ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πτυχιακή Εργασία

«Πολιτιστική Κληρονομιά & Τουριστική Ανάπτυξη Μια Διερεύνηση Διεθνώς»

Σπουδάστρια:

- **Καροφύλλου Μαρία Α.Μ. 4238**

Επιβλέπων Καθηγητής:

- **Δρ. Καραγιάννης Στέφανος**

Ηράκλειο 20/11/2006

Ευχαριστίες

Επιτέλους έφτασα στο τέλος της φοιτητικής μου ζωής. Όλα αυτά τα όμορφα και δημιουργικά χρόνια τελείωσαν και θα ήταν μεγάλη παράληψη να μην ευχαριστήσω κάποιους ανθρώπους που με στήριξαν και με βοήθησαν ώστε να φτάσω σε αυτό το στόχο. Πάνω απ' όλα θέλω να ευχαριστήσω τους γονείς μου που με θυσίες και μόχθο με συντηρούσαν τόσα χρόνια και επένδυσαν πάνω μου ώστε να γίνω καλύτερος άνθρωπος και σημαντική για την κοινωνία. Επίσης πρέπει να ευχαριστήσω τους καθηγητές μου που όλα αυτά τα χρόνια προσπάθησαν να κάνουν το καλύτερο για μένα και να με καθοδηγήσουν σε νέους ορίζοντες γνώσης. Θέλω να ευχαριστήσω αυτούς που βοήθησαν για την υλοποίηση αυτής της εργασίας. Η συνεισφορά τους ήταν σημαντική τόσο σε εργασία όσο και σε ψυχολογική υποστήριξη και κατανόηση. Αυτοί είναι οι εξής: Τραγανός Γιώργος, Ανταλουδάκη Ειρήνη, Μπιτζίνη Μαρία, Δατσέρης Αντώνης, Καρόφυλλος Γιώργος. Τέλος, ευχαριστώ τον επιβλέποντα καθηγητή μου Δρ. Καραγιάννη Στέφανο που ήταν και μέλος της εξεταστικής επιτροπής για την πολύτιμη βοήθειά του.

Σας Ευχαριστώ,
Μαρία

Περιεχόμενα

ΣΕΛΙΔΕΣ

Εισαγωγή…….....7

ΜΕΡΟΣ 1ο ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

Κεφάλαιο 1
1.1 Καθορισμός και χαρακτηριστικά του πολιτιστικού τουρισμού…….…..10
1.2 Οι τάσεις στον πολιτιστικό τουρισμό…….....11
1.3 Οι στρατηγικές στη διαχείριση των αρνητικών επιδράσεων……...12
1.3.1 Στις περιοχές κληρονομιάς……..... 13
1.3.2 Στα ευπαθή εθνικά χωρία……..... 13
1.3.3 Το μάρκετινγκ του πολιτιστικού τουρισμού……..... 14
1.3.3.1 Το προϊόν…….. 14
1.3.3.2 Προώθηση του προϊόντος……. 14
1.3.3.3 Εκπαίδευση και κατάρτιση ……... 15
Κεφάλαιο 2
2.1 Τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς και βιώσιμη ανάπτυξη……16
2.2 Όροι για μια αμοιβαία ευεργετική σχέση μεταξύ του τουρισμού και τις πολιτιστικής κληρονομιάς…….....20
2.3 Αντίκτυπος του τουρισμού για την συντήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς – Ιστορικές πόλεις…….……21
2.3.1 Ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στην Αίγυπτο…...……21
2.3.2 Εικόνα της χώρας…… 21
2.3.3 Luxor……...22
2.3.4 Κύρια μνημεία στο Luxor……...23
2.3.5 Τουριστική κίνηση στο Luxor……24
2.3.6 Μελέτες σχετικά με το εγγύς μέλλον…….26
2.3.7 Μεσαιωνικό Κάιρο…….26
Κεφάλαιο 3
3.1 Επιδράσεις του τουρισμού στην πολιτιστική κληρονομιά στη Σρι-Λάνκα – Μια περιπτωσιολογική μελέτη…….....28
3.2 Ιστορικό υπόβαθρο…….....29
3.3 Πολιτιστική κληρονομιά και τουρισμός…….....29
3.4 Θετικές επιδράσεις του τουρισμού στην πολιτιστική κληρονομιά…….....30
3.5 Αρνητικές επιδράσεις……..32
3.6 Μετριασμός των αρνητικών επιδράσεων……33
Κεφάλαιο 4
4.1 Ιράν, Ο σημαντικότερος προορισμός για τον πολιτιστικό τουρισμό…….....35
4.2 Γεγονότα σχετικά με το Ιράν…….....35
4.3 Ιστορία…….....38
4.4 Αρχιτεκτονική…….....38

4.5 Οι τέχνες……..39
4.6 Οι καλλιτέχνες……39
4.7 Γη Άνθρωποι…….....40
Κεφάλαιο 5
5.1 Πολιτικές και κατευθυντήριες οδηγίες για την πολιτιστική ανάπτυξη του τουρισμού στη Δημοκρατία της Κορέας……...41
5.2 Πολιτιστική θέση τουρισμού και οι πολιτικές του στη Δημοκρατία της Κορέας…...41
5.3 Πολιτιστικές πολιτικές του τουρισμού…….....42
5.4 Στρατηγικές προώθησης της πολιτιστικής βιομηχανίας τουρισμού.....43
5.5 Περιπτωσιολογικές μελέτες του πολιτιστικού τουρισμού στην Κορέα……..44
5.6 Ζήτημα στις πολιτιστικές πολιτικές τουρισμού……...46
5.7 Στρατηγικές προώθησης του πολιτιστικού τουρισμού…….....46
5.8 Τοπικά, κυβερνητικά και διεθνή επίπεδα…….....48
5.8.1 Ο ρόλος του τοπικού πληθυσμού……48
5.8.2 Ο ρόλος της κεντρικής κυβέρνησης……49
5.9 Διεθνές επίπεδο……49
Κεφάλαιο 6
6.1 Προώθηση των παραδοσιακών πολιτισμών για βιώσιμο τουρισμό στην επαρχία της Ανατολικής Νέας Βρετανίας Παπούα – Νέα Γουινέα (PNG).....51
6.2 Πολιτιστικές πολιτικές του τουρισμού…….....52
6.3 Πολιτιστικές στρατηγικές ανάπτυξης του τουρισμού…….....54
6.4 Μουσεία……...57
6.5 Πολιτιστικά κέντρα…….....57
6.6 Πολιτιστικές εκδηλώσεις……57
Κεφάλαιο 7
7.1 Τα κυριότερα σημεία του Shandong – Εγγενής πόλη του Κομφουκίου…….....59
7.2 Οι πολιτιστικές φυσικές έλξεις του Shandong προσελκύουν όλο και περισσότερους επισκέπτες από το εσωτερικό και εξωτερικό…….....59
7.3 Βαθιά ανάπτυξη και εστιασμένη προώθηση των τουριστικών πολιτιστικών περιοχών……...60
7.4 Σχέδιο της μελλοντικής ανάπτυξης του τουρισμού στο Shandong…….....66

ΜΕΡΟΣ 2ο ΤΟ SILK ROAD ΚΑΙ Ο ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Κεφάλαιο 1
1.1 Εισαγωγή στο πρόγραμμα Silk Road του ΠΟΤ……...69
Κεφάλαιο 2
2.1 Εκτιμήσεις σχετικά με το πολιτιστικό τουρισμό…….....74
Κεφάλαιο 3
3.1 Ο πολιτιστικός τουρισμός στην αγορά της Ιαπωνίας: Παρόν και Μέλλον…….....82
3.2 Ινδία – Ανεκμετάλλευτη δυνατότητα……..87
3.3 Εθνικοί Προωθητικοί Προϋπολογισμοί……...89
3.4 Πρακτική λειτουργία του πολιτιστικού τουρισμού…….....89
3.4.1 Σύνταξη των επιστημονικών σχεδίων για την ανάπτυξη των νέων φυσικών περιοχών και των προϊόντων τους με ανομία χαρακτηριστικά……...89

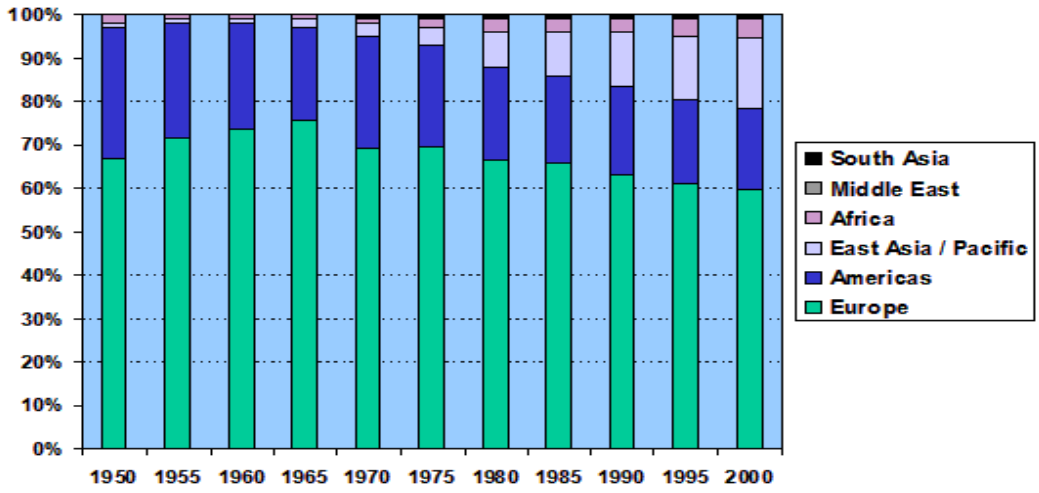
3.4.2 Ενσωμάτωση των φυσικών σκηνών με τα λαϊκά έθιμα και την αλληλοϋποστήριξη του ενός από του άλλου…….....90
3.4.3 Διευθέτηση των διαδρομών των περιηγήσεων για να προσαρμοστούν στις ανάγκες του σύγχρονου τουρισμού……...91
3.4.4 Ενίσχυση της δημοσιότητας και της προώθησης του τουρισμού για να γνωστοποιηθεί το Yunnan καλύτερα στον κόσμο και η επιτάχυνση της προόδου του Yunnan προς τις διεθνείς κοινότητες……..91
3.4.5 Συνεχή υποστήριξη μεγάλων γεγονότων για την προώθηση του τουρισμού……..92
3.4.6 Δραστήρια προώθηση της τουριστικής εκπαίδευσης στην επαρχία Yunnan και ενδυνάμωση των εθνικών πολιτισμών της Yunnan……...93
Κεφάλαιο 4
4.1 Ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού…….94
4.2 Στόχοι……...95
4.3 Πολιτιστικός τουρίστας……...95
4.4 Ανθρώπινο δυναμικό……...96
4.5 Επιδεξιότητες για τους εργαζομένους στον πολιτιστικό τουρισμό…….....97
4.6 Σημαντικά προβλήματα και περιορισμοί που αντιμετωπίζει το ανθρώπινο δυναμικό στην ανάπτυξη στον τομέα τουρισμού……97
4.7 Συστάσεις…….99
Κεφάλαιο 5
5.1 Το Αυστριακό εκπαιδευτικό σύστημα και ο πολιτιστικός τουρισμός: Πώς να καταστήσουν τους νέους κατάλληλους για εργασία στον πολιτιστικό τουρισμό….101
5.2 Ο πολιτιστικός τουρισμός και η αυστριακή βιομηχανία τουρισμού…….....101
5.3 Αυστριακές αυτοκρατορικές πόλεις…….....103
5.4 Στοιχεία και γεγονότα……...…103
5.5 Ένας άλλος σημαντικός στατικός δέκτης είναι ο αριθμός αφίξεων…….....104
5.6 Πολιτιστικός τουρισμός…….105
5.7 Το Αυστριακό εκπαιδευτικό σύστημα……...…105
5.8 Το σχολικό σύστημα του τουρισμού…….....106
5.8.1 Το κολλέγιο για τον τουρισμό……..106
5.8.2 Κολλέγια για τα επαγγέλματα στη διαχείριση βιομηχανιών υπηρεσιών……..107
5.8.3 Διδακτικές αρχές……...109
5.8.4 Κατάρτιση εκπαιδευτικών……109
5.8.5 Σχολικά βιβλία για τον πολιτιστικό τουρισμό……..109
5.8.6 Παραδείγματα της διδασκαλίας του πολιτιστικού τουρισμού ……110
5.8.7 Μαθήματα σπουδών στο Fachhochschule (μη πανεπιστημιακά ιδρύματα στην ανώτερη εκπαίδευση)…….111
5.8.8 Πανεπιστημιακό πρόγραμμα σπουδών για τον τουρισμό…….112

ΜΕΡΟΣ 3ο **ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Κεφάλαιο 1
1.1 Στρατηγική εκστρατεία μάρκετινγκ: "εκπληκτική Ταϊλάνδη" και πολιτιστικός τουρισμός GMS……...114
1.2 Επιδράσεις της ασιατικής οικονομικής κρίσης στη βιομηχανία τουρισμού της Ταϊλάνδης……115
1.3 Επισκόπηση της "εκπληκτικής εκστρατείας 1998-1999" της Ταϊλάνδης……115
1.4 Εμπορικές στρατηγικές της "εκπληκτικής Ταϊλάνδης" το 1998-1999……..116
1.5 Παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία της "εκπληκτικής Ταϊλάνδης" το 1998-1999……117
1.6 Εκστρατεία της "εκπληκτικής Ταϊλάνδης" το 2000……..118
1.7 Ανάπτυξη της Μπανγκόκ ως "πόλη του πολιτισμού"……119
1.8 Μάρκετινγκ περιφερειακού προορισμού του πολιτιστικού τουρισμού στο GMS…119
1.9 Πρόσφατη ανάπτυξη για την υποστήριξη του τουρισμού GMS……...121
1.9.1 Τετράπλευρη συμφωνία τουριστικής συνεργασίας……121
1.9.2 Εκστρατεία "δύο βασίλεια, ένας προορισμός"……...121
Κεφάλαιο 2
2.1 Διαχείριση επισκεπτών και ηλεκτρονικό εμπόριο επί των ιστορικών τόπων……122
2.1.1 Εύκαμπτος προγραμματισμός περιηγήσεων……...122
2.1.2 Προγραμματισμός ικανότητας προσωπικού……...123
2.1.3 Κρατήσεις…….....123
2.1.4 Πωλήσεις…….....123
2.1.5 Λογιστική……123
2.1.6 Έλεγχος πρόσβασης……123
2.1.7 Κατάστημα……..124
2.1.8 Ασφάλεια……124
2.1.9 Διασυνδέσεις……..124
2.1.10 Σύστημα διαχείρισης πληροφοριών……..124
2.1.11 Σύστημα πληροφοριών επισκεπτών……..125
Συμπεράσματα και συστάσεις……...126
Επισημάνσεις……..127
Τελικές σημειώσεις……...……149
Βιβλιογραφία……..151

Εισαγωγή

Ο τουρισμός έχει αυξηθεί με έναν επιταχυνόμενο ρυθμό κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών όπου οι προβλέψεις δείχνουν έναν γρηγορότερο ρυθμό ανάπτυξης στη νέα χιλιετία, με την Ασία και τον Ειρηνικό που γίνεται ο δεύτερος πλέον σημαντικός προορισμός τουρισμού του κόσμου μέχρι το 2020. Ένας από τους στυλοβάτες της βιομηχανίας τουρισμού είναι η έμφυτη επιθυμία του ανθρώπου να δει και να μάθει για την πολιτιστική ταυτότητα των διαφορετικών μερών του κόσμου. Αναφορικά με τον εσωτερικό τουρισμό, τα αίτια ανάπτυξής του είναι η πολιτιστική κληρονομιά που υποκινεί και την εθνική υπερηφάνεια αλλά και την ιστορία κάθε τόπου. Για την ανάπτυξη του διεθνή τουρισμού, η πολιτιστική κληρονομιά προϋποθέτει τον σεβασμό και την κατανόηση άλλων πολιτισμών με άμεση συνέπεια την προώθηση της ειρήνης και της κατανόησης.



Η ασιατική ήπειρος είναι πολύ διαφορετική από την άποψη της πολιτιστικής κληρονομιάς. Είναι ο τόπος γεννήσεως των πρωτευόντων θρησκειών όλου του κόσμου - βουδισμός, χριστιανισμός, ινδουισμός, Ισλάμ, και ιουδαϊσμός - και πολλών εκ των δευτερευόντων του. Η ανταλλαγή των πολιτισμών κατά τη διάρκεια χιλιάδων ετών έχει ως αποτέλεσμα μερικά από τα καλύτερα ιστορικά μνημεία και έναν μεγάλο αριθμό θρησκευτικού και πολιτιστικού μίγματος. Φημισμένη για τις αρχαιολογικές σπανιότητες της απέραντης ομορφιάς όπως το Angkor Wat, Borobudur, Great Wall, και το Taj Mahal, η Ασία διαμορφώνει αναμφισβήτητα ένα εξαιρετικά ελκυστικό και διαφοροποιημένο προϊόν τουρισμού που έχει κάτι να προσφέρει στους τουρίστες από όλα τα κοινωνικά στρώματα.

Ενήμεροι για τον πλούτο και την ποικιλομορφία της πολιτιστικής συνήθειας που βρίσκεται στην Ασία, και έχοντας αντιληφθεί ότι η Ασία θα γινόταν ένας κύριος προορισμός τουρισμού στο εγγύς μέλλον, οι ειδήμονες του τουρισμού και οι τουρίστες

μαθαίνουν να προφυλάσσονται από τον μαζικό και μη σχεδιασμένο τουρισμό και προσπαθούν για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού. Το θέαμα της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι, από τη φύση του, μοναδικό και εύθραυστο. Επομένως, είναι βασικό, ότι οι αρχές του τουρισμού μελετούν το πόσο καλύτερα θα αναπτύξουν αυτές τις περιοχές πολιτιστικής κληρονομιάς προστατεύοντας και συντηρώντας τις μακροπρόθεσμα. Αν δε γίνει αυτό, μπορεί να προκληθεί ανεπανόρθωτη και αμετάκλητη ζημιά στην καρδιά της πολιτιστικής ταυτότητας της Ασίας.

Στη συνέχεια παρέχεται μια ευρεία επισκόπηση των αναπτυξιακών πολιτικών του πολιτισμού και οδηγίες. Εκτιμώντας ότι το πρώτο μέρος επικεντρώνεται σε συγκεκριμένα μνημεία, πολλά ασιατικά έθνη και έθνη από άλλα μέρη του κόσμου που έχουν ένα γενικό πολιτιστικό ενδιαφέρον με πολλά σημαντικά μνημεία. Η ισλαμική Δημοκρατία του Ιράν, η Δημοκρατία της Κορέας, η Επαρχία Yunnan, η Δημοκρατία της Κίνας, η Παπούα-Νέα Γουινέα και η επαρχία Shandong είναι παραδείγματα χωρών των οποίων η βιομηχανία τουρισμού παρέχει ένα προϊόν τουρισμού με ένα ειδικό πολιτιστικό ενδιαφέρον.

Επίσης διερευνάται το θέμα του ταξιδιωτικού εμπορίου που αντιμετωπίζει τις καθημερινές απαιτήσεις του πολιτιστικού τουρίστα και που έχει έναν αμεσότερο έλεγχο για το ποιο είδος πολιτιστικού τουρισμού απευθύνεται στους τουρίστες.

Η ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού είναι μια πολύ σημαντική πτυχή στον πολιτιστικό τουρισμό, θεωρώντας ότι η συντήρηση, η προώθηση και η ερμηνεία του πολιτισμού χρειάζονται πολύ καλά καταρτισμένους και ικανούς ανθρώπους.

Το τελευταίο μέρος αναφέρεται στο μάρκετινγκ και την προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού και στην εκστρατεία "εκπληκτική Ταϊλάνδη", μια ενεργό, αποδοτική, και επιτυχή εκστρατεία μάρκετινγκ που έβγαλε την Ταϊλάνδη από την οικονομική κρίση που μόλυνε τις ασιατικές χώρες το 1997. Η εκστρατεία αναβίωσε τη βιομηχανία τουρισμού της Ταϊλάνδης και έχει πολλά χαρακτηριστικά γνωρίσματα που θα μπορούσαν να υιοθετηθούν από τα ασιατικά έθνη στην προσπάθειά τους να προάγουν και να εμπορευτούν το πολιτιστικό προϊόν τουρισμού τους. Επίσης, περιγράφεται η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου και της νέας τεχνολογίας στην διαχείριση της ροής επισκεπτών στις ιστορικές περιοχές να μετριαστούν οι αρνητικές επιδράσεις.

ΜΕΡΟΣ 1^{ο}

ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

Κεφάλαιο 1

1.1 Καθορισμός και χαρακτηριστικά του πολιτιστικού τουρισμού

Ο πολιτισμός είναι η πηγή ενέργειας του τουρισμού. Οι άνθρωποι ταξιδεύουν, όχι μόνο για να χαλαρώσουν και να αναδημιουργήσουν αλλά για να ικανοποιήσουν την ανάγκη τους για την ποικιλομορφία και την περιέργειά τους στον τρόπο με τον οποίο άλλοι άνθρωποι ζουν σε περιβάλλον διαφορετικό από το δικό τους. Ο τρόπος ζωής άλλων ανθρώπων εκφράζεται μέσω της θρησκείας τους, τις γιορτές, τα κοστούμια, την κουζίνα, τις τέχνες και την επιδεξιότητα τους, την αρχιτεκτονική, τη μουσική και το χορό, τη λαογραφία και τη λογοτεχνία. Αυτές οι πολιτιστικές εκδηλώσεις διαφοροποιούν μια ομάδα ανθρώπων από μία άλλη. Καθιστούν τη ζωή παραστατική και ενδιαφέρουσα.

Οι άνθρωποι ταξιδεύουν επίσης για το συγκεκριμένο σκοπό να επισκεφθούν τα μεγάλα μνημεία και τις περιοχές του κόσμου όπως το Angkor Wat στην Καμπότζη, το Taj Mahal στην Ινδία, το μεγάλο τείχος της Κίνας ή το Borobudur και το Prambanan στην Ινδονησία. Κατά συνέπεια, ο πολιτισμός φανερώνεται και στη διαβίωση και στις δυναμικές πτυχές μιας καθημερινής ζωής των ανθρώπων καθώς επίσης και στην κληρονομιά, δηλ., τα μνημεία και τις περιοχές.

Υπάρχουν επίσης τουρίστες που ταξιδεύουν για το συγκεκριμένο σκοπό να παρευρεθούν στα θρησκευτικά και μη-θρησκευτικά φεστιβάλ, στα εκθέματα μουσείων και τέχνης, στα μουσικά γεγονότα (όπερα, συναυλίες, κ.λπ....) και θεατρικές παραστάσεις. Μερικοί tour operators στην Ευρώπη αναφέρονται σε αυτά τα ταξίδια σαν να είναι "διακοπές για την τέχνη" ή "εκπαιδευτικές διακοπές".

Όλες οι προαναφερθείσες δραστηριότητες περιγράφουν τι μπορεί κάποιος να αποκαλέσει "πολιτιστικό τουρισμό".

Ο πολιτισμός και ο τουρισμός έχουν μια σχέση που συμβιώνει. Οι τέχνες και οι δεξιοτεχνίες, οι χοροί, τα τελετουργικά, και οι μύθοι που διατρέχουν τον κίνδυνο να ξεχαστούν από τη νεότερη γενεά μπορούν να αναζωογονηθούν εάν παρουσιάζουν οι 3τουρίστες έντονο ενδιαφέρον για αυτές. Τα μνημεία και τα πολιτιστικά κατάλοιπα μπορούν να συντηρηθούν με τη χρησιμοποίηση των κεφαλαίων που παράγονται από τον

τουρισμό. Στην πραγματικότητα, εκείνα τα μνημεία και τα κατάλοιπα που έχουν εγκαταλειφθεί πάσχουν από αποσύνθεση από την έλλειψη επιθεώρησης.

Αφ' ετέρου, ο πολιτισμός μπορεί να εμπορευματοποιηθεί και να γίνει απλά ένα οικονομικό προϊόν για να εξυπηρετήσει τους τουρίστες. Ο πολιτισμός και ο τουρισμός πρέπει να είναι αμοιβαία ενθαρρυντικοί ο ένας για τον άλλον για να καταστήσουν τη σχέση βιώσιμη. Η επιτυχία αυτής της σχέσης χρειάζεται την πλήρη συνεργασία του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα συνεργαζόμενοι μαζί με τις τοπικές κοινότητες.

1.2 Οι τάσεις στον πολιτιστικό τουρισμό

Μελέτες αποκαλύπτουν ότι οι τουρίστες, ειδικά από τις ευρωπαϊκές αναπτυσσόμενες χώρες, τείνουν να ψάξουν τους προορισμούς όπου μπορούν πραγματικά να δοκιμάσουν και να μάθουν για τον τρόπο της ζωής των τοπικών ανθρώπων. Προτιμούν τα απλά ξενοδοχεία με τοπική ατμόσφαιρα, να ταξιδεύουν ανεξάρτητα, να έχουν όσο το δυνατόν περισσότερη επαφή με τους ντόπιους και να μαθαίνουν για τις συνθήκες διαβίωσής τους. Αυτός ο ιδιαίτερος τομέας αγοράς που μπορεί να αναφερθεί και ως πολιτιστικός τουρίστας, έχει αυξηθεί σε αριθμό, κατά τουλάχιστον 15% το χρόνο στην τελευταία δεκαετία. Αυτό υπονοεί ότι τα παραδοσιακά προϊόντα είναι σχεδιασμένα για το μαζικό τουρισμό, όπως τα παθητικά αξιοθέατα και οι διακοπές σε καθαρές παραλίες, θα πρέπει τώρα να τροποποιηθούν για να δώσουν περισσότερες ευκαιρίες για την αλληλεπίδραση μεταξύ των φιλοξενούμενων και των οικοδεσποτών. Για καλύτερα αποτελέσματα, κατά τη διάρκεια εκείνης της αλληλεπίδρασης, και οι δύο πλευρές πρέπει να μάθουν η μια από την άλλη να κάνουν την εμπειρία του τουρισμού αληθινά αξιοσημείωτη.

Αντιθέτως, μια μελέτη που πραγματοποιήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακάλυψε ότι το 20% των τουριστών που επισκέφθηκαν την Ευρώπη το έκαναν για πολιτιστικούς λόγους. Επιπλέον, ο πολιτισμός ήταν ένα κύριο συστατικό του ταξιδιού για το 60% των επισκεπτών.

Ο τουρισμός έχει αυξηθεί σε έναν επιταχυνόμενο ρυθμό κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών. Οι προβλέψεις δείχνουν έναν ακόμα γρηγορότερο ρυθμό ανάπτυξης στην επόμενη χιλιετία. Μία τουριστική μελέτη πρόβλεψης του ΠΟΤ για το 2020 προβλέπει ότι οι αφίξεις των τουριστών παγκοσμίως θα αυξηθούν σε 1,5 δισεκατομμύρια - ένας τριπλασιασμός στην αύξηση των αφίξεων μέσα στο διάστημα μιας γενιάς. Ο ΠΟΤ επίσης προβλέπει ότι η Ασία και ο Ειρηνικός θα γίνουν ο δεύτερος πλέον σημαντικός προορισμός τουρισμού του κόσμου μέχρι το 2020 και η Κίνα θα γίνει ο δημοφιλέστερος προορισμός τουρισμού του κόσμου.

Αυτό επιτάχυνε και η ογκώδης αύξηση του παγκόσμιου τουρισμού έχει θεμελιώδεις επιπτώσεις. Αυτό σημαίνει ότι οι πόροι του τουρισμού, ειδικά οι πολιτιστικές περιοχές, μνημεία και μουσεία γίνονται σε μεγάλο βαθμό κορεσμένοι. Η συμφόρηση υπόκειται επίσης στην εναέρια κυκλοφορία, στους αερολιμένες, στους προορισμούς και στα αστικά

κέντρα, που οδηγούν στην ανεπαρκή υποδομή μεταφορών και δημόσιων εγκαταστάσεων. Επιπλέον, οι απαιτήσεις τοποθέτησης ύδατος και ενεργειακών πόρων ανταγωνίζονται με εκείνες του τοπικού πληθυσμού. Προ πάντων, η επιβολή μιας βιομηχανίας τουρισμού επάνω από τις τοπικές ανάγκες θέτει τους τοπικούς πολιτισμούς και τις παραδόσεις κάτω από την απειλή.

Ενήμεροι για τους κινδύνους του μαζικού και μη σχεδιασμένου τουρισμού, καθώς επίσης και τις ευκαιρίες για έναν πιο ανθρωπιστικό τύπο πολιτιστικής σύγκρουσης μεταξύ των τοπικών οικοδεσποτών και των φιλοξενούμενων, των τουριστικών αρχών, των τοπικών κοινοτήτων, και του τουρισμού ο ιδιωτικός τομέας πρέπει να απασχοληθεί στενά και να εφαρμόσει την αρχή της ικανότητας υποστήριξης στον προγραμματισμό και τη διαχείριση του τουρισμού. Ισορροπία πρέπει να επιτευχθεί μεταξύ της ανάπτυξης του τουρισμού από τη μια πλευρά και πολιτιστική συντήρηση απ'την άλλη. Η επίτευξη αυτής της ισορροπίας είναι μια πρόκληση.

1.3 Οι στρατηγικές στη διαχείριση των αρνητικών επιδράσεων του τουρισμού στον πολιτισμό.

Ο αριθμός ανθρώπων που μια περιοχή μπορεί να φιλοξενήσει ήταν κάτι που συζητήθηκε έντονα κατά τη διάρκεια της διάσκεψης. Υπήρξε συναίνεση ότι αυτό είναι ένα σύνθετο ζήτημα και ότι δεν υπάρχει κανένας τύπος που μπορεί να κανονίσει τον αριθμό των ανθρώπων για μια συγκεκριμένη περιοχή ή έναν προορισμό. Υπάρχει φυσική δυνατότητα φιλοξενίας, δηλ., ο αριθμός ανθρώπων που μια περιοχή μπορεί άνετα να φιλοξενήσει χωρίς να χαλάσει την ποιότητα της, να μειώσει την εμπειρία των επισκεπτών, ή να κάνει την τοπική κοινωνία να υποφέρει. Υπάρχει επίσης κοινωνική δυνατότητα φιλοξενίας, που σημαίνει ότι η κοινωνία μπορεί να μην είναι έτοιμη ή να μην είναι σε θέση να λάβει έναν μεγάλο αριθμό τουριστών είτε επειδή δεν έχει επαρκείς εγκαταστάσεις και υποδομή ή οι άνθρωποι δεν είναι κοινωνικά και εκπαιδευτικά εξοπλισμένοι για να χειριστούν τους επισκέπτες. Η συζήτηση σχετικά με αυτό το ζήτημα κατέληξε στο συμπέρασμα ότι είναι η κοινότητα που φιλοξενεί ή εκείνοι που έχουν καθήκον να διαχειριστούν την περιοχή τουρισμού που πρέπει να έχουν σωστή κρίση για το πόσους επισκέπτες μπορεί να δεχτεί η περιοχή τους. Αυτό υπονοεί ότι η κοινότητα και οι διευθυντές τουρισμού πρέπει να έχουν την τεχνική κατάρτιση στις βιώσιμες πρακτικές τουρισμού.

Το θέμα της "πολιτιστικής συγκατάθεσης" συζητήθηκε επίσης, σημαίνοντας ότι οι τοπικές κοινότητες πρέπει να συμφωνήσουν να φιλοξενούν τουρίστες, μετά από συζήτηση και επισταμένη μελέτη για τις παραλείψεις του τουρισμού. Ο τουρισμός δεν πρέπει να τους επιβληθεί.

Μερικές στρατηγικές που συστήνονται για να μετριάσουν το συνωστισμό και άλλες αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού στους πολιτιστικούς προορισμούς και τις περιοχές είναι:

1.3.1 Στις περιοχές κληρονομιάς:

- Έλεγχος στην εισροή τουριστών με τη σύσταση περιοδειών κατά τη διάρκεια των υψηλών περιόδων
- Σχεδιασμός συνεχών δρομολογίων με μέσα μεταφοράς, που ελέγχουν την ροή των επισκεπτών
- Αύξηση στις αμοιβές των εισόδων
- Περιορισμός του αριθμού επισκεπτών ανά ημέρα/καθιέρωση των καθημερινών αναλογιών
- Επέκταση των ωρών λειτουργίας των μουσείων μέχρι το βράδυ
- Δεχτείτε προκαταβολικά κρατήσεις για πολύ δημοφιλή εκθέματα
- Χτίστε σωστά εξοπλισμένα κέντρα επισκεπτών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως κέντρα αναμονής για να κουμαντάρουν την ροή των επισκεπτών
- Αύξηση διαθέσιμου χώρου στα μουσεία
- Χρήση τεχνολογίας για αναδημιουργία αυθεντικής ατμόσφαιρας των εύθραυστων περιοχών κληρονομιάς έτσι ώστε να μην είναι απαραίτητο οι άνθρωποι να επισκέπτονται εκείνες τις περιοχές
- Χρήση προσαρμοσμένης τεχνολογίας σύμφωνα με τις ανάγκες της περιοχής κληρονομιάς για να διαχειριστεί την ροή επισκεπτών. Χρήση της ίδιας τεχνολογίας για την οργάνωση ενός συστήματος διοικητικών πληροφοριών
- Κλείσιμο των πολύ εύθραυστων περιοχών που απειλούνται με ζημιά έως ότου να τεθούν μέτρα σε ισχύ
- Προσδιορίστε νέα πολιτιστικά θέλγητρα και αναπτύξτε τα για να είναι επισκέψιμα για τον τουρισμό έτσι ώστε η ζήτηση να μπορεί να εξαπλωθεί καλύτερα, κατά συνέπεια θα μειωθεί η πίεση στις υπάρχουσες περιοχές.

1.3.2. Στα ευπαθή εθνικά χωριά:

- Περιορισμός επισκεπτών σε μερικά χωριά τα οποία είναι προετοιμασμένα να δεχτούν επισκέπτες
- Εκπαίδευση άλλων χωρικών για να ανοίξουν τα χωριά τους στους τουρίστες, μόνο εάν είναι προδιατεθειμένοι να το κάνουν
- Εκπαίδευση των ντόπιων για να αναπτύξουν τον τουρισμό ο οποίος είναι αποδεκτός σε αυτούς και συμπληρωματικός στα τοπικά τους έθιμα
- Ανάπτυξη ενός κώδικα δεοντολογίας για τους επισκέπτες, τους tour operator, και τους ξεναγούς
- Ανάπτυξη επίδειξης ή πρότυπων χωριών. Χρήση αυτών των χωριών ως παραδείγματα σε άλλα στο πώς να διευθύνουν το πρόγραμμα τουρισμού τους

Ένα άλλο ζήτημα που παρουσιάζεται εκτενώς είναι η ανάγκη να συμπεριληφθούν οι τοπικές κοινότητες στον προγραμματισμό τουρισμού και να εξασφαλιστεί ότι

ωφελούνται άμεσα από τον τουρισμό. Μερικές από τις στρατηγικές που συστήνονται είναι:

- Εκπαίδευση του ανεπίσημου τομέα στην τοπική κοινότητα να διευθύνουν τις μικροεπιχειρήσεις όπως τους ξενώνες και τα εστιατόρια που σερβίρουν τοπική κουζίνα
- Δημιουργία ενός "συμβουλευτικού συμβουλίου μικρών επιχειρήσεων" για να βοηθήσει τις τοπικές κοινότητες να γίνουν μικροί επιχειρηματίες που θα εξυπηρετούν τη βιομηχανία τουρισμού
- Εκπαίδευση και απασχόληση των ντόπιων στις σχετικές με τον τουρισμό εργασίες
- Οργάνωση μη κερδοσκοπικών ιδρυμάτων ή μη κυβερνητικές οργανώσεις που θα βοηθήσουν τους ντόπιους στην αναβάθμιση των τεχνών τους και εμπορευματοποίηση αυτών άμεσα στους πελάτες, παρακάμπτοντας κατά συνέπεια τους μεσάζοντες

1.3.3 Το μάρκετινγκ του πολιτιστικού τουρισμού

1.3.3.1 Το προϊόν

Είναι απαραίτητο για τον προορισμό να απορρέει βασικά ζητήματα όπως η υποδομή, η εύκολη πρόσβαση, η ασφάλεια και η προστασία. Επιπλέον, δεδομένου ότι ο πολιτιστικός τουρισμός απαιτεί ένα πολύ υψηλό επίπεδο ερμηνείας, οι υπηρεσίες των ξεναγών ειδικά στις ξένες γλώσσες, πρέπει να είναι άριστης ποιότητας. Άλλες μορφές ερμηνείας όπως οι χάρτες, οι τουριστικοί οδηγοί, τα φυλλάδια, οι πίνακες ιστορίας, και οι οπτικοακουστικές/διαλογικές επιδείξεις πρέπει να τεθούν στην διάθεση των τουριστών για να συμπληρώσουν τις υπηρεσίες των ξεναγών. Τα κέντρα επισκεπτών, όπου οι τουρίστες είναι προσανατολισμένοι για το πολιτιστικό θέαμα που θα επισκεφτούν, έχουν γίνει πολύ σημαντικά μέσα ερμηνείας.

Οι ανάγκες και οι επιθυμίες του πελάτη πρέπει να εξεταστούν κατά το σχεδιασμό ή την αναβάθμιση του πολιτιστικού προϊόντος τουρισμού.

1.3.3.2 Προώθηση του προϊόντος

Οι τουρίστες που ταξιδεύουν για να βιώσουν τον πολιτισμό του προορισμού που επισκέπτονται, ψάχνουν για πλούσιες εμπειρίες κάτι το οποίο απαιτεί την αλληλεπίδραση μεταξύ των τοπικών κοινοτήτων. Αυτό το χαρακτηριστικό του πολιτιστικού τουρίστα υποδηλώνει ότι ο tour operator που είναι υπεύθυνος για την πολιτιστική εμπειρία πρέπει να προσαρμόσει την περιοδεία για να ανταποκριθεί στις ανάγκες του πελάτη του. Η τεχνολογία πληροφοριών και το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι χρήσιμα εργαλεία για το μάρκετινγκ πολιτιστικού τουρισμού. Οι αναλυτικές πληροφορίες μπορούν να δοθούν ηλεκτρονικά για να επιτρέψουν στους τουρίστες να κάνουν επιλογές για τους

προορισμούς που επισκέπτονται μετά από σχετική πληροφόρηση και να επιλέξουν τις δραστηριότητες που θέλουν να συμμετέχουν.

Τα πολιτιστικά προϊόντα τουρισμού διανέμονται μέσω εξειδικευμένων μέσων όπως οι πολιτιστικές ενώσεις, οι αποστελλόμενοι κατάλογοι μουσείων, οι τέχνες και οι προστάτες πολιτισμού, οι κοινωνίες οικοτουρισμού, οι αρχαιολογικές και ανθρωπολογικές κοινωνίες, και τα πανεπιστήμια.

Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να προωθηθεί με τη χρήση θεματικής προσέγγισης. Προγράμματα συνεταιρικού μάρκετινγκ σε περιφερειακό επίπεδο, όπως η ευρύτερη υποπεριοχή της Mekong, που προωθεί τα πολιτιστικά κειμήλια της περιοχής, είναι ένα άλλο πρότυπο.

Η συνεργασία μεταξύ των διεθνών οργανισμών όπως ο ΠΟΤ, η ΟΥΝΕΣΚΟ, ESCAP και UNDP καθώς επίσης και οι περιφερειακοί σχηματισμοί ομάδας όπως το GMS, είναι ένας χρήσιμος τρόπος για την προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού.

1.3.3.3 Εκπαίδευση και κατάρτιση

Οι σύνεδροι ήταν ομόφωνοι σε συμφωνία τους ότι στην εκπαίδευση και στην κατάρτιση του προσωπικού τουρισμού καθώς επίσης και στις κοινότητες που φιλοξενούν άτομα πρέπει να δοθεί η μέγιστη προτεραιότητα. Δεδομένου ότι ο τουρισμός είναι μία βιομηχανία υπηρεσιών που απαιτεί έναν υψηλό βαθμό ανθρώπινης αλληλεπίδρασης, οι άνθρωποι που συμμετέχουν σε αυτήν την βιομηχανία πρέπει να έχουν ανεπτυγμένη ικανότητα στις δημόσιες σχέσεις. Πρέπει επίσης να είναι σε θέση να ερμηνεύσουν τον πολιτισμό του προορισμού με έναν σημαντικό τρόπο έτσι ώστε οι επισκέπτες να καταλάβουν και να εκτιμήσουν τις πολιτιστικές αξίες του προορισμού. Επ'αυτού, στους tour operators πρέπει να παρασχεθεί εντατική κατάρτιση στις ξένες γλώσσες. Ελλείψει των κατάλληλων ξενόγλωσσων ξεναγών, προτάθηκε, οι ξένοι tour operators να έχουν την άδεια να τοποθετούν τους ξεναγούς τους στους προορισμούς τους οποίους επισκέπτονται, για να εξασφαλίσουν υψηλή ποιότητα στην πολιτιστική εμπειρία του τουρισμού. Αυτή η πρόταση έγινε λαμβάνοντας υπόψη το φιλελεύθερο και σφαιρικό οικονομικό σύστημα που επικρατεί στο 21ο αιώνα.

Η εκπαίδευση και η κατάρτιση πρέπει να είναι βασισμένες στην εμπειρία και εστιασμένες στους πελάτες. Πρέπει να δίνεται έμφαση στις ξένες γλώσσες, στην διαπολιτισμική κατανόηση και προσόντα, στην ικανότητα επίλυσης προβλημάτων, στην άνεση με την τεχνολογία και στην υψηλή αίσθηση της ηθικής.

Κεφάλαιο 2

2.1 Τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς και βιώσιμη ανάπτυξη[1]

Γενικά αναγνωρίζεται ότι ο τουρισμός έχει γίνει μια διεθνής οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική δραστηριότητα, που συμβάλλει στην παγκοσμιοποίηση. Πολλοί άνθρωποι επιθυμούν τον τουρισμό, μερικοί για την απόλαυση, την χαλάρωση, την περιπέτεια ή και για εκπαιδευτικούς σκοπούς - και μερικοί άλλοι για τα οφέλη που αναμένουν να αποκομίσουν από αυτόν. Ο τουρισμός συμβάλλει σε μια καλύτερη διαπολιτισμική κατανόηση μεταξύ των εθνών, και με αυτές τις ενέργειες θεωρείται επίσης ότι μειώνει τις πολιτικές εντάσεις και συμβάλει στην ειρήνη. Αλλά πολλές κοινότητες που δέχονται τουρίστες, φοβούνται και έχουν αμφιβολία για τον τουρισμό, δεδομένου ότι μπορεί να βλάψει τις κοινωνικές συνήθειές τους, να έχει επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον τους, και να βλάψει τους πολιτισμούς, τις πεποιθήσεις και τις ιδιωματικές παραδόσεις τους.

Η σημασία του τουρισμού ως δημιουργού εισοδήματος γίνεται τώρα ευρέως αποδεκτή αφού οι οικονομικοί αρμόδιοι για το σχεδιασμό και ακόμη και οι υπουργοί χρηματοδότησης λαμβάνουν πολλές αποφάσεις που ενθαρρύνουν την επέκταση του τουρισμού, πολύ συχνά χωρίς πλήρη εκτίμηση του τι σημαίνει αυτό για τη συνεχή συντήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Ταυτόχρονα, το τελευταίο τέταρτο του 20ού αιώνα έχει δει ένα ανανεωμένο ενδιαφέρον για τη συντήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, υπό την ευρύτερη έννοιά του. Οι νέες προσπάθειες έχουν αναληφθεί, και σε διεθνή και σε εθνικά επίπεδα, με σκοπό τη συντήρηση των αρχαίων ιστορικών κτηρίων και των περιοχών, των τοπικών παραδόσεων και των λαϊκών εκφράσεων, των παραδοσιακών χωριών με την ιδιωματική αρχιτεκτονική και άλλων πτυχών που απεικονίζουν την παγκόσμια πολιτιστική ποικιλομορφία.

Ο κύριος σκοπός αυτής της παρουσίασης είναι να εξεταστούν οι παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη για να εξασφαλίσουν ότι η ανάπτυξη και η διαχείριση του τουρισμού

[1] κ. Eugenio Yunis, επικεφαλής του ΠΟΤ για την βιώσιμη ανάπτυξη (Siem Reap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

επί των τόπων πολιτιστικής κληρονομιάς είναι βιώσιμες από οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνικοπολιτιστική άποψη. Αυτό σημαίνει ότι:

- ο τουρισμός συμβάλλει στη συντήρηση κληρονομιάς
- είναι προνομιούχο στις κοινωνίες που φιλοξενούν ανθρώπους
- είναι σημαντικό και ευχάριστο στον επισκέπτη

Το επάγγελμα του τουρισμού έχει ενδιαφερθεί ιδιαίτερα για τις προσπάθειες συντήρησης κληρονομιάς, δεδομένου ότι βρίσκει στην πολιτιστική κληρονομιά μια πολύ πολύτιμη πηγή για μια συνεχή διαφοροποίηση του ανεφοδιασμού του τουρισμού. Πράγματι, στο σχεδιασμό των πρώτων υλών από τον άφθονο πλούτο πολιτιστικής κληρονομιάς που συσσωρεύεται στην ιστορία όλου του κόσμου, ο τουρισμός επιστρέφει κατά κάποιο τρόπο στην αρχή του, όταν το ταξίδι ήταν κατεξοχήν μια δραστηριότητα της εκμάθησης και της ανακάλυψης, αλλά ήταν σε λίγους προσιτό.

Πράγματι, μια συχνά αγνοημένη διάσταση του τουρισμού πολιτιστικής κληρονομιάς είναι ότι εμφανίζεται σε πολλούς ταξιδιώτες ως ένα από τα λίγα υπόλοιπα αντίδοτα στην πολιτιστική διαδικασία τυποποίησης που πραγματοποιείται αυτήν την περίοδο παράλληλα με την οικονομική παγκοσμιοποίηση.

Υποστηρίζουμε την άποψη ότι ο τουρισμός και η πολιτιστική κληρονομιά μπορούν να καθιερώσουν μια αμοιβαία βιώσιμη και ευεργετική σχέση. Περαιτέρω δηλώνουμε ότι τέτοια σχέση είναι μοναδική, δεδομένου ότι η συντήρηση των περιοχών, των κτηρίων και των αντικειμένων πολιτιστικής κληρονομιάς βρίσκει την πλήρη αιτιολόγησή της, καθώς επίσης και ένα σημαντικό μέρος των οικονομικών πόρων που απαιτούνται, να καταστήσει διαθέσιμες εκείνες τις περιοχές στους ανθρώπους μέσω του τουρισμού.

Με άλλα λόγια, βλέπουμε το βιώσιμο τουρισμό ως βασικό στοιχείο στην εξασφάλιση της ικανότητας υποστήριξης της πολιτιστικής κληρονομιάς και ως εκ τούτου στη συντήρησή της. Σε αντάλλαγμα, οι βιώσιμες και καλά-συντηρημένες περιοχές και τα αντικείμενα κληρονομιάς μπορούν να παρέχουν μια ατελείωτη πηγή πρώτων υλών για τον τουρισμό για να επιστρέψουν στην προέλευσή της και να γίνουν βιώσιμες μακροπρόθεσμα.

Παρά την αυξανόμενη πίεση από ένα μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού που θέλει να ταξιδέψει, να δοκιμάσει και να μάθει για τους ξένους πολιτισμούς και να επισκεφτεί τη χτισμένη κληρονομιά τους, είναι απαραίτητο:

- να ενισχυθούν οι προσπάθειες συντήρησης επί των τόπων πολιτιστικής κληρονομιάς έτσι ώστε να μπορούν να επισκεφτούν από τους υψηλούς αριθμούς τουριστών
- να καθιερωθούν καλύτεροι κανονισμοί για την επίσκεψη των υπαρχουσών περιοχών πολιτιστικής κληρονομιάς και να επιβληθούν αυστηρά και

- να προσδιοριστούν νέα πολιτιστικά θεάματα κληρονομιάς και να αναπτυχθούν για να είναι επισκέψιμα από τους τουρίστες, έτσι ώστε η ζήτηση να μπορεί να διανεμηθεί καλύτερα, κατά συνέπεια θα μειωθεί η πίεση στις υπάρχουσες περιοχές.

Οι περιοχές και τα μουσεία πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς επίσης και ο τουρισμός, απευθύνονται τώρα έντονα στις μέσες κατηγορίες σε όλο τον κόσμο, ενώ στο προηγούμενο μέρος του αιώνα και πριν, ο τουρισμός και η εκτίμηση της κληρονομιάς ήταν εκλεκτές δραστηριότητες.

Αυτό είναι βεβαίως μια πολύ θετική σύγχρονη ανάπτυξη, η οποία πηγαίνει μαζί με τη γενική κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη και με τον εκδημοκρατισμό της κοινωνίας. Ποια είναι η χρήση για τα έθνη της συντήρησης και της επένδυσης των χρημάτων στην κληρονομιά τους εάν δεν μπορούν να την απολαύσουν οι πολίτες τους; εάν δεν συμβάλλει στο συλλογικό αυτοσεβασμό και τον πολιτιστικό εμπλουτισμό τους; εάν δεν μπορεί να παρουσιαστεί σε άλλους λαούς σε μια προσπάθεια να βελτιωθεί η διαπολιτισμική κατανόηση; Από αυτή την άποψη, μπορεί να δηλωθεί ότι η πολιτιστική κληρονομιά έχει την αξία και συντηρείται μόνο εάν χρησιμοποιείται, και εάν χρησιμοποιείται κατά τρόπο λογικό, βιώσιμο.

Ο τουρισμός είναι μεταξύ κύριων λόγων για την πολιτιστική κληρονομιά. Στην πραγματικότητα, η εμπειρία δείχνει ότι οι περιοχές κληρονομιάς που παραμένουν κλειστές στον τουρισμό και τις επισκέψεις από το ευρύ κοινό τείνουν να εμπέσουν στην αποσύνθεση. Υφίστανται την εγκατάλειψη, τη λεηλασία και την επιδείνωση οι κλιματολογικοί όροι και άλλα φυσικά φαινόμενα ενεργούν καταστροφικά επάνω τους, η περιβάλλουσα φύση τις περιτυλίγει και συμβάλλει στην καταστροφή τους, η απουσία οποιωνδήποτε οικονομικών επιστροφών από την ύπαρξή τους δεν επιτρέπει να χορηγήσει τα κονδύλια ακόμη και για ένα κατώτατο επίπεδο συντήρησης και η τοπική κοινότητα χάνει όλο το σεβασμό της πολιτιστικής και συμβολικής αξίας τους λαμβάνοντας υπόψη την εγκατάλειψή τους.

Αντίθετα, όταν είναι ανοικτές για τον τουρισμό, οι περιοχές κληρονομιάς πρέπει να κρατηθούν σε καλή κατάσταση, προκειμένου να παρουσιαστούν στο κοινό σε μια κόσμια μορφή. Ένα κατώτατο και περιοδικό επίπεδο συντήρησης γίνεται έπειτα υποχρεωτικό. Αλλά επιπλέον, και από το δημόσιο τομέα και την πολιτιστική προοπτική συντήρησης, η κύρια αξία του τουρισμού επί των τόπων κληρονομιάς είναι ότι χρησιμεύει ως μια εισαγωγή στο ιστορικό και πολιτιστικό υπόβαθρο μιας χώρας ή τοποθεσίας τις οποίες οι άνθρωποι μπορεί να μην πλησιάσουν ποτέ.

Προσπάθειες που καταβάλλονται από την ΟΥΝΕΣΚΟ από την πρόσφατη δεκαετία του '70 - όταν άρχισε η επιγραφή των μνημείων και των περιοχών στον κατάλογο παγκόσμιας κληρονομιάς - έχουν βοηθήσει βεβαίως να αναπτύξουν την περαιτέρω συνειδητοποίηση σε όλο τον κόσμο στην αξία της κληρονομιάς και της ανάγκης να συντηρηθεί. Στις περισσότερες περιπτώσεις, ο προσδιορισμός μιας περιοχής ως τμήμα της παγκόσμιας κληρονομιάς έχει σημάνει ότι τα πρόσθετα κεφάλαια αφιερώνονται στη

συντήρηση της και, ο σημαντικότερος, ότι ένα διοικητικό σχέδιο καθιερώνεται για αυτήν.

Αναμφίβολα στην λίστα της ΟΥΝΕΣΚΟ είναι η αναγνώριση των ξένων της αξίας στην οριζόμενη περιοχή, η οποία είναι ίσως η αποτελεσματικότερη να προκαλέσει τον τουρισμό. Κατά συνέπεια, μπορεί να υποστηριχτεί ότι εγγράφοντας μια περιοχή ή ένα μνημείο στον κατάλογο είναι πραγματικά ευεργετικό, μπορεί επίσης να αντιπροσωπεύσει την προσθήκη ενός περαιτέρω στοιχείου του κινδύνου, εξαιτίας της έκκλησης που τέτοιος συνυπολογισμός θα ασκηθεί μεταξύ του κοινού κατά πολύ. Ακόμα, όπως δείξαμε πριν από, χωρίς τουρισμό κληρονομιάς, πολλές περιοχές και χειροποίητα αντικείμενα θα ήταν λιγότερο ικανά να σταματήσουν την αστική ανάπτυξη και άλλες πιέσεις.

Οι υψηλές συγκεντρώσεις των τουριστών είναι κοινές επί των περισσότερων τόπων παγκόσμιας κληρονομιάς. Συγχρόνως, τα πολύ ελκυστικά και πλούσια μνημεία, χωριά ή αρχαιολογικές περιοχές, εξίσου αντιπροσωπευτικά του ίδιου πολιτισμού ή της ιστορικής περιόδου παραμένουν έξω από τα κυκλώματα τουριστών και δεν παίρνουν οποιαδήποτε πολιτική ή οικονομική ενίσχυση για τη συντήρησή τους.

Θα ήταν μια καλή πρωτοβουλία για τις κυβερνήσεις και τη διεθνή κοινότητα να αρχίσει να μελετά φρέσκες, καινοτόμες πολιτικές έναντι της αξιοποίησης και της συντήρησης της χτισμένης πολιτιστικής κληρονομιάς. Απαιτούνται πιο δίκαιες και λιγότερο εκλεκτικές μορφές αναγνώρισης κληρονομιάς, παρά μια απλή εγγραφή σε έναν κατάλογο. Οι πολιτικές και τα κίνητρα συντήρησης κληρονομιάς θα μπορούσαν να καθιερωθούν για να προωθήσουν, παραδείγματος χάριν, την ανάπτυξη των πρόσθετων προορισμών κληρονομιάς στις πόλεις ή τα χωριά που έχουν τις άμεσες ιστορικές και πολιτιστικές συνδέσεις με μια κοντινή σημαντική περιοχή κληρονομιάς.

Μια πολιτική αυτού του είδους, εάν διευθύνεται κατάλληλα, θα επέτρεπε μια καλύτερη φυσική διανομή των τουριστών και θα παρείχε ευκαιρίες σε πολλούς περισσότερους ανθρώπους και τοποθεσίες να συντηρήσουν την κληρονομιά τους και να παράγουν τα οικονομικά και πολιτιστικά οφέλη από αυτήν. Αμοιβαία, θα παρείχε στους τουρίστες μια ευρύτερη επιλογή προορισμών κληρονομιάς και τη δυνατότητα να εμπλουτίσουν την ποιότητα της εμπειρίας του ταξιδιού τους. Επίσης θα επέτρεπε στους διευθυντές τουρισμού και κληρονομιάς να διαχωρίσουν τα διαφορετικά στρώματα των καταναλωτών σύμφωνα με τα διαφορετικά επίπεδα πολιτιστικών ενδιαφερόντων τους για την κληρονομιά που επισκέπτονται.

2.2 Όροι για μια αμοιβαία ευεργετική σχέση μεταξύ του τουρισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς

Οι ερωτήσεις κλειδιά είναι:

- Πώς θα καθιερωθεί η σωστή ισορροπία μεταξύ των αναγκών, των ενδιαφερόντων και των εγκαταστάσεων που απαιτούνται για τους τουρίστες και τους στόχους συντήρησης. Και,
- Πώς θα καταστούν συμβατοί και οι δύο στόχοι χωρίς να επηρεαστεί η φυσική δομή της περιοχής και της συμβολικής ή πνευματικής αξίας της για την τοπική κοινότητα.

Προτείνονται 14 όροι για μια αμοιβαία ευεργετική σχέση μεταξύ του τουρισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς:

Όρος 1: κατανόηση από τον τομέα του τουρισμού της ολιστικής φύσης του πολιτισμού.

Όρος 2: κατανόηση από τους ειδικούς πολιτιστικής κληρονομιάς και τους επαγγελματίες συντήρησης γενικά, της σπουδαιότητας του τουρισμού και των αναγκών και των νόμιμων επιθυμιών του τουρίστα.

Όρος 3: περιλαμβάνοντας την τοπική κοινότητα στον καθορισμό μιας πολιτικής τουρισμού και στη διαδικασία λήψης αποφάσεων σχετικά με τον τουρισμό κληρονομιάς.

Όρος 4: παράδοση της υποστήριξης της τοπικής κοινότητας στο πρόγραμμα τουρισμού.

Όρος 5: ενίσχυση της ικανότητας της τοπικής κοινότητας να έχει έναν σημαντικό ρόλο στη διαχείριση του τουρισμού κληρονομιάς.

Όρος 6: προετοιμασία ενός κύριου προγράμματος τουρισμού ή ενός διοικητικού σχεδίου περιοχών για το αντικείμενο κληρονομιάς.

Όρος 7: προσδιορισμός των περιορισμών δυνατότητας φιλοξενίας επί των περιοχών και οργάνωση μιας μέγιστης δυνατότητας φιλοξενίας.

Όρος 8: ανταπόκριση στις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πολιτιστικών ταξιδιωτών και άλλων κατηγοριών επισκεπτών.

Όρος 9: ερμήνευση των περιοχών κληρονομιάς για τους τουρίστες, έτσι ώστε να αφήνουν την τοποθεσία με μια πραγματική κατανόηση της πολιτιστικής αξίας του.

Όρος 10: έλεγχος των τουριστών επί των τόπων κληρονομιάς, προκειμένου να αποφευχθούν οι πιθανές ζημίες και να ενισχυθεί η εμπειρία των τουριστών.

Όρος 11: οργάνωση μιας εμπορικής στρατηγικής και μιας πολιτικής τιμολόγησης για τον τουρισμό επί των τόπων κληρονομιάς.

Όρος 12: καθιέρωση κατάλληλων μηχανισμών για την εξασφάλιση ότι ένα σημαντικό ποσοστό των αποδοχών τουρισμού επανέρχεται στους σκοπούς συντήρησης.

Όρος 13: έλεγχος των επιδράσεων του τουρισμού στην περιοχή για να χρησιμεύσουν ως έγκαιρες προειδοποιήσεις σημαντικών προβλημάτων.

Όρος 14: εισαγωγή των διορθωτικών μέτρων όποτε και οπουδήποτε χρειαστούν.
Τελικά, η συστηματική εφαρμογή των ανωτέρω όρων θα μπορούσε να εγγυηθεί ότι ο πολιτιστικός τουρισμός επί των τόπων κληρονομιάς είναι κοινωνικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά βιώσιμος και συμβάλλει στη συντήρηση των περιοχών.

2.3 Αντίκτυπος του τουρισμού για την συντήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς – Ιστορικές πόλεις[2]

2.3.1 Ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στην Αίγυπτο

Η βιομηχανία τουρισμού στην Αίγυπτο έχει βασιστεί παραδοσιακά στον τουρισμό με πολιτιστικό σκοπό και στα αρχικά στάδια ανάπτυξής του εξαρτήθηκε κυρίως από την πολιτιστική διάσταση. Εντούτοις, υπό την πίεση του μαζικού τουρισμού, ο παράκτιος τουρισμός άρχισε να προσελκύει την προσοχή και την εκτίμηση των υπαλλήλων καθώς και των επενδυτών. Αυτή τη στιγμή, πρέπει να αποκαταστήσουμε την ισορροπία μεταξύ των διαφορετικών συστατικών του προϊόντος τουρισμού με την ενίσχυση του πολιτιστικού μέρους.

2.3.2 Εικόνα της χώρας

Στους περισσότερους λαούς, η εικόνα της Αιγύπτου στρέφεται στο φαραωνικό πολιτισμό. Οι βιβλιοθήκες και τα βιβλιοπωλεία σε όλο τον κόσμο επιδεικνύουν μια μεγάλη επιλογή των βιβλίων στις διαφορετικές γλώσσες, που δημοσιεύεται ετησίως από τους διεθνείς εκδοτικούς οίκους, οι οποίοι ρίχνουν περισσότερο φως στη φαραωνική ιστορία, τα μνημεία και τους πολιτισμούς που έχουν ακμάσει στην κοιλάδα του Νείλου.

Κάθε σπουδαστής σε κάθε σχολείο ή κολλέγιο σε όλο τον κόσμο μελετά την ιστορία της Αιγύπτου και του φαραωνικού πολιτισμού. Αυτός ο πολιτισμός και η δόξα του είναι όχι μόνο "το δώρο του Νείλου" αλλά μπορεί επίσης να θεωρηθεί και ως "δώρο των

[2] Laila Bassiouny, Γραμματέας του Υπουργείου Τουρισμού, Αίγυπτος (Siem Reap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

Αιγυπτίων, που συμβάλλει στον πλούτο της γνώσης και του πολιτισμού και που αντιπροσωπεύει μια μεγαλοφυΐα που δημιουργείται από μια δεδομένη γεωγραφική κατάσταση".

Οι εμπειρογνώμονες βεβαιώνουν ότι είναι μάλλον εύκολο να πωληθεί ένα καλό προϊόν εάν είναι κατάλληλα προωθημένο και παρουσιασμένο. Η εξωτερική εμφάνιση είναι σημαντική σε ένα προϊόν όπως ο τουρισμός, και είναι ζωτικής σημασίας για τον αιγυπτιακό τουρισμό με πολιτιστικό σκοπό, που είναι ένα θαυμάσιο προϊόν, να δοθεί η μεγάλη προσοχή στην αποκατάσταση και στη διάνθιση των αρχαιολογικών περιοχών.

2.3.3 Luxor

Η Αίγυπτος θεωρείται ως το παγκόσμιο μέγιστο υπαίθριο μουσείο, με τα επιβλητικά μνημεία των αρχαίων πολιτισμών, και το Luxor θεωρείται ως η κύρια αίθουσα εκθέσεων αυτού του μουσείου.

Βρίσκεται 670 χλμ νότια του Καΐρου, το Luxor, που ήταν το κέντρο της δύναμης από το 2100 έως το 750 π.Χ., είναι μοναδικό μεταξύ των πόλεων του κόσμου. Οπουδήποτε περπατάτε, θεωρείτε ότι βιώνετε το παρελθόν και το παρόν συγχρόνως. Υπάρχει μετά βίας ένα μέρος στην πόλη που να μην έχει ένα λείψανο που να δείχνει το μεγαλείο των αρχαίων Αιγυπτίων αρκετές χιλιάδες έτη πριν. Το μέλλον της πόλης συσχετίζεται και με την θέση του στο παρόν και φυσικά με το λαμπρό παρελθόν του.

Η φήμη της πόλης άρχισε με το διεθνές ενδιαφέρον για την Αιγυπτολογία και τα συμπεράσματα των ανασκαφών που πραγματοποιήθηκαν μέσω των ετών από τους διεθνείς μελετητές (το αποκορύφωμα ήταν φυσικά η ανακάλυψη του τάφου του βασιλιά Tutankhamon, άθικτου και πλήρους). Η βιομηχανία κινηματογράφων έχει συμβάλει επίσης για να προωθήσει το Luxor στο ευρύ κοινό με τη βοήθεια των πολυάριθμων ταινιών που χαρακτηρίζουν τις διαφορετικές ιστορίες σχετικές με την ιστορία των Φαραώ.

2.3.4 Κύρια Μνημεία στο Luxor

Ανατολική Όχθη:

- *Ο Ναός του Luxor*, που χτίζεται από τους δύο Φαραώ Amenhotep III και Ramses II. Ο ναός αφιερώθηκε στον Amun-Ra' του οποίου ο γάμος γιορτάστηκε ετησίως, όταν η ιερή πομπή κινήθηκε με βάρκα από το Karnak προς το ναό Luxor.

- *Ο Ναός Karnak*, θεωρείται ένα από τα σπουδαία μέρη λατρείας στην ιστορία. Περιλαμβάνει πολλούς μοναδικούς ναούς που αφιερώνονται στον Amun, τη σύζυγό του Mut και το γιο τους (Khonsu, θεός του φεγγαριού).

Ναος του Luxor

Ναός Karnak

Δυτική Όχθη:

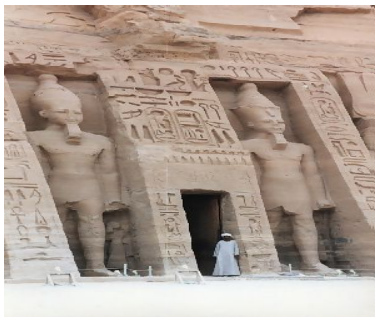
- *Οι κολοσσοί του Memnon*, τα μόνα ίχνη ενός ναού που τιμά την μνήμη του Amenhotep III (ο μύθος λέει ότι όταν υπέστησαν τις ρωγμές τραγούδησαν, έτσι οι Έλληνες τους ονόμασαν Memnon, θρυλικός ήρωας που σκοτώθηκε κατά τη διάρκεια του τρωικού πολέμου, ο οποίος, καλούσε κάθε πρωί τη μητέρα του Eos, τη θεά της αυγής, εκείνη τον θρηνούσε ρίχνοντας δάκρυα που ειπώθηκε ότι είναι οι δροσοσταλίδες).

- *Οι τάφοι των κοιλάδων των βασιλιάδων και των βασιλισσών*: αυτοί είναι οι τάφοι που διατάζονται από τους βασιλιάδες και τις βασίλισσες του νέου βασιλείου να σμιλευτούν στους βράχους πρόσωπα της κοιλάδας για να τους προστατεύσουν ενάντια στους ληστές (ένας από τους ομορφότερους τάφους είναι αυτός της βασίλισσας Nefartari, σύζυγος του Ramses II. Η αμοιβή εισόδου είναι δέκα φορές η αμοιβή για την επίσκεψη της περιοχής πυραμίδων και ο αριθμός επισκεπτών ανά ημέρα περιορίζεται σε μόνο 200 άτομα, που κάθε ομάδα μένει μόνο 10 λεπτά. Αυτό είναι ένα παράδειγμα ιδεών που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν στο μέλλον σε παρόμοιες περιοχές.

- *Αναμνηστικοί ναοί και οι τάφοι του Nobles*, η σημαντικότερη ύπαρξη ναού, που χτίστηκε από τη βασίλισσα Hatsheput και αποτελείται από τρεις εντυπωσιακούς κήπους που χωρίζονται από έναν δρόμο.

Τάφοι του Nobles

Κολοσσοί του Memnon


Τάφος της Βασίλισσας Nefartari

2.3.5 Τουριστική κίνηση στο Luxor

Μετά από τη μελέτη της τρέχουσας κίνησης των τουριστών και την πρόβλεψη των μελλοντικών κινήσεων των τουριστών στην πόλη, έχουμε φτάσει στο ακόλουθο συμπέρασμα: αν και η δυνατότητα φιλοξενίας των ξενοδοχείων της πόλης αντιπροσωπεύει μόνο το 10% της συνολικής δυνατότητας φιλοξενίας των ξενοδοχείων σε εθνικό επίπεδο, η εισροή των τουριστών στο Luxor μας επιτρέπει να αξιολογήσουμε την επιτυχία της πολιτιστικής μας πολιτικής στον τουρισμό, δεδομένου ότι το Luxor είναι αποκλειστικά ένας πολιτιστικός προορισμός τουρισμού.

Η προοπτική του Luxor ως τουριστικός προορισμός χωρίζεται κυρίως σε περίπου τέσσερις άξονες:

1)Απέραντος αρχαιολογικός πλούτος: αυτός είναι ο πόλος έλξης του Luxor. Αυτός ο πλούτος αναμένεται να αυξηθεί εξαιτίας του γεγονότος ότι περισσότερες από 140 ξένες αποστολές ανασκάπτουν στις διαφορετικές αρχαιολογικές περιοχές, ενώ 50 αιγυπτιακές αποστολές που ανήκουν στο τμήμα αρχαιοτήτων στα αιγυπτιακά πανεπιστήμια κάνουν το ίδιο πράγμα με τα καρποφόρα αποτελέσματα.

Το να βελτιώσουμε τη δυνατότητα πρόσβασης μεταξύ των αρχαιολογικών περιοχών και των περιοχών όπου παραμένουν οι τουρίστες είναι κάτι που πρέπει να γίνει, γίαυτό ζητάμε από τις σχετικές οργανώσεις και αρχές (εθνικές και τοπικές) να κάνουν το μέγιστο για να συνεργαστούμε από αυτή την άποψη και για να εστιάσουμε στον καλλωπισμό του τοπίου των διαφορετικών περιοχών.

Η συντήρηση και η αποκατάσταση όλων των ιστορικών περιοχών, υπό την αρχή του Υπουργείου πολιτισμού και του τμήματος αρχαιοτήτων, είναι πρωταρχικής σπουδαιότητας.

2)Επαγγελματικοποίηση του τουρισμού: ανησυχούμε πολύ για τα αρνητικά αποτελέσματα στα μνημεία για τους αυξανόμενους αριθμούς τουριστών που επισκέπτονται τις αρχαιολογικούς περιοχές και τους τάφους. Πρέπει να ληφθούν μέτρα για να ελέγχεται και να σχεδιάζεται η κυκλοφορία στο Luxor και μέσα στην πόλη και στις αρχαιολογικές συνθέσεις του (ένα ειδικό "κέντρο επισκεπτών" ιδρύθηκε πρόσφατα αλλά τα εγκαίνιά του έχουν αναβληθεί σε μια μεταγενέστερη ημερομηνία).

Για να βελτιωθούν τα πρότυπα των ξεναγών και του προσωπικού των ξενοδοχείων και των γραφείων ταξιδίων, το Υπουργείο τουρισμού εγγυάται από κοινού διάφορα προγράμματα που εκτελούνται στα πλαίσια του εθνικού προγράμματος για την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού. Ο στόχος του είναι να αναβαθμίσει τις υπηρεσίες αυτών των ιδρυμάτων και των υπαλλήλων τους.

3)Ο Νείλος και το περιβάλλον: Η World Bank δήλωσε "στην αναφορά παγκόσμιας ανάπτυξής της το 1992" ότι "χωρίς επαρκή προστασία του περιβάλλοντος, η ανάπτυξη θα υπονομευθεί, και χωρίς ανάπτυξη, η προστασία του περιβάλλοντος θα αποτύχει". Η ανάπτυξη στο Luxor εστιάζεται επίσης στη βελτίωση των υπηρεσιών στα 200 σύγχρονα πλωτά ξενοδοχεία.

Ο τουρισμός κρουαζιέρας του Νείλου είναι πάντα μια παραδοσιακή μορφή τουρισμού, και η μεγάλη προσοχή δίνεται στην περιβαλλοντική επίδραση της αυξανόμενης χρήσης του Νείλου. Ορισμένα προγράμματα είναι εν εξελίξει τα οποία περιλαμβάνουν την ανάπτυξη και τη βελτίωση των υπαρχουσών αποβαθρών και των εγκαταστάσεων αγκυροβολίου με την παροχή των απαραίτητων υπηρεσιών και υποδομών, και την κατασκευή νέων εγκαταστάσεων αγκυροβολίου για την αποφυγή συνωστισμού, την κατασκευή εγκαταστάσεων για επισκευές, την συντήρηση και την οικοδόμηση των πλωτών ξενοδοχείων, την καθιέρωση ενός κέντρου για τον έλεγχο ναυσιπλοΐας και για την παροχή υγείας, ασφάλειας, πυρκαγιάς και άλλων υπηρεσιών έκτακτης ανάγκης, και η την αποκατάσταση και τον καλλωπισμό των περιβαλλουσών περιοχών.

4)Από την πόλη στην περιοχή: είναι σημαντικό να τονιστεί ότι η σχέση μεταξύ της πόλης και της περιοχής της δεν είναι μόνο ένα θέμα ανάπτυξης ή προγραμματισμού, αλλά μπορεί να θεωρηθεί ένα δυναμικό εργαλείο στην προώθηση και το μάρκετινγκ του πολιτιστικού τουριστικού προϊόντος μας.

Το Luxor είναι κατάλληλο για να προσελκύσει ένα μεγάλο τμήμα των διεθνών τουριστών μας που επισκέπτονται αυτήν την περίοδο την κόκκινη θάλασσα (για αναψυχή και θαλλάσια σπορ). Το Hurgada, το κύριο τουριστικό θέρετρο στην κόκκινη θάλασσα και ένα διεθνές κέντρο θαλάσσιου αθλητισμού, είναι μόνο 3 ώρες μακριά από το Luxor (με κλιματιζόμενο λεωφορείο ή λιμουζίνα). Τα καθημερινά ταξίδια στις αρχαιολογικές περιοχές του Luxor, που προσφέρονται τώρα ως προαιρετική δραστηριότητα στις περισσότερες ομάδες τουριστών, θα μπορούσαν να γίνουν στο μέλλον ένα αναπόσπαστο τμήμα του προγράμματος για όλους. Για να λύσουν το πρόβλημα εποχικότητας στην περιοχή, τα ειδικά τουριστικά γεγονότα και τα φεστιβάλ θα μπορούσαν επίσης να προγραμματιστούν κατά τη διάρκεια των μηνών χαμηλής ζήτησης.

Γιατί θα πρέπει οι προωθητικές δραστηριότητές μας να περιοριστούν μόνο στο Luxor; Είναι επειδή οι αρχαιότητές της κατέχουν μια διεθνή φήμη; Θα μπορούσαν να περιληφθούν και άλλες σημαντικές αρχαιολογικές περιοχές και μνημεία βόρεια του Luxor μέχρι τη μέση Αίγυπτο (μέρη όπως το Minya) και προς το νότο στο Asswan και τη

Nobia. Γιατί θα πρέπει να περιοριστούμε στις παραδοσιακές επισκέψεις στο Luxor; Πρέπει να ενθαρρύνουμε τους tour operators για να κανονίσουν σημαντικά προγράμματα που να καλύπτουν το Luxor, Bani, Hassan, Ashmounin, Abydos, Akhmeem, Dendera, Esna ή Edfu. Αυτή τη στιγμή, μόνο μερικά ταξίδια κανονίζονται από το Luxor σε μερικές από αυτές τις περιοχές με τις κρουαζιέρες ή τα λεωφορεία ως προαιρετικές περιοδείες, αλλά πρέπει να προωθηθούν και οι άλλες περιοχές εντατικά έτσι ώστε να είναι διεθνώς γνωστές, ακριβώς όπως το Luxor.

2.3.6 Μελέτες σχετικά με το εγγύς μέλλον

Οι μελέτες σχετικά με το μέλλον της πόλης έχουν πραγματοποιηθεί από την World Bank καθώς επίσης και από διάφορες διεθνείς και αιγυπτιακές εταιρίες συμβούλων, οι οποίες όλες συμφωνούν με τις ακόλουθες συστάσεις:

- Επιλογή τριών θέσεων ως κύριες αποβάθρες για τις κρουαζιέρες του Νείλου (μία στη μέση, η δεύτερη στο νότο και η τρίτη στη δύση)

- Εφαρμογή αυστηρών κανονισμών που να ελέγχουν την κατασκευή των νέων κατοικιών κοντά στις αρχαιολογικές περιοχές, και λήψη των απαραίτητων μέτρων για να μετακινηθούν οι υπάρχουσες κοινότητες, περιβάλλοντας αυτές τις τοποθεσίες και τους τάφους στις νέες περιοχές.

- Ανάπτυξη τριών νέων κοινοτήτων (να έχουν ολοκληρωθεί μέχρι το έτος 2010). Η πρώτη, για λόγους στέγασης, βρίσκεται 14 χλμ από το Luxor, η δεύτερη κοινότητα θα ανταποκρίνεται στη νέα ζήτηση για καλλιεργήσιμα εδάφη και η τρίτη, που βρίσκεται μεταξύ των δύο προηγούμενων κοινοτήτων, θα χρησιμεύει στην περιοχή ως κέντρο για τις μικρές γεωργικές βιομηχανίες.

2.3.7 Μεσαιωνικό Κάιρο

Το Κάιρο, η πρωτεύουσα της Αιγύπτου, είναι η μεγαλύτερη πόλη στην αφρικανική ήπειρο. Με τα γραφικά ανατολικά παζάρια, τα μοντέρνα ξενοδοχεία κατά μήκος του Νείλου και τις ευχάριστες κατοικημένες περιοχές, συνδυάζει τέλεια τον εξωτισμό του παρελθόντος και την κουλτούρα του παρόντος του. Για να καταλάβει κάποιος το μυστικό του μαγνητισμού του Καΐρου, και για να εκτιμήσει το πνεύμα αυτής της οντότητας στη διαβίωση, πρέπει να ταξιδέψει περίπου πενήντα αιώνες πίσω για να φανταστεί τη γέννηση αυτής της λαμπρής πόλης που είναι πλούσια στη λαμπρότητα των Φαραώ, στις πιο πρώτες επιδόσεις του χριστιανισμού, και τις δόξες του Ισλάμ.

Η ιστορία της περιοχής αρχίζει στη Δυτική Όχθη του Νείλου, στη Μέμφιδα, παλαιότερη πρωτεύουσα της Αιγύπτου. Η Βαβυλώνα καθιερώθηκε αρχικά από τους Πέρσες αυτοκράτορες και έγινε αργότερα ένα

ρωμαϊκό φρούριο. Ο Άγιος Μάρκος, ο πρώτος ευαγγελιστής, πήγε στην Αίγυπτο και εγκαταστάθηκε στο τελευταίο μισό του πρώτου αιώνα μ.Χ., Από εκείνη την στιγμή οι διδασκαλίες του χριστιανισμού που διαδόθηκαν στην Αίγυπτο, αφήνοντας αιώνια αποτυπώματα υπό μορφή εκκλησιών και μοναστηριών που είναι γεμάτα με έργα ζωγραφικής των Αγίων, πιστοποιώντας το μεγαλείο, την ομορφιά και την υπεροχή της αιγυπτιακής κοπτικής τέχνης. Διάφορες εκκλησίες και μοναστήρια χτίστηκαν στις τοποθεσίες όπου η "ιερή οικογένεια" βρήκε καταφύγιο κατά τη διάρκεια της πτήσης τους στην Αίγυπτο. Η περίοδος της κοπτικής είναι ειδικής σημασίας δεδομένου ότι αποτέλεσε μια σύνδεση μεταξύ των ελληνορωμαϊκών και ισλαμικών περιόδων. Εντούτοις, ήταν ο ρόλος του Ισλάμ να προωθήσει την περιοχή στην ανώτερη θέση της δύναμης και του γοήτρου στο σύγχρονο κόσμο.

Οι πρώτες ισλαμικές έδρες της Αιγύπτου προέκυψαν από το στρατιωτικό στρατόπεδο του μουσουλμανικού ηγέτη Amr Bn el As (641 μ.Χ.), που ακολουθήθηκε από την θεμελίωση διάφορων άλλων νέων κοινοτήτων στην ίδια περιοχή. Όλες αυτές οι έδρες επρόκειτο να γίνουν ο πυρήνας του Καΐρου, που ιδρύθηκε από τους Fatimids που πήγαν στην Αίγυπτο το έτος 969 μ.Χ. Η αναπτυσσόμενη πρωτεύουσα άνθησε έπειτα με παλάτια, μουσουλμανικά τεμένη και ένα περιβάλλον τείχος.

Ο Saladin - ο ήρωας των σταυροφοριών - διέταξε την οικοδόμηση ενός πιο μεγάλου τείχους για να περιβάλει το Κάιρο και τα υπολείμματα των προηγούμενων ισλαμικών εδρών. Το διάσημο φρούριο του Saladin επάνω από την πόλη στους λόφους Mokattam θεωρείται ακόμα ένα από τα αξιοπρόσεκτα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του Καΐρου σήμερα.

Κατά τη διάρκεια των επόμενων περιόδων της τουρκικής κυριαρχίας της Αιγύπτου, η αρχιτεκτονική του Καΐρου άκμασε και η ομορφιά της συμπληρώθηκε από ένα πλήθος εντυπωσιακών παλατιών και μεγάρων καθώς επίσης και θαυμάσιων μουσουλμανικών τεμενών που χτίστηκαν κατά τη διάρκεια εκείνου του χρόνου.

Κεφάλαιο 3

3.1 Επιδράσεις του τουρισμού στην πολιτιστική κληρονομιά στη Σρι Λάνκα – Μια περιπτωσιολογική μελέτη[3]

3.2 Ιστορικό υπόβαθρο

Η Σρι Λάνκα είναι ένα νησί στον Ινδικό Ωκεανό, ευλογημένο με μια σειρά από φυσικά θεάματα, το οποίο περιλαμβάνει επτά περιοχές παγκόσμιας κληρονομιάς και έναν μεγάλο αριθμό προϊστορικών περιοχών διεσπαρμένες σε πολλά μέρη της χώρας. Έχει μια καταγραμμένη ιστορία πάνω από 2500 ετών, που κρατά από τον 6ο αιώνα π.Χ., και κυβερνήθηκε από μια συνεχή διαδοχή των βασιλιάδων αρχίζοντας από το βασιλιά Vijaya το 541 π.Χ. και τελειώνοντας με το βασιλιά Sri Wickrama Rajasinghe το 1815, όταν το βασίλειο Kandian έπεσε στην κυριαρχία των Βρετανών και ολόκληρο το νησί υπέπεσε στον αποικιακό κανόνα των Βρετανών. Η Σρι Λάνκα κέρδισε την ανεξαρτησία της το 1948.

Οι πρώτοι βασιλιάδες sinhalese καθιέρωσαν το βασίλειό τους στο βόρειο-κεντρικό μέρος της Σρι Λάνκα, με πρωτεύουσα την Anuradhapura, στον 6ο αιώνα π.Χ.. Χίλια πεντακόσια έτη αργότερα η πρωτεύουσα μετατοπίστηκε στην Polonnaruwa, στο νοτιοανατολικό μέρος του νησιού. Από τον 13ο αιώνα μ.Χ., η πρωτεύουσα μετατοπίστηκε από μέρος σε μέρος για μικρές χρονικές περιόδους και τελικά καθιερώθηκε σταθερά στην Kandy τον 16ο αιώνα μ.Χ.

Ο σημαντικότερος παράγοντας που επηρέασε τις εξουσίες των βασιλιάδων Sinhala από τους αρχαίους χρόνους και τον πολιτισμό, την τέχνη και τον πολιτισμό των ανθρώπων του Sinhalese ήταν η εισαγωγή του βουδισμού στη Σρι Λάνκα το 247 π.Χ.. Οι βασιλιάδες Sinhala και οι άνθρωποι δέχτηκαν το βουδισμό με αφοσίωση και ενθουσιασμό και διαμόρφωσαν τη ζωή τους σύμφωνα με τις διδασκαλίες του Βούδα, και συνεπώς η Σρι Λάνκα έγινε βαθμιαία πολύ ακμάζον έθνος. Υπήρξε επίσης μια γρήγορη ανάπτυξη του αισθητικού πολιτισμού συμπεριλαμβανομένης της μουσικής, του χορού,

[3] κ. P.P. Hettiarachchi, Διευθυντής, Κοινοτικές και Βιομηχανικές Σχέσεις, Πίνακας τουριστών της Κεϋλάνης, (Siem Reap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

των έργων ζωγραφικής και του γλυπτού, καθώς επίσης και του λογοτεχνικού έργου, κ.λπ.... Αυτοί οι βασιλιάδες απασχολούνταν με τα συγκροτήματα μοναστηριών, τα δωμάτια των λαρνάκων, τα όργανα εκμάθησης, τα παλάτια, τις τάφρους, τα φρούρια βράχου, τους κήπους αναψυχής, τις λίμνες, τις εργασίες γλυπτών, τις αίθουσες ακροατηρίων, τα θέατρα κ.λπ.... Επιπλέον, έχτισαν επίσης γιγαντιαίες δεξαμενές άρδευσης για την αποθήκευση του ύδατος για γεωργικούς και άλλους λόγους, μαζί με τα θαυμάσια και τεχνικά προηγμένα κανάλια άρδευσης για να κινούν το ύδωρ προς τους γεωργικούς τομείς. Τα απομεινάρια αυτού του λαμπρού ιστορικού παρελθόντος, το οποίο καλύπτει χρονικά μία περίοδο σχεδόν 2000 ετών, μπορούν ακόμα να βρεθούν σε πολλά μέρη της χώρας ιδιαίτερα στις τρεις αρχαίες πόλεις που είναι τώρα γνωστές ως "πολιτιστικό τρίγωνο".

3.3 Πολιτιστική κληρονομιά και τουρισμός

Η Σρι Λάνκα προώθησε ένα σημαντικό έργο συντήρησης κληρονομιάς το 1981 στο πλαίσιο του πολιτιστικού προγράμματος ανάπτυξης τριγώνων, με την τεχνική και χρηματοδοτική συνδρομή της ΟΥΝΕΣΚΟ, και συνεχίστηκε μέχρι το τέλος του 1998 που χειρίζεται έξι σημαντικές περιοχές κληρονομιάς στην Anuradhapura (δύο περιοχές), στην Polonnaruwa (δύο περιοχές), στην Sigiriya, στην Dambulla και στην Kandy. Δεν είχε υπάρξει κανένα πρόγραμμα συντήρησης και αποκατάστασης αυτού του μεγέθους που αναλήφθηκε στο παρελθόν. Φαίνεται ότι ο αρχικός λόγος που παρακίνησε τους χορηγούς να ξεκινήσουν ένα τέτοιο πρόγραμμα είναι η γρήγορη ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού στη Σρι Λάνκα στο τελευταίο μέρος της δεκαετίας του '70 και ο αυξανόμενος όγκος των ξένων τουριστών που επισκέπτονται τις πολιτιστικές περιοχές τριγώνων.

Το πρόγραμμα ανάπτυξης τουρισμού της Σρι Λάνκα, που άρχισε το 1966, βασίστηκε σε ένα κύριο πρόγραμμα ανάπτυξης τουρισμού 10 ετών που καλύπτει την περίοδο από το 1967 ως το 1976. Το κύριο πρόγραμμα προσδιόρισε τις ανωτέρω πόλεις ως "αρχαία ζώνη πόλεων", καλύπτοντας τα σημαντικότερα πολιτιστικά θέλγητρα της Σρι Λάνκα. Το σχέδιο σύστησε την ανάπτυξη των εγκαταστάσεων και των υπηρεσιών τουριστών σε αυτές τις αρχαίες πόλεις για την προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς ως ένα από τα σημαντικότερα τουριστικά αξιοθέατα της Σρι Λάνκα.

Από την έναρξη του προγράμματος ανάπτυξης τουριστών το 1966, οι αφίξεις τουριστών στη Σρι Λάνκα αυξήθηκαν βαθμιαία από περίπου 19.000 το 1966 σε σχεδόν 232.000 το 1980 και 407.000 το 1982. Έκτοτε η βιομηχανία τουρισμού έχει αντιμετωπίσει τις διάφορες δυσκολίες και οι αφίξεις τουριστών έχουν κυμανθεί μέσα στη σειρά 180.000 έως 407.000 από το 1983 μέχρι το 1999. Ο τουρισμός στη Σρι Λάνκα θεωρούνταν ως μια από τις κυρίες πηγές αποδοχών συναλλάγματος, που παράγουν τις νέες ευκαιρίες

απασχόλησης, και ως καταλύτης για την περιφερειακή ανάπτυξη. Η πλειοψηφία των τουριστών (70%-80%) αγοράζει οργανωμένες εκδρομές, οι οποίες αποτελούνται από περιοδείες επίσκεψης με μια παραμονή σε παραλία. Οι υπόλοιποι από τους τουρίστες αγοράζουν ένα από τα συστατικά: είτε μια παραμονή σε παραλία, είτε μία περιοδεία. Οι περιοδείες συνδυασμών, που περιλαμβάνουν μια παραμονή σε παραλία στους περιφερειακούς προορισμούς και περιοδείες επισκέψεων στη Σρι Λάνκα, έχουν γίνει δημοφιλείς μεταξύ των τουριστών της νότιας Ευρώπης και της ανατολικής Ασίας. Το κύριο συστατικό των περιοδειών επίσκεψης είναι το πολιτιστικό τρίγωνο. Ένας επαρκής αριθμός τουριστών πηγαίνει σε ειδικού ενδιαφέροντος περιοδείες στην κληρονομιά και τη φύση.

3.4 Θετικές επιδράσεις του τουρισμού στην πολιτιστική κληρονομιά

1) Συμβολή για τη συντήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς

Με την εισαγωγή του πολιτιστικού τριγώνου το 1981, ο αριθμός τουριστών που επισκέπτονται την Kandy και την Sigiriya αυξήθηκε σε περίπου 90% των συνολικών αφίξεων ενώ ο αριθμός τουριστών που επισκέπτονται άλλες πολιτιστικές περιοχές στην Polonnaruwa και στην Dambulla αυξήθηκε σε περίπου 65% του συνόλου μέχρι το 1999. Το συνολικό κόστος για την συμπλήρωση του προγραμματισμένου προγράμματος δραστηριοτήτων στις σημαντικότερες περιοχές κληρονομιάς υπολογίστηκε αρχικά να είναι της τάξης των 450 εκατομμυρίων US$.

Μια σημαντική μερίδα του εκτιμώμενου κόστους αναμενόταν να προέλθει από την πώληση των εισιτηρίων εισόδων στους τουρίστες που επισκέπτονται αυτές τις περιοχές. Ένα εισιτήριο περιοδείας που επιτρέπει την είσοδο σε όλες τις περιοχές στις τρεις αρχαίες πόλεις, η οποία διατιμήθηκε αρχικά σε 10 US$ στις αρχές της δεκαετίας του '80, αυξήθηκε βαθμιαία σε 32,50 US$ το 1996. Τα εισιτήρια είναι επίσης διαθέσιμα στις μεμονωμένες περιοχές, που διατιμώνται σε μια κλίμακα από 5 έως 15 US$, η οποία θεωρείται σχετικά υψηλό ποσοστό για ένα εισιτήριο εισόδων σε μια αρχαιολογική περιοχή. Το μέσο ετήσιο εισόδημα που προήλθε από την πώληση των εισιτηρίων εισόδων επί αυτών των τόπων αυξήθηκε από 3 εκατομμύρια US$ στις αρχές της δεκαετίας του '90 σε 4,7 εκατομμύρια US$ το 1999. Τα χρήματα που συλλέγονται στις πύλες χρησιμοποιούνται άμεσα για τη συντήρηση των πολιτιστικών περιοχών τριγώνων και άλλων αρχαιολογικών περιοχών επίσης. Τρία σύγχρονα κέντρα ερμηνείας οργανώθηκαν στην Polonnaruwa, στην Jetawana και στην Abayagiriya ως τμήμα του προγράμματος συντήρησης. Αυτό το εισόδημα αγγίζει περίπου το 80% των επαναλαμβανόμενων δαπανών των δραστηριοτήτων συντήρησης που πραγματοποιούνται σε αυτές τις περιοχές. Ο όγκος της πραγματικής χρηματοδότησης των δραστηριοτήτων προγράμματος προέρχεται από τον τομέα του τουρισμού όπως φαίνεται στην ακόλουθη εικόνα το 1999.

Πηγή	Ποσοστό
1. πώληση εισιτηρίων τουριστών	79.7
2. δωρεές κυβέρνησης	12.0
3. ξένες πηγές	4.0
4. άλλες πηγές	4.3
Σύνολο	100.0

Πηγή – Κεντρικό Πολιτιστικό Ταμείο.

Κατά συνέπεια, μπορεί εύκολα να φανεί ότι η ανάπτυξη του τουρισμού είναι ο σημαντικότερος συμβάλλων παράγοντας για αυτά τα προγράμματα συντήρησης κληρονομιάς που αναλαμβάνονται από τη Σρι Λάνκα.

2) Αναγέννηση των τεχνών

Ο τουρισμός έχει γίνει νέος προστάτης των τεχνών στη Σρι Λάνκα. Στους αρχαίους χρόνους που οι τέχνες προστατεύονταν από το βασιλιά ή τις αριστοκρατικές οικογένειες που θα μπορούσαν να αντέξουν οικονομικά τις παραστάσεις χορού, της μουσικής, των έργων ζωγραφικής ή του γλυπτού, αλλά οι σύγχρονες ψυχαγωγίες παραμελήθηκαν βαθμιαία από την παραδοσιακή τοπική πλούσια τάξη. Σε αυτό το ευρύ κενό, όπου οι τέχνες των ανθρώπων είχαν μείνει στάσιμες, ήρθε ένας νέος προστάτης, ο τουρισμός. Σήμερα ο τουρισμός είναι ο μεγαλύτερος προβοκάτορας των εγχώριων τεχνών και των τεχνών στη Σρι Λάνκα. Ο τουρισμός έφερε τον καταναλωτή στο κατώφλι του τεχνίτη. Οι τέχνες δεν χρειαζόταν να συσκευαστούν και να εξαχθούν: αν και παραμελούνταν, ήταν εκεί ως μορφή διαβίωσης κοινωνικής και πολιτιστικής ζωής. Κατά συνέπεια οι τουρίστες έγιναν ο νέος καταναλωτής των βιοτεχνιών και του εγχώριου χορού και της μουσικής. Κατά συνέπεια, οι συνθήκες διαβίωσης των παραδοσιακών γλυπτών, των υφαντών, και των χορευτών έχουν βελτιωθεί, καθώς οι υπηρεσίες και τα προϊόντα τους ικανοποιούν το αίτημα των τουριστών. Οι τουρίστες στη Σρι Λάνκα ξοδεύουν το 10% των δαπανών του καθημερινού μέσου όρου 60 US$ στην αγορά αναμνηστικών.

3.5 Αρνητικές επιδράσεις

α) Υπερβολικά μεγάλος αριθμός επισκέψεων των τουριστών επί των θρησκευτικών θέσεων και των ιστορικών τόπων.

Οι περισσότερες από τις ιστορικές περιοχές που επισκέπτονται από τους τουρίστες είναι βουδιστικοί ναοί και είναι ανοικτοί αυτήν την περίοδο για λατρεία. Οι διαταραχές στις

θέσεις της λατρείας έχουν γίνει ένα ζήτημα, που συζητείται στα μέσα. Οι θρησκευτικές παραδόσεις φαίνονται να διαβρώνονται όταν γίνονται προϊόντα που πωλούνται για τους τουρίστες. Ένας θυμωμένος πιστός σε έναν από τους πιο ιερούς βουδιστικούς ναούς στη Σρι Λάνκα τόνισε ότι "δεν θα είναι πλέον ένα μέρος ιερότητας, η θέση λατρείας μιας ζωντανής θρησκείας, αλλά ένα έδαφος ποδοβολητού για τις ορδές των τουριστών".

Ο υπερβολικά μεγάλος αριθμός επισκέψεων των αρχαιολογικών περιοχών, τα απορρίμματα και ο βανδαλισμός, η συμφόρηση, και η λήψη αναμνηστικών είναι μερικά από τα αρνητικά αποτελέσματα του τουρισμού που θα μπορούσαν να ελεγχθούν.

β) Παράνομη εξαγωγή των αρχαίων

Ο τουρισμός κατηγορείται για την απώλεια αρχαίων και άρθρων ιστορικής αξίας ως αποτέλεσμα της τεχνητής κατάστασης που δημιουργείται από τους τουρίστες που ξοδεύουν πολλά οι οποίοι έχουν το όφελος μιας καλύτερης συναλλαγματικής ισοτιμίας.

γ) Υποβάθμιση της πολιτιστικής παράδοσης

Υποστηρίζεται ότι η ζήτηση του τουρισμού είναι αρμόδια για την εμπορευματοποίηση των παραδοσιακών τεχνών, του χορού και της μουσικής (τελετουργικά). Προκειμένου να προσαρμοστεί στο χρόνο που ο τουρίστας μπορεί να ξοδέψει, οι προμηθευτές των υπηρεσιών τουριστών έχουν φέρει τις παραδοσιακές και τελετουργικές μορφές χορού και μουσικής στη σκηνή, η οποία οδήγησε σε μια ιδιαίτερη διάβρωση της αυθεντικότητας. Οι παραδοσιακές τέχνες χάνουν επίσης την αυθεντικότητα και τις χειροτεχνικές δεξιότητές τους. Τείνουν να τροποποιήσουν τις παραδόσεις για να ευχαριστήσουν τους τουρίστες, και να αρχίσουν τη μεγάλης κλίμακας παραγωγή με τη χρήση μηχανών προκειμένου να ικανοποιηθεί η αυξανόμενη ζήτηση (π.χ. στιγμιαίες πολιτιστικές παραστάσεις, περπάτημα πάνω σε φωτιά στο πλατό, χαμηλής ποιότητας αναμνηστικά κ.λπ.).

3.6 Μετριασμός των αρνητικών επιδράσεων

α) Προγραμματισμός και έλεγχος της ανάπτυξης του τουρισμού

Το Υπουργείο τουρισμού είναι ένας από τους αντιπροσώπους της μεγάλης ισχύος επιτροπής των κυβερνητών του πολιτιστικού τριγώνου στο οποίο ο πρωθυπουργός ενεργεί ως πρόεδρος. Η επιτροπή πραγματοποιεί τις τακτικές συνεδριάσεις και παίρνει τις αποφάσεις σχετικά με τη διοίκηση, τη συντήρηση, την προώθηση και τον κανονισμό της ανάπτυξης στις πολιτιστικές περιοχές τριγώνων. Η αποτελεσματική και δυναμική διαχείριση τουρισμού είναι ουσιαστική για να μετριάσει τα ανεπαρκή αποτελέσματα του τουρισμού.

β) Κοινοτικά προγράμματα συνειδητοποίησης

Είναι ύψιστης σημασίας να εκπαιδευτούν οι κάτοικοι γύρω από τις περιοχές κληρονομιάς και άλλες περιοχές όπου οι τουρίστες επισκέπτονται σε μεγάλους αριθμούς, τα οφέλη του, την επιρροή του στην κοινωνία, καθώς επίσης και τα προβλήματα που μεταφέρει και πώς να τα ξεπεράσουν.

Μερικά από τα κοινοτικά προγράμματα συνειδητοποίησης που διευθύνονται από το Ν.Τ.Ο. (πίνακας τουριστών της Κεϋλάνης) σε συνεργασία με τις αντίστοιχες αντιπροσωπείες είναι τα ακόλουθα:

1. Συνυπολογισμός του τουρισμού ως θέμα στο σχολικό πρόγραμμα σπουδών.

2. Σεμινάρια και παρουσιάσεις συμπεριφοράς για τους δασκάλους και τους μαθητές.

3. Εκπαίδευση των ανώτερων υπαλλήλων της αστυνομίας που επιβάλλουν νόμους, του τελωνείου, του ΝΤΟ και άλλων σχετικών με τους νέους νόμους οργάνων, και πώς να τους εφαρμόσουν αποτελεσματικά.

4. Οργάνωση συνεδριάσεων των κοινοτήτων και των χωριών που περιλαμβάνουν τις άμεσες επαφές μεταξύ των ανώτερων υπαλλήλων τουρισμού, των κατοίκων και των προσώπων που είναι ήδη στην επιχείρηση: προμηθευτές, κ.λπ.

5. Καθοδήγηση εργαστηρίων για τους καλλιτέχνες στο πώς να μεγιστοποιήσουν τις δεξιότητές τους σύμφωνα με τις παραδόσεις και την αυθεντικότητα και πώς να αυξήσουν το εισόδημά τους.

6. Δημοσίευση άρθρων από εφημερίδες σχετικά με τα γεγονότα και τα ζητήματα του τουρισμού.

7. Οργάνωση εβδομαδιαίων ραδιοφωνικών μεταδόσεων (περιφερειακές). Το ραδιόφωνο είναι συχνά ο καλύτερος τρόπος για να προσεγγιστεί ένας μεγάλος αριθμός ανθρώπων στις παραδοσιακές και ευρέως διασκορπισμένες περιοχές.

8. Διευθέτηση τηλεοπτικών προγραμμάτων για την πολιτιστική κληρονομιά και τις κοινωνικές αξίες.

γ) Οδηγίες συμπεριφοράς για τους τουρίστες

Ένα φυλλάδιο με τον τίτλο "Σρι Λάνκα, ένας τρόπος ζωής" είναι τυπωμένο και διανεμημένο μεταξύ των τουριστών μέσω των εξόδων, των ξενοδοχείων και των ξεναγών προκειμένου αυτοί να ενημερωθούν για το τοπικό τελωνείο, τους κανόνες ένδυσης, τις αποδεκτές κοινωνικές συμπεριφορές, πώς να συμπεριφέρονται στους τόπους θρησκείας, να παίρνουν φωτογραφίες κ.λπ.

δ) Νομοθεσία / κανονισμοί

Εισαγωγή νέων νόμων ή τροποποιήσεις στους υπάρχοντες κώδικες, οι οποίοι μετριάζουν τις αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού:

1. Επιβολή κωδίκων στους ξεναγούς: μόνο οι εξουσιοδοτημένοι ξεναγοί επιτρέπεται να εξασκούνται.

2. Ενίσχυση των υπαρχουσών τιμωριών ενάντια στο λαθραίο πέρασμα αρχαίων και άλλες αντικοινωνικές δραστηριότητες

3. Κάνοντας την εγγραφή των προμηθευτών των αγαθών και των υπηρεσιών για τη βιομηχανία τουριστών με τους κυβερνητικούς ρυθμιστικούς οργανισμούς υποχρεωτική.

Ο τουρισμός συμβάλλει στη συντήρηση και την προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς στη Σρι Λάνκα σε ένα μεγάλο βαθμό. Η δυναμική διαχείριση και η κοινοτική συμμετοχή προετοιμάζουν το έδαφος για να ελαχιστοποιηθούν οι αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού βελτιστοποιώντας τα οφέλη.

Κεφάλαιο 4

4.1 Ιράν, ο σημαντικότερος προορισμός για τον πολιτιστικό τουρισμό[4]

4.2 Γεγονότα σχετικά με το Ιράν

Το όνομα του Ιράν προέρχεται από έναν αρχαίο όρο "a-eer-ya-nem va-ee-jo" στην Avesta, το ιερό βιβλίο Zoroastrianism, που σημαίνει η γη των Aeers. Αυτός ο όρος αναφέρεται σε ένα ορισμένο οροπέδιο, το οποίο οι Ινδο-Ιρανοί, ένας διαχωρισμός των Aryans επέλεξαν για την αποκατάστασή τους. Με το πέρασμα του χρόνου, ο όρος "Aeer" άλλαξε σε "Er" και αργότερα σε "Ir". Το "Er" ή το "Ir", στις αρχαίες γλώσσες του χρόνου, σήμαινε "ευγενής". Το επίσημο όνομα της χώρας στην περίοδο Sassanid (400-600 μ.Χ.) ήταν Iranshatr ή Iranshahr. Το "Shatr" ή "Shahr" σημαίνει χώρα. Κατά συνέπεια το Iranshahr σημαίνει η χώρα των ευγενών.

Το Ιράν, που έχει μια έκταση 1.648.000 km2, και ένα πληθυσμό 64.878.000, είναι μια από τις πιο στρατηγικά τοποθετημένες χώρες στον κόσμο. Ο πληθυσμός του Ιράν υπερβαίνει το συνολικό πληθυσμό όλων των άλλων χωρών του Περσικού Κόλπου, συμπεριλαμβανομένης της Σαουδικής Αραβίας, του Κουβέιτ, του Ιράκ, και της Ιορδανίας! Το Ιράν καταλαμβάνει ολόκληρη την ανατολική ακτή 2.440 χλμ του Περσικού Κόλπου που συνορεύει με άλλα έξι κράτη (πλούσια σε λάδι) του Κόλπου. Το Ιράν συνορεύει επίσης το Πακιστάν, το Αφγανιστάν, το Τουρκμενιστάν, το Αζερμπαϊτζάν, την Αρμενία, την Τουρκία και το Ιράκ, και μοιράζεται τα 740 χλμ της γραμμής του συνόρου της Κασπίας θάλασσας με το Αζερμπαϊτζάν, το Τουρκμενιστάν, το Καζακστάν και τη Ρωσία. Το Ιράν ήταν μια συνταγματική μοναρχία, και στράφηκε στη δημοκρατία μετά από μια ισλαμική μετακίνηση το 1979.

Το Ιράν έχει ένα πολύ παραστατικό και διαφοροποιημένο τοπίο, που κυμαίνεται από το υψηλό οροπέδιο ως τις οροσειρές, και ως τις πεδιάδες οριοθετώντας τον Περσικό Κόλπο και την Κασπία θάλασσα. Το κυρίαρχο χρώμα είναι ένα απαλό καφετί, αλλά η επαρχία μπορεί να ποικίλει πάρα πολύ σύμφωνα με το ύψος και τη βλάστηση.

---

[4] Δρ. Nasrollah Mostofi, απεσταλμένη του Υπουργού υποθέσεων έρευνας και εκπαίδευσης (Siem Reap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

Το ιρανικό οροπέδιο είναι πολύ υψηλό, και κυμαίνεται σε έναν μέσο όρο 1.000 έως 2.000 μέτρα (3.000 έως 6.000 πόδια). Το οροπέδιο, εκτός από την ύπαρξη των ποικίλων υψών, ακονίζεται από δύο μεγάλες οροσειρές, την Alborz στο Βορρά, που ανέρχεται σε 5.670 μέτρα και που διαμορφώνει ένα συνεχές τείχος επάνω από τις όχθες της Κασπίας θάλασσας και την Zagross, ίσως λιγότερο εντυπωσιακή από την Alborz, που διαμορφώνει ένα τρομερό εμπόδιο στη δύση και το νότο, με την κορυφή της που ανέρχεται σε 4.500 μέτρα. Η ογκώδης ηφαιστειακή κορυφή Damavand, στην οροσειρά Alborz, χωρίζει το ιρανικό οροπέδιο από τις υγρές παράκτιες περιοχές που συνορεύουν με την Κασπία θάλασσα. Εκτός από το οροπέδιο και τα βουνά, πρέπει επίσης να ληφθεί υπόψη, η κεντρική έρημος που καλύπτει το ένα τρίτο της επιφάνειας της χώρας, τόσο μεγάλη όσο ολόκληρη η Γαλλία. Δύο μέρη της, το Dasht-e-Kavir και το Dasht-e-Lut αντιπροσωπεύουν τα σχεδόν αδιάβατα εμπόδια των χαλικιών, της άμμου και του άλατος.

Το Ιράν είναι μια απέραντη χώρα αποτελούμενη από πολύ διαφορετικές κλιματολογικές περιοχές, των οποίων το κλίμα μπορεί να αλλάξει από τη μία στιγμή του έτους στην άλλη, καθώς επίσης και μεταξύ των διαφορετικών περιοχών την ίδια στιγμή του έτους. Υπάρχουν γενικά τέσσερις εποχές: Άνοιξη, καλοκαίρι, φθινόπωρο και χειμώνας. Η άνοιξη αρχίζει από τα μέσα Μαρτίου και ο καιρός είναι ευχάριστος με τις θερμές και ηλιόλουστες ημέρες και τις περιστασιακές ανοιξιάτικες βροχές. Η μέση θερμοκρασία κατά τη διάρκεια της άνοιξης είναι περίπου στους 20- 25°C βαθμούς. Το καλοκαίρι η θερμότητα είναι συχνά συντριπτική, με τη θερμοκρασία που αυξάνεται συχνά πάνω από 35°C στην Τεχεράνη. Στη θερινή περίοδο, ο ευχάριστος καιρός και τα όμορφα τοπία στο βόρειο Ιράν και την Κασπία θάλασσα προσελκύουν πολλούς ανθρώπους που θέλουν να δραπετεύσουν από τη θερμότητα και να περάσουν τις διακοπές τους σε ορεινές περιοχές και παραθαλλάσιες. Η έναρξη του φθινοπώρου είναι από τα μέσα Σεπτεμβρίου με τις μάλλον δροσερές και ηλιόλουστες ημέρες. Τα όμορφα τοπία με τα ζωντανά κίτρινα, κόκκινα και καφετιά φύλλα του φθινοπώρου μπορούν να τα θαυμάσουν σε μία μόλις ώρα δρόμο από την Τεχεράνη. Το χειμώνα, το κρύο μπορεί να είναι έντονο και το θερμόμετρο πέφτει συχνά κάτω από μηδέν στους -5 ή στους -10 βαθμούς τη νύχτα, ακόμη και στην Τεχεράνη. Οι πλαγιές Shemshak και Dizin Ski στη βόρεια Τεχεράνη είναι δημοφιλείς κατά τη διάρκεια του χειμώνα.

Το Ιράν είναι πολύ πλούσιο από την άποψη των φυσικών πόρων. Σχεδόν το ένα δέκατο του παγκόσμιου πετρελαίου και το ένα πέμπτο του παγκόσμιου φυσικού αερίου σε αποθέματα είναι στο Ιράν. Τα συνολικά αποθέματα πετρελαίου του Ιράν ανέρχονται σε 92,9 δισεκατομμύρια βαρέλια Στον παρόντα ρυθμό εξαγωγής, θα διαρκέσουν 70 έτη. Το Ιράν είναι ταξινομημένο δεύτερο στον κόσμο όσον αφορά το απόθεμα του σε φυσικό αέριο, συμπληρώνοντας συνολικά 20,7 τρισεκατομμύρια κ.μ. , και στο τρέχον καθημερινό ποσοστό κατανάλωσης, θα πάρει το Ιράν 360 έτη για να το εξαντλήσει. Εκτός από τους φυσικούς πόρους, αντίθετα από πολλές άλλες μέσες ανατολικές χώρες, το Ιράν κατέχει ισχυρούς γεωργικούς και υπηρεσιακούς τομείς. Αυτά τα στοιχεία, μαζί με έναν πληθυσμό περισσότερων από 60 εκατομμυρίων, κάνουν το Ιράν μια ουσιαστική εσωτερική δύναμη από την πολιτική και οικονομική άποψη.

Το επίσημο ιρανικό ημερολόγιο είναι το ημερολόγιο Jalali, το οποίο σχεδιάστηκε από τον Omar Khayyam (1048-1122), έναν διάσημο φιλόσοφο, ποιητή και μαθηματικό. Το

ιρανικό ημερολόγιο έχει 365 ημέρες και 12 μήνες. Το ιρανικό νέο έτος αρχίζει στις 21 Μαρτίου και χρονολογείται από το Hejira σε 622 μ.Χ. όταν μετανάστευσε ο προφήτης Mohammed από τη Mecca στη Medina. Σε θρησκευτικά θέματα, τα μουσουλμανικά ημερολόγια δίνουν συνήθως τρία συστήματα, Jalali, ισλαμικά και της Γεωργίας. Οι επίσημες διακοπές Σαββατοκύριακου στο Ιράν είναι Παρασκευή. Το ιρανικό σχολικό έτος αρχίζει από τις 21 Σεπτεμβρίου, με είτε 3 τρίμηνα στο αρχικό επίπεδο είτε 2 εξάμηνα στο ανώτερο επίπεδο της εκπαίδευσης. Το ιρανικό σχολικό έτος τελειώνει συνήθως στα τέλη Ιουνίου.

Η περσική τέχνη και η αρχιτεκτονική απεικονίζουν μια πολιτιστική παράδοση 5.000 χρονών που διαμορφώνεται από τους διαφορετικούς πολιτισμούς που έχουν ακμάσει στο απέραντο ιρανικό οροπέδιο που καταλαμβάνεται από το σύγχρονο Ιράν. Η ιστορία της περσικής τέχνης μπορεί να διαιρεθεί σε δύο ευδιάκριτες εποχές, των οποίων οροθεσία είναι το μέσο του 7ου αιώνα μ.Χ., όταν επέφεραν οι εισβάλοντες αραβικοί στρατοί τη μετατροπή του περσικού λαού σε Ισλάμ. Εκτιμώντας ότι κατά τη διάρκεια των προ-ισλαμικών αιώνων η καλλιτεχνική έκφραση ήταν στην υπηρεσία των βασιλιάδων και η λατρεία της φωτιάς ήταν διαπρεπής, κατά τη διάρκεια της ισλαμικής περιόδου οι τέχνες υπηρέτησαν τον Αλλάχ, και οι θρησκευτικές δομές και τα χειροποίητα αντικείμενα ήταν τα σημεία εστίασης του καλλιτεχνικού ενδιαφέροντος.

Παρά αυτή την απότομη διακοπή μεταξύ των αρχαίων και ισλαμικών εποχών, η περσική τέχνη καθ' όλη τη διάρκεια των αιώνων επιδεικνύει μια βασική ενότητα. Υπό τον όρο πολλών ξένων εισβολών, οι Πέρσες ήταν πάντα έτοιμοι να απορροφήσουν τις καλλιτεχνικές επιρροές από το εξωτερικό και να τις εκφράσουν με νέες έννοιες. Το περσικό σχέδιο σχεδόν αμετάβλητα έχει δώσει έμφαση στις διακοσμητικές μορφές παρά στην ανθρώπινη μορφή. Αυτά τα σχέδια είναι και γεωμετρικά και με λουλούδια. Αυτή η συνοχή των μορφών - που εκτελούνται σε τέτοια μέσα όπως την πέτρα, ασβεστοκονίαμα, τούβλο, κεραμίδια, αγγειοπλαστική, και κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα - είναι το πιο διακριτικό χαρακτηριστικό της περσικής τέχνης. Επιπλέον, μια συνεχής σχέση έχει υπάρξει μεταξύ του να σχεδιάζεις στα διαφορετικά μέσα, όπως αποδεικνύονται από το γεγονός ότι τα σχέδια των μεγάλων περσικών ταπήτων βρίσκονται επίσης στα σχέδια των κεραμιδιών στις επιφάνειες τοίχων των μουσουλμανικών τεμενών.

4.3 Ιστορία

Οι πρόσφατες αρχαιολογικές ανασκαφές έριξαν φως στις πιό πρόωρες τέχνες του ιρανικού οροπεδίου. Ανακάλυψαν πρόσφατα προϊστορικές περιοχές, που χρονολογούνται τουλάχιστον το 5.000 π.Χ. Στο Luristan (μια περιοχή από κοιλάδες βουνών στη δυτική άκρη του ιρανικού οροπεδίου) βρέθηκαν οι αποικίες ανθρώπων που ανέτρεφαν άλογα, υπηρέτησαν ως στρατιωτικοί στους στρατούς Assyria, και έδωσαν εργασία στους μεταλλουργούς που έκαναν τις θαυμάσιες εργασίες στο χυτό χαλκό (2.000 π.Χ. - 700 π.Χ.), συμπεριλαμβανομένων των χαλιναριών και άλλων διακοσμητικών των αλόγων, όπλα, θρησκευτικά τοτέμ, ανάγλυφες ασπίδες και ζώνες, και πλήθος

μικροσκοπικών ζώων. Αμέτρητος χαλκός έχει ανακτηθεί από τους τάφους αυτού του πολιτισμού, των οποίων η ακριβής εθνική προέλευση δεν είναι γνωστή.

4.4 Αρχιτεκτονική

Αρχαία Αρχιτεκτονική

550 έτη πριν από τη γέννηση Χριστού, ο Cyrus σφυρηλάτησε την περσική αυτοκρατορία και έχτισε ένα παλάτι και έναν κήπο για αυτόν σε ένα υψηλό οροπέδιο νοτιοδυτικά του Ιράν που ονόμασε μετά από τη φυλή του - Pasagardae. Τα κύρια σημεία του κήπου του παραμένουν σε αυτήν την εποχή. Οι πέτρινες κοίτες και οι λεκάνες του συνδέουν τα παλάτια, τους ναούς και τα κιόσκια, τα οποία αποτέλεσαν ένα συγκρότημα κτιρίων και παρείχαν νερό για τα οπωροφόρα δέντρα του.

Ισλαμική αρχιτεκτονική

Σύμφωνα με τις ισλαμικές αρχές, η υποχρεωτική καθημερινή προσευχή γινόταν καλύτερα σε ένα masjid, κυριολεκτικά μια "θέση προσκυνήματος", αποκαλούμενη ως μουσουλμανικό τέμενος στη δύση. Κάθε μουσουλμανικό τέμενος είχε ένα mihrab, ένα τοξοειδές κοίλωμα που έδειχνε την κατεύθυνση της Μέκκας, και ένα minar, ή minaret, από τα οποία οι πιστοί καλούνταν να προσευχηθούν. Σε όλο τον ισλαμικό κόσμο, που εκτεινόταν από την Ισπανία μέχρι την Ινδία, η δομή του μουσουλμανικού τεμένους επηρεάστηκε από τα τοπικά υλικά και τις αρχιτεκτονικές παραδόσεις, και μέσα στο Ιράν ένας διακριτικός τύπος μουσουλμανικού τεμένους είχε αναπτυχθεί μέχρι την εποχή του Seljuks. Το βασικό σχέδιο μιας τετραγωνικής αίθουσας αδύτων με θόλο υιοθετήθηκε από την αρχιτεκτονική Sassanian. Το mihrab εμφανιζόταν συνήθως στο κέντρο του οπίσθιου τοίχου του αδύτου. Αυτή η αίθουσα αδύτων βρισκόταν στον άξονα της δομής, από τη μία πλευρά ενός υπαίθριου χώρου.

4.5 Τέχνες

Η καλλιγραφία, η ζωγραφική μινιατουρών, η κεραμική, τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, οι τάπητες, και τα προϊόντα μεταλλοτεχνίας επιτέλεσαν στη μεγάλη διάκριση της ισλαμικής τέχνης του Ιράν. Η καλλιγραφία κατείχε τη θέση μιας σημαντικής τέχνης. Αν και οι περισσότερες επιγραφές, συμπεριλαμβανομένων των μεγάλης κλίμακας που χρησιμοποιήθηκαν στα μουσουλμανικά τεμένη, γράφτηκαν σε Αραβικά παρά Περσικά, και οι δύο γλώσσες χρησιμοποίησαν το αραβικό πλάνο γραφής, το οποίο είχε απεριόριστες διακοσμητικές δυνατότητες. Κατά τη διάρκεια των αιώνων ένας απέραντος αριθμός κορανίων ήταν χειρόγραφα και φωτισμένα με χρώμα, κυρίως χρυσό και μπλε. Οι

απεικονίσεις στα έπη και τα έργα της ποίησης οικίστηκαν με βασιλιάδες και αυλικούς, άνδρες και γυναίκες, αδιαφορώντας για την υποτιθέμενη ισλαμική απαγόρευση ενάντια στην απεικόνιση των ζωντανών όντων.

4.6 Καλλιτέχνες

Hafez

Ο μεγαλύτερος από τους λυρικούς ποιητές του Ιράν, Mohammed Shamsoddin Hafez, 1325 - 1390, πέρασε ουσιαστικά όλη τη ζωή του στην πόλη Shiraz. Αν και ορφάνεψε νωρίς, αποκόμισε μια λεπτομερή εκπαίδευση στις ισλαμικές επιστήμες - Hafez σημαίνει κάποιος που έχει απομνημονεύσει ολόκληρο το κοράνι. Τα λυρικά ποιήματά του, ghazals, διακρίνονται για την ομορφιά τους και φέρνουν στην πραγματικότητα τα ερωτικά, μυστικά, και βακχικά θέματα που είχαν εισχωρήσει από καιρό στην περσική ποίηση. Ευρέως επευφημημένος στην εποχή του, επηρέασε πολύ τους επόμενους περσικούς ποιητές και άφησε το σημάδι του σε σημαντικούς συγγραφείς της Δύσης όπως ο Goethe και ο Emerson.

Firdawsi

Ο Firdawsi, 935 - 1020, του οποίου αρχικό όνομα ήταν το Abolqasem Mansur, θεωρείται ένας από τους μεγαλύτερους περσικούς ποιητές. Είναι ο συντάκτης του ιρανικού εθνικού έπους, του Shah Namah (βιβλίο των βασιλιάδων). Λίγα είναι γνωστά για τη ζωή του εκτός από το ότι έζησε και πέθανε στην ανατολική ιρανική επαρχία Khorasan. Το μεγαλύτερο μέρος από αυτά που γράφονται, φαίνεται να είναι μύθος.

4.7 Γη και Άνθρωποι

Το Ιράν είναι μία χώρα των αντιθέσεων, στους ανθρώπους του και στον πολιτισμό του. Τα δύο τρίτα της χώρας είναι έρημος, έχει μόνο έναν πλεύσιμο ποταμό και η μεγαλύτερη λίμνη της είναι τόσο αλμυρή όσο η νεκρή θάλασσα, όμως η έννοια του κήπου, η παλαιότερη λέξη που έχουμε, είναι περσική στην προέλευση. Ο αρχέτυπος κήπος, παράδεισος, αντλεί το όνομά του και το συμβολισμό του από τον παλαιό περσικό, Pardeiza, που σημαίνει μια εσωκλειόμενη περιοχή. Αυτό έχει μεταφραστεί άμεσα στην ευρωπαϊκή παράδοσή μας ως hortus conclusus, ο εσωκλειόμενος κήπος, που ήρθε να συμβολίσει το Eden. Στόχος είναι να επιδειχτεί πώς η έννοια επηρεάστηκε εν μέρει από το κλίμα του Ιράν με το ισχυρό φως της, το ύψος της και την έλλειψη μόνιμων ποταμών της, και εν μέρει από τον πολιτισμό των ίδιων των Ιρανών, των οποίων οι αντινομιακές

τάσεις τους χώρισαν από την επικρατούσα τάση του Ισλάμ, και τους έδωσε μια έννοια ενός γήινου παραδείσου καθώς επίσης και θεϊκού, στους οποίους ο κήπος εκπληρώνει διάφορους ρόλους, ως θέση πνευματικής ανακούφισης, ως χώρο συνάντησης για τους φίλους, και ως επίσημο συμπλήρωμα στο σπίτι ή το παλάτι που το περιέβαλε.

Κεφάλαιο 5

5.1 Πολιτικές και κατευθυντήριες οδηγίες για την πολιτιστική ανάπτυξη του τουρισμού στη Δημοκρατία της Κορέας[5]

5.2 Πολιτιστική θέση τουρισμού και οι πολιτικές του στη Δημοκρατία της Κορέας

Τάση της πολιτιστικής ζήτησης στον τουρισμό

Ο εσωτερικός τουρισμός στη Δημοκρατία της Κορέας συμπλήρωσε συνολικά 33 εκατομμύρια άτομα το 1999. Οι δαπάνες στον τουρισμό ανέρχονται σε Won, 8,8 τρισεκατομμύρια. Σύμφωνα με την εθνική έρευνα τουρισμού (1999), οι κύριες δραστηριότητες των Κορεατών είναι να βλέπουν αξιοθέατα και τοπία, που ακολουθούνται από ψυχαγωγία (19.0%), να κολυμπούν (11.2%), να επισκέπτονται τις ιστορικές θέσεις (10,0%), και να κάνουν αναβάσεις/ κάμπινγκ/ και περιπάτους (7,3%).

Τάσεις των πολιτιστικών προϊόντων τουρισμού

Τα πολιτιστικά προϊόντα τουρισμού της Δημοκρατίας της Κορέας μπορούν να διαιρεθούν σε τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς, λαϊκός τουρισμός τέχνης, ιστορικός/εκπαιδευτικός τουρισμός και τουρισμός που επιτρέπει στους επισκέπτες να δοκιμάσουν την παραδοσιακή ζωή. Μερικά παραδείγματα αυτών είναι οι διαλογικές δραστηριότητες όπως η κατασκευή κεραμικών και λαϊκών αντικειμένων βιοτεχνίας, η προετοιμασία του kimchi, η εκμάθηση παραδοσιακής και στρατιωτικής τέχνης, και οι δραστηριότητες που αφορούσαν στον θρησκευτικό πολιτισμό (βουδισμό

[5] Παρουσίαση του κ. Kim Jean-Sei, Διευθυντή του Εθνικού [illegible] (Κυβέρνηση της Ταϊλάνδης). 'Ηταν κυρίως ένα απόσπασμα από τ[illegible] κα Jiyoon Yoo, Ινστιτούτο Έρευνας Τουρισμού της Κορέας, [illegible] Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

και σαμανισμό). Τα στοιχεία από το Υπουργείο πολιτισμού και τουρισμού και εθνικής οργάνωσης τουρισμού της Κορέας δείχνουν ότι υπάρχουν 200 πολιτιστικές σειρές μαθημάτων τουρισμού που προσφέρουν συνολικά 39 δραστηριότητες. Επίσης δείχνει ότι από 2 εκατομμύρια ξένους τουρίστες το 1998, 49,4% ή 980.000 συμμετείχαν σε πολιτιστικές δραστηριότητες του τουρισμού.

5.3 Πολιτιστικές πολιτικές του τουρισμού

- **Τάση σημαντικών πολιτιστικών πολιτικών**

Η κυβερνητική κύρια πολιτική έχει εστιάσει στην από κοινού ανάπτυξη για τον πολιτισμό και τον τουρισμό από το 1998. Η κυβέρνησή αναμένει τη βιομηχανία πολιτισμού και τουρισμού να γίνει η εθνική βιομηχανία για τον 21ο αιώνα και έχει κάνει συγκεκριμένες προτάσεις για αυτό τον σκοπό.

Ένα πολιτιστικό πρόγραμμα τουρισμού με 2 στάδια έχει αναπτυχθεί για να προωθήσει τις περιοχές, εκ των οποίων το πρώτο σχεδιάστηκε από το 1999 ως το 2001 και το δεύτερο από το 2002 ως το 2003.

Η συνολική επένδυση που προγραμματίζεται για την προώθηση τουρισμού και τα αναπτυξιακά ταμεία και για τις αυτονομίες είναι 30 δισεκατομμύρια Won (26 εκατομμύρια US$) - 15 δισεκατομμύρια Won (13 εκατομμύρια US$) για κάθε σχέδιο.

- **Οικονομική ενίσχυση στους τομείς του πολιτισμού και τουρισμού**

Η συνολική εθνική επένδυση για να υποστηρίξει τους τομείς του πολιτισμού και του τουρισμού ήταν 2,3 τρισεκατομμύρια Won (2,0 δισεκατομμύρια US$) από το 1999 ως το 2000: 16,7 δισεκατομμύρια Won (14,5 εκατομμύρια US$) για τις κομφουκιανικές πολιτιστικές περιοχές το 2000, 1,6 δισεκατομμύρια Won (US$ 1,4 εκατομμύρια) και 6,2 δισεκατομμύρια Won (5,4 εκατομμύρια US$) για την ανάπτυξη των πολιτιστικών πόρων του τουρισμού το 1999 και το 2000.

- **Πολιτιστικές πολιτικές τουρισμού**

Η κυβέρνηση της Κορέας έχει προωθήσει τις διαδικασίες του οράματος τουρισμού 21 (1999) και του οράματος βιομηχανίας πολιτισμού 21 (2000) και τώρα ενθαρρύνει ενεργά τη βιομηχανία πολιτισμού και τουρισμού μέσω της ανάπτυξης της υποδομής και της τροποποίησης των σχετικών νόμων.

Ο ακόλουθος πίνακας συνοψίζει τις σημαντικότερες στρατηγικές για την προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού στον 21ο αιώνα:

5.4 Στρατηγικές προώθησης της πολιτιστικής βιομηχανίας τουρισμού

Ταξινόμηση	Στρατηγικές
Τουριστικό Όραμα 21	- Προώθηση επιχειρήσεων χαμηλού κόστους και υψηλής απόδοσης - Προώθηση εργασιών (δημιουργία θέσεων εργασίας) και ξένων επενδύσεων - Καθιέρωση πολιτιστικής υποδομής βασισμένη στη γνώση -Απόκτηση αντίληψης ως προς τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού - Ενίσχυση συνεργατικών σχέσεων μεταξύ του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και των σχετικών οργανώσεων
Όραμα Τουριστικής Βιομηχανίας 21	- Ενθάρρυνση της βιομηχανία πολιτισμού ως μια βιομηχανία αρκετά αντιπροσωπευτική για να ελέγξει τον εθνικό ανταγωνισμό στον 21ο αιώνα - Δημιουργία και ανάπτυξη μιας βιομηχανίας υποδομής βασισμένη στη γνώση για να δυναμώσει τον εθνικό πολιτιστικό ανταγωνισμό - Εκσυγχρόνιση ενός συστήματος διοικητικής μέριμνας για την δημιουργία ζήτησης στη βιομηχανία πολιτισμού - Ανάπτυξη μοναδικών, παγκόσμιων πολιτιστικών προϊόντων

5.5 Περιπτωσιολογικές μελέτες του πολιτιστικού τουρισμού στην Κορέα

Kwangju Biennale: Σύνδεση μεταξύ της έκθεσης τέχνης και του τουρισμού

Το Kwangju Biennale, που ξεκίνησε το 1995, έχει γίνει το σημαντικότερο γεγονός τέχνης στην Ασιατική περιοχή και ένα πολιτιστικό και οικονομικό κέντρο για τη νέα χιλιετία. Ο στόχος του Biennale είναι να ερευνηθούν οι τρόποι για να υπερνικηθούν οι συγκρούσεις στον κόσμο μέσω των τεχνών. Οργανώνεται για να

απεικονίσει το χαρακτήρα του Kwangju εστιάζοντας "στην ροή της ιστορίας" και "στην μετάβαση του Kwangju". Όλες οι εκθέσεις και τα γεγονότα του Kwangju Biennale έχουν ως σκοπό να επιτύχουν τους στόχους και τα θέματα του Biennale. Στο πρώτο Biennale, οι επισκέπτες ήταν συνολικά περισσότεροι από 1.650.000 και οι αποδοχές του Biennale ανήλθαν σε περισσότερα από 20 δισεκατομμύρια Won (US$ 17.4 εκατομμύρια).

Βασικό Πρόγραμμα

Το Biennale περιλαμβάνει μια κύρια έκθεση, μια ειδική έκθεση, τις τελετές και άλλες παραστάσεις. Κάθε Biennale έχει το θέμα του, το οποίο εκφράζεται μέσω των εκθέσεων και των γεγονότων. Εκτός από τις κύριες εκθέσεις και τις παραστάσεις, προσφέρεται και μία ποικιλία άλλων γεγονότων. Επομένως, οι επισκέπτες έχουν μια επιλογή των καλλιτεχνικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου.

Αποτελέσματα

Το Biennale γίνεται κάθε έτος, και είναι ένα πολύ ειδικό γεγονός. Δίνει στους ανθρώπους πολλές ευκαιρίες να ερευνήσουν τις τάσεις της μοντέρνας τέχνης. Εντούτοις, ακόμα κι αν ο προϋπολογισμός του Biennale αυξάνεται συνεχώς, το όφελος έχει μειωθεί λόγω μιας μείωσης στον αριθμό επισκεπτών (στο πρώτο Biennale: 1.500.000, στο δεύτερο: 850.000, στο τρίτο: 450,000). Επομένως, το Biennale πάσχει από οικονομικές απώλειες. Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι τα προβλήματα είναι μια μείωση στον αριθμό επισκεπτών επανάληψης, η έλλειψη προγραμμάτων στα οποία οι επισκέπτες μπορούν να συμμετέχουν, και το επίπεδο τέχνης που είναι δύσκολο να κατανοηθεί. Τελικά, για να προάγουν το συμφέρον του κοινού και να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες, οι διοργανωτές πρέπει να διαφοροποιήσουν το επίπεδο τέχνης και να αναπτύξουν τα διαλογικά προγράμματα.

Φεστιβάλ χορού με μάσκες στο Andong: Ένα διεθνές φεστιβάλ βασισμένο στην πολιτιστική κληρονομιά.

Το φεστιβάλ χορού με μάσκες στο Andong ταξινομείται δεύτερο μεταξύ των 10 φεστιβάλ που επιλέγονται από το Υπουργείο πολιτισμού και τουρισμού. Συστήνεται ως "ειδικό γεγονός" στο πρόγραμμα "επίσκεψη στην Κορέα έτος 2001". Ειδικότερα, η μάσκα Hahoe του Andong θεωρείται ως εθνικός θησαυρός μεταξύ πολλών μασκών λόγω της πολιτιστικής αξίας της.

Το φεστιβάλ χορού με μάσκες στο Andong γίνεται από το τέλος Σεπτεμβρίου έως την αρχή Οκτωβρίου. Το 2000, περίπου 608.000 επισκέπτες παρευρέθηκαν στο φεστιβάλ και

οι αποδοχές από το φεστιβάλ έφτασαν τα 5 δισεκατομμύρια Won (US$ 4.3 εκατομμύρια).

Βασικό Πρόγραμμα

Το φεστιβάλ χορού με μάσκες στο Andong αποτελείται κυρίως από λαϊκά γεγονότα με μια ποικιλία άλλων γεγονότων. Οι οργανώσεις που συμμετέχουν στην εκδήλωση περιλαμβάνουν 19 κορεατικές ομάδες που παρουσιάζουν παραδοσιακούς κορεατικούς χορούς, και αρκετούς ομαδικούς ξένους χορούς, από την Κίνα, την Ιαπωνία, τη Σενεγάλη, τη Γουατεμάλα, την Ταϊλάνδη, κ.λπ. Επιπλέον, παρουσιάζεται ένα παραδοσιακό γεγονός αποκαλούμενο Hahoe. Είναι πολύ δημοφιλές μεταξύ των εσωτερικών και υπερπόντιων επισκεπτών.

Υπάρχουν πολλές εκθέσεις όπως η έκθεση των παγκόσμιων μασκών, η έκθεση τουρισμού και πολλές δραστηριότητες στις οποίες ο επισκέπτης μπορεί να συμμετέχει, όπως ένα εργαστήριο μασκών χορού, ζωγραφική προσώπων, κ.λπ..

Αποτελέσματα

Το χωριό Hahoe στο Andong έγινε πολύ δημοφιλές όταν η βασίλισσα της Μ. Βρετανίας Elizabeth επισκέφτηκε αυτό το παραδοσιακό χωριό το 1999. Μετά από την επίσκεψή της, ο αριθμός επισκεπτών έφθασε σε περισσότερους από 1 εκατομμύριο. Οι παράγοντες της επιτυχίας είναι οι ακόλουθοι. Αρχικά, η πολιτιστική κληρονομιά στο Andong είναι ζωντανή και παίζει σημαντικό ρόλο στις καθημερινές ζωές των ανθρώπων, κατά συνέπεια είναι πολύ ελκυστική για τους τουρίστες αφετέρου, οι διοργανωτές φεστιβάλ ανέπτυξαν πολλές διαλογικές δραστηριότητες για τους επισκέπτες τρίτον, η οργάνωση προώθησε το φεστιβάλ μέσω πολλών καναλιών.

5.6 Ζητήματα στις πολιτιστικές πολιτικές τουρισμού

Αυτό το τμήμα παρέχει μερικές προτάσεις για την προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού από κοινού με τις κορεατικές πολιτιστικές πολιτικές τουρισμού. Η κορεατική εμπειρία θα μπορούσε επίσης να ωφελήσει άλλες χώρες.

5.7 Στρατηγικές προώθησης του πολιτιστικού τουρισμού

1) Επέκταση των προϋπολογισμών σχετικών με τον πολιτισμό

Ο προϋπολογισμός για την πολιτιστική κληρονομιά και τον τουρισμό που διατίθενται στα εθνικά και περιφερειακά ιδρύματα σχετικά με τον πολιτισμό είναι μακριά από την

ικανοποίηση της ζήτησης. Η υποδομή για την προώθηση του πολιτισμού δεν καθιερώνεται πλήρως στο εθνικό επίπεδο, και είναι επίσης αλήθεια ότι η οικονομική ενίσχυση των προωθητικών προγραμμάτων για τον πολιτισμό είναι ανεπαρκής.

Αρχικά, οι εθνικές και τοπικές αρχές πρέπει να αποφύγουν τις πολιτιστικές εκδηλώσεις που διοργανώνονται μόνο για λόγους επίδειξης ή την επανάληψη των παρόμοιων προγραμμάτων, και πρέπει να προσπαθήσουν να εναρμονίσουν την επένδυση με την υποδομή και το λογισμικό. Ο πολιτιστικός προϋπολογισμός που διατίθεται στις τοπικές αρχές πρέπει να αυξηθεί βαθμιαία έτσι ώστε τα οφέλη των πολιτιστικών προγραμμάτων να μπορούν τελικά να επιστραφούν στους πολίτες. Επιπλέον, προκειμένου να αυξηθεί ο προϋπολογισμός για τον πολιτισμό, οι νέοι πόροι εισοδήματος πρέπει να αναπτυχθούν, και οι ρυθμίσεις του φορολογικού ποσοστού και η είσπραξη των φόρων πρέπει να αυξηθούν εύλογα.

Αφετέρου, για τις αποδοτικές αυξήσεις κεφαλαίων και τις διαδικασίες, τα κεφάλαια προώθησης για τον πολιτισμό πρέπει να επεκταθούν. Επιπλέον, ορισμένες αρχές πρέπει να καθιερωθούν σχετικά με τη χρήση των αυξημένων κεφαλαίων: Σε περίπτωση εθνικής υποστήριξης στον ιδιωτικό τομέα ή στις περιφερειακές αντιπροσωπείες, αυτές οι αρχές πρέπει να εφαρμοστούν προκειμένου να συμβάλουν στην επέκταση της οικονομικής κλίμακας και να απαγορεύσουν την ηθική χαλάρωση.

Τρίτον, για να αυξηθούν οι πολιτιστικές επενδύσεις από τον ιδιωτικό τομέα και να αναπτυχθεί η πολιτιστική ευημερία, οι επιχειρήσεις πρέπει να εκπληρώσουν τις ευθύνες τους με την επέκταση της οικονομικής ενίσχυσής τους όχι μόνο στον τομέα της βιομηχανίας του πολιτισμού, ο οποίος έχει τα μεγάλα οικονομικά αποτελέσματα, αλλά και στις καθαρά πολιτιστικές και καλλιτεχνικές δραστηριότητες.

2) Ανάπτυξη των τουριστικών προϊόντων

Ο τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς έχει τα στατικά χαρακτηριστικά ευδιάκριτα από άλλα είδη τουρισμού. Συνεπώς, πρέπει να προγραμματιστεί μία ποικιλία θεματικών περιοδειών βασισμένη στην περιοχή, το θέμα, και τα χαρακτηριστικά κληρονομιάς. Όταν μια περιοχή καθιερώνει το κύριο πρόγραμμά της που εστιάζει στην πολιτιστική κληρονομιά, είναι επιθυμητό να εισαχθεί η έννοια CI (πολιτιστική φαντασία). Υπάρχουν πολυάριθμες περιπτώσεις στις οποίες τα περιφερειακά γεγονότα μέσα στις περιοχές, που υποδεικνύονται ως πολιτιστικά προτερήματα, δεν μπορούν να παρέχουν αρκετά τοπία επειδή συγκρούονται με τις πολιτιστικές πολιτικές συντήρησης πόρων σε εκείνες τις περιοχές. Οι υλικοί και ασήμαντοι πολιτιστικοί πόροι θα μπορούσαν να συνδυαστούν και να εκτιμηθούν ως πηγές τουρισμού, οι οποίες θα προωθούσαν την κατανόηση της πολιτιστικής κληρονομιάς μας.

3) Ανάπτυξη των διαλογικών προϊόντων τουρισμού

Ένα κοινό χαρακτηριστικό γνώρισμα μεταξύ των χωρών που έχουν προσπαθήσει να διατηρήσουν την πολιτιστική κληρονομιά τους είναι η διάχυση των προγραμμάτων που στοχεύουν στην ανάπτυξη της ευαισθησίας του πληθυσμού προς την πολιτιστική κληρονομιά τους. Αφήνοντας οι σπουδαστές τους εαυτούς τους να επιδείξουν τα προϊόντα έκθεσης στα μουσεία και να λειτουργήσουν πειραματικά σχολεία για την αποκατάσταση της αρχαίας αρχιτεκτονικής ή των προϊστορικών προγραμμάτων κατασκήνωσης είναι απαραίτητα σχέδια για να ανυψωθεί η πολιτιστική ευαισθησία.

4) Προηγμένες στρατηγικές διαφήμισης

Τα περισσότερα υλικά διαφήμισης που σχετίζονται με την κληρονομιά εστιάζονται στην περιφερειακή πολιτιστική κληρονομιά και τις πολιτιστικές εκδηλώσεις. Τα ιδιωτικά γραφεία ταξιδίων θα μπορούσαν να επιλεγούν για να σχεδιάζουν εξειδικευμένα υλικά διαφήμισης και προώθησης.

5) Υψηλής ποιότητας σύστημα ξενάγησης

Δεδομένου ότι η μετάφραση είναι πολύ σημαντική στον πολιτιστικό τουρισμό, οι ξεναγοί με ιδιαίτερα προσόντα πρέπει να εκπαιδευτούν για να ερμηνεύουν τον πολιτισμό. Αυτοί οι ξεναγοί πρέπει να πιστοποιηθούν μέσω ενός "πολιτιστικού συστήματος προσόντων στον τουρισμό".

6) Ανακάλυψη της παγκόσμιας κληρονομιάς και της διεθνούς συνεργασίας

Οι επιλεκτικές στρατηγικές, όπως η λίστα παγκόσμιας κληρονομιάς, που είναι σημαντικές επίσης στις κοντινές περιοχές, πρέπει να εφαρμοστούν. Πρέπει να καταβληθούν ενεργές και μακροπρόθεσμες προσπάθειες όπως η καθιέρωση ενός διεθνούς συστήματος συνεργασίας. Έχει δοθεί η αξία παγκόσμιας κατηγορίας στην κληρονομιά Goindol, στην περιοχή γύρω από το Kyong-ju Namsan, στο χωριό Ha- hoi, και στο An-Dong, που υποβάλλονται σε επεξεργασία για να χαρακτηριστούν ως παγκόσμια κληρονομιά της ΟΥΝΕΣΚΟ, και στο παλάτι Chang-duk, στο Hwa-sung, στο Su-won και στην περιοχή γύρω από το ναό Hap-chun Hae-in, που έχουν υποδειχθεί ήδη ως περιοχές παγκόσμιας κληρονομιάς.

7) Εμπλουτισμός της συμμετοχής και του δικτύου NGO

Οι δραστηριότητες των οργανώσεων των πολιτών σχετικές με τους πολιτιστικούς πόρους χαρακτηρίζονται από την ειδίκευση, την κλασματοποίηση και την περιφερειακή αποκέντρωσή τους. Αυτές οι ομάδες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να ελέγξουν τις επιδράσεις του τουρισμού στη σχηματισμένη κληρονομιά και για να προσφέρουν

εθελοντικά τις υπηρεσίες τους ως επαγγελματίες σε διάφορους τομείς, και οι δραστηριότητές τους είναι βαθιά ριζωμένες στην κοινότητά τους.

5.8 Τοπικά, κυβερνητικά και διεθνή επίπεδα

5.8.1 Ο ρόλος του τοπικού πληθυσμού:

1) Προώθηση της πολιτιστικής ανάπτυξης τουρισμού βασισμένη στη συμμετοχή από τους ντόπιους.

Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού βασισμένη στην περιφερειακή πολιτιστική κληρονομιά είναι στο κέντρο του δημόσιου ενδιαφέροντος επειδή εκείνα τα μέγιστα αποτελέσματα μπορούν να επιτευχθούν με την ελάχιστη φυσική ανάπτυξη και επένδυση. Εκτός από τα οικονομικά πλεονεκτήματα, η ανάπτυξη στο περιφερειακό επίπεδο έχει κι άλλα ευεργετικά αποτελέσματα στον τοπικό πληθυσμό, όπως η αναγνώριση στην κοινότητα, η ανύψωση της υπερηφάνειας του ντόπιου, και η επαναθεώρηση της εικόνας της περιοχής τους.

2) Συντήρηση και εφαρμογές της πολιτιστικής κληρονομιάς σε μια περιοχή

Η μετατροπή της πολιτιστικής κληρονομιάς σε πολιτιστικά προϊόντα μπορεί να έχει ευεργετικά αποτελέσματα για την πολιτιστική εικόνα μιας περιοχής και της υπερηφάνειάς της καθώς επίσης και οικονομικά οφέλη. Στην περίπτωση της Κορέας, οι τοπικές κυβερνήσεις έχουν καταβάλει ιδιαίτερες προσπάθειες να εμπορευτούν τους πολιτιστικούς πόρους της περιοχής τους από την εφαρμογή της τοπικής πολιτικής της αυτονομίας το '95.

3) Καθιέρωση ενός συστήματος ερμηνείας για τους περιφερειακούς πολιτιστικούς πόρους

Ένας σημαντικός όρος κατά την ανάπτυξη και εμπορευματοποίηση των περιφερειακών πολιτιστικών πόρων είναι να καθιερωθεί ένα σύστημα ερμηνείας και να προσφερθούν στους τουρίστες οι ακριβείς εργασίες ερμηνείας για την περιφερειακή πολιτιστική κληρονομιά.

5.8.2 Ο ρόλος της κεντρικής κυβέρνησης:

1) Οικονομική ενίσχυση

Η προστασία των πολιτιστικών πόρων είναι ένα δημόσιο όφελος. Είναι δημόσιου ενδιαφέροντος επειδή η προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς μιας χώρας και της τέχνης ενισχύει την ταυτότητα και την αξιοπρέπειά της. Κατά συνέπεια, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει στη βελτίωση της εικόνας μιας χώρας. Επομένως, είναι απαραίτητο να αυξηθεί η οικονομική ενίσχυση στον πολιτιστικό τουρισμό.

2) Νομοθετικό σύστημα

Είναι ευθύνη του έθνους να επιβάλει τους νόμους για μια καλύτερη προστασία του πολιτισμού. Δεδομένου ότι υπάρχει μια στενή σχέση μεταξύ της κληρονομιάς πολιτισμού και του τουρισμού, θα μπορούσε να υπάρξει ένας νόμος που να επιτρέπει ένα μέρος των κερδών του τουρισμού να χρησιμοποιείται στην ανάπτυξη των πολιτιστικών πολιτικών της ιδιοκτησίας (π.χ. συντήρηση των πολιτιστικών ιδιοκτησιών ή διαχείριση των ξεναγών πολιτιστικής ιδιοκτησίας).

5.9 Διεθνές επίπεδο:

1) Καθιέρωση ενός κοινού συστήματος πληροφοριών για την πολιτιστική βιομηχανία τουρισμού

Για να δημιουργηθεί μια επίδραση σύμπραξης μέσα στην πολιτιστική βιομηχανία τουρισμού, πρέπει να προωθηθεί η ανάπτυξη των πολιτιστικών δικτύων πληροφοριών του τουρισμού που μπορούν να διανεμηθούν μέσω της νέας τεχνολογίας πληροφοριών.

2) Ενδυνάμωση της διεθνούς ανταλλαγής

Ο πολιτιστικός τουρισμός απαιτεί ιδιαίτερα κατάλληλες γνώσεις και τεχνογνωσία. Γι'αυτό ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να ταξινομηθεί ως τουρισμός βασισμένος στη γνώση. Επομένως, τα διεθνή προγράμματα ανταλλαγής και οι δραστηριότητες συνεργασίας της πολιτιστικής βιομηχανίας τουρισμού βασισμένη στη γνώση πρέπει να ενταθούν.

3) Καθιέρωση του ελέγχου της οργάνωσης στην παγκόσμια πολιτιστική κληρονομιά

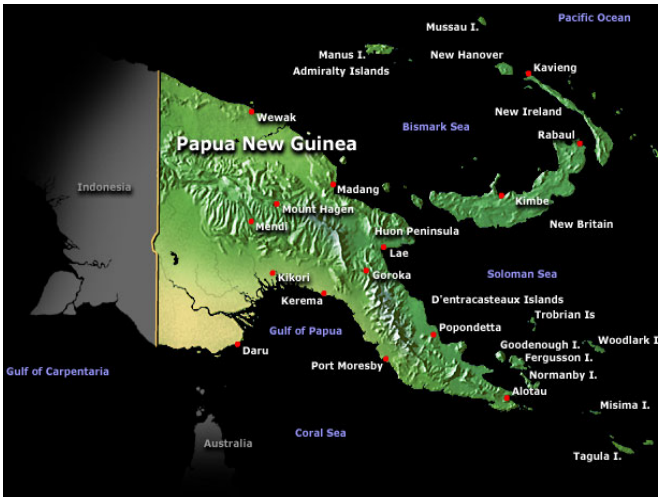
Η πολιτιστική κληρονομιά ενός έθνους μπορεί να είναι ένα σημαντικό συστατικό για να βελτιωθεί η ευημερία της ανθρωπότητας. Επομένως, πρέπει να αυξηθούν τα κεφάλαια και να ιδρυθεί ένα ελεγκτικό σώμα για την προστασία της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς, ελαχιστοποιώντας την περιβαλλοντική ζημία.

Ο πολιτιστικός τουρισμός έχει μια σημαντική δυνατότητα ως βασική βιομηχανία στη μελλοντική ανάπτυξη του έθνους. Η κορεατική κυβέρνηση εφαρμόζει τις διάφορες

πολιτιστικές πολιτικές τουρισμού καθώς η ζήτηση σε αυτήν την περιοχή αυξάνεται, και αναπτύσσεται η βιομηχανία βασισμένη στη γνώση. Για την μελλοντική ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού θα πρέπει να υπάρχει μια μεγαλύτερη συνεργασία μεταξύ των εθνών, των περιοχών, και των τμημάτων της κυβέρνησης έτσι ώστε η γνώση να μπορεί να μοιραστεί επικερδώς.

Κεφάλαιο 6

6.1 Προώθηση των παραδοσιακών πολιτισμών για βιώσιμο τουρισμό στην επαρχία της Ανατολικής Νέας Βρετανίας, Παπούα- Νέα Γουινέα (PNG)[6]



Η Ανατολική Νέα Βρετανία είναι μια από τις δεκαεννέα (19) επαρχίες και είναι ένα αναπόσπαστο τμήμα της τέταρτης περιοχής που αποτελεί την Παπούα Νέα Γουινέα (PNG). Είναι επίσης το μεγαλύτερο από τα πέντε (5) νησιά που αποτελούν την περιοχή των νησιών της Νέας Γουινέας. Είναι ένας τροπικός παράδεισος νησιών που έχει εξαιρετικά τουριστικά θεάματα που προσφέρουν διαφορετικά και μοναδικά τουριστικά προϊόντα που θα φροντίσουν για τις ποικίλες ανάγκες των διαφορετικών τουριστών. Αυτά περιλαμβάνουν τα εξής:

- όμορφο, φυσικό τροπικό τοπίο με την πράσινη βλάστηση και τα δέντρα φοινικών,
- ωραίες αμμώδεις παραλίες για εκδρομές,
- καθαρά και θερμά γαλανά νερά γεμάτα με διαφορετικά πολύχρωμα ψάρια, κοράλλια διαφορετικών μεγεθών και απομεινάρια του Β' παγκόσμιου πολέμου για καταδύσεις,
- έξι ηφαίστεια που πλαισιώσουν και φράσσουν το ομορφότερο και βαθύτερο λιμάνι του Rabaul Simpson και την πόλη του Rabaul που παρέχει άριστες τοποθεσία και εγκαταστάσεις για τα σκάφη κρουαζιέρων.

Το 1996, η επαρχιακή κυβέρνηση της Νέας Ανατολικής Βρετανίας έδωσε κορυφαία προτεραιότητα στην προώθηση της ανάπτυξης του τουρισμού στην επαρχία. Αυτό έχει οδηγήσει στη διατύπωση ενός εταιρικού προγράμματος ανάπτυξης του τουρισμού πέντε ετών, 1999 -2003.Το πρόγραμμα ανάπτυξης του τουρισμού πέντε ετών περιέχει τις

[6] κ. Nelson Eddie Paulias, Στρατιωτικός Υπαρχηγός Τουρισμού, Τουριστικό Γραφείο Ανατολικής Νέας Βρετανίας (Siem Reap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

πολιτικές του τουρισμού, τις στρατηγικές ανάπτυξης, τα προγράμματα και τα έργα τουρισμού για τα επόμενα πέντε έτη που στοχεύουν στην επίτευξη των ακόλουθων σκοπών και των στόχων της επαρχιακής κυβέρνησης:

- Διαφοροποίηση της επαρχιακής οικονομίας που είναι σε αγροτικό επίπεδο βασισμένη που αποτελείται κυρίως από το κακάο και αποξηραμένους καρπούς κακάο.

- Δημιουργία πρόσθετων ευκαιριών εργασίας για τον αυξανόμενο πληθυσμό της νεολαίας.

- Δημιουργία εισοδημάτων που να ικανοποιούν τις βασικές ανθρώπινες ανάγκες.

- Άμεσοι και έμμεσοι φόροι ως εισόδημα για την κυβέρνηση και τον ιδιωτικό τομέα.

- Προώθηση των παραδοσιακών πολιτισμών για τα οφέλη των μελλοντικών τοπικών γενεών καθώς επίσης και για τους ντόπιους και για τους τουρίστες ως μορφή έλξης και ψυχαγωγίας.

- Συντήρηση του φυσικού περιβάλλοντος για τις μελλοντικές γενεές και για τους επισκέπτες που το βλέπουν και το απολαμβάνουν.

6.2 Πολιτιστικές πολιτικές του τουρισμού

Οι διεθνείς τουρίστες που προέρχονται από περισσότερο αναπτυγμένες χώρες βιομηχανικά που έχουν αναπτυχθεί κατά τη διάρκεια πολλών εκατοντάδων ετών έχουν χάσει ένα μεγάλο μέρος από τον πολιτισμό τους. Οι σημερινοί διεθνείς τουρίστες που εκπαιδεύονται καλύτερα και είναι πιο περίεργοι και περιπετειώδεις, ενδιαφέρονται για την εκμάθηση των πολιτισμών άλλων ανθρώπων. Οι πολιτιστικές πολιτικές που περιλαμβάνονται στο εταιρικό πρόγραμμα ανάπτυξης του τουρισμού των πέντε ετών περιλαμβάνουν τα εξής:

- Την υποστήριξη της συντήρησης της σημαντικής πολιτιστικής κληρονομιάς όπως τα τραγούδια, οι χοροί, οι παραδοσιακές τέχνες και οι τέχνες των ανθρώπων της επαρχίας της Νέας Ανατολικής Βρετανίας.

- Την θετική συμβολή των επαρχιών στην ανανέωση της τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας και της υπερηφάνειας καθώς και της πολιτιστικής ανταλλαγής μεταξύ των επισκεπτών και των ντόπιων, κατά συνέπεια τη μεγαλύτερη κατανόηση και σεβασμό ή τουλάχιστον την ανοχή των διαφορετικών πολιτιστικών αξιών, των παραδόσεων και των προσδοκιών.

- Την προώθηση της ανάπτυξης του παραδοσιακού εσωτερικού χωριού παρέχοντας του σύγχρονες εγκαταστάσεις και υπηρεσίες για να βελτιώσει το πρότυπο της ζωής που περιβάλλεται από την τροπική βλάστηση και τους κήπους όπου οι τουρίστες μπορούν να μείνουν με τους ντόπιους και να διασκεδάσουν με τα παραδοσιακά πολιτιστικά τραγούδια και τους χορούς καθώς επίσης και την τοπική κουζίνα.

- Την προώθηση της ανάπτυξης του παραδοσιακού παράκτιου χωριού παρέχοντας του σύγχρονες εγκαταστάσεις και υπηρεσίες, με τροπικά αειθαλή δέντρα και φοίνικες καρύδων στις αμμώδεις παραλίες όπου οι τουρίστες μπορούν να μείνουν με τους ντόπιους και να διασκεδάσουν με τα παραδοσιακά πολιτιστικά τραγούδια και τους χορού.

- Την εξασφάλιση ότι μειώνονται οι δυσμενείς κοινωνικοοικονομικές επιδράσεις στους παραδοσιακούς τοπικούς πολιτισμούς και ότι οι πολιτισμοί ενισχύονται.

- Την προώθηση της ανάπτυξης των επαρχιακών θεάτρων που θα ενισχύσουν τους τοπικούς πολιτισμούς και θα διασκεδάσουν και τους τουρίστες και τους ντόπιους.

- Την ενθάρρυνση της ανάπτυξης των ταινιών στους παραδοσιακούς πολιτισμούς για την εκπαίδευση των ανθρώπων σχετικά με τη σημασία των πολιτισμών και για την ψυχαγωγία των τουριστών και των ντόπιων.

- Την τεκμηρίωση της παραδοσιακής μουσικής, των ιστοριών, των μύθων και των μουσικών οργάνων που στοχεύουν να κρατήσουν τους τοπικούς πολιτισμούς ζωντανούς για τα οφέλη των τρεχόντων και μελλοντικών τοπικών γενεών και της ψυχαγωγίας των τουριστών.

- Την ίδρυση διαφόρων κέντρων ψυχαγωγίας σε επιλεγμένες περιοχές της επαρχίας που θα παράσχουν τόπους συναντήσεως και σύγχρονες εγκαταστάσεις και υπηρεσίες που θα επιτρέπουν στις ομάδες να παρουσιάζουν τους παραδοσιακούς χορούς, τις μουσικές συναυλίες και τα πολιτιστικά φεστιβάλ από την επαρχία, την περιοχή των νησιών της Νέας Γουινέας και τη Νέα Παπούα-Γουινέα καθώς επίσης και από το εξωτερικό.

6.3 Πολιτιστικές στρατηγικές ανάπτυξης του τουρισμού

Η επαρχιακή κυβέρνηση της Νέας Ανατολικής Βρετανίας θα ενθαρρύνει τους ντόπιους για να διασκεδάσουν τους διεθνείς τουρίστες με την απόδοση των τοπικών πολιτιστικών τραγουδιών και των χορών καθώς επίσης και των παιχνιδιών και του δράματος που είναι πλούσια και μοναδικά στην επαρχία. Οι τουρίστες θα ευχαριστηθούν με το να παρακολουθήσουν και να απολαύσουν τα παραδοσιακά τοπικά τραγούδια και τους χορούς Επιπλέον θα εκτιμήσουν και θα σεβαστούν αναμφισβήτητα τη μοναδικότητα των

τοπικών τραγουδιών και των χορών που είναι μοναδικά θεάματα. Οι πολιτιστικές παρουσιάσεις θα προωθήσουν βεβαίως περισσότερες κοινωνικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ των τουριστών και των ντόπιων. Η στρατηγική είναι να χρησιμοποιηθεί περισσότερη πολιτιστική ψυχαγωγία για να προωθήσει την εκμάθηση και την ανταλλαγή των ιδεών και των εμπειριών μεταξύ των τουριστών και των ντόπιων, διευρύνοντας κατά συνέπεια περισσότερο την κατανόηση και την ανοχή του ενός για του άλλου τις πολιτιστικές διαφορές.

Η επαρχιακή κυβέρνηση της Νέας Ανατολικής Βρετανίας θα ενθαρρύνει την καθιέρωση των επαρχιακών θεάτρων που θα παρουσιάζουν παιχνίδια βασισμένα στους τοπικούς μύθους που θα εξιστορήσουν τις ιστορίες των τοπικών πολιτιστικών μύθων, των πεποιθήσεων και των πρακτικών που είναι μοναδικά στην επαρχία. Τέτοια παιχνίδια όχι μόνο θα διασκεδάσουν τους τουρίστες και τους ντόπιους, αλλά θα διευρύνουν επίσης την κατανόηση και το σεβασμό των τουριστών για τους πολιτισμούς των ντόπιων και θα επιτρέψουν στους ντόπιους να κερδίσουν πρόσθετα χρήματα.

Στην επαρχία της Νέας Ανατολικής Βρετανίας, το γραφείο τουριστών της Νέας Ανατολικής Βρετανίας μέσω του πολιτιστικού προγράμματος εργασίας επέκτασής του, στο πλαίσιο του τμήματος ανάπτυξης προϊόντων τουρισμού, έχει δημιουργήσει μια επαρχιακή ομάδα θεάτρων αποκαλούμενη " επαρχιακή ομάδα θεάτρων Νέας Ανατολικής Βρετανίας ". Αυτή η ομάδα έχει αποδώσει ευρέως στην επαρχία κατά τη διάρκεια σημαντικών επίσημων συνελεύσεων.

Αυτήν την περίοδο, η επαρχιακή ομάδα θεάτρων της Νέας Ανατολικής Βρετανίας μέσω του γραφείου τουριστών της Νέας Ανατολικής Βρετανίας προετοιμάζει τα μέλη αυτής της ομάδας για να συμμετέχουν σε οποιεσδήποτε διεθνείς συνελεύσεις θεάτρων, διατηρώντας ακόμα το στόχο και το πνεύμα της υποστήριξης της πολιτιστικής μοναδικότητας και της ταυτότητας των ανθρώπων.

Το γραφείο τουριστών της Νέας Ανατολικής Βρετανίας θα ενθαρρύνει τους ντόπιους να δημιουργήσουν δεξιοτεχνίες όπως κανό, λόγχες και καλάθια ύφανσης για να πουλήσουν στους διεθνείς τουρίστες ως αναμνηστικά όταν επισκέπτονται τη Ραμπούλ και τη Νέα Ανατολική Βρετανία. Οι τέχνες που είναι σύμβολα των τοπικών πολιτισμών θα εκπαιδεύσουν επίσης τους τουρίστες περισσότερο για τους τοπικούς πολιτισμούς. Συγχρόνως, οι ντόπιοι θα είναι σε θέση να κερδίσουν πρόσθετα εισοδήματα από τις πωλήσεις των τεχνών τους.

Ο πολιτισμός είναι ένα από τα σημαντικότερα προϊόντα τουρισμού που οι τουρίστες ενδιαφέρονται να δουν και να απολαύσουν σε έναν προορισμό διακοπών επειδή είναι πλούσια και μοναδικά. Οι πολιτισμοί των ανθρώπων της επαρχίας της Νέας Ανατολικής Βρετανίας είναι πλούσιοι, διαφορετικοί και μοναδικοί και

θα συναρπάσουν και θα προσελκύσουν έναν αυξανόμενο αριθμό τουριστών στην επαρχία. Οι Tolai της χερσονήσου Gazelle έχουν πολλά διαφορετικά τραγούδια και χορούς που περιλαμβάνουν το διάσημο χορό Whip των Tolai και άλλους πολλούς.

Χορός Whip

Ο πολιτισμός είναι ένα πολύ σημαντικό προϊόν τουρισμού επειδή μπορεί να προσδιοριστεί εύκολα, να αναπτυχθεί, να βελτιωθεί, να εμπορευτεί και να προωθηθεί σε επιλεγμένες αγορές τουρισμού μικρής και μεγάλης απόστασης στο εξωτερικό προκειμένου να προσελκυστούν περισσότεροι τουρίστες στην επαρχία της Νέας Ανατολικής Βρετανίας και στην Παπούα Νέα Γουινέα. Οι τουρίστες που επισκέπτονται την επαρχία της Νέας Ανατολικής Βρετανίας θα ενδιαφερθούν να συναντήσουν ντόπιους, για να δουν τον τρόπο ζωής τους, τα έθιμά τους και τις τέχνες τους.

Οι τουρίστες θα ξοδέψουν χρήματα στην τοπική πολιτιστική ψυχαγωγία όπως τα τραγούδια, τους χορούς και θα αγοράσουν τοπικά εργόχειρα ως αναμνηστικά.

Οι τουρίστες δελεάζονται από πολλά πράγματα. Σύμφωνα με μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το τότε Συμβούλιο τουρισμού του Νότιου Ειρηνικού (TCSP) το 1991, γνωστό τώρα ως νοτιοειρηνική οργάνωση τουρισμού (SPTO), περισσότεροι από ένα τρίτο των διεθνών τουριστών που επισκέφτηκαν τη Νέα Παπούα-Γουινέα το 1991 προσελκύσθηκαν από έξι σημαντικά προϊόντα τουρισμού που περιλάμβαναν τα εξής:

Φιλικοί άνθρωποι	61%
Φυσικό τοπίο	59%
Παραδοσιακά χωριά	45%
Λαογραφία/πολιτισμός	39%
Κλίμα	37%
Βιοτεχνίες	34%

Σε παρόμοια έρευνα επισκεπτών που πραγματοποιήθηκε στη Νέα Παπούα-Γουινέα από την αρχή προώθησης τουρισμού (TPA) το 1996, αποκάλυψε ότι περισσότεροι από 50% των ανταποκρινόμενων ευνόησε τους "φιλικούς ανθρώπους" ως πιο αρεστή έλξη στη χώρα. Η άλλη έλξη που ευνοήθηκε από τους ανταποκρινόμενους περιέλαβε τα εξής:

Φιλικοί άνθρωποι	50%
Φυσικό τοπίο	24%
Πολιτιστικές πτυχές	15%
Πτυχές κατάδυσης & περιοδειών	9%
Πτυχές κλίματος	2%

Στην έκθεση έρευνας επισκεπτών το 1999 που πραγματοποιήθηκε από την αρχή προώθησης τουρισμού, στη μεγάλη πλειοψηφία των τουριστών άρεσαν τα ακόλουθα θεάματα:

Όμορφη αβλαβής φύση	46%
Μεγάλη δυνατότητα τουρισμού	25%
Σπουδαίος προορισμός περιπέτειας	20%
Φιλικοί ντόπιοι	8%
Διαφορετικός μοναδικός πολιτισμός	8%
Καλή κατάδυση	8%
Καλό ψάρεμα	3%
Καλό κλίμα	2%

6.4 Μουσεία

Ένα μουσείο έχει ιδρυθεί στο Ralum κοντά στο μέρος που η βασίλισσα Emma είχε ένα μεγάλο παλάτι. Το μουσείο στεγάζει τα απομεινάρια του Β' παγκόσμιου πολέμου που χρησιμοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια του πολέμου στη Ραμπούλ και τη Νέα Ανατολική Βρετανία καθώς επίσης και τα ιστορικά και πολιτιστικά χειροποίητα αντικείμενα.

Στα μέσα του 2000, το γραφείο τουριστών ΕΝΒ στρατολόγησε έναν εθελοντή από την Αυστραλία για να καθιερώσει έναν βοτανικό κήπο κοντά στο μουσείο. Λόγω έλλειψης αρκετού διαστήματος, ο εθελοντής πρότεινε ότι αντί ενός βοτανικού κήπου, θα ιδρυθεί ένα αμφιθέατρο. Αυτό το αμφιθέατρο θα ενθαρρύνει την απόδοση της παραδοσιακής μουσικής, των τραγουδιών και των παιχνιδιών για την ψυχαγωγία των τουριστών καθώς και των ντόπιων.

6.5 Πολιτιστικά κέντρα

Σύμφωνα με το εταιρικό πρόγραμμα ανάπτυξης τουρισμού των πέντε ετών της Νέας Ανατολικής Βρετανίας, τέσσερα πολιτιστικά κέντρα θα ιδρυθούν στις τέσσερις περιοχές της επαρχίας.

Τα πολιτιστικά κέντρα θα έχουν πολλαπλούς σκοπούς και θα παράσχουν τόπους συναντήσεως για τη συντήρηση των παραδοσιακών χειροποίητων αντικειμένων, δηλ., των τεχνών, τα απομεινάρια του Β' παγκόσμιου πολέμου και υπαίθριου χώρου για την παρουσίαση των παιχνιδιών για να διασκεδάσουν και οι ντόπιοι και οι τουρίστες.

6.6 Πολιτιστικές εκδηλώσεις

Η επαρχιακή κυβέρνηση της Νέας Ανατολικής Βρετανίας μέσω του γραφείου τουριστών της Νέας Ανατολικής Βρετανίας θα εξασφαλίσει ότι οι πολιτιστικές πολιτικές και τα προγράμματα τουρισμού που περιλαμβάνονται στο επαρχιακό εταιρικό πρόγραμμα ανάπτυξης τουρισμού των πέντε ετών ΕΝΒ θα υλοποιηθούν για να επιτύχουν τους πολιτικούς στόχους της κυβέρνησης.

Οι κύριοι στόχοι τέτοιων εκδηλώσεων περιλαμβάνουν τα εξής:

- Την προώθηση της ανάπτυξης και συντήρησης των σπάνιων χορών μασκών από το να εξαφανιστούν.

- Την εκπαίδευση της νεολαίας της Νέας Παπούας Γουινέας για τη σημασία αυτών των μυστικών και των ιερών παραδοσιακών χορών μασκών που περιλαμβάνουν το ισχυρότερο μυστικό αρσενικό ίδρυμα των ανθρώπων της Tolai που αποκαλούνται Tubuan και Dukduk από τη χερσόνησο Gazelle της Νέας Ανατολικής Βρεττανίας.

- Την διατήρηση των παραδοσιακών χορών που είναι μοναδικοί προς όφελος των μελλοντικών τοπικών γενεών και για την ψυχαγωγία των τουριστών που επισκέπτονται την Ραμπούλ, την χερσόνησο Gazelle και την επαρχία της Νέας Ανατολικής Βρεττανίας.

Η φυσική έλξη από μόνη της δεν είναι αρκετή να καταστήσει τον τουρισμό βιώσιμο στο μέλλον. Είναι η φιλική διάθεση και η φιλοξενία των ντόπιων που θα κάνουν τη μεγάλη διαφορά. Είναι προσωπική κοινωνική αλληλεπίδραση, επικοινωνία και ανθρώπινες επαφές μεταξύ των ντόπιων και των τουριστών που θα δημιουργήσουν περισσότερη κατανόηση και σεβασμό μακροπρόθεσμα.

Τέτοιες ανθρώπινες αλληλεπιδράσεις και κατανόηση που ενσωματώνονται στους τοπικούς πολιτισμούς θα κάνουν τους τουρίστες να επιστρέψουν στο μέλλον στη

Ραμπούλ και τη Νέα Ανατολική Βρετανία, κάνοντας κατά συνέπεια τον τουρισμό στη Ραμπούλ και τη Νέα Ανατολική Βρετανία πιο βιώσιμες στο μέλλον.

Κεφάλαιο 7

7.1 Τα κυριότερα σημεία του Shandong – Εγγενής πόλη του Κομφούκιου

Πολιτιστικός προορισμός τουριστών - Η Κίνα τον 21ο αιώνα[7]

7.2 Οι πολιτιστικές φυσικές έλξεις του Shandong προσελκύουν όλο και περισσότερους επισκέπτες από το εσωτερικό και εξωτερικό

Η επαρχία Shandong βρίσκεται κατά μήκος της ανατολικής ακτής της Κίνας, στις χαμηλότερες απλωτές του ποταμού Yellow και μεταξύ του Πεκίνου και της Σαγγάης. Το Shandong έχει πληθυσμό 89 εκατομμύρια και συνολική έκταση εδάφους 156.000 τετραγωνικά χλμ με μια ακτή με περισσότερα από 3.000 χλμ. Με μια μακροχρόνια ιστορία, έναν ακμάζοντα πολιτισμό, ένα θαυμάσιο τοπίο και πολυάριθμες σημαντικές ιστορικές προσωπικότητες, το Shandong είναι πολύ πλούσιο σε τουριστικούς πόρους. Η πρώτη κινεζική γραπτή γλώσσα και οι πρώτες πόλεις στην Κίνα έχουν βρεθεί στην επαρχία Shandong. Επιπλέον, το Shandong είναι ένας από τους τόπους γεννήσεως της κεραμικής, της πορσελάνης και του μεταξιού της Κίνας. Το Shandong είναι επίσης το σπίτι ενός μεγάλου αριθμού ιστορικών προσωπικοτήτων, των οποίων οι σημαντικές επιρροές είναι ακόμα εμφανείς ακόμη και στη σύγχρονη Κίνα. Ο κομφουκιανισμός, που δημιουργήθηκε από τον Κομφούκιο, μεγάλος φιλόσοφος και εκπαιδευτικός στην Κίνα, είναι ο στυλοβάτης του παραδοσιακού κινεζικού πολιτισμού και έχει ασκήσει μεγάλες επιρροές στον κόσμο.

Οι τουριστικοί πόροι του Shandong είναι υψηλής ποιότητας και μεγάλης ποικιλίας και διανέμονται ευρέως. Το Shandong έχει περισσότερες από 600 περιοχές τουριστών (συμπεριλαμβανομένων 2 περιοχών παγκόσμιας κληρονομιάς, 6 εθνικών ιστορικών και πολιτιστικών πόλεων και 3 εθνικών περιοχών τουριστών), μεταξύ των οποίων πάνω από 500 περιοχές χαρακτηρίζονται ευδιάκριτες. Παραδείγματος χάριν, το Qufu, μια διάσημη ιστορική και πολιτιστική πόλη, ήταν η εγγενής κωμόπολη του Κομφουκίου και ο τόπος γεννήσεως του κομφουκιανισμού. Ο μεγαλοπρεπής ναός του Κομφουκίου, το μέγαρο του Κομφουκίου και το δάσος του Κομφουκίου , πλούσια σε πολιτιστικά κατάλοιπα και ιστορικές περιοχές, έχουν τοποθετηθεί στην "παγκόσμια πολιτιστική κληρονομιά" από την ΟΥΝΕΣΚΟ. Με ένα θαυμάσιο τοπίο και έναν βαθύ πολιτισμό, το όρος tai, πρώτο από τα πέντε ιερά βουνά στην Κίνα, είναι ένα σύμβολο του κινεζικού πνεύματος, που τοποθετείται στην "παγκόσμια φυσική και πολιτιστική κληρονομιά" από την ΟΥΝΕΣΚΟ. Οι ελκυστικές παράκτιες πόλεις όπως η Qingdao, Yantai, Weihai και η

[7] κ. Yu Fenggui, Απεσταλμένος Διευθυντής, Διοίκηση του τουρισμού της επαρχίας Shandong, Κίνα (Siem Reap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

Rizhao βρίσκονται στη χερσόνησο Shandong. Το Qingdao, "ένα φωτεινό μαργαριτάρι από τη θάλασσα Huanghai", είναι μοναδικό στα αξιοθέατα της παραλίας του. Το όρος Laoshan, ένα από τα ιερά μέρη στο Taoism της Κίνας, είναι πλούσιο σε ιστορικές περιοχές. Διάσημη για τον αρχαίο πολιτισμό της, η αρχαία πρωτεύουσα του κράτους Qi, Zibo, της παρέχονται πολυάριθμα πολιτιστικά κατάλοιπα και ιστορικές περιοχές, όπως οι καταστροφές του αρχαίου μεγάλου τείχους του κράτους Qi, οι καταστροφές της αρχαίας πρωτεύουσας του κράτους Qi, οι θυσιαστήριοι τάφοι αλόγων της ανατολικής δυναστείας του Zhou, το μουσείου της ιστορίας Qi και της προηγούμενης κατοικίας του Pu Songling, "ένας από τους πατέρες των μυθιστορημάτων στον κόσμο".

7.3 Βαθιά ανάπτυξη και εστιασμένη προώθηση των τουριστικών πολιτιστικών περιοχών

Η επαρχιακή κυβέρνηση του Shandong έχει ενισχύσει σοβαρά την ηγεσία της εργασίας τουρισμού

Η επαρχιακή κυβέρνηση του Shandong δίνει την πλήρη υποστήριξη της στον τουρισμό. Τα τελευταία χρόνια, έχει ληφθεί μια "απόφαση για την επιτάχυνση της ανάπτυξης του τουρισμού" με στόχο να αναπτύξει τον τουρισμό ως μία βιομηχανία στυλοβατών της επαρχιακής εθνικής οικονομίας. Οι προνομιακές πολιτικές έχουν γίνει επίσης για να στηρίξουν την ανάπτυξη του τουρισμού και οι επαρχιακές κυβερνητικές συνεδριάσεις υψηλού επιπέδου έχουν συγκληθεί για να διευθετήσουν το έργο ανάπτυξης του τουρισμού. Μόλις το 2000, για πρώτη φορά, το συνέδριο των ανθρώπων της επαρχίας και η επαρχιακή συμβουλευτική διάσκεψη παρουσίασαν τον τουρισμό ως σημαντικό ζήτημα στους αντιπροσώπους για συζήτηση. Το 2000, η επαρχία του Shandong διέθεσε 50 εκατομμύρια RMB για την ανάπτυξη των μεγάλων προγραμμάτων του τουρισμού. Το 2001, 105 εκατομμύρια RMB διατέθηκαν για να υποστηρίξουν την ανάπτυξη των μεγάλων προγραμμάτων του τουρισμού, το μάρκετινγκ και την προώθηση.

Εμπλουτισμός των τουριστικών πόρων και ανάπτυξη των προγραμμάτων

Ο τουρισμός στην επαρχία εξαρτάται από τους πολιτιστικούς πόρους και τις διάφορες πολιτιστικές περιοχές οι οποίες ήταν "νεκρές" για πολλά έτη, έχουν αναβιωθεί και άλλες έχουν ενισχυθεί προκειμένου να υποστηριχθεί η ανάπτυξη του τουρισμού. Ο τουρισμός έχει γίνει ο κύριος οικονομικός προμηθευτής και η πηγή για να συντηρείται, να συνεχίζεται και να αναπτύσσεται είναι ο πολιτισμός.

Όρος Tai

Προκειμένου να αντληθεί πλήρως η λανθάνουσα δύναμη του "θησαυρού της ασιατικής ιστορίας και του πολιτισμού", έχουν αναβαθμιστεί ή αποκατασταθεί πολυάριθμα τουριστικά αξιοθέατα στο όρος tai κατά τη διάρκεια πολλών ετών. Το 2000, η πόλη Taian επένδυσε 250 εκατομμύρια RMB στη γενική ανάπτυξη του όρους tai. Δέκα τουριστικά αξιοθέατα έχουν αναβαθμιστεί. Οι εγκαταστάσεις αποχέτευσης αποβλήτων έχουν εγκατασταθεί και όλοι οι σωλήνες έχουν τοποθετηθεί υπόγεια. Δέκα τρεις σύνοδοι του διεθνούς αναρριχητικού φεστιβάλ του όρους tai έχουν συγκληθεί χρόνο με το χρόνο. Οι περιοδείες ειδικού ενδιαφέροντος έχουν παρουσιαστεί, όπως "οι παραστάσεις της θυσιαστήριας τελετής", "η περιήγηση του πολιτισμού του όρους tai " και " η περιήγηση της λαογραφίας του όρους tai ". Το όρος tai θεωρείται "τουριστική περιοχή επίδειξης στην Κίνα". Το 1999, το όρος tai έλαβε 1,75 εκατομμύρια αφίξεις επισκεπτών από το εσωτερικό και εξωτερικό με συνολικό εισόδημα 96 εκατομμύρια RMB. Κατά τη διάρκεια της εθνικής ημέρας διακοπών το 2000, το όρος tai έλαβε 350.000 αφίξεις επισκεπτών στο σύνολο.

Qufu

Είκοσι έτη πριν, το συγκρότημα κτιρίων του Κομφούκιου (ο ναός του Κομφουκίου, το μέγαρο και το δάσος του Κομφουκίου) έλαβε μόνο ένα εισόδημα δεκάδων χιλιάδων RMB. Προκειμένου να εκμεταλλευθεί πλήρως ο "Κομφούκιος" για να χτιστεί "μια ασιατική ιερή πόλη", πολλές αξιοποιήσεις πραγματοποιήθηκαν βάσει της συντήρησης της πολιτιστικής και ιστορικής κληρονομιάς. Κατά τη διάρκεια πολλών ετών, περισσότερα από 100 εκατομμύρια RMB έχουν επενδυθεί για την αποκατάσταση των περιβαλλόντων πολιτιστικών καταλοίπων και ιστορικών περιοχών προκειμένου να επαναληφθούν τα αρχικά ιστορικά κατάλοιπα και σχεδόν 300 εκατομμύρια RMB έχουν επενδυθεί στην εις βάθος ανάπτυξη του συγκροτήματος κτιρίων του Κομφουκίου. Από το 1990, έχουν αναπτυχθεί μερικά νέα θεάματα, όπως η πόλη των έξι τεχνών, ο κήπος των επιγραφών Analect του Κομφουκίου, το ίδρυμα του Κομφουκίου, ο κήπος των κυριότερων σημείων του Κομφουκίου και η πόλη του πολιτισμού η Κίνα. Αυτή τη στιγμή, αναπτύσσεται ο χώρος του πολιτισμού του Κομφουκίου. Έχουν επενδυθεί 3 δισεκατομμύρια RMB στην ανάπτυξη πολυάριθμων τουριστικών εγκαταστάσεων και στην αναβάθμιση του περιβάλλοντος και την ενίσχυση των λειτουργιών της πόλης. Προκειμένου να βελτιωθούν οι τουριστικοί πόροι στο Qufu, η ομάδα των γραφείων τουρισμού στο Qufu του Κομφούκιου συνεργάστηκε με την υπερπόντια κινεζική πόλη Shenzhen για να καθιερώσουν από κοινού την "διεθνή εταιρεία τουρισμού στο Qufu του Κομφούκιου, LMT", η οποία θα είναι μια επιχείρηση

στο όνομα του "τουρισμού του Κομφουκίου". Έχουν αναπτυχθεί και παρουσιαστεί τουριστικά προϊόντα ειδικού ενδιαφέροντος, όπως η περιήγηση του παραδοσιακού γάμου και η περιοδεία προσκυνήματος. Το διεθνές φεστιβάλ πολιτισμού στο Qufu του Κομφούκιου έχει θεωρηθεί ως ένα από τα δέκα πιο σημαντικά φεστιβάλ από την εθνική διοίκηση τουρισμού της Κίνας, τα οποία προσελκύουν σχεδόν 10.000 ξένους επισκέπτες κάθε έτος. Το 1999, το Qufu έλαβε συνολικά 2.600.000 αφίξεις επισκεπτών με ένα εισόδημα ύψους 210 εκατομμυρίων RMB. Κατά τη διάρκεια της εθνικής ημέρας διακοπών το 2000, το συγκρότημα κτιρίων του Κομφούκιου έλαβε ένα αρχείο με 300.000 αφίξεις επισκεπτών.

Το νησί Liugong

Συνήθως αποκαλούμενο "νεραϊδότοπος στη θάλασσα" και το " θωρηκτό που δε βυθίζεται ποτέ", το νησί Liugong ήταν ο τόπος γεννήσεως του πρώτου στόλου στη σύγχρονη Κίνα "ο στόλος της Βόρειας Θάλασσας". Το νησί παίρνει το προβάδισμα στην Κίνα για τη συντήρηση, τη χρήση και την ανάπτυξη των φυσικών σημείων. Το 1999, το νησί Liugong έλαβε 1.650.000 αφίξεις επισκεπτών με εισόδημα 28 εκατομμύρια RMB. Κατά τη διάρκεια της εθνικής ημέρας διακοπών το 2000, το νησί έλαβε 196.000 αφίξεις επισκεπτών με εισόδημα κοντά στα 9 εκατομμύρια RMB.

Penglai

Η Penglai είναι γνωστή ιστορική και πολιτιστική πόλη, μέσα στην οποία υπάρχουν πολιτιστικά κατάλοιπα υπό την κρατική προστασία. Ήταν μια φορά η αφετηρία του θαλάσσιου Silk Road στην αρχαία Κίνα και εδώ και καιρό καλείται " νεραϊδότοπος του κόσμου". Η Penglai έχει τρεις κατηγορίες πολιτισμού: ο πολιτισμός των νεράιδων που προέρχονται από το μύθο, ο πολιτισμός των λιμένων ελεύθερος για τον εξωτερικό κόσμο και ο πολεμικός πολιτισμός τεχνών που αντιπροσωπεύεται από το Qi Jiguang. Τα τελευταία χρόνια, η ανάπτυξη του τουρισμού έχει εξαρτηθεί από τους πολιτιστικούς πόρους της. Άνω των 200 εκατομμυρίων RMB έχουν επενδυθεί διαδοχικά στην ανάπτυξη των τουριστικών αξιοθεάτων, από τρία αξιοθέατα στην αρχή της δεκαετίας του '90 μέχρι πάνω από είκοσι έως τώρα. Κατά

συνέπεια, η περιοχή των τοποθεσιών έχει επεκταθεί από 0,8 τετραγωνικά χλμ σε 5,8 τετραγωνικά χλμ. Έχουν αναπτυχθεί νέα θεάματα με τη βοήθεια των ιστορικών υλικών και εξ αιτίας της γεωγραφικής ανωτερότητάς τους. Έχουν εφαρμοστεί σύγχρονα επιστημονικά και τεχνολογικά μέσα για να αναπτυχθεί η συμμετοχή και τα προγράμματα ψυχαγωγίας. Η λανθάνουσα δύναμη της παραδοσιακής λαογραφίας έχει αντληθεί για να επαναληφθούν κάποιες λαϊκές παρουσιάσεις, όπως η έκθεση στην Penglai Pavilion και το φεστιβάλ αλιείας. Αυτή τη στιγμή, στην έκθεση της Penglai Pavilion, ένα νέο σχέδιο τουρισμού έχει διαμορφωθεί συνδυάζοντας τα πολιτιστικά και φυσικά σημεία που περιλαμβάνουν τα βουνά, τη θάλασσα, την πόλη και το περίπτερο έκθεσης. Το 1999, η πόλη Penglai έλαβε σχεδόν 2 εκατομμύρια αφίξεις επισκεπτών με ένα συνολικό εισόδημα περίπου 600 εκατομμύρια RMB (των οποίων το εισόδημα από το Penglai Pavilion ήταν 54,060,00 RMB). Κατά τη διάρκεια της εθνικής ημέρας διακοπών το 2000, το Penglai Pavilion έλαβε 217.000 αφίξεις επισκεπτών με ένα εισόδημα 119 εκατομμύρια RMB.

Penglai Pavilion

Όρος Laoshan

Βρίσκεται στα ανατολικά περίχωρα του Qingdao, γνωστό ως το "πρώτο από τα διάσημα βουνά στη θάλασσα", το όρος Laoshan είναι ένα από τα ιερά μέρη του Taoism της Κίνας.

Τα μεγαλοπρεπή βουνά και η θάλασσα, ο μυστήριος πολιτισμός του Taoism και τα θαυμάσια φυσικά τοπία είναι πλούσια θεάματα που μπορούν να απολαύσουν οι τουρίστες. Το περιβαλλοντικό και οικονομικό όφελος, και η κοινωνική παροχή έχουν συνδυαστεί καλά. Η συντήρηση των πόρων είναι ισόβαθμη με την ανάπτυξη του τουρισμού. Το 1999, το όρος Laoshan έλαβε 2.200.000 αφίξεις επισκεπτών με ένα εισόδημα 53 εκατομμύρια RMB. Κατά τη διάρκεια της εθνικής ημέρας διακοπών, το όρος Laoshan έλαβε 350.000 αφίξεις επισκεπτών με ένα εισόδημα 12 εκατομμύρια RMB.

Η από κοινού ανάπτυξη των πολιτιστικών και των φυσικών πόρων εμπλουτίζει τα τουριστικά προϊόντα του Shandong και ικανοποιεί τη ζήτηση στην αγορά. Η εστίαση έχει γίνει στα διάσημα βουνά, τα διάσημα ύδατα, τα διάσημα πρόσωπα, τα διάσημα λογοτεχνικά έργα, τις διάσημες πόλεις και το διάσημο πολιτισμό. Προκειμένου να αναπτυχθεί ο πολιτισμός του Qi και η "αρχαία πρωτεύουσα του κράτους Qi", οι

εμπειρογνώμονες από το Πεκίνο και το Shenzhen κλήθηκαν για να προετοιμάσουν μια προσέγγιση προγραμματισμού.
Οι διάφοροι οικονομικοί τομείς ενθαρρύνονται για να αναπτύξουν τον τουρισμό. Τον Οκτώβριο του 1999, η επαρχιακή κυβέρνηση του Shandong συγκάλεσε μια συνεδρίαση για να διαδώσει την εμπειρία ανάπτυξης του τουρισμού. Σύμφωνα με τις στατιστικές, έχουν επενδυθεί 2 δισεκατομμύρια RMB στην ανάπτυξη περισσότερων από 20 βασικών προγραμμάτων τουρισμού. Τα περισσότερα από αυτά τα προγράμματα είναι αξιοποιήσεις του τουρισμού με επίκεντρο τον πολιτισμό. Ένα έγγραφο που εκδόθηκε από την επαρχιακή διεύθυνση προγραμματισμού δήλωσε ότι ο τουρισμός γίνεται μια νέα γεννήτρια επένδυσης που επιταχύνει την ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας στο Shandong.

Η μεγάλης κλίμακας και ολική δημοσίευση και οι πολλαπλής στάθμης δραστηριότητες προώθησης έχουν προωθηθεί για το μάρκετινγκ και την παρουσίαση των πολιτιστικών θεαμάτων της επαρχίας. Τα τελευταία δύο χρόνια, η επαρχία έχει οργανώσει περισσότερες από 140 ομάδες (εμπλέκονται πάνω από 700 άτομα προσωπικό) για να πάνε σε περισσότερες από 20 χώρες και περιοχές για τις δραστηριότητες μάρκετινγκ. Το 1999, μερικοί επαρχιακοί ηγέτες ηγήθηκαν μιας ομάδας για να πάνε στο εξωτερικό για τις δραστηριότητες δημοσιότητας και προώθησης, να επισκεφτούν τον ΠΟΤ και σημαντικούς ταξιδιωτικούς πράκτορες. Όλες αυτές οι δραστηριότητες έχουν επεκτείνει την επιχείρηση.

Η δημοσιότητα του τουρισμού έχει αυξηθεί. Ο σύνδεσμος τουριστικών ειδήσεων του Shandong έχει ιδρυθεί. Οι ειδήσεις και τα μέσα οργανώνονται για να δημοσιεύσουν μια σειρά στερεοσκοπικών εκθέσεων για τη δημοσιότητα και την προώθηση σχετικά με μια μεγάλη κλίμακα. Το CCTV και οι τοπικοί τηλεοπτικοί σταθμοί προσκαλούνται στο Shandong για την ανάπτυξη ξεχωριστών ταινιών που ήταν σε τηλεοπτική μετάδοση. Τα άρθρα που γράφονται με σκοπό τη δημοσιότητα έχουν δημοσιευθεί από τα μέσα ειδήσεων. Μια ταινία διαφημίσεων της εικόνας του τουρισμού στο Shandong παρήχθη και μεταδόθηκε στο διεθνές κανάλι του CCTV. Ο ιστοχώρος τουριστικών πληροφοριών του Shandong, που ιδρύθηκε το 1998, είναι ο μεγαλύτερος κυβερνητικός ιστοχώρος τουριστικών πληροφοριών στην Κίνα με πολιτικές, επιχειρησιακές και ξενόγλωσσες λειτουργίες. Σχεδόν 1000 άτομα επισκέπτονται τον ιστοχώρο καθημερινά. Η διεύθυνση του ιστοχώρου του τουρισμού του Shandong είναι: www.sdta.gov.cn

Η διαχείριση του εμπορίου έχει ενισχυθεί για να παρέχει στους τουρίστες υψηλής ποιότητας υπηρεσίες. Κατ' αρχάς, έχουν ληφθεί διάφορες αποφάσεις, όπως η κατάταξη σε λίστα των "ξενοδοχείων με κατάταξη αστεριών", "καλύτερων ταξιδιωτικών υπηρεσιών " και των "δέκα κορυφαίων ξεναγών", οι οποίοι έχουν βελτιώσει την ποιότητα της υπηρεσίας στην πραγματικότητα. Αφετέρου, οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες ενθαρρύνονται για να αναπτυχθούν γρήγορα με έναν αξιοσημείωτο τρόπο. Οι υπηρεσίες ταξιδιού ενθαρρύνονται για να λειτουργήσουν με έναν δικτυακό τρόπο και υποστηρίζονται και ελέγχονται δυναμικά. Τρίτον, τα πρότυπα των ξενοδοχείων για κάθε κατηγορία αστεριών επιβάλλονται αυστηρά για να τυποποιήσουν την ποιότητα της υπηρεσίας. Τα ξενοδοχεία που ανήκουν σε μία κατηγορία αστεριών ελέγχονται ετησίως προκειμένου να διαπιστωθεί εάν συμμορφώνονται με την κατάταξή τους. Τέταρτον, η

διαχείριση της βιομηχανίας τουρισμού έχει αναπτυχθεί βαθμιαία στην κατεύθυνση της νομιμοποίησης και της τυποποίησης.

Η γενική ποιότητα του εργατικού δυναμικού του τουρισμού έχει αναβαθμιστεί μέσω των διάφορων καναλιών. Κατ' αρχάς, η εκπαίδευση σχετικά με τον τουρισμό έχει ενισχυθεί. Επτά κολλέγια ή πανεπιστήμια στην επαρχία Shandong έχουν ιδρύσει τμήματα τουρισμού ή προτεινόμενα μαθήματα τουρισμού. Έχουν ιδρυθεί επίσης 75 σχολεία εμπορίου στον τουρισμό επαγγελματικά σχολεία. Τελειοποιείται επίσης βαθμιαία ένα εκπαιδευτικό σύστημα που αποτελείται από το σχολείο εμπορίου, τη διετή σειρά μαθημάτων, την τετραετή σειρά μαθημάτων και τη μεταπτυχιακή σειρά μαθημάτων. Αυτή τη στιγμή, έχουν γίνει 13.800 εγγραφές στα μαθήματα τουρισμού διαφορετικών επιπέδων στην επαρχία. Αφετέρου, έχουν προωθηθεί διάφορες δραστηριότητες εκμάθησης πάνω στην εργασία. Η κυβέρνηση του τουρισμού της επαρχίας Shandong και το πανεπιστήμιο του Shandong διευθύνουν από κοινού ένα μάθημα διαχείρισης τουρισμού (συμπεριλαμβανομένης της διαχείρισης ξενοδοχείων). Τα διάφορα είδη εκπαιδευτικών μαθημάτων και εργαστηρίων διοργανώνονται ετησίως για να εκπαιδεύσουν το διοικητικό προσωπικό στα ξενοδοχεία, τις υπηρεσίες ταξιδιού και τα γραφικά σημεία και τους ξεναγούς. Τρίτον, η πολιτική ανάπτυξη έχει ενισχυθεί. Το προσωπικό εκπαιδεύεται για να αγαπήσει τη μητέρα πατρίδα, την πόλη και το εμπόριο του τουρισμού και για να έχει επαγγελματική ηθική. Για να ικανοποιηθούν οι τουρίστες προσφέρεται έξοχο περιβάλλον, κανονισμοί και υπηρεσίες ποιότητας.

Εντούτοις, η επαρχία Shandong βρίσκεται σε μια ήπια ζώνη με τέσσερις ευδιάκριτες εποχές. Επιπλέον, πραγματοποιείται η "χρυσή εβδομάδα τουρισμού" (αναφερόμενη στην εθνική ημέρα διακοπών και στις διακοπές των φεστιβάλ άνοιξης). Επομένως, σχεδόν όλα τα τουριστικά αξιοθέατα είναι εποχιακά με εποχή υψηλής και χαμηλής ζήτησης. Τα αρνητικά αποτελέσματα που προκαλούνται από τον τουρισμό έχουν ελαχιστοποιηθεί υπό την ενεργό καθοδήγηση και τον αποτελεσματικό συντονισμό από τις κυβερνήσεις σε διαφορετικά επίπεδα, ειδικά από τον κανονισμό αγοράς και τη δημόσια καθοδήγηση.

7.4 Σχέδιο της μελλοντικής ανάπτυξης του τουρισμού στο Shandong

Προκειμένου να ενθαρρυνθεί η βιομηχανία τουρισμού για να αναπτυχθεί γρήγορα με έναν υγιή τρόπο, η επαρχία Shandong έχει δεσμεύσει τον ΠΟΤ να προσκαλέσει τους ξένους εμπειρογνώμονες για να διατυπώσει ένα κύριο πρόγραμμα ανάπτυξης του τουρισμού στο Shandong, το οποίο θα οριστικοποιηθεί σύντομα. Το σχέδιο εστιάζει όχι μόνο στην ανάπτυξη των φυσικών πόρων, αλλά και στην ανάπτυξη των πολιτιστικών τουριστικών προϊόντων, τη διαχείριση των πολιτιστικών περιοχών και την αντιπροσώπευση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η επαρχία Shandong πρέπει να βελτιώσει την ποιότητα των προϊόντων και να ενισχύσει τη συντήρηση των πολιτιστικών περιοχών προκειμένου να προσελκυστούν περισσότεροι ξένοι τουρίστες και να αυξηθεί

το εισόδημα. Με αυτό τον τρόπο, η ανάπτυξη του τουρισμού και η συντήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς θα βοηθήσουν και θα συμπληρώσουν η μία την άλλη.

Στα επόμενα 5 έτη, οι γενικοί στόχοι που τίθενται για την ανάπτυξη του τουρισμού στο Shandong είναι οι ακόλουθοι:

- Καταβολή μεγάλων προσπαθειών για την επέκταση της αυξανόμενης αγοράς
- Με την εστίαση στην ανάπτυξη των φυσικών σημείων, τα πολιτιστικά σημεία θα συντηρηθούν, θα χρησιμοποιηθούν και θα προγραμματιστούν με έναν επιστημονικό τρόπο
- Ενίσχυση της έννοια της γενικής ανάπτυξης του τουρισμού
- Θα γίνει σημαντική πρόοδος στην ανάπτυξη των πόρων, την ενίσχυση των εγκαταστάσεων και το μάρκετινγκ

Η περιοδεία της οροσειράς του όρους tai θα διευρυνθεί και θα αναπτυχθεί μια διαδρομή βρόχων γύρω από το όρος tai. Το φυσικό τοπίο του όρους Mengshan θα αναπτυχθεί σε ένα εθνικό πάρκο δασονομίας. Εξαρτώμενη από το ιστορικό μουσείο και το θυσιαστήριο τάφο των αλόγων, θα προγραμματιστεί και θα επεκταθεί η τουριστική ζώνη του Qi με πολιτιστικό σκοπό. Στο περίπτερο του Penglai, οι αρχαίες αρχιτεκτονικές θα διατηρηθούν και τα βουνά θα αναβαθμιστούν. Στο Taian και το Qingdao, θα αναπτυχθούν δύο μεγάλα μοναδικά πάρκα. Τα ιδιαίτερα τουριστικά προϊόντα επίσκεψης θα αναπτυχθούν, όπως η οικολογική περιήγηση, η πολιτιστική περιήγηση, η περιήγηση της περιπέτειας, η περιήγηση στις ακτές, τα θέρετρα spa, η περιήγηση της γεωργίας και η περιήγηση της βιομηχανίας. Επιπλέον, οι διάφορες περιηγήσεις ενδιαφέροντος θα αναπτυχθούν επίσης όπως η επιχειρησιακή περιήγηση και η περιήγηση με σκοπό τις σπουδές. Αυτά τα προϊόντα θα εμπλουτίσουν την σημασία της περιήγησης και θα ικανοποιήσουν την ζήτηση των ανθρώπων στο 21ο αιώνα. Ένα επαρχιακό δίκτυο περιήγησης θα διαμορφωθεί συνδέοντας την επίσκεψη και τις διακοπές, τη φύση και τον πολιτισμό, το έδαφος και τη θάλασσα. Το μάρκετινγκ και η προώθηση θα ενισχυθούν για να αναπτύξουν τις αγορές πολλαπλών επιπέδων. Τα τουριστικά προϊόντα θα κοινοποιηθούν σωστά.. Το εργατικό δυναμικό του τουρισμού θα αναβαθμιστεί προκειμένου να βελτιωθεί η ποιότητα της υπηρεσίας και να δημιουργήσει ένα ευνοϊκό περιβάλλον για τους τουρίστες. Το 2005, η επαρχία του Shandong έλαβε 1 εκατομμύριο ξένες αφίξεις επισκεπτών και 100 εκατομμύρια εσωτερικές αφίξεις επισκεπτών με ένα συνολικό εισόδημα 72 δισεκατομμύρια RMB.

Ο 21ος αιώνας είναι ένας αιώνας της οικονομίας βασισμένος στη γνώση. Καθώς η επιστήμη και η τεχνολογία αλλάζει μέρα με την μέρα, οι άνθρωποι όλο και περισσότερο θεωρούν ότι ο πολιτισμός και η γνώση είναι μεγάλης σπουδαιότητας για την ανθρώπινη ύπαρξη και μοναδικής ελκυστικότητας. Οι νικητές των βραβείων Νόμπελ δήλωσαν στο Παρίσι το 1998 ότι "εάν τα ανθρώπινα όντα θέλουν να επιζήσουν στο 21ο αιώνα, πρέπει να αναζητήσουν την2.500 ετών σοφία του Κομφουκίου. Ως ιερός τόπος γεννήσεως του Κομφούκιου- του πολιτιστικού γίγαντα του κόσμου, και αποκαλούμενη επίσης "η

εγγενής πόλη του Κομφουκίου και του Μένσιου" και "το κράτος των τελετών", το Shandong επιδεικνύει όλο και περισσότερο τις ελκυστικές γοητείες του παραδοσιακού και του σύγχρονου πολιτισμού.

ΜΕΡΟΣ 2^{Ο}

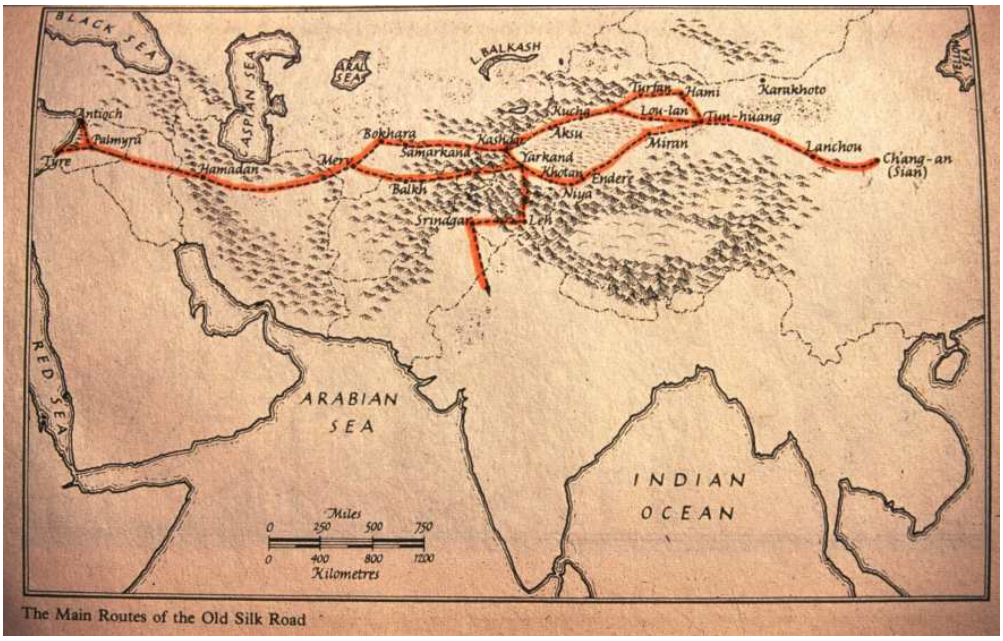
ΤΟ SILK ROAD ΚΑΙ Ο ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Κεφάλαιο 1

1.1 Εισαγωγή στο πρόγραμμα Silk Road του ΠΟΤ[8]

[8] Δρ. Harsh Varma, Περιφεριακός Αντιπρόσωπος του ΠΟΤ για την Ασία και τον Ειρηνικό (Siem Reap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

Το Silk Road περιηγήθηκε από κατακτητές, έμπορους, ιεραπόστολους, γεωγράφους και, πιο πρόσφατα, από τουρίστες. Χρησίμευσε ως θεμελιώδης σύνδεση μεταξύ της ανατολής και της δύσης, ανταλλάσσοντας τους πολιτισμούς, τις τέχνες, τις ιδέες, τις τεχνολογίες, τις πεποιθήσεις και τους λαούς. Από το 1991, συμπίπτοντας με την ανεξαρτησία των πέντε κεντρικών ασιατικών δημοκρατιών, υπήρξε μια αναγέννηση των ενδιαφερόντων του Silk Road - για πολιτιστική ανταλλαγή, εμπόριο και τουρισμό.



The Main Routes of the Old Silk Road

Έχοντας ενθαρρυνθεί από αυτήν την ανάπτυξη, ο ΠΟΤ αποφάσισε, στη γενική συνέλευσή του στην Ινδονησία το 1993, να δημιουργήσει ένα μακροπρόθεσμο πρόγραμμα τουρισμού που θα προωθούσε μια ειδική έννοια του τουρισμού Silk Road. Ως εκ τούτου, η Διακήρυξη του Σάμαρκαντ σχετικά με τον τουρισμό του Silk Road υιοθετήθηκε το 1994 από 19 συμμετέχουσες χώρες.

Από τότε, έχουν υπάρξει διάφορες σημαντικές πρωτοβουλίες που έχουν χαρακτηρίσει την προώθηση και την ανάπτυξη του προγράμματος Silk Road. Αρχικά, ήταν ζωτικής σημασίας να διαφοροποιηθούν οι συμμετέχουσες χώρες σύμφωνα με τους διαφορετικούς βαθμούς υποχρέωσής τους. Ως εκ τούτου, προσδιορίστηκαν τρεις ομόκεντροι κύκλοι: ο πρώτος κύκλος αποτελέσθηκε από τις χώρες του Turkestan που είχαν μόλις ανοίξει τα σύνορά τους για τον τουρισμό. Οι κύριες προσπάθειες του ΠΟΤ σε αυτόν τον κύκλο ήταν, και είναι ακόμα, να προετοιμάσει τις χώρες, μέσω των προγραμμάτων δράσης, των εγκαταστάσεων κατάρτισης, της διατύπωσης της νομοθεσίας, των συνοριακών διατυπώσεων και των στατιστικών, για την προβαλλόμενη αύξηση του τουρισμού. Ο δεύτερος κύκλος περιέλαβε τις χώρες που είχαν ανοίξει ήδη τις περιοχές τους στο Silk Road και είχαν αποκτήσει ορισμένες εμπειρίες με αυτό το προϊόν τουρισμού. Αυτές οι χώρες περιλάμβαναν την Κίνα, το Πακιστάν, την ισλαμική Δημοκρατία του Ιράν και της Τουρκίας. Η προσπάθεια του ΠΟΤ σε αυτόν τον κύκλο είναι να ενισχύσει τις τρέχουσες δραστηριότητές της ανάπτυξης και προώθησης του τουρισμού. Ο τρίτος κύκλος κάλυψε

τα ακραία τμήματα του δρόμου και στις δύο άκρες όπως η Ιαπωνία, η κορεατική χερσόνησος, οι χώρες της ASEAN, οι αραβικές χώρες και η Ευρώπη. Ο στόχος του ΠΟΤ είναι να δημιουργήσει συνειδητοποίηση για το Silk Road, σε αυτές τις περιοχές δεδομένου ότι είναι οι κεντρικές αγορές παραγωγής για τον τουρισμό Silk Road.

Μόλις έγινε αυτή η γεωγραφική οροθεσία, το επόμενο λογικό βήμα ήταν να διατυπωθεί μια ευρεία και συνεκτική εμπορική στρατηγική για τις χώρες του Silk Road. Ένα ιδιαίτερο λογότυπο του προγράμματος τουρισμού Silk Road του ΠΟΤ υιοθετήθηκε για να ενώσει όλες τις χώρες, τις οργανώσεις και τον ιδιωτικό τομέα κάτω από ένα κοινό οπτικό έμβλημα. Δεδομένου ότι το Silk Road είναι μια διηπειρωτική έννοια που η απαραίτητη συνεργασία και η συνεργασία πέρα από τα σύνορα μεμονωμένων χωρών καθώς επίσης και η ενεργός συμμετοχή από όλους τους τομείς της βιομηχανίας τουρισμού (ξενοδόχοι, τουριστικοί πράκτορες και tour operators καθώς επίσης και εθνικές αρχές), ο ΠΟΤ πρότεινε, τον Ιούνιο του 1996, ένα σχέδιο μάρκετινγκ που επικυρώθηκε ομόφωνα από τις συμμετέχουσες χώρες σε ένα φόρουμ που έγινε στο Xi'an, στην Κίνα τον Ιούνιο του 1996. Οι επόμενες συνεδριάσεις όπως το δεύτερο ταξιδιωτικό φόρουμ του Silk Road που έγινε στην ιστορική πόλη Nara, στην Ιαπωνία τον Ιανουάριο του 1997 αποτέλεσαν τη βάση για τον ΠΟΤ για να συντάξει έναν εξαντλητικό κατάλογο όλων των πόρων τουρισμού κατά μήκος Silk Road, συμπεριλαμβανομένης της έλξης, των εγκαταστάσεων, των στεγάσεων, της μεταφοράς και των κέντρων πληροφόρησης. Μια σημαντική παραγωγή του φόρουμ της Nara ήταν η δημοσίευση ενός έγχρωμου φυλλαδίου στο τουριστικό προϊόν του Silk Road, το οποίο χρηματοδοτήθηκε γενναιόδωρα από την κυβέρνηση της Ιαπωνίας. Το φυλλάδιο χρησιμοποιείται από τις χώρες του Silk Road ως αποτελεσματικό εργαλείο μάρκετινγκ.

Άλλες συνεδριάσεις Silk Road περιλαμβάνουν τη δεύτερη διεθνή συνεδρίαση για το Silk Road που πραγματοποιείται στην Τεχεράνη, την ισλαμική Δημοκρατία του Ιράν τον Μάιο του 1997, και τη σύνοδο γενικών συνελεύσεων του ΠΟΤ που διοργανώνεται στην Κωνσταντινούπολη, στην Τουρκία από 17-24 Οκτωβρίου του 1997, η οποία οδήγησε σε δύο νέες πρωτοβουλίες: κατ' αρχάς, στην ανάπτυξη ενός προγράμματος δράσης για να συνδέσει τα κέντρα βιοτεχνιών Silk Road απεικονίζοντας την εμπειρία ενός προγράμματος UNDP στο Ουζμπεκιστάν και, δεύτερον, για να υποστηρίξει μια πρόταση από μια ομάδα Μέσων της Νέας Ζηλανδίας, να προετοιμαστεί δηλαδή μια τηλεοπτική σειρά ταξιδιών σχετικά με τα θεάματα του Silk Road αποτελούμενη από 26 μέρη. Επιπλέον, το 1998, ο ΠΟΤ οργάνωσε ένα εργαστήριο Silk Road για τους tour operators στην Almaty, στο Καζακστάν τον Σεπτέμβριο-Οκτώβριο για να συγκεντρώσει τους αγοραστές και τους πωλητές για να πραγματοποιήσει μια κρίσιμη αξιολόγηση του τουριστικού προϊόντος Silk Road. Ο ΠΟΤ οργάνωσε επίσης την τρίτη διεθνή συνεδρίαση για το Silk Road που διοργανώθηκε στο Tbilisi από 02-05 Νοεμβρίου το 1998 στην οποία ανέλυσε τις δραστηριότητες που πραγματοποιήθηκαν στο πρόγραμμα Silk Road από την προώθησή του το 1994 καθώς οι χώρες αναθεώρησαν τα επιτεύγματά τους στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος τους Silk Road.

Με ιδιαίτερη εκτίμηση στο μάρκετινγκ και την προώθηση του Silk Road ως τόπο προορισμού των τουριστών, ο ΠΟΤ έχει δημιουργήσει μια αποκλειστική στάση Silk Road σε όλες τις σημαντικές διεθνείς εκθέσεις ταξιδιού όπως η ITB στο Βερολίνο, η

WTM στο Λονδίνο και η FITUR στη Μαδρίτη. Αυτές οι εμπορικές εκθέσεις παρέχουν μια μοναδική ευκαιρία στους αγοραστές και τους πωλητές για να συναντηθούν, να ανταλλάξουν πληροφορίες και να πετύχουν τις επιχειρησιακές διαπραγματεύσεις. Αυτό το πείραμα είναι αρκετά επιτυχές και ο ΠΟΤ σκοπεύει να συμμετέχει σε περισσότερες εμπορικές εκθέσεις με σκοπό την παροχή μιας ευρύτερης έκθεσης για το Silk Road .

Ένα από τα σημαντικότερα μειονεκτήματα που ανακάλυψε ο ΠΟΤ στην ανάπτυξη του τουρισμού Silk Road, ιδιαίτερα ως διηπειρωτικό προϊόν, είναι η διευκόλυνση βίζας. Κατά συνέπεια, ο ΠΟΤ ολοκλήρωσε πρόσφατα ένα σχέδιο μελέτης για τη διευκόλυνση βίζας κατά μήκος του Silk Road που περιλαμβάνει μια πανεθνική ανάλυση των απαιτήσεων για βίζα για κάθε χώρα Silk Road καθώς επίσης και οι προτάσεις σχετικά με το πώς να οργανώσουν τη συνεργασία μεταξύ των χωρών για να διευκολύνουν τις πολλαπλάσιες εισόδους με βίζες, να διέρχονται με βίζες, και τελικά, η καθιέρωση της βίζας Silk Road.

Ο ΠΟΤ έχει προετοιμάσει επίσης μια σειρά που αναλύει τις σημαντικότερες τουριστικές πηγές αγορών Silk Road, ο ΠΟΤ έχει συντάξει ήδη μια έκθεση σχετικά με την ιαπωνική εξερχόμενη αγορά και είναι έτοιμος να δημοσιεύσει μια μελέτη στη βορειοαμερικανική εξερχόμενη αγορά για τις χώρες Silk Road.

Ο ΠΟΤ υποστηρίζει αυτήν την περίοδο και προσφέρει τη βοήθεια του στην παραγωγή ενός νέου βιβλίου ταξιδιωτικών οδηγών στο Silk Road - μια εργασία που εξουσιοδοτήθηκε από τη διεθνή επιχείρηση, εκδόσεις trailblazer, για να γράψει μια πρωτότυπη εργασία που τιτλοφορείται "διαδρομή Silk" που θα είναι ένα βιβλίο-οδηγός σχετικά με το ταξίδι και τον τουρισμό κατά μήκος του Silk Road. Αυτή η δημοσίευση θα βοηθούσε πολύ στο μάρκετινγκ και την προώθηση του τουρισμού κατά μήκος του Silk Road.

Ο πολιτιστικός τουρισμός και το Silk Road είναι συνώνυμα. Ο πολιτισμός διαμορφώνει το κύριο υποστήριγμα του προϊόντος Silk Road στον τουρισμό. Από την Κίνα στην Ιταλία, μέσω της κεντρικής Ασίας και της Εγγύς Ανατολής, το Silk Road αφθονεί στην πολιτιστική έλξη του τουρισμού όπως το Great Wall και οι στρατιώτες της Terracotta της Κίνας μέσω της Persepolis στην ισλαμική Δημοκρατία του Ιράν. Μέσω της αναγέννησης του ενδιαφέροντος για το Silk Road, οι χώρες ανακάλυψαν τη σημασία του τουρισμού και αυτό το νέο ξύπνημα οδηγεί τις χώρες να καταβάλουν εξαντλητικές προσπάθειες για να συντηρηθεί η πολιτιστική κληρονομιά τους.

Οι βιομηχανίες τουρισμού των χωρών Silk Road, γενικά, είναι σε ένα αναπτυσσόμενο κράτος. Προσπαθούν συνειδητά να αναπτύξουν τις βιομηχανίες τουρισμού τους για να αξιοποιήσουν πλήρως τους πιθανούς αριθμούς τουριστών που αναμένονται να ταξιδέψουν στην Ασία. Επιπλέον, γνωρίζουν επίσης την αναδυόμενη τάση των τουριστών που επιδιώκουν τους νέους ποιοτικούς προορισμούς. Εκτιμώντας ότι μια πολιτιστική βιομηχανία τουρισμού μπορεί να είναι ένα άριστο μέσο για τα οικονομικά οφέλη, υπάρχουν πολυάριθμα παραδείγματα παγκοσμίως όπου ο προγραμματισμός και η ανάπτυξη με τα βραχυπρόθεσμα κέρδη στο μυαλό έχουν οδηγήσει σε πολιτιστικές

καταστροφές. Επομένως, οι χώρες Silk Road είναι ακόμα έγκαιρες για να αναπτύξουν το πολιτιστικό τουριστικό προϊόν τους βάσει της ικανότητας υποστήριξης.

Πολλές χώρες Silk Road, ειδικά οι Δημοκρατίες της κεντρικής Ασίας, αντιμετωπίζουν μια πρόσθετη κρίση που απειλώντας την συνοχή και το μέλλον αυτής της πολιτιστικής κληρονομιάς καθώς επίσης και τα προς το ζην πολλών χιλιάδων ανθρώπων. Αυτές οι χώρες αντιμετωπίζουν την ξαφνική απόσυρση της κρατικής βοήθειας και της οργανωτικής υποδομής που υποστήριξε ένα μεγάλο μέρος των πολιτιστικών και καλλιτεχνικών προσπαθειών τους. Οι ευκαιρίες αγοράς, ιδιαίτερα εκείνες που σχετίζονται με τον τομέα του τουρισμού, εξαφανίζονται γρήγορα και, τα προηγούμενα οργανωτικά συστήματα που βοήθησαν να διατηρήσουν τις πολιτιστικές παραδόσεις αυτών των χωρών έχουν καταρρεύσει.

Πρόσφατα, εντούτοις, υπάρχουν αυξανόμενα σημάδια ότι οι κυβερνήσεις αρχίζουν να συνειδητοποιούν ότι οι περαιτέρω απώλειες στις τέχνες και η πολιτιστική ζωή θα αποδυναμώσουν την γενική κοινωνικοοικονομική δομή των χωρών τους. Μια σημαντική προσπάθεια από τις τοπικές και διεθνείς κοινότητες απαιτείται για να αναζωογονηθούν οι τέχνες και οι παραδοσιακές δραστηριότητες για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, που εξασφαλίζει την απασχόληση, την μακροπρόθεσμη σταθερότητα και την ικανότητα υποστήριξης και, την συντήρηση της εθνικής κληρονομιάς.

Ο ΠΟΤ έχει πάρει υπό σοβαρή εξέταση την προώθηση και την συντήρηση της πολιτιστικής ταυτότητας του Silk Road και ένα από τα προγράμματα που υπάρχει στο σχέδιο είναι η οργάνωση των πολιτιστικών κέντρων και κέντρων βιοτεχνίας κατά μήκος του Silk Road. Ο ΠΟΤ είναι της άποψης ότι αυτά τα πολιτιστικά κέντρα και τα κέντρα βιοτεχνίας θα παράσχουν έναν κοινό δεσμό μεταξύ των χωρών Silk Road κατά την οργάνωση των παραμέτρων για τον πολιτιστικό τουρισμό και την ανάπτυξη των διασυνοριακών περιηγήσεών τους. Επίσης, η έλλειψη δραστηριότητας παραγωγής τεχνών οδηγεί σε επιδείνωση στα επίπεδα απασχόλησης με συνέπεια την οικονομική απώλεια για τις τοπικές κοινότητες. Η καθιέρωση των πολιτιστικών κέντρων και κέντρων βιοτεχνίας θα προχωρήσει αρκετά στη δημιουργία θέσεων εργασίας στις τοπικές κοινότητες και μπορεί να παρέχει απασχόληση στις κοινωνικά μειονεκτούσες ομάδες όπως οι γυναίκες, η νεολαία και οι εθνικές μειονότητες. Ένα επιτυχές πολιτιστικό κέντρο και κέντρο βιοτεχνίας θα αυξήσει επίσης τα έξοδα τουριστών και θα συνέβαλλε στις εξαγωγές των χωρών Silk Road. Ο ΠΟΤ προγραμματίζει επίσης να οργανώσει περισσότερα σεμινάρια και εργαστήρια με σκοπό την εξασφάλιση της βιώσιμης ανάπτυξης των βιομηχανιών τουρισμού και να παρέχει τις οδηγίες και τα παραδείγματα καλύτερης πρακτικής στη συντήρηση όλων των μνημείων Silk Road πολιτιστικής κληρονομιάς προς όφελος των τοπικών κοινοτήτων, των διεθνών τουριστών, και, προ πάντων, των μελλοντικών γενεών.

Το Silk Road είναι ένα πρόγραμμα που σχεδιάζεται για τις σχετικές χώρες και είναι οι συμμετέχουσες χώρες που περιμένουν να ωφεληθούν από τα αποτελέσματα και τις δραστηριότητές του. Η ενεργός συμμετοχή και η στενή συνεργασία που βεβαιώνονται μεταξύ των χωρών από τη μια πλευρά, και οι χώρες και ο ΠΟΤ απ’την άλλη, έχουν

βοηθήσει τη γραμματεία στη λήψη διάφορων απτών μέτρων τα τελευταία έτη ή για να καθιερώσουν το Silk Road ως βιώσιμο προϊόν τουρισμού και να οδηγήσουν στη συνειδητοποίηση του Silk Road στις αρχικές πηγές αγοράς. Οι χώρες, από τη μεριά τους, έχουν προωθηθεί με την ανάπτυξη της υποδομής και της υπερδομής. Εν γένει, έχει καλυφθεί πολύ έδαφος από τότε που το πρόγραμμα ξεκίνησε, το 1994. Ο ΠΟΤ σκοπεύει να συνεχίσει το ταξίδι του στο δρόμο σε περαιτέρω πρόοδο και ανάπτυξη με την ενεργή βοήθεια και συνεργασία όλων των συμμετεχουσών χωρών.

Κεφάλαιο 2

2.1 Εκτιμήσεις σχετικά με τον πολιτιστικό τουρισμό[9]

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μια εξεζητημένη, πρακτική, ευρεία έκφραση που, στη Γερμανία στο παρελθόν, έχει χρησιμοποιηθεί δυστυχώς σχεδόν αποκλειστικά στην επιστημονική συζήτηση. Έχει χρησιμοποιηθεί συχνότερα μόνο τα τελευταία χρόνια, ακριβέστερα από το 1992 όταν το ευρωπαϊκό ίδρυμα τουρισμού στην Trier προγραμμάτισε ένα συμπόσιο για το θέμα, που τιτλοφορήθηκε *πολιτιστικός τουρισμός στην Ευρώπη*, με τον σημαντικό υπότιτλο, *αύξηση χωρίς όριο*; Αυτό ήταν μια διάσκεψη που έδωσε έμφαση πολύ προσεκτικά σε όλα τα είδη και τα ειδικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα αυτού του κλάδου του τουρισμού.

Εντούτοις, εκτός από τα πανεπιστήμια - στη βιομηχανία τουρισμού, στα μέσα και μεταξύ του ευρέος κοινού - η έκφραση δεν είχε καθιερωθεί ακόμα και επικρατούσε ακόμα μια σύγχυση των γλωσσών. Στο παρελθόν, οι παραθεριστές εξέφραζαν σπάνια την επιθυμία να κάνουν πολιτιστικές διακοπές μάλλον, ενδιαφέρονταν περισσότερο για ταξίδια μελέτης ή διακοπές, τα ταξίδια περιηγήσεων, τα εκπαιδευτικά ταξίδια ή απλά τις περιοδείες. Οι tour operators υιοθετούν χωριστή διαφήμιση για τις πολιτιστικές διακοπές και "τις περιοδείες με μια διαφορά", τις παγκόσμιες πολιτιστικές περιηγήσεις, τις εκπαιδευτικές διακοπές ή τις διακοπές τέχνης.

Μία τέτοια σύγχυση της ορολογίας μπορεί να οδηγήσει τους ερευνητές αγοράς στην απελπισία. Η ομάδα μελέτης για τον τουρισμό υπολόγισε το 1991 ότι το μερίδιο στα κύρια ταξίδια διακοπών ήταν 17,5 %. Στο χρόνο, αυτό σήμαινε 5,8 εκατομμύρια στα παλαιά γερμανικά κράτη. Οι δεύτερες και τρίτες διακοπές καθώς επίσης και τα σύντομα ταξίδια δεν ήταν καταγεγραμμένα που, όπως είναι γνωστό, περιέχουν ένα ιδιαίτερα μεγάλο μέρος του πολιτισμού.

Για το έτος διακοπών του 1997/98, οι πιό πρόσφατες στατιστικές που είναι διαθέσιμες καταγράφουν την όχι ανάξια λόγου ποσότητα των 1,2 εκατομμύριων ταξιδιών μελέτης και 3,2 εκατομμύριων περιηγήσεων, εν τούτοις περιορίζονται στην αγορά των ταξιδιωτικών πρακτόρων. Τέτοιες ελλιπείς πληροφορίες δεν είναι, φυσικά, πολύ σημαντικές. Υπάρχουν μόνο δύο εικόνες που είναι συγκρίσιμες: σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος υπήρξε μια πτώση 20 %. Αυτό θα μπορούσε, εντούτοις, να δείξει μια τάση που πρέπει να αντιμετωπιστεί σοβαρά.

Πόσο διαφέρουν τελικά τα ταξίδια μελέτης, οι παγκόσμιες πολιτιστικές περιηγήσεις, οι διακοπές τέχνης και οι πολιτιστικές διακοπές εμπειρίας; Κατά ένα μεγάλο μέρος αφορούν την δημιουργικότητα των διαφημιστικών τμημάτων. Βασικά, υπάρχει ένα πράγμα που ξεχωρίζει από κοινού όλες αυτές τις διακοπές: η επίσκεψη των θέσεων ενδιαφέροντος, που αναλαμβάνονται από μια ομάδα και υπό την ηγεσία ενός ξεναγού. Όταν μιλάμε για τις θέσεις ενδιαφέροντος, αυτό σημαίνει τις εκκλησίες και τα

---

[9] κα Barbara Peisert, Διευθύντρια Παραγωγής, Νοτιοανατολική Ασία, μέλος της TUI (Siem Reap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

μουσουλμανικά τεμένη, τα κάστρα και τα παλάτια, τους ναούς και τα μουσεία, τα καλλιτεχνικά και ιστορικά μνημεία, δηλ. τα αντικείμενα του παρελθόντος.

Φυσικά, υπάρχουν επίσης υλικές αποκλίσεις μεταξύ των διαφορετικών φυλλαδίων. Υπάρχουν καλύτερες και χειρότερες διαδρομές, πιό εφήμερα και πιό λεπτομερή προγράμματα, πιό ταλαντούχοι και λιγότερο ικανοί ξεναγοί. Αυτές οι διαφορές υπάρχουν μεταξύ των operators, εντούτοις, είναι το αποτέλεσμα του ανταγωνισμού και το προϊόν της συνεταιρικής πολιτικής.

Η έκφραση *ταξίδι μελέτης* είναι η πιό κατανοητή απ'όλες. Υπόσχεται μια υψηλότερη ποιότητα στους παραθεριστές που ενδιαφέρονται για την εκπαίδευση: περισσότερες πληροφορίες, ένας μεγαλύτερος αριθμός ταξιδιών για αξιοθέατα, περισσότερες επιστημονικές διαλέξεις, ξεναγούς περιηγήσεων σε ένα πιό υψηλό διανοητικό επίπεδο. Εντούτοις, η έκφραση σπάνια προκαλεί συνειρμούς από τα σχολικά χρόνια, μια μνήμη που δε συνδέουν όλοι με ευτυχή συναισθήματα.

Οι πολλοί εξεζητημένοι νέοι τίτλοι αντικαθιστούν τώρα κατά ένα μεγάλο μέρος τον παραδοσιακό όρο των εκπαιδευτικών διακοπών. Αυτός ο όρος είχε ένα σημαντικό πλεονέκτημα: ήταν σαφής. Δηλαδή, η εκπαίδευση στο παρελθόν ήταν φυσικά συμβατική κλασσική εκπαίδευση.

Σήμερα, δεν έχουμε μια τέτοια σαφή ιδέα της έννοιας της εκπαίδευσης. Αλλά ξέρουμε, οπωσδήποτε, ότι έχει πολύ περισσότερο ποικίλο περιεχόμενο, περιεχόμενο που βρίσκει κανείς στα διαφορετικά μέρη - στο Μεξικό, ίσως, ή στην Ταϊλάνδη, στο Δουβλίνο, στο Λος Άντζελες ή στο Ruhrgebiet. Ο πολιτιστικός τουρισμός έχει γίνει πιό διαδεδομένος και σύνθετος.

Αυτό που είναι ακόμα σημαντικότερο, είναι ίσως ότι ο πολιτιστικός τουρισμός έχει γίνει μαζικός τουρισμός. Με όλα τα προβλήματα που συνδέονται με την οργάνωση της συνεχώς αύξησης της ροής των παραθεριστών.

Ας ρίξουμε μια ματιά στο κύριο πρόβλημα - στη συγκέντρωση όλο και περισσότερων ταξιδιωτικών ομάδων στα παραδοσιακά μέρη ενδιαφέροντος. Στις εστίες του τουρισμού, στο Angkor Wat, στο Λούβρο ή στην Ακρόπολη, στους αιγυπτιακούς ναούς ή στα εθνικά μουσεία της Αθήνας και του Ηρακλείου, ως αποτέλεσμα του συνωστισμού είναι όλο και περισσότερο δύσκολο να θαυμάσει κανείς οποιοδήποτε από τα εκθέματα. Μια ακριβής μελέτη της τέχνης, τις περισσότερες ημέρες του έτους τουλάχιστον, έχει γίνει αδύνατη.

Τα μέτρα για τον έλεγχο της ροής των επισκεπτών είναι πολύ καθυστερημένα. Η προσοχή έχει δοθεί στις ριζικές λύσεις - να κλείσει η λιμνοθάλασσα της Βενετίας ή η παλαιά περιοχή της Φλωρεντίας, παραδείγματος χάριν, και να ρυθμιστεί η πρόσβαση με τη βοήθεια της καθημερινής αναλογίας.

Μέχρι τώρα, έχει υπάρξει λίγη δράση, εντούτοις, αντίθετα, η πυκνότητα της ροής των επισκεπτών έχει αυξηθεί σε πολλά μέρη. Σε μερικές περιπτώσεις επειδή ο αριθμός

θέσεων ενδιαφέροντος όχι μόνο έχει παραμείνει σταθερός αλλά έχει μικρύνει, ενώ οι αριθμοί τουριστών αυξάνονται ραγδαία.

Στην περίπτωση της Αιγύπτου, παραδείγματος χάριν, οι θέσεις ενδιαφέροντος που ζητούνται περισσότερο ή λιγότερο σταθερά για δεκαετίες από όλες τις ομάδες διακοπών μπορούν εύκολα να καταγραφούν σε μια ενιαία σελίδα. Αυτά είναι ακριβώς 14 μνημεία, εκ των οποίων τα 7 είναι στην περιοχή του Καΐρου και 7 μεταξύ του Luxor και του Abu Simbel. Άλλα μέρη ενδιαφέροντος προσφέρονται μόνο σποραδικά από τον έναν ή τον άλλο tour operator. Κατά τη διάρκεια του χρόνου, έχουν αφαιρεθεί από τα περισσότερα φυλλάδια.

Με την έκταση του Νείλου μεταξύ του Καΐρου και του Luxor που είναι κλειστή για τα κρουαζιερόπλοια μετά από τις διάφορες τρομοκρατικές επιθέσεις, και οι πτήσεις charter που εκτρέπονται άμεσα στο Luxor, τις πυραμίδες, τα μουσουλμανικά τεμένη και το αιγυπτιακό μουσείο, έχουν υποστεί πτώση από τις περισσότερες διακοπές. Για το πλήθος των επισκεπτών, ο κατάλογος των θεαμάτων επίσκεψης έχει μειωθεί στον μισό. Και ο γιγαντιαίος στόλος των πλοίων του Νείλου συνωστίζεται τώρα στις αποβάθρες του Luxor και του Aswan, στους ναούς Karnak, Edfu και Kom Ombo.

Ας μείνουμε λίγο ακόμα στην ανατολική μεσόγειο και να θυμηθούμε μια ανακοίνωση του Τύπου του Δεκεμβρίου του 1999. Η πόλη της Βηθλεέμ αναφέρθηκε ότι περίμενε μια ευτυχή αναγέννηση στην οικονομία σε σύνδεση με το χριστιανικό ιερό έτος 2000. Με την οικονομική ενίσχυση της Παγκόσμιας Τράπεζας και άλλων χορηγών, η πόλη προετοίμασε την υποδομή της για ένα σημαντικό τουριστικό γεγονός. Πάνω από 5 εκατομμύρια θεοσεβείς ή απλά περίεργοι τουρίστες αναμένονταν στον τόπο γεννήσεως του Χριστού. Η ατμόσφαιρα της αναμονής αποθαρρύνθηκε όταν οι σκεπτικοί Ευρωπαίοι εμπειρογνώμονες του τουρισμού κατέληξαν ότι ένα τέτοιο γεγονός θα κατέληγε σε χάος. Ακόμα κι αν πήγαινε μόνο 20% των αναμενόμενων επισκεπτών, δηλαδή ένα εκατομμύριο, θα επιτρέπονταν το πολύ δύο λεπτά σιωπηλής προσευχής στην εκκλησία της γέννησης για κάθε προσκυνητή.

Αυτό που στερείται αυτή η νέα βιομηχανία είναι η σκέψη για τους πελάτες. Δηλαδή η ετοιμότητα να μην λαμβάνονται ως πρότυπο για όλες τις ενέργειές οι ιδέες του καθένα, το μέγιστο κέρδος, η βέλτιστη τεχνολογία και τα ενδιαφέροντα του καθένα, αλλά η τοποθέτηση με συνέπεια των επιθυμιών και των αναγκών του τουρίστα στο κέντρο της προσοχής. Δηλαδή, ο πελάτης θα είναι έτοιμος να διαθέσει τα χρήματά του στον ταξιδιωτικό πράκτορα μακροπρόθεσμα μόνο εάν θεωρήσει ότι θα πάρει απόλαυση, εμπειρία και ευχαρίστηση ως αντάλλαγμα.

Η ευχαρίστηση, εντούτοις, προκύπτει σπάνια όταν πρόκειται για το παραδοσιακό ταξίδι μελέτης. Αντ' αυτού, βρίσκει κανείς πολλή προσπάθεια και πίεση, πολλή υποχρέωση και ταλαιπωρία, πολύ συνωστισμό, πολλές αρχαιολογία και εκπαίδευση. Το αποτέλεσμα μιας τέτοιας εμπειρίας είναι ότι μερικοί μιλούν τώρα αγενώς για *την αφάνιση του τουρισμού.*

Στα υπουργεία και τα διοικητικά τμήματα, το πρόβλημα του συνωστισμού αναγνωρίζεται βαθμιαία και διστακτικά. Η επέκταση των ωρών λειτουργίας το βράδυ των μουσείων στην Ιταλία ήταν μια μακροχρόνια εκπρόθεσμη εντύπωση. Δυστυχώς, πολύ λίγοι έχουν ακολουθήσει μέχρι τώρα αυτό το καλό παράδειγμα.

Υπάρχει ήδη αφθονία των μέτρων για τον έλεγχο των επισκεπτών. Στη Γαλλία, παραδείγματος χάριν, ιδιαίτερα στην περιοχή του Παρισιού, υπάρχει τώρα ένας κανόνας όπου οι ομάδες περιηγήσεων πρέπει να καταγράφουν αρκετούς μήνες εκ των προτέρων σε ένα κατάλογο, ιδιαίτερα τα αξιοπρόσεκτα μουσεία. Όταν υπάρχουν ιδιαίτερες εκθέσεις στις Βρυξέλλες ή το Λονδίνο, παραδείγματος χάριν, που προσελκύουν πολύ ενδιαφέρον, τα εισιτήρια ακόμη και για τους μεμονωμένους επισκέπτες αφήνονται στο γραφείο κρατήσεων και μόνο για μια καθορισμένη ημερομηνία. Ο αριθμός εισιτηρίων που εκδίδονται ανά ημέρα - ή ακόμα και ανά ώρα - συνδέεται έτσι με την χωρητικότητα και είναι αυστηρά περιορισμένος. Αυτό κατά γενική ομολογία μειώνει το εισόδημα, αλλά συγχρόνως εξασφαλίζει ότι ο επισκέπτης θα μπορέσει να δει τα εκθέματα. Αναμένεται ότι αυτή η μέθοδος θα γίνει αποδεκτή. Αυτή η προσδοκία δεν είναι άδικη - τελικά, όταν πληρώνει κάποιος για ένα εισιτήριο, αναμένει να βρει και ένα κάθισμα στο θέατρο.

Ότι το πρόβλημα θα γίνει χειρότερο είναι σχεδόν σίγουρο. Το 1998 – σύμφωνα με τις πιό πρόσφατες διαθέσιμες πληροφορίες - υπήρξαν 95 εκατομμύρια επισκέπτες στα μουσεία στη Γερμανία, μια χώρα με 80 εκατομμύρια κατοίκους. Ακριβώς 3% περισσότεροι από το προηγούμενο έτος. Στα μουσεία του Βερολίνου, τα οποία λειτουργούν ακόμα με προσωρινά μέτρα και έχουν πολύ λίγο χώρο, καταγράφηκαν 7,7 εκατομμύρια επισκέπτες και μια αύξηση 700.000.

Οι αριθμοί όχι μόνο καταδεικνύουν την αγοραστική αξία της τέχνης. Είναι επίσης η βάση για ένα τμήμα του τουρισμού το οποίο περιγράφεται ουδέτερα ως τουρισμός πόλεων, αλλά που αντιπροσωπεύει ουσιαστικά μια σύγχρονη και μοντέρνα μορφή πολιτιστικού τουρισμού. Και συνεπώς είναι ανταγωνιστής των παραδοσιακών εκπαιδευτικών διακοπών. Αυτό το τμήμα του τουρισμού βασίζεται, αφ' ενός, στο θέατρο, ειδικά στο μουσικό θέατρο, στις συναυλίες και στις παραγωγές φεστιβάλ, και, αφ' ετέρου, στα μουσεία και ιδιαίτερα σε εκείνες τις εντυπωσιακές εκθέσεις που γίνονται γεγονότα των Μέσων. Η έκθεση χιλιετίας στο Βερολίνο με θέμα *εκατό έτη ζωγραφικής στην Γερμανία* προσέλκυσε 300.000 ανθρώπους σε τέσσερις μήνες.

Η δύναμη της έλξης των αιθουσών εκθέσεων τέχνης στις μεγάλες πόλεις όπως το Βερολίνο, το Παρίσι και τη Νέα Υόρκη είναι ευρέως γνωστή. Αλλά τα μικρά μουσεία στη Γερμανία, όπως το Tübingen και το Hildeshaim, έχουν επιδείξει επίσης πώς είναι δυνατό να μετατραπεί μια πόλη σε μέρος προσκυνήματος για τους λάτρεις της τέχνης μέσω περίφημων σειρών από εκθέσεις, και να προκληθεί έτσι δραστήριος, υγιής και συνεχής τουρισμός.

Εάν εξερευνηθεί η πορεία της ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού κατά τη διάρκεια των προηγούμενων δύο δεκαετιών, έπειτα είναι αρκετά προφανές το που οδηγεί:

Τάση Ι: Χτίζονται αμέτρητα νέα μουσεία, σε μερικές περιπτώσεις απομονωμένα, σε άλλες σε συνύπαρξη με πάρκα και μερικές φορές σε μεγάλες πόλεις. Αυτή η αναδιοργάνωση του χώρου δημιουργεί χώρο για τους αυξανόμενους αριθμούς επισκεπτών.

Συμβαίνει επίσης μια διαφοροποίηση του περιεχομένου. Τα θέματα που καλύπτονται επεκτείνονται συνεχώς, στοχεύουν όλο και περισσότερο στη φυσική επιστήμη και την τεχνολογία και είναι μερικές φορές πολύ εξειδικευμένα. Αν και η τέχνη διατηρεί μια υπερυψωμένη θέση, η ηγεμονία της έχει καταρρεύσει εδώ και πολύ καιρό.

Μερικά τυχαία επιλεγμένα παραδείγματα:

- Μια φιλόδοξη επέκταση είναι η πολυτελής πυραμίδα στο προαύλιο του Λούβρου. Όχι μόνο υπήρξαν νέα τμήματα που φιλοξενήθηκαν σε μια υπόγεια περιοχή, αλλά και μία εντυπωσιακή περιοχή υπηρεσιών με σταθμό μετρό, καταστήματα, αίθουσες εκθέσεων και εστιατόρια. Αυτά συνοδεύονταν από τηλεοπτικές εγκαταστάσεις, μια βιβλιοθήκη και δωμάτια εργασίας. Το Cour Napoleon και το Cour du Carousel προορίζονταν να λειτουργήσουν ως μέρη επικοινωνίας.

- Ένα πρόγραμμα που κατασκευάστηκε παράλληλα και έγινε τελικά ακόμα πιό πολυτελές, μεγαλύτερο και ακριβότερο ήταν το Paris' Cite des Science et de l' Industrie, το οποίο προσφέρει εκτενείς πληροφορίες για το ανθρώπινο περιβάλλον, την φύση και την τεχνολογία σε μια περιοχή 400.000 τ.μ.

- Μια περιοχή ναυπηγείου του Λίβερπουλ μετατράπηκε σε κήπους του φεστιβάλ Transworld. Αυτό παρουσιάζει στους επισκέπτες 24 διαφορετικούς κήπους, συμπεριλαμβανομένων κινεζικών, ιαπωνικών, ινδικών και τουρκικών παραδειγμάτων.

- Το Noorder Tierpark στην Ολλανδία απέκτησε ένα μουσείο που καλύπτει την ιστορία της ζωής στη γη επ' ευκαιρία των 50ών γενεθλίων του.

- Το 1986, ο λιμένας του Ρότερνταμ απόκτησε ένα ουσιαστικό θαλάσσιο μουσείο με αμέτρητα ιστορικά σκάφη.

- Στο αιολικό πάρκο στο Sexbierum της Friesland, μπορεί κανείς να μάθει όσα είναι άξια λόγου για τη δύναμη του αέρα. Το πάρκο συνδέεται με το πρώτο κέντρο αέρα στην Ολλανδία, το οποίο έχει 18 ανεμογεννήτριες για την παραγωγή της ηλεκτρικής ενέργειας.

- Τα βιομηχανικά μνημεία γίνονται γρήγορα εξεζητημένα μέρη ενδιαφέροντος. Τα κλειστά χαλυβουργεία και οι δεξαμενές αερίων έχουν μεταλλαχτεί για να γίνουν μουσεία, το Ruhrgebiet μετασχηματίζει τη ρυπαρή εικόνα του και γίνεται μια εξεζητημένη τουριστική περιοχή. Τα προηγούμενα ασύμφορα ορυχεία - στο βαυαρικό δάσος, στο Σάλτζμπουργκ ή στο Kärnten, παραδείγματος χάριν - έχουν γίνει επικερδείς τουριστικές επιχειρήσεις με μια ιδιαίτερη έλξη για τους επισκέπτες με οικογένεια.

- Ρίχνοντας μια άλλη ματιά πέρα από τον Ατλαντικό, οι οικοδεσπότες των επισκεπτών στο διαστημικό σταθμό της NASA στο ακρωτήριο Canaveral έχουν γίνει ήδη μια ουσιαστική πηγή εισοδήματος.

Τάση ΙΙ: Οι απαιτήσεις στο σχέδιο και τη διάταξη των μουσείων, των ιστορικών και αρχαιολογικών πάρκων και των εκθέσεων αυξάνονται. Έχει γίνει απαραίτητο για τα μουσεία να υπάρχει μια εκπαιδευτική έννοια.

Αυτό σημαίνει ότι δεν είναι πλέον ικανοποιητικό απλά να διανέμονται τα εκθέματα λίγο ή πολύ με διακόσμηση γύρω από τα δωμάτια, το περιεχόμενό τους πρέπει να συνδέεται, πρέπει να είναι ομαδοποιημένα σε συγκεκριμένα θέματα και τοποθετημένα σε μια καλή ρύθμιση, δηλ. ευνοϊκά, σαφή και κατανοητά παρουσιασμένα.

Συγχρόνως, η χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας έχει γίνει ο κανόνας. Ο ακουστικός οδηγός με χρήση ακουστικών, με τη βοήθεια του οποίου ο επισκέπτης μπορεί να κανονίσει την περιήγησή του όπως επιθυμεί και να συλλέξει πληροφορίες όπως απαιτείται - δηλ. οποιαδήποτε στιγμή, οπουδήποτε, και όσο συχνά θέλει - θεωρείται τώρα ως βασική δραστηριότητα.

Τα μεγάλα εικονογραφημένα διαγράμματα είναι φυσικά μέρος του βασικού εξοπλισμού των σημαντικότερων εκθέσεων τόσο όσο και οι συνοδευτικές τηλεοπτικές ταινίες και, στις περισσότερες περιπτώσεις, οι εντυπωσιακές εισαγωγικές εκθέσεις πολυμέσων, που παρουσιάζονται επαγγελματικά και με εντυπωσιακές εικόνες.

Επιπλέον, το διαλογικό μουσείο γίνεται όλο και περισσότερο καθιερωμένο. Εδώ, ο επισκέπτης μπορεί όχι μόνο να δει τα εκθέματα αλλά και να τα αισθανθεί, να τους υποβάλει ερωτήσεις, να τα θέσει σε κίνηση και να πειραματιστεί με αυτά. Παραδείγματα τέτοιου μουσείου βρίσκει κανείς στα φυσικά τεχνολογικά ή επιστήμης μουσεία , όπως στο Μόναχο, το Βερολίνο και σχεδόν παντού στις ΗΠΑ.

Ιδιαίτερη, επαγγελματική εκπαιδευτική υποστήριξη προσφέρεται επίσης με την αυξανόμενη συχνότητα συγκεκριμένων ομάδων, ειδικά για τα παιδιά.

Οι εντυπώσεις για τις παραδοσιακές εκπαιδευτικές διακοπές - ή ταξίδια μελέτης προ πάντων επιβεβαιώνουν μια συντηρητική πολιτική:

- Μέχρι τώρα, δεν έχει υπάρξει καμία αναδιοργάνωση του χώρου ή του χρόνου επισκεπτών προκειμένου να βελτιωθεί η κατάσταση για τη μάζα. Δεν έχουν γίνει

ακόμα σχέδια για δραστικές μεταρρυθμίσεις. Δίνεται η εντύπωση ότι κανένας δε θεωρεί ότι υπάρχει σοβαρό πρόβλημα με την παρούσα κατάσταση.

- Η περιήγηση αναλαμβάνεται όπως πάντα στην απαρχαιωμένη μορφή της ομάδας περιήγησης, συνίσταται μόνο μιας μη συγκεκριμένης επικοινωνίας πληροφοριών από τον ξεναγό της περιοδείας. Κάτι που έχει αποδειχθεί ιδιαίτερα καταστρεπτικό σε πολλές χώρες είναι η άσκηση των προστατευτικών πολιτικών που δημιουργούν ένα μονοπώλιο για τους ντόπιους ξεναγούς περιοδειών και αρνούνται στους υπαλλήλους των ξένων tour operators οποιαδήποτε πιθανότητα εργασίας. Αυτή η πολιτική στοχεύει στην προστασία της εργασίας της εσωτερικής αγοράς, αλλά φυσικά έχει αντίθετη επίδραση. Εν γένει, έχει προκαλέσει ανεπανόρθωτη ζημία στους εκπαιδευτικούς διοργανωτές ταξιδίων και σε αυτό το τμήμα της βιομηχανίας. Αλλά το χειρότερο είναι ότι αγνοεί τη βασική οικονομική αναγνώριση που έτσι μόνο μπορεί να αυξηθεί ο υγιής ποιοτικός τουρισμός και να ακμάσει σε ένα φιλελεύθερο, παγκόσμιο οικονομικό σύστημα.

Πρέπει να επισημανθεί ότι όλοι εκείνοι που συμμετέχουν σε αυτήν την συντηρητική πολιτική έχουν επιτύχει ιδιαίτερη και συνεχή επιτυχία. Είναι επίσης γνωστό, εντούτοις, ότι με μια τέτοια πολιτική προσεγγίζεται μόνο μια έξυπνη, αλλά και προβληματική ομάδα: η γενιά των ανθρώπων που είναι τώρα σε ηλικία συνταξιοδότησης. Αυτή η ομάδα είναι μεγάλη αλλά συγχρόνως είναι αναπόφευκτο ότι θα μειωθεί αμείλικτα.

Οι παρατηρητικές γερμανικές εκπαιδευτικές επιχειρήσεις διακοπών το έχουν αντιληφθεί αυτό από την προηγούμενη δεκαετία ή και περισσότερο. Έχουν ανταπαντήσει με νέα προϊόντα: με εκπαιδευτικά ταξίδια πεζοπορίας, παραδείγματος χάριν, ή διακοπές για ποδηλασία, ανάπαυλες από τη ζωή στην πόλη, ταξίδια για γιορτές ή γαστρονομικές διακοπές. Έχουν τροποποιήσει τα φυλλάδιά τους και την διαφήμισή τους και έχουν ενθαρρύνει μια νέα, ενεργή πελατεία: *Βιώστε ένα διαφορετικό είδος διακοπών*! Ή ακόμα και: *Απολαύστε τον ελεύθερο χρόνο σας – γνωρίστε τον πολιτισμό*! Ή ακόμα και απλούστερα: *Η κοινή εμπειρία ενώνει. Συναντήστε νέους ανθρώπους, ανταλλάξτε ιδέες*!

Μερικές αναφορές δείχνουν ότι οι διαφημιστές είχαν τουλάχιστον τη σωστή ιδέα. Οι μελλοντολόγοι επίσης. Ο Horst Opaschowski, προϊστάμενος του ερευνητικού ιδρύματος ελεύθερου χρόνου της Γερμανίας, BAT, προβλέπει πολύ σωστά το 1990 ότι: "*Στο μέλλον, οι άνθρωποι θα περιμένουν στη σειρά έξω από τα εκδοτήρια εισιτηρίων μουσικών παραστάσεων, τα μουσεία και τις εκθέσεις τέχνης με τον ίδιο τρόπο όπως έκανε η μεταπολεμική γενιά έξω από τα παντοπωλεία*". Ο αμερικανικός John Naisbitt έγραψε ταυτόχρονα στο Megatrends του το 2000: "*Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '90, ο πολιτισμός θα αντικαταστήσει βαθμιαία τον αθλητισμό ως η σημαντικότερη δραστηριότητα ελεύθερου χρόνου των ανθρώπων*." Στη νέα χιλιετία, επίσης, ο πολιτιστικός τουρισμός θα συνεχίσει να αναπτύσσεται και να ακμάζει. Αλλά αυτό είναι ένα νέο είδος πολιτισμού – και ένα νέο είδος τουρισμού.

Κεφάλαιο 3

3.1 Ο πολιτιστικός τουρισμός στην αγορά της Ιαπωνίας: Παρόν και μέλλον[10]

[10] κ. Yoshio Koteda, Γενικός Διευθυντής, Διεθνείς Σχέσεις, Γραφείο Ταξιδίων της Ιαπωνίας (Siem Reap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

Η βιομηχανία ταξιδιού της Ιαπωνίας υπέφερε κατά τη διάρκεια των προηγούμενων ετών, αντανακλώντας στο οικονομικό περιβάλλον. Αλλά μια ανάλυση της μηνιαίας μεταβολής των συνολικών αναχωρήσεων των Ιαπώνων σαφώς δείχνει ότι η υπερπόντια αγορά ταξιδιού μειώθηκε αρκετά το καλοκαίρι του 1998 και ήταν σε μια πορεία αποκατάστασης από τότε. Ο αριθμός υπερπόντιων ταξιδιωτών για το 1999 έφθασε τα 16,36 εκατομμύρια, μια αύξηση 3,5% κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους. Και οι πρώτοι εννέα μήνες του έτους 2000 παρήγαγαν μια αξιοπρόσεκτη αύξηση 8,1%, εν τούτοις ακόμα μία αβέβαιη εικόνα, κατά συνέπεια ένα ετήσιο σύνολο πάνω από 17 εκατομμύρια από τους Ιάπωνες πηγαίνουν στο εξωτερικό το 2000.

Μια ανάλυση των στοιχείων του 1999 στα δεκαετή τμήματα παρουσιάζει ότι οι μεγαλύτερες αυξήσεις είναι μεταξύ των ανδρών και των γυναικών άνω των πενήντα, ακολουθούμενοι από γυναίκες στην δεκαετία των '30 τους. Ενώ οι άνδρες στην δεκαετία των '30 τους, οι γυναίκες στην δεκαετία των '40, και τα αγόρια και τα κορίτσια κάτω των δεκαεννέα επίσης κατέγραψαν μια μικρή αύξηση, και οι άνδρες και οι γυναίκες στην δεκαετία των '20 τους και οι άνδρες στην δεκαετία των '40 τους κατέγραψαν μια πτώση, δείχνοντας μια δραματική μετατόπιση της κατευθυντήριας δύναμης πίσω από την αγορά μας.

Οι νέες εργαζόμενες γυναίκες στην δεκαετία των '20 τους, που για χρόνια είχαν ανοίξει το δρόμο στο υπερπόντιο ταξίδι στην Ιαπωνία, έχουν παρουσιάσει μία τάση προς τα κάτω από την κρίση του 1996. Οι άνδρες στην δεκαετία των '20 τους ακολουθούν επίσης το ίδιο παράδειγμα. Αν και ο πληθυσμός της Ιαπωνίας σε αυτό το τμήμα ηλικίας έχει μειωθεί επίσης, η πτώση στα υπερπόντια ποσοστά ταξιδιού υπερβαίνει τη μείωση των πληθυσμών, και δημιουργεί ένα σοβαρό πρόβλημα μιας μικρότερης αναλογίας αναχώρησης, η οποία είναι μοναδική στους ταξιδιώτες στην δεκαετία των '20 τους.

Αντιθέτως, οι ηλικιωμένοι και οι άνθρωποι μέσης ηλικίας έχουν σημαντικούς ρόλους στην αγορά. Δημογραφικά, ο πληθυσμός των ατόμων άνω των πενήντα είναι περίπου 48 εκατομμύρια, ή σχεδόν 40% του συνολικού πληθυσμού. Δεδομένου ότι η Ιαπωνία γερνά τόσο γρήγορα, οι προβλέψεις δείχνουν ότι μέχρι το 2015 ένας στους τέσσερεις θα είναι πάνω από 65 χρονών. Αυτή η γενεά έχει μακράν νεότερες τάσεις από τους προηγηθέντες της, και αναμένονται να πάρουν το προβάδισμα μεταξύ των καταναλωτών. Κατά

συνέπεια μια αύξηση του υπερπόντιου ταξιδιού μεταξύ της μέσης ηλικίας και των ηλικιωμένων είναι τα πάντα εκτός από εγγυημένη. Αυτή η ηλικία παρουσιάζει μέγιστο ενδιαφέρον για ιστορικά και πολιτιστικά θεάματα, κάνοντάς τους τον αριθμό ένα στόχο για πολιτιστικό τουρισμό.

Μιλώντας για πολιτιστικό τουρισμό, η Ιαπωνία έχει μια μακροχρόνια ιστορία αυτής της παραδοσιακής μορφής ταξιδιού. Στη μεσαιωνική Ιαπωνία από τον 14ο έως τον 16ο αιώνα το να κάνει κάποιος ένα προσκύνημα στην ιερή περιοχή που αποκαλείται Kumano ήταν τόσο δημοφιλές που αναπτύχθηκε ένα σύστημα ταξιδιωτικής βοήθειας, έχοντας ως θέμα τα πάντα από έναν τουριστικό οδηγό σχετικά με τις εξυπηρετήσεις στους ναούς και τους ιερούς τόπους, για να προσφέρουν στους προσκυνητές την δυνατότητα να εκτιμήσουν όχι μόνο το τοπίο αλλά τα πολλά πολιτιστικά αντικείμενα και τα σπάνια πράγματα κατά μήκος του δρόμου. Στην επόμενη περίοδο Edo, από το 1603 έως το 1867, τα παρόμοια προσκυνήματα στον ιερό τόπο Ise Jingu, τα οποία στεγάζουν την πιό ιερή θεά της Ιαπωνίας, του ήλιου, ή το θρυλικό πρόγονο του αυτοκράτορά, έγιναν τόσο δημοφιλή μεταξύ των κοινών ανθρώπων που πολλές ομάδες περιηγήσεων στον Ise οργανώθηκαν σε κοινοτική βάση. Κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου όταν το καθεστώς shogunate απέσπασε όλες τις ξένες συσχετίσεις εκτός από την Κίνα και την Ολλανδία για πάνω από διακόσια έτη, το μοναδικό διοικητικό σύστημα αποκαλούμενο "Sankin- Kotai" ανάγκασε τους 270 φεουδαλικούς λόρδους να ταξιδέψουν έπειτα στο Edo, παλαιό όνομα για το Τόκιο, κάθε άλλο έτος για να δείξουν την πίστη τους στον Ιάπωνα κυβερνήτη από μια κατοικία στην πόλη, σχεδόν σαν όμηροι. Ακόμη και ο επικεφαλής του ολλανδικού εμπορικού οίκου, ο μόνος αντιπρόσωπος της δύσης που του επιτρεπόταν να μείνει στην Ιαπωνία, ήταν υποχρεωμένος να κάνει ένα ταξίδι ευγένειας στο Edo όποτε ένα ολλανδικό σκάφος εισερχόταν στον λιμένα του Ναγκασάκι. Αυτό το σκληρό σύστημα για τους φεουδαρχικούς Λόρδους, και τους Ολλανδούς έμπορους οδήγησε σε ένα ακόμα πληρέστερο σύστημα ταξιδιού κατά μήκος των αρτηριών της Ιαπωνίας, από τις οποίες καμία δεν ήταν στρωμένη μέχρι στιγμής. Ένας λεπτομερής απολογισμός εκείνων των σκληρών ταξιδιών κατά την άποψη ενός Ευρωπαίου δημοσιεύθηκε από τον Γερμανό γιατρό Philipp von Siebold, το βιβλίο περιγράφει πολλά ενδιαφέροντα πράγματα σχετικά με τον πολιτιστικό τουρισμό – μέρη που μπορεί να δει κάποιος, καλλιτεχνικά αντικείμενα όπως τα ομοιώματα του Βούδα, φεστιβάλ, τις ζωές των ντόπιων, την χλωρίδα και την πανίδα και την λαϊκή τέχνη. Φυσικά πολλοί Ιάπωνες Λόρδοι άφησαν λεπτομερή ημερολόγια του ταξιδιού τους, επίσης, τα οποία συνέβαλαν πιθανώς στη σημερινή δημοτικότητα των ταξιδιωτικών περιοδικών στην Ιαπωνία και στις πολιτιστικές περιηγήσεις γενικά.

Λιμένας Nagasaki

Με αυτό το ιστορικό υπόβαθρο, ο πολιτιστικός τουρισμός θεωρείται ευρέως ως η αιτία ταξιδιού στην Ιαπωνία, και οι υπερπόντιες οργανωμένες περιηγήσεις έχουν οργανωθεί από καιρό για να προσφέρουν στους ταξιδιώτες όλες τις πιθανές ευκαιρίες να δουν και να βιώσουν τα πολιτιστικά και ιστορικά θεάματα. Πρόσφατα, προσφέρονται νέοι τύποι θερέτρων, ειδικά για νέους και οικογένειες, επηρεασμένα από διακοπές με στυλ της δύσης. Αλλά για τους ηλικιωμένους και τους ανθρώπους μέσης ηλικίας, είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς οι περιηγήσεις επίσκεψης των φυσικών τοπίων ή τα ιστορικά και πολιτιστικά θεάματα.

Το τμήμα των ηλικιωμένων και των ανθρώπων μέσης ηλικίας είναι σίγουρο ότι θα αυξηθεί και θα διαμορφώσει μια ουσιώδη ομάδα ταξιδιού τον ερχόμενο αιώνα. Διαμορφώνεται επίσης μια ηλικιακή ομάδα που φαίνεται να είναι λιγότερο επηρεασμένη από τις οικονομικές τάσεις από ότι οι νεότερούς, δεδομένου ότι οι άνθρωποι στη δεκαετία των '50 τους και παλαιότερα πληρώνουν για το ταξίδι από την αποταμίευση ή τους προσωπικούς πόρους τους, όχι από τον μηνιαίο μισθό τους. Ακόμα, όπως κάποιος μπορεί να υποθέσει, αυτή η ηλικιακή ομάδα είναι ευαίσθητη στις οικονομικές προβλέψεις και τις διακυμάνσεις στις τιμές στοκ.

Χωρίς να αναφερθεί η υπερπόντια ταξιδιωτική έρευνα, αυτή η ηλικιακή ομάδα τείνει να προτιμήσει τα φυσικά θεάματα ή εκείνα της ιστορικής ή πολιτιστικής σημασίας. Θέλουν να επισκέπτονται τα μουσεία, τις αίθουσες εκθέσεων τέχνης, ακόμη και τα αρχαία ερείπια στις απομακρυσμένες περιοχές. Είναι επίσης αξιοσημείωτο ότι, ενώ οι νέες γυναίκες δίνουν κορυφαία προτεραιότητα στα ψώνια, οι ώριμες γυναίκες φαίνονται να να ενδιαφέρονται λίγο για αυτά, εν τούτοις δεν τους είναι και τόσο αδιάφορα όπως στους άνδρες.

Ένα υψηλό ποσοστό των ηλικιωμένων και μέσης ηλικίας ταξιδιωτών αγοράζει προσχεδιασμένες οργανωμένες περιοδείες. Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά στην Ιαπωνία σήμερα είναι ότι εκείνοι άνω των πενήντα, κατεξοχήν οι γυναίκες, προτιμούν τις οργανωμένες περιοδείες που περιλαμβάνουν τα πάντα, όπως καλές περιηγήσεις αξιοθεάτων παρά οργανωμένες περιηγήσεις με ελεύθερο πρόγραμμα. Αντιπαθούν τις περιηγήσεις που επιβάλλεται τρέξιμο, αλλά συγχρόνως δεν τους αρέσει να έχουν πολύ ελεύθερο χρόνο χωρίς να έχουν να κάνουν απολύτως τίποτα.

Υπάρχουν τέσσερις παράγοντες που ενδιαφέρουν όσους θέλουν να συμμετέχουν στις υπεράκτιες οργανωμένες πολιτιστικές περιοδείες, ειδικά στις αναπτυσσόμενες χώρες και τις περιοχές, από την σκοπιά των Ιαπώνων tour operators: (1) πρόσβαση στην περιοχή, (2) ασφάλεια, (3) εγκαταστάσεις, και (4) υπηρεσίες των ξεναγών.

Εκτός από τις καθιερωμένες διεθνείς τουριστικές περιοχές ή δρόμους, η πρόσβαση ακόμη και στο παγκόσμιο διάσημο μνημείο όπως το Angkor Wat στην Καμπότζη είναι ανεπαρκής από την άποψη της οδικής κατάστασης, των συνδέσεων πτήσης ή των αεροπορικών εισιτηρίων. Παραδείγματος χάριν, για να επισκεφτεί κάποιος το Angkor Wat, υπάρχουν κατάλληλοι εναέριοι δρόμοι μέχρι την Μπανγκόκ από μεγάλες πόλεις και από εκεί την καλοστρωμένη εθνική οδό στα σύνορα της Ταϊλάνδης, αλλά μόλις βρεθεί στην Καμπότζη ο δρόμος που οδηγεί στο Siem Reap δεν ικανοποιεί τα διεθνή πρότυπα

και είναι ανεπαρκώς διατηρημένος. Αυτό οδηγεί στο να αποφεύγονται τα μεταφορικά μέσα του εδάφους. Εάν χρησιμοποιηθεί η εναέρια υπηρεσία ως εναλλακτική λύση, πρέπει να αντιμετωπιστεί το πρόβλημα τα καθισμάτων ασφαλείας σε μια κατάλληλη συνδεόμενη πτήση, και μερικές φορές τις συγκριτικά υψηλές τιμές για τον τομέα.

Η ασφάλεια είναι ότι πιο σημαντικό για τους ταξιδιώτες καθώς και τους tour operators και η κοινωνική σταθερότητα είναι μια βασική ανάγκη για τον τουρισμό. Η ασφάλεια των τουριστών απαιτείται πάντα και σε οποιοδήποτε τόπο τουριστικού προορισμού, αλλά στις μακρινές και απομονωμένες θέσεις πρέπει οπωσδήποτε να ληφθούν ειδικά μέτρα κατά των πιθανών επιθέσεων από ληστές ή τρομοκράτες. Πρέπει να ληφθεί υπόψη επίσης ότι ένας τραχύς δρόμος μπορεί να είναι ο τόπος μιας άτυχης επίθεσης για ληστεία ή σύλληψη ομήρων.

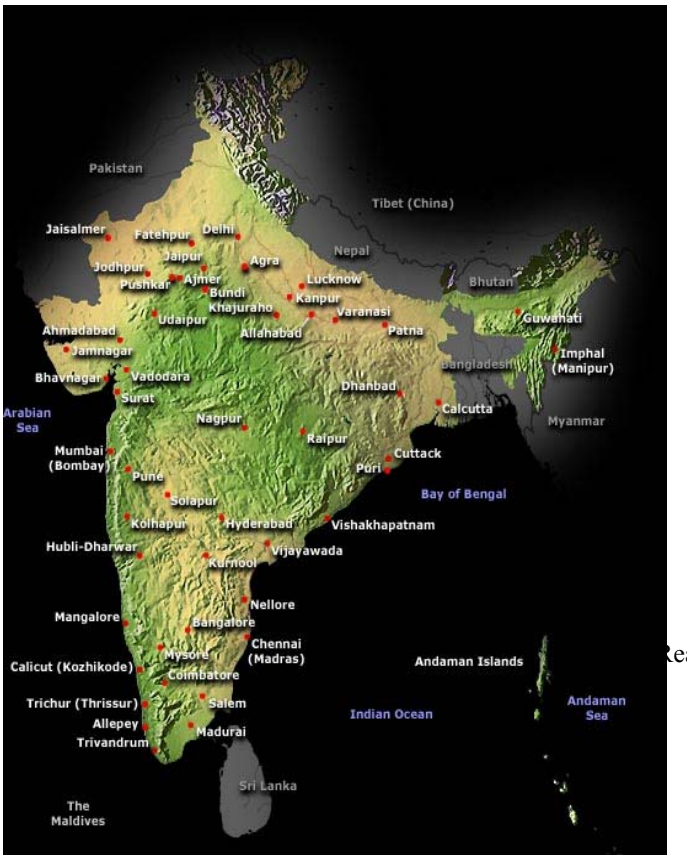
Όσον αφορά τις εγκαταστάσεις, δεν είναι τόσο ουσιαστικό να υπάρχουν ξενοδοχεία πολυτέλειας επειδή οι έμπειροι ταξιδιώτες μπορούν συνήθως να καταλάβουν την τοπική κατάσταση και να ανεχτούν ακόμη και τις βασικές χαρές και τρόφιμα. Αλλά οι εγκαταστάσεις τουαλετών είναι κάτι απαραίτητο για τους Ιάπωνες τουρίστες, δεδομένου ότι φαίνεται να τις χρησιμοποιούν περισσότερο απ’ότι οι δυτικοευρωπαίοι, πιθανώς λόγω της φυσικής ψυχοσύνθεσής τους. Χρειάζονται αρκετές στάσεις ξεκούρασης σε τακτά χρονικά διαστήματα καθ'οδόν στις περιοδείες με λεωφορεία και στα σημεία περιηγήσεων αξιοθεάτων.

Απαραίτητη είναι επίσης η ικανή και πληροφοριακή υπηρεσία των ξεναγών. Στον πολιτιστικό τουρισμό, οι συμμετέχοντες θέλουν να ξέρουν για την ιστορία και τους σχετικούς μύθους ή την πολιτιστική αξιολόγηση των πραγμάτων και των έργων τέχνης που παρατηρούν. Έτσι, για τους Ιάπωνες τουρίστες, απαιτούνται ξεναγοί που μιλούν ιαπωνικά οι οποίοι να μπορούν να εξηγήσουν πράγματα στη γλώσσα τους για να ικανοποιήσουν την περιέργειά τους. Στην πραγματικότητα, παίρνουν συχνά αναρμόδιους ξεναγούς που μπορούν να μιλήσουν μόνο την βασική γλώσσα. Χωρίς τον αποτελεσματικό προσανατολισμό ή τις περιγραφές, ο πολιτιστικός τουρισμός δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί όπως πρέπει.

Τελικά, θα αναφερθούμε στην προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού. Στην Ιαπωνία, οποιοδήποτε πολιτιστικό θέμα μπορεί να προσελκύσει άφθονη προσοχή. Παραδείγματος χάριν, οι πρόσφατες εκθέσεις των παγκόσμιων τεσσάρων μεγάλων πολιτισμών στην Ιαπωνία προσέλκυσαν εκατομμύρια θεατές. Η παγκόσμια κληρονομιά της ΟΥΝΕΣΚΟ έχει εξεγείρει έτσι πολύ ενδιαφέρον για τα πολιτιστικά θέματα που εμφανίστηκαν πολλά τηλεοπτικά προγράμματα, τηλεοπτικές κασέτες, βιβλία και πολιτιστικές σειρές, και όλα πωλούνται ή παρακολουθούνται σε μεγάλο βαθμό. Έτσι είναι αρκετά αρμόζον για τους πολιτιστικούς προορισμούς και τους tour operators να συμμετέχουν στην κοινή προώθηση με τους εκδότες, τις ραδιοφωνικές εταιρίες ή τους κεντρικούς διοργανωτές του πολιτισμού. Η προώθηση του θέματος θα είναι πάντα αποτελεσματική όπως φαίνεται στο παρελθόν: Όσον αφορά στο Silk road, υπάρχει ένα καλό παράδειγμα μεταξύ των οργανωμένων περιηγήσεων LOOK του JTB. "Η περιήγηση 55 ημερών με λεωφορείο μέσω της ευρασιατικής ηπείρου κατά μήκος του αρχαίου Silk road από το Xian στην Κίνα έως την Κωνσταντινούπολη στην Τουρκία," που άρχισε το 1996, λειτουργεί ακόμα

σε κανονική βάση. Έχουν συμμετάσχει περισσότεροι από διακόσιοι επιβάτες σε δεκαπέντε περιηγήσεις. Αυτό δείχνει σαφώς το μεγάλο ενδιαφέρον που έχουν οι Ιάπωνες στον πολιτισμό, και στον δικό τους και σε πολλές άλλες μορφές σε όλο τον κόσμο.

Τελικά, ο πολιτιστικός τουρισμός έχει ελπιδοφόρο μέλλον στην Ιαπωνία. Χρειάζεται συντονισμένες προωθητικές δραστηριότητες για να τροφοδοτηθούν περισσότερο οι ενθουσιώδεις των πολιτιστικών περιηγήσεων.



3.2 Ινδία – Ανεκμετάλλευτη δυνατότητα[11]

Ο τουρισμός καλλιεργεί καλύτερη κατανόηση μεταξύ των ανθρώπων. Είναι επίσης μια γνωστή ενοποιημένη δύναμη σε διεθνές και εθνικό επίπεδο. Η παγκόσμια αναλογία των εσωτερικών προς τους διεθνείς τουρίστες είναι 10 εσωτερικοί προς 1 διεθνή όταν στην Ινδία, ανέρχεται ξαφνικά μέχρι 75 προς

---

eap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

1 και επομένως πρέπει να προστατευθεί ο πολιτισμός από τις 75 φορές περισσότερους εσωτερικούς τουρίστες οι οποίοι πηγαίνουν για προσκύνημα, κ.λ.π.... Ο τουρισμός δημιουργεί μια καλύτερη κατανόηση της γεωγραφικής και πολιτιστικής ποικιλομορφίας. Η Ινδία είναι μία γη ποικιλομορφίας. Είναι ένα τεράστιο μέρος: η μετάβαση από τη Βομβάη στο Δελχί είναι όπως τη μετάβαση από το Λονδίνο στη Ρώμη.

Ο τουρισμός συντηρεί τους φυσικούς πόρους, την οικολογική κληρονομιά, αν και μιλάμε περισσότερο για "την καταστροφή" της. Ο τουρισμός καταστρέφει αλλά και συντηρεί.. Ο τουρισμός ενισχύει επίσης τις ευκαιρίες απασχόλησης και παραγωγής εισοδήματος, συμπεριλαμβανομένων των αποδοχών συναλλάγματος, που είναι πολύ σημαντικές, ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες χώρες του κόσμου.

Στην Ινδία, είχαν ως Υπουργό τουρισμού μια γοητευτική νέα κυρία 32 ετών, η οποία είχε ένα δικό της όραμα. Χρησιμοποιούσε τρεις λέξεις στα ινδικά, soochna, suvidha και suraksha, οι οποίες σημαίνουν επικοινωνία, ευκολία και άνεση. Είπε ότι πρέπει να επικοινωνούν κατάλληλα, επειδή οποιοιδήποτε επισκέπτες έρχονται στην Ινδία είναι κυρίως για τον πολιτισμό και πρέπει να παρέχεται η ευκολία, και αυτό σημαίνει τα αποχωρητήρια και πρέπει να εξασφαλιστεί άνεση. Όπως είπε ο Δρ Varma επίσης, για το 60% των ανθρώπων που ταξιδεύουν, το ταξίδι συσχετίζεται με την εξερεύνηση του πολιτισμού.

Η εξαντλητική χρήση οποιουδήποτε μέρους, ο μαζικός τουρισμός και ο αρνητικός αντίκτυπος των κανονισμών, η καταστροφή των μνημείων, πρέπει όλοι να σιγουρευτούν ότι αυτό δεν συμβαίνει. Όσον αφορά την οικονομική πλευρά, είναι η αφύσικη και ανόμοια απαίτηση με συνέπεια την αναπροσαρμογή των τιμών των προϊόντων: όταν οι τουρίστες πάνε να αγοράσουν, οι τιμές ανεβαίνουν. Όλες αυτές οι επιδράσεις συμβαίνουν από τη στιγμή που εισέρχεται κάποιος σ'ένα μέρος.

Το διασημότερο μνημείο είναι το Taj,. Υπάρχει η πρόκληση να κερδίζει κανείς γρήγορα χρήματα, αλλά αυτό που συμβαίνει είναι ότι στο όνομα της ασφάλειας έχουν απαγορεύσει τις επισκέψεις στο Taj τη νύχτα. Εντούτοις, το Taj είναι ομορφότερο κατά τη διάρκεια του φεγγαρόφωτος (κάτω από το φεγγαρόφωτο). Ίσως θεώρησαν ότι οι άνθρωποι καταστρέφουν το μνημείο μόνο κατά τη διάρκεια του σεληνόφωτου και σήμερα δεν μπορεί να επισκεφτεί κάποιος το Taj μετά από το ηλιοβασίλεμα. Όσον αφορά τη ρύπανση, μπορεί κάποιος να εισέλθει με όχημα που λειτουργεί με συσσωρευτή μόνο σε μια ακτίνα ενός μιλίου. Χάριν της συντήρησης, το

Taj είναι κλειστό τις Δευτέρες. Υπάρχουν άνθρωποι που θέλουν να δουν το Taj τις Δευτέρες και έπειτα αντιλαμβάνονται ότι δεν μπορούν.

Η βιομηχανία τουρισμού είναι πολύ σημαντική στην Ινδία. Το 95% των ανθρώπων που πάνε στην Ινδία το κάνουν για τον πολιτισμό. Η ξένη άμεση επένδυση στην Ινδία από τον τουρισμό μόνο τα τελευταία δέκα χρόνια ήταν 14,2 δισεκατομμύρια δολάρια, ΗΠΑ. Το προϊόν τουρισμού αποτελεί τώρα ακριβώς το 5,2% του ΑΕΠ. Αυτός ο αριθμός είναι ενδιαφέρων εάν συγκριθεί με τις Μαλδίβες. Στις Μαλδίβες το 99% της οικονομίας είναι βασισμένο στον τουρισμό, και εκεί ο τουρισμός αποτελεί το 84% του ΑΕΠ. Έναντι στο 5,2% στην Ινδία, είναι πολύ υψηλό. Εάν συγκριθεί με την Ελβετία, είναι περίπου 7,2% του ΑΕΠ, επειδή έχουν άλλα προϊόντα όπως τις σοκολάτες, τα ρολόγια, κ.λπ....

Τέλος, η Ινδία χρειάζεται επαρκή υποδομή, ορθολογική φορολογία καθώς και εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό. Τώρα αυτό είναι κάτι που ισχύει μόνο για 1 Ινδό ενάντια σε 75. Σε γενικές γραμμές, εάν οι Ινδοί δουν ένα κομμάτι χαρτιού θα το θρυμματίσουν και θα το πετάξουν.

Το ακόλουθο διάγραμμα είναι ακριβώς μια σύγκριση με μερικές γειτονικές χώρες σχετικά με αυτά που η Ινδία κερδίζει και αυτά που ξοδεύει (προϋπολογισμός προώθησης).

3.3 Εθνικοί Προωθητικοί Προϋπολογισμοί

ΧΩΡΕΣ	**ΑΦΙΞΕΙΣ**	**Promotional Budget** USD	**Παράγοντας σε σχέση με την Ινδία**
Μαλαισία	7.9 εκ.	25.5 εκ.	1.66
Σιγκαπούρη	6.4 εκ.	44.7 εκ.	2.90
Ταϊλάνδη	6.9 εκ.	42.9 εκ.	2.79
Δημοκρατία της Κορέας	3.8 εκ.	30.5 εκ.	1.98
Αυστραλία	3.8 εκ.	75.8 εκ.	4.92
Ινδία	2.1 εκ.	15.4 εκ.	-

3.4 Πρακτική λειτουργία του πολιτιστικού τουρισμού[12]

[12] κ. Zhang Likun, Απεσταλμένος Γενικός Διευθυντής, Γραφείο Ταξιδίων της επαρχίας Yunnan (Siem Reap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

3.4.1 Σύνταξη επιστημονικών σχεδίων για την ανάπτυξη των νέων φυσικών περιοχών και των προϊόντων τους με ανόμοια χαρακτηριστικά

Οι διαφοροποιημένοι εθνικοί πολιτισμοί που βρίσκονται σε διαφορετικές τοποθεσίες είναι τα πλεονεκτήματα και τα μοναδικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα των εθνικών πόρων του πολιτισμού στις διαφορετικές περιοχές του Yunnan. Κατά τον

προγραμματισμό του περιφερειακού σχεδιαγράμματος του εθνικού τουρισμού με πολιτιστικό σκοπό, το Yunnan δεν θα εστιάσει στις προκαλούμενες από τον άνθρωπο σκηνές ή τα πάρκα θέματος. Αντ' αυτού, τα ταλέντα πρέπει να συναθροιστούν για να αναπτύξουν το γραφικό φυσικό τοπίο και τις ζωηρόχρωμες ανθρωπιστικές σκηνές των εθνικών μειονοτήτων. Με βάση τα εξειδικευμένα χαρακτηριστικά γνωρίσματα, και πρίν αρχίσει η μεγάλης κλίμακας κατασκευή της βιομηχανίας του τουρισμού, έχει ολοκληρωθεί η σύνταξη των κύριων προγραμμάτων για την ανάπτυξη του τουρισμού σε 3 διαφορετικά επίπεδα αντίστοιχα για τις τουριστικές περιοχές της επαρχίας, 16 νομαρχιακά διαμερίσματα/δήμους και 60 νομούς. Το κύριο πρόγραμμα έχει δώσει έμφαση στα εθνικά πολιτιστικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τα πλεονεκτήματα των διαφορετικών περιοχών όπως η αρχιτεκτονική, τα εθνικά τραγούδια και οι χοροί, ο απλός τρόπος ζωής των ανθρώπων και τα μοναδικά λαϊκά έθιμα. Κατ' αυτό τον τρόπο, έχουν συνταχθεί τα προγράμματα ανάπτυξης για την ανάπτυξη του τουρισμού σε 6 σημαντικές τουριστικές ζώνες στο Yunnan με ανόμοια χαρακτηριστικά και τα καθίστανται αμοιβαία συμπληρωματικά. Για παράδειγμα, η είσοδος του Lijiang στην παγκόσμια πολιτιστική κληρονομιά, οι διάσημες ιστορικές και πολιτιστικές πόλεις Dali και Weishan και τα εθνικά μουσεία πολιτισμού καθώς και τα χωριά μειονότητάς τους, που είναι βασισμένα στην ανάπτυξη του βορειοδυτικού τουρισμού του Yunnan ζώνη των ορεινών περιοχών εθνικών μειονοτήτων του πολιτισμού και της λαογραφίας, οι οποίες περιλαμβάνουν τον πολιτισμό Nanzhao στο Dali, τα λαϊκά έθιμα των ανθρώπων στο Mosuo από τη λίμνη Lugu, τον πολιτισμό Kangba στο Diqing, και τα εθνικά λαϊκά έθιμα στο μεγάλο φαράγγι του Nujiang. Με βάση τη διάσημη ιστορική και πολιτιστική πόλη Jinghong στην Xishuangbanna, αναπτύχθηκε η ζώνη του νοτιοδυτικού τουρισμού που εστιάζει στα λαϊκά έθιμα των εθνικών μειονοτήτων Dai και Jinuo και του βουδισμού Hinayana, και συνδέθηκαν με τα τοπία των τροπικών δασών.

3.4.2 Ενσωμάτωση των φυσικών σκηνών με τα λαϊκά έθιμα, και την αλληλοϋποστήριξη τους ενός από τον άλλο

Οι θαυμάσιες και όμορφες φυσικές σκηνές μπορούν να παρουσιάσουν καλύτερα τη γοητεία και την κομψότητά τους μόνο όταν είναι υποστηριγμένες και ενσωματωμένες με τους εθνικούς πολιτισμούς. Μεταξύ πολλών τουριστικών πόρων του Yunnan, , οι εθνικοί πολιτισμοί είναι πλουσιότεροι από την άποψη της αξίας για την ανάπτυξη, την έλξη και τις προοπτικές για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Έχει γίνει ένα διεθνώς αναγνωρισμένο πολιτιστικό πρότυπο ότι τα πράγματα με τα ισχυρότερα εθνικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα παρουσιάζουν συγχρόνως μέγιστες διεθνείς τιμές. Επομένως, το Yunnan έχει αποδώσει μεγαλύτερη σημασία στην ενσωμάτωση των φυσικών σκηνών με τα λαϊκά έθιμα κατά την ανάπτυξη της βιομηχανίας τουρισμού, καθώς και στο ταίριασμα των σχετικών πόρων τουρισμού. Το θαυμάσιο και γραφικό τοπίο πάντα αντιστοιχείται με τις μυστήριες και όμορφες θρυλικές ιστορίες της τοποθεσίας. Τα σχέδια υιοθετήθηκαν για να αναπτύξουν λογικά και να προστατεύσουν τα χωριά για το λαϊκό τουρισμό, ώστε να ενισχυθεί η εμπειρία των τουριστών στον τρόπο ζωής των ανθρώπων των εθνικών μειονοτήτων. Οι μοναδικοί εθνικοί πολιτισμοί μερικών περιοχών καθώς επίσης και σημαντικά τουριστικά προγράμματα όπως τα τραγούδια, οι χοροί, οι εθνικές παραδόσεις και ο αθλητισμός που συσχετίζονται με τα τοπικά λαϊκά έθιμα που εισάγονται στις γνωστές φυσικές περιοχές για να επιτρέψουν τη συμμετοχή τουριστών μέσω της οποίας οι επισκέπτες θα απολαμβάνουν καλύτερα την διαμονή τους και θα εμπλουτίζουν την εμπειρία τους. Με τη λήψη συγκεκριμένων μέτρων, στόχος είναι μια πλήρη εικόνα του τουρισμού του Yunnan που χαρακτηρίζει την αφθονία, το μυστήριο και την ομορφιά.

Yunnan's Garden

3.4.3 Διευθέτηση των διαδρομών των περιηγήσεων για να προσαρμοστούν στις ανάγκες του σύγχρονου τουρισμού

Οι διαδρομές των περιηγήσεων είναι όχι μόνο η τελευταία μορφή με την οποία τα προϊόντα τουρισμού παρουσιάζονται, αλλά και τα βασικά προϊόντα που πωλούνται στις πηγές των τουριστικών αγορών. Πολλές από τις φυσικές περιοχές του Yunnan και τους εθνικούς πόρους τουρισμού είναι διεσπαρμένοι σε όλη την επαρχία. Με προσεκτικό σχεδιασμό των διαδρομών τουρισμού, συνδυάζονται πολλές απομονωμένες περιοχές τουριστών με άλλα σημαντικά προϊόντα τουρισμού για να ικανοποιηθούν οι ποικίλες ανάγκες των τουριστών. Εστιάζοντας στον εθνικό πολιτισμό του Yunnan και τα σχέδια για την περιφερειακή επέκταση του τουρισμού, το Yunnan έχει προετοιμάσει πάνω από 30 βασικές ή εξειδικευμένες εθνικές πολιτιστικές περιηγήσεις, οι σημαντικότερες μεταξύ των οποίων,

Shangri-la

περιλαμβάνουν τη διαδρομή στον αρχαίο πολιτισμό του Yunnan στο κεντρικό Yunnan, η εθνική πολιτιστική διαδρομή Shangri-la στα βορειοδυτικά του Yunnan και η διαδρομή περιήγησης των εθνικών λαϊκών εθίμων στην εθνική μειονότητα Dai στο νοτιοδυτικό σημείο του Yunnan. Παίρνοντας οποιαδήποτε από εκείνες τις διαδρομές περιηγήσεων, οι τουρίστες όχι μόνο θα έβλεπαν το όμορφο φυσικό τοπίο και τις μυστήριες ανθρωπιστικές σκηνές της περιοχής, αλλά και τον παραδοσιακό εθνικό πολιτισμό, την τοπική αρχιτεκτονική, την ενδυμασία, τα τρόφιμα και τα λαϊκά έθιμα. Κατά την διάρκεια των ευτυχών περιηγήσεών τους, οι τουρίστες επηρεάζονται από τους πλούσιους εθνικούς πολιτισμούς.

3.4.4 Ενίσχυση της δημοσιότητας και της προώθησης του τουρισμού για να γνωστοποιηθεί το Yunnan καλύτερα στον κόσμο, και η επιτάχυνση της προόδου του Yunnan προς τις διεθνείς Κοινότητες

Χιλιάδες όγκοι αρχαίων βιβλίων που γράφονται στα εικονογράμματα Dongba είναι όχι μόνο πολύτιμοι λίθοι του εθνικού πολιτισμού Naxi, αλλά και οι τελευταίες εργασίες του είδους του στην παγκόσμια ιστορία του πολιτισμού. Ο τρόπος ζωής της πρωτόγονης μητριαρχικής κοινωνίας των ανθρώπων Mosuo από τη λίμνη Lugu έχει προσφέρει τα έντονα υλικά για τη μελέτη των κοινωνικών εξελίξεων του πολιτισμού της ανθρώπινης κοινωνίας. Το Shangri-la είναι ο "ουρανός της ειρήνης και της ευτυχίας", τον οποίο οι άνθρωποι έχουν λατρέψει και έχουν ψάξει στα τελευταία 50 συν έτη.

Για την τελευταία δεκαετία, το Yunnan ενισχύει ετησίως την εργασία του στην δημοσιότητα και την προώθηση του τουρισμού. Οργανώθηκαν όλα τα είδη διασκέψεων που παρακολουθήθηκαν από τους αντιπροσώπους των ταξιδιωτικών γραφείων και των δημοσιογράφων ειδήσεων, στους οποίους παρουσιάστηκαν τα τουριστικά προϊόντα. Δεύτερον, προσκλήθηκαν και φιλοξενήθηκαν επισκέψεις πολλών εσωτερικών και υπερπόντιων δημοσιογράφων ειδήσεων και tour operators, που έκαναν συνεντεύξεις, περιηγήσεις παρατήρησης ή συγκάλεσαν επιχειρησιακές συσκέψεις στο Yunnan. Προσκλήθηκαν οι εσωτερικές και υπερπόντιες αντιπροσωπείες ειδήσεων για να παράγουν, βασισμένα στην εμπειρία τους, ντοκιμαντέρ που παρουσιάζουν το Yunnan σε ολόκληρο τον κόσμο. Τρίτον, παρήχθησαν φωτογραφικές διαφάνειες, CDROMs και άλλα είδη υλικών για τον τουρισμό για λόγους προώθησης. Τέταρτο, καθιερώθηκε ο ιστοχώρος του Yunnan για τη δημοσιότητα του τουρισμού και την προώθηση στο διαδίκτυο. Μέσω όλης εκείνης της εργασίας δημοσιότητας και προώθησης, ο εξευγενισμένος εθνικός πολιτισμός της επαρχίας Yunnan έχει κερδίσει τη δημοτικότητα τόσο μέσα όσο και έξω από την Κίνα.

3.4.5 Συνεχής υποστήριξη μεγάλων γεγονότων για την προώθηση του τουρισμού

Αρχικά από την πρόωρη δεκαετία του '90, το Yunnan έχει φιλοξενήσει διαδοχικά ή έχει φέρει εις πέρας διάφορα μεγάλα γεγονότα συμπεριλαμβανομένης της ενδυμασίας της εθνικής μειονότητας και της έκθεσης διακόσμησης της επαρχίας Yunnan, της εθνικής έκθεσης τουρισμού 9 κινεζικών νότιων επαρχιών και περιοχών, της παρέλασης των εθνικών λαϊκών εθίμων της μειονότητας των κινεζικών νοτιοδυτικών επαρχιών και περιοχών, των εορτασμών της παγκόσμιας ημέρας τουρισμού το 1995 στην περιοχή της Κίνας, και της εσωτερικής έκθεσης τουρισμού της Κίνας το '94 και '95. Από το 2000 και κάθε έτος, φιλοξενείται το διεθνές φεστιβάλ τουρισμού της Κίνας Kunming. Από το 2001 και κάθε δυο χρόνια, φιλοξενείται το διεθνές τουριστικό παζάρι της Κίνας. Οδηγίες έχουν παρασχεθεί στα αντίστοιχα νομαρχιακά διαμερίσματα του Yunnan ώστε να οργανώνουν σε σταθερές ημερομηνίες κάθε έτος τα εθνικά παραδοσιακά φεστιβάλ τους, τα οποία έχουν προσελκύσει πολυάριθμους εσωτερικούς και υπερπόντιους τουρίστες, οι οποίοι επίδρασαν αισθηματικά στο χαρούμενο εορτασμό τη στιγμή που πάτησαν τα πόδια τους στο Yunnan. Όλοι αυτά έχουν συμβάλει για να ενισχύσουν τη δημοτικότητα του τουρισμού, και έχουν προωθήσει την ανάπτυξη της βιομηχανίας τουρισμού στο Yunnan.

3.4.6 Δραστήρια προώθηση της τουριστικής εκπαίδευσης στην επαρχία Yunnan και ενδυνάμωση των εθνικών πολιτισμών του Yunnan

Τα πολιτιστικά προσόντα των ανθρώπων παρέχουν τη σημαντικότερη βάση με την οποία καταλαβαίνουν, δέχονται και κοινοποιούν τα πράγματα. Αρχικά από την πρόωρη δεκαετία του '90, το Yunnan άρχισε να αναπτύσσει συστήματά εκπαίδευσης και κατάρτισης για να καλλιεργήσει το προσωπικό του τουρισμού. Μέχρι σήμερα, έχουν καθιερωθεί η ανώτερη-, η μεσαία-, και η κατώτερη βαθμίδα συνεχούς εκπαίδευσης και τα συστήματα κατάρτισης εργασίας, οι σημαντικότεροι φορείς οι οποίοι περιλαμβάνουν το σχολείο τουρισμού του πανεπιστημίου του Yunnan, τα τμήματα/ειδικότητες τουρισμού άλλων 8 πανεπιστημίων ή κολλεγίων, το σχολείο τουρισμού του Yunnan, οι επαγγελματικές σχολές τουρισμού στις βασικές τουριστικές κοινότητες οικοδεσποτών και τα κέντρα κατάρτισης τουρισμού των αντίστοιχων νομαρχιακών διαμερισμάτων/ δήμων. Κάθε έτος, οι πτυχιούχοι από εκείνη την εκπαίδευση και τα ιδρύματα κατάρτισης, περιλαμβάνουν 1.500 επαγγελματίες τουρισμού και 8.000 ανθρώπους υπηρεσιών, ενώ πάνω από 300.000 προσωπικό αποκτά κατάρτιση εργασίας και πάνω από 3000 ξεναγοί περιηγήσεων εκπαιδεύονται αντίστοιχα στην αγγλική, ιαπωνική, γαλλική και ταϊλανδική γλώσσα. Εκείνα τα μέτρα έχουν εξασφαλίσει την προετοιμασία του προσωπικού διαδίδοντας και ενδυναμώνοντας τους εθνικούς πολιτισμούς του Yunnan για να διατηρήσουν τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού στην επαρχία Yunnan.

Μαζί με την οικονομική ανάπτυξη και την πρόοδο των χρόνων, ο πολιτιστικός τουρισμός θα ευνοούταν από όλο και περισσότερους τουρίστες. Με την αξιοποίηση των πολύτιμων πολιτιστικών τουριστικών προϊόντων του Yunnan, και την προσαρμογή στις ανάγκες της εποχής της νέας οικονομίας, θα αναβαθμιστεί ο τουρισμός του Yunnan σε νέο επίπεδο και υψηλότερα πρότυπα.

Κεφάλαιο 4

4.1 Ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού[13]

Ο τουρισμός είναι μια μεγάλη επιχείρηση και θα πάρει ακόμα μεγαλύτερες διαστάσεις καθώς περνάει ο χρόνος. Η επιχείρηση του τουρισμού γίνεται όλο και περισσότερο διαφοροποιημένη. Οι αλλαγές στα δημογραφικά, κοινωνικά, και πολιτιστικά χαρακτηριστικά της τουριστικής αγοράς έχουν οδηγήσει σε έναν αυξανόμενο αριθμό

[13] κ. Paul Leung, Τμήμα της Ξενοδοχειακής και Ταξιδιωτικής διαχείρισης, Πολυτεχνικό Πανεπιστήμιο του Χονγκ Κονγκ, Hong Kong SAR (Siem Reap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

νέων θέσεων αγορών (Παγκόσμια Τράπεζα, 2000). Και μεταξύ των διάφορων νέων θέσεων, ο πολιτιστικός τουρισμός έχει προσδιοριστεί ως ένα από τα κορυφαία πιθανά τμήματα για το μέλλον (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, 1999). Σύμφωνα με την πρόβλεψη της Παγκόσμιας Τράπεζας (2000), ο πολιτιστικός τουρισμός αναμένεται να αυξηθεί σε ένα ετήσιο ποσοστό μεταξύ 10 με 15 τοις εκατό. Εντούτοις, σύμφωνα με τον Stebbins (1996), είναι μια περιοχή χωρίς θεωρητική στέγη.

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί για τον πολιτιστικό τουρισμό. Το Υπουργείο Πολιτισμού, Τουρισμού και Αναψυχής του Οντάριο, καθορίζει τον πολιτιστικό τουρισμό ως: "επισκέψεις από πρόσωπα έξω από την κοινότητα οικοδεσποτών που παρακινούνται πλήρως ή εν μέρει από το ενδιαφέρον για τις ιστορικές, καλλιτεχνικές, ή επιστημονικές προσφορές τρόπου ζωής/κληρονομιάς μιας κοινότητας, μιας περιοχής, μιας ομάδας ή ενός ιδρύματος" (Silberberg 1995). Αυτός ο καθορισμός διευκρίνισε σαφώς ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελείται από τις σχετικές ανθρώπινες δραστηριότητες οι οποίες αυτές δραστηριότητες είναι κάπως ξένες προς τους επισκέπτες. Ο Stebbins (1996) καθορίζει τον πολιτιστικό τουρισμό ως "φιλελεύθερο χόμπι τεχνών στα πλαίσια της σοβαρής θεωρίας του ελεύθερου χρόνου." Αυτός ο καθορισμός υπονόησε ότι οι πολιτιστικοί τουρίστες έχουν την ανάγκη και την επιθυμία να υπερέχουν στη θεματική περιοχή του ανθρώπινου πολιτισμού. Απαιτούν τις πληροφορίες, τις επαγγελματικές βοήθειες και τη γνώσεις. Αυτό, στη συνέχεια, υποδήλωσε ότι η ικανοποίηση του πολιτιστικού τουρίστα στηρίζεται πάρα πολύ στην ποιότητα της εμπειρίας όχι μόνο στον προσανατολισμό του στις κληρονομιές, τη συνήθεια και τον τρόπο ζωής. Ο πολιτιστικός τουρισμός, επομένως, είναι μια βιομηχανία υπηρεσιών και μια βιομηχανία ανθρώπων που απαιτεί, υψηλό επίπεδο του ανθρώπινου δυναμικού και της υψηλής ποιότητας παραγωγής για να γίνει με επιτυχία.

Στις τελευταίες δεκαετίες, έχουν δημοσιευθεί αρκετά για το πώς πρέπει να αναπτυχθεί ο τουρισμός με έναν βιώσιμο τρόπο. Λίγα πράγματα έχουν διεξαχθεί στη μελέτη για το πώς το ανθρώπινο δυναμικό πρέπει να αναπτυχθεί, το οποίο είναι μια κρίσιμη εισαγωγή στο προϊόν τουριστών.

4.2 Στόχοι

Οι κύριοι στόχοι είναι, πρώτα, να προσδιοριστούν οι ρόλοι και η σημασία του ανθρώπινου δυναμικού στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού. Και δεύτερον, να προσδιοριστούν οι ρόλοι και η σημασία του ανθρώπινου δυναμικού στην παράδοση της ικανοποίησης σε εκείνους τους πολιτιστικούς τουρίστες.

Υπάρχουν τουλάχιστον τρεις κύριοι λόγοι για τους οποίους το ανθρώπινο δυναμικό είναι κρίσιμο για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού και το επίπεδο ικανοποίησης του πολιτιστικού τουρίστα. Κατ' αρχάς, ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένα νέο “παιδί” στην πόλη και κερδίζει πολύ από τους θορύβους. Γίνεται όλο και σημαντικότερο αλλά εξ

αιτίας της νεότητας του τμήματος, δεν είναι ακόμα αρκετά βέβαιο το τί ακριβώς θα χρειαστούν αυτοί οι πελάτες.

Δεύτερον, αυτοί οι ταξιδιώτες θεωρούνται ως σοβαροί χομπίστες. Οι ανάγκες τους και τα θέλω τους, επομένως, θα ήταν πιό δύσκολο να ικανοποιήθουν. Αντίθετα από εκείνους τους μαζικούς τουρίστες που επισκέπτονται μια κληρονομιά ή ένα μνημείο μόνο προς το όφελος της μιά φοράς, χρειάζονται πιο εξεζητημένες υπηρεσίες.

Τρίτον, η ανάπτυξη και η διατήρηση του ανθρώπινου δυναμικού στο χώρο τουρισμού είναι δύσκολο.

4.3 Πολιτιστικός τουρίστας

Σύμφωνα με τον Stebbins (1996), οι πολιτιστικοί τουρίστες μπορούν να υποταξινομηθούν ως πολιτιστικοί dabblers, γενικοί πολιτιστικοί τουρίστες, και ειδικευμένοι πολιτιστικοί τουρίστες. Οι πολιτιστικοί dabblers είναι περιστασιακοί συμμετέχοντες του ελεύθερου χρόνου. Δεν έχουν συγκεκριμένες ανάγκες για την πολιτιστική εμπειρία. Εντούτοις, έχουν τη δυνατότητα να μεταπηδήσουν στη θέση του χομπίστα. Οι τελευταίες δύο κατηγορίες είναι πιο σοβαροί χομπίστες. Είναι πιό αφοσιωμένοι σε αυτό το χόμπι και αναπτύσσονται σύμφωνα με την πορεία των συσσωρευμένων γνώσεων και εμπειριών.

Το περιεχόμενο των παραγόντων που έχουν οι επιπτώσεις στο ταξιδιωτικό επίπεδο ικανοποίησης θα διαιρεθεί σε τρεις σημαντικές περιοχές: οι παράγοντες που έχουν επιπτώσεις στην ικανοποίηση των πολιτιστικών τουριστών, της ανάπτυξης και της διαχείρισης στο επίπεδο ικανότητας εργασιών του τουρισμού, και των εμποδίων και των προκλήσεων του ανθρώπινου δυναμικού.

Ο τουρισμός προσφέρει μια συνολική εμπειρία στον τουρίστα. Πολλοί παράγοντες και ο συνδυασμός αυτών των παραγόντων, έχουν επιπτώσεις στην ικανοποίηση των τουριστών. Προκειμένου να παρασχεθεί μια καλύτερη κατανόηση για την κατασκευή της ικανοποίησης των πολιτιστικών τουριστών, διευθύνθηκε μια ομάδα "εστίασης" στο Χογκ Κογκ στις 19 Νοεμβρίου. Η ομάδα "εστίασης" αποτελέσθηκε από οκτώ συχνούς ταξιδιώτες. Όλοι οι συμμετέχοντες επιλέχτηκαν με κριτήρια το ότι έπρεπε να είναι πολιτιστικοί χομπίστες. Τα αποτελέσματα αποκάλυψαν ότι οι παράγοντες που έχουν επιπτώσεις στο επίπεδο ικανοποίησής ενός ιδιαίτερου ταξιδιού περιέλαβαν την προσδοκία τους, την εθνική μοναδικότητα, την παρουσίαση, την βασική ταξιδιωτική γνώση, το ενδιαφέρον τους για τον υπαγόμενο πολιτισμό και επιπλέον, τη σχετική ποιότητα του προσωπικού.

4.4 Ανθρώπινο δυναμικό

Όπως αναφέρεται νωρίτερα, η ικανοποίηση του τουρισμού είναι βασισμένη στη συνολική εμπειρία του ταξιδιού, το οποίο απαιτεί ένα υψηλό επίπεδο ανθρώπων. Ο επαγγελματίας στον τουρισμό, επομένως, μία κρίσιμη θέση να μοιράζει την συνολική εμπειρία και να επηρεάζει σοβαρά την ικανοποίηση των τουριστών. Ο καθορισμός του επαγγελματία του πολιτιστικού τουρισμού περιλαμβάνει τους ξεναγούς περιηγήσεων, τους tour operators και τους αρμόδιους για το σχεδιασμό των περιηγήσεων, τους σύμβουλους διακοπών, τους έμπορους, την διαχείριση περιοχών/γεγονότων, και τη διοικητική αρχή του τουρισμού.

Η ανάπτυξη και η διατήρηση του ανθρώπινου δυναμικού στον τομέα του τουρισμού, γίνονται αντιληπτές εντούτοις ως προβληματικές και προκλητικές. Σε αυτό το τμήμα, ο συντάκτης μελετάει την αγορά εργασίας του τουρισμού με την αναθεώρηση των οριζόμενων δεξιοτήτων για τις πολιτιστικές εργασίες του τουρισμού και τη διαμόρφωση των προκλήσεων που η βιομηχανία πρέπει να αντιμετωπίσει.

4.5 Επιδεξιότητες για τους εργαζομένους στον πολιτιστικό τουρισμό

Τα επαγγέλματα του τουρισμού απαιτούν μια ευρεία σειρά δεξιοτήτων. Ο πολιτιστικός τουρισμός απαιτεί ακόμη περισσότερα. Οι δεξιότητες που απαιτούνται από έναν επαγγελματία του πολιτιστικού τουρισμού περιλαμβάνει, τις τεχνικές δεξιότητας, τις ανθρώπινες δεξιότητες, τις εννοιολογικές δεξιότητες, τη νοοτροπία, την υπερηφάνεια, την πίστη, το συνεταιρισμό, και την πολιτιστική εναίσθηση.

Τεχνική ικανότητα είναι η συγκεκριμένη γνώση για μια επιλεγμένη εμπειρία ή και ένα γεγονός. Εξ αιτίας του γεγονότος ότι οι περισσότεροι από τους τουρίστες δεν έχουν την εκτενή γνώση για ένα ιδιαίτερο θέαμα, υπάρχει η εργασία των επαγγελματιών του πολιτιστικού τουρισμού για να διευκρινίσει, να εξηγήσει και να οραματιστεί τις λεπτομέρειες της εμπειρίας για να προβάλει τις λογικές προσδοκίες για τους τουρίστες.

Ο επαγγελματίας πρέπει επίσης να είναι εφοδιασμένος με καλές τεχνικές παρουσίασης και δυνατότητα οραματισμού. Πρέπει να είναι σε θέση να παρουσιάσει τα υλικά και τη γνώση κατά τέτοιο τρόπο ώστε είναι ενδιαφέροντα και κατανοητά.

Ο επαγγελματίας απαιτεί επίσης διοικητικές και μάρκετινγκ δεξιότητες και την νοημοσύνη προκειμένου είναι σίγουρος ότι οι ανάγκες της ομάδας περιήγησης έχουν γίνει κατανοητές και είναι καλά φροντισμένες. Χρειάζονται καλές δεξιότητες για να εξετάζονται οι διαφορετικοί άνθρωποι και οι διαφορετικές ανάγκες τους. Χρειάζεται μια καλή θεμελιώδης ικανότητα για την κατανόηση της συνολικής εμπειρίας των τουριστών και την κατάσταση του ιδιαίτερου πολιτιστικού θεάματος. Επίσης χρειάζεται την

κατάλληλη νοημοσύνη, υπερηφάνεια, πίστη και συνεταιρισμό στους πολιτιστικούς πόρους τους. Τελευταίο αλλά όχι ασήμαντο, η πολιτιστική εναίσθηση για την ανοχή σε πιθανή πολιτιστική κρούση που θα πρέπει να αντιμετωπιστεί ως τμήμα της καθημερινής τους ρουτίνας.

Ο σκοπός για όλες αυτές τις διαφορετικές δεξιότητες είναι για να αποδειχτεί ότι τα επαγγέλματα πολιτιστικού τουρισμού απαιτούν υψηλό επίπεδο δεξιοτήτων. Και ότι η παραδοσιακή αντίληψη ότι τα επαγγέλματα του τουρισμού είναι χαμηλού επιπέδου ικανότητας είναι απλά ανακριβής. Επεξηγεί επίσης τη σημασία και τις δυσκολίες της διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού στο χώρο του πολιτιστικού τουρισμού.

4.6 Σημαντικά προβλήματα και περιορισμοί που αντιμετωπίζει το ανθρώπινο δυναμικό στην ανάπτυξη στον τομέα του τουρισμού:

1. Έλλειψη καταρτισμένου εργατικού δυναμικού, ιδιαίτερα στο διευθυντικό τομέα, το οποίο θέτει ένα σημαντικό εμπόδιο στη γενική ανάπτυξη του τομέα του τουρισμού

2. Έλλειψη καταρτισμένου και έμπειρου διδακτικού προσωπικού

3. Έλλειψη υλικών κατάρτισης και εγκαταστάσεων

4. Έλλειψη πολιτικών και στρατηγικών για την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού στον τομέα του τουρισμού

5. Δυσκολία συμβαδισμού με τη γρήγορα μεταβαλλόμενη τεχνολογική καινοτομία και τις δυναμικές αλλαγές στην παγκόσμια αγορά

6. Πολυπλοκότητα της διεπιστημονικής φύσης των μελετών του τουρισμού

7. Χάσμα μεταξύ της κατάρτισης των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και των πραγματικών αναγκών της βιομηχανίας

8. Έλλειψη προγραμμάτων υψηλότερου επιπέδου για τη διοικητική ανάπτυξη

9. Έλλειψη εκπαιδευτικών μαθημάτων για το ορισμένο επάγγελμα υποτομέα και για το επιχειρηματικό πνεύμα

(Πηγή: Yamakawa 2000)

Ο Ryuji Yamakawa (2000) στη βασική ομιλία του στο συμβούλιο APTA το 2000 αποκάλυψε έναν κατάλογο σημαντικών προβλημάτων και περιορισμών που αντιμετωπίζει το ανθρώπινο δυναμικό στον τομέα του τουρισμού. Η εργασία του, χρησίμευσε ως μια πολύ καλή και σημαντική βάση για την κατανόηση της κατάστασης. Η εργασία του Yamakawa εστιάζει κυρίως στο πρόβλημα της κατάρτισης.

Όπως ανέφερε στην ομιλία του, ο τουρισμός είναι μια εντατική εργασία της βιομηχανίας. Απαιτεί πλούσιο απόθεμα με ικανό ανθρώπινο δυναμικό για τον πολιτιστικό τουρισμό για να δώσει το επιθυμητό βίωμα στον τουρίστα. Η κατάρτιση και η ανάπτυξη, επομένως, είναι πολύ κρίσιμες για να αναπτυχθεί η επιχείρηση. Ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα, εντούτοις, είναι ότι η βιομηχανία αυξάνεται γρήγορα σε μια τέτοια φάση που η ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού μπορεί μετά βίας να συμβαδίσει με την ζήτηση. Άλλα προβλήματα, όπως η έλλειψη ικανών εκπαιδευτών και καλά δομημένων προγραμμάτων, είχαν επίσης σοβαρές επιπτώσεις στην ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού.

Αν και πολλοί διαχειριστές είχαν ως στόχο να αναπτύξουν τον πολιτιστικό τουρισμό, η εκπαίδευση και η ανάπτυξη έλαβαν πολύ μεγάλη προσοχή. Οι άνθρωποι πιστεύουν ότι όσο υπάρχουν φυσικές κληρονομιές και πολιτιστικές παραστάσεις, η επιχείρηση του πολιτιστικού τουρισμού θα αρχίσει να επεκτείνεται.

Σύμφωνα με τον Choy (1995), υπάρχουν συνήθως παλιές πεποιθήσεις για τις εργασίες του τουρισμού. Περιλαμβάνουν:

- ο τουρισμός παράγει εργασίες που χρειάζονται λίγα προσόντα
- ο τουρισμός δημιουργεί εργασίες χαμηλής αμοιβής
- οι εργασίες τουρισμού είναι χαμηλού επιπέδου ικανοποίησης και
- οι εργασίες τουρισμού προσφέρουν περιορισμένες ευκαιρίες για προαγωγή.

Επομένως, οι εργασίες του τουρισμού δεν είναι από εκείνες τις "προτιμηταίες" εργασίες. Διατηρώντας και παρακινώντας το προσωπικό στη βιομηχανία του τουρισμού είναι μια πρόκληση. Ο Szivas και ο Riley (1999) δήλωσαν στην έρευνά τους ότι ο τουρισμός είναι μόνο ένας "τομέας ασύλου" της απασχόλησης. Αυτό σημαίνει, ότι οι εργαζόμενοι που θα πάνε στη βιομηχανία του τουρισμού προσωρινά θα κινηθούν προς άλλους τομείς μόλις βρουν νέες ευκαιρίες να είναι διαθέσιμες. Υποστήριξαν ότι ο λόγος για την αντίληψη οδηγεί στο γεγονός ότι, ο τουρισμός είναι ένας γρήγορα αυξανόμενος τομέας που απαιτεί ένα μεγάλο μέρος από ανειδίκευτους εργάτες, εποχιακούς και υψηλής κινητικότητας.

Στο στάδιο της ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού, οι πόροι είναι μια κρίσιμη παράμετρος. Επεκτάθηκε επίσης ώστε να συμπεριλάβει επιμορφωτικά προγράμματα, δασκάλους, εκπαιδευτικό σύστημα, κόστος ευκαιρίας, και πολλά ακόμα περισσότερα για να το κάνουν να λειτουργήσει. Στις αναπτυσσόμενες χώρες, ειδικά, αυτοί οι πόροι μπορούν να είναι εμπόδια που μπορούν μετά βίας να διασχιστούν.

Αυτό που το καθιστά ακόμα δυσκολότερη την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού είναι ότι περιλαμβάνονται μερικές ακόμα δεξιότητες που δεν μπορούν να εκπαιδευτούν απλά με το τρόπο διάλεξης στις τάξεις. Τα προγράμματα ανάπτυξης, επομένως, πρέπει

να περιλαμβάνουν διάφορες μορφές κατάρτισης όπως διαλέξεις στις πανεπιστημιουπόλεις, σχετικά με την επαγγελματική κατάρτιση, την καθοδήγηση , τα σχεδιασμένα ταξίδια πόρων ή/και ενός κώδικα συμπεριφορών, και την παρατήρηση των συμμετεχόντων. Όλες αυτές οι μεθοδολογίες και οι τακτικές πρέπει να προγραμματιστούν και να συντονιστούν καλά προκειμένου να λειτουργήσει το σύστημα. Επομένως, ως συμπέρασμα, το ανθρώπινο δυναμικό είναι κρίσιμο για την πολιτιστική ανάπτυξη του τουρισμού και είναι απλά ανακριβές να υποτεθεί ότι οι εργασίες του τουρισμού είναι χαμηλού επιπέδου και καθένας μπορεί να αναλάβει τις ευθύνες του και να γίνει πολιτιστικός επαγγελματίας τουρισμού.

4.7 Συστάσεις

Ο Yamakawa (2000) πρότεινε ότι πρέπει να ληφθούν κάποια μέτρα σε εθνικό επίπεδο με υποστήριξη στο περιφερειακό επίπεδο. Η ενσωμάτωση των προτάσεων του Yamakawa, που αναφέρονται κατωτέρω είναι ένας κατάλογος συστάσεων για τη μελέτη προορισμών.

Καταρχήν, ο μηχανισμός προγραμματισμού του προορισμού πρέπει να αξιολογεί τις βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες ανάγκες του ανθρώπινου δυναμικού. Με βάση αυτήν την ζήτηση, η αρχή μπορεί έπειτα να επιλύσει τις ακριβείς ανάγκες κατάρτισης, οι οποίες περιλαμβάνουν την επιλογή και την απόκτηση και του υλικού και του λογισμικού. Δεύτερον, η κυβέρνηση πρέπει να διατυπώσει μακροπρόθεσμες στρατηγικές κατάρτισης και προγράμματα δράσης. Τρίτον, η κυβέρνηση πρέπει να τυποποιήσει τη διαδικασία, τις διοικητικές μέριμνες και το μηχανισμό ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού. Τέταρτων, η κυβέρνηση πρέπει επίσης να καθιερώσει την εσωτερική και εξωτερική δικτύωση, τις στρατηγικές συμμαχίες και να πλησιάσει τον βοηθό από τα διεθνή εκπαιδευτικά ιδρύματα, όπως το πολυτεχνικό πανεπιστήμιο του ΗΚ και του NGO, όπως το APETIT. Τελευταίο αλλά όχι ασήμαντο, οι εργαζόμενοι στον τουρισμού πρέπει να συμπεριφέρονται καλά, αυτό σημαίνει, ότι πρέπει να λαμβάνουν μια συγκρίσιμη ανταμοιβή, κατάλληλα κίνητρα συν μια θετική εικόνα για τους ενδιαφερόμενους εργαζομένους, και τις ευκαιρίες για προαγωγή.

Κεφάλαιο 5

5.1 Το αυστριακό εκπαιδευτικό σύστημα και ο πολιτιστικός τουρισμός: Πώς να καταστήσουν τους νέους κατάλληλους για εργασία στον πολιτιστικό τουρισμό[14]

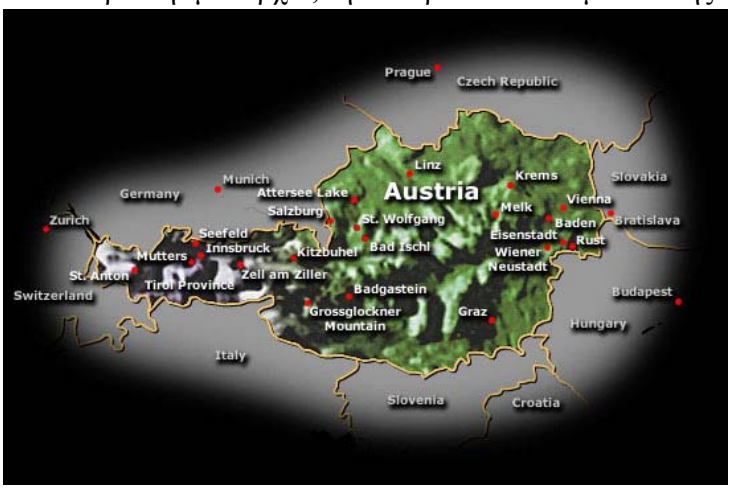
[14] κ. Christian Matzka, Διευθυντής, αυστριακό σχολείο για τον τουρισμό, Ομοσπονδιακό Τμήμα Εκπαίδευσης (Siem Reap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

Το ακόλουθο κείμενο παρουσιάζει τη σημασία του πολιτιστικού τουρισμού στην αυστριακή βιομηχανία τουρισμού. Οι αυστριακές τουριστικές πληροφορίες προσφέρουν πολλά προγράμματα με πολιτιστικό περιεχόμενο. Επομένως ήταν απαραίτητο να αναπτυχθεί ένα εκπαιδευτικό σύστημα για τη βιομηχανία τουρισμού που συνδέεται με τον πολιτιστικό τουρισμό. Πρέπει να υπάρχει μία σύνδεση μεταξύ των στόχων και των περιεχομένων των σχολείων και των κολλεγίων και της πολιτιστικής βιομηχανίας τουρισμού.

5.2 Ο πολιτιστικός τουρισμός και η αυστριακή βιομηχανία τουρισμού

Η Αυστρία είναι ένας δημοφιλής προορισμός διακοπών στην Ευρώπη. Οι επισκέπτες πηγαίνουν να απολαύσουν την όμορφη επαρχία, τη φύση, τον πολιτισμό και την παράδοση. Οι περισσότερες από τις προτάσεις περιλαμβάνουν πολιτιστικά προγράμματα. Όλες οι περιοχές στην Αυστρία διαφημίζονται από τον πολιτισμό και την παράδοσή τους.

Η αυστριακή μοναρχία, η ιστορία και οι μύθοι της προηγούμενης δυναστείας, τα Habsbourgs, είναι τα κύρια θέματα του αυστριακού μάρκετινγκ του τουρισμού. Έχουν ιδρυθεί πέντε εθνικά πάρκα. Πολλές προτάσεις για τους επισκέπτες περιλαμβάνουν τον πολιτισμό στα εθνικά πάρκα. Το Schönbrunn (Βιέννη), το Hallstatt (Salzkammerguf), η πόλη του Σάλτζμπουργκ, η πόλη του Graz και ο σιδηρόδρομος επί του Semmering είναι οι πολιτιστικές κληρονομιές της ΟΥΝΕΣΚΟ στην Αυστρία. Η Βιέννη είναι η πόλη της μουσικής. Η συναυλία του New Year της φιλαρμονικής ορχήστρας της μεταδόθηκε από την τηλεόραση σε όλο τον κόσμο.



Ο πολιτισμός είναι η "ραχοκοκαλιά" της αυστριακής βιομηχανίας τουρισμού. Η ζήτηση για τον πολιτισμό είναι ανεξάρτητη από τις εποχές και πολύ σημαντική για την επιχείρηση και το οικονομικό έτος των τουριστικών επιχειρήσεων.

Το μάρκετινγκ παρέχεται από τις αυστριακές τουριστικές πληροφορίες. Στην αρχική σελίδα *www.austria-tourism.at* ο πολιτισμός είναι ένα από τα κύρια θέματα.

Μερικά παραδείγματα από την αρχική σελίδα των αυστριακών τουριστικών πληροφοριών:

- *Μοναστήρια στην Αυστρία*
- *Ένα μικρό απόσπασμα από την ιστορία της Αυστρίας*
- *Η τέχνη στην Αυστρία*
- *Η φιλαρμονική ορχήστρα της Αυστρίας*
- *Η εκκλησιαστική χορωδία αγοριών της Αυστρίας*
- *Η κρατική όπερα της Αυστρίας*
- *Το ισπανικό σχολείο ιππασίας της Αυστρίας*
- *Το γιγαντιαίο λούνα παρκ της Αυστρίας*
- *Μουσικά θέατρα και αίθουσες συναυλιών*

Ένα από τα σημαντικότερα μέρη του πολιτιστικού τουρισμού είναι η οργάνωση των εκδηλώσεων. Οι τουρίστες ενδιαφέρονται πολύ για τις συναυλίες, την όπερα, το θέατρο και τα υπαίθρια γεγονότα. Τα γεγονότα οργανώνονται για τον ειδικό πολιτιστικό τουρίστα και χρησιμοποιούνται επίσης όπως έλξεις του μάρκετινγκ. Αυτό το είδος μάρκετινγκ καλείται *μάρκετινγκ γεγονότος*. Επομένως είναι πολύ σημαντικό να εκπαιδεύονται οι σπουδαστές στο μάρκετινγκ γεγονότος και την οργάνωση.

Τα πρόσωπα που είναι γνωστά σε όλο τον κόσμο είναι οι επίσημοι του αυστριακού τουρισμού. Πολλοί διάσημοι Αυστριακοί επιλέγονται για να είναι αντιπρόσωποι της αυστριακής βιομηχανίας τουρισμού. Οι ειδικοί του μάρκετινγκ των αυστριακών τουριστικών πληροφοριών ελπίζουν ότι αυτά τα διάσημα πρόσωπα είναι ευρέως γνωστά ως Αυστριακοί και θα αναγνωριστούν με τον αυστριακό πολιτισμό. Παραδείγματος χάριν:

- *Johann Strauss - επέτειος 1999*
- *"Sissi"- αυτοκράτειρα της Αυστρίας - επέτειος 1998*
- *Sigmund Freud: Sigmund Freud – ο πατέρας της ψυχανάλυσης*

5.3 Αυστριακές αυτοκρατορικές πόλεις

Ένα από τα κύρια θέματα του μάρκετινγκ στις ΗΠΑ ή στην Απω Ανατολή είναι το πρόγραμμα, αυστριακές αυτοκρατορικές πόλεις προγράμματος. Στο παρελθόν οι πρωτεύουσες των αυστριακών ομοσπονδιακών κρατών ήταν οι κατοικίες των Habsbourg ή του Αρχιεπισκόπου πριγκήπων του Σάλτζμπουργκ. Το Ίνσμπρουκ, το Σάλτζμπουργκ, το Linz, το Klagenfurt, το Γκραζ και η Βιέννη είναι οι αυστριακές αυτοκρατορικές πόλεις. Η εμπορική στρατηγική είναι βασισμένη στην ιστορία και τους μύθους της αυστριακής μοναρχίας που τελείωσε το 1918. Η κορώνα των γερμανικών βασιλιάδων που συντηρείται στην αυτοκρατορική αίθουσα είναι το σημαντικό σύμβολο αυτού του προγράμματος μάρκετινγκ.

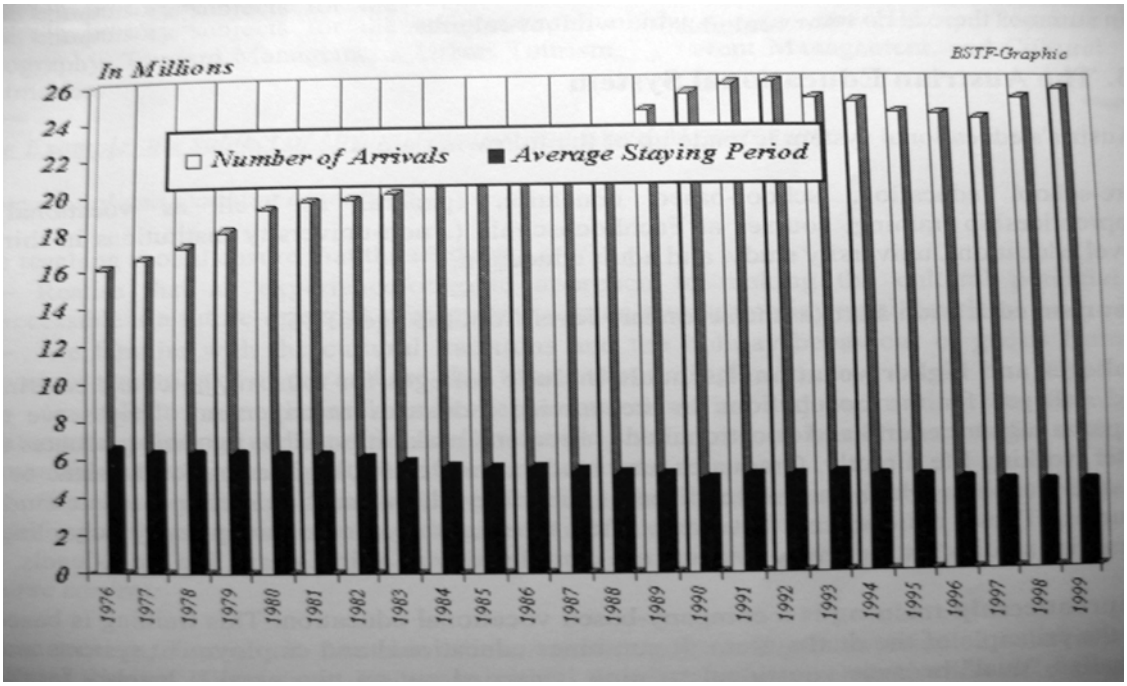
5.4 Στοιχεία και γεγονότα:

Ο τουρισμός της Αυστρίας και η βιομηχανία ελεύθερου χρόνου διαδραματίζουν έναν ρόλο ζωτικής σημασίας στην οικονομία της Αυστρίας. Το 1999, οι συνολικές αποδοχές ξένου νομίσματος από τον τουρισμό ανήλθαν σε περίπου 164,5 δισεκατομμύρια σελίνια (+ 5,2% συγκριτικά με το 1998). Κατά συνέπεια, ο τουρισμός αποτελεί το 20,3% των συνολικών αποδοχών εξαγωγής της Αυστρίας, περίπου 20,6% του ΑΕΠ (ακαθάριστο εθνικό προϊόν) και απασχολεί περίπου 500.000 άτομα. Από την άποψη του κατά κεφαλήν εισοδήματος στο ξένο νόμισμα από τον τουρισμό, η Αυστρία είναι στην κυριαρχία με περίπου 20.000 ετησίως, - ATS.

Ο αριθμός κρεβατιών και ο αριθμός ολονύκτιων παραμονών είναι οι σημαντικότεροι στατιστικοί δείκτες για να μετρηθεί η απόδοση του τουρισμού. Το αυστριακό σύστημα εγγραφής εξασφαλίζει ακριβή στατιστικά στοιχεία. Το 1999, καταχωρήθηκαν περίπου 1,17 εκατομμύρια κρεβάτια επισκεπτών. Στο ίδιο έτος, ο αριθμός ολονύκτιων παραμονών ανήλθε σε 112,7 εκατομμύρια. Οι επισκέπτες από το εξωτερικό υπολογίστηκαν περίπου 82,4 εκατομμύρια και οι εσωτερικοί επισκέπτες περίπου 30,3 εκατομμύρια (σε σύγκριση με το l998: + 1,4% στο σύνολο). Κατά συνέπεια, οι ξένοι επισκέπτες αντιπροσώπευσαν το 73,1% του συνόλου ολονύκτιων παραμονών το 1999. Η Αυστρία είναι πάλι μεταξύ των κορυφαίων τόπων τουριστικών προορισμών.

5.5 Ένας άλλος σημαντικός στατιστικός δείκτης είναι ο αριθμός αφίξεων:

Το 1999 ανήλθαν σε 25,45 εκατομμύρια (καταλήγοντας συν 2% έναντι του 1998 ή περίπου 500.000 περισσότεροι από το προηγούμενο έτος). Οι επισκέπτες έμειναν μία περίοδο κατά μέσο όρο 4,43 ημέρες, οι οποίες κατέληξαν σε ένα ποσοστό κατοχής κρεβατιών επισκεπτών, 25,2%.



5.6 Πολιτιστικός τουρισμός:

Στη θερινή εποχή οι περισσότεροι από τους επισκέπτες πηγαίνουν στην Αυστρία για να επισκεφτούν τα φεστιβάλ.

Πολλοί από αυτούς ταξιδεύουν γύρω από τη χώρα μεμονωμένα. Ανακαλύπτουν την επαρχία ή τις διάσημες πόλεις όπως τη Βιέννη και το Σάλτζμπουργκ.
Προκειμένου να αναπτυχθεί ο πολιτιστικός τουρισμός σε όλα τα μέρη της Αυστρίας είναι απαραίτητο να προετοιμαστούν οι περιοχές για να μπορούν να τις επισκεφθούν οι τουρίστες. Η αυθεντική παράδοση και οι τέχνες πρέπει να παρουσιαστούν στους τουρίστες.

Αφ' ενός υπάρχει ο διεθνής πολιτιστικός τουρισμός που παρέχεται από τους μεγάλους tour operators. Αφ' ετέρου είναι σημαντικό να αναπτυχθεί ο μεμονωμένος τουρισμός. Αυτό είναι ο όρος για να είναι ανεξάρτητος από τα γραφεία ταξιδίων και τους tour operators.

Επισκέπτες το 1998

Κάστρο Schönbrunn	1.553.249
Γιγαντιαίο λούνα παρκ	725.000
Αίθουσα θησαυρών	395 034
Δρόμος επί του GroBglockner	913.200

Οχυρό του Hohensalzburg	850.300
Κόσμος των Swarovski των κρυστάλλων	617.165

Το καλοκαίρι δεν υπάρχει τουρισμός στην Αυστρία χωρίς πολιτισμό.

5.7 Το αυστριακό εκπαιδευτικό σύστημα

Το εκπαιδευτικό σύστημα της Αυστρίας αποτελείται από τα ακόλουθα πεδία: Προσχολική εκπαίδευση, σχολική εκπαίδευση (γενική καθώς επίσης και επαγγελματική), κατάρτιση μαθητείας, μαθήματα στο Fachhochschule (μη πανεπιστημιακά ιδρύματα στο τρίτο επίπεδο εκπαίδευσης), πανεπιστημιακές σπουδές, και εκπαίδευση ενηλίκων.

Η **τουριστική εκπαίδευση** αρχίζει στο δευτεροβάθμιο επίπεδο από την ηλικία των 15 χρόνων.

Τα κολλέγια και οι ανώτερες επαγγελματικές σχολές περιλαμβάνουν τα κολλέγια για τον τουρισμό, ξενοδοχείο και τομέα εστιάσεως και τα κολλέγια για τα επαγγέλματα στη διαχείριση βιομηχανιών. Χρησιμεύουν για να μεταδώσουν μια ανώτερη γενική και επαγγελματική εκπαίδευση και να καταστήσουν δυνατό για τους πτυχιούχους τους να εισαχθούν στην ζωή εργασίας άμεσα. Οι πτυχιούχοι μπορούν να σπουδάσουν στο πανεπιστήμιο, και να εγγραφούν στον ίδιο ή έναν σχετικό κλάδο από αυτούς που ειδικεύτηκαν στο επίπεδο του σχολείου ή να εγγραφούν στα μαθήματα σπουδών του Fachhochschule. Αυτά τα κολλέγια παρακολουθούνται μετά από το όγδοο έτος υποχρεωτικής εκπαίδευσης, περιλαμβάνουν σπουδές που διαρκούν πέντε έτη, και ολοκληρώνονται με τελικές εξετάσεις όπως τα πρώτα επίπεδα.

Η κατάρτιση μαθητείας είναι μια επιχείρηση βασισμένη στην επαγγελματική εκπαίδευση. Αυτή η κατάρτιση είναι βασισμένη στην αρχή του διπλού συστήματος. Συνδυάζει τα εκπαιδευτικά και συστήματα απασχόλησης και καλείται "διπλή" επειδή η επαγγελματική κατάρτιση παρέχεται σε δύο παράλληλα επίπεδα - από τον εργοδότη και στην επαγγελματική σχολή. Η πρακτική εκμάθηση και η θεωρητική διδασκαλία στο επαγγελματικό υποχρεωτικό σχολικό συμπληρώνουν η μία την άλλη. Οι μαθητευόμενοι λαμβάνουν την πρακτική κατάρτισή τους κυρίως στην εργασία, ενώ διδάσκονται τις θεωρητικές πτυχές του επαγγέλματός τους καθώς επίσης και τα γενικού ενδιαφέροντος θέματα στην επαγγελματική σχολή.

Η αυστριακή βιομηχανία τουρισμού προσφέρει την κατάρτιση στα ακόλουθα επαγγέλματα: μάγειρας, σε ξενοδοχείο και εστιατόριο, υπάλληλος εμπορικής επιχείρησης, σερβιτόρος/σερβιτόρα, υπάλληλος γραφείων ταξιδίου, υπάλληλος εστιατορίων και σύμβουλος υγείας. Η μαθητεία καταρτίζεται για τρία έτη, η μαθητεία για μάγειρες και σερβιτόρους διαρκεί τέσσερα έτη.

Το 1999 η αυστριακή βιομηχανία τουρισμού απασχόλησε 13.515 μαθητευόμενους. Ο τομέας του τουρισμού υπολογίζεται για πάνω από 10% του συνολικού αριθμού μαθητευόμενων.

5.8 Το σχολικό σύστημα του τουρισμού

5.8.1 Το κολλέγιο για τον τουρισμό

Η πενταετής κατάρτιση στο κολλέγιο για τον τουρισμό προορίζεται για να παρέχει στους σπουδαστές τις θεωρητικές και πρακτικές γνώσεις και τις απαραίτητες δεξιότητες για την αρχική πρακτική επαγγελματική ζωή.

Το δευτεροβάθμιο κολλέγιο για τον τουρισμό παρέχει την ανώτερη κατάρτιση εστιάζοντας στα προσόντα για τα επαγγέλματα στις βιομηχανίες τουρισμού και ελεύθερου χρόνου. Το πρόγραμμα σπουδών περιλαμβάνει δύο ξένες γλώσσες, γενικά, επαγγελματικά (μαγείρεμα και τροφοδότηση), τουριστικά και οικονομικά θέματα, καθώς επίσης και υποχρεωτική τοποθέτηση εργασίας ως προετοιμασία για την πρόσβαση στην σταδιοδρομία.

Τα υποχρεωτικά θέματα για την εκπαίδευση στον πολιτιστικό τουρισμό είναι η ιστορία, η τουριστική γεωγραφία, η διαχείριση τουρισμού, ο αστικός τουρισμός και η διαχείριση γεγονότων καθώς και η πολιτιστική ζωή.

Παράδειγμα: το θέμα του αστικού τουρισμού της διαχείρισης γεγονότων

Εκπαιδευτικοί στόχοι και στόχοι διδασκαλίας:

Η διδασκαλία πρέπει να εξασφαλίζει ότι οι σπουδαστές:

- Αντιλαμβάνονται ότι μια προσέγγιση προσανατολισμένη στην εμπειρία για να καταστήσει την πολιτιστική δυνατότητα προσιτή είναι μια στρατηγική της αυστριακής πολιτικής τουρισμού προσανατολισμένη στο μέλλον για όλα τα επίπεδα
- Είναι εξοικειωμένοι με τις πολιτιστικές παραδόσεις και τη συμπεριφορά των επισκεπτών από τις διάφορες χώρες προέλευσης και είναι σε θέση να αντιδράσουν αναλόγως
- Είναι σε θέση να προσανατολιστούν στις διάφορες τέχνες (καλές και τέχνες εκτέλεσης, μουσική, λογοτεχνία, ζωγραφική, αρχιτεκτονική) και να αναπτύξουν τις απόψεις τους όσον αφορά στις πολλαπλές εκφράσεις της πολιτιστικής ζωής
- Βλέπουν την σπουδαιότητα των στάσεων (ευγένεια, αυτοπεποίθηση και ευαισθησία), όταν συναλλάσσονται με τους επισκέπτες, ως ουσιαστικά συστατικά του πολιτισμού του τουρισμού.

Περιεχόμενο μαθημάτων:

Αστικός τουρισμός, τουρισμός στις αυστριακές πόλεις, αυστριακοί επισκέπτες, προσανατολισμένη στους πελάτες συμπεριφορά, πολιτιστικός τουρισμός, τουρισμός στις ευρωπαϊκές πόλεις, ευρωπαϊκοί επισκέπτες, οργάνωση εκδηλώσεων, επιχειρησιακός τουρισμός, τουρισμός στις πόλεις εκτός της Ευρώπης, επισκέπτες από την Ασία και την Αμερική, μάρκετινγκ των πόλεων

5.8.2 Κολλέγιο για τα επαγγέλματα στη διαχείριση βιομηχανιών υπηρεσιών:

Το δευτεροβάθμιο κολλέγιο για τα επαγγέλματα στον τομέα των βιομηχανιών υπηρεσιών παρέχει μια περιεκτική γενική εκπαίδευση που εξουσιοδοτεί τους σπουδαστές για να αρχίσουν τις σπουδές τους σε ένα πανεπιστήμιο, Hochschule ή Akademie, και να τους παρασχεθούν/εκπαιδευτούν γνώσεις και δεξιότητες για να προετοιμαστούν για τις σταδιοδρομίες διοικητικών επιπέδων στους τομείς της οικονομίας, της διοίκησης, του τουρισμού και της διατροφής.

Το πρόγραμμα σπουδών του κολλεγίου για τα επαγγέλματα στη διαχείριση βιομηχανιών υπηρεσιών περιλαμβάνει δύο ξένες γλώσσες, γενικά, οικονομικά, επαγγελματικά (μαγείρεμα και τροφοδότηση) θέματα και μια εκπαιδευτική έμφαση αποκαλούμενη, "πολιτιστικός τουρισμός". Η υποχρεωτική τοποθέτηση εργασίας προετοιμάζει τους σπουδαστές για την εργασία.

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένα σύγχρονο θέμα και παρέχει στους σπουδαστές τη γνώση των βασικών θεμάτων του αυστριακού πολιτισμού, της διαχείρισης γεγονότων, της ανάπτυξης προϊόντων τουρισμού, του μάρκετινγκ τουρισμού και της πολιτικής τουρισμού. Μετά από τη σχολική συμμετοχή οι σπουδαστές είναι σε θέση να εργαστούν στη βιομηχανία τουρισμού. Είναι απαραίτητο να μελετηθεί η ιστορία, η γεωγραφία, οι τέχνες, η μουσική ή η λογοτεχνία για να είναι σε θέση να αναπτύξουν τα προϊόντα ή τα πακέτα. Οι σπουδαστές πρέπει να αποκτήσουν γνώσεις στην ανεξάρτητη εργασία προγράμματος. Οι μέθοδοι της εμπειρίας πρέπει να χρησιμοποιηθούν από τους δασκάλους.

Το υποχρεωτικό θέμα, πολιτιστικός τουρισμός:

Εκπαιδευτικοί στόχοι και στόχοι διδασκαλίας:

Η διδασκαλία πρέπει να εξασφαλίσει ότι οι σπουδαστές:

- Καταλαβαίνουν το ψυχολογικό, κοινωνιολογικό και πολιτιστικό-ιστορικό υπόβαθρο καθώς επίσης και την οικονομική σημασία των πολιτιστικών εμπειριών που αποκτιούνται στον ελεύθερο χρόνο, υιοθετώντας την άποψη του προμηθευτή και του πελάτη και μελετώντας ειδικά τις ανθρώπινες και οικολογικές πτυχές

- Είναι σε θέση να προσανατολιστούν στις διάφορες τέχνες (καλές τέχνες, τέχνες εκτέλεσης, μουσική, λογοτεχνία, πολυμέσα)

- Είναι εξοικειωμένοι με τις πολιτιστικές εκδηλώσεις και τις δραστηριότητες που προσφέρονται καθώς επίσης και με τις επιχειρήσεις και τις οργανώσεις των βιομηχανιών τουρισμού και ελεύθερου χρόνου σε ένα τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, και ξέρουν για τις διεθνείς συνδέσεις τους

- Είναι συνειδητοποιημένοι με τον πολιτιστικό τουρισμό (ευγένεια, ευαισθησία, αυτοπεποίθηση) όταν συναλλάσσονται με τους επισκέπτες

- Έχουν ανακαλύψει ότι οι ουσιαστικές ευκαιρίες για την καθιέρωση μια πολιτικής τουρισμού που είναι βασισμένη σε ένα σαφές σχεδιάγραμμα και μια συνειδητοποίηση των θέσεων αγοράς ανοίγονται μέσω μιας εμπειρίας προσανατολισμένης στην προσέγγιση για να καταστήσει την πολιτιστική δυνατότητα προσιτή σε μία επιχείρηση σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο

- Είναι σε θέση να λύσουν τα προβλήματα που προκύπτουν από τις επαγγελματικές διαδικασίες στις βιομηχανίες τουρισμού και ελεύθερου χρόνου

Περιεχόμενο μαθημάτων:

Οι στόχοι, η δομή και οι μέθοδοι πολιτιστικού τουρισμού, η ανάπτυξη προγράμματος, η πολιτιστική προσφορά της Αυστρίας, η πολιτιστική διαχείριση, η τουριστική παρουσίαση των περιοχών, το τουριστικό μάρκετινγκ για τους σημαντικούς τομείς, οι νέες τάσεις στον ελεύθερο χρόνο, η πολιτική τουρισμού και το εφαρμοσμένο τουριστικό μάρκετινγκ

5.8.3 Διδακτικές αρχές

Οι εκπαιδευτικοί στόχοι και στόχοι διδασκαλίας που προσανατολίζονται ουσιαστικά, οι μέθοδοι διδασκαλίας προσανατολισμένες στην εμπειρία, ειδικότερα η ανεξάρτητη εργασία προγράμματος στις περιπτωσιολογικές μελέτες βασισμένες στα προβλήματα τρέχοντος ενδιαφέροντος, χρησιμοποιούν σύγχρονο λογισμικό. Έτσι, θα παρακινηθούν η δημιουργικότητα, ο αυθορμητισμός και η ικανότητα των σπουδαστών να αυτοσχεδιάζουν.

5.8.4 Κατάρτιση εκπαιδευτικών

Η κατάρτιση των εκπαιδευτικών οργανώνεται από το ομοσπονδιακό Υπουργείο Παιδείας. Υπάρχει ένα πρόγραμμα σπουδών για την κατάρτιση των εκπαιδευτικών που έχει αναπτυχθεί κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών. Το πρόγραμμα κατάρτισης των εκπαιδευτικών είναι ένα ενήλικο εκπαιδευτικό πρόγραμμα για τους δασκάλους. Τα σεμινάρια περιλαμβάνουν γνώσεις εμπειρίας στις τουριστικές περιοχές και είναι πρακτικά προσανατολισμένα. Οι δάσκαλοι μελετούν τις νέες μεθόδους διδασκαλίας

όπως την ανάπτυξη προγράμματος, την εκμάθηση παιχνιδιών ρόλων στην ομαδική εργασία ή τις τεχνικές συζήτησης. Τα προγράμματα ολοκληρώνονται με κάποιες εξετάσεις που καθιστούν ικανούς τους δασκάλους να διδάξουν το μάθημα του πολιτιστικού τουρισμού.

5.8.5 Σχολικά βιβλία για τον πολιτιστικό τουρισμό

Το Σεπτέμβριο του 2000 εκδόθηκε το νέο σχολικό βιβλίο για τον πολιτιστικό τουρισμό:

Matzka Christian u.a.: Kultur-Tourismus 1, Linz 2000.
Matzka Christian u.a.: Kultur-Tourismus 2, Linz 2000.

Αυτό το βιβλίο είναι βασισμένο στα μαθήματα πανεπιστημίου για το υποχρεωτικό μάθημα Πολιτιστικός Τουρισμός και έχει εκδοθεί για τα σχολεία και τα κολλέγια του τουρισμού και για τα επαγγέλματα της διαχείρισης βιομηχανιών υπηρεσιών.

5.8.6 Παραδείγματα της διδασκαλίας του πολιτιστικού τουρισμού

Αυτό το μάθημα ξεκινάει στην αρχή του τρίτου έτους του κολλεγίου για τα επαγγέλματα στη διαχείριση βιομηχανιών υπηρεσιών.

Στο πρώτο έτος οι σπουδαστές πρέπει να μάθουν τα βασικά του πολιτισμού και της παράδοσης της Αυστρίας. Αυτό είναι σημαντικό επειδή ο πολιτισμός είναι το κύριο θέμα του αυστριακού τουριστικού μάρκετινγκ. Στο δεύτερο έτος οι σπουδαστές μαθαίνουν την πολιτιστική διαχείριση συμπεριλαμβανομένης της διαχείρισης εκδήλωσης, της οργάνωσης εκδήλωσης και του μάρκετινγκ εκδήλωσης. Η διαχείριση του προγράμματος και η παρουσίαση των πολιτιστικών περιοχών είναι το άλλο σημαντικό περιεχόμενο αυτού του σχολικού έτους. Το τρίτο και τελευταίο έτος του μαθήματος του πολιτιστικού τουρισμού περιλαμβάνει το τουριστικό μάρκετινγκ και το εφαρμοσμένο τουριστικό μάρκετινγκ, την τουριστική πολιτική και τις νέες τάσεις στον τουρισμό και τη βιομηχανία ελεύθερου χρόνου.

Οι σπουδαστές πηγαίνουν στις βιβλιοθήκες, στις τουριστικές επιχειρήσεις ή στα ιδρύματα διοίκησης και των οργανισμών του τουρισμού. Αυτό είναι σημαντικό για την εκμάθηση να βρίσκουν πληροφορίες για τα κύρια θέματα του τουρισμού και των οργανώσεων ελεύθερου χρόνου.

Το επόμενο βήμα είναι να παρουσιάσουν τα στοιχεία που συνέλλεξαν και τα γεγονότα για να μάθουν τις τεχνικές παρουσίασης και συζήτησης. Επομένως είναι απαραίτητο να προσκληθούν οι φίλοι, οι γονείς, άλλοι δάσκαλοι, σπουδαστές και μέλη των ιδρυμάτων και των τουριστικών επιχειρήσεων και μέλη της εκπαιδευτικής διοίκησης για να εκπαιδεύσουν αυτά τα προσόντα μπροστά σε ένα μεγάλο ακροατήριο.

Για να είναι σε θέση να οργανώσουν ένα τέτοιο μεγάλο γεγονός πρέπει να εξασφαλιστεί η συνεργασία με τους δασκάλους της διατροφής και του ποτού. Ο συνδυασμός

πολιτισμού, τουρισμού και διατροφής και ποτού είναι το μυστικό της επιτυχίας στα πολιτιστικά προγράμματα τουρισμού. Ένα άλλο σημαντικό μέρος είναι να γίνονται εκπαιδευτικά ταξίδια στις τουριστικές περιοχές, τα ιδρύματα και τις πολιτιστικές κληρονομιές. Οι σπουδαστές είναι εκείνοι που οργανώνουν και προγραμματίζουν αυτά τα ταξίδια και πρέπει να προετοιμάζονται όπως τους tour operators. Πρέπει να δίνουν πληροφορίες στους άλλους σπουδαστές και στους επισκέπτες για την περιοχή. Αυτό είναι πολύ σημαντικό για την κατάρτιση ως ξεναγοί περιηγήσεων, για την εργασία ως tour operators ή για τις εργασίες στα γραφεία ταξιδίων.

Για να μάθουν την διαχείριση και το μάρκετινγκ των εκδηλώσεων είναι σημαντικό να οργανώνουν διάφορες εκδηλώσεις στο σχολείο. Το περιεχόμενο των μαθημάτων πρέπει να μεταφράζεται σε δράση. Επομένως ήταν απαραίτητο να δημιουργηθεί το αυτόνομο υποχρεωτικό μάθημα, "εκπαίδευση εταιριών". Ο στόχος αυτού του μαθήματος είναι να εκπαιδεύει τους οργανισμούς και τις εργασίες όπως πρέπει να είναι στην πραγματικότητα. Η εκπαίδευση εταιριών και ο πολιτιστικός τουρισμός συμπληρώνουν το ένα το άλλο. Οι δάσκαλοι πρέπει να επικοινωνούν και να συνεργάζονται. Είναι πολύ σημαντικό να διαμορφώνονται ομάδες δασκάλων από διάφορα μαθήματα. Αυτό είναι απαραίτητο για να εξασφαλίζεται ότι ο ευρύς τομέας των δεξιοτήτων και της γνώσης μπορεί να διδαχθεί.

Μετά από το τέταρτο έτος του κολλεγίου οι σπουδαστές πρέπει να δώσουν εξετάσεις στα μαθήματα διατροφής και ποτού που τους επιτρέπει να υποβάλουν αιτήσεις για τις εργασίες εμπορίου τροφοδοσίας και τις επιχειρήσεις ξενοδοχείων.

Στις τελικές εξετάσεις μετά από το πέμπτο έτος του κολλεγίου οι σπουδαστές πρέπει να παρακολουθήσουν γερμανικά, λογιστική, δύο ξένες γλώσσες (αγγλικά, γαλλικά, ιταλικά ή ισπανικά), ένα υποχρεωτικό μάθημα που πρέπει να επιλέξουν και πολιτιστικό τουρισμό. Στον πολιτιστικό τουρισμό οι σπουδαστές πρέπει κάνουν μία παρουσίαση για το πρόγραμμα που προετοίμασαν από μόνοι τους. Μετά από την παρουσίαση υπάρχει ένας διάλογος μεταξύ των εξεταστών και του υποψηφίου για το περιεχόμενο της παρουσίασης. Οι υποψήφιοι πρέπει να υπερασπίσουν τις απόψεις και την εργασία τους.

5.8.7 Μαθήματα σπουδών στο Fachhochschule (μη πανεπιστημιακά ιδρύματα στην ανώτερη εκπαίδευση)

Από το ακαδημαϊκό έτος 1994/95, η Αυστρία είχε μια νέα εκπαιδευτική πορεία: μαθήματα σπουδών στο Fachhochschule (μη πανεπιστημιακά ιδρύματα στην ανώτερη εκπαίδευση). Λόγω της σύντομης διάρκειας των σπουδών και της εργασίας

προσανατολισμένης στο περιεχόμενο εκμάθησής τους αντιπροσωπεύουν και ένα συμπλήρωμα και μια εναλλακτική λύση στις σπουδές στο πανεπιστήμιο. Εκτός από την ομοσπονδιακή κυβέρνηση οι περιφερειακές επαρχίες, οι κοινότητες, τα λόμπι και οι ιδιώτες είναι επίσης χορηγοί των Fachhochschule.

Στον τομέα του τουρισμού και της βιομηχανίας ελεύθερου χρόνου, υπάρχουν αυτή τη στιγμή δύο Fachhochschulen, στο Κρεμλίνο και τη Βιέννη. Η διάρκεια των σπουδών είναι 7 και 8 εξάμηνα αντίστοιχα.

Τα Fachhochschule για τη διαχείριση τουρισμού και τα οικονομικά του ελεύθερου χρόνου

Αυτές οι σπουδές δίνουν έμφαση στην διεπιστημονική εκπαίδευση και εστιάζουν στα θέματα που σχετίζονται με τον τουρισμό, την προηγμένη γλωσσική ικανότητα και τη βαθιά διοικητική γνώση που συνδυάζουν την θεωρητική και πρακτική εργασία. Κάθε σπουδαστής είναι υποχρεωμένος να παρακολουθήσει δύο ξένες γλώσσες εκτός από τα αγγλικά (η γλώσσα της διδασκαλίας στα πρώτα 5 εξάμηνα): Γαλλικά, γερμανικά, ιταλικά ή ισπανικά. Τα πρώτα τρία εξάμηνα αφιερώνονται στις διοικητικές δεξιότητες, τα επόμενα εξάμηνα επικεντρώνονται στην εξειδίκευση και στην περαιτέρω παγίωση των θεμάτων και των διεπιστημονικών δυνατοτήτων. Στο 6^{ο} εξάμηνο ο σπουδαστής επιλέγει τρεις από τις πέντε ειδικές θεματικές ενότητες: αθλητικός τουρισμός, τουρισμός με πολιτιστικό σκοπό, επιχειρησιακός τουρισμός, τουρισμός υγείας, προστασία φύσης και προγραμματισμός ανάπτυξης. Το 4^{ο} και 7^{ο} εξάμηνο εστιάζει στην πρακτική εκπαίδευση και την εργασία προγράμματος.

5.8.8 Πανεπιστημιακό πρόγραμμα σπουδών για τον τουρισμό

Στο πανεπιστήμιο της Βιέννης των οικονομικών και της διοίκησης επιχειρήσεων υπάρχουν προγράμματα σπουδών για τον τουρισμό. Αυτά τα προγράμματα προσφέρονται στο ίδρυμα του τουρισμού και των οικονομικών ελεύθερου χρόνου.

Οι συνδέσεις στον τουρισμό μπορούν να βρεθούν (σχεδόν) σε όλους τους κλάδους των σπουδών Κοινωνικής Επιστήμης και Οικονομικών ή οι σπουδαστές μπορούν να ιδρύσουν links. Ο λόγος για αυτό είναι ότι η πανεπιστημιακή εκπαίδευση δεν στοχεύει πρώτιστα στην παροχή της εργασίας προσανατολισμένης στην γνώση αλλά μάλλον στην μεταβίβαση της τεχνογνωσίας στο περιεχόμενο που απαιτείται στα διάφορα επαγγέλματα.

Στο δεύτερο μισό των σπουδών τους, οι σπουδαστές έχουν στις περισσότερες περιπτώσεις την ευκαιρία - εάν βρουν ένα αρμόδιο τμήμα ή/και ενδιαφερόμενους καθηγητές - να προετοιμαστούν στον τομέα του τουρισμού.

ΜΕΡΟΣ 3^{Ο}

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Κεφάλαιο 1

1.1 Στρατηγική εκστρατεία μάρκετινγκ: "Εκπληκτική Ταϊλάνδη" και πολιτιστικός τουρισμός GMS[15]

[15] κα Wailalak Noypayak, Βοηθός Διευθυντή, Υποδιαίρεση της Έρευνας και των Στατιστικών, Εξουσία τουρισμού της Ταϊλάνδης (Siem Reap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου 2000)

1.2 Επιδράσεις της ασιατικής οικονομικής κρίσης στην βιομηχανία τουρισμού της Ταϊλάνδης

Η ασιατική οικονομική κρίση του 1997-1999 είχε επιπτώσεις σε όλες τις ασιατικές χώρες συμπεριλαμβανομένης της Ταϊλάνδης σε ποικίλες εκτάσεις. Μια από τις κύριες επιδράσεις της κρίσης είναι η μείωση του γενικού όγκου της ζήτησης, ειδικά από τις σημαντικές ενδοπεριφερειακές αγορές. Για την Ταϊλάνδη, οι προϋπολογισμοί του μάρκετίνγκ επηρεάστηκαν ως συνέπεια του ότι έπρεπε να μειωθούν οι προϋπολογισμοί διαφήμισής και να κλείσουν δύο υπερπόντια γραφεία. Μειώθηκε επίσης ο αριθμός του υπερπόντιου προσωπικού.

1.3 Επισκόπηση της "εκπληκτικής εκστρατείας 1998-1999" της Ταϊλάνδης

Η εκπληκτική εκστρατεία της Ταϊλάνδης το 1998-1999 ξεκίνησε ανάμεσα στην οικονομική κρίση της Ταϊλάνδης και στην ασιατική περιοχή, αν και δεν ήταν γνωστό ότι η κρίση επρόκειτο να εμφανιστεί στο χρόνο που άρχισε η εκστρατεία. Η εκστρατεία εστίασε πρώτιστα στην αποδοτική περίπτωση της επετείου γενεθλίων 6^{ου} κύκλου της μεγαλειότητάς του βασιλιά στις 5 Δεκεμβρίου, το 1999. Μαζί με αυτό, η Ταϊλάνδη φιλοξένησε τα 13^{α} ασιατικά παιχνίδια τον Δεκέμβριο του 1998, το τελευταίο μεγάλο

αθλητικό γεγονός του 20ου αιώνα. Το κύριο θέμα της " εκπληκτικής Ταϊλάνδης το 1999" επικεντρώθηκε στο "River of Kings" που περιλάμβανε τη βασιλική πομπή και τις εκδηλώσεις σε όλη τη χώρα.

Η εκστρατεία είχε ως σκοπό να καθοδηγήσει την Ταϊλάνδη μακριά από την προώθηση της αγοράς του μαζικού τουρισμού και να εστιάσει στην τεράστια ποικιλία ταξιδιών και τουρισμού της χώρας, ειδικά στην κουζίνα, στην έλξη των αγορών, στην υγεία και στον πολιτισμό της. Αυτό συμφωνεί πάρα πολύ με τις παγκόσμιες τάσεις ταξιδιού καθώς οι ταξιδιώτες γίνονται πιο έμπειροι και επαναλαμβάνουν το ταξίδι ως μεμονωμένοι, μικρές ομάδες οικογενειών και φίλων και με αυτό τον τρόπο αντικαθιστούν την αγορά του μαζικού τουρισμού.

Άφθονες καταπληκτικές δραστηριότητες οργανώθηκαν σε εθνικό επίπεδο σύμφωνα με το περιεχόμενο των εννέα μεγαλύτερων τουριστικών αγορών. Αυτές περιλαμβάνουν τις αγορές, την διατροφή, τον οικοτουρισμό, το ταξίδι περιπέτειας και την υγεία, τον πολιτισμό και την τουριστική ανάπτυξη της Ινδοκίνας και του Mekong.

1.4 Εμπορικές στρατηγικές της "εκπληκτικής Ταϊλάνδης" το 1998-1999

Οι τουριστικές αρχές της Ταϊλάνδης χρησιμοποίησαν τις εμπορικές στρατηγικές της "εκπληκτικής Ταϊλάνδης το 1998-1999" για να αντισταθμίσουν την ασιατική οικονομική κρίση ως εξής:

- Μεγαλύτερη έμφαση στις αγορές από την Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική που δεν επηρεάστηκαν από την οικονομική κρίση. Περισσότεροι προϋπολογισμοί διατέθηκαν στις ευρωπαϊκές και αμερικανικές αγορές.

- Ενισχύοντας την παρουσία της Ταϊλάνδης στο μάρκετίνγκ της ιαπωνικής αγοράς που ακόμα είχε την υψηλή αγοραστική δύναμη για τους σύντομους και μέσους προορισμούς ταξιδιού. Τα τρία γραφεία στην Ιαπωνία ήταν επιθετικότερα στην διαφήμιση και την προσέλκυση νέων ομάδων όπως οι μεγαλύτεροι πολίτες και εκείνοι που ήθελαν μακροχρόνια παραμονή.

- Αναπτύσσοντας νέα προϊόντα με σκοπό να ανταγωνιστούν τις νέες απαιτήσεις της αγοράς ειδικά από τις ασιατικές αγορές όπως, την πιο σύντομη παραμονή και τις φτηνότερες τιμές περιηγήσεων.

- Δουλεύοντας με τον ιδιωτικό τομέα στις άτυπες συνεργασίες. Επίσης, δίνοντας περισσότερη έμφαση από κοινού με τις ιδιωτικές επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό, στα κεφάλαια μάρκετινγκ και τις ταϊλανδικές διεθνείς

αερογραμμές, τον εθνικό μεταφορέα. Ενσωματώθηκαν όλοι οι συμμέτοχοι από την μεταφορά και την εμπορική υγεία και η λιανική πώληση σε εκστρατείες προώθησης προς αμοιβαίο όφελος.

- Ενθαρρύνοντας τον ιδιωτικό τομέα να τιμολογεί με το ταϊλανδικό νόμισμα αντί των δολαρίων ΗΠΑ προκειμένου να δοθεί περισσότερη αξία στα χρήματα από τους τουρίστες.

- Δουλεύοντας στενά με τον σχετικό δημόσιο τομέα. Κατά συνέπεια, η Ταϊλάνδη ακολούθησε μια πολιτική "ανοικτών ουρανών" για την αεροπορία για να αυξήσει και να διευκολύνει τις εισερχόμενες πτήσεις. Η Ταϊλάνδη περιόρισε επίσης τους κανονισμούς μετακίνησης για τους τουρίστες από την Κίνα, την Ταϊβάν και τη Μαλαισία καθώς επίσης και για τους τουρίστες ηλικίας 55 ετών ή μεγαλύτερους.

- Αυξάνοντας την συνειδητοποίηση μεταξύ του λαού της Ταϊλάνδης για να είναι καλοί οικοδεσπότες στους ευπρόσδεκτους τουρίστες. Η ΤΑΤ ανέπτυξε επίσης μια εσωτερική εκπληκτική εκστρατεία για την Ταϊλάνδη που καλείται, "Ταϊλανδικές περιηγήσεις στην Ταϊλάνδη" για να πείσει τον ταϊλανδικό λαό να ταξιδέψει στην Ταϊλάνδη καθ' όλη τη διάρκεια του έτους ιδιαίτερα στην εποχή χαμηλής ζήτησης.

1.5 Παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία της "εκπληκτικής Ταϊλάνδης" το 1998-1999

Η ΤΑΤ ήταν επιτυχημένη στην προώθηση των "εκπληκτικών ετών της Ταϊλάνδης" το 1998-1999. Οι δραστηριότητες και οι προωθήσεις που γίνανε καθ' όλη τη διάρκεια των δύο ετών καλωσορίστηκαν θερμά και από τους ξένους τουρίστες και από τους Ταϊλανδούς.

Αυτό οδήγησε στις συνολικές αποδοχές του τουρισμού από το συνάλλαγμα σε περίπου 242 δισεκατομμύρια baht το 1998 και σε 253 δισεκατομμύρια baht το 1999, δηλαδή 4,4% πιο πάνω κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους. Περίπου το 70% αυτών των δαπανών ωφέλησε τη φιλοξενία και τις σχετικές με τον τουρισμό επιχειρήσεις έξω από την Μπανγκόκ, που κατά συνέπεια ήταν ένας από τους πιο σημαντικούς στόχους, ο οποίος ήταν να δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίες και να διανεμηθεί το εισόδημα στις επαρχιακές περιοχές της Ταϊλάνδης. Επιπλέον, οι στατιστικές για το 1998 και το 1999 έδειξαν ότι οι ξένοι επισκέπτες που ταξιδεύουν στην Ταϊλάνδη κατά τη διάρκεια των "εκπληκτικών ετών της Ταϊλάνδης" ανέρχονται συνολικά σε 16,34 εκατομμύρια.

Υπήρξαν 5 παράγοντες που συνέβαλλαν στην επιτυχία της "εκπληκτικής Ταϊλάνδης" ως εξής:

1. Το σύνθημα της "εκπληκτικής Ταϊλάνδης" ήταν σύντομο, συνοπτικό και εύκολο να το θυμηθεί κανείς. Προσέλκυσε έτσι την προσοχή των ανθρώπων.

2. Κάθε άτομο και κάθε γραφείο στην Ταϊλάνδη θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει το σύνθημα δωρεάν και αυτό οδήγησε στο να είναι ένα αποτελεσματικό εργαλείο προώθησης.

3. Η ανάπτυξη των προϊόντων τουρισμού για την εκστρατεία της "εκπληκτικής Ταϊλάνδης" ήταν ένα αναπόσπαστο τμήμα της επιτυχίας. Η ανάπτυξη περιλάμβανε καλά διατηρημένα προϊόντα τουρισμού και υπηρεσίες ποιότητας, διευκόλυνση και χαλάρωση των διαδικασιών μετακίνησης για κάποιες ομάδες τουριστών, ασφάλεια και ανάπτυξη του εργατικού δυναμικού. Η ΤΑΤ ρύθμισε τις στρατηγικές του μάρκετινγκ για να ταιριάζουν με την μεταβαλλόμενη κατάσταση ειδικά στην Ασία.

4. Η ΤΑΤ έλαβε άριστη υποστήριξη από τα δημόσια και ιδιωτικά γραφεία σε όλη την Ταϊλάνδη για την προώθηση της εκστρατείας "εκπληκτική Ταϊλάνδη".

1.6 Εκστρατεία της "εκπληκτικής Ταϊλάνδης" το 2000

Ενώ η εκστρατεία της "εκπληκτικής Ταϊλάνδης" το 1998-1999 βασίστηκε κυρίως στους βασιλικούς εορτασμούς των γενεθλίων του αποδοτικού 6^{ου} κύκλου της μεγαλειότητάς του βασιλιά, η νέα εκστρατεία της "εκπληκτικής Ταϊλάνδης" το 2000 έχει επιδιώξει να στηριχτεί πάνω σε αυτή, δίνοντας έμφαση στην πολιτιστική κληρονομιά της χώρας, τις μαγειρικές απολαύσεις, τις αγορές και τις ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις. Διατηρεί την γραμμή θέματος του μάρκετινγκ της "εκπληκτικής Ταϊλάνδης" αλλά την υποστηρίζει με ένα σύνθημα: "Γοητεία για τα επόμενα χίλια έτη".

Αυτή η εκστρατεία σχεδιάστηκε για να θέσει την Ταϊλάνδη ως μέρος "διαφυγής από έναν έντονο, γρήγορα κινούμενο κόσμο" όπου οι επισκέπτες μπορούν "να ξαναγεμίσουν με ζωή και να επαναφορτίσουν τις μπαταρίες τους". Επωφελείται από μια τάση στην οποία οι περισσότεροι από τους παραθεριστές του μέλλοντος θα είναι ανάμεσα στην κατάταξη των κατοίκων της χωρίς άγχος πόλης που προσπαθούν να ξεφύγουν από τις ταραχώδεις ζωές τους.

Έχει διατηρηθεί η βραχυπρόθεσμη εστίασή στην εξασφάλιση μιας δίκαιης διανομής του εισοδήματος σε εθνικό επίπεδο και στην προώθηση των προϊόντων της τουριστικής αγοράς. Έχουν οργανωθεί εκατοντάδες εκδηλώσεις σε επαρχιακό επίπεδο, με την κατάλληλη δημοσιονομική υποστήριξη από την ΤΑΤ, για να δοθεί έμφαση στον τοπικό πολιτισμό, την κληρονομιά, την παράδοση και τους τρόπους ζωής.

Ο πολιτιστικός τουρισμός παίρνει επίσης μια αύξηση. Οι ιστορικές και αρχαιολογικές περιοχές της Ταϊλάνδης όπως η Phimai και οι πέτρινοι ναοί του Phnom Rung Khmer, η Sukhothai και η Ayutthaya έχουν περιληφθεί σε αυτό το πρόγραμμα. Έχουν συγκαλεστεί πολλές παρουσιάσεις ήχου και φωτός και εκδηλώσεις για να τιμήσουν την μνήμη ειδικών περιπτώσεων. Επιπλέον, άλλες επαρχίες έχουν διευρύνει ιδιαιτέρως τις ετήσιες εκδηλώσεις τους για να γιορτάσουν τη νέα χιλιετία. Για παράδειγμα, το φεστιβάλ Bun Bangfai (φεστιβάλ πυραύλων) έγινε στην Yasothon, η πομπή του κέρινου κάστρου στην Ubon Ratchathani και το φεστιβάλ Songkran (νέο έτος Ταϊλανδών).

Η έκβαση της εκστρατείας της "εκπληκτικής Ταϊλάνδης" το 2000 είναι πολύ ικανοποιητική. Σύμφωνα με τις πιο πρόσφατες στατιστικές, οι διεθνείς αφίξεις επισκεπτών στην Ταϊλάνδη υπολογίστηκαν συνολικά 6.256.528 κατά τη διάρκεια του Αυγούστου του 2000, μια σημαντική αύξηση 10,30% κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου το 1999.

1.7 Ανάπτυξη της Μπανγκόκ ως "πόλη του πολιτισμού"

Στις αρχές του 2000, η διοίκηση της μητρόπολης της Μπανγκόκ και η ΤΑΤ έδωσαν τα χέρια για να προωθήσουν τον πολιτιστικό τουρισμό στην πρωτεύουσα της Ταϊλάνδης. Υπό το σύνθημα "Μπανγκόκ: η πόλη του πολιτισμού ", αναλήφθηκαν διάφορα αναπτυξιακά προγράμματα για να προωθήσουν την πολιτιστική κληρονομιά της πόλης. Ακολουθεί το ξεκίνημα του συστήματος της μαζικής διέλευσης της Μπανγκόκ ή του Skytrain μέσα στην Μπανγκόκ το Δεκέμβριο του 1999 το οποίο έχει καταστήσει δυνατό για τους επισκέπτες να φθάνουν σε πολλά πολιτιστικά διατηρητέα κτίρια. Μια από τις σημαντικότερες αναπτύξεις είναι η έναρξη του λεωφορείου αξιοθεάτων της Μπανγκόκ που συνδέει σημαντικά ιστορικά και πολιτιστικά θεάματα όπως ο ναός του σμαραγδένιου Βούδα, του μεγάλου παλατιού, του εθνικού μουσείου, και πολλές άλλες.

1.8 Μάρκετινγκ περιφερειακού προορισμού του πολιτιστικού τουρισμού στο GMS

Η Ταϊλάνδη έχει συνεργαστεί στενά με τις γειτονικές χώρες της στην ευρύτερη υποπεριφέρεια της Mekong, τα μεγαλύτερα θαύματα του Suwannaphumi και τις ASEAN για να αυξήσουν τις ροές των επισκεπτών προς και μέσα στην περιοχή. Τα μέλη του GMS της Καμπότζης, της Λάο PDR, της Myanmar, της Ταϊλάνδης, του Βιετνάμ και της κινεζικής επαρχίας του Yunnan είναι γνωστά ως τα τελευταία σύνορα του παγκόσμιου τουρισμού λόγω των μοναδικών και διακριτικών τουριστικών θεαμάτων τους. Κρατούν μεγάλη υπόσχεση για το μέλλον δεδομένου ότι είναι η πατρίδα πολλών παγκόσμιων ειδώλων που πρέπει να θεαθούν. Τα περισσότερα από αυτά καθορίζονται από την ΟΥΝΕΣΚΟ ως περιοχές παγκόσμιας κληρονομιάς, συμπεριλαμβανομένου το Angkor Wat στην Καμπότζη, το Luang Prabang στο Λάος, το Pagan και το Mandalay στη Myanmar, το Sukhothai και το Ayutthaya στην Ταϊλάνδη και το Hue στο Βιετνάμ.

Το πρακτορείο για τον συντονισμό τουριστικών δραστηριοτήτων του Mekong, βασίζεται στο γραφείο της αρχής τουρισμού της Ταϊλάνδης, και το περιφερειακό πρακτορείο μάρκετινγκ, για να ενεργήσει ως ιδρυτής και διοργανωτής της εκστρατείας τουρισμού της Mekong.

Το μάρκετινγκ περιφερειακού προορισμού του GMS σκοπεύει να προωθήσει ολόκληρη την περιοχή ως έναν τουριστικό προορισμό. Μια κοινή υποπεριφερειακή προσέγγιση στο μάρκετινγκ προορισμού θα είναι αρκετά πιο αποτελεσματική από το να εργάζονται οι χώρες χωριστά. Μπορεί να ανυψώσει το προφίλ του GMS στα μάτια της παγκόσμιας βιομηχανίας τουρισμού. Η αυστηρή εμμονή σε αυτό το μάρκετινγκ περιφερειακού προορισμού εξαλείφει την ανταγωνιστικότητα μεταξύ των χωρών για τις από κοινού δραστηριότητες μάρκετινγκ.

Από μια ανάλυση SWOT, φαίνεται ότι η δύναμη του GMS προέρχεται από την μεγάλη ποικιλία των πολιτιστικών προϊόντων και ειδικά σε περιοχές με παγκόσμια κληρονομιά. Οι διεθνείς οργανισμοί διαδραματίζουν έναν σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση του μάρκετινγκ των έξι χωρών. Εντούτοις, το GMS πρέπει να αναπτύξει την υποδομή του όπως τους δρόμους, τη στέγαση και τους αερολιμένες για να διευκολύνει τα ταξίδια μέσω ξηράς, μέσω αέρα και την διαδικασία θεώρησης διαβατηρίου. Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένα νέο προϊόν τουρισμού με το υψηλότερο ποσοστό αύξησης παγκόσμια. Δίνει μια καλή ευκαιρία για το GMS να συνδυαστούν οι προσπάθειές για την προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού. Αλλά η σημαντικότερη απειλή αυτή τη στιγμή είναι η οικονομική επιβράδυνση στην Ασία.

Οι κοινές στρατηγικές του τουριστικού μάρκετινγκ στο GMS περιγράφουν τέσσερις σημαντικές στρατηγικές ως εξής:

1. ***Κοινή στρατηγική προϊόντων τουρισμού*** στο GMS δίνεται έμφαση στα εξειδικευμένα/μοναδικά χαρακτηριστικά των προϊόντων, που παρέχουν την προστιθέμενη αξία και την πολύ περισσότερη ικανοποίηση των πελατών.

2. ***Κοινή στρατηγική τουριστικής τιμολόγησης***: Η τιμή είναι ένα από τα σημαντικότερα και ορατά στοιχεία της στρατηγικής μάρκετινγκ. Η τιμολόγηση μπορεί να διαιρεθεί σε 2 επίπεδα: Τιμολόγηση ασφαλίστρου για τα τμήματα με υψηλό εισόδημα ή/και τις απαιτούμενες ειδικές υπηρεσίες, και συνήθης τιμολόγηση ή οικονομίας, για τα τμήματα με μέσο εισόδημα ή/και τις απαιτούμενες τυποποιημένες υπηρεσίες.

3. ***Κοινή στρατηγική τουριστικής διανομής***, πρέπει να στοχεύσει στο χαμηλότερο κόστος διανομής των προϊόντων τουρισμού σύμφωνα με τις απαιτήσεις των τουριστών. Η έμφαση θα δοθεί στους χονδρικούς tour operators για το 80% - 90% της συνολικής διανομής δραστηριοτήτων και στους λιανικούς tour operators για το 10% - 20%.

4. ***Κοινή στρατηγική προώθησης τουρισμού,*** παρέχει στις αγορές ακριβείς και επίκαιρες πληροφορίες για να τις βοηθήσει να αποφασίσουν αν θα επισκεφτούν το GMS. Δεδομένου ότι οι περισσότεροι τουρίστες είναι απληροφόρητοι για το GMS ως τουριστικό προορισμό, η στρατηγική προώθησης εστιάζει στη δημιουργία μιας καλής εικόνας του GMS ως τον ελκυστικότερο περιφερειακό προορισμό από την άποψη της ποιότητας υπηρεσιών, της ασφάλειας, της φιλικής διάθεσης και του μοναδικού πολιτισμού. Επιπλέον, τα "Κοσμήματα του Mekong" είναι το περιεχόμενο προώθησης για να προσδιοριστεί απλά κάθε χώρα ως "κόσμημα".

1.9 Πρόσφατη ανάπτυξη για την υποστήριξη του τουρισμού GMS

1.9.1 Τετράπλευρη συμφωνία τουριστικής συνεργασίας

Τον Οκτώβριο του 2000, οι υπουργοί τουρισμού της Καμπότζης, του Λάο, της Myanmar και της Ταϊλάνδης, υπέγραψαν την τετράπλευρη συμφωνία τουριστικής συνεργασίας στο πλαίσιο της οποίας οι τέσσερις χώρες θα εργαστούν στενά, στους τομείς των μεταφορών και των τηλεπικοινωνιών, στην προώθηση των ταξιδιών, του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης, της τουριστικής επένδυσης, του ανθρώπινου δυναμικού, της από κοινού προώθησης και του μάρκετινγκ, της δημόσιας και ιδιωτικής συμμετοχής και της πολύπλευρης συνεργασίας.

Οι τέσσερις εθνικοί οργανισμοί τουρισμού θα συνεργαστούν επίσης με τις αρμόδιες αρχές των αντίστοιχων χωρών για να μελετήσουν το άνοιγμα περισσότερων σημείων ελέγχου των συνόρων, την έγκριση διαβατηρίων στην άφιξη και άλλες εγκαταστάσεις για τους τουρίστες και τη βελτίωση της άνεσης των ταξιδιών από τις χερσαίες διαδρομές.

1.9.2 Εκστρατεία "Δύο βασίλεια, ένας προορισμός"

Ως τμήμα της τετράπλευρης συμφωνίας, στην παγκόσμια ταξιδιωτική αγορά στο Λονδίνο τον Νοέμβριο του 2000, η ΤΑΤ και το Υπουργείο τουρισμού της Καμπότζης ξεκίνησαν την πρώτη εκστρατεία συνεταιριστικού μάρκετίνγκ, "δύο βασίλεια, ένας προορισμός", στοχεύοντας στην αύξηση της τουριστικής ροής προς και ανάμεσα στις δύο χώρες.

Με βάση αυτήν την συμφωνία, οι Ταϊλανδοί και οι Καμποτζιανοί tour operators, οι αερογραμμές, οι δημόσιοι και ιδιωτικοί οργανισμοί σχετικοί με τον τουρισμό θα παράγουν φυλλάδια του μάρκετινγκ, παρουσιάσεις εμπορίου, εργαστήρια, και θα οργανώνουν ταξίδια εξοικείωσης για τους ταξιδιωτικούς πράκτορες.

Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία της εκστρατείας "εκπληκτική Ταϊλάνδη". Αλλά ο σημαντικότερος παράγοντας είναι η συνεργασία μεταξύ του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, ειδικά η συμμετοχή όλων των κατοίκων της Ταϊλάνδης. Ομοίως, η επιτυχία του πολιτιστικού τουρισμού στις χώρες GMS εξαρτάται από τη συνεργασία μεταξύ των μελών των χωρών. Χρειάζεται ακόμα η ισχυρή υποστήριξη από τους διεθνείς οργανισμούς για να ενισχυθεί η θέση της Ταϊλάνδης στην αγορά του παγκόσμιου τουρισμού.

Κεφάλαιο 2

2.1 Διαχείριση επισκεπτών και ηλεκτρονικό εμπόριο επί των ιστορικών τόπων[16]

nbrunn, Αυστρία (Siem Reap, Cambodia, 11-13 Δεκεμβρίου

Κάθε έτος γύρω στους 1,5 εκ. ανθρώπους επισκέπτονται το παλάτι Schönbrunn. Προκειμένου να αντιμετωπιστεί μια εισροή πάνω από 10.000 επισκέπτες ημερησίως στους πιο συχνούς χώρους του παλατιού, ήταν απαραίτητο να καθιερωθούν οι διοικητικές στρατηγικές επισκεπτών που θα λάμβαναν υπόψη την ιστορική δομή του κτηρίου και θα προσάρμοζαν τις ανάγκες των τουριστών. Σε συνεργασία με έναν υπεύθυνο για την ανάπτυξη λογισμικού σχεδιάστηκε ένα κατάλληλο σύστημα για το παλάτι που καλύπτει τα ακόλουθα σημαντικά κριτήρια:

2.1.1 Εύκαμπτος προγραμματισμός περιηγήσεων:

- Διαφορετικές περιηγήσεις
- Διαφορετικοί πελάτες/διαφορετικές προτεραιότητες
- Περιορισμοί χωρητικότητας/ακριβής χρονική διαχείριση

2.1.2 Προγραμματισμός ικανότητας προσωπικού

- Ικανότητα προγραμματισμού έτους/μήνα
- Διανομή καθημερινής εργασίας
- Σχέδιο καθοδηγημένων περιηγήσεων
- Υπολογισμός των ωρών εργασίας ή των απουσιών

2.1.3 Κρατήσεις

- Εξουσιοδοτημένοι διοργανωτές περιηγήσεων
  τηλεφωνικώς, με fax, με internet
- Ατομικά
  μόνο από το Internet

2.1.4 Πωλήσεις

- Γρήγορη πώληση
- Αυτόματη πρόταση της κατάλληλης περιήγησης
- Διαχείριση των πληρωμών: ξένα νομίσματα, vouchers, πιστωτικές κάρτες ή επιταγές

2.1.5 Λογιστική

- Σύστημα voucher για τους διοργανωτές περιηγήσεων
- Αυτόματη παραγωγή λεπτομερούς μηνιαίου τιμολογίου
- Διασύνδεση στο σύστημα λογιστικής

2.1.6 Έλεγχος πρόσβασης

- Ηλεκτρονικά ελεγχόμενες περιστροφικές πύλες
- Ανίχνευση και επίδειξη εισιτηρίων
- Ακριβής έξοδος 20 ανθρώπων ανά λεπτό

2.1.7 Κατάστημα

- Συνδυασμένα εισιτήρια και πωλήσεις αναμνηστικών
- Πολλαπλή διαχείριση αποθηκευμένων εμπορευμάτων με λειτουργίες εντολών
- Λειτουργία καταλόγων απογραφής
- Στατιστικές

2.1.8 Ασφάλεια

- Εσωτερική ασφάλεια
- Εξωτερική ασφάλεια
- Ασφάλεια συστημάτων

2.1.9 Διασυνδέσεις

Επιπλέον το σύστημα διαχείρισης επισκεπτών συνδέεται με ένα σύστημα διοικητικών πληροφοριών καθώς επίσης και ένα σύστημα πληροφοριών επισκεπτών.

2.1.10 Σύστημα διαχείρισης πληροφοριών

Το σύστημα διαχείρισης πληροφοριών παρέχει τους κατάλληλους μηχανισμούς για την ανάλυση και την αξιολόγηση των στοιχείων. Οι ακόλουθες περιοχές που καλύπτονται:

- **Στοιχεία επισκεπτών**: π.χ.: συγκριτικοί αριθμοί για τις προηγούμενους περιόδους και προϋπολογισμούς, οργανωμένες περιηγήσεις, συγκρίσεις προσωπικού, σύγκριση των αριθμών επισκεπτών με τα γενικά στοιχεία τουριστών για τη Βιέννη, κ.λπ.

- **Στοιχεία πελατών**: πωλήσεις ταξιδιωτικών πρακτόρων/tour operator με την ταξινόμηση (ανάλυση ABC), προτιμήσεις περιηγήσεων, κ.λπ.

- **Στοιχεία καταστημάτων:** συγκριτικοί αριθμοί για τις προηγούμενους περιόδους και τους προϋπολογισμούς, ανάλυση ABC των προϊόντων, αναλογία προσωπικού/πωλήσεις, κ.λπ.

- **Διοίκηση**: ελεγκτικός χαρακτήρας, μεταφορές πιστωτικών καρτών, κ.λπ

.

- Μέσω των διασυνδέσεων με το σύστημα οικονομικής λογιστικής και το σύστημα λογιστικής προσωπικού τα πρόσθετα εξωτερικά στοιχεία εισάγονται στο MIS και δίνουν μια άμεση εικόνα των σημαντικών ενδεικτικών αριθμών για την επιχείρηση σε συμπιεσμένη μορφή: βραχυπρόθεσμη αναφορά των επιστροφών, απόκλιση προϋπολογισμών, προσωπικά στοιχεία στο πεδίο των ανθρώπινων πόρων, πρόοδος στα προγράμματα αποκατάστασης και συντήρησης, κ.λπ.

2.1.11 Σύστημα πληροφοριών επισκεπτών

Έχουν εγκατασταθεί οθόνες οι οποίες φέρουν πληροφορίες για τους διάφορους τύπους και τις τιμές των περιηγήσεων που προτείνονται. Ένα είδος "σεναρίου" έχει αναπτυχθεί όπου με τη βοήθεια μιας σειράς οθόνων από την είσοδο των γραφείων εκδόσεως εισιτηρίων, οι επισκέπτες λαμβάνουν βαθμιαία όλες τις πληροφορίες που χρειάζονται προκειμένου να αποφασίσουν ποιο εισιτήριο θα αγοράσουν. Οι επισκέπτες κρατούνται επίσης ενήμεροι για τη διαθεσιμότητα του ελεύθερου χρόνου slot και του χρόνου αναμονής.

Συμπεράσματα και συστάσεις

Τα ακόλουθα συμπεράσματα και συστάσεις χρησιμεύουν ως κατευθυντήριες αρχές στην ανάπτυξη του βιώσιμου πολιτιστικού τουρισμού:

- Πρέπει να δοθεί προτεραιότητα για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς. Πρέπει να υπάρξει ακριβής εφαρμογή των αρχών που ενσωματώνονται στις διάφορες διεθνείς συμβάσεις όπως η Συνθήκη για την προστασία της παγκόσμιας πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς, η Συνθήκη του 1970 σχετικά με τα μέσα και την παράνομες εισαγωγή, την εξαγωγή, και τη μεταφορά της ιδιοκτησίας της πολιτιστικής περιουσίας, και η Συνθήκη του 1954 για την προστασία της πολιτιστικής ιδιοκτησίας σε περίπτωση ένοπλης σύγκρουσης
- Η συνεργασία μεταξύ του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα πρέπει να ενισχυθεί
- Η αστική κοινωνία στις χώρες τουριστικών προορισμών και τις παραγωγικές χώρες τουριστών πρέπει να είναι δεσμευμένη στον πολιτιστικό τουρισμό ως πολιτική
- Ο πολιτιστικός τουρισμός πρέπει να ωφελήσει τους ντόπιους που ζουν γύρω από την κληρονομιά ή την πολιτιστική περιοχή τουρισμού. Επομένως, οι ντόπιοι πρέπει να συμμετέχουν στη διατύπωση των πολιτικών και των σχεδίων τουρισμού
- Τα κοινοτικά προγράμματα συνειδητοποίησης πρέπει να διευθυνθούν για να εκπαιδεύσουν το κοινό για τα οφέλη του τουρισμού και πώς μπορούν αποτελεσματικά να συμμετέχουν στα προγράμματα τουρισμού καθώς επίσης και τις ευθύνες τους ως οικοδεσπότες τουρισμού
- Ένα κύριο πρόγραμμα τουρισμού πρέπει να προετοιμαστεί για τον προορισμό για να εξασφαλίσει ότι οι βιώσιμες πρακτικές τουρισμού παρατηρούνται

- Τα πολύ υψηλά πρότυπα της ερμηνείας πρέπει να εφαρμοστούν έτσι ώστε οι επισκέπτες να αφήνουν το μέρος με πραγματική κατανόηση και μια εκτίμηση των πολιτιστικών αξιών της περιοχής
- Οι κατάλληλοι μηχανισμοί πρέπει να καθιερωθούν για να εξασφαλίσουν ότι ένα σημαντικό ποσοστό των αποδοχών τουρισμού επανέρχεται στους σκοπούς συντήρησης
- Τα εισοδήματα από τις σχετικές με τον τουρισμό δραστηριότητες όπως οι φόροι δωματίων ξενοδοχείων, οι ελεύθερες αγορές καθήκοντος, και το τυχερό παιχνίδι είναι πιθανές πηγές χρηματοδοτήσεων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να προστατεύσουν και να συντηρήσουν τους πολιτιστικούς πόρους για λόγους τουρισμού
- Στην εκπαίδευση και στην κατάρτιση του προσωπικού του τουρισμού, ειδικά σε εκείνους που περιλαμβάνονται στην ερμηνεία, πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία και προτεραιότητα.

Επισημάνσεις

1) Εργασία του κ. Vicente Granados Cabezas, σύμβουλου του ΠΟΤ
"Τάσεις και προφίλ του πολιτιστικού τουρισμού στο παγκόσμιο σενάριο τουρισμού"

Ο καθηγητής Granados εισήγαγε το έγγραφό του με την αναφορά των στόχων του πολιτιστικού τουρισμού μεταξύ των οποίων είναι η προώθηση του ως κίνητρο για ταξίδι, η χρήση του ως πλατφόρμα για την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη και η ενίσχυση της τοπικής υπερηφάνειας και της αυτοεπιβολής.

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του ΠΟΤ, ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένας από τους τομείς αγοράς που έχει παρουσιάσει τον υψηλότερο ρυθμό ανάπτυξης, που αντιπροσωπεύει το ένα πέμπτο της αγοράς τουρισμού. Οι προοπτικές για τις επόμενες δύο δεκαετίες, δεδομένου ότι ορισμένες πηγές αγοράς θα εξελίσσονται, φαίνονται πολύ ελπιδοφόρες. Η ευρωπαϊκή αγορά για τον πολιτιστικό τουρισμό έχει αυξηθεί κατά τουλάχιστον 20% στην προηγούμενη δεκαετία, που φθάνει σε 30 εκατομμύρια επισκέπτες το 1999. Η Γερμανία ήταν η κύρια πηγή αγοράς, με 7 εκατομμύρια επισκέπτες και η Γαλλία ήταν ο κύριος δέκτης, με 5 εκατομμύρια. Μεταξύ των τάσεων αγοράς που επηρεάζουν τον πολιτιστικό τουρισμό είναι τα Μέσα, τα οποία έχουν διαμορφώσει τα σημερινά νέα πολιτιστικά προϊόντα, η αύξηση μιας εύπορης και καλλιεργημένης μέσης κατηγορίας στις χώρες πηγής, η ογκώδης χρήση του Διαδικτύου (50% του πληθυσμού στις χώρες του OECD αναμένονται να είναι χρήστες Διαδικτύου μέχρι το 2010) και η αύξηση του πληθυσμού μέσης ηλικίας που, μέχρι το 2010, θα είναι 65% για εκείνους που βρίσκονται στις ηλικίες μεταξύ 55-64 και 35% για εκείνους ηλικίας 45-54.

Το έγγραφο τελείωσε με ένα σύνολο κριτηρίων για το πώς να δημιουργηθεί ένα πολιτιστικό τουριστικό προϊόν. Η μοναδικότητα του προϊόντος, η εγγενής ποιότητά του όπως γίνεται αντιληπτή από τον τουρίστα, ο βαθμός γνώσης και στάσης απέναντι του από τον πιθανό πελάτη, το επίπεδο ικανότητας υποστήριξης, ο βαθμός συμμετοχής από την τοπική κοινωνία όπου το προϊόν βρίσκεται, και η ποιότητα της διαχείρισης του πολιτιστικού προϊόντος, είναι μερικά από τα κριτήρια που αναφέρονται στο έγγραφο.

2) Εργασία της Narzalina Z. Lim, σύμβουλου του ΠΟΤ
"Ανάπτυξη και προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού στην ασιατική περιοχή "

Στο πρώτο μέρος του εγγράφου προσπαθεί να καθορίσει τον πολιτισμό και τον πολιτιστικό τουρισμό. Ο πολιτισμός φανερώνεται μέσω της θρησκείας, των φεστιβάλ, των κοστουμιών, της κουζίνας, των τεχνών, της αρχιτεκτονικής, της μουσικής, του χορού, της λαογραφίας, και της λογοτεχνίας. Φανερώνεται επίσης στα μνημεία που είναι καταθέσεις στην ανθρώπινη ιστορία. Ο ταξιδιώτης που ταξιδεύει εσκεμμένα για να γνωρίσει τους διάφορους πολιτισμούς και να δει μνημεία και περιοχές καθώς επίσης και για να παρευρεθεί στα φεστιβάλ και τα θρησκευτικά γεγονότα είναι αυτός που μπορούμε να αποκαλέσουμε πολιτιστικός τουρίστας.

Οι μελέτες δείχνουν ότι οι τουρίστες από τις ευρωπαϊκές χώρες για να αναπτύξουν τις χώρες υποδεικνύουν ότι η φύση και ο πολιτισμός είναι τα κύρια κίνητρά τους για το ταξίδι. Οι Γερμανοί τουρίστες προτιμούν να ταξιδεύουν ανεξάρτητα, να μένουν σε λιτά ξενοδοχεία με τοπική ατμόσφαιρα, δείχνουν ενδιαφέρον για τις συνθήκες διαβίωσης του τοπικού πληθυσμού και στο να έχουν όσο το δυνατόν περισσότερη επαφή με τους ντόπιους. Αυτές οι τάσεις υπονοούν ότι οι tour operators πρέπει να κινηθούν πέρα από τις παθητικές περιοδείες για αξιοθέατα και να αναδομήσουν τα προϊόντα περιοδείας τους για να επιτρέψουν μεγαλύτερη αλληλεπίδραση μεταξύ των φιλοξενούμενων και των τοπικών κοινοτήτων.

Το έγγραφο παρουσιάζει δύο περιπτωσιολογικές μελέτες - μια από τις Φιλιππίνες και άλλη μία από την Ινδονησία – για να διευκρινιστούν ορισμένα προβλήματα στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού και οι λύσεις που προσεγγίστηκαν για να επιλυθούν αυτά τα προβλήματα. Η πρώτη περίπτωση περιγράφει πώς μια αρχαία εθνική κοινότητα, οι Ifugaos που ζουν σε βουνά ρυζιού στις βόρειες Φιλιππίνες, εξέτασε το πρόβλημα πάρα πολλών τουριστών που επισκέπτονται τα χωριά τους, αποτελώντας κατά συνέπεια απειλή για τον παραδοσιακό τρόπο ζωής τους. Η εκπαίδευση και η κατάρτιση των τοπικών κοινοτήτων καθώς επίσης και η ανάμειξη τους στις αποφάσεις επηρεάζοντας τις ζωές τους ήταν η μια λύση. Αποφάσισαν να περιορίσουν τους τουρίστες σε προκαθορισμένα χωριά μέχρι τη στιγμή που τα άλλα χωριά θα ήταν έτοιμα να φιλοξενήσουν επισκέπτες. Η μειωμένη ποιότητα των τεχνών λόγω έλλειψης οικονομικού κεφαλαίου και η πρόκληση να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις των τουριστών λύθηκαν όταν επενέβη ένα ιδιωτικό, όχι κερδοσκοπικό ίδρυμα για να παράσχει ένα αρχικό κεφάλαιο και να βοηθήσει την κοινότητα να εμπορεύσει τα προϊόντα της άμεσα στους αγοραστές, έτσι ώστε να εξαλείψει τους μεσάζοντες.

Η άλλη περιπτωσιολογική μελέτη ήταν στο Borobudur, ένα παγκόσμιο βουδιστικό μνημείο κληρονομιάς στην κεντρική Java. Η περίπτωση επεξήγησε την ανάγκη να ενδυναμώσει και να ωφελήσει άμεσα την τοπική κοινότητα περιβάλλοντας την περιοχή κληρονομιάς, συγκεκριμένα τον ανεπίσημο τομέα που είναι εξουσιοδοτημένος στις περιφερειακές οικονομικές δραστηριότητες όπως στις πλανόδιες πωλήσεις και τις μικροπωλήσεις. Αυτή η κοινότητα απειλείται λόγω της τάσης των αρχών να καθαρίσουν

την περιοχή κληρονομιάς από τους πλανόδιους πωλητές και τους μικροπωλητές. Εάν εκτοπιστούν αυτοί οι άνθρωποι, μπορεί να γίνουν αφιλόξενοι και να καταφύγουν στο βανδαλισμό και την κλοπή. Η προτεινόμενη λύση είναι να οργανωθούν αυτοί οι άνθρωποι και να εκπαιδευτούν να διευθύνουν τις μικρές επιχειρήσεις τους όπως διευθύνονται οι ξενώνες και τα εστιατόρια που σερβίρουν τοπική κουζίνα. Μπορεί να δημιουργηθεί ένα συμβουλευτικό συμβούλιο μικρών επιχειρήσεων για να ενθαρρύνει και να βοηθάει αυτές τις τοπικές κοινότητες να γίνουν επιχειρηματίες.

3) Εργασία του κ. Herve Barre, Προϊστάμενου – στη μονάδα έρευνας και ανάπτυξης, τμήμα της πολιτιστικής κληρονομιάς, ΟΥΝΕΣΚΟ, Παρίσι

Το εισαγωγικό τμήμα του εγγράφου ανακεφαλαίωσε τη δράση της ΟΥΝΕΣΚΟ επί του ιστορικού τόπου Angkor κατά τη διάρκεια της προηγούμενης δεκαετίας. Το 1991, η ΟΥΝΕΣΚΟ βοήθησε τις αρχές της Καμπότζης στη σύνταξη της νομοθεσίας για την πολιτιστική και φυσική ιδιοκτησία και τα εθνικά καταστατικά για την προστασία του Angkor, συμπεριλαμβανομένων των μέτρων ενάντια στην παράνομη κυκλοφορία στις αρχαιότητες. Αυτά τα μέτρα οδήγησαν στη συνεργασία των οργανώσεων όπως το διεθνές Συμβούλιο των μουσείων (ICOM), το οποίο δημοσίευσε ένα φυλλάδιο που περιέχει τις περιγραφές και τις φωτογραφίες 100 κλεμμένων αντικειμένων, και της Ιντερπόλ, της οποίας η βοήθεια οδήγησε στον εντοπισμό μερικών από τα αντικείμενα. Η ΟΥΝΕΣΚΟ προετοίμασε επίσης, με τη βοήθεια 25 εμπειρογνωμόνων από 11 χώρες, που εργάζονται παράλληλα με τους τοπικούς συνεργάτες, ένα περιβαλλοντικό διοικητικό σχέδιο (ZEMP) για την περιοχή. Αυτό το σχέδιο στοχεύει στον καθορισμό των ορίων του πάρκου Angkor και της ουδέτερης ζώνης καθώς επίσης και των διοικητικών οδηγιών τους.

Το έγγραφο στη συνέχεια παρουσίασε τις απόψεις της ΟΥΝΕΣΚΟ σχετικά με τον πολιτισμό. Θεωρεί ότι η βιώσιμη ανάπτυξη και η εξόντωση της φτώχειας συνδέονται στενά με την αυτοεκπλήρωση και τη μεγαλύτερη έμφαση στον πολιτισμό. Κατά συνέπεια, κατά την άποψη της ΟΥΝΕΣΚΟ, ο τουρισμός, εάν κατανοείται σωστά, μπορεί να είναι ένα τεράστιο μέσο ανάπτυξης και ένα αποτελεσματικό μέσο διάσωσης της πολιτιστικής ποικιλομορφίας του πλανήτη μας. Σε αυτό το πλαίσιο, τα ακόλουθα επιλεγμένα παραδείγματα της δράσης της ΟΥΝΕΣΚΟ μπορούν να αντιληφθούν ως συμβολή στον αρμονικό συνδυασμό της οικονομικής ανάπτυξης και της προστασίας της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς:

- Το πρόγραμμα της ΟΥΝΕΣΚΟ στον πολιτιστικό τουρισμό για την ειρήνη και την ανάπτυξη, η οποία περιλαμβάνει την καθιέρωση ενός πανεπιστημιακού δικτύου που θα προσφέρει την κατάρτιση σε ανθρώπους που στο μέλλον θα λαμβάνουν αποφάσεις στις αρχές του βιώσιμου πολιτιστικού τουρισμού

- Ένα πρόγραμμα για την ολοκληρωμένη ανάπτυξη και την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς από τις τοπικές κοινότητες στην Ασία και τον Ειρηνικό
- Ένα πρόγραμμα για την ενίσχυση της κληρονομιάς σχετική με την ιστορική μνήμη, όπως το πρόγραμμα Slave Route
- Η οργάνωση και η συμμετοχή στα σεμινάρια σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, και οι δημοσιεύσεις με θέμα " πολιτισμός, τουρισμός, και ανάπτυξη."

Το έγγραφο πρότεινε τέσσερις αρχές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως κατευθυντήριες οδηγίες για να επιτύχουν το στόχο της οικονομικής ανάπτυξης και της προστασίας της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς. Η πρώτη αρχή είναι ότι η πολιτική του πολιτιστικού τουρισμού πρέπει να συνδεθεί στενά με τη δράση της προστασίας της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς και να ενισχυθεί η τουριστική αξία εκείνης της κληρονομιάς έτσι ώστε οι τοπικοί πληθυσμοί να μπορούν να απολαύσουν όχι μόνο το οικονομικό εκμεταλλεύσιμο υποπροϊόν αλλά και τα σχετικά πολιτιστικά και κοινωνικά πλεονεκτήματα.

Η δεύτερη αρχή είναι ότι πρέπει να δοθεί προτεραιότητα για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς. Πρέπει να υπάρξει αυστηρή εφαρμογή των αρχών που ενσωματώνονται στη Συνθήκη του 1992 για την προστασία της παγκόσμιας πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς, στη Συνθήκη του 1970 σχετικά με τα μέσα απαγόρευσης και προληπτικής δράσης της εισαγωγής και εξαγωγής προϊόντων, και τη μεταφορά της ιδιοκτησίας της πολιτιστικής περιουσίας και στη Συνθήκη του 1954 για την προστασία της πολιτιστικής ιδιοκτησίας σε περίπτωση ένοπλης σύγκρουσης, σε συνδυασμό με τα άλλα διεθνή όργανα που υιοθετούνται υπό την αιγίδα της ΟΥΝΕΣΚΟ. Το διεθνές πολιτιστικό σύνταγμα τουρισμού που υιοθετήθηκε από την ICOMOS και ο παγκόσμιος κώδικας της ηθικής για τον τουρισμό καταρτίζεται από τον ΠΟΤ αποτελώντας επίσης τις χρήσιμες αναφορές για τις υψηλής ποιότητας πολιτικές τουρισμού.

Η τρίτη αρχή είναι να ενισχυθεί η συνεργασία μεταξύ των συνεργατών δημόσιου και ιδιωτικού τομέα. Οι στόχοι μιας τέτοιας συνεργασίας πρέπει να είναι να μεταφερθούν οι υψηλής ποιότητας δεξιότητες στην τεχνολογία και η κατάρτιση στον τομέα του τουρισμού και να εξασφαλιστεί ότι οι τοπικές κοινότητες που ζουν στην περιοχή που περιβάλλει τις περιοχές που αποκομίζουν το μεγαλύτερο όφελος από την εκμετάλλευση των υποπροϊόντων του τουρισμού είναι υπό μορφή επιχειρησιακής δημιουργίας και εισοδηματικής παραγωγής.

Η τέταρτη αρχή είναι η υποχρέωση της αστικής κοινωνίας στις χώρες προορισμού τουριστών στον πολιτιστικό τουρισμό ως πολιτική. Πρέπει να ενθαρρυνθούν τα προγράμματα για να βελτιωθεί η πληροφόρηση του πολιτιστικού τουρισμού ειδικά μεταξύ των νέων.

Το έγγραφο ολοκληρώνεται με την υποστήριξη κοινής διεθνής δράσης στα ζητήματα "τουρισμού, πολιτισμού και ανάπτυξης", ειδικότερα στην Καμπότζη. Υποχρέωσε τους πολίτες και τους ταξιδιώτες να κινηθούν βαθμιαία από μια παθητική στάση σεβασμού της κληρονομιάς προς μια ενεργό προσέγγιση.

4) Εργασίες του Η.Ε. κ. Veng Seryvuth, Υπουργού του τουρισμού του RGC, της Κας Chau Sun Kerya, διευθύντρια στο πολιτιστικό τμήμα ανάπτυξης του Angkor της αρχής APSARA και του κ. Pich Keo, αναπληρωτή Γενικού Διευθυντή του Υπουργείου πολιτισμού και καλών τεχνών.

Ο κ. Veng εισήγαγε το θέμα με τη δήλωση ότι η Καμπότζη έχει μια πλούσια πολιτιστική κληρονομιά που αποτελείται από 1.080 αρχαίους ναούς που βρίσκονται σε 14 επαρχίες σε όλη τη χώρα. Οι ναοί Angkor Wat έχουν παράσχει την πολιτιστική και πνευματική έμπνευση στους ανθρώπους της Καμπότζης για πάνω από 1.000 έτη και εκείνοι έχουν τώρα την ευκαιρία να μοιραστούν αυτήν την εμπειρία με τον κόσμο μέσω του τουρισμού. Εντούτοις, η ανάπτυξη του τουρισμού πρέπει να είναι βιώσιμη στους οικολογικούς, πολιτιστικούς, κοινωνικούς, και οικονομικούς όρους. Διάφορες πολιτικές παρατηρούνται από το RGC στην εφαρμογή του βιώσιμου τουρισμού. Κατ' αρχήν, ο τουρισμός πρέπει να ωφελήσει τους ντόπιους. Επομένως, οι ντόπιοι πρέπει να συμμετέχουν πλήρως στη διατύπωση των πολιτικών του τουρισμού. Δεύτερον, οι αρχαιολογικές και ιστορικές περιοχές πρέπει να συντηρηθούν και να ερμηνευθούν κατάλληλα, ώστε η χρήση τους από τους τουρίστες να είναι ρυθμισμένη σωστά, έτσι ώστε να μην υποβιβάζονται από τον τουρισμό. Τρίτον, μέσω των τεχνικών μάρκετινγκ, η Καμπότζη είναι σε θέση να προσελκύσει τους τύπους τουριστών οι οποίοι θα σεβαστούν την πολιτιστική κληρονομιά και τις παραδόσεις της Καμπότζης. Τέταρτον, οι ντόπιοι θα εκπαιδεύονται πάνω στον τουρισμό, τις έννοιες και τα οφέλη του, και για το πώς μπορούν να συμμετέχουν σ'αυτόν.

Το έγγραφο περιγράφει έπειτα τα μέτρα που λαμβάνονται από το RGC για την εξασφάλιση ότι το Angkor Wat παραμένει ως στυλοβάτης της βιομηχανίας τουρισμού της Καμπότζης. Μετά από τις συμφωνίες ειρήνης του Παρισιού το 1991 που προετοίμασαν το έδαφος για ειρήνη και δημοκρατία στην Καμπότζη, το RGC δέχτηκε τη παγκόσμια συνθήκη κληρονομιάς η οποία περιλαμβάνει το διεθνές δίκαιο που έχει σκοπό να προστατεύσει, να συντηρήσει, και να παρουσιάσει την παγκόσμια σημαντική φυσική και πολιτιστική κληρονομιά. Αυτό οδήγησε την κατάταξη του Angkor Wat σε λίστα, στην παγκόσμια λίστα κληρονομιάς το 1992. Κατόπιν, το RGC καθιέρωσε την αρχή για την προστασία της περιοχής και της ανάπτυξης της περιοχής του Angkor (APSARA) το 1994. Η αρχή APSARA βρήκε λύση στο περιβαλλοντικό διοικητικό σχέδιο για το Angkor (ZEMP) για να εξασφαλίσει την προστασία και τη συντήρηση της περιοχής και τη βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής Siem Reap και της κοινότητας. Ένα κύριο πρόγραμμα του 1994 για την ενσωματωμένη ανάπτυξη του Siem Reap και του Angkor προετοιμάστηκε επίσης από την ιαπωνική αντιπροσωπεία διεθνούς συνεργασίας (JICA).

Η τρέχουσα διαχείριση του Angkor περιλαμβάνει την εργασία συντήρησης περιοχών, την συμμετοχή της τοπικής κοινότητας και την προστασία των μνημείων. Η εργασία διατήρησης περιοχών είναι ένα από τα βασικά βήματα προς τη συντήρηση. Η εκτενής εργασία συντήρησης και αποκατάστασης έχει εκτελεσθεί σε διάφορους τόπους των συγκροτημάτων των ναών του Angkor. Κάθε μνημείο απαιτεί μια ειδικά σχεδιασμένη

προσέγγιση που να ταιριάζει στην ιδιαίτερη ιστορία και γεωγραφία του και στην κατάσταση συντήρησής του. Οι περιβαλλοντικές εκτιμήσεις λαμβάνονται υπόψη και η απαραίτητη αρχαιολογική έρευνα αναλαμβάνεται. Για να προστατεύσουν την περιοχή του Angkor από την κλοπή και τη λεηλασία των αντικειμένων τέχνης, οι ντόπιοι που περιβάλλουν την περιοχή έχουν συμμετάσχει στην προστασία των μνημείων. Τα μνημεία προστατεύονται επίσης από τη φυσική επιδείνωση και την αποσύνθεση.

Το έγγραφο παρουσιάστηκε από την αρχή APSARA και παρουσίασε την πολιτική τουρισμού της για το Angkor. Για την περιοχή του Siem Reap, ο τουρισμός θα χαρακτηρίσει τις πολιτιστικές περιοχές του Angkor, τα αρχαία χωριά, την ιδιωματική αρχιτεκτονική, και τον οικολογικό τουρισμό που τον χαρακτηρίζει η λίμνη Greak ή το Tonle Sap. Η αρχή APSARA έχει υιοθετήσει τις πολιτικές των διάφορων διεθνών οργανισμών σχετικά με το βιώσιμο πολιτιστικό τουρισμό όπως η αναγνώριση των οικονομικών λειτουργιών του τουρισμού αλλά εκθέτοντας τους κινδύνους που υπάρχει στον συνωστισμό, η στήριξη των δραστηριοτήτων αποκατάστασης και ανάπτυξης που σέβονται και ενισχύουν την αυθεντικότητα των μνημείων και των περιοχών και η στήριξη των προσπαθειών ανάπτυξης που προωθούν τον κοινωνικό ρόλο της κληρονομιάς. Επιπλέον, έχει εγκρίνει τα μέτρα για να ελέγχεται η εισροή τουριστών με τη σύσταση διαδρομών περιοδείας που πρέπει να ακολουθηθούν κατά τη διάρκεια των υψηλών περιόδων, την εκπαίδευση των κοινοτήτων που περιβάλλουν την ιστορική περιοχή, συμπεριλαμβάνοντας τα πάρκα των κοινοτήτων στην διαδικασία ανάπτυξης του τουρισμού με τη δημιουργία σχετικών με τον τουρισμό εργασιών, εκπαιδευμένο προσωπικό πάνω στον τουρισμό με μια έντονη συνειδητοποίηση της κληρονομιάς, βελτίωση της πληροφόρησης των επαγγελματιών στον τουρισμό καθώς επίσης και των πελατών τους σχετικά με την εθνική προστασία κληρονομιάς, οργάνωση εγκαταστάσεων ποιοτικών τουριστικών πληροφοριών και σχεδιασμός συνεχών δρομολογίων με μεταφορικά μέσα που ελέγχουν την ροή επισκεπτών.

Το έγγραφο που παρουσιάστηκε από το Υπουργείο πολιτισμού και καλών τεχνών μοιράστηκε την εμπειρία του RGC σχετικά με την κλοπή και την παράνομη εξαγωγή χειροποίητων αντικειμένων από το Angkor, το βανδαλισμό, τις μυστικές ανασκαφές, και τη λεηλασία, κυρίως λόγω της πολιτικής αστάθειας στη χώρα τα τελευταία 30 χρόνια. Οι ανεκτίμητες αρχαιότητες έχουν σταλεί στους συλλέκτες στην Ταϊλάνδη και στις χώρες του δυτικού κόσμου. Σε τοπικό επίπεδο, το Υπουργείο έχει λάβει μέτρα για να εξασφαλίσει ότι οι ισχύοντες κανονισμοί για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς εφαρμόζονται κατά το μεγαλύτερο μέρος και ότι οι κυρώσεις λαμβάνονται ενάντια στους παραβάτες με την πλήρη δύναμη του νόμου. Σε διεθνές επίπεδο, το Υπουργείο επιθυμεί να λάβει τη συνεργασία όλων των χωρών, των οργανώσεων, και των ιδρυμάτων στη συντήρηση και την αποκατάσταση των ναών. Οι κυβερνήσεις που έχουν στην κατοχή τους αρχαιολογικά κομμάτια από την Καμπότζη από λαθρεμπόρια παρακαλούνται να τα επιστρέψουν στο RGC το συντομότερο δυνατόν. Το διεθνές Συμβούλιο των μουσείων (ICOM) σε συνεργασία με το Ecole Francaise d'Extreme Orient (EFEO) έχει δημοσιεύσει έναν κατάλογο "100 αγνοουμένων αντικειμένων στο Angkor". Από αυτόν τον κατάλογο, πέντε κομμάτια έχουν βρεθεί και έχουν επιστραφεί στην Καμπότζη. Η κυβέρνηση της Ταϊλάνδης έχει επιστρέψει επίσης 122 χειροποίητα αντικείμενα που περάστηκαν λαθραία από την Καμπότζη.

Το πρόγραμμα του Υπουργείου πρόκειται να καθαρίσει και να προστατεύσει όλους τους ναούς στην περιοχή του Angkor και να συνεχίσει να κάνει επιστημονικές απογραφές των χειροποίητων αντικειμένων στα διάφορα μουσεία και σε όλα τα μνημεία.

5) Εργασία του κ. Eugenio Yunis - Επικεφαλής του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, στη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού
"Πολιτιστική Κληρονομιά, Τουρισμός, και Βιώσιμη Ανάπτυξη"

Κύριος σκοπός του εγγράφου είναι να εξεταστούν οι παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη για να εξασφαλίσουν ότι η ανάπτυξη και η διαχείριση του τουρισμού επί των τόπων πολιτιστικής κληρονομιάς είναι βιώσιμες από οικονομική, περιβαλλοντική, και κοινωνικοπολιτιστική άποψη. Προϋποθέτει το γεγονός ότι ο τουρισμός και η πολιτιστική κληρονομιά μπορούν να καθιερώσουν μια αμοιβαία βιώσιμη και ευεργετική σχέση. Μια τέτοια σχέση είναι μοναδική, δεδομένου ότι η συντήρηση των περιοχών, των κτηρίων, και των αντικειμένων πολιτιστικής κληρονομιάς βρίσκει την πλήρη αιτιολόγησή της, καθώς επίσης και ένα σημαντικό μέρος των οικονομικών πόρων που απαιτούνται, να καταστήσει διαθέσιμες εκείνες τις περιοχές στους ανθρώπους μέσω του τουρισμού.
Παρά την αυξανόμενη πίεση από ένα μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού που θέλει να ταξιδέψει, να βιώσει και να μάθει για τους ξένους πολιτισμούς και να επισκεφτεί την κληρονομιά τους, είναι απαραίτητο:

- Να ενισχυθούν οι προσπάθειες συντήρησης επί των τόπων πολιτιστικής κληρονομιάς ώστε να είναι δυνατόν να τους επισκεφτούν μεγάλοι αριθμοί τουριστών,
- Να καθιερωθούν καλύτεροι κανονισμοί για την επίσκεψη των υπαρχουσών περιοχών πολιτιστικής κληρονομιάς και να επιβληθούν αυστηρά, και
- Να προσδιοριστούν νέα πολιτιστικά θέλγητρα κληρονομιάς και να αναπτυχθούν ώστε να είναι επισκέψιμα, έτσι ώστε η ζήτηση να μπορεί να εξαπλωθεί καλύτερα, κατά συνέπεια θα μειωθεί η πίεση στις υπάρχουσες περιοχές.

Οι ερωτήσεις κλειδιά που πρέπει να εξεταστούν στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού είναι πώς θα καθιερωθεί η σωστή ισορροπία μεταξύ των αναγκών, των ενδιαφερόντων, και των εγκαταστάσεων που απαιτούνται για τους τουρίστες και τους στόχους συντήρησης και πώς θα καταστήσουν συμβατούς και τους δύο στόχους χωρίς να επηρεάσουν τη φυσική δομή της περιοχής και τη συμβολική ή πνευματική αξία της για την τοπική κοινότητα.

Το έγγραφο πρότεινε δεκατέσσερις (14) όρους για μια αμοιβαία ευεργετική σχέση μεταξύ του τουρισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς:

- Κατανόηση από τον τομέα του τουρισμού της ολιστικής φύσης του πολιτισμού
- Κατανόηση, από τους ειδικούς πολιτιστικής κληρονομιάς και τους επαγγελματίες συντήρησης γενικά, της σπουδαιότητας του τουρισμού και των αναγκών και των νόμιμων επιθυμιών του τουρίστα

- Περιλαμβάνοντας την τοπική κοινότητα στον καθορισμό μιας πολιτικής τουρισμού και στη διαδικασία λήψης αποφάσεων σχετικά με τον τουρισμό κληρονομιάς
- Προετοιμασία ενός κύριου προγράμματος τουρισμού ή ενός διοικητικού σχεδίου περιοχών για το αντικείμενο κληρονομιάς
- Προσδιορισμός των περιορισμών ικανότητας επί των τόπων και οργάνωση μιας μέγιστης ικανότητας
- Ανταπόκριση στις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πολιτιστικών ταξιδιωτών και άλλων κατηγοριών επισκεπτών
- Ερμηνεία των περιοχών κληρονομιάς για τους τουρίστες, έτσι ώστε να φεύγουν από το μέρος με μια πραγματική κατανόηση της πολιτιστικής αξίας του
- Διαχείριση των τουριστών επί των τόπων κληρονομιάς προκειμένου να αποφευχθούν οι πιθανές ζημίες και να ενισχυθεί η εμπειρία των τουριστών
- Οργάνωση μιας εμπορικής στρατηγικής και μιας πολιτικής τιμολόγησης για τον τουρισμό επί των τόπων κληρονομιάς
- Καθιέρωση των κατάλληλων μηχανισμών για την εξασφάλιση ότι ένα σημαντικό ποσοστό των αποδοχών από τον τουρισμό επανέρχεται στους σκοπούς συντήρησης
- Έλεγχος των επιδράσεων του τουρισμού στην περιοχή για να χρησιμεύσουν ως έγκαιρες προειδοποιήσεις σημαντικών προβλημάτων
- Εισαγωγή των διορθωτικών μέτρων όποτε και οπουδήποτε χρειαστούν

6) Εργασία της κας Laila Bassiouny – υφυπουργός, Υπουργείο τουρισμού, Αίγυπτος " Αντίκτυπος του τουρισμού για τη συντήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς - ιστορικές πόλεις"

Η εικόνα της Αιγύπτου εστιάζεται στους περισσότερους ανθρώπους στο φαραωνικό πολιτισμό. Η Αίγυπτος θεωρείται το μέγιστο υπαίθριο μουσείο του κόσμου, γεμάτο με επιβλητικά μνημεία των αρχαίων πολιτισμών. Το Luxor θεωρείται το κυρίως μέρος των εκθέσεων αυτού του μουσείου. Βρίσκεται 670 χλμ. νότια του Καΐρου, το Luxor έχει διάφορα μνημεία που οι επισκέπτες πρέπει να δουν στην Αίγυπτο. Μεταξύ αυτών είναι ο ναός Luxor, ο ναός Karnak οι τάφοι των βασιλιάδων και των βασιλισσών, οι αναμνηστικοί ναοί και οι τάφοι των Nobles.

Μερικές από τις πολιτικές και τις διοικητικές στρατηγικές που υιοθετούνται από την κυβέρνηση για να προστατεύσουν τις εύθραυστες αρχαιολογικές περιοχές στο Luxor είναι να αυξηθεί η αμοιβή εισόδων για να περιοριστεί ο αριθμός επισκεπτών ανά ημέρα σε έναν ορισμένο αριθμό, π.χ., για τον τάφο του NEFARTARI, σύζυγος του RAMSES II, που θα ανοιχτεί πάλι το Νοέμβριο μετά από την αποκατάσταση, οι επισκέπτες θα περιοριστούν μόνο σε 200 άτομα ανά ημέρα, με κάθε ομάδα να μένει μόνο 10 λεπτά. Η αμοιβή εισόδων θα είναι 100 L.E. ή δέκα φορές τις αμοιβές για την επίσκεψη στην περιοχή των πυραμίδων.

Άλλες πολιτικές είναι να βελτιωθούν τα επίπεδα ξενάγησης και υπηρεσιών από το ξενοδοχείο και το προσωπικό περιοδειών μέσω ενός σημαντικού αναπτυξιακού προγράμματος ανθρώπινου δυναμικού. Η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος είναι επίσης ύψιστης σημασίας. Η αυξημένη χρήση του ποταμού Νείλου μέσω του τουρισμού με κρουαζιέρες καθώς επίσης και ο αριθμός πλωτών ξενοδοχείων (αυτήν την περίοδο υπάρχουν 200) ασκούν ορισμένες επιδράσεις που πρέπει να μετριαστούν. Η ανάπτυξη και η αναβάθμιση της υποδομής των υπαρχουσών αποβάθρων για την αποφυγή συνωστισμού και η κατασκευή των εγκαταστάσεων για την επισκευή, συντήρηση, και χτίσιμο πλωτών ξενοδοχείων είναι μερικά από αυτά τα μέτρα που πρέπει να μετριαστούν.

Για να λυθεί το πρόβλημα εποχικότητας, τα εκλεκτά γεγονότα και τα φεστιβάλ για τους τουρίστες προγραμματίζονται κατά τη διάρκεια των μηνών εκτός εποχής. Μια άλλη τεχνική διαχείρισης για να ελαχιστοποιηθεί ο συνωστισμός στο Luxor είναι να ενθαρρυνθούν οι tour operators για να διευθετήσουν σημαντικά προγράμματα που καλύπτουν άλλες περιοχές έξω από το Luxor. Αυτές οι περιοχές κοινοποιούνται εντατικά έτσι ώστε να είναι και εκείνες γνωστές διεθνώς, όπως το Luxor.

7) Εργασία του κ. P.P Hettiarachchi – Διευθυντής, Σχέσεις Κοινότητας και βιομηχανίας, πίνακας τουριστών της Κεϋλάνης, Σρι Λάνκα
" Επιδράσεις του τουρισμού στην πολιτιστική κληρονομιά στη Σρι Λάνκα - μια περιπτωσιολογική μελέτη"

Η Σρι Λάνκα είναι ένα νησί στον Ινδικό Ωκεανό που ευλογείται με μια σειρά φυσικού και σχηματισμένου θεάματος που περιλαμβάνει επτά περιοχές παγκόσμιας κληρονομιάς και έναν μεγάλο αριθμό προϊστορικών περιοχών διεσπαρμένο σε πολλά μέρη της χώρας. Έχει μια καταγραμμένη ιστορία 2500 ετών που κρατά από τον 6ο αιώνα π.Χ.. Τα υπολείμματα αυτής της ιστορίας μπορούν ακόμα να τα δουν σε πολλά μέρη της χώρας, ιδιαίτερα στις τρεις αρχαίες πόλεις. Αυτό είναι γνωστό ως πολιτιστικό τρίγωνο.

Η Σρι Λάνκα προώθησε ένα σημαντικό έργο συντήρησης κληρονομιάς το 1981 στο πλαίσιο του προγράμματος ανάπτυξης του πολιτιστικού τρίγωνου με την τεχνική και χρηματοδοτική συνδρομή από την ΟΥΝΕΣΚΟ. Ο αρχικός λόγος που προέτρεψε τους χορηγούς να αναλάβουν ένα πρόγραμμα αυτού του μεγέθους ήταν η γρήγορη ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού στη Σρι Λάνκα στο τελευταίο μέρος της δεκαετίας του '70 και ο αυξανόμενος όγκος των ξένων τουριστών που επισκέπτονται τις περιοχές του πολιτιστικού τρίγωνου που βρίσκονται στο Anuradhapura, Polonnaruwa, Sigiriya, Dambulla, και Kandy.

Μία θετική επίδραση του τουρισμού στην πολιτιστική κληρονομιά είναι η χρήση των εισοδημάτων που συλλέγονται από τις αμοιβές εισόδων στις περιοχές κληρονομιάς για να συντηρήσουν αυτές τις περιοχές και άλλες αρχαιολογικές περιοχές επίσης. Κατά συνέπεια, η ανάπτυξη του τουρισμού είναι ο σημαντικότερος συντελεστικός παράγοντας για τα προγράμματα συντήρησης της κληρονομιάς που αναλαμβάνονται από τη Σρι Λάνκα.

Ο τουρισμός έχει γίνει επίσης νέος προστάτης των τεχνών στη Σρι Λάνκα. Οι τουρίστες έχουν γίνει οι νέοι καταναλωτές των βιοτεχνιών και του εγχώριου χορού και της μουσικής. Κατά συνέπεια, η συνθήκη διαβίωσης των παραδοσιακών γλυπτών, οι υφάντριες, οι τροχιστές ξύλου, και οι χορευτές έχουν γίνει καλύτεροι. Οι τουρίστες στη Σρι Λάνκα ξοδεύουν το 10% των δαπανών του καθημερινού μέσου όρου US$60 στην αγορά αναμνηστικών.

Μεταξύ των αρνητικών επιδράσεων των τουριστών επί των θρησκευτικών περιοχών και των ιστορικών τόπων είναι η αρκετά μεγάλη επισκεψιμότητα και συμφόρηση, τα απορρίμματα, ο βανδαλισμός και οι διαταραχές στους τόπους λατρείας.

Για να αποφευχθούν αυτές οι αρνητικές επιδράσεις, τα προγράμματα συνειδητοποίησης της κοινότητας διευθύνονται από τον πίνακα τουριστών της Κεϋλάνης. Ο τουρισμός ως θέμα συμπεριλαμβάνεται στο σχολικό πρόγραμμα σπουδών και διεξάγονται σεμινάρια και παρουσιάσεις για τους δασκάλους και τους μαθητές. Οι ανώτεροι υπάλληλοι επιβολής νόμου από την αστυνομία και η εθνική οργάνωση τουριστών συμπεριλαμβάνονται στα προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης. Τα άρθρα σχετικά με τον τουρισμό είναι τυπωμένα στις εφημερίδες και οι εβδομαδιαίες ραδιοφωνικές μεταδόσεις γίνονται για να φθάσουν στους ανθρώπους στις παραδοσιακές και ευρέως-διασκορπισμένες περιοχές. Τα τηλεοπτικά προγράμματα για την πολιτιστική κληρονομιά και οι κοινωνικές αξίες τακτοποιούνται επίσης. Επιπλέον, ένα φυλλάδιο που τιτλοφορείται "Σρι Λάνκα, ένας τρόπος ζωής" είναι τυπωμένο και διανεμημένο μεταξύ των τουριστών μέσω των εξόδων πληροφοριών, των ξενοδοχείων, και των ξεναγών προκειμένου να ενημερωθούν για τα τοπικά έθιμα, τους κώδικες ένδυσης, την αποδεκτή κοινωνική συμπεριφορά, και τη σωστή συμπεριφορά στις θρησκευτικές περιοχές.

8) Εργασία του Δρ Nasrollah Mostofi - αναπληρωτής Υπουργός υποθέσεων έρευνας και κατάρτισης, Περιοδεία στο Ιράν και Οργανισμός Τουρισμού
"Ιράν, ο σημαντικότερος προορισμός για τους πολιτιστικούς τουρίστες"

Το Ιράν είναι μια από τις πιο στρατηγικά τοποθετημένες χώρες στον κόσμο. Καταλαμβάνει ολόκληρη την ανατολική ακτή του Περσικού Κόλπου, 2.440 χλμ, που συνορεύει με έξι κράτη του Κόλπου πλούσια σε πετρέλαιο. Συνορεύει επίσης με το Πακιστάν, Αφγανιστάν, Τουρκμενιστάν, Αζερμπαϊτζάν, Αρμενία, Τουρκία και Ιράκ.

Η χώρα έχει ένα πολύ ζωηρόχρωμο και διαφοροποιημένο τοπίο, που κυμαίνεται από το υψηλό οροπέδιο ως τις σειρές των βουνών και ως τις πεδιάδες που οριοθετούν τον Περσικό Κόλπο και την Κασπία θάλασσα. Υπάρχουν δύο μεγάλες οροσειρές, η Alborz στο Βορρά και η Zagross στο νότο. Τα δύο τρίτα της χώρας είναι έρημος και έχει μόνο έναν πλεύσιμο ποταμό. Η μεγαλύτερη λίμνη της είναι σχεδόν τόσο αλμυρή όσο η νεκρή θάλασσα.

Τα πολιτιστικά θέλγητρα του Ιράν περιλαμβάνουν την περσική τέχνη και αρχιτεκτονική που απεικονίζει μια πολιτιστική παράδοση 5.000 ετών που διαμορφώνεται από τους διαφορετικούς πολιτισμούς που έχουν ακμάσει στο απέραντο ιρανικό οροπέδιο. Το περσικό σχέδιο έχει δώσει έμφαση στις διακοσμητικές μορφές παρά την ανθρώπινη μορφή. Αυτά τα σχέδια είναι και γεωμετρικά και έχουν σχέση με τα άνθη και τα πολύ όμοια μοτίβα εμφανίζονται στις εργασίες που έχουν παραχθεί εκατοντάδες χρόνια χωριστά. Αυτή η συνοχή των μορφών, που εκτελείται σε τέτοια μέσα όπως την πέτρα, το ασβεστοκονίαμα, το τούβλο, τα κεραμίδια, την αγγειοπλαστική, και τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, είναι το χαρακτηριστικό της περσικής τέχνης που τη διαφοροποιεί περισσότερο. Η καλλιγραφία, το χειρόγραφο διακόσμησης, η ζωγραφική μικρής κλίμακας, η κεραμική, τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, οι τάπητες, και τα προϊόντα μεταλλοτεχνίας, όλα επιτυγχάνουν μεγάλη διάκριση στην ισλαμική τέχνη του Ιράν.

Από την άποψη της αρχιτεκτονικής, ένας διακριτικός τύπος μουσουλμανικών τεμενών έχει αναπτυχθεί. Υιοθετημένο από την αρχιτεκτονική Sassanian, το βασικό σχέδιο του ιρανικού μουσουλμανικού τεμένους είναι μία τετραγωνική αίθουσα που στην κορυφή της βρίσκεται ένας τρούλος, το mihrab ή minaret, που εμφανίζεται συνήθως στο κέντρο του οπίσθιου τοίχου του θαλάμου. Αυτή η αίθουσα βρέθηκε στον άξονα της δομής, από τη μία πλευρά ενός ανοικτού δικαστηρίου.

Οι περσικοί κήποι είναι επίσης μια πολιτιστική έλξη. Ο αρχέτυπος κήπος, Paradise, αντλεί το όνομά του και το συμβολισμό του από τον παλαιό περσικό, Pardeiza, που σημαίνει μια εσωκλειόμενη περιοχή. Η έννοια ενός εσωκλειόμενου κήπου επηρεάστηκε εν μέρει από το κλίμα του Ιράν με το ισχυρό φως του, το έντονο ύψος του, και την έλλειψη μόνιμων ποταμών της και εν μέρει από τον πολιτισμό των Ιρανών των οποίων οι αντινομιακές τάσεις τους χώρισαν από την δεσπόζουσα τάση του Ισλάμ και τους έδωσε μια έννοια ενός γήινου παραδείσου καθώς επίσης και θεϊκού, στον οποίο ο κήπος εκπληρώνει διάφορους ρόλους: ως μέρος πνευματικής διασκέδασης, ως χώρος συνάντησης για τους φίλους και ως επίσημο συμπλήρωμα στο σπίτι ή το ανάκτορο που περιέβαλε.

9) Εργασία του κ. Kim Jean-Sae - διευθυντής, εθνική οργάνωση τουρισμού της Κορέας Δημοκρατία της Κορέας
"Πολιτικές και κατευθυντήριες οδηγίες για την πολιτιστική ανάπτυξη του τουρισμού στην Κορέα"

Τα πολιτιστικά προϊόντα του τουρισμού της Κορέας χωρίζονται σε τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς, τουρισμό λαϊκής τέχνης, ιστορικό/εκπαιδευτικό τουρισμό, και σε τουρισμό που επιτρέπει στους επισκέπτες να δοκιμάσουν την παραδοσιακή ζωή. Μερικά παραδείγματα αυτών είναι οι διαλογικές δραστηριότητες όπως η κατασκευή κεραμικών και χειροτεχνιών, η προετοιμασία του kimchi, η εκμάθηση παραδοσιακών και στρατιωτικών τεχνών, και η βίωση παραδοσιακών αγορών. Στοιχεία από το Υπουργείο πολιτισμού και τουρισμού και του εθνικού οργανισμού τουρισμού της Κορέας δείχνουν

ότι από 2 εκατομμύρια ξένους τουρίστες το 1998, το 49,4% ή 980.000 συμμετείχαν σε πολιτιστικές δραστηριότητες του τουρισμού.

Μεταξύ των στρατηγικών για την προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού είναι να αυξηθεί ο προϋπολογισμός για τον πολιτισμό μέσω της αύξησης των εισπράξεων φόρων και τις ρυθμίσεις του φορολογικού ποσοστού.

Από την άποψη της ανάπτυξης του πολιτιστικού προϊόντος, είναι σημαντικό ότι προγραμματίζονται περιοδείες, έτσι ώστε το πολιτιστικό προϊόν να έχει μία δυναμική και όχι μια στατική επίδραση. Τα θέματα που είναι βασισμένα στις περιοχές μπορούν να εισαχθούν και τα ιδιωτικά γραφεία ταξιδιών μπορούν να σχεδιάζουν εξειδικευμένα υλικά διαφήμισης και προώθησης. Δεδομένου ότι η ερμηνεία είναι πολύ σημαντική στον πολιτιστικό τουρισμό, οι αρμόδιοι ξεναγοί πρέπει να είναι εκπαιδευμένοι για να ερμηνεύσουν τον πολιτισμό. Αυτοί οι ξεναγοί πρέπει να είναι πιστοποιημένοι μέσω ενός "πολιτιστικού συστήματος προσόντων τουρισμού".

Η συμμετοχή των μη κυβερνητικών οργανώσεων και των ομάδων πολιτών πρέπει να ενισχυθεί. Αυτές οι ομάδες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να ελέγξουν τις επιδράσεις του τουρισμού στη σχηματισμένη κληρονομιά και για να προσφέρουν εθελοντικά τις υπηρεσίες τους ως επαγγελματίες στους διάφορους τομείς. Οι ντόπιοι πρέπει επίσης να συμμετέχουν στην ανάπτυξη και την προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού για να ανυψώσουν την υπερηφάνειά τους για την κοινότητά τους.

10) Εργασία του κ. Shao Qiwei - υποδιοικητής, λαϊκή κυβέρνηση της επαρχίας Yunnan,
Λαϊκή Δημοκρατία της Κίνας
"Πολιτικές και κατευθυντήριες οδηγίες για τον επιτυχή πολιτιστικό τουρισμό"

Το Yunnan βρίσκεται στα νοτιοδυτικά σύνορα της Κίνας. Βρίσκεται στη μέση των απλωτών του ποταμού Lancang-Mekong, το Yunnan συνορεύει με το Βιετνάμ, το Λάος, και το Myanmar. Επομένως, το Yunnan είναι σημαντική πύλη της Κίνας που οδηγεί στις νοτιοανατολικές και νότιες χώρες της Ασίας.
Το Yunnan έχει όμορφα γραφικά θεάματα συμπεριλαμβανομένου του μεγαλύτερου φυσικού δάσους πετρών στον κόσμο με το μέγιστο αριθμό κορυφών από ασβεστόλιθους που παρουσιάζουν παράξενες μορφές και των τριών σημαντικών συστημάτων ποταμών των Lancang, Nujiang, και Jinsha που ρέουν παραπλεύρως για να διαμορφώσουν το πιο θεαματικό γεωγραφικό θαύμα του κόσμου. Το Yunnan είναι επίσης το βασίλειο αναρίθμητων ειδών χλωρίδας και πανίδας. Σε αυτό το κομμάτι του εδάφους ζουν, 26 εθνικές ομάδες, κάθε μια με τη μοναδική της ιστορία και πολιτισμό.

Η κυβέρνηση της επαρχίας Yunnan έχει διαδραματίσει έναν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη και την προώθηση του τουρισμού και τη μετατροπή του σε μια από τις βιομηχανίες στυλοβατών του Yunnan. Ο τουρισμός έχει σχηματιστεί στο γενικό πρόγραμμα οικονομικής ανάπτυξης για την επαρχία. Τα όργανα στα επαρχιακά και

νομαρχιακά επίπεδα έχουν ενισχυθεί και ιδρύονται διοικητικά όργανα τουρισμού σε δεκαέξι νομαρχιακά διαμερίσματα, δήμους, και νομούς. Επίσης έχουν ληφθεί μέτρα για να επιταχύνουν την κατασκευή της υποδομής όπως οι δρόμοι, σιδηρόδρομοι, αερολιμένες, τηλεπικοινωνίες. Λόγω της βελτιωμένης πρόσβασης, οι περιβαλλόμενες από ξηρά περιοχές, που μέχρι τώρα ήταν δύσκολη η πρόσβαση σ'αυτές, μπόρεσαν τώρα να προσεγγιστούν σε μια πολύ μικρή χρονική περίοδο.

Το Yunnan έχει προστεθεί στον πολιτιστικό τουρισμό λόγω των εθνικοτήτων του που εκθέτουν τους σπάνιους και πολύτιμους θησαυρούς του ανθρώπινου πολιτισμού. Έχει κατασκευαστεί επίσης ένα χωριό εθνικοτήτων του Yunnan και ένα εθνικό μουσείο. Γεγονότα όπως το πρώτο εθνικό φεστιβάλ τεχνών και το τρίτο φεστιβάλ τεχνών της Κίνας έχουν οργανωθεί επίσης για να επιδείξουν τους εθνικούς πολιτισμούς και τις τέχνες. Η επαρχιακή κυβέρνηση έχει λάβει επίσης τα ενεργά μέτρα, όπως τη διάδοση μιας σειράς τοπικών νόμων και κυβερνητικών διαταγμάτων, για να προστατεύσει τους εθνικούς πολιτιστικούς πόρους.

Για να επιταχυνθεί ο ρυθμός ανάπτυξης του τουρισμού και να πλησιάσει τα διεθνή πρότυπα, η κυβέρνηση της επαρχίας Yunnan και ο ΠΟΤ έχουν συνεργαστεί για να συντάξουν ένα κύριο πρόγραμμα τουρισμού του Yunnan για την περίοδο 2001-2020. Αυτό το πρόγραμμα άρχισε στις 24 Ιουλίου 2001 και η εργασία έχει προχωρήσει ομαλά.

11) Εργασία από τον κ. Nelson Paulias, υποδιευθυντής τουρισμού - γραφείο τουρισμού της Νέας Ανατολικής Βρετανίας, της Παπούα Νέας Γουινέας
"Προώθηση των παραδοσιακών πολιτισμών για τον τουρισμό στην επαρχία της Νέας Ανατολικής Βρετανίας, Παπούα Νέα Γουινέα (PNG)

Η Ανατολική Νέα Βρετανία είναι μια από τις δεκαεννέα επαρχίες που αποτελούν την Παπούα Νέα Γουινέα (PNG). Είναι ένας τροπικός παράδεισος νησιών που προσφέρει διαφορετικά και μοναδικά προϊόντα τουρισμού που τροφοδοτούν τις ποικίλες ανάγκες των διαφορετικών τουριστών. Μερικά παραδείγματα αυτών των προϊόντων είναι το φυσικό τροπικό τοπίο με την πράσινη βλάστηση και τους φοίνικες, οι αμμώδεις παραλίες, τα καθαρά και ζεστά ύδατα γεμάτα με χρωματιστά ψάρια, τα κοράλλια σε διαφορετικά μεγέθη και τα λείψανα του Β΄ παγκόσμιου πολέμου, τα έξι ηφαίστεια που πλαισιώνουν το ομορφότερο και βαθύτερο λιμάνι Rabaul Simpson και την πόλη της Rabaul που παρέχουν άριστη τοποθεσία και εγκαταστάσεις για τα σκάφη των κρουαζιέρων.

Από το 1996, η επαρχιακή κυβέρνηση της Ανατολικής Νέας Βρετανίας έχει δώσει κορυφαία προτεραιότητα στην ανάπτυξη και την προώθηση του τουρισμού που οδήγησε στη διατύπωση ενός εταιρικού προγράμματος ανάπτυξης τουρισμού πέντε ετών, το 1999-2003. Αυτό το σχέδιο περιγράφει τις ακόλουθες πολιτιστικές πολιτικές:

- Για να υποστηρίξει τη συντήρηση της σημαντικής πολιτιστικής κληρονομιάς όπως τα τραγούδια, οι χοροί και οι παραδοσιακές τέχνες

- Για να προωθήσουν στην επαρχία, την ανανέωση της τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας και της υπερηφάνειας καθώς επίσης και την πολιτιστική ανταλλαγή μεταξύ των επισκεπτών και των ντόπιων, με συνέπεια τη μεγαλύτερη κατανόηση και σεβασμό ή τουλάχιστον την ανοχή των διαφορετικών πολιτιστικών αξιών, των παραδόσεων, και των προσδοκιών
- Για να προωθήσουν την ανάπτυξη των παραδοσιακών ντόπιων χωριών και των παράκτιων χωριών με το να τους παρέχουν σύγχρονες εγκαταστάσεις και υπηρεσίες έτσι ώστε το βιοτικό επίπεδο των ανθρώπων να μπορεί να βελτιωθεί και οι τουρίστες να μπορούν να μείνουν με τους ντόπιους και να διασκεδάσουν με τα παραδοσιακά πολιτιστικά τραγούδια και τους χορούς καθώς επίσης και τις τοπικές κουζίνες
- Για να εξασφαλίσουν ότι τα δυσμενή κοινωνικοοικονομικά αποτελέσματα στους παραδοσιακούς τοπικούς πολιτισμούς μειώνονται και ότι οι πολιτισμοί ενισχύονται
- Για να προωθήσουν την ανάπτυξη των επαρχιακών θεάτρων που θα ενισχύσουν τους τοπικούς πολιτισμούς και θα διασκεδάσουν και τους τουρίστες και τους ντόπιους
- Για να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη ταινιών, βασισμένες στους παραδοσιακούς πολιτισμούς, για την εκπαίδευση των ανθρώπων πάνω στη σημασία των πολιτισμών και για να διασκεδάσουν οι τουρίστες καθώς και οι ντόπιοι
- Για να τεκμηριώσουν την παραδοσιακή μουσική, τις ιστορίες, τους μύθους και τα μουσικά όργανα, στόχευσαν στο να διατηρήσουν τους τοπικούς πολιτισμούς ζωντανούς προς όφελος των τρεχουσών και μελλοντικών τοπικών γενεών και για την ψυχαγωγία των τουριστών
- Για να ιδρύσουν διάφορα κέντρα ψυχαγωγίας στις επιλεγμένες περιοχές της επαρχίας που θα παράσχουν τόπους συναντήσεως και σύγχρονες εγκαταστάσεις και υπηρεσίες που θα επιτρέπουν στις ομάδες να παρουσιάσουν παραδοσιακούς χορούς, μουσικές συναυλίες, και πολιτιστικά φεστιβάλ από την επαρχία, την περιοχή των νησιών της Νέας Γουινέας, και το PNG καθώς επίσης και πέρα από τον ωκεανό.

Πρέπει να σημειωθεί ότι μια από τις πολιτιστικές στρατηγικές ανάπτυξης είναι να χρησιμοποιηθούν οι πολιτιστικές παραστάσεις ως τρόπος περισσότερης κοινωνικής αλληλεπίδρασης μεταξύ των τουριστών και των ντόπιων. Θεωρείται ότι η πολιτιστική ψυχαγωγία προωθεί την εκμάθηση και την ανταλλαγή ιδεών και εμπειριών μεταξύ των τουριστών και των ντόπιων, διευρύνοντας κατά συνέπεια την κατανόηση, την ανοχή των πολιτιστικών διαφορών, και το σεβασμό του ενός στον άλλο.

12) Εργασία του κ. Zhu Mao-min., αναπληρωτής διευθυντής, επαρχιακή διοίκηση τουρισμού Shandong, Λαϊκή Δημοκρατία της Κίνας (αυτό το έγγραφο διαβάστηκε από τον κ. Yu Fenggui, αναπληρωτής Γενικός Γραμματέας, κυβέρνηση της επαρχίας Shandong)

"Κυριότερα σημεία της Shandong - ένας πολιτιστικός τόπος προορισμού τουριστών στην Κίνα στο 21ο αιώνα"

Η επαρχία Shandong βρίσκεται κατά μήκος της ανατολικής ακτής της Κίνας, στις χαμηλότερες απλωτές του ποταμού Yellow. Με μια μακροχρόνια ιστορία, έναν ακμάζοντα πολιτισμό, ένα θαυμάσιο τοπίο και διάφορες σημαντικές ιστορικές προσωπικότητες, η Shandong είναι πολύ πλούσια σε τουριστικούς πόρους. Μεταξύ των ιστορικών χαρακτήρων από τη Shandong είναι ο Κομφούκιος, ο μεγάλος φιλόσοφος και εκπαιδευτικός, ο Su Wu, ένας από τους διασημότερους στρατιωτικούς στην αρχαία Κίνα που έγραψε "Sun Tsu - η τέχνη του πολέμου", ο σοφός της καλλιγραφίας, Wang Xizhi, ο διάσημος στρατιωτικός Zhuge Liang και οι συγγραφείς Li Qingzhao, Xin Qiji και Pu Songling.

Οι τουριστικοί πόροι της Shandong διανέμονται ευρέως μεταξύ 600 τουριστικών περιοχών συμπεριλαμβανομένων 6 εθνικών, ιστορικών και πολιτιστικών πόλεων και 3 εθνικών τουριστικών περιοχών. Το Qufu, η εγγενής πόλη του Κομφουκίου και ο τόπος γεννήσεως του κομφουκιανισμού, έχει το μεγάλο ναό του Κομφουκίου, το μέγαρο και το δάσος Κομφουκίου. Έχει απαριθμηθεί ως περιοχή παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς. Το όρος tai, το πρώτο εκ των πέντε ιερών βουνών στην Κίνα, απαριθμείται επίσης ως περιοχή παγκόσμιας φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς από την ΟΥΝΕΣΚΟ. Οι ελκυστικές παράκτιες πόλεις Qingdao, Yantai, Weihai και Rizhao βρίσκονται στη χερσόνησο της Shandong.

Διαφορετικοί οικονομικοί και κοινωνικοί τομείς έχουν ενθαρρυνθεί από την επαρχιακή κυβέρνηση για να αναπτύξουν τον τουρισμό, κάνοντας κατά συνέπεια τον τουρισμό, ειδικά πολιτιστικό τουρισμό, μια νέα δημιουργία επένδυσης που επιταχύνει την ανάπτυξη της επαρχιακής οικονομίας της Shandong. Οι δραστηριότητες μάρκετινγκ έχουν οργανωθεί διεθνώς καθώς επίσης και τοπικά και η δημοσιότητα του τουρισμού στη Shandong έχει ενταθεί, χρησιμοποιώντας τα τρία μέσα (τυπωμένη ύλη, ραδιόφωνο και τηλεόραση) καθώς επίσης και μέσω του Διαδικτύου μέσω του site της Shandong. Επιπλέον, οι υπηρεσίες των τουριστών, ειδικά στο ξενοδοχείο και το ταξίδι, έχουν αναβαθμιστεί μέσω ενός συστήματος εκτίμησης που επιβάλλεται αυστηρά. Μαζί με αυτό είναι η εκπαίδευση και η κατάρτιση του εργατικού δυναμικού τουρισμού στα ακαδημαϊκά και επαγγελματικά όργανα. Στο προσωπικό του τουρισμού έχει διδαχθεί να αγαπούν την χώρα και την επαρχία τους και μία υψηλή αίσθηση ηθικής έχει ενσταλαχθεί σε αυτούς.

Προκειμένου να αναπτυχθεί και να προωθηθεί η βιομηχανία του τουρισμού κατά τρόπο τακτικό, η επαρχιακή κυβέρνηση έχει συνεργαστεί με τον ΠΟΤ στη διατύπωση του κύριου προγράμματος ανάπτυξης τουρισμού της Shandong που θα οριστικοποιηθεί σύντομα. Το σχέδιο εστιάζει όχι μόνο στην ανάπτυξη των φυσικών πόρων αλλά και στην ανάπτυξη των πολιτιστικών προϊόντων του τουρισμού, τη διαχείριση των πολιτιστικών περιοχών, και την αντιπροσώπευση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

13) Εργασία από τον κ. Koichi Arai - Γενικός Διευθυντής, διεθνές ίδρυμα ανάπτυξης τουρισμού Ιαπωνίας
"Το Silk Road και ο πολιτιστικός τουρισμός"

Το έγγραφο περιγράφει τη φύση της μελέτης που αποκαλείται "ερευνητικό πρόγραμμα για την προώθηση της ανταλλαγής τουρισμού με τις αναπτυσσόμενες χώρες και των περιοχών κατά μήκος του Silk Road " που άρχισε το 1995. Το πρόγραμμα άρχισε από το κέντρο ανταλλαγής τουρισμού της Ασίας (APTEC). Για να εφαρμοστεί η μελέτη, το APTEC ίδρυσε την Επιτροπή προώθησης του Silk Road που προεδρεύθηκε από το Δρ Takayasu Higuchi, μια διακεκριμένη αυθεντία στο Silk Roadology.

Το Silk Road αναγνωρίζεται ως ένα από τα δημοφιλέστερα προϊόντα ταξιδιού για τους διεθνείς ταξιδιώτες στην Κίνα όπου η εστίαση είναι κυρίως στις βουδιστικές καταστροφές, ειδικά στο Dunhuang. Στην Τουρκία, τη Συρία και το Ιράν, βρίσκει κάποιος έναν πλούτο των διαφοροποιημένων ιστορικών και πολιτιστικών πόρων που επηρεάζονται από τις ελληνορωμαϊκές, βυζαντινές, χριστιανικές, και ισλαμικές εποχές.

Σύμφωνα με το Δρ Higuchi που είναι αρχαιολόγος και με τον οποίο ο συγγραφέας έχει εργαστεί στενά στο πρόγραμμα του Silk Road, ο σκοπός της μελέτης των αξιοπρόσεκτων βουδιστικών καταστροφών στο Dunhuang είναι για να τις επιδείξουν στους τουρίστες. Είναι της άποψης ότι οι πολιτιστικοί θησαυροί πρέπει να συντηρούνται με προσοχή. Εντούτοις, η συντήρηση τους δεν σημαίνει ότι πρέπει να τους κρύβουν ή να τους θάβουν υπόγεια. Πρέπει να παρουσιάζονται στους ανθρώπους. Η πρόκληση είναι να εναρμονιστεί η ανάγκη για συντήρηση των πολύτιμων πόρων τουρισμού και η ανοιχτή παρουσίασή τους στο κοινό. Με αυτόν τον τρόπο, οι άνθρωποι μπορούν να καταλάβουν την ανθρώπινη προοπτική στη ζωή και τον κόσμο, και τις απόψεις τους σχετικά με καλό και το κακό, και τη θρησκεία. Σύμφωνα με το Δρ Higuchi, ο καλύτερος τρόπος να γίνει κατανοητή μια χώρα ή οι άνθρωποί της είναι να επισκεφτεί πραγματικά εκείνη τη χώρα για να δει τα αντικείμενα που κάποιος έχει δημιουργήσει. Αυτός είναι ο καλύτερος τρόπος να σφυρηλατηθεί η διεθνής φιλία και η κατανόηση και να εμπλουτιστούν οι ζωές μας. Τελικά, αυτό είναι το πρόγραμμα του Silk Road.

14) Εργασία του Δρ H. Varma - περιφερειακός αντιπρόσωπος του ΠΟΤ για την Ασία και τον Ειρηνικό
"Μια εισαγωγή στο πρόγραμμα Silk Road του ΠΟΤ"

Το Silk Road που χρησιμεύεται ως η θεμελιώδης σύνδεση μεταξύ της ανατολής και της δύσης, που ανταλλάσσουν τους πολιτισμούς, τις τέχνες, τις ιδέες, τις τεχνολογίες, τις πεποιθήσεις και τους λαούς. Από το 1991, συμπίπτοντας με την ανεξαρτησία των πέντε κεντρικών ασιατικών δημοκρατιών, έχει υπάρξει μια αναγέννηση των ενδιαφερόντων του Silk Road - για την πολιτιστική ανταλλαγή, το εμπόριο, και τον τουρισμό. Έχοντας ενθαρρυνθεί από αυτήν την ανάπτυξη, ο ΠΟΤ αποφάσισε να δημιουργήσει ένα μακροπρόθεσμο πρόγραμμα τουρισμού που θα προωθούσε μια ειδική τουριστική έννοια

του Silk Road. Ως εκ τούτου, η Διακήρυξη του Samarkand σχετικά με τον τουρισμό Silk Road υιοθετήθηκε το 1994 από 19 συμμετέχουσες χώρες.

Στο Silk Road προσδιορίστηκαν τρεις ομόκεντροι κύκλοι. Ο πρώτος κύκλος αποτελέσθηκε από τις χώρες του Turkestan που μόλις είχαν αρχίσει να ανοίγουν τα σύνορά τους στον τουρισμό. Ο δεύτερος κύκλος περιέλαβε τις χώρες που είχαν ανοίξει ήδη τις περιοχές τους στο Silk Road και είχαν αποκτήσει ορισμένες εμπειρίες με αυτό το προϊόν τουρισμού. Αυτές οι χώρες περιέλαβαν την Κίνα, Πακιστάν, ισλαμική Δημοκρατία του Ιράν, και της Τουρκίας. Οι προσπάθειες του ΠΟΤ σε αυτόν τον κύκλο είναι να ενισχύσει τις τρέχουσες δραστηριότητές του, την ανάπτυξη και την προώθηση του τουρισμού. Ο τρίτος κύκλος κάλυψε τα τερματικά του Silk Road και στις δύο άκρες όπως η Ιαπωνία, η κορεατική χερσόνησος, οι χώρες της ASEAN, οι αραβικές χώρες, και η Ευρώπη. Ο στόχος του ΠΟΤ είναι να ενημερώσει αυτές τις περιοχές σχετικά με το Silk Road, δεδομένου ότι αυτές είναι οι κύριες παραγωγικές αγορές για τον τουρισμό Silk Road.

Μεταξύ των ολοκληρώσεων του προγράμματος Silk Road είναι η παραγωγή ενός έγχρωμου φυλλαδίου στο προϊόν του τουρισμού Silk Road που χρηματοδοτήθηκε από την κυβέρνηση της Ιαπωνίας, η δημιουργία μιας αποκλειστικής στάσης Silk Road σε όλες τις σημαντικές διεθνείς εκθέσεις ταξιδιού (όπως η ITB στο Βερολίνο, η WTM Λονδίνο, και η FITUR στη Μαδρίτη), η ολοκλήρωση ενός σχεδίου μελέτης για τη διευκόλυνση στις βίζες κατά μήκος του Silk Road που περιλαμβάνει μια πανεθνική ανάλυση των απαιτήσεων για βίζα για κάθε χώρα Silk Road καθώς επίσης και οι προτάσεις σχετικά με το πώς να οργανώσουν τη συνεργασία μεταξύ των χωρών για να διευκολύνουν τις πολλαπλάσιες εισόδους με βίζες, να διέρχονται με βίζες, και τελικά, η καθιέρωση της βίζας Silk Road και η παραγωγή μιας έκθεσης σχετικά με την ιαπωνική εξερχόμενη αγορά για το Silk Road. Μια άλλη μελέτη στη βορειοαμερικανική εξερχόμενη αγορά είναι προσεχής.

Ο πολιτιστικός τουρισμός και το Silk Road είναι συνώνυμα. Ο πολιτισμός διαμορφώνει το κύριο υποστήριγμα του προϊόντος Silk Road στον τουρισμό. Από την Κίνα στην Ιταλία, μέσω της κεντρικής Ασίας και της Εγγύς Ανατολής, το Silk Road αφθονεί στην πολιτιστική έλξη του τουρισμού όπως το Great Wall και οι στρατιώτες της Terracotta της Κίνας μέσω της Persepolis στην ισλαμική Δημοκρατία του Ιράν. Μέσω της αναγέννησης του ενδιαφέροντος για το Silk Road, οι χώρες ανακάλυψαν τη σημασία του τουρισμού και αυτό το νέο ξύπνημα οδηγεί τις χώρες να καταβάλουν εξαντλητικές προσπάθειες για να συντηρηθεί η πολιτιστική κληρονομιά τους.
Ο ΠΟΤ έχει συνεργαστεί και με άλλους διεθνείς οργανισμούς όπως η ΟΥΝΕΣΚΟ, η Παγκόσμια Τράπεζα και το διαπεριφερειακό έργο του Silk Road (UNDP) για να συνεχίσει δραστήρια πολλά σχέδια και προγράμματα που θα κάνουν τον τουρισμό έναν συντελεστή στην οικονομική, κοινωνική, και πολιτιστική ανάπτυξη των χωρών κατά μήκος του Silk Road.

15) Εργασία της κας Barbara Peisert, διευθύντρια προϊόντων, Νοτιοανατολική Ασία, μέλος της TUI
"Απόψεις για τον πολιτιστικό τουρισμό"

Το έγγραφο γράφτηκε από την άποψη ενός αντιπροσώπου μιας μεγάλης διεθνούς επιχείρησης tour operation, TUI, βασισμένο στο Ανόβερο, στη Γερμανία. Το έγγραφο αρχίζει με τις εξελίξεις και τις τάσεις στον πολιτιστικό τουρισμό στη Γερμανία και την κεντρική Ευρώπη.

Στη Γερμανία ο όρος "πολιτιστικές διακοπές" δεν χρησιμοποιείται ευρέως. Μάλλον, χρησιμοποιούνται οι όροι "ταξίδια μελέτης ή διακοπές", τα "ταξίδια επίσκεψης", τα "εκπαιδευτικά ταξίδια", οι "διακοπές τέχνης" ή ακριβώς "οι περιοδείες". Οι tour operators υιοθετούν χωριστή διαφήμιση για αυτούς τους τύπους περιοδειών που περιλαμβάνουν τα μέρη επίσκεψης ενδιαφέροντος όπως οι εκκλησίες και τα μουσουλμανικά τεμένη, κάστρα και παλάτια, ναοί και μουσεία, τα καλλιτεχνικά και ιστορικά μνημεία, δηλ., αντικείμενα του παρελθόντος. Αυτοί οι τύποι περιοδειών είναι υψηλής ποιότητας και τροφοδοτούν τους τουρίστες που ενδιαφέρονται πολύ για την εκπαίδευση, για περισσότερες πληροφορίες, για περισσότερες επιστημονικές διαλέξεις και υψηλής ποιότητας ξεναγούς.

Υπάρχουν μερικά προβλήματα που συνδέονται με τις εκπαιδευτικές περιοδείες που βασίζονται στον πολιτισμό. Ένα από αυτά, είναι ο καθαρός αριθμός ανθρώπων που πηγαίνουν σε αυτές τις περιοδείες. Μερικές από τις λύσεις για να ελέγξουν τις ροές επισκεπτών είναι να ρυθμιστεί η πρόσβαση με τη βοήθεια των καθημερινών αναλογιών, το κλείσιμο ορισμένων εύθραυστων περιοχών στους επισκέπτες, επέκταση των ωρών λειτουργίας των μουσείων το βράδυ, κρατήσεις για τα δημοφιλή μουσεία, ταύτιση της δυνατότητας του μουσείου σχετικά με τον αριθμό των επισκεπτών που μπορεί να δεχτεί και του αριθμού εισιτηρίων που εκδίδονται ανά ημέρα και ανά ώρα.

Άλλες διοικητικές λύσεις είναι να αυξηθεί το διαθέσιμο διάστημα για τα εκθέματα μουσείων και τέχνης ή να δημιουργηθούν μικρότερα αλλά πολύ ελκυστικά μουσεία έξω από τα κύρια αστικά κέντρα, όπως εκείνα στο Tubingen και το Hildesheim στη Γερμανία. Μέσω της σύγχρονης τεχνολογίας, είναι δυνατό να αναδημιουργηθεί η αυθεντική ατμόσφαιρα μιας πέτρινης σπηλιάς που βρίσκεται στα Pyrenees και τεθούν σε έκθεση τα έργα ζωγραφικής πέτρινων σπηλιών σε ένα μουσείο στο Hildesheim, στη Γερμανία, αντί να πρέπει να επισκεφτούν τις σπηλιές οι ίδιοι. Η χρήση των διαλογικών τεχνολογιών και των πολυμέσων έχει γίνει επίσης δημοφιλής στα σύγχρονα μουσεία.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι περιοδείες με σκοπό τις σπουδές απαιτούν ένα υψηλό επίπεδο ξενάγησης, οι προστατευτικές πολιτικές που δημιουργούν ένα μονοπώλιο για τους τοπικούς tour operators πρέπει να αναθεωρηθούν. Πολύ συχνά, δεν υπάρχουν αρκετοί κατάλληλοι tour operators στις χώρες προορισμού που μπορούν να ερμηνεύσουν τα πολιτιστικά προϊόντα εκείνων των χωρών στους επισκέπτες. Ακόμα, οι υπάλληλοι των ξένων tour operators που ξέρουν το προϊόν και μιλούν τη γλώσσα των επισκεπτών, απαγορεύεται να κάνουν ξενάγηση. Αυτό προκαλεί την ανεπανόρθωτη ζημία στους εκπαιδευτικούς διοργανωτές περιοδείας και στον πολιτιστικό τουρισμό γενικά. Αυτή η

πολιτική αγνοεί επίσης το γεγονός ότι ο υψηλής ποιότητας τουρισμός μπορεί μόνο να αυξηθεί και να ακμάσει σε ένα φιλελεύθερο, σφαιρικό οικονομικό σύστημα.

16) Εργασία του κ. Yoshio Koteda - γενικός διευθυντής, διεθνείς σχέσεις, γραφείο ταξιδιού της Ιαπωνίας, Α.Ε.
"Ο πολιτιστικός τουρισμός στην αγορά της Ιαπωνίας: Το παρόν και το μέλλον "

Το Γραφείο Ταξιδιού Ιαπωνίας, Α.Ε. είναι ιδιώτης που στέλνει περίπου 3 εκατομμύρια Ιάπωνες ταξιδιώτες στο εξωτερικό κάθε έτος, αν και το μεγαλύτερο μέρος της επιχείρησής προέρχεται ακόμα από ταξίδια στο εσωτερικό.

Η βιομηχανία ταξιδιού της Ιαπωνίας ήταν σε μία κατάσταση ανάκαμψης από το 1998. Ο αριθμός υπερπόντιων ταξιδιωτών το 1999 έφθασε σε 16,36 εκατομμύρια. Οι μεγαλύτερες αυξήσεις σε αυτήν την αγορά προήλθαν από τους άνδρες και τις γυναίκες άνω των πενήντα, ακολουθούμενοι από γυναίκες στη δεκαετία των '30 τους. Δημογραφικά, ο πληθυσμός των προσώπων πάνω από 50 ετών είναι κατά περίπου 48 εκατομμύρια ή σχεδόν 40% από το συνολικό ιαπωνικό πληθυσμό. Κατά συνέπεια, μια αύξηση του υπερπόντιου ταξιδιού μεταξύ των μεσηλίκων και των ηλικιωμένων προσώπων είναι εγγυημένη. Αυτό είναι το τμήμα που παρουσιάζει το μέγιστο ενδιαφέρον σε ιστορικά και πολιτιστικά θεάματα, κάνοντάς τους το νούμερο ένα στόχο, για πολιτιστικό τουρισμό. Θέλουν να επισκέπτονται μουσεία, αίθουσες εκθέσεων τέχνης, ακόμη και τις αρχαίες καταστροφές στις απομακρυσμένες περιοχές. Αυτός ο τομέας αγοράς δεν εξαρτάται από τις μηνιαίες αμοιβές τους αλλά πληρώνουν για το ταξίδι από την αποταμίευση και τους προσωπικούς τους πόρους. Αυτή η αγορά έχει επίσης λίγους περιορισμούς κατά τις ημερομηνίες αναχώρησης. Αντ' αυτού, προτιμούν το ταξίδι που προσφέρει τους λογικότερους όρους και τιμές.

Στην οργάνωση των πολιτιστικών περιοδειών για την ιαπωνική αγορά, υπάρχουν τέσσερις παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη. Αυτοί είναι η πρόσβαση στην περιοχή, η ασφάλεια, οι εγκαταστάσεις και οι υπηρεσίες των ξεναγών.

Από την άποψη της πρόσβασης, τα παγκόσμια διάσημα μνημεία, όπως το Angkor Wat, χαρακτηρίζονται από τη φτωχή πρόσβαση από την άποψη της οδικής κατάστασης και των ενοχλητικών ή αραιών συνδέσεων πτήσης. Κατά συνέπεια, τα αεροπορικά εισιτήρια είναι συνήθως ακριβά.

Οι ανησυχίες σχετικά με την ασφάλεια είναι ένας μεγάλος παράγοντας στην παρεμπόδιση του υπερπόντιου ταξιδιού, μαζί με το εμπόδιο της γλώσσας, ιδιαίτερα για τους μεγαλύτερους σε ηλικία ταξιδιώτες. Στις μακρινές και απομονωμένες τοποθεσίες, πρέπει να ληφθούν ειδικά μέτρα κατά των επιθέσεων από τους ληστές και τους τρομοκράτες.
Από την άποψη των εγκαταστάσεων, δεν είναι ουσιαστικό να υπάρχουν ξενοδοχεία πολυτέλειας. Εντούτοις, οι καθαρές εγκαταστάσεις τουαλετών είναι πολύ σημαντικό για

τους Ιάπωνες τουρίστες που χρειάζονται αρκετές στάσεις ξεκούρασης σε τακτά χρονικά διαστήματα στις περιοδείες με λεωφορεία και στις επισκέψεις τοποθεσιών.

Επίσης ουσιαστική είναι η ικανή και κατατοπιστική υπηρεσία ξεναγών. Στον πολιτιστικό τουρισμό, οι συμμετέχοντες θέλουν να ξέρουν για την ιστορία και τους σχετική μύθους ή την ερμηνεία του πολιτιστικού προϊόντος και των έργων της τέχνης που εξετάζουν. Για τους Ιάπωνες τουρίστες, απαιτούνται ξεναγοί που μιλούν ιαπωνικά οι οποίοι να μπορούν να εξηγήσουν διάφορα στη γλώσσα τους για να ικανοποιήσουν την περιέργειά τους. Πολύ συχνά, παίρνουν αναρμόδιους ξεναγούς που μπορούν να μιλήσουν μόνο την βασική γλώσσα. Χωρίς αποτελεσματική ερμηνεία, ο πολιτιστικός τουρισμός δεν μπορεί να πετύχει όπως θα έπρεπε.

17) Εργασία από τον κ. Pradip Madhavji - πρόεδρος, Thomas Cook (Ινδία) ΕΠΕ. "Ινδία - αναξιοποίητη δυνατότητα"

Το έγγραφο αρχίζει με ένα πολιτικό πλαίσιο για τον τουρισμό. Υποστηρίζει ότι ο τουρισμός ενθαρρύνει καλύτερη κατανόηση μεταξύ των ανθρώπων, είναι μια γνωστή ενοποιημένη δύναμη εθνικά και διεθνώς, δημιουργεί καλύτερη κατανόηση της γεωγραφικής και πολιτιστικής ποικιλομορφίας, βοηθά στη συντήρηση και την προστασία των φυσικών πόρων, την οικολογία και την κληρονομιά, επιφέρει γρηγορότερη οικονομική ανάπτυξη και ισορροπημένη εξέλιξη των υποανάπτυκτων περιοχών, ενισχύει τις ευκαιρίες παραγωγής απασχόλησης και εισοδήματος, συμπεριλαμβανομένων των αποδοχών συναλλάγματος για το έθνος. Εντούτοις, ο τουρισμός μπορεί να ασκήσει αρνητικές επιδράσεις όπως η αναπροσαρμογή στις τιμές των προϊόντων, ο πειρασμός να βγάλει κάποιος γρήγορα χρήματα από τον τουρισμό και η καταστροφή των μνημείων και των περιοχών λόγω του μαζικού τουρισμού. Το τελευταίο είναι ιδιαίτερα υπαρκτό στην Ινδία όπου οι εσωτερικοί τουρίστες ξεπερνούν αριθμητικώς τους διεθνείς τουρίστες από μια αναλογία 75 εσωτερικών τουριστών σε 1 διεθνή τουρίστα.

Το έγγραφο έθεσε επίσης μια ερώτηση για τη φρόνηση της ρύθμισης του αριθμού των επισκεπτών στα δημοφιλή μνημεία όπως το Taj Mahal. Ο Υπουργός πολιτισμού της Ινδίας αύξησε τις αμοιβές εισόδων στο Taj, ίσως σε μια προσπάθεια να οργανωθούν ορθολογικά οι αριθμοί επισκεπτών. Αυτή η κίνηση έγινε αντιληπτή από το εμπόριο ταξιδιού ως αυθαίρετη, απότομη και μονομερής. Οι φόβοι έχουν αυξηθεί για την παρούσα απόφαση που οδηγεί στην ελάττωση του εισοδήματος της τοπικής κοινότητας λόγω στη χαμηλότερη ζήτηση τουριστών. Με λιγότερο εισόδημα τουρισμού που πηγαίνει στην κοινότητα και το ίδιο στο μνημείο, μπορούν να υπάρξουν αποτελέσματα διακυμάνσεων στην οικονομία και στην κοινωνική δομή. Υπάρχει έτσι ανάγκη να μετρηθεί η χωρητικότητα ενός συγκεκριμένου μνημείου έτσι ώστε αποφάσεις όπως το πότε θα ρυθμιστούν οι αριθμοί επισκεπτών, δεν θα εμφανιστούν αυθαίρετες.

18) Δήλωση από τον κ. Jean-Louis Vignuda, Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή Μεταφορών, τμήματος ανακοινώσεων, τουρισμού και ανάπτυξης υποδομής για την Ασία και τον Ειρηνικό (ESCAP)

Η ESCAP είναι η μεγαλύτερη από τις πέντε περιφερειακές επιτροπές των Ηνωμένων Εθνών. Περιλαμβάνει αυτήν την περίοδο 52 μέλη και 9 συνεργαζόμενα μέλη. Η αρχική λειτουργία της ESCAP είναι να προωθηθεί η οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη μέσω της περιφερειακής και υποπεριφερειακής συνεργασίας. Τον Απρίλιο του 1999, η ESCAP εγκαινίασε το σχέδιο δράσης για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού στην ασιατική και ειρηνική περιοχή (PASTA). Το σχέδιο δράσης παρέχει στα μέλη και τα συνεργαζόμενα μέλη της ESCAP ένα δομημένο πλαίσιο για την εφαρμογή των περιφερειακών και εθνικών ενεργειών της ανάπτυξης τουρισμού. Θέτει τις προτάσεις για τη δράση σε έξι περιοχές, δηλαδή, ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού στον τομέα του τουρισμού, οικονομικός αντίκτυπος του τουρισμού, διαχείριση περιβάλλοντος του τουρισμού, ανάπτυξη και επένδυση υποδομής για τον τομέα του τουρισμού, διευκόλυνση του ταξιδιού, περιφερειακή και υποπεριφερειακή συνεργασία στην ανάπτυξη τουρισμού.

Η Ασία και η περιοχή του ειρηνικού κατέχουν μια πλούσια ποικιλομορφία της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η περιοχή είναι επίσης ο τόπος γεννήσεως των παγκόσμιων σημαντικών θρησκειών. Ενάντια σε αυτό το υπόβαθρο, η ESCAP συλλογίζεται την εφαρμογή ενός προγράμματος το 2001 που στοχεύει στην προώθηση του βουδιστικού τουρισμού στις επιλεγμένες ασιατικές χώρες. Το πρόγραμμα κατέληξε στην οργάνωση ενός σεμιναρίου για την προώθηση των βουδιστικών κυκλωμάτων τουρισμού, που πραγματοποιήθηκε στο Kisarazu, Ιαπωνία Σεπτέμβριος 2001.

Τελικές σημειώσεις

1) Εργασία του κ. Vicente Granados Cabezas, σύμβουλου του ΠΟΤ
"Τάσεις και προφίλ του πολιτιστικού τουρισμού στο παγκόσμιο σενάριο τουρισμού"

2) Εργασία της Narzalina Z. Lim, σύμβουλου του ΠΟΤ
"Ανάπτυξη και προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού στην ασιατική περιοχή "

3) Εργασία του κ. Herve Barre, Προϊστάμενου – στη μονάδα έρευνας και ανάπτυξης, τμήμα της πολιτιστικής κληρονομιάς, ΟΥΝΕΣΚΟ, Παρίσι

4) Εργασίες του Η.Ε. κ. Veng Seryvuth, Υπουργού του τουρισμού του RGC, της Κας Chau Sun Kerya, διευθύντρια στο πολιτιστικό τμήμα ανάπτυξης του Angkor της αρχής APSARA και του κ. Pich Keo, αναπληρωτή Γενικού Διευθυντή του Υπουργείου πολιτισμού και καλών τεχνών.

5) Εργασία του κ. Eugenio Yunis - Επικεφαλής του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, στη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού
"Πολιτιστική Κληρονομιά, Τουρισμός, και Βιώσιμη Ανάπτυξη"

6) Εργασία της κας Laila Bassiouny – υφυπουργός, Υπουργείο τουρισμού, Αίγυπτος
" Αντίκτυπος του τουρισμού για τη συντήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς - ιστορικές πόλεις"

7) Εργασία του κ. P.P Hettiarachchi – Διευθυντής, Σχέσεις Κοινότητας και βιομηχανίας, πίνακας τουριστών της Κεϋλάνης, Σρι Λάνκα
" Επιδράσεις του τουρισμού στην πολιτιστική κληρονομιά στη Σρι Λάνκα - μια περιπτωσιολογική μελέτη"

8) Εργασία του Δρ Nasrollah Mostofi - αναπληρωτής Υπουργός υποθέσεων έρευνας και κατάρτισης, Περιοδεία στο Ιράν και Οργανισμός Τουρισμού
"Ιράν, ο σημαντικότερος προορισμός για τους πολιτιστικούς τουρίστες"

9) Εργασία του κ. Kim Jean-Sae - διευθυντής, εθνική οργάνωση τουρισμού της Κορέας Δημοκρατία της Κορέας
"Πολιτικές και κατευθυντήριες οδηγίες για την πολιτιστική ανάπτυξη του τουρισμού στην Κορέα"

10) Εργασία του κ. Shao Qiwei - υποδιοικητής, λαϊκή κυβέρνηση της επαρχίας Yunnan, Λαϊκή Δημοκρατία της Κίνας
"Πολιτικές και κατευθυντήριες οδηγίες για τον επιτυχή πολιτιστικό τουρισμό"

11) Εργασία από τον κ. Nelson Paulias, υποδιευθυντής τουρισμού - γραφείο τουρισμού της Νέας Ανατολικής Βρετανίας, της Παπούα Νέας Γουινέας
"Προώθηση των παραδοσιακών πολιτισμών για τον τουρισμό στην επαρχία της Νέας Ανατολικής Βρετανίας, Παπούα Νέα Γουινέα (PNG)

12) Εργασία του κ. Zhu Mao-min., αναπληρωτής διευθυντής, επαρχιακή διοίκηση τουρισμού Shandong, Λαϊκή Δημοκρατία της Κίνας (αυτό το έγγραφο διαβάστηκε από τον κ. Yu Fenggui, αναπληρωτής Γενικός Γραμματέας, κυβέρνηση της επαρχίας Shandong)
"Κυριότερα σημεία της Shandong - ένας πολιτιστικός τόπος προορισμού τουριστών στην Κίνα στο 21ο αιώνα"

13) Εργασία από τον κ. Koichi Arai - Γενικός Διευθυντής, διεθνές ίδρυμα ανάπτυξης τουρισμού Ιαπωνίας
"Το Silk Road και ο πολιτιστικός τουρισμός"

14) Εργασία του Δρ H. Varma - περιφερειακός αντιπρόσωπος του ΠΟΤ για την Ασία και τον Ειρηνικό
"Μια εισαγωγή στο πρόγραμμα Silk Road του ΠΟΤ"

15) Εργασία της κας Barbara Peisert, διευθύντρια προϊόντων, Νοτιοανατολική Ασία, μέλος της TUI
"Απόψεις για τον πολιτιστικό τουρισμό"

16) Εργασία του κ. Yoshio Koteda - γενικός διευθυντής, διεθνείς σχέσεις, γραφείο ταξιδιού της Ιαπωνίας, Α.Ε.
"Ο πολιτιστικός τουρισμός στην αγορά της Ιαπωνίας: Το παρόν και το μέλλον "

17) Εργασία από τον κ. Pradip Madhavji - πρόεδρος, Thomas Cook (Ινδία) ΕΠΕ.
"Ινδία - αναξιοποίητη δυνατότητα"

18) Δήλωση από τον κ. Jean-Louis Vignuda, Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή Μεταφορών, τμήματος ανακοινώσεων, τουρισμού και ανάπτυξης υποδομής για την Ασία και τον Ειρηνικό (ESCAP)

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- Bachleitner, R. and Zins, A. H. (1999) Cultural Tourism in Rural Communities The Residents' Perspective, Journal of Business Research.
- Choy, D. J. L. (1995) The quality of tourism employment, Tourism Management.
- Duncan and Daniela. (1999) Romanian tourism in the post-communist period, Annals of Tourism Research.
- East New Britain Provincial Five Year Corporate Tourism Development Plan, 1999-2003, Rabaul, East New Britain, Papua New Guinea, 1999.
- McIntosh, A. J. and Prentice, R. C. (1999) Affirming authenticity Consuming cultural heritage, Annals of Tourism Research.
- McHone, W. W. and Rungeling, B. (1999) Special cultural events: do they attract leisure tourists?, International Journal of Hospitality Management.
- Prentice, R. and Andersen, V. (2000) Evoking Ireland Modeling tourism propensity, Annals of Tourism Research.
- Silberberg, T. (1995) Cultural Tourism and business opportunities for museums and heritage sites, Tourism Management.

- Simons, M. S. (2000) Aboriginal heritage art and moral rights, Annals of Tourism Research.

- Szivas, E. and Riley, M. (1999) Tourism employment during economic transition, Annual of Tourism Research.

- Timothy, D.J. (1997) Tourism and the personal heritage experience, Annual of Tourism Research.

- Visitor Survey Report – 1991 by Tourism Council of the South Pacific (TCSP), Suva, Fiji, 1991.

- Visitor Survey Report – 1996 by Tourism Promotion Authority (TPA), Port Moresby, Papua New Guinea (PNG).

- Visitors Survey Report – 1999 by Tourism Promotion Authority (TPA), Port Moresby, PNG, 1999.

Πηγές από το διαδίκτυο

- www.bmbwk.gv.at Austrian Federal Ministry for Education, Science and Culture

- www.wk.or.at Austrian Economic Chamber

- www.austria-tourism.at Austrian tourist information

- www.hltw13.at College for Tourism and Occupations in the service industries management

- www.tiscover.com Tourist information, guide and direct booking

- www.imc-krems.ac.at Tourismusmanagement und Freizeitwirtschaft Fachhochschul courses

- www.univie.ac.at University of Vienna

- www.wu-wien.ac.at Vienna University of Economics and Business Administration

- www.info.wien.at Vienna tourist information
- www.magwien.gv.at/ssr Vienna board for educational.
- www.google.com Search Machine