

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΠΑΤΡΑ)

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ - ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΗΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ : ΜΠΕΡΕΡΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
ΑΥΓΕΡΙΝΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : ΒΑΣΣΙΟΣ ΗΛΙΑΣ

ΠΑΤΡΑ 2016

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία υποβάλλεται για το τμήμα της Διοίκησης Επιχειρήσεων του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Πατρών (ΤΕΙ Πάτρας). Κύριος σκοπός της είναι να μελετηθεί ο θρησκευτικός τουρισμός. Αρχικά, έγινε προσπάθεια ανάλυσης του τουριστικού φαινομένου σε όλα τα επίπεδα του. Στην συνέχεια, έγινε προσπάθεια ανάλυσης και κατανόησης του εναλλακτικού τουρισμού και των μορφών που μπορούν να αναπτυχθούν στην Ελλάδα. Ενώ έγινε και εκτενής ανάλυση στο είδος του θρησκευτικού τουρισμού, ένα είδος που βρίσκεται ακόμα σε αρχικά στάδια ανάπτυξης. Επιγραμματικά, τελειώνοντας κάποιος με την ανάγνωση της παρούσας εργασίας, θα είναι σε θέση να αντιληφθεί τις έννοιες που αφορούν τον τουρισμό, τον εναλλακτικό τουρισμό και θα έχει κατανοήσει τα στοιχεία που συνθέτουν το θρησκευτικό τουρισμό. Τέλος, παρουσιάζονται οι επιπτώσεις που έχει στην κοινωνία, το περιβάλλον και την οικονομία η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και οι προοπτικές εξέλιξής τους. Συνοψίζοντας, όταν ολοκληρωθεί η ανάγνωση της εργασίας, ο αναγνώστης θα πρέπει να είναι σε θέση να αντιληφθεί τις έννοιες που αναλύθηκαν.

Λέξεις Κλειδιά: τουρισμός, εναλλακτικός τουρισμός, μορφές εναλλακτικού τουρισμού, συνέπειες εναλλακτικού τουρισμού, θρησκευτικός τουρισμός, προοπτικ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη	2
Εισαγωγή	6
Κεφάλαιο 1: Γενική εικόνα του τουρισμού	8
1.1. Έννοιες και ορισμοί	8
1.2. Ιστορική αναφορά στον τουρισμό	10
1.3. Ο τουρισμός στην Ελλάδα	11
1.4. Τουριστικά είδη στην Ελλάδα	11
1.4.1. Ο εξωτερικός τουρισμός	12
1.4.2. Ο εσωτερικός τουρισμός	12
1.4.3. Ο μαζικός τουρισμός	13
1.4.4. Ο ατομικός τουρισμός	13
1.4.5. Ο συνεχής τουρισμός	13
1.4.6. Ο εποχιακός τουρισμός	13
1.5. Οι συντελεστές ανάπτυξης του τουρισμού	14
Κεφάλαιο 2: Στοιχεία για τον εναλλακτικό τουρισμό	16
2.1. Γενικά για τον εναλλακτικό τουρισμό	16
2.2. Τα χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού	18
2.2.1. Τα κίνητρα των τουριστών	18
2.2.2. Ο τουριστικός προορισμός	19
2.2.3. Οι τουριστικές επιχειρήσεις	19
2.3. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού	20
2.3.1. Αστικός τουρισμός – τουρισμός πόλεων	20
2.3.2. Πολιτιστικός τουρισμός	21
2.3.3. Επαγγελματικός τουρισμός	21
2.3.4. Οικοτουρισμός	22
2.3.5. Αγροτουρισμός	22

2.3.6. Θεραπευτικός – ιαματικός τουρισμός.....	22
2.3.7. Αθλητικός τουρισμός.....	22
2.3.8. Θαλάσσιος τουρισμός.....	23
2.3.9. Χειμερινός τουρισμός.....	23

Κεφάλαιο 3: Ο Θρησκευτικός τουρισμός 25

3.1. Οι κατηγορίες του θρησκευτικού τουρισμού.....	26
3.2. Οι παράγοντες του θρησκευτικού τουρισμού.....	27
3.3. Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα.....	27
3.4. Τόποι προσέλκυσης τουριστών στην Ελλάδα.....	30
3.4.1. Θρησκευτικά μνημεία.....	30
3.5. Προοπτικές ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.....	44

Κεφάλαιο 4: Οι συνέπειες και οι προοπτικές ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα..... 46

4.1. Οι συνέπειες από την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού.....	46
4.1.1. Οικονομικός τομέας.....	46
4.1.2. Κοινωνικός τομέας.....	47
4.1.3. Περιβαλλοντικός τομέας.....	47
4.2. Οι προοπτικές ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού.....	48
4.2.1. Διαφήμιση.....	49
4.2.1.1. Τρόποι προσέλκυσης τουριστών.....	49
4.2.1.2. Τρόποι προβολής του τουρισμού.....	49
4.3. Οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού.....	50

Κεφάλαιο 5: Μεθοδολογία και αποτελέσματα της έρευνας.... 54

5.1. Μεθοδολογία.....	54
5.2. Αποτελέσματα της έρευνας.....	55

Κεφάλαιο 5: Συμπεράσματα και προτάσεις..... 65

Βιβλιογραφία	69
---------------------------	-----------

Παράρτημα	73
------------------------	-----------

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Πίνακας 2.1: Λόγοι ταξιδιού και εναλλακτικά είδη τουρισμού	17
Πίνακας 3.1: Σύνολο θρησκευτικών μνημείων στην Ελλάδα / Νομό	29
Πίνακας 5.1.: Θρησκευτικά Μνημεία	55
Διάγραμμα 5.2.1.: Σημειώστε το είδος του Θρησκευτικού Μνημείου	56
Διάγραμμα 5.2.2.: Κατά τη διάρκεια του έτους πόσους επισκέπτες προσελκύει το μνημείο;	57
Διάγραμμα 5.2.3.: Πόσοι από αυτούς διανυκτέρευσαν στην περιοχή ή στις κλίνες του μοναστηριού;	57
Διάγραμμα 5.3.4.: Πόσες φορές μέσα στο έτος η επίσκεψη στο μνημείο συνδυάστηκε με διανυκτέρευση των επισκεπτών;	58
Διάγραμμα 5.2.5.: Ποια εποχή σημειώνεται η μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών στο Μνημείο;	59
Διάγραμμα 5.2.6.: Ποιες ημέρες σημειώνεται η μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών στο Μνημείο;	59
Διάγραμμα 5.2.7.: Σε ποια κατηγορία τουριστών ανήκουν οι επισκέπτες του Θρησκευτικού Μνημείου;	61
Διάγραμμα 5.2.8.: Πιστεύετε ότι ο πολιτισμός και η παράδοση αξιοποιούνται ικανοποιητικά για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα;	62
Διάγραμμα 5.2.9.: Ποια πιστεύετε ότι είναι η γενική κατάσταση του τουρισμού σήμερα στην περιοχή σας;	63

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην Ελλάδα, ο τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους τομείς που την χαρακτηρίζουν. Παρόλο που έχει γίνει γνωστή για τον μαζικό, τον οργανωμένο και παραθεριστικό τουρισμό, έχει τη δυνατότητα να αναπτύξει όλα τα είδη εναλλακτικού τουρισμού. Ένα από αυτά είναι και ο θρησκευτικός τουρισμός, ο οποίος «εκμεταλλεύεται» τα θρησκευτικά στοιχεία κάθε περιοχής, με σκοπό να δημιουργήσει τουριστική ανάπτυξη (Πολυξένη,2008). Είναι φυσικό λοιπόν, η επίσκεψη των ανθρώπων σε αυτές τις περιοχές να επιφέρει σημαντικά πολιτιστικά, κοινωνικά και οικονομικά οφέλη.

Άλλωστε, από την αρχαιότητα, οι ιεροί τόποι (μνημεία, εκκλησίες, μοναστήρια) συγκροτούν σημείο συνάντησης, προκειμένου οι πιστοί να επικοινωνήσουν με τον Θεό. Για τον λόγο αυτό, ο θρησκευτικός τουρισμός συνδέεται άμεσα και με γιορτές και εκδηλώσεις αφιερωμένες στον Θεό. Για να γίνει σαφέστερο, οι δημοφιλέστερες γιορτές, και αντίστοιχα οι κύριοι λόγοι επίσκεψης με σκοπό τον θρησκευτικό τουρισμό, στην Ελλάδα, είναι το Πάσχα, ο Δεκαπενταύγουστος, οι εορτές των Αγίων, ακόμα και η εκπλήρωση κάποιου τάματος (Rinschede, 1992).

Μάλιστα, σύμφωνα με το American Heritage Dictionary το προσκύνημα ορίζεται ως ένα ταξίδι σε κάποιο ιερό τόπο, ένα μακρύ ταξίδι με ηθική σημασία και ως ένα ταξίδι που γίνεται για λόγους θρησκευτικούς (Τζιωρτζιή, 2014).

Αναλυτικότερα, στην παρούσα εργασία, θα γίνει μια προσπάθεια να αναλυθεί ο θρησκευτικός τουρισμός. Σαφέστερα, στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται εκτενής ανάλυση του τουρισμού ώστε να κατανοήσουμε την έννοιά του. Επίσης, γίνεται αναφορά στην ιστορία του και στα είδη του. Στο δεύτερο κεφάλαιο, ορίζεται ο εναλλακτικός τουρισμός και περιγράφονται κάποια είδη του που μπορούν να αναπτυχθούν στην Ελλάδα.

Το τρίτο κεφάλαιο, αφορά μια εκτενή παρουσίαση του θρησκευτικού τουρισμού, τα χαρακτηριστικά του, τις κατηγορίες του και την ανάπτυξή του στην Ελλάδα. Επιπλέον, γίνεται αναφορά στα θρησκευτικά μνημεία της χώρα μας. Ακόμη, στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται μια προσπάθεια ανάλυσης των συνεπειών που έχει στη χώρα μας ο εναλλακτικός τουρισμός. Επίσης, περιγράφονται οι προοπτικές ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα και γίνεται μια σύντομη αναφορά στις προϋποθέσεις που απαιτούν για να αναπτυχθούν αυτά τα είδη τουρισμού.

Στο πέμπτο κεφάλαιο, γίνεται μια προσπάθεια να ερευνηθούν σημαντικά θέματα σχετικά με τον θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα. Πιο αναλυτικά, μέσω ερωτηματολογίου, το οποίο στάλθηκε ηλεκτρονικά στις ιστοσελίδες των θρησκευτικών μνημείων, εξάγονται συμπεράσματα για τον θρησκευτικό τουρισμό στην χώρα μας, όπως για παράδειγμα εάν και κατά πόσο έχει αξιοποιηθεί, στοιχεία σχετικά με την επισκεψιμότητα, κλπ. Τέλος, το τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας αφορά τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση του εναλλακτικού τουρισμού και του θρησκευτικού τουρισμού. Ακόμη, δίνονται κάποιες προτάσεις που θα μπορούσαν να αποτελέσουν «τροφή» για νέες μελέτες και έρευνες πάνω στο θέμα του τουρισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: «ΓΕΝΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

1.1: «ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΙ»

Ο τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί ως μια ανθρώπινη δραστηριότητα, η οποία περιλαμβάνει την χρήση πόρων, επαφές με άλλους ανθρώπους, την κίνηση τουριστών προς περιοχές διαφορετικές από εκείνες στις οποίες συνήθως κατοικούν, κλπ. Αυτό όμως που κρίνεται απαραίτητο για την διενέργεια αυτής της δραστηριότητας είναι η συμβολή οικονομικών, κοινωνικών, πολιτισμικών και περιβαλλοντικών στοιχείων.

Κατά καιρούς η έννοια του τουρισμού έχει ειπωθεί με ποικίλους ορισμούς τόσο στην ελληνική όσο και την διεθνή βιβλιογραφία. Η πλειοψηφία των ορισμών αυτών έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό την περιγραφή του τουρισμού ως μια δραστηριότητα που συνδέεται άμεσα με την τάση του ανθρώπου να επικοινωνεί, να ψυχαγωγείται και να δημιουργεί νέες εμπειρίες μέσα από κάποιον ταξιδιωτικό προορισμό. Μερικοί από τους ορισμούς αυτούς αναφέρονται παρακάτω.

Ένας από αυτούς διατυπώθηκε το 1942 από τους Hunziker & Krapf και αναφέρει ότι «ο τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και από την παραμονή σε ένα μέρος ατόμων που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι, εφ' όσον αυτοί δεν πάρουν άδεια παραμονής εκεί και δεν λαμβάνουν μέρος σε καμία εργασία – εκδήλωση στην περιοχή».

Στη συνέχεια, σύμφωνα με τους Mathieson & Wall το 1982 ο τουρισμός χαρακτηρίζεται ως «η προσωρινή μετακίνηση, σε τόπους εκτός της μόνιμης διαμονής και εργασίας, τις δραστηριότητες που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια αυτής της παραμονής και τις παρεχόμενες διευκολύνσεις για την κάλυψη των τουριστικών αναγκών».

Ακόμη, σύμφωνα με την Ένωση Τουρισμού της Βρετανίας «ο τουρισμός είναι η προσωρινή, μικρής διάρκειας μετακίνηση των ανθρώπων, για διάστημα όχι μεγαλύτερο από ένα συνεχόμενο έτος, σε προορισμούς εκτός του συνήθη τύπου διαμονής ή εργασίας τους, καθώς και οι δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της παραμονής τους, στους προορισμούς αυτούς».

Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τη Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού, στο Διεθνές Τουριστικό Λεξικό αναγράφεται ότι «ο τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές».

Τέλος, σύμφωνα με το Διεθνές Συνέδριο Στατιστικής για τα Ταξίδια και τον Τουρισμό (Καναδάς, 1991), «ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που σχετίζονται με τον ελεύθερο χρόνο, το επάγγελμα, κ.α., των ανθρώπων που ταξιδεύουν και παραμένουν σε περιοχές εκτός του σύνηθες περιβάλλοντος όπου ζουν, για όχι περισσότερο από ένα συνεχόμενο έτος».

Στους ορισμούς που αναφέρθηκαν, όπως και στους υπόλοιπους που περιγράφουν το τουριστικό φαινόμενο εμπεριέχονται τα παρακάτω στοιχεία ή παράγοντες προσδιορισμού:

- Οι άνθρωποι που κάνουν τουρισμό ονομάζονται - τουρίστες
- Η μετακίνησή τους - τουριστικό ταξίδι
- Η διαμονή και διατροφή τους - τουριστικό κατάλυμα
- Ο χρόνος εκδήλωσης της τουριστικής τους δραστηριότητας - εποχή διακοπών
- Ο τουριστικός προορισμός τους
- Ο λόγος για τον οποίο κάνουν τουρισμό - ο σκοπός του τουριστικού ταξιδιού
- Η δαπάνη της τουριστικής τους δραστηριότητας - τουριστική δαπάνη

Οι παραπάνω ορισμοί περιγράφουν όλα τα είδη τουρισμού, όπως τον εσωτερικό, τον διεθνή, συμπεριλαμβανομένων και των ημερήσιων επισκέψεων, αλλά και των επισκέψεων παραμονής για έναν ή και περισσότερους λόγους όπως διακοπές, αναψυχή, ελεύθερος χρόνος, επαγγελματικοί λόγοι, κλπ.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (World Tourism Organization), σε γενικές γραμμές «ο τουρισμός είναι ένας συνδυασμός δραστηριοτήτων, υπηρεσιών και βιομηχανιών, όπως μεταφορικών μέσων, χώροι διαμονής, χώροι ψυχαγωγίας, χώροι αθλητισμού, εστιατόρια, εμπορικά μαγαζιά και πληθώρα άλλων δραστηριοτήτων, που προσφέρουν μια ταξιδιωτική εμπειρία, συμβάλλοντας παράλληλα στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού, στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, στην αύξηση των επενδύσεων και στη μεγέθυνση της οικονομίας».

Για να γίνει σαφέστερο, θεωρείτε απαραίτητο να αναφερθούν μερικά γνωρίσματα που αφορούν την τουριστική δράση. Σύμφωνα με τους Καραγγιάνη – Έξαρχο (2006), αρχικά ο τουρισμός αποτελεί προϊόν της μετακίνησης των ανθρώπων σε προορισμούς διαφορετικούς από τον κύριο τόπο διαμονής τους και διαρκεί τουλάχιστον μία ημέρα.

Επιπλέον, η μετακίνηση αυτή επιδιώκει την ευχαρίστηση και την επιθυμία των ανθρώπων που μετακινούνται για τουριστικούς σκοπούς. Οι σκοποί αυτοί διαφέρουν σημαντικά από εκείνους που θέτουν στο σύνηθες περιβάλλον τους. Για παράδειγμα, οι τουριστικοί προορισμοί δεν εξυπηρετούν στόχους που έχουν άμεση σχέση με το επαγγελματικό περιβάλλον των ανθρώπων.

Εν συνεχεία, τα ταξίδια για τουριστικούς λόγους είναι παροδικά. Ο τουρισμός προϋποθέτει την επιστροφή των ανθρώπων στο μόνιμο τόπο διαμονή τους, σε μικρό χρονικό διάστημα (μέχρι ένα έτος). Τέλος, ο τουρισμός, ανεξάρτητα από το είδος του, περικλείει δύο βασικούς παράγοντες στην έννοιά του. Ο πρώτος αφορά το ταξίδι στον οποιοδήποτε προορισμό και ο δεύτερος τη παραμονή και τη διατροφή σε αυτόν.

1.2.: «ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ»

Η λέξη τουρισμός, προέρχεται από το αγγλικό *tour* και εμφανίζεται για πρώτη φορά κατά τον 19^ο αιώνα. Η πράξη που σχετίζεται με αυτή την έννοια, όμως, προέρχεται από την αρχαιότητα και συσχετιζόταν με τις δραστηριότητες που μπορούσαν να ασχοληθούν οι άνθρωποι στον ελεύθερο χρόνο τους. Οι διάφορες μορφές τουρισμού, η ανάπτυξη των οποίων επιδιώκεται σήμερα μέσα στα πλαίσια των εναλλακτικών λύσεων, συνέθεταν πρακτικές των αρχαίων κοινωνιών.

Ο Ηρόδοτος (480 – 421 π.Χ.), στις μετακινήσεις του ενδιαφερόταν ιδιαίτερα για τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των τόπων που επισκεπτόταν, όπως για παράδειγμα τις τέχνες, τη θρησκεία και τα έθιμα. Έτσι, χαρακτηρίζεται από τους πρώτους «τουρίστες». Επίσης, ο Πausανίας δημιούργησε έναν από τους πρώτους τουριστικούς οδηγούς περιγράφοντας την Ελλάδα στον έργο του «Ελλάδος Περιήγησις».

Ακόμη, άλλη μια μορφή τουρισμού θεωρούνταν και οι Ολυμπιακοί Αγώνες, οι οποίοι συνδύαζαν τη μετακίνηση με τον αθλητισμό. Επιπλέον, οι μετακινούμενοι ανακάλυπταν τις τοπικές παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα. Πέρα, όμως, από τον αθλητικό τουρισμό στην αρχαιότητα, υπήρχαν και άλλες μορφές, όπως οι θρησκευτικές γιορτές και ο θεραπευτικός τουρισμός.

Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, κυριαρχούσαν δύο μορφές τουρισμού, αρχικά ο πανεπιστημιακός τουρισμός, ο οποίος φαίνεται να είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος γύρω από τα πανεπιστημιακά κέντρα της Ευρώπης (Παρίσι, Οξφόρδη, κλπ.). Και στη συνέχεια, ο τουρισμός των μεγάλων θρησκευτικών γεγονότων και εορτών.

Σημαντικό σημείο στην εξέλιξη του τουρισμού αποτέλεσε η εφεύρεση της

ατμομηχανής το 1822, που έκανε πιο συχνές τις μετακινήσεις μέσω τρένου, τα ατμόπλοια και τα υπερωκεάνια. Η ουσιαστική όμως, ανάπτυξη του τουρισμού πραγματοποιήθηκε μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, κυρίως λόγω της αύξησης του βιοτικού επιπέδου, των εισοδημάτων, των τουριστικών καταλυμάτων, των ταξιδιωτικών πρακτορείων και της βελτίωσης στα μέσα μεταφορών.

Ιδιαίτερα το τελευταίο τέταρτο του 20^{ου} αιώνα σημειώθηκε ταυτόχρονη ανάπτυξη του τουρισμού, τόσο ως δραστηριότητα, όσο και ως βιομηχανία. Τέλος, στα μέσα της δεκαετίας του '90 εκτιμάται ότι ο τουρισμός αποτελούσε τη μεγαλύτερη βιομηχανία του κόσμου.

1.3.: «Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»

Η πορεία της τουριστικής εξέλιξης στην Ελλάδα διέφερε κατά πολύ με αυτή των άλλων ευρωπαϊκών κρατών εξαιτίας των ιστορικών γεγονότων, που αποτέλεσαν εμπόδιο και επηρέασαν και τον οικονομικό τομέα. Η χώρα, μετά τους βαλκανικούς πολέμους και τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο είχε να αντιμετωπίσει θέματα όπως την αποσαφήνιση των γεωγραφικών ορίων και τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των πολιτών της καθώς η οικονομία είχε καταστραφεί. Οργανωμένες κρατικές προσπάθειες για την ανάπτυξη του τουρισμού και την προσέλκυση τουριστών από το εξωτερικό γίνονται μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Η αναπροσαρμογή της συναλλαγματικής αξίας της δραχμής συνετέλεσε θετικά σε αυτές τις προσπάθειες καθώς έκανε την Ελλάδα έναν απ' τους φθηνότερους προορισμούς του κόσμου. Αποτέλεσμα των παραπάνω είναι να ακολουθήσει μια ραγδαία αναπτυσσόμενη τουριστική εξέλιξη στην χώρα, η οποία είχε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ολοένα και περισσότερων υποδομών προκειμένου να γίνει σωστή διαχείριση των τουριστών που την επισκέπτονται.

1.4.: «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΕΙΔΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»

Ο τουρισμός αποτελεί μια τεράστια βιομηχανία και μία από τις κυριότερες πηγές εσόδων για την Ελλάδα, καθώς πρόκειται για μια κατεξοχήν τουριστική χώρα και οι λόγοι για αυτό είναι πολλοί. Ειδικότερα, η Ελλάδα αποτελείται από 6.000 νησιά, εκ των οποίων τα 227 είναι κατοικημένα και διαθέτει πληθώρα βουνών με ιδιαίτερα και πανέμορφα δάση, εθνικούς δρυμούς, λίμνες και ποτάμια. Όμως, το τουριστικό ενδιαφέρον της χώρας μας δε σταματάει εκεί. Η μεγάλη ιστορία της και η

πολιτισμική της κληρονομιά, με πάνω από 5.000 χρόνια ιστορίας, με γνωστά μνημεία, αρχαίους ναούς και αρχαιολογικούς χώρους, συνθέτουν ένα σκηνικό ιδιαίτερου πολιτισμικού ενδιαφέροντος. Τέλος, η ελληνική κουζίνα και η φιλοξενία των Ελλήνων είναι πολύ γνωστά και κινούν την περιέργεια των επισκεπτών.

Παρόλα αυτά, ο τουρισμός είναι μία περίπλοκη και πολυδιάστατη βιομηχανία που μπορεί να πάρει αρκετές μορφές. Οι κυριότερες μορφές του είναι:

- Ο εξωτερικός τουρισμός
- Ο εσωτερικός τουρισμός
- Ο μαζικός τουρισμός
- Ο ατομικός τουρισμός
- Ο συνεχής τουρισμός
- Ο εποχιακός τουρισμός

1.4.1.: «Ο Εξωτερικός τουρισμός»

Εξωτερικός τουρισμός θεωρείται όταν οι άνθρωποι φεύγουν από την χώρα στην οποία ζουν την καθημερινότητά τους, με σκοπό να επισκεφτούν κάποια άλλη για τουριστικούς λόγους. Ο εξωτερικός τουρισμός χωρίζεται στην ενεργητική μορφή και στην παθητική. Η ενεργητική μορφή είναι όταν οι τουρίστες έρχονται να επισκεφθούν την χώρα μας, ενώ αντίθετα, η παθητική μορφή αφορά τους ανθρώπους που φεύγουν από την χώρα τους με σκοπό να επισκεφτούν μια άλλη. Για την χώρα μας, ο εξωτερικός τουρισμός καλύπτει το 75% του συνολικού τουρισμού μας, αν και αντιμετώπισε σοβαρή πτώση το 2009, λόγω της οικονομικής κρίσης.

1.4.2.: «Ο Εσωτερικός τουρισμός»

Ο εσωτερικός τουρισμός είναι όταν οι πολίτες μιας χώρας ταξιδεύουν σε κάποιον άλλο προορισμό της χώρας τους. Φυσικά αυτό δεν θεωρείται συναλλαγματική πολιτική, όμως έχει άλλα οφέλη για την χώρα. Αρχικά, είναι σημαντικό το γεγονός ότι τα χρήματα των πολιτών μένουν μέσα στην ίδια τους την χώρα και όχι σε κάποια άλλη στο εξωτερικό. Επιπλέον, ο εσωτερικός τουρισμός δίνει μια σοβαρή ώθηση στην δύσκολη οικονομία της χώρας μας. Για την Ελλάδα, ο εσωτερικός τουρισμός αποτελεί περίπου το 20% του τουρισμού της, ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό. Παρόλα αυτά, ο εγχώριος τουρισμός αντιμετωπίζει ένα σοβαρό πρόβλημα, οι τιμές που απευθύνονται στους τουρίστες είναι ακόμα αρκετά υψηλές και πολλές φορές αφόρητες για τους Έλληνες πολίτες. Αντιθέτως, όσον αφορά τους εργαζόμενους στον τουριστικό τομέα, οι εγχώριοι τουρίστες μόνο κερδοφόροι μπορεί να είναι για τα

ξενοδοχεία, καθώς η πλειοψηφία τους χρησιμοποιεί τα δικά της μέσα για να φτάσει τον τουριστικό προορισμό, ενώ σπάνια χρησιμοποιεί τουριστικά γραφεία και άλλους μεσάζοντες.

1.4.3.: «Ο Μαζικός τουρισμός»

Ο μαζικός τουρισμός έχει σαν κύριο γνώρισμά του την ομαδική συμμετοχή των τουριστών κατά την τουριστική δραστηριότητα. Το είδος αυτό συνήθως οργανώνεται από τουριστικά γραφεία και tour operators και έχει σχέση με την μαζική και ομαδική μετακίνηση και διαμονή. Πιο συγκεκριμένα, στον μαζικό τουρισμό, υπάρχουν ομοειδείς, συνήθως, ομάδες ανθρώπων, όπως είναι οι ενορίες και τα σχολεία, οι οποίοι ταξιδεύουν με την ίδια αεροπορική εταιρεία ή με τουριστικά λεωφορεία, διαμένουν στα ίδια ξενοδοχεία και ακολουθούν τις ίδιες δραστηριότητες. Αυτό το είδος του τουρισμού συναντάται σε κατηγορίες όπως ο θρησκευτικός τουρισμός, ο αρχαιολογικός, ο πολιτισμικός και ο επιμορφωτικός τουρισμός.

1.4.4.: «Ο Ατομικός τουρισμός»

Αντίθετα με τον μαζικό τουρισμό, ο ατομικός αφορά την ανεξάρτητη οργάνωση του ταξιδιού αναψυχής από τους ίδιους τους τουρίστες. Ο τουρίστας χρησιμοποιεί για την μετακίνησή του ιδιωτικά μέσα όπως το αυτοκίνητο, το τροχόσπιτο, το σκάφος, και η διαμονή του στην χώρα που επισκέπτεται είναι ανεπηρέαστος από άλλους τουρίστες ή groups. Τις περισσότερες φορές αυτό το είδος του τουρισμού είναι περιηγητικό και έχει ως κύριο σκοπό την αναψυχή και την διασκέδαση.

1.4.5.: «Ο Συνεχής τουρισμός»

Το κύριο χαρακτηριστικό του συνεχή τουρισμού είναι ότι διαρκεί όλο τον χρόνο, χωρίς να επηρεάζεται από τις καιρικές συνθήκες, και αποτελεί μέρος του εναλλακτικού τουρισμού. Οι σημαντικότερες μορφές αυτής της κατηγορίας είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο εκθεσιακός τουρισμός, ο τουρισμός πόλης, ακόμα και ο μορφωτικός τουρισμός. Επιπλέον, αυτή η μορφή τουρισμού είναι συνήθως φαινόμενο των μεγάλων αστικών κέντρων, όπως είναι το Λονδίνο, το Παρίσι, η Ρώμη και άλλες πρωτεύουσες, ενώ στην Ελλάδα τον συναντάμε κυρίως στην Αθήνα, όπου οι τουρίστες την επισκέπτονται όλο τον χρόνο.

1.4.6.: «Ο Εποχιακός τουρισμός»

Ως εποχιακός χαρακτηρίζεται ο τουρισμός που δεν διαρκεί όλο τον χρόνο, αλλά επηρεάζεται κυρίως από τις καιρικές συνθήκες των εποχών. Χωρίζεται σε δύο κατηγορίες οι οποίες είναι ο καλοκαιρινός ή θερινός τουρισμός και ο χειμερινός. Όσον αφορά την Ελλάδα, ο καλοκαιρινός διαρκεί κατά την περίοδο του καλοκαιριού

και λίγο παραπάνω (συνήθως Μάιο – Σεπτέμβριο) κυρίως για τα νησιά και της παραθαλάσσιες περιοχές. Ενώ ο χειμερινός, ο οποίος ισχύει για τους χειμερινούς μήνες εστιάζει σε ορεινές περιοχές με κύριο σκοπό τα χειμερινά σπορ. Η οικονομία της Ελλάδας όμως, στηρίζεται κυρίως στον εξωτερικό τουρισμό, και είναι άμεσα συνδεδεμένη με τον θερινό τουρισμό.

1.5.: «ΟΙ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Δεδομένου ότι την σύγχρονη εποχή ο τουρισμός έχει γίνει δικαίωμα όλων των κοινωνικών τάξεων, υπάρχουν κάποιοι παράγοντες που βοηθούν στο να εξελιχθεί το φαινόμενο αυτό. Σύμφωνα με την Βενετσανοπούλου (2006), οι παράγοντες που βοηθούν την εξέλιξη αυτή παρουσιάζονται παρακάτω.

Αρχικά, υπάρχουν οι ανάγκες των ανθρώπων να διερευνήσουν, να επικοινωνήσουν και να μεταβάλλουν για λίγο την καθημερινότητά τους. Έτσι λοιπόν, μέσω της μετακίνησής τους σε διαφορετικά μέρη, έχουν την δυνατότητα να χαλαρώσουν, να έρθουν σε επαφή με άλλους πολιτισμούς και τρόπους ζωής και γενικά να αποκτήσουν εμπειρίες. Επιπρόσθετα, οι εξελίξεις που έχουν βιώσει οι σύγχρονες κοινωνίες, αποτελούν στοιχείο ανάπτυξης του τουριστικού φαινομένου. Για να γίνει σαφέστερο, η βελτίωση του μορφωτικού επιπέδου, η βελτίωση των συνθηκών εργασίας (π.χ. η απόκτηση εργασιακών δικαιωμάτων, η βελτίωση της αμοιβής) και η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος, συνέβαλλαν θετικά στη ζήτηση για ταξίδια εφόσον βελτιώθηκαν οι συνθήκες ζωής των πολιτών.

Στη συνέχεια, η εξάπλωση των τουριστικών επιχειρήσεων και οι διευκολύνσεις που παρέχονται στους τουρίστες, είναι σημαντικοί παράγοντες. Οι διαδικασίες που απαιτούνται για την μετακίνηση των ανθρώπων από χώρα σε χώρα, καθώς και οι οικονομικές συναλλαγές έχουν απλουστευτεί, γεγονός που παρέχει στους τουρίστες ελευθερία κινήσεων και επιπλέον ελεύθερο χρόνο λόγω της μείωσης του χρόνου αναμονής στους ελέγχους, τις πληρωμές, κλπ. Σε γενικές γραμμές, οι επιχειρήσεις επιδιώκουν την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους στον λιγότερο χρόνο, με αποτέλεσμα οι υπηρεσίες που προσφέρουν ολοένα και να αναβαθμίζονται.

Τέλος, η εξέλιξη της τεχνολογίας επηρέασε σημαντικά τον τουριστικό τομέα. Τα μέσα μεταφοράς προσφέρουν πλέον ασφάλεια, άνεση και ταχύτητα, εκμηδενίζοντας τις αποστάσεις μεταξύ των διαφόρων προορισμών. Ενώ τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και το διαδίκτυο, έχουν διευκολύνει τις διαδικασίες των ταξιδιών, αφού

οι τουρίστες μπορούν να ενημερωθούν οποιαδήποτε στιγμή και από οπουδήποτε για τις ενέργειες που απαιτούνται να γίνουν για το ταξίδι τους, καθώς και για τον τόπο ή την χώρα που θα επισκεφθούν.

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να τονιστεί ότι ο ανταγωνισμός αυξάνεται συνεχώς από τις χώρες που προσφέρουν ανάλογο τουριστικό προϊόν, και έτσι η δημιουργία ενός στρατηγικού σχεδιασμού, κρίνεται απαραίτητη. Σαφέστερα, θα πρέπει να ακολουθηθούν κάποια βήματα, όπως η βελτίωση του παρεχόμενου προϊόντος, η αναβάθμισή και η διαφοροποίησή του, με σκοπό το τουριστικό αυτό προϊόν να ανταποκρίνεται στις σύγχρονες ανάγκες της παγκόσμιας κοινωνίας.

Ωστόσο, για να μπορέσει ο τουρισμός να αποκτήσει ακόμη μεγαλύτερη δυναμική και να βοηθήσει ακόμη περισσότερο την οικονομία της χώρας, χρειάζεται εκτός από τον παραδοσιακό τουρισμό, δηλαδή το μοντέλο ήλιος και θάλασσα, να αναπτύξει και άλλες μορφές τουρισμού, όπως τον θρησκευτικό, τον θεραπευτικό, τον συνεδριακό, τον αθλητικό τουρισμό κλπ., που αποτελούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες θα εξετασθούν στο κεφάλαιο που ακολουθεί.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: «ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ»

2.1.: «ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ»

Οι διάφορες μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, προσφέρουν σημαντικά οφέλη στην κοινωνία και την οικονομία, δημιουργώντας μια νέα κατάσταση τουριστικής ανάπτυξης. Όλοι οι φορείς που απασχολούνται στον τουρισμό, επιδιώκουν την καταπολέμηση της εποχικότητας που έχει αποκτήσει το τουριστικό φαινόμενο, γεγονός που μπορεί να πραγματοποιηθεί με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Παρόλο που το κύριο τουριστικό προϊόν της Ελλάδας είναι ο ήλιος και η θάλασσα, η χώρα μας έχει να προσφέρει και άλλες στοιχεία, όπως πολιτιστικά μνημεία, θρησκευτικά μνημεία και ιδιαίτερη φυσική ομορφιά. Έτσι, καθίσταται ιδανικός προορισμός και για άλλες μορφές τουρισμού.

Συνεπάγεται λοιπόν, ότι η χώρα μας διαθέτει τις απαραίτητες προϋποθέσεις ώστε να αναπτυχθούν διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού και να γίνει πιο ανταγωνιστική στον τομέα αυτό. Είναι απαραίτητο όμως, ένα στρατηγικό σχέδιο που θα περιλαμβάνει τη συνεργασία των φορέων, τις υποδομές, τα κίνητρα και την προβολή των στοιχείων που μπορούν να αναδείξουν τον εναλλακτικό τουρισμό στην Ελλάδα. Με αυτόν τον τρόπο, η Ελλάδα θα μετατραπεί σε ιδιαίτερο προορισμό τουριστικού ενδιαφέροντος. Τα πλεονεκτήματα που απορρέουν από την δραστηριοποίηση της χώρας μας στον εναλλακτικό τουρισμό, είναι πολύ πιθανό να βοηθήσουν στη δημιουργία ενός ποιοτικού και ανταγωνιστικού προορισμού, περιορίζοντας την έντονη ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού και επιπλέον, ευνοείται η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Επιπρόσθετα, επωφελείται και η περιφερειακή ανάπτυξη, δεδομένου ότι ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί και σε περιοχές που δεν αποτελούσαν ιδανικό προορισμό για το μοντέλο του μαζικού τουρισμού.

Παρόλο που οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού συνυπήρχαν και λειτουργούσαν ως συμπληρωματικές στο μαζικό τουρισμό, με το πέρασμα των χρόνων εμφανίστηκαν ως νέο είδος τουρισμού απόρροια της μεταβολής των κινήτρων των τουριστών. Η ζήτηση για κάθε ένα από τα κίνητρα αυτά, δημιούργησε και ένα είδος εναλλακτικού τουρισμού, και ακολούθως δημιουργήθηκαν οι κατάλληλες υποδομές

στις τουριστικές περιοχές που εξυπηρετούν την κάθε μορφή. Οι βασικές ιδιότητες των μορφών εναλλακτικού τουρισμού είναι ότι θέτουν σε προτεραιότητα την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, τη διασφάλιση της πολιτιστικής και θρησκευτικής κληρονομιάς και γενικά τα συστατικά που συνθέτουν κάθε τόπο.

Κάθε εναλλακτική μορφή τουρισμού χαρακτηρίζεται είτε από τα κίνητρα των τουριστών, είτε από τον τρόπο χειρισμού των αναγκών των τουριστών. Τα κίνητρα που οδηγούν στην δημιουργία της κάθε μορφής τουρισμού συνήθως, χαρακτηρίζονται από ένα ιδιαίτερο γνώρισμα, το οποίο δίνει το όνομα του στην μορφή αυτή. Ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί το γεγονός ότι οι περισσότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού αναπτύχθηκαν λόγω της ανάγκης για την προστασία του περιβάλλοντος, δημιουργώντας μορφές που ενώνουν τον πολιτισμό και την οικολογία (π.χ. οικοτουρισμός – πολιτιστικός τουρισμός) (Βελισσαρίου, 2000).

Πιο συγκεκριμένα, τα ενδιαφέροντα κάθε ατόμου, αλλά και των ομάδων με κοινά ενδιαφέροντα ξεκίνησαν να εναρμονίζονται με τις διακοπές τους, με αποτέλεσμα να δοθεί η ευκαιρία να αναπτυχθούν νέες ειδικές μορφές τουρισμού, ώστε να ικανοποιηθούν τα άτομα αυτά. Οι εξειδικευμένες αυτές μορφές σχετίζονται άμεσα με τα ενδιαφέροντα των τουριστών, όπως για παράδειγμα οι αθλητικές δραστηριότητες (αθλητικός τουρισμός), οι επαγγελματικοί λόγοι (συνεδριακός τουρισμός), λόγοι υγείας (θεραπευτικός τουρισμός), οι θρησκευτικοί λόγοι (θρησκευτικός τουρισμός), κ.α. Τέλος, σημαντικό ρόλο στη δημιουργία και την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών είχαν και οι ιδιομορφίες κάθε χώρας ή περιοχής, καθώς και τα χαρακτηριστικά που προσέφεραν για κάθε νέο είδος.

Πίνακας 2.1: Λόγοι ταξιδιού και εναλλακτικά είδη τουρισμού

ΛΟΓΟΙ ΤΑΞΙΔΙΟΥ	ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Ανάπαυση – Αναψυχή – Ψυχαγωγία	Τουρισμός Διακοπών
Περιήγηση	Περιηγητικός
Μόρφωση – Εκπαίδευση	Εκπαιδευτικός
Άθληση	Αθλητικός – Χειμερινός - Ορειβατικός

Θεραπεία – Λόγοι Υγείας	Θεραπευτικός - Τουρισμός Υγείας
Ιαματικά Λουτρά	Ιαματικός
Θρησκεία	Θρησκευτικός
Επάγγελμα - Συμμετοχή σε συνέδριο	Επαγγελματικός - Συνεδριακός
Περιπέτεια – Συμμετοχή σε extreme sports	Τουρισμός Περιπέτειας
Επίσκεψη Πόλεων	Αστικός
Επίσκεψη Πολιτιστικών Κέντρων	Πολιτιστικός
Αγροτική Ζωή	Αγροτουρισμός

Πηγή: Σφακιανάκης Μανώλης

2.2.: «ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Δεν υπάρχει αμφιβολία, ότι τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας, γίνεται λόγος όλο και πιο συχνά για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως ο αθλητικός τουρισμός, ο θρησκευτικός, ο πολιτιστικός, ο αγροτουρισμός, κ.α. Αυτό λοιπόν, δείχνει ότι η Ελλάδα δεν αποτελεί πλέον μόνο έναν κλασσικό προορισμό που εξυπηρετεί τους μαζικούς τουρίστες, αλλά προσφέρει και έναν εναλλακτικό τρόπο διακοπών, γι' αυτούς που αποζητούν ξεχωριστές εμπειρίες, μέσω της φύσης, της ιστορίας της χώρας, του πολιτισμού της, κλπ. Παρακάτω, αναλύονται τα στοιχεία που συνθέτουν τον εναλλακτικό τουρισμό, τα οποία είναι τα κίνητρα των τουριστών, οι τουριστικοί προορισμοί και οι τουριστικές επιχειρήσεις.

2.2.1.: «Τα κίνητρα των τουριστών»

Τα κίνητρα που έχουν οι τουρίστες, τους οδηγούν κάθε φορά στο ταξίδι που θα επιλέξουν να κάνουν, καθώς και στον σκοπό του ταξιδιού αυτού. Ο εναλλακτικός τουρίστας δεν εκπληρώνει το ταξίδι του για λόγους αναψυχής. Αντιθέτως, έχει άλλους λόγους για να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι, όπως για παράδειγμα λόγους περιβαλλοντικού, πολιτιστικού, θρησκευτικού, κ.α., ενδιαφέροντος.

Επιπλέον, οι εναλλακτικοί τουρίστες δεν μπορούν να συγκριθούν με τους τουρίστες του μαζικού τουρισμού. Συνθέτουν ένα ξεχωριστό κομμάτι της τουριστικής αγοράς, με διαφορετικά χαρακτηριστικά. Κάθε ένας από αυτούς έχει τον δικό του τρόπο ζωής, τα δικά του κίνητρα, τις δικές του εμπειρίες, γεγονός που συνθέτει την τουριστική συμπεριφορά του καθενός και τον βοηθά να επιλέξει την μορφή τουρισμού που επιθυμεί. Στο σημείο αυτό, αξίζει να αναφέρουμε ότι στο παρελθόν οι εναλλακτικοί τουρίστες δεν ενέκριναν τον όρο του «τουρίστα», αλλά αυτοαποκαλούνταν «ταξιδευτές» και «κοσμογυρισμένοι» (Cohen, 1979).

Ειδικότερα, σύμφωνα με τους Laarman και Durst (1987), ο «εναλλακτικός τουρίστας» χαρακτηρίζεται από την προσπάθεια του να επισκεφθεί μέρη που δεν έχουν επισκεφθεί άλλοι άνθρωποι και αποφεύγει τους έντονους ρυθμούς των μεγαλουπόλεων. Επίσης, έχει την τάση να ταξιδεύει είτε σε μικρές ομάδες, είτε μόνος του και να συγκεντρώνει πληροφορίες για τον ταξίδι πριν αυτό πραγματοποιηθεί. Ακόμη, επιχειρεί να επικοινωνήσει με τους «ντόπιους» κάθε τόπου, να γευτεί την τοπική κουζίνα, να εγκλιματιστεί στο περιβάλλον αυτό παραμένοντας στον προορισμό του για μεγαλύτερο διάστημα και γενικά να ανακαλύψει την τοπική κουλτούρα.

2.2.2.: Ο τουριστικός προορισμός»

Συνεχίζοντας, ο τουριστικός προορισμός αποτελεί σημαντικό χαρακτηριστικό για τον εναλλακτικό τουρισμό. Ο λόγος που ισχύει αυτό, είναι ότι ο προορισμός πρέπει να έχει μερικά στοιχεία, για παράδειγμα γεωγραφικά, πολιτιστικά, κοινωνικά, που θα τον κάνουν ελκυστικό για τον τουρίστα. Ειδικότερα, εάν αναλογιστεί κανείς ότι οι περισσότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού χαρακτηρίζονται από τον προορισμό που υποδέχεται τους τουρίστες κάθε είδους, μπορεί εύκολα να ονομάσει τα διάφορα είδη τουρισμού. Για παράδειγμα, η θάλασσα χαρακτηρίζει τον θαλάσσιο τουρισμό, τα βουνά τον ορεινό – ορειβατικό – χειμερινό τουρισμό, το φυσικό περιβάλλον τον οικοτουρισμό, οι ιαματικές πηγές τον ιαματικό, τα θρησκευτικά μνημεία και οι εκκλησίες τον θρησκευτικό, οι αθλητικές διοργανώσεις τον αθλητικό, κ.α.

Οι προορισμοί που θεωρούνται ελκυστικοί διαθέτουν στοιχεία, όπως πρωτοποριακός, ανεξερεύνητος, νέος προορισμός, που τους κάνουν να ξεχωρίζουν από άλλους και να συγκεντρώνουν περισσότερους εναλλακτικούς τουρίστες (McCannell, 1973). Τέλος, ιδιαίτερα σημαντικό είναι και το ότι ο εναλλακτικός τουρίστας ιδανικά αναζητεί ένα ξεχωριστό και ήσυχο προορισμό και με σκοπό να εναρμονιστεί με περιβάλλον.

2.2.3.: «Οι τουριστικές επιχειρήσεις»

Το τελευταίο στοιχείο του εναλλακτικού τουρισμού αφορά τις τουριστικές

επιχειρήσεις. Σε αυτό το είδος τουρισμού, οι τουρίστες επιλέγουν μικρούς χώρους διαμονής και «ντόπιες» επιχειρήσεις, ακολουθώντας την ρήση ότι «το μικρό είναι όμορφο» / «small is beautiful» του Schumacher (1974). Επιπρόσθετα, έχοντας κατανοήσει τα χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρίστα που αναφέρθηκαν παραπάνω, γίνεται σαφής η ανάγκη των τουριστών να χρησιμοποιούν τις μικρές, οικογενειακές επιχειρήσεις κάθε τύπου, αποφεύγοντας τις μεγάλες επιχειρήσεις που προσφέρουν μόνο τις υπηρεσίες τους και όχι την ικανοποίηση των τουριστών να συναναστραφούν με το οικείο περιβάλλον του προορισμού τους.

2.3. «ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Είναι γεγονός ότι ο τουρισμός συνεισφέρει σημαντικά τόσο στην γρήγορη οικονομική ανάπτυξη, όσο και στην μείωση της ανεργίας. Ειδικά, εάν δεχθούμε ως δεδομένο ότι η «τουριστική βιομηχανία» κατά το 2014 συνέβαλε το 20 – 25% του συνολικού ΑΕΠ. Επιπλέον, παρουσίασε αύξηση κατά 11%, όταν το συνολικό ΑΕΠ της χώρας αυξήθηκε κατά 0.8%, γι' αυτό και θεωρείτε η «βαριά βιομηχανία» της χώρας μας. (<http://www.dimokratiki.gr/10-07-2015/sete-20-25-i-emmesi-simvoli-tourismou-sto-aep-tis-elladas-to-2014/>)

Ο τουρισμός στην Ελλάδα, σύμφωνα με μελέτη του IOBE απασχολεί περίπου 741.000 εργαζομένους, άμεσα ή έμμεσα, από τους οποίους η πλειοψηφία δραστηριοποιείται σε μικρού ή μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις. (<http://www.protothema.gr/travelling/article/251206/iove-se-741000-anerxontai-oi-ergazomenoi-ston-toyrismo/>)

Παρόλα αυτά, για να μπορέσει η χώρα μας να αποκτήσει μεγαλύτερη δραστηριοποίηση στον τουρισμό και να βοηθηθεί η οικονομία της, είναι απαραίτητο να διαφύγει από την αποκλειστικότητα του μαζικού τουρισμού, και να ενεργοποιηθεί και σε άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, όπως τον αθλητικό, τον αστικό, τον θρησκευτικό, κλπ. Στη συνέχεια θα αναλύσουμε τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στην Ελλάδα.

2.3.1. «Αστικός Τουρισμός - Τουρισμός Πόλεων»

Ο αστικός τουρισμός, είναι ένα είδος τουρισμού στον οποίο οι τουρίστες επισκέπτονται τις πόλεις, συνήθως τις μεγαλουπόλεις, επιδιώκοντας κυρίως την ψυχαγωγία και την διασκέδαση, την εκπαίδευση, αλλά και για επαγγελματικούς λόγους.

Ο Law (1996), έχει κατατάξει τις πόλεις σε τρεις κατηγορίες, τις παλιές μητροπόλεις, τις πόλεις αναψυχής και τις αναγεννημένες πόλεις. Η πρώτη κατηγορία, οι παλιές μητροπόλεις, αφορά τις πόλεις οι οποίες έχουν έντονο πολιτιστικό ενδιαφέρον, παρουσιάζοντας μουσεία, θέατρα, μνημεία αλλά και πόλεις που έχουν μείνει στην ιστορία για κάποια συγκεκριμένη περίοδο, π.χ. η Αθήνα το 500π.Χ. Η δεύτερη κατηγορία αναφέρεται στις πόλεις που βρίσκονται σε θάλασσα ή βουνό, και διακρίνονται για το κλίμα τους, την ανάπτυξη τους και την οικονομία τους. Τέλος, ο όρος αναγεννημένες πόλεις, αφορά παλιές βιομηχανικές πόλεις που βρίσκονται στη διαδικασία της αποβιομηχανοποίησης και αναζητούν τρόπους ανάκαμψης, εφαρμόζοντας είτε αστικό τουρισμό, είτε βιομηχανικό.

2.3.2.«Πολιτιστικός Τουρισμός»

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO), ο πολιτιστικός τουρισμός σχετίζεται με τα ταξίδια που πραγματοποιούνται για πολιτιστικούς λόγους. Για να γίνει σαφέστερο, αυτά περιλαμβάνουν επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, φεστιβάλ, θεατρικές παραστάσεις, επισκέψεις σε μουσεία, κ.α. Σε αυτό το είδος τουρισμού, ο επισκέπτης θέλει να αξιολογήσει τον κάθε τόπο και τον πολιτισμό του συνολικά, συμπεριλαμβανομένων της πολιτιστικής του εξέλιξης, την ιστορία του, την αρχιτεκτονική του, τον τρόπο ζωής των ανθρώπων του, την τοπική παραγωγή του, τις εκδηλώσεις του, κ.α.

Πλέον, πολλά κτήρια παραδοσιακής αρχιτεκτονικής έχουν ανακαινιστεί και χρησιμοποιούνται ως καταλύματα, μουσεία, εστιατόρια, αναβαθμίζοντας έτσι τον πολιτιστικό τουρισμό και δίνοντας στους τουρίστες την δυνατότητα να ζήσουν τις εμπειρίες τους σε παραδοσιακούς χώρους.

2.3.3.«Επαγγελματικός Τουρισμός»

Το είδος αυτό ταξιδιών προσδιορίζεται από ξεχωριστά κίνητρα, σχετίζονται με ένα μικρό τμήμα της αγοράς και χρειάζονται συγκεκριμένη οργάνωση. Βασικό τους στοιχείο είναι ότι αφορά επαγγελματικούς λόγους, όπως για παράδειγμα την διοργάνωση συνεδρίων, εκθέσεων, κ.α. Στο είδος αυτό, είναι εφικτό να ξεχωρίσουμε τρεις διαφορετικές μορφές, τον συνεδριακό τουρισμό, ο οποίος περιγράφει την συνάντηση επαγγελματιών, από διαφορετικά μέρη, έχοντας ως στόχο τους να ανταλλάξουν επιστημονικές ιδέες και πληροφορίες. Το δεύτερο είδος, ο εκθεσιακός τουρισμός, σχετίζεται με τη διοργάνωση εκδηλώσεων και εκθέσεων, συνήθως σε μεγάλα αστικά κέντρα, που έχουν σκοπό την διακίνηση πληροφοριών, κυρίως σε επαγγελματικό επίπεδο. Για την εξυπηρέτηση αυτής της μορφής τουρισμού, είναι

απαραίτητη η κατάλληλη υποδομή, όπως οι σύγχρονοι εκθεσιακοί χώροι. Τέλος, στον επαγγελματικό τουρισμό εντάσσονται και τα ταξίδια κινήτρων. Σε αυτή την κατηγορία αναφέρονται τα εταιρικά ταξίδια που γίνονται με έξοδα της επιχείρησης, επιβραβεύοντας έτσι τους υπαλλήλους της για την απόδοσή τους αλλά στοχεύοντας και στην αύξηση αυτής (Βελισσαρίου, 2000).

2.3.4. «Οικοτουρισμός»

Ο οικοτουρισμός αφορά τα ταξίδια που πραγματοποιούνται σε φυσικές περιοχές, και έχουν ως στόχο να ενισχύσουν την κατανόηση και την εκτίμηση προς το φυσικό περιβάλλον αλλά και προς την τοπική πολιτιστική κληρονομιά. Είναι ένα είδος που εναρμονίζει την οικονομική ανάπτυξη με την προστασία του περιβάλλοντος και την προβολή της ιστορίας ενός τόπου. Ο οικοτουρίστας έχει την δυνατότητα στο ταξίδι του να εξερευνήσει τα δάση, τα ποτάμια, τις λίμνες, τα φαράγγια και γενικά τα φυσικά μνημεία του της περιοχής που επισκέπτεται. Επίσης, μπορεί να επισκεφθεί υγροτόπους ώστε να παρατηρήσει τα είδη πουλιών, αλλά και να εξερευνήσει την πανίδα και την χλωρίδα του τόπου. Τέλος, ο τουρίστας έχει την ευκαιρία να επιδοθεί σε extreme δραστηριότητες και να ανακαλύψει τα φυσικά τοπία.

2.3.5. «Αγροτουρισμός»

Ο αγροτουρισμός είναι ένα είδος τουριστικής ανάπτυξης, που αφορά την δραστηριοποίηση του επισκέπτη στον αγροτικό χώρο. Για να γίνει σαφέστερο, ο τουρίστας έχει την δυνατότητα να ασχοληθεί με τις αγροτικές δουλειές, να γνωρίσει τα τοπικά προϊόντα και την κουζίνα και να ενσωματωθεί στην καθημερινή ζωή των κατοίκων και στην παράδοσή τους. Επιπλέον, ο τουρίστας έρχεται σε επαφή με τη φύση, συμμετέχει σε δραστηριότητες στην ύπαιθρο με σκοπό την ψυχαγωγία και την ανακάλυψη των τοπικών συνηθειών.

2.3.6. «Θεραπευτικός – Ιαματικός Τουρισμός»

Ο θεραπευτικός τουρισμός αναφέρεται στα ταξίδια σε περιοχές που έχουν ιαματικά λουτρά, πηγές, κέντρα θαλασσοθεραπείας, κ.α., έχοντας ως στόχο την θεραπεία κάποιου νοσήματος ή ακόμα για ξεκούραση και χαλάρωση. Κύριο γνώρισμα αυτό του είδους είναι ότι δεν «πωλείται» μόνο σε άτομα της τρίτης ηλικίας αλλά και σε άτομα μικρότερης ηλικίας που στοχεύουν σε ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα ξεκούρασης.

2.3.7. «Αθλητικός Τουρισμός»

Η έννοια του αθλητικού τουρισμού ορίζεται από πολλούς συγγραφείς ως η ανάμιξη σε διάφορες αθλητικές δραστηριότητες, με τυχαία ή οργανωμένη συμμετοχή, είτε για

επαγγελματικούς λόγους, είτε για λόγους ψυχαγωγίας, σε διαφορετικό τόπο από τον τόπο διαμονής του τουρίστα. Το είδος του τουρισμού αυτού αναπτύσσεται λόγω των διοργανώσεων αθλητικών γεγονότων, όπως για παράδειγμα οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Ποδοσφαίρου, και άλλες αθλητικές δραστηριότητες όπως ράφτινγκ, ορειβασία, ποδηλασία, κ.α. Σύμφωνα με την Γλυνιά (2003), ο αθλητικός τουρισμός χωρίζεται σε τέσσερις κατηγορίες:

- Προπονητικός τουρισμός: αφορά τις ομάδες ή τους αθλητές που επισκέπτονται έναν τόπο με σκοπό να προπονηθούν και να εγκλιματιστούν σε αυτόν.
- Παρακολούθηση γεγονότων: αφορά τους ανθρώπους που επισκέπτονται έναν τόπο με σκοπό να παρακολουθήσουν κάποιο αθλητικό γεγονός.
- Συμμετοχή σε μεγάλα γεγονότα: αφορά τους ανθρώπους που επισκέπτονται ένα μέρος με στόχο να συμμετάσχουν σε διάφορα αθλητικά γεγονότα. Για παράδειγμα τους μαραθώνιους, τα τοπικά τουρνουά, κ.α.
- Υπαίθριες δραστηριότητες: αφορά ανθρώπους που ταξιδεύουν με σκοπό να διασκεδάσουν κάνοντας κάποιο είδος άθλησης, όπως κανόε, καγιάκ, ράφτινγκ, σερφ, κ.α.

2.3.8. «Θαλάσσιος Τουρισμός»

θαλάσσιος τουρισμός χαρακτηρίζεται από τον Ηγουμενάκη (2000) ως «το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που διεξάγονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας», ενώ σύμφωνα με τον Σωτηριάδη, «περιλαμβάνει δύο ειδικότερες μορφές τις κρουαζιέρες και το yachting» (Βελισσαρίου, 2000). Αναλυτικότερα, ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες που μπορούν να αναπτυχθούν στον θαλάσσιο χώρο της χώρας που επισκέπτεται ο τουρίστας. Για να γίνει περισσότερο κατανοητό σε αυτό το είδος τουρισμού περιλαμβάνονται η ναύλωση σκαφών αναψυχής, οι κρουαζιέρες και το yachting (Βελισσαρίου, 2000).

2.3.9. «Χειμερινός Τουρισμός»

Ο χειμερινός τουρισμός χαρακτηρίζει όλα τα είδη τουρισμού, όπως ο χιονοδρομικός τουρισμός, ο τουρισμός χειμερινών σπορ, που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Το χιόνι και ο πάγος, αποτελούν τα βασικά στοιχεία πάνω στα οποία στηρίχθηκε η ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού. Πιο αναλυτικά, η μορφή αυτού του τουρισμού, περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες που μπορούν να υλοποιηθούν

σε ορεινές περιοχές και κάτω από ορισμένες κλιματολογικές συνθήκες, για παράδειγμα με χιόνι).

Κλείνοντας το κεφάλαιο αυτό, αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχουν και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες είτε αποτελούν παρακλάδι των ήδη αναφερόμενων, όπως ο εκπαιδευτικός τουρισμός ο οποίος μπορεί να συμπεριληφθεί στον επαγγελματικό, είτε δεν είναι τόσο διαδεδομένες στην χώρα μας, όπως ο γεωλογικός τουρισμός. Επιπλέον, υπάρχει και ο θρησκευτικός τουρισμός, ο οποίος μπορεί να έχει σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης στην Ελλάδα και θα αναλυθεί εξονυχιστικά σε επόμενο κεφάλαιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: «Ο ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»

Αδιαμφισβήτητα, ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί μια καινοτόμα ιδέα στον τουριστικό τομέα, και περιλαμβάνει όλα τα είδη τουρισμού που μπορούν να προσελκύσουν κάθε άνθρωπο με κάθε ενδιαφέρον (http://www.greek-tourism.gr/index_gr.htm). Η Ελλάδα κατέχει μια ισχυρή θέση στον τομέα αυτό, λόγω της μορφολογίας του εδάφους της, και είναι ικανή να προσφέρει πολλούς τύπους εναλλακτικού τουρισμού. Πέρα από τα είδη που ήδη αναλύθηκαν σε προηγούμενο κεφάλαιο, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει και ο θρησκευτικός τουρισμός.

Σε γενικές γραμμές, ένας σύντομος ορισμός είναι ότι ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά όλες τις δραστηριότητες οι οποίες μπορούν να πραγματοποιηθούν γύρω από τα μνημεία και τους χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος, όπως είναι οι εκκλησίες και τα μοναστήρια, καθώς και οι περιβάλλοντες χώροι αυτών.

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού για ανθρώπους οι οποίοι επιθυμούν να επισκεφθούν τους θρησκευτικούς χώρους, είτε της χώρα διαμονής τους ή κάποιας άλλης χώρας, για λόγους που αφορούν την λατρεία αυτών, τις θρησκευτικές εκδηλώσεις, κλπ. (Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., 1999). Η άποψη αυτή επιβεβαιώνεται και από τους Raj και Morpeth (2007), οι οποίοι υπογραμμίζουν ότι ο θρησκευτικός τουρισμός είναι ένα είδος τουρισμού, εναλλακτικού, το οποίο δημιουργήθηκε από τη θέληση του τουρίστα να επισκεφθεί θρησκευτικά μνημεία και να παρακολουθήσει θρησκευτικές εκδηλώσεις. Τελειώνοντας, ο θρησκευτικός τουρισμός χαρακτηρίζει την ανάγκη του ανθρώπου να επισκεφθεί έναν ιερό τόπο, στον οποίο μπορεί να εκπληρώσει και άλλες ανάγκες του, όπως να επισκεφθεί πολιτιστικά μνημεία, να γνωρίσει τις παραδόσεις του τόπου, κλπ. (Σφακιανάκης, 2000). Η θέση αυτή, επαληθεύει τον πολυδιάστατο χαρακτήρα του θρησκευτικού τουρισμού, ο οποίος απαρτίζεται από πολιτιστικά, ιστορικά και πνευματικά στοιχεία.

Η Ελλάδα αποτελεί χώρα με ιδιαίτερους θρησκευτικούς προορισμούς, όπως είναι τα μοναστήρια και οι εκκλησίες σε περιοχές που δίνουν την ευκαιρία στους τουρίστες εκτός από την εξερεύνηση των θρησκευτικών μνημείων, να γνωρίσουν και άλλα χαρακτηριστικά τους όπως είναι η αρχιτεκτονική τους, ο πολιτισμός τους και το φυσικό περιβάλλον τους. Τα ελληνικά μνημεία, αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του ελληνικού θρησκευτικού πλούτου και προσδίδουν πολιτισμική αξία στη χώρα, με

αποτέλεσμα να προσελκύνονται τουρίστες με ανάλογα ενδιαφέροντα. Οι τουρίστες αυτοί είναι κυρίως περιηγητές και ερευνητές, αλλά και πιστοί που ενδιαφέρονται να γνωρίσουν προσκυνηματικούς τόπους.

Στο σημείο αυτό, αξίζει να σημειωθεί ότι ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στην αλλαγή και την ενδυνάμωση του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει η χώρα μας, αξιοποιώντας τον πολιτισμό και τη φύση της. Τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, άλλωστε, ο θρησκευτικός τουρισμός αναπτύσσεται συνεχώς με γοργούς ρυθμούς, βοηθώντας και περιοχές που δεν είναι ανεπτυγμένες τουριστικά. Για τον λόγο αυτό, γίνεται μια προσπάθεια να αξιοποιηθούν περιοχές με θρησκευτικό χαρακτήρα και σε άλλα επίπεδα, όπως το πολιτισμικό ενδιαφέρον, το περιβαλλοντικό, κλπ.

3.1. «ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Ο θρησκευτικός πλούτος της χώρας μας, ο οποίος επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό τις μετακινήσεις των ανθρώπων μπορεί να χωριστεί στις εξής κατηγορίες:

- Τα Θρησκευτικά κτίσματα
- Τα Θρησκευτικά κτίσματα με ιστορικό και αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον
- Τα Μοναστήρια, τις Θρησκευτικές σχολές και τις Θρησκευτικές βιβλιοθήκες
- Τα Θρησκευτικά ή Μη κτίρια που χρησιμοποιούνται ως μουσεία

Έτσι λοιπόν, ύστερα από αυτόν τον διαχωρισμό, μπορεί πολύ εύκολα να γίνει και ο διαχωρισμός στα κίνητρα που οδηγούν τον τουρίστα να πραγματοποιήσει ταξίδια θρησκευτικού ενδιαφέροντος. Ο θρησκευτικός τουρισμός λοιπόν, χωρίζεται σε τρεις κατηγορίες, ανάλογα με τα κίνητρα που οδηγούν τον τουρίστα σε αυτό το είδος τουρισμού. Οι κατηγορίες αυτές είναι:

- **Ο Προσκυνηματικός Τουρισμός:** η κατηγορία αυτή αφορά τους τουρίστες που έχουν ως σκοπό μόνο το προσκύνημα σε κάποιο θρησκευτικό μνημείο, χωρίς να ενδιαφέρονται για τα ιστορικά και πολιτιστικά στοιχεία του τόπου.
- **Ο Ειδικός Προσκυνηματικός Τουρισμός:** η κατηγορία αυτή να μεν περιλαμβάνει το προσκύνημα, αλλά συνδυάζεται και με κάποιο συγκεκριμένο γεγονός, όπως για παράδειγμα την εκπλήρωση ενός τάματος ή τις εκδηλώσεις για τον εορτασμό των Αγίων.
- **Ο Θρησκευτικός Τουρισμός Πολιτιστικού Ενδιαφέροντος:** η κατηγορία αυτή συνδυάζει τον θρησκευτικό τουρισμό με το ενδιαφέρον του τουρίστα για

την πολιτιστική αξία των μνημείων, π.χ. την αρχιτεκτονική, την ιστορία του, κλπ.

3.2. «ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Παρακάτω αναλύονται οι παράγοντες που ενισχύουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού (Mintel International Group Limited, Religious Tourism – International – March 2005). Αρχικά, αξίζει να σημειωθεί η συνεχώς αυξανόμενη τάση στον τομέα του τουρισμού για εναλλακτικές μορφές. Επιπλέον, υπάρχει η ανάγκη για την απόκτηση εμπειριών, μέσω της συμμετοχής των τουριστών στις παραδόσεις κάθε τόπου με θρησκευτικό ενδιαφέρον. Αυτό θα μπορούσε να επιτευχθεί με τη δημιουργία μιας παγκόσμιας φήμης για ένα μέρος ή μια χώρα, στην οποία οι τουρίστες θα μπορούν να πραγματοποιήσουν εναλλακτικές διακοπές.

Επιπρόσθετα, η δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος διαφορετικού από τα συνηθισμένα, που θα εξυπηρετεί όλο το χρόνο τους τουρίστες μπορεί να προσφέρει ανάπτυξη. Ιδιαίτερα, εάν ληφθεί υπόψη και το γεγονός ότι η θρησκεία διαδραματίζει σημαντικό ρόλο, τόσο στην διατήρηση των παραδόσεων, όσο και στην εκπλήρωση των προσωπικών «πιστεύω».

Συνεχίζοντας, σημαντικός παράγοντας είναι και η αύξηση των επιλογών στον τρόπο μετακίνησης, και η ταυτόχρονη μείωση των τιμών αυτών, ώστε να διευκολυνθούν οι τουρίστες. Τέλος, η ραγδαία ανάπτυξη των τεχνολογικών μέσω και του διαδικτύου, μπορούν να προσφέρουν σημαντική βοήθεια στην εξέλιξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Στο σημείο αυτό, αξίζει να σημειωθεί ότι για να έχουμε τα καλύτερα αποτελέσματα από τον θρησκευτικό τουρισμό, καλό θα ήταν να συνδυαστεί και με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, όπως ο πολιτιστικός. Και αυτό γιατί, κάθε σημείο της Ελλάδας προσφέρει πληθώρα δυνατοτήτων για την πραγματοποίηση εναλλακτικών διακοπών. Για να γίνει σαφέστερο, όταν κάποιος επισκεφθεί την Χίο, μπορεί να συνδυάσει τις επισκέψεις του στους Ιερούς Ναούς και τις Μονές του νησιού (θρησκευτικός τουρισμός), την ενημέρωση του για το κύριο προϊόν που προσφέρει το νησί (αγροτουρισμός), αλλά και τις καλοκαιρινές του διακοπές (ήλιος – θάλασσα, θαλάσσιος τουρισμός).

3.3. «Ο ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»

Στην Ελλάδα, ο θρησκευτικός τουρισμός δεν αποτελεί καινούριο είδος τουρισμού καθώς φαίνεται να είχε ιδιαίτερα σημαντική ανάπτυξη από την αρχαιότητα. Δραστηριότητες που σχετίζονται με το προσκύνημα, αποτελούσαν σημαντικό κίνητρο για τα ταξίδια, με αποτέλεσμα οι άνθρωποι να ταξιδεύουν σε όλη την Ελλάδα για να επισκεφθούν θρησκευτικά μνημεία. Οι ιεροί τόποι και οι θρησκευτικές γιορτές, αποτελούσαν για πολλούς αιώνες στοιχεία τουριστικού ενδιαφέροντος (Nolan and Nolan, 1992). Θρησκευτικές εορτές προς τιμήν των Θεών του Ολύμπου, όπως τα Δαδοφόρια προς τιμήν του Διονύσου, τα Ηλιεία προς τιμήν του Ήλιου, κλπ., συσσώρευαν κόσμο από διάφορες πόλεις με σκοπό την εκδήλωση λατρείας στους θεούς και την πραγματοποίηση θρησκευτικών τελετών.

Ακόμη και σήμερα όμως, περιοχές που έχουν θρησκευτικά μνημεία, πραγματοποιούν εκδηλώσεις, με σκοπό να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες είτε με θρησκευτικό ή γενικότερο ενδιαφέρον. Ο εορτασμός των Αγίων όσο και άλλων μεγάλων εορτών της ορθοδοξίας, όπως το Πάσχα, αποτελούν μοναδικό θέαμα για κάθε επισκέπτη που θα παραβρεθεί, διότι έχει τη δυνατότητα να παρακολουθήσει παραδόσεις όπου διαφοροποιούνται ανά περιοχές και διατηρούνται στην Ελλάδα ανά τους αιώνες. Άλλωστε, οι Έλληνες, ανέκαθεν, με κάθε τρόπο, εξέφραζαν την θρησκευτικότητά τους, την πίστη τους και την αφοσίωση τους στον Θεό.

Επιπλέον, η πολιτιστική πτυχή της θρησκείας είναι στενά συνδεδεμένη με τον τουρισμό, καθιστώντας την ένα ιδιαίτερο είδος τουριστικής δραστηριότητας, η οποία βασίζεται στις παραδόσεις. Ξένοι και Έλληνες επισκέπτες στέκονται έκπληκτοι μπροστά σε βυζαντινές εκκλησίες, αμέτρητα ξωκλήσια, μοναστήρια και άλλους θρησκευτικούς τόπους, θαυμάζοντας την αρχιτεκτονική τους, την ιστορία τους και την πολιτιστική τους αξία. Χιλιάδες τουρίστες κάθε χρόνο επισκέπτονται βυζαντινά και μεταβυζαντινά έργα τέχνης, μοναστήρια, εκκλησίες, με σπουδαία ψηφιδωτά, τοιχογραφίες και εικόνες, καθώς και άλλους θρησκευτικούς χώρους, εκφράζοντας έτσι το ενδιαφέρον των ανθρώπων να μάθουν και να τηρήσουν τις παραδόσεις και να συνδυάσουν την θρησκεία με την τέχνη και τον πολιτισμό.

Παρόλα αυτά, στη χώρα μας, δεν υπάρχουν καταγεγραμμένα στοιχεία για τον αριθμό των επισκεπτών, το φύλο τους, την ηλικία τους, τη χώρα προέλευσης, την θρησκεία τους, και άλλα στοιχεία που θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην σκιαγράφηση του προφίλ των επισκεπτών με θρησκευτικό ενδιαφέρον. Τα μόνα στοιχεία που έχουν καταγραφεί, μέσω ερευνών, είναι ο συνολικός αριθμός προσκυνημάτων ανά νομό, και παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 3.1: Σύνολο θρησκευτικών μνημείων στην Ελλάδα / Νομό

ΝΟΜΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ	ΝΟΜΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ
Αιτ/νίας	25	Κοζάνης	11
Αργολίδας	14	Κορινθίας	43
Αρκαδίας	33	Κυκλάδων	41
Άρτας	17	Λακωνίας	16
Αττικής	39	Λαρίσης	19
Αχαΐας	28	Λασιθίου	10
Βοιωτίας	26	Λέσβου	14
Γρεβενών	2	Λευκάδας	7
Δράμας	2	Μαγνησίας	25
Δωδ/νήσου	67	Μεσσηνίας	20
Έβρου	7	Ξάνθη	4
Ευβοίας	18	Πέλλας	8
Ευρυτανίας	8	Πιερίας	6
Ζακύνθου	9	Πρεβέζης	5
Ηλείας	29	Ρεθύμνης	13
Ημαθίας	13	Ροδόπης	1
Ηρακλείου	27	Σάμου	30
Θεσπρωτίας	11	Σερρών	17
Θες/νίκης	25	Τρικάλων	14
Ιωαννίνων	17	Φθιώτιδας	19
Καβάλας	12	Φλωρίνης	5
Καρδίτσας	8	Φωκίδας	7
Καστοριάς	5	Χαλκιδικής	8
Κέρκυρας	24	Χανίων	11
Κεφαλονιάς	14	Χίου	22
Κιλκίς	3		

Πηγή: <http://www.gtp.gr/LocInfo.asp?IncludeWide=&Infold=22&Code=EGRA005&PrimeCode=EGR A005&Level=5&PrimeLevel=5&LocId=69>

Από τον πίνακα, παρατηρείται ότι η Ελλάδα διαθέτει, σε όλη την έκτασή της, θρησκευτικά μνημεία, γεγονός που της δίνει τη δυνατότητα να αναπτύξει και θρησκευτικό τουρισμό. Η ανάπτυξη του οποίου, θα επιφέρει τουριστική και συνεπώς οικονομική ανάπτυξη, τόσο σε περιοχές που ήδη «εκμεταλλεύονται» το τουριστικό προϊόν, όσο και σε περιοχές με λιγότερο ή και καθόλου τουριστικό ενδιαφέρον. Ανάμεσα στα πιο σημαντικά θρησκευτικά μνημεία της χώρας είναι η μοναστική πολιτεία του Αγίου Όρους, τα εντυπωσιακά μοναστήρια των Μετεώρων, η Πάτμος, και οι ιεροί τόποι αφιερωμένοι στην Παναγία όπως οι εκκλησίες της Παναγίας στην Τήνο, της Παναγίας Σουμελά, της Παναγίας της Εκατονταπυλιανής, κλπ., όπου νιώθει κανείς ότι η υπέροχη ελληνική φύση απολαμβάνει την ευλογία του Θεού.

Ωστόσο, υπάρχει σημαντική έλλειψη στην ποιοτική μέτρηση των μνημείων αυτών, καθώς η ποσότητα των θρησκευτικών μνημείων δεν προσδιορίζει βασικά χαρακτηριστικά, όπως την αρχιτεκτονική, την ιστορία, κλπ., τα οποία θα κεντρίσουν το ενδιαφέρον των τουριστών.

3.4. «ΤΟΠΟΙ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»

Η ελληνική κληρονομιά σε μνημεία και τόπους θρησκευτικού ενδιαφέροντος, αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της Ελλάδας και της Ορθοδοξίας. Εκκλησίες από την εποχή του βυζαντίου και μετά, ξωκλήσια, μοναστήρια, η ασύγκριτη πολιτεία του Αγίου Όρους, κλπ., σε πόλεις και χωριά, επιβεβαιώνουν την αφοσίωση των Ελλήνων στις παραδόσεις και την θρησκεία. Άλλωστε, η ορθοδοξία και η ελληνική ιστορία είναι δύο έννοιες συνυφασμένες και προσδιορίζουν την εξέλιξη της κοινωνίας μας. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, οι τουρίστες να μπορούν να συνδυάσουν και να θαυμάσουν στα ταξίδια τους, τόσο την πολιτιστική κληρονομιά της χώρας μας, όσο και την θρησκευτική.

3.4.1. ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ

ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ

ΚΑΛΥΜΝΟΣ

Εκκλησίες

- Η αρχαία Εκκλησία, ο Χριστός της Ιερουσαλήμ
- Ταξίαρχη Μιχαήλ (Αρχάγγελος Μιχαήλ)

Παλαιοχριστιανικές βασιλικές

- Άγιος Στέφανος (Αγίου Στεφάνου)
- Παραπορτιανή στη Μύκονο

Μοναστήρια

- Άγιος Ιωάννης ο Θεολόγος στην Πάτμο
- Άγιος Παντελεήμονας στην Τήλο
- Ταξίαρχης Μιχαήλ στη Σύμη

ΚΑΡΠΑΘΟΣ

- Άγιος Λουκάς στην Απέλλα

ΚΑΣΤΕΛΛΟΡΙΖΟ

- Άγιος Γεώργιος του Βουνού

ΚΩΣ

- Άγιος Ιωάννης Βαπτιστής

ΛΕΡΟΣ

- Αγία Ματρώνα στο Παρθένι
- Άγιος Γεώργιος στο Παρθένι
- Άγιος Γεώργιος στον Δρυμώνα
- Άγιος Πέτρος στο Δρυμώνα

- Παναγία Γουρλομάτα στο Δρυμόνα
- Άγιος Ιωάννης ο Θεολόγος στο Λακκί
- Άγιοι Απόστολοι στην Καμάρα

ΡΟΔΟΣ

Εκκλησίες

- Αγία Αικατερίνη στη Πόλη της Ρόδου
- Αγία Παρασκευή στη Μεσαιωνική Πόλη
- Αγία Τριάδα στη Μεσαιωνική Πόλη
- Άγιος Αθανάσιος στη Πόλη της Ρόδου
- Άγιος Γεώργιος στη Πόλη της Ρόδου
- Παναγία του Κάστρου στη Πόλη της Ρόδου
- Καθολικό (Κύρια Εκκλησία) της Μονής του Αρχαγγέλου Μιχαήλ

ΕΠΙΤΑΝΗΣΑ

ΚΕΡΚΥΡΑ

Εκκλησίες

- Αγίων Ιάσωνος και Σωσιπάτρου
- Παλαιοχριστιανική Βασιλική Παλαιόπολης

ΛΕΥΚΑΔΑ

- Παναγίας Οδηγήτριας στην Απόλπαινα

ΖΑΚΥΝΘΟΣ

Μοναστήρια

- Αγίου Ιωάννη του Προδρόμου
- Θεοτόκου (Μητέρα του Θεού) Αναφωνήτρια

ΗΠΕΙΡΟΣ

ΑΡΤΑ

Εκκλησίες

- Άγιος Βασίλειος
- Παναγία Παρηγορήτισσα

Μοναστήρια

- Κάτω Παναγιά στη Θεσπρωτία
- Παλαιοχριστιανική Βασιλική στη Πρέβεζα
- Άγιος Δημήτριος

ΙΩΑΝΝΙΝΑ

- Άγιος Νικόλαος

ΘΕΣΣΑΛΙΑ

ΚΑΡΔΙΤΣΑ

Εκκλησίες

- Αγία Τριάδα
- Άγιος Αθανάσιος
- Άγιος Γεώργιος
- Άγιος Γεώργιος στη Ρεντίνα
- Άγιος Ιωάννης ο Θεολόγος στο Παλιούρι
- Γέννηση της Θεοτόκου
- Κοίμηση της Θεοτόκου στη Γελάνθη

ΛΑΡΙΣΑ

Εκκλησίες

- Κοίμηση της Θεοτόκου

Μοναστήρια

- Αγία Τριάδα στα Μετέωρα
- Άγιος Νικόλαος στα Μετέωρα
- Άγιος Στέφανος στα Μετέωρα
- Βαρλαάμ στα Μετέωρα
- Μεγάλου Μετεώρου στα Μετέωρα
- Ρουσάνου Μετεώρων
- Άγιος Βησσαρίων στα Τρίκαλα
- Μεγάλες Πυλές στα Τρίκαλα
- Καθολικό (Κύρια Εκκλησία) της Μονής Σιαμάδων στα Τρίκαλα
- Καθολικό της Μονής Σταγιάδων στα Τρίκαλα
- Άγιος Γεώργιος στη Καρδίτσα
- Άγιος Γεώργιος στη Καρδίτσα
- Γέννηση της Θεοτόκου στη Καρδίτσα
- Κοίμηση της Θεοτόκου στη Καρδίτσα
- Πελεκητής στη Καρδίτσα
- Πέτρα στη Καρδίτσα
- Ρεντίνα στη Καρδίτσα
- Ανω Μονή Παναγίας Ξενιάς στη Μαγνησία
- Κανάλων στη Λάρισα
- Ολυμπιώτισσας στη Λάρισα
- Κοίμησης της Θεοτόκου στο Βυτουμά

ΤΡΙΚΑΛΑ

- Άγιος Γεώργιος στη Βασιλική
- Άγιοι Ανάργυροι (Κοσμά και Δαμιανού) στο Βαρούσι
- Αγίων Αποστόλων Πέτρου & Παύλου
- Κοίμησης της Θεοτόκου στην Καλαμπάκα

- Πόρτα Παναγιά στην Πύλη

ΘΡΑΚΗ

ΈΒΡΟΣ

- Μονή Παναγίας Κοσμοσώτειρας

ΡΟΔΟΠΗ

- Παπίκιον Όρος

ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ

ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑ

- Παναξιώτισσα

ΑΤΤΙΚΗ

Εκκλησιές

- Άγιοι Θεόδωροι στην Αθήνα
- Μητρόπολη Αθηνών ο Ευαγγελισμός της Θεοτόκου
- Καπνικαρέα στην Αθήνα
- Παναγία Γοργοεπήκοος στην Αθήνα

Μοναστήρια

- Μονή Αστερίου
- Μονή Δαφνίου
- Μονή Καισαριανής

ΒΟΙΩΤΙΑ

- Οσίου Λουκά

- Παναγίας Σκριπούς

ΕΥΡΥΤΑΝΙΑ

- Ιερά Μονή Προυσού

ΦΘΙΩΤΙΔΑ

Εκκλησιές

- Άγιος Γεώργιος (Άγιος Γεώργιος) στη Σφάκα
- Άγιος Νικόλαος (Αγίου Νικολάου) στο Λάρυμνας
- Άγιοι Θεόδωροι σε Λιβανάτες

Μοναστήρια

- Αγάθωνος
- Δαμάστα
- Προφήτης Ηλίας στο Ζέλι
- Καθολικός του Αγίου Βλασίου στη Στυλίδα
- Καθολικό της Μονής Δαδίου
- Καθολικό της Μεταμόρφωσης του Σωτήρος στα Καμμένα Βούρλα
- Καθολικό των Ταξιαρχών (Αρχάγγελοι) στη Νεράιδα Στυλίδας

ΚΡΗΤΗ

Εκκλησίες

- Άγιος Κωνσταντίνος στο Αβδού Ηρακλείου
- Άγιος Νικόλαος στα Κυριακοσέλια Χανίων
- Άγιος Παντελεήμων στο Μπιτζαριανό Ηρακλείου
- Αρχαγγέλου Μιχαήλ στην Επισκοπή Κισάμου
- Παναγίας (Παναγία) στο Φόδελε Ηρακλείου
- Παναγία Κερά στα Κριτσά Λασιθίου
- Παναγίας Γκουβερνιώτισσας στις Ποταμιές

- Μνημείο Τζαγκαρόλοι στο Ρέθυμνο

Παλαιοχριστιανικές βασιλικές

- Αλμυρίδα Αποκορώνου στα Χανιά
- Βασιλική Α Χερσόνησος

Μοναστήρια

- Αρκάδι στο Ρέθυμνο
- Βρονιτισιός στο Ηράκλειο
- Γουβερνέτου στα Χανιά
- Παναγίας Κεράς στην Άνω Κερά στο Ηράκλειο
- Πρέβελη στο Ρέθυμνο
- Αγία Τριάδα Τζαγκαρόλων στα Χανιά
- Τοπλού στο Λασιθί
- Καθολικό της Μονής Βαλσαμονέρων στο Ηράκλειο

ΚΥΚΛΑΔΕΣ

ΑΜΟΡΓΟΣ

Μοναστήρια

- Παναγίας (Παναγία) Χοζοβιώτισσας

ΘΗΡΑ (ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ)

- Επισκοπή στη Μέσα Γωνιά
- Άγιος Νικόλαος στο Μαρμαρίτη

ΚΙΜΩΛΟΣ

- Άγιος Ιωάννης ο Χρυσόστομος

ΝΑΞΟΣ

- Άγιος Αρτέμιος στο Σταυρό
- Άγιος Γεώργιος Διασορίτης
- Παναγία Δροσιανή
- Παναγία η Πρωτόθρονη

ΠΑΡΟΣ

Παλαιοχριστιανική Βασιλική

- Εκατονταφυλιανή ή Καταπολιανή

ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ

ΑΓΙΟ ΟΡΟΣ

Παλαιοχριστιανικές βασιλικές

- Εκκλησία του Πρωτάτου

Μοναστήρια

- Άγιος Παντελεήμων
- Άγιος Παύλος
- Βατοπεδίου
- Γρηγορίου
- Διονυσίου
- Δοχειαρίου
- Εσφιγμένου
- Ζωγράφου
- Ιβήρων
- Καρακάλλου
- Κουτλουμουσίου
- Κωνσταμονίτου
- Μεγίστης Λαύρας
- Ξενοφώντος

- Ξηροποτάμου
- Παντοκράτορος
- Σίμωνος Πέτρας (ή Σιμωνόπετρα)
- Σταυρονικήτα
- Φιλοθέου
- Χιλανδαρίου

ΓΡΕΒΕΝΑ

- Αγίας Παρασκευής στο Παλαιοχώρι
- Άγιος Νικόλαος στο Δίπορο
- Άγιος Νικόλαος στο Περιβόλι
- Κοίμησης της Θεοτόκου στη Δράμα
- Αγία Σοφία
- Ταξιάρχης (Ο Αρχάγγελος)

ΈΔΕΣΣΑ

- Παλιά Μητρόπολη

ΗΜΑΘΙΑ

- Άγιος Αθανάσιος στο Κουτσοχώρι
- Αγίου Κηρύκου και Ιουλίττας στη Βέροια
- Ανάσταση του Χριστού Σωτήρος στη Βέροια
- Άγιος Βλάσιος στη Βέροια
- Μέγας Θεολόγος στη Βέροια
- Παλιά Μητρόπολη στη Βέροια

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Εκκλησίες

- Αγία Αικατερίνη
- Αγία Σοφία
- Άγιος Δημήτριος
- Άγιος Νικόλαος Ορφανού
- Άγιος Παντελεήμων
- Άγιοι Απόστολοι
- Παναγία Χαλκέων
- Προφήτης Ηλίας

Παλαιοχριστιανικές βασιλικές

- Αχειροποιήτου
- Ροτόντα
- Μονή Λατόμου

ΚΑΣΤΟΡΙΑ

- Άγιος Γεώργιος
- Άγιος Στέφανος
- Άγιοι Ανάργυροι
- Παναγιά Κουμπελίδικη ή Καστριώτισσα

ΚΟΖΑΝΗ

- Άγιος Μηνάς στο Βελβεντό
- Άγιος Νικόλαος στο Βελβεντό
- Άγιοι Ανάργυροι στα Σέρβια
- Αγίων Θεοδώρων Σερβίων
- Επισκοπική Εκκλησία σε Κάστρον Σερβίων
- Κοίμησης της Θεοτόκου στο Δίλοφο
- Κοίμησης της Θεοτόκου στην Αιανή
- Μέση Βυζαντινή Εκκλησία στο Σισάνι

ΣΕΡΡΕΣ

Εκκλησίες

- Άγιος Νικόλαος στον Ελαιώνα
- Παλιά Μητρόπολη

Παλαιοχριστιανικές βασιλικές

- Αγία Παρασκευή στη Κοζάνη
- Αγίου Αχιλλείου Πρεσπών στη Φλώρινα
- Σφηκιά Ημαθίας

Μοναστήρια

- Αγίας Αναστασίας Φαρμακολύτριας στη Χαλκιδική
- Ζυγού στη Χαλκιδική
- Αγία Τριάδα στη Κοζάνη
- Μεταμόρφωσης του Σωτήρος στη Κοζάνη
- Ευαγγελισμός της Θεοτόκου στα Γρεβενά
- Ζάβορδας στα Γρεβενά
- Κοίμηση της Θεοτόκου στα Γρεβενά
- Ερμιτάζ της Μικρής Αναλήψεως στις Πρέσπες
- Αγίου Ιωάννη του Προδρόμου στις Σέρρες

ΦΛΩΡΙΝΑ

- Άγιος Γερμανός στις Πρέσπες

ΝΗΣΙΑ ΤΟΥ ΒΟΡΕΙΟΑΝΑΤΟΛΙΚΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΛΕΣΒΟΣ

Εκκλησίες

- Άγιος Αθανάσιος στη Μυτιλήνη
- Άγιος Γεώργιος στα Ανεμώτια

- Άγιος Θεράπων στη Μυτιλήνη
- Άγιος Ιωάννης στο Κεραμί
- Άγιος Στέφανος στο Μανταμάδο
- Κοίμηση της Θεοτόκου στην Αγιάσο
- Κοίμηση της Θεοτόκου στην Πέτρα
- Μεταμόρφωσης του Σωτήρος
- Παναγίας Τρουλωτή

Παλαιοχριστιανικές βασιλικές

- Άγιος Ανδρέας στη Σκάλα Ερεσού
- Άγιος Φωκάς

Μοναστήρια

- Κοίμησης της Θεοτόκου
- Παμμεγίστων Ταξιαρχών (Αγίων Ταξιαρχών) στο Μανταμάδο
- Περιβόλι
- Ταξιαρχών (Αρχάγγελοι) Λειμώνος
- Καθολικό (Κύρια Εκκλησία) των Ταξιαρχών

ΛΗΜΝΟΣ

- Άγιος Γεώργιος
- Παναγία Κακαβιώτισσα

ΝΗΣΙ ΑΓΙΟΣ ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΣ

- Άγιος Βασίλειο

ΧΙΟΣ

- Αγίων Αποστόλων στο Πυργί
- Παναγία Κρίνα

- Παλαιοχριστιανική Βασιλική Αγίου Ισιδώρου
- Νέα Μονή

ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ

ΑΡΓΟΛΙΔΑ

- Άγιος Ιωάννης ο Ελεήμων
- Κοίμηση της Θεοτόκου

ΑΡΚΑΔΙΑ

- Άγιοι Απόστολοι

Μοναστήρια

- Μεταμόρφωση του Σωτήρος
- Φιλοσόφου στη Δημητσάνα
- Τιμίου Σταυρού

ΑΧΑΪΑ

Εκκλησίες

- Άγιος Ανδρέας στη Πάτρα
- Άγιος Νικόλαος στη Πάτρα

Μοναστήρι

- Αγίας Λαύρας στα Καλάβρυτα

ΗΛΕΙΑ

- Παναγία Καθολική στη Γαστούνη

ΚΟΡΙΝΘΙΑ

Μοναστήρια

- Άγιος Γεώργιος Φενεού
- Μεγάλου Σπηλαίου στα Καλάβρυτα

ΛΑΚΩΝΙΑ

- Αγία Βαρβάρα
- Άγιος Νικόλαος στην Αγόριανη
- Αγίων Τεσσαράκοντα

ΜΕΣΣΗΝΙΑ

- Άγιος Νικόλαος
- Μεταμόρφωσης του Σωτήρος

ΣΠΟΡΑΔΕΣ

ΣΚΙΑΘΟΣ

- Μονή Ευαγγελίστριας

ΣΚΟΠΕΛΟΣ

- Μονή Ευαγγελίστριας

3.5. ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ

ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Εδώ και πολλά χρόνια, το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας βασίστηκε στο λεγόμενο πρότυπο «ήλιος – θάλασσα» και όχι σε στοιχεία που θα μπορούσαν να την

αναδειξουν σε μοναδικό τουριστικό προορισμό, όλες τις εποχές, όπως ο πολιτισμός και η φύση της. Η Ελλάδα έχει τη δυνατότητα να ξεπεράσει τον εαυτό της στο τομέα του τουρισμού (Lockwood και Medlik,2001), εκμεταλλευόμενη όσο το δυνατόν καλύτερα τα στοιχεία που μπορούν να την αναδείξουν.

Ειδικότερα, τα στοιχεία θρησκευτικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος που υπάρχουν στην Ελλάδα, δεν έχουν προβληθεί σε τόσο μεγάλο βαθμό, όσο άλλα στοιχεία της. Στην πραγματικότητα όμως η χώρα μας διαθέτει τόπους που λειτουργούν συνεχώς, όπως είναι οι εκκλησίες, τα μοναστήρια, κλπ., και μπορούν άξια να συμμετάσχουν στην τουριστική ανάπτυξη όλες τις εποχές. Έτσι, λοιπόν αυτά τα ιερά μέρη αποτελούν ιδανικό προορισμό για κάποιον τουρίστα, όχι μόνο για να τα δει, αλλά και να προσκυνήσει, και να ζήσει τη «μαγεία» της ατμόσφαιρας των τόπων αυτών.

Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι η Ελλάδα είναι από τις λίγες χώρες στις οποίες η μοναστική ζωή συνεχίζει να υπάρχει. Γεγονός που σημαίνει ότι ο επισκέπτης ενός μοναστηριού έχει τη δυνατότητα να δει ή και να ενταχθεί σε μια «ζωντανή» κοινωνία, και όχι μόνο να δει ένα μνημείο (Butler, 1990). Επιπλέον, υπάρχουν τόποι και προσκυνήματα, που προσελκύουν πλήθος πιστών, όλες τις εποχές του χρόνου. Συμπεραίνουμε λοιπόν, ότι η Ελλάδα κατέχει μια ευνοϊκή θέση σε αυτό το είδος τουρισμού, και θα πρέπει να την αξιοποιήσει κατάλληλα.

Για να γίνει όμως αυτό, είναι απαραίτητο να δημιουργηθεί ένα στρατηγικό σχέδιο από όλους τους φορείς που εμπλέκονται στο θρησκευτικό κλάδο και την κοινωνία, με απώτερο σκοπό, την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού, χωρίς βέβαια να αλλοιωθούν τα στοιχεία που καθιστούν την θρησκεία μας μοναδική. Ιδανικό θα ήταν να προβληθούν στοιχεία που δηλώνουν το μεγαλείο της Ορθοδοξίας, όπως για παράδειγμα η διαφορετικότητα και η πνευματικότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: «ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»

4.1. «ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τομείς εσόδων στην χώρα, και είναι φυσικό η ανάπτυξη αυτού να εμφανίζει συνέπειες, τόσο θετικές όσο και αρνητικές. Είναι γεγονός όμως ότι ο μαζικός τουρισμός επιφέρει σημαντικές αρνητικές συνέπειες, λόγω των διαφόρων πιέσεων που υφίσταται τόσο η κοινωνία (αλλαγές στα ήθη και τα έθιμα), όσο και το περιβάλλον (άναρχη οικοδόμηση, καταστροφή βιοτόπων). Αντιθέτως, ο εναλλακτικός τουρισμός, ο οποίος χαρακτηρίζεται από τις μορφές τουρισμού που συνδέονται τόσο με τις κοινωνικές όσο και με τις περιβαλλοντικές αξίες μια χώρας, παρουσιάζει περισσότερες θετικές συνέπειες, λόγω του ότι είναι αποδεκτός από τον τοπικό πληθυσμό. Αυτό βέβαια, εξαρτάται και από το είδος του τουρισμού που αναπτύσσεται στην περιοχή. Οι τομείς που επηρεάζονται περισσότερο και που θα αναλυθούν παρακάτω, είναι ο οικονομικός τομέας, ο κοινωνικός και ο περιβαλλοντικός.

4.1.1. «Οικονομικός τομέας»

Αρχικά, οι θετικές επιπτώσεις που προσφέρει ο εναλλακτικός τουρισμός σύμφωνα με την Βενετσανοπούλου (2006), είναι η αύξηση των εσόδων της χώρας και κατά συνέπεια και η ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας. Όπως επίσης, παρατηρείται και αύξηση των οικονομικών δραστηριοτήτων των επενδύσεων και της βιομηχανίας, δεδομένου ότι για την δημιουργία των μορφών εναλλακτικού τουρισμού απαιτείται και η ανάπτυξη υποδομών και προδιαγραφών. Τέλος, δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας, εφόσον οι επισκέπτες κάθε τύπου θα χρειαστούν την εξυπηρέτηση και την κάλυψη κάποιων αναγκών τους.

Από την άλλη μεριά, υπάρχουν και οι αρνητικές επιπτώσεις, όπως είναι η οικονομική εκμετάλλευση των τουριστών από τους κατοίκους, καθώς και η ανάπτυξη της παραοικονομίας, αφού οι κάτοικοι καταχρώνται την άγνοια των τουριστών. Και όπως είναι φυσικό, αυξάνεται και η φοροδιαφυγή. Επιπλέον, στις ήδη ανεπτυγμένες χώρες, το κόστος ζωής για τους τουρίστες είναι αρκετά υψηλό, με αποτέλεσμα οι κάτοικοι να στηρίζονται μόνο στον τουρισμό για την δική τους επιβίωση και να

παραμελούν άλλους τομείς (γεωργία, κτηνοτροφία), κάτι που ίσως αποβεί μοιραίο, δεδομένου ότι ο τουρισμός επηρεάζεται και από εξωγενείς, μη προβλέψιμους παράγοντες (σεισμοί, κακοκαιρία).

4.1.2. «Κοινωνικός τομέας»

Σύμφωνα με τους Ζαχαράτο και Τσάρτα (1999), ο τουρισμός μπορεί να διευρύνει τις κοινωνικές επαφές των τουριστών με τους κατοίκους λόγω της επικοινωνίας που υφίσταται μεταξύ αυτών, με συνέπεια να ενισχύονται οι ανθρώπινες σχέσεις. Επιπλέον, δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας, οι οποίες προσαρμόζονται στις ανάγκες των μορφών τουρισμού που αναπτύσσονται. Επίσης, μειώνεται η συσσώρευση των ανθρώπων στις πόλεις, εφόσον ο τουρισμός αποτελεί κίνητρο για παραμονή στην επαρχία και την αναζήτηση ή δημιουργία εργασίας εκεί. Επιπρόσθετα, το επίπεδο ζωής των κατοίκων μια περιοχής βελτιώνεται σημαντικά, δεδομένου ότι αναβαθμίζονται οι περιοχές που αναπτύσσονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, καθώς κρίνεται απαραίτητο να δημιουργηθούν έργα ώστε να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες. Αξίζει να σημειωθεί δε, ότι ενισχύεται η πολιτιστική κληρονομιά κάθε τόπου, είτε συντηρώντας τα μνημεία, τα έργα τέχνης, είτε διοργανώνοντας εκδηλώσεις που σχετίζονται με τα ήθη και τα έθιμα.

Παρόλα αυτά, η ανάπτυξη του τουρισμού, μπορεί να δημιουργήσει και αρνητικές συνέπειες στην κοινωνία, για παράδειγμα στην εξυπηρέτηση των τουριστών, η οποία ακολουθεί τα πρότυπα μια τυποποιημένης συμπεριφοράς, χωρίς την ζεστή και ανθρώπινη αντιμετώπιση που χαρακτηρίζει την χώρα μας. Επακόλουθο αυτού είναι και ο περιορισμός της προσωπικής επαφής των κατοίκων με τους τουρίστες, και κατά συνέπεια περιορίζεται και η επαφή τους με τον πολιτισμό, τα ήθη και τα έθιμα του τόπου. Ακόμη, είναι πιθανό να αλλοιωθεί η κουλτούρα των τόπων με σημαντική τουριστική ανάπτυξη, καθώς οι κάτοικοι, κυρίως οι νέοι, επηρεάζονται από τους τουρίστες και προσπαθούν να «μοιάσουν» περισσότερο σε αυτούς για να μην φαίνονται ξεπερασμένοι.

4.1.3. «Περιβαλλοντικός τομέας»

Οι επιπτώσεις στον περιβαλλοντικό τομέα παρατηρούνται στο φυσικό περιβάλλον, όπως για παράδειγμα είναι η μόλυνση των υδάτων, η αύξηση των ρύπων και η ηχορύπανση. Η αύξηση των τουριστών σε ένα μέρος προκαλεί καταστροφές στη φύση, είτε γιατί αυτή χρησιμοποιείται από τους τουρίστες για διάφορες δραστηριότητες, είτε γιατί αναπτύσσονται έργα που διαταράσσουν την ισορροπία της.

Αντίθετα όμως από τις καταστροφές στο περιβάλλον, η ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να έχει και θετικές συνέπειες σε αυτό. Για να γίνει σαφέστερο, η ανάπτυξη του τουρισμού συμβάλει στην ανάπτυξη του αισθήματος για την προστασία του περιβάλλοντος, καθώς οι τουρίστες αναζητούν πλέον μέρη με ιδιαίτερα και ποιοτικά περιβαλλοντικά στοιχεία.

4.2. «ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Κάθε είδος εναλλακτικού τουρισμού για να αναπτυχθεί σωστά θα πρέπει να:

- Διαθέτει περιβαλλοντικά στοιχεία που παραμένουν στον χρόνο
- Αποφέρει οικονομικά οφέλη στην κοινωνία
- Σέβεται τα ήθη και τα έθιμα της κοινωνίας
- Εξασφαλίζει την προστασία του περιβάλλοντος

Σύμφωνα όμως με την Ευρωπαϊκή Ένωση, για να επιτευχθούν τα παραπάνω απαιτείται αρχικά η σωστή συνεργασία των φορέων που σχετίζονται με τον τουρισμό. Για να γίνει σαφέστερο, θα πρέπει να οι δημόσιοι και οι ιδιωτικοί φορείς να συνεργαστούν αρμονικά με σκοπό την δημιουργία ενός στρατηγικού σχεδίου που θα επιφέρει αποτελεσματική ανάπτυξη στον τομέα του τουρισμού. Επιπλέον, θα πρέπει να υπάρχει επαρκής εκπαίδευση πάνω στον τομέα αυτό, τόσο των επαγγελματιών, όσο και των κατοίκων των περιοχών. Και αυτό γιατί, η εκπαίδευση των ανθρώπων που απασχολούνται στον τουρισμό, μπορεί να βοηθήσει στην προσφορά ποιοτικότερων υπηρεσιών και κατ' επέκταση στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας. Η Ελλάδα, η οποία ως επί τω πλείστον είναι μια τουριστική χώρα, αποτελεί ιδανική περίπτωση για την ανάπτυξη και την εξέλιξη των ειδών του εναλλακτικού τουρισμού. Ειδικότερα, αποτελεί έναν ιδιαίτερο παγκόσμιο προορισμό, ο οποίος διαθέτει πληθώρα ιστορικών και πολιτιστικών στοιχείων, όπως επίσης και ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον. Ωστόσο, υστερεί ακόμα σε πολλά στοιχεία, που θα την κάνουν ακόμα πιο ανταγωνιστική. Πιο συγκεκριμένα, έχει σημαντικές ελλείψεις σε υποδομές που χαρακτηρίζουν τον εναλλακτικό τουρισμό, με αποτέλεσμα να προωθεί περισσότερο τον μαζικό τουρισμό, γεγονός που την κάνει λιγότερο ανταγωνιστική σε σχέση με τις χώρες που προωθούν τον εναλλακτικό τουρισμό. Επίσης, παρουσιάζει αδυναμίες στην οργάνωση και τη λειτουργία επιπλέον τουριστικών κλάδων, με αποτέλεσμα να παρέχει ένα ποιοτικά χαμηλό προϊόν.

4.2.1. «Διαφήμιση»

Η διαφήμιση αποτελεί σημαντικό στοιχείο για την προώθηση και την προβολή των δυνατοτήτων που έχει η χώρα μας, στην ανάπτυξη και εξέλιξη του εναλλακτικού τουρισμού. Για να γίνει σαφέστερο, ο κύριος σκοπός της διαφήμισης είναι να προβάλλει ένα προϊόν και να προτρέψει το καταναλωτικό κοινό να το αγοράσει. Με αυτόν τον τρόπο, είναι εφικτό να βοηθήσει και στην ανάπτυξη του τουρισμού, προωθώντας με ελκυστικό τρόπο τα θετικά στοιχεία της Ελλάδας και τις δυνατότητές της στην δημιουργία εναλλακτικού τουρισμού. Άλλωστε, μια τέτοια κατεύθυνση, προβολής και διαφήμισης, είναι πιθανό να βοηθήσει και στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, στην ανταγωνιστικότητα της χώρας και γενικότερα στην αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης. Στη συνέχεια, θα γίνει ανάλυση των τρόπων με τους οποίους θα μπορούσε η διαφήμιση να προσελκύσει τουρίστες στη χώρα μας, αλλά και των τρόπων προβολής του τουρισμού.

4.2.1.1. Τρόποι Προσέλκυσης Τουριστών

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, ο σκοπός της διαφήμισης είναι να επηρεάσει το καταναλωτικό κοινό και να το κατευθύνει να αγοράσει το προϊόν που προβάλλει, που στην περίπτωσή μας είναι τα είδη του εναλλακτικού τουρισμού. Για να γίνει όμως αυτό, θα πρέπει πρώτα να ερευνηθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν το κοινό, όπως για παράδειγμα οικονομικοί παράγοντες, επικοινωνιακοί, κοινωνικοί, φυσικοί, κλπ.

Παράλληλα όμως με τη διαφήμιση, για να υπάρχει μεγαλύτερη προσέλκυση τουριστών, θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα ευνοϊκό, ίσως και φιλικό κλίμα μεταξύ των τουριστών και των επιχειρήσεων. Εξάλλου, η Ελλάδα φημίζεται για την φιλοξενία της και τους ανθρώπους της, οι οποίοι θέτουν σε προτεραιότητα τον φιλοξενούμενό τους. Για τον λόγο αυτό, άλλωστε, και οι περισσότερες επιχειρήσεις που ασχολούνται με τον τουρισμό, προσπαθούν να παρέχουν την «τέλεια» εξυπηρέτηση στους πελάτες τους, θέτοντάς τους στο επίκεντρο, και να ακολουθούν την φράση ότι «ο πελάτης έχει πάντα δίκιο».

4.2.1.2. Τρόποι Προβολής του Τουρισμού

Όπως είναι φυσικό, για να επιτευχθούν οι στόχοι της διαφήμισης και να αποδώσει στο μέγιστο, είναι απαραίτητο να επιλεγούν τα κατάλληλα μέσα προβολής τόσο των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον εναλλακτικό τουρισμό, όσο και της χώρας μας γενικότερα, αναλόγως με την ομάδα που επιθυμούν να προσεγγίσουν. Αναλυτικότερα, όσον αφορά μεγαλύτερες ηλικίες, η διαφήμιση θα μπορούσε να γίνει,

μεταξύ άλλων, μέσω του ραδιοφώνου, της τηλεόρασης ή και των έντυπων μέσων (εφημερίδες, περιοδικά). Ενώ, για τις μικρότερες ηλικίες, η διαφήμιση θα ήταν πιο αποτελεσματική, εάν γινόταν μέσω των κοινωνικών δικτύων, του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ακόμα και μέσω ειδικών εκθέσεων.

4.3. «ΟΙ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Μια τουριστική περιοχή θεωρείται απαραίτητο να ακολουθήσει κάποια πρότυπα, με σκοπό να παγιώσει την θέση της στον τομέα του τουρισμού. Ειδικότερα, η ζήτηση κάποιας περιοχής εξαρτάται άμεσα από την ανάπτυξή της, την οργάνωσή της και την διαχείριση των υποδομών και των υπηρεσιών που προσφέρει (Τσάρτας, 1999). Οι υποδομές και οι υπηρεσίες που προσφέρουν οι περιοχές (διαμονή, εστίαση, οδικό δίκτυο, κλπ.), καθώς και η ποιότητα και η σωστή διαχείριση αυτών, αποτελούν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά προσφοράς, αλλά και ζήτησης.

Επίσης, οι τουριστικές περιοχές, με την βοήθεια των τοπικών και εθνικών φορέων, θα πρέπει να δημιουργήσουν ή να βελτιώσουν το κατάλληλο φυσικό, οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον τους, με σκοπό την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Τσάρτας, 1999). Πολλοί διεθνείς οργανισμοί που σχετίζονται με τον τουρισμό, το περιβάλλον και τον πολιτισμό (UNESCO, ΠΟΤ, κλπ.), συνιστούν κάθε τουριστική δραστηριότητα να σχεδιάζεται και να αναπτύσσεται με σκοπό να:

- είναι περιβαλλοντικά ανεκτή στο χρόνο
- αποφέρει βιώσιμα οικονομικά οφέλη στις περιοχές που αναπτύσσεται
- είναι ηθικά και κοινωνικά σύμφωνη με τις τοπικές κοινωνίες
- εξασφαλίζει τη διατήρηση του πολιτισμού

Για να είναι όμως επιτυχημένη η λειτουργία και η αποδοτικότητα των παραπάνω χαρακτηριστικών, θα πρέπει να τηρηθούν κάποιες προϋποθέσεις, οι οποίες είναι:

- η συνεργασία των εμπλεκόμενων φορέων στον τουρισμό
- η τοπική συμμετοχή στο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης
- η εκπαίδευση όλων των συμμετεχόντων (επαγγελματίες, πολίτες, κλπ.)
- η υψηλή ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών

Οι παραπάνω προϋποθέσεις εξυπηρετούν και βοηθούν στην αποτελεσματική ανάπτυξη των μορφών τουρισμού. Για να γίνου όμως περισσότερο κατανοητές, παρακάτω θα αναλυθεί κάθε μια ξεχωριστά.

Αρχικά, όσον αφορά τη συνεργασία, είναι απαραίτητο να ληφθεί υπ' όψιν ότι ο τουρισμός αποτελεί μια πολύπλοκη διαδικασία. Η διαδικασία αυτή συμπεριλαμβάνει τομείς της κοινωνίας και της οικονομίας, γεγονός που απαιτεί σεβασμό και συνεργασία όλων των φορέων (ιδιωτικών, δημόσιων), που σχετίζονται με τον τομέα του τουρισμού, με αποτέλεσμα να επιτευχθεί βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Εάν επιτευχθεί αυτή η συνεργασία, κάθε σχεδιασμός ή δράση που σχετίζεται με την τουριστική ανάπτυξη (υποδομές, επενδύσεις, κλπ.), θα έχει ως βάση μια κοινή πολιτική και κοινούς στόχους, και όχι την μονομερή ικανοποίηση συμφερόντων.

Υπάρχουν, επίσης, μερικά προβλήματα που κρίνεται σκόπιμο να βρουν λύσεις μέσω της συνεργασίας στις τουριστικές περιοχές. Αυτά είναι, σύμφωνα με την Hevre Barioulet (2001) τα εξής:

- η μείωση της μη σωστής χρήσης των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και της κατανάλωσης νερού μέσα από διάφορους ελέγχους.
- η εξασφάλιση της ανακύκλωσης των απορριμμάτων
- η χρήση των μέσων μαζικής μεταφοράς με σκοπό την μείωση της κυκλοφοριακής συμφόρησης και της περιβαλλοντικής ρύπανσης
- η μη οργανωμένη πρόσβαση των τουριστών σε οικολογικά ευάλωτες περιοχές
- η συγχρηματοδότηση των προγραμμάτων περιβαλλοντικής προστασίας
- η υιοθέτηση περιβαλλοντικών πολιτικών ανάπτυξης από τις επιχειρήσεις

Συνεχίζοντας, όσον αφορά την τοπική συμμετοχή, είναι γεγονός ότι από την μια περιοχή στην άλλη οι ανάγκες, οι προσδοκίες, τα χαρακτηριστικά διαφέρουν σημαντικά. Έτσι λοιπόν, δεν μπορεί να υπάρχει ένας μόνο στρατηγικός σχεδιασμός για όλες τις περιοχές που θέλουν και προσπαθούν να αναπτυχθούν τουριστικά.

Παρόλα αυτά, θα μπορούσε να υπάρχει ένα κατευθυντήριο πλαίσιο, και από κει και πέρα η κάθε περιοχή ξεχωριστά με τη συνεργασία όλων των τοπικών φορέων (δήμος, οργανώσεις, επιστημονικοί φορείς, κλπ.) και των πολιτών, να σχεδιάσουν ένα στρατηγικό σχέδιο για την ανάπτυξη της μορφής τουρισμού που προσφέρεται ο τόπος τους.

Επιπλέον, με την συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης, μπορεί να επιτευχθεί:

- αύξηση των κερδών της τοπικής κοινωνίας
- αποδοχή του τουρισμού από τους μόνιμους κατοίκους της περιοχής
- ενεργή συμμετοχή των κατοίκων για την διατήρηση των τουριστικών ειδών

Επιπρόσθετα, η εκπαίδευση των ανθρώπων που σχετίζονται με τον τουρισμό, αλλά και των πολιτών (είτε ως τουρίστες, είτε ως κάτοικοι τουριστικών περιοχών), προσφέρει ποιοτικότερο προϊόν και αυξάνει την ανταγωνιστικότητα του. Πιο αναλυτικά, τα εκπαιδευτικά προγράμματα με θέματα όπως οι έννοιες του τουρισμού, τα πλεονεκτήματα του, τα μειονεκτήματα του, ωφελούν τους ανθρώπους που ασχολούνται με αυτόν, να ενημερωθούν, να προβληματιστούν και να κατανοήσουν σε μεγαλύτερο βαθμό τις ανάγκες του τουριστικού προϊόντος και την διαφορετικότητα των ειδών του.

Ακόμη, η εκπαίδευση των πολιτών και των επαγγελματιών στον τουρισμό, σε θέματα που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος και του πολιτισμού, μπορούν να βοηθήσουν στην ανάπτυξη βιώσιμου τουριστικού προϊόντος. Για να γίνει σαφέστερο, η κοινωνία σε συνεργασία με τους εκπαιδευτικούς φορείς θα πρέπει να δημιουργήσει εκπαιδευτικά προγράμματα που θα έχουν ως στόχο την ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση των πολιτών σε περιβαλλοντικά και πολιτιστικά θέματα, ώστε να κατανοήσουν και να υιοθετήσουν νέες συμπεριφορές και πρακτικές που ενισχύουν την βιωσιμότητα.

Τέλος, ιδιαίτερα σημαντικό κρίνεται να ενημερώνονται και οι τουρίστες για το περιβάλλον, τον πολιτισμό και τις συνήθειες των τόπων που επισκέπτονται ώστε να ενταχθούν στο κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον τους και να αποκομίσουν τα μέγιστα οφέλη από το ταξίδι τους.

Έπειτα, σε ότι αφορά την ποιότητα, θα πρέπει αρχικά, να γίνει κατανοητό ότι η έννοια του ποιοτικού τουρισμού αναφέρεται στο είδος του τουρισμού όπου οι τουρίστες σέβονται την τοπική κοινωνία και το περιβάλλον και αντίστοιχα η κοινωνία σέβεται τους τουρίστες προσφέροντας τους αξιοθέατα, υπηρεσίες και προϊόντα που ανταποκρίνονται στην αξία των χρημάτων που δαπανούν. Στις μέρες μας, γίνεται όλο και πιο δύσκολο να διατηρηθεί το κύρος του τουριστικού προϊόντος κάθε περιοχής, λόγω του συνεχούς αυξανόμενου ανταγωνισμού. Οι φορείς που σχεδιάζουν τις στρατηγικές για την ανάπτυξη του τουρισμού, είναι σημαντικό να θέτουν σε προτεραιότητα την προσφορά ποιοτικών υπηρεσιών και προϊόντων, με σκοπό να εξασφαλίζεται η ικανοποίηση τόσο των επισκεπτών όσο και των μόνιμων κατοίκων.

Για να επιτευχθεί ο σκοπός αυτός και για να διατηρηθεί η μακροχρόνια ζήτηση του τουριστικού προϊόντος που προσφέρεται, είναι απαραίτητο οι κοινωνίας να:

- λαμβάνουν σοβαρά υπ' όψιν τους την ποιότητα που προσφέρουν

- ενημερώνονται για τις αναδιαμορφώσεις των κριτηρίων ποιότητας
- λαμβάνουν έγκαιρα διορθωτικά μέτρα
- ενημερώνονται και να μαθαίνουν από τις επιτυχημένες στρατηγικές που χρησιμοποιήθηκαν σε άλλες κοινωνίες
- διεξάγουν συνεχής έρευνες (π.χ. για την δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων, τις τουριστικές καινοτομίες, την επίλυση των προβλημάτων τους, κλπ.)

Εκτός όμως από τις προϋποθέσεις που αναλύθηκαν για να αποκτήσει η κοινωνία μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, είναι σημαντικό να κατανοήσει ότι υπάρχουν και εξωτερική παράγοντες που μπορεί να εμποδίσουν την ανάπτυξη αυτή. Δηλαδή, ακόμα κι αν όλα γίνουν όπως πρέπει, παράγοντες όπως η οικονομική ύφεση, η κοινωνική ανασφάλεια, κλπ., καθιστούν τον τουρισμό ασταθή και ευάλωτο. Για τον λόγο αυτό, οι περιοχές που προβλέπουν σε τουριστική ανάπτυξη, δεν θα πρέπει να εστιάσουν μόνο σε αυτήν, άλλα είναι απαραίτητο να διατηρήσουν την ισορροπία μεταξύ του τουρισμού και άλλων δραστηριοτήτων (γεωργία, παραδοσιακές τέχνες, βιοτεχνία, κλπ.), με στόχο να διατηρήσουν την ευημερία της κοινωνίας τους μακροχρόνια.

Από όλα τα παραπάνω, συμπεραίνουμε ότι η αλλαγή της τουριστικής φιλοσοφίας και δράσης και η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού κρίνονται απαραίτητες ώστε να επιτευχθεί βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Η τουριστική ανάπτυξη απαιτεί την συνεργασία και την συμμετοχή όλων των ατόμων, των οργανώσεων και των φορέων με σκοπό την προσφορά ποιοτικότερου και ανταγωνιστικότερο τουριστικού προϊόντος. Τέλος, η παιδεία θα πρέπει να αποτελεί σημαντικό συστατικό της ανάπτυξης διότι συμβάλλει στη δημιουργία αξιών, συνειδήσεων και πρακτικών για ομαλή πορεία της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: «ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ»

5.1.: «ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ»

Στην παρούσα εργασία, διεξήχθη έρευνα με τη μέθοδο της συλλογής ερωτηματολογίων. Ο υπό μελέτη πληθυσμός είναι οι υπεύθυνοι διαχείρισης, είτε των θρησκευτικών μνημείων, είτε των ιστοσελίδων τους. Το πρώτο στάδιο της έρευνας είναι ο προσδιορισμός των στόχων της και ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου. Και οι στόχοι της έρευνας, αλλά και ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου συνάδουν απόλυτα με τους στόχους της παρούσας εργασίας.

Ο κύριος στόχος της έρευνας είναι η συλλογή δεδομένων για τον θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα και σε τι βαθμό έχει αξιοποιηθεί και μπορεί να προσφέρει «ανάσες ζωής» στον τουρισμό και στην οικονομία γενικότερα. Το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε μετά από μελέτη της βιβλιογραφίας. Πιο συγκεκριμένα, μελετήθηκαν τα στοιχεία του θρησκευτικού τουρισμού, οι προοπτικές ανάπτυξης του, οι συνέπειες που επιφέρει στην χώρα και την οικονομία.

Το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε βάση έρευνας της βιβλιογραφίας. Αναλυτικότερα, χωρίζεται σε δύο μέρη, όπου το πρώτο μέρος αφορά γενικές ερωτήσεις, και συγκεκριμένα το θρησκευτικό μνημείο για το οποίο απαντάται το ερωτηματολόγιο, και η περιοχή που βρίσκεται. Επίσης, ζητείται να διαχωριστεί το είδος του μνημείου, σε μοναστήρι ή εκκλησία. Το δεύτερο μέρος, αφορά ερωτήσεις σχετικά με τον θρησκευτικό τουρισμό. Ειδικότερα, αποτελείται συνολικά από 9 ερωτήσεις, εκ των οποίων οι 7 είναι κλειστού τύπου, 1 στην οποία ζητάτε οι ερωτηθέντες να συμφωνήσουν ή να διαφωνήσουν με κάποιες προτάσεις και 1 ανοιχτού τύπου.

Το δεύτερο στάδιο είναι ο καθορισμός του δείγματος. Το δείγμα μας αποτελείται από 12 αρμόδιους ανθρώπους, οι οποίοι έχουν πλήρη γνώση των θρησκευτικών μνημείων που εξυπηρετούν. Η έρευνα διεξήχθη το διάστημα από 14 Απριλίου 2016 μέχρι 10 Μαΐου 2016. Λόγω της ιδιαιτερότητας και του αρκετά εξειδικευμένου θέματος της εργασίας, το δείγμα θεωρείται ικανοποιητικό για την εξαγωγή συμπερασμάτων. Ιδιαίτερα, εάν λάβουμε υπόψη το γεγονός ότι το δείγμα εξαπλώνεται σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας. Παρακάτω, παρουσιάζονται τα θρησκευτικά μνημεία από τα οποία αποτελείται το δείγμα μας.

Πίνακας 5.1.: Θρησκευτικά Μνημεία

ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟ ΜΝΗΜΕΙΟ	ΠΟΛΗ / ΠΕΡΙΟΧΗ
ΙΕΡΟΣ ΝΑΟΣ ΑΓΙΟΥ ΣΠΥΡΙΔΩΝΟΣ	ΚΕΡΚΥΡΑ
ΙΕΡΑ ΜΟΝΗ ΤΑΞΙΑΡΧΟΥ ΜΙΧΑΗΛ ΠΑΝΟΡΜΙΤΟΥ	ΣΥΜΗ
ΙΕΡΑ ΜΟΝΗ ΠΑΝΑΓΙΑΣ ΠΟΡΕΤΣΟΥ	ΑΓΡΑΜΠΕΛΑ ΑΧΑΪΑΣ
ΑΝΩ ΜΟΝΗ ΛΑΜΠΕΙΑΣ (ΔΙΒΡΗ)	ΛΑΜΠΕΙΑ ΗΛΕΙΑΣ
ΙΕΡΑ ΜΟΝΗ ΠΑΝΑΓΙΑΣ ΚΡΕΜΑΣΤΗΣ	ΛΑΝΘΙ ΠΥΡΓΟΥ ΗΛΕΙΑΣ
ΑΓΙΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΦΡΑΓΚΟΠΗΔΗΜΑΤΟΣ	ΒΟΥΝΑΡΓΟΝ ΠΥΡΓΟΥ ΗΛΕΙΑΣ
ΚΟΙΜΗΣΙΣ ΘΕΟΤΟΚΟΥ	ΣΚΑΦΙΔΙΑ ΠΥΡΓΟΥ ΗΛΕΙΑΣ
ΦΡΑΓΚΑΒΙΛΛΑ ΑΜΑΛΙΑΔΟΣ	ΑΜΑΛΙΑΔΑ
ΚΑΘΟΛΙΚΗ ΓΑΣΤΟΥΝΗΣ	ΓΑΣΤΟΥΝΗ
ΑΓΙΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	ΣΠΑΤΑ ΑΧΑΪΑΣ
ΙΕΡΟΣ ΝΑΟΣ ΠΑΛΑΙΟΠΑΝΑΓΙΑ	ΜΑΝΩΛΑΔΑ
ΠΑΝΑΓΙΑ Η ΒΛΑΧΕΡΝΑ	ΚΑΤΩ ΠΑΝΑΓΙΑ ΚΥΛΛΗΝΗ

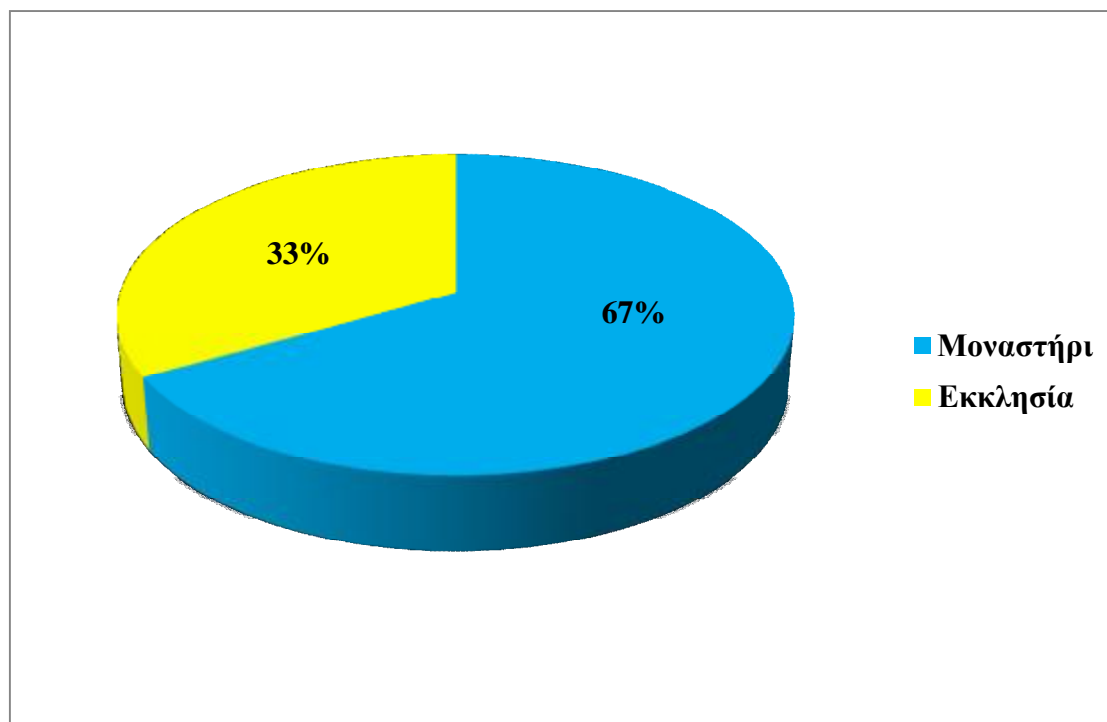
Κλείνοντας, είναι απαραίτητο να σημειωθεί ότι το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε ηλεκτρονικά με τη βοήθεια του Google docs τα αποτελέσματα της έρευνας επεξεργάστηκαν με τη βοήθεια του προγράμματος Microsoft Excel. Μέσω αυτού του προγράμματος, δημιουργήθηκαν διαγράμματα, τα οποία βοήθησαν στην καλύτερη κατανόηση και επεξήγηση των αποτελεσμάτων.

5.2.: «ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ»

Στην υποενότητα αυτή θα αναλυθούν τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου με τη βοήθεια διαγραμμάτων. Αρχικά, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω και φαίνεται και από τον πίνακα 5.1., το δείγμα μας δεν αφορά μόνο μία περιοχή, αλλά έχει θρησκευτικά μνημεία από περισσότερα σημεία της χώρας. Ακόμη, σύμφωνα και με

το παρακάτω διάγραμμα, το 66,7% του δείγματος, δηλαδή τα 8 από τα 10 μνημεία, είναι μοναστήρια, και το υπόλοιπο 33,3%, εκκλησίες.

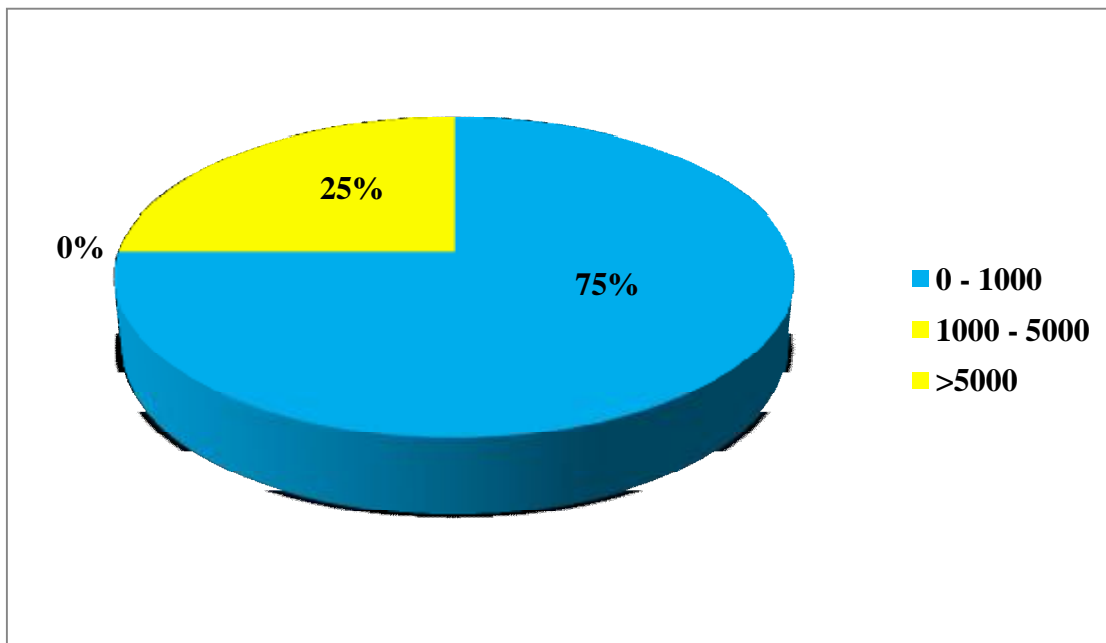
Διάγραμμα 5.2.1.: Σημειώστε το είδος του Θρησκευτικού Μνημείου



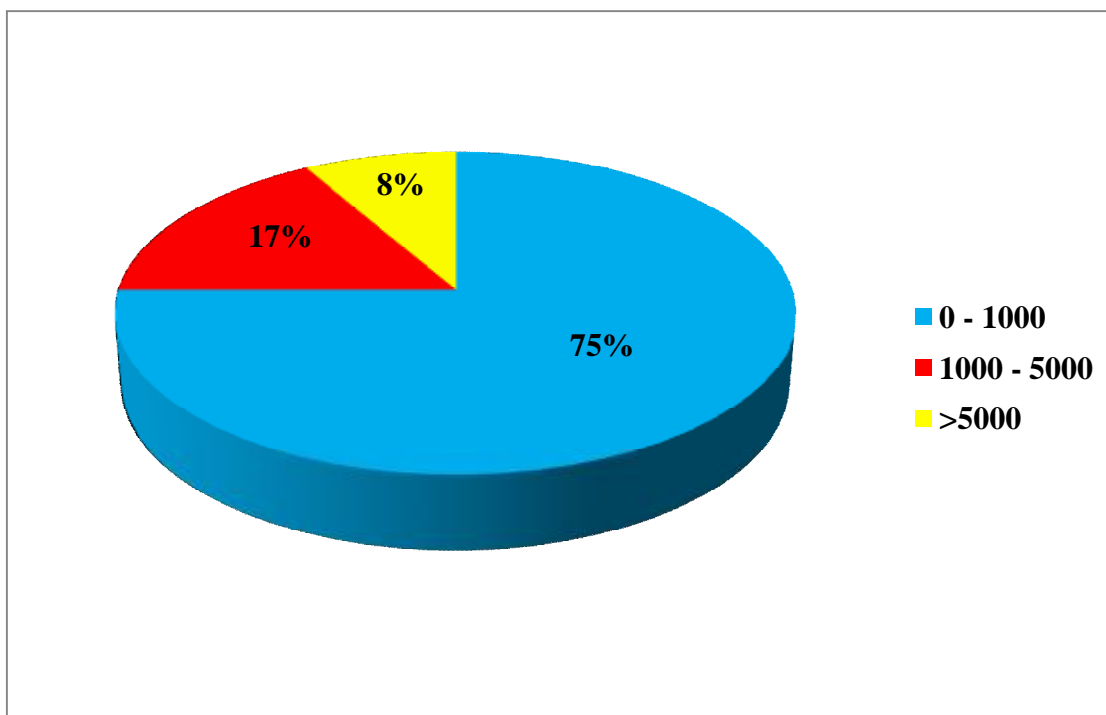
Στη συνέχεια, θα αναλυθούν τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με τον τουρισμό που προσελκύουν τα θρησκευτικά μνημεία. Ειδικότερα, στην ερώτηση πόσους τουρίστες προσελκύει το εκάστοτε μνημείο κατά την διάρκεια του έτους, το 75% των ερωτηθέντων, απάντησε ότι οι επισκέπτες δεν ξεπερνούν τους 1000. Ενώ, το υπόλοιπο 25%, ότι τα μνημεία που αντιπροσωπεύουν, ξεπερνούν τους 5000 επισκέπτες / έτος.

Επιπλέον, οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν για τον αριθμό των επισκεπτών του μνημείου, το οποίο διαμένει στις κλίνες που προσφέρει το μοναστήρι ή ακόμα και στην περιοχή όπου βρίσκεται το μνημείο. Συγκεκριμένα, στην ερώτηση αυτή, απαντήθηκε ότι στα 9 από τα 12 μνημεία διαμένουν μέχρι 1000 επισκέπτες, στα 2 από 1000 – 5000 επισκέπτες, ενώ στο 1 πάνω από 5000 επισκέπτες. Οι απαντήσεις αυτές διακρίνονται και από το παρακάτω διάγραμμα.

Διάγραμμα 5.2.2.: Κατά τη διάρκεια του έτους πόσους επισκέπτες προσελκύει το μνημείο:

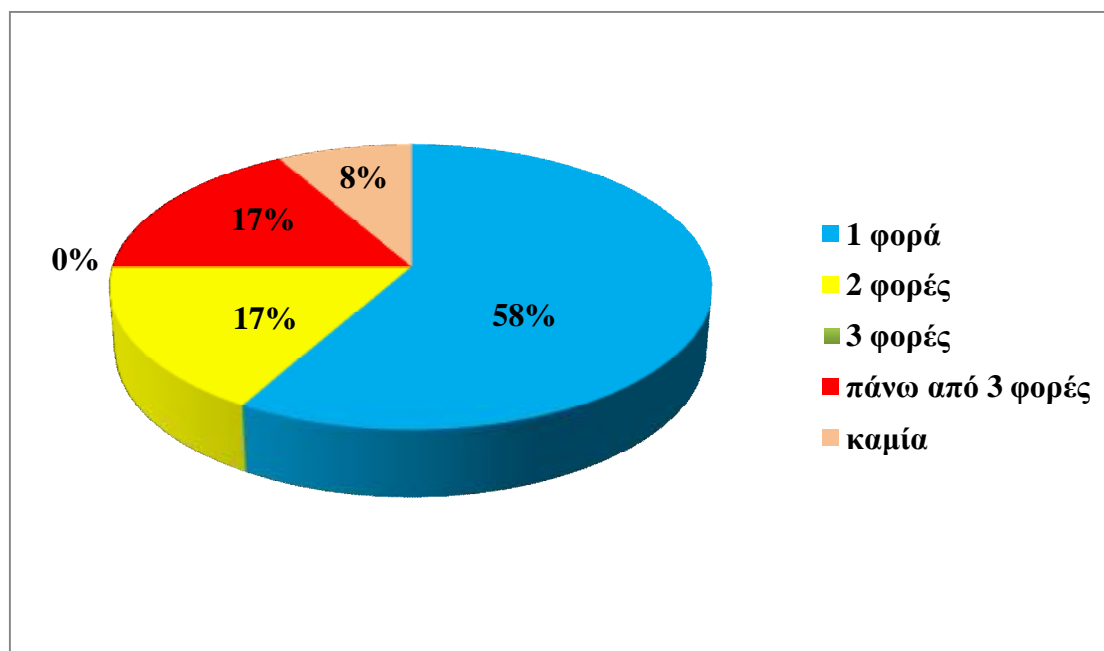


Διάγραμμα 5.2.3.: Πόσοι από αυτούς διανυκτέρευσαν στην περιοχή ή στις κλίνες του μοναστηριού:



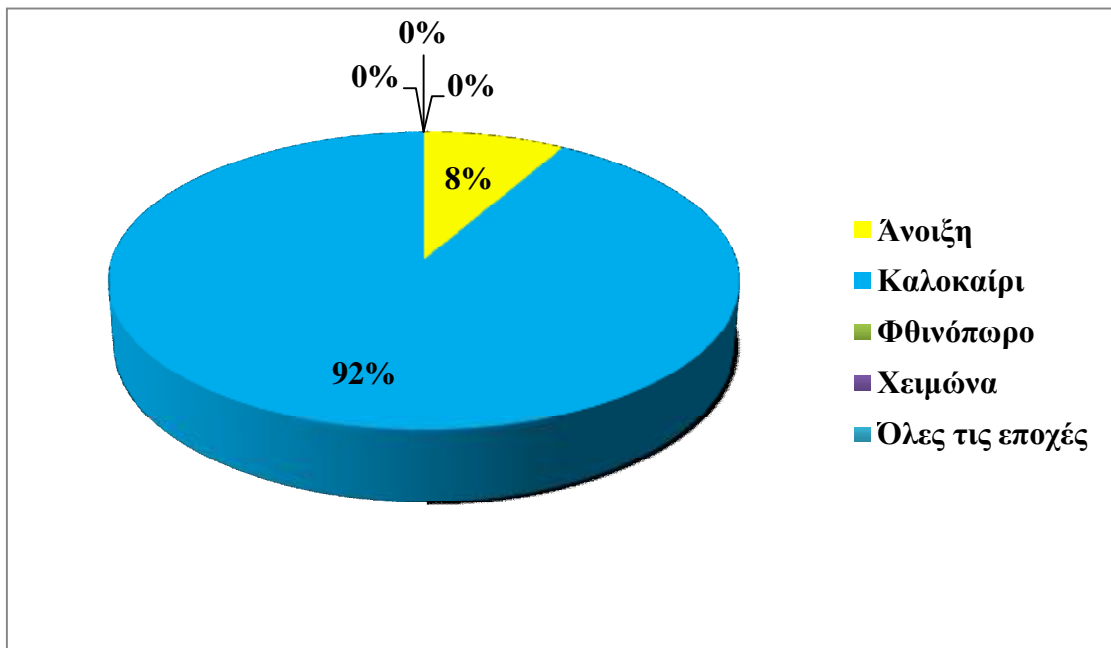
Ακόμη, οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν για τις φορές τις οποίες μια επίσκεψη στο κάθε θρησκευτικό μνημείο, συνδυάστηκε και με την διανυκτέρευση των επισκεπτών σε αυτό ή στην ευρύτερη περιοχή. Όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα, το 58% του δείγματος δηλώνει ότι η επίσκεψη των τουριστών συνδυάστηκε με διανυκτέρευση μόνο 1 φορά μέσα στο έτος. Ενώ, ένα 17%, δηλώνει πως ο συνδυασμός αυτός έγινε 2 φορές και πάνω από 3 φορές, αντίστοιχα. Τέλος, υπάρχει και ένα 8%, δηλαδή 1 από τα 12 θρησκευτικά μνημεία, στο οποίο οι επισκέπτες δεν συνδυάζουν την επίσκεψη τους με διανυκτέρευση. Αυτό θα μπορούσε να εξηγηθεί εάν λάβουμε υπόψη μας τις περιοχές των μνημείων, γεγονός που καθιστά κάποιες εύκολες τις αυθημερόν επισκέψεις.

Διάγραμμα 5.3.4.: Πόσες φορές μέσα στο έτος η επίσκεψη στο μνημείο συνδυάστηκε με διανυκτέρευση των επισκεπτών:

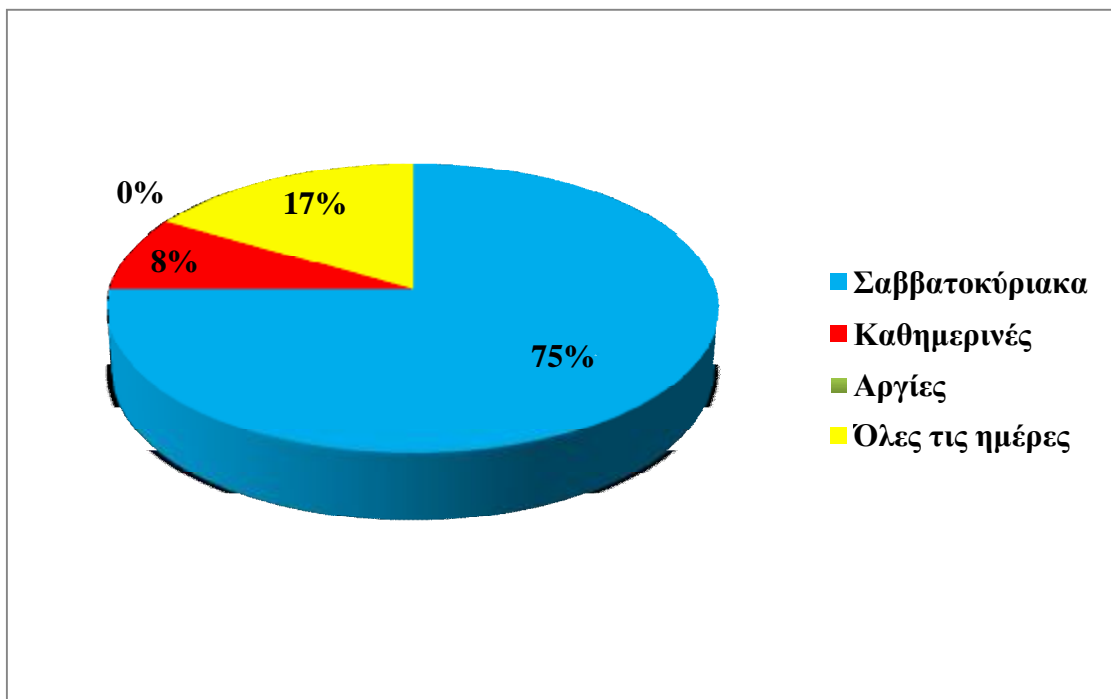


Οι επόμενες δύο ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, αφορούν τις εποχές και τις ημέρες κατά της οποίες το θρησκευτικό μνημείο προσελκύει τον περισσότερο κόσμο. Συγκεκριμένα, το 91,7%, δηλαδή τα 11 από τα 12, έχουν την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών κατά την διάρκεια του καλοκαιριού, ενώ 1, το 8,3%, κατά τη διάρκεια της άνοιξης.

Διάγραμμα 5.2.5.: Ποια εποχή σημειώνεται η μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών στο Μνημείο:



Διάγραμμα 5.2.6.: Ποιες ημέρες σημειώνεται η μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών στο Μνημείο:



Όσον αφορά τις ημέρες, όπως ήταν αναμενόμενο, το μεγαλύτερο ποσοστό, 75%, κατέχουν τα Σαββατοκύριακα, και στην συνέχεια με ποσοστό της τάξεως του 17% τα μνημεία δέχονται επισκέπτες όλες τις ημέρες. Αυτό θα μπορούσε να εξηγηθεί λαμβάνοντας υπόψη μας και την προηγούμενη ερώτηση όπου τα περισσότερα μνημεία δέχονται τους περισσότερους επισκέπτες κατά την διάρκεια του καλοκαιριού. Τέλος, υπάρχει και ένα 8% όπου προσελκύει τουρίστες τις καθημερινές. Στη συνέχεια, οι συμμετέχοντες στην έρευνα κλίθηκαν να αξιολογήσουν και να κατηγοριοποιήσουν τους τουρίστες που επισκέπτονται τα θρησκευτικά μνημεία. Για να γίνει σαφέστερο, τους δόθηκαν τρεις βασικές επιλογές σε σχέση με τις κατηγορίες του θρησκευτικού τουρισμού και τους ζητήθηκε να επιλέξουν σε ποια από αυτές ανήκουν οι επισκέπτες των μνημείων που αντιπροσωπεύουν.

Οι επιλογές αυτές είναι, αρχικά, ο Προσκυνηματικός Τουρισμός, ο οποίος αφορά τους τουρίστες που έχουν ως σκοπό μόνο το προσκύνημα σε κάποιο θρησκευτικό μνημείο, χωρίς να ενδιαφέρονται για τα ιστορικά και πολιτιστικά στοιχεία του τόπου. Έπειτα, ο Ειδικός Προσκυνηματικός Τουρισμός, όπου στην κατηγορία αυτή να μην περιλαμβάνει το προσκύνημα, αλλά συνδυάζεται και με κάποιο συγκεκριμένο γεγονός, όπως για παράδειγμα την εκπλήρωση ενός τάματος ή τις εκδηλώσεις για τον εορτασμό των Αγίων. Τέλος είναι ο Θρησκευτικός Τουρισμός Πολιτιστικού Ενδιαφέροντος, ο οποίος συνδυάζει τον θρησκευτικό τουρισμό με το ενδιαφέρον του τουρίστα για την πολιτιστική αξία των μνημείων, π.χ. την αρχιτεκτονική, την ιστορία του, κλπ.

Διάγραμμα 5.2.7.: Σε ποια κατηγορία τουριστών ανήκουν οι επισκέπτες του Θρησκευτικού Μνημείου:

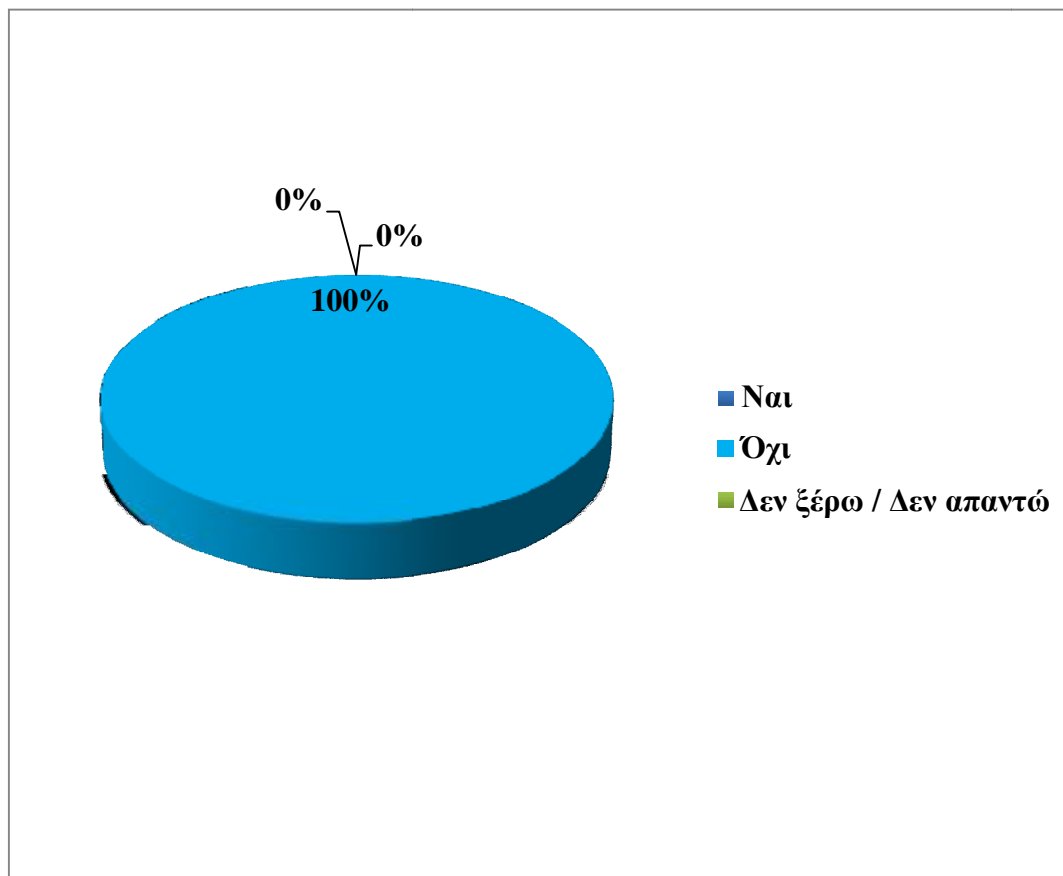


Όπως παρατηρείται και από το παραπάνω διάγραμμα, το 67% των μνημείων προσελκύει τουρίστες που ενδιαφέρονται και για το μνημείο αλλά και την αρχιτεκτονική του, την ιστορία του και γενικότερα τον πολιτισμό της περιοχής. Ενώ, το 33% επιλέγεται για τον Ειδικό Προσκνηματικό τουρισμό που προσφέρει, π.χ. τον εορτασμό των Αγίων. Τέλος, παρατηρείται ότι κανένα από τα μνημεία του δείγματος δεν προσελκύει τουρίστες απλά και μόνο για προσκύνημα. Το γεγονός αυτό μπορεί να οφείλεται στο ότι το δείγμα μας αποτελείται από μνημεία τα οποία προσελκύουν επισκέπτες κυρίως κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, οπότε και η επίσκεψη αυτή συνδυάζεται και με άλλες δραστηριότητες.

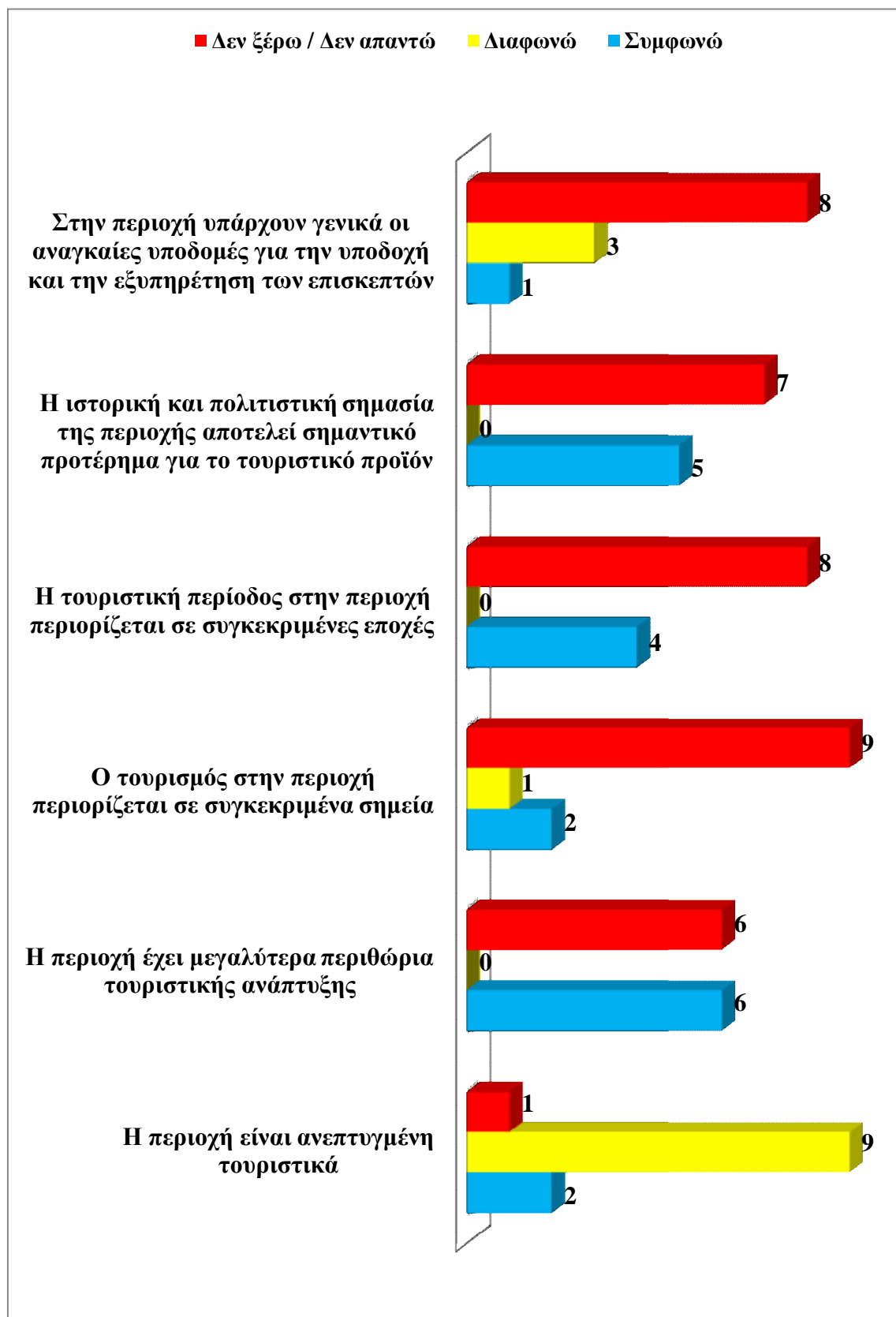
Επιπλέον, οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν κάποιες προτάσεις σχετικά με το πόσο έχει αξιοποιηθεί ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα, αλλά και για την γενικότερη κατάσταση του τουρισμού στην χώρα μας. Για να γίνει περισσότερο κατανοητό, αρχικά ρωτήθηκαν για την γνώμη τους σχετικά με την αξιοποίηση του πολιτισμού και της παράδοσης της χώρας μας με τέτοιο τρόπο ώστε να αναπτυχθεί

σωστά και ο θρησκευτικός τουρισμός. Στην ερώτηση αυτή, η απάντηση ήταν ομόφωνη και αρνητική. Αυτό φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα.

Διάγραμμα 5.2.8.: Πιστεύετε ότι ο πολιτισμός και η παράδοση αξιοποιούνται ικανοποιητικά για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα;



Διάγραμμα 5.2.9.: Ποια πιστεύετε ότι είναι η γενική κατάσταση του τουρισμού σήμερα στην περιοχή σας:



Επιπρόσθετα, στις προτάσεις που τέθηκαν στους συμμετέχοντες σχετικά με την γενική κατάσταση του τουρισμού στην Ελλάδα, η πλειοψηφία του δείγματος δεν έθεσε ξεκάθαρη απάντηση. Συγκεκριμένα, 9 από τους 12 ερωτηθέντες, δεν γνωρίζουν ή δεν θέλουν να απαντήσουν σχετικά με το αν ο τουρισμός στην περιοχή τους περιορίζεται σε συγκεκριμένα σημεία, ενώ 2 από αυτούς συμφωνούν και 1 διαφωνεί με το γεγονός αυτό. Συνεχίζοντας, εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι μόνο 1 άτομο πιστεύει ότι στην περιοχή όπου βρίσκεται το μνημείο ή και στην ευρύτερη περιοχή υπάρχουν οι απαραίτητες υποδομές για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών. Στο ζήτημα αυτό, 3 από τους συμμετέχοντες στην έρευνα διαφωνούν, ενώ 8 δεν απαντούν.

Επιπλέον, 5 από τους 12 πιστεύουν ότι η ιστορική και πολιτιστική σημασία της περιοχής τους αποτελούν πλεονεκτήματα για τον τουρισμό και την ανάπτυξη του, ενώ οι υπόλοιποι δεν δίνουν κάποια απάντηση. Επίσης, 6 από τους ερωτηθέντες συμφωνούν με την άποψη ότι η περιοχή που βρίσκεται το θρησκευτικό μνημείο θα μπορούσε να αναπτυχθεί περισσότερο τουριστικά. Ακόμη, 8 από τους 12 δεν γνωρίζουν ή δεν απαντούν για το αν η τουριστική περίοδος στην περιοχή περιορίζεται σε συγκεκριμένες εποχές, ενώ μόνο 4 συμφωνούν με αυτό. Το γεγονός αυτό, έρχεται σε αντίφαση με την ερώτηση 5 και το διάγραμμα 5.2.5, όπου η πλειοψηφία έχει απαντήσεις ότι η περισσότερη επισκεψιμότητα που δέχεται το μνημείο είναι την περίοδο του καλοκαιριού.

Τέλος, δεν θα πρέπει να παραληφθεί ότι η πλειοψηφία του δείγματος, και συγκεκριμένα οι 9 συμμετέχοντες από τους 12, πιστεύουν ότι η περιοχή τους δεν είναι ανεπτυγμένη τουριστικά. Αυτό θα μπορούσε να εξηγηθεί από το μικρό δείγμα της έρευνας, αλλά και από το γεγονός ότι η τουριστική ανάπτυξη στη χώρα μας έχει περιοριστεί σε μερικές περιοχές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: «ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ»

6.1. «ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ»

Με τον όρο «εναλλακτικός τουρισμός», ορίζονται οι εναλλακτικές δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα οι βόλτες στη φύση, η γνωριμία με τον πολιτισμό κάθε τόπου, κλπ., όπου ο ενδιαφερόμενος μπορεί να συμμετέχει ομαδικά ή ατομικά. Ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του εναλλακτικού τουρισμού είναι ότι οι δραστηριότητες αυτές θέτουν ως προτεραιότητα την προστασία του περιβάλλοντος και διατηρούν τις πολιτιστικές ισορροπίες. Ακόμη, τα εναλλακτικά είδη τουρισμού προσαρμόζονται κάθε φορά στις προτιμήσεις, στις ανάγκες και στην οικονομική δυνατότητα του τουρίστα.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού κατακτούν όλο και περισσότερο έδαφος, με την Ελλάδα να κερδίζει τις εντυπώσεις λόγω της μορφολογίας της, του πολιτισμού της, του φυσικού κάλους της, κλπ. στοιχεία που μπορούν να βοηθήσουν στην ανάπτυξη των διαφόρων μορφών. Οι ομορφιές της Ελλάδας προσφέρουν την δυνατότητα για ανάπτυξη και προώθηση πολλών διαφορετικών εναλλακτικών μορφών, δίνοντας στους επισκέπτες την ευκαιρία να ζήσουν σε ένα μοναδικό περιβάλλον.

Επιπλέον, ο εναλλακτικός τουρισμός συνεισφέρει στην ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών με πολλούς τρόπους, όπως για παράδειγμα η ανάπτυξη θέσεων εργασίας, η τοπική επιχειρηματικότητα, κλπ. Άλλωστε, για πολλές περιοχές ο τουρισμός είναι η κύρια ασχολία τους. Είναι σημαντικό όμως, να αναφερθεί ότι η ασχολία αυτή θα πρέπει να γίνεται με τον κατάλληλο σχεδιασμό ώστε να δημιουργηθεί και να διατηρηθεί η μακροχρόνια ζήτηση. Για τον λόγο αυτό, είναι απαραίτητο οι στόχοι και οι στρατηγικές να είναι καθορισμένοι με σαφήνεια.

Ειδικότερα, η επιτυχής ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού προϋποθέτει την ανάπτυξη ειδικών πόρων, υποδομών και υπηρεσιών, οι οποίοι θα έχουν ως στόχο την ικανοποίηση τόσο των τουριστών, όσο και των πολιτών, αλλά και την προστασία του περιβάλλοντος. Για να επιτευχθεί αυτό είναι σημαντικό αυτοί οι παράγοντες να ξεχωρίζουν για την ποιότητα τους, την εξειδίκευση τους και την σωστή διαχείριση τους.

Στην παρούσα εργασία, δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού. Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί μια ήρεμη μορφή τουρισμού που όμως προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα στην τουριστική αγορά. Ειδικά στην

Ελλάδα, η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού συνεισφέρει στην οικονομία κάθε τόπου και προβάλλει το θρησκευτικό, το πολιτιστικό και το φυσικό περιβάλλον. Είναι μια μορφή τουρισμού που συνήθως συνδυάζεται και με άλλες μορφές, όπως είναι ο πολιτιστικός, ο εκπαιδευτικός, ο περιηγητικός, κλπ., τουρισμός. Οι συνδυασμοί αυτοί μπορούν να προκαλέσουν το ενδιαφέρον των τουριστών και να αυξηθεί η ζήτηση για προορισμούς λιγότερο αναγνωρισμένους (Πολύζος, 2010).

Όλες οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού, έτσι και ο θρησκευτικός, διαφοροποιούνται από τον «συνηθισμένο» μαζικό τουρισμό, τόσο στον τρόπο οργάνωσης όσο και στην αξιοποίηση των πόρων. Παρόλα αυτά, ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό τμήμα της αγοράς, καθώς αυξάνεται συνεχώς η ζήτηση, αλλά και οι πόροι και οι υποδομές του (Τσάρτας κα., 2004).

Επιπλέον, στην παρούσα εργασία διεξήχθη μια έρευνα με σκοπό τον έλεγχο και την συλλογή δεδομένων σχετικά με την αξιοποίηση και διάδοση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα. Η έρευνα έγινε με ερωτηματολόγια και εξελέχθη σε διάστημα περίπου ενός μήνα (14/04 – 10/05), όπου και απαντήθηκαν τα ερωτηματολόγια ηλεκτρονικά. Συγκεκριμένα, συλλέχθηκαν 12 ερωτηματολόγια τα οποία απαντήθηκαν από ανθρώπους που χειρίζονται τις ηλεκτρονικές ιστοσελίδες των θρησκευτικών μνημείων.

Από τα αποτελέσματα που συλλέχθηκαν, προκύπτει το γενικό συμπέρασμα ότι ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα δεν είναι τόσο διαδεδομένος, και δεν έχει αξιοποιηθεί τόσο πολύ ή και σωστά, όσο θα μπορούσε. Για να γίνει σαφέστερο, ο αριθμός των επισκεπτών στα θρησκευτικά μνημεία δεν συνάδει ιδιαίτερα ούτε με τον πληθυσμό της χώρας μας, αλλά και ούτε με τον αριθμό των τουριστών που την επισκέπτονται κάθε χρόνο.

Ακόμα, τα αποτελέσματα της έρευνας επιβεβαιώνουν το γεγονός ότι ο θρησκευτικός τουρισμός δεν είναι διαδεδομένος στην χώρα μας. Ειδικότερα, αυτό φαίνεται από τον αριθμό των επισκεπτών που διαμένουν στις περιοχές με θρησκευτικά μνημεία, ή ακόμα και στις κλίνες που διαθέτουν τα μνημεία αυτά, και από τις φορές που η επίσκεψη σε ένα μνημείο συνδυάστηκε με διανυκτέρευση. Καθώς επίσης και από το γεγονός ότι η πλειοψηφία των μνημείων δέχεται τους περισσότερους επισκέπτες τα Σαββατοκύριακα και κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού. Παρατηρείται ακόμη ότι οι επισκέπτες των θρησκευτικών μνημείων συνδυάζουν την επίσκεψη τους σε αυτά και με άλλες δραστηριότητες και είδη τουρισμού, στοιχείο που επιβεβαιώνει την άποψη του Πολύζου (2010), που ειπώθηκε παραπάνω.

Τελειώνοντας, με βάση την έρευνα που διεξήχθη είναι ξεκάθαρο ότι το σύνολο πιστεύει ότι ο πολιτισμός και η παράδοση δεν έχει αξιοποιηθεί με τον κατάλληλο τρόπο και μέσα, ώστε να εξυπηρετήσουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στις διάφορες περιοχές της Ελλάδας.

Επίσης, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η πλειοψηφία του δείγματος δεν είναι ενημερωμένη για ζητήματα που αφορούν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού, αλλά και γενικότερα την αξιοποίηση και την ανάπτυξη των υποδομών των τουριστικών προϊόντων που μπορεί να προσφέρει η χώρα μας. Τελειώνοντας, δεν θα πρέπει να παραληφθεί η άποψη των περισσοτέρων συμμετεχόντων της έρευνας ότι οι περιοχές στις οποίες διεξήχθη η έρευνα δεν είναι ανεπτυγμένες τουριστικά, ή πιθανόν να μην έχουν αξιοποιηθεί με τον κατάλληλο τρόπο.

Κλείνοντας, συμπεραίνουμε ότι τα αποτελέσματα της έρευνας έρχονται σε συμφωνία με την βιβλιογραφία, δεδομένου ότι και από τα δύο μέρη καταλήγουμε στο ότι ο θρησκευτικός τουρισμός δεν έχει αξιοποιηθεί ιδιαίτερα στην χώρα μας. Για τον λόγο αυτό, θα ήταν σημαντικό να γίνουν κάποιες ενέργειες που θα έχουν ως αποτέλεσμα την διάδοση και την ανάπτυξη του θρησκευτικού προϊόντος, αλλά και των υπόλοιπων τουριστικών προϊόντων που μπορεί να αναπτύξει και να «εξάγει» η Ελλάδα.

6.2. «ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ»

Στο σημείο αυτό, θα δοθούν κάποιες προτάσεις για θέματα πάνω στον θρησκευτικό αλλά και γενικότερα στον εναλλακτικό τουρισμό που χρειάζονται περαιτέρω έρευνα. Αρχικά, χρειάζεται να μελετηθεί ο χρόνος παραμονής των τουριστών στις περιοχές και να προταθούν λύσεις για την μεγιστοποίηση του. Ειδικά, στον θρησκευτικό τουρισμό ο χρόνος παραμονής συνήθως περιορίζεται σε μια ημέρα. Επιπλέον, θα πρέπει να μελετηθούν οι υποδομές και οι υπηρεσίες που προσφέρονται ώστε να γίνει εφικτή η αύξηση του χρόνου παραμονής.

Επιπρόσθετα, όσον αφορά τον θρησκευτικό τουρισμό, δεν υπάρχουν επίσημες έρευνες που να δίνουν πληροφορίες για τους τουρίστες που επισκέπτονται τα μνημεία. Πιο αναλυτικά, υπάρχει σημαντική έλλειψη στα δημογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών, στους λόγους επίσκεψης τους, και στις πληροφορίες εάν συνδυάζουν ή όχι τον θρησκευτικό τουρισμό με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού.

Τελειώνοντας, ιδιαίτερο ενδιαφέρον θα μπορούσαν να έχουν και έρευνες που θα βασίζονται στη γνώμη των πολιτών και θα αφορούν τις οικονομικές και τις κοινωνικές επιδράσεις που έχει τόσο ο θρησκευτικός τουρισμός, όσο και γενικά ο εναλλακτικός τουρισμός, σε συγκεκριμένες περιοχές.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Βαρβαρέσος Σ, Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές, Προπομπός, Αθήνα 2000
- Βαρβαρέσος Σ, Τουρισμός: οικονομικές προσεγγίσεις, Προπομπός, Αθήνα 2000
- Βελισσαρίου Ε., Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού , Πάτρα, Ε.Α.Π, 2000
- Βενετσανοπούλου Μ., Η κρατική συμβολή στον τουρισμό-εναλλακτικές μορφές τουρισμού, INTERBOOKS, Αθήνα 2006
- Ηγουμενάκης Νίκος Γ. , Κραβαρίτης Κώστας Ν. , Λύτρας Περικλής Ν. , Εισαγωγή στον Τουρισμό , Εκδόσεις Interbooks Αθήνα 1999
- Ηγουμενάκης Νίκος Γ., Τουριστική Οικονομία, Εκδόσεις Interbooks Αθήνα 1997
- Ηγουμενάκης Νίκος Γ., Τουριστικό Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Interbooks Αθήνα 1999
- Ηγουμενάκης Νίκος Γ. , Τουρισμός και Ανάπτυξη , Εκδόσεις Interbooks Αθήνα 2000
- Ι.Τ.Ε.Π, (Πατσουράκης), Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού τομέα, Αθήνα 2002
- Ι.Τ.Ε.Π, (Παυλόπουλος, Κουζέλης), Περιφερειακή Ανάπτυξη της Ελλάδος και Τουρισμός, Αθήνα 1998
- Καραμαλάκης Γ., Αειφορία και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, 2006
- Καραμέρης Α., Προϋποθέσεις και Προοπτικές Ανάπτυξης του Οικοτουρισμού, στα πρακτικά της ημερίδας Στόχοι Πολιτικές και Μέσα Προώθησης του Τουρισμού στην Ελλάδα, Ρόδος 2004
- Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη & Περιβάλλον, Κριτική, Αθήνα 2001
- Λύτρας Περικλής Ν., Θρησκευτικός Τουρισμός , μία κοινωνικο - ψυχολογική προσέγγιση , Εκδόσεις Interbooks Αθήνα 2001
- Πολύζος Σ., Θρησκευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα: Χωρική ανάλυση και συμβολή στην ανάπτυξη μειονεκτικών περιοχών. Σειρά Ερευνητικών

- Εργασιών, 16(9): 203-222. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
- Σφακιανάκης Μ., Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Αθήνα 2000, εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ”
 - Σχίζας Γ., Ο Άλλος Τουρισμός: Η Οικολογική Διέξοδος στα Αδιέξοδα του Συμβατικού Τουρισμού, εκδ. Εναλλακτικές Εκδόσεις / Οικοτοπία, Αθήνα, 1998
 - Τσάρτας Π, Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό, Εξάντας, Αθήνα 1996
 - Τσάρτας, Π, Τουριστική Ανάπτυξη: Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις, Εξάντας, Αθήνα 2000
 - Τσάρτας Π., Στογιαννίδου, Μ. Σταυρινούδης, Θ., Οι λιγότερο ευνοημένες περιοχές ως τουριστικοί προορισμοί: Ζητήματα οργάνωσης και διαχείρισης, 2004

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Barioulet H . (2001), Matrix for Evaluating Tourism Projects on the Basis of Sustainable Tourism Indicators , στα πρακτικά του Διεθνές Συνεδρίου Βιώσιμα Ξενοδοχεία για Βιώσιμους Προορισμούς, Maspalomas
- Briassoulis. H. & J Van der Straaten, Tourism and the Environment: Regional, Economic and Policy Issues, Kluwer: Dordrecht , 2000
- Bukart A. J & S. Medlik, Tourism: past, present and future, London: Heinemann, 1981
- Butcher J., “The Moralization of Tourism” Routledge, 2002
- Butler R. (1990), Alternative Tourism: Pious Hope of Trojan Horse?, Journal of Travel Research, 28(3) 40 – 45
- Coccossis, H. & P Nijkamp, Sustainable Tourist Development, London: Avebury, 1995
- Cook R.A, Yale L.J, Marqua J.J, Tourism The Business of Travel, New Jersey: Prentice Hall, 1999
- Heath E & G Wall, Marketing Tourism Destinations: A strategic planning approach, Canada: JohnWiley & Sons. Inc, 1992

- Inskeep E, *Tourism Planning. An Integrated and Sustainable Development Approach*, New York: Van Nostrand Reinhold, 1991
- Inskeep E, *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*, London: World Tourism Organization/ Routledge, 1994
- Law C.M, *Urban Tourism: Attracting visitor to large cities*, London: Mansell, 1993
- Law, C.M., *Tourism in Major Cities (1st ed.)*. UK: International Thomson Business Press, 1996
- Mathieson, A. and G Wall, *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, New York: Longman, 1993.
- Pearce, D. *Tourist Development*, London: Longman, 1981
- Shaw, G. and Williams, A. M. *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*, Oxford: Blackwell, 1994

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ - PAPERS (ΕΛΛΗΝΙΚΑ)

- Γαλάνη-Μουτάφη Β., Προσεγγίσεις του τουρισμού: το επινοημένο και το “αυθεντικό”, *Σύγχρονα Θέματα*, τ. 55, Απρίλιος-Ιούνιος, σσ. 28-38, 1995
- *Ελληνική Οικονομία & Τουρισμός, Τουριστική Αγορά*, τ. 144, σ. 44-47, Ιανουάριος 2002.
- Στρατηγική για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού, *Τουριστική Αγορά*, τ. 146, σ. 54 -91, Μάρτης 2002.
- Χατζηνικολάου Ε, *Η τουριστική προβολή σε επίπεδο νομού*, Ε.Ε.Τ.Α.Α, Αθήνα 2000.

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ – PAPERS (ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΑ)

- Andriotis K., *Local Community Perceptions of Tourism as a Development Tool: the island of Crete*, Unpublished Doctoral Dissertation, Bournemouth University: Bournemouth, 2000
- Cooper C. et al., (ed.), *Tourism: Principles and Practice*, 3rd edition, Harlow: Pearson Education, 2005
- Goeldner R. Charles & Brent Ritchie J. R., *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 10th edition, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2006

- Hall, C. M. & Weiler, B. (eds), Introduction: What's Special about special interest tourism. In Special Interest Tourism, (pp. 1-14) New York: Wiley, 1992
- OECD, The Impacts of Tourism on the Environment, Paris: OECD, 1980
- World Tourism Organization (WTO)/ International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) (1999) Tourism at World Heritage Cultural Sites: The Site Manager's Handbook, Madrid: World Tourism Organization 2000

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- www.gnto.gr
- www.greektourism.gr
- www.world-tourism.org
- www.culture.gr
- www.yppo.gr
- www.tourism-development.gr
- www.sette.gr
- www.ecotourism.org
- www.sport-tourism.com
- www.wtfc.org
- www.agrotourism.gr
- www.traveldailynews.gr
- www.touristnews.gr
- www.alternativegreece.gr
- www.touristorama.gr
- www.altergreece.gr
- www.wikipedia.gr
- <http://agiooros.org/>
- <http://www.imconstantias.org.cy/1462.html>
- www.friendsofmountathos.gr
- <http://www.visitgreece.gr/el/downloads/brochures/religious>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ: «ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ»

ΜΕΡΟΣ Α': ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. Θρησκευτικό Μνημείο:
2. Περιοχή:
3. Σημειώστε το είδος του Θρησκευτικού Μνημείου:
 - i. Εκκλησία
 - ii. Μοναστήρι

ΜΕΡΟΣ Β': ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΠΟΥ ΠΡΟΣΕΛΚΥΟΥΝ ΤΑ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ

1. Κατά τη διάρκεια του έτους πόσους επισκέπτες προσελκύει το μνημείο;
 - i. 0 – 1000
 - ii. 1000 – 5000
 - iii. 5000 και άνω
2. Πόσοι από αυτούς διανυκτέρευσαν στην περιοχή ή στις κλίνες του μοναστηριού;
 - i. 0 – 1000
 - ii. 1000 – 5000
 - iii. 5000 και άνω
3. Πόσες φορές μέσα στο έτος η επίσκεψη στο μνημείο συνδυάστηκε με διανυκτέρευση των επισκεπτών;
 - i. 1 φορά
 - ii. 2 φορές
 - iii. 3 φορές
 - iv. Πάνω από 3 φορές

- v. Καμία
- 4. Ποια εποχή σημειώνεται η μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών στο Μνημείο;
 - i. Άνοιξη
 - ii. Καλοκαίρι
 - iii. Φθινόπωρο
 - iv. Χειμώνα
 - v. Όλες τις Εποχές
- 5. Ποιες ημέρες σημειώνεται η μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών στο Μνημείο;
 - i. Σαββατοκύριακα
 - ii. Καθημερινές
 - iii. Αργίες
 - iv. Όλες τις ημέρες
- 6. Σε ποια κατηγορία τουριστών ανήκουν οι επισκέπτες του Θρησκευτικού Μνημείου;
 - i. Προσκυνηματικός Τουρισμός
 - ii. Ειδικός Προσκυνηματικός Τουρισμός
 - iii. Θρησκευτικός Τουρισμός Πολιτιστικού Ενδιαφέροντος

Υποσημείωση:

Ο Προσκυνηματικός Τουρισμός: η κατηγορία αυτή αφορά τους τουρίστες που έχουν ως σκοπό μόνο το προσκύνημα σε κάποιο θρησκευτικό μνημείο, χωρίς να ενδιαφέρονται για τα ιστορικά και πολιτιστικά στοιχεία του τόπου.

Ο Ειδικός Προσκυνηματικός Τουρισμός: η κατηγορία αυτή ναι μεν περιλαμβάνει το προσκύνημα, αλλά συνδυάζεται και με κάποιο συγκεκριμένο γεγονός, όπως για παράδειγμα την εκπλήρωση ενός τάματος ή τις εκδηλώσεις για τον εορτασμό των Αγίων.

Ο Θρησκευτικός Τουρισμός Πολιτιστικού Ενδιαφέροντος: η κατηγορία αυτή συνδυάζει τον θρησκευτικό τουρισμό με το ενδιαφέρον του τουρίστα για την πολιτιστική αξία των μνημείων, π.χ. την αρχιτεκτονική, την ιστορία του, κλπ.

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

- i. Ναι
- ii. Όχι
- iii. Δεν Ξέρω / Δεν Απαντώ

8. Ποια πιστεύετε ότι είναι η γενική κατάσταση του τουρισμού σήμερα στην περιοχή σας;

	Συμφωνώ	Διαφωνώ	Δεν Ξέρω / Δεν Απαντώ
Η περιοχή είναι αναπτυγμένη τουριστικά			
Η περιοχή έχει μεγαλύτερα περιθώρια τουριστικής ανάπτυξης			
Ο τουρισμός στην περιοχή περιορίζεται σε συγκεκριμένα σημεία			
Η τουριστική περίοδος στην περιοχή περιορίζεται σε συγκεκριμένες εποχές			
Η ιστορική και πολιτιστική σημασία της περιοχής αποτελεί σημαντικό προτέρημα για			

το τουριστικό προϊόν			
Στην περιοχή υπάρχουν γενικά οι αναγκαίες υποδομές για την υποδοχή και την εξυπηρέτηση των επισκεπτών			

9. Ποια σημεία πιστεύετε ότι είναι τα πιο χαρακτηριστικά, όμορφα ή σημαντικά στην περιοχή;

- i.
- ii.
- iii.