



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Διαδρομές Πολιτισμού στον Νομό Ηλείας.

Μια πρόκληση αξιοποίησης»

«Cultural routes in the prefecture of Iia.

A challenge of exploitation »

ΦΟΙΤΗΤΗΣ

ΚΑΔΟΓΛΟΥ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΠΥΡΓΟΣ

2022

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

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

Το θέμα της εργασίας είναι «**Διαδρομές Πολιτισμού στον Νομό Ηλείας**».

Μια πρόκληση αξιοποίησης». Ειδικότερα ασχολήθηκα με την επίδραση και τη συμβολή των πολιτιστικών θεσμών και προϊόντων στην οικονομική, τουριστική και πολιτιστική ανάπτυξη του νομού μας και τις δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης, αλλά χωρίς τη άμεση συμβολή των μουσείων σε αυτήν.

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

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω τα στελέχη των πολιτιστικών φορέων, που με τις συνεντεύξεις τους συνέβαλλαν στην εργασία αυτή.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Θέμα: «Ο πολιτιστικός τουρισμός στο Νομό Ηλείας. Μια ευκαιρία ανάπτυξης».

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να διερευνηθεί ο ρόλος του Πολιτιστικού Τουρισμού, ως πυλώνας τουριστικής ανάπτυξης στο Νομό Ηλείας, αλλά χωρίς τη συμβολή, άμεσα τουλάχιστον, των Μουσείων της περιοχής και των άλλων μορφών παραδοσιακού και μαζικού τουρισμού. Για το σκοπό αυτό πραγματοποιήθηκε ποιοτική έρευνα μέσω συνεντεύξεων με στελέχη πολιτιστικών οργανισμών και φορέων της περιοχής. Συνεντεύξεις έδωσαν επτά άτομα. Διαπιστώνεται πως ο Νομός Ηλείας διαθέτει αξιόλογο πολιτιστικό πλούτο με μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης, όμως αυτός αναφέρεται κυρίως στον εμβληματικό χώρο της Ολυμπίας, η οποία έχει αποκτήσει χαρακτηριστικά μαζικού τουρισμού. Διαπιστώθηκε, λοιπόν χαμηλή έως μέτρια συμβολή του Πολιτιστικού Τουρισμού, τόσο στην πολιτιστική, όσο και στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής. Υπάρχουν ελάχιστες επιτυχημένες περιπτώσεις πολιτιστικού τουρισμού, οι οποίες μπορούν να λειτουργήσουν σαν παραδείγματα προς μίμηση. Προτείνονται ενέργειες προκειμένου να αναπτυχθεί περισσότερο ο Πολιτιστικός Τουρισμός μέσω ολοκληρωμένου σχεδίου, μέσω ίδρυσης κεντρικού φορέα, διασύνδεσης μεταξύ πολιτιστικών φορέων, συλλόγων, οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης, ανάθεσης της προβολής των πολιτιστικών δράσεων σε ειδικό μάρκετινγκ, αναβάθμισης των υποδομών, κινητοποίηση της διοίκησης κ.ά.

Λέξεις-κλειδιά: πολιτιστικός τουρισμός, τοπική ανάπτυξη, τουριστική ανάπτυξη.

ABSTRACT

The purpose of this research is to explore the role of cultural tourism as a pillar of tourism development in the prefecture of Ilia without the contribution, at least directly, of the museums of the region and other forms of traditional and mass tourism. For this purpose, qualitative research was conducted through interviews with executives of cultural organizations and institutions in the region. Interviews were given by seven people. It is noted that the prefecture of Ilia has remarkable cultural wealth with great potential for development, but this refers mainly to the emblematic area of Olympia, which has acquired characteristics of mass tourism. As a result, cultural tourism made a minor to moderate contribution to the region's cultural and economic development. There are very few successful cases of cultural tourism that can serve as examples to be emulated. Actions are proposed in order to further develop cultural tourism through an integrated plan, through the establishment of a central body, interconnection between cultural institutions, associations, and local authorities, the assignment of the promotion of cultural actions to a marketing specialist, upgrading of infrastructure, mobilization of administration, etc.

Keywords: cultural tourism, local development, tourism development.

Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ABSTRACT	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	7
1.1. Η έννοια του τουρισμού.....	7
1.2. Η έννοια της τουριστικής ανάπτυξης.....	8
1.3. Ο τουρισμός στην Ελλάδα.....	10
1.4. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο : ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	12
2.1. Η έννοια του Πολιτιστικού Τουρισμού	12
2.2. Τα κίνητρα του Πολιτιστικού Τουρισμού.....	13
2.3. Ο Πολιτιστικός Τουρισμός στην Ελλάδα	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο : Ο ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΗΛΕΙΑ.....	15
3.1. Γεωγραφικά Στοιχεία	15
3.2. Ο Νομός Ηλείας ως τουριστικός προορισμός.....	15
3.3. Η κατάσταση του τουρισμού στο Νομό Ηλείας.....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	17
4.1. Ποιοτική Έρευνα.....	17
4.2. Συλλογή των δεδομένων.....	17
4.3. Διαδικασία της έρευνας.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο : ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	22
6.1. Συμπεράσματα	22
6.2. Προτάσεις.....	24
6.2.1 Προτάσεις.....	25
6.2.2. Κοινό-στόχος	25
6.2.3. Πακέτα.....	26
6.2.4. Επιτυχημένα Παραδείγματα	26
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	30
I.....	31
Βιβλιογραφία	31

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός, μετά την μεγάλη ανάπτυξη που γνώρισε, κυρίως από τα μέσα του 20ου αιώνα, αποτελεί πλέον έναν από τους δυναμικότερους και ταχύτατα αναπτυσσόμενους κλάδους της παγκόσμιας οικονομίας. Όπως καταδεικνύουν και αρκετές μελέτες στην Ελλάδα, αλλά και στο εξωτερικό, φαίνεται ότι αποτελεί ένα εξαιρετικά σύνθετο φαινόμενο.

Αν και ο μαζικός τουρισμός παραμένει πρώτος σε επιδόσεις, με το γνωστό σχήμα των 4S (Sun, Sand, Sea, and Sex), πρόσφατες μελέτες διαπιστώνουν αυξανόμενες, νέες τουριστικές τάσεις. Φαίνεται ότι οι επισκέπτες επιθυμούν σήμερα πολύ περισσότερο τις πολιτιστικές δραστηριότητες από ότι στο παρελθόν,. Νέα πρότυπα συμπεριφοράς σε σχέση με την κλιματική αλλαγή, το σεβασμό του φυσικού περιβάλλοντος, την αναζήτηση ικανοποίησης εξειδικευμένων αναγκών για μάθηση και διασκέδαση, την διαφορετικότητα και την τοπική κουλτούρα εμφανίζονται. Έτσι νέες γενιές επισκεπτών εμφανίζονται στην τουριστική αγορά, διαμορφώνοντας νέα τουριστικά πρότυπα, τα οποία ενισχύουν το ενδιαφέρον για τον πολιτιστικό τουρισμό (Csapó, 2012).

Ο Βαρβαρέσος (2009), μας επισημαίνει καιρό τώρα «την αναγκαιότητα μετάλλαξης του ελληνικού τουρισμού προς την κατεύθυνση της μετατροπής του μοντέλου των 4S, προς ένα νέο μοντέλο των 4E, που επικεντρώνεται στις ακόλουθες τέσσερις μεταβλητές: (i) Environment and clean nature (Περιβάλλον και φύση), (ii) Educational tourism, culture and history (Πολιτιστικός τουρισμός), (iii) Event and mega event (Οργάνωση σημαντικών εκδηλώσεων) και (iv) Entertainment and fun (Διασκέδαση - Αναψυχή)».

Στο πλαίσιο αυτό υποστηρίζεται πως ο Πολιτιστικός Τουρισμός μπορεί να επιφέρει πολλά οφέλη: Άυλα, όπως η διατήρηση της πολιτιστικής και καλλιτεχνικής κληρονομιάς, η τοπική ευημερία και η δημιουργία δεσμών μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών και επίσης απτά, όπως ο αντίκτυπος στην οικονομία και τις θέσεις εργασίας.

Σχετικά με το Νομό Ηλείας, από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση γίνεται εμφανές ότι χρειάζεται να πραγματοποιηθεί περαιτέρω έρευνα προκειμένου να διαπιστωθούν, τόσο οι ενδεχόμενοι λόγοι, όσο και οι τρόποι οι οποίοι θα μπορούσαν να συμβάλουν στην τουριστική του ανάπτυξη. Επιπλέον, κρίνεται ότι η σημασία του πολιτιστικού τουρισμού είναι μεγάλη για την Ηλεία, καθώς τα πολιτιστικά δρώμενα μπορούν να αποτελέσουν ένα σημαντικό κίνητρο για την επίσκεψη ενός τόπου. Τέλος, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να συνδεθεί και με άλλες παραπλήσιες μορφές τουρισμού με αποτέλεσμα την αύξηση του τουριστικού ενδιαφέροντος, αλλά και την προσέλκυση περισσότερων τουριστών.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που τίθενται, και που θα απαντηθούν μέσω της ποιοτικής έρευνας με διενέργεια συνεντεύξεων σε στελέχη πολιτιστικών οργανισμών και φορέων τοπικής αυτοδιοίκησης της περιοχής, είναι τα εξής:

1. Σε ποιο βαθμό ένα πολιτιστικό αγαθό ή ένας πολιτιστικός θεσμός δημιουργεί Πολιτιστικό Τουρισμό;
2. Σε τι βαθμό ο νομός Ηλείας αποτελεί προορισμό Πολιτιστικού Τουρισμού;
3. Οι πολιτιστικές αυτές κινήσεις λειτουργούν ανταγωνιστικά ή ενισχυτικά στις άλλες κλασικές τουριστικές υποδομές;
4. Βαθμός στον οποίον ο Πολιτιστικός Τουρισμός συμβάλει στη διαμόρφωση μιας θετικής εικόνας για το νομό Ηλείας.
5. α) Σε ποιο βαθμό θα θέλατε να υπάρχει κεντρικός σχεδιασμός για την ανάπτυξη του Πολιτιστικού Τουρισμού;
β) Τι άλλο πιστεύετε πως θα βοηθούσε την ανάπτυξη του Πολιτιστικού Τουρισμού στην περιοχή μας;

Η παρούσα εργασία αναπτύσσεται ως εξής:

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις έννοιες του Τουρισμού και της Ανάπτυξης καθώς και της σχέσης αυτών μέσω της έννοιας της Τουριστικής Ανάπτυξης. Κατόπιν δίδεται ιδιαίτερο βάρος στην έννοια της Τουριστικής ανάπτυξης και του ρόλου που διαδραματίζει αυτή στην οικονομία και στη βελτίωση των συνθηκών ζωής των κατοίκων μιας περιοχής. Επίσης γίνεται μια ανασκόπηση στον ελληνικό τουρισμό και της συμβολής του εναλλακτικού-ειδικού τουρισμού σε αυτόν. Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην έννοια του Πολιτιστικού Τουρισμού, στα κίνητρα δημιουργίας και αναζήτησής του και στην έννοια του Πολιτιστικού Τουρισμού στην Ελλάδα, όπως παρουσιάζεται σήμερα. Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στον Πολιτιστικό Τουρισμό στο Νομό Ηλείας και μετά από μια αναφορά σε γεωγραφικά και γενικά στοιχεία, εξετάζεται η κατάσταση του Τουρισμού γενικά, αλλά και του Πολιτιστικού Τουρισμού στο Νομό. Η μεθοδολογία της Έρευνας περιγράφεται στο τέταρτο κεφάλαιο και τα αποτελέσματα στο πέμπτο. Στο έκτο κεφάλαιο συνοψίζονται τα συμπεράσματα της έρευνας και κατατίθενται προτάσεις για την εφαρμογή στην πράξη κάποιων δράσεων. Τέλος αναφέρεται σε δύο, κατά την γνώμη μας, πετυχημένα παραδείγματα Πολιτιστικού Τουρισμού, που θα μπορούσαν να αποτελέσουν μοντέλα ανάπτυξης κι άλλων παρόμοιων δράσεων στο Νομό Ηλείας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

1.1. Η έννοια του τουρισμού

Το 1963 το Συμβούλιο των Ηνωμένων Εθνών της Αμερικής συμφώνησε να χρησιμοποιείται ο όρος «επισκέπτης» προκειμένου να προσδιορίζεται κάποιος ο οποίος επισκέπτεται μία άλλη χώρα. Παράλληλα, μέσω αυτού του ορισμού επιχειρήθηκε η ταξινόμηση των τουριστών σε προσωρινούς επισκέπτες με την προϋπόθεση ότι διαμένουν 24 ώρες σε ένα μέρος. Εναλλακτικά, θα μπορούσαν να θεωρηθούν εκδρομείς για λόγους

αναψυχής. Ωστόσο, από τους παραπάνω ορισμούς αποκλείονται οι εγχώριοι τουρίστες. Για το λόγο αυτό, το 1976 το Ινστιτούτο Τουρισμού πρότεινε ότι ο τουρισμός θα μπορούσε να θεωρηθεί ως μία βραχυπρόθεσμη μετακίνηση ανθρώπων σε διαφορετικά μέρη από ότι ζουν και εργάζονται. Κατά αυτόν τον τρόπο ο τουρισμός περιλαμβάνει τη μετακίνηση των ανθρώπων για όλους τους σκοπούς, ακόμα και αν πρόκειται για μία ημερήσια εκδρομή ή επίσκεψη (Cooper, 2008).

Σε μία ακόμα προσπάθεια ορισμού του τουρισμού το 1981, ο AIEST (International Association of Scientific Experts in Tourism) προσέθεσε ότι ο τουρισμός μπορεί να περιλαμβάνει ή όχι διανυκτέρευση σε μία περιοχή εκτός του σπιτιού, ενώ κατά το 1991 ο Παγκόσμιος Τουριστικός Οργανισμός δήλωσε ότι ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε μέρη εκτός του οικείου τους περιβάλλοντος για λιγότερο από ένα συνεχές χρόνο, με κύριο στόχο την αναψυχή ή την εργασία τους. Με βάση αυτό μπορεί να γίνει και η διάκριση ανάμεσα στον εσωτερικό και το διεθνή τουρισμό. Συγκεκριμένα, η πρώτη κατηγορία αναφέρεται σε ταξίδια τα οποία πραγματοποιούνται εντός και μόνο των εθνικών συνόρων της χώρας καταγωγής ενός ατόμου, ενώ στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν τα ταξίδια τα οποία πραγματοποιούνται σε μία άλλη χώρα από τη χώρα διαμονής (Yuksel, 2004).

Εν συνεχεία, αξίζει να αναφερθεί ότι στον τουρισμό περιλαμβάνονται κάποιες συγκεκριμένες διαδικασίες. Ειδικότερα, ο τουρισμός ως διαδικασία προϋποθέτει την ύπαρξη κάποιου ελεύθερου χρόνου, ενώ κρίνεται αναγκαία η διάθεση ενός εισοδήματος αλλά και η ύπαρξη ενός ταξιδιωτικού κινήτρου προκειμένου να πραγματοποιηθεί ένα ταξίδι. Οι παραπάνω παράγοντες ονομάζονται διευκολυντές, καθώς θεωρείται ότι διευκολύνουν αλλά και επιτρέπουν την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού. Επιπροσθέτως, στον τουρισμό εμπλέκονται διαδικασίες αλληλεξαρτώμενες, όπως είναι: οι φορείς προώθησης του τουρισμού, η διαμονή, η κατανάλωση όπως και το είδος αλληλεπίδρασης και η επικοινωνία μεταξύ ατόμων με ετερογενή χαρακτηριστικά και πολιτισμικά στοιχεία (Camilleri, 2018).

Όπως γίνεται εμφανές από τα παραπάνω, ο τουρισμός αποτελεί ένα διαφορετικό οικονομικό κλάδο από τους υπόλοιπους, καθώς στη βάση του συνυπάρχουν διαφορετικές υπηρεσίες. Παρά το γεγονός ότι δεν αποτελεί ένα ομογενές οικονομικό προϊόν κρίνεται ότι τα επιμέρους προϊόντα από τα οποία αποτελείται διαθέτουν ένα υψηλό βαθμό σύνδεσης μεταξύ τους. Για το λόγο αυτό η πολυπλοκότητα που παρουσιάζει ο τουρισμός ως φαινόμενο περιορίζει συχνά τη δημιουργία ενός συγκεκριμένου ορισμού. Ωστόσο, θα μπορούσε να τονιστεί η σχέση αλληλεπίδρασης που δημιουργείται ανάμεσα στην προσφορά και τη ζήτηση καθώς και οι επιπτώσεις που διαδραματίζονται σε κοινωνικό, περιβαλλοντολογικό αλλά και πολιτικό επίπεδο (Camilleri, 2018).

1.2. Η έννοια της τουριστικής ανάπτυξης

Για να προσεγγίσουμε την ανάπτυξη σαν έννοια ή να τη μετρήσουμε, χρησιμοποιούμε το ΑΕΠ(Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν) της χώρας, δηλαδή το άθροισμα της παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών μιας χώρας που παράγονται σε ένα έτος, από συντελεστές παραγωγής που ανήκουν σε μόνιμους κατοίκους της χώρας ανεξάρτητα από τη χώρα που βρίσκονται οι συντελεστές παραγωγής. Στην έννοια της ανάπτυξης περιλαμβάνονται πολλοί φορείς και ποικίλα θέματα, οπότε είναι πολύ δύσκολο να βρεθεί ένας σαφής ορισμός ο οποίος να βοηθά στην πλήρη κατανόηση της έννοιας της ανάπτυξης (Pedrana, 2013). Η Κόκκαλη (2007:7) μας λέει χαρακτηριστικά ότι «η έννοια της ανάπτυξης αναφέρεται στους

κοινωνικούς και οικονομικούς μετασχηματισμούς, οι οποίοι αλληλοεπιδρώντας οδηγούν σε μια πιο επιθυμητή κατάσταση. Συνεπώς η έννοια της ανάπτυξης αφορά μια διαδικασία και όχι μια κατάσταση, περιλαμβάνοντας όχι μόνον τους στόχους αλλά και τα μέσα με τα οποία οι στόχοι αυτοί θα επιτευχθούν».

Η τουριστική ανάπτυξη εξαρτάται σε μεγάλο μέρος από την αισθητική του περιβάλλοντος χώρου, τόσο του φυσικού, όσο και του ανθρωπογενούς. Οι Ηγουμενάκης και Κραβαρίτης (2004: 110) αναφέρουν ότι με την έννοια της τουριστικής ανάπτυξης εννοούμε «την βελτίωση των δεικτών του τουρισμού, ως κλάδου οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας μίας χώρας, η οποία συντελείται βασικά με την πληρέστερη αξιοποίηση και ορθολογικότερη εκμετάλλευση των ανεπαρκών τουριστικών πόρων, με την αύξηση της τουριστικής παραγωγής και την ποιοτική βελτίωσή της, μα πάνω από όλα με την προσαρμογή της στις ανάγκες ή επιθυμίες των τουριστών, δηλαδή στην τουριστική ζήτηση».

Όπως είναι γνωστό, ο τουρισμός αποτελεί τη βαριά βιομηχανία της χώρας μας. Δημιουργεί εκατοντάδες χιλιάδες θέσεις απασχόλησης, που ακόμη κι αν είναι εποχιακές, είναι καθοριστικές για την οικονομική ανάταξη των περιοχών εκείνων στις οποίες αναπτύσσεται. Αλλά και για την αύξηση του ΑΕΠ είναι καθοριστική η τουριστική ανάπτυξη. Βέβαια ο μαζικός τουρισμός έχει διαπιστωθεί ότι δε συμβάλλει στην αειφορία και την αισθητική με αποτέλεσμα, ενώ βραχυπρόθεσμα φέρνει μεγάλη ανάπτυξη, μακροπρόθεσμα αποτελεί τροχοπέδη χωρίς τον κατάλληλο σχεδιασμό και μελέτες βιώσιμης ανάπτυξης. Άρα κάθε μορφή ανάπτυξης πρέπει να λαμβάνει υπόψη την τοπική κοινότητα, αλλά και τις αλλαγές που θα επέλθουν με τέτοιο τρόπο, ώστε να μην ζημιώνουν την τοπική κοινότητα παραβλέποντας τις πραγματικές της ανάγκες.

Η έννοια της τοπικής ανάπτυξης σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2005: 38) ορίζεται «ως μία διαδικασία οικονομικής ανάπτυξης που συνοδεύεται από διαρθρωτικές αλλαγές και οδηγεί σε βελτίωση του επιπέδου ζωής του τοπικού πληθυσμού, η οποία δύναται να διακριθεί σε τουλάχιστον δύο επίπεδα. Το πρώτο επίπεδο αφορά την οικονομική διάσταση, όπου οι τοπικοί επιχειρηματίες χρησιμοποιούν την ικανότητά τους για να οργανώσουν τους τοπικούς παραγωγικούς συντελεστές με στόχο την βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς τους στις αγορές. Το άλλο επίπεδο αφορά την κοινωνική και πολιτιστική διάσταση, όπου σε αυτό οι αξίες αλλά και οι τοπικοί θεσμοί αποτελούν τη βάση της αναπτυξιακής διαδικασίας. Η στρατηγική της τοπικής ανάπτυξης θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη της και μία επιπλέον διάσταση, την πολιτική και διοικητική, σύμφωνα με την οποία οι τοπικές πολιτικές επιλογές θα πρέπει να επιτρέπουν τη δημιουργία ενός ελκυστικού οικονομικού περιβάλλοντος, με στόχο την επίτευξη της τοπικής ανάπτυξης και δυναμικής»

Η τουριστική ανάπτυξη σε έναν τόπο πρέπει να συνδυάζει την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και της ποιότητας ζωής των κατοίκων, την κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη, χωρίς την κατασπατάληση των φυσικών πόρων. Σε αυτό παίζει καταλυτικό ρόλο ο τοπικός Δήμος και η Περιφέρεια. Αυτοί έχουν τα μέσα και την τεχνογνωσία για τη σύμπραξη ιδιωτικών και δημόσιων επενδύσεων και την αλληλεπίδραση μεταξύ αυτών και των άλλων φορέων, κοινωνικών, πολιτιστικών, εκπαιδευτικών, εμπορικών κ.ά. Αυτοί οι φορείς αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες, όπως οι διοργανώσεις εκδηλώσεων, εκθέσεων, ανάδειξη προϊόντων και υπηρεσιών. Μέσω όλων αυτών των κινήσεων επιδιώκεται η βελτίωση του επενδυτικού κλίματος, η αύξηση της τουριστικής κίνησης και η βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων.

Η τουριστική κίνηση συμβάλλει καθοριστικά στις καλύτερες οικονομικές επιδόσεις μιας περιοχής, είτε πρόκειται για εγχώριο, είτε για διεθνή τουρισμό (Pedrana, 2013; Ursache,

2015). Στην περίπτωση του εγχώριου τουρισμού τα έσοδα επιστρέφουν στην τοπική οικονομία, πράγμα που βοηθά στην εξισορρόπηση προσφοράς και ζήτησης. Με τον διεθνή τουρισμό « μέσω της εισροής συναλλάγματος, επιτυγχάνεται μείωση του ελλείμματος του ισοζυγίου πληρωμών με επακόλουθο την ενίσχυση του εθνικού νομίσματος». (Ursache, 2015). Επίσης επιτυγχάνεται και έμμεση αύξηση των εξαγωγών, αφού οι τουρίστες, όταν επιστρέφουν στις χώρες τους, γίνονται αγοραστές προϊόντων που γνώρισαν κατά τη διαμονή τους στη δική μας χώρα. Παράλληλα ο τουρισμός συμβάλλει στα έσοδα του κράτους με τους άμεσους και έμμεσους φόρους. Οι άμεσοι φόροι προέρχονται από την φορολόγηση των κερδών των επιχειρήσεων, των εργαζομένων και από τη φορολογία που αντιστοιχεί στους τουρίστες. Οι έμμεσοι φόροι προκύπτουν από την φορολόγηση επί των αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται στους τουρίστες.

Οι διοικητικοί φορείς έχουν την υποχρέωση για την βελτίωση των υποδομών, δρόμων, λιμανιών, αεροδρομίων κ.λπ., για να εξασφαλίζεται η ποιοτική, γρήγορη και ασφαλής μετακίνηση των τουριστών και η από στόμα σε στόμα διαφήμιση της περιοχής. Κάτι τέτοιο θα προωθούσε σημαντικά και τις δράσεις του πολιτιστικού τουρισμού, οι οποίες πολύ συχνά λαμβάνουν χώρα μακριά από τα αστικά κέντρα. Θα βοηθούσε επίσης και στη βελτίωση των κοινωνικών και άλλων υποδομών που συμβάλλουν στην ανάδειξή του, αλλά και στη βελτίωση των συνθηκών ζωής των κατοίκων.

1.3. Ο τουρισμός στην Ελλάδα

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους μοχλούς της ελληνικής ανάπτυξης και οικονομίας. Ειδικότερα, θεωρείται ότι ο τουρισμός δημιουργεί ένα πλήθος πλεονεκτημάτων. Ως παράδειγμα μπορεί να αναφερθεί η δημιουργία επενδύσεων σε ποικίλα έργα και υπηρεσίες, η διεθνής προβολή της χώρας, η προώθηση τοπικών προϊόντων, αλλά και η οικονομική ενίσχυση των περιφερειών μέσα από τις οικονομικές εισροές. Ενδεικτικά αξίζει να αναφερθεί ότι ο τουρισμός στη χώρα μας απασχολεί ένα μεγάλο μέρος των κατοίκων, ενώ η Ελλάδα δέχεται όλο και περισσότερους τουρίστες από το εξωτερικό (Chasaropoulos, DenButter&Mihaylov,2014). Επιπροσθέτως, στο γεγονός αυτό συνέβαλαν οι βελτιώσεις στις βασικές υποδομές της χώρας (αεροδρόμια, λιμάνια και οδικό άξονες) καθώς και η ανάπτυξη των τουριστικών μονάδων στις Περιφέρειες (Κοκκώσης, Τσάρτας&Γκρίμπα, 2011).

Ωστόσο το 2010 αποτέλεσε μία από τις πιο δύσκολες χρονιές για την ελληνική οικονομία και τον τουρισμό της, καθώς οι διεθνείς αφίξεις των τουριστών μειώθηκαν γύρω στο 5% κατά το πρώτο εξάμηνο ως αποτέλεσμα των οικονομικών και κοινωνικών αναταράξεων της χώρας. Οι προσφορές και οι προωθητικές δράσεις των ταξιδιωτικών εταιρειών φαίνεται όμως πως είχαν θετικό αντίκτυπο στον αριθμό των αφίξεων της χώρας. Παρά ταύτα, η Ελλάδα χρειάστηκε να επαναξιολογήσει το μοντέλο τουρισμού της, το οποίο βασιζόταν στο δίπτυχο ήλιος και θάλασσα, προκειμένου να καταφέρει να τονώσει την ανάπτυξή της. Ένας επιπλέον παράγοντας ο οποίος θεωρείται ότι αποτελεί ένα σημαντικό μειονέκτημα για τον τουρισμό της Ελλάδας, είναι το γεγονός ότι η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα είναι εντονότερη κατά την τουριστική περίοδο Ιουλίου-Αυγούστου και Σεπτεμβρίου. Το γεγονός αυτό φαίνεται ότι ενισχύει σημαντικά τις ανταγωνιστικές χώρες, μειώνοντας παράλληλα τη βιωσιμότητα του ελληνικού τουρισμού σε σχέση με την υπόλοιπη αγορά. Ως εκ τούτου, η Ελλάδα άρχισε να αξιολογεί, τόσο τις τουριστικές της δραστηριότητες, όσο και την ανάγκη παροχής ενός εναλλακτικού τουριστικού τομέα συνδυάζοντας την πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά του τόπου με το φυσικό κάλλος και τη ζωντανή της λαογραφία (Christou, 2012).

Κατά αυτόν τον τρόπο η Ελλάδα προχώρησε στη διαμόρφωση νέων στρατηγικών κατά την προσπάθειά της να στρέψει το ενδιαφέρον από το μαζικό τουρισμό χαμηλού προϋπολογισμού, σε πιο υψηλές και ολοκληρωμένες μορφές και εμπειρίες ποιοτικού τουρισμού. Ως παράδειγμα μπορεί να αναφερθεί το γεγονός ότι τα έσοδα της Ελλάδας από τον τουρισμό κατά το έτος 2013 άγγιξαν τα 28,3 δισεκατομμύρια ευρώ (ΣΕΤΕ,2013). Γίνεται λοιπόν σαφές ότι οι νέες μορφές τουρισμού θα μπορούσαν να συμβάλλουν θετικά στην παράταση της διάρκειας της τουριστικής περιόδου καθώς και στη δημιουργία τουριστικών ευκαιριών για επενδυτές. Σύμφωνα μάλιστα με το σχέδιο ανάπτυξης του Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) υποστηρίχθηκε η ανάγκη προώθησης του εναλλακτικού τουρισμού ως εργαλείο βιώσιμης ανάπτυξης, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην προστασία του περιβάλλοντος (Christou, 2012).

Ολοκληρώνοντας, εκτιμάται ότι ο μαζικός τουρισμός της Ελλάδας έχει επιφέρει περιβαλλοντικές αλλά και πολεοδομικές συνέπειες στη χώρα, κυρίως λόγω της ανεξέλεγκτης ανάπτυξης των τουριστικών υποδομών, όπως και των ξενοδοχειακών καταλυμάτων. Ως αποτέλεσμα, απαιτείται μία νέα εκσυγχρονισμένη πολιτική βασισμένη στις σύγχρονες τάσεις τουρισμού μέσα από την ορθή διαχείριση και κατεύθυνση. Ως εκ τούτου, κάποιοι βασικοί άξονες θα μπορούσαν να στηρίζονται στην προώθηση μίας ισορροπημένης τουριστικής διάχυσης κατά τη διάρκεια του έτους, καθώς και στην τοπική και περιφερειακή διαχείριση και προώθηση των τουριστικών προϊόντων (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011).

1.4. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Η βραχυπρόθεσμη παραμονή των τουριστών σε ένα μέρος δεν αποτελείται μόνο από τη διαδικασία του ταξιδιού αλλά και από τις επιμέρους δραστηριότητες που επιλέγονται από τους τουρίστες κατά τη διάρκεια της παραμονής τους σε έναν τόπο. Κατά αυτόν τον τρόπο, σε αντίθεση με το παρελθόν, η νέα εποχή οδηγεί τον τουρίστα στην αναζήτηση και στην κάλυψη εξειδικευμένων αναγκών. Τα προσωπικά ενδιαφέροντα, η ευαισθητοποίηση σε ζητήματα ιστορίας και πολιτισμού, καθώς και η αναζήτηση περισσότερης εμπλοκής με έναν τόπο έχουν δημιουργήσει διαφορετικές μορφές τουριστικής ανάπτυξης (Arunmozhi & Panneerselvam, 2013).

Βάσει των παραπάνω θεωρείται ότι οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν όλο και περισσότερο ένα αυξανόμενο μοντέλο οικονομικής ανάπτυξης. Ειδικότερα, οι νέες μορφές τουρισμού δημιουργούνται πάνω στον άξονα συγκεκριμένων κινήτρων τα οποία πηγάζουν μέσα από ένα πεδίο ενδιαφέροντος για κάποια θέματα όπως είναι: ο αθλητισμός, η φυσιολατρία, το περιβάλλον, η τοπική παράδοση, οι περιηγήσεις καθώς και η περιπέτεια. Παράλληλα, σημαντικά κριτήρια αποτελούν η ηλικία, οι προσωπικές προτιμήσεις και το κοινωνικό στάτους. Κατά αυτόν τον τρόπο η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού μπορεί να θεωρηθεί ως ένα ολοκληρωμένο σύνολο τουριστικών αλλά εξειδικευμένων υπηρεσιών, οι οποίες βασιζόμενες στις ιδιαίτερες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών τους, στηρίζονται σε ήπιες δραστηριότητες, αναδεικνύοντας παράλληλα την πλούσια φυσική κληρονομιά του τόπου (Árva & Deli-Gray, 2010).

Αναφορικά με τα παραπάνω χρειάζεται να επισημανθεί ότι έχουν δημιουργηθεί κάποιες κατηγορίες τουρισμού όπως είναι: ο τουρισμός περιπέτειας, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο φυσιολατρικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο κοινωνικός τουρισμός, ο εκπαιδευτικός τουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός,

ο τουρισμός της τρίτης ηλικίας, ο αθλητικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο γαστρονομικός τουρισμός, ο ιαματικός τουρισμός και ο τουρισμός θεματικών πάρκων. Βάσει αυτών γίνεται εμφανές ότι οι προσωπικές επιθυμίες αλλά και οι ανάγκες των τουριστών, καθώς και η συμβολή της τεχνολογίας διευρύναν τα τουριστικά περιβάλλοντα δράσης αλλά και την προοπτική για την ανάπτυξη των άνωθεν κατηγοριών τουρισμού, προσφέροντας διαφορετικές ταξιδιωτικές εμπειρίες στους επισκέπτες (Árva&Deli-Gray, 2010).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1. Η έννοια του Πολιτιστικού Τουρισμού

Ο πολιτισμός και ο τουρισμός αποτελούν δύο έννοιες άρρηκτα συνυφασμένες. Ειδικότερα, τα πολιτιστικά αξιοθέατα αποτελούν ένα από τα σημαντικότερα κίνητρα για να επισκεφθεί κανείς έναν τόπο, ενώ τα ταξίδια από μόνα τους δημιουργούν την έννοια του πολιτισμού. Ωστόσο, θεωρείται ότι ο πολιτιστικός τουρισμός, μόλις τις τελευταίες δεκαετίες, διαθέτει μία συγκεκριμένη μορφή και ιδίως συνδέεται με την περίοδο μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Πιο συγκεκριμένα, μέχρι και τη δεκαετία του 1980 η εκδήλωση ενός μεγάλου ενδιαφέροντος για τα αξιοθέατα είχε ως αποτέλεσμα, τόσο την εμφάνιση μίας αναδυόμενης αγοράς, όσο και τη διεξαγωγή των πρώτων μελετών για τον πολιτιστικό τουρισμό (Richards, 2018).

Παράλληλα, η άνθιση του πολιτιστικού τουρισμού είχε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων κατηγοριών τουρισμού, όπως είναι ο τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς, ο καλλιτεχνικός τουρισμός, ο κινηματογραφικός τουρισμός καθώς και ο δημιουργικός τουρισμός. Κατά αυτόν τον τρόπο η έννοια του πολιτιστικού τουρισμού διευρύνθηκε, ενώ μέσα από το πολιτιστικό ενδιαφέρον τονώθηκε και η οικονομία. Στον κατάλογο του πολιτιστικού τουρισμού μπορούν να προστεθούν επιμέρους κατηγορίες όπως είναι για παράδειγμα τα φεστιβάλ, τα θρησκευτικά μνημεία, όπως και το εμπόριο (Richards, 2001).

Ειδικότερα, τα πολιτιστικά αξιοθέατα σχετίζονται με ένα εύρος αξιών και παραδόσεων, μουσικής και λογοτεχνίας, τεχνών και αρχιτεκτονικής μίας κοινωνίας. Κατά αυτόν τον τρόπο ο πολιτιστικός τουρισμός δε σχετίζεται μόνο με τα μνημεία και τα αξιοθέατα ενός τόπου, αλλά αντιθέτως αποκτά μία πιο ευρεία έννοια μετατοπίζοντας το ενδιαφέρον του ταξιδιώτη στην καθημερινότητα και στον τρόπο ζωής μίας κοινωνίας (Richards, 2018). Για το λόγο αυτό, ως πολιτιστικοί πόροι θεωρούνται ακόμα και το φυσικό περιβάλλον, τα κτήρια με πολιτιστική αξία, τα ζώα και τα φυτά, οι χειροτεχνίες, αλλά και ένα συνολικό σύστημα πεποιθήσεων και πολιτιστικών πτυχών ενός τόπου (Katsoni, 2015).

Υπάρχουν όμως και άλλοι πολύ λιγότερο συμβατικοί και σε ορισμένες περιπτώσεις πολύ εναλλακτικοί τύποι πολιτιστικού τουρισμού. Για να δημιουργηθεί όμως ένα είδος τέτοιου τουρισμού και κατ' επέκταση ρεύμα τουριστών, πρέπει το πολιτιστικό προϊόν να είναι μοναδικό, τουλάχιστον σε μεγάλη ακτίνα από κάτι παρόμοιο, γιατί δεν χρειάζεται να ταξιδέψει κάποιος, όπως εύκολα γίνεται αντιληπτό, για να δει κάτι, αν μπορεί να το δει κοντά στον τόπο του. Μερικά χαρακτηριστικά έως ακραία παραδείγματα Πολιτιστικού Τουρισμού που καταδεικνύουν τη σημασία που έχει στην επιτυχία κάθε κίνησης η μοναδικότητα του πολιτιστικού προϊόντος είναι:

- i. ο λεγόμενος τουρισμός ταφόπλακα (Κοιμητήρια στο Παρίσι και το Λονδίνο)που είναι μερικές από τις τοποθεσίες που επισκέπτονται περισσότερο οι τουρίστες για την ιστορία και την ομορφιά τους.
- ii. ο τουρισμός για τους θαυμαστές του Άρχοντα των Δαχτυλιδιών, που περιλαμβάνει επισκέψεις στα μέρη όπου γυρίστηκαν οι κινηματογραφικές σκηνές(Νέα Ζηλανδία).
- iii. ο πολεμικός τουρισμός που περιλαμβάνει επισκέψεις σε τοποθεσίες που έγιναν ιστορικές μάχες.
- iv. ο τουρισμός UFOπου αναφέρεται σε τοποθεσίες γνωστές για τις θεάσεις UFO.
- v. ο τουρισμός φαντασμάτων που μεταφέρει το κοινό σε δάση και σπίτια που υποτίθεται ότι είναι *στοιχειωμένα* και ούτω καθεξής.

Ολοκληρώνοντας, όσον αφορά το ρόλο του πολιτιστικού τουρισμού σε συνάρτηση με το περιβάλλον θεωρείται ότι μπορεί να επιτευχθεί η προστασία αυτού μέσα από την ανάδειξη μίας περιοχής ή ενός αξιοθέατου. Κατά αυτόν τον τρόπο, τόσο ο ντόπιος πληθυσμός, όσο και οι επισκέπτες μπορούν να συμβάλουν προς αυτό το σκοπό δημιουργώντας μία κουλτούρα ευαισθητοποίησης απέναντι στο φυσικό περιβάλλον, περιορίζοντας παράλληλα την αρνητική επίπτωση του ανθρώπου σε αυτό(Katsoni, 2015).

2.2. Τα κίνητρα του Πολιτιστικού Τουρισμού

Η κατανόηση των κινήτρων που ωθούν τους ανθρώπους να ασχοληθούν με τον πολιτιστικό τουρισμό παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον. Κάποιες μελέτες δίνουν έμφαση στην ψυχολογία και τη συμπεριφορά του καταναλωτή, ενώ υπάρχουν άλλες οι οποίες εστιάζουν στην πολιτική του μάρκετινγκ. Παράλληλα, ιδιαίτερη σημασία φαίνεται ότι παρουσιάζουν τα εσωτερικά κίνητρα, όπως είναι το κίνητρο της μάθησης και της πρόσβασης σε μία ολοκληρωμένη πολιτιστική εμπειρία μέσα από τη βίωση ενός απτού πολιτισμικού προϊόντος. Ταυτόχρονα ως σημαντικό εξωτερικό κίνητρο θεωρείται η αναζήτηση και η εξερεύνηση ιστορικών και πολιτιστικών τόπων με απώτερο στόχο τη διασφάλιση της περιπέτειας (McKercher&Zoltan,2014).

Υπό αυτό το πρίσμα γίνεται σαφές ότι η κατανόηση των τουριστικών κινήτρων είναι σημαντική προκειμένου να συμβάλλει στον καλύτερο σχεδιασμό των οργανισμών που εμπλέκονται με τον τουρισμό, αλλά και στην ταξινόμηση των τουριστικών προορισμών. Παράλληλα, γίνεται εμφανές ότι η βιομηχανία του τουρισμού οφείλει να εμπλέκει τους επισκέπτες σε μαθησιακές εμπειρίες κατά τη διάρκεια της παραμονής τους σε έναν τόπο. Επιπλέον, ιδίως όσον αφορά τον πολιτιστικό τουρισμό ένα επιπρόσθετο κίνητρο θα έπρεπε να συνδέεται με την επιθυμία του τουρίστα να επιστρέψει στον τόπο που επισκέφθηκε. Με άλλα λόγια, η τουριστική εμπειρία χρειάζεται να συνδέεται με την πρόθεση της επανεπίσκεψης και την πρόκληση ικανοποίησης μέσα από αυτή (Richards&Wilson, 2007).

2.3. Ο Πολιτιστικός Τουρισμός στην Ελλάδα

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτέλεσε ένα φαινόμενο το οποίο οι τοπικοί και οι πολιτιστικοί φορείς της Ελλάδας αντιμετώπισαν ως εξαιρετικά προσοδοφόρο για τον τουριστικό κλάδο, καθώς υπόσχεται τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και οικονομικών δραστηριοτήτων. Παράλληλα θεωρείται ότι τα έσοδα τα οποία προέρχονται από τον πολιτιστικό τουρισμό αποτελούν μία σημαντική πηγή, καθώς συμβάλλουν στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου. Είναι εμφανές ότι η πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδας προσελκύει ένα μεγάλο πλήθος τουριστών, ενώ παρουσιάζεται ένα όλο και μεγαλύτερο ενδιαφέρον, τόσο για την εξερεύνηση, όσο και τη συμμετοχή σε πολιτιστικά δρώμενα (Pirjol, Mocanu&Radomir, 2018).

Ωστόσο, παρά τα οφέλη του πολιτιστικού τουρισμού, παρατηρείται το γεγονός ότι ο μαζικός τουρισμός αποτελεί το κυρίαρχο είδος τουρισμού στην Ελλάδα, ενώ σε συγκεκριμένα νησιά εμφανίζεται σχεδόν αποκλειστικά. Μάλιστα ένας από τους βασικότερους λόγους που εξηγούν την υπερίσχυσή του έναντι του πολιτιστικού τουρισμού είναι το γεγονός ότι αποφέρει ένα μεγάλο οικονομικό όφελος για τη χώρα, καταφέρνοντας παράλληλα να αποκρύψει τα όποια μειονεκτήματα και αρνητικά σημεία υπάρχουν. Ενδεικτικά, παρά το γεγονός ότι η Ελλάδα διαθέτει 17 μνημεία χαρακτηρισμένα από την UNESCO ως «μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς», φαίνεται ότι υστερεί, τόσο ως προς την παροχή επαρκών πληροφοριών από εξειδικευμένα τουριστικά γραφεία αλλά και από τις διαδικτυακές πλατφόρμες, όσο και ως προς την απαιτούμενη οργάνωση και το σχεδιασμό σε αρκετούς τομείς που συνδέονται με τον τουρισμό (Leslie&Sigala, 2005).

Ακόμα, αξίζει να σημειωθεί ότι αρκετές ορεινές αλλά και αγροτικές περιοχές της Ελλάδας εμφανίζονται μέχρι σήμερα ερημωμένες και βασίζονται ως επί το πλείστον στον ηλικιωμένο πληθυσμό, ενώ παράλληλα είναι εμφανής η έλλειψη υποστηρικτικών μέσων και υπηρεσιών για την ανάδειξή τους. Έτσι, ένα σημαντικό ζήτημα που προκύπτει αφορά τον τρόπο βάσει του οποίου οι εν λόγω περιοχές μπορούν να αναζωογονηθούν, καθώς πολλά από αυτά τα μέρη παρουσιάζουν ιδιαίτερη ιστορική αξία και μοναδικά πολιτιστικά στοιχεία. Κατά αυτόν τον τρόπο εικάζεται ότι εν όψει του πολιτιστικού τουρισμού, το στοιχείο της εγκατάλειψης θα μπορούσε να ανατραπεί και να μετατραπεί σε ένα θετικό αποτέλεσμα ή και προνόμιο με στόχο την ανάπτυξη της τοπικής βιωσιμότητας ενός τόπου (Giannakopoulou, Constantinidou&Klabatsea, 2021).

Εν συνεχεία, θεωρείται ότι καθώς ο τουρισμός από μόνος του δεν μπορεί να εγγυηθεί την ευημερία ενός τόπου χρειάζεται να ληφθούν τα απαραίτητα μέτρα προκειμένου να υιοθετηθούν πολιτικές προσανατολισμένες προς το όφελος των ανθρώπων. Ως αποτέλεσμα, χρειάζεται να δημιουργηθεί ένας χωροταξικός σχεδιασμός με στόχο την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στις τοπικές κοινωνίες μέσω της συστηματικής αξιολόγησης, τόσο των αναγκών τους, όσο και των προβλημάτων που προκύπτουν, ώστε να δημιουργηθούν ευκαιρίες ανάπτυξης. Κατά αυτόν τον τρόπο κρίνεται ότι η ανάπτυξη θα μπορέσει να επικεντρωθεί στις αληθινές ανάγκες και επιθυμίες αυτών των κοινοτήτων με στόχο το μακροπρόθεσμο όφελός τους (Giannakopoulou, Constantinidou&Klabatsea, 2021).

Επιπλέον, θεωρείται ότι για την ενίσχυση του πολιτιστικού τουρισμού χρειάζεται να δοθεί βάση στη δημιουργία ολοκληρωμένων πακέτων προσφορών οι οποίες χρειάζεται να περιλαμβάνουν ένα συγκεκριμένο αριθμό προτεινόμενων εκδηλώσεων και δράσεων. Η επίτευξη αυτού του στόχου προϋποθέτει τη συνεργασία διαφορετικών φορέων, υπηρεσιών και προσώπων οι οποίοι ασχολούνται με τον πολιτιστικό τουρισμό. Κατά αυτόν τον τρόπο, η σύνδεση μεταξύ της μεταφοράς, της διαμονής και της επίσκεψης ορισμένων πολιτιστικών

προορισμών θεωρείται ως μία απαραίτητη διαδικασία για την επίτευξη της βιωσιμότητας του τουρισμού (Stylidis&Terzidou, 2014).

Εν κατακλείδι, γίνεται αντιληπτή η άμεση ανάγκη συντονισμού διαφορετικών φορέων και υπηρεσιών προκειμένου να αυξηθούν οι δυνατότητες για την ύπαρξη ποιοτικών και εναλλακτικών μορφών τουριστικής ανάπτυξης. Παράλληλα, μέσα από την προσέλκυση περισσότερων τουριστών μπορούν να επιτευχθούν και περισσότερα έσοδα για τη χώρα. Στη συνέχεια, θα γίνει αναφορά σε μια περιοχή της Ελλάδας, η οποία επιδιώκει βάση των προϋποθέσεων που έχει, να αναπτυχθεί, μέσα από τη τουριστική αξιοποίηση των πολιτιστικών της δεδομένων: τον Νομό Ηλείας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : Ο ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΗΛΕΙΑ

3.1. Γεωγραφικά Στοιχεία

Ο Νομός Ηλείας βρίσκεται στο βορειοδυτικό μέρος της Πελοποννήσου και ανήκει στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας μαζί με τον Νομό Αχαΐας και τον Νομό Αιτωλοακαρνανίας. Πρωτεύουσα του Νομού Ηλείας είναι ο Πύργος, ενώ αποτελείται από τους Δήμους Ανδραβίδας-Κυλλήνης, Ανδρίτσαινας-Κρεστένων, Αρχαίας Ολυμπίας, Ζαχάρως, Ήλιδας και τέλος Πηνειού. Στο μεγαλύτερο ποσοστό το έδαφος της Ηλείας είναι πεδινό, ενώ χαρακτηρίζεται από ήπιους χειμώνες και κυρίως δροσερά καλοκαίρια. Επιπλέον, αξίζει να αναφερθεί ότι η βάση της οικονομίας στην Ηλεία εκτός από την κτηνοτροφία και τις γεωργικές ενασχολήσεις στηρίζεται και στον τουρισμό της.

Τα μνημεία που διαθέτει, όπως και η εκτενής ακτογραμμή της την καθιστούν ως έναν τόπο με ιδιαίτερο φυσικό κάλλος, κεντρίζοντας όλο και περισσότερο το ενδιαφέρον των επισκεπτών της. Επιπροσθέτως, στην Ηλεία βρίσκονται τα λιμάνια της Κυλλήνης και του Κατάκολου, ενώ κατά το 2000 οκτώ βιότοποι εντάχθηκαν στο Δίκτυο NATURA. Πιο συγκεκριμένα πρόκειται για το δάσος της Φολόης, για τις εκβολές του Πηνειού ποταμού, για την Ολυμπία, για το παραλιακό δάσος της Ζαχάρως, τη λίμνη Καϊάφα, τη Στροφιλιά και τον Κακόβατο, για τη λιμνοθάλασσα Κοτύχι, για τη λιμνοθάλασσα Κοτύχι- Αλυκή Λεχαινών, για τη θαλάσσια ζώνη από το Ακρωτήριο της Κυλλήνης μέχρι το Τούμπι-Καλόγρια και τέλος για τη θαλάσσια περιοχή Κατάκολου-Κυπαρισσίας (Σταυροπούλου, 2012). Ολοκληρώνοντας, στο Νομό βρίσκονται οι ποταμοί Αλφειός και Πηνειός, ενώ ιδιαίτερο ενδιαφέρον συγκεντρώνει και ο ποταμός της Νέδας, ο οποίος σχηματίζει καταρράκτες ύψους 50 μέτρων (Μυλωνόπουλος&Μοίρα, 2005).

3.2. Ο Νομός Ηλείας ως τουριστικός προορισμός

Η πολιτιστική κληρονομία του Νομού Ηλείας κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική, καθώς διαθέτει τρία αξιοθέατα ιδιαίτερης ιστορικής σημασίας. Συγκεκριμένα, πρόκειται για την Αρχαία Ολυμπία και το Αρχαιολογικό της Μουσείο, για την Αρχαία Ήλιδα και για τον Ναό του Επικούρειου Απόλλωνα. Επιπλέον, τόσο η Αρχαία Ολυμπία, όσο και ο Ναός του Επικούρειου Απόλλωνα έχει συμπεριληφθεί ήδη από το 1989 στα μνημεία Παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO, γεγονός το οποίο αποδεικνύεται και μέσω της μεγάλης επισκεψιμότητας που διαθέτουν κάθε χρόνο (Foumelis, Pavlopoulos & Kourkouli, 2010).

Αν και τα προαναφερθέντα μνημεία αποτελούν το μεγαλύτερο θέλγητρο για τους επισκέπτες της περιοχής, αξίζει να αναφερθεί ότι στο Νομό Ηλείας υπάγονται ακόμα και μεσαιωνικά μνημεία τα οποία κατατάσσονται, είτε στην περίοδο της Φράγκικης Ηγεμονίας στην Πελοπόννησο, είτε στα Βυζαντινά χρόνια. Ένα από τα σημαντικότερα είναι η μονή Σεπετού ή Μονή Κοιμήσεως της Θεοτόκου, η οποία βρίσκεται κοντά στην Ανδρίτσαινα και χρονολογείται ότι χτίστηκε τον 12 αιώνα π.Χ. Επιπλέον, ένα από τα σπουδαιότερα φραγκικά μνημεία είναι ο ναός της Αγίας Σοφίας στην περιοχή της Ανδραβίδας. Παράλληλα, ένα από τα πιο γνωστά κάστρα της Πελοποννήσου είναι το Κάστρο Χλεμούτσι, το οποίο βρίσκεται στο χωριό Κάστρο (Μυλωνόπουλος & Μοίρα, 2005).

Επιπροσθέτως, στην Ηλεία βρίσκονται σημαντικά μουσεία, όπως είναι το Αρχαιολογικό Μουσείο Αρχαίας Ολυμπίας, το Λαογραφικό Μουσείο Αμαλιάδας, το Μουσείο Αρχιμήδη στην Ολυμπία, το Αρχαιολογικό Μουσείο Ήλιδας. Επιπλέον, ένα σημαντικό κτήριο είναι το Δημοτικό Θέατρο Απόλλων στην περιοχή του Πύργου, αλλά και το σπίτι του Ανδρέα Καρκαβίτσα στα Λεχαινά Ηλείας. Τέλος, στην περιοχή της Ηλείας βρίσκονται πάρα πολλές παραλίες (Κλουκίνα- Χάμαλη, 2008).

Ολοκληρώνοντας, αξίζει να σημειωθεί ότι η Αρχαία Ολυμπία διαθέτει και σημαντική πολιτιστική τουριστική ανάπτυξη. Ενδεικτικά, το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Ολυμπίας για παιδιά και νέους πραγματοποιείται κάθε χρόνο στον Πύργο κατά την πρώτη εβδομάδα του Δεκέμβρη, στη διάρκεια του οποίου το κοινό μπορεί, τόσο να παρακολουθήσει τις προβολές, όσο και να συμμετάσχει με ενεργό τρόπο στη διαδικασία αυτή (NEANIKO ΠΛΑΝΟ).

3.3. Η κατάσταση του τουρισμού στο Νομό Ηλείας

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας διαθέτει μία σημαντική κίνηση κρουαζιερόπλοιων. Ειδικότερα, το λιμάνι του Κατάκολου δέχεται ένα μεγάλο αριθμό επιβατών. Επιπλέον, ο Νομός Ηλείας φαίνεται ότι καταγράφει ένα από τα υψηλότερα ποσοστά επισκεπτών στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, καθώς και το υψηλότερο ποσοστό επισκεψιμότητας σε αρχαιολογικούς χώρους. Ακόμα, αν και η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας αντιπροσωπεύει ένα αρκετά χαμηλό ποσοστό διανυκτερεύσεων, υπολογίζεται ότι στο Νομό Ηλείας το ποσοστό αυτό είναι αρκετά υψηλό (Τουριστική Αγορά Επιμελητηρίου Ηλείας, 2022).

Συνοψίζοντας, αν και ο Νομός Ηλείας έχει αρκετά πλεονεκτήματα τα οποία θα μπορούσαν να τον αναδείξουν αλλά και να τον μετατρέψουν σε έναν πιο δημοφιλή προορισμό, δε διαθέτει την ανάλογη ανάπτυξη και ιδίως όσον αφορά τις πιο εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Χαρακτηριστικά, ενώ η Ηλεία διαθέτει κάποιες από τις πιο φημισμένες ιαματικές πηγές στα λουτρά του Καϊάφα, αυτές δεν περιλαμβάνονται στον Διεθνή Χάρτη του Ιαματικού Τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, οι προσπάθειες τουριστικής ανάπτυξης που παρατηρούνται είναι κάπως μεμονωμένες, όπως είναι για παράδειγμα διοργάνωση επιμέρους δράσεων πεζοπορίας και κατάβασης στη Νέδαμέσα από κάποιους αθλητικούς

συλλόγους της περιοχής σε μία προσπάθεια ανάδειξης του φυσικού τοπίου αλλά και ενίσχυσης της τουριστικής περιόδου, είτε οι Γιορτές Αγροτουρισμού στην Αρχαία Ολυμπία στη διάρκεια των οποίων το ενδιαφέρον μετατοπίζεται στην ανάδειξη της τοπικής γαστρονομίας και παράδοσης του τόπου αλλά και της τοπικής ιστορίας, μέσα από την παρουσίαση πολιτιστικών και μουσικών δρώμενων, όπως και τοπικών καλλιτεχνικών εκθέσεων (ΗΛΕΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, χ.η.).

Ολοκληρώνοντας, με βάση τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση γίνεται εμφανές ότι χρειάζεται να πραγματοποιηθεί περαιτέρω έρευνα προκειμένου να διαπιστωθούν, τόσο οι ενδεχόμενοι λόγοι, όσο και οι τρόποι οι οποίοι θα μπορούσαν να συμβάλουν στην τουριστική ανάπτυξη του Νομού Ηλείας. Επιπλέον, κρίνεται ότι η σημασία του πολιτιστικού τουρισμού είναι μεγάλη για την Ηλεία, καθώς τα πολιτιστικά δρώμενα μπορούν να αποτελέσουν ένα σημαντικό κίνητρο για την επίσκεψη ενός τόπου. Τέλος, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να συνδεθεί και με άλλες παραπλήσιες μορφές τουρισμού με αποτέλεσμα την αύξηση του τουριστικού ενδιαφέροντος, αλλά και την προσέλκυση περισσότερων τουριστών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1. Ποιοτική Έρευνα

Όπως γνωρίζουμε οι ερευνητικές μέθοδοι διακρίνονται σε ποσοτικές και ποιοτικές. Στην παρούσα έρευνα ακολουθήσαμε την ποιοτική μέθοδο, γιατί στοχεύει στην ανάλυση ενός φαινομένου μέσα από τις εμπειρίες των ιδίων των συμμετεχόντων μέσω συνεντεύξεων, όπου θα καταθέσουν τις απόψεις τους, τις γνώσεις και τα βιώματά τους, που βασίζονται σε πραγματικά περιστατικά (Παρασκευόπουλου -Κόλια, 2008). Σκοπός μας δεν είναι τόσο να μοιραστούμε πληροφορίες, όσο ζώσα εμπειρία μέσα από την ενασχόληση του υποκειμένου με το αντικείμενο του Πολιτιστικού Τουρισμού, μέσα από τη δική του οπτική (Ισαρη και Πουρκός, 2015:30). Αυτό που μας ενδιαφέρει να διερευνήσουμε είναι κατά πόσο είναι δυνατόν, σε κάποιο σημείο του Νομού Ηλείας, ένας άνθρωπος ή μια ομάδα ανθρώπων ή κάποιος φορέας δημιουργώντας κάποιο πολιτιστικό προϊόν, φορέα ή θεσμό ανοίγει ταυτόχρονα προοπτικές εξέλιξης του Πολιτιστικού Τουρισμού. Αυτό μπορεί να έχει αφορμή ένα φυσικό τοπίο, μια ιστορική ή μυθολογική περιοχή, ένα τοπικό προϊόν, έθιμα και συνήθειες, αλλά και απλές καλλιτεχνικές ή προσωπικές αναζητήσεις, όπως για παράδειγμα το φεστιβάλ κινηματογράφου Πύργου -Ολυμπίας.

Συγκεκριμένα μέσω της παρούσης εργασίας επιχειρείται αρχικά μια καταγραφή της τωρινής κατάστασης πολιτιστικών θεσμών, φορέων και προϊόντων, η κατανόηση των πλαισίων λειτουργίας τους μαζί με τα θετικά και αρνητικά σημεία τους, αλλά και τις ευκαιρίες ανάπτυξης. Ακόμη, η διερεύνηση της πιθανής λειτουργίας τους σε συνδυασμό με άλλες μορφές του εναλλακτικού αλλά και του μαζικού τουρισμού του Νομού. Τέλος, θα αναζητηθεί η προοπτική εξέλιξής τους και η ανεύρεση μεθόδων και τεχνικών ανάπτυξης του Πολιτιστικού Τουρισμού ως πυλώνων οικονομικής ανάπτυξης.

4.2. Συλλογή των δεδομένων

Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω συνεντεύξεων, αφού έχει αποδειχθεί πως είναι ένα πολύ καλό εργαλείο «για τη σε βάθος διερεύνηση των απόψεων,

των εμπειριών, των συναισθημάτων, των αντιλήψεων, των πεποιθήσεων και των κινήτρων των ατόμων αναφορικά με συγκεκριμένα ζητήματα» (Γαλάνης,2018:268). Μέσα από την αλληλεπίδραση του ερευνητή και των συνεντευξιζόμενων,λοιπόν, αναλύσαμε και εμβαθύνσαμε σχετικά με το νόημα που αποδίδουν οι ίδιοι στις εμπειρίες τους με βάση τις απόψεις και τις πεποιθήσεις τους.

4.3. Διαδικασία της έρευνας

Ο ερευνητής ήρθε σε επαφή με επτά άτομα που διαπιστωμένα ασχολούνται με τον πολιτισμό και δραστηριοποιούνται για πολλά χρόνια στο Νομό Ηλείας. Αρχικά υπήρξε τηλεφωνική επικοινωνία για να τους ενημερώσει για το σκοπό της έρευνας και την επιθυμία διεξαγωγής συνέντευξης δια ζώσης ή τηλεφωνικά. Υπήρξε θετική ανταπόκριση και έτσι πραγματοποιήθηκαν οι συνεντεύξεις και συγκεκριμένα τρεις δια ζώσης και τέσσερις τηλεφωνικά. Συγκεκριμένα, οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν με τον Χ.Κ. ιδρυτικό και ενεργό μέλος του Διεθνούς Φεστιβάλ Πύργου –Ολυμπίας για παιδιά και νέους, τον Κ.Κ. ιδρυτή δύο συλλογών-Μουσείων στο νομό Ηλείας και εκθέσεων (σταθερών και κινητών) με θέμα την Αρχαία Ελληνική Τεχνολογία στην Ελλάδα και το εξωτερικό, τον Α.Μ. δήμαρχο για αρκετές τετραετίες σε δήμο του νομού, με ενεργή ενασχόληση στα πολιτιστικά θέματα, στην πραγματοποίηση πολιτιστικών εκδηλώσεων και στην ίδρυση πολιτιστικής επιχείρησης, στην Ν.Τ. , Κ.Γ. και Δ.Ν. ,πρόεδρους πολιτιστικών συλλόγων για πολλά χρόνια με μεγάλο έργο και τον Χ.Τ., προϊστάμενο πολιτιστικού φορέα δήμου του Νομού Ηλείας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Σε ποιο βαθμό ένα πολιτιστικό αγαθό ή ένας πολιτιστικός θεσμός δημιουργεί Πολιτιστικό Τουρισμό;

ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
	2	2	3	

Στο ερώτημα σε ποιο βαθμό ένα πολιτιστικό αγαθό ή ένας πολιτιστικός θεσμός δημιουργεί Πολιτιστικό Τουρισμό, η απάντηση ήταν θετική από όλους τους ερωτηθέντες, διέφεραν όμως ως προς το βαθμό. Συγκεκριμένα δύο (2) θεωρούν ότι επηρεάζει πολύ τον τουρισμό, δύο (2) μέτρια και τρεις (3) πολύ. Τονίστηκε ότι αυτό εξαρτάται από διάφορους παράγοντες. Όταν είναι τοπικού χαρακτήρα και η θεματολογία συνηθισμένη, δημιουργείται βέβαια μία κίνηση, έχει όμως μικρή διάρκεια, τονώνεται κάπως η τοπική αγορά, κυρίως όμως από ντόπιο πληθυσμό του συγκεκριμένου δήμου και ίσως και κάποιων γειτονικών. Αν η δραστηριότητα αυτή είναι υπερτοπικού χαρακτήρα, αφορά δηλαδή ευρύτερα σύνολα θεατών κλπ., οπωσδήποτε τότε εκείνες τις ημέρες, συνήθως την καλοκαιρινή περίοδο, παρατηρείται μεγαλύτερη τουριστική κίνηση.

Υπήρξαν κατά καιρούς πρωτοβουλίες, όπως π.χ. τα καλοκαιρινά φεστιβάλ Ήλιδας και Ολυμπίας, που επικεντρώνονταν κυρίως σε θεατρικές παραστάσεις και σε συναυλίες και που έδειχναν ότι θα μπορούσαν να αποτελέσουν πόλους έλξης ενός κοινού από την ευρύτερη περιοχή της Πελοποννήσου, ωστόσο δεν το πέτυχαν σε μεγάλο βαθμό για μεγάλο χρονικό διάστημα. Μπορεί στην αρχή λόγω της προβολής και της φρεσκάδας του καινούριου για το Νομό Ηλείας, να έκανε αίσθηση, να δημιουργήσει κινητοποίηση αρκετή σε επίπεδο νομού, έφτανε όμως μέχρι εκεί και σιγά-σιγά μάλλον ατόνησε αρκετά. Ο λόγος πιθανόν είναι, ανέφερε κάποιος, ότι παρουσίαζαν εκδηλώσεις που θα μπορούσε κανείς να δει οπουδήποτε, στην Καλαμάτα, τον Πύργο, την Πάτρα κ.ά. Άρα γιατί π.χ. ο Μεσσήνιος θεατής να επιλέξει να έρθει να τις δει στην Ολυμπία, όταν μπορεί να τις δει στην Καλαμάτα; Ενώ ο Ηλείος θεατής που αγαπά π.χ. τον χορό πηγαίνει στην Καλαμάτα για να παρακολουθήσει μια παράσταση του εκεί Φεστιβάλ Χορού, διότι δεν μπορεί να τη βρει πουθενά αλλού. Έρχεται εδώ πάλι ένας άλλος παράγοντας, αυτός της μοναδικότητας.

Αυτό το προσόν το έχουν δύο θεσμοί της έρευνας, συντελεστές των οποίων συμπεριλάβαμε στις συνεντεύξεις μας. Πρόκειται για το Φεστιβάλ Κινηματογράφου Πύργου Ολυμπίας για παιδιά και νέους και τα μουσεία Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας (δύο στο Κατάκολο και ένα στην Ολυμπία). Οι συντελεστές τους μας ανέφεραν ότι η τουριστική κίνηση και η προσέλευση γενικά είναι συνεχώς αυξανόμενη από χρόνο σε χρόνο. Τα μουσεία τεχνολογίας έχουν κατασκευές υπό κλίμακα, πλήρως λειτουργικές, είναι ένα υλικό πολύ ιδιαίτερο που δεν υπάρχει πουθενά στον κόσμο (γι' αυτό άλλωστε τμήματα των μουσείων αυτών ταξιδεύουν συχνά στο εξωτερικό). Υπάρχουν πολλοί που προσέρχονται ειδικά για αυτές τις εκθέσεις στο νομό μας και τις συνδυάζουν με τα γνωστά κλασικά τουριστικά εκθέματα της Ολυμπίας αλλά και το αντίστροφο. Το πολιτιστικό αυτό προϊόν έχει ένα ιδιαίτερο κοινό το οποίο αυξάνεται και με την από στόμα σε στόμα διαφήμιση και από τις ανάλογες ιστοσελίδες, αλλά παίρνει και κοινό από το υπάρχον του κλασικού τουρισμού και του τουρισμού παραλίας που διαθέτει η περιοχή μας, το οποίο ψάχνει παράλληλα κι άλλα αξιοθέατα και δράσεις αυξάνοντας έτσι το χρόνο παραμονής του, γεγονός που δημιουργεί προστιθέμενη αξία και στα δύο είδη τουρισμού.

Ακόμη μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία, βέβαια, δίνει στην περιοχή μας το Φεστιβάλ. Το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Ολυμπίας για Παιδιά και Νέους ιδρύθηκε το 1997 (φέτος κλείνει 25 χρόνια). Ένα από τα πλεονεκτήματά του που μας τονίστηκε από την πρώτη στιγμή ήταν ότι, εκτός του κύριου καλλιτεχνικού σκοπού του, είχε σχεδιαστεί να συμβάλει στην τουριστική προβολή της περιοχής και στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Ωστόσο πέρασαν αρκετά χρόνια έως ότου οι τοπικοί παράγοντες της αυτοδιοίκησης αλλά και των παραγωγικών τάξεων αντιληφθούν και ως τέτοιον το ρόλο του. Διότι η παραδοσιακή αντίληψη για την ανάπτυξη περιοριζόταν σε έργα για δρόμους, λιμάνια, αεροδρόμια... Αλλά τι να κάνουν οι δρόμοι, τα λιμάνια και τα αεροδρόμια αν δεν υπάρχουν ταξιδιώτες; Όπως μας αναφέρθηκε χαρακτηριστικά, στον τουρισμό, παρατηρούμε ότι, όπως και σε πολλά άλλα πράγματα, εξειδικεύεται και αυτός: έχουμε τον τουρισμό της αναψυχής, τον φυσιολατρικό, τον επιστημονικό, τον θρησκευτικό, τον πολιτιστικό, τον γαστρονομικό κλπ. κλπ. Στην περιοχή της Ηλείας αυτός περιορίζεται κυρίως στα μνημεία της Ολυμπίας και στις παραλιακές περιοχές. Εάν υπήρχαν περισσότερες επιλογές, θα ήταν και μεγαλύτερο το τουριστικό ρεύμα. Αυτή η συνειδητοποίηση και η στόχευση ήταν σαφής από την αρχή στα ιδρυτικά μέλη της ομάδας και γι' αυτό από την αρχή το οργανωτικό μέρος αφορούσε και αφορά γνωριμία των συμμετεχόντων με τα άλλα πολιτιστικά μνημεία του νομού, τις παραδόσεις, τη γαστρονομία, τις φυσικές ομορφιές, την οινογνωσία κ.λπ.

Έχουμε λοιπόν εδώ ένα θεσμό που δίνει πραγματικά οξυγόνο και φως μέσα στη σκοτεινιά του Νοέμβρη και του Δεκέμβρη αλλά και τόνωση σε πλήθος επαγγελματιών της περιοχής,

στην πιο δύσκολη οικονομικά περίοδο του έτους, πράγμα που τον κάνει ακόμη πιο σημαντικό. Η τουριστική κίνηση είναι συνεχώς αυξανόμενη, οι δράσεις συνεχώς εμπλουτίζονται, ο θεσμός μεγαλώνει, διασυνδέεται και με τη δρομολόγηση, σε συνεργασία με την Περιφέρεια, ενός καινούριου και φιλόδοξου πρότζεκτ που ετοιμάζεται και πρόκειται να μεγαλώσει και οργανικά και σε χρονική περίοδο και δράσεις που θα καλύπτουν σχεδόν όλη τη διάρκεια του έτους. Τέτοιες λοιπόν ενέργειες αυξάνουν σε μεγάλο βαθμό και το τουριστικό προϊόν κατά τη γνώμη των ερωτηθέντων.

2. Σε τι βαθμό ο νομός Ηλείας αποτελεί προορισμό πολιτιστικού τουρισμού;

ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
	2	4	1	

Σε αυτή την ερώτηση δύο(2) απάντησαν ότι η Ηλεία αποτελεί προορισμό πολιτιστικού τουρισμού απάντησαν λίγο και όσοι απάντησαν μέτρια (4) και πολύ (1) διευκρίνισαν ότι αυτό εντοπίζεται στα μουσεία και στους αρχαιολογικούς χώρους της Ολυμπίας κυρίως και πολύ λιγότερο της Ήλιδας ή του Επικούρειου Απόλλωνα. Σίγουρα είναι η επίσκεψη στα μουσεία πολιτιστικός τουρισμός αλλά ειπώθηκε ότι είναι πολύ διάσημη η Ολυμπία και δεν είναι ξεκάθαρο ότι όλοι έρχονται για πολιτιστικούς λόγους. Αυτό τεκμηριώνεται και από το γεγονός πως δεν υπάρχει μεγάλη ζήτηση και για άλλους λιγότερο γνωστούς πολιτιστικούς προορισμούς ή εκδηλώσεις. Σίγουρα θα υπάρχουν και κάποιοι που ενδιαφέρονται, όμως αυτό δεν έχει φτάσει σαν αίτημα στην αγορά, η οποία θα είχε δημιουργήσει αντίστοιχα πακέτα, οπότε δεν υπήρχαν επαρκή στοιχεία, ώστε να διατυπωθεί σαφής εικόνα γι' αυτό. Εκεί που συμφωνούν όμως οι περισσότεροι ερωτηθέντες είναι η ανάγκη να υπάρχει και κάτι άλλο δελεαστικό για τους τουρίστες στην Ολυμπία, ώστε να μένουν μεγαλύτερο διάστημα από τις δύο έως τρεις ημέρες το πολύ που μένουν. Ειπώθηκε ακόμη πως η Ολυμπία είναι τόσο γνωστή παγκοσμίως που είναι σκοπός ζωής για πολλούς ανθρώπους να την επισκεφτούν στα πλαίσια μιας περιήγησης ή κρουαζιέρας ή ταξιδιού ανά την Ευρώπη ή τον κόσμο, οπότε η επίσκεψη να μην γίνεται από καθαρά πολιτιστικό ενδιαφέρον και ίσως αυτό εξηγεί, γιατί δεν επιδιώκουν να έρθουν σε επαφή και με άλλα πολιτιστικά αγαθά.

Οι περισσότεροι ανέφεραν πάντως πως θα έπρεπε να βρεθεί τρόπος να προβληθούν σε όλους αυτούς τους τουρίστες κι άλλες εναλλακτικές δραστηριότητες που θα μπορούσαν να πραγματοποιήσουν στην Ηλεία. Μάλιστα ακούστηκαν και κάποιες πρωτότυπες και πολύ όμορφες ιδέες πάνω σε αυτό. Κάποιος ανέφερε τον εναλλακτικό τουρισμό και την οικολογία που θα μπορούσε να αναπτυχθεί, ένας άλλος ανέφερε ότι θα μπορούσαν να ιδρυθούν πολλές μυθολογικές και ιστορικές περιηγήσεις σε συνδυασμό με τη γαστρονομία και οινογνωσία της περιοχής, ακόμη κι από ιδιωτικούς φορείς ή με σύμπραξη ιδιωτικού και δημόσιου φορέα. Το στέλεχος του Φεστιβάλ ανέφερε σχετικά με τις ιδέες ότι από μόνες τους δε φτάνουν και πως πάνω απ' όλα είναι οι άνθρωποι. Οι ιδέες για να υλοποιηθούν χρειάζονται ανθρώπους. Επομένως θα ήταν ενδιαφέρον να γίνει π.χ. το Χλεμούτσι η έδρα ενός φεστιβάλ μπαρόκ μουσικής, η Ανδρίτσεινα έδρα ενός οργανισμού μελέτης του Διαφωτισμού κ.ο.κ., αλλά κάθε ιδέα, κατά τη γνώμη του θα πρέπει να είναι προϊόν σκέψης και διαβούλευσης μεταξύ συγκεκριμένων ανθρώπων που θα αναλάβουν ή θα αναθέσουν συγκεκριμένους ρόλους για το σχεδιασμό και την υλοποίησή της.

3.Οι πολιτιστικές αυτές κινήσεις λειτουργούν ανταγωνιστικά ή ενισχυτικά στις άλλες κλασικές τουριστικές υποδομές;

«Σε καμία περίπτωση ανταγωνιστικά!» μας απάντησε κάποιος από τους ερωτηθέντες, μάλιστα τόνισε πως συμβαίνει ακριβώς το αντίθετο. «Διότι όταν σε μια περιοχή αναπτύσσονται πολλές τέτοιες πρωτοβουλίες και ειδικά, όταν εξειδικεύονται σε συγκεκριμένο αντικείμενο δραστηριότητας π.χ. στο σινεμά, στο θέατρο, στη γαστρονομία κλπ., η περιοχή αυτή αποκτά ταυτότητα, γίνεται περισσότερο αναγνωρίσιμη. Επομένως το κοινό που ενδιαφέρεται για το συγκεκριμένο αντικείμενο δραστηριότητας θα την επιλέξει, διότι η περιοχή θα έχει αποκτήσει «ειδίκευση», θα πρωτοπορεί, θα έχει να παρουσιάσει εκδηλώσεις που δύσκολα θα τις βρει κάποιος αλλού».

Και οι υπόλοιποι ερωτηθέντες είχαν θετική άποψη για την ενίσχυση του πολιτιστικού τουρισμού από τον μαζικό και παραθεριστικό τουρισμό, γιατί πάντα κάποιος που ψάχνουν και κάτι άλλο να γεμίσουν το χρόνο τους πηγαίνουν στις εκδηλώσεις και τα δρώμενα που οργανώνονται κοντά τους. Όπως, βέβαια, και για το αντίθετο, την ενίσχυση δηλαδή και των άλλων μορφών τουρισμού από τον πολιτιστικό τουρισμό.

Κάποιος ανέφερε ότι θα έπρεπε να γίνεται καλύτερη προβολή με περισσότερους τρόπους για την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού τουριστών. Μάλιστα αναφέρθηκε ότι στην περιοχή μας έρχεται κάποιος για τον ήλιο και τη θάλασσα και την Ολυμπία, χωρίς το πολιτιστικό ενδιαφέρον να είναι η βασική του επιλογή. Όμως όλα τα άλλα προϊόντα πολιτιστικού και εναλλακτικού τουρισμού λειτουργούν συμπληρωματικά και θα έπρεπε να οργανωθούν περισσότερο. Κάποιος άλλος ανέφερε ότι θα έπρεπε να παρθούν πρωτοβουλίες από την περιφέρεια για παράδειγμα, για περισσότερη προβολή των πολιτιστικών αλλά και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και τη σύνδεση μεταξύ τους, αν και το οδικό και κοινωνικό δίκτυο δεν βοηθά πολύ σε κάτι τέτοιο.

4. Σε ποιο βαθμό ο πολιτιστικός τουρισμός συμβάλει στη διαμόρφωση μιας θετικής εικόνας για το νομό Ηλείας.

ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
		3	3	1

Σε αυτό το ερώτημα η γνώμη όλων είναι θετική, γιατί το αντιλαμβάνονται από τις θετικές αντιδράσεις των τουριστών. Σε αυτό συμβάλει και το υπέροχο φυσικό τοπίο η νόστιμη τοπική κουζίνα και οι ανοιχτόκαρδοι και φιλόξενοι κάτοικοι του νομού, όπως ανέφεραν οι περισσότεροι. Κάποιος είπε ότι, αν δεν είναι άρτιο και πολύ ενδιαφέρον το πολιτιστικό γεγονός, μικρό ρόλο παίζουν τα παραπάνω. Αυτό είναι η βάση της θετικής εικόνας και τα άλλα έρχονται συμπληρωματικά. Πάντως οι περισσότεροι ανέφεραν ότι οι τουρίστες εντυπωσιάζονται από τον πολιτιστικό πλούτο της περιοχής, απολαμβάνουν την παραμονή τους σε αυτήν και λειτουργεί αργότερα η διαφήμιση από στόμα σε στόμα. Πολλοί από όσους έρχονται, ξανάρχονται ή στέλνουν άλλους που ξέρουν πως θα ήθελαν μια παρόμοια εμπειρία.

5. Σε ποιο βαθμό θα θέλατε να υπάρχει κεντρικός σχεδιασμός για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού;

ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
		1	5	1

Σ
το
παραπ

άνω ερώτημα και πάλι οι περισσότεροι έδωσαν θετική απάντηση. Αυτός που απάντησε πάρα πολύ ανέφερε πως, αν επιδοτηθεί και οργανωθεί ο πολιτιστικός τουρισμός, θα μπορούσε να γίνει ένα μικρό θαύμα, να επενδύσει δηλαδή η περιφέρεια στην ιστορία και κυρίως στη μυθολογία της περιοχής, να οργανωθούν διαδρομές και τόποι διαμονής των τουριστών και να συνδεθούν με πολλές άλλες δραστηριότητες.

Σε αυτό το πνεύμα περίπου ήταν και οι τοποθετήσεις αυτών που απάντησαν πολύ (5). Κάποιος πρότεινε οι δήμοι με τις τεχνικές τους υπηρεσίες να φροντίσουν για την ομαλή πρόσβαση των επισκεπτών στους χώρους πολιτιστικού τουρισμού και τη βελτίωση του οδικού δικτύου. Κάποιος πρόσθεσε την ανάγκη συνεργασίας των δήμων και των πολιτιστικών φορέων σε ένα δίκτυο με κεντρική οργάνωση, πιθανόν από την Περιφέρεια. Γενικά η πολιτική βούληση, οι συνεργασίες, η αναβάθμιση των υποδομών, το brandname της Ολυμπίας, η διοργάνωση εμβληματικών δραστηριοτήτων, είναι απαραίτητα για την αύξηση του αριθμού των επισκεπτών. Πρέπει να γίνουν επενδύσεις στον πολιτιστικό τουρισμό για να αξιοποιηθούν τα υπάρχοντα στοιχεία και να δημιουργηθούν νέα, όπως και καινούριες υποδομές, για να εμπλουτιστεί σωστά το πολιτιστικό προϊόν, δημιουργώντας αύξηση των τουριστών.

Αυτός που δήλωσε λίγο, διατύπωσε την άποψη πως, αξιολογώντας τη δική του προσωπική εμπειρία πάνω σε αυτό, δεν είναι η διοίκηση που δημιουργεί πολιτισμό. Πρέπει να υπάρχουν οι πολίτες που θα έχουν το όραμα, την ιδέα, την αγάπη και το κυριότερο την όρεξη για πολλή-πολλή δουλειά που χρειάζεται. Οι ιδέες από μόνες τους δε φτάνουν, είτε, χρειάζεται πάρα πολλή υπομονή, επιμονή, προσήλωση στο στόχο, οργανωτικές ικανότητες και διάθεση να διαθέσουν πολλές ώρες από τον ελεύθερο χρόνο τους, την οικογένειά τους και συχνά να συμβάλουν οικονομικά. Η διοίκηση δεν μπορεί να τα κάνει αυτά σε κεντρικό επίπεδο. Όταν βέβαια γίνουν αυτά και αποκτήσει υπόσταση ένα πολιτιστικό προϊόν, τότε θα βοηθούσε πολύ η στήριξη από τη διοίκηση (δήμος, περιφέρεια, υπουργείο κ.λπ.).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

6.1. Συμπεράσματα

Σε αντίθεση με τον παραδοσιακό τουρισμό του ήλιου και της θάλασσας , όπου το κύριο αγαθό είναι η ξεκούραση, ο πολιτιστικός τουρισμός επιδιώκει βασικά έναν στόχο: την κατανόηση, με την ευρεία έννοια της λέξης.

Υπάρχουν πολλάοφέλη. Άλλα, όπως η διατήρηση της πολιτιστικής και καλλιτεχνικής κληρονομιάς, η τοπική ευημερία και η δημιουργία δεσμών μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών. Και επίσης απτά, όπως ο αντίκτυπος στην οικονομία και τις θέσεις εργασίας. Τα χρήματα που δαπανώνται από τους πολιτιστικούς ταξιδιώτες έχουν πολύ θετικό αντίκτυπο, τόσο σε οικονομικό επίπεδο, όσο και στη δημιουργία θέσεων εργασίας σε τομείς όπως η βιομηχανία ξενοδοχείων και εστίασης, το εμπόριο και ο πολιτισμός.

Ο Πολιτιστικός τουρισμός λοιπόν εκτείνεται σε όλους τους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας, της φαντασίας και δημιουργίας. Αντιπροσωπεύει την ιστορία, τα ήθη και έθιμα, τις αντιλήψεις και τις πεποιθήσεις των κατοίκων μιας περιοχής, τον τρόπο τελικά που αντιλαμβάνονται τον κόσμο και την ύπαρξή τους. Ακόμη είναι ένας παράγοντας ειρήνης και συναδέλφωσης των λαών.

Σκοπός αυτής της εργασίας ήταν να εξεταστεί ο πολιτιστικός τουρισμός στο νομό Ηλείας και η ανάπτυξη που μπορεί να προκαλέσει, αλλά χωρίς τη συμβολή, άμεσα τουλάχιστον, των Μουσείων της περιοχής και των άλλων μορφών παραδοσιακού και μαζικού τουρισμού. Για το σκοπό αυτό πραγματοποιήθηκε η έρευνα αυτή μέσω συνεντεύξεων με στελέχη πολιτιστικών οργανισμών και φορέων της περιοχής, από την οποία προέκυψαν τα εξής συμπεράσματα:

Ο νομός Ηλείας διαθέτει σπουδαίο πλούτο Μουσείων και αρχαιολογικών χώρων στην περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας, που αποτελεί διεθνές brandname και σίγουρα την ναυαρχίδα του πολιτιστικού τουρισμού, όχι μόνο της Ηλείας αλλά και της Ελλάδας γενικότερα. Στην περιοχή της Ολυμπίας υπάρχουν μερικές χιλιάδες τουρίστες που ανανεώνονται συνεχώς και δεν τους παρέχονται οργανωμένα πολιτιστικά προγράμματα, με αποτέλεσμα μετά από δύο – τρεις, κατά μέσο όρο, ημέρες να αναχωρούν για άλλους προορισμούς. Το ίδιο ισχύει και για τους πελάτες των πεντάστερων μεγάλων ξενοδοχείων της περιοχής της Δ. Πελοποννήσου, όπως και για τους ταξιδιώτες κρουαζιέρας στο λιμάνι του Κατακόλου.

Ωστόσο οι τουρίστες αυτοί δεν επιβεβαιώνεται ότι έρχονται κυρίως για πολιτιστικούς λόγους, μια και το όνομα της Ολυμπίας και της μυθολογίας που τη συνοδεύει, την καθιστά διεθνή προορισμό, έναν τόπο που πρέπει να δει κάποιος, όπως και τον Παρθενώνα, τουλάχιστον μια φορά στη ζωή του. Είναι τουρίστες κρουαζιέρας και μαζικού τουρισμού κυρίως. Αυτό αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι ο τουρισμός αυτός δεν συνδυάζεται με άλλες μορφές πολιτιστικού τουρισμού στο νομό Ηλείας ή άλλες μορφές εναλλακτικού-ειδικού τουρισμού. Μάλιστα αναφέρθηκε η περιορισμένη έκταση δράσεων για την προβολή κι αυτών των μορφών τουρισμού, η έλλειψη χώρων φιλοξενίας τουριστών ειδικού-πολιτιστικού ενδιαφέροντος και η απουσία ενός κεντρικού σχεδιασμού σε επίπεδο υπουργείου ή περιφέρειας .

Είναι γεγονός ότι ο μαζικός τουρισμός από πολλά χρόνια τώρα έχει φτάσει στα όριά του στο Νομό Ηλείας με πολλά προβλήματα, τόσο για τους τουρίστες, όσο και για τις τοπικές κοινωνίες. Υπάρχει διεθνώς μια αυξανόμενη τάση για ποιοτικό τουρισμό, πιο καθαρό, πιο ασφαλές, πιο ευέλικτο στα ενδιαφέροντα των πελατών. Μεταξύ άλλων, παρατηρείται η τάση για προϊόντα και υπηρεσίες που ακολουθούν κάποιου κανόνες σεβασμού του περιβάλλοντος, της βιοποικιλότητας, της αειφορίας, της πολιτιστικής κληρονομιάς κ.ά.

Επίσης αυξάνεται ο αριθμός των εξειδικευμένων αναζητήσεων για προορισμούς που καλύπτουν το τρίπτυχο των τριών “e” (excitement, education, entertainment).

Αυτό ακριβώς λείπει αυτή τη στιγμή από την Ελλάδα και την Ηλεία, βέβαια, εκτός από κάποιους μονοθεματικούς προορισμούς, που αυτοί που ενδιαφέρονται και μπορούν, ψάχνουν και τους βρίσκουν με μεγάλο όμως κόστος.

Σχετικά με την προβολή της εικόνας της περιοχής μας φαίνεται και πάλι να δεσπόζει ο αρχαιολογικός χώρος Ολυμπίας και τα μουσεία της και ο θαλάσσιος τουρισμός, με κάποιες αναφορές στη γαστρονομία. Η πολιτιστική κληρονομιά, ο οικοτουρισμός σε πολλά πανέμορφα χωριά του ορεινού όγκου, με τα απίστευτης εναλλαγής φυσικά τοπία, αρκετά εκ των οποίων είναι οικεία στη συνείδηση των τουριστών από τη μυθολογία και την ιστορία και γενικά όλα τα μέρη που αποτελούν μικρές ή μεγάλες οάσεις πολιτισμού, δεν τυγχάνουν της ίδιας προβολής.

Ενώ αναγνωρίστηκε, δηλαδή, ο πολιτιστικός πλούτος της Ηλείας, επισημάνθηκε η αδυναμία προσφοράς σύγχρονων και οργανωμένων προϊόντων και υπηρεσιών, τόσο λόγω αδιαφορίας της κεντρικής διοίκησης όσο και χαμηλής χρηματοδότησης. Κατά συνέπεια διαπιστώθηκε πως ο πολιτιστικός τουρισμός στο νομό μας έχει ελάχιστη έως μέτρια συμβολή στην ανάδειξη του πολιτισμού, στην εξωστρέφεια των άλλων πολιτιστικών προϊόντων και στην οικονομική ανάπτυξη. Μια εξήγηση είναι ότι δεν πρόκειται για συστηματικές και στοχευμένες ενέργειες παρά μόνο αποσπασματικές, που οφείλονται κυρίως σε ατομικές πρωτοβουλίες στελεχών από τον εκάστοτε ενδιαφερόμενο φορέα, η δράση των οποίων συχνά αυξομειώνεται ανάλογα με τις εποχές και τις βιοποριστικές ασχολίες του καθενός.

Ακόμη διαπιστώθηκε η σχεδόν ανύπαρκτη δικτύωση μεταξύ των πολιτιστικών φορέων του νομού Ηλείας, εκτός κάποιων εξαιρέσεων, μεταξύ μουσείων ή κάποιων δήμων και συλλόγων πολιτιστικών, εμπορικών κ.α. για τη συνδιοργάνωση κάποιων εκδηλώσεων, περιστασιακά κι όχι συντονισμένα, με σχεδιασμό και κάποιο περιεχόμενο και όραμα, για μεταφορά τεχνογνωσίας, δημιουργίας κάποιου καινούριου πολιτιστικού προϊόντος, καλύτερης προβολής και γενικότερα την ανάδειξη του πολιτιστικού προϊόντος.

Για το λόγο αυτό τονίστηκε η ανάγκη για επένδυση στον πολιτιστικό τουρισμό, με στόχο την ανάδειξή του, την ανακάλυψη νέων δυνατοτήτων, τη δημιουργία νέων πολιτισμικών στοιχείων που βρίσκονται σε αδράνεια και την πιο οργανωμένη προβολή του, για την προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι ο οργανωμένος σχεδιασμός, η συντονισμένη δράση, ο συντονισμός των ενδιαφερόμενων πολιτιστικών φορέων, η αναβάθμιση των υποδομών υποδοχής για ενδιαφερόμενους πολιτιστικού –εναλλακτικού και ειδικού τουρισμού, η αξιοποίηση του πολύ δυνατού brandname της Αρχαίας Ολυμπίας, η δημιουργία σπουδαίων εκδηλώσεων και η έντονη προβολή τους, η δημιουργία τουριστικών θεματικών με κεντρικό σχεδιασμό περιφέρειας, που θα διασυνδέουν τον πολιτιστικό με τον μαζικό και τον εναλλακτικό τουρισμό.

6.2. Προτάσεις

6.2.1 Προτάσεις

Με βάση τα ευρήματα της έρευνας θεωρούμε ότι θα έπρεπε να γίνουν τα εξής:

-Ίδρυση κεντρικού φορέα συντονισμού ανεξαρτήτως της τοποθεσίας και της θεματικής του πολιτιστικού προϊόντος.

-Δημιουργία ολοκληρωμένου σχεδίου ανάπτυξης του Νομού Ηλείας, με τον Πολιτιστικό Τουρισμό να αποτελεί οργανικό και αναπόσπαστο στοιχείο αυτής της ανάπτυξης.

-Δημιουργία πλαισίου συνεργασίας μεταξύ των πολιτιστικών φορέων του νομού, των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης, εκπαιδευτικών, εμπορικών, τοπικών συλλόγων, με σκοπό την ανταλλαγή τεχνογνωσίας, καλών πρακτικών πολιτιστικών προϊόντων, συνδιοργανώσεων και την προσέλκυση μεγαλύτερων ομάδων κοινού.

-Συνεργασία με τους παράγοντες προώθησης του εναλλακτικού και του ειδικού τουρισμού του νομού μας, αλλά και με τα πολλά αξιόλογα μουσεία της ευρύτερης περιοχής.

-Κατάθεση ενός σχεδίου αναβάθμισης των υποδομών και στις περιοχές που μπορούν να προσελκύουν τουρίστες εναλλακτικού και ειδικού τουρισμού.

-Ανάθεση από τον κεντρικό φορέα σε κάποιον ειδικό στο μάρκετινγκ για την σωστή επικοινωνία και προβολή του Πολιτιστικού Τουρισμού του νομού μας.

-Διοργάνωση ειδικών τουριστικών πακέτων σε κεντρικό επίπεδο, πιθανόν με συνεργασία του φορέα και της Περιφέρειας, που θα διαθέτουν τις υποδομές, την τεχνογνωσία και την ικανότητα να προσελκύσουν νέες ομάδες τουριστών, όχι αναγκαστικά πολυπληθείς, αλλά πολλές, που θα προβάλλονται με όλους τους σύγχρονους τρόπους από τον υπεύθυνο επικοινωνίας και την ιστοσελίδα του φορέα.

-Πίεση στην Περιφέρεια και το Υπουργείο Πολιτισμού, για ανάδειξη των μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς του Νομού Ηλείας, την βελτίωση των συνθηκών πρόσβασης σε αυτά, την επιδότηση Δήμων και ιδιωτών για τη διατήρηση των παραδοσιακών οικισμών και των ανθρώπινων δημιουργημάτων ιδιαίτερου κάλλους, καλλιτεχνικής αξίας, την επιδότηση αγροτικών και κτηνοτροφικών Προϊόντων με Ονομασία Προέλευσης.

6.2.2. Κοινό-στόχος

Σκοπός των προτάσεών μας είναι να προσελκύσουμε:

όσο το δυνατόν περισσότερους τουρίστες από την Ελλάδα και το εξωτερικό, αλλά και αυτούς που διαμένουν σε ξενοδοχεία και πανσιόν στην Ελλάδα και διαπιστωμένα δεν έχουν επιλογές ψυχαγωγίας και διαχείρισης του ελεύθερου χρόνου τους. Εκτός από μια επίσκεψη στον κοντινό αρχαιολογικό χώρο, έχει παρατηρηθεί ότι «βαριούνται» γρήγορα και φεύγουν για άλλο προορισμό.

πελάτες πολύ μεγάλων ξενοδοχείων(allinclusive) που θέλουν να γνωρίσουν την ευρύτερη περιοχή και την τοπική κουζίνα και κουλτούρα σπάζοντας τη ρουτίνα της πολυήμερης διαμονής.

σχολεία, συλλόγους, σωματεία, οικογένειες και παρέες γενικά από την Ελλάδα, που θέλουν εκδρομικές ή τουριστικές εμπειρίες πολιτισμού.

Τα κύρια χαρακτηριστικά του πολιτιστικού-εναλλακτικού τουρισμού, που τον διαχωρίζουν από τον παραδοσιακό-μαζικό τουρισμό, είναι η υψηλή αισθητική και ποιότητα, προσαρμοσμένη απόλυτα στα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα των πελατών, σε αρμονία με τη φύση, την πολιτιστική κληρονομιά, τη συνύπαρξη των ανθρώπων στο ιστορικό τοπίο. Έτσι, μέσα σε κλίμα πολιτιστικής ανταλλαγής, πραγματοποιείται η συνάντηση των ανθρώπων και των ενδιαφερόντων τους, προς όφελος τόσο των τουριστών, όσο και των τοπικών κοινωνιών.

6.2.3. Πακέτα

Προτείνουμε για τους νέους τουρίστες εξειδικευμένες υπηρεσίες σε διάφορα ευέλικτα πακέτα όπως:

Μυθολογικό-ιστορικό πακέτο: δράσεις σε φυσικούς τόπους, λίμνες, βουνά, ποτάμια και αρχαιολογικά ευρήματα ή αρχαίες κατασκευές καθώς και διαδρομές συνδεδεμένες με μυθικούς ήρωες και γεγονότα (π.χ. ο πρώτος άθλος του Ηρακλή κ.ά.). Στην Ηλεία-Πελοπόννησο διαδραματίζεται το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής μυθολογίας και υπάρχουν πάρα πολλά τοπία, λίμνες, διαδρομές, που μπορούν με βιωματικό αλλά και άλλους τρόπους να οργανωθούν πολλές δράσεις.

Περιηγητικό πακέτο: συνδιαμορφώνεται με τις ομάδες περιηγητών που θέλουν να μελετήσουν-καταγράψουν συγκεκριμένους τόπους και διαδρομές.

Γευσιγνωσία-Οινογνωσία: εκδρομές σε τόπους με ιδιαίτερα τοπικά προϊόντα ΠΟΠ, εστιατόρια με μενού βασισμένα σε τοπικά προϊόντα και παραδοσιακές συνταγές και χώρους παραγωγής-διάθεσης κρασιού, οινοποιεία, μουσεία, καθώς και δράσεις γνωριμίας με τα τοπικά προϊόντα και τους τρόπους παραγωγής.

Οικοτουριστικό πακέτο: οργανωμένες επισκέψεις και δράσεις σε τόπους ιδιαίτερου φυσικού κάλλους ή ενδιαφέροντος, σε παραδοσιακά χωριά και οικισμούς παραδοσιακής αρχιτεκτονικής, γεφύρια κ. ά.

Πακέτο εστιασμένο στην ευεξία και στον ιαματικό τουρισμό.

Ειδικό πακέτο για άτομα που κινούνται με ποδήλατα.

Πακέτα πεζοπορίας και παρατήρησης σπάνιων ζώων όπως π.χ. τη χελώνα careta-careta, σπάνιων ενδημικών φυτών.

Πακέτα συνδυαστικά με όλα τα παραπάνω.

6.2.4. Επιτυχημένα Παραδείγματα

Βέβαια όσον αφορά τον κεντρικό σχεδιασμό που αναφέρθηκε παραπάνω, είναι πολύ σημαντικός, αλλά κατά τη γνώμη μας δεν είναι αρκετός. Υπάρχει το παράδειγμα του

Μπιλιμπάο για την καταλυτική επίδραση της πολιτιστικής και δημιουργικής βιομηχανίας στην ανάπτυξη μιας περιοχής. Αυτό όμως δεν έγινε τυχαία, αλλά αποτέλεσε ζήτημα κεντρικής πολιτικής επιλογής (η τοπική κυβέρνηση των Βάσκων χρηματοδότησε όχι μόνο την κατασκευή του Μουσείου, αλλά και ενίσχυσε τη δράση του με ένα μεγάλο ποσό ετησίως). Ακόμη η θεματολογία του μουσείου και ο οργανισμός που το ανέλαβε δεν άφηναν περιθώριο αποτυχίας του εγχειρήματος. Και πάλι όμως το Μουσείο του Μπιλιμπάο δεν έμεινε μοναδικό αξιοθέατο στην περιοχή για το οποίο θα ταξίδευε κανείς, αλλά πλαισιώθηκε από πλήθος άλλων εκθέσεων, δραστηριοτήτων, αξιοθέατων, θεματικών πάρκων, επιχειρήσεων και εναλλακτικών και εξειδικευμένων υπηρεσιών, ώστε να προσελκύσει πλήθος τουριστών για αρκετές ημέρες, με καταλυτικές συνέπειες στην αύξηση του εισοδήματος των κατοίκων και των φορολογητέων εσόδων του κράτους. Πιστεύουμε, δηλαδή, ότι περιπτώσεις σαν την παραπάνω είναι εξαιρέσεις.

Για το Νομό Ηλείας αλλά και στην Ελλάδα γενικότερα πιστεύουμε πιο πολύ στην «ιστορία που δημιουργούν οι παρέες» όπως αναφέρει και ο Δ. Σαββόπουλος, οι οποίες, αφού εδραιωθούν με πολύ προσπάθεια, τότε θα πρέπει να τύχουν της συνδρομής και στήριξης των αρμόδιων φορέων, ώστε να εδραιωθούν, να γίνουν θεσμός, να δικτυωθούν με άλλες πολιτιστικές πηγές και δράσεις δίνοντας υπεραξία στο δικό τους πολιτιστικό προϊόν αλλά και γενικότερα.

Αυτό δεν πρέπει να θεωρηθεί απαλλαγή των διοικούντων από τις υποχρεώσεις τους σχετικά με τον Πολιτιστικό Τουρισμό. Εκτός από την αρωγή τους στις εδραιωμένες προσπάθειες όπως αναφέραμε παραπάνω, θεωρούμε ότι, τόσο η Περιφέρεια, όσο και το Υπουργείο Πολιτισμού, πρέπει διαρκώς, να φροντίζουν την ανάδειξη των μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς μας, την βελτίωση των συνθηκών πρόσβασης σε αυτά, την επιδότηση Δήμων και ιδιωτών για τη διατήρηση των παραδοσιακών οικισμών και των ανθρώπινων δημιουργημάτων ιδιαίτερου κάλλους, την επιδότηση αγροτικών και κτηνοτροφικών Προϊόντων με Ονομασία Προέλευσης.

Όσον αφορά στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, αν μιλάμε για δραστηριότητες με πραγματικό αποτύπωμα στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής, μπορούμε να πούμε ότι έχουμε

α) μια υφιστάμενη τέτοια δραστηριότητα, το Πατρινό Καρναβάλι (δεν χρειάζεται να αναφέρουμε τον οικονομικό του αντίκτυπο αλλά και τη συμβολή του στην προβολή της πόλης και της περιοχής)

β) όσα έχει προσφέρει μέχρι σήμερα το δικό μας Φεστιβάλ Κινηματογράφου Πύργου Ολυμπίας για παιδιά και νέους. Βέβαια το δικό μας Φεστιβάλ, πριν τύχει της στήριξης της Περιφέρειας, πέρασε πολλά στάδια με πολύ κόπο και ατομικές θυσίες από μια ομάδα ανθρώπων που πίστεψαν βαθιά σε αυτό και μέσω αυτού στην πολιτιστική αναγέννηση της ευρύτερης περιοχής. Είναι ακριβώς το μοντέλο που αναφέραμε, που αφού εδραιώθηκε, πέτυχε μια μόνιμη χρηματοδότηση από την Περιφέρεια.

Ο συγκεκριμένος θεσμός αποτελεί και την πηγή έμπνευσης της παρούσης έρευνας, είναι ένας θεσμός μοντέλο για το πώς, κατά τη γνώμη μας, μπορεί να αναπτυχθεί σοβαρός Πολιτιστικός Τουρισμός. Το Φεστιβάλ φέρνει στη χώρα και ειδικότερα στην περιοχή τέχνη (κινηματογράφο), αλλά και ανθρώπους: καλλιτέχνες, παιδιά, δασκάλους, επαγγελματίες. Και πέρα από την αισθητική, καλλιτεχνική και εκπαιδευτική εμπειρία, τον καινοτόμο πειραματισμό, τον δημιουργικό διάλογο, την κοινωνική συναναστροφή κλπ., φέρνει και

έσοδα. Και δεν αναφερόμαστε απλώς στο επίπεδο των δαπανών της διοργάνωσης, οι οποίες καταλήγουν σε μια σειρά επαγγελματιών της περιοχής, αλλά κυρίως στο χρήμα που δαπανούν κατά την εδώ παραμονή τους οι εκατοντάδες των φιλοξενουμένων.

Και βέβαια δεν μπορούμε να μην τονίσουμε την προοπτική που διανοίγεται από την πρωτοβουλία του Φεστιβάλ σε σχέση με την επένδυση στον ΑΣΟ. Μπορούμε να αντιληφθούμε το μέγεθος του εγχειρήματος, καθώς δεν θα μιλάμε πια για το όποιο μέγεθος, μεγάλο ή μικρό, δημιουργεί στην τοπική αγορά ένα δεκαήμερο δραστηριοτήτων και μάλιστα μέσα από τις σημερινές μέτριες έως ακατάλληλες υποδομές, αλλά για μια λειτουργία 365 ημερών με εκπαιδευτικές δραστηριότητες όχι μόνο τοπικού και εθνικού αλλά και διεθνούς βεληνεκού, την προσέλκυση κινηματογραφικών παραγωγών κλπ.

Το σχέδιό για την αξιοποίηση αυτής της επένδυσης αναπτύσσεται σε τέσσερα επίπεδα:

Κινηματογραφική εκπαίδευση παιδιών και νέων: Άμεσα εκπαιδευτικά προγράμματα για παιδιά και νέους από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Κινηματογραφική εκπαίδευση εκπαιδευτικών: Επιμόρφωση και εξειδίκευση των Ελλήνων εκπαιδευτικών, ώστε να λειτουργήσουν ως πολλαπλασιαστές της γνώσης στα σχολεία της χώρας.

Ενίσχυση της παραγωγής ελληνικών ταινιών για παιδιά και νέους: Το λογικό επόμενο βήμα της νεανικής κινηματογραφικής εκπαίδευσης είναι ότι βγαίνουν στην επιφάνεια νέοι κινηματογραφιστές. Μέσω του OlympiaCreativeIdeasPitchingLab, επιδιώκεται να τους στρέψουν προς την παραγωγή ποιοτικών ταινιών για παιδιά και νέους, παρέχοντας κίνητρα και ευκαιρίες. Η παραγωγή αυτή θα ενισχύσει τη διεθνή εικόνα της χώρας στο χώρο του παιδικού κινηματογράφου και την ελληνική κινηματογραφική παραγωγή.

Λειτουργία του ΑΣΟ ως πόλου για την κινηματογραφική παραγωγή στη Δυτική Ελλάδα, σε συνεργασία με το Hellenic Film Commission του ΕΚΚ, το ΕΚΟΜΕ και το Film Office της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας. Με τις επαγγελματικού επιπέδου κινηματογραφικές υποδομές που θα δημιουργηθούν (πλατό, στούντιο ήχου και εικόνας κλπ.), σε συνδυασμό με το ενδιαφέρον ανάγλυφο της Ηλείας (ορεινές περιοχές, παραλίες, λίμνες, ποτάμια), τους αρχαιολογικούς χώρους διαφόρων ιστορικών περιόδων από τα προϊστορικά χρόνια, την κλασική αρχαιότητα, το Βυζάντιο, τη Φραγκοκρατία, ως τα ενδιαφέροντα βιομηχανικά και νεοκλασικά κτίρια, η περιοχή μπορεί να αποκτήσει προβάδισμα προσέλκυσης ξένων και ελληνικών παραγωγών για τα γυρίσματα κινηματογραφικών ταινιών σε σχέση με την υπόλοιπη χώρα, όπου λείπουν οι σχετικές υποδομές. Αυτό αναμένεται να αναθερμάνει την τοπική οικονομία άμεσα και έμμεσα (θέσεις εργασίας, τουρισμός κλπ).

γ) τα Μουσεία Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας στο Κατάκολο και Μουσείο Αρχιμήδη στην Ολυμπία(στο Κατάκολο υπήρχε και Μουσείο Αρχαίων Μουσικών Οργάνων για αρκετά χρόνια πριν μεταφερθεί στην Αθήνα).

Πρόκειται για καταπληκτικά πρωτότυπα μουσεία με περισσότερα από 350 πλήρως λειτουργικά εκθέματα που εντυπωσιάζουν χιλιάδες Έλληνες και ξένους επισκέπτες για περισσότερο από μια δεκαετία. Έχουμε να κάνουμε με την προσπάθεια ενός και μόνο ανθρώπου του Κώστα Κοτσανά, που η έμπνευσή και το μεράκι του παράγουν πολιτιστικό έργο κι αυτό με τη σειρά του αξιόλογο Πολιτιστικό Τουρισμό στην περιοχή μας.Ο

δημιουργός του Μουσείου σπούδασε στο Τμήμα Μηχανολόγων Μηχανικών της Πολυτεχνικής Σχολής του Πανεπιστημίου Πατρών. Έχει αφιερώσει τη ζωή του στη μελέτη του Αρχαίου Ελληνικού Πολιτισμού και ιδιαίτερα στο πεδίο της Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας. Πολλές έρευνες, μελέτες και ανακατασκευές του που αφορούν την Αρχαιοελληνική Τεχνολογία έχουν παρουσιασθεί σε Διεθνή Συνέδρια με εξαιρετική επιτυχία.

Έχει δημιουργήσει με δικά του έξοδα και προσωπικά εκθέματα (χωρίς καμιά επιχορήγηση από οποιοδήποτε δημόσιο ή ιδιωτικό φορέα) το Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας και το Μουσείο Αρχαίων Ελληνικών Μουσικών Οργάνων και Παιχνιδιών στο Κατάκολο της Ηλείας και το Μουσείο Αρχιμήδη στην Αρχαία Ολυμπία.

Στα μουσεία εκτίθενται 350 περίπου λειτουργικά ομοιώματα εφευρέσεων των αρχαίων Ελλήνων και έχουν σαν στόχο να αναδείξουν μια άγνωστη πτυχή του αρχαιοελληνικού πολιτισμού και να αποδείξουν ότι η αρχαιοελληνική τεχνολογία λίγο πριν το τέλος του αρχαιοελληνικού κόσμου ήταν εξαιρετικά όμοια με τις απαρχές της σύγχρονης τεχνολογίας. Έχει πραγματοποιήσει πολλές εκθέσεις του συνόλου ή μέρους των εκθεμάτων των μουσείων στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

Έχει συγγράψει έξι βιβλία σχετικά με την αρχαία ελληνική τεχνολογία.

Η μοναδικότητα των εκθεμάτων, η αρτιότητα και λειτουργικότητά τους μαζί με την προβολή που έχουν λάβει σε όλα τα σχετικά διεθνή περιοδικά, τα συνέδρια και τον τύπο, έχουν σπουδαία συμβολή στον Πολιτιστικό Τουρισμό του Νομού Ηλείας. Αυτό γίνεται αμέσως αντιληπτό, αν αναφέρουμε μερικές μόνο από τις διακρίσεις που έχουν λάβει τα Μουσεία αυτά στην Ελλάδα και κυρίως στο εξωτερικό:

Το 2019 το Μουσείο ήταν **Υποψήφιο Ευρωπαϊκό Μουσείο της Χρονιάς (EMYA)**.

- Ο δημοφιλής γερμανόγλωσσος ταξιδιωτικός οδηγός «PELOPONNES» των εκδόσεων **DUMONT** συγκαταλέγει το Μουσείο στους 10 κορυφαίους προορισμούς της Πελοποννήσου και στους δύο σημαντικότερους της Ηλείας (μαζί με τον αρχαιολογικό χώρο της Ολυμπίας).
- Ο ταξιδιωτικός οδηγός **FlightNetwork**, ένας από τους μεγαλύτερους και εγκυρότερους του Καναδά, κατατάσσει το Μουσείο 2ο στη λίστα των 10 «καλύτερα κρυμμένων» Μουσείων της Ευρώπης.
- Το Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κώστα Κοτσανά, ως ενιαίος οργανισμός, τιμάται κάθε χρόνο με το Βραβείο Αριστείας (Certificate of Excellence) από το TripAdvisor, τον μεγαλύτερο ταξιδιωτικό ιστότοπο στον κόσμο. Η διάκριση επιβεβαιώνει την απήχηση του μουσείου στο διεθνές κοινό και τις θετικές εντυπώσεις που καταγράφονται από τους επισκέπτες του, Έλληνες και ξένους, για την πρωτοτυπία και τον τρόπο παρουσίασης των εκθεμάτων του.

- Σύμφωνα με το TripAdvisor το Μουσείο κατέχει την 1η θέση στα 40 καλύτερα θεματικά Μουσεία.

Τα Μουσεία αυτά και το Φεστιβάλ Κινηματογράφου συνεργάζονται πολύ συχνά, τόσο μεταξύ τους, όσο και με άλλους φορείς πολιτιστικούς, τοπικής αυτοδιοίκησης, σχολεία, συλλόγους, μουσεία κ. ά., σε κοινές εκδηλώσεις και άλλες δράσεις μεγεθύνοντας με αυτό τον τρόπο, τόσο το δικό τους πολιτιστικό αποτύπωμα, όσο και του Νομού μας.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Δομημένο Ερωτηματολόγιο Συνεντεύξεων

1. Σε ποιο βαθμό ένα πολιτιστικό αγαθό ή ένας πολιτιστικός θεσμός δημιουργεί Πολιτιστικό Τουρισμό;
2. Σε τι βαθμό ο νομός Ηλείας αποτελεί προορισμό Πολιτιστικού Τουρισμού;
3. Οι πολιτιστικές αυτές κινήσεις λειτουργούν ανταγωνιστικά ή ενισχυτικά στις άλλες κλασικές τουριστικές υποδομές;
4. Βαθμός στον οποίον ο Πολιτιστικός Τουρισμός συμβάλει στη διαμόρφωση μιας θετικής εικόνας για το νομό Ηλείας.
5. α) Σε ποιο βαθμό θα θέλατε να υπάρχει κεντρικός σχεδιασμός για την ανάπτυξη του Πολιτιστικού Τουρισμού;
β) Τι άλλο πιστεύετε πως θα βοηθούσε την ανάπτυξη του Πολιτιστικού Τουρισμού στην περιοχή μας;

I.

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωσση

Arunmozhi, T., &Panneerselvam, A. (2013). Types of tourism in India. *International journal of current research and academic review*, 1(1), 84-88.

Arva, L., & Deli-Gray, Z. (2010). New types of tourism and tourism marketing in the post-industrial world. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce – APSTRACT*, 41-45.

Camilleri, M. A. (2018). *The tourism industry: An overview. Travel marketing, tourism economics and the airline product*. Springer.

Chasapopoulos, P., Den Butter, F. A., &Mihaylov, E. (2014). Demand for tourism in Greece: a panel data analysis using the gravity model. *International Journal of Tourism Policy*, 5(3), 173-191.

Christou, L. (2012). Is it possible to combine mass tourism with alternative forms of tourism: The case of Spain, Greece, Slovenia and Croatia. *Journal of Business Administration Online*, 11(1), 1-8.

Cooper, C.,Fletcher, J. Fyall, A., Gilbert, D., Stephen Wanhill, R. C. S. (2008). *Tourism: Principles and practice*(4thed). FT Prentice Hall.

Foumelis, M., Pavlopoulos, K., &Kourkouli, P. (2010). *Ground deformation monitoring in cultural heritage areas by time series SAR interferometry: The case of ancient Olympia site (Western Greece)*. (Proc. ‘Fringe 2009 Workshop’, Frascati, Italy).

Giannakopoulou, S., Constantinidou, E., &Klabatsea, R. (2021). *Cultural tourism in remote mountainous areas of Greece*. (ACEI_Association of Cultural Economics International, ACEI2020+1 Conference).

Institutional Repository - Library & Information Centre - University of Thessaly 16/02/2022 20:38:18
EET - 176.58.195.155

Katsoni, V. (2015). Application of a cultural landscape tourism marketing management approach in a mountainous area. In V. Katsoni (Ed.), *Cultural Tourism in a Digital Era* (pp. 121-130). Springer, Cham.

Leslie, D., & Sigala, M. (2005). *International cultural tourism: Management, implications and cases*. Routledge.

McKercher, B., & Zoltan, J. (2014). Tourist flows and spatial behavior. In A. A. Lew, C. M. Hall, A. M. Williams (Eds.), *The Wiley Blackwell companion to tourism*, (pp. 33-44). WILEY Blackwell.

Pedrana, M. (2013). 'Local economic development policies and tourism. An approach to sustainability and culture'. *Regional Science Inquiry Journal*, 5 (1): 91-99.

Pîrjol, F., Mocanu, D. E., & Radomir, L. L. (2018). Promoting Cultural Tourism in Greece. *Business Excellence and Management*, 8(2), 5-30.

Richards, G. (2001). *Cultural attractions and European tourism*. CabiPublishing.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36(1), 12-21.

Richards, G., & Wilson, J. (2007). Tourism development trajectories: From culture to creativity?. In *Tourism, creativity and development* (pp. 23-56). Routledge.

Stylidis, D., & Terzidou, M. (2014). Tourism and the economic crisis in Kavala, Greece. *Annals of tourism research*, 44(1), 210-226.

World Travel & Tourism Council (WTTC).

Yuksel, A. (2004). Shopping experience evaluation: a case of domestic and international visitors. *Tourism Management*, 25(6), 751-759.

Ελληνική

Ανδριώτης, Κ. (2005). Τουριστική ανάπτυξη και σχεδιασμός. Αθήνα: Σταμούλης.

Γαλάνης, Π. (2018). 'Μέθοδοι συλλογής δεδομένων στην ποιοτική έρευνα'. *Αρχαία Ελληνικής Ιατρικής*, 35 (2): 268-277.

<https://athensattica.com/el/konstantinos-kotsanas-i-athina-kai-i-evryteri-perioxi-tis-attikis-einai-ena-spanio-pantrema-empeirion/>

Γκαζή, Α. και Νούσια, Τ. (2003). Μουσειολογία, Μέριμνα για τις αρχαιότητες. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Ηγουμενάκης, Ν.Γ. και Ηγουμενάκης, Κ.Ν. (2004). Τουριστικό μάρκετινγκ. Αθήνα: Interbooks.

ΗΛΕΙΑ LIVE. (2013, Αύγουστος 9). *Αρχ. Ολυμπία: Έρχονται οι Γιορτές Αγροτουρισμού.* <https://www.ilialive.gr/ilialive-%CF%81%CE%BF%CE%AE/item/%CE%B1%CF%81%CF%87-%CE%BF%CE%BB%CF%85%CE%BC%CF%80%CE%AF%CE%B1-%CE%AD%CF%81%CF%87%CE%BF%CE%BD%CF%84%CE%B1%CE%B9-%CE%BF%CE%B9-%CE%B3%CE%B9%CE%BF%CF%81%CF%84%CE%AD%CF%82-%CE%B1%CE%B3%CF%81%CE%BF%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D.html> (11/12/2021).

ΗΛΕΙΑLIVE- WKND. (χ.η.). *ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΟΥΣ ΚΑΤΑΡΡΑΚΤΕΣ ΤΗΣ ΝΕΔΑ.* <https://www.ilialive.gr/weekend/stories/212-%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%AE%CE%B3%CE%B7%CF%83%CE%B7-%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%81%CF%81%CE%AC%CE%BA%CF%84%CE%B5%CF%82-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%BD%CE%AD%CE%B4%CE%B1.html> (11/12/2021).

ΗΛΕΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ. (χ.η.). *Αρχαία Ολυμπία: Γιορτές – αγροτουρισμού και τοπικής παράδοσης.* [https://www.iliaoikonomia.gr/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%AF%CE%B1-%CE%BF%CE%BB%CF%85%CE%BC%CF%80%CE%AF%CE%B1-%CE%B3%CE%B9%CE%BF%CF%81%CF%84%CE%AD%CF%82-%CE%B1%CE%B3%CF%81%CE%BF%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF/\(23/12/2021\)](https://www.iliaoikonomia.gr/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%AF%CE%B1-%CE%BF%CE%BB%CF%85%CE%BC%CF%80%CE%AF%CE%B1-%CE%B3%CE%B9%CE%BF%CF%81%CF%84%CE%AD%CF%82-%CE%B1%CE%B3%CF%81%CE%BF%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF/(23/12/2021)).

Ίσαρη, Φ. και Πουρκός, Μ. (2015). Ποιοτική μεθοδολογία έρευνας. Αθήνα: ΣΕΑΒ.

Κλουκίνα – Χαμάλη, Φ. (2008). *Άγνωστες διαδρομές στην Ηλεία. Φύση, χωριά, εκκλησίες από το Λαρισό ποταμό έως τον Αλφειό.* Εκδόσεις Βιβλιοπανόραμα.

Κόκκαλη, Κ. (2007). Επιχειρηματική δραστηριότητα και βιώσιμη ανάπτυξη στις αστικές περιοχές. Μελέτη περίπτωσης: επιχειρήσεις σε περιοχές του Νομού Αττικής. Διπλωματική εργασία. Αθήνα: Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. & Γκρίμπα, Ε. (2011): *Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού.* Κριτική.

Μυλωνόπουλος, Δ. & Μοίρα, Π. (2005). *Θαλάσσιος τουρισμός.* ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΦΑΙΔΙΜΟΣ.

ΝΕΑΝΙΚΟ ΠΛΑΝΟ. (χ.η.). *Camera Zizanio.* <http://www.neanikoplano.gr/camerazizanio> (21/12/2021).

Παρασκευοπούλου-Κόλλια, Ε.-Α. (2008). Μεθοδολογία ποιοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες και συνεντεύξεις. *Open Education - The Journal for Open and Distance Education and Educational Technology*, 4 (1).

ΣΕΤΕ. (2013). *ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ 2011-2013/* https://sete.gr/fileuploads/entries/Statistics/Competitors/Travel%20&%20Tourism%20Competitiveness%20Ranking/catID105/GR/130307_AntagonistikotitaWEF_Antag_2011-2013_new%20layout.pdf (22/12/2021).

Σταυροπούλου, Α. Δ. (2012). «Συγκρότημα ενοικιαζόμενων παραθεριστικών κατοικιών στον Κακόβατο του νομού Ηλείας» & βιοκλιματική προσέγγιση (Bachelor's thesis).

Τουριστική Αγορά Επιμελητηρίου Ηλείας(2022). *Εφικτός ο στόχος των 24 εκατ. τουριστών έως το 2021, εκτιμά ο ΣΕΤΕ.*
<https://www.heliachamber.gr/ilia/tourism/articles/article.jsp?context=1504&categoryid=8093>(22/12/2021).

<https://www.iberdrola.com/culture/what-is-cultural-tourism-and-importance>