



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ
ΑΝΑΠΤΥΞΗ:
ΜΙΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΟΝ Ν.
ΗΛΕΙΑΣ**

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ

ΔΕΛΟΤΣΗ ΒΑΣΙΛΙΚΗ
ΖΙΑΚΑΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΠΥΡΓΟΣ 2022

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εκπονήθηκε στο πλαίσιο των σπουδών μας για τη λήψη του δεύτερου πτυχίου μας στο τμήμα Μουσειολογίας, πρώην (ΔΟΕΠΤΜ) Διοίκησης Οικονομίας Επικοινωνίας Τουριστικών και Πολιτιστικών Μονάδων της σχολής Ανθρωπιστικών & Κοινωνικών Σπουδών του Πανεπιστημίου Πατρών.

Το αντικείμενο της εργασίας είναι ο θρησκευτικός τουρισμός και η ανάπτυξη, ένα θέμα ιδιαίτερου αναπτυξιακού ενδιαφέροντος για την Ελλάδα και το νομό Ηλείας. Ειδικότερα ασχοληθήκαμε με την επίδραση και τη συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού στην οικονομική, τουριστική και πολιτιστική ανάπτυξη του νομού μας .

Στην προσπάθεια μας αυτή ήταν σημαντική η εμφύχωση, η παρότρυνση, η βοήθεια και η καθοδήγηση του επιβλέποντα καθηγητή μας κ' Γεώργιου Παναγιωτόπουλου, Αναπληρωτή Καθηγητή του Τμήματος Μουσειολογίας του Πανεπιστημίου Πατρών. Με το χρόνο που μας αφιέρωσε και τις χρήσιμες συμβουλές του ολοκληρώσαμε την πτυχιακή μας εργασία και τον ευχαριστούμε γι' αυτό.

Τέλος να ευχαριστήσουμε και τους ανώνυμους πολίτες του νομού μας που με τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου ή τη συνέντευξη τους συνέβαλλαν στο ερευνητικό τμήμα της εργασίας μας για την διεξαγωγή των αποτελεσμάτων.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Βασικό σκοπό της έρευνας αποτελεί η μελέτη του θρησκευτικού τουρισμού και της ανάπτυξης του στην Ελλάδα και ειδικότερα στο νομό Ηλείας. Η έρευνα, στην οποία συμμετείχαν 120 πολίτες του νομού Ηλείας, είναι ποσοτική και ποιοτική με χρήση ερωτηματολογίου και συνέντευξης. Το δείγμα αποτελείται κυρίως από γυναίκες ηλικίας από 51 έως 60 ετών. Συνέντευξη πήραμε από 10 άτομα. Αναφορικά με τον θρησκευτικό τουρισμό, μέσω της έρευνας, παρατηρήθηκε ότι στην Ελλάδα είναι αρκετά αναπτυγμένος και βοηθάει στην ανάπτυξη της χώρας καθώς παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στον τομέα της οικονομίας. Διαπιστώθηκε επίσης πως μέσω της διαφήμισης του θρησκευτικού τουρισμού στο Internet, αλλά και στα ΜΜΕ, αξιοποιείται πολύ ικανοποιητικά τόσο ο πολιτισμός, όσο και η παράδοση της χώρας. Παράλληλα, παρατηρήθηκε πως ο θρησκευτικός τουρισμός είναι ένας από τους τομείς που επηρεάζει τους ανθρώπους ανάλογα με την ηλικίας τους. Αυτό διαπιστώνεται και από το γεγονός πως οι ερωτηθέντες θεωρούν τον εαυτό τους κυρίως προσκυνητή τουρίστα. Ωστόσο, λόγω των συνθηκών που υπάρχουν στην χώρα εξαιτίας της πανδημίας Covid-19, δεν πραγματοποιήθηκαν πολλά ταξίδια θρησκευτικού τουρισμού το 2020.

Λέξεις -κλειδιά: θρησκευτικός τουρισμός, ανάπτυξη, οικονομία.

ABSTRACT

The main purpose of the research is to study religious tourism and its development in the prefecture of Elias. The research was quantitative and qualitative, using a questionnaire and an interview. The survey involved 120 citizens of the Prefecture of Elias. The sample consists mainly of women aged 51 to 60 years. Ten people gave interviews. Regarding religious tourism, through research, it was observed that in Greece it is quite developed and helps the development of the country, as it plays a very important role in the economy. It was also found that through the advertising of religious tourism on the Internet and in the media, both the culture and the tradition of the country are used very satisfactorily. At the same time, it was observed that religious tourism is one of the sectors that affect people according to their age. This is also evident from the fact that the respondents consider themselves mainly pilgrim tourists. However, due to the conditions in the country due to the COVID-19 pandemic, not many religious tourism trips took place in 2020.

Keywords: religious tourism, development, economy.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<i>ΠΡΟΛΟΓΟΣ</i>	2
<i>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</i>	3
<i>ABSTRACT</i>	4
<i>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ</i>	5
<i>ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ</i>	7
<i>ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ</i>	7
<i>ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΕΙΚΟΝΩΝ</i>	8
<i>ΜΕΡΟΣ Α΄: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ</i>	9
<i>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</i>	10
<i>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</i>	13
<i>1.1 Η έννοια του θρησκευτικού τουρισμού</i>	13
<i>1.2 Δημοτικότητα του θρησκευτικού τουρισμού</i>	14
<i>1.3 Ιστορική αναδρομή</i>	15
<i>1.4 Ο γενικός όρος του τουρισμού</i>	16
<i>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</i>	18
<i>2.1 Κατασκευασμένα κίνητρα</i>	18
<i>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</i>	21
<i>3.1 Οργανωτικές Μορφές Θρησκευτικού Τουρισμού</i>	22
<i>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ</i>	24
<i>4.1 Η επίδραση του θρησκευτικού τουρισμού στην ανάπτυξη</i>	24
<i>4.2 Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα</i>	24
<i>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: Η ΖΗΤΗΣΗ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</i>	28
<i>5.1 Η προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού</i>	28
<i>5.2 Κρατική πρωτοβουλία - δραστηριότητα</i>	28
<i>5.3 Προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού</i>	29
<i>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο: Ο ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΗΛΕΙΑ</i>	31
<i>6.1 Γεωγραφική θέση</i>	31
<i>6.2 Μοναστήρια-εκκλησίες</i>	31
<i>6.3 Προοπτικές εξέλιξης θρησκευτικού τουρισμού στην Ηλεία</i>	40
<i>6.4 Στρατηγικός σχεδιασμός θρησκευτικής ανάπτυξης τουρισμού στην Ηλεία</i>	41
<i>6.5 Προτάσεις και συμπεράσματα αγοράς</i>	42
<i>ΜΕΡΟΣ Β΄: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ</i>	45
<i>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ</i>	46

<i>7.1 Σκοπός της έρευνας</i>	<i>46</i>
<i>7.2 Ποσοτική έρευνα.....</i>	<i>46</i>
<i>7.3 Ποιοτική έρευνα.....</i>	<i>47</i>
<i>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8ο: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ</i>	<i>48</i>
<i>8.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά</i>	<i>48</i>
<i>8.2 Θρησκευτικός τουρισμός.....</i>	<i>51</i>
<i>8.3 Επαγωγική στατιστική.....</i>	<i>61</i>
<i>8.4 Αποτελέσματα ποιοτικής ανάλυσης</i>	<i>64</i>
<i>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΣΥΖΗΤΗΣΗ.....</i>	<i>65</i>
<i>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</i>	<i>66</i>
<i>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....</i>	<i>71</i>
<i>A. Ερωτηματολόγιο Ποσοτικής Έρευνας.....</i>	<i>71</i>
<i>B. Δομημένη Συνέντευξη Ποιοτικής Έρευνας.....</i>	<i>75</i>

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Φύλο	48
Πίνακας 2: Ηλικία	48
Πίνακας 3: Όταν πηγαίνετε διακοπές επισκέπτεστε τα μοναστήρια και τις εκκλησίες του προορισμού που έχετε επιλέξει	49
Πίνακας 4: Σας αρέσει κατά τη διάρκεια των διακοπών σας να συμπεριλαμβάνετε και τους θρησκευτικούς τόπους.....	50
Πίνακας 5: Στην Ελλάδα είναι ανεπτυγμένος ο θρησκευτικός τουρισμός	51
Πίνακας 6: Ο θρησκευτικός τουρισμός βοηθάει στην ανάπτυξη της Ελλάδας	51
Πίνακας 7: Πόσο πιστεύετε ότι επηρεάζει ο θρησκευτικός τουρισμός τους ανθρώπους σύμφωνα με την ηλικία τους.....	52
Πίνακας 8: Σύμφωνα με την γνώμη σας ο θρησκευτικός τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία μιας χώρας.....	53
Πίνακας 9: Με ποιον τρόπο πιστεύετε ότι μπορεί να διαφημιστεί ο θρησκευτικός τουρισμός	53
Πίνακας 10: Πιστεύετε ότι ο πολιτισμός και η παράδοση αξιοποιούνται ικανοποιητικά για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα	54
Πίνακας 11: Σε ποια κατηγορία πιστεύετε ότι ανήκετε όταν επισκέπτεστε έναν τόπο	55
Πίνακας 12: Κατά τη διάρκεια του 2020 πραγματοποιήσατε κάποιο ταξίδι θρησκευτικού τουρισμού.....	55
Πίνακας 13: Περίοδος που εμφανίζεται μεγαλύτερο ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τους θρησκευτικούς προορισμούς.....	56
Πίνακας 14: Μέσα επιλογής προορισμού	57
Πίνακας 15: Ο θρησκευτικός τουρισμός λειτουργεί ως πηγή προσέλκυσης επισκεπτών σε μια πόλη.....	57
Πίνακας 16: Σε ποιον βαθμό ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει για μια πόλη πηγή προσέλκυσης νέων τουριστών	58
Πίνακας 17: Σύμφωνα με την γνώμη σας μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη μιας πόλης ο θρησκευτικός τουρισμός	59
Πίνακας 18: Correlations (1).....	61
Πίνακας 19: Correlations (2).....	62
Πίνακας 20: Correlations (3).....	63

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1: Φύλο.....	48
Γράφημα 2: Ηλικία.....	49
Γράφημα 3: Όταν πηγαίνετε διακοπές επισκέπτεστε τα μοναστήρια και τις εκκλησίες του προορισμού που έχετε επιλέξει	49
Γράφημα 4: Σας αρέσει κατά τη διάρκεια των διακοπών σας να συμπεριλαμβάνετε και τους θρησκευτικούς τόπους.....	50
Γράφημα 5: Στην Ελλάδα είναι ανεπτυγμένος ο θρησκευτικός τουρισμός.....	51
Γράφημα 6: Ο θρησκευτικός τουρισμός βοηθάει στην ανάπτυξη της Ελλάδας.....	52
Γράφημα 7: Πόσο πιστεύετε ότι επηρεάζει ο θρησκευτικός τουρισμός τους ανθρώπους σύμφωνα με την ηλικία τους.....	52
Γράφημα 8: Σύμφωνα με την γνώμη σας ο θρησκευτικός τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία μιας χώρας.....	53
Γράφημα 9: Με ποιον τρόπο πιστεύετε ότι μπορεί να διαφημιστεί ο θρησκευτικός τουρισμός	54

Γράφημα 10: Πιστεύετε ότι ο πολιτισμός και η παράδοση αξιοποιούνται ικανοποιητικά για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.....	54
Γράφημα 11: Σε ποια κατηγορία πιστεύετε ότι ανήκετε όταν επισκέπτεστε έναν τόπο.....	55
Γράφημα 12: Κατά τη διάρκεια του 2020 πραγματοποιήσατε κάποιο ταξίδι θρησκευτικού τουρισμού.....	56
Γράφημα 13: Περίοδος που εμφανίζεται μεγαλύτερο ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τους θρησκευτικούς προορισμούς.....	56
Γράφημα 14: Μέσα επιλογής προορισμού.....	57
Γράφημα 15: Ο θρησκευτικός τουρισμός λειτουργεί ως πηγή προσέλκυσης επισκεπτών σε μια πόλη.....	58
Γράφημα 16: Σε ποιον βαθμό ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει για μια πόλη πηγή προσέλκυσης νέων τουριστών	59
Γράφημα 17: Σύμφωνα με την γνώμη σας μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη μιας πόλης ο θρησκευτικός τουρισμός	60

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Ιερά Μονή Παναγίας Χρυσοπηγής Άνω Δίβρης	32
Εικόνα 2: Ιερά Μονή Παναγίας Χρυσοπηγής Κάτω Δίβρης	33
Εικόνα 3: Παναγία η Κρεμαστή.....	33
Εικόνα 4: Ιερά Μονή Πορετσού	34
Εικόνα 5: Ναός Αγίας Σοφίας.....	35
Εικόνα 6: Το Μοναστήρι της Παναγίας της Ελεούσας.....	36
Εικόνα 7: Ιερά Μονή Αγ. Νικολάου Φραγκοπηδήματος.....	36
Εικόνα 8: Ιερά Μονή Σκαφιδιάς	37
Εικόνα 9: Παναγία η Βλαχέρνα	37
Εικόνα 10: Το επίπεδο κατακόρυφο ηλιακό ρολόι της Μονής.....	38
Εικόνα 11: Ναός Παναγίας Καθολικής Γαστούνης	39
Εικόνα 12: Ιερά Μονή της Παναγίας Φραγκαβίλλας.....	39

ΜΕΡΟΣ Α΄: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι ένας από τους παλαιότερους τύπους τουρισμού. Ως μέρος του πολιτιστικού τουρισμού έχει προκαλέσει μια αλυσίδα αλλαγών στην τουριστική συμπεριφορά. Αξιοσημείωτο, είναι επίσης ότι η θρησκεία μπορεί να αποτελέσει μοχλό οικονομικής ανάπτυξης. Αυτές οι ευκαιρίες ανάπτυξης γίνονται πιο σημαντικές, ειδικά όταν ένας προορισμός έχει μια ποικιλία από ιερούς τόπους και καλοδιατηρημένα μνημεία. Για το λόγο αυτό, η Ηλεία είναι ένας ιδανικός προορισμός για θρησκευτική τουριστική ανάπτυξη και λόγω της ιστορίας.

Η ιστορία του θρησκευτικού τουρισμού συνδέεται αναμφίβολα με την ύπαρξη του ανθρώπου στη γη. Οι άνθρωποι, από τα πρώτα τους βήματα, συνδέονται στενά με τη θρησκεία. Παρατηρώντας τον ουρανό, οι άνθρωποι είχαν καταφέρει να αντιμετωπίσουν τους φόβους τους και να συνεχίσουν τη ζωή τους πιο δυνατά από ποτέ με τη βοήθεια ενός ανώτερου όντος. Αυτή η ανάγκη των ανθρώπων να κινούνται μεταξύ πραγματικότητας και υπερφυσικού, και κυρίως, να ερμηνεύουν τον κόσμο γύρω τους, οδήγησε στην εμφάνιση διαφορετικών θρησκειών (Kyratsis et al., 2010; Chantziantoniou & Dionysopoulou, 2017). Πρώτον, οι άνθρωποι άρχισαν να λατρεύουν τα πράγματα και τα ζώα και στη συνέχεια προσπάθησαν να εξατομικεύσουν αυτήν την κατάσταση, τιμώντας τους προγόνους τους. Τέλος, δημιουργήθηκε η μορφή της μονοθεϊστικής θρησκείας και η λατρεία του Θεού, μέσα από πολιτισμική όσμωση και ιστορικές συγκυρίες.

Είναι αναμφισβήτητο γεγονός ότι ο ορισμός της θρησκείας είναι μια δύσκολη διαδικασία. Αυτή η δυσκολία βασίζεται στην έννοια της ίδιας της θρησκείας, η οποία αλλάζει από τόπο σε τόπο και από το ένα άτομο στο άλλο. Αυτές οι πεποιθήσεις υπάρχουν ως αποτέλεσμα της ιστορίας και της παράδοσης, η οποία έχει τη δύναμη να καθορίσει τη συμπεριφορά του ανθρώπου. Αυτή η συμπεριφορά οδήγησε τους ανθρώπους να εκφράσουν την πίστη τους στον Θεό χτίζοντας ναούς και δημιουργώντας ιερούς χώρους.

Όχι μόνο η αρχιτεκτονική είναι ένας τρόπος για να τιμά κάποιος τον Θεό, αλλά η προσευχή και οι τελετουργίες είναι ενόραση της πίστης. Με αυτόν τον τρόπο γίνεται σαφές ότι η θρησκεία είναι βασικό ανθρώπινο δικαίωμα και ταυτόχρονα συμβάλλει στην άνθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς (Revilla Hernández et al., 2016; Gilli & Ferrari, 2017).

Τα ταξίδια σε ιερούς τόπους και τα προσκυνήματα δεν αποτελούν σύγχρονο χαρακτηριστικό. Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι πιθανώς τόσο παλιός όσο η ανθρώπινη ιστορία. Αναφορά σ' αυτόν γίνεται και στο βιβλίο «Ιστορία» του αρχαίου Έλληνα ιστορικού Ηρόδοτου, που θεωρείται ένα από τα παλαιότερα αριστουργήματα της λογοτεχνίας. Όταν ο Ηρόδοτος περιέγραψε τα έθιμα των Αιγυπτίων, υπογράμμισε τον τρόπο με τον οποίο οι Αιγύπτιοι πιστοί διέσχισαν το Νείλο για να πλησιάσουν με βάρκα το ναό στη Μέμφις. Πολλές δεκαετίες μετά τον Ηρόδοτο, ένας άλλος μεγάλος Έλληνας περιηγητής, ο Πausanίας, επισκέφτηκε και απαρίθμησε τα περισσότερα ιερά στην Ελλάδα.

Εκτός από την περιγραφή των ναών, ο Πausanίας περιέγραψε και τα ελληνικά θρησκευτικά έθιμα. Για παράδειγμα, όταν επισκέφτηκε τον ναό του Δία στην Ολυμπία, τόνισε τον τρόπο κατασκευής στεφάνων ελιάς (Gretzel et al., 2012). Μέσα από την ανάλυση αυτών των πηγών λογοτεχνίας της αρχαιότητας, γίνεται σαφέστερο το γεγονός ότι οι ρίζες του θρησκευτικού τουρισμού είναι μεγάλες. Πρέπει να τονιστεί ότι στην αρχαία Ελλάδα, οι Ολυμπιακοί, οι Πυθικοί, οι Νεμέοι και οι Ισθμικοί αγώνες γίνονταν ως μέρος της τιμής του Θεού. Αυτά τα θρησκευτικά γεγονότα προσέλκυαν πιστούς από ολόκληρη τη χώρα. Έτσι, είναι προφανές ότι τα ταξίδια και η θρησκεία είναι στενά συνδεδεμένα. Μέσα στους αιώνες, οι θρησκευτικές πεποιθήσεις έχουν αλλάξει, αλλά οι θρησκευτικές πρακτικές πραγματοποιούνται με τον ίδιο τρόπο. Στις μονοθεϊστικές θρησκείες, η έννοια της ιερότητας ενός τόπου έγινε πιο κρίσιμη. Ένας ιερός τόπος συνδέθηκε με γεγονότα που σχετίζονται με τη ζωή των αγίων προσώπων, όπως ο Ιησούς Χριστός και ο Μωάμεθ. Σε πολλές περιπτώσεις, μια τοποθεσία μπορεί να εξυπηρετήσει διαφορετικές θρησκείες.

Η Ιερουσαλήμ, για παράδειγμα, είναι ένα από τα πιο διάσημα παραδείγματα μιας ιερής πόλης, η οποία είναι το λίκνο τριών μονοθεϊστικών θρησκειών, του Χριστιανισμού, του Ιουδαϊσμού και του Ισλάμ. Για τους Χριστιανούς, η Ιερουσαλήμ είναι η πόλη όπου έζησε και σταυρώθηκε ο Ιησούς Χριστός. Για τους Εβραίους, η Ιερουσαλήμ ήταν η πρωτεύουσα του Βασιλείου τους, όπου βρίσκεται ο κύριος εβραϊκός ναός, αυτός του Σολομώντα. Αυτός ο ναός καταστράφηκε από Ρωμαίους κατακτητές (70 μ. Χ.) και το μόνο διατηρημένο τμήμα ήταν ένα τμήμα του δυτικού τρεξίματος, το Τείχος του Κλαμού (Egresi, 2012; Kurar, Akbaba & Inal, 2015).

Αυτό το μνημείο σήμερα είναι το κύριο εβραϊκό προσκύνημα. Ωστόσο, η Ιερουσαλήμ είναι μια ιερή πόλη και για τους Μουσουλμάνους, επειδή ο Μωάμεθ έζησε και ήρθε σε επαφή με τον Θεό σε αυτήν την πόλη. Ειδικά στην ορθόδοξη θρησκεία, μια επίσκεψη στους Αγίους Τόπους είναι ένα ζήτημα μεγάλης σημασίας. Αυτή η επιθυμία γεννήθηκε όταν η Αγία Ελένη (5ο μ.Χ.) αποκάλυψε μέρος του Τιμίου Σταυρού και έκτισε μερικές εκκλησίες σε ένα μέρος που σήμερα είναι το κέντρο του Χριστιανισμού.

Στο παρελθόν δεν υπήρχαν συγκοινωνίες και αυτού του είδους τα ταξίδια ήταν μια επικίνδυνη διαδικασία. Οι άνθρωποι ταξίδευαν χωρίς φαγητό και νερό για μήνες και μερικές φορές κλέφτες ή πειρατές απειλούσαν τη ζωή τους (Moira, 2009). Παρόλα αυτά, το δύσκολο και επικίνδυνο αυτό ταξίδι ήταν μέρος της διαδικασίας καθαρισμού. Η έλλειψη προμηθειών έκανε τους πιστούς πιο δυνατούς να συνεχίσουν και να σώσουν τις ψυχές τους από το κακό. Υπάρχουν πηγές βιβλιογραφίας που υποδεικνύουν ότι, από τη βυζαντινή εποχή, υπήρχαν ξενοδοχεία στους Αγίους Τόπους. Αυτά τα δεδομένα δείχνουν ότι ο θρησκευτικός τουρισμός για τις μονοθεϊστικές θρησκείες έχει ξεκινήσει νωρίς (Kartal et al., 2015, Selebou, 2016, Chami, & Kaminyoge, 2019).

Από την άλλη, για τους μουσουλμάνους το ταξίδι στη Μέκκα έχει τη μορφή υποχρέωσης. Στην ισλαμική πίστη, αυτό το ταξίδι είναι ένα είδος υποχρέωσης για τους πιστούς και αναφέρεται στο Κοράνι ως Χατζ. Τα θρησκευτικά ισλαμικά κείμενα δείχνουν ότι οι μουσουλμάνοι, εκτός από τη Μέκκα, πρέπει να επισκεφθούν τη Μεδίνα και άλλους ιερούς τόπους, όπου είχε ζήσει ο Μωάμεθ (Balomenou et al., 2015). Όλες αυτές οι πληροφορίες αποκαλύπτουν το πραγματικό νόημα και τα κίνητρα του θρησκευτικού τουρισμού. Καταρχάς, ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια ειδική μορφή πολιτιστικού τουρισμού.

Οι Skoultos και Vagionis (2015) επισημαίνουν ότι ο θρησκευτικός τουρισμός είχε ως κίνητρο τη βαθιά επιθυμία του ανθρώπου να τιμήσει το Θεό. Ωστόσο, αναφέρουν ότι ο θρησκευτικός τουρισμός περιλαμβάνει τη γνώση των θρησκευτικών, κληρονομικών και εθίμων ως μορφών πολιτισμού. Μέσα από ένα ταξίδι με κίνητρο τη θρησκεία, οι τουρίστες έχουν την ευκαιρία να σπουδάσουν αρχιτεκτονική και θρησκευτική τέχνη, προκειμένου να ενισχύσουν την πίστη στο Θεό. Η θρησκευτική τουριστική εμπειρία γίνεται πιο έντονη επειδή οι τουρίστες συμμετέχουν σε θρησκευτικές εκδηλώσεις και δραστηριοποιούνται σε θρησκευτικό περιβάλλον (Ron & Timothy, 2013, Balomenou et al., 2015, AlmeydaIbáñez & Babu, 2017, Chenini & Touaiti, 2018).

Οι θρησκευόμενοι τουρίστες, μέσω του ταξιδιού, έρχονται σε επαφή με άλλους ανθρώπους και μοιράζονται τις πεποιθήσεις τους. Αξίζει να σημειωθεί ότι είναι δύσκολο να εντοπιστούν τα χαρακτηριστικά ενός θρησκευτικού τουρίστα, καθώς η βιβλιογραφία στερείται αυτών των πληροφοριών. Αυτή η δυσκολία προκύπτει ως αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης μεταξύ θρησκευτικού τουρισμού και άλλων μορφών τουρισμού. Κάθε ταξίδι υποκινείται από διαφορετικούς λόγους, μερικοί από τους οποίους είναι ξεκάθαροι και άλλοι κρυμμένοι. Επιπλέον, ο θρησκευτικός τουρισμός συνδέεται και αλληλεπιδρά, σε μεγάλο βαθμό, με τον πολιτιστικό τουρισμό. Αυτό συμβαίνει γιατί οι θρησκευτικοί τουρίστες κάθε φορά που πηγαίνουν σε έναν ιερό τόπο λειτουργούν σαν απλοί τουρίστες, που τρώνε σε εστιατόρια, αγοράζουν αναμνηστικά, μένουν σε ξενοδοχεία και επισκέπτονται μνημεία. Επιπλέον, ο θρησκευτικός τουρισμός έχει πολιτικές και κοινωνικές εκφράσεις. Δεν υπάρχει

αμφιβολία ότι ορισμένα έθνη συνδέονται με μια δραστηριότητα ενός Αγίου ή χαρακτηρίζονται από ένα μνημείο που έκανε τους τουρίστες να θεωρούν αυτό το έθνος ευλογημένο.

Το Virgin of Guadalupe είναι ένα παράδειγμα που χαρακτηρίζει το έθνος του Μεξικού και οι καθολικοί τουρίστες θεωρούν ότι η Γουαδαλούπη είναι ο κορυφαίος προορισμός που συνδέεται με τη θρησκεία τους (Moira, 2009). Αυτές οι καταστάσεις δείχνουν ότι είναι πολύ δύσκολο να διευκρινιστούν τα χαρακτηριστικά των θρησκευτικών τουριστών. Παρόλα αυτά, ορισμένες μελέτες δημιουργούν ένα θρησκευτικό τουριστικό προφίλ και δείχνουν ότι οι θρησκευόμενοι τουρίστες είναι περίπου σαράντα ετών, ανώτατης εκπαίδευσης και έχουν σημαντικό πολιτιστικό υπόβαθρο (Pirnar et al., 2019).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Η έννοια του θρησκευτικού τουρισμού

Όταν ένα άτομο ταξιδεύει σε έναν τόπο προσκυνήματος βασισμένο κυρίως στη θρησκευτική του πίστη, αυτό λέγεται θρησκευτικός τουρισμός. Αυτοί οι ταξιδιώτες πραγματοποιούν προσκύνημα στον τόπο λατρείας. Ωστόσο, για παράδειγμα υπάρχουν μουσουλμάνοι και Εβραίοι ταξιδιώτες που πηγαίνουν για προσκύνημα επειδή είναι υποχρεωμένος από τη θρησκεία τους (Ali, et all., 2019).

Πιο συγκεκριμένα, ο θρησκευτικός και πνευματικός τουρισμός αναφέρεται σε ταξίδια για θρησκευτικούς ή πνευματικούς σκοπούς, όπως η πραγματοποίηση προσκυνήματος και η επίσκεψη σε ιερούς χώρους και είναι μια από τις παλαιότερες μορφές τουρισμού. Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι κομμάτι του πολιτιστικού τουρισμού, που περιλαμβάνει τέσσερις εξειδικευμένες θέσεις: προσκυνήματα, επίσκεψη σε ιερούς χώρους, τουρισμό εκκλησιών, τζαμιών και ναών και ταξίδια με σκοπό τη λατρεία. Πολλοί ταξιδιωτικοί πράκτορες συνδυάζουν διάφορες από αυτές τις εξειδικευμένες θέσεις. Οι ταξιδιώτες που επισκέπτονται θρησκευτικούς χώρους μπορούν να χωριστούν σε δύο κύριες ομάδες-στόχους: πιστούς και μη. Και οι δύο είναι σημαντικές ομάδες -στόχοι, αλλά απαιτούν διαφορετικές προσεγγίσεις (Kim, et all., 2020).

Οι πιστοί αναζητούν πνευματική υποστήριξη ή ενισχύουν τις θρησκευτικές τους πεποιθήσεις. Συχνά, αναλαμβάνουν προσκύνημα για θρησκευτικούς λόγους ή για λόγους λατρείας όπως προαναφέρθηκε. Παραδείγματα τέτοιου είδους ταξιδιών περιλαμβάνουν το Χατζ στη Μέκκα για τους Μουσουλμάνους, τα προσκυνήματα στην Ιερουσαλήμ ή το Βατικανό για τους Χριστιανούς και το ταξίδι στο Μποντ Γκάγια για τους Βουδιστές. Οι περισσότεροι θρησκευόμενοι τουρίστες έχουν κίνητρο να ταξιδέψουν, οπότε είναι πρόθυμοι να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα από τον μέσο ταξιδιώτη. Αυτό το εγγενές κίνητρο καθιστά επίσης τον θρησκευτικό τουρισμό λιγότερο ευάλωτο σε οικονομικά χαμηλά επίπεδα. Στους πιστούς αρέσει να ταξιδεύουν με ομάδες ομοϊδεάτων.

Οι μη πιστοί έλκονται από ιερούς χώρους, εκκλησίες, τζαμιά, συναγωγές και άλλους τόπους λατρείας, όχι λόγω της θρησκευτικής τους αξίας, αλλά για την πολιτιστική τους σημασία, την αρχιτεκτονική τους αξία, την αισθητική ομορφιά ή την ιστορική τους αξία. Ορισμένοι μη πιστοί επιδιώκουν την αυτοβελτίωση μέσω πνευματικών εμπειριών που αποκτούν ταξιδεύοντας σε θρησκευτικούς χώρους. Οι περιηγήσεις πίστης του Collete είναι ένα παράδειγμα εφαρμογής αυτής της ιδέας, προσφέροντας ταξίδια σε χώρους και μέρη θρησκευτικής σημασίας (Hien, 2020).

Για τους περισσότερους αναπτυσσόμενους φορείς εκμετάλλευσης, οι μη πιστοί της Ευρώπης προσφέρουν πολύ μεγαλύτερη αγορά από τους πιστούς, επειδή ένα πολύ μεγάλο μέρος των Ευρωπαίων πιστών ταξιδιωτών πηγαίνει ήδη στη Μέση Ανατολή.

Ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί μια υψηλής ποιότητας μορφή τουρισμού, λόγω της θετικής αποπληρωμής για τον πολιτισμό και την κοινωνία του προορισμού. Αυτή η μορφή τουρισμού συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση σχετικά με την κοινή κληρονομιά των ανθρώπων, η οποία βοηθά στη διατήρησή τους, εκτός από τα οικονομικά οφέλη που μπορούν τελικά να επανεπενδυθούν στη διατήρηση του τοπικού πολιτισμού και της θρησκευτικής κληρονομιάς. Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι επίσης μια μεγάλη πηγή ενδυνάμωσης και ανάπτυξης της κοινότητας. Το ενδιαφέρον των τουριστών για τις τοπικές αξίες και κοινότητες βοηθά στην ανάπτυξη μιας αίσθησης ενδυνάμωσης και υπερηφάνειας για την τοπική κοινότητα, τον πολιτισμό και την ιστορία της. Φυσικά, ο θρησκευτικός τουρισμός συμβάλλει επίσης στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής, την απασχόληση και την καλύτερη ποιότητα ζωής (Farga-Haddad, 2020).

Οι θρησκευτικοί χώροι και οι χώροι λατρείας αποτελούν σημαντικούς χώρους συνάντησης για διαφορετικά είδη επισκεπτών και οικοδεσποτών. Ο τουρισμός σπάει τα

πολιτιστικά και θρησκευτικά εμπόδια και χτίζει γέφυρες μεταξύ ανθρώπων και κοινοτήτων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα καλύτερη διαπολιτισμική κατανόηση, η οποία βελτιώνει την κοινωνική συνοχή. Οι τουριστικές επιχειρήσεις θα πρέπει να εκτιμούν και να κατανοούν πιθανές αντικρουόμενες ιδεολογίες, με βαθύτερες έννοιες και μορφές αλληλεπίδρασης με θρησκευτικούς χώρους, οι οποίες ενδέχεται να έρχονται σε αντίθεση με τις κοινωνικοοικονομικές και πολιτικές νόρμες των ενδιαφερομένων μερών.

Για να διατηρηθεί ο θρησκευτικός τουρισμός βιώσιμος, πρέπει να πληρούνται δύο κριτήρια:

- διατήρηση των θρησκευτικών χώρων ή μνημείων
- σεβασμός στις τοπικές παραδόσεις και θρησκευτικές πρακτικές

Ο κύριος λόγος για ένα ταξίδι μπορεί να είναι θρησκευτικός, αλλά η επίσκεψη σε έναν θρησκευτικό χώρο ή τόπο λατρείας μπορεί επίσης να αποτελεί μέρος ενός άλλου ταξιδιού ή μπορεί να προσφέρει επιπλέον αξιοθέατα σε έναν συγκεκριμένο προορισμό. Το επίπεδο του θρησκευτικού τουρισμού μπορεί να αφορά επίσκεψη σε συγκεκριμένους χώρους λατρείας (ναούς, βωμούς κ.λ.π.), έως επίσκεψη στη Μέκκα, την Ιερουσαλήμ ή το Βατικανό (AL-MAKHADMAH, 2020).

Η παγκόσμια αγορά θρησκευτικού τουρισμού είναι ένα από τα μεγαλύτερα τουριστικά τμήματα. Το 2018, εκτιμάται ότι το ένα τρίτο των 1,4 δισεκατομμυρίων διεθνών τουριστικών αφίξεων ταξίδεψαν για θρησκευτικούς σκοπούς. Αυτό σημαίνει ότι περίπου 450 εκατομμύρια διεθνή ταξίδια πραγματοποιήθηκαν για θρησκευτικούς σκοπούς. Η δημοτικότητα του τουρισμού με βάση την πίστη δεν μπορεί να υποτιμηθεί, καθώς ακόμη και το 25% των ταξιδιωτών ενδιαφέρονται για αυτό το είδος τουρισμού (Mubarak, & Zin, 2020).

Για πολλές χώρες, ο θρησκευτικός τουρισμός γύρω από την ιστορική και θρησκευτική κληρονομιά του αποτελεί σημαντικό μέρος της συνολικής τουριστικής αγοράς τους. Η Σαουδική Αραβία, για παράδειγμα, δέχθηκε 13 εκατομμύρια θρησκευτικούς τουρίστες το 2019 και αναμένεται να υπερδιπλασιάσει αυτόν τον αριθμό σε 30 εκατομμύρια επισκέπτες έως το 2030. Στην πολιτεία Γκουτζαράτ, στην Ινδία, σχεδόν το 36% όλων των τουριστικών επισκέψεων είναι πνευματικοί τουρίστες. Η αγορά θρησκευτικού τουρισμού στη Βραζιλία είναι ένα από τα μεγαλύτερα τουριστικά τμήματα στη χώρα, που υπολογίζεται σε 14 δισεκατομμύρια ευρώ που δημιουργούνται από 20 εκατομμύρια ταξίδια (Tohirovich., & Mamarasulovna, 2020).

Η πανδημία COVID-19 αναμένεται να επηρεάσει κάθε τουριστικό τμήμα. Όλες οι αγορές αναμένεται να μειωθούν, αφού ουσιαστικά όλα τα αξιοθέατα και καταλύματα έπρεπε να κλείσουν τουλάχιστον προσωρινά. Η συνολική ευρωπαϊκή αγορά εξερχόμενου τουρισμού αναμένεται να συρρικνωθεί κατά 39% το 2021-22 και στη συνέχεια, το 2023, να επιστρέψει στο επίπεδο του 2019. (Olsen, & Timothy, 2020). Φυσικά, αυτές οι εκτιμήσεις εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τη διάρκεια και τον συνολικό αντίκτυπο της πανδημίας που ακόμα αλλάζουν συνεχώς (Μρόζ, 2021).

1.2 Δημοτικότητα του θρησκευτικού τουρισμού

Ενώ ο κύριος σκοπός του θρησκευτικού τουρισμού είναι η λατρεία, υπάρχουν άλλοι λόγοι για τους οποίους οι ταξιδιώτες θέλουν να πραγματοποιήσουν αυτή τη μορφή τουρισμού. Μερικά από αυτά επισημαίνονται παρακάτω: (Lin, et all., 2021).

- **Ευγνωμοσύνη και Εξομολόγηση:** Όταν οι άνθρωποι αντιμετωπίζουν κρίση στη ζωή τους, τείνουν να στραφούν στο θεϊκό στοιχείο για να λάβουν βοήθεια. Αν αντιμετωπίσουν τις κρίσεις τους, επισκέπτονται το ιερό για να ευχαριστήσουν τη θεότητα, τον θεό ή τη θεά για τη θεϊκή τους παρέμβαση. Άλλοι μπορεί να καταφύγουν στον θρησκευτικό τουρισμό ως τρόπο να απαλλαγούν από τις αμαρτίες τους. Μπορεί να πιστεύουν ότι τα προβλήματά τους οφείλονται στις αμαρτίες τους και θα

επισκεφθούν έναν ιερό χώρο με βάση την πεποίθησή τους για να επικοινωνήσουν με το θεϊκό και να ζητήσουν συγχώρεση.

- **Πνευματική σωτηρία:** Σε πολλές κοινωνίες, η μετάβαση σε προσκύνημα θεωρείται ως σημάδι ευσέβειας. Αυτή η πεποίθηση ισχύει ιδιαίτερα για τους Ινδουιστές, οι οποίοι επισκέπτονται θρησκευτικούς χώρους για να συγκεντρώσουν θρησκευτικά πλεονεκτήματα, ενώ οι Βουδιστές πηγαίνουν σε έναν ιερό τόπο, καθώς θεωρείται το πρώτο βήμα για την επίτευξη διαφώτισης. Πολλοί ηλικιωμένοι ξεκινούν τον θρησκευτικό τουρισμό όταν θέλουν να κάνουν ειρήνη με τον εαυτό τους πριν αφήσουν πίσω τους τη θνητή ζωή τους.
- **Θρησκευτικές Εκδηλώσεις:** Όταν οι άνθρωποι έχουν οικονομική δυνατότητα, επισκέπτονται έναν θρησκευτικό χώρο για να γιορτάσουν συγκεκριμένες θρησκευτικές εκδηλώσεις. Αυτά τα γεγονότα αναφέρονται σε ιερά δόγματα και κατά τη διάρκεια θρησκευτικών εορτασμών, αναπαριστούν το τρόπο για να τους τιμούν.
- **Επικοινωνία με άλλους πιστούς:** Οι θρησκευτικές επισκέψεις δίνουν επίσης την ευκαιρία στους ανθρώπους να συναντηθούν και να συναστραφούν με ομόπιστους τους. Βοηθά το άτομο να επιβεβαιώσει τις θρησκευτικές του πεποιθήσεις σε ένα σύγχρονο περιβάλλον.

1.3 Ιστορική αναδρομή

Ο θρησκευτικός τουρισμός δεν είναι μια νέα έννοια. Οι άνθρωποι ταξιδεύουν σε θρησκευτικούς χώρους για αιώνες, αλλά συνήθως, αυτό το ταξίδι παλιότερα περιοριζόταν σε άτομα από τα υψηλότερα κλιμάκια της κοινωνίας. Σήμερα, ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια εξειδικευμένη αγορά, με τους ανθρώπους να ταξιδεύουν στη χώρα τους και στο εξωτερικό για να επισκεφθούν συγκεκριμένα θρησκευτικούς προορισμούς λόγω των πεποιθήσεών τους (Price, & Narchi, 2018).

Η διαχείριση του θρησκευτικού τουρισμού παρουσιάζει πολλές προκλήσεις που είναι μοναδικές τόσο στο εύρος όσο και στην εφαρμογή. Ταξίδια θρησκευτικής σημασίας υπήρχαν από τους Βιβλικούς χρόνους στο Ιουδαϊκό-Χριστιανικό πλαίσιο. Υπάρχει αναφορά στην Παλαιά Διαθήκη, για παράδειγμα, στην ιστορία του Ελκανά, ο οποίος ταξιδεύει ετησίως στη Σηλώ για να προσκυνήσει και να κάνει θυσίες (Σαμουήλ 1: 1-28). Είναι επίσης γνωστό στην ιστορία της Πεντηκοστής της Καινής Διαθήκης, όταν Εβραίοι από όλο τον κόσμο πήγαν στην Ιερουσαλήμ για το Πάσχα (Πράξεις 2: 1-12). Πολλοί από αυτούς τους χώρους εξακολουθούν να υπάρχουν. Και άλλοι χώροι, αν και δεν είναι τόσο παλιοί, έχουν σημαντική κληρονομική αξία. Η διαχείριση των χώρων πολιτιστικής κληρονομιάς παρουσιάζει ιδιαίτερα προβλήματα, ένα από αυτά σχετίζεται με το κόστος συντήρησης (Kim, et all., 2020).

Οι περισσότεροι θρησκευτικοί χώροι ανήκουν σε θρησκευτικές οργανώσεις και αυτό μπορεί να προκαλέσει δυσκολίες στη διαχείρισή τους, καθώς πρέπει να εξισορροπήσουν τις ανάγκες των πιστών με εκείνες των επισκεπτών τους. Τα τζαμιά βρίσκονται στο επίκεντρο του ισλαμικού τουρισμού και τα επισκέπτονται τόσο μουσουλμάνοι όσο και μη μουσουλμάνοι. Οι μουσουλμάνοι μπορούν να επισκέπτονται τζαμιά, ενώ ταξιδεύουν, ως τουριστικό αξιοθέατο ή ως τόπο λατρείας. Πολλά τζαμιά έχουν διπλό ρόλο, λειτουργώντας τόσο ως χώροι λατρείας όσο και ως κοινοτικά κέντρα. Ο ρόλος του κοινοτικού κέντρου σημαίνει ότι το τζαμί είναι ανοιχτό για εορταστικές εκδηλώσεις που δεν έχουν αυστηρά θρησκευτικό χαρακτήρα και ενδέχεται να περιλαμβάνουν μη μουσουλμάνους (Olsen, 2020).

Μουσουλμανικές χώρες, όπως αυτές του Οργανισμού Ισλαμικής Συνεργασίας καλωσορίζουν τον τουρισμό, ιδιαίτερα τον θρησκευτικό τουρισμό. Κάνουν όμως διάκριση μεταξύ προσκυνήματος, το πιο γνωστό είναι το Χατζ, και άλλων μορφών θρησκευτικού τουρισμού. Οι μη μουσουλμάνοι είναι ευπρόσδεκτοι σε χώρους όπως τα τζαμιά, αλλά δεν είναι ευπρόσδεκτοι στο Χατζ. Το Χατζ είναι μια από τις σημαντικότερες μορφές

προσκυνήματος σήμερα με εκατομμύρια μουσουλμάνους να ταξιδεύουν στη Μέκκα της Σαουδικής Αραβίας και, χωρίς αμφιβολία, το πιο σημαντικό μουσουλμανικό προσκύνημα. Είναι επομένως σημαντικό να γίνει διάκριση μεταξύ μουσουλμάνων και μη μουσουλμάνων επισκεπτών σε αυτούς τους χώρους. Για παράδειγμα, δεν είναι αποδεκτό για τους μη μουσουλμάνους να εισέρχονται στην περιοχή Hejaz (Χατζ) όπου βρίσκονται οι πόλεις της Μέκκας και της Μεδίνας. Υπάρχει κάποια σύγκρουση που σχετίζεται με την «ιδιοκτησία» αυτών των τόπων.

Μία από τις συγκρούσεις που έχει σημειωθεί είναι μεταξύ επισκεπτών σε θρησκευτικούς χώρους και πιστών. Ενώ πολλοί επισκέπτες βλέπουν τους πιστούς ως μέρος της εμπειρίας, σε ορισμένους πιστούς δεν αρέσει η αίσθηση της παρατήρησης. Οι πιστοί δεν θέλουν να αισθάνονται ότι είναι μέρος μιας «παράστασης», αλλά χαίρονται να μοιράζονται τον θρησκευτικό τους χώρο και είναι περήφανοι για την αρχιτεκτονική και την ιστορία που προσελκύει επισκέπτες στον χώρο. Η ιερότητα δεν ξεπερνά εύκολα πολιτισμικά όρια. Αυτό που θεωρείται ιερό από μια ομάδα, όπως οι εκκλησιαστές, μπορεί να θεωρηθεί ως πολιτιστικά ενδιαφέρον από μια άλλη ομάδα επισκεπτών. Δεδομένου ότι ορισμένοι επισκέπτες μπορεί να επιθυμούν να συμμετάσχουν στη λατρεία, οι αρχές της Εκκλησίας μπορεί να χρειαστεί να καθορίσουν πότε ένα αίτημα συμμετοχής σε μια υπηρεσία πρέπει να γίνει αποδεκτό ως έκφραση πραγματικού ενδιαφέροντος και/ή πρόθεσης (Koren-Lawrence, & Collins-Kreiner, 2019).

Η ανάπτυξη χώρων ιδιαίτερης σημασίας απαιτεί τη διάδοση και ανταλλαγή πνευματικών και πρακτικών συνεισφορών για την κάλυψη αυτών των αναγκών σε μια προγραμματισμένη προσέγγιση που βασίζεται στα ενδιαφερόμενα μέρη. Οι παραδοσιακές προσεγγίσεις για την ανάπτυξη εμφανίστηκαν πριν από μισό αιώνα με έμφαση στις βασικές ικανότητες και τη συμφωνημένη κατανόηση ότι ο ανοιχτός και δίκαιος ανταγωνισμός θα ανέβαζε την ποιότητα και θα εξασφάλιζε εύλογα περιθώρια κέρδους. Είναι σημαντικό να δημιουργηθεί ευαισθητοποίηση για τις υπηρεσίες και τα προϊόντα και να προσαρμοστούν στις πρακτικές μάρκετινγκ. (Shinde, 2020).

1.4 Ο γενικός όρος του τουρισμού

Ο κλάδος του τουρισμού σημειώνει ταχεία ανάπτυξη χάρη στη παγκοσμιοποίηση, στις δημογραφικές μεταβολές και στην εξέλιξη των μεταφορών. Παράγει περισσότερες θέσεις απασχόλησης από τον μέσο όρο των άλλων τομέων δραστηριότητας και συμβάλει ιδιαίτερα στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης με μεγάλη ποικιλία, συχνά μερικής απασχόλησης, για γυναίκες, νέους και άτομα με χαμηλά προσόντα.

Ταυτόχρονα, ο τουρισμός ασκεί σημαντική επίδραση στη διαφύλαξη και τη βελτίωση της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς και ωφελεί την τοπική ανάπτυξη σε όλο και περισσότερες μειονεκτικές περιφέρειες. Συμβάλλει εξάλλου, στην ενίσχυση της κατανόησης μεταξύ των λαών.

Γενικά για την Ελλάδα ο τουρισμός είναι μια εποχική δραστηριότητα. Συνήθως, για τα περισσότερα είδη του τουρισμού, το καλοκαίρι υπάρχει μεγάλη ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών, ενώ το χειμώνα μικρή ή σχεδόν καθόλου. Αυτό παρατηρείται ιδιαίτερα στα νησιά και στις λοιπές παραθαλάσσιες περιοχές της Ελλάδας (Shinde, 2020).

Προσπάθεια των τουριστικών φορέων είναι η χρονική διασπορά της τουριστικής ζήτησης ώστε να υπάρχει ζήτηση και εκτός της περιόδου της αιχμής. Αυτό είναι εξαιρετικά δύσκολο να επιτευχθεί. Σήμερα υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός σ' επίπεδο τουρισμού. Ο ανταγωνισμός αναφέρεται στις διαφορές των τιμών των τουριστικών προϊόντων (λ.χ. φθηνά δωμάτια για διαμονή εκτός περιόδου αιχμής), διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς λ.χ. εκμετάλλευση και προβολή νέων μορφών τουρισμού, όπως είναι η δημιουργία ενός χιονοδρομικού κέντρου, ενός συνεδριακού κέντρου, ειδικών εκδηλώσεων, όπως φεστιβάλ,

«δρόμοι κρασιού» κ.ο.κ.

Ο τουρισμός καθότι περιλαμβάνει πολλές διαστάσεις είναι δύσκολο να ερμηνευτεί επακριβώς αφού ασκεί άμεσες επιρροές τόσο στην κοινωνία όσο και στο περιβάλλον, την οικονομία κλπ.

Στις μέρες μας ο τουρισμός έχει μαζικό χαρακτήρα και έχει πλέον διαφοροποιηθεί εντελώς από τον τουρισμό που επικρατούσε τα παλιότερα χρόνια που ήταν μόνο για τους εύπορους. Σήμερα δικαίωμα στον τουρισμό έχουν όλοι οι άνθρωποι φτωχοί ή πλούσιοι, ανεξαρτήτου ηλικίας ή κοινωνικής τάξης.

Επίσης με την πάροδο των ετών ο τουρισμός απέκτησε και διεθνή χαρακτηριστικά και επήλθε η διάκριση ανάμεσα στον εσωτερικό και στον εξωτερικό τουρισμό. Ο πρώτος αναφέρεται στον εγχώριο τουρισμό της χώρας, ενώ ο δεύτερος έχει να κάνει με τον τουρισμό που εισέρχεται σε μια χώρα.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ) ορίζει τον τουρισμό «ως εκείνη την δραστηριότητα των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε περιοχές διαφορετικές από το μέρος που διέμεναν, όχι περισσότερο από ένα χρόνο, για διασκέδαση, δουλειές ή για άλλους σκοπούς». (Hall, 2019).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Μέσα στη βιβλιογραφία για τα τουριστικά κίνητρα, οι παραδοσιακές προσεγγίσεις τονίζουν τη σημειωτική φύση των κινήτρων των τουριστών. Οι τουρίστες πρέπει να δουν μεμονωμένα τα σημάδια και τις συμβολικές δομές που δημιουργούνται με κατασκευασμένα κειμενικά ή λεκτικά μέσα, όπως συλλογικές αφηγήσεις (Badone, 2007; Bruner, 2005), από στόμα σε στόμα (Govers, Go and Kumar, 2007) και μύθους, καθώς και με οπτικά μέσα, όπως φυλλάδια, ταινίες, τηλεόραση και κοινωνικά μέσα (Hudson, Wang and Gil, 2011, Kim, Agrusa, Chon, and Cho 2008, Siripis, Scarles and Airey, 2013).

Τέτοια μέσα μαζικής ενημέρωσης συχνά δημιουργούν εικόνες που τροφοδοτούν την ιδεολογία ελκυστικών ή σημαντικών χώρων και κινητοποιούν δράση. Αυτό που ο Dann (1977) χαρακτήρισε παράγοντες έλξης. Αντίθετα, στο πλαίσιο του θρησκευτικού τουρισμού, τα κίνητρα δεν κατασκευάζονται μόνο από εξωτερικούς παράγοντες, αλλά οδηγούνται από ισχυρές, βαθιά διατηρημένες, προσωπικές πεποιθήσεις και ενσάρκωμένες παραστάσεις που σχετίζονται με τον καθημερινό θρησκευτικό εαυτό και τη σχέση με το ιερό. Οι δύο αντίστοιχες διαδικασίες θα παρουσιαστούν τώρα ως κεντρικές στην κριτική για τα κίνητρα των θρησκευόμενων τουριστών καθ' όλη τη διάρκεια της θρησκευτικής τους εμπειρίας.

2.1 Κατασκευασμένα κίνητρα

Οι διαδικασίες πειθαρχίας και δύναμης που διαχέονται στους ανθρώπους από θεσμούς (θρησκευτικούς ή πολιτικούς) διαμορφώνουν το ευρύτερο κοινό και διαιωνίζουν θρησκευτικούς λόγους (Xie, 2011) και παραστάσεις. Για να επηρεάσουν τα πρότυπα επισκέψεων, οι θρησκευτικές αρχές δημιουργούν «προκαλούμενες εικόνες» (Fakeye and Crompton, 1991, Kim and Chen, 2016), κατασκευάζοντας φαντασιώσεις και αντιλήψεις για ιερούς τόπους χρησιμοποιώντας αφηγήσεις και οπτικά μέσα.

Με αυτόν τον τρόπο κινητοποιούν το χώρο διαλογικά, κατευθύνοντας τους ανθρώπους προς συγκεκριμένους χώρους που τροφοδοτούνται από ιδεολογική ερμηνεία που αποκτάται μέσω θρησκευτικών κειμένων και γλώσσας. Χορογραφούν, σύμφωνα με τα λόγια του Edensor (2000), το θρησκευτικό παιχνίδι, σκοπεύοντας να κάνουν τους πολιτισμικούς κώδικες κατανοητούς και πειστικούς. Σε αυτό το πλαίσιο, τα ταξίδια με θρησκευτικό προσανατολισμό είναι συχνά έμφυλα (Kinnaird and Hall, 1994) ή προσανατολισμένα στην κοινωνική θέση

Για παράδειγμα, οι γυναίκες κυριαρχούν στους χριστιανικούς ορθόδοξους χώρους, καθώς σύμφωνα με την ελληνική παράδοση οι γυναίκες εκπροσωπούν και συνδέουν τις οικογένειες με τον πνευματικό κόσμο (Dubisch, 1995). Αντίστοιχα, στον Ινδουισμό ιερούς τόπους επισκέπτονται κυρίως οι υψηλές κάστες (Bhardwaj, 1973, Rinschede, 1992). Πολλές θρησκείες δημιουργούν ακόμη και αυτό που ο Baudrillard (1981, σ. 85) αποκαλεί «στρατηγικές επιθυμίας», μέσω των οποίων οι καταναλωτές-τουρίστες κινητοποιούνται από υποσχέσεις, όπως η θαυματουργή θεραπεία. Ως μοναδική πηγή αντιμετώπισης και αγωνίας, η θρησκεία λειτουργεί ως ψυχολογική υποστήριξη για τη μείωση της αβεβαιότητας και του φόβου των ανθρώπων που σχετίζονται με θάνατο και θέματα υγείας (Pargament et al., 2005).

Έρευνα (Digance, 2006) σχετικά με το προσκύνημα αποκάλυψε την τάση των ατόμων με προβλήματα υγείας να επισκέπτονται ιερούς τόπους για να βιώσουν θαυματουργή θεραπεία που αποδίδεται στη χάρη του Θεού, που νοείται ως συγχώρεση στη Δυτική Χριστιανική Εκκλησία και ως κίνηση του Θεού προς την ανθρωπότητα στην Ανατολική Χριστιανική Εκκλησία. Εκδηλώσεις ιερών σημείων, όπως θαύματα ή εμφανίσεις αναμένονται επομένως από πολλούς πιστούς που κάνουν ένα θρησκευτικό ταξίδι (Davis και Boles, 2003) εν αναμονή μελλοντικών βελτιώσεων και θεραπειών (Dubisch, 1995); αλλά και από περιέργεια που μοιάζει με μεταμοντέρνες έννοιες μιας «κοινωνίας του θεάματος» που

αναζητά το υπερ-πραγματικό για να επιβεβαιώσει τη θρησκευτική πίστη. Τα θρησκευτικά ιδρύματα δομούν την εξάρτηση των ανθρώπων από τη θρησκευτική συμβολική δύναμη δημιουργώντας συλλογικές πραγματικότητες και παραστάσεις που τείνουν να θεωρούνται μέσα σε αυτές τις ομάδες ως θεμελιώδεις και αδιαμφισβήτητες αλήθειες που προσδίδουν αξιοπιστία και αναμενόμενες συνέπειες στις ενέργειες των ανθρώπων. Κατά συνέπεια, τα κίνητρα για την επίσκεψη ιερών τόπων επιβάλλονται επίσης έμμεσα μέσω των ίδιων των κοινωνικών διαδικασιών (Rickly-Boyd, 2013) που διεγείρουν την κινητικότητα και την ανταλλαγή σε βασικούς ιερούς τόπους. Μέσω συλλογικών κατανοήσεων και αμοιβαίων παρατηρήσεων δημιουργούνται κίνητρα με βάση συγκεκριμένες αξίες και συμπεριφορές που αποκτώνται μέσω διαδικασιών μίμησης, επανάληψης και παιχνιδιού ρόλων που επιτρέπουν στους ανθρώπους να γίνουν μέρος ενός συνόλου.

Τα επίπεδα συμμετοχής της εκκλησίας είναι, για παράδειγμα, οι μαθημένες συμπεριφορές που μεταδίδονται σε συγκεκριμένες ομάδες ανθρώπων, οι οποίες ως «δομημένες δομές» σχηματίζουν μια διαδικασία εσωτερίκευσης παρόμοια με αυτήν που χρησιμοποίησε ο Mead (1934) και η συμβολική παράδοση αλληλεπίδρασης για να περιγράψουν τη δημιουργία του εαυτού Ταυτότητα. Η δύναμη της ανταλλαγής εμπειριών θρησκευτικού τουρισμού και κοινοτικών αφηγήσεων μπορεί να βοηθήσει στη δημιουργία, διατήρηση και εντατικοποίηση της αυθεντικότητας του ιστότοπου που επισκέφθηκε, μια διαδικασία που ονομάζεται «καυτός έλεγχος ταυτότητας» (Cohen and Cohen, 2012 σελ. 1301). Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για τους ανθρώπους που αναζητούν θαυμαστά μέρη και αναδεικνύει τη δύναμη του στόματος από στόμα σε στόμα και την εμπιστοσύνη στις εμπειρίες των άλλων (Lester and Scarles, 2013).

Παρόλα αυτά, οι θρησκευτικοί τουρίστες ως ενεργά όντα δημιουργούν επίσης τη θρησκεία κατά την εκτέλεση της ίδιας, επιτρέποντας απρόβλεπτα γεγονότα που αμφισβητούν τη σταθερότητα της θρησκευτικής χορογραφίας. Κατά συνέπεια, μπορεί να αναπτύξουν τα δικά τους ταξιδιωτικά κίνητρα επηρεασμένοι από τις πολλαπλές σωματικές συναντήσεις που έχουν με τα ανθρώπινα και μη ανθρώπινα στοιχεία σε όλη τη θρησκευτική τους εμπειρία.

Τα κίνητρα για επίσκεψη σε μέρη δεν είναι μόνο το αποτέλεσμα σημειωτικών στοιχείων και σχέσεων δύναμης που δημιουργούν τη λήψη αποφάσεων και τις προσδοκίες πριν από το ταξίδι. Αναφέρονται επίσης σε βιωματικές και μη αναπαραστατικές πτυχές, συγκεκριμένα σε προσωπικές βιωμένες εμπειρίες, όπως σωματικές ή ευφάνταστες παραστάσεις θρησκευτικότητας που επηρεάζουν τα κίνητρα. Κατά συνέπεια, ενώ οι Jackowski και Smith (1992) και Ron (2009), εντάσσουν τα συμφραζόμενα του θρησκευτικού τουρισμού στον ευρύτερο όρο του «τουρισμού που βασίζεται στη γνώση», οι Gutic, Caie και Clegg (2010) και della Dora (2012) αναγνωρίζουν ότι το πλαίσιο του θρησκευτικού τουρισμού μπορεί να γίνει καταληπτό ως μια συναισθηματική σύνδεση και κατανόηση.

Είναι μια υποσυνείδητη αναζήτηση μιας πνευματικής εμπειρίας και αυθεντικότητας που πραγματοποιείται μέσω ενσαρκωμένων παραστάσεων, καθώς τα θρησκευτικά τοπία δεν έχουν φανταστικά όρια. Οι ατομικές παραστάσεις προσφέρουν μια μορφή γνώσης, καθώς οι άνθρωποι μπορούν να «δουλέψουν» τα συμβολικά θρησκευτικά τους πλαίσια μέσω της σωματικής τους ενασχόλησης με τα απτά μέρη του θρησκευτικού τους κόσμου και των συλλογικών δραστηριοτήτων σε ιερούς τόπους (Belhassen et al., 2008). Η θρησκευτική κατανόηση μπορεί να ξεδιπλωθεί με βάση απρόβλεπτα, εμμονικά γεγονότα στη ζωή των ανθρώπων που τους επιτρέπουν να ανοίξουν, αλλά και να διαμορφώσουν τις υπάρχουσες αντιλήψεις για τους τόπους, την πίστη και τον εαυτό (Thrift and Dewsbury, 2000). Για παράδειγμα, οι υπαρξιστές που πιστεύουν στη βιωμένη εμπειρία, προσπαθούν να αντλήσουν τη θρησκεία από ορισμένες καθολικά διαθέσιμες υποκειμενικές εμπειρίες (James, 1960), όπως η συνάντηση με την Παναγία ή η ομιλία σε γλώσσες.

Τέτοιες εμπειρίες μπορούν να γίνουν μόνιμες αναμνήσεις που επηρεάζουν και πλαισιώνουν τη μελλοντική ζωή του ατόμου (Sharpley, 2009). Για παράδειγμα, μια ξαφνική

θαυματουργή εκδήλωση (π.χ. θεραπεία ή όραση) ή συγκεκριμένες θετικές στιγμές στη ζωή που παράγουν εσωτερική πνευματική γαλήνη μπορούν να αλλάξουν τις θρησκευτικές αμφιβολίες των ατόμων (Sharpley, 2009) και να οδηγήσουν σε μετασχηματισμούς. Ομοίως, μέσω ενός όρκου ή υπόσχεσης πολλοί πιστοί σκοπεύουν να δημιουργήσουν έναν ειδικό δεσμό με συγκεκριμένους αγίους/θεότητες και να ζητήσουν τη βοήθειά τους σε περιόδους ανάγκης και κρίσης, που μοιάζει με τη σχέση προστάτη-πελάτη που βρίσκεται στην ανθρώπινη κοινωνική αλληλεπίδραση. Σε τέτοια πλαίσια, τα αποτυχημένα προσκυνήματα μπορεί επίσης να έχουν ως αποτέλεσμα την αμφισβήτηση της θρησκευτικής αλήθειας, παρά την άποψη του Kaell (2016) ότι τα προσκυνήματα εντός του συστήματος χριστιανικών πεποιθήσεων πρέπει να αξιολογούνται σε μεγαλύτερο χρονικό διάστημα αντί να βασίζονται στην άμεση τελετουργική επιτυχία.

Τα κίνητρα μπορούν επομένως να εκληφθούν ως δυναμικά και προοδευτικά δεδομένου ότι επηρεάζονται από διαδικασίες (Zhu, 2012). Ανοιχτοί σε πολλαπλές επιδράσεις και φορείς που τους περιβάλλουν (Crang, 1997, Thrift, 1997), «a priori, in situ and a posteriori» (McCabe and Marson, 2006, σ.105, Urry και Larsen, 2011) οι θρησκευτικοί τουρίστες προσαρμόζουν κίνητρα βασισμένα στις τρέχουσες ή προηγούμενες ταξιδιωτικές εμπειρίες τους (Porcia, Reichel και Biran, 2006), που προϋποθέτουν την ιεραρχία των αναγκών τους. Αντίστοιχα, τα επαναλαμβανόμενα ταξίδια συχνά υποκινούνται από την εκ νέου εμπλοκή, την αναζωογόνηση και την επαναγραφή των αναμνήσεων και των οπτικών συλλήψεων που έχουν ήδη αποκτήσει οι τουρίστες (Scarles, 2009).

Η αδυναμία εκτέλεσης φανταστικών προσδοκιών επί τόπου, όπως μια θεραπεία, μπορεί να απομυθοποιήσει ακόμη και γνωστούς θρησκευτικούς προορισμούς, επηρεάζοντας άμεσα τις μελλοντικές ταξιδιωτικές προθέσεις των θρησκευόμενων τουριστών. Κατά συνέπεια, οι θρησκευτικοί τόποι δεν είναι σταθεροί, δεδομένοι ή αμετάβλητοι, αλλά εξαρτώνται εν μέρει από τις πρακτικές μέσα τους. Τα κίνητρα των θρησκευτικών τουριστών, συνεπώς, δεν αφορούν μόνο τη μίμηση προδιαγεγραμμένων ενεργειών που επιβάλλονται από τις αρχές που δημιουργούν ταυτότητα, χώρους και παραστάσεις.

Περιλαμβάνουν επίσης ποίηση και κίνηση, καθώς οι άνθρωποι κατασκευάζουν τις δικές τους εμπειρίες και την αυθεντικότητά τους εκτελώντας θρησκευτικότητα, όπως όρκους, θαυματουργή θεραπεία ή έχοντας οράματα. Μέσα από τέτοιες διαδικασίες, το θρησκευτικό τουριστικό βλέμμα διαπλέκεται με την κατανάλωση θρησκευτικών κειμένων, λόγων και παραστάσεων, ανακατασκευάζοντας προκαθορισμένες ομιλίες φαντασίας των τόπων μέσω βιωματικής συνάντησης και δημιουργώντας έτσι κίνητρα και νέα μέρη. (Terzidou et al., 2018)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Μια σύντομη συστηματική επισκόπηση των διαφορετικών μορφών θρησκευτικού τουρισμού θα έριχνε περισσότερο φως σε αυτό το θέμα. Με βάση τη διάρκεια διαμονής ο θρησκευτικός τουρισμός διακρίνεται σε βραχυπρόθεσμο χωρίς διανυκτέρευση ή σε μακροπρόθεσμο με διανυκτέρευση τουλάχιστον μιας ημέρας.

- **Βραχυπρόθεσμος θρησκευτικός τουρισμός**

Ο βραχυπρόθεσμος θρησκευτικός τουρισμός διακρίνεται από περιορισμένα ταξίδια σε μικρές αποστάσεις. Ο στόχος αυτού του τουρισμού είναι να πάει ο επισκέπτης σε ένα θρησκευτικό κέντρο με τοπική, περιφερειακή ή υπερπεριφερειακή λεκάνη απορροής (προσκυνηματικούς τόπους) ή να συμμετάσχει σε μια θρησκευτική γιορτή, ένα θρησκευτικό συνέδριο ή μια εκκλησιαστική συνάντηση. Ο γερμανικός όρος Wallfahrt (προσκύνημα) μπορεί να χρησιμοποιηθεί εδώ επειδή οι σχετικές αποστάσεις είναι μικρές τόσο στο χώρο όσο και στο χρόνο. Ο γερμανικός όρος Pilgerfahrt (ταξίδι προσκυνήματος) υποδηλώνει τη διέλευση μεγαλύτερων αποστάσεων για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. (Terzidou et al., 2018).

Οι τοποθεσίες, που βρίσκονται στην άμεση γειτονιά των προσκυνητών, αναζητούνται, κατά κανόνα, μόνο αρκετές φορές το χρόνο από τους προσκυνητές. Ο ιερέας της ενορίας προσφέρει τυχόν πρόσθετες απαραίτητες θρησκευτικές υπηρεσίες. Μια πρόσθετη υποδομή, η οποία εκτείνεται πέρα από αυτή της κανονικής κοινότητας ή πόλης, δεν είναι ούτε διαθέσιμη ούτε είναι απαραίτητη. Σήμερα, όπως και παλαιότερα, η απόσταση από τον τόπο του προσκυνήματος καλύπτεται με τα πόδια σε μια πομπή πάνω από μονοπάτια στα χωράφια. Σπάνια κάποιος χρησιμοποιεί αυτοκίνητο ή μέσα μαζικής μεταφοράς. Στα περιφερειακά κέντρα Wallfahrt, με μεγαλύτερη λεκάνη απορροής, ο αριθμός των ετήσιων προσκυνητών ανέρχεται σε δεκάδες χιλιάδες. Η εκκλησία δεν έχει πλέον καμία άλλη λειτουργία εκτός από αυτήν της προσκυνηματικής εκκλησίας. Διοικείται, ωστόσο, πνευματικά από την κοντινή ενορία. Υπάρχει αντίστοιχη υποδομή, όπως χώροι πάρκα για πικνίκ, εστιατόριο και καταστήματα με είδη λατρείας. Από όλα τα μέσα μεταφοράς, οι προσκυνητές ταξιδεύουν λιγότερο από όλα με τα πόδια, ειδικά σε ορισμένες τελετουργικές ημέρες ιερών προσώπων. Έως 500.000 πιστοί ετησίως αναζητούν υπερπεριφερειακά κέντρα Wallfahrt που εκτείνονται πέρα από τη λεκάνη απορροής της επισκοπής. Οι περισσότεροι από αυτούς τους προσκυνητές ταξιδεύουν με αυτοκίνητο ή λεωφορείο, ακόμη και εκεί που διατηρείται το παραδοσιακό ταξίδι με τα πόδια.

Η επίδραση του προσκυνηματικού τουρισμού είναι εμφανής στην ανάπτυξη του πληθυσμού και των οικισμών, καθώς και στη λειτουργία των εγκαταστάσεων: το θρησκευτικό κέντρο, τα πανδοχεία, τα εστιατόρια και πολλά καταστήματα με θρησκευτικά είδη. Ωστόσο, τα συνέδρια εκκλησιαστικών οργανώσεων και ενώσεων, καθώς και οι επαρχιακές εκκλησιαστικές συναντήσεις, έχουν μεταβαλλόμενη τοποθεσία. Ως αποτέλεσμα της ενιαίας συγκέντρωσης μερικές φορές εκατοντάδων χιλιάδων πιστών σε θρησκευτικές γιορτές που αλλάζουν τόπους, η οικονομική επιρροή στην πόλη δεν είναι καθοριστική. Οι επιρροές είναι εμφανείς μόνο για ένα χρονικό διάστημα, ειδικά με τη μορφή έντονης κίνησης, απασχόλησης μέσω μεταφοράς και παροχής θέσεων στάθμευσης, σκηνών φεστιβάλ και άλλων απαραίτητων εγκαταστάσεων. (Terzidou et al., 2018)

- **Μακροπρόθεσμος θρησκευτικός τουρισμός**

Ο μακροπρόθεσμος θρησκευτικός τουρισμός περιλαμβάνει επισκέψεις σε θρησκευτικά κέντρα για αρκετές ημέρες ή εβδομάδες. Σημαντικά κέντρα προσκυνήματος ξεκίνησαν κυρίως ως τοπικοί και περιφερειακοί τόποι προσκυνήματος και εξελίχθηκαν σε

διεθνή κέντρα προσκυνήματος. Είναι χαρακτηριστικό το παράδειγμα της Λούρδης στη Γαλλία που πριν το 1858 ήταν μια μικρή πόλη και σήμερα είναι διεθνώς ο τρίτος σημαντικότερος προσκυνηματικός προορισμός μετά τη Ρώμη και τους Άγιους Τόπους και ο δεύτερος τουριστικός προορισμός μετά το Παρίσι στη Γαλλία, υποδεχόμενη εκατομμύρια επισκέπτες το χρόνο (Wikipedia).

Τέτοια κέντρα αναζητούν εκατοντάδες χιλιάδες ή εκατομμύρια προσκυνητές κάθε χρόνο. Οι διακυμάνσεις γενικά υπόκεινται σε αυξήσεις κατά τη διάρκεια ειδικών τελετών και ιωβηλαίων ή σε μειώσεις λόγω πολιτικής αναταραχής, ύφεσης και πολέμου. Η Ρώμη και η Μέκκα είναι ξεχωριστά διεθνή κέντρα προσκυνήματος. Κατέχουν μια ιδιαίτερη θέση μεταξύ των παγκόσμιων εκκλησιών ως αποτέλεσμα του προσκυνηματικού ταξιδιού που απαιτείται κατά καιρούς από τους πιστούς. Ενώ στη Μέκκα συγκεντρώνονται μόνο αληθινοί προσκυνητές, καθώς απαγορεύεται η πρόσβαση σε εκείνους άλλων πεποιθήσεων, στη Ρώμη, εκτός από τα 10 εκατομμύρια τουρίστες προσκυνήματος, συγκεντρώνονται αμέτρητοι αριθμοί πολιτιστικών, αθλητικών, οικονομικών και πολιτικών τουριστών.

Η Λούρδη με τα εκατομμύρια επισκέπτες της είναι η πιο κατάλληλη σύγκριση με τη Μέκκα, επειδή στη Λούρδη σχεδόν καμία άλλη σημαντική λειτουργία δεν είναι διαθέσιμη ή ακόμη και δυνατή. Αυτή η συνέπεια προκύπτει σε μεγάλο βαθμό από την άμεση και έμμεση εξάρτηση της πόλης από τον προσκυνηματικό τουρισμό. Η Fatima έχει παρόμοια διεθνή λεκάνη απορροής, αλλά με χαρακτήρα εθνικού θρησκευτικού κέντρου, όπως φαίνεται από τον μεγάλο αριθμό Πορτογάλων επισκεπτών. (Terzidou et al., 2018)

Η Γουαδελούπη έχει διεθνή χαρακτήρα λόγω της λατρείας του αγίου της σε όλη την Αμερική. Ωστόσο, παραμένει, ως εθνικός ιερός τόπος, ο στόχος των εθνικών προσκυνημάτων. Αυτό συμβαίνει γιατί, όπως το Μεξικό, έτσι και κάθε άλλη χώρα στη Λατινική Αμερική διαθέτει παρόμοιο εθνικό τόπο προσκυνήματος. Η ινδουιστική τοποθεσία Μπενάρες στον ποταμό Γάγγη είναι τεράστιας εθνικής σημασίας. Γενικά θεωρείται ότι το νερό είναι εξαιρετικά ιερό (Singh and Singh 1987). Η πόλη της Ιερουσαλήμ είναι διεθνούς σημασίας για αρκετές θρησκείες του κόσμου. Ενοποιεί τους ιερούς χώρους των Εβραίων, των Μουσουλμάνων και των Χριστιανών μέσα στα τείχη της. Το Διεθνές Ετήσιο Συνέδριο των Μορμόνων στο Σολτ Λέικ Σίτι λαμβάνει χώρα στην πλατεία Temple με συμμετέχοντες από όλο τον κόσμο. Η επίσκεψη σε διάφορους ναούς των Μορμόνων, από τους οποίους σήμερα υπάρχουν 40 σε όλο τον κόσμο, μπορεί επίσης να κατηγοριοποιηθεί σε αυτή τη μορφή θρησκευτικού τουρισμού.

3.1 Οργανωτικές Μορφές Θρησκευτικού Τουρισμού

Για μια περαιτέρω κατανόηση και εξήγηση του θρησκευτικού τουρισμού, πρέπει να συστηματοποιηθούν ακόμη περισσότερες οργανωτικές μορφές με βάση ορισμένα χαρακτηριστικά όπως ο αριθμός των συμμετεχόντων, τα μέσα μεταφοράς, η εποχή καθώς και τα δημογραφικά δεδομένα.

Κάθε είδος τουρισμού (ταξινομημένο κατά κίνητρο) έχει μια κοινωνική πτυχή, στην οποία βασίζονται πολιτιστικά, πολιτικά ή θρησκευτικά κίνητρα των ταξιδιωτών. Το μεμονωμένο ταξίδι δίνει τη δυνατότητα στον τουρίστα να ακολουθήσει τα ενδιαφέροντα και τις επιθυμίες του, να επιλέξει ταξιδιωτικούς στόχους και διαδρομές και να προετοιμαστεί ανεξάρτητα. Το ταξίδι με την οικογένεια και τους φίλους με ιδιωτικό όχημα ή με δημόσια συγκοινωνία διευκολύνει την οργάνωση και τις κοινωνικές επαφές. Στο θρησκευτικό τουρισμό, το άτομο που ταξιδεύει μόνο του (ατομικός τουρισμός) αντιπροσωπεύει τη μειονότητα. Αυτό έχει αποδειχθεί σε μελέτες προσκυνητών στη Λούρδη, τη Φατίμα, στις Ηνωμένες Πολιτείες, τον Καναδά και το Μεξικό. Μελέτες τριών τόπων προσκυνήματος στη Δυτική Βεγγάλη της Ινδίας, επιβεβαιώνουν αυτά τα αποτελέσματα. Από τους 1.537 προσκυνητές που συμμετείχαν στην έρευνα, μόνο το 11% ταξίδευε μόνο του, ενώ το 65%

ήρθε με μέλη της οικογένειας (οικογενειακός τουρισμός), το 12% με φίλους και ένα επιπλέον 12% με οργανωμένες ομάδες (ομαδικός τουρισμός). Ο αριθμός των μεγάλων και μικρών ομάδων οργανωμένων προσκυνητών στη Λούρδη ήταν 29% (Rinschede 1985). Παρά το μικρό αυτό ποσοστό, οι οργανωμένες ομάδες έχουν ιδιαίτερη σημασία. Στις χριστιανικές θρησκείες, οργανώνονται συχνά προσκυνηματικές ομάδες από ΚΑΠΗ, ενορίες, επισκοπή, ομάδες νέων, σχολεία ή συλλόγους ηλικιωμένων. Τόσο σε τοπικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο, μερίδιο στην οργάνωση των θρησκευτικά προσανατολισμένων ταξιδιών έχουν και τα ταξιδιωτικά γραφεία όλων των τύπων.

Μέχρι τα μέσα του δέκατου ένατου αιώνα κυριαρχούσε ο πεζός προσκυνηματικός τουρισμός. Με το πέρασμα του χρόνου και την ανάπτυξη των μέσων μαζικής μεταφοράς το πεζό προσκύνημα μειώθηκε και σταδιακά περιορίστηκε σε τοπικό επίπεδο. Τα πλοία, το τρένο, το αεροπλάνο, το λεωφορείο και το αυτοκίνητο βοήθησαν προς αυτή την κατεύθυνση. Ο αεροπορικός τουρισμός εμφανίστηκε στην τουριστική σκηνή μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο ενώ τα οργανωμένα ταξίδια προσκυνήματος τείνουν να γίνονται κυρίως με λεωφορεία και λιγότερο με αυτοκίνητα (Terzidou et al., 2018).

Η εποχικότητα χαρακτηρίζει το θρησκευτικό τουρισμό ακόμη και όταν ορισμένοι θρησκευτικοί χώροι είναι επισκέψιμοι καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Σημαντικοί παράγοντες με επιρροή είναι οι θρησκευτικές τελετές, οι ημέρες μνήμης και η κλιματική τοποθεσία του τόπου προσκυνήματος. Οι θρησκευτικές τελετές και οι ημέρες μνήμης σίγουρα παίζουν μεγάλο ρόλο, αν όχι καθοριστικό στην εποχική έμφαση του προσκυνηματικού τουρισμού. Για παράδειγμα, μέσα σε δύο έως τρεις εβδομάδες κατά τη διάρκεια του προσκυνηματικού μήνα (τρεις μήνες μετά το Ραμαζάνι), 1,5 εκατομμύρια προσκυνητές πηγαίνουν στη Μέκκα προκειμένου να λάβουν μέρος στο 12ήμερο χατζ, το ετήσιο προσκύνημα των Μουσουλμάνων, που υπό προϋποθέσεις είναι υποχρεωτικό για κάθε πιστό του Αλλάχ, τουλάχιστον μια φορά στη ζωή του.

Στους χριστιανικούς τόπους προσκυνήματος μεγάλη επισκεψιμότητα παρατηρείται τις ημέρες του εορτασμού των αγίων και ανάλογα την εποχή. Γενικά, ο προσκυνηματικός τουρισμός λαμβάνει χώρα από τους μήνες Απρίλιο/ Μάιο έως Οκτώβριο λόγω ευνοϊκών καιρικών συνθηκών, αλλά και γιατί μπορεί εύκολα να συνδεθεί με διακοπές στην άμεση περιοχή του προσκυνήματος (Rinschede 1992).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

4.1 Η επίδραση του θρησκευτικού τουρισμού στην ανάπτυξη

Η στήριξη των κατοίκων μιας περιοχής ευθύνεται σε μεγάλο βαθμό για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού. Η εκάστοτε περιοχή επηρεάζεται σημαντικά από την αντίληψη των οφελών του τουρισμού και από την εμπιστοσύνη των κατοίκων στους κυβερνητικούς παράγοντες.

Την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού, μπορούμε να τη δούμε υπό το πρίσμα των ακόλουθων μεταβλητών:

- Αντιληπτά οφέλη του τουρισμού (δημιουργία απασχόλησης και εισοδήματος, βελτίωση της ποιότητας ζωής και γενική αξιολόγηση των οφελών από τον τουρισμό).
- Εμπιστοσύνη στους κυβερνητικούς παράγοντες
- Πολιτική υποστήριξη για τον τουρισμό (παραδοχή-συμφωνία ότι ο τουρισμός είναι η πιο σημαντική βιομηχανία, ο τουρισμός συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη, ο τουρισμός έχει σημαντικό ρόλο στην τοπική οικονομία ανάπτυξη).

4.2 Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα

Ο θρησκευτικός τουρισμός γνωρίζει ιδιαίτερη άνθηση στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια καθώς αποτελεί μία από τις πιο γρήγορα αναπτυσσόμενες μορφές ειδικού τουρισμού παγκοσμίως. Επιδρά ως μέσο θρησκευτικής, πολιτιστικής ή ιστορικής έκφρασης στις περιοχές της Ελλάδας που φιλοξενούν μνημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος. Η τουριστική πολιτική της χώρας οφείλει να κινηθεί στην κατεύθυνση διερεύνησης των προοπτικών ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού, στον εντοπισμό χωρών που αποτελούν αναδυόμενες αγορές θρησκευτικού τουρισμού και πιθανές πηγές προσέλκυσης σημαντικού αριθμού προσκυνητών στα θρησκευτικά μνημεία της χώρας, αλλά και στη συστηματική οργάνωση, βελτίωση και ανάπτυξη των θρησκευτικών προσκυνηματικών ταξιδιών που μπορούν να ακολουθηθούν μαζί με τις υπάρχουσες ειδικές μορφές τουρισμού.

Η πρώτη προσπάθεια να δοθεί ο ορισμός του τουρισμού έγινε από τους Hunziker και Kraft το 1942, σύμφωνα με την οποία «ο τουρισμός θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως το σύνολο των σχέσεων που προκύπτουν από ταξίδια και διαμονή μη μόνιμων κατοίκων, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη κατοικία και δεν συνδέονται με οποιαδήποτε κερδοσκοπική δραστηριότητα». Περιλαμβάνει νέες πολιτιστικές αξίες που προσανατολίζονται στην προστασία του περιβάλλοντος και τη βιώσιμη ανάπτυξη παρά τη συνεχή γεωγραφική επέκταση και ανάπτυξη των περιοχών που εμπλέκονται στον τουρισμό σε διεθνές επίπεδο. Συνδέεται αδιάσπαστα με την πιο προηγμένη τεχνολογία στις μεταφορές, την επικοινωνία, τη διαχείριση επιχειρήσεων, εφαρμογές λογισμικού υπολογιστών και διαδικτύου, συστήματα κρατήσεων, μάρκετινγκ και κάθε είδους δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό. Με την πάροδο των ετών, με οφέλη για τις ιδιωτικές εταιρείες, ο κύριος όγκος του τουρισμού οδηγήθηκε στην τυποποίηση των υπηρεσιών, καθώς η σχέση «ποιότητας-τιμής» ακολουθείται από τη σχέση «αξία - ποσότητα», με αποτέλεσμα τη μείωση των αφίξεων, τη στασιμότητα των επενδύσεων, την κοινωνική τριβή και τις αντικρούσεις, για την τουριστική ανάπτυξη. Στη συνέχεια, υπήρξε εντατικοποίηση των περιβαλλοντικών προβλημάτων και συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου με δυσμενείς συνέπειες για την απασχόληση.

Υπό αυτές τις συνθήκες, οι διεθνείς τουριστικοί φορείς προσπάθησαν να προωθήσουν νέες μορφές. Στην αντίθετη κατεύθυνση του μαζικού τουρισμού, βρέθηκαν οι εναλλακτικές μορφές που ήταν σε αρμονία με τη φύση και την πολιτιστική κληρονομιά. Επιπλέον,

συμβάλλουν στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των περιοχών. Την τουριστική ανταγωνιστικότητα των περιοχών με ανεπτυγμένη τουριστική υποδομή, τη βελτιώνουν, εξουδετερώνουν τις αδυναμίες της και την αντικαθιστούν μακροπρόθεσμα (Chatzigeorgiou et al., 2017). Σε αυτό το είδος ταξιδιού, το κίνητρο της κίνησης και η απόφαση για αυτό καθορίζονται από ένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον, λόγω του οποίου γίνεται το ταξίδι, π.χ. Συνέδριο, θρησκευτικός, εκπαιδευτικός τουρισμός. Ο Ειδικός και Εναλλακτικός Τουρισμός είναι μια διαδικασία που προωθεί μια μορφή ταξιδιού που σέβεται τόσο τους πολιτιστικούς όσο και τους φυσικούς πόρους μιας περιοχής, την τοπική κοινότητα και τους επισκέπτες της. Επιπλέον, επιτρέπει την εκμετάλλευση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών μιας περιοχής και την εμφάνιση νέων προοπτικών ανάπτυξης μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας. Είναι ένα είδος ενεργού τουρισμού, καθώς οι επισκέπτες μπορούν να συμμετέχουν σε διάφορες δραστηριότητες και συνδέονται επίσης με επενδύσεις μικρής κλίμακας. Οι εναλλακτικοί τουρίστες προτιμούν τη φυσική απελευθέρωση, ακολουθώντας μερικές φορές τις συνήθειες και τον τρόπο ζωής των ντόπιων (π.χ. αγροτών, ψαράδων), κάνουν φιλίες με ντόπιους και βιώνουν την τοπική κουλτούρα.

Η σύγχρονη εκδοχή του προσκυνήματος περιλαμβάνει σε μεγάλο βαθμό την έννοια του προσκυνήματος όχι μόνο σε θρησκευτικά μνημεία αλλά και σε πολιτιστικούς χώρους και πολιτιστικά προσκυνήματα (Collins-Kreiner, 2006).

Ωστόσο, δεν πρέπει να παραβλέπεται ότι το προσκύνημα διαμορφώνεται εκτός από τις θρησκευτικές πεποιθήσεις και από την επίδραση άλλων παραγόντων που επικρατούν, όπως πολιτικοί, οικονομικοί, κοινωνικοί κ.λπ. Η διάκριση μεταξύ προσκυνητή και θρησκευόμενου τουρίστα είναι ένα ζήτημα που απασχολεί την επιστημονική κοινότητα για αρκετά χρόνια. Κι αυτό γιατί, ανάλογα με την περιοχή (θρησκευτική ή κοσμική) στην οποία κινείται το άτομο, διαμορφώνονται οι ανάγκες, οι επιθυμίες και οι συμπεριφορές του κατά τη διάρκεια του ταξιδιού (Mira, 2003). Οι Jackowski & Smith (1992), θεωρούν ότι αυτή η κίνηση παίρνει δύο μορφές, οι οποίες εξαρτώνται από τους στόχους και τον τρόπο ταξιδιού. Στο ένα κινητήριο δύναμη είναι το θρησκευτικό συναίσθημα (προσκυνητής) και στο άλλο (ο θρησκευόμενος τουρίστας) η αναζήτηση της γνώσης.

Το ταξίδι περιλαμβάνει δύο σημαντικές διαστάσεις το χρόνο και το χώρο. Αυτό που διακρίνει το προσκύνημα από άλλα ταξίδια είναι το γεγονός ότι ο χρόνος και ο χώρος είναι ασυνήθιστοι. Το προσκύνημα είναι πραγματικό ταξίδι αλλά ταυτόχρονα ένα συμβολικό ή μεταφορικό ταξίδι, στο οποίο λαμβάνει χώρα μια πνευματική και κοινωνική αλλαγή. (Gretzel et al., 2012, Nyaupane, Timothy, & Poudel, 2015). Στην πραγματικότητα, πρόκειται για δύο διαφορετικά κοινωνικά φαινόμενα. Το προσκύνημα όπου κυριαρχεί το πνευματικό στοιχείο της πίστης και ο θρησκευτικός τουρισμός ως υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού, με τη θρησκευτικότητα στο σύνολό της, ανεξάρτητα από το αν είναι ενεργό ή ανενεργό. Η θρησκεία, ωστόσο, είναι ένα σημαντικό μέρος του πολιτισμού. Τα θρησκευτικά μνημεία θεωρούνται και πολιτιστικά στοιχεία.

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι υποκατηγορία πολιτιστικών και οργανωμένων προσκυνημάτων. Ένας θρησκευόμενος τουρίστας αφού εκπληρώσει τις θρησκευτικές του ανάγκες συμπεριφέρεται ως τουρίστας, πράγμα που σημαίνει ότι χρειάζεται διαμονή, φαγητό, ψυχαγωγία, αγορά αναμνηστικών και άλλων προϊόντων. Η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού φέρνει επίσης κοινωνικο-πολιτιστικά οφέλη όπως μείωση της ανεργίας, ανάπτυξη έργων υποδομής, απαίτηση και βελτίωση ιατρικών υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, ενίσχυση της πολιτιστικής ταυτότητας, αύξηση του βιοτικού επιπέδου και ποιότητα ζωής για τους κατοίκους τουριστικών περιοχών, αυξάνοντας την παραγωγή τουριστικών πόρων.

Η δημιουργία μουσείων ή θεματικών πάρκων ή η διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων με κύριο ή μοναδικό άξονα την ιστορική προσωπικότητα της περιοχής ή κάποια στοιχεία τοπικής κουλτούρας και παράδοσης χρησιμεύουν ως μέσο ενίσχυσης των

κοινωνικο-πολιτιστικών πόρων της περιοχής. Βοηθά στη μείωση της μετανάστευσης και φέρνει ανθρώπους διαφορετικών πολιτισμών και κοινωνιών σε επαφή μεταξύ τους.

Σήμερα, ο θρησκευτικός τουρισμός αναγνωρίζεται διεθνώς ως μια ειδική μορφή τουρισμού με μεγάλη οικονομική και κοινωνική σημασία. Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Θρησκευτικών Τουρισμών, περισσότεροι από 300 εκατομμύρια ταξιδιώτες ταξιδεύουν κάθε χρόνο για να επισκεφθούν μέρη θρησκευτικού ενδιαφέροντος. Το οικονομικό όφελος είναι περίπου 15 δισεκατομμύρια ευρώ. Ο θρησκευτικός τουρισμός και το αναπτυξιακό του δυναμικό αποτελούν ζήτημα μεγάλης ανησυχίας για τις εθνικές τουριστικές πολιτικές και τους αρμόδιους φορείς παγκοσμίως, όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση, η UNESCO κ.λπ.. Η έντονη οικονομική δραστηριότητα που συνοδεύει την ανάγκη για προσκύνημα, έχει οδηγήσει πολλές επιχειρήσεις στην εξειδίκευση στον θρησκευτικό-προσκυνηματικό τουρισμό. Η Ελλάδα, σύμφωνα με την ιστοσελίδα της (Newsroom, 2012), χάρη στην πλούσια θρησκευτική και πολιτιστική κληρονομιά της, διεκδικεί σημαντικό μερίδιο στη δυναμική μιας παγκόσμιας αγοράς 3 δισεκατομμυρίων ανθρώπων. Είναι αλήθεια ότι ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα είναι αξιοσημείωτος λόγω του έντονου θρησκευτικού αισθήματος των Ελλήνων καθώς και της διαχρονικής σύνδεσής τους με την ορθόδοξη χριστιανική πίστη. Πολυάριθμες βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες, τοιχογραφίες, εικόνες ανυπολόγιστης αξίας αποτελούν την πολιτιστική κληρονομιά αυτής της χώρας, προσελκύοντας το ενδιαφέρον των προσκυνητών και των θρησκευτικών τουριστών.

Εκτός από τα θρησκευτικά μνημεία που περιλαμβάνονται στον κατάλογο της UNESCO, η Ελλάδα διαθέτει τεράστιο θρησκευτικό πλούτο που βρίσκεται σε μεγάλα θρησκευτικά κέντρα του χριστιανισμού διάσπαρτα στον ελλαδικό χώρο. Τα τελευταία χρόνια τα μοναστήρια και τα ιερά προσκυνήματα έχουν δεχτεί πλήθη πιστών, αλλά και άλλους επισκέπτες που προηγουμένως ήταν αδιάφοροι ή και αρνητικοί απέναντι στον μοναχισμό ή την Εκκλησία, μαρτυρώντας την έμπνευση της ανανέωσης και το διαφορετικό νόημα που προσδίδουν. Πολλοί Έλληνες περιοδεύουν στην ελληνική ύπαιθρο τα Σαββατοκύριακα αναζητώντας την αφοσίωση και τη γαλήνη που προσφέρουν τα μοναστήρια. Η διάρκεια του ταξιδιού καθορίζεται από τη θρησκευτική φύση των επισκέψεων και την ηλικία των συμμετεχόντων. Οι επίσημες στατιστικές επισκέψεων σε θρησκευτικούς χώρους, η προέλευση των επισκεπτών, οι αποστάσεις ταξιδιού, ο χρόνος επισκέψεων, η ηλικία, η εκπαίδευση και άλλα χαρακτηριστικά που θα βοηθούσαν στην ανάλυση του φαινομένου, υπάρχουν μόνο σε ενδείξεις που δημιουργούν δυσκολίες στον υπολογισμό και την αξιολόγηση των θρησκευτικών τουριστικών κινήσεων. Σχεδόν όλοι οι νομοί διαθέτουν θρησκευτικούς πόρους, γεγονός που δημιουργεί προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού. Χαρακτηριστικό γνώρισμα του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα είναι ότι το μεγαλύτερο μέρος των επισκεπτών είναι έλληνες, ενώ οι επισκέπτες από το εξωτερικό προέρχονται κυρίως από χώρες της Ανατολικής Ορθόδοξης Εκκλησίας όπως η Ρωσία, η Ρουμανία, η Σερβία, η Βουλγαρία, η Κύπρος.

Σημαντικός είναι επίσης ο αριθμός των πιθανών επισκεπτών της Ελλάδας από χώρες της Δυτικής και Βόρειας Ευρώπης, Αμερική, Αυστραλία, Αφρική, που ταξιδεύει για θρησκευτικούς σκοπούς αποκλειστικά ή σε συνδυασμό με άλλες μορφές τουρισμού στη χώρα μας. Στην Ελλάδα αλλά και στον υπόλοιπο δυτικό κόσμο, ο προσκυνητής αποτελεί στόχο της τουριστικής βιομηχανίας, αφού, σύμφωνα με τον Σύνδεσμο ΗΑΤΤΑ, οι επισκέπτες στα θρησκευτικά μνημεία ξεπερνούν τους 300.000 κάθε χρόνο. Η πολιτιστική θρησκευτική έκφραση ασκείται όλες τις εποχές του έτους, μερικές φορές εντός και εκτός της τουριστικής περιόδου. Η γεωγραφική θέση της Ελλάδας στη Μεσόγειο, η εύκολη πρόσβαση, οι κλιματολογικές συνθήκες με τη μεγάλη ηλιοφάνεια και το ήπιο κλίμα της επιτρέπουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού για το μεγαλύτερο μέρος του έτους. Ένας σημαντικός μοχλός στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα μπορεί να είναι ο

θρησκευτικός και πολιτιστικός πλούτος ως συμπληρωματικός ελκυστικός πόρος σε κάθε τουριστική δραστηριότητα. (Terzidou et al., 2018)

Ο κοινωνικός παράγοντας που περιλαμβάνει τη φιλόξενη διάθεση των κατοίκων της περιοχής σε συνδυασμό με τη βαθιά θρησκευτική παράδοση μπορεί να δώσει στην Ελλάδα τον χαρακτήρα του φιλόξενου θρησκευτικού προορισμού. Ο πολιτικός παράγοντας αποτελεί επίσης ένα ασφαλές περιβάλλον για τον προσκυνητή δημιουργώντας μια θετική εικόνα για τον θρησκευτικό τουρισμό στη χώρα μας. Η πρόκληση και οι προοπτικές για τον θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα είναι μεγάλες καθώς, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (2013), είναι το ταχύτερα αναπτυσσόμενο τουριστικό προϊόν από το 2007. Αρκεί να σημειώσουμε ότι από τα 17 μνημεία της ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς στην UNESCO, οι πέντε είναι περιοχές θρησκευτικού ενδιαφέροντος (Dermetzopoulos et al., 2009, Poulaki & Lagos, 2015).

Στο πλαίσιο μιας πολιτικής για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα, έχουν πραγματοποιηθεί αξιολογικές ενέργειες από την Εκκλησία της Ελλάδος, από δημόσιους φορείς που ασχολούνται με τον τουρισμό, την τοπική αυτοδιοίκηση αλλά και ιδιωτικούς φορείς. Σύμφωνα με τους Poulaki & Lagos (2013) η συνεργασία όλων των κυβερνητικών, εκκλησιαστικών ή μη φορέων γίνεται ολοένα και πιο ισχυρή με στόχο την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού. Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί μέρος της αειφόρου ανάπτυξης καθώς περιλαμβάνει τη βιωματική γνωριμία των τουριστών με τα τοπικά έθιμα και παραδόσεις, την επίσκεψη προστατευόμενων φυσικών και πολιτιστικών περιοχών όπου υπάρχει ισορροπία μεταξύ του περιβάλλοντος, της οικονομίας και των κοινωνικών διαστάσεων του τουρισμού. Αυτή η ειδική μορφή τουρισμού δεν εγγυάται εγγενώς τη βιωσιμότητα, αλλά θα πρέπει να συνδυαστεί με την υιοθέτηση φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών. Η ενδογενής ανάπτυξη αποτελεί βασικό στοιχείο των αναπτυξιακών πολιτικών που ακολουθείται με σκοπό την αξιοποίηση του φυσικού, θρησκευτικού και πολιτιστικού πλούτου και του ανθρώπινου δυναμικού κάθε περιοχής με στόχο τη συνεχή αποκέντρωση των αρμοδιοτήτων από εθνικό σε τοπικό επίπεδο. Βασικές προϋποθέσεις για την τοπική ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού είναι η συμμετοχή της τοπικής κοινότητας στα οφέλη της τουριστικής ανάπτυξης, η λήψη αποφάσεων που σχετίζονται με την υλοποίηση της διαδικασίας ανάπτυξης καθώς και ο σχεδιασμός του προσφερόμενου προϊόντος. Ο θρησκευτικός τουρισμός συγκαταλέγεται στις δραστηριότητες που μπορούν να ενισχύσουν την ανασυγκρότηση μιας τουριστικής περιοχής (απομονωμένες και μειονεκτικές περιοχές), καθώς συγκεντρώνει χαρακτηριστικά που τον καθιστούν μοχλό τοπικής και ενδογενούς ανάπτυξης, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και εμποδίζοντας τη μετανάστευση των νέων στα αστικά κέντρα. (Chantziantoniou, & Dionysopoulou, 2017).

Ο τουρισμός έχει αλλάξει τις τελευταίες δεκαετίες κυρίως επειδή το παραδοσιακό προϊόν μαζικού τουρισμού δεν είναι πλέον τόσο ελκυστικό όσο ήταν. Ως αποτέλεσμα, ο θρησκευτικός τουρισμός αναπτύσσεται ραγδαία για να ικανοποιήσει τουρίστες με πολλαπλά κίνητρα. Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι εναλλακτική μορφή που αντιπροσωπεύει σημαντικό ποσοστό της τουριστικής ζήτησης και διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη σύγχρονη τουριστική βιομηχανία αλλά και την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας κατ' επέκταση μέσα από τα εισοδήματα τουρισμού στη χώρα είτε από εγχώρια είτε από εισαγόμενα κέρδη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: Η ΖΗΤΗΣΗ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

5.1 Η προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού

Ο διαμορφωτικός και πρακτικός πυλώνας της τουριστικής πολιτικής της Ελλάδας είναι ο Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού. Πρωταρχική αποστολή του ΕΟΤ είναι η διεθνής προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, τόσο στη χώρα όσο και στο διεθνές πεδίο, έχει ιδρύσει και λειτουργεί Περιφερειακές Αρχές Τουρισμού στις 13 διοικητικές περιοχές της Ελλάδας και τα Υπουργεία Εξωτερικών σε μεγάλες πόλεις του εξωτερικού. Οι Περιφερειακές Αρχές Τουρισμού σκοπεύουν να συντονίσουν τις τουριστικές δραστηριότητες σε περιφερειακό επίπεδο ενώ τα Γραφεία Εξωτερικών να προωθήσουν την Ελλάδα στο εξωτερικό. Ένα τέτοιο γραφείο στο εξωτερικό είναι το γραφείο του ΕΟΤ στο Μιλάνο με στόχο την προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού στην ιταλική αγορά αναπτύσσοντας προωθητικές δράσεις. Σε αυτήν την προσπάθεια, ένας σημαντικός ρόλος είναι και η προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού αφού αυτός ο τομέας εντάσσεται στις εναλλακτικές μορφές του ελληνικού τουρισμού. (Chantziantoniou, & Dionysopoulou, 2017).

5.2 Κρατική πρωτοβουλία - δραστηριότητα

Η Ελλάδα διατηρεί ισχυρούς ιστορικούς δεσμούς με το Οικουμενικό Πατριαρχείο και τα άλλα Ελληνορθόδοξα Πατριαρχεία στην Αλεξάνδρεια, την Αντιόχεια και την Ιερουσαλήμ. Διατηρεί επίσης δεσμούς με τα Νέα Ορθόδοξα Πατριαρχεία και τις Αυτοκέφαλες Εκκλησίες και υποστηρίζει τις πρωτοβουλίες τους σε θέματα που σχετίζονται με τον διαθρησκευτικό και διαπολιτισμικό διάλογο, την προστασία της θρησκευτικής ελευθερίας, την προστασία του περιβάλλοντος και της θρησκευτικής κληρονομιάς. Βρίσκεται επίσης δίπλα στην Ιερά Μονή Αγίας Αικατερίνης στο όρος Σινά, το παλαιότερο χριστιανικό μοναστήρι, με μοναδικούς πνευματικούς και πολιτιστικούς θησαυρούς, έναν ιερό τόπο που σέβονται Χριστιανοί, Μουσουλμάνοι και Εβραίοι.

Η Ελλάδα αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στον διαθρησκευτικό διάλογο, ο οποίος προάγει το σεβασμό των δικαιωμάτων των θρησκευτικών κοινοτήτων, ενισχύει την κατανόηση μεταξύ των θρησκειών και κατέχει σημαντική θέση στις διεθνείς σχέσεις. Είναι ένα θέμα υψηλής προτεραιότητας στην ατζέντα των διεθνών οργανισμών. Στο πλαίσιο αυτό, η Ελλάδα προωθεί τις αντίστοιχες δραστηριότητες των Ελληνορθόδοξων Εκκλησιών. Παρακολουθεί τις εξελίξεις και εκφράζει το έντονο ενδιαφέρον της για την προστασία των τοπικών χριστιανικών κοινοτήτων, των χριστιανικών ιερών και μνημείων στη Μέση Ανατολή, όπου εδρεύουν τα ιστορικά Πατριαρχεία Αλεξανδρείας, Αντιοχείας και Ιεροσολύμων και η Μονή της Αγίας Αικατερίνης στο Σινά. Στο πλαίσιο αυτό, διοργανώθηκαν στην Αθήνα δύο Διεθνή Συνέδρια για τον θρησκευτικό και πολιτιστικό πλουραλισμό και την ειρηνική συνύπαρξη στη Μέση Ανατολή τον Οκτώβριο του 2015 και του 2017. (Chantziantoniou, & Dionysopoulou, 2017).

Το Άγιο Όρος είναι το σημαντικότερο μοναστικό κέντρο, ένα από τα ιερότερα ιερά του ορθόδοξου κόσμου και Μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO. Η θρησκευτική διπλωματία προσπαθεί να αναδείξει το Άγιο Όρος ως σημαντικό κέντρο πολιτιστικής κληρονομιάς και να ενισχύσει τις σχέσεις της Ιεράς Κοινότητας με το Ελληνικό Δημόσιο. Στο πλαίσιο αυτό, το Υπουργείο Εξωτερικών εποπτεύει τον Άθω, μέσω του Πολιτικού Κυβερνήτη του Αγίου Όρους, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 105 του Συντάγματος.

Το Υπουργείο Εξωτερικών βρίσκεται σε στενή συνεργασία με την Εκκλησία της Ελλάδος σε θέματα που σχετίζονται με διεθνείς δραστηριότητες, θρησκευτική διπλωματία και προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

5.3 Προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού

Από την αρχαιότητα η επιθυμία να ξεκινήσει ένα ταξίδι για θρησκευτικούς σκοπούς ενέπνευσε Έλληνες και μη Έλληνες να φτάσουν σε θρησκευτικούς χώρους σε όλη την Ελλάδα. Από τους πρώτους χρόνους ήταν έθιμο του ελληνικού λαού να εκφράζει τα θρησκευτικά του συναισθήματα, τη βαθιά πίστη του και την ευλάβεια του προς τον Θεό, βασικό χαρακτηριστικό της ορθόδοξης πίστης για 2000 χρόνια. Υπάρχει άμεση σύνδεση μεταξύ της θρησκείας ως πολιτισμικού φαινομένου και του τουρισμού. Η θρησκεία από την άποψη του τουρισμού βασίζεται σε ένα σαφές πολιτιστικό υπόβαθρο της παράδοσης. Έλληνες και ξένοι επισκέπτες μένουν έκπληκτοι από τους μεγαλοπρεπείς ναούς της Ελλάδας της Βυζαντινής εποχής, τις αμέτρητες αγροτικές εκκλησίες (εξωκλήσια) και τα μετόχια (χώροι μοναστηριών και κήποι). Ιεροί τόποι προσκυνήματος και θρησκευτικοί χώροι, που εμπνέουν δέος.

Στην Ελλάδα, ο θρησκευτικός τουρισμός πηγάζει από δραστηριότητες που σχετίζονται με το προσκύνημα, καλά ριζωμένες στις προηγούμενες εποχές. Από τη βαθιά αρχαιότητα, το προσκύνημα ήταν ένα ισχυρό κίνητρο για ταξίδια και οι άνθρωποι ταξίδευαν σε όλη την Ελλάδα για να επισκεφτούν θρησκευτικούς χώρους. Επιπλέον, η πολιτιστική πτυχή της θρησκείας σχετίζεται στενά με τον τουρισμό, καθιστώντας την ως ένα ιδιαίτερο είδος τουριστικής δραστηριότητας που βασίζεται σε διαφορετικά πολιτιστικά υπόβαθρα και παραδόσεις. Οι Έλληνες ανέκαθεν εξέφραζαν τη θρησκευτικότητά τους, τη βαθιά πίστη και την αφοσίωσή τους στον Θεό. Ξένοι και Έλληνες επισκέπτες στέκονται έκπληκτοι μπροστά στις χιλιάδες βυζαντινές εκκλησίες, τα αναρίθμητα παρεκκλήσια, τα μοναστήρια και τις εξαρτήσεις τους, τα μοναστήρια, τους ιερούς τόπους προσκυνήματος και τους αμέτρητους άλλους θρησκευτικούς χώρους που προκαλούν δέος. (Chantziantoniou, & Dionysopoulou, 2017).

Είτε βρίσκονται εδώ για θρησκευτικούς σκοπούς είτε καθαρά για απόλαυση, οι επισκέπτες στην ηπειρωτική Ελλάδα και τα νησιά της εκπλήσσονται από τον αμέτρητο αριθμό χώρων θρησκευτικής αφοσίωσης και τις σημαντικές αναφορές στο θεϊκό. Οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να δουν κτίρια και θρησκευτικούς χώρους που σχετίζονται με διάφορα δόγματα και θρησκείες, που όλα συνυπάρχουν σε μια κατάσταση διαρκούς διαλόγου και έτσι αναδεικνύουν το σπάνιο ιστορικό και πολιτιστικό μωσαϊκό της Ελλάδας. Μερικά από τα σημαντικότερα θρησκευτικά κέντρα της Ελλάδας περιλαμβάνουν τη μοναστική κοινότητα του Αγίου Όρους, τα εντυπωσιακά μοναστήρια των Μετεώρων, το Σπήλαιο της Αποκάλυψης και το Μοναστήρι του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου στην Πάτμο, τους τόπους όπου κήρυξε ο Απόστολος Παύλος και τους προσκυνηματικούς προορισμούς της Παναγίας. Η Παναγία της Τήνου, η Παναγία Σουμελά, η Παναγία Εκατονταπυλιανή κ.λπ. Τέτοιοι χώροι, με τη θεϊκή τους εμμονή ή την αναπαράσταση των υπερφυσικών δυνάμεων, συνυπάρχουν δίπλα - δίπλα με τις λαμπρότητες της ελληνικής φύσης. Κάθε βράχος, κάθε σπηλιά, κάθε βουνό και κάθε νησί προσφέρουν μια διαδρομή προς το θεϊκό. Ένα θρησκευτικό ταξίδι προσφέρει ένα ταξίδι σε μια διαφορετική πλευρά της Ελλάδας, μέσα από εκφράσεις θρησκευτικών συναισθημάτων ανά τους αιώνες. Ένα τέτοιο ταξίδι είναι, στην πραγματικότητα, ένα ταξίδι στο χρόνο, ένα ταξίδι που όλοι πρέπει να πραγματοποιήσουν κάποια στιγμή. Όλο το χρόνο, η Ελλάδα φιλοξενεί θρησκευτικά πανηγύρια-φεστιβάλ με έθιμα και παραδόσεις που έχουν ριζώσει βαθιά μέσα στους αιώνες. Αυτά τα πανηγύρια, μερικά τοπικά, μερικά που γιορτάζονται σε όλη την Ελλάδα, προσφέρουν μια ευκαιρία για

διασκέδαση και μια απόδραση από τη βαρετή μονοτονία της καθημερινής ζωής. Πραγματικά τυχερός είναι ο επισκέπτης που καταλήγει θεατής σε τέτοιες δημοφιλείς θρησκευτικές εκδηλώσεις. Χωρίς καν να το καταλάβει, σύντομα θα διαπιστώσει ότι δεν είναι απλώς θεατής, αλλά και συμμετέχων. Ο μεγαλύτερος από όλους αυτούς τους εορτασμούς στην Ελλάδα είναι το Πάσχα, με τις θρησκευτικές εκδηλώσεις και τις λαϊκές παραδόσεις κάθε άνοιξη (στην Κέρκυρα, την Πάτμο, τη Σκιάθο, το Λεωνίδιο, Χίο κ.λπ.). Το «καλοκαιρινό Πάσχα», η Κοίμηση της Θεοτόκου στις 15 Αυγούστου, είναι εξίσου θεαματικό και ιδιαίτερα δημοφιλές σε όλη τη χώρα. Ο καιρός αυτή την εποχή του χρόνου βοηθά και πολλά φεστιβάλ-πανηγύρια πραγματοποιούνται σε όλο το μήκος και το πλάτος της χώρας. Πολλοί μεγάλοι ορθόδοξοι άγιοι, συχνά προστάτες πόλεων ή χωριών, γιορτάζονται επίσης με χαρά την ημέρα που τους είναι αφιερωμένη, με εορτές μεγάλης ή μικρότερης κλίμακας. (Chantziantoniou, & Dionysopoulou, 2017).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο: Ο ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΗΛΕΙΑ

6.1 Γεωγραφική θέση

Η Ηλεία είναι μια ιστορική περιοχή στο δυτικό τμήμα της Πελοποννήσου. Διοικητικά ανήκει στην Περιφέρεια Δυτικής και έχει πρωτεύουσα τον Πύργο. Στα γεωγραφικά της όρια περιλαμβάνονται σε μεγάλο ποσοστό τα όρια της αρχαίας Ηλείας της κλασικής περιόδου. Εδώ βρίσκονται τα ερείπια των αρχαίων πόλεων της Ολυμπίας και της αρχαίας Ήλιδας, γνωστά για τους αρχαίους Ολυμπιακούς Αγώνες που ξεκίνησαν το 776 π.Χ. Στη σύγχρονη περιφερειακή ενότητα ανήκει η Λάμπεια της αρχαίας Αρκαδίας, ενώ η Καλογριά είναι πλέον τμήμα της Αχαΐας.

Ο μεγαλύτερος σε μήκος ποταμός είναι ο Αλφειός που μαζί με τον Πηνειό διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο στο μυθολογικό άθλο του Ηρακλή. Άλλα ποτάμια είναι η Νέδα και ο Ερύμανθος που πηγάζει από το όρος Ερύμανθος και συνδέεται επίσης με την ελληνική μυθολογία. Ο Αλφειός, ο Πηνειός και η Νέδα εκβάλλουν στο Ιόνιο Πέλαγος. Τεχνητές δεξαμενές και φράγματα παρέχουν νερό για άρδευση και ύδρευση. Το φράγμα του Πηνειού εξασφαλίζει νερό για άρδευση των καλλιεργειών στη Βόρεια Ηλεία ενώ είναι σε εξέλιξη έργα και για την ύδρευση. Μια δεύτερη, μικρότερη δεξαμενή-φράγμα στον ποταμό Αλφειό κοντά στην Ολυμπία και την Κρέστενα παρέχει νερό στην ευρύτερη περιοχή.

Το ανατολικό τμήμα της περιφερειακής ενότητας είναι δασωμένο, κυρίως με πεύκα. Στο οροπέδιο της Φολόης που είναι μία προστατευόμενη περιοχή από το Δίκτυο NATURA 2000 υπάρχει το μοναδικό αυτοφύες δάσος πλατύφυλλης βελανιδιάς στο βαλκανικό χώρο (το μυθικό δάσος των Κενταύρων). Το τοπίο, τα ποτάμια Ερύμανθος και Ηλειακός Λάδωνας μαζί με το μυθολογικό φορτίο δημιουργούν ένα μοναδικό περιβάλλον.

Στη βορειοδυτική παραλιακή ζώνη της Πελοποννήσου και στα σύνορα Αχαΐας Ηλείας από τη λιμνοθάλασσα του Αράξου έως τις Αλυκές Λεχαινών εκτείνεται και καταλήγει στη θάλασσα το δάσος της Στροφυλιάς, το μεγαλύτερο δάσος κουκουναριάς στην Ελλάδα και από τα μεγαλύτερα στην Ευρώπη. Η περιοχή είναι ενταγμένη το Δίκτυο NATURA 2000 διαθέτει εξαιρετική φυσική ομορφιά, σπάνια είδη χλωρίδας και πανίδας και αποτελεί το Εθνικό Πάρκο Υγροτόπων Κοτυχίου Στροφυλιάς (<https://strofylianationalpark.gr/>).

Το έδαφος του νομού είναι βασικά πεδινό και πολύ εύφορο. Λίγα βουνά συναντάμε στα ανατολικά και νότια, όπως η Φολόη, που αποτελεί προέκταση του Ερύμανθου του οποίου ένα μέρος του κυρίου όγκου του εκτείνεται εντός του νομού, το όρος Λαπίθας και η Μίνθη. Στην περιοχή του Σαμικού μια μικρή ελώδης έκταση έχει διατηρηθεί και τώρα προστατεύεται, ενώ το μεγαλύτερο μέρος έχει αποστραγγιστεί για γεωργικούς σκοπούς. Η περιφερειακή ενότητα διαθέτει σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία με τον κορυφαίο και παγκόσμιας ακτινοβολίας και συμβολισμό αρχαιολογικό χώρο και μουσείο της Αρχαίας Ολυμπίας. Τα μοναστήρια είναι επίσης διάσπαρτα στην περιοχή.

6.2 Μοναστήρια-εκκλησίες

Τα ιερά προσκνήματα της Ηλείας, τα μοναστήρια, και οι μεγάλες εκκλησίες, που βρίσκονται σε διαφορετικές περιοχές του νομού, προσφέρουν απόλυτη γαλήνη και θρησκευτική πνοή. Είναι χτισμένα στη φύση και ο επισκέπτης τους ηρεμεί αμέσως (iliatravel, 2021).

Ιερά Μονή Παναγίας Χρυσοπηγής Άνω Δίβρης



Εικόνα 1: Ιερά Μονή Παναγίας Χρυσοπηγής Άνω Δίβρης

Η Ιερά Μονή Παναγία Χρυσοπηγής Άνω Δίβρης είναι ένα από τα σπουδαιότερα μεταβυζαντινά μοναστήρια της Ηλείας. Είναι χτισμένο μέσα στα έλατα σε υψόμετρο 1150 μέτρα, μετά το χωριό Λάμπεια (Δίβρη). Χτίστηκε τον 17ο αιώνα (1667) και στο καθολικό της μονής ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει τις εξαιρετικές αγιογραφίες. Στα χρόνια της ακμής του αξιοποιούσε χωράφια, δασικές εκτάσεις, αμπελώνες, ελιές και μετόχια. Κατά την Τουρκοκρατία λόγω του δυσπρόσιτου της περιοχής κατέφυγαν σ' αυτό αγωνιστές του Μοριά, ενώ λέγεται ότι λειτουργούσε και κρυφό σχολειό. Κατά την περίοδο της Κατοχής και του εμφυλίου πολέμου προκλήθηκαν φθορές οι οποίες αποκαταστάθηκαν στα νεότερα χρόνια από τους μοναχούς και ξαναλειτούργησε. Ο ναός είναι ρυθμού βασιλικής με στηριζόμενο το κουβούκλιο του σε καμάρες, θυμίζοντας τους ναούς των παλαιοχριστιανικών χρόνων. Ο διάκοσμος διατηρείται σχεδόν ακέραιος, ενώ οι τοιχογραφίες στον νάρθηκα είναι μεταγενέστερες, όπως και το τέμπλο, που είναι κτιστό και έχει εμπλουτιστεί με ξυλόγλυπτη επένδυση, που χρονολογείται στο 1845. Διαθέτει ενδιαφέρουσα βιβλιοθήκη με σπάνια βιβλία και χειρόγραφα του 17ου και 18ου αιώνα. Η απόσταση από τον Πύργο, την πρωτεύουσα του νομού, είναι περίπου 60 χλμ και η διαδρομή θα ανταμείψει και τον πιο απαιτητικό επισκέπτη. Η μονή είναι αφιερωμένη στη Ζωοδόχο Πηγή αλλά πανηγυρίζει το Γενέσιο της Θεοτόκου, στις 8 Σεπτεμβρίου, λόγω των κλιματολογικών συνθηκών (iliatravel, 2021, <https://www.imilias.gr/>).

Ιερά Μονή Παναγίας Χρυσοπηγής Κάτω Δίβρης



Εικόνα 2: Ιερά Μονή Παναγίας Χρυσοπηγής Κάτω Δίβρης

Στην καταπράσινη πλαγιά, μερικά μέτρα πιο κάτω από τα τελευταία σπίτια της Δίβρης, δεσπόζει η Κάτω Μονή Δίβρης που είναι αφιερωμένη στην Παναγία. Το Κάτω Μοναστήρι γιορτάζει την παράσταση της Κοίμησης στις 23 Αυγούστου και διαθέτει ένα αξιόλογο ξυλόγλυπτο τέμπλο του 18ου αιώνα. Διαθέτει αξιόλογο διάκοσμο. Στον δυτικό τοίχο παριστάνεται η Δευτέρα Παρουσία. Επίσης, στο κεντρικό τμήμα του θόλου είναι προφήτες γεμάτοι σώμα και σε σιδεράκια, στη μέση ο Παντοκράτορας με τον Ιωάννη τον Πρόδρομο και τάγματα αγγέλων και τους τέσσερις ευαγγελιστές. Στο ιερό, εικονίζονται ιεράρχες και διάκονοι. Στην αφίδα, η Πλατυτέρα, η Θεία Λειτουργία και η Εταιρεία των Αποστόλων (iliatravel, 2021, <https://www.imilias.gr/>).

Παναγία η Κρεμαστή



Εικόνα 3: Παναγία η Κρεμαστή

Η Ιερά Μονή Κρεμαστής βρίσκεται στο Λάνθι Ηλείας. Ονομάστηκε Κρεμαστή γιατί σύμφωνα με την παράδοση η εικόνα της Παναγίας βρέθηκε αιωρούμενη μέσα στη σπηλιά

από έναν βοσκό ο οποίος κρεμάστηκε από το βράχο για να τη φτάσει, αλλά και από το γεγονός ότι η Μονή φαίνεται σαν να κρέμεται από το βράχο. Μια επιγραφή που δεν σώζεται σήμερα ανέφερε ως έτος κατασκευής του ναού το 1601. Στα χρόνια της τουρκοκρατίας λέγεται ότι λειτούργησε κρυφό σχολειό, ενώ κατά την επανάσταση του 1821 λόγω του δύσβατου της περιοχής βρήκαν καταφύγιο αγωνιστές και κάτοικοι της περιοχής.

Το καθολικό της μονής είναι ναός διαμορφωμένος μέσα στο σπήλαιο. Με την κατολίπηση του 1967 καταστράφηκε το σπήλαιο και σήμερα έχει απομείνει μόνο ένα φυσικό κοίλωμα του βράχου, στα δυτικά του. Ο ναός έχει ανακαινισθεί πλήρως, έχει διαπλατυνθεί και έχουν προστεθεί μαρμάρινο τέμπλο και εικόνες βυζαντινής τεχνοτροπίας. Η τοποθεσία είναι τέτοια που ο επισκέπτης έχει την αίσθηση ότι κρέμεται από το βράχο και μπορεί να θαυμάσει τις ομορφιές της Ηλείας μέχρι το δάσος της Φολόης και τον Ερύμανθο. Στον ξενώνα του μπορούν να φιλοξενηθούν επισκέπτες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Η επισκεψιμότητα κορυφώνεται στις 23 Αυγούστου που γιορτάζει η μονή. Ο επισκέπτης μέσα από ένα πανέμορφο τοπίο μπορεί να πάει στο μοναστήρι από το χωριό Λάνθι ή από το Λαμπέτι στα 8χλμ. (Πρεσβύτερος Νικόλαος Κατσηδήμας. <https://www.vimaorthodoxias.gr>, <https://www.heliachamber.gr>).

Ιερά Μονή Πορετσού



Εικόνα 4: Ιερά Μονή Πορετσού

Στο Δ.Δ. Αγραμπέλων, 15 χλμ. βόρεια των Τριποτάμων, κοντά στα έλατα και τις πηγές του Ερύμανθου, σε υψόμετρο 800 μέτρων, βρίσκεται η Ιερά Μονή Πορετσού που είναι αφιερωμένη στην Κοίμηση της Θεοτόκου και δεν γνωρίζουμε πότε ακριβώς ιδρύθηκε. Γεωγραφικά ανήκει στο νομό Αχαΐας αλλά πνευματικά στην Ιερά Μητρόπολη Ηλείας. Το Καθολικό της Μονής αγιογραφήθηκε το 1611 από τους Ναυπλιώτες αγιογράφους Αδελφούς Μόσχου με χρηματοδότηση του άρχοντα Κοκλώνη. Κατά την παράδοση ο Κοκλώνης σε μικρή ηλικία παρότι μωαμεθανός προστατεύθηκε από χριστιανική οικογένεια του Πορετσού και αυτός όταν μεγάλωσε και έγινε Αγάς της Τρίπολης ανταπέδωσε με δωρεές προς την Μονή. Τα τελευταία χρόνια οι σεισμοί προκάλεσαν ρήγματα στο Ναό της Μονής. Μπρος στον κίνδυνο κατάρρευσης του άρχισαν εργασίες αποκατάστασης, οι οποίες και έχουν σχεδόν ολοκληρωθεί.

Η Ιερά Μονή Πορετσού δεν έχει δική της Αδελφότητα (iliatravel, 2021, <https://www.imilias.gr/>).

Ναός Αγίας Σοφίας



Εικόνα 5: Ναός Αγίας Σοφίας

Δίπλα στην κεντρική πλατεία της Ανδραβίδας υψώνεται τμήμα του ναού της Αγίας Σοφίας, ενός από τους τρεις γοθτικούς ναούς που σύμφωνα με το «Χρονικό του Μορέως» οι Φράγκοι έφτιαξαν στην πόλη. Η Ανδραβίδα κατά το μεσαίωνα διετέλεσε πρωτεύουσα του φράγκικου πριγκιπάτου της Αχαΐας που ιδρύθηκε το 1205. Η Αγία Σοφία ιδρύθηκε το πρώτο μισό του 13ου αι., ως ναός των Βιλλεαρδουίνων και καθεδρική έδρα του Λατίνου επισκόπου Ωλένης και ήταν μία μεγάλη τρίκλιτη ξυλόστεγη βασιλική με αρχικό μήκος που ξεπερνούσε τα 45μ. Σήμερα ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει το ιερό βήμα και τα δύο τετράγωνα παρεκκλήσια που καλύπτονται με σταυροθόλια με νευρώσεις, καθώς και τη θεμελίωση των πλάγιων τοίχων και των τοξοστοιχιών. Η τοιχοποιία αποτελείται κυρίως από μεγάλους λαξευτούς πωρόλιθους αλλά και ενσωματωμένα παλαιότερα βυζαντινά γλυπτά. Τα σωζόμενα γοθτικά αρχιτεκτονικά στοιχεία (σταυροθόλια με νευρώσεις, κιονόκρανα με φυτικό διάκοσμο και φουρούσια, εξωτερικές ακτινωτά διευθετημένες αντηρίδες) μαρτυρούν ότι ο ναός έχει οικοδομηθεί σε διαδοχικές φάσεις.

Από την περιοχή της Ανδραβίδας προέρχονται και δύο αξιόλογα γλυπτά, τα οποία σήμερα βρίσκονται στο μουσείο του κάστρου Χλεμούτσι στο χωριό Κάστρο Ηλείας. Πρόκειται για την μαρμαρίνη επιτάφια πλάκα της πριγκίπισσας Άννας Βιλλεαρδουίνης και ένα κιονόκρανο που φέρει ανάγλυφα τον θυρεό του πριγκιπικού ζεύγους Ισαβέλλας Βιλλεαρδουίνης - Φλωρέντιου του Αινώ (Ράλλη Αθανασία, <http://odysseus.culture.gr>, iliatravel, 2021)

Το Μοναστήρι της Παναγίας της Ελεούσας



Εικόνα 6: Το Μοναστήρι της Παναγίας της Ελεούσας

Το Μοναστήρι της Παναγίας της Ελεούσας βρίσκεται κοντά στο χωριό Λυγιά μέσα σε ένα φαράγγι με πλούσια βλάστηση. Είναι αφιερωμένο στην Παναγία από την οποία οι κάτοικοι της περιοχής ζητούσαν προστασία « έλεος ». Χτίστηκε τον 9^ο μ.Χ. αιώνα και δίπλα στη σπηλιά με τους σταλακτίτες το νερό θεωρείται αγίασμα. Στα χρόνια της Τουρκοκρατίας βρήκαν καταφύγιο και προστασία πολλοί καταπιεσμένοι της περιοχής, ενώ έπαιξε σημαντικό ρόλο και στην επανάσταση του 1821. Υπέστη πολλές λεηλασίες και καταστροφές αλλά τώρα έχει επισκευασθεί ο πύργος στον οποίο προστατεύονταν οι μοναχές (<https://www.imilias.gr>, <https://www.gtp.gr> , <https://proini.news>).

Ιερά Μονή Αγ. Νικολάου Φραγκοπηδήματος



Εικόνα 7: Ιερά Μονή Αγ. Νικολάου Φραγκοπηδήματος

Στα υψώματα του Βουνάργου σε υψόμετρο 280 μέτρων μεταξύ Αμαλιάδας και Πύργου κατά τον 14^ο αιώνα ιδρύθηκε η Ιερά Μονή Αγ. Νικολάου Φραγκοπηδήματος.

Σύμφωνα με την παράδοση ένας Φράγκος για να γλιτώσει από την καταδίωξη ενός τούρκου πήδηξε με το άλογο του από ένα βράχο στο κενό χωρίς να πάθει τίποτα ζητώντας βοήθεια από τον Άγιο Νικόλαο προσφέροντας του πολλά κτήματα.

Η γυναικεία μονή έπαθε ζημιές κατά τους σεισμούς του 1993 αλλά ανακαινίστηκε και σήμερα έχει νέο, μεγαλοπρεπή και ευρύχωρο βυζαντινού ρυθμού ναό. Παλαιότερα τα εργόχειρα υφαντά των μοναχών είχαν βραβευτεί στην Έκθεση Θεσσαλονίκης (<https://www.imilias.gr>).

Ιερά Μονή Σκαφιδιάς



Εικόνα 8: Ιερά Μονή Σκαφιδιάς

Η Ιερά Μονή Σκαφιδιάς βρίσκεται πολύ κοντά στον Πύργο (10 χλμ) και δίπλα στις εκβολές του ποταμού Ιάρδανου και την ακτή του Ιονίου. Περιβάλλεται από μεσαιωνικό φρούριο που από μακριά εντυπωσιάζει τον επισκέπτη. Χτίστηκε το 10^ο αιώνα μ. Χ και διαθέτει πολλούς θησαυρούς όπως ιερά σκεύη, άμφια, λειψανοθήκες, στολές, όπλα, εικόνες, νομίσματα, αναθήματα και το λάβαρο της Μονής από χειροκίνητη εικόνα με αφιέρωση στην Παναγία. Στο αρχείο και τη βιβλιοθήκη της μονής φυλάσσονται πολλά χειρόγραφα βιβλία καθώς και η ιστορία της. Όπως τα περισσότερα μοναστήρια, έτσι και αυτό συμμετείχε στην επανάσταση του 1821 (<https://www.imilias.gr>).

Παναγία η Βλαχέρνα



Εικόνα 9: Παναγία η Βλαχέρνα

Στην Κάτω Παναγιά, σε μια μικρή κοιλάδα προφυλαγμένο και περιτριγυρισμένο από πλούσια βλάστηση και ελαιώνες βρίσκεται το ιστορικό βυζαντινό μοναστήρι της Παναγίας της Βλαχέρνας σε υψόμετρο μόλις 80 μέτρων και απόσταση 2,5χλμ από το λιμάνι της Κυλλήνης. Οφείλει το όνομα του στην ονομαστή Παναγία των Βλαχερνών στην Κωνσταντινούπολη και μέχρι το 1978 λειτουργούσε ως γυναικείο μοναστήρι. Από το 1978 στον χώρο της Μονής ιδρύθηκε και λειτουργεί Γηροκομείο και Οίκος Ευγηρίας.

Πότε ακριβώς ιδρύθηκε η μονή δε γνωρίζουμε. Πιθανόν να ιδρύθηκε πριν από τον 9ο αιώνα. Το Καθολικό της είναι αφιερωμένο στη Γέννηση της Θεοτόκου και πανηγυρίζει στις 8 Σεπτεμβρίου και έχει φτιαχτεί με υλικά που προέρχονται από ναό παλαιοχριστιανικής τέχνης που άκμασε μεταξύ των ετών 330-630 μ.Χ. Η περιοχή και το μοναστήρι κατά την περίοδο της Φραγκοκρατίας κυριεύτηκε από τους Φράγκους και πέρασε στα χέρια Δυτικών μοναχών του Πριγκιπάτου της Αχαΐας οι οποίοι σεβάστηκαν τους Ορθοδόξους και δεν προέβησαν σε ωμότητες και βίαιο εκλατινισμό των κατοίκων. Τον 15ο και 16ο αιώνα τη Μονή κατείχαν Λατίνοι μοναχοί του Μοναστικού Τάγματος των Φρεμενούρων, που είχαν στην Κυλλήνη ναό του Αγίου Φραγκίσκου. Τελικά ερειπωμένη και εγκαταλελειμμένη την ξαναπήραν οι Έλληνες μετά το 1628.

Κατά τον 17ο και 18ο αιώνα στη μονή προκλήθηκαν μεγάλες καταστροφές από τις επιδρομές Τούρκων, Αλβανών κ.ά. που ολοκληρώθηκαν με την πυρπόλησή της από τους Αιγυπτίους του Ιμπραήμ (1826). Από την πυρκαγιά σώθηκε μόνο το Καθολικό της μονής και η μονή ερημώθηκε.

Στο κέντρο της αυλής είναι χτισμένος ο ναός σε ρυθμό τρίκλιτης βασιλικής άνευ τρούλου. Έχει σχήμα ορθογωνίου και διαιρείται σε πρόναο και κυρίως ναό. Το ανατολικό του τμήμα θεωρείται παλαιότερο και χτίστηκε με ρυθμό Βυζαντινό (τέλη του 12ου αρχές 13ου αιώνα), ενώ το Δυτικό του τμήμα που είναι νεότερο χτίστηκε από τους Φράγκους με ρυθμό Ρωμανικό. Με την κατάληψη της Πελοποννήσου και της μονής οι Φράγκοι τροποποίησαν το αρχικό σχέδιο του ναού και τον αποπεράτωσαν με την προσθήκη του δεύτερου ορόφου του πρόναου και τον εξωνάρθηκα. Πιθανότατα τότε ενσωμάτωσαν και το ιδιόμορφο κατακόρυφο ηλιακό ρολόι της Μονής.



Εικόνα 10: Το επίπεδο κατακόρυφο ηλιακό ρολόι της Μονής

Εσωτερικά το Καθολικό είναι στολισμένο με θαυμάσιες τοιχογραφίες οι περισσότερες χρονολογούνται στα μέσα του 18ου αιώνα. Σήμερα στη Μονή υπάρχει πλουσιότατη βιβλιοθήκη, όπου διατηρούνται αυθεντικά πατριαρχικά σιγίλια (sigilliae), χειρόγραφα, κώδικες, έντυπα βιβλία μεγάλης αξίας και σπουδαιότατα κειμήλια, όπως Ευαγγέλια, εκκλησιαστικά σκεύη, λειψανοθήκες κ.ά.

Ο αείμνηστος ακαδημαϊκός, αρχιτέκτων, αρχαιολόγος και καθηγητής Βυζαντινολογίας στο Πανεπιστήμιο Αθηνών Αναστάσιος Ορλάνδος (1887-1979)

χαρακτηρίζει το Καθολικό της μονής σαν ένα από τα ωραιότερα οικοδομήματα του 13ου αιώνα (Ε. Θεοδοσίου, Ι. Κουρή, Β. Μανιμάνη, <https://www.imilias.gr>).

Ναός Παναγίας Καθολικής Γαστούνης

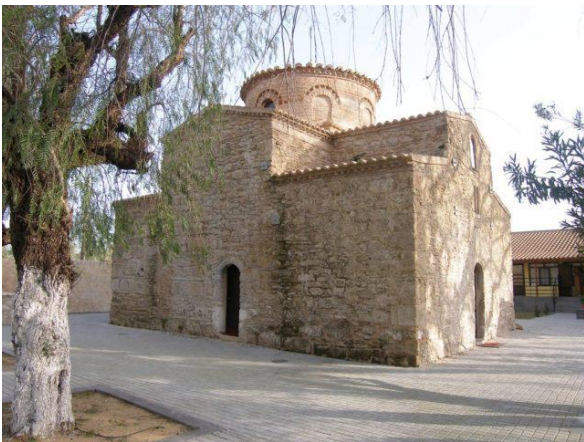


Εικόνα 11: Ναός Παναγίας Καθολικής Γαστούνης

Ο Ιερός Ναός της Κοιμήσεως της Θεοτόκου της περιόδου της Φραγκοκρατίας γνωστότερος με την επωνυμία “Καθολική” βρίσκεται στις παρυφές της Γαστούνης και απέκτησε αυτή την επωνυμία είτε γιατί κατά τη μεταβυζαντινή περίοδο λειτούργησε ως καθεδρικός/καθολικός ναός της επισκοπής Ωλένης, είτε ως ανάμνηση της χρήσης του ως καθολικός ναός του βυζαντινού οικισμού.

Ανήκει στον τύπο του δικιόνιου σταυροειδούς εγγεγραμμένου με σταυρεπίστεγο τριμερή νάρθηκα, οκτάπλευρο τρούλο με ευθύγραμμο οδοντωτό γείσο και τρίπλευρη ασίδα. Δεν έχουν γίνει ιδιαίτερες παρεμβάσεις εκτός από την προσθήκη του εξωνάρθηκα και κάποιες μετασκευές στα ανοίγματα του. Σώζονται ελάχιστα στοιχεία από τις αρχικές εσωτερικές τοιχογραφίες του, καθώς και κάποια στοιχεία τοιχογραφικού διάκοσμου του 1702 που είχαν χρηματοδοτηθεί από τον επίσκοπος Ωλένης σύμφωνα με κτητορική επιγραφή. Κτήτορες του ναού (1278/9), σύμφωνα με επιγραφή της ασίδας, είναι οι “αυτάδελφοι” Καλληγόπουλοι και οι συμβίες τους. (<https://ilia-olympia.org> , <http://odysseus.culture.gr>)

Ιερά Μονή της Παναγίας Φραγκαβίλλας



Εικόνα 12: Ιερά Μονή της Παναγίας Φραγκαβίλλας

Νοτιοανατολικά και σε απόσταση περίπου 1,5 χλμ από το κέντρο της Αμαλιάδας βρίσκεται ο βυζαντινής αρχιτεκτονικής Ιερός Ναός Κοιμήσεως της Θεοτόκου, άλλοτε καθολικό της Μονής Φραγκαβίλλας. Ανήκει στον τύπο του σταυροειδούς με τρούλο, με μεγάλη ημικυκλική αψίδα ανατολικά.

Κατασκευάστηκε μετά τα μέσα του 11ου αιώνα μ. Χ. Στο πέρασμα των χρόνων οι περισσότερες παρεμβάσεις έγιναν πριν τη μεταβυζαντινή τοιχογράφηση με σφράγισα των παράθυρων του τρούλου και της νότιας κεραίας. Το κτιστό τέμπλο στο ιερό και την πρόθεση είναι μεταγενέστερο, ενώ ο τοιχογραφικός διάκοσμος είναι τριών τουλάχιστον φάσεων.

Με χρηματοδότηση του Υπουργείου πολιτισμού το 2015 έγιναν εργασίες αποκατάστασης της μονής και του περιβάλλοντα χώρου (<https://ilia-olympia.org>).

6.3 Προοπτικές εξέλιξης θρησκευτικού τουρισμού στην Ηλεία

Μια μορφή πολιτιστικής κληρονομιάς είναι και η θρησκευτική. Στις σύγχρονες κοινωνίες, οι άνθρωποι έχουν κατανοήσει την αξία του πολιτισμού και προσπαθούν να διατηρήσουν την κληρονομιά τους και να διορθώσουν τις ζημιές που προκαλούνται από κοινωνικές στρεβλώσεις και ρύπανση του περιβάλλοντος. Ο μόνος τύπος τουρισμού που σχετίζεται με το περιβάλλον είναι ο βιώσιμος τουρισμός. Στη θεωρία του τουρισμού, φαίνεται ότι ο βιώσιμος τουρισμός εξαρτάται από την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική ισορροπία (Ahmad et al., 2014).

Αυτή η ισορροπία μπορεί να διατηρήσει την πολιτιστική κληρονομιά και επομένως τον θρησκευτικό τουρισμό. Σε πολλές θρησκείες η ισορροπία μεταξύ κοινωνίας και περιβάλλοντος έχει μεγάλη σημασία και, σε ορισμένες περιπτώσεις, ο σεβασμός της φύσης αποτελεί υποχρέωση. Πρέπει να λάβουμε υπόψη μοναστικά κέντρα στην Ελλάδα, όπως τα Μετέωρα και το Άγιο Όρος ή ναούς αφιερωμένους στον Βούδα σε άλλες χώρες (Gilli & Ferrary, 2017) για να κατανοήσουμε την ισορροπία μεταξύ φύσης και δομημένου περιβάλλοντος, που προωθείται από τις θρησκείες. Έτσι, αυτή η ισορροπία σε έναν προορισμό απαιτείται από τους θρησκευόμενους τουρίστες και ιδιαίτερα τους προσκυνητές ως μορφή θρησκευτικού σεβασμού. Οι Muresan et al., (2016) και Pilving, Kull et al., (2019) πιστεύουν ακράδαντα ότι η τοπική κοινότητα είναι το βασικό στοιχείο που φέρνει ισορροπία μεταξύ οικονομίας, κοινωνίας και περιβάλλοντος σε έναν τουριστικό προορισμό και έτσι επιτυγχάνεται η βιωσιμότητα. Ο θρησκευτικός τουρισμός επηρεάζει την τοπική κοινότητα σε αυτά τα τρία συστατικά (οικονομία, κοινωνία και περιβάλλον). Πρώτον, ο μεγάλος αριθμός μνημείων που υπάρχουν στην Ηλεία και η χωρική τους επέκταση ωφελεί το νομό. Εκτός από τις θετικές οικονομικές επιπτώσεις για την τοπική κοινότητα, ο θρησκευτικός τουρισμός εμφανίζει κοινωνικο-πολιτιστικά προβλήματα και προσφέρει μια δεύτερη ευκαιρία σε δουλειές και παραδόσεις που κινδυνεύουν να εξαφανιστούν. Οι θρησκευτικοί τουρίστες μετατρέπονται σε προσκυνητές και συμμετέχουν σε παραδοσιακές τελετουργίες. Ωστόσο, το περιβάλλον αποτελεί βασικό στοιχείο για τον θρησκευτικό τουρισμό και ταυτόχρονα ο θρησκευτικός τουρισμός εξαρτάται από το περιβάλλον. Δεν είναι τυχαίο ότι στον Χριστιανισμό και στη θεωρία του μοναχισμού όποιος θέλει να γίνει μοναχός πρέπει να βρει ισορροπία ανάμεσα στο περιβάλλον και τον εαυτό του.

Έτσι, αυτή η θεωρία δείχνει τη σημασία που έχει το περιβάλλον στη θρησκεία και επομένως τον θρησκευτικό τουρισμό (Τσίγκος, 2009). Όλα αυτά τα δεδομένα δείχνουν ότι ο βιώσιμος και θρησκευτικός τουρισμός έχουν μια κοινή κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική βάση, διευκρινίζοντας ότι η βιωσιμότητα είναι θέμα ανάγκης σε ένα σχέδιο μάρκετινγκ που εστιάζει στον θρησκευτικό τουρισμό.

6.4 Στρατηγικός σχεδιασμός θρησκευτικής ανάπτυξης τουρισμού στην Ηλεία

Η στρατηγική για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ηλεία μπορεί να προκύψει υπό το πρίσμα της οργάνωσης, της διαχείρισης, της ανάπτυξης δράσεων και της προώθησης, αυτόνομα αλλά και συνδυαστικά, των τουριστικών στοιχείων-πλεονεκτημάτων του τόπου που είναι :

- Ο αρχαίος ελληνικός πολιτισμός με την Αρχαία Ολυμπία, την Αρχαία Ήλιδα, τον Επικούρειο Απόλλωνα
- Ο Βυζαντινός Πολιτισμός και η Φραγκοκρατία με τις εκκλησίες, τα κάστρα και τα μοναστήρια
- Ο ιαματικός τουρισμός και οι ατέλειωτες αμμουδερές παραλίες
- Η γραφικότητα των ορεινών περιοχών με την πανέμορφη φύση καθώς και οι περιοχές NATURA 2000 με τις λιμνοθάλασσες και τις Αλυκές.

Θεωρούμε ότι τα μνημεία της Ηλείας έχουν προωθηθεί κυρίως ως μεμονωμένα έργα διαφορετικών πολιτισμών και όχι ως ένα πολυσυλλεκτικό τουριστικό προϊόν. Αυτός είναι ένας παράγοντας που μπορεί να καθορίσει τους στόχους για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή. Το θρησκευτικό τουριστικό προϊόν στην Ηλεία θα μπορούσε να είναι μια πολυπολιτισμική ξενάγηση-περιοδεία για τον επισκέπτη. Αυτή η περιοδεία δεν θα προσελκύσει μόνο πιστούς αλλά θα είναι ένα προϊόν για όλους τους τουρίστες που θέλουν να αποκτήσουν εμπειρίες, παραστάσεις και γνώσεις για τους θρησκευτικούς χώρους και την ιστορία της Ηλείας διαχρονικά.

Λαμβάνοντας υπόψη τα γεωγραφικά, συμπεριφορικά, ψυχογραφικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά της κύριας τουριστικής αγοράς της Ηλείας, μπορεί εύκολα να χωριστεί αυτή η αγορά σε δύο κατηγορίες:

A) Ερευνητής θρησκευτικής ιστορίας - θρησκευτικός τουρίστας: Πρέπει να αναφερθεί ότι ο πολιτιστικός χαρακτήρας της Ηλείας γίνεται το κύριο κίνητρο για κάποιον να επιλέξει αυτήν την περιοχή ως προορισμό. Όταν μιλάμε για θρησκευτικό τουρισμό, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι αυτός ο τύπος τουρισμού αναγνωρίζεται από το ελληνικό σύνταγμα ως μέρος του πολιτιστικού τουρισμού. Αυτή η πολιτιστική «ομπρέλα» περιλαμβάνει επίσης άλλες τουριστικές μορφές ειδικού ενδιαφέροντος όπως γαστροτουρισμός, αθλητικός τουρισμός (Chadha & Onkar, 2016; Gavriil, 2017). Είναι λοιπόν προφανές ότι ο θρησκευτικός τουρισμός είναι πράγματι μια μορφή πολιτιστικού τουρισμού. Αυτή η αντίληψη είναι τόσο εντυπωσιακή αν λάβουμε υπόψη ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αντιπροσωπεύει περίπου το 40% του τουριστικού τομέα. Έτσι, είναι κατανοητό ότι ο θρησκευτικός τουρισμός ως μέρος του πολιτισμού, έχει τη δύναμη να προσελκύει τουρίστες από μια μεγάλη ομάδα ανθρώπων.

B) Προσκυνητής: Αυτού του είδους οι τουρίστες οργανώνουν ένα ταξίδι σε έναν προορισμό, με σκοπό την επίσκεψη σε έναν ιερό τόπο. Ο προσκυνητής δεν ενδιαφέρεται να αποκτήσει γνώση, αλλά θέλει μόνο να έρθει σε επαφή με τον Θεό μέσω προσευχής. Αυτό είναι το ζήτημα που διακρίνει τον θρησκευόμενο τουρίστα από τον προσκυνητή (Banica, 2016; Egresi & Kara, 2018).

Με βάση τα αποτελέσματα της κατάτμησης της αγοράς για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού, θα πρέπει να εφαρμοστεί το μοντέλο του ποικίλου μάρκετινγκ. Είναι προφανές ότι οι θρησκείες είναι ομάδες διαφορετικών αντιλήψεων που κάνουν τους ανθρώπους να ενεργούν με αποφασιστικό τρόπο. Άρα, διαφορετικές αντιλήψεις απαιτούν διαφορετικούς τρόπους προσέγγισης.

Ο πολιτιστικός τουρισμός, που περιλαμβάνει τον θρησκευτικό τουρισμό, έχει ένα μεγάλο ποσοστό της τουριστικής αγοράς. Αυτοί οι τουρίστες είναι έτοιμοι να ξοδέψουν τα χρήματά τους σε περιηγήσεις σε ιερούς τόπους. Οι έρευνες αποκαλύπτουν ότι οι

θρησκευτικοί τουρίστες στην Ηλεία, ξοδεύουν τα χρήματά τους σε αρχαιολογικούς χώρους και πολιτιστικά ιδρύματα

6.5 Προτάσεις και συμπεράσματα αγοράς

Κατά την αναζήτηση διαφορετικών πτυχών της θρησκευτικής τουριστικής ανάπτυξης στην Ηλεία, απεικονίζονται τα δυνατά σημεία του τουριστικού προϊόντος της περιοχής και ταυτόχρονα οι αδυναμίες του, οι οποίες μπορούν να μετατραπούν σε οφέλη. Αυτή η διαδικασία έχει μεγάλη σημασία αφού μπορεί να βελτιώσει το επίπεδο του τουριστικού προϊόντος. Αυτό το προϊόν θα μπορούσε να βασιστεί σε έναν συνδυασμό ιστορίας και σύγχρονου τρόπου ζωής. Στην περίπτωση του θρησκευτικού τουρισμού, ο πολιτισμός και η γνώση υπερσχύουν της θρησκευτικής αφοσίωσης. Είναι αναμφισβήτητο γεγονός ότι η Ηλεία έχει σαφές θρησκευτικό-πολιτιστικό τουριστικό περιεχόμενο. Για το λόγο αυτό έχει τη δύναμη να προσελκύει όχι μόνο θρησκευόμενους τουρίστες και προσκυνητές, αλλά μπορεί να είναι ένας τέλειος προορισμός για όποιον αγαπά τον πολιτισμό, την ιστορία και την τέχνη. Από την προηγούμενη ανάλυση προέκυψαν οι ακόλουθες προτάσεις μάρκετινγκ για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ηλεία:

A. Υλοποίηση σχεδίου μάρκετινγκ θρησκευτικού τουρισμού

- ✚ **Ταυτοποίηση μεταξύ επωνυμίας και θρησκευτικού χαρακτήρα της Ηλείας:** Στην περίπτωση αυτή, η κύρια επωνυμία «Ηλεία» θα πρέπει να ακολουθείται από μια άλλη φράση, η οποία θα αποκαλύπτει τον θρησκευτικό χαρακτήρα της περιοχής της Ηλείας.
- ✚ **Καλή γνώση των αγορών μας:** Σε κάθε περίπτωση η γνώση των αγορών μας, που αποκαλύπτουν ιδιαίτερες ανάγκες των επισκεπτών μας μπορεί να εξασφαλίσει την τελειότητα στην εξυπηρέτηση. Ερωτηματολόγια, μελέτες και στατιστικά που μπορούν να δημοσιεύονται κάθε χρόνο, είναι πολύ χρήσιμες πηγές πληροφοριών.
- ✚ **Δημιουργία ισχυρής ψηφιακής παρουσίας/δυναμικό ψηφιακό μάρκετινγκ:** Η ψηφιακή έλξη των επισκεπτών μας είναι το μυστικό της επιτυχίας για επιχειρήσεις και οργανισμούς που εστιάζουν στην παγκόσμια αγορά. Η Ηλεία έχει ιστοσελίδες για προβολή αλλά υπάρχει μεγάλος χώρος για βελτιώσεις σύμφωνα με τις νέες εξελίξεις στις ΤΠΕ και τις απαιτήσεις του θρησκευτικού τουρισμού.
- ✚ **Χρήση (τοπικών και παγκόσμιων) μέσων για την προώθηση:** Η Ηλεία θα πρέπει να χρησιμοποιεί τα μέσα που μπορούν να παρουσιάσουν τη θρησκευτική της κληρονομιά. Υπάρχουν τοπικά και εθνικά μέσα ενημέρωσης που μπορούν να διαφημίσουν το θρησκευτικό χαρακτήρα της. Θα ήταν χρήσιμο να δημιουργηθούν ταινίες και ντοκιμαντέρ που σχετίζονται με την πολιτιστική-θρησκευτική κληρονομιά της περιοχής.
- ✚ **Συνεργασία μεταξύ των αρχών του τουρισμού και του πανεπιστημιακού τμήματος:** Στον Πύργο το Πανεπιστημιακό τμήμα προσφέρει προγράμματα σπουδών προσανατολισμένα στον τουρισμό και τον πολιτιστικό τομέα δημιουργώντας έναν αριθμό νέων επιστημόνων υψηλού επιπέδου, αρκετοί από τους οποίους ζουν στη Ηλεία και γνωρίζουν αυτήν την περιοχή καλύτερα από τον καθένα. Έτσι, η συνεργασία μαζί τους θα δρομολογήσει το τουριστικό προϊόν σε σταθερές βάσεις προσφέροντας παράλληλα ευκαιρίες εργασίας στους νέους (Cohen, 2003· Christou, 2009).

B. Συνδυασμός θρησκευτικού τουρισμού με άλλες μορφές τουρισμού

- ✚ **Συνδυασμός μεταξύ θρησκευτικού τουρισμού και τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος:** Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που βασίζεται στη γνώση. Μαθαίνοντας την ιστορία και παρατηρώντας την αρχιτεκτονική, οι θρησκευτικοί τουρίστες ζουν την εμπειρία στο σύνολό της. Είναι προφανές ότι ο θρησκευτικός τουρισμός συνδέεται με τον γαστρονομικό τουρισμό, τον οινοτουρισμό και άλλες μορφές και αυτό μπορεί να δημιουργήσει μια σειρά από κίνητρα που μπορούν να αναπτύξουν τουριστική εισροή.
- ✚ **Σχέση μεταξύ θρησκευτικού τουρισμού και συνεδριακού τουρισμού:** Μπορούν να πραγματοποιηθούν συνέδρια με θρησκευτικό περιεχόμενο προσελκύοντας έναν σημαντικό αριθμό επιστημόνων, που ενδιαφέρονται για θρησκευτικά μνημεία

Γ. Συνεργασία της εκκλησίας με πολιτιστικούς φορείς και οργανισμούς.

- ✚ **Απαραίτητη συμμετοχή της Εκκλησίας σε κάθε διαδικασία που σχετίζεται με την προώθηση της χριστιανικής πίστης:** Είναι απαραίτητο η συνεργασία μεταξύ Εκκλησίας και τουριστικών αρχών να οδηγήσει τον θρησκευτικό τουρισμό σε μια μοναδική ανάπτυξη. Μητροπόλεις, μοναστήρια και ενορίες μπορούν να συμβάλουν σε μια πρώτη σύνδεση μεταξύ των επισκεπτών και της τοπικής θρησκευτικής παράδοσης της Ηλείας.

Δ. Ανάπτυξη νέων θρησκευτικών περιηγήσεων

- ✚ **Θρησκευτικές περιηγήσεις από μια ομάδα ατόμων:** Τις τελευταίες δεκαετίες, το ενδιαφέρον για τον πολιτισμό γίνεται όλο και πιο έντονο. Σε αυτό το πλαίσιο, εμφανίζονται ομάδες ατόμων, που αγαπούν την περιοχή τους και θέλουν να τη δείξουν στους τουρίστες που την επισκέπτονται. Μερικές από αυτές τις περιηγήσεις σχετίζονται με το παρελθόν της περιοχής. Αυτές οι ομάδες παίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού και στη διαδικασία μάρκετινγκ καθώς προωθούν τις εκδρομές τους σε ένα ευρύ φάσμα τουριστών. Έτσι, θα ήταν χρήσιμο εάν ο προορισμός επιδοτούσε τις ομάδες που θα ήθελαν να ξεναγήσουν τους τουρίστες στην Ηλεία.
- ✚ **Δημιουργία νέων θρησκευτικών-πολιτιστικών περιηγήσεων:** Είναι γνωστό ότι ο τουριστικός τομέας κινείται με έντονο τρόπο και αλλάζει γρήγορα. Για το λόγο αυτό, η αναζωογόνηση είναι μια απαραίτητη διαδικασία. Αυτή η αναζωογόνηση σχετίζεται με υπηρεσίες που υπάρχουν και δείχνει την ανάγκη για νέες. Μια καλή λύση θα μπορούσε να είναι ο συνδυασμός ξεναγήσεων με ζωγραφική ή φωτογραφία. Για παράδειγμα, μια καλή ιδέα είναι να παρακινηθεί ο τουρίστας να τραβήξει μια φωτογραφία και να την ανεβάσει στα κοινωνικά δίκτυα. Αυτό θα μπορούσε να είναι ένα ισχυρό εργαλείο για την προβολή της Ηλείας. Αν λάβουμε υπόψη τον γρήγορο ρυθμό της τεχνολογικής καινοτομίας και ιδιαίτερα την παγκόσμια χρήση των κοινωνικών μέσων, αυτή η πρόταση θα μπορούσε να είναι μια μεγάλη ιδέα (Lagos & Christogianni, 2006; Sotiriadis & Shen, 2017).
- ✚ **Αναμνηστικά ως ανάμνηση της περιοχής:** Το αναμνηστικό είναι ένα ζήτημα μεγάλης σημασίας γιατί ένα αντικείμενο έχει τη δύναμη να κάνει τους τουρίστες να σκεφτούν πόσο όμορφη ήταν η εμπειρία τους. Ειδικότερα, για τον θρησκευτικό τουρισμό υπάρχουν διάφορα είδη αναμνηστικών. Εικόνες, πίνακες ζωγραφικής, παρεκκλήσια είναι παραδείγματα θρησκευτικών αναμνηστικών, που αποτελούν μια

«φορητή μνήμη». Οι αρχές του τουρισμού θα μπορούσαν να δημιουργήσουν ένα μοναδικό αναμνηστικό για την Ηλεία (Kartal et al., 2015; Gosar & Koderman, 2015).

Ε. Συνεργασία μεταξύ χωρών και φορέων που θα προωθήσουν τον θρησκευτικό τουρισμό

- ✚ **Συνεργασία μεταξύ Ελλάδας και άλλων χωρών:** Οι ελληνικές αρχές και το Υπουργείο Τουρισμού θα πρέπει να δημιουργήσουν φιλικές σχέσεις και να συνάψουν συμφωνίες με άλλες χώρες ώστε να δημιουργήσουν ένα ιδανικό πλαίσιο για την ανάπτυξη και προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού. Η Ελλάδα συμμετέχει σε διμερείς συμφωνίες με άλλες χώρες στοχεύοντας στην προώθηση του τουρισμού, στη δημιουργία τουριστικής αλληλεξάρτησης και ως εκ τούτου στη διασφάλιση της συνεργασίας μεταξύ όλων των μερών. Αυτές οι πρακτικές είναι απαραίτητες για τη δημιουργία ενός βιώσιμου μοντέλου και αποτελούν πυλώνα για την τουριστική ανάπτυξη.

ΜΕΡΟΣ Β΄: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

7.1 Σκοπός της έρευνας

Βασικός σκοπός της έρευνας μας είναι να διερευνηθούν οι απόψεις των κατοίκων του νομού Ηλείας για το θρησκευτικό τουρισμό και τη συμβολή του στην ανάπτυξη της περιοχής.

Με βάση το σκοπό της έρευνας οι κυριότεροι στόχοι είναι οι παρακάτω:

- Να διερευνηθεί κατά πόσο τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων επηρεάζουν τις απόψεις τους σχετικά με τον θρησκευτικό τουρισμό.
- Να διερευνηθεί αν περιλαμβάνουν στις διακοπές τους επισκέψεις σε χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος.
- Να καταγραφούν τα μέσα και οι πηγές πληροφόρησης που τους επηρεάζουν κατά την επιλογή του τόπου προορισμού.
- Να διερευνηθούν οι απόψεις τους για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού, τους τρόπους και τα μέσα προβολής.
- Να διερευνηθούν οι απόψεις τους για τη συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού στην ανάπτυξη και την αύξηση των επισκεπτών στην περιοχή.
- Να εντοπιστούν οι περίοδοι που έχουμε αύξηση των θρησκευτικών τουριστών.

Για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας υιοθετήθηκε τόσο η ποσοτική όσο και η ποιοτική μέθοδος συλλογής δεδομένων με τη χρήση αντίστοιχα ερωτηματολογίου δομημένων ερωτήσεων και συνέντευξης. Χρησιμοποιήθηκαν και τα δύο ερευνητικά εργαλεία, ώστε να υπάρχει διασταύρωση των δεδομένων της έρευνας.

7.2 Ποσοτική έρευνα

Για τη συλλογή των δεδομένων της ποσοτικής έρευνας χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο δομημένων ερωτήσεων, οι οποίες παρουσιάζουν τα δημογραφικά στοιχεία των πολιτών και τις απόψεις τους σχετικά με τον θρησκευτικό τουρισμό και αποτελείται συνολικά από 17 ερωτήσεις κλειστού τύπου Likert (Creswell, 2011, σ. 202).

Στην έρευνα αυτή χρησιμοποιήθηκε βολική δειγματοληψία. Ουσιαστικά πρόκειται για τη στοιχειωδέστερη μορφή δειγματοληψίας. Το σχήμα αυτό χρησιμοποιείται ευρύτατα, κυρίως λόγω της απλότητάς του από την άποψη της στατιστικής συμπερασματολογίας. (Ζαφειρόπουλος Κ., <https://static.eudoxus.gr/books/65/chapter-11765.pdf>).

Η βολική δειγματοληψία μπορεί μεν να μην οδηγεί σε δείγμα αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού, κάτι που έχει ως αποτέλεσμα να μην μπορούν τελικά να γενικευθούν τα αποτελέσματα της έρευνας, αλλά διευκολύνει πολύ όταν πραγματοποιείται μια έρευνα με χρονικούς περιορισμούς (Cohen, L. & Manion L. 2000).

Το γραπτό ερωτηματολόγιο επιλέχτηκε γιατί συγκεντρώνει πολλά δεδομένα σε μικρή χρονική διάρκεια, το κόστος είναι πολύ μικρό, ενώ λόγω της ανωνυμίας και της απουσίας του ερευνητή, δίδονται από τους ερωτώμενους ειλικρινείς απαντήσεις (Βάμβουκας 2010).

Στην έρευνα, συμμετείχαν 120 πολίτες του νομού Ηλείας. Το δείγμα αποτελείται κυρίως από γυναίκες ηλικίας από 51 έως 60 ετών. Επιπλέον, η πλειοψηφία των πολιτών, όταν πηγαίνουν διακοπές επισκέπτονται τα μοναστήρια και τις εκκλησίες της περιοχής, καθώς τους αρέσει να συμπεριλαμβάνουν στις διακοπές τους θρησκευτικούς τόπους.

Το ερωτηματολόγιο που δημιουργήθηκε για τους σκοπούς της έρευνας, μοιράστηκε σε κατοίκους του νομού Ηλείας σε έντυπη μορφή, τηρώντας πάντα τα απαραίτητα μέτρα κατά της εξάπλωσης της πανδημίας Covid-19. Τους διανεμήθηκε το ερωτηματολόγιο και συνοδευτική επιστολή που περιείχε τα στοιχεία των ερευνητών, οδηγίες για τη συμπλήρωση, το σκοπό της έρευνας, το χρόνο συλλογής του ερωτηματολογίου και διαβεβαίωση πως οι

απαντήσεις τους θα παραμείνουν ανώνυμες και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας.

Η ανάλυση των δεδομένων, όπως και οι πίνακες και τα γραφήματα που χρησιμοποιήθηκαν για την απεικόνιση των αποτελεσμάτων, έγιναν με την βοήθεια του στατιστικού προγράμματος SPSS v25 (Statistic Package for the Social Science).

Στην περιγραφική στατιστική, για την κατανόηση όλων των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου, έγινε η χρήση ποσοστών, συχνοτήτων, μέσων τιμών και τυπικών αποκλίσεων.

7.3 Ποιοτική έρευνα

Στην ποιοτική έρευνα χρησιμοποιήθηκε ως μέθοδος συλλογής πληροφοριών, η συνέντευξη. Η χρήση της συγκεκριμένης μεθόδου συλλογής δεδομένων ενισχύει τη διερεύνηση και επιβεβαιώνει τα αποτελέσματα της έρευνας (Ιωσηφίδης, 2003). Το δείγμα στη παρούσα έρευνα ήταν 10 ερωτώμενοι.

Οι μέθοδοι της ποιοτικής έρευνας βοηθούν τους ερευνητές να κατανοήσουν τους ανθρώπους και το κοινωνικό και πολιτιστικό πλαίσιο μέσα στο οποίο ζουν. Η ποιοτική έρευνα έχει ως βασικό σκοπό την κατανόηση του νοήματος ενός φαινομένου και όχι τη μέτρηση και τη στατιστική ανάλυσή του (Ιωσηφίδης, 2003).

Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιείται η ποιοτική προσέγγιση γιατί (Hancock et al, 2007):

- η ποιοτική προσέγγιση εστιάζει στο πώς οι άνθρωποι μπορούν και έχουν διαφορετικούς τρόπους αντίληψης μιας πραγματικότητας
- μελετά τις συμπεριφορές ατόμων στο φυσικό τους πλαίσιο-περιβάλλον και χρησιμοποιεί τις περιγραφές τους ως δεδομένα
- εστιάζει στην περιγραφή και ερμηνεία των ατόμων με την πιθανότητα ανάπτυξης μιας νέας θεωρίας και την αξιολόγηση μιας ήδη υπάρχουσας διαδικασίας
- η ποιοτική προσέγγιση εφαρμόζει μια ευέλικτη αλλά συστηματική διαδικασία έρευνας

Έτσι και η συγκεκριμένη έρευνα χρησιμοποιεί τις περιγραφές των ερωτώμενων ως δεδομένα, αναλύει τις δηλώσεις της εμπειρίας τους και διεξάγει την μελέτη μέσα στο πλαίσιο του εξεταζόμενου ζητήματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η παρούσα έρευνα, έχει ως στόχο να μελετήσει τόσο τον θρησκευτικό τουρισμό, όσο και την ανάπτυξη του, κυρίως στο νομό Ηλείας. Για το σκοπό αυτό, έγινε η χρήση ερωτηματολογίου, το οποίο περιείχε 2 βασικές ενότητες, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων και τις απόψεις τους σχετικά με τον θρησκευτικό τουρισμό.

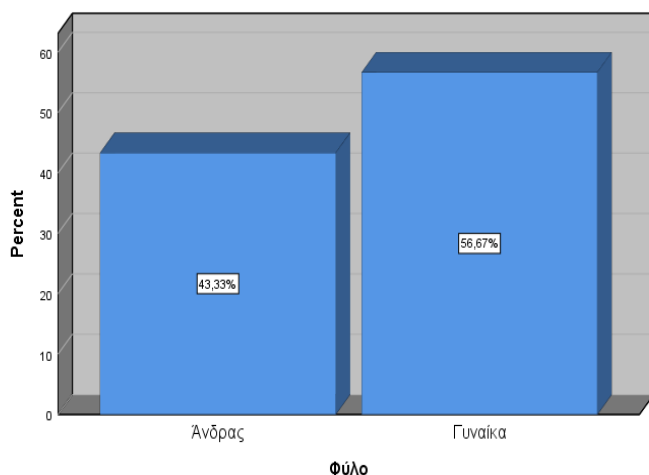
8.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Στον Πίνακα 1 και στο Γράφημα 1, παρουσιάζεται το φύλο των πολιτών, όπου το 56.7% του δείγματος αποτελείται από γυναίκες και το υπόλοιπο 43.3% από άνδρες.

Πίνακας 1: Φύλο

		Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ανδρας	52	43.3	43.3
	Γυναίκα	68	56.7	100.0
	Total	120	100.0	

Γράφημα 1: Φύλο

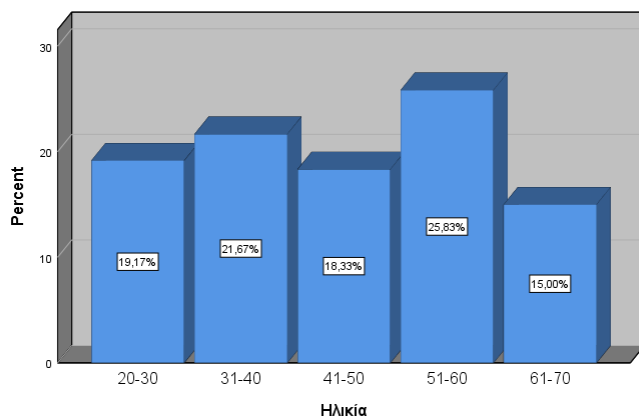


Παρακάτω, είναι εμφανές πως το 25.8% των πολιτών είναι ηλικίας από 51 έως 60 ετών και το 21.7% είναι από 31 έως 40 ετών. Επιπλέον, οι ερωτηθέντες που είναι από 20 έως 30 ετών και από 41 έως 50 ετών καταλαμβάνουν το 19.2% και 18.3%, αντιστοίχως. Ακόμα, το υπόλοιπο 15% του δείγματος είναι ηλικίας από 61 έως 70 ετών (Πίνακας 2 και Γράφημα 2).

Πίνακας 2: Ηλικία

		Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30	23	19.2	19.2
	31-40	26	21.7	40.8
	41-50	22	18.3	59.2
	51-60	31	25.8	85.0
	61-70	18	15.0	100.0
		Total	120	100.0

Γράφημα 2: Ηλικία

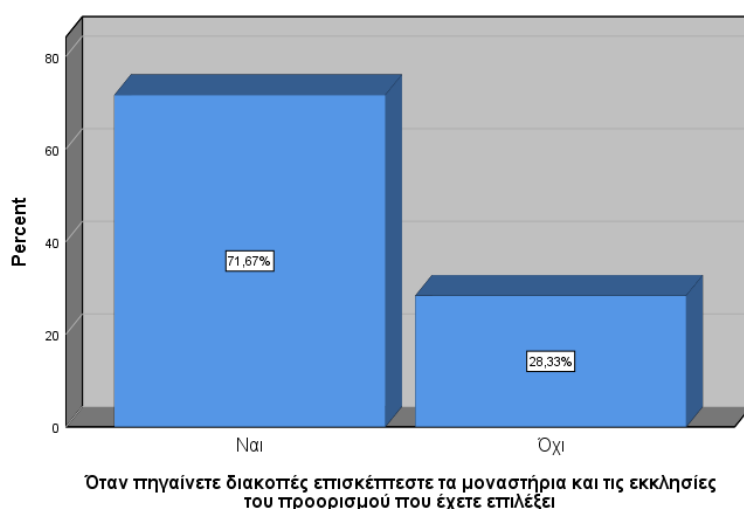


Στον Πίνακα 3 και Γράφημα 3, βλέπουμε αν οι πολίτες επισκέπτονται τα μοναστήρια και τις εκκλησίες στους προορισμούς που επιλέγουν για διακοπές. Το 71.7% του δείγματος απάντησε θετικά, ενώ το 28.3% αρνητικά.

Πίνακας 3: Όταν πηγαίνετε διακοπές επισκέπτεστε τα μοναστήρια και τις εκκλησίες του προορισμού που έχετε επιλέξει

		Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	86	71.7	71.7
	Όχι	34	28.3	100.0
Total		120	100.0	

Γράφημα 3: Όταν πηγαίνετε διακοπές επισκέπτεστε τα μοναστήρια και τις εκκλησίες του προορισμού που έχετε επιλέξει

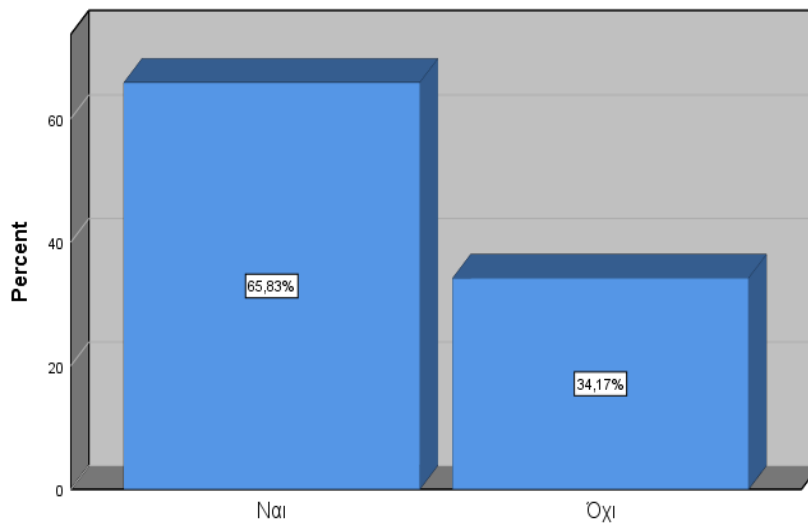


Παράλληλα, στον Πίνακα 4 και Γράφημα 4, είναι εμφανές πως το 65.8% των πολιτών τους αρέσει να συμπεριλαμβάνει και τους θρησκευτικούς τόπους στις διακοπές τους. Ωστόσο, το υπόλοιπο 34.2% του δείγματος εξέφρασε την αντίθετη άποψη.

Πίνακας 4: Σας αρέσει κατά τη διάρκεια των διακοπών σας να συμπεριλαμβάνετε και τους θρησκευτικούς τόπους

		Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	79	65.8	65.8
	Όχι	41	34.2	100.0
	Total	120	100.0	

Γράφημα 4: Σας αρέσει κατά τη διάρκεια των διακοπών σας να συμπεριλαμβάνετε και τους θρησκευτικούς τόπους



Σας αρέσει κατά τη διάρκεια των διακοπών σας να συμπεριλαμβάνετε και τους θρησκευτικούς τόπους

8.2 Θρησκευτικός τουρισμός

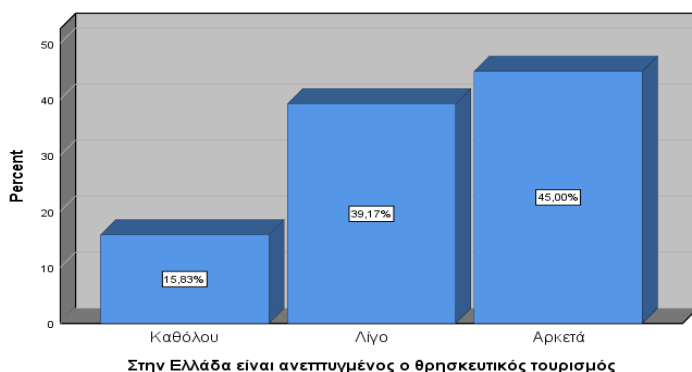
Στην παρακάτω ενότητα, παρουσιάζεται η άποψη των κατοίκων της περιφερειακής ενότητας Ηλείας, όσον αφορά τον θρησκευτικό τουρισμό. Οι απαντήσεις παίρνουν τιμές από 1 έως 3 (1- Καθόλου, 2- Λίγο, 3- Αρκετά) και η αύξηση του μέσου όρου συνεπάγεται με την αύξηση συμφωνίας των πολιτών ως προς τον εκάστοτε παράγοντα.

Ο Πίνακας 5 και το Γράφημα 5, δείχνουν κατά πόσο θεωρούν οι ερωτηθέντες ότι είναι ανεπτυγμένος ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα. Το 45% των πολιτών θεωρεί ότι είναι αρκετά ανεπτυγμένος, το 36.2% πιστεύει ότι είναι λίγο, ενώ μόλις το 15.8% του δείγματος θεωρεί ότι δεν υπάρχει ανάπτυξη του τομέα αυτού.

Πίνακας 5: Στην Ελλάδα είναι ανεπτυγμένος ο θρησκευτικός τουρισμός

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Καθόλου	19	15.8	15.8
Λίγο	47	39.2	55.0
Αρκετά	54	45.0	100.0
Total	120	100.0	

Γράφημα 5: Στην Ελλάδα είναι ανεπτυγμένος ο θρησκευτικός τουρισμός

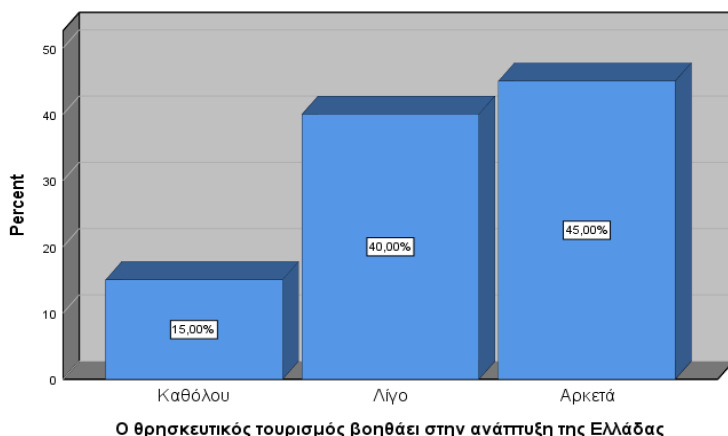


Ακολουθεί η παρουσίαση της άποψης των κατοίκων σχετικά με το κατά πόσο ο θρησκευτικός τουρισμός βοηθάει στην ανάπτυξη της Ελλάδας. Όπως παρατηρείται, στον Πίνακα 6 και στο Γράφημα 6, το 45% του δείγματος θεωρεί ότι βοηθάει αρκετά και το 40% πιστεύει ότι βοηθάει λίγο. Όμως, το υπόλοιπο 15% των ερωτηθέντων θεωρεί πως ο θρησκευτικός τουρισμός δεν βοηθάει καθόλου της ανάπτυξη της χώρας.

Πίνακας 6: Ο θρησκευτικός τουρισμός βοηθάει στην ανάπτυξη της Ελλάδας

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Καθόλου	18	15.0	15.0
Λίγο	48	40.0	55.0
Αρκετά	54	45.0	100.0
Total	120	100.0	

Γράφημα 6: Ο θρησκευτικός τουρισμός βοηθάει στην ανάπτυξη της Ελλάδας

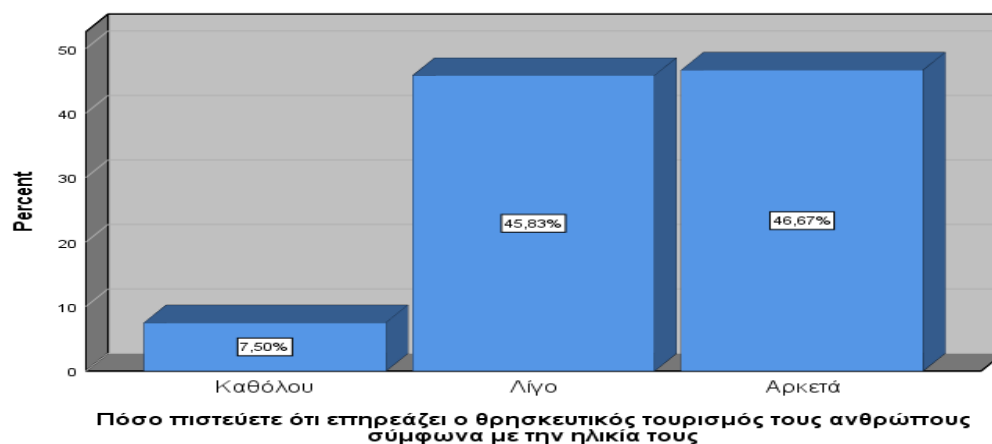


Στον επόμενο Πίνακα 7 και Γράφημα 7, παρατίθεται η επιρροή του θρησκευτικού τουρισμού στους ανθρώπους σύμφωνα με την ηλικία τους. Το 46.7% των συμμετεχόντων πιστεύουν ότι υπάρχει αρκετή επιρροή, το 45.8% θεωρούν ότι η επιρροή είναι λίγη, ενώ το υπόλοιπο 7.5% του δείγματος πιστεύουν ότι η επιρροή του θρησκευτικού τουρισμού είναι ανύπαρκτη.

Πίνακας 7: Πόσο πιστεύετε ότι επηρεάζει ο θρησκευτικός τουρισμός τους ανθρώπους σύμφωνα με την ηλικία τους

Συχνότητα	Ποσοστό %	Cumulative Percent
Καθόλου 9	7.5	7.5
Λίγο 55	45.8	53.3
Αρκετά 56	46.7	100.0
Σύνολο 120	100.0	

Γράφημα 7: Πόσο πιστεύετε ότι επηρεάζει ο θρησκευτικός τουρισμός τους ανθρώπους σύμφωνα με την ηλικία τους



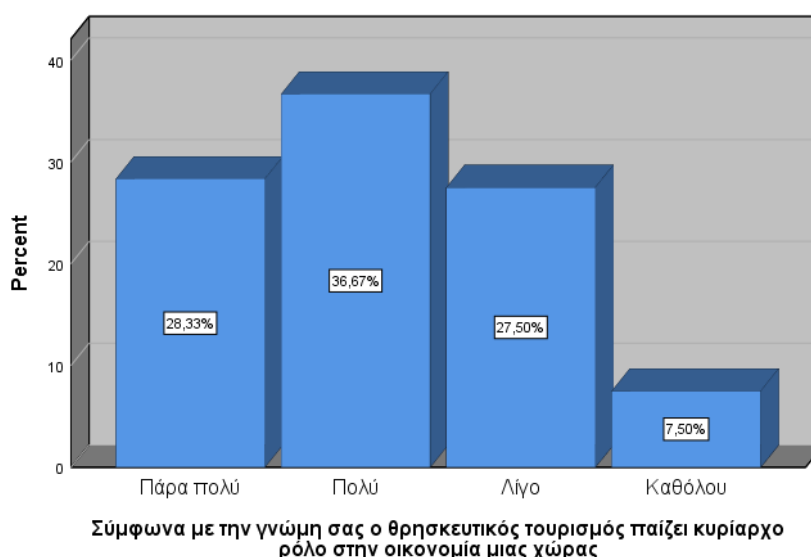
Στον Πίνακα 8 και στο Γράφημα 8, παρουσιάζεται η άποψη των ερωτηθέντων σχετικά με το αν ο θρησκευτικός τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία μιας χώρας. Όπως είναι εμφανές, το 36.7% των συμμετεχόντων θεωρούν ότι παίζει πολύ μεγάλο ρόλο, το 28.3%

πιστεύουν ότι έχει πάρα πολύ μεγάλο ρόλο, ενώ το 27.5% θεωρούν πως έχει λίγο σημαντικό ρόλο. Ακόμα, το 7.5% του δείγματος θεωρούν πως ο θρησκευτικός τουρισμός δεν έχει καθόλου κυρίαρχο ρόλο στην οικονομία.

Πίνακας 8: Σύμφωνα με την γνώμη σας ο θρησκευτικός τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία μιας χώρας

		Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πάρα πολύ	34	28.3	28.3
	Πολύ	44	36.7	65.0
	Λίγο	33	27.5	92.5
	Καθόλου	9	7.5	100.0
	Total	120	100.0	

Γράφημα 8: Σύμφωνα με την γνώμη σας ο θρησκευτικός τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία μιας χώρας

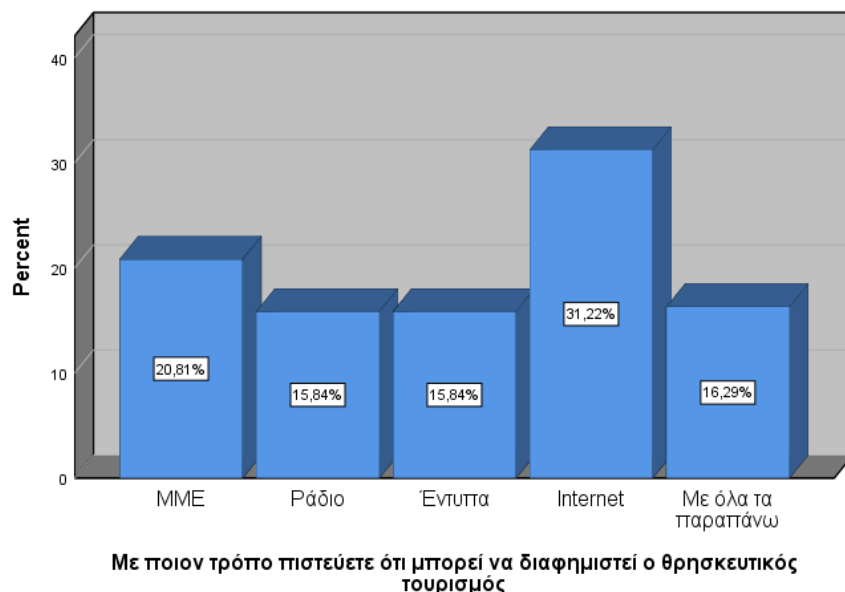


Ως προς τον τρόπο διαφήμισης του θρησκευτικού τουρισμού, στον Πίνακα 9 και στο Γράφημα 9, παρατηρείται ότι το 31.2% των συνολικών απαντήσεων σχετίζονται με την χρήση του Internet. Επιπλέον, η διαφήμιση μέσω των ΜΜΕ καταλαμβάνει το 20.8% των απαντήσεων, ενώ το 16.3% καλύπτεται από την απάντηση «Με όλα τα παραπάνω». Ακόμα, οι απαντήσεις σχετικά με την διαφήμιση μέσω ράδιο και έντυπου καλύπτουν από 15.8% των συνολικών απαντήσεων, αντιστοίχως.

Πίνακας 9: Με ποιον τρόπο πιστεύετε ότι μπορεί να διαφημιστεί ο θρησκευτικός τουρισμός

		Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΜΜΕ	46	20.8	20.8
	Ράδιο	35	15.8	36.7
	Έντυπα	35	15.8	52.5
	Internet	69	31.2	83.7
	Με όλα τα παραπάνω	36	16.3	100.0

Γράφημα 9: Με ποιον τρόπο πιστεύετε ότι μπορεί να διαφημιστεί ο θρησκευτικός τουρισμός

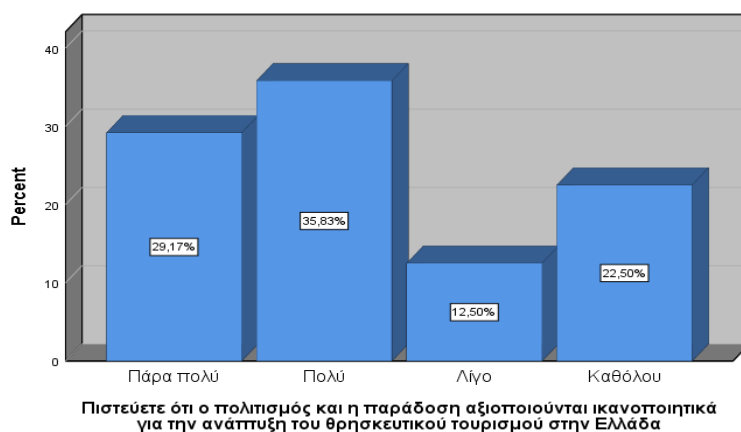


Στον Πίνακα 10 και στο αντίστοιχο Γράφημα 10, παρατίθεται η άποψη των ερωτηθέντων σχετικά με το εάν ο πολιτισμός και η παράδοση αξιοποιούνται ικανοποιητικά για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα. Το 35.8% του δείγματος θεωρεί πως αξιοποιούνται πολύ, το 29.2% πιστεύει ότι αξιοποιούνται πάρα πολύ, σε αντίθεση με το 22.5% των ερωτηθέντων που εκφράζουν την εντελώς αντίθετη γνώμη. Ακόμα, το υπόλοιπο 12.5% του δείγματος θεωρεί ότι υπάρχει λίγη αξιοποίηση του πολιτισμού και της παράδοσης.

Πίνακας 10: Πιστεύετε ότι ο πολιτισμός και η παράδοση αξιοποιούνται ικανοποιητικά για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

		Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πάρα πολύ	35	29.2	29.2
	Πολύ	43	35.8	65.0
	Λίγο	15	12.5	77.5
	Καθόλου	27	22.5	100.0
Total		120	100.0	

Γράφημα 10: Πιστεύετε ότι ο πολιτισμός και η παράδοση αξιοποιούνται ικανοποιητικά για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

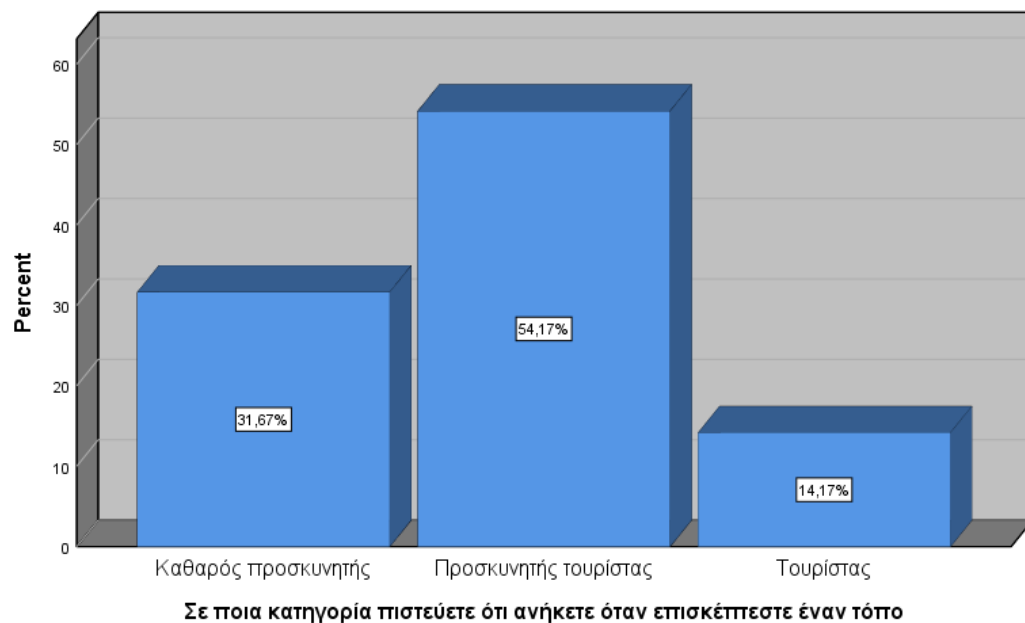


Επόμενος είναι ο Πίνακας 11 και το Γράφημα 11, όπου παρουσιάζεται η κατηγορία στην οποία θεωρούν ότι ανήκουν οι πολίτες όταν επισκέπτονται έναν τόπο. Το 54.2% των ερωτηθέντων θεωρούν ότι είναι προσκυνητές τουρίστες, το 31.7% πιστεύουν πως είναι καθαρά προσκυνητές, ενώ μόλις το 14.2% του δείγματος προσδιορίζονται ως απλοί τουρίστες.

Πίνακας 11: Σε ποια κατηγορία πιστεύετε ότι ανήκετε όταν επισκέπτεστε έναν τόπο

		Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθαρός προσκυνητής	38	31.7	31.7
	Προσκυνητής τουρίστας	65	54.2	85.8
	Τουρίστας	17	14.2	100.0
	Total	120	100.0	

Γράφημα 11: Σε ποια κατηγορία πιστεύετε ότι ανήκετε όταν επισκέπτεστε έναν τόπο

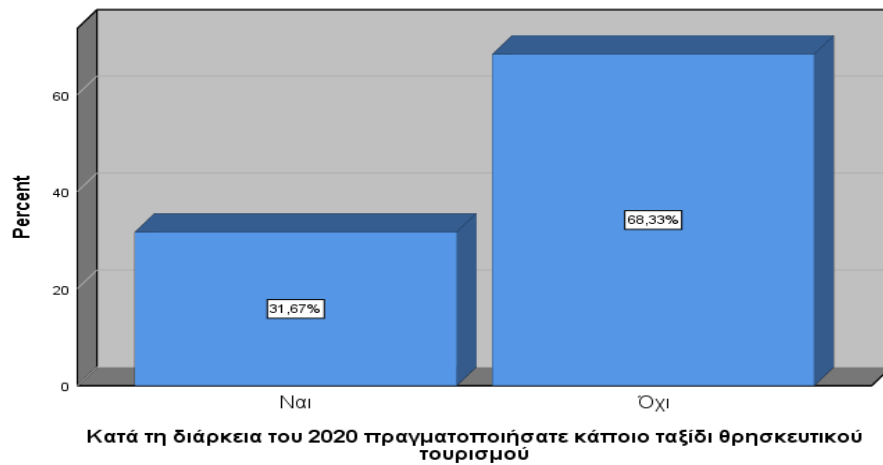


Στον Πίνακα 12 και Γράφημα 12, είναι εμφανές ότι το 68.3% των ερωτηθέντων δεν πραγματοποίησαν κάποιο ταξίδι θρησκευτικού τουρισμού κατά το έτος 2020, σε αντίθεση με το υπόλοιπο 31.7%.

Πίνακας 12: Κατά τη διάρκεια του 2020 πραγματοποιήσατε κάποιο ταξίδι θρησκευτικού τουρισμού

		Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	38	31.7	31.7
	Όχι	82	68.3	100.0
	Total	120	100.0	

Γράφημα 12: Κατά τη διάρκεια του 2020 πραγματοποιήσατε κάποιο ταξίδι θρησκευτικού τουρισμού



Στον Πίνακα 13 και Γράφημα 13 που ακολουθεί, παρατίθεται η περίοδος που εμφανίζεται μεγαλύτερο ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τους θρησκευτικούς προορισμούς. Οι πολίτες τοποθετούνται ανάμεσα στο «Λίγο» και στο «Πολύ», με τάση προς το δεύτερο, όσον αφορά το Πάσχα (2.73), τον 15άγουστο (2.61), τις γιορτές τοπικών Αγίων (2.58), αλλά και των αργιών (2.51). Επιπλέον, εντάσσονται στην ίδια κλίμακα, αλλά με τάση προς το πρώτο, σχετικά με την περίοδο των Χριστουγέννων (2.33). Ακόμα, οι πολίτες θεωρούν ότι το καλοκαίρι (2.20), αλλά και όλο τον χρόνο (2.14), το ενδιαφέρον των τουριστών είναι λίγο για τους θρησκευτικούς τόπους.

Πίνακας 13: Περίοδος που εμφανίζεται μεγαλύτερο ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τους θρησκευτικούς προορισμούς

	Mean	Standard Error of Mean
Καλοκαίρι	2.20	.06
Γιορτές τοπικού Αγίου	2.58	.05
Αργίες-τρίημερα	2.51	.06
Χριστούγεννα	2.33	.06
15 Αύγουστο	2.61	.04
Πάσχα	2.73	.04
Όλο τον χρόνο	2.14	.06

Γράφημα 13: Περίοδος που εμφανίζεται μεγαλύτερο ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τους θρησκευτικούς προορισμούς

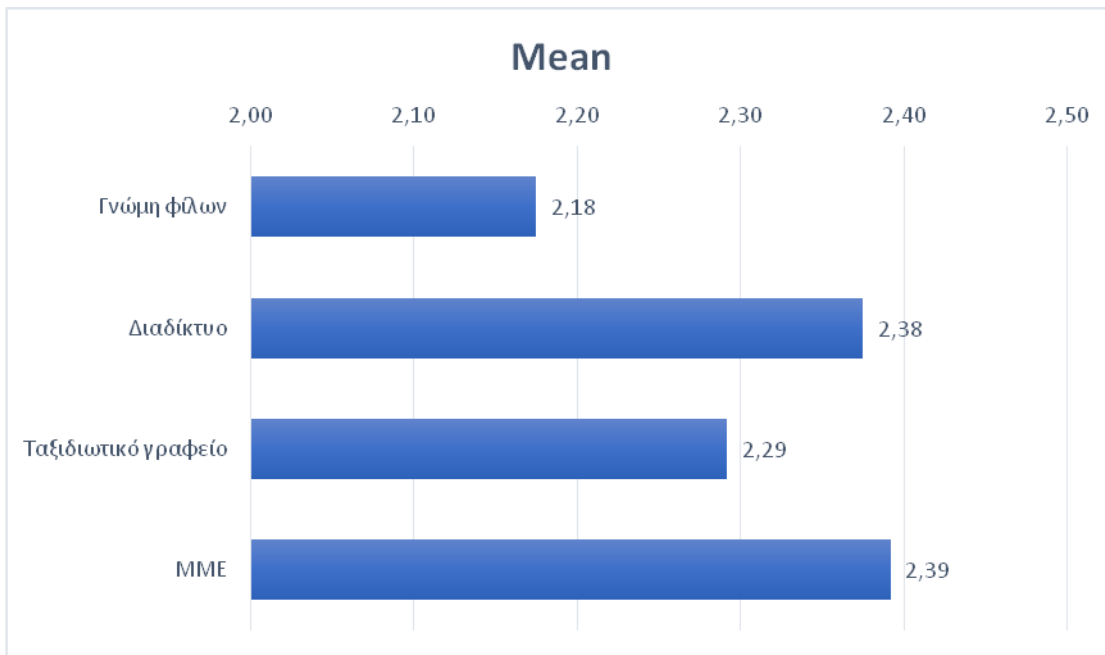


Συνεχίζοντας, στον Πίνακα 14 και Γράφημα 14, παρατίθενται τα μέσα που χρησιμοποιούν οι ερωτηθέντες ώστε να επιλέξουν τον τουριστικό προορισμό που θα επισκεφτούν. Μεταξύ του «Λίγο» και του «Πολύ», με τάση προς το πρώτο, εμφανίζονται να είναι οι συμμετέχοντες αναφορικά με την άντληση πληροφοριών από τα ΜΜΕ (2.39), το διαδίκτυο (2.37), καθώς και από τα ταξιδιωτικά γραφεία (2.29). Ακόμα, οι πολίτες βασίζουν λίγο την επιλογή του προορισμού τους στη γνώμη των φίλων τους (2.18).

Πίνακας 14: Μέσα επιλογής προορισμού

	Mean	Standard Error of Mean
Γνώμη φίλων	2.18	.07
Διαδίκτυο	2.37	.06
Ταξιδιωτικό γραφείο	2.29	.06
ΜΜΕ	2.39	.07

Γράφημα 14: Μέσα επιλογής προορισμού

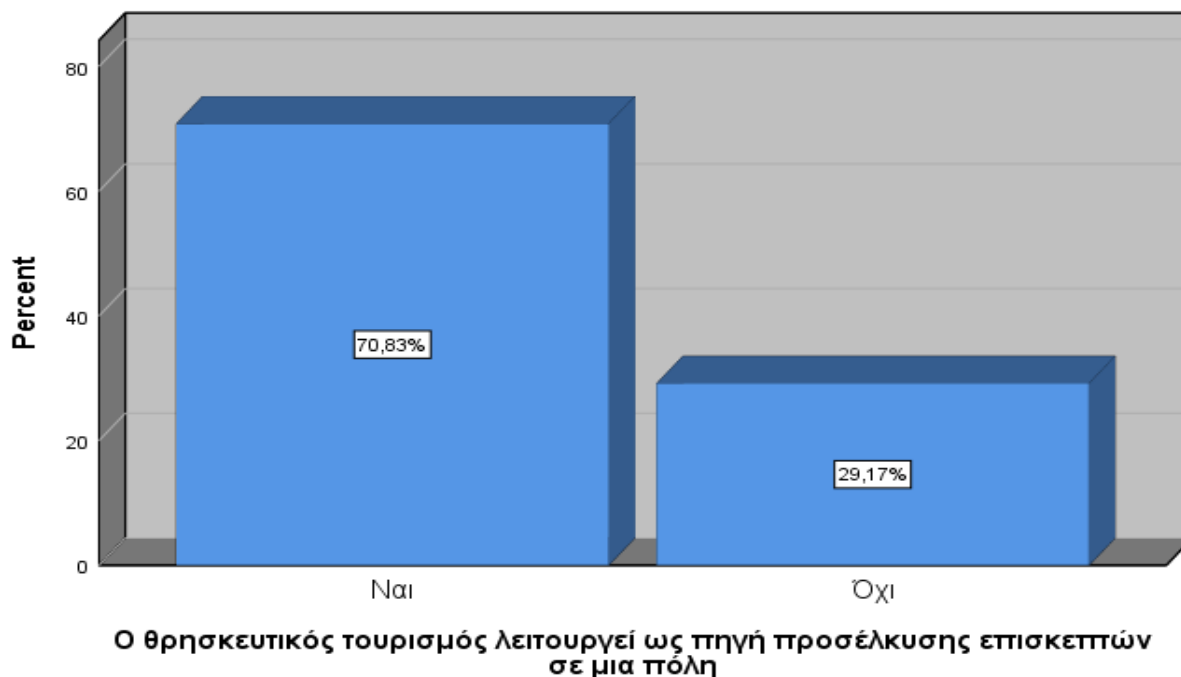


Στον παρακάτω Πίνακα 15 και Γράφημα 15, παρατίθεται η άποψη των πολιτών αναφορικά με το εάν ο θρησκευτικός τουρισμός λειτουργεί ως πηγή προσέλκυσης επισκεπτών σε μια πόλη. Το 70.8% του δείγματος απάντησε θετικά, ενώ το 29.2% αρνητικά.

Πίνακας 15: Ο θρησκευτικός τουρισμός λειτουργεί ως πηγή προσέλκυσης επισκεπτών σε μια πόλη

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ναι	85	70.8	70.8
Valid Όχι	35	29.2	100.0
Total	120	100.0	

Γράφημα 15: Ο θρησκευτικός τουρισμός λειτουργεί ως πηγή προσέλκυσης επισκεπτών σε μια πόλη

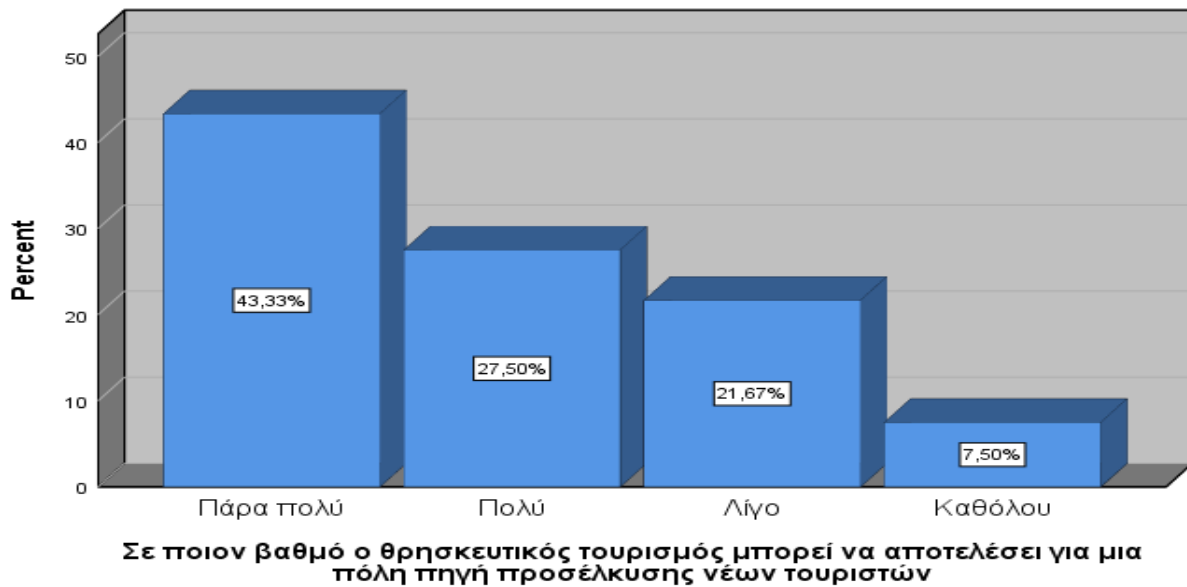


Στον Πίνακα 16 και Γράφημα 16, είναι εμφανές πως το 43.3% των ερωτηθέντων πιστεύουν ότι ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί για μια πόλη πηγή προσέλκυσης νέων τουριστών. Παράλληλα, όσοι θεωρούν ότι αυτού του είδους τουρισμός αποτελεί πολύ ή και λίγο πηγή προσέλκυσης, καταλαμβάνουν το 27.5% και 21.7%, αντιστοίχως. Ακόμα, το υπόλοιπο 7.5% του δείγματος θεωρούν ότι δεν ισχύει η παρούσα δήλωση.

Πίνακας 16: Σε ποιον βαθμό ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει για μια πόλη πηγή προσέλκυσης νέων τουριστών

		Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πάρα πολύ	52	43.3	43.3
	Πολύ	33	27.5	70.8
	Λίγο	26	21.7	92.5
	Καθόλου	9	7.5	100.0
	Total	120	100.0	

Γράφημα 16: Σε ποιον βαθμό ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει για μια πόλη πηγή προσέλκυσης νέων τουριστών

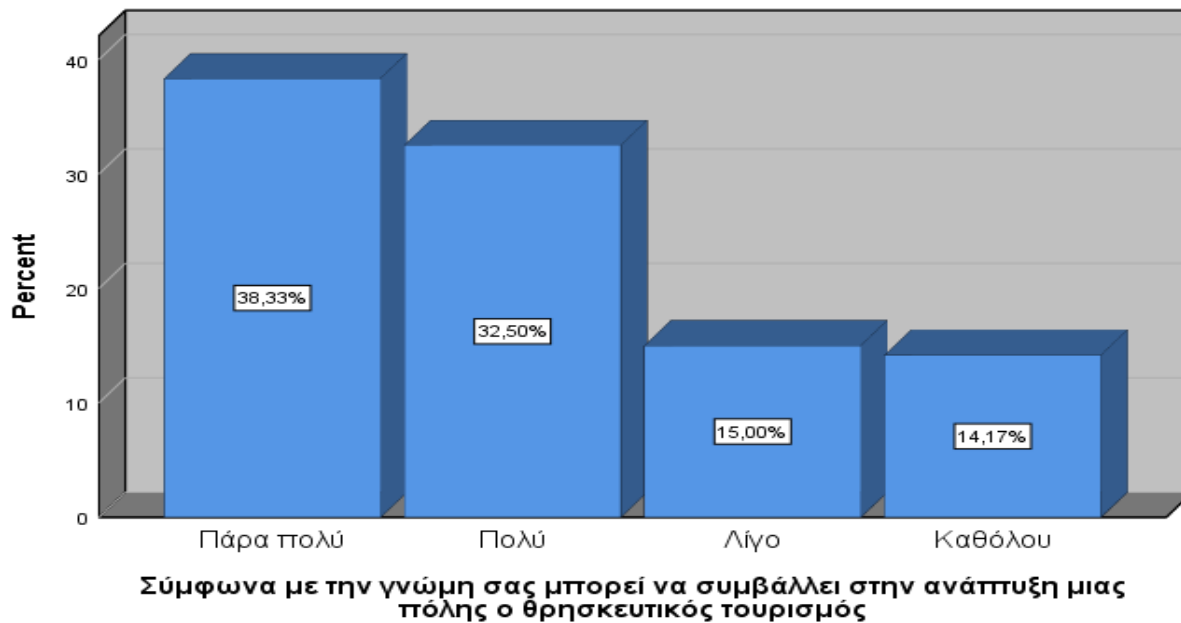


Στον Πίνακα 17 και Γράφημα 17, παρουσιάζεται η άποψη των πολιτών σχετικά με το κατά πόσο συμβάλλει στην ανάπτυξη μιας πόλης ο θρησκευτικός τουρισμός. Το 38.3% του δείγματος θεωρεί ότι συμβάλλει πάρα πολύ, το 32.5% πιστεύει ότι συμβάλλει πολύ, ενώ το 15% θεωρεί ότι η συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού είναι λίγη. Τέλος, το 14.2% των συμμετεχόντων πιστεύουν πως ο θρησκευτικός τουρισμός δεν έχει καθόλου επιρροή στην ανάπτυξη μιας πόλης.

Πίνακας 17: Σύμφωνα με την γνώμη σας μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη μιας πόλης ο θρησκευτικός τουρισμός

		Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πάρα πολύ	46	38.3	38.3
	Πολύ	39	32.5	70.8
	Λίγο	18	15.0	85.8
	Καθόλου	17	14.2	100.0
	Total	120	100.0	

Γράφημα 17: Σύμφωνα με την γνώμη σας μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη μιας πόλης ο θρησκευτικός τουρισμός



8.3 Επαγωγική στατιστική

Στην παρούσα ενότητα, διερευνήθηκε το κατά πόσο τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων επηρεάζουν τις απόψεις τους σχετικά με τον θρησκευτικό τουρισμό. Για την απάντηση του συγκεκριμένου ερωτήματος, χρησιμοποιήθηκε ο έλεγχος Pearson (γραμμικές συσχετίσεις) καθώς τα δημογραφικά στοιχεία είτε είναι διατακτικές μεταβλητές (π.χ. ηλικία), είτε δίτιμες (φύλο και απαντήσεις ναι/όχι).

Όπως φαίνεται στον Πίνακα 18, όσο αυξάνεται η ηλικία των ερωτηθέντων, τόσο πιο πολύ θεωρούν πως ο θρησκευτικός τουρισμός είναι ανεπτυγμένος στην Ελλάδα (0.726), ότι βοηθάει την ανάπτυξη της Ελλάδας (0.632) και ότι επηρεάζει τους ανθρώπους σύμφωνα με την ηλικία τους (0.404). Επιπλέον φάνηκε πως οι γυναίκες θεωρούν περισσότερο πως ο θρησκευτικός τουρισμός βοηθά στην ανάπτυξη της Ελλάδας (0.297) και ότι επηρεάζει του ανθρώπους σύμφωνα με την ηλικία τους (0.226). Όλες οι υπόλοιπες συσχετίσεις ως προς το εάν στις διακοπές τους επισκέπτονται μοναστήρια και εκκλησίες και ως προς το εάν τους αρέσει στις διακοπές τους να συμπεριλαμβάνουν θρησκευτικούς τουρισμούς, οι άντρες είναι θετικότεροι σε όλες τις δηλώσεις.

Πίνακας 18: Correlations (1)

		Φύλο	Ηλικία	Όταν πηγαίνετε διακοπές επισκέπτεστε τα μοναστήρια και τις εκκλησίες του προορισμού που έχετε επιλέξει	Σας αρέσει κατά τη διάρκεια των διακοπών σας να συμπεριλαμβάνετε και τους θρησκευτικούς τόπους
Στην Ελλάδα είναι ανεπτυγμένος ο θρησκευτικός τουρισμός	Pearson Correlation	0.074	.726**	-.739**	-.728**
	Sig. (2-tailed)	0.424	0.000	0.000	0.000
	N	120	120	120	120
Ο θρησκευτικός τουρισμός βοηθάει στην ανάπτυξη της Ελλάδας	Pearson Correlation	.297*	.632**	-.730**	-.746**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000	0.000	0.000
	N	120	120	120	120
Πόσο πιστεύετε ότι επηρεάζει ο θρησκευτικός τουρισμός τους ανθρώπους σύμφωνα με την ηλικία τους	Pearson Correlation	.226*	.404**	-.217*	-.255**
	Sig. (2-tailed)	0.013	0.000	0.017	0.005
	N	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Επιπλέον, από τον Πίνακα 19, φάνηκε πως οι άντρες θεωρούν περισσότερο πως το μεγαλύτερο ενδιαφέρον επίσκεψης θρησκευτικών τοποθεσιών εκδηλώνεται σε γιορτές τοπικών Αγίων (-0.431). Οι μεγαλύτερες ηλικίες ωστόσο, πιστεύουν ότι αντίστοιχο ενδιαφέρον εκδηλώνεται περισσότερο τα Χριστούγεννα (0.777), ενώ όσοι επισκέπτονται μοναστήρια ή Εκκλησίες και όσοι επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, θεωρούν πως το μεγαλύτερο ενδιαφέρον επίσκεψης σχετικών τοποθεσιών εκδηλώνονται τα Χριστούγεννα (-0.523 και -0.727 αντίστοιχα).

Πίνακας 19: Correlations (2)

Πότε πιστεύετε ότι εμφανίζεται από τους τουρίστες το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την επίσκεψη τους σε κάποιον θρησκευτικό προορισμό		Φύλο	Ηλικία	Όταν πηγαίνετε διακοπές επισκέπτεστε τα μοναστήρια και τις εκκλησίες του προορισμού που έχετε επιλέξει	Σας αρέσει κατά τη διάρκεια των διακοπών σας να συμπεριλαμβάνετε και τους θρησκευτικούς τόπους
Καλοκαίρι	Pearson Correlation	-0.040	.710**	-.439**	-.639**
	Sig. (2-tailed)	0.661	0.000	0.000	0.000
	N	120	120	120	120
Γιορτές τοπικού Αγίου	Pearson Correlation	-.431**	.540**	-.382**	-.501**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	120	120	120	120
Αργίες-τρίημερα	Pearson Correlation	.194*	.376**	-.352**	-.431**
	Sig. (2-tailed)	0.034	0.000	0.000	0.000
	N	120	120	120	120
Χριστούγεννα	Pearson Correlation	0.116	.777**	-.523**	-.727**
	Sig. (2-tailed)	0.206	0.000	0.000	0.000
	N	120	120	120	120
15 Αύγουστο	Pearson Correlation	-.219*	.579**	-0.140	-.286**
	Sig. (2-tailed)	0.016	0.000	0.128	0.002
	N	120	120	120	120
Πάσχα	Pearson Correlation	-.185*	.634**	-.290**	-.479**
	Sig. (2-tailed)	0.043	0.000	0.001	0.000
	N	120	120	120	120
Όλο τον χρόνο	Pearson Correlation	-0.149	.432**	-0.111	-.326**
	Sig. (2-tailed)	0.105	0.000	0.228	0.000

tailed)				
N	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Τέλος, ο Πίνακας 20 ανέδειξε πως οι γυναίκες θεωρούν περισσότερο πως το διαδίκτυο είναι το βασικότερο μέσο επιλογής του τουριστικού προορισμού (0.402), ενώ οι άντρες θεωρούν ως βασικότερο μέσο τα ταξιδιωτικά γραφεία (-0.131). Αντίστοιχα, όσο περισσότερο αυξάνεται η ηλικία τόσο περισσότερο οι ερωτηθέντες μετρούν τη γνώμη των φίλων τους για την επιλογή τουριστικών προορισμών (0.549), ενώ επίσης φάνηκε πως τα ΜΜΕ επιλέγονται πιο έντονα από όσους ενδιαφέρονται να επισκεφθούν μοναστήρια και Εκκλησίες (-0.367) ή γενικότερα θρησκευτικούς τόπους (-0.585) κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

Πίνακας 20: Correlations (3)

Τι μέσο χρησιμοποιείτε για να επιλέξετε τον τόπο προορισμού που θα επισκεφθείτε	Φύλο	Ηλικία	Όταν πηγαίνετε διακοπές επισκέπτεστε τα μοναστήρια και τις εκκλησίες του προορισμού έχετε επιλέξει	Σας αρέσει κατά τη διάρκεια των διακοπών σας να συμπεριλαμβάνετε και τους θρησκευτικούς τόπους	
Γνώμη φίλων	Pearson Correlation	0.115	.549**	-.369**	-.544**
	Sig. (2-tailed)	0.213	0.000	0.000	0.000
	N	120	120	120	120
Διαδίκτυο	Pearson Correlation	.402**	.282**	-.389**	-.446**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.002	0.000	0.000
	N	120	120	120	120
Ταξιδιωτικό γραφείο	Pearson Correlation	-.191*	.388**	-0.025	-0.076
	Sig. (2-tailed)	0.036	0.000	0.789	0.412
	N	120	120	120	120
ΜΜΕ	Pearson Correlation	-0.131	.638**	-.367**	-.585**
	Sig. (2-tailed)	0.153	0.000	0.000	0.000
	N	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

8.4 Αποτελέσματα ποιοτικής ανάλυσης

Οι ερωτώμενοι στη παρούσα ποιοτική ανάλυση ήταν δέκα άτομα ηλικίας 40 έως 55 ετών με τις γυναίκες να είναι περισσότερες.

Σε σχετικό ερώτημα αν επισκέπτονται τα μοναστήρια και τις εκκλησίες του προορισμού που έχουν επιλέξει όταν πηγαίνουν διακοπές οι περισσότεροι απάντησαν θετικά. Δήλωσαν ότι τους αρέσει ο συνδυασμός των διακοπών με την επίσκεψη σε θρησκευτικά μνημεία.

Σε επόμενο ερώτημα για το αν τους αρέσει κατά τη διάρκεια των διακοπών να συμπεριλαμβάνουν και τους θρησκευτικούς τόπους η πλειοψηφία δήλωσε ότι συμφωνεί μιας και είναι αρκετά βολικό γι αυτούς να επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους κατά τη διάρκεια των διακοπών. Βέβαια αναφέρθηκε ότι αυτό δεν είναι πάντα εύκολο λόγω της κατάστασης της πανδημίας.

Σε ερώτημα για το αν στην Ελλάδα είναι ανεπτυγμένος ο θρησκευτικός τουρισμός, μεγάλο ποσοστό επτά ατόμων απάντησε θετικά αλλά ένα μικρότερο τριών ατόμων αρνητικά. Αναφέρθηκε ότι η Ελλάδα παρόλο που έχει αρκετά θρησκευτικά μνημεία πρέπει να τα προωθήσει-αναδείξει περισσότερο.

Σε σχετικό ερώτημα για το αν ο θρησκευτικός τουρισμός βοηθάει στην ανάπτυξη της Ελλάδας, η απάντηση από όλους τους ερωτώμενους ήταν θετική μιας και ο θρησκευτικός τουρισμός είναι ανεπτυγμένος στην Ελλάδα και βοηθάει την ανάδειξή της.

Σε ερώτημα για το πόσο θεωρούν ότι επηρεάζει ο θρησκευτικός τουρισμός τους ανθρώπους σύμφωνα με την ηλικία τους οι ερωτώμενοι που είχαν τη μεγαλύτερη ηλικία απάντησαν ότι επηρεάζονται περισσότερο και ιδιαίτερα τη περίοδο των Χριστουγέννων

Στη συνέχεια ρωτήθηκαν αν ο θρησκευτικός τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία της χώρας και εννέα στους δέκα απάντησαν θετικά μιας και είναι γεγονός ότι με την αύξηση των κερδών λόγω επισκεψιμότητας ενισχύεται η οικονομία του κάθε τόπου.

Στο ερώτημα με ποιον τρόπο μπορεί να διαφημιστεί ο θρησκευτικός τουρισμός, όλοι ανέφεραν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας κατά κύριο λόγο αλλά και το ίντερνετ.

Στη συνέχεια σε ερώτημα για το αν ο πολιτισμός και η παράδοση αξιοποιούνται ικανοποιητικά για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα όλοι απάντησαν θετικά.

Τέλος ρωτήθηκαν σε ποια κατηγορία θεωρούν ότι ανήκουν όταν επισκέπτονται έναν τόπο και για ποιον λόγο, με αποτέλεσμα οι οκτώ ερωτώμενοι απάντησαν προσκυνητές τουρίστες και οι δύο καθαροί προσκυνητές. Αυτό γιατί είτε συνδυάζουν την επίσκεψη σε κάποιο μοναστήρι ή εκκλησία με τις διακοπές τους, είτε επισκέπτονται μόνο τα θρησκευτικά μνημεία.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Στην παρούσα έρευνα, διερευνήθηκαν οι απόψεις των πολιτών της περιφερειακής ενότητας Ηλείας σχετικά με τον θρησκευτικό τουρισμό, αλλά και την ανάπτυξη του. Αναλυτικότερα, στην έρευνα συμμετείχαν 120 πολίτες, κυρίως γυναίκες ηλικίας 51 με 60 ετών. Οι πολίτες όταν πηγαίνουν διακοπές επισκέπτονται κυρίως τα μοναστήρια και τις εκκλησίες της περιοχής, διότι τους αρέσει να συμπεριλαμβάνουν στις διακοπές τους θρησκευτικούς τόπους.

Αναφορικά με τον θρησκευτικό τουρισμό, μέσω της έρευνας, παρατηρήθηκε ότι στην Ελλάδα είναι αρκετά αναπτυγμένος και βοηθάει στην ανάπτυξη της χώρας, καθώς παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στον τομέα της οικονομίας. Επίσης, διαπιστώθηκε πως μέσω της διαφήμισης του θρησκευτικού τουρισμού στο Internet, αλλά και στα ΜΜΕ, αξιοποιείται πολύ ικανοποιητικά τόσο ο πολιτισμός, όσο και η παράδοση της χώρας. Παράλληλα, παρατηρήθηκε πως ο θρησκευτικός τουρισμός είναι ένας από τους τομείς που επηρεάζει τους ανθρώπους ανάλογα με την ηλικία τους. Αυτό διαπιστώνεται και από το γεγονός πως οι ερωτηθέντες θεωρούν τον εαυτό τους κυρίως προσκυνητή τουρίστα. Ωστόσο, λόγω των συνθηκών που υπάρχουν στην χώρα εξαιτίας της πανδημίας Covid-19, δεν πραγματοποιήθηκαν πολλά ταξίδια θρησκευτικού τουρισμού το 2020. Το Πάσχα και ο Δεκαπενταύγουστος αναδείχθηκαν ως οι δημοφιλέστερες περίοδοι για θρησκευτικό τουρισμό, ενώ την κύρια πηγή πληροφοριών τους για την επιλογή προορισμού αποτελούν τα ΜΜΕ και το διαδίκτυο. Ακόμα, παρατηρήθηκε πως ο θρησκευτικός τουρισμός λειτουργεί πάρα πολύ ως πηγή προσέλκυσης νέων επισκεπτών σε μια πόλη, με αποτέλεσμα να υπάρχει πάρα πολύ θετική συμβολή στην ανάπτυξη της.

Τέλος, από το επαγωγικό μέρος, φάνηκε πως όσο αυξάνεται η ηλικία των ερωτηθέντων, τόσο πιο πολύ θεωρούν πως ο θρησκευτικός τουρισμός είναι ανεπτυγμένος στην Ελλάδα, ότι βοηθάει στην ανάπτυξη της και ότι επηρεάζει τους ανθρώπους σύμφωνα με την ηλικία τους. Επιπλέον φάνηκε πως οι γυναίκες θεωρούν περισσότερο πως ο θρησκευτικός τουρισμός βοηθά στην ανάπτυξη της Ελλάδας και ότι επηρεάζει του ανθρώπους σύμφωνα με την ηλικία τους. Όλες οι υπόλοιπες συσχετίσεις ως προς το εάν στις διακοπές τους επισκέπτονται μοναστήρια και εκκλησίες και ως προς το εάν τους αρέσει στις διακοπές τους να συμπεριλαμβάνουν θρησκευτικούς τουρισμούς, οι άντρες είναι θετικότεροι σε όλες τις δηλώσεις.

Επιπλέον, φάνηκε πως οι άντρες θεωρούν περισσότερο πως το μεγαλύτερο ενδιαφέρον επίσκεψης θρησκευτικών τοποθεσιών εκδηλώνεται σε γιορτές τοπικών Αγίων. Οι μεγαλύτερες ηλικίες ωστόσο, πιστεύουν ότι αντίστοιχο ενδιαφέρον εκδηλώνεται περισσότερο τα Χριστούγεννα, ενώ όσοι επισκέπτονται μοναστήρια ή εκκλησίες και όσοι επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, θεωρούν πως το μεγαλύτερο ενδιαφέρον επίσκεψης σχετικών τοποθεσιών εκδηλώνονται τα Χριστούγεννα.

Ολοκληρώνοντας, αναδείχθηκε πως οι γυναίκες θεωρούν περισσότερο πως το διαδίκτυο είναι το βασικότερο μέσο επιλογής του τουριστικού προορισμού, ενώ οι άντρες θεωρούν ως βασικότερο μέσο τα ταξιδιωτικά γραφεία. Αντίστοιχα, όσο περισσότερο αυξάνεται η ηλικία τόσο περισσότερο οι ερωτηθέντες μετρούν τη γνώμη των φίλων τους για την επιλογή τουριστικών προορισμών, ενώ επίσης φάνηκε πως τα ΜΜΕ επιλέγονται πιο έντονα από όσους επιλέγουν να επισκεφθούν μοναστήρια και εκκλησίες ή γενικότερα θρησκευτικούς τόπους κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Συγκρίνοντας τα αποτελέσματα μεταξύ ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας, συμπεραίνεται ότι τα αποτελέσματα συμπίπτουν με πολύ μεγάλη ακρίβεια μιας και οι απαντήσεις και στις δυο περιπτώσεις συγκλίνουν μεταξύ τους. Αυτό οδηγεί στο ότι τα αποτελέσματα είναι ακόμα πιο έγκυρα από το να γινόταν μόνο το ένα είδος έρευνας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Βάμβουκας, Μ.Ι. (2010). Εισαγωγή στην ψυχοπαιδαγωγική έρευνα και μεθοδολογία. Αθήνα: Γρηγόρη.
- Ιωσηφίδης, Θ. (2003). Εισαγωγή στην ανάλυση δεδομένων ποιοτικής κοινωνικής έρευνας. Μυτιλήνη. Ανακτημένο από: www.cultural-representation.com/.../SIMEIOSEIS iosif.
- Ahmad, M., Rajapaksha, A. U., Lim, J. E., Zhang, M., Bolan, N., Mohan, D., & Ok, Y. S. (2014). Biochar as a sorbent for contaminant management in soil and water: a review. *Chemosphere*, 99, 19-33.
- Ali, S., Maharani, L., & Untari, T. D. (2019). Development of religious tourism in Bandar Lampung, Indonesia. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5), 1-8.
- AL-MAKHADMAH, I. M. (2020). The role of virtual museum in promoting religious tourism in Jordan. *GeoJournal of Tourism & Geosites*, 28(1).
- Almeyda-Ibáñez, M., & George, B. P. (2017). The evolution of destination branding: A review of branding literature in tourism. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 3(1), 9-17.
- Badone, E. (2007). Echoes from Kerizinen: pilgrimage, narrative, and the construction of sacred history at a Marian shrine in northwestern France. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 13(2), 453-470.
- Balomenou, C., Poulaki, P., & Lagos, D. (2015). Religious Tourism in Greece and regional development: The case of Samos Island.
- Banica, V., & Visciglia, N. (2016). Scattering for NLS with a delta potential. *Journal of Differential Equations*, 260(5), 4410-4439.
- Barbey, A., Barsalou, L., Simmons, W. K., & Santos, A. (2005). Embodiment in religious knowledge. *Journal of Cognition and Culture*, 5(1-2), 14-57.
- Bruner, E. M. (2005). *Culture on tour: Ethnographies of travel*. University of Chicago Press.
- Chadha, H., & Onkar, P. (2016). Changing Cities in the Perspective of Religious Tourism—A Case of Allahabad. *Procedia Technology*, 24, 1706-1713.
- Chantziantoniou, A., & Dionysopoulou, P. (2017). The religious tourism in Greece: Case study of Saint John Russian in N. Evia. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 3(2), 15-24.
- Chatzigeorgiou, C. (2017). Modelling the impact of social media influencers on behavioural intentions of millennials: The case of tourism in rural areas in Greece. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 3(2), 25-29.
- Chenini, A., & Touaiti, M. (2018). Building destination loyalty using tourist satisfaction and destination image: A holistic conceptual framework. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4(2), 37-43.
- Collins-Kreiner, N., & Gatrell, J. D. (2006). Tourism, heritage and pilgrimage: The case of Haifa's Baha'i gardens. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 32-50.
- Creswell, J. (2011). Η έρευνα στην εκπαίδευση: σχεδιασμός, διεξαγωγή και αξιολόγηση της ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας. Αθήνα: Ίων.
- Cohen, L. & Manion L. (2000). Μεθοδολογία Εκπαιδευτικής Έρευνας. Αθήνα: Μεταίχμιο
- Dermetzopoulos, A., Bonarou, C., & Christou, E. (2009). Military service, destination image and repeat visitation on a Greek border island.

- Digance, J. (2006). Religious and secular pilgrimage: Journeys redolent with meaning. In *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp. 52-64). Routledge.
- Dubisch, J. (1995). Lovers in the field. *Taboo, edited by Kulick, Don, Wilson, Margaret*, 29-50.
- Egresi, I. O., & Kara, F. (2018). Residents' attitudes to tourists visiting their mosques: a case study from Istanbul, Turkey. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(1), 1-21.
- Egresi, I., Bayram, B., Kara, F., & Kesik, O. A. (2012). Unlocking the potential of religious tourism in Turkey. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 9(1), 63-80.
- Farra-Haddad, N. (2020). 7. Archaeology and Religious Tourism: Sacred Sites, Rituals, Sharing the Baraka and Tourism Development. In *Archaeology and Tourism* (pp. 106-120). Channel View Publications.
- Gavriil, E. S., Lougiakis, N., Pouli, N., Marakos, P., Skaltsounis, A. L., Nam, S., & Tenta, R. (2017). Synthesis and Antiproliferative Activity of New pyrazolo [3, 4-c] pyridines. *Medicinal Chemistry*, 13(4), 365-374.
- Gilli, M., & Ferrari, S. (2017). Marginal places and tourism: the role of Buddhist centers in Italy. *Journal of tourism and cultural change*, 15(5), 422-438.
- Gosar, A., & Koderman, M. (2015). Religious Contents of Popular Guidebooks: The Case of Catholic Cathedrals in South Central Europe. In *The Changing World Religion Map* (pp. 733-744). Springer, Dordrecht.
- Govers, R., Go, F. M., & Kumar, K. (2007). Promoting tourism destination image. *Journal of travel research*, 46(1), 15-23.
- Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044-1060.
- Hancock B, Windridge K., and Ockleford, E. (2007) An introduction to qualitative research, Trend RDSU.
- https://www-iliatravel-com.translate.google.com/churches-monasteries/?x_tr_sl=en&x_tr_tl=el&x_tr_hl=el&x_tr_pto=nui,sc
- Hudson, S., Wang, Y., & Gil, S. M. (2011). The influence of a film on destination image and the desire to travel: a cross-cultural comparison. *International journal of tourism research*, 13(2), 177-190.
- Iliev, D. (2020). The evolution of religious tourism: Concept, segmentation and development of new identities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 131-140.
- Jackowski, A., & Smith, V. L. (1992). Polish pilgrim-tourists. *Annals of tourism research*, 19(1), 92-106.
- Kaell, H. (2016). Can pilgrimage fail? Intent, efficacy, and evangelical trips to the Holy Land. *Journal of Contemporary Religion*, 31(3), 393-408.
- Keitumetse, S. O. (2014). Cultural resources as sustainability enablers: Towards a community-based cultural heritage resources management (COBACHREM) model. *Sustainability*, 6(1), 70-85.
- Kim, B., Kim, S., & King, B. (2020). Religious tourism studies: evolution, progress, and future prospects. *Tourism Recreation Research*, 45(2), 185-203.
- Kim, S. S., Agrusa, J., Chon, K., & Cho, Y. (2008). The effects of Korean pop culture on Hong Kong residents' perceptions of Korea as a potential tourist destination. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24(2-3), 163-183.
- Kinnaird, V., Kothari, U., & Hall, D. R. (1994). Tourism: gender perspectives. *Tourism: a gender analysis.*, 1-34.

- Koren-Lawrence, N., & Collins-Kreiner, N. (2019). Visitors with their ‘Backs to the archaeology’: religious tourism and archaeology. *Journal of Heritage Tourism*, 14(2), 138-149.
- Kyratsis, P., Chatzigeorgiou, C., Tsagkaris, A., & Dinopoulou, V. (2010). Failure mode and effect analysis (FMEA) implementation in conference tourism services. *The Cyprus Journal of Sciences*, 8, 119.
- Lagos, D., & Christogianni, P. (2006). The development of religious tourism in Greece. *Festschrift Mary Negreponi-Delivanis, Thessaloniki: University of Macedonia.(in Greek)*.
- Lester, J. A., & Scarles, C. (Eds.). (2016). *Mediating the tourist experience: From brochures to virtual encounters*. Routledge.
- Lin, H. H., Ling, Y., Lin, J. C., & Liang, Z. F. (2021). Research on the development of religious tourism and the sustainable development of rural environment and health. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(5), 2731.
- Mróz, F. (2021). The Impact of COVID-19 on Pilgrimages and Religious Tourism in Europe During the First Six Months of the Pandemic. *Journal of religion and health*, 60(2), 625-645.
- Mubarak, N., & Zin, C. S. (2020). Religious tourism and mass religious gatherings—the potential link in the spread of COVID-19. Current perspective and future implications. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 36, 101786.
- Nyaupane, G. P., Timothy, D. J., & Poudel, S. (2015). Understanding tourists in religious destinations: A social distance perspective. *Tourism Management*, 48, 343-353.
- Olsen, D. H. (2020). Pilgrimage, religious tourism, biodiversity, and natural sacred sites. *Religious Tourism and the Environment. Edited by Kiran A. Shinde and Daniel H. Olsen. Boston: CABI*, 23-41.
- Olsen, D. H., & Timothy, D. J. (2020). The COVID-19 pandemic and religious travel: Present and future trends. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 8(7), 170-188.
- Pirnar, I., Kurtural, S., & Tutuncuoglu, M. (2019). Festivals and destination marketing: An application from Izmir City. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 5(1), 9-14.
- Poulaki, P., & Lagos, D. (2016). The Monuments of the Ottoman Empire in Chios island and tourism development. In *3rd International Cesme–Chios History, Culture and Tourism Symposium*.
- Price, L. L., & Narchi, N. E. (Eds.). (2018). *Coastal heritage and cultural resilience*. Springer International Publishing.
- Revilla Hernández, M., Santana Talavera, A., & Parra López, E. (2016). Effects of co-creation in a tourism destination brand image through twitter. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 2(1), 3-10.
- Rickly-Boyd, J. M. (2013). Existential authenticity: Place matters. *Tourism Geographies*, 15(4), 680-686.
- Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of tourism Research*, 19(1), 51-67.
- Scarles, C. E., Siripis, M., & Airey, D. (2013). Being a Tourist or Performer? Tourists' Negotiation with Mediated Destination Image in Popular Film.
- Sharpley, R. (2009). *Tourism development and the environment: Beyond sustainability?*. Earthscan.

- Shinde, K. A. (2020). Managing the environment in religious tourism destinations: A conceptual model. *Religious Tourism and the Environment*, 42-59.
- Sigala, M., Christou, E., & Gretzel, U. (Eds.). (2012). *Social media in travel, tourism and hospitality: Theory, practice and cases*. Ashgate Publishing, Ltd.
- Singh, J. S., & Singh, S. P. (1987). Forest vegetation of the Himalaya. *The Botanical Review*, 53(1), 80-192.
- Sotiriadis, M., & Shen, S. (2017). The contribution of partnership and branding to destination management in a globalized context: The case of the UNWTO Silk Road Programme. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 3(2), 8-16.
- Terzidou, M., Scarles, C., & Saunders, M. N. (2018). The complexities of religious tourism motivations: Sacred places, vows and visions. *Annals of Tourism Research*, 70, 54-65.
- Timothy, D. J., & Ron, A. S. (2013). Understanding heritage cuisines and tourism: Identity, image, authenticity, and change.
- Tohirovich, T. K., & Mamarasulovna, T. Z. (2020). The Issue of Studying Religious Tourism in Uzbekistan. *International Journal on Integrated Education*, 3(8), 43-47.
- Van Kessel, M. A., Speth, D. R., Albertsen, M., Nielsen, P. H., den Camp, H. J. O., Kartal, B., ... & Lücker, S. (2015). Complete nitrification by a single microorganism. *Nature*, 528(7583), 555-559.
- Xie, C., Mao, X., Huang, J., Ding, Y., Wu, J., Dong, S., ... & Wei, L. (2011). KOBAS 2.0: a web server for annotation and identification of enriched pathways and diseases. *Nucleic acids research*, 39(suppl_2), W316-W322.
- Zouni, G., & Digkas, D. (2019). Marketing suggestions for multi-religious tourism development: The case of Thessaloniki. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 5(2), 36-42.
- <https://www.sansimera.gr/articles/1266>, ανακτήθηκε 18-11-2021
- <https://static.eudoxus.gr/books/65/chapter-11765.pdf> ανακτήθηκε 18-11-2021
- <https://proini.news/%CE%BF-%CE%B4%CE%B5%CE%BA%CE%B1%CF%80%CE%B5%CE%BD%CF%84%CE%B1%CF%8D%CE%B3%CE%BF%CF%85%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B9%CF%82-%CF%80%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%B3%CE%AF%CE%B5%CF%82-%CF%84%CE%B7/> ανακτήθηκε 18-11-2021
- <https://www.gtp.gr/TDirectoryDetails.asp?id=17412&lng=1> ανακτήθηκε 18-11-2021
- <https://www.vimaorthodoxias.gr/nea/lanthi-ileias-ta-enniamera-tis-panagias-stin-ieramoni-kremastis/> ανακτήθηκε 18-11-2021
- http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=24387 ανακτήθηκε 18-11-2021
- <https://www.heliachamber.gr/ilia/tourism/articles/article.jsp?context=1504&categoryid=12839&articleid=12842> ανακτήθηκε 18-11-2021
- <https://www.vimaorthodoxias.gr/nea/lanthi-ileias-ta-enniamera-tis-panagias-stin-ieramoni-kremastis/> ανακτήθηκε 18-11-2021
- <https://ilia-olympia.org/%CE%BD%CE%B1%CF%8C%CF%82-%CF%80%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%B3%CE%AF%CE%B1%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B8%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82-%CE%B3%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%8D%CE%BD%CE%B7%CF%82/> ανακτήθηκε 18-11-2021
- <https://ilia-olympia.org/%CE%B9%CE%B5%CF%81%CE%AC-%CE%BC%CE%BF%CE%BD%CE%AE-%CF%84%CE%B7%CF%82->

%CF%80%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%B3%CE%AF%CE%B1%CF%82-
%CF%86%CF%81%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CE%B1%CE%B2%CE%AF%CE%
E%BB%CE%BB%CE%B1%CF%82-%CF%83/ ανακτήθηκε 18-11-2021

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Α. Ερωτηματολόγιο Ποσοτικής Έρευνας

Ερωτηματολόγιο

Αγαπητή κυρία-ε,

Το ερωτηματολόγιο που καλείσαι να συμπληρώσεις είναι ανώνυμο και προαιρετικό. Απευθύνεται σε πολίτες του νομού Ηλείας και πραγματοποιείται στα πλαίσια εκπόνησης της πτυχιακής μας εργασίας με τίτλο «Θρησκευτικός τουρισμός και ανάπτυξη: Μια ερευνητική περιήγηση στο Ν. Ηλείας», του τμήματος Μουσειολογίας του Πανεπιστημίου Πατρών (πρώην τμήματος ΔΟΕΠΤΜ).

Οι απαντήσεις σου δε θα χρησιμοποιηθούν για άλλο σκοπό παρά μόνο για τις ανάγκες της έρευνας. Σκοπός της έρευνας μας είναι να διερευνηθούν οι απόψεις των κατοίκων του νομού Ηλείας για το θρησκευτικό τουρισμό και τη συμβολή του στην ανάπτυξη της περιοχής.

Σε ευχαριστούμε εκ των προτέρων, αφού χωρίς τη συμμετοχή σου δε θα ήταν δυνατή αυτή η έρευνα.

Με εκτίμηση

Δεδότση Βασιλική, Μαθηματικός

Ζιάκας Ευάγγελος, Δάσκαλος

Τηλ. 6974882035-6972725697

Email: dedotsivaso@gmail.com

ziakas1968@yahoo.gr

1. Φύλο

- Άνδρας
 Γυναίκα

2. Ηλικία

- 20-30
 31-40
 41-50
 51-60
 61-70
 71+

3. Όταν πηγαίνετε διακοπές επισκέπτεστε τα μοναστήρια και τις εκκλησίες του προορισμού που έχετε επιλέξει;

- Ναι
 Όχι

4. Σας αρέσει κατά τη διάρκεια των διακοπών σας να συμπεριλαμβάνετε και τους θρησκευτικούς τόπους;

- Ναι
 Όχι

5. Στην Ελλάδα είναι ανεπτυγμένος ο θρησκευτικός τουρισμός;

- Καθόλου
 Λίγο
 Αρκετά

6. Ο θρησκευτικός τουρισμός βοηθάει στην ανάπτυξη της Ελλάδας;

- Καθόλου
 Λίγο
 Αρκετά

7. Πόσο πιστεύετε ότι επηρεάζει ο θρησκευτικός τουρισμός τους ανθρώπους σύμφωνα με την ηλικία τους;

- Καθόλου
 Λίγο
 Αρκετά

8. Σύμφωνα με την γνώμη σας ο θρησκευτικός τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία μιας χώρας;

- Πάρα πολύ
 Πολύ
 Λίγο
 Καθόλου

9. Με ποιον τρόπο πιστεύετε ότι μπορεί να διαφημιστεί ο θρησκευτικός τουρισμός;

- ΜΜΕ
 ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

- ΕΝΤΥΠΙΑ
 ΙΝΤΕΡΝΕΤ
 ΜΕ ΟΛΑ ΤΑ ΠΑΡΑΠΑΝΩ

10. Πιστεύετε ότι ο πολιτισμός και η παράδοση αξιοποιούνται ικανοποιητικά για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα;

- Πάρα πολύ
 Πολύ
 Λίγο
 Καθόλου

11. Σε ποια κατηγορία πιστεύετε ότι ανήκετε όταν επισκέπτεστε έναν τόπο;

- καθαρός προσκυνητής
 προσκυνητής τουρίστας
 τουρίστας

12. Κατά τη διάρκεια του 2020 πραγματοποιήσατε κάποιο ταξίδι θρησκευτικού τουρισμού;

- Ναι
 Όχι

13. Πότε πιστεύετε ότι εμφανίζεται από τους τουρίστες το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την επίσκεψη τους σε κάποιον θρησκευτικό προορισμό;

	Καθόλου	Λίγο	Πολύ
Καλοκαίρι			
Γιορτές τοπικού Αγίου			
Αργίες-τριήμερα			
Χριστούγεννα			
15 Αύγουστο			
Πάσχα			
όλο τον χρόνο			

14. Πόσο σας επηρεάζουν τα παρακάτω για να επιλέξετε τον τόπο προορισμού που θα επισκεφθείτε;

	Καθόλου	Λίγο	Πολύ
Γνώμη φίλων			
Διαδίκτυο			
Ταξιδιωτικό γραφείο			
MME			

15. Ο θρησκευτικός τουρισμός λειτουργεί ως πηγή προσέλκυσης επισκεπτών σε μια περιοχή;

Ναι

Όχι

16. Σε ποιον βαθμό ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει για μια περιοχή πηγή προσέλκυσης νέων τουριστών;

Πάρα πολύ

Πολύ

Λίγο

Καθόλου

17. Σύμφωνα με την γνώμη σας μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη μιας περιοχής ο θρησκευτικός τουρισμός;

Πάρα πολύ

Πολύ

Λίγο

Καθόλου

Σας ευχαριστούμε πολύ για το χρόνο σας!!!

B. Δομημένη Συνέντευξη Ποιοτικής Έρευνας

Ερωτήσεις

- 1. Όταν πηγαίνετε διακοπές επισκέπτεστε τα μοναστήρια και τις εκκλησίες του προορισμού που έχετε επιλέξει;**
- 2. Σας αρέσει κατά τη διάρκεια των διακοπών σας να συμπεριλαμβάνετε και τους θρησκευτικούς τόπους;**
- 3. Στην Ελλάδα είναι ανεπτυγμένος ο θρησκευτικός τουρισμός;**
- 4. Ο θρησκευτικός τουρισμός βοηθάει στην ανάπτυξη της Ελλάδας;**
- 5. Πόσο πιστεύετε ότι επηρεάζει ο θρησκευτικός τουρισμός τους ανθρώπους σύμφωνα με την ηλικία τους;**
- 6. Σύμφωνα με την γνώμη σας ο θρησκευτικός τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία μιας χώρας;**
- 7. Με ποιον τρόπο πιστεύετε ότι μπορεί να διαφημιστεί ο θρησκευτικός τουρισμός;**
- 8. Πιστεύετε ότι ο πολιτισμός και η παράδοση αξιοποιούνται ικανοποιητικά για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα;**
- 9. Σε ποια κατηγορία πιστεύετε ότι ανήκετε όταν επισκέπτεστε έναν τόπο;**