



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟΝ ΘΕΜΑΤΙΚΟ-ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ: Νικόλαος Κατσιγιάννης

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Παναγιώτης Γατομάτης

ΠΑΤΡΑ 2022

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η κύρια αίτια ενασχόλησης μας με την πτυχιακή εργασία είναι η μελέτη καινούργιων μορφών τουρισμού που έρχονται στο μαρκετινγκ μακριά από τις στερεότυπες λειτουργίες της. Ευκαιρίες για τον μέσο άνθρωπο να απομακρυνθεί από τον μάζικο τουρισμό και να δράσει σε ένα πιο ελεύθερο περιβάλλον. Δίνεται έτσι μια καινούργια αγορά για να ερευνηθεί το μαρκετινγκ και να χαράξει την στρατηγική του θέσης. Ταυτόχρονα έναπροσδιορίζει τις προτεραιότητες του μέσου τουρίστα- πελάτη

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον εισήγητη μου Παναγιώτη Γάτοματη για την επίβλεψη του και τις συστάσεις του για την εργασία στο τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας Πάτρων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Εισαγωγή: Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί μια από τις κατηγορίες του εναλλακτικού τουρισμού και πρόκειται για μια μορφή τουρισμού η οποία, τα τελευταία χρόνια χαρακτηρίζεται από υψηλά ποσοστά ανάπτυξης.

Σκοπός: Στόχος της παρούσας εργασίας είναι να αποτελέσει ένα ωφέλιμο και εύχρηστο εργαλείο ανάλυσης που θα βοηθήσει τον προορισμό μελέτης να επανασχεδιάσει, εμπλουτίσει και διαφοροποιήσει το τουριστικό προϊόν που προσφέρει, με ιδιαίτερη έμφαση την περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού/προσκυνηματικού τουρισμού.

Μεθοδολογία: Στα πλαίσια της παρούσας μελέτης διερευνώνται οι προτιμήσεις των τουριστών αναφορικά με τις τουριστικές τους επιλογές. Σκοπός της μελέτης είναι η εξαγωγή συμπερασμάτων στον θρησκευτικό τουρισμό στην Περιοχή της Πάτρας και για τη βελτίωση αυτού. Για τον σκοπό αυτό πραγματοποιήθηκε εμπειρική έρευνα με αποστολή ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου και συλλέχθηκε δείγμα 112 ατόμων από όλη την Ελλάδα. Στη συνέχεια ακολούθησε στατιστική επεξεργασία των αποτελεσμάτων και εξαγωγή συμπερασμάτων. Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει η προτίμηση των συμμετεχόντων σχετικά με το θρησκευτικό τουρισμό στην πόλη της Πάτρας.

Συμπεράσματα : Η πόλη της Πάτρας είναι ενεργός προορισμός για θρησκευτικό τουρισμό, ο Άγιος Ανδρέας αποτελεί πόλο έλξης τουριστών από όλη την Ελλάδα. Απαιτείται όμως μεγαλύτερη προσπάθεια στη διαφήμιση της περιοχής και στην σωστή προώθησή της.

Λέξεις κλειδιά: ηλεκτρονικό μάρκετινγκ, θρησκευτικός τουρισμός, Πάτρα, Άγιος Ανδρέας.

Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	1
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	1
Κεφάλαιο 1°	4
1.1 Εννοιολογική προσέγγιση τουρισμού – Ιστορική αναδρομή	4
1.2 Θεματικός-εναλλακτικός τουρισμός	6
1.3 Ιστορική αναδρομή	6
1.4 Τύποι τουρισμού	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2°	24
2.1 Έννοια μάρκετινγκ	24
2.2 Προσπάθειες προώθησης	26
2.3 Μορφές προώθησης θρησκευτικού τουρισμού στη Δυτική Ελλάδα	26
2.4 Σκοπός μεθοδολογίας έρευνας	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο: Θρησκευτικός Τουρισμός	28
3.1 Ορισμός Θρησκευτικού Τουρισμού	28
3.2 Ιστορική αναδρομή του Θρησκευτικού Τουρισμού	30
3.3 Κατηγορίες του θρησκευτικού τουρισμού	31
3.4 Θρησκευτικός και Προσκυνηματικός Τουρισμός: Οι διαφορές τους	33
3.5 Θρησκευτικός τουρισμός στην πόλη της Πάτρας	34

3.6 Άγιος Ανδρέας: Ο Πολιούχος της Πάτρας.....	36
3.6.1 Ο βίος του.	36
3.6.2 Η σχέση του Απόστολου Ανδρέα με την πόλη της Πάτρας	37
3.7 Οι 2 Ιεροί ναοί του Αγίου Ανδρέα στην Πάτρα.....	39
Κεφάλαιο 4ο	44
ΕΡΕΥΝΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	44
Ανάλυση ερωτήσεων	45
Ανάλυση Α΄ μέρους ερωτηματολογίου -Δημογραφικά στοιχεία	46
Ανάλυση Β΄ μέρους ερωτηματολογίου.....	50
Σχολιασμός της ανάλυσης	58
Συμπεράσματα ερωτηματολογίου και στατιστικής επεξεργασίας:	59
Προτάσεις	59
Μελλοντική έρευνα.....	60
Βιβλιογραφία	61
Ελληνική.....	61
Ξενόγλωσση	61
Πηγές.....	63
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	64

Κεφάλαιο 1^ο

1.1 Εννοιολογική προσέγγιση τουρισμού – Ιστορική αναδρομή

Ο τουρισμός είναι μια μορφή ψυχαγωγίας και αποτελεί τη μεγαλύτερη οικονομική βιομηχανία σε όλο τον κόσμο. Η Ελλάδα είναι μία χώρα όπου στην οικονομία της ο τουρισμός παίζει πρωταρχικό ρόλο, καθώς είναι ένας τουριστικός προορισμός.

Ως τουρισμός ορίζεται η μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους σε έναν άλλο για τουλάχιστον ένα 24ωρο. Η διάρκεια του ταξιδιού είναι βραχυχρόνια και μπορεί να διαρκεί από μία ημέρα έως και μερικούς μήνες. Ο λόγος που κάποιος αποφασίζει να ταξιδέψει μπορεί να έχει ή ψυχαγωγικό ή επαγγελματικό σκοπό ή συνδυασμό και των δύο.

Σύμφωνα με τον Διεθνή οργανισμό τουρισμού, ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο που συνεπάγεται τη μεταφορά ανθρώπων σε χώρες ή μέρη εκτός του συνήθους περιβάλλοντος για προσωπικούς ή επαγγελματικούς / επαγγελματικούς σκοπούς. Αυτοί οι άνθρωποι καλούνται επισκέπτες (που μπορεί να είναι είτε τουρίστες είτε εκδρομές · κάτοικοι ή μη κάτοικοι) και ο τουρισμός έχει να κάνει με τις δραστηριότητές τους, μερικές από τις οποίες περιλαμβάνουν τουριστικές δαπάνες. (<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>)

Στις αρχές του 21ου αιώνα, ο διεθνής τουρισμός είχε γίνει μια από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες του κόσμου και το αντίκτυπό του έγινε ολοένα και πιο εμφανές από την Αρκτική έως την Ανταρκτική. Επομένως, η ιστορία του τουρισμού έχει μεγάλο ενδιαφέρον και σημασία. Αυτή η ιστορία ξεκινά πολύ πριν από το νόμισμα της λέξης τουρίστας στα τέλη του 18ου αιώνα. Στη δυτική παράδοση, οργανωμένα ταξίδια με υποστηρικτικές υποδομές, αξιοθέατα και έμφαση σε βασικούς προορισμούς και εμπειρίες μπορούν να βρεθούν στην αρχαία Ελλάδα και τη Ρώμη, οι οποίες μπορούν να διεκδικήσουν την προέλευση και των δύο «τουρισμού κληρονομιάς» (με στόχο τον εορτασμό και την εκτίμηση ιστορικών περιοχών αναγνωρισμένης πολιτιστικής σημασίας) και παραλιακών θέρετρων Τα Επτά Θαύματα του Κόσμου έγιναν τουριστικά αξιοθέατα για Έλληνες και Ρωμαίους.

Φέρνοντας τους Ανατολικούς πολιτισμούς στο παιχνίδι, οι θρησκευτικοί τους στόχοι συνυπάρχουν με καθορισμένες διαδρομές, εμπορική φιλοξενία και ένα μείγμα περιέργειας, περιπέτειας και απόλαυσης μεταξύ των κινήτρων των συμμετεχόντων. Το προσκύνημα στις πρώτες βουδιστικές τοποθεσίες ξεκίνησε πριν από περισσότερα από 2.000 χρόνια, αν και είναι δύσκολο να οριστεί η μετάβαση από τις προσωρινές διακοπές μικρών ομάδων μοναχών σε αναγνωρίσιμες τουριστικές πρακτικές. Το προσκύνημα στη Μέκκα έχει παρόμοια αρχαιότητα. Η τουριστική κατάσταση του Χατζ είναι προβληματική, δεδομένου του αριθμού των θυμάτων που - ακόμη και τον 21ο αιώνα - συνέχισαν να υφίστανται το ταξίδι στην έρημο. Το ιαματικό λουτρό ως τουριστικός προορισμός - ανεξάρτητα από τις σχέσεις προσκυνήματος με τον ιστότοπο ως ιερό πηγάδι ή ιερή πηγή - δεν είναι απαραίτητα ευρωπαϊκή εφεύρεση, παρά το ότι προέρχεται από την αγγλική γλώσσα του από το Spa, ένα πρώιμο θέρετρο στο σημερινό Βέλγιο. Το παλαιότερο ιαπωνικό onsen (ιαματικές πηγές) εξυπηρετούσε λουόμενους τουλάχιστον από τον 6ο αιώνα. Ο τουρισμός ήταν ένα παγκόσμιο φαινόμενο από την προέλευσή του.

Ο σύγχρονος τουρισμός είναι ένα όλο και πιο εντατικό, εμπορικά οργανωμένο, επιχειρηματικό σύνολο δραστηριοτήτων των οποίων οι ρίζες μπορούν να βρεθούν στη βιομηχανική και μεταβιομηχανική Δύση. Η αριστοκρατική μεγάλη περιοδεία πολιτιστικών χώρων στη Γαλλία, τη Γερμανία και ιδιαίτερα την Ιταλία - συμπεριλαμβανομένων εκείνων που σχετίζονται με τον κλασικό ρωμαϊκό τουρισμό - είχε τις ρίζες του τον 16ο αιώνα. (<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>)

Υπάρχει η λανθασμένη εντύπωση πως ο τουρισμός σαν έννοια πρωτοεμφανίστηκε μετά τη λήξη του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου. Η αλήθεια είναι πως τότε γνώρισε μεγαλύτερη ανάπτυξη αλλά για πρώτη φορά συναντάμε τη λέξη “tourist” το 1800 στην Αγγλία. Στην Ελλάδα, ήδη από τα τέλη του 19ου αιώνα ξεκινάν να δημιουργούνται εταιρίες και σύλλογοι με σκοπό την προσέλκυση τουριστών κυρίως εγχώριου τουρισμού. Το 1929 ιδρύθηκε ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ), επί πρωθυπουργίας Ελευθέριου Βενιζέλου, που σκοπό του ήταν η προώθηση της Ελλάδας ως τουριστικός προορισμός και η ανάπτυξη τουριστικών υποδομών αλλά και υπηρεσιών.

Παρ όλες τις αξιόλογες για την εποχή προσπάθειες που έγιναν, δεν ήταν αρκετές για να καθιερωθεί ο τουρισμός ως μια οικονομική δύναμη. Ο ΕΟΤ το 1936 καταργήθηκε και επανιδρύθηκε ξανά το 1950. Ο ΕΟΤ έπαιξε πολύ σημαντικό ρόλο, μετά το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου και του Ελληνικού Εμφυλίου, στην ανάπτυξη του τουρισμού και της προώθησης-προβολής της χώρας μας ως τουριστικό προορισμό. Πολύ μεγάλο ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού παγκοσμίως έπαιξε και η τεχνολογία. Η δημιουργία και η εξέλιξη

μέσων μεταφοράς όπως το αυτοκίνητο, το τρένο, το λεωφορείο και το αεροπλάνο, έδωσαν την ευκαιρία σε τουρίστες όλων των κατηγοριών να επισκέπτονται το προορισμό που επιθυμούν πιο εύκολα και γρήγορα και με μεγαλύτερη ασφάλεια. (Lickorish & Jenkins, 2004)

1.2 Θεματικός-εναλλακτικός τουρισμός.

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μία σύγχρονη μορφή τουρισμού, όπου έρχεται να απαλύνει και να διορθώσει τις πληγές που δημιουργεί ο μαζικός τουρισμός. Ο θεματικός-εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει πολλές διαφορετικές μορφές, όπου θα αναλύσουμε παρακάτω, οι οποίες έχουν σαν σκοπό να μεν την ψυχαγωγία του επισκέπτη και την αναψυχή του, αλλά με σεβασμό στο περιβάλλον, στην κοινωνία, στην κουλτούρα και στους ντόπιους κατοίκους της περιοχής που επισκέπτονται.

Ο εναλλακτικός τουρισμός αντιπροσωπεύει μια «νέα» μορφή τουρισμού που προσπαθεί να πλησιάσει την τοπική κοινωνικοπολιτική και οικονομική πραγματικότητα. Γίνεται μια προσπάθεια για την έναρξη μιας νέας σχέσης μεταξύ των τουριστών και των περιοχών υποδοχής. Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ένας όρος ομπρέλα που καλύπτει μια ευρεία κατηγορία εναλλακτικών μορφών τουρισμού που εμφανίζονται κιόλας από τη δεκαετία του 1950. Διάφοροι κλάδοι όπως ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο κοινοτικός τουρισμός κ.λπ. δίνουν έμφαση σε ορισμένες συγκεκριμένες αξίες και ιδέες.

1.3 Ιστορική αναδρομή

Τελικά, οι «νέες» μορφές τουρισμού εμφανίστηκαν στις αναπτυσσόμενες χώρες μεταξύ της δεκαετίας του 1970 και των αρχών της δεκαετίας του 1980, προκειμένου να αντιμετωπίσουν τον σκληρό μαζικό τουρισμό. Αυτές οι μορφές τουρισμού εξυπηρετούσαν μια πιο ευαίσθητη προσέγγιση, δίνοντας προτεραιότητα στους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους. Παρόλο που εμφανίστηκαν με διαφορετικά ονόματα και διάφορα μοντέλα, μοιράστηκαν τις ίδιες αξίες, για να βελτιώσουν την κατάσταση και να διατηρήσουν την αρχική αγροτική γοητεία του τουριστικού προορισμού. (Triarchi & Karamanis, 2017)

Περιλάμβαναν έργα μικρής κλίμακας, με χαμηλό επίπεδο επενδύσεων, χαμηλού χαρακτήρα, ανεξάρτητα και αυτοσυντηρούμενα και απαιτώντας την υψηλή συμμετοχή των κατοίκων της περιοχής. Η συμμετοχή του τοπικού πληθυσμού βελτιώνει τις επαφές μεταξύ των ντόπιων και των ξένων επισκεπτών τους όπου θα προσφέρει μια πιο αυθεντική, ουσιαστική και ικανοποιητική εμπειρία τόσο για τους επισκέπτες όσο και για τους οικοδεσπότες. (Triarchi & Karamanis, 2017)

Ο Ντερνόνι το 1981 συνέδεσε τον όρο «εναλλακτικός τουρισμός» με τον τρόπο διαμονής ως «στον εναλλακτικό τουρισμό ο πελάτης λαμβάνει διαμονή απευθείας μέσα ή στο σπίτι του οικοδεσπότη με, τελικά, άλλες υπηρεσίες και παροχές που προσφέρονται εκεί» (Dernoi, 1981). Λίγα χρόνια αργότερα, πρόσθεσε άλλα χαρακτηριστικά στον εναλλακτικό τουρισμό που

διακρίνονταν από τον μαζικό τουρισμό, με αποτέλεσμα το γεγονός ότι στον εναλλακτικό τουρισμό άτομα, οικογένειες ή τοπικές κοινότητες προσφέρουν ιδιωτικά στους επισκέπτες ένα σύνολο υπηρεσιών φιλοξενίας. Έτσι, ο εναλλακτικός τουρισμός στοχεύει στη δημιουργία άμεσης προσωπικής και πολιτιστικής επικοινωνίας και κατανόησης μεταξύ του οικοδεσπότη και του επισκέπτη (Deroin, 1988). Αυτός ο ορισμός υποστηρίζει τη διευκόλυνση και τη βελτίωση των επαφών μεταξύ επισκεπτών και ντόπιων, προκειμένου να επιτευχθεί μια πολιτιστική ανταλλαγή και επικοινωνία και των δύο μερών. Ο Donald Macleod (1998) προτείνει ορισμένες αρχές για τον καλύτερο ορισμό του εναλλακτικού τουρισμού και ο Herms (2006), ανέπτυξε αυτές τις αρχές ως εξής:

- Θα πρέπει να βασίζεται στον διάλογο με τους ντόπιους, ο οποίος πρέπει να ενημερώνεται για τις επιπτώσεις του
- Πρέπει να είναι φιλικό προς το περιβάλλον και να αποδίδει σεβασμό στον τοπικό πολιτισμό και στη θρησκευτική παράδοση,
- Η κλίμακα του τουρισμού πρέπει να προσαρμοστεί στην ικανότητα της τοπικής περιοχής να αντιμετωπίσει, να μετρηθεί με αισθητικούς και οικολογικούς όρους

Στην Ευρώπη, ειδικά στη Γερμανία, την Αυστρία και την Ελβετία, στις αρχές της δεκαετίας του 1980, ο όρος που χρησιμοποιήθηκε για να εξηγήσει τη νέα μορφή τουρισμού ήταν «μαλακός τουρισμός», καθώς το κύριο χαρακτηριστικό του ήταν η προσοχή σε περιβαλλοντικά ζητήματα και η προώθηση οικολογικά φιλικών πολιτικών. Η δήλωση της «Διεθνούς Επιτροπής Pour La Protection des Regions Alpines» (CIPRA) ορίζει τον μαλακό τουρισμό ως «την αμοιβαία κατανόηση μεταξύ του τοπικού πληθυσμού και των επισκεπτών, η οποία δεν θέτει σε κίνδυνο την πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής υποδοχής» και που προσπαθεί να φροντίσει το περιβάλλον όσο το δυνατόν καλύτερα. Οι «μαλακοί τουρίστες» δίνουν προτεραιότητα στη χρήση υποδομών που προορίζονται για τον τοπικό πληθυσμό και δεν δέχονται σημαντικές τουριστικές εγκαταστάσεις επιβλαβείς για το περιβάλλον»

Η βασική ιδέα του εναλλακτικού τουρισμού είναι να φέρει τους τουρίστες κοντά στην τοπική κοινότητα, να τους ενσωματώσει στην τοπική ζωή αντί να τους φυλακίσει σε ένα τουριστικό θέρετρο που έχει αποκοπεί από τον έξω κόσμο. Ένα τέτοιο τουριστικό θέρετρο ανήκει και συνήθως διαχειρίζεται από πολυεθνικές εταιρείες, οι οποίες δεν συμβάλλουν σημαντικά στους εναλλακτικούς τουριστικούς στόχους - την κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη της τοπικής κοινότητας και την ευημερία της. (Triarchi & Karamanis, 2017)

Ο όρος «Νέος Τουρισμός» προτάθηκε το 1979, για την αμερικανική τουριστική βιομηχανία ως έναν νέο τρόπο ανάπτυξης, υποστηρίζοντας ότι όχι μόνο οι επισκέπτες, αλλά και οι κοινότητες θα επωφεληθούν από τη δημιουργία μιας «διαφοροποιημένης» τουριστικής βιομηχανίας.

Ο «Νέος Τουρισμός» βασίζεται σε οκτώ αρχές:

1. Πολιτιστική κληρονομιά και περιβάλλον,
2. Τα αξιοθέατα,
3. Προσπάθεια ανάπτυξης πρόσθετων αξιοθέατων,
4. Ευκαιρίες οικονομικής ανάπτυξης και εμπλουτισμού κουλτούρας,

5. Τοπικές υπηρεσίες,
6. Επικοινωνίες μάρκετινγκ
7. Προσαρμογή τουρισμού στη φέρουσα ικανότητα της περιοχής
8. Πρόληψη για την ενεργειακή κατανάλωση

Η χρήση του όρου «εναλλακτικός τουρισμός» μπορεί να θεωρηθεί προβληματική, καθώς στις μέρες μας συνήθως σχετίζεται με την αρχή της αειφόρου ανάπτυξης. Έτσι, ο όρος «αειφόρος τουρισμός» είναι πιο ακριβής στην περιγραφή των «νέων» μορφών τουρισμού. Σύμφωνα με τον Holden (2003), ο αειφόρος τουρισμός είναι πιο συμβατός με το φυσικό περιβάλλον από τον συμβατικό μαζικό τουρισμό. Η βλάστηση, τα ενδιαιτήματα, η χλωρίδα και η πανίδα και η γη ως μέρος της γεωργίας έδωσαν το δρόμο για νέες υποδομές μέσω της αποψίλωσης των δασών που έβλαψε το οικοσύστημα και το τοπίο (Holden, 2003). Σύμφωνα με την UNWTO «οι κατευθυντήριες γραμμές για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη και οι πρακτικές διαχείρισης εφαρμόζονται σε όλες τις μορφές τουρισμού και σε όλους τους τύπους προορισμών, συμπεριλαμβανομένου του μαζικού τουρισμού και των διαφόρων εξειδικευμένων τουριστικών τμημάτων. Οι αρχές της αειφορίας αναφέρονται στις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικοπολιτιστικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης και πρέπει να επιτευχθεί κατάλληλη ισορροπία μεταξύ αυτών των τριών διαστάσεων για να διασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά της» (UNEP & UNWTO, 2005). Ο αειφόρος τουρισμός γίνεται τόσο δημοφιλής που ορισμένοι υποστηρίζουν ότι αυτό που σήμερα ονομάζεται «εναλλακτική» θα είναι «mainstream» σε μια δεκαετία.

1.4 Τύποι τουρισμού

Οι τύποι τουρισμού είναι δυναμικοί στο χρόνο, και ποικίλλουν μεταξύ τους. Οι τύποι τουρισμού που παρουσιάζονται σε μια δεδομένη περίοδο δημιουργούνται από τις ανάγκες των στόχων του, το επίπεδο των πολιτιστικών και κοινωνικών εγκαταστάσεων και τα διαθέσιμα μέσα μεταφοράς.

Το χωρικό χαρακτηριστικό του τουρισμού είναι το είδος του τουρισμού που προκύπτει από τη μίξη περισσότερων τύπων της ίδιας εδαφικής ενότητας. Η ανάμειξη των τύπων τουρισμού είναι, ωστόσο, περιφερειακή ή τοπική σημασία ως παράγοντας προόδου αναλογικά με τον αριθμό τους, αλλά ταυτόχρονα όμως η μίξη τους επηρεάζεται και από την τάση της εκάστοτε εποχής.

Σύμφωνα με τους σκοπούς, κάθε τύπος τουρισμού κατευθύνεται προς εκείνες τις περιοχές όπου ο σκοπός μπορεί να επιτευχθεί είτε μέσω των πιθανών εγκαταστάσεων, είτε λόγω του κλίματος ή των συγκεκριμένων παραδόσεων του τόπου. (Tureac & Anca, 2014)

Μια κατηγοριοποίηση των ειδών του τουρισμού γίνεται με πολλαπλά κριτήρια. Οι μορφές τουρισμού έχουν ως διαφοροποίηση τις ιδιότητες του τουρισμού. Ανάλογα με τους λόγους ταξιδιού, οι οποίοι είναι πολύ διαφορετικοί λόγω της επιρροής ψυχο-κοινωνιολογικών παραγόντων, της υγείας ή της ζωής, μπορεί να διακριθούν περισσότεροι τύποι τουρισμού. (Κοκκώσης – Γκρίμπα, 2014)

Ο προσδιορισμός τους γίνεται με βάση τη μέση διάρκεια διαμονής και την κατανομή του τουριστικές ροές κατά τη διάρκεια του έτους.

Διακρίνουμε διάφορες μορφές τουρισμού ως εξής:

1) Γεωγραφική περιοχή προορισμού

- Εγχώριος τουρισμός: Εγχώριος Τουρισμός είναι όταν οι κάτοικοι μιας χώρας αποφασίζουν να ταξιδέψουν εντός της επικράτειας της χώρας τους. Π.χ. ένας Έλληνας αποφασίζει να κάνει διακοπές εντός της Ελλάδας και όχι σε μία χώρα του εξωτερικού
- Διεθνής τουρισμός: : Ο Διεθνής Τουρισμός χωρίζεται σε δύο κατηγορίες
 - ο Εισερχόμενος Τουρισμός: Είναι ο τουρισμός όπου ένας ταξιδιώτης ταξιδεύει σε μία άλλη
 - ο χώρα. Π.χ Ένας Άγγλος έρχεται στην Ελλάδα.
 - ο Εξερχόμενος Τουρισμός : Είναι ο τουρισμός όπου ένας ταξιδιώτης πάει σε μία άλλα χώρα π.χ Ένας Έλληνας πάει διακοπές στην Ιταλία

2) Ο αριθμός των συμμετεχόντων:

- Ατομικός τουρισμός: Ως Ατομικός Τουρισμός χαρακτηρίζεται αυτή η μορφή όπου ένας τουρίστας, οργανώνει και εκτελεί το ταξίδι μόνος του και με τα μέσα που επιθυμεί. Μπορεί να χρησιμοποιήσει τροχόσπιτο, σκάφος ή και αυτοκίνητο για τη μεταφορά του αλλά και για τη διαμονή του στον τόπο όπου έχει επιλέξει και για τη διάρκεια που θέλει να παραμείνει.
- Ομαδικός τουρισμός

3) Με βάση την οργάνωση

- Οργανωμένος τουρισμός
- Μη οργανωμένος τουρισμός
- Ημι-οργανωμένος τουρισμός

4) Περίοδος:

- Συνεχής τουρισμός: Είναι ο τουρισμός όπου λαμβάνει χώρα κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου και δεν επηρεάζεται από περιβαλλοντικές και κλιματολογικές συνθήκες.
- Ασυνεχής τουρισμός

5) Χρονική διάρκεια:

- Τουρισμός για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα
- Τουρισμός μεγάλης διάρκειας
- Τουρισμός μειωμένης διάρκειας

6) Με βάση τα μέσα μεταφοράς:

- Τουρισμός με τρένο
- Τουρισμός με αυτοκίνητο
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Αεροπορικός τουρισμός

- Άλλες μορφές τουρισμού (ποδηλασία, περπάτημα κ.λπ.).

7) Κοινωνικά κριτήρια:

- Ιδιωτικός τουρισμός
- Κοινωνικός τουρισμός

8) Με βάση την ηλικία του τουρίστα:

- Τουρισμός για νέους
- Τουρισμός ενηλίκων
- Τουρισμός τρίτης ηλικίας

9) Τύπος προορισμού:

- Ορεινός τουρισμός
- Εποχιακός τουρισμός
- Άλλο

10) Άλλα είδη:

- Μαζικός Τουρισμός : Ως μαζικός τουρισμός ορίζεται ο τουρισμός όπου ένας αριθμός ατόμων, κυρίως μέσω ταξιδιωτικών πρακτορείων, επισκέπτεται όσα έχει κανονίσει το πρακτορείο για αυτούς. Δεν λειτουργούν δηλαδή αυτόνομα ως επισκέπτες.
- Εποχιακός Τουρισμός : Είναι ο τουρισμός όπου συμβαίνει μια συγκεκριμένη περίοδο του χρόνου καθώς επηρεάζεται από τις εποχές και τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν. π.χ Τα χιονοδρομικά κέντρα είναι ένας προορισμός όπου δέχεται τουρισμό μόνο κατά τη χειμερινή περίοδο.
- Στατικός Τουρισμός : Ως Στατικός Τουρισμός ορίζεται όταν ο τουρίστας επιλέγει τον τόπο διαμονής του και μένει μόνο σε αυτόν χωρίς να περιηγηθεί.
- Κινητικός Τουρισμός : Είναι ο τουρισμός όπου ο επισκέπτης είναι σε μία συνεχόμενη κίνηση και έχει την επιθυμία να εξερευνεί νέα μέρη.

Οι νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες δημιουργήθηκαν κυρίως για να αντιμετωπιστούν οι δυσμενείς και περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις που έχει ο σκληρός μαζικός τουρισμός, έχουν κατακλύσει το ενδιαφέρον των τουριστών. Χώρες όπως η Ελλάδα, που διαθέτουν πλούσιο φυσικό περιβάλλον και μεγάλη αγροτική ανάπτυξη, μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο σε αυτό το ανερχόμενο φαινόμενο.

Γενικά, μπορεί κανείς να διακρίνει πολλά είδη και τύπους εναλλακτικού τουρισμού:

- Κοινωνικός τουρισμός
- Χειμερινός τουρισμός
- Εκπαιδευτικός τουρισμός
- Γαστρονομικός τουρισμός
- Ορεινός τουρισμός

- Επαγγελματικός τουρισμός
- Τουρισμός τρίτης ηλικίας
- Τουρισμός σε οργανωμένα χωριά ειδικού τύπου (τουριστικά χωριά - clubs)
- Εκθεσιακός τουρισμός
- Περιηγητικός τουρισμός
- Τουρισμός σε θεματικά πάρκα και θεματικά μουσεία
- Γυμνιστικός τουρισμός
- Οικοτουρισμός
- Αγροτουρισμός
- Τουρισμός περιπέτειας
- Ιαματικός τουρισμός
- Τουρισμός υπαίθρου
- Αστικός τουρισμός
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Τουρισμός υγείας
- Τουρισμός κινήτρων
- Τουρισμός ευεξίας

(Κοκκώσης – Γκρίμπα, 2014)

Κοινωνικός τουρισμός:

Ως κοινωνικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ένα σύνολο από σχέσεις και διεργασίες οι οποίες προέρχονται από τη συμμετοχή των κοινωνικών στρωμάτων ενός κράτους τα οποία έχουν χαμηλό εισόδημα, στις τουριστικές δραστηριότητες, στα πλαίσια ενός προγράμματος μέτρων καθορισμένων με συγκεκριμένες πτυχές. Επομένως ο κοινωνικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού δίνοντας την ευκαιρία σε ασθενέστερες ειδικές κοινωνικό-οικονομικές ομάδες (νέοι, αγρότες, άνεργοι, πολύτεκνοι) να έχουν πρόσβαση σε ένα σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών, άμεσων ή έμμεσων. (Κοκκώσης – Γκρίμπα, 2014)

Χειμερινός τουρισμός:

Ως χειμερινός τουρισμός ορίζεται η μορφή αυτή του τουρισμού, που έχει ως κύριο χαρακτηριστικό της ότι λαμβάνει χώρα κατά τη διάρκεια του χειμώνα, δηλαδή κατά το διάστημα των μηνών Νοεμβρίου – Μαρτίου. Πιο συγκεκριμένα καλύπτει συγκεκριμένες δραστηριότητες, οι οποίες μπορούν να πραγματοποιηθούν κυρίως σε ορεινές περιοχές, με συγκεκριμένες πάντα κλιματολογικές συνθήκες, όπως για παράδειγμα χαμηλές θερμοκρασίες, που είναι απαραίτητο να υπάρχουν για την εμφάνιση χιονιού και συν επαγωγικά την επίσκεψη σε χιονοδρομικά κέντρα.

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%C>

[E%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82 %CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82 \)](#)

Εκπαιδευτικός τουρισμός:

Όπως αναφέρει το υπουργείο τουρισμού ο εκπαιδευτικός τουρισμός είναι η επίσκεψη σε μια εκάστοτε περιοχή για το αναγκαίο χρονικό διάστημα που απαιτούν εκπαιδευτικά προγράμματα και άλλες εκπαιδευτικές δραστηριότητες είτε για συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα είτε και για πραγματοποίηση κύκλου σπουδών οποιουδήποτε επιπέδου, περιεχομένου και σκοπού, που διοργανώνονται από οποιονδήποτε πάροχο και απαιτούν είσοδο και διαβίωση στην Ελλάδα, αξιοποιώντας παράλληλα την παραμονή τους στον τουριστικό προορισμό για ψυχαγωγία και ανάπαυση.

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός ενδεικτικά συμπεριλαμβάνει: 1) Τουρισμό Νεολαίας (Youth Traveling), 2) Εκπαιδευτικό τουρισμό (Tourism education) που αφορά εκπαιδευτικά προγράμματα ή συμμετοχή σε διεθνή προγράμματα ανταλλαγής, 3) Επαγγελματική τουριστική πρακτική άσκηση. (<http://www.opengov.gr/tourism/?p=1436>)

Γαστρονομικός τουρισμός:

Σύμφωνα με τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών επιχειρήσεων η προσφορά καλής κουζίνας αποτελεί απόλαυση, εμπειρία, τμήμα της πολιτιστικής ταυτότητας ενός τόπου και συνεπώς, μια σημαντική πηγή ικανοποίησης για κάθε τουρίστα, ανεξάρτητα εάν έχει ή δεν έχει κάποιο ειδικό ενδιαφέρον για τη γαστρονομία.

Ανά τα χρόνια υπάρχει μια αύξηση στον αριθμός των καταναλωτών που επιθυμούν να μάθουν περισσότερα για την τοπική γαστρονομία, χωρίς απαραίτητα αυτό να αποτελεί το κύριο ταξιδιωτικό τους κίνητρο. Υπάρχουν τουρίστες που έχουν ως αποκλειστικό ταξιδιωτικό κίνητρο την άσκηση δραστηριοτήτων γαστρονομικού ενδιαφέροντος. Αυτή η μορφή τουρισμού ορίζεται ως γαστροτουρισμός.

Οι «γαστροτουρίστες» ταξιδεύουν με σκοπό να ανακαλύψουν νέες γεύσεις και να απολαύσουν τοπική ή/και υψηλού επιπέδου γαστρονομία, εμβαθύνοντας παράλληλα στην ιστορία και τις παραδόσεις του προορισμού. Εξειδικευμένες επιχειρήσεις (θεματικοί tour operators, ειδικευμένα ξενοδοχεία κ.λ.π.) καλύπτουν αυτή την αυξανόμενη ζήτηση για γαστρονομικά ταξίδια.

Ορισμένες μορφές τουρισμού, όπως ο τουρισμός ευεξίας και ο αγροτουρισμός, προάγουν την ενασχόληση με πτυχές της γαστρονομίας π.χ. με την προσφορά διαιτητικής κουζίνας, την προβολή της υγιεινής διατροφής και την καλλιέργεια τοπικών προϊόντων.

Συνεπώς η γαστρονομία υπεισέρχεται με διττό τρόπο στη συζήτηση για τον τουρισμό:

- αναβαθμίζει την ταξιδιωτική εμπειρία για όλους ανεξαιρέτως τους τουρίστες
- ελκύει εύπορους, ειδικού ενδιαφέροντος τουρίστες, τους γαστροτουρίστες

(<https://sete.gr/>)

Ορεινός τουρισμός:

Ο ορεινός τουρισμός είναι ένας τύπος «τουριστικής δραστηριότητας που πραγματοποιείται σε καθορισμένο και περιορισμένο γεωγραφικό χώρο, όπως λόφοι ή βουνά με διακριτικά χαρακτηριστικά και χαρακτηριστικά που είναι εγγενή σε ένα συγκεκριμένο τοπίο, τοπογραφία, κλίμα, βιοποικιλότητα (χλωρίδα και πανίδα) και τοπική κοινότητα .

([https://www.unwto.org/mountain-tourism#:~:text=Mountain%20Tourism%20is%20a%20type,and%20fauna\)%20and%20local%20community.](https://www.unwto.org/mountain-tourism#:~:text=Mountain%20Tourism%20is%20a%20type,and%20fauna)%20and%20local%20community.))

Επαγγελματικός τουρισμός:

Ο επαγγελματικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού με εμπορικό, κυβερνητικό ή εκπαιδευτικό σκοπό, με ψυχαγωγία ως δευτερεύον κίνητρο. Είναι γνωστό ως "ακριβό ταξίδι", αυτό το τμήμα παρέχει μεγάλα χρηματικά ποσά σε ανταγωνιστικά ξενοδοχεία για το σχεδιασμό μικρών ή μεγάλων εκδηλώσεων, τα οποία μπορούν να προσφέρουν προσαρμοσμένα πακέτα σε αυτόν τον τύπο πελατών και να έχουν επαγγελματικό επίπεδο εξυπηρέτησης. (Babaita et al., 2010)

Τουρισμός τρίτης ηλικίας:

Η μορφή αυτή του τουρισμού αφορά ηλικιωμένους, όπου θέλουν να ταξιδέψουν σε μέρη με περισσότερη ησυχία και ηρεμία. Συνήθως αυτό γίνεται με γκρουπ από εκδρομές που οργανώνονται από τουριστικά γραφεία. Στην ίδια κατηγορία εμπίπτει και ο Τουρισμός για νέους όπου σε αυτή τη μορφή τουρισμού εντάσσονται κυρίως νέα άτομα από 18 έως 35 ετών, όπου επιλέγουν μέρη με έντονη ζωή και δραστηριότητες.

Τουρισμός σε οργανωμένα χωριά ειδικού τύπου (τουριστικά χωριά - clubs) :

Στην μορφή αυτή του τουρισμού, οι επισκέπτες επιλέγουν τουριστικά θέρετρα, ειδικά διαμορφωμένα έτσι ώστε να καλύπτουν όλες τις πάγιες ανάγκες της διαμονής, της διατροφής αλλά και της διασκέδασής τους σε ένα συγκεκριμένο χώρο. Τέτοια τουριστικά καταλύματα διαθέτουν πολλές υπηρεσίες που ικανοποιούν πλήθος αναγκών διασκέδασης και χαλάρωσης στους τουρίστες, όπως αθλητικές εγκαταστάσεις, υπηρεσίες χαλαρωτικού μασάζ και θαλασσοθεραπείες και αισθητική περιποίηση.

Εκθεσιακός – συνεδριακός τουρισμός:

Λόγω πολλών συνεδρίων και εκθέσεων μεγάλες ομάδες πληθυσμού συγκεντρώνονται στις περιοχές διεξαγωγής τους ανά τακτά χρονικά διαστήματα οι οποίες ορίζουν ένα νέο είδος τουρισμού, τον Εκθεσιακό – συνεδριακό τουρισμό. Οι συναντήσεις, αυτές είναι συνήθως προγραμματισμένες πολύ νωρίτερα, σε συγκεκριμένα κέντρα, όπου οι συμμετέχοντες θα πρέπει να βρουν κοντινά καταλύματα. ([https://en.wikipedia.org/wiki/Meetings, incentives, conferencing, exhibitions](https://en.wikipedia.org/wiki/Meetings,_incentives,_conferencing,_exhibitions))

Περιηγητικός τουρισμός:

Ο περιηγητικός τουρισμός όταν η περιήγηση ή η εκδρομή γίνεται στην ύπαιθρο ή ορεινό όγκο. Ο σκοπός του είναι κυρίως φυσιολατρικός, όμως μπορεί να έχει ενημερωτικό, εκπαιδευτικό χαρακτήρα είτε χαρακτήρα υγείας και ευεξίας.

Αγροτουρισμός:

Έχει σχέση με τη φύση, την ηρεμία, και την ηρεμία. Οι τουρίστες αναζητούν ξεκούραση και δοκιμάζουν με οποιονδήποτε τρόπο να απεμπλακούν προσωρινά από την καθημερινή ζωή στην πόλη, και επιλέγουν αυτό το είδος διακοπών με άμεσο στόχο να βιώσουν την ομορφιά του φυσικού τοπίου, της φύσης επισκέπτοντας μια φάρμα ή μια αγροτική περιοχή. Ο αγροτουρισμός φέρνει τον τουρίστα κοντά στην παραγωγή και τη δημιουργία, έχοντας συνάμα εκπαιδευτικό χαρακτήρα. Επιπλέον, οι τουρίστες που επιλέγουν προορισμό κοντά στη έχουν την ευκαιρία να μάθουν για τα τοπικά ήθη και έθιμα όπως οι τοπικές κουζίνες και τα και τις παραδόσεις του αγροτικού πληθυσμού.

Οικοτουρισμός:

Ο οικοτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που περιλαμβάνει υπεύθυνα ταξίδια σε φυσικές περιοχές, με σκοπό τη διατήρηση του περιβάλλοντος και τη βελτίωση της ευημερίας των κατοίκων της περιοχής. Σκοπός του μπορεί να είναι να εκπαιδεύσει τον ταξιδιώτη, να παρέχει ενημέρωση για την οικολογική διατήρηση, να ωφελήσει άμεσα την οικονομική ανάπτυξη και την πολιτική ενδυνάμωση των τοπικών κοινοτήτων ή να προωθήσει τον σεβασμό για διαφορετικούς πολιτισμούς και για τα ανθρώπινα δικαιώματα. Από τη δεκαετία του 1980, ο οικοτουρισμός θεωρείται κρίσιμη προσπάθεια από τους περιβαλλοντολόγους, έτσι ώστε οι μελλοντικές γενιές να βιώσουν προορισμούς σχετικά ανέγγιχτους από την ανθρώπινη παρέμβαση. Αρκετά πανεπιστημιακά προγράμματα χρησιμοποιούν αυτήν την περιγραφή ως λειτουργικό ορισμό του οικοτουρισμού.

Γενικά, ο οικοτουρισμός ασχολείται με την αλληλεπίδραση με τα βιοτικά συστατικά των φυσικών περιβαλλόντων. Ο οικοτουρισμός επικεντρώνεται στα κοινωνικά υπεύθυνα ταξίδια, την προσωπική ανάπτυξη και την περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Ο οικοτουρισμός συνήθως περιλαμβάνει ταξίδια σε προορισμούς όπου η χλωρίδα, η πανίδα και η πολιτιστική κληρονομιά είναι τα κύρια αξιοθέατα. Ο οικοτουρισμός αποσκοπεί στο να προσφέρει στους τουρίστες μια εικόνα για τις επιπτώσεις των ανθρώπων στο περιβάλλον και να προωθήσουν τη μεγαλύτερη εκτίμηση των φυσικών οικοτόπων μας.

Τα υπεύθυνα προγράμματα οικοτουρισμού περιλαμβάνουν εκείνα που ελαχιστοποιούν τις αρνητικές πτυχές του συμβατικού τουρισμού στο περιβάλλον και ενισχύουν την πολιτιστική ακεραιότητα των κατοίκων της περιοχής. Ως εκ τούτου, εκτός από την αξιολόγηση περιβαλλοντικών και πολιτιστικών παραγόντων, ένα αναπόσπαστο μέρος του οικοτουρισμού είναι η προώθηση της ανακύκλωσης, της ενεργειακής απόδοσης, της εξοικονόμησης νερού και της δημιουργίας οικονομικών ευκαιριών για τις τοπικές κοινότητες. Για αυτούς τους λόγους, ο οικοτουρισμός συχνά απευθύνεται σε υποστηρικτές περιβαλλοντικών και κοινωνικών ευθύνη. (Honey 2008).

Τουρισμός σε θεματικά πάρκα και θεματικά μουσεία

Πρόκειται για πάρκα ή ειδικού τύπου μουσεία που έχουν σκοπό να ψυχαγωγήσουν τους ενδιαφερόμενους (συνήθως, μεγάλες ομάδες με ομοειδή χαρακτηριστικά) και τα οποία συγκεντρώνουν πληθώρα στοιχείων όπως αξιοθέατα, καταστήματα κ.ά, σε ένα ενιαίο σύνολο. Ένα πάρκο ψυχαγωγίας ή θεματικό μουσείο συνδέεται συνήθως με κάποια ειδικά χαρακτηριστικά σχετικά π.χ. με την παιδική ηλικία (Πάρκα Ντίσνεϊ, Αστερίξ, Στρουμφ) ή με κάποιο ειδικό γεγονός ή παραγόμενο προϊόν (Μουσεία Αυτοκινήτου)

Ο τουρισμός θεματικών πάρκων είναι ένας τομέας υψηλής τεχνολογίας και έντασης κεφαλαίου και κυριαρχείται από εταιρείες λούνα παρκ. Η αγορά θεματικών πάρκων εμφανίστηκε ως οργανωμένη επιχείρηση το 1980 και γνώρισε τεράστια ανάπτυξη στη βιομηχανία ταξιδιών και τουρισμού. Μεγάλο μέρος του πληθυσμού έχει την τάση να ταξιδεύει με αναζήτηση την περιπέτεια ειδικά στις Ηνωμένες Πολιτείες, που είναι η προέλευση πολλών θεματικών πάρκων όπως η εταιρεία Walt Disney Company, τα Universal Studios κ.λπ. και αποτελείται από ένα μεγάλο ποσοστό τουριστών που ταξιδεύουν τη χώρα όλο το χρόνο.

Γυμνικός τουρισμός:

Ο γυμνισμός είναι ένας τρόπος ζωής μη σεξουαλικού κοινωνικού γυμνού, και το πολιτιστικό κίνημα που υποστηρίζει και υπερασπίζεται αυτόν τον τρόπο ζωής. Ο γυμνισμός δίνει έμφαση στην πρακτική του γυμνού, και υπογραμμίζει μια στάση που ευνοεί την αρμονία με τη φύση και τον σεβασμό του περιβάλλοντος, στο οποίο ενσωματώνεται αυτή η πρακτική. Τούτου λεχθέντος, οι γυμνιστές προέρχονται από μια σειρά από φιλοσοφικά και πολιτιστικά υπόβαθρα. Δεν υπάρχει καμία ιδεολογία γυμνιστών. (Andriotis, 2016)

Ως προς τον τουρισμό διοργανώνονται πολλές εκδηλώσεις γυμνιστών, συνέδρια και οργανωμένες εκδρομές. Υπάρχουν πολλά τουριστικά θέρετρα μόνο για γυμνιστές καθώς και φυσικοί υπαίθριοι χώροι.

Σε οργανωμένες εκδηλώσεις ή χώρους, τα ρούχα είναι συνήθως προαιρετικά. Ωστόσο, σε πισίνες ή σε χώρους ηλιοθεραπείας, αναμένεται πλήρης γυμνισμός (όταν ο καιρός το επιτρέπει) Αυτός ο κανόνας είναι μερικές φορές πηγή διαμάχης μεταξύ γυμνιστών. Το προσωπικό σε εγκαταστάσεις γυμνιστών συνήθως απαιτείται να ντυθεί λόγω των κανονισμών υγείας και ασφάλειας.

Οι εγκαταστάσεις για γυμνιστές ταξινομούνται με διάφορους τρόπους.

Τα κέντρα διακοπών είναι μια εγκατάσταση που ειδικεύεται στην παροχή διαμερισμάτων, σαλέ και γηπέδων κάμπινγκ για επισκέπτες και παραθεριστές. Τα μεγαλύτερα κέντρα διακοπών μπορεί να διαθέτουν πισίνες, αθλητικά γήπεδα, ψυχαγωγικό πρόγραμμα, παιδικά κλαμπ, εστιατόρια και σούπερ μάρκετ. Ορισμένα κέντρα διακοπών επιτρέπουν στους τακτικούς επισκέπτες να αγοράζουν τα δικά τους σαλέ, και γενιές των ίδιων οικογενειών μπορούν να επισκέπτονται κάθε χρόνο. Τα κέντρα διακοπών είναι πιο ανεκτικά στα ρούχα από τα κλαμπ

μόνο για μέλη. Το απόλυτο γυμνό είναι συνήθως υποχρεωτικό στις πισίνες και μπορεί να αναμένεται στις παραλίες, ενώ στα γήπεδα ποδοσφαίρου ή στα εστιατόρια το βράδυ, είναι σπάνιο.

Τουρισμός περιπέτειας

Ο τουρισμός περιπέτειας ορίζεται ως η μετακίνηση των ανθρώπων από το ένα στο άλλο μέρος έξω από τη ζώνη άνεσής τους για εξερεύνηση ή ταξίδι σε απομακρυσμένες περιοχές, εξωτικές και πιθανώς εχθρικές περιοχές. Ο τουρισμός περιπέτειας είναι ένας τύπος τουρισμού στον οποίο ο τουρίστας κάνει κάποιες δραστηριότητες περιπέτειας όπως αλεξίπτωτο, ορειβασία, καταδύσεις.

Ο τουρισμός περιπέτειας είναι πολύ δημοφιλής μεταξύ των νέων τουριστών. Ο τουρισμός περιπέτειας κερδίζει μεγάλο μέρος του ενθουσιασμού του επιτρέποντας στους τουρίστες να βγουν έξω από τη ζώνη άνεσής τους. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε πολιτισμικό σοκ ή στην εκτέλεση πράξεων, που απαιτούσαν κάποιο βαθμό κινδύνου (πραγματικός ή αντιληπτός) και σωματικό κίνδυνο.

Τα ταξίδια περιπέτειας είναι μια δραστηριότητα αναψυχής που πραγματοποιείται σε έναν ασυνήθιστο, εξωτικό, απομακρυσμένο ή άγριο προορισμό. Τείνει να σχετίζεται με υψηλά επίπεδα δραστηριότητας από τον συμμετέχοντα, το μεγαλύτερο μέρος του σε εξωτερικούς χώρους. Οι ταξιδιώτες περιπέτειας αναμένουν να βιώσουν διάφορα επίπεδα κινδύνου, ενθουσιασμού και ηρεμίας και να δοκιμαστούν προσωπικά. Συγκεκριμένα, είναι εξερευνητές παρθένων, εξωτικών μερών του πλανήτη και αναζητούν επίσης προσωπικές προκλήσεις.

(<https://tourismnotes.com/adventure-tourism/>)

Ιαματικός τουρισμός:

Ο ιαματικός τουρισμός είναι μέρος του τουρισμού ευεξίας στον οποίο η εμπειρία σχετίζεται με δραστηριότητες που περιλαμβάνουν βελτίωση της υγείας μέσω υδροθεραπείας ή βελονοθεραπείας. Το σπα θεωρείται αφιερωμένο στη γενική ευεξία μέσω μιας ποικιλίας επαγγελματικών υπηρεσιών που ενθαρρύνουν την ανανέωση του νου, του σώματος και του πνεύματος. Η έννοια του σπα έχει εξελιχθεί από έναν αρχικό ορισμό μιας τοποθεσίας με φυσικά ιαματικά ελατήρια που βοηθούν στην ανακούφιση ή τη θεραπεία της ασθένειας σε εκείνη ενός τόπου για σωματική, ψυχική και συναισθηματική ανακούφιση κυρίως μέσω του νερού. Πρόσφατα, η θεραπεία σπα περιλαμβάνει επίσης εναλλακτικές ιατρικές θεραπείες και τη χρήση των πέντε αισθήσεων για τη δημιουργία σωματικής, διανοητικής και συναισθηματικής ισορροπίας. Ως εκ τούτου, η θεραπεία σπα περιλαμβάνει όχι μόνο νερό, αλλά περιλαμβάνει και άλλες μορφές θεραπείας, όπως μασάζ ή γιόγκα που δίνει έμφαση στη χαλάρωση και την ανακούφιση του νου, του σώματος και του πνεύματος.

Ως φαινόμενο, από τους προϊστορικούς χρόνους, υπάρχουν αρχαιολογικές ενδείξεις στη χρήση θερμών πηγών στη Γαλλία, την Τσεχική Δημοκρατία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Ωστόσο, η εκτεταμένη χρήση υδροθεραπείας αποδίδεται συχνά στον ελληνικό πολιτισμό, με λουτρά στο Παλάτι της Κνωσού της Κρήτης (1700–1400 π.Χ.) και μπανιέρες στο Ακρωτήρι της Σαντορίνης (1600–1450 π.Χ.), που είναι τα παλαιότερα ευρήματα. Η Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία υιοθέτησε την παράδοση των ιαματικών λουτρών που αυξάνουν το μέγεθος των κτιρίων, χάρη στις νέες

τεχνολογίες αρχιτεκτονικής ανάπτυξης και κίνησης του νερού. Με την πτώση της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, η κουλτούρα του λουτρού διατηρήθηκε με τη μορφή τουρκικών χαμάμ συνδυάζοντας τις τουρκικές παραδόσεις της Ρωμαϊκής και της Κεντρικής Ασίας.

(Ramos & Untong, 2016)

Τουρισμός υπαίθρου

Σύμφωνα με τον διεθνή οργανισμό για τον τουρισμό (UNWTO) ο αγροτικός τουρισμός είναι "ένας τύπος τουριστικής δραστηριότητας στον οποίο η εμπειρία του επισκέπτη σχετίζεται με ένα ευρύ φάσμα προϊόντων που συνδέονται γενικά με δραστηριότητες που βασίζονται στη φύση, τη γεωργία, τον αγροτικό τρόπο ζωής / τον πολιτισμό, τη γωνία και τα αξιοθέατα.

Ο αγροτικός τουρισμός έχει υψηλές δυνατότητες τόνωσης της τοπικής οικονομικής ανάπτυξης και κοινωνικής αλλαγής λόγω της συμπληρωματικότητάς του με άλλες οικονομικές δραστηριότητες, της συμβολής του στο ΑΕΠ και της δημιουργίας θέσεων εργασίας, και της ικανότητάς του να προωθεί τη διασπορά της ζήτησης στο χρόνο (καταπολέμηση της εποχικότητας) και σε μια ευρύτερη έδαφος.

Οι αγροτικές τουριστικές δραστηριότητες πραγματοποιούνται σε μη αστικές (αγροτικές) περιοχές με τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: i) χαμηλή πυκνότητα πληθυσμού, ii) χρήση τοπίου και γης που κυριαρχείται από τη γεωργία και τη δασοκομία και iii) την παραδοσιακή κοινωνική δομή και τον τρόπο ζωής".

(<https://www.unwto.org/rural-tourism>)

Αστικός τουρισμός

Ο αστικός τουρισμός είναι ένας όρος που περιγράφει πολλές τουριστικές δραστηριότητες στις οποίες η πόλη είναι ο κύριος προορισμός και το σημείο ενδιαφέροντος. Αυτή η μορφή τουρισμού είναι σχετικά παλιά και πολύ περίπλοκη. Οι πόλεις ήταν πάντα σκοπός πολλών ταξιδιών και ταξιδιών αν και γίνεται όλο και πιο δημοφιλές φαινόμενο από τη δεκαετία του '50. Ως αντικείμενο της έρευνας, ο αστικός τουρισμός δεν υπήρχε πριν από τη δεκαετία του '80 και μέχρι τη δεκαετία του '90 ήταν πολύ υποτιμημένος. Ο τουρισμός εντός των πόλεων συνδέεται στενά με την ανάπτυξη και την τεχνολογική τους ανάπτυξη (δρόμοι, μεταφορές, σιδηρόδρομοι).

Το ταξίδι σε πόλεις έγινε ευκολότερο, γρηγορότερο και σε πολλές περιπτώσεις φθηνότερο από ό, τι πριν από δεκαετίες. Σημαντικό γεγονός είναι ότι η συνειδητοποίηση των δυνατοτήτων που έρχονται με τον αστικό τουρισμό αυξήθηκε σημαντικά με την πάροδο των ετών.

Η πόλη μπορεί να προσφέρει ποικιλία προϊόντων ή υπηρεσιών που γίνονται αντικείμενα που απαιτούνται από τους ανθρώπους στην τουριστική αγορά. Το προϊόν, το οποίο η πόλη έχει να προσφέρει για τους τουρίστες, μπορεί να είναι οτιδήποτε υλικό ή μη υλικό, δηλαδή συγκεκριμένη τοποθεσία, συγκεκριμένος τόπος (μουσείο, πολιτιστικός, θρησκευτικός,

ψυχαγωγικός), υπηρεσίες πόλης ή ακόμη και συγκεκριμένη ανάπτυξη της πόλης (μεταφορά, κτίριο, αρχιτεκτονική).

Στις πόλεις συγκεντρώνονται διάφορες μορφές τουριστικών δραστηριοτήτων:

- περιοδεία εις αξιοθέατα μέρη,
- ελεύθερος χρόνος,
- ψώνια,
- επισκέπτονται φίλους και οικογένεια,
- θρησκεία,
- επιχειρηματικοί χώροι,
- συμμετοχή σε συνέδρια, συνέδρια,
- ψυχαγωγία (εκδηλώσεις, κλαμπ),
- προπονήσεις,
- μεταφορά.

Όλες οι δραστηριότητες που αναφέρονται παραπάνω περιλαμβάνονται στον όρο τουρισμός εντός της πόλης, ωστόσο δεν χαρακτηρίζονται πάντα ως αστικός τουρισμός και θα μπορούσαν να αποτελούν μέρος άλλων τύπων τουρισμού (π.χ. θρησκευτικός, πολιτιστικός).

Η ανάπτυξη του τουρισμού στις πόλεις συνδέεται με τα κύρια χαρακτηριστικά της πόλης όπως:

- αριθμός και ποικιλομορφία των αξιοθέατων,
- γειννίαση με άλλα αξιοθέατα,
- επίπεδο μεταφοράς,
- ποιότητα και μέγεθος διαμονής,
- αποτελεσματικότητα του μάρκετινγκ και της προώθησης.

(Ashworth & Page, 2011).

Πολιτιστικός τουρισμός:

Σύμφωνα με τον ορισμό που υιοθέτησε η Γενική Συνέλευση του Διεθνούς Τουριστικού οργανισμού UNWTO, στην 22η σύνοδό του (2017), ο Πολιτιστικός Τουρισμός υποδηλώνει «Ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας στο οποίο το βασικό κίνητρο του επισκέπτη είναι να μάθει, να ανακαλύψει, να βιώσει και να καταναλώσει τα υλικά και άυλα πολιτιστικά αξιοθέατα / προϊόντα σε τουριστικό προορισμό. Αυτά τα αξιοθέατα / προϊόντα σχετίζονται με ένα σύνολο διακριτικών υλικών, πνευματικών, πνευματικών και συναισθηματικών χαρακτηριστικών μιας κοινωνίας που περιλαμβάνει τις τέχνες και την αρχιτεκτονική, την ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, τη μαγειρική κληρονομιά, τη λογοτεχνία, τη μουσική, τις δημιουργικές βιομηχανίες και τους ζωντανούς πολιτισμούς με τον τρόπο ζωής, την αξία τους συστήματα, πεποιθήσεις και παραδόσεις ».

Ο πολιτιστικός τουρισμός αναφέρεται στο ταξίδι με σκοπό την εμπειρία και την εκμάθηση του πολιτισμού μιας χώρας ή περιοχής. Η αγορά πολιτιστικού τουρισμού μπορεί να χωριστεί σε δύο μεγάλες ομάδες. Οι τουρίστες των οποίων το κύριο κίνητρο ταξιδιού σχετίζεται με τον πολιτισμό

αποτελούν μόνο το 5-10% όλων των πολιτιστικών τουριστών. Αυτοί οι τουρίστες είναι πρόθυμοι να μάθουν, να ανακαλύψουν ή να βιώσουν τον τοπικό πολιτισμό.

Για την πλειονότητα των πολιτιστικών τουριστών, ωστόσο, το πρωταρχικό τους κίνητρο δεν σχετίζεται καθόλου με τον πολιτισμό. Απλώς θέλουν να επισκεφθούν πολιτιστικά αξιοθέατα ή να απολαύσουν τον πολιτισμό ως μία από τις δραστηριότητες που αναλαμβάνουν για να συμπληρώσουν το ταξίδι τους. Αυτοί θα ήταν, για παράδειγμα, οι τουρίστες του ήλιου και της παραλίας που μένουν σε ένα θέρετρο στη Μομπάσα της Κένυα και επισκέπτονται μια πολλή νάτα του Maasai στην Κένυα.

Οι πολιτιστικοί τουρίστες ταξιδεύουν για να απολαύσουν την ιστορία και την κληρονομιά, τον πολιτισμό, τον τρόπο ζωής, τις παραδόσεις, την τέχνη, τη μουσική, τη λογοτεχνία, την αρχιτεκτονική και τη θρησκεία ενός προορισμού. Ο παραδοσιακός πολιτιστικός τουρίστας προσελκύεται από σημαντικούς πολιτιστικούς χώρους και αξιοθέατα. Η αγορά αυτού του είδους πολιτιστικού τουρισμού έχει αναπτυχθεί δραματικά τις τελευταίες δεκαετίες και έχει προκαλέσει υπερπληθυσμό πολλών από αυτούς τους προορισμούς, με αποτέλεσμα την απώλεια του αυθεντικού χαρακτήρα τους.

Ένας αυξανόμενος αριθμός πολιτιστικών τουριστών δεν αισθάνεται πλέον ελκυσμένος σε πολυσύχναστα πολιτιστικά αξιοθέατα, αλλά προτιμά περισσότερο προσωπικές, μικρής κλίμακας και αυθεντικές πτυχές του πολιτισμού. Παραδείγματα αυτού περιλαμβάνουν βιοτεχνικά, χειροτεχνικά και χειροποίητα προϊόντα (απτή / υλική κουλτούρα) και αξέχαστες και πραγματικά εμπνευσμένες εμπειρίες που αγγίζουν τους επισκέπτες με έναν συναισθηματικό τρόπο και τους συνδέουν με αυτό το συγκεκριμένο μέρος, τους ανθρώπους και τον πολιτισμό (άυλος / άυλος πολιτισμός).

Εν ολίγοις, αξιοθέατα, προϊόντα και εμπειρίες που είναι μοναδικές και δεν μπορείτε να βρείτε πουθενά αλλού

(<https://www.unwto.org/tourism-and-culture>)

Αθλητικός τουρισμός:

Ο αθλητικός τουρισμός είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς στον τουρισμό. Όλο και περισσότεροι τουρίστες ενδιαφέρονται για αθλητικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των ταξιδιών τους, είτε ο αθλητισμός είναι ο κύριος στόχος του ταξιδιού είτε όχι. Αθλητικές εκδηλώσεις διαφόρων ειδών και μεγεθών προσελκύουν τουρίστες καθώς οι συμμετέχοντες ή οι θεατές και οι προορισμοί προσπαθούν να προσθέσουν τοπικές γεύσεις για να ξεχωρίσουν και να προσφέρουν αυθεντικές τοπικές εμπειρίες. Τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες και τα Παγκόσμια Κύπελλα μπορούν να αποτελέσουν καταλύτη για την ανάπτυξη του τουρισμού, εάν αξιοποιηθούν επιτυχώς όσον αφορά την επωνυμία προορισμού, την ανάπτυξη υποδομών και άλλα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη.

Τα λιμάνια του τουρισμού είναι η πράξη του ταξιδιού από τη μία περιοχή στην άλλη, με την πρόθεση να συμμετέχει με κάποιο τρόπο σε μια αθλητική δραστηριότητα ή εκδήλωση.

Πολλοί άνθρωποι πιστεύουν ότι ο αθλητικός τουρισμός σχετίζεται μόνο με την παρακολούθηση αθλητικών εκδηλώσεων. Ωστόσο, αυτό δεν είναι σωστό. Η αθλητική βιομηχανία είναι πολύ περισσότερο από αυτό.

Ο αθλητικός τουρισμός περιλαμβάνει ταξίδια για αθλητικούς σκοπούς, όπως εκπαιδευτικό μάθημα γιόγκα, διαγωνισμό μπάντμιντον ή για σέρφινγκ. Ο αθλητικός τουρισμός περιλαμβάνει παρακολούθηση αθλητικών εκδηλώσεων, όπως ένας αγώνας της Φόρμουλα 1 ή ένας αγώνας ποδοσφαίρου Premiership. Ο αθλητικός τουρισμός περιλαμβάνει νοσταλγικές επισκέψεις σε μέρη ιστορικής σημασίας, όπως το Ολυμπιακό στάδιο στη Βαρκελώνη ή για να παρακολουθήσει αναμνηστικών σχετικά με έναν αγαπημένο αθλητικό ήρωα, όπως το μουσείο στο γήπεδο ποδοσφαίρου Maracana στο Ρίο ντε Τζανέιρο.

Υπάρχουν, στην πραγματικότητα, τέσσερις βασικοί τύποι αθλητικού τουρισμού. Αυτοί οι τύποι είναι γνωστοί ως:

- Τουρισμός αθλητικών εκδηλώσεων
- Ενεργός αθλητικός τουρισμός
- Αθλητικός Τουρισμός Νοσταλγίας
- Παθητικός αθλητικός τουρισμός

Ενώ ο αθλητικός τουρισμός δεν ήταν πάντοτε εξαιρετικά δημοφιλής, κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας, ο αριθμός των ατόμων που παρακολουθούν αθλητικές εκδηλώσεις εκτός περιοχής έχει αυξηθεί δραστικά. Οι άνθρωποι ταξιδεύουν τώρα μακριά για να παρακολουθήσουν τις αγαπημένες τους εκδηλώσεις.

(<https://www.unwto.org/sport-tourism>)

Θρησκευτικός τουρισμός:

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι ένα σημαντικό μέρος της τουριστικής βιομηχανίας, που συνήθως σχετίζεται με τους οπαδούς συγκεκριμένων θρησκειών που επισκέπτονται τοποθεσίες που θεωρούνται ιερά αξιοθέατα.

Οι θρησκευτικοί χώροι δεν επισκέπτονται μόνο τους προσκυνητές, αλλά επίσης επισκέπτονται μη θρησκευτικούς τουρίστες, επειδή έχουν πολιτιστική, ιστορική και θρησκευτική σημασία.

Το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής βιομηχανίας επηρεάζεται άμεσα από την οικονομική αστάθεια, αλλά αυτός ο θρησκευτικός τουρισμός επηρεάζεται λιγότερο από αυτά τα οικονομικά ζητήματα, επειδή ο λόγος του ταξιδιού είναι πολύ ισχυρός και παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στη ζωή τους, έτσι ώστε τα χρήματα να μην διαδραματίζουν πολύ ζωτικό ρόλο για σταματήστε να επισκέπτεστε έναν προορισμό.

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι η πρωτοποριακή μορφή τουρισμού που ξεκίνησε σχεδόν με την αυγή της ανθρωπότητας. Από τους αρχαίους χρόνους οι θρησκευτικοί προορισμοί δεν ήταν μόνο μέρος του πολιτιστικού τοπίου, αλλά είχαν επίσης γίνει ένας ζωτικός παράγοντας στο τοπικό μάρκετινγκ και πρωταρχικά μέρη της οικονομίας των φιλοξενούμενων προορισμών. Μερικά από

τα θρησκευτικά μέρη, όπως η Μέκκα στη Σαουδική Αραβία, η Φατιμά στην Πορτογαλία και η Λούρδη στη Γαλλία προσελκύουν εκατομμύρια θρησκευτικούς τουρίστες, φιλανθρωπικούς εργαζόμενους, ιεραπόστολους και ανθρωπιστικούς δημιουργώντας μια τεράστια οικονομική συναλλαγή στον προορισμό.

Ο θρησκευτικός τουρισμός, περιγράφεται συχνά εναλλακτικά ως τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς, πολιτιστικός τουρισμός, τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς και πνευματικός τουρισμός.

Είναι δύσκολο να δοθεί ένας συγκεκριμένος ορισμός του θρησκευτικού τουρισμού και ο λόγος πίσω από αυτό είναι ότι τα πολιτιστικά και θρησκευτικά ταξίδια χρησιμοποιούνται συνώνυμα. Αυτό συμβαίνει επειδή η πλειονότητα των πολιτιστικών τουριστών επισκέπτονται θρησκευτικούς προορισμούς ως μέρος της διαδρομής τους και επομένως αναφέρονται ως θρησκευτικοί τουρίστες.

Η γενική έννοια του θρησκευτικού τουρισμού συνεπάγεται το ταξίδι με το πρωταρχικό κίνητρο να βιώσετε θρησκευτικές δραστηριότητες ή τα προϊόντα που προκαλούν όπως τέχνη, πολιτισμός, παραδόσεις και αρχιτεκτονική.

Η θρησκεία και ο τουρισμός αλληλοσυνδέονται μεταξύ τους. Η πρωτοποριακή μορφή τουρισμού είχε τη μορφή επίσκεψης θρησκευτικών προσκνημάτων, όπως Χριστιανοί που ταξιδεύουν στην Ιερουσαλήμ και Μουσουλμάνοι στη Μέκκα. Τα θρησκευτικά προσκνήματα ήταν πάντα ένας από τους κυρίαρχους παράγοντες για να παρακινήσουν τους ανθρώπους να ταξιδέψουν. Από τη θρησκευτική ιστορία, διαπιστώνεται ότι οι μεγάλες θρησκείες έχουν ενθαρρύνει παγκοσμίως τον τουρισμό ως βάση για τη διάδοση των δικών τους θρησκευτικών πεποιθήσεων. (Πiev, 2020)

Θαλάσσιος τουρισμός:

Ο θαλάσσιος τουρισμός καλύπτει κυρίως δραστηριότητες με βάση το νερό, όπως ιστιοπλοΐα, βαρκάδα, ιστιοπλοΐα, ναυτικά αθλήματα και κρουαζιέρες σε θαλάσσιες περιοχές, όπως η Μεσόγειος ή η Βαλτική. Αυτό το τμήμα τουρισμού περιλαμβάνει επίσης ανάπτυξη και λειτουργία εγκαταστάσεων εδάφους, κατασκευή εξοπλισμού και άλλες σχετικές υπηρεσίες.

Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι άμεσα συνυφασμένος με τον παράκτιο τουρισμό. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι θαλάσσιες δραστηριότητες πραγματοποιούνται κατά μήκος της ακτογραμμής, καθώς και μεταξύ των περιοχών ακτοπλοϊκής και τουριστικής δραστηριότητας, ενώ για παράδειγμα καταδύσεις, κολύμβηση με αναπνευστήρα και υποβρύχια πολιτιστική κληρονομιά είναι δραστηριότητες που βασίζονται στον τόπο. Η απόσταση από την ακτή είναι συνήθως μεταξύ μηδέν και λίγων χιλιομέτρων. Το βάθος του νερού εξαρτάται από τις ανάγκες του υποτομέα και μπορεί να είναι ένα κρίσιμο στοιχείο για ορισμένες δραστηριότητες (π.χ. δραστηριότητες με βάση το νερό όπως κωπηλασία, ιστιοπλοΐα, ναυτικά αθλήματα).

(https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/maritime-coastal_el)

Τουρισμός υγείας:

Ο ιατρικός τουρισμός αναφέρεται σε άτομα που ταξιδεύουν στο εξωτερικό για να λάβουν ιατρική περίθαλψη. Στο παρελθόν, αυτό συνήθως αναφέρεται σε εκείνους που ταξίδεψαν από λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες σε μεγάλα ιατρικά κέντρα σε πολύ ανεπτυγμένες χώρες για θεραπεία που δεν ήταν διαθέσιμη στο σπίτι. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια μπορεί επίσης να αναφέρεται σε εκείνες από ανεπτυγμένες χώρες που ταξιδεύουν σε αναπτυσσόμενες χώρες για ιατρικές θεραπείες χαμηλότερης τιμής. Το κίνητρο μπορεί επίσης να είναι για ιατρικές υπηρεσίες μη διαθέσιμες ή χωρίς άδεια στη χώρα καταγωγής: Υπάρχουν διαφορές μεταξύ των ιατρικών υπηρεσιών παγκοσμίως, είτε ένα φάρμακο έχει εγκριθεί στη χώρα τους είτε όχι. Ακόμη και εντός της Ευρώπης, παρόλο που τα πρωτόκολλα θεραπείας ενδέχεται να εγκριθούν από τον Ευρωπαϊκό Ιατρικό Οργανισμό, αρκετές χώρες έχουν τους δικούς τους οργανισμούς αξιολόγησης προκειμένου να αξιολογήσουν εάν το ίδιο πρωτόκολλο θεραπείας θα ήταν "οικονομικά αποδοτικό", έτσι ώστε οι ασθενείς να αντιμετωπίζουν διαφορές στα πρωτόκολλα θεραπείας, ιδιαίτερα στην πρόσβαση αυτών των φαρμάκων, τα οποία μπορεί να εξηγούνται εν μέρει από την οικονομική ισχύ του συγκεκριμένου Συστήματος Υγείας.

Ο ιατρικός τουρισμός είναι συνήθως για χειρουργικές επεμβάσεις (καλλυντικά ή αλλιώς) ή παρόμοιες θεραπείες, αν και οι άνθρωποι ταξιδεύουν επίσης για οδοντιατρικό τουρισμό ή τουρισμό γονιμότητας. Άτομα με σπάνιες παθήσεις μπορεί να ταξιδέψουν σε χώρες όπου η θεραπεία είναι καλύτερα κατανοητή. Ωστόσο, διατίθενται σχεδόν όλοι οι τύποι υγειονομικής περίθαλψης, συμπεριλαμβανομένης της ψυχιατρικής, της εναλλακτικής ιατρικής, της αναρρωτικής φροντίδας, ακόμη και των υπηρεσιών ταφής.

Ο τουρισμός υγείας είναι ένας ευρύτερος όρος για ταξίδια που επικεντρώνεται στις ιατρικές θεραπείες και στη χρήση υπηρεσιών υγείας. Καλύπτει ένα ευρύ πεδίο τουριστικού προσανατολισμένου στην υγεία, από προληπτική και αγωγή θεραπεία έως αποκαταστατικές και θεραπευτικές μορφές ταξιδιού. Ο τουρισμός ευεξίας είναι ένας σχετικός τομέας.

(https://en.wikipedia.org/wiki/Medical_tourism#cite_note-1)

Τουρισμός κινήτρων:

Ο τουρισμός με κίνητρα ή τα ταξίδια με κίνητρα, τα προγράμματα έχουν χρησιμοποιηθεί από καιρό από εταιρείες ή ιδρύματα ως ανταμοιβή χωρίς μετρητά στους υπαλλήλους τους και σε εξωτερικούς συνεργάτες για την επίτευξη βασικών επιχειρηματικών στόχων. Είναι ένας από τους σημαντικότερους τύπους συναντήσεων, διασκέψεων, κινήτρων και εκδηλώσεων. Η μοναδικότητά του διαχωρίζεται από άλλους τύπους. Ο τουρισμός κινήτρων δίνει έμφαση στη διασκέδαση, το φαγητό και άλλες ψυχαγωγικές δραστηριότητες παρά στην εκπαίδευση και την εργασία. Οι σημαντικότεροι παίκτες είναι εταιρείες ή ιδρύματα που προσφέρουν προγράμματα κινήτρων για τον τουρισμό ως ανταμοιβή χωρίς μετρητά και κέντρα παροχής κινήτρων και ταξιδιωτικά πρακτορεία που παρέχουν τέτοια προγράμματα σε επιχειρήσεις, οργανισμούς μάρκετινγκ προορισμού και βιομηχανικές ενώσεις.

Το πρώτο τεκμηριωμένο πρόγραμμα κινήτρων για τον τουρισμό ήταν το 1900. Επί του παρόντος, ο τουρισμός με κίνητρα είναι ένας από τους ταχέως αναπτυσσόμενους τομείς και έχει παγκόσμιο χαρακτήρα από την άποψη τόσο των προορισμών όσο και των χρηστών του, συμπεριλαμβανομένων των τοπικών, περιφερειακών, εθνικών ή διεθνών ταξιδιών. Το 2013, μόνο εταιρείες στις Ηνωμένες Πολιτείες ξόδεψαν 22,5 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ για κίνητρα τουρισμού.

Ορισμένες εταιρείες ενσωμάτωσαν τον τουρισμό κινήτρων σε ένα ευρύτερο πρόγραμμα αφοσίωσης των εργαζομένων με βάση τα σημεία για να βοηθήσουν αποτελεσματικά στην ενίσχυση της βασικής τους αξίας και να παρακινήσουν τους υπαλλήλους και τους εξωτερικούς συνεργάτες. Όλο και περισσότερες εταιρείες ενσωματώνουν προγράμματα τουριστικού κινήτρου στις επικοινωνιακές και επιχειρηματικές τους στρατηγικές για να μεγιστοποιήσουν το όφελος αυτών των επενδύσεων. Σε απάντηση στις αλλαγές της τεχνολογίας και σε ένα πιο παγκόσμιο και ανεξάρτητο εργατικό δυναμικό, τα ατομικά τουριστικά προγράμματα κινήτρων έχουν πλέον γίνει μια νέα τάση. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, περίπου το 50% των εταιρειών προσφέρουν κίνητρο τουρισμού σε ομάδες και άτομα. (Lu, 2016)

Τουρισμός ευεξίας:

Ο τουρισμός ευεξίας είναι ταξίδια με σκοπό την προώθηση της υγείας και της ευεξίας μέσω σωματικών, ψυχολογικών ή πνευματικών δραστηριοτήτων. Ενώ ο τουρισμός ευεξίας συχνά συσχετίζεται με τον ιατρικό τουρισμό, επειδή τα ενδιαφέροντα για την υγεία παρακινούν τον ταξιδιώτη, οι τουρίστες ευεξίας επιδιώκουν να βελτιώσουν ή να διατηρήσουν την υγεία και την ποιότητα ζωής, εστιάζοντας συχνά στην πρόληψη, ενώ οι ιατροί τουρίστες ταξιδεύουν γενικά αντιδραστικά για να λάβουν θεραπεία για μια διαγνωσμένη ασθένεια ή πάθηση. Οι ταξιδιώτες ευεξίας επιδιώκουν διάφορες υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένης της φυσικής κατάστασης και του αθλητισμού. Θεραπείες ομορφιάς υγιεινή διατροφή και διαχείριση βάρους χαλάρωση και ανακούφιση από το άγχος. πνευματικός τουρισμός, συμπεριλαμβανομένου του διαλογισμού και της γιόγκα, είτε κλασική είτε ως άσκηση · και εκπαίδευση σχετικά με την υγεία. Οι ταξιδιώτες ευεξίας μπορούν να αναζητήσουν διαδικασίες ή θεραπείες χρησιμοποιώντας συμβατικά, εναλλακτικά, συμπληρωματικά, φυτικά ή ομοιοπαθητικά φάρμακα.

Τα θέρετρα και τα καταφύγια ευεξίας προσφέρουν βραχυπρόθεσμα, οικιακά προγράμματα για την αντιμετώπιση συγκεκριμένων προβλημάτων υγείας, τη μείωση του στρες ή την υποστήριξη της βελτίωσης του τρόπου ζωής.

Μεμονωμένοι δάσκαλοι, εκπαιδευτές ή επαγγελματίες ευεξίας μπορούν να νοικιάσουν ιδιωτικά κέντρα θερέτρου, μικρά ξενοδοχεία ή τμήματα μεγαλύτερων ξενοδοχείων με θέμα το σκοπό αυτό.

Οι ηγέτες της βιομηχανίας συναντιούνται για σαββατοκύριακα σε τοποθεσίες προορισμού για να συζητήσουν και να προωθήσουν τις επιχειρήσεις τους.

Τα κρουαζιερόπλοια μπορούν να προσφέρουν προγράμματα ευεξίας, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης σπα επί του σκάφους

(https://en.wikipedia.org/wiki/Wellness_tourism)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

2.1 Έννοια μάρκετινγκ

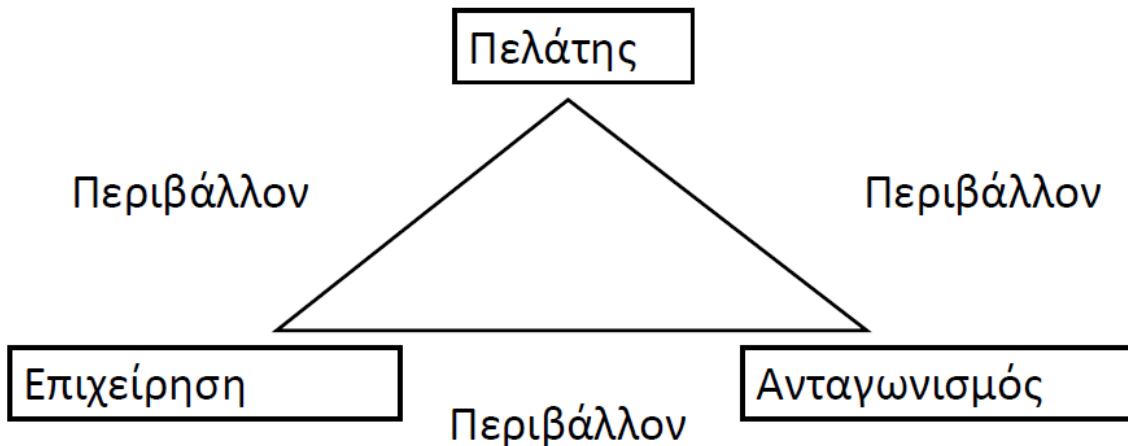
Το μάρκετινγκ είναι μια συγκεκριμένη φιλοσοφία, η οποία περιλαμβάνει την ανταλλαγή αγαθών σύμφωνα με τις ανάγκες αγοράς και ο απώτερος στόχος είναι να ικανοποιηθούν οι ανάγκες αγοράς των καταναλωτών. Είναι μια λειτουργία διαχείρισης επιχειρήσεων που έχει σχεδιαστεί

για να οργανώνει και να αξιολογεί τις ανάγκες του αγοραστικού κοινού. Επιπλέον, περιλαμβάνει εξειδίκευση, αλλά και την εφαρμογή εσωτερικών αποφάσεων και δράσεων της εταιρείας. Αυτές οι δραστηριότητες μπορεί να περιλαμβάνουν την επιλογή προϊόντων ή υπηρεσιών προς πώληση ή προμήθεια, την κατάλληλη τιμολόγηση, την κατάλληλη προώθηση και διανομή.

Το μάρκετινγκ ορίζεται ως «μια κοινωνική και διοικητική διαδικασία μέσω της οποίας άτομα και ομάδες ατόμων αποκτούν αυτό που θέλουν και χρειάζονται δημιουργώντας και ανταλλάσσοντας προϊόντα και αξίες με άλλα άτομα ή ομάδες ατόμων.

"Το μάρκετινγκ δεν είναι απλώς μια ευρεία έννοια πωλήσεων, δεν είναι ούτε μια ειδική δραστηριότητα, αλλά σε ολόκληρη την επιχείρηση, οπότε οι ενέργειες, οι ευθύνες και οι αποφάσεις μάρκετινγκ πρέπει να διεισδύσουν και να επηρεάσουν όλους.

"Η διαχείριση μάρκετινγκ είναι η διαδικασία απόκτησης, ανάπτυξης, παραγωγής, τιμολόγησης, προώθησης και διανομής των ιδεών, αγαθών και υπηρεσιών μιας επιχείρησης ή οργανισμού, προκειμένου να επιτευχθούν οι επιχειρησιακοί και οργανωτικοί της στόχοι μέσω επικοινωνίας και συναλλαγών με πελάτες και προμηθευτές. (Pride & Ferrell, 2015)



Απεικόνιση μάρκετινγκ

[Πηγή: Προκόπης Θεοδωρίδης. (2015) «Αρχές Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων. Η Φιλοσοφία του Μάρκετινγκ». Έκδοση: 1.0. Πάτρα]

"Το μάρκετινγκ είναι μια διοικητική λειτουργία που οργανώνει και καθοδηγεί όλες τις επιχειρηματικές δραστηριότητες που περιλαμβάνουν την αξιολόγηση των αναγκών των πελατών και τη μετατροπή της αγοραστικής τους δύναμης 10 σε ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία και την αποτελεσματική ζήτηση για προϊόντα ή υπηρεσίες. Υπηρεσία. Για τον τελικό καταναλωτή ή χρήστη, ο στόχος κέρδους ή άλλο σύνολο αντικειμενικών στόχων της επιχείρησης ή του οργανισμού " Αναλύοντας τον παραπάνω ορισμό, μπορούμε να καταλήξουμε στο ακόλουθο

συμπέρασμα: Το κέντρο της λήψης αποφάσεων πρέπει πάντα να είναι ο καταναλωτής-ο πελάτης. Με βάση αυτό, όλες οι αποφάσεις πρέπει να λαμβάνονται από την εταιρεία. Όλες οι διαδικασίες λήψης αποφάσεων, με τη σειρά της θεωρίας μάρκετινγκ, πραγματοποιούνται πριν από τη δημιουργία του προϊόντος. (Holloway C J & Robinson C, 2003)

2.2 Προσπάθειες προώθησης

Στη χώρα μας υπάρχουν πολλά περιθώρια ανάπτυξης όσον αφορά το κομμάτι του θρησκευτικού τουρισμού. Αδιαμφισβήτητα, ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί μια ενδιαφέρουσα και πολλά υποσχόμενη εναλλακτική μορφή τουρισμού, γεγονός το οποίο απαιτεί οργάνωση και προώθηση από τους άμεσα ενδιαφερόμενους. Η εποχικότητα του τουριστικού προϊόντος είναι κάτι που δεν πρόκειται να επηρεάζει τον θρησκευτικό τουρισμό, γιατί η συγκεκριμένη μορφή δεν είναι ακριβώς εποχιακή. Για να υπάρξει όμως μια άμεση διαμόρφωση ως προς την προώθησή του απαιτούνται σε τοπικό επίπεδο οργανωμένες προσπάθειες εξωστρέφειας τόσο από την Εκκλησία όσο και από την πολιτεία. Είναι απαραίτητη η ανάδειξη και η προβολή όλων των Ιερών Μνημείων με σκοπό την αναγνωσιμότητα τους στις τουριστικές αγορές και την προώθηση της επισκεψιμότητας σε αυτά.

Σε συνεργασία με τουριστικά πρακτορεία μπορούν να διοργανώνονται ταξίδια θρησκευτικού ενδιαφέροντος με αντίστοιχα πακέτα διακοπών όπως συμβαίνει και με τον κλασικό τουρισμό. Είναι επίσης αναγκαία η εφαρμογή σχεδίων τουριστικής προβολής από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) σε κάθε ελληνική περιφέρεια με σκοπό την ανάπτυξη της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού. Στην κατεύθυνση αυτή μπορεί να βοηθήσει σημαντικά η κατασκευή εφαρμογών για κινητά τηλέφωνα και άλλες έξυπνες συσκευές στις οποίες θα προβάλλονται μνημεία της θρησκευτικής και πολιτιστικής μας κληρονομιάς. Μέσω μιας δυνατότητας προβολής ψηφιοποιημένων διαδρομών θα μπορέσει ο επισκέπτης να έχει μια πρώτη επαφή με τον προορισμό πριν πραγματοποιήσει το ταξίδι του. Για όλα αυτά είναι αναγκαία η προώθηση τους στα ηλεκτρονικά μέσα και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έτσι ώστε να γίνουν γνωστά στο ευρύ κοινό αλλά και σε κάθε τουριστική αγορά στόχο για τον θρησκευτικό τουρισμό.

2.3 Μορφές προώθησης θρησκευτικού τουρισμού στη Δυτική Ελλάδα

Τα πράγματα φαίνεται να είναι περισσότερο ενθαρρυντικά όσον αφορά την αντιμετώπιση του τουριστικού φαινομένου και της προσπάθειας προσέλκυσης τουριστών σε διεθνές επίπεδο, εκ μέρους της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας. Στην ιστοσελίδα της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας, στο τμήμα που αφορά την Πάτρα (western-greece.com/patra), πέραν του γεγονότος πως υπάρχει πληθώρα ψηφιακού υλικού όπως βίντεο, φωτογραφίες, ηλεκτρονικός χάρτης εικονικής

περιήγησης (και πληροφορίες στα αγγλικά) που αφορούν γενικά αξιοθέατα και δραστηριότητες που μπορεί να επισκεφθεί κανείς στο νομό Αχαΐας, υπάρχει και ειδική αναφορά στους δυο ναούς του Αποστόλου Ανδρέα στην Πάτρα και μάλιστα δίνεται η δυνατότητα στον κάθε ενδιαφερόμενο επισκέπτη / τουρίστα, να ανακαλύψει μέσω μιας τρισδιάστατης εικονικής περιήγησης τον παλιό ναό του Αποστόλου Ανδρέα (westerngreece.com/symbols-culture-religion, 2019). Δυστυχώς, μέχρι στιγμής, απουσιάζει μια αντίστοιχη εφαρμογή και για τον νέο ναό ο οποίος είναι και κατά πολύ εντυπωσιακότερος. Βέβαια όπως θα δούμε και παρακάτω, στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας υπάρχουν σχέδια υλοποίησης και για αυτό το project

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας επικεντρώνει τις προσπάθειές της για την ανάπτυξη του θρησκευτικού/ προσκυνηματικού τουρισμού με ιδιαίτερη ένταση στην αγορά της Ρωσίας και για αυτόν ακριβώς τον λόγο συμμετέχει τα τελευταία χρόνια σε εκθέσεις τουριστικής προβολής που οργανώνονται στην εν λόγω χώρα, ενώ επιχειρεί παράλληλα να συνάψει δεσμούς συνεργασίας και φιλίας τόσο σε θρησκευτικό, όσο και σε επιχειρηματικό επίπεδο. Υπό αυτό το πρίσμα, έχουν πραγματοποιηθεί μια σειρά μικτών αποστολών από και προς τη Ρωσία, με τη συμμετοχή εκπροσώπων του συλλόγου τουριστικών πρακτόρων, του εμπορικού συλλόγου, του επιμελητηρίου, καθώς και της ένωσης ξενοδόχων (Βασιλοπούλου, 2016). Επιπροσθέτως, η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας στον Στρατηγικό Στόχο αρ.4 του Πενταετούς Επιχειρησιακού Προγράμματος 2014 – 2020, επιχειρεί την ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας, σε σύνδεση με πολιτιστικούς και φυσικούς πόρους της περιοχής και εντάσσει τον θρησκευτικό τουρισμό στους τομείς εκείνους που προσφέρονται για μια σημαντική διεύρυνση των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων και ανάπτυξης σε επιμέρους τμήματα της αγοράς (Βασιλοπούλου, 2016). Στο πλαίσιο του προγράμματος ΕΣΠΑ 2014-2020 και της Στρατηγικής Έρευνας και Καινοτομίας για την Έξυπνη Εξειδίκευση (RIS 3), ο τουρισμός δηλώνεται πως συνιστά ένα από τα δυνατά σημεία της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας, ενώ ειδικότερα ο θρησκευτικός τουρισμός θεωρείται πως αποτελεί βασικό στοιχείο του διπόλου Τουρισμός-Πολιτισμός (Βασιλοπούλου, 2016).

Ο θρησκευτικός τουρισμός στην εποχή μας, πρέπει να προωθηθεί κυρίως μέσα στο πλαίσιο ενός ανταγωνιστικού τουριστικού περιβάλλοντος εντός του οποίου ο τουρισμός και η βιομηχανία της τουριστικής φιλοξενίας και τουριστικών υποδομών, αναζητούν νέους πελάτες και επιζητούν τη διεύρυνση του τουριστικού προϊόντος (Weidenfeld & Ron, 2008).

Υπό αυτήν την έννοια και προκειμένου να επιτευχθεί η καλύτερη δυνατή προβολή αλλά και εξειδικευμένη εξυπηρέτηση των θρησκευτικών τουριστών, μεταξύ άλλων προτείνεται, εκ μέρους των υπευθύνων για το marketing και την επικοινωνιακή στρατηγική του θρησκευτικού τουρισμού, η λεπτομερής έρευνα για τις θεολογικές και θρησκευτικές διαφορές μεταξύ των πιστών διαφόρων ομολογιών και δογμάτων. Έτσι προκειμένου να επιτευχθεί μια πιο στοχευμένη προβολή του θρησκευτικού προϊόντος προτείνεται, για παράδειγμα, η διερεύνηση των θεολογικών διαφορών μεταξύ των διαφορετικών χριστιανικών ομολογιών (Καθολικών, Προτεσταντών, Ορθοδόξων, κ.α.) με σκοπό να διαφανεί πώς αυτές οι διαφορές επηρεάζουν ενδεχομένως την συμπεριφορά και τις συνήθειες (καταναλωτικές και άλλες) των πιστών αυτών σαν τουριστικών πελατών (Weidenfeld & Ron, 2008).

Μια τέτοια έρευνα θα ήταν επίσης ιδιαίτερα χρήσιμη και για τις βιομηχανίες της φιλοξενίας (hospitality industry) και της εστίασης, προκειμένου να κατανοήσουν και να ανταποκριθούν καλύτερα στις πιθανές ειδικές ανάγκες των θρησκευτικών τουριστών και να βελτιώσουν, κατά αυτόν τον τρόπο, τον βαθμό ικανοποίησής

2.4 Σκοπός μεθοδολογίας έρευνας

Στην παρούσα εργασία η έρευνα αφορά και επικεντρώνεται στους λόγους για τους οποίους επιλέγουν οι τουρίστες τη μορφή αυτή του τουρισμού, τι μερίδα των επισκεπτών επιλέγει συγκεκριμένα ιερά μνημεία και μονές και τι ηλικιακή κλίμακα έχουμε σε αυτές.

Η έρευνα αυτή επικεντρώθηκε κυρίως στο κομμάτι του θρησκευτικού τουρισμού, που είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένο στην περιοχή της Πάτρας και γενικότερα του νομού Αχαΐας, ως ένα είδος εναλλακτικού ιδιαίτερου τουρισμού, που χρήζει ιδιαίτερης προσοχής και ενημέρωσης. Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί σίγουρα ένα ανερχόμενο κομμάτι τουρισμού, το οποίο χρήζει έρευνας και προσοχής, όχι μόνο από την επιστημονική σκοπιά αλλά και για να χρησιμοποιηθεί από τοπικούς παράγοντες ως ένα εργαλείο το οποίο θα βοηθήσει την τοπική κοινωνία τόσο οικονομικά όσο και εργατικά.

Σκοπός λοιπόν της παρούσας εργασίας, είναι να αναδειχτεί ο θρησκευτικός τουρισμός ως ένα μέρος εναλλακτικού τουρισμού πολλά υποσχόμενο για τις τοπικές κοινωνίες, να βγουν στην επιφάνεια οι τάσεις και οι επιλογές των επισκεπτών της περιοχής αλλά ακόμη να γίνουν προτάσεις για τη βελτίωση των προωθητικών μέσων και εργαλείων που χρησιμοποιεί η τοπική κοινωνία αλλά και οι αρχές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο: Θρησκευτικός Τουρισμός

3.1 Ορισμός Θρησκευτικού Τουρισμού

Ο Θρησκευτικός Τουρισμός είναι τμήμα του εναλλακτικού-θεματικού τουρισμού. Ως θρησκευτικούς ταξιδιώτες θεωρούμε εκείνους που επισκέπτονται ένα θρησκευτικό τόπο λατρείας είτε σε σημαντικές για την θρησκεία ημέρες (π.χ. εορτή Αγίου, Πάσχα, Δεκαπενταύγουστος) είτε για προσωπικούς λόγους και ανάγκη (προσκύνημα, τάμα, επαφή με το Θείο). Εκτός από αυτούς όμως ως θρησκευτικοί ταξιδιώτες θεωρούνται και όσοι δεν ανήκουν στην ίδια θρησκεία ή ορίζονται ως άθρησκοι, αλλά επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους λατρείας και μνημεία για την πολιτιστική και εκπαιδευτική τους αξία.

Επομένως, ως Θρησκευτικός Τουρισμός ορίζεται ως ο τουρισμός όπου ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων, μετακινείται από το τόπο διαμονής τους για να επισκεφτούν θρησκευτικούς τόπους, χώρους, μνημεία με σκοπό προσκυνηματικό ή εκπαιδευτικό.

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μία ειδική μορφή τουρισμού, η οποία εκφράζει την επιθυμία των ατόμων να μετακινηθούν από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους σε έναν άλλο τόπο που θεωρούν ιερό (π.χ. ναό, μοναστήρι, ασκητήριο, τάφο Αγίου). Ιδιαίτερα σύνηθες είναι η επιλογή να είναι κοντά σε κάποια συγκεκριμένη χρονική περίοδο την οποία να εορτάζεται κάποιο σημαντικό θρησκευτικό γεγονός, όπως Χριστούγεννα, Μεγάλη Εβδομάδα, Δεκαπενταύγουστο κ.τ.λ. Κατά αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η επικοινωνία με το θείο, η εκπλήρωση ενός τάματος ή ακόμα η συμμετοχή σε κάποιες θρησκευτικές εκδηλώσεις.

Από την αρχαιότητα η επιθυμία να ξεκινήσουν ένα ταξίδι για θρησκευτικούς σκοπούς ενέπνευσε Έλληνες και μη Έλληνες να φτάσουν σε θρησκευτικούς χώρους σε όλη την Ελλάδα. Από τα πρώτα χρόνια ήταν συνήθεια του ελληνικού λαού να εκφράζει τα θρησκευτικά του αισθήματα, τη βαθιά του πίστη και το σεβασμό του προς τον Θεό, βασικό χαρακτηριστικό της Ορθόδοξης πίστης εδώ και 2000 χρόνια.

Υπάρχει άμεση σχέση μεταξύ της θρησκείας ως πολιτιστικού φαινομένου και του τουρισμού. Η θρησκεία όσον αφορά τον τουρισμό βασίζεται σε ένα σαφές πολιτιστικό υπόβαθρο παράδοσης. Έλληνες και ξένοι επισκέπτες μένουν έκπληκτοι από τις μεγαλοπρεπείς εκκλησίες της Ελλάδας της βυζαντινής εποχής, τις αμέτρητες αγροτικές εκκλησίες και τα μετόχια (περιοχές μοναστηριών και κήποι), ιερούς τόπους προσκυνήματος και θρησκευτικούς χώρους, που όλα αυτά προκαλούν δέος.

Είτε βρίσκονται εδώ για θρησκευτικούς σκοπούς είτε καθαρά για ευχαρίστηση, οι επισκέπτες της ηπειρωτικής Ελλάδας και των νησιών εκπλήσσονται από τον αμέτρητο αριθμό των τόπων θρησκευτικής λατρείας και τις σημαντικές αναφορές στο θείο. Οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να δουν κτίρια και θρησκευτικούς χώρους που σχετίζονται με διάφορα δόγματα και θρησκείες, τα οποία όλα συνυπάρχουν σε μια κατάσταση συνεχούς διαλόγου και αναδεικνύουν έτσι 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, τα μέρη όπου κήρυξε ο Απόστολος Παύλος και οι προσκυνητικοί προορισμοί της Παναγίας. (Παναγία) Τήνου, η Παναγία Σουμελά, η Παναγία Εκατονταπυλιανή κ.λπ.

Κάθε βράχος, κάθε σπηλιά, κάθε βουνό και κάθε νησί - το καθένα από αυτά προσφέρει μια διαδρομή προς το θείο. 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 πρέπει να κάνει ο καθένας κάποια στιγμή.

Καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, η Ελλάδα φιλοξενεί θρησκευτικές γιορτές με ήθη και έθιμα που έχουν ριζώσει βαθιά με την πάροδο των αιώνων. Αυτά τα πανηγύρια, άλλα τοπικά, άλλα γιορτάζονται σε όλη την Ελλάδα, προσφέρουν μια ευκαιρία για κέφι και μια απόδραση από τη βαρετή μονοτονία της καθημερινότητας. Πραγματικά τυχερός είναι ο επισκέπτης που καταλήγει θεατής σε τέτοιες λαϊκές θρησκευτικές εκδηλώσεις.

Η μεγαλύτερη από όλες αυτές τις γιορτές στην Ελλάδα είναι το Πάσχα, με πλήθος θρησκευτικών εκδηλώσεων και λαϊκών παραδόσεων κάθε άνοιξη (στην Κέρκυρα, την Πάτμο, τη Σκιάθο, το Λεωνίδιο κ.λπ.). Το «καλοκαιρινό Πάσχα», η Κοίμηση της Θεοτόκου στις 15 Αυγούστου, είναι εξίσου εντυπωσιακό και είναι ιδιαίτερα δημοφιλές σε αυτή τη χώρα.

Ο καιρός αυτή την εποχή βοηθά, φυσικά, και πολλά φεστιβάλ γίνονται σε όλο το μήκος και το πλάτος της χώρας. Πολλοί μεγάλοι ορθόδοξοι άγιοι που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στο Ορθόδοξο ημερολόγιο των αγίων, συχνά προστάτες αγίων διαφορετικών πόλεων ή χωρών, γιορτάζονται επίσης με χαρά την ημέρα που είναι αφιερωμένη σε αυτούς, με μεγάλες εορτές ή κάτι μικρότερης κλίμακας. τιμή τους.

Χιλιάδες επισκέπτες ενδιαφέρονται να δουν βυζαντινά ή μεταβυζαντινά έργα τέχνης με θρησκευτικό θέμα, όπως εικόνες, τοιχογραφίες και ψηφιδωτά, πολιτιστικά αφιερώματα από το παρελθόν που μαρτυρούν την αφοσίωση και την παράδοση και την επίμονη σχέση Τέχνης και Θρησκείας. Τα μεγάλα βυζαντινά μουσεία σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Βέροια, Ιωάννινα, Καστοριά κ.λπ., θα σας καταπλήξουν με τον πλούτο και την ποιότητα των υπέροχων συλλογών εκθεμάτων τους. (<https://www.visitgreece.gr/experiences/religious-tourism/>)

3.2 Ιστορική αναδρομή του Θρησκευτικού Τουρισμού

Τα ταξίδια θρησκευτικού περιεχομένου και ενδιαφέροντος, συναντώνται σχεδόν από τότε που υπάρχει και η θρησκεία, στα προϊστορικά χρόνια, δείχνοντας μας έτσι πως ο Θρησκευτικός Τουρισμός είναι ο αρχαιότερος τουρισμός. Η ανάγκη του ανθρώπου για επαφή με το ανώτερο και το Ιερό προουπήρχε, γι αυτό και έκανε ταξίδια για να επισκεφθεί και να προσκυνήσει τους θρησκευτικούς τόπους λατρείας.

Σε καθόλη την ιστορία της ανθρωπότητας, η θρησκεία έπαιζε μεγάλο ρόλο. Ο άνθρωπος ήθελε πάντα να έχει επαφή με τη θρησκεία του και μέσα από αυτή έβρισκε γαλήνη. Ακόμα και μεγάλοι ηγέτες της ιστορίας, πριν από μεγάλες μάχες ή σε δύσκολες περιόδους, στρέφονταν προς τη

θρησκεία και τους εκπρόσωπους της για να βρουν γαλήνη και να συμβουλευτούν για το τί τους προφυλάσσει το μέλλον γι αυτούς.

Στην Αρχαία Ελλάδα έχουμε πολλά αρχαία θρησκευτικά μέρη και μνημεία, όπου μαρτυρούν πόσο μεγάλο ρόλο έπαιζε η θρησκεία τα αρχαία χρόνια και η επίσκεψη τους σε αυτά. Τα μαντεία όπως της Δωδώνης και των Δελφών, οι θρησκευτικές εκδηλώσεις όπως τα Νέμεα, τα Ολύμπια και τα Ίσθμια, ήταν οι θρησκευτικοί τόποι λατρείας όπου οι αρχαίοι Έλληνες έκαναν ταξίδια για να επισκεφτούν. Στις θρησκευτικές εκδηλώσεις πήγαιναν κυρίως κατά ομάδες ενώ στα μαντεία συνήθως μόνοι τους.

Τα ταξίδια αυτά συνεχίζονταν ανά τους αιώνες. Όταν έκανε την εμφάνιση του και ο Χριστιανισμός, οι χριστιανοί πραγματοποιούσαν συχνά ταξίδια για να επισκεφτούν ιερά μέρη της Χριστιανοσύνης, όπως η Ιερουσαλήμ, όπου είναι η «Ιερά Πόλη» για τους χριστιανούς και την επισκέπτονταν κατά χιλιάδες μετά το τέλος της κυριαρχίας των Τούρκων.

Μετακινήσεις φυσικά δεν έκαναν μόνο οι δωδεκαθειστές ή οι χριστιανοί. Όλοι οι πιστοί, από όλες τις χώρες, είτε ήταν μουσουλμάνοι, βουδιστές και γενικά όποιο δόγμα και να ακολουθούσαν, έκαναν ταξίδια για να επισκεφτούν τους θρησκευτικούς τόπους λατρείας της θρησκείας τους.

Τα ταξίδια αυτά, δεν ήταν εύκολη υπόθεση όπως σήμερα. Ένας ταξιδιώτης αντιμετώπιζε πολλές δυσκολίες. Ταξίδευε για μέρες ή για μήνες κάτω από αντίξοες συνθήκες, που πολλές φορές ταξιδιώτες έχαναν τη ζωή τους στο ταξίδι. Αυτό όμως δεν ήταν αρκετό να κρατήσει τους πιστούς μακριά από τη πίστη τους και την ανάγκη να επισκεφτούν τους τόπους λατρείας γι αυτό και ο θρησκευτικός τουρισμός δεν σταμάτησε ποτέ.

Σήμερα, χάρη στην εξέλιξη της τεχνολογίας και την ύπαρξη ανεπτυγμένων μέσων μαζικής μεταφοράς, ο ταξιδιώτης μπορεί να πάει στον προορισμό του γρήγορα και με ασφάλεια. Έτσι στη σύγχρονη εποχή ο τουρισμός έχει αυξηθεί κατακόρυφα και η έννοια του έχει καθιερωθεί. Το ίδιο και ο θρησκευτικός τουρισμός, αφού οι πιστοί μπορούν πλέον εύκολα να επισκεφτούν τον θρησκευτικό τόπο, χώρο ή μνημείο που θέλουν.

Από τον δέκατο όγδοο αιώνα, οι εξελίξεις στην τεχνολογία, όπως η επέκταση των βιομηχανιών σιδηροδρόμων και κρουαζιερόπλοιων και η τελική εισαγωγή του εμπορικού αεροσκάφους, μαζί με το σταδιακό «άνοιγμα» νέων προορισμών όπως η Κίνα και η Ιαπωνία αύξησαν τις ευκαιρίες για ευρύτερο κοινό από όλα τα υπόβαθρα για να επισκεφθείτε τώρα αυτούς τους ιστότοπους.

Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, οι άνθρωποι μετακινούνταν όλο και περισσότερο, παρακολουθώντας ημερήσιες εκδρομές, οργανωμένες εκδρομές, εκδρομές με πούλμαν, σιδηροδρομικές εκδρομές, οδικές εκδρομές και ταξιδεύοντας με κρουαζιερόπλοια σε μερικά από τα πιο διάσημα ιστορικά, πολιτιστικά και θρησκευτικά αξιοθέατα του κόσμου.

3.3 Κατηγορίες του θρησκευτικού τουρισμού

Ο θρησκευτικός τουρισμός έχοντας ως κριτήριο το κίνητρο που τον οδηγεί στο να είναι ενεργός, μπορεί να διακριθεί σε τρεις κατηγορίες:

Α) ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΙΚΟΣ:

Ο σκοπός του τουρίστα είναι μόνο το προσκύνημα στον συγκεκριμένο τόπο που επισκέπτεται χωρίς να δίνει μεγάλη σημασία στα πολιτιστικά και ιστορικά στοιχεία της περιοχής όπου βρίσκεται. Ουσιαστικά επικρατεί ως κίνητρο μόνο το θρησκευτικό συναίσθημα και ο επισκέπτης δεν επηρεάζεται από τίποτα άλλο. Τα ταξίδια αυτά πραγματοποιούνται κυρίως σε περιοχές που η θρησκεία συνδέεται πολύ στενά με τον τόπο και ίσως να είναι και γνωστοί οι προορισμοί αυτοί, μόνο και μόνο από την θρησκευτική ιστορία που υπάρχει.

Β) ΕΙΔΙΚΟΣ ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΙΚΟΣ:

είναι ο τουρισμός που περιλαμβάνει το προσκύνημα, όμως ο σκοπός του είναι ένα συγκεκριμένο γεγονός, δηλαδή μια εκδήλωση. Η εκδήλωση αυτή μπορεί να είναι τέλεση γάμου, βάπτισης, εκπλήρωσης τάματος ή ακόμα και η συμμετοχή στις εκδηλώσεις για τον εορτασμό στη μνήμη Αγίων (θρησκευτικές γιορτές, πανηγύρια, εορτασμός μεγάλων θρησκευτικών γεγονότων που σε συγκεκριμένες περιοχές γίνεται με ξεχωριστό τρόπο και οι πιστοί συρρέουν με μεγάλο ενδιαφέρον).

Γ) ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ:

είναι ο τουρισμός που μπορεί να μην έχει ως κύρια τα θρησκευτικά κίνητρα. Τουρίστες που δείχνουν την προσοχή τους σ' αυτόν είναι εκείνοι που παρουσιάζουν την πολιτιστική αξία ενός θρησκευτικού μνημείου (ιστορικά στοιχεία, αρχιτεκτονική, αγιογραφία). Πολύ συχνά παρατηρείται πως ο τουρίστας που επιλέγει αυτού του είδους το ταξίδι, δεν ανήκει στην ίδια θρησκεία που λατρεύεται στον συγκεκριμένο τόπο ή μνημείο που επισκέπτεται. Επιθυμεί όμως να γνωρίσει την κουλτούρα και τη φιλοσοφία της θρησκείας και να ενημερωθεί σχετικά με την ιστορία από την οποία προέρχεται. Έτσι μπορούμε πολύ εύκολα να διακρίνουμε την άμεση σύνδεση της θρησκείας με τον πολιτισμό και την ανάπτυξή του. Θα μπορούσαμε εύκολα να πούμε ότι κάθε θρησκευτικό μνημείο που υπάρχει σε κάθε περιοχή, δείχνει και κάποιες πληροφορίες όσον αφορά την φιλοσοφία και την κουλτούρα της περιοχής αλλά και του ίδιου του λαού. Γι' αυτό λοιπόν οι άνθρωποι πραγματοποιούν θρησκευτικά ταξίδια για να πραγματοποιήσουν την ανάγκη τους να έρθουν σε επαφή με τα θεία, αλλά και για να εκπαιδευτούν και επιμορφωθούν για τα θέματα αυτά. Τέλος, θα μπορούσαμε να χωρίσουμε τους επισκέπτες σε τρεις κατηγορίες με βάση το είδος επίσκεψης σε ιερούς χώρους αλλά και άλλους τόπους προορισμού.

- ΟΙ ΚΑΘΑΡΟΙ ΠΡΟΣΚΥΝΗΤΕΣ στους οποίους επικρατεί το θρησκευτικό κίνητρο και επισκέπτονται μια περιοχή της επιθυμίας τους καθαρά για την επίσκεψη στον θρησκευτικό χώρο.
- ΟΙ ΠΡΟΣΚΥΝΗΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ που συνδυάζουν την επίσκεψη τους σε θρησκευτικούς χώρους αλλά συμπεριλαμβάνουν και την επίσκεψη κ άλλων τόπων και περιοχών.
- ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ που αφιερώνουν το χρόνο της επίσκεψής τους σε διάφορες περιοχές χωρίς να έχει θρησκευτικό χαρακτήρα κ απλά άμα τύχει μπορεί να αφιερώσουν και λίγο χρόνο στο να επισκεφτούν κάποιον ιερό τόπο.

3.4 Θρησκευτικός και Προσκυνηματικός Τουρισμός: Οι διαφορές τους.

Το προσκύνημα είναι μία πράξη λατρείας και επικοινωνίας μεταξύ ανθρώπου και Θεού. Μέσω από την πράξη λατρείας, ο προσκυνητής τίθεται υπό τον έλεγχο της ανώτερης δύναμης και αναζητά τη θεότητα από τη δομή και τις υλικές ανάγκες της καθημερινότητας. Ο κυρίαρχος παράγοντας είναι η αγάπη του για το Θείο και η ανάγκη του να επικοινωνήσει μαζί του. (Destiny, 2008) Το προσκύνημα θεωρείται ένα ταξίδι εμπνευσμένο από θρησκευτικά κίνητρα και θεωρείται ότι οι πιστοί μεταβαίνουν σε ένα θρησκευτικό τόπο, πιστεύοντας ότι ο Θεός ή η θεότητα υπάρχει και ενεργεί σε αυτόν (Jackowski & Smit, 1992). Όπως περιγράφει ο Fate (2008) το προσκύνημα είναι ένα ταξίδι που περιέχει διπλά χαρακτηριστικά: το εξωτερικό, δηλαδή τη μετάβαση του πιστού στο θρησκευτικό τόπο και το εσωτερικό, δηλαδή το ταξίδι που πραγματοποιείται για πνευματικούς λόγους, την ανάταση του πιστού και την επαφή του με το Θείο.

Αν και ο τουρισμός στοχεύει κυρίως σε αυτό που ονομάζουμε <<ψυχαγωγία>> των τουριστών, το προσκύνημα, στην ουσία του, είναι σχεδόν αποκλειστικά για πνευματική βελτίωση και επαφή με τα θεία παρά για κοσμική διασκέδαση. Κατά τη διάρκεια του προσκυνήματος, οι πιστοί πραγματοποιούν αυτό το ταξίδι με σκοπό να προσευχηθούν ή να έχουν συμμετοχή σε κάποια θρησκευτική τελετή ενώ οι θρησκευτικοί τουρίστες έχουν ως στόχο να αποκτήσουν περισσότερες γνώσεις και εμπειρίες.

Ως εκ τούτου για πολιτιστικούς και εκπαιδευτικούς λόγους, οι θρησκευτικοί τουρίστες επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους, με σκοπό να λάβουν όσες περισσότερες πολιτιστικές και εκπαιδευτικές γνώσεις και δεν είναι απίθανο να πάρουν μέρος και οι ίδιοι σε κάποια θρησκευτική τελετή. Σύμφωνα με τον Vukonic, ένας θρησκευόμενος τουρίστας, όταν έχει υλοποιήσει τη θρησκευτική του αναζήτηση ή υποχρέωση συμπεριφέρεται σαν ένας απλός τουρίστας από όλες τις απόψεις (Vukonic,1996). Άλλοι ερευνητές πιστεύουν πως οι θρησκευτικοί τουρίστες είναι οι μισοί προσκυνητές και μισοί τουρίστες. (Fate, 2008). Επομένως, η διαφορά μεταξύ προσκυνητών και θρησκευτικών τουριστών μπορεί να καθοριστεί από τα διάφορα ποιοτικά χαρακτηριστικά του σκοπού της μετακίνησής τους, επειδή ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί δραστηριότητα αναψυχής, ενώ ο προσκυνηματικός τουρισμός είναι περισσότερο ένα ιερό ταξίδι (Καπάτσι,2018).

Επομένως, στην περίπτωση του προσκυνήματος, αυτά τα κοινωνικά χαρακτηριστικά δεν εκδηλώνονται μόνο στην κυριαρχία του στοιχείου της πίστης αλλά εκδηλώνονται και σε πολλές άλλες εκδηλώσεις και συμπεριφορές, όπως αυστηρότητα, ευλάβεια,συμμόρφωση με τα πρότυπα ή αντίστοιχο ντύσιμο (Καπάτσι, 2018).

Συμπερασματικά, μπορούμε να υποστηρίξουμε ο προσκυνηματικός τουρισμός είναι ένα εξειδικευμένο ταξίδι με υψηλό σκοπό και υψηλή συναισθηματική και πνευματική ένταση των

προσκυνητών (Τσιρώνης, 2016), ενώ από την άλλη ο θρησκευτικός τουρισμός, οδηγεί σε πιο ουδέτερους συσχετισμούς, γιατί μπορεί να περιλαμβάνει χαρακτηριστικά με πιθανές θρησκευτικές πεποιθήσεις οι οποίες μπορεί να συνυπάρχουν με άλλα χαρακτηριστικά που μοιράζονται διαφορετικοί τύποι και μορφές τουρισμού (Cohen, 2003).

3.5 Θρησκευτικός τουρισμός στην πόλη της Πάτρας

Ο μεγαλοπρεπής ιερός ναός του Αγίου Ανδρέα, σύμβολο της Πάτρας, αποτελεί έναν κορυφαίο προορισμό για τον θρησκευτικό τουρισμό. Κάθε χρόνο επισκέπτονται τον ιερό ναό για να προσκυνήσουν την Τίμια Κάρα του Πρωτόκλητου των Αποστόλων, καθώς και τον σταυρό που μαρτύρησε, χιλιάδες ορθόδοξοι χριστιανοί, όχι μόνο από την Ελλάδα και την Κύπρο, αλλά και από χώρες της ανατολικής Ευρώπης, ιδίως από τη Ρωσία.

Όμως, ο μεγαλοπρεπής ναός αποτελεί και ένα πολιτιστικό μνημείο γεγονός που προσελκύει και επισκέπτες και από χώρες της κεντρικής και δυτικής Ευρώπης, όπως για παράδειγμα από τη Γαλλία και τη Γερμανία.

Όσον αφορά στον αριθμό των επισκεπτών, δεν μπορεί να υπάρχει επίσημη καταγραφή, αλλά αυτό που διαπιστώνουμε είναι ότι υπάρχει συνεχής ροή όλο τον χρόνο και ιδίως τους καλοκαιρινούς μήνες. Βέβαια, καταγράφεται μεγάλος αριθμός επισκεπτών κυρίως από την Ελλάδα στην εορτή του πολιούχου των Πατρών, στις 30 Νοεμβρίου, καθώς επίσης και κατά τη διάρκεια των θρησκευτικών εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται στα τέλη Σεπτεμβρίου, με αφορμή την επανακομιδή της Τίμιας Κάρας του Αγίου Ανδρέα.

Στα μελλοντικά σχέδια είναι η ολοκλήρωση της εικονογράφησης του νέου ιερού ναού και στη συνέχεια η ένταξή του σε πρόγραμμα διαρκούς επισκευής που υπάρχει στο υπουργείο Πολιτισμού για τα νέα μνημεία.

Τα μνημεία της ελληνικής ορθοδοξίας που βρίσκονται στην πόλη της Πάτρας αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής κληρονομιάς και αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών. Οι βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες, οι επιβλητικοί ναοί, τα μοναστήρια με την εικονογράφησή τους, τα ψηφιδωτά, τις τοιχογραφίες και τις εικόνες, μαρτυρούν ότι είναι μια πόλη με πλούσιο θρησκευτικό χαρακτήρα και θρησκευτική κληρονομιά. Σύμφωνα με τη χριστιανική παράδοση είναι ο τόπος όπου μαρτύρησε ο Άγιος Αντρέας, ο οποίος είναι ο Πολιούχος άγιος της πόλης. Δεκάδες είναι οι τουρίστες που καταφτάνουν στην Πάτρα, προερχόμενοι από Ρωσία και από τις χώρες της ανατολικής Ευρώπης.

Ένας από τους πόλους έλξης φυσικά είναι ο ιερός ναός του Αγίου Ανδρέα που δεσπόζει μέσα στην πόλη, μια από τις μεγαλύτερες εκκλησίες των Βαλκανίων. Ο νέος μεγαλοπρεπής, βυζαντινού ρυθμού ναός θεμελιώθηκε το 1908 και εγκαινιάστηκε το 1974. Αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους ναούς της Ευρώπης, καθώς μπορούν να εκκλησιαστούν τουλάχιστον 5.500 άτομα. Εκεί βρίσκονται φυλαγμένα τα λείψανα του αγίου και μικρά τμήματα του σταυρού που

μαρτύρησε και μαζί με τον παλαιότερο και μικρότερο ναό συνθέτουν χώρο προσκυνήματος για τους ορθόδοξους χριστιανούς από την Ελλάδα και όλο τον κόσμο.

Οι επισκέπτες που έρχονται στην Πάτρα είναι σίγουρο ότι κατά τη διάρκεια της επίσκεψής τους θα περιηγηθούν στους χώρους γύρω από το ναό, θα φωτογραφίσουν τις τοιχογραφίες που υπάρχουν εκεί, ενώ θα ζητήσουν να μάθουν περισσότερα σε ότι έχει να κάνει με τον παλιό ναό του Πολιούχου της Αχαϊκής πρωτεύουσας. Οι περισσότεροι από αυτούς έρχονται με ταξιδιωτικές ομάδες που η κάθε μία έχει τον δικό της ξεναγό που πληροφορεί τους επισκέπτες για τα όσα βλέπουν σε μία από τις μεγαλύτερες εκκλησίες των Βαλκανίων. Το στοιχείο πάντως που κυριαρχεί στις επισκέψεις είναι ο σεβασμός και η ευλάβεια.

Μέχρι σήμερα έχουν περάσει αρκετές τουριστικές ομάδες από τον ναό του Αγίου Ανδρέα στο πλαίσιο θρησκευτικών εκδρομών που κάνουν ανά την Ελλάδα. Άλλωστε ο θρησκευτικός τουρισμός και η αξιοποίησή του στην Πάτρα με άξονα το προσκύνημα του ναού, αποτελεί ένα μεγάλο θέμα που συζητείται.

Άλλο ένα αξιοθαύμαστο μνημείο που βρίσκεται στην Αχαϊκή πρωτεύουσα είναι η Ιερά μονή του Μεγάλου Σπηλαίου. Το Μέγα Σπήλαιο είναι από τα πιο παλιά μοναστήρια της Ελλάδας με μεγάλη ιστορική σημασία. Βρίσκεται 11 χιλιόμετρα μακριά από τα Καλάβρυτα και στέκεται σαν να είναι κολλημένο πάνω στον βράχο στην δυτική πλευρά του Χελμού. Σύμφωνα με την ιστορία, την μονή την έχουν χτίσει οι μοναχοί Συμεών και Θεόδωρος οι οποίοι με την βοήθεια της Παναγίας και της βοσκοπούλας Ευφροσύνης βρήκαν την εικόνα της Παναγίας στο Σπήλαιο αυτό. Η εικόνα ήταν δημιούργημα του Ευαγγελιστή Λουκά η οποία βρίσκεται μέσα στην μονή σε ιδιαίτερη θέση, καθώς έχει και ιδιαίτερη σημασία λόγω ιστορίας. Η μονή διαθέτει μεγάλη ποικιλία κειμηλίων, ένα σπάνιο λάβαρο το οποίο απεικονίζει τρεις βυζαντινούς αυτοκράτορες, έναν πολύτιμο σταυρό με Τίμιο ξύλο, Ευαγγέλια σε περγαμηνές, μια τεράστια βιβλιοθήκη με πάρα πολλούς τόμους και τέλος πλήθος χειρογράφων πέντε από τα οποία τα διακοσμούν αξιοθαύμαστες μικρογραφίες.

Ακόμα ένα μνημείο είναι η Ιερά μονή της Αγίας Λαύρας. Δίπλα από τα Καλάβρυτα σε απόσταση 6 χιλιομέτρων βρίσκεται η μονή αυτή η οποία χτίστηκε το 961 μ.Χ. Η μονή αυτή αποτελεί ένα πάρα πολύ σημαντικό σημείο στην ελληνική ιστορία, καθώς είναι το μέρος όπου κυρήχθηκε η Επανάσταση του 1821. Στην μονή της Αγίας Λαύρας υψώθηκε το Λάβαρο της Επανάστασης και ορκίστηκαν οι αγωνιστές από τον Παλαιών Πατρών Γερμανό. 24 Εκεί εκτός από το σήμα κατατεθέν του Λαβάρου της Επανάστασης όπου εικονίζεται η Κοίμηση της Θεοτόκου που κατασκευάστηκε στη Σμύρνη στα τέλη του 16ου αιώνα, υπάρχει η κάρα του Αγίου Αλεξίου την οποία την δώρισε ο βυζαντινός αυτοκράτορας Μανουήλ Κομνηνό.

Στην Ιερά Μονή της Αγίας Λαύρας φυλάσσονται πολλά κειμήλια σημαντικά για την ιστορία της θρησκείας, λείψανα Αγίων, δύο Ευαγγέλια χειρόγραφα σε μεμβράνη καθώς και πολλά άλλα αντικείμενα μεγάλης θρησκευτικής σημασίας.

Η Παναγία η Τρυπητή ανήκει και αυτή σε ένα από τα μνημεία της Αχαϊκής πρωτεύουσας που επισκέπτονται οι τουρίστες. Βρίσκεται λίγα χιλιόμετρα έξω από την Πάτρα και είναι ο πολιούχος της πόλης του Αιγίου. Είναι ανάμεσα στα πιο ωραία και πρωτότυπα θρησκευτικά μνημεία στην Ελλάδα. Η Παναγία η Τρυπητή βρίσκεται χτισμένη κοντά στην παραλία του Αιγίου πάνω σ έναν

βράχο με ύψος 30 μέτρων από την επιφάνεια της θάλασσας μέσα σ ένα σπήλαιο-τρύπα εξού και το όνομα Τρυπητή. Σύμφωνα με την παράδοση το 1550μ.Χ ένας ναυαγός ψάχνοντας για στεριά είδε ένα φως μέσα σε μια τρύπα στον βράχο σε ύψος 30 μέτρων στο σημείο που είναι σήμερα δηλαδή η εκκλησία και καθώς πλησίασε βρήκε την εικόνα της Παναγίας.

Σύμφωνα με τις πληροφορίες ο ναυαγός έγινε ο πρώτος ασκητής της μονής. Ο ναός πήρε την μορφή που έχει ως και σήμερα τον 19ο αιώνα. Άλλα μοναστήρια με μεγάλη θρησκευτική σημασία στην αχαιική πρωτεύουσα είναι η Ιερά Μονή Γηροκομείου, από τις παλιότερες μονές της Ελλάδας που διαθέτει σπουδαία αγιογράφιση, σπάνια έγγραφα και πλούσια βιβλιοθήκη. Σύμφωνα με την ιστορία υπάρχουν δύο εκδοχές της ονομασίας. Η πρώτη αναφέρεται στο ότι εκεί που ιδρύθηκε η μονή, υπήρχε ήδη γηροκομείο που διέθετε και ναό και η δεύτερη εκδοχή αναφέρεται στο ότι οι μοναχοί ίδρυσαν εκεί το μοναστήρι και ταυτόχρονα έκτισαν και γηροκομείο. Τέλος, υπάρχουν παντού στα γύρω χωριά και στις κοντινές περιοχές της Πάτρας πολλά αξιοθαύμαστα θρησκευτικά μνημεία, μοναστήρια και ξωκλήσια τα οποία μπορεί ο επισκέπτης να ανακαλύψει και να γνωρίσει από κοντά την ιστορία για το καθένα ξεχωριστά, διότι το καθένα έχει την δική του σημασία στην θρησκεία.

3.6 Άγιος Ανδρέας: Ο Πολιούχος της Πάτρας

3.6.1 Ο βίος του.

Η προσωπικότητα, η ζωή και ο θάνατος του Απόστολου Ανδρέα συνδέονται στενά με την Αχαική Πρωτεύουσα της Αχαιάς, την Πάτρα, επειδή ο Άγιος μαρτύρησε σε αυτή. Πολλές περιοχές της Ευρώπης επίσης, συνδέονται με το βίο του Άγιου Ανδρέα, όπως η Αγία Πετρούπολη, ο Άγιος Ανδρέας στη Ρωσία, η ομώνυμη πόλη στη Σκωτία και σε άλλες χώρες όπως Γαλλία, Ιταλία, Ουκρανία, Κύπρος και Ελλάδα, ο Απόστολος Ανδρέας είναι το <<σύμβολο και σημείο αναφοράς>> για την έναρξη της χριστιανικής ζωής στη χριστιανική Ευρώπη (Χρυσός,2013). Η λατρεία του Απόστολου Ανδρέα σε όλες αυτές τις χώρες είναι “μία σαφής απόδειξη της πνευματικής ταυτότητας και συνοχής όλων των χριστιανικών παραδοσιακών ευρωπαϊκών χωρών”, επειδή ο Απόστολος Ανδρέας είναι σεβαστός όχι μόνο στην Ορθόδοξη Εκκλησία αλλά και στη Ρωμαιοκαθολική και Αγγλικανική Εκκλησία (Χρυσός, 2013).

Ο Άγιος Ανδρέας, σύμφωνα με το Ορθόδοξο Αγιολόγιο, γεννήθηκε στη Βαθσαιδα της Γαλλιλιαίας. Ο Άγιος Ανδρέας μαζί με τον αδερφό του Άγιο Πέτρο, ήταν οι πρώτοι που ακολούθησαν τον Χριστό και έγιναν μαθητές του, αφού αρχικά ήταν μαθητής του Αγίου Ιωάννη του Προδρόμου. Μετά την Ανάληψη του Χριστού και την Πεντηκοστή, ο Άγιος Ανδρέας δίδαξε σε πολλές περιοχές του τότε γνωστού κόσμου και τελικά κατέληξε στην Πάτρα. Εκεί, ο Άγιος Ανδρέας έκανε πολλά θαύματα και δίδαξε τον λόγο του Χριστού. Στη θέση όπου τώρα βρίσκεται ο Παλαιός Ιερός Ναός, ο Άγιος Ανδρέας μαρτύρησε και σταυρώθηκε το 62 μ.Χ. Οι

πατρινοί ενταφίασαν την σορό του, στο σημείο όπου αργότερα χτίστηκε η ομόνομη εκκλησία (<http://i-m-patron.gr>, 2019).

Ωστόσο, σύμφωνα με τους σύγχρονους ερευνητές, η ζωή του Απόστολου Ανδρέα χαρακτηρίζεται από πλούσια φαντασία και παράδοση. Η ρευστότητα, η φιλοσοφική σκέψη, η πολιτική σκοπιμότητα της Κωνσταντινούπολης, ακόμη και οι προπαγανδιστικές προθέσεις του κλήρου της Αχαΐας (Σαράντη, 2013). Η αναφορά του Ωριγένη στα Σχόλια στη Γένεση, όπου θεωρείται και η πιο παλιά πηγή για το βίο του Απόστολου Ανδρέα, δεν αναφέρει πουθενά τη δράση του στην πόλη της Πάτρας, ίσως επειδή δεν είχε επισκεφτεί ο ίδιος ο Ωριγένης την Πάτρα και δεν είχε δημιουργηθεί ακόμα η παράδοση του μαρτυρίου του Αποστόλου (Σαράντη, 2013). Στους επόμενους αιώνες η ιστορική αβεβαιότητα αυξήθηκε, καθώς πολλές παραδόσεις έτειναν να συσχετίζουν Αγίους και Αποστόλους με διάφορες πόλεις για να τους επιτρέψουν να περιβάλλονται από τη δόξα και την λαμπρότητα αυτών των Αγίων (Σαράντη, 2013).

Παρόλο που οι πηγές είναι αντιφατικές, η ιστορία φαίνεται να επιβεβαιώνει ότι ο Απόστολος Ανδρέας επισκέφθηκε την πόλη της Πάτρας δύο φορές. Την πρώτη φορά που επισκέφθηκε την Πάτρα ήταν ανθύπατος ο Λέσβιος και τη δεύτερη ήταν ανθύπατος ο Αιγεάτης, από τον οποίο ο Άγιος Ανδρέας φυλακίστηκε και μαρτύρησε (Σαράντη, 2013). Είναι άξιο να αναφερθεί, πως ο Απόστολος Ανδρέας ήταν μόνος άγιος που δίδαξε αλλά και μαρτύρησε στην Ελλάδα. Είναι ο προστάτης της πόλεως των Πατρών. (<http://i-m-patron.gr> , 2021).

3.6.2 Η σχέση του Απόστολου Ανδρέα με την πόλη της Πάτρας

Η Πάτρα τον 1ο αιώνα μ.Χ. ήταν το έδαφος που έλαβε χώρα η δράση και το μαρτύριο του Αποστόλου Ανδρέα. Ωστόσο, όπως θα δούμε μετά, η σχέση του Απόστολου Ανδρέα με την πόλη της Πάτρας ακολουθεί ένα τέτοιο ιστορικό μονοπάτι που χαρακτηρίζεται από αλλαγές και κινδύνους, αφού ήταν αρκετές οι φορές όπου πήγε να αμφισβητηθεί η σχέση του Αποστόλου Ανδρέα με την Πάτρα.

Ιστορικές πηγές αλλά και κείμενα γραμμένα και κρυφά, δείχνουν την σύνδεση της Πάτρας με τον Απόστολο Ανδρέα, ειδικά στην παραθαλάσσια περιοχή της Πάτρας, όπου εκεί έκανε θαύματα και σταυρώθηκε. Η παραλία της Πάτρας – όπως πηγές αναφέρουν – παραπέμπει σε σκηνές από την Καινή Διαθήκη, σαν τον τόπο μαρτυρίας του Αποστόλου ενώ η θαλασσογραφία και η ακτογραμμή της πόλης αναφέρονται ευθέως και ξεκάθαρα.

Παρ όλη την έμφαση που δίνεται στη πόλη της Πάτρας από τις πηγές και τα αγιολογικά κείμενα, σε αυτά λείπει η δοξολογία προς την πόλη, κάτι που ήταν συνηθισμένο για τα αγιολογικά κείμενα που έχουν γραφεί από την πρωβυζαντινή περίοδο. Συνήθως, η πόλη από την οποία προερχόταν οι άγιοι και την πόλη όπου μαρτύρησαν, περιτριγυρίζονται από γοητεία και υμνήθηκαν από αγίους συγγραφείς με διάφορες ρητορικές μορφές.

Ωστόσο, όσον αφορά τον Απόστολο Ανδρέα, τα αγιολογικά κείμενα και οι ύμνοι που έχουμε δεν φαίνεται να δίνουν την κατάλληλη ρητορική έμφαση στην πόλη όπου μαρτύρησαν οι άγιοι. Σύμφωνα με τους ερευνητές, η παράλειψη αυτή μπορεί να οφείλεται κυρίως στον απόστολο

Ανδρέα από την Κωνσταντινούπολη που ισχυρίζεται ότι ήταν τον 4ο αιώνα μ.Χ. Τον αιώνα, μερικά από τα λείψανά του βρέθηκαν από την Πάτρα.

Σύμφωνα με την εκκλησιαστική παράδοση, ο Απόστολος Ανδρέας ήταν ο ιδρυτής της Εκκλησίας της Κωνσταντινούπολης και όρισε τον Στάκη ως πρώτο επίσκοπό της. Κωνσταντινούπολη, το γεγονός αυτό δεν προώθησε τον έπαινο της πόλης όπου μαρτύρησε. Με αυτόν τον τρόπο ο απόστολος Ανδρέας ξέφυγε από την παράδοση της Πάτρας και αποτελεί πλέον μέρος της παράδοσης της Κωνσταντινούπολης, παρουσιάζεται ως εθνικός άγιος, ξεπερνώντας τα όρια της πόλης όπου μαρτύρησε.

Επιπλέον, η απουσία της Πάτρας στα κείμενα αυτά μπορεί να οφείλεται στην εξάρτηση της πόλης από τη δυτική πολιτική και εκκλησία την πρώτη περίοδο του μ.Χ. αιώνα. Η εξάρτηση της Πάτρας από τη Ρώμη μπορεί να εξηγήσει το ενδιαφέρον της Δύσης τόσο για τους μάρτυρες όσο και για τα λείψανα του αποστόλου Ανδρέα. Όμως το 732/3 μ.Χ.

Η απόφαση του Λέοντος Γ' του Ισύρου να διαχωρίσει την εκκλησία της Πάτρας από τη δικαιοδοσία της Ρώμης και να την ενσωματώσει στο Πατριαρχείο Κωνσταντινουπόλεως θα σηματοδοτήσει την αρχή μιας σειράς γεγονότων που θα κάνουν την Πάτρα να ξεχωρίσει.

Η γεωστρατηγική και πολιτική ανάπτυξη ενίσχυσε τον ρόλο της Πάτρας, γιατί αφού οι Βυζαντινοί έχασαν τον έλεγχο τμήματος της Εγνατίας Οδού, η πόλη θα γινόταν σημαντικό σημείο επικοινωνίας μεταξύ Κωνσταντινούπολης και Ιταλίας.

Στα χρόνια μετά την άλωση της Κωνσταντινούπολης, ο Θωμάς Παλαιολόγος, γιος του Μανουήλ Β' και τύραννος του Μοριά, αντιμετώπισε την τουρκική εισβολή στην Πελοπόννησο το 1460, κατέφυγε στη Ρώμη ως Λατίνος. Στο ταξίδι για την Κέρκυρα έπαιρνε το κάρο του Αγίου Ανδρέα από την Πάτρα και το έκανε δώρο στον Πάπα. Όλη η ενέργεια χρησιμοποιείται για να προσεγγίσουμε τον Πάπα Πίο Β' και τη Δύση, με στόχο να λάβουμε βοήθεια από τη Δύση.

Ο απώτερος στόχος είναι η ανοικοδόμηση του Βυζαντίου και η ανακήρυξη του Θωμά Παριόλογου αυτοκράτορα. Το άρμα του αποστόλου Ανδρέα μεταφέρθηκε για άλλη μια φορά στη Ρώμη για πολιτικούς και θρησκευτικούς σκοπούς και χαιρετίστηκε ως η ένωση του αποστόλου και του αδελφού του Πέτρου.

Μέχρι την επιστροφή του άρματος του Απόστολου Ανδρέα στην Πάτρα το 1964 και ενός τμήματος του σταυρού όπου μαρτύρησε το 1980, έχουμε παρατηρήσει ότι σχεδόν όλες οι αναφορές στον Απόστολο Ανδρέα και στην Πάτρα έχουν πολιτική, θρησκευτική και ιστορική σκοπιμότητα, ξεπερνώντας τα σύνορα της Πάτρας. , λοιπόν, έδωσε στον απόστολο Ανδρέα το πρόσωπο και τη λατρεία, ευρύτερη από την πόλη όπου μαρτύρησε.



Εικόνα. Η σταύρωση του Αγίου Ανδρέα.(<https://www.vimaorthodoxias.gr/theologikos-logos-diafora/stavros-agiou-andrea-i-istoria/>)

3.7 Οι 2 Ιεροί ναοί του Αγίου Ανδρέα στην Πάτρα

Στη νότια ακτή της Πάτρας, στην περιοχή που μαρτύρησε ο απόστολος Ανδρέας, υπάρχουν σήμερα δύο ναοί αφιερωμένοι στον πολιούχο της πόλης. Η παλιά εκκλησία του Αποστόλου Ανδρέα χτίστηκε στα τέλη του 5ου αιώνα. Ανάμεσα στα ερείπια αρχαίου ναού αφιερωμένου στη Δήμητρα, ανήκει στον καθεδρικό τύπο (<http://www.religiousgreece.gr>, 2019). Στο πέρασμα των αιώνων ο ναός αυτός έχει υποστεί πολλές ζημιές και παραμένει ερειπωμένος μέχρι να χτιστεί η σημερινή εκκλησία. Η ανέγερση του ναού ξεκίνησε το 1836-επί Όθωνα-σύμφωνα με σχέδιο του αρχιτέκτονα Λύσανδρου Κανταντζόγλου, Η παραλιακή περιοχή της πόλης με πρωτοβουλία του Πατρινού το 1835. Σήμερα ονομάζεται Παλιός Ναός του Αγίου Ανδρέα, γιατί το 1975 κτίστηκε δίπλα δίπλα (στη βορειοανατολική πλευρά του) ο νεότερος και μεγαλύτερος ομώνυμος ναός (Αποστολόπουλος, 2013).

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η θέση του πρώτου αυτού ναού ανοικοδομήθηκε στην παραλία της Πάτρας την πρόιμη βυζαντινή εποχή, δίπλα στο αρχαίο ρωμαϊκό λιμάνι, και σε επαφή με τα τεράστια ρωμαϊκά λουτρά που δεν ήταν ορατά μέχρι τους τελευταίους αιώνες, σχετικά με όλα τα στάδια. Το μαρτύριο του αποστόλου Ανδρέα. Μέσω αυτής της παράδοσης, αυτή η αρχαία πρώτη εκκλησία έγινε διάσημη στη Δύση για τα θαύματα που συνέβησαν εκεί και έγινε σύμβολο λατρείας της πρώτης εκκλησίας στην Πάτρα (Σαράντη, 2013). Είναι διακοσμημένο με ιωνικές εικόνες και σημαντικές τοιχογραφίες και αρχιτεκτονικά χαρακτηρίζεται ως τριπλός καθεδρικός ναός (<http://www.religiousgreece.gr>, 2019). Υπάρχει ο

τάφος του Αποστόλου Ανδρέα στο νότιο κλίτος αυτής της εκκλησίας και σε μια υπόγεια τοξωτή σπηλιά δίπλα στην εκκλησία, υπάρχει μια υπόγεια πηγή νερού, που πολλοί νομίζουν ότι είναι αγίασμα (<http://www.religiousgreece.gr> , 2019).



Εικόνα. Παλιός ναός Απόστολου Ανδρέα (<https://www.paliapatra.gr/picture.php?/809/category/57>)

Ο λεγόμενος νέος ναός του Αποστόλου Ανδρέα βρίσκεται στην αριστερή πλευρά της παλιάς εκκλησίας και είναι μια υπέροχη βυζαντινή εκκλησία. Θεωρείται ένας από τους μεγαλύτερους και πιο καλλιτεχνικούς ναούς όχι μόνο στα Βαλκάνια αλλά και στην Ευρώπη. Το χρονοδιάγραμμα κατασκευής του είναι γεμάτο καθυστερήσεις και καθυστερήσεις, με αποτέλεσμα να χρειαστούν δεκαετίες για να ολοκληρωθεί. Αυτό δείχνει ότι ο νέος ναός ιδρύθηκε από τον βασιλιά Γεώργιο Α' το 1908 και ολοκληρώθηκε πολλά χρόνια αργότερα (1974) επειδή η κατασκευή του διεκόπη πολλές φορές λόγω τεχνικών, αρχιτεκτονικών, πολιτικών και οικονομικών προβλημάτων.



Εικόνα. Παλιός Ναός Αγίου Ανδρέα Πατρών (<https://www.ekklisiaonline.gr/nea/agios-andreas-o-paleos-naos-tou-agiou-andrea-stin-patra/>)

Η ιστορία της ανέγερσης του νέου ναού του Αποστόλου Ανδρέα ξεκίνησε το 1902, όταν η πόλη της Πάτρας προκήρυξε διεθνή διαγωνισμό για την προετοιμασία της αρχιτεκτονικής μελέτης του νέου ναού του Αποστόλου Ανδρέα. Στις 25 Ιουνίου 1904, ο Γάλλος αρχιτέκτονας Emilius Robert κέρδισε το πρώτο βραβείο της Ακαδημίας Καλών Τεχνών του Βερολίνου για την έρευνά του και στις 27 Νοεμβρίου 1904, η αρμόδια επιτροπή για την κατασκευή της νέας εκκλησίας ενέκρινε τα αποτελέσματα του διαγωνισμού. 1 Ιουνίου 1908 ο βασιλιάς Γεώργιος Α' (Αποστολόπουλος, 2013) έθεσε τον θεμέλιο λίθο της εκκλησίας.



Εικόνα. Νέος Ναός Απόστολου Ανδρέα Πάτρα (<https://web-greece.gr/destinations/patra-achaia/>)

Διεθνείς εξελίξεις όπως ο Α' Παγκόσμιος Πόλεμος και η Μικρασιατική καταστροφή προκάλεσαν την αναβολή του έργου και κατά την πρώτη ουσιαστική συνάντηση (4 Φεβρουαρίου 1926) για τη συνέχιση του ναού, φάνηκαν απογοητευτικές προοπτικές και η πιθανότητα έλλειψης χρηματοδότησης. Για να αντιμετωπιστεί η δύσκολη οικονομική κατάσταση και να διασφαλιστεί η συνέχιση του έργου, ο νόμος αργότερα (1929) αποφάσισε να επιβάλει φόρο 10%. Το 1927 ο μηχανικός του έργου Αναστάσιος Μεταξάς κλήθηκε να υποβάλει νέες βελτιώσεις για την επανεκκίνηση των εργασιών. Μετά τις απαραίτητες γραφειοκρατικές διαδικασίες έγκρισης, ελήφθη τελικά μια νέα ερευνητική έκθεση το 1933 και το κεντρικό τμήμα ολοκληρώθηκε το φθινόπωρο του 1936, μέχρι το δαχτυλίδι στο κάτω μέρος του θόλου (Αποστολόπουλος, 2013).

Μετά τον θάνατο του Α. Μεταξά, ο προϊστάμενος της υπηρεσίας αναστήλωσης του Υπουργείου Παιδείας ανέβαλε για άλλη μια φορά το έργο επειδή δεν ενέκρινε ολόκληρο το έργο και πρότεινε να μετατραπούν όλοι οι τρούλοι σε «βυζαντινότερους», την άποψη της ανέγερσης του Ναού. Επιτροπή (Αποστολόπουλος, έτος 2013). Η ανέγερση του νέου ναού του Αποστόλου Ανδρέα μάλιστα αναβλήθηκε γιατί το υπουργείο δεν ενέκρινε τη συνέχιση των εργασιών και προκήρυξε νέο αρχιτεκτονικό διαγωνισμό. Στην περίοδο αυτή εγκρίθηκε η αρχιτεκτονική μελέτη του Γ. Νομικού στις 31 Μαΐου 1948 (Αποστολόπουλος, 2013).

Στις 21 Οκτωβρίου του 1950, μετά από αποδοκιμασίες εξαιτίας της καθυστέρησης ετών, το Υπουργείο δίνει άδεια για την συνέχιση του έργου, με λίγες μόνο τροποποιήσεις από τα αρχικά σχέδια του Ρομπέρ. Έτσι οι εργασίες συνεχίστηκαν με γρήγορους ρυθμούς και ο Νέος Ιερός Ναός του Αγίου Ανδρέα, εγκαινιάστηκε το 1974 (Αποστολόπουλος, 2013).

Ο Νέος επιβλητικός Ναός του Αποστόλου Ανδρέα, αποτελεί ένα στολίδι για την Πάτρα, την Ελλάδα και την Ορθοδοξία γενικότερα. Ο τρούλος ύψους 46 μέτρων όπου περιβάλλεται από 12 μικρότερους – όσοι και οι Απόστολοι και ο κεντρικός συμβολίζει το Χριστό – ο ύψους πέντε μέτρων επίχρυσος σταυρός στη κορυφή του τρούλου είναι τα κύρια χαρακτηριστικά του Ναού. Στο εσωτερικό του Ναού εκτιμάται ότι μπορούν να εκκλησιαστούν περίπου 5.500 χιλιάδες πιστοί και εκεί είναι και η κάρα του Αποστόλου Ανδρέα και φυλάσσεται από όταν επιστράφηκε στην Πάτρα από την Ιταλία το 1964 (<http://www.patra-hotels.gr>, 2019).

Κεφάλαιο 4ο

ΕΡΕΥΝΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Στην παρούσα εργασία απαιτείται να συλλεχθούν και να αξιολογηθούν δεδομένα που αφορούν τον θρησκευτικό τουρισμό και πιο συγκεκριμένα την επίσκεψη τουριστών στις εκκλησίες της περιοχής της Πάτρας. Για τη συλλογή και την αξιολόγηση των δεδομένων αυτών οι τρεις πιο γνωστές μέθοδοι που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν είναι η παρατήρηση, η συνέντευξη και το ερωτηματολόγιο. Λόγω των πολλών πλεονεκτημάτων που προσφέρει η χρήση του ερωτηματολογίου, όπως ότι μπορεί να αποσταλεί σε πολύ μεγάλο αριθμό ατόμων, είναι σχετικά εύκολη η δημιουργία και η χρήση του, είναι η λιγότερο χρονοβόρα μέθοδος, είναι τυποποιημένο, είναι απρόσωπο και δεν μπορεί ο ερευνητής να επηρεάσει τον ερωτηθέντα, επιλέχθηκε ως το εργαλείο συλλογής δεδομένων της έρευνάς μας.

Το εν λόγω ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στην διαδικτυακή πλατφόρμα της ιστοσελίδας google.com μέσω της οποίας δίνεται η δυνατότητα για δημιουργία διαδικτυακού ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου και συνεπώς ο διαμοιρασμός του σε μεγαλύτερο ποσοστό ερωτηθέντων.

Στην παρούσα εργασία, μέσω ενός ερωτηματολογίου, επιχειρείται η συγκέντρωση κοινωνικοοικονομικών στοιχείων για τις διάφορες μονές της περιοχής και να εξαχθούν συμπεράσματα για τις επιλογές επίσκεψης αυτών από τους επισκέπτες, τη σειρά προτίμησής τους αλλά και το κατά πόσο είναι ικανοποιημένοι από τις ψυχικές, οικονομικές αλλά και υπηρεσίες αναψυχής που αυτές παρέχουν.

Μας ενδιαφέρουν οι επισκέπτες όλων των ηλικιών, καθώς οι διάφορες μονές μπορεί να αποτελούν διαφορετικό πόλο έλξης και ενασχόλησης για τις διάφορες ηλικιακές κατηγορίες. Έτσι τα συμπεράσματα που θα προκύψουν θα είναι διαφορετικά και θα μελετηθούν μεμονωμένα ανάλογα την ηλικιακή κατηγορία από τη οποία θα προέλθουν.

Η χρήση του ερωτηματολογίου ως μέθοδος έρευνας είναι η συνηθέστερη μέθοδος συλλογής πρωτογενών ποσοτικών δεδομένων. Στο αρχικό στάδιο του σχεδιασμού του ερωτηματολογίου δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση και προσοχή στη δημιουργία ενός εργαλείου συλλογής δεδομένων, καθώς και στη διατύπωση και διάταξη των ερωτήσεων, προκειμένου τα συμπεράσματα που θα εξαχθούν να συνάδουν με το σκοπό της παρούσας μελέτης. Για το σκοπό αυτό, για την επιλογή του ερωτηματολογίου ως εργαλείου μελέτης, προηγήθηκε μια έρευνα μέσω του διαδικτύου για την εύρεση και άλλων μελετητών που εφάρμοσαν το ερωτηματολόγιο ως εργαλείο έρευνας.

Το ερωτηματολόγιο της παρούσας εργασίας αποτελείται από 19 ερωτήσεις. Οι ερωτήσεις στοχεύουν στο να μελετήσουν μέσω την απαντήσεων ενός ικανοποιητικού δείγματος για το τι γνωρίζει ο κόσμος για τον θρησκευτικό τουρισμό στην Πάτρα και να αναλυθεί εκτενώς το ζήτημα αυτό.

Μετά από την ολοκλήρωση της συγγραφής των ερωτήσεων, πραγματοποιήθηκε η αποστολή του ερωτηματολογίου μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στους ερωτηθέντες, ενώ κοινοποιήθηκε και σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η συλλογή του δείγματος πραγματοποιήθηκε από 20/03/2022 έως 25/04/2022. Οι συνολικές απαντήσεις που συγκεντρώθηκαν είναι 112. Σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας είναι η διερεύνηση των απόψεων ανθρώπων που τους ενδιαφέρει ο τουρισμός, και συγκεκριμένα ο θρησκευτικός τουρισμός ώστε να δημιουργηθούν προϊόντα και υπηρεσίες που θα ικανοποιούν πληρέστερα τις ανάγκες τους. Έγινε εστίαση στις σημαντικότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, καθώς αποτελούν επιλογή μεγάλου μέρους του τουριστικού κοινού, με πολλές προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης. Τα αποτελέσματα λοιπόν της παρούσας έρευνας μπορούν να μας κατευθύνουν προς το τι απαιτείται από την τοπική αυτοδιοίκηση αλλά και τη μητρόπολη ώστε να προωθηθεί περισσότερο ο θρησκευτικός τουρισμός καθώς και το τι αποζητάει ο κόσμος να δει.

Το σύνολο των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι Έλληνες ηλικίας 18 ετών και άνω. Για τη σύνταξη του ερωτηματολογίου χρησιμοποιήθηκε τόσο ελληνική όσο και ξένη βιβλιογραφία. Το ερωτηματολόγιο είναι χωρισμένο σε 2 μέρη. Το πρώτο μέρος περιλαμβάνει τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος. Συγκεκριμένα εξετάζονται 7 δημογραφικοί παράγοντες: το φύλο, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, το μορφωτικό επίπεδο, το επάγγελμα, η καταγωγή και το θρήσκευμα. Το δεύτερο μέρος περιλαμβάνει 12 ερωτήσεις, αναφορικά με τις ταξιδιωτικές προτιμήσεις των ερωτηθέντων. Στο ερωτηματολόγιο υπάρχει συσχέτιση μεταξύ ορισμένων ερωτήσεων, ωστόσο έχουν τοποθετηθεί σε τυχαία σειρά, ώστε να μην επηρεάσουν το αποτέλεσμα. Τέλος, το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει ένα σημείο ανοικτού τύπου, όπου αναφέρεται σε προτάσεις και μέτρα πολιτικής που θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Πάτρα.

Ανάλυση ερωτήσεων

Αρχικά ερωτώνται οι προσωπικές πληροφορίες των συνεντευξιαζόμενων σχετικά με το φύλο τους, την ηλικία τους, την οικογενειακή τους κατάσταση, την καταγωγή, το μορφωτικό τους επίπεδο και το επάγγελμά τους. Πιο συγκεκριμένα

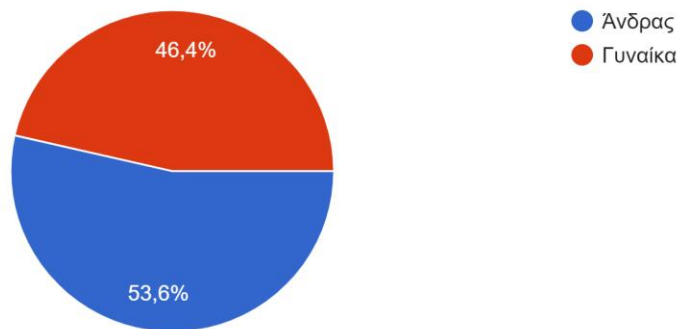
- **Φύλο:** Οι ερωτώμενοι καλούνται να δώσουν μια απάντηση ανάμεσα σε θήλυ, άρρεν.
- **Ηλικιακή ομάδα:** Το δείγμα επιλέγει ανάμεσα σε ηλικιακές ομάδες.
- **Οικογενειακή κατάσταση:** Η συγκεκριμένη ερώτηση δίνει την επιλογή απάντησης ανάμεσα σε άγαμος-η, παντρεμένος-η, διαζευμένος-η
- **Καταγωγή:** Δίνεται η ελεύθερη επιλογή απάντησης στους ερωτώμενους
- **Μορφωτικό επίπεδο:** Η ερώτηση απαντάται ανάμεσα στις εξής επιλογές, Υποχρεωτική Εκπαίδευση, Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση, Τριτοβάθμια Εκπαίδευση, Μεταπτυχιακό, Διδακτορικό

- **Επάγγελμα:** Δίνονται επιλογές στους ερωτηθέντες.
- **Θρήσκευμα:** Ζητείται το θρήσκευμα των ερωτηθέντων ώστε να συσχετιστεί η εν δυνάμει συμμετοχή του στο θρησκευτικό τουρισμό.

Ανάλυση Α' μέρους ερωτηματολογίου -Δημογραφικά στοιχεία

Φυλο

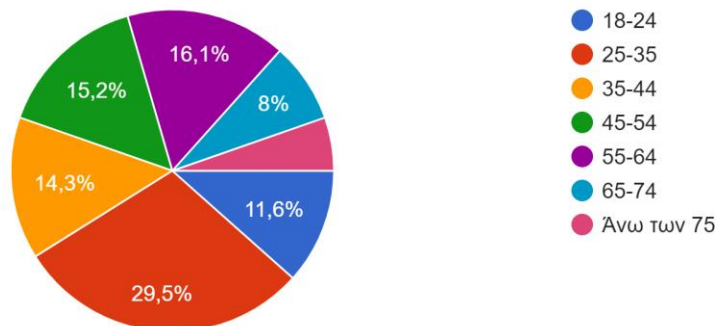
112 απαντήσεις



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του γραφήματος, το 53,6% του δείγματος αποτελείται από άνδρες (n=60) και το 46,4% από γυναίκες (n=52).

Ηλικία

112 απαντήσεις

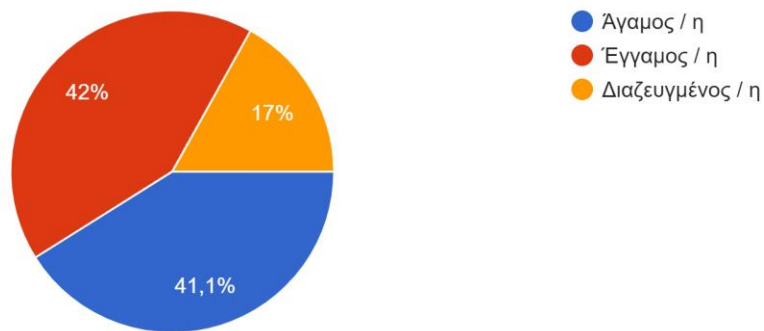


Στο γράφημα για την ηλικία παρατηρείται του δείγματος αποτελείται από άτομα ηλικίας 18 έως 35 ετών το 41,1% (n=49) από άτομα ηλικίας 35 έως 54, το 29,5% (n=17) από άτομα ηλικίας 55 έως 74, το 24,1% (n=9) από άτομα ηλικία 65 έως 74 ετών και το 5,3% (n=6) από άτομα ηλικίας 75 ετών και άνω.

Συνεπώς το υψηλότερο ποσοστό του δείγματος βρίσκεται στην ηλικιακή ομάδα των 18-35 ετών. Σίγουρα αυτό το ποσοστό είναι κάτι που δεν αναμένεται στην παρούσα έρευνα αλλά ο διαμοιρασμός των ερωτηματολογίων έγινε διαδικτυακά όπου ο χειρισμός αυτών των μέσων είναι σε χαμηλότερη ηλικιακή κλίμακα. Με διαμοιρασμό δια ζώσης σίγουρα τα ηλικιακά αποτελέσματα θα ήταν διαφορετικά.

Οικογενειακή κατάσταση

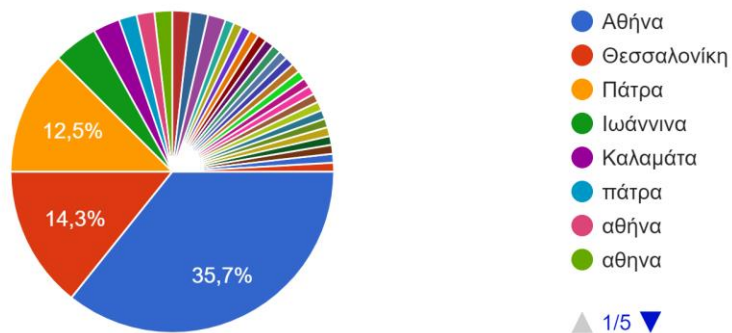
112 απαντήσεις



Από το παραπάνω γράφημα παρατηρείται ότι το 42% των ερωτώμενων είναι έγγαμοι (n=47), το 41,1% άγαμοι (n=46) και το 17% διαζευγμένοι (n=19).

Καταγωγή

112 απαντήσεις

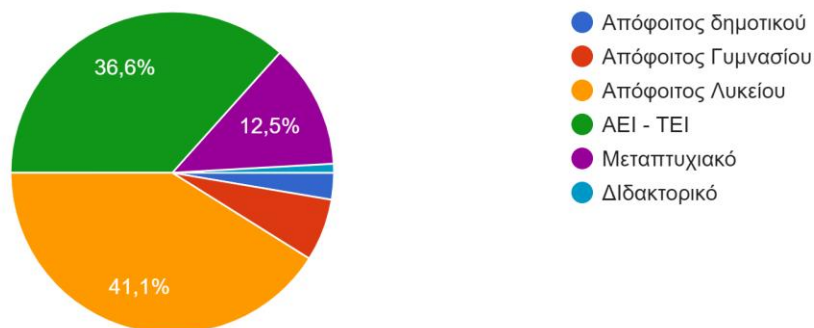


Στο παραπάνω γράφημα παρουσιάζεται ο τόπος μόνιμης κατοικίας των ερωτώμενων, όπου συγκεκριμένα στην Αθήνα μένουν 44 (39,3%) άτομα, στην Αλεξανδρούπολη 1 (0,9%), στην Ζάκυνθο 2 (1,8%), στο Άργος 1 (0,9%), στο Αγρίνιο 2 (1,8%), στα Γιάννενα 5 (4,5%), στη Θεσσαλονίκη 17 (15,2%), στο Ηράκλειο Κρήτης 1 (0,9%), στην Άμφισσα 1 (0,9%), στο Αίγιο 1 (0,9%), στο Ναύπλιο 1 (0,9%) στην Καλαμάτα 3 (2,7%), στην Κατερίνη 1 (0,9%), στην Καστοριά 2 (1,8%), στην Κεφαλονιά 2 (1,8%), στη Λάρισα 1 (0,9%), στην Πάτρα 17 (15,2%), στον Πύργο Ηλείας 2 (1,8%), στην Ρόδο 1 (0,9%), στις Σέρρες 2 (1,8%), στα Τρίκαλα 1 (0,9%), στη Τρίπολη 1 (0,9%) και στην Κομοτηνή 1 (0,9%).

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό από τους ερωτηθέντες βρίσκονται στην πρωτεύουσα της Ελλάδας, στην Αθήνα με ποσοστό 39,3%.

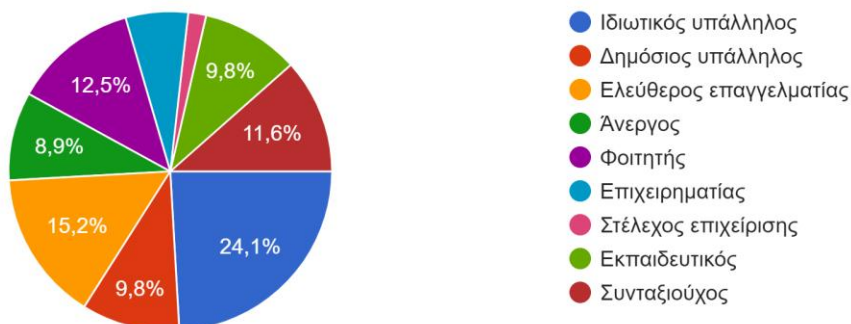
Μορφωτικό επίπεδο

112 απαντήσεις



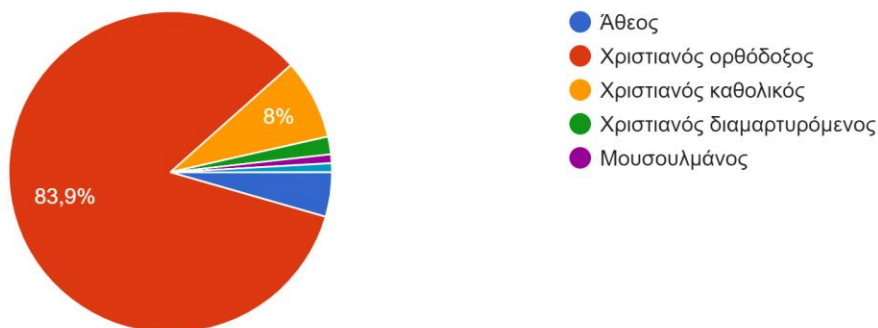
Στο παραπάνω γράφημα, παρουσιάζεται το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτώμενων, συγκεκριμένα το μεγαλύτερο ποσοστό είναι απόφοιτοι λυκείου 41,1% (n=46), ακολουθούν οι απόφοιτοι Πανεπιστημίου – ΤΕΙ με ποσοστό 36,6% (n=41), οι ερωτώμενοι με μεταπτυχιακές σπουδές 12,5% (n=14), οι απόφοιτοι γυμνασίου με ποσοστό 6,3% (n=7) και οι κάτοχοι διδακτορικού με ποσοστό 0,9% (n=1) και ένα ελάχιστο ποσοστό οι απόφοιτοι δημοτικού με ποσοστό 2,7% (n=3).

Επάγγελμα 112 απαντήσεις



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα στο παραπάνω γράφημα, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι 24,1% (n=27), το 11,6% συνταξιούχοι (n=13), το 9,8% δημόσιοι υπάλληλοι (n=11), το 15,2% ελεύθεροι επαγγελματίες (n=17), το 1,8% στελέχη επιχειρήσεων (n=2), το 7,1% άνεργοι (n=10), το 6,3% επιχειρηματίες (n=7), το 9,8% εκπαιδευτικοί (n=11) και ένα ποσοστό 12,5% οι φοιτητές (n=14).

Ποιο είναι το θρήσκευμά σας; 112 απαντήσεις



Στο παραπάνω γράφημα παρουσιάζεται το θρήσκευμα των ερωτώμενων. Οι περισσότεροι ερωτώμενοι με ποσοστό 74,6% είναι χριστιανοί ορθόδοξοι (n=147), το 14,2% είναι χριστιανοί καθολικοί (n=28), το 7,1% χριστιανοί διαμαρτυρόμενοι (n=14), το 1% μουσουλμάνοι (n=1) και τέλος, το 4% άθεοι (n=8).

Ανάλυση Β' μέρους ερωτηματολογίου

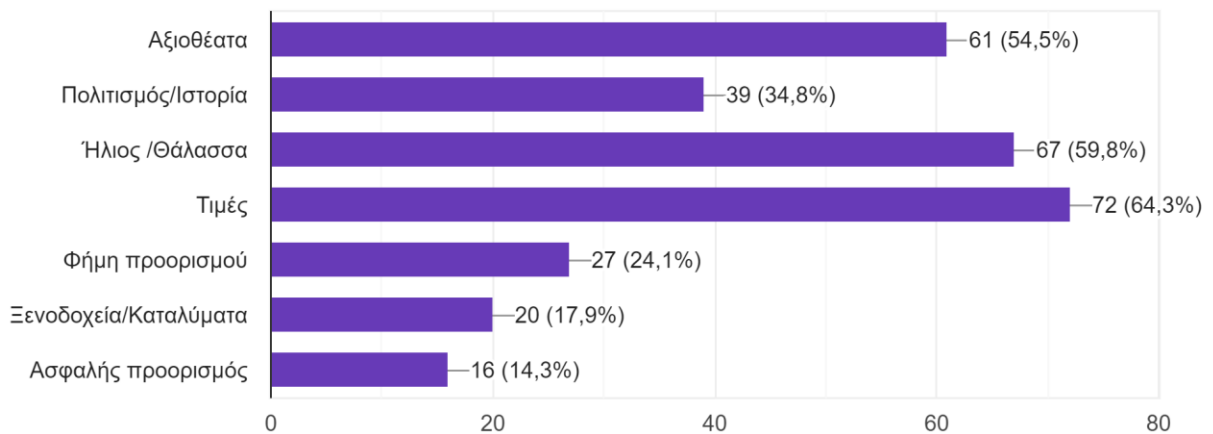
Σχετικά με τις διακοπές των ερωτώμενων και την υφιστάμενη ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Πάτρα.

Στο επόμενο σκέλος του ερωτηματολογίου, οι ερωτήσεις αφορούν και επικεντρώνονται στον θρησκευτικό τουρισμό, στην επιλογή ημερών και είδους καταλυμάτων καθώς γίνεται και συγκεκριμενοποίηση του θρησκευτικού τουρισμού στην Περιοχή της Πάτρας αλλά και γενικότερες ερωτήσεις για μονές του νομού Αχαΐας, όπου στοχεύουν στο να μελετήσουν και να αναλύσουν τις τάσεις των ατόμων που επιλέγουν τον θρησκευτικό τουρισμό.

Έπειτα παρουσιάζονται σε γραφήματα με στατιστική ανάλυση οι απαντήσεις των ερωτηθέντων και θέτονται συγκεκριμένες απαντήσεις στα γενικότερα ερωτήματα που αναπτύσσονται μετά την παράθεση της στατιστικής τους επεξεργασίας.

Με ποιο/α κριτήρια επιλέγετε τον προορισμό των διακοπών σας; (Παρακαλώ επιλέξτε όλα όσα σας ενδιαφέρουν)*

112 απαντήσεις



Από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων πάρθηκαν τα εξής αποτελέσματα:

Στην ερώτηση για το με ποια κριτήρια έγινε η επιλογή του προορισμού των διακοπών οι ερωτώμενοι απαντούν τα εξής:

Το 54,5% απάντησε ότι επιλέγουν τα αξιοθέατα ως βασικό λόγο επιλογής του προορισμού των διακοπών, το 34,8% τον Πολιτισμό/Ιστορία, το 59,8% τον ήλιο/θάλασσα, το 64,3% τις τιμές, το

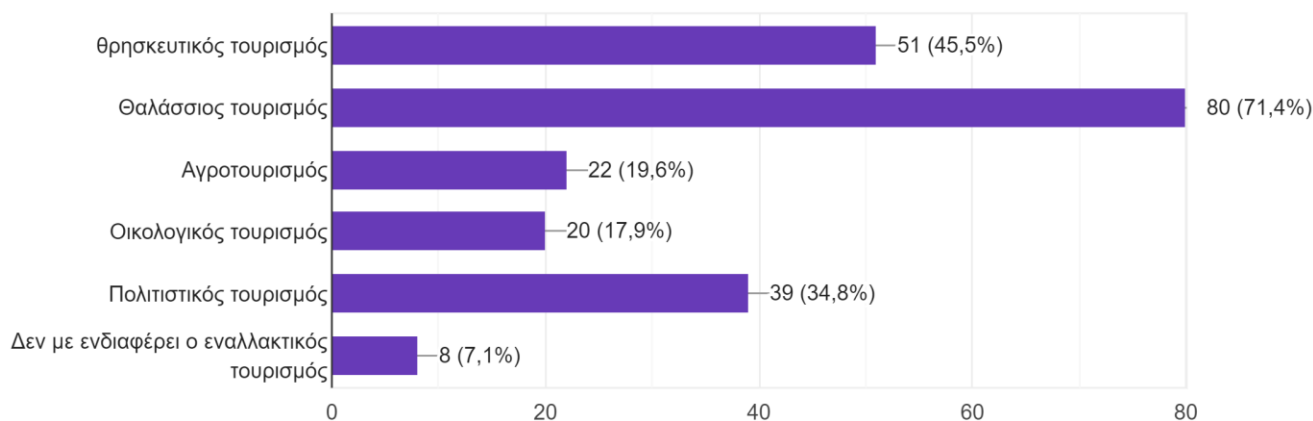
24,1% τη φήμη του προορισμού, το 17,9% τα Ξενοδοχεία/ Καταλύματα και το 14,8% τον ασφαλή προορισμό. Στην παρούσα ερώτηση οι απαντήσεις μπορούσαν να είναι και πολλαπλές.

Η συγκεκριμένη ερώτηση στοχεύει στο να αποκρυπτογραφήσει τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των τουριστών. Η πολλαπλότητα των απαντήσεων, δείχνει μια σύνθετη ικανοποίηση αναγκών από το τουριστικό κοινό, ούτως ώστε να γίνει ο συνδυασμός αυτών.

Έπειτα από τα αποτελέσματα είναι προφανές ότι το τουριστικό κοινό προσπαθεί να εξυπηρετήσει πολλαπλές ανάγκες και απαιτήσεις από την επιλογή προορισμού διακοπών, πράγμα που εξασφαλίζει και οικονομικότερες διακοπές, καταφέροντας να συνδυαστούν είδη τουρισμού σε έναν μονάχα προορισμό.

Ποιοι τύποι εναλλακτικού τουρισμού σας ενδιαφέρουν; (Παρακαλώ επιλέξτε όλους όσους σας ενδιαφέρουν)*

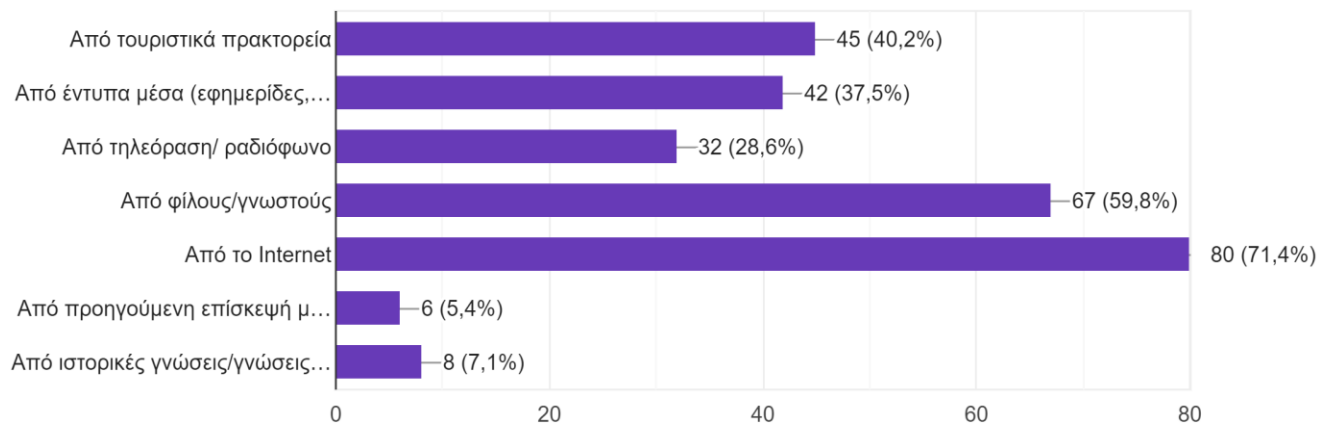
112 απαντήσεις



Σύμφωνα με το παραπάνω γράφημα παρατηρείται ότι οι περισσότεροι τουρίστες του δείγματος προτιμούν τον θαλάσσιο τουρισμό με ποσοστό 71,4%, έπειτα το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων επιλέγει τον θρησκευτικό τουρισμό με ποσοστό 45,5%, ακολουθούν οι επιλογές του Πολιτιστικού τουρισμού με ποσοστό 34,5%, ο αγροτουρισμός με ποσοστό 19,6%, ο οικολογικός τουρισμός με ποσοστό 17,9% και ένα ποσοστό των 7,1% απάντησε ότι δεν επιλέγει κάποιο είδος εναλλακτικού τουρισμού. Οι απαντήσεις σε αυτή την ερώτηση είναι πολλαπλής επιλογής με τη δυνατότητα επιλογής περισσότερων της μια απαντήσης.

Από πού παίρνετε πληροφόρηση για την επιλογή τόπου επίσκεψης;

112 απαντήσεις



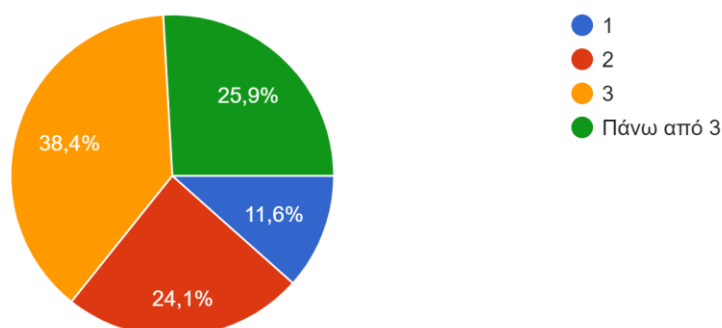
Στο παραπάνω γράφημα αναλύονται οι απαντήσεις στην ερώτηση Από πού παίρνετε πληροφόρηση για την επιλογή τόπου επίσκεψης; Οι επιλογές της ερώτησης αυτής είναι οι εξής:

- Από τουριστικά πρακτορεία
- Από έντυπα μέσα (εφημερίδες, περιοδικά, κλπ.)
- Από τηλεόραση/ραδιόφωνο
- Από φίλους/γνωστούς
- Από το Internet
- Από προηγούμενη επίσκεψη μου σε αυτό
- Από ιστορικές γνώσεις/γνώσεις πολιτισμού
- Άλλο:

Από το παραπάνω γράφημα εξάγουμε τα εξής στατιστικά αποτελέσματα. Το 71,4% των ερωτηθέντων χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για να πληροφορηθεί για την επιλογή του τόπου επίσκεψης, το 59,8% από φίλους/γνωστούς, το 40,2% από τουριστικά πρακτορεία, το 37,5% από έντυπα μέσα (εφημερίδες, περιοδικά, κλπ.), το 28,6% από τηλεόραση/ραδιόφωνο, το 7,1% από ιστορικές γνώσεις/γνώσεις πολιτισμού και το 5,4% από προηγούμενη επίσκεψη.

Πόσες διανυκτερεύσεις κάνουν οι θρησκευτικοί τουρίστες;

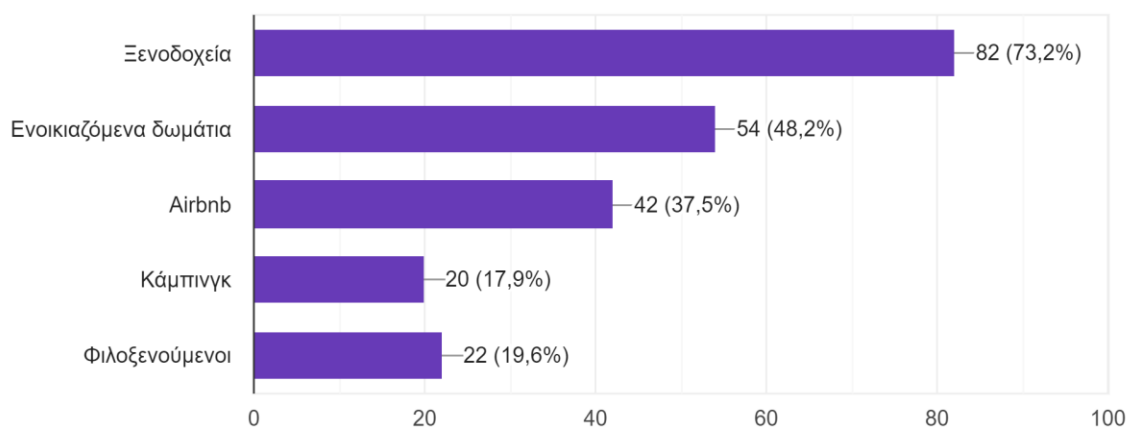
112 απαντήσεις



Το παραπάνω γράφημα έχει τις απαντήσεις στην ερώτηση «Πόσες διανυκτερεύσεις κάνουν οι θρησκευτικοί τουρίστες». Υπολογίστηκε ότι το 25,9% απάντησε ότι διαμένει πάνω από 3 ημέρες, το 24,1% 2 ημέρες, το 38,9% 3 ημέρες και το 11,6% 1 ημέρα.

Σε τι είδους κατάλυμα διαμένουν συνήθως οι θρησκευτικοί τουρίστες στην Πάτρα

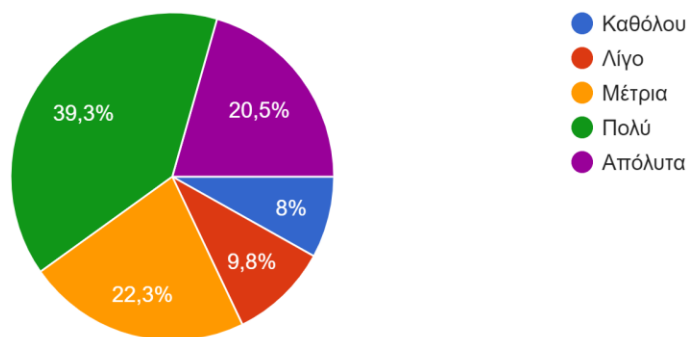
112 απαντήσεις



Το παραπάνω γράφημα δείχνει τη στατιστική ανάλυση στην ερώτηση «Σε τι είδους κατάλυμα διαμένουν συνήθως οι θρησκευτικοί τουρίστες στην Πάτρα.» Το 73,2% των ερωτηθέντων

απάντησαν σε ξενοδοχεία, το 48,2% σε ενοικιαζόμενα δωμάτια, το 37,5% σε Airbnb, το 19,6% ως φιλοξενούμενοι και το 17,9 % σε κάμπινγκ.

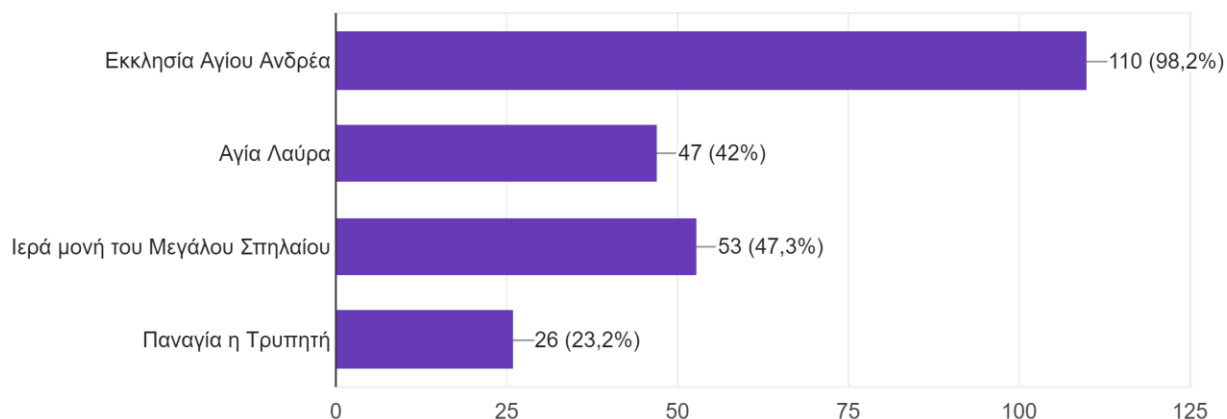
Θεωρείτε ότι ο θρησκευτικός πλούτος που διαθέτει η Πάτρα αποτελεί στοιχείο που την καθιστά περισσότερο ξεχωριστή και προτιμητέ...ία μόνο επιλογή, από ΚΑΘΟΛΟΥ μέχρι ΑΠΟΛΥΤΑ.
112 απαντήσεις



Στο παραπάνω γράφημα για την ερώτηση « Θεωρείτε ότι ο θρησκευτικός πλούτος που διαθέτει η Πάτρα αποτελεί στοιχείο που την καθιστά περισσότερο ξεχωριστή και προτιμητέα από άλλους τουριστικούς προορισμούς; Επιλέξτε μία μόνο επιλογή, από ΚΑΘΟΛΟΥ μέχρι ΑΠΟΛΥΤΑ.» παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό επέλεξε πολύ (39,3%), το 22,3% επέλεξε μέτρια, το 20,5% επέλεξε το απόλυτα, το 9,8% το λίγο και το 8% καθόλου.

Πιστεύετε ότι η Πάτρα αποτελεί έναν αξιόλογο θρησκευτικό προορισμό για τους ακόλουθους λόγους:

112 απαντήσεις

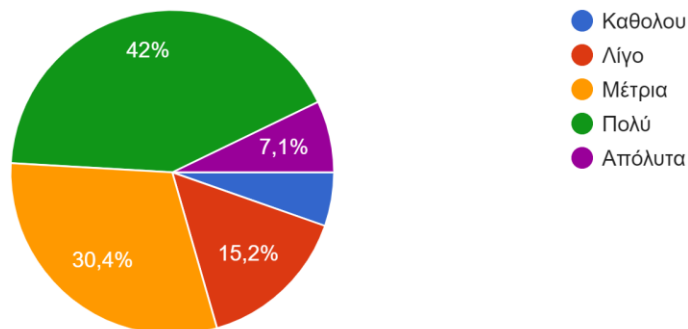


Ίσως η πιο σημαντική ερώτηση όσον αφορά τον τουρισμό στην πόλη της Πάτρας είναι η εξής: Πιστεύετε ότι η Πάτρα αποτελεί έναν αξιόλογο θρησκευτικό προορισμό για τους ακόλουθους λόγους. Οι απαντήσεις δόθηκαν αντιστοίχως με τα εξής ποσοστά: το 98,2% επέλεξε ως αξιόλογο θρησκευτικό προορισμό την εκκλησία του Αγ. Ανδρέα, το 47,3% την Ιερά μονή του Μεγάλου Σπηλαίου, το 42% την Αγία Λαύρα, και το 23,2% την Παναγία την Τρυπητή. Οι απαντήσεις στη συγκεκριμένη ερώτηση ήταν και συνδυαστικές.

Προφανώς γίνεται αντιληπτό ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών που επισκέπτονται ή έχουν σκοπό να επισκεφθούν την πόλη της Πάτρας για να κάνουν θρησκευτικό τουρισμό, θεωρούν ως σημαντικότερο αξιοθέατά/περιοχή επίσκεψης τον Ιερό ναό του Αγίου Ανδρέα, του πολιούχου της πόλης της Πάτρας. Μεγάλο ποσοστό στην πρόθεση επίσκεψης έχει και η Ιερά μονή του Μεγάλου Σπηλαίου, λόγω της μεγάλης ιστορικότητάς της, αλλά και της ιδιαίτερης τοποθεσίας της. Σημαντική θέση στις επιλογές κατέχει και η Αγία Λαύρα, σίγουρα για τους ίδιους λόγους με τη μονή του Μεγάλου Σπηλαίου. Τέλος, θεωρείται επίσης σημαντική και η Παναγία η Τρυπητή, ως επιλογή στους τουρίστες της περιοχής. Στην ερώτηση αυτή μπορούσαν να γίνουν πολλαπλές επιλογές ανάμεσα στις απαντήσεις.

Πόσο ικανοποιημένος είστε από το σύνολο των υπηρεσιών που παρέχονται στους θρησκευτικούς τουρίστες στην Πάτρα;

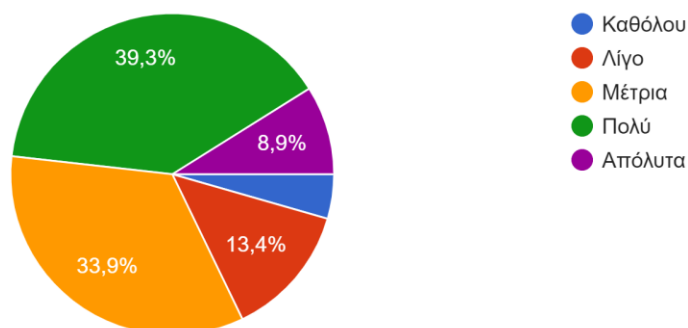
112 απαντήσεις



Το παραπάνω γράφημα το μεγαλύτερο ποσοστό 42% (n=47) των τουριστών του δείγματος είναι ικανοποιημένο από το σύνολο των υπηρεσιών που τους παρασχέθηκαν κατά την παραμονή τους στην Πάτρα, το 30,4% Μέτρια, το 15,2% λίγο, το 7,1% Απόλυτα και το 5,4% καθόλου.

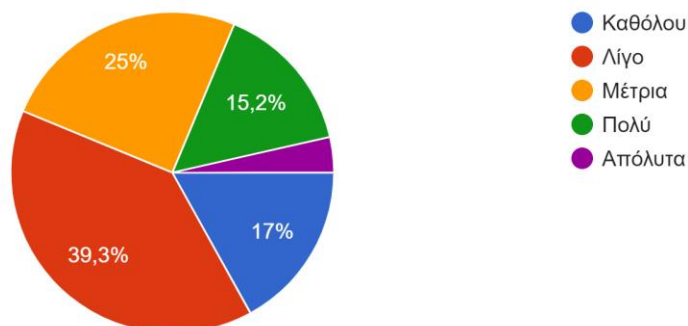
Θα συστήνατε την πόλη της Πάτρας για θρησκευτικό τουρισμό;

112 απαντήσεις



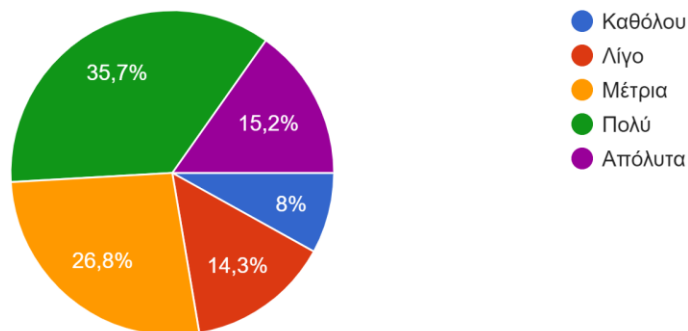
Για την ερώτηση «Θα συστήνατε την πόλη της Πάτρας για θρησκευτικό τουρισμό;» Το 39,3% επέλεξε την απάντηση πολύ, το 33,9% μέτρια, το 13,4% λίγο, το 8,9% απόλυτα και το 4,5% καθόλου.

Πιστεύετε ότι είναι επαρκής η διαφήμιση/προβολή των θρησκευτικών μνημείων της Πάτρας;
112 απαντήσεις



Επίσης, σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα το ποσοστό του 39,3% των τουριστών πιστεύουν ότι δεν είναι και τόσο επαρκής η διαφήμιση/προβολή των θρησκευτικών μνημείων της Πάτρας, το 25% μέτρια, το 17% καθόλου, το 15,2% πολύ και το 3,6% απόλυτα.

Νομίζετε ότι είναι ικανοποιητική η συντήρηση των θρησκευτικών μνημείων, ώστε να είναι προσβάσιμα από τους επισκέπτες;
112 απαντήσεις



Στο προηγούμενο γράφημα παρατηρούμε ότι το 35,7% των επισκεπτών θεωρεί ότι η συντήρηση των θρησκευτικών μνημείων είναι πολύ ικανοποιητική, το 26,8% τη θεωρεί μέτρια, το 15,2% την θεωρεί άριστη, το 14,3% τη θεωρεί ελάχιστη και το 8% ανύπαρκτη.

Τέλος, στην ανοιχτή ερώτηση κειμένου « Τι θα προτείνετε για να αυξηθεί η επισκεψιμότητα των μνημείων που αφορούν τον θρησκευτικό τουρισμό» οι τουρίστες του δείγματος θεωρούν ότι για να αυξηθεί η επισκεψιμότητα των θρησκευτικών μνημείων, θα πρέπει να γίνει μεγαλύτερη προβολή αυτών. Επίσης, το 17,3% θεωρεί ότι πρέπει να υπάρξουν δράσεις διαφήμισης, και να βελτιώσουν τις υποδομές των θρησκευτικών πόρων. Τέλος, θεωρούν ότι θα πρέπει να γίνει χαρτογράφηση των θρησκευτικών πόρων (0,5%) και να συνεργαστεί η εκκλησία με την τοπική αυτοδιοίκηση (2,5%).

Σχολιασμός της ανάλυσης

Μέσω της προσέγγισης του θεωρητικού υποβάθρου, επιχειρείται η ανάλυση της σημαντικότητας που έχει ο τουρισμός για την ανάπτυξη των οικονομικών. Αδιαμφισβήτητα, για την Ελλάδα η τουριστική ανάπτυξη είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο.

Από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση διαπιστώνεται ότι ο θρησκευτικός τουρισμός, ως μια ειδική μορφή τουρισμού, αποτελεί μια δυναμική μορφή τουρισμού και ταυτίζεται σε αρκετά σημεία με τον πολιτιστικό τουρισμό, καθότι ο θρησκευτικός τουρισμός αξιοποιεί το πολιτιστικό καταπίστευμα του παρελθόντος. Με το θρησκευτικό τουρισμό να γίνεται πιο ισχυρός, υπάρχουν βάσιμες προοπτικές να αποτελέσει στο μέλλον όχι μόνο μια από τις πλέον επιτυχημένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού αλλά και μοχλό οικονομικής ανάπτυξης.

Από την αποτύπωση των θρησκευτικών, ιστορικών και πολιτιστικών μνημείων που πραγματοποιήθηκε, παρατηρείται ότι η Πάτρα διαθέτει αρκετούς θρησκευτικούς πόρους σε σχέση με την έκτασή της, ενώ συγχρόνως διαπιστώθηκε ότι είναι πολλές οι εκκλησίες και τα μοναστήρια που παρουσιάζουν και αρχαιολογικό ενδιαφέρον. Ωστόσο, ο θρησκευτικός τουρισμός έχει αρκετά περιθώρια ανάπτυξης, καθότι έως και σήμερα, δεν έχει πραγματοποιηθεί κάποια αναπτυξιακή προσέγγιση αυτής της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού στην Πάτρα.

Προς την κατεύθυνση αυτή, απαιτούνται συντονισμένες ενέργειες και συνέργειες όλων των αρμοδίων φορέων, που θα έχουν ως πρωταρχικό σκοπό την αποτελεσματικότερη αξιοποίηση του διαθέσιμου θρησκευτικού πλούτου της περιοχής και αυτό μπορεί να επιτευχθεί μόνο με τον κατάλληλο προγραμματισμό και την ανάπτυξη ενός προσεγγίσιμου στρατηγικού σχεδίου. Με την επιτυχή ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού μπορούν να συμπαρασυρθούν θετικά, όχι μόνο η ψυχολογία της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας, αλλά επιπροσθέτως να υλοποιηθούν οι προσδοκίες των επιχειρήσεων για αύξηση των εσόδων τους καθώς και να προσελκυστούν νέοι επενδυτές στην Πάτρα.

Συμπεράσματα ερωτηματολογίου και στατιστικής επεξεργασίας:

Σύμφωνα με τα στοιχεία που συλλέχθηκαν, ο μέσος επισκέπτης στην πόλη της Πάτρας έχει τα κάτωθι χαρακτηριστικά:

Είναι άνδρας, ηλικίας 18-35 ετών, άγαμος και προέρχεται από το νομό Αττικής.

Είναι απόφοιτος λυκείου, εργάζεται ως ιδιωτικός υπάλληλος και το θρήσκευμά του είναι χριστιανός ορθόδοξος.

Επιλέγει τον προορισμό του σύμφωνα με τις τιμές, τον ήλιο/θάλασσα και τα αξιοθέατα και προτιμά των θαλάσσιο τουρισμό.

Πληροφορείται για τον τόπο επίσκεψής του από το διαδίκτυο και επιλέγει να διανυκτερεύσει για 3 ημέρες σε ξενοδοχειακή μονάδα.

Θεωρεί ότι ο θρησκευτικός πλούτος της Πάτρας είναι ο Ιερός Ναός του Αγ. Ανδρέα και ότι διαθέτει πλούτο για θρησκευτικό τουρισμό.

Είναι πολύ ικανοποιημένος με το σύνολο των υπηρεσιών που παρέχονται στους θρησκευτικούς τουρίστες.

Θα σύστηνε την Πάτρα ως προορισμό για θρησκευτικό τουρισμό, όμως θεωρεί ότι δεν είναι επαρκής η διαφήμιση/προβολή των θρησκευτικών της μνημείων.

Θεωρεί ικανοποιητική τη συντήρηση των θρησκευτικών μνημείων.

Τέλος, το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών θεωρεί ότι πρέπει να υπάρξουν δράσεις διαφήμισης για την περιοχή.

Σίγουρα το ποσοστό της ερώτησης της ηλικίας των τουριστών είναι κάτι που δεν αναμένεται, διότι οι περισσότεροι επισκέπτες θρησκευτικών μνημείων κατέχουν μια μεγαλύτερη ηλικία. Ωστόσο, στην παρούσα έρευνα ο διαμοιρασμός των ερωτηματολογίων έγινε διαδικτυακά όπου ο χειρισμός αυτών των μέσων είναι σε χαμηλότερη ηλικιακή κλίμακα. Με διαμοιρασμό δια ζώσης σίγουρα τα ηλικιακά αποτελέσματα θα ήταν διαφορετικά.

Προτάσεις

Ο ρόλος των νέων τεχνολογιών και των κοινωνικών δικτύων μπορεί να αποδειχτεί ιδιαίτερα σημαντικός στην περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού. Ο σωστός σχεδιασμός της προβολής των θρησκευτικών πόρων της Λευκάδας αποδεικνύεται παράγοντας-κλειδί. Ένα αποτελεσματικό μάρκετινγκ με ορθή και επαρκή χρήση του διαδικτύου και την αποφυγή δημιουργίας αρνητικών εικόνων για το νησί, πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα σε όλα τα στάδια σχεδιασμού.

Η αναμφισβήτητη εισαγωγή της ψηφιακής τεχνολογίας στην καθημερινότητα μας, έχει ως αποτέλεσμα την εξοικείωση του μέσου πολίτη με τη χρήση της. Η προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού δύναται να επιτευχθεί επίσης και με το σχεδιασμό ψηφιακού αποτυπώματος των θρησκευτικών πόρων της Πάτρας. Κάποια μέτρα πολιτικής που θα μπορούσαν να ληφθούν για την περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού είναι :

1. Ανάπτυξη δικτύου δωρεάν Wi-Fi, με προτεραιότητα τα σημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος.
2. Σύστημα πληροφόρησης διάδοσης και διαφήμισης των θρησκευτικών πόρων.
3. Συνεργασία με «Start-up» projects για αξιοποίηση καινοτόμων εφαρμογών που θα σχετίζονται με την ανάδειξη των θρησκευτικών πόρων και στη συνέχεια η χρήση τους να μπορεί να επεκταθεί στο σύνολο των πολιτιστικών και αρχαιολογικών μνημείων. Για παράδειγμα η δημιουργία εφαρμογής «Smart Street», όπου οι χρήστες θα μπορούν να καθοδηγούνται, μέσω της πλοήγησης, στα θρησκευτικά μνημεία.
4. Η δημιουργία στοχευμένης ιστοσελίδας και διαφήμισης αυτής, που θα προβάλλει τους θρησκευτικούς πόρους, με ταυτόχρονη δυνατότητα προβολής προϊόντων θρησκευτικής αξίας, ώστε να μπορούν οι Tour Operators και οι εν δυνάμει επισκέπτες να έχουν την απαραίτητη ενημέρωση.
5. Η προώθηση όλων των μέσων ενημέρωσης που αφορούν τους θρησκευτικούς πόρους μέσω χρήσης Social Media

Ένα από τα πιο σημαντικά, κατά τον ίδιο, θα ήταν «να υπάρξει ένας καλύτερος συντονισμός μεταξύ της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας, του Δήμου της Πάτρας και της Ιεράς Μητρόπολης Πατρών ώστε να παραχθεί ένα ολοκληρωμένο και κοινό πρόγραμμα προώθησης» των θρησκευτικών μνημείων της περιοχής. Ένα τέτοιο πρόγραμμα όμως φαίνεται πως αποτελεί ακόμη ζητούμενο αφού, σύμφωνα με τον κ. Καρπέτα, οι προαναφερθέντες φορείς «δεν έχουν κάτσει στο ίδιο τραπέζι ώστε να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν ένα πρόγραμμα ανάδειξης της Πάτρας ως θρησκευτικού προορισμού».

Μελλοντική έρευνα

Εν κατακλείδι, η ενδυνάμωση του θρησκευτικού τουρισμού στην Πάτρα θα πρέπει να αποτελεί βασικό στόχο των μελλοντικών ερευνητών, προκειμένου να καταλάβει τη θέση που του αρμόζει στον τουριστικό χάρτη. Η ανάδειξη της Πάτρας ως έναν ελκυστικό προορισμό θρησκευτικού τουρισμού θα πρέπει να αντιμετωπιστεί ως ένα τουριστικό προϊόν που θα είναι φιλικό στους κατοίκους, στους επισκέπτες αλλά και στις επιχειρήσεις. Γι' αυτό δεν πρέπει να αντιμετωπιστεί φοβικά και να το δουν οι μελλοντικοί ερευνητές ως μια μεγάλη πρόκληση και μια πραγματική ευκαιρία εξωστρέφειας, ενισχύοντας τις παραμέτρους που ευνοούν την αιεφόρο ανάπτυξη του. Και αυτό μπορεί να επιτευχθεί στρέφοντας την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού προς τη βελτίωση του συνολικού τουριστικού προϊόντος, με την προϋπόθεση να διατηρηθεί η αυθεντική ταυτότητα της περιοχής και φυσικά να μη χαθεί ο θρησκευτικός ρόλος.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

Βασιλοπούλου Ειρήνη (2016), *City Branding: Η ανάδειξη της πόλης των Πατρών ως προορισμός θρησκευτικού τουρισμού, διπλωματική μεταπτυχιακή εργασία*, Κόρινθος.

Θεοδωρίδης Προκόπιος 2015, *Στρατηγικό Μάρκετινγκ. Πρόγραμμα Μάρκετινγκ Έκδοση 1.0*, Πάτρα

Κοκκώσης Χ.- Τσάρτας Π., *ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ*, 2001, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ

Κοκκώσης Χ. – Γκρίμπα Ε., *ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΝΕΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 2014*, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ

Lickorish Leonard J., Jenkins Carson L., *Μια εισαγωγή στον τουρισμό*, 2004, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ

Β.Φίλιας επ., *Εισαγωγή στη Μεθοδολογία και τις Τεχνικές των Κοινωνικών Ερευνών*, 1996, β' έκδοση, εκδόσεις «Gutenberg»

Θ.Ιωσηφίδης, *Ποιοτικές Μέθοδοι Έρευνας στις Κοινωνικές Επιστήμες*, 2008, εκδόσεις «Κριτική»

C.Robson, *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου*, 2010, β' εκδ. «Gutenberg»

Ξενόγλωσση

Andriotis, K. (2016) 'From Nudism and Naturism Tourism to "Natourism": Defining Natourism and Exploring Natourists? Motivations', *Tourism Analysis*, 21(2), pp. 237–249. doi: 10.3727/108354216X14559233984854.

Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1-15.

Babaita, C., Pirtea, M. and Ispas, A. (2010) 'Professional tourism – before and after economic crisis in the hotel industry from Timisoara, Romania', 7(4), p. 10.

Cornelia Elena Tureac, Anca Turtureanu (2008). Types and Forms of Tourism, *Acta Universitatis Danubius. (Economica)*, Vol 4, No 1

Dernoi, L. A. (1988). Alternative or community-based tourism. In L. D'Amore, J. Jafari, & (Eds), *Tourism-A vital Force for Peace* (pp. 89-94). Vancouver, Canada: D'Amore and Associates

Doxey G., "A causation theory of visitor-residents irritants: Methodology and research inferences" στο *Impact of Tourism*, Proceedings of the 6th Annual Conference of the Travel Research Association, 1976, San Diego California, 195-198.

Hermes, F. (2006). Alternative forms on Gran Canaria

Holden, A. (1984). *Alternative Tourism: Report on the Workshop on Alternative Tourism with Focus in Asia*. Bangkok: ECTW

Holloway, C. Robinson, 1995, *Marketing for tourism*, Harlow: Longman, ISBN: 0582277485, 9780582277489

Honey, Martha (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* (Second ed.). Washington, DC: Island Press. ISBN 978-1-59726-125-8.

Iliev, D. (2020) 'The evolution of religious tourism: Concept, segmentation and development of new identities', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, pp. 131–140. doi: 10.1016/j.jhtm.2020.07.012.

Inskip E., *Tourism Planning, an integrated and sustainable development approach*, 1991, New York, van Nostrand Reinhold.

Kavallinis I., A. Pizam, "The environmental impacts of tourism – whose responsibility is it anyway? The case study of Mykonos", *Journal of Travel Research*, 1994, 33,3, 26-32

Lu, Z. (2016) 'Incentive tourism', in Jafari, J. and Xiao, H. (eds) *Encyclopedia of Tourism*. Cham: Springer International Publishing, pp. 466–467. doi: 10.1007/978-3-319-01384-8_107.

Macleod, D. V. L (1998) *Alternative tourists: A comparative analysis of meaning and impact*. In W. Theobald (Ed.), *Global Tourism: The Next Decade*. Oxford: Butterworth-Heinemann

Pearce Ph., *The Social Psychology of Tourist Behaviour*, 1982, Oxford, Pergamon Press

PRIDE, W. M., & FERRELL, O. C. (2004). *Pride-Ferrell foundations of marketing*. Boston, Houghton Mifflin.

Ramos, V. and Untong, A. (2016) ‘Spa tourism’, in Jafari, J. and Xiao, H. (eds) Encyclopedia of Tourism. Cham: Springer International Publishing, pp. 886–888. doi: 10.1007/978-3-319-01384-8_185.

Triarchi, E. and Karamanis, K. (2017) ‘Alternative Tourism Development: A Theoretical Background’, World Journal of Business and Management, 3(1), p. 35. doi: 10.5296/wjbm.v3i1.11198.

UNEP, & UNWTO. (2005). Making Tourism More Sustainable-A guide for policy makers.

Πηγές

<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82_%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82

<http://www.opengov.gr/tourism/?p=1436>

<https://sete.gr/>

[https://www.unwto.org/mountain-tourism#:~:text=Mountain%20Tourism%20is%20a%20type,and%20fauna\)%20and%20local%20community.](https://www.unwto.org/mountain-tourism#:~:text=Mountain%20Tourism%20is%20a%20type,and%20fauna)%20and%20local%20community.)

https://en.wikipedia.org/wiki/Meetings,_incentives,_conferencing,_exhibitions

<https://tourismnotes.com/adventure-tourism/>

<https://www.unwto.org/rural-tourism>

<https://www.unwto.org/tourism-and-culture>

<https://www.unwto.org/sport-tourism>

https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/maritime-coastal_el

https://en.wikipedia.org/wiki/Medical_tourism#cite_note-1

https://en.wikipedia.org/wiki/Wellness_tourism

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

φυλο *

- Άνδρας
 - Γυναίκα
-

Ηλικία *

- 18-24
- 25-35
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65-74
- Άνω των 75

Οικογενειακή κατάσταση *

- Άγαμος / η
 - Έγγαμος / η
 - Διαζευγμένος / η
-

Καταγωγή *

- Αθήνα
- Θεσσαλονίκη
- Πάτρα
- Άλλο: _____ 

Μορφωτικό επίπεδο *

- Απόφοιτος δημοτικού
- Απόφοιτος Γυμνασίου
- Απόφοιτος Λυκείου
- ΑΕΙ - ΤΕΙ
- Μεταπτυχιακό
- Διδακτορικό

Επάγγελμα *

- Ιδιωτικός υπάλληλος
- Δημόσιος υπάλληλος
- Ελεύθερος επαγγελματίας
- Άνεργος
- Φοιτητής
- Επιχειρηματίας
- Στέλεχος επιχείρησης
- Εκπαιδευτικός
- Συνταξιούχος

Ποιο είναι το θρήσκευμά σας; *

- Άθεος
- Χριστιανός ορθόδοξος
- Χριστιανός καθολικός
- Χριστιανός διαμαρτυρόμενος
- Μουσουλμάνος
- Άλλο: _____

Με ποιο/α κριτήρια επιλέγετε τον προορισμό των διακοπών σας; (Παρακαλώ * επιλέξτε όλα όσα σας ενδιαφέρουν)*

- Αξιοθέατα
- Πολιτισμός/Ιστορία
- Ήλιος /Θάλασσα
- Τιμές
- Φήμη προορισμού
- Ξενοδοχεία/Καταλύματα
- Ασφαλής προορισμός
- Άλλο: _____

Ποιοι τύποι εναλλακτικού τουρισμού σας ενδιαφέρουν; (Παρακαλώ επιλέξτε * όλους όσους σας ενδιαφέρουν)*

- θρησκευτικός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Αγροτουρισμός
- Οικολογικός τουρισμός
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Δεν με ενδιαφέρει ο εναλλακτικός τουρισμός
- Άλλο: _____

Από πού παίρνετε πληροφόρηση για την επιλογή τόπου επίσκεψης; *

- Από τουριστικά πρακτορεία
- Από έντυπα μέσα (εφημερίδες, περιοδικά, κλπ.)
- Από τηλεόραση/ ραδιόφωνο
- Από φίλους/γνωστούς
- Από το Internet
- Από προηγούμενη επίσκεψή μου σε αυτό
- Από ιστορικές γνώσεις/γνώσεις πολιτισμού
- Άλλο: _____

Πόσες διανυκτερεύσεις κάνουν οι θρησκευτικοί τουρίστες; *

- 1
- 2
- 3
- Πάνω από 3

Σε τι είδους κατάλυμα διαμένουν συνήθως οι θρησκευτικοί τουρίστες στην Πάτρα *

- Ξενοδοχεία
- Ενοικιαζόμενα δωμάτια
- Airbnb
- Κάμπινγκ
- Φιλοξενούμενοι

Θεωρείτε ότι ο θρησκευτικός πλούτος που διαθέτει η Πάτρα αποτελεί στοιχείο που την καθιστά περισσότερο ξεχωριστή και προτιμητέα από άλλους τουριστικούς προορισμούς; Επιλέξτε μία μόνο επιλογή, από ΚΑΘΟΛΟΥ μέχρι ΑΠΟΛΥΤΑ.

*

- Καθόλου
 - Λίγο
 - Μέτρια
 - Πολύ
 - Απόλυτα
-

Πιστεύετε ότι η Πάτρα αποτελεί έναν αξιόλογο θρησκευτικό προορισμό για τους ακόλουθους λόγους:

*

- Εκκλησία Αγίου Ανδρέα
- Αγία Λαύρα
- Ιερά μονή του Μεγάλου Σπηλαίου
- Παναγία η Τρυπητή
- Άλλο: _____

Πόσο ικανοποιημένος είστε από το σύνολο των υπηρεσιών που παρέχονται στους θρησκευτικούς τουρίστες στην Πάτρα; *

- Καθολου
- Λίγο
- Μέτρια
- Πολύ
- Απόλυτα

Θα συστήνατε την πόλη της Πάτρας για θρησκευτικό τουρισμό; *

- Καθόλου
- Λίγο
- Μέτρια
- Πολύ
- Απόλυτα

Πιστεύετε ότι είναι επαρκής η διαφήμιση/προβολή των θρησκευτικών μνημείων της Πάτρας;

*

- Καθόλου
- Λίγο
- Μέτρια
- Πολύ
- Απόλυτα

Νομίζετε ότι είναι ικανοποιητική η συντήρηση των θρησκευτικών μνημείων, *
ώστε να είναι προσβάσιμα από τους επισκέπτες;

- Καθόλου
- Λίγο
- Μέτρια
- Πολύ
- Απόλυτα

Τι θα προτείνατε για να αυξηθεί η επισκεψιμότητα των μνημείων που *
αφορούν τον θρησκευτικό τουρισμό (Ελεύθερο κείμενο).

Η απάντησή σας
