

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ «ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»
Κατεύθυνση «Αγωγή Καταναλωτή»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

ΘΕΜΑ:

«Το Μάρκετινγκ Τουριστικών Προϊόντων Πολιτισμικού Τουρισμού: Η
Περίπτωση του Μυστρά»

Φοιτήτρια: Αποστολοπούλου Μαρία

Α.Μ: 24307

Τριμελής Επιτροπή:

Επιβλέπων: Αναστάσιος Τσίτουρας, Λέκτορας

Μέλη: Αποστολόπουλος Κωνσταντίνος, Καθηγητής
Βαμβακάρη Μαλβίνα

ΑΘΗΝΑ 2007

Περιεχόμενα

Πρόλογος	4
Εισαγωγή	5
Α' Μέρος	
1. Ο ορισμός του τουρισμού	7
2. Τουριστικό Μάρκετινγκ	7
3. Διαχείριση ενός προγράμματος Μάρκετινγκ	12
4. Η μεγάλη σημασία του Μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών	13
5. Παράμετροι της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς σε διεθνές επίπεδο και εθνικό επίπεδο	14
6. Η αναζήτηση νέων προτύπων ποιότητας	17
Β' Μέρος	
1. Πολιτιστικός τουρισμός	18
2. Διεθνή παραδείγματα ανάπτυξης του πολιτισμικού τουρισμού	22
3. Εμπειρική Προσέγγιση	24
Γ' Μέρος	
1. Βιώσιμη ανάπτυξη και προστασία της πολιτισμικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς	34
2. Πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη	35
Δ' Μέρος	
1. Διεθνείς πρωτοβουλίες για την προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς	38
Ε' Μέρος	
Πολιτιστικός τουρισμός στο Μυστρά	
1. Ιστορική Αναδρομή του Μυστρά	54
2. Επίσκεψη στο Μυστρά του σήμερα	58
3. Σημαντικά μνημεία και αξιοθέατα του Μυστρά	60
4. Η περιήγηση στα μουσεία	69
5. Οι οικισμοί του Μυστρά	69
6. Πεζοπορικά μονοπάτια	70
7. Πολιτιστικές εκδηλώσεις	71
8. Διαμονή	73
9. Φαγητό	74
10. Παραδοσιακές γεύσεις	75
ΣΤ' Μέρος	

Πρόγραμμα Μάρκετινγκ στην περιοχή του Μυστρά	76
Z' Μέρος	
Έρευνα και ερωτηματολόγια	
1. Δημογραφικά στοιχεία	78
2. Η ηλικία των ερωτώμενων σε σχέση με το μορφωτικό του επίπεδο	86
3 Η επαγγελματική δραστηριότητα των ερωτώμενων σε σχέση με το φύλο	87
4. Το μορφωτικό επίπεδο σε σχέση με το φύλο των ερωτώμενων	88
5. Η ηλικία σε σχέση με την επαγγελματική δραστηριότητα	88
6. Η τουριστική ζήτηση του Μυστρά	89
7. Τα οφέλη που πηγάζουν από τον τουρισμό	89
8. Η επίδραση του τουρισμού στη βελτίωση των υποδομών	91
9. Η επίδραση του τουρισμού στα πολιτιστικά θέματα του Μυστρά	92
10. Ανάλυση και σχολιασμός των εκτιμήσεων των πολλαπλών παλινδρομήσεων	
10.1 Η συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη του Μυστρά	93
10.2 Η συμβολή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην τουριστική ανάπτυξη του Μυστρά	97
10.3 Η επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής του Μυστρά με γρήγορους ρυθμούς	103
Συμπεράσματα επιτόπιας έρευνας	107
Γενικά συμπεράσματα	108
Παράρτημα	111
Βιβλιογραφία	118

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα μελέτη με τίτλο “μάρκετινγκ τουριστικών προϊόντων πολιτιστικού τουρισμού – η περίπτωση του Μυστρά”, αποτελεί διπλωματική εργασία που έγινε στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος “Βιώσιμη Ανάπτυξη” του Τμήματος Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου.

Στην επιλογή του θέματος αυτού συνέβαλε το γεγονός ότι η περιοχή του Μυστρά, από όπου κατάγομαι είναι μια περιοχή με μεγάλο πολιτισμικό και αρχιτεκτονικό πλούτο. Με αυτόν τον τρόπο, θέλησα να μελετήσω και να ερευνήσω τον πολιτισμό και την παράδοση τόσων χρόνων, και να συμβάλω κι εγώ με τη σειρά μου στη διαίωνισή της, δίνοντας το εφελτήριο στις τοπικές αρχές, αλλά και στους διεθνείς οργανισμούς να ενδιαφερθούν περισσότερο για τη διάσωση, προστασία και τη σωστή προβολή όλων των αξιόλογων μνημείων.

Κύριος στόχος , λοιπόν, της παρούσας εργασίας είναι αφενός να παρουσιάσει τις αρχές του τουριστικού μάρκετινγκ, αλλά και να αναλύσει έννοιες και πτυχές του πολιτιστικού τουρισμού, έτσι ώστε να διερευνηθεί κατά πόσον όλα αυτά με τη σωστή αξιοποίησή τους μπορούν να συμβάλουν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής του Μυστρά.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Είναι γνωστό ότι ο τουρισμός σήμερα αποτελεί ένα πολυσύνθετο φαινόμενο και έχει εξελιχθεί σ' ένα σημαντικό οικονομικό και αναπτυξιακό παράγοντα, συντελεστή κοινωνικών μεταλλαγών και φορέα πολιτισμικών σχέσεων. Τα τελευταία χρόνια, προκειμένου να μετριαστούν οι αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού και των πρακτικών του (τρόποι διαχείρισης, τεχνικές μάρκετινγκ), το ενδιαφέρον έχει μετατοπιστεί στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού . Η ειδική μορφή τουρισμού με την οποία καταπιάνεται το παρόν κείμενο είναι ο πολιτιστικός τουρισμός.

Ωστόσο, ούτε αυτή η μορφή τουρισμού είναι πανάκεια καθώς συγκαταλέγεται στους παράγοντες αλλοίωσης του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος. Παρ' ότι, όμως, αποτελεί σοβαρή απειλή για την ακεραιότητα της πολιτιστικής κληρονομιάς, από την άλλη, είναι και βασικό κίνητρο και ουσιαστικό μέσο για τη διατήρησής της.

Η εργασία είναι διαρθρωμένη σε 7 μέρη. Ξεκινά με μια αναφορά στην έννοια του τουρισμού και στις θεμελιώδεις αρχές του τουριστικού μάρκετινγκ, καθώς η διαχείριση και εφαρμογή ενός τέτοιου προγράμματος συμβάλλει στη διατήρηση, αλλά και στη σωστή ανάδειξη της πολιτισμικής κληρονομιάς ενός τόπου, όπως επίσης στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής με πλούσιους πολιτιστικούς πόρους.

Το δεύτερο μέρος, αναλύει τις έννοιες και τις πτυχές του πολιτιστικού τουρισμού και εξηγεί τα πλεονεκτήματα που έχει για το περιβάλλον, αλλά και για τον τουρίστα η εναλλακτική αυτή μορφή τουρισμού. Επιπλέον, αναφέρονται διεθνή παραδείγματα ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού. Το μέρος αυτό κλείνει με το σχολιασμό των κύριων σημείων άρθρων ξένων μελετητών, που μέσα από το έργο τους παρουσιάζουν τους προβληματισμούς τους και τις προτάσεις τους σε θέματα που αφορούν στην ανάπτυξη της πολιτιστικής κληρονομιάς (κυρίως του τόπου τους), αλλά και στους τρόπους προώθησής της.

Ακολουθεί το τρίτο μέρος, όπου παρουσιάζεται η έννοια της ' βιώσιμης ανάπτυξης ' του τουρισμού, που κύριο στόχο έχει την προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς κάθε ιστορικής πόλης. Επιπλέον, γίνεται αναφορά στην πολιτική που ακολουθεί η Ευρωπαϊκή Ένωση για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού.

Στη συνέχεια, στο τέταρτο μέρος γίνεται αναφορά στις διεθνείς πρωτοβουλίες για την προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς. Αναλυτικότερα, γίνεται αναφορά στη διεθνή προστασία της

πολιτισμικής κληρονομιάς σε εμπόλεμες περιόδους και σε περιόδους ειρήνης. Επίσης, παρουσιάζονται οι διεθνείς οργανισμοί, όπως UNESCO, ICCROM, ICOMOS, ICOM και OWHC, οι οποίοι παίρνουν σημαντικές πρωτοβουλίες για την προστασία, διατήρηση και ανάδειξη των πολιτισμικών πόρων κάθε περιοχής. Στο ίδιο μέρος γίνεται αναφορά στις ενέργειες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς.

Ακολουθεί το πέμπτο μέρος με αναφορά τον πολιτιστικό τουρισμό στο Μυστρά. Πιο συγκεκριμένα, γίνεται αναφορά στην ιστορία του τόπου και στην επίσκεψη στο Μυστρά του σήμερα. Στη συνέχεια, γίνεται εκτενής αναφορά στα σημαντικότερα μνημεία και αξιοθέατα της περιοχής, στα πεζοπορικά μονοπάτια, στους οικισμούς του Μυστρά και στις πολιτιστικές εκδηλώσεις που διοργανώνονται στην ευρύτερη περιοχή. Τέλος, δίνονται πληροφορίες για τα ξενοδοχεία που υπάρχουν στο Μυστρά και στη γύρω περιοχή, καθώς και για τα εστιατόρια και τις παραδοσιακές ταβέρνες που περιμένουν τους επισκέπτες, για να τους προσφέρουν τα νοστιμότερα παραδοσιακά φαγητά και γλυκίσματα της περιοχής.

Το έκτο μέρος της παρούσας εργασίας, παρουσιάζει τους βασικούς στόχους που περιλαμβάνει το πρόγραμμα μάρκετινγκ που εφαρμόζεται στην ευρύτερη περιοχή του Μυστρά, που σκοπό έχει να συμβάλει στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής, διατηρώντας και αναδεικνύοντας με αυτό τον τρόπο την πλούσια πολιτιστική της κληρονομιά.

Η επόμενη ενότητα που ακολουθεί, αφορά την έρευνα με ερωτηματολόγια. Πρόκειται για καταγραφή των αντιλήψεων των κατοίκων της ευρύτερης περιοχής του Δήμου Μυστρά, σε θέματα τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής τους, αλλά και ανάδειξης και διατήρησης του πολιτιστικού της πλούτου. Στο ίδιο μέρος, περιλαμβάνονται τα αποτελέσματα και διαγράμματα του ερωτηματολογίου.

Η εργασία κλείνει με τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τη επιτόπια έρευνα και τα γενικά συμπεράσματα που προκύπτουν από την παρούσα ανάλυση και τις προτάσεις. Στο τέλος, στο **παράρτημα** περιλαμβάνεται η **μεθοδολογία της έρευνας**, **δείγμα του ερωτηματολογίου** και η **βιβλιογραφία** που χρησιμοποιήθηκε για τη συγγραφή της παρούσας μελέτης.

Α' ΜΕΡΟΣ

1. Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο όρος «τουρισμός» (tourism) προέρχεται από τη γαλλική λέξη 'tour' και την αγγλική 'touring', που σημαίνουν γύρος, περιήγηση. Η ρίζα και των δύο αυτών λέξεων είναι λατινική λέξη tornus. Η Διεθνής Ακαδημία του Τουρισμού ορίζει ότι ο τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές και υποκινούνται, σε διαφορετικό βαθμό και ένταση, από τον πόθο της απόδρασης, που ενυπάρχει στα άτομα.

Σύμφωνα με τον Graburn (1983) το γεγονός ότι το ταξίδι εντοπίζεται στη σφαίρα του μη – καθημερινού, συνεπάγεται ότι ο στόχος του είναι συμβολικά ιερός και ηθικά ανήκει σε ένα ανώτερο επίπεδο από τις ενασχολήσεις και δραστηριότητες της καθημερινής ζωής. Με άλλα λόγια, ο τουρισμός :

- Προσφέρει ελευθερία από την εργασία και τις κοινωνικές υποχρεώσεις
- Επιτρέπει την αναζήτηση μιας άλλης πραγματικότητας ή την απόδραση από τη ρουτίνα, την υφιστάμενη κατάσταση και τους παραδοσιακούς και καθιερωμένους κοινωνικούς ρόλους
- Δίνει τη δυνατότητα στα άτομα να αξιοποιήσουν το χρόνο τους κατά βούληση και
- Ενθαρρύνει τη σπατάλη και τις συναντήσεις με διαφορετικούς ανθρώπους

Οι Μαρξιστές και οι μελετητές με μαρξιστικό προσανατολισμό αποδίδουν το τουριστικό ταξίδι στην αλλοτρίωση που δημιουργούν οι καταπιεστικές συνθήκες ζωής στον ώριμο και ύστερο καπιταλισμό. Οι τουρίστες επιδιώκουν την απόδραση από τις μη – αυθεντικές αλληλουχίες της καθημερινότητας και αναζητούν την αυθεντικότητα σε άλλους τόπους κι χρόνους (Γαλάνη-Μουτάφη, 2002).

Το 1942 δόθηκε η πρώτη πλήρης επιστημονική προσέγγιση του τουρισμού από τους Hunziker and Krapf. « Ο τουρισμός είναι το σύνολο των ενεργοποιημένων σχέσεων και γεγονότων κατά τη διάρκεια της μετακίνησης και παραμονής των ατόμων εκτός του τόπου της συνήθους κατοικίας τους, υπό τον περιορισμό ότι τόσο η μετακίνηση όσο και η παραμονή τους δεν έχουν κίνητρο την άσκηση οποιασδήποτε κερδοσκοπικής δραστηριότητας». Δύο είναι οι κύριες έννοιες που οριοθετούν τον παραπάνω ορισμό του τουρισμού: το κίνητρο ή αλλιώς ο σκοπός του ταξιδιού και η μετακίνηση ή αλλιώς η διάρκεια της παραμονής (Βαρβαρέσος, 2000).

Η Επιτροπή Τουρισμού του ΟΟΣΑ και το Συνέδριο των Ηνωμένων Εθνών για τον τουρισμό (που συνήλθε στη Ρώμη το 1963) όρισαν τον «τουρίστα» ως το άτομο που επισκέπτεται χώρα ή περιοχή διαφορετική από αυτή που κατοικεί, για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των 24 ωρών. Τουρίστες θεωρούνται:

- όσοι ταξιδεύουν για ψυχαγωγία, για οικογενειακούς λόγους, για λόγους υγείας κ.τ.λ.
- όσοι ταξιδεύουν για να συμμετάσχουν σε συνέδρια ή όσοι είναι εκπρόσωποι οποιουδήποτε, όπως διπλωμάτες, επιστήμονες, αθλητές.
- Όσοι ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους.
- Όσοι ταξιδεύουν στα πλαίσια μιας κρουαζιέρας, έστω και αν παραμένουν σε έναν τόπο λιγότερο από 24 ώρες.

Επομένως, τουρίστας είναι κάθε άτομο που επισκέπτεται έναν τόπο για διάστημα τουλάχιστον 24 ωρών. Επισκέπτες είναι τα άτομα, των οποίων η διάρκεια του ταξιδιού τους δεν ξεπερνά τις 24 ώρες (Τσάρτας, 1989 – Βαρβαρέσος, 2000).

2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ολοένα και περισσότερο στην εποχή μας είναι επιτακτική ανάγκη για τις επιχειρήσεις να χρησιμοποιήσουν τα μέσα και τις μεθόδους του μάρκετινγκ, προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των πελατών τους, να κατακτήσουν ολοένα και μεγαλύτερο τμήμα της αγοράς, αλλά και να αποσπάσουν περισσότερα κέρδη. Ωστόσο, η διαδικασία διερεύνησης των πεδίων που υιοθετούν και εφαρμόζουν το μάρκετινγκ δεν σταματάει στις επιχειρήσεις, καθώς όπου υπάρχει συναλλαγή (πάρε και δώσε) μπορεί να εφαρμοστεί το μάρκετινγκ (Μάλλιαρης, 1990).

Μια προσέγγιση του εννοιολογικού περιεχομένου του μάρκετινγκ είναι απαραίτητη. Πριν τριάντα χρόνια περίπου, σε ένα άρθρο για τον ακριβή ορισμό του μάρκετινγκ, ένας συγγραφέας (Crosier, 1987), εντόπισε 49 διαφορετικούς ορισμούς. Μια φράση cliché που συναντά κανείς κατά κόρον σε συγγράμματα σχετικά με το μάρκετινγκ είναι η εξής: « Το μάρκετινγκ αφορά βασικά την πώληση του σωστού προϊόντος, στο σωστό τόπο, στη σωστή τιμή, στους σωστά ‘στοχευόμενους’ ανθρώπους, χρησιμοποιώντας τις σωστές μεθόδους».

Σε γενικές γραμμές μπορούμε να πούμε ότι το μάρκετινγκ αφορά τους καταναλωτές. Έχει να κάνει με το πώς τους βρίσκουμε, πώς τους ικανοποιούμε και πώς τους διατηρούμε.

Το 1991, ο Kotler, ο γκουρού του μάρκετινγκ, δίνει τον εξής ορισμό: « Το μάρκετινγκ είναι μια κοινωνική διαδικασία και μια διαδικασία μάνατζμεντ με την οποία τα άτομα και οι ομάδες αποκτούν ό,τι χρειάζονται και επιθυμούν μέσω της παραγωγής, της προσφοράς και της ανταλλαγής προϊόντων αξίας με άλλα».

Το βρετανικό Ινστιτούτο Μάρκετινγκ (British Chartered Institute of Marketing- CIM), ορίζει το μάρκετινγκ ως: τη διαδικασία μάνατζμεντ που ευθύνεται για την αναγνώριση, την πρόβλεψη και την ικανοποίηση των αναγκών των καταναλωτών με σκοπό το κέρδος.

Η θεμελιακή βάση της φιλοσοφίας του μάρκετινγκ υπήρξε εξ αρχής ότι η επιχείρηση αναγνωρίζει και δέχεται πως όλες οι δραστηριότητές της πρέπει να κατευθύνονται από τις επιθυμίες του αγοραστή. Ωστόσο, σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη (1996), το σύγχρονο μάρκετινγκ δεν αποβλέπει μόνο στην ικανοποίηση των ατομικών αναγκών ή επιθυμιών του καταναλωτή, αλλά λαμβάνει υπόψη και την ευρύτερη κοινωνία της οποίας αποτελεί μέλος.

Σε αυτούς τους ορισμούς, η βαρύτητα δίνεται στις φράσεις ‘ ανταλλαγή προϊόντων’ και ‘ με σκοπό το κέρδος’. Η έννοια κέρδος δεν χρησιμοποιείται με τη λογιστική έννοια, αλλά θέλει να τονιστεί ότι και οι δυο πλευρές θέλουν να αποκτήσουν αυτό που θέλουν και χρειάζονται (Adcock et al, 1998).

Η θεμελιακή βάση της φιλοσοφίας του μάρκετινγκ υπήρξε εξ αρχής ότι η επιχείρηση αναγνωρίζει και δέχεται πως όλες οι δραστηριότητές της πρέπει να κατευθύνονται από τις επιθυμίες του αγοραστή. Ωστόσο, σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη (1996), το σύγχρονο μάρκετινγκ δεν αποβλέπει μόνο στην ικανοποίηση των ατομικών αναγκών ή επιθυμιών του καταναλωτή, αλλά λαμβάνει υπόψη και την ευρύτερη κοινωνία της οποίας αποτελεί μέλος, καθώς επίσης και το περιβάλλον. Το σύγχρονο μάρκετινγκ καταλαβαίνει πολύ καλά και εξυπηρετεί τον πελάτη στο διπλό ρόλο του: σε αυτόν του καταναλωτή και ταυτόχρονα του μέλους ενός οργανωμένου κοινωνικού συνόλου.

Μιλάμε, δηλαδή, για μια νέα προσέγγιση η οποία αναθεωρεί ή αντικαθιστά την καθιερωμένη έννοια του μάρκετινγκ. Γίνεται λόγος για έννοιες όπως αυτή του ανθρώπινου παράγοντα, τη ευθύνης για το περιβάλλον κ.α.

Μια παράμετρος που πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι ότι οι πολίτες του Δυτικού κόσμου βιώνουν οικονομίες που βασίζονται ολοένα και περισσότερο στις υπηρεσίες. Οι υπηρεσίες δεν αποτελούν

πλέον ένα μικρό η επιφανειακό κομμάτι των οικονομιών, αλλά δημιουργούν αξία σε κάθε οικονομία (Palmer, 2001). Αν και υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον στον τομέα υπηρεσιών τα τελευταία χρόνια, η σύγχρονη βιβλιογραφία φαίνεται να μην έχει αναγνωρίσει την σημασία του ακόμα (Goodwin & Ross, 1992).

Σύμφωνα με τους Baron & Harris (1995), υπηρεσία θεωρείται οποιαδήποτε δραστηριότητα, όφελος ή ικανοποίηση που προσφέρεται για πώληση. Είναι ουσιαστικά άυλη και δεν καταλήγει στο να είναι ιδιοκτησία κάποιου. Η παραγωγή της μπορεί να είναι ή να μην είναι δεμένη με ένα φυσικό προϊόν (Bowen, 1996). Ως γνωστόν, ο τομέας του τουρισμού ανήκει στον τομέα παροχής υπηρεσιών μαζί με άλλους τομείς όπως ο τραπεζικός, ο νομικός, ο τομέας της υγείας, ο εκπαιδευτικός, ο τομέας της διασκέδασης κ.α. Ωστόσο, παρουσιάζει αρκετές διαφορές με άλλες μορφές υπηρεσιών, αλλά και αρκετές ιδιαιτερότητες (η διερεύνησή τους είναι εκτός των ορίων και των στόχων της παρούσας εργασίας).

Το μάρκετινγκ στον τομέα του τουρισμού όχι μόνο ωριμάζει αλλά και γίνεται περισσότερο απαιτητικό. Υπάρχει μια αυξανόμενη αναγνώριση της σπουδαιότητας του μάρκετινγκ στην τελική επιτυχία του οργανισμού. Αν και πολλά χρόνια πίσω από τις βιομηχανικές εταιρίες, ο τομέας έχει αρχίσει να υιοθετεί τις αρχές του μάρκετινγκ. Αυτό έχει συμβεί όχι μόνο επειδή περισσότεροι άνθρωποι καταλαβαίνουν τα οφέλη του μάρκετινγκ αλλά και λόγω του εντεινόμενου ανταγωνισμού (Ηγουμενάκης, 1996).

Ο μεγαλύτερος ανταγωνισμός, η αυξημένη διάσπαση και πολυπλοκότητα της αγοράς, οι περισσότεροι έμπειροι και απαιτητικοί πελάτες καθιστούν αναγκαία την εφαρμογή του μάρκετινγκ στον τουρισμό (Morgan, 1996). Δεν νοείται πλέον διευθυντής τουριστικής επιχείρησης που να μην έχει κάποια γνώση πάνω στο μάρκετινγκ.

Μια από τις θεμελιώδεις αρχές του μάρκετινγκ τουριστικών υπηρεσιών είναι το μείγμα μάρκετινγκ. Σύμφωνα με τον Kotler (1984), το μείγμα μάρκετινγκ περιλαμβάνει τις ελεγχόμενες εκείνες μεταβλητές που η εταιρία χρησιμοποιεί για να ικανοποιήσει τις ανάγκες του πελάτη.

Τέσσερις είναι οι βασικές μεταβλητές -γνωστές ως 4P¹ :

- Προϊόν (Product): τι προσφέρει για πώληση η εταιρία
- Πράξεις τιμολόγησης (Price): σε τι τιμή προσφέρεται το προϊόν στην αγορά
- Περιοχή (Place): πώς πρέπει να διανεμηθεί το προϊόν και να παραδοθεί

- Προώθηση (Promotion): δραστηριότητες που κεντρίζουν το ενδιαφέρον του υποψηφίου καταναλωτή για το προϊόν

Τα 4P² του μάρκετινγκ είναι οι ενέργειες, οι τεχνικές και τα συστήματα που μια εταιρία χρησιμοποιεί προκειμένου να επικοινωνήσει αλλά και να ικανοποιήσει τους πελάτες. Παρ' όλα αυτά, είναι σημαντικό να χρησιμοποιηθούν στη σωστή αναλογία και στη σωστή συσχέτιση του ενός με το άλλο για να επιτευχθεί ο προκαθορισμένος σκοπός (Middleton, 1994).

Σύμφωνα με τον Kotler (1994), η καρδιά του σύγχρονου στρατηγικού μάρκετινγκ κινείται προς τρεις άξονες: τμηματοποίηση, στόχευση και χωροθέτηση.³

- **η τμηματοποίηση της αγοράς**, είναι η πράξη της διαίρεσης μιας αγοράς σε συγκεκριμένες ομάδες αγοραστών οι οποίοι πιθανόν να θέλουν ξεχωριστά προϊόντα και/ή μείγματα μάρκετινγκ.
- **η στόχευση της αγοράς**, είναι η πράξη της εκπόνησης μέτρων ελκυστικότητας του τμήματος και της επιλογής ενός ή περισσότερων τμημάτων αγοράς.
- **η χωροθέτηση του προϊόντος**, είναι η ανάπτυξη μιας υπηρεσίας και ενός μείγματος μάρκετινγκ για την κατάληψη μιας συγκεκριμένης θέσης στα μυαλά των στοχευόμενων αγορών. Συνήθως, αυτό σημαίνει να διαθέτει η υπηρεσία ξεχωριστά χαρακτηριστικά και/ή να γίνεται η μετάδοση του μηνύματος της χωροθέτησης με ξεχωριστό τρόπο.

Το μάρκετινγκ βοηθάει, μέσω των παραπάνω βημάτων, στην μεγαλύτερη αποδοτικότητα της επιχείρησης. Οι προμηθευτές μπορούν να αναπτύξουν τη σωστή προσφορά για κάθε αγορά-στόχο. Αγορά-στόχος ή στοχευόμενη αγορά (target market) είναι ένα τμήμα της αγοράς, που έχει επιλεγεί από ένα οργανισμό του τουριστικού κλάδου για την εστίαση των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ (Seaton & Bennett, 1996).

¹ Όλες οι μεταβλητές ξεκινούν με το αγγλικό γράμμα 'P'. Ο McCarthy (1981) αρχικά χρησιμοποίησε την ονομασία τα 4P (the four Ps) για να περιγράψει το μείγμα μάρκετινγκ.

² Υπάρχουν κάποιοι συγγραφείς που κάνουν λόγο για περισσότερα από 4P. Μεταξύ αυτών είναι ο Morrison (1989), ο Cowell (1984) και ο Middleton (1994).

³ Πρόκειται για το λεγόμενο, σε αγγλικούς όρους, STP (Segmentation, Targeting, Positioning).

3. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΝΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

Η οργάνωση, προώθηση και διαχείριση ενός σταθερού προγράμματος μάρκετινγκ αποτελεί στοιχείο μεσοπρόθεσμης σταθερότητας της τουριστικής ανάπτυξης. Οι κυριότεροι στόχοι ενός τέτοιου προγράμματος είναι:

❖ Η συστηματική προβολή της περιοχής

Στον ολοένα εντεινόμενο ανταγωνισμό, το μάρκετινγκ μιας περιοχής πρέπει να χρησιμοποιεί όλα τα μέσα που διαθέτει (συμμετοχή σε εκθέσεις, διαφημιστικές εκστρατείες, συνεργασία με tour – operators, απευθείας πωλήσεις, δημόσιες σχέσεις), ώστε η περιοχή να προβάλλεται σταθερά στις διεθνείς και την εθνική αγορά. Η πολιτική προβολής πρέπει να έχει έναν συστηματικό χαρακτήρα και να μην επηρεάζεται από την συγκυρία.

❖ Η συγκρότηση ιδιαίτερης διαφημιστικής « εικόνας » της περιοχής

Το μάρκετινγκ πρέπει να εστιάσει στην ανάδειξη των πόρων της περιοχής που μπορούν να θεωρηθούν και συγκριτικά της πλεονεκτήματα.

Αυτό σημαίνει:

1. να υπάρχει ένα πλέγμα με αξιόλογα μνημεία, κτίσματα και οικιστικά σύνολα, ενταγμένα στο φυσικό περιβάλλον.
2. να υπάρχουν αρκετά διαθέσιμα κατάλληλα κτίρια για στέγαση τουριστικών δραστηριοτήτων,
3. να υπάρχει μια στοιχειώδης προσπελασιμότητα,
4. να υπάρχουν ενδιαφέροντες πόλοι έλξης στην ευρύτερη περιοχή,
5. να υπάρχει μια δυνατότητα για δημιουργία πλέγματος δραστηριοτήτων.

Με αυτόν τον τρόπο θα συγκροτηθεί και η ιδιαίτερη διαφημιστική « εικόνα » της περιοχής που θα λειτουργεί και ως σήμα κατατεθέν της. Άλλωστε, όπως καταδεικνύουν και οι πρακτικές του μάρκετινγκ, η διεθνής προαγωγή του τουρισμού απαιτεί ένας τόπος να έχει τον δικό του συγκεκριμένο χαρακτήρα. Για να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό στην τουριστική αγορά, ένας τόπος πρέπει να διαθέτει ένα « σήμα κατατεθέν » που να δίνει έμφαση στη μοναδικότητα ή την αυθεντικότητά του. Σύμφωνα με αυτή τη λογική της προαγωγής, κάθε περιοχή χρειάζεται να παράγει, να επιβεβαιώνει και να προβάλλει μια ταυτότητα με τη μορφή μιας επαλήθευσης του

εαυτού της για λογαριασμό των άλλων, στην προκειμένη περίπτωση, των τουριστών. Τα σημάδια της ταυτότητας τα οποία οι τοπικές κοινωνίες διαθέτουν προς « έγκριση » των τουριστών και των φορέων του τουρισμού συμπεριλαμβάνουν τόπους μνήμης, ιστορικά μνημεία, παραδόσεις και διάφορα δρώμενα – γενικά, στοιχεία που συγκροτούν τη λεγόμενη « πολιτισμική κληρονομιά » - καθώς και παραδοσιακές τέχνες.

❖ Η διαρκής αναζήτηση νέων αγορών και « ομάδων στόχων »

Η συνεχής αύξηση του αριθμού των καταναλωτών τουριστικών ταξιδιών, αλλά και η διαρκής τάση για εξειδίκευση της ζήτησης, επιτρέπουν σε όλο και περισσότερες τουριστικές περιοχές να διεκδικούν τμήματα της παγκόσμιας τουριστικής ζήτησης. Σε αυτά τα πλαίσια, το μάρκετινγκ πρέπει να λειτουργεί δυναμικά, αναζητώντας νέα αγορές αλλά και ομάδες καταναλωτών που ενδιαφέρονται για τους τουριστικούς πόρους που διαθέτει η περιοχή.

❖ Η συνεργασία με κατοίκους, κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς και επιχειρήσεις της περιοχής

Το πρόγραμμα μάρκετινγκ πρέπει να αποτελεί τη σύνθεση των απόψεων των διαφορετικών ομάδων που συμμετέχουν στις διαδικασίες της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής. Επομένως, η σχεδίαση, η οργάνωση και η προώθηση του προγράμματος είναι σκόπιμο να αποτελεί αντικείμενο συμμετοχικών και συναινετικών διαδικασιών.

❖ Η σύνδεση του προγράμματος μάρκετινγκ με τους βασικούς στόχους και σκοπούς του σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής

Το πρόγραμμα πρέπει να είναι συναφές με τις βασικές επιλογές του σχεδιασμού της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης. Η διάσταση αυτή επισημαίνει τη μεγάλη σημασία της ύπαρξης συγκροτημένων και συγκεκριμένων στόχων στη διαμόρφωση της ζήτησης, ώστε να εξυπηρετείται ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης , αλλά και οι διαδικασίες διαχείρισής της.

4. Η ΜΕΓΑΛΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

Το γεγονός ότι πολλές τουριστικές χώρες ή περιοχές επιβίωσαν επί πολλές δεκαετίες στηριζόμενες σε μια σταθερή ζήτηση, οδήγησε σε λάθος συμπεράσματα για τη σημασία και το ρόλο του μάρκετινγκ. Η υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος πολλών από αυτές (ιδιαίτερα στην Ευρώπη) αλλά και η εντυπωσιακή αύξηση του αριθμού των ανταγωνιστών μετά τη δεκαετία του '80, οδηγεί σε νέα δεδομένα και φέρνει ξανά στο προσκήνιο την ανάγκη για ένα επιθετικό τουριστικό μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών και τα βασικά σημεία που θα έχουν ιδιαίτερη σημασία και τις επόμενες δεκαετίες είναι τα ακόλουθα:

- Η διαμορφωμένη μέσω του μάρκετινγκ διαφημιστική εικόνα του τουριστικού προορισμού έχει μεγαλύτερη σημασία από την προβαλλόμενη εικόνα της οποιασδήποτε τουριστικής επιχείρησης που βρίσκεται σε αυτήν την περιοχή.
- Το μάρκετινγκ του τουριστικού προορισμού επηρεάζεται άμεσα ή έμμεσα από το αντίστοιχο μάρκετινγκ της χώρας όπου βρίσκεται, αλλά στις περισσότερες περιπτώσεις το τελικά προβαλλόμενο τουριστικό προϊόν της περιοχής διαθέτει αυτάρκεια και αυτοδυναμία έναντι του εθνικά προβαλλόμενου προϊόντος.
- Δύο είναι κυρίως οι άξονες της πολιτικής του μάρκετινγκ προορισμού οι οποίοι φαίνεται ότι θα συνεχίσουν να έχουν σημασία μεσοπρόθεσμα: ο άξονας της διαφοροποίησης, δηλαδή η προσπάθεια ανάδειξης των στοιχείων που διαφοροποιούν το τοπικό τουριστικό προϊόν, με τα αντίστοιχα τουριστικά προϊόντα άλλων περιοχών τα οποία απευθύνονται σε δυναμικές ομάδες στόχους της πελατείας, π.χ. τουρίστες του τουρισμού διακοπών.

5. ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Στο σημείο αυτό, έχοντας αναλύσει και παρουσιάσει τις έννοιες και τις αρχές του μάρκετινγκ, καθώς και τη σημασία του για την αύξηση της ζήτησης τουριστικών προορισμών, θεωρώ πως είναι απαραίτητο να παρουσιάσουμε συνοπτικά τις παραμέτρους της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς, από τη στιγμή που κύριος στόχος του μάρκετινγκ δεν είναι άλλος από την αύξηση της ζήτησης για τουριστικά προϊόντα, μέσω της παροχής τουριστικών υπηρεσιών υψηλής ποιότητας.

Παράμετροι της τουριστικής ζήτησης

Οι παράμετροι της τουριστικής ζήτησης ενεργοποιούνται κυρίως σε διεθνές, αλλά και σε εθνικό επίπεδο. Ορισμένες από αυτές χαρακτηρίζονται από μεσοπρόθεσμη σταθερότητα, ενώ άλλες συνδέονται με τη χρονική συγκυρία, π.χ. « η μόδα » για κάποια συγκεκριμένη περιοχή. Οι κυριότερες από αυτές τις παραμέτρους είναι οι ακόλουθες:

- ❖ Οι παγιωμένες τάσεις της ζήτησης διεθνώς. Η ζήτηση για οργανωμένο μαζικό τουρισμό διακοπών αποτελεί παράδειγμα τέτοιας τάσης, η οποία επηρεάζει την τουριστική ανάπτυξη πολλών περιοχών του κόσμου.
- ❖ Τα ειδικά κίνητρα των τουριστών. Υπάρχει σημαντικός αριθμός ειδικών κινήτρων που ενεργοποιούν ταξίδια. Τα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης επηρεάζονται ανάλογα, διαμορφώνοντας τις κατάλληλες υποδομές και υπηρεσίες για να ανταποκριθούν σε αυτά.
- ❖ Η διαφήμιση. Αποτελεί έναν καθοριστικό παράγοντα, ιδιαίτερα στα πλαίσια ενός εντεινόμενου ανταγωνισμού. Η ύπαρξη μιας διαφημιστικής « εικόνας » από τις τουριστικές περιοχές θεωρείται απαραίτητη.
- ❖ Η πολιτική των tour – operators για την συγκεκριμένη περιοχή. Εφόσον πρόκειται για περιοχή με διεθνή πελατεία, ο ρόλος των tour – operators είναι σημαντικός στη διαμόρφωση των κεντρικών τάσεων της ζήτησης.
- ❖ Η γεωγραφική θέση της περιοχής. Αν, για παράδειγμα, η περιοχή βρίσκεται γεωγραφικά σε μία από τις παραδοσιακά αναπτυγμένες ζώνες τουρισμού, αυτό επηρεάζει τη ζήτησή της συνήθως θετικά.
- ❖ Το μάρκετινγκ. Η ύπαρξη ενός δυναμικού προγράμματος μάρκετινγκ για την περιοχή επηρεάζει τη σύνθεση της ζήτησης και την πορεία ανάπτυξης της περιοχής.
- ❖ Η συγκυρία στις χώρες αποστολής ή υποδοχής τουριστών. Παραδείγματα σε αυτήν την περίπτωση είναι: οικονομική ή πολιτική κρίση, στροφή σε άλλες αγορές λόγω πτώσης των τιμών ή μόδας κ.α.
- ❖ Το κατά κεφαλήν εισόδημα των τουριστών. Η τουριστική ζήτηση μιας χώρας εξαρτάται κατά κύριο λόγο, από το εισόδημα των τουριστών που την επισκέπτονται. Όσο αυξάνεται το ατομικό εισόδημα, τόσο ενθαρρύνονται οι πολίτες να πληρώσουν για ένα ταξίδι στο εξωτερικό. Κατά συνέπεια, ενισχύονται η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών (Walsh, 1996) και η τουριστική ανάπτυξη και ζήτηση (Lanza, κ.α., 2003). Μια αύξηση του εισοδήματος τελικά αυξάνει και τον αριθμό των ανθρώπων που έχουν τη δυνατότητα να επισκεφτούν άλλες χώρες ως τουρίστες (Akis, 1998). Επομένως, η

τουριστική ζήτηση συνδέεται άρρηκτα με το επίπεδο ευημερίας και ανάπτυξης της χώρας προέλευσης (DeMello κ.α., 1992).

- ❖ Οι τιμές συναλλάγματος. Οι τουρίστες συγκρίνουν τις τιμές των αγαθών και υπηρεσιών στη χώρα φιλοξενίας τους με αναγωγή στο δικό τους νόμισμα (Garin κ.α., 2000).
- ❖ Η απόσταση και τα σύγχρονα μέσα μεταφοράς. Η απόσταση μεταξύ της χώρας προέλευσης των τουριστών και της χώρας υποδοχής τους επηρεάζει τις τουριστικές επιλογές. Η μεγάλη απόσταση (Vagenas and Croes, 2000) η οποία συνεπάγεται μεγάλη διάρκεια και δαπάνη μετακίνησης, προσελκύει τουρίστες προερχόμενους κυρίως από τα υψηλότερα οικονομικά στρώματα (Crouch,1996, Lim, 1997, Akis,1998). Παράλληλα, η απευθείας αεροπορική σύνδεση μεταξύ δύο χωρών, σε συνδυασμό με τη χρήση σύγχρονων μέσων μεταφοράς διευκολύνουν τη μετακίνηση των τουριστών (Walsh, 1996).

Παράμετροι τουριστικής προσφοράς

Σε αυτήν την περίπτωση σημασία έχουν οι πόροι που διαθέτει η περιοχή ή έχουν κατασκευαστεί από επιχειρήσεις ή φορείς που βρίσκονται σ' αυτήν. Η έλλειψη ενός ικανού αριθμού τέτοιων πόρων μπορεί να αποτελέσει αρνητικό παράγοντα στις προσπάθειες τουριστικής ανάπτυξης. Οι κυριότερες από αυτές τις παραμέτρους είναι:

- ❖ Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι της περιοχής. Αναφερόμαστε σε πόρους που έχουν ιδιαίτερη σημασία για διαφορετικούς τύπους τουριστικής ζήτησης, όπως: περιβάλλον, κλίμα, πολιτιστικές εκδηλώσεις, πολιτιστική παράδοση κ.α.
- ❖ Ανθρωπογενείς πόροι. Πρόκειται κυρίως για πόρους που σχετίζονται με το δομημένο περιβάλλον, όπως π.χ. παραδοσιακοί οικισμοί, ιστορικά κέντρα πόλεων, μνημεία, μουσεία κ.λ.π.
- ❖ Υποδομές και υπηρεσίες. Σε αυτήν την περίπτωση περιλαμβάνονται όλες οι υποδομές και υπηρεσίες που άμεσα ή έμμεσα σχετίζονται με τη διαμονή των τουριστών στην περιοχή: ξενοδοχεία, πρακτορεία, μεταφορικά μέσα, επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής κ.λ.π.

6. Η ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΝΕΩΝ ΠΡΟΤΥΠΩΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Η προσπάθεια εφαρμογής προτύπων ποιότητας στον τουρισμό ξεκίνησε από τις παρεχόμενες υπηρεσίες των επιχειρήσεων (κυρίως ξενοδοχεία) και στη συνέχεια συνδέθηκε με ζητήματα σχετικά με το περιβάλλον και την περιβαλλοντική εκπαίδευση του προσωπικού των ξενοδοχειακών μονάδων. Σταδιακά, η προβολή ποιοτικών προτύπων σχετικών με το σύνολο μιας περιοχής και ιδιαίτερα με ζητήματα ελέγχου και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης γίνεται όλο και συστηματικότερη, στα πλαίσια ενός εντεινόμενου ανταγωνισμού. Τα κυριότερα πεδία στα οποία αναμένεται ότι θα επεκταθούν τα πρότυπα ποιότητας είναι:

- Πρότυπα ποιότητας σχετικά με την περιβαλλοντική προστασία και τον περιβαλλοντικό σχεδιασμό στις τουριστικές περιοχές, με αντίστοιχη προώθηση ενός τύπου «οικολογικού σήματος» για τις επιτυχείς παρεμβάσεις σε αυτά τα ζητήματα.
- Πρότυπα ποιότητας σχετικά με τη βιωσιμότητα σε επιχειρήσεις και τουριστικές περιοχές, τα οποία θα σχετίζονται με τη χρήση βιολογικών καθαρισμών, τη χρήση ανακυκλώσιμων υλικών, την καλλιέργεια και χρήση στις επιχειρήσεις βιολογικών προϊόντων.
- Πρότυπα ποιότητας σχετικά με τις προσφερόμενες υπηρεσίες και την κατασκευή των τουριστικών επιχειρήσεων. Αυτά ήδη υπάρχουν σε πολλές περιπτώσεις και θα επεκταθούν, ιδιαίτερα στο ανθρώπινο δυναμικό που εργάζεται στον τοπικό τουριστικό τομέα.
- Πρότυπα ποιότητας τα οποία θα επισημαίνουν την αναβάθμιση και προβολή της τοπικής παράδοσης και του πολιτισμού μέσω πολιτιστικών δραστηριοτήτων, δημιουργίας θεματικών μουσείων, προστασίας των μνημείων κ.ά.

Β' ΜΕΡΟΣ

1. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Αρχικά πρέπει να επισημανθεί ότι το τουριστικό ταξίδι, ιστορικά εμπεριείχε πάντοτε ως βασικό κίνητρό του την πολιτιστική εμπειρία. Σε παλιότερες μάλιστα εποχές –έως τον 20^ο αιώνα- η γνωριμία με έναν άλλο πολιτισμό αποτελούσε συχνά και το μόνο κίνητρο για την πραγματοποίηση των συχνά δύσκολων ταξιδιών της εποχής. Αυτό παράλληλα σήμαινε ότι και οι πρώτες “τουριστικές” χώρες ή περιοχές ήταν αυτές που διέθεταν τουριστικούς πόρους άμεσα συνδεδεμένους με τον πολιτισμό.

Η περίοδος, όμως, μετά το 1950 σηματοδοτεί καθοριστικές αλλαγές στα πρότυπα ανάπτυξης τα οποία συνδέονται με τον Πολιτισμό, ως πόρο μιας τουριστικής περιοχής ή ως δραστηριότητα στα πλαίσια των σύγχρονων ταξιδιών. Σήμερα, ο τουρισμός αποτελεί σε μεγάλο βαθμό ένα σύγχρονο καταναλωτικό αγαθό (μαζικός τουρισμός), το οποίο δεν έχει καμία σχέση με τον πολιτισμό, και γι’ αυτό το λόγο συνεχώς αμφισβητείται. Η αμφισβήτηση του μοντέλου του μαζικού οργανωμένου τουρισμού επήλθε με την ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Βαρβαρέσος, 1998). Εξάλλου, σημαντικός παράγοντας για την προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού είναι η δυνατότητα που μας δίνει, μέσα από αυτές τις μορφές τουρισμού να γνωρίσουμε καλύτερα τις ομορφιές της φύσης και να ζήσουμε κάποιες ώρες ή μέρες σ’ ένα μοναδικό περιβάλλον.

Εξάλλου, περισσότερο από άλλες οικονομικές δραστηριότητες ο τουρισμός συνδέεται άμεσα με το περιβάλλον, το οποίο επηρεάζει ευθέως όπως και επηρεάζεται από αυτό. Με τον όρο εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εννοούμε διάφορες δραστηριότητες στις οποίες μπορεί ο ενδιαφερόμενος να συμμετέχει ομαδικά ή προσωπικά (Morgan, 1996). Η συμμετοχή σε εναλλακτικές δραστηριότητες προσφέρεται για να γνωρίσει κανείς τα βουνά, τις κοιλάδες, τα απότομα φαράγγια, τα ορμητικά ποτάμια, τις ήρεμες λίμνες, τα διεθνή ορειβατικά μονοπάτια και παράλληλα τα ιστορικά μνημεία και τους αρχαιολογικούς χώρους διαφόρων περιοχών και χωρών.

Ορισμένες από τις κύριες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι (Σπυριδάκη, 2005):

- ❑ Αγροτουρισμός
- ❑ Συνεδριακός τουρισμός

- ❑ Ορειβατικός και περιπατητικός τουρισμός
- ❑ Εκπαιδευτικός-πολιτιστικός τουρισμός
- ❑ Τουρισμός υγείας
- ❑ Αθλητικός τουρισμός
- ❑ Χειμερινός τουρισμός
- ❑ Παράκτιος, παραλίμνιος, παραποτάμιος, θαλάσσιος τουρισμός και ο τουρισμός των υδροβιότοπων
- ❑ Θρησκευτικός τουρισμός
- ❑ Αστικός τουρισμός

Είναι φανερό ότι οι μορφές αυτές δεν μπορούν να αντικαταστήσουν το μαζικό τουρισμό, με την έννοια του παραθαλάσσιου μαζικού τουρισμού. Ωστόσο, δρουν συμπληρωματικά προς αυτόν, συμβάλλοντας, κατά κύριο λόγο, στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των περιοχών της περιφέρειας.

Μολονότι δεν υπάρχει ένας γενικά αποδεκτός ορισμός για τον πολιτιστικό τουρισμό, θα χρησιμοποιήσουμε τον ορισμό που δίνει η Επιτροπή Καναδικού Τουρισμού (CTC). Σύμφωνα με αυτόν: *‘Μπορούμε να χαρακτηρίσουμε ένα είδος τουρισμού ως πολιτιστικό όταν η συμμετοχή σε πολιτιστικές και εκπαιδευτικές εμπειρίες ή εμπειρίες που αναφέρονται στην πολιτιστική κληρονομιά αποτελούν ένα σημαντικό παράγοντα του ταξιδιού’.*

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) θεωρεί πως πολιτιστικός τουρισμός είναι το ταξίδι που γίνεται με κίνητρο βασικά πολιτιστικό –περιλαμβάνοντας εκπαιδευτικές περιηγήσεις, θεατρικές παραστάσεις, φεστιβάλ, επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και μουσεία, καθώς και τη μελέτη του φυσικού περιβάλλοντος, του λαϊκού πολιτισμού και της τέχνης.

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι πολιτιστικό τουρισμό έχουμε όταν ο επισκέπτης θέλει να κατανοήσει και να εκτιμήσει τον βασικό χαρακτήρα ενός τόπου και τον πολιτισμό του ως σύνολο, περιλαμβάνοντας (Ανθουλιάς, 2005):

- ❑ Την ιστορία και την αρχαιολογία
- ❑ Τον λαό και τον τρόπο ζωής του
- ❑ Την πολιτιστική εξέλιξη
- ❑ Τις τέχνες και την αρχιτεκτονική
- ❑ Το φαγητό, το κρασί και την τοπική παραγωγή

- ❑ Την κοινωνική, οικονομική και πολιτική δομή
- ❑ Τη μορφολογία της περιοχής
- ❑ Τα διάφορα φεστιβάλ και εκδηλώσεις

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένα από τα πιο παλιά και πιο δημοφιλή είδη τουρισμού. Από τους περασμένους αιώνες άτομα ή ολιγομελείς ομάδες περιηγητών, αναζητώντας τη γνώση, την εμπειρία, την προσωπική ανακάλυψη, πραγματοποιούσαν ταξίδια σε τόπους με αρχαιολογικό, ιστορικό, λαογραφικό ή πνευματικό - θρησκευτικό ενδιαφέρον, σε άγνωστα μέρη με διαφορετικό πολιτισμό και εθνολογικές ιδιομορφίες. Τα πολιτιστικά αυτά ταξίδια, αν και οργανωμένα από τους ίδιους, μπορεί να θεωρηθούν μια πρόιμη μορφή πολιτιστικού τουρισμού ο οποίος, σήμερα πλέον, έχει συγκροτηθεί σε δραστηριότητα με διαφορετικό χαρακτήρα και στόχο από τις άλλες μορφές τουρισμού (Icomos, 2002).

Ο πολιτιστικός τουρισμός προσφέρει ευκαιρίες για πολιτιστική εμπειρία, προσφέρει την περιήγηση στη φυσική, καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά μιας περιοχής καθώς και στη σημερινή δημιουργία ⁴. Απορροφά ένα μεγάλο μέρος του τουριστικού ρεύματος που έχει ιδιαίτερες προσδοκίες για την επίσκεψη σε χώρους με σημαντική πολιτιστική κληρονομιά, οι οποίοι υπαγορεύουν ειδική μεταχείριση, γι' αυτό χρειάζεται μια ειδική οργάνωση και διαχείριση (Icomos, 2002).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού εκτιμά ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αναπτύσσεται με ρυθμό 15% τον χρόνο και ότι το 37% όλων των διεθνών ταξιδιών περιλαμβάνει ένα πολιτιστικό στοιχείο. Από την άλλη, ο μαζικός τουρισμός αναπτύσσεται με ρυθμό μόνο 8% τον χρόνο.

Η επίδραση της τουριστικής ανάπτυξης στον πολιτισμό είναι πάρα πολύ δύσκολο να υπολογιστεί. Καθορίζεται από το δίπολο πολιτισμός - τουρισμός και την αμφίδρομη δυναμική, με θετικές και αρνητικές επιπτώσεις, που δημιουργείται από την εμπλοκή δύο μερών διαφορετικής σύστασης και συμφερόντων (Forster, 1964): αφενός της εύαλπτης πολιτιστικής κληρονομιάς που απαιτεί την προστασία της, τη σωστή ερμηνεία και προβολή της και αφετέρου του δυναμικού τουρισμού, που απαιτεί επιτυχή οργάνωση και κερδοφόρα διαχείριση.

⁴ Τα τελευταία χρόνια υπάρχει ένα συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον για τηλεοπτικά προγράμματα που έχουν σχέση με την ιστορία και τον πολιτισμό. Η αύξηση στην κυκλοφορία ανάλογων περιοδικών και βιβλίων είναι εντυπωσιακή, όπως και η αύξηση στις επισκέψεις σχετικών ιστοσελίδων στο διαδίκτυο.

Όπως ανακοίνωσε το Ιανουάριο του 2005 ο διευθυντής του μουσείου του Λούβρου, το μουσείο ετοιμάζεται για την υποδοχή ενός μεγάλου αριθμού επισκεπτών, που ενδιαφέρονται να δουν τους χώρους, τους οποίους περιγράφει ο Dan Brown στο βιβλίο του 'Κώδικας Da Vinci' –το παγκόσμιο best seller του 2004. Η ετοιμασία περιλαμβάνει και ενέργειες που θα κάνουν πιο 'ζωντανό' το παραδοσιακό μουσείο της Γαλλίας (Ανθουλιάς, 2005).

Η κληρονομιά προσφέρει στον τουρισμό ένα προσοδοφόρο πεδίο δράσης και αυτός αντιδρά θετικά για τον πολιτισμό ευνοώντας, μεταξύ άλλων, την ανάδειξη και διατήρηση των πολιτιστικών αγαθών και δημιουργώντας έσοδα για τη συντήρησή τους. Στην αρνητική δράση του τουρισμού, κυρίως του μαζικού, συγκαταλέγονται οι σημαντικές πιέσεις που ασκεί στα πολιτιστικά αγαθά με την εντατική ή ανεξέλεγκτη χρήση τους.

Η τουριστική δραστηριότητα δημιουργεί την ανάγκη για γνωριμία με τον τοπικό πολιτισμό. Αυτό μπορεί την ίδια στιγμή να προκαλέσει φθορά στις τοπικές μορφές τέχνης και στα ήθη και έθιμα των ιθαγενών (Boniface & Fowler 1996). Από πρακτικής πλευράς, αυτό σημαίνει ότι οι ντόπιοι μουσικοί, τεχνίτες και άλλοι που ασχολούνται με τις τέχνες, κατά κάποιον τρόπο ερασιτεχνικά, με την ‘εισβολή’ των τουριστών, απασχολούνται πλέον επαγγελματικά. Ο πυρήνας αυτός των τεχνιτών και των καλλιτεχνών μπορεί να προκαλέσει αναπτέρωση του ενδιαφέροντος των κατοίκων για την δική τους πολιτιστική κληρονομιά (Gee et al, 1995).

Οι περισσότεροι μελετητές κάνουν λόγο για σύγκρουση συνηθειών και νοοτροπιών μεταξύ τουρίστα και ντόπιου που τις περισσότερες φορές καταστρέφει τον κοινωνικό ιστό στους χώρους υποδοχής. Ειδικά η παρουσία του μαζικού τουρισμού θεωρείται καταλυτική για τον τοπικό πολιτισμό.

Για τον MacCannell (1973), ο τουρίστας ενσαρκώνει την αναζήτηση της αυθεντικότητας. Σύμφωνα με τον ίδιο, οι σύγχρονοι άνθρωποι δεν συναντούν την ‘αληθινή’ πραγματικότητα στην ‘πρώτη γραμμή’ του τόπου προορισμού τους, αλλά την ανακαλύπτουν στο ‘παρασκήνιο’ (backstage) και όχι στο προσκήνιο, στις εσωτερικές, δηλαδή, περιοχές. Για τον Cohen (1984) ο τουρισμός προσλαμβάνεται ως μια διαδικασία πολιτιστικής επαγωγής (acculturation) που οδηγεί μεταξύ άλλων και στην εμπορευματοποίηση του τοπικού πολιτισμού. Στην εμπορευματοποίηση υπόκεινται ποικίλες μορφές του πολιτισμού, όπως τελετουργίες, τελετές, ήθη και έθιμα και λαϊκές τέχνες.

Πολλές από τις παραπάνω θέσεις απασχολούν μελετητές που ασχολούνται με τις κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις του τουρισμού. Πολλοί από αυτούς τους προβληματισμούς θα γίνουν ευδιάκριτοι στην εμπειρική προσέγγιση της παρούσας εργασίας που ακολουθεί.

2. ΔΙΕΘΝΗ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Πλούσια είναι η διεθνής εμπειρία αναφορικά με την ανάπτυξη του πολιτισμικού τουρισμού. Τόσο τον αναπτυγμένο κόσμο, όσο και στον αναπτυσσόμενο, ο πολιτισμικός τουρισμός γνωρίζει ιδιαίτερη άνθιση. Το είδος αυτό του τουρισμού διαφοροποιείται ανάλογα με τον τοπικό πολιτισμικό πλούτο.

ΚΑΝΑΔΑΣ

Στον Καναδά και κυρίως στο Μόντρεαλ οι παραδοσιακές βιομηχανίες, όπως η κλωστοϋφαντουργία και η βιομηχανία ενδυμάτων, μεταφέρθηκαν στις χώρες της Λατινικής Αμερικής και της Ασίας, λόγω των φθινών εργατικών χεριών. Μεταξύ του 1971 και του 1986, η απασχόληση στο δευτερογενή τομέα παραγωγής μειώθηκε κατά 36%. Επομένως, επιτακτική ήταν η ανάγκη για οικονομική αναδιάρθρωση. Ο τουρισμός και ειδικότερα ο πολιτισμικός τουρισμός αποτέλεσε λύση στο πρόβλημα της ανεργίας. Το 1996, το 84% του εργατικού δυναμικού του Μόντρεαλ εργαζόταν στον τουρισμό. Η πόλη προσελκύει πολιτισμικούς τουρίστες λόγω της πολιτιστικής της κληρονομιάς. Ο πολιτισμικός τουρισμός της πόλης εστιάζεται στην αρχιτεκτονική της παράδοση και η διοργάνωση φεστιβάλ αποτελεί πόλο έλξης τουριστών (Chang et al, 1996).

Η Κυβέρνηση του Καναδά υποστηρίζει ότι η πραγματική αξία των μουσείων είναι η συμβολή τους στην ανάδειξη της πολιτισμικής κληρονομιάς και στη δημιουργία μιας ετήσιας πηγής εσόδων. Η αντιμετώπιση αυτή αρμόζει σε κάθε καπιταλιστική οικονομία, η οποία επικεντρώνεται στις σχέσεις πολιτιστικής κληρονομιάς και οικονομίας. Έτσι, μιλάμε για «πολιτιστική οικονομία» και για ένα «οικονομικοποιημένο πολιτισμό». Ο πολιτιστικός πλούτος του Μόντρεαλ είναι τα οικομυσεία, μουσεία, πινακοθήκες, εκθεσιακά και επιστημονικά κέντρα, ιστορικά μέρη και τα Maisons de la Culture.

Τουριστικό πολιτισμικό ενδιαφέρον χαρακτηρίζει τη δυτική περιφέρεια της Αρκτικής που ανήκει στον Καναδά. Οι επισκέπτες αποκτούν την εμπειρία της καθημερινής ζωής σε μια παγωμένη πολιτεία με τους παγοδρόμους και τα igloos που χτίζονται συνεχώς για να καλύψουν τις τουριστικές ανάγκες. Το κυνήγι του τάρανδου και της πολικής αρκούδας, καθώς το ψάρεμα στον πάγο και το ανοιξιάτικο φεστιβάλ προσελκύουν πολιτισμικούς τουρίστες. (Notzke, 1999).

ΑΦΡΙΚΗ

Η Αίγυπτος αποτελεί το σημαντικότερο πολιτισμικό προορισμό της Αφρικανικής Ηπείρου. Η ιστορία, τα αρχαιολογικά ευρήματα, ο αρχαίος πολιτισμός, το μυστηριακό και εξωτικό της προφίλ, αλλά και η τοπική γαστρονομία μαγνητίζουν του πολιτισμικούς τουρίστες (Balogou and Mangaloglu, 2001).

Η τουριστική ζήτηση της Κένυα τελευταία εξαρτάται εκτός από την άγρια φύση και τις παραλίες, και από πολιτιστικά στοιχεία της όπως:

- Η παραδοσιακή χειροτεχνία και οικοτεχνία
- Το φυσικό περιβάλλον και η θρησκεία
- Τα παραδοσιακά κοσμήματα
- Τα παραδοσιακά τραγούδια
- Τα γαμήλια ήθη και έθιμα
- Τα πολιτιστικά μουσεία
- Οι πολιτιστικές βιοτεχνίες (αγγειοπλαστική, ξυλογλυπτική και τα χυτήρια σιδήρου)

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις οργανώνονται από ομάδες κατοίκων ενισχύοντας την προσέλευση τουριστών που ενδιαφέρονται να αποκτήσουν αυθεντικές τουριστικές εμπειρίες, να γνωρίσουν διαφορετικούς πολιτισμούς και να βιώσουν εναλλακτικούς τρόπους ζωής. (Kennedy,2002).

Η Γκάνα διαθέτει πλήθος τουριστικών πόρων: παρθένες παραλίες, δάση της βροχής, άγρια φύση, τοπικό πολιτισμό, θρησκευτικές γιορτές, φεστιβάλ και κάστρα. Τα μνημεία και η πολιτιστική κληρονομιά αποτελούν πόλο έλξης των διεθνών πολιτιστικών τουριστών (Teye et al, 2002).

ΩΚΕΑΝΙΑ

ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ

Η ανάπτυξη του πολιτισμικού τουρισμού στην Αυστραλία οφείλεται κυρίως στην πολιτιστική παράδοση των Ιθαγενών. Τη δεκαετία του 1980, η Επιτροπή Τουρισμού της Αυστραλίας χρηματοδότησε την εκστρατεία προβολής της χώρας ως τουριστικού προορισμού στην Ευρώπη και τις Η.Π.Α. Το διάστημα 1985 έως 1990, η τέχνη των ιθαγενών απέκτησε διεθνή αναγνώριση στο Παρίσι, τη Φρανκφούρτη και τη Νέα Υόρκη, με αποτέλεσμα την εισροή πολιτισμικών τουριστών στην Αυστραλία. Από το 1993, περίπου η στενή σχέση του τουρισμού της Αυστραλίας και της κληρονομιάς των Ιθαγενών έχει επιφέρει αύξηση στην τουριστική ζήτηση της χώρα κατά 50%. Τα αυθεντικά χειροτεχνήματα και καλλιτεχνήματα των Ιθαγενών

είναι ιδιαίτερα δημοφιλή στους τουρίστες. Το 64% των Ευρωπαίων τουριστών στην Αυστραλία αγοράζουν γνήσια είδη τέχνης των Ιθαγενών. Το μέλλον του τουρισμού της χώρας είναι ο πολιτισμικός τουρισμός και ο οικολογικός (Simons, 2000)

Η Τασμανία στην Αυστραλία θεωρείται σημαντικός οικοτουριστικός προορισμός που προσφέρει μοναδικές εμπειρίες άγριας ζωής και πολιτισμού. Ο πολιτισμικός τουρισμός της περιοχής ενθαρρύνεται από την πλούσια τοπική ιστορία, τις καστροπόλεις και το σημαντικό αρχαιολογικό περιφραγμένο χώρο (Fallon and Kriwoken, 2003).

Τέλος στη Δυτική Αυστραλία, το 15% των ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών επισκέπτονται κάβες και κελάρια, με σκοπό τη δοκιμή και την αγορά τοπικών κρασιών. Σύμφωνα με την Επιτροπή Τουρισμού της Δυτικής Αυστραλίας, η εμπειρία των τοπικών εδεσμάτων και η επίσκεψη σε οινοπαραγωγούς περιοχές αποτελούν έναν από τους πέντε πιο σημαντικούς λόγους επιλογής της χώρας ως πολιτισμικό τουριστικό προορισμό (Santich, 2004).

NEA ΖΗΛΑΝΔΙΑ

Στην Ωκεανία ο πολιτισμικός τουρισμός αντιμετωπίζεται κυρίως ως παραγωγή και αξιοποίηση της πολιτισμικής τοπικής αυθεντικότητας. Στη Νέα Ζηλανδία ο πολιτισμικός τουρισμός αναπτύσσεται με τα μουσεία, αλλά κυρίως με την αναβίωση του πολιτισμού μέσω παραδοσιακών εορτών, γευμάτων και δρώμενων. Οι τουρίστες καλούνται να ζήσουν μία συναισθηματική εμπειρία. Συμμετέχουν ενεργά στην επιλογή και στον τρόπο παρασκευής του φαγητού με τον παραδοσιακό τρόπο της φυλής Maori στην περιοχή Aotearoa (Balcar and Pearce, 1996, Barnett, 1997, Prentice, 2001, Taylor, 2001). Η συγκεκριμένη φυλή αποτελεί ένα εθνικό τουριστικό προϊόν. Με αυτό τον τρόπο, προωθείται ο ενεργητικός πολιτισμός με την επίδειξη του τοπικού αρχαιολογικού και ιστορικού πλούτου μέσω της βαθιάς γνώσης του ζωντανού πολιτισμού των Maori από τους ανθρώπους του 21^{ου} αιώνα (Prentice, 2001, Taylor, 2001). Το είδος αυτό του πολιτισμικού τουρισμού ελκύει τον παγκόσμιο και κυρίως τον εσωτερικό τουρισμό. Η Τουριστική Υπηρεσία της Νέας Ζηλανδίας εκτιμά ότι από τον Απρίλιο του 1995 έως το Μάρτιο του 1996 η περιοχή των Maori δέχτηκε 520.000 διεθνείς τουρίστες. Όσο οι Maori θα παραμένουν πρωτόγονοι και υποανάπτυκτοι, θα αποτελούν τουριστικό πολιτιστικό πόρο (Ryan, 2002).

3. ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Σε αυτή την ενότητα, θα σχολιαστούν τα κύρια σημεία από άρθρα ξένων μελετητών που μέσα από το έργο τους παρουσιάζουν τους προβληματισμούς και τις προτάσεις τους σε θέματα που

αφορούν στην ανάπτυξη της πολιτιστικής κληρονομιάς (κυρίως του τόπου τους), αλλά και στους τρόπους προώθησής της. Επίσης, μέσα από τα άρθρα αυτά θα προβληθούν και σύγχρονοι προβληματισμοί και ζητήματα όπως αυτό της εμπορευματοποίησης του πολιτιστικής κληρονομιάς, της αυθεντικότητας κ.α.

Στο πρώτο υπό εξέταση άρθρο, ο Prentice (2004) μελετά την χρησιμότητα της εξοικείωσης (familiarity) στην αναγνωρισιμότητα της εικόνας και κατά πόσο αυτή επηρεάζει την τάση για επισκεψιμότητα. Θεωρεί ότι το σύγχρονο μάρκετινγκ καθορίζεται από τα εξής 3R:

- ❑ Φήμη (Reputation)
- ❑ Δημιουργία σχέσεων (Relationship building) και
- ❑ Προσωπική σύσταση (Recommendation)

Έγινε λόγος στην προηγούμενη ενότητα για την έννοια της χωροθέτησης και της σημασίας της στο σύγχρονο μάρκετινγκ. Ο Prentice υποστηρίζει ότι τα 3R παίζουν ουσιαστικό ρόλο στην χωροθέτηση του τόπου προορισμού.

Η φήμη αφορά συνήθως στην ποιότητα των υπηρεσιών, ενώ η σύσταση έχει να κάνει με το όταν οι τουρίστες λένε σε φίλους τους για το πόσο υπέροχα πέρασαν στις διακοπές τους. Το συγκεκριμένο άρθρο επικεντρώνεται στην δημιουργία σχέσεων: όταν μια συνήθεια που μετριέται ως αξία ζωής μέσα από την δημιουργία την εξοικείωσης επηρεάζει αυτή την συνήθεια μέχρι που η τελευταία επαναλαμβάνεται. Στον τουρισμό, η δημιουργία σχέσεων συχνά ταυτίζεται με την ικανοποίηση στην παροχή υπηρεσιών. Η εξοικείωση, όμως, με έναν τόπο δίνει άλλη διάσταση στην δημιουργία σχέσεων και κάνει αυτόν τον τόπο αγαπητό.

Η εξοικείωση είναι η προτίμηση που δείχνει ο τουρίστας στην πληθώρα τουριστικών πακέτων. Ερμηνεύεται ουσιαστικά ως άνεση –σύμφωνα με τον συγγραφέα- και η σημασία της στο μάρκετινγκ είναι μεγάλη (σχετίζεται με την συγκέντρωση του μεριδίου αγοράς του κύκλου ζωής του τόπου προορισμού και με την παρακμή του τόπου αυτού).

Ερευνητές αναφέρουν ότι οι έννοιες της εξοικείωσης και της μη εξοικείωσης είναι πολύπλοκες, αν και το σίγουρο κατά άλλους είναι ότι όσο πιο οικείος είναι ένας προορισμός, τόσο πιο ελκυστικός είναι. Ωστόσο, μετά από ένα σημείο, η εξοικείωση γίνεται λιγότερο ελκυστική.

Σύμφωνα με τον Prentice, υπάρχουν τρεις τύποι εξοικείωσης:

- ❑ Ενημερωτική εξοικείωση (informational)

- ❑ Εμπειρική εξοικείωση (experiential)
- ❑ Πλησιέστερη εξοικείωση (proximate)
- ❑ Αυτο-καθοριζόμενη εξοικείωση (self-described)
- ❑ Εκπαιδευτική εξοικείωση (educational)

Η παραπάνω τυπολογία χρησιμοποιήθηκε από τον συγγραφέα σε μία Βρετανική μελέτη περίπτωσης προκειμένου να διαπιστωθεί η σχέση μεταξύ εικόνων και εξοικείωσης και κατά πόσο η τελευταία επηρεάζει την τάση για επισκεψιμότητα. Η ανάλυση προσφέρει μια βάση καταναλωτή σε πολλά στάδια (εφαρμόζοντας τα στάδια του κύκλου ζωής του προϊόντος). Κυρίως αφορά στα στάδια της ανάπτυξης, της σταθεροποίησης και της στασιμότητας.

Το επόμενο υπό εξέταση άρθρο είναι επίσης του Prentice (2001) και αφορά στον εμπειρικό πολιτιστικό τουρισμό και στον ρόλο του μάρκετινγκ στα μουσεία. Κάνει μια αναφορά στην εξέλιξη των μουσείων με την πάροδο του χρόνου και στις καινούριες μεθόδους που πλέον έχουν στην διάθεσή τους. Τα τελευταία είκοσι χρόνια έχει επέλθει αλλαγή στον ρόλο των μουσείων προκειμένου να αντιμετωπίσουν τις ανταγωνιστικές προκλήσεις.

Τα μουσεία υπάρχουν προκειμένου να προσφέρουν μια όσο το δυνατόν πιο αυθεντική εμπειρία του αντικειμένου τους, χρησιμοποιώντας σύγχρονες μεθόδους και τεχνικές. Το ζήτημα της αυθεντικότητας, παρ' όλα αυτά, δεν προκύπτει για να προκαλέσει τα μουσεία για την αναζήτηση προσφοράς αυθεντικών εμπειριών. Αντίθετα, ανακύπτει για να κάνει εμφανές ότι άλλοι φορείς, επίσης, ανταγωνίζονται για να προσφέρουν αυθεντικές εμπειρίες και είναι τόσο κοινές αυτές οι εναλλακτικές προσφορές που τα μουσεία ανταγωνίζονται να προσφέρουν τον πυρήνα του προϊόντος τους.

Στο ίδιο άρθρο αναφέρεται ότι ο πολιτιστικός τουρισμός είναι πλέον πολύ δημοφιλής και αντιπροσωπεύει μια μεγάλη μερίδα της τουριστικής αγοράς στην οποία τα μουσεία δεν είναι οι κύριοι προμηθευτές. Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι εμπειρικός, δηλαδή, συσσωρεύει εμπειρίες παρά σχηματική γνώση.

Διαπιστώνεται η ανάγκη για μια καινούρια αντίληψη στο μάρκετινγκ καθώς οι καταναλωτές προσκαλούνται να εξερευνήσουν και να ανακαλύψουν από μόνοι τους: εκπλήξεις, κρυμμένες λέξεις, χαμένη περιπέτεια, μυστικά, μυστήρια, αινίγματα. Το μάρκετινγκ της δεκαετίας του 90 στις τέχνες, αναγνώρισε σαν κύριο προϊόν του αυτό που προσφέρεται κατά κύριο λόγο στην

αγορά-στόχο. Ένα τέτοιο προϊόν μπορεί να είναι μια μουσειακή έκθεση, ένα έργο ή μια συμφωνία.

Ο εμπειρικός τουρισμός, όμως, —ο συγγραφέας επισημαίνει— απαιτεί διαφορετική συλλογιστική: επικεντρώνεται στην διευκόλυνση και όχι στην παραγωγή. Τα προϊόντα δεν παράγονται μόνο από τους επίσημους παραγωγούς, όπως τα θέατρα και τα μουσεία, αλλά και από τις εικόνες των ιδίων των καταναλωτών (εικόνες για τους εκάστοτε χώρους, αντιλήψεις περί αυθεντικότητας).

Υπάρχουν πολλές μορφές αυθεντικότητας που προωθούνται, αν και δεν είναι τόσο ευδιάκριτες και αλληλοκαλύπτονται. Τα μουσεία ήδη αναμειγνύονται σε πολλές από αυτές ή είναι ικανά να το πράξουν. Η αυθεντικότητα προσφέρεται με πολλούς τρόπους, μέσω:

- ❑ της άμεσης εμπειρίας
- ❑ της υποκειμενικότητας
- ❑ της τοποθεσίας
- ❑ της φυσικότητας
- ❑ της σύνδεσης με διασημότητες και γεγονότα
- ❑ της εθνικής προέλευσης
- ❑ του ονόματος του προορισμού
- ❑ της γιορτής

Η αυθεντικότητα που προκαλείται μέσω του ονόματος του προορισμού έχει ιδιαίτερα αναπτυχθεί. Γι' αυτό και ο συγγραφέας προτείνει τα μουσεία να αναμειγνύονται και αυτά στην δημιουργία ονόματος του τόπου που φιλοξενούνται. Η αγορά διαμορφώνεται συνεχώς και τα μουσεία χρειάζεται να καθορίζουν τις θέσεις τους ανάλογα.

Η McManus (1997) έχει γράψει για τη σχέση μεταξύ κληρονομιάς και τουρισμού στην Ιρλανδία. Αναλύει τα κυριότερα χαρακτηριστικά της κληρονομιάς, τη σημασία της Ιρλανδικής τουριστικής βιομηχανίας καθώς και θέματα που ανακύπτουν από την ανάπτυξη του τουρισμού.

Κατ' αρχήν, θεωρεί ότι αν και η έννοια 'κληρονομιά' έχει πολλές ερμηνείες, αυτή που είναι περισσότερο αποδεκτή είναι αυτή που την ορίζει ως *'ο,τιδήποτε κληρονομείται από το παρελθόν'*. Ο όρος χρησιμοποιείται σε σχέση με τον φυσικό κόσμο (βουνά, κτίρια, μνημεία), τις τέχνες, τα ήθη και τα έθιμα. Γίνεται συχνά η διάκριση μεταξύ της φυσικής κληρονομιάς που σχετίζεται με την φύση και των τόπων που συνδέονται με ανθρώπους ή γεγονότα, εμπερικλείοντας ιστορικά κτίρια ή μνημεία.

Σύμφωνα με τη συγγραφέα, σε πολλές χώρες η κληρονομιά έχει δεθεί άρρηκτα με τον τουρισμό. Πολύ συχνά οι μάρκετες, σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο, χρησιμοποιούν στοιχεία της πολιτιστικής κληρονομιάς. Στον τουρισμό, ο όρος κληρονομιά σημαίνει: όχι μόνο τοπία, φυσική ιστορία, κτίρια, έργα τέχνης, έθιμα κ.α., τα οποία έχουν κυριολεκτικά ή μεταφορικά περάσει από την μια γενιά στην άλλη, αλλά και οτιδήποτε άλλο υπάρχει σε αυτά και μπορεί να προωθηθεί σαν τουριστικό προϊόν. Επομένως, ο όρος έχει επεκταθεί και χρησιμοποιείται ολοένα και περισσότερο για εμπορικούς λόγους.

Η τάση προς τις διαδικασίες εμπορευματοποίησης συνδέεται στενά με πολλές από τις τουριστικές και ταξιδιωτικές δραστηριότητες. Έχουν μετατραπεί πολλές από αυτές σε 'εμπειρίες' που μπορούν να προωθηθούν μέσω μάρκετινγκ, να πουληθούν και να αγοραστούν σαν οποιοδήποτε άλλο αγαθό. Σε αυτήν την διαδικασία, οι βασικοί μηχανισμοί της διαφήμισης, του πακεταρίσματος και της στόχευσης παίζουν κύριο ρόλο. Η ουσία είναι η μετατροπή των εμπειριών ή των εικόνων σε σχέσεις συναλλαγής. Η κύρια χωροθέτηση είναι η συναισθηματική εμπειρία.

Επομένως, επισημαίνει η McManus, η κληρονομιά υποβάλλεται σε μια διαδικασία μετατροπής κατά την οποία προστίθεται αξία στο προϊόν. Η ανάπτυξη τόπων κληρονομιάς ως πόλων έλξης τουριστών μπορεί να έχει πλεονεκτήματα καθώς και μειονεκτήματα. Ενώ η πιθανή απώλεια της αυθεντικότητας είναι ένα σοβαρό ζήτημα, πρέπει να λεχθεί ότι πολλοί προορισμοί παίρνουν μέτρα προστασίας και συντήρησης των μνημείων ακριβώς λόγω του αυξανόμενου ενδιαφέροντος της πολιτιστικής τους κληρονομιάς από τρίτους.

Από την άλλη μεριά, ιδιαίτερα στην περίπτωση των ιστορικών μνημείων, πρέπει να αναρωτηθεί κανείς κατά πόσο η ιστορία ενός τόπου αλλοιώνεται ή ακόμα και να καταλήγει να αναδημιουργείται στην διαδικασία της έλξης τουριστών. Υπάρχουν, επίσης, και αρνητικές επιπτώσεις στον τοπικό πληθυσμό και στο περιβάλλον, συμπεριλαμβάνοντας πιθανή 'εισβολή' στην ιδιωτική ζωή των ντόπιων, αυξημένη κυκλοφοριακή κίνηση, κατάρρευση του τοπικού τρόπου ζωής.

Ένα άλλο άρθρο των Moscardo & Pearce (1999), εξετάζει τον εθνικό (ethnic) τουρισμό από την πλευρά των επισκεπτών. Στα πλαίσια του άρθρου αυτού, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της μελέτης που οι συγγραφείς πραγματοποίησαν σε πολιτιστικό πάρκο Ιθαγενών στην Αυστραλία.

Οι μελετητές θεωρούν ότι ο εθνοτικός τουρισμός περιλαμβάνει το ταξίδι με σκοπό την παρατήρηση πολιτιστικών εκφράσεων και τρόπων ζωής των ‘εξωτικών’ ανθρώπων (όπως και οι Ινδιάνοι του Παναμά ή οι Toraja στην Ινδονησία) και την αναζήτηση του εξωτικού στην πιο πρωτόγονη, ανέγγικτη και αυθεντική μορφή που ο τουρίστας μπορεί να βρει.

Οι θετικές και αρνητικές επιδράσεις αυτής της επαφής που τροφοδοτεί ο εθνοτικός τουρισμός, συνδέονται στενά με το ζήτημα της αυθεντικότητας. Οι συγγραφείς τονίζουν ότι το ζήτημα αυτό στις τουριστικές σπουδές έχει πάρει μορφή και υπόσταση από τον McCannell. Ο τελευταίος θεωρεί ότι οι τουρίστες αναζητούν την αυθεντικότητα και αυτήν την εντοπίζουν στις εμπειρίες που αποκτούν στα ‘μετόπισθεν’ (backstage).

Δεν συμφωνούν, ωστόσο, οι μελετητές ότι όλοι οι τουρίστες αναζητούν την αυθεντικότητα. Ο Cohen θεωρεί ότι υπάρχουν τουρίστες που αναγνωρίζουν την μη-αυθεντικότητα και παρ’ όλα αυτά, το διασκεδάζουν. Εν συντομία, ο κρίκος μεταξύ του ζητήματος της αυθεντικότητας και του εθνοτικού τουρισμού, είναι ένα πεδίο διαμάχης για τους μελετητές.

Οι συγγραφείς υιοθετούν την άποψη του Silver (1993), ο οποίος έχει επικεντρωθεί σε θέματα μάρκετινγκ της αυθεντικότητας, και υποστηρίζει ότι το ‘chic’ τουριστικό μάρκετινγκ έχει δημιουργήσει ένα άλλο γκρουπ που χρήζει προσοχής. Αυτή η νέα αγορά για τα προϊόντα του εθνοτικού τουρισμού περιλαμβάνει διανοούμενους και καλλιεργημένους ανθρώπους που επιδιώκουν να είναι ηθικά υπεύθυνοι και πολιτικά σωστοί. Η επιθυμία αυτής της ομάδας να γνωρίσουν τον εθνοτικό τουρισμό είναι μεγάλη, αλλά θέλουν να το κάνουν με τρόπο άνετο και εύκολο.

Το άρθρο των McKercher, Ho & Cros (2004) εξερευνά το γιατί κάποιοι τόποι είναι πιο δημοφιλείς από άλλους. Εξετάζονται τα χαρακτηριστικά των πιο δημοφιλών προορισμών του Χονγκ Κονγκ. Πέντε είναι οι κατηγορίες χαρακτηριστικών που εντοπίστηκαν:

- ❑ του προϊόντος
- ❑ του μάρκετινγκ
- ❑ της προσωπικής εμπειρίας
- ❑ του πολιτισμού και
- ❑ της ηγεσίας

Η έρευνα συμπέρανε ότι οι παράγοντες που σχετίζονται με το προϊόν, την προσωπική εμπειρία και το μάρκετινγκ είναι τα κλειδιά της ‘δημοφιλίας’. Οι μελετητές τονίζουν ότι για τους υπεύθυνους των προορισμών που αδυνατούν να κατανοήσουν τα χαρακτηριστικά της δημοφιλίας, θα υπάρξουν επιπτώσεις. Τα πολιτιστικά θέλγητρα πρέπει να είναι ελκυστικά πέρα από την τοπική πολιτιστική κοινότητα, να αξιολογούνται από τον τουρίστα ως ενδιαφέροντα, μοναδικά και να διαθέτουν ισχυρό λόγο επισκεψιμότητας. Πρέπει να λένε μια ιστορία, πρέπει να κάνουν το κεφάλαιο τους να δείχνει ζωντανό, να κάνουν τον τουρίστα να συμμετέχει στην εμπειρία, να επικεντρώνονται στην ποιότητα και να προβάλουν την αίσθηση της αυθεντικότητας.

Εν συνεχεία, θα παρουσιαστούν σημεία ενός άρθρου που αφορούν στα φεστιβάλ ως λόγους τουριστικής μετακίνησης. Οι Andersen & Prentice (2003), μελετούν φεστιβάλ του Ενδιμβούργου. Σημειώνουν την επιτυχία της πόλης στην προσέλκυση του κοινού για τα προγράμματα των φεστιβάλ, κάτι που έρχεται σε αντίθεση με την γενική εικόνα που έχει η Σκωτία μεταξύ των τουριστών.

Μελετώνται τρεις τύποι κατανάλωσης:

- ❑ το Ενδιμβούργο ως τουριστική-ιστορική πόλη
- ❑ οι Σκωτσέζικες παραστάσεις τέχνης και
- ❑ οι διεθνείς παραστάσεις τέχνης

Τα φεστιβάλ κρίνονται επιτυχή σε όρους χωροθέτησης της διεθνούς τέχνης, ενώ η εικόνα της Σκωτίας σαν τόπος προορισμού, όχι. Η επιτυχία του Ενδιμβούργου σε αυτή τη μορφή χωροθέτησης, δικαιολογείται για τρεις κυρίως λόγους:

1. η επιτυχία μπορεί να μετρηθεί σε όρους προσφοράς του προϊόντος (είναι διεθνές, σύγχρονο και ιστορικό)
2. η επιτυχία αξιολογείται σε όρους της τουριστικής ζήτησης (η πόλη προσελκύει τμήματα της αγοράς με ενδιαφέρον στις τέχνες και όχι τυχαίους τουρίστες πολιτιστικού τουρισμού)
3. δεν αγνοούνται οι αλλαγές που συντελούνται στην Σκωτία ως τόπος προορισμού για παραστάσεις τέχνης (έτσι φαίνεται πόσο αλλάζει η παραδοσιακή εικόνα της Σκωτίας μέσα από τα φεστιβάλ)

Επισημαίνεται, επίσης, στο άρθρο ότι η αυθεντικότητα πετυχαίνεται μέσα από την εκπλήρωση των προσδοκιών των τουριστών σχετικά με το πως μοιάζει και φαίνεται ένας τόπος. Η

αυθεντικότητα μέσω της ανάμειξης (και τελικά μέσω της αντανάκλασης) απαιτεί ένα διαφορετικό μείγμα προϊόντος.

Εάν τα φεστιβάλ θεωρούνται προορισμοί, χρειάζεται να κατανοηθεί πως οι παραστάσεις στα φεστιβάλ φαίνονται αληθινές από τους συμμετέχοντες και από την πλευρά του μάρκετινγκ, από τα διαφορετικά τμήματα. Εξάλλου, πρέπει να καθοριστούν και τα USP (Unique Selling Points) του κάθε φεστιβάλ.

Ένα ενδιαφέρον και πρωτότυπο άρθρο που αφορά στον πολιτιστικό τουρισμό στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη, είναι αυτό των Hughes & Allen (2003). Οι χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης που έχουν αναδυθεί μέσα από τις εμπειρίες κομμουνιστικών κυβερνήσεων πρέπει να αναπροσαρμοστούν στις επακόλουθες αλλαγές των τουριστικών ροών.

Ο πολιτιστικός τουρισμός στις χώρες αυτές φαίνεται να έχει ιδιαίτερη σημασία όχι μόνο σαν μια καινούρια αναπτυσσόμενη αγορά, αλλά επίσης, για πολιτικούς λόγους, σαν μέσο παραγωγής προσφιλών εικόνων από τις χώρες αυτές. Δίνεται η ευκαιρία σε κάποιες από αυτές τις χώρες να στοχεύσουν και να εκμεταλλευτούν τμήματα της αγοράς, καθώς χαρακτηρίζονται ως νέοι προορισμοί.

Δεν έχουν όλες αυτές οι χώρες ακτογραμμές και κάποιων οι ακτογραμμές δεν είναι κατάλληλες για μαζικό τουρισμό, αλλά για κάποιες ειδικές μορφές τουρισμού, όπως ο πολιτιστικός τουρισμός. Οι τουριστικοί πράκτορες των χωρών αυτών είναι αυτοί που διμορφώνουν την εικόνα των χωρών τους. Είναι πράκτορες της κυβέρνησης και η εικόνα που δημιουργείται αναμένεται να αντανakλά, σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό, τις απόψεις της ίδιας της κυβέρνησης.

Οι συγγραφείς αναφέρουν ότι τόσο ο πολιτισμός όσο και ο τουρισμός έχουν χρησιμοποιηθεί προκειμένου να εκφράσουν την αποκοπή από το παρελθόν, να προωθήσουν ιδιαίτερες εθνικές ταυτότητες και να διαδηλώσουν ένα καινούριο άνοιγμα και προθυμία για εναγκαλισμό με την ευρύτερη Ευρωπαϊκή ταυτότητα. Στις χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, οι μετα-κομμουνιστικές κυβερνήσεις ενδιαφέρονται ζωηρά να εγκαθιδρύσουν εθνικές ταυτότητες που δεν έχουν καμία σχέση με τον κομμουνισμό.

Ο πολιτισμός και το στοιχείο της κληρονομιάς, ιδιαίτερα στον πολιτιστικό τουρισμό έχουν χρησιμοποιηθεί για να παράγουν θετικές εικόνες. Αναπόφευκτα, αυτή η επιλογή εικόνων είναι

επιλεκτική (προβάλλονται κάποιες συγκεκριμένες εικόνες και όχι κάποιες άλλες). Αυτό μπορεί να προκαλέσει δυσaréσκεια στην χώρα (όταν για παράδειγμα προβάλλεται η κουλτούρα μιας συγκεκριμένης ομάδας).

Επίσης, μπορεί και οι ντόπιοι να μην αισθάνονται άνετα με την εικόνα που δημιουργείται για να έλξει τους τουρίστες καθώς μπορεί να συγκρούεται με την ταυτότητά τους. Χρησιμοποιείται, δηλαδή, η ιστορία για εμπορικούς σκοπούς (εμπορευματοποίηση της κληρονομιάς).

Σύμφωνα με τους μελετητές, αυτό που είναι ξεκάθαρο είναι ότι αυτοί που επισκέπτονται κάποιο πολιτιστικό μνημείο, είτε είναι επισκέπτες πόλης ή χώρας, έλκονται από παράγοντες διαφορετικούς από την κουλτούρα. Οι στρατηγικές των τουριστικών πρακτόρων για ενθάρρυνση της ανάπτυξης και προώθησης του πολιτιστικού τουρισμού μπορεί να βασιστεί σε περιορισμένα δεδομένα ή μάλλον σε υποθέσεις και προβλέψεις. Το μέγεθος της αγοράς δεν είναι βέβαιο: ποιος είναι και ποιος δεν είναι πολιτιστικός τουρίστας δεν είναι ξεκάθαρο.

Ένα ακόμα πρωτότυπο και ενδιαφέρον άρθρο, που αφορά στην διαχείριση και τη διατήρηση της κληρονομιάς σαν τουριστικό προϊόν είναι αυτό του Munyima (1999) από την Ζάμπια. Ο συγγραφέας επισημαίνει ότι καθώς ο τουρισμός αποτελεί μια από τις πιο ραγδαία αναπτυσσόμενες βιομηχανίες, παγκοσμίως, είναι μεγάλη η ανάγκη για τους διευθυντές των τουριστικών πόλων έλξης να κατανοήσουν τόσο τις υλικές όσο και τις άυλες πολιτιστικές αξίες.

Στις περισσότερες περιπτώσεις, το ενδιαφέρον κλείνει προς τις υλικές αξίες καθώς είναι αυτές που συνδέονται άμεσα με τους οικονομικούς πόρους. Σύμφωνα με τον συγγραφέα, η διατήρηση και η διαχείριση των πολιτιστικών πόρων, ιδιαίτερα στην Αφρική, εξαρτάται από πληροφορίες και μελέτες ερευνητών από χώρες εκτός της Αφρικής. Επίσης, εξαρτάται από το υψηλό κόστος των ερευνών που οι περισσότερες Αφρικανικές κυβερνήσεις θεωρούν ήσσονος σημασίας μπροστά στις οικονομικές αναγκαιότητες των κρατών τους.

Ο συγγραφέας είναι κατηγορηματικός ότι κάθε μορφή τουρισμού και ιδιαίτερα ο πολιτιστικός δεν πρέπει να αναπτύσσεται και να προωθείται σε βάρος και απομονώνοντας τον αυτόχθονα πληθυσμό. Αυτοί οι πληθυσμοί έχουν μια παμπάλαια και διαχρονική σχέση με τους πολιτιστικούς πόρους, οι οποίοι σχετικά πρόσφατα προσφέρονται ως τουριστικό προϊόν σε πολλές χώρες.

Για τον συγγραφέα, υπάρχουν ζητήματα ηθικής στον πολιτιστικό τουρισμό και στην προώθησή του που επικεντρώνονται στην ιδιοκτησία και την εκμετάλλευση παραδοσιακών πολιτιστικών

τοποθεσιών. Σε ποιον ανήκουν; Ποιος πρέπει να επωφεληθεί από αυτά; Η απάντηση, βέβαια, είναι διφορούμενη.

Ακόμη ένα άρθρο που η μελέτη περίπτωσης είναι χώρα Αφρικανική. Σε αυτή την περίπτωση, η Κένυα. Ο Machiel (2001) αναφέρεται στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στην Κένυα και κρίνει την ορθότητά της. Τονίζει ότι οι αποφάσεις για την ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού στην χώρα αυτή, σπάνια λαμβάνονται από τις τοπικές κοινότητες και ο ρόλος τους είναι πολύ αδύναμος, κάτι που διαφαίνεται από τα ακόλουθα δύο παραδείγματα:

Προκειμένου να δεχτούν ένα ικανοποιητικό αριθμό τουριστών, οι τοπικές κοινότητες βασίζονται στους ενδιάμεσους ηθοποιούς, σε ξένες και Κενυατικές τουριστικές εταιρίες, τουριστικούς συνοδούς και οδηγούς. Επίσης, με την διευκόλυνση από πλευράς τοπικών παραγόντων σε εταιρίες και οργανισμούς, όπως ξενοδοχεία, εστιατόρια και μουσεία, παίζουν και αυτά το ρόλο τους στην παροχή τουριστικών πολιτιστικών διευκολύνσεων. Εξάλλου, πρέπει να ληφθεί υπόψη ο ρόλος της κυβέρνησης και των άλλων δημόσιων φορέων.

Τα ζητήματα ποιότητας και κερδοφορίας στον πολιτιστικό τουρισμό στις αναπτυσσόμενες χώρες, είναι πολύ περίπλοκα θέματα, καθώς περιλαμβάνουν ανθρώπους από διαφορετικές θέσεις και επίπεδα ιεραρχίας. Η Αφρική είναι μια αναδυόμενη τουριστική περιοχή με μεγάλη δυναμική στην επιτάχυνση της τουριστικής της ανάπτυξης στο μέλλον.

Χώρες σαν την Κένυα κατέχουν ποικιλία αυτόχθονων εθνοτικών ομάδων και πολιτισμών. Αυτό σημαίνει ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αναπτύσσεται μέσα σε ένα σημαντικό τουριστικό προϊόν. Ο τουρισμός στις αναπτυσσόμενες χώρες συχνά θεωρείται ως μέσο ανάπτυξης. Μέσω του πολιτιστικού τουρισμού, κάποιες περιοχές θα ‘βγουν’ προς τα έξω και θα τροφοδοτήσουν τις τοπικές κοινωνίες με extra εισόδημα.

Αυτό το εισόδημα μπορεί να βοηθήσει τις τοπικές κοινωνίες να διατηρήσουν το μοναδικό φυσικό τους περιβάλλον, τα ήθη και τα έθιμά τους. Θεωρητικά, η ερώτηση για το εάν πρέπει να αναπτυχθεί ο πολιτιστικός τουρισμός και πως να γίνει σωστά αυτή η ανάπτυξη, βρίσκει απάντηση –σύμφωνα με τον συγγραφέα- στις θεωρίες του **βιώσιμου τουρισμού**.

Γ' ΜΕΡΟΣ

1. ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

Η έννοια της 'Βιώσιμης Ανάπτυξης' καθιερώθηκε στην Παγκόσμια Διάσκεψη του Ρίο το 1992 και εκδηλώνει τη φιλοσοφική και τεχνοκρατική διάθεση της παγκόσμιας κοινότητας να σεβαστεί τους φυσικούς πόρους του πλανήτη μας, και ιδιαίτερα τους μη ανανεώσιμους, και να παραδώσει στις μελλοντικές γενιές ένα υγιές και λειτουργικό περιβάλλον. Η βιώσιμη ανάπτυξη, λοιπόν, απαντά στις ανάγκες της παρούσας γενιάς, αλλά δεν διακυβεύει, δε θέτει σε κίνδυνο, τις ανάγκες των μελλοντικών γενιών, όσον αφορά στις αναπτυξιακές τους προοπτικές.

Η έννοια της Βιώσιμης ανάπτυξης είναι απόλυτα συμβατή με την προστασία της πολιτιστικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, αλλά και με την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής. Βασικές από τις αρχές της είναι:

- σεβασμός και φροντίδα της ιερότητας της ζωής,
- διατήρηση της ζωτικότητας και ποικιλίας των οικοσυστημάτων,
- διατήρηση της ταυτότητας και του πολιτισμικού χαρακτήρα κάθε περιοχής,
- σεβασμός των φυσικών πόρων του πλανήτη μας,
- το βιοτικό επίπεδο δεν καθορίζεται μόνο από την οικονομική ανάπτυξη, αλλά συναξιολογείται με αριθμό άλλων συνιστωσών, όπως είναι η ποιότητα ζωής, η έκφραση και η συμμετοχή στα κοινωνικά δρώμενα και η διατήρηση της πολιτισμικής ταυτότητας,
- διατήρηση της φέρουσας ικανότητας των οικοσυστημάτων,
- ένταξη της περιβαλλοντικής διάστασης στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη (Παπασταύρος Κ.)

Συνοπτικά, οι γενικότερες επιδιώξεις για προστασία της πολιτισμικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς είναι οι εξής:

- Τουριστική ανάπτυξη της περιοχής
- Αύξηση της απασχόλησης
- Αύξηση των επενδύσεων, της παραγωγής κ.α.
- Τόνωση της οικονομίας με τη στήριξη των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων
- Αειφόρος ανάπτυξη για καλύτερη ποιότητα ζωής
- Ανανέωση πολεοδομικού ιστού (Ματάλας Δ., 2002)

Αν θέλουμε, λοιπόν, οι πόλεις μας να παραμείνουν αναλλοίωτες, χρειάζεται καταρχήν να υπάρχουν οι απαιτούμενες συνθήκες και γνώσεις για τη διατήρηση, ανάπτυξη και ανάδειξη αυτών των ιστορικών πόλεων και κατά δεύτερον να προχωρήσουν όλοι οι ειδικοί φορείς στην εφαρμογή των μελετών προστασίας και ανάπτυξης. Με την προώθηση ειδικών ολοκληρωμένων μελετών και έργων, με την αποτελεσματική χρήση των νομοθετικών εργαλείων, με τον έλεγχο εφαρμογής των επιβαλλόμενων κανονισμών και δεσμεύσεων, με την ενίσχυση του τοπικού επιστημονικού δυναμικού, με την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των πολιτών, θα καταστεί δυνατή η προώθηση των τοπικών κοινωνιών και θα συμβάλει στην καλύτερη κατανόηση, αξιολόγηση και άρα διατήρηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους.

Η τοπική αυτοδιοίκηση η οποία τα τελευταία χρόνια σε ορισμένες περιπτώσεις εμφανίζεται ωριμότερη από την κεντρική εξουσία θα πρέπει να αναλάβει έναν περισσότερο πρωταγωνιστικό ρόλο. Η κρατική εξουσία θα πρέπει να αποδεχτεί το ενδιαφέρον της Τ.Α. για τα θέματα προστασίας και ανάδειξης των μνημείων που βρίσκονται μέσα στα διοικητικά της όρια και να αναπτύξει μια σχέση κατά το δυνατόν αρμονική και ισότιμη. Έτσι και μόνον έτσι, μια πόλη που κρύβει κάτω από τα πόδια της τα κάθε είδους στοιχεία της ιστορικής της ταυτότητας, θα μπορεί με σιγουριά στο μέλλον, διασφαλίζοντας συγχρόνως για τις επόμενες γενεές την κληρονομιά τους από το παρελθόν (Ματάλας Δ., 2002).

2. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Με τον όρο « βιώσιμη » τουριστική ανάπτυξη περιγράφεται ο τύπος της τουριστικής ανάπτυξης που δραστηριοποιείται ισόρροπα στην τοπική, κοινωνική, οικονομική, πολιτισμική και περιβαλλοντική δομή της κάθε τουριστικής περιοχής, διαμορφώνοντας παράλληλα όρους (υπηρεσίες, υποδομές, τεχνογνωσία) για τη συνεχή ανατροφοδότησή της. Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη καλύπτει τις ανάγκες των τωρινών επισκεπτών και τον τόπο υποδοχής, ενώ παράλληλα προστατεύει και αυξάνει τις ευκαιρίες για το μέλλον (Κοκκώσης-Τσάρτας, 2001).

Αναμφισβήτητα σήμερα, κάθε κράτος – μέλος για να ανήκει στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα, θα πρέπει να ακολουθεί την πορεία ανάπτυξής της, ακόμη και όσο αναφορά στον τουρισμό και την πολιτισμική της κληρονομιά. Συγκεκριμένα, τα ευρωπαϊκά προγράμματα για τον τουρισμό και τα πολιτιστικά αγαθά, αναμένεται να ενδυναμώσουν την παρουσία μνημείων, κτιρίων, κατασκευών και πολιτιστικών προϊόντων στις πόλεις, έτσι ώστε να προστατευτούν.

Οι βασικές αρχές που πρέπει να διέπουν τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού πηγάζουν από τις γενικότερες αρχές για τη βιώσιμη ανάπτυξη όπως διατυπώθηκαν στην Παγκόσμια Συνδιάσκεψη για το Περιβάλλον και την ανάπτυξη στο Ρίο της Βραζιλίας το 1992. Οι γενικές αρχές για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού διατυπώθηκαν με τη μορφή Χάρτας στο Παγκόσμιο Συνέδριο στο Λανθαρόττε, το 1995.

Αναγνωρίζοντας, λοιπόν, ότι ο τουρισμός είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο που επηρεάζει τις υψηλότερες και βαθύτερες επιθυμίες όλων των ανθρώπων, ενώ ταυτόχρονα αποτελεί σημαντικό στοιχείο στην κοινωνικοοικονομική και πολιτική ανάπτυξη σε πολλές χώρες και ότι συμβάλλει θετικά σ' αυτήν, αλλά συγχρόνως μπορεί να συμβάλλει στην υποβάθμιση του περιβάλλοντος και στην απώλεια της τοπικής ταυτότητας, επιβάλλεται μια ολοκληρωμένη προσέγγιση για τον τρόπο με τον οποίο θα αναπτυχθεί.

Μερικές από τις βασικές αρχές και στόχους για μια προσέγγιση στον τουρισμό από τη σκοπιά της βιώσιμης ανάπτυξης, που συνάμα θα προβάλλει την πολιτισμική και αρχιτεκτονική κληρονομιά της κάθε περιοχής, είναι:

1. Βιωσιμότητα στην τουριστική ανάπτυξη σημαίνει ότι θα πρέπει να είναι φιλική προς το φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον στο παρόν και στο μέλλον καθώς και οικονομικά βιώσιμη και κοινωνικά δίκαιη για τις τοπικές κοινωνίες.
2. Εναρμόνιση τουρισμού με το φυσικό, πολιτισμικό και ανθρώπινο περιβάλλον και ειδικότερα να μεριμνά για τις επιπτώσεις του στην πολιτισμική και αρχιτεκτονική κληρονομιά και την παράδοση της τοπικής κοινωνίας.
3. Η προστασία και η ανάδειξη του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος απαιτεί συνεργασία για πολιτισμικές, τεχνολογικές και επαγγελματικές – οργανωτικές καινοτομίες, ιδίως στην ανάπτυξη εργαλείων ολοκληρωμένου σχεδιασμού και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης.
4. Πρωτεύοντες στόχοι στην τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να είναι η διατήρηση του τουριστικού προορισμού και η ικανότητα εξυπηρέτησης των τουριστών στο πλαίσιο μιας στρατηγικής για τη βιώσιμη ανάπτυξη.
5. Προστασία και ανάδειξη πολιτιστικών αγαθών σημαίνει διεύρυνση των ευκαιριών για τις τοπικές κοινωνίες συμβάλλοντας στο μέγιστο στην τοπική κοινωνία, βελτίωση της

ποιότητας ζωής όλων και στον κοινωνικο - πολιτισμικό εμπλουτισμό του κάθε τόπου προορισμού.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, λοιπόν, από τη μια πλευρά επιθυμεί να προστατεύσει την πλούσια κληρονομιά και από την άλλη θεωρώντας την οικονομική αξία των πολιτιστικών τοπίων προφανή, προωθεί σειρά μέτρων –που δεν αλλοιώνουν ούτε τον πολιτισμό, αλλά και δεν αποτελούν ούτε εμπόδιο στην ανάπτυξη του τουρισμού:

- Εκσυγχρονισμός και αναβάθμιση των τουριστικών υποδομών
- Αναβάθμιση των δεξιοτήτων και των επαγγελματικών χαρακτηριστικών όσων ασχολούνται εργασιακά με το τουριστικό τομέα
- Ενίσχυση σύναψης εταιρικών σχέσεων μεταξύ των επιχειρήσεων που ασχολούνται με το αντικείμενο
- Θέσπιση προδιαγραφών (χωρητικότητα, πολιτιστικές, αρχιτεκτονικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις) (Μητούλα Ρ., 2002)

Η σχέση πολιτικής περιβάλλοντος και τουρισμού έχει απασχολήσει ιδιαίτερα την Ευρωπαϊκή Ένωση. Το 5^ο Πρόγραμμα Δράσης για το Περιβάλλον της Ευρωπαϊκής Ένωσης με τίτλο « Προς την Αειφορία » αναγνωρίζει τον τουρισμό ως έναν από τους βασικούς τομείς με προτεραιότητα για δράση. Αυτό το ενδιαφέρον προκύπτει από την εκτίμηση ότι ο τουρισμός στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι μια σημαντική δραστηριότητα που επηρεάζει σημαντικά πολλές περιοχές ως προς τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους και τις υποδομές.

Στο 5^ο Πρόγραμμα Δράσης για το Περιβάλλον αναγνωρίζονται πέντε τομείς με προτεραιότητα για παρέμβαση: η βιομηχανία, η ενέργεια, οι μεταφορές, η γεωργία και ο τουρισμός. Συγκεκριμένα, για τον τουρισμό αναγνωρίζονται τρεις βασικές κατευθύνσεις δράσεις που περιλαμβάνουν τη διαφοροποίηση των τουριστικών δραστηριοτήτων, τη βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών και την αλλαγή της τουριστικής συμπεριφοράς.

Βάσει, λοιπόν, των αρχών της βιώσιμης ανάπτυξης που αναπτύχθηκαν στο 5^ο Πρόγραμμα Δράσης για το Περιβάλλον είναι απαραίτητη η συντονισμένη δράση που βασίζεται στην κατανόηση των αλληλεπιδράσεων μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος (φυσικού και πολιτισμικού) μέσα από έρευνα, εκπαίδευση και ανταλλαγή εμπειριών σε θέματα κλειδιά και πρακτικές τουριστικής ανάπτυξης με πολιτισμικό χαρακτήρα.

Α' ΜΕΡΟΣ

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

- Διεθνής Προστασία της Πολιτισμικής Κληρονομιάς σε Εμπόλεμες Περιόδους (Κόνσολα Ν., 1995)

Αναμφισβήτητα, η καταστροφή μνημείων και έργων τέχνης ή η διαρπαγή τους και η μεταφορά τους έξω από τη χώρα, κατά τη διάρκεια πολεμικών επιχειρήσεων, συνεχίζει ακόμη να απασχολεί την ανθρωπότητα, εφόσον αυτά αποτελούν εθνικά και πολιτισμικά σύμβολα.

Από τον 16^ο αι. και μετά, διαπρεπείς νομικοί, άρχισαν να στρέφουν το ενδιαφέρον τους στο ζήτημα της καταστροφής των πολιτιστικών αγαθών και μέσω διεθνών εκστρατειών έγιναν συνεχείς προσπάθειες για τη φροντίδα και προστασία της πολιτιστικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς σε καιρό πολέμου. Το 17^ο αι. συνάπτονται συνθήκες που επιβάλλουν την επιστροφή των κλοπιμαίων πολιτιστικών αγαθών στις χώρες προέλευσής τους, που έγιναν κατά τη διάρκεια εχθροπραξιών. Από τις πρώτες συνθήκες είναι αυτή που έγινε στη Βιέννη το 1815.

Από τα μέσα, όμως, του 19^{ου} αι. και μετά έγιναν συστηματικότερες προσπάθειες προστασίας των πολιτισμικών αγαθών κι αυτό οφείλεται στην ανάπτυξη της επιστήμης της αρχαιολογίας και την εμφάνιση των πρώτων νομοθετημάτων σε εθνικό επίπεδο για την προστασία των αρχαιοτήτων. Έγιναν σημαντικές απόπειρες κωδικοποίησης του δικαίου του πολέμου (Κώδικας Lieber), που αποτέλεσαν το υπόβαθρο για την πρώτη επίσημη διεθνή συνθήκη, που προέκυψε στη Διεθνή Διάσκεψη της Χάγης το 1899. Η πρώτη αυτή συνθήκη και η δεύτερη που ακολούθησε το 1907 ασχολήθηκαν σε μικρό βαθμό με τα θέματα προστασίας των πολιτισμικών αγαθών.

Μέσω, όμως, της δεύτερης συνθήκης κατέληξαν στις γνωστές Συμβάσεις της Χάγης, που περιείχαν λεπτομερείς διατάξεις για τα θέματα προστασίας των πολιτισμικών μνημείων, έργων τέχνης, ιδρυμάτων κ.ά.. Ειδικότερα, στην «Τέταρτη Σύμβαση της Χάγης για τους Κανόνες και τα Έθιμα του Κατά Ξηράν Πολέμου» το 1907 ορίζεται ότι απαγορεύεται ο βομβαρδισμός σε πόλεις, χωριά ή κτίρια όταν είναι ανοχύρωτα και πρέπει να λαμβάνονται μέτρα προστασίας κτιρίων που είναι αφιερωμένα στη θρησκεία, στην τέχνη, καθώς και ιστορικά μνημεία. Ακόμη, απαγορεύει τη λεηλασία, τη φθορά ή την καταστροφή των εν λόγω κτιρίων. Οι Συμβάσεις αυτές στην πράξη δεν είχαν σχεδόν καμία εφαρμογή, όπως φαίνεται από τις τεράστιες καταστροφές μνημείων, μουσείων κ.ά. κατά τη διάρκεια του Α' Παγκοσμίου Πολέμου και στη συνέχεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου.

Ενώ στην Ευρώπη όλες οι προσπάθειες που έγιναν δεν προχώρησαν σε πράξη αλλά παρέμειναν μόνο σε θεωρητικό επίπεδο, στην Αμερική το 1935 υπογράφεται το Σύμφωνο Roerich (Roerich Pact), γνωστό επίσης ως Σύμφωνο της Ουάσινγκτον. Το «Σύμφωνο για την Προστασία των Καλλιτεχνικών και Επιστημονικών Ιδρυμάτων και των Ιστορικών Μνημείων» είναι η πρώτη θεσμική πράξη με αποκλειστικό αντικείμενο την προστασία των πολιτισμικών αγαθών, που και σε πρακτικό επίπεδο πέτυχε τους στόχους του.

Μετά τη διαπίστωση της φοβερής καταστροφής του πολιτισμικού πλούτου της Ευρώπης, συνειδητοποιείται πλέον η ανάγκη για θέσπιση μιας νέας διεθνούς σύμβασης, αποκλειστικά για την προστασία της πολιτισμικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς σε καιρό πολέμου. Το έργο της επεξεργασίας της νέας σύμβασης αναλαμβάνει η Ουνέσκο, που μετά από πολύπλοκες διαπραγματεύσεις συνέρχεται στη Χάγη (21 Απριλίου-14 Μαΐου 1954) η Διάσκεψη, η οποία προάγει τη «Σύμβαση για την Προστασία των Πολιτιστικών Αγαθών σε Περίπτωση Ένοπλης Σύρραξης», γνωστή ως *Σύμβαση της Χάγης*.

Η Σύμβαση αυτή αποτελείται από σαράντα άρθρα κατανεμημένα σε επτά κεφάλαια. Βασικός σκοπός της να προστατεύσει τα πολιτισμικά αγαθά από πιθανούς μελλοντικούς κινδύνους, λόγω της εξέλιξης της τεχνολογίας στα μέσα διεξαγωγής του πολέμου. Τονίζει, επίσης, την έννοια της παγκόσμιας κληρονομιάς και επομένως τη σημασία της για διεθνή προστασία.

Η εφαρμογή της Σύμβασης τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο έχει αποδειχτεί μέχρι σήμερα σε πολλές περιπτώσεις προβληματική, με χαρακτηριστική περίπτωση αυτή της Βόρειας Κύπρου μετά την τουρκική εισβολή του 1974. Οι καταστροφές και βεβηλώσεις σε μνημεία της περιοχής, οι λεηλασίες, οι κλοπές και οι λαθραίες ανασκαφές σε πολύτιμα σύμβολα του πολιτισμού του νησιού, που έγιναν κατά τη διάρκεια του πολέμου, δείχνουν τρανταχτά ότι οι εισβολείς δε σεβάστηκαν τις διατάξεις της Σύμβασης και ούτε έγινε θέμα επιβολής κυρώσεων στους ενόχους. Γι' αυτό, είναι αναγκαία η σύσταση ενός Διεθνούς Ποινικού Δικαστηρίου και η εντατικοποίηση των προσπαθειών της Ουνέσκο για αύξηση των αριθμών των κυρώσεων σε περιπτώσεις καταστροφής των πολιτισμικών αγαθών κατά τη διάρκεια πολεμικών συρράξεων.

- **Διεθνής Προστασία της Πολιτισμικής Κληρονομιάς σε Περιόδους Ειρήνης**

Η πορεία της Διεθνούς κοινότητας, όσον αφορά στις ενέργειές της για την προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς, παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Συγκεκριμένα, η όλη διαδρομή της παρουσιάζεται μέσα από τα διάφορα θεσμικά κείμενα, τις διακηρύξεις αρχών, την

καθιέρωση κατευθύνσεων και πρακτικών καθώς και τη σύσταση οργάνων, εξελίξεις που πραγματοποιήθηκαν από την προπολεμική περίοδο και μετά. Με την ίδρυση μάλιστα της Ουνέσκο το 1945 οι εξελίξεις στο διεθνή χώρο επιταχύνονται.

Αρχικά, κατά τον 17^ο αιώνα σημειώθηκαν κάποιες προσπάθειες για την προστασία αρχαιολογικών μνημείων και ειδικότερα με τη θέσπιση σχετικής αρχαιολογικής νομοθεσίας στη Σουηδία και την Ιταλία. Γεγονός, όμως, παραμένει ότι μόνο κατά τη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα αρχίζει συστηματικά η καθιέρωση κανόνων δικαίου και η ίδρυση ειδικών διοικητικών οργάνων για την προστασία των αρχαιολογικών κυρίως μνημείων. Τον αιώνα αυτό, λοιπόν, εκδηλώνεται ιδιαίτερο ενδιαφέρον κρατικής μέριμνας από αρκετές, ευρωπαϊκές κυρίως, χώρες για την αποκάλυψη, συντήρηση και διαφύλαξη των μνημείων του παρελθόντος και την προστασία τους από καταστροφές και φθορές, σε ειρηνικές περιόδους. Παράλληλα, επιχειρείται η διεξαγωγή συστηματικών ανασκαφών σε αρχαιολογικούς χώρους καθώς και άμεσες επεμβάσεις στα μνημεία για τη συντήρησή τους.

Στον 20^ο αιώνα, η θεσμική προστασία των μνημείων από το κράτος συστηματοποιείται και επεκτείνεται σταδιακά στις περισσότερες χώρες του κόσμου. Εξαιρετικής σημασίας εξέλιξη για την προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς σημειώθηκε στο Συνέδριο των Αθηνών που οργανώθηκε από το Διεθνές Γραφείο Μουσείων, που είχε συστήσει η Κοινωνία των Εθνών. Στο Συνέδριο αυτό που συνήλθε το 1931, για πρώτη φορά γίνεται λόγος για την ‘ αναγκαιότητα διεθνούς συνεργασίας για τη διατήρηση της καλλιτεχνικής και αρχαιολογικής κληρονομιάς της ανθρωπότητας ’. Στο ψήφισμα που συντάχθηκε στο Συνέδριο και υιοθετήθηκε από τη Συνέλευση της Κοινωνίας των Εθνών το 1932 διατυπώνονται ορισμένες γενικές αρχές που αφορούν την προστασία των μνημείων (Μητούλα Ρ., 2002).

Την ίδια περίπου εποχή, το 1933, ένα άλλο συνέδριο, αυτή τη φορά αρχιτεκτονικό, συνέρχεται επίσης στην Αθήνα. Πρόκειται για το 4^ο Διεθνές Αρχιτεκτονικό Συνέδριο των Αθηνών (CIAM) , στο οποίο συγκροτείται ο γνωστός Χάρτης των Αθηνών με γενικές αρχές για τη σύγχρονη πολεοδομία. Δημοσιεύτηκε με ευθύνη του Le Corbusier και κάνει λόγο για την ιστορική κληρονομιά των πόλεων, που τη θεωρεί τμήμα της κληρονομιάς της ανθρωπότητας.

Η ίδρυση της Ουνέσκο το 1945 και οι πρωτοβουλίες της στάθηκαν καθοριστικές για την εδραίωση της πεποίθησης ότι η προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς της ανθρωπότητας απαιτεί τη διεθνή συνεργασία και για την καθιέρωση γενικά αποδεκτών κανόνων που πρέπει να διέπουν την πρακτική της προστασίας αυτής. Η Ουνέσκο προχώρησε στην ίδρυση των πιο κάτω

διεθνών οργανώσεων με αντικείμενό τους την προστασία και τη συντήρηση των μνημείων και υιοθέτησε τις πρώτες πέντε Συστάσεις που αφορούν θέματα προστασίας των πολιτισμικών αγαθών, κινητών και ακίνητων. Οι τρεις από τις παρακάτω Συστάσεις αναφέρονται σε μνημεία, σε αρχιτεκτονικά σύνολα ή χώρους.

Η πρώτη και σημαντικότερη είναι η Σύσταση για τις Διεθνείς Αρχές που πρέπει να εφαρμόζονται στις Αρχαιολογικές Ανασκαφές (1956). Η δεύτερη Σύσταση αφορά την Προστασία του Κάλλους και του Χαρακτήρα των Τοπίων και Θέσεων (1962), ενώ η Τρίτη τη Διατήρηση των Πολιτιστικών Αγαθών που κινδυνεύουν από Δημόσια ή Ιδιωτικά Έργα (1968).

Στη συνέχεια, με την πρωτοβουλία και άλλων πολιτισμικών φορέων, στα μέσα της δεκαετίας του '60 και συγκεκριμένα το 1964 συνέρχεται το 2^ο Διεθνές Συνέδριο Αρχιτεκτονικών και Τεχνικών Ιστορικών Μνημείων στη Βενετία, στο οποίο υιοθετείται ο Χάρτης της Βενετίας ή Διεθνής Χάρτης Αποκατάστασης. Με το Χάρτη αυτό διαμορφώνονται αρχές σχετικά με τις εργασίες συντήρησης, αποκατάστασης, ανασκαφής, τεκμηρίωσης και δημοσίευσης των αρχιτεκτονικών μνημείων.

Κατά τη διάρκεια του '70, υιοθετούνται Συμβάσεις από την Ουνέσκο που ασκούν μεγάλη επίδραση στη διαμόρφωση και καθιέρωση αρχών και κανόνων σχετικά με θέματα προστασίας των πολιτισμικών αγαθών. Το 1970, υιοθετείται η πρώτη Σύμβαση για τα Μέσα Απαγόρευσης και Μεταβίβασης της Κυριότητας της Παράνομης Εισαγωγής, Εξαγωγής και Μεταβίβασης της Κυριότητας των Πολιτιστικών Αγαθών. Το πρόβλημα της παράνομης διακίνησης και εμπορίας πολιτισμικών αγαθών αφορά βεβαίως κινητά έργα και όχι μνημεία και χώρους.

Με θέματα προστασίας της μνημειακής κληρονομιάς ασχολείται η επόμενη σύμβαση της Ουνέσκο, η Σύμβαση για την Προστασία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς, που υπογράφηκε στο Παρίσι στις 16 Νοεμβρίου 1972. Η Σύμβαση αυτή έχει τεράστια σημασία, γιατί αποτελεί την πιο συγκροτημένη προσπάθεια θεσμικής κατοχύρωσης της διεθνούς συνεργασίας σε θέματα προστασίας και μέσω αυτής τονίζεται η ανάγκη για προστασία της πολιτισμικής και φυσικής κληρονομιάς όλων των λαών, που σήμερα κινδυνεύουν από τις ραγδαίες μεταβολές στις κοινωνικοοικονομικές συνθήκες και η ανάγκη για καθιέρωση συστήματος συλλογικής βοήθειας από τη διεθνή κοινότητα. Οι κυριότερες διατάξεις της Σύμβασης, που αποτελείται από 38 άρθρα ρυθμίζουν τα παρακάτω θέματα:

- Δίνονται λεπτομερείς ορισμοί των πολιτισμικών αγαθών (μνημεία, κτιριακά σύνολα και ιστορικούς χώρους)
- Περιγράφονται οι υποχρεώσεις των κρατών – μελών
- Ιδρύεται διακυβερνητική επιτροπή εμπειρογνομόνων για την κατάρτιση και δημοσιοποίηση του Καταλόγου της Παγκόσμιας Κληρονομιάς και του Καταλόγου της Παγκόσμιας Κληρονομιάς σε Κίνδυνο
- Ιδρύεται Ταμείο για την Προστασία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς.

Λίγα χρόνια αργότερα, το 1976, η Ουνέσκο υιοθετεί τη Σύσταση για τη διαφύλαξη και το Σύγχρονο Ρόλο των Ιστορικών Περιοχών. Συγκεκριμένα, η Σύσταση προχωρεί σε λεπτομερή απαρίθμηση μέτρων προστασίας των ιστορικών κέντρων των σύγχρονων πόλεων και των παραδοσιακών οικισμών, των οποίων ο χαρακτήρας καταστρέφεται ή αλλοιώνεται σοβαρά λόγω κατεδαφίσεων, κακότεχνων ανακατασκευών και άστοχες επισκευές. Απώτερος σκοπός της, λοιπόν, είναι να βοηθήσει τις ενδιαφερόμενες χώρες να διαμορφώσουν εθνική, περιφερειακή και τοπική πολιτική για την προστασία των ιστορικών και παραδοσιακών περιοχών για την αρμονική ένταξή τους στο σύγχρονο πολεοδομικό ιστό.

• Διεθνείς Οργανισμοί

Οι Διεθνείς Οργανισμοί που δραστηριοποιούνται όσον αφορά στις διαδικασίες προστασίας της πολιτισμικής κληρονομιάς, βάσει διεθνών κανόνων, χωρίζονται σε δύο κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει τους διακυβερνητικούς οργανισμούς και η δεύτερη κατηγορία τους μη κυβερνητικούς οργανισμούς.

Οι Οργανισμοί της πρώτης κατηγορίας αναπτύσσουν δραστηριότητα σε διάφορα πεδία, δίνοντας μεγαλύτερη βαρύτητα σε θέματα της πολιτισμικής κληρονομιάς. Αναμφισβήτητα στην κατηγορία αυτή ανήκει η Ουνέσκο, που αποτελεί τον κατ' εξοχήν διεθνή φορέα προστασίας της πολιτισμικής κληρονομιάς. Ακολουθεί το ICCROM, με αξιόλογη δραστηριότητα μέχρι σήμερα σε θέματα πιο εξειδικευμένα και συγκεκριμένα της συντήρησης.

1. **Ουνέσκο** (Εκπαιδευτικός, Επιστημονικός και Πολιτιστικός Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών)

Εξαιρετικής σημασίας εξέλιξη για την προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς σημειώθηκε με την ίδρυση της ΟΥΝΕΣΚΟ το 1945. βασικός σκοπός της είναι « να διατηρήσει, να προαγάγει και να διασώσει τη γνώση εξασφαλίζοντας τη συντήρηση και την προστασία της παγκόσμιας κληρονομιάς σε βιβλία, έργα τέχνης και άλλα μνημεία ιστορικού ή επιστημονικού ενδιαφέροντος, και συστήνοντας στους ενδιαφερόμενους λαούς τις κατάλληλες διεθνείς συμβάσεις ».

Καταρχήν, η δράση της Ουνέσκο έχει επικεντρωθεί στη σύνταξη, την υιοθέτηση και την προώθηση τριών συμβάσεων και δέκα Συστάσεων, που συγκροτούν ένα ισχυρό διεθνές νομικό πλαίσιο προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς σε διεθνές αλλά και εθνικό επίπεδο. Ακόμη, η δράση της συνίσταται στη χορήγηση βοήθειας στα κράτη – μέλη της για τη συντήρηση, αποκατάσταση και ανάδειξη μνημείων και χωρών. Η σημαντικότερη παρέμβαση του Οργανισμού στον τομέα αυτό είναι οι λεγόμενες « Διεθνείς Εκστρατείες Διάσωσης », που αποτελούν μακροχρόνια και πολυδάπανα προγράμματα. Οργανώνει προγράμματα κατάρτισης σε θέματα συντήρησης αρχιτεκτονικών μνημείων και κινητών αγαθών με τη στενή συνεργασία των οργανισμών ICOMOS και ICCROM.

Τέλος, ο Οργανισμός, για τη διάδοση επιστημονικών και τεχνικών πληροφοριών, εκδίδει τεχνικά εγχειρίδια, μελέτες και περιοδικά, διοργανώνει συνέδρια, διεξάγει έρευνες και προωθεί επιστημονικές ανταλλαγές. Οι πρωτοβουλίες, λοιπόν, του οργανισμού αυτού εδραίωσαν την πεποίθηση ότι η προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς της ανθρωπότητας απαιτεί τη διεθνή συνεργασία και καθιέρωσαν γενικά αποδεκτούς κανόνες που πλέον διέπουν την πρακτική της προστασίας αυτής.

2. **ICCROM** (Διεθνές Κέντρο για την Μελέτη της Συντήρησης και της Αποκατάστασης των Πολιτιστικών Αγαθών).

Το Κέντρο ιδρύθηκε το 1959, με πρωτοβουλία της Ουνέσκο, ως αυτόνομος διακυβερνητικός οργανισμός. Σε αυτό συμμετέχουν ως κανονικά μέλη κυβερνήσεις κρατών και ως συνδεδεμένα μέλη ιδιωτικά ιδρύματα ειδικευμένα στη συντήρηση των πολιτισμικών αγαθών. Τα αρχικά της λέξης ICCROM προέρχονται από τις αγγλικές λέξεις International Center for Conservation and Restoration of Monuments.

Η δράση του Οργανισμού επικεντρώνεται κυρίως στη συλλογή, μελέτη και διάδοση στοιχείων σχετικών με τη συντήρηση και την αποκατάσταση πολιτισμικών αγαθών, καθώς και με την

παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών και την οργάνωση εξειδικευμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων.

Βασική δραστηριότητα του Κέντρου είναι η τακτική διεξαγωγή σεμιναρίων στην έδρα του στη Ρώμη για την κατάρτιση ειδικευμένων στελεχών σε θέματα συντήρησης και αποκατάστασης αρχιτεκτονικών μνημείων, τοιχογραφιών κ.α. Παράλληλα, οργανώνει ή συμμετέχει σε σεμινάρια που πραγματοποιούνται σε άλλες χώρες με τη συνεργασία τοπικών Κέντρων ή αρμόδιων Υπηρεσιών. Τέλος, παρέχει συμβουλές και τεχνική βοήθεια με την αποστολή ειδικών, εκδίδει ειδικές μελέτες, διοργανώνει συμπόσια κ.α.

Οι Οργανισμοί της δεύτερης κατηγορίας ασκούν την αρμοδιότητά τους σε ειδικούς τομείς της πολιτισμικής κληρονομιάς, όπως τα μουσεία (ICOM), τα αρχιτεκτονικά μνημεία (ICOMOS), τις ιστορικές πόλεις (OWHC) κ.α. Οι μη κυβερνητικοί αυτοί οργανισμοί παίζουν σημαντικότατο ρόλο στην προστασία της πολιτισμικής, αλλά και της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς. Εξάλλου, οι δύο πρώτοι έχουν τις στενότερες σχέσεις με την Ουνέσκο, και ειδικότερα παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες για την κατάρτιση των προγραμμάτων της Ουνέσκο, διενεργούν έρευνες, εκπονούν μελέτες και αναλαμβάνουν την εκτέλεση μέρους των προγραμμάτων

3. ICOMOS (Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Χωρών)

Το ICOMOS ιδρύθηκε υπό την αιγίδα της Ουνέσκο το 1965 και είναι ο σημαντικότερος διεθνής επαγγελματικός, μη κυβερνητικός οργανισμός, που έχει ως σκοπό την προώθηση της θεωρίας της μεθοδολογίας, της τεχνολογίας και της ενημέρωσης για την προστασία και την ανάδειξη των ιστορικών μνημείων, συνόλων και τοποθεσιών των χωρών του κόσμου. Τα αρχικά της ονομασίας ICOMOS προέρχονται από τις αγγλικές λέξεις International Council On Monuments of Sites.

Ιδρύθηκε με απόφαση του Β' Διεθνούς Συνεδρίου Αρχιτεκτόνων και Τεχνικών Διατήρησης, που πραγματοποιήθηκε το 1964 στην Βενετία. Κατά το συνέδριο αυτό καταρτίστηκε και ψηφίστηκε από τους εκπροσώπους 16 χωρών, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα, το θεμελιώδες ως σήμερα διεθνές κείμενο αρχών για επεμβάσεις στα ιστορικά μνημεία, γνωστό ως Χάρτης της Βενετίας.

Το ICOMOS αριθμεί 4.000 μέλη – ειδικούς επιστήμονες από όλο τον κόσμο και δραστηριοποιείται σε 88 χώρες στις 5 ηπείρους. Το Ελληνικό τμήμα ICOMOS (1982)

καταβάλλει συνεχείς προσπάθειες για την ανάδειξη των ιστορικών της πόλεων και την κατοχύρωση της προστασίας τους. Το ICOMOS διαθέτει στην έδρα του στο Παρίσι μεγάλο Κέντρο Τεκμηρίωσης και Βιβλιοθήκη.

Οι κύριοι σκοποί του είναι η διευκόλυνση των επαφών ανάμεσα σε ειδικούς επιστήμονες, η συλλογή και η αξιολόγηση πληροφοριών, η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών για την ίδρυση Κέντρων Τεκμηρίωσης, η οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων και η προώθηση της σύναψης και της εφαρμογής διεθνών Συμβάσεων για τη συντήρηση και την ανάδειξη της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς.

Η δράση του Οργανισμού πραγματοποιείται με τη διοργάνωση διεθνών συμποσίων, την έκδοση μελετών και του ειδικού περιοδικού Monumentum, την οργάνωση προγραμμάτων κατάρτισης, την αποστολή εμπειρογνομόνων σε διάφορες χώρες και την παροχή υπηρεσιών στην Ουνέσκο. Συγκεκριμένα, είναι ο τεχνικός σύμβουλος της Ουνέσκο σε θέματα μνημείων, εξετάζει τις προτάσεις των χωρών – μελών της Ουνέσκο για την εγγραφή εθνικών μνημείων στον Κατάλογο της Παγκόσμιας Κληρονομιάς (Φυσικής και Πολιτισμικής) και διαθέτει 15 Διεθνείς Ειδικές Επιστημονικές Επιτροπές για τη μελέτη εξειδικευμένων θεμάτων.

- **Διεθνής Χάρτα για την προστασία των ιστορικών πόλεων (1987)**

Το κείμενο αυτό υιοθετήθηκε από τη Γενική Συνέλευση του ICOMOS στην Ουάσινγκτον το 1987. Η πρώτη του διατύπωση έγινε το 1964 και στη συνέχεια συγκεντρώθηκαν τα πρώτα δοκίμια που έγιναν το 1978 και 1980, οι εργασίες της Διεθνούς Επιτροπής των Ιστορικών Πόλεων (CIVVIH) που εδρεύει στο Έγκερ, οι απόψεις των Εθνικών Επιτροπών των χωρών μελών του ICOMOS και μετά από επεξεργασία ειδικών συντάχθηκε το νέο κείμενο της Χάρτας. Το κείμενο είναι πιστό στους σκοπούς της Διακήρυξης της Ουνέσκο στη Βαρσοβία – Ναϊρόμπι το 1976.

Η Χάρτα αυτή αφορά ακριβέστερα στις ιστορικές πόλεις που απειλούνται από υποβάθμιση, αποδιάρθρωση ακόμα και καταστροφή, εξαιτίας της αστικής ανάπτυξης που ακολουθεί την εκβιομηχάνιση στις κοινωνίες όλου του κόσμου. Μπροστά σε αυτήν τη δραματική κατάσταση, το Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τοποθεσιών θεώρησε αναγκαία τη σύνταξη μιας νέας ‘ Διεθνούς Χάρτας για την προστασία των ιστορικών πόλεων’’. Το κείμενο αυτό συμπληρώνει τη ‘Διεθνή Χάρτα για τη Συντήρηση και την Αποκατάσταση των Μνημείων και των Τοποθεσιών’ (Βενετία, 1964), καθορίζοντας τις αρχές και τους στόχους, τις μεθόδους και τα μέσα της κατάλληλης δράσης για τη διαφύλαξη των ποιοτικών χαρακτηριστικών των ιστορικών πόλεων, την εναρμόνιση της ατομικής με την κοινωνική ζωή και τη διάσωση των πολιτισμικών αγαθών.

Η αποτελεσματικότητα της διαφύλαξης των ιστορικών πόλεων και των συνοικιών όλων των χωρών στηρίζεται στη συνεχή συντήρηση του δομημένου χώρου και την αρμονικότητά του με την πόλη στο σύνολό της. Ακόμη, οι νέες λειτουργίες και τα δίκτυα υποδομής που απαιτεί η σύγχρονη ζωή πρέπει να προσαρμόζονται, όσο αυτό είναι δυνατό, στις ιδιαιτερότητες των ιστορικών πόλεων. Όλες, λοιπόν, οι αναγκαίες ενέργειες για την προστασία του ιστορικού χαρακτήρα της πόλης θα πρέπει να πραγματοποιούνται σε συμφωνία με τις αρχές και τις μεθόδους της Χάρτας. Η συμμετοχή και ενεργοποίηση των κατοίκων της κάθε πόλης είναι απαραίτητη για την επιτυχία οποιουδήποτε προγράμματος προστασίας.

- **Η Αναθεωρημένη Χάρτα του Πολιτιστικού Τουρισμού (1999)**

Το ICOMOS αναγνωρίζοντας τον πολυσύνθετο χαρακτήρα του τουρισμού στο σημερινό κόσμο, δηλαδή από τη μία ως τη σημαντικότερη απειλή για την ακεραιότητα της φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς και από την άλλη ως το βασικότερο κίνητρο και ουσιαστικό μέσο για τη διατήρησή της, έχει συμπεριλάβει στις ειδικές επιτροπές του τη Διεθνή Επιτροπή Πολιτιστικού Τουρισμού. Αντικείμενο της επιτροπής είναι η προώθηση της πολιτισμικής κληρονομιάς, παγκόσμιας, εθνικής ή τοπικής, στις περιπτώσεις εμπλοκής της με τον τουρισμό. Στην επιτροπή αυτή ανατέθηκε η αναθεώρηση της χάρτας του Πολιτιστικού Τουρισμού (International Cultural Tourism Charter), που επικυρώθηκε στη Γενική Συνέλευση του ICOMOS στο Μεξικό το 1999.

Η Χάρτα αυτή βασίζεται στις αρχές που διέπουν τις δράσεις της διεθνούς αυτής οργάνωσης και αποτελεί μία εξειδικευμένη εφαρμογή τους που αφορά την τουριστική δραστηριότητα σε τόπους με πολιτισμική σημασία. Βασικός στόχος της Χάρτας είναι να παίξει έναν σημαντικό ρόλο στον περιορισμό των κινδύνων και την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού στην κληρονομιά και στα πολιτισμικά αγαθά.

Ακόμη, στοχεύει να εξισορροπήσει τις αντικρουόμενες προθέσεις ή τις αντιπαράθεσεις των παραγόντων του τουρισμού και των συντελεστών της προστασίας της κληρονομιάς. Εκφράζει, λοιπόν, μια πρόθεση διαχείρισεως καλής πρακτικής και επιχειρεί να υπαγορεύσει στους τουριστικούς παράγοντες και τους επισκέπτες έναν «κώδικα συμπεριφοράς» απέναντι στην πολιτιστική κληρονομιά ενός τόπου που προσελκύει το τουριστικό ενδιαφέρον.

Η Χάρτα, στη νέα της μορφή, αποτελείται από δύο μέρη: α) τις Γενικές Αρχές, οι οποίες θέτουν τα πλαίσια της διαχείρισης του τουρισμού σε περιοχές με σημαντική πολιτισμική κληρονομιά και αναφέρονται στις θέσεις και στους στόχους της Χάρτας, και β) τα έξι άρθρα ή Αρχές της.

4. **ICOM** (Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων)

Ο Οργανισμός αυτός ιδρύθηκε το 1946 από την Ουνέσκο για να συμβάλει στην ανάπτυξη και τη διαχείριση μουσείων κάθε είδους, την προώθηση γνώσεων για το ρόλο των μουσείων και την επιστήμη της μουσειολογίας και την οργάνωση συνεργασίας μεταξύ των μουσείων.

Εκτός από τις συνήθεις δραστηριότητές του (συνέδρια, συναντήσεις, εκδόσεις, μελέτες, παροχή τεχνικής βοήθειας κτλ.), το ICOM προσφέρει τις υπηρεσίες του στη Διακυβερνητική Επιτροπή για την προώθηση της Επιστροφής των Πολιτιστικών Αγαθών στις Χώρες Προέλευσής τους, ή οποία έχει συσταθεί με πρωτοβουλία της Ουνέσκο. Το ICOM διαθέτει μεγάλο Κέντρο Μουσειολογικής Πληροφόρησης, το οποίο στεγάζεται στην έδρα του οργανισμού που βρίσκεται στα γραφεία της Ουνέσκο στο Παρίσι.

5. **OWHC** (Οργανισμός Πόλεων της Παγκόσμιας Κληρονομιάς)

Πρόκειται για το νεότερο πολιτισμικό μη κυβερνητικό οργανισμό. Ιδρύθηκε το 1933 στη Φεζ του Μαρόκου από εκπροσώπους των ιστορικών πόλεων που περιλαμβάνονται στον κατάλογο της Παγκόσμιας Κληρονομιάς. Κύριος σκοπός του είναι η προώθηση της συστηματικής συνεργασίας ανάμεσα στις πόλεις που αποτελούν μέλη του για την εξεύρεση λύσεων στα προβλήματα συντήρησης και ανάδειξης του μνημειακού τους πλούτου. Η έδρα του Οργανισμού αυτού είναι στο Κεμπέκ του Καναδά.

Σημαντική είναι η συνεισφορά του Οργανισμού και στον τουρισμό. Ειδικότερα, στο 4^ο Διεθνές Συνέδριο του Παγκόσμιου Οργανισμού Ιστορικών Πόλεων που πραγματοποιήθηκε στην Εβόρα της Πορτογαλίας το Σεπτέμβριο του 1997 με θέμα: Ο τουρισμός και οι πόλεις της Παγκόσμιας Κληρονομιάς, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός σήμερα αποτελεί σημαντική οικονομική δραστηριότητα στον κόσμο και απαιτεί την ιδιαίτερη προσοχή μας. Ιδιαίτερη προσοχή, όμως, πρέπει να δοθεί στα ταξίδια μικρής διάρκειας γιατί επωφελούνται περισσότερο τα ιστορικά κέντρα των πόλεων, τα μουσεία και τα μνημεία ιστορικού χαρακτήρα.

- **Η Ευρωπαϊκή Δράση στην Προστασία της Πολιτισμικής και Αρχιτεκτονικής Κληρονομιάς – Ευρωπαϊκή Ένωση**

Στην επισκόπηση των διεθνών παρεμβάσεων θα πρέπει να συμπεριληφθούν και εκείνες του Συμβουλίου της Ευρώπης. Ο Οργανισμός αυτός έχει αναλάβει σχεδόν αποκλειστικά την προώθηση της διακρατικής συνεργασίας σε θέματα προστασίας και ανάδειξης του ευρωπαϊκού μνημειακού πλούτου.

Η πρώτη ευρωπαϊκή διακρατική συμφωνία για πολιτιστικά θέματα αρχίζει με την Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Σύμβαση το 1954, στην οποία για πρώτη φορά προσδιορίζεται η έννοια της κοινής πολιτισμικής κληρονομιάς της Ευρώπης και ενισχύεται η ανάγκη κατάλληλων μέτρων προφύλαξης αυτής της κληρονομιάς από μέρους του κάθε κράτους-μέλους. Στη συνέχεια, υπογράφεται στο Λονδίνο το 1969 η Σύμβαση για την Προστασία της Αρχαιολογικής Κληρονομιάς, στην οποία θεμελιώνεται η αρχή της συνεργασίας και αναγνωρίζεται η ευθύνη όλων των ευρωπαϊκών κρατών για την προστασία της κοινής ευρωπαϊκής κληρονομιάς.

Η Ευρωπαϊκή Σύμβαση για την προστασία της αρχαιολογικής κληρονομιάς που υπογράφηκε στο Λονδίνο στις 06.05.1969, κινείται στα πλαίσια των Συστάσεων της Ουνέσκο του 1956 και 1964. Σύμφωνα με αυτή τα προστατευόμενα αρχαιολογικά αγαθά ορίζονται ως «όλα τα ευρήματα και αντικείμενα ή κάθε άλλο ίχνος ανθρώπινης ύπαρξης που μαρτυρεί για εποχές και πολιτισμούς, για τους οποίους η κύρια πηγή ή μια από τις κύριες πηγές επιστημονικής πληροφόρησης είναι οι ανασκαφές ή ανακαλύψεις». Τα συμβαλλόμενα κράτη δεσμεύονται, στο μέτρο του δυνατού, να λαμβάνουν μέτρα προστασίας των αρχαιολογικών τόπων και συνόλων και των εφεδρικών ζωνών που κρύβουν αρχαιολογικά αγαθά, να ρυθμίζουν τις ανασκαφές, να ελέγχουν και να διατηρούν τα ευρήματά τους και να απαγορεύουν τις λαθρανασκαφές, να εξασφαλίζουν την πληροφόρηση σχετικά με τις αρχαιολογικές ανακαλύψεις καθώς και την απογραφή των αρχαίων.

Στα μέσα της δεκαετίας του '70, το Συμβούλιο της Ευρώπης αρχίζει την ενασχόλησή του με θέματα προστασίας της ευρωπαϊκής αρχιτεκτονικής κληρονομιάς. Ειδικότερα, το 1975, στη σύγκληση του Συνεδρίου του Άμστερνταμ γίνεται λόγος για την Ευρωπαϊκή Αρχιτεκτονική Κληρονομιά. Στο Συνέδριο αυτό γίνεται δεκτός ο Ευρωπαϊκός Χάρτης της Αρχιτεκτονικής Κληρονομιάς, οι αρχές του οποίου αποτελούν τη βάση για την περίφημη Διακήρυξη του Άμστερνταμ. Εξάλλου, η Διακήρυξη αυτή θεωρείται τομή στην εξέλιξη των αρχών προστασίας και αφετηρία για τη διαμόρφωση μιας νέας στάσης προς την ευρωπαϊκή μνημειακή κληρονομιά.

Βασική αρχή της, η ολοκληρωμένη συντήρηση μνημείων, ολόκληρων πόλεων ή χωριών ιστορικού χαρακτήρα ή πολιτισμικού ενδιαφέροντος, με σκοπό την επιβίωσή τους και την ενσωμάτωσή τους στο σύγχρονο χωροταξικό και πολεοδομικό σχεδιασμό.

Στη συνέχεια, χρειάστηκε ακριβώς μια δεκαετία για τη σύνταξη της Σύμβασης για την Προστασία της Αρχιτεκτονικής Κληρονομιάς της Ευρώπης, η γνωστή ως ‘Σύμβαση της Γρανάδας’, που υπογράφηκε στις 3 Οκτωβρίου 1985 στη Γρανάδα. Η Σύμβαση αυτή έχει κύριο σκοπό της τη συντήρηση και ανάδειξη της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, αλλά και τη βελτίωση του αστικού και αγροτικού περιβάλλοντος στο πλαίσιο για οικονομική, κοινωνική και πολιτισμική ανάπτυξη των κρατών και των περιφερειών. Για πρώτη φορά, στη Σύμβαση, διατυπώνεται ένας ευρύς ορισμός της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, ο οποίος παρέχει τη δυνατότητα να προστατεύονται όλων των ειδών τα μνημεία και καθιερώνεται πλέον η αρχή της ολοκληρωμένης προστασίας, που διατυπώθηκε στη Διακήρυξη του Άμστερνταμ δέκα χρόνια πριν. Η Ευρωπαϊκή Σύμβαση για τις παραβάσεις που αφορούν πολιτισμικά αγαθά υπογράφηκε στους Δελφούς το 1985 (δεν έχει τεθεί ακόμη σε ισχύ γιατί δεν την έχει επικυρώσει καμία χώρα και ασχολείται ιδιαίτερα με τις ποινικές πτυχές της παράνομης διακίνησης των πολιτισμικών αγαθών).

Η Σύμβαση της Γρανάδας δίνει για τα “μνημεία”, τα “αρχιτεκτονικά σύνολα” και τους “τόπους” τους εξής ορισμούς:

- Μνημεία είναι κάθε κατασκευή ιδιαίτερα σημαντική λόγω του ιστορικού, αρχαιολογικού, καλλιτεχνικού, επιστημονικού, κοινωνικού ή τεχνικού της ενδιαφέροντος, συμπεριλαμβανομένων των εγκαταστάσεων ή διακοσμητικών στοιχείων που αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα τους.
- Αρχιτεκτονικά σύνολα είναι ομοιογενή σύνολα αστικών ή αγροτικών κατασκευών σημαντικά λόγω του ιστορικού, αρχαιολογικού, καλλιτεχνικού, επιστημονικού, κοινωνικού ή τεχνικού τους ενδιαφέροντος, τα οποία βρίσκονται σε τέτοια συνάφεια μεταξύ τους, ώστε να σχηματίζουν ενότητες που να μπορούν να οριοθετηθούν τοπογραφικά.
- Τόποι είναι σύνθετα έργα του ανθρώπου και της φύσης, εν μέρει κτισμένα, τα οποία αποτελούν εκτάσεις τόσο χαρακτηριστικές και ομοιογενείς, ώστε να μπορούν να οριοθετηθούν τοπογραφικά και τα οποία είναι σημαντικά λόγω του ιστορικού, αρχαιολογικού, καλλιτεχνικού, επιστημονικού, κοινωνικού ή τεχνικού τους ενδιαφέροντος.

Η Σύμβαση της Γρανάδας, όμως, δεν σταματάει στους ορισμούς, αλλά:

- ❖ Επιβάλλει την αναγνώριση και καταγραφή της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς.
- ❖ Προδιαγράφει συγκεκριμένες ενέργειες της Διοίκησης για την αποτελεσματική προστασία της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, δηλαδή εγκατάσταση νομικού καθεστώτος προστασίας, οικονομικά-φορολογικά μέτρα, ενθάρρυνση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, βελτίωση της ποιότητας του περιβάλλοντος χώρου των μνημείων, επιβολή κυρώσεων για τις παραβάσεις της νομοθεσίας, προστασίας κ.ά.
- ❖ Καθιερώνει την αρχή της ολοκληρωμένης προστασίας, ζητά δηλαδή, να τοποθετηθεί η προστασία της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς μεταξύ των ουσιαστικών στόχων του χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού και να καταστεί η συντήρηση, αναβίωση και ανάδειξη της σημαντικότερο στοιχείο της πολιτισμικής, περιβαλλοντικής και χωροταξικής πολιτικής.
- ❖ Τέλος, θέτει γενικά τις βάσεις για το συντονισμό της πολιτικής προστασίας τόσο της πολιτισμικής όσο και της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Η επόμενη πανευρωπαϊκή συνάντηση για θέματα πολιτισμικής –όχι μόνον αρχιτεκτονικής- κληρονομιάς είναι το Συμπόσιο για την Πολιτιστική Κληρονομιά, που οργανώθηκε από τη Διάσκεψη για την Ασφάλεια και τη Συνεργασία στην Ευρώπη, στην Κρακοβία το 1991. Όλες πλέον οι ευρωπαϊκές χώρες έχουν συνειδητοποιήσει την ανάγκη ανάπτυξης στενής διακρατικής συνεργασίας για τη διασφάλιση των αγαθών της ευρωπαϊκής πολιτισμικής κληρονομιάς από τους κινδύνους που τα απειλούν στο σύγχρονο κόσμο.

Σημαντική δράση του Συμβουλίου της Ευρώπης αποτελεί η Τρίτη Ευρωπαϊκή Διάσκεψη των Υπευθύνων για την Πολιτιστική Κληρονομιά Υπουργών, η οποία διεξήχθη στη Βαλέτα της Μάλτας το 1992 με θέμα “η αρχαιολογία στις πόλεις του σήμερα”. Η Διάσκεψη ασχολήθηκε με το σύγχρονο σοβαρό ζήτημα της προστασίας των αρχαιολογικών χώρων που βρίσκονται μέσα στις ταχύτατα αναπτυσσόμενες πόλεις του σήμερα και πρότεινε λύσεις για την καλύτερη χρήση της γης. Στην ίδια Διάσκεψη υπογράφηκε και η Σύμβαση για την Προστασία της Αρχαιολογικής Κληρονομιάς.

Ένα ουσιαστικό βήμα στην εξελικτική πορεία της παρέμβασης των ευρωπαϊκών οργανισμών για την προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς σημειώνεται με τη συστηματοποίηση της δράσης της Ευρωπαϊκής Κοινότητας το 1992. Στο άρθρο 128 της Συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση, της γνωστής Συνθήκης του Μάαστριχτ, ορίζεται ως ένα από τα πεδία ενδιαφέροντος της Ένωσης

«η διατήρηση και προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς ευρωπαϊκής σημασίας». Η δράση της Κοινότητας στο πεδίο αυτό, αποκτά για πρώτη φορά θεσμική υπόσταση κατοχυρωμένη με ρητή διάταξη της ιδρυτικής Συνθήκης της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Με την υπογραφή της συνθήκης εκδηλώθηκε η βούληση για μια «Ευρώπη των λαών».

Η Ευρωπαϊκή ολοκλήρωση, δέυνε, λοιπόν, το πεδίο της με σκοπό να επιτύχει την ευρύτερη συμμετοχή των πολιτών στην ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι πολιτιστικές πτυχές, παρόλο που λαμβάνονταν υπόψη στις άλλες ενέργειες της Ένωσης, δεν είχαν αποτελέσει αντικείμενο ιδιαίτερης πολιτικής. Μετά τη θέση, όμως, σε ισχύ της συνθήκης του Μάαστριχ την 1^η Νοεμβρίου 1993, η Ευρωπαϊκή Ένωση διεξάγει πολιτισμικές ενέργειες. Στόχος της είναι να συμβάλει στην « ανάπτυξη των πολιτισμών των κρατών μελών ».

Έτσι, το άρθρο 151 της Συνθήκης εξουσιοδοτεί την Ευρωπαϊκή Ένωση να χρησιμοποιεί για την υποστήριξη των πολιτισμικών της πρωτοβουλιών μέσα όπως, α) το πρόγραμμα Πολιτισμός 2000, β) τη δράση πολιτισμική πρωτεύουσα της Ευρώπης και γ) τον ευρωπαϊκό πολιτισμικό μήνα. Επιτρέπει, ακόμη, τη χορήγηση ενισχύσεων εκ μέρους των κρατών – μελών σε οικονομικούς παράγοντες για την προώθηση του πολιτισμού και τη διατήρηση της πολιτισμικής κληρονομιάς. Με τη δράση της αυτή δε συνεισφέρει μόνο στην ανάπτυξη των πολιτισμών των κρατών – μελών, αλλά ταυτόχρονα σέβεται την εθνική και περιφερειακή πολυμορφία και προβάλλει την κοινή πολιτισμική κληρονομιά.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση προωθεί τις ενέργειες συνεργασίας μεταξύ των πολιτισμικών φορέων των διαφόρων κρατών – μελών και ενθαρρύνει τη συνεργασία με τρίτες χώρες και διεθνείς οργανισμούς και ειδικότερα με το Συμβούλιο της Ευρώπης. Η δράση της Κοινότητας καλύπτει τέσσερις τομείς:

- ❖ Βελτίωση της γνώσης και της διάδοσης του πολιτισμού και της ιστορίας των ευρωπαϊκών λαών,
- ❖ Διατήρηση και προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς ευρωπαϊκής σημασίας,
- ❖ Μη εμπορικές πολιτισμικές ανταλλαγές,
- ❖ Καλλιτεχνική και λογοτεχνική δημιουργία, συμπεριλαμβανομένου του οπτικοακουστικού τομέα.

Η συνθήκη του Μάαστριχ, λοιπόν, όχι μόνον αναδεικνύει τον πολιτισμό σε ολοκληρωμένο τομέα της ευρωπαϊκής δράσης, αλλά και θεσπίζει την υποχρέωση να συνεκτιμά η Ευρωπαϊκή

Ένωσε τις πολιτισμικές πτυχές σε όλες τις πολιτικές της. Το ευρωπαϊκό πολιτισμικό μοντέλο είναι κάπου ανάμεσα στο σεβασμό της πολιτισμικής έκφρασης κάθε λαού και στις ανταλλαγές, στις συνεργασίες που τροφοδοτούν και εμπλουτίζουν κάθε πολιτισμό.

Από το 2000 και μετά, ακολουθώντας πρωτοποριακά προγράμματα στους τομείς της πολιτισμικής κληρονομιάς, της μετάφρασης και της καλλιτεχνικής συνεργασίας, η Ευρωπαϊκή Ένωση έθεσε σε εφαρμογή ένα πρώτο πρόγραμμα – πλαίσιο αφιερωμένο εξ ολοκλήρου στον πολιτισμό, το Πολιτισμός 2000, το οποίο αποτελεί και τον ακρογωνιαίο λίθο της πολιτισμικής δράσης της. Επίσης, πολλές άλλες πολιτικές της Ένωσης υποστηρίζουν στο σύνολό τους, μέσω συγκεκριμένων ενεργειών, την ιδέα μιας Ευρώπης με κοινή πολιτισμική κληρονομιά.

Συγκεκριμένα, μέσω του προγράμματος ‘ Πολιτισμός 2000 ’, το οποίο συγκεντρώνει τα παλαιά προγράμματα ΡΑΦΑΗΛ, ΑΡΙΑΔΝΗ και ΚΑΛΕΙΔΟΣΚΟΠΙΟ, αποσκοπείται η δημιουργία κοινού πολιτισμικού χώρου μέσα από την προώθηση του πολιτισμικού διαλόγου και της γνώσης, της ιστορίας, της δημιουργίας, της διάδοσης του πολιτισμού και της κινητικότητας των καλλιτεχνών και των έργων τους, της ευρωπαϊκής πολιτισμικής κληρονομιάς, των νέων μορφών πολιτισμικής έκφρασης καθώς και του κοινωνικού και οικονομικού ρόλου που διαδραματίζει ο πολιτισμός.

Για την Ευρωπαϊκή Ένωση, το πρώτο πρόγραμμα – πλαίσιο (2000- 2004) υπέρ του πολιτισμού, αποτέλεσε αφορμή έτσι ώστε να υιοθετηθεί μια νέα προσέγγιση στην πολιτισμική δράση της Κοινότητας που θα της επιτρέψει να αντιμετωπίσει τις σημερινές προκλήσεις και να ανταποκριθεί στις προσδοκίες τόσο των Ευρωπαίων πολιτών όσο και των πολιτιστικών παραγόντων της. Το πρόγραμμα αυτό, λοιπόν, υποστηρίζει σχέδια διακρατικής συνεργασίας, τα οποία συνεπάγονται τη συνεργασία των δημιουργών, των πολιτισμικών παραγόντων και των πολιτισμικών φορέων των κρατών – μελών.

Οι ενέργειες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη διαφύλαξη και αξιοποίηση της πολιτισμικής κληρονομιάς αφορούν σήμερα τα κτίρια, το περιβάλλον, τα αντικείμενα και τα καλλιτεχνικά έργα καθώς και την άυλη κληρονομιά. Με την αποκατάσταση μιας ιστορικής συνοικίας ή τη διαφύλαξη μιας λαϊκής παράδοσης, πέρα από τα οφέλη στον τουρισμό, αποδίδεται στην τοπική κοινωνία ο δυναμισμός και η ταυτότητά της. Για παράδειγμα, το σωματείο «Euroregio» προσπαθεί να διαιωνίσει την πολιτισμική μνήμη των Ευρωπαϊκών λαών.

Πολυάριθμα χρηματοδοτικά μέσα της Ευρωπαϊκής Ένωσης λαμβάνουν υπόψη τη διαφύλαξη και την αξιοποίηση της πολιτισμικής κληρονομιάς. Το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής

Ανάπτυξης διαθέτει σημαντικά κονδύλια για περιφερειακά σχέδια υποστήριξης στην ανάπτυξη. Έτσι, η Ελλάδα έθεσε σε εφαρμογή ένα ευρύ πολιτισμικό πρόγραμμα, για την περίοδο 2000 – 2006, με χρηματοδότηση κατά τα δύο τρίτα από την Ε.Ε., το οποίο περιλαμβάνει σχέδια διαφύλαξης και ανάδειξης της αρχαιολογικής κληρονομιάς μέσω υποστήριξης στον εκσυγχρονισμό των μουσείων και των υπηρεσιών που αυτά παρέχουν στο κοινό.

Ε' ΜΕΡΟΣ

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΜΥΣΤΡΑ

1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΜΥΣΤΡΑ

Ο Μυστράς υπήρξε περίφημο πολιτικό και πνευματικό κέντρο της ύστερης Βυζαντινής περιόδου, το οποίο αναπτύχθηκε μετά τη Δ' Σταυροφορία (1204) και τη μετάθεση του κέντρου των ενδιαφερομένων της αυτοκρατορίας από τις ανατολικές στις δυτικές επαρχίες της. Όπως είναι γνωστό, το 1204 οι Φράγκοι ιππότες εγκαταστάθηκαν στην Πελοπόννησο. Ο Γουλιέλμος Βιλεαρδουίνος επέλεξε το Μυστρά για να τον οχυρώσει και να τον καταστήσει βάση της κυριαρχίας του σε ολόκληρη τη νότια Πελοπόννησο, από τη Μονεμβάσια μέχρι και τη Μάνη.

Η ιστορία του Μυστρά αρχίζει με την έλευση του Φράγκου Γουλιέλμου Βιλεαρδουίνου ο οποίος περιέβαλε την κορυφή του βουνού με ισχυρό τείχος προκειμένου να προστατεύσει τις κτήσεις του στην περιοχή, χτίζοντας έτσι το κάστρο της πόλης που ονομάστηκε Μυστράς ή Μυζηθράς. Η ονομασία του σχετίζεται ετυμολογικά με τη μυζήθρα, ίσως λόγω του σχήματος του βουνού που ομοιάζει με εκείνο του ομώνυμου τυριού ή λόγω του επαγγέλματος του ιδιοκτήτη του. Το όνομα αυτό διατηρήθηκε από τους Φράγκους αλλά με το πέρασμα των χρόνων μετονομάστηκε σε Μυστράς.

Το 1259 στη μάχη της Πελαγονίας ο αυτοκράτορας του Βυζαντίου Μιχαήλ Η' ο Παλαιολόγος συνέλαβε το Βιλεαρδουίνο ο οποίος του παραχώρησε τα κάστρα της Πελοποννήσου. Έτσι το 1262 άρχισε μια νέα σελίδα για το Μυστρά που έγινε έδρα στρατηγού. Οι κάτοικοι της πεδιάδας της Λακεδαίμονος, αναζητώντας μεγαλύτερη ασφάλεια έρχονταν και έκτιζαν τα σπίτια τους γύρω από το κάστρο. Ο πληθυσμός αυξήθηκε ταχύτατα, η νέα πόλη που δημιουργήθηκε ονομάστηκε χώρα και για καλύτερη προστασία περιτειχίστηκε. Αλλά και γύρω από το δεύτερο τείχος συγκεντρώνονταν και άλλοι κάτοικοι ώσπου σιγά σιγά διαμορφώθηκε η κάτω χώρα η

οποία με τη σειρά της περιτειχίστηκε. Έτσι οργανώθηκε η οχυρή πόλη του Μυστρά σε τρία επίπεδα. Στο κάστρο της κορυφής, όπου είχε την έδρα του ο στρατηγός, στη χώρα όπου βρίσκονταν τα παλάτια και οι δημόσιες υπηρεσίες και στο τρίτο επίπεδο όπου χτίστηκαν τα περισσότερα αρχοντικά και οι σημαντικότεροι βυζαντινοί ναοί.

Το 1289 αναγνωρίζοντας τη σημασία του για την περιοχή αποφασίζεται η μεταφορά της έδρας του επαρχιακού διοικητή από τη Μονεμβάσια στο Μυστρά. Το 1349 με απόφαση του αυτοκράτορα, ο Μυστράς αποτελεί την πρωτεύουσα ενός νέου θεσμού, του δεσποτάτου του Μωρέως, με αρμοδιότητα σχεδόν σε όλη την Πελοπόννησο. Οι δεσπότες είναι οι δευτερότοκοι γιοι του εκάστοτε αυτοκράτορα προσδίδοντας έτσι στο αξίωμα ιδιαίτερη αίγλη, πρώτα με τη δυναστεία των Καντακουζηνών (1349-1383) και των Παλαιολόγων (1383-1460), δεύτερα.

Οι κυριότεροι σταθμοί εξέλιξης του Μυστρά καθώς και τα σημαντικότερα γεγονότα είναι:

Το 1308 καταργείται ο τίτλος του στρατηγού και την εξουσία αναλαμβάνουν μόνιμοι πλέον διοικητές, όπως ο Καντακουζηνός (1308-1316) και ο Ανδρόνικος Παλαιολόγος Ασάν (1316-1321). Στα μέσα του 14^{ου} αιώνα ο διοικητής γίνεται ισόβιος, λαμβάνει τον τίτλο του δεσπότη και δημιουργείται το «Δεσποτάτο του Μωρέως».

Πρώτος ο Μανουήλ Καντακουζηνός έβαλε τα θεμέλια του νέου ελληνικού κράτους, οργάνωσε την περιοχή, δέχθηκε νέους κατοίκους, στερέωσε την ειρήνη και την ευημερία και έχτισε αρχοντικά και ναούς. Στη συνέχεια έγιναν δεσπότες ο Ματθαίος Καντακουζηνός (1380-1383) και ο Δημήτριος (1383-1384).

Με το Θεόδωρο Α' Παλαιολόγο (1384-1407) η εξουσία πέρασε στους Παλαιολόγους οι οποίοι επέκτειναν τα όρια του Δεσποτάτου καταλαμβάνοντας όλη την Πελοπόννησο. Με το διάδοχό του Θεόδωρο Β' (1407-1443) που ήταν δευτερότοκος γιος του αυτοκράτορα Μανουήλ Β' εγκαινιάστηκε μια νέα περίοδος ακμής και στενών σχέσεων Μυστρά και πρωτεύουσας.

Η περίοδος αυτή ευημερίας και δόξας συνεχίστηκε και με το νεότερο αδελφό του Κων/νο Παλαιολόγο (1443-1449), ο οποίος στέφθηκε αυτοκράτορας του Βυζαντίου στις 6 Ιανουαρίου 1449, στον Άγιο Δημήτριο, στη μητρόπολη δηλαδή του Μυστρά, ταξίδεψε στην Κωνσταντινούπολη την οποία υπερασπίστηκε γενναία ως τις 29 Μαΐου 1453, οπότε έπεσε ηρωικά πολεμώντας τους Τούρκους.

Ξεχωριστός ήταν ο ρόλος του Μυστρά στα χρόνια των Παλαιολόγων προπαντός σε πολιτιστικά ζητήματα. Η μικρή πολιτεία γίνεται πόλος έλξης καλλιτεχνών, επιστημόνων, λογίων και φιλοσόφων. Είναι γνωστή η δράση του μεγάλου νεοπλατωνικού φιλοσόφου Γεωργίου Γεμιστού Πλήθωνος ο οποίος ίδρυσε φιλοσοφική σχολή και επηρέασε με τη διδασκαλία του τη νεοελληνική σκέψη ακόμα και στα χρόνια της Τουρκοκρατίας.

Για τη βυζαντινή τέχνη, αρχιτεκτονική και ζωγραφική, ο Μυστράς αποτελεί το «κύκνειο άσμα» της βυζαντινής αυτοκρατορίας. Το κάστρο, το τριπλό τείχος, οι πύλες, τα παλάτια, τα αρχοντικά, οι δρόμοι και οι ναοί αποτελούν τα εξάισια δείγματα ενός πολιτισμού που άνθισε από τα μέσα του 15^{ου} αιώνα.

Το 1460 ο Δημήτριος Παλαιολόγος παραδίδει τον Μυστρά στους Τούρκους.

Πολλές οικογένειες του Μυστρά θα καταφύγουν στις υπώρειες του Ταϋγέτου και θα δημιουργήσουν νέους οικισμούς.

Το 1465 ο στρατηγός Σιγισμούνδος Μαλατέστα προσπαθεί να καταλάβει το Μυστρά αλλά μόνο στην πόλη καταφέρνει να μπει και φεύγοντας παίρνει τα λείψανα του Πλήθωνος, τα πηγαίνει στο Ριμίνι και τα ενταφιάζει με επισημότητα στην εκκλησία του Αγίου Φραγκίσκου, όπου υπάρχει ο τάφος του βυζαντινού φιλοσόφου.

Στην τουρκοκρατία ο Μυστράς γίνεται έδρα του Τούρκου διοικητή, χάνει την ακμή του και μένουν μαζί με τη Θεσσαλονίκη, τα δύο μεγαλύτερα κέντρα πολιτισμού.

Πηγές αναφέρουν ότι στα τέλη του 16^{ου} αιώνα ο Μυστράς έχει 1.000 χριστιανικές οικογένειες και 200 εβραϊκές. Το 1687 καταλαμβάνουν το Μυστρά οι Βενετοί του Μοροζίνι και τον κρατούν 28 χρόνια , ως το 1715, που τον ξαναπαίρνουν οι Τούρκοι.

Στα ορλωφικά, το 1770, ο Μυστράς ελευθερώνεται λίγους μήνες, για να δεχτεί άγρια επίθεση των Αλβανών, που έσφαξαν και έκαψαν τα πάντα και καταδυνάστεψαν τον τόπο δέκα χρόνια.

Με την ελληνική επανάσταση ελευθερώνεται και πάλι, αλλά το 1825 καίγεται από τους Αιγύπτιους του Ιμπραήμ. Η ίδρυση της νέας Σπάρτης στον κάμπο από τον Όθωνα (1831), σημείωσε το οριστικό τέλος της χώρας του Μυστρά. Οι γνωστές οικογένειες πήγαν στην πρωτεύουσα και οι περισσότεροι από του άλλους κατέβηκαν στο Νέο Μυστρά που κτίστηκε στην πεδιάδα , αφήνοντας την Καστροπολιτεία στην φθορά και την εγκατάλειψη.

Το Ελληνικό κράτος αναγνωρίζοντας την πολιτιστική σημασία του χώρου, τον κηρύσσει με βασιλικό διάταγμα του 1921 προέχον βυζαντινό μνημείο και στα επόμενα χρόνια σε Αρχαιολογικό Χώρο, απαλλοτριώνοντας όσες ιδιοκτησίες απέμειναν. Τέλος, ως μεγαλύτερη αναγνώριση το 1989 η UNESCO συμπεριλαμβάνει το Μυστρά στον κατάλογο των μνημείων που συνιστούν την Παγκόσμια Πολιτιστική Κληρονομιά.

2. ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΤΟ ΜΥΣΤΡΑ ΤΟΥ ΣΗΜΕΡΑ

Σε απόσταση 6 χλμ. από τη Σπάρτη βρίσκεται ο οικισμός του Νέου Μυστρά, τον οποίο στεφανώνει η ομώνυμη Καστροπολιτεία με υψόμετρο 280 μέτρα και 807 κατοίκους.

Ο επισκέπτης διασχίζοντας την πύλη του κάστρου, μπορεί να ακολουθήσει μία από τις πολλές προτεινόμενες διαδρομές. Ο δρόμος του θα τον οδηγήσει δίπλα σε σημαντικά μνημεία, κοσμικά και εκκλησιαστικά, που καταγράφουν ως αδιάψευστοι μάρτυρες την ιστορία του τόπου. Ξεκινώντας από την πάνω Πύλη, με την είσοδό του, θα δει το ναό της Αγίας Σοφίας, του παρεκκλησίου των Παλατιών, το συγκρότημα των Παλατιών, από τα ελάχιστα σωζόμενα σήμερα παγκοσμίως. Θα συνεχίσει έως το Μοναστήρι της Παντάνασσας, αφιερωμένο από τον Πρωθυπουργό του Δεσποτάτου, Ιωάννη Φραγκόπουλο, στην Θεοτόκο, την Περίβλεπτο, τον περικαλλή ναό δίπλα από τα τείχη, το Μοναστήρι του Βροντοχίου με τα δύο Καθολικά και τα ίχνη της σημαντικής βιβλιοθήκης του, και τέλος τον Μητροπολιτικό ναό αφιερωμένο στον Άγιο Δημήτριο.

Σύμφωνα με το θρύλο, στο κέντρο του ναού, πάνω σε μια μαρμάρινη ανάγλυφη πλάκα με το σύμβολο της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας τον δικέφαλο αετό, γονάτισε ένας από τους Δεσπότες του Μυστρά ο Κωνσταντίνος Παλαιολόγος, για να δεχθεί πρώτη φορά το χρίσμα του Αυτοκράτορα, πριν ξεκινήσει το δύσκολο ταξίδι του προς την αθανασία.

Στην κορυφή της καστροπολιτείας δεσπόζει το Φράγκικο κάστρο που προσφέρει μια πανοραμική θέα της πεδιάδας της Λακεδαίμονος, αλλά και του ορεινού όγκου του Ταΰγετου.

Η τέχνη και η τεχνική των τοιχογραφιών, αλλά και των εικόνων που σώζονται δεν μπορούν παρά να αφήσουν άφωνο τον επισκέπτη, που ευλαβικά στέκεται και παρακολουθεί, όσα ο ζωγράφος της εποχής ιστορεί με περίτεχνο τρόπο. Και είναι ακριβώς η λάμψη και η καθαρότητά του που ανέδειξαν του ζωγράφους αυτούς σε δασκάλους της περίφημης ζωγραφικής Σχολής του Μυστρά.

Σήμερα με την άοκνη προσπάθεια των συντηρητών της 5^{ης} Εφορείας Βυζαντινών Αρχαιοτήτων, επανέρχεται το μεγαλείο των παραστάσεων και η χάρη των μορφών, ώστε ο επισκέπτης να αποκτήσει μια ολοκληρωμένη εικόνα για την τέχνη της εποχής εκείνης.

Καθώς φεύγει από το Κάστρο με την καρδιά γεμάτη περηφάνια για το μεγαλείο των βυζαντινών προγόνων, ο επισκέπτης συναντά το συγκρότημα των πηγών της αρχοντικής οικογένειας των Κρεββατάδων, και καθώς βαδίζει προς το νέο οικισμό του Μυστρά παρατηρεί βυζαντινούς και

μεταβυζαντινούς ναούς: της Αγίας Βαρβάρας, του Αγίου Γεωργίου, των Αγίων Θεοδώρων, του Αγίου Σπυρίδωνα, της Παναγίας της Κρητικής, του Αγίου Ιωάννη στην δροσερή τοποθεσία των Βουβάλων, όπου θα σταθεί να ξεδιψάσει στην κρήνη που οι προσκυνητές της εποχής κατασκεύασαν. Όταν φτάσει στην πλατεία Παλαιολόγου, μένει έκθαμβος μπροστά στην προτομή του τελευταίου Αυτοκράτορα του Βυζαντίου και Δεσπότη του Μυστρά, Κων/νου ΙΑ' Παλαιολόγου, συναισθανόμενος το μεγαλείο, τη μοναδικότητα και το ηθικό βάρος της θυσίας του μαρτυρικού Αυτοκράτορα και φεύγει με ένα φορτίο υποχρεώσεων και υποσχέσεων.

3. ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ ΤΟΥ ΜΥΣΤΡΑ

1. ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΑ ΚΑΙ ΕΚΚΛΗΣΙΕΣ

Στο Μυστρά δεσπόζουν 7 σημαντικές εκκλησίες: ο Άγιος Δημήτριος (Μητρόπολη), η Παντάνασσα, η Αγία Σοφία, η Ευαγγελίστρια, η Περίβλεπτος, η Παναγία η Οδηγήτρια (Αφεντικό) και οι Άγιοι Θεόδωροι. Οι εκκλησίες αυτές υπήρξαν καθολικά μοναστηριών.

Σήμερα πάντως, μόνο η Παντάνασσα λειτουργεί ως μοναστήρι. Πολλές από τις εκκλησίες οφείλουν τη σημερινή τους μορφή σε εργασίες συντήρησης που πραγματοποιήθηκαν από τον Α. Ορλάνδο λίγο πριν το 1940.

Η μορφή των εκκλησιών συνδέεται με το φυσικό ανάγλυφο της θέσης στην οποία χτίστηκαν. Έτσι, το σύνολο των εκκλησιών αποκλίνει προς την ανατολή, κατά παράβαση των σχετικών κανόνων της θρησκευτικής παράδοσης. Μία από αυτές, μάλιστα, ο Άγιος Γεώργιος, έχει φορά από το βορρά προς το νότο. Ως προς την αρχιτεκτονική μορφή, κυριαρχούν ο απλός δίστυλος τύπος και ο χαρακτηριστικός για τον Μυστρά τύπος που συνδυάζει τη βασιλική στο ισόγειο και το ναό με τρούλους στο υπερώο. Σήμα κατατεθέν των εκκλησιών είναι και οι εξωτερικές στοές. Συνολικά, η αρχιτεκτονική μορφή και τα δομικά υλικά διαμορφώνουν ένα απόλυτα αρμονικό σύνολο με το περιβάλλον.

• ΜΗΤΡΟΠΟΛΗ – ΑΓ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

Πρόκειται για συγκρότημα κτηρίων που βρίσκεται μέσα από το βορειότερο σημείο του εξωτερικού τείχους. Δύο είσοδοι, μια μικρή και παλαιότερη, νότια, και μια μεταγενέστερη και πιο επιβλητική, στη δυτική αυλή, μας οδηγούν στο εσωτερικό του συγκροτήματος και στο ναό, ο οποίος είναι αφιερωμένος στον Άγιο Δημήτριο. Εδώ στέφθηκε αυτοκράτορας ο Κωνσταντίνος Παλαιολόγος, ανήμερα των Θεοφανείων του 1449. Χωρίς να το ξέρει ότι θα είναι ο τελευταίος αυτοκράτορας ακουμπάει τα πόδια του επάνω στα κεφάλια του μαρμάρινου δικέφαλου αετού, εμβλήματος της οικογενείας του και γίνεται βασιλιάς. Η μαρμάρινη αυτή πλάκα βρίσκεται ακόμα στη Μητρόπολη του Μυστρά, στο κέντρο του ναού.

Ο ναός είναι μια τροποποιημένη μορφή της αρχικής τρίκλιτης βασιλικής που άρχισε να χτίζεται μάλλον από το μητροπολίτη Ευγένιο το 1263. Στη συνέχεια προστέθηκαν οι εργασίες και η διακόσμηση (τέλη 13^{ου} αιώνα) του μητροπολίτη Νικηφόρου Μοσχόπουλου, με χορηγία του αδερφού του Ααρών, η μορφή του οποίου ξεχωρίζει ανεπαίσθητα σε μια τοιχογραφία στο ιερό.

Κατά το 15^ο αιώνα, ο μητροπολίτης Ματθαίος γκρέμισε τη ξύλινη δίρριχτη στέγη. Στη θέση της κατασκευάστηκε ένα σύμπλεγμα τρούλων, ενώ παράλληλα προστέθηκε ο γυναικωνίτης και καταστράφηκε το πάνω μέρος των τοιχογραφιών του εσωτερικού κλίτους.

Έτσι ο ναός μετατράπηκε σε βασιλική κάτω και σταυροειδή με τρούλο επάνω.

Ο γλυπτός διάκοσμος του ναού εμφανίζει ποικιλία ως προς το ύφος και την εποχή, ενώ αξιοπρόσεκτος είναι ο ανάγλυφος δικέφαλος αετός των Παλαιολόγων στο δάπεδο, κάτω από τον τρούλο. Ποικιλία ως προς την τεχνοτροπία αλλά μεγαλύτερη εντόπιση ως προς το χρόνο (τελευταίο τέταρτο 13^{ου} – αρχές 14^{ου} αιώνα) εμφανίζουν οι εξαιρετικές τοιχογραφίες του ναού, που σε μεγάλο βαθμό οφείλονται στον Νικηφόρο.

Το συγκρότημα της Μητρόπολης συμπληρώνουν κτήρια που προστέθηκαν μεταγενέστερα: το πυργόμορφο καμπαναριό (στη νοτιοανατολική γωνία του ναού), η στοά με τους πεσσούς και τις καμάρες στη δυτική πρόσοψη, μια δεύτερη στοά στη βόρεια πλευρά, απ' όπου η θέα προς την κοιλάδα είναι εξαιρετική, καθώς και η όμορφη βόρεια αυλή με τα τόξα και τα διώροφα κτήρια στη δυτική πλευρά της, έργα του μητροπολίτη Ανανία Λαμπαδάρη, ο οποίος σφαγιάστηκε από τους Τούρκους το 1760.

Το σημείο όπου μαρτύρησε, έξω από τη Μητρόπολη, είναι περιφραγμένο με κιγκλίδωμα. Ένας άλλος μητροπολίτης, ο Χρυσάνθος, έχτισε το 1802 τη βρύση που συναντάμε στην ίδια αυλή.

• ΠΑΝΤΑΝΑΣΣΑ

Είναι η τελευταία χρονολογικά εκκλησία που χτίστηκε στον Μυστρά κάτω από τα τείχη της Επάνω Πόλης. Κατέχει περίοπτη θέση, στο κεντρικό σημείο της ανατολικής πλαγιάς του λόφου και της καστροπολιτείας γενικότερα.

Η μονή ιδρύθηκε το 1426-8 από τον Ιωάννη Φραγκόπουλο, υψηλόβαθμο αξιωματούχο του δεσποτάτου, και διατηρείται καλύτερα από όλα τα άλλα μνημεία του Μυστρά. Ανήκει στο συνηθισμένο για το Μυστρά τύπο που συνδυάζει την τρίκλιτη βασιλική στο ισόγειο και το σταυροειδή εγγεγραμμένο πεντάτρουλο στον όροφο. Σημαντικές για το κτιριακό συγκρότημα ήταν οι ανοικτές στοές του (σήμερα σώζεται μόνο μία).

Τα γλυπτά του ναού, που ποικίλλουν ως προς την τεχνοτροπία, παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Ανάμεσά τους ξεχωρίζουν τα κιονόκρανα, τα επιθήματα και η πύλη που οδηγεί από το νάρθηκα στο ναό. Οι τοιχογραφίες των θόλων και των υπερώων της Παντάνασσας (1430) έχουν υψηλή ποιότητα και ξεχωρίζουν για τη δύναμη του χρώματος και την κίνηση που τις διακρίνει. Οι τοιχογραφίες του ισογείου είναι μεταγενέστερες (17^{ος} –18^{ος} αι.) και διαφοροποιούνται ως προς το ύφος και την καλλιτεχνική αξία.

Η εξωτερική ανάγλυφη κεραμοπλαστική διακόσμηση της Παντάνασσας αποτελεί εξαίρετο δείγμα συνδυασμού βυζαντινών και δυτικών στοιχείων. Πιο έντονες είναι οι φραγκικές επιδράσεις στο εντυπωσιακό τετραώροφο καμπαναριό της. Συνολικά ο ναός είναι το κτίσμα του Μυστρά με τις ισχυρότερες δυτικές επιρροές.

- **ΕΥΑΓΓΕΛΙΣΤΡΙΑ**

Η Ευαγγελίστρια βρίσκεται στην Κάτω Χώρα, ανάμεσα στη Μητρόπολη και τους Αγίους Θεοδώρους. Είναι ένας μικρός δίστυλος σταυροειδής ναός, με καλαίσθητο τρούλο, νάρθηκα και γυναικωνίτη, που χρονολογείται στα τέλη του 14^{ου} ή στις αρχές του 15^{ου} αι.. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο γλυπτός διάκοσμος στο εσωτερικό του, στον οποίο ξεχωρίζουν τα σκαλισμένα κυβικά κιονόκρανα. Ο περίβολος του ναού χρησίμευε ως νεκροταφείο, αν και όπως μαρτυρεί η ιδιαίτερη κομψότητά του αυτός δεν προοριζόταν εξ αρχής για κοιμητήριο.

- **ΜΟΝΗ ΒΡΟΝΤΟΧΙΟΥ (ΑΓΙΟΙ ΘΕΟΔΩΡΟΙ, ΟΔΗΓΗΤΡΙΑ/ΑΦΕΝΤΙΚΟ)**

Οι Άγιοι Θεόδωροι και η Παναγία η Οδηγήτρια, οι μεγαλύτερες και πιο εντυπωσιακές εκκλησίες του Μυστρά, βρίσκονται στη βόρεια γωνία του εξωτερικού τείχους. Αποτελούσαν τμήματα του μοναστηριακού συγκροτήματος του Βροντοχίου, το οποίο ήταν πνευματικό κέντρο του Μυστρά και χώρος ταφής των δεσποτών.

Οι Άγιοι Θεόδωροι είναι ένας σταυροειδής οκταγωνικός ναός και προηγούνται χρονολογικά. Η ανέγερσή τους άρχισε γύρω στα 1290, για να ολοκληρωθεί το 1295 από τον Παχώμιο. Ο ίδιος, το 1310, σε μια περίοδο που η μονή είχε ανοδική πορεία, έχτισε το λαμπρό ναό της Παναγίας της Οδηγήτριας, ο οποίος συγκέντρωσε γύρω του τα κτίρια της μονής (Τράπεζα και κελιά). Ο Παχώμιος –όπως και ο δεσπότης Θεόδωρος Α΄- έχει ταφεί στο βορειοδυτικό παρεκκλήσιο της Οδηγήτριας.

Στην εξωτερική όψη των Αγίων Θεοδώρων κυριαρχούν ο τεράστιος τρούλος και οι σειρές από τούβλα ανάμεσα στην τοιχοδομία και στα τόξα των παραθύρων. Στο εσωτερικό του ναού σώζονται λίγα γλυπτά, αντιπροσωπευτικά της γλυπτικής τέχνης στην περιοχή κατά τα τέλη του 13^{ου} αι.. Λίγες και όχι καλά διατηρημένες είναι και οι τοιχογραφίες που σώζονται σε διάφορα σημεία του ναού.

Ο μεγαλοπρεπής και επιβλητικός ναός της Παναγίας της Οδηγήτριας χαρακτηρίζεται από ένα σύνθετο τύπο: εξωτερικά είναι διώροφος πεντάτρουλος σταυροειδής ναός, ενώ εσωτερικά έχει τη μορφή μιας ιδιόμορφης βασιλικής. Το κτιριακό συγκρότημα πλαισιώνουν μια σειρά παρεκκλήσια και ένα τριώροφο καμπαναριό. Στο εσωτερικό του ναού ξεχωρίζουν η διακόσμηση των τοίχων με την πολυέξοδη τεχνική της ορθομαρμάρωσης (επένδυση των τοίχων με πολύχρωμες πλάκες μαρμάρων), καθώς και πολλές αξιόλογες τοιχογραφίες.

Η Οδηγήτρια είχε μεγάλη περιουσία και σημαντικά εισοδήματα. Ταυτόχρονα, χαρακτηριζόταν ως σταυροπηγιακή (υπαγόταν, δηλαδή, απευθείας στο Πατριαρχείο) και ήταν απαλλαγμένη από φόρους. Στους τοίχους του νοτιοδυτικού παρεκκλησίου μπορείτε να διακρίνετε τμήματα από αντίγραφο των χρυσόβουλων που κατοχυρώνουν αυτά τα προνόμια της μονής. Η δυνατότητά της να ελέγχει την περιουσία της και να μην πληρώνει φόρους ή, κατ' άλλους, η απεικόνιση του δεσπότη Θεόδωρου με αυτοκρατορικά σύμβολα της έδωσαν το όνομα «Αφεντικό».

• ΑΓΙΑ ΣΟΦΙΑ

Η Αγία Σοφία, που μάλλον ήταν καθολικό μονής και επίσημος ναός του παλατιού και των ευγενών, βρίσκεται στην Επάνω Χώρα. Χτίστηκε ανάμεσα στο 1350 και το 1365 από τον Μανουήλ Καντακουζηνό, τον πρώτο δεσπότη του Μυστρά, και ταυτίζεται με το ναό του Ζωοδότη Χριστού, ο οποίος ιδρύθηκε από τον Μανουήλ και μετατράπηκε σε ανδρικό μοναστήρι με πατριαρχικό σιγίλλιο του 1365. Ανήκει στον απλό δίστυλο τύπο (τον ίδιο με την Ευαγγελίστρια και την Περίβλεπτο) και διατηρεί λίγα μόνο στοιχεία από το γλυπτό διάκοσμο και τις τοιχογραφίες της.

• ΠΕΡΙΒΛΕΠΤΟΣ

Στο νοτιοανατολικό άκρο του οικισμού, δίπλα στον απόκρημνο βράχο, συναντάμε το περίπλοκο και συνάμα γραφικό μοναστηριακό συγκρότημα της Περιβλέπτου. Ο ναός, που μοιάζει να είναι σφηνωμένος μέσα στο βράχο, χτίστηκε το 14^ο αι. και είναι σταυροειδής, εγγεγραμμένος δίστυλος. Η είσοδος στο ναό εξασφαλίζεται από μια μικρή πόρτα δίπλα στις ασίδες, η οποία οδηγεί αρχικά σ' ένα στενό διάδρομο, κάτω από το βράχο. Το κτιριακό σύμπλεγμα συμπληρώνουν τα παρεκκλήσια.

Το εσωτερικό του ναού κοσμείται με εξαιρετικές τοιχογραφίες, χαρακτηριστικές της Παλαιολόγειας Αναγέννησης. Ανάμεσά τους ξεχωρίζει η εικονογράφηση του τρούλου, στον οποίο εικονίζεται ο Παντοκράτωρ, η Παναγία και οι Προφήτες. Η τεχνοτροπία και το ύφος των εικόνων παρουσιάζουν σημαντική ομοιογένεια. Εντούτοις, πιο διεισδυτικές και εξειδικευμένες

ματιές αποδίδουν τα έργα σε τέσσερις διαφορετικούς αγιογράφους ή σε διαφορές στον τρόπο εκτέλεσης των έργων. Τέλος, αξιόλογος ως προς την αισθητική, αλλά με ποικιλία ως προς την τεχνοτροπία, εμφανίζεται ο γλυπτός διάκοσμος του ναού.

2. ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΟΥ ΜΥΣΤΡΑ

Το Μουσείο ιδρύθηκε το 1951 και στεγάζεται στο κτίριο της δυτικής πτέρυγας στη βόρεια αυλή της Μητρόπολης. Στα χρόνια που μεσολάβησαν από την ίδρυσή του, η συλλογή του εμπλουτίστηκε σημαντικά και περιλαμβάνει γλυπτά, αρχιτεκτονικά μέλη, τοιχογραφίες, φορητές εικόνες, ενδυματολογικά κατάλοιπα, κοσμήματα και χειρόγραφους κώδικες, που χρονολογούνται από τα παλαιοχριστιανικά ως τα μεταβυζαντινά χρόνια.

Στις αίθουσες του πρώτου ορόφου έχουν εκτεθεί γλυπτά και εικονογραφημένοι κώδικες, καθώς και ευρήματα ανασκαφών από τον αρχαιολογικό χώρο του Μυστρά και της Σπάρτης.

Στη νότια αίθουσα έχει εκτεθεί μια μαρμάρινη πλάκα που παριστάνει την Ανάληψη του Μεγάλου Αλεξάνδρου, από το δάπεδο της Περιβλέπτου και χρονολογείται στον 14^ο αι.. Το σκάλισμα είναι επιπεδόγλυφο και τα διακοσμητικά θέματα και η τεχνική δείχνουν έντονη μουσουλμανική επίδραση. Τη γνησιότερη ντόπια τεχνική εκπροσωπεί ένα τοξωτό Προσκυνητάρι, που βρέθηκε σε δεύτερη χρήση σε εξωτερικό τοίχο της Περιβλέπτου. Διατηρείται ολόκληρο μαζί με την ανάγλυφη και χαρακτή εικόνα του ένθρονου Χριστού, που συμπλήρωνε κηρομαστίχη.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν μερικά κομμάτια από επιστύλιο τέμπλου με τα μονογράμματα και τα οικοδόμημα της Ισαβέλλας de Lusignan (Ζαμπέα ντε Λεξηνάω), γυναίκας του Δεσπότη Μανουήλ Καντακουζηνού, καθώς και δύο ταφικές πλάκες με μονογράμματα της οικογένειας των Καντακουζηνών, προερχόμενες πιθανότατα από ψευδοσαρκοφάγο. Σε βιτρίνες εκτίθενται δύο κώδικες υστεροβυζαντινών χρόνων και ένας κώδικας του 17^{ου} αι..

Στη βόρεια αίθουσα εκτίθενται τα μοναδικά ευρήματα της ανασκαφής τάφου βυζαντινής πριγκίπισσας στη βόρεια πλευρά της Αγίας Σοφίας. Σε ειδικές βιτρίνες βρίσκονται η μακριά πλεξούδα, το μεταξωτό γυναικείο φόρεμα, τα υποδήματα, καθώς και η αναπαράστασή τους ύστερα από τις νεότερες μελέτες που έγιναν σε συνεργασία με ειδικούς ερευνητές του Μουσείου της Γενεύης.

Σε χωριστές βιτρίνες εκτίθενται κοσμήματα υστεροβυζαντινών χρόνων, διακοσμητικές ταινίες και άλλα είδη ένδυσης, κομβία και μήτρα κομβίων, καθώς και πέταλα υποδημάτων.

Η ζωγραφική του Μυστρά αντιπροσωπεύεται με σπαράγματα τοιχογραφιών από τα παρεκκλήσια του και με αξιόλογες φορητές εικόνες, ενώ ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχουν επίσης η συλλογή της μικροτεχνίας, που περιλαμβάνει βυζαντινά και ενετικά έργα (νομίσματα,

δαχτυλίδια, πόρπες, ένα χάλκινο θυμιατήρι κ.ά.), και της κεραμικής, που περιλαμβάνει εκθέματα των βυζαντινών χρόνων.

Τέλος, στο Μουσείο εκτίθενται τρεις χειρόγραφοι κώδικες της Ιεράς Μητρόπολης Μονεμβασίας και Σπάρτης, που χρονολογούνται στα υστεροβυζαντινά και μεταβυζαντινά χρόνια.

3. ΑΝΑΚΤΟΡΑ

Στην πλατεία της Επάνω Χώρας, σε μια θέση που εποπτεύει όλο το λόφο και την κοιλάδα της Σπάρτης, ορθώνεται ένα μεγάλο συγκρότημα πρόσφατα αναστηλωμένων κτιρίων, τα οποία ταυτίζονται με τα ανάκτορα των Παλαιολόγων και των Καντακουζηνών. Τα επιβλητικά αυτά κτίρια, τα οποία σχηματίζουν δύο πτέρυγες που ενώνονται σχεδόν σε ορθή γωνία, κλείνουν τη βορειοανατολική πλευρά της πλατείας και ορίζουν έναν προστατευμένο χώρο όπου γίνονταν οι συνάξεις του λαού.

Οι διαφοροποιήσεις στα αρχιτεκτονικά πρότυπα δείχνουν ότι οι δύο πτέρυγες χτίστηκαν σταδιακά και σε διαδοχικές φάσεις. Η βορειοανατολική πτέρυγα άρχισε να κτίζεται μάλλον επί Φραγκοκρατίας (1249-1261) και χαρακτηρίζεται από πλαστικότητα, κλιμακωτή διάταξη των κτιρίων και φρουριακή όψη. Σε αυτή ανήκουν το αρχικό κτίριο με τα γοθικά τόξα στα μικρά του παράθυρα, το μαγειρείο με την εστία του και τις στέρνες, καθώς και το μεταγενέστερο δίπατο κτίριο που χρησίμευε ως κατοικία του δεσπότη (χρονολογείται στα 1350-1400).

Η βορειοδυτική πτέρυγα, η οποία αποτελεί ένα ενιαίο κτίριο, είναι σπάνιο δείγμα κοσμικής βυζαντινής αρχιτεκτονικής. Πρέπει να κτίστηκε μετά το 1400 από τους Παλαιολόγους και παρουσιάζει πολλές αναλογίες με αντίστοιχα βυζαντινά κτίρια, όπως το ανάκτορο του Κωνσταντίνου του Πορφυρογέννητου στην Κωνσταντινούπολη, του 13^{ου} – 14^{ου} αι.. Η πτέρυγα αυτή αποτελεί στην ουσία μια ολοκληρωμένη ανακτορική κατοικία: έχει ένα μικρό υπόγειο με καμαρωτή οροφή και δυο ορόφους. Ο πρώτος όροφος χωριζόταν σε οκτώ διαμερίσματα, ενώ ο δεύτερος, ο οποίος ήταν ενιαίος, αποτελούσε την Αίθουσα του Θρόνου (το λεγόμενο «χρυσοτρίκλινον» των Βυζαντινών). Πρόκειται για μια τεράστια αίθουσα, που θερμαινόταν με οκτώ τζάκια, ήταν πιθανόν διακοσμημένη με τοιχογραφίες και είχε περιμετρικά στο εσωτερικό της χαμηλό χτιστό πεζούλι, για να κάθονται οι επισκέπτες.

4. ΤΑ ΣΠΙΤΙΑ

Στον Μυστρά σώζονται σπάνια δείγματα βυζαντινών σπιτιών και αρχοντικών, δίνοντάς μας μια εικόνα της αρχιτεκτονικής των κατοικιών κατά τον Μεσαίωνα. Σώζονται επίσης και πολλά σπίτια της Τουρκοκρατίας. Η μορφή τους καθορίστηκε από τη μορφολογία του εδάφους και την πολεοδομική διάταξη του οικισμού. Μερικά είναι απλά δίπατα κτίρια χωρίς πύργο, κάποια έχουν στην πρόσοψη ηλιακόν (λιακωτό), ενώ άλλα αποτελούν πραγματικά αρχοντικά με πύργο.

Γενικά, τα σπίτια είναι ορθογώνια, με το μεγάλο τους άξονα κάθετο προς την κλίση του εδάφους και το πίσω τμήμα «χωμένο» στο έδαφος. Έχουν κατώι για τα ζώα και, σε αρκετές περιπτώσεις, καμαροσκέπαστο πέρασμα στο ισόγειο (διαβατικό). Επίσης διαθέτουν και αποχωρητήρια, που αναφέρονται στα βυζαντινά κείμενα ως απόπατοι. Η διημέρευση γινόταν στο ανώι, σ' ένα ευρύχωρο δωμάτιο, το τρίκλινο, με παράθυρα και μεγάλες κόγχες στους τοίχους. Οι εξώστες (ηλιακά) στηρίζονται σε σειρές από μικρά διακοσμητικά τόξα. Παρότι στο ισόγειο και στον όροφο υπήρχαν τόξα, η στέγη των σπιτιών ήταν πάντα δίρριχτη. Τα περισσότερα από αυτά ήταν σοβαντισμένα μέσα κι έξω και –ιδιαίτερα στην Κάτω Χώρα- εφάπτονταν μεταξύ τους, αφήνοντας όμως και χώρους για αυλές και κήπους.

Σε καλή κατάσταση σώζεται το λεγόμενο «παλατάκι» ή «αρχοντικό», λίγο πάνω από τον Άγιο Νικόλαο, που είναι και το πιο σύνθετο σπίτι του Μυστρά, καθώς και το σπίτι του Φραγκόπουλου κάτω από την Παντάνασσα, προς την Περίβλεπτο, και του Λάσκαρη κοντά στη Μητρόπολη, που έχει οικοδομηθεί σε διαφορετικές φάσεις και εξυπηρετούσε εύπορη οικογένεια που ανήκε στον αυτοκρατορικό κύκλο.

5. ΤΟ ΚΑΣΤΡΟ ΚΑΙ ΤΑ ΤΕΙΧΗ

Η σημερινή μορφή του κάστρου είναι προϊόν διαδοχικών φάσεων: της αρχικής του Βιλλαρδουίνου και, στη συνέχεια, των εργασιών που έγιναν στα χρόνια των Βυζαντινών και των Τούρκων.

Το κάστρο είναι μακρόστενο και εκτείνεται σε μήκος 170 μ.. Περικλείει ένα πλάτωμα και έχει δύο περιβόλους που ακολουθούν την κλίση του εδάφους: τον εξωτερικό, με τον κυκλικό πύργο του βιγλάτορα, και τον εσωτερικό, με την κατοικία του διοικητή και μια δεύτερη σημαντική βίγλα. Από τον πύργο του βιγλάτορα ελέγχεται ο Ταύγετος και όλη η κοιλάδα, ενώ από τη βίγλα του εσωτερικού περιβόλου ελέγχονται οι δυτικές του πλαγιές, απ' όπου έρχονταν οι Μηλιγγοί. Προς τον Ταύγετο η νοτιοανατολική πλευρά του βουνού είναι απρόσιτη. Η θέα στην κοιλάδα του Ευρώτα από το κάστρο είναι εντυπωσιακή.

Κάτω από το κάστρο είχαν αναπτυχθεί τα τείχη του Μυστρά. Η πρώτη οχύρωση, που στην ουσία προστάτευε την Επάνω Χώρα, ξεκινούσε από το κάστρο, προστάτευε τα παλάτια και αρκετά αρχοντικά, συνέχιζε πάνω από την Παντάνασσα και έφτανε στον γκρεμό. Στη δυτική του πλευρά υπήρχαν μια σειρά πύργοι, ενώ εξαιρετική οχύρωση είχαν και οι δύο πύλες της πλευράς αυτής. Ακόμη πιο κάτω βρισκόταν ο δεύτερος οχυρωματικός περίβολος, ο οποίος προστάτευε τον κυρίως οικισμό και είχε ως σημεία αναφοράς το Αφεντικό (βορειοδυτικά), τη Μητρόπολη (βορειοανατολικά) και την Περίβλεπτο (νοτιοανατολικά).

4. Η ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΑ ΜΝΗΜΕΙΑ

Ο αυτοκινητόδρομος από τη Σπάρτη οδηγεί σήμερα στη θέση Μαρμάρα, όπου είναι η κάτω είσοδος στην παλιά πόλη από τα εξωτερικά τείχη και πιο πάνω, στη νοτιοδυτική είσοδο του κάστρου, κοντά στην Αγία Σοφία. Όταν προχωρήσει ο επισκέπτης προς τα δεξιά, θα συναντήσει πρώτα τη Μητρόπολη, που έχει μια μικρή πύλη προς το στενό δρόμο. Προς την ίδια κατεύθυνση θα συναντήσει τη μικρή εκκλησία της Ευαγγελίστριας. Από εκεί θα προχωρήσει προς την εκκλησία των Αγίων Θεοδώρων και θα φτάσει στο Αφεντικό (Οδηγήτρια).

Από το Αφεντικό θα ξαναγυρίσει στους Αγίους Θεοδώρους, όπου, πίσω από το ιερό, αρχίζει ένας στενός ανηφορικός δρόμος που οδηγεί στην Παντάνασσα. Εκεί, η φιλοξενία των μοναχών θα τον βοηθήσει να ξεποστάσει. Στη Χώρα ή Πάνω Χώρα, θα μπει απ' την «Πόρτα της Μονεμβασιάς» και θα προχωρήσει προς τα Παλάτια, απ' όπου θα κατευθυνθεί προς την Αγία Σοφία. Κεντρικός για την Επάνω Χώρα είναι ο δρόμος που συνδέει την πύλη της Μονεμβασιάς με εκείνη του Ναυπλίου. Δίπλα του θα συναντήσετε τα παλάτια.

Αριστερά από το Αφεντικό βρίσκονται τα αρχοντικά του Λάσκαρη, του Φραγκόπουλου και του Κρεββατά, ο Άγιος Γεώργιος, η Περίβλεπτος κ.ά.. Από τη Μητρόπολη, τους Αγίους Θεοδώρους και την Ευαγγελίστρια, τέλος, ξεκινούν ανηφορικά μονοπάτια προς την Παντάνασσα.

5. ΟΙ ΟΙΚΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΜΥΣΤΡΑ

Την ομορφιά του Μυστρά συμπληρώνουν οι τέσσερις οικισμοί:

- Της **Ταϋγέτης** με την ονομαστή Μονή της Ζωοδόχου Πηγής, τις κρυστάλλινες πηγές και την πλούσια χλωρίδα και πανίδα. Εδώ είναι οι εγκαταστάσεις, μέσα σε ένα παραδεισένιο τοπίο, των παιδικών κατασκηνώσεων της Ιεράς Μητροπόλεως Μονεμβασιάς και Σπάρτης.
- Των **Πικουλανίκων** με τις πηγές και τη ξακουστή Μονή της Αγίας Παρασκευής. Είναι ο τόπος με τη μοναδική θέα προς την πεδιάδα της Σπάρτης και το κάστρο του Μυστρά. Εδώ οι Μπέηδες της Τουρκοκρατίας πραγματοποιούσαν τις γιορτές τους και εδώ, κατά την παράδοση, φύτεψε από την καμένη σούβλα το κυπαρίσσι του Μυστρά. Ο επισκέπτης θα βρει παραδοσιακές ταβέρνες που πρόσχαρα θα τον εξυπηρετήσουν.
- Του **Βλαχοχωρίου** στη Δυτική πλευρά του κάστρου και

- Του **Παλαιολογίου** στην είσοδο του νέου Μυστρά μέσα στην καταπράσινη πεδιάδα με τα πολυτελή νέα κτίρια.

6. ΠΕΖΟΠΟΡΙΚΑ ΜΟΝΟΠΑΤΙΑ (ΤΑΥΓΕΤΟΣ)

Οι φίλοι της οδοιπορίας μπορούν να ανακαλύψουν τις ομορφιές του Μυστρά και της ευρύτερης περιοχής ακολουθώντας τα μονοπάτια ή καλντερίμια που αποκαταστάθηκαν στο πλαίσιο του προγράμματος «Προστασία, Διαχείριση και Ήπια Τουριστική Αξιοποίηση του Ταυγέτου» και διασχίζουν τον ορεινό όγκο του Ταυγέτου. Ο οικισμός της Αναβρυτής αποτελεί ορμητήριο για περιήγηση. Από εδώ ξεκινούν τα μονοπάτια προς το καταφύγιο (Ε4), προς Μυστρά, προς Άγιο Ιωάννη και Ταυγέτη. Από το Παρόρι ξεκινά μονοπάτι προς την Παναγία Λαγκαδιώτισσα και προς τη Μονή Φανερωμένης. Από το Μυστρά μπορεί ο επισκέπτης να ακολουθήσει μια θαυμάσια διαδρομή προς την Ταυγέτη αλλά και προς τον Άγιο Ιωάννη των Βουβάλων. Εξαιρετική είναι και η περιήγηση στις πηγές του «Αη-Γιαννάκη» στη ρεματιά της Τρύπης και στον Καιάδα. Στην περιοχή της Λαγκάδας Ταυγέτου, λίγα χιλιόμετρα μετά τον οικισμό Τρύπης έχει δημιουργηθεί αναρριχτικό πάρκο με σημαντικές διαδρομές που προσφέρονται για άθληση.

7. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

- **‘Παλαιολόγεια’:** Κάθε χρόνο στο Μυστρά, από τις 25 ως τις 29 Μαΐου, γιορτάζονται με μεγάλη λαμπρότητα οι εκδηλώσεις των Παλαιολογείων. Ο δήμος, θέλοντας να τιμήσει τον τελευταίο αυτοκράτορα του Βυζαντίου Κωνσταντίνο Παλαιολόγο, διοργανώνει κύκλο θρησκευτικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων στο χώρο του κάστρου, καθώς και συνέδρια που αφορούν τα βυζαντινά χρόνια.
- **Εμποροπανήγυρη:** Στο Μυστρά διοργανώνεται επίσης κάθε χρόνο (26 Αυγούστου – 2 Σεπτεμβρίου) εδώ και περίπου 300 χρόνια, η ονομαστή εμποροπανήγυρη, που αποτελεί σημαντικό εμπορικό κοινωνικό και πολιτιστικό γεγονός για όλη την περιοχή. Λέγεται μάλιστα ότι ο πληθυσμός του Μυστρά έφτασε κατά τα τέλη του 18^{ου} αιώνα στους 18.000 κατοίκους και η ανάπτυξή του αυτή στηρίχτηκε στο εμπόριο του μεταξιού και στην εμποροπανήγυρη που γινόταν κάθε Σεπτέμβριο.
- **Πολιτιστικές εκδηλώσεις Σαΐνοπουλείου Αμφιθεάτρου:** Από Ιούνιο μέχρι και Οκτώβριο κάθε χρόνο το Σαΐνοπούλειο Αμφιθέατρο φιλοξενεί τις καλύτερες μουσικές και θεατρικές παραστάσεις που δίνονται σε όλη την Ελλάδα. Αποτελεί το κέντρο των πολιτιστικών εκδηλώσεων της Λακωνίας τα τελευταία 15 χρόνια και βρίσκεται στην έδρα του Δήμου Μυστρά που είναι η όμορφη Μαγούλα. Είναι σύγχρονο αμφιθέατρο, ωστόσο καλύπτει όλες τις προδιαγραφές των αρχαίων στον προσανατολισμό, τη θέα («ατενίζει» τον Ταΰγετο και το Μυστρά), την ακουστική, την αμεσότητα στην επικοινωνία του θεατή με τον ηθοποιό. Χωρίζεται σε 4 κερκίδες, έχει 15 σειρές καθισμάτων και εξυπηρετεί 2.000 θεατές. Γύρω του απλώνεται το Σαΐνοπούλειο Πάρκο, ένας χώρος στον οποίο συναντάμε έναν παραδοσιακό νερόμυλο, τη βίλα Χρυσανγή, ένα δρόμο με φοίνικες, παιδική χαρά, καθώς και το δρόμο των ποιητών, με προτομές του Νικηφόρου Βρεττάκου, του Γιάννη Ρίτσου και άλλων.
- **Πρωτομαγιά στην Ταϋγέτη:** 1^η Μάη
- **Αντάμωμα του Χειμώνα:** Στην Ταϋγέτη την 1^η Κυριακή του Οκτώβρη

- **Διαγωνισμός Χαρταετού:** Τη Δεύτερη Κυριακή της Αποκριάς στο Σαϊνοπούλειο Πάρκο.
- **Αποκριάτικο Καρναβάλι:** Την Καθαρή Δευτέρα στο Μυστρά.

8. ΔΙΑΜΟΝΗ

Πρόβλημα διαμονής δε θα αντιμετωπίσει ο επισκέπτης του Μυστρά αφού η ξενοδοχειακή υποδομή στην περιοχή είναι καλή. Αναφέρουμε ενδεικτικά τα παρακάτω ξενοδοχεία:

ΜΥΣΤΡΑΣ:

- Βυζάντιον **

ΣΠΑΡΤΗ

- Λήδα ****
- Μανιάτης ***
- Μενελάιον ***
- Απόλλων **
- Διόσκουροι **
- Λακωνία **
- Sparta Inn **
- Cecil

ΤΡΥΠΗ

- Καιάδας

ΑΝΑΒΡΥΤΗ

- Αναβρυτή **

Στον παρακάτω πίνακα απεικονίζεται η δυναμικότητα των τουριστικών καταλυμάτων του Νομού Λακωνίας τα έτη 2005 και 2006

ΠΙΝΑΚΑΣ 1:

	Αριθμός καταλυμάτων			Αριθμός κλινών		
	Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Τουριστικά Κάμπινγκ	Σύνολο	Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Τουριστικά Κάμπινγκ	Σύνολο
2005	91	10	101	3.663	3.477	7.140
2006	93	10	103	3.669	3.477	7.146

Πηγή: www.esye.gr

9. ΦΑΓΗΤΟ

Τα ψητά γουρουνόπουλα στη Λακωνία τα ονομάζουν μπουζοπούλες και τα σπάνε πάνω σε πάγκο. Τα καπνιστά λουκάνικα με πορτοκάλι είναι άλλη μια σπεσιαλιτέ της περιοχής και συνοδεύονται με καγιανά (δηλ. ομελέτα).

Σε ό,τι αφορά τα υλικά, τα τοπικά προϊόντα χρησιμοποιούνται ακόμη και είναι εξαιρετικής ποιότητας. Από το άφθονο λάδι στην πιπεράτη φέτα και από το εξαιρετικό μέλι στα χειροποίητα ζυμαρικά ως το τοπικό γιαούρτι της Σπάρτης και τις εξαιρετικές ποικιλίες χορταρικών. Και από τα πορτοκάλια του κάμπου ως το τσάι του Πάρνωνα και του Ταυγέτου.

Υπάρχουν αρκετές ταβέρνες που περιμένουν τον επισκέπτη. Στη Σπάρτη τρώει κανείς καλύτερα στα εστιατόρια των ξενοδοχείων. Στην ευρύτερη περιοχή του Μυστρά μπορεί να γευτεί πέστροφα στο Παρόρι και τα καλύτερα ψητά στο Κεφαλάρι του Αϊ – Γιάννη. Ακόμα, καγιανά στην Τρύπη, αλλά και ψητή γουρουνοπούλα ημέρας ή βραστά λουκάνικα με πορτοκάλι στα κρεοπωλεία. Οι λάτρεις της κλασικής κουζίνας μπορούν να την απολαύσουν στο Ξενία Μυστρά, ενώ όσοι αναζητούν ειδικά ροφήματα, σπάνια ποτά και εκλεκτά πιάτα μπορούν να επισκεφτούν το μπιστρό στα Πικουλιάνικα, με την υπέροχη θέα προς τον Λακωνικό κάμπο.

10. ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ

Η μαγειρική στη Λακωνία έχει δεχτεί σημαντικές αλλαγές με το πέρασμα του χρόνου. Διατηρούνται όμως ζωντανοί πολλοί παραδοσιακοί τρόποι για την συντήρηση των τροφίμων, όπως το παστό χοιρινό (σύγλινο) με πορτοκάλι.

Οι νοστιμότατες λακωνικές ελιές διατηρούνται με διάφορους τρόπους. Φτιάχνουν τσακιστές, χαρακτές, παστολιές (θρούμπες) και νερολιές. Η παρασκευή και η διατήρηση των ζυμαρικών (ξινός και γλυκός τραχανάς και χυλοπίτες) είναι διαδεδομένες σε όλα τα χωριά του Μυστρά. Την παραμονή των Χριστουγέννων, οι νοικοκυρές φτιάχνουν λαλάγγια ή λαλαγγίδες. Σε άλλα χωριά του Ταυγέτου τα φτιάχνουν την παραμονή των Φώτων. Τα Χριστούγεννα ζυμώνουν το χριστόψωμο και το Πάσχα φτιάχνουν τη λαμπροκουλούρα, τα κουλουράκια αμμωνίας και μαγειρεύουν μαγειρίτσα και αρνάκι στο φούρνο με φρέσκια ρίγανη. Φτιάχνουν τα παραδοσιακά γλυκά και συγχρόνως δοκιμάζουν ποικιλία άλλων συνταγών. Το Πάσχα θα φτιάξουν γαλόπιτα, ένα γλύκισμα στο οποίο αξιοποιείται το άφθονο γάλα και τα αβγά που υπάρχουν αυτήν την εποχή. Οι δίπλες, που φτιάχνονται και σε άλλες περιοχές της Πελοποννήσου, συνοδεύουν τα χαρμόσινα γεγονότα της ζωής των Λακώνων: τους γάμους, τα βαφτίσια, τις ονομαστικές εορτές. Στο γάμο, τον κουμπάρο που θα στεφανώσει το νέο ζευγάρι θα τον καλέσουν με δίπλες. Χαρακτηριστικός είναι ο τρόπος που τις προσφέρουν: τις τοποθετούν μέσα σ' ένα μεγάλο πανέρι, τις στολίζουν με κουφέτα και τις ραίνουν με άνθη.

ΣΤ' ΜΕΡΟΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΟΥ ΜΥΣΤΡΑ

Όπως έχει γίνει σαφές από την ως τώρα ανάλυση, η εφαρμογή ενός προγράμματος μάρκετινγκ είναι άκρως απαραίτητη για την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής, που διαθέτει πολλούς πολιτιστικούς πόρους. Και αυτό γιατί το μάρκετινγκ επιβάλλει και στους ντόπιους και στους τουρίστες μια συγκεκριμένη συμπεριφορά, που σκοπό έχει να οδηγήσει στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής, ενώ παράλληλα να διατηρήσει τις παραδόσεις και το πολιτισμικό περιβάλλον αναλλοίωτο.

Το πρόγραμμα μάρκετινγκ της περιοχής του Μυστρά, υλοποιείται κατά κύριο λόγο από τις τοπικές αρχές. Πιο συγκεκριμένα, αρμόδια για την κατάρτιση και εφαρμογή του προγράμματος μάρκετινγκ, είναι η Νομαρχιακή Επιτροπή Τουρισμού και Πολιτισμού, καθώς και ο Δήμος Μυστρά.

Η στρατηγική μάρκετινγκ που ακολουθείται στο πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης του Μυστρά έχει τους εξής βασικούς στόχους:

α) Τη διαρκή προβολή των τουριστικών πόρων της περιοχής. Πιο συγκεκριμένα, στην ηλεκτρονική διεύθυνση **www.mystras.gr** ο επισκέπτης μπορεί να ενημερωθεί πλήρως για τα αξιοθέατα και τα μνημεία της περιοχής, για την ιστορία του τόπου, για τις πολιτιστικές εκδηλώσεις που διοργανώνονται, για τις παραδόσεις που διατηρούνται μέχρι σήμερα αναλλοίωτες και αποτελούν το συγκριτικό πλεονέκτημα της περιοχής, για την ιστορία της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας και τα κατορθώματα του τελευταίου Αυτοκράτορα του Βυζαντίου Κωνσταντίνου Παλαιολόγου. Επίσης, μέσα από το πλούσιο φωτογραφικό υλικό, μπορεί ο επισκέπτης, έχοντας διαβάσει την ιστορία της περιοχής να κλείσει τα μάτια του και να ζωντανέψει στη μνήμη του εικόνες της ένδοξης Βυζαντινής περιόδου. Επιλέον, παρέχονται πληροφορίες για τη διαμονή (ξενοδοχεία, καταλύματα), καθώς και αναλυτικός κατάλογος με τα εστιατόρια και τις ταβέρνες της ευρύτερης περιοχής του Μυστρά, όπου ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει τις νοστιμότατες και παραδοσιακές γεύσεις του τόπου, όπως επίσης χάρτες, προκειμένου το ταξίδι με προορισμό την Καστροπολιτεία του Μυστρά να είναι μια ευχάριστη εμπειρία για τον επισκέπτη.

Επίσης, η Νομαρχία Λακωνίας συμμετέχει κάθε χρόνο στο Τουριστικό Πανόραμα με πλούσιο έντυπο και φωτογραφικό υλικό, που δίνουν στον επισκέπτη σαφείς πληροφορίες για την περιοχή, αλλά και το κίνητρο να επισκεφτεί τον ένδοξο Μυστρά.

Επιπλέον, συμμετέχει και στην έκθεση παραδοσιακών προϊόντων που γίνεται κάθε χρόνο στην πλατεία Κοτζιά, συνήθως την Άνοιξη, παρουσιάζοντας τα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα της περιοχής, προκαλώντας με αυτόν τον τρόπο τον επισκέπτη να γνωρίσει ακόμα καλύτερα την περιοχή, διεκδικώντας έτσι νέα τμήματα της τουριστικής ζήτησης.

Επιπρόσθετα, συνεργάζεται με διάφορους εκδοτικούς οίκους που εκδίδουν ταξιδιωτικούς οδηγούς, παραχωρώντας συγχρόνως κείμενα και φωτογραφικό υλικό, προκειμένου οι οδηγοί αυτοί να είναι πλήρεις, σαφείς και να προδιαθέτουν τον ταξιδιώτη να επισκεφτεί τη Λακωνική γη.

Τέλος, διοργανώνει διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις, όπως έχουμε ήδη αναφέρει, οι οποίες διαφημίζονται στον τοπικό, αλλά και στον ημερήσιο τύπο, καθώς και στην κρατική τηλεόραση (οι εκδηλώσεις του Σαϊνοπουλείου Αμφιθεάτρου, τα Παλαιολόγια, η Εμποροπανήγυρη κ.α.)

β) Τη συνεχή αύξηση του αριθμού των καταναλωτών τουριστικών ταξιδιών με προορισμό τη Λακωνία. Στην περίπτωση αυτή το μάρκετινγκ αναζητά νέες αγορές, αλλά και ομάδες καταναλωτών που ενδιαφέρονται για τους τουριστικούς πόρους που διαθέτει η περιοχή. Ειδικά φέτος αναμένεται η αύξηση της ζήτησης για τουριστικά ταξίδια με προορισμό τη Σπάρτη, όπως άλλωστε ανακοίνωσε και ο δήμαρχος Σπαρτιατών, και αυτό γιατί η συγκεκριμένη πόλη έχει διαφημιστεί πάρα πολύ σε εθνικό, αλλά και σε διεθνές επίπεδο με την αμερικάνικη παραγωγή « οι 300 » , με αποτέλεσμα πολλοί να είναι αυτοί που θέλουν να επισκεφτούν τη Σπάρτη. Είναι σαφές ότι το γεγονός αυτό, αποτελεί το συγκριτικό πλεονέκτημα του Μυστρά, από τη στιγμή που απέχει μόνο 5 χλμ. από τη Σπάρτη και συνεπώς είναι βέβαιο ότι όσοι επισκεφτούν την πόλη της Σπάρτης, θα περάσουν και από τον πασίγνωστο Μυστρά.

γ) Τη συνεργασία των τοπικών αρχών με τους κατοίκους και τις επιχειρήσεις της περιοχής. Πιο συγκεκριμένα, το πρόγραμμα μάρκετινγκ αποτελεί τη σύνθεση των απόψεων και των σκέψεων που συμμετέχουν στη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής του Μυστρά. Επιπλέον, οι τοπικές αρχές διοργανώνουν και χρηματοδοτούν διάφορα σεμινάρια επιμόρφωσης των κατοίκων, που έχουν ως κύριο στόχο τη βελτίωση του πλαισίου της επικοινωνίας των κατοίκων με τους τουρίστες.

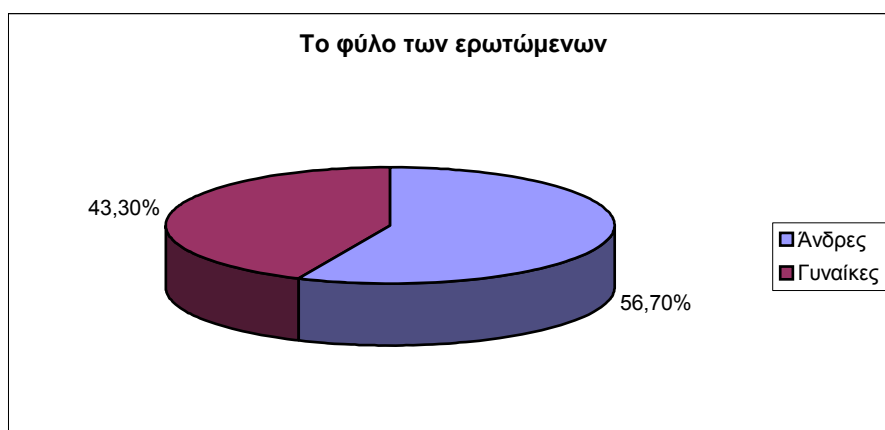
Z' ΜΕΡΟΣ

ΕΡΕΥΝΑ ΜΕ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

1. Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

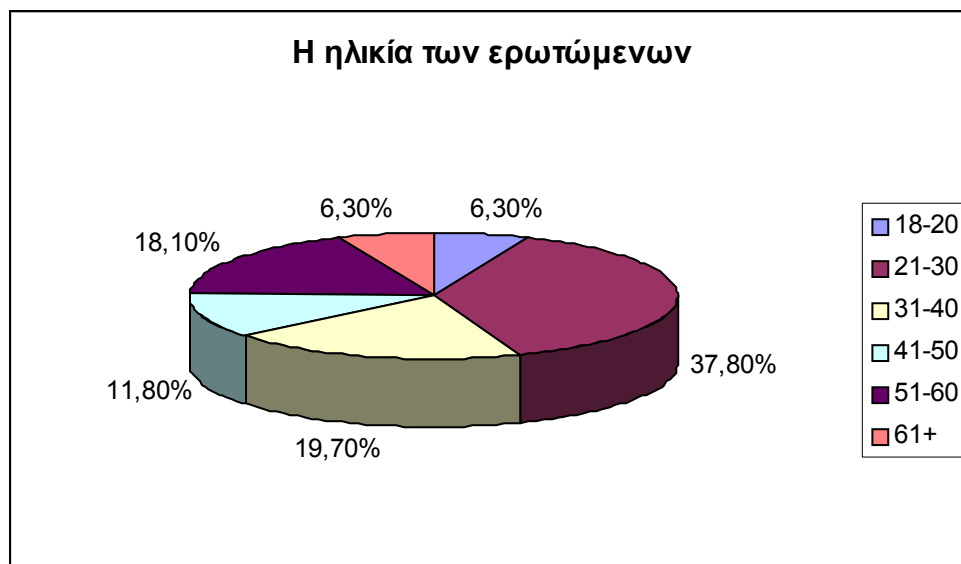
Φύλο Ερωτηθέντων:

Τα ερωτηματολόγια που δόθηκαν, απαντήθηκαν συνολικά από 127 πολίτες της ευρύτερης περιοχής του Μυστρά. Από αυτούς, οι 72 ήταν άντρες (56,7%) και οι υπόλοιποι 55, γυναίκες (43,3%) (βλ. διάγραμμα 1). Η αριθμητική υπεροχή των ανδρών έναντι των γυναικών οφείλεται στο γεγονός ότι ένα μεγάλο μέρος των ερωτηματολογίων διανεμήθηκε σε καταστήματα, ιδιωτικές και δημόσιες επιχειρήσεις, όπου δραστηριοποιούνται περισσότεροι άνδρες. Πλειοψηφία του ανδρικού φύλου εντοπίστηκε και στις εργασίες των Lawson et al (1998), Lee and Back (2003) και Mac Kay and Campbell (2004).



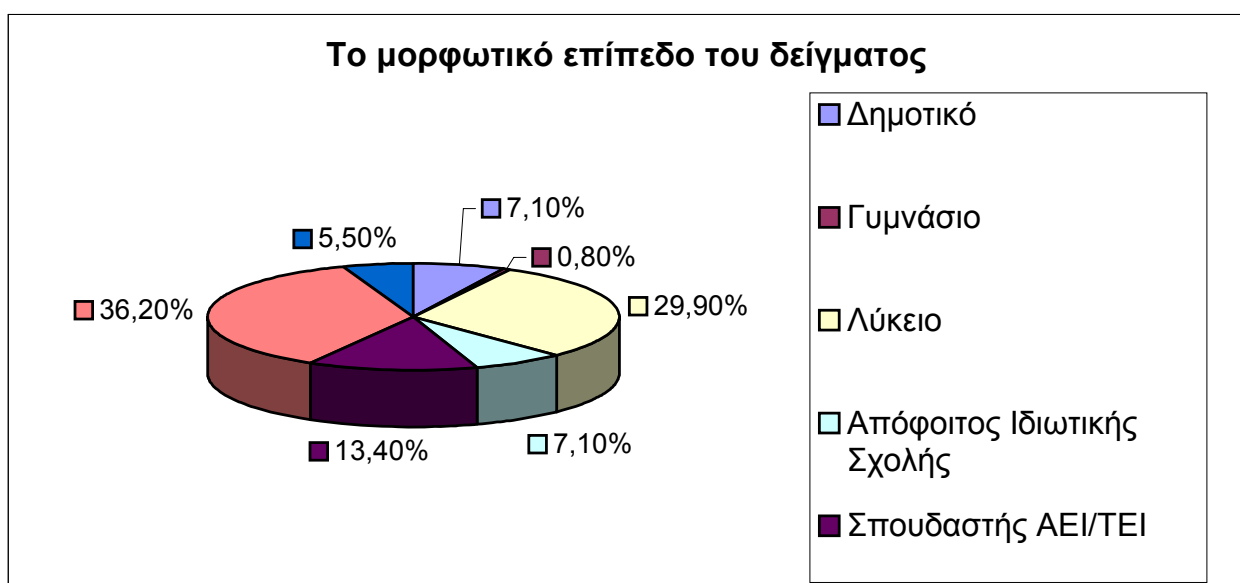
Ηλικία Ερωτηθέντων:

Οι περισσότεροι ερωτηθέντες, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα που ακολουθεί είναι ηλικίας από 21 έως 30 ετών. Αυτή η κατηγορία ηλικίας αντιπροσωπεύεται από ποσοστό 37,8%, δηλαδή σύνολο 48 άτομα. Οχτώ από τους ερωτηθέντες, είναι μεταξύ 18 και 20 ετών, δηλαδή 6,3%. Οι 25 από το δείγμα είναι μεταξύ 31 και 40 ετών, ποσοστό 19,7%, οι 15 είναι μεταξύ 41 και 50 ετών, ποσοστό 11,8%, οι υπόλοιποι 23 είναι μεταξύ 51 και 60 ετών, δηλαδή ποσοστό 18,1%, ενώ οι υπόλοιποι 8 είναι ηλικίας 61+, δηλαδή ποσοστό 6,3%.



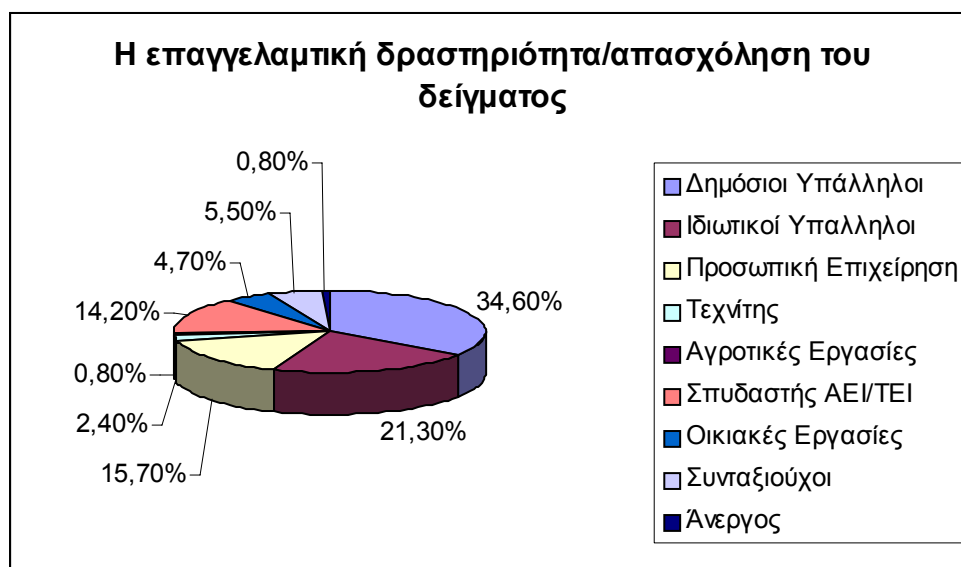
Μορφωτικό επίπεδο ερωτηθέντων:

Από το σύνολο των ερωτηθέντων, ένα ποσοστό 7,9% (10 άτομα) το μορφωτικό του επίπεδο είναι Πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης. Ένα 29,9% (38 άτομα) δήλωσε ότι έχει τελειώσει και τη Δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Εννέα άτομα από το σύνολο , δηλαδή ποσοστό 7,1% δήλωσε ότι είναι απόφοιτοι ιδιωτικής σχολής. Το 13,4% του συνόλου δήλωσε ότι είναι σπουδαστής ΑΕΙ/ΤΕΙ (17 άτομα), ενώ 46 άτομα, δηλαδή ποσοστό 36,2% δήλωσε ότι κατέχει πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ. Τα υπόλοιπα 7 άτομα (ποσοστό 5,5%), δήλωσαν ότι κατέχουν μεταπτυχιακό τίτλο.



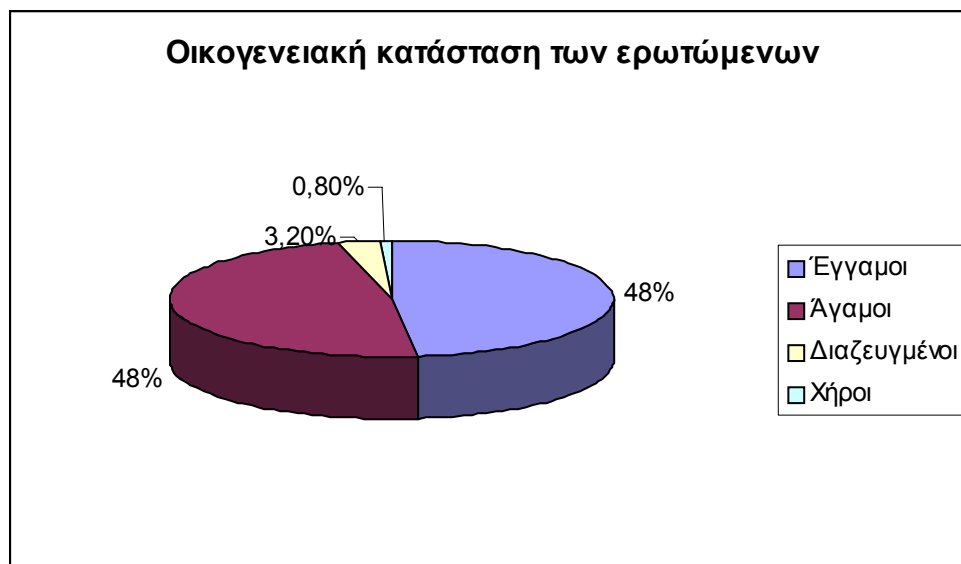
Η επαγγελματική δραστηριότητα / απασχόληση των ερωτηθέντων:

Οι περισσότεροι ερωτηθέντες, όπως βλέπουμε και από το διάγραμμα που ακολουθεί είναι δημόσιοι υπάλληλοι. Αυτή η κατηγορία αντιπροσωπεύεται από ποσοστό 34,6%, δηλαδή 44 άτομα. Οι 27 από τους ερωτηθέντες είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι, δηλαδή ποσοστό 21,3%, οι 20 δήλωσαν ότι κατέχουν προσωπική επιχείρηση, δηλαδή ποσοστό 15,7%, οι 3 είναι τεχνίτες, ποσοστό 2,4%, ένα άτομο ασχολείται με αγροτικές εργασίες, ποσοστό 0,8%. Οι υπόλοιποι 18, ποσοστό 14,2% δήλωσαν σπουδαστές, ενώ 6 δήλωσαν ότι ασχολούνται με οικιακές εργασίες, ποσοστό 4,7%. Τέλος, 7 άτομα, δηλαδή ποσοστό 5,5% δήλωσαν συνταξιούχοι, ενώ 1 άτομο μόνο (ποσοστό 0,8%) δήλωσε ότι είναι άνεργος.



Οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων:

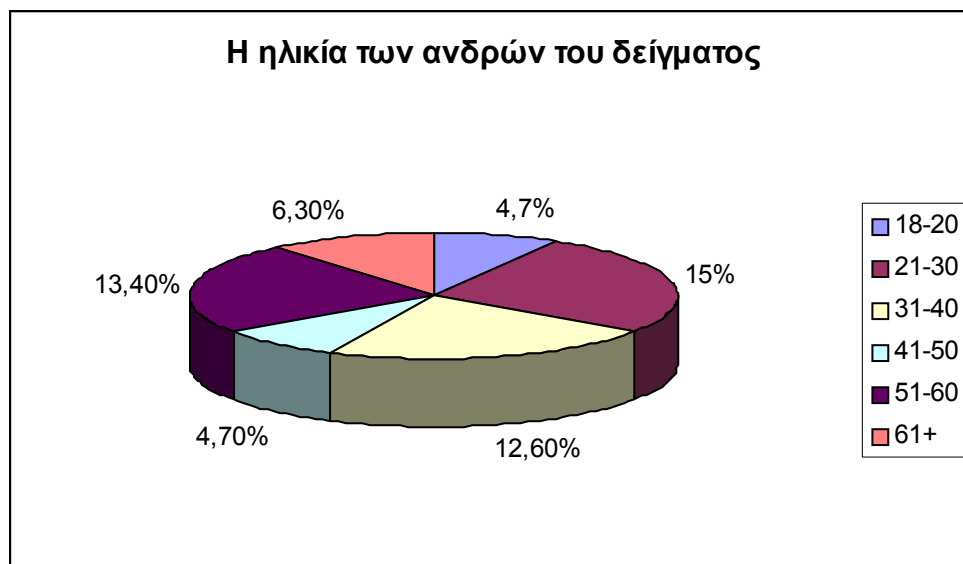
Από το σύνολο των ερωτηθέντων 61 είναι άγαμοι, δηλαδή ποσοστό 48%, επίσης 61 άτομα είναι έγγαμοι (48%), 4 άτομα είναι διαζευγμένα (3,2%), ενώ μόνο ένα άτομο είναι χήρος (0,8%).



Το προφίλ των ανδρών του δείγματος

Η ηλικία

Από το σύνολο των ερωτώμενων ανδρών 6 άτομα είναι μεταξύ 18 έως 20 ετών, δηλαδή ποσοστό 4,7%, 19 άτομα, δηλαδή η πλειοψηφία του αντρικού δείγματος είναι μεταξύ 21-30 ετών (ποσοστό 15%), οι υπόλοιποι 16 είναι μεταξύ 31 έως 40 ετών, δηλαδή ποσοστό 12,6%, ενώ 6 άτομα ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 41 έως 50 ετών (ποσοστό 4,7%). Τέλος, 17 άτομα είναι μεταξύ 51 έως 60 ετών, ήτοι ποσοστό 13,4%, ενώ οι υπόλοιποι 8 είναι 61 κι άνω, δηλαδή ποσοστό 6,3%.



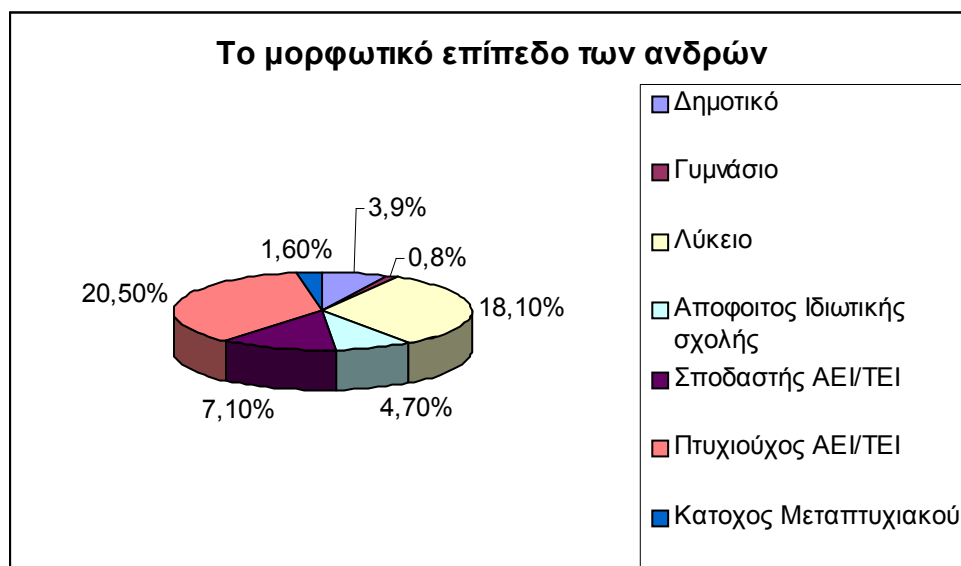
Η οικογενειακή κατάσταση

Από το σύνολο των ανδρών του δείγματος 34 άτομα είναι άγαμοι, δηλαδή ποσοστό 26,8%, ενώ η πλειοψηφία, δηλαδή 37 άτομα είναι έγγαμοι (ποσοστό 29,1%). Επιπλέον, στο δείγμα των ανδρών υπάρχει 1 διαζευγμένος (ποσοστό 0,8%), ενώ δεν έχουμε ούτε έναν χήρο.



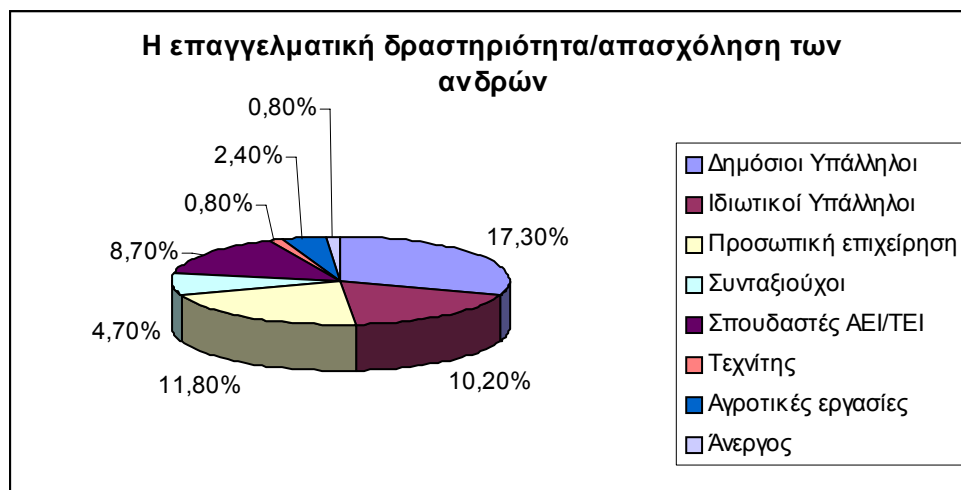
Το μορφωτικό επίπεδο των ανδρών του δείγματος

Από το σύνολο των ανδρών 5 άτομα είναι απόφοιτοι του Δημοτικού (ποσοστό 3,9%), 1 μόνο άτομο έχει τελειώσει το Γυμνάσιο (0,8%), 23 άτομα είναι απόφοιτοι Λυκείου (18,1%), τα υπόλοιπα 6 άτομα είναι απόφοιτοι ιδιωτικής σχολής (4,7%), 9 άντρες είναι σπουδαστές ΑΕΙ/ΤΕΙ (7,1%) , ενώ η πλειοψηφία των ανδρών, ήτοι 26 άτομα είναι πτυχιούχοι ΑΕΙ/ΤΕΙ (20,5%). Τέλος, 2 άτομα είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος (1,6%).



Η επαγγελματική δραστηριότητα / απασχόληση των ανδρών

Η πλειοψηφία των ανδρών, δηλαδή 22 άτομα είναι δημόσιοι υπάλληλοι (17,3%), ενώ 13 άτομα απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα (ποσοστό 10,2%). Τα υπόλοιπα 15 άτομα δήλωσαν ότι απασχολούνται στην προσωπική τους επιχείρηση (11,8%). Ωστόσο, προκαλεί εντύπωση το γεγονός ότι αν και ο Μυστράς θεωρείται αγροτική περιοχή, μόνο 3 άτομα δήλωσαν ότι ασχολούνται με αγροτικές εργασίες (2,4%) .αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι νέοι σήμερα αποστρέφονται τις χειρωνακτικές εργασίες και προτιμούν την ασφάλεια και τη σιγουριά που τους προσφέρει ο δημόσιος τομέας. Επιπλέον, όπως αναφέραμε και πιο πάνω το μορφωτικό επίπεδο των νέων σήμερα είναι πιο ανώτερο σε σχέση με αυτούς που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 40 κι άνω. Επίσης, 6 άτομα δήλωσαν συνταξιούχοι (4,7%), 11 άτομα είναι σπουδαστές (8,7%) και 1 άτομο μόνο είναι τεχνίτης (0,8%). Τέλος, είναι ευχάριστο το γεγονός, ότι μόνο ένας άντρας από του δείγματος δήλωσε πως είναι άνεργος (0,8%).



Το προφίλ των γυναικών του δείγματος

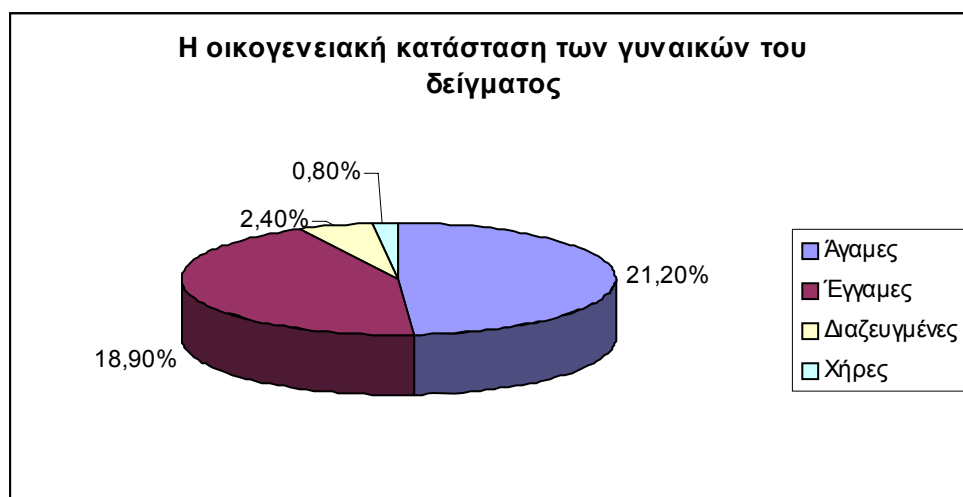
Η ηλικία

Από το σύνολο των ερωτώμενων γυναικών 2 άτομα είναι μεταξύ 18 έως 20 ετών, δηλαδή ποσοστό 1,6%, 29 άτομα, δηλαδή η πλειοψηφία του γυναικείου δείγματος είναι μεταξύ 21-30 ετών (ποσοστό 22,8%), τα υπόλοιπα 9 άτομα είναι μεταξύ 31 έως 40 ετών, δηλαδή ποσοστό 7,9%, ενώ άλλα 9 άτομα ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 41 έως 50 ετών (ποσοστό 7,9%). Τέλος, 6 άτομα είναι μεταξύ 51 έως 60 ετών, ήτοι ποσοστό 4,7%.



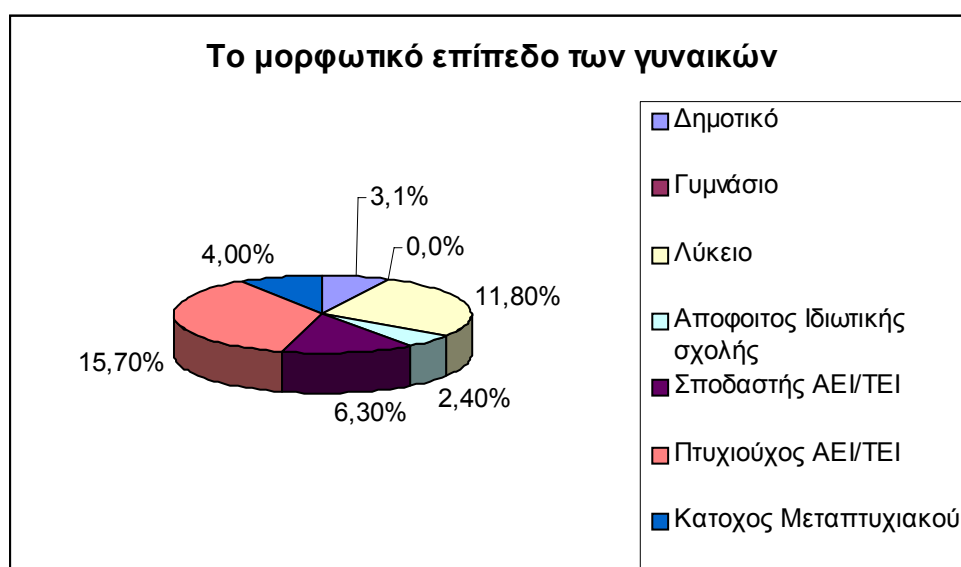
Η οικογενειακή κατάσταση των γυναικών

Από το σύνολο των γυναικών του δείγματος 27 άτομα είναι άγαμα, δηλαδή ποσοστό 21,2%, ενώ 24 άτομα είναι έγγαμα (ποσοστό 18,9%). Επιπλέον, στο δείγμα των γυναικών υπάρχουν 3 διαζευγμένες (ποσοστό 2,4%) και μόνο μια χήρα (0,8%).



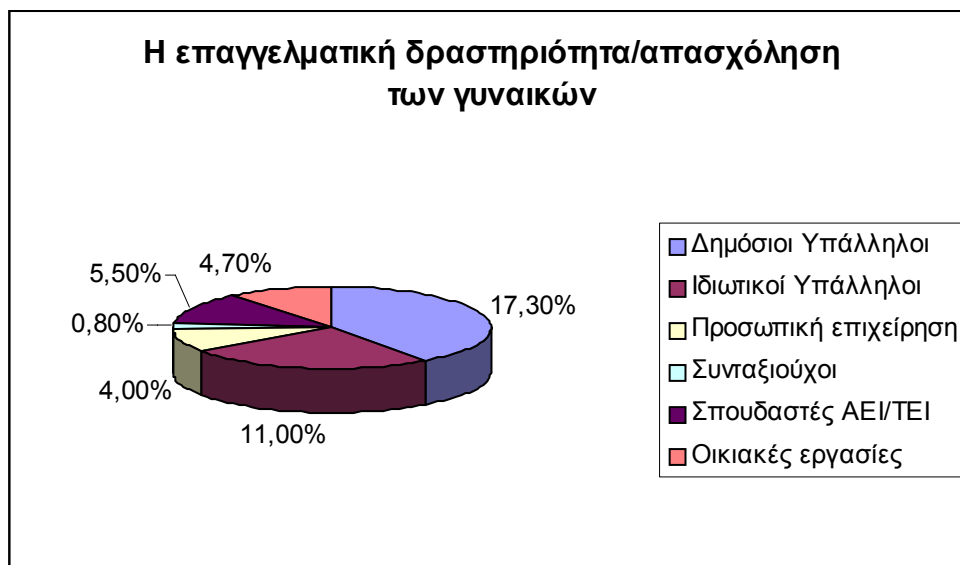
Το μορφωτικό επίπεδο των γυναικών του δείγματος

Από το σύνολο των γυναικών 4 άτομα είναι απόφοιτοι του Δημοτικού (ποσοστό 3,1%), 15 άτομα είναι απόφοιτοι Λυκείου (11,8%), τα υπόλοιπα 3 άτομα είναι απόφοιτοι ιδιωτικής σχολής (2,4%), 8 γυναίκες είναι σπουδάστριες ΑΕΙ/ΤΕΙ (6,3%) , ενώ η πλειοψηφία των γυναικών, ήτοι 20 άτομα είναι πτυχιούχοι ΑΕΙ/ΤΕΙ (15,7%). Τέλος, 5 άτομα είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος (4%).



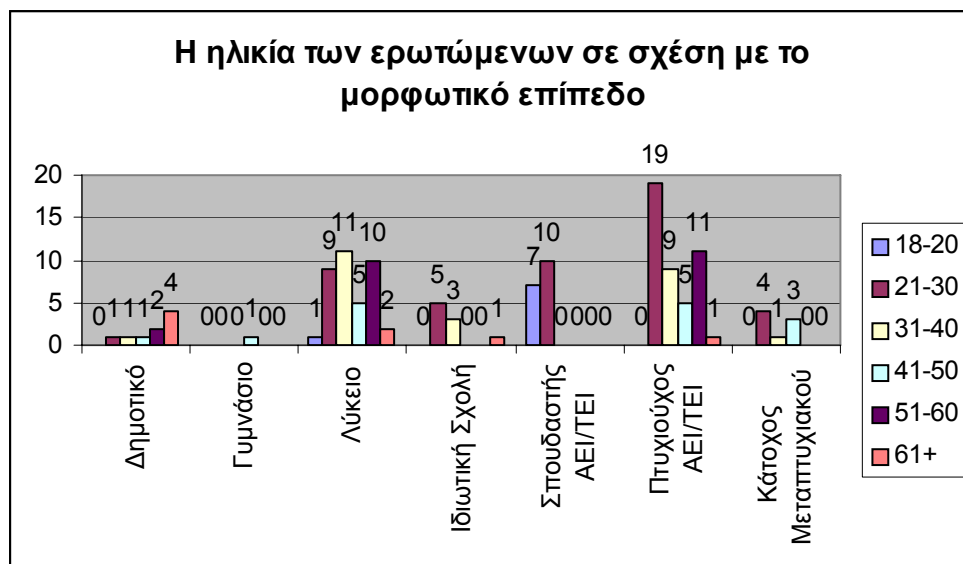
Η επαγγελματική δραστηριότητα / απασχόληση των γυναικών

Η πλειονοψηφία των γυναικών, δηλαδή 22 άτομα είναι δημόσιοι υπάλληλοι (17,3%), ενώ 14 άτομα απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα (ποσοστό 11%). Τα υπόλοιπα 5 άτομα δήλωσαν ότι απασχολούνται στην προσωπική τους επιχείρηση (4%). Επίσης, 1 άτομο δήλωσε συνταξιούχος (0,8%), 7 άτομα είναι σπουδαστές (5,5%) και 6 άτομα δήλωσαν ότι ασχολούνται με οικιακές εργασίες (4,7%). Τέλος, είναι ευχάριστο το γεγονός, ότι καμία γυναίκα δε δήλωσε πως είναι άνεργη (0 %).

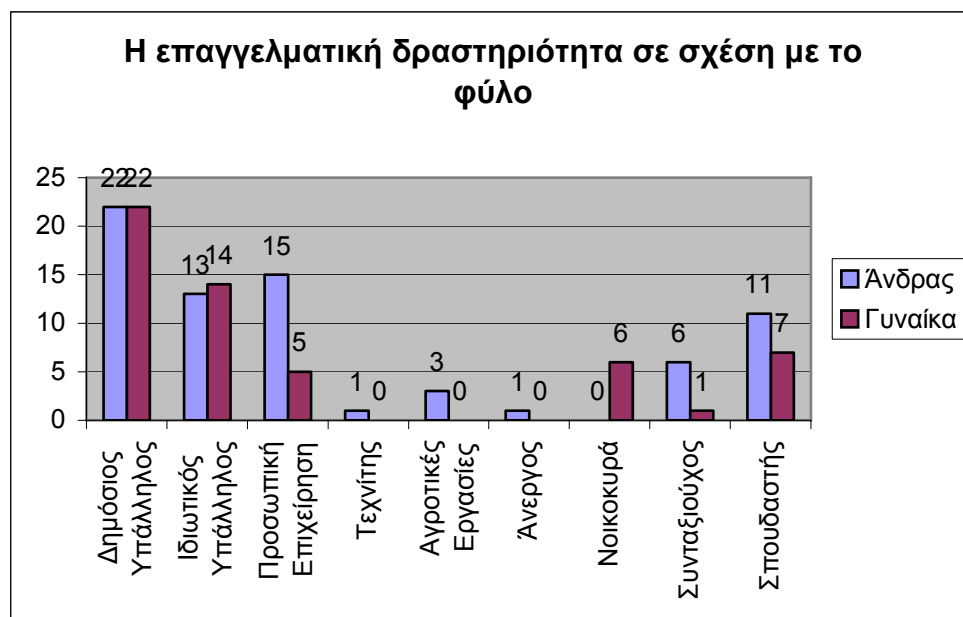


2. Η ηλικία των ερωτώμενων σε σχέση με το μορφωτικό τους επίπεδο

Όπως φαίνεται και από το διάγραμμα που ακολουθεί, υπάρχει μια σταδιακή βελτίωση από τη μια γενιά στην άλλη. Πιο συγκεκριμένα, η πλειονότητα των ατόμων ηλικίας 21-30 είναι πτυχιούχοι ΑΕΙ/ΤΕΙ (19 άτομα), καθώς επίσης και σπουδαστές ΑΕΙ/ΤΕΙ (10 άτομα). Μ' άλλα λόγια, χαρακτηριστικό των νέων σήμερα είναι το υψηλό μορφωτικό επίπεδο.



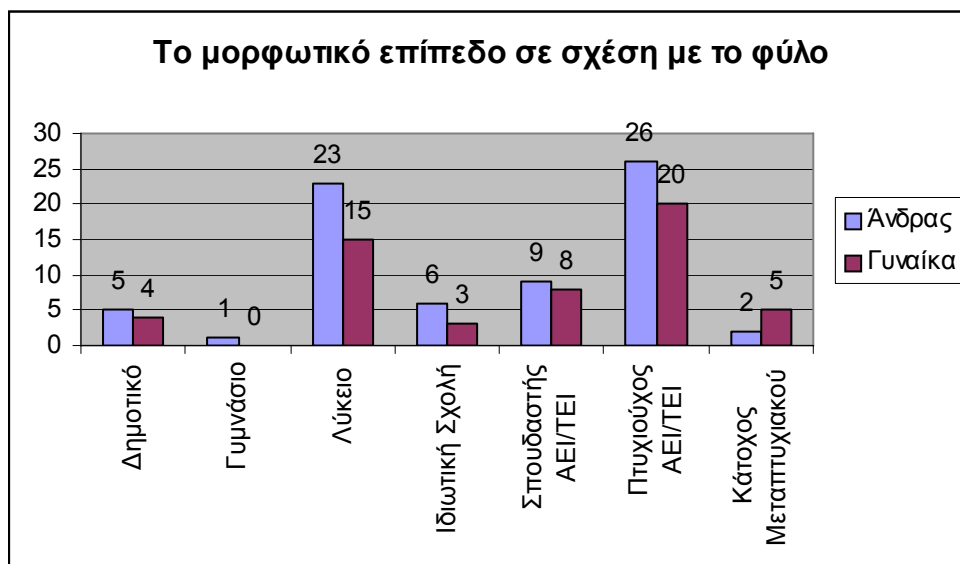
3. Η επαγγελματική δραστηριότητα σε σχέση με το φύλο των ερωτώμενων



Όπως παρατηρούμε στο πιο πάνω διάγραμμα, η παρουσία των ανδρών σε όλους του τομείς της επαγγελματικής δραστηριότητας είναι μεγαλύτερη σε σύγκριση με τις γυναίκες. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι άντρες κατέχουν τον ίδιο αριθμό θέσεων στο δημόσιο με τις γυναίκες, κάτι που έρχεται σε σύγκρουση με την κοινή αντίληψη, που υποστηρίζει ότι ο δημόσιος τομέας

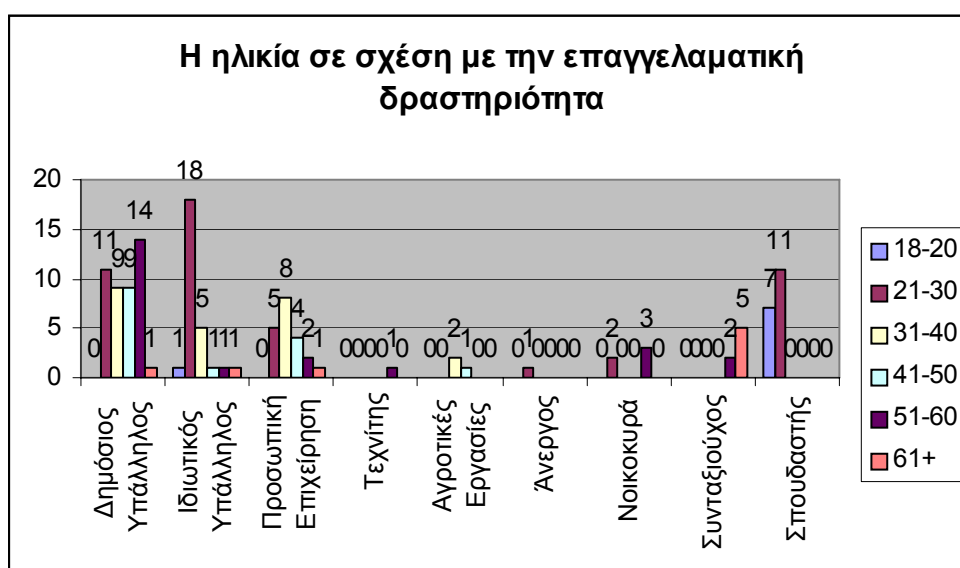
γυναικοκρατείται. Η ανεργία τέλος πλήττει σε πολύ μικρό ποσοστό τον αντρικό πληθυσμό, κάτι που είναι πολύ θετικό για την τοπική οικονομία.

4. Το μορφωτικό επίπεδο σε σχέση με το φύλο των ερωτώμενων



Το μορφωτικό επίπεδο των γυναικών είναι αρκετά υψηλό, όπως και των αντρών, γεγονός που μαρτυράει ότι δε γίνεται διάκριση στα δυο φύλα και ότι οι κάτοικοι έχουν τη διάθεση να εγκαταλείψουν τον τόπο τους, προκειμένου να σπουδάσουν σε κάποιο ΑΕΙ/ΤΕΙ.

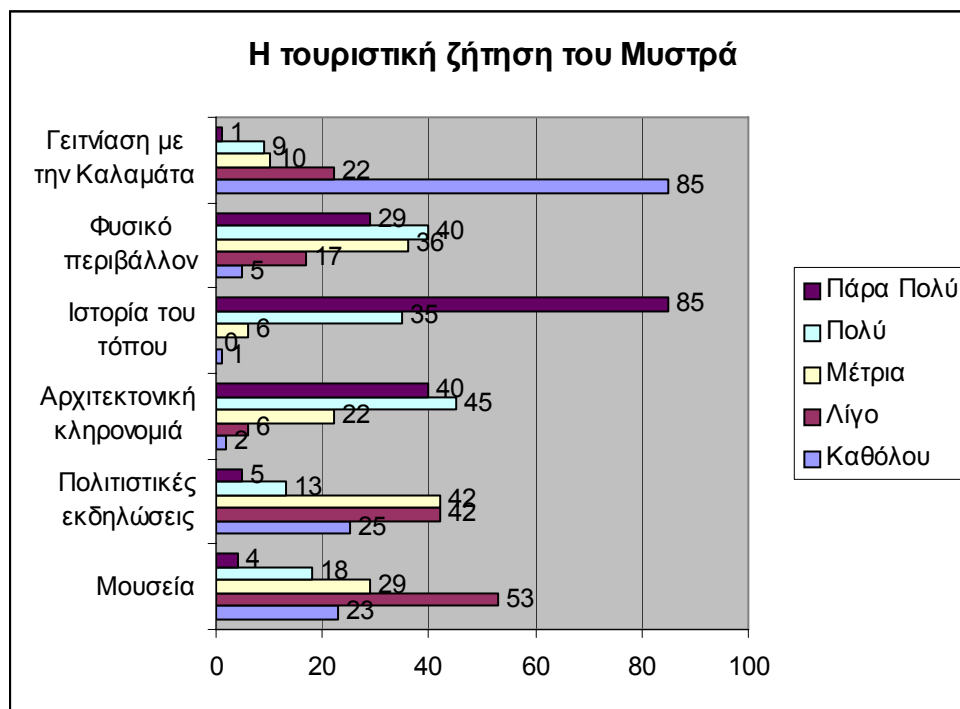
5. Η ηλικία σε σχέση με την επαγγελματική δραστηριότητα



Όπως προκύπτει από το πιο πάνω διάγραμμα, η πλειοψηφία των ερωτώμενων κατέχει θέσεις δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, γεγονός που δείχνει την αποστροφή των σημερινών

ανθρώπων για τις χειρωνακτικές εργασίες, καθώς επίσης και την έλλειψη ρίσκου ν' αναλάβουν την πρωτοβουλία να στήσουν τη δική τους επιχείρηση.

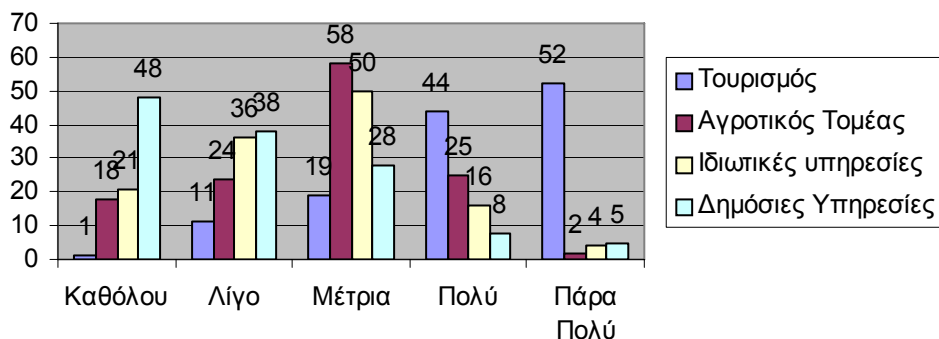
6. Η τουριστική ζήτηση του Μυστρά



Όπως φαίνεται στο πιο πάνω διάγραμμα, η πλειοψηφία του δείγματος (85 άτομα από τα 127) πιστεύουν ότι η τουριστική ζήτηση του Μυστρά οφείλεται στην ιστορία του τόπου. Επιπλέον, ο ίδιος αριθμός ατόμων, θεωρεί ότι η γειτνίαση του Μυστρά με την Καλαμάτα δε συμβάλλει καθόλου στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης του Μυστρά. Επομένως, οι κάτοικοι θεωρούν ότι όσοι τουρίστες επισκέπτονται τον τόπο τους, έρχονται αποκλειστικά και μόνο για να γνωρίσουν από κοντά την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής και συνεπώς δε συνδυάζουν την εκδρομή τους με το θαλάσσιο τουρισμό που τους προσφέρει η Καλαμάτα.

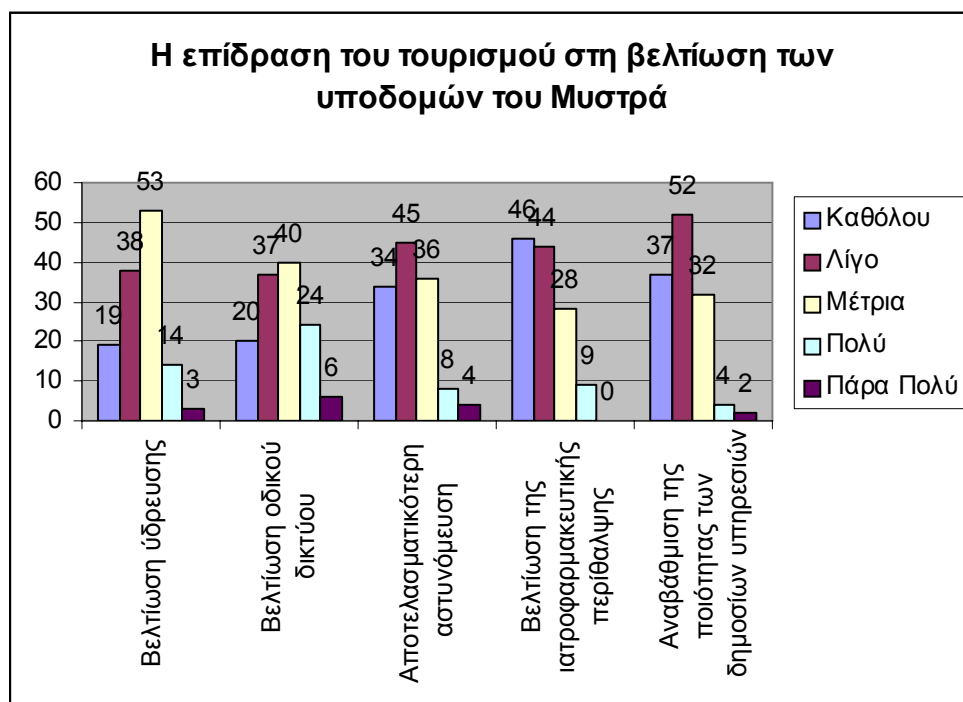
7. Τα οφέλη που πηγάζουν από τον τουρισμό

**Ο ρόλος του τουρισμού, του αγροτικού τομέα των
ιδιωτικών και δημοσίων υπηρεσιών στην
οικονομική ανάπτυξη**



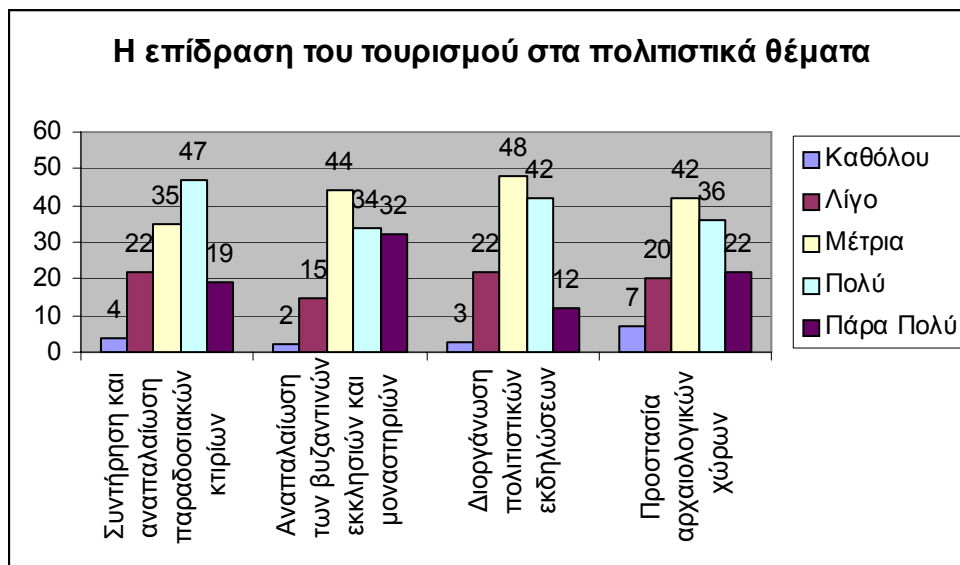
Το πιο πάνω διάγραμμα μαρτυράει ότι οι κάτοικοι αναγνωρίζουν τη μεγάλη συμβολή του τουρισμού στην τοπική οικονομική ανάπτυξη. Πιο συγκεκριμένα, 52 άτομα από τα 127 (ποσοστό 40,9%), πιστεύει ότι ο τουρισμός συμβάλλει πάρα πολύ στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής τους. Εντύπωση βέβαια, προκαλεί και το γεγονός ότι ένας μεγάλος αριθμός των ερωτώμενων (48 άτομα) θεωρεί ότι οι δημόσιες υπηρεσίες δε συνεισφέρουν καθόλου στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής, εάν μάλιστα λάβουμε υπόψη μας ότι η πλειοψηφία του δείγματος είναι δημόσιοι υπάλληλοι.

8. Η επίδραση του τουρισμού στη βελτίωση των υποδομών του Μυστρά



Όπως προκύπτει από το πιο πάνω διάγραμμα μία μεγάλη μερίδα του δείγματος διαπιστώνει περιορισμένη ή ανύπαρκτη συμβολή του τουρισμού στις εν λόγω υποδομές. Ο τουρισμός επιδρά μέτρια στη βελτίωση του συστήματος ύδρευσης και αποχέτευσης για τα 53 άτομα. Για τα 40 άτομα επιδρά μέτρια και στη βελτίωση του οδικού δικτύου. Στον τομέα της αποτελεσματικότερης αστυνόμευσης, η μεγαλύτερη μερίδα του δείγματος θεωρεί ότι δε συμβάλλει λίγο (45 άτομα), όπως και στην αναβάθμιση της ποιότητας των δημοσίων υπηρεσιών (52 άτομα), ενώ στη βελτίωση της ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος (46 άτομα) θεωρεί ότι δε συμβάλλει καθόλου.

9. Η επίδραση του τουρισμού στα πολιτιστικά θέματα του Μυστρά



Το πιο πάνω διάγραμμα δείχνει ότι το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος (47 άτομα) θεωρεί ότι ο πολιτισμικός τουρισμός έχει επιδράσει πολύ στη συντήρηση και αναπαλαίωση των παραδοσιακών κτιρίων, ενώ για τους υπόλοιπους πολιτιστικούς τομείς: αναπαλαίωση των βυζαντινών εκκλησιών και μοναστηριών, διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων και προστασία των αρχαιολογικών χώρων, πιστεύει ότι έχει επιδράσει μέτρια (44 άτομα, 48 και 42) αντίστοιχα.

10. Ανάλυση και σχολιασμός των εκτιμήσεων των πολλαπλών παλινδρομήσεων της έρευνας

10.1. Η συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη του Μυστρά

Ο τουρισμός αποτελεί εργαλείο οικονομικής ανάπτυξης και αναζωογόνησης (Garcia-Falcon and Medina – Munoz, 1999, Nepal, 2000, Walpone and Goodwin, 2000, Wunder, 2000, Batastini and Eaton, 2002, Gursoy et al, 2002, Hall, 2004), αλλά και μέσο υιοθέτησης αλλαγών που στοχεύουν στην ανάπτυξη μιας υγιούς οικονομίας (Lindeberg and Johnson, 1997).

Στον παρακάτω πίνακα απεικονίζονται τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης για τη στάση που τηρούν οι κάτοικοι όσον αφορά την επίδραση του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής (Econtour), η οποία αποτελεί και την εξαρτημένη μεταβλητή. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που συμπεριλήφθηκαν στο Μοντέλο 1 είναι η εξής: το μορφωτικό επίπεδο (education), οι πολιτιστικές και μουσικές εκδηλώσεις (Festivals), η αρχιτεκτονική κληρονομιά (tradition) και η γειτνίαση του Μυστρά με την Καλαμάτα (NearKalamata), ως παράγοντες της τουριστικής ζήτησής του, το φύλο (Sex) και η ηλικία (Age).

Πίνακας 2: Εκτίμηση της πολλαπλής παλινδρόμησης για την οικονομική ανάπτυξη του Μυστρά που οφείλεται στον τουρισμό για όλο το δείγμα

	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Μεταβλητές	Συντελεστής (Estimate)	Συντελεστής (Estimate)
Σταθερά	2,304*** (4,085)	2,434*** (5,568)
Education	0,142*** (2,759)	0,130*** (2,604)
Festivals	0,182** (2,292)	0,192** (2,427)
Tradition	0,212** (2,405)	0,219** (2,532)
Nearkalamata	-0,208** (-2,353)	-0,207** (-2,366)
Sex	-0,240 (-1,423)	-
Age	0,007 (1,152)	-
R2	0,199	0,180
R2 adj.	0,159	0,153
F-statistic	4,960	6,675
Σημείωση: Τα ***, ** και * δηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε επίπεδο 1%, 5% και 10% αντίστοιχα		
Μέσα στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t		

Στο Μοντέλο 1 συμπεριλήφθησαν όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης του μοντέλου, οι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές είναι: το μορφωτικό επίπεδο, οι πολιτιστικές και μουσικές εκδηλώσεις, η αρχιτεκτονική κληρονομιά και η γειτνίαση του Μυστρά με την Καλαμάτα, ως παράγοντες της τουριστικής ζήτησης του Μυστρά.

Στην εξίσωση του Μοντέλου 1 συμπεριλήφθησαν και οι μεταβλητές, που ενώ αναμενόταν να είναι στατιστικά σημαντικές, τελικά δεν ήταν, όπως: η ηλικία και το φύλο.

Η εξίσωση της παλινδρόμησης του Μοντέλου 1 είναι η ακόλουθη:

$$\text{Econtourt1} = 2,304 + 0,142 * \text{Education} + 0,182 * \text{Festivals} + 0,212 * \text{tradition} - 0,208 * \text{Nearkalamata} - 0,240 * \text{Sex} + 0,007 * \text{Age}$$

όπου:

Encotour: η οικονομική ανάπτυξη του Μυστρά οφείλεται στον τουρισμό

Education: το μορφωτικό επίπεδο

Festivals: οι πολιτιστικές και μουσικές εκδηλώσεις, ως λόγος αύξησης της τουριστικής ζήτησης του Μυστρά

Tradition: η αρχιτεκτονική κληρονομιά, ως λόγος αύξησης της τουριστικής ζήτησης του Μυστρά

Nearkalamata: η γειτνίαση με την Καλαμάτα, ως λόγος αύξησης της τουριστικής ζήτησης του Μυστρά

Sex: το φύλο

Age: η ηλικία

Η μεταβλητή «η συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη του Μυστρά» (εξαρτημένη μεταβλητή) λαμβάνει τιμές από 1 έως 5, καθώς αυξάνεται ο βαθμός συμβολής του τουρισμού στην τοπική οικονομική ανάπτυξη.

Η μεταβλητή «μορφωτικό επίπεδο» λαμβάνει τιμές από 1 έως 7, όσο πιο ανώτερο γίνεται το επίπεδο της μόρφωσης. Ο συντελεστής της μεταβλητής αυτής ισούται με 0,142 που σημαίνει ότι για κάθε αύξηση κατά μια μονάδα της μεταβλητής «μορφωτικό επίπεδο» αναμένεται κατά μέσο όρο ενίσχυση κατά 0,142 μονάδες της στάσης των ερωτώμενων αναφορικά με τη συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Η μεταβλητή «οι πολιτιστικές και μουσικές εκδηλώσεις, ως παράγοντας της αύξησης της τουριστικής ζήτησης για το Μυστρά» λαμβάνει τιμές από 1 έως 5 καθώς αυξάνεται ο βαθμός επίδρασης των πολιτιστικών και μουσικών εκδηλώσεων στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης του Μυστρά. Ο συντελεστής της μεταβλητής αυτής ισούται με 0,182, δηλαδή για κάθε αύξηση κατά μία μονάδα της μεταβλητής αυτής αναμένεται ενίσχυση κατά 0,182 μονάδες της θετικής στάσης των κατοίκων σχετικά με τη συμβολή του τουρισμού στην τοπική οικονομική ανάπτυξη, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Η μεταβλητή «η αρχιτεκτονική κληρονομιά ως παράγοντας της τουριστικής ζήτησης του Μυστρά» λαμβάνει τιμές από 1 έως 5, καθώς αυξάνεται ο βαθμός επίδρασης της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης του Μυστρά. Ο συντελεστής της μεταβλητής αυτής ισούται με 0,212, δηλαδή για κάθε αύξηση κατά μια μονάδα

της μεταβλητής αυτής αναμένεται ενίσχυση κατά 0,212 μονάδες της θετικής στάσης των κατοίκων σχετικά με τη συμβολή του τουρισμού στην τοπική οικονομική ανάπτυξη, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Η μεταβλητή « η γειτνίαση του Μυστρά με την Καλαμάτα ως παράγοντας της τουριστικής ζήτησης του Μυστρά λαμβάνει τιμές από 1 έως 5, καθώς αυξάνεται ο βαθμός επίδρασής της στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης του Μυστρά. Ο συντελεστής της μεταβλητής αυτής ισούται με -0,208, δηλαδή για κάθε αύξηση κατά μια μονάδα της μεταβλητής αυτής αναμένεται μείωση κατά 0,208 μονάδες της θετικής στάσης των κατοίκων σχετικά με τη συμβολή του τουρισμού στην τοπική οικονομική ανάπτυξη, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Η μεταβλητή «φύλο» λαμβάνει τις τιμές 1 και 0 για τον «άνδρα» και τη «γυναίκα» αντίστοιχα. Ο συντελεστής της μεταβλητής «φύλο» ισούται με -0,240, το οποίο σημαίνει ότι η στάση των ανδρών όσον αφορά τη συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη του Μυστρά είναι κατά 0,240 μονάδες θετικότερη από αυτή των γυναικών, με απαραίτητη προϋπόθεση ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή «φύλο» δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Η μεταβλητή «ηλικία» λαμβάνει τιμές από 18 έως 78 καθώς αυξάνεται η ηλικία του δείγματος. Ο συντελεστής της μεταβλητής «ηλικία» ισούται με 0,007, δηλαδή για κάθε αύξηση κατά ένα χρόνο της ηλικίας αναμένεται οι κάτοικοι να συμφωνούν κατά 0,007 μονάδες περισσότερο σχετικά με τη συμβολή του τουρισμού στην τοπική οικονομική ανάπτυξη, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή ηλικία δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Στη συνέχεια, εκτιμήθηκε ένα δεύτερο μοντέλο, το οποίο περιλαμβάνει τις στατιστικά σημαντικές μεταβλητές του μοντέλου 1. Οι μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές: «ηλικία» και «φύλο» παρελήφθησαν. Όλες οι μεταβλητές του μοντέλου 2 βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές.

Η εξίσωση της παλινδρόμησης του μοντέλου 2 είναι η ακόλουθη:

$$\mathbf{Econtour2 = 2,434 + 0,130 * Education + 0,192 * Festivals + 0,219 * Tradition - 0,207 * Nearkalamata}$$

Όπου:

Econtour: η οικονομική ανάπτυξη του Μυστρά οφείλεται στον τουρισμό

Education: το μορφωτικό επίπεδο

Festivals: οι πολιτιστικές και μουσικές εκδηλώσεις, ως λόγος αύξησης της τουριστικής ζήτησης του Μυστρά

Tradition: η αρχιτεκτονική κληρονομιά, ως λόγος αύξησης της τουριστικής ζήτησης του Μυστρά

Nearkalamata: η γειτνίαση με την Καλαμάτα, ως λόγος αύξησης της τουριστικής ζήτησης του Μυστρά

Οι μεταβλητές και στα δύο μοντέλα παρουσιάζονται με τα σωστά πρόσημα, ενώ τα πρόσημα διατηρήθηκαν ακόμη και μετά την αφαίρεση των μη στατιστικά σημαντικών μεταβλητών. Παρατηρήθηκε ότι στο μοντέλο 2 οι συντελεστές των μεταβλητών αυξομειώθηκαν κατ' ελάχιστον, όταν αφαιρέθηκαν οι μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές, σε σχέση με το μοντέλο 1. Στο Μοντέλο 1 το R^2 ισούται με 0,199, δηλαδή το μοντέλο επεξηγεί το 19,9% της συνολικής μεταβλητότητας της εξαρτημένης μεταβλητής. Στο Μοντέλο 2 το R^2 είναι μικρότερο. Συγκεκριμένα, ισούται με 0,180 και συνεπώς επεξηγεί το 18% της συνολικής μεταβλητότητας της εξαρτημένης μεταβλητής. Η διαφορά στις τιμές του R^2 οφείλεται στο γεγονός ότι το Μοντέλο 1 περιλαμβάνει μεγαλύτερο πλήθος επεξηγηματικών μεταβλητών σε σύγκριση με το Μοντέλο 2. Το R^2 adj. παραμένει σταθερό και στα δύο μοντέλα, πράγμα που οφείλεται στο ότι οι μεταβλητές που αφαιρέθηκαν στο Μοντέλο 2 δεν ασκούσαν στατιστικά σημαντική επίδραση στο υπόδειγμα. Το F- test για τις μεταβλητές που αφαιρέθηκαν δείχνει ότι $b_1=b_2=b_3=...b_6=0$ σε επίπεδο σημαντικότητας 99%, πράγμα που σημαίνει ότι εύστοχα αγνοήθηκαν από το Μοντέλο 2. Εξάλλου, το συνολικό F του μοντέλου 2 μεγάλωσε σημαντικά μετά την αφαίρεση των μη στατιστικά σημαντικών μεταβλητών. Συγκεκριμένα, η F- statistics του Μοντέλου 1 είναι 4,960 με $p\text{-value}=0,000$, που σημαίνει ότι θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με μία τουλάχιστον ανεξάρτητη, ενώ του Μοντέλου 2 είναι 6,675 με $p\text{-value}=0,000$, δηλαδή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 99%. Συνεπώς, το Μοντέλο 2 εξηγεί καλύτερα την εξαρτημένη μεταβλητή και κρίνεται καλύτερο από το Μοντέλο 1.

10.2. Η συμβολή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην τουριστική ανάπτυξη του Μυστρά

Όπως αναφέραμε και προηγουμένως ο τουρισμός αποτελεί εργαλείο οικονομικής ανάπτυξης και αναζωογόνησης, αλλά και μέσο υιοθέτησης αλλαγών που στοχεύουν στην ανάπτυξη μιας υγιούς οικονομίας. Στην ενότητα αυτή θέλοντας να διερευνηθεί η συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην τουριστική ανάπτυξη του Μυστρά, δοκιμάστηκαν εξισώσεις που αφορούν τη στάση όλου του δείγματος.

Η εξαρτημένη μεταβλητή των δύο εξισώσεων που έπονται, είναι η συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στις επενδύσεις για την τουριστική ανάπτυξη (Investments). Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που συμπεριλήφθηκαν στο Μοντέλο 1 είναι οι εξής: η επίδραση του

τουρισμού στην αύξηση των διαθέσιμων θέσεων εργασίας (Newjob), η επίδραση του τουρισμού στην αύξηση της κρατικής χρηματοδότησης (Financialsupport), η επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς (Rabbitdevelop), η επίδραση του τουρισμού στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων (Festivals) , το φύλο (Sex), η ηλικία (Age) και το μορφωτικό επίπεδο (Education).

Στον πίνακα 2 απεικονίζονται τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης για τη στάση που τηρούν οι κάτοικοι όσον αφορά τη συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στις επενδύσεις για την τουριστική ανάπτυξη του Μυστρά, η οποία αποτελεί και την εξαρτημένη μεταβλητή.

Πίνακας 3: Εκτίμηση της πολλαπλής παλινδρόμησης για τις επενδύσεις της Τοπικής Αυτοδιοίκησης για την τουριστική ανάπτυξη του Μυστρά, για όλο το δείγμα.

	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Μεταβλητές	Συντελεστής (Estimate)	Συντελεστής (Estimate)
Σταθερά	0,085 (0,183)	0,123 (0,373)
Newjob	0,231** (2,435)	0,234** (2,485)
Financialsupport	0,206** (2,250)	0,189** (2,151)
Rabbitdevelop	0,188** (2,361)	0,190** (2,427)
Festivals	0,180* (1,704)	0,198* (1,938)
Sex	0,099 (0,591)	-
Age	-0,003 (-0,530)	-
Education	0,029 (0,572)	-
R2	0,328	0,322
R2 adj.	0,288	0,299
F- statistic	8,280	14,460
Σημείωση: Τα ***, ** και * δηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε επίπεδο 1%, 5% και 10% αντίστοιχα		
Μέσα στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t		

Στο Μοντέλο 1 συμπεριλήφθησαν όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της πολλαπλής παλινδρόμησης του μοντέλου, οι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές είναι: η επίδραση του τουρισμού στην αύξηση των διαθέσιμων θέσεων εργασίας, η επίδραση του τουρισμού στην αύξηση της κρατικής χρηματοδότησης, η επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς και η επίδραση του τουρισμού στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Στην εξίσωση του μοντέλου 1 συμπεριλήφθησαν και οι μεταβλητές, που ενώ αναμενόταν να είναι στατιστικά σημαντικές, τελικά δεν ήταν. Πρόκειται για τις ακόλουθες: το φύλο, η ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο.

Η εξίσωση της παλινδρόμησης του μοντέλου 1 είναι η ακόλουθη:

$$\text{Investments1} = 0,085 + 0,231 * \text{Newjob} + 0,206 * \text{Financialsupport} + 0,188 * \text{Rabbitdevelop} + 0,180 * \text{Festivals} + 0,099 * \text{Sex} - 0,003 * \text{Age} + 0,029 * \text{Education}$$

Όπου:

Investments: η συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στις επενδύσεις για τουριστική ανάπτυξη

Newjob: η επίδραση του τουρισμού στην αύξηση των διαθέσιμων θέσεων εργασίας

Financialsupport: η επίδραση του τουρισμού στην αύξηση της κρατικής χρηματοδότησης

Rabbitdevelop : η επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς

Festivals: η επίδραση του τουρισμού στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων

Sex: το φύλο

Age : η ηλικία

Education : το μορφωτικό επίπεδο

Η μεταβλητή «οι επενδύσεις της Τοπικής Αυτοδιοίκησης για τουριστική ανάπτυξη» (εξαρτημένη μεταβλητή) λαμβάνει τιμές από 1 έως 5, καθώς αυξάνεται ο βαθμός συμμετοχής της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στις επενδύσεις για την τουριστική ανάπτυξη του Μυστρά.

Η μεταβλητή «η επίδραση του τουρισμού στην αύξηση των διαθέσιμων θέσεων εργασίας» λαμβάνει τιμές από 1 έως 5, καθώς αυξάνεται ο βαθμός επίδρασης του τουρισμού στην αύξηση των διαθέσιμων θέσεων εργασίας. Ο συντελεστής της μεταβλητής «επίδραση» ισούται με 0,231, δηλαδή για κάθε αύξηση κατά μία μονάδα της μεταβλητής «επίδραση» αναμένεται κατά μέσο όρο ενίσχυση κατά 0,231 μονάδες της στάσης των ερωτώμενων αναφορικά με τη συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στις επενδύσεις για την τουριστική ανάπτυξη του Μυστρά, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Η μεταβλητή «η επίδραση του τουρισμού στην αύξηση της κρατικής χρηματοδότησης» λαμβάνει τιμές από 1 έως 5, καθώς αυξάνεται ο βαθμός επίδρασης του τουρισμού στην αύξηση της κρατικής χρηματοδότησης. Ο συντελεστής της μεταβλητής «επίδραση» ισούται με 0,206, δηλαδή για κάθε αύξηση κατά μία μονάδα της μεταβλητής «επίδραση» αναμένεται ενίσχυση κατά 0,206 μονάδες της θετικής στάσης των κατοίκων σχετικά με τη συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στις επενδύσεις για την τουριστική ανάπτυξη, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή «επίδραση» είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Η μεταβλητή «η επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς» λαμβάνει τιμές από 1 έως 5, καθώς αυξάνεται ο βαθμός επίδρασης του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς. Ο συντελεστής της μεταβλητής ισούται με 0,188, δηλαδή για κάθε αύξηση κατά μία μονάδα της μεταβλητής «επίδραση» αναμένεται ενίσχυση κατά 0,188 μονάδες της θετικής στάσης των κατοίκων όσον αφορά τη συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στις επενδύσεις για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής του Μυστρά, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή «επίδραση» είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Η μεταβλητή « η επίδραση του τουρισμού στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων» λαμβάνει τιμές από 1 έως 5, καθώς αυξάνεται ο βαθμός επίδρασης του τουρισμού στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων. Ο συντελεστής της μεταβλητής ισούται με 0,180, δηλαδή για κάθε αύξηση κατά μία μονάδα της μεταβλητής «επίδραση» αναμένεται ενίσχυση κατά 0,180 μονάδες της θετικής στάσης των κατοίκων σχετικά με τη συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στις επενδύσεις για την τουριστική ανάπτυξη, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή «επίδραση» είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Η μεταβλητή «ηλικία» λαμβάνει τιμές από 18 έως 78 καθώς αυξάνεται η ηλικία του δείγματος. Ο συντελεστής της μεταβλητής «ηλικία» ισούται με -0,003 δηλαδή για κάθε αύξηση κατά ένα χρόνο της ηλικίας αναμένεται οι κάτοικοι να συμφωνούν κατά 0,003 μονάδες λιγότερο σχετικά με τη συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στις επενδύσεις για την τουριστική ανάπτυξη, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή ηλικία δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Η μεταβλητή «φύλο» λαμβάνει τις τιμές 1 και 0 για τον «άνδρα» και τη «γυναίκα» αντίστοιχα. Ο συντελεστής της μεταβλητής «φύλο» ισούται με 0,099, το οποίο σημαίνει ότι η στάση των ανδρών όσον αφορά τη συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στις επενδύσεις για την τουριστική ανάπτυξη του Μυστρά είναι κατά 0,099 μονάδες θετικότερη από αυτή των γυναικών, με απαραίτητη προϋπόθεση ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή «φύλο» δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Η μεταβλητή « μορφωτικό επίπεδο» λαμβάνει τιμές από 1 έως 7, όσο πιο ανώτερο γίνεται το επίπεδο της μόρφωσης. Ο συντελεστής της μεταβλητής αυτής ισούται με 0,029 που σημαίνει ότι για κάθε αύξηση κατά μια μονάδα της μεταβλητής «μορφωτικό επίπεδο» αναμένεται κατά μέσο όρο ενίσχυση κατά 0,029 μονάδες της θετικής στάσης των ερωτώμενων αναφορικά με τη συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στις επενδύσεις για την τουριστική

ανάπτυξη του Μυστρά, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή « μορφωτικό επίπεδο» δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Στη συνέχεια, εκτιμήθηκε ένα δεύτερο μοντέλο, το οποίο περιλαμβάνει τις στατιστικά σημαντικές μεταβλητές του μοντέλου 1. Οι μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές: «ηλικία» «φύλο» και «μορφωτικό επίπεδο» παρελήφθησαν. Όλες οι μεταβλητές του μοντέλου 2 βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές.

Η εξίσωση της παλινδρόμησης του μοντέλου 2 είναι η ακόλουθη:

$$\text{Investments}_2 = 0,123 + 0,234 * \text{Newjob} + 0,189 * \text{Financialsupport} + 0,190 * \text{Rabbitdevelop} + 0,198 * \text{Festivals}$$

Όπου:

Investments: η συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στις επενδύσεις για τουριστική ανάπτυξη

Newjob: η επίδραση του τουρισμού στην αύξηση των διαθέσιμων θέσεων εργασίας

Financialsupport: η επίδραση του τουρισμού στην αύξηση της κρατικής χρηματοδότησης

Rabbitdevelop : η επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς

Festivals: η επίδραση του τουρισμού στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων

Οι μεταβλητές και στα δύο μοντέλα παρουσιάζονται με τα σωστά πρόσημα, ενώ τα πρόσημα διατηρήθηκαν ακόμη και μετά την αφαίρεση των μη στατιστικά σημαντικών μεταβλητών. Παρατηρήθηκε ότι στο μοντέλο 2 οι συντελεστές των μεταβλητών αυξομειώθηκαν κατ' ελάχιστον, όταν αφαιρέθηκαν οι μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές, σε σχέση με το μοντέλο 1. Στο Μοντέλο 1 το R² ισούται με 0,328, δηλαδή το μοντέλο επεξηγεί το 32,8% της συνολικής μεταβλητότητας της εξαρτημένης μεταβλητής. Στο Μοντέλο 2 το R² είναι μικρότερο. Συγκεκριμένα, ισούται με 0,322 και συνεπώς επεξηγεί το 32,2% της συνολικής μεταβλητότητας της εξαρτημένης μεταβλητής. Η διαφορά στις τιμές του R² οφείλεται στο γεγονός ότι το Μοντέλο 1 περιλαμβάνει μεγαλύτερο πλήθος επεξηγηματικών μεταβλητών σε σύγκριση με το Μοντέλο 2. Το R² adj. παραμένει σταθερό και στα δύο μοντέλα 2, πράγμα που οφείλεται στο ότι οι μεταβλητές που αφαιρέθηκαν στο Μοντέλο 2 δεν ασκούσαν στατιστικά σημαντική επίδραση στο υπόδειγμα. Το F- test για τις μεταβλητές που αφαιρέθηκαν δείχνει ότι b₁=b₂=b₃=...b₇= 0 σε επίπεδο σημαντικότητας 99%, πράγμα που σημαίνει ότι εύστοχα αγνοήθηκαν από το Μοντέλο 2. Εξάλλου, το συνολικό F του μοντέλου 2 μεγάλωσε σημαντικά μετά την αφαίρεση των μη στατιστικά σημαντικών μεταβλητών. Συγκεκριμένα, η F- statistics του Μοντέλου 1 είναι 8,280 με p-value=0,000, που σημαίνει ότι θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με μία τουλάχιστον ανεξάρτητη, ενώ του Μοντέλου 2 είναι 14,460 με p-value=0,000, δηλαδή είναι

στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 99%. Συνεπώς, το Μοντέλο 2 εξηγεί καλύτερα την εξαρτημένη μεταβλητή και κρίνεται καλύτερο από το Μοντέλο 1.

10.3. Η επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής του Μυστρά με γρήγορους ρυθμούς

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει ο τουρισμός αποτελεί μέσο υιοθέτησης αλλαγών που στοχεύουν στην ανάπτυξη μιας περιοχής. Στην ενότητα αυτή θα διερευνήσουμε τους παράγοντες εκείνους που επηρεάζουν τη στάση των κατοίκων σχετικά με την επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς. Για το λόγο αυτό δοκιμάστηκαν εξισώσεις που αφορούν τη στάση όλου του δείγματος.

Η εξαρτημένη μεταβλητή και των δύο εξισώσεων, που ακολουθούν, είναι η επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς (Rabbitdevelop). Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που συμπεριλήφθηκαν στο Μοντέλο 1 είναι οι εξής: η επίδραση του τουρισμού στη βελτίωση των υποδομών (Substructure), η επίδραση του τουρισμού στην αποτελεσματικότερη αστυνόμευση (Security), η επίδραση του τουρισμού στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων (Festivals), το φύλο (Sex), η ηλικία (Age) και το μορφωτικό επίπεδο.

Στον πίνακα 3 απεικονίζονται τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης για τη στάση που τηρούν οι κάτοικοι όσον αφορά την επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς, η οποία αποτελεί και την εξαρτημένη μεταβλητή.

Πίνακας 4: Εκτίμηση της πολλαπλής παλινδρόμησης για την επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς

Μεταβλητές	Συντελεστής (Estimate)	Συντελεστής (Estimate)
Σταθερά	-0,460 (-1,002)	-0,240 (-0,728)
Substructure	0,225** (2,177)	0,239** (2,365)
Security	0,480*** (5,534)	0,481*** (5,706)
Festivals	0,298*** (3,288)	0,313*** (3,565)
Sex	0,024 (0,145)	-
Age	0,001 (0,234)	-
Education	0,053 (1,052)	-
R2	0,430	0,424
R2 adj.	0,401	0,410
F- statistic	15,068	30,217
Σημείωση: Τα ***, ** και * δηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε επίπεδο 1%, 5% και 10% αντίστοιχα Μέσα στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t		

Στο Μοντέλο 1 συμπεριλήφθησαν όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της πολλαπλής παλινδρόμησης του μοντέλου, οι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές είναι: η επίδραση του τουρισμού στη βελτίωση των υποδομών , η επίδραση του τουρισμού στην αποτελεσματικότερη αστυνόμευση και η επίδραση του τουρισμού στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Στην εξίσωση του μοντέλου 1 συμπεριλήφθησαν και οι μεταβλητές, που ενώ αναμενόταν να είναι στατιστικά σημαντικές, τελικά δεν ήταν. Πρόκειται για τις ακόλουθες: το φύλο, η ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο.

Η εξίσωση της παλινδρόμησης του μοντέλου 1 είναι η ακόλουθη:

$$\text{Rabbitdevelop1} = -0,460 + 0,225 * \text{Substructure} + 0,480 * \text{Security} + 0,298 * \text{Festivals} + 0,024 * \text{Sex} + 0,001 * \text{Age} + 0,053 * \text{Education}$$

Όπου:

Rabbitdevelop: η επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς

Substructure: η επίδραση του τουρισμού στη βελτίωση των υποδομών

Security : η επίδραση του τουρισμού στην αποτελεσματικότερη αστυνόμευση

Festivals: η επίδραση του τουρισμού στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων

Sex: το φύλο

Age : η ηλικία

Education : το μορφωτικό επίπεδο

Η μεταβλητή «η επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς» (εξαρτημένη μεταβλητή) λαμβάνει τιμές από 1 έως 5, καθώς αυξάνεται ο βαθμός επίδρασης του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς

Η μεταβλητή «η επίδραση του τουρισμού στη βελτίωση των υποδομών» λαμβάνει τιμές από 1 έως 5, καθώς αυξάνεται ο βαθμός επίδρασης του τουρισμού στη βελτίωση των υποδομών. Ο συντελεστής της μεταβλητής «επίδραση» ισούται με 0,225, δηλαδή για κάθε αύξηση κατά μία μονάδα της μεταβλητής «επίδραση» αναμένεται κατά μέσο όρο ενίσχυση κατά 0,225 μονάδες της θετικής στάσης των ερωτώμενων αναφορικά με την επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Η μεταβλητή «η επίδραση του τουρισμού στην αποτελεσματικότερη αστυνόμευση» λαμβάνει τιμές από 1 έως 5, καθώς αυξάνεται ο βαθμός επίδρασης του τουρισμού στην αποτελεσματικότερη αστυνόμευση. Ο συντελεστής της μεταβλητής «επίδραση» ισούται με 0,480, δηλαδή για κάθε αύξηση κατά μία μονάδα της μεταβλητής «επίδραση» αναμένεται ενίσχυση κατά 0,480 μονάδες της θετικής στάσης των κατοίκων σχετικά με τη συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή «επίδραση» είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Η μεταβλητή « η επίδραση του τουρισμού στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων» λαμβάνει τιμές από 1 έως 5, καθώς αυξάνεται ο βαθμός επίδρασης του τουρισμού στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων. Ο συντελεστής της μεταβλητής ισούται με 0,298, δηλαδή για κάθε αύξηση κατά μία μονάδα της μεταβλητής «επίδραση» αναμένεται ενίσχυση κατά 0,298 μονάδες της θετικής στάσης των κατοίκων σχετικά με τη συμβολή του τουρισμού

στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή «επίδραση» είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Η μεταβλητή «ηλικία» λαμβάνει τιμές από 18 έως 78 καθώς αυξάνεται η ηλικία του δείγματος. Ο συντελεστής της μεταβλητής «ηλικία» ισούται με 0,001, δηλαδή για κάθε αύξηση κατά ένα χρόνο της ηλικίας αναμένεται οι κάτοικοι να συμφωνούν κατά 0,001 μονάδες περισσότερο σχετικά με την επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή ηλικία δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Η μεταβλητή «φύλο» λαμβάνει τις τιμές 1 και 0 για τον «άνδρα» και τη «γυναίκα» αντίστοιχα. Ο συντελεστής της μεταβλητής «φύλο» ισούται με 0,024, το οποίο σημαίνει ότι η στάση των ανδρών όσον αφορά την επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς είναι κατά 0,0024 μονάδες θετικότερη από αυτή των γυναικών, με απαραίτητη προϋπόθεση ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή «φύλο» δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Η μεταβλητή « μορφωτικό επίπεδο» λαμβάνει τιμές από 1 έως 7, όσο πιο ανώτερο γίνεται το επίπεδο της μόρφωσης. Ο συντελεστής της μεταβλητής αυτής ισούται με 0,053 που σημαίνει ότι για κάθε αύξηση κατά μια μονάδα της μεταβλητής «μορφωτικό επίπεδο» αναμένεται κατά μέσο όρο ενίσχυση κατά 0,053 μονάδες της θετικής στάσης των ερωτώμενων αναφορικά με την επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς, με δεδομένο ότι οι υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές παραμένουν σταθερές. Η μεταβλητή « μορφωτικό επίπεδο» δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Στη συνέχεια, εκτιμήθηκε ένα δεύτερο μοντέλο, το οποίο περιλαμβάνει τις στατιστικά σημαντικές μεταβλητές του μοντέλου 1. Οι μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές: «ηλικία» «φύλο» και «μορφωτικό επίπεδο» παρελήφθησαν. Όλες οι μεταβλητές του μοντέλου 2 βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές.

Η εξίσωση της παλινδρόμησης του μοντέλου 2 είναι η ακόλουθη:

$$\text{Rabbitdevelop1} = -0,240 + 0,239 * \text{Substructure} + 0,481 * \text{Security} + 0,313 * \text{Festivals}$$

Όπου:

Rabbitdevelop: η επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς

Substructure: η επίδραση του τουρισμού στη βελτίωση των υποδομών

Security : η επίδραση του τουρισμού στην αποτελεσματικότερη αστυνόμευση

Festivals: η επίδραση του τουρισμού στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων

Οι μεταβλητές και στα δύο μοντέλα παρουσιάζονται με τα σωστά πρόσημα, ενώ τα πρόσημα διατηρήθηκαν ακόμη και μετά την αφαίρεση των μη στατιστικά σημαντικών μεταβλητών. Παρατηρήθηκε ότι στο μοντέλο 2 οι συντελεστές των μεταβλητών αυξομειώθηκαν κατ' ελάχιστον, όταν αφαιρέθηκαν οι μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές, σε σχέση με το μοντέλο 1. Στο Μοντέλο 1 το R^2 ισούται με 0,430, δηλαδή το μοντέλο επεξηγεί το 43% της συνολικής μεταβλητότητας της εξαρτημένης μεταβλητής. Στο Μοντέλο 2 το R^2 είναι μικρότερο. Συγκεκριμένα, ισούται με 0,424 και συνεπώς επεξηγεί το 42,4% της συνολικής μεταβλητότητας της εξαρτημένης μεταβλητής. Η διαφορά στις τιμές του R^2 οφείλεται στο γεγονός ότι το Μοντέλο 1 περιλαμβάνει μεγαλύτερο πλήθος επεξηγηματικών μεταβλητών σε σύγκριση με το Μοντέλο 2. Το R^2 adj. παραμένει σταθερό και στα δύο μοντέλα 2, πράγμα που οφείλεται στο ότι οι μεταβλητές που αφαιρέθηκαν στο Μοντέλο 2 δεν ασκούσαν στατιστικά σημαντική επίδραση στο υπόδειγμα. Το F- test για τις μεταβλητές που αφαιρέθηκαν δείχνει ότι $b_1=b_2=b_3=...b_7=0$ σε επίπεδο σημαντικότητας 99%, πράγμα που σημαίνει ότι εύστοχα αγνοήθηκαν από το Μοντέλο 2. Εξάλλου, το συνολικό F του μοντέλου 2 μεγάλωσε σημαντικά μετά την αφαίρεση των μη στατιστικά σημαντικών μεταβλητών. Συγκεκριμένα, η F- statistics του Μοντέλου 1 είναι 15,068 με $p\text{-value}=0,000$, που σημαίνει ότι θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με μία τουλάχιστον ανεξάρτητη, ενώ του Μοντέλου 2 είναι 30,217 με $p\text{-value}=0,000$, δηλαδή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 99%. Συνεπώς, το Μοντέλο 2 εξηγεί καλύτερα την εξαρτημένη μεταβλητή και κρίνεται καλύτερο από το Μοντέλο 1

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΠΙΤΟΠΙΑΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Από την παραπάνω ανάλυση έγινε σαφές ότι οι πολίτες της ευρύτερης περιοχής του Μυστρά γνωρίζουν καλά την έννοια του πολιτιστικού τουρισμού και τις συνέπειες που μπορεί να έχει η σωστή αξιοποίησή του στην περιοχή τους και στην τοπική οικονομία. Αξίζει να σημειώσουμε ότι το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος θεωρεί ότι η τουριστική ζήτηση του Μυστρά οφείλεται στην ιστορία του τόπου, ενώ ο ίδιος αριθμός ατόμων πιστεύει ότι η γειτνίαση με την Καλαμάτα δε συμβάλλει θετικά στην τουριστική ζήτηση της περιοχής του. Επίσης, είναι σημαντικό ότι η πλειοψηφία του δείγματος αναγνωρίζει τη θετική συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής τους, από τη στιγμή που πιστεύει ότι ο τουρισμός έχει συνεισφέρει πολύ στην τοπική οικονομική ανάπτυξη. Αντιθέτως με τον τουρισμό, η μεγαλύτερη μερίδα του δείγματος θεωρεί ότι οι δημόσιες υπηρεσίες, δε συμβάλλουν καθόλου στην οικονομική ανάπτυξη του Μυστρά. Αξίζει δε να τονίσουμε ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων απασχολείται στο δημόσιο τομέα.

Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων είναι σημαντικό το ότι δεν παρουσιάστηκαν αξιοσημείωτες διαφορές, μεταξύ ανδρών και γυναικών. Αντιθέτως, διαφορές στο μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων παρουσιάστηκαν σε σχέση με την ηλικία. Έτσι, τα νεαρά άτομα έχουν ανώτερο μορφωτικό επίπεδο σε σχέση με τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας.

Σχετικά με την επαγγελματική δραστηριότητα των ερωτώμενων αξίζει να σημειώσουμε ότι η πλειοψηφία απασχολείται στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα. Οι άντρες έχουν συμμετοχή σε όλους τους επαγγελματικούς κλάδους, αν και αυτοί που δήλωσαν ότι ασχολούνται με αγροτικές εργασίες είναι μόνο 3 και 1 άτομο δήλωσε τεχνίτης. Αυτό δείχνει την αποστροφή που έχουν οι νέοι σήμερα για τις χειρωνακτικές εργασίες.

Η ανεργία δεν πλήττει πολύ σοβαρά κανένα από τα δύο φύλα. Έτσι, από τους 127 ερωτηθέντες μόνο ένα άτομο δήλωσε πως είναι άνεργο.

Όσον αφορά τη συμβολή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην τουριστική ανάπτυξη του Μυστρά, οι κάτοικοι θεωρούν ότι η Τοπική Αυτοδιοίκηση αναλαμβάνει επενδύσεις για την τουριστική ανάπτυξη, ιδίως όταν παρατηρούν αύξηση των διαθέσιμων θέσεων εργασίας, αύξηση της κρατικής χρηματοδότησης, ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς και διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Επιπλέον, θεωρούν ότι η περιοχή τους αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς, όταν βλέπουν βελτίωση των υποδομών και αποτελεσματικότερη αστυνόμευση. Πρέπει να σημειώσουμε ότι η στάση αυτή των κατοίκων δεν επηρεάζεται ούτε από την ηλικία που έχει ο καθένας, αλλά ούτε και από το φύλο τους.

Μ' άλλα λόγια οι κάτοικοι θεωρούν ότι ο πολιτισμικός τουρισμός μπορεί να επιφέρει πολλές θετικές συνέπειες στην περιοχή τους και γι' αυτό το λόγο άλλωστε η μεγαλύτερη πλειοψηφία του δείγματος επιθυμεί να αυξηθεί τα επόμενα 5 χρόνια ο τουρισμός του Μυστρά, αν και πιστεύει πολύ ότι αυτό θα γίνει με τη βελτίωση των υποδομών και την καλύτερη ανάδειξη των πολιτισμικών της στοιχείων. Πάντως μέχρι σήμερα, οι κάτοικοι θεωρούν ότι ο τουρισμός έχει επιδράσει μέτρια στη βελτίωση των υποδομών, ενώ η επίδρασή του στην αναπαλαίωση και συντήρηση των παλιών κτιρίων είναι μεγάλη.

ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Όπως έγινε φανερό από την μέχρι τώρα ανάλυση, και κυρίως από την παρουσίαση των κύριων σημείων άρθρων ξένων συγγραφέων, ένα από τα κυρίαρχα σημεία της συζήτησης για την ανάπτυξη και προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού είναι η επαφή του τουρίστα με τον ντόπιο και ό,τι αυτό επιφέρει. Η επικοινωνία των ντόπιων με τους τουρίστες συγκέντρωσε το ενδιαφέρον πολλών ερευνητών του τουριστικού φαινομένου ως ένα σημαντικό παράδειγμα των

επιπτώσεων του τουρισμού στην κοινωνική συμπεριφορά και τις αντιλήψεις και αξίες των ντόπιων. Ωστόσο, όπως επισημάνθηκε, η επίδραση της τουριστικής ανάπτυξης στον πολιτισμό είναι πάρα πολύ δύσκολο να υπολογιστεί.

Οι περισσότεροι μελετητές κάνουν λόγο για σύγκρουση συνηθειών και νοοτροπιών μεταξύ τουρίστα και ντόπιου και για αρνητική επίδραση του τουρισμού στα ήθη, έθιμα και τον τοπικό πολιτισμό της χώρας υποδοχής. Αυτό γίνεται πιο εύκολα κατανοητό εάν αναλογιστεί κανείς ότι οι περισσότερες αναλύσεις θεωρούν τους τουρίστες ως εκπροσώπους περισσότερο αναπτυγμένων χωρών αλλά και ως κυρίαρχους φορείς, με την έννοια ότι επηρεάζαν ποικιλοτρόπως τους υποδοχείς τους.

Μια ακόμα αρνητική επίπτωση που επιφέρει η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού είναι η εμπορευματοποίηση της ίδιας της πολιτιστικής μας κληρονομιάς. Οι τεχνίτες, για παράδειγμα, στις τοπικές κοινωνίες γνωρίζοντας ότι η ζήτηση για τα προϊόντα τους είναι μεγάλη, προχωράνε σε μαζική παραγωγή αυτών. Δημιουργείται, δηλαδή, μια αγορά με αποκλειστικούς πελάτες τους τουρίστες, στην οποία προμηθευτές είναι οι παραγωγοί λαϊκών μορφών τέχνης. Εμπορευματοποίηση υπάρχει και σε άλλες πτυχές του πολιτισμού, εκτός από τις λαϊκές τέχνες, όπως οι τελετές, τα έθιμα κ.α.

Θέματα περί αυθεντικότητας επίσης, εγείρουν το ενδιαφέρον για συζητήσεις και διαφωνίες μεταξύ των ερευνητών. Για το αν η αναζήτηση της αυθεντικότητας είναι η πεμπτουσία του τουριστικού ταξιδιού, αν μπορεί τελικά να εντοπιστεί στα σύγχρονα τουριστικά θέλγητρα, τι από αυτά που θα έχουν εντοπιστεί έχει επινοηθεί στο βωμό της τουριστικής κατανάλωσης και τι όχι κ.α.

Αν και συνηθίζεται να τονίζονται οι αρνητικές επιπτώσεις της ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού, υπάρχουν και θετικά σημεία. Οι τουριστικές αφίξεις μετατρέπονται σε εισόδημα για την τοπική κοινωνία, αλλά, συνάμα, τονώνεται το ενδιαφέρον και των τοπικών παραγόντων για διατήρηση και συντήρηση της κληρονομιάς τους. Εξάλλου, η απασχόληση του ντόπιου πληθυσμού στον τουρισμό βοηθά τόσο στην μείωση της ανεργίας αλλά και στην συγκράτηση του πληθυσμού στον τόπο του.

Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού δεν μπορεί να γίνει απλώς με πρωτοβουλία κάποιων τουριστικών επιχειρηματιών που σχεδιάζουν μεμονωμένες δραστηριότητες. Οι παράγοντες του

δημοσίου μπορούν μέσα από μια σειρά μέτρων να μειώσουν ή και να εξαλείψουν τις αρνητικές επιπτώσεις που προκαλούν οι αλόγιστες τεχνικές μάρκετινγκ από πλευράς ιδιωτικών φορέων για την προσέλκυση των τουριστών.

Επομένως, είναι επιτακτική η συνεργασία του δημόσιου με τον ιδιωτικό τομέα σε τοπική βάση. Με την βοήθεια του κρατικού σχεδιασμού (ανάπτυξη υποδομών και ουσιαστικός έλεγχος νομιμότητας) μπορεί να δοθούν οι σωστές διαστάσεις της ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού, αυτές της βιώσιμης ανάπτυξης.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Η μεθοδολογία της έρευνας και το ερωτηματολόγιο

Για τη συλλογή των πληροφοριών χρησιμοποιήθηκε η τεχνική του ανώνυμου ερωτηματολογίου που ακολουθεί.

Η σύνταξη του ερωτηματολογίου έγινε μετά τη σχετική βιβλιογραφική ενημέρωση, λαμβάνοντας υπόψη τα τοπικά χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες του Μυστρά, της περιοχής διεξαγωγής της έρευνας. Στόχος του ερωτηματολογίου ήταν η διεξαγωγή συμπερασμάτων όσον αφορά τη συμβολή ή μη του τουρισμού και ιδίως του πολιτισμικού στην προαγωγή της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης του Μυστρά. Η συλλογή των ερωτηματολογίων ξεκίνησε από τις 16.07.2007 και ολοκληρώθηκε στις 20.08.2007.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείτο από 10 ερωτήσεις η πλειονότητα των οποίων ήταν κλειστού τύπου και πολλαπλής επιλογής. Στο ερωτηματολόγιο υπήρχαν 2 ερωτήσεις ανοικτού τύπου. Το σύνολο των μεταβλητών του ερωτηματολογίου ήταν 57.

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας ήταν χωρισμένο σε 2 μέρη. Το πρώτο μέρος με τίτλο «Πολιτισμικός Τουρισμός και Βιώσιμη Ανάπτυξη», αποτελείτο από τις εξής υποενότητες:

- Οι παράγοντες της τουριστικής ζήτησης του Μυστρά.
- Η συνεισφορά του τουρισμού, του αγροτικού τομέα, των ιδιωτικών και των δημοσίων υπηρεσιών στην οικονομική ανάπτυξη του Μυστρά.
- Τα οφέλη του τουρισμού στα οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά θέματα, καθώς και στη βελτίωση των υποδομών της περιοχής.
- Η δράση και το ενδιαφέρον της τοπικής αυτοδιοίκησης για την τουριστική ανάπτυξη του Μυστρά.
- Η στάση των κατοίκων απέναντι στο μέλλον του τουρισμού στην περιοχή τους.

Στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου υπήρχαν ερωτήσεις που αφορούσαν τα προσωπικά χαρακτηριστικά του δείγματος όπως το φύλο, την ηλικία, την οικογενειακή κατάσταση, το μορφωτικό επίπεδο και την επαγγελματική δραστηριότητα / απασχόληση.

Η επιλογή του δείγματος πραγματοποιήθηκε με τη μέθοδο της επιλεκτικής δειγματοληψίας. Οι μοναδικοί περιορισμοί που τέθηκαν ήταν:

- Οι ερωτώμενοι να έχουν συμπληρώσει το 17^ο έτος της ηλικίας τους.
- Ένα μέλος μόνο από κάθε οικογένεια να συμπληρώσει ερωτηματολόγιο.

Ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν από τους κατοίκους της ευρύτερης περιοχής του Μυστρά. Στην έρευνα χρησιμοποιήθηκαν 127 ερωτηματολόγια. Συνολικά διανεμήθηκαν 160 ερωτηματολόγια από τα οποία συμπληρωμένα επεστράφησαν τα 142. Στο στάδιο της επεξεργασίας πραγματοποιήθηκε έλεγχος της πλήρους συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων. Διαπιστώθηκε ότι σε 15 ερωτηματολόγια δεν είχαν συμπληρωθεί βασικές ερωτήσεις. Για το λόγο αυτό, τα ερωτηματολόγια αυτά αγνοήθηκαν.

Ακολούθησε η κωδικοποίηση των απαντήσεων και η καταγραφή τους σε στατιστικούς πίνακες. Χρησιμοποιήθηκαν δυο προγράμματα, το Microsoft Excel για την κατασκευή των διαγραμμάτων και το λογισμικό SPSS for Windows. Η ανάλυση ολοκληρώθηκε με την πραγματοποίηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης μεταξύ εξαρτημένης μεταβλητής και ανεξάρτητων ούτως ώστε να βρεθεί εάν οι τελευταίες ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή.

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ «ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»
Κατεύθυνση « Αγωγή του Καταναλωτή»

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Σας παρακαλώ συμπληρώστε το ερωτηματολόγιο. Οι απαντήσεις σας είναι ανώνυμες και εμπιστευτικές. Σκοπός του ερωτηματολογίου είναι η καταγραφή των αντιλήψεων των πολιτών της ευρύτερης περιοχής του Μυστρά σε θέματα προστασίας της πολιτισμικής τους κληρονομιάς για ένα βιώσιμο περιβάλλον. Σας ευχαριστώ, λοιπόν, εκ των προτέρων για τη συμβολή σας στην εκπόνηση αυτής της πανεπιστημιακής έρευνας.

Νο ερωτηματολογίου.....

Ημερομηνία:...../...../2007

Α. Πολιτισμικός τουρισμός και Βιώσιμη Ανάπτυξη

1. Η τουριστική ζήτηση του Μυστρά οφείλεται:

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
<u>Στα Μουσεία</u>					
Στις πολιτιστικές και μουσικές εκδηλώσεις					
Στην αρχιτεκτονική κληρονομιά					
Στην ιστορία του τόπου					
Στο φυσικό περιβάλλον					
Στη γειτνίασή του με την Καλαμάτα					

2. Πως οι παρακάτω παράγοντες έχουν συνεισφέρει στην οικονομική ανάπτυξη του Μυστρά;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Ο τουρισμός					
Ο αγροτικός τομέας					
Οι ιδιωτικές υπηρεσίες					
Οι δημόσιες υπηρεσίες					

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα

3. Πως έχει επιδράσει ο πολιτισμικός τουρισμός στα παρακάτω θέματα:

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Αύξηση των διαθέσιμων θέσεων εργασίας					
Προσέλκυση επενδύσεων					
Αύξηση της κρατικής χρηματοδότησης					
Ενίσχυση του οικογενειακού εισοδήματος					
Ανάπτυξη της περιοχής με γρήγορους ρυθμούς					
Αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας του θερινού τουρισμού					
Έχει οδηγήσει στη βελτίωση των υποδομών					
Βελτίωση του συστήματος ύδρευσης και αποχέτευσης					
Επέκταση και βελτίωση του οδικού δικτύου					
Αποτελεσματικότερη αστυνόμευση					
Βελτίωση της ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης					
Αναβάθμιση της ποιότητας των δημόσιων υπηρεσιών					
Συντήρηση και αναπαλαίωση παραδοσιακών κτιρίων					
Αναπαλαίωση των βυζαντινών εκκλησιών και μοναστηριών					
Διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων					
Προστασία αρχαιολογικών χώρων					

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα

4. Η Τοπική Αυτοδιοίκηση ενδιαφέρεται για την τουριστική ανάπτυξη του Μυστρά με:

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Επενδύσεις για την τουριστική ανάπτυξη					
Διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων					
Τουριστική διαφήμιση και προβολή της περιοχής στην Ελλάδα και το εξωτερικό					
Ενθάρρυνση εναλλακτικών μορφών τουρισμού (όπως χειμερινού, πολιτισμικού, αθλητικού κ.α.)					

5. Πόσο συμφωνείτε με τα ακόλουθα:

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Η περιοχή θα ήταν σε χειρότερη θέση χωρίς τον τουρισμό					
Θα επιθυμούσατε τα επόμενα 5 χρόνια να αυξηθεί ο τουρισμός του Μυστρά					
Ο Μυστράς μπορεί να ελκύσει μεγαλύτερο αριθμό τουριστών με τη βελτίωση των υποδομών					
Ο Μυστράς μπορεί να ελκύσει μεγαλύτερο αριθμό τουριστών με την ανάδειξη των πολιτισμικών της στοιχείων					

Β. Προσωπικά στοιχεία

6. Φύλο ερωτώμενου:

Άνδρας	
Γυναίκα	

7. Ποια είναι η ηλικίας σας;

8. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

Άγαμος	
Έγγαμος	
Διαζευγμένος/η	
Χήρος/α	

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα

9. Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;

Δημοτικό	
Γυμνάσιο	
Λύκειο	
Απόφοιτος Ιδιωτικής Σχολής	
Σπουδαστής ΑΕΙ/ΤΕΙ	
Πτυχιούχος ΑΕΙ/ΤΕΙ	
Κάτοχος Μεταπτυχιακού Διπλώματος / Διδακτορικού	

10. Ποια είναι η επαγγελματικής σας δραστηριότητα / απασχόληση;

Δημόσιος Υπάλληλος	
Ιδιωτικός Υπάλληλος	
Προσωπική Επιχείρηση	
Τεχνίτης (π.χ. ηλεκτρολόγος, υδραυλικός)	
Αγροτικές εργασίες	
Άλλο (παρακαλώ αναφερθείτε αναλυτικά στο διπλανό κουτάκι π.χ. άνεργος, νοικοκυρά, συνταξιούχος, σπουδαστής κ.α.)	

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

Ανθουλιάς, Τ. (2005) Πολιτιστικός τουρισμός: μια σημαντική εναλλακτική λύση

URL: <http://www.traveldailynews.gr>

Αυγερινού-Κολώνια Σοφία, «Η δικτύωση των ιστορικών πόλεων της Μεσογείου – Η πρόταση του Αστικού Τουρισμού», Προστασία και ανάπτυξη των ιστορικών πόλεων στον 21^ο αιώνα, Πρακτικά Διεθνούς Επιστημονικής Συνάντησης της Επιτροπής Ιστορικών Πόλεων CIVVIH-ICOMOS, Εκδόσεις Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης, Κέρκυρα (2002), σσ. 273-275.

Αυγερινού Σ., Μαΐστρου Ε., «Διεθνής Χάρτα για την Προστασία των Ιστορικών Πόλεων, 1987», Προστασία και ανάπτυξη των ιστορικών πόλεων στον 21^ο αιώνα, Πρακτικά Διεθνούς Επιστημονικής Συνάντησης της Επιτροπής Ιστορικών Πόλεων CIVVIH-ICOMOS, Εκδόσεις Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης, Κέρκυρα (2002), σσ. 14-16.

Βαρβαρέσος, Σ. (1998) Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές. Αθήνα: Προπομπός

Βουδούρη Δάφνη, Η προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς στην προοπτική της Ενιαίας Ευρωπαϊκής Αγοράς, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, 1992.

Γαλάνη-Μουτάφη Β. «Προσεγγίσεις του Τουρισμού-το επινοημένο και το ‘αυθεντικό’», Σύγχρονα θέματα, σς. 28-39.

Γαλάνη-Μουτάφη Β., «Έρευνες για τον τουρισμό στην Ελλάδα και την Κύπρο, μία ανθρωπολογική προσέγγιση», Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ, Αθήνα (2002).

Ηγουμενάκης, Ν. (1996) *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Interbooks

ICOMOS (2002) Η Χάρτα του Πολιτιστικού Τουρισμού. *Τράπεζα Πληροφοριών ΤΕΕ*, τεύχος 2193

Κοκκώσης Χ. – Τσάρτας Π., Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα, 2001, σ. 35 και σ. 263.

Κόνσολα Ν. Ντόρα, Η διεθνής προστασία της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, 1995.

Κόνσολα Ν. Ντόρα, Πολιτιστική Δράση των Διεθνών Οργανισμών: Παραδόσεις, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, 1994.

Κόνσολα Ν. Ντόρα, Πολιτιστική Δραστηριότητα και Κρατική πολιτική στην Ελλάδα- Η περιφερειακή διάσταση, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, 1990

Κρεμέζη Αικ., «Η Αναθεωρημένη Χάρτα του Πολιτιστικού Τουρισμού, ICOMOS 1999», Προστασία και ανάπτυξη των ιστορικών πόλεων στον 21^ο αιώνα, Πρακτικά Διεθνούς Επιστημονικής Συνάντησης της Επιτροπής Ιστορικών Πόλεων CIVVIH-ICOMOS, Εκδόσεις Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης, Κέρκυρα (2002), σσ. 18-29.

Λακωνία – Ένας πλήρης ταξιδιωτικό οδηγός, Εκδόσεις Explorer, 2005.

Μάλλιαρης, Π. (1990) *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Σταμούλης

Ματάλας Α. Δημοσθένης, Προστασία και ανάδειξη των μνημείων - Δικαίωμα αλλά και υποχρέωση της Τ.Α., Προστασία και ανάπτυξη των ιστορικών πόλεων στον 21^ο αιώνα, Πρακτικά Διεθνούς Επιστημονικής Συνάντησης της Επιτροπής Ιστορικών Πόλεων CIVVIH-ICOMOS, Εκδόσεις Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης, Κέρκυρα (2002), σσ. 128

Μητούλα Ρ., Βιώσιμη Τοπική και Περιφερειακή Ανάπτυξη, Χαρακόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα, 2002.

Σπιλάνης Γιάννης, «Ο Αγροτουρισμός στην υπηρεσία της Τοπικής Ανάπτυξης – Η περίπτωση της Λέσβου», Ο Αγροτουρισμός και η Συμβολή του στη Διατήρηση της Πολιτιστικής Κληρονομιάς των Χωρών της Ευρώπης, Πρακτικά Ευρωπαϊκού Σεμιναρίου, Επιμ. Κ. Αποστολόπουλος (Πλωμάρι Λέσβου, Ελλάς 1-7 Ιουνίου 1997), Έκδοση Τμήματος Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας του Χαρακόπειου Πανεπιστημίου, Αθήνα (2000), σ. 199.

Σπυριδάκη, Ε. (2005) Εναλλακτικός τουρισμός

URL: <http://www.anthropos.gr>

Τσάρτας Π., «Πολιτιστικές Ανταλλαγές και Αγροτουρισμός», Ο Αγροτουρισμός και η Συμβολή του στη Διατήρηση της Πολιτιστικής Κληρονομιάς των Χωρών της Ευρώπης, Πρακτικά Ευρωπαϊκού Σεμιναρίου, Επιμ. Κ. Αποστολόπουλος (Πλωμάρι Λέσβου, Ελλάς 1-7 Ιουνίου 1997), Έκδοση Τμήματος Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας του Χαροκόπειου Πανεπιστημίου, Αθήνα (2000), σ. 81.

Χατζηδάκης Μ., «Μυστράς, Η Μεσαιωνική Πολιτεία και το Κάστρο», Εκδοτική Αθηνών, Αθήνα (2005).

Ξενόγλωσση

Adcock, D. et al (1993) *Marketing: Principles and Practice*. 3rd Edition. Great Britain: Pitman

Akis S., Peristianis N. And J. Warner (1996), “Residents attitudes to tourism development: the case of Cyprus”, *Tourism Management*, VOL. 17, Is. 7, pp. 481-494.

Andersen, V. & Prentice, R. (2003) Festival as Creative Destination. *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, No 1

Balcar M. And Pearce D. (1996), ‘Heritage tourism on the West Coast of New Zealand’, *Tourism Management*, Vol. 17, Is. 3, pp. 203-212.

Baloglu S. and Mangalolu M. (2001), Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece and Italy as perceived by US –based tour operators and travel agents, *Tourism Management*, Vol. 22, Is. 1, pp. 1-9.

Barnett Sh. (1997), ‘Maori Tourism’, *Toyrisim Management*, Vol. 18, Is. 7, pp. 471-473

Baron, S. & Harris, K. (1995) *Services Marketing*. UK: Macmillan

- Boniface, P. & Fowler, P.J. (1996) *Heritage and Tourism in 'the global village'*. 2nd Edition. London: Routledge
- Bowen, J. et al (1996) *Marketing for Hospitality and Tourism*. London: Prentice-Hall
- Chang T. , Milne S., Fallon D. And C. Pohlmann (1996), "Urban heritage tourism-the global-local nexus", *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, Is. 2, pp. 284-305.
- Cohen, E. (1984) The Sociology of Tourism: Approaches, Issues and Findings. *Annual Review of Sociology*, Vol. 10
- Cowell, D. (1984) *The Marketing of Services*. London: Butterworth-Heinemann
- Crosier, K. (1987) Promotion, in the *Marketing Book*, ed. Baker, M. London: Heinemann
- DeMello, M. And Norman W. (2003), "Estimating the economic impacts of seven regular sport tourism events", *Journal of Sport Tourism*, Vol. 8, Is. 4, pp. 214-222
- Fallon L. And Kriwoken L. (2003), "Community involvement in tourism infrastructure-the case of the Strahan Visitor Center, Tasmania", *Tourism Management*, Vol. 24, Is. 3, pp. 289-308.
- Forster, J. (1964) The Sociological Consequences of Tourism. *International Journal of Comparative Sociology*, Vol. 5
- Garin-Munoz, T. And Amaral T. (2000), "An econometric model for international tourism flows to Spain", *Applied Economics Letters*, Vol. 7, pp. 525-529
- Gee, C.Y., Makens, J.C., Choy, d.L. (1995) *The travel industry*. 2nd Edition. London: Pitman
- Goodwin, C. & Ross, I. (1992) Consumer Responses to Service Failures: Influence of Procedural and Interactional Fairness Perceptions. *Journal of Business Research*, Vol. 25
- Graburn N. (1983), "The Anthropology of Tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 10, Is. 1, pp. 9-33.

Hughes, H. & Allen, D. (2003) Cultural tourism in Central and Eastern Europe: the views of 'induced image formation agents'. *Tourism Management*, Vol. 26

Lim, Ch. (1997), "Review of international tourism demand models", *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, Is. 4, pp. 835-849.

Kennedy Od. (2002), "Cultural Tourism in Kenya", *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, Is. 4, pp. 1036-1047.

McKercher, B., Ho, P.S. & Cros, H. (2004) Attributes of Popular Cultural Attractions in Hong Kong. *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No 2

Kotler, P. (1984) *Marketing Management*. 4th Edition. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall

Kotler, P. (1991) *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. 7th Edition. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall

Lanza, Al., Temple, P. And G., Urga (2003), "The Implication of Tourism Specialisation in the Lohg Run: An Econometric Analysis for 13 OECD Economies", *Tourism Management*, VOL. 24, Is. 3, pp.315-321.

MacCannell, D. (1973) Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *American Journal of Sociology*, Vol. 79

Machiel, L. (2001) Cultural Tourist Development in Kenya. *International Center for Integrative Studies (UM)*

McManus, R. (1997) Heritage and Tourism in Ireland –an unholy alliance? *Irish Geography*, Vol. 30

Middleton, V. (1994) *Marketing in travel and tourism*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall

Middleton V.-Hawkins R. 'Τουριστικό Μάρκετινγκ για βιώσιμη ανάπτυξη-Τουρισμός και αναψυχή', Εκδόσεις Κριτική (2004)

Morgan, M. (1996) *Marketing for leisure and tourism*. London: Prentice-Hall

Morrison, A. M. (1996) *Hospitality and Travel Marketing*. Delmar

Moscardo, G. & Pearce, P.L. (1999) Understanding Ethnic Tourists. *Annals of Tourism Research*, Vol. 26, No 2

Munyima, M. (1999) Preserving and Managing Complex Heritage as a Tourist Product. *Transmission, interpretation and tourism, Section C2*

Notzke Cl. (1999), "Indigenous tourism development in the Arctic", *Annals of Tourism Research*, Vol. 26, Is. 1, pp. 55-76.

Palmer, A. (2001) *Principles of services marketing*. 2nd Edition. UK: McGraw-Hill

Prentice, R. (2001) Experiential Cultural Tourism: Museums & the Marketing of the New Romanticism of Evoked Authenticity. *Museum Management and Curatorship*, Vol. 19, No. 1

Prentice, R. (2004) Tourist Familiarity and Imagery. *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No 4

Santich B. (2004), 'The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training', *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 23, Is. 1, pp. 15-24.

Seaton, A. V. & Bennett, M. (1996) *Marketing tourism products*. Thomson

Simons M. (2000), "Aboriginal heritage art and moral rights", *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, Is. 2, pp. 412-431.

Teye V., Sonmer S. and E. Sirakaya (2002), "Residents' attitudes toward tourism development", *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, Is. 3, pp. 668-688.

Vagenas M. And Croes (2000), 'Evaluation of demand US tourists to Aruba', *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, Is. 4, pp. 946-963.

Walsh, M. (1996), "Demand analysis in Irish Tourism", *Journal*, Vol. 27, Is. 4, pp. 1-30.

Ηλεκτρονική

<http://www.scirus.com>

<http://www.google.com>

<http://www.esye.gr>

