



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

**Ο θρησκευτικός τουρισμός ως μοχλός τοπικής
ανάπτυξης. Μελέτη περίπτωσης: Μετέωρα -
Καλαμπάκα**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητές: Φώτης Αλεξίου, 1031
Γρηγόρης Καμενάκης, 1102

Επιβλέπων: Δρ. Νικόλαος Τριχάς

©
<2015>



TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF CRETE

SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS

DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING

**Religious tourism as a driver for local development.
Case Study: Meteora - Kalambaka**

DIPLOMA THESIS

Students : Fotis Alexiou, 1031
Grigoris Kamenakis, 1102

Supervisor : Dr Nikolaos Trihas

©
<2015>

Υπεύθυνη Δήλωση : Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

Περίληψη

Ο τουρισμός είναι μια από τις κύριες δραστηριότητες αναψυχής των ατόμων και κατά τις τελευταίες δεκαετίες εμφανίζεται ως ένα πολύπλευρο φαινόμενο με κοινωνικές, οικονομικές, περιβαλλοντικές, και περαιτέρω διαστάσεις. Ιδιαίτερα για την Ελλάδα, εν μέσω την τρέχουσα κρίση, η ανάπτυξη του τουρισμού αποτελεί στρατηγικό στόχο της υψηλής πολιτικής προτεραιότητας καθώς ο τουρισμός συνεισφέρει στην παγκόσμια, εθνική, τοπική και περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη. Στόχος της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση της συμβολής του θρησκευτικού τουρισμού των Μετεώρων στην οικονομική ανάπτυξη της Καλαμπάκας.

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι ο θρησκευτικός τουρισμός των Μετεώρων συνιστά μία σημαντική μορφή εναλλακτικού τουρισμού που συμβάλλει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη της Καλαμπάκας καθώς το 35% των κατοίκων της ευρύτερης περιοχής της Καλαμπάκας οι οποίοι έχουν ή εργάζονται σε βιώσιμες τουριστικές επιχειρήσεις ζουν χάρη στον θρησκευτικό τουρισμό των Μετεώρων. Η έρευνα ανέδειξε επίσης ότι παρόλο που η συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού των Μετεώρων είναι κομβικής σημασίας για την ευρύτερη οικονομική ανάπτυξη τόσο της Καλαμπάκας όσο και του νομού Τρικάλων οι τοπικοί τουριστικοί φορείς δεν χρησιμοποιούν αποτελεσματικά μέσα προώθησης του.

Τέλος η έρευνα ανέδειξε ότι παρόλο που η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την τουριστική ανάπτυξη της Καλαμπάκας υπάρχουν περιθώρια ανάκαμψης της περιοχής μέσω μίας αποτελεσματικής πολιτικής μάρκετινγκ και επικοινωνίας.

Λέξεις κλειδιά: θρησκευτικός τουρισμός, Μετέωρα, Καλαμπάκα, Τρίκαλα, οικονομική ανάπτυξη, εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Abstract

Tourism is one of the main leisure activities of people, and in recent decades appears as a multifaceted phenomenon with social, economic, environmental, and further dimensions. Especially for Greece amid the current crisis, the development of tourism is a strategic objective of high political priority as tourism contributes to global, national, local and regional economic development. The objective of this study is to investigate the contribution of religious tourism of Meteora in economic development of Kalambaka.

The survey results showed that religious tourism in Meteora is one important form of alternative tourism that contributes significantly to the economic development of Kalambaka as the 35% of residents of the wider area of Kalambaka who have or are working on sustainable tourism businesses living thanks to religious tourism in Meteora. The results also revealed that although the contribution of religious tourism in Meteora is crucial for wider economic development both of Kalambaka and Trikala, local tourism bodies do not use effective promotion.

Finally, the survey revealed that although the economic crisis has affected tourism development in Kalambaka, there is room for recovery of the area through an effective marketing and communication strategy.

Keywords: religious tourism, Meteora, Kalambaka, Trikala, economic development, alternative forms of tourism.

Περιεχόμενα

Περίληψη	4
Abstract	5
Εισαγωγή	10
Κεφάλαιο πρώτο	14
<i>«Εναλλακτικές μορφές τουρισμού: Οι κύριες μορφές»</i>	14
1.1 Γενικά για το τουρισμό – Οικονομικά Μεγέθη	14
1.2 Ο ελληνικός τουριστικός κλάδος και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού	16
1.3 Τουρισμός – Βασικές Έννοιες και τουριστικές τάσεις	20
1.4 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού - Βασικές έννοιες	22
1.5 Βασικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού	24
Κεφάλαιο δεύτερο.....	31
<i>«Ο θρησκευτικός τουρισμός και τα χαρακτηριστικά του»</i>	31
2.1 Θρησκευτικός -Θεωρητικό υπόβαθρο	31
2.2 Τα κίνητρα και οι κατηγορίες του θρησκευτικού τουρισμού	33
2.3 Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα	35
2.4 Φορείς ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού	39
2.4.1. Υπουργείο τουριστικής ανάπτυξης	39
2.4.2 Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού	40
2.4.3. Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων	41
2.4.4. Εταιρία Ακινήτων Δημοσίου	42
2.4.5. Περιφερειακή και τοπική αυτοδιοίκηση	43
2.4.6. Εκκλησία της Ελλάδας	43
Κεφάλαιο τρίτο	44
Μελέτη Περίπτωσης: Μετέωρα - Καλαμπάκα	44
3.1 Γενικά για τον νομό (δημογραφικά, πολιτιστικά, οικονομικά, γεωγραφικά, κοινωνικά στοιχεία)	44

3.1.1 Σύντομη παρουσίαση του νομού Τρικάλων	44
3.2 Ο θρησκευτικός τουρισμός στον νομό Τρικάλων και οι πολιτικές δράσεις προώθησης	46
3.3 Τα Μετέωρα- Παρουσίαση της περιοχής	48
Ιστορική αναδρομή	48
3.4 Η κωμόπολη Καλαμπάκα-Συνοπτική παρουσίαση	49
3.5 Η τουριστική ανάπτυξη της Καλαμπάκας-Υφιστάμενη κατάσταση	50
3.6 Ο θρησκευτικός τουρισμός στα Μετέωρα και οι πολιτικές προώθησης του τουριστικού προϊόντος της περιοχής	53
3.7 Το προφίλ των θρησκευτικών τουριστών στα Μετέωρα.....	56
3.8 Η συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού των Μετεώρων στην ευρύτερη ανάπτυξη της περιοχής της Καλαμπάκας και του νομού Τρικάλων.....	57
Κεφάλαιο τέταρτο	59
Μεθοδολογία Έρευνας.....	59
4.1 Μεθοδολογία.....	59
4.2 Οι Ερευνητικοί Στόχοι της Εργασίας.....	59
4.3 Δευτερογενής Έρευνα.....	60
4.4 Πρωτογενής Έρευνα	61
4.5 Τεχνικές της Ποιοτικής Μεθόδου	62
4.6 Η επιλογή του δείγματος.....	65
Κεφάλαιο πέμπτο	66
Αποτελέσματα της Έρευνας	66
5.1 Εισαγωγή	66
5.2 Το Προφίλ των Ερωτώμενων	67
5.3 Τα αποτελέσματα της Έρευνας.....	68
Κεφάλαιο έκτο	76
Συμπεράσματα - Προτάσεις.....	76
6.1 Εισαγωγή	76

6.2 Συμπεράσματα -	
Προτάσεις.....	76
Βιβλιογραφία	84
Ξενόγλωσση.....	84
Ελληνική	85
Παραρτήματα.....	93
Παράρτημα 1.....	93
Ερωτήσεις συνέντευξης	93
Παράρτημα 2.....	94
Γενικά Οικονομικά Στοιχεία για τον Τουρισμό.....	94

Λίστα πινάκων

Πίνακας 1: Αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό ανά χώρα προέλευσης	94
Πίνακας 2: Εποχικότητα Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων.....	96
Πίνακας 3: Κατάταξη του Ελληνικού Τουρισμού Βάσει των Διεθνών Αφίξεων 2000-2013.....	96
Πίνακας 4: Διεθνείς Τουριστικές αφίξεις 2000-2013	97
Πίνακας 5: Τουρισμός & ΑΕΠ 2000-2013	98
Πίνακας 6: Τουριστικές ταξιδιωτικές εισπράξεις.....	99
Πίνακας 7: ΠΡΟΣΩΡΙΝΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ.....	99
Πίνακας 8: Διεθνείς Αφίξεις στην Ευρώπη 2000-2013	101
Πίνακας 9: Κατάταξη Βάσει Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων 2007-2013	102
Πίνακας 10: Κατάταξη Βάσει Ταξιδιωτικής Δαπάνης 2010-2013	103
Πίνακας 11: Τουριστικές Εισπράξεις Ευρώπης 2002-2013	104

Εισαγωγή

Όλα τα στοιχεία συνηγορούν ότι ο θρησκευτικός τουρισμός γνωρίζει μια αξιοσημείωτη άνθηση τα τελευταία χρόνια με ραγδαία αυξανόμενη τάση ανάπτυξης σε πολλές χώρες που διαθέτουν τις προϋποθέσεις για να δεχθούν τους επισκέπτες - προσκυνητές στηρίζοντας έτσι τις εθνικές και τις τοπικές τους οικονομίες μέσω της συστηματικής εκμετάλλευσης των ωφελειών του (Buhalis, 2001).

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κομμάτι της ελληνικής τουριστικής κίνησης και αφορά στην επίσκεψη σε θρησκευτικούς τόπους λατρείας, όπως μοναστήρια και εκκλησίες. Τα μνημεία της ελληνικής ορθοδοξίας είναι αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής κληρονομιάς και αποτελούν αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών (Buhalis, 2001).

Η Ελλάδα διαθέτει πολλές περιοχές με θρησκευτικά μνημεία, που κάθε χρόνο έλκουν εκατομμύρια επισκέπτες από όλο τον κόσμο για να ικανοποιήσουν το θρησκευτικό τους συναίσθημα αλλά και για να θαυμάσουν από κοντά τα ξεχωριστά μνημεία, ξωκλήσια και μοναστήρια. Τα Μετέωρα συνιστούν το πιο γνωστό τουριστικό πόλο έλξης της χώρας μας καθώς φημίζονται για τους επιβλητικούς τους βράχους και την μοναστική ζωή (Jenner & Smith, 1993).

Ο θρησκευτικός τουρισμός, ως ιδιαίτερη μορφή τουρισμού εμφανίστηκε στις αρχές του 20^{ου} αιώνα και διαφέρει από τον μαζικό τουρισμό, όπως και οι άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ως προς τα κίνητρα και την συμπεριφορά των τουριστών στους τόπους διαμονής τους. Ανάμεσα στα κύρια χαρακτηριστικά των εναλλακτικών μορφών τουρισμού συγκαταλέγονται η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με την φύση, η ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, η προστασία του περιβάλλοντος και η μικρής κλίμακας ανάπτυξη που προέρχεται και οργανώνεται από τον τοπικό πληθυσμό ή τους τοπικούς φορείς και προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα (Rotherham, 2007).

Ο Νομός Τρικάλων παρόλο που χαρακτηρίζεται ως μία αγροτική περιοχή της Ελλάδας διαθέτει μια ποικιλία από τουριστικούς πόρους, που τους αξιοποιεί για την προώθηση διάφορων εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού των Μετεώρων συνιστά μία από τις προτεραιότητες του

νομού καθώς τα τοπικά και τα περιφερειακά όργανα έχουν κατανοήσει την συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού στην ευρύτερη οικονομική ανάπτυξη του νομού. Σημαντική είναι επίσης η συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη της Καλαμπάκας κάτω από την οποία δεσπόζουν οι επιβλητικοί βράχοι των Μετεώρων (DellaDora, 2012).

Κατανοώντας την σημασία και την συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη του νομού Τρικάλων και της πόλης της Καλαμπάκας, στην παρούσα εργασία μελετάται ο θρησκευτικός τουρισμός, ως εναλλακτική μορφή τουρισμού στην περιοχή των Μετεώρων και της Καλαμπάκας. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην οικονομική συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού στις εν λόγω περιοχές. Η εργασία αποτελείται από έξι κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο μελετώνται οι βασικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα το κεφάλαιο έχει την εξής διάρθρωση:

Στο πρώτο υποκεφάλαιο διερευνάται γενικά η συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας αλλά και άλλων χωρών. Επίσης στο ίδιο κεφάλαιο παρουσιάζονται κάποια βασικά οικονομικά μεγέθη, που αναδεικνύουν την συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της ελληνικής οικονομίας. Στο δεύτερο υποκεφάλαιο μελετάται ο κλάδος των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ελλάδα και παρουσιάζονται κάποια οικονομικά στοιχεία για την συμβολή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην οικονομία της χώρας μας. Τέλος, στο επόμενο υποκεφάλαιο αναφέρονται και περιγράφονται συνοπτικά οι κυριότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού με κάποια παραδείγματα.

Το δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας, που συνιστά και ένα από τα βασικότερα, εστιάζει στην μελέτη του θρησκευτικού τουρισμού και των χαρακτηριστικών του. Πιο συγκεκριμένα η δομή του κεφαλαίου παρουσιάζεται στις επόμενες παραγράφους. Αρχικά διερευνάται η ανάδυση του θρησκευτικού τουρισμού, ως σύγχρονης μορφής τουρισμού και παρουσιάζονται οι ιστορικές ρίζες του φαινομένου. Στην συνέχεια μελετώνται τα κίνητρα των θρησκευτικών τουριστών και ταξινομούνται σε τρεις μεγάλες κατηγορίες.

Επιπλέον μελετάται ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα και αναφέρονται τα πλεονεκτήματα, που διαθέτει η χώρα μας για την αξιοποίηση και την προώθηση

του θρησκευτικού τουρισμού. Τέλος το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την παρουσίαση της δράσης των κύριων φορέων του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Το τρίτο κεφάλαιο της εργασίας εστιάζει στην μελέτη του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή των Μετεώρων και της Καλαμπάκας προκειμένου να διεξάγουν συμπεράσματα για την συμβολή του στην ευρύτερη οικονομική ανάπτυξη της περιοχής. Πιο συγκεκριμένα η διάρθρωση του τρίτου κεφαλαίου παρουσιάζεται στις επόμενες παραγράφους της εργασίας.

Στο πρώτο υποκεφάλαιο παρατίθενται κάποια γενικά περιγραφικά στοιχεία για τον νομό Τρικάλων, που αφορούν την διοικητική του διάρθρωση, το δίκτυο υποδομών και μεταφορών του, την οικονομία του και τα γεωγραφικά, τα οικονομικά και τα κοινωνικά χαρακτηριστικά του. Στο επόμενο υποκεφάλαιο παρουσιάζονται οι κυριότερες πολιτικές προώθησης του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή. Στο τρίτο υποκεφάλαιο γίνεται μία σύντομη ιστορική αναδρομή των Μετεώρων και στο τέταρτο υποκεφάλαιο παρουσιάζεται η υπάρχουσα κατάσταση της περιοχής της Καλαμπάκας όσον αφορά την αξιοποίηση του θρησκευτικού τουρισμού. Στο πέμπτο υποκεφάλαιο παρουσιάζεται η υπάρχουσα κατάσταση του θρησκευτικού τουρισμού στα Μετέωρα και οι πολιτικές προώθησης του φαινομένου από τους τοπικούς και τους εθνικούς φορείς.

Αμέσως μετά ακολουθεί η σκιαγράφηση του προφίλ των θρησκευτικών τουριστών που επισκέπτονται τα Μετέωρα και διαμένουν στην πόλη Καλαμπάκα. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την διερεύνηση της συμβολής του θρησκευτικού τουρισμού των Μετεώρων στην οικονομική ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής της Καλαμπάκας και του Νομού Τρικάλων.

Το τέταρτο κεφάλαιο της εργασίας αποτελεί το μεθοδολογικό κομμάτι. Στο εν λόγω κεφάλαιο παρουσιάζονται η μεθοδολογία και ο μεθοδολογικός σχεδιασμός των συνεντεύξεων, οι κύριοι ερευνητικοί σκοποί και τα ερευνητικά ερωτήματα, οι τεχνικές προδιαγραφές που ακολουθήθηκαν για την κατασκευή των συνεντεύξεων καθώς και η δειγματοληπτική μέθοδος συλλογής των ερευνητικών δεδομένων από τους ερωτώμενους.

Το πέμπτο κεφάλαιο της εργασίας αναλύονται τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας και στο τελευταίο κεφάλαιο παρατίθενται τα συμπεράσματα,

που προέκυψαν από την έρευνα. Η εργασία ολοκληρώνεται με την παράθεση κάποιων προτάσεων, οι οποίες στοχεύουν στην προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού των Μετεώρων για την οικονομική αναβάθμιση της Καλαμπάκας.

Κεφάλαιο πρώτο

«Εναλλακτικές μορφές τουρισμού: Οι κύριες μορφές»

1.1 Γενικά για το τουρισμό – Οικονομικά Μεγέθη

Ο τουρισμός αποτελεί ένα παγκόσμιο κοινωνικό-οικονομικό φαινόμενο που συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη όλων των χωρών. Είναι ο μεγαλύτερος κλάδος οικονομικής δραστηριότητας παγκοσμίως καθώς σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού (WTTC) η συμβολή του στο παγκόσμιο ΑΕΠ ανήλθε στα 9,5% το 2013. Εκτιμάται μάλιστα ότι τα επόμενα δύο χρόνια το εν λόγω ποσοστό θα γνωρίσει αύξηση της τάξεως του 4,3% (WTTC, 2012).

Σύμφωνα με μελετητές όπως ο Wagner (2000) και ο Κοκκώσης (1995) η ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας σχετίζεται κυρίως με τον πληθυσμό των ανεπτυγμένων χωρών, καθώς πρόκειται για ένα φαινόμενο που συνδέεται με την άρρηκτη ανάγκη του ανθρώπου για απόδραση από την καθημερινότητα και για αναψυχή αλλά και για να έρθει σε επαφή με άλλα μέρη, άλλες κουλτούρες και άλλους πολιτισμούς και να διευρύνει τους πνευματικούς του ορίζοντες αποκτώντας νέες τουριστικές εμπειρίες (Κοκκώσης, 1995, Wagner, 2000).

Είναι αναμφισβήτητο γεγονός ότι ο παγκόσμιος τουρισμός είναι ευάλωτος στις αναταράξεις της διεθνούς πολιτικής και οικονομικής σκηνής. Το εξωτερικό περιβάλλον (οικονομικό, πολιτικό, νομικό, τεχνολογικό), εντός του οποίου δραστηριοποιούνται οι παγκόσμιες τουριστικές επιχειρήσεις, συνδιαμορφώνεται από ένα σύνολο παραγόντων, που αυτοί με την σειρά τους επηρεάζουν την τουριστική δραστηριότητα και ανάπτυξη (ΣΕΤΕ, 2014).

Παρακάτω παρατίθενται τα αποτελέσματα της αναφοράς του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου, όπως αυτά διαμορφώθηκαν το 2013. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις αυξήθηκαν κατά 5% παγκοσμίως το 2013 φτάνοντας τα 1080 εκατομμύρια τουρίστες (WTTC, 2013).

Τα εν λόγω αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι παρά την συνεχιζόμενη παγκόσμια οικονομική ύφεση η ζήτηση για τον διεθνή τουρισμό αυξήθηκε ραγδαία. Η Ευρώπη

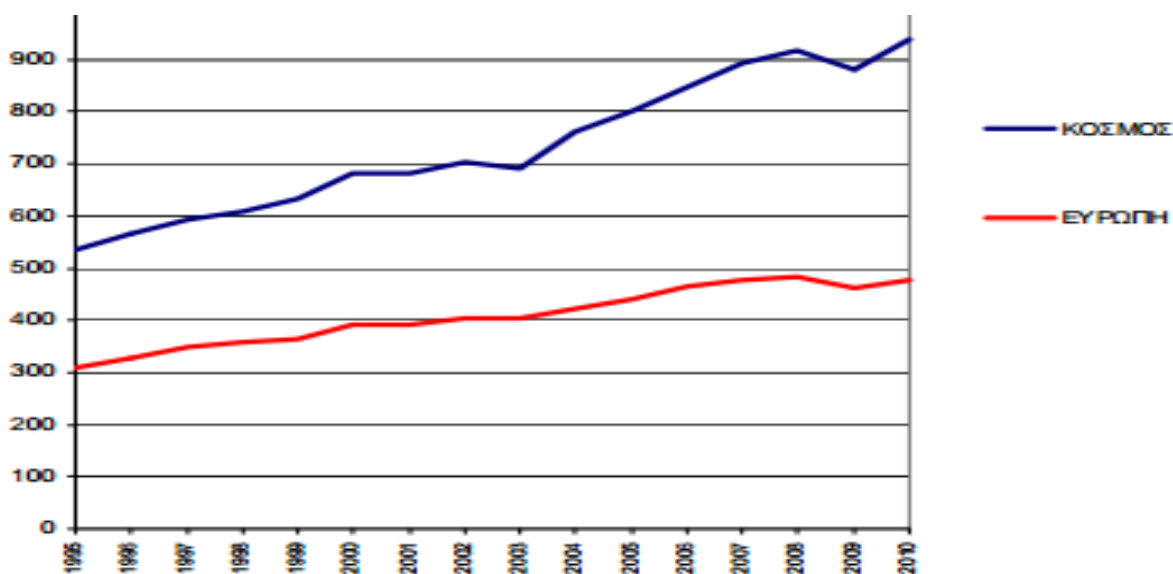
είναι η ηγέτιδα δύναμη στις παγκόσμιες τουριστικές αφίξεις καθώς το ποσοστό των τουριστικών παγκόσμιων αφίξεων έφτασε στο ποσοστό της τάξεως του 5% το 2013 σε σύγκριση με την προηγούμενη χρονιά (UNWTO, 2013).

Η παγκόσμια τουριστική ανάπτυξη του 2013, όπως αυτή διαφαίνεται από τα διαθέσιμα στοιχεία, δεν σημαίνει ότι γνώριζε πάντοτε ανοδική πορεία. Ιδιαίτερα την περίοδο, που ξέσπασε η οικονομική κρίση το 2008-2009 οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις σημείωσαν πτώση της τάξεως του 4,0% (UNWTO, 2013).

Πιο συγκεκριμένα, το 2008 οι συνολικές αφίξεις εισερχόμενων τουριστών υπολογίζεται ότι έφτασαν τα 916 εκ. Ενώ το 2009 μειώθηκαν ακόμη περισσότερο φτάνοντας τα 881 εκ. τουριστών. Οι περιοχές, που επλήγησαν περισσότερο από την οικονομική κρίση την περίοδο 2008-2009, σε επίπεδο τουριστικών αφίξεων ήταν η Ευρώπη (-5%), η Μέση Ανατολή (-5,7%) και η Αμερική (-4,9%) (UNWTO, 2013).

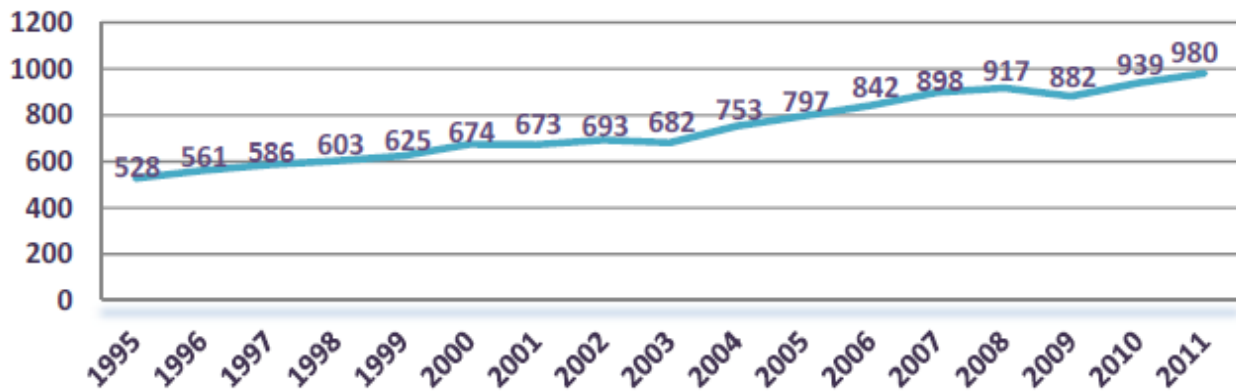
Συγκρίνοντας τα διαθέσιμα δεδομένα μπορεί να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι οι παγκόσμιες τουριστικές αφίξεις, με ηγέτιδα αγορά την Ευρώπη ξεκίνησαν να γνωρίζουν ανοδική πορεία από το 2010 και έπειτα. Στα διαγράμματα 1 και 2 παρουσιάζονται διαγραμματικά η εξέλιξη του διεθνούς τουρισμού κατά τα έτη 1995-2010 και η πορεία των διεθνών τουριστικών αφίξεων κατά την περίοδο 1999-2011.

Διάγραμμα 1: Εξέλιξη του Διεθνούς Τουρισμού (Διεθνείς αφίξεις 1995-2010)



Πηγή: EOT, 2011

Διάγραμμα 2: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις 1999-2011



Πηγή: WorldTourismOrganization, 2012

1.2 Ο ελληνικός τουριστικός κλάδος και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Ο τουριστικός κλάδος αποτελεί αναμφισβήτητα έναν από τους μεγαλύτερους οικονομικούς κλάδους στον κόσμο και συνιστά παράλληλα μία από τις κύριες μορφές οικονομικής δραστηριότητας της χώρας μας. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του ΣΕΤΕ (2013) ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις συμβάλλοντας στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας (ΣΕΤΕ, 2013).

Η Ελλάδα είναι μία χώρα ιδιαίτερα ανταγωνιστική σε παγκόσμιο επίπεδο αναφορικά με το σύνολο των τουριστικών αφίξεων. Αυτό αποδεικνύεται από τα αποτελέσματα, που παραθέτει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, σύμφωνα με τα οποία η Ελλάδα το 2012 κατείχε την 17η θέση σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 23η σε επίπεδο εσόδων (ΣΕΤΕ, 2013).

Από τα παραπάνω στοιχεία διαφαίνεται η ανταγωνιστική θέση της Ελλάδας σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες ως προς το τουριστικό προϊόν που διαθέτει. Πολλοί μελετητές της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας υποστηρίζουν την άποψη ότι η ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου στην Ελλάδα και η προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού συνιστούν από τις λίγες δραστηριότητες που μπορούν να επιτρέψουν στην χώρα να αναπτυχθεί σε τοπικό, εθνικό, περιφερειακό

και ευρωπαϊκό επίπεδο αντισταθμίζοντας τις αδυναμίες, που αντιμετωπίζει σε επίπεδο εξαγωγών (Σταθόπουλος, 2006).

Ανάμεσα στις σημαντικότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που μπορεί να εκμεταλλευτεί η Ελλάδα σε περιόδους ύφεσης, συγκαταλέγονται ο θρησκευτικός τουρισμός, ο συνεδριακός, ο αγροτουρισμός, ο ιαματικός τουρισμός, ο πολιτιστικός και ο αθλητικός τουρισμός (οι εν λόγω εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναλύονται εκτενέστερα στο κεφάλαιο 1.6 Βασικές Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού). Κάποιες από τις προαναφερθέντες μορφές τουρισμού βρίσκονται ήδη σε ανάπτυξη στην χώρα μας (π.χ. θρησκευτικός) ενώ κάποιες άλλες είναι λιγότερο ανεπτυγμένες (π.χ. συνεδριακός τουρισμός) (Papadopoulos & Mirza, 1985, Konsolas & Zacharatos, 1993).

Αντλώντας επιχειρηματολογία από το παραπάνω θεωρητικό υπόβαθρο μπορεί να υποστηριχτεί η άποψη ότι η Ελλάδα είναι μία χώρα ιδιαίτερη ευνοημένη μέσα στο γενικότερο ανταγωνιστικό πλαίσιο της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας. Η ανταγωνιστικότητα της θέσης της ευνοείται από τα πλεονεκτήματα που διαθέτει τόσο σε επίπεδο κλίματος όσο και σε επίπεδο γεωγραφικής θέσης (Σταθόπουλος, 2006).

Πέραν των δύο προαναφερθέντων ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της χώρας η Ελλάδα είναι μία χώρα που διαθέτει υψηλή αναγνωρισιμότητα σε μεγάλα ποσοστά κατοίκων ανά τον κόσμο, διαθέτει σημαντικές ιστορικές, θρησκευτικές και πολιτισμικές καταβολές που έλκουν το τουριστικό ενδιαφέρον και εξαιρετικά όμορφα ορεινά και νησιώτικα τοπία (Σταθόπουλος, 2006).

Στους επόμενους πίνακες παρουσιάζονται τα βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού το 2012 (πίνακας 1 συμμετοχή στην απασχόληση, ΑΕΠ, μερίδιο αγοράς, εποχικότητα κτλ), το μερίδιο αγοράς ελληνικού τουρισμού βάσει των τουριστικών εισπράξεων για την περίοδο 2002-2012 (πίνακας 2) και η κατάταξη του ελληνικού τουρισμού βάσει των διεθνών τουριστικών εισπράξεων για την περίοδο 2007-2012 (πίνακας 3). Κάποια από τα σημαντικότερα μεγέθη αναλύθηκαν περιγραφικά σε προηγούμενες παραγράφους.

Πίνακας 1: Βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού 2012

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2012	
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	16,4% [WTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	18,3% της συνολικής απασχόλησης [WTTC]
Συνολική Απασχόληση	688.800 [WTTC]
Έσοδα	10,0 δισ. € [ΤτΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	15,5 εκατ.
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	646 €
Μερίδιο Αγοράς	1,5% Παγκόσμια, 2,9% Ευρώπη
Εποχικότητα	56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο – Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	66% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΞΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.670 ξενοδοχεία / 771.271 κλίνες [ΞΕΕ]
Top 5 αγορές	Γερμανία (2.108.787), Ην. Βασίλειο (1.920.794), ΠΓΔΜ (1.300.000), Γαλλία (977.376), Ρωσία (874.787) [ΤτΕ]

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2012

Τop 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (2.651.062), Ηράκλειο (2.067.475), Ρόδος (1.593.298), Θεσσαλονίκη (901.573), Κέρκυρα (824.000) [ΕΛ.ΣΤΑΤ.]
--	---

Πηγή: ΣΕΤΕ,2012

Πίνακας 2: Μερίδιο αγοράς ελληνικού τουρισμού βάσει των τουριστικών εισπράξεων 2007-2012

ΕΤΟΣ	ΜΕΡΙΔΙΟ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ (%)	ΜΕΡΙΔΙΟ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ(%) %)
2012	2,8	1,2
2011	3,1	1,4
2010	3,1	1,4
2009	3,5	1,7
2008	3,6	1,8
2007	3,6	1,8

Πηγή: (ΣΕΤΕ,2012).

**Πίνακας 3: Κατάταξη του ελληνικού τουρισμού βάσει των διεθνών
τουριστικών εισπράξεων 2007-2012**

ΕΤΟΣ	ΤΟΥΡΙΣΤΙ ΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ (ΔΙΣ.)	ΣΕΙΡΑ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ- ΚΟΣΜΟΣ	ΣΕΙΡΑ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ- ΕΥΡΩΠΗ
2012	12,9	23	11
2011	14,6	19	9
2010	12,7	21	10
2009	14,5	15	8
2008	17,1	12	8
2007	15,5	12	8

Πηγή: ΣΕΤΕ,2012

1.3 Τουρισμός – Βασικές Έννοιες και τουριστικές τάσεις

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται στον τουρισμό μια στροφή από την ποσότητα στην ποιότητα. Αυτή η εξέλιξη οφείλεται στο γεγονός ότι οι τουρίστες έχουν αποβάλλει πλέον την παθητική στάση του παρελθόντος και έχουν γίνει πιο ευαισθητοποιημένοι σε θέματα ποιότητας και προστασίας του περιβάλλοντος διεκδικώντας μια πιο ενεργή συμμετοχή (Hall, 2013).

Στα πλαίσια αυτά νέες και ειδικές μορφές τουρισμού έχουν γνωρίσει μεγάλη άνθιση. Πρόκειται για εκείνες τις μορφές τουρισμού που εμφανίστηκαν και αναπτύχθηκαν μετά τον οργανωμένο μαζικό τουρισμό με σκοπό να καλύψουν τις νέες ανάγκες που προέκυψαν στον τουριστικό κλάδο (Hall, 2013).

Στο παρόν σημείο της εργασίας κρίνεται απαραίτητο να παρατεθεί ένας ορισμός του τουριστικού φαινομένου όπως αυτός διατυπώνεται από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού. Σύμφωνα με τον ΕΟΤ,

«ο τουρισμός αποτελεί έναν συνδυασμό δραστηριοτήτων, υπηρεσιών και βιομηχανιών, που στόχος τους είναι η οικονομική ανάπτυξη των χωρών υποδοχής και η συνακόλουθη άνοδος του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Τα μέσα μεταφοράς, οι χώροι διαμονής (ξενοδοχεία, κοιτώνες), οι χώροι ψυχαγωγίας και αθλητισμού, τα εστιατόρια, εμπορικά μαγαζιά αποτελούν μέρη της τουριστικής βιομηχανίας των οποίων οι δραστηριότητες αλληλοεμπλέκονται και είναι καθοριστικές για την τουριστική εμπειρία » (ΕΟΤ, 2011).

Από τον παραπάνω ορισμό μπορεί να διεξαχθεί το συμπέρασμα ότι σε αντίθεση με τους άλλους κλάδους της οικονομίας, ο τουρισμός συνιστά μία ιδιότυπη οικονομική δραστηριότητα που δεν αποτυπώνεται σε έναν μεμονωμένο κλάδο της οικονομίας, όπως συμβαίνει με την οικονομική δραστηριότητα του κλάδου της γεωργίας ή της κτηνοτροφίας για παράδειγμα (ΕΟΤ, 2011).

Η ιδιαιτερία του τουρισμού, ως οικονομικής δραστηριότητας εντοπίζεται στην αλληλεπίδραση που αναπτύσσει με άλλους οικονομικούς κλάδους, που συμμετέχουν στην παραγωγή και στην διάθεση αγαθών, προϊόντων και υπηρεσιών σκοπός των οποίων είναι η εξυπηρέτηση των τουριστών και η δημιουργία μιας ξεχωριστής τουριστικής εμπειρίας (ΕΟΤ, 2011).

Πέραν του ορισμού του ΕΟΤ, που αντιμετωπίζει το τουριστικό φαινόμενο, ως μία καθαρά οικονομική δραστηριότητα, αν ανατρέξει κανείς στην ελληνική και στην διεθνή βιβλιογραφία θα συναντήσει μία πλειάδα ορισμών που περιγράφουν το τουριστικό φαινόμενο. Κοινό χαρακτηριστικό της πλειοψηφίας των ορισμών αυτών είναι *«ότι συνδέουν τον τουρισμό με την ανθρώπινη τάση για επικοινωνία, ψυχαγωγία*

και απόκτηση νέων εμπειριών με αφορμή κάποιον ταξιδιωτικό προορισμό» (Ποδηματάς, 2008, Wanger, 2000).

Δύο ορισμοί κατά την γνώμη μας, αποδίδουν με πληρότητα την σημασία της λέξης «τουρισμός», οι οποίοι παρατίθενται εν συντομία στις επόμενες παραγράφους της εργασίας.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ): *«ο τουρισμός αποτελείται από δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διανέμουν σε μέρη διαφορετικά από το σύνηθες περιβάλλον τους, για λόγους αναψυχής, αποφυγής των προβλημάτων της καθημερινότητας, για άσκηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων κ.α και για χρονικό διάστημα όχι μεγαλύτερο του ενός έτους»* (UNWTO, 2012).

Ο Ποδηματάς (2008) ορίζει τον τουρισμό *«ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προέρχονται από την επικοινωνία των τουριστών, των προμηθευτών, των επιχειρήσεων, των κυβερνήσεων στις περιοχές υποδοχής καθώς και στην διαδικασία της έλξης και της φιλοξενίας αυτών των τουριστών και άλλων επισκεπτών»* (Ποδηματάς, 2008, σελ. 98).

Αντιπαραβάλλοντας τους τρεις ορισμούς που παρατέθηκαν στο παρόν κεφάλαιο μπορεί να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα σύνθετο φαινόμενο που ενέχει μέσα του τρεις συνιστώσες. Πρόκειται για την οικονομική, την επικοινωνιακή και την εμπειρική. Με λίγα λόγια ο τουρισμός δεν αποτελεί μία αμιγώς οικονομική δραστηριότητα αλλά συνιστά παράλληλα μία δραστηριότητα που συνδέεται άμεσα με την επικοινωνία και την παρεχόμενη προς τους καταναλωτές τουριστική εμπειρία.

1.4 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού - Βασικές έννοιες

Ο εναλλακτικός τουρισμός γνωρίζει ιδιαίτερη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια και διαφέρει από τον μαζικό καθώς βασίζεται στην αξιοποίηση και ανάδειξη των πολιτιστικών στοιχείων μιας περιοχής και δίνει ιδιαίτερη σημασία σε ζητήματα περιβαλλοντικής προστασίας και αειφόρου ανάπτυξης (Jarriluoma, 1992).

Ο εναλλακτικός τουρισμός, σύμφωνα με τον Jarriluoma (1992), ορίζεται ως «το αντίθετο του μαζικού, θεωρείται ποιοτικός, τοπικά σχεδιαζόμενος, ελεγχόμενος και εμπεριέχει αξίες». Σύμφωνα με τον Hall (2013) η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού συνοψίζεται «στην αναζήτηση ποιότητας με την παράλληλη διαφύλαξη του περιβάλλοντος, της τοπικής κουλτούρας και την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας με αποτέλεσμα την διασφάλιση θετικών κοινωνικών αλληλεπιδράσεων μεταξύ των τουριστών και των ντόπιων κατοίκων» (Hall, 2013).

Ως εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται το φαινόμενο σύμφωνα με το οποίο η τουριστική δραστηριότητα ξεφεύγει από την παραδοσιακή μορφή του μαζικού τουρισμού του οποίου βασικά χαρακτηριστικά αποτελούν η αναψυχή και η ξεκούραση των επισκεπτών-τουριστών. Ως εναλλακτικές μορφές τουρισμού θεωρούνται εκείνα τα είδη της τουριστικής δραστηριότητας που επιδιώκουν την δημιουργία θετικών κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων ελαχιστοποιώντας τις αρνητικές (Σφακιανάκης, 2000, Andriotis, 2008).

Ως φαινόμενο λοιπόν, ο εναλλακτικός τουρισμός συνδέεται στενά με την εκμετάλλευση του δυναμικού κάποιων περιοχών οι οποίες απέχουν από τις δραστηριότητες των παραδοσιακών μορφών τουρισμού. Ένα από τα βασικά του χαρακτηριστικά γνωρίσματα είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου σε 12 μήνες το χρόνο. Αυτό, είναι φανερό ότι συμβάλλει καθοριστικά στην οικονομία των χωρών που τον υποστηρίζουν και έχουν την δυνατότητα να τον προωθήσουν καθώς δημιουργείται μια σταθερή πηγή εσόδων και απασχόλησης (Σφακιανάκης, 2000).

Άλλα βασικά χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι η ελεγχόμενη ανάπτυξη συγκεκριμένων περιοχών, η ποικιλία δραστηριοτήτων που τον συνοδεύουν καθώς και η έμφαση που δίνεται στην απόκτηση γνώσης και νέων εμπειριών που σχετίζονται με τις τοπικές κουλτούρες και η ταυτόχρονη διατήρηση των παραδοσιακών αξιών (Andriotis, 2008).

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως ο οικολογικός, ο αγροτουρισμός, ο θρησκευτικός κ.ά. αναπτύσσονται με γοργούς ρυθμούς καθώς προσφέρουν στους ενδιαφερόμενους ποικίλες δραστηριότητες. Η χώρα μας πλέον αποτελεί έναν ελκυστικό προορισμό όχι μόνο για τις «κλασσικές» διακοπές (ήλιος, θάλασσα, διασκέδαση) αλλά και για εναλλακτικές διακοπές. Οι τουρίστες δηλαδή πλέον επισκέπτονται την Ελλάδα για να απολαύσουν τα μαγευτικά τοπία, για να γνωρίσουν

τις παραδόσεις κάποιων περιοχών, για να κάνουν σπορ και για να γνωρίσουν την θρησκεία μας (Andriotis, 2008).

Η επένδυση στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Ελλάδα μπορεί να επιφέρει πολλά πλεονεκτήματα καθώς είναι μια χώρα που διαθέτει πολλά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα (όμορφο φυσικό περιβάλλον, πολιτιστικός και ιστορικός πλούτος, αναπτυγμένη υπάρχουσα τουριστική υποδομή η οποία μπορεί να λειτουργήσει συμπληρωματικά στον εναλλακτικό τουρισμό) (Andriotis, 2008).

Όλα αυτά προκαλούν μια αυξανόμενη ζήτηση για νέες τουριστικές εμπειρίες οι οποίες μπορούν να οδηγήσουν σε αισιόδοξες προοπτικές και μορφές ανάπτυξης. Στηριζόμενη στα παραπάνω ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα αλλά και στο γεγονός ότι η Ελλάδα προσελκύει ετησίως περισσότερους από 17 εκατομμύρια επισκέπτες, η Τουριστική Στρατηγική της χώρας μας στοχεύει να μετατρέψει τον πλούτο των πόρων της σε πρότυπα, μοναδικά τουριστικά προϊόντα με την σύμπραξη Ελλήνων και ξένων επενδυτών (ΥΠΑΑ, 2013).

Προκειμένου να εξυπηρετήσει την στρατηγική της αυτή, η Ελληνική Κυβέρνηση έχει θέσει ως προτεραιότητά της και ενθαρρύνει την ανάπτυξη τουριστικής υποδομής νέων μορφών εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες συμπληρώνουν το παραδοσιακό τουριστικό προϊόν της χώρας (ΥΠΑΑ, 2013).

1.5 Βασικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού

Ανάλογα με τα κίνητρα των τουριστών που πραγματοποιούν μια επίσκεψη σε έναν τόπο ή μια χώρα, είναι δυνατή μια συνοπτική ταξινόμηση τουριστικού φαινομένου σε κάποιους βασικούς τύπους (Jarriluoma, 1992).

Παρακάτω παρουσιάζονται οι βασικές μορφές του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα και δίνονται οι σύντομοι ορισμοί τους.

Διάγραμμα 3: Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού



α) Συνεδριακός και εκθεσιακός τουρισμός

Αυτή η μορφή τουρισμού περιλαμβάνει την οργάνωση συνεδρίων και διεθνών εκθέσεων σε περιοχές που διαθέτουν τις κατάλληλες υποδομές και εγκαταστάσεις. Πιο συγκεκριμένα, αφορά την οργάνωση ταξιδιών για επαγγελματικούς κυρίως λόγους σε επίπεδο τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές (Βελισσαρίου, 2000).

Η ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού απαιτεί τη λήψη μέτρων τα οποία συνδυάζονται με τις κατάλληλες υποδομές (σύγχρονα συνεδριακά κέντρα, καλά εξοπλισμένα, με μεγάλη χωρητικότητα κτλ.). Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να συνδυαστεί με πληθώρα αθλητικών γεγονότων όπως είναι οι προπονήσεις ή ο ατομικός αθλητισμός (π.χ ιστιοπλοΐα). Η Ελλάδα είναι μια χώρα που έχει τη δυνατότητα να υποστηρίξει αυτή την μορφή τουρισμού, ωστόσο σύμφωνα με στοιχεία βρίσκεται στην τελευταία θέση ανάμεσα στις χώρες που φιλοξενούν συνέδρια κάθε χρόνο (Ναυτεμπορική, 2013).

β) Αθλητικός Τουρισμός

Ο «αθλητικός τουρισμός» σαν όρος χρησιμοποιείται από το 1970 για να περιγράψει την ξεχωριστή μορφή τουρισμού που συνδυάζει τουρισμό και αθλητική δραστηριότητα. Για την ανάπτυξή του απαιτούνται υποδομές με υψηλές προδιαγραφές σε διάφορους τομείς (φυσικό περιβάλλον, τεχνητό περιβάλλον, μεταφορές, διασκέδαση, στέγαση κτλ.) (Briassoulis, 1993).

Ο αθλητικός τουρισμός προσελκύει σημαντικό αριθμό ενδιαφερόμενων και για αυτό τον λόγο χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό ανάπτυξης. Στην Ελλάδα όμως, ουσιαστική ανάπτυξή αυτής της μορφής του τουρισμού παρατηρείται τα τελευταία χρόνια, σαν επακόλουθο των Ολυμπιακών Αγώνων (Κλόκας, 2013).

Η Ελλάδα έχει πολλές δυνατότητες που μπορεί να εκμεταλλευτεί προκειμένου να αναπτύξει και να προωθήσει τον αθλητικό τουρισμό. Ανάμεσα στις σημαντικότερες δυνατότητες της Ελλάδας συγκαταλέγονται η ποικιλία των αθλητικών δραστηριοτήτων, που μπορεί να προσφέρει στον τουρίστα. Η ποικιλία των ελληνικών αθλητικών δραστηριοτήτων σε συνδυασμό με τα ελκυστικά τοπία της χώρας μπορούν να προσφέρουν στους τουρίστες μοναδικές εμπειρίες (Πουτέτση, 2010).

Σημαντικά είναι τα στοιχεία για τις συνολικές τουριστικές αφίξεις που προσελκύει ο αθλητικός τουρισμός στην χώρα μας. Τα εν λόγω στοιχεία έχουν αντληθεί από τον ΠΟΤ. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, ο αθλητικός τουρισμός στην Ελλάδα υπολογίζεται ότι προσελκύει το 10% των συνολικών αφίξεων. Παράλληλα αυξανόμενο παρουσιάζεται το ενδιαφέρον των τουριστών, που κατά την διάρκεια των διακοπών τους, επιθυμούν να ασχολούνται παράλληλα με κάποιο σπορ (Πουτέτση, 2010).

γ) Θρησκευτικός τουρισμός

Ως «θρησκευτικός τουρισμός» (religious tourism) - ή «προσκυνηματικός τουρισμός» (pilgrimage tourism) –χαρακτηρίζεται το σύνολο των δραστηριοτήτων, που σχετίζονται με τις επισκέψεις τουριστών σε μνημεία και χώρους θρησκευτικής σημασίας αναζητώντας κυρίως την επαφή με το θείο και την επικοινωνία με τους

κατοίκους των τοπικών κοινωνιών για τον εμπλουτισμό της θρησκευτικής τους εμπειρίας (Πολύζος, 2010).

Ο θρησκευτικός τουρισμός συνιστά μία μορφή τουρισμού, που συνδυάζει πνευματικά, πολιτισμικά και ιστορικά στοιχεία. Η Ελλάδα είναι μια από τις λίγες χώρες στον κόσμο που μπορεί να αναπτύξει τη μορφή αυτή του τουρισμού. Διαθέτει πολλά ελληνικά μοναστήρια, κειμηλιακούς θησαυρούς σε διάφορους νομούς της χώρας, καθεδρικούς ναούς, ξωκλήσια καθώς και βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες. Τα μεταβυζαντινά και τα βυζαντινά αριστουργήματα συνιστούν δύο από τους βασικότερους πόλους έλξης των θρησκευτικών τουριστών που επισκέπτονται την χώρα μας (Πολύζος, 2010).

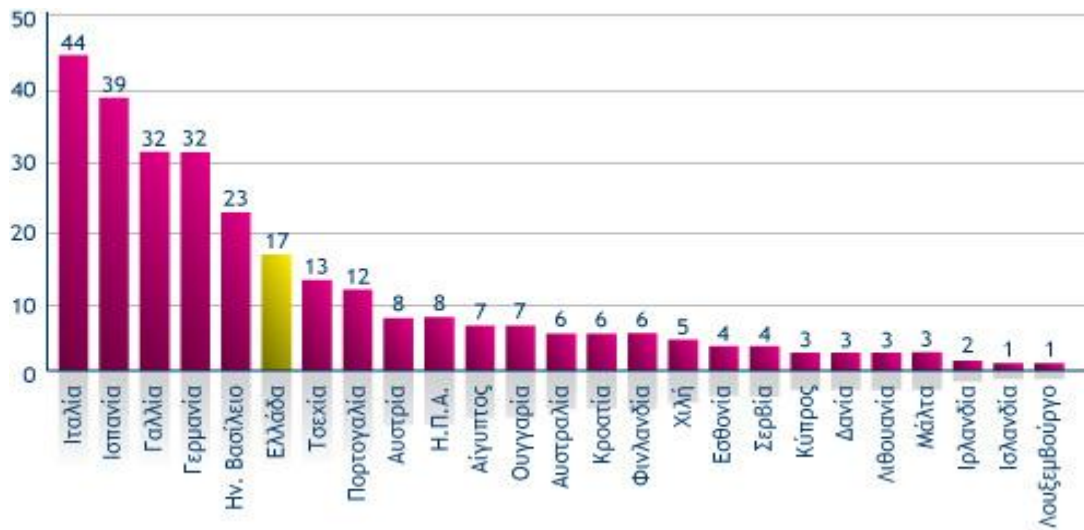
δ) Πολιτιστικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός συνδέεται στενά με την επίσκεψη σε μία χώρα ή περιοχή με αφορμή ένα πολιτιστικό γεγονός ή την επίσκεψη ενός πολιτιστικού μνημείου. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) ορίζει τον πολιτιστικό τουρισμό ως,

«το ταξίδι που γίνεται με κίνητρο βασικά πολιτιστικό – περιλαμβάνοντας εκπαιδευτικές περιηγήσεις, θεατρικές παραστάσεις, φεστιβάλ, προσκνήματα, επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και μουσεία, καθώς και τη μελέτη του φυσικού περιβάλλοντος, του λαϊκού πολιτισμού και της τέχνης» (WTO, 2013).

Λόγω του ότι το πολιτιστικό κίνητρο ήταν και παραμένει ένας από τους κυριότερους λόγους ταξιδιών για τους τουρίστες σε παγκόσμιο επίπεδο ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μία ενδιαφέρουσα μορφή εναλλακτικού τουρισμού που μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη των περιοχών που τον στηρίζουν. Η Ελλάδα διαθέτει σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σύγκριση με άλλες χώρες στην προσέλκυση τουριστών με πολιτιστικά κίνητρα καθώς μπορεί να συνδυάσει τον αρχαιολογικό πλούτο με τα στοιχεία του αρχαιοελληνικού πολιτισμού της (Σφακιανάκης, 2000).

Διάγραμμα 3: Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτισμικής Κληρονομιάς παγκοσμίως



Πηγή: World Travel & Tourism Competitiveness Report, 2011

ε)Οικοτουρισμός

Ο Οικοτουρισμός συνδέεται στενά με την ανάδειξη και την αξιοποίηση των φυσικών πόρων μιας χώρας που παρουσιάζουν κάποια ελκυστικά χαρακτηριστικά. Ο φυσικός πλούτος, τα σπάνια είδη χλωρίδας και πανίδας, οι πλούσιοι βιότοποι αποτελούν φυσικά στοιχεία ομορφιάς μιας χώρας ή μιας περιοχής που προσελκύουν το ενδιαφέρον πολλών τουριστών (Briassoulis, 1993).

Αυτού του είδους ο τουρισμός συνδυάζει την τοπική οικονομική ανάπτυξη με την προστασία του περιβάλλοντος και την παράλληλη ανάπτυξη των φυσικών πλεονεκτημάτων και της ιστορίας μιας περιοχής. Η Ελλάδα διαθέτει ιδιαίτερα πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον, καθώς παρά τη μικρή της έκταση παρουσιάζει σπάνια γεωμορφολογία με έντονες αντιθέσεις και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας (Βελισσαρίου, 2000).

στ) Θεραπευτικός - Ιαματικός τουρισμός

Ο θεραπευτικός τουρισμός αποτελεί μία ειδική κατηγορία εναλλακτικού τουρισμού καθώς προσελκύει τουρίστες που ενδιαφέρονται για την σωματική και την ψυχική τους υγεία. Τα τελευταία χρόνια αυτή η μορφή εναλλακτικού τουρισμού εξελίσσεται σε μία από τις πιο ενδιαφέρουσες και πιο σημαντικές μορφές τουρισμού. Ο θεραπευτικός- ιαματικός τουρισμός σχετίζεται με την επίσκεψη σε περιοχές και τόπους που διαθέτουν ιαματικά λουτρά και πηγές (WTT, 2011).

Η Ελλάδα είναι μία χώρα, που διαθέτει πολλές περιοχές με θεραπευτικές και ιαματικές πηγές¹, που έλκουν το ενδιαφέρον των τουριστών αυτής της κατηγορίας. Οι θεραπευτικές πηγές της Ελλάδας, που βρίσκονται σε διάσπαρτες περιοχές της χώρας, διακρίνονται για τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν στους τουρίστες όπως είναι τα θεραπευτικά συστατικά των ιαματικών νερών τους. Ωστόσο οι ελληνικές λουτροπόλεις διαθέτουν αρκετά προβλήματα που σχετίζονται κυρίως με την έλλειψη κατάλληλων υποδομών καθώς και την ελλιπή στελέχωση τους (ΣΕΤΕ, 2013).

ζ) Αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός συνδέεται με επισκέψεις σε αγροτικές περιοχές κατά την διάρκεια των οποίων ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να γνωρίσει την λειτουργία αυτών των περιοχών, τις ασχολίες των κατοίκων καθώς και τα τοπικά προϊόντα αλλά και την παραδοσιακή κουζίνα. Αυτού του είδους ο τουρισμός φέρνει τον επισκέπτη σε επαφή με την φύση και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο στις οποίες μπορεί να συμμετάσχει (Βελισσαρίου, 2010).

Ο αγροτουρισμός, βασισμένος στις αγροτικές περιοχές και στον αγροτικό τρόπο ζωής, επικεντρώνεται στην ανάπτυξη και ενίσχυση της σχέσης μας με το φυσικό περιβάλλον αλλά και με τους ανθρώπους και τις κοινότητες που κατοικούν. Ο αγροτουρισμός μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως είναι ο αθλητικός, ο θρησκευτικός, ο ιστορικός τουρισμός και ο τουρισμός

¹Σήμερα σε όλη την Ελλάδα, οι ιαματικές πηγές που λειτουργούν κανονικά υπολογίζεται ότι δεν ξεπερνούν τις 80 από τις 720 που έχουν εντοπιστεί.

υγείας. Στην Ελλάδα υπάρχουν πληθώρα αγροτουριστικών καταλυμάτων που διακρίνονται για την ποιότητα των υποδομών τους. Ανάμεσα στα σημαντικότερα συγκαταλέγονται τα καταλύματα που βρίσκονται στην Ήπειρο, την Πελοπόννησο, την Στερεά Ελλάδα και τη Κρήτη (Βελισσαρίου, 2010).

Κεφάλαιο δεύτερο

«Ο θρησκευτικός τουρισμός και τα χαρακτηριστικά του»

2.1 Θρησκευτικός -Θεωρητικό υπόβαθρο

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό μέρος της ελληνικής τουριστικής κίνησης. Ως φαινόμενο είναι γνωστό στον ελλαδικό χώρο από τα αρχαία χρόνια. Οι ταξιδιώτες συνήθιζαν να ταξιδεύουν κατά την αρχαιότητα τόσο στον ελλαδικό χώρο όσο και στην επικράτεια άλλων κρατών με κίνητρο την γνωριμία τους και την επαφή τους με το θείο καθώς και με τις θρησκευτικές και τοπικές κοινότητες της εποχής (Konsolas & Zacharatos, 1993).

Οι μονές, οι ιεροί χώροι, τα μοναστήρια, οι τάφοι των Αγίων και οι χώροι των θρησκευτικών εορτών αποτέλεσαν κατά την αρχαιότητα πόλους έλξης για τους ταξιδιώτες. Ως συνέπεια των παραπάνω το θρησκευτικό ταξίδι συνδέθηκε από τα αρχαία χρόνια με τον προσκυνηματισμό. Πολλοί μελετητές συμφωνούν στο συμπέρασμα ότι το θρησκευτικό ταξίδι ανάγει τις καταβολές του στην προσκυνηματική δραστηριότητα παλαιότερων εποχών (Konsolas & Zacharatos, 1993).

Ο θρησκευτικός τουρισμός ως φαινόμενο των ημερών μας διαχωρίζεται από τον οργανωμένο μαζικό τουρισμό καθώς προτεραιότητα του είναι η διατήρηση και η προφύλαξη της τοπικής κουλτούρας και του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος. Ο θρησκευτικός τουρισμός στις μέρες μας συνιστά μία ιδιαίτερη μορφή οργανωμένου τουρισμού, που συμβάλλει σημαντικά στην τοπική και την περιφερειακή ανάπτυξη των περιοχών και των χωρών που τον προωθούν (Πουλάκη & Λαγός, XX).

Οι απόψεις των μελετητών περί του ορισμού του θρησκευτικού τουρισμού δεν συγκλίνουν πάντα. Κάποιοι θεωρούν τον θρησκευτικό τουρισμό ως υποκατηγορία του πολιτισμικού τουρισμού ενώ κάποιοι άλλοι των θεωρούν ως μία ειδική μορφή εναλλακτικού τουρισμού διαχωρίζοντας τον από τον πολιτισμικό.

Χαρακτηριστικά ο Rinschede όπως αναφέρει η Μοίρα (2004) στην Τουριστική Επιστημονική Επιθεώρηση θεωρεί ότι,

«ο θρησκευτικός τουρισμός είναι η μορφή του τουρισμού, του οποίου οι μετέχοντες κινούνται είτε εν μέρει είτε αποκλειστικά από θρησκευτικούς λόγους. Μάλιστα θεωρεί ότι ο θρησκευτικός τουρισμός είναι υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού, από το γεγονός ότι οι μετέχοντες σε οργανωμένα προσκνήματα διαθέτουν συχνά μια μέρα επιπλέον για επίσκεψη σε επιλεγμένα τουριστικά αξιοθέατα» (Μοίρα, 2004).

Πιο σύγχρονες προσεγγίσεις περί του θρησκευτικού τουρισμού παρέχονται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ο θρησκευτικός τουρισμός συνιστά μία ειδική μορφή εναλλακτικού τουρισμού, βασικός σκοπός του οποίου είναι να εισάγει τον τουρίστα σε μία χώρα που πριν ήταν άγνωστη σε αυτόν και δεν θα την επισκεπτόταν αν δεν υπήρχε το θρησκευτικό κίνητρο.²(Leppäkäri, 2008).

Ανάμεσα στις σημαντικότερες δραστηριότητες του σύγχρονου θρησκευτικού τουριστικού φαινομένου συγκαταλέγονται η οργάνωση ταξιδιών σε περιοχές που γίνονται θρησκευτικές γιορτές σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους του έτους καθώς η οργάνωση ταξιδιών σε περιοχές που υπάρχουν μονές, μοναστήρια, θρησκευτικά μνημεία, τάφοι και λείψανα αγίων (Τελώνης, 2013, Leppäkäri, 2008).

Από όσα λέχθηκαν παραπάνω περί του θρησκευτικού τουρισμού μπορεί να διεξαχθεί το συμπέρασμα ότι αυτός συνιστά μία ειδική μορφή τουρισμού που βασίζεται κατά κύριο λόγο σε τουρίστες τα κίνητρα των οποίων είναι θρησκευτικά. Ο θρησκευτικός τουρισμός επηρεάζει την ανάπτυξη και την οικονομία των περιοχών επίσκεψης αν λάβει κανείς υπόψη ότι ο θρησκευτικός τουρίστας μετά την εκπλήρωση των θρησκευτικών του καθηκόντων συμπεριφέρεται ως τυπικός καταναλωτής³ (Leppäkäri, 2008).

²Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ο θρησκευτικός τουρισμός προσελκύει ετησίως πάνω από 250 εκατομμύρια τουρίστες με θρησκευτικά ενδιαφέροντα.

³Υπό την έννοια ότι έχει ανάγκη για κατάλυμα, γεύματα, αγορά τοπικών ενθυμίων ή άλλων προϊόντων.

Στενά συνδεδεμένο με την έννοια του θρησκευτικού τουρισμού είναι το προσκύνημα⁴, που αποτελεί μία από τις αρχαιότερες μορφές θρησκευτικού τουρισμού. Σύμφωνα με τους Πουλάκη και Λαγό (χχ) το προσκύνημα αποτελούσε και αποτελεί βασικό κίνητρο μετακίνησης των ανθρώπων καθώς ο θρησκευτικός τουρίστας νιώθει ότι εκπληρώνει τα θρησκευτικά του καθήκοντα όχι μόνο επισκεπτόμενος περιοχές με θρησκευτική και ιστορική αξία αλλά και προσκυνώντας ιερά, λείψανα και τάφους Αγίων (Πουλάκη & Λαγός, ΧΧ, σελ.2).

2.2 Τα κίνητρα και οι κατηγορίες του θρησκευτικού τουρισμού

Υπάρχουν διάφορα κίνητρα που υποκινούν τους θρησκευτικούς τουρίστες να μετακινούνται σε άλλες χώρες προκειμένου να ικανοποιήσουν το θρησκευτικό τους συναίσθημα. Στην παρούσα ενότητα θα παρουσιαστούν τα βασικά κίνητρα που κίνητρα που ενθαρρύνουν τις επισκέψεις σε θρησκευτικά μνημεία και σε τόπους που διαθέτουν χώρους με θρησκευτικό περιεχόμενο (Leppäkäri, 2008).

Επιπλέον στην παρούσα ενότητα πρόκειται να διαχωριστούν οι κατηγορίες των θρησκευτικών τουριστών. Τα κίνητρα των θρησκευτικών τουριστών έχουν ταξινομηθεί σε τρεις βασικές κατηγορίες, οι οποίες αναλύονται παρακάτω:

(α) Το θρησκευτικό κίνητρο. Το θρησκευτικό κίνητρο συνδέεται με το θρησκευτικό συναίσθημα, το οποίο παρακινεί τους τουρίστες σε μετάβαση θρησκευτικών τόπων προκειμένου να επισκεφτούν θρησκευτικούς χώρους και να έρθουν σε επαφή με το θείο. Το θρησκευτικό κίνητρο είναι στενά συνδεδεμένο, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω στην εργασία, με το αίσθημα της υποχρέωσης, του καθήκοντος και την ανάγκη των πιστών να ακολουθήσουν τον θεό τους (Jarriluoma, 1992).

⁴Στην ξενόγλωσση ορολογία, ο θρησκευτικός τουρισμός περιγράφεται υπό την ευρύτερη έννοια του προσκυνηματισμού, όχι μόνο σε θρησκευτικά μνημεία αλλά και σε ιστορικούς τόπους και μνημεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος (Rotherham, 2007) .

(β) Το προσκυνηματικό κίνητρο. Το προσκυνηματικό κίνητρο συνδέεται με την ανάγκη των πιστών να εκδηλώσουν έμπρακτα την πίστη τους προς τον θεό τους μέσω του προσκυνήματος (Jarriluoma, 1992).

(γ) Η ελκυστικότητα των θρησκευτικών μνημείων και η συνολική τους αξία ως τόπων λατρείας και πολιτιστικών πόρων. Το εν λόγω κίνητρο υποκινεί τους τουρίστες να επισκεφτούν περιοχές και θρησκευτικούς χώρους όχι μόνο για να ικανοποιήσουν το θρησκευτικό τους συναίσθημα αλλά και για να θαυμάσουν την αρχιτεκτονική και τον ρυθμό αρχαίων και κλασικών θρησκευτικών χώρων.⁵(Jarriluoma, 1992).

Οι θρησκευτικοί τουρίστες χωρίζονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες: στους πιστούς – προσκυνητές και τους περισσότερο αποστασιοποιημένους θρησκευτικά, που έχουν συνήθως πολιτιστικά ή εκπαιδευτικά ενδιαφέροντα. Ο εν λόγω διαχωρισμός των θρησκευτικών τουριστών, που εκπορεύεται από τα κίνητρα, έχει ωθήσει πολλούς μελετητές να θεωρούν τον θρησκευτικό τουρισμό, ως υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού (Jarriluoma, 1992).

Το ζήτημα της διάκρισης ανάμεσα στον προσκυνητή και τον θρησκευτικό τουρίστα απασχολεί πολλά χρόνια την επιστημονική και ακαδημαϊκή κοινότητα. Ο προσκυνητής τουρίστας αντιδιαστέλλεται ως προς τον θρησκευτικό τουρίστα καθώς τους χωρίζει μία βασική διαφορά που έγκειται στα κίνητρα των μεν και των δε που τους ωθούν να επισκεφτούν μία θρησκευτική περιοχή. Το βασικό κίνητρο του θρησκευτικού τουρίστα είναι η αναζήτηση της γνώσης ενώ του προσκυνητή είναι το θρησκευτικό αίσθημα (Μοίρα, 2008).

Επιπλέον οι θρησκευτικοί τουρίστες διακρίνονται από τους προσκυνητές ως προς τον τρόπο που οργανώνουν τον ελεύθερο χρόνο τους και ως προς τις δραστηριότητες που επιλέγουν να κάνουν όταν επισκέπτονται έναν θρησκευτικό τόπο. Οι προσκυνητές αφιερώνουν όλο τον χρόνο τους στις ιεροτελεστίες και στην προσευχή κατά την διάρκεια του ταξιδιού τους (Jarriluoma, 1992).

Αντίθετα, οι θρησκευτικοί τουρίστες κατά την διάρκεια του ταξιδιού τους αφιερώνουν χρόνο για την επικοινωνία με ανθρώπους από τις περιοχές που

⁵Πρόκειται για το πολιτιστικό κίνητρο.

επισκέπτονται καθώς ενδιαφέρονται για την ιστορική και πολιτισμική σημασία των τόπων που επισκέπτονται (Μοίρα, 2008).

Από την διαχώριση των κινήτρων και των κατηγοριών των θρησκευτικών τουριστών προκύπτουν δύο βασικές κατηγορίες θρησκευτικού τουρισμού. Ο προσκυνηματικός και ο πολιτιστικός - θρησκευτικός τουρισμός. Ο προσκυνηματικός τουρισμός αφορά στην επίσκεψη ενός θρησκευτικού τόπου, όπου ο τουρίστας επιθυμεί να εκδηλώσει την πίστη του και να ζητήσει ευλογία. Αντίθετα στην περίπτωση του πολιτιστικού-θρησκευτικού τουρισμού ο επισκέπτης πηγαίνει σε έναν θρησκευτικό χώρο για να θαυμάσει την αρχιτεκτονική του και την τεχνοτροπία του (Μοίρα, 2004).⁶

2.3 Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα

Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς τα τελευταία χρόνια, γεγονός που τον καθιστά μια ενδιαφέρουσα μορφή εναλλακτικού τουρισμού, με ιδιαίτερη συμβολή στην ανάπτυξη των μειονεκτικών και λιγότερο αναπτυγμένων περιοχών της χώρας. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία όπως αυτά παρατίθενται από τον Γιώργο Τελώνη⁷ ο θρησκευτικός τουρισμός στην χώρα μας είναι κατά 85% εσωτερικός. Αυτός είναι και ένας από τους λόγους που κρίνεται αναγκαίο ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα να ανοιχτεί στην διεθνή αγορά (Jenner & Smith, 1993).

Η Ελλάδα διαθέτει πάνω από 250 τόπους θρησκευτικού ενδιαφέροντος και έχει την δυνατότητα να προσελκύσει επισκέπτες από άλλες ορθόδοξες χώρες όπως είναι η Ρωσία και η Ουκρανία. Το προφίλ των θρησκευτικών τουριστών, που μπορεί να προσελκύσει η Ελλάδα, σκιαγραφείται ως εξής:

⁶Υπάρχει και μία τρίτη κατηγορία θρησκευτικού τουρισμού. Πρόκειται για τον λατρευτικό τουρισμό. Οι τουρίστες, που προτιμούν αυτού του είδους τον θρησκευτικό τουρισμό επισκέπτονται θρησκευτικές περιοχές σε συγκεκριμένες μέρες του έτους προκειμένου να λάβουν μέρος σε θρησκευτικές εκδηλώσεις και τελετές (Jarriluoma, 1992).

⁷Πρόεδρος του ΗΑΤΤΑ.

«Πρόκειται κυρίως για οικογένειες με παιδιά (65%), που ανήκουν στη μέση και ανώτερη εισοδηματική τάξη. Έρχονται κυρίως από χώρες της Ανατολικής Ευρώπης. Οι τουρίστες αυτοί τείνουν να επαναλαμβάνουν το ταξίδι τους σε ένα μέρος. Ταξιδεύουν εκτός τουριστικής περιόδου αιχμής, κυρίως μεταξύ Σεπτεμβρίου – Ιουνίου. Σε ό,τι αφορά τις προτιμήσεις και τη συμπεριφορά τους, προτιμούν να ταξιδεύουν οργανωμένα και ομαδικά, είναι ευσεβείς και δεν προκαλούν αναστατώσεις στις τοπικές κοινωνίες»⁸ (Τελώνης, 2012).

Η Ελλάδα είναι μία χώρα που μπορεί να έλξει και τα δύο είδη των θρησκευτικών τουριστών, που αναλύθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο της εργασίας (προσκυνηματικός τουρίστας και θρησκευτικός – πολιτιστικός τουρίστας). Σημαντικός πόλος έλξης για τους προσκυνηματικούς τουρίστες συνιστούν τα Μετέωρα, τα οποία είναι η πρώτη σε επισκεψιμότητα θρησκευτική περιοχή στην Ελλάδα.

Από την άλλη σημαντικοί πόλοι έλξης για τους θρησκευτικούς-πολιτιστικούς τουρίστες συνιστούν τα 17 μνημεία της Ελλάδας, που συμπεριλαμβάνονται στον κατάλογο των παγκόσμιων μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς της Unesco.⁹ (Πουλάκη & Λαγός, XX).

Η Ελλάδα ως χώρα διαθέτει πολλά δυνατά σημεία, τα οποία μπορεί να εκμεταλλευτεί για να προβάλλει την θρησκευτική τουριστική της δραστηριότητα στο εξωτερικό. Ανάμεσα στα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της χώρας συγκαταλέγονται τα εξής:

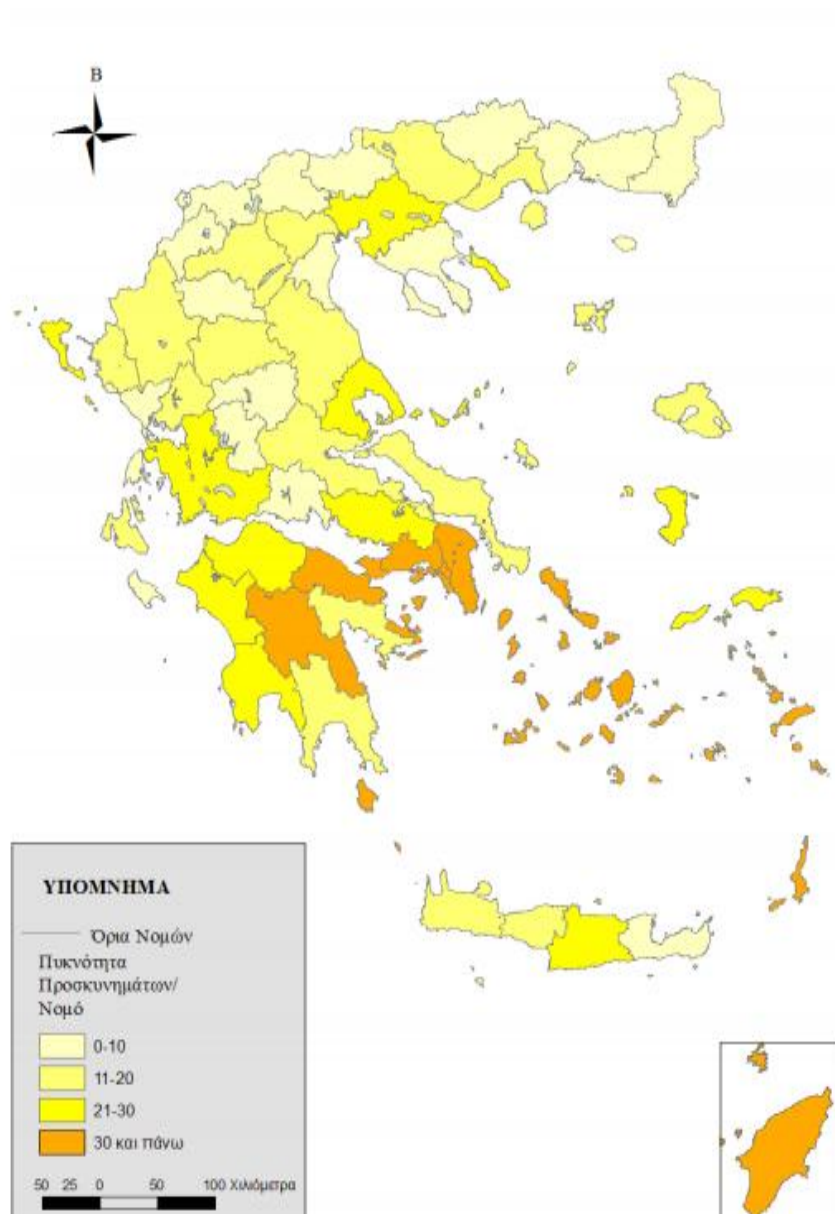
- Τα θρησκευτικά αξιοθέατα της χώρας βρίσκονται διάσπαρτα σε διάφορες περιοχές. Η διασπορά των θρησκευτικών αξιοθέατων της χώρας σε διάφορες περιοχές μπορεί να συμβάλλει στην τοπική και την περιφερειακή ανάπτυξη των εν λόγω περιοχών (Jenner & Smith, 1993).

⁸Η εξειδικευμένη αυτή μορφή τουρισμού παρουσιάζει ανθεκτικότητα σε περιόδους κρίσης.

⁹Ορισμένοι από τους πόλους έλξης επισκεπτών στην Ελλάδα, που περιλαμβάνονται και στον σχετικό κατάλογο της UNESCO, είναι: το Άγιο Όρος, τα Μετέωρα, η εκκλησία του Αγίου Δημητρίου στη Θεσσαλονίκη, η Μονή Δαφνίου, η Μονή Οσίου Λουκά, η Νέα Μονή Χίου, καθώς επίσης η Μονή του Αγίου Ιωάννου του Βαπτιστή και το Σπήλαιο της Αποκάλυψης στην Πάτμο (Πουλάκη & Λαγός, XX).

- Η Ελλάδα είναι μία χώρα που διαθέτει μακρά ιστορία στην θρησκευτική παράδοση την οποία μπορεί και να εκμεταλλευτεί (Jenner & Smith, 1993).
- Διαθέτει πολλούς αξιόλογους χώρους σπουδαίου πολιτιστικού ενδιαφέροντος που μπορούν να ικανοποιήσουν τις προσδοκίες των θρησκευτικών-πολιτιστικών τουριστών. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν τα Βυζαντινά μουσεία στην Αθήνα και στην Θεσσαλονίκη (Konsolas & Zacharatos, 1993).
- Οι επίσκεψεις στα θρησκευτικά αξιοθέατα μπορούν να συνδυαστούν και με άλλες εναλλακτικές τουριστικές δραστηριότητες (Konsolas & Zacharatos, 1993).
- Οι κάτοικοι των τοπικών κοινωνιών είναι φιλικόι με τους τουρίστες. Γεγονός που μπορεί να προσδώσει αξία στην ήδη υπάρχουσα θρησκευτική τουριστική εμπειρία που προσφέρεται στις εν λόγω περιοχές (Konsolas & Zacharatos, 1993).
- Διαθέτει θρησκευτικούς πόλους έλξης διεθνούς εμβέλειας (π.χ. Μετέωρα, Πάτμος).
- Η κατανομή μερικών από τις θρησκευτικές δραστηριότητες, όπως εορτές, πανηγύρεις, κ.λπ. σε όλη τη διάρκεια του έτους αποτελεί επίσης ένα σημαντικό πλεονέκτημα της Ελλάδας. Η εν λόγω κατανομή ευνοεί την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού καθόλη την διάρκεια του έτους.
- Τέλος τα προσκυνήματα, που δεν σχετίζονται με συγκεκριμένες εορτές, είναι επίσης κατανομημένα και διαθέσιμα για επίσκεψη σε όλη την διάρκεια του έτους (Konsolas & Zacharatos, 1993).

Χάρτης 1: Η πυκνότητα των προσκυνημάτων στους νομούς της Ελλάδας



Πηγή: Πολύζος, 2010

2.4 Φορείς ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού

Στον παρόν κεφάλαιο της εργασίας παρουσιάζονται οι ελληνικοί φορείς που ασχολούνται με την ανάπτυξη και την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα. Περιληπτικά, στους εν λόγω φορείς συμπεριλαμβάνονται το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης και συγκεκριμένα το τμήμα των ειδικών μορφών τουρισμού του Υπουργείου, ο Σύνδεσμος Ελληνικών και Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ), η Εταιρία Ακινήτων Δημοσίου (ΕΤΑΔ), η Εκκλησία της Ελλάδας και οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

2.4.1. Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης

Το Υπουργείο Τουρισμού αναγνωρίζοντας την συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας αλλά και την συνεισφορά του στην ενίσχυση του πολιτισμού, την ιστορίας, της λαογραφίας καθώς και των ηθών και των εθίμων του τόπου ασχολείται με την ανάπτυξη δραστηριοτήτων και την διαμόρφωση του κατάλληλου θεσμικού πλαισίου για την ανάπτυξη και την προώθηση του θρησκευτικού και του πολιτιστικού τουρισμού της Ελλάδας (Πρωτόκολλο Συνεργασίας, 2013).

Η πιο πρόσφατη δράση του Υπουργείου Τουρισμού σχετικά με την ανάπτυξη και την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού της χώρας συνιστά το Πρωτόκολλο συνεργασίας, που υπέγραψε τον Ιανουάριο του 2013, με την Εκκλησία της Ελλάδας. Σύμφωνα με το εν λόγω Πρωτόκολλο με τίτλο «Πρωτόκολλο Συνεργασίας στον Τομέα του Προσκυνηματικού Τουρισμού μεταξύ του Υπουργείου Τουρισμού και της Εκκλησίας της Ελλάδας»¹⁰ καθορίζονται οι όροι συνεργασίας

¹⁰Στόχοι συνεργασίας:

- Πρόθεση και από τα δύο συμβαλλόμενα μέρη είναι η προστασία, η ανάδειξη, η προβολή και η προώθηση της αναγνωρισιμότητας και επισκεψιμότητας, των ιερών μνημείων, τόπων, περιοχών, προσκυνημάτων και κειμηλίων, του περιβάλλοντος χώρου, καθώς και της θρησκευτικής και λατρευτικής εν γένει ζωής, με σκοπό:
- την ανάδειξη και διατήρηση των θρησκευτικών και λατρευτικών στοιχείων της Χώρας
- την προσέλκυση και ανάπτυξη των ταξιδιών θρησκευτικού ενδιαφέροντος
- την συνεχή βελτίωση της γενικότερης τουριστικής εικόνας της χώρας τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό,

μεταξύ του Υπουργείου και της εκκλησίας για την ανάπτυξη κοινών δράσεων και την ανάληψη πρωτοβουλιών με σκοπό την διεξαγωγή συντονισμένων ενεργειών για την προώθηση του προσκυνηματικού τουρισμού.¹¹

Η εν λόγω συνεργασία αποβλέπει τόσο στην προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού όσο και στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας. Ανάμεσα σε άλλες σημαντικές δράσεις του Υπουργείου Τουρισμού για την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού της Ελλάδας συγκαταλέγονται οι μελέτες και οι έρευνες, που διεξάγονται από το τμήμα ειδικών μορφών τουρισμού του Υπουργείου. Οι εν λόγω μελέτες στοχεύουν εν γένει στην ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού μεταξύ των οποίων συγκαταλέγεται και ο θρησκευτικός τουρισμός (ΥΠΠΟ, 2013).

2.4.2.Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) ιδρύθηκε το 1950. Συνιστά κρατικό φορέα του ελληνικού τουριστικού κλάδου. Στόχος του ΕΟΤ είναι η οργάνωση, η ανάπτυξη και η προώθηση όλων των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που μπορεί να στηρίξει η χώρα. Για την επίτευξη του στόχου του ο ΕΟΤ αξιοποιεί όλες τις δυνατότητες της χώρας (υποδομές, δίκτυα μεταφορών, οικονομικοί πόροι κτλ) για την ανάπτυξη δράσεων με σκοπό την προβολή της Ελλάδας στο εσωτερικό και στο εξωτερικό.

Πέραν των δράσεων προβολής και προώθησης της χώρας ο ΕΟΤ είναι υπεύθυνος για την εποπτεία και τον έλεγχο της ελληνικής τουριστικής αγοράς αλλά

-
- την αύξηση και η επιμήκυνση της περιόδου επισκεψιμότητας
 - και, τελικά, την παροχή στους επισκέπτες των βέλτιστων υπηρεσιών (Προτόκολλο συνεργασίας, άρθρο 2).

¹¹Η υπογραφή του πρωτοκόλλου συνεργασίας πραγματοποιήθηκε μεταξύ της υπουργού Τουρισμού Όλγας Κεφαλογιάννη και του Προέδρου του Συνοδικού Γραφείου Προσκυνηματικών Περιηγήσεων της Εκκλησίας της Ελλάδος Μητροπολίτη Δωδώνης κ. Χρυσόστομου, κατά τη διάρκεια συνάντησής τους στο υπουργείο Τουρισμού.

και κάθε δραστηριότητας που κρίνεται αναγκαία για την προβολή του ελληνικού τουρισμού (ΕΟΤ, 2013).

Κύρια αποστολή του ΕΟΤ είναι η ενίσχυση της αξίας του ελληνικού τουρισμού. Για την επίτευξη της αποστολής του αναπτύσσει συνεργασίες με την τουριστική βιομηχανία και άλλους εμπλεκόμενους φορείς με στόχο την αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού της Ελλάδας και την συνακόλουθη αύξηση των τουριστικών εσόδων της χώρας. Η παρουσία και οι δράσεις του ΕΟΤ για την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού της χώρας έχουν συνεισφέρει σημαντικά στην ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού και μέσω της προσέλκυσης τουριστών από ορθόδοξες κυρίως χώρες του εξωτερικού.

Ανάμεσα στις σημαντικότερες προτάσεις του ΕΟΤ για τα έτη 2012-2013, που σχετίζονται με την ανάπτυξη και την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού της χώρας, συγκαταλέγονται οι προτάσεις περιηγήσεων των τουριστών σε μονές της χώρας καθώς και η ανάδειξη των θρησκευτικών πολιτιστικών μνημείων και των ειδικών θρησκευτικών εκδηλώσεων που προσελκύουν το ενδιαφέρον των θρησκευτικών τουριστών. Για την ενίσχυση των δράσεων του ο ΕΟΤ χρησιμοποιεί τις περιφερειακές υπηρεσίες τουρισμού που παρέχονται μέσω των Περιφερειακών γραφείων του στους επιχειρηματίες των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων (ΕΟΤ, 2013).

2.4.3. Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

Ο ΣΕΤΕ ιδρύθηκε το 1991 λόγω της αδυναμίας της Πολιτείας να χαράξει μία μακροπρόθεσμη στρατηγική για την εκπροσώπηση των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων και των αιτημάτων τους. Ο ΣΕΤΕ αποτελείται από τουριστικές επιχειρήσεις, που εκφράζουν τις θέσεις και τις προτάσεις του τουριστικού τομέα σε θέματα που σχετίζονται με την προώθηση και την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού εντός και εκτός των ελληνικών συνόρων. Ο ΣΕΤΕ κατά την διάρκεια της λειτουργίας του έχει εκπονήσει τεκμηριωμένες θέσεις βασισμένες σε μελέτες για την συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία μέσω της αναβάθμισης ποιοτικών τουριστικών υπηρεσιών (ΣΕΤΕ, 2013).

2.4.4. Εταιρία Ακινήτων Δημοσίου

Η Εταιρεία Ακινήτων Δημοσίου Α.Ε. ιδρύθηκε το 1998 με στόχο την διαχείριση, την ανάπτυξη και την εκμετάλλευση της ιδιωτικής περιουσίας του Δημοσίου. Η Εταιρεία Ακινήτων Δημοσίου Α.Ε. θέτοντας ως προτεραιότητα την αναπτυξιακή πολιτική της Ελλάδας χρησιμοποιεί σύγχρονα χρηματοοικονομικά εργαλεία για την διαχείριση και την αξιοποίηση των ελληνικών ιδιωτικών ακινήτων του Δημοσίου συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας, του τουρισμού και των τοπικών κοινωνιών. Ανάμεσα στο χαρτοφυλάκιο ακινήτων, που διαχειρίζεται η ΕΤΑΔ συγκαταλέγονται 277 ελληνικά τουριστικά ακίνητα μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται μουσεία, σπήλαια, τουριστικά περίπτερα και ιαματικές πηγές (ΕΤΑΔ Α.Ε., 2013).

Πίνακας 4: Χαρτοφυλάκιο Τουριστικών ακινήτων

Είδος Ακινήτου	Αριθμός
Μεγάλες εκτάσεις *	27
Μαρίνες	7
Ξενοδοχεία Ξενία	31
Τουριστικά Περίπτερα	26
Ιαματικές πηγές	20
Campings	12
Χιονοδρομικά κέντρα	3
Συνοριακοί σταθμοί	2
Λοιπές εκτάσεις/Αιγιαλοί	136
Μνημεία	2
Νησίδες	6
Σπήλαια	1
Αρχοντικά	4
Σύνολο	277

Πηγή: ΕΤΔΑ, 2013

2.4.5. Περιφερειακή και τοπική αυτοδιοίκηση

Ιδιαίτερα σημαντικός είναι ο ρόλος των ΟΤΑ για την ανάπτυξη και την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού της χώρας. Κάθε περιφέρεια σε συνεργασία με τους τοπικούς φορείς¹² αναλαμβάνει και σχεδιάζει δράσεις για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού της χώρας καταρτίζοντας προγράμματα αξιοποίησης των θρησκευτικών πόρων μέσω των χρηματοδοτήσεων του δημοσίου. Οι ενέργειες και οι δράσεις των ΟΤΑ, σχετικά με την ανάπτυξη και την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού, αναλαμβάνουν δράσεις αξιοποιώντας και αναδεικνύοντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ιστορικών μονών, των εκκλησιών και των θρησκευτικών μνημείων της χώρας (ΥΠΕΣ, 2013).

2.4.6. Εκκλησία της Ελλάδας

Η εκκλησία της Ελλάδας μέσω των δράσεων της συμμετέχει ενεργά στην προώθηση και ανάπτυξη του ελληνικού θρησκευτικού τουρισμού. Παρακάτω αναφέρονται κάποιες από τις δράσεις της εκκλησίας της Ελλάδας για την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού (Εκκλησία της Ελλάδας, 2013):

- Συμμετοχή της Εκκλησίας της Ελλάδος στη Διεθνή Έκθεση Τουρισμού WTM-London 2014 (3-6 Νοεμβρίου 2014).
- Υπογραφή «Συμφώνου Συνεργασίας» της Εκκλησίας της Κύπρου και της Εκκλησίας της Ελλάδος για θέματα ανάπτυξης και προβολής των Προσκυνηματικών Περιηγήσεων (3 Νοεμβρίου 2014).
- Προβολή των μοναστηριών της Ελλάδος στην ιστοσελίδα monastiria.gr
- Σημαντικές συναντήσεις της Αντιπροσωπείας της Εκκλησίας της Ελλάδος στη Μόσχα (22 Μαρτίου 2014).
- Συνεργασία του συνοδικού γραφείου των προσκυνηματικών περιηγήσεων με τον Γενικό Γραμματέα του ΕΟΤ και με άλλους Έλληνες τουριστικούς επαγγελματίες στην Διεθνή Έκθεση Τουρισμού ITB 2014 (Βερολίνο-Γερμανία).

¹²Οι τοπικοί τουριστικοί φορείς ανεξάρτητα από το εύρος ή την μορφή τους (κρατικοί και μη) διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο σε θέματα που σχετίζονται με την σχεδίαση και την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.

Κεφάλαιο τρίτο

«Μελέτη Περίπτωσης: Μετέωρα – Καλαμπάκα»

3.1 Γενικά για τον νομό (δημογραφικά, πολιτιστικά, οικονομικά, γεωγραφικά, κοινωνικά στοιχεία)

3.1.1 Σύντομη παρουσίαση του Νομού Τρικάλων

Διοικητική διάρθρωση του Νομού: Ο νομός Τρικάλων, ανήκει διοικητικά στην περιφέρεια Θεσσαλίας, έχει έκταση περίπου ίση με 3.389 km² και πληθυσμό 132.689 κατοίκους. Πρωτεύουσα του νομού είναι τα Τρίκαλα. Οι δήμοι Καλαμπάκας, Χασίων, Μαλακασίου, Καστανιάς, Κλεινοβού, Αιθίων, Πινδαίων, Πύλης, Κόζιακα και οι κοινότητες Μυροφύλλου, Νεράιδας και Ασπροποτάμου, που έλκουν πολλούς θρησκευτικούς τουρίστες ετησίως, ανήκουν στα ορεινά διαμερίσματα του νομού (Πολίτης, XX).

Ανάγλυφο: Το 71,2% της έκτασης του νομού είναι ορεινό, το 12% ημιορεινό και το υπόλοιπο 16,8% πεδινό. Η δυτική πλευρά, καλύπτεται από τους ορεινούς όγκους της νότιας Πίνδου και τα όρη Λάκμος και Αθαμάνων (Τζουμέρκα). Στις ανατολικές απολήξεις της Πίνδου, βρίσκεται το Κερκέτιο όρος (Κόζιακας) ενώ στα βόρεια και βορειοανατολικά, εκτείνονται τα Χάσια και τα Αντιχάσια όρη.

Κλίμα: Το κλίμα, είναι ηπειρωτικό και χαρακτηρίζεται από χαμηλές θερμοκρασίες κατά την διάρκεια του χειμώνα και αρκετά υψηλές κατά τους θερινούς μήνες (Πολίτης, XX).

Προστατευόμενες περιοχές: Οι προστατευόμενες περιοχές του νομού, που έχουν ενταχθεί στο δίκτυο Natura 2000, σύμφωνα με τα στοιχεία του Υπουργείου Περιβάλλοντος είναι: η περιοχή Ασπροποτάμου (Αχελώος)- Κατηγορία SCI1, το Κερκέτιο όρος (Κόζιακας)- Κατηγορία SCI, τα Αντιχάσια όρη- Μετέωρα- Κατηγορία SCI, ο ποταμός Πηνειός και τα Αντιχάσια όρη- Κατηγορία SPA2 και οι κορυφές του όρους Κόζιακα- Κατηγορία SPA (Della Dora, 2012).

Πολιτιστικό Περιβάλλον- Αξιοθέατα: Σε όλη την έκταση του ορεινού όγκου υπάρχουν πέτρινα γεφύρια, παραδοσιακά σπίτια και αρχοντικά, λαογραφικά μουσεία, βυζαντινές μονές και εκκλησίες με επίκεντρο τους επιβλητικούς βράχους και τις μονές των Μετεώρων, παλιοί νερόμυλοι και σπήλαια. Παράλληλα, διοργανώνονται παραδοσιακά πανηγύρια και εκδηλώσεις, εκθέσεις ξυλογλυπτικής και διαφόρων τοπικών προϊόντων όπως είναι τα παραδοσιακά αγροτικά προϊόντα (Della Dora, 2012).

Οικονομικό Περιβάλλον: Η οικονομία των ορεινών περιοχών στηρίζεται κυρίως στη δασοκομία, την κτηνοτροφία, την αλιεία εσωτερικών υδάτων σε μικρή κλίμακα και τον τουρισμό. Ο τουρισμός στον νομό Τρικάλων, συνίσταται κυρίως στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού (αθλητικός και θρησκευτικός). Οι τουριστικές δραστηριότητες του νομού αναπτύσσονται κυρίως στον τουριστικό πόλο της Καλαμπάκα, οι οποίες συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τριτογενούς τομέα των Τρικάλων. Στην Καλαμπάκα έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια ο περιηγητικός-θρησκευτικός τουρισμός λόγω του μοναστηριακού συγκροτήματος των Μετεώρων (Della Dora, 2012).

Συγκοινωνιακό Δίκτυο: Ο νομός των Τρικάλων έχει προβληματικές συγκοινωνιακές υποδομές ιδιαίτερα στο ορεινό τμήμα του νομού. Τα προβλήματα των συγκοινωνιακών υποδομών δημιουργούν δυσκολίες και συνιστούν τροχοπέδη για την οικονομική ανάπτυξη των ορεινών τμημάτων του νομού. Η πρόσβαση μέχρι στιγμής γίνεται είτε με την συμβατή σιδηροδρομική γραμμή και Intercity είτε οδικώς. Λόγω του φυσικού ανάγλυφου του νομού το κόστος των έργων, που εξυπηρετούν την σύνδεση με τα ορεινά τμήματα είναι ιδιαίτερα υψηλό και για αυτό τα Τρίκαλα αντιμετωπίζουν προβλήματα σύνδεσης και με τους γειτονικούς νομούς και κυρίως με την δυτική Ελλάδα (Della Dora, 2012).

3.2 Ο θρησκευτικός τουρισμός στο Νομό Τρικάλων και οι πολιτικές δράσεις προώθησης

Η εμφάνιση νέων μορφών τουρισμού με εξειδικευμένο περιεχόμενο και στοχευμένο κοινό αποτελεί ένα φαινόμενο που παρατηρείται στην Ελλάδα από τα τέλη του 20ου αιώνα. Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν μία νέα και ισχυρή τάση στην τουριστική αγορά, που δίνει την δυνατότητα στο σύγχρονο τουρίστα να καλύψει όχι μόνο τη διασκέδαση και την αναψυχή του αλλά και τα προσωπικά ειδικά του ενδιαφέροντα (Delitheouetal, 2013).

Περιοχές του Νομού Τρικάλων, όπως η Καλαμπάκα – Μετέωρα, Πύλη– Ελάτη – Περτούλι δέχονται τους περισσότερους τουρίστες κατά τη διάρκεια του χρόνου και έχουν τη δυνατότητα προσφέρουν και δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού (Alexopoulos, 2013).

Η σύνθεση του τουριστικού προϊόντος του νομού Τρικάλων (οικοσυστήματα υψηλής αισθητικής, οικολογικής, φυσικής, πολιτιστικής αλλά και ιστορικής αξίας) σε συνδυασμό με τις κλιματολογικές συνθήκες σηματοδοτούν την τουριστική αξιοποίηση του για όλες τις εποχές του χρόνου (Delitheou et al., 2013).

Τα Μετέωρα, αποτελούν σημαντικό τουριστικό προορισμό αφού αποτελούν μετά το Άγιο Όρος, το δεύτερο μεγαλύτερο και σημαντικότερο μοναστικό συγκρότημα του ελληνικού χώρου και οι μονές τους έχουν χαρακτηριστεί από την UNESCO ως μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς. Αντίστοιχα τουριστικό προορισμό κυρίως χειμερινού αλλά και τουρισμού υπαίθρου αποτελούν οι περιοχές Πύλη, Ελάτη και Περτούλι (Alexopoulos, 2013).

Σε μία εποχή όπου ο τουριστικός προορισμός αποτελεί πλέον το βασικό πεδίο στο οποίο επικεντρώνεται η τουριστική ζήτηση, οι περιοχές αυτές, μαζί με την πόλη των Τρικάλων, δέχονται τους περισσότερους τουρίστες κατά τη διάρκεια του χρόνου (Κουρέλης, 2011).

Ο Νομός Τρικάλων συγκεντρώνει όλα τα απαραίτητα στοιχεία για την περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού. Πέρα από τα Μετέωρα που αποτελούν τη βάση για τον θρησκευτικό τουρισμό, σε πολλές περιοχές του Νομού

Τρικάλων, ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να συναντήσει, επίσης, κτίσματα και μνημεία λατρείας διαφορετικών θρησκειών (όπως του Κουρσούμ Τζαμί) που συνυπάρχουν σε ένα διαρκή διάλογο, αναδεικνύοντας το σπάνιο ιστορικό και πολιτισμικό παλίμψηστο του ελληνικού χώρου (Delitheou et al., 2013).

Λόγω της ανάπτυξης μάλιστα που γνωρίζουν ο προσκυνηματικός και μοναστηριακός τουρισμός και της ευρείας αποδοχής τους από τους τουρίστες, οι δύο αυτές μορφές τουρισμού συνιστούν τις βασικές προτεραιότητες του Επιμελητηρίου Τρικάλων, που με πρωτοβουλίες και δράσεις, όπως η συμμετοχή σε εκθέσεις και οι ανταλλαγές επισκέψεων προσπαθεί να τις καταστήσει μοχλούς τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης (Delitheou et al., 2013).

Επίκεντρο της τουριστικής προβολής των Τρικάλων και της Θεσσαλίας εν γένει συνιστά η περιοχή των Μετεώρων. Πιο συγκεκριμένα, η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση των Τρικάλων αναπτύσσει όλες τις τουριστικές της δράσεις γύρω από το Παγκόσμιο μνημείο των Μετεώρων, που κάθε χρόνο έλκει εκατομμύρια επισκέπτες από όλο τον κόσμο. Βέβαια βασική προϋπόθεση για την περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη των Μετεώρων και της ευρύτερης περιοχής της Καλαμπάκας, συνιστά η ολοκλήρωση του οδικού δικτύου¹³, που θα εξασφαλίζει την ταχύτερη και ασφαλέστερη πρόσβαση των επισκεπτών στα Μετέωρα και κατ' επέκταση σε όλο τον Νομό (Delitheou et al., 2013).

Για την ευρύτερη τουριστική προβολή των Μετεώρων σημαντικός είναι ο ρόλος του συνδέσμου τουριστικών επιχειρήσεων Μετεώρων (Σ.Τ.Ε.Μ.), που ιδρύθηκε το 2013. Σκοπός του εν λόγω συνδέσμου είναι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής και η προαγωγή των συμφερόντων των μελών του. Για την επίτευξη του σκοπού του ο Σ.Τ.Ε.Μ. συντονίζει τις δράσεις όλων των τουριστικών επιχειρήσεων, που είναι μέλη του, για την αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος (ΣΕΤΕ, 2013).

¹³Μέχρι στιγμής τα πιο σημαντικά έργα που είναι σε εκτέλεση (κάποια από αυτά έχουν ολοκληρωθεί) συνιστούν: η βελτίωση της Ε.Ο. Τρικάλων - Καλαμπάκας προϋπολογισμού 1,9 εκατ. ευρώ, η βελτίωση του οδικού κυκλώματος Μετεώρων προϋπολογισμού 540.636 ευρώ, το έργο της συντήρησης – αποκατάστασης ζημιών στο οδικό δίκτυο ορεινής περιοχής Καλαμπάκας προϋπολογισμού 300.000 ευρώ, η συντήρηση του οδοστρώματος στον οδικό άξονα Λάρισα – Τρίκαλα - Καλαμπάκα – Παναγιά προϋπολογισμού ενός εκατ. ευρώ, η κατασκευή της Γέφυρας Θεόπετρας προϋπολογισμού 810.000 ευρώ, το κέντρο τεκμηρίωσης και εκπαίδευσης σπηλαίου Θεόπετρας προϋπολογισμού 630.000 ευρώ, η μελέτη για το Γενικό Πολεοδομικό Σχέδιο Καλαμπάκας προϋπολογισμού 374.247 ευρώ και η κατασκευή αυτόματου συστήματος ισόπεδης διάβασης (ΑΣΙΔ) στην οδό Παλαιοφαρσάλου –Καλαμπάκας κ.α.

Ο Σ.Τ.Ε.Μ συνεργαζόμενος στενά με την περιοχή της Καλαμπάκας τα δύο τελευταία χρόνια έχει ολοκληρώσει επιτυχώς τα ακόλουθα έργα: α) ολοκλήρωσε το έργο της μετατροπής του διατηρητέου Δημοτικού Σχολείου Καστρακίου σε μουσείο Γεωλογικών Σχηματισμών των Μετεώρων και β) προχώρησε στην ψηφιακή προβολή της ιστορίας και του πολιτισμού των Μετεώρων και του Ολύμπου (Μπακόλας, 2013).

Πέραν του Σ.Τ.Ε.Μ σημαντικές είναι και οι δράσεις της Ένωσης Ξενοδοχείων Ν. Τρικάλων. Πιο συγκεκριμένα, το 2013 ο Πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδοχείων Ν. Τρικάλων σύναψε συμφωνία με τον Ρώσο υφυπουργό Τουρισμού Εβγκένι Πισαρέβσκιγια την απορρόφηση ρώσων φοιτητών που σπουδάζουν τουριστικά επαγγέλματα στα ξενοδοχεία της περιοχής της Καλαμπάκα, για να κάνουν την πρακτική τους (Μπακόλας, 2013).

3.3 Τα Μετέωρα- Παρουσίαση της περιοχής

Τα Μετέωρα αποτελούν, μετά το Άγιο Όρος, το μεγαλύτερο μοναστικό σύνολο στον ελλαδικό χώρο από την εποχή της εγκατάστασης των πρώτων ασκητών στην περιοχή. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα ιστορικά στοιχεία οι μονές των Μετεώρων ήταν στο σύνολό τους τριάντα εκ των οποίων σήμερα λειτουργούν και δέχονται πλήθος προσκυνητών μόνο οι έξι. Πέραν των έξι μονών των Μετεώρων στην περιοχή υπάρχουν και πλήθος μικρά μοναστήρια που είναι εγκαταλελειμμένα, τα οποία έχουν δημιουργηθεί από τον 14^ο αιώνα (ΥΠΠΑ, 2012).

Τα Μετέωρα οφείλουν την ονομασία τους στον Άγιο Αθανάσιο τον Μετεωρίτη, κτήτορα της μονής της Μεταμόρφωσης του Σωτήρος (Μεγάλο Μετέωρο), ο οποίος ονόμασε έτσι τον «πλατύ λίθο», στον οποίο ανέβηκε για πρώτη φορά το 1344. Την περίοδο της κατάκτησης της Θεσσαλίας από τους Οθωμανούς Τούρκους (1393) η μοναστική ζωή των Μετεώρων δέχτηκε σημαντική κάμψη την οποία ξεπέρασε κατά το τελευταίο τέταρτο του 15 ου αιώνα, περίοδος κατά την οποία ιδρύθηκε η μονή της Αγίας Τριάδας (1475/76). Τον 16^ο αιώνα τα Μετέωρα συνεχίζουν να ακολουθούν πορεία ανάπτυξης και ανάκαμψης, που σηματοδοτήθηκε με την ίδρυση νέων

μοναστηριών και με την ανέγερση νέων καθολικών και άλλων μοναστηριακών συγκροτημάτων (ΥΠΠΑ, 2012).

Στις αρχές του 19^{ου} αιώνα πολλά από τα μοναστήρια των Μετεώρων υπέστησαν καταστροφές από τα στρατεύματα του Αλή-Πασά. Από το σύνολο των μοναστηριών σήμερα είναι αναστηλωμένα και λειτουργούν μόνο έξι (Μονή Υπαπαντής, Μονή Αγίου Τα έξι επισκέψιμα μοναστήρια των Μετεώρων (Μεταμορφώσεως του Σωτήρος Χριστού), Βαρλαάμ (Αγίων Πάντων), Αγίας Τριάδος, Αγίου Στεφάνου, Ρουσάνου (Αγίας Βαρβάρας) και Αγίου Νικολάου Αναπαυσά. Το 1989, τα Μετέωρα ανακηρύχτηκαν από την Unesco, ως ένα ιδιαίτερης σημασίας πολιτιστικό και φυσικό αγαθό (ΥΠΠΑ, 2012).

3.4 Η κωμόπολη Καλαμπάκα - Συνοπτική παρουσίαση

Η Καλαμπάκα είναι κωμόπολη του Ν. Τρικάλων και πρωτεύουσα του ομώνυμου Δήμου με πληθυσμό 21.9913 κατοίκους. Σύμφωνα με τα στοιχεία της απογραφής του 2014 ο πληθυσμός της Καλαμπάκας ανέρχεται στους 8.619 κατοίκους. Η κωμόπολη της Καλαμπάκας, που είναι χτισμένη κάτω από τους επιβλητικούς βράχους των Μετεώρων, κατοικείται από τα αρχαία χρόνια.¹⁴ (Πολίτης, XX).

Ένα από τα σημαντικότερα αξιοθέατα της περιοχής είναι ο ιστορικός Ναός κοιμήσεως της Θεοτόκου, που ανεγέρθη τον 11^ο αιώνα. Ο Ναός κοιμήσεως της Θεοτόκου είναι ένα μνημείο σπουδαίας ιστορικής και πολιτισμικής σημασίας καθώς κατασκευάστηκε με υλικά του αρχαίου Ναού του Απόλλωνα, που είναι ο μόνος ναός στον κόσμο με τον μαρμάρινα άμβωνα στο κέντρο του. Σπουδαίας σημασίας είναι και οι τοιχογραφίες, που κοσμούν τον Ναό κοιμήσεως της Θεοτόκου, οι οποίες χρονολογούνται από τον 12^ο έως τον 16^ο αιώνα (Πολίτης, XX).

Άλλα σημαντικά αξιοθέατα της περιοχής της Καλαμπάκας, που έλκουν το ενδιαφέρον των τουριστών, είναι η τρίκλιτη βασιλική της Καλαμπάκας, οι σκήτες

¹⁴Η ονομασία της Καλαμπάκα κατά τους αρχαίους χρόνους ήταν Αιγίνιο. Η ονομασία Καλαμπάκα δόθηκε πριν 6-7 περίπου αιώνες και είναι Τουρκικής προέλευσης και σημαίνει ισχυρό φρούριο.

και κελιά εντός του Μετεωρίτικου χώρου, το σπήλαιο της Θεόπετρας, ο παραδοσιακός οικισμός του Καστρακίου, τα Βυζαντινά μνημεία της περιοχής των Χασίων και Ασπροποτάμου, οι Ιερές Μονές Κοιμ. Θεοτόκου Βυτουμά (1559) και Αγίων Θεοδώρων (1541), η παλαιά γέφυρα της Σαρακίνας, έργο του Αγίου Βησσαρίωνος και ο λαξευμένος σε βράχο Ναός των Αγίων Αποστόλων Σαρακίνας (1766) (Πολίτης, XX).

Τα παραπάνω μνημεία της περιοχής της Καλαμπάκας συνιστούν πόλους έλξης για τους θρησκευτικούς τουρίστες των Μετεώρων, πολλοί από τους οποίους μετά την επίσκεψη τους στα Μετέωρα μεταβαίνουν στην Καλαμπάκα για να τα επισκεφτούν. Κάθε χρόνο σύμφωνα με επίσημα στοιχεία περισσότεροι από 2.000.000 τουρίστες επισκέπτονται την Καλαμπάκα προκειμένου να έρθουν σε επαφή με τα θεία και να αποκτήσουν την πλούσια πολιτισμική εμπειρία, που προσφέρει η περιοχή στους τουρίστες της (Πολίτης, XX).

3.5 Η τουριστική ανάπτυξη της Καλαμπάκας - Υφιστάμενη κατάσταση

Η τουριστική ανάπτυξη της Καλαμπάκας, παρά το τεράστιο πολιτιστικό και περιβαλλοντικό κεφάλαιο που διαθέτει, εδώ και τριάντα χρόνια βασίζεται στον άξονα: σύντομη διαμονή, επίσκεψη στα Μετέωρα, αναχώρηση. Οι πλειοψηφία των τουριστών, που επισκέπτονται την κωμόπολη της Καλαμπάκας σημειώνουν μία σύντομη διανομή στην περιοχή πριν την επίσκεψη τους στους βράχους των Μετεώρων. Λαμβάνοντας υπόψη αυτά τα δεδομένα η Καλαμπάκα λειτουργεί κυρίως ως ενδιάμεσος σταθμός για τους τουρίστες, όπου μπορούν να διαμείνουν προσωρινά πριν πάρουν την διαδρομή για τον τελικό προορισμό τους (Delitheouetal, 2013).

Παρόλο που τα τελευταία 10 χρόνια οι υποδομές φιλοξενίας της Καλαμπάκας έχουν σημειώσει αξιοσημείωτη ανάπτυξη δεν συμβαίνει το ίδιο με τους δείκτες της τουριστικής ανάπτυξης, όπως είναι η πληρότητα κλινών και ο μέσος όρος διανυκτερεύσεων. Το εν λόγω γεγονός είναι άξιο απορίας αν λάβει κανείς υπόψη του

τον πολιτισμικό και τον ιστορικό πλούτο των μνημείων της περιοχής (Delitheou et al., 2013).

Σε αυτό το σημείο είναι χρήσιμο να αναφέρουμε κάποιους σημαντικούς οικονομικούς δείκτες, που υποδηλώνουν την πορεία της τουριστικής ανάπτυξη της περιοχής κατά τα τελευταία χρόνια. Ενδεικτικά, η πληρότητα κλινών ετησίως φαίνεται να κινείται κοντά στο 40%, ανάλογα με τα γενικότερα δεδομένα της κάθε σεζόν ενώ ο μέσος όρος διανυκτερεύσεων ανέρχεται μόλις κάτι περισσότερο από 1 ημέρα ανά επισκέπτη.

Τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα με το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα το 2008, η τουριστική κίνηση και ανάπτυξη της περιοχής επηρεάστηκε σημαντικά λόγω της μείωσης της αγοραστικής δύναμης τόσο των Ελλήνων όσο και των άλλων Ευρωπαίων πολιτών. Η οικονομική κρίση επηρέασε τόσο τον εσωτερικό όσο και τον εξωτερικό τουρισμό της Καλαμπάκας με αποτέλεσμα η συμβολή της περιοχής στο τουριστικό προϊόν του Νομού Τρικάλων να ακολουθήσει πτωτική πορεία (World Travel Tourism Council, 2013).

Ωστόσο παρά την πτώση, που ακολούθησε η τουριστική ανάπτυξη της Καλαμπάκας τα τελευταία χρόνια η συνεισφορά της περιοχής στο συνολικό τουριστικό προϊόν του Νομού Τρικάλων ανέρχεται στα 50%.

Λαμβάνοντας υπόψη την σημαντική συνεισφορά της περιοχής στην ευρύτερη τουριστική ανάπτυξη του νομού Τρικάλων οι φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης έχουν συνειδητοποιήσει ότι πρέπει να στρέψουν τις δράσεις τους όχι μόνο στην αύξηση του συνολικού αριθμού των τουριστών, που επισκέπτονται την Καλαμπάκα αλλά και στην δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος, που θα προσφέρει στο τουρίστα μία ξεχωριστή εμπειρία και θα είναι σε θέση να τον κάνει να μείνει περισσότερες μέρες στην περιοχή (ΣΕΤΕ, 2013).

Σύμφωνα με τους επίσημους φορείς της Καλαμπάκας αυτό που χρειάζεται η περιοχή για την τουριστική της αναβάθμιση είναι η βελτίωση των ποιοτικών χαρακτηριστικών του τουριστικού προϊόντος ώστε οι τουρίστες να αποκτήσουν κίνητρο να παραμείνουν περισσότερο στην περιοχή και να σταματήσουν να την

βλέπουν ως μία περιοχή στην οποία μπορούν να διαμείνουν μία με δύο μέρες το πολύ (Τελώνης, 2012).

Επιπλέον η ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και η βελτιστοποίηση της τουριστικής εμπειρίας θα δώσει στους τουρίστες την δυνατότητα να αλληλεπιδράσουν περισσότερο με την τοπική κοινωνία γνωρίζοντας την τοπική ταυτότητα και τα φυσικά και πολιτιστικά αξιοθέατα της περιοχής (Τελώνης, 2012).

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων οι τοπικοί φορείς έχουν κάνει κάποιες προτάσεις, οι οποίες δεν έχουν υλοποιηθεί ακόμα. Ανάμεσα στις σημαντικότερες συγκαταλέγονται η ανάπτυξη συνεργασιών με τις κοντινές τουριστικές περιοχές και η έμφαση στην προώθηση συμπληρωματικών μορφών τουρισμού (Τελώνης, 2012).

Πιο συγκεκριμένα, οι τουρίστες οι οποίοι ενδιαφέρονται για τα πολιτιστικά και θρησκευτικά αξιοθέατα θα μπορούσαν να μείνουν στην περιοχή συνδυάζοντας την πολιτιστική περιήγηση με τον αθλητικό τουρισμό ή τον τουρισμό περιπέτειας. Ακόμα και ο οδικός τουρισμός της Καλαμπάκας θα μπορούσε να αναπτυχθεί με την αναβάθμιση της σιδηροδρομικής υποδομής της περιοχής, για την οποία υπάρχουν ώριμες μελέτες (Τελώνης, 2012).

Στις επόμενες παραγράφους της εργασίας παρουσιάζονται συνοπτικά οι μέχρι στιγμής τουριστικές ενέργειες στις οποίες έχουν προβεί οι τουριστικοί φορείς της περιοχής για την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία η πρώτη προσπάθεια για την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού της Καλαμπάκας έλαβε χώρα Τουριστική Έκθεση της Μόσχας με πρωτοβουλία της Περιφέρειας Θεσσαλίας, το 1996.

Το 2008 επίσης, η Καλαμπάκα αποτέλεσε το επίκεντρο της πανελλήνιας επιχειρηματικής συνάντησης με αντικείμενο τον προσκυνηματικό τουρισμό και τα εκκλησιαστικά είδη. Στην εν λόγω συνάντηση παρευρέθηκαν εκπρόσωποι 50 ελληνικών επιχειρήσεων από τους κλάδους του προσκυνηματικού τουρισμού και των εκκλησιαστικών ειδών και εκπρόσωποι 30 επιχειρήσεων από ομόδοξες χώρες (Ρωσία, Βουλγαρία, Ρουμανία, Ουκρανία, Μολδαβία, Κύπρο, Ισραήλ και Σερβία). Η εν λόγω συνάντηση έδωσε την δυνατότητα προώθησης του θρησκευτικού και του προσκυνηματικού τουρισμού στο εξωτερικό (Τελώνης, 2012).

Το 2009 το Διοικητικό Συμβούλιο της Ένωσης Ξενοδοχείων Νομού Τρικάλων διοργάνωσε Διεθνές Επιστημονικό Συνέδριο στην Καλαμπάκα με στόχο την προσέλκυση εμπειρογνομόνων και επαγγελματιών, που διακινούν θρησκευτικό τουρισμό, προκειμένου να ενημερώσουν τους επιχειρηματίες της τοπικής κοινωνίας πως να προβάλλουν τα θρησκευτικά μνημεία και τους προσκυνηματικούς πόλους έλξης της περιοχής ώστε να έλκουν περισσότερους τουρίστες (Τελώνης, 2012).

Το εν λόγω συνέδριο προσέλκυσε το ενδιαφέρον τόσο της ελληνικής όσο και της διεθνούς κοινής γνώμης και αποτέλεσε ένα μέσο για την προβολή του θρησκευτικού τουρισμού της Καλαμπάκας στο εσωτερικό της χώρας και στο εξωτερικό (Τελώνης, 2012).

3.6 Ο θρησκευτικός τουρισμός στα Μετέωρα και οι πολιτικές προώθησης του τουριστικού προϊόντος της περιοχής

Πέραν της συνεισφοράς του θρησκευτικού τουρισμού της Καλαμπάκας στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής σημαντικός είναι ο ρόλος του θρησκευτικού τουρισμού των Μετεώρων για την οικονομική ανάπτυξη τόσο της τοπικής κοινωνίας όσο και της περιφέρειας της Θεσσαλίας. Οι τουρίστες που έρχονται στην χώρα μας επισκέπτονται τους ιερούς βράχους των Μετεώρων για να θαυμάσουν από κοντά το θέαμα που προσφέρουν, για να περιηγηθούν στην περιοχή και να μάθουν την ιστορία της αλλά και για να προσκυνήσουν καλύπτοντας το θρησκευτικό τους συναίσθημα (Delitheou et al., 2013).

Ο τουρισμός των Μετεώρων είναι κυρίως προσκυνηματικός, μοναστηριακός αλλά και πολιτιστικός καθώς ο επισκέπτης πέρα από τις ιερές μονές των Μετεώρων έχει την δυνατότητα να δει από κοντά διάφορα ιστορικά μνημεία και να μάθει για την ιστορία τους αλλά και για τις παραδόσεις του τόπου. Σε αντίθεση με τον θρησκευτικό τουρισμό στην περιοχή της Καλαμπάκας ο θρησκευτικός τουρισμός στα Μετέωρα παρουσιάζει σημάδια ανάκαμψης τα τελευταία χρόνια παρά την δυσμενή οικονομική κατάσταση της χώρας λόγω της κρίσης (Delitheou et al., 2013).

Χαρακτηριστικά ο κ. Γ. Κουρούπας δήλωσε το 2014 σε τοπική ηλεκτρονική εφημερίδα:

«παρότι η φετινή χρονιά ξεκίνησε με χαμηλές κρατήσεις σε ποσοστό 70% σε σχέση με πέρυσι, από τον Απρίλιο και μέχρι σήμερα η μείωση φθάνει στο 15%-20%». Όσον αφορά τον κλάδο των ξενοδόχων και τον αντίκτυπο της οικονομικής κρίσης στις επιχειρήσεις του ο κ. Κουρέλης επισημαίνει ότι «Αν και η χρονιά ξεκίνησε με χαμηλές κρατήσεις αφού το πρώτο τρίμηνο ήταν 70% μειωμένες σε σχέση με την περσινή χρονιά, μπαίνοντας στην κανονική σεζόν από τον Απρίλιο μέχρι και σήμερα βλέπουμε ότι υπάρχουν σημάδια βελτίωσης για την περιοχή των Μετεώρων» (Δήμος Τρικάλων, 2012).

Σημαντικές είναι οι πρωτοβουλίες, που έχουν λάβει χώρα από τον δήμο των Τρικάλων, το Επιμελητήριο Τρικάλων και την Εκκλησία για την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού των Μετεώρων όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς. Πιο συγκεκριμένα, το Επιμελητήριο Τρικάλων έχει προβεί στην ανάπτυξη συνεργασιών με Έλληνες και ξένους επιχειρηματίες προκειμένου να τους ενημερώνει για τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των εκκλησιαστικών ειδών και του προσκυνηματικού τουρισμού της χώρας μας (Δήμος Τρικάλων, 2012).

Οι πρωτοβουλίες του Μητροπολίτη κ. Σεραφείμ, που πρώτος αντιλήφθηκε την δυνατότητα ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού, έχουν συμβάλει επίσης στην προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού των Μετεώρων και της ευρύτερης περιοχής. Άλλες πρωτοβουλίες και δράσεις για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος των Μετεώρων έχουν γίνει και από τοπικούς τουριστικούς φορείς. Ανάμεσα σε αυτές τις δράσεις συγκαταλέγονται η διοργάνωση διεθνών συνεδρίων στην περιοχή της Καλαμπάκας μέσω των οποίων διαφημίζονται στο εξωτερικό και τα Μετέωρα (Δήμος Τρικάλων, 2012).

Τέλος, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η νομαρχιακή Αρχή στην προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού των Μετεώρων, η οποία μέσα από την ηλεκτρονική της ιστοσελίδα (trikala.gr) παραπέμπει σε ειδική ενότητα για τον θρησκευτικό τουρισμό προτείνοντας μάλιστα και πέντε εναλλακτικές διαδρομές και δίνοντας για τη καθεμία ξεχωριστά σημαντικά ιστορικά στοιχεία, αλλά και πληροφορίες για το πώς μπορεί να φτάσει ο επισκέπτης και οδικό χάρτη που πρέπει να ακολουθήσει (Τελώνης, 2012).

Παρά τις ενέργειες και τις δράσεις, που γίνονται μέχρι στιγμής για την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού από τους αρμόδιους τοπικούς και περιφερειακούς φορείς και από την εκκλησία της Ελλάδος, αυτό που διαπιστώνει κάποιος εξετάζοντας τις εν λόγω πολιτικές είναι ότι είναι διάσπαρτες και ότι στερούνται μίας ολοκληρωμένης επικοινωνιακής στρατηγικής για την προώθηση συγκεκριμένων σκοπών.

Το στοιχείο που λείπει για να είναι επιτυχημένες οι πολιτικές προώθησης του θρησκευτικού τουρισμού στα Μετέωρα και στην Καλαμπάκα είναι ο σχεδιασμός μιας ολοκληρωμένη πρότασης ανάπτυξης του Θρησκευτικού Τουρισμού σε επίπεδο νομού και σε επίπεδο τοπικών κοινωνιών. Μέχρι στιγμής κάτι τέτοιο δεν έχει επιτευχθεί. Αυτό που υπάρχει μέχρι στιγμής είναι κάποιες προτάσεις των τοπικών φορέων και των αρμόδιων οργάνων για την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή των Μετεώρων, οι οποίες αναφέρονται συνοπτικά παρακάτω στην εργασία.

Οι προτάσεις, που αναφέρονται παρακάτω έχουν γίνει από τους Ξενοδόχους των Τρικάλων και έχουν δημοσιευτεί σε τοπική εφημερίδα. Οι προτάσεις των Ξενοδόχων Τρικάλων, που έχουν εκτιμήσει τις ανάγκες του νομού, είναι οι ακόλουθες:

1. Ανάγκη συγκροτημένης στρατηγικής ανάδειξης και προβολής θρησκευτικών και προσκυνηματικών μνημείων της χώρας,
2. Συνεργασία με την Εκκλησία για την συμπόρευση στις ενέργειες ανάδειξης και υποστήριξη στα θέματα επισκεψιμότητας,
3. Ειδική καμπάνια προβολής σε φιλικά προσκείμενες αγορές, όπως της Ρωσίας, της Ρουμανίας, της Ουκρανίας,
4. Συνεργασία με ταξιδιωτικά γραφεία και πράκτορες που «πουλάνε θρησκευτικό τουρισμό» από τις Δυτικές χώρες, σε συνδυασμό με την πολιτιστική διάσταση των θρησκευτικών μνημείων,
5. Συμμετοχή σε διεθνείς εκδηλώσεις και εκθέσεις για τον θρησκευτικό τουρισμό,

6. Εξειδίκευση ενεργειών τουριστικής προβολής για τον θρησκευτικό - προσκυνηματικό τουρισμό, διαφοροποιημένων από την «διαφημιστική καμπάνια κλασσικού παραθεριστικού τουρισμού»,
7. Παροχή κινήτρων για την ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού προς περιοχές θρησκευτικών και προσκυνηματικών μνημείων και τόπων, με ένταξη στον κοινωνικό τουρισμό, με υποστήριξη εκδρομών ΚΑΠΗ και ενοριών, με εκπαιδευτικές επισκέψεις σχολείων και γενικότερα προγραμμάτων νεολαίας,
8. Ένταξη των θρησκευτικών μνημείων και τόπων στην προβολή και ενημέρωση των νέων αγορών της Κίνας και της Ινδίας.

3.7 Το προφίλ των θρησκευτικών τουριστών στα Μετέωρα

Οι περισσότεροι τουρίστες των Μετεώρων και της Καλαμπάκας προέρχονται από την Γαλλία και από τις ομόθρησκες χώρες των Βαλκανίων (Βουλγαρία, Ρουμανία). Μεγάλος είναι επίσης και ο αριθμός των τουριστών, που προέρχονται από την Ρωσία αν και τα τελευταία χρόνια αυτός ο αριθμός έχει μειωθεί λόγω της οικονομικής κρίσης, που έχει πλήξει την χώρα (Delitheou et al., 2013).

Οι τουρίστες που επισκέπτονται τα Μετέωρα και την Καλαμπάκα είναι συνήθως είτε οικογένειες με παιδιά είτε άτομα ηλικίας 15-60+, που αγαπούν τον θρησκευτικό τουρισμό και την περιήγηση σε μνημεία σπουδαίας πολιτισμικής και ιστορικής σημασίας. Οι τουρίστες των περιοχών των Μετεώρων και της Καλαμπάκας είναι μέσου οικονομικού εισοδήματος κυρίως και μέχρι πριν την κρίση στήριζαν σε σημαντικό βαθμό την τοπική κοινωνία με τις δραστηριότητές τους κατά την παραμονή τους εκεί (Delitheou et al., 2013).

3.8 Η συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού των Μετεώρων στην ευρύτερη ανάπτυξη της περιοχής της Καλαμπάκας και του Νομού Τρικάλων

Η οικονομική διάσταση του θρησκευτικού τουρισμού και οι δυνατότητες που παρέχει για την ανάπτυξη ορισμένων περιοχών, έχει απασχολήσει έντονα τις εθνικές τουριστικές πολιτικές και πολλούς οργανισμούς ή ενώσεις όπως η UNESCO, η Ευρωπαϊκή Ένωση, κλπ (Πολύζος, 2010).

Λόγω μάλιστα της συμβολής του θρησκευτικού τουρισμού στην ευρύτερη τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη των χωρών πολλά κράτη αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες και εκπονούν προγράμματα, που στοχεύουν στην αύξηση του μεγέθους του θρησκευτικού τουρισμού, αναδεικνύοντας και προβάλλοντας θρησκευτικές εορτές και εκδηλώσεις (Πολύζος, 2010).

Η οικονομική αξιοποίηση του θρησκευτικού τουρισμού μπορεί να επιφέρει πολλαπλασιαστικά οφέλη για την περιοχή υποδοχής αφού οι τουρίστες – επισκέπτες εκπληρώνουν πέραν του θρησκευτικού τους συναισθήματος και τις καταναλωτικές τους ανάγκες διαμένοντας σε δωμάτια ή ξενοδοχειακές μονάδες και καταναλώνοντας φαγητά, ποτά και αναψυκτικά. Έτσι ένας μεγάλος αριθμός επαγγελματιών του τουριστικού κλάδου, όπως τουριστικοί πράκτορες, αεροπορικές εταιρείες, ξενοδόχοι, μικροπωλητές αντικειμένων επωφελούνται (Πολύζος, 2010).

Οι τοπικοί φορείς της Καλαμπάκας και των Μετεώρων αναγνωρίζοντας ότι ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει μοχλό οικονομικής ανάπτυξης για τις εν λόγω περιοχές διεξάγουν προγράμματα και αναλαμβάνουν δράσεις για την ενίσχυση του (ΣΕΤΕ, 2013).

Πιο συγκεκριμένα, ο θρησκευτικός τουρισμός των Μετεώρων έχει συμβάλλει μέχρι στιγμής στην ευρύτερη οικονομική ανάπτυξη της περιοχής της Καλαμπάκας αφού οι τουρίστες, που επισκέπτονται τα Μετέωρα διαμένουν μία με δύο νύχτες και στην Καλαμπάκα ενισχύοντας τους ξενώνες και τις ξενοδοχειακές μονάδες της περιοχής (ΣΕΤΕ, 2013).

Με δεδομένο μάλιστα ότι οι τουρίστες των Μετεώρων είναι μέσου οικονομικού εισοδήματος τουλάχιστον μέχρι πριν από το ξεκίνημα της οικονομικής κρίσης επένδυναν ένα σημαντικό μέρος του εισοδήματος τους τόσο κατά την επίσκεψη τους στα Μετέωρα όσο και κατά την σύντομη διαμονή τους στην Καλαμπάκα (Τελώνης, 2012).

Το γεγονός ότι η οικονομική κρίση επηρέασε την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής δεν σημαίνει ότι αυτή υποβαθμίστηκε και ότι δεν μπορεί να επανέλθει στα αρχικά της επίπεδα μέσω της ανάπτυξης και της επένδυσης σε έργα υποδομής της περιοχής αλλά στην διαφήμιση και την προώθηση της περιοχής στο εξωτερικό (Τελώνης, 2012).

Οι τουρίστες, που επισκέπτονται τα Μετέωρα και διαμένουν στην Καλαμπάκα μπορούν να αποτελέσουν σημαντική μορφή διαφήμισης για την περιοχή αν κατά την διάρκεια της διαμονής τους εκεί αποκτήσουν μία ξεχωριστή τουριστική εμπειρία.

Η οικονομική ανάπτυξη της περιοχής της Καλαμπάκας μέσω του θρησκευτικού τουρισμού ευνοεί και την ευρύτερη οικονομία του νομού Τρικάλων αφού σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία για την περίοδο 2005-2009 οι περιοχές Καλαμπάκα και Καστράκι συνεισφέρουν τουριστικά, στο σύνολο του Ν. Τρικάλων το:

- ✓ 45% των καταλυμάτων
- ✓ 57% των δωματίων
- ✓ 57% των κλινών
- ✓ 65% των αφίξεων
- ✓ 58% των διανυκτερεύσεων

Από τα παραπάνω στοιχεία μπορεί να διεξαχθεί το συμπέρασμα ότι ο θρησκευτικός τουρισμός ευνοεί όχι μόνο την ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών αλλά και την ευρύτερη οικονομική ανάπτυξη ολόκληρου του Νομού των Τρικάλων, που συνιστά ένα φιλόξενο τόπο και προσφέρεται για κάθε είδους διακοπές, σπορ, χόμπι, επιστημονικές έρευνες και περιπέτειες όλο το χρόνο (Μοίρα, 2010).

Κεφάλαιο τέταρτο

«Μεθοδολογία Έρευνας»

4.1 Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που επιλέγει ο κάθε ερευνητής να ακολουθήσει προκειμένου να διεκπεραιώσει μια έρευνα παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στη διεξαγωγή των βέλτιστων αποτελεσμάτων σε αυτήν. Διότι μόνο μέσα από τη διαδικασία αυτή μπορούμε να πούμε ότι επιτυγχάνεται η μέγιστη δυνατή καταγραφή των δεδομένων της έρευνας προκειμένου να καταλήξουμε ως ερευνητές σε ασφαλή αποτελέσματα.

Στην εργασία αυτή στόχος μας είναι να καταλήξουμε σε συμπεράσματα σχετικά με την σύνδεση της γενικότερης τουριστικής και οικονομικής ανάπτυξης της περιοχής με τον θρησκευτικό τουρισμό και ακόμα πιο συγκεκριμένα με τους τουρίστες που καταφτάνουν στην περιοχή προκειμένου να επισκεφτούν τα Μετέωρα.

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζουμε τις ερευνητικές μεθόδους που χρησιμοποιήσαμε προκειμένου να ικανοποιήσουμε μέσα από ένα ασφαλές και συγκροτημένο ερευνητικό πλαίσιο τον στόχο της ερευνητικής μας εργασίας. Συγκεκριμένα θα παρουσιάσουμε τις τεχνικές που ακολουθήσαμε, το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήσαμε καθώς και θα επεξηγήσουμε την επιλογή του δείγματός μας για την έρευνα αυτή.

4.2 Οι Ερευνητικοί Στόχοι της Εργασίας

Σε αυτό το σημείο είναι πολύ σημαντικό να αναφερθούμε στους ερευνητικούς στόχους της εργασίας αυτής. Στην προκειμένη περίπτωση ο ερευνητικός μας στόχος προέκυψε από την υπάρχουσα κατάσταση και ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή της Καλαμπάκας και πιο συγκεκριμένα στα Μετέωρα.

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι λοιπόν να εξετάσει τις απόψεις των ανθρώπων που διαχειρίζονται μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες στην ευρύτερη περιοχή της Καλαμπάκας και είναι άμεσα εμπλεκόμενοι με την εξυπηρέτηση των τουριστών που ταξιδεύουν στην εν λόγω περιοχή για θρησκευτικούς λόγους.

Στόχος μας είναι να δούμε μέσα από τη δική τους οπτική τόσο την ισχύουσα κατάσταση του θρησκευτικού τουρισμού για το έτος 2014-2015 αλλά και τις προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης αυτού και της περιοχής.

Παρακάτω τίθενται αναλυτικότερα οι ερευνητικοί στόχοι της εργασίας μας οι οποίοι και θα μας οδηγήσουν στην εν μέρει τουλάχιστον διερεύνηση του παραπάνω στόχου:

1. Να καταγραφεί η πορεία του θρησκευτικού τουρισμού για το έτος 2014-2015.
2. Να προσδιοριστούν οι λόγοι για τους οποίους είναι σημαντική η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού για την γενικότερη ανάπτυξη της περιοχής.
3. Να προσδιοριστεί πιο συγκεκριμένα η σημασία των Μετεώρων για την τουριστική και οικονομική ανάπτυξη της περιοχής.
4. Να προσδιοριστούν τα χαρακτηριστικά των τουριστών που ταξιδεύουν σε θρησκευτικούς προορισμούς και για θρησκευτικούς λόγους.
5. Να ελέγξουμε εάν γίνεται επαρκής διαφήμιση και προβολή του θρησκευτικού τουρισμού.
6. Να διερευνήσουμε τους παράγοντες που θα μπορούσαν να συμβάλλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή της Καλαμπάκας.

4.3 Δευτερογενής Έρευνα

Στην εργασία αυτή κατ' αρχήν κάναμε χρήση των μεθόδων δευτερογενούς έρευνας. Προκειμένου να οδηγηθούμε σε ασφαλή συμπεράσματα κρίναμε αναγκαίο να ακολουθήσουμε τη βιβλιογραφική ανασκόπηση προκειμένου να δημιουργήσουμε το θεωρητικό πλαίσιο πάνω στο οποίο θα «πατήσουν» με ασφάλεια τόσο τα ερωτήματα της πρωτογενούς έρευνας που διεξήγαμε όσο και τα συμπεράσματα αυτής.

Μελετήσαμε λοιπόν διαφορετικούς ερευνητές που έχουν ασχοληθεί με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού γενικά και επικεντρωθήκαμε σε αυτούς που έχουν εντυπώσει στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού. Σκοπός μας είναι μέσω μιας εκτενούς βιβλιογραφικής ανασκόπησης στο αντικείμενο αυτό να καταφέρουμε να παρουσιάσουμε αναλυτικά όλους τους τύπους εναλλακτικού τουρισμού, να προσδιορίσουμε τι σημαίνει εναλλακτικός τουρισμός για τη χώρα μας και τέλος να καταλήξουμε στην άνθηση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Η βιβλιογραφική μας ανασκόπηση θα περιλαμβάνει πέραν από βιβλία του τουριστικού κλάδου, άρθρα από επιστημονικά και ακαδημαϊκά περιοδικά, αλλά και από εφημερίδες και πρόσβαση σε διεθνείς βάσεις δεδομένων από όπου μπορούμε να αντλήσουμε στατιστικά στοιχεία για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο και πιο συγκεκριμένα για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Με τον τρόπο αυτό θα είμαστε σίγουροι ότι θα έχουμε δημιουργήσει μια επαρκή θεωρητική βάση πάνω στην οποία απαιτείται να στηριχτεί περαιτέρω η έρευνά μας (De Vaus, 2008)

4.4 Πρωτογενής Έρευνα

Στη συνέχεια θα διεξάγουμε πρωτογενή έρευνα προκειμένου να εμπλουτίσουμε την ακαδημαϊκή κοινότητα με τα πρωτότυπα αποτελέσματα της έρευνάς μας σχετικά με την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή της Καλαμπάκας. Για τον λόγο αυτό καλούμαστε να αποφασίσουμε αν θα χρησιμοποιήσουμε την ποσοτική ή την ποιοτική μέθοδο συλλογής των δεδομένων.

Σύμφωνα με τον Clarke (1999), η χρήση της ποσοτικής μεθόδου, γίνεται μέσω συγκεκριμένων στατιστικών προγραμμάτων τα οποία χρησιμοποιώντας μαθηματικά μοντέλα, ποσοτικοποιεί τα αποτελέσματα της έρευνας. Η έρευνα με την χρήση της ποσοτικής μεθόδου διεξάγεται μέσω ερωτηματολογίων τα οποία έχουν ερωτήματα κλειστού τύπου. Στο τέλος, τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται μέσα από συγκεντρωτικούς πίνακες, ιστογράμματα και διάφορων τύπων γραφήματα και διαγράμματα (Clarke, 1999).

Η λογική της ποιοτικής μεθόδου και ανάλυσης είναι τελείως διαφορετική. Η χρήση της ποιοτικής μεθόδου για την περαιτέρω ανάπτυξη της έρευνάς μας σημαίνει πρακτικά ότι έχουμε να εξετάσουμε πολλές μεταβλητές τις οποίες προσπαθούμε να διερευνήσουμε μέσα από συγκεκριμένες μελέτες περίπτωσης. Στόχος μας είναι να εμβαθύνουμε όσο το δυνατόν περισσότερο στο ερευνητικό μας πεδίο.

Οι κύριοι λόγοι που επιλέξαμε την χρήση της ποιοτικής έρευνας έναντι της ποσοτικής είναι οι παρακάτω:

1. Κατ' αρχήν, θέλουμε να ερευνήσουμε τον τρόπο που πιθανόν ο θρησκευτικός τουρισμός λειτουργεί ως μοχλός πίεσης για την τοπική αυτοδιοίκηση, δηλαδή να περιγράψουμε και όχι να καταγράψουμε το τι συμβαίνει.
2. Δεύτερον, θέλουμε να ερευνήσουμε το θέμα εις βάθος, κάτι που μόνο η ποιοτική έρευνα θα μας επιτρέψει.
3. Κατά τρίτον είναι σημαντικό η έρευνα να λάβει χώρα στην περιοχή της Καλαμπάκας για να είναι όσο το δυνατόν πιο ακριβή και αληθινά τα στοιχεία που θα συλλέξουμε.

4.5 Τεχνικές της Ποιοτικής Μεθόδου

Μέθοδος Συλλογής Δεδομένων - Προσωπική Συνέντευξη σε Βάθος

Σύμφωνα με τον Χρήστου (1999) οι τεχνικές μέθοδοι που εφαρμόζονται στις ποιοτικές μεθόδους είναι οι παρακάτω:

1. Προσωπικές Συνεντεύξεις σε βάθος
2. Ομάδες Εστίασης και Ομαδικές Συνεντεύξεις
3. Προβολικές Τεχνικές
4. Μελέτες Περίπτωσης
5. Συμμετοχική Παρατήρηση (Χρήστου, 1999:222).

Εμείς από όλες τις παραπάνω μεθόδους θα χρησιμοποιήσουμε την πρώτη που αφορά τις εις βάθος προσωπικές συνεντεύξεις. Οι εις βάθος ατομικές συνεντεύξεις θα

λάβουν χώρα με τη βοήθεια ημι-δομημένου ερωτηματολογίου προκειμένου να διερευνήσουμε πως βλέπουν τα πράγματα σε σχέση με την ανάπτυξη στην περιοχή της Καλαμπάκας και πως πιστεύουν ότι συμβάλλει σε αυτήν η εισροή τουριστών για θρησκευτικούς λόγους και για να επισκεφτούν τα Μετέωρα. Με τον τρόπο αυτόν, στοχεύουμε να δούμε τις εις βάθος απόψεις των ιδιοκτητών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.

Σύμφωνα μάλιστα με τον Γιώργο Παπαντριανταφύλλου (2010), οι προσωπικές σε βάθος συνεντεύξεις περιλαμβάνουν τους παρακάτω τύπους ερωτήσεων:

1. Ανοιχτές Ερωτήσεις : Ερωτήσεις που αφήνουν τον ερωτώμενο να απαντήσει ελεύθερα χωρίς προκαθορισμούς .
2. Ερωτήσεις Γνώμης : Αναζητούν τις στάσεις και τις αντιλήψεις .
3. Δομικές Ερωτήσεις : Αναζητούν μηχανισμούς αιτιοτήτων και αιτιωδών, πχ ...πως απέκτησες αυτή τη γνώμη ;.....
4. Εισαγωγικές Ερωτήσεις : Κατευθύνουν τη συνέντευξη στο κυρίως θέμα
5. Ερωτήσεις Γέφυρα : Συνδέουν τα διάφορα θέματα της συνέντευξης (Παπατριανταφύλλου, 2010).

Κατά τη σύνταξη του ερωτηματολογίου χρησιμοποιήσαμε ερωτήσεις ανοιχτού τύπου προκειμένου να εκφραστούν οι ερωτώμενοι ελεύθερα και χωρίς προκαθορισμούς. Τέτοιες ερωτήσεις είναι η πρώτη και η τέταρτη:

Ερώτημα 1: Ποια είναι η φετινή εικόνα του τουρισμού στην Καλαμπάκα; (αφίξεις, διανυκτερεύσεις, πληρότητες, έσοδα, εποχικότητα)

Ερώτημα 4: Ποια χαρακτηριστικά έχουν οι πελάτες του θρησκευτικού τουρισμού; (εθνικότητα, οικονομική κατάσταση, οικογενειακή κατάσταση, ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης κτλ).

Επιπρόσθετα, στο ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκαν και ερωτήματα γνώμης τα οποία είναι τα κάτωθι:

Ερώτημα 2: Ποια είναι η σημασία του θρησκευτικού τουρισμού για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής;

Ερώτημα 3: Πόσο σημαντική είναι η ύπαρξη των Μετεώρων, ενός μνημείου παγκόσμιας κληρονομιάς για την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής;

Ερώτημα 5: Διαφημίζεται / Προβάλλεται ικανοποιητικά ο θρησκευτικός τουρισμός και με ποιόν τρόπο; (διαδίκτυο, εκθέσεις, φυλλάδια, τουριστικά γραφεία κτλ).

Ερώτημα 6: Ποιοι θεωρείτε ότι είναι οι κρίσιμοι παράγοντες για την περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή; (πχ. βελτίωση υποδομών, αποτελεσματικότερη προβολή, συνεργασίες με φορείς, μητροπόλεις κτλ).

Τα ερωτήματά στο σύνολό τους όπως διαπιστώσαμε μόλις ήταν μόνο έξι, προκειμένου να δώσει χώρο στους ερωτώμενους να αναπτύξουν τη δική τους άποψη επί του θέματος που ερευνούμε όσο το δυνατόν πιο διεξοδικά. Για τον λόγο αυτό επιμεληθήκαμε και της εμφάνισης του ερωτηματολογίου προκειμένου να είναι ευχάριστο και ξεκούραστο, ώστε να απαντηθεί καταβάλλοντας το δείγμα μας τον λιγότερο δυνατό κόπο. Υπό το παραπάνω σκεπτικό οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου ήταν εύκολες και κατανοητές¹⁵.

Ο μέσος όρος του χρόνου που απαιτούνταν για κάθε συνέντευξη ήταν τριάντα λεπτά. Ιδιαίτερη εντύπωση μας έκανε το γεγονός ότι οχτώ στους δέκα ερωτώμενους έδειξαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα αποτελέσματα της έρευνάς μας για τα οποία ζήτησαν να ενημερωθούν προσωπικά μετά το πέρας και την ολοκλήρωση της ερευνητικής μας εργασίας.

Κατά τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων ο ερευνητής ήταν παρών και έπαιρνε αυτός τη συνέντευξη από τον ερωτώμενο καταγράφοντας τις όποιες απαντήσεις αυτού. Για τον λόγο αυτό οι συνεντευξιαζόμενοι συναντήθηκαν σε προκαθορισμένο χρόνο με τον ερευνητή που θα λάμβανε τη συνέντευξη.

¹⁵Το Ερωτηματολόγιο παρατίθενται στο Παράρτημα της ερευνητικής αυτής εργασίας.

4.6 Η επιλογή του δείγματος

Η συλλογή των δεδομένων της παρούσας μελέτης διεξήχθη με δειγματοληπτική έρευνα. Πιο συγκεκριμένα για τον καθορισμό του συγκεκριμένου δείγματος χρησιμοποιήθηκε ο συνδυασμός δύο μεθόδων δειγματοληψίας, η μέθοδος των διαθέσιμων ξενοδοχειακών μονάδων που εδρεύουν στην περιοχή της Καλαμπάκας, οι υπεύθυνοι των οποίων ήταν διαθέσιμοι και πρόθυμοι να συμμετάσχουν στην έρευνα, και ταυτόχρονα οι περιπτώσεις που επιλέξαμε είναι και χαρακτηριστικές σχετικά με τους ερευνητικούς στόχους της συγκεκριμένης ερευνητικής εργασίας.

Επιλέχθηκε η συγκεκριμένη μέθοδος επιλογής του δείγματος καθώς σύμφωνα με την Κυριαζή (2011), οδηγεί σε πολύ αξιόπιστα αποτελέσματα, με δεδομένο ότι οι συνεντευξιαζόμενοι πληρούν όλα τα χαρακτηριστικά της υπό έρευνας μεταβλητής.

Στην συγκεκριμένη μελέτη, όπως ήδη αναφέραμε και παραπάνω, οι ερωτώμενοι είναι ιδιοκτήτες ξενοδοχειακών μονάδων και καλούνται να απαντήσουν σε ερευνητικά ερωτήματα που έχουν σχέση με την εξέταση του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή των Μετεώρων και τη διερεύνηση του πώς αυτή η ομάδα τουριστών επηρεάζει την γενικότερη ανάπτυξη της περιοχής.

Συγκεκριμένα, η επιλογή του δείγματος ικανοποίησε τις παρακάτω προϋποθέσεις:

1. Είναι κάτοικοι της ευρύτερης περιοχής της Καλαμπάκας
2. Είναι ιδιοκτήτες ξενοδοχείων που εδρεύουν στην περιοχή αυτή
3. Είναι τουλάχιστον απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και να φαίνονται αξιόπιστα άτομα
4. Η ξενοδοχειακή μονάδα που διαθέτουν να έχει τουλάχιστον δεκαπέντε κλίνες.

Κεφάλαιο πέμπτο

«Αποτελέσματα της Έρευνας»

5.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζουμε συνολικά τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης ερευνητικής διαδικασίας, δηλαδή τα ομαδοποιημένα κατά κάποιον τρόπο αποτελέσματα των απαντήσεων που πήραμε κάνοντας τις έξι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου στους δέκα ιδιοκτήτες ξενοδοχειακών μονάδων που αποτελούσαν το δείγμα μας.

Αρχικά θα σκιαγραφήσουμε το προφίλ των συνεντευξιζόμενων και θα αναφέρουμε επίσης και τους λόγους για τους οποίους, όπως μας δήλωσαν, δέχτηκαν να συμμετάσχουν στην έρευνά μας και στη συνέχεια θα παρουσιάσουμε τις απαντήσεις τους για τα παρακάτω θέματα:

- Την πορεία του τουρισμού το 2014.
- Τους λόγους για τους οποίους είναι σημαντική η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού για την γενικότερη ανάπτυξη της περιοχής.
- Τη σημασία των Μετεώρων για την τουριστική και οικονομική ανάπτυξη της περιοχής.
- Τα χαρακτηριστικά των τουριστών που ταξιδεύουν σε θρησκευτικούς προορισμούς και για θρησκευτικούς λόγους.
- Την επάρκεια της διαφημιστικής προβολής του θρησκευτικού τουρισμού γενικότερα.
- Τους παράγοντες που θα μπορούσαν να συμβάλλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή της Καλαμπάκας.

5.2 Το Προφίλ των Ερωτώμενων

Προκειμένου να αποτυπώσουμε την όσο το δυνατόν πιο πιστή εικόνα της συμπεριφοράς των τουριστών που καταφετάνουν για θρησκευτικούς λόγους στην περιοχή της Καλαμπάκας, με σκοπό να καταλήξουμε έπειτα σε συμπέρασμα σχετικό με το εάν ο θρησκευτικός τουρισμός συμβάλλει ή όχι στην ανάπτυξη της περιοχής, επιλέξαμε το δείγμα μας να απαρτίζεται από επαγγελματίες του τουριστικού κλάδου, οι οποίοι είναι ιδιοκτήτες μεσαίων και μεγάλων τουριστικών μονάδων στην ευρύτερη περιοχή.

Οι συνεντευξιαζόμενοι ήταν συνολικά δέκα. Αν και ο αριθμός είναι μικρός, οι απαντήσεις που λάβαμε από αυτούς είναι τόσο πλήρεις ώστε καλύπτουν σε ικανοποιητικό βαθμό τους σκοπούς της έρευνάς μας.

Όλοι οι ερωτώμενοι είναι μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής, ηλικίας άνω των δεκαοχτώ ετών και επιχειρηματίες. Είναι τουλάχιστον απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και κάποιο από αυτούς έχουν ολοκληρώσει και τις σπουδές τους είτε στον τομέα των τουριστικών επιχειρήσεων, είτε στον τομέα των επιχειρήσεων γενικότερα. Και οι δέκα ερωτώμενοι είναι ιδιοκτήτες κάποιας ξενοδοχειακής μονάδας η οποία διαθέτει πάνω από δεκαπέντε κλίνες και λειτουργεί κατά τη διάρκεια όλου του έτους.

Ο βασικός λόγος που επιλέχθηκαν οι συγκεκριμένοι επιχειρηματίες για να συμμετάσχουν στην έρευνα είναι ότι η άποψή τους έχει βαρύτητα λόγω της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας και εμπειρίας αλλά και λόγω των σχετικών σπουδών τους. Το γεγονός ότι διαμένουν στην περιοχή της Καλαμπάκας σημαίνει ότι έχουν μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα για το πώς κινείται ο τουρισμός στην περιοχή και επίσης έρχονται πολλές φορές και σε άμεση επαφή με τους πελάτες – τουρίστες.

Μέσα από τα συγκεκριμένα άτομα, τα οποία δραστηριοποιούνται στον χώρο του τουρισμού πολλά χρόνια, αναμένουμε – και γι αυτό και επιλέχθηκαν – να μας μεταφέρουν μια σφαιρική εικόνα για το πώς κινείται ο θρησκευτικός τουρισμός στην περιοχή της Καλαμπάκας, πόσο σημαντικός είναι ο ρόλος των Μετεώρων για την ανάπτυξη της περιοχής, τι περισσότερο μπορεί να γίνει προκειμένου ο θρησκευτικός

τουρισμός να έχει μεγαλύτερη ανάπτυξη και τέλος πως αυτό θα μπορούσε να επηρεάσει την ανάπτυξη της τοπικής αγοράς και οικονομίας.

5.3 Τα αποτελέσματα της Έρευνας

Στην ενότητα αυτή θα παραθέσουμε αναλυτικά τα αποτελέσματα της έρευνάς μας όπως αυτά προέκυψαν μετά από την λήψη συνεντεύξεων από δέκα παράγοντες του ξενοδοχειακού κλάδου στην ευρύτερη περιοχή της Καλαμπάκας. Τα αποτελέσματα της έρευνάς μας καταγράφονται με τη σειρά με την οποία τέθηκαν και τα ερευνητικά μας ερωτήματα.

Η πορεία του τουρισμού το 2014 στην περιοχή της Καλαμπάκας

Στην πρώτη ερώτηση του ερωτηματολογίου σχετικά με την πορεία του τουρισμού στην περιοχή της Καλαμπάκας οι συνεντευξιαζόμενοι απάντησαν τα παρακάτω:

- Η περιοχή της Καλαμπάκας – Μετεώρων θεωρείται μια ώριμη τουριστικά περιοχή με ανοδική αναπτυξιακή πορεία. Μάλιστα τα τελευταία έτη παρουσιάζει υψηλή τουριστική ανάπτυξη λόγω της ύπαρξης μονάδων υψηλών κατηγοριών.
- Σταθερή, ανοδική πορεία τουριστικής προσέλευσης για θρησκευτικούς λόγους το 2014, κατά 20% - 30%. Σαφέστατα καλύτερη εικόνα από τις προηγούμενες χρονιές.
- Η αύξηση της προσέλευσης και η 100% πληρότητα που επί το πλείστον επικρατούσε στα ξενοδοχεία οφειλόταν να μεν σε μεγαλύτερη εισροή τουριστών για θρησκευτικούς λόγους αλλά και στην μείωση των τιμών των δωματίων. Άρα αν και με περισσότερη κίνηση τα έσοδα έμειναν τα ίδια ή σχεδόν τα ίδια.

- Η αυξητική τάση στην προσέλευση τουριστών το 2014 οφείλεται κυρίως λόγω της διοργάνωσης συνεδρίων ή άλλων εκδηλώσεων στην περιοχή, δύο παράγοντες που συνέβαλαν στην αύξηση των κρατήσεων και διανυκτερεύσεων.
- Αν και υπήρξε αξιοσημείωτη αύξηση του τουριστικής προσέλευσης κατά το 2014, οι συνολικές διανυκτερεύσεις μειώθηκαν λόγω του νέου τουριστικού μοντέλου που έχει επικρατήσει τα τελευταία χρόνια, του θρησκευτικού δηλαδή τουρισμού.
- Η πληρότητα ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες έφτανε από 80% έως 100%. Συγκεκριμένα από τον Ιανουάριο έως τον Μάρτιο η τουριστική κίνηση χαρακτηρίζεται από κάποιους συνεντευξιαζόμενους χαμηλή, από τον Απρίλιο έως τον Σεπτέμβριο υψηλή ή και πολύ υψηλή και τους υπόλοιπους μήνες πάλι χαμηλή, έως πολύ χαμηλή.
- Σαφέστατη αύξηση της τουριστικής ροής, κυρίως για θρησκευτικούς λόγους αν και λιγότεροι μεμονωμένοι πελάτες. Πολλά γκρουπ και άρα μαζικές κρατήσεις δωματίων σε όμως πολύ χαμηλότερες τιμές και για λιγότερες ημέρες απ' όσο ήταν ο μέσος όρος διαμονής των μεμονωμένων τουριστών.

Ποιοι είναι οι λόγοι για τους οποίους είναι σημαντική η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού για την γενικότερη ανάπτυξη της περιοχής.

- Τα Μετέωρα θεωρούνται πυλώνας για την ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής της Καλαμπάκας γιατί επιμηκύνουν ουσιαστικά την τουριστική σεζόν καθώς οι τουρίστες που συρρέουν για θρησκευτικούς λόγους δεν έχουν συγκεκριμένη εποχή που προτιμούν. Το αντίθετο μάλιστα, θα λέγαμε ότι προτιμούν τις off – season τουριστικές περιόδους.
- Μετά την κάλυψη των θρησκευτικών τους αναγκών, οι τουρίστες έχουν ανάγκη να καλύψουν και τις καταναλωτικές τους ανάγκες, οπότε η τοπική οικονομία κερδίζει τόσο από τη στέγαση αυτών, από την σίτισή τους και

διασκέδασή τους αλλά και από λόγω της αγοράς εκ μέρους τους τοπικών προϊόντων και αναμνηστικών.

- Στους τουρίστες που ταξίδευαν στην περιοχή της Καλαμπάκας για θρησκευτικούς λόγους οφείλεται και η κατ' αρχήν τουριστική ανάπτυξη της περιοχής, άρα η συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού κρίνεται επιτακτική ακόμα και σήμερα.
- Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί πολύ σημαντική πηγή εσόδων αλλά θα πρέπει να συνδυαστεί και με άλλα είδη εναλλακτικού τουρισμού (π.χ. περιπατητικού ή συνεδριακού) για να έχει κάθε επίσκεψη μεγαλύτερη διάρκεια και άρα πιο ουσιαστικά οικονομικά οφέλη για την περιοχή.
- Ο θρησκευτικός τουρισμός στην περιοχή αποτελεί την μεγαλύτερη πηγή σταθερής ροής εσόδων για την τοπική οικονομία σε ποσοστό 80% έναντι των άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού που αναπτύσσονται στην ευρύτερη περιοχή της Καλαμπάκας.
- Η σταθερή ροή τουριστών που υπάρχει λόγω του θρησκευτικού τουρισμού, υποκινεί τις τοπικές αλλά και ιδιωτικές αρχές για περαιτέρω ανάπτυξη και επενδύσεις κάτι που αποφέρει βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα οικονομική ανάπτυξη στην περιοχή που μελετάμε.
- Αν και οι τουρίστες που καταφτάνουν για θρησκευτικούς λόγους, ολοένα και αυξάνονται, τα χρήματα που αφήνουν στην περιοχή δεν είναι ιδιαίτερα πολλά αφού απαρτίζονται από χαμηλοσυνταξιούχους ή από άτομα μέσου οικονομικού εισοδήματος, τα οποία καταφτάνουν μέσω γκρουπ. Οπότε η αίσθηση της ανάπτυξης που προσφέρουν είναι εν μέρει ουτοπική και μη ρεαλιστική.
- Μέσω του θρησκευτικού τουρισμού επισκέπτονται την περιοχή τουρίστες από το εξωτερικό οι οποίοι αλλιώς πιθανότατα να μην έφταναν ποτέ στην περιοχή της Καλαμπάκας.

Ποια είναι η σημασία των Μετεώρων για την τουριστική και οικονομική ανάπτυξη της περιοχής.

- Τα Μοναστήρια στα μετέωρα αποτελούν μνημεία παγκόσμιας ομορφιάς και τουριστικής εμβέλειας.
- Τα Μετέωρα αποτελούν μετά το Άγιο Όρος, τον δεύτερο μεγαλύτερο θρησκευτικό χώρο στην Ελλάδα με προσέλευση άνω των 1.500.000 ατόμων.
- Λόγω της ύπαρξης των Μετεώρων ζει το 35% των κατοίκων της ευρύτερης περιοχής της Καλαμπάκας οι οποίοι έχουν ή εργάζονται σε βιώσιμες τουριστικές επιχειρήσεις.
- Τα Μετέωρα αποτελούν τον σημαντικότερο παράγοντα για την τουριστική και κατ' επέκταση οικονομική ανάπτυξη της περιοχής.
- Τα μοναστήρια στα Μετέωρα δεν έχουν μόνο στηρίξει οικονομικά της ανάπτυξη της περιοχής στο παρελθόν αλλά αποτελούν και το μέλλον της ανάπτυξης για την περιοχή.
- Η ύπαρξη των μοναστηριών είναι πολύ σημαντική καθώς επηρεάζει τους παρακάτω κλάδους: αγορά τοπικών προϊόντων, καταλύματα, εστιατόρια, κλάδος μεταφορών, μπαρ και καφέ, καταστήματα λαϊκής τέχνης και πώλησης αναμνηστικών.

Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των τουριστών που ταξιδεύουν σε θρησκευτικούς προορισμούς και για θρησκευτικούς λόγους.

- Οι τουρίστες είναι προέρχονται από το εξωτερικό κατά 80%, και κυρίως από την Ανατολική Ευρώπη. Έχει παρατηρηθεί μεγάλη προσέλευση Ρώσων τουριστών.
- Είναι κυρίως ορθόδοξοι αλλά υπάρχει μικρό ποσοστό τουριστών που δεν ασπάζονται την ορθόδοξη πίστη.

- Είναι Έλληνες αλλά και αλλοδαποί.
- Υπάρχουν θρησκευτικοί τουρίστες όλων των ηλικιών αλλά οι περισσότεροι είναι μέσης, μεγάλης και κυρίως τρίτης ηλικίας. Οι ηλικίες από 12-30 ετών αποτελούν οργανωμένες σχολικού τύπου εκδρομές, οι ηλικίες από 30 έως 60 ετών αποτελούν οικογένειες και οι υπόλοιπες ηλικίες είναι άτομα τρίτης ηλικίας που καταφτάνουν σε γκρουπ.
- Προέρχονται από όλες τις κοινωνικές τάξεις.
- Έχουν μεσαίο επίπεδο εκπαίδευσης αλλά υψηλό όσον αφορά θέματα θρησκείας. Έχουν υψηλή ενημέρωση όσον αφορά την περιοχή και την ιστορία των Μετεώρων.
- Οι περισσότεροι είναι χαμηλής οικονομικής κατάστασης, εκτός από τους περισσότερους Ρώσους που επισκέπτονται τα Μετέωρα οι οποίοι φαίνονται ευκατάστατοι. Η μέση οικονομική δαπάνη ανά κεφαλή (μαζί με τη στέγαση) είναι τα 50 ευρώ ανά άτομο.

Αξιολογήστε την επάρκεια της διαφημιστικής προβολής του θρησκευτικού τουρισμού γενικότερα. Με ποιόν τρόπο διαφημίζεται;

- Ο Θρησκευτικός τουρισμός στην περιοχή της Καλαμπάκας προβάλλεται με τους παρακάτω τρόπους και από τους εξής φορείς:
 1. Η Περιφέρεια της Θεσσαλίας συμμετέχει στις Διεθνείς Εκθέσεις Filoxenia στη Θεσσαλονίκη, στο Λονδίνο, στη Μόσχα και στο Βερολίνο.
 2. Ο Δήμος Καλαμπάκας κάνει πολύ περιορισμένη διαφήμιση κυρίως με τη συμμετοχή του σε κάποιες εκθέσεις στο εσωτερικό της Ελλάδας και το τύπωμα κάποιων σχετικών φυλλαδίων

3. Οι ιδιώτες ξενοδόχοι σε συνεργασία με την Ένωση Ξενοδοχείων κάνουν διαφήμιση μέσω internet και συμμετέχουν και σε κάποιες εκθέσεις του εξωτερικού.
- Η προβολή του θρησκευτικού τουρισμού χαρακτηρίζεται ελλιπής, σε μη ικανοποιητικά επίπεδα. Χαρακτηρίζεται ακόμη αποσπασματική και χωρίς συγκεκριμένο πλάνο διαφήμισης και διαφημιστικού μηνύματος.
 - Έχει αυξηθεί η διαφήμιση του θρησκευτικού τουρισμού τα τελευταία χρόνια σε πολλά ΜΜΕ.

Αναφέρετε τους κρίσιμους παράγοντες που θα μπορούσαν να συμβάλλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή της Καλαμπάκας.

- Προτείνεται να διαφοροποιηθεί το τουριστικό προϊόν. Να δημιουργηθούν για παράδειγμα προσκληνυματικοί δρόμοι προς τα Μετέωρα, να δημιουργήσουμε περιηγητικό τουρισμό και να υποστηρίξουμε την ανάπτυξη και άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Προτείνεται η πρόσληψη εξειδικευμένων ανθρώπων ή και εταιρειών από τη Δημοτική Αρχή που θα αναλάβουν την ολοκληρωμένη τουριστική προώθηση της περιοχής.
- Προτείνεται η τουριστική αναβάθμιση της περιοχής εκ μέρους του Δήμου με δεκαετές πλάνο δράσης.
- Προτείνεται καλύτερη συνεργασία των τοπικών φορέων τόσο μεταξύ τους όσο και με την εκκλησία με στόχο την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών – τουριστών.
- Προτείνεται η δημιουργία θεματικών εμπειριών για τους τουρίστες.

- Προτείνεται η βελτίωση των ιδιωτικών και δημόσιων υποδομών της περιοχής, όπως δημιουργία δημόσιων τουαλετών, πάρκα και πεζοδρομημένες περιοχές για περπάτημα και περιήγηση των επισκεπτών, δημιουργία μουσείου και άλλων πολιτιστικών χώρων.
- Προτείνεται η προώθηση επιπλέον δραστηριοτήτων πέραν της επίσκεψης στα μοναστήρια των Μετεώρων για τους επισκέπτες.
- Προτείνεται η δημιουργία μόνιμου Γραφείου Τουρισμού στην περιοχή της Καλαμπάκας, επανδρωμένο με προσωπικό άρτια ενημερωμένο και καταρτισμένο για την περιοχή.
- Προτείνεται η προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού και πιο συγκεκριμένα της περιοχής της Καλαμπάκας και των Μετεώρων από τις Μητροπόλεις και μέσα στις εκκλησίες.

Άλλα Σχόλια και Προτάσεις

Στο τελευταίο ερώτημα απάντησαν μονάχα οι τέσσερις από τους δέκα ερωτηθέντες. Οι περισσότεροι επανέλαβαν ουσιαστικά τις πιο σημαντικές θέσεις τους ενώ κάποιοι κατέθεσαν τον περαιτέρω σχολιασμό τους. Οι απαντήσεις τους παρατίθενται παρακάτω αναλυτικά:

- Απαραίτητος κρίνεται ο θρησκευτικός τουρισμός στην περιοχή της Καλαμπάκας.
- Χρειάζεται καλύτερη οργάνωση και υποδομές.
- Απαιτείται άμεση σύσταση Γραφείου Τουρισμού, το οποίο θα ασχολείται με την διασφάλιση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών στην περιοχή.
- Απαιτείται να δημιουργηθεί τουριστική συνείδηση στους επιχειρηματίες και στους κατοίκους της περιοχής της Καλαμπάκας.
- Απαιτείται οι τουριστικοί φορείς (τόσο οι επιχειρηματίες όσο και οι εργαζόμενοι) να δείξουν μεγαλύτερο επαγγελματισμό.
- Χρειάζεται λόγω οικονομικής κρίσης να μειωθούν ακόμα περισσότερο οι τιμές τόσο στις παρεχόμενες υπηρεσίες στην περιοχή όσο και στα προϊόντα.

- Θα πρέπει να υπάρχει μια συνεχής επικοινωνία με τους επαγγελματίες του κλάδου, με σκοπό τη βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών.
- Η τουριστική προβολή είναι μια από τις βασικές ευθύνες των φορέων. Παρ' όλα αυτά κι οι επιχειρηματίες είναι δυνατό να συμβάλλουν και να τη στηρίξουν με πολλούς και διαφορετικούς τρόπους. Είναι όμως απαραίτητο από την πλευρά της πολιτείας να αντιληφθεί ότι ο τουρισμός αφορά το κύριο προϊόν πώλησης της Ελλάδας και να στηρίξει την προβολή του με κάθε τρόπο.

Κεφάλαιο έκτο

«Συμπεράσματα - Προτάσεις»

6.1 Εισαγωγή

Παρακάτω παρατίθενται συγκεντρωτικά τα αποτελέσματα της έρευνάς μας όπως προέκυψαν τόσο από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων στις σχετικές συνεντεύξεις όσο και από την σχετική μελέτη της θεωρίας όσον αφορά τον τουρισμό και πιο συγκεκριμένα τον θρησκευτικό τουρισμό.

Στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει μια προσπάθεια της σύνδεσης του θεωρητικού με το ερευνητικό κομμάτι προκειμένου να προβούμε στα συμπεράσματα της έρευνάς μας σχετικά με την πορεία του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή της Καλαμπάκας, σχετικά με τον ρόλο που παίζουν στην περιοχή αυτή τα μοναστήρια των Μετεώρων και πως όλα αυτά καταληκτικά συμβάλλουν στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και στην ανάπτυξη της περιοχής.

Καταληκτικά και στηριζόμενοι σε όλα τα παραπάνω θα παραθέσουμε και προτάσεις που ενδεχομένως συμβάλλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη της περιοχής και που πιθανόν να δώσουν μερικώς έστω λύση σε κάποια περιοριστικά ζητήματα που επηρεάζουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή της Καλαμπάκας.

6.2 Συμπεράσματα - Προτάσεις

Η πορεία του τουρισμού το 2014-2015 στην περιοχή της Καλαμπάκας

Η περιοχή της Καλαμπάκας παρουσιάζει μια σταθερή ανοδική πορεία τα τελευταία έτη όσον αφορά τον τουρισμό. Πιο συγκεκριμένα φαίνεται ότι η ύπαρξη ξενοδοχειακών μονάδων υψηλών προδιαγραφών έχει συμβάλει καθοριστικά στη

συνολική αύξηση της προσέλευσης των τουριστών και στην πληρότητα των καταλυμάτων η οποία κατά τη διάρκεια του 2014 έφτανε πολλές φορές μέχρι και 100%, ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες.

Σε αυτό βέβαια συνέβαλε καθοριστικά και η αύξηση της προσέλευσης τουριστών στην περιοχή της Καλαμπάκας για θρησκευτικούς λόγους. Υπολογίζεται πως η συνολική άνοδος της προσέλευσης τουριστών για θρησκευτικούς λόγους έφτασε το 2014-2015 στο 30%.

Είναι σημαντικό βέβαια να αναφέρουμε σε αυτό το σημείο ότι η άνοδος του θρησκευτικού τουρισμού οφείλεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στην πτώση των τιμών των δωματίων στην ευρύτερη περιοχή, κίνηση που προσέλκυσε ακόμα περισσότερο το ενδιαφέρον των ομαδικών εξορμήσεων και των οργανωμένων εκδρομών μέσω τουριστικών γραφείων.

Επιπρόσθετα, παρά την πολύ μεγάλη πληρότητα κυρίως κατά τους μήνες από Απρίλιο έως Σεπτέμβριο, ο μέσος όρος διαμονής των τουριστών στην περιοχή μειώθηκε, κάτι που συμπεραίνουμε ότι οφείλεται τόσο στην οικονομική κρίση και οικονομική στενότητα των τουριστών όσο και στην μεγάλη προσέλευση των γκρουπ τα οποία ως γνωστών παραμένουν σε μια περιοχή μονάχα όσο είναι απολύτως απαραίτητο.

Αυτό είχε ως αποτέλεσμα για την περιοχή της Καλαμπάκας να μην υπάρχει κίνηση τουριστικά και μάλιστα κατά 30% σχεδόν αυξημένη από την προηγούμενη τουριστική περίοδο αλλά με μια μείωση ή έστω σταθερή διατήρηση των συνολικών εσόδων και κερδών.

Τέλος, φαίνεται πως η τουριστική «ωριμότητα» της περιοχής την καθιστά περιοχή γόνιμη και για την ανάπτυξη συνεδριακού τουρισμού καθώς έχει αρχίσει να παρατηρείται όλο και μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών τόσο για συνέδρια, όσο και για άλλες εκδηλώσεις.

Οι λόγοι που επιβάλλουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή της Καλαμπάκας

Ο βασικότερος λόγος για τον οποίο είναι τόσο σημαντική η περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή της Καλαμπάκας είναι κυρίως ότι μέσω αυτού επιτυγχάνεται η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Και αυτό συμβαίνει γιατί οι περισσότεροι τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή για θρησκευτικούς λόγους προτιμούν να το κάνουν αυτό κατά τη διάρκεια της off – season περιόδου.

Αν και μεγάλη μερίδα των τουριστών που καταφτάνουν είναι μέσω γκρουπ και προέρχονται από χαμηλοσυνταξιούχους ή άτομα μεσαίου οικονομικού εισοδήματος, κάτι που σημαίνει ότι η αίσθηση της οικονομικής στήριξης της περιοχής λόγω αυτών είναι εν μέρει ουτοπική, είναι γεγονός ότι λόγω θρησκευτικών λόγων, καταφτάνουν στην περιοχή τουρίστες, κυρίως από το εξωτερικό, που εναλλακτικά δεν θα είχαν λόγο να επισκεφτούν την περιοχή.

Επιπρόσθετα, η σταθερή αυτή τουριστική ροή που προκύπτει από τη συνεχή εισροή τουριστών για θρησκευτικούς λόγους, δίνει επιπλέον κίνητρα στην τοπική αυτοδιοίκηση για περαιτέρω ανάπτυξη αλλά και μια σταθερή εργασιακή σχέση με όλους τους υπαλλήλους που απασχολούνται σε υπηρεσίες που αφορούν τον τουριστικό τομέα. Αυτό μακροπρόθεσμα στη οικονομία μεταφράζεται ως ανάπτυξη της περιοχής.

Επιπλέον είναι γεγονός ότι μόλις οι τουρίστες καλύψουν τις θρησκευτικές τους ανάγκες, φροντίζουν και για την κάλυψη των υπόλοιπων αναγκών τους, όπως είναι η στέγαση, η σίτιση και η ανάγκη τους για διασκέδαση.

Δεν πρέπει άλλωστε να ξεχνάμε ότι ο θρησκευτικός τουρισμός ήταν και η αφορμή για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Σήμερα η ευρύτερη περιοχή της Καλαμπάκας στηρίζεται τουριστικά κατά το 80% στα έσοδα αυτού του είδος του εναλλακτικού τουρισμού, δίχως αυτό να κάνει να παραγνωρίζεται η ανάγκη ανάπτυξης και άλλων μορφών εναλλακτικού τουρισμού όπως περιπατητικού ή συνεδριακού τουρισμού.

Η σημασία των Μετεώρων για την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής

Τα Μετέωρα αποτελούν τον τουριστικό και οικονομικό πυλώνα της ευρύτερης περιοχής της Καλαμπάκας, αφού το 35% των κατοίκων της περιοχής αυτής ζουν από την εργασία τους σε βιώσιμες τουριστικές επιχειρήσεις. Τα μοναστήρια στα Μετέωρα δεν αποτελούν μονάχα την αιτία για την αρχική τουριστική ανάπτυξη της περιοχής - όπως αναφέρθηκε και παραπάνω - αλλά και η περαιτέρω ανάπτυξη της περιοχής κρίνεται από αυτά καθώς αυτή στηρίζεται κατά κύριο λόγο στον θρησκευτικό τουρισμό.

Είναι γεγονός πάντως ότι τα Μοναστήρια στα Μετέωρα αποτελούν μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς και επίσης τον δεύτερο μεγαλύτερο θρησκευτικό χώρο στην Ελλάδα με προσέλευση άνω των 1.500.000 ατόμων.

Συμπερασματικά λοιπόν η ύπαρξη τους είναι πολύ σημαντική καθώς επηρεάζει όλους τους παρακάτω κλάδους: αγορά τοπικών προϊόντων, καταλύματα, εστιατόρια, κλάδος μεταφορών, μπαρ και καφέ, καταστήματα λαϊκής τέχνης και πώλησης αναμνηστικών οπότε και την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής.

Τα χαρακτηριστικά των ατόμων που κάνουν θρησκευτικό τουρισμό

Στα Μετέωρα, οι τουρίστες που καταφθάνουν προκειμένου να επισκεφτούν τα μοναστήρια είναι κατά 80% ξένοι και οι περισσότεροι από αυτούς ταξιδεύουν από την Ανατολική Ευρώπη και κυρίως από τη Ρωσία. Σημαντικός λόγος για τον οποίον συμβαίνει αυτό είναι το γεγονός ότι οι Ρώσοι είναι ορθόδοξοι και γενικά το μεγαλύτερο μέρος των ανθρώπων που επισκέπτονται τα μοναστήρια στα Μετέωρα είναι ορθόδοξοι.

Αν και προέρχονται από όλες τις κοινωνικές τάξεις, πέραν των Ρώσων, οι περισσότεροι είναι μεσαίας και χαμηλής οικονομικής κατάστασης και αυτό αποδεικνύεται καθώς ο μέσος όρος χρημάτων που ξοδεύεται από κάθε τουρίστα

ημερησίως μαζί με τη διαμονή του, τη διατροφή του, τη διασκέδασή του αλλά και τις αγορές του είναι μόλις τα πενήντα ευρώ.

Χαρακτηριστικό είναι επίσης ότι διακρίνουμε θρησκευτικοί τουρίστες όλων των ηλικιών, αν και οι περισσότεροι είναι μέσης, μεγάλης και κυρίως τρίτης ηλικίας. Οι ηλικίες από 12-30 ετών αποτελούν οργανωμένες σχολικού τύπου εκδρομές, οι ηλικίες από 30 έως 60 ετών αποτελούν οικογένειες και οι υπόλοιπες ηλικίες είναι άτομα τρίτης ηλικίας που καταφτάνουν σε γκρουπ.

Τέλος είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι αν και ο μέσος τουρίστας που καταφτάνει στα Μετέωρα είναι μεσαίου εκπαιδευτικού επιπέδου, δείχνει όμως ιδιαίτερα υψηλή εκπαίδευση όσον αφορά ζητήματα θρησκείας και είναι εντυπωσιακά ενημερωμένος όσον αφορά την ιστορία της περιοχής.

Επάρκεια της διαφημιστικής προβολής του θρησκευτικού τουρισμού

Η διαφημιστική προβολή του θρησκευτικού τουρισμού για την περιοχή των Μετεώρων χαρακτηρίζεται από τους ερωτώμενους εν μέρει επαρκής - καθώς η προβολή των μοναστηριών έχει αυξηθεί μέσω διαφημίσεων σε διάφορα ΜΜΕ τα τελευταία έτη - κρίνεται επίσης ελλιπής διότι δεν έχει κάποιο συγκεκριμένο πλάνο μακροπρόθεσμης δράσης.

Παρ' όλα αυτά, η περιοχή της Καλαμπάκας σήμερα προβάλεται με τους παρακάτω τρεις τρόπους:

1. Η Περιφέρεια της Θεσσαλίας συμμετέχει στις Διεθνείς Εκθέσεις Filoxenia στη Θεσσαλονίκη, στο Λονδίνο, στη Μόσχα και στο Βερολίνο.
2. Ο Δήμος Καλαμπάκας διαφημίζεται – αν και περιορισμένα - κυρίως με τη συμμετοχή του σε κάποιες εκθέσεις στο εσωτερικό της Ελλάδας και με το τύπωμα κάποιων σχετικών φυλλαδίων
3. Οι ιδιώτες ξενοδόχοι σε συνεργασία με την Ένωση Ξενοδοχείων κάνουν διαφήμιση μέσω internet και συμμετέχουν και σε κάποιες εκθέσεις του εξωτερικού

Προτεινόμενες ιδέες για την περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή της Καλαμπάκας

Μια βασική συνιστώσα των απαντήσεων της ερώτησης αυτής είναι η ανάληψη ευθύνης από την πλευρά της δημοτικής αρχής της περιοχής προκειμένου να αναβαθμιστεί τουριστικά η περιοχή μέσω ενός συγκεκριμένου και μακροπρόθεσμου δεκαπενταετές πλάνου τουριστικής ανάπτυξης.

Αυτό θα πρέπει σίγουρα να περιλαμβάνει τόσο την αναβάθμιση των υποδομών της περιοχής (π.χ. δημιουργία δημόσιων τουαλετών, πεζοδρομήσεις δρόμων, δημιουργία μουσείου κτλ) όσο και η δημιουργία επιπλέον λόγων για κάποιον τουρίστα προκειμένου να επισκεφτεί την περιοχή της Καλαμπάκας.

Συγκεκριμένα οι απαντήσεις των ερωτώμενων κινήθηκαν γύρω από τις ιδέες:

A. Στήριξης του ήδη υπάρχοντος θρησκευτικού τουρισμού μέσω της καλύτερης συνεργασίας της Δημοτικής αρχής και των Μοναστηριών των Μετεώρων και ταυτόχρονη προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού και προς τα Μετέωρα από τις Μητροπόλεις και τις εκκλησίες σε όλη την Ελλάδα.

B. Δημιουργία νέων τουριστικών υπηρεσιών και νέων τουριστικών θεματικών εμπειριών, όπως περιηγητικός τουρισμός, προσκληνυματικοί δρόμοι προς τα Μετέωρα κτλ.

Γ. Υποστήριξη όλων των παραπάνω μέσω δημιουργίας μόνιμου Γραφείου Τουρισμού στην περιοχή, επανδρωμένο με προσωπικό άρτια ενημερωμένο και καταρτισμένο για την περιοχή και το οποίο θα συνεργάζεται με εξειδικευμένους διαφημιστές οι οποίοι θα αναλάβουν την ολοκληρωμένη τουριστική και μακροπρόθεσμη προώθηση της περιοχής.

Άλλα Σχόλια και Προτάσεις

Καταληκτικά δόθηκε χώρος στους ερωτώμενους να κάνουν επιπλέον σχόλια και να κινηθούν έξω από τους περιορισμούς των ερωτήσεων που τους δόθηκαν.

Οι απαντήσεις τους στην περίπτωση αυτή ήταν κυρίως μια επανάληψη των κυριότερων θέσεων που είχαν απαντήσει στις ερωτήσεις τους ερωτηματολογίου θέλοντας έτσι να δείξουν πιθανόν τη σημαντικότητα των θέσεων αυτών. Πέραν αυτών, από τα υπόλοιπα σχόλια συμπεραίνουμε ότι οι ξενοδοχειακοί φορείς της ευρύτερης περιοχής της Καλαμπάκας αντιλαμβάνονται πλήρως το πόσο συνυφασμένη είναι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής με την οικονομική ανάπτυξη αυτής.

Καταλαβαίνουν ότι οι δύο αυτοί παράγοντες είναι άρρηκτα δεμένοι μεταξύ τους και ότι όσο και αν επιζητούν τη συμβολή της δημοτικής αρχής στην περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη της περιοχής, αυτό είναι αδύνατον να συμβεί εάν δεν υπάρχει ταυτόχρονη προσπάθεια και από τους ίδιους τους ιδιωτικούς τουριστικούς φορείς της περιοχής.

Έτσι πέραν λοιπόν από την καλύτερη οργάνωση και τη βελτίωση των υποδομών, κάτι το οποίο μπορεί να είναι αποτέλεσμα του δημόσιου αλλά και του ιδιωτικού φορέα, προτείνεται από τους επιχειρηματίες τουριστικών επαγγελματιών να δείξουν μεγαλύτερο επαγγελματισμό και να μειώσουν όσο το δυνατόν περισσότερο τις τιμές τους στις υπηρεσίες αλλά και στα τουριστικά προϊόντα.

Η δημιουργία τουριστικής συνείδησης πιστεύεται ότι είναι σημαντικός παράγοντας που θα συμβάλει και στην άνοδο της ποιότητας του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Κλείνοντας τονίστηκε για μια ακόμα φορά τόσο η σημαντικότητα των Μετεώρων ως προορισμός θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα, όσο και η σημαντικότητα τους τουρισμού ως κύριο προϊόν πώλησης – θα λέγαμε η βαριά βιομηχανία – της χώρας μας.

Με την ολοκλήρωση της εργασίας φάνηκε πόσο μεγάλη δυναμική έχει ο θρησκευτικός τουρισμός για τα Τρίκαλα και συγκεκριμένα για την πόλη Καλαμπάκα

καθώς αυτός συνεισφέρει στην ευρύτερη οικονομική ανάπτυξη της περιοχής. Η εργασία επίσης ανέδειξε την σημαντικότητα του τουρισμού εν γένει για μία χώρα όπως η Ελλάδα, που διέρχεται της οικονομικής κρίσης.

Ένα σημαντικό θέμα, που ανέκυψε και πρέπει να απασχολήσει τους φορείς που είναι υπεύθυνοι για την οργάνωση του τουρισμού φορείς, είναι οι δυνατότητες για την αύξηση χρόνου παραμονής κάθε τουρίστα στην Καλαμπάκα. Κάτι τέτοιο βέβαια προϋποθέτει τόσο την βελτίωση των υποδομών της περιοχής όσο και την μεγαλύτερη προώθηση και διαφήμιση του θρησκευτικού τουρισμού των Μετεώρων στο εξωτερικό.

Βιβλιογραφία

Α. Ξενόγλωσση

Apostolopoulos, T. (1990) New strategy of tourism development (in Greek). *Tourism and Economy* (November), 228–38.

Andriotis, K. (2008). *Sustainability and alternative tourism*. Athens: Ath. Stamoulis.

Buhalis, D. (2001). Tourism in Greece: Strategic analysis and challenges. *Current Issues in Tourism*, 4, 440-480.

Budeanu, A. (2007). Sustainable tourist behavior—A discussion of opportunities for change. *International Journal of Consumer Studies*, 31(5), 499-508.

Butler, R. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer* 24, 5-12.

Boniface, B. and Cooper, C. (1994) *The Geography of Travel and Tourism* (2nd edn). London: Heinemann.

Briassoulis, H. (1993) Tourism in Greece. In W. Pompl and P. Lavery (eds) *Tourism in Europe: Structures and Developments* (pp.285–301). Oxford: CAB International.

Buckley, P. and Papadopoulos, S. (1986) Marketing Greek tourism: The planning process. *Tourism Management* 7, 86–100.

Buhalis, D. (1991) Strategic marketing and management for the small and medium tourism enterprises in the periphery of the European Community. A case study for the Aegean islands in Greece, MSc Dissertation, University of Surrey, Guildford.

Cohen, E. (1984). The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. *Annual Review of Sociology* 10, 373-392.

Cohen, E. (1973). Nomads from affluence: Notes on the phenomenon of drifter tourism. *International Journal of Comparative Sociology*, 14(1-2), 89-103.

Delitheou, V., Krabokoukis, T., & Stavrakaki, E. (2013). Conference tourism in Greece: Case study of Karditsa and Trikala.

Clarke, A. (1999) Evaluation Research. An introduction to Principles, Methods and Practices. Sage publications.

Cassel, C., & Symon, G. (1994). Qualitative research in work context. In C. Cassel & G.Symon (Eds.), Qualitative methods in organization research: a practical guide. London: Sage

Che, D. (2006). Developing ecotourism in First World, resource-dependent areas. *Geoforum*, 37(2): 212-226.

Clarke, A. (1999) Evaluation Research. An introduction to Principles, Methods and Practices. Sage publications.

. (2003) Creswell, J.W. (1998) Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Traditions. London and Thousand Oaks, CA; Sage Publications.

Coccosis, H. and Parprairis, A. (1992) Assessing the interactions between environment and tourism: Case study of the island of Mykonos. Paper presented in the IV World Congress of Regional Science International, University of Balearic Islands, Palma de Mallorca, 26–9 May. Conway, H. (1996) Greece. *Travel Weekly*, 1308, 39–43.

Cooper, C. and Buhalis, D. (1992) Strategic management and marketing of small and medium sized tourism enterprises in the Greek Aegean islands. In R. Teare, D. Adams and S. Messeng.

De Vaus, David, (2008). Ανάλυση κοινωνικών δεδομένων, Ελληνικά Γράμματα.

Delitheou, B., Krabokoukis, T., Stavrakaki, E. (2014). Sustainable Tourism in Western Thessaly of Greece. *Management Studies*, ISSN 2328-218 June 2014, Vol. 2, No. 6, 381-386, <http://www.davidpublishing.com/davidpublishing/Upfile/11/5/2014/2014110500721585.pdf> [10 Σεπτεμβρίου 2014].

- EIU (1986) Greece (pp. 45–60). International tourist reports, National Report, No. 3.
- EIU (1990) Greece (pp. 45–62). International tourist reports, National Report, No. 4.
- EIU (1993) Greece – Country Profile 1992–1993: Annual Survey of Political and Economic Background. London: Economist Intelligence Unit. EIU (1994) Greece – Country Profile 1994–1995: Annual Survey of Political and Economic Background. London: Economist Intelligence Unit.
- Gibson, H., Willming, C. & Holdnak, A). Small-scale event sport tourism: fans as tourists. *Tourism Management*, 24(2): 181-190.
- Gilbert, D. (1984) The need for countries to differentiate their tourist product and how to do so. Seminar papers for Ministers of Tourism and Directors of National Tourist Organisations: *Tourism Managing for Results*, University of Surrey, Guildford.
- Gilbert, D. (1990) Strategic marketing planning for national tourism. *Tourist Review* 45 (1), 18–27.
- Hall, M.C. (2013). Tourism, slow consumption and slow tourism. Hall University of Canterbury, New Zealand, http://www.academia.edu/2570982/Tourism_slow_consumption_and_slow_tourism1 [10 Σεπτεμβρίου 2014].
- Hipwell, W. (2007). Taiwan aboriginal ecotourism: Tanayiku Natural Ecology Park. *Annals of Tourism Research*, 34(4): 876-897.
- Jarriluoma, J., (1992). “Alternative tourism and evolution of tourist areas”, *tourism Management* Vol. 13, No 1, pp 118-120.
- Jenner, P. and Smith, C. (1993) *Tourism in the Mediterranean*. Research report. London: Economist Intelligence Unit.
- Josephides, N.(1993) Environmental Concern – What’s In It for the Tourism Industry (pp. 51–6). Proceedings of the conference: *Tourism and the environment: Challenges and choices for the 1990’s*, 16–17 November 1992, Queen Elizabeth II Conference Centre, London. Brussels: European Union.

Josephides, N. (1994) Tourism analysis. Presentation in Philoxenia international tourism exhibition, Thessaloniki, Greece.

Josephides, N. (1995) A sorry state for beautiful Greece. *Travel Weekly* 1261 (5 April), 11.

Konsolas, N. and Zacharatos, G. (1993) Regionalization of tourism activity in Greece: Problems and policies. In H. Briassoulis and J. Van der Straaten (eds) *Tourism and Environment: Regional Economic and Policy Issues* (pp. 57–65). Dordrecht: Kluwer Academic Publisher.

Kousis, M. (1989) Tourism and the family in a rural Cretan community. *Annals of Tourism Research* 16, 318–32.

Kriebardis, S. and Marmagiolis, I. (1990) Tourism Activity in Greece: Problems and Perspectives (pp. 45–54) (in Greek). Economic Report of Commercial Bank, April–June. Athens: Commercial Bank. Ktenas, S. (1994) Hoteliers ask for 15% to 20% increases for 1995 (in Greek). *TO BHMA* (3 July), D.9.

Papadopoulos, S. (1987) Strategic marketing techniques in international tourism. *International Marketing Review* (summer), 71–84.

Papadopoulos, S. (1988a) An examination of non-economic factors related to tourism in Greece. *Tourism Review* 43 (1), 29–30. Papadopoulos, S. (1988b) An examination of non-economic factors related to tourism in Greece. *Tourism Review* 43 (2), 24–7.

Papadopoulos, S. (1989) Greek marketing strategies in the Europe tourism market. *Service Industries Journal* 9, 297–314.

Papadopoulos, S. and Mirza H. (1985) Foreign tourism in Greece: An economic analysis. *Tourism Management* 6, 125–37.

Papandropoulos, A. (1995) The crisis in tourism is evident (in Greek). *Oikonomikos Tachydromos* (29 June), 26–8.

Ktenas, S. (1996) Crisis in Greek tourism (in Greek). *TO BHMA* (7 April), D.16.

Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.

Leppäkari, M. (2008). Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective, *Annals of Tourism Research*, 35(2): 611-612.

Proceedings from 5th International Scientific Conference, University of Aegean, Rhodes, Greece.

Rotherham I.D. (2007), «Sustaining Tourism Infrastructures for Religious Tourists and Pilgrims within the UK», http://www.ukeconet.org/wp-content/uploads/2009/10/Sustaining_Religious_Tourism_Rotherham_2007.pdf [10 Σεπτεμβρίου 2014].

Voogd, H., “Multiple Criteria Evaluation for Urban and Regional Planning”, Lion, London, 1983.

Wagner, L. M., (2000). “The sustainable development imperative and the travel and tourism industry. Case study for the UN Vision Project on Global Public Policy Networks”, New York, προσπελάθηκεστις 10/09/2013 απότηνηλεκτρονικήδιεύθυνσηhttp://www.gppi.net/fileadmin/gppi/Wagner_Travel_and_Tourism.pdf

World Tourism Organization (2014). *Tourism Highlights*. Τέταρτη Έκδοση. http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf [10 Σεπτεμβρίου 2014].

World Travel & Tourism (2011). *Competitiveness Report*, http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf [10 Σεπτεμβρίου 2014].

World Travel Tourism Council (2013). *Economic Impact Analysis*. <http://www.wttc.org/focus/research-for-action/economic-impact-analysis/> [10 Σεπτεμβρίου 2014].

B. Ελληνική

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2011). Ανάλυση της πορείας της τουριστικής κίνησης 2001- 2010. Προσπελάθηκε στις 10/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/Analisi_touristikis_kinisis_2001-2010.pdf[13 Δεκεμβρίου 2014].

Εταιρία Ακινήτων Δημοσίου (2013). Τουριστικά Ακίνητα, προσπελάθηκε στις 25/9/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.etasa.gr/page.aspx?itemID=SPG121>[13 Δεκεμβρίου 2014].

Εκκλησία της Ελλάδας (2013). Ειδήσεις Συνοδικής Επιτροπής, προσπελάθηκε στις 25/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/commitees/tourism/tourism.htm>[13 Δεκεμβρίου 2014].

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2013). Αποστολή, προσπελάθηκε στις 25/9/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.gnto.gov.gr/el/%CE%91%CE%A0%CE%9F%CE%A3%CE%A4%CE%9F%CE%9B%CE%97>[13 Δεκεμβρίου 2014].

Κοκκώσης, Χ. (1995) Τουρισμός και Βιώσιμη Ανάπτυξη, Σύγχρονα Θέματα, Αθήνα.

Καθημερινή (2012). Τουρισμός: «άφησε» 35 δισ. στο ελληνικό ΑΕΠ το 2012, λέει μελέτη του IOBE. Προσπελάθηκε στις 10/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.kathimerini.gr/14758/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/toyrismos-fhse-35-dis-sto-ellhniko-aep-to-2012-leei-meleth-toy-iobe>[13 Δεκεμβρίου 2014].

Κυριαζή, Ν. (2011). Η Κοινωνιολογική Έρευνα. Κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών. Πρώτη έκδοση: 1999 Αθήνα: Πεδίο.

Κλόκας Ν.(2007). Το παρόν και το μέλλον του αθλητικού τουρισμού. Καθημερινή. Προσπελάθηκε στις 10/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_kathextra_1_07/09/2007_202759[13 Δεκεμβρίου 2014].

Κοκκώσης Χ.- Π. Τσάρτας, 2001. Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Λυδάκη, Α.(2010). Ποιοτικές Μέθοδοι της Κοινωνικής Έρευνας. Αθήνα: Καστανιώτης.

Μοίρα Π. (2008). «Η αξιοποίηση των θρησκευτικών πόρων στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού. Τυπολογία. Τουριστικά θέματα. Τεύχος 5. Προσπελάθηκε στις 25/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.academia.edu/3673224/> [13 Δεκεμβρίου 2014].

Μοίρα Π. (2004), «Από τον προσκυνητή στον θρησκευτικό τουρίστα», Τουριστική Επιστημονική Επιθεώρηση: 1η έκδοση, προσπελάθηκε στις 25/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.tinos.biz/rel_tourism.htm [10 Ιουνίου 2014].

Ναυτεμπορική (2013). Σε πτωτική πορεία ο συνεδριακό τουρισμός στην Ελλάδα. Προσπελάθηκε στις 10/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/652586> [13 Δεκεμβρίου 2014].

Παπαντριανταφύλλου Γ. (2010). Η ποιοτική έρευνα . Depth Interview . Μάθετε με επιστημονικό τρόπο το κοινό σας. Εντοπίστε σπάνια ευρήματα. Μπορούμε να φθάσουμε στην αρχή κάθε συμπεριφοράς. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://georgepatriantafillou.com/2010/10/22/h-%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BF%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%AD%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1-depth-interview-%CE%BC%CE%AC%CE%B8%CE%B5%CF%84%CE%B5-%CE%BC%CE%B5-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BC/>. [Πρόσβαση 3/01/2015].

Πουλάκη Π. & Λαγός Δ. (XX), «Η συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη. Η περίπτωση της Χίου», προσπελάθηκε στις 25/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση http://grsa.prd.uth.gr/conf2013/107_poulaki_lagos_ersagr13.pdf [10 Ιουνίου 2014].

Πολύζος Σ. (2010), «Θρησκευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα: Χωρική Ανάλυση και συμβολή στην ανάπτυξη μειονοτικών περιοχών», προσπελάθηκε στις 10/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση

http://www.prd.uth.gr/uploads/discussion_papers/2010/uth-prd-dp-2010-09_gr.pdf

10 Ιουνίου 2014].

Πρωτόκολλο Συνεργασίας για την Ανάπτυξη του Προσκυνηματικού Τουρισμού μεταξύ της εκκλησίας της Ελλάδας και του Υπουργείου Τουρισμού, προσπελάθηκε στις 25/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση

http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/committees/tourism/mnimonio_paideias.pdf

10 Ιουνίου 2014].

Ποδηματάς Δ.(2008). Ο αειφόρος τουρισμός ως εργαλείο και μέσο οικονομικής και βιώσιμης ανάπτυξης μιας ορεινής περιοχής. Μελέτη περίπτωσης στο δήμο Πλαστήρα νομού Καρδίτσας. Αθήνα, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο.

Πουτέτση, Χ.(2010). Στροφή στον αθλητικό τουρισμό. Το Βήμα. Προσπελάθηκε στις 10/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.tovima.gr/finance/finance-business/article/?aid=351113> [10 Ιουνίου 2014].

Πολύζος Σ. (2010), Θρησκευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα: Χωρική Ανάλυση και συμβολή στην ανάπτυξη μειονοτικών περιοχών. Προσπελάθηκε στις 10/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση

http://www.prd.uth.gr/uploads/discussion_papers/2010/uth-prd-dp-2010-09_gr.pdf

10 Ιουνίου 2014].

Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων (2013). Σύντομο Ιστορικό, προσπελάθηκε στις 25/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση

<http://sete.gr/GR/SETE/Syntomo%20Istoriko/> [10 Ιουνίου 2014].

Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (2013). Η Σημασία του Τουρισμού στην Ελλάδα » Η σημασία του τουρισμού 2012. Προσπελάθηκε στις 10/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση

<http://sete.gr/GR/TOYRISMOS/I%20Simasia%20tou%20Tourismoy%20stin%20Ellada/I%20simasia%20tou%20tourismoy%202012/> [10 Μαΐου 2014].

Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (2012). Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού » Βασικά Μεγέθη 2012. Προσπελάθηκε στις 10/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση <http://sete.gr/GR/TOYRISMOS/Vasika%20Megethi%20tou%20Ellinikoy%20Tourismoy/Vasika%20Megethi%202012/>[10 Μαΐου 2014].

Σταθόπουλος Δ.(2006), Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού: Σημαντικός Αγωγός στην Ανάπτυξη του Τουριστικού Προϊόντος , προσπελάθηκε στις 10/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση <http://traveldailynews.gr/columns/article/1244>[10 Μαΐου 2014].

Σφακιανάκης Μ. (2000). Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού. Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα.

Τελώνης Γ. (2012), «Η Τουριστική αγορά και η δυναμική του Θρησκευτικού και πολιτιστικού τουρισμού», <http://www.helexpo.gr/inst/helexpo/gallery/Philoxenia/2012/Pdf/%CE%A4%CE%95%CE%9B%CE%A9%CE%9D%CE%97%CE%A3.pdf>[10 Μαΐου 2014].

Τελώνης Γ. (2013), «Φιλοξενούμενοι», <http://www.pelop.gr/?page=article&DocID=93571&srv=28> [10 Μαΐου 2014].

Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Μεταφορών και Δικτύων. Δεύτερη Εγκύκλιος Σχεδιασμού και Κατάρτισης Αναπτυξιακού Προγραμματισμού 2014-2020. Προσπελάθηκε στις 10/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.espa.gr/elibrary/2nd_Egkyklios_sxediasmou_2014_20.pdf[10 Μαΐου 2014].

Χατζηδάκης, Α. (2011). Ανάλυση της πορείας της τουριστικής κίνησης 2001-2010. Εθνικό Τυπογραφείο. Αθήνα. Προσπελάθηκε στις 10/09/2013 από την ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/Analisi_touristikis_kinisis_2001-2010.pdf[10 Φεβρουαρίου 2015].

Χρήστου, Ε. (1999). Έρευνα Τουριστικής Αγοράς. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Παραρτήματα

Παράρτημα 1

Ερωτήσεις συνέντευξης

Ερώτημα 1: Ποια είναι η φετινή εικόνα του τουρισμού στην Καλαμπάκα; (αφίξεις, διανυκτερεύσεις, πληρότητες, έσοδα, εποχικότητα)

Ερώτημα 2: Ποια είναι η σημασία του θρησκευτικού τουρισμού για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής;

Ερώτημα 3: Πόσο σημαντική είναι η ύπαρξη των Μετεώρων, ενός μνημείου παγκόσμιας κληρονομιάς για την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής;

Ερώτημα 4: Ποια χαρακτηριστικά έχουν οι πελάτες του θρησκευτικού τουρισμού; (εθνικότητα, οικονομική κατάσταση, οικογενειακή κατάσταση, ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης κτλ).

Ερώτημα 5: Διαφημίζεται / Προβάλλεται ικανοποιητικά ο θρησκευτικός τουρισμός και με ποιόν τρόπο; (διαδίκτυο, εκθέσεις, φυλλάδια, τουριστικά γραφεία κτλ).

Ερώτημα 6: Ποιοι θεωρείτε ότι είναι οι κρίσιμοι παράγοντες για την περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή; (πχ. βελτίωση υποδομών, αποτελεσματικότερη προβολή, συνεργασίες με φορείς, μητροπόλεις κτλ).

Παράρτημα 2

Γενικά Οικονομικά Στοιχεία για τον Τουρισμό

Πίνακας1: Αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό ανά χώρα προέλευσης

Χώρα προέλευσης μη κατοίκων	Ιαν- Δεκέμβριος		Μεταβολή 2013/2012	Αναλογία % επί του συνόλου	
	2012	2013		2012	2013
I. ΕΥΡΩΠΗ	13.851.064	15.778.397	13,9	89,3%	88,1%
<i>Χώρες ΕΕ</i>	<i>9.791.909</i>	<i>10.525.226</i>	<i>7,5</i>	<i>63,1%</i>	<i>58,7%</i>
<i>Αυστρία</i>	<i>236.416</i>	<i>236.476</i>	<i>0,0</i>	<i>1,5%</i>	<i>1,3%</i>
<i>Βέλγιο</i>	<i>326.937</i>	<i>344.554</i>	<i>5,4</i>	<i>2,1%</i>	<i>1,9%</i>
<i>Βουλγαρία</i>	<i>599.110</i>	<i>691.874</i>	<i>15,5</i>	<i>3,9%</i>	<i>3,9%</i>
<i>Γαλλία</i>	<i>977.376</i>	<i>1.152.217</i>	<i>17,9</i>	<i>6,3%</i>	<i>6,4%</i>
<i>Γερμανία</i>	<i>2.108.787</i>	<i>2.267.546</i>	<i>7,5</i>	<i>13,6%</i>	<i>12,7%</i>
<i>Δανία</i>	<i>205.194</i>	<i>202.477</i>	<i>-1,3</i>	<i>1,3%</i>	<i>1,1%</i>
<i>Εσθονία</i>	<i>4.757</i>	<i>8.094</i>	<i>70,2</i>	<i>0,0%</i>	<i>0,0%</i>
<i>Ηνωμένο Βασίλειο</i>	<i>1.920.794</i>	<i>1.846.333</i>	<i>-3,9</i>	<i>12,4%</i>	<i>10,3%</i>
<i>Ιρλανδία</i>	<i>32.357</i>	<i>42.575</i>	<i>31,6</i>	<i>0,2%</i>	<i>0,2%</i>
<i>Ισπανία</i>	<i>155.722</i>	<i>91.988</i>	<i>-40,9</i>	<i>1,0%</i>	<i>0,5%</i>
<i>Ιταλία</i>	<i>848.073</i>	<i>964.314</i>	<i>13,7</i>	<i>5,5%</i>	<i>5,4%</i>
<i>Κροατία ⁽¹⁾</i>	<i>-</i>	<i>4.381</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>0,0%</i>
<i>Κύπρος</i>	<i>424.827</i>	<i>399.008</i>	<i>-6,1</i>	<i>2,7%</i>	<i>2,2%</i>
<i>Λεττονία</i>	<i>15.300</i>	<i>20.283</i>	<i>32,6</i>	<i>0,1%</i>	<i>0,1%</i>
<i>Λιθουανία</i>	<i>21.601</i>	<i>31.874</i>	<i>47,6</i>	<i>0,1%</i>	<i>0,2%</i>
<i>Λουξεμβούργο</i>	<i>15.192</i>	<i>20.498</i>	<i>34,9</i>	<i>0,1%</i>	<i>0,1%</i>
<i>Μάλτα</i>	<i>2.206</i>	<i>1.494</i>	<i>-32,3</i>	<i>0,0%</i>	<i>0,0%</i>
<i>Ολλανδία</i>	<i>478.483</i>	<i>580.867</i>	<i>21,4</i>	<i>3,1%</i>	<i>3,2%</i>
<i>Ουγγαρία</i>	<i>69.789</i>	<i>80.623</i>	<i>15,5</i>	<i>0,4%</i>	<i>0,4%</i>
<i>Πολωνία</i>	<i>254.682</i>	<i>385.474</i>	<i>51,4</i>	<i>1,6%</i>	<i>2,2%</i>
<i>Πορτογαλία</i>	<i>20.483</i>	<i>13.304</i>	<i>-35,1</i>	<i>0,1%</i>	<i>0,1%</i>
<i>Ρουμανία</i>	<i>230.396</i>	<i>278.873</i>	<i>21,0</i>	<i>1,5%</i>	<i>1,6%</i>
<i>Σλοβακία</i>	<i>44.782</i>	<i>46.260</i>	<i>3,3</i>	<i>0,3%</i>	<i>0,3%</i>
<i>Σλοβενία</i>	<i>35.721</i>	<i>18.689</i>	<i>-47,7</i>	<i>0,2%</i>	<i>0,1%</i>
<i>Σουηδία</i>	<i>319.756</i>	<i>368.834</i>	<i>15,3</i>	<i>2,1%</i>	<i>2,1%</i>
<i>Τσεχία</i>	<i>289.034</i>	<i>286.974</i>	<i>-0,7</i>	<i>1,9%</i>	<i>1,6%</i>
<i>Φινλανδία</i>	<i>154.134</i>	<i>139.341</i>	<i>-9,6</i>	<i>1,0%</i>	<i>0,8%</i>
Αλβανία	469.213	504.809	7,6	3,0%	2,8%
Ελβετία	299.619	346.518	15,7	1,9%	1,9%
Νορβηγία	294.114	264.816	-10,0	1,9%	1,5%
Ισλανδία	2.059	1.578	-23,4	0,0%	0,0%
Ρωσία	874.787	1.352.901	54,7	5,6%	7,5%
Σερβία	620.450	778.765	25,5	4,0%	4,3%
Λοιπές χώρες Ευρώπης	1.498.913	2.003.784	33,7	9,7%	11,2%

Φινλανδία	154.134	139.341	-9,6	1,0%	0,8%
Αλβανία	469.213	504.809	7,6	3,0%	2,8%
Ελβετία	299.619	346.518	15,7	1,9%	1,9%
Νορβηγία	294.114	264.816	-10,0	1,9%	1,5%
Ισλανδία	2.059	1.578	-23,4	0,0%	0,0%
Ρωσία	874.787	1.352.901	54,7	5,6%	7,5%
Σερβία	620.450	778.765	25,5	4,0%	4,3%
Λοιπές χώρες Ευρώπης	1.498.913	2.003.784	33,7	9,7%	11,2%
II. ΑΣΙΑ	937.050	1.213.148	29,5	6,0%	6,8%
Ιαπωνία	8.841	13.141	48,6	0,1%	0,1%
Ιράν	13.631	5.243	-61,5	0,1%	0,0%
Ισραήλ	207.711	212.466	2,3	1,3%	1,2%
Κίνα	12.203	28.328	132,1	0,1%	0,2%
Λίβανος - Συρία	12.846	36.591	184,8	0,1%	0,2%
Ν. Κορέα	6.101	7.307	19,8	0,0%	0,0%
Τουρκία	602.306	831.113	38,0	3,9%	4,6%
Λοιπά κράτη Μ. Ανατολής	18.062	32.220	78,4	0,1%	0,2%
Λοιπές χώρες Ασίας	55.351	46.739	-15,6	0,4%	0,3%
III. ΑΦΡΙΚΗ	37.411	30.905	-17,4	0,2%	0,2%
Αίγυπτος - Σουδάν	4.724	4.038	-14,5	0,0%	0,0%
Νοτιοαφρικανική Ένωση	19.686	17.644	-10,4	0,1%	0,1%
Λοιπές χώρες Αφρικής	13.002	9.223	-29,1	0,1%	0,1%
IV. ΑΜΕΡΙΚΗ	558.728	754.488	35,0	3,6%	4,2%
Αργεντινή	20.207	25.488	26,1	0,1%	0,1%
Βραζιλία	31.125	27.355	-12,1	0,2%	0,2%
Μεξικό	8.067	19.863	146,2	0,1%	0,1%
Η.Π.Α.	373.831	466.520	24,8	2,4%	2,6%
Καναδάς	102.694	186.701	81,8	0,7%	1,0%
Λοιπές χώρες Αμερικής	22.805	28.560	25,2	0,1%	0,2%
V. ΩΚΕΑΝΙΑ	133.368	142.642	7,0	0,9%	0,8%
Αυστραλία	117.852	129.112	9,6	0,8%	0,7%
Λοιπές χώρες Ωκεανίας	15.516	13.530	-12,8	0,1%	0,1%
Σύνολο αφίξεων μη κατοίκων	15.517.622	17.919.580	15,5	100,0%	100,0%
ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΙΞΕΩΝ	15.517.622	17.919.580	15,5	100,0%	100,0%

Πηγή: ΕΟΤ, 2014

Πίνακας 2: Εποχικότητα Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων

Μήνες Months		2000	2001	2002	2003	2004	2005*	2006*	2007*	2008*	2009*	2010*	2011*	2012*	2013*
Ιαν. - Μάρ.	Jan.- Mar.	5,56%	5,63%	6,97%	6,31%	7,64%	7,14%	6,31%	7,02%	7,79%	6,94%	6,53%	6,75%	6,31%	5,71%
Απρ. - Ιούν.	Apr. - Jun.	30,63%	30,91%	30,08%	30,70%	31,89%	24,57%	24,87%	25,50%	26,62%	26,05%	24,49%	25,54%	24,81%	24,54%
Ιουλ. - Σεπ.	Jul.- Sep.	51,19%	51,31%	50,32%	50,57%	49,08%	52,58%	54,28%	52,24%	51,05%	52,20%	54,89%	54,33%	55,78%	56,44%
Οκτ.- Δεκ.	Oct. - Dec.	12,62%	12,15%	12,63%	12,43%	11,39%	15,71%	14,54%	15,24%	14,54%	14,81%	14,09%	13,38%	13,10%	13,31%

Πηγή: ΕΟΤ, 2014

**Πίνακας 3: Κατάταξη του Ελληνικού Τουρισμού Βάσει των Διεθνών Αφίξεων
2000-2013**

Έτος Year	Διεθνείς αφίξεις* (εκατ.) International arrivals* (mi.)	Σειρά κατάταξης - Κόσμος World Ranking	Σειρά κατάταξης - Ευρώπη Rank in Europe
2000	12,4	12	8
2001	13,0	12	8
2002	12,6	15	10
2003	12,5	14	9
2004	11,7	18	12
2005	14,4	17	11
2006	15,2	17	11
2007	16,2	16	10
2008	15,9	16	10
2009	14,9	16	10
2010	15,0	17	10
2011	16,4	17	10
2012	15,5	17	10
2013	17,9	16	9

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Ελληνική Στατιστική Αρχή και Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο Ιούνιος 2014)

* Για τα έτη 2000-2004 λαμβάνεται υπόψη η διέλευση όλων των αλλοδαπών εξαιρώντας τους Αλβανούς υπηκόους και τους Βούλγαρους οικονομικούς μετανάστες, ενώ για τα έτη 2005-2012 λαμβάνεται υπόψη η διέλευση μόνο των μη-κατοίκων σύμφωνα με την Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ.

Πίνακας 4: Διεθνείς Τουριστικές αφίξεις 2000-2013

Έτος	Αφίξεις χωρίς οικονομικούς μετανάστες**	Μεταβολή	Αφίξεις με οικονομικούς μετανάστες	Μεταβολή	Κρουαζιέρες
Year	Arrivals without economic immigrants**	% Change	Arrivals with economic immigrants	% Change	Cruises
2000	12.378.282		13.095.545		471.908
2001	13.019.202	5,18%	14.057.331	7,34%	621.357
2002	12.556.494	-3,55%	14.179.999	0,87%	738.178
2003	12.468.411	-0,70%	13.969.393	-1,49%	815.167
2004	11.735.556	-5,88%	13.312.629	-4,70%	954.791
Έτος	Αφίξεις***	Μεταβολή			
Year	Arrivals***	% Change			
2005	14.388.182				
2006	15.226.241	5,82%			
2007	16.165.265	6,17%			
2008	15.938.806	-1,40%			
2009	14.914.537	-6,43%			
2010	15.007.493	0,62%			
2011	16.427.247	9,46%			
2012****	16.946.543	-			
2013****	20.111.406	18,68%			

Πηγή: ΕΟΤ, 2014

Πίνακας 5: Τουρισμός & ΑΕΠ 2000-2013

Έτος	% Συμμετοχή Τουριστικής Οικονομίας στο ΑΕΠ*	Άμεσες Τουριστικές Εισπράξεις (εκατ. €)
Year	Travel & Tourism Total Contribution to GDP*	Direct Tourism Receipts (mi. €)
2000	16,6%	10.061,2
2001	17,1%	10.579,9
2002	16,5%	10.284,7
2003	15,9%	9.495,3
2004	16,3%	10.347,8
2005	17,6%	10.729,5
2006	17,8%	11.356,7
2007	17,5%	11.319,2
2008	16,8%	11.635,9
2009	15,9%	10.400,2
2010	16,0%	9.611,3
2011	15,8%	10.504,7
2012	16,4%	10.442,5
2013	16,3%	12.152,2

* Τα στοιχεία υπόκεινται σε συνεχείς τροποποιήσεις από το WTTC.

Πηγή: ΣΕΤΕ, Αύγουστος 2014 (επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος και του World Travel & Tourism Council)

Πίνακας 6: Τουριστικές ταξιδιωτικές εισπράξεις

Ταξιδιωτικές Εισπράξεις (εκατ. €)*		2014	2013	Μεταβολές
International Tourism Receipts (mi. €)*				Change
Ιανουάριος	January	159,0	129,9	22,4%
Φεβρουάριος	February	135,1	121,0	11,7%
Μάρτιος	March	195,0	151,0	29,1%
Απρίλιος	April	411,1	302,7	35,8%
Μάιος	May	1.070,6	1.062,2	0,8%
Ιούνιος	June	1.986,8	1.709,0	16,3%
Ιούλιος	July	2.744,3	2.399,8	14,4%
Ιανουάριος - Ιούλιος		6.684,3	5.875,5	13,8%
January - July				

Πίνακας 7: ΠΡΟΣΩΡΙΝΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ (εκατ. ευρώ)

		Ιανουάριος - Ιούλιος			Ιούλιος		
		2012	2013	2014	2012	2013	2014
I	ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΤΡΕΧΟΥΣΩΝ ΣΥΝ/ΓΩΝ (I.A + I.B + I.Γ + I.Δ)	-5.334,3	398,6	567,4	691,0	2.821,7	1.683,3
I.A	ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ (I.A.1 - I.A.2)	-	-	-	-	-1.517,7	-1.728,8
		12.801,4	9.784,6	10.768,1	1.725,1		
	ΙΣΟΖΥΓΙΟ καυσίμων	-6.604,4	-	-	-942,7	-779,0	-1.004,4
	ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ χωρίς καύσιμα	-6.197,1	4.399,3	4.582,2	-782,4	-738,7	-724,4
	ΙΣΟΖΥΓΙΟ πλοίων	-748,5	5.385,3	6.185,9	-90,7	-63,5	-83,1
	ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ χωρίς καύσιμα και πλοία	-5.448,6	-614,0	-	-691,7	-675,2	-641,3
			4.771,3	4.527,3			
I.A.	Εξαγωγές αγαθών	12.256,3	13.175,5	13.632,3	1.857,6	2.109,1	2.165,1
1	Καύσιμα	4.016,2	4.770,6	4.806,1	615,8	794,3	708,7
	Πλοία (εισπράξεις)	482,1	317,8	387,3	95,1	33,5	30,4
	Λοιπά αγαθά	7.758,0	8.087,1	8.438,9	1.146,6	1.281,4	1.426,0
I.A.	Εισαγωγές αγαθών	25.057,7	22.960,1	24.400,4	3.582,7	3.626,8	3.893,9
2	Καύσιμα	10.620,6	9.169,9	9.388,3	1.558,5	1.573,3	1.713,1
	Πλοία (πληρωμές)	1.230,5	931,7	2.045,9	185,8	97,0	113,5
	Λοιπά αγαθά	13.206,6	12.858,4	12.966,2	1.838,4	1.956,5	2.067,3
I.B	ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ (I.B.1 - I.B.2)	7.738,2	8.474,1	10.173,8	2.617,5	2.868,1	3.339,6
I.B.	Εισπράξεις	15.273,1	14.905,1	16.802,1	3.640,3	3.852,4	4.333,3

1			9	3			
	Ταξιδιωτικό	5.117,6	5.875,5	6.684,2	2.159,3	2.399,8	2.744,3
	Μεταφορές	8.006,5	6.925,4	7.452,3	1.170,4	1.098,7	1.173,6
	Λοιπές υπηρεσίες	2.149,0	2.105,0	2.665,8	310,6	354,0	415,5
I.B.	Πληρωμές	7.534,9	6.431,8	6.628,6	1.022,8	984,4	993,8
2							
	Ταξιδιωτικό	1.116,6	1.068,6	1.214,9	199,6	182,2	191,5
	Μεταφορές	3.789,9	3.205,4	3.035,0	525,7	468,4	447,0
	Λοιπές υπηρεσίες	2.628,4	2.157,9	2.378,6	297,5	333,7	355,2
I.Γ	ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΩΝ (I.Γ.1 - I.Γ.2)	-1.709,3	-	-	-101,0	-387,0	-248,3
		2.142,4	1.608,2				
I.Γ.	Εισπράξεις	2.214,6	2.018,5	2.129,0	349,2	280,7	312,4
1							
	Αμοιβές,μισθοί	112,2	123,4	123,6	16,9	19,0	20,8
	Τόκοι,μερίσματα,κέρδη	2.102,4	1.895,1	2.005,4	332,4	261,8	291,6
I.Γ.	Πληρωμές	3.923,9	4.160,9	3.737,2	450,2	667,7	560,7
2							
	Αμοιβές,μισθοί	278,7	274,5	259,8	36,9	45,8	47,2
	Τόκοι,μερίσματα,κέρδη	3.645,2	3.886,4	3.477,4	413,3	621,9	513,5
I.Δ	ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΤΡΕΧΟΥΣΩΝ ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΕΩΝ (I.Δ.1 - I.Δ.2)	1.438,2	3.851,5	2.769,9	-100,3	1.858,3	320,8
I.Δ.	Εισπράξεις	3.835,3	5.999,6	4.688,8	254,1	2.145,3	525,0
1							
	Γενική Κυβέρνηση (κυρίως μεταβιβάσεις απο ΕΕ)	3.205,2	5.186,3	4.002,6	163,1	2.044,9	426,1
	Λοιποί τομείς (μεταναστευτικά εμβάσματα κλπ)	630,1	813,3	686,2	90,9	100,5	98,9
I.Δ.	Πληρωμές	2.397,2	2.148,1	1.918,8	354,4	287,0	204,2
2							
	Γενική Κυβέρνηση (κυρίως πληρωμές προς ΕΕ)	1.723,9	1.713,0	1.507,5	268,6	214,0	130,2
	Λοιποί τομείς	673,3	435,1	411,3	85,8	73,0	74,0
II	ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΚΕΦΑΛΑΙΑΚΩΝ ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΕΩΝ (II.1 - II.2)	1.218,9	2.798,9	1.852,0	151,3	1.690,6	10,1
II.1	Εισπράξεις	1.358,5	3.019,1	2.029,3	172,3	1.723,1	25,6
	Γενική Κυβέρνηση (κυρίως μεταβιβάσεις απο ΕΕ)	1.313,4	2.969,6	1.986,9	164,6	1.716,1	17,5
	Λοιποί τομείς	45,1	49,5	42,4	7,7	6,9	8,1
II.2	Πληρωμές	139,5	220,3	177,4	20,9	32,5	15,5
	Γενική Κυβέρνηση (κυρίως πληρωμές προς ΕΕ)	6,9	2,5	6,7	0,5	0,5	0,5
	Λοιποί τομείς	132,6	217,7	170,6	20,4	32,0	15,0
III	ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΤΡΕΧΟΥΣΩΝ ΣΥΝ/ΓΩΝ ΚΑΙ ΚΕΦΑΛΑΙΑΚΩΝ ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΕΩΝ (I + II)	-4.115,4	3.197,4	2.419,4	842,4	4.512,3	1.693,4
IV	ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΧΡΗΜ/ΚΩΝ ΣΥΝ/ΓΩΝ (IV.A + IV.B + IV.Γ + IV.Δ)	4.979,1	-	-	-	-4.175,7	-1.143,7
		3.411,7	1.562,4		1.086,0		
IV.A	ΑΜΕΣΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ*	1.414,1	929,6	715,0	2.079,4	644,9	78,1
	Κατοίκων στο εξωτερικό	-89,8	694,2	-303,9	-48,3	665,8	-5,0
	Μη κατοίκων στην Ελλάδα	1.504,0	235,4	1.018,9	2.127,7	-20,9	83,2
IV.B	ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟΥ*	-	-	3.779,3	-516,9	-1.504,7	-766,2
	Απαιτήσεις	-	-	-	-721,9	-737,2	-1.304,3
	Υποχρεώσεις	40.350,2	1.845,1	4.604,5	205,0	-767,6	538,1
IV.Γ	ΛΟΙΠΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ*	31.744,7	7.071,6	-	-	-	-
		75.689,8	4.627,4	-	-	-3.333,8	-485,6

				5.571,8	2.618,4		
	Απαιτήσεις	11.494,0	15.181,6	1.705,3	909,0	-1.565,1	-233,5
	Υποχρεώσεις	64.195,8	-	-	-	-1.768,7	-252,2
	(Δάνεια Γενικής Κυβέρνησης)		10.554,2	7.277,1	3.527,4		
		75.153,8	31.358,5	6.866,2	-141,8	4.112,4	881,0
IV. Δ**	ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΩΝ ΔΙΑΘΕΣΙΜΩΝ	-30,0	-52,0	-485,0	-30,0	18,0	30,0
V	ΤΑΚΤΟΠΟΙΗΤΕΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ (I + II + IV + V = 0)	-863,7	214,3	-857,0	243,6	-336,6	-549,7

ΥΨΟΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΩΝ ΔΙΑΘΕΣΙΜΩΝ (τέλος περιόδου)***

5.512,0 4.607,0 5.032,0

* (+) καθαρή εισροή (-) καθαρή εκροή

** (+) μείωση (-) αύξηση

*** Τα συναλλαγματικά διαθέσιμα, σύμφωνα με τον ορισμό της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, περιλαμβάνουν μόνο το νομισματικό χρυσό, τη "συναλλαγματική θέση" στο Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, τα "ειδικά τραβηκτικά δικαιώματα" και τις απαιτήσεις της Τράπεζας της Ελλάδος σε ξένο νόμισμα έναντι κατοίκων χωρών εκτός της ζώνης του ευρώ. Αντίθετα, δεν περιλαμβάνουν τις απαιτήσεις σε ευρώ έναντι κατοίκων χωρών εκτός της ζώνης του ευρώ, τις απαιτήσεις σε συνάλλαγμα και σε ευρώ έναντι κατοίκων χωρών της ζώνης του ευρώ και τη συμμετοχή της Τράπεζας της Ελλάδος στο κεφάλαιο και στα συναλλαγματικά διαθέσιμα της ΕΚΤ.

Πίνακας 8: Διεθνείς Αφίξεις στην Ευρώπη 2000-2013

Διεθνείς Αφίξεις στην Ευρώπη 2000-2013 International Arrivals in Europe 2000-2013

Ευρώπη Europe	Διεθνείς Αφίξεις (εκατ.) International Arrivals (mi.)	Μεταβολές Change
2000	388,0	
2001	390,8	0,72%
2002	399,8	2,30%
2003	396,2	-0,90%
2004	424,4	7,12%
2005	448,9	5,77%
2006	461,6	2,83%
2007	482,9	4,61%
2008	484,4	0,31%
2009	463,5	-4,31%
2010	486,6	4,98%

2011	516,4	6,12%
2012	534,1	3,43%
2013	563,8	5,56%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Ιούνιος 2014)

Πίνακας 9: Κατάταξη Βάσει Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων 2007-2013

Θέση 2013Euro pe Ranking 2013	Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις (εκατ.)								
	International Tourist Arrivals (mi.)								
	Χώρα	Country	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1	Γαλλία	France	80,9	79,2	76,8	77,6	81,6	83,0	n/a
2	Ισπανία	Spain	58,7	57,2	52,2	52,7	56,2	57,4	60,7
3	Ιταλία	Italy	43,7	42,7	43,2	43,6	46,1	46,4	47,7
4	Τουρκία	Turkey	22,2	25,0	25,5	31,4	34,7	35,7	37,8
5	*Γερμανία	*Germany	24,4	24,9	24,2	26,9	28,4	30,4	31,5
6	Ην.Βασίλειο	United Kingdom	30,9	30,1	28,2	28,3	29,3	29,3	31,2
7	Ρωσία	Russia	20,6	21,6	19,4	20,3	22,7	25,7	28,4
8	*Αυστρία	*Austria	20,8	21,9	21,4	22,0	23,0	24,2	24,8
9	Ουκρανία	Ukraine	23,1	25,4	20,8	21,2	21,4	23,0	24,7
10	Ελλάδα	Greece	16,2	15,9	14,9	15,0	16,4	15,5	17,9
11	Πολωνία	Poland	15,0	13,0	11,9	12,5	13,4	14,8	15,8
12	*Ολλανδία	*Netherlands	11,0	10,1	9,9	10,9	11,3	12,2	12,8
13	Σουηδία	Sweden	10,0	10,9	n/a
14	*Κροατία	*Croatia	8,6	8,7	8,7	9,1	9,9	10,4	11,0
15	Ουγγαρία	Hungary	8,6	8,8	9,1	9,5	10,3	10,4	10,7
16	Τσεχία	Czech Republic	...	10,1	8,8	8,6	9,0	8,9	9,0
17	**Ελβετία	**Switzerland	8,4	8,6	8,3	8,6	8,5	8,6	9,0
18	*Πορτογαλία	*Portugal	6,8	7,0	6,5	6,8	7,4	7,7	8,3
19	*Βέλγιο	*Belgium	7,0	7,2	6,8	7,2	7,5	7,6	7,6
20	Ιρλανδία	Ireland	8,3	8,0	7,2	7,1	7,6	7,6	n/a

Πίνακας 10: Κατάταξη Βάσει Ταξιδιωτικής Δαπάνης 2010-2013

Europe Ranking based on International Tourism Expenditure 2010-2013						
Θέση 2013 Europe Ranking 2013	Χώρα Country		Ταξιδιωτική Δαπάνη (δις. US\$) Tourism Expenditure (bi. US\$)			
	2010	2011	2012	2013		
1	Γερμανία	Germany	78,1	85,9	81,3	85,9
2	Ρωσία	Russia	26,7	32,9	42,8	53,5
3	Ην. Βασίλειο	United Kingdom	50,0	51,0	51,3	52,6
4	Γαλλία	France	38,8	44,9	39,1	42,4
5	Ιταλία	Italy	27,1	28,7	26,4	27,0
6	Βέλγιο	Belgium	18,9	20,5	20,2	21,7
7	Ολλανδία	Netherlands	19,6	20,5	20,2	20,5
8	Νορβηγία	Norway	13,5	15,8	16,5	18,4
9	Σουηδία	Sweden	13,1	15,3	15,8	17,6
10	Ισπανία	Spain	16,8	17,2	15,3	16,3
11	Ελβετία	Switzerland	11,2	13,7	13,8	14,9
12	Αυστρία	Austria	10,2	10,5	10,1	10,3
13	Δανία	Denmark	9,0	10,0	9,6	10,2
14	Πολωνία	Poland	8,6	8,5	8,7	8,7
15	Ιρλανδία	Ireland	7,1	6,7	5,9	6,2
Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Ιούνιος 2014)						

Πίνακας 11: Τουριστικές Εισπράξεις Ευρώπης 2002-2013

Tourism Receipts of Europe 2002-2013					
Ευρώπ η Europe	Τουριστικές Εισπράξεις (δισ. \$) Tourism Receipts (bi. \$)	Μεταβολέ ς Change			
2002	240,5				
2003	283,1	17,7%			
2004	333,3	17,7%			
2005	350,5	5,2%			
2006	377,0	7,6%			
2007	434,0	15,1%			
2008	471,8	8,7%			
2009	412,3	-12,6%			
2010	412,1	0,0%			
2011	466,6	13,2%			
2012	454,0	-2,7%			
2013	489,3	7,8%			
Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Ιούνιος 2014)					