



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

***Ο ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΠΑΡΑΓΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ
ΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ***

Εισηγήτριες: Αριάδνη Καπάκη, ΑΜ. 4295

Εμμανουέλα Χριστοδουλάκη, ΑΜ. 4219

Επιβλέπων καθηγητής: Δημήτριος Τερζάκης

Ηράκλειο 2015

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	3
Abstract	4
1. Εισαγωγή.....	5
1.1 Σκοπός, μεθοδολογία και σημαντικότητα	6
1.2 Περιορισμοί της Έρευνας	6
1.3 Δομή	6
2. Τουρισμός.....	8
2.1 Εισαγωγή για τον τουρισμό	8
2.2 Έννοιες τουρισμός και τουρίστας	9
2.4 Επιπτώσεις του τουρισμού	10
2.4.1 Οικονομία	10
2.4.2 Περιβάλλον.....	11
2.4.3 Κοινωνία.....	12
2.5 Τουριστική ζήτηση	15
2.5.1 Οικονομικοί παράγοντες	16
2.5.2 Ψυχολογικοί παράγοντες	17
2.5.3 Διεθνείς και πολιτικοί παράγοντες	17
2.5.4 Κοινωνιολογικοί και δημογραφικοί παράγοντες	18
2.5.5 Κλιματολογικοί και φυσικοί παράγοντες	18
2.6 Τουριστική προσφορά	19
2.7 Ο τουρισμός ως μοχλός περιφερειακής ανάπτυξης	22
3. Πολιτιστικός Τουρισμός	25
3.1 Έννοιες πολιτισμός και κουλτούρα	25
3.2 Πολιτιστικός Τουρισμός.....	26
3.3 Πολιτιστική κληρονομία και τουρισμός	29
3.4 Η αγορά του πολιτιστικού τουρισμού	31
3.4.1 Τα είδη των πολιτιστικών τουριστών	31
3.4.2 Το προφίλ των πολιτιστικών τουριστών.....	33
3.5 Ο ρόλος του πολιτισμικού τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη	34
4. Κρήτη και πολιτιστικός τουρισμός.....	37
4.1 Γενικά στοιχεία για την Κρήτη.....	37
4.2 Ανάλυση SWOT για τον πολιτιστικό τουρισμό στη Κρήτη	39
4.2.1 Δυνατά σημεία του πολιτιστικού τουρισμού στην Κρήτη	40
4.2.2 Αδύνατα σημεία του πολιτιστικού τουρισμού της Κρήτης	42
4.2.3 Ευκαιρίες του πολιτιστικού τουρισμού της Κρήτη.....	44
4.2.4 Απειλές του πολιτιστικού τουρισμού της Κρήτης	45
Συμπεράσματα	48
Βιβλιογραφία.....	50
Ξένη.....	50
Ελληνική.....	53

Περίληψη

Ο σκοπός της παρούσας πτυχιακής είναι η μελέτη της έννοιας του πολιτιστικού τουρισμού και των ωφελειών που προσφέρει για τις περιοχές που τον υιοθετούν. Πιο συγκεκριμένα, ο σκοπός της έρευνας είναι να ερευνησει πως ο πολιτιστικός τουρισμός συμβάλει στην περιφερειακή ανάπτυξη της Κρήτης. Για την επίτευξη του σκοπού της πτυχιακής εργασίας ανασκοπείται η σχετική διεθνή και ελληνική βιβλιογραφία με εστίαση σε νέες εκδόσεις. Η ερευνητική μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας είναι η βιβλιογραφική ανασκόπηση.

Από την ανασκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας συμπεραίνεται ότι ο πολιτισμός ως τουριστικό αξιοθέατο συνδράμει σε σημαντικό βαθμό στην διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς αλλά και αντίστοιχα στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας. Ο συνδυασμός του πολιτισμού και του τουρισμού γίνονται πόροι για κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη σε περιφερειακές κοινότητες. Επιπλέον, η αποτελεσματική προώθηση και αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων μπορεί να ενισχύσει σε σημαντικό βαθμό την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

Τέλος, μέσα από την ανάλυση SWOT που πραγματοποιήθηκε για την Κρήτη διαπιστώθηκε ότι το νησί διαθέτει πολλές δυνατότητες να αναπτύξει και να προωθήσει περαιτέρω τον πολιτιστικό τουρισμό και να ευνοηθεί από τις ωφέλειες που δημιουργεί σε κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο. Με την κατάλληλη εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων που διαθέτει η Κρήτη, από τις αρμόδιες αρχές, καθώς και με την χάραξη ιδιαίτερου στρατηγικού σχεδιασμού για την ανάδειξη του πολιτισμού θα επιταχυνθεί ένα ντόμινο ωφελειών για την ανάπτυξη της περιφέρειας του νησιού.

Abstract

The scope of this dissertation is to explore the concept of cultural tourism and the benefits for the areas that adopt it. Specifically, the scope of the research is to explore how cultural tourism contributes in the regional development of Crete. To achieve the scope of the research, the relevant international and Greek literature is reviewed, focusing on contemporary publications. The research method used to conduct this dissertation is a literature review.

From the review of the relevant literature it can be concluded that culture as touristic attraction contributes significantly in maintaining cultural heritage and developing the tourism industry. The combination of culture and tourism emerges as the key driver for socioeconomic development in regional communities. Additionally, the effective promotion and utilization of cultural resources can enhance significantly the competitiveness of tourism at national, regional, and local level.

Lastly, through the SWOT analysis conducted for Crete, it was identified that the island has several unexplored capabilities for the development and promotion of cultural tourism and reap the benefits which emerge from this at social and economic level. A positive domino effect for the development of the region of Crete can be achieved through the appropriate utilisation of unexploited potential that Crete via a bespoke strategic plan to promote culture.

1. Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια ο τουρισμός έχει αποτελέσει έναν από τους σημαντικότερους μοχλούς ανάπτυξης για την παγκόσμια οικονομία. Αποτελεί έναν τομέα πολυπρισματικό ο οποίος αποτελείται από κοινωνικά, περιβαλλοντικά οικονομικά και πολιτισμικά στοιχεία, με αποτέλεσμα να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών σε τρία επίπεδα, στη δημιουργία θέσεων εργασίας, εισοδημάτων και φορολογικών εσόδων.

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που σχετίζεται με τη συμμετοχή σε πολιτιστικές εμπειρίες που αναφέρονται στην πολιτιστική κληρονομιά του εκάστοτε τόπου που επισκέπτεται ο τουρίστας. Σε πολλούς τουριστικούς προορισμούς η πολιτιστική κληρονομιά έχει γίνει το βασικό συστατικό του τουρισμού, με αποτέλεσμα η αυξημένη ζήτηση να ενισχύει την ανταγωνιστικότητα στον τομέα αυτό. Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί πλέον το σημαντικότερο πόλο έλξης για τους διεθνείς τουρίστες και σημαντική πηγή εσόδων. Να σημειωθεί ότι ο πολιτιστικός τουρισμός δεν συνιστά ένα νέο φαινόμενο, απλώς έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια λόγω των αρνητικών επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού και της διαφοροποίησης των τάσεων της τουριστικής βιομηχανίας.

Τέλος, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η υιοθέτηση του πολιτιστικού τουρισμού μπορεί να δημιουργήσει συνθήκες ευημερίας για την περιοχή που τον υιοθετεί, καθώς συμβάλλει στη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη.

1.1 Σκοπός, μεθοδολογία και σημαντικότητα

Ο σκοπός της παρούσας πτυχιακής είναι η μελέτη της έννοιας του πολιτιστικού τουρισμού και των ωφελειών που προσφέρει για τις περιοχές που τον υιοθετούν. Πιο συγκεκριμένα, ο σκοπός της έρευνας είναι να ερευνηθεί πως ο πολιτιστικός τουρισμός συμβάλει στην περιφερειακή ανάπτυξη της Κρήτης.

Η ερευνητική μέθοδος, δηλαδή ο τρόπος συλλογής και ανάλυσης δεδομένων, που θα χρησιμοποιηθεί για την εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας είναι η βιβλιογραφική ανασκόπηση. Η βιβλιογραφική ανασκόπηση περιλαμβάνει τη συστηματική συλλογή, κριτική ανάλυση και παράθεση των κύριων ευρημάτων δημοσιευμένων μελετών σχετικά με το αντικείμενο της έρευνας (Hart, 1998). Η επιλογή της βιβλιογραφικής ανασκόπησης ως ερευνητικής μεθόδου στην παρούσα πτυχιακή εργασία έγινε με κριτήριο την καταλληλότητα, την εφικτότητα, και την αποτελεσματικότητα των στοιχείων για την ολοκλήρωση του ερευνητικού σκοπού (Robson, 2002).

Η σημαντικότητα αυτής της μελέτης έγκειται στο γεγονός ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί έναν από τους ταχύτερα και δυναμικά αναπτυσσόμενους τομείς στην βιομηχανία του τουρισμού συμβάλλοντας θετικά στην τοπική ανάπτυξη των περιοχών.

1.2 Περιορισμοί της Έρευνας

- Περιορισμένος χρόνος
- Δεν θα πραγματοποιηθεί ποσοτική έρευνα

1.3 Δομή

Πέρα από το παρόν κεφάλαιο όπου παρουσιάζονται η εισαγωγή, ο σκοπός, η μεθοδολογία, η σημαντικότητα και η δομή της πτυχιακής εργασίας ακολουθούν τρία κεφάλαια και η ενότητα των συμπερασμάτων.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύονται οι βασικές έννοιες σχετικά με τον τουρισμό και τον τουρίστα και αναφέρονται οι επιπτώσεις του τουρισμού. Επιπλέον, στο κεφάλαιο

αυτό γίνεται αναφορά στη τουριστική ζήτηση και προσφορά. Τέλος, γίνεται αναφορά για τα οφέλη που έχει ο τουρισμός στη περιφερειακή ανάπτυξη.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύονται οι βασικές έννοιες για τον πολιτισμό, την κουλτούρα, τον πολιτιστικό τουρισμό και την πολιτιστική κληρονομιά. Επίσης, παρουσιάζεται η αγορά του πολιτιστικού τουρισμού και ο ρόλος του πολιτισμικού τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται κάποια γενικά στοιχεία για την Κρήτη και πραγματοποιείται μια ανάλυση SWOT για το πολιτιστικό τουρισμό της Κρήτης. Επιπλέον, στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται τα οφέλη που προσφέρει ο πολιτιστικός τουρισμός για την ανάπτυξη του νησιού.

Τέλος, η εργασία ολοκληρώνεται με την ενότητα των συμπερασμάτων όπου συνοψίζονται τα βασικά ευρήματα της εργασίας και συζητούνται σε σχέση με τον σκοπό της.

2. Τουρισμός

2.1 Εισαγωγή για τον τουρισμό

Ο Loustalet (1981) αναφέρει ότι ο τουρισμός, σαν λέξη, εμφανίστηκε για πρώτη φορά στις αρχές του 19^{ου} αιώνα, αλλά η δραστηριότητα που υποδηλώνει ξεκινάει από τα αρχαία χρόνια. Ο όρος, όταν εμφανίστηκε για πρώτη φορά, υποδήλωνε την πρακτική να ταξιδεύει κάποιος, κυρίως, για λόγους ευχαρίστησης.

Σήμερα ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους και μεγαλύτερους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Αποτελεί έναν τομέα πολυπρισματικό ο οποίος αποτελείται από κοινωνικά, περιβαλλοντικά οικονομικά και πολιτισμικά στοιχεία (Dugulan et al., 2010). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να συμβάλει πρωτίστως στην οικονομική ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών σε τρία επίπεδα, στη δημιουργία θέσεων εργασίας, εισοδημάτων και φορολογικών εσόδων (Ανδριώτης, 2005)

Η ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού υπήρξε απόρροια των συσχετισμών μιας δέσμης μεταβλητών, όπως είναι η αύξηση του ελεύθερου χρόνου και του εισοδήματος, η άνοδος του βιοτικού επιπέδου, η ανάπτυξη του κοινωνικού κράτους πρόνοιας, η βελτίωση των αεροπορικών και οδικών μεταφορών και λοιπών άλλων παραγόντων (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).

Επιπλέον, η ανάπτυξη του τουρισμού έχει δημιουργήσει ένα διαφορετικό τρόπο συμπεριφοράς και μια ιδιαίτερη κουλτούρα, από αυτό της καθημερινότητας, τόσο για τους τουρίστες όσο και για εκείνους που προσφέρουν υπηρεσίες φιλοξενίας (Boniface, 1998).

Τέλος, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι ο σύγχρονος τουρισμός είναι υπεύθυνος για την μεγαλύτερη μετανάστευση του ανθρώπου που έχει καταγραφεί στην ιστορία, με θετικές και αρνητικές συνέπειες για την κοινωνία, τον πολιτισμό, το περιβάλλον και την οικονομία. Τα τελευταία χρόνια, έχει παρατηρηθεί, ότι αυξάνεται δύο φορές πιο γρήγορα από το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν του κόσμου (ΑΕΠ) (Budeanu, 2005).

2.2 Έννοιες τουρισμός και τουρίστας

Αρχικά, θα πρέπει να αναφερθεί ότι η λέξη τουρισμός προέρχεται από την γαλλική λέξη *tour* και την αγγλική *touring*, που στα ελληνικά σημαίνει γύρος ή περιήγηση (Βαρβαρέσος, 2000). Οι Lickorish & Jenkins (2004) αναφέρουν ότι δεν μπορεί να αποδοθεί ένας απόλυτος ορισμός στον όρο του τουρισμού, λόγω της πολυσύνθετης ερμηνείας του, ο οποίος περιλαμβάνει ένα μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων που έχουν να κάνουν με την αναψυχή, τον πολιτισμό, την διασκέδαση, την κοινωνία, την οικονομία και άλλα.

Ανασκοπώντας την διεθνή και ελληνική βιβλιογραφία παρατηρείται ότι έχουν αποδοθεί στην έννοια του τουρισμού πολλές και διαφορετικές ερμηνείες. Ένας από τους κλασικότερους ορισμούς για τον όρο του τουρισμού δόθηκε από την Σχολή της Βέρνης (Λαγός, 2005), ο οποίος αναφέρει ότι ο τουρισμός είναι τα γεγονότα και οι σχέσεις που δημιουργούνται από την διαμονή των ξένων σε μια περιοχή, χωρίς να υπάρχει πρόθεση για κερδοφόρες δραστηριότητες από τη διαμονή τους.

Από την άλλη ο Ηγουμενάκης (2004) ορίζει τον τουρισμό ως την πρόσκαιρη μετακίνηση των ατόμων από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους σε ξένο γεωγραφικό χώρο, με απώτερο σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών τους, όπως επίσης και οι οργανωμένες δράσεις των ντόπιων κατοίκων της ξένης περιοχής για την προσέλκυση και την ποιοτικότερη εξυπηρέτηση των ατόμων αυτών.

Είναι σκόπιμο, κλείνοντας να αναφερθεί και η έννοια του τουρίστα, η οποία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη στη τουριστική βιβλιογραφία με την έννοια του τουρισμού. Μια από τις πρώτες προσπάθειες για να οριστεί η έννοια του τουρίστα πραγματοποιήθηκε από την Διεθνή Ομοσπονδία Δημοσιογράφων και Συγγραφέων Τουρισμού, η οποία περιγράφει τον τουρίστα ως ένα άτομο που υλοποιεί μια μετακίνηση για οποιαδήποτε αιτία και χρησιμοποιεί τον χρόνο του για να ικανοποιήσει την ανάγκη του για ψυχαγωγία και ξεκούραση (Βαρβαρέσος, 2000)

2.4 Επιπτώσεις του τουρισμού

2.4.1 Οικονομία

Είναι σκόπιμο να αναφερθεί ότι ο τουρισμός κατατάσσεται στον τομέα των υπηρεσιών (τριτογενής) και αποτελεί ένα ιδιαίτερα ελαστικό τομέα της παγκόσμιας οικονομία (Lickorish & Jenkins, 2004). Όπως γίνεται αντιληπτό η ανάπτυξη του τουρισμού οδηγεί στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, με αποτέλεσμα να επιτυγχάνεται ταυτόχρονα μείωση του ποσοστού ανεργίας. Μέσα από τον τουρισμό ενισχύεται η αυτοαπασχόληση, καθώς δημιουργούνται νέες τουριστικές επιχειρήσεις και εμπορικά καταστήματα (Κολτσιδόπουλος, 2000).

Επίσης, είναι σημαντικό να αναφερθεί η παράλληλη συνεισφορά, των άλλων τομέων της αγοράς, πρωτογενή-δευτερογενή-υπηρεσιών, αφού συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού της περιοχής υποδοχής. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του οικογενειακού εισοδήματος και την διεύρυνση της παραγωγικής βάσης της οικονομίας και με τελικό επακόλουθο την βελτίωση της ποιότητας ζωής και του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της περιοχής (Haralampopoulos & Pizam, 1996; Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).

Επιπλέον, οι επενδύσεις που πραγματοποιούνται στον τουρισμό, συνήθως κρατικές, ενισχύουν την ιδιωτική πρωτοβουλία μέσω της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, με επακόλουθο την αύξηση των φορολογικών εσόδων και την σταθεροποίηση της οικονομίας (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι σύμφωνα με τους Lickorish & Jenkins (2004) το ισοζύγιο πληρωμών επηρεάζεται είτε θετικά ή είτε αρνητικά ανάλογα με την προσπάθεια των αναπτυσσόμενων χωρών να προγραμματίζουν και να ενισχύουν να τη οικονομική δραστηριότητα του τουρισμού.

Τέλος, δεν πρέπει να αγνοηθούν οι αρνητικές επιπτώσεις που έχει ο τουρισμός στην οικονομία. Μια από τους σημαντικότερες αρνητικές επιπτώσεις είναι ο εποχικός χαρακτήρας του τουρισμού, αφού είναι αισθητή η δυναμικότητα του κυρίως την θερινή περίοδο, επηρεάζοντας σε σημαντικό βαθμό την απασχόληση η οποία χαρακτηρίζεται ως περιστασιακή (Κοκκώση & Τσάρτας, 2001). Επιπλέον, αυτό έχει

ως αποτέλεσμα να δημιουργείται δημοσιονομικό κόστος, το οποίο προκύπτει από την χορήγηση επιδομάτων στους εποχικά εργαζόμενους (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).

2.4.2 Περιβάλλον

Οι αρνητικές ή θετικές επιπτώσεις του τουρισμού εξαρτώνται άμεσα από τον προγραμματισμό και τον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης, είτε πρόκειται για το αστικό περιβάλλον είτε για τον χώρο της υπαίθρου (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

Υπάρχουν κάποια είδη τουριστικής ανάπτυξης, τα οποία προκαλούν μεγαλύτερη ανησυχία για την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος. Οι Lickorish & Jenkins (2004) αναφέρουν ότι οι επιπτώσεις του τουρισμού δεν αναδεικνύονται ταυτόχρονα σε κάθε τουριστική περιοχή, καθώς οι τουριστικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε περιοχές όπως παραθαλάσσιες, ορεινές, κ.α. λαμβάνουν πιο δραστικά μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος.

Όμως όπως παρατηρείται, η πλειοψηφία των τουριστικών επιχειρήσεων με σκοπό την κερδοφορία τους επεκτείνουν τις επιχειρηματικές δραστηριότητες τους σε μεγάλες εκτάσεις γης, με αποτέλεσμα να δημιουργείται διατάραξη της ισορροπίας του φυσικού περιβάλλοντος (ρύπανση του εδάφους, μείωση της βιοποικιλότητας, κ.α.) (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).

Επίσης, παρατηρούνται και αρκετές αρνητικές επιπτώσεις της ανάπτυξης του τουρισμού σε δομημένο περιβάλλον, περιοχές με πολιτισμική και ιστορική αξία. Τα τελευταία χρόνια λόγω της αύξησης του μαζικού τουρισμού οικιστικά σύνολα μετατρέπονται σε τουριστικούς πόρους, με αποτέλεσμα να υποβαθμίζονται οι περιοχές αυτές λόγω του μεγάλου αριθμού επισκεπτών, δημιουργώντας ένα ιδιόμορφο τουριστικό περιβάλλον. Οι Κολτσιδόπουλος (2000) και Lickorish & Jenkins (2004) αναφέρουν ότι σε αρχαιολογικές και ιστορικές περιοχές η ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να προκαλέσει την καταστροφή των χώρων αυτών, εξαιτίας της υπερβολικής φθοράς ή βανδαλισμών. Αυτό μακροχρόνια μπορεί να οδηγήσει σε μείωση της τουριστικής ζήτησης για τις συγκεκριμένες περιοχές.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί, ότι πέρα από τις πολλαπλές αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον, η ανάπτυξη του προσφέρει και πολλά θετικά στοιχεία στις περιοχές που αναπτύσσεται. Παραδείγματος χάρη, σε περιοχές που αναπτύσσεται ο τουρισμός διατίθενται κονδύλια για την δημιουργία ή/και για την διατήρηση προστατευόμενων περιοχών, πάρκων και χώρων αναψυχής, που σε κάθε άλλη περίπτωση μπορεί να εγκαταλείπονταν (McCool & Martin, 1994).

Ενώ παραπάνω, αναφέρθηκε ότι ο μαζικός τουρισμός μπορεί να προκαλέσει καταστροφές στους ιστορικούς και αρχαιολογικούς χώρους, όμως όταν ο τουρισμός οργανώνεται και προγραμματίζεται από τους αρμόδιους, προσφέρει οικονομικούς πόρους προκειμένου να προστατευτούν και να αναδειχτούν οι χώροι αυτοί. Είναι σκόπιμο να τονιστεί ότι οι ιστορικοί και αρχαιολογικοί χώροι αποτελούν τουριστικά αξιοθέατα που επιτρέπουν και αποσκοπούν στην ανάδειξη και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς της εκάστοτε περιοχής, δημιουργώντας ταυτόχρονα την ειδική μορφή τουρισμού, αυτή του πολιτιστικού τουρισμού (Lickorish & Jenkins, 2004).

Είναι γεγονός ότι ο τουρισμός που βασίζεται σε έννοιες όπως είναι η προοπτική, μπορεί να δημιουργήσει ως στόχο την διατήρηση της ισορροπίας του φυσικού περιβάλλοντος. Αυτό θα επιτευχθεί μέσω συνεχών ελέγχων της ατμόσφαιρας, των υδάτων, κ.α. (Brunt & Courtney 1999).

Κλείνοντας, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι ο τουρισμός επειδή θεωρείται μια σημαντική επένδυση μπορεί να αναπτύξει και να διαμορφώσει την τοπική υποδομή μέσα στην οποία αναπτύσσεται, μέσω οδικών δικτύων, αεροδρομίων, συστημάτων τηλεπικοινωνιών, ύδρευσης, κ.α. Αυτό σίγουρα έχει πολλαπλά οφέλη σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο (Lickorish & Jenkins, 2004).

2.4.3 Κοινωνία

Μέσω της άφιξης των τουριστών και της αγοραστικής τους δύναμης στην χώρα υποδοχής επιτυγχάνεται η μεταφορά του διαφορετικού τρόπου ζωής, κουλτούρας και συμπεριφοράς τους (Lickorish & Jenkins, 2004). Άρα, η ανάπτυξη του τουρισμού

επηρεάζει τις λειτουργίες, τα χαρακτηριστικά και την κουλτούρα της τοπικής κοινωνίας. Οι αλλαγές αυτές είναι περισσότερο αισθητές σε νησιωτικές, ορεινές ή υπαίθριες περιοχές. Συνήθως, οι αλλαγές αυτές παρατηρούνται στον τρόπο συμπεριφοράς και ζωής, στις σχέσεις των δύο φύλων, στις σχέσεις ανάμεσα της ίδιας της κοινότητας κ.α. (Κοκκώσης & Τσάρτας,2001).

Όπως αναφέρουν και οι Αποστολόπουλος & Σδράλη (2009) αυτό ίσως έχει ως αποτέλεσμα μακροπρόθεσμα να μεταβληθούν οι παραδόσεις, τα έθιμα και η συμπεριφορά των κατοίκων της περιοχής, δημιουργώντας τις βάσεις έτσι ώστε να υιοθετηθούν, από τους κατοίκους της περιοχής, νέα πολιτισμικά-καταναλωτικά-κοινωνικά πρότυπα. Υπάρχουν περιπτώσεις όπου η τουριστική ανάπτυξη επιτυγχάνεται εξαιτίας των τοπικών στοιχείων, οπότε σε αυτές τις περιπτώσεις μέσω του τουρισμού διατηρείται ο παραδοσιακός χαρακτήρας της τοπικής περιοχής.

Επιπλέον, παρατηρείται ότι λόγω των αυξημένων εισοδημάτων και της μεγάλης κοινωνικής αποδοχής των επαγγελμάτων που σχετίζονται με τον τουρισμό, επιτυγχάνεται κοινωνική και επαγγελματική κινητικότητα, κυρίως από τους νέους και τις γυναίκες. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα από την μία να υπάρχει εξάπλωση των εισοδημάτων σε ευρύτερα στρώματα του πληθυσμού και από την άλλη να υπάρχει πιθανή μετακίνηση του εργατικού δυναμικού από περιορισμένους οικονομικά κλάδους στον πιο προσοδοφόρο κλάδο, τον τουριστικό (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).

Επιπρόσθετα, είναι σημαντικό να αναφερθεί πόσο σημαντική είναι για την ανάπτυξη του τουρισμού, η επικοινωνία και η συνύπαρξη των κατοίκων της τοπικής περιοχής και των επισκεπτών. Όμως, η συνύπαρξη και η επικοινωνία ανάμεσα στους δυο αυτούς τους διαφορετικούς πληθυσμούς δεν είναι πάντα εύκολη υπόθεση. Πολλές φορές η μετατόπιση των παραδοσιακών προτύπων και η αποδυνάμωση των ηθικών αξιών, έχει ως συνέπεια την μεταβολή των πολιτισμικών αξιών, άρα και της ίδιας της συμπεριφοράς (Lickorish & Jenkins, 2004).

Ωστόσο, η ανάπτυξη του τουρισμού δεν έχει μόνο αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία αλλά και αρκετές θετικές. Μια από τις θετικότερες επιπτώσεις του τουρισμού στην κοινωνία είναι η αξιοποίηση και η βελτίωση των συγκοινωνιών, προς

όφελος και των κατοίκων και των επισκεπτών, των υπηρεσιών κοινής ωφέλειας, όπως είναι η αρχιτεκτονική τοπίου, ο φωτισμός, τα πεζοδρόμια, οι χώροι αναψυχής, το σύστημα διαχείρισης των σκουπιδιών, κ.α. της εκάστοτε περιοχής.

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι η τοπική κοινωνία και το περιβάλλον αποτελούν ένα μεγάλο μέρος της πολιτιστικής κληρονομιάς, άρα θα πρέπει να υπάρχει προστασία έτσι ώστε να διατηρηθεί η διαφορετικότητα της κάθε κοινωνίας (Lickorish & Jenkins, 2004).

2.5 Τουριστική ζήτηση

Όπως έχει ξανά αναφερθεί και παραπάνω, ο τουρισμός έχει συμβάλει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη και στην βελτίωση των σύγχρονων κοινωνιών. Για το λόγο αυτό, το φαινόμενο του τουρισμού, τα τελευταία χρόνια, έχει απασχολήσει πολλούς μελετητές, οι οποίοι προσπαθούν να κατανοήσουν και να εξετάσουν τη ζήτηση του. Με άλλα λόγια προσπαθούν να ανακαλύψουν τις ποσοτικές και ποσοτικές μεταβλητές που επηρεάζουν τη διακύμανση αλλά και την πρόβλεψη της τουριστικής ζήτησης.

Αρχικώς προς διασάφηση της έννοιας της ζήτησης, η οικονομική επιστήμη προσδιορίζει ότι η ζητούμενη ποσότητα ενός προϊόντος/αγαθού είναι η ποσότητα που οι καταναλωτές επιθυμούν και έχουν την δυνατότητα να αγοράσουν. Η ποσότητα που θα αγοραστεί κάθε φορά εξαρτάται από την τιμή του προϊόντος/αγαθού. Άρα, η σχέση μεταξύ προσφοράς και ζήτησης είναι δυσανάλογη, όταν αυξάνεται η τιμή του προϊόντος/αγαθού, μειώνεται η ζητούμενη ποσότητα (Κώττης & Πετράκη - Κώττη, 2000).

Εν συνέχεια, σύμφωνα με τους Li, Song & Witt (2005) η τουριστική ζήτηση είναι η ποσότητα του συνόλου των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών που τα άτομα είναι διατεθειμένοι να αποκτήσουν κατά την διάρκεια μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου και υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις που ελέγχονται από τους επεξηγηματικούς παράγοντες που χρησιμοποιούνται στην τουριστική ζήτηση.

Σύμφωνα με την κλασική οικονομική θεωρία οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση είναι οι οικονομικοί παράγοντες, όπως παραδείγματος χάρη είναι το εισόδημα των καταναλωτών, οι οποίοι συνήθως αποτρέπουν τους καταναλωτές να υλοποιήσουν τουριστικό ταξίδι. Επίσης, παρατηρείται πως και άλλοι μη ποσοτικοί παράγοντες επηρεάζουν τις προτιμήσεις και επιθυμίες των καταναλωτών (Crouch, 1992). Οι παράγοντες αυτοί μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

2.5.1 Οικονομικοί παράγοντες

Εισόδημα

Είναι γεγονός ότι η ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου είναι αποτέλεσμα του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων από τις χώρες προέλευσης των τουριστών. Το ποσοστό των καταναλωτών που θα αναχωρήσουν για διακοπές εξαρτάται άμεσα από το επίπεδο του εισοδήματος (Βαρβαρέσος, 200). Οι αλλαγές που πραγματοποιούνται στο εισόδημα των καταναλωτών μπορούν να προκαλέσουν αλλαγές στη ζήτηση των τουριστικών προϊόντων, αφού αυξάνεται η αγοραστική τους δύναμη (Proenca & Soukiazis, 2005).

Εγχώριες τιμές

Ο τουρισμός καθώς αποτελεί προϊόν/υπηρεσία κατανάλωσης έχει μια τιμή, η οποία προκύπτει από το κόστος των υπηρεσιών και προϊόντων στην εκάστοτε χώρα προορισμού. Αν υπάρξει μια μεταβολή, κυρίως αύξουσα, στο επίπεδο των τιμών της χώρας προορισμού, οι τουρίστες αναζητούν άλλες χώρες για το τουριστικό ταξίδι τους (Proenca & Soukiazis, 2005).

Επίσης, είναι σημαντικό να αναφερθεί πως δεν επηρεάζουν τους καταναλωτές μόνο οι τιμές στην χώρα προορισμού αλλά και οι τιμολογιακές διαφορές που μπορεί να προκύψουν ανάμεσα στη χώρα προέλευσης και στη χώρα προορισμού. Αν παραδείγματος χάρη οι τιμές αυξηθούν στην χώρα προορισμού σε τέτοιο βαθμό, έτσι ώστε να ξεπερνούν τις τιμές στην χώρα προέλευσης και η αύξηση αυτή δεν αντισταθμίζεται από τις αλλαγές στις συναλλαγματικές ισοτιμίες, τότε αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα οι τουρίστες να αναζητήσουν άλλη χώρα προορισμού, καθώς το κόστος του ταξιδιού θα έχει αυξηθεί (Walsh, 1996).

Κόστος μεταφοράς

Ένα από τα βασικά συστατικά της τιμής που οι τουρίστες πρέπει να πληρώσουν για το προϊόν/υπηρεσία του τουρισμού είναι το κόστος μεταφοράς. Το κόστος μεταφοράς αναφέρεται στις δαπάνες του μετά επιστροφής ταξιδιού ανάμεσα στην χώρα προορισμού και στην χώρα προέλευσης. Οποιαδήποτε αύξηση προκύψει στο κόστος μεταφοράς, θα έχει ως αποτέλεσμα να υπάρξουν μεταβολές στη τουριστική ζήτηση (Uysal & Crompton, 1984).

Τιμές Υποκατάστατων και Συμπληρωματικών

Είναι γνωστό από την οικονομική θεωρία ότι τα υποκατάστατα επηρεάζουν σε σημαντικό βαθμό την ζήτηση. Το φαινόμενο αυτό παρατηρείται πολύ συχνά και στο τουρισμό, ειδικά τα τελευταία χρόνια λόγω των ανταγωνιστικών τιμών που προσφέρουν κάποιες χώρες. Για παράδειγμα, αν αυξηθούν οι τιμές στην Ελλάδα, ίσως αυξηθεί η ζήτηση για διακοπές στην Τουρκία. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι καταναλωτές να αναζητούν φθηνότερους ανταγωνιστικούς προορισμούς (Τουρκία) (Proenca & Soukiazis, 2005).

2.5.2 Ψυχολογικοί παράγοντες

Οι ψυχολογικοί παράγοντες αναφέρονται στον τρόπο ζωής και στις προτιμήσεις των δυνητικών τουριστών. Το ταξίδι αποτελεί μια διαφυγή από την καθημερινότητα και φυγή προς την χαλάρωση, την διασκέδαση και το διαφορετικό περιβάλλον. Οι τουρίστες πραγματοποιούν ταξίδια επηρεαζόμενοι από την ψυχολογική τους ανάγκη να ξεφύγουν από την καθημερινότητα τους (Τσάρτας, 1996).

Οι Song, Romilly & Liu (2000) αναφέρουν ότι ο τουρίστας για να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι επηρεάζεται από τα ατομικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του, τις ανάγκες του, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κάθε προορισμού, τα ενδιαφέροντά του, το μορφωτικό και πολιτιστικό του υπόβαθρο.

2.5.3 Διεθνείς και πολιτικοί παράγοντες

Έχει παρατηρηθεί ότι διάφοροι διεθνείς και πολιτικοί παράγοντες επηρεάζουν σε σημαντικό βαθμό το παγκόσμιο τουρισμό, ασκώντας άλλοτε θετικές και άλλοτε αρνητικές επιδράσεις. Η πολιτική αστάθεια που επικρατεί σε μια χώρα, τα τρομοκρατικά χτυπήματα, ο πόλεμος, κ.α. αποτελούν αποτρεπτικό παράγοντα στην τελική απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει προς μια συγκεκριμένη χώρα, με αποτέλεσμα να αναζητά ασφαλέστερες χώρες. Σύμφωνα με τους Seddighi, Nuttall & Theocharous (2001) η πολιτική αστάθεια μιας χώρας προκαλεί μείωση του τουρισμού ή ακόμα και εξαφάνιση του. Επιπλέον, έχει παρατηρηθεί ότι όταν επικρατεί αστάθεια στην παγκόσμια οικονομία μειώνεται η διεθνής τουριστική ζήτηση.

Βέβαια, από την άλλη οι πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα αθλητικά γεγονότα που διαδραματίζονται σε μια χώρα, αυξάνουν την δημοσιότητα της με αποτέλεσμα να αυξάνεται η τουριστική ζήτηση για την συγκεκριμένη χώρα.

2.5.4 Κοινωνιολογικοί και δημογραφικοί παράγοντες

Ο Walsh (1996) αναφέρει ότι παράγοντες όπως η ηλικία, το επάγγελμα, η αστικοποίηση των χωρών προέλευσης, κ.α. επηρεάζουν σημαντικά τη τουριστική ζήτηση. Οι παράγοντες αυτοί επιδρούν σε διαφορετικό βαθμό στην τελική απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει. Για παράδειγμα, οι επαγγελματίες και τα ανώτερα στελέχη πραγματοποιούν συχνότερα ταξίδια για διακοπές, οι νέοι διαθέτουν περισσότερο χρόνο έτσι ώστε να ταξιδεύουν, ενώ οι γρήγοροι ρυθμοί που υπάρχουν στις αστικές κοινωνίες δημιουργούν την επιθυμία του ατόμου για απόδραση του από αυτήν.

Επιπλέον και το επίπεδο μόρφωσης αποτελεί σημαντικό παράγοντα, αφού οι μορφωμένοι τουρίστες διαθέτουν διαφορετικά κίνητρα για να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι και καλύτερη πληροφόρηση. Είναι σημαντικό να αναφερθεί και η επιρροή της οικογενειακής κατάστασης του τουρίστα. Για παράδειγμα αν τουρίστας έχει παιδιά κατά πάσα πιθανότητα να μην επιλέξει κάποιους τύπους ταξιδιών, όπως είναι τα μακρινά ταξίδια (Τσάρτας, 1996).

Τέλος, ένας άλλος παράγοντας που επηρεάζει την τουριστική ζήτηση είναι ο πληθυσμός της χώρας προέλευσης, καθώς όσο μεγαλύτερος είναι ο πληθυσμός τόσο μεγαλύτερη είναι και η ζήτηση για τουρισμό (Munoz & Amaral, 2000).

2.5.5 Κλιματολογικοί και φυσικοί παράγοντες

Οι παράγοντες αυτοί αναφέρονται στα φυσικά και κλιματολογικά στοιχεία της κάθε χώρας προορισμού, όπως είναι για παράδειγμα η θερμοκρασία, η ηλιοφάνεια, κ.α. Τα στοιχεία αυτά συμβάλουν σημαντικά στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού (ορεινός τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, κλπ) στη χώρα προορισμού και επηρεάζουν σε διαφορετικό βαθμό τις ψυχολογικές ανάγκες του κάθε τουρίστα (Ηγουμενάκης, 1997).

2.6 Τουριστική προσφορά

Είναι σημαντικό πριν γίνει οποιαδήποτε αναφορά στην τουριστική προσφορά να οριστεί η έννοια της προσφοράς. Σύμφωνα με την οικονομική θεωρία η προσφορά αναφέρεται στην ποσότητα των υπηρεσιών και προϊόντων που μπορούν να διοχετευτούν στην αγορά σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο ανάλογα με την τιμή τους (Κώττης & Πετράκη - Κώττη, 2010)

Εν συνέχεια, σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο (2000) η τουριστική προσφορά απεικονίζει το σύνολο των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται στον καταναλωτή, για να υλοποιήσει ανάγκες ή επιθυμίες που περιγράφονται ως τουριστικές. Άλλωστε ο τουρισμός εκπροσωπεί ένα σύνθετο προϊόν, το οποίο αποτελείται από άυλα και υλικά στοιχεία.

Η ιδιομορφία του τουρισμού είναι εμφανής από συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, τα οποία αναλύονται παρακάτω (Βαρβαρέσος, 2000):

Ανελαστικότητα του τουριστικού προϊόντος

Όταν υπάρξει μια αύξηση της τουριστικής ζήτησης ή μια αύξηση στις τιμές των τουριστικών υπηρεσιών δεν σημαίνει ότι θα υπάρξει και μια παράλληλη αναλογική αύξηση τους. Αυτό σημαίνει ότι σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο η ζήτηση προσκρούει σε μια ανελαστική προσφορά, αφού συγκεκριμένα προϊόντα και υπηρεσίες δεν μπορούν να παραχθούν τη στιγμή που ζητούνται.

Αδυναμία αποθήκευσης του τουριστικού προϊόντος

Στο σύνολό του ο τουρισμός περιλαμβάνει άυλα στοιχεία, όπως είναι η θάλασσα, ο ήλιος άλλα και υλικά στοιχεία όπως είναι τα δωμάτια του ξενοδοχείου, τα οποία είναι αδύνατο να αποθηκευτούν. Η αδυναμία αποθήκευσης του τουριστικού προϊόντος συμβάλλει στην αύξηση διάρκειας της τουριστικής περιόδου, έτσι ώστε να επιτευχθεί όσο το δυνατόν καλύτερη εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων του τόπου υποδοχής. Βέβαια υπάρχουν και στοιχεία του τουρισμού που μπορούν να αποθηκευτούν, με αποτέλεσμα να επιτυγχάνεται καλύτερος καταμερισμός της εργασίας.

Το τουριστικό προϊόν δεν χαρακτηρίζεται από μεγάλο βαθμό αυτοματισμού

Ενώ οι τουριστικές δραστηριότητες χαρακτηρίζονται ως εντάσεως εργασίας, θα πρέπει να αναφερθεί ότι η χρήση υπολογιστών και το σύστημα μηχανογράφησης που χρησιμοποιούνται για την οργάνωση και τον έλεγχο των ξενοδοχειακών καταλυμάτων λειτουργεί με επιτυχία.

Η παραγωγή και η κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος πραγματοποιείται ταυτόχρονα και στον ίδιο χώρο

Ένα γεύμα, ένα παιχνίδι γκολφ, μια διανυκτέρευση παράγονται και καταναλώνονται ταυτόχρονα, σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή και σε ένα συγκεκριμένο χώρο (εστιατόριο, γήπεδο γκολφ, ξενοδοχείο).

Το τουριστικό προϊόν καταναλώνεται στον τόπο παραγωγής

Αυτό συμβαίνει επειδή το τουριστικό προϊόν δεν μπορεί να αποσταλεί στη χώρα προέλευσης του τουρίστα για να καταναλωθεί εκεί. Με αποτέλεσμα ο τουρίστας να πρέπει να ταξιδέψει στην εκάστοτε χώρα προορισμό για να μπορέσει να καταναλώσει τα τουριστικά προϊόντα. Θα πρέπει να τονιστεί ότι τόσο τα υλικά όσο και τα άυλα στοιχεία διακρίνονται για τη χωρική ακινησία τους.

Τα τουριστικά υπό - προϊόντα χαρακτηρίζονται ως συμπληρωματικά

Όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω το τουριστικό προϊόν δεν είναι ομοιογενές, όμως παρατηρείται μια συμπληρωματικότητα μεταξύ των διαφόρων προϊόντων. Ο τουρίστας έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει μόνος του το σφαιρικό τουριστικό προϊόν χωρίς να μεταβάλλει το χαρακτήρα και την μορφή των τουριστικών υπό-προϊόντων.

Σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να υπογραμμιστεί ότι η συμπληρωματικότητα που χαρακτηρίζει τα τουριστικά προϊόντα αλλά και ο μεγάλος τους αριθμός δημιουργούν προβλήματα στην ποιότητα τους. Είναι δύσκολο να παραχθεί η ίδια ποιότητα για ένα συγκεκριμένο προϊόν καθώς τα παρεμβαλλόμενα προϊόντα είναι πολλά. Ο αριθμός των παρεμβαλλόμενων προϊόντων είναι μεγάλος. Τέλος θα πρέπει να αναφερθεί ότι η συμπληρωματικότητα δεν σχετίζεται μόνο με τις τουριστικές επιχειρήσεις αλλά και

με τις σχέσεις που δημιουργούν οι τουριστικές επιχειρήσεις με τους τουριστικούς πόρους.

Η κατανάλωση των τουριστικών υπηρεσιών επιφέρει την καταστροφή του

Όταν ολοκληρωθούν οι διακοπές οι μόνες άυλες αξίες που συνοδεύουν τους τουρίστες είναι οι αναμνήσεις και οι εμπειρίες

Τα υπό-προϊόντα μπορούν να υποκατασταθούν μεταξύ τους

Ο σημαντικότερος παράγοντας για να υποκατασταθεί το αεροπλάνο με το αυτοκίνητο, ένα πολυτελές ξενοδοχείο με ένα τρίτης κατηγορίας, κλπ. είναι το διαθέσιμο εισόδημα του τουρίστα για διακοπές.

Τέλος, ο Βαρβαρέσος (2000) αναφέρει ότι το τουριστικό αγαθό, δηλαδή η τουριστική προσφορά, μιας χώρας ή μιας περιοχής μπορεί να διακριθεί σε δυο μεγάλες κατηγορίες:

- *την πρωτογενή τουριστική προσφορά*, η οποία περιλαμβάνει όλους εκείνους τους τουριστικούς πόρους που αποτελούν τη βάση της τουριστικής δραστηριότητας (θάλασσα, κλίμα, πολιτισμός, μνημεία, κ.α.).
- *τη δευτερογενή ή απορρέουσα τουριστική προσφορά*, η οποία περιλαμβάνει όλες εκείνες τις υποδομές και ανωδομές που υλοποιήθηκαν από τον άνθρωπό (αεροδρόμια, δρόμοι, τηλεπικοινωνίες, κ.α.), έτσι ώστε να γίνει πιο εύκολη η εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων.

2.7 Ο τουρισμός ως μοχλός περιφερειακής ανάπτυξης

Ο τουρισμός συμβάλει σε σημαντικό βαθμό στην περιφερειακή ανάπτυξη, καθώς η χωρική διασπορά των πολιτιστικών, φυσικών και άλλων πλεονεκτημάτων που θεωρούνται τουριστικοί πόροι, τον καθιστούν περιφερειακή δραστηριότητα. Όταν μια περιοχή διαθέτει τουριστικούς πόρους έχει συγκριτικό πλεονέκτημα, καθώς δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την τουριστική της ανάπτυξη (Ζοπουνίδη & Σίσκος, 2006).

Αρχικά θα πρέπει να αναφερθεί ότι η περιφερειακή ανάπτυξη αποτελεί μια προσπάθεια έτσι ώστε να υλοποιηθεί το καλύτερο δυνατό χωρικό πρότυπο ανάπτυξης. Σύμφωνα με τον Friedmann (1963) η περιφερειακή ανάπτυξη είναι μια διαδικασία διαμόρφωσης κοινωνικών σκοπών κατά την οργάνωση των δραστηριοτήτων του υπεραστικού χώρου. Μέσα από την περιφερειακή ανάπτυξη θέτονται τα όρια για το πώς θα πρέπει να κατανεμηθούν χωρικά οι δραστηριότητες, έτσι ώστε να ικανοποιηθούν οι κοινωνικοί στόχοι.

Η στρατηγική της περιφερειακής ανάπτυξης είναι μια έννοια η οποία θα μπορούσε να οριστεί ως η ακολουθητέα πορεία για την προσέγγιση των στόχων της περιφερειακής πολιτικής με την αξιοποίηση των διαθέσιμων μέσων και πόρων (Παπαδασκαλόπουλος, 1992). Σύμφωνα με τον Παπαδασκαλόπουλο (1995) τα βασικά χαρακτηριστικά της είναι τα εξής:

- η δημιουργία του προτύπου περιφερειακής ανάπτυξης
- η ενδυνάμωση των αρμοδιοτήτων των περιφερειών
- η προώθηση της τοπικής/ενδογενούς ανάπτυξης
- οι χωρικές προτεραιότητες παρέμβασης (καθορισμός περιοχών που έχουν προτεραιότητα παρέμβασης, όπως είναι τα νησιά)
- ο καθορισμός του ρόλου των αστικών κέντρων και η επιλογή των αστικών κέντρων που θα λειτουργήσουν ως πόλοι ανάπτυξης
- καθορισμός των κλαδικών προτεραιοτήτων (έτσι ώστε να προωθηθούν κλάδοι στρατηγικής σημασίας για την ανάπτυξη των περιφερειών).

Σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά που αναφέρθηκαν παραπάνω ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει βασικό παράγοντα περιφερειακής ανάπτυξης, αφού πληροί την

πλειοψηφία των κριτηρίων. Δεδομένης της σημαντικής συμβολής του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία, αναμφιβόλως μπορεί να θεωρηθεί κλάδος στρατηγικής σημασίας και να ενδυναμώσει τη διεθνή ανταγωνιστικότητα μιας περιοχής, μετατρέποντας την σε αποτελεσματικό τουριστικό προορισμό. Επιπλέον, μέσω του τουρισμού μπορεί να προωθηθεί η τοπική ανάπτυξη μιας περιοχής, κυρίως αν η τοπικές αρχές ακολουθούν την πολιτική ανάπτυξη αειφόρων τουριστικών προορισμών που θα προσελκύσουν τουρίστες που αναζητούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίοι ταξιδεύουν σε μια περιοχή κυρίως για να γνωρίζουν τα ιδιαίτερα τοπικά χαρακτηριστικά της.

Επίσης, μέσω του τουρισμού υποστηρίζονται περιοχές που βρίσκονται σε προτεραιότητα παρέμβασης, όπως είναι τα νησιά. Πολλοί μελετητές (Jenkins & Henry, 1982; Coccosis, 1987; Britton, 1991; Conlin & Baum, 1995) μέσα από τις έρευνες τους κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός έπαιξε σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη περιφερειακών, νησιωτικών και απομονωμένων περιοχών, οι οποίες δεν είχαν την δυνατότητα να αναπτύξουν μια βιομηχανική βάση, εξαιτίας της απομόνωσης, της έλλειψης πόρων και του ανθρώπινου δυναμικού.

Βάση των παραπάνω ιδιοτήτων του τουρισμού, αναπτύχθηκαν στρατηγικές περιφερειακής ανάπτυξης που επικεντρώνονται στην τουριστική ανάπτυξη. Πιο αναλυτικά ο προγραμματισμός της περιφερειακής τουριστικής ανάπτυξης αφορά δραστηριότητες που σχετίζονται με την ανάπτυξη του τουρισμού σε περιφερειακό επίπεδο (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, 1983). Ο προγραμματισμός της περιφερειακής τουριστικής ανάπτυξης δεν πρέπει να είναι μια ανεξάρτητη δραστηριότητα αλλά θα πρέπει να εντάσσεται στο πλαίσιο της πολιτικής προγραμματισμού της εθνικής τουριστικής ανάπτυξης. Επιπρόσθετα, θα πρέπει να επιλύει τα ζητήματα πρόσβασης στις περιφέρειες και του δικτύου εσωτερικών μεταφορών, των πολιτισμικών, περιβαλλοντικών και οικονομικοκοινωνικών επιπτώσεων του τουρισμού, της συντήρησης των τουριστικών περιοχών που ελκύουν μεγάλο αριθμό τουριστών, της ποιότητας και ποσότητας των υπηρεσιών που προσφέρονται, της τουριστικής εκπαίδευσης, της υλοποίησης και διαχείρισης του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης.

Από το 1988 και η Ευρωπαϊκή Ένωση είχε αναγνωρίσει τον τουρισμό ως μοχλό περιφερειακής ανάπτυξης, καθώς είχε θέσει τους παρακάτω στόχους στο σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης των κρατών-μελών της (Pearce, 1988):

- ευκολότερη μετακίνηση των τουριστών εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης
- παροχή περισσότερων πληροφοριών στους τουρίστες
- καλυτέρευση των εργασιακών συνθηκών στον τουριστικό κλάδο
- σωστότερη αξιοποίηση των κονδυλίων για την ενίσχυση του τουρισμού
- Βελτίωση της γεωγραφικής και εποχιακής κατανομής του τουρισμού

Τέλος, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η περιφερειακή ανάπτυξη μέσω του τουρισμού δεν είναι προκαθορισμένη λύση και θα πρέπει να αποτρέπεται, αν είναι εφικτό, η αποκλειστική εξάρτηση της οικονομίας μιας περιοχής από τις τουριστικές δραστηριότητες. Όπως αναφέρουν οι Hohl & Tisdell (1995) δεν θα πρέπει να αψηφάτε το γεγονός ότι ο τουρισμός είναι μια οικονομική δραστηριότητα αρκετά ανασφαλής, καθώς επηρεάζεται άμεσα από τις διακυμάνσεις που υλοποιούνται στο εισόδημα και στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Ιδιαίτερα σε απομακρυσμένες και περιφερειακές περιοχές η βιωσιμότητα και η ανάπτυξη του τουρισμού δεν είναι προκαθορισμένη, καθώς μπορεί να απαιτούνται πολύ υψηλά κόστη για την υποστήριξη των τουριστικών υποδομών. Η τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να συνδυάζεται με άλλες οικονομικές δραστηριότητες, όπως το εμπόριο, την αγροτική ανάπτυξη, κ.α., έτσι ώστε να περιοριστούν τα παραπάνω προβλήματα και να αποτελέσει ο τουρισμός μοχλός περιφερειακής ανάπτυξης.

3. Πολιτιστικός Τουρισμός

3.1 Έννοιες πολιτισμός και κουλτούρα

Η έννοια του πολιτισμού πρωτοεμφανίστηκε τον 18^ο αιώνα με σκοπό την διάκριση του *πολιτισμένου* και του *βάρβαρου*. Η έννοια του πολιτισμού χαρακτηρίζει ένα σύνολο κοινωνιών και λαών (Βρύζας, 2005). Σύμφωνα με τον Καραγιάννη (2011) ο πολιτισμός είναι το άθροισμα των πνευματικών εκδηλώσεων (όπως είναι τα έθιμα, οι τέχνες, τα γράμματα, τα επιστημονικά επιτεύγματα, τα ήθη, κ.α.) ενός έθνους. Επιπλέον, ο Braudel (2001) αναφέρει ότι βασικό συστατικό για τον περιορισμό της έννοιας του πολιτισμού αποτελεί η σχέση του ατόμου με την κοινωνία και την φύση. Ο Braudel (2001) καταλήγει στο συμπέρασμα αυτό από το γεγονός ότι το άτομο έχει την δυνατότητα να αξιοποιεί τον πλούτο που προσφέρει η φύση, επιτυγχάνοντας το πολιτιστικό τοπίο.

Σύμφωνα με την Γκέφου-Μαδιανού (1999) ο πολιτισμός είναι μια έννοια που εξελίσσεται σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, καθώς συνδέεται άμεσα με την έννοια του έθνους κράτους, όπου μέσα σε αυτό δημιουργούνται και εξελίσσονται οι καλλιτεχνικές και πολιτισμικές παραδόσεις των κοινωνιών με καθορισμένη πολιτική οργάνωση. Όπως αναφέρει ο Braudel (2001) ο πολιτισμός συνδέεται με την εμφάνιση και ανάπτυξη των πόλεων (αστικοποίηση).

Από τα πρώτα κέντρα πολιτισμού υπήρξε η Αίγυπτος, η Αρχαία Ελλάδα, η Κίνα, η Μεσοποταμία και η Κεντρική Αμερική, καθώς διέθεταν ανεπτυγμένη γραφή, αρδευτική γεωργία και σύνθετη οργάνωση της πόλης/κοινωνίας (Γκέφου-Μαδιανού, 1999)

Επιπλέον, θα πρέπει να αναφερθεί ότι σύμφωνα με την πλειοψηφία των μελετητών ο πολιτισμός *απαρτίζεται* από γνώσεις και αλληλεξάρτητα πρότυπα παραδόσεων, τα οποία μεταφέρονται στο χώρο και το χρόνο και στηρίζονται στη γλωσσική ή μη γλωσσική ικανότητα του ατόμου να χρησιμοποιεί σύμβολα (Γκέφου-Μαδιανού, 1999).

Ο Braudel (2001) αναφέρει ότι οι οποιοσδήποτε αλλαγές πραγματοποιούνται στην κοινωνία, προκαλούν και τις αντίστοιχες στον πολιτισμό. Επομένως, ο πολιτισμός δε

συνιστά μια στατική συνισταμένη αλλά αντίθετα χαρακτηρίζεται από μια συνεχιζόμενη ροή. Ο πολιτισμός είναι ένα μοναδικό και αυτόνομο σύνολο, το οποίο μοιράζεται από κοινού για όλα τα μέλη του, παρουσιάζοντας ένα είδος αυθεντικότητας στο χρόνο (Γκέφου-Μαδιανού, 1999).

Όπως είναι αναμενόμενο ο κάθε πολιτισμός δημιουργεί διάφορες κουλτούρες. Οι Hall et al., (2003) ορίζουν την κουλτούρα ως ένα άθροισμα αντιλήψεων και ιδεών που δημιουργούν τις δραστηριότητες των ατόμων και των υλικών προϊόντων. Τα πολιτισμικά ιδεώδη υλοποιούνται μέσα από την ζωή των ομάδων μιας κοινωνίας που σχηματίζουν, διατυπώνουν και διαφωνούν με αυτό το άθροισμα των αντιλήψεων και ιδεών, που από μόνα τους είναι καθορισμένα στο χώρο και τον χρόνο.

Ο όρος κουλτούρα σε γενικές γραμμές είναι ασαφής. Όταν πρωτοεμφανίστηκε ως έννοια τον 12ο αιώνα, αναπτύχθηκε ταυτόχρονα με τις έννοιες καλλιεργημένη γη και θρησκεία, ενώ τον 16ο αιώνα εμφανίστηκε με την έννοια της καλλιέργειας της παιδείας και του πνεύματος. Επομένως, συμπεραίνεται ότι η έννοια της κουλτούρας υποδηλώνει τις εκφράσεις της ζωής, όπως είναι οι ιδεολογίες, θρησκείες, τέχνες, κλπ. Όμως στις μέρες μας η έννοια της κουλτούρας δεν ορίζεται μόνο από τα παραπάνω αλλά υποδηλώνει ένα συγκεκριμένο τρόπο ζωής (Βρύζας, 2005).

3.2 Πολιτιστικός Τουρισμός

Αναμφισβήτητα, ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί έναν από τους ταχύτερα και δυναμικά αναπτυσσόμενους τομείς στην βιομηχανία του τουρισμού (Wang et al., 2008). Η ζήτηση για τον πολιτιστικό τουρισμό στην Ευρώπη έχει αυξηθεί σε σημαντικό βαθμό τα τελευταία 50 χρόνια, καθώς έχει δημιουργηθεί μια νέα μεσαία κοινωνική τάξη με αρκετά υψηλά επίπεδα εισοδήματος και εκπαίδευσης (Richards, 1996).

Ο πολιτισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες και συμβάλει σημαντικά στον σχεδιασμό της τουριστικής πολιτικής της κάθε χώρας (Sdrali & Chazari, 2007). Σύμφωνα με τους Ioan-Frank & Istoc (2007) ο πολιτιστικός

τουρισμός συντελεί σε σημαντικό βαθμό στη τουριστική ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, ακόμη και στην αναβάθμιση και αποκατάσταση περιοχών και πόλεων. Επίσης, είναι σημαντικό να τονιστεί ότι ο τουρισμός και ο πολιτισμός συμβάλουν στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη των περιφερειακών περιοχών (MacDonald & Jolliffe, 2003).

Είναι δύσκολο να δοθεί ένας πλήρης ορισμός για την έννοια του πολιτιστικού τουρισμού, καθώς συναποτελείται από τις έννοιες *τουρισμός* και *πολιτισμός*, δυο έννοιες οι οποίες δεν είναι εύκολα προσδιορίσιμες καθώς έχουν δοθεί για αυτές πολλοί ορισμοί. Ανασκοπώντας την βιβλιογραφία παρατηρείται ότι έχουν διατυπωθεί διάφοροι ορισμοί χωρίς να έχει επικρατήσει κάποιος συγκεκριμένος.

Ο Richards (1996) αναφέρει ότι ο πολιτιστικός τουρισμός εστιάζεται στην επαφή που έχει ο τουρίστας με την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής που επισκέπτεται. Ενώ, οι Hughes & Allen, (2005) αναφέρουν ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί την εμπειρία που αποκτά το άτομο μετά την επίσκεψή του σε κάποιο μουσείο ή πολιτιστικό χώρο.

Οι Bachleitner & Zins (1999) δηλώνουν ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αναφέρεται στην μετακίνηση που πραγματοποιούν τα άτομα σε πολιτιστικά αξιοθέατα, τα οποία βρίσκονται εκτός του μόνιμου τόπου διαμονής τους. Επίσης, οι Shamsuddoha et al., (2011) προσθέτουν ότι ο απώτερος σκοπός της μετακίνησης τους είναι η συλλογή εμπειριών και πληροφοριών προκειμένου να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές του ανάγκες/επιθυμίες.

Αρκετοί μελετητές (Taylor, 2001; Hughes & Allen, 2005) αναφέρουν ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένα είδος τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος, το οποίο βασίζεται στην αναζήτηση και τη συμμετοχή πολιτιστικών, συναισθηματικών, ψυχολογικών και πνευματικών εμπειριών. Συμπερασματικά, θα λέγαμε ότι ο πολιτιστικός τουρισμός προσεγγίζεται ολιστικά αλλά με έμφαση στην πολιτιστική κληρονομιά, κυρίως σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία, μουσεία, πολιτιστικά δρώμενα, παραδοσιακούς χώρους, κ.ά. (Keitumetse, 2009; Huibin et al., 2012).

Βάση όσων αναφέρθηκαν παραπάνω συμπεραίνεται ότι ο πολιτιστικός τουρισμός ελκύει τουρίστες οι οποίοι επιδιώκουν κατά την διάρκεια του ταξιδιού τους να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές ανησυχίες τους.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η υιοθέτηση του πολιτιστικού τουρισμού μπορεί να δημιουργήσει συνθήκες ευημερίας για την περιοχή που τον υιοθετεί, καθώς συμβάλλει στη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη (Besculides et al., 2002). Πιο συγκεκριμένα, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στην τοπική οικονομική ευημερία, καθώς δημιουργεί νέες θέσεις απασχόλησης, παροτρύνει το άνοιγμα μικρομεσαίων επιχειρήσεων με τοπικά προϊόντα, αυξάνει σε σημαντικό βαθμό το εθνικό εισόδημα, ενισχύει την μάθηση των τοπικών κατοίκων, την υπερηφάνεια της κοινότητας και την εθνική ταυτότητα (Smith, 2004; Bachleitner & Zins, 1999; Burns & Sancho, 2003).

Επιπρόσθετα, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να δημιουργήσει συγκριτικό πλεονέκτημα για τους κατοίκους αναπτύσσοντας έννοιες όπως την συντροφικότητα, την αίσθηση της εθνικής και πολιτιστικής ταυτότητας, την ανταλλαγή ιδεών, την κοινή χρήση ιδεών, την αύξηση της γνώσης για το τοπικό πολιτισμό, την υποστήριξη, την κοινωνική αλληλεπίδραση, κ.α. (Besculides et al., 2002). Επιπλέον, ενισχύει τις επενδύσεις σε τοπικό επίπεδο, και όταν αυτές πραγματοποιούνται από τοπικούς επενδυτές το κέρδος παραμένει στην περιοχή. Επίσης, ο πολιτιστικός τουρισμός βελτιώνει τον σχεδιασμό (αισθητικό) του εδάφους με αποτέλεσμα να δημιουργείται μια όμορφη περιοχή, η οποία επηρεάζει θετικά την διάθεση των κατοίκων της περιοχής. Ο σημαντικότερος παράγοντας για την δημιουργία υψηλότερης προστιθέμενης αξίας είναι ο πληθυσμός των πόλεων και η τοπική συμμετοχή του πληθυσμού (Ioan – Franc & Istoc, 2007).

Ως ακολούθως, ο ορθός σχεδιασμός και η ορθή διαχείριση του πολιτιστικού τουρισμού επιφέρει θετικές επιπτώσεις στην οικονομία και την κοινωνία και συντελεί στη διατήρηση των πολιτιστικών πόρων (Ioan – Franc & Istoc, 2007). Όμως όποια και αν είναι τα οφέλη που προκύπτουν, δεν γίνεται να μην αναφερθούν οι αρνητικές συνέπειες που επιφέρει ο πολιτιστικός τουρισμός στους αρχαιολογικούς χώρους εξαιτίας της μαζικής χρήσης (Shamsuddoha et al., 2011).

Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί ότι η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού εξαρτάται άμεσα από την κοινωνική και οργανωτική δομή (τοπικό και περιφερειακό υπόβαθρο), την πολιτιστική προσφορά, την πολιτιστική εμπειρία και το κοινωνικό κύρος (Bachleitner & Zins, 1999).

3.3 Πολιτιστική κληρονομία και τουρισμός

Το 1907 εμφανίστηκε για πρώτη φορά η έννοια της πολιτιστικής κληρονομιάς στην ορολογία του διεθνούς δικαίου, όμως μέχρι το 1967 δεν είχε επηρεάσει τον κλάδο του τουρισμού. Στις μέρες η πολιτιστική κληρονομιά αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες για την αύξηση του τουριστικού ρεύματος μαζί με την πολιτιστική προσφορά της τοπικής κοινωνίας (Huïbin et al., 2012). Ο πολιτισμός ως τουριστικός πόρος αποτελεί ένα σημαντικό κίνητρο ενίσχυσης και διατήρησης της θρησκείας, της ιστορίας και του πολιτισμού μιας περιοχής. Επιπλέον, αποτελεί σημαντική πηγή εσόδων ξένου συναλλάγματος για την περιοχή υποδοχής και πόλο έλξης για τους διεθνείς τουρίστες (McKercher & du Cros, 2003; Popescu & Corbos, 2010; Huïbin et al., 2012).

Ο Λάββας (1993) δηλώνει ότι η πολιτιστική κληρονομιά αναφέρεται στην κληρονομιά που προέρχεται από το παρελθόν και θα παραδοθεί στις μελλοντικές γενιές. Ως εκ τούτου, περιλαμβάνει όλα εκείνα τα πολιτιστικά αγαθά που περιγράφουν την ανθρώπινη δραστηριότητα και υπόσταση κατά την διάρκεια των ετών.

Εκφραστής της παγκόσμιας κοινωνίας για την κληρονομιά του παρελθόντος είναι η UNESCO, η οποία έχει ως στόχο την διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς από τις ραγδαίες αλλαγές που πραγματοποιούνται στο φυσικό περιβάλλον βάζοντας σε κίνδυνο την ισορροπία μεταξύ του παρελθόντος και του παρόντος, του νέου και του παλιού, της σύγχρονης δημιουργίας και της ιστορικής μνήμης (Λάββας, 1993).

Ωστόσο, τα πολιτιστικά αγαθά δεν είναι μόνο εκφράσεις και δημιουργίες, όπως είναι παραδείγματος χάρη οι εικαστικές τέχνες, αλλά οτιδήποτε μπορεί να θεωρηθεί ως πολιτιστική κληρονομιά, όπως είναι τα έθιμα, η μουσική, ο χορός, η γλώσσα, τα οποία συγκεντρώθηκαν κατά το πέρασμα των χρόνων και προσφέρουν μια αίσθηση της κληρονομιάς. Μάλιστα, σε αναπτυσσόμενες χώρες οι πολιτικές που εφαρμόζονται

για την διατήρηση και την προστασία της ιστορικής κληρονομιάς αντιμάχονται άλλες προτεραιότητες ανάπτυξης (Russo, 2002)

Η προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς δεν αποτελεί ένα πρόσφατο ζήτημα, αλλά σαν έννοια έχει κάνει την εμφάνιση της από την εποχή της βιομηχανικής επανάστασης. Σήμερα, αποτελεί πρόκληση τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο (Λάββας, 1993). Σύμφωνα με κάποιους μελετητές (Snowball & Courtney, 2010; Russo, 2002) υπάρχουν κάποιοι παράγοντες που θα μπορούσαν να προστατέψουν και να διατηρήσουν την πολιτιστική κληρονομιά μιας περιοχής, όπως είναι η προώθηση περιοχών και μνημείων με ιστορική αξία που δεν είναι γνωστά στο ευρύ κοινό, το κλίμα μιας περιοχής, η προσφορά κινήτρων, η φθηνότερη τιμολόγηση, η εστίαση στην ποιότητα και στην αυθεντικότητα, η διασφάλιση τους από κλοπή, η αποτροπή από την φθορά τους. Μια πολιτική προστασία των πολιτιστικών αγαθών βασισμένη στους παραπάνω παράγοντες θα οδηγούσε στην βιωσιμότητα της πολιτιστικής κληρονομιάς αλλά και σε ευκολότερη πρόσβαση προς αυτήν.

Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι οι φυσικοί πόροι και η πολιτιστική κληρονομιά είναι δύο από τους σημαντικότερους πυλώνες της αειφόρου ανάπτυξης του τουρισμού. Πλέον η τουριστική κληρονομιά έχει γίνει βασικό θεμέλιο του τουρισμού. Μια αποτελεσματική αξιοποίηση και προώθηση των πολιτιστικών πόρων μπορούν να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού στις χώρες υποδοχής. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα αύξηση του παραγόμενου ΑΕΠ (Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν), αύξηση των τουριστικών εσόδων, δημιουργία και αύξηση νέων θέσεων εργασίας στον τομέα του τουρισμού και αύξηση στις αφίξεις των διεθνών τουριστών (Dugulan et al., 2010).

Για να μπορέσουν να επιτευχθούν όλα τα παραπάνω θα πρέπει να υπάρχει ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των κατοίκων της περιοχής υποδοχής, των φορέων που είναι υπεύθυνοι για τον τουρισμό, των ιδιοκτητών ακινήτων. Η συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων μελών θα επιφέρει ανάπτυξη αειφόρου τουρισμού στην τοπική περιοχή και προστασία των πολιτιστικών πόρων της (Sdrali & Chazapi, 2007).

Τέλος, σε κάθε περίπτωση, η διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελεί ένα παγκόσμιο φαινόμενο και συνιστά ένα σύνολο κατάλληλων δραστηριοτήτων για την διατήρηση και προστασία των πολιτιστικών αγαθών. Οι κατάλληλες στρατηγικές διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελούν ευθύνη της κοινωνίας προς τις μελλοντικές γενιές για την καλύτερη διαχείριση τους (Boniface, 1998).

3.4 Η αγορά του πολιτιστικού τουρισμού

3.4.1 Τα είδη των πολιτιστικών τουριστών

Σύμφωνα με την πρόσφατη τουριστική βιβλιογραφία (Hughes, 2002; Stylianos–Lamber, 2011) οι πολιτιστικοί τουρίστες είναι μια ετερογενής αγορά με διαφορετικές ανάγκες και χαρακτηριστικά. Ο διαχωρισμός των διαφορετικών ειδών πολιτιστικών τουριστών πραγματοποιείται με βάση το βαθμό του κινήτρου για το συγκεκριμένο είδος τουρισμού, καθώς δεν ενδιαφέρονται όλοι οι τουρίστες το ίδιο για τον πολιτισμό.

Ο Silberberg (1995) προσπάθησε να εξηγήσει το φαινόμενο αυτό με τους ομόκεντρους κύκλους. Στο κέντρο του κύκλου, ο μικρότερος κύκλος περιλαμβάνει τους τουρίστες που παρακινούνται σε μεγάλο βαθμό από τον πολιτισμό, για αυτή την ομάδα τουριστών ο τουρισμός αποτελεί *σημαντικό* κίνητρο (*greatly motivated by culture*). Για παράδειγμα, στον κύκλο αυτό περιλαμβάνονται οι τουρίστες που πραγματοποιούν ένα ταξίδι σε μια περιοχή ή χώρα ειδικά για τις πολιτιστικές δραστηριότητες που προσφέρει (πολιτιστικά φεστιβάλ, μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι).

Ο επόμενος κύκλος περιλαμβάνει τους τουρίστες που έχουν *εν μέρει* ως κίνητρο τον πολιτισμό (*motivated in part by culture*). Πιο συγκεκριμένα, η συγκεκριμένη ομάδα τουριστών επιλέγουν έναν προορισμό και για τις πολιτιστικές δραστηριότητες που προσφέρει αλλά και για να επισκεφτούν συγγενείς ή φίλους.

Ο τρίτος κύκλος αποτελείται από τουρίστες, για τους οποίους ο πολιτισμός αποτελεί κάτι το *επιπρόσθετο* (*adjunct*) σε ένα άλλο βασικό κίνητρο. Για παράδειγμα, για την

συγκεκριμένη ομάδα τουριστών ο πολιτισμός δεν είναι κύριο κίνητρο για την επιλογή μια χώρας ή τόπου προορισμού αλλά κατά την παραμονή τους συνήθως περιλαμβάνουν στο πρόγραμμα τους πολιτιστικές δραστηριότητες.

Ο τελευταίος κύκλος περιλαμβάνει τους *τυχαίους πολιτιστικούς τουρίστες* (accidental cultural tourists). Πιο συγκεκριμένα, η ομάδα τουριστών του κύκλου αυτού όταν επισκέπτεται μια χώρα ή πόλη ή περιοχή δεν έχει σκοπό να συμπεριλάβει στο πρόγραμμα πολιτιστικές δραστηριότητες, όμως τυχαίνει να παραβρίσκονται σε μια πολιτιστική δραστηριότητα κατά τύχη. Η παρουσία τους είναι τυχαία επειδή παραδείγματος χάρη είναι μια δραστηριότητα που πραγματοποιείται κοντά στο κατάλυμα που διαμένουν. Τέλος, σύμφωνα με τον Silberberg (1995) έξω από τους κύκλους είναι οι τουρίστες που δεν λαμβάνουν μέρος σε πολιτιστικές δραστηριότητες κάτω από οποιεσδήποτε συνθήκες.

Για να δημιουργηθεί ένας πολιτιστικός τουριστικός προορισμός απαιτείται στρατηγικός σχεδιασμός που να βασίζεται στην κατανόηση του γεγονός ότι υπάρχουν τουρίστες που αναζητούν μια ποικιλία δραστηριοτήτων κατά την διάρκεια των διακοπών τους και ότι υπάρχουν διαφορετικοί βαθμοί καταναλωτικού κινήτρου για τον πολιτισμό. Αν στο στρατηγικό σχεδιασμό έχουν ληφθεί υπόψη τα διαφορετικά ενδιαφέροντα, οι διαφορετικές ανάγκες και τα διαφορετικά ταξιδιωτικά κίνητρα των τουριστών, τότε υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας ενός ελκυστικού πολιτιστικού προορισμού. Ο Silberberg (1995) αναφέρει ότι αυτό μπορεί να επιτευχθεί με τη δημιουργία τουριστικών πακέτων και τη συνεργασία:

- ανάμεσα σε πολιτιστικά προϊόντα/υπηρεσίες διαφορετικού τύπου, για παράδειγμα μουσεία και φεστιβάλ
- ανάμεσα σε πολιτιστικά προϊόντα/υπηρεσίες ίδιου τύπου, για παράδειγμα πακέτα μουσείων
- ανάμεσα σε πολιτιστικά και μη πολιτιστικά προϊόντα/υπηρεσίες, για παράδειγμα ξενοδοχεία, διασκέδαση.

3.4.2 Το προφίλ των πολιτιστικών τουριστών

Ο Silberberg (1995) αναφέρει ότι ενώ υπάρχουν διαφορές μεταξύ των πολιτιστικών προϊόντων/υπηρεσιών, τα στοιχεία δείχνουν ένα κοινό πρότυπο σύμφωνα με το οποίο ο πολιτιστικός τουρίστας:

- έχει υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο σε σχέση με το ευρύ τουριστικό κοινό
- παραμένει για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα στο τόπο υποδοχής
- ξοδεύει περισσότερα χρήματα κατά την διάρκεια των διακοπών του
- διαθέτουν υψηλότερο εισόδημα
- πραγματοποιούν περισσότερες δραστηριότητες κατά την διάρκεια των διακοπών τους

Τα περισσότερα από τα παραπάνω επιβεβαιώνονται και από την έρευνα που πραγματοποιείσει το Travel Industry Association of America. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι τουρίστες που συμμετέχουν σε πολιτιστικές και ιστορικές δραστηριότητες ξοδεύουν περισσότερα χρήματα κατά την διάρκεια των διακοπών τους, διαμένουν μεγαλύτερο χρονικό διάστημα στο προορισμό τους και πραγματοποιούν περισσότερες δραστηριότητες σε σύγκριση με άλλους τύπους Αμερικανών τουριστών (Hargrove, 2002).

Εν κατακλείδι, οι πολιτιστικοί τουρίστες στην πλειοψηφία τους διαθέτουν υψηλότερο μορφωτικό και οικονομικό επίπεδο και προέρχονται από τις ανεπτυγμένες χώρες στις οποίες το επίπεδο πολιτιστικής ενημέρωσης είναι υψηλό. Είναι άτομα που ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό, τις λαϊκές παραδόσεις, τις τέχνες, τα έθιμα και τα ήθη των άλλων χωρών, την ιστορία και τα γράμματα. Όμως το ενδιαφέρον τους αυτό δεν δημιουργείται από τις τουριστικές τους εμπειρίες αλλά προϋπάρχει λόγω της ενημέρωσης και της μόρφωσης.

Είναι άνθρωποι που ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό, την ιστορία, τα ήθη και τα έθιμα των άλλων λαών, τα γράμματα και τις τέχνες, τις λαϊκές παραδόσεις και το ενδιαφέρον τους δεν δημιουργείται από τις τουριστικές τους εμπειρίες αλλά προϋπάρχει (Σφακιανάκης, 2000).

3.5 Ο ρόλος του πολιτισμικού τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη

Ο πολιτιστικός τουρισμός χρησιμοποιεί την πολιτιστική κληρονομιά της κάθε τοπικής περιοχής, έτσι ώστε να δημιουργήσει προϊόντα/υπηρεσίες και να προσελκύσει όσο το δυνατότερο περισσότερους τουρίστες. Σύμφωνα με την βιβλιογραφία Jolliffe & Smith (2001) η πολιτιστική κληρονομιά αποτελεί πηγή οικονομική ανάπτυξης περιοχών, όπου η παραδοσιακές οικονομίες βρίσκονται σε φθορά. Σε αυτές τις περιοχές οι τουριστικές στρατηγικές βασίζονται στην πολιτιστική κληρονομιά, αφού θεωρείται ένα από τα σημαντικότερα πεδία ανάπτυξης που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να προωθήσει τον τουρισμό.

Η εκμετάλλευση των τοπικών πολιτιστικών πόρων μπορεί να επιφέρει κοινωνικά, οικονομικά, πολιτισμικά και εκπαιδευτικά οφέλη στην εκάστοτε περιοχή συνεισφέροντας στη τοπική ανάπτυξη. Πιο λεπτομερώς, η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού ενδυναμώνει την τοπική επιχειρηματικότητα, με την δημιουργία επιχειρήσεων που σχετίζονται με την εξυπηρέτηση των τουριστών, με την παρασκευή τοπικών προϊόντων και με την κατασκευή χειροτεχνημάτων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μειώνεται η εποχικότητα του τουρισμού. Οι Cuccia & Rizzo (2011) αναφέρουν ότι ενώ είναι κοινά αποδεκτό ότι ο πολιτιστικός τουρισμός μειώνει την εποχικότητα του τουρισμού, αυτό είναι δύσκολο να αποδειχθεί.

Παρατηρείται ότι σε περιοχές που αναπτύσσεται ο πολιτιστικός τουρισμός μειώνεται η τοπική ανεργία, αφού αποτελεί πηγή απορρόφησης υψηλού ποσοστού εργατικού δυναμικού με διαφορετικό εκπαιδευτικό υπόβαθρο και επαγγελματική δραστηριότητα.

Επίσης, μέσα από τον πολιτιστικό τουρισμό ενδυναμώνεται η διατήρηση, ο εκσυγχρονισμός και η αναβίωση των τοπικών επαγγελμάτων και δραστηριοτήτων. Σύμφωνα με τους Αποστολόπουλος & Σδράλη (2009) αυξάνεται η εισροή συναλλάγματος, δημιουργούνται φορολογικά έσοδα και ενισχύεται το τοπικό εισόδημα.

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί ότι η ζήτηση για πολιτιστικό τουρισμό αυξάνεται, με αποτέλεσμα πολλές χώρες/περιοχές να βασίζονται στην τουριστική τους

ανάπτυξη στην προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς τους. Ακόμα και η Ευρωπαϊκή Ένωση μέσα από την επίσημη στρατηγική της ενθαρρύνει δραστηριότητες που αναδύουν και προωθούν την ευρωπαϊκή πολιτιστική κληρονομιά (Πασχαλίδης & Χαμπούρη-Ιωαννίδου, 2002). Σύμφωνα με την βιβλιογραφία (Smith, 2004) η τουριστική αξιοποίηση της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στην ανάδειξη νέων περιοχών/πόλεων και στην μετάδοση της τουριστικής ανάπτυξης σε περιοχές/πόλεις που δεν διαθέτουν φυσικούς πόρους ή δεν διαθέτουν δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης.

Επιπρόσθετα, σε περιοχές της υπαίθρου που η οικονομία βασίζεται στον αγροτικό τομέα, ο πολιτιστικός τουρισμός παρέχει την δυνατότητα ενδυνάμωσης και ανάπτυξης της μη-γεωργικής απασχόλησης, αυξάνει τη ζήτηση και παραγωγή των αγροτικών προϊόντων, με αποτέλεσμα οι κάτοικοι της υπαίθρου να παραμένουν στον τόπο καταγωγής τους (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009). Επίσης, οι Πασχαλίδης & Χαμπούρη-Ιωαννίδου (2002) αναφέρουν ότι η σχέση τουρισμού-πολιτισμού απασχολεί περιφερειακούς αναπτυξιακούς φορείς που χρησιμοποιούν τον πολιτιστικό τουρισμό ως μέσο για την οικονομική αναδιάρθρωση τόσο των αγροτικών περιοχών λόγω της μείωσης του πληθυσμού και του αγροτικού εισοδήματος, όσο και των αστικών περιοχών που βρίσκονται αντιμέτωπες με τις παρενέργειες της αποβιομηχάνισης.

Δεν θα πρέπει να παραλειφθεί η εισφορά του πολιτιστικού τουρισμού στον εμπλουτισμό του τοπικού πολιτιστικού πλούτου, μέσα από την αναβίωση εθίμων, την οργάνωση πολιτιστικών δραστηριοτήτων, την ίδρυση μουσείων, κ.α. (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009). Εν κατακλείδι, οι Goeldner & Ritchie (2003) τονίζουν ότι μέσα από τον πολιτιστικό τουρισμό προωθούνται οι πολιτιστικές σχέσεις, με αποτέλεσμα να προάγεται η διεθνή ειρήνη και συνεργασία.

Βέβαια, όπως όλα τα πράγματα έτσι και ο πολιτιστικός τουρισμός, πέρα από τις θετικές επιδράσεις έχει και αρνητικές στην τοπική κοινωνία μέσα στην οποία αναπτύσσεται.

Ανασκοπώντας την σχετική βιβλιογραφία (Richards, 1996; Faulkner et al., 2001) διαπιστώνεται ότι οι περιοχές οι οποίες αποτελούν κέντρα πολιτιστικού τουρισμού

έρχονται αντιμέτωπές με τον υπερπληθυσμό, την κατάχρηση και μόλυνση πολιτιστικών φυσικών πόρων. Επιπλέον, ο πολιτιστικός τουρισμός επιφέρει φθορά των πολιτιστικών πόρων εξαιτίας της ανεξέλεγκτης χρήσης τους, εξασθένηση των τοπικών παραδόσεων, αλλοίωση της πολιτιστικής φυσιογνωμίας των τουριστικών περιοχών (Πασχαλίδης & Χαμπούρη-Ιωαννίδου, 2002; Αποστολόπουλος & Σδράλη 2009).

Κλείνοντας, είναι σκόπιμο να τονιστεί ότι οι αρνητικές επιπτώσεις του πολιτιστικού τουρισμού, μπορούν να μειωθούν ή ακόμα και να εξαλειφθούν αν οι αρμόδιες αρχές σχεδιάσουν το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο το οποίο θα οριοθετεί τα πλαίσια μέσα στα οποία θα δραστηριοποιείται ο πολιτιστικός τουρισμός (Βερνίκος et al., 2004).

4. Κρήτη και πολιτιστικός τουρισμός

4.1 Γενικά στοιχεία για την Κρήτη

Η Κρήτη είναι το νοτιότερο και μεγαλύτερο νησί στην Ελλάδα και το πέμπτο μεγαλύτερο στη Μεσόγειο. Το νησί βρίσκεται ανάμεσα σε τρεις Ηπείρους, την Ευρώπη, την Ασία και την Αφρική και βρέχεται από το Κρητικό, το Λιβυκό το Ιόνιο και το Καρπάθιο Πέλαγος (incrediblecrete.gr, 2014). Η έκταση του νησιού είναι 8.336 τετραγωνικά χλμ. και έχει πληθυσμό 574.279 κατοίκους (flashnews.gr, 2014). Αποτελείται από τέσσερις νομούς, των Χανίων, του Ρεθύμνου, του Ηρακλείου και του Λασιθίου.

Είναι ένα ορεινό νησί που σχεδόν όλη η επιφάνεια της καλύπτεται από βουνά, τα οποία χωρίζονται σε τρεις μεγάλες οροσειρές που φτάνουν τα 2.500 μέτρα. Το μεγαλύτερο όρος είναι ο Ψηλορείτης που βρίσκεται στη μέση του νησιού, ακολουθούν τα Λευκά Όρη στα δυτικά του νησιού και το Όρος Δίκτη που βρίσκεται στα ανατολικά (cretanbeaches.com, 2014). Επίσης, ανάμεσα στις οροσειρές σχηματίζονται εύφορες πεδιάδες και οροπέδια. Τα σημαντικότερα οροπέδια του νησιού είναι Λασιθίου, το οποίο είναι το μεγαλύτερο της Ελλάδος, του Ομαλού και της Νίδας. Η μεγαλύτερη πεδιάδα του νησιού είναι της Μεσσαράς και βρίσκεται στα νότια του Ν. Ηρακλείου (cretanbeaches.com, 2014).

Ένα από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του νησιού είναι η ύπαρξη πληθώρα σπηλαίων, λόγω της τραχιάς μορφολογίας. Στο νησί υπάρχουν περίπου 2000 σπήλαια που αποτελούν ένα συνονθύλευμα μύθου, ιστορίας και φυσικού πλούτου. Οι σπηλιές της Κρήτης γέννησαν πολλούς μύθους που μέχρι σήμερα αναφέρονται. Δεν είναι τυχαίο ότι με βάση την μυθολογία ο μεγαλύτερος θεός των αρχαίων χρόνων, ο Δίας, γεννήθηκε στο Δικταίον Άντρον του Οροπεδίου Λασιθίου και ανατράφηκε στο Ιδαίο Άντρο του Ψηλορείτη. Επιπλέον, η ιστορία του νησιού είναι άμεσα συνδεδεμένη με τα σπήλαια της. Πιο συγκεκριμένα, το ολοκαύτωμα στο σπήλαιο του Μελιδονίου στον Μυλοπόταμο Ρεθύμνης φανερώνει τον κρητικό αγώνα που δόθηκε για την ελευθερία (cretanbeaches.com, 2014).

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι το νησί διασχίζεται από δύο κλιματικές ζώνες, της Μεσογείου και της Βόρειας Αφρικής αλλά εμπίπτει κυρίως στην πρώτη. Διαθέτει ένα

θαυμάσιο μεσογειακό κλίμα, με δροσερά και ήπια καλοκαίρια και βροχερούς χειμώνες, οι οποίοι ευνοούν την ανάπτυξη ευπαθών καλλιεργειών (αμπέλια, ελιές, κλπ). Το Κλίμα της Κρήτης θεωρείται ένα από τα ωραιότερα, υγιή και ηπιότερα της Ευρώπης (cretanbeaches.com, 2014).

Βέβαια, λόγω του κλίματος της διαθέτει περιορισμένους υδάτινους πόρους. Από το νησί δεν λείπουν μικρές λίμνες, οι οποίες αποτελούν σημαντικούς βιότοπους. Η μεγαλύτερη λίμνη είναι του Κουρνά και ακολουθούν οι τεχνητές λίμνες της Αγιάς και του Ζαρού (cretanbeaches.com, 2014).

Επίσης, το νησί διαθέτει περισσότερα από 500 φαράγγια, ο αριθμός αυτός ισούται με το σύνολο των φαραγγίων που υπάρχουν στην υπόλοιπη Ελλάδα. Το μεγαλύτερο και παγκοσμίου φήμης φαράγγι του νησιού είναι της Σαμαριάς, στο νομό Χανίων. Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί ότι το νησί διαθέτει ένα μεγάλο αριθμό παραλιών, πολλές από τις οποίες φημίζονται, ακόμα και παγκόσμια, για τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους και είναι βραβευμένες με γαλάζιες σημαίες (cretanbeaches.com, 2014).

Αξίζει να τονίσουμε και να αναφέρουμε, πως η Κρήτη εκτός από φυσικές ομορφιές έχει να αναδείξει και μια πλούσια ιστορία, η οποία ξεκινάει το 7.000 π.Χ. από την Νεολιθική εποχή με την δημιουργία του Μινωικού πολιτισμού, ο οποίος θεωρείται από τους σημαντικότερους πολιτισμούς στο κόσμο (odysseus.culture.gr, 2014). Εκτός από το ανάκτορο της Κνωσού, το νησί διαθέτει και πολλά Ενετικά φρούρια και λιμάνια, κάστρα, ιερούς ναούς, Οθωμανικά τζαμιά και πολλά μουσεία, συνθέτοντας ένα τοπίο γεμάτο ιστορία και πολιτισμό. Θα πρέπει να τονιστεί ότι το νησί διαθέτει το δεύτερο μεγαλύτερο και σπουδαιότερο μουσείο της Ελλάδας μετά της Ακρόπολης, και ένα από τα σημαντικότερα της Ευρώπης, το Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου (odysseus.culture.gr, 2014)

Εν κατακλείδι, το νησί αποτελεί ένα σταυροδρόμι πολιτισμών, με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά η οποία αποτελείται από μνημεία, μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους αλλά και από μια έντονη κουλτούρα συνθέτοντας ένα πολιτισμικό περιβάλλον το οποίο μπορεί να ικανοποιήσει οποιαδήποτε πολιτισμική επιθυμία/ανάγκη του επισκέπτη (cretetaxitransfers, 2013).

4.2 Ανάλυση SWOT για τον πολιτιστικό τουρισμό στη Κρήτη

Στην ενότητα αυτή θα πραγματοποιηθεί μια ανάλυση SWOT έτσι ώστε να εντοπιστούν τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία του πολιτιστικού τουρισμού της Κρήτης και έπειτα να αναδειχτούν οι ευκαιρίες και οι απειλές που απορρέουν από το εξωτερικό περιβάλλον και επηρεάζουν άμεσα τον πολιτιστικό τουρισμό.

Καταρχάς θα πρέπει να αναφερθεί ότι η ανάλυση SWOT είναι μια γενική τεχνική σχεδιασμού και οργάνωσης ενός συνεκτικού πλαισίου λήψης αποφάσεων, που μπορεί να αφορά σε μια επιχείρηση, μια γεωγραφική περιοχή, ένα προϊόν/υπηρεσία, κλπ. Ο απώτερος σκοπός της ανάλυσης SWOT είναι να αποτελέσει ένα συνεκτικό πλαίσιο λήψης αποφάσεων και ανάληψης δράσεων (Wood, 2004).

Η χρήση της συγκεκριμένης ανάλυσης στην παρούσα μελέτη έχει ως σκοπό τον εντοπισμό των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του πολιτιστικού προϊόντος/υπηρεσίας της Κρήτης σε σχέση με τα αντίστοιχα ανταγωνιστικά προϊόντα/υπηρεσίες και στη συνέχεια ο εντοπισμός των μειονεκτημάτων. Επιπλέον, μέσα από την ανάλυση θα προκύψουν οι τωρινές αλλά και οι μελλοντικές ευκαιρίες της αγοράς αλλά και οι τωρινές και μελλοντικές απειλές τις οποίες θα πρέπει να αντιμετωπίσει το πολιτιστικό προϊόν της Κρήτης.

Η σπουδαιότητα της ανάλυσης SWOT για το πολιτιστικό τουρισμό της Κρήτης έγκειται στο γεγονός ότι αποτελέσματα της θα βοηθήσουν έτσι ώστε να υπάρξει μεγαλύτερη ανάπτυξη και προώθηση του. Είναι σημαντικό να εντοπιστούν οι παράγοντες που επηρεάζουν είτε αρνητικά είτε θετικά τον πολιτιστικό τουρισμό του νησιού επειδή όπως θα δούμε και παρακάτω θα έχει πολλαπλές ωφέλειες για την ανάπτυξη της περιφέρειας του νησιού. Επιπλέον, τα αποτελέσματα της ανάλυσης μπορούν να ληφθούν υπόψη για την διαμόρφωση του προγράμματος της τουριστικής προβολής.

Πριν πραγματοποιηθεί η ανάλυση είναι σκόπιμο να αναφερθεί ότι τα *Δυνατά Σημεία* (*Strengths*) αναφέρονται σε εγγενή πλεονεκτήματα του πολιτιστικού τουρισμού της Κρήτης σε σχέση με ανταγωνίστριες περιοχές στις οποίες αναπτύσσεται και εκεί ο πολιτιστικός τουρισμός. Η πλειοψηφία των πλεονεκτημάτων αναφέρεται σε

παράγοντες και πόρους που καθορίζουν την αποδοτικότητα και την αποτελεσματικότητα των πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Τα *Αδύνατα Σημεία* (*Weaknesses*) αναφέρονται σε παράγοντες που δρουν περιοριστικά στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού. Από την άλλη οι *Ευκαιρίες* (*Opportunities*) περιγράφουν τις τωρινές και μελλοντικές συνθήκες της αγοράς που έχουν ή τείνουν να έχουν θετική επιρροή στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, ενισχύοντας την τουριστική προσφορά και την ανταγωνιστικότητα. Αντίθετα οι *Απειλές* (*Threats*) περιγράφουν τις τωρινές και μελλοντικές συνθήκες της αγοράς που έχουν ή τείνουν να έχουν αρνητική επιρροή στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού του νησιού.

Στη συνέχεια αναλύονται εκτενώς τα δυνατά και Αδύνατα Σημεία, οι Ευκαιρίες και οι Απειλές του πολιτιστικού τουρισμού της Κρήτης.

4.2.1 Δυνατά σημεία του πολιτιστικού τουρισμού στην Κρήτη

Επάρκεια φυσικών και ανθρωπογενών πόρων

Η Κρήτη εκτός από ένα υψηλής οικολογικής αξίας φυσικό περιβάλλον (καθαρές-μοναδικές παραλίες, σπάνια οικοσυστήματα, άθικτα φυσικά τοπία, κ.α.) έχει να επιδείξει και ένα μεγάλο πλούτο ανθρωπογενών πόρων (Κνωσός, Φαιστός, Αρχαιολογικό Μουσείο ηρακλείου, κ.α.), τα οποία αποτελούν σπουδαία αρχαιολογικά ευρήματα/μνημεία/χώροι και έχουν παγκόσμια φήμη. Η πολιτιστική κληρονομιά του νησιού αποτελεί ένα από τα ισχυρότερα πλεονεκτήματα της σε σχέση με άλλες περιοχές που αναπτύσσεται ο πολιτιστικός τουρισμός. Επιπλέον, η πολιτιστική κληρονομιά του νησιού μπορεί να αποτελέσει ένα σημαντικό πόλο έλξης τουριστών από όλο τον κόσμο συμβάλλοντας σε περαιτέρω ανάπτυξη για την περιφέρεια της Κρήτης.

Υψηλή φήμη

Η Κρήτη αποτελεί ένα κλασικό τουριστικό προορισμό παγκοσμίου φήμης, που προσφέρει στον τουρίστα μια ασφαλή και φιλική διαμονή. Επιπλέον, το νησί με τους πόρους που διαθέτει μπορεί να ικανοποιήσει οποιαδήποτε εναλλακτική επιθυμία του τουρίστα για εναλλακτικό τουρισμό, για παράδειγμα πολιτιστικό τουρισμό.

Ικανοποιητική παραγωγική δομή

Η Κρήτη είναι γνωστή, σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο, για την παραγωγή ποιοτικών αγροτικών και τοπικών προϊόντων, όπως είναι οι ελιές, οι σταφίδες, τα κρασιά, κ.α. αλλά και για την ιδιαίτερη κουζίνα της. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι κρητική κουζίνα, αλλά και πολλά από τα τοπικά προϊόντα μπορούν να αποτελέσουν ένα σημαντικό τουριστικό πόρο.

Άριστο κλίμα

Το κλίμα ενός προορισμού αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην ανάπτυξη οποιασδήποτε μορφής τουρισμού. Η Κρήτη διαθέτει ένα ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σύγκριση με άλλες περιοχές, καθώς διαθέτει άριστο μεσογειακό κλίμα με κύρια χαρακτηριστικά την μεγάλη διάρκεια του καλοκαιριού και τον ήπιο χειμώνα.

Επαρκείς και υψηλού επιπέδου τουριστικές υποδομές διαμονής

Το νησί διαθέτει υψηλής ποιότητας και ποικιλίας καταλύματα και ξενοδοχεία με αποτέλεσμα να εξυπηρετείται σε ικανοποιητικό βαθμό το μίγμα οικονομικοκοινωνικής διαστρωμάτωσης των πληθυσμών των ανεπτυγμένων χωρών, από όπου προέρχεται η πλειοψηφία των τουριστών.

Ισχυρή γεωγραφική θέση

Η χωροθέτηση του νησιού στη μέση της Μεσογειακής λεκάνης, ανάμεσα σε τρεις ηπείρους αλλά και το μεγάλο μήκος της ακτογραμμής που διαθέτει αποτελούν ένα από τα σημαντικότερα συγκριτικά πλεονεκτήματα που έχει συγκριτικά με διάφορους τουριστικούς προορισμούς.

Προορισμός πτήσεων Charters

Ένα επιπλέον σημαντικό πλεονέκτημα για το τουριστικό προϊόν/υπηρεσία του νησιού είναι η διασύνδεση του με πτήσεις Charter, με αποτέλεσμα πολλοί τουρίστες να προτιμούν ως τουριστικό προορισμό το νησί λόγω του χαμηλότερου κόστους πτήσεις συγκριτικά με τις κανονικές (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2003).

4.2.2 Αδύνατα σημεία του πολιτιστικού τουρισμού της Κρήτης

Χαμηλή ποιότητα δημόσιων υποδομών και υπηρεσιών

Δυστυχώς το νησί εμφανίζει χαμηλό επίπεδο ποιότητας στον τομέα των μεταφορών, με αποτέλεσμα να επηρεάζεται άμεσα η ανάπτυξη του τουρισμού. Αδυναμίες εντοπίζονται κυρίως στην κακή οργάνωση των αεροδρομίων και λιμανιών, και στο χαμηλό επίπεδο ποιότητας των μέσων μαζικής μεταφοράς. Επιπλέον, σοβαρά προβλήματα εμφανίζονται στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος, με την απόθεση απορριμμάτων σε κοινόχρηστους χώρους και την κακή εικόνα σε ότι αφορά την καθαριότητα, προκαλώντας αρνητική εικόνα στους τουρίστες.

Προβλήματα εποχικότητας-απουσία τουριστικής δραστηριότητας κατά την χειμερινή περίοδο

Η μη επαρκής ανάδειξη και αξιοποίηση των πόρων του νησιού (πολιτιστική κληρονομιά, κλίμα, κ.α.) τα οποία αποτελούν συγκριτικά πλεονεκτήματα και είναι ικανά να επιμηκύνουν τον τουρισμό, οδηγούν σε σοβαρά προβλήματα εποχικότητας.

Η μη ένταξη της Κνωσού στον κατάλογο μνημείων παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO

Ενώ η Κνωσός θεωρείται από όλους ένα από τα σημαντικότερα ευρήματα της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς δεν έχει ενταχθεί στον κατάλογο μνημείων παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO. Το γεγονός αυτό προκύπτει από την ανεπάρκεια του Υπουργείου Πολιτισμού να ανταπεξέλθει στα κριτήρια που έχει θέσει η UNESCO. Η UNESCO έχει απορρίψει την υποψηφιότητα της Κνωσού λόγω πολεοδομικών παραβάσεων, με κυρίαρχο παράδειγμα την αυθαίρετη δόμηση οικιών, την λειτουργία βιοτεχνικών εγκαταστάσεων, την κακή εικόνα των τουριστικών καταστημάτων και των διαφημιστικών τους πινακίδων και την κατασκευή χώρων σταθμεύσεως απέναντι από την είσοδο του ανακτόρου (patris.gr, 2014; citybranding.gr, 2014).

Η μη ένταξη της Σπιναλόγκας στον κατάλογο μνημείων παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO

Η κυβερνητική υπονόμευση και αδιαφορία έχει ως αποτέλεσμα να μην έχει εγκριθεί μέχρι σήμερα η υποψηφιότητα ένταξης της Σπιναλόγκας στα μνημεία της

Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO. Κανένα μνημείο/αρχαιολογικός χώρος του νησιού δεν έχει περιληφθεί στο χάρτη της UNESCO για τα μνημεία της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς, γεγονός που αποδεικνύει ότι δεν πραγματοποιείται μια οργανωμένη προσπάθεια για την προβολή και προώθηση του πολιτιστικού πλούτου του νησιού (haniotika-nea.gr, 2014). Η Σπιναλόγκα, ως πολιτιστικό μνημείο, αποτελεί ένα εξάισιο δείγμα θαλάσσιου οχυρού της Βενετοκρατίας στην Κρήτη.

Απουσία ενός οργανωμένου τουριστικού μάρκετινγκ

Η προβολή και η προώθηση του κρητικού πολιτιστικού τουρισμού, και γενικότερα του κρητικού τουριστικού προϊόντος/υπηρεσίας αποφαίνονται ανεπαρκείς, μη αποτελεσματικές και μη αποδοτικές στο βαθμό που θα έπρεπε. Το γεγονός αυτό προκύπτει από την ανεπάρκεια των αρμόδιων Φορέων να υλοποιήσουν ένα σωστά σχεδιασμένο, ολοκληρωμένο, κατάλληλο και μακροπρόθεσμο σχέδιο μάρκετινγκ. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, ενώ το νησί διαθέτει όλες τις προϋποθέσεις για περαιτέρω ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, να βρίσκεται σε μειονεκτική θέση έναντι άλλων χωρών (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2003).

Δυσκολία διείσδυσης σε μεγάλες αγορές του εξωτερικού

Παρατηρείται ότι το κρητικό πολιτιστικό προϊόν/υπηρεσία αδυνατεί να αυξήσει το μερίδιο αγοράς σε χώρες όπως η Μ. Βρετανία και η Γερμανία, οι οποίοι επιλέγουν κατεξοχήν για μαζικό τουρισμό το νησί. Επίσης, καταγράφεται αδυναμία διείσδυσης σε νέες αγορές, όπως είναι οι χώρες της Ανατολικής και Κεντρικής Ευρώπης. Η αδυναμία αυτή προκύπτει από την ανεπαρκή προβολή και προώθηση του πολιτιστικού προϊόντος/υπηρεσίας που μπορεί να προσφέρει το νησί και από τους μη ανταγωνιστικούς όρους προσφοράς τους.

Μεγάλη εξάρτηση από τις αποφάσεις των μεγάλων τουριστικών πρακτορείων του εξωτερικού

Όλα τα τουριστικά προϊόντα/υπηρεσίες του νησιού επηρεάζονται και εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τις αποφάσεις και τις πολιτικές των μεγάλων πρακτορείων του εξωτερικού. Η εξάρτηση αυτή απορρέει από την έλλειψη μιας συστηματικής και κατάλληλης τουριστικής πολιτικής, από την εξάρτηση των πτήσεων charters που

πραγματοποιούνται στο νησί και από την έλλειψη προγραμματισμού και σχεδιασμού (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2003).

Έλλειψη θεσμικού και κανονιστικού πλαισίου

Η εμπειρία των τελευταίων τριάντα ετών επαληθεύει τον ατελή τρόπο με τον οποίο εφαρμόστηκε το νομοκαταστατικό πλαίσιο, το οποίο σχετίζεται άμεσα και έμμεσα με την ανάπτυξη του τουρισμού, την ανεπαρκή συμβολή των αρμόδιων φορέων και τις αστοχίες σε θέματα ενθάρρυνσης της επιχειρηματικότητας. Το παράδειγμα των περιοχών της Κρήτης που έχουν υπερβεί τη φέρουσα ικανότητα τους επιβεβαιώνει ότι στο παρελθόν έγιναν σοβαρά σφάλματα. Επειδή το ανθρωπογενές περιβάλλον αποτελεί ανεκτίμητο απόθεμα αλλά και σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα στα πλαίσια του τουριστικού ανταγωνισμού κρίνεται απαραίτητη η εφαρμογή αναγκαίων ρυθμίσεων (χωροταξικών, πολεοδομικών και περιβαλλοντικών) (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2003).

4.2.3 Ευκαιρίες του πολιτιστικού τουρισμού της Κρήτη

Αξιοποίηση αναδυόμενων αγορών

Υπάρχουν ανεκμετάλλευτα τμήματα της ευρωπαϊκής αγοράς αλλά και νέες αγορές όπως της Κίνας και της Ανατολικής Ευρώπης, που μπορούν να ενισχύσουν την περαιτέρω ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στο νησί. Βέβαια, για να επιτευχτεί αυτό θα πρέπει να σχεδιαστεί ένα αποτελεσματικό και κατάλληλο μέσο-μακροπρόθεσμο σχέδιο μάρκετινγκ (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2003).

Χρηματοδοτικές επενδύσεις στην ψηφιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς

Τα τελευταία χρόνια πραγματοποιούνται σημαντικές επενδύσεις στην ψηφιοποίηση της ευρωπαϊκής πολιτιστικής κληρονομιάς και στην ενίσχυση αξιοποίηση της στην προαγωγή της έρευνας και της δημιουργίας καινοτόμων τουριστικών υπηρεσιών (ekt.gr, 2014). Οι δράσεις αυτές ευνοούν σε σημαντικό βαθμό τον πολιτιστικό τουρισμό του νησιού. Πιο συγκεκριμένα, η Κρήτη έχει δυο σημαντικά πλεονεκτήματα, πρώτον η πολιτιστική κληρονομία που διαθέτει διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην προσέλκυση τουριστών και δεύτερον διαθέτει σπουδαία Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (ΙΤΕ, Πανεπιστήμιο, κλπ.) και υποδομές τα οποία μπορούν να συμβάλουν στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού.

Ολοκλήρωση βασικών έργων τεχνικών υποδομών

Ένας σημαντικός παράγοντας για την περαιτέρω ανάπτυξη του πολιτισμικού τουρισμού είναι η ολοκλήρωση βασικών υποδομών και τεχνικών έργων που θα πραγματοποιηθεί τα επόμενα χρόνια.

Αύξηση στη ζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια αύξηση στη ζήτηση για εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Η ζήτηση προέρχεται από ομάδες τουριστών με νέα ενδιαφέροντα, με θετικές αντιλήψεις για την ποιότητα, το περιβάλλον και τις πολιτιστικές αξίες. Η Κρήτη διαθέτει σπουδαία πολιτιστική κληρονομιά (αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία, πολιτιστικά μνημεία, κάστρα, κ.α.), η οποία αν προωθηθεί κατάλληλα, μπορεί να κάνει το νησί ιδιαίτερα ελκυστικό για τους εναλλακτικούς τουρίστες (tourcrete.gr, 2014)

4.2.4 Απειλές του πολιτιστικού τουρισμού της Κρήτης

Ισχυρός ανταγωνισμός σε διεθνές επίπεδο

Μια από τις σημαντικότερες απειλές για τον πολιτιστικό τουρισμό του νησιού αποτελεί ο διεθνής ανταγωνισμός που ολοένα αυξάνεται και προέρχεται από αναπτυγμένες χώρες, οι οποίες προσφέρουν πολύ υψηλό επίπεδο τουριστικού προϊόντος/υπηρεσία, με αναβαθμισμένες υποδομές και υπηρεσίες, από ανερχόμενους τουριστικούς προορισμούς, οι οποίοι διαθέτουν ανθρωπογενούς και φυσικούς πόρους και προσελκύουν ολοένα μεγαλύτερη μερίδα τουριστών που αναζητούν την διαφορετικότητα. Τέλος, ο ανταγωνισμός προέρχεται και από το σύμπλεγμα των προορισμών της μεσογείου, οι οποίοι προσφέρουν παρόμοια τουριστικά προϊόντα/υπηρεσίες με αυτά που προσφέρει η Κρήτη.

Μειωμένη τουριστική συνείδηση

Καθώς αυξάνεται ραγδαία ο ανταγωνισμός είναι αναγκαία η επίτευξη υψηλότερου επιπέδου επαγγελματισμού από όλους όσους εμπλέκονται στο τουριστικό τομέα. Η επιβίωση και η περαιτέρω ανάπτυξη οποιασδήποτε μορφής τουρισμού εξαρτάται από την οργάνωση, τον επαγγελματισμό, τον σχεδιασμό προγραμμάτων μάρκετινγκ, την άμεση αντίδραση στις μεταβολές που πραγματοποιούνται και βέβαια από την

κατάλληλη διαφημιστική προώθηση του τουριστικού προϊόντος/υπηρεσίας του νησιού στο εξωτερικό αλλά και στο εσωτερικό.

Μεγάλη εξάρτηση από το μέλλον των αερομεταφορών

Ένα από τα στοιχεία αποτύπωσης της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος/υπηρεσίας είναι ο τρόπος άφιξης των τουριστών στον προορισμό τους. Όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω, τα αεροδρόμια της Κρήτης δέχονται αυξημένο αριθμό πτήσεων τύπου Charter, όμως αυτό αποτελεί και μια σημαντική απειλή για την ζήτηση του τουριστικού προϊόντος/υπηρεσία του νησιού. Η απειλή αυτή προκύπτει από το γεγονός ότι στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου καταγράφονται σημαντικά προβλήματα, λόγω του μικρού μεγέθους του και λόγω της περιοχής που βρίσκεται, με αποτέλεσμα οι αεροπορικές εταιρίες να αντιμετωπίζουν λειτουργικά προβλήματα. Αν στο άμεσο μέλλον δεν κατασκευαστεί το νέο αεροδρόμιο, έτσι ώστε να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα αυτά, οι αεροπορικές εταιρείες θα μεταφέρουν τις έδρες στους σε άλλες περιοχές με αποτέλεσμα να μειωθεί σε μεγάλο βαθμό ο δυνητικός τουρισμός.

Εφαρμόζοντας την ανάλυση SWOT για τον πολιτιστικό τουρισμό της Κρήτης διαπιστώνεται πως το νησί διαθέτει πολλές δυνατότητες να αναπτύξει περισσότερο τον πολιτιστικό τουρισμό και να ευνοηθεί από τις ωφέλειες που προσφέρει. Η Κρήτη για πολλά χρόνια βασιζόταν και στόχευε στον μαζικό τουρισμό προσφέροντας μόνο ήλιο και θάλασσα. Όμως τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ότι μια μεγάλη μερίδα τουριστών αναζητά πιο εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως είναι ο πολιτιστικός τουρισμός, με σκοπό να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές ανάγκες τους και να γνωρίσουν την πολιτιστική κληρονομιά του κάθε τόπου προορισμού.

Μέσα από την ανάλυση προκύπτει πως η Κρήτη διαθέτει όλους εκείνους τους πόρους/προϋποθέσεις για να αναπτύξει και να προωθήσει περισσότερο τον πολιτιστικό τουρισμό και να επωφεληθεί από όλα εκείνα που μπορεί να προσφέρει στην ανάπτυξη του νησιού. Παρακάτω θα αναλυθούν κάποιες από τις ωφέλεια που μπορεί να προσφέρει ο πολιτιστικός τουρισμός για την ανάπτυξη της περιφέρειας της Κρήτης, αν φυσικά τα εμπλεκόμενα μέλη του τουρισμού εκμεταλλευτούν με σωστό τρόπο όλα εκείνους τους πολιτιστικούς πόρους που διαθέτει το νησί.

Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού μπορεί να μειώσει σε σημαντικό βαθμό την εποχικότητα του τουρισμού, το οποίο αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του νησιού. Αυτό μπορεί να υλοποιηθεί αν οι αρμόδιες αρχές σε συνεργασία με τους τοπικούς επιχειρηματίες δημιουργήσουν ένα ολοκληρωμένο δίκτυο πολιτιστικών τόπων και διαδρομών, το οποίο θα λειτουργεί ως πόλος έλξης ποιοτικού τουρισμού καθ'όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Αν μειωθεί η εποχικότητα του τουρισμού θα υπάρξουν οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά οφέλη για το νησί. Αν ο πολιτισμικός τουρισμός είναι ενεργός κατά την διάρκεια όλου του χρόνου θα ενισχυθεί η επιχειρηματικότητα του νησιού, με την δημιουργία επιχειρήσεων που σχετίζονται με την εξυπηρέτηση των τουριστών. Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας θα μειώσει την τοπική ανεργία, καθώς θα απορροφηθεί υψηλό ποσοστό εργατικού δυναμικού για να μπορέσουν να λειτουργήσουν οι νέες επιχειρήσεις.

Επιπλέον, από την άφιξη τουριστών καθ'όλη την διάρκεια του χρόνου εκτός από τα παραπάνω, θα ενισχυθούν τα τοπικά προϊόντα και οι παραδοσιακές τέχνες, παρέχοντας τους ντόπιους κατοίκους πέρα από δουλειές και εισόδημα περηφάνια για την πολιτιστική κληρονομιά τους.

Συμπερασματικά, θα μπορούσε να αναφερθεί ότι οποιαδήποτε ενέργεια και αν υλοποιηθεί από τα ενδιαφερόμενα μέλη του τουρισμού, η οποία θα έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη και ενίσχυση του πολιτισμικού τουρισμού του νησιού θα επιφέρει ένα ντόμινο ωφελειών για την ανάπτυξη της περιφέρειας της Κρήτης.

Συμπεράσματα

Από την ανασκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας συμπεραίνεται ότι ο πολιτισμός αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι της ζωής του ατόμου, καθώς αναφέρεται σε ένα σύνολο υλικών, τεχνολογικών, καλλιτεχνικών, πνευματικών επιτευγμάτων αλλά και παραδοσιακών εθίμων και ηθών, ενώ παράλληλα συνδέεται με την παιδεία και την διάδοση των πολιτιστικών αγαθών. Ο τουρισμός, ο οποίος αποτελεί μια έννοια πολυδιάστατη και αλληλοσυνδεδεμένη με τον πολιτισμό, αποτελεί την επιθυμία/έκφραση του ανθρώπου να ανακαλύψει και να εξερευνήσει διαφορετικά μέρη από τον μόνιμο τόπο διαμονής του με το κίνητρο της ψυχαγωγίας, της αναψυχής και της επικοινωνίας με διαφορετικές κουλτούρες, αντιλήψεις και τρόπους ζωής. Ο πολιτισμός ως τουριστικό αξιοθέατο συνδράμει σε σημαντικό βαθμό στην διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς αλλά και αντίστοιχα στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας.

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω ο συνδυασμός του πολιτισμού και του τουρισμού γίνονται πόροι για κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη σε περιφερειακές κοινότητες. Η πολιτιστική κληρονομιά αυξάνει την ελκυστικότητα του τουρισμού ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητα στο τομέα αυτό. Σε κοινωνίες όπου οι παραδοσιακές οικονομίες βρίσκονται σε φθορά, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική μέθοδος αναζωογόνησης των τοπικών κοινωνιών.

Συμπεραίνεται ότι ο πολιτισμός αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα για τον σχεδιασμό της εθνικής τουριστικής πολιτικής. Η αποτελεσματική προώθηση και αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων μπορεί να ενισχύσει σε σημαντικό βαθμό την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

Μελετώντας και αναλύοντας την Κρήτη διαπιστώνεται ότι αποτελεί έναν τόπο ιδιαίτερα ευνοημένο από τις φυσικές ομορφιές και τον πλούτο των μνημείων και αρχαιολογικών χώρων. Το νησί διαθέτει όλους εκείνους τους πόρους και τις δυνατότητες για να αναπτύξει σχεδόν όλες τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, και συγκεκριμένα του πολιτιστικού τουρισμού, αμβλύνοντας τα προβλήματα που έχουν δημιουργηθεί από τον μαζικό τουρισμό και επιμηκύνοντας την τουριστική περίοδο.

Μέσα από την ανάλυση SWOT που πραγματοποιήθηκε διαπιστώθηκε ότι η Κρήτη διαθέτει πολλές δυνατότητες να αναπτύξει και να προωθήσει περαιτέρω τον πολιτιστικό τουρισμό και να ευνοηθεί από τις ωφέλειες που δημιουργεί σε κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο.

Συμπερασματικά, θα μπορούσε να αναφερθεί ότι οποιαδήποτε ενέργεια και αν υλοποιηθεί από τα ενδιαφερόμενα μέλη του τουρισμού, η οποία θα έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη και ενίσχυση του πολιτισμικού τουρισμού του νησιού θα επιφέρει ένα ντόμινο ωφελειών για την ανάπτυξη της περιφέρειας της Κρήτης. Με την κατάλληλη εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων που διαθέτει το νησί, από τις αρμόδιες αρχές, καθώς και με την χάραξη ιδιαίτερου στρατηγικού σχεδιασμού για την ανάδειξη του πολιτισμού οι περαιτέρω προοπτικές ανάπτυξης του νησιού είναι από τις πλέον αισιόδοξες του ελληνικού χώρου.

Βιβλιογραφία

Ξένη

- Bachleitner, R. & Zins, A. (1999) Cultural Tourism in Rural Communities: The Residents' Perspective. *Journal of Business Research*. 44 (3). pp.199–209
- Besculides, A., Lee M. & McCormick, P. (2002) Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*. 29 (2). pp. 303–319.
- Boniface, P. (1998) Tourism culture. *Annals of Tourism Research*. 25 (3). pp. 746–749.
- Britton, S. (1991) Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism. *Environment and planning D: society and space*. 9 (4). pp. 451-478.
- Brunt, P. & Courtney, P. (1999) Host Perceptions of Sociocultural Impacts. *Annals of Tourism Research*. 26. pp. 493-515.
- Budeanu, A. (2005) Impacts and responsibilities for sustainable tourism: a tour operator's perspective. *Journal of Cleaner Production*. 13 (2). pp. –97.
- Burns, P. & Sancho, M. (2003) Local perceptions of tourism planning: The case of Cuellar, Spain. *Tourism Management*. 24 (3). pp.331-339.
- Coccosis, H. (1987) Planning for islands. *EKISTICS-THE PROBLEMS AND SCIENCE OF HUMAN SETTLEMENTS*. 54 (323-24). pp. 84-87.
- Conlin, M. & Baum, T. (1995) *Island tourism: management principles and practice*. John Wiley & Sons.
- Crouch, G. (1992) Effect of income and price on international tourism. *Annals of Tourism Research*. 19 (4). pp. 643-664.
- Cuccia, T. & Rizzo, I. (2011) Tourism seasonality in cultural destinations: Empirical evidence from Sicily. *Tourism Management*. 32. pp. 589-595
- Dugulan, D., Balaure, V., Popescu, C. & Veghes, C. (2010) Cultural Heritage, Natural Resources And Competitiveness Of The Travel And Tourism Industry In Central And Eastern European Countries. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*. 2 (12). pp. 742-748.
- Faulkner, B., Moscardo, G., & Laws, E. (2001). *Tourism in the twenty-first century: reflections on experience*. Continuum.
- Friedmann, J. (1963) Regional planning as a field of study. *Journal of the American Institute of Planners*. 29 (3). pp.168-175.
- Goeldner, R. & Ritchie, R. (2003) *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley & Sons.
- Haralambopoulos, N. & Pizam, A. (1996) Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of Tourism Research*. 23 (3). pp. 503-526.

- Hargrove, M. (2002) Heritage Tourism, CRM. *Cultural Resource Management*. 25 (1). pp. 10-11
- Hart, C. (1998) *Doing a Literature Review: Releasing the Social Science Research Imagination*. SAGE Publications.
- Hohl, A. & Tisdell, C. (1995) Peripheral tourism: development and management. *Annals of Tourism Research*. 22 (3). pp. 517-534.
- Hughes, H. & Allen, D. (2005) Cultural tourism in Central and Eastern Europe: the views of 'induced image formation agents. *Tourism Management*. 26 (2). pp.173–183.
- Hughes, H. (2002) Culture and tourism: A framework for further analysis. *Managing Leisure*. 7(3). pp. 164-175
- Huibin, X., Marzuki, A. & Razak, A. (2012) Protective Development of cultural heritage tourism: The case of Lijiang, China. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*. 7 (1). pp.39-54.
- Ioan-Frank, V. & Istoc, M. (2007) Cultural Tourism And Sustainable Development. *Romanian Journal of Economic Forecasting*. 4 (1). pp. 89-96
- Jenkins, C. & Henry, B. (1982) Government involvement in tourism in developing countries. *Annals of Tourism Research*. 9 (4). pp. 499-521.
- Jolliffe, L. & Smith, R. (2001) Heritage, Tourism and Museums: the case of the North Atlantic islands of Skye, Scotland and Prince Edward Islands, Canada. *International Journal of Heritage Studies*. 7 (2). pp.149-172
- Keitumetse, S. (2009) The eco-tourism of cultural heritage management (ECT-CHM): linking heritage and 'environment' in the Okavango Delta Regions of Botswana. *International Journal of Heritage Studies*. 15 (2). pp.223-244.
- Li, G., Song, H. & Witt, S. (2005) Recent developments in econometric modeling and forecasting. *Journal of Travel Research*. 44. pp. 82-99.
- Loustalet, B. (1981) Le tourisme international. *Revue d'économie industrielle*. 15 (1). pp. 122-126.
- MacDonald, R. & Jolliffe, L. (2003) Cultural rural tourism: Evidence from Canada. *Annals of Tourism Research*. 30 (2). pp. 307–322
- McCool, S. & Martin, S. (1994) Community Attachment and Attitudes Towards Tourism Development. *Journal of Travel Research*. 3 (3). pp. 29-34.
- McKercher, B. & du Cros, H. (2003) Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research*. 5 (1). pp. 45-58
- Munoz, T. & Amaral, T. (2000) An econometric model for international tourism flows to Spain. *Applied Economics Letters*. 7. pp. 525-529
- Pearce, D. (1988) Tourism and regional development in the European Community. *Tourism Management*. 9 (1). pp.13-22.

- Popescu, R. & Corbos, R. (2010) The role of urban tourism in the strategic development of Brasov area. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*. 7 (16). pp.69-85.
- Proença, S. & Soukiazis, E. (2005) Demand for tourism in Portugal: A panel data approach. *Coimbra, Portugal: Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Coimbra*.
- Richards, G. (1996) Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of Tourism Research*. 23 (2). pp.261-283
- Robson, C. (2002) *Real world research: A resource for social scientists and practitioner-researchers*. Wiley-Blackwell.
- Russo, A. (2002) The “vicious circle” of tourism development in heritage cities. *Annals of Tourism Research*. 29 (1). pp. 165-182.
- Sdrali, D. & Chazapi, K. (2007) Cultural Tourism in a greek insular community: the residents’ perspective. *Tourism: an international multidisciplinary. Jjournal of Tourism*. 2 (2). pp.61-75
- Seddighi, H., Nuttall, M. & Theocharous, A. (2001) Does cultural background of tourists influence the destination choice? An empirical study with special reference to political instability. *Tourism Management*. 22 (2). pp. 181-191.
- Shamsuddoha, M., Alamgir, M. & Nasir, T. (2011) Cultural tourism: Bangladesh tribal areas perspective. *Journal of Tourism*. 12 (12). pp.28-32
- Silberberg, T. (1995) Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*. 16 (5). pp. 361-365
- Smith, M. (2004) Seeing a new side to seashores Q Culturally regenerating the English Seaside Town. *International Journal of Tourism Research*. 6 (1). pp. 17- 28
- Snowball, J. & Courtney, S. (2010) Cultural heritage routes in South Africa: Effective tools for heritage conservation and local economic development?. *Development Southern Africa*. 27 (4). pp. 563 – 576.
- Song, H., Romilly, P. & Liu, X. (2000) An empirical study of outbound tourism demand in the UK. *Applied Economics*. 32 (5). pp. 611-624.
- Stylianou- Lambert, T. (2011) Gazing From Home: Cultural Tourism and Art Museums. *Annals of Tourism Research*. 38 (2). pp. 403-421
- Taylor, J. (2001) Authenticity and sincerity in tourism. *Annals of Tourism Research*. 28 (1). pp. 7-26.
- Walsh, M. (1996) Demand Analysis in Irish Tourism. *Journal of the Statistical and Social Inquiry Society of Ireland*. XXVII (IV)
- Wang, S., Fu, Y., Cecil, A. & Avgoustis, S. (2008) Impacts of cultural tourism upon quality of life: The residents’ perspective. In *Proceedings of the 2008 International CHRIE Conference*. pp. 516-523.

Wood, M. (2004) *Marketing planning: principles into practice*. Harlow, Eng.; New York: Prentice Hall Financial Times.

Ελληνική

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

Αποστολόπουλος, Κ. & Σδράλη, Δ. (2009) *Εναλλακτικός και Ήπιος Τουρισμός Υπαίθρου*. Αθήνα: Ελληνοεκδοτική

Βαρβαρέσος, Σ. (2000) *Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές. Η ελληνική Πραγματικότητα*. 2^η έκδ. Αθήνα: Προπομπός.

Βερνίκος, Ν., Δασκαλοπούλου, Σ., Μπαντιμαρούδης, Φ., Μπουμπάρης Ν. & Παπαγεωργίου, Δ. (2004) *Πολιτιστικές Βιομηχανίες – Διαδικασίες, Υπηρεσίες και Αγαθά*. Αθήνα: Κριτική

Βρύζας, Κ. (2005) *Παγκόσμια επικοινωνία και πολιτιστικές ταυτότητες*. Αθήνα: Gutenberg

Γκέφου – Μαδιανού, Δ. (1999) *Πολιτισμός και Εθνογραφία: Από τον Εθνογραφικό Ρεαλισμό στην Πολιτισμική Κριτική*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα

Ζοπουνίδη, Κ. & Σίσκος, Γ. (2006) *Τουριστικό Μάνατζμεντ*. 1^η έκδ. Αθήνα: Κλειδάριθμος

Ηγουμενάκης, Ν. (2004) *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Interbooks

Ηγουμενάκης, Ν. (1997) *Τουριστική Οικονομία*. Τόμος Α. Αθήνα: Interbooks

Καραγιάννης, Σ. (2011) *Οικοτουρισμός – Πολιτισμός*. Πρακτικά διαπανεπιστημιακού σεναρίου επιμόρφωσης για την ανάδειξη και αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Κέντρο ιστορικών μελετών καθολικής επισκοπής Σύρου, Άνω Σύρος. 28/8/2011 – 3/9/2011.

Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π. (2001) *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Κριτική.

Κολτσιδόπουλος, Γ. (2000) *Τουρισμός: θεωρητική προσέγγιση*. Αθήνα: Ελλην

Κώττης, Γ. & Πετράκη-Κώττη, Α. (2010) *Σύγχρονη μικροοικονομική*. Αθήνα: Μπένου.

Λάββας, Γ. (1993) *Πολιτιστική Κληρονομιά: Βασικές έννοιες. Ιδεολογία. Διεθνείς συμφωνίες. Μεθοδολογία*. Αθήνα: Σ. Αθανασόπουλος – Σ. Παπαδάμης & ΣΙΑ ΕΕ

Λαγός, Δ. (2005) *Τουριστική Οικονομική*. 1^η έκδ. Αθήνα: Κριτική

Παπαδασκαλόπουλος, Α. (1992) *Οικονομική Περιφέρεια και Αναπτυξιακή Περιφερειακή*. Επιστημονική Επετηρίδα ΠΙΑ

Παπαδασκαλόπουλος, Α. (1995) *Πρότυπα και Πολιτικές Περιφερειακής Ανάπτυξης*. Αθήνα: Παπαζήση

Πασχαλίδης, Γ. & Χαμπούρη – Ιωαννίδου, Α. (2002) *Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων. Εισαγωγή στον Πολιτισμό*. Πάτρα. ΕΑΠ

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

Braudel, F. (2001) *Γραμματική των Πολιτισμών*. Αθήνα: ΜΙΕΤ.

Hall, S., Held, D. & McGrew, A. (2003) *Η νεωτερικότητα σήμερα. Οικονομία, κοινωνία, πολιτική, πολιτισμός*. 2^η εκδ. Αθήνα: Σαββάλας

Lickorish, L. & Jenkins, C. (2004) *Μια εισαγωγή στον τουρισμό*. 1^η εκδ. Αθήνα: Κριτική

Διαδικτυακές Πηγές

citybranding.gr (2014) *Τα μνημεία και η αντιμετώπισή τους από τις Τοπικές αρχές και τους πολίτες*. 15 Δεκεμβρίου, διαθέσιμο σε: http://www.citybranding.gr/2009/12/blog-post_15.html [προσπελάστηκε: 20/2/2015]

cretanbeaches.com (2014) *Βουνά* [online] <http://www.cretanbeaches.com/hrisimes-plir%CE%BFf%CE%BFries/b%CE%BFyna/> [προσπελάστηκε: 18/2/2015]

cretanbeaches.com (2014) *Κλίμα* [online], διαθέσιμο σε: <http://www.cretanbeaches.com/hrisimes-plir%CE%BFf%CE%BFries/plir%CE%BFf%CE%BFries/klima-kritis/> [προσπελάστηκε: 18/2/2015]

cretanbeaches.com (2014) *Οροπέδια και Πεδιάδες* [online], διαθέσιμο σε: <http://www.cretanbeaches.com/hrisimes-plir%CE%BFf%CE%BFries/%CE%9Fr%CE%BFpedia-kai-pediades/> [προσπελάστηκε: 18/2/2015]

cretanbeaches.com (2014) *Παραλίες* [online], διαθέσιμο σε: <http://www.cretanbeaches.com/epiologi-nomou-gia-tis-paralies-tis-kritis/> [προσπελάστηκε: 18/2/2015]

cretanbeaches.com (2014) *Σπήλαια* [online], διαθέσιμο σε: <http://www.cretanbeaches.com/Table/spilaia/> [προσπελάστηκε: 18/2/2015]

cretanbeaches.com (2014) Φαράγγια [online], διαθέσιμο σε:
<http://www.cretanbeaches.com/Table/faraggia/> [προσπελάστηκε: 18/2/2015]

ekt.gr, (2014) *Αξιοποιώντας το ψηφιακό πολιτιστικό περιεχόμενο στην έρευνα και τον τουρισμό*, 7 Ιουλίου, διαθέσιμο σε: <http://www.ekt.gr/content/display?prnbr=89248>
[προσπελάστηκε: 20/2/2015]

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2003) Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Κρήτης.

flashnews.gr, (2014) *Στους 574.279 κατοίκους ο πληθυσμός της Κρήτης*, 31 Ιουλίου διαθέσιμο σε: <http://flashnews.gr/post/85696/stous-574279-katikous-o-pli8ismos-tis-kritis> [προσπελάστηκε: 20/2/2015]

haniotika-nea.gr (2014) **Ένταξη στην UNESCO υπό προϋποθέσεις, 9 Φεβρουαρίου, διαθέσιμο σε:** <http://www.haniotika-nea.gr/entaxi-stin-unesco-ipo-proiypothesis/>
[προσπελάστηκε: 20/2/2015]

incrediblecrete.gr (2014) *Ιστορία Νησιού*, [online],
<http://www.incrediblecrete.gr/23/index.el.html> [προσπελάστηκε: 18/2/2015]

odysseus.culture.gr (2014) *Αρχαιολογικοί Χώροι*, [online], διαθέσιμο σε:
http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj_id=2369 [προσπελάστηκε: 18/2/2015]

odysseus.culture.gr (2014) *Μουσεία*, [online], διαθέσιμο σε:
http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3327&theme_id=21
[προσπελάστηκε: 18/2/2015]

patris.gr (2014) *“Ρουκέτα” του υπουργείου για τις αυθαιρεσίες στην Κνωσό*, 12 Δεκεμβρίου, διαθέσιμο σε:
<http://www.patris.gr/articles/170788?PHPSESSID=#.VPtpX9Lz2E4>
[προσπελάστηκε: 20/2/2015]

tourcrete.gr (2014) *Εναλλακτικός Τουρισμός*, [online], διαθέσιμο σε:
<http://www.tourcrete.gr/Default.aspx?tabid=150&&ArticleID=113&language=el-GR>
[προσπελάστηκε: 18/2/2015]