



Καινοτομία και επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό

Μάθημα: Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού

Τσαρτας Πάρις

Καθηγητής Τουριστικής Ανάπτυξης

ΑΘΗΝΑ 2016-17

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.1. Λέξεις κλειδιά, ορολογία

Ορολογία

Πίνακας 1

Πολιτισμικός τουρισμός	Αστικός τουρισμός	Θρησκευτικός τουρισμός
Επιστημονικός τουρισμός	Τουρισμός πόλεων	Ήθη και έθιμα
Εκπαιδευτικός τουρισμός	Πολιτιστικές δραστηριότητες	Προσκυνηματικός τουρισμός
Μορφωτικός τουρισμός	ΟΜΤΔ	ΕΕΜΤ

Πηγή: Κοκκώσης, Τσαρτας, Γκρίμπα,

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.2 Εισαγωγικές παρατηρήσεις

Πίνακας 2

2^η ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ?, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ? ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

<i>A. Πολιτισμικός τουρισμός</i>	<i>B. Θρησκευτικός τουρισμός</i>	<i>Γ. Εκπαιδευτικός τουρισμός/ Επιστημονικός τουρισμός</i>	<i>Δ. Αστικός τουρισμός</i>
----------------------------------	----------------------------------	--	-----------------------------

Πηγή: Κοκκώσης, Τσαρτας, Γκρίμπα,

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.3. Ιστορική εξέλιξη – Δυναμική

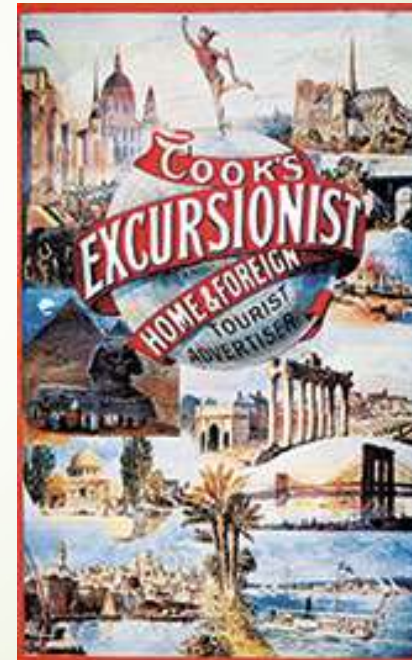
2.3.1. Πολιτισμικός τουρισμός

Ορισμός: Είναι δύσκολο να δοθεί ένας πλήρης ορισμός του πολιτισμικού τουρισμού λόγω των υλικών και άυλων διαστάσεων που συμπερικλείει π.χ. γαστρονομία, τέχνη, μουσική, αρχιτεκτονική, γλώσσα, φεστιβάλ, εκπαίδευση, θρησκεία, ενδυμασία, δρώμενα. Παρ' όλ' αυτά, ομαδοποιείται σε τέσσερις κατηγορίες ανάλογα με το που βασίζεται: α) τουριστική θεωρία, β) κίνητρα, γ) εμπειρίες / βιώματα, δ) λειτουργικότητα, με πιο δυναμική την τελευταία, στην οποία ο πολιτιστικός τουρισμός ορίζεται ως συμμετοχή τουριστών σε δραστηριότητες, με έμφαση στη συμμετοχή κι εμπλοκή σε εμπειρίες, πολύ περισσότερο από ότι στο κίνητρο σκοπό ή βάθος εμπειρίας (Μοίρα Π, 2009:25-26).

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.3.1. Πολιτισμικός τουρισμός

- Από τον Πausanias -Έλληνα περιηγητή και γεωγράφο του 2ου αι. και του Ρωμαίους περιηγητές, στο Grand Tour που έκανε αρχικά την εμφάνισή του στην Αγγλία τον 17ο αιώνα ως ταξίδι στον ευρωπαϊκό κλασικό πολιτισμό και μετά τα τέλη 19^{ου} αιώνα απέκτησε ρομαντικό χαρακτήρα
- Τον 18ο αιώνα η αστική τάξη εισάγει την έννοια μιας παγκόσμιας αισθητικής. Συλλέγονται αντικείμενα από όλο τον κόσμο και αυξάνονται τα μουσεία .
- Τον 19ο αιώνα το πρότυπο του δημιουργικού ελεύθερου χρόνου και της χρήσης της «υψηλής» κουλτούρας για την ενσωμάτωση των λαϊκών στρωμάτων στην τέχνη
- Τα πρώτα τουριστικά πακέτα που σχεδιάζει ο πρωτοπόρος Thomas Cook το 1855 είχαν πολιτιστικό χαρακτήρα (επίσκεψη σε αξιοθέατα του παγκόσμιου πολιτισμού, σε εκθέσεις κ.λ.π.).



Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.3. Ιστορική εξέλιξη – Δυναμική

2.3.2. Θρησκευτικός τουρισμός

Ορισμός: Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά σε ταξίδια σε τόπους θρησκευτικής λατρείας όπως π.χ. οι Άγιοι Τόποι, η Μέκκα και ο Άγιος Πέτρος, αλλά και εξερευνήσεις ή επισκέψεις σε περιοχές με θρησκευτικά μνημεία με σκοπό την επαφή, τη γνωριμία, τη μελέτη και τη γνώση της θρησκευτικής παράδοσης και κληρονομιάς, συνδέονται στενά με τον πολιτισμό, εφόσον η θρησκεία αποτελεί τμήμα του.

- *Στην αρχαία Ελλάδα γίνονται ταξίδια θρησκευτικού – προσκυνηματικού τουρισμού (στην Πυθία) και στα πλαίσια διοργανώσεων (Ισθμια).*
- *Οι τουρίστες του Μεσαίωνα που ήταν κυρίως προσκυνητές*

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.3. Ιστορική εξέλιξη – Δυναμική

2.3.3. Εκπαιδευτικός/Επιστημονικός τουρισμός

Ορισμός: Ως εκπαιδευτικός και επιστημονικός τουρισμός θεωρείται το ταξίδι με κίνητρο αφενός, την εκπαίδευση (σεμινάρια, εκδηλώσεις, επισκέψεις κ.ά.) και αφετέρου, την επιστήμη (επιστημονικές ανταλλαγές, έρευνες, επισκέψεις κ.λπ.) συγκεκριμένων ομάδων τουριστών (νέων επιστημόνων, εκπαιδευτικών).

- *Τη δεκαετία του 1960 εμφανίζονται στη Γερμανική αγορά ειδικευμένοι tour operator στον εκπαιδευτικό τουρισμό.*
- *Στις δεκαετίες του 1970 και 1980, πραγματοποιείται τμηματοποίηση της αγοράς, δημιουργώντας πακέτα πολιτιστικού τουρισμού σε μεγαλύτερη κλίμακα*

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.3. Ιστορική εξέλιξη – Δυναμική

2.3.4. Αστικός τουρισμός

Ορισμός: Ως αστικός τουρισμός θεωρείται το ταξίδι,- συνήθως μικρής διάρκειας σε αστικά κέντρα- με κίνητρα τις διακοπές, τον πολιτισμό, το shopping και ευρύτερα τη γνωριμία με το αστικό και πολιτισμικό περιβάλλον της συγκεκριμένης πόλης.

Ελληνικός αστικός τουρισμός

- *1950-1975. Η Αθήνα η οποία αποτελεί διαμετακομιστικό κέντρο των περισσότερων ταξιδιωτών*
- *1975-2000. α) καθιερώνεται το πρότυπο του κλασικού παραθεριστικού τουρισμού, συρρικνώνοντας τον τουρισμό πόλεως, β) Οι πτήσεις charter σε περιφερειακά αεροδρόμια έδωσαν ώθηση στην περιφερειακή ανάπτυξη του τουρισμού γ) Η Αθήνα δεν είναι ελκυστική (νέφος, κίνηση κ.α.)*
- *2000-σήμερα . Προσπάθειες ανάπτυξης τουρισμού Αθήνας, Ώθηση από μιας σειράς μεγάλων έργων (αναπλάσεις, υποδομές, ανακαινήσεις) πολλά από τα ποποία έγιναν με την ευκαιρία των Ολυμπιακών αγώνων*

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.4 Χαρακτηριστικά γνωρίσματα

Πίνακας 3

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΥΠΟ-ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Κατηγοριοποίηση/Είδος	Περιοχή	Τουριστικοί πόροι που χρησιμοποιούνται
Καλλιτεχνικός τουρισμός	-Λονδίνο, Ηνωμένο Βασίλειο -Αμστερνταμ, Ολλανδία	-Μουσεία, μνημεία, πινακοθήκες, χώροι τέχνης (θέατρα, γκαλερί). -Μνημεία, μουσεία, εκθέσεις, ιστορικά κτίσματα.
Κινηματογραφικός τουρισμός	Μάντσεστερ, Ηνωμένο Βασίλειο	Κινηματογραφική ιστορία, φεστιβάλ τεχνών και τηλεόρασης
Εθνικός τουρισμός	-Βουδαπέστη, Ουγγαρία -Σκοτία	-Όπερα, κλασική μουσική -Λαϊκή τέχνη, παραδοσιακό ποτό (ουίσκυ), παραδοσιακή εδυμασία (με κιλτ), παραδοσιακή μουσική (με γκάνιτα)
-Γαστρονομικός τουρισμός	-Γαλλία -Πορτογαλία	-Εστιατόρια, τοπικές σπεσιαλιτέ, εδέσματα υψηλής κουζίνα, -Τοπική γαστρονομία αγροτικού χώρου
-Οινικός τουρισμός	-Γαλλία	-Αμπελώνες, τοπική κουλτούρα, οίνος,

Πηγή: επεξεργασία Κοκκώση, Τσάρτας, Γκρίμπα και Αποστολόπουλος Κ. και Σδράλη Δ., 2009:124-125

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.4.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα

2.4.1.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα του Πολιτισμικού Τουρισμού:


- **Σκοπός:** Η ανάδειξη και αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και της σύγχρονης κουλτούρας
- **Αντικείμενο:** το πολιτισμικό ταξίδι αφορά σε παραμέτρους που σχετίζονται στενά με το ιδιαίτερο πολιτιστικό ενδιαφέρον και ανησυχίες του τουρίστα
- **Αντικείμενο μελέτης/πόροι και προϊόντα πολιτιστικού τουρισμού**
- **Φορείς προστασίας παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς:** UNESCO, Επιτροπή για την Παγκόσμια Κληρονομιά WHC, Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τοποθεσιών ICOMOS, Πανευρωπαϊκή Ομοσπονδία για την Κληρονομιά (Europa Nostra), Διεθνής Επιτροπή για τη Διατήρηση της Βιομηχανικής Κληρονομιάς TICCIH, Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων ICOM, Διεθνής Επιτροπή για την Ιστορία της Τεχνολογίας ICOHTEC κ.α.
- **Οργάνωση/ διαχείριση:** Κεντρική και τοπική διοίκηση, Εκπαιδευτικοί και ιδιωτικοί φορείς
- **Συμμετέχοντες:** α) general cultural tourists, β) specialized cultural tourists
- **Είδη ταξιδιού:** α) τουρισμός (πολιτιστικής) κληρονομιάς (heritage tourism ή study tour) β) ταξίδια που σχετίζονται με τις καλές τέχνες, τις παραστατικές τέχνες και την ψυχαγωγία (arts-related travel ή arts/entertainment tourism ή arts tours).
- **Τρόπος συμμετοχής:** Μελέτη, συμμετοχή σε δράσεις

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.4.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα

2.4.2.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα του Θρησκευτικού Τουρισμού:

- **Σκοπός:** η ανάδειξη και προβολή περιοχών ή αξιοθέατων θρησκευτικού χαρακτήρα, ώστε να είναι επισκέψιμα
- **Αντικείμενο:** τελετουργικό ταξίδι με ιερό, για το συμμετέχοντα, σκοπό –ικανοποιώντας πνευματικές ανάγκες, αλλά και υλικές ανάγκες
- **Οργάνωση/ διαχείριση:** Ειδικευμένα ταξιδιωτικά γραφεία και η εκκλησία
- **Τύποι προορισμών/περιοχών θρησκευτικού τουρισμού:** α) εμβληματικοί τόποι προσκυνήματος ή ταξίδια σε θρησκευτικά κέντρα (διεθνούς εθνικής, η περιφερειακής σημασίας) β) θρησκευτικοί προορισμοί που συνδέονται με ιστορικά γεγονότα ή πολιτιστικά επιτεύγματα ή ταξίδια σε πανηγύρια γ) θρησκευτικά φεστιβάλ ή ταξίδια σε φεστιβάλ
- **Βασικά χαρακτηριστικά στοιχεία των ταξιδιών θρησκευτικού τουρισμού:**
 - Τάμα: αποτελεί για τον προσκυνητή ιδιαίτερα απαραίτητη διαδικασία η οποία λειτουργεί κατά κάποιο τρόπο ανταποδοτικά
 - Θρησκευτικό ενθύμιο/αναμνηστικό: Τα προσκυνηματικά ενθύμια με το οποία οι προσκυνητές αναζητούν να παρατείνει επ' άοριστον τη θρησκευτική εμπειρία.

- 
- Στην Ελλάδα υπάρχουν 17 μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO από τα οποία τα 5 είναι μνημεία /περιοχές θρησκευτικού ενδιαφέροντος με πρώτο σε επισκεψιμότητα τα Μετέωρα τα οποία συνδυάζουν τα χαρακτηριστικά μοναστήρια, αλλά και το εντυπωσιακό φυσικό τοπίο.
 - Η ύπαρξη πολλών θρησκευτικών προορισμών στην ελληνική περιφέρεια αποτελεί πλεονέκτημα και δημιουργεί προϋποθέσεις για συνέργειες και εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος με άλλες μορφές τουρισμού.
 - Αξίζει να σημειωθεί ότι στην Ελλάδα, εντοπίστηκαν 250 - 280 τόποι θρησκευτικού ενδιαφέροντος έναντι 150 της Ρουμανίας

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.4.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα

2.4.3.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα του Εκπαιδευτικού/ Επιστημονικού Τουρισμού:

- **Σκοπός:** η συγκρότηση και ανάδειξη δραστηριοτήτων και υποδομών, οι οποίες μπορούν να αποτελέσουν πεδίο εκπαιδευτικού ή επιστημονικού ενδιαφέροντος
- **Αντικείμενο:** ποικιλία κινήτρων σχετικών με γνώσεις και δεξιότητες που ήδη κατέχουν οι ενδιαφερόμενοι ή η απόκτηση περαιτέρω
- **Οργάνωση/ διαχείριση:** Πανεπιστήμια, Ιδιωτικά εκπαιδευτήρια, Ιδρύματα πάσης φύσεως, Επιχειρήσεις, Υπουργεία, κ.α.. Η Ευρωπαϊκής Ένωσης ενισχύει πληθώρα εκπαιδευτικών προγραμμάτων και ανταλλαγών_
- **Τύποι :**
 - ομαδικές εκδρομές: (συνδυασμός γνώσεων και αναψυχής) –κυρίως για μαθητές και φοιτητές-,
 - εκπαιδευτικές επισκέψεις (study visits): δηλαδή επιτόπια μελέτη σε χώρες που έχουν να δείξουν σημαντική πρόοδο σε σχέση με το εκπαιδευτικό αντικείμενο –απευθύνεται κυρίως σε ακαδημαϊκούς ερευνητές ή στελέχη επιχειρήσεων-,
 - εκπαιδευτικές και επιστημονικές ανταλλαγές: οι οποίες ενθαρρύνουν την ανάπτυξη σχέσεων, κυρίως, μεταξύ καθηγητών, μαθητών ή φοιτητών διαφόρων χωρών,
 - εκπαιδευτικές κρουαζιέρες: σε ειδικά πλοία φιλοξενούνται ολόκληρα τμήματα μαζί με τους εκπαιδευτές τους, προκειμένου να συνεχίσουν τα μαθήματα τους «εν πλω».

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

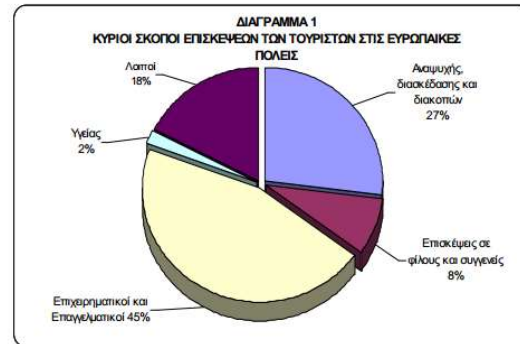
2.4.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα

2.4.4.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα του Αστικού Τουρισμού:

- **Σκοπός:** Η διαμόρφωση και οργάνωση του αστικού χώρου (π.χ. με ειδικές περιηγήσεις και «διαδρομές») ώστε να αποτελεί πεδίο επίσκεψης και περιήγησης
- **Αντικείμενο:** Η μετακίνηση τουριστών σε προορισμό (συνήθως, μιας, αλλά, συχνά και περισσότερων πόλεων), η αντίστοιχη περιήγησή του / τους για μερικές μέρες -συνήθως τρεις έως τέσσερις- και ικανοποίηση μιας σειράς κινήτρων που συνδέονται με την/τις πόλεις
- **Φορείς:** Ειδικοί φορείς των ΟΤΑ ή μεικτοί
- **Οργάνωση/ διαχείριση:**υπάρχουν διάφορα πακέτα που εξειδικεύονται στον τουρισμό πόλεων
- **Τυποι**

Βασικότεροι τύποι ταξιδιών στην πόλη	Παρατηρήσεις
Επίσκεψη στην πόλη που έχει ορισμένα από τα σημαντικότερα πολιτιστικά αξιοθέατα της χώρας	Μουσεία, μνημεία, θέατρα
Ατομικό επαγγελματικό ταξίδι	Ιδιωτικά ή μέσω εταιρίας
Οργανωμένο επαγγελματικό ταξίδι (Συνέδρια, Εκθέσεις, Incentives)	Μια μορφή ή συνδυαστικά
Ταξίδι μικρής διάρκειας στα πλαίσια μιας ευρύτερης περιήγησης στην χώρα	
Ταξίδι «ενδιάμεσος σταθμός» στο πλαίσιο μετάβασης σε άλλη περιοχή της χώρας για διακοπές	Πέρασμα στην πόλη
Ταξίδι «ενδιάμεσος σταθμός» για ημεδαπούς που ταξιδεύουν εκτός Ελλάδος	Μετάβαση τύπου transit
Ταξίδι σε περίοδο εορτών ή σε Σαββατοκύριακο για διακοπές με έμφαση στον πολιτισμό, την ξεκούραση, την ψυχαγωγία	Έντονος ο χαρακτήρας της αναψυχής
Ταξίδι για ιατρικούς λόγους	Ίσως και συνδυασμός με τουρισμό ευεξίας
Ταξίδι για επίσκεψη συγγενών και φίλων	V.F.R. (Visiting Friends & Relatives)
Ταξίδι ολιγόωρης ή μονοήμερης διάρκειας για διευθέτηση διοικητικών υποθέσεων για κοινωνικούς λόγους ή για ψώνια	Σε μεγάλα /μικρά αστικά κέντρα
Ταξίδια σταθερά επαναλαμβανόμενα από άτομα τα οποία εργάζονται στην Αθήνα, αλλά κατοικούν σε δήμους ή κοινότητες εκτός πόλης	Περιοχές που γειτνιάζουν σε άστυ
Ταξίδια για εκπαιδευτικούς ή επιστημονικούς λόγους που σχετίζονται είτε ειδικότερα με την πόλη, είτε με υποδομές και υπηρεσίες που διαθέτει η πόλη	Κίνητρο η δια βίου επιμόρφωση / κατάρτιση
Οργανωμένο ή αυτόνομο ταξίδι πολιτισμικού τουρισμού με έμφαση στους τουριστικούς πόρους που διαθέτει η πόλη	Έντονος ο πολιτισμικός χαρακτήρας
Οργανωμένο ή αυτόνομο ταξίδι αστικού τουρισμού με έμφαση στους τουριστικούς πόρους που διαθέτει η πόλη	Έντονος ο αστικός χαρακτήρας

Πηγή: Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα



Λαγός 2001

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.5.1. Τουριστική προσφορά – παράγοντες ανάπτυξης πολιτισμικού τουρισμού:

- **Υπηρεσίες, Υποδομές, Πρόσβαση** :: δημιουργία και οργάνωση των απαραίτητων ειδικών δραστηριοτήτων και υποδομών ώστε οι τουρίστες είτε να απολαμβάνουν τα εξειδικευμένα ταξίδια πολιτισμικού τουρισμού είτε να βελτιώνουν την εμπειρία των διακοπών τους
 - **Θέλητρα, Πόροι, Ενδιαφέροντα**
 - Ιστορικοί πόροι: τοποθεσίες, οικοδομήματα, γειτονιές, περιοχές, τοπία, πάρκα,
 - Υλικά και άυλα χαρακτηριστικά της που σχετίζονται με την ιστορία και τον πολιτισμό της περιοχής
 - Φυσικά χαρακτηριστικά: γεωμορφολογία, τοπογραφία, βλάστηση, νερό, τοπία.
 - Χαρακτηριστικά περιβάλλοντος χώρου: κλίμα, επίπεδα θορύβου, μυρωδιές, φως
 - Ορατές δραστηριότητες: εκδηλώσεις, καθημερινές δραστηριότητες.
 - Φυσικοί παράγοντες: όρια, χρώματα, είδη οικημάτων και πυκνότητες
 - Άυλα στοιχεία: ιστορία, τρόποι ζωής, αίσθημα της κοινότητας, παράδοση
 - Τοποθεσία: περιοχές με σύνθετα (πολιτισμικά, περιβαλλοντικά) χαρακτηριστικά
- Δραστηριότητες: Περιλαμβάνεται μια ευρεία γκάμα δραστηριοτήτων όπως επισκέψεις σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, αρχιτεκτονική, παρακολούθηση φεστιβάλ κ.ά.
- Βιωσιμότητα: Έχει ιδιαίτερη σημασία, άρα, για την τουριστική περιοχή να επιδιώκει σταθερά με έργα, υποδομές και δραστηριότητες, την προστασία και βιώσιμη ανάπτυξη και προβολή των, πάσης φύσεως, πόρων του πολιτισμού.

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.5.2. Τουριστική προσφορά – παράγοντες ανάπτυξης θρησκευτικού τουρισμού:

- **Υπηρεσίες, Υποδομές, Πρόσβαση** :ο θρησκευτικός τουρισμός, ουσιαστικά, αξιοποιεί και χρησιμοποιεί, τόσο την θρησκευτική, πολιτιστική κληρονομιά του παρελθόντος, όσο και τις δομές που ανήκουν στον πολιτισμικό τουρισμό.
- **Πόροι, Ενδιαφέροντα**
 - κλίμα: απαιτείται καλό κλίμα, ειδικά όταν τελετουργίες και τελετές λαμβάνουν χώρα σε ανοιχτούς χώρους.
 - δομημένο περιβάλλον: λ.χ. παραδοσιακοί οικισμοί, περιβάλλοντες χώροι ναών κ.ά.
 - φυσικό περιβάλλον: συνήθως, οι θρησκευτικοί τόποι είναι εγκατεστημένοι σε περιβάλλον πλούσιο σε φυσικά στοιχεία (ποικιλία χλωρίδας και πανίδας).
 - πολιτισμικός πλούτος: τον συναποτελούν όλα τα κειμήλια του θρησκευτικού προσκυνήματος (ιερά σκεύη, άμφια, ψηφιδωτά, τοιχογραφίες κ.λπ.).

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.5.3. Τουριστική προσφορά – παράγοντες ανάπτυξης Εκπαιδευτικού τουρισμού:

➤ Υπηρεσίες, Υποδομές, Πρόσβαση :

- κλασικές τουριστικές υποδομές, αλλά επίσης και οι χώροι τους οποίους επισκέπτεται ο ταξιδιώτης (π.χ. εστίες εκπαιδευτικών ιδρυμάτων)
- ειδικές υπηρεσίες σε θέματα περιήγησης, επικοινωνίας, επιμόρφωσης, έρευνας κ.ά. υψηλή τεχνογνωσία σε κάποιο τομέα
- ποιοτικές εκπαιδευτικές υποδομές
- εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό

➤ Πόροι, Ενδιαφέροντα

- τοποθεσία: μέρη με αξιόλογο πολιτιστικό, φυσικό κ.ο.κ. ενδιαφέρον, ιδιαίτερα όταν συνδυάζεται με το αντικείμενο της εκπαίδευσης (μνημεία, πανεπιστήμια, μουσεία, ινστιτούτα, ερευνητικά κέντρα κ.λπ.).
- πολιτισμικός πλούτος: επιθυμητός διότι εμπλουτίζει την εμπειρία
- δραστηριότητες: σχετίζονται με το αντικείμενο εκπαίδευσης λ.χ. πολιτιστικό, περιηγητικό, περιβαλλοντικό κ.ά.

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.5.4. Τουριστική προσφορά – παράγοντες ανάπτυξης Αστικού τουρισμού:

➤ Υπηρεσίες, Υποδομές, Πρόσβαση :

- δραστηριότητες και εκδηλώσεις στην πόλη που θα παράγουν ένα σύνθετο συνολικό προϊόν διαθέσιμο στον τουρίστα, δημιουργώντας τις συνθήκες για παραμονή
- καθοριστικός παράγοντας για τον αστικό τουρισμό είναι η καλή και φθηνή αεροπορική σύνδεση
- στρατηγικά σχεδιασμένη επικοινωνιακή πολιτική προς τις ενδεχόμενες τουριστικές αγορές
- Καταλύματα ποιότητας

➤ Πόροι, Ενδιαφέροντα

- μητροπολιτικός χαρακτήρας πόλεων - φυσιογνωμία πόλης
- ιστορία – κληρονομιά, έντονη καλλιτεχνική δραστηριότητα, περιοχές με καταστήματα, και νυκτερινή ζωή
- επαναλαμβανόμενες δραστηριότητες (όπως φεστιβάλ, θρησκευτικές εορταστικές εκδηλώσεις κ.ά.) και ειδικές εκδηλώσεις (που στοχεύουν στην ενίσχυση της εικόνας της πόλης).

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.6. Τουριστική ζήτηση – τάσεις και προοπτικές κάθε προϊόντος:

- Χωρική διάσταση
- Χρονική διάσταση
- Αγορά-στόχος
- Ταξιδιωτική δαπάνη
- Τουριστικό πακέτο

Τμηματοποιήσεις της ζήτησης για πολιτιστικό τουρισμό

Διάκριση με βάση το **επίπεδο κινήτρου** για πολιτιστική κατανάλωση

Διάκριση μεταξύ δύο βασικών κατηγοριών:

- **ειδικού πολιτιστικού τουρίστα**, (*specific cultural tourist*'), του οποίου το αρχικό κίνητρο για το ταξίδι είναι βασισμένο σε μια συγκεκριμένη επιθυμία να βιώσει μια ιδιαίτερη πολιτιστική εμπειρία
- **γενικού πολιτιστικού τουρίστα** (*general cultural tourist* για τον οποίο ο πολιτισμός είναι ένα δευτερεύον κίνητρο

Αρκετοί υποστηρίζουν ότι το μέγεθος της αγοράς του πολιτιστικού τουρισμού είναι πολύ ευρύ και φτάνει στο 85% της συνολικής αγοράς. Ο Lord (1999) αναγνωρίζει 4 επίπεδα κινήτρου :

- τουρίστες "που παρακινούνται πολύ" από τον πολιτισμό (15% της συνολικής αγοράς)
- τουρίστες που παρακινούνται "εν μέρει" από τον πολιτισμό (30%)
- Τουρίστες για τους οποίους ο πολιτισμός είναι μια "προσθήκη" σε ένα άλλο σημαντικότερο κίνητρο για το οποίο επέλεξαν τον προορισμό (20%)
- τουρίστες που συμμετέχουν «τυχαία» σε μια πολιτιστική εμπειρία (20%).

Τουριστική ζήτηση – τάσεις και προοπτικές για θρησκευτικό τουρισμό

- ▀ παρουσιάζει μεγάλη ανθεκτικότητα σε περιόδους κρίσης, όπως αναφέρει και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, σε αντίθεση με άλλες μορφές τουρισμού
- ▀ Οι τουρίστες του θρησκευτικού τουρισμού είναι «repeaters»
- ▀ Ταξιδεύουν με μέλη της οικογένειάς τους
- ▀ Διάκριση με βάση το **επίπεδο κινήτρου** μεταξύ δύο βασικών κατηγοριών:

Πιστοί : Αμιγώς θρησκευτικό κίνητρο (προσκυνητές)

περισσότερο αποστασιοποιημένοι θρησκευτικά: προσομοιάζουν με τους κλασσικούς τουρίστες, οι οποίοι έχουν και θρησκευτικά κίνητρα

Παράδειγμα

Οι σημαντικές Αγορές αλλοδαπού Θρησκευτικού Τουρισμού της Ελλάδας είναι κυρίως οι κεντρικές και ανατολικές χώρες της Ευρώπης (Ρωσία Ουκρανία, Τσεχία, κλπ)

Το προφίλ τους συνοψίζεται στα εξής χαρακτηριστικά:

- Ανήκουν στη Μέση και ανώτερη εισοδηματική τάξη
- Είναι Οικογένειες με παιδιά
- Επιχειρηματίες με ενδιαφέρον για την ανάπτυξη θρησκευτικού τουρισμού

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.7. S.W.O.T. Ανάλυση

Πίνακας 4				
S.W.O.T. ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΟΛΛΕΣ 2 ^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ & ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ) <u>Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΠΟΛΛΕΣ ΕΛΛΑΔΑΣ</u>				
ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ				
	Δυνατά σημεία	Αδύνατα σημεία	Ευκαιρίες	Απειλές
ΒΑΣΙΚΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ				
Θεσμικός/ Αναπτυξιακός	-Ευρύτερο και ειδικό θεσμικό πλαίσιο που ευνοεί την ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων στον κλάδο	-Συχνά χρονοβόρες διαδικασίες από πλευράς κράτους στην αναβάθμιση αρχαιολογικών χώρων και περιοχών	-Συστηματικότερη διασύνδεση του τουρισμού με τον πολιτισμό	-Ανταγωνιστική πολιτική από πολλές χώρες εντός και εκτός Ευρώπης
	-Παρεμβάσεις (υποδομές, μεταφορικό δίκτυο, θεσμικό πλαίσιο, επενδύσεις), ώστε να αξιοποιηθούν και να αναβαθμιστούν οι πολιτιστικοί πόροι	-Αναγκαιότητα χαρακτηρισμού διαφορετικών πολιτιστικών πόρων από ειδικό καθεστώς προστασίας	-Ιδιαίτερη σημασία για την τοπική ανάπτυξη (ύπαιθρος, μνημεία, πόλεις)	-Ανεπαρκής οργάνωση και προβολή των πόρων που διαθέτει η χώρα

Οικονομικός	-Σημαντική θέση της συγκεκριμένης αγοράς διεθνώς και μεγάλη παράδοση	-Χρονοβόρες διαδικασίες ολοκλήρωσης επενδυτικών σχεδίων και προγραμμάτων	-Δυνατότητα πολιτιστικών συνεργασιών με ελληνικές και ξένες επιχειρήσεις	-Καθυστέρηση και υψηλό κόστος των επενδύσεων σε πολλές περιπτώσεις
	-Ικανοποιητικές χρηματοδοτήσεις μέσω Κοινοτικών Προγραμμάτων			
Ανθρώπινο δυναμικό	-Επαρκής αριθμός απασχολούμενων και επιχειρηματιών στον πολιτιστικό τουρισμό	-Ελλείψεις σε ειδικευμένο προσωπικό, σε τοπικό και σε περιφερειακό επίπεδο	-Ανάπτυξη και δημιουργία νέων εξειδικευμένων θέσεων εργασίας στο σταθερά αναπτυσσόμενο κλάδο του πολιτισμικού τουρισμού	-Χαμηλή ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών

<p>Τουριστική προσφορά</p>	<p>-Εξαιρετικά πλούσια και γεωγραφικά διάσπαρτη πολιτιστική κληρονομιά</p>	<p>-Ανεπαρκής στελέχωση και υποδομή για τον έλεγχο και την προστασία των πολιτιστικών πόρων</p>	<p>-Δυνατότητα ανάπτυξης πολιτιστικών πόρων σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο</p>	<p>-Υπαρξη διεθνών πολιτιστικών πόρων που λειτουργούν ανταγωνιστικά διαθέτοντας ισχυρή διαφημιστική «εικόνα»</p>
	<p>-Υπαρξη πολιτιστικών και θρησκευτικών πόρων με διεθνή αναγνώριση και «εικόνα»</p>	<p>-Μη επαρκής – χωρική, κυρίως, - διασπορά δραστηριοτήτων και προϊόντων</p>	<p>-Βιώσιμη αξιοποίηση των πόρων του πολιτιστικού τουρισμού</p>	<p>-Ελλιπής προβολή των σύγχρονων πολιτιστικών μνημείων της χώρας</p>
	<p>-Διασύνδεση με άλλες τουριστικές δραστηριότητες, τόσο των <u>ΕΕΜΤ</u>, όσο και του τουρισμού διακοπών</p>	<p>-Ανεπάρκεια υποδομών και υπηρεσιών στα πολιτιστικά αγαθά που βρίσκονται, κυρίως, σε περιφερειακό επίπεδο</p>	<p>-Σημαντικά περιθώρια επέκτασης υπαρκτών δραστηριοτήτων μέσω πολιτιστικών συνεργασιών</p>	<p>-Μη επαρκώς εξειδικευμένη διαφημιστική εικόνα</p>
	<p>-Παραδοσιακή η παρουσία του πολιτιστικού τουρισμού στο πλαίσιο του τουριστικού προϊόντος «Ελλάδα»</p>		<p>-Λειτουργική σύνδεση του πολιτιστικού τουρισμού με άλλες μορφές τουριστικής ανάπτυξης</p>	
			<p>-Ανταπόκριση στα σύγχρονα κίνητρα των ευρωπαϊκών τουριστών</p>	

Τουριστική ζήτηση	-Ζήτηση από διαφορετικές αγορές-στόχους πελατών (παραδοσιακές και νέες) με ποικιλία <u>κοινωνικο-οικονομικών</u> χαρακτηριστικών	-Σημαντικό μέρος της υποδομής και των προσφερόμενων δραστηριοτήτων απαιτούν αναβάθμιση με υψηλό κόστος συντήρησης και αύξηση της αισθητικής τους αξίας	-Πλούτος πολιτιστικών στοιχείων, σημαντική κληρονομιά της χώρας και σταθερή ζήτηση επιτρέπουν τον εμπλουτισμό αυτής της Ομάδας προϊόντων	-Ελλιπής οργάνωση και διαχείριση των πολιτιστικών και θρησκευτικών πόρων
	-Σταθερή ζήτηση από δυναμικές αγορές (Ευρώπη, Η.Π.Α.) και χαρακτηριστικά <u>επαγγελματικότητας</u>		-Δυνατότητα διασύνδεσης με πολλές και διαφορετικές <u>ΕΕΜΤ</u>	-Αδυναμίες στην ανάπτυξη του αστικού και εκπαιδευτικού τουρισμού
	-Δυναμική της ζήτησης του πολιτισμικού τουρισμού που δείχνει ότι διαθέτει πολλά περιθώρια ακόμη			

Πηγή: Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.8. Καλές πρακτικές – επιτυχημένα παραδείγματα

➤ **Case study πολιτισμικός τουρισμός στη Γαλλία/Παρίσι**

- ✓ Ευρεία αντίληψη της έννοιας του πολιτισμού, η οποία δεν περιλαμβάνει μόνο μνημεία και ιστορικά κτίρια, αλλά και γαστρονομία, θεατρικές παραστάσεις, αναζήτηση του «τρόπου ζωής»
- ✓ Μεγάλη συγκέντρωση πολιτιστικών πόρων στο Παρίσι 80/τ.χ



Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

➤ Case study πολιτισμικός τουρισμός στην Ιταλία

- ✓ Οι πολιτιστικοί πόροι της Ιταλίας χαρακτηρίζονται από γεωγραφική διασπορά. Αντίθετα, τα μουσεία βρίσκονται στις σημαντικότερες επαρχιακές πόλεις
- ✓ Σημαντική η ανάπτυξη της πολιτιστικής διαχείρισης. Δημιουργούνται πολιτιστικά μονοπάτια, προωθούνται ειδικά τουριστικά πολιτιστικά πακέτα, αναστηλώνονται και προστατεύονται πολιτιστικά μνημεία.



Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

- **Case study θρησκευτικός τουρισμός στη Γαλλία/Λούρδη**
 - ✓ Η Λούρδη, καταλαμβάνει τη δεύτερη θέση μετά το Παρίσι στην αναλογία καταλυμάτων/τετ. μέτρων στη Γαλλία.
 - ✓ Οι μόνιμοι κάτοικοι δεν ξεπερνούν τις 16.000. Οι επισκέπτες της Λούρδης φτάνουν τα 7 εκατομμύρια ετησίως
 - ✓ Η πόλη, ενισχύθηκε με την απαραίτητη ειδική τουριστική υποδομή
- **Case study θρησκευτικός τουρισμός στη Μεκα**
 - ✓ Τόπος γέννησης του Μωάμεθ, αποτελεί τον σημαντικότερο προορισμό για τους Μουσουλμάνους
 - ✓ Το Χατζ είναι το ετήσιο Ισλαμικό προσκύνημα στην Μέκκα. Θεωρείται το υποχρεωτικό θρησκευτικό καθήκον των Μουσουλμάνων, και πρέπει να εκτελεστεί τουλάχιστον μια φορά κατά την διάρκεια της ζωής τους,



Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

- **Case study αστικού τουρισμού στην Ισπανία / Βαρκελώνη**
- ✓ Αναπτύχθηκε μετά από τα έργα που έγιναν στην πόλη για τους Ολυμπιακούς το 1992, τα οποία μεταμόρφωσαν μια παρακαμαζομένη βιομηχανική πόλη στην τουριστική πόλη του σήμερα
- ✓ Μετά τους ολυμπιακούς αγώνες υπήρξε επιτυχημένος σχεδιασμός τουριστικής αξιοποίησης της πόλης με τη διοργάνωση events διεθνούς σημασίας όπως είναι το έτος Γκαουντί (2002) και το Φόρουμ των Πολιτισμών του 2004,



Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.9. Σύνδεση – Συνάφεια με λοιπές Ομάδες Προϊόντων

Πίνακας 5

**ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΝΑΦΕΙΑΣ ΤΗΣ 2^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
(ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ & ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ)
ΜΕ ΤΙΣ ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ ΟΜΑΔΕΣ & ΤΟΝ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟ ΜΑΖΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΔΙΑΚΟΠΩΝ**

		Υπόλοιπες Ομάδες προϊόντων						
		1 ^η	3 ^η	4 ^η	5 ^η	6 ^η	7 ^η	<u>ΟΜΤΔ</u>
Επίπεδο συνάφειας 2 ^{ης} Ομάδας προϊόντων	<i>Ελάχιστη ή μικρή συνάφεια</i>					√		
	<i>Μέτρια ή μεσαία συνάφεια</i>			√	√		√	
	<i>Μεγάλη ή πολύ μεγάλη συνάφεια</i>	√	√					√

Πηγή: Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Πίνακας 6

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΗΣ 2^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ & ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ)

Σύνδεση 2 ^{ης} Ομάδας προϊόντων με άλλες Ομάδες προϊόντων	Στοιχεία σύνδεσης και γενικές παρατηρήσεις
1^η ΟΜΑΔΑ: ΦΥΣΗ, ΥΠΑΙΘΡΟΣ	<ul style="list-style-type: none"> Δραστηριότητες πολιτισμικού τουρισμού (αιγοτουριστικές διαδρομές) σε συνδυασμό με περιήγηση φυσιολατρικού χαρακτήρα. Ταξίδια σε θρησκευτικά μνημεία με παράλληλη γνωριμία (διαμονή, περιήγηση) της φύσης και της ευρύτερης περιοχής.
3^η ΟΜΑΔΑ: ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ	<ul style="list-style-type: none"> Ταξίδια αστικού τουρισμού, μικρής διάρκειας, με παράλληλη συμμετοχή σε επαγγελματικό συνέδριο (ο/η σύζυγος/συνοδός). Συμμετοχή σε πολιτιστική εκδήλωση στο εξωτερικό και παράλληλη επίσκεψη σε διεθνή έκθεση.
4^η ΟΜΑΔΑ: ΘΑΛΑΣΣΑ	<ul style="list-style-type: none"> Ταξίδια πολιτισμικού τουρισμού, σε νησιά, με παράλληλη συμμετοχή σε γαυραθλητισμό (θαλάσσια σπορ). Ταξίδια αστικού τουρισμού σε συνδυασμό με κρουαζιέρα μικρής διάρκειας (μισής ή μιας ημέρας) στην περιοχή.

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Πίνακας 6	
ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΗΣ 2 ^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ & ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ)	
Σύνδεση 2 ^{ης} Ομάδας προϊόντων με άλλες Ομάδες προϊόντων	Στοιχεία σύνδεσης και γενικές παρατηρήσεις
5^η ΟΜΑΔΑ: ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ, ΥΓΕΙΑ, ΕΥΕΞΙΑ	<ul style="list-style-type: none"> Ταξίδια θρησκευτικού χαρακτήρα σε συνδυασμό με ιαματικό/θεραπευτικό τουρισμό σε λουτρόπολη. Ταξίδια αστικού τουρισμού σε συνδυασμό με προγράμματα ευεξίας σε αστικό ξενοδοχείο.
6^η ΟΜΑΔΑ: ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΚΙΝΗΤΡΟ	<ul style="list-style-type: none"> Ταξίδια αστικού τουρισμού σε συνδυασμό με επίσκεψη σε καζίνο. Ταξίδια πολιτισμού (επίσκεψη σε μνημεία) με παράλληλη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο (τεχνολογικού χαρακτήρα).
7^η ΟΜΑΔΑ: ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΜΟΣ, REAL ESTATE, TIMESHARING	<ul style="list-style-type: none"> Πολιτιστικές, θρησκευτικές και καλλιτεχνικές δραστηριότητες στην ευρύτερη περιοχή, από κατοίκους ή νοίκιαστρες παραθεριστικών κατοικιών. Μέσω αγοράς time-share συμμετοχή σε δραστηριότητες καλλιτεχνικές/πολιτιστικές (π.χ. συναυλίες κλασικής μουσικής ή τζαζ).
ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟΣ ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΑΚΟΠΩΝ	<ul style="list-style-type: none"> Θρησκευτικό ταξίδι, μικρής διάρκειας, σε συνδυασμό με διακοπές το χειμώνα. Πολιτισμικό ταξίδι, μεσαίας διάρκειας, σε συνδυασμό με διακοπές καλοκαιριού. Επιστημονικό ταξίδι στο εξωτερικό σε συνδυασμό με διακοπές μικρής διάρκειας (καλοκαίρι).

Πηγή: Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.10. Σύνοψη – Συμπεράσματα

- Παράδοση και σταθερή ζήτηση σε παγκόσμιο επίπεδο για προϊόντα, υπηρεσίες και δραστηριότητες αυτής της Ομάδας προϊόντων
- Ιδιαίτερα δυναμική η παρουσία της χώρας μας στην παγκόσμια και ευρωπαϊκή ζήτηση
- Προβληματική η κατάσταση των υποδομών και υπηρεσιών παρά την ύπαρξη ποιοτικών πόρων
- Ανεπαρκής η αυτοδύναμη και εξειδικευμένη εικόνα στο μάρκετινγκ
- Μεγάλη ευελιξία στη διασύνδεση με άλλες ΕΕΜΤ, καθώς επίσης και με τον ΟΜΤΔ
- Δυσκολίες σε θεσμικό και οικονομικό επίπεδο στην ανάπτυξη αυτής της Ομάδας προϊόντων

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.11. Ερωτήσεις κατανόησης

- Σε ποια ζητήματα (επιλέξτε τα τρία κυριότερα) πιστεύετε ότι υπάρχουν πεδία συνέργειας ανάμεσα στις ειδικές μορφές που απαρτίζουν αυτή την Ομάδα προϊόντων;
- Ποιοι είναι οι κυριότεροι παράγοντες ανάπτυξης του αστικού τουρισμού;
- Ποια είναι τα χαρακτηριστικά της προσφοράς στον πολιτιστικό τουρισμό;
- Ποιες είναι οι αγορές-στόχοι του θρησκευτικού τουρισμού;
- Υπάρχουν ομοιότητες και διαφορές μεταξύ θρησκευτικού τουρισμού και λοιπών υπο-μορφών πολιτισμικού τουρισμού;
- Από τις ευκαιρίες και τα αδύνατα σημεία της S.W.O.T. ανάλυσης που αφορούν στην Ελλάδα, επιλέξτε σε κάθε περίπτωση μια που εκτιμάτε ότι είναι σημαντικότερη και εξηγήστε το γιατί.

Ενότητα 2η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ, ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2.13. Παράρτημα

2.13.1. Αγγλική ορολογία

Αγγλική ορολογία 2ης Ομάδας προϊόντων

Cultural Tourism	Πολιτισμικός Τουρισμός
Urban /City Tourism	Αστικός Τουρισμός/ Τουρισμός Πόλεων
Religious Tourism	Θρησκευτικός Τουρισμός <u>Προσκυνηματικός Τουρισμός</u>
Educational / Scientific Tourism	Εκπαιδευτικός / Επιστημονικός Τουρισμός