριση των αποτελεσμάτων.



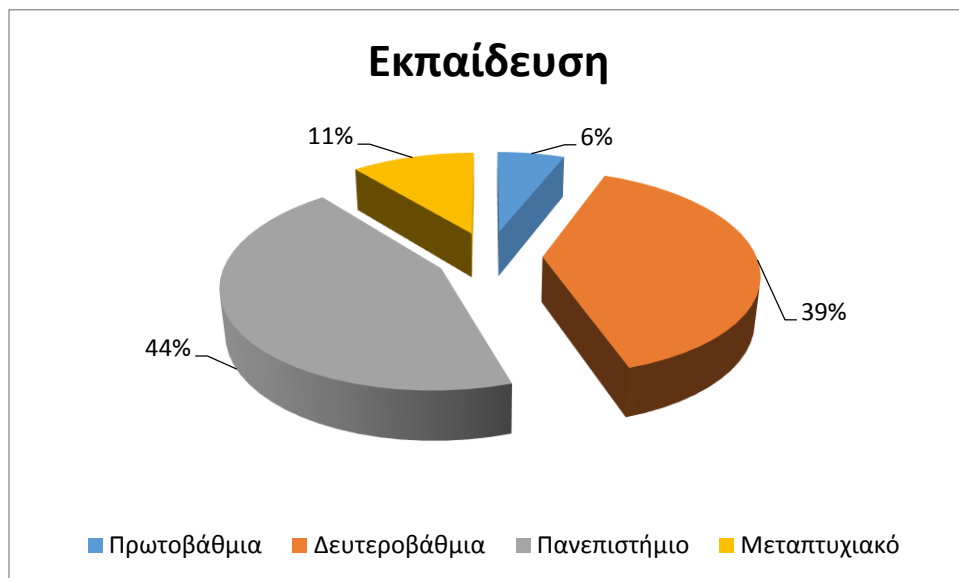
Σχήμα 6-1: Το φύλο των ταξιδιωτών

Όπως φαίνεται στο γράφημα 1, από το σύνολο των 70 ερωτηθέντων το 63% είναι άντρες και το 37% είναι γυναίκες.



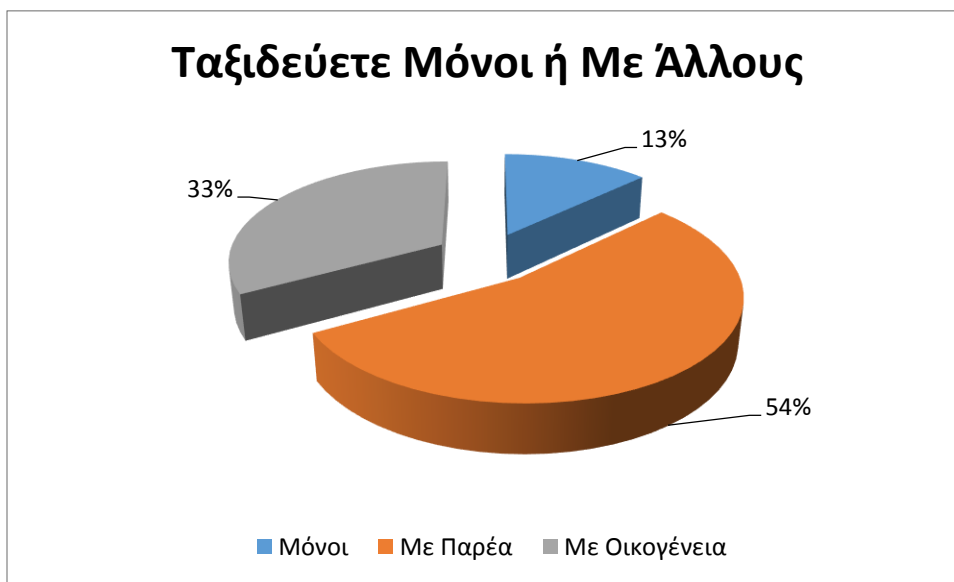
Σχήμα 6-2: Η ηλικία των ταξιδιωτών

Παρατηρώντας το σχήμα 2, βλέπουμε την ηλικιακή κατηγοριοποίηση όπου στις ηλικίες 18-29 ανήκει το 27%, 30-44 ανήκει το 36%, 45-59 ανήκει το 23% και >60 ετών είναι μόνο το 14% του δείγματος.



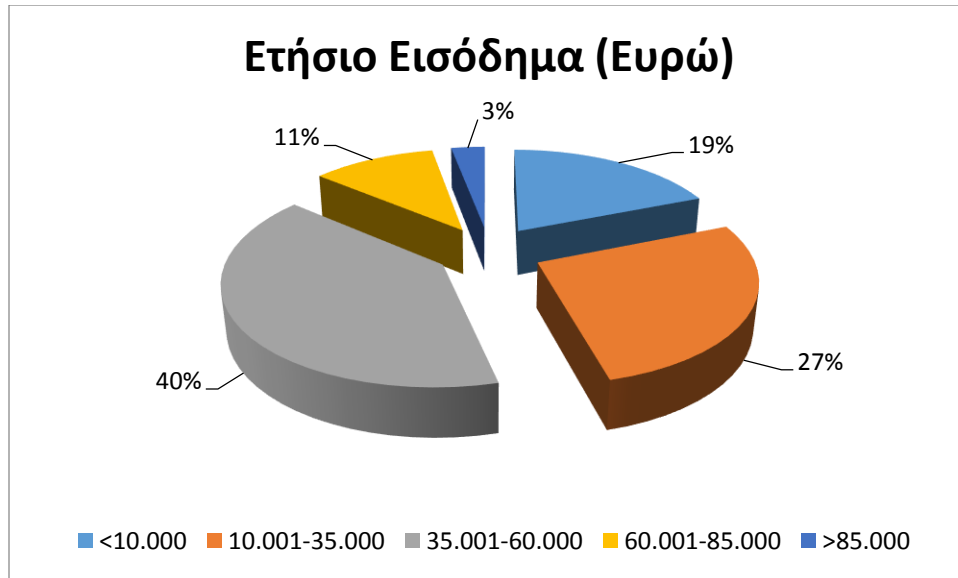
Σχήμα 6-3: Μορφωτικό επίπεδο

Στο γράφημα 3 παρουσιάζεται το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων, με το 6% να δηλώνει ότι είναι απόφοιτοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, το 39% είναι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, το 44% είναι κάτοχοι πανεπιστημιακού πτυχίου και το 11% κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος.



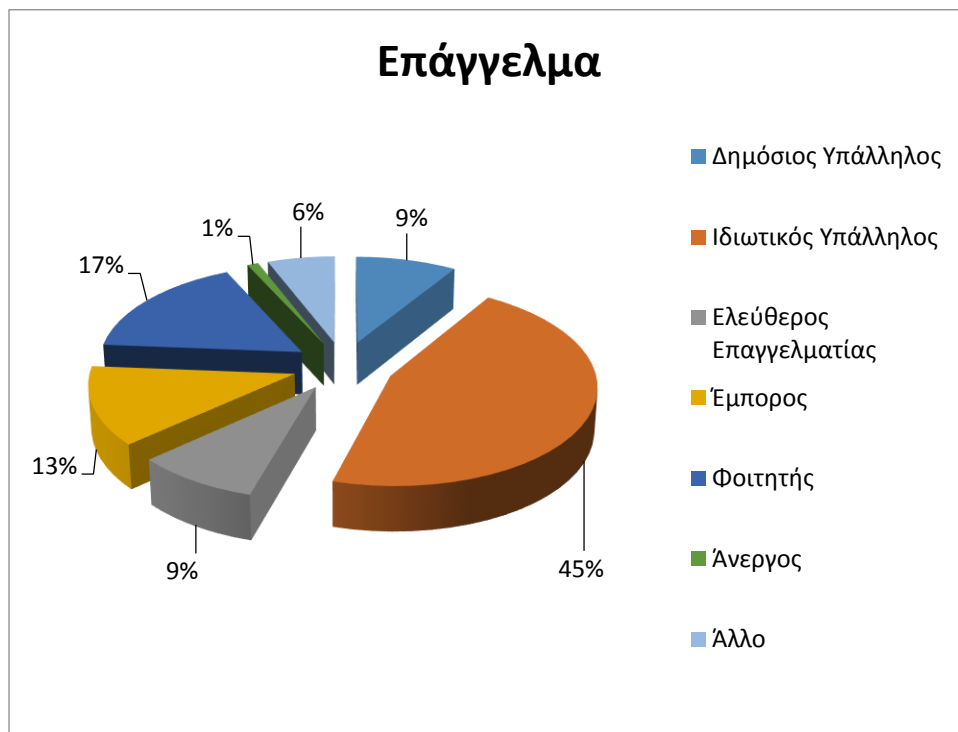
Σχήμα 6-4: Κατηγορία ταξιδιωτών

Στην ερώτηση αν ταξιδεύουν μόνοι ή με παρέα, από τα 70 άτομα το 13% απάντησε ότι ταξιδεύει μόνο, το 54% με παρέα και το 13% ότι ταξιδεύει με την οικογένεια του.



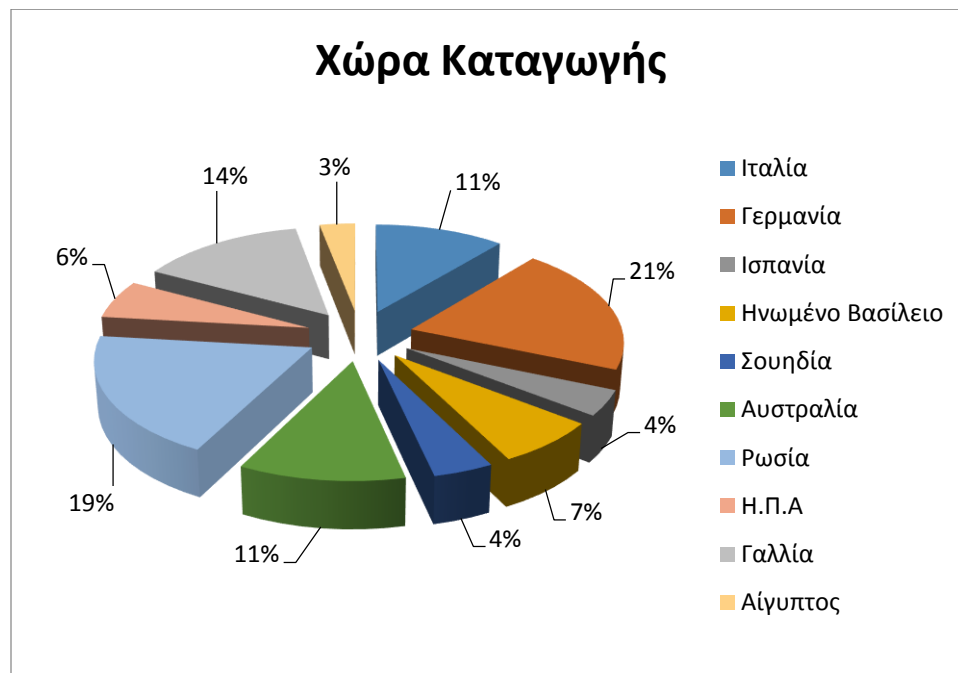
Σχήμα 6-5: Ετήσιο εισόδημα σε ευρώ

Στο γράφημα 5 φαίνονται τα εισοδηματικά κλιμάκια στα οποία ανήκουν οι ερωτηθέντες και σύμφωνα με τις απαντήσεις τους το 19% λαμβάνει ετήσιο εισόδημα <10.000 ευρώ, το 27% κινείται από 10.001 έως 35.000 ευρώ, το 40% από 35.001 έως 60.000 ευρώ, το 11% από 60.001 έως 85.000 ευρώ και τέλος μόνο το 3% φέρεται να εισπράττει ετησίως ποσό >85.000 ευρώ.



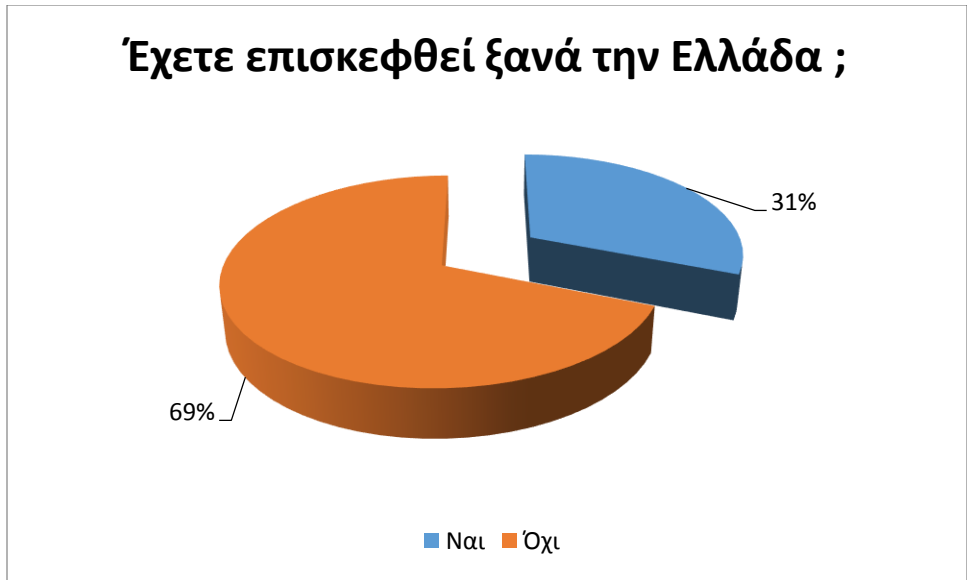
Σχήμα 6-6: Επάγγελμα των ταξιδιωτών

Όσον αφορά το επάγγελμα των ταξιδιωτών που συμμετείχαν στην έρευνα, από τα 70 άτομα το 9% είναι δημόσιοι υπάλληλοι, το 45% είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι, το 9% δηλώνει ότι είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, το 13% έμποροι, το 17% φοιτητές, μόλις το 1% άνεργοι και τέλος ένα 6% δηλώνει ότι ασχολείται με κάτι άλλο.



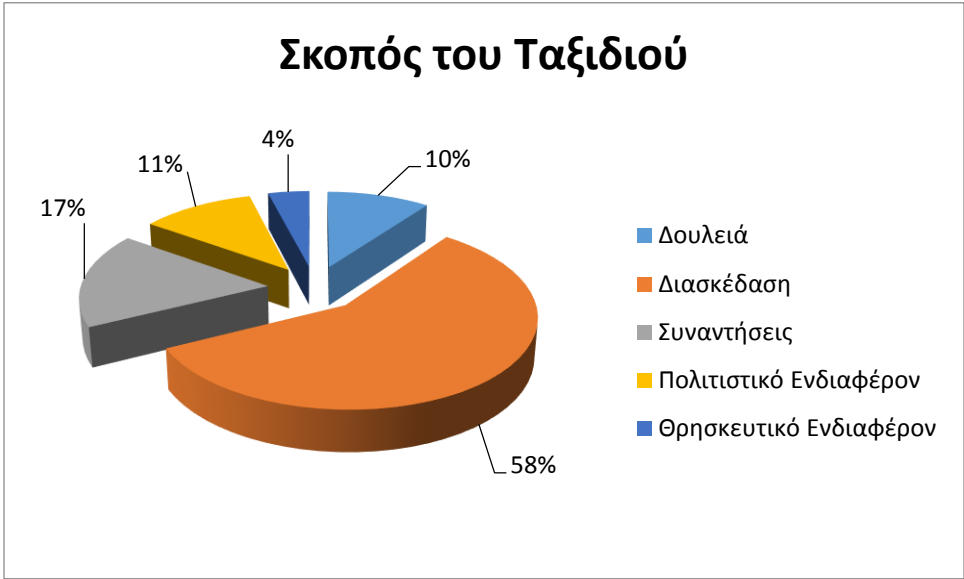
Σχήμα 6-7: Χώρα καταγωγής

Στην ερώτηση από πού κατάγεστε, προέκυψε ότι οι ταξιδιώτες προέρχονται από 10 διαφορετικές χώρες και συγκεκριμένα από Ιταλία το 11%, από Γερμανία το 21%, από Ισπανία το 4%, από Ηνωμένο Βασίλειο το 7%, από Σουηδία το 4%, από Αυστραλία το 11%, από Ρωσία το 19%, από Η.Π.Α το 6%, από Γαλλία το 14% και από την Αίγυπτο ένα 3%.



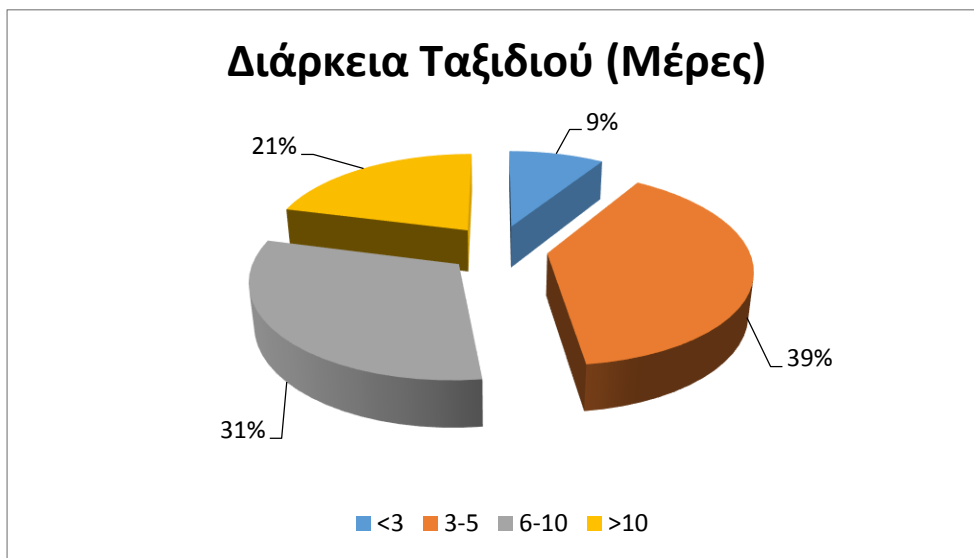
Σχήμα 6-8: Επίσκεψη στην Ελλάδα κατά το παρελθόν

Όπως φαίνεται και στο γράφημα 8, στην ερώτηση σχετικά με το αν έχουν ξαναεπισκεφθεί την Ελλάδα κατά το παρελθόν, το 31% δηλώνει ναι σε αντίθεση με το 69% που είναι η πρώτη του φορά.



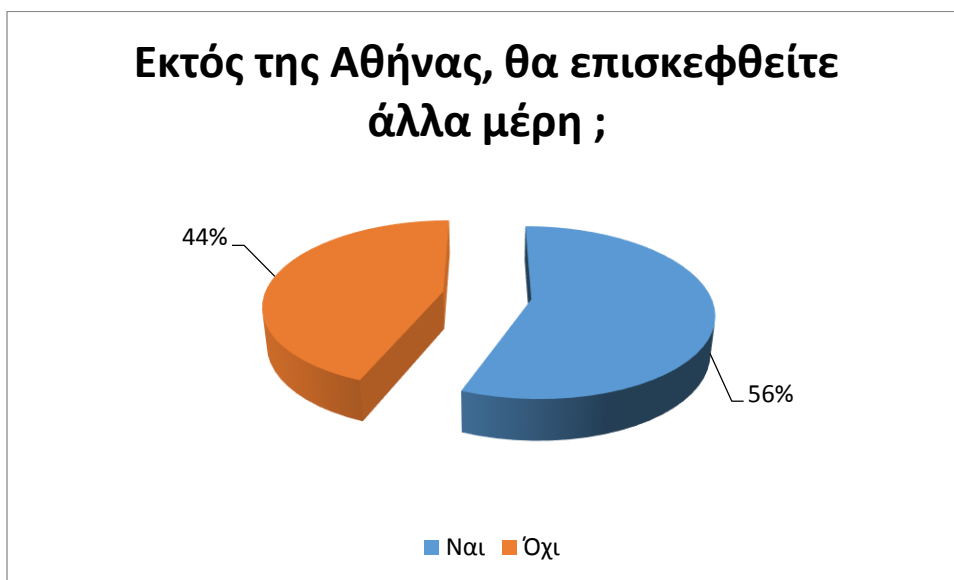
Σχήμα 6-9: Σκοπός του ταξιδιού

Παρατηρώντας το γράφημα 9, βλέπουμε ότι ο σκοπός του ταξιδιού για το 10% είναι η δουλειά, για το 58% είναι η διασκέδαση, για το 17% είναι οι συναντήσεις, για το 11% είναι το πολιτιστικό ενδιαφέρον και μόλις για το 4% είναι το θρησκευτικό ενδιαφέρον.



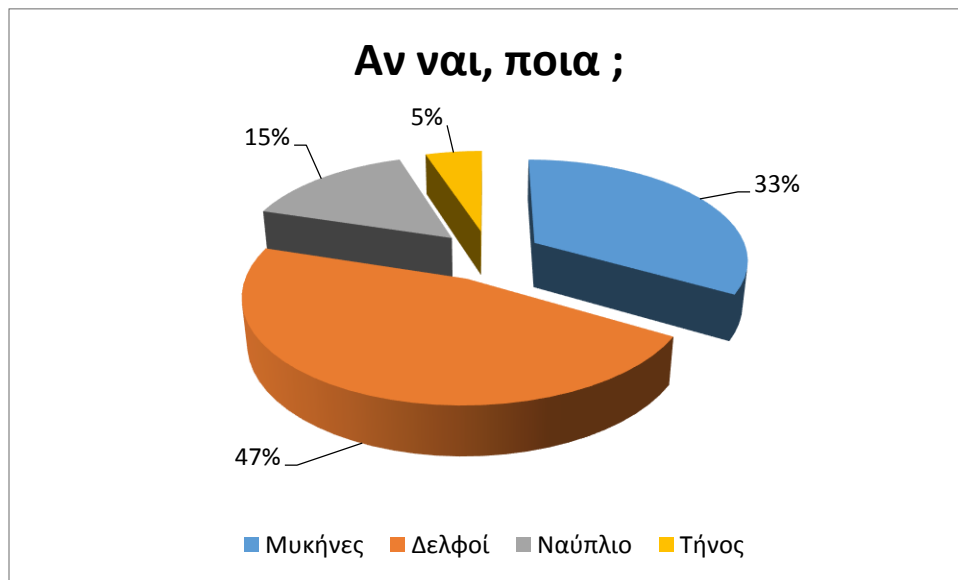
Σχήμα 6-10: Διάρκεια ταξιδιού

Στην ερώτηση αναφορικά με το πόσες μέρες θα είναι το ταξίδι τους, το 9% θα έχει ένα ταξίδι λιγότερο από 3 μέρες, το 39% θα παραμείνει από 3 έως 5 μέρες, το 31% από 6-10 μέρες και το 21% θα έχει ένα ταξίδι μεγαλύτερο των 10 ημερών.



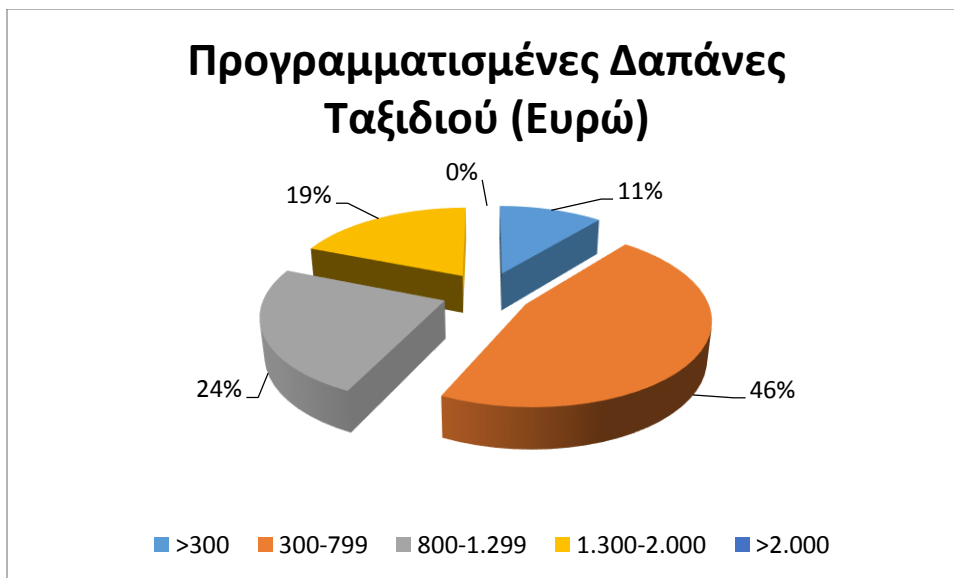
Σχήμα 6-11: Επίσκεψη σε άλλα μέρη

Σύμφωνα με το γράφημα 11 το οποίο παρουσιάζει τις απαντήσεις στην ερώτηση αν θα επισκεφθούν άλλα μέρη εκτός της Αθήνας, το 56% δηλώνει ότι έχει προγραμματίσει να επισκεφθεί σε αντίθεση με το 44% που θα περιοριστεί στο κλεινόν άστυ.



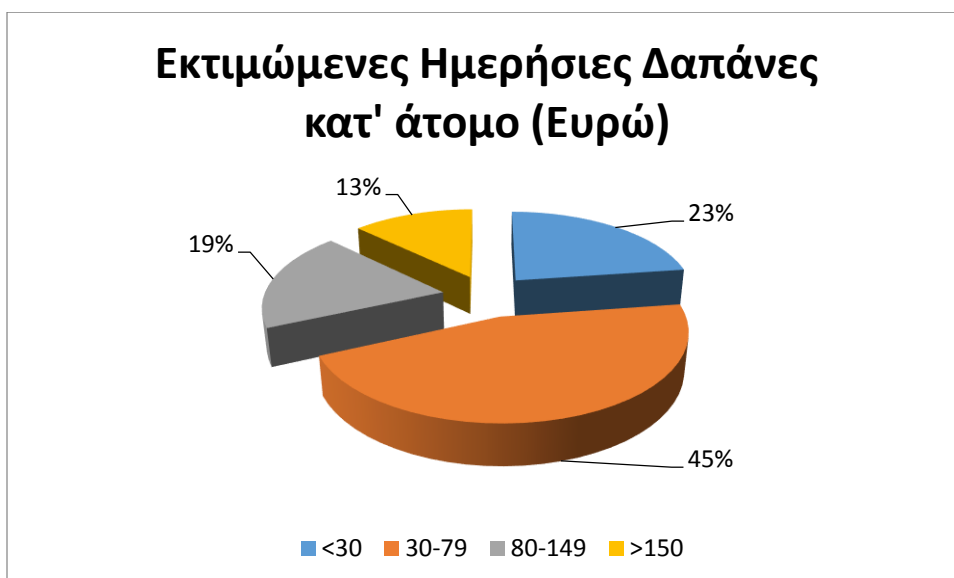
Σχήμα 6-12: Άλλα μέρη επίσκεψης

Όπως φαίνεται στο γράφημα 12, από το 56% των ερωτηθέντων που δηλώνει ότι θα επισκεφθεί και άλλα μέρη εκτός της Αθήνας (39 άτομα), το 33% θα επισκεφθεί τις Μυκήνες, το 47% τους Δελφούς, το 15% το Ναύπλιο και το 5% την Τήνο.



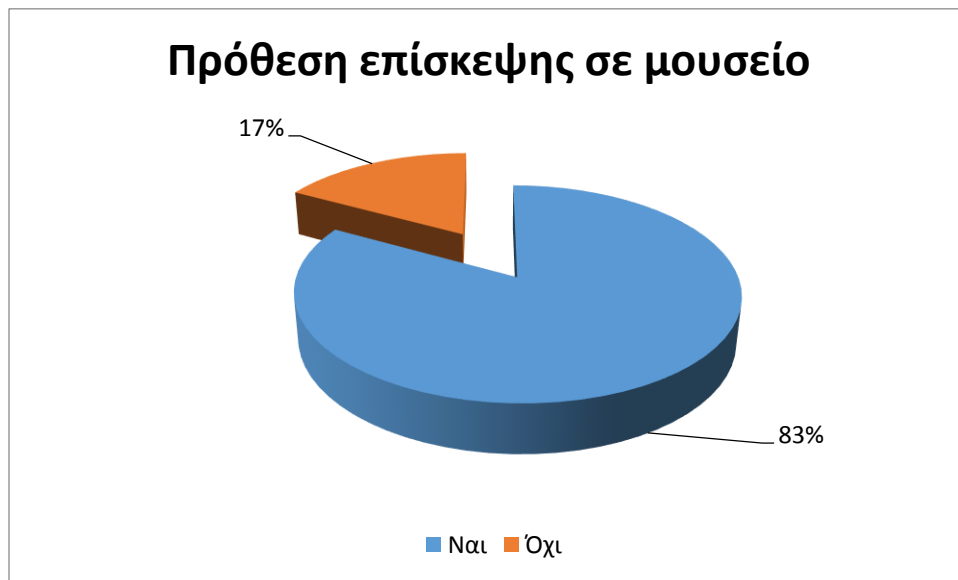
Σχήμα 6-13: Προγραμματισμένες συνολικές δαπάνες σε ευρώ

Το γράφημα 13 παρουσιάζει τις προγραμματισμένες συνολικές δαπάνες σε ευρώ που έχει υπολογίσει ο κάθε ταξιδιώτης και σύμφωνα με τις απαντήσεις τους το 11% προτίθεται να δαπανήσει μέχρι 300 ευρώ, το 46% από 300 έως 799 ευρώ, το 24% από 800 έως 1.299 ευρώ, το 19% από 1.300 έως 2.000 ευρώ ενώ κανένας από τους ερωτηθέντες δεν θα ξοδέψει πάνω από 2.000 ευρώ.



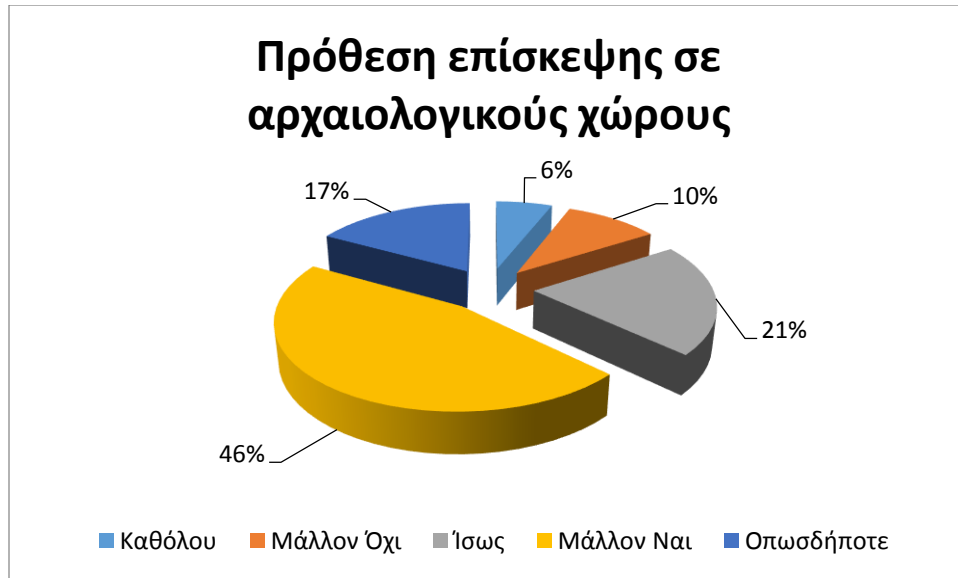
Σχήμα 6-14: Εκτιμώμενες ημερήσιες δαπάνες κατ' άτομο σε ευρώ

Σύμφωνα με το γράφημα 14, οι εκτιμώμενες ημερήσιες δαπάνες κατ' άτομο σε ευρώ ανέρχονται σε ποσό μικρότερο των 30 ευρώ για το 23%, από 30 έως 79 ευρώ για το 45%, από 80 έως 149 ευρώ για το 19% και περισσότερα από 150 ευρώ για το 13%.



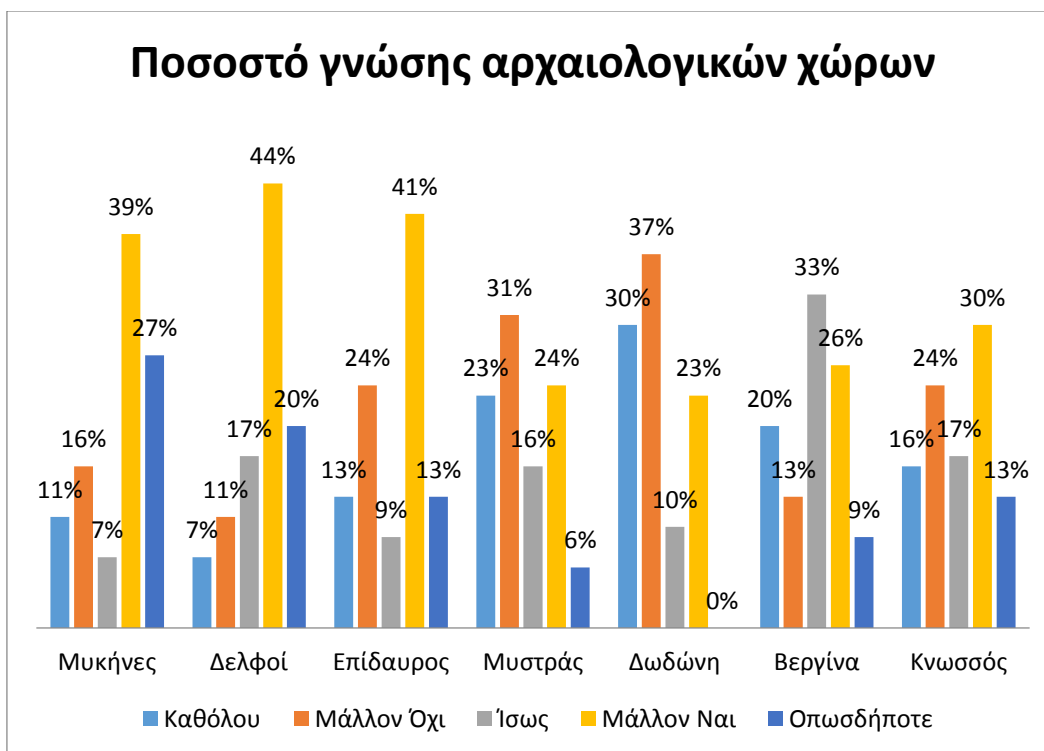
Σχήμα 6-15: Πρόθεση επίσκεψης σε μουσείο

Στην ερώτηση αν προτίθενται να επισκεφθούν κάποιο μουσείο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους, η συντριπτική πλειοψηφία δηλώνει θετική μέσω ενός 83% ενώ μόνο το 17% φέρεται να μην ρέπει προς αυτή την επιλογή.



Σχήμα 6-16: Πρόθεση επίσκεψης σε αρχαιολογικούς χώρους

Σύμφωνα με το γράφημα 16, οι ταξιδιώτες που συμμετείχαν στην έρευνα στην ερώτηση σχετικά με αν θα επισκεφθούν κάποιον αρχαιολογικό χώρο κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στην Ελλάδα, το 6% απάντησε ότι δεν ενδιαφέρεται καθόλου, το 10% μάλλον όχι, το 21% ότι ίσως να επισκεφθεί, το 46% μάλλον ναι και το 17% ότι θα επισκεφθεί με βεβαιότητα κάποιον αρχαιολογικό χώρο.



Σχήμα 6-17: Ποσοστό γνώσης αρχαιολογικών χώρων

Στο γράφημα 17 παρουσιάζονται οι απαντήσεις των ταξιδιωτών σχετικά με το πόσο γνώριμοι τους είναι ορισμένοι βασικοί αρχαιολογικοί χώροι της Ελλάδας.

Για τις Μυκήνες, το 11% δηλώνει ότι δεν τις γνωρίζει καθόλου, το 16% μάλλον όχι, το 7% ίσως να τις έχει ακούσει, το 39% μάλλον ναι και το 27% τις γνωρίζει σίγουρα.

Για τους Δελφούς, το 7% δηλώνει ότι δεν τους γνωρίζει καθόλου, το 11% μάλλον όχι, το 17% ίσως να τους γνωρίζει, το 44% μάλλον ναι και το 20% τους γνωρίζει με βεβαιότητα.

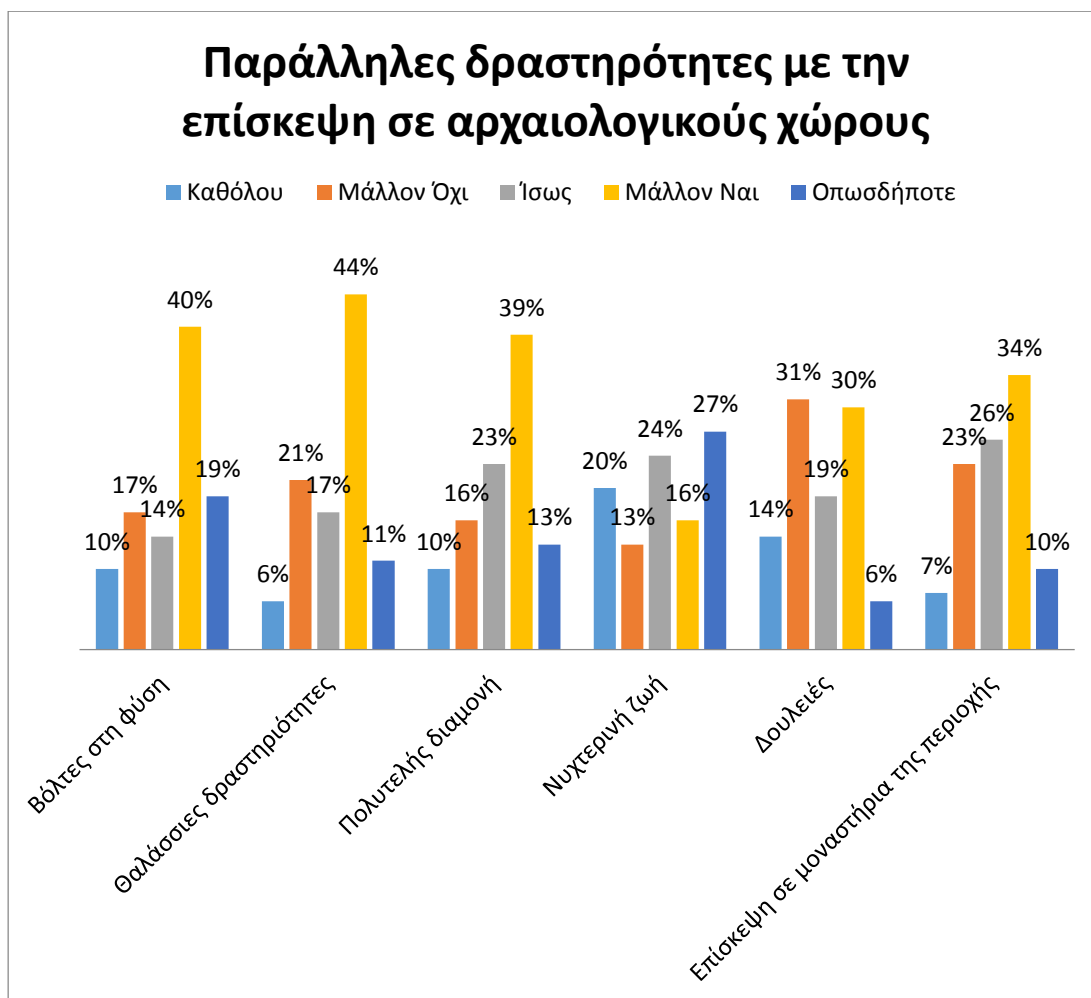
Για την Επίδαυρο, το 13% δηλώνει ότι δεν την γνωρίζει καθόλου, το 24% μάλλον όχι, το 9% ίσως να την γνωρίζει, το 41% μάλλον ναι και το 13% είναι απόλυτα σίγουρο για το βαθμό γνώσης του.

Για τον Μυστρά, το 23% δηλώνει πλήρη άγνοια, το 31% μάλλον δεν τον γνωρίζει, το 16% ίσως να τον έχει ακούσει, το 24% μάλλον τον ξέρει και μόνο το 6% τον γνωρίζει με βεβαιότητα.

Για το αρχαίο θέατρο της Δωδώνης, το 30% δηλώνει ότι δεν το γνωρίζει καθόλου, το 37% μάλλον όχι, το 10% ίσως να το ξέρει, το 23% μάλλον ναι ενώ κανένας από τους ερωτηθέντες δεν το γνώριζε με βεβαιότητα.

Για τη Βεργίνα, το 20% δηλώνει πλήρη άγνοια, το 13% μάλλον δεν την ξέρει, το 33% ίσως να την έχει ακούσει ή διαβάσει κάπου, το 26% μάλλον την γνωρίζει ενώ το 9% είναι απόλυτα σίγουρο για αυτήν.

Για την Κνωσό, το 16% δεν την ξέρει καθόλου, το 24% μάλλον όχι, το 17% ίσως να την γνωρίζει, το 30% μάλλον την γνωρίζει και το 13% δηλώνει βέβαιο για τον βαθμό γνώσης του.



Σχήμα 6-18: Παράλληλες δραστηριότητες με την επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους

Στο γράφημα 18 παρουσιάζονται οι παράλληλες δραστηριότητες που θα επιθυμούσαν να κάνουν οι εισερχόμενοι ταξιδιώτες στην Ελλάδα κατά την επίσκεψή τους σε χώρους αρχαιολογικού ενδιαφέροντος.

Βόλτες στη φύση στην ευρύτερη περιοχή του αρχαιολογικού χώρου δεν θα επιθυμούσε καθόλου το 10%, μάλλον όχι το 17%, ίσως και να επιθυμούσε το 14%, μάλλον θα αποτελούσε προτίμηση για το 40% και σίγουρο ότι το θέλει εμφανίζεται το 19%.

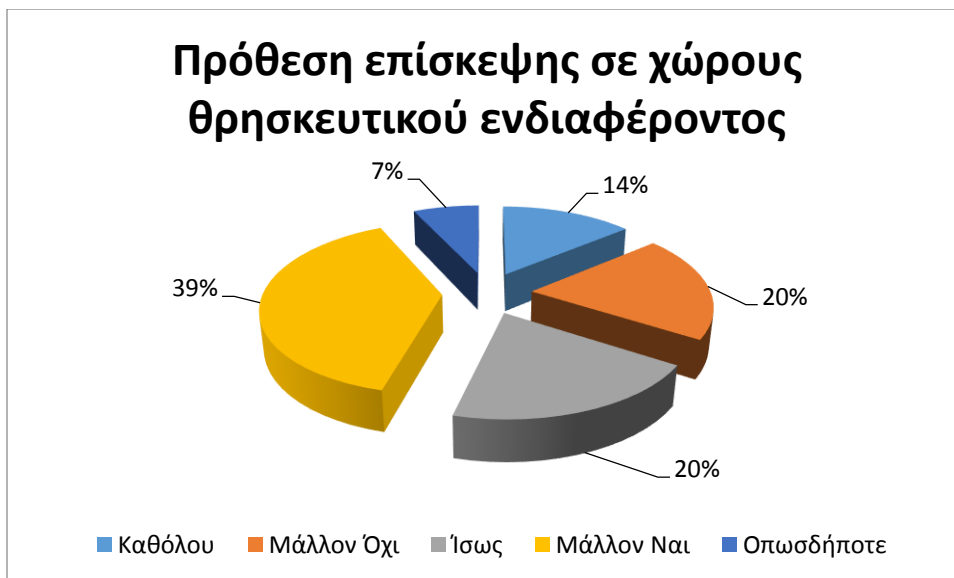
Θαλάσσιες δραστηριότητες στην περίπτωση που το μέρος είναι κοντά στη θάλασσα δεν θα επιθυμούσε καθόλου το 6%, μάλλον όχι το 21%, ίσως να ήθελε το 17%, μάλλον ναι απαντάει το 44% και απολύτως σίγουρο ότι το θέλει είναι το 11%.

Η πολυτελής διαμονή στην περιοχή γύρω από τον αρχαιολογικό χώρο δεν αποτελεί επιλογή σε καμία περίπτωση για το 10%, μάλλον δεν θα την επέλεγε το 16%, ίσως και να την επέλεγε το 23%, πιθανή επιλογή αποτελεί για το 39% και απολύτως βέβαιη για το 13% των ταξιδιωτών.

Η νυχτερινή ζωή δεν αποτελεί σε καμία περίπτωση επιλογή για το 20%, μάλλον όχι για το 13%, ίσως να τη θέλει το 24%, θετικά διακείμενο εμφανίζεται το 16% και σίγουρη επιλογή αποτελεί για το 27%.

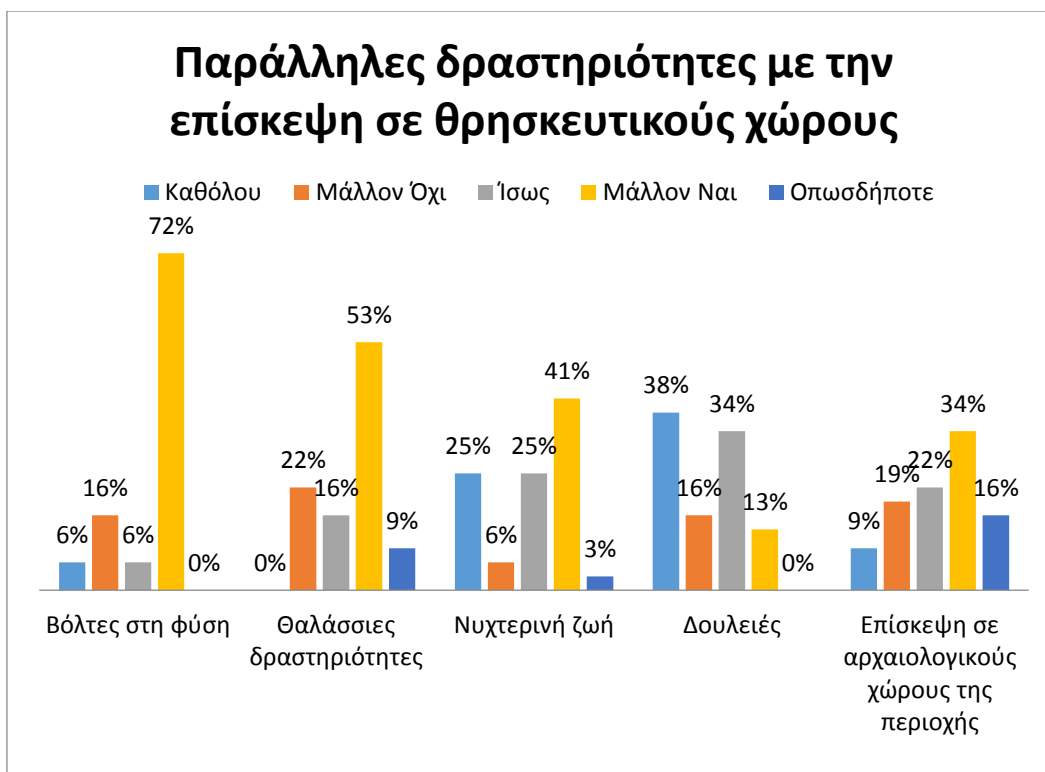
Οι δουλειές σε συνδυασμό με την επίσκεψη σε έναν αρχαιολογικό χώρο δεν ενδιαφέρει καθόλου το 14%, μάλλον όχι το 31%, ίσως να ενδιαφέρει το 19%, μάλλον ναι το 30% και οπωσδήποτε το 6% των ερωτηθέντων.

Η επίσκεψη σε μοναστήρια της περιοχής δεν αποτελεί σε καμία περίπτωση επιλογή για το 7% του δείγματος, μάλλον δεν θα την επέλεγε το 23%, ίσως να επισκεπτόταν κάποιο μοναστήρι το 26%, μάλλον θετικό εμφανίζεται το 34% και απολύτως βέβαιο ότι το ενδιαφέρει το 10% των συμμετεχόντων στην έρευνα.



Σχήμα 6-19: Πρόθεση επίσκεψης σε χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος

Παρατηρώντας το γράφημα 19, διαπιστώνουμε ότι στην πρόθεση επίσκεψης σε χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος, από το σύνολο των ερωτηθέντων το 14% δεν ενδιαφέρεται καθόλου, για το 20% μάλλον δεν αποτελεί επιλογή, ένα άλλο 20% ίσως να επισκεπτόταν, το 39% είναι θετικά διακείμενο και μόλις το 7% δηλώνει ότι σίγουρα θέλει να επισκεφθεί κάποιο θρησκευτικό χώρο κατά τη διάρκεια της παραμονής του στην Ελλάδα.



Σχήμα 6-20: Παράλληλες δραστηριότητες με την επίσκεψη σε θρησκευτικούς χώρους

Στο γράφημα 20 παρουσιάζονται οι απαντήσεις του 46% των ερωτηθέντων (32 άτομα) που δήλωσε θετικό να επισκεφθεί κάποιον θρησκευτικό χώρο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του στην Ελλάδα, δείχνοντας τον βαθμό προτίμησης του για ορισμένες δραστηριότητες που θα μπορούσε να κάνει παράλληλα με την επίσκεψη.

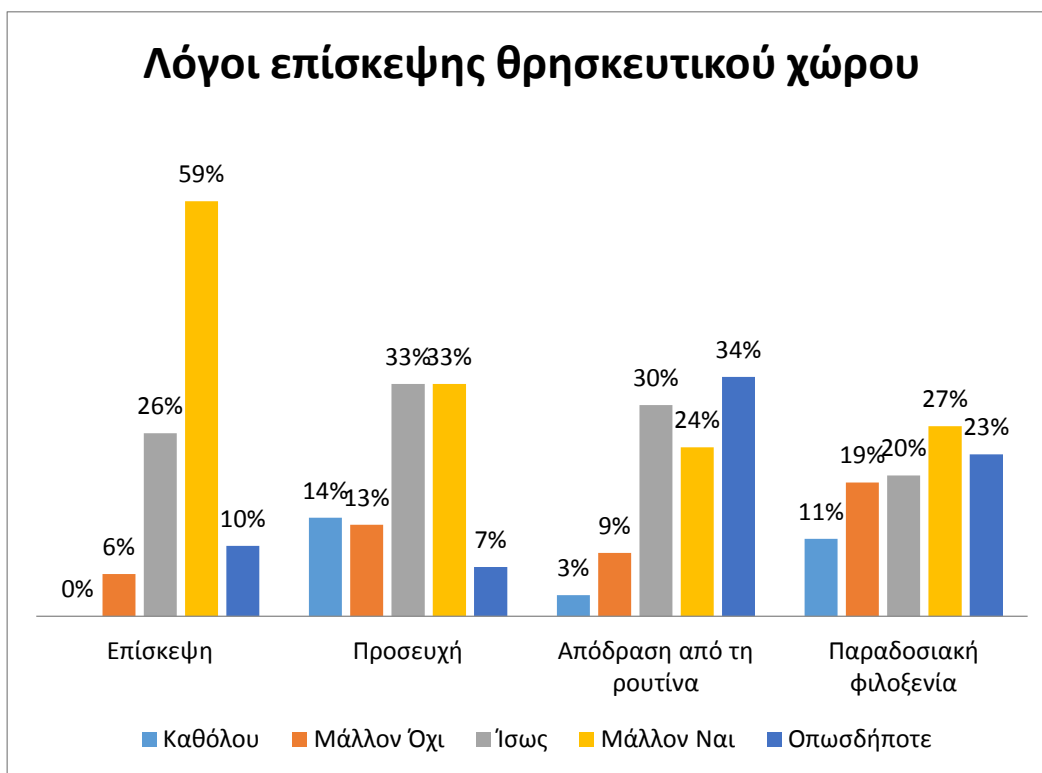
Οι βόλτες στη φύση δεν ενδιαφέρουν καθόλου το 6%, μάλλον όχι και τόσο το 16%, ίσως και να το ενδιαφέρουν το 6%, μάλλον ναι το 72% ενώ κανείς δεν τις επιλέγει με απόλυτη σιγουριά.

Κανένα από τα άτομα δεν δήλωσε μηδενικό ενδιαφέρον για θαλάσσιες δραστηριότητες, το 22% μάλλον δεν ενδιαφέρεται, το 16% ίσως να τις προτιμάει, το 53% δηλώνει ότι μάλλον θα τις επέλεγε και το 9% είναι βέβαιο πως τις θέλει στο πρόγραμμά του.

Η νυχτερινή ζωή δεν ενδιαφέρει καθόλου το 25%, μάλλον όχι και τόσο το 6%, ίσως απαντάει ένα άλλο 25%, μάλλον ναι δηλώνει το 41% και αποτελεί σίγουρη επιλογή για το 3%.

Οι δουλειές παράλληλα με την επίσκεψη είναι κάτι που δεν ενδιαφέρει καθόλου το 38%, μάλλον όχι το 16%, ίσως αποτελεί μία επιλογή για το 34%, μάλλον ναι για το 13% και μηδενικό ενδιαφέρον για τη βεβαιότητα.

Η επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους της περιοχής δεν αποτελεί σε καμία περίπτωση επιλογή για το 9%, μάλλον όχι και τόσο για το 19%, ίσως και να επισκεφθεί το 22%, θετικά διακείμενο φαίνεται το 34% και απόλυτα σίγουρο για την επιλογή δηλώνει το 16%.



Σχήμα 6-21: Λόγοι επίσκεψης θρησκευτικού χώρου

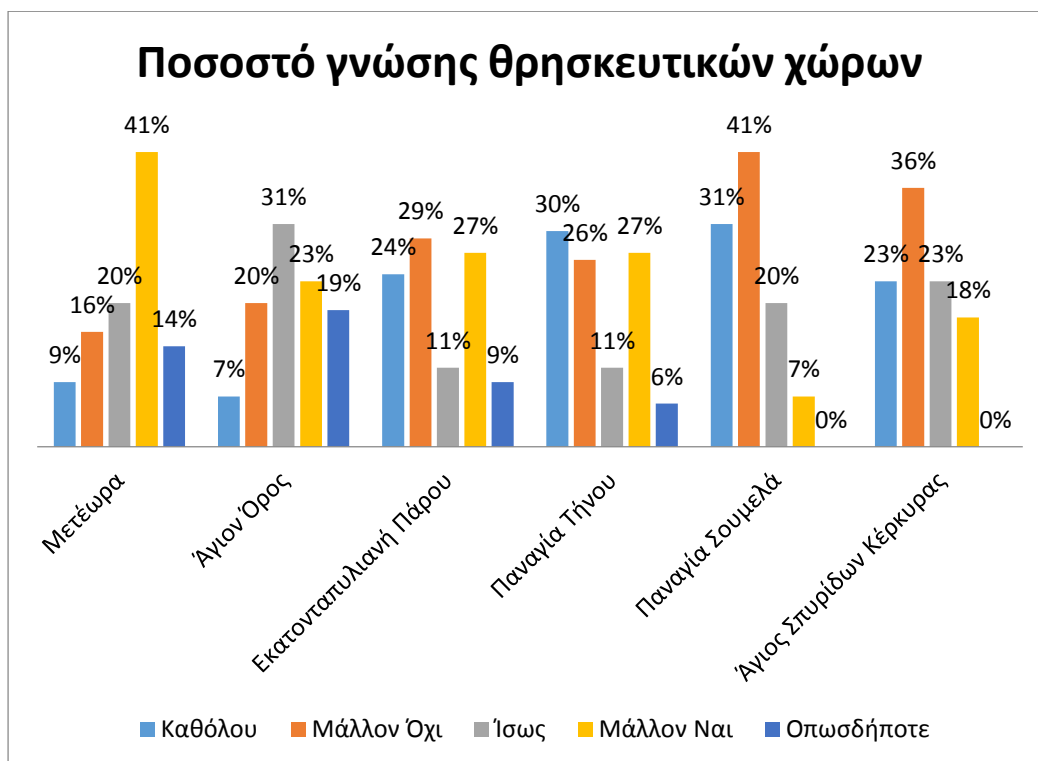
Στο γράφημα 21 εμφανίζονται οι κύριοι λόγοι επίσκεψης ενός χώρου θρησκευτικού ενδιαφέροντος και ο βαθμός αντιπροσώπευσης για κάθε έναν από αυτούς.

Για την απλή επίσκεψη στον χώρο κανένα άτομο δεν δηλώνει εντελώς αδιάφορο, το 6% δηλώνει ότι μάλλον δεν θα πήγαινε, το 26% ότι ίσως να επισκεφθεί κάποιον θρησκευτικό χώρο, το 59% μάλλον θα επισκεφθεί και το 10% είναι απόλυτα σίγουρο ότι θα πραγματοποιήσει κάποια επίσκεψη.

Η προσευχή δεν αποτελεί σε καμία περίπτωση επιλογή για το 14%, μάλλον όχι και τόσο για το 13%, ίσως να αποτελεί για το 33%, μάλλον αποτελεί για ένα άλλο 33% και σίγουροι για αυτήν δηλώνει το 7%.

Η απόδραση από την καθημερινή ρουτίνα δεν αποτελεί λόγο για το 3%, μάλλον δεν αποτελεί για το 9%, ίσως και να αποτελεί για το 30%, μάλλον αποτελεί σε ένα βαθμό για το 24% και απόλυτα βέβαιο ότι η επίσκεψη σε έναν θρησκευτικό χώρο συνδέεται με αυτό δηλώνει το 34%.

Ο λόγος της παραδοσιακής φιλοξενίας δεν αποτελεί κίνητρο σε καμία περίπτωση για το 11%, μάλλον όχι δηλώνει το 19%, ίσως δηλώνει το 20%, μάλλον αποτελεί έναν καλό λόγο για το 27% και αδιαμφισβήτητο κίνητρο για το 23%.



Σχήμα 6-22: Ποσοστό γνώσης θρησκευτικών χώρων

Το γράφημα 22 απεικονίζει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το βαθμό γνώσης ορισμένων βασικών θρησκευτικών χώρων της Ελλάδας.

Τα Μετέωρα δεν τα γνωρίζει καθόλου το 9%, μάλλον δεν τα γνωρίζει το 16%, ίσως απαντά το 20%, μάλλον ναι το 41% και είναι βέβαιο για την ύπαρξη τους το 14%.

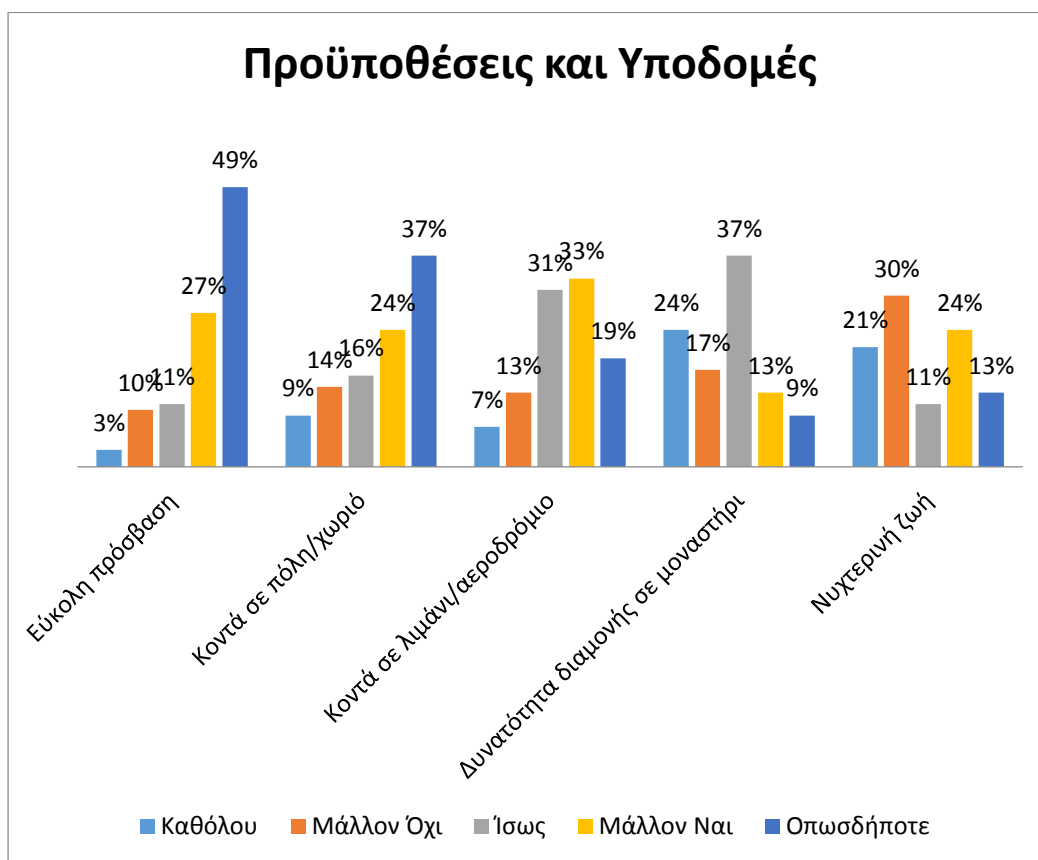
Το Άγιο Όρος δεν το γνωρίζει καθόλου το 7%, μάλλον δεν το γνωρίζει το 20%, ίσως έχει ακούσει για αυτό το 31%, μάλλον το γνωρίζει το 23% και απόλυτα σίγουρο είναι το 19%.

Την Εκατονταφυλιανή της Πάρου δεν την γνωρίζει καθόλου το 24%, μάλλον δεν την γνωρίζει το 29%, ίσως κάπου να την έχει ακούσει το 11%, μάλλον είναι γνώριμη για το 27% και σίγουρα γνωστή είναι στο 9%.

Την Παναγία της Τήνου δεν την γνωρίζει καθόλου το 30%, μάλλον δεν την γνωρίζει το 26%, ίσως να την έχει ακούσει το 11%, μάλλον να δηλώνει το 27% και απόλυτο βέβαιο εμφανίζεται μόνο το 6%.

Την Παναγία Σουμελά στο Βέρμιο δεν την γνωρίζει καθόλου το 31%, μάλλον δεν την γνωρίζει το 41%, ίσως δηλώνει το 20%, μάλλον αποτελεί γνωστό θρησκευτικό χώρο για το 7% ενώ κανένας από τους ερωτηθέντες δεν εμφανίζεται απόλυτα βέβαιος για τη γνώση του.

Τον Άγιο Σπυρίδωνα στην Κέρκυρα δεν τον γνωρίζει καθόλου το 23%, μάλλον δεν τον γνωρίζει το 36%, ίσως να τον έχει ακούσει ένα άλλο 23%, μάλλον τον γνωρίζει το 18% ενώ και εδώ κανένας από τους ερωτηθέντες δεν είναι απολύτως βέβαιος.



Σχήμα 6-23: Προϋποθέσεις και υποδομές για την επίσκεψη σε αρχαιολογικούς και θρησκευτικούς χώρους

Το γράφημα 23 εμφανίζει το βαθμό σημαντικότητας ορισμένων βασικών προϋποθέσεων και υποδομών ώστε να επισκεφθούν οι ξένοι ταξιδιώτες τους αρχαιολογικούς και θρησκευτικούς χώρους της πατρίδας μας.

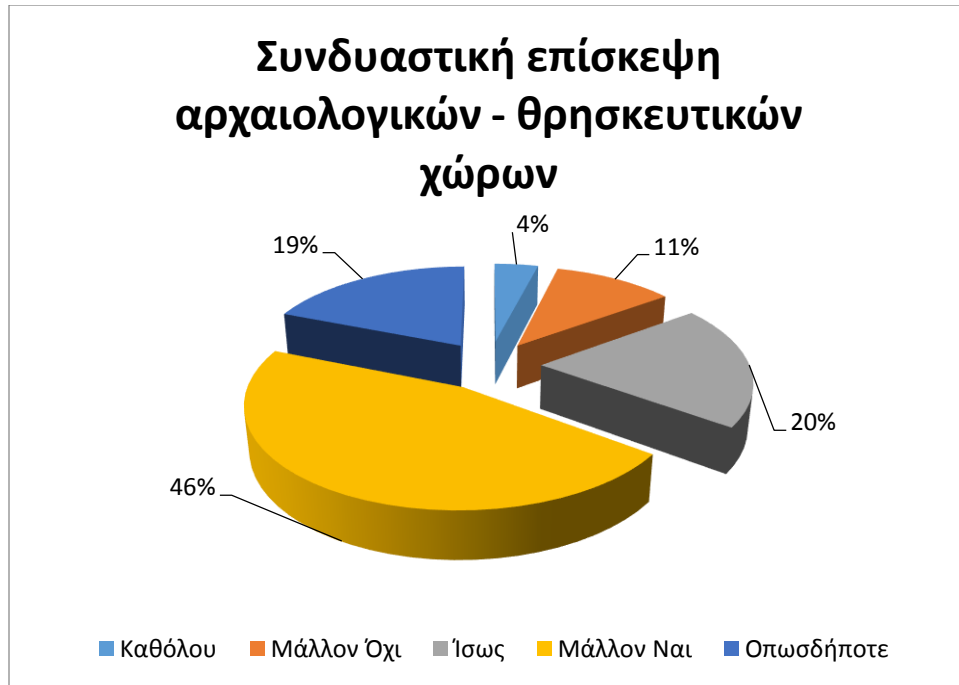
Την εύκολη πρόσβαση δεν την θεωρεί καθόλου απαραίτητη το 3%, μάλλον όχι και τόσο απαραίτητη το 10%, ίσως να ήταν σημαντική για το 11%, μάλλον θα την ήθελε το 27% και σίγουρα απαραίτητη δηλώνει το 49%.

Η εγγύτητα με πόλη ή χωριό δεν αποτελεί σε καμία περίπτωση κριτήριο για το 9%, μάλλον όχι για το 14%, ίσως να αποτελεί για το 16%, μάλλον θα το προτιμούσε το 24% και σίγουρα θα την ήθελε το 37%.

Η εγγύτητα με λιμάνι ή με αεροδρόμιο δεν αποτελεί σε καμία περίπτωση κριτήριο για το 7%, μάλλον όχι δηλώνει το 13%, ίσως να απαραίτητο λέει το 31%, μάλλον θα το προτιμούσε το 33% και σίγουρα θα την ήθελε το 19%.

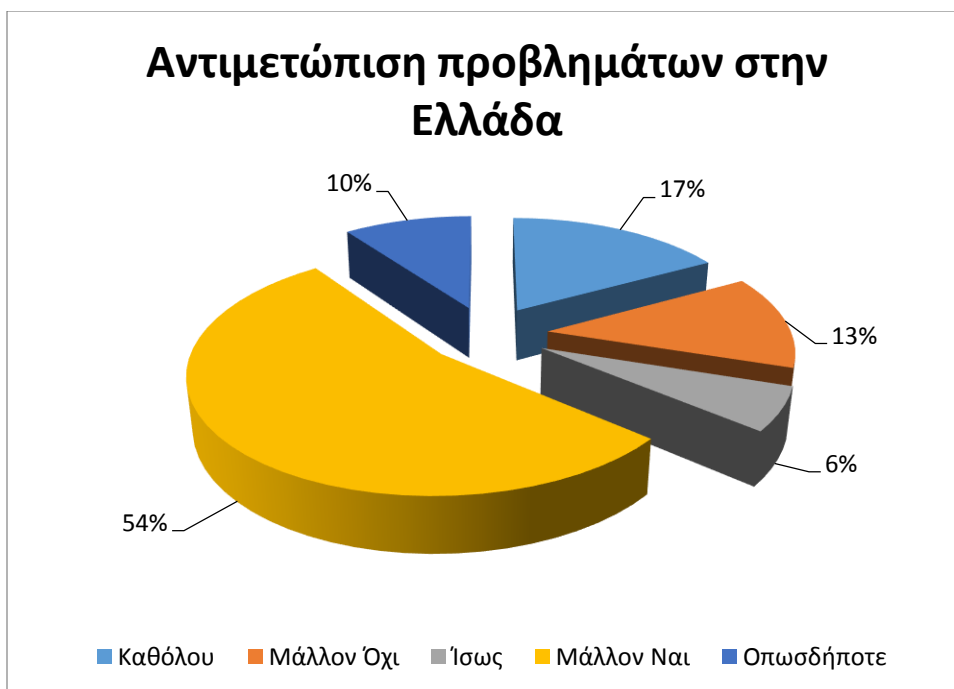
Η δυνατότητα διαμονής σε μοναστήρι δεν ενδιαφέρει καθόλου το 24%, μάλλον όχι δηλώνει το 17%, ίσως το 37%, μάλλον θα το ήθελε το 13% και μόνο το 9% το θεωρεί με βεβαιότητα σημαντικό παράγοντα για την επίσκεψη.

Η ύπαρξη νυχτερινής ζωής δεν αποτελεί σε καμία περίπτωση προαπαιτούμενο για το 21%, μάλλον όχι για το 30%, ίσως και να το ενδιέφερε το 11%, μάλλον θα ήθελε να υπάρχει δυνατότητα δηλώνει το 24% και σίγουρα θα την ήθελε το 13%.



Σχήμα 6-24: Συνδυαστική επίσκεψη αρχαιολογικών και θρησκευτικών χώρων

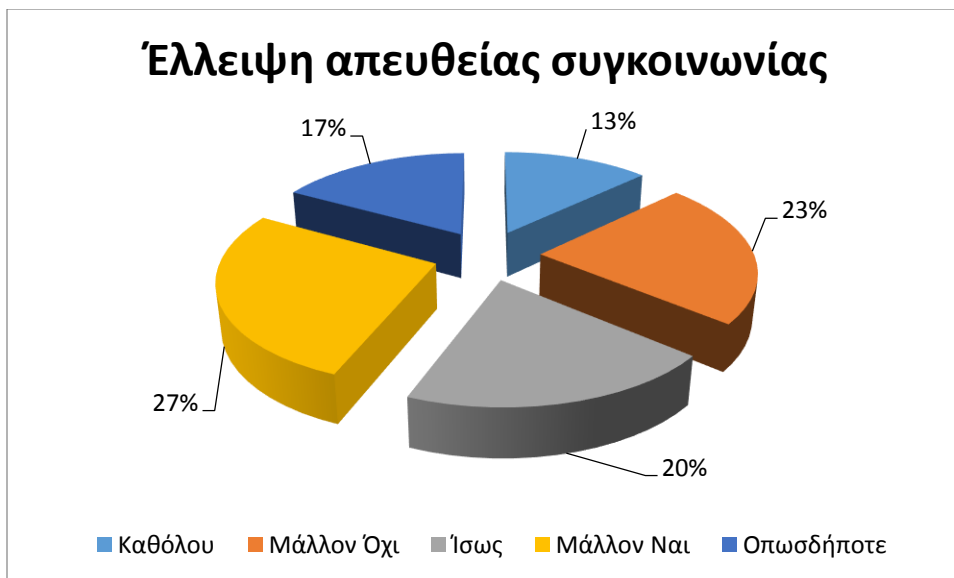
Σύμφωνα με το γράφημα 24, στην ερώτηση αν ενδιαφέρονται για συνδυαστικές επισκέψεις σε αρχαιολογικούς και θρησκευτικούς χώρους μίας περιοχής, από το σύνολο των ερωτηθέντων το 4% δεν ενδιαφέρεται καθόλου, το 11% μάλλον δεν ενδιαφέρεται, ίσως δηλώνει το 20%, θετικά διακείμενο εμφανίζεται το 46% και απολύτως βέβαιο το 19%.



Σχήμα 6-25: Αντιμετώπιση προβλημάτων ξένων ταξιδιωτών στην Ελλάδα

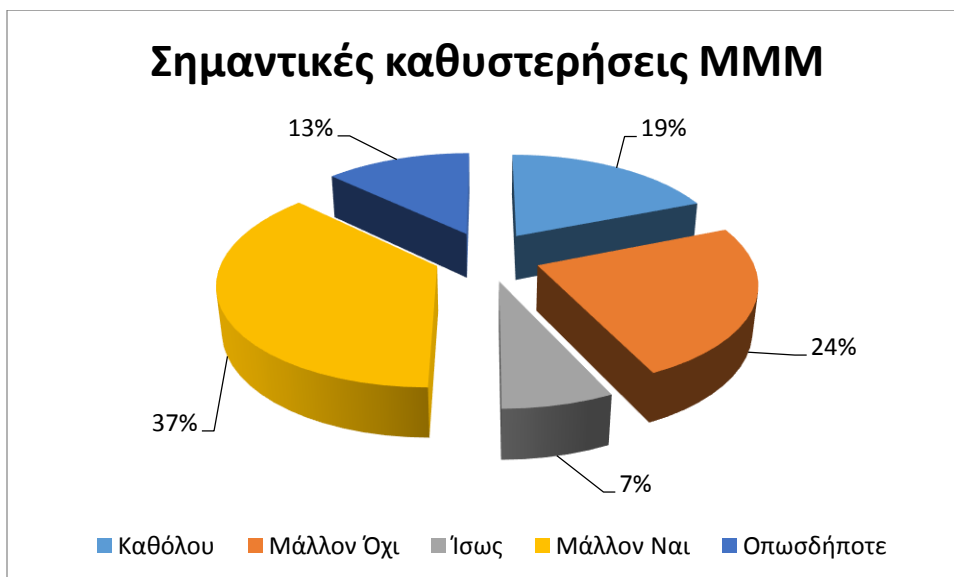
Παρατηρώντας το γράφημα 25, διαπιστώνουμε ότι η πλειοψηφία των ξένων ταξιδιωτών που επισκέπτονται τη χώρα μας αντιμετωπίζει κάποιες δυσκολίες και προβλήματα. Συγκεκριμένα, το 54% μάλλον ήρθε αντιμετώπιζε με κάποιου είδους δυσκολία, το 10% δηλώνει με βεβαιότητα ότι αντιμετώπισε κάποιο πρόβλημα, το 6% ίσως να αντιμετώπισε, το 13% των ερωτηθέντων μάλλον όχι και ένα 17% που δηλώνει ότι δεν είχε απολύτως κανένα πρόβλημα.

Προκειμένου να διερευνηθούν τα προβλήματα τα οποία αντιμετωπίζουν κατά κύριο λόγο οι ξένοι ταξιδιώτες στη χώρα μας και να αποσαφηνιστεί ο βαθμός της σημαντικότητας τους, παρατέθηκαν βασικά προβλήματα που συναντώνται με σχετική συχνότητα έτσι ώστε να δηλώσουν αν και σε τι μέγεθος τα αντιμετώπισαν.



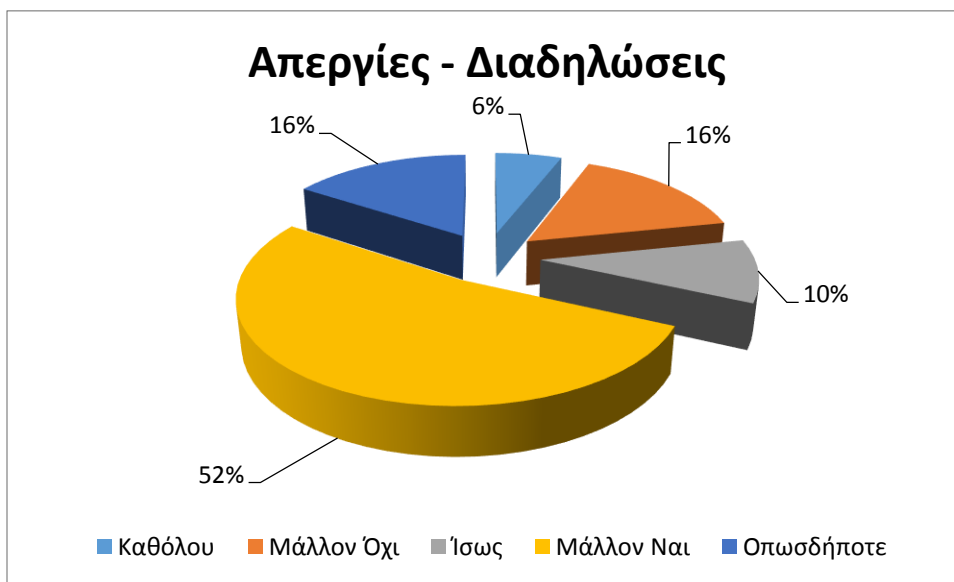
Σχήμα 6-26: Έλλειψη απευθείας συγκοινωνίας

Όπως φαίνεται στο γράφημα 26, το 13% των ερωτηθέντων δεν είχε ποτέ πρόβλημα με έλλειψη απευθείας συγκοινωνίας για τον προορισμό του, το 23% μάλλον δεν είχε, το 20% ίσως να αντιμετώπιζε κάποια δυσκολία, το 27% δηλώνει ότι μάλλον είχε πρόβλημα και το 17% ότι αδιαμφισβήτητα ήρθε αντιμέτωπο με αυτό.



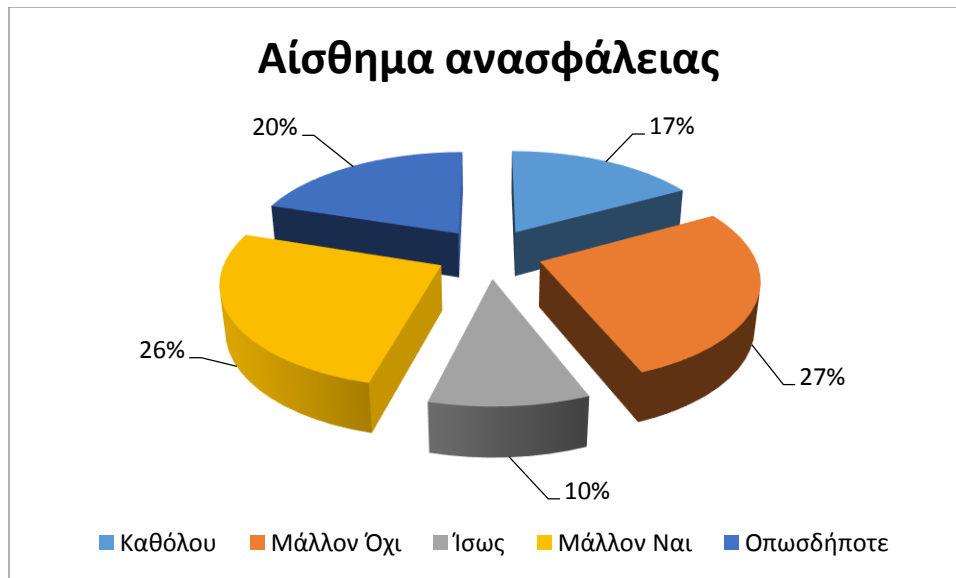
Σχήμα 6-27: Σημαντικές καθυστερήσεις MMM

Το γράφημα 27 παρουσιάζει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το αν αντιμετώπισαν σημαντικές καθυστερήσεις στα μέσα μαζικής μεταφοράς, όπου το 19% δηλώνει καθόλου, το 24% μάλλον όχι, το 7% ίσως να είχε, το 37% μάλλον ναι και το 13% δηλώνει με βεβαιότητα ότι αντιμετώπισε ορισμένες καθυστερήσεις.



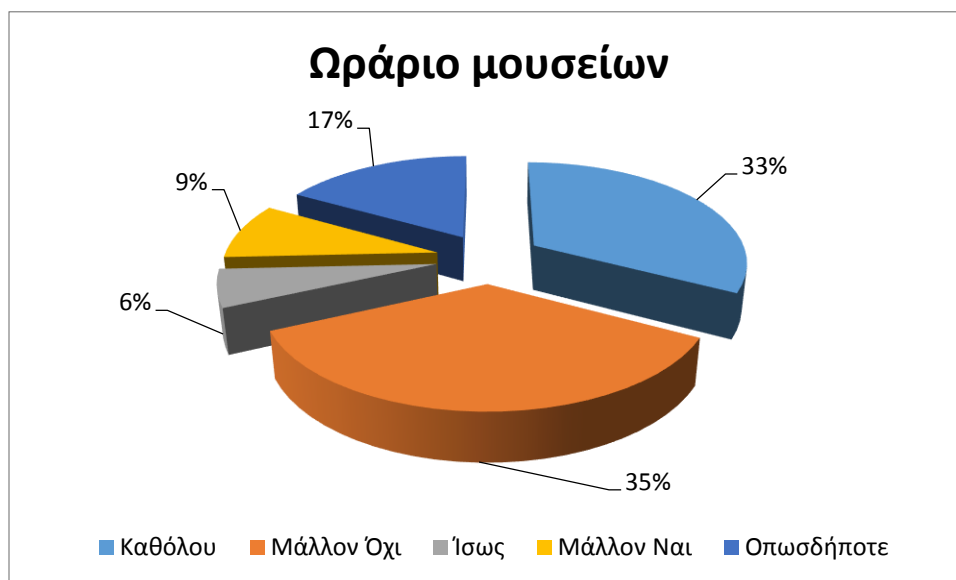
Σχήμα 6-28: Απεργίες και διαδηλώσεις

Παρατηρώντας το γράφημα 28, φαίνεται ξεκάθαρα ότι οι απεργίες και οι διαδηλώσεις αποτελούν συνηθισμένο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι ταξιδιώτες στην Ελλάδα και συγκεκριμένα το 52% δηλώνει ότι μάλλον ήρθε αντιμέτωπο, το 16% ότι σίγουρα ήρθε, το 10% ίσως, το 16% μάλλον όχι και ένα 6% που δηλώνει καθόλου.



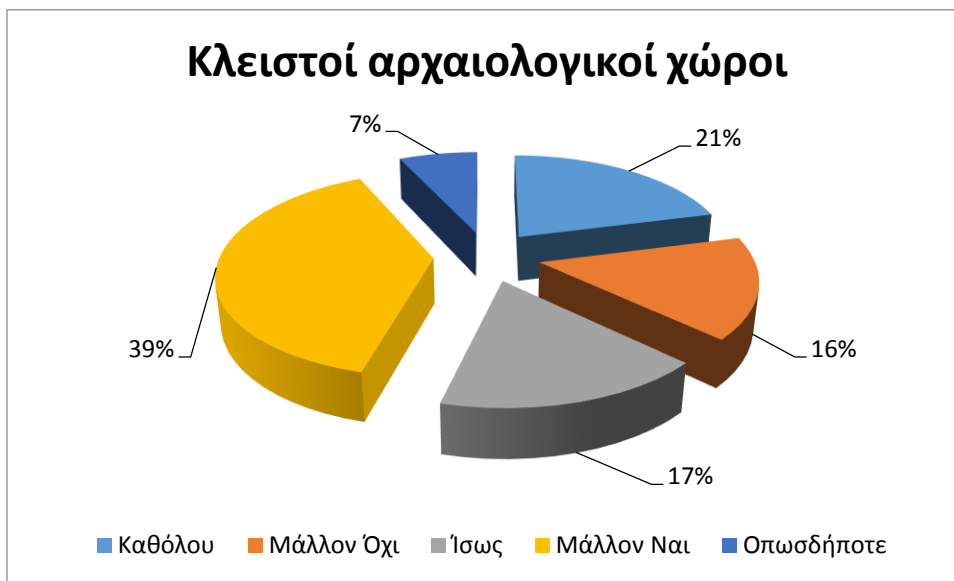
Σχήμα 6-29: Αίσθημα ανασφάλειας στους ταξιδιώτες

Όπως φαίνεται στο γράφημα 29, τα πράγματα όσον αφορά την ποσοστό των ταξιδιωτών που αισθάνονται ανασφάλεια στη χώρα μας είναι περίπου μοιρασμένο, με το 17% να δηλώνει καθόλου ανασφαλές, το 27% μάλλον όχι, ένα 10% ίσως, το 26% μάλλον ναι και το 20% να δηλώνει πλήρως ανασφαλές.



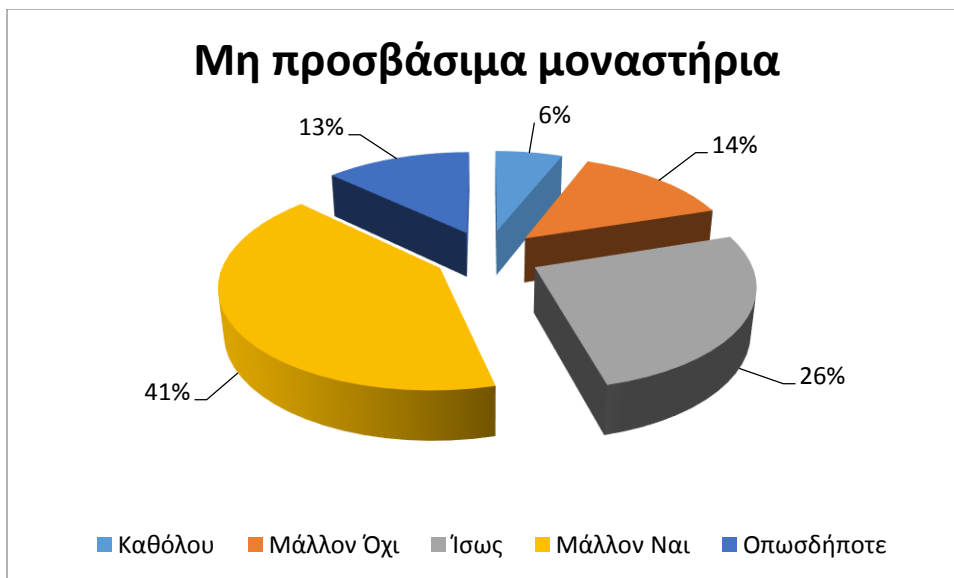
Σχήμα 6-30: Ωράριο των μουσείων

Στο γράφημα 30 παρουσιάζονται οι απαντήσεις των 70 ερωτηθέντων σχετικά με το ωράριο των μουσείων και αν αυτό αποτέλεσε πρόβλημα για την επίσκεψή τους, με το 33% να δηλώνει καθόλου, το 36% μάλλον όχι, το 6% ίσως, το 9% μάλλον ναι και το 17% σίγουρα ναι.



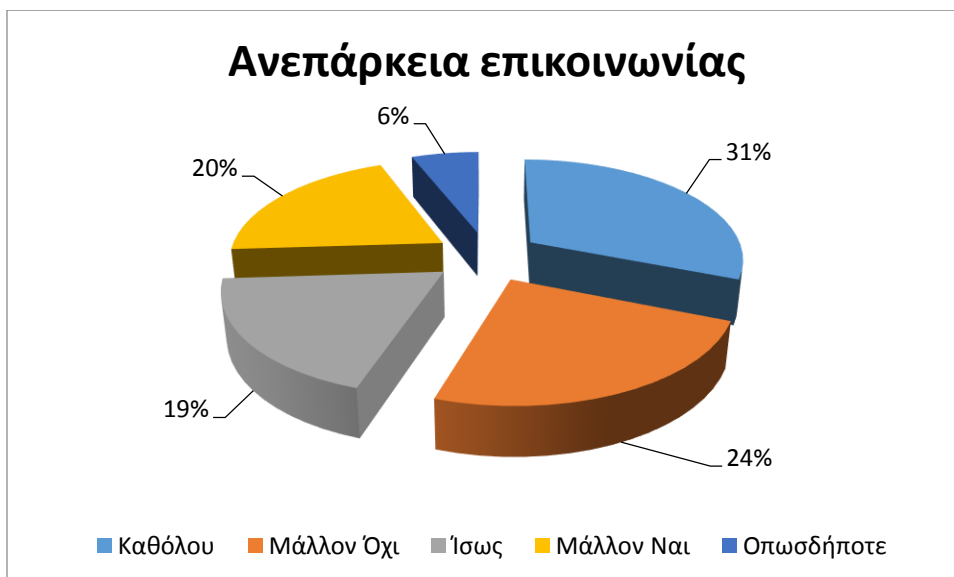
Σχήμα 6-31: Κλειστοί αρχαιολογικοί χώροι

Το γράφημα 31 παρουσιάζει το συχνό πρόβλημα των κλειστών αρχαιολογικών χώρων, όπου το 21% δηλώνει πως δεν είχε ποτέ τέτοιο πρόβλημα, το 16% μάλλον δεν είχε, το 17% ίσως να αντιμετώπισε, το 39% μάλλον ήρθε αντιμέτωπο και το 7% των ερωτηθέντων σίγουρα βρήκε αυτό το πρόβλημα.



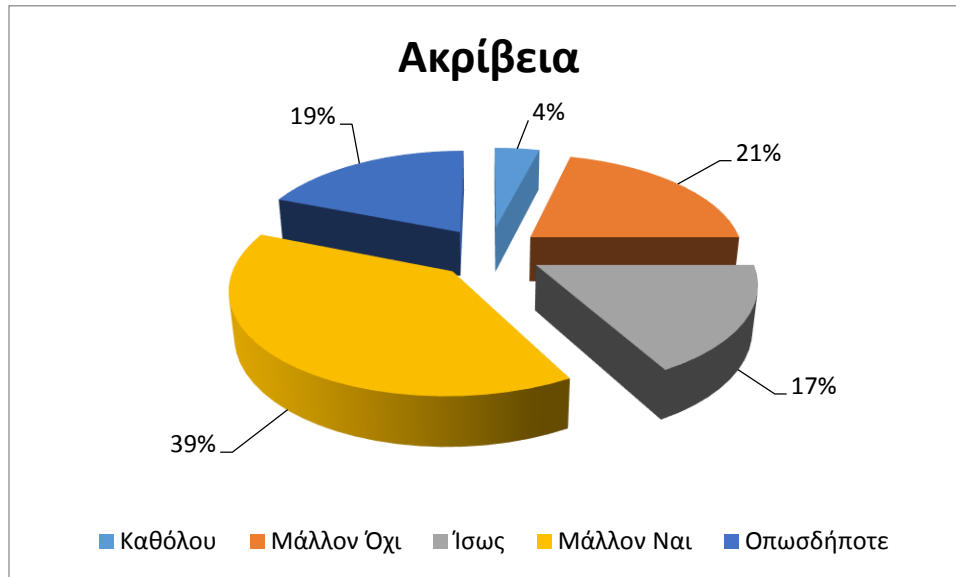
Σχήμα 6-32: Μη προσβάσιμα μοναστήρια για τους ταξιδιώτες

Σύμφωνα με το γράφημα 32, στην ερώτηση αν συνάντησαν κάποια μοναστήρια τα οποία θέλησαν να τα επισκεφθούν ωστόσο δεν υπήρχε πρόσβαση σε αυτά, το 6% δηλώνει πως δεν είχε ποτέ πρόβλημα, το 14% μάλλον δεν είχε, το 26% ίσως να είχε, το 41% μάλλον αντιμετώπισε αυτή την δυσκολία και ένα 13% που δηλώνει απόλυτα σίγουρο για το πρόβλημα που αντιμετώπισε.



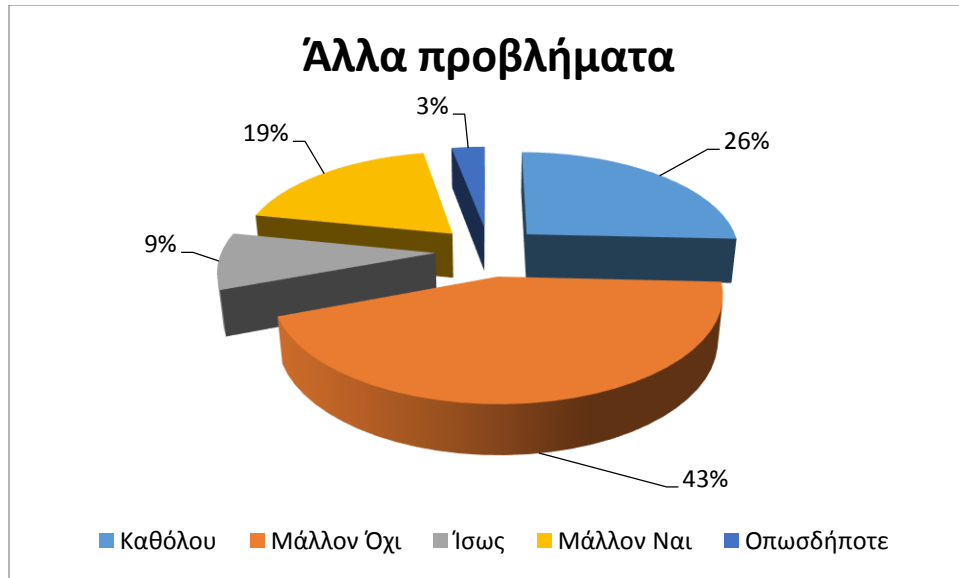
Σχήμα 6-33: Ανεπάρκεια επικοινωνίας με τους ταξιδιώτες

Το γράφημα 33 εμφανίζει τις απαντήσεις αναφορικά με το αν οι εισερχόμενοι ταξιδιώτες στη χώρα μας αντιμετωπίζουν πρόβλημα επικοινωνίας και συνεννόησης, με το 31% να δηλώνει καθόλου, το 24% μάλλον όχι, το 19% ίσως, το 20% μάλλον ναι και μόνο το 6% να δηλώνει απολύτως βέβαιο ότι αντιμετώπισε αυτό το πρόβλημα.



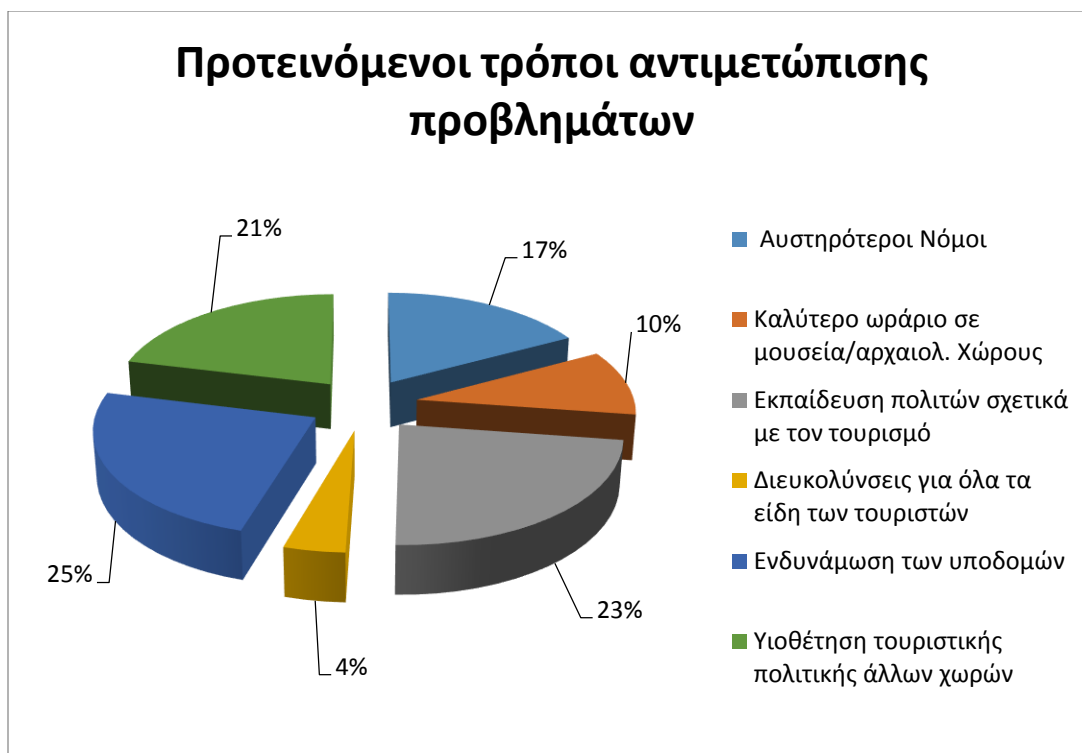
Σχήμα 6-34: Ακρίβεια των προϊόντων

Όπως φαίνεται στο γράφημα 34, η ακρίβεια δεν ταλανίζει μόνο τους Έλληνες αλλά και τους ξένους ταξιδιώτες που επισκέπτονται τη χώρα μας, με το 39% στην ερώτηση αν διαπιστώνει ακρίβεια στην Ελλάδα να απαντάει μάλλον ναι, το 19% σίγουρα ναι, το 17% ίσως να βρίσκει τα προϊόντα ακριβά, το 21% μάλλον όχι και μόνο το 4% να απαντάει καθόλου.



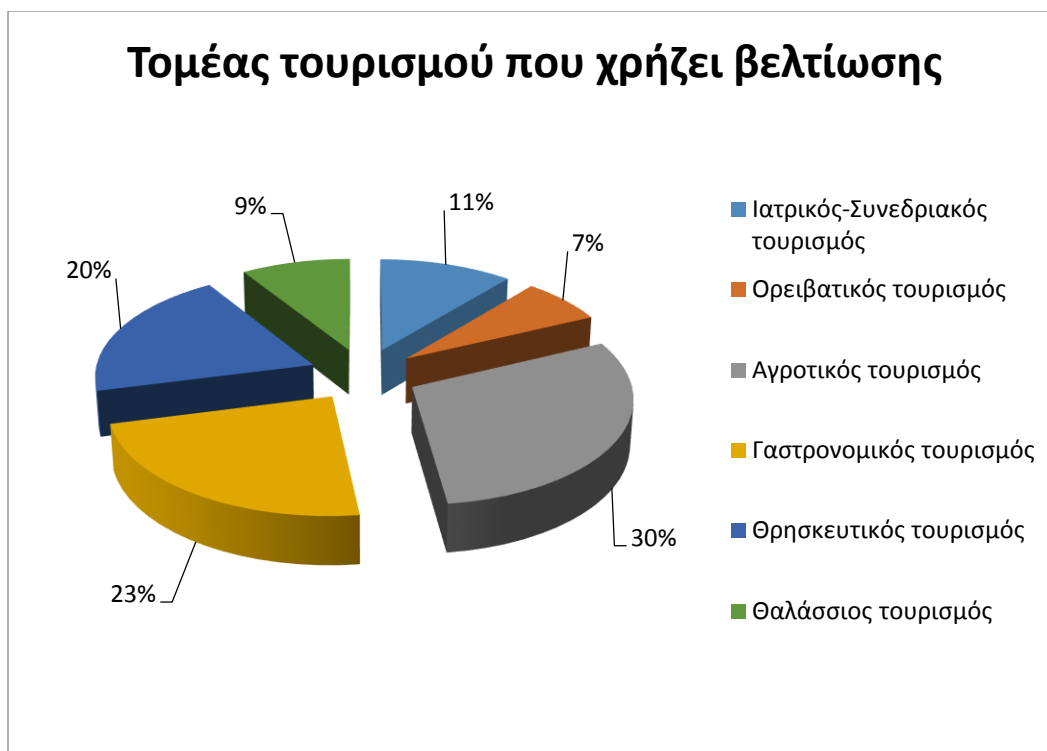
Σχήμα 6-35: Άλλα προβλήματα των ταξιδιωτών

Το γράφημα 35 παρουσιάζει τις απαντήσεις των εισερχόμενων στην Ελλάδα ταξιδιωτών σχετικά με το αν αντιμετώπισαν κάποιο άλλο πρόβλημα εκτός των προαναφερθέντων και πιο συχνά αντιμετωπίσιμων προβλημάτων, με το 26% να δηλώνει καθόλου, το 44% μάλλον όχι, το 9% ίσως, το 19% μάλλον ναι και τέλος ένα 3% να δηλώνει ότι σίγουρα αντιμετώπισε κάποιο άλλο πρόβλημα.



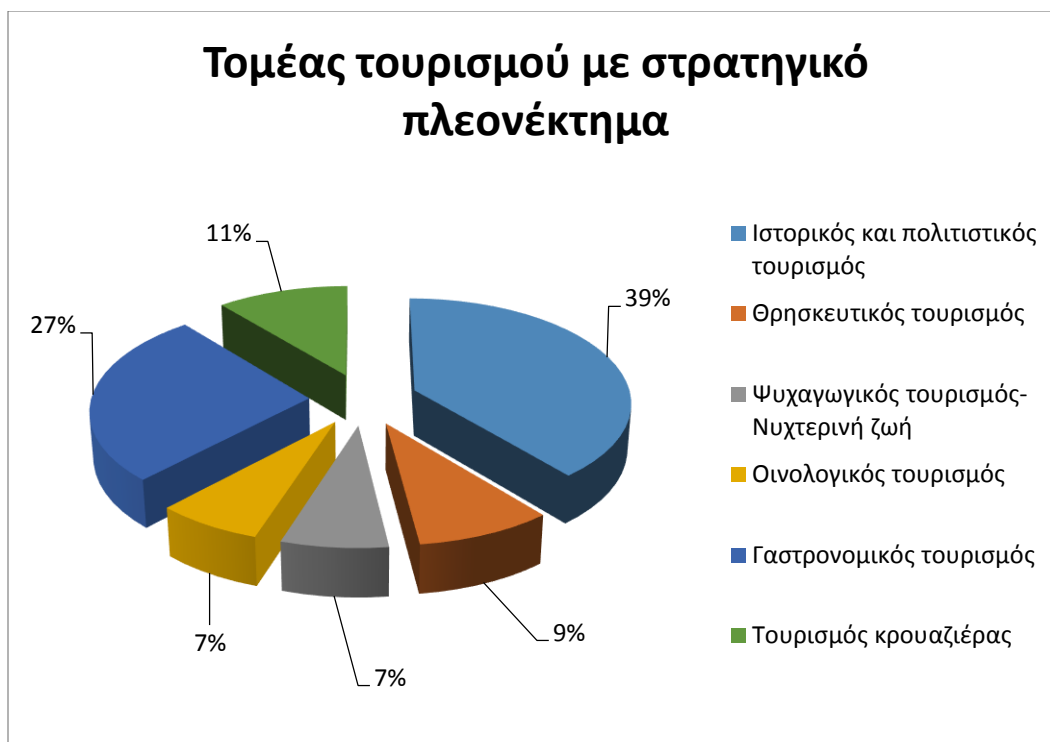
Σχήμα 6-36: Προτεινόμενοι τρόποι αντιμετώπισης προβλημάτων

Όπως φαίνεται στο γράφημα 36, οι ξένοι ταξιδιώτες που συμμετείχαν στην έρευνα κλήθηκαν να προτείνουν διάφορους τρόπους αντιμετώπισης των προβλημάτων και των δυσκολιών που τυχόν αντιμετώπισαν, με το 17% να προτείνει αυστηρότερους νόμους, το 10% καλύτερο και πιο ευέλικτο ωράριο στα μουσεία και στους αρχαιολογικούς χώρους, το 23% να προτείνει εκπαίδευση των πολιτών σχετικά με τον τουρισμό και τις βασικές αρχές που τον διέπουν, το 4% να ζητάει διευκολύνσεις για όλα τα είδη των τουριστών (ΑΜΕΑ, άτομα με κινητικές δυσκολίες κλπ), το 25% να υποστηρίζει την ανάγκη ενδυνάμωσης των υποδομών της χώρας και ένα 21% να δηλώνει ότι η υιοθέτηση της τουριστικής πολιτικής άλλων χωρών θα βοηθήσει στην περαιτέρω ελαχιστοποίηση και βελτίωση των διαφόρων προβλημάτων.



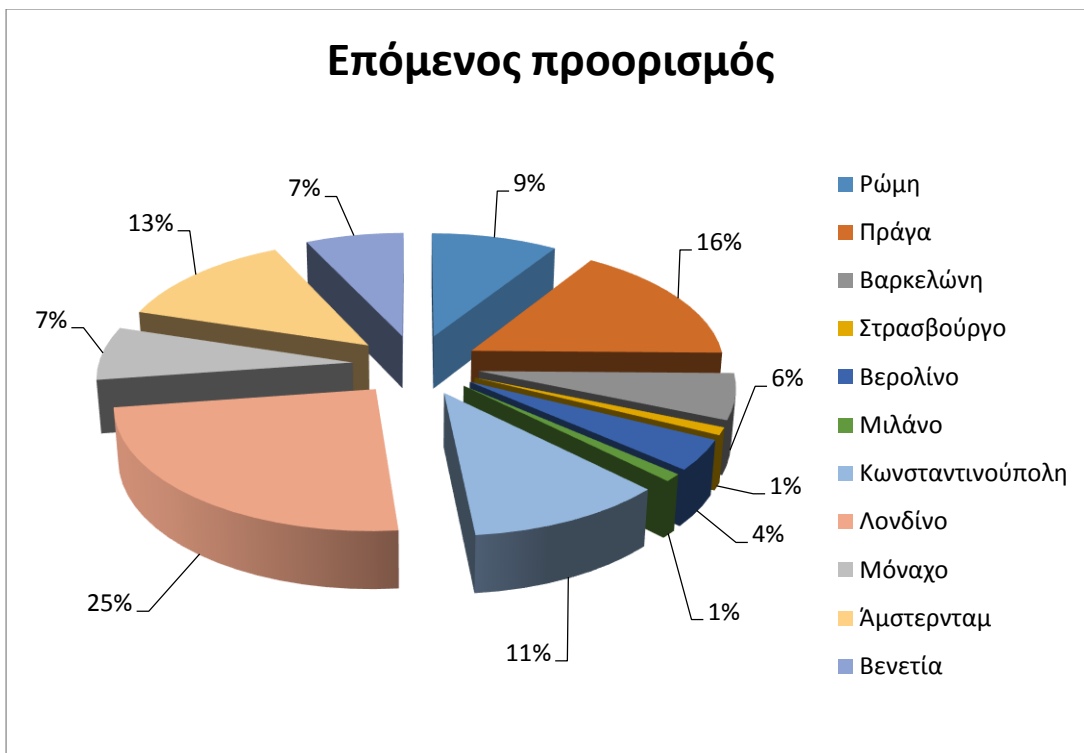
Σχήμα 6-37: Τομέας του τουρισμού που χρήζει βελτίωσης

Σύμφωνα με το γράφημα 37, οι συμμετέχοντες στην έρευνα στην ερώτηση ποιος είναι ο τομέας του τουρισμού που θεωρείτε ότι χρήζει βελτιώσεως στην Ελλάδα, το 11% πιστεύει ότι πρέπει να βελτιωθεί και να αναπτυχθεί ο ιατρικός συνεδριακός τουρισμός, το 7% ο ορειβατικός τουρισμός, το 30% ότι ο αγροτικός τουρισμός χρειάζεται περαιτέρω βελτίωση μιας και η Ελλάδα έχει έντονο τον αγροτικό τομέα, το 23% θεωρεί τον γαστρονομικό τουρισμό έναν πολύ καλό τομέα που θα μπορούσε να αναπτύξει η Ελλάδα (μεσογειακή διατροφή, προβολή τοπικών προϊόντων και γεύσεων), ένα 20% τον θρησκευτικό τουρισμό και ένα 9% τον τουρισμό που άπτεται της θάλασσας και των θαλάσσιων δραστηριοτήτων.



Σχήμα 6-38: Τομέας του τουρισμού με στρατηγικό πλεονέκτημα

Όπως γίνεται εμφανές στο γράφημα 38, στην ερώτηση ποιος πιστεύετε ότι είναι εκείνος ο τομέας τουρισμού που η Ελλάδα έχει στρατηγικό πλεονέκτημα έναντι όμορων κρατών, το 39% δηλώνει τον ιστορικό και πολιτιστικό τουρισμό, το 9% τον θρησκευτικό τουρισμό, το 7% τη νυχτερινή ζωή και τον ψυχαγωγικό τουρισμό, ένα άλλο 7% τον τουρισμό που σχετίζεται με την οινολογία και την οινογνωσία, το 27% τον γαστρονομικό τουρισμό και ένα 11% τον τουρισμό που αφορά την κρουαζιέρα.



Σχήμα 6-39: Επόμενος προορισμός των ταξιδιωτών

Τέλος, στο γράφημα 39 παρουσιάζονται οι επόμενοι προορισμοί των 70 ταξιδιωτών που συμμετείχαν στην έρευνα. Συγκεκριμένα, το 9% θα επισκεφθεί τη Ρώμη, το 16% την Πράγα, το 6% την Βαρκελώνη, το 1% το Στρασβούργο, το 4% το Βερολίνο, ένα άλλο 1% θα πάει στο Μιλάνο, το 11% των ερωτηθέντων στην Κωνσταντινούπολη, το 25% στο Λονδίνο, το 7% στο Μόναχο, ένα 13% στο Άμστερνταμ και τέλος ένα 7% στη Βενετία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από την εμπειρική έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας, συλλέχθηκε σημαντικός όγκος πληροφοριών όσον αφορά τους εισερχόμενους ταξιδιώτες στην Ελλάδα, ο οποίος είναι ικανός για την εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων.

Αναλύοντας τα στατιστικά στοιχεία, όπως αυτά διαμορφώθηκαν μέσα από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, προκύπτει ότι το 63% ανήκει στις ηλικίες από 18 έως και 44, το 23% από 45 έως και 59 ενώ μόνο το 14% είναι πάνω από 60, γεγονός το οποίο δείχνει ότι η πλειοψηφία των εισερχομένων ταξιδιωτών αποτελείται από νέους σχετικά ανθρώπους.

Όσον αφορά το μορφωτικό τους επίπεδο, το 55% είναι απόφοιτοι πανεπιστημίου ή και κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, το 39% έχει τελειώσει το αντίστοιχο λύκειο και μόνο το 6% είναι απόφοιτοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης. Αυτό φανερώνει ότι ο μεγαλύτερος όγκος των ταξιδιωτών είναι άνθρωποι καταρτισμένοι και με υψηλό μορφωτικό επίπεδο.

Στην ερώτηση αν ταξιδεύουν μόνοι ή με παρέα, το 87% βρίσκεται στην Ελλάδα με παρέα ή με την οικογένεια του ενώ μόνο το 13% επιλέγει να ταξιδέψει μόνο του. Επιπλέον, το 67% των ερωτηθέντων δηλώνει ότι οι ετήσιες απολαβές του κυμαίνονται από 10.001 έως 60.000 ευρώ, το 14% ανήκει σε υψηλότερα εισοδηματικά κλιμάκια με ετήσιο εισόδημα πάνω από 60.000 ευρώ ενώ το 19% λαμβάνει κάτω από 10.000 ευρώ ετησίως.

Ενδιαφέρον αποτελεί το γεγονός ότι το 55% των ατόμων που επιλέγουν να επισκεφθούν τη χώρα μας είναι ιδιωτικοί ή δημόσιοι υπάλληλοι, το 17% είναι φοιτητές, το 13% ασχολείται με το εμπόριο, το 9% είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, μόλις το 1% άνεργοι και το υπόλοιπο 6% ασχολείται με κάτι άλλο πλην των προαναφερθέντων.

Όσον αφορά τη χώρα καταγωγής τους, από τα 70 άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα το 60% προερχόταν από ευρωπαϊκές χώρες, το 19% από τη Ρωσία, το 11% από την Αυστραλία, το 6% ήταν Αμερικανοί υπήκοοι και το 3% (2 άτομα) από την Αίγυπτο. Επίσης, το 69% εξ αυτών δεν είχε επισκεφθεί ξανά την Ελλάδα στο παρελθόν, σε αντίθεση με το 31% που είχε επιλέξει και άλλη φορά τη χώρα μας.

Για το 57% των ερωτηθέντων, ο κύριος σκοπός του ταξιδιού τους αποτελεί η διασκέδαση σε όλα τα επίπεδα, το 27% δηλώνει πως βρίσκεται στη χώρα μας για δουλειές και υποχρεώσεις, το 11% έχει ως πρωταρχικό παράγοντα το πολιτιστικό ενδιαφέρον και μόνο το 4% το θρησκευτικό ενδιαφέρον. Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τα στοιχεία που προκύπτουν, το 70% επιλέγει να μείνει από 3 έως 10 μέρες, το 21% πάνω από 10 μέρες ενώ το 9% δηλώνει πως η διαμονή του δεν θα υπερβεί τις 3 μέρες.

Στην ερώτηση αν σκοπεύουν να επισκεφθούν άλλη μέρη εκτός της Αθήνας, το 56% δηλώνει ναι και το 44% όχι. Από αυτό το 56% (39 άτομα), το 46% θα επισκεφθεί τους Δελφούς, το 33% τις Μυκήνες, το 15% το Ναύπλιο και το 5% την Τήνο, επιβεβαιώνοντας τη συνήθεια των ξένων επισκεπτών να επισκέπτονται γνωστούς αρχαιολογικούς χώρους περίξ των Αθηνών.

Ο μέσος όρος των χρημάτων που σκοπεύουν να δαπανήσουν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους για το 70% των ταξιδιωτών ανέρχεται στα 800 ευρώ, το 19% εκτιμά πως θα κινηθεί από 1.300 έως και 2.000 ευρώ ενώ το 11% έχει σχεδιάσει ένα αρκετά οικονομικό ταξίδι δαπανώντας μέχρι 300 ευρώ. Επιπλέον, ερωτηθέντες για το ποσό που έχουν υπολογίσει να δαπανούν ημερησίως, το 68% θα ξοδεύει από 30 έως 79 ευρώ, το 19% από 80 έως 149 ευρώ και ένα 13% προγραμματίζει ημερήσια έξοδα πάνω από 150 ευρώ.

Περνώντας σε ερωτήσεις που άπτονται των προτιμήσεων των ξένων ταξιδιωτών στη χώρα μας σχετικά με τον πολιτιστικό τουρισμό, το 83% δηλώνει πως προτίθεται να επισκεφθεί κάποιο μουσείο κατά την παραμονή του στην Ελλάδα, σε αντίθεση με το 17% που δεν έχει ως πλάνο αυτή την προοπτική. Επίσης, διερευνώντας το βαθμό ενδιαφέροντος για επίσκεψη σε κάποιο αρχαιολογικό χώρο, παρατηρούμε ότι το 63% δηλώνει ξεκάθαρα ότι θέλει να επισκεφθεί, το 21% ίσως να επισκεφθεί και το 16% δεν ενδιαφέρεται για κάποια τέτοιου είδους επίσκεψη.

Στην ερώτηση πόσο γνώριμοι τους είναι ορισμένοι βασικοί αρχαιολογικοί χώροι της Ελλάδας, διαπιστώνουμε ότι για τις Μυκήνες «μάλλον ναι» και «οπωσδήποτε» δηλώνει το 66% των ταξιδιωτών, για τους Δελφούς το 64% των ταξιδιωτών, για την αρχαία Επίδαυρο το 54%, για τον Μυστρά το 30%, για το αρχαίο θέατρο της Δωδώνης το 23%, για τη Βεργίνα 35% και για τον αρχαιολογικό χώρο της Κνωσού το 43% των ξένων ταξιδιωτών.

Ενδιαφέρον έχουν επίσης οι απαντήσεις όσων συμμετείχαν στην έρευνα αναφορικά με τις παράλληλες δραστηριότητες που θα ήθελαν να κάνουν κατά την επίσκεψη τους σε μία περιοχή αρχαιολογικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Πιο συγκεκριμένα, η δυνατότητα για βόλτες στη φύση αποτελούν κριτήριο για το 59% των ταξιδιωτών, οι θαλάσσιες δραστηριότητες για το 55%,

η πολυτελής διαμονή για το 52%, η νυχτερινή ζωή για το 43%, οι δουλειές για το 36% και τέλος ο συνδυασμός με επίσκεψη σε κάποιο μοναστήρι το 44% των ταξιδιωτών.

Συνεχίζοντας με ερωτήσεις διερεύνησης των προθέσεων των ταξιδιωτών σχετικά με τον θρησκευτικό τουρισμό στη χώρα μας, το 46% δηλώνει ότι κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του προτίθεται να επισκεφθεί κάποιο χώρο θρησκευτικού ενδιαφέροντος, το 20% ίσως να επισκεφθεί και το 34% δεν διαβλέπει τέτοια προοπτική. Από το 46% (32 άτομα) που δήλωσαν ότι θα επισκεφθούν κάποιον θρησκευτικό χώρο, «μάλλον ναι» και «οπωσδήποτε» δηλώνει το 72% για συνδυασμό με βόλτες στη φύση, το 62% για θαλάσσιες δραστηριότητες, το 44% για νυχτερινή ζωή, το 50% για συνδυαστική επίσκεψη σε κάποιον αρχαιολογικό χώρο και μόνο ένα 13% για δουλειές.

Όσον αφορά το κίνητρο για να επισκεφθούν κάποιο μοναστήρι ή γενικότερα κάποιο χώρο θρησκευτικού ενδιαφέροντος, η απλή επίσκεψη στο μέρος συγκεντρώνει 69% στις βαθμίδες «μάλλον ναι» και «οπωσδήποτε», η προσευχή συγκεντρώνει 40%, η απόδραση από τη ρουτίνα της καθημερινότητας 58% και η παραδοσιακή φιλοξενία το 50% των ερωτηθέντων στις αντίστοιχες βαθμίδες.

Εξετάζοντας το βαθμό γνώσης βασικών θρησκευτικών χώρων της πατρίδας μας, διαπιστώνουμε ότι τα πλέον γνωστά είναι τα Μετέωρα και το Άγιο Όρος ενώ άλλες μονές και εκκλησίες δεν είναι τόσο γνωστές και προβεβλημένες στους ξένους ταξιδιώτες. Συγκεκριμένα, στις βαθμίδες «μάλλον ναι» και «οπωσδήποτε» τα Μετέωρα συγκεντρώνουν το 55% των ταξιδιωτών, το Άγιο Όρος το 42%, η Εκατονταφυλιανή της Πάρου το 36%, η Παναγία της Τήνου το 33%, ο Άγιος Σπυρίδωνας στην Κέρκυρα το 18% και η Παναγία Σουμελά στο Βέρμιο μόλις το 7% των ερωτηθέντων για τις παραπάνω βαθμίδες.

Χρήσιμες πληροφορίες και συμπεράσματα προέκυψαν και από τις ερωτήσεις που αφορούσαν τη γνώμη τους σχετικά με τις υποδομές, τα προβλήματα αλλά και τις προτάσεις τους για τον τουρισμό στην Ελλάδα. Αναλυτικότερα, η ύπαρξη εύκολης πρόσβασης προς το μέρος ενδιαφέροντος είναι επιθυμητή και αναγκαία για το 76% των ταξιδιωτών, ίσως να είναι για το 11% και δεν αποτελεί απαραίτητη συνθήκη για το 13%. Η γεινίαση με πόλη ή χωριό είναι απαραίτητη για το 61%, ίσως να είναι για το 16% και δεν χρειάζεται στο 23%. Η εγγύτητα με αεροδρόμιο ή λιμάνι είναι αναγκαία για το 52% των ξένων ταξιδιωτών, ίσως να είναι για το 31% και δεν αποτελεί τροχοπέδη για το 20%. Η δυνατότητα διαμονής σε μοναστήρι αποτελεί κριτήριο επιλογής για το 22%, ίσως να αποτελεί για το 37% και δεν αποτελεί αναγκαιότητα για το 41%.

Τέλος, η νυχτερινή ζωή χαρακτηρίζεται ως απαραίτητη από το 37%, ίσως δηλώνει το 11% και δεν δείχνει να την χρειάζεται το 51% των ερωτηθέντων.

Ενθαρρυντικό είναι το γεγονός ότι στο ερώτημα αν θα ήθελαν να πραγματοποιήσουν κάποια συνδυαστική επίσκεψη σε αρχαιολογικούς και θρησκευτικούς χώρους μίας περιοχής, το 65% δηλώνει «μάλλον ναι» και «οπωσδήποτε» και μόνο το 15% δηλώνει αρνητικό, γεγονός το οποίο αποπνέει μεγάλες ελπίδες και προοπτικές ανάπτυξης πολλών περιοχών της Ελλάδας, όπου συνυπάρχουν αρχαιολογικοί χώροι και θρησκευτικά μνημεία.

Στη συνέχεια της έρευνας, τέθηκαν στους ξένους ταξιδιώτες ερωτήματα αναφορικά με τα προβλήματα που ενδεχομένως αντιμετώπισαν κατά την παραμονή τους στη χώρα, και οι απαντήσεις τους ήταν χαρακτηριστικές της γενικότερης κατάστασης και των παθογενειών που αντιμετωπίζουμε όλοι μας στην καθημερινότητα μας.

Αναλυτικότερα, το 64% των ταξιδιωτών δηλώνει «μάλλον ναι» και «οπωσδήποτε» στο αν αντιμετώπισε κάποιο πρόβλημα, το 6% ίσως να αντιμετώπισε και το 30% θεωρεί ότι δεν ήρθε αντιμετώπιμο με κάποιου είδους δυσλειτουργία. Στα προβλήματα τα οποία δόθηκαν προς αξιολόγηση στους ερωτηθέντες, η έλλειψη απευθείας συγκοινωνίας συγκεντρώνει στις βαθμίδες «μάλλον ναι» και «οπωσδήποτε» το 44%, οι καθυστερήσεις στα μέσα μαζικής μεταφοράς το 50%, οι απεργίες και οι διαδηλώσεις το 68%, το αίσθημα ανασφάλειας το 46%, το ωρολόγιο πρόγραμμα των μουσείων το 26%, οι κλειστοί αρχαιολογικοί χώροι το 46%, τα μη προσβάσιμα μοναστήρια το 54%, η ανεπάρκεια στην επικοινωνία το 26%, η ακρίβεια το 58% και η ύπαρξη άλλου είδους προβλημάτων το 22%.

Στην ερώτηση τι θα προτεινάτε ως τρόπους αντιμετώπισης των προαναφερθέντων προβλημάτων, παρατηρούμε μία ποικιλία ως προς τις απαντήσεις και τις προτεινόμενες λύσεις, γεγονός το οποίο συνδέεται με τη διαφορετική κουλτούρα κάθε ταξιδιώτη καθώς και των εμπειριών που έχει αποκομίσει μέσα από τα ταξίδια του. Από τους 70 ερωτηθέντες, το 17% πιστεύει ότι χρειάζεται αυστηρότερη νομοθεσία γύρω από τον τουρισμό, ένα 10% θεωρεί ότι πρέπει να βελτιώσουμε το ωρολόγιο πρόγραμμα των μουσείων και των αρχαιολογικών χώρων, ένα 23% διαπιστώνει ότι χρειάζεται ενημέρωση και καθοδήγηση των πολιτών σχετικά με το τουριστικό γίνεσθαι, μία σημαντική μερίδα ταξιδιωτών μέσω του 25% δηλώνει ότι πρέπει να βελτιώσουμε τις υποδομές μας σαν χώρα, ένα 21% προτείνει την υιοθέτηση τουριστικών πολιτικών που έχουν εφαρμοσθεί με επιτυχία σε άλλες χώρες και τέλος ένα 4% υποστηρίζει ότι θα βοηθούσε η διευκόλυνση όλων των ειδών των ταξιδιωτών.

Από το σύνολο των ταξιδιωτών, το 11% πιστεύει ότι ο τομέας του τουρισμού που χρήζει βελτιώσεως και θα μπορούσε να αναπτυχθεί σε σημαντικό βαθμό στην Ελλάδα είναι ο ιατρικός συνεδριακός τουρισμός, το 7% θεωρεί τον ορειβατικό τουρισμό εξαιτίας των πολλών ορεινών περιοχών της χώρας μας, ένα μεγάλο ποσοστό όπως είναι το 30% πιστεύει ότι ο αγροτικός τουρισμός μπορεί να προσφέρει πολλά περισσότερα από ότι σήμερα, το 20% δείχνει τον θρησκευτικό τουρισμό ως εκείνο τον τομέα που υστερεί σε ανάπτυξη, το 23% θεωρεί ότι η γαστρονομία είναι ένας τομέας που αν αναπτυχθεί θα προσφέρει σημαντικά έσοδα στην Ελλάδα και τέλος ένα 9% δείχνει τον τουρισμό που άπτεται των θαλάσσιων δραστηριοτήτων ως εκείνο το είδος τουρισμού που θα πρέπει να βελτιωθεί στη χώρα μας.

Στην ερώτηση αναφορικά με το ποιος πιστεύετε ότι είναι εκείνος ο τομέας του τουρισμού όπου η Ελλάδα έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σύγκριση με όμορες χώρες, οι απαντήσεις ήταν σε ένα σημαντικό βαθμό σύμφωνες με τις δυνατότητες της χώρας μας και συγκεκριμένα το 39% των ταξιδιωτών θεωρεί τον ιστορικό και πολιτιστικό τουρισμό, το 9% τον θρησκευτικό τουρισμό, το 7% τη νυχτερινή ζωή και τη διασκέδαση, ένα άλλο 7% την οινοποιία και την οινογνώσια, το 11% τον τουρισμό κρουαζιέρας και τέλος ένα μεγάλο ποσοστό εκπεφρασμένο μέσω του 27% των απαντήσεων τον τομέα της γαστρονομίας.

Κλείνοντας αυτή την έρευνα σχετικά με τα βασικά στοιχεία, τις προτιμήσεις και τις απόψεις των ξένων ταξιδιωτών στη χώρα μας, τους ζητήθηκε να δηλώσουν τον επόμενο προορισμό τους, όπου η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων σχεδιάζει να επισκεφθεί κάποια ευρωπαϊκή πόλη, με μεγαλύτερο ποσοστό προτίμησης το Λονδίνο με 25% και χαμηλότερο ποσοστό προτίμησης το Μιλάνο και το Στρασβούργο με 1% αμφότερα.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ:

Το ερωτηματολόγιο που ακολουθεί αποτελεί τμήμα της διπλωματικής μου εργασίας με θέμα «Σύγχρονες Μορφές Τουρισμού: Πολιτιστικός και Θρησκευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα», που εκπονήθηκε στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος «Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική» του Πανεπιστημίου Πειραιώς. Κατασκευάστηκε με γνώμονα τα κύρια απαιτούμενα της έρευνας, είναι ανώνυμο, αποτελείται από 30 ερωτήσεις και αποτέλεσε την κύρια και μοναδική πηγή πληροφόρησης για τη στατιστική ανάλυση και την εξαγωγή των συμπερασμάτων.

Are you ?*

- Male
- Female

How old are you ?*

- 18-29
- 30-44
- 45-59
- >60

Education level ?*

- Primary
- High school
- University
- Post Graduate

Are you travelling ?*

- Alone
- With company
- With family

Annual income (in euros) ?*

- < 10.000
- 10.001 - 35.000
- 35.001 - 60.000
- 60.001 - 85.000
- > 85.000

Occupation ?*

- Civil servant
- Private sector employee
- Self employed
- Trade
- Student
- Unemployed
- Other

Where do you come from ?*

Have you ever visited Greece before ?*

- Yes
- No

Purpose of visit ?*

- Business
- Entertainment
- Acquaintancies
- Cultural interest
- Religious interest

Trip duration ? (days)*

- < 3
- 3 - 5
- 6 - 10
- > 10

Excluding Athens, are you going to visit other places ?*

- Yes
- No

If yes, where ?

Trip' s planned expenses ? (in euros)*

- < 300
- 300 - 799
- 800 - 1299
- 1300 - 2000
- > 2000

Estimated daily expenses per person ? (in euros)*

- < 30
- 30 - 79
- 80 - 149
- > 150

During your trip, are you going to visit any museums ?*

- Yes
- No

Are you interested in visiting archaeological sites ?*

1 2 3 4 5

Not at all Definitely

Are you familiar with any of the following landmarks of archaeological interest ?*

	Not at all	Rather not	Maybe	Rather yes	Definitely
Mycenae	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Delfi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Epidaurus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mystras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ancient Theater of Dodoni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vergina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Knossos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Along with visiting any place of archaeological interest, what else would you like to do in the area ?*

	Not at all	Rather not	Maybe	Rather yes	Definitely
Strolling in nature	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Activities by the sea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luxurious living	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Night life	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Business	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visiting monasteries in the area	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Would you consider visiting any place of religious interest during your trip ?*

1 2 3 4 5

Not at all Definitely

If yes, what else would you like to do in the area ?

	Not at all	Rather not	Maybe	Rather yes	Definitely
Strolling in nature	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Activities by the sea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Night life	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Business	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visiting archaeological sites in the area	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

If you are visiting a place of religious interest, what would you consider ?*

	Not at all	Rather not	Maybe	Rather yes	Definitely
See the place	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pray	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Escape from everyday routine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
To live the traditional hospitality	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Do you know any of the following religious places ?*

	Not at all	Rather not	Maybe	Rather yes	Definitely
Meteora	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mount Athos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Church of Ekatontapiliani Parou	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saint Mary 's church on Tinos island	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saint Mary 's church on mount Vermion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saint Spyridon church in Corfu island	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Religious and cultural interest aside, how do you rate the following supplementary qualities ?*

	Not at all	Rather not	Maybe	Rather yes	Definitely
Easy approach	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Close proximity to town/village	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Close to port/airport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibility of staying in the monastery	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Night life	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Would you be interested in taking a tour in both archaeological and religious sites of an area ?*

1 2 3 4 5

Not at all Definitely

As far as this (or any previous) trip to Greece, have you ever encountered any kind of problems ?*

1 2 3 4 5

Not at all Definitely

Based on present or past experiences in Greece, did you encounter any of the problems below ?*

	Not at all	Rather not	Maybe	Rather yes	Definitely
No direct transportation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considerable delay of means of transport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Strikes / Riots	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Feeling insecure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museums' timetable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Closed archaeological sites	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Non accessible monasteries	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Communication inefficiency	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Expensiveness	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Other problem/s	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

What would you propose to the authorities to confront these problems ?*

According to you, which type of tourism in Greece needs to be improved the most ?*

In which specific domain of tourism Greece could have a strategic advantage compared to adjacent countries ?*

What is your next destination ?*

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Αλεξανδράκη-Κριτσωτάκη, Ρ. (2000), Τουριστική οικονομία, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα

Ανδριώτης, Κ. (2008), Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα

Αποστολόπουλος, Κ., Σδράλη, Δ. (2009), Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου, Εκδόσεις Ελληνοεκδοτική, Αθήνα

Απέργης, Φ. (2011), Πολιτιστικός τουρισμός; Τι είναι αυτό;, Εφημερίδα Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, Περιοδικό Επτά

Βαρβαρέσος, Σ. (2000), Τουρισμός: οικονομικές προσεγγίσεις, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα

Βαρβαρέσος, Σ. (1998), Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα

Βιταλουδίτη, Ο. (2000), Τουριστικό μάρκετινγκ φορέων, οργανώσεων και επιχειρήσεων, Εκδόσεις ΕΑΠ, Αθήνα

Ζαχαράτος, Γ. (1999), Οικονομική του τουρισμού και οργάνωση των τουριστικών ταξιδιών, Εκδόσεις ΕΑΠ, Αθήνα

Ηγουμενάκης, Ν. (2007), Τουριστική οικονομία, Τόμος Α, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

Κόνσολα, Ν. (2006), Πολιτιστική ανάπτυξη και πολιτική, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα

Κωστάκης, Μ. (2005), Εισήγηση για το συνέδριο «Πολιτιστικός τουρισμός και ανάπτυξη» και θέμα «Τουρισμός-Πολιτισμός: Η διεθνής εμπειρία»

Λαγός, Δ. (2005), Τουριστική οικονομική, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα

Μοίρα, Π. (2009), Θρησκευτικός τουρισμός, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

Μπιτσάνη, Ε. (2004), Πολιτισμική διαχείριση και περιφερειακή ανάπτυξη: σχεδιασμός πολιτιστικής πολιτικής και πολιτιστικού προϊόντος, Εκδόσεις Διόνικος, Αθήνα

Παπαδάκη-Τζεδάκη, Σ. (1999), Ενδογενής τουριστική ανάπτυξη, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα

Παυλόπουλος, Π. (2001), Οικονομική και τουριστική πολιτική, Εκδόσεις ΙΤΕΠ, Αθήνα

Σφακιανάκης, Μ. (2000), Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα

Τσάρτας, Π. (1996), Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό, Εκδόσεις Εξάντας, Αθήνα

Χασσίδ, Ι., Φαφαλιού, Ε. (2010), Κοινωνική επιχειρηματικότητα, Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα

Ξένη

Carree, M. and Thurik, R. (2002), The impact of entrepreneurship on economic growth

Drucker, F.P. (2003), The discipline of innovation, Harvard Business Review on the innovative enterprise, H.B.S Press, Boston

Ghali, A. (1976), Tourism and economic growth: an empirical study, economic development and cultural change, Vol. 24

Hall, M. and Page, J. (2002), The geography of tourism and recreation environment, place and space, Routledge, London and New York

Holden, A. (2003), Environment and tourism, Routledge, London and New York

Ioannides, D. and Debbage, G.K. (1998), The economic geography of the tourist industry, Island Studies Series, London and New York

Kadt, E. (1979), Tourism-Passport to development?, Oxford University Press, USA

Lee, C.K., Turgut, V. and Blaine, T.M. (1996), Determinants of inbound tourism expenditures, *Annals of tourism research*, Vol. 23, No. 3

Lickorish, J.L. and Jenkins, C.L. (2004), *Μία εισαγωγή στον τουρισμό*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα

Mckercher, B. and Du Cros, H. (2002), *Cultural tourism*, 2nd edition, Greengate Publishing Services, Kent

Page, S.J. (2003), *Εισαγωγή στον τουρισμό: το τουριστικό μάνατζμεντ στον 21^ο αιώνα*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα

Raj, R. And Morpeth, N. (2007), *Religious tourism and pilgrimage management: an international perspective*, Cabi Publishing

Silberberg, T. (1994), *Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites*, Presentation of Paper to Conference of School of Business, University of Victoria

Smith, L.V. and Eadington, R.W. (1995), *Tourism alternatives*, John Wiley and Sons, Great Britain

Strausberg, M. (2010), *Religion and tourism: crossroads, destinations and encounters*, Routledge, Taylor and Francis Group

Timothy, D. And Olsen, D. (2006), *Tourism, religion and spiritual journeys*, Routledge, Oxon

Wennekers, S. and Thurik, R. (1999), Linking entrepreneurship and economic growth, Small Business Economics

Διαδικτυακοί Τόποι

<http://www.naftemporiki.gr/tag/362/tourismos>

<http://www.protothema.gr/travelling/article/503051/rekor-kai-to-2015-ston-tourismo-me-26-ekat-afixeis-kai-esoda-145-dis-euro/>

http://sete.gr/media/3004/simasia_tourismou_sete_intelligence_report.pdf

<http://traveldailynews.gr/columns/article/2856>

<http://www.capital.gr/News.asp?id=2158052>

<http://www.touristiki-agera.gr/article.asp?ID=853>

<http://www.dimokratiki.gr/15-02-2015/vasikes-tasis-tou-tourismou-diethnos/>

<http://culturalheritagetourism.org/>

<http://www.ekathimerini.com/162366/article/ekathimerini/business/cultural-tourism-untapped-study-says>

<http://www.culturaltourism-network.eu/>

http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/cultural/index_en.htm

<http://www.labforculture.org/en/resources-for-research/contents/publications/cultural-tourism-in-europe>

http://www.isocarp.net/data/case_studies/884.pdf

<http://www.kathimerini.gr/764400/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/kollhsesto-80-o-politistikos-toyrismos>

<http://www.visitgreece.gr/el/downloads/brochures/culture>

http://www.unesco-hellas.gr/gr/3_5_1.htm

<http://www.thessalonikiartsandculture.gr/blog/texnopersona/ta-17-ellinikamnimeia-pagkosmias-politistikis-klironomias-pou-anedeikse-iunesco#.VvUQxzH8b6M>

<http://www.imconstantias.org.cy/1462.html>

http://www.reidsguides.com/t_tu/t_tu_religious.html

<http://www.culture-routes.net/news/religious-tourism>

<http://www.theguardian.com/world/2010/sep/12/holy-land-christian-theme-park>

<http://www.alternativegreece.gr/WebForms/CategoryDisplay.aspx?ID=15>

https://www.academia.edu/7488223/Religious_Tourism_in_Greece_The_necessity_to_classify_religious_resources_for_their_rational_valorization

<http://religioustravelplanningguide.com/10-top-pilgrimage-sites-in-europe/>

<http://catholicism.org/category/holy-places>

<http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/11530382/Mapped-These-are-the-worlds-most-religious-countries.html>

<https://el.wikipedia.org>

<http://www2.unwto.org/en>

<http://www.mintour.gov.gr/>

<http://www.all-athens-hotels.com/>

<http://www.naftemporiki.gr/finance/story/1009296/rekor-afikseon-kai-esoda-155-dis-apo-ton-tourismo-to-2015>

<http://www.wttc.org/>

www.telegraph.co.uk/travel/travel-competitions/Telegraph-Travel-Awards

<http://news.gtp.gr/2013/12/06/report-hotel-brand-landscape-greece-analyzed>

<http://www.bankofgreece.gr/Pages/default.aspx>

<http://www.statistics.gr>

<http://www.bha.org.uk>