



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ (Τ.Ε.Ι.)  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ  
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

**Δίκτυο πολιτιστικών και πολιτισμικών υποδομών στην  
Δυτική Μακεδονία και Τουριστική Ανάπτυξη  
(Cultural infrastructure in West Macedonia and Tourism  
Development)**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

Των

**ΣΩΤΗΡΙΑ ΚΑΛΑΜΒΟΚΗ & ΧΡΙΣΤΙΝΑ - ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ ΜΟΥΤΖΟΥΡΗ**

*Επιβλέπων: Δρ. Σίσκου Θωμάς*

*Καθηγητής εφαρμογών στο Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας  
στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών παραρτήματος Καστοριάς*

*Καστοριά, Σεπτέμβριος 2022*

Copyright © 2022 – Σωτηρία Καλαμβόκη & Χριστίνα - Ευαγγελία Μουτζούρη

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα.

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν αποκλειστικά τον συγγραφέα και δεν αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Τ.Ε.Ι. Δυτικής Μακεδονίας.



## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία, η οποία υλοποιήθηκε στα πλαίσια του Προγράμματος Σπουδών του Τμήματος Διεθνούς Εμπορίου του Τ.Ε.Ι. Δυτικής Μακεδονίας, είχε ως θέμα το Δίκτυο πολιτιστικών και πολιτισμικών υποδομών στην Δυτική Μακεδονία και τη Τουριστική Ανάπτυξη. Για τις ανάγκες, λοιπόν, της παρούσας πτυχιακής εργασίας, τέθηκε εξαρχής ως ερευνητικός στόχος η εύρεση και η ανάλυση του δικτύου των πολιτισμικών και πολιτιστικών υποδομών, αλλά και των δράσεων που συντελούν στην προσέλκυση του τουρισμού στους νομούς της ευρύτερης περιοχής της Δυτικής Μακεδονίας.

Σε αντιστοιχία επομένως με τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν εξαρχής, η διάταξη του κυρίως μέρους της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας, απαρτίζεται από τέσσερα κύρια κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο συζητείται η ανάλυση του τουρισμού, όπου αναλύονται η έννοια του τουρισμού, τα είδη του, η κατηγοριοποίηση των τουριστών, η περίπτωση του E-Tourism, η ανάπτυξη του τουρισμού και οι συνέπειες του. Ακολούθως, το δεύτερο κεφάλαιο πραγματεύεται τον πολιτιστικό και πολιτισμικό τουρισμό, αρχικά, εννοιολογικά, και στη συνέχεια βάσει των χαρακτηριστικών του. Στο εύρος του δευτέρου κεφαλαίου, επίσης, συμπεριλαμβάνονται η αποσαφήνιση των πολιτιστικών τουριστών, οι κύριες δομές για τη τουριστική και πολιτισμική ανάπτυξη και οι σύγχρονες τάσεις του πολιτιστικού τουρισμού. Στη συνέχεια, στο τρίτο κεφάλαιο, το οποίο ασχολείται με τον ελληνικό τουρισμό, παρουσιάζεται μία σύντομη ιστορική ανασκόπηση, και παρατίθενται οι κύριες τουριστικές υποδομές της χώρας, η ενασχόληση με τους τουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα, η αναφορά στον πολιτιστικό τουρισμό στη χώρα και ο ρόλος του ΕΟΤ ως κύριος φορέας προώθησης του ελληνικού τουρισμού. Τέλος, στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο, το οποίο σχετίζεται με τη τουριστική ανάπτυξη μέσω των πολιτιστικών και πολιτισμικών υποδομών στη Δυτική Μακεδονία, αναφέρονται τα τουριστικά αναπτυξιακά χαρακτηριστικά της περιφέρειας, οι τουριστικοί πολιτιστικοί πόροι της Δυτικής Μακεδονίας, και η ανάλυση SWOT αναφορικά με τη τουριστική και τη πολιτιστική τουριστική ανάπτυξη στη ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας.

Σε όλο το εύρος της παρούσας πτυχιακής εργασίας η κύρια μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε είναι η βιβλιογραφική ανασκόπηση, όμως, στο τέταρτο κεφάλαιο εφαρμόστηκε και η ανάλυση SWOT προκειμένου να απλοποιηθεί η διαδικασία

λήψης αποφάσεων σε στρατηγικό επίπεδο και να εντοπιστούν εναλλακτικές λύσεις στη περίπλοκη κατάσταση της ανάλυσης της τουριστικής και πολιτιστικής τουριστικής ανάπτυξης στη Δυτική Μακεδονία, μέσω της εσωτερικής (Δυνάμεις - Αδυναμίες) και εξωτερικής (Ευκαιρίες - Απειλές) ομαδοποίησης.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως σε όλο το εύρος της εν λόγω πτυχιακής εργασίας χρησιμοποιήθηκαν 3 επίσημα έγγραφα, 20 βιβλία, 53 επιστημονικά άρθρα και 3 διευθύνσεις ιστοσελίδων. Ακόμα, όμως, στη παρούσα πτυχιακή εργασία συμπεριλαμβάνονται και 2 σχήματα, 15 πίνακες, 2 γραφήματα και 4 χάρτες.

**Λέξεις-Κλειδιά:** [Τουρισμός, Τουριστική Ανάπτυξη, Πολιτιστικός Τουρισμός, Υποδομές Πολιτιστικού και Πολιτισμικού Τουρισμού, Ελλάδα, Δυτική Μακεδονία, Βιβλιογραφική Ανασκόπηση, Ανάλυση SWOT]

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

|  |    |
|--|----|
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....   | 3  |
| ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....   | 5  |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....  | 7  |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....  | 14 |
| 1.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (ΟΡΙΣΜΟΣ, ΣΤΟΙΧΕΙΑ, ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ).....  | 14 |
| 1.2. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....   | 17 |
| 1.3. Η ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ .....   | 19 |
| 1.4. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ Ε-TOURISM.....  | 23 |
| 1.5. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....   | 27 |
| 1.6. ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....  | 29 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ<br>(CULTURAL TOURISM).....                  | 32 |
| 2.1. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ, ΤΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ & ΤΗΣ<br>ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ .....           | 32 |
| 2.2. Η ΕΝΝΟΙΑ & ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΥ<br>ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....                          | 33 |
| 2.3. ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ .....   | 38 |
| 2.4. ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΔΟΜΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ & ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....  | 40 |
| 2.5. ΟΙ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....                                      | 46 |
| 2.5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....                                       | 46 |
| 2.5.2. Ο ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....  | 47 |
| 2.5.3. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ .....  | 49 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....   | 51 |
| 3.1. ΣΥΝΤΟΜΗ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....  | 51 |
| 3.2. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗ ΝΕΟΤΕΡΗ ΕΠΟΧΗ.....   | 52 |
| 3.2.1. ΣΥΝΤΟΜΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....  | 52 |
| 3.2.2. ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....  | 55 |
| 3.2.3. ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΙΣΚΕΠΤΟΝΤΑΙ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....   | 57 |
| 3.2.4. ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΟΥ 2022 .....  | 62 |
| 3.3. Ο ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....  | 64 |
| 3.4. Ο ΕΟΤ ΩΣ ΚΥΡΙΟΣ ΦΟΡΕΑΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....  | 67 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ<br>ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΣΤΗ ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ..... | 69 |

|   |            |
|---|------------|
| <b>4.1. ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ .....</b>   | <b>69</b>  |
| <b>4.2. ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΤΗΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ (ΑΝΑ ΝΟΜΟ) .....</b>  | <b>76</b>  |
| <b>4.2.1. ΓΕΝΙΚΑ.....</b>   | <b>76</b>  |
| <b>4.2.2. ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΚΟΖΑΝΗΣ.....</b>   | <b>77</b>  |
| <b>4.2.3. ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΦΛΩΡΙΝΑΣ.....</b>  | <b>83</b>  |
| <b>4.2.4. ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ .....</b>  | <b>87</b>  |
| <b>4.2.5. ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΓΡΕΒΕΝΩΝ.....</b>  | <b>94</b>  |
| <b>4.3. ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ .....</b> | <b>97</b>  |
| <b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....</b>   | <b>102</b> |
| <b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>  | <b>110</b> |
| <b>ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ .....</b>   | <b>118</b> |
| <b>ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....</b>   | <b>119</b> |
| <b>ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.....</b>  | <b>121</b> |
| <b>ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΧΑΡΤΩΝ.....</b>  | <b>122</b> |

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### ***Το γνωστικό αντικείμενο και το περίγραμμα της μελέτης της εργασίας***

Η περιφέρεια της Δυτικής Μακεδονίας βρίσκεται στην βορειοδυτική Ελλάδα, και αποτελείται από τους νομούς Κοζάνης, Καστοριάς, Φλώρινας και Γρεβενών, με πληθυσμό 282.120 κατοίκους, όπου, ο αριθμός αυτός του πληθυσμού αντιπροσωπεύει το 2.5% της χώρας (Καλλιοντζής, 2017). Παρότι όμως, στο σύνολο της η περιφερειακή ενότητα της Δυτικής Μακεδονίας παρουσιάζει πολύ υψηλά ποσοστά ανεργίας (30.7% για το έτος 2015), η γεωγραφική της τοποθέτηση αποτελεί την κύρια πύλη εισόδου τόσο από περιοχές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όσο και από τα Δυτικά Βαλκάνια, ενισχύοντας, έτσι, *«την επικοινωνιακή, ενεργειακή και επιχειρηματική της θέση»* (Καλλιοντζής, 2017: 34).

Έως το πρόσφατο παρελθόν της προ κρίσης περιόδου, η περιφερειακή ενότητα της Δυτικής Μακεδονίας στήριζε την οικονομική της ανάπτυξη, πρωτίστως, στον κλάδο της εξόρυξης και της παραγωγής ενέργειας, και δευτερευόντως, στην γουνοποιία (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Ακόμη, όμως, κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου, στην ανάπτυξη της οικονομίας συνέβαλε σημαντικά και η θέσπιση κάποιου είδους προστατευτικών πολιτικών, οι οποίοι, είχαν ως στόχο την ανάπτυξη των τοπικών αγορών μέσω της θέσης της περιοχής σε κατάσταση απομόνωσης, αυξάνοντας, καθ' αυτόν τον τρόπο, την εισοδηματική κυκλοφορία που προέρχονταν από τον κλάδο της ενέργειας και την δραστηριοποίηση σε έργα υποδομών (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Όμως, καθ' όλο αυτό το προ κρίσης χρονικό διάστημα, ο κλάδος του τουρισμού *«λειτούργησε περιθωριακά»*, αφού ήταν περισσότερο συνυφασμένος ως έννοια με τις περιοχές όπου συνδύαζαν την θάλασσα με τον ήλιο (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 4).

Στη νεότερη εποχή, και ειδικότερα στην περίοδο της κρίσης (μετά το 2010), η περιφέρεια της Δυτικής Μακεδονίας κλήθηκε να αντιμετωπίσει το αρνητικό κατά κεφαλήν ΑΕΠ που είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της ανεργίας, και πιο συγκεκριμένα της ανεργίας στα νεότερα ηλικιακά άτομα (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Έτσι, λαμβάνοντας υπόψη, ακόμη, πως, ούτε ο αγροτικός τομέας ήταν δυνατό να απορροφήσει τις οικονομικές επιπτώσεις της



κρίσης, αναζητήθηκε μία πιο «ισορροπημένη σύνθεση δραστηριοτήτων, απασχόλησης, προϊόντος και εισοδήματος», η οποία, ευρέθη στους πόρους που προϋπήρχαν στην περιοχή, και χρησιμοποιήθηκαν ως βάση της τουριστικής δραστηριότητας (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 4).

Γενικότερα, όμως, και στην ευρύτερη ελληνική επικράτεια, η ταχεία ανάπτυξη του τουρισμού και της φιλοξενίας, άρχισε στα τέλη της δεκαετίας του '70 και του '80, όπου, ως παράγοντες προσέλκυσης του τουριστικού κοινού λειτούργησαν οι φυσικοί, πολιτιστικοί (ιστορία και αρχαιοελληνικός πολιτισμός) και περιβαλλοντικοί πόροι, το χαμηλό κόστος ζωής, και, η εύκολη πρόσβαση μέσω των αεροδρομίων (Buhalis, 2001). Όμως, οι περιοχές οι οποίες ευνοήθηκαν περισσότερο από τον τουρισμό ήταν, κυρίως, οι νησιωτικές και οι περιοχές, όπου, ευρίσκονταν ιστορικά μνημεία.

Ωστόσο, ο κλάδος του τουρισμού στην Ελλάδα προκειμένου να ευδοκιμήσει σε ανταγωνιστικό επίπεδο και να μεγιστοποιηθεί η ευημερία των κατοίκων της χώρας, προϋποθέτει την υιοθέτηση στρατηγικών (Buhalis, 2001). Έτσι, λοιπόν, είναι σημαντικό να υπάρχει η συνολική γνώση, πως, η ανάπτυξη του τουρισμού στηρίζεται κατά κύριο λόγο στην αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος. Αναλυτικότερα, δηλαδή, όπως υποστηρίζει ο Bahtia (2002), κυρίως η πλειοψηφία των κατοίκων που προέρχονται από προηγμένες χώρες, είναι αυτοί που έχουν την αγοραστική δύναμη να αναζητήσουν προορισμούς τουριστικής αναψυχής, τουλάχιστον μία φορά, ή, ακόμη και δύο φορές (μικρότερης ή μεγαλύτερης διάρκειας) σε ετήσια βάση. Όμως, οι γενικότερες στάσεις ως προς την τουριστική ανάπτυξη, όπως αναφέρει ο Harrill (2004), συνήθως, επηρεάζονται από κοινωνικοοικονομικούς παράγοντες (Socioeconomic Factors), χωρικούς παράγοντες (Spatial Factors) και παράγοντες οικονομικής εξάρτησης (Economic dependency).

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία, έχοντας επιλεγεί ως αντικείμενο η ενασχόληση με την ανάπτυξη του τουρισμού στην Δυτική Μακεδονία μέσω των πολιτισμικών και πολιτιστικών δράσεων και υποδομών, θεωρείται ορθό, αρχικά να σημειωθεί μία σαφής διατύπωση του τι περιλαμβάνει η γενικότερη έννοια του πολιτιστικού και πολιτισμικού τουρισμού. Έτσι, ο πολιτιστικός και πολιτισμικός τουρισμός (Cultural tourism), ως έννοια, μπορεί να προσδιοριστεί [1] βάσει του τόπου και [2] βάσει των μνημείων, όπου, οι επισκέπτες (τουρίστες) αναζητούν την

κουλτούρα ως προϊόν (Mousavi, et al., 2016). Κατά συνέπεια, λοιπόν, στον πολιτιστικό τουρισμό, τόσο τα αξιοθέατα, όσο και τα μνημεία, μετατρέπονται σε άυλα ή απτά στοιχεία πολιτισμού, τα οποία έχουν τις ακόλουθες μορφές: αρχαιολογικοί χώροι και μουσεία, αρχιτεκτονική (ερείπια, γνωστά κτίρια, πόλεις), τέχνη – γλυπτική – χειροτεχνίες – γκαλερί – εκδηλώσεις – φεστιβάλ, κλασική, λαϊκή ή σύγχρονη μουσική και χορός, θέατρο – ταινίες – δραματουργοί, μελέτη της γλώσσας και της λογοτεχνίας – ξεναγήσεις – εκδηλώσεις, θρησκευτικά πανηγύρια – προσκυνήματα, και, πλήρεις λαϊκοί ή πρωτόγονοι πολιτισμοί και υποκουλτούρες (Mousavi, et al., 2016). Παρόλα αυτά, όμως, μία περισσότερο εννοιολογική προσέγγιση αναφέρει, πως, ο πολιτιστικός τουρισμός διακρίνεται από το σύνολο των πρακτικών, εμπειρικών και νοηματικών στοιχείων με τα οποία έρχεται σε επαφή ο τουρίστας κατά την επίσκεψη του σε διαφορετικούς τόπους και πολιτισμούς (Mousavi, et al., 2016). Συμπληρωματικά, ωστόσο, στα παραπάνω, ο Richards (2018: 13), αναφέρεται στον πολιτιστικό τουρισμό ως *«ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας στην οποία το βασικό κίνητρο του επισκέπτη είναι να μάθει, να ανακαλύψει, να βιώσει και να καταναλώσει τα υλικά και άυλα πολιτιστικά αξιοθέατα/προϊόντα σε [κάποιο] τουριστικό προορισμό»*.

Η Δυτική Μακεδονία, φυσικά, εξαιτίας του πολιτισμικού και ιστορικού της πλούτου, δύναται να υποστηρίξει τον τουρισμό πολιτισμικού και πολιτιστικού χαρακτήρα από όλες τις απόψεις. Συγκεκριμένα, δηλαδή, η περιοχή περιλαμβάνει σημαντικά μνημεία του ελληνικού πολιτισμού από την προϊστορική έως και την σύγχρονη εποχή (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Κάποια ενδεικτικά παραδείγματα τέτοιων μνημείων αποτελούν τα αρχαιολογικά ευρήματα προϊστορικού πολιτισμού με τον γνωστότερο να εντοπίζεται στην περιοχή του Δισπηλιού Καστοριάς, τους αρχαιολογικούς χώρους της κλασικής εποχής στις περιοχές της Αιανής και της Π.Ε. Φλώρινας, τις βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες σε όλο το εύρος των περιοχών της Δυτικής Μακεδονίας, τα αρχοντικά της Μακεδονίτικης Αρχιτεκτονικής, τα μουσεία, τα πέτρινα γεφύρια τα οποία αποτελούν κύριο στοιχείο της Π.Ε. Γρεβενών και της Π.Ε. Καστοριάς, τις τοποθεσίες – μνημεία του Μακεδονικού Αγώνα, και, το πάρκο Εθνικής Συμφιλίωσης στην περιοχή του Γράμμου (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Ακόμη, όμως, ως δείγματα πολιτιστικής κληρονομιάς αναφέρονται και τα τοπικά προϊόντα των περιοχών της Δυτικής Μακεδονίας, τα οποία είναι το κρασί, τα μανιτάρια, τα λιμναία

ψάρια, οι πιπεριές Φλωρίνης, οι караβίδες και η γούνα (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Τέλος, προφανώς δεν θα μπορούσαν να αποτελέσουν εξαίρεση και οι αξιοσημείωτες περιοχές των τριών χιονοδρομικών κέντρων της περιοχής, τα οποία προσελκύουν μεγάλο μέρος του τουριστικού κοινού κατά την χειμερινή περίοδο, και ευρίσκονται στις περιοχές της Βασιλίτσας (Εθνικό Χιονοδρομικό Κέντρο Βασιλίτσας), στην περιοχή του Πισοδερίου (ΧΚ Πισοδερίου) και στο Βίτσι (ΧΚ Βισίου) (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

### ***Οι μεθοδολογικές βάσεις της έρευνας και οι μέθοδοι ανάλυσης***

Για τη συγγραφή της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας χρησιμοποιείται σε όλο το εύρος της η βιβλιογραφική ανασκόπηση. Συγκεκριμένα, δηλαδή, έχει επιλεγεί η χρήση της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, διότι, όπως αναφέρουν οι Rowley, και Slack (2004), προσφέρει τα παρακάτω οφέλη:

1. Υποστηρίζει τον σαφή προσδιορισμό του ερευνητικού αντικειμένου, των ερωτήσεων και των υποθέσεων.
2. Συγκεντρώνει τη κύρια βιβλιογραφία πάνω στην οποία θα στηριχθεί η έρευνα, και στη συνέχεια, η έρευνα αυτή θα ενσωματωθεί.
3. Ενισχύει την δυνατότητα κατανόησης των θεωρητικών εννοιών και της ήδη αναπτυγμένης ορολογίας.
4. Θέτει ευκολότερη τη δημιουργία της διαμόρφωσης του τελικού καταλόγου των βιβλιογραφικών αναφορών που χρησιμοποιήθηκαν.
5. Συμβάλλει στην επιλογή χρήσιμων ερευνητικών μεθόδων.
6. Διευκολύνει την ανάλυση και την ερμηνεία των τελικών αποτελεσμάτων που προκύπτουν.

Συμπληρωματικά, όμως, στα παραπάνω, είναι ορθό να επισημανθεί, ότι, η συνολική βιβλιογραφική ανασκόπηση της εργασίας, αποτελείται από επίσημα έγγραφα, βιβλία, επιστημονικά άρθρα που ανακτήθηκαν από την πλατφόρμα Google Scholar και διευθύνσεις ιστοτόπων.

Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί πως, πέραν της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο πραγματοποιείται η ανάλυση των δεδομένων ως προς τις πολιτισμικές και πολιτιστικές δράσεις και υποδομές των νομών της Δυτικής Μακεδονίας, χρησιμοποιώντας ως κύριο εργαλείο την SWOT Analysis. Η ανάλυση SWOT (Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threats), θεωρείται ως το κύριο

εργαλείο αναλύσεων σε περιπτώσεις όπου υπάρχει πληθώρα δεδομένων, ώστε, να απλοποιηθεί η διαδικασία λήψης αποφάσεων σε στρατηγικό επίπεδο (Helms, και Nixon, 2010). Ακόμη, όμως, η χρήση της ανάλυση SWOT, συνεισφέρει σημαντικά και στον εντοπισμό εναλλακτικών λύσεων σε περίπλοκες καταστάσεις, μέσω της εσωτερικής και εξωτερικής ομαδοποίησης δημιουργώντας, καθ' αυτόν τον τρόπο, την «αφετηρία για στρατηγικό σχεδιασμό» (Helms, και Nixon, 2010: 216).

### ***Η ακαδημαϊκή και πρακτική σημασία της εργασίας***

Η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία, η οποία, απασχολείται γενικά με την ανάπτυξη του τουρισμού, και, συγκεκριμένα με τον τουρισμό πολιτισμικής και πολιτιστικής φύσεως (cultural tourism) στην Π.Ε. Δυτικής Μακεδονίας, θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική και σε ακαδημαϊκό και σε πρακτικό επίπεδο. Γενικότερα, δηλαδή, πιστεύεται, ότι, το αντικείμενο της εργασίας είναι επίκαιρο, και, ταυτόχρονα προσθέτει ιδιαίτερη αξία στα συμπεράσματα που θα προκύψουν. Αναλυτικότερα:

Αρχικά, σε ακαδημαϊκό επίπεδο, εκτιμάται, ότι η εν λόγω εργασία μπορεί να προσφέρει επιπλέον, ερευνητική γνώση βάσει της επιλογής της ενασχόλησης με την περίπτωση της Δυτικής Μακεδονίας, ως περιοχή με μεγάλη δυναμική τουριστικής ανάπτυξης, η οποία όμως εισήλθε στον τουριστικό κλάδο μόλις πρόσφατα. Ακόμη, όμως, θεωρείται πως και η επιλογή των συγκεκριμένων ερευνητικών μεθόδων (βιβλιογραφική ανασκόπηση, και SWOT analysis) μπορούν να προσφέρουν μια συγκεντρωμένη γνώση για το πως αντιμετωπίζει η βιβλιογραφία το παρόν αντικείμενο ενασχόλησης, και, το τι δυνατότητες υπάρχουν σε κάθε περιοχή της Δυτικής Μακεδονίας ξεχωριστά. Παρόλα αυτά, όμως, το κύριο σημείο από το οποίο η ακαδημαϊκή κοινότητα μπορεί να ευνοηθεί από την παρούσα εργασία αφορά την χρήση της για μελλοντική έρευνα, με αντικείμενο διερεύνησης είτε την Π.Ε. Δυτικής Μακεδονίας ως σύνολο, ή κάθε νομό της Δυτικής Μακεδονίας ξεχωριστά.

Στη συνέχεια, η συγκεκριμένη εργασία πιστεύεται, πως, μπορεί να ευνοήσει τόσο τους νομούς της Δυτικής Μακεδονίας ξεχωριστά, όσο και την Περιφέρεια και σε πρακτικό επίπεδο. Αναλυτικά, δηλαδή, εκτιμάται, πως, η ερευνητική μελέτη και τα αποτελέσματα – συμπεράσματα που θα ακολουθήσουν, μπορούν να συνεισφέρουν στον εντοπισμό των δυνατών και των αδύνατων σημείων των πολιτιστικών και πολιτισμικών υποδομών της κάθε περιοχής, και στην εύρεση των ευκαιριών ή των απειλών βάσει της υπάρχουσας κατάστασης. Ακόμη, βέβαια, μέσω των δεδομένων

που θα προκύψουν και της ανάλυσης αυτών, αναμένεται, πως, οι ενδιαφερόμενοι αναγνώστες με διοικητικά πόστα, θα λάβουν μία πιο ξεκάθαρη εικόνα της πραγματικής κατάστασης, διευκολύνοντας τους στην διαδικασία λήψης αποφάσεων που αφορούν τον τουρισμό πολιτιστικού και πολιτισμικού χαρακτήρα.

### ***Ο σκοπός & οι στόχοι της εργασίας και ο προσδιορισμός του προβλήματος***

Ο σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας θέτει στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος, αρχικά, την εύρεση των πολιτιστικών και πολιτισμικών στοιχείων που διατίθενται στην περιοχή της Δυτικής Μακεδονίας, και, στη συνέχεια, την επεξεργασία/ανάλυση των δεδομένων αυτών, ώστε να αξιολογηθούν οι δράσεις που συντελούν στην ανάπτυξη του τουρισμού της εκάστοτε περιοχής. Έτσι, εκτιμάται, πως, ο σκοπός της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας έρχεται να καλύψει το γενικότερο πρόβλημα της τουριστικής ανάπτυξης κάποιων περιοχών της Δυτικής Μακεδονίας, όπου, παρότι διατίθενται οι υποδομές πολιτιστικού και πολιτισμικού χαρακτήρα, σε πολλές περιπτώσεις χάνεται η ιδιαίτερη αξία τους μη προσελκύοντας τελικώς το τουριστικό κοινό που επιθυμούν.

Βάσει του σκοπού, λοιπόν, ο ερευνητικός στόχος της εργασίας αφορά την εύρεση και την ανάλυση του δικτύου των πολιτισμικών και πολιτιστικών υποδομών, αλλά και δράσεων που συντελούν στην προσέλκυση του τουρισμού στους νομούς της ευρύτερης περιοχής της Δυτικής Μακεδονίας.

Σε συνέχεια των παραπάνω, λοιπόν, προκειμένου να μπορέσει να επιτευχθεί ο σκοπός της εργασίας, τίθενται τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

- i. Πως περιγράφεται γενικά ο τουρισμός, ποια τα είδη του, και βάσει ποιων κριτηρίων διαχωρίζονται / κατηγοριοποιούνται οι τουρίστες;
- ii. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά που συντελούν στην ανάπτυξη του τουρισμού σε μια περιοχή, και ποιες είναι οι επιπτώσεις;
- iii. Τι είναι ο πολιτιστικός τουρισμός, οι πολιτιστικοί τουρίστες και οι σύγχρονες τάσεις του;
- iv. Πως αναπτύσσεται ο ελληνικός τουρισμός και ο πολιτιστικός ελληνικός τουρισμός;
- v. Ποιες είναι οι πολιτισμικές και πολιτιστικές δράσεις και υποδομές σε κάθε περιοχή της Δυτικής Μακεδονίας ξεχωριστά;

- vi. Ποια είναι τα δυνατά και τα αδύναμα σημεία, αλλά και οι ευκαιρίες και απειλές του πολιτιστικού τουρισμού στη Δυτική Μακεδονία;

### ***Περιληπτική ανάλυση της δομής της εργασίας***

Η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία, η οποία υλοποιείται στα πλαίσια του Προγράμματος Σπουδών του Τμήματος Διεθνούς Εμπορίου του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (Τ.Ε.Ι.) Δυτικής Μακεδονίας, αποτελείται από τα παρακάτω κύρια σημεία:

1. Την περίληψη, όπου, περιγράφεται συνοπτικά το περιεχόμενο της εργασίας.
2. Την εισαγωγή, όπου, δίνεται βαρύτητα στο γνωστικό αντικείμενο και στο περίγραμμα της μελέτης, στις μεθοδολογικές βάσεις της έρευνας και στις μεθόδους ανάλυσης, στην διατύπωση του σκοπού, του ερευνητικού στόχου, των ερευνητικών ερωτημάτων και στον προσδιορισμό του προβλήματος, στην ακαδημαϊκή και πρακτική σημασία και στην περιληπτική ανάλυση της εργασίας.
3. Το κυρίως μέρος της εργασίας, το οποίο περιλαμβάνει τέσσερα κεφάλαια. Το κύριο μέρος της εργασίας ξεκινάει από την διερεύνηση του τουρισμού γενικά και του πολιτιστικού και πολιτισμικού τουρισμού (Κεφάλαια 1 και 2), και συνεχίζει με την παρουσίαση του ελληνικού τουρισμού, συμπεριλαμβανομένου και του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα (Κεφάλαιο 3), καταλήγοντας, στην εστίαση στη τουριστική ανάπτυξη μέσω των πολιτιστικών και πολιτισμικών δράσεων στη Δυτική Μακεδονία.
4. Τα συμπεράσματα, όπου παρουσιάζονται τα κύρια σημεία της εργασίας βάσει του σκοπού, του ερευνητικού στόχου και των ερευνητικών ερωτημάτων, τα οποία τέθηκαν εξ' αρχής. Ωστόσο, στο πλαίσιο των συμπερασμάτων παρατίθενται, επιπλέον, και οι περιορισμοί, όπως και οι ευκαιρίες μελλοντικής έρευνας.
5. Την βιβλιογραφία, η οποία αποτελείται από 3 επίσημα έγγραφα, 20 βιβλία, 53 επιστημονικά άρθρα και 3 διευθύνσεις ιστοσελίδων.
6. Τους καταλόγους 2 σχημάτων, 15 πινάκων, 2 γραφημάτων και 4 χαρτών, τα οποία ευρίσκονται στο σύνολο της εργασίας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### 1.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (ΟΡΙΣΜΟΣ, ΣΤΟΙΧΕΙΑ, ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ)

Η έννοια του τουρισμού έχει μελετηθεί κατά καιρούς από διάφορους ερευνητές δημιουργώντας μία μεγάλη ποικιλία ορισμών, κάτι που αποδίδεται κυρίως στην φύση του, στις επιδράσεις σε κάθε χώρα υποδοχής, αλλά, και στα ίδια τα κίνητρα του εκάστοτε τουρίστα (Θεοδώρου, 2015: 10; Τσάρτας, 1996). Παρόλα αυτά, όμως, κάποιες προσπάθειες απεικόνισης της έννοιας του τουρισμού είναι:

- Ο τουρισμός, παραδοσιακά, θεωρείται πως αποτελείται από ένα σύνολο σχέσεων, οι οποίες δημιουργούνται κατά την διάρκεια και την παραμονή στα πλαίσια ενός ταξιδιού σε μια περιοχή πέραν της μόνιμης κατοικίας των ταξιδιωτών με σκοπό διαφορετικό του κέρδους – δημιουργία σχέσεων ανάμεσα στον μόνιμο πληθυσμό μιας περιοχής και στους τουρίστες (Ζαχαριουδάκη, 2018).
- Τουρισμός είναι τα ταξίδια που πραγματοποιούν οι άνθρωποι σε περιοχές μακριά από αυτές της κύριας κατοικίας ή της εργασίας τους, όπου σε αυτά (τα ταξίδια) εντοπίζονται παρεχόμενες διευκολύνσεις με σκοπό να καλυφθούν οι ανάγκες που δημιουργούνται κατά τη διάρκεια αυτών των ταξιδιών (Mathieson, και Wall, 1982).
- Ο τουρισμός αφορά το σύνολο των δραστηριοτήτων, οι οποίες πραγματοποιούνται από άτομα που ταξιδεύουν για σκοπούς αναψυχής, επαγγελματικούς ή άλλους, πέραν του συνήθους περιβάλλοντος τους, και, για χρονικό διάστημα μικρότερο του ενός έτους (Ζαχαριουδάκη, 2018).

Ωστόσο, η σύγχρονη μορφή του τουρισμού, θεωρείται ότι αφορά «ένα οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο», το οποίο, μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, απασχολεί τους πολίτες των αναπτυσσόμενων και αναπτυσσόμενων χωρών, συμβάλλοντας αισθητά στην οικονομική του ανάπτυξη και μεγέθυνση (Παπαγεωργίου, 2013: 10). Συγκεκριμένα, δηλαδή, υποστηρίζεται, ότι, η εξέλιξη του τουρισμού, κυρίως στις δυναμικά αναπτυσσόμενες βιομηχανίες, προτείνεται να αντιμετωπίζεται ως σύνολο «στο πλαίσιο του αυξανόμενου ενδιαφέροντος του τριτογενή τομέα, δηλαδή του τομέα των υπηρεσιών, της οικονομικής δραστηριότητας μιας χώρας» (Παπαγεωργίου, 2013: 10). Επιπρόσθετα, όμως, στα παραπάνω, ο

τουρισμός είναι δυνατό να συνδεθεί και με άλλους τομείς της ακαδημαϊκής γνώσης – πέραν της οικονομίας, των κοινωνικών πολιτισμικών δραστηριοτήτων και της ανάπτυξης του περιβάλλοντος – όπως η γεωγραφία, η ιστορία, η γλώσσα, η ψυχολογία, το μάρκετινγκ, το δίκαιο κλπ., στοιχεία, δηλαδή, που συμβάλλουν στο να χαρακτηριστεί ως «πολύπλευρος» (Ζαχαριουδάκη, 2018: 13).

Έχοντας κατά νου τα παραπάνω, σχετικά με το εννοιολογικό πλαίσιο στο οποίο εντάσσεται ο τουρισμός, σε αυτό το σημείο, κρίνεται υψίστης σημασίας η συμπερίληψη και των κύριων στοιχείων που συνθέτουν την έννοια του τουρισμού και των τουριστικών κοινωνιών. Έτσι, τα στοιχεία αυτά είναι:

[1] **Η διαμονή**, η οποία αναφέρεται στα καταλύματα στα οποία διαμένουν οι επισκέπτες (Κολλύφας, 2020). Τα καταλύματα που συναντώνται σε κάθε περιοχή, συνήθως, επικεντρώνονται σε ένα συγκεκριμένο στυλ, το οποίο προτείνεται και εφαρμόζεται σύμφωνα με την αγορά-στόχο του τουριστικού κοινού που προσελκύεται ή αφορά πολλαπλά τμήματα της αγοράς. Ωστόσο, η διαμονή δεν είναι απλό χαρακτηριστικό της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής, αφού, από αυτή, δημιουργείται κάποιου είδους έσοδο στην περιοχή υποδοχής, και, επίσης, από αυτή, εξαρτάται η φήμη του εκάστοτε τόπου προορισμού – δημιουργία καλής ή κακής φήμης βάσει του επιπέδου των παρεχόμενων υπηρεσιών (Κολλύφας, 2020).

[2] **Η προσβασιμότητα**, η οποία αναφέρεται στο μέσο που χρησιμοποιούν οι τουρίστες προκειμένου να φτάσουν σε μια συγκεκριμένη περιοχή (Κολλύφας, 2020). Για να επιτευχθεί η οποιαδήποτε μορφής βελτίωσης της προσβασιμότητας, είναι απαραίτητη η χρήση σωστών σημάνσεων, βέλτιστων χώρων πεζοπορίας και εύκολες εισοδοί. Παρόλα αυτά, βέβαια, είναι σημαντικό να αναφερθεί πως, σε ότι αφορά τις μετακινήσεις των διεθνών επισκεπτών σε παγκόσμιο επίπεδο, σημαντικό ρόλο κατέχουν οι αεροπορικές εταιρίες (Κολλύφας, 2020).

[3] **Οι παροχές**, που αναφέρονται στον εκάστοτε τόπο προορισμού, και, αφορούν την κάλυψη των αναγκών των τουριστών κατά τη διάρκεια της διαμονής τους σε περιοχές εκτός της μόνιμης κατοικίας τους ή στην παροχή επιπλέον ανέσεων (Κολλύφας, 2020).

[4] **Τα αξιοθέατα**, τα οποία αναφέρονται κι' αυτά στον εκάστοτε τόπο προορισμού, και αφορούν χώρους ενδιαφέροντος με πολιτιστική ή ιστορική αξία, ή/και με ιδιαίτερη ομορφιά (φυσική ή χτισμένη), ή/και που αποτελούν χώρους



διασκέδασης (Κολλύφας, 2020). Ακόμη, όμως, είναι απαραίτητο να επισημανθεί ότι τα αξιοθέατα αφορούν τα φυσικά ή τεχνητά αξιοθέατα, τα θεματικά πάρκα, τα μουσεία, τα μνημεία αρχαιολογικού ενδιαφέροντος και τα πολιτιστικά κέντρα (Κολλύφας, 2020).

[5] **Οι δραστηριότητες τουριστικού ενδιαφέροντος**, οι οποίες σε πολλαπλές περιπτώσεις είναι δύσκολο να αναγνωριστούν από τους τουρίστες σε κάποια συγκεκριμένη περιοχή, αλλά δεν παύουν να αποτελούν πόλο έλξης, ενθαρρύνοντας την συμμετοχή σε αυτές (Κολλύφας, 2020). Ενδεικτικά, για να γίνει περισσότερο κατανοητό το παραπάνω, ένα παράδειγμα είναι οι παραλίες, οι οποίες αποτελούν αξιοθέατο μιας περιοχής, και σε αυτές ενθαρρύνονται η κολύμβηση, η ηλιοθεραπεία, ή η συμμετοχή σε παιχνίδια παραλίας (π.χ. βόλει) (Κολλύφας, 2020).

Επιπλέον, βέβαια, στα παραπάνω, προκειμένου να καλυφθεί όσο το δυνατό επαρκέστερα το γενικό εννοιολογικό πλαίσιο του τουρισμού, είναι εξίσου σημαντικό να παρατεθούν και οι κύριες διαστάσεις του τουρισμού, οι οποίες είναι τρεις και είναι οι παρακάτω:

[A] **Η διάσταση του προϊόντος**, που επικεντρώνεται στις εκδηλώσεις, τα προσφερόμενα πακέτα έλξης, τα θεματικά πάρκα, τα αθλήματα, τις εκθέσεις, τα μουσεία, τα ξενοδοχεία, τα φυσικά αξιοθέατα και τα γνωστά γεωργικά προϊόντα (Κολλύφας, 2020).

[B] **Η διάσταση των πληροφοριών**, που καθιστούν μια περιοχή πιο φιλική στους τουρίστες μέσω της παροχής των πληροφοριών αυτών που θα ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους. Οι υπηρεσίες της παροχής πληροφοριών παρέχονται, συνήθως, μέσω των τουριστικών πρακτόρων, των ξενοδοχείων, αλλά και των ίδιων των κατοίκων (Κολλύφας, 2020).

[Γ] **Η διάσταση των επιπτώσεων**, που μπορούν να χαρακτηριστούν ως «*επιπτώσεις της ανάπτυξης του τουρισμού στην αειφόρο ανάπτυξη, τις μεταφορές, τις πολιτιστικές και περιβαλλοντικές και οικονομικές πτυχές*» (Κολλύφας, 2020: 13).

## 1.2. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός αποτελεί μία ευρεία αγορά, η οποία μπορεί να διαχωριστεί βάσει γεωγραφικών, κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών, αλλά, και σύμφωνα με την τουριστική συμπεριφορά, ώστε, να υπάρξει η δυνατότητα προώθησης του μέσω του συνδυασμού αγοράς και τουριστικού προϊόντος (Παπαγεωργίου, 2013). Έτσι, εξαιτίας της προαναφερθείσας κατάστασης, ο τουρισμός διακρίνεται σε έξι βασικές κατηγορίες, όπως φαίνεται στη συνέχεια:

- Κατηγορία 1<sup>η</sup>: Ατομικός Τουρισμός

Η κατηγορία του ατομικού τουρισμού ονομάζεται έτσι εξαιτίας της οργάνωσης και της εκτέλεσης ενός ταξιδιού ανεξάρτητα και ατομικά, που συνδυάζεται ως επί το πλείστο με τα ατομικά/ιδιωτικά μέσα μεταφοράς εξυπηρετώντας τόσο τη μετάβαση, όσο και τη διευκόλυνση των τουριστών κατά την παραμονή τους σε μια περιοχή (Ηγουμενάκης, και Κραβαρίτης, 2004). Ωστόσο, σύμφωνα με τον Παπαγεωργίου (2013), το σύστημα Individual Inclusive Tours (IIT) αποτελεί στη σύγχρονη εποχή την βάση της ατομικής τουριστικής ανάπτυξης, κάτι που επίσης συναντάται και στο σύστημα Group Inclusive Tours (GIT), μέσω του οποίου δίνεται η ευκαιρία λήψης τουριστικών πακέτων, που στην πιο απλή μορφή του εμπεριέχει τον προορισμό, το μέσο μεταφοράς, τον χώρο διαμονής (κατάλυμα) και το πρόγευμα. Μεταξύ, βέβαια, των δύο αυτών συστημάτων (IIT και GIT), η διαφορά εντοπίζεται στο πως (με ποιον τρόπο) ο κάθε τουρίστας πραγματοποιεί το ταξίδι του στον τόπο που επιθυμεί να επισκεφτεί (Παπαγεωργίου, 2013). Όμως, το πιο σημαντικό σημείο διαφοροποίησης των συστημάτων αυτών είναι το ότι με το σύστημα Individual Inclusive Tours (IIT), ο τουρίστας οργανώνει το ταξίδι του μεμονωμένα, ενώ, με το σύστημα Group Inclusive Tours (GIT), ο τουρίστας οργανώνει το ταξίδι του ομαδικά (Παπαγεωργίου, 2013).

- Κατηγορία 2<sup>η</sup>: Συλλογικός/Μαζικός Τουρισμός

Η κατηγορία του συλλογικού/μαζικού τουρισμού έχει ως κύριο στοιχείο της την ομαδική συμμετοχή των τουριστών σε οποιαδήποτε φάση της δραστηριότητας τους με ομαδικό χαρακτήρα, χωρίς να έχει σχέση μόνο με τη δραστηριότητα «*διακοπών-αναψυχής μακράς διάρκειας*» (Παπαγεωργίου, 2013: 12). Στην συγκεκριμένη κατηγορία, βασικό ρόλο κατέχουν, ο τρόπος που οργανώνονται και εκτελούνται οι τουριστικές μετακινήσεις, και, η συγκέντρωση των τουριστών στα μέρη της βραχυχρόνιου χαρακτήρα διαμονής τους. Οι ομάδες των τουριστών που

σχηματίζονται στα πλαίσια αυτής της κατηγορίας διακρίνονται βάσει των όμοιων ή λιγότερο όμοιων αναγκών ή/και επιθυμιών τους, οι οποίες εντάσσονται σε στοχευμένα πλαίσια συμπεριφοράς, προσφέροντας με αυτόν τον τρόπο τα αναμενόμενα επίπεδα ικανοποίησης που προκύπτουν από την καλή οργάνωση και την εκτέλεση του τουριστικού ταξιδιού μέσω των tour operators (Παπαγεωργίου, 2013). Στη σύγχρονη εποχή, ο συλλογικός/μαζικός τουρισμός αναπτύσσεται μέσω των συστημάτων Group Inclusive Tours (GIT), που στην πιο απλή τους μορφή περιέχουν τον προορισμό, το μέσο μετακίνησης, τον χώρο διαμονής (κατάλυμα), το πρόγευμα κλπ., στοιχεία που χαρακτηρίζονται ως «*αλληλεξαρτώμενες και ολοκληρωμένες τουριστικές υπηρεσίες*» (Παπαγεωργίου, 2013: 12).

- Κατηγορίας 3<sup>η</sup>: Εσωτερικός Τουρισμός

Η κατηγορία του εσωτερικού τουρισμού αναφέρεται στον πληθυσμό μιας χώρας, ο οποίος κινείται/ταξιδεύει εντός των ορίων της χώρας αυτής, και, η βιβλιογραφία αναφέρει πως, ως επί το πλείστο, αναπτύσσεται στον χρόνο των διακοπών (Χριστούγεννα, Πάσχα, καλοκαίρι) και των αργιών (Παπαγεωργίου, 2013). Από οικονομική άποψη, η συγκεκριμένη κατηγορία θεωρείται πολύ προσοδοφόρα, αφού, το συνάλλαγμα παραμένει στην εκάστοτε χώρα, χωρίς να αξιοποιείται εκτός της χώρας. Ωστόσο, προκειμένου να υπάρξει αυτού του είδους η ανάπτυξη, είναι απαραίτητο να ληφθεί υπόψη η προσιτή τιμολόγηση στα καταλύματα και στα μεταφορικά μέσα για τους ντόπιους τουρίστες (Παπαγεωργίου, 2013).

- Κατηγορία 4<sup>η</sup>: Εξωτερικός/Διεθνής Τουρισμός

Η κατηγορία του εξωτερικού/διεθνή τουρισμού, όπως υποδηλώνει και η ονομασία της, αφορά την πραγματοποίηση ταξιδιών σε ξένες χώρες προορισμού, πέραν αυτής της μόνιμης κατοικίας τους, για τουριστικούς λόγους. Ο εξωτερικός/διεθνής τουρισμός υπάρχει σε όλες τις χώρες και χαρακτηρίζεται ως ενεργητικός ή παθητικός. Συγκεκριμένα, στις περιπτώσεις όπου οι σταθεροί κάτοικοι μιας χώρας ταξιδεύουν σε μια ξένη χώρα με τουριστικούς σκοπούς τότε ο τουρισμός αυτός χαρακτηρίζεται ως ενεργητικός εξωτερικός/διεθνής, καθώς, υπάρχει «*εισροή συναλλάγματος*» στην χώρα προορισμού (Παπαγεωργίου, 2013: 13). Ομοίως, στις περιπτώσεις όπου οι σταθεροί κάτοικοι μιας χώρας ταξιδεύουν σε μια ξένη χώρα με τουριστικούς σκοπούς, τότε ο τουρισμός αυτός χαρακτηρίζεται ως παθητικός

εξωτερικός/διεθνής, καθώς, υπάρχει «εκροή πολύτιμου συναλλάγματος» από την χώρα της μόνιμης κατοικίας των ταξιδιωτών (Παπαγεωργίου, 2013: 13).

- Κατηγορία 5<sup>η</sup>: Συνεχής Τουρισμός

Η κατηγορία του συνεχή τουρισμού, αναφέρεται στον τουρισμό με ετήσια διάρκεια, που δεν τον επηρεάζουν οι κλιματολογικές συνθήκες της κάθε εποχής (Παπαγεωργίου, 2013). Οι κύριες μορφές που εντοπίζονται στην κατηγορία αυτή του συνεχούς τουρισμού και αξίζει να αναφερθούν είναι οι: (1) συνεδριακός τουρισμός, (2) τουρισμός κινήτρων, (3) τουρισμός εκθέσεων, (4) τουρισμός πόλης, και, (5) μορφωτικός τουρισμός (Παπαγεωργίου, 2013).

- Κατηγορία 6<sup>η</sup>: Εποχικός Τουρισμός

Η κατηγορία αυτή αναφέρεται στον εποχικό τουρισμό, τα κύρια χαρακτηριστικά του οποίου είναι πως δεν έχει ετήσια διάρκεια, και, πως εξαρτάται από τις κλιματολογικές συνθήκες της κάθε εποχής σε κάθε περιοχή προορισμού (Παπαγεωργίου, 2013). Οι κύριες μορφές που εντοπίζονται στην κατηγορία αυτή του εποχικού τουρισμού και αξίζει να αναφερθούν είναι οι: (1) γενικός τουρισμός, ο οποίος αναφέρεται στον καλοκαιρινό τουρισμό, (2) τουρισμός παραχείμασης, και, (3) τουρισμός χειμερινών σπορ (Παπαγεωργίου, 2013).

### **1.3. Η ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ**

Έχοντας λάβει πλέον την απαραίτητη γνώση ως προς την πολυπλοκότητα του εύρους της έννοιας και των ειδών του τουρισμού, είναι πλέον αναγκαίο να επεξηγηθούν και οι κατηγορίες των τουριστών. Ως προς το συγκεκριμένο αντικείμενο, η βιβλιογραφία αναφέρει πως, οι τουρίστες ή αλλιώς οι ταξιδιώτες είναι στο κέντρο του ολοκληρωμένου μοντέλου του τουρισμού, και μπορούν να διαχωριστούν σε επιμέρους κατηγορίες ανάλογα από τις κύριες ανάγκες και τους λόγους που τους οδηγούν στην πραγματοποίηση ταξιδιών (Ζαχαριουδάκη, 2018). Κατ' επέκταση, λοιπόν, η κατηγοριοποίηση των τουριστών μπορεί να διαμορφωθεί ως έχει:

- Τουρίστες εξαιτίας κινήτρου

Οι τουρίστες που ταξιδεύουν εξαιτίας κινήτρου, θεωρείται πως εκτελούν τις ταξιδιωτικές τους δράσεις εξαιτίας κάποιας επιβράβευσης που λαμβάνουν από την εργασία τους (εκπλήρωση στόχων της επιχείρησης ή για την καλή τους εργασία) με σκοπό να συνεχίσουν να είναι παραγωγικοί ή για να ενισχυθούν οι σχέσεις στο εργασιακό περιβάλλον (Ζαχαριουδάκη, 2018).

- Τουρίστες με λόγους υγείας και ιατρικής (Ιατρικοί τουρίστες)

Οι τουρίστες που ανήκουν σε αυτή τη κατηγορία πραγματοποιούν τα ταξίδια τους προκειμένου να λάβουν ειδική ιατρική θεραπεία, η οποία μπορεί να βρεθεί σε περιοχές ή και χώρες πέραν αυτής της μόνιμης κατοικίας τους (Ζαχαριουδάκη, 2018). Η αναζήτηση των εν λόγω ιατρικών ταξιδιών, οφείλεται τόσο σε παράγοντες κόστους (μια θεραπεία μπορεί να κοστίζει λιγότερο σε μια άλλη χώρα/περιοχή), όσο στο υγιεινό κλίμα, κάτι που θα ενισχύσει την ξεκούραση τους (Ζαχαριουδάκη, 2018).

- Τουρίστες με λόγους επιχειρηματικούς

Αυτή η κατηγορία τουριστών είναι η πιο διαδεδομένη και πιο συχνή, αφού στα πλαίσια της εργασίας τους, οι τουρίστες αυτού του είδους, μεταβαίνουν σε επαγγελματικά ταξίδια με σκοπό να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες της εργασίας τους (Ζαχαριουδάκη, 2018). Για να γίνει πιο κατανοητή η συγκεκριμένη κατηγορία τουριστών, ένα παράδειγμα που μπορεί να δοθεί είναι οι πωλητές, οι οποίοι ταξιδεύουν συχνά για να συμμετέχουν σε εμπορικές εκθέσεις εκπροσωπώντας κάποια εταιρία, και, έχοντας ως σκοπό της προώθηση προϊόντων ή/και την λήψη ενημερώσεων για τις τελευταίες τάσεις της αγοράς (Ζαχαριουδάκη, 2018).

- Τουρίστες με λόγους εκπαιδευτικούς

Σε αυτή τη κατηγορία, οι τουρίστες πραγματοποιούν ταξίδια σε συγκεκριμένες περιοχές ή χώρες με σκοπό την επιμόρφωση τους (σεμινάρια, ημερίδες κλπ.) που θα τους οδηγήσουν στην ενίσχυση των προσόντων τους (Ζαχαριουδάκη, 2018).

- Τουρίστες με σκοπό την περιπέτεια (περιπετειώδεις τουρίστες)

Οι τουρίστες που έχουν ως λόγο ταξιδιού την αναζήτηση μοναδικών εμπειριών, τείνουν στην επιλογή περιπετειωδών δραστηριοτήτων όπως είναι η αναρρίχηση, το ράφτινγκ, η ελεύθερη πτώση, η σπηλαιολογία, το bungee jumping κλπ. (Ζαχαριουδάκη, 2018).

- Τουρίστες με λόγους πολιτιστικούς

Οι τουρίστες που βρίσκονται σε αυτή τη κατηγορία έχουν ως σκοπό τους το να επισκεφτούν τοποθεσίες με σπουδαία πολιτιστική κληρονομιά και να βιώσουν την εμπειρία των ποικίλων πολιτισμών (Ζαχαριουδάκη, 2018).

- Οικο-τουρίστες

Η κατηγορία των οικο-τουριστών βασίζεται στην αγάπη τους για την φύση, η οποία, κατά συνέπεια, τους οδηγεί στην επιλογή τοποθεσιών που δεν έχουν μεταβληθεί από οποιαδήποτε ανθρώπινη παρέμβαση ή/και ρύπανση και στις οποίες τους προσφέρεται η δυνατότητα ενασχόλησης με «οικολογικές δραστηριότητες» (Ζαχαριουδάκη, 2018: 20).

- Τουρίστες αναψυχής

Οι τουρίστες που εντάσσονται στη συγκεκριμένη κατηγορία, συνήθως, αναζητούν ένα διάλειμμα από την καθημερινότητα τους, και, τρόπους ανανέωσης και αναζωογόνησης (Ζαχαριουδάκη, 2018). Κάποια ενδεικτικά παραδείγματα αυτού του είδους τουριστών είναι αυτοί που επιλέγουν κάποια κρουαζιέρα ή τα ταξίδια σε περιοχές που διαθέτουν παραλίες ώστε να χαλαρώσουν σε αυτές.

- Θρησκευτικοί τουρίστες

Οι θρησκευτικοί τουρίστες επιλέγουν την μετάβαση σε περιοχές που έχουν ιδιαίτερη και παγκόσμια αναγνωρισμένη θρησκευτική σημασία και επιλέγουν τον χρόνο του ταξιδιού τους βάσει γνωστών εορτών (π.χ. οι Χριστιανοί κατά τη διάρκεια του Πάσχα) ώστε να μεταβούν σε προσκυνήματα σε χώρους λατρείας (Ζαχαριουδάκη, 2018). Κάποια ενδεικτικά παραδείγματα τέτοιων τοποθεσιών που συγκεντρώνουν μεγάλα πλήθη θρησκευτικών τουριστών είναι τα: Χατζ (Μέκκα), Ιερουσαλήμ (Ισραήλ), Βαράνασι (Ινδία), Βατικανό (Ιταλία) (Ζαχαριουδάκη, 2018).

- Τουρίστες με λόγους αθλητικούς

Σε αυτή τη κατηγορία εντοπίζονται οι τουρίστες που είτε απασχολούνται οι ίδιοι με κάποιο άθλημα, είτε απλά το παρακολουθούν, και, γι' αυτόν τον λόγο κρίνεται απαραίτητη η μετάβαση τους σε άλλες περιοχές ή/και χώρες. Στα πλαίσια των αθλητικών εκδηλώσεων ένα ευρέως γνωστό παράδειγμα αποτελεί το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου (Ζαχαριουδάκη, 2018).

- Νέοι τουρίστες (backpacking)

Στην κατηγορία αυτή των τουριστών ανήκουν οι νεαροί σε ηλικία τουρίστες που επιλέγουν να ταξιδέψουν έχοντας στη διάθεση τους λίγες αποσκευές και μικρό προϋπολογισμό για την κάλυψη των αναγκών του ταξιδιού τους (Ζαχαριουδάκη, 2018). Ωστόσο, οι νέοι αυτοί τουρίστες διακρίνονται για το πάθος τους και την αγάπη που τρέφουν για περιπέτεια, συνηθίζουν να ταξιδεύουν ανεξάρτητα, και δεν τους απασχολεί ιδιαίτερα η αναζήτηση συγκεκριμένων πληροφοριών (Ζαχαριουδάκη, 2018).

- Τουρίστες ειδικού ενδιαφέροντος (STI)

Σε αυτή τη κατηγορία ανήκουν οι τουρίστες, οι οποίοι έχουν ιδιαίτερα ενδιαφέροντα, όπως είναι η παρατήρηση πουλιών, το πάθος τους για την φύση, για το φαγητό, για τα βιβλία κλπ. (Ζαχαριουδάκη, 2018).

Ωστόσο, πέρα από την παραπάνω κατηγοριοποίηση των ατόμων που ταξιδεύουν, όπως υποστηρίζει η Παπαγεωργίου (2013), η οποία βασίστηκε στα δεδομένα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), οι ταξιδιώτες (travelers) ή αλλιώς οι επισκέπτες (visitors) είναι δυνατό να διαχωριστούν και όπως φαίνεται παρακάτω:

- Οι τουρίστες (tourists)

Με τον όρο τουρίστες αναφέρονται όλων των ειδών οι επισκέπτες, είτε ημεδαποί, είτε αλλοδαποί, οι οποίοι μεταβαίνουν σε μία περιοχή προσωρινά για τουλάχιστον είκοσι τέσσερις (24) ώρες συμπεριλαμβανομένης διανυκτέρευσης και όχι για χρονικό διάστημα άνω του ενός έτους (Παπαγεωργίου, 2013).

- Οι ημερήσιοι επισκέπτες ή εκδρομείς (excursionist same day visitors)

Οι ημερήσιοι επισκέπτες ή εκδρομείς είναι είτε ημεδαποί, είτε αλλοδαποί που επισκέπτονται μια περιοχή προσωρινά με διάρκεια μικρότερη των είκοσι τεσσάρων (24) ωρών χωρίς να συμπεριλαμβάνεται διανυκτέρευση (Παπαγεωργίου, 2013). Στην εν λόγω κατηγορία ανήκουν οι ταξιδιώτες που επιλέγουν ως μέσο πραγματοποίησης των ταξιδιών τους κάποιο κρουαζιερόπλοιο, και τα τρένα, συμμετέχοντας σε ομαδικά προγράμματα στα οποία συμπεριλαμβάνεται κάποιου είδους διαμονή στις καμπίνες

των προαναφερθέντων μέσων (Παπαγεωργίου, 2013). Παρόλα αυτά, όμως, στην κατηγορία αυτή των ταξιδιωτών εντοπίζεται και η ακόλουθη διάκριση σε δύο κατηγορίες:

[A] Διεθνείς επισκέπτες (international visitors), δηλαδή, επισκέπτες που έχουν ως προορισμό ταξιδιού μία περιοχή σε διαφορετική χώρα από αυτή της μόνιμης τους κατοικίας, και έχουν ως σκοπό του ταξιδιού τους την «*άσκηση δραστηριότητας για την οποία θα αποζημιωθούν*» (Παπαγεωργίου, 2013: 14).

[B] Εγχώριοι επισκέπτες (domestic visitors), δηλαδή, επισκέπτες που έχουν ως προορισμό ταξιδιού μία περιοχή εντός της χώρας της μόνιμης τους κατοικίας, και έχουν ως αιτία του ταξιδιού τους την «*άσκηση δραστηριότητας για την οποία θα ζητήσουν αποζημίωση*» (Παπαγεωργίου, 2013: 14). Ωστόσο, είναι απαραίτητο να επισημανθεί, πως, οι εγχώριοι επισκέπτες, υπάρχει περίπτωση να πραγματοποιήσουν κάποια διανυκτέρευση ή απλά να ταξιδεύουν αυθημερόν (Παπαγεωργίου, 2013).

#### **1.4. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ E-TOURISM**

Ο ψηφιακός ανασχηματισμός, ή αλλιώς η ψηφιακή επανάσταση, πιστεύεται πως κερδίζει ολοένα και περισσότερο έδαφος τόσο στον τομέα της διοίκησης, όσο και στη διαχείριση του τουρισμού, αφού συνδέεται στενά με ζητήματα που αφορούν την ψηφιακή υποδομή (Pencarelli, 2019). Συγκεκριμένα, στην εποχή της ψηφιακής οικονομίας ευρέως διαδεδομένες έννοιες όπως “*e-business*”, “*e-commerce*”, “*e-marketing*” και “*e-service*” διαμορφώνουν το σύγχρονο οικονομικό λεξιλόγιο (Kazandzhieva, και Santana, 2019). Έτσι, θεωρείται ως λογική συνέπεια η προσθήκη μίας ακόμα έννοιας, αυτής του “*e-tourism*”, όπου, η συνολική διαδικασία του εκτελείται μέσω του διαδικτύου, το οποίο λειτουργεί ως μια μορφή διαμεσολαβητή και διακρίνεται για τα μοναδικά του χαρακτηριστικά, τα πλεονεκτήματα που προσφέρει και τις προκλήσεις που δημιουργεί (Kazandzhieva, και Santana, 2019).

Αναλυτικότερα, η βιβλιογραφία πλέον χρησιμοποιεί την έννοια Industry 4.0 με σκοπό να χαρακτηρίσει τεχνολογικά τις αλυσίδες αξίας των οργανισμών, αναφερόμενη στην ικανότητα ενσωμάτωσης πολύπλοκων μηχανών και συσκευών με δικτυωμένους αισθητήρες και λογισμικό, καθώς περιλαμβάνονται πολλά συστήματα



αυτοματισμού, ανταλλαγές δεδομένων και τεχνολογίες παραγωγής που ασχολούνται με τον ψηφιακό μετασχηματισμό, και, ενσωματώνει την πρόσφατη εξέλιξη του διαδικτύου (από το Web 1.0 στο Web 4.0) (Pencarelli, 2019). Ως εκ τούτου, το νέο οικοσύστημα τουριστικής αξίας χαρακτηρίζεται ως Tourism 4.0, καθώς, βασίζεται στο πρότυπο παραγωγής υπηρεσιών υψηλής τεχνολογίας και στις ίδιες έξι κοινές αρχές με το Industry 4.0, οι οποίες, σύμφωνα με τον Pencarelli (2019) είναι:

- **Η διαλειτουργικότητα**, η οποία είναι εγγυημένη από την τυποποίηση των κωδίκων επικοινωνίας.
- **Η εικονοποίηση**, μέσω της οποίας τα κυβερνητικά συστήματα μπορούν να ελέγχουν τις φυσικές διαδικασίες.
- **Η αποκέντρωση**, στην οποία κάθε υπολογιστής ή τεχνολογική συσκευή έχει την δυνατότητα αυτόνομης λήψης αποφάσεων ακόμη και σε ελεγχόμενες από τα κεντρικά διαδικασίες.
- **Η ευκολία της συλλογής και της ανάλυσης πραγματικού χρόνου δεδομένων.**
- **Ο προσανατολισμός στις υπηρεσίες και στους πελάτες** τόσο στα πλαίσια των εξωτερικών, όσο και των εσωτερικών οργανισμών.
- **Η αρθρωτότητα (modularity)**, η οποία επιτρέπει την ευέλικτη προσαρμογή στις αλλαγές μέσω της αντικατάστασης ή/και της επέκτασης μεμονωμένων ενοτήτων.

Ωστόσο, το κύριο χαρακτηριστικό του Tourism 4.0, το οποίο συμπίπτει και με αυτό του Industry 4.0, είναι η οριζόντια ολοκλήρωση που στηρίζεται στο δίκτυο, με συνέπεια την διευκόλυνση της εσωτερικής συνεργασίας, ακολουθούμενης από την κάθετη ολοκλήρωση του υποσυστήματος εντός της επιχείρησης που δημιουργεί ευέλικτα συστήματα προσφοράς, και, της ενσωμάτωσης της μηχανικής σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας, που εξατομικεύει το προϊόν για τον κάθε πελάτη και προωθεί την συν δημιουργούμενη με τους πελάτες επεξεργασία της αξίας (Pencarelli, 2019).

Η λειτουργία όμως του σύγχρονου τουριστικού συστήματος και το μέλλον του, όπως γίνεται κατανοητό και από την παράθεση των παραπάνω δεδομένων, φαντάζει αδιανόητη χωρίς την γενικότερη τεχνολογική καινοτομία, η οποία αντιστοιχεί στις σύγχρονες, επικρατούσες συνθήκες του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και είναι αποτέλεσμα της ανάπτυξης των ΤΠΕ (Τεχνολογίας Πληροφοριών και Επικοινωνίας)

και της χρήσης του διαδικτύου (Kazandzhieva, και Santana, 2019). Έτσι, δίνοντας βαρύτητα στην ανάπτυξη ενός ορισμού σχετικά με το τι είναι εν τέλη το *e-tourism*, ένα μέρος της βιβλιογραφίας το παρουσιάζει ως μια μορφή εφαρμογής των ΤΠΕ στην τουριστική και ταξιδιωτική βιομηχανία και ως έναν τρόπο δημιουργίας και διατήρησης εμπορικών σχέσεων (κυρίως στον τομέα των πωλήσεων) στο σύνολο του παγκοσμίου δικτύου, που έχει ως σκοπό την παροχή αγαθών και υπηρεσιών στους τελικούς καταναλωτές (Condraton, 2013). Βέβαια, με πιο απλά λόγια, πιστεύεται ότι, η λειτουργία του *e-tourism* σε πρακτικό επίπεδο, είναι η «ψηφιοποίηση όλων των διαδικασιών και της αλυσίδας αξίας στους κλάδους του τουρισμού, των ταξιδιών, της φιλοξενίας και της εστίασης» (Buhalis, 2003: 76).

Επιπλέον, βέβαια, είναι απαραίτητο να επισημανθεί το ότι το *e-tourism* επηρεάζει σημαντικά την καταναλωτική συμπεριφορά, αφού η ανάπτυξη του καθορίζεται από τις αλληλεπιδράσεις που εντοπίζονται μεταξύ των τουριστικών οργανισμών, των ίδιων των καταναλωτών και των κυβερνήσεων (Nedelea, και Bălan, 2010). Συγκεκριμένα, δηλαδή, αναφέρεται, πως, με τη δημοτικότητα του δημόσιου τομέα και την αυξανόμενη αλληλεπίδραση μεταξύ των κυβερνήσεων και των καταναλωτών στο διαδίκτυο, ο βαθμός κατά τον οποίο η δημόσια έκφραση του λόγου προωθείται, αφού, οι ιστότοποι του δημόσιου τουριστικού τομέα προσφέρουν χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με την προσφορά ταξιδιωτικών προϊόντων και υπηρεσιών, και, οι πολιτικά καθορισμένοι στόχοι για την ηλεκτρονική πρόσβαση από την πλευρά των επαγγελματιών του κλάδου, τους καθιστά υπεύθυνους για την χάραξη της γενικής τουριστικής πολιτικής (Ku, και Chen, 2014).

Ωστόσο, το *e-tourism*, κατά κύριο λόγο, είναι ένα φαινόμενο που ενσωματώνει τόσο τον καταναλωτή, όσο και τον προμηθευτή μιας συγκεκριμένης τουριστικής υπηρεσίας. Αναλυτικότερα, δηλαδή, αναγνωρίζεται ως υπηρεσία προς τους τουρίστες, καθώς, παρέχει εξειδικευμένες ιστοσελίδες και λογισμικό που: (1) μειώνουν τον χρόνο λήψης μιας απόφασης ταξιδιού, (2) παρέχουν πληροφορίες για την επιλογή ενός προορισμού και τον προγραμματισμό του ταξιδιού, και, (3) διευκολύνουν τη διαδικασία κράτησης και αγοράς πρόσθετων υπηρεσιών (Șoană, and Bădică, 2008). Αυτό, όμως, που καθιστά σημαντικό το *e-tourism*, είναι πως θεωρείται μέρος του ηλεκτρονικού εμπορίου (*e-commerce*), που περιλαμβάνει ταχέως αναπτυσσόμενες τεχνολογίες (επικοινωνίες και πληροφορίες) και στρατηγικό

σχεδιασμό ως προς τη φιλοξενία, τη διαχείριση και το μάρκετινγκ (Kazandzhieva, και Santana, 2019).

Ως εκ τούτου, γίνεται κατανοητό το γεγονός ότι, η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών ταξιδιωτικών κρατήσεων αποτελεί έναν σημαντικό εμπορικό τομέα της τουριστικής βιομηχανίας, και, φυσικά, από αυτόν δεν θα μπορούσε να εκλείπει και η συμμετοχή των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, μέσω των οποίων οι καταναλωτές λαμβάνουν σημαντικό όγκο πληροφοριών (Ukrabi, και Karjaluoto, 2017). Ουσιαστικά, δηλαδή, μέσω των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης οι καταναλωτές μπορούν να βρουν θετικές και αρνητικές κριτικές σχετικά με προορισμούς και υπηρεσίες, που θα τους οδηγήσουν στην αποδοχή της χρήσης ή στην απόρριψη μιας συγκεκριμένης τουριστικής υπηρεσίας. Άλλωστε, δεν αποτελεί τυχαίο γεγονός το ότι οι κριτικές σε συγκεκριμένες πλατφόρμες που εξειδικεύονται στην παροχή πληροφοριών τουριστικού ενδιαφέροντος, όπως το TripAdvisor, επί του παρόντος, έχουν ταχέως αυξανόμενο ρυθμό παράθεσης κριτικών από τους χρήστες (Ukrabi, και Karjaluoto, 2017).

Βέβαια, αξίζει, ακόμα, να σημειωθεί, ότι οι τουρίστες πλέον, απευθύνονται όλο και πιο συχνά σε ιστοτόπους τουριστικής πληροφόρησης, και, ιδιαίτερα σε ιστοτόπους που επιτρέπουν και την πραγματοποίηση κρατήσεων διαμονής ή υπηρεσίες μεταφοράς (Condraton, 2013). Η συμπεριφορά αυτή των καταναλωτών, βασίζεται, κυρίως, σε προσδοκίες όπως είναι η ευκολία χρήσης μιας τέτοιου είδους ιστοσελίδας, η χρησιμότητα, το περιεχόμενο ενημερωτικού χαρακτήρα, η ασφάλεια, η ταχύτητα στη λειτουργία και η εξατομίκευση (Condraton, 2013). Έτσι, στη σύγχρονη εποχή, ο ψηφιακός ταξιδιώτης έχει επικρατήσει να αποκαλείται ως "SoLoMo", τίτλος που του έχει αποδοθεί για να αποτυπωθεί μέσω αυτού το γεγονός πως είναι πιστός χρήστης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media), αναζητά πληροφορίες μέσω τοπικών εφαρμογών για να βελτιώσει την εμπειρία προορισμού (Local), και, είναι συνεχώς συνδεδεμένος στις κινητές συσκευές (Mobile) (Pencarelli, 2019).

Παρόλα αυτά, όμως, πρέπει να ληφθεί υπόψη το ότι τα τελευταία χρόνια γίνεται σημαντική αναφορά και ως προς την αντιληπτή αξία που προκύπτει από τις τουριστικές υπηρεσίες, η οποία ορίζεται ως *«η διαδικασία με την οποία ένας τουρίστας λαμβάνει, επιλέγει, οργανώνει και ερμηνεύει πληροφορίες με βάση τις*

*διάφορες εμπειρίες στον προορισμό για να δημιουργήσει μια ουσιαστική εικόνα της αξίας της εμπειρίας προορισμού» (Woo, et al, 2015: 85). Όσων αναφορά αυτό, λοιπόν, η βιβλιογραφία έχει αναπτύξει ένα θεωρητικό πλαίσιο, σύμφωνα με το οποίο υποστηρίζεται πως, η συναισθηματική, κοινωνική, οικονομική αξία και η ποιότητα, είναι απαραίτητο να εξετάζονται, καθώς, σε συνδυασμό, αποδίδουν καλύτερα όταν συγκρίνονται με κάποιο στοιχείο μεμονωμένης αξίας (π.χ. με το οικονομικό όφελος) (Woo, et al, 2015: 85).*

## **1.5. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ο τουρισμός αποτελεί μία αξιοσημείωτη ευκαιρία οικονομικής ανάπτυξης μιας περιοχής ή/και χώρας, καθώς μειώνει αισθητά τα επίπεδα φτώχεια, αφού, δημιουργεί εισόδημα μέσω της εργασιακής απασχόλησης (Hassanli, και Ashwell, 2020). Όμως, ο τουρισμός, προκειμένου να επιφέρει οποιασδήποτε μορφής ανάπτυξη, είναι απαραίτητο να διαχειρίζεται με υπεύθυνο τρόπο, βάσει των αναγκών και των ανησυχιών που προκύπτουν σε τοπικό επίπεδο, ειδάλλως τα οικονομικά οφέλη θα είναι λιγότερα από τα αναμενόμενα (Hassanli, και Ashwell, 2020).

Πολλές οικονομίες πολλών χωρών εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την τουριστική βιομηχανία, και, ανάμεσα στο πλήθος των οικονομικών οφελών που δημιουργούνται, εντοπίζονται η περιφερειακή ανάπτυξη, τα έσοδα από το συνάλλαγμα, η ανάπτυξη υποδομών του εμπορίου και των λοιπών υποδομών, η αύξηση του βιοτικού επιπέδου, η ανάπτυξη της τοπικής βιοτεχνίας, και, η δόμηση της εικόνας μιας χώρας (Raina, και Agarwall, 2004). Επιπρόσθετα στα παραπάνω, ο τουρισμός πιστεύεται ότι έχει το υψηλότερο πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα και δημιουργεί ευημερία στην ανάπτυξη της επικοινωνίας, των μεταφορών, της διαμονής και άλλων υπηρεσιών που σχετίζονται με τους καταναλωτές (Raina, και Agarwall, 2004).

Ο τουρισμός είναι ένας συνδυασμός δραστηριοτήτων, υπηρεσιών και βιομηχανιών που παρέχει ταξιδιωτικές δαπάνες, οι οποίες περιλαμβάνουν τις μεταφορές, τη διαμονή, τη ψυχαγωγία, τη φιλοξενία, τις βελτιωμένες υπηρεσίες και τις ολοκληρωμένες υποδομές, που από την οικονομική του οπτική περιλαμβάνει τις άμεσες και έμμεσες τουριστικές δαπάνες σε έναν δεδομένο προορισμό (Raina, και Agarwall, 2004). Αναλυτικά, οι άμεσες δαπάνες αφορούν τις πραγματικές δαπάνες,

όπως είναι η διαμονή, η μετακίνηση, το φαγητό, τα ποτά, τα ψώνια και άλλες υπηρεσίες, και ως αποτέλεσμα δημιουργούν έσοδα στους ανθρώπους που παρέχουν αυτού του είδους τις υπηρεσίες. Από την άλλη, οι έμμεσες τουριστικές δαπάνες επίσης περιλαμβάνουν το εμπόριο αγαθών και υπηρεσιών όπως τροφής, επίπλων, αθλητικών δραστηριοτήτων, εξοπλισμού κλπ., και απαιτούν την άμεση επαφή των εμπόρων με τους τουρίστες. Ωστόσο, η επίδραση του τουρισμού στην οικονομία, περιλαμβάνει διάφορα στάδια των επιμέρους διαδικασιών για την παροχή αγαθών και υπηρεσιών, που δημιουργούν εκροές, οι οποίες παράγονται από τις βιομηχανίες πέραν του άμεσου τουριστικού τομέα και οφείλονται στις τρέχουσες ανάγκες των τουριστών (Raina, και Agarwall, 2004).

Βέβαια, όπως αναφέρεται, ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο που συνεπάγεται τη μεταφορά κεφαλαίων από μία χώρα σε μια άλλη μέσω της μετακίνησης τουριστών που κινούνται σύμφωνα με το ποια αγαθά έχουν στο μυαλό τους ότι πρέπει να καταναλώσουν, κάτι που φέρει ως επίδραση την γενικότερη ευημερία ενός κράτους (Raina, και Agarwall, 2004). Επομένως, η σημαντικότητα του τουρισμού συνεισφέρει στη κοινωνικο-οικονομική ανάπτυξη μίας χώρας μέσω της ροής χρήματος που δημιουργείται εξαιτίας της επίδρασης του πολλαπλασιαστή (affect of multiplier). Έτσι, υποστηρίζεται ότι η τουριστική ανάπτυξη είναι απαραίτητο να βασίζεται στην φόρμουλα των 10 C's, η οποία περιλαμβάνει: (1) την ικανοποίηση των καταναλωτών (Consumer satisfaction), (2) την δέσμευση (Commitment), (3) τον συντονισμό (Co-ordination), (4) την καθαριότητα (Cleanliness), (5) την επικοινωνία (Communication), (6) την παραχώρηση (Concession), (7) τα σχέδια έκτακτης ανάγκης (Contingency plans), (8) την πολιτική αεροπορία (Civil aviation), (9) την εμπλοκή της κοινότητας (Community involvement), και, (10) την συνεχή βελτίωση (Continues improvement) (Raina, και Agarwall, 2004).

Παρόλα αυτά, όμως, δεν πρέπει να αμελείται και το γεγονός, ότι, η τουριστική ανάπτυξη αποτελεί μέρος και των διαδικασιών παγκοσμιοποίησης, όπου, όλοι σχεδόν ζουν σε μία τέτοιου είδους περιοχή (Hannam, 2002). Συγκεκριμένα, δηλαδή, τα ταξίδια και ο τουρισμός έχουν γίνει μια παγκόσμια βιομηχανία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες, αν όχι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη στον κόσμο, που συνεισφέρει σημαντικά στο ακαθάριστο εθνικό προϊόν πολλών εθνών, με το μάρκετινγκ των τουριστικών προορισμών και προϊόντων να είναι ευρέως αναγνωρισμένο τόσο στους οργανισμούς του δημοσίου, όσο και του ιδιωτικού τομέα (Riege, και Perry, 2000).

Ωστόσο, παρότι η βιβλιογραφία παρέχει μικρό εύρος καθοδήγησης σχετικά με τον τρόπο που οι δημόσιοι και ιδιωτικοί προορισμοί ταξιδιών και τουρισμού αναπτύσσουν στρατηγικές μάρκετινγκ και διανομής για να αντιμετωπίσουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις αλλαγές στις αγορές μεγάλων αποστάσεων, ένα μέρος της, υποστηρίζει ότι, πρέπει να δοθεί σημασία στο κομμάτι της μακροπρόθεσμης δέσμευσης για την ικανοποίηση των αναγκών και των κινήτρων των ταξιδιωτών (Riege, και Perry, 2000). Επομένως, λαμβάνοντας υπόψη και τον μεγάλο ανταγωνισμό που εντοπίζεται γενικότερα στην τουριστική βιομηχανία, είναι σημαντικό να επισημανθεί, πως, ένας προορισμός οφείλει να έχει την ικανότητα να αυξάνει τις τουριστικές δαπάνες, να προσελκύει όλο και περισσότερους επισκέπτες παρέχοντας τους ικανοποιητικές και αξέχαστες εμπειρίες και όλο αυτό να το κάνει με κερδοφόρο τρόπο, ενώ παράλληλα θα ενισχύει την ευημερία των κατοίκων του προορισμού και θα διατηρεί το φυσικό κεφάλαιο της περιοχής για τις μελλοντικές γενιές (Mazanec, et al., 2007).

## 1.6. ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο όρος "συνέπειες" χρησιμοποιείται στη βιβλιογραφία με σκοπό να αναλυθούν οι οποιοσδήποτε αλλαγές εντοπίζονται στα επίπεδα της οικονομίας, της κοινωνίας, του πολιτισμού και του περιβάλλοντος σε κάθε τουριστική περιοχή ή χώρα και έχουν άμεση σχέση με τον τρόπο λειτουργίας του τουρισμού (Κοκκώσης, και Τσάρτας, 2001).

Ξεκινώντας από την **οικονομία**, οι συνέπειες που προκύπτουν είναι θετικές και αρνητικές. Οι θετικές συνέπειες, επικεντρώνονται στο γεγονός ότι ο τουρισμός συνεισφέρει στην οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής ή κράτους, δημιουργεί φορολογικά έσοδα, συμβάλει στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας όπου βρίσκει εργασία και ένα μεγάλο πλήθος ανέργων έστω και για εποχιακή απασχόληση, ενισχύει την ανάπτυξη πολλών οικονομικών κλάδων, συμβάλει στην άνθιση της επιχειρηματικότητας και της αυτοαπασχόλησης, βοηθάει τις περιφερειακές οικονομίες, και, ενισχύει την ζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών (Αλεξανδράκη-Κριτσωτάκη, 2000). Από την άλλη, οι αρνητικές συνέπειες για την οικονομία είναι η δημιουργία σημαντικού μεγέθους δημοσιονομικό κόστος (επιδόματα κατά τη περίοδο του χειμώνα), το ότι ο ομαδικός τουρισμός σε πολλαπλές περιπτώσεις έχει

κερδοσκοπικό σκοπό, και, το γεγονός πως εντοπίζεται συχνά κάποιου είδους οικονομική εκμετάλλευση των τουριστών (Αποστολόπουλος, και Σδράλη, 2009).

Στη συνέχεια, οι θετικές συνέπειες για το **περιβάλλον** επικεντρώνονται στην καλυτέρευση της ποιότητας του περιβάλλοντος χρησιμοποιώντας συστηματικούς ελέγχους, στην απόκτηση του οικολογικού σήματος (green key eco label) στις ξενοδοχειακές μονάδες που τηρούν προκαθορισμένες απαιτήσεις οικολογικού χαρακτήρα, στην διατήρηση σε καλή κατάσταση των κύριων φυσικών χώρων, και, στην καλυτέρευση των υποδομών (αεροδρόμια, οδικά δίκτυα, συστήματα ύδρευσης και αποχέτευσης, τηλεπικοινωνίες, κλπ.) (Αποστολόπουλος, και Σδράλη, 2009). Σε αντίθετη τροχιά, οι αρνητικές για το περιβάλλον συνέπειες εξαιτίας του τουρισμού κάνουν λόγο για κατάταξη περιοχών σε κατώτερη κατηγορία εξαιτίας της αυξημένης προσέλευσης τουριστών, για την ενίσχυση του φαινομένου του θερμοκηπίου και της θαλάσσιας, ατμοσφαιρικής και εδαφικής ρύπανσης, και, για κλωνισμό του οικοσυστήματος λόγω εισβολής κάποιας χλωρίδας ή πανίδας (Ανδριώτης, 2009).

Τέλος, όσον αφορά τον **πολιτισμό και την κοινωνία**, εκτιμάται πως, ο τουρισμός συνεισφέρει στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, συντηρεί τις αξίες του παρελθόντος, ενισχύει την ανάπτυξη δραστηριοτήτων πολιτισμικού και καλλιτεχνικού χαρακτήρα, δημιουργεί το κατάλληλο πλαίσιο για ανταλλαγή αξιών πολιτισμικού χαρακτήρα και την εκμάθηση ξένων γλωσσών, υπενθυμίζει στους νεότερους παλιά, ξεχασμένα επαγγέλματα, συντηρεί την τοπική, παραδοσιακού χαρακτήρα αρχιτεκτονική, επεκτείνονται οι κοινωνικές σχέσεις, αποφεύγεται η αστικοποίηση, αναδιοργανώνεται το επαγγελματικό πλαίσιο κατάρτισης, υπάρχει ποιοτική αναβάθμιση στις περιοχές, και, εκλαμβάνονται μέτρα κοινωνικής πρόνοιας (Βενετσανοπούλου, 2006). Όμως, πέρα των θετικών συνεπειών σε πολιτισμικό και κοινωνικό επίπεδο, αναφέρονται και διάφορες αρνητικές συνέπειες όπως είναι η εισχώρηση της εξυπηρέτησης των τουριστών σε μια είδους βιομηχανοποίηση, η τυποποίηση των παραδόσεων και της τοπικής κουλτούρας, η δημιουργία κάποιου είδους σύγκρουσης στα ήθη, η ύπαρξη θορύβων, ο μιμητισμός, η κυριάρχηση του αισθήματος της ξενοφοβίας στον ντόπιο πληθυσμό, η μη ύπαρξη άμεσης επικοινωνίας ανάμεσα στο ντόπιο πληθυσμό και στους τουρίστες, η υποβάθμιση της παρεχόμενης ποιότητας των αγαθών και υπηρεσιών, η αύξηση του πληθυσμού (αποτέλεσμα ρυθμού εργασίας και εποχικότητας εργασίας), τα προβλήματα ως προς την προσαρμογή, η μειωμένη χρήση της εθνικής γλώσσας και η ανάμειξη της με

ξένες γλώσσες, η παρέμβαση στην καθημερινή ρουτίνα των μόνιμων κατοίκων, η εξαφάνιση των παλαιότερων πιο παραγωγικών επαγγελμάτων για χάρη της τουριστικής βιομηχανίας, η απομάκρυνση από τις παραδόσεις και τον πολιτισμό της τοπικής κοινωνίας, η επιβλαβής επίδραση στη νέα γενιά, και, η διάδοση σεξουαλικά μεταδιδόμενων νοσημάτων εξαιτίας της πορνείας που δημιουργεί ένα διαφορετικό είδος τουρισμού (Βενετσανοπούλου, 2006).



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (CULTURAL TOURISM)

### 2.1. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ, ΤΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ & ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

Ο πολιτισμός ως όρος έκανε την εμφάνιση του κατά τον 18<sup>ο</sup> αιώνα, και, χρησιμοποιούνταν ως έκφραση της δυτικής ιδιοσυγκρασίας προκειμένου να διαχωρίζονται οι "πολιτισμένοι" λαοί από του "βάρβαρους" (Βρύζας, 2005). Ωστόσο, στην σύγχρονη εποχή ο πολιτισμός χρησιμοποιείται ως έννοια για να περιγράψει το σύνολο των ηθών, των εθίμων, των τεχνών, των γραμμάτων, και, των τεχνικών, επιστημονικών και καλλιτεχνικών επιτευγμάτων μιας κοινωνίας ή ενός έθνους (Γρατσάνη, 2012).

Λαμβάνοντας υπόψη την ανθρωπολογική οπτική της έννοιας, γίνεται κατανοητό ότι ο πολιτισμός συνδέεται με την γενικότερη εμφάνιση ενός έθνους/κράτους και με την ανάπτυξη αυτού ως προς τις πολιτισμικής και καλλιτεχνικής φύσεως παραδόσεις, μέσω της αστικοποίησης (Γρατσάνη, 2012). Ιστορικά, ως κέντρα πολιτισμού αναφέρονταν εξαιτίας της γραφής, της οργάνωσης των πόλεων και της αρδευτικής γεωργίας η Αίγυπτος, η Μεσοποταμία, η Αρχαία Ελλάδα, η Βόρεια Κίνα και η Κεντρική Αμερική. Όμως, σύμφωνα με την Γκέφου-Μαδιανού (1999), αν και η πλειοψηφία των ερευνητών προσεγγίζουν εννοιολογικά τον πολιτισμό ως απόρροια των μεταβαλλόμενων στον χρόνο και στον χώρο αλληλένδετων προτύπων της παράδοσης που εστιάζουν στην γλωσσική ή μη γλωσσική ικανότητα της χρήσης συμβόλων, στην πραγματικότητα είναι αυτόνομος, ικανός να διαμοιραστεί σε όλα τα μέλη μιας κοινωνίας και ανθεκτικός στον χρόνο. Ακόμα, σύμφωνα με την προσέγγιση των MacDonald, και Jolliffe (2003), υποστηρίζεται πως ο πολιτισμός εμπεριέχει επιπλέον, τα οικογενειακά πρότυπα, την λαογραφία, τα έθιμα της εκάστοτε κοινωνίας, τα μουσεία, τα διάφορα μνημεία, τις κατασκευές ιστορικού χαρακτήρα, τα έργα τέχνης, την φυσική ιστορία, αλλά και περιοχές που διακρίνονται για την άγρια φύσης τους.

Εν συνεχεία, εξετάζοντας την έννοια της κουλτούρας από την ανθρωπολογική της οπτική, προκύπτει πως αφορά «*ταυτόχρονα ένα σύστημα σκέψης, αξιών και*

κανόνων» (Γρατσάνη, 2012: 35). Ωστόσο, στην σύγχρονη εποχή, όταν χρησιμοποιείται η λέξη *“κουλτούρα”* δεν σημαίνει κατ’ αποκλειστικότητα ότι έχει μόνο την παραπάνω σημασία. Πλέον, η κουλτούρα ως έννοια χρησιμοποιείται προκειμένου να εκφραστεί ένας συγκεκριμένος τρόπος ζωής, που μάλιστα στο ανώτερο της επίπεδο έχει φτάσει να ταυτίζεται με τον πολιτισμό. Παρόλα αυτά, όμως, η έννοια της κουλτούρας παραμένει *«ασαφής»* (Γρατσάνη, 2012: 34).

Τέλος, ο όρος *“ταυτότητα”* χρησιμοποιείται προκειμένου να εκφραστεί τόσο η ομοιότητα ή η ισότητα μεταξύ ατόμων, απόψεων ή πράγματων, όσο και το σύνολο των χαρακτηριστικών, τα οποία ξεχωρίζουν κάποιον ή κάτι (Βρύζας, 2005). Μιλώντας βέβαια για την *“συλλογική ταυτότητα”* αναφέρεται ότι υπάρχει μία είδους στενή σύνδεση με τη σημασία της κουλτούρας, αφού στην κουλτούρα περιλαμβάνεται η συλλογική ταυτότητα (Hall, Held, και McGrew, 2003). Ακόμη, όταν γίνεται λόγος για την *“εθνική ταυτότητα”*, αξίζει να σημειωθεί ότι αποτελεί μία έννοια που διαμορφώνεται και είναι μεταβαλλόμενη, αφού ούτε κάποιος έθνος δεν είναι μόνο μια πολιτική οντότητα από τη στιγμή που δημιουργεί κάποιου είδους σύστημα πολιτιστικής αναπαράστασης, αλλά ούτε οι άνθρωποι του έθνους δεν είναι απλά πολίτες, από τη στιγμή που παρίσταται στην εθνική ιδέα, όπως αυτή αναπαρίσταται στην γενικότερη εθνική κουλτούρα (Hall, Held, και McGrew, 2003). Επομένως, προκύπτει πως *«ο εθνικός πολιτισμός είναι μία από τις κύριες πηγές της πολιτιστικής ταυτότητας»* (Γρατσάνη, 2012: 35).

## **2.2. Η ΕΝΝΟΙΑ & ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Σύμφωνα με τον Richards (2003), στις παλιότερες εποχές, ο πολιτισμός και ο τουρισμός πιστεύονταν πως ήταν δύο διαφορετικοί τομείς κοινωνικού ενδιαφέροντος και πρακτικής. Η άποψη όμως αυτή περί διαχωρισμού των δύο εννοιών, πλέον, θεωρείται ότι φθίνει, ως επακόλουθο της πολιτισμοποίησης (culturisation) της κοινωνίας και της καλλιέργειας των τουριστικών πρακτικών, που αποτελούν δύο παράλληλες διαδικασίες (Richards, 2003). Αναλυτικότερα:

- Η πολιτισμοποίηση της κοινωνίας

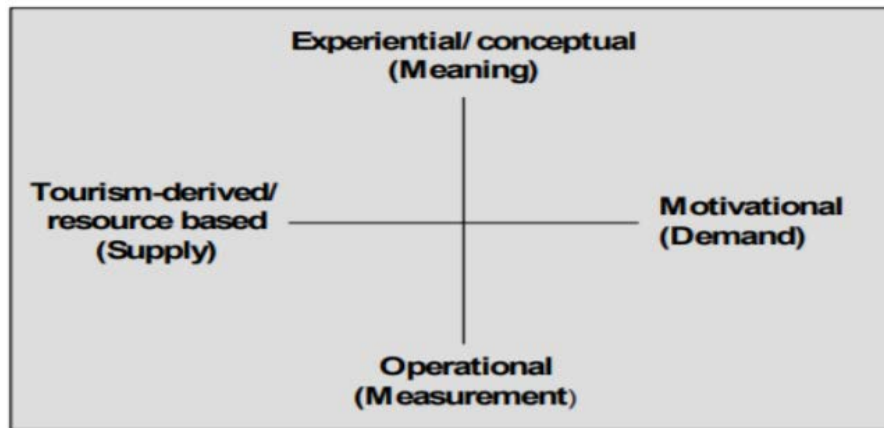
Η καθημερινότητα χαρακτηρίζεται όλο και περισσότερο από μια διαφοροποίηση προηγούμενων, διακριτών, κοινωνικών και πολιτισμικών σφαιρών, αφού έχει κάνει την εμφάνιση της μια οικονομία σημείων, οδηγώντας στη σύγκλιση της «υψηλής» και της «χαμηλής» κουλτούρας, και, της «τέχνης» και της «ζωής» (Richards, 2003: 2). Επομένως, γίνεται κατανοητό πως τόσο τα αντικείμενα, όσο και οι άνθρωποι, γίνονται όλο και πιο ευκίνητοι ώστε να εξαλείφουν ολοένα και περισσότερο τα όρια μεταξύ προηγούμενων, διαφορετικών πολιτισμών (Richards, 2003).

- Η καλλιέργεια των τουριστικών πρακτικών

Ο τουρισμός έχει αποκτήσει ένα μεγάλο πολιτιστικό περιεχόμενο, τόσο λόγω της ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού, όσο και μέσω της συνεχούς εξελισσόμενης σημασίας του – προσφορά και ζήτηση τουριστικών προορισμών (Πασιά, 2020). Επομένως, θα μπορούσε να ειπωθεί πως διαχρονικά ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μια ξεχωριστή μορφή τουρισμού (Πασιά, 2020).

Ανεξάρτητα βέβαια από τα παραπάνω, ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί έναν από τους πιο γρήγορα αναπτυσσόμενους κλάδους της τουριστικής βιομηχανίας (Wang, et al., 2008), και, γι' αυτόν τον λόγο στο παρόν σημείο κρίνεται απαραίτητη η προσέγγιση του εννοιολογικά. Σύμφωνα με την έρευνα του Richards (2003), εντοπίζονται τέσσερις προσεγγίσεις για τον πολιτιστικό τουρισμό, που πηγάζουν από τη θεωρία των McKercher και Du Cros. Οι προσεγγίσεις αυτές διακρίνονται στο Σχήμα 2.2.1..

**Σχήμα 2.2.1.: Οι ορισμοί του πολιτιστικού τουρισμού – Σχηματική αναπαράσταση.**



(Πηγή: Richards, G. (2003). *What is Cultural Tourism?*, [in:] A. van Maaren. *Erfgoed voor Toerisme, Nationaal Contact Monumenten, Amsterdam.*, σελ. 5)

Όπως φαίνεται στο παραπάνω σχήμα (Σχήμα 2.2.1.), οι ορισμοί για τον πολιτιστικό τουρισμό διαχωρίζονται σύμφωνα με: (1) την εστίαση στους πόρους που προέρχονται από τον τουρισμό (Tourism derived resource based – Supply), (2) την συσχέτιση με τα κίνητρα (Motivational – Demand), (3) το ότι είναι βιωματικοί (Experiential/Conceptual – Meaning), και, (4) το ότι είναι επιχειρησιακοί (Operational – Measurement) (Richards, 2003). Βάσει του σχήματος, αρχικά, παρατηρείται ότι κάποιες προσεγγίσεις βρίσκονται στα αντίθετα άκρα του σχήματος, το οποίο συμβαίνει διότι οι εννοιολογικές αυτές προσεγγίσεις είναι διαφορετικές μεταξύ τους (Πασιά, 2020).

Αναλύοντας, στη συνέχεια τις παραπάνω εννοιολογικές προσεγγίσεις, σύμφωνα με τον Richards (2003) προκύπτει ότι:

- Οι εννοιολογικές προσεγγίσεις που εστιάζουν στους πόρους που προέρχονται από τον τουρισμό δίνουν βαρύτητα στον πολιτιστικό τουρισμό από την οπτική της βιομηχανίας του τουρισμού, καθώς, αποτελεί τμήμα της αγοράς το οποίο εκμεταλλεύεται τις τουριστικές υποδομές.
- Οι εννοιολογικές προσεγγίσεις που συσχετίζονται με τα κίνητρα έχουν ως πεδίο έναρξης τους ίδιους τους τουρίστες ως άτομα και τα κίνητρα που τους ωθούν στην οργάνωση των ταξιδιών τους.
- Οι βιωματικές εννοιολογικές προσεγγίσεις εστιάζουν στην εμπειρία που χτίζεται από τον πολιτιστικό τουρισμό.

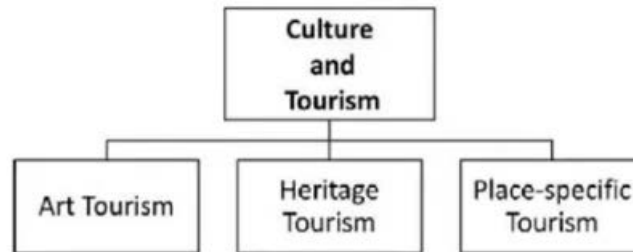
- Οι επιχειρησιακές εννοιολογικές προσεγγίσεις βασίζονται στην ανάλυση των τουριστών πολιτιστικού χαρακτήρα με σκοπό να εκτιμηθούν τα διαστήματα (κλίμακα) της τουριστικής δραστηριότητας πολιτιστικής φύσεως.

Επομένως, όπως προκύπτει από τα παραπάνω, η ακριβής έννοια του πολιτισμικού ή πολιτιστικού τουρισμού είναι δύσκολο να αποτυπωθεί, και γι' αυτό στην βιβλιογραφία ευρίσκεται μεγάλη γκάμα ορισμών ή παραλλαγές αυτών, τόσο όσοι είναι και οι τουρίστες πολιτιστικού τουρισμού (McKercher, και Du Cros, 2002). Παρόλα αυτά, όμως, κάποιοι κύριοι ορισμοί που ευρίσκονται στην βιβλιογραφία είναι οι εξής:

- Ο πολιτισμικός (ή πολιτιστικός) τουρισμός στην ευρεία του εννοιολογικής αποτύπωση *«είναι αυτός που έχει προταθεί από τους Μάκιντος και Γκέλντερ»* και *«συνίσταται σε “κάθε είδους ταξίδι κατά το οποίο μαθαίνουμε για την ιστορία και την κληρονομιά των άλλων ή για τους σύγχρονους τρόπους ζωή ή σκέψης τους”*. *Δίνεται έτσι, έμφαση όχι στην κατανάλωση συγκεκριμένων προϊόντων, κυρίως “υψηλής κουλτούρας”, αλλά στη γνώση με τις πολιτισμικές διαδικασίες που συγκροτούν έναν ολόκληρο, παρελθόντα ή σύγχρονο, τρόπο ζωής»* (Πασχαλίδης, και Χαμπούρη-Ιωαννίδου, 2002: 236).
- Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή ειδικού τουρισμού όπου συμπεριλαμβάνονται τα ταξίδια αναψυχής που στοχεύουν στη γνωριμία, στη κατανόηση και στη βίωση των ξεχωριστών εμπειριών κάθε περιοχής, των κατοίκων, και των παραγόμενων σε αυτή τη περιοχή προϊόντων (Adams, 2008).
- Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι η δραστηριότητα που δίνει την ευχέρεια στους ανθρώπους να βιώσουν έναν διαφορετικό τρόπο ζωής, όπως τον ζουν άλλοι άνθρωποι, κάνοντας τους να κατανοούν με άμεσο τρόπο τα έθιμα, τις παραδόσεις, το φυσικό περιβάλλον και τις πνευματικές ιδέες διατηρούμενων στο χρόνο προορισμών με αρχιτεκτονική, ιστορική, αρχαιολογική ή άλλη πολιτιστική σημασία (Csapo, 2012).

Σε συνέχεια, ωστόσο των παραπάνω, αξίζει να προστεθεί και η ταξινόμηση των Ashworth, και Dietvorst (1995), οι οποίοι διατύπωσαν τρεις ορισμούς για τον πολιτισμό, που έχουν άμεση σχέση με τον τουρισμό. Η σχηματική απεικόνιση των ορισμών αυτών ακολουθεί στη συνέχεια (Σχήμα 2.2.2.).

**Σχήμα 2.2.2.: Οι ορισμοί του πολιτισμού που σχετίζονται με τον τουρισμό – Σχηματική αναπαράσταση.**



(Πηγή: Mousavi, S., Mousavi, N., Doratli, N., & Fereshte, M. (2016). *Defining Cultural Tourism*. Dignified Researchers Publication. London, UK: International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development. σελ. 72)

Όπως φαίνεται στο παραπάνω σχήμα, οι τρεις ορισμοί του πολιτισμού που έχουν άμεση σχέση με τον τουρισμό διακρίνονται ως έχει: (α) Καλλιτεχνικός Τουρισμός – Art Tourism, (β) Τουρισμός Κληρονομιάς – Heritage Tourism, (γ) Τουρισμός Ειδικού Τόπου – Place-specific Tourism. Από τους παραπάνω, λοιπόν, ορισμούς, ο μεγαλύτερος παραγωγικά είναι ο Καλλιτεχνικός Τουρισμός, ο οποίος χαρακτηρίζεται και ως η πιο απλή μορφή πολιτισμού που εντοπίζεται σε συνάρτηση με τον τουρισμό και αποτελείται από την τέχνη, τα καλλιτεχνικής φύσεως προϊόντα και τις παραστάσεις (θέατρο, μπαλέτο, συναυλίες, φεστιβάλ, μουσεία, όπερα) (Mousavi, et al., 2016). Στη συνέχεια, ο Τουρισμός Κληρονομιάς έχει να κάνει περισσότερο με τα κτίρια, τα αστικά τοπία, τα μορφολογικά πρότυπα, και τους ιστορικούς χώρους που όλα έχουν διατηρηθεί στο πέρασμα των ετών. Τέλος, ο Τουρισμός Ειδικού Τόπου μπορεί να αποδοθεί απλά ως το σύνολο των κοινών αξιών, των στάσεων και της συμπεριφοράς των κοινωνικών ομάδων (Mousavi, et al., 2016).

Παρόλα αυτά, βέβαια, ο πολιτιστικός (ή πολιτισμικός) τουρισμός διακρίνεται με βάση κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του. Το κυριότερο χαρακτηριστικό του πολιτιστικού τουρισμού αφορά την απόκτηση εμπειριών που προκύπτει από την πάσης φύσεως γνώση που αποκτάται βιωματικά (Πασιά, 2020). Ακόμη, όμως, κάποια εξίσου κύρια χαρακτηριστικά αυτού του είδους του τουρισμού που συνδράμουν στην δημιουργία μιας στενής σύνδεσης ανάμεσα στην πολιτιστική

ταυτότητα και στον πολιτιστικό τουρισμό είναι η παγκοσμιοποίηση, οι χαλαροί κοινωνικοί δεσμοί, η ηθική κατάπτωση των παραδοσιακών αξιών και η μονομερής προσήλωση των ατόμων στον εαυτό τους και στα δικά τους συμφέροντα, στοιχεία, δηλαδή, που καθιστούν τον πολιτιστικό τουρισμό ως ερέθισμα για να προωθηθεί μια νέας μορφής ταυτότητα στις σύγχρονες κοινωνίες, αλλάζοντας τα όρια και τα σύνορα των ποικιλόμορφων κοινωνικών ομάδων τόσο σε τοπική, όσο και σε παγκόσμια εμβέλεια (Mousavi, et al., 2016). Η σχέση αυτή που περιγράφηκε μόλις, στηρίζεται στο γεγονός ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελείται από υπο-τύπους τουρισμού, όπως είναι ο τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς, οι πολιτιστικές θεματικές διαδρομές, οι πολιτιστικές πόλεις, οι παραδόσεις, τα διάφορα γεγονότα και φεστιβάλ, ο θρησκευτικός τουρισμός και ο δημιουργικός τουρισμός (Csapo, 2012).

### **2.3. ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ**

Οι πολιτιστικοί τουρίστες είναι τα άτομα που επιδιώκουν να συνδυάσουν τα τουριστικά τους ταξίδια με τον πολιτισμό (Ηλιοπούλου, 2017). Για να το καταφέρουν αυτό, οι τουρίστες αυτού του είδους επιλέγουν τόπους που τους προσφέρουν τις κατάλληλες ευκαιρίες να αναπτύξουν διαφόρων τύπων πολιτιστικές εμπειρίες (π.χ. φυσικές περιηγήσεις, γνωριμία με την καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά, δημιουργία). Επίσης, οι πολιτιστικοί τουρίστες υποστηρίζεται πως διαθέτουν ανεξάρτητη σκέψη, αναζητούν οτιδήποτε αυθεντικό, είναι ευαισθητοποιημένοι ως προς το περιβάλλον, και, αρέσκονται στην μελέτη στοιχείων που διακρίνονται για το πολιτιστικό και ιστορικό τους ενδιαφέρον. Βέβαια, είναι σημαντικό να σημειωθεί πως για την πραγματοποίηση του πολιτιστικού τουρισμού οι δαπάνες είναι συνήθως υψηλότερες από αυτές του μαζικού τουρισμού, καθώς οι τουρίστες δαπανούν επιπλέον χρηματικά ποσά για την είσοδο τους στα μουσεία, στις εκθέσεις, και τα πολιτιστικά δρώμενα, συνεπώς, πιστεύεται πως οι πολιτιστικοί τουρίστες είναι συνήθως οικονομικά ευκατάστατοι (Ηλιοπούλου, 2017).

Συμπληρωματικά στα παραπάνω, οι McKercher, και Du Cros (2002) στην έρευνα τους, διαχωρίζουν τους πολιτιστικούς τουρίστες ως έχει:

1. **Τυχαίοι τουρίστες**, οι οποίοι καταλήγουν σε κάποιον προορισμό πολιτιστικού ενδιαφέροντος και επιλέγουν να επισκεφτούν όλους τους ιστορικούς και πολιτιστικούς χώρους αυτής της περιοχής.

2. **Πολιτιστικοί τουρίστες με συγκεκριμένο σκοπό**, οι οποίοι είναι αυτοί που θα περάσουν όλο τον χρόνο τους σε ένα λεωφορείο (ή άλλο μεταφορικό μέσο), στα μνημεία, στα αξιοθέατα και στα μουσεία που έχουν μελετήσει και επιθυμούν να δουν από κοντά.
3. **Περιηγητικοί πολιτιστικοί τουρίστες**, οι οποίοι είναι αυτοί που θέλουν να τα δουν και να τα κάνουν όλα, αρέσκονται στην περιπέτεια και επιθυμούν να εξερευνήσουν τα τοπία της περιοχής που επισκέπτονται.
4. **Εξερευνητικοί πολιτιστικοί τουρίστες**, οι οποίοι συνήθως συμμετέχουν σε οργανωμένες εκδρομές, και επισκέπτονται οποιασδήποτε μορφής πολιτιστική δράση (θέατρα, μιούζικαλ, όπερες, εκδηλώσεις, φεστιβάλ, εκθέσεις).
5. **Συνηθισμένοι πολιτιστικοί τουρίστες**, που πάντα προγραμματίζουν τις πολιτιστικού ενδιαφέροντος επισκέψεις τους (μουσεία, αξιοθέατα, αρχαιολογικούς χώρους), δαπανούν χρήματα σε αγορές σουβενίρ και συμμετέχουν σε όλες τις εκδηλώσεις πολιτιστικού χαρακτήρα (πανηγύρια).

Ωστόσο, οι σύγχρονοι πολιτιστικοί τουρίστες του 21<sup>ου</sup> αιώνα αναζητούν την ποιότητα, συνδυαστικά με τις καλές υπηρεσίες, επιθυμώντας να λαμβάνουν αυτό για το οποίο δαπανούν χρήματα (value for money) (Poore, 1993). Ακόμα, όμως, οι σύγχρονοι πολιτιστικοί τουρίστες, είναι αυτοί που αναζητούν και μελετούν από μόνοι τους τους υποψήφιους προορισμούς που θα επισκεφθούν, καθώς, δεν τρέφουν μεγάλη εμπιστοσύνη στους ταξιδιωτικούς πράκτορες και στους tour operators (Ηλιοπούλου, 2017). Επομένως, γίνεται κατανοητό, πως, ο νέος αυτός πολιτιστικός τουρίστας έχει εμπειρία, αξίες, αναζητά τρόπους παραγωγικής αξιοποίησης του ελεύθερου του χρόνου, και, κάνει το παν για να γνωρίσει και να καταλάβει μια τοποθεσία, να μάθει την ιστορία της, να εισχωρήσει στον πολιτισμό της και να μπει σε μια διαδικασία σύγκρισης του πριν με το τώρα (Ηλιοπούλου, 2017).

Μένοντας στους σύγχρονους πολιτιστικούς τουρίστες, σε αυτό το σημείο κρίνεται άξια αναφοράς και η επισήμανση του ότι εξαιτίας των δημογραφικών αλλαγών και της γήρανσης του πληθυσμού, οι πολιτιστικοί τουρίστες είναι πλέον αυτοί που βρίσκονται στο 54<sup>ο</sup> και άνω έτος της ηλικίας τους, είναι μορφωμένοι, έχουν γνώση σχετική με θέματα πολιτιστικής κληρονομιάς και γι' αυτόν τον λόγο αναζητούν τρόπους να διευρύνουν τις πολιτιστικές τους εμπειρίες, με τη πλειοψηφία αυτών να



έχει παρατηρηθεί πως ανήκουν στο γυναικείο φύλο (Ηλιοπούλου, 2017; Richards, 2010).

Ωστόσο, στο σημείο αυτό κρίνεται απαραίτητη και η αναφορά του Vargas-Hernández (2012), ο οποίος υποστηρίζει πως τόσο για τους εγχώριους, όσο και για τους διεθνείς τουρίστες τα βασικά κίνητρα που τους ωθούν στην πραγματοποίηση ενός ταξιδιού πολιτιστικού χαρακτήρα, είναι τα χαρακτηριστικά που σχετίζονται με την αρχιτεκτονική και τον καλά διατηρημένο πολιτισμό. Επιπλέον, όμως, πιστεύεται πως οι τουρίστες πολιτιστικού χαρακτήρα, πέρα από τα παραπάνω, βρίσκονται σε μία θέση αναζήτησης οικονομικών οφελών, καλού κλίματος, ξεχωριστών τοπίων και ενδιαφερόντων δραστηριοτήτων για αυτούς και για τα μέλη της ομάδας τους (Vargas-Hernández, 2012).

## **2.4. ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΔΟΜΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ & ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

Οι κύριες δομές που είναι υπεύθυνες για την τουριστική και την πολιτιστική ανάπτυξη, σύμφωνα με τις Ορφανού, και Χάβα (2012), είναι ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας & Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.) και η Ευρωπαϊκή Ένωση. Ωστόσο, στους παραπάνω φορείς θα θεωρούνταν ως παράλειψη η μη συμπερίληψη και του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), του Διεθνούς Συμβουλίου Μνημείων και Τοποθεσιών (ICOSMOS), αλλά, και του Εκπαιδευτικού Επιστημονικού και Πολιτιστικού Οργανισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNESCO) (Γαλατσόπουλος, 2013).

- Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης

Ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης, βάσει του Άρθρου 1 της υπογεγραμμένης στις 14/12/1960 στο Παρίσι συμφωνίας με έναρξη ισχύς από τις 30/09/1961, έχει ως σκοπό την προώθηση συγκεκριμένων πολιτικών που αφορούν:

1. Την επίτευξή όσο είναι εφικτό μεγαλύτερης οικονομικής ανάπτυξης, την ενίσχυση της απασχόλησης και την καλύτερευση του επιπέδου ζωής των κρατών-μελών, κρατώντας παράλληλα την οικονομική σταθερότητα ώστε να

διασφαλιστεί η επέκταση της παγκόσμιας οικονομίας (Ορφανού, και Χάβα, 2012).

2. Την συμβολή στην υγιή οικονομική ανάπτυξη τόσο των κρατών-μελών, όσο και των κρατών μη μελών που όμως ανήκουν στην λίστα των αναπτυσσόμενων κρατών (Ορφανού, και Χάβα, 2012).
3. Την συμβολή στην παγκόσμια ανάπτυξη του εμπορίου που στηρίζεται «σε μια πολυσυμμετοχική βάση» (Ορφανού, και Χάβα, 2012: 26).

Όμως, οι βασικοί στόχοι του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης είναι η απογραφή των προβλημάτων και η παράθεση των προβλέψεων, χωρίς να επιδιώκεται η επίτευξη μιας κοινής οικονομικής πολιτικής, κάτι για το οποίο είναι υπεύθυνη η Ευρωπαϊκή Ένωση (Ορφανού, και Χάβα, 2012: 26).

Τα κράτη-μέλη του Ο.Ο.Σ.Α. είναι οι: Γερμανία, Αυστραλία, Βέλγιο, Καναδάς, Δανία, Ισπανία, Η.Π.Α., Φιλανδία, Γαλλία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ιταλία, Ισπανία, Λουξεμβούργο, Νορβηγία, Νέα Ζηλανδία, Ολλανδία, Πορτογαλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Σουηδία, Ελβετία, και Τουρκία. Τα κράτη αυτά, ωστόσο, είναι ιδιαίτερα σημαντικά καθώς θεωρούνται πως αποτελούν τις κυριότερες χώρες παγκοσμίως εξαιτίας των μεγάλων εισπράξεων συναλλάγματος, και, για τον λόγο ότι κατέχουν τον υψηλότερο όγκο τουριστικής κίνησης (Ορφανού, και Χάβα, 2012: 26).

- Ευρωπαϊκή Ένωση

Η ενασχόληση με τον τουρισμό και την πολιτιστική δράση δεν ήταν ξεκάθαρη στην αρχή και αυτό αποδεικνύεται τόσο από την Συνθήκη της Ρώμης το 1957, όσο και από την Ενιαία Ευρωπαϊκή Πράξη (Ορφανού, και Χάβα, 2012; Γαλατσόπουλος, 2013). Όμως, η κατάσταση αυτή άλλαξε το 1973 με την ίδρυση του Τμήματος Πολιτιστικών Προβλημάτων, και, το 1974 με την δραστηριοποίηση της Κοινότητας με τον πολιτιστικό τομέα (Γαλατσόπουλος, 2013). Ακόμα, εν έτη 1977, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υπέβαλε στο Συμβούλιο Υπουργών και στο Ευρωκοινοβούλιο την πρώτη ανακοίνωση κοινοτικής δράσης πολιτιστικού ενδιαφέροντος, και το 1986 η Ευρωπαϊκή Ένωση στα πλαίσια της Ενιαίας Ευρωπαϊκής Πράξης καθόρισε συγκεκριμένους στόχους που είχαν άμεση σχέση με το τουριστικό εμπόριο (Γαλατσόπουλος, 2013).

Οι κύριοι στόχοι της Ευρωπαϊκής Ένωσης περιλαμβάνουν τον σεβασμό για την ιστορία, για τον πολιτισμό και τις ξεχωριστές παραδόσεις κάθε κράτους-μέλους.

Επομένως, για να επιτευχθούν οι προαναφερθέντες στόχοι, αλλά και να αναπτυχθεί ο πολιτιστικός τομέας, η Ε.Ε. μέσω των οργάνων της, υλοποιεί πολιτισμικού χαρακτήρα δράσεις (π.χ. Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης, Ευρωπαϊκός Μήνας Πολιτισμού, Δίκτυο Πολιτιστικών Πρωτευουσών της Ευρώπης κλπ.) (Γαλατσόπουλος, 2013). Ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί πως το πολιτιστικό ενδιαφέρον της Ε.Ε. αναπτύχθηκε *«σε άμεση συνάρτηση με τις οικονομικές και κοινωνικές εξελίξεις της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης τόσο ως προς την ενιαία αγορά όσο και ως προς τον τομέα της κοινωνικής πολιτικής»* (Γαλατσόπουλος, 2013: 30-31).

Στη σύγχρονη εποχή, η βασική πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι η προώθηση του τουρισμού πολιτιστικού χαρακτήρα ως τουριστικό προϊόν που θα ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα στην Ευρώπη, θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας, θα συνδράμει στην προστασία του περιβάλλοντος μέσω τη αειφόρου βιώσιμης ανάπτυξης και θα αναβαθμίσει την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών (Γαλατσόπουλος, 2013). Επομένως, γίνεται κατανοητό το ότι υπάρχει μια αναπόσπαστη σύνδεση ανάμεσα στον πολιτιστικό τουρισμό και στην ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού, φέροντας ως αποτέλεσμα μία είδους συνύπαρξη των πολιτιστικών και των οικονομικών δραστηριοτήτων.

Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι ο τουρισμός και ο πολιτισμός αποτελούν σπουδαίες πολιτικές για την Ε.Ε., δεν υπάρχει ρητή αναφορά του μεγέθους της σπουδαιότητας αυτής στην Συνθήκη της Ρώμης ως πεδίο πολιτικής δράσης (Γαλατσόπουλος, 2013). Ως αποτέλεσμα αυτού, επομένως, η συμμετοχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον τουρισμό και στον πολιτισμό υφίσταται μόνο κατά την περίπτωση όπου συνεπάγεται κάποια οικονομική δραστηριότητα. Έτσι, με τη Συνθήκη του Μάαστριχτ το 1993, τόσο ο τουρισμός όσο και ο πολιτισμός διαχωρίζονται ως διακριτοί τομείς της ευρωπαϊκής πολιτικής δράσης, περιλαμβάνοντας, πλέον, μια πληθώρα πολιτικών και τρόπων χρηματοδότησής τους. Κάποιες δράσεις/προγράμματα πολιτιστικού τουρισμού τα οποία και χρηματοδοτούνται από την Ε.Ε. είναι τα: "Διαδρομές-Επιστροφή στις ρίζες", και, το Πολιτιστικό Πρόγραμμα Έρευνας Τουρισμού ATLAS (Γαλατσόπουλος, 2013).

- Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), ή στα αγγλικά World Tourism Organization (UNWTO), ξεκίνησε την λειτουργία του στις 02/01/1975, έχοντας ως βασικό σκοπό την προβολή και την ανάπτυξη του τουρισμού ώστε να συνεισφέρει στην οικονομική εξέλιξη, στην διεθνούς επιπέδου αλληλοκατανόηση, στην ειρήνη, στην ευημερία, και, στον σεβασμών των κύριων ανθρώπινων δικαιωμάτων και ελευθεριών χωρίς κάποιοι είδους διάκριση παγκόσμια (Γαλατσόπουλος, 2013).

Ο Π.Ο.Τ. από την σύσταση του ως ΜΚΟ το 1999, προχώρησε σε μια σειρά συμφωνιών και διακηρύξεων διεθνούς επιπέδου, όπως η σύμβαση για την προστασία της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς (1972), την διακήρυξη της Μανίλα για τον παγκόσμιο τουρισμό (1980), την απόφαση "του τουριστικού κώδικα" της 6<sup>ης</sup> Γενικής Συνέλευσης (Σόφια-1985) κλπ. (Γαλατσόπουλος, 2013). Κατά τη διάρκεια της 13<sup>ης</sup> Γενικής Συνέλευσης (Σαντιάγκο-1999) ο Π.Ο.Τ., ακόμα, υιοθέτησε τον "Διεθνή Κώδικα περί Τουριστικής Δεοντολογίας", που στα πλαίσια του διεθνή τουρισμού υποστηρίζει: (1) τα αμοιβαία δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του συνόλου των φορέων της βιομηχανίας του τουρισμού, (2) τη θέση των βάσεων για όσο το δυνατό μεγαλύτερη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού στο περιβάλλον, στη κοινωνία και στη πολιτιστική κληρονομιά, και ταυτόχρονα την ενίσχυση των θετικών επιπτώσεων σε επίπεδο ωφέλειας για τους κατοίκους και τους ιδιωτικούς φορείς, (3) τις συνεργασίες ανάμεσα σε τουριστικούς φορείς, ΜΚΟ, συνδικαλιστικές οργανώσεις και τους μηχανισμούς διασφάλισης της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, όπου οι μακροπρόθεσμοι χαρακτήρα κοινωνικές και οικολογικές θετικές επιπτώσεις βρίσκονται σε πρώτη προτεραιότητα από τα βραχυπρόθεσμα κέρδη, και (4) την απαγόρευση εκμετάλλευσης ανηλίκων και γυναικών (Γαλατσόπουλος, 2013). Ο προαναφερθέντας κώδικας, βέβαια, συναντάται συχνά στη βιβλιογραφία και ως "Κώδικας του Παγκόσμιου Πολιτισμού" της UNESCO, ο οποίος αναφέρεται συγκεκριμένα στη σχέση του τουρισμού με την πολιτιστική κληρονομιά (Άρθρο 4) (Γαλατσόπουλος, 2013).

- Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τοποθεσιών

Το Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τοποθεσιών, γνωστό στην αγγλική γλώσσα ως International Monuments and Sites (ICOSMOS), αποτελεί έναν διεθνή, μη κυβερνητικό οργανισμό που ιδρύθηκε από την UNESCO το 1965 και εδρεύει στο Παρίσι (Γαλατσόπουλος, 2013).

Ο βασικός σκοπός ύπαρξης του ICOSMOS αναφέρεται πως είναι το να διευκολύνονται οι επαφές ανάμεσα σε εξειδικευμένους επιστήμονες, το να συλλέγονται και να αξιολογούνται οι πληροφορίες, το να οργανώνονται διάφορες εκπαιδευτικής φύσεως συναντήσεις, και, το να εφαρμόζονται και να συνάπτονται οι διεθνείς συμβάσεις που σχετίζονται με την συντήρηση και την ανάδειξη της πολιτιστικής, αρχιτεκτονικής κληρονομιάς. Ακόμη, όμως, το ICOSMOS έχοντας αναγνωρίσει τη δύναμη του τουρισμού, συμπεριλαμβάνει στις ειδικού τύπου επιτροπές του και την Διεθνή Επιτροπή Πολιτιστικού Τουρισμού, η οποία φέρει ως αντικείμενο δραστηριότητας την *«προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς, παγκόσμιας, εθνικής ή τοπικής, στις περιπτώσεις που αυτή εμπλέκεται με τουριστικές δραστηριότητες»* (Γαλατσόπουλος, 2013: 26). Στα ίδια πλαίσια, χαρακτηριστικό σημείο του ICOSMOS αποτελεί, επιπλέον, ο ορισμός του πολιτιστικού τουρισμού ως οποιασδήποτε μορφής δραστηριότητα που δίνει την ευκαιρία στους επισκέπτες (τουρίστες) να λάβουν μια εμπειρία ανακάλυψης/διερεύνησης που βασίζεται στην καθημερινότητα και στον τρόπο ζωής των άλλων ανθρώπων, γνωρίζοντας τα έθιμα, τις παραδόσεις, το περιβάλλον, και τον τρόπο σκέψης τους, ενώ ταυτόχρονα τους δίνεται η πρόσβαση σε τοποθεσίες ιδιαίτερου ενδιαφέροντος (αρχιτεκτονικά, ιστορικά, αρχαιολογικά) ή οποιασδήποτε άλλης πολιτιστικής αξίας (Γαλατσόπουλος, 2013).

Συμπληρωματικά στα παραπάνω, αξίζει να σημειωθεί πως το κομβικό σημείο που μείωσε τις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού ώστε να διασφαλιστεί η ορθή διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς, αποτέλεσε η υπογραφή της Χάρτας του Πολιτιστικού Τουρισμού (International Cultural Tourism Charter) το 1976 στις Βρυξέλες στο Διεθνές Σεμινάριο για τον Σύγχρονο Τουρισμό και Ουμανισμό. Η Χάρτα, ωστόσο υιοθετήθηκε από το ICOSMOS το 1985 στην 7<sup>η</sup> Γενική Συνέλευση στο Ροστόκ (Γερμανία), και, μετέπειτα στις 08/10/1999 επικυρώθηκε και διατυπώθηκε η αναθεωρημένη Χάρτα στην Γενική Συνέλευση του ICOSMOS που πραγματοποιήθηκε στο Μεξικό (Γαλατσόπουλος, 2013).

- Εκπαιδευτικός Επιστημονικός και Πολιτιστικός Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών

Ο Εκπαιδευτικός Επιστημονικός και Πολιτιστικός Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO)

εδρεύει στο Παρίσι και ξεκίνησε τη λειτουργία του στις 16/01/1945, αποτελώντας τον εξειδικευμένου φύσεως οργανισμό του ΟΗΕ, που, ναί μεν είναι αυτοτελής, αλλά ταυτόχρονα εξαρτάται και από αυτόν (Γαλατσόπουλος, 2013).

Η UNESCO έχει ως αντικείμενο δραστηριότητας το γενικό πλαίσιο του πολιτισμού, όπου ο στόχος της είναι ο σεβασμός «της πολιτιστικής ιδιαιτερότητας- ταυτότητας», και η «αύξηση των πολιτιστικών ανταλλαγών» (Γαλατσόπουλος, 2013: 22). Ακόμα, όμως, όσον αφορά τον πολιτιστικό τουρισμό, η UNESCO τον αντιλαμβάνεται ως το ταχέως αναπτυσσόμενο προϊόν της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, που, μαζί με τον τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς σε μερικές χώρες αναφέρονται στις περιηγήσεις σε ιστορικά κτήρια, μνημεία και μουσεία, ενώ σε άλλες χώρες σχετίζεται περισσότερο με την φυσική ομορφιά των τοπίων, τον οικοτουρισμό, τις τέχνες, την γαστρονομία και τη θρησκεία (Γαλατσόπουλος, 2013).

Ωστόσο, αν και η UNESCO στις πρώτες δεκαετίες από την ίδρυση της έδειχνε περισσότερο ενδιαφέρον για τα μουσεία, των οποίων η ύπαρξη γινόταν αντιληπτή ως τρόπος εκπαίδευσης, στη πορεία επεκτάθηκε και σε έναν ακόμα τομέα ενδιαφέροντος ο οποίος αφορούσε την προστασία των κατεστραμμένων από τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο μνημείων (Γαλατσόπουλος, 2013).

Συμπληρωματικά στα παραπάνω, η UNESCO, κατά τη διάρκεια της «Διεθνούς Δεκαετίας Πολιτιστικής Ανάπτυξης» (δεκαετία του '80), πραγματοποίησε στρατηγικής φύσεως συνεργασίες (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, Παγκόσμια Τράπεζα, Αναπτυξιακό Πρόγραμμα του ΟΗΕ, ιδιωτικές επιχειρήσεις, διαχειριστές χώρων, εμπειρογνώμονες) με κύριους σκοπούς: (1) την ενθάρρυνση σε όλα τα πλαίσια, (2) την παροχή βοήθειας στις χώρες για δημιουργία στρατηγικών μακροπρόθεσμης προστασίας του πολιτισμού και της κληρονομιάς, (3) την απόκτηση οικειότητας των ταξιδιωτών με την πολιτιστική κληρονομιά, και, (4) την συμβολή στην εξασφάλιση της συμμετοχής του μόνιμου πληθυσμού των περιοχών στην ανάπτυξη του τουρισμού (Γαλατσόπουλος, 2013). Επιπλέον, η UNESCO, γνωρίζοντας καλά τον τρόπο διαχείρισης των χώρων που διακρίνονται ως πολιτιστικής κληρονομιάς, έχει αναπτύξει ένα μεγάλο φάσμα δράσεων πολιτιστικού τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο, μεταξύ των οποίων βρίσκεται και το "Δίκτυο Δημιουργικών Πόλεων" το 2004, το οποίο εστιάζει στον τουρισμό νέας γενιάς, όπου δίνεται η δυνατότητα τόσο στους τουρίστες να αλληλοεπιδράσουν με την εκάστοτε τοποθεσία, όσο και στις

πόλεις να αλληλοεπιδράσουν και να ανταλλάξουν εμπειρίες και πληροφορίες μεταξύ τους (Γαλατσόπουλος, 2013).

## **2.5. ΟΙ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

### **2.5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Στη σύγχρονη εποχή, όλο και περισσότερο αυξάνεται ο αριθμός των τουριστών που μεταβαίνουν σε πολιτιστικά αξιοθέατα, γεγονός που οφείλεται στο ότι όντως έχει αυξηθεί η γενική επισκεψιμότητα σε αυτά, και όχι στο ότι τροποποιήθηκαν οι πολιτιστικού χαρακτήρα αναζητήσεις τους (Πασιά, 2020). Ωστόσο, αναζητώντας τις κύριες αιτίες που έχουν οδηγήσει στην αύξηση του πολιτιστικού τουρισμού, σύμφωνα με τον Richards (2003), πιστεύεται πως έχουν συμβάλει καθοριστικά τα ακόλουθα:

- Η βελτίωση του εκπαιδευτικού επιπέδου, όπου, όλο και περισσότεροι άνθρωποι βρίσκονται πλέον στη θέση να ερμηνεύσουν αλλά και να εκτιμήσουν την πολιτιστική αξία των αξιοθέατων (π.χ. των μουσείων, των θεάτρων, της όπερας κλπ.).
- Η αύξηση του αισθήματος νοσταλγίας, όπου, σε αυτό συμβάλλουν οι σύγχρονοι ρυθμοί ζωής και ο αποπροσανατολισμός κάποιων κοινωνικών ομάδων σε σχέση με τον εκσυγχρονισμό των πάντων, με αποτέλεσμα να κρίνεται απαραίτητη η διατήρηση χαρακτηριστικών του παρελθόντος. Όμως, το αίσθημα της νοσταλγίας αποδίδεται επίσης και στη γήρανση του πληθυσμού – αναπόληση παρελθόντος.

Συμπληρωματικά βέβαια στα παραπάνω, δύο ιδιαίτερα δημοφιλείς τάσεις της σύγχρονης εποχής του πολιτιστικού τουρισμού, αποτελούν ο βιώσιμος πολιτιστικός τουρισμός (Sustainable Cultural Tourism), και ο πολιτιστικός τουρισμός στην ψηφιακή εποχή (E-Cultural Tourism), που αναλύονται στη συνέχεια του κεφαλαίου.

### 2.5.2. Ο ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η γενικότερη προσέγγιση του βιώσιμου τουρισμού άρχισε να αποκτά κάποιο εννοιολογικό ενδιαφέρον από το 1980, με τον κύριο ορισμό που αναπτύχθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού να υποστηρίζει πως: *«Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη ικανοποιεί τις ανάγκες των σημερινών τουριστών και των περιοχών υποδοχής, προστατεύοντας και βελτιώνοντας την ευκαιρία για την μέλλον. Προβλέπεται ως αποτέλεσμα η διαχείριση όλων των πόρων με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες να μπορούν να ικανοποιηθούν, ενώ διατηρούνται η πολιτιστική ακεραιότητα, οι ουσιαστικές οικολογικές διαδικασίες, η βιολογική ποικιλομορφία και τα συστήματα υποστήριξης ζωής»* (Γρατσάνη, 2012: 14). Ωστόσο, ακόμα και σήμερα, ενώ ο βιώσιμος τουρισμός στην πραγματικότητα αναφέρεται στην βελτίωση της ευημερίας, της οικονομίας και της δημόσιας υγείας, υπάρχει μια ομάδα ανθρώπων που αντιλαμβάνεται και συνδέει τον βιώσιμο τουρισμό αποκλειστικά με το φυσικό περιβάλλον (Kasim, 2008).

Όσον αφορά, βέβαια, τον βιώσιμο (αιφόρο) πολιτιστικό τουρισμό, η βιβλιογραφία αναφέρει πως στην ουσία θεωρείται συνήθως ως ο κύριος παράγοντας απόκτησης των απαραίτητων πόρων για την διατήρηση και την ενίσχυση της πολιτιστικής κληρονομιάς (European Commission, 2000; DigiCULT European Commission, 2002). Αναλυτικότερα, δηλαδή, κατά τις τελευταίες δεκαετίες, οι έννοιες της πολιτιστικής κληρονομιάς και η διαχείριση της έχουν επεκταθεί, ενώ έγιναν πιο περίπλοκες στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο κόσμο, όπου, οι ραγδαίες οικονομικές αλλαγές και η συνακόλουθη αστική ανάπτυξη συνέβαλαν αισθητά στη διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς (Chiabai, και Paskaleva, 2013). Έτσι, στη νεότερη εποχή η τουριστική βιομηχανία μπορεί να περιγραφεί ως ένα δίκτυο συνεργασιών που δημιουργούν το τουριστικό προϊόν (Chiabai, και Paskaleva, 2013). Αυτού του είδους το δίκτυο συνεργασιών, συνήθως, εντοπίζεται σε διάφορες μορφές και έχει διαφορετικούς στόχους, γεγονός που καθιστά απαραίτητη την αιφόρο διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς (Reid, et al., 2008; Chiabai, και Paskaleva, 2013).

Σύμφωνα με τους Dorcheh, και Mohamed (2013), οι οποίοι στην έρευνα τους αναφέρονται στην Ευρωπαϊκή Ένωση Ιστορικών Πόλεων και Περιφερειών, οι βασικές αρχές του βιώσιμου πολιτιστικού τουρισμού είναι:



1. Η επίδειξη προσοχής στις κλιματικές αλλαγές και η αντιμετώπιση τους ως ένα κρίσιμο και μη συμπληρωματικό παγκόσμιο ζήτημα – προσπάθεια μείωσης των εκπομπών άνθρακα.
2. Η επίδειξη προσοχής στην εγγενή αξία της πολιτιστικής κληρονομιάς των ιστορικών κωμοπόλεων.
3. Η επίδειξη σεβασμού και θαυμασμού προς την πραγματικότητα και την αλήθεια, τις εξαιρετικές ιδιότητες, τα δικαιώματα και τις πεποιθήσεις των τοπικών πολιτισμών και τη υποστήριξη προσεγγίσεων στον πολιτιστικό τουρισμό.
4. Η αντιμετώπιση του πολιτιστικού τουρισμού ως μια οικονομικά σημαντική δραστηριότητα που θα πρέπει να συμπεριλαμβάνεται σε ένα συνολικό χρονοδιάγραμμα και στην ατζέντα της αειφόρου ανάπτυξης.
5. Η διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και η συμβολή όλων στην επίτευξη αυτού του στόχου.
6. Η συγκέντρωση της προσοχής στις ανάγκες των τοπικών κοινωνιών και στην συμμετοχή στην ανάπτυξη και στον προγραμματισμό των τοπικών κοινωνιών και των κοινοτήτων υποδοχής.
7. Η εστίαση στην δικαιοσύνη, η οποία αποτελεί ζωτικής σημασίας παράγοντα για τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα, και, η κατανόηση του ότι ο πολιτιστικός τουρισμός θα πρέπει να βασίζεται στην παροχή δίκαιων οφελών στις τοπικές κοινωνίες.
8. Η προσπάθεια για επίτευξη μιας αποτελεσματικής διαχείρισης, η οποία απαιτεί καλά οργανωμένη δράση από όλους τους εμπλεκόμενους (τοπικοί φορείς, τοπικές ομάδες ανθρώπων, τοπικών επιχειρήσεων).
9. Η θέση του πολιτιστικού τουρισμού σε κατάσταση αντίδρασης και ανταπόκρισης στις ελλείψεις του επισκέπτη και σε ρόλο βοηθού προκειμένου να επιτευχθεί μια υψηλής ποιότητα εμπειρία.
10. Η αξιολόγηση του αντικτύπου του τουρισμού σύμφωνα με την αξία των καταναλωτών και των παραγωγών.
11. Η διαχείριση και η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού ώστε να ανταποκρίνεται στην αλλαγή.

Λαμβάνοντας υπόψη, λοιπόν, τις βασικές αρχές του βιώσιμου (αειφόρου) πολιτιστικού τουρισμού, γίνεται κατανοητή η αυξανόμενη σημασία των

ενδιαφερομένων και των τοπικών κοινωνιών για τη διαχείριση και τον σχεδιασμό της πολιτιστικής κληρονομιάς. Παρόλα αυτά, όμως, για την επίτευξη των στόχων της βιώσιμης πολιτιστικής ανάπτυξης του τουρισμού αλλά και της διατήρησης των πολιτισμικών πόρων, αξίζει να σημειωθεί πως είναι κρίσεως σημασίας η συμμετοχή όλων των ενδιαφερομένων, τόσο στον σχεδιασμό, όσο και στη διαδικασία λήψης αποφάσεων (Dorcheh, και Mohamed, 2013).

### **2.5.3. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ**

Το διαδίκτυο, είναι το πιο εύχρηστο κανάλι διανομής και η πιο οικονομική μέθοδος προσέλκυσης των καταναλωτών σε όλους τους σύγχρονους κλάδους, συμπεριλαμβανομένης της τουριστικής βιομηχανίας και του κλάδου του πολιτιστικού τουρισμού.

Όσο ο πολιτιστικός τουρίστας γίνεται πιο διαδραστικός, τόσο και ο πολιτιστικός τουρισμός πρέπει να γίνεται δημιουργικός (Ei, και Karamanis, 2017). Όμως, αν και η νέα αυτή μορφή τουρισμού είναι δύσκολο να αντιμετωπιστεί σε συνάρτηση με τον παραδοσιακό τουρισμό, υποστηρίζεται πως υπάρχει πληθώρα ευκαιριών για την απόκτηση εναλλακτικών πηγών εσόδων στις περιφέρειες. Άλλωστε, ο παραδοσιακός πολιτιστικός τουρισμός, τα τελευταία χρόνια, έχει περισσότερο τη μορφή του μαζικού τουρισμού, καθώς, γνωστές τοποθεσίες προσελκύουν μεγάλο αριθμό τουριστών, υποβαθμίζοντας τη ποιότητα της εμπειρίας και απωθώντας τους "σοβαρούς" πολιτιστικούς τουρίστες. Επιπλέον, πολλά μέρη προκειμένου να αναδείξουν μια μοναδική εικόνα ακολουθούν παρόμοιες στρατηγικές που φέρουν ως αποτέλεσμα το να φαίνονται όλα ίδια στα μάτια των πολιτιστικών τουριστών (Ei, και Karamanis, 2017).

Πολλοί τουρίστες, πλέον, αναζητούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού που συνδέονται με τη γνώση και τις δεξιότητες, σε νέες περιοχές, μακριά από την πολιτιστική κληρονομιά, και ξεχωρίζουν τόσο για την δημιουργική τους ατμόσφαιρα, όσο και για την ευκαιρία συμμετοχής σε καινοτόμες δραστηριότητες. Λαμβάνοντας υπόψη, λοιπόν, τα νέα "θέλω" των πολιτιστικών τουριστών, δημιουργείται μία νέα παγκόσμια πρόκληση, που είναι το να ανιχνευθούν τρόποι ενσωμάτωσης της καινοτομίας και της δημιουργικότητας ώστε οι τουρίστες να πιστέψουν πως όντως βρίσκονται στο μοναδικό μέρος που επιθυμούν (Ei, και Karamanis, 2017).

Στη σύγχρονη εποχή, ήδη, πολλά τουριστικά γραφεία και πολιτιστικά ιδρύματα έχουν δημιουργήσει διαδικτυακές παρουσιάσεις υπερμέσων, με κοινό στόχο την προώθηση των προϊόντων τους, με δυναμικό παράδειγμα το Βρετανικό Μουσείο (Lazarinis, et al., 2008). Ωστόσο, προκειμένου να επιτευχθεί η προσέλκυση περισσότερων ηλεκτρονικών επισκεπτών είναι απαραίτητο οι ιστότοποι αυτοί να είναι εύχρηστοι και ελκυστικοί (Lazarinis, et al., 2008). Σε αυτό το σενάριο, οι πολιτιστικοί οργανισμοί (π.χ. μουσεία, γκαλερί, βιβλιοθήκες, αρχαιολογικοί χώροι, κλπ.) πρέπει να κατανοήσουν πως δεν αποτελούν, πλέον, κανάλια παθητικής εκπαίδευσης, αλλά είναι πάροχοι πραγματικής εμπειρίας (Ciasullo, et al., 2018). Επομένως, γίνεται προφανές ότι η πολιτιστική αξία δεν είναι προκαθορισμένη βάση της προσφοράς, αλλά συν δημιουργείται ή προκύπτει από την αλληλεπίδραση με τους χρήστες. Υπό το φως αυτών των δεδομένων, λοιπόν, πιστεύεται ότι οι τεχνολογικές πλατφόρμες που έχουν δημιουργηθεί, όχι μόνο ενισχύουν τη σύνδεση και τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ ενός αυξανόμενου αριθμού χρηστών (πέραν της δυάδας παρόχου-πελάτη), αλλά ταυτόχρονα συμβάλλουν στη βαθιά αλλαγή των διαδικασιών δημιουργίας πολιτιστικής αξίας (Ciasullo, et al., 2018). Δηλαδή, στην πραγματικότητα αυτό που κάνουν, είναι να διαμορφώνουν ένα καθηλωτικό, διαδραστικό και εικονικό πλαίσιο, στο οποίο μπορεί να βιωθεί ο πολιτισμός και να συν δημιουργηθεί ηλεκτρονική αξία. Όμως, για να θεωρείται πως οι τουριστικοί ιστότοποι είναι όντως αποτελεσματικοί και δημιουργούν αξία, είναι απαραίτητο να είναι δυναμικοί, και να υπόκεινται σε συνεχή ενημέρωση, καινοτομία και ορθή διαχείριση (Lazarinis, et al., 2002; Albert, et al., 2004).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### 3.1. ΣΥΝΤΟΜΗ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το φαινόμενο του τουρισμού στην Ελλάδα δεν ξεκίνησε κατά την περίοδο της σύγχρονης μεταπολεμικής περιόδου (μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο) όπως πιστεύουν πολλοί εξαιτίας της ταχείας αύξησης των τουριστών στη χώρα, αλλά στις αρχές του 19<sup>ου</sup> αιώνα (Φίλιππα, 2013). Συγκεκριμένα, ως έτος ορόσημο για τη γέννηση του ελληνικού τουρισμού θεωρείται το 1895, όπου ιδρύθηκε η "Ποδηλατική Εταιρία", η οποία μετέπειτα (το 1909) τροποποίησε το καταστατικό της συμπεριλαμβάνοντας, εκτός του ποδηλατικού τμήματος, και τον περιηγητισμό, και μετονομάστηκε σε "Ελληνική Εταιρία Περιηγήσεων – Touring Club". Ωστόσο, και πριν από το 1890 υποστηρίζεται πως ιδρύθηκε μια πληθώρα σωματείων που επικεντρώνονταν στον εσωτερικό τουρισμό όπως ο "Περιπατητικός Σύλλογος" (1887), και ο "Άνευ ρεκλάμας Πεζοπορικός Σύλλογος" (1889) (Φίλιππα, 2013). Έτσι, αφού είχε γίνει η αρχή, μετά το 1900, ακολούθησε η ίδρυση της "Εταιρίας των Φιλοξένων" και η πρώτη κρατική τουριστική υπηρεσία σε ελληνικό έδαφος με την επωνυμία "Γραφείον Ξένων και Εκθέσεων" στο υπουργείο Εθνικής Οικονομίας εν έτη 1914, και, το 1929 συστάθηκε και ο "Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού" επί της κυβερνήσεως του Ελευθέριου Βενιζέλου βάσει του Νόμου 4377/1929 (Φίλιππα, 2013).

Παρά το γεγονός, βέβαια, ότι υπήρχε όντως έντονη δραστηριότητα εκείνη την εποχή για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού, έως και τη λήξη του Β' Παγκοσμίου Πολέμου δεν ήταν δυνατό να υπάρξει κάποιο αποτέλεσμα, αφού ήταν αδύνατη η δημιουργία του απαραίτητου κλίματος ώστε να προσελκυστεί ένας ικανοποιητικός αριθμός ξένων τουριστών στη χώρα. Άλλωστε, εκείνη την εποχή, έως και το 1913 δεν υπήρχε κατάλληλη υποδομή, αλλά, ούτε τα απαραίτητα για τη λειτουργία της τουριστικής δραστηριότητας στελέχη (Φίλιππα, 2013). Η κατάσταση αυτή, όμως, διαφοροποιήθηκε όταν ανακαλύφθηκε η ατμομηχανή, επεκτάθηκε το σιδηροδρομικό δίκτυο και κατασκευάστηκαν πολυτελή κρουαζιερόπλοια (αρχές του 19<sup>ου</sup> αιώνα). Βέβαια, εντός του χρονικού διαστήματος από τον 19<sup>ο</sup> αιώνα έως και τις αρχές του 20<sup>ου</sup>, οι γενικότερες αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα ήταν μεν

αυξημένες αλλά παρέμεναν «σποραδικές, μεμονωμένων προσώπων ή ομάδων υψηλής οικονομικής και κοινωνικής στάθμης» που στη λαϊκή διάλεκτο ήταν γνωστοί ως “λόρδοι ή “μιλόρδοι” (Φίλιππα, 2013).

Η αναβάθμιση, ωστόσο, των τεχνολογιών και των υποδομών ήταν καθοριστικής σημασίας για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού, ιδιαίτερα εξαιτίας της μαζικοποίησης της χρήσης των αυτοκινήτων και των αεροπλάνων. Κυρίως, όπως αναφέρεται, η χρήση των αεροπλάνων, ήταν αυτή που μείωσε αισθητά τις χρονο-αποστάσεις και προσέφερε ταξιδιωτικά πακέτα για περισσότερα κοινωνικά στρώματα, δίνοντας στα ταξίδια διακοπών μεγαλύτερη ζήτηση (Φίλιππα, 2013). Έτσι, η σημαντική αυτή εξέλιξη, όχι μόνο προσέλκυσε (και συνεχίζει να προσελκύει) μεγάλο αριθμό τουριστών, αλλά, δημιούργησε και εναλλακτικές μορφές τουρισμού αυξάνοντας ταυτόχρονα τον ανταγωνισμό μεταξύ των γειτονικών χωρών, αφού κύρια προϋπόθεση ήταν η δημιουργία των κατάλληλων υποδομών ώστε να επιτραπεί η ανάπτυξη σχετικών τουριστικού χαρακτήρα δραστηριοτήτων (Φίλιππα, 2013).

Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί, πως, διαχρονικά, στην ελληνική επικράτεια, υπήρξε μια απουσία στρατηγικής, η οποία λειτούργησε ως ανασταλτικός παράγοντας των προσπαθειών που γίνονταν κατά καιρούς για να βελτίωση τόσο της εγχώριας οικονομικής κατάστασης, όσο και «του πολιτιστικού και πνευματικού επιπέδου των λαών με βάση τη μετακίνηση από τόπο σε τόπο» (Φίλιππα, 2013).

## **3.2. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗ ΝΕΟΤΕΡΗ ΕΠΟΧΗ**

### **3.2.1. ΣΥΝΤΟΜΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Το φαινόμενο του τουρισμού στην Ελλάδα είναι μια δραστηριότητα που συνδέεται στενά με πολλούς οικονομικούς κλάδους, που χαρακτηρίζεται, μάλιστα, ως «πολύπλευρος» διότι σε αυτόν είναι απαραίτητη η συμβολή δεδομένων οικονομικού, κοινωνικού, πολιτιστικού και περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος (Σκανδαλάκης, 2017: 11).

Στο εύρος των τελευταίων δεκαετιών στην ελληνική επικράτεια βρίσκεται σε έξαρση το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού, όπου χρησιμοποιήθηκαν ναυλωμένα αεροπλάνα για την μεταφορά (αλλοδαπών κυρίως) τουριστών στη χώρα με

χαμηλότερο κόστος. Ακόμα, όμως, υπήρξε και μία γενικότερη πίεση στις τιμές εξαιτίας των διεθνών ταξιδιωτικών πρακτόρων που οδήγησε στην περαιτέρω μείωση των τιμών, αφού συχνά οι παρεχόμενες υπηρεσίες ήταν λιγότερο από ικανοποιητικές (Σκανδαλάκης, 2017).

Στη χώρα αξιοποιήθηκαν κυρίως οι δυνατότητες που προσέφερε η νησιωτική χώρα, όπου εκεί, κατά το δεύτερο μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα πραγματοποιήθηκαν σημαντικές τουριστικές επενδύσεις (Σπυρίδου, 2011). Συγκεκριμένα, δηλαδή, κατασκευάστηκαν μεγάλες και σύγχρονες για την εποχή ξενοδοχειακές μονάδες που είτε κατάφεραν να ολοκληρωθούν με άμεσες κρατικές παρεμβάσεις και του ΕΟΤ, είτε μέσω ξένων επενδύσεων. Όμως, εντύπωση προκαλεί το γεγονός πως παράλληλα αναπτύχθηκαν και οι οικογενειακού χαρακτήρα επιχειρήσεις, οι οποίες, στην αρχή, λειτούργησαν συμπληρωματικά με την γεωργική δραστηριότητα, φτάνοντας στην πορεία να την αντικαταστήσουν, αφού δόθηκε κίνητρο για την ανάπτυξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων (Σπυρίδου, 2011).

Ο τουρισμός, συμπληρωματικά στα παραπάνω, λειτούργησε ανασταλτικά για την ελληνική οικονομία. Συγκεκριμένα, δηλαδή, κατά την περίοδο της εικοσαετίας 1960 – 1980, ο μέσος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας ήταν σχεδόν διπλάσιος από αυτόν της βιομηχανίας, ενώ κατά τη διάρκεια του 1980 – 2000 έγινε δωδεκαπλάσιος (Σκανδαλάκης, 2017). Επιπρόσθετα, αξίζει να σημειωθεί πως και ο ρυθμός αύξησης των ξένων τουριστών στην ελληνική επικράτεια ήταν πιο γρήγορος συγκριτικά με τον αντίστοιχο ευρωπαϊκό και τον παγκόσμιο. Στην αυξητική αυτή τάση του ελληνικού τουρισμού θεωρείται πως συνέβαλλαν σημαντικά οι χαμηλές τιμές στα καταναλωτικά προϊόντα και η χαμηλή ισοδυναμία στο νόμισμα τις δραχμής με το δολάριο ΗΠΑ και τα υπόλοιπα ευρωπαϊκά νομίσματα, προσελκύοντας έτσι Ευρωπαίους με μεσαίο εισόδημα που επέλεγαν τον οργανωμένο τουρισμό μέσω των tour operators δημιουργώντας ένα «*χαμηλό κατά κεφαλήν τουριστικό έσοδο*» (Σπυρίδου, 2011: 20).

Ωστόσο, κατά την δεκαετία 1990 – 2000 ο ρυθμός αύξησης των αφίξεων στην Ελλάδα παρουσίαζε μείωση, μεγαλύτερη από αυτή των υπόλοιπων χωρών της Ευρώπης και του υπόλοιπου κόσμου, καθώς το επίπεδο τιμών αυξήθηκε εξαιτίας των νέων συνθηκών (ένταξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση και στην ευρωζώνη), γεγονός που οδήγησε τους ξένους τουρίστες σε αναζήτηση οικονομικότερων προορισμών

(π.χ. Τουρκία) (Σπυρίδου, 2011). Η μείωση όμως αυτή στις αφίξεις ξένων τουριστών στην Ελλάδα συνεχίστηκε και στο επόμενο διάστημα έως το 2003, δημιουργώντας κρίση στον κλάδο που θεωρήθηκε ως αποτέλεσμα της γενικής οικονομικής ευρωπαϊκής κρίσης και περισσότερο της Γερμανίας (Σπυρίδου, 2011).

Η κατάσταση όμως αυτή, φάνηκε πως άλλαζε εξαιτίας των Ολυμπιακών Αγώνων (Αθήνα – 2004), κάτι όμως που όπως αποδείχθηκε ήταν προσωρινό, καθώς, η ανοδική τάση του τουρισμού διακόπηκε ξανά εξαιτίας της εγχώριας και της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης (Αγριαντώνη, 2016). Από την μετά-ολυμπιακή περίοδο, ωστόσο, η κατάσταση που επικρατούσε ως προς τον ελληνικό τουρισμό ήταν στάσιμη. Παρόλα αυτά, βέβαια, αν και η γενικότερη οικονομική ανάκαμψη του 2010 καθυστέρησε να φτάσει την Ελλάδα εξαιτίας της εγχώριας οικονομικής κρίσης, από το 2012 κι έπειτα παρατηρείται μία σημαντική αύξηση στις αφίξεις των τουριστών, που το 2015 έφτασε, μάλιστα, τις 23.599.455 (Πίνακας 3.2.1) (Αγριαντώνη, 2016).

**Πίνακας 3.2.1.1.: Οι ετήσιες αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα (2007-2015).**

| <b>ΕΤΟΣ</b> | <b>ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΕΤΗΣΙΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ</b> | <b>ΜΕΤΑΒΟΛΗ</b> |
|-------------|----------------------------------|-----------------|
| <b>2007</b> | 16.165.265                       | -               |
| <b>2008</b> | 15.938.806                       | -1,4%           |
| <b>2009</b> | 14.914.534                       | -6,43%          |
| <b>2010</b> | 15.007.490                       | 0,62%           |
| <b>2011</b> | 16.427.247                       | 9,46%           |
| <b>2012</b> | 15.517.622                       | -5,54%          |
| <b>2013</b> | 17.919.580                       | 15,48%          |
| <b>2014</b> | 22.033.463                       | 22,96%          |
| <b>2015</b> | 23.599.455                       | 7,11%           |

(Πηγή: Αγριαντώνη, Μ. (2016). Πολιτιστικός Τουρισμός: Μουσεία και Αρχαιολογικοί Χώροι στην Αθήνα. Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, ΔΠΜΣ Αρχιτεκτονική Σχεδιασμός του Χώρου, Κατεύθυνση: Πολεοδομία – Χωροταξία, σελ. 3.)

Η παραπάνω περιγραφόμενη ανάκαμψη του τουρισμού από το 2012 κι' έπειτα, όπως φαίνεται στο επόμενο πίνακα (Πίνακας 3.2.2.) συνεχίστηκε έως και το 2019, όπου οι αφίξεις των τουριστών έφτασαν τα 31.348.000 (ΙΝΣΕΤΕ, 2022). Ωστόσο, εξαιτίας της γενικής υγειονομικής κρίσης του COVID 2019, ήταν αναμενόμενο πως οι τουριστικές μετακινήσεις στα πλαίσια των γενικότερων περιορισμών θα εμφάνιζαν σημαντική μείωση, όπως και έγινε, αφού σύμφωνα με τον ΙΝΣΕΤΕ (2022), το 2020 (πρώτο έτος της πανδημίας) οι ετήσιες τουριστικές αφίξεις σε ελληνικό έδαφος ήταν μόνο 7.374.000, ενώ διπλασιάστηκαν το 2021 (δεύτερο έτος της πανδημίας – έναρξη μαζικών εμβολιασμών) στα 14.705.000.

**Πίνακας 3.2.1.2: Οι ετήσιες αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα (2016-2021).**

| <b>ΕΤΟΣ</b> | <b>ΣΥΝΟΛΙΕΣ ΕΤΗΣΙΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ</b> |
|-------------|---------------------------------|
| <b>2016</b> | 24.799.000                      |
| <b>2017</b> | 27.194.000                      |
| <b>2018</b> | 30.123.000                      |
| <b>2019</b> | 31.348.000                      |
| <b>2020</b> | 7.374.000                       |
| <b>2021</b> | 14.705.000                      |

(Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ. (2022). Στατιστικά Στοιχεία Εισερχόμενου Τουρισμού: Βασικά Τουριστικά Μεγέθη της Ελλάδας.)

### **3.2.2. ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Από την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα κι' έπειτα, η Ελλάδα βρέθηκε στο επίκεντρο της αγοράς του τουρισμού, όπου παρατηρήθηκε μία αύξηση στις εισερχόμενες αφίξεις τουριστών (Παπαγεωργίου, 2013). Επομένως, λαμβάνοντας υπόψη τα δεδομένα αυτά, θεωρήθηκε απαραίτητη η ανάπτυξη κύριων υποδομών που θα συνέβαλλα ακόμη περισσότερο στην εγχώρια τουριστική ανάπτυξη. Η ανάπτυξη των ελληνικών υποδομών κατά τα τελευταία έτη θεωρείται πως εμφάνισε σημαντική πρόοδο και χαρακτηρίζεται ως ο καταλυτικός παράγοντας της γενικότερης αύξησης των επισκέψεων των τουριστών στα ελληνικά εδάφη.



Οι κυριότερες υποδομές στην Ελλάδα που ολοκληρώθηκαν στη σύγχρονη εποχή είναι:

- Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών

Ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών είναι πλέον αναγνωρισμένος «ως ένα από τα καλύτερα αεροδρόμια του κόσμου» (Παπαγεωργίου, 2013: 51). Ακόμα, όμως, ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών δεν έμεινε μόνο στην δημιουργία των κατάλληλων υποδομών, αλλά εφάρμοσε και διάφορου τύπου στρατηγικές μάρκετινγκ, οι οποίες οδήγησαν στην σύναψη συνεργασίας με δώδεκα καινούριες αεροπορικές εταιρίες.

- Αναβάθμιση Αεροδρομίων

Τα αεροδρόμια που ευρίσκονται στην Ελλάδα είναι στο σύνολο τους σαράντα, τα δεκαπέντε εκ των οποίων είναι διεθνή (Παπαγεωργίου, 2013). Επομένως, κρίθηκε απαραίτητο να αναβαθμιστούν προκειμένου να μπορούν να εξυπηρετήσουν όσο το δυνατό καλύτερα τους τουριστικούς επισκέπτες, αλλά και την αύξηση των πτήσεων τσάρτερ.

- Εθνικό Οδικό Δίκτυο / Εγνατία Οδός / Ιόνια Οδός / Αττική Οδός

Το Εθνικό Οδικό Δίκτυο, το οποίο ενώνει τον Βορρά με τον Νότο και την Ανατολή με τη Δύση αποτελεί πλέον «ένα ενιαίο και άρτια σχεδιασμένο δίκτυο» (Παπαγεωργίου, 2013: 51). Εκτός όμως από το Εθνικό Οδικό Δίκτυο, σημαντική για τις μετακινήσεις ήταν και η κατασκευή της Εγνατίας Οδού, της Ιόνιας Οδού και Αττικής Οδού. Συγκεκριμένα, η Εγνατία Οδός αποτέλεσε ένα από τα σπουδαιότερα έργα της Ε.Ε. αφού ενώνει την Ηγουμενίτσα με την Τουρκία. Ακόμα, η Ιόνια Οδός, ήρθε για να ολοκληρώσει την αναβάθμιση του οδικού δικτύου, αφού συνδέει την Πάτρα με την Ηγουμενίτσα. Τέλος, η ολοκλήρωση και της Αττικής Οδού αποτέλεσε κι αυτή με τη σειρά της μια εξέχουσας σημασίας οδική αρτηρία που διευκόλυνε την εφοδιαστική αλυσίδα στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής, αφού συνέδεε το αεροδρόμιο με τα λιμάνια και τους σιδηροδρομικούς σταθμούς (Παπαγεωργίου, 2013).

- Το Μετρό της Αθήνας

Μία ακόμα σημαντική επιτυχία για την καλύτερη εξυπηρέτηση των επιβατών αποτέλεσε και το Μετρό της Αθήνας, η κατασκευή του οποίου συνέβαλε στην

βελτίωση των μεταφορών επεκτείνοντας τις γραμμές του και το ωράριο λειτουργίας του (Παπαγεωργίου, 2013).

- Το Δίκτυο Ταχύπλων Πλοίων

Η μεταφορική υποδομή της χώρας συμπληρώνεται με την ανάπτυξη του Δικτύου Ταχύπλων Πλοίων, το οποίο επεκτάθηκε ακόμη περισσότερο προσθέτοντας και μία επιπλέον υπηρεσία, αυτή των υδροπλάνων, που συνδέει τα τις ελληνικές νήσους (Παπαγεωργίου, 2013).

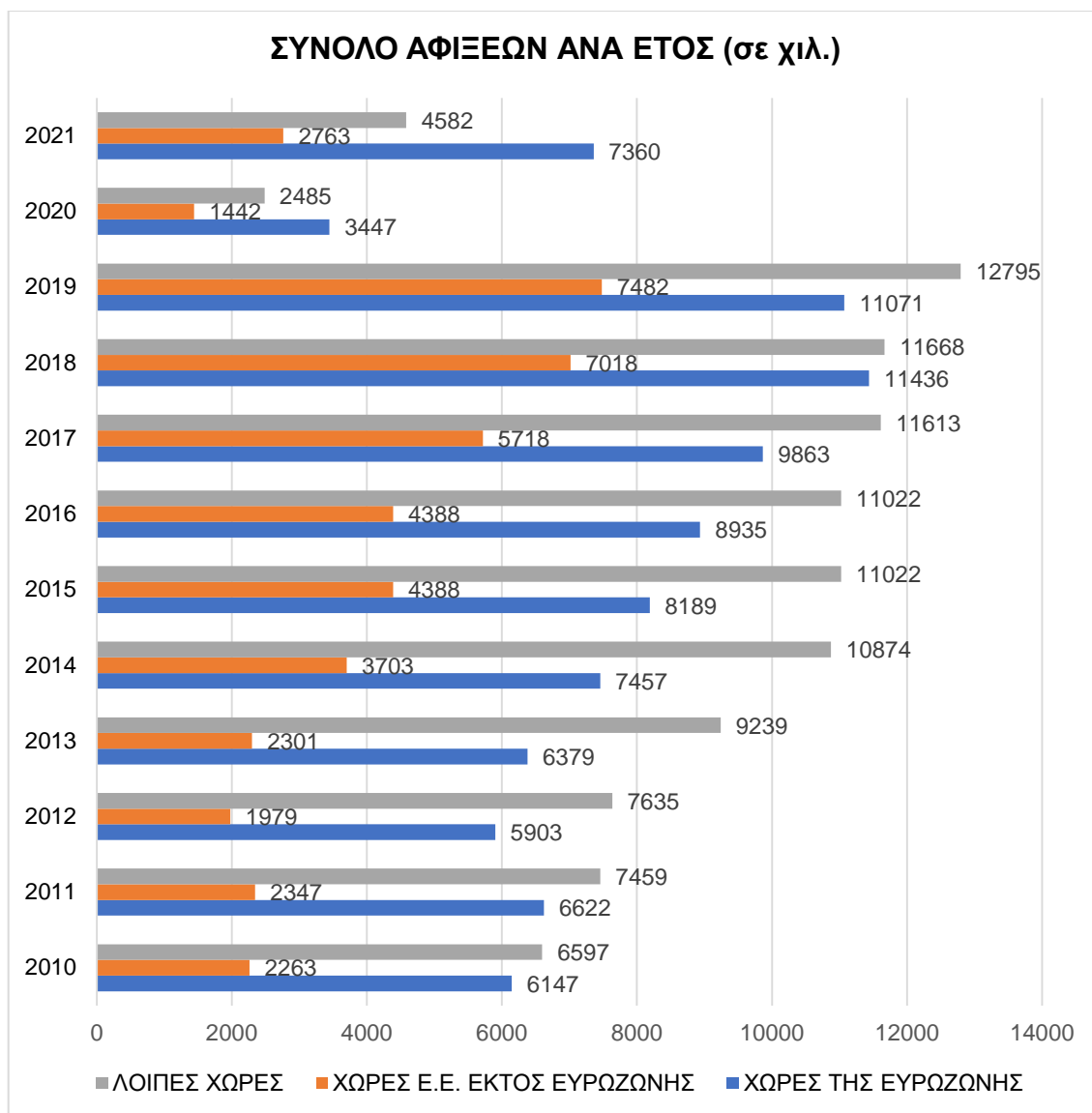
### **3.2.3. ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΙΣΚΕΠΤΟΝΤΑΙ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Η πλειοψηφία του συνόλου των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα, όπως φαίνεται άλλωστε και στο ακόλουθο γράφημα (Γράφημα 3.2.2.1.), τουλάχιστον για τα έτη από το 2010 έως και το 2019, προέρχεται κυρίως από τις Λοιπές Χώρες. Ως Λοιπές Χώρες αναφέρονται οι: Αλβανία, Αυστραλία, Ελβετία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ, Καναδάς, Ρωσία, Λοιπές (ΙΝΣΕΤΕ, 2022). Παρόλα αυτά, όμως, όπως είναι ορατό η κατάσταση αυτή τροποποιείται στην διετία 2020 – 2021, καθώς, εκείνα τα έτη η πλειοψηφία των συνολικών αφίξεων προέρχεται από τις Χώρες της Ευρωζώνης (Αυστρία, Βέλγιο, Γαλλία, Γερμανία, Ισπανία, Ιταλία, Κύπρος, Ολλανδία, Λοιπές) (ΙΝΣΕΤΕ, 2022).

Τη δεύτερη θέση εισερχόμενου στη χώρα τουρισμού, όπως φαίνεται όπως φαίνεται ξανά από το ακόλουθο γράφημα (Γράφημα 3.2.2.1.), για τα έτη από το 2010 έως και το 2019, καταλαμβάνουν οι χώρες της Ευρωζώνης, ενώ για τη διετία 2020 – 2021 η δεύτερη θέση καταλαμβάνεται από τις Λοιπές Χώρες (ΙΝΣΕΤΕ, 2022).

Τέλος, στο γενικό σύνολο των ετών από το 2010 έως και το 2021, είναι ορατό ότι η σταθερή μειοψηφία των τουριστών που εισέρχονται στην Ελλάδα αφορά τις Χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, εκτός αυτών της Ευρωζώνης. Οι χώρες αυτές είναι οι: Δανία, Ρουμανία, Σουηδία, Τσεχία, και οι Λοιπές χώρες με αυτό το χαρακτηριστικό (ΙΝΣΕΤΕ, 2022).

***Γράφημα 3.2.3.1.: Οι συνολικές αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα ανά έτος σε χιλιάδες (2010-2021).***



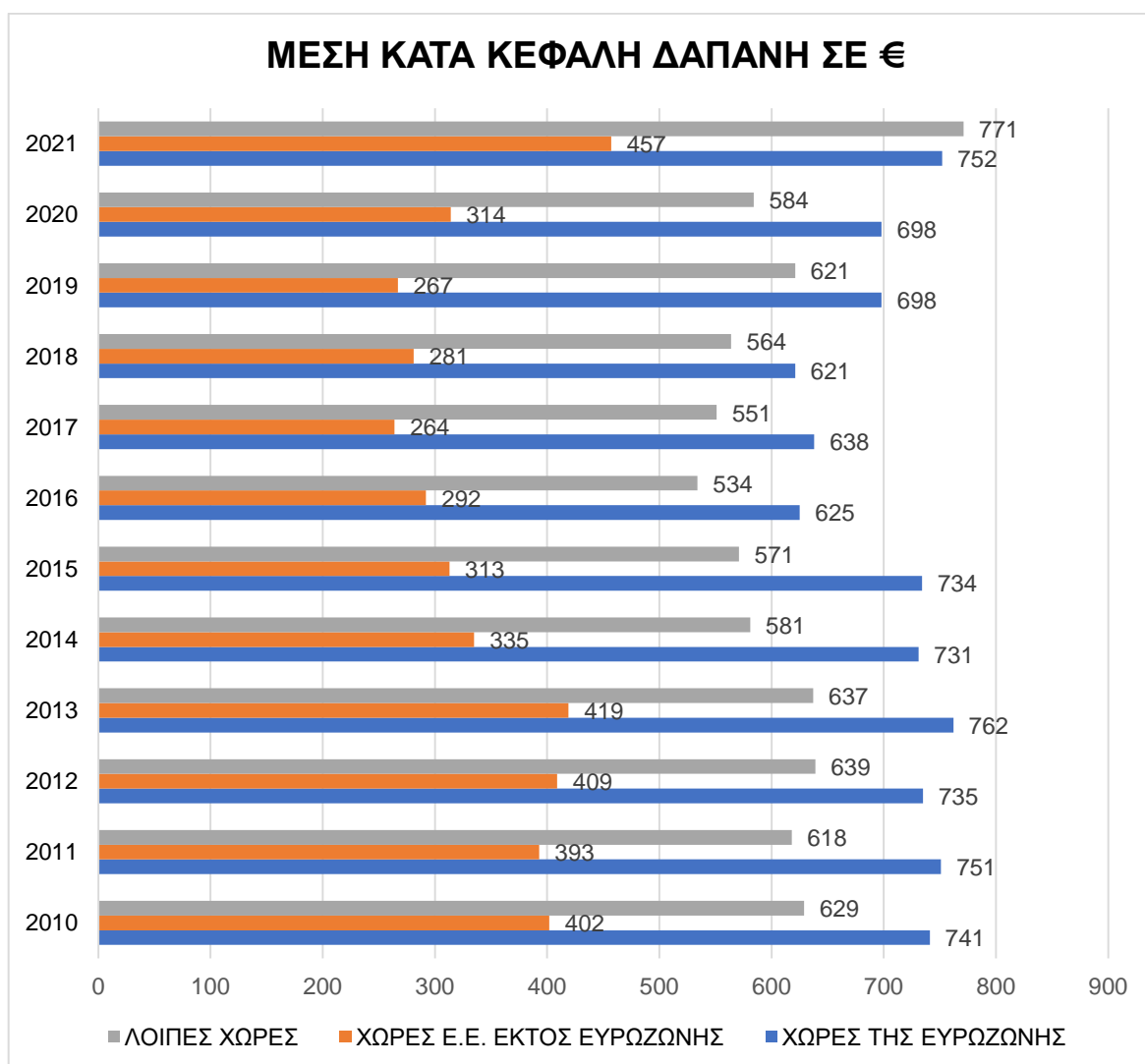
(Πηγή Δεδομένων: ΙΝΣΕΤΕ. (2022). Στατιστικά Στοιχεία Εισερχόμενου Τουρισμού: Βασικά Τουριστικά Μεγέθη της Ελλάδας.)

Συνεχίζοντας, ωστόσο, κρίνεται σημαντική και η εξέταση της μέση κατά κεφαλή δαπάνης των τουριστών που επισκέπτονται τους ελληνικούς προορισμούς. Για τα έτη, λοιπόν, από το 2010 έως και το 2020, όπως φαίνεται και στο παρακάτω γράφημα (Γράφημα 3.2.2.2.), η μεγαλύτερη μέση κατά κεφαλή δαπάνη προέρχεται από τους τουρίστες των χωρών της Ευρωζώνης (Αυστρία, Βέλγιο, Γαλλία, Γερμανία, Ισπανία, Ιταλία, Κύπρος, Ολλανδία, Λοιπές), ενώ για το 2021 την πρώτη θέση με την μεγαλύτερη μέση κατά κεφαλή δαπάνη κατέχουν οι Λοιπές Χώρες (Αλβανία, Αυστραλία, Ελβετία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ, Καναδάς, Ρωσία, Λοιπές) (ΙΝΣΕΤΕ, 2022).

Στην δεύτερη θέση, με λίγο χαμηλότερη μέση κατά κεφαλή δαπάνη για τα έτη από το 2010 έως και το 2020, βρίσκονται οι Λοιπές Χώρες, ενώ για το 2021 οι χώρες της Ευρωζώνης (ΙΝΣΕΤΕ, 2022).

Τέλος, για το γενικό σύνολο των ετών από το 2010 έως και το 2021, σταθερά στην τελευταία θέση με τη πιο χαμηλή μέση κατά κεφαλή δαπάνη βρίσκονται οι Χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, εκτός αυτών της Ευρωζώνης. Οι χώρες αυτές είναι οι: Δανία, Ρουμανία, Σουηδία, Τσεχία, και οι Λοιπές χώρες με αυτό το χαρακτηριστικό (ΙΝΣΕΤΕ, 2022).

**Γράφημα 3.2.3.2.: Η μέση κατά κεφαλή δαπάνη των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα ανά χώρα προέλευσης σε € (2010-2021).**



(Πηγή Δεδομένων: ΙΝΣΕΤΕ. (2022). Στατιστικά Στοιχεία Εισερχόμενου Τουρισμού: Βασικά Τουριστικά Μεγέθη της Ελλάδας.)

Ωστόσο, στα πλαίσια της γενικότερης ανάλυσης των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα, κρίνεται σημαντική και η παράθεση της ανάλυσης του Σκανδαλάκη (2017), ο οποίος, στην έρευνα του διαχωρίζει την αγορά του ελληνικού τουρισμού βάση του σκοπού σε: (1) Ήλιος και Θάλασσα, (2) City Break, και (3) Πολιτισμός και Θρησκεία.

- Αγορά 1: Ήλιος και Θάλασσα

Σύμφωνα με τον Σκανδαλάκη (2017: 5), η αγορά αυτή «καλύπτει το 60,1% του εισερχόμενου τουρισμού» και οι τουρίστες που την επιλέγουν είναι συνήθως από τη Γερμανία, τη Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Ρωσία, τη Σκανδιναβία, την Ολλανδία, το Βέλγιο, τη Σερβία, την Ιταλία, την Πολωνία και την Τουρκία.

Κάποια βασικά μεγέθη που αναφέρονται σε αυτού του είδους την αγορά, υποστηρίζουν ότι το υψηλότερο μερίδιο τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα προέρχεται από χώρες της Ευρώπης (περίπου το 95%), όμως, υπάρχουν και άλλοι τουριστικοί επισκέπτες εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης (σχεδόν 5%), οι οποίοι ξεχωρίζουν για τις υψηλές καταναλωτικές τους δαπάνες (Σκανδαλάκης, 2017). Ακόμα, εντύπωση προκαλεί και η διαμόρφωση του μεριδίου αγοράς του Ήλιος και Θάλασσα ανά χώρα στην Ελλάδα όπου: η Γερμανία έχει μερίδιο αγοράς 16% στις αφίξεις, αλλά, 18% στις δαπάνες, η Βρετανία έχει 12% στις αφίξεις, αλλά, 11% στις δαπάνες και η Ρωσία έχει 11% στις αφίξεις, αλλά, 14% στις δαπάνες.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως οι κύριες δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στην αγορά του Ήλιος και Θάλασσα επικεντρώνονται στη χαλάρωση με μέσο όρο ενδιαφέροντος 82%, στην ηλιοθεραπεία με μέσο όρο 76%, την κολύμβηση με μέσο όρο 74%, τη γαστρονομία, την εξερεύνηση των τοπίων και της φύσης με μέσο όρο 47%, τις επισκέψεις σε αξιοθέατα – εκδρομές με μέσο όρο 44%, τα ψώνια με μέσο όρο 28%, τη πεζοπορία με μέσο όρο 26% και την εμπειρία της φιλοξενίας με μέσο όρο 22% (Σκανδαλάκης, 2017). Επίσης, όμως είναι σημαντική αναφορά και δύο ακόμα δραστηριοτήτων, όπου: η πρώτη αφορά τις επισκέψεις σε παρθένα φυσικά τοπία και προσελκύει συνήθως την Ιταλική και την Ρωσική αγορά, και, η δεύτερη

αφορά τη νυχτερινή ζωή και το clubbing που προσελκύει συνήθως την Βρετανική και την Ιταλική αγορά (Σκανδαλάκης, 2017).

- Αγορά 2: City Break

Η αγορά City Break, σύμφωνα με τον Σκανδαλάκη (2017), καλύπτει το 4,7% του εισερχόμενου στην Ελλάδα τουρισμό, με τις κύριες χώρες που την επιλέγουν να είναι οι: Γερμανία, Γαλλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ρωσία, και, Ιταλία.

Κάποια βασικά μεγέθη που αναφέρονται σε αυτή την αγορά εισερχόμενου στην Ελλάδα τουρισμού, αναφέρουν ότι, αρχικά, το μερίδιο αγοράς της χώρας στον Ευρωπαϊκό τουρισμό είναι ιδιαίτερο μικρό, αφού ανέρχεται ποσοστιαία μόνο στο 1,1% των ταξιδιών, στο 1,6% ως προς τις διανυκτερεύσεις, και, στο 1,7% ως προς τις δαπάνες (Σκανδαλάκης, 2017). Ακόμα, εντύπωση προκαλεί και η διαμόρφωση του μεριδίου αγοράς του City Break ανά χώρα στην Ελλάδα όπου: η Ιταλία έχει μερίδιο αγοράς 11% στις αφίξεις, αλλά, 12% στις δαπάνες, η Γαλλία έχει μερίδιο αγοράς 13% στις αφίξεις, αλλά, 12% στις δαπάνες, και, η Ρωσία έχει 10% μερίδιο αγοράς στις αφίξεις και 16% στις δαπάνες.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως οι κύριες δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στην αγορά του City Break επικεντρώνονται στις επισκέψεις σε αξιοθέατα με ποσοστό 70%, στη χαλάρωση με ποσοστό 66%, και στην απόλαυση φαγητού και ποτού με ποσοστό 52%. Ακόμα, όμως, σημαντικό μέρος των δραστηριοτήτων καταλαμβάνουν και οι επισκέψεις στα μουσεία και σε εκθέσεις (48%) και τα ψώνια με ποσοστό 40% (Σκανδαλάκης, 2017).

- Αγορά 3: Πολιτισμός και Θρησκεία

Η αγορά Πολιτισμός και Θρησκεία, σύμφωνα με τον Σκανδαλάκη (2017), καλύπτει το 13,4% του εισερχόμενου στην Ελλάδα τουρισμό, με τις κύριες χώρες που την επιλέγουν να είναι η Γερμανία, η Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Σκανδιναβία, το Βέλγιο, η Βουλγαρία, η Ιταλία, η Πολωνία και η Τουρκία.

Κάποια βασικά μεγέθη που αναφέρονται σε αυτή την αγορά εισερχόμενου στην Ελλάδα τουρισμού, αναφέρουν ότι, αρχικά, το μερίδιο αγοράς της χώρας στον Ευρωπαϊκό τουρισμό είναι ιδιαίτερο μικρό συγκριτικά με το υψηλό ποσοστό διαθέσιμων πολιτιστικών και θρησκευτικών πόρων της χώρας, αφού ανέρχεται μόλις στο 2,4% των ταξιδιών, στο 2,9% ως προς τις διανυκτερεύσεις, και, στο 2,2% ως

προς τις δαπάνες (Σκανδαλάκης, 2017). Ακόμα, εντύπωση προκαλεί και η διαμόρφωση του μεριδίου αγοράς του Πολιτισμός και Θρησκεία ανά χώρα στην Ελλάδα όπου: η Βρετανία έχει μερίδιο αγοράς 8% στις αφίξεις, αλλά, 6% στις δαπάνες, η Βουλγαρία έχει μερίδιο αγοράς 10% στις αφίξεις, αλλά, 4% στις δαπάνες, η Τουρκία έχει μερίδιο αγοράς 4% στις αφίξεις, αλλά, 1% στις δαπάνες, ενώ η Γερμανία έχει μερίδιο αγοράς 6% στις αφίξεις, και 9% στις δαπάνες.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως οι κύριες δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στην αγορά του Πολιτισμός και Θρησκεία επικεντρώνονται στις επισκέψεις σε αξιοθέατα με ποσοστό 72%, στις επισκέψεις πόλεων με ποσοστό 60%, στις εξερευνήσεις τοπίων με ποσοστό 56% και στη χαλάρωση με ποσοστό 51%. Ακόμα, όμως, σημαντικό μέρος των δραστηριοτήτων καταλαμβάνουν και οι επισκέψεις στα μουσεία και στις εκθέσεις με ποσοστό 38%, το φαγητό και το ποτό με ποσοστό 37% και η εξερεύνηση του τρόπου ζωής με ποσοστό 34% (Σκανδαλάκης, 2017). Ωστόσο, θεωρείται άξιο αναφοράς ακόμα το γεγονός ότι *«περίπου ένας στους τέσσερις συνδυάζει τις διακοπές Πολιτισμός και Θρησκεία με εξερεύνηση της φύσης και με κολύμβηση / ηλιοθεραπεία»* (Σκανδαλάκης, 2017: 15).

#### **3.2.4. ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΟΥ 2022**

Το 2022, ως το τρίτο κατά σειρά έτος όπου επικρατεί η πανδημία του COVID-19 έχοντας εμφανιστεί νέες πλέον παραλλαγές χαρακτηρίζεται από τον γενικό γραμματέα του ΕΟΤ ως χρονιά πρόκληση για την επόμενη μέρα του τουρισμού στην Ελλάδα (Naftemporiki.gr, 2022). Επομένως, όπως υποστηρίζει ο κ. Φραγκάκης στην Naftemporiki.gr (2022) οι κύριες προκλήσεις για το 2022 είναι τρεις και είναι οι παρακάτω:

- Προτεραιότητα 1: Προστασία φυσικών πόρων και περιβάλλοντος

Οι φυσικοί πόροι και το περιβάλλον συνδέονται άμεσα με τον τουρισμό και θεωρούνται ως το συγκριτικό πλεονέκτημα που κατέχει η Ελλάδα έναντι των ανταγωνιστών της. Στα πλαίσια όμως αυτής την προτεραιότητας, όπως αναφέρει ο κ. Φραγκάκης, το κύριο αντικείμενο της άσκησης της τουριστικής πολιτικής και ο βασικός, εθνικός στόχος ως το 2030 δεν είναι άλλος από την επίτευξη της βιωσιμότητας (Naftemporiki.gr, 2022).

- Προτεραιότητα 2: Ενίσχυση υποδομών στους προορισμούς τουριστικού ενδιαφέροντος

Στα πλαίσια της δεύτερης προτεραιότητας, τίθεται ως κύριος στόχος η ενίσχυση τόσο των δημόσιων, λιμενικών και άλλων υποδομών, όσο και των ιδιωτικών, δίνοντας βαρύτητα σε αυτές που επηρεάζουν τον τομέα της φιλοξενίας και των μεταφορών. Ακόμη, όμως, όπως αναφέρει ο κ. Φραγκάκης, στο πλάνο της ενίσχυσης των υποδομών κυρίαρχη θέση κατέχουν και οι ενεργειακές αναβαθμίσεις των καταλυμάτων, αλλά και ο πράσινος στόλος των μεταφορών (Naftemporiki.gr, 2022).

- Προτεραιότητα 3: Ενίσχυση ανθρώπινου δυναμικού στο κλάδο του τουρισμού

Η τρίτη προτεραιότητα για τον κλάδο του τουρισμού, όπως αναφέρεται από τον κ. Φραγκάκη, επικεντρώνεται στην εκπαίδευση, στη δημιουργία κινήτρων για τους νέους εργαζόμενους και στην αντιμετώπιση του χαρακτηριστικού της εποχικότητας, ώστε συνδυαστικά να λειτουργήσουν ως μοχλός ενίσχυσης του ανθρώπινου δυναμικού στον τουριστικό κλάδο (Naftemporiki.gr, 2022).

Συμπληρωματικά, βέβαια, στα παραπάνω, πως οι προβλέψεις για την πρόοδο του τουρισμού στην Ελλάδα, στηρίζονται, αρχικά, στη υγειονομικού χαρακτήρα εικόνα που θα διαμορφωθεί στην ελληνική επικράτεια, και, στη συνέχεια, στην υγειονομική ασφάλεια που θα χαρακτηρίζει τον κάθε ένα τουριστικό προορισμό (Naftemporiki.gr, 2022). Ωστόσο, γενικότερα ο πρόεδρος της ΠΟΞ (Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων) επισημαίνει, πως η γενικότερη υγειονομική κατάσταση που επικρατεί εξαιτίας της πανδημίας, οδηγεί τον τουριστικό κλάδο σε «πέρα πολύ δύσκολη θέση», αφού κατά το πρώτο τρίμηνο και εξαιτίας της μετάλλαξης "Όμικρον" υπήρξαν πολλές ακυρώσεις στα ξενοδοχεία (Naftemporiki.gr, 2022).

Τέλος, θεωρείται άξια αναφοράς και η δήλωση του προέδρου της FedHatta (Ομοσπονδία Τουριστικών Πρακτόρων της Ελλάδος) κ. Τσιλίδης, η οποία αναφέρεται στο ότι «Ο τουρισμός δεν είναι τζόκερ», θέλοντας με αυτόν τον τρόπο να τονίσει την σημαντικότητα της προσαρμογής της τουριστικής βιομηχανίας στις δυσμενείς συνθήκες της εποχής αλλά και στις μελλοντικές, όμοιου χαρακτήρα, πιθανές κρίσεις (Naftemporiki.gr, 2022).



### 3.3. Ο ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η αρχή του πολιτιστικού τουρισμού ως ιδέα ξεκίνησε στην ελληνική επικράτεια πριν από 2000 έτη, γεγονός που αποδίδεται στην σύνταξη του οδηγού ναών και μνημείων από τον Πausanias κατά τον 2<sup>ο</sup> αιώνα π.Χ. ώστε να εξυπηρετούνται οι προσκυνητές της εποχής, ο οποίος οδηγός όμως αποτέλεσε χαρακτηριστικό στοιχείο της ελληνικής τουριστικής ανάπτυξης μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου (Παλάσκας, Παπαθεοδώρου, και Τσάμπα, 2006).

Στη νεότερη εποχή, ένας από τους πιο διαδεδομένους πολιτιστικούς προορισμούς σε παγκόσμιο επίπεδο αποτελεί η Ελλάδα στην οποία ευρίσκεται ένας μεγάλος αριθμός πολιτιστικών μνημείων που μάλιστα αρκετά από αυτά είναι αναγνωρισμένα από την UNESCO (Ηλιοπούλου, 2017). Τα ελληνικά μνημεία, λοιπόν, παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς που βρίσκονται στη λίστα της UNESCO, σύμφωνα με την Αγριαντώνη (2016), παρατίθενται βάσει της χρονολογικής σειράς ένταξης στη λίστα στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 3.3.1.).

**Πίνακας 3.3.1.: Η λίστα της UNESCO με τα ελληνικά μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς.**

| <u>ΕΤΟΣ</u>                             | <u>ΜΝΗΜΕΙΑ</u>                                    |
|---|---|
| <i>[A] Βάσει πολιτιστικών κριτηρίων</i> |   |
| 1986                                    | Ναός Επικούρειου Απόλλωνος - Βάσσειες             |
| 1987                                    | Αρχαιολογικός Χώρος Ακρόπολης                     |
| 1987                                    | Αρχαιολογικός Χώρος Δελφών                        |
| 1988                                    | Αρχαιολογικός Χώρος Ασκληπιείου Επιδαύρου         |
| 1988                                    | Παλιохριστιανικά & Βυζαντινά Μνημεία Θεσσαλονίκης |
| 1988                                    | Μεσαιωνική Πόλη Ρόδου                             |
| 1989                                    | Αρχαιολογικός Χώρος Ολυμπίας                      |
| 1989                                    | Αρχαιολογικός Χώρος Μυστρά                        |
| 1990                                    | Αρχαιολογικός Χώρος Δήλου                         |
| 1990                                    | Μονή Δαφνίου, Μονή Οσίου Λουκά, Νέα Μονή Χίου     |
| 1992                                    | Αρχαιολογικός Χώρος Ηραίου Σάμου                  |

|  |   |
|--|---|
| 1996   | Αρχαιολογικός Χώρος Αιγών (Βεργίνα)   |
| 1999   | Αρχαιολογικοί Χώροι Μυκηνών και Τίρυνθας  |
| 1999   | Ιστορικό Κέντρο (Χώρα), Μονή Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου και Σπήλαιο της Αποκάλυψης στη Πάτμο |
| 2007   | Παλαιά Πόλη Κέρκυρας  |
| 2016   | Αρχαιολογικός Χώρος Φιλίππων  |
| <i>[B] Βάσει κριτηρίων πολιτιστικής &amp; φυσικής κληρονομιάς (μικτά κριτήρια)</i> |   |
| 1988   | Άγιο Όρος - Άθως  |
| 1988   | Μετέωρα   |

(Πηγή: Αγριαντώνη, Μ. (2016). Πολιτιστικός Τουρισμός: Μουσεία και Αρχαιολογικοί Χώροι στην Αθήνα. Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, ΔΠΜΣ Αρχιτεκτονική Σχεδιασμός του Χώρου, Κατεύθυνση: Πολεοδομία – Χωροταξία., σελ. 55)

Συμπληρωματικά, στα παραπάνω, παρατίθεται επίσης και ο χάρτης της Ελλάδος με σημειωμένα τα μνημεία της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς που βρίσκονται στη λίστα της UNESCO (Χάρτης 3.3.1.).

**Χάρτης 3.3.1.: Τα μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς που βρίσκονται στη λίστα της UNESCO.**



(Πηγή: UNESCO. (χ.χ.). *Word Heritage Convention // States Parties // Greece*. Προβλήθηκε στις 21 Ιουλίου 2022, από < <https://whc.unesco.org/en/statesparties/GR/>> )

Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί πως, τόσο η προστασία και η διατήρηση όσο και η διαχείριση των μνημείων αυτών της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι αρμοδιότητες των: Υπουργείου Πολιτισμού, Υπουργείου Ανάπτυξης, και του ΕΟΤ (Ελληνικός Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού) (Ηλιοπούλου, 2017).

Στα ίδια πλαίσια με τα παραπάνω, στο σημείο αυτό, προκαλεί το ενδιαφέρον και η πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Τουρισμού και του Παγκοσμίου Οργανισμού Τουρισμού, οι οποίοι κατατάσσουν τις ευρωπαϊκές πόλεις ανάλογα του μεγέθους του μεγέθους τους και του πολιτιστικού κινήτρου έλξης (Αγριαντώνη, 2016). Με βάση αυτή την κατάταξη, όπως αναφέρει η Αγριαντώνη (2016), το τουριστικό προϊόν διαχωρίζεται ως έχει:

- Βάσει του στοιχείου της κληρονομιάς, όπου το πολιτιστικού χαρακτήρα προϊόν που κυριαρχεί είναι η κληρονομιά που ευρίσκεται σε κάθε προορισμό (π.χ αρχαιολογικοί χώροι, μνημεία, κλπ.) (Αγριαντώνη, 2016).
- Βάσει του στοιχείου των τεχνών, όπου το πολιτιστικού χαρακτήρα προϊόν που κυριαρχεί είναι οι παραστατικές και οι εικαστικές τέχνες της σύγχρονης εποχής (Αγριαντώνη, 2016).
- Βάσει του στοιχείου των πολιτιστικών βιομηχανιών, όπου το πολιτιστικού χαρακτήρα προϊόν που κυριαρχεί είναι οι πολιτιστικές βιομηχανίες (π.χ. μόδα, κινηματογράφος, διαφήμιση, κλπ.) (Αγριαντώνη, 2016).

Επιπλέον, όμως, στη βιβλιογραφία ευρίσκεται ακόμα μία έρευνα η οποία αποδίδεται στο Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ, όπου το πολιτιστικό κεφάλαιο μετριέται βάσει: (1) του αριθμού των μνημείων που ανήκουν στην παγκόσμια πολιτιστική κληρονομιά, (2) του αριθμού των εκθέσεων και των γεγονότων σε διεθνές επίπεδο, (3) της χωρητικότητας που έχουν τα αθλητικά στάδια, και, (4) των εξαγωγών προϊόντων που έχουν παραχθεί από δημιουργικές βιοτεχνίες (Αγριαντώνη, 2016).

Όπως γίνεται κατανοητό βάσει των προηγούμενων δεδομένων, ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένας από τους κύριους λόγους που οι τουρίστες επιλέγουν

διαχρονικά την Ελλάδα για τα ταξίδια τους ακόμα και αν αυτός αποτελεί δευτερεύοντα ή συμπληρωματικό λόγο (Αγριαντώνη, 2016). Όμως, παρά το γεγονός ότι η χώρα έως το 1992 δεν αξιοποίησε την πολιτιστική τουριστική πολιτική, πλέον η πολιτιστική κληρονομιά χρησιμοποιείται ως σημαντικός οικονομικός πόρος ανάπτυξης (Αγριαντώνη, 2016; Ηλιοπούλου, 2017). Άλλωστε, τη σήμερον ημέρα, η Ελλάδα βρίσκεται στην 9<sup>η</sup> θέση παγκοσμίως σε αριθμό μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς, και, στην 23<sup>η</sup> θέση παγκοσμίως ως προς τα μνημεία φυσικής κληρονομιάς (Ηλιοπούλου, 2017). Όμως, δεν πρέπει να αμελείται το γεγονός ότι σε κάθε περίπτωση, η χώρα οφείλει να διαχειρίζεται με ορθό τρόπο τους διαθέσιμους πολιτιστικούς πόρους (ανθρωπογενείς ή φυσικοί), και να στηρίζει τις οποιοσδήποτε στρατηγικές σχεδιασμού και ανάπτυξης στην βιωσιμότητα / αειφορία και στον σεβασμό στην πολιτιστική κληρονομιά (Αγριαντώνη, 2016).

### **3.4. Ο ΕΟΤ ΩΣ ΚΥΡΙΟΣ ΦΟΡΕΑΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού έχει ως κύρια δραστηριότητα του το να οργανώνει και να προωθεί τον ελληνικό τουρισμό χρησιμοποιώντας τις υπάρχουσες δυνατότητες της χώρας (Θεοδωροπούλου, 2004). Ακόμα, όμως, σύμφωνα με τον Ν.2160/93 άρθρο 1 παράγραφος 3, ο ΕΟΤ είναι ο βασικός φορέας που εισηγείται την εκάστοτε τουριστική πολιτική και βάσει του Π.Δ.343/2001, όπως υποστηρίζει η Θεοδωροπούλου (2004) οι κύριες αρμοδιότητες του είναι:

- Η υποβολή προτάσεων στην κυβέρνηση ώστε να διαμορφωθεί η τουριστική πολιτική.
- Η υλοποίηση της τουριστικής πολιτικής της κυβέρνησης.
- Η μελέτη και η κατάρτιση προγραμμάτων τουριστικής ανάπτυξης (ειδικής και γενικής).
- Η κατάρτιση και η εκτέλεση του προγράμματος προβολής της Ελλάδος στο εξωτερικό και η μέριμνα για την αύξηση της τουριστικής συνείδησης.
- Η εποπτεία και ο έλεγχος των ειδικών, τουριστικών εγκαταστάσεων υποδομής.
- Η υποστήριξη στις δημόσιες υπηρεσίες, στην τοπική αυτοδιοίκηση, στα ΝΠΔΔ ΚΑΙ ΝΠΙΔ κλπ., και σε παρεμβάσεις που θα έχουν σκοπό την ανάπτυξη του τοπικού τουριστικού στοιχείου.

- Η κατάρτιση και η έγκριση προγραμμάτων που αποσκοπούν στη προβολή των περιοχών της Ελλάδας.
- Η άσκηση εποπτείας και ποιοτικού ελέγχου στην αγορά του τουρισμού, έχοντας ως στόχο να βελτιωθεί το παρεχόμενο τουριστικό προϊόν.
- Η ανάληψη κάθε λογής δραστηριότητας ή ενέργειας που θα στοχεύουν στην ενίσχυση και στην προώθηση του τουριστικού προϊόντος.

Ωστόσο, εξαιτίας της εθνικής βιομηχανοποίησης του τουρισμού που προσέφερε πέρα από σπουδαία αποτελέσματα στην οικονομία, στην απασχόληση και στην ευημερία, δημιούργησε επίσης διαφορετικές πιο ποιοτικές απαιτήσεις στους τουρίστες που αυξήθηκαν εξίσου σημαντικά ενισχύοντας έτσι και τον ανταγωνισμό στους τουριστικούς προορισμούς (Θεοδωροπούλου, 2004). Επομένως, όπως αναφέρει η Θεοδωροπούλου (2004: 77), ο ΕΟΤ λαμβάνοντας υπόψη τη νέα αυτή διαμορφωμένη κατάσταση και δείχνοντας τον πρέποντα σεβασμό στον πολιτισμό *«μέσα από το σχήμα της βιώσιμης ανάπτυξης»* κλήθηκε να διαμορφώσει τους στόχους του για το χρονικό διάστημα 2000-2006 ως έχει:

- Να αναβαθμίσει ποιοτικά και αισθητικά τις τουριστικές υποδομές και εστίες.
- Να αυξήσει τη ζήτηση σε όλες τις περιφέρειες της Ελλάδος του τουρισμού.
- Να αναπτύξει νέα, υψηλών προδιαγραφών τουριστικά προϊόντα.
- Να εκπαιδεύσει και να καταρτίσει κατάλληλα τους εμπλεκόμενους με τον τουρισμό επαγγελματίες.
- Να εισάγει στις επιχειρήσεις του τουρισμού τις νέες τεχνολογίες.

Τέλος, αξίζει να επισημανθεί πως, για το 2000-2006 στα πλαίσια του Γ' ΚΠΣ διατέθηκαν συνολικά 2.054.292.002,93 ευρώ για τον τουριστικό κλάδο (Θεοδωροπούλου, 2004).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΠΟΛΙΣΜΙΚΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΣΤΗ ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ

### 4.1. ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Η ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος αποτελεί μία φυσική εξέλιξη, η οποία στηρίζεται στην ύπαρξη φυσικών πόρων, αλλά και στην «γενική στροφή προς τον τουρισμό της βαριάς βιομηχανίας της χώρας λαμβανομένων υπόψη των δυσμενών συνθηκών ανταγωνιστικότητας στη μεταποίηση» (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 41). Όμως, στη περίπτωση της ΠΕ της Δυτικής Μακεδονίας, η γενικότερη ανάπτυξη του τουρισμού αποκλείει εξ αρχής την ύπαρξη του κύριου προϊόντος "ήλιος και θάλασσα", το οποίο παρουσιάζει ανοδική τάση στη διεθνή ζήτηση, γεγονός που το καθιστά αξιοποιήσιμο, χωρίς να παρεμβάλλεται κάτι άλλο. Επομένως, λοιπόν, σύμφωνα με την ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (2018), οι κύριοι άξονες που διαμορφώνουν την τουριστική ανάπτυξη στην ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας αφορούν:

- Την αναζήτηση και τη στήριξη κυρίως σε πόρους που διακρίνονται από καινοτομία, και σε δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στα πλαίσια της προσφοράς του τουριστικού προϊόντος.
- Την υποχρέωση να υφίσταται στόχευση σε συγκεκριμένες, ειδικές κατηγορίες του τουρισμού στα πλαίσια της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος.
- Την απαίτηση ενδελεχή σχεδιασμού μακροπρόθεσμου χαρακτήρα και επίμονης προσπάθειας υλοποίησης του έργου που δεν στηρίζεται έμμεσα σε κάποια ήδη ικανοποιητικού χαρακτήρα δραστηριότητα.
- Τη δέσμευση της συνεχούς παραγωγής του τουριστικού προϊόντος, ακόμα κι εάν αυτό μπορεί να φανεί υψηλά αποδοτικό άμεσα, ώστε να διατηρείται η προσπάθεια και το ενδιαφέρον τόσο των επιχειρήσεων, όσο και της κοινωνίας.

Παρόλα αυτά, όμως, θεωρείται πως είναι κρίσεως σημασίας να ευρίσκεται σε προτεραιότητα η δόμηση της "ταυτότητας" της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας ως τουριστικός προορισμός (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Σύμφωνα

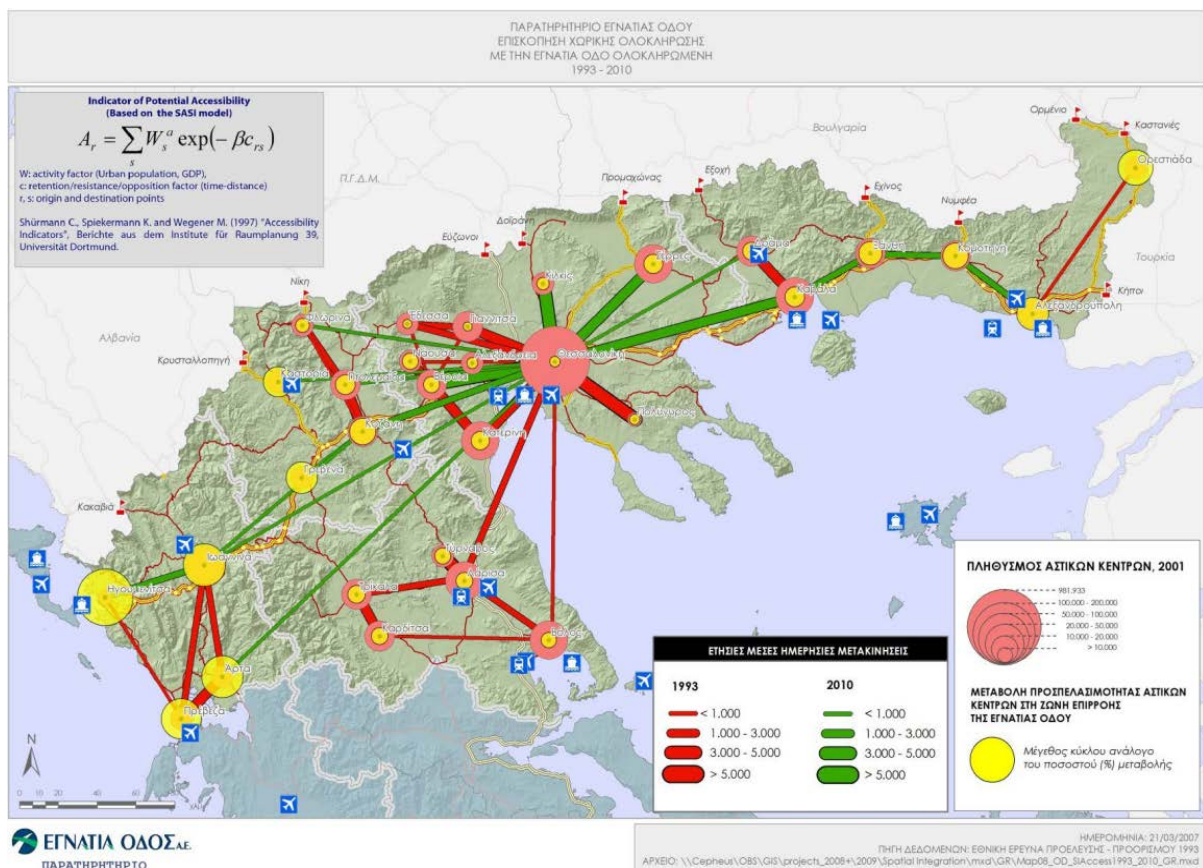
με το Σχέδιο Προγράμματος Τουριστικής Προβολής που κοινοποίησε η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας (2018: 16), η ταυτότητα του προορισμού μπορεί να βασιστεί στην υιοθέτηση μιας στρατηγικής, η οποία θα προβάλλει την ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας στο σύνολο της ως έναν «*πολυεπίπεδο τουριστικό προορισμό*», δεδομένου ότι η εν λόγω περιφέρεια διαθέτει ποικιλία τουριστικών χαρακτηριστικών, και προσφέρει ξεχωριστές ταξιδιωτικές εμπειρίες, οι οποίες απευθύνονται σε διαφορετικούς ανθρώπους/ ταξιδιώτες. Έτσι, πιστεύεται πως η κύρια στοχοθεσία του τουριστικού χαρτοφυλακίου της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας, θα ήταν ορθό να αναφέρεται στη δημιουργία της “Ταυτότητας Ομπρέλας (Umbrella Branding)”, όπου η περιφέρεια θα αναδεικνύεται συνολικά ως τουριστικό προϊόν, και θα συμπεριλαμβάνονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της γεωγραφικής διακριτότητας των περιοχών της Δυτικής Μακεδονίας, και του περιεχομένου βάσει των θεματικών διαδρομών τοπικού – υπερτοπικού ενδιαφέροντος εντός της περιφέρειας. Ωστόσο, μία σημαντική προϋπόθεση εφαρμογής ώστε να θεωρηθεί το σχήμα αυτό αποτελεσματικό, είναι η δέσμευση, τόσο από τη πλευρά των Δήμων και των τοπικών φορέων, όσο και από τη πλευρά των επιχειρήσεων για συνεργασία, προκειμένου να διευκολυνθεί η τοποθέτηση της περιφέρειας στις αγορές-στόχους (Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Συμπληρωματικά, βέβαια, στα παραπάνω, υποστηρίζεται πως η δόμηση της “ταυτότητας” της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας ως τουριστικός προορισμός είναι δυνατό να πραγματοποιηθεί, σύμφωνα με την ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (2018), με δύο τρόπους:

1. Μέσω της ανάδυσης των αυτόνομων πόλων ζήτησης στο εσωτερικό της ΠΕ.
2. Μέσω της σύνδεσης των πιθανών πόλων με ευρύτερα κυκλώματα σχετικά με τη τουριστική δραστηριότητα, τα οποία μπορεί ήδη να παρουσιάζουν υψηλή ζήτηση σε όμοιες ή συμπληρωματικές μορφές του τουριστικού προϊόντος.

Παρόλα αυτά, όμως, θεωρείται σημαντικό να παρουσιαστούν τα αναπτυξιακά χαρακτηριστικά της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας, τα οποία διαχωρίζονται στα επίπεδα: (1) του τουρισμού και της προσπελασιμότητας, (2) του τουρισμού και του αγροτικού τομέα, (3) του τουρισμού και της υγείας, (4) του τουρισμού και του τομέα της εξόρυξης – βιομηχανίας – ενέργειας, (5) του τουρισμού και του συστήματος λιμνών, και, (6) του τουρισμού και του πολιτισμού. Αναλυτικά:

Ένα πρώτο κυρίαρχο αναπτυξιακό τουριστικό χαρακτηριστικό είναι η προσπελασιμότητα, που, όπως αναφέρεται στην ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (2018), παρατηρείται ήδη σημαντική πρόοδος. Πιο συγκεκριμένα, στα πλαίσια της προσπελασιμότητας στη ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας, αν και οι αεροπορικές συνδέσεις είναι αισθητά περιορισμένες, η ολοκλήρωση της Εγνατίας Οδού έχει καταστεί ως κύρια υποδομή σύνδεσης της συγκεκριμένης ΠΕ, αφού έχει πυκνώσει τις οδικές μετακινήσεις από και προς τη Κεντρική Μακεδονία με μητροπολιτικό κέντρο τη Θεσσαλονίκη. Αντίθετα όμως, πέραν της γενικής ευκολίας, υποστηρίζεται ότι όσο πιο προσβάσιμη μπορεί να γίνει η ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας, αφού διευκολύνονται οι μεταφορές, τόσο περισσότερο μπορεί να περιοριστεί η σημασία άλλων τομέων της συγκεκριμένης περιφέρειας ως εισροές του τουριστικού προϊόντος και ο ρόλος του τουρισμού σχετικά με συναφείς δραστηριότητες και με την απασχόληση (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

**Χάρτης 4.1.1.: Ο κυκλοφοριακός φόρτος της Εγνατίας Οδού – Παρατηρητήριο Χωρικών Επιπτώσεων Εγνατίας Οδού (2005).**





(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 43.)

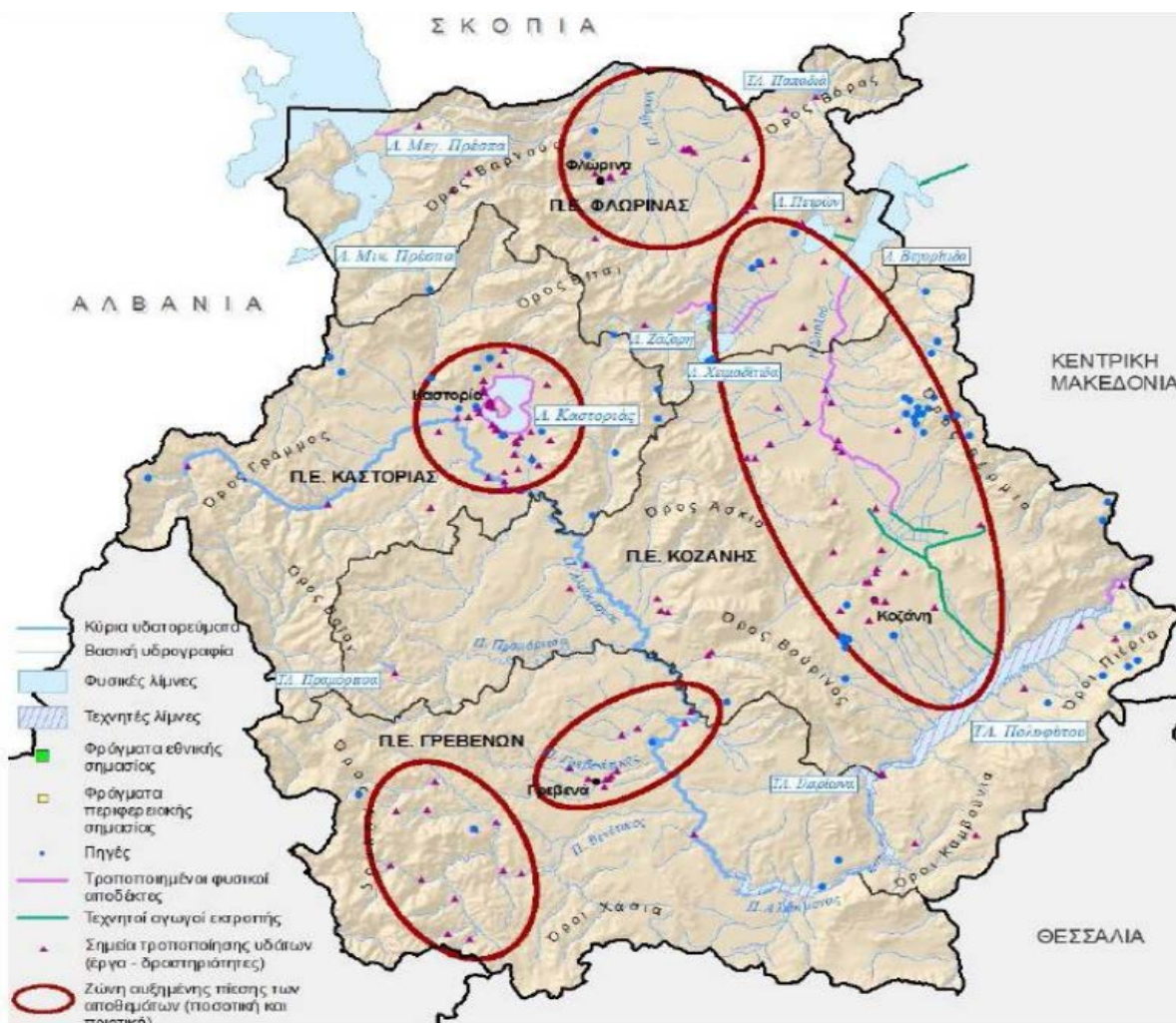
Ακολουθως, βάσει της ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (2018), θεωρείται πως στην ανάπτυξη του τουρισμού στην ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας, συμβάλει σημαντικά και ο αγροτικός τομέας, αφού κατέχει συμπληρωματικό χαρακτήρα στο τουριστικό προϊόν. Συγκεκριμένα, δηλαδή, αναφέρεται ότι «*Είναι σκόπιμο αφενός πολλές από τις εισροές του τομέα να καλύπτονται από την τοπική παραγωγή, αφετέρου ο τουρισμός να συμπληρώνει απασχόληση και εισόδημα στις περιοχές της υπαίθρου όπου εντοπίζονται οι κυριότεροι αξιοποιήσιμοι τουριστικού πόροι.*» (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 43). Ένα ενδεικτικό παράδειγμα που χρησιμοποιείται για την κατανόηση της συμπληρωματικής φύσεως αξιοποίηση του αγροτικού τομέα στον τουρισμό, αναφέρεται στον περιορισμό της απώλειας θέσεων εργασίας στη γεωργία, που θα μπορούσε να περιοριστεί μέσω της δημιουργίας καταλυμάτων και λοιπών συνοδευτικών επιχειρήσεων, όπως συνέβη με το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης 2014-2020 μέσω των παρεμβάσεων Leader και ΟΠΑΑΧ και των πρωτοβουλιών Τοπικής Ανάπτυξης των Τοπικών Κοινοτήτων. Συμπληρωματικά, ωστόσο, υποστηρίζεται ότι η αγροτικός τομέας συνεισφέρει στην ανάπτυξη του τουρισμού, μέσω της αξιοποίησης των πιστοποιημένων προϊόντων (π.χ. φέτα, μπάτζος, ανεβατό, μανούρι, κεφαλογραβιέρα ΠΟΠ, κρόκος Κοζάνης, κρασί Αμυνταίου, τοπικός οίνος Σιάτιστας και Βελβεντού, φασόλια Πρεσπών και Καστοριάς, μήλα Καστοριάς ΠΓΕ, μήλα Βερμίου, οπωρικά Βελβεντού ολοκληρωμένη διαχείρισης) (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

Συνεχίζοντας, ένα ακόμα αναπτυξιακό χαρακτηριστικό που συμβάλει θετικά στο τουριστικό προϊόν είναι και ο κλάδος της υγείας, μέσω του οποίου οι τουρίστες που επισκέπτονται την ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας αισθάνονται ασφάλεια όσων αφορά έκτακτες καταστάσεις. Στη Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας ευρίσκονται ήδη πέντε Γενικά Νοσοκομεία, τα οποία λειτουργούν στις έδρες της ΠΕ και στη Πτολεμαΐδα, έξι Κέντρα Υγείας, και, ενενήντα δύο Περιφερειακά Ιατρεία (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Ωστόσο, είναι απαραίτητο να υπογραμμιστεί, πως παρά το εύρος των προαναφερθέντων υγειονομικών κέντρων, η λειτουργία τους δεν θεωρείται επαρκής, δεδομένου ότι εντοπίζονται σημαντικές ελλείψεις τόσο σε εξοπλισμό, όσο και σε προσωπικό.

Ακόμη, όπως έχει αναφερθεί και σε προηγούμενα σημεία της παρούσας πτυχιακής εργασίας, ο τουρισμός λειτουργεί ως εναλλακτικός ή συμπληρωματικός κλάδος απασχόλησης στον κυρίαρχο τομέα της εξόρυξης – βιομηχανίας – ενέργειας, χωρίς όμως να υπάρχει η δυνατότητα αντικατάστασης/υποκατάστασης του (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Αναφορικά με αυτό, λοιπόν, αναφέρεται πως κύρια αιτία αυτής της μη αντικατάστασης/υποκατάστασης του κύριου τομέα της εξόρυξης – βιομηχανίας – ενέργειας από τον τουρισμό είναι ο μικρός όγκος απασχόλησης, καθώς, παρά το ότι χάθηκε μεγάλο μέρος θέσεων εργασίας στον δευτερογενή τομέα και στον τομέα *«Χονδρικό εμπόριο, επισκευή οχημάτων, μεταφορές και αποθήκευση, παροχή καταλύματος και εστίαση»* μεταξύ των ετών 2008-2014, δεν είναι εύκολο να αντισταθμιστούν τουλάχιστον βραχυπρόθεσμα (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 45). Άλλωστε, ο κυρίαρχος τομέας της εξόρυξης – βιομηχανίας – ενέργειας, ήταν αυτός που επί σειρά δεκαετιών δημιουργούσε άμεση και έμμεση απασχόληση και προσέφερε εισόδημα στις τοπικές κοινωνίες, με αποτέλεσμα ο τομέας του τουρισμού να αποτελεί δευτερεύοντα παράγοντα στην τοπική ανάπτυξη της περιοχής. Ωστόσο, πιστεύεται πως μερικές περιοχές της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας με αυξημένη βιομηχανική και εξορυκτική δραστηριότητα, όπως η ζώνη εξόρυξης λιγνίτη Εορδαίας που καλύπτει τις περιοχές της Κοζάνης, της Πτολεμαΐδας και του Αμυνταίου, θα μπορούσαν να προσελκύσουν μια συγκεκριμένη μορφή τουρισμού – βιομηχανικός τουρισμός.

Επίσης, στην ανάπτυξη του τουρισμού στο εύρος της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας πιστεύεται πως συμβάλει σημαντικά και η αξιοποίηση του φυσικού περιβάλλοντος, μέσω του ποιοτικά και ποσοτικά αξιόλογου συστήματος λιμνών – επτά φυσικές και μία τεχνητή – που αποτελούν μάλιστα ένα αξιοπρόσεκτο συγκριτικό πλεονέκτημα, το οποίο δεν ευρίσκεται σε άλλες ελληνικές περιφέρειες (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Στα πλαίσια, λοιπόν, της ανάδειξης των λιμνών ως φυσικούς πόρους και τουριστικούς προορισμούς με στόχο την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, εκπονείται ήδη ειδική μελέτη Ολοκληρωμένης Χωρικής Επένδυσης για τα υποσυστήματα: Αλιάκμονας - λίμνη Πολυφύτου, λίμνες Βεγορίτιδας – Πετρών – Ζάζαρης - Χειμαδίτιδας, λίμνη Καστοριάς, Μεγάλη και Μικρή Πρέσπα περιφέρειες (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

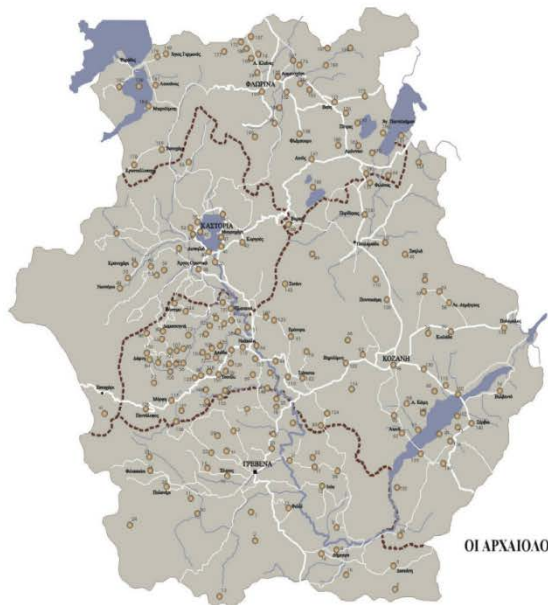
**Χάρτης 4.1.2.: Οι λίμνες στη ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας – Κύρια συστήματα επιφανειακών υδάτων.**



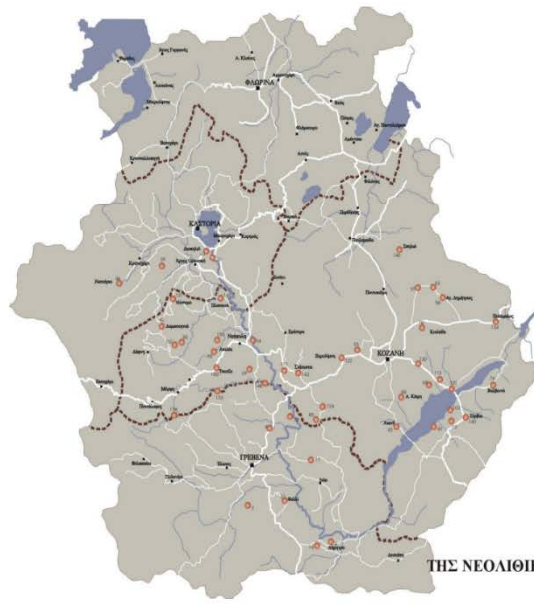
(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 47.)

Τέλος, ένα εξίσου κύριο αναπτυξιακό χαρακτηριστικό της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας συνδυάζει τον πολιτισμό με τον τουρισμό. Σύμφωνα με την ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (2018), η συγκεκριμένη περιφέρεια, διαθέτει ένα σχετικό συγκριτικό πλεονέκτημα αναφορικά με το πολιτισμικό και πολιτιστικό της υπόβαθρο, το οποίο συνδυαστικά με την εύκολη προσπελασιμότητα μπορεί να αξιοποιηθεί.

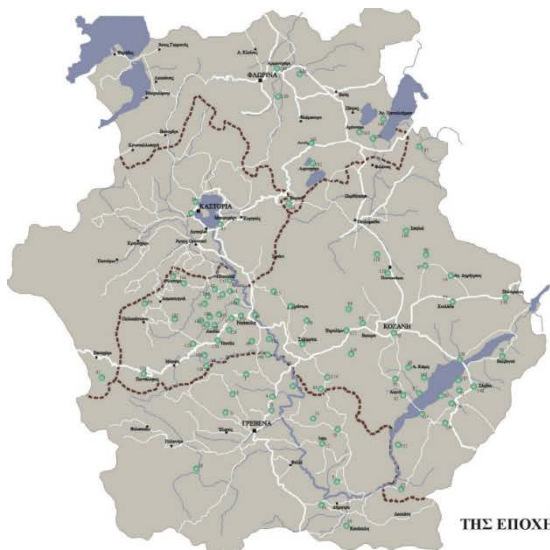
**Χάρτης 4.1.3.: Οι αρχαιολογικές θέσεις στην ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας.**



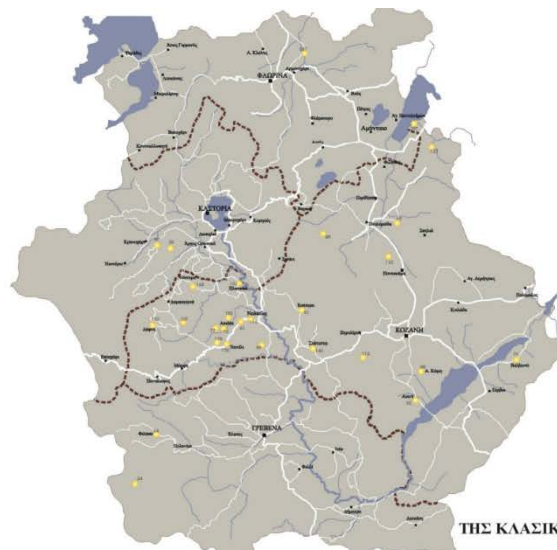
ΧΑΡΤΗΣ 1  
ΟΙ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΘΕΣΕΙΣ



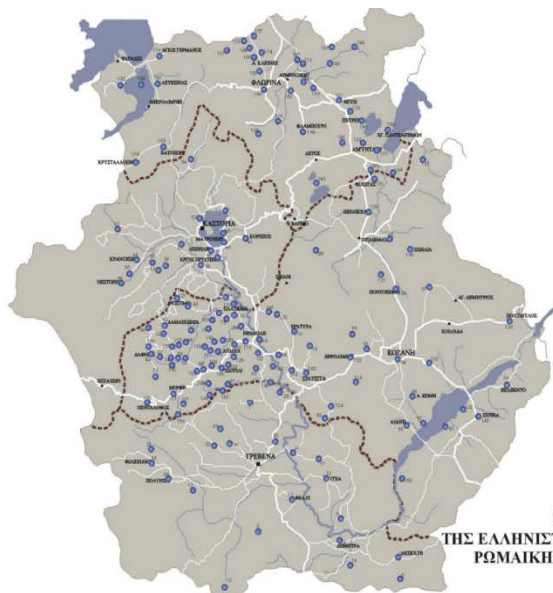
ΧΑΡΤΗΣ 2  
ΟΙ ΘΕΣΕΙΣ  
ΤΗΣ ΝΕΟΛΙΘΙΚΗΣ ΕΠΟΧΗΣ



ΧΑΡΤΗΣ 3  
ΟΙ ΘΕΣΕΙΣ  
ΤΗΣ ΕΠΟΧΗΣΧΑΛΚΟΥ



ΧΑΡΤΗΣ 4  
ΟΙ ΘΕΣΕΙΣ  
ΤΗΣ ΚΛΑΣΙΚΗΣ ΕΠΟΧΗΣ



ΧΑΡΤΗΣ 5  
ΟΙ ΘΕΣΕΙΣ  
ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ  
ΡΩΜΑΙΚΗΣ ΕΠΟΧΗΣ



ΧΑΡΤΗΣ 6  
ΟΙ ΘΕΣΕΙΣ  
ΤΗΣ ΒΥΖΑΝΤΙΝΗΣ ΕΠΟΧΗΣ

(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 48.)

## **4.2. ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΤΗΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ (ΑΝΑ ΝΟΜΟ)**

### **4.2.1. ΓΕΝΙΚΑ**

Οι τουριστικοί πόροι που ευρίσκονται στη Περιφέρεια της Δυτικής Μακεδονίας και προσφέρονται προς αξιοποίηση διαχωρίζονται σε δύο κατηγορίες: (1) στους φυσικούς – περιβαλλοντικούς πόρους, και (2) στους ιστορικούς – πολιτιστικούς πόρους (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

Οι φυσικοί περιβαλλοντικοί πόροι, στους οποίους συμπεριλαμβάνονται και οι κλιματικές συνθήκες, είναι αυτοί που προσδιορίζουν με ακρίβεια και σε ταυτόχρονο χρόνο τόσο τη μορφή, όσο και τη περίοδο, αλλά και την ικανότητα της τουριστικής ανάπτυξης (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Στη περίπτωση, λοιπόν, την Δυτικής Μακεδονίας, κύριοι παράγοντες που συμβάλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού είναι το κλίμα, το οποίο θεωρείται πως γενικά είναι Ορεινό-Ηπειρωτικό στις πεδινές περιοχές και «*ύφυγρο μεσογειακό με δριμύς χειμώνες*» στα οροπέδια εξαιτίας της επίδρασης των λιμνών, και το ανάγλυφο (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 49). Όλοι αυτοί οι παράγοντες, επομένως, συνδυαστικά, συμβάλουν στη διαμόρφωση ενός πλούσιου υδατογραφικού δικτύου και αξιόλογων, διεθνών ορεινών, δασικών και λιμναίων οικοσυστημάτων που δημιουργούνται μέσω της ανθρώπινης παρέμβασης την συνολική αξία του φυσικού τοπίου. Ακόμη, όμως, στα πλαίσια των φυσικών περιβαλλοντικών πόρων που ευρίσκονται στη Δυτική Μακεδονία, συμπεριλαμβάνονται οι γεωλογικοί πόροι και τα φυσικά οικοσυστήματα. Αναλυτικότερα, ξεκινώντας από τους γεωλογικούς πόρους, υποστηρίζεται ότι είναι κι αυτοί απαραίτητοι για την εν δυνάμει τουριστική ανάπτυξη που βασίζεται στις κατά κύριο λόγο σε δραστηριότητες γεωτουρισμού (π.χ. παρατήρηση πετρωμάτων & απολιθωμάτων, επισκέψεις σε σπήλαια). Στη περίπτωση, επομένως, της ΠΕ της Δυτικής Μακεδονίας, και ειδικότερα στο νότιο τμήμα της, τα γεωλογικά ευρήματα θεωρείται ότι «*δημιουργούν μια αλληλουχία ενδιαφερόντων γεωτόπων με ιδιαίτερη σημασία ως προς την ποιότητα, αισθητική, σπανιότητα, επιστημονική και εκπαιδευτική αξία τους*» (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 49).

Ακολουθως, όσων αφορά τα φυσικά οικοσυστήματα (ορεινά συμπλέγματα και λίμνες), σύμφωνα με την ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (2018), αναφέρεται ότι, αρχικά, τα βουνά είναι ένας αξιοσημείωτος πόρος έλξης του τουρισμού, αφού η αξία τους προσδιορίζεται τόσο αισθητικά, όσο και βιολογικά, και ενδείκνυνται για μια ποικιλία δραστηριοτήτων (π.χ. πεζοπορία, παρατήρηση της φύσης και της άγριας ζωής, ψυχική χαλάρωση, σκι, αναρρίχηση, ορεινή ποδηλασία, τρέξιμο, αεροπτερισμό).

Από την άλλη πλευρά, οι ιστορικοί – πολιτισμικοί πόροι, οι οποίοι αποτελούν και το κύριο θέμα ενασχόλησης της παρούσας πτυχιακής εργασίας, βασίζονται στο πλούσιο υπόβαθρο που εντοπίζεται στη ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας, το οποίο «*παρουσιάζει αδιάλειπτη, συνεχή πορεία από την προϊστορία ως τη σύγχρονη εποχή*» (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 57). Οι εν λόγω πόροι, επομένως, οι οποίοι στη συνέχεια του υπο-κεφαλαίου παρατίθενται ανά νομό, διαχωρίζονται στα: (1) μνημεία & αρχαιολογικοί χώροι, (2) μουσεία & λοιπές υποδομές προβολής και ανάδειξης του αποθέματος, (3) παραδοσιακά αρχιτεκτονικά σύνολα & ιστορικοί χώροι, και, (5) παραδοσιακά προϊόντα, έθιμα, εκδηλώσεις & δρώμενα, που αφορούν σημαντικά μνημεία τόσο για τον ελληνικό, όσο και για το βαλκανικό, αλλά και για τον ευρωπαϊκό πολιτισμό. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί πως, τα μνημεία αυτά, ανοίκουν σε μια ποικιλία περιόδων (προϊστορική, κλασσική, βυζαντινή, μεταβυζαντινή, νεότερη) και η σπουδαιότητα της ποιότητας τους έχει άμεση σχέση με την παρουσία του ανθρώπου και του έργου του. Στη περιοχή της Δυτικής Μακεδονίας, συνολικά, εντοπίζονται 500 μνημεία και αρχαιολογικοί χώροι (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

#### **4.2.2. ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΚΟΖΑΝΗΣ**

Ξεκινώντας από τα μνημεία και τους αρχαιολογικούς χώρους, ο Νομός Κοζάνης απαριθμεί συνολικά 183, τα οποία διαχωρίζονται ανά περίοδο όπως φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 4.2.2.1) και αποτελούν το 60% των μνημείων και αρχαιολογικών χώρων που εντοπίζονται σε όλο το εύρος της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

##### ***Πίνακας 4.2.2.1.: Οι αρχαιολογικοί χώροι στο Νομό Κοζάνης ανά περίοδο.***

| <u>Χρονολογική Περίοδος</u> | <u>Αριθμός Μνημείων/Αρχαιολογικών Χώρων στον Νομό Κοζάνης</u> |
|-----------------------------|---|
| Προϊστορική - Κλασσική      | 26  |
| Βυζαντινή - Μεταβυζαντινή   | 111   |
| Νεότερη                     | 46  |
| <b><u>Σύνολο</u></b>        | <b><u>183</u></b>   |

(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 57.)

Το κύριο επίκεντρο στο Νομό Κοζάνης αναφορικά με τη προϊστορική και τη κλασσική εποχή σε εύρος ευρημάτων, προσδιορίζεται ως η αρχαία πόλη και η νεκρόπολη της Αιανής (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Ωστόσο, δεδομένου ότι η περιοχή της Δυτικής Μακεδονίας κατά την αρχαιότητα άνηκε στην Άνω ορεινή Μακεδονία κάποιες επιπλέον περιοχές του Νομού Κοζάνης με αξιοπρόσεκτη παρουσία ευρημάτων της ίδιας εποχής είναι και τα Σέρβια, το Βελβεντό, το Νότιο τμήμα του Δήμου Κοζάνης, το Βόιο, το Βόρειο τμήμα του Δήμου Κοζάνης, και ο Δήμος Εορδαίας. Από τα ευρήματα κυρίως του προϊστορικού πολιτισμού στο συγκεκριμένο νομό, ξεχωρίζουν αυτά που ευρέθησαν στις περιοχές του Βελβεντού, στο Σπήλαιο Νεράιδας ως προς τη νεολιθική κατοίκηση, και στον οικισμό Βασιλάρα Ράχης Βελβεντού. Ακόμη, όμως, και στη περιοχή της αρχαίας πόλης της Αιανής, έχουν ανακαλυφθεί 3 δημόσια κτίρια μεγάλου μεγέθους και πλήθος ιδιωτικών κατοικιών, ενώ στη νεκρόπολη έχουν βρεθεί 11 μεγάλου μεγέθους χτιστοί θαλαμωτοί τάφοι, με τον παλαιότερο να εκτιμάται πως ανήκει στο πρώτο μισό του 6<sup>ου</sup> αιώνα π.Χ. Πέραν όμως των ανασκαφών που οδήγησαν σε ευρήματα της αρχαίας περιόδου στην ευρύτερη περιοχή της Αιανής, εντοπίζεται ιδιαίτερο ενδιαφέρον και στα ευρήματα του ρωμαϊκού τάφου Ράχης Τσέικα, στου Παλαιοχριστιανικού ψηφιδωτού της Αγίας Παρασκευής και στους Βυζαντινούς Ναούς της Αιανής (Ι.Μ. Ιλαρίωνα, Ι.Μ. Παναγίας Ζιδανίου, Ι.Μ. Ζάβορδας), αλλά και στις υπόλοιπες περιοχές της Εορδαίας και της Ελυμιώτιδος. Επιπλέον, αναφορικά με τα ευρήματα της βυζαντινής και μεταβυζαντινής περιόδου στον Νομό Κοζάνης, αυτά αφορούν κυρίως Ιερούς Ναούς και Μονές. Ωστόσο, κάποια αξιοπρόσεκτα μνημεία, μεταξύ των 40 ανακαλυφθέντων Κάστρων και οχυρωματικών μνημείων στο Νομό αυτό, αποτελούν η Βυζαντινή Καστροπολιτεία Σερβίων, ο Βυζαντινός Οικισμός στο

οικόπεδο Καμκούτη που ξεχωρίζει για τα ψηφιδωτά δάπεδα του, οι Βυζαντινοί Ναοί στο Βελβεντό, αλλά και η πόλη της Σιάτιστας. Τέλος, όσων αφορά τη νεότερη εποχή και τα κηρυγμένα μνημεία, αυτά που ξεχωρίζουν στο Νομό, ευρίσκονται κυρίως στη Σιάτιστα και απαριθμούνται περίπου στα 49 (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

Συνεχίζοντας, στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 4.2.2.2.) παρατίθενται τα κύρια μουσεία και υποδομές συναφούς αντικειμένου στο Νομό Κοζάνης, από τα οποία, αυτό που θεωρείται ως ο μεγαλύτερος πόλος έλξης του τουριστικού κοινού από το 2013 κι' έπειτα συνολικά για τη Δυτική Μακεδονία, είναι το Μουσείο της Αιανής (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

**Πίνακας 4.2.2.2.: Τα μουσεία στο Νομό Κοζάνης – ανά τομέα ενδιαφέροντος.**

| <u>Κύριο πεδίο ενδιαφέροντος</u>   | <u>Τα μουσεία στον Νομό Κοζάνης</u>   |
|------------------------------------|---|
| Αρχαιολογικό / Ιστορικό ενδιαφέρον | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Αρχαιολογικό Μουσείο Αιανής</li> <li>• Αρχ/κή Συλλογή Κοζάνης</li> <li>• Μουσείο Μακεδονικού Αγώνα Χρωμίου</li> </ul>  |
| Σύγχρονος πολιτισμός / Ιστορία     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Βιβλιοθήκη Κοζάνης</li> <li>• Μουσείο Σύγχρονης Τοπικής Ιστορίας Κοζάνης</li> <li>• Συλλογή Λεωνίδα Παπάζογλου</li> </ul>  |
| Λαογραφίας                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ιστορικό-Λαογραφικό και Φυσικής Ιστορίας Μουσείο Κοζάνης</li> <li>• Εκκλησιαστικό Μουσείο Σιάτιστας</li> <li>• Λαογραφικό Μουσείο Σερβίων</li> <li>• Λαογραφικό Μουσείο Βελβεντού</li> <li>• Ανθρωπολογικό, Λαογραφικό Μουσείο &amp; Πινακοθήκη Πτολεμαΐδας</li> </ul> |
| Φυσικό περιβάλλον                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Βοτανικό Μουσείο Σιάτιστας</li> <li>• Χαρτοθήκη Κοζάνης</li> <li>• Παλαιοντολογικό Σιάτιστας</li> </ul>  |

(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 60.)



Ακολούθως, αναφορικά με τα παραδοσιακά αρχιτεκτονικά σύνολα και τους ιστορικούς τόπους στο Νομό Κοζάνης, σύμφωνα με την ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (2018), αναφέρεται ότι υπάρχει ένας αξιοσημείωτος αριθμός συνόλων, χαρακτηρισμένων ως ιστορικοί τόποι, κυρίως στις συνοικίες Γεράνεια και Χώρα της Σιάτιστας, και στους οικισμούς της Βλάστης και των Μαστοροχωριών Βοίου (Καλλονή, Πεντάλοφος, Τρίκορφο, Δότσικο κ.α.), οι οποίοι εμφανίζουν σημαντικά πολιτισμικού χαρακτήρα χαρακτηριστικά. Αναλυτικότερα:

- **Η Σιάτιστα**, διαθέτει ως παραδοσιακούς πυρήνες τις συνοικίες Γεράνεια και Χώρα, εκ των οποίων, η δεύτερη συνοικία (Χώρα Σιάτιστας) υποστηρίζεται ότι έχει σημαντικό μνημειακό πλούτο παραδοσιακών κτισμάτων και διάσπαρτες μικρές ιστορικές εκκλησίες. Επιπλέον, όμως, γενικά στη περιοχή της Σιάτιστας ευρίσκονται ιδιαίτερης αρχιτεκτονικής αρχοντικά του 18<sup>ου</sup> αιώνα και της ύστερης εποχής με αξιοπρόσεκτο εσωτερικό διάκοσμο, ξυλόγλυπτα, τζάκια, τοιχογραφίες και βιτρό. Ακόμα, βέβαια αξίζει να σημειωθεί, πως πόλος έλξης τόσο του θρησκευτικού τουρισμού, αλλά και των γενικότερων τουριστών της περιοχής, αποτελούν και οι 25 Βυζαντινές και Μεταβυζαντινές εκκλησίες με σημαντικότερες αυτές της Αγίας Παρασκευής και της Αγίας Αικατερίνης του 16<sup>ου</sup> αιώνα, του Αγίου Δημητρίου, του Προφήτη Ηλία, της Ιεράς Μητρόπολης Σισανίου και Σιάτιστας και το εκκλησιαστικό μουσείο (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).
- **Η Βλάστη**, αποτέλεσε στο παρελθόν «*ένα από τα μεγαλύτερα αρχοντοχώρια της Δυτικής Μακεδονίας*», με τον οικισμό αν και ξαναχτίστηκε, να διατηρεί στη σύγχρονη εποχή τη Μακεδονίτικη αρχιτεκτονική (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 62). Σημαντικοί πόλοι έλξης του τουριστικού κοινού της Βλάστης αποτελούν οι εκκλησίες και τα καλντερίμια της.
- **Τα Μαστοροχώρια Βοίου**, διαθέτουν στο σύνολο τους μια ιδιαίτερη λαϊκή αρχιτεκτονική, η οποία επικράτησε από τα πρώτα χρόνια του 18<sup>ου</sup> αιώνα κι έπειτα. Οι τοπικές κατοικίες των οικισμών αυτής της περιοχής διακρίνονται για την ιδιαίτερη τεχνική των μαστόρων, αφού, είναι κυρίως διώροφες ή ακόμα και τριώροφες, χτισμένες με πέτρα, έχοντας ξύλινα παράθυρα, πόρτες και στέγη ξύλινη με πέτρινες πλάκες. Επιπρόσθετα, αξίζει να σημειωθεί, πως στην ίδια

περιοχή εντοπίζονται και πολλές περίτεχνα κατασκευασμένες εκκλησίες, καλντερίμια και βρύσες (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

Στη συνέχεια, αναφορικά με τα τοπικά και γαστρονομικά προϊόντα στο Νομό Κοζάνης, ιδιαίτερη φήμη έχουν οι τοπικοί οίνοι που ευρίσκονται τόσο στη Σιάτιστα, αλλά και στο Βελβεντό. Επιπλέον, όμως, αναφορικά με κάποια επιπλέον προϊόντα που παράγονται στη περιοχή, αξίζει να σημειωθεί πως μερικά από αυτά ανήκουν στη κατηγορία των τυριών (κασέρι, μπάτζος, κεφαλογραβιέρα, μανούρι, φέτα), και, φυσικά θα θεωρούνταν παράλειψη να μην αναφερθεί και ο Κρόκος Κοζάνης και τα ροδάκινα Βελβεντού (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Όμως, παρόλα αυτά, ακόμα ένα τοπικό προϊόν που κινεί το τουριστικό ενδιαφέρον είναι και η γούνα, όπου από το σύνολο των 2.400 επιχειρήσεων εκτιμάται πως οι 500 βρίσκονται στη Σιάτιστα και στην ευρύτερη περιοχή του Βοίου.

Τέλος, αναφορικά με τις ποικίλες πολιτιστικού χαρακτήρα εκδηλώσεις και τα δρώμενα στην ευρύτερη περιοχή του Νομού Κοζάνης, τα οποία έχουν τις ρίζες τους στην αρχαιότητα ή προήρθαν από τους πρόσφυγες της Μικράς Ασίας, του Πόντου και της Καππαδοκία, και αποτελούν σημαντικό πυλώνα της πολιτιστικής διαδρομής, υποστηρίζεται ότι διαχωρίζονται και βάσει του γεωγραφικού στίγματος τους, και τους είδους τους, αλλά και βάσει της εποχής διεξαγωγής τους, γεγονός που τα συνδέει με τις ποικίλες μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται ανά περίοδο (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Τα δρώμενα αυτά για το Νομό Κοζάνης, παρουσιάζονται ανά ονομασία, εποχή διεξαγωγής και περιοχή στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 4.2.2.3.).

**Πίνακας 4.2.2.3.: Τα πολιτιστικά δρώμενα του Νομού Κοζάνης.**

| <u>Ονομασία Δρώμενων</u>  | <u>Εποχή Διεξαγωγής</u>              | <u>Περιοχή</u>   |
|---------------------------|--------------------------------------|--|
| Γουρουνοχαρά              | Χριστούγεννα –<br>Πρωτοχρονιά - Φώτα | Αυγερινός  |
| Καλαδαριές (φωτιές/φανοί) |                                      | Κοζάνη   |
| Μωμόεροι                  |                                      | Τετράλοφος, Άγιος Δημήτριος,<br>Αλωνάκια, Σκήτη, Πρωτοχώρι,<br>Κομνηνά, Ασβεστόπετρα,<br>Καρυοχώρι |

|                                     |                                   |                           |
|-------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------|
| Γιορτή Τσιγαρίδας                   |                                   | Μολόχα                    |
| Κοκώνες και Γκέκηδες                |                                   | Εμποριό                   |
| Φανοί                               | <i>Φεβρουάριος -<br/>Απόκριες</i> | Κοζάνη                    |
| Πέταγμα Αερόστατου                  |                                   | Πεντάλοφος                |
| Ζωοδόχου Πηγής                      | <i>Απρίλιος</i>                   | Πιέρια                    |
| Λαζαρίνες                           |                                   | Αιανή                     |
| Χορός της Ρόκας                     |                                   | Γαλαπινή                  |
| Εκδηλώσεις μνήμης<br>Ποντίων        | <i>Μάιος</i>                      | Κοζάνη                    |
| Τριήμερο Αγ. Πνεύματος              | <i>Ιούνιος</i>                    | Νεάπολη                   |
| Πάρχαρια                            | <i>Ιούλιος</i>                    | Αγ. Δημήτριος Ελλησπόντου |
| Νιαήμερος                           |                                   | Αγ. Μαρίνα Τσοτύλι        |
| Γιορτή Δράκου                       |                                   | Πελεκάνος                 |
| Γιορτή Μανιταριού και<br>Μπάτζιου   |                                   | Ζώνη                      |
| Γιορτή Μανουριού                    |                                   | Βλάστη                    |
| Γιορτή Κρασιού                      | <i>Αύγουστος</i>                  | Σιάπιστα                  |
| Καβαλάρηδες Σιάπιστας               |                                   | Σιάπιστα                  |
| Γιορτή Βουνού                       |                                   | Οροπέδιο Παλιοκριμηνίου   |
| Τρανός χορός                        |                                   | Βλάστη                    |
| Μεγάλος Χορός –<br>αντάμωμα Βιθυνών |                                   | Βυθός                     |
| Βαρικιώτικα                         |                                   | Βαρικό                    |
| Γιορτή Κρασιού                      | <i>Σεπτέμβριος</i>                | Πελεκάνος                 |
| "Έν Χώναις" Θαύμα Αρχ.<br>Μιχαήλ    |                                   | Περιστερά                 |
| Γιορτή Κρασιού                      | <i>Οκτώβριος</i>                  | Αγίασμα                   |
| Γιορτή Τσίπουρου                    |                                   | Μόρφη                     |
| Καστανογιορτές                      | <i>Νοέμβριος</i>                  | Δαμασκηνιά, Πεντάλοφος    |

(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 65-66.)

#### 4.2.3. ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΦΛΩΡΙΝΑΣ

Ξεκινώντας από τα μνημεία και τους αρχαιολογικούς χώρους στο Νομό Φλώρινας, αρχικά, υποστηρίζεται ότι τα 107 από τα 500 κηρυγμένα ως μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους γενικά στη Δυτική Μακεδονία, ευρίσκονται στην εν λόγω περιοχή και διαχωρίζονται ανά περίοδο, όπως φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας ) (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

**Πίνακας 4.2.3.1.: Οι αρχαιολογικοί χώροι στο Νομό Φλώρινας ανά περίοδο.**

| <u>Χρονολογική Περίοδος</u> | <u>Αριθμός Μνημείων/Αρχαιολογικών Χώρων στον Νομό Φλώρινας</u> |
|-----------------------------|--|
| Προϊστορική - Κλασσική      | 7  |
| Βυζαντινή - Μεταβυζαντινή   | 51   |
| Νεότερη                     | 49   |
| <b><u>Σύνολο</u></b>        | <b><u>107</u></b>  |

(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 57.)

Τα ευρήματα της προϊστορικής και κλασικής εποχής στο Νομό Φλώρινας, όπως φαίνεται άλλωστε και στον παραπάνω πίνακα, είναι μόλις 7 και εντοπίζονται κυρίως στο Δήμο Φλώρινας, στη περιοχή του Νυμφαίου (Λίμνη Πετρών), στο Αμύνταιο και στις Πρέσπες (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Από αυτά, ιδιαίτερο ενδιαφέρον αναφορικά με τον προϊστορικό πολιτισμό στο Νομό Φλώρινας εμφανίζει η περιοχή του Αρμενοχωρίου, καθώς ευρέθησαν ευρήματα της νεολιθικής εποχής και της πρώιμης εποχής του χαλκού, τα οποία αποδεικνύουν την ύπαρξη μιας αγροτικής κοινότητας στη περιοχή, η οποία κοινότητα, όμως, όπως υποστηρίζεται καταστράφηκε από πυρκαγιά κάποια στιγμή μεταξύ του 21<sup>ου</sup> και 20<sup>ου</sup> αιώνα π.Χ. Επιπρόσθετα στα παραπάνω, αξίζει να σημειωθεί ότι στο Νομό Φλώρινας ευρίσκονται 2 αποκατεστημένοι και ανοιχτοί στο κοινό αρχαιολογικοί χώροι, συγκριμένα στις Πέτρες (πόλη που ανήκει στην ελληνιστική εποχή) και στη

Φλώρινα (όπου η ελληνιστική πόλη βρίσκεται πάνω από τη σύγχρονη πόλη που ανήκει στη κλασική και στην ελληνιστική εποχή), τα ανασκαφικά έργα των οποίων πραγματοποιήθηκαν από το Γ' ΠΕΠ ΔΜ. Τα ευρήματα που βγήκαν στο φως συγκεκριμένα στη πόλη των Πετρών, εκτιμάται πως αποτελούνται από διάφορα «λείψανα κατοίκησης από την εποχή του Χαλκού και τα χνάρια της ελληνιστικής πόλης», η οποία πιστεύεται πως καταστράφηκε τον 1<sup>ο</sup> μ.Χ. αιώνα (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 58). Αναφορικά με τις βυζαντινές και μεταβυζαντινές αρχαιότητες, στο Νομό Φλώρινας, ιδιαίτερο ενδιαφέρον εμφανίζουν τα μοναστήρια στη περιοχή των Πρεσπών. Βέβαια, όσων αφορά τα μνημεία της νεότερης εποχής, στο Νομό Φλώρινας ευρίσκονται 46, και ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό αυτών που βρίσκονται στο κέντρο της πόλης είναι η ανάμιξη της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής με τη νεοκλασική και την ευρωπαϊκή του 20<sup>ου</sup> αιώνα.

Συνεχίζοντας, στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 4.2.3.2.) παρατίθενται τα κύρια μουσεία και υποδομές στο Νομό Φλώρινας, ανά πεδίο ενδιαφέροντος.

**Πίνακας 4.2.3.2.: Τα μουσεία στο Νομό Φλώρινας – ανά τομέα ενδιαφέροντος.**

| <u>Κύριο πεδίο ενδιαφέροντος</u>   | <u>Τα μουσεία στον Νομό Φλώρινας</u>   |
|------------------------------------|--|
| Αρχαιολογικό / Ιστορικό ενδιαφέρον | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Αρχαιολογικό Μουσείο</li> <li>• Βυζαντινό Μουσείο</li> </ul>  |
| Σύγχρονος πολιτισμός / Ιστορία     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης Φλώρινας</li> <li>• Πινακοθήκη Φλωριναίων Καλλιτεχνών</li> </ul>   |
| Λαογραφίας                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Λαογραφικό Μουσείο Φλώρινας</li> <li>• Λαογραφικό Μουσείο Αμυνταίου</li> <li>• Λαογραφικό Μουσείο Λεχόβου</li> <li>• Μουσείο Μακεδονικού Αγώνα (χωριό Κώττα)</li> </ul> |
| Τοπικά προϊόντα                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μουσείο Αργυροχοΐας Νυμφαίου</li> </ul>   |

(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 60.)

Ακολουθως, αναφορικά με τα παραδοσιακά αρχιτεκτονικά σύνολα και τους ιστορικούς τόπους στο Νομό Φλώρινας, σύμφωνα με την ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (2018), αναφέρεται ότι σημαντικές περιοχές είναι το ιστορικό κέντρο της Φλώρινας, ο οικισμός του Νυμφαίου, το κτήμα της Γεωργικής Σχολής Φλώρινας, τα Μαστοροχώρια Φλώρινας (Φλάμπουρο, Λέχοβο, Δροσοπηγή) και οι Οικισμοί Πρεσπών (Ψαράδες, Άγιος Γερμανός, Άγιος Αχίλλειος). Αναλυτικότερα, κάποια επιπρόσθετα στοιχεία για τις κυριότερες και δημοφιλέστερες περιοχές σε επισκεψιμότητα τουριστών είναι:

- **Το Νυμφαίο** αποτελεί κυριότερο τουριστικό παραδοσιακό οικισμό στη Δυτική Μακεδονία, καθώς είναι επιβλητικό, με λιθόστρωτους δρόμους και κτίρια κατασκευασμένα από πέτρα και στέγες ιδιόμορφες από λαμαρίνα (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Τέλος, είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι η πολεοδομική χάραξη του Νυμφαίου αποτελεί και το χαρακτηριστικό στοιχείο των Βαλκανικών Οικισμών κατά τη περίοδο της Τουρκοκρατίας.
- **Το κέντρο της Φλώρινας** επιδεικνύει χαρακτηριστικά τόσο της Νεοκλασικής, όσο και της Μακεδονίτικης αρχιτεκτονικής, η οποία, ωστόσο, επηρεάζεται από τα τοπικά στοιχεία πολιτισμού (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Παρόλα αυτά, όμως, από το 1919 κ' έπειτα, έχει αναπτυχθεί «*ένα ιδιαίτερο αρχιτεκτονικό σχήμα επηρεασμένο από ευρωπαϊκά και κλασικά πρότυπα*», με ειδικότερα κτίσματα αυτού του χαρακτήρα να αποτελούν τα δημόσια κτίρια, τα οποία εμφανίζουν «*κλασσική συμμετρική οργάνωση*» (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 62).
- **Τα Μαστοροχώρια Φλώρινας**, τα οποία είναι γνωστά για τη μοναδική τους αρχιτεκτονική που επιμελήθηκαν έποικοι μάστορες. Στη σημερινή εποχή, έχουν καταφέρει να σωθούν αρκετά κτίσματα που είναι κατασκευασμένα από υλικά κάθε περιοχής, τα οποία επηρεάστηκαν από «*την τεχνοτροπία, τα αισθητικά ρεύματα και τις συνθήκες*» εκείνης της εποχής (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 63). Τα κτίσματα αυτά των Μαστοροχωρίων Φλώρινας, αξίζει να σημειωθεί ότι είναι ή μικτής τεχνικής (με πέτρα στη βάση και έχοντας στον όροφο ελαφρά κατασκευή), ή πλίνθινα. Όμως, σε μερικές περιπτώσεις εντοπίζονται και πέτρινα κτίρια.
- **Οι Οικισμοί Πρεσπών**, οι οποίοι ξεχωρίζουν για τη διατήρηση της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής στα κτίρια, μερικά από τα οποία όμως

εμφανίζουν και μερικές ιδιαιτερότητες, κυρίως στο τρόπο και στα υλικά που χρησιμοποιήθηκαν για τη κατασκευή τους (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Στους συγκεκριμένους οικισμούς, σχεδόν σε όλους ευρίσκονται σημαντικά κτίσματα, τα οποία είναι κατασκευασμένα από υλικά της περιοχής (π.χ. πέτρα, ξύλο, λάσπη). Ωστόσο, ένα σημαντικό χαρακτηριστικό στην αρχιτεκτονική αυτών των Οικισμών είναι το χαγιάτι, το οποίο είτε είναι μακριά από τα κτίσματα, είτε μαζί με τη σκάλα στη στενή πλευρά των κτισμάτων, πάντα στην εξωτερική τους πλευρά.

Στη συνέχεια, αναφορικά με τα τοπικά και γαστρονομικά προϊόντα στο Νομό Φλώρινας, ιδιαίτερη φήμη έχουν οι οίνοι που προέρχονται από τη περιοχή του Αμυνταίου και εξαιτίας του χαρακτηρισμού τους ως Π.Ο.Π., αλλά και διότι η παραγωγή τους προέρχεται από την υψηλής ποιότητας ελληνική ποικιλία Ξυνόμαυρο, γεγονός που έχει εντάξει τη γενικότερη περιοχή «στο αγροτουριστικό δίκτυο των δρόμων του κρασιού ως "διαδρομή του κρασιού των Λιμνών"» (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 63). Ακόμα, όμως ιδιαίτερη αναφορά ως τοπικά προϊόντα γίνεται και στα τυριά (κασέρι, κεφαλογραβιέρα, μανούρι, μπάτζος, φέτα), στα φασόλια (γίγαντες/ελέφαντες και πλακέ) που προέρχονται από τη περιοχή των Πρεσπών, στις καραβίδες και στις κόκκινες πιπεριές Φλωρίνης, όπου, το όνομα των τελευταίων έχει καθιερωθεί στην ελληνική αγορά ανεξάρτητα από τον τόπο παραγωγής.

Ακόμη, στη Περιφερειακή Ενότητα Φλώρινας διατίθενται και αξιόλογοι ιαματικοί πόροι με δημοφιλέστερο όλων το Ξινό Νερό Φλώρινας, το οποίο έχει υψηλή περιεκτικότητα σε  $\text{Ca-HCO}_3$  (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Επιπλέον, όμως, θελμαλιστικό ενδιαφέρον έχει και η πηγή που ευρίσκεται στην Αγραπιδιά Αμυνταίου.

Επίσης, αναφορικά με τις ποικίλες πολιτιστικού χαρακτήρα εκδηλώσεις και τα δρώμενα στη περιοχή του Νομού Φλώρινας, τα οποία έχουν τις ρίζες τους στην αρχαιότητα ή προήρθαν από τους πρόσφυγες της Μικράς Ασίας, του Πόντου και της Καππαδοκία, και αποτελούν σημαντικό πυλώνα της πολιτιστικής διαδρομής, υποστηρίζεται ότι διαχωρίζονται και βάσει του γεωγραφικού στίγματος τους, και τους είδους τους, αλλά και βάσει της εποχής διεξαγωγής τους, γεγονός που τα συνδέει με τις ποικίλες μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται ανά περίοδο (ΕΥΔΕΠ

Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Τα δρώμενα αυτά για το Νομό Φλώρινας, παρουσιάζονται ανά ονομασία, εποχή διεξαγωγής και περιοχή στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 4.2.3.3.).

**Πίνακας 4.2.3.3.: Τα πολιτιστικά δρώμενα του Νομού Φλώρινας.**

| <u>Ονομασία Δρώμενων</u> | <u>Εποχή Διεξαγωγής</u>              | <u>Περιοχή</u>    |
|--------------------------|--------------------------------------|-------------------|
| Φωτιές                   | Χριστούγεννα –<br>Πρωτοχρονιά - Φώτα | Φλώρινα           |
| Καρναβάλι Ξινού Νερού    | Φεβρουάριος -<br>Απόκριες            | Ξινό Νερό         |
| Κουρμπάνι                | Ιούλιος                              | Αγ. Παντελεήμονας |
| Γιορτή Πιπεριάς          | Αύγουστος                            | Αετός             |
| Λυγκήστεια               |                                      | Φλώρινα           |
| Πρέσπεια                 |                                      | Πρέσπες           |
| Πανηγύρι Αμυνταίου       | Οκτώβριος                            | Αμύνταιο          |
| Μιμαλλόνες               | Νοέμβριος                            | Λαιμός            |

(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 65-66.)

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως, στο Νομό Φλώρινας, λειτουργεί και το Χιονοδρομικό Κέντρο Πισοδερίου, το οποίο αποτελεί πόλο έλξης των τουριστών, των ντόπιων και των κατοίκων των γύρω νομών και είναι μία σίγουρη εξόρμηση κατά τις περιόδους του χιονιού (Πίνακας 4.2.3.3.).

#### **4.2.4. ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ**

Σύμφωνα με την ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (2018), από τα 500 μνημεία και τους αρχαιολογικούς χώρους που υπάρχουν σε όλη τη Δυτική Μακεδονία, στο Νομό Καστοριάς ευρίσκονται συνολικά 170, τα οποία διαχωρίζονται ανά χρονολογική περίοδο, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 4.2.4.1).



**Πίνακας 4.2.4.1.: Οι αρχαιολογικοί χώροι στο Νομό Καστοριάς ανά περίοδο.**

| <u>Χρονολογική Περίοδος</u> | <u>Αριθμός Μνημείων/Αρχαιολογικών Χώρων στον Νομό Καστοριάς</u> |
|-----------------------------|---|
| Προϊστορική - Κλασσική      | 6   |
| Βυζαντινή - Μεταβυζαντινή   | 90  |
| Νεότερη                     | 74  |
| <b><u>Σύνολο</u></b>        | <b><u>170</u></b>   |

(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 57.)

Τα ευρήματα της προϊστορικής και κλασσικής εποχής στο Νομό Καστοριάς κυριαρχούν κυρίως στους Δήμους Ορεστίδος, Νεστορίου και Καστοριάς, οι οποίοι εκείνη την εποχή αποτελούσαν την περιοχή "Ορεστίς" (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Επίσης, όμως, ιδιαίτερο προϊστορικό ενδιαφέρον παρουσιάζουν και η λίμνη Καστοριάς, αλλά και η περιοχή της Αυγής, όπου σε αυτά τα σημεία ευρέθησαν ίχνη οικισμών, από τους παλαιότερους στην Ευρώπη. Στη λίμνη της Καστοριάς μία σημαντική ανακάλυψη αποτελεί ο Λιμναίος Οικισμός στη περιοχή του Δισπηλιού, ο οποίος από το 2000 είναι ανοιχτός στο κοινό ως οικομουσείο, στον οποίο περιλαμβάνεται ο προϊστορικός οικισμός που η πρώτη του φάση χρονολογείται στο 5500 π.Χ. Μέχρι στιγμής, κάποια από τα ευρήματα του Λιμναίου Οικισμού του Δισπηλιού που έχουν έρθει στο φως, περιλαμβάνουν κοσμήματα, εργαλεία, ειδώλια, κεραμική με διακόσμηση, μια νεολιθικής εποχής βάρκα και δείγματα πρώιμης γραφής, τα οποία φανερώνουν τον τρόπο κατά τον οποίο ο προϊστορικός πολιτισμός της περιοχής διαμόρφωνε τις κατοικίες του και οργάνωνε την οικονομική και κοινωνική του ζωή. Αξίζει επίσης να επισημανθεί ότι, αναφορικά με τον εργαλειακό εξοπλισμό, τα ευρήματα υποδεικνύουν την υψηλή εξειδίκευση και τη ποιότητα, καθώς είναι κατασκευασμένος από κέρατα και οστά, ενώ αναφορικά με την κεραμική παρατηρείται ότι είναι κατασκευασμένα προσεκτικά, βρίσκεται σε καλή κατάσταση διατήρησης και υπάρχει ποικιλία στη διακόσμηση. Εν συνεχεία, όσον αφορά τη βυζαντινή και μεταβυζαντινή περίοδο, η πόλη της Καστοριάς εκτιμάται πως αποτέλεσε ένα από τα σημαντικά αστικά και διοικητικά κέντρα της εποχής στην ευρύτερη περιοχή με σημαντικά μνημεία όπως ο ναός του Αγίου Γεωργίου στην

Ομορφοκλησιά, στον οποίο ευρίσκεται το «μοναδικό ξύλινο, βυζαντινό ξόανο του αγίου», ο ναός της Κοιμήσεως στο Ζεγοστάση, και το καθολικό της Κοιμήσεων στη Ζηκόβιτσα (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 59). Βέβαια, όμως, δεν πρέπει να αμελείται και το γεγονός, πως η Καστοριά διαθέτει και ενδιαφέρουσα οθωμανικά μνημεία, κυρίως στη πόλη, όπως ο Μεντρεσές και το Κουρσουμλί. Τέλος, όσων αφορά τα μνημεία της νεότερης εποχής, ο Νομός Καστοριάς περιλαμβάνει 74, τα οποία ευρίσκονται κυρίως στη πόλη (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

Συνεχίζοντας, στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 4.2.4.2.) παρατίθενται τα κύρια μουσεία και υποδομές στο Νομό Καστοριάς, ανά πεδίο ενδιαφέροντος.

**Πίνακας 4.2.4.2.: Τα μουσεία στο Νομό Καστοριάς – ανά τομέα ενδιαφέροντος.**

| <u>Κύριο πεδίο ενδιαφέροντος</u>   | <u>Τα μουσεία στον Νομό Καστοριάς</u>   |
|------------------------------------|---|
| Αρχαιολογικό / Ιστορικό ενδιαφέρον | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Βυζαντινό Μουσείο</li> <li>• Οικομουσείο Δισπηλιού</li> <li>• Αρχαιολογικό Μουσείο Άργους Ορεστικού</li> <li>• Παύλου Μελά (Μελάς)</li> <li>• Μακεδονικού Αγώνα</li> </ul> |
| Λαογραφίας                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Λαογραφικό Μουσείο</li> <li>• Μουσείο Ενδυματολογίας</li> <li>• Κέρινων Ομοιωμάτων Μαυροχωρίου</li> </ul>  |
| Φυσικό περιβάλλον                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μουσείο Παλιοντολογίας &amp; Παλιοβοτανικής Νόστιμου</li> <li>• Ενυδρείο Καστοριάς</li> </ul>  |

(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 60.)

Ακολούθως, αναφορικά με τα παραδοσιακά αρχιτεκτονικά σύνολα και τους ιστορικούς τόπους στο Νομό Καστοριάς, σύμφωνα με την ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (2018), αναφέρεται ότι οι χαρακτηρισμένοι ως ιστορικοί τόποι

βρίσκονται «*επί της Ακροπόλεως και παρά την νέα δεξαμενή Καστοριάς και σε ακτίνα 6 μέτρων*», συμπεριλαμβανομένων και των συνοικιών Απόζαρι, Ντολτσό και Πολυκέρασσο (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 61). Επιπλέον, όμως πέραν της πόλης της Καστοριάς, κάποιοι επιπλέον παραδοσιακοί οικισμοί που συγκεντρώνουν το πολιτιστικό ενδιαφέρον είναι οι Οικισμοί των Κορεστέϊων (Γάβρος, Κραγιώνας, Μελάς, κλπ.), αλλά και η περιοχή του Πάρκου Εθνικής Συμφιλίωσης του Γράμμου. Αναλυτικότερα:

- **Η πόλη της Καστοριάς**, και συγκεκριμένα τμήμα αυτής, είναι ανακηρυγμένη ως παραδοσιακός οικισμός, εξαιτίας των αρχοντικών, τα οποία χτίστηκαν κατά τη διάρκεια του 17<sup>ου</sup> και 18<sup>ου</sup> αιώνα (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Τα αρχοντικά της Καστοριάς βρίσκονται κυρίως στις γειτονιές Απόζαρι και Ντολτσό, με τα πιο γνωστά από αυτά να είναι: Το Αρχοντικό Εμμανουήλ, το οποίο κατασκευάστηκε το 1750 και πλέον λειτουργεί ως ενδυματολογικό μουσείο, το Αρχοντικό Σαπουτζή, το οποίο τοποθετείται χρονολογικά στον 18<sup>ο</sup> αιώνα, το Αρχοντικό Τσιατσιαπά ή Τσιατσαπά, το οποίο υπάρχει από το 1754, το Αρχοντικό Σκούταρη, που κατασκευάστηκε το 1750, το Αρχοντικό Νεράντζη-Αϊβάβη, που τοποθετείται χρονολογικά στον 18<sup>ο</sup> αιώνα και πλέον λειτουργεί ως λαογραφικό μουσείο, το αρχοντικό Παπατέρπου, που υπάρχει από το 1880, το Αρχοντικό Μπασάρα με έτος κατασκευής το 1750, το Αρχοντικό Νατζή ή Ναντζή που κατασκευάστηκε κατά το 1753, το Αρχοντικό Βέργουλα, το οποίο υπάρχει από το 1850, το Αρχοντικό Πηχεών, που τοποθετείται χρονολογικά στο δεύτερο μισό του 19<sup>ου</sup> αιώνα και στη σημερινή εποχή λειτουργεί ως μουσείο Μακεδονικού Αγώνα, και το Αρχοντικό Χριστόπουλου που κατασκευάστηκε το 1753. Τα Καστοριανά αρχοντικά είναι είτε τριώροφα, είτε πενταώροφα, διαθέτουν κήπους, εσωτερικές αυλές, ψηλούς φράχτες, κλειστούς εξώστες και καγκελωτά παράθυρα. Ακόμα, όμως, στη πόλη της Καστοριάς ευρίσκονται και σημαντικοί ναοί, το γενικό χαρακτηριστικό των οποίων είναι η μικρή του κλίμακα. Στη Καστοριά, λοιπόν, εντοπίζονται τρεις τύποι ναών: (1) οι τρίκλιτοι βασιλικοί, (2) οι μονόχωροι με νάρθηκα, και, (3) οι τρίκογχοι (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).
- **Οι Οικισμοί των Κορεστέϊων**, οι οποίοι διαθέτουν ενδιαφέρουσα παραδοσιακή αρχιτεκτονική, η οποία χαρακτηρίζεται ως ιδιαίτερη στην ευρύτερη περιφέρεια της Δυτικής Μακεδονίας (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής

Μακεδονίας, 2018). Οι παλιές κατοικίες, λοιπόν, σε αυτούς τους οικισμούς, είναι κατασκευασμένες από πλίνθους με κοκκινόχρωμα και άχυρο, υλικά που τους προσδίδουν ένα κοκκινωπό χρώμα, το οποίο και κατακλύζει το γενικότερο τοπίο της περιοχής.

- **Το Πάρκο Εθνικής Συμφιλίωσης του Γράμμου**, το οποίο παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον εξαιτίας της σύνδεσης τους με κάποιες από τις πιο σημαντικές και επώδυνες εποχές της σύγχρονης ιστορίας της Ελλάδος (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Στη σύγχρονη εποχή, στο Πάρκο Εθνικής Συμφιλίωσης ευρίσκονται εγκαταστάσεις, στις οποίες εμπεριέχονται εκθεσιακοί χώροι και ερευνητικές υποδομές, που όχι μόνο βοηθούν στην υπενθύμιση και κατανόηση του παρελθόντος, αλλά ταυτόχρονα αναδεικνύουν τον περιβαλλοντικό πλούτο της ευρύτερης τοποθεσίας του Γράμμου.

Στη συνέχεια, αναφορικά με τα τοπικά και γαστρονομικά προϊόντα στο Νομό Καστοριάς, ιδιαίτερη φήμη έχει η γούνα, που στο παρελθόν αποτέλεσε μάλιστα και το σήμα κατατεθέν της περιοχής τόσο της πόλης της Καστοριάς, όσο και του Άργους Ορεστικού και της Κλεισούρας (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Η ενασχόληση με τη γουνοποιία, ωστόσο, δεν αποτέλεσε προσωρινή φάση μιας εποχής για τη περιοχή, αφού εκτιμάται ότι έχει της ρίζες της στο Βυζάντιο, και, σύμφωνα με τη Κλαδική Μελέτη της Τράπεζας Πειραιώς, κατά το 2011, στη Καστοριά υπήρχαν 1867 περίπου επιχειρήσεις (από τις 2400 συνολικά). Επίσης, όμως, πέραν της γούνας, κάποια ακόμα προϊόντα που εντοπίζονται στη περιοχή του Νομού Καστοριάς είναι τα φασόλια (γίγαντες/ελέφαντες), αλλά και τα τυριά (κασέρι, κεφαλογραβιέρα, μανούρι, μπάτζος, φέτα), τα οποία βέβαια υπάρχουν σε όλες τις περιφερειακές ενότητες της Δυτικής Μακεδονίας.

Ακόμη, στη Περιφερειακή Ενότητα Καστοριάς διατίθενται και μεταλλικά νερά με δημοφιλέστερα αυτά της Αμμουδάρας στο Άργος Ορεστικό, και εγκαταστάσεις αξιοποίησης τους στο Άργος Ορεστικό (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

Επίσης, αναφορικά με τις ποικίλες πολιτιστικού χαρακτήρα εκδηλώσεις και τα δρώμενα στη περιοχή του Νομού Καστοριάς, τα οποία έχουν τις ρίζες τους στην αρχαιότητα ή προήρθαν από τους πρόσφυγες της Μικράς Ασίας, του Πόντου και της Καππαδοκία, και αποτελούν σημαντικό πυλώνα της πολιτιστικής διαδρομής,

υποστηρίζεται ότι διαχωρίζονται και βάσει του γεωγραφικού στίγματος τους, και τους είδους τους, αλλά και βάσει της εποχής διεξαγωγής τους, γεγονός που τα συνδέει με τις ποικίλες μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται ανά περίοδο (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Τα δρώμενα αυτά για το Νομό Καστοριάς, παρουσιάζονται ανά ονομασία, εποχή διεξαγωγής και περιοχή στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 4.2.4.3.).

**Πίνακας 4.2.4.3.: Τα πολιτιστικά δρώμενα του Νομού Καστοριάς.**

| <u>Ονομασία Δρώμενων</u>              | <u>Εποχή Διεξαγωγής</u>              | <u>Περιοχή</u>                       |
|---------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| Γιορτή Τσίπουρου Λιθιάς               | Χριστούγεννα –<br>Πρωτοχρονιά - Φώτα | Λιθιά                                |
| Πανηγύρι Αγίας Βαρβάρας               |                                      | Μαυροχώρι                            |
| Εκκλησιαστικό πανηγύρι Αγίου Νικολάου |                                      | Αμμουδάρα                            |
| Πανηγύρι Αγίου Σπυρίδωνα              |                                      | Αμπελοχώρι                           |
| Αναβίωση εθίμου φωτιάς                |                                      | Χιλιόδεντρο, Τοιχίο, Κρανοχώρι       |
| Ραγκουτσάρια                          |                                      | Καστοριά                             |
| Μπουμπούνες                           |                                      | Χωριά Καστοριάς                      |
| Έθιμο Χάσκαρη                         | Φεβρουάριος -<br>Απόκριες            | Καστοριά                             |
| Παλιαπούλιες                          |                                      | Άργος Ορεστικό                       |
| Αγίου Χαραλάμπους                     |                                      | Άργος Ορεστικό                       |
| Ροδάνι - Απόζαρι                      |                                      | Καστοριά                             |
| Αγίου Γεωργίου                        | Απρίλιος                             | Ομορφοκκλησιά, Μακροχώρι, Επταχώρι   |
| Αναλήψεως                             | Μάιος                                | Δισπηλιό                             |
| 4ήμερο Αγίου Νικολάου & Αναργύρων     |                                      | Μελισσότοπος                         |
| Πανήγυρις                             |                                      | Λεύκη, Μανιάκοι, Άνω Νεστόριο, Γέρμα |
| Πανήγυρις                             | Ιούνιος                              | Βέργα                                |
| Κλήδονας                              |                                      | Καστοριά                             |
| Αγίου Διονυσίου                       |                                      | Κορησός                              |

|                                   |                    |   |
|-----------------------------------|--------------------|---|
| Πέτρου και Παύλου                 |                    | Μεσοποταμία   |
| 3ήμερες εκδηλώσεις Ποντ. Συλλόγου | <i>Ιούλιος</i>     | Νέα Λεύκη   |
| Ορέστεια                          |                    | Άργος Ορεστικό  |
| Γιορτή Ψαριού                     |                    | Καστοριά  |
| Γιορτή Μανιταριού                 |                    | Οξιά  |
| Αγίας Κυριακής                    |                    | Αγία Κυριακή  |
| Εκκλησιαστικός πανηγυρισμός       |                    | Μονή Αγίων Αναργύρων  |
| Γιορτή Πατάτας                    |                    | Πολυκέρασος   |
| Προφήτη Ηλία                      |                    | Απόσκεπος, Πεντάβρυσος, Κοτύλη, Τσαρδάκι  |
| Αγίας Παρασκευής                  |                    | Άργος Ορεστικό, 7ημέρες Κωσταράζι, 2ήμερο Μανιάκοι, 2ήμερο Εππαχώρι, 2ήμερο Πεύκο |
| RIVER PARTY                       |                    | Νεστόριο  |
| Πανηγύρι Αγίου Νικάνορα           |                    | Καστοριά  |
| 9ημερα της Παναγίας, Δραγούμεια   | <i>Αύγουστος</i>   | Βογατσικό   |
| Γιορτή Φασολιού                   | <i>Σεπτέμβριος</i> | Μελισσότοπος  |
| Γενέθλιο της Θεοτόκου             |                    | Χιλιόδεντρο, Καλοχώρι, Κομνηνάδες, Ν. Κωσταράζι                                   |
| Του Σταυρού                       |                    | Κορομηλιά   |
| Γιορτή Μήλου                      |                    | Πολυκάρπη   |
| Εμποροπανήγυρις                   |                    | Άργος Ορεστικό  |
| Εκδηλώσεις για τον Παύλο Μελά     | <i>Οκτώβριος</i>   | Μελάς   |
| Καστανογιορτή                     |                    | Καστανόφυτο   |
| Διαβαλκανικό Χορωδιακό Φεστιβάλ   |                    | Άργος Ορεστικό  |

(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 65-66.)

Τέλος, κρίνεται απαραίτητη η αναφορά και του Χιονοδρομικού Κέντρου Βιτσιού, το οποίο ευρίσκεται στο Νομό Καστοριάς, και προσελκύει το τουριστικό κοινό, αλλά και τους μόνιμους κατοίκους του νομού ή/και των γύρω περιοχών κυρίως κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

#### 4.2.5. ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΓΡΕΒΕΝΩΝ

Σύμφωνα με την ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (2018), από τα 500 μνημεία και τους αρχαιολογικούς χώρους που υπάρχουν σε όλη τη Δυτική Μακεδονία, στο Νομό Γρεβενών ευρίσκονται συνολικά 40 (λιγότερα από τους υπόλοιπους τρεις νομούς της Δυτικής Μακεδονίας), τα οποία διαχωρίζονται ανά χρονολογική περίοδο, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 4.2.5.1).

**Πίνακας 4.2.5.1.: Οι αρχαιολογικοί χώροι στο Νομό Γρεβενών ανά περίοδο.**

| <u>Χρονολογική Περίοδος</u> | <u>Αριθμός Μνημείων/Αρχαιολογικών Χώρων στον Νομό<br/>Γρεβενών</u> |
|-----------------------------|--|
| Προϊστορική - Κλασσική      | 3  |
| Βυζαντινή - Μεταβυζαντινή   | 31   |
| Νεότερη                     | 6  |
| <b><u>Σύνολο</u></b>        | <b><u>40</u></b>   |

(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 57.)

Ευρήματα της προϊστορικής και κλασικής εποχής στο Νομό Γρεβενών υπάρχουν κυρίως στη πόλη των Γρεβενών, ωστόσο, η ευρύτερη περιοχή είναι γνωστή για τα πολλά αξιόλογα πέτρινα γεφύρια της, τα οποία αποτελούν και χαρακτηριστικό στοιχείο της περιοχής. Η πλειοψηφία των γεφυριών στη περιφερειακή ενότητα Γρεβενών εντοπίζεται κυρίως στον Βενετικό, και το αρχαιολογικό εύρημα της περιοχής είναι «το ίχνος της Ακρόπολης στο Καστρί» (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 59). Στο Νομό των Γρεβενών, συνολικά τα γεφύρια απαριθμούνται σε 30, με τα δημοφιλέστερα εξ' αυτών να είναι:

το Γεφύρι Σπανού, το Γεφύρι Αζίζ Αγά, το Γεφύρι Πραμόριτσας, το Γεφύρι Ζιάκα, το Γεφύρι Σταυροποτάμου, το Γεφύρι Πορτίτσας κλπ. Σχετικά, στη συνέχεια, με τα μνημεία της νεότερης εποχής, στο Νομό Γρεβενών ευρίσκονται 6.

Συνεχίζοντας, στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 4.2.5.2.) παρατίθενται τα κύρια μουσεία και υποδομές στο Νομό Καστοριάς, ανά πεδίο ενδιαφέροντος.

**Πίνακας 4.2.5.2.: Τα μουσεία στο Νομό Γρεβενών – ανά τομέα ενδιαφέροντος.**

| <u>Κύριο πεδίο ενδιαφέροντος</u>   | <u>Τα μουσεία στον Νομό Γρεβενών</u> |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| Αρχαιολογικό / Ιστορικό ενδιαφέρον | • Αρχαιολογική Συλλογή               |
| Φυσικό περιβάλλον                  | • Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Μηλέας    |
| Τοπικά προϊόντα/ γαστρονομία       | • Μουσείο Μανιταριών Λάβδας          |

(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 60.)

Ακολούθως, αναφορικά με τα παραδοσιακά αρχιτεκτονικά σύνολα και τους ιστορικούς τόπους στο Νομό Γρεβενών, σύμφωνα με την ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (2018), αναφέρεται ότι ενδιαφέρον προκαλούν η περιοχή του Σπηλαιού Γρεβενών και τα Βλαχοχώρια Γρεβενών (Σαμαρίνα, Σμίξη, Αβδέλλα, Περιβόλι κλπ). Αναλυτικότερα, όσων αφορά τα Βλαχοχώρια Γρεβενών, τα οποία παρουσιάζουν ιδιαίτερο πολιτιστικό ενδιαφέρον, υποστηρίζεται πως δεν είναι όλοι οι οικισμοί παραδοσιακοί, αλλά ξεχωρίζουν «για το ανέπαφο φυσικό τους τοπίο, την ύπαρξη μεμονωμένων κτισμάτων ιδιαίτερης αρχιτεκτονικής φυσιογνωμίας και τη συγκέντρωση θρησκευτικών μνημείων με ιστορία αιώνων καθώς και αιωνόβιων πέτρινων βρυσών» (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018: 62).

Στη συνέχεια, αναφορικά με τα τοπικά και γαστρονομικά προϊόντα στο Νομό Γρεβενών, ιδιαίτερη φήμη έχει το τυρί Ανεβατό, αλλά και τα υπόλοιπα είδη τυριών (κασέρι, κεφαλογραβιέρα, μανούρι, μπάτζος, φέτα), αλλά και τα μανιτάρια (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).



Ακόμη, στη Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών διατίθενται και μεταλλικά νερά με δημοφιλέστερο αυτό της Κιβωτού Γρεβενών, και εγκαταστάσεις αξιοποίησης τους στις περιοχές των Γρεβενών (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

Επίσης, αναφορικά με τις ποικίλες πολιτιστικού χαρακτήρα εκδηλώσεις και τα δρώμενα στη περιοχή του Νομού Γρεβενών, τα οποία έχουν τις ρίζες τους στην αρχαιότητα ή προήρθαν από τους πρόσφυγες της Μικράς Ασίας, του Πόντου και της Καππαδοκία, και αποτελούν σημαντικό πυλώνα της πολιτιστικής διαδρομής, υποστηρίζεται ότι διαχωρίζονται και βάσει του γεωγραφικού στίγματος τους, και τους είδους τους, αλλά και βάσει της εποχής διεξαγωγής τους, γεγονός που τα συνδέει με τις ποικίλες μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται ανά περίοδο (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018). Τα δρώμενα αυτά για το Νομό Γρεβενών, παρουσιάζονται ανά ονομασία, εποχή διεξαγωγής και περιοχή στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 4.2.5.3.).

**Πίνακας 4.2.5.3.: Τα πολιτιστικά δρώμενα του Νομού Γρεβενών.**

| <u>Ονομασία Δρώμενων</u> | <u>Εποχή Διεξαγωγής</u>              | <u>Περιοχή</u>  |
|--------------------------|--------------------------------------|-----------------|
| Γουρουνοχαρά             | Χριστούγεννα –<br>Πρωτοχρονιά - Φώτα | Χωριά Γρεβενών  |
| Ανακατωσάρια             | Φεβρουάριος -<br>Απόκριες            | Γρεβενά         |
| Ανδρομάνα                | Απρίλιος                             | Δεσκάτη         |
| Δρόμοι Μανιταριού        | Ιούνιος                              | Λάβδα Γρεβενών  |
| Γιορτή Αγίας Παρασκευής  | Ιούλιος                              | Τρικοκκιά       |
| Γιορτή Μανιταριού        | Αύγουστος                            | Όχθες Βενέτικου |

(Πηγή: ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. σελ. 65-66.)

Τέλος, θα θεωρούνταν σημαντική παράλειψη να μην γίνει αναφορά και στο Εθνικό Χιονοδρομικό Κέντρο της Βασιλίτσας, το οποίο ανήκει στο Νομό Γρεβενών και λειτουργεί ήδη από το 1975 και προσφέρει νέα πνοή στους επισκέπτες αλλά και

στους ντόπιους κατά τη χειμερινή περίοδο (ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 2018).

### **4.3. ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ**

Η ανάλυση SWOT θεωρείται ως το καταλληλότερο εργαλείο για το παρόν υποκεφάλαιο της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας, αφού, συλλέγει πληροφορίες του εξωτερικού (ευκαιρίες και απειλές) και εσωτερικού περιβάλλοντος (δυνάμεις και αδυναμίες), με σκοπό να αξιολογηθούν προσεκτικά *«τα θετικά και τα αρνητικά κάθε στρατηγικής εναλλακτικής»* και να εφαρμοστούν μία ή παραπάνω από αυτές (Rothaermel, 2017: 142-143). Αναλυτικότερα, δηλαδή, η ανάλυση SWOT χρησιμοποιείται στην αποσαφήνιση του εσωτερικού και του εξωτερικού περιβάλλοντος, όπου, το εσωτερικό περιβάλλον εξετάζει τα δυνατά (ισχυρά σημεία) και τα αδύναμα σημεία της και το εξωτερικό περιβάλλον εξετάζει τις ευκαιρίες και τις απειλές (Σιώμος, 2018: 168-169). Βέβαια, κρίνεται απαραίτητη η επισήμανση, πως, η ανάλυση SWOT μπορεί να φανεί πολλή σημαντική στην στρατηγική ανάλυση μόνο όταν εφαρμόζεται με τον σωστό τρόπο, ειδάλλως αποτελεί απλά μια *«χρονοβόρα διαδικασία χωρίς ιδιαίτερο νόημα»* (Σιώμος, 2018: 170). Όμως, είναι σημαντικό να υπάρχει η γνώση, ότι, η ανάλυση SWOT αφορά μόνο τρέχουσες δυνάμεις, αδυναμίες, ευκαιρίες και απειλές (Agarwal, et al., 2012).

Αναφορικά, βέβαια με τη χρήση της ανάλυσης SWOT στην εξέταση του πολιτιστικού και πολιτισμικού τουρισμού γενικά για το σύνολο της Δυτικής Μακεδονίας, πιστεύεται, πως, χτίζει το απαραίτητο πλαίσιο προκειμένου να ληφθούν οι κατάλληλες και όσο γίνεται σωστότερες αποφάσεις που θα οδηγήσουν τους αρμόδιους φορείς στην ανάληψη δράσης. Έτσι, παρακάτω παρατίθενται το εσωτερικό (Δυνάμεις - Αδυναμίες) και το εξωτερικό (Ευκαιρίες - Απειλές) περιβάλλον του πολιτιστικού και πολιτισμικού τουρισμού στη Δυτική Μακεδονία, με σκοπό να υπάρξει μία καλύτερη κατανόηση της κατάστασης της Περιφέρειας, χρησιμοποιώντας ως βάση τα δεδομένα που ευρίσκονται στο συνολικό εύρος της παρούσας πτυχιακής εργασίας.

#### **1. Δυνάμεις**

- Στη Δυτική Μακεδονία εντοπίζεται ένας αξιοσημείωτος πλούτος τόσο ως προς τους φυσικούς – περιβαλλοντικούς πόρους, όσο και ως προς τους ιστορικούς – πολιτιστικούς.
- Η Δυτική Μακεδονία βρίσκεται σε στρατηγική θέση – δεδομένου ότι βρίσκεται σε κοντινή ακτίνα αναφορικά με τη Θεσσαλονίκη, την Ήπειρο και τα Βαλκάνια – και σε αυτό θεωρείται ότι συμβάλουν σημαντικά τα έργα υποδομής (Εγνατία Οδός).
- Η Δυτική Μακεδονία είναι γνωστή για τα τοπικά προϊόντα της (π.χ. γούνα Καστοριάς), και ένας σημαντικός αριθμός αυτών έχει χαρακτηριστεί ως Π.Ο.Π./Π.Γ.Ε. (π.χ. ανεβατό Γρεβενών, κρόκος Κοζάνης, οίνοι Αμυνταίου κλπ.).
- Στη Δυτική Μακεδονία ευρίσκεται ένας σημαντικός αριθμός κηρυγμένων μνημείων και αρχαιολογικών χώρων που συνολικά (και στους τρεις Νομούς) φτάνουν τα 500.
- Κύριος πόλος έλξης των πολιτιστικών τουριστών στις περιοχές της Δυτικής Μακεδονίας αποτελούν και τα ενδιαφέροντα μουσεία που εκτείνονται σε όλη τη περιφέρεια, αλλά και η ιδιαίτερη Μακεδονίτικη αρχιτεκτονική.
- Σημαντικό ρόλο, ακόμα, στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού κατέχουν και οι ποικίλες εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στις περιοχές της Δυτικής Μακεδονίας, όπου υπάρχει πάντα κάποια για κάθε μήνα του χρόνου.
- Η ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας διαθέτει και σημαντικούς ιαματικούς πόρους (π.χ. Αμμουδάρα), αλλά και μεταλλικά νερά (π.χ. Ξινό Νερό Φλώρινας) που αναβαθμίζουν ακόμα περισσότερο την αξία της περιοχής.
- Οι περιοχές της Δυτικής Μακεδονίας έχουν χτίσει ήδη μία ταυτότητα τοποθεσίας ξεχωριστά γεγονός που ενισχύει τον τουρισμό βάσει κινήτρου.

## **2. Αδυναμίες**

- Η Δυτική Μακεδονία δεν διαθέτει παραλίες (είναι περικόλειστη) γεγονός που την αποκλείει από την αξιοποίηση του τουριστικού προϊόντος "ήλιος και θάλασσα" συνδυαστικά με τον πολιτιστικό τουρισμό.

- Στη ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας υπάρχει ανεπαρκής προβολή/προώθηση της περιοχής σε επίπεδο πόρων και υπηρεσιών, γεγονός που δεν αναδεικνύει τον ιστορικό και φυσικό της πλούτο, αλλά ούτε τα τοπικά ποιοτικά προϊόντα.
- Η τουριστική ζήτηση στις περιοχές της Δυτικής Μακεδονίας περιορίζεται κυρίως στην εγχώρια αγορά.
- Στη ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας, έως το πρόσφατο παρελθόν, ο τουρισμός αποτελούσε δευτερεύουσα δραστηριότητα.
- Στη ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας η προσέλκυση των επενδυτών, τόσο ξένων, όσο και εγχώριων εκτός της ΠΕ, είναι μηδενική.
- Η τωρινή οικονομία στη ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας θεωρείται πως είναι σε χαμηλά επίπεδα συγκριτικά με παλαιότερες εποχές, και η ανεργία είναι υψηλή.
- Εξαιτίας της ενασχόλησης επί σειρά ετών με άλλους τομείς δραστηριότητας, δεν υπάρχει η απαιτούμενη κατάρτιση για την ενασχόληση με τον τουρισμό ως κύριο πυλώνα ανάπτυξης της ΠΕ της Δυτικής Μακεδονίας.

### **3. Ευκαιρίες**

- Οι τουρίστες που επισκέπτονται τη Δυτική Μακεδονία μπορούν να συνδυάσουν αρκετά είδη εναλλακτικού τουρισμού με τον πολιτιστικό τουρισμό (π.χ. θρησκευτικός τουρισμός, οικο-τουρισμός, τουρισμός αναψυχής).
- Η ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας θα μπορούσε να αξιοποιήσει μία ενιαία στρατηγική κυρίως ως προς τη προσέλκυση του τουρισμού πολιτιστικού και πολιτισμικού χαρακτήρα προωθώντας με όλα τα διαθέσιμα μέσα τις ομορφιές της και την κληρονομιά της.
- Θα θεωρούνταν ορθό να πραγματοποιηθούν δράσεις με σκοπό την εξωστρέφεια της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας τόσο σε εγχώριο, αλλά ακόμα περισσότερο σε διεθνές επίπεδο, έτσι ώστε να διευρυνθεί η αγορά του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.
- Τόσο οι εξωτερικές επενδύσεις, όσο και η κρατική χρηματοδότηση, πιστεύεται πως θα μπορούσαν να ενισχύσουν τις προσπάθειες της πολιτιστικής και πολιτισμικής τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής.

- Θα ήταν επικερδές να δημιουργηθεί ένας κοινός στρατηγικός σχεδιασμός που θα τονίζει τόσο τους αξιόλογους φυσικούς, όσο και τους πολιτιστικούς πόρους της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας, χρησιμοποιώντας τα νέα μέσα τεχνολογιών και επικοινωνίας ώστε να εφαρμοστεί ένα πλαίσιο E-Tourism.
- Θα μπορούσαν να υλοποιηθούν εκπαιδευτικές επιμορφώσεις από τους τοπικούς φορείς στους επιχειρηματίες και στους εργαζομένους της ευρύτερης περιοχής της Δυτικής Μακεδονίας, ώστε να υπάρξει η απαραίτητη κατάρτιση αναφορικά με το τουριστικό προϊόν στο πλαίσιο μετάβασης από τη μετα-λιγνιτική και τη μετα-γυνοποιητική περίοδο. Σε αυτό το πλαίσιο θα μπορούσε να συνεισφέρει ενεργά και το Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας.
- Σε κάθε προσπάθεια ανάπτυξης του τουρισμού και τους πολιτιστικού τουρισμού, οι αρμόδιοι φορείς θα μπορούσαν να εφαρμόσουν έρευνες προκειμένου να εντοπιστούν οι ανάγκες των τουριστών, και να γεφυρωθούν τα κενά των διαθέσιμων τουριστικών πόρων, ώστε, στη συνέχεια να ληφθούν οι απαραίτητες αποφάσεις από τους αρμόδιους.

#### **4. Απειλές**

- Η διατήρηση του δυσμενούς οικονομικού κλίματος στη ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας με αποτέλεσμα των εσωστρέφεια και τον περιορισμό σε οποιασδήποτε μορφή ανάπτυξης και αξιοποίησης των υπάρχοντων τουριστικών πόρων.
- Η αδιαφορία από τους τοπικούς και περιφερειακούς φορείς, αλλά και από τους ίδιους τους επαγγελματίες θα θέσει την περιοχή σε μία στάσιμη κατάσταση και θα δυσχεραίνει την οποιαδήποτε προσπάθεια ανάπτυξης της σχετικά τόσο με το πολιτιστικό, όσο και με το γενικό τουριστικό προϊόν.
- Η μη κοινή δράση συνολικά για τη ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας και η ύπαρξη μη ωφέλιμου εσωτερικού ανταγωνισμού, μπορεί να ειπωθεί πως θα είναι η αιτία της διαιώνισης μιας δυσμενούς κατάστασης που δεν θα οδηγήσει πουθενά.
- Η χαμηλή ανταγωνιστικότητα αναφορικά με τη προβολή της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας συγκριτικά με την υπόλοιπη χώρα, θα καταστήσει τις προσπάθειες της περιφέρειας αδύναμες και αναποτελεσματικές.

- Η διατήρηση της ανεργίας σε υψηλά και μακροχρόνια επίπεδα, θεωρείται ότι υποβαθμίζει τη ποιότητα ζωής των μόνιμων κατοίκων, που οδηγούν κυρίως τους νεότερους στη μετανάστευση.
- Η ύπαρξη υψηλών επιπέδων ανταγωνισμού από τα γειτονικά αστικά κέντρα, όπως η Θεσσαλονίκη, η Λάρισα και τα Ιωάννινα, πιθανώς θα επηρεάσουν την αγορά.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

### *Τα κύρια συμπεράσματα βάσει του ερευνητικού στόχου*

Το θέμα ενασχόλησης της παρούσας πτυχιακής εργασίας, η οποία υλοποιήθηκε στα πλαίσια του ΠΣ του Τμήματος Διεθνούς Εμπορίου του Τ.Ε.Ι. Δυτικής Μακεδονίας, αφορούσε το Δίκτυο πολιτιστικών και πολιτισμικών υποδομών στην Δυτική Μακεδονία και τη Τουριστική Ανάπτυξη. Για τις ανάγκες, λοιπόν, της παρούσας πτυχιακής εργασίας, τέθηκε εξ αρχής ως ερευνητικός στόχος η εύρεση και η ανάλυση του δικτύου των πολιτισμικών και πολιτιστικών υποδομών, αλλά και δράσεων που συντελούν στην προσέλκυση του τουρισμού στους νομούς της ευρύτερης περιοχής της Δυτικής Μακεδονίας. Ο ερευνητικός στόχος της εργασίας επομένως, για να επιτευχθεί, ήταν απαραίτητο να τεθούν συγκεκριμένα ερευνητικά ερωτήματα, τα οποία και απαντήθηκαν σε όλο το εύρος της πτυχιακής εργασίας και προσέφεραν τα παρακάτω συμπεράσματα:

- Ο τουρισμός ως έννοια έχει μελετηθεί κατά καιρούς από πολλούς ερευνητές, φτάνοντας στη σύγχρονη μορφή του να θεωρείται ένα οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο που συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη και μεγέθυνση κυρίως στις αναπτυσσόμενες και αναπτυσσόμενες χώρες. Ωστόσο, ο τουρισμός θεωρείται πως συνδέεται πέραν της οικονομίας, των κοινωνικών πολιτισμικών δραστηριοτήτων και της ανάπτυξης του περιβάλλοντος, και με άλλους τομείς της ακαδημαϊκής γνώσης όπως η γεωγραφία, η ιστορία, η γλώσσα, η ψυχολογία, το μάρκετινγκ, το δίκαιο κλπ.
- Τα κύρια στοιχεία που συνθέτουν την έννοια του τουρισμού είναι η διαμονή, η προσβασιμότητα, οι παροχές, τα αξιοθέατα και οι δραστηριότητες τουριστικού ενδιαφέροντος. Όμως, ο τουρισμός αποτελείται και από τις διαστάσεις του προϊόντος, των πληροφοριών και των επιπτώσεων.
- Τα κύρια είδη του τουρισμού, εξαιτίας του ότι αποτελεί μια ευρεία αγορά διαχωρίζεται στον ατομικό τουρισμό, στον συλλογικό/μαζικό τουρισμό, στον εσωτερικό τουρισμό, στον εξωτερικό/διεθνή τουρισμό, στον συνεχή τουρισμό, και στον εποχιακό τουρισμό.
- Οι ταξιδιώτες είναι στο κέντρο του ολοκληρωμένου μοντέλου του τουρισμού, και μπορούν να διαχωριστούν σε επιμέρους κατηγορίες ανάλογα από τις κύριες ανάγκες και τους λόγους που τους οδηγούν στην πραγματοποίηση ταξιδιών. Έτσι, οι τουρίστες διαχωρίζονται στους τουρίστες εξαιτίας κινήτρου, στους τουρίστες με

λόγους υγείας και ιατρικής (Ιατρικοί τουρίστες), στους τουρίστες με λόγους επιχειρηματικούς, στους τουρίστες με λόγους εκπαιδευτικούς, στους τουρίστες με σκοπό την περιπέτεια, στους τουρίστες με λόγους πολιτιστικούς, στους οικοτουρίστες, στους τουρίστες αναψυχής, στους θρησκευτικούς τουρίστες, στους τουρίστες με λόγους αθλητικούς, στους νέους τουρίστες (backpacking) και στους τουρίστες ειδικού ενδιαφέροντος (STI). Ακόμα, όμως, οι τουρίστες ή αλλιώς ταξιδιώτες διαχωρίζονται και αυτοί με τη σειρά τους στους τουρίστες και στους ημερήσιους επισκέπτες ή εκδρομείς, όπου οι δεύτεροι κατηγοριοποιούνται στους διεθνείς επισκέπτες και στους εγχώριους επισκέπτες.

- Ενδιαφέρον επίσης προκαλούν και η ανάπτυξη του E-Tourism, όπου σημαντικό ρόλο κατέχει ο ψηφιακός ανασχηματισμός που εκτείνεται μέσω διαδικτύου. Έτσι, ένας ορισμός σχετικά με το τι είναι εν τέλη το *e-tourism*, το παρουσιάζει ως μια μορφή εφαρμογής των ΤΠΕ στην τουριστική και ταξιδιωτική βιομηχανία και ως έναν τρόπο δημιουργίας και διατήρησης εμπορικών σχέσεων (κυρίως στον τομέα των πωλήσεων) στο σύνολο του παγκοσμίου δικτύου, που έχει ως σκοπό την παροχή αγαθών και υπηρεσιών στους τελικούς καταναλωτές.
- Ο τουρισμός αποτελεί μία αξιοσημείωτη ευκαιρία οικονομικής ανάπτυξης μιας περιοχής ή/και χώρας, καθώς μειώνει αισθητά τα επίπεδα φτώχεια, αφού, δημιουργεί εισόδημα μέσω της εργασιακής απασχόλησης. Όμως, δεν πρέπει να αμελείται και το γεγονός, ότι, η τουριστική ανάπτυξη αποτελεί μέρος και των διαδικασιών παγκοσμιοποίησης, καθώς, τα ταξίδια και ο τουρισμός έχουν γίνει μια παγκόσμια βιομηχανία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες που συνεισφέρει σημαντικά στο ακαθάριστο εθνικό προϊόν πολλών εθνών, με το μάρκετινγκ των τουριστικών προορισμών και προϊόντων να είναι ευρέως αναγνωρισμένο τόσο στους οργανισμούς του δημοσίου, όσο και του ιδιωτικού τομέα. Ωστόσο, ο τουρισμός φέρει κυρίως συνέπειες, θετικές και αρνητικές, στην οικονομία, στο περιβάλλον, στον πολιτισμό και στη κοινωνία.
- Αν και η ακριβής έννοια του πολιτισμικού ή πολιτιστικού τουρισμού είναι δύσκολο να αποτυπωθεί, στη βιβλιογραφία εντοπίζεται μια ποικιλία ορισμών. Παρόλα αυτά, βέβαια, ο πολιτιστικός τουρισμός διαθέτει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, με το κυριότερο αυτών να αφορά την απόκτηση εμπειριών που προκύπτει από την πάσης φύσεως γνώση που αποκτάται βιωματικά. Ακόμη, όμως, κάποια εξίσου κύρια χαρακτηριστικά αυτού του είδους του τουρισμού που



συνδράμουν στην δημιουργία μιας στενής σύνδεσης ανάμεσα στην πολιτιστική ταυτότητα και στον πολιτιστικό τουρισμό είναι η παγκοσμιοποίηση, οι χαλαροί κοινωνικοί δεσμοί, η ηθική κατάπτωση των παραδοσιακών αξιών και η μονομερής προσήλωση των ατόμων στον εαυτό τους και στα δικά τους συμφέροντα, στοιχεία, δηλαδή, που καθιστούν τον πολιτιστικό τουρισμό ως ερέθισμα για να προωθηθεί μια νέας μορφής ταυτότητα στις σύγχρονες κοινωνίες, αλλάζοντας τα όρια και τα σύνορα των ποικιλόμορφων κοινωνικών ομάδων τόσο σε τοπική, όσο και σε παγκόσμια εμβέλεια.

- Οι πολιτιστικοί τουρίστες είναι τα άτομα που επιδιώκουν να συνδυάσουν τα τουριστικά τους ταξίδια με τον πολιτισμό, που, για να το καταφέρουν αυτό, επιλέγουν τόπους που τους προσφέρουν τις κατάλληλες ευκαιρίες να αναπτύξουν διαφόρων τύπων πολιτιστικές εμπειρίες (π.χ. φυσικές περιηγήσεις, γνωριμία με την καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά, δημιουργία). Όμως, οι πολιτιστικοί τουρίστες μπορούν να διαχωριστούν σε τυχαίους τουρίστες, πολιτιστικούς τουρίστες με συγκεκριμένο σκοπό, περιηγητικούς πολιτιστικούς τουρίστες, εξερευνητικούς πολιτιστικούς τουρίστες, και συνηθισμένους πολιτιστικούς τουρίστες. Ωστόσο, οι σύγχρονοι πολιτιστικοί τουρίστες του 21<sup>ου</sup> αιώνα αναζητούν την ποιότητα, συνδυαστικά με τις καλές υπηρεσίες, επιθυμώντας να λαμβάνουν αυτό για το οποίο δαπανούν χρήματα (value for money).
- Στη σύγχρονη εποχή, όλο και περισσότερο αυξάνεται ο αριθμός των τουριστών που μεταβαίνουν σε πολιτιστικά αξιοθέατα, γεγονός που οφείλεται στο ότι όντως έχει αυξηθεί η γενική επισκεψιμότητα σε αυτά, και όχι στο ότι τροποποιήθηκαν οι πολιτιστικού χαρακτήρα αναζητήσεις τους. Έτσι, δύο δημοφιλείς τάσεις της σύγχρονης εποχής του πολιτιστικού τουρισμού, αποτελούν ο βιώσιμος πολιτιστικός τουρισμός (Sustainable Cultural Tourism), και ο πολιτιστικός τουρισμός στην ψηφιακή εποχή (E-Cultural Tourism).
- Το φαινόμενο του τουρισμού στην Ελλάδα είναι μια δραστηριότητα που συνδέεται στενά με πολλούς οικονομικούς κλάδους, που χαρακτηρίζεται, μάλιστα, ως πολύπλευρος διότι σε αυτόν είναι απαραίτητη η συμβολή δεδομένων οικονομικού, κοινωνικού, πολιτιστικού και περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος. Στη χώρα αξιοποιήθηκαν κυρίως οι δυνατότητες που προσέφερε η νησιωτική χώρα, όπου εκεί, κατά το δεύτερο μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα πραγματοποιήθηκαν σημαντικές τουριστικές επενδύσεις. Όμως, κύριο ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού είχε η ανάπτυξη των

οικογενειακού χαρακτήρα επιχειρήσεων, αλλά και κύριων τουριστικών υποδομών όπως ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών, η αναβάθμιση των αεροδρομίων, το Εθνικό Οδικό Δίκτυο/Εγνατία Οδός/Ιόνια Οδός/Αττική Οδός, το μετρό της Αθήνας, και το Δίκτυο Ταχύπλοων Πλοίων. Ωστόσο, η αγορά του ελληνικού τουρισμού διαχωρίζεται στις επιμέρους αγορές: (1) Ήλιος και Θάλασσα, (2) City Break, και (3) Πολιτισμός και Θρησκεία.

- Η αρχή του πολιτιστικού τουρισμού ως ιδέα ξεκίνησε στην ελληνική επικράτεια πριν από 2000 έτη, γεγονός που αποδίδεται στην σύνταξη του οδηγού ναών και μνημείων από τον Πausanias κατά τον 2<sup>ο</sup> αιώνα π.Χ. ώστε να εξυπηρετούνται οι προσκυνητές της εποχής, ο οποίος οδηγός όμως αποτέλεσε χαρακτηριστικό στοιχείο της ελληνικής τουριστικής ανάπτυξης μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου. Στη νεότερη εποχή, ένας από τους πιο διαδεδομένους πολιτιστικούς προορισμούς σε παγκόσμιο επίπεδο αποτελεί η Ελλάδα στην οποία ευρίσκεται ένας μεγάλος αριθμός πολιτιστικών μνημείων που μάλιστα αρκετά από αυτά είναι αναγνωρισμένα από την UNESCO. Έτσι, όπως γίνεται κατανοητό, ότι, ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένας από τους κύριους λόγους που οι τουρίστες επιλέγουν διαχρονικά την Ελλάδα για τα ταξίδια τους ακόμα και αν αυτός αποτελεί δευτερεύοντα ή συμπληρωματικό λόγο. Ακόμα, όμως, αξίζει να σημειωθεί, πως, τη σήμερα ημέρα, η Ελλάδα βρίσκεται στην 9<sup>η</sup> θέση παγκοσμίως σε αριθμό μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς, και, στην 23<sup>η</sup> θέση παγκοσμίως ως προς τα μνημεία φυσικής κληρονομιάς.

- Στη ΠΕ της Δυτικής Μακεδονίας, η γενικότερη ανάπτυξη του τουρισμού αποκλείει εξ αρχής την ύπαρξη του κύριου προϊόντος "ήλιος και θάλασσα", το οποίο παρουσιάζει ανοδική τάση στη διεθνή ζήτηση. Παρόλα αυτά, όμως, θεωρείται πως είναι κρίσεως σημασίας να ευρίσκεται σε προτεραιότητα η δόμηση της "ταυτότητας" της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας ως τουριστικός προορισμός. Όμως, πέρα από τα παραπάνω, κάποια χαρακτηριστικά που συμβάλλουν στην ανάπτυξη της Δυτικής Μακεδονίας διαχωρίζονται στα επίπεδα: (1) του τουρισμού και της προσπελασιμότητας, (2) του τουρισμού και του αγροτικού τομέα, (3) του τουρισμού και της υγείας, (4) του τουρισμού και του τομέα της εξόρυξης – βιομηχανίας – ενέργειας, (5) του τουρισμού και του συστήματος λιμνών, και, (6) του τουρισμού και του πολιτισμού.

- Οι τουριστικοί πόροι που ευρίσκονται στη Περιφέρεια της Δυτικής Μακεδονίας και προσφέρονται προς αξιοποίηση διαχωρίζονται σε δύο κατηγορίες: (1) στους

φυσικούς – περιβαλλοντικούς πόρους, και (2) στους ιστορικούς – πολιτιστικούς πόρους. Οι ιστορικοί – πολιτισμικοί πόροι, οι οποίοι αποτελούν και το κύριο θέμα ενασχόλησης της παρούσας πτυχιακής εργασίας, βασίζονται στο πλούσιο υπόβαθρο που εντοπίζεται στη ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας, οι οποίοι για τις ανάγκες της παρούσας εργασίας διαχωρίστηκαν ανά νομό και αφορούσαν: (1) μνημεία & αρχαιολογικοί χώροι, (2) μουσεία & λοιπές υποδομές προβολής και ανάδειξης του αποθέματος, (3) παραδοσιακά αρχιτεκτονικά σύνολα & ιστορικοί χώροι, και, (5) παραδοσιακά προϊόντα, έθιμα, εκδηλώσεις & δρώμενα. Ωστόσο, κάποια κύρια σημεία ανά νομό αναφέρονται στο ότι:

(1) Ο Νομός Κοζάνης απαριθμεί συνολικά 183 μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους, τα οποία αποτελούν το 60% των μνημείων και αρχαιολογικών χώρων που εντοπίζονται σε όλο το εύρος της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας.

(2) Στο Νομό Κοζάνης υπάρχει ένας αξιοσημείωτος αριθμός χαρακτηρισμένων ως ιστορικοί τόποι, κυρίως στις συνοικίες Γεράνεια και Χώρα της Σιάτιστας, και στους οικισμούς της Βλάστης και των Μαστοροχωρίων Βοίου, οι οποίοι εμφανίζουν σημαντικά πολιτισμικού χαρακτήρα χαρακτηριστικά.

(3) Αναφορικά με τα τοπικά και γαστρονομικά προϊόντα στο Νομό Κοζάνης, ιδιαίτερη φήμη έχουν οι τοπικοί οίνοι που ευρίσκονται τόσο στη Σιάτιστα, αλλά και στο Βελβεντό, τα τυριά, ο Κρόκος Κοζάνης και τα ροδάκινα Βελβεντού, αλλά και η γούνα κυρίως στη Σιάτιστα και στην ευρύτερη περιοχή του Βοίου.

(4) Στο Νομό Φλώρινας σημαντικές περιοχές είναι το ιστορικό κέντρο της Φλώρινας, ο οικισμός του Νυμφαίου, το κτήμα της Γεωργικής Σχολής Φλώρινας, τα Ματοροχώρια Φλώρινας και οι Οικισμοί Πρεσπών.

(5) Αναφορικά με τα τοπικά και γαστρονομικά προϊόντα στο Νομό Φλώρινας, ιδιαίτερη φήμη έχουν οι οίνοι που προέρχονται από τη περιοχή του Αμυνταίου.

(6) Στη λίμνη της Καστοριάς μία σημαντική ανακάλυψη αποτελεί ο Λιμναίος Οικισμός στη περιοχή του Δισπηλιού.

(7) Η Καστοριά διαθέτει ενδιαφέροντα οθωμανικά μνημεία, κυρίως στη πόλη, παραδοσιακά αρχιτεκτονικά σύνολα και ιστορικούς τόπους, κυρίως στη πόλη και στους Οικισμούς των Κορεστέων, ενώ ιστορικό σημείο αποτελεί και το Πάρκο Εθνικής Συμφιλίωσης του Γράμμου.

(8) Ο Νομός Καστοριάς έχει ιδιαίτερη φήμη ως προς τα προϊόντα γούνας.

(9) Ευρήματα της προϊστορικής και κλασικής εποχής στο Νομό Γρεβενών υπάρχουν κυρίως στη πόλη, ωστόσο, η ευρύτερη περιοχή είναι γνωστή για τα πολλά αξιόλογα πέτρινα γεφύρια της, τα οποία αποτελούν και χαρακτηριστικό στοιχείο της περιοχής.

(10) Αναφορικά με τα παραδοσιακά αρχιτεκτονικά σύνολα και τους ιστορικούς τόπους στο Νομό Γρεβενών, ενδιαφέρον παρουσιάζουν η περιοχή του Σπηλαίου και τα Βλαχοχώρια Γρεβενών.

(11) Τα τοπικά και γαστρονομικά προϊόντα στο Νομό Γρεβενών που έχουν ιδιαίτερη φήμη είναι το τυρί Ανεβατό και τα υπόλοιπα είδη τυριών, αλλά και τα μανιτάρια.

- Αναφορικά με τη χρήση της ανάλυσης SWOT στην εξέταση του πολιτιστικού και πολιτισμικού τουρισμού γενικά για το σύνολο της Δυτικής Μακεδονίας, πιστεύεται, πως, χτίζει το απαραίτητο πλαίσιο προκειμένου να ληφθούν οι κατάλληλες και όσο γίνεται σωστότερες αποφάσεις που θα οδηγήσουν τους αρμόδιους φορείς στην ανάληψη δράσης. Οι δυνάμεις της Δυτικής Μακεδονίας εστιάζουν κυρίως στον φυσικό και πολιτισμικό πλούτο της περιοχής, στη στρατηγική της θέση, στα διαδεδομένα τοπικά της προϊόντα, στις ποικίλες εκδηλώσεις καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, στους ιαματικούς πόρους, και στη ταυτότητα τοποθεσίας που έχουν χτίσει μεμονωμένα οι περιοχές. Οι αδυναμίες, από την άλλη, της Δυτικής Μακεδονίας σχετίζονται με τη γεωγραφική της θέση (είναι περικλειστη), στην ανεπαρκή προώθηση/προβολή, στη ζήτηση στην εγχώρια αγορά, στο γεγονός ότι έως πρόσφατα ο τουρισμός ήταν δευτερεύουσα δραστηριότητα, στη μηδενική προσέλκυση επενδύσεων, στη δυσμενή οικονομική κατάσταση, και στη έλλειψη κατάρτισης που σχετίζεται με τον τουρισμό. Οι ευκαιρίες που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν στην ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας, αναφέρονται στο συνδυασμό του πολιτιστικού τουρισμού με άλλα είδη εναλλακτικού τουρισμού, στην υιοθέτηση μιας ενιαίας στρατηγικής, στην πραγματοποίηση δράσεων εξωστρέφειας, στη προσέλκυση εξωτερικών επενδύσεων και κρατικής χρηματοδότησης, στη δημιουργία ενός κοινού στρατηγικού σχεδιασμού που θα τονίζει τους αξιόλογους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους της περιοχής χρησιμοποιώντας τα νέα μέσα τεχνολογιών και επικοινωνίας ώστε να εφαρμοστεί ένα πλαίσιο E-Tourism, τη πραγματοποίηση

εκπαιδευτικών επιμορφώσεων στους επιχειρηματίες και στους εργαζομένους, και στη πραγματοποίηση ερευνών προκειμένου να εντοπιστούν οι ανάγκες των τουριστών, και να γεφυρωθούν τα κενά των διαθέσιμων τουριστικών πόρων. Αντίθετα, ορισμένες πιθανές απειλές για τη Δυτική Μακεδονία έχουν να κάνουν με τη διατήρηση του δυσμενούς οικονομικού κλίματος, την αδιαφορία των τοπικών και περιφερειακών φορέων αλλά των επαγγελματιών, της μη υιοθέτησης κοινής δράσης και της ύπαρξης μη ωφέλιμου εσωτερικού ανταγωνισμού, στη χαμηλή ανταγωνιστικότητα αναφορικά με τη προβολή, την υψηλή και τη μακροχρόνια ανεργία, και την ύπαρξη υψηλού ανταγωνισμού με γειτονικά αστικά κέντρα.

### ***Περιορισμοί***

Στη παρούσα πτυχιακή εργασία θεωρείται ότι απαντήθηκαν όλα τα ερευνητικά ερωτήματα, σε σημείο μάλιστα που οι πληροφορίες που αποκτήθηκαν να είναι ιδιαίτερα εκτενείς. Έτσι, βάσει αυτού θεωρείται πως ένας πρώτος περιορισμός αναφορικά με τα δεδομένα που παρατίθενται σχετίζεται με τη πληθώρα πληροφοριών που ευρέθησαν κυρίως ως προς τα δύο πρώτα κεφάλαια που αφορούσαν τον τουρισμό και τον πολιτιστικό τουρισμό. Επομένως, πιστεύεται ότι παρά τη προσπάθεια συμπερίληψης όσο το δυνατό ήταν εφικτό μεγαλύτερου εύρους της βιβλιογραφίας, πιθανώς η βιβλιογραφική ανασκόπηση που πραγματοποιήθηκε στο εύρος αυτών των δύο πρώτων κεφαλαίων να εμφανίζει κάποιες ελλείψεις.

Στη συνέχεια, αναφορικά με το τρίτο κεφάλαιο, το οποίο εξέταζε τον ελληνικό τουρισμό, εκτιμάται ότι δόθηκαν τα απαραίτητα στοιχεία, χρησιμοποιώντας μάλιστα γραφήματα, πίνακες και χάρτες για την καλύτερη αποτύπωση του κεφαλαίου. Όμως, ένας πιθανός περιορισμός που αφορά το εν λόγω κεφάλαιο θα μπορούσε να θεωρηθεί το ότι δόθηκε περισσότερη σημασία στα νεότερα στατιστικά δεδομένα των νεότερων ετών, και παραλήφθηκε κάποια αναλυτική περιγραφή στις προηγούμενες δεκαετίες.

Τέλος, στο τέταρτο και κυριότερο κεφάλαιο της παρούσας πτυχιακής εργασίας, πιστεύεται πως υπάρχουν δύο κύριοι περιορισμοί. Ο πρώτος περιορισμός αναφέρεται στο εύρος των σελίδων στο οποίο εκτείνεται το κεφάλαιο, το οποίο είναι ιδιαίτερα μεγάλο συγκριτικά με τα τρία προηγούμενα, γεγονός που αποδίδεται στο ότι η πολιτιστική κληρονομιά της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας είναι μεγάλη και δεν μπορούσε να παραληφθεί κάτι. Ακόμα, όμως ο δεύτερος περιορισμός επικεντρώνεται στο ότι σε όλο περίπου το εύρος του κεφαλαίου χρησιμοποιείται

κυρίως μία βιβλιογραφική αναφορά, γεγονός που αποδίδεται στο ότι δεν κατάφερε να βρεθεί κάποια επιπλέον πηγή που να εστιάζει στους πολιτιστικούς και ιστορικούς πόρους της Δυτικής Μακεδονίας και των επιμέρους νομών.

### ***Ευκαιρίες μελλοντικής έρευνας***

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εστίασε περισσότερη στην παροχή της κύριας γνώσης της παρούσας κατάστασης στη Δυτική Μακεδονία. Ωστόσο, πιστεύεται πως το περιεχόμενο θα μπορούσε να αξιοποιηθεί προκειμένου να πραγματοποιηθούν επιπρόσθετες ερευνητικές ενέργειες. Αρχικά, λοιπόν, θεωρείται πως μία ευκαιρία μελλοντικής έρευνας θα μπορούσε να αφορά κάποιου είδους σύγκριση της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας αναφορικά με τις πολιτιστικές και πολιτισμικές υποδομές και την τουριστική ανάπτυξη με τις γειτονικές περιφέρειες (π.χ. ΠΕ Ηπείρου, ΠΕ Θεσσαλίας). Επιπλέον, μία ακόμα δυνατότητα μελλοντικής έρευνας θα μπορούσε να εστιάζει στην κατασκευή ενός σχεδίου πολιτιστικής τουριστικής ανάπτυξης στη ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας όπου και θα προταθούν αξιοποιήσιμες λύσεις της πολιτιστικής και πολιτισμικής τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής. Τέλος, μία επιπρόσθετη ευκαιρία μελλοντικής έρευνας θα μπορούσε να αναφέρεται στη σύγκριση των πολιτιστικών υποδομών, των δράσεων και των έως τώρα αποτελεσμάτων της ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας ως προς κάποια αντίστοιχη περιοχή ή περιοχές του εξωτερικού, προκειμένου να μελετηθεί συγκριτικά η παρούσα κατάσταση και να μπορέσουν να μετατραπούν οι διαφορές σε κέρδος.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### **Επίσημα έγγραφα**

ΕΥΔΕΠ Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. (2018). *ΣΧΕΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ*.

ΙΝΣΕΤΕ. (2022). *Στατιστικά Στοιχεία Εισερχόμενου Τουρισμού: Βασικά Τουριστικά Μεγέθη της Ελλάδας*.

Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας. (2018). *ΣΧΕΔΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ*.

### **Βιβλία**

Ashworth, G.J., Dietvorst, A. G. (1995). *Tourism and spatial transformations*. Wallingford, Oxon, UK: CAB International.

Bhatia, A.K. (2002). *Tourism development: Principles and practices*. Sterling Publishers Pvt. Ltd.

Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*. London: Pearson (FT/Prentice Hall).

Hall, S., Held, D., & McGrew, A. (2003). *Η νεωτερικότητα σήμερα: Οικονομία, κοινωνία, πολιτική, πολιτισμός*. Α' Έκδοση. Αθήνα: Εκδόσεις Σαββάλας.

Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical, and social impacts*. London, New York: Longman.

McKercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Routledge.

Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. Wallingford, Oxon, UK: CAB international.

Raina, A.K., & Agarwal, S.K. (2004). *The Essence of Tourism Development: Dynamics, Philosophy, and Strategies*. New Delhi: Sarup & Sons Publisher.

- Rothaermel, F.T. (2017). *ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ*. Αθήνα: Εκδόσεις Rosili.
- Αλεξανδρακη-Κριτσωτάκη, Ρ. (2000). *Τουριστική Οικονομία*. Αθήνα: Παπαζήση
- Ανδριώτης, Κ. (2009). *Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός*. Αθήνα: Σταμούλη.
- Αποστολόπουλος, Κ., & Σδράλη, Δ. (2009). *Εναλλακτικός και Ήπιος Τουρισμός Υπαίθρου*. Αθήνα: Ελληνοεκδοτική.
- Βενετσανοπούλου, Μ. (2006). *Η Κριτική Συμβολή στον Τουρισμό. Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού: Ιστορική Εξέλιξη-Θεσμικό Πλαίσιο*. Αθήνα: Interbooks.
- Βρύζας, Κ. (2005). *Παγκόσμια επικοινωνία και πολιτιστικές ταυτότητες*. Αθήνα: GUTENBERG.
- Γκέφου-Μεδιανού, Δ. (1999). *Πολιτισμός και Εθνογραφία: Από τον Εθνογραφικό Ρεαλισμό στην πολιτισμική κριτική*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Ηγουμενάκης, Ν., & Κραβαρίτης, Κ. (2004). *Τουρισμός: Βασικές Έννοιες*. Αθήνα: Interbooks.
- Κοκκώσης, Χ., & Τσάρτας, Π. (2001). *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Κριτική Α.Ε.
- Πασχαλίδης, Γ., και Χαμπούρη-Ιωαννίδου, Α. (2002). *Οι Διαστάσεις των Πολιτισμικών Φαινομένων: Εισαγωγή στον Πολιτισμό*. Τόμος Α'. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Σιώμος, Ι.Γ. (2018). *Στρατηγικό Μάρκετινγκ*. 5<sup>η</sup> Έκδοση. Λευκωσία: Εκδόσεις BROKEN HILL LTD.
- Τσάρτας, Π. (1996). *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*. Αθήνα: Εξάντας.

### **Επιστημονικά Άρθρα**

- Adams, K.M. (2008). Cultural tourism, In W. Darity (Ed.). *International Encyclopedia of the Social Sciences*. New York: McMillan, 201-202.
- Agarwal, R., Grassl, W., & Pahl, J. (2012). Meta-SWOT: introducing a new strategic planning tool. *Journal of Business Strategy*, 33(2), 12–21.



- Albert, T. C., Goes, P. B., & Gupta, A. (2004). GIST: a model for design and management of content and interactivity of customer-centric web sites. *MIS Quarterly*, 161-182.
- Buhalis, D. (2001). Tourism in Greece: Strategic Analysis and Challenges. *Current Issues in Tourism*, 4(5), 440–480.
- Chiabai, A., Paskaleva, K., & Lombardi, P. (2013). e-Participation model for sustainable cultural tourism management: A bottom-up approach. *International journal of tourism research*, 15(1), 35-51.
- Ciasullo, M. V., Troisi, O., & Cosimato, S. (2018). How Digital Platforms Can Trigger Cultural Value Co-Creation?—A Proposed Model. *Journal of service science and management*, 11(2), 161-181.
- Clarke, S. P., & Cossette, S. (2000). Secondary analysis: Theoretical, methodological, and practical considerations. *Canadian Journal of Nursing Research Archive*.
- Condratov, I. (2013). E-Tourism: Concept and Evolution. *EcoForum*, 2(1), 58-61.
- Csapo, J. (2012). The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry. *Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives*.
- DigiCULT European Commission. (2002). Technological Landscapes for Tomorrow's Cultural Economy. Unlocking the Value of Cultural Heritage. *The DigiCULT Report, Directorate-General for the Information Society*.
- Dorcheh, S. A., & Mohamed, B. (2013). Local perception of tourism development: A conceptual framework for the sustainable cultural tourism. *J. Mgmt. & Sustainability*, 3, 31.
- Ei, T., & Karamanis, K. (2017). The evolution of alternative forms of tourism: a theoretical background. *Business & Entrepreneurship Journal*, 6(1), 1-4.
- European Commission. (2000). Towards Quality Urban Tourism. Integrated Management (IQM) of Urban Tourism Destinations. *European Commission. Enterprise Directorate-General, Tourism Unit: Brussels*.

- Hannam, Kevin (2002). Tourism and development I: globalization and power. *Progress in Development Studies*, 2(3), 227–234.
- Harrill, R. (2004). Residents' Attitudes toward Tourism Development: a Literature Review with Implications for Tourism Planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251–266.
- Hassanli, N., & Ashwell, J. (2020). The contribution of small accommodations to a sustainable tourism industry. *Current Issues in Tourism*, 23(3), 261-264.
- Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis – where are we now?. *Journal of Strategy and Management*, 3(3), 215–251.
- Kasim, A. (2006). The need for business environmental and social responsibility in the tourism industry. *International Journal of hospitality & tourism administration*, 7(1), 1-22.
- Kazandzhieva, V., & Santana, H. (2019). E-tourism: Definition, development, and conceptual framework. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 67(4), 332-350.
- Ku, E. C. S., & Chen, C.-D. (2014). Cultivating travellers' revisit intention to e-tourism service: the moderating effect of website interactivity. *Behaviour & Information Technology*, 34(5), 465–478.
- Lazarinis, F., Kanellopoulos, D., & Lalos, P. (2008). Heuristically evaluating Greek e-Tourism and e-Museum websites. *The Electronic Journal Information Systems Evaluation*, 11(1), 17-26.
- Lazarinis, F., Stefanidis, S., & Kougiourouki, O. (2002). e-travelling: A Generic Paradigm for Developing Tourism Web Sites. In *International Scientific Conference: Rethinking of Education and Training for Tourism* (pp. 369-379).
- MacDonald, R., & Jolliffe, L. (2003). Cultural rural tourism: Evidence from Canada. *Annals of tourism research*, 30(2), 307-322.
- Mazanec, J. A., Wöber, K., & Zins, A. H. (2007). Tourism Destination Competitiveness: From Definition to Explanation?. *Journal of Travel Research*, 46(1), 86–95.

- Mousavi, S. S., Doratli, N., Mousavi, S. N., & Moradiahari, F. (2016). Defining cultural tourism. *In International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development (Vol. 1, No. 2, pp. 70-75)*.
- Mousavi, S., Mousavi, N., Doratli, N., & Fereshte, M. (2016). Defining Cultural Tourism. *Dignified Researchers Publication. London, UK: International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development*.
- Nedelea, A., & Bălan, A. (2010). E-tourism and tourism services consumer protection. *Amfi teatru Economic Journal, 12(28), 492-503*.
- Pencarelli, T. (2019). The digital revolution in the travel and tourism industry. *Information Technology & Tourism, 22(3), 455–476*.
- Reid, L. J., Smith, S. L., & McCloskey, R. (2008). The effectiveness of regional marketing alliances: A case study of the Atlantic Canada Tourism Partnership 2000–2006. *Tourism Management, 29(3), 581-593*.
- Richards, G. (2003). What is Cultural Tourism?, [in:] A. van Maaren. *Erfgoed voor Toerisme, Nationaal Contact Monumenten, Amsterdam*.
- Richards, G. (2010). The traditional quantitative approach. Surveying cultural tourists: Lessons from the ATLAS cultural tourism research project. *Cultural tourism research methods, 13-32*.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 36, 12–21*.
- Riege, A.M., & Perry, C. (2000). National marketing strategies in international travel and tourism. *European Journal of Marketing, 34(11/12), 1290–1305*.
- Rowley, J., & Slack, F. (2004). Conducting a literature review. *Management Research News, 27(6), 31–39*.
- Șoavă, G., and Bădică A. (2008). Electronic tourism. *Annals of University of Craiova-Economic Sciences Series, 2(36), 657-662*.
- Ukpabi, D. C., & Karjaluoto, H. (2017). Consumers' acceptance of information and communications technology in tourism: A review. *Telematics and Informatics, 34(5), 618–644*.

- Wang, S., Fu, Y., Cecil, A. K., & Avgoustis, S. H. (2008, July). Impacts of cultural tourism upon quality of life: The residents' perspective. In *Proceedings of the 2008 international CHRIE conference* (pp. 516-523).
- Woo, Eunju; Kim, Hyelin; Uysal, Muzaffer (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84–97.
- Αγριαντώνη, Μ. (2016). *Πολιτιστικός Τουρισμός: Μουσεία και Αρχαιολογικοί Χώροι στην Αθήνα*. Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, ΔΠΜΣ Αρχιτεκτονική Σχεδιασμός του Χώρου, Κατεύθυνση: Πολεοδομία – Χωροταξία.
- Γαλατσόπουλος, Ν. (2013). *ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΔΠΜ 50: Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων*. Εργασία Δεύτερη. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών: Διοίκηση Πολιτισμικών Μονάδων.
- Γρατσάνη, Α. (2012). *Πολιτισμός και τουρισμός στις περιφερειακές πόλεις: Η περίπτωση της πόλης των Τρικάλων*. Διπλωματική Εργασία. Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας, Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Βιώσιμης Ανάπτυξης, Κατεύθυνση: Τοπική Ανάπτυξη.
- Ζαχαριουδάκη, Δ. (2018). *Ο τουρισμός στην Ελλάδα την εποχή της κρίσης: Η περίπτωση του Δήμου Ηρακλείου Κρήτης*. Πτυχιακή Εργασία. Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πελοποννήσου, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών, Κατεύθυνση Τοπικής Αυτοδιοίκησης.
- Ηλιοπούλου, Ε. (2017). *Οι επιδράσεις του Πολιτιστικού Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία*. Διπλωματική Εργασία. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης & Οικονομικών Επιστημών, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού».
- Θεοδωροπούλου, Ε. (2004). *Πολιτιστικός Τουρισμός: εμπειρίες, δυνατότητες, προοπτικές*. Τελική Εργασία. Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης, ΙΕ' Εκπαιδευτική Σειρά, Τμήμα Ακολουθών Επικοινωνίας.

- Θεοδώρου, Χ. (2015). *Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στον ελληνικό τουρισμό*. Πτυχιακή εργασία. Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας, Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Επιχειρήσεων Φιλοξενίας.
- Καλλιοντζής, Α. (2017). *Στατιστική Ανάλυση για τη Μελέτη Κλαδικής Επιχειρηματικότητας στην Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας*. Διπλωματική εργασία. Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας, Πολυτεχνική Σχολή, Τμήμα Μηχανικών Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών.
- Κολλύφας, Ε. (2020). *Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Κύπρο: Προβλήματα και Προοπτικές*. Πτυχιακή Εργασία. Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Σχολή Επιστημών της Διοίκησης, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων.
- Ορφανού, Σ., και Χάβα, Μ. (2012). *Ο πολιτιστικός τουρισμός ως μορφή εναλλακτικού τουρισμού στο Δήμο Καλαμάτας*. ΑΤΕΙ Καλαμάτας, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Τοπικής Αυτοδιοίκησης.
- Παλάσκας, Θ., Παπαθεοδώρου, Α., και Τσάμπρα, Μ. (2006) *Η Πολιτιστική Κληρονομιά ως Παράγων Ανάπτυξης της Ελληνικής Οικονομίας. Μελέτη Αρ. 4, Αθήνα: Ακαδημία Αθηνών – Γραφείο Οικονομικών Μελετών*.
- Παπαγεωργίου, Α. (2013). *Η εξέλιξη του τουρισμού και οι εναλλακτικές μορφές του: Η περίπτωση της Ελλάδας*. Πτυχιακή Εργασία. Α.Τ.Ε.Ι Πειραιά, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής.
- Πασιά, Μ. (2020). *Ο Πολιτιστικός Τουρισμός ως Πυλώνας Τουριστικής Ανάπτυξης: Η περίπτωση των Μουσείων του Δήμου Βόλου*. Διπλωματική Εργασία. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης & Οικονομικών Επιστημών, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού».
- Σκανδαλάκης, Ν. (2017). *Εξέλιξη του Ευρωπαϊκού Τουρισμού στην Ελλάδα και Μελλοντικές Προβλέψεις*. Διπλωματική Εργασία. Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων-Μάνατζμεντ Τουρισμού (MBA).

Σπυρίδου, Σ. (2011). *Η Ρόδος ως Τουριστικός Προορισμός από το 2000 ως σήμερα. Δυνατότητες και Αδυναμίες Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης. Άμεσα Μέτρα Στήριξης του Τουρισμού σε Καιρούς Οικονομικής Κρίσης και Προοπτικές Εξέλιξης*. Πτυχιακή Εργασία. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Καβάλας, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Λογιστικής.

### **Διευθύνσεις Ιστοσελίδων**

Naftemporiki.gr. (2022). *Ελληνικός Τουρισμός: Οι τρεις προκλήσεις για το 2022*. Προβλήθηκε στις 16 Ιουλίου 2022, από <<https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1817848/ellinikos-tourismos-oi-treis-prokliseis-gia-to-2022>>

UNESCO. (χ.χ.). *Word Heritage Convention // States Parties // Greece*. Προβλήθηκε στις 21 Ιουλίου 2022, από <<https://whc.unesco.org/en/statesparties/GR/>>

Φίλιππα, Ν.Χ. (2013). *Η ιστορική εξέλιξη του τουρισμού*. Προβλήθηκε στις 10 Ιουνίου 2022, από <<https://www.kathimerini.gr/culture/493055/i-istoriki-exelixa-toy-toyris moy/>>

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Σχήμα 2.2.1.: Οι ορισμοί του πολιτιστικού τουρισμού – Σχηματική αναπαράσταση.

Σχήμα 2.2.2.: Οι ορισμοί του πολιτισμού που σχετίζονται με τον τουρισμό – Σχηματική αναπαράσταση.

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 3.2.1.1.: Οι ετήσιες αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα (2007-2015).

Πίνακας 3.2.1.2.: Οι ετήσιες αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα (2016-2021).

Πίνακας 3.3.1.: Η λίστα της UNESCO με τα ελληνικά μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς.

Πίνακας 4.2.2.1.: Οι αρχαιολογικοί χώροι στο Νομό Κοζάνης ανά περίοδο.

Πίνακας 4.2.2.2.: Τα μουσεία στο Νομό Κοζάνης – ανά τομέα ενδιαφέροντος.

Πίνακας 4.2.2.3.: Τα πολιτιστικά δρώμενα του Νομού Κοζάνης.

Πίνακας 4.2.3.1.: Οι αρχαιολογικοί χώροι στο Νομό Φλώρινας ανά περίοδο.

Πίνακας 4.2.3.2.: Τα μουσεία στο Νομό Φλώρινας – ανά τομέα ενδιαφέροντος.

Πίνακας 4.2.3.3.: Τα πολιτιστικά δρώμενα του Νομού Φλώρινας.

Πίνακας 4.2.4.1.: Οι αρχαιολογικοί χώροι στο Νομό Καστοριάς ανά περίοδο.



Πίνακας 4.2.4.2.: Τα μουσεία στο Νομό Φλώρινας – ανά τομέα ενδιαφέροντος.

Πίνακας 4.2.4.3.: Τα πολιτιστικά δρώμενα του Νομού Καστοριάς.

Πίνακας 4.2.5.1.: Οι αρχαιολογικοί χώροι στο Νομό Γρεβενών ανά περίοδο.

Πίνακας 4.2.5.2.: Τα μουσεία στο Νομό Γρεβενών – ανά τομέα ενδιαφέροντος.

Πίνακας 4.2.5.3.: Τα πολιτιστικά δρώμενα του Νομού Γρεβενών.

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 3.2.3.1.: Οι συνολικές αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα ανά έτος σε χιλιάδες (2010-2021).

Γράφημα 3.2.3.2.: Η μέση κατά κεφαλή δαπάνη των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα ανά χώρα προέλευσης σε € (2010-2021).

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΧΑΡΤΩΝ

Χάρτης 3.3.1.: Τα μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς που βρίσκονται στη λίστα της UNESCO.

Χάρτης 4.1.1.: Ο κυκλοφοριακός φόρτος της Εγνατίας Οδού – Παρατηρητήριο Χωρικών Επιπτώσεων Εγνατίας Οδού (2005).

Χάρτης 4.1.2.: Οι λίμνες στη ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας – Κύρια συστήματα επιφανειακών υδάτων.

Χάρτης 4.1.3.: Οι αρχαιολογικές θέσεις στην ΠΕ Δυτικής Μακεδονίας.