

ΑΝΩΤΕΡΗ ΣΧΟΛΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΡΟΔΟΥ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΛΕΙΑΣ»

ΔΡΟΣΟΣ ΚΟΝΔΥΛΗΣ

A.M.: 4216



Αρχαία Ολυμπία



I. N. Αγ. Νικολάου, Πίργος



Κατάκολο

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΜΠΕΝΤΣΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑ

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ:

ΡΟΔΟΣ, ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2021

«ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΛΕΙΑΣ»



ΔΡΟΣΟΣ ΚΟΝΔΥΛΗΣ

25/02/2021

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ : ΜΠΕΝΤΣΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑ

**ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ : ΚΥΡΙΚΟΥ ΕΥΔΟΚΙΑ
ΜΠΟΛΚΑΣ ΝΙΚΗΤΑΣ**

Α.Σ.Τ.Ε Ρόδου

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα μελέτη δημιουργήθηκε με σκοπό την οριοθέτηση του τουρισμού και του πολιτισμού. Οι έννοιες ορίζονται αυτοτελώς και μελετάται ο τρόπος που συνδέονται και αλληλεπιδρούν. Παράλληλα, γίνεται γνωριμία με το Νομό Ηλείας. Εξετάζονται τα γεωγραφικά, δημογραφικά χαρακτηριστικά, η ιστορία του τόπου, η πνευματική του ανάπτυξη, καθώς και η οικονομία του. Η εξέταση των ανωτέρω παραμέτρων στοχεύει στην κατανόηση της ταυτότητας του Νομού. Κατ' επέκταση στοχεύει στην αντίληψη της υφιστάμενης τουριστικής του ανάπτυξης, καθώς και στις περαιτέρω δυνατότητες που έχει. Ακολούθως, παρατίθενται όλες οι μορφές τουρισμού, καθώς και οι νέες τάσεις, που έχουν δραστηριότητα στην περιοχή. Έχουν κατηγοριοποιηθεί σύμφωνα με την ιστορική τους, δηλαδή στο 4^ο κεφάλαιο αναλύεται ο αρχαιολογικός τουρισμός, ακολουθεί στο 5^ο ο Μεσαιωνικός/ βυζαντινός και θρησκευτικός και ολοκληρώνονται στο επόμενο κεφάλαιο, με τις σύγχρονες μορφές τουρισμού. Ανά κατηγορία προτείνονται και οι αντίστοιχες διορθωτικές ενέργειες, με γνώμονα τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Στο τελευταίο κεφάλαιο εκπονείται το marketing plan, προκειμένου να δοθεί μία πρόταση για το μέλλον του Νομού, στο τουριστικό πλαίσιο. Αναλύεται η παρούσα και μελλοντική επιθυμητή κατάσταση, καθώς και τα μέσα που είναι απαραίτητα για την επίτευξή της. Τέλος ακολουθούν τα συμπεράσματα και η βιβλιογραφία της μελέτης.

Η εκπόνηση της μελέτης οδήγησε στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός στο Νομό έχει ιδιαίτερη δυναμική και οφείλει να περάσει, με κάθε θεμιτή ενέργεια, στη συνείδηση του επισκέπτη.

Το περιεχόμενο της Πτυχιακής εργασίας δεν απηχεί απαραίτητα τις απόψεις του Τμήματος ή της επιτροπής που την ενέκρινε.

ABSTRACT

The study at hand was created with the sole purpose of defining the concepts of tourism and culture. These concepts are defined separately, and their interaction is analyzed. At the same time, the prefecture of Ilia is presented. We examine the geographic and demographic data, the local history, the country's spiritual growth as well as its economy. The purpose is to understand the prefecture's identity. Furthermore, to understand its growth as a tourist destination as well as its potential for future development.

What follows is a presentation of all forms of tourism as well as the new trends that emerge in the area. They have been clustered according to their historical development, i.e. in chapter 4 archeological tourism is presented, in chapter 5 the medieval/byzantine and religious tourism and in the next chapter modern forms of tourism conclude the presentation. Per category, suggestions and corrective actions are presented, based on viable tourism growth projections.

All different kinds of tourist activities in the area are presented and suggestions for future actions are proposed. In the last chapter, a marketing plan is presented, as a preferred plan of tourist action. Present conditions and future desired outcomes are analyzed, as well as the proposed means to achieve these objectives.

In the final part, the study's conclusions and a list of references are presented.

The study's conclusion is that tourism in the prefecture has a strong potential and that should be projected/ advertised to all current and future visitors.

Disclaimer: the content of this paper does not necessarily reflect the opinion of the department or the committee.

«Αχ Ελλάδα»

Στίχοι: Ρασούλης Μανώλης

Συνθέτης: Βάσω Αλαγιάννη

Ερμηνεία: Νίκος Παπάζογλου

*«...Αχ Ελλάδα σ' αγαπώ
και βαθιά σ' ευχαριστώ
γιατί μ' έμαθες και ξέρω
ν' ανασαίνω όπου βρεθώ
να πεθαίνω όπου πατώ
και να μη σε υποφέρω...»*

*...Αχ μητέρα μου, Νικολία Μωραΐτη,
πόσο σ' αγαπώ και σ' ευχαριστώ!*

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1.	ΓΝΩΡΙΜΙΑ ΜΕ ΤΟ ΝΟΜΟ	10
1.1	Γενικές πληροφορίες για την Ηλεία	10
1.2	Πρόσβαση στο Νομό	11
1.2.1.	Οδική υποδομή	11
1.2.2.	Σιδηροδρομική υποδομή	13
1.2.3.	Λιμάνια Νομού	15
1.2.3.1.	Λιμάνι Κυλλήνης	15
1.2.3.2.	Λιμάνι Κατάκολου	16
1.2.4.	Αεροπορική υποδομή	18
1.2.4.1.	Αεροδρόμιο Αράξου	18
1.2.4.2.	Αεροδρόμιο Καλαμάτας	18
1.2.4.3.	Αεροδρόμιο Ανδραβίδας	19
2.	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ- ΟΡΙΣΜΟΙ	20
2.1	Πολιτισμός	20
2.2	Τουρισμός	21
2.2.1.	Η προσφορά και ζήτηση του τουρισμού	23
2.3.	Ελληνική και διεθνής αγορά τουρισμού	24
3.	Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΛΕΙΑΣ	26
3.1.	Ιστορική αναδρομή	26
3.2.	Μορφές τουρισμού	29
4.	ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	31
4.1.	Αρχαίες πόλεις και Ιερά μνημεία	31
4.1.1.	Αρχαία Ολυμπία	31
4.1.2.	Αρχαία Ήλιδα	35
4.1.3.	Ναός Επικούρειου Απόλλωνα	37
4.1.4.	Αρχαία Φιγαλεία	40
4.1.5.	Αρχαία Αλίφειρα	40
4.1.6.	Αρχαία Σκιλλουντία	41
4.1.7.	Αρχαία Φειά –Ποντικόκαστρο -Άγιος Ανδρέας	41
4.2.	Μουσεία	42
4.2.1.	Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας	42
4.2.2.	Αρχαιολογικό Μουσείο Πύργου- Παλαιά Δημοτική Αγορά	43
4.2.3.	Αρχαιολογικό Μουσείο Αρχαίας Ήλιδας	43
4.2.4.	Μουσείο Ιστορίας των Ολυμπιακών Αγώνων	44

4.2.5.	Μουσείο ιστορίας των ανασκαφών	45
4.2.6.	Συμπεράσματα	45
5.	ΦΡΑΓΚΙΚΟΣ / ΒΥΖΑΝΤΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	47
5.1.	Φραγκικά- Βυζαντινά Μνημεία	47
5.1.1.	Κάστρο Χλεμούτσι- Clermont	47
5.1.1.1.	Μουσείο Κάστρου Χλεμούτσι	49
5.1.2.	Κάστρο Γλαρέντζας-Clarentia	49
5.1.3.	Ποντικόκαστρο	50
5.2.	Βυζαντινά Μοναστήρια – Εκκλησίες	51
5.2.1.	Αγία Σοφία Ανδραβίδας	51
5.2.2.	Μονή της Ίσοβας	51
5.3.	Θρησκευτικός τουρισμός	52
5.3.1.	Ιερά Μονή Βλαχέρνας	52
5.3.2.	Ιερά Μονή Παναγίας Ελεούσης	53
5.3.3.	Ιερός Ναός Κοιμήσεως της Θεοτόκου	53
5.3.4.	Ιερά Μονή Αγίου Νικολάου	54
5.3.5.	Ιερά Μονή Κρεμαστής	55
5.3.6.	Ιερά Μονή Σκαφιδιάς	55
5.3.7.	Ναός Παναγίας Καθολικής	56
5.3.8.	Ιερός Ναός Κοιμήσεως της Θεοτόκου	56
5.4.	Συμπεράσματα	57
6.	ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ / ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	59
6.1.	Αστικός τουρισμός- αρχιτεκτονικός τουρισμός	59
6.1.1.	Πύργος	59
6.1.2.	Ανδρίτσaina	60
6.1.3.	Φάρος στο Κατάκολο	61
6.1.4.	Λαμπεία	61
6.2.	Θαλάσσιος τουρισμός	61
6.2.1.	Παράκτιες δραστηριότητες	64
6.2.2.	Αλιευτικές δραστηριότητες	65
6.2.3.	Περιηγήσεις	65
6.2.4.	Αθλητικές δραστηριότητες	65
6.2.5.	Ναύλωση σκαφών	65
6.2.6.	Συμπεράσματα	66
6.3.	Κρουαζιέρα	66

6.4.	Ιαματικός τουρισμός	67
6.4.1.	Λουτρά Κυλλήνης	68
6.4.2.	Λουτρά Καϊάφα (ιαματικές πηγές)	69
6.4.3.	Λουτρά Υρμίνης	70
6.4.4.	Πηγή Ξυλοκέρας και Ιαματική πηγή Λεχαινών	71
6.4.5.	Συμπεράσματα	71
6.5.	Οικοτουρισμός/ Ορεινός τουρισμός	72
6.5.1.	Παραλίες φωτοκίας χελώνας Caretta –Caretta	72
6.5.2.	Λιμνοθάλασσα Κοτυχίου	73
6.5.3.	Λίμνη Καϊάφα –Δάσος Ζαχάρως-Θίνες	74
6.5.4.	Καταρράκτες Νεμούτας	75
6.5.5.	Ποταμός Νέδα	76
6.5.6.	Δρυόδασος Φολόης	76
6.5.7.	Λίμνη Πηνειού	77
6.5.8.	Συμπεράσματα	79
6.6.	Αγροτουρισμός- Οινοτουρισμός- Γαστρονομικός τουρισμός	79
6.6.1.	Αγροτουρισμός	79
6.6.2.	Οινοτουρισμός	81
6.6.3.	Γαστρονομικός τουρισμός	82
6.7.	Πολιτιστικός τουρισμός	83
6.7.1.	Διεθνές Φεστιβάλ Αρχαίας Ολυμπίας	83
6.7.2.	Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου	84
6.7.3.	Διεθνές Φεστιβάλ Αρχαίας Ήλιδας	85
6.7.4.	Φεστιβάλ Ηλεκτρονικής μουσικής	86
6.7.5.	Φεστιβάλ Ανδραβίδας-Κυλλήνης	86
6.7.6.	Ιππική έκθεση Ανδραβίδας	86
6.7.7.	Τελετή Αφής Ολυμπιακής Φλόγας	87
6.7.8.	Λοιπά πολιτιστικά γεγονότα	88
6.7.9.	Συμπεράσματα	88
6.8.	Συνεδριακός τουρισμός	88
6.8.1.	Ξενοδοχεία	89
6.8.2.	Ιστορικοί Χώροι	89
6.8.3.	Εγκαταστάσεις σε Νεοκλασικά κτίρια	90
6.8.4.	Συμπεράσματα	90
6.9.	Καταδυτικός τουρισμός	90

6.9.1.	Αρχαία Φειά-----	91
6.9.2.	Γεωγραφική Θέση-----	91
6.9.3.	Συμπεράσματα-----	91
7.	ΑΝΑΛΥΣΗ & ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΟΜΟΥ-----	92
7.1.	Marketing plan στο Νομό-----	92
7.1.1.	Σύγχρονες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις-----	92
7.1.2.	Ικανοποίηση πελατών-----	93
7.1.3.	Αφίξεις και διανυκτερεύσεις-----	93
7.1.4.	Εποχικότητα και διάρκεια παραμονής-----	94
7.1.5.	Κατηγοριοποίηση τουριστών και μορφών τουρισμού-----	95
7.1.6.	Η πρόκληση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού-----	97
7.1.7.	Στρατηγική επικοινωνίας-----	97
7.1.8.	Στόχοι επικοινωνίας-----	98
7.1.9.	Εκτέλεση καμπάνιας επικοινωνίας-----	99
7.1.10.	Ανάλυση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος (SWOT Analysis)-----	101
7.1.11.	Άριστο μείγμα μάρκετινγκ-----	108
7.2.	Διαχείριση κρίσεων στον τουρισμό (Crisis Management in tourism)-----	112
7.2.1.	Χαρακτηριστικά των κρίσεων-----	112
	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ-----	115
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-----	117
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ-----	134

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία τις τελευταίες δεκαετίες παρουσιάζει ραγδαίες μεταβολές. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού επεσήμανε εδώ και δεκαετίες τις αλλαγές που θα γίνονταν στην παγκόσμια-τουριστική βιομηχανία, λόγω της διαχρονικής διαφοροποίησης στα ήθη και έθιμα της κοινωνίας και την εξάρτηση της ανθρώπινης συμπεριφοράς από την τεχνολογία (UNWTO, 1985). Ο τουρισμός αποτελεί για τον ταξιδιώτη ένα πολυπαραγοντικό σύμπλεγμα εμπειριών (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001). Ο ταξιδιώτης προσβλέπει στην απόκτηση εμπειριών, ισάξιων των προσδοκιών του, οι οποίες θα ικανοποιούν εξατομικευμένες δικές του ανάγκες και θα προσφέρουν συναισθήματα και οφέλη κατά τη διάρκεια του ταξιδιού (Trauer, 2006).

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η μελέτη και καταγραφή του τουριστικού και πολιτιστικού προϊόντος στο Νομό Ηλείας και η περαιτέρω αξιολόγηση της συνδρομής τους στη συνολική ανάπτυξη του τόπου. Εν πρώτοις θα γίνει παράθεση της υπάρχουσας κατάστασης του τουρισμού και πολιτισμού στο Νομό (κληρονομιά, μεγέθη, έννοιες, ορισμός, φυσικό περιβάλλον, στατιστικά στοιχεία, συμπεριφορές). Θα ακολουθήσει αξιολόγηση των προοπτικών και δυνατοτήτων ανάπτυξης και θα ολοκληρωθεί με τις επιμέρους προτάσεις ανά τομέα και τις δυνατότητες αξιοποίησης των συντελεστών που έχουν προαναφερθεί σε πρακτικό επίπεδο.

Στόχος είναι μέσω της ανάλυσης και αξιολόγησης των παραγόντων (υλικά και άυλα χαρακτηριστικά) που συνιστούν τον πλούτο του Νομού, η ανάδειξη της δυναμικής του τόπου για περαιτέρω ανάπτυξη σε συγκεκριμένους τομείς και με ορισμένο τρόπο. Αντιστοίχως, θα εξεταστεί η συνάρτηση των ανωτέρω με την αύξηση ή μείωση ζήτησης του τουρίστα να επισκεφθεί τον εν λόγω τόπο. Ο εκσυγχρονισμός τόσο των υποδομών και αξιοθέατων για τον τουρίστα, όσο και της συμπεριφοράς των ανθρώπων που συμβάλλουν στη δημιουργία εμπειρίας για τον ταξιδιώτη διαδραματίζουν πρωτεύοντα ρόλο.

Ο πολιτισμός ως έννοια, είναι ταυτισμένος με τον τουρισμό στην Ελλάδα. Η ύπαρξη και διάδοσή του από αρχαίων χρόνων αποτελεί ένα από τους σημαντικότερους λόγους, στη λίστα ταξινόμησης ενδιαφερόντων, για να επισκεφθούν την Ελλάδα. Ο πολιτισμός της χώρας συνθέτει ταυτόχρονα και την εθνική του ταυτότητα (Huntington, 1999). Στη σύγχρονη Ελλάδα ο πολιτισμός εξακολουθεί να αποτελεί τη ναυαρχίδα του τουριστικού προϊόντος, χρίζοντας την Ελλάδα από τους κορυφαίους προορισμούς σε συνδυασμό με τις άλλες μορφές τουρισμού που προσφέρει, οι οποίες θα αναφερθούν εκτενώς ακολούθως (Ι.Τ.Ε.Π., 2015) (Μενδώνη, 2017). Τα κύρια προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρει ο πολιτισμός στη χώρα είναι μνημεία πολιτισμικής κληρονομιάς, αξιοθέατα, μουσεία, φεστιβάλ, εκθέματα τέχνης και λαογραφίας

(European Commission, 2014). Ο πολιτισμός λοιπόν παίζει καταλυτικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού, της οικονομίας, αλλά και της συνολικής ανάπτυξης του τόπου (European Commission, 2014).

1. ΓΝΩΡΙΜΙΑ ΜΕ ΤΟ ΝΟΜΟ

1.1 Γενικές πληροφορίες για την Ηλεία

Ο Νομός Ηλείας, με πρωτεύουσα τον Πύργο, έχει έκταση 2.618 τετραγωνικά χιλιόμετρα. Αποτελεί τη μεγαλύτερη πεδιάδα στην Πελοπόννησο, η οποία χωρίζεται σε τρεις μεγάλες συνεχόμενες περιοχές, του Πύργου, της Αμαλιάδας και της Μανωλάδας.

Το κλίμα του Νομού είναι μεσογειακό, με υψηλές βροχοπτώσεις κατά τους χειμερινούς μήνες και θερμό κατά τους θερινούς (Wikipedia, 2020).

Ο Πύργος αποτελεί το βασικό κέντρο του Νομού από εμπορική και διοικητική σκοπιά. Είναι χτισμένος πάνω σε επτά λοφίσκους, σε υψόμετρο περίπου 20 μέτρων.

Το όνομα δόθηκε στην πρωτεύουσα από τον πύργο που είχε κατασκευαστεί στην περιοχή από το Γεώργιο Τσερνωτά το 1512 (Διαδρομές στη Μαγευτική Ηλεία, 2019).

Η Αμαλιάδα είναι η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη, με πολλούς ανεπτυγμένους και γνωστούς θαλάσσιους οικισμούς, με σπουδαία τουριστική ανοικοδόμηση και γενικότερη ανάπτυξη. Πήρε το όνομα της από τη σύζυγο του βασιλιά της Ελλάδος Όθωνα (Δήμος Αμαλιάδας, 2011).

Σύμφωνα με τις τελευταίες στατιστικές έρευνες, η περιφερειακή ενότητα της Ηλείας υπέστη κατά την προηγούμενη δεκαετία, από το 1999 έως το 2011, συνολική μείωση πληθυσμού 9 %.

Ο συνολικός πληθυσμός της ανέρχεται στους 159.300 κατοίκους (Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, 2012).

Ο πληθυσμός του Πύργου έχει μειωθεί κατά 13%, ενώ της Αμαλιάδας κινείται αυξητικά με ποσοστό 12%, για την ίδια χρονική περίοδο (ΕΛ. ΣΤΑΤ, 2014).

Σύμφωνα με τα τελευταία στατιστικά στοιχεία, η κύρια οικονομική δραστηριότητα της περιοχής απορρέει από τον τριτογενή τομέα. Ακολουθεί ο πρωτογενής με τη γεωργία και κτηνοτροφία και τέλος ο δευτερογενής, με τις μεταποιητικές μονάδες να δραστηριοποιούνται γύρω από τη γεωργία και κτηνοτροφία (Επιμελητήριο Ηλείας, 2013).

Στη συνέχεια σταχυολογούνται χαρακτηριστικά του Νομού που στα επόμενα κεφάλαια θα αναλυθούν εκτενώς.

Η περιοχή έχει πλούσια φυσική ομορφιά, με εναλλαγές μεταξύ των στοιχείων στεριάς και θάλασσας. Η λιμνοθάλασσα Κοτύχι αποτελεί μαζί με το παραθαλάσσιο δάσος της Στροφυλιάς ένα φυσικό «παράδεισο» (Ευρωπαϊκή Ένωση, 2002). Έχουν ενταχθεί στο πρόγραμμα Natura 2000 για την προστασία και διατήρηση της περιοχής (Δήμος Ανδραβίδας- Κυλλήνης, 2017).

Οι κύριοι ποταμοί του Νομού από βορρά προς νότο είναι ο Πηνειός, ο Αλφειός και η Νέδα, η οποία βρίσκεται κοντά στα σύνορα με τον νομό Μεσσηνίας (Visit Greece, 2020).

Η επισκεψιμότητα είναι πολύ μεγάλη γι' αυτό και η περιοχή διαθέτει σημαντικές τουριστικές υποδομές (Διαδρομές στη Μαγευτική Ηλεία, 2019).

Οι πολυάριθμες ακτές του Νομού έχουν βραβευθεί πολλές φορές για το κάλλος τους αλλά και την καθαρότητά τους, αποτελώντας αυτοτελώς πόλο έλξης τουριστών (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηλείας, 2009).

Τα αξιοθέατα αποτελούν σπουδαίο στοιχείο για την ταυτότητα του Νομού, καθώς προσελκύουν πολλούς ταξιδιώτες που ενδιαφέρονται να γνωρίσουν τα αρχαία μνημεία.

Η Ολυμπία ήταν το πιο δοξασμένο ιερό της αρχαίας Ελλάδος και αποτέλεσε τον τόπο διεξαγωγής των Ολυμπιακών Αγώνων. Στο Νομό έχουν αναπτυχθεί σημαντικές πολιτιστικές δραστηριότητες. Το φεστιβάλ της Αρχαίας Ολυμπίας προσελκύει κάθε χρόνο πάρα πολλούς τουρίστες. Περιλαμβάνει θεατρικές και χορευτικές παραστάσεις και πραγματοποιείται κατά τους θερινούς μήνες. Το φεστιβάλ της Αρχαίας Ήλιδας πραγματοποιείται στο αρχαίο θέατρο Ήλιδας και παρέχει στους θεατές μια μεγάλη ποικιλία εκδηλώσεων και παραστάσεων, ώστε να αποκομίσουν μοναδικές εμπειρίες.

Το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Ολυμπίας για παιδιά και νέους είναι μοναδικό στο είδος του και περιλαμβάνεται στα κορυφαία φεστιβάλ για παιδιά και νέους στην Ευρώπη αλλά και παγκοσμίως (Επιμελητήριο Ηλείας, 2020).

1.2 Πρόσβαση στο Νομό

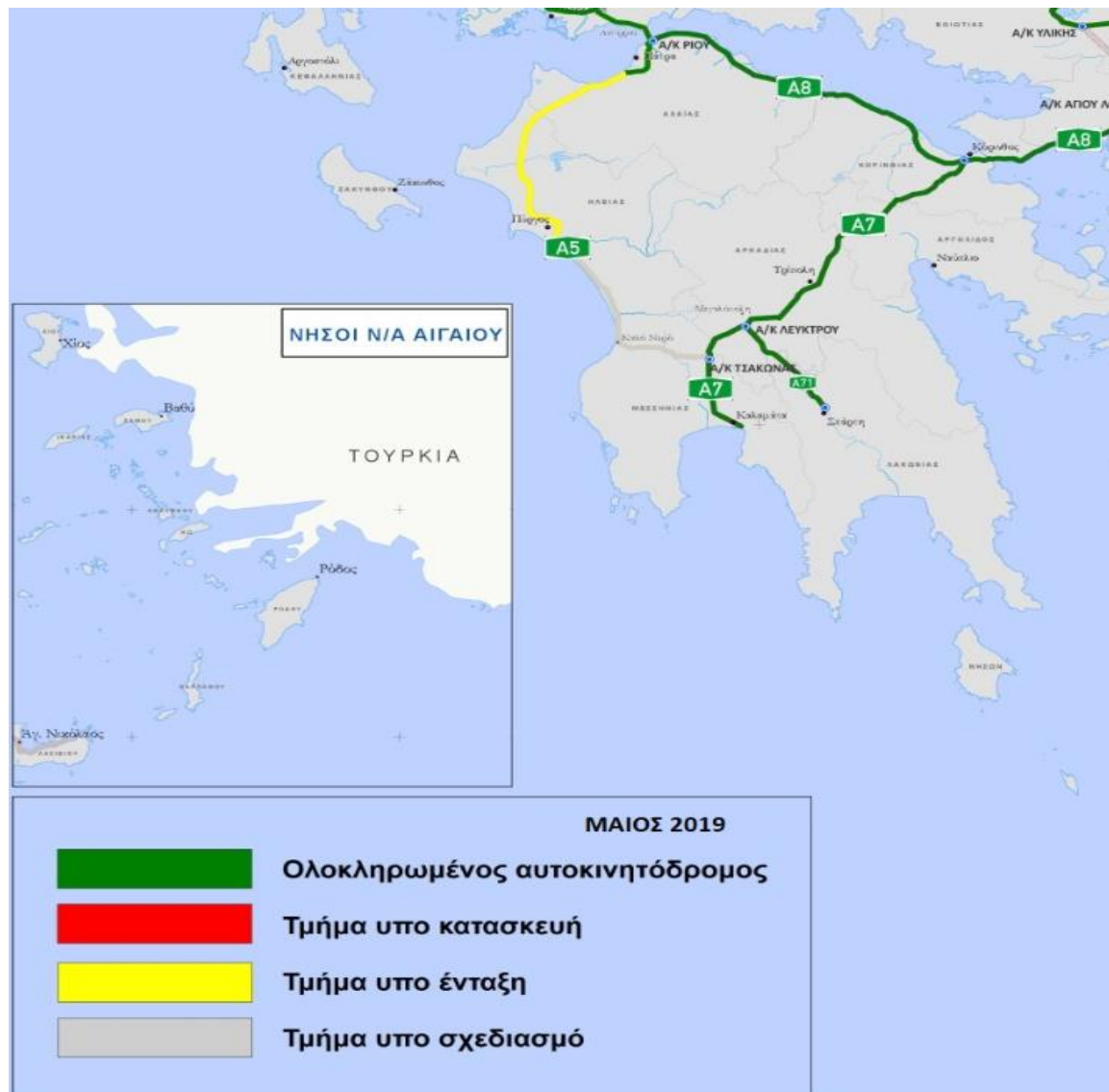
Η πρόσβαση στο Νομό, από πλευράς επιλογής μέσων, είναι εύκολη και μπορεί να γίνει ποικιλοτρόπως, αναλόγως των κριτηρίων που ισχύουν για κάθε περίπτωση επισκέπτη. Η επιλογή του θα εξαρτηθεί από την επιθυμία του, αλλά και τα διαθέσιμα μέσα που υπάρχουν από την περιοχή που εισέρχεται. Ο επισκέπτης μπορεί να επιλέξει το αεροπλάνο, να κάνει χρήση ιδιωτικών σκαφών και πλοίων, προσεγγίζοντας τα λιμάνια του Νομού, ή να έρθει από τη στεριά με τη χρήση οδικού δικτύου.

1.2.1. Οδική υποδομή

Η διασύνδεση του Νομού Ηλείας τόσο με τα μεγάλα κέντρα, παραδείγματος χάριν με την Αθήνα και το διεθνές αεροδρόμιο, όσο και με τις υπάρχουσες εθνικές και ευρωπαϊκές αρτηρίες, γίνεται κυρίως από την Εθνική Οδό Πάτρας- Πύργου- Κυπαρισσίας και Πύργου- Ολυμπίας. Οι

εθνικές οδοί διασταυρώνονται με πολυάριθμες επαρχιακές οδούς, προκειμένου να συνδεθεί το παραλιακό κομμάτι της περιοχής με το ενδότερο τμήμα.

Οι μεγάλοι Εθνικοί/Ευρωπαϊκοί αυτοκινητόδρομοι, ακόμα, δεν συνδέονται με την πρωτεύουσα του Νομού, τον Πύργο, και η διακίνηση γίνεται από το παλιό εθνικό δίκτυο (Wikipedia, 2020).



Εικόνα 1: Ελληνικό δίκτυο αυτοκινητοδρόμων – Μάιος 2019 Πηγή: (Wikipedia, 2020)

Σήμερα, ο αυτοκινητόδρομος E09 που συνδέει την Πάτρα - Πύργο –Καλαμάτα, έχει ενταχθεί στα ευρωπαϊκά προγράμματα και είναι στην φάση πραγματοποίησης, με υπογραφή των έργων το Μάιο 2020 και ολοκλήρωση το 2023 (Ευρωπαϊκή Ένωση, 2019).

Στα διαγράμματα των ελληνικών αυτοκινητοδρόμων είναι εμφανής η ελλειπής οδική υποδομή του Νομού Ηλείας, ενώ μετά την ολοκλήρωση των προγραμματισμένων έργων η περιοχή θα γνωρίσει σημαντική αναβάθμιση που ενδεχομένως θα συντελέσει στην αύξηση επισκεψιμότητας του Νομού (Πατρίς, 2019) (Μπαλής, 2020) (Καραγιάννης, 2020).

Οι οδικές μετακινήσεις στην Ηλεία καλύπτονται και από την μεταφορική επιχείρηση Κ.Τ.Ε.Λ, που εξυπηρετεί τόσο αστικά, όσο και υπεραστικά δρομολόγια και συνδέει το Νομό με ολόκληρη την Πελοπόννησο, τα Ιωάννινα και τη Θεσσαλονίκη (ΚΤΕΛ Ηλείας, 2018).

1.2.2. Σιδηροδρομική υποδομή

Ο Νομός υποστηρίζεται από την τοπική σιδηροδρομική γραμμή που συνδέει το λιμάνι του Κατάκολου με τον Πύργο και την Αρχαία Ολυμπία, ως τοπικό συγκοινωνιακό μέσο. Πρόκειται για μία από τις παλαιότερες σιδηροδρομικές γραμμές που κατασκευάστηκαν εκτός Αθηνών, με σκοπό να εξυπηρετήσουν την εμπορική δραστηριότητα της σταφίδας την εποχή του 1880 (Διαδρομές στη Μαγευτική Ηλεία, 2019).

Ευοίωνα είναι το γεγονός ότι στις 6 Νοεμβρίου του 2020 υπεγράφη σύμβαση αναβάθμισης και επισκευής της υφιστάμενης τοπικής σιδηροδρομικής γραμμής. Το έργο αποσκοπεί στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών, στην αύξηση των δρομολογίων στην υπάρχουσα σιδηροδρομική γραμμή και τελικά στην αύξηση των επισκεπτών στα σημεία ενδιαφέροντος.

Αξίζει να σημειωθεί ότι κατά την διάρκεια των εργασιών δεν θα υπάρξει διακοπή της κυκλοφορίας (Υpodomes.com, 2020).



Εικόνα 2: Γεωγραφική περιοχή Ηλείας- περιφερειακός χάρτης Πηγή: (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, 2004, pp. 14,15)

1.2.3. Λιμάνια Νομού

Οι θαλάσσιες συγκοινωνίες του Νομού εξυπηρετούνται από τα λιμάνια της Κυλλήνης και του Κατάκολου, όπου το κάθε ένα έχει διαφορετική χρήση και προσφέρει διαφορετικές υπηρεσίες.

1.2.3.1. Λιμάνι Κυλλήνης

Πρόκειται για το μεγαλύτερο λιμάνι στο Ιόνιο από άποψη επιβατικής κίνησης. Τα Ferry-Boats συνδέουν την Κυλλήνη με την Κεφαλονιά, τη Ζάκυνθο και την Ιθάκη.

Μετά τις εργασίες διαπλάτυνσης και εκσυγχρονισμού από το 1998, το λιμάνι χαρακτηρίστηκε εμπορευματικό και μπορεί να φιλοξενήσει εκτός από εμπορικά πλοία και κρουαζιερόπλοια.

(Δημοτικό Λιμενικό Ταμείο Κυλλήνης, 2019)



Εικόνα 3: Λιμάνι Κυλλήνης Πηγή: (Δημοτικό Λιμενικό Ταμείο Κυλλήνης, 2019)

Στο πλαίσιο των στρατηγικών επενδύσεων της χώρας, εγκρίθηκε η δημιουργία μίας υπερ-μαρίνας, η οποία θα περιλαμβάνει ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις και κατοικίες, με τον προϋπολογισμό να ανέρχεται στα 240 εκατ. Ευρώ (ΤΑ ΝΕΑ, 2020). Αποτέλεσμα του εγχειρήματος θα είναι η δημιουργία ενός από τα καλύτερα και τα πιο σύγχρονα λιμάνια στη χώρα (Νόμος 3894/2010) (Enterprise Greece, 2020).

1.2.3.2. Λιμάνι Κατάκολου

Είναι το επίνειο του Πύργου. Λόγω της γεωγραφικής του θέσης αλλά και των αξιοθέατων της ευρύτερης περιοχής, βρίσκεται στην πέμπτη θέση των αφίξεων κρουαζιερόπλοιων στην Ελλάδα από πλευράς αριθμού επιβατών, αλλά σε φθίνουσα πορεία από άποψη αριθμού πλοίων σε σχέση με τα προηγούμενα έτη (στοιχεία 2019). Το λιμάνι του Κατάκολου αποτελεί μία από τις πλέον σύγχρονες εγκαταστάσεις και είναι ο χώρος που κατεξοχήν υποδέχεται κρουαζιερόπλοια (Δημοτικό Λιμενικό Ταμείο Πύργου, 2020) (Ένωση Λιμένων Ελλάδος, 2020). Στις 13 Οκτωβρίου 2020 υπεγράφη η σύμβαση για το έργο αναβάθμισης του Λιμένα Κατάκολου και το έργο πλέον δρομολογείται προς κατασκευή. Πρόκειται για ένα έργο συγχρηματοδοτούμενο από το ΕΣΠΑ, στο οποίο θα κατασκευαστούν 3 κτίρια. Το πρώτο θα αποτελεί το κτίριο υποδοχής και αναμονής επιβατών. Στο δεύτερο κτίριο θα γίνεται έλεγχος των επιβατών και αποσκευών τους, που ταξιδεύουν εντός ζώνης Schengen. Το τρίτο κτίριο θα λειτουργεί ως χώρος πολιτιστικών εκδηλώσεων για την υλοποίηση των οποίων θα χρησιμοποιηθούν, μετά από τις κατάλληλες μετατροπές, οι πρώην αποθήκες σταφίδας (Καραγιάννης, 2020).



Εικόνα 4: Λιμάνι Κατάκολου Πηγή: (Δημοτικό Λιμενικό Ταμείο Πύργου, 2020)

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗΣ ΛΙΜΕΝΑ ΚΑΤΑΚΟΛΟΥ						
		2015	2016	2017	2018	2019
ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΠΛΟΙΩΝ						
	ΑΚΤΟΠΛΟΙΑ	0	0	0	0	0
	ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ	242	274	271	221	199
ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΕΠΙΒΑΤΩΝ						
	ΑΚΤΟΠΛΟΙΑ	0	0	0	0	0
	ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ	459.882	505.111	567.047	468.046	413.716
ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΟΧΗΜΑΤΩΝ						
	ΕΠΙΒΑΤΗΓΑ ΙΧ	0	0	0	0	0
	ΦΟΡΤΗΓΑ	0	0	0	0	0
	ΔΙΚΥΚΛΑ	0	0	0	0	0
ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ						
	ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΟΚΙΒΩΤΙΑ (TEUS)	0	0	0	0	0

Πίνακας 1: Διακίνηση στο Λιμένα Κατάκολο Πηγή: (Ένωση Λιμένων Ελλάδος, 2020)

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ 2015 - 2019 ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΧΩΡΑΣ											
α/α	ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ	2019		2018		2017		2016		2015	
		Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας	Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας	Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας	Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας	Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας
1	ΠΕΙΡΑΙΑΣ	622	1.098.091	524	961.632	576	1.055.559	625	1.094.135	621	980.149
2	ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	592	980.771	474	749.286	406	620.570	572	783.893	636	791.927
3	ΜΥΚΟΝΟΣ	550	787.490	484	702.256	501	699.304	596	722.517	600	649.914
4	ΚΕΡΚΥΡΑ	420	767.673	413	735.832	410	679.681	481	748.916	407	647.347
5	ΚΑΤΑΚΟΛΟ	199	413.716	221	468.046	271	567.047	274	505.111	242	459.882
6	ΡΟΔΟΣ	258	308.194	210	237.808	248	274.903	299	314.689	340	342.063
7	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	204	307.043	187	297.929	131	181.693	165	238.780	170	219.805
8	ΧΑΝΙΑ (ΣΟΥΔΑ)	132	265.956	78	139.944	84	128.067	86	147.915	59	96.612
9	ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ-ΙΘΑΚΗ	133	259.261	90	144.074	50	61.598	77	85.463	112	149.227
10	ΠΑΤΜΟΣ	156	112.721	124	103.126	136	110.878	147	91.785	192	124.476
11	ΝΑΥΠΛΙΟ	88	34.704	75	57.894	86	29.689	94	51.551	62	46.075
12	ΑΓΙΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	37	32.500	24	13.616	43	28.972	49	26.560	52	37.762
13	ΣΥΡΟΣ	82	26.748	80	18.071	75	24.543	90	26.403	53	21.986
14	ΜΗΛΟΣ	38	23.641	27	16.667	23	9.222	32	14.735	28	15.394
15	ΖΑΚΥΝΘΟΣ	20	17.226	17	14.284	17	13.104	29	25.175	8	5.742
16	ΒΟΛΟΣ	22	12.574	27	31.336	9	7.618	46	37.445	57	67.096
17	ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑ	55	10.107	43	9.154	39	7.742	44	12.904	38	10.391
18	ΣΑΜΟΣ	42	9.674	96	14.737	39	10.008	51	43.659	19	10.893
19	ΓΥΘΕΙΟ	19	9.674	18	8.642	16	6.738	33	13.019	23	10.448
20	ΣΥΜΗ	22	9.386	17	6.669	10	5.580	30	14.206	36	16.728
21	ΚΑΛΑΜΑΤΑ	11	9.288	8	7.281	11	8.020	28	28.132	31	38.549
22	ΙΤΕΑ	45	5.168	35	3.628	74	14.423	92	14.848	83	17.851
23	ΚΩΣ	19	5.150	10	4.153	16	6.451	41	19.222	41	18.277
24	ΠΑΡΟΣ	27	4.871	17	2.476	16	3.916	23	3.127	25	3.679
25	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	6	4.865	5	1.502	4	2.424	23	18.876	35	26.356
26	ΜΥΤΙΛΗΝΗ	7	3.180	1	260	5	2.482	29	13.923	53	24.894
27	ΚΑΒΑΛΑ	7	2.699	5	1.954	6	3.226	19	6.042	22	12.783
28	ΧΙΟΣ	5	2.328	10	1.766	7	16.445	43	21.933	42	25.229
29	ΛΗΜΝΟΣ	8	2.035	2	346	2	381	14	4.072	41	15.787
30	ΡΕΘΥΜΝΟ	24	1.769	16	741	21	1.301	3	400	11	1.076
31	ΣΚΙΑΘΟΣ	8	1.716	8	8.119	6	3.111	18	6.232	23	8.220
32	ΠΥΛΟΣ	9	1.619	13	2.662	9	1.601	5	1.060	11	3.080
33	ΝΑΞΟΣ	16	1.293	22	3.459	16	4.236	27	2.470	23	4.738
34	ΠΑΤΡΑ	2	1.219	2	1.647	2	952	2	743	3	1.090
35	ΣΚΟΠΕΛΟΣ	5	1.139	5	2.192	3	1.038	8	755	8	735
36	ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ	5	1.053	14	12.650	8	9.088	7	7.623	6	3.090
37	ΚΥΘΗΡΑ	3	500	2	92	5	1.298	18	4.479	4	1.050
38	ΑΝΔΡΟΣ	1	458	0	0	0	0	1	528	2	838
39	ΣΗΤΕΙΑ	0	0	3	1.447	0	0	0	0	1	444
40	ΙΟΣ	0	0	1	680	8	5.048	17	7.113	13	6.700
41	ΑΛΕΞ/ΛΗ (ΣΑΜΟΘΡΑΚΗ)	0	0	2	584	0	0	0	0	1	278
42	ΛΑΥΡΙΟ	0	0	0	0	26	17.406	65	43.236	55	44.815
43	ΠΡΕΒΕΖΑ	0	0	0	0	0	0	4	556	5	967
ΣΥΝΟΛΟ:		3899	5.537.500	3410	4.788.642	3415	4.625.363	4307	5.204.231	4294	4.964.443

Πίνακας 2: Στοιχεία Κρουαζιέρας Πηγή: (Ένωση Λιμένων Ελλάδος, 2020)

Η ύπαρξη μαρίνας τόσο στο Κατάκολο, όσο και στην Κυλλήνη, προσδίδει προστιθέμενη αξία στην ευρύτερη περιοχή. Παρέχει στα τουριστικά σκάφη τις απαραίτητες υπηρεσίες, δίνοντας στην περιοχή την αντίστοιχη τουριστική και οικονομική ώθηση.

1.2.4. Αεροπορική υποδομή

1.2.4.1. Αεροδρόμιο Αράξου

Η Ηλεία συνδέεται από αέρος με το βραβευμένο αεροδρόμιο του Αράξου, το οποίο βρίσκεται στην Αχαΐα, σε απόσταση 68 χιλιομέτρων από τον Πύργο (google maps). Άλλα σημεία ενδιαφέροντος στο νομό όπως η Κυλλήνη, η Αρχαία Ήλιδα, το ξενοδοχείο Grecotel βρίσκονται σε κοντινότερη απόσταση (43-52 χλμ.). Το εν λόγω αεροδρόμιο εξυπηρετεί κυρίως ταξιδιώτες που κατευθύνονται προς την Πάτρα, την Ηλεία και τα νησιά Ιονίων νήσων. Πρόκειται για στρατιωτικό αεροδρόμιο, το οποίο όμως εξυπηρετεί κυρίως κατά τους θερινούς μήνες ναυλωμένες πτήσεις (charter) από και προς το εξωτερικό.

Σύμφωνα με τα τελευταία στατιστικά στοιχεία, το αεροδρόμιο του Αράξου παρουσίασε τους πρώτους πέντε μήνες του 2019 αυξημένη διακίνηση επιβατών κατά 26,6%, σε σχέση με το προηγούμενο έτος (14.207 επιβάτες έναντι 11.222).

Η επίγεια σύνδεση του αεροδρομίου είναι περιορισμένη. Οι επισκέπτες έχουν την επιλογή χρήσης υπηρεσιών ταξί, ενοικίασης αυτοκινήτου, ή στην περίπτωση που το ταξίδι είναι προγραμματισμένο από tour operator, τότε ως είθισται, η εταιρεία θα έχει προγραμματίσει κάποιο λεωφορείο για τη μετακίνηση των επισκεπτών (Υ.Π.Α., 2019).

1.2.4.2. Αεροδρόμιο Καλαμάτας

Βρίσκεται στον Νομό Μεσσηνίας σε απόσταση 110 χλμ. από την πρωτεύουσα του Νομού, τον Πύργο. Η απόσταση είναι μεν μεγαλύτερη χιλιομετρικά, αλλά έχει μεγαλύτερη συνολική κίνηση από πλευράς πτήσεων σε σχέση με αυτό του Αράξου (3.514 έναντι 1.334 πτήσεις, στοιχεία 2019), και λειτουργεί καθόλη τη διάρκεια του χρόνου (Υ.Π.Α., 2020).

1.2.4.3. Αεροδρόμιο Ανδραβίδας

Η αεροπορική βάση της Ανδραβίδας αποτελεί στρατιωτικό αεροδρόμιο και χρησιμοποιείται αποκλειστικά από την Πολεμική αεροπορία (Wikipedia, 2019). Παρόλο που το 1968 είχε αποκτήσει πολιτική επιβατική δραστηριότητα, αυτή διήρκεσε περίπου 20 χρόνια. Έκτοτε, η πολιτική επιβατική του δραστηριότητα βρίσκεται σε αναστολή. Βρίσκεται σε απόσταση 33 χιλιομέτρων από τον Πύργο (Υ.Π.Α., 2019).

2. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ- ΟΡΙΣΜΟΙ

2.1 Πολιτισμός

Πολλοί καταξιωμένοι κοινωνιολόγοι, ανθρωπολόγοι και ιστορικοί έχουν μελετήσει σε βάθος χρόνων τον όρο «πολιτισμός», δίνοντας ενδιαφέρουσες εννοιολογικές διαστάσεις.

Ο Φρενάν Μπρωντέλ αναφέρει ότι «ο πολιτισμός είναι ένας χώρος, μια πολιτιστική περιοχή, μια συλλογή πολιτιστικών χαρακτηριστικών και φαινομένων» (Huntington, 1999, p. 52).

Ο Βάλερσταϊν ορίζει τον πολιτισμό ως «μία συγκεκριμένη σύνθεση κοσμοαντίληψης, εθίμων, δομής και κουλτούρας (ταυτόχρονα υλικής και πνευματικής), η οποία σχηματίζει κάποιου είδους ιστορική ενότητα και συνυπάρχει με άλλου τέτοιου είδους φαινόμενα» (Huntington, 1999, p. 52).

Στο σύνολο, λοιπόν, ο πολιτισμός αποτελεί μια πολιτιστική οντότητα, το γενικό τρόπο ζωής ενός λαού. Σχετίζεται με τις αξίες, τους κανόνες, τα ήθη, τα έθιμα και τον τρόπο σκέψης που κληροδοτείται από γενιά σε γενιά, σε μία ορισμένη κοινωνία (Huntington, 1999, p. 53).

«Οι πολιτισμοί είναι το μεγάλο «εμείς» που αισθανόμαστε πολιτιστικά σαν στο σπίτι μας, που μας διαχωρίζει από «εκείνους» (Huntington, 1999, p. 54).

«Ο πολιτισμός είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με τον τουρισμό. Ενώ όμως ο τουρισμός είναι οικονομικό μέγεθος, που μετράει αφίξεις, απασχόληση, συνάλλαγμα, ο πολιτισμός εμπεριέχει αξίες και άυλα αγαθά που έχουν διαφορετική διάσταση από την καθαρά οικονομική. Η σύζευξη των εννοιών και των λέξεων δεν είναι εύκολη και πολλές φορές υπάρχει μεγάλη αδυναμία να δούμε το βάθος και την ουσία, ερμηνεύοντας ο καθένας τα νοήματα από τη δική του σκοπιά» (Βερνίκος, 2017).

Ο πολιτισμός δεν έχει μόνο μια στενή σχέση με τον τουρισμό, αλλά αποτελεί προϋπόθεση για μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Συνάμα, αποτελεί προτεραιότητα όλων των ανθρώπων η ανάδειξη και διαφύλαξη του ιστορικού, καλλιτεχνικού και φυσικού πλούτου της χώρας.

2.2 Τουρισμός

Ο τουρισμός ετυμολογικά προκύπτει από τη γαλλική λέξη «Tour», ή την αγγλική «Touring», που σημαίνει περιήγηση, μεγάλος γύρος. Και οι δύο λέξεις έχουν τη ρίζα τους στη λατινική λέξη «tornus», που υποδηλώνει κάτι το οποίο περιστρέφεται (Βαρβαρέσος, 2005).

Μπορεί να γίνει εύκολα αντιληπτό ότι για το ζήτημα του τουρισμού, πολλοί ειδικοί αλλά και διάφορες εθνικές και διεθνείς ενώσεις προσπάθησαν να αποδώσουν με ακρίβεια τον ορισμό του. Ορισμένες ενδιαφέρουσες προσεγγίσεις ακολουθούν.

Το 1993, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (W.T.O), συγκεντρώνοντας στατιστικά στοιχεία που αφορούσαν στον τουρισμό, κατέληξε στον ορισμό: αφορά στο «σύνολο των δραστηριοτήτων των ανθρώπων που ταξιδεύουν και μένουν σε μέρη διαφορετικά από το περιβάλλον τους, για ένα έτος ή λιγότερο, με σκοπό την αναψυχή, ή άλλο λόγο» (Doswell, 2002).

Ο J. Medicin ορίζει τον τουρισμό ως «μία δραστηριότητα ευκαιρίας, η οποία συνίσταται στο να παραμένει κάποιος μακριά από τον τόπο της μόνιμης διαμονής του, για λόγους διασκέδασης, ανάπαυσης, εμπλουτισμού της εμπειρίας του, ανύψωσης του μορφωτικού του επιπέδου, από την παρουσία νέων μορφών ανθρώπινης δράσης και από τις εικόνες μιας άγνωστης φύσης» (Βαρβαρέσος, 2005, p. 27).

Σύμφωνα με τους Hunziker και Krapf (1942), τουρισμός είναι «οι ενεργοποιημένες σχέσεις και γεγονότα, κατά τη διάρκεια της μετακίνησης και παραμονής των ατόμων εκτός από τον τόπο της συνήθους κατοικίας τους, υπό τον περιορισμό ότι τόσο η μετακίνηση, όσο και η παραμονή δεν έχουν ως κίνητρο την άσκηση κερδοσκοπικής δραστηριότητας» (Βαρβαρέσος, 2005, p. 27).

Για την ολοκληρωμένη απόδοση του ορισμού θα πρέπει να ληφθούν υπόψιν το κίνητρο, δηλαδή ο σκοπός για τον οποίο γίνεται το ταξίδι, η μετακίνηση και η διάρκεια παραμονής εκτός της έδρας.

Συνοπλοποιώντας όλες τις ανωτέρω ερμηνείες, ο τουρισμός θα μπορούσε να οριστεί ως η παραμονή του ατόμου εκτός του τόπου μόνιμης κατοικίας του, με προσωρινό χαρακτήρα, για οποιονδήποτε σκοπό, πέραν αυτού της εργασίας.

Ο τουρισμός αναλόγως του τρόπου των μετακινήσεων των κατοίκων των χωρών, μπορεί να είναι εγχώριος, εισερχόμενος, ή εξερχόμενος.

Αναλυτικότερα, ο εγχώριος αναφέρεται σε κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν εντός αυτής. Ο εισερχόμενος αφορά σε μη κατοίκους που εισέρχονται σε μία συγκεκριμένη χώρα και τέλος, ο εξερχόμενος αφορά σε κατοίκους που ταξιδεύουν προς μία διαφορετική χώρα (Doswell, 2002).

Οι επισκέπτες που ταξιδεύουν διακρίνονται σε τουρίστες και εκδρομείς. Οι τουρίστες επισκέπτονται έναν τόπο και διανυκτερεύουν τουλάχιστον ένα βράδυ, ενώ οι εκδρομείς συνιστούν τους προσωρινούς επισκέπτες των οποίων η παραμονή σε μια περιοχή δεν περιλαμβάνει διανυκτέρευση (Βαρβαρέσος, 2005).

Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα που προσδίδουν τη μοναδικότητα στον τουρισμό είναι:

- το προϊόν καταναλώνεται στον τόπο που παράγεται και δεν μπορεί ο τουρίστας να πάει μαζί του,
- ο τουρίστας δε βλέπει και δε δοκιμάζει το προϊόν πριν το αγοράσει,
- ο χώρος και οι άνθρωποι που παράγουν το τουριστικό προϊόν αποτελούν αναπόσπαστο εννοιολογικό κομμάτι του προϊόντος (Βαρβαρέσος, 2000).

Ο τουρισμός έχει και άλλα χαρακτηριστικά γνωρίσματα που συνδέονται με την προσφορά και τη ζήτηση του προϊόντος. Αυτά είναι:

- οι αναμνήσεις,
- η εποχικότητα,
- η εμπειρία που αποκομίζει ο τουρίστας από την αρχή έως το τέλος του ταξιδιού,
- οι φυσικοί και πολιτισμικοί παράγοντες που συνιστούν την τουριστική κληρονομιά της περιοχής,
- η εξατομικευμένη εμπειρία, που δε θα είναι ποτέ η ίδια αν επαναληφθεί το ταξίδι από τον ίδιο, ή άλλο άτομο,
- ο χώρος που προορίζεται προς εκμετάλλευση για τουριστικούς σκοπούς,
- η απώλεια του τουριστικού προϊόντος μετά το πέρας του ταξιδιού (μένουν οι αναμνήσεις και οι εμπειρίες),
- οι πάγιες λειτουργικές δαπάνες, που δεν είναι ανάλογες με την επιτυχία τουριστικού προϊόντος (Doswell, 2002).

Το σημείο που ο τουρισμός και ο πολιτισμός ταυτίζονται είναι εκείνο, όπου:

- οι υποδομές συντηρούνται και φροντίζονται με ιδιαίτερη επιμέλεια και με γνώμονα τη διατήρηση της ποιότητας,

- η αρχαία, βυζαντινή και νεότερη ιστορία αναβιώνει με σεβασμό,
- δημιουργείται σύγχρονη πολιτισμική δραστηριότητα και τέχνη,
- οι κάτοικοι έχουν συνείδηση και παιδεία ώστε να προσφέρουν ποιοτικές τουριστικές υπηρεσίες.

Όταν μεταξύ όλων των δομών της εκάστοτε τουριστικής περιοχής τηρούνται ισορροπίες, τότε η τουριστική ανάπτυξη κρίνεται βιώσιμη. Αναλυτικότερα, οι δομές της οικονομίας, της κοινωνίας, του περιβάλλοντος, του πολιτισμού, των τοπικών παραμέτρων που ισχύουν σε κάθε περιοχή δραστηριοποιούνται και αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, τηρώντας τις ισορροπίες. Κατά συνέπεια, παράλληλα διαμορφώνονται οι κατάλληλες συνθήκες για τη συνέχιση και την αειφορία τους (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

2.2.1. Η προσφορά και ζήτηση του τουρισμού

Σε κάποιες περιπτώσεις, όταν η τιμή σε ορισμένα αγαθά μειώνεται, οι άνθρωποι τείνουν να αγοράζουν περισσότερο. Αντιθέτως, οι πωλήσεις μειώνονται, όταν η τιμή των αγαθών αυξάνεται. Η ανωτέρω κατάσταση δεν παρατηρείται σε όλα τα αγαθά, παρά μόνο σε αυτά που είναι ευαίσθητα στις αλλαγές τιμών. Τα αγαθά αυτά χαρακτηρίζονται από ελαστικότητα ζήτησης. Αντιθέτως, όταν δεν επηρεάζονται από την αλλαγή τιμών, χαρακτηρίζονται ως ανελαστικά.

Όταν το ταξίδι ενέχει την έννοια της υποχρέωσης, με την έννοια ότι ο προορισμός είναι δεδομένος, όπως για παράδειγμα επαγγελματικά ταξίδια, η παρακολούθηση ενός συνεδρίου, το προσκύνημα στην Τήνο το Δεκαπενταύγουστο, τότε το ταξίδι κατευθύνεται από τη ζήτηση, η οποία, για τη δεδομένη χρονική στιγμή, είναι ανελαστική (Doswell, 2002).

Από την άλλη, οι ταξιδιώτες που έχουν ως κίνητρο την αναψυχή, τη γνωριμία νέων πολιτισμών, τη διάδραση με πολιτιστικά δρώμενα, τότε είναι ελεύθεροι να επιλέξουν τον προορισμό που ικανοποιεί τις επιθυμίες τους. Το ταξίδι κατευθύνεται από την προσφορά, η οποία είναι ελαστική. Ο προορισμός, ο οποίος στερείται αξιοθέατων, σημείων ενδιαφέροντος, φυσικού κάλλους, δε μπορεί να δημιουργήσει ζήτηση και σε αυτές τις περιπτώσεις ο τουρισμός κατευθύνεται από την προσφορά. Για να συμβεί όμως αυτό θα πρέπει αφενός ο εκάστοτε τόπος να έχει τις υποδομές και αφετέρου οι ειδικοί του τουρισμού να δημιουργήσουν ισχυρή στρατηγική με ένα αποτελεσματικό μείγμα Marketing (Βαρβαρέσος, 2005).

2.3. Ελληνική και διεθνής αγορά τουρισμού

Ο τουρισμός αφού πέρασε από διάφορα στάδια εξέλιξης και αφού εκδημοκρατίστηκε και μαζικοποιήθηκε, πλέον αποτελεί μία παγκόσμια οικονομική δύναμη. Αντιπροσωπευτικό είναι το παράδειγμα της Ευρώπης, με επικεφαλής χώρα την Ισπανία, όπου ο διεθνής τουρισμός συνέβαλε στην οικονομική της ανάπτυξη σε τέτοιο βαθμό, ώστε να κατέχει την δέκατη θέση στην ιεραρχία των βιομηχανικών κρατών. Η τουριστική δραστηριότητα έχει άμεσες και έμμεσες επιπτώσεις στην οικονομική δραστηριότητα μιας χώρας.

Οι άμεσες επιπτώσεις εντοπίζονται στον αντίκτυπο που έχει:

- στην συνολική κατανάλωση της χώρας, όπου ένα μεγάλο μέρος οφείλεται στην τουριστική δραστηριότητα,
- στην εθνική οικονομία που δημιουργούνται ανάγκες για νέες επαγγελματικές δραστηριότητες και κατ'επέκταση νέες θέσεις εργασίας,
- στα συναλλαγματικά αποθέματα της κάθε χώρας που επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από τις συναλλαγές που σχετίζονται με την τουριστική δραστηριότητα.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΣΕΤΕ, (Λάμπρου & Ίκκος, 2019) η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομία της χώρας το 2019 εκτιμάται σε € 23,4 δισ., μέγεθος που αντιστοιχεί με το 12,5% του ΑΕΠ (Ίκκος & Κουτσός, 2020).

Κατηγορία Δαπάνης	2018, € εκ.	2019, € εκ.	%Δ
Δαπάνη Εισερχόμενων Τουριστών	€15.653	€17.784	13,6%
Δαπάνη Τουριστών Κρουαζιέρας	433	457	5,7%
Δαπάνη Εταιρειών Κρουαζιέρας	120	127	5,7%
Αερομεταφορές	1.715	1.914	11,6%
Θαλάσσιες Μεταφορές	98	96	-2,0%
Εγχώριος Τουρισμός	1.715	1.886	10,0%
Επενδύσεις	1.411	1.178	-16,5%
Άμεση Επίπτωση Τουρισμού	€21.143	€23.442	10,9%
ως % ΑΕΠ	11,4%	12,5%	9,3%
πολλαπλασιαστής ΙΟΒΕ	2,2	2,2	0,0%
Έμμεσο και Άμεσο Αποτέλεσμα	€46.515	€51.573	10,9%
ως % ΑΕΠ	25,2%	27,5%	9,3%
πολλαπλασιαστής ΚΕΠΕ	2,65	2,65	0,0%
Έμμεσο και Άμεσο Αποτέλεσμα	€56.030	€62.122	10,9%
ως % ΑΕΠ	30,3%	33,1%	9,3%
ΑΕΠ	€184.714	€187.456	1,5%

Πίνακας 3: Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία Πηγή: (Ίκκος & Κουτσός, 2020)

Τα πολλαπλασιαστικά οφέλη (τα έσοδα δηλαδή που προήλθαν από τον τουρισμό και θα δαπανηθούν για τη λήψη υπηρεσιών ή την κατανάλωση αγαθών εντός της χώρας) αποτελούν την έμμεση συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομία της χώρας. Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού (έμμεση και άμεση) για το 2019 εκτιμάται σε € 62,1 δισ., που αντιστοιχεί στο 33,1% του ΑΕΠ. Το ΑΕΠ παρουσίασε ετήσια αύξηση 1,5%, ενώ η δραστηριότητα του τουρισμού αυξήθηκε σε ετήσια βάση κατά 10,9% έμμεσα και άμεσα.

Ο τουρισμός αποτελεί κατά κύριο λόγο εξαγωγική δραστηριότητα για την Ελλάδα, δεδομένου ότι το 90% του εισοδήματος της τουριστικής δραστηριότητας προέρχεται από το εξωτερικό. Επίσης, οι εισπράξεις από τον τουρισμό το 2019 αντιπροσωπεύουν το 56,2% του συνόλου των εισπράξεων από τις εξαγωγές κάθε μορφής αγαθών που κάνει η χώρα (ΙΚκος & Κουτσός, 2020).

Σε παγκόσμιο επίπεδο, το World Travel & Tourism Council (WTTC), στην τελευταία ετήσια έρευνά του, σε συνεργασία με την Oxford Economics, δείχνει ότι ο τομέας του τουρισμού σημείωσε αύξηση 3,5% το 2019, ξεπερνώντας την παγκόσμια ανάπτυξη της οικονομίας (2,5%) για ένατη συνεχόμενη χρονιά. Τα τελευταία πέντε χρόνια, δημιουργήθηκε μία στις τέσσερις νέες θέσεις εργασίας από τον κλάδο, καθιστώντας τον τουρισμό έναν από τους πιο ισχυρούς παράγοντες που συνεισφέρουν στον τομέα της εργασιακής απασχόλησης.

Το 2019, ο τουρισμός αντιπροσώπευε:

- 8,9 τρισεκατομμύρια δολάρια συνεισφορά στο παγκόσμιο ΑΕΠ,
- 10,3% του παγκόσμιου ΑΕΠ,
- 330 εκατομμύρια θέσεις εργασίας, 1 στις 10 θέσεις εργασίας σε όλο τον κόσμο,
- 1,7 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ εξαγωγές επισκεπτών,
- επενδύσεις κεφαλαίων 948 δισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ (4,3% των συνολικών επενδύσεων) (WTTC, 2020).

Η σημασία του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο κατέστη σπουδαία, καθώς επηρεάζει την παγκόσμια οικονομία, τη βιομηχανία και είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με την ποιότητα ζωής του ανθρώπου. Δημιούργησε κοινωνικές αλλαγές, κάνοντας το τουριστικό προϊόν προσιτό και στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες. Η τάση του εξακολουθεί να είναι θετική, τόσο σε απόλυτα νούμερα, όσο και στη νοοτροπία των ανθρώπων. Επομένως, η συμβολή του είναι καθοριστική στην προαγωγή του ατόμου και του κοινωνικού συνόλου που ανήκει, της οικονομίας, του περιβάλλοντος, καθώς και της βιομηχανίας.

3. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΛΕΙΑΣ

3.1. Ιστορική αναδρομή

Από την αρχαιότητα, στην Αρχαία Ελλάδα και στη Ρώμη, ο ελεύθερος χρόνος ήταν συνυφασμένος με την κοινωνική τάξη, το μορφωτικό και οικονομικό επίπεδο των ανθρώπων. Αυτοί οι άνθρωποι ήταν υποχρεωμένοι να αφιερώνουν τον ελεύθερο χρόνο τους στα κοινωνικά, πολιτικά και ηθικά ζητήματα του τόπου με σκοπό την ευημερία του και την προαγωγή του πολιτισμού του τόπου, όπως ορίστηκε ανωτέρω. Συνάμα, αποτελούσαν και το μοναδικό κοινωνικό στρώμα που είχε δικαίωμα στις ταξιδιωτικές μετακινήσεις. Παράδειγμα αποτελούν οι μετακινήσεις των αρχαίων Ελλήνων και Ρωμαίων στην Αίγυπτο με σκοπό την αναψυχή. Ομοίως, ταξίδευαν και στο εσωτερικό της χώρας για να παρακολουθήσουν θεατρικές παραστάσεις, αθλητικές δραστηριότητες, θρησκευτικές τελετές και άλλου είδους κοινωνικά δρώμενα (Βαρβαρέσος, 2005).

Ο Ηρόδοτος (480 – 421 π. Χ.) αποτελεί ένα από τα πρώτα ιστορικά παραδείγματα, που κατάφερε να συνδυάσει τον πολιτισμό με τον τουρισμό. Καθ' όλη τη διάρκεια των μετακινήσεών του είχε αυξημένο ενδιαφέρον για τα ήθη και έθιμα, τη θρησκεία, και τις τέχνες των τόπων που βρισκόταν.

Οι Ολυμπιακοί αγώνες (770 π. Χ) που πραγματοποιούνταν κάθε τέσσερα χρόνια στην Ολυμπία, αποτελούσαν ένα αθλητικό και θρησκευτικό γεγονός, το οποίο εξέφραζε πλήρως τους επισκέπτες ως προς τη φιλοσοφία του. Αποτελούσε μία μορφή πολιτιστικού τουρισμού, θέτοντας ως παράμετρο τη μετακίνηση των ενδιαφερόμενων στο συγκεκριμένο τόπο, με κοινό σκοπό την προσήλωση στα ήθη, τα έθιμα και την παράδοση (Βαρβαρέσος, 2000).

Η λουτροθεραπεία κατά την αρχαιότητα συνέβαλε στις μετακινήσεις της εποχής. Οι ενδιαφερόμενοι συνδύαζαν την αναγκαιότητα και την ωφέλεια που θα είχαν από τα ιαματικά λουτρά με την κοσμική ζωή, καθώς τα λουτρά αποτελούσαν πόλο έλξης για όμοια, ανώτερα, κοινωνικά στρώματα. Στην Ελλάδα, τα ιαματικά λουτρά είχαν μεγάλη απήχηση και οι αρχαίοι Έλληνες συνήθιζαν να επιλέγουν θεραπείες είκοσι μίας ημερών. Δημοφιλείς προορισμοί ήταν οι πηγές της Αιδηψού, της Κασταλίας και άλλες (Βαρβαρέσος, 2005).

Το ταξίδι στην περίοδο της αρχαιότητας ολοκληρώνεται με κίνητρα μετακίνησης για εκπαιδευτικούς, κλιματολογικούς, θρησκευτικούς λόγους. Στην αρχαία Ελλάδα οι επισκέπτες που ταξίδευαν με σκοπό την παρακολούθηση θρησκευτικών τελετών, αθλητικών

δραστηριοτήτων, φιλοξενούνταν στις οικίες των κατοίκων των πόλεων χωρίς αντίτιμο. Η φιλοξενία είχε ισχύ νόμου.

Η αύξηση όμως των αθλητικών, θρησκευτικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων συντέλεσε στην συχνότερη μετακίνηση των θεατών, με αποτέλεσμα να εδραιωθεί σταδιακά η έννοια του ξενοδοχείου. Το πρώτο πανδοχείο καταγράφεται τον 5ο αιώνα π. Χ.

Για τη διευκόλυνση των ταξιδιωτών δημιουργήθηκαν εγχειρίδια με πληροφορίες σχετικά με τις εκδηλώσεις, αλλά και τις μετακινήσεις. Τον 3ο αιώνα π. Χ. ο Φίλων προτείνει στους ταξιδιώτες, μέσω του εγχειρίδιου, τα επτά θαύματα του κόσμου. Πρόκειται για τις Πυραμίδες της Αιγύπτου, τους κρεμαστούς κήπους στη Βαβυλώνα, το χρυσό Άγαλμα του Ολυμπίου Διός του γλύπτη Φειδία από το 430 π. Χ., το Ναό της Αρτέμιδος στην Έφεσο, το Μουσωλείο της Αλικαρνασσού, τον Κολοσσό της Ρόδου και το Φάρο της Αλεξάνδρειας. Παράλληλα με την θεσμοθέτηση των ξενοδοχείων και τους ταξιδιωτικούς οδηγούς, εμφανίζονται και οι πρόγονοι των σημερινών μουσείων. Η εκάστοτε περιοχή παρουσίαζε τα ιστορικά εκθέματα κοντά στις ιερές τοποθεσίες. Παράδειγμα αποτέλεσαν η Ολυμπία και οι Δελφοί (Dallen & Boyd, 2014).

Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, τα ταξίδια σχετίζονται με μεγάλες εορταστικές εκδηλώσεις και θρησκευτικά γεγονότα. Ορόσημο θα αποτελέσει η Αναγέννηση, όπου τα ταξίδια εμπλουτίζονται με νέα κίνητρα. Τα κίνητρα των ταξιδιωτών είναι η ψυχαγωγία και η πνευματική ικανοποίηση. Οι άνθρωποι αποκτούν το ερέθισμα να ανακαλύψουν άλλες περιοχές, ακόμη και σε διαφορετικές ηπείρους. Στη Γαλλία καθιερώθηκε το “tour”, δηλαδή η περιήγηση, το κυκλικό ταξίδι, με διαθέσιμες διαδρομές μικρής και μεγάλης απόστασης, (petit tour και grand tour αντίστοιχα).

Το 19^ο πλέον αιώνα καθιερώνεται ο όρος “tourist”, που ουσιαστικά χαρακτηρίζει εκείνους που συμμετείχαν στη μεγάλη περιήγηση (grand tour). Ακολουθεί το 1811 ο όρος “tourism”, ο οποίος χρησιμοποιείται για να περιγράψει τους ανθρώπους που ταξιδεύουν για λόγους αναψυχής. Εκείνη την περίοδο ο τουρισμός αποτελούσε προνόμιο της ολιγαρχίας, λόγω έλλειψης οικονομικών πόρων. Οι δεκαετίες που ακολούθησαν, κατακλύστηκαν από μηχανολογικά επιτεύγματα, με τις ατμομηχανές και τα σιδηροδρομικά δίκτυα να εξαπλώνονται σε όλη την Ευρώπη. Στα μέσα του αιώνα εξελίχθηκε και η ναυσιπλοΐα, διευκολύνοντας τις μετακινήσεις διαμέσου των θαλασσών (Βαρβαρέσος, 2005).

Προοδευτικά, ο τουρισμός αυξάνεται και παρουσιάζεται η τάση για μαζικοποίηση των τουριστικών μετακινήσεων. Σε αυτή την αλματώδη αύξηση του τουρισμού, σπουδαίο ρόλο

διαδραμάτισαν τα τουριστικά καταλύματα, τα οποία ήταν υψηλών, αλλά και χαμηλών προδιαγραφών, αναλόγως των επιθυμιών και αναγκών των πελατών (Βαρβαρέσος, 2000).

Ο Thomas Cook το 1841 διαπίστωσε ότι ένα οργανωμένο ταξίδι θα μπορούσε να ενσωματώσει τις ανάγκες και επιθυμίες πολλών ταξιδιωτών σε μία μεταβλητή καθιερώνοντας έτσι το ομαδικό ταξίδι (ανά προορισμό). Η ταχύτητα διάδοσης της πληροφόρησης, οι οικονομίες κλίμακος που προκύπτουν, όπως η μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη για την επίτευξη μειωμένων τιμών, η κοινωνικοποίηση μεταξύ των ταξιδιωτών, ήταν μόλις μερικά από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της ιδέας του. Με τη μεγέθυνση του ομαδικού ταξιδιού, ο Thomas Cook δραστηριοποιήθηκε σε ίδρυση ταξιδιωτικών γραφείων, παρέχοντας ποικίλα ταξιδιωτικά προϊόντα. Παραδείγματα αποτελούν οι all inclusive υπηρεσίες, η έκδοση τουριστικών οδηγών, η οργανωμένη κρουαζιέρα. Παράλληλα ιδρύθηκαν πολυάριθμα ταξιδιωτικά γραφεία για την υποστήριξη του ολοένα αναπτυσσόμενου τουριστικού μοντέλου.

Τα χρόνια του Α' Παγκοσμίου πολέμου έδωσαν στο τουριστικό μοντέλο μία διαφοροποιημένη μορφή, η οποία έχει τα πρώτα στοιχεία μαζικοποίησης, και πολλά κοινά γνωρίσματα με τη σημερινή. Από την αρχή του πολέμου παρατηρείται η διπλή εποχικότητα μέσα στο χρόνο. Οι τουρίστες προτιμούσαν να ταξιδεύουν τους θερινούς μήνες στις Μεσογειακές ακτές, με σκοπό την ψυχαγωγία, ενώ τους χειμερινούς σε χιονοδρομικά κέντρα για χειμερινές δραστηριότητες (Reisinger & Dimanche, 2009).

Με το πέρας του Β' Παγκόσμιου Πολέμου, προοδευτικά άλλαζαν οι συνθήκες στον τρόπο διαβίωσης των ανθρώπων. Οι εργαζόμενοι δούλευαν λιγότερες ώρες σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, δικαιούνταν ημέρες αδειας από την εργασία τους μετ' αποδοχών και γενικότερα, ο μέσος άνθρωπος είχε περισσότερους διαθέσιμους οικονομικούς πόρους και κατ' επέκταση καλύτερο βιοτικό επίπεδο.

Οι γρήγοροι και πιεστικοί ρυθμοί της καθημερινότητας των ανθρώπων και ο αυξημένος φόρτος εργασίας ενεργοποίησε την ανάγκη τους για ανάπαυση, ψυχαγωγία και επικοινωνία μακριά από τις απαιτήσεις της καθημερινότητας. Έτσι, ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα των οικονομικά και κοινωνικά ανεπτυγμένων χωρών.

Μετά από όλα τα στάδια που διένυσε το φαινόμενο του τουρισμού, τον 20^ο πλέον αιώνα έχει ενηλικιωθεί και αποτελεί μία ολοκληρωμένη οντότητα, η οποία αλληλεπιδρά με τους κύριους πυλώνες της χώρας και έχει οικονομική, περιβαλλοντική, πολιτική, τεχνολογική, κοινωνική, νομική διάσταση (Χυτήρης, 2006).

3.2. Μορφές τουρισμού

Μια παλαιότερη και περισσότερο γενικευμένη θεώρηση διέκρινε τον τουρισμό σε μαζικό και σε όλα τα άλλα είδη τα οποία αντιμετώπιζε ως μία μορφή. Αντίστοιχα, λοιπόν, ο μαζικός τουρισμός θεωρούταν το μοντέλο ήλιος – θάλασσα και όλες οι άλλες μορφές ορίζονταν ως πολιτιστικός τουρισμός. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο πολιτιστικός τουρισμός είναι καθ' όλα δόκιμος όρος, ωστόσο στη σύγχρονη εποχή όπου η κοινωνία επενδύει και μελετά σε βάθος το τουριστικό φαινόμενο, δε θα μπορούσε να χρησιμοποιείται για να εκφράζει ένα τόσο ευρύ πεδίο, χωρίς να υπάρχει σαφής προσδιορισμός.

Η κατηγοριοποίηση λοιπόν στις μορφές τουρισμού, γίνεται με κριτήριο τα κίνητρα των ταξιδιωτών, από τα οποία κάποια μπορεί να προϋπήρχαν και άλλα να γεννώνται καθημερινά, σύμφωνα με τις επιταγές των τάσεων της κάθε εποχής. Στη βιβλιογραφία συναντώνται πολλές περιπτώσεις κατηγοριοποίησης των τουριστικών μορφών. Ορισμένες προσεγγίσεις είναι αναλυτικές, ενώ άλλες τις διακρίνουν πιο μεγάλες κατηγορίες. Οι βασικές ωστόσο κατηγορίες παραμένουν σταθερές (Βαρβαρέσος, 2005). Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται οι μορφές τουρισμού διαχωρισμένες λεπτομερώς. Η επιλογή των μορφών τουρισμού και η ανάλυσή τους που ακολουθεί στα επόμενα κεφάλαια, έχει γίνει με κριτήριο τις βασικές κατηγορίες που ισχύουν, χωρίς κάποια έμφαση σε τυχόν παροδικές τάσεις (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

1. Κοινωνικός τουρισμός	16. Εκπαιδευτικός τουρισμός
2. Αγροτουρισμός	17. Θρησκευτικός τουρισμός
3. Τουρισμός στην ύπαιθρο	18. Συνεδριακός τουρισμός
4. Πολιτιστικός τουρισμός	19. Εκθεσιακός τουρισμός
5. Αθλητικός τουρισμός	20. Επαγγελματικός τουρισμός
6. Τουρισμός τρίτης ηλικίας	21. Ορεινός τουρισμός
7. Αθλητικός τουρισμός	22. Χειμερινός τουρισμός
8. Οικολογικός τουρισμός	23. Γυμνιστικός τουρισμός
9. Τουρισμός υγείας	24. Κατασκηνωτικός τουρισμός
10. Ιαματικός τουρισμός (λουτρά)	25. Τουρισμός all inclusive
11. Πολιτιστικός τουρισμός	26. Γαστρονομικός τουρισμός
12. Ενάλιος τουρισμός	27. Βυζαντινός τουρισμός
13. Αρχαιολογικός τουρισμός	28. Οινολογικός τουρισμός
14. Θαλάσσιος τουρισμός	29. Προσκυνηματικός
15. Περιηγητικός τουρισμός	

Πίνακας 4: Μορφές τουρισμού Πηγή: (Βαρβαρέσος, 2005, p. 76)

Παράλληλα, οι κατηγορίες που έχουν επιλεγεί, εκφράζουν πλήρως και εξατομικευμένα την τουριστική δραστηριότητα του Νομού και η ιεράρχησή τους έχει γίνει σύμφωνα με την ιστορική εξέλιξη, ξεκινώντας από τον αρχαιολογικό τουρισμό και φτάνοντας στο σύγχρονο. Κάποια είδη τουρισμού μπορεί να εμπίπτουν ταυτόχρονα σε περισσότερες από μία κατηγορίες και σε αυτή την περίπτωση η κατάταξη θα εξαρτηθεί από τις ειδικές συνθήκες που ισχύουν σε κάθε περίπτωση που μελετάται.

Συνοπτικά, οι μορφές τουρισμού που θα αναλυθούν ακολούθως είναι οι εξής:

- Αρχαιολογικός τουρισμός
- Βυζαντινός/ φραγκικός τουρισμός
- Σύγχρονος τουρισμός
 - o Αστικός
 - o Ιαματικός
 - o Τουρισμός κρουαζιέρας
 - o Θαλάσσιος
 - o Καταδυτικός/ ενάλιος
 - o Οικοτουρισμός
 - o Ορεινός
 - o Αγροτουρισμός
 - o Οινοτουρισμός
 - o Γαστρονομικός
 - o Συνεδριακός

4. ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

4.1. Αρχαίες πόλεις και Ιερά μνημεία

Ο Νομός Ηλείας αποτελεί έναν από τους σπουδαιότερους Νομούς στην Ελλάδα, σε ό, τι αφορά στον αρχαιολογικό τους πλούτο. Εκεί βρίσκεται η αρχαία Ήλιδα, που υπήρξε στην αρχαιότητα η πρωτεύουσα της Ηλείας, που φιλοξενούσε επίσης τους Ολυμπιακούς Αγώνες.

Η Αρχαία Ολυμπία προσδίδει ακόμη και σήμερα αίγλη, τόσο στην περιοχή, όσο και στην Ελλάδα. Η Ολυμπία υπήρξε το πιο δοξασμένο ιερό της αρχαίας Ελλάδας και ήταν αφιερωμένο στον Δία.

Πρόσθετα, ο μεγαλοπρεπής Ναός του Επικούρειου Απόλλωνα αποτελεί ένα από τα καλύτερα σωζόμενα μνημεία της κλασσικής αρχαιότητας, μετά τον Παρθενώνα.

Στην περιοχή της Ηλείας, ο επισκέπτης θα συνδέσει το παρελθόν με το παρόν και θα πάρει απαντήσεις σχετικά με την εξέλιξη του Ελληνικού Πολιτισμού.

4.1.1. Αρχαία Ολυμπία

Τόπος στον οποίο ο Ηρακλής ιδρύει τον πρόδρομο των μετέπειτα Ολυμπιακών Αγώνων

«Τον δε Ηρακλέα παίζοντα – είναι γαρ δη αυτόν πρεσβύτατον ηλικία- συμβάλειν τους αδελφούς ες άμιλλαν δρόμου και τον νικήσαντα εξ αυτών κλάδω στεφανώσαι κοτίνου»

«Ο Ηρακλής που ήτανε απ' όλους πιο μεγάλος παίζοντας με τα αδέρφια του, τους λέει να αγωνιστούνε στο τρέξιμο κι ο νικητής θα πάρει για βραβείο στεφάνι από κότινο, φτιαγμένο από τον ίδιο...» Πausanias V,7.7 (Olalla & Priego, 2002, p. 103)

Η διεθνής ακτινοβολία της Αρχαίας Ολυμπίας υπερβαίνει τα στενά γεωγραφικά όρια της Ηλείας, λόγω της ιστορίας της και της αίγλης της. Προφανώς οφείλει και μπορεί να αποτελέσει τον πυρήνα όλης της χωροταξικής διάρθρωσης για τον τουρισμό του Νομού, αλλά και έναν πολύ σημαντικό παράγοντα τουριστικής ανάπτυξης σε εθνικό επίπεδο.

Ακολουθώς παρουσιάζονται τα σπουδαιότερα μνημεία της Αρχαίας Ολυμπίας:

- ο Ναός του Δία ο οποίος χτίστηκε στην περίοδο 470-456 π.Χ. και είναι ένα από τα επτά θαύματα της αρχαιότητας,
- ο Ναός της Ήρας, όπου φυλάσσονταν τα αναθήματα (τα αφιερώματα), μεταξύ των οποίων και ο Ερμής του Πραξιτέλη που βρίσκεται στο αρχαιολογικό μουσείο,

- ο Βωμός της Ήρας, όπου στη σύγχρονη εποχή γίνεται η αφή της Ολυμπιακής Φλόγας που σηματοδοτεί την έναρξη των Ολυμπιακών Αγώνων,
- το Βουλευτήριο, το οποίο αποτελούσε έδρα της βουλής των Ηλείων,
- το Πρυτανείο, δηλαδή το διοικητικό κέντρο των Ολυμπιακών Αγώνων,
- το Στάδιο και η είσοδός του, η οποία προοριζόταν για τους επισήμους και τους αθλητές. Το στάδιο της Ολυμπίας είχε χωρητικότητα 45.000 θεατών.
- το Γυμνάσιο, για την προπόνηση των αθλητών,
- η Παλαίστρα, που προετοιμαζόταν η πάλη, η πυγμαχία και το παγκράτιο,
- το Λεωνίδαίο, που φιλοξενούνταν οι επίσημοι προσκεκλημένοι των Ολυμπιακών Αγώνων,
- το Εργαστήριο του Φειδία, όπου κατασκευάστηκε το χρυσελεφάντινο άγαλμα του Θεού Δία,
- ο Θεηκολεών, όπου αποτελούσε κατάλυμα του προσωπικού που υπηρετούσε στο ιερό,
- οι Ζάνες, τα χάλκινα αγάλματα που ήταν αφιερωμένα στο θεό Δία,
- ο Βωμός του Δία, δεν έχει σωθεί, αλλά σε αυτό το σημείο, οι ανασκαφές έχουν φέρει στο φως χάλκινα ειδώλια.
- Τα θησαυροφυλάκια που προορίζονταν για τη φύλαξη πολύτιμων αφιερωμάτων,
- ο Ιππόδρομος, όπου διεξάγονταν οι ιπποδρομίες των Ολυμπιακών Αγώνων.

Η ευρύτερη περιοχή του Νομού με πυρήνα τα μνημεία της Αρχαίας Ολυμπίας, είναι ένας ανυπολόγιστης αξίας αρχαιολογικός θησαυρός και σημαντικό όπλο τόσο για την τοπική ανάπτυξη όσο και για όλη την ελληνική επικράτεια, αφού είναι μια πανανθρώπινη πολιτιστική κληρονομιά.

Η Ολυμπία για χιλιάδες χρόνια αποτελεί την εστία του ελληνικού πολιτισμού. Όπως αναφέρεται στις ιδέες του ολυμπισμού «ενσαρκώνει το καλό και αγαθό και αποτελεί τον τόπο που αναπτύχθηκε η ευγενής άμιλλα, το ωραίο και υψηλό ιδανικό».

Η φήμη της Ολυμπίας πηγάζει από τις τελετές των Ολυμπίων, που ήταν θρησκευτικές και αθλητικές εκδηλώσεις που διεξάγονταν προς τιμήν του Διός. Οι τελετές αυτές, τα Ολύμπια, τελούνταν κάθε τέσσερα χρόνια και ήταν τοπικού ενδιαφέροντος. Σύντομα όμως απέκτησαν πανελλήνιο ενδιαφέρον. Οι ανασκαφές έφεραν στην επιφάνεια χιλιάδες αφιερώματα της εποχής, όπως όπλα, πανοπλίες, ειδώλια, τα οποία τονίζουν τόσο τη σπουδαιότητα, όσο και τον υπερτοπικό χαρακτήρα των αγώνων. Σταδιακά το ιερό και άλλα οικοδομήματα που είχαν προστεθεί κατά την διάρκεια των ρωμαϊκών χρόνων, λεηλατήθηκαν, όπως και το χρυσό άγαλμα του Διός που ήταν μέσα στο Ιερό.

Οι τελευταίοι Ολυμπιακοί αγώνες έγιναν επί Βυζαντινής αυτοκρατορίας το 393 μ.Χ. με αυτοκράτορα το Μ. Κωνσταντίνο. Σταδιακά επήλθε η παρακμή με οριστική καταστροφή του σταδίου και το τέλος της τέλεσης των Ολυμπιακών αγώνων το 426 μ.Χ. Ο χώρος τέλεσης των αγώνων καταστράφηκε το 522 και 551 μ.Χ. από σεισμούς και τελικά καλύφτηκε από τις πλημμύρες των ποταμών Αλφειού και Κλαδέου, στις όχθες των οποίων ήταν χτισμένη.

Κατολισθήσεις του παρακείμενου Κρόνιου λόφου κάλυψαν, μετά τα κτίρια, και τα Ιερά για πολλούς αιώνες μέχρι το 1766 που βρέθηκαν τα ερείπια του Ιερού. Στη συνέχεια ακολούθησαν διάφορες ανασκαφικές φάσεις. Η πρώτη ανασκαφή διεξήχθη από τον στρατηγό Ν.Ι.Μαίση το 1829 και παράλληλα με τις εργασίες αναδείχθηκαν πολλά μνημειακά κτήρια, όπως το στάδιο της τελετής των αγώνων, το Ιερό της Ήρας, το βουλευτήριο και άλλα.

Οι ανασκαφές του Ιερού Χώρου και του Ιερού συνεχίζονται μέχρι σήμερα. Οι αναστηλώσεις του Ιερού δεν είναι ολοκληρωμένες ώστε να παραπέμπουν στην αρχική του εικόνα.

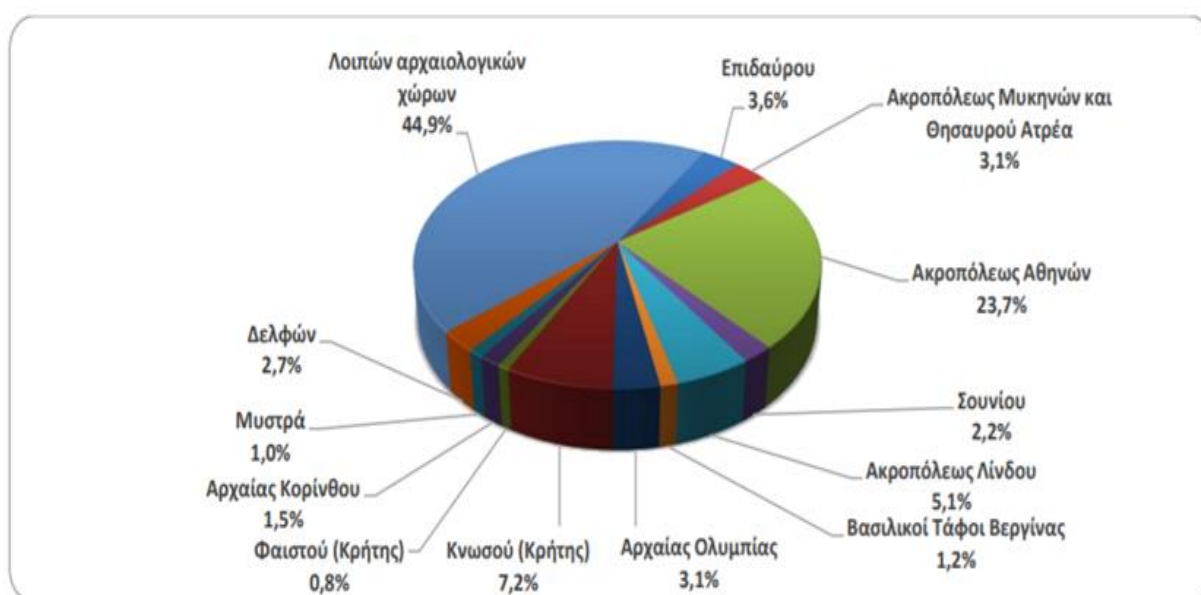
Στο στάδιο σώζεται μόνο η είσοδος του. Δεν υπάρχουν κερκίδες γιατί τότε κάθονταν στο χώμα.



Εικόνα 5: Η είσοδος στο στάδιο της αρχαίας Ολυμπίας για τους τότε Ολυμπιακούς αγώνες Πηγή: (Greek Travel pages, 2017)

Όπως σε όλο τον ελλαδικό χώρο, από την τουρκοκρατία μέχρι την νεότερη εποχή, από τις ανασκαφές, τα αξιολογότερα ευρήματα των αρχαιοτήτων, τμήματα ιερών και ναών, ζωφόροι κλπ., μεταφέρθηκαν με άγνωστο τρόπο και χωρίς άδεια εκτός Ελλάδας, όπως για παράδειγμα στο Μουσείο Λούβρου, στη Γαλλία (Ταξιδεύοντας στην Ηλεία, 2008).

Η αρχαία Ολυμπία αποτελεί ένα τεράστιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για το Νομό, πάνω στο οποίο έχει την δυνατότητα να στηρίξει μια πολιτική συνολικής αναβάθμισης του τουριστικού τομέα. Ωστόσο, θα πρέπει να ληφθεί ειδική μέριμνα, ώστε να παραμείνει υψηλά στη συνείδηση, αλλά και στις επιλογές των επισκεπτών. Σύμφωνα με τις τελευταίες στατιστικές έρευνες, η επισκεψιμότητα του αρχαιολογικού χώρου το έτος 2019 είχε μειωθεί κατά 0,3 %, σε σχέση με το 2018 (ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2020).



Πίνακας 5: Επισκεψιμότητα Αρχαιολογικών χώρων (%) - Σεπτέμβριος 2019 Πηγή: (ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2020)

Η τουριστική αναβάθμιση πρέπει να στηριχτεί στην προώθηση των μηνυμάτων που εκπέμπει η περιοχή: της Ολυμπιακής ιδέας και του Αθλητικού ιδεώδους. Επίσης, συστήνεται η ανάδειξη της περιοχής ως διεθνές κέντρο απαράμιλλης κλασικής τέχνης και γλυπτικής. Και τα δύο θα μπορούσαν να στηριχτούν σε μία διοργάνωση φεστιβάλ αρχιτεκτονικής και γλυπτικής, στα πρότυπα διεθνών Biennale (La Biennale Di Venezia, 2018) (Wikipedia, 2020).

Επιπλέον, η αφή της Ολυμπιακής φλόγας δεν πρέπει να αποτελεί στιγμιαίο τελετουργικό, αλλά θα μπορούσε να προαχθεί σε πολυήμερο πολιτισμικό γεγονός όπως για παράδειγμα το βραβείο Παγκόσμιας Ειρήνης και το Νόμπελ εικαστικών τεχνών. Επισφράγισμα της επιτυχούς τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής με εφιαλτήριο την Ολυμπία, θα αποτελούσε η σύνδεσή της

με όλα τα απαραίτητα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος. Ένα παράδειγμα είναι η διαδικτυακή πλατφόρμα για την τουριστική προβολή της Αρχαίας Ολυμπίας (in.gr, 2020).

Με τη βοήθεια της τεχνολογίας, μέσα από την επένδυση της Microsoft, στην Ελλάδα γίνεται ένας ψηφιακός μετασχηματισμός, με σκοπό την ανάδειξη της πολιτισμικής κληρονομιάς, όπως το έργο που υλοποιείται τώρα στην Αρχαία Ολυμπία και ολοκληρώνεται τους επόμενους μήνες (Microsoft, 2020). Από το νέο έτος, ο επισκέπτης του αρχαιολογικού χώρου, με τη χρήση της εφαρμογής που θα έχει στο κινητό του, θα μπορεί να βλέπει τα μνημεία σε τρισδιάστατη μορφή, καθώς επίσης και τη ζωή της Αρχαίας Ολυμπίας, όπως πριν από δύομισι χιλιετίες (tomosnews.gr, 2020). Κάθε ενδιαφερόμενος από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου, θα μπορεί να επισκεφθεί εικονικά την περιοχή και να θαυμάσει τα αριστουργήματα που διατηρεί, μέσω της ειδικής ιστοσελίδας που θα δωρίσει η Microsoft στο Υπουργείο Πολιτισμού (skai.gr, 2020).

Τα ανωτέρω θα έχουν ως οφέλη τη συνολική προβολή του Νομού Ηλείας με αιχμή του δόρατος την Αρχαία Ολυμπία, τη μεγαλύτερη προσέλκυση τουριστών συνδεδεμένη με την μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής, καθώς και την ανάπτυξη λοιπών μορφών τουρισμού (Ταξιδεύοντας στην Ηλεία, 2008) (Πιπιλή & Αραπογιάννη, 2004).

4.1.2. Αρχαία Ήλιδα

Η Αρχαία Ήλιδα αποτελούσε την κυρίαρχη πόλη της Αρχαίας Ηλείας, καθώς είχε την εποπτεία των Ολυμπιακών Αγώνων. Όπως ισχύει στη σημερινή εποχή, όπου μια χώρα αναλαμβάνει την οργάνωση και τέλεση των Ολυμπιακών αγώνων, έτσι και τότε η Αρχαία Ήλιδα αναλάμβανε τη διοργάνωση των αρχαίων Ολυμπιακών αγώνων, για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο της χιλιετίας. Ήταν η Πόλη-Κράτος η οποία, ούσα κτισμένη κοντά στο ιερό του Διός (θεωρούταν ιερή πόλη, αφιερωμένη στον Ολύμπιο Δία), φιλοξενούσε τους αθλητές που λάμβαναν μέρος στους αγώνες, καθώς και τους συνοδούς τους. Η λαμπρότητά της αντικατοπτριζόταν στα δημόσια κτίριά της, τα γυμναστήρια, την αγορά και το αμφιθέατρό της.

Εκεί οι αθλητές, εκτός από το αμιγώς διαγωνιστικό μέρος, μπορούσαν να προγυμναστούν και να έχουν ενημέρωση για τα λοιπά αθλητικά δρώμενα και για τους κανονισμούς που ίσχυαν, αλλά και να διακριθούν και να επιλεγούν για τις επιδόσεις και το ήθος τους, στους αγώνες που ακολουθούσαν.

Στο χώρο των αθλητικών εγκαταστάσεων αναφέρεται ότι υπήρχαν τρία γυμνάσια, στα οποία βρισκόνταν βωμοί θεών και αγάλματα ηρώων. Η αγορά της Ήλιδας είχε πολλά κτίρια, μεταξύ

αυτών ήταν το κτίριο Ελλανοδικών, δηλαδή των επίσημων κριτών των Ολυμπιακών Αγώνων, καθώς επίσης το κτίριο των δεκαέξι γυναικών που ήταν αρμόδιες για τη δημιουργία του πέπλου της Ήρας, της φροντίδας του Διόνυσου και άλλα.

Παραμονές των αγώνων λάμβανε χώρα μια πομπή από Ελλανοδίκες, αθλητές και ιερείς με κατεύθυνση από την Ήλιδα προς το Ιερό και το στάδιο της Ολυμπίας. Ίσως η πομπή αυτή να έχει σχέση με τις λαμπαδηδρομίες της σύγχρονης εποχής. Η πομπή αυτή δεν είχε μόνο αθλητικό αλλά και θρησκευτικό χαρακτήρα, με στόχο τον εξευμενισμό των θεών και την άρτια διεξαγωγή των αγώνων.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το θέατρο του 4ου π. Χ αιώνα, λόγω της πρωτότυπης κατασκευής του. Κατά τις ανασκαφές ανακαλύφθηκε ότι γύρω στο 2^ο αιώνα, ο χώρος ήταν γεμάτος με κτίρια λατρευτικής χρήσης, ενώ έναν αιώνα αργότερα η περιοχή μετετράπη σε νεκροταφείο.

Η περιοχή της αγοράς της Αρχαίας Ήλιδας ήταν μέχρι το 1990 μόνο χαλάσματα, και δεν έδινε την εικόνα του μεγαλείου που πραγματικά απέπνεε. Το πρόγραμμα εργασιών 1990-2019 επανέφερε την περιοχή σε μια αξιόλογη και αξιοπρόσεκτη διεθνώς εικόνα (protinews.gr, 2019).

Η πόλη της Ήλιδας βρίσκεται στο μέσο της Ανατολικής κοιλάδας του Πηνειού στον λόφο του Παλαιόπυργου όπου βρισκόταν η Αρχαία Ακρόπολη του Ναού της Αθηνάς και της Αφροδίτης με το Χρυσελεφάντινο άγαλμα (Διάζωμα, 2020). Είναι χτισμένη σε απόσταση 50 χλμ. από την Αρχαία Ολυμπία και είναι ένα από τα δυο διαμάντια της Ηλείας.

Οποιοδήποτε σχέδιο αναβάθμισης ή προβολής της Ολυμπίας συνδυάζεται με την αξιοποίηση της Αρχαίας Ήλιδας. Δύο χώροι που βρίσκονται σε μια αιώνια σχέση αλληλεξάρτησης και αλληλοσυμπλήρωσης. Αυτός ο άρρηκτος δεσμός ζωντανεύει και σήμερα.

Η αναβίωση του ιερού αρχαίου δρόμου πρόσβασης των αθλητών από την Αρχαία Ήλιδα στην Ολυμπία δύναται σήμερα να ενδυναμώσει και να αναδείξει σχέσεις πόλεων, αλλά και την ίδια τη διαδρομή με πολιτιστικές και αθλητικές δραστηριότητες. Η Αρχαία Ήλιδα μαζί με την Αρχαία Ολυμπία αναδεικνύουν το πολιτιστικό μεγαλείο της περιοχής (Μπούτσικας, 2002).



Εικόνα 6: Αρχαίο θέατρο Ήλιδας Πηγή: (Διάζωμα, 2020)

4.1.3. Ναός Επικούρειου Απόλλωνα

Στα σύνορα των τριών σημερινών Νομών Αρκαδίας, Μεσσηνίας και Ηλείας, σε ορεινό σημείο, είναι χτισμένος ο Ναός προς τιμή του Θεού Απόλλωνα, που προστάτευε τους κατοίκους της περιοχής από ασθένεια. Είναι ο μοναδικός στην Ελλάδα σε τέτοιο υψόμετρο. Λίγοι Έλληνες γνωρίζουν την ύπαρξη του αρχαίου αυτού Ναού και ακόμη μικρότερη είναι η διεθνής φήμη του (Αραπογιάννη, et al., 2003).

Ο Ναός του Επικούρειου Απόλλωνα σηματοδοτεί πολιτιστικά τον Νομό Ηλείας. Είναι ένας πολύ σημαντικός αρχαίος ναός χτισμένος το 420-410 π.Χ. στις Βάσσες Φιγαλείας, στον ορεινό όγκο του Λυκαίου Όρους, σε κρηπίδωμα με τρεις βαθμίδες και ύψους 70 εκ. από τοπικό τιτανόλιθο με 6 δωρικούς κίονες /παραστάδες και Ιωνικά κιονόκρανα. Στο τέλος των δωρικών κίωνων υπάρχει και ένας κίονας κορινθιακού τύπου.

Για λόγους που δεν είναι γνωστοί, είναι χτισμένος με αυτούς τους τρεις αρχιτεκτονικούς ρυθμούς, πάνω στα ερείπια αρχαιότερου ναού. Όπως μας πληροφορεί ο Πausanias, αρχιτέκτονας του ναού είναι ο Ικτίνος, ο οποίος σχεδίασε και τον Ναό του Παρθενώνα στην Αθήνα, προς τιμήν της θεάς Αθηνάς, και, ίσως και το πιο καλοδιατηρημένο μέχρι σήμερα ναό, όπως το Θησείο, ναό του Ηφαίστου.

Η ζωοφόρος του ναού λεηλατήθηκε το 1814 και έκτοτε εκτίθεται στο Βρετανικό Μουσείο. Τα υπόγεια ύδατα έχουν διαβρώσει τα θεμέλια του Αρχαίου Ναού, με συνέπεια να έχει πρόβλημα στατικότητας και οι καιρικές συνθήκες αναγκάζουν τους συντηρητές να έχουν για δεκαετίες τον ναό κάτω από ειδικό κάλυμμα (τέντα) που παραμένει μέχρι και σήμερα (Καρατζάς, 2018).

Λόγω δόμησης, δεν μπορούν να γίνουν πρόσθετες ανασκαφές, που όπως εικάζεται θα έφερναν στο φως και άλλα προγενέστερα μνημεία. Μελέτες σε διάφορες εποχές φέρνουν τον Ναό στην επικαιρότητα και λίγο μετά ξεχνιέται.



Εικόνα 7: Ναός Επικούρειου Απόλλωνα Πηγή: (Καρατζάς, 2018)

Ο Ναός είναι ένας παγκοσμίου φήμης πολιτιστικός θησαυρός που δεν έχει αναδειχθεί στο σύνολό του και δεν είναι καθολικά αξιοποιήσιμος.

Παράδειγμα προς μίμηση για την αξιοποίηση του Επικούρειου Απόλλωνα είναι οι εργασίες συντήρησης και αναστήλωσης του Παρθενώνα, στην Αθήνα, που κρατά δεκαετίες και με το σύγχρονο φωτισμό και την ανάδειξη του νέου Μουσείου της Ακρόπολης, η επισκεψιμότητα ανέβηκε σε πολύ υψηλά επίπεδα. Ο Ναός του Επικούρειου Απόλλωνα αποτελεί ισάξιο μνημείο.

Παράλληλα με τις ενέργειες και τις καμπάνιες για την επιστροφή των «μαρμάρων της Ακρόπολης» θα μπορούσε να προστεθεί και για εκείνα της ζωφόρου του Επικούρειου, έτσι ώστε ακόμα και αν δεν καρποφορήσει η προσπάθεια επιστροφής, η ηχώ των προσπαθειών να αυξήσει την επισκεψιμότητα, παράλληλα με την καλύτερη ανάδειξη του μνημείου, που μπήκε ως το πρώτο ελληνικό μνημείο πολιτιστικής κληρονομιάς στη λίστα της UNESCO.

Σήμερα, αυτό το αριστούργημα της κλασσικής περιόδου στερείται της προβολής που του αξίζει. Τα έργα για την τουριστική του προβολή και υποδομή είναι σχεδόν ανύπαρκτα, όπως και έργα οδικής προσπέλασης.

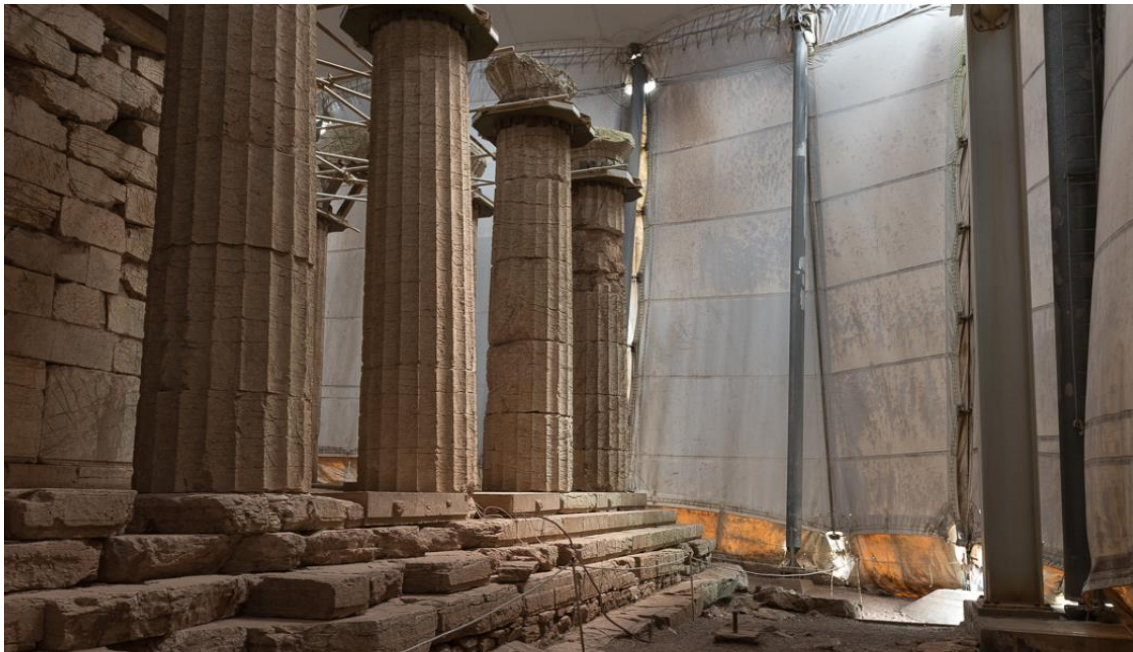


Εικόνα 8: Ναός Επικούρειου Απόλλωνα Πηγή: (Καρατζάς, 2018)

Στο 1997 εγκρίθηκε η μελέτη του Κεντρικού Αρχαιολογικού Συμβουλίου (Κ.Α.Σ.) για τη συντήρησή του με μια πρωτοποριακή μέθοδο αποσυναρμολόγησης, συντήρησης και επανατοποθέτησης των μερών του Ναού στην αρχική τους θέση.



Εικόνα 9: Ναός Επικούρειου Απόλλωνα Πηγή: (Καρατζάς, 2018)



Εικόνα 10: Ναός Επικούρειου Απόλλωνα Πηγή: (Καρατζάς, 2018)

Η ολοκλήρωση των εργασιών αναστήλωσης καθώς και η βελτίωση της προσβασιμότητας αποτελούν έργα υψίστης προτεραιότητας, στην προσπάθεια μετατροπής του ναού, σε πόλο έλξης επισκεπτών από όλο τον κόσμο (Visitgreece.gr, 2018).

4.1.4. Αρχαία Φιγαλεία

Η Αρχαία Φιγαλεία ήταν μία από τις σημαντικότερες αρκαδικές πόλεις. Είναι άλλη μια αρχαία, ίσως προϊστορική, πόλη κτισμένη στην κοιλάδα του ποταμού Νέδα. Λέγεται ότι χτίστηκε από το Φίγαλο, γιο του Λυκάωνα. Είχε περίμετρο 4,5 χιλιομέτρων και πύργους κυκλικούς και ορθογωνίους, μέρος των οποίων σώζονται σήμερα σε καλή κατάσταση (Ταξιδεύοντας στην Ηλεία, 2008). Αρχαίοι ναοί της Αθηνάς και του Σωτήρος Διός βρίσκονται μέσα στα ανασκαμμένα τείχη (Αραπογιάννη, et al., 2003).

4.1.5. Αρχαία Αλίφειρα

Η Αρχαία Αλίφειρα ήταν ομοίως αρκαδική πόλη και αποτέλεσε μια σπουδαία ακρόπολη της αρχαιότητας. Εντός του οχυρωμένου οικισμού της αρχαίας πόλης (ακρόπολης), οι Αλιφείρειοι έκτισαν το μεγαλοπρεπή ναό της Αθηνάς, προς τιμήν της προστάτιδός τους (Πιπιλή & Αραπογιάννη, 2004) (Ταξιδεύοντας στην Ηλεία, 2008) (Αραπογιάννη, et al., 2003).

4.1.6. Αρχαία Σκιλλουντία

Η Αρχαία Σκιλλουντία ήταν πόλη της Αρχαίας Ηλείας και ανήκε στην Τριφυλλία. Στην πόλη βρισκόταν ο Ναός της Εφεσίας Αρτέμιδας, μικρογραφία και ισάξιο του μεγάλου ναού της Εφέσου στη Μικρά Ασία στη Σκιλλουντία (Wikipedia, 2018). Από το Τυπαίο Όρος που είναι κοντά στην πόλη, οι γυναίκες παρακολουθούσαν χωριστά από τους άνδρες τους Ολυμπιακούς αγώνες (Αραπογιάννη, et al., 2003) (Ταξιδεύοντας στην Ηλεία, 2008).

4.1.7. Αρχαία Φειά –Ποντικόκαστρο -Άγιος Ανδρέας

Σήμερα αποτελεί μια καταποντισμένη αρχαία πόλη από την ομηρική εποχή, χτισμένη το 700 π.Χ. Βρισκόταν στον όρμο του Άγιου Ανδρέα χτισμένη μερικά χιλιόμετρα μακριά από το σημερινό Κατάκολο. Ήταν μια περιοχή ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, ως το αρχαιότερο λιμάνι της Ηλείας. Από τους ισχυρούς σεισμούς του 6^{ου} αιώνα μ.Χ. καταστράφηκαν τόσο η Αρχαία Φειά, όσο και ο Ναός του Διός στην Ολυμπία.

Κατά τα ομηρικά χρόνια αποτελούσε φρούριο. Στον Πελοποννησιακό πόλεμο κατελήφθη από τους αρχαίους Αθηναίους, ώστε να τους εξυπηρετεί στις στρατιωτικές επιχειρήσεις για την άλωση της Ηλείας.

Οι παραδόσεις αναφέρουν ότι ο Απόστολος Ανδρέας πέρασε από τα ερείπια του Ναού και έτσι πήρε το όνομα η περιοχή. Από τα χαλάσματα οι Βυζαντινοί έχτισαν στα ερείπια της αρχαίας πόλης το Ποντικόκαστρο, ένα επιβλητικό κάστρο, από τα σημαντικά της Πελοποννήσου.

Σήμερα σώζεται μόνο ένα μέρος των οχυρώσεων, αφού το κάστρο καταστράφηκε κατά την τουρκοκρατία (Διαδρομές στη Μαγευτική Ηλεία, 2019) (Wikipedia, 2020).

Το Ινστιτούτο Ενάλιων αρχαιολογικών ανασκαφών ερεύνησε το βυθό της θάλασσας στην περιοχή του Αγίου Ανδρέα, όπου βρισκόταν η πόλη. Από το σημείο ανελκύστηκαν πολλοί κίονες και αρχαιολογικά ευρήματα γενικότερα (Wikipedia, 2020).

Ο Δήμος στοχεύει στη δημιουργία περιπατητικών μονοπατιών για καλύτερη πρόσβαση και προβολή της περιοχής.

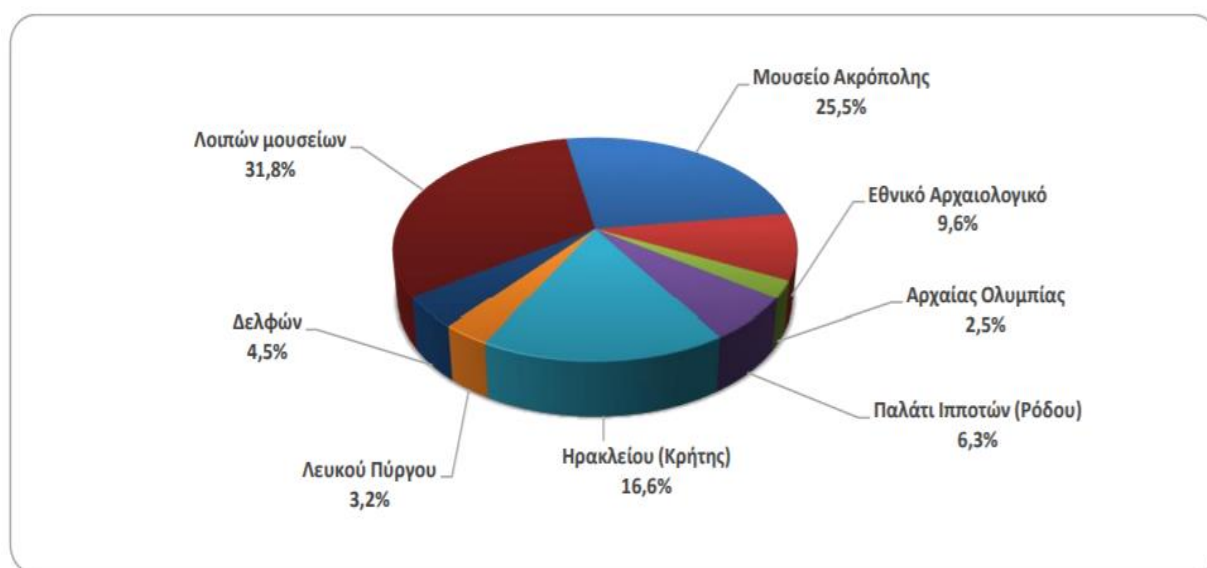
4.2. Μουσεία

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζονται τα σπουδαιότερα μουσεία της περιοχής και ακολουθεί μία σύντομη περιγραφή τόσο των εκθεμάτων που περιλαμβάνουν, όσο και της ιστορίας του κτιρίου που τα φιλοξενεί.

4.2.1. Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας

Οι ανασκαφές του Γερμανικού αρχαιολογικού ινστιτούτου ανέδειξαν πολλούς θησαυρούς της Αρχαίας Ολυμπίας, οι οποίοι περιλαμβάνονται στο σημερινό μουσείο της Αρχαίας Ολυμπίας που εγκαινιάστηκε το 1982. Αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα μουσεία της χώρας, καθώς εκεί στεγάζονται πολλά εκθέματα ανεκτίμητης αξίας, όπως κεραμικά και χάλκινα αντικείμενα, το αέτωμα από τον ναό του Διός, ο Ερμής του Πραξιτέλη, καθώς και έκθεση γλυπτών (Βικάτου, 2012).

Τόσο το Μουσείο, όσο και ο χώρος με την αύρα που το περιβάλλει, εντυπωσιάζουν τον επισκέπτη. Θα πρέπει ωστόσο να δοθεί ειδική βαρύτητα, ώστε να εξακολουθήσει το μουσείο να αποτελεί πόλο έλξης και προτεραιότητα για τους επισκέπτες. Σύμφωνα με πρόσφατη στατιστική έρευνα, οι επισκέπτες του Μουσείου της Αρχαίας Ολυμπίας μειώθηκαν κατά 2,5% το 2019 σε σχέση με το 2018 (ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2020).



Πίνακας 6: Επισκεψιμότητα Μουσείων (%)- Σεπτέμβριος 2019 Πηγή: (ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2020)

4.2.2. Αρχαιολογικό Μουσείο Πύργου- Παλαιά Δημοτική Αγορά

Πρόκειται για κτίριο υψηλής αρχιτεκτονικής αισθητικής που κοσμεί την περιοχή. Κατασκευάστηκε το 1889, με σκοπό να εξυπηρετεί την τοπική αγορά του Πύργου. Το 1890 ο Τσίλλερ έδωσε την τελική νεοκλασική μορφή στο κτίριο. Έως το 1957 λειτουργούσε ως δημοτική αγορά, οπότε και εγκαταλείφθηκε. Το κτίριο ανακαινίστηκε και μετατράπηκε σε μουσείο, επισκέψιμο από το 2013. Εκεί στεγάζονται συλλογές από τις ανασκαφές και τα ευρήματα της περιοχής της Ηλείας, από τους προϊστορικούς και ιστορικούς χρόνους. Παράλληλα στεγάζονται στις ειδικά διαμορφωμένες αίθουσες ποικίλες δραστηριότητες, όπως βιβλιοθήκη, εκθεσιακοί χώροι, αίθουσα εκδηλώσεων και συνεδριών κ.οκ. (Δήμος Πύργου, 2015).



Εικόνα 11: Αρχαιολογικό Μουσείο Πύργου- Παλαιά Δημοτική Αγορά. Πηγή: (Δήμος Πύργου, 2015)

4.2.3. Αρχαιολογικό Μουσείο Αρχαίας Ήλιδας

Το Μουσείο της Αρχαίας Ήλιδας κατασκευάστηκε κατά το χρονικό διάστημα 2002-2004, σε μια τοποθεσία που βλέπει όλο τον αρχαιολογικό χώρο, κάτω από την αρχαία ακρόπολη της Ήλιδας. Πρόκειται για κτίριο σύγχρονης αρχιτεκτονικής και αισθητικής, με ευρύχωρο εκθεσιακό χώρο. Τα ευρήματα χρονολογούνται από την Πρωτοελλαδική ως την Ρωμαϊκή

περίοδο με πολλά εκθέματα, αγγεία, αγάλματα, επιτύμβιες στήλες, γλυπτά, ειδώλια, σκεύη, νομίσματα (Ματζάνας, 2012).

4.2.4. Μουσείο Ιστορίας των Ολυμπιακών Αγώνων

Το Μουσείο της Ιστορίας των Ολυμπιακών αγώνων στεγάζεται στο παλιό μουσείο Ολυμπίας που χτίστηκε το 1875 και ήταν το πρώτο Μουσείο εκτός Αθηνών. Πρόκειται για νεοκλασικό κτίριο από Γερμανούς αρχιτέκτονες (Μουσείο της Ιστορίας των Ολυμπιακών Αγώνων της Αρχαιότητας, 2020).



Εικόνα 12: Μουσείο Ιστορίας των Ολυμπιακών Αγώνων Πηγή: (Μουσεία Νομού Ηλείας, 2020)

Το μουσείο είναι ένα μικρό οίκημα που στεγάζει την εικόνα της πορείας των ανασκαφών από το 1875 ως σήμερα. Ορισμένα από τα σημαντικότερα εκθέματα που φιλοξενούνται εκεί είναι τα χρυσά δακτυλίδια-σφραγίδες με τις πρώτες απεικονίσεις αγωνισμάτων, τα χάλκινα και πήλινα ειδώλια πολεμιστών που προέρχονται από την Ολυμπία και αποτελούν παραστάσεις των ιστορικών χρόνων, καθώς και τα εκθέματα που συμβολίζουν την ενότητα των Ολυμπιακών αγωνισμάτων (Βικάτου, 2012).

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο σκοπός του μουσείου δεν είναι μόνο η έκθεση αντικειμένων για τους αγώνες στην αρχαιότητα, αλλά και η μήυση του επισκέπτη στο θεσμό των Ολυμπιακών Αγώνων (Μουσεία Νομού Ηλείας, 2020).

4.2.5. Μουσείο ιστορίας των ανασκαφών

Πρόκειται για ένα μικρό θεματικό μουσείο, το οποίο αποτελείται από ένα ενιαίο εκθεσιακό χώρο, όπου με τη χρήση οπτικού και φωτογραφικού υλικού παρατίθενται οι ανασκαφές της Ολυμπίας (Βικάτου, 2012). Αναφέρονται οι πρώτες ανασκαφές, καθώς και η συστηματική ανασκαφή του Ιερού από το 1875 έως και σήμερα (Εφορεία Αρχαιοτήτων Ηλείας, 2020).

4.2.6. Συμπεράσματα

Αν και οι προαναφερόμενες αρχαιότητες είναι γεωγραφικά στην Ηλεία, στην αρχαιότητα κάποιες ανήκαν στην Αρκαδία ή στην Μεσσηνία.

Από τις αναφορές στα μνημεία είναι προφανές πως για ένα καλύτερο αποτέλεσμα θα πρέπει:

α. Να γίνουν συντονισμένες ενέργειες για ολοκλήρωση ανασκαφών τοπικού και υπερτοπικού χαρακτήρα.

β. Κάθε μνημείο θα πρέπει να αποτελεί κομμάτι μιας ευρύτερης τουριστικής στρατηγικής που θα περιλαμβάνει όλους του χώρους. Ο δυνητικός επισκέπτης θα λαμβάνει την εικόνα μεγαλείου και πολιτισμού που «αξίζει να δεις».

γ. Ακόμα και μικροί αρχαιολογικοί χώροι χρειάζονται ανασκαφές ή εργασίες αναστήλωσης, διότι πρέπει να αποτελούν μέρος ενός ολοκληρωμένου προγράμματος ανάδειξης και όχι μια μεμονωμένη τοπική έρευνα. Οι εργασίες αυτές θα πρέπει να αφορούν τόσο στις αρχαιότητες του Νομού όσο και των γειτονικών νομών. Για παράδειγμα η Αρχαία Μεσσήνη, η πιο καλοδιατηρημένη αρχαία πόλη της Μεσσηνίας, είναι τόσο κοντά στους αρχαιολογικούς χώρους της Φιγαλείας και της Αλίφειρας που θα μπορούσε, υπό συνθήκες, να έχουν κοινή παρουσίαση.

δ. Οι πνευματικοί και λόγιοι Έλληνες οφείλουν να ηγηθούν μιας καμπάνιας επιστροφής των παρανόμως εξαχθέντων αρχαιοτήτων. Τα αξιολογότερα κομμάτια του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού, τόσο στην ηπειρωτική Ελλάδα, όσο και στην νησιωτική Ελλάδα, μπορεί κάποιος να τα θαυμάσει στο Λούβρο, στο Βρετανικό Μουσείο, στην Ρώμη, στην Μαδρίτη, στο Βερολίνο. Με καλή οργάνωση και συνέπεια, να ζητήσουμε την επιστροφή των αρχαιοτήτων στο φυσικό τους χώρο. Ούτε η ελλιπής φύλαξη αποτελεί πλέον επιχείρημα, αφού έχουν κατασκευαστεί σύγχρονα μουσεία, όπως για παράδειγμα της Πάτρας ή της Θήβας.

ε. Να κατασκευαστεί ένα μεγάλο μουσείο που θα στεγάσει του θησαυρούς από όλο τον Νομό. Είναι προφανές πως όλα τα αρχαιολογικού ενδιαφέροντος μουσεία του Νομού έχουν πολύ σημαντικά εκθέματα τα οποία είναι διαμοιρασμένα σε τοπικά μουσεία. Η πρόταση αυτή

παίρνει ακόμα μεγαλύτερη σημασία αν σκεφτεί κανείς ότι για τον τουρίστα που θα αφιχθεί με το κρουαζιερόπλοιο, ο χρόνος του δεν επαρκεί για να τα επισκεφτεί όλα.

Με αυτόν τον τρόπο θα δημιουργηθούν και πιστοί επισκέπτες. Θα επιτευχθεί δηλαδή ο στόχος της επαναληψιμότητας. Δημιουργώντας «πιστούς» επισκέπτες στους χώρους που φιλοξενούν τον αρχαιολογικό πλούτο της χώρας, τα μουσεία εξασφαλίζουν την βιωσιμότητα τους. Το χρηματικό αντίτιμο της εισόδου των εκθέσεων, η κατανάλωση στους χώρους εστίασης και εμπορικών καταστημάτων (art shops) και η χρήση σύνθετων υπηρεσιών εξασφαλίζει τα απαραίτητα έσοδα για τη λειτουργία και τη βιωσιμότητα τους.

Η δημιουργία μιας ολιστικής στρατηγικής περνάει μέσα από τις παραπάνω προϋποθέσεις.

5. ΦΡΑΓΚΙΚΟΣ/ ΒΥΖΑΝΤΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

5.1. Φραγκικά- Βυζαντινά Μνημεία

Ο αρχαιοελληνικός πολιτισμός με την άφιξη των Ρωμαίων στον ελλαδικό χώρο έπεσε σε παρακμή. Ενώθηκε με τον ρωμαϊκό και έτσι δημιουργήθηκε ο Ελληνορωμαϊκός πολιτισμός. Στη συνέχεια εμφανίζονται Κατελάνοι, Φράγκοι, Ενετοί, Σλάβοι και τέλος οι Τούρκοι. Στην περιοχή της Ηλείας έχουμε έντονη την παρουσία των Φράγκων.

Το 1200 μ.Χ. Φράγκοι Ιππότες ξεκίνησαν την Δ΄ Σταυροφορία, με σκοπό την απελευθέρωση της Ιερουσαλήμ που ήταν στα χέρια Μωαμεθανών. Δεν έφτασαν ποτέ εκεί και το 1204 μ.Χ. πολιορκήσαν, κατέλαβαν και λεηλάτησαν την Κωνσταντινούπολη.

Από τους Φράγκους αρχηγούς την ίδια περίοδο, ο Γοδεφρείδος Βιλλεαρδουίνος έφτασε στην Πελοπόννησο, εγκαταστάθηκε στην Ηλεία και έκανε πρωτεύουσά του την Ανδραβίδα, η οποία δεν είναι Φράγκικη γιατί προϋπήρχε από τα πρότερα βυζαντινά χρόνια. Στην περιοχή έμειναν περίπου 60 χρόνια και στο χρονικό αυτό διάστημα μέχρι την ανακατάληψη της Κωνσταντινούπολης το 1261 από Βυζαντινούς Αυτοκράτορες, έχουν αφήσει αρκετά δείγματα του πολιτισμού τους, της τεχνικής τους και του τρόπου ζωής τους. Σημείο ιδιαίτερης μνείας είναι τα κάστρα τους, ως δείγμα αρχιτεκτονικής για την ανάπτυξη της στρατηγικής και την στήριξη των συμφερόντων τους.

5.1.1. Κάστρο Χλεμούτσι- Clermont

Κατασκευάστηκε κατά το 1221-1223 μ.Χ. από το Γοδεφρείδο Βιλλεαρδουίνο, στην κορυφή του Ακρωτηρίου «Χελωνάτα», στην περιοχή της Ανδραβίδας. Εκτείνεται σε 3,5 στρέμματα. Το όνομα Clermont δόθηκε από τους Φράγκους, και μετέπειτα ονομάστηκε Castel Tornese, λόγω των Τορνεσιανών νομισμάτων που κόπηκαν στο Νομισματοκοπείο που είχε στηθεί στο Χλεμούτσι (Ταξιδεύοντας στην Ηλεία, 2008).

Αποτελείται από δύο διαμερίσματα, το κυρίως κάστρο και τον περίβολο. Το κυρίως κάστρο είναι ένα εξωτερικό κτίσμα, με θολωτές αίθουσες γύρω από μια εσωτερική αυλή. Οι θολωτές αίθουσες ήταν διώροφες, με τζάκι για τη θέρμανσή τους. Ο περίβολος προστατεύεται από τείχος, το οποίο έχει κατά διαστήματα πύργους (Wikipedia, 2020).



Εικόνα 13: Κάστρο Χλεμούτσι Πηγή: (ilia.news, 2019)



Εικόνες 14: Κάστρο Χλεμούτσι Πηγή: (Wikipedia, 2020)

Είναι ένα πολύ σημαντικό στρατιωτικό κτίσμα, από τα καλύτερα στον ελλαδικό χώρο που χρησιμοποιήθηκε ως στρατιωτικό και διοικητικό κέντρο της Φραγκοκρατίας και Ενετοκρατίας.

Μέχρι σήμερα έχει περάσει από τους Φράγκους στους Ενετούς, τους Καταλανούς και τους Τούρκους. Κατά καιρούς έγιναν τροποποιήσεις, περιορισμένες επεμβάσεις αλλά τα αρχιτεκτονικά στοιχεία του 13^{ου} αιώνα έχουν διατηρηθεί, όπως και το μνημείο, σε πολύ καλή κατάσταση (Ερμής Ηλείας, 2020).

Στη σημερινή εποχή το κάστρο χρησιμοποιείται ως μουσείο και κατά τους θερινούς μήνες κυρίως φιλοξενεί σημαντικές πολιτιστικές εκδηλώσεις. Το έτος 2019 εγκρίθηκαν από το Ευρωπαϊκό πρόγραμμα INTERREG χρηματοδοτήσεις ύψους 400.00 ευρώ, με σκοπό την προβολή και αξιοποίηση του Κάστρου Χλεμούτσι, που αποτελεί το καλύτερα διατηρημένο μεσαιωνικό κάστρο στην Ελλάδα (ilia.news, 2019).

Το έργο αποσκοπεί σε παρεμβάσεις για την προβολή και προώθηση του κάστρου με σκοπό την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας. Για την επίτευξη του στόχου, το έργο περιλαμβάνει μελέτες για virtual reality (εικονική πραγματικότητα), παρεμβάσεις αποκατάστασης και ενίσχυσης της ασφάλειας στα προσβάσιμα κάστρα (Διαδρομές στη Μαγευτική Ηλεία, 2019) (Κοντογιάννη, 2018).

5.1.1.1. Μουσείο Κάστρου Χλεμούτσι

Στις πτέρυγες του εσωτερικού περιβόλου και στις αίθουσες του κάστρου υπάρχει η μόνιμη θεματική έκθεση, «η εποχή των Ιπποτών - Οι σταυροφόροι στο Μωριά». Επικεντρώνεται στην ενδιαφέρουσα ιστορική περίοδο του φράγκικου Πριγκιπάτου της Αχαΐας, ενώ παράλληλα παρουσιάζει τον πολιτισμό την εποχή των Ιπποτών.

5.1.2. Κάστρο Γλαρέντζας-Clarentia

Στη δυτικότερη χερσόνησο του Μωριά, κοντά στη σύγχρονη Κυλλήνη, κατασκευάστηκε, επίσης από το Γοδεφρείδο Βιλλεαρδουίνο το 1220 μ.Χ., το Κάστρο της Γλαρέντζας με στόχο να είναι το επίγειο της Ανδραβίδας. Το κάστρο σταδιακά εξελίχθηκε ως το σημαντικότερο οικονομικό και αστικό κέντρο της σταυροφορικής ηγεμονίας που διέθετε τράπεζες για τους ναυτιλλομένους, νοσοκομείο και νομισματοκοπείο.



Εικόνα 15: Το μεσαιωνικό Κάστρο της Γλαρέντζας Πηγή: (Εφορεία Αρχαιοτήτων Ηλείας, 2019)

Το λιμάνι και το Κάστρο της Γλαρέντζας υποστηριζόταν και από το φρούριο Χλεμούτσι το οποίο βρίσκεται στην ίδια περιοχή. Η Γλαρέντζα απέχει περίπου 6 χλμ. από το Χλεμούτσι και 13 χλμ. από την Ανδραβίδα (Wikipedia, 2019).

Η αντίστροφη μέτρηση αρχίζει από την αποσύνθεση του πριγκιπάτου. Και αυτό το κάστρο περνά από χέρια Καταλανών, Βυζαντινών, Ενετών και τελικά παραδίδεται στους Οθωμανούς όπου άρχισε η ερήμωση του. Σήμερα παραμένει μόνο ο θρύλος του κάστρου και ερείπια. (kastra.eu, 2018) (Ράλλη, 2012)

5.1.3. Ποντικόκαστρο

Είναι φράγκικο κάστρο χτισμένο στην περιοχή του σημερινού Κατάκολου, με πολλά ονόματα, όπως Μποβουάρ, Κάστρο Κατάκολου και άλλα.

Δοξασίες υπάρχουν πολλές για το κάστρο. Η λαϊκή παράδοση αναφέρει ότι συνδεόταν με υπόγεια στοά με το Κάστρο Χλεμούτσι. Σήμερα σώζονται μόνο ερείπια, μετά την καταστροφή του από τους Οθωμανούς.

Περιγράφεται και στον αρχαιολογικό τουρισμό, αφού είναι χτισμένο στα θεμέλια αρχαίας πόλης.

Γενικά από την περίοδο της Φραγκοκρατίας δεν έχουν μείνει πολλά μνημεία. Τα λιγοστά αυτά μνημεία έρχονται να προστεθούν στην πλούσια ιστορία του Νομού και μέσα από την ποικιλία των επιλογών να αναδείξουν περαιτέρω το τουριστικό προϊόν.

5.2. Βυζαντινά Μοναστήρια – Εκκλησίες

Τα μοναστήρια και οι εκκλησίες που υπάρχουν στο Νομό και τα οποία χρονολογούνται από τα βυζαντινά χρόνια διατηρούνται σε πολύ καλή κατάσταση. Τα μνημεία αναφέρονται εδώ και όχι στην ενότητα του θρησκευτικού τουρισμού, λόγω της προέλευσης και της ξεχωριστής αρχιτεκτονικής τους.

5.2.1. Αγία Σοφία Ανδραβίδας

Η Ανδραβίδα, μια πολιτεία του Μεσαίωνα, αποτελεί σήμερα μία σύγχρονη πόλη με πλούσια ιστορία. Η φράγκικη ονομασία της είναι “Andre Ville”. Εκτός από το Κάστρο Χλεμούτσι και το λιμάνι της Γλαρέντζας, οι Φράγκοι κατασκεύαζαν και εκκλησίες. Από αυτές σώζεται μόνο η Αγία Σοφία. Αυτός ο Ναός αποτελεί το μοναδικό ορατό κατάλοιπο της μεσαιωνικής πόλης. Από αρχιτεκτονικής άποψης, ο Ναός είναι μια τρίκλινη βασιλική, Γοτθικού Ρυθμού, χτισμένη από Δομινικανούς μοναχούς. Δεν ήταν μόνο για θρησκευτική χρήση, αλλά εκεί συνεδρίαζε το πριγκιπικό συμβούλιο (Ράλλη, 2012) (Πιπιλή & Αραπογιάννη, 2004).

5.2.2. Μονή της Ίσοβας

Πρόκειται για μια παλαιά μονή, η οποία βρίσκεται κοντά στο χωριό της Τρυπητής. Κτίστηκε περίπου το 1225 μ.Χ. από καθολικούς μοναχούς, ενώ κατά το έτος 1263, καταστράφηκε από Τούρκους μισθοφόρους των Ελλήνων. Ο Ναός της Παναγίας, αν και ερειπωμένος, διατηρείται σε εξαιρετική κατάσταση (Ράλλη, 2012) (Αραπογιάννη, et al., 2003) (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, 2004).

5.3. Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός συγκαταλέγεται στις μορφές τουρισμού που δεν γνωρίζουν εποχικότητα. Οι τουρίστες που επιλέγουν τον προορισμό τους με κίνητρο το θρησκευτικό στοιχείο, ανήκουν συνήθως σε μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα, αλλά προέρχονται από ποικίλες κοινωνικές, οικονομικές, μορφωτικές ομάδες. Το σπουδαίο χαρακτηριστικό που διέπει τον θρησκευτικό τουρισμό είναι ότι μπορεί να συνδυαστεί, ή και σε κάποιες περιπτώσεις να ταυτίζεται με άλλες μορφές τουρισμού. Παραδείγματος χάριν, τα Χριστούγεννα αποτελούν μία γιορτή του Χριστιανισμού, αλλά την ίδια στιγμή αποτελεί και ένα κοινωνικό γεγονός. Έτσι, μπορεί να αποτελέσει, αυτοτελώς, ένα μοχλό αναζωογόνησης του εσωτερικού τουρισμού, μέσα στην οικονομική κρίση, με μικρή επιρροή των λοιπών τουριστικών στόχων.

Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα είναι κατά 85% εσωτερικός σύμφωνα με τον Σύνδεσμο των εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων (ΗΑΤΤΑ), με τον εισερχόμενο θρησκευτικό τουρισμό να παρουσιάζει προοδευτική αύξηση (Capital.gr, 2017). Η προσέλευση των τουριστών δεν κατανέμεται ομοιόμορφα στη διάρκεια του έτους, αλλά παρουσιάζει αύξηση κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών. Οι θρησκευτικές εορτές συνδυάζονται με εορταστικές εκδηλώσεις, όπως πανηγύρια ή εμποροπανηγυρεις. Οι καιρικές συνθήκες, η αποδέσμευση από υποχρεώσεις όπως σχολεία ή εργασία (λόγω αδειών), αυξάνουν την επιθυμία για εκδρομές ή διακοπές.

Τα θρησκευτικά κέντρα στην Ηλεία είναι διάσπαρτα σε όλη την έκταση του νομού και αποτελούν ένα σπάνιο θησαυρό. Παρά τις επιθέσεις των Φράγκων, των Ενετών, των Κατελάνων και των Τούρκων, στα ήθη και έθιμα, την ελληνική παράδοση, την πίστη και την παιδεία, τα σπουδαία αυτά κέντρα ορθοδοξίας όχι μόνο κρατήθηκαν αλώβητα, αλλά πρωτοστάτησαν στην μάχη (Δημητρόπουλος, 2018).

5.3.1. Ιερά Μονή Βλαχέρνας

Η μονή αυτή βρίσκεται στο χωριό Κάτω Παναγιά, κοντά στην Κυλλήνη. Πρόκειται για βυζαντινό μοναστήρι που οικοδομήθηκε το 12^ο αιώνα μ. Χ. Έχει οικοδομικά στοιχεία/υλικά από άλλο παλαιοχριστιανικό ναό. Στο διάστημα της Φραγκοκρατίας η μονή ήταν στα χέρια δυτικών μοναχών του πριγκιπάτου της Αχαΐας μέχρι το 1628. Στην τουρκοκρατία από τις επιθέσεις του Ιμπραήμ καταστράφηκε μεγάλο μέρος της μονής, με αποκορύφωμα την πυρπόλησή της. Η μονή διαθέτει πλούσια συλλογή θρησκευτικών κειμηλίων. Από το 1978

λειτουργήσε και πάλι και μέχρι σήμερα φιλοξενεί γυναικείο οίκο ευγηρίας (Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, 2020).

5.3.2. Ιερά Μονή Παναγίας Ελεούσης

Κοντά στο χωριό Λυγιά, στο Δήμο Βαρθολομιού, βρίσκεται το μοναστήρι της Παναγίας της Ελεούσας. Δίπλα στη μονή είναι μια σπηλιά με σταλακτίτες που το νερό της θεωρείται αγίασμα. Κτίστηκε τον 9^ο αιώνα. Το 1683 μετά από επιδρομές πειρατών κτίστηκε οχυρωματικός περίβολος. Ωστόσο, δεν την προστατεύσε από τη λεηλασία του 1798 από χριστιανούς καλόγερους. Τα χρόνια της εθνικής παλιγγενεσίας (1821) στο μοναστήρι έβρισκαν καταφύγιο αγωνιστές της επανάστασης. Στη μονή έδωσαν το επίθετο Ελεούσα, καθώς της ζητούσαν την προστασία των κατοίκων της περιοχής (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, 2004).

5.3.3. Ιερός Ναός Κοιμήσεως της Θεοτόκου

Στο παρελθόν λεγόταν Ιερά Μονή Φραγκαβίλλας, καθώς αποτελούσε τοπωνύμιο του οικισμού, που μαρτυρούσε την παρουσία Δυτικών κατά τη διάρκεια της Φραγκοκρατίας. Είναι βυζαντινή μονή του 12^{ου} αιώνα που βρίσκεται στην Αμαλιάδα. Από αρχιτεκτονικής άποψης ανήκει στον τύπο του σταυροειδούς εγγεγραμμένου ναού. Στο εσωτερικό του καθολικού έχει περίτεχνες εικόνες, ενώ οι τοιχογραφίες χρονολογούνται από το 17^ο αιώνα (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, 2004). Πρόκειται για ένα από τα διασημότερα αρχιτεκτονικά θρησκευτικά μνημεία στο Νομό Ηλείας. Μεταγενέστερες προσθήκες άλλαξαν την εξωτερική εικόνα της μονής. Παράδειγμα είναι η στέγη του ναού (Διαδρομές στη Μαγευτική Ηλεία, 2019) (Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, 2020) (Ράλλη, 2012).



Εικόνα 16: Ιερά Μονή της Παναγίας Φραγκαβίλλας στην Αμαλιάδα Πηγή: (Εφορεία Αρχαιοτήτων Ηλείας, 2019)

5.3.4. Ιερά Μονή Αγίου Νικολάου

Είναι γυναικείο μοναστήρι. Χτίστηκε το 14^ο αιώνα και είναι γνωστή και ως Ιερά μονή Φραγκοπηδήματος. Σύμφωνα με την παράδοση ένας Φράγκος διωκόμενος από τους Τούρκους πήδηξε από παρακείμενη βραχώδη πλαγιά για να σωθεί. Επειδή επικαλέστηκε τον Άγιο Νικόλαο για να τον βοηθήσει, τελικώς σώθηκε και έχτισε τον ναό που φέρει το όνομα του Αγίου. Η μονή είναι χτισμένη σε ύψος 280 μέτρων από την επιφάνεια της θάλασσας στην κοινότητα Κορυφής. Διέθετε πλούσια βιβλιοθήκη με σπάνιες εκδόσεις και διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο την περίοδο της επανάστασης του 1821 (Wikipedia, 2020).

Είναι ξακουστή για τα εργόχειρα που υφαίνουν οι καλόγριες στους αργαλειούς της Μονής (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, 2004) (Αραπογιάννη, et al., 2003).

5.3.5. Ιερά Μονή Κρεμαστής

Η Ιερά Μονή Παναγίας Κρεμαστής είναι και αυτό γυναικείο ορθόδοξο μοναστήρι αφιερωμένο στην Κοίμηση της Θεοτόκου (Wikipedia, 2020). Αφορμή για να χτιστεί η μονή ήταν η εικόνα της Παναγίας που βρέθηκε κρεμασμένη σε μια σπηλιά ύψους 340 μέτρων, αιωρούμενη από ένα σκοινί. Ο Ναός της μονής είναι εντός σπηλαιίου προς τιμήν της Παναγίας. Βρίσκεται σε υψόμετρο 207 μέτρων στην κοινότητα Λανθίου. Οι Βενετοί ήταν αυτοί που έδωσαν την άδεια να χτιστεί η μονή (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, 2004).



Εικόνα 17: Ιερά Μονή Παναγίας Κρεμαστής Πηγή: (Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, 2020)

5.3.6. Ιερά Μονή Σκαφιδιάς

Η ιερά Μονή Κοιμήσεως της Θεοτόκου κτίστηκε τον 12^ο αιώνα μ. Χ. και αποτελεί την παλαιότερη Μονή της Ηλείας. Στην Ενετοκρατία προστέθηκαν οι εντυπωσιακοί πύργοι που την περιστοιχίζουν, που της έδωσαν την τελική της μορφή που θυμίζει μεσαιωνικό φρούριο. Η Μονή διαθέτει πολλούς θησαυρούς, όπως κειμήλια, σκεύη, όπλα κλπ. (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, 2004).



Εικόνα 18: Ιερά Μονή Παναγίας Σκαφιδιάς Πηγή: (Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, 2020)

5.3.7. Ναός Παναγίας Καθολικής

Ο Βυζαντινός Ναός της Παναγίας της Καθολικής βρίσκεται στην άκρη της πόλεως της Γαστούνης. Χρονολογείται στον 12^ο αιώνα και διατηρείται πολύ καλά στην αρχική της μορφή. Οι τοιχογραφίες που διατηρούνται στο εσωτερικό του Ναού χρονολογούνται στο 1702 μ. Χ. (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, 2004) (Ράλλη, 2012).

5.3.8. Ιερός Ναός Κοιμήσεως της Θεοτόκου

Ο Ναός βρίσκεται στο κοιμητήριο της Παλαιάς Μανωλάδας του Δήμου Ανδραβίδας Κυλλήνης. Είναι γνωστός και με την ονομασία Παλαιοπαναγιά Μανωλάδας. Ο Ναός συνιστά μνημείο καλής διατήρησης της περιόδου της Φραγκοκρατίας (περίπου 1300 μ.Χ.) και ξεχωρίζει λόγω του ιδιαίτερου κεραμοπλαστικού του διάκοσμου (Εφορία Αρχαιοτήτων Ηλείας, 2020) (Ράλλη, 2012).

5.4. Συμπεράσματα

Τα θρησκευτικά μνημεία αποτελούν κληρονομιά πολλών αιώνων. Η σημασία και η συνεισφορά τους στο πολιτισμικό προφίλ της περιοχής χάνεται στα βάθη των αιώνων. Ο άνθρωπος θα έπρεπε να αναζητά τη γνώση αυτή, αλλά δυστυχώς αυτό δεν αποτυπώνεται στην τουριστική δραστηριότητα της περιοχής από πλευράς επισκεψιμότητας. Γενικότερα από μόνα τους τα μνημεία δεν μπορούν ούτε να προσελκύσουν ούτε να κρατήσουν τον τουρίστα (προσκυνητή ή περιηγητή) σε μια περιοχή. Επιβάλλεται, λοιπόν, η ανάπτυξη δράσεων για τη διάδοση της ύπαρξης και της σημαντικότητας αυτών και εκδηλώσεων που θα κρατήσουν τον επισκέπτη στην περιοχή.

Καταρχάς, θα πρέπει να ληφθεί μέριμνα για ολοκληρωμένη καταγραφή των μνημείων, της ιστορικής τους διαδρομής, της συνεισφοράς τους στην πολιτιστική, εκπαιδευτική, οικονομική και στρατιωτική ιστορία του Νομού. Παράλληλα θα πρέπει να αναπτυχθούν δράσεις για την αύξηση της αναγνωρισιμότητας και επισκεψιμότητας με ισχυρή παρουσία σε εκθέσεις και συνέδρια διεθνούς εμβέλειας. Η ανάδειξη του πλήθους των σημείων ενδιαφέροντος και πως πολλά από αυτά βρίσκονται σε πολύ κοντινή απόσταση μεταξύ των, είναι ένα ακόμα θέμα που πρέπει να αναδειχθεί. Τέλος, η αξιοποίηση της τεχνολογίας και η διάθεση οπτικοακουστικού υλικού σε ιστοσελίδες είναι πλέον μονόδρομος για όλες τις περιοχές που ενδιαφέρονται για την τουριστική ανάπτυξη. Έτσι ο δυνητικός τουρίστας θα έχει πληρέστερη εικόνα της περιοχής που επισκέπτεται και άρα καλύτερη οργάνωση του ταξιδιού του και περισσότερα μέρη να επισκεφτεί.

Μεμονωμένες ενέργειες που θα παίζουν επίσης σημαντικό ρόλο θα μπορούσαν να είναι οι ακόλουθες.

Το καλά διατηρημένο Κάστρο Χλεμούτσι τόσο με τις δικές του αίθουσες, αλλά και με την προσθήκη γειτονικών μνημείων, θα μπορούσε να είναι ένα μοναδικό περιβάλλον για εξειδικευμένες εκθέσεις. Με κατάλληλη διαμόρφωση θα μπορούσαν να διεξάγονται συνέδρια που οι εικόνες τους θα φτάνουν σε όλο τον κόσμο.

Επιπλέον, με δεδομένο ότι ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ηλεία έχει έλλειψη εξωστρέφειας, θα μπορούσαν οι περιηγήσεις στα μνημεία να έχουν όνομα (θεματικές διαδρομές). Για παράδειγμα «στα βήματα του Αποστόλου Ανδρέα» και «οι περιηγήσεις του Πausανία». Τέτοιες δράσεις είναι οργανωμένες, περιλαμβάνουν περισσότερα μνημεία στο πρόγραμμα επισκέψεων, επιτυγχάνουν τον στόχο της αύξησης του χρόνου παραμονής σε μια περιοχή (έως τη διανυκτέρευση) και άρα αύξηση εσόδων. Έτσι θα στηριχτούν τα μικρά και μεσαία

καταλύματα της περιοχής, αφού ο θρησκευτικός τουρισμός αναζητά συνήθως χαμηλές κατηγορίες.

Η εξωστρέφεια θα μπορούσε να περιλαμβάνει στοχευμένες δράσεις. Η αξιοποίηση ομόθρησκων λαών, από τις χώρες της ανατολικής Ευρώπης και της Ρωσίας, με ταυτόχρονη προβολή των πολλών σημείων ενδιαφέροντος, ως πλέγμα μεταξύ θρησκείας και πολιτισμικών στοιχείων της περιοχής.

Μια πρόταση που δίνει περισσότερες επιλογές προσελκύει πάντα περισσότερους.

6. ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ / ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στην Ελλάδα ο μαζικός τουρισμός ανταγωνίζεται τις ειδικές μορφές τουρισμού. Η διαφορά εντοπίζεται στα κίνητρα πραγματοποίησης του ταξιδιού (Βαρβαρέσος, 2005). Ο μαζικός τουρισμός είναι απρόσωπος και έχει ως σκοπό τη χωρική συγκέντρωση πολλών ανθρώπων, με οριζόντιο κίνητρο το μοντέλο ήλιος και θάλασσα.

Οι ειδικές μορφές τουρισμού αποτέλεσαν το νέο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης, όπου ο τουρίστας που επιλέγει αυτού του είδους τις διακοπές, συνήθως βασίζεται στην ποιοτική παροχή υπηρεσιών (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

6.1. Αστικός τουρισμός- αρχιτεκτονικός τουρισμός

Ο αστικός τουρισμός αφορά στα ταξίδια με προορισμό τις πόλεις. Οι επισκέπτες ενδιαφέρονται κυρίως για τα ιστορικά κέντρα των πόλεων που συνήθως συγκεντρώνονται παραδοσιακά κτίρια ή κτίρια μοναδικής αρχιτεκτονικής.

Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό είναι η μικρή διάρκεια των ταξιδιών που σημαίνει ότι ο προορισμός πρέπει να είναι σημαντικής αρχιτεκτονικής αξίας.

6.1.1. Πύργος

Η πρωτεύουσα πόλη του Νομού συγκεντρώνει το μεγαλύτερο αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον. Ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει κτίρια της νεοκλασικής περιόδου σε σχέδια που φέρουν την υπογραφή του Γερμανού αρχιτέκτονα Ερνέστο Τσίλλερ (Ernst Ziller) όπως η «Δημοτική Αγορά», το «Θέατρο Απόλλων» και ο «Σιδηροδρομικός Σταθμός». Και τα τρία κτίρια είναι ένδειξη της οικονομικής ακμής που γνώρισε η περιοχή στα τέλη του 19^{ου} αιώνα, γεγονός που προσέλυσε έναν τόσο σημαντικό αρχιτέκτονα. Το κτίριο της Δημοτικής Αγοράς κατασκευάστηκε για να στεγάσει την εμπορική δραστηριότητα της πόλης. Σήμερα, μετά από ανακαίνιση λόγω εγκατάλειψης, είναι το νέο Αρχαιολογικό μουσείο που προβάλλει τις αρχαιότητες της περιοχής και φιλοξενεί διάφορες δραστηριότητες. Το Θέατρο Απόλλων είναι αντιπροσωπευτικό δείγμα της αρχιτεκτονικής του 19ου αιώνα. Και αυτό το κτίριο εγκαταλείφθηκε λόγω έλλειψης εσόδων, για να ανακαινισθεί και να παραδοθεί προς χρήση στα τέλη του 20^{ου} αιώνα. Ο «Σιδηροδρομικός Σταθμός» βρίσκεται στην είσοδο της πόλης και

σήμερα εξυπηρετεί μόνο τοπικές μετακινήσεις. Χαρακτηριστική είναι η κεραμοσκεπή του που κατασκευάστηκε το 1890. Ένα ακόμα νεοκλασικό κτίριο του 20^{ου} όμως αιώνα, επίσης υψηλής αρχιτεκτονικής αισθητικής είναι το Δημοτικό Μέγαρο Πύργου το οποίο ολοκληρώθηκε το 1985 (Ταξιδεύοντας στην Ηλεία, 2008) (Διαδρομές στη Μαγευτική Ηλεία, 2019).

6.1.2. Ανδρίτσαινα

Κτισμένη αμφιθεατρικά πάνω στο Λυκαίο όρος, ανάμεσα σε πυκνή βλάστηση και με υπέροχη θέα, το χωριό Ανδρίτσαινα εντυπωσιάζει τον επισκέπτη με τα πέτρινα αρχοντικά κτίσματα και τα πλακόστρωτα δρομάκια.



Εικόνα 19: Ανδρίτσαινα Πηγή:(Διαδρομές στη Μαγευτική Ηλεία, 2019)

Η πλούσια ιστορία του χωριού αντικατοπτρίζεται και στη Δημόσια Ιστορική βιβλιοθήκη του, που ιδρύθηκε το 1840 στο Γυμνάσιο του χωριού. Σε ένα αξιόλογης αισθητικής κτίριο βρίσκεται μια από τις πιο πλούσιες βιβλιοθήκες της Ελλάδας, με σπάνια χειρόγραφα και πολλά σπάνια βιβλία, τόσο ελληνόγλωσσα όσο και ξενόγλωσσα (Διαδρομές στη Μαγευτική Ηλεία, 2019).

6.1.3. Φάρος στο Κατάκολο

Εδώ ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει τον ομώνυμο Φάρο. Χτίστηκε το 1865, έχει ανακαινισθεί και σήμερα αποτελεί ιστορικό μνημείο (Διαδρομές στη Μαγνητική Ηλεία, 2019).



Εικόνα 20: Ο Φάρος στο Κατάκολο Πηγή: (faroι.com, 2017)

6.1.4. Λαμπεία

Χωριό με ιδιαίτερη αρχιτεκτονική τόσο σε οικιστικές κατασκευές όσο και στα λοιπά κτίσματα, όπως γεφύρια και καμπαναριά. Το υλικό που επικρατεί είναι η πέτρα και το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό είναι τα ξύλινα σκεπαστά μπαλκόνια (Παναγούλης, 2008).

6.2. Θαλάσσιος τουρισμός

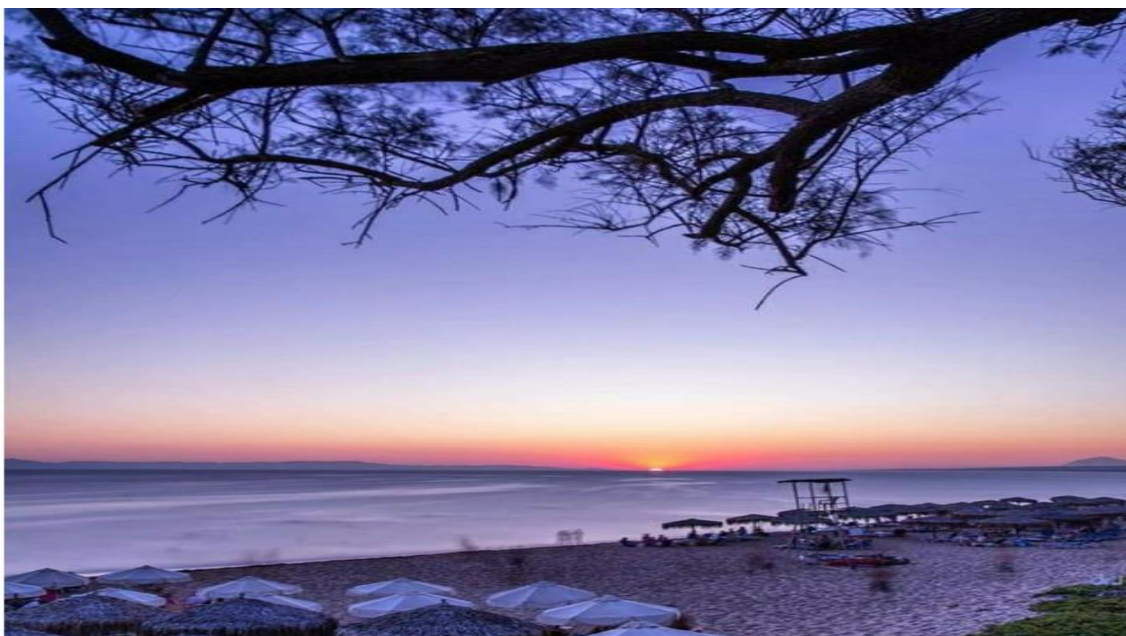
Η θάλασσα είναι ο σημαντικότερος λόγος για τον οποίο οι άνθρωποι γίνονται για μερικές μέρες το χρόνο, τουρίστες και μετακινούνται από ήπειρο σε ήπειρο, από χώρα σε χώρα και από περιοχή σε περιοχή.

Στο νομό Ηλείας συναντώνται χιλιόμετρα παραλιών με αμμουδιά, ιδιαίτερης φυσικής ομορφιάς και με «γαλάζια σημαία» για την απόλαυση των λουόμενων. Συνήθως, πίσω από τις παραλίες υπάρχουν οι μοναδικές στην Ελλάδα (μαζί με τη Λήμνο) αμμοθίνες, δηλαδή λόφοι από λεπτή άμμο, που δίνουν μία ιδιαίτερη αισθητική αξία στο τοπίο. Θίνες υπάρχουν στις

παραλίες του Βαρθολομιού, του Καϊάφα, της Ζαχάρως κ.οκ. Οι θίνες Βαρθολομιού έχουν ιδιαίτερη σημασία για την περιοχή, για αισθητικούς και οικολογικούς λόγους.

Οι βασικότερες παραλίες που συναντά ο επισκέπτης είναι οι ακόλουθες:

- Παραλία Κουρούτας, σε απόσταση 6 χιλιομέτρων από την Κυλλήνη. Η κολυμβητική ακτή έχει μήκος 16,5 χιλιομέτρων. Τμήματα της παραλίας είναι οργανωμένα και διαθέτουν υποδομές.



Εικόνα 21: Παραλία Κουρούτας Πηγή: (Κοινότητα Νομός Ηλείας Facebook, 2019)

- Παραλία Λουτρών Κυλλήνης. Είναι μέρος των ανοικτών παραλιών της Δυτικής Πελοποννήσου. Στην παραλία υπάρχει σποραδική βλάστηση από αλμυρικά και κρίνους της θάλασσας. Το μεγαλύτερο τμήμα της παραλίας είναι οργανωμένο.



Εικόνα 22: Παραλία Λουτρών Κυλλήνης Πηγή: (Κοινότητα Νομός Ηλείας Facebook, 2019)

- Παραλία Αρκούδι, όπου απέχει 1,5 χλμ. από τα Λουτρά Κυλλήνης. Η κολυμβητική ακτή έχει μήκος 250 μέτρα. Η παραλία έχει υποδομές για τη διευκόλυνση των επισκεπτών.
- Παραλία Ζαχάρως. Αποτελεί μόλις ένα τμήμα της απέραντης ακτογραμμής του Κυπαρισσιακού Κόλπου. Έχει βραβευτεί με γαλάζια σημαία, ενώ χαρακτηρίζεται από ένα κοσμοπολίτικο αέρα. Διαθέτει οργανωμένη υποδομή.



Εικόνα 23: Παραλία Ζαχάρως Πηγή: (Κοινότητα Νομός Ηλείας Facebook, 2019)

- Παραλία Θίνες Βαρθολομιού, όπου η κολυμβητική ακτή έχει μήκος 16,5 χιλιομέτρων. Η παράκτια ζώνη είναι τροποποιημένη σε κάποια σημεία, λόγω των κτισμάτων που έχουν δημιουργηθεί στο όριο και επί της ακτής. Τμήματα της παραλίας είναι οργανωμένα με δομές εξυπηρέτησης των λουόμενων.



Εικόνα 24: Παραλία Θίνες-Βαρθολομιό Πηγή: (Κοινότητα Νομός Ηλείας Facebook, 2019)

Στη μορφή αυτή τουρισμού περιλαμβάνονται πλήθος δραστηριοτήτων που έχουν επίκεντρο τη θάλασσα (Διαδρομές στη Μαγευτική Ηλεία, 2019) (Επιμελητήριο Ηλείας, 2020).

6.2.1. Παράκτιες δραστηριότητες

Εδώ περιλαμβάνεται το κολύμπι και όλα τα θαλάσσια σπορ (πχ σκι, κανό, surfing) που μπορεί να κάνει ο επισκέπτης, σε μικρή απόσταση από την ακτή, είτε με μέσα που παρέχονται από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο, είτε με ιδιόκτητα μέσα.

Ο Νομός Ηλείας διαθέτει μεγάλη ακτογραμμή, με ήπια μορφολογία για την ανάπτυξη αυτών των δραστηριοτήτων .

Η παραλία των Λουτρών Κυλλήνης προσφέρεται για αθλήματα, όπως ιστιοπλοΐα και ιστιοσανίδα. Στις περισσότερες παραλίες που υπάρχουν οι υποδομές, αλλά και η απαιτούμενη έκταση, ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει τα θαλάσσια αθλήματα. Παράδειγμα αποτελούν οι παραλίες Θίνες - Βαρθολομιό, Κουρούτας και Ζαχάρως, όπου γίνονται διάφορα αθλήματα, όπως ιστιοπλοΐα, ποδήλατα, Beach Volley.

6.2.2. Αλιευτικές δραστηριότητες

Οργανωμένες εξορμήσεις από επαγγελματίες, για ψάρεμα από την επιφάνεια της θάλασσας. Τέτοιες δραστηριότητες συνήθως περιλαμβάνουν ψάρεμα σε μεγάλα βάθη για την αλίευση μεγάλων σε όγκο ψαριών. Ο μεγαλύτερος αριθμός των αλιευμάτων θα επιστραφεί στη θάλασσα.

Ο Νομός Ηλείας βρίσκεται σε ιδανική τοποθεσία για τέτοια δραστηριότητα. Η οριοθέτηση θαλασσίων πάρκων θα μπορούσε να βοηθήσει στην ανάπτυξη αυτού του είδους της δραστηριότητας.

6.2.3. Περιηγήσεις

Εναλλακτικά οι παραπάνω εξορμήσεις θα μπορούσαν να λάβουν την μορφή παρατήρησης του φυσικού τοπίου ή των θαλασσίων ειδών (κήτη, χελώνες).

6.2.4. Αθλητικές δραστηριότητες

Ορισμένα από τα θαλάσσια σπορ έχουν πάρει διαγωνιστική ή/και επαγγελματική διάσταση, με τη διοργάνωση αγώνων εθνικού ή παγκόσμιου επιπέδου (Beach Volley, windsurf). Η περιοχή θα μπορούσε να φιλοξενεί τέτοιου είδους αγώνες, δεδομένου του ότι έχει τις τεχνητές υποδομές και τις απέραντες εκτάσεις. Τα οφέλη της προβολής για μια χώρα, ακόμη περισσότερο για την περιοχή μέσα από αυτούς τους αγώνες είναι μεγάλα.

Παράδειγμα θα μπορούσε να αποτελέσει η παραλία της Ζαχάρως, στην οποία ήδη φιλοξενείται το τουρνουά Beach Volley. Αντίστοιχα, στην παραλία της Κουρούτας, ήδη γίνονται αθλητικές δραστηριότητες, πληρούνται οι απαραίτητες υποδομές και μπορεί να φιλοξενήσει περίπου 7.000 επισκέπτες.

6.2.5. Ναύλωση σκαφών

Είναι μια δραστηριότητα που απαιτεί σύγχρονες εγκαταστάσεις (μαρίνες), σε πολλές περιοχές (δίκτυο) της χώρας τόσο για την εγκατάσταση επιχειρήσεων (ενοικίασης σκαφών), όσο και για χρήση από τους τουρίστες (διανυκτέρευση, ελλιμενισμός). Η ναύλωση σκαφών προσφέρει

ξενοδοχειακές υπηρεσίες (διαμονή, διατροφή) ενώ παράλληλα οι επιβαίνοντες μπορούν να απολαύσουν πολλές από τις παράκτιες δραστηριότητες μέσα από την προσέγγιση ακτών και παραλιών.

6.2.6. Συμπεράσματα

Ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί την δυναμικότερη μορφή τουρισμού παγκοσμίως. Οδηγός στην κατεύθυνση αυτή είναι οι βραβευμένες με γαλάζια σημαία παραλίες της (patrisnews.com, 2020). Η σημασία του για το ΑΕΠ της Ελλάδας από άποψη συναλλαγματικών αποθεματικών και οικονομικού πολλαπλασιαστή είναι τεράστια. Ο Νομός Ηλείας παρά τις φυσικές προδιαγραφές του τόπου, παραμένει ουραγός στην ανάπτυξη αυτών των δραστηριοτήτων (greekaffair.news, 2020).

Εδώ θα πρέπει να αναφερθεί μια μεγάλη απειλή για τις ακτές της Δυτικής Ελλάδας που επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό και τον Νομό Ηλείας. Είναι η διάβρωση των ακτών. Η άνοδος της στάθμης της θάλασσας σε συνδυασμό με την ανθρώπινη παρέμβαση δημιουργούν μια μεγάλη απειλή για το φυσικό περιβάλλον. Η απειλή για τον Νομό εντοπίζεται κυρίως στη Λιμνοθάλασσα Κοτυχίου και στις ακτές που βρίσκονται στις εκβολές των ποταμών Αλφειού και Πηνειού, λόγω της συγκράτησης των φερτών υλικών από τα φράγματα των ποταμών και της μη φυσικής αναπλήρωσης των χωμάτων που χάνονται στη θάλασσα (patrisnews.com, 2017) (ilialive.gr, 2019).

Είναι μια φυσική απειλή που πρέπει να ληφθεί υπόψιν κατά την κατασκευή συγχρόνων εγκαταστάσεων ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού.

6.3. Κρουαζιέρα

Αποτελεί υποσύνολο του θαλάσσιου τουρισμού αλλά με εξαιρετική σημασία, γι' αυτό και εξετάζεται ξεχωριστά. Αφορά στο είδος εκείνο των διακοπών που είναι στην ουσία ένα θαλάσσιο ταξίδι με πολυτελές επιβατηγό σκάφος (κρουαζιερόπλοιο). Η διαμονή, διατροφή, ψυχαγωγία και διασκέδαση των τουριστών γίνεται στο κρουαζιερόπλοιο. Κατά την προκαθορισμένη διαδρομή του το πλοίο σταματά σε λιμάνια τουριστικής σημασίας, όπου οι επιβάτες έχουν την επιλογή να κατέβουν από το πλοίο και να επισκεφτούν περιοχές που έχουν επιλέξει (Wikipedia, 2019), ή απλά να περιπλανηθούν στην πόλη. Η επίσκεψη αυτή μπορεί να

γίνει είτε χρησιμοποιώντας τις υπηρεσίες οργανωμένων γραφείων ή φορέων μαζί με άλλους συνεπιβάτες, είτε ατομικά.

Ο νόμος Ηλείας υποδέχεται πλοία αυτής της μορφής τουρισμού στο λιμάνι του Κατάκολου που διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές. Ένα από τα πλεονεκτήματα της περιοχής είναι ότι βρίσκεται κοντά σε λιμάνια ξένων χωρών (για παράδειγμα της Ιταλίας) από όπου εκκινούν κρουαζιερόπλοια για διεθνή, ακόμη και ολιγοήμερα, ταξίδια. Ακόμη ένα πλεονέκτημα είναι ότι ο Νομός διαθέτει περιοχές που αξίζει να επισκεφτεί ο τουρίστας κατά την άφιξή του.

Τα στοιχεία που αφορούν στις αφίξεις κρουαζιερόπλοιων στο λιμάνι του Κατάκολου δείχνουν ότι από το 2016 έως το 2019 αυτές μειώνονται, τόσο σε αριθμό πλοίων όσο και επισκεπτών (Ενωση Λιμένων Ελλάδος, 2020), ακολουθώντας την πτώση του συνόλου των αφίξεων (2019 έναντι 2016).

Τα μειονεκτήματα της μορφής αυτής τουρισμού είναι κυρίως εγγενή. Το σημαντικότερο είναι ότι η παραμονή σε κάθε λιμάνι είναι για μερικές ώρες. Ο υποψήφιος επισκέπτης πρέπει να έχει προγραμματίσει πολύ καλά τα σημεία που θα δει και η περιοχή να αντλήσει το μέγιστο όφελος. Ένα άλλο μειονέκτημα είναι ο αριθμός των επιβατών που τελικά αποβιβάζονται σε κάθε λιμάνι. Πολλοί είναι αυτοί που επιλέγουν να παραμείνουν και να ψυχαγωγηθούν στο κρουαζιερόπλοιο. Μια ακόμα σειρά εμποδίων αφορά στο ισχύον ρυθμιστικό πλαίσιο για την οργάνωση των αφίξεων και την έκδοση ταξιδιωτικών εγγράφων (Πετρόπουλος, 2014).

Η ύπαρξη των φυσικών ή ιστορικών μνημείων δεν είναι από μόνη της αρκετή. Οι τοπικοί φορείς θα πρέπει να αναπτύξουν και να διαφημίσουν δράσεις (ημερίδες, φεστιβάλ) που θα προωθούν την τοπική κουλτούρα, με στόχο να προτρέψουν τον τουρίστα να κατέβει από το πλοίο και να κάνουν την εμπειρία μοναδική για όλους.

6.4. Ιαματικός τουρισμός

Ιαματικός είναι ο τουρισμός που αφορά σε ταξίδια για τη χρήση φυσικών πηγών (ιαματικά λουτρά), όπου αναβλύζουν ύδατα που προέρχονται από τα έγκατα της γης και βγαίνουν στην επιφάνεια μέσα από ρωγμές βράχων. Η σύσταση των υδάτων σε συνδυασμό με τη θερμοκρασία τους λειτουργεί θεραπευτικά. Οι ιδιότητες αυτές είναι γνωστές από τα αρχαία χρόνια.

Ο ιαματικός τουρισμός στην Ελλάδα έχει συνδεθεί άμεσα με την υγεία και την ίαση ασθενειών. Η επίσκεψη και χρήση ιαματικών πηγών γίνεται κυρίως κατόπιν ιατρικής γνωμάτευσης. Οι περισσότερες επισκέψεις πραγματοποιούνται για θεραπευτικούς λόγους, συνήθως από άτομα μεγάλης ηλικίας.

Η Ελλάδα είναι μια από τις σημαντικότερες χώρες τόσο σε αριθμό ιαματικών πηγών όσο και ποικιλίας στα συστατικά στοιχεία των υδάτων. Ωστόσο, ένα πολύ μικρό ποσοστό αυτών είναι τουριστικά αξιοποιήσιμο. Στο Νομό Ηλείας σήμερα υπάρχουν πέντε γνωστές ιαματικές πηγές, από τις 35 που υπήρχαν στην αρχαιότητα, εκ των οποίων, δύο είναι τουριστικής σημασίας, δύο είναι τοπικής σημασίας και μία δεν λειτουργεί (Υπουργείο Τουρισμού, 2020) (Σαρακιώτης, 2012) (Τριβιζά, 2012).

6.4.1. Λουτρά Κυλλήνης

Είναι γνωστά και ως ιαματικές πηγές Κάστρου. Τη σύγχρονη ονομασία τους την πήραν από την πόλη που βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από τα λουτρά και η οποία είναι μεγάλο λιμάνι του Νομού.

Έχουν σημαντική ιστορική αξία αφού στις πηγές υπήρχαν τα ιερά του Ασκληπιού και της Αφροδίτης. Οι εγκαταστάσεις των λουτρών καλύπτονται από πολύ πλούσια βλάστηση που τις κάνει ακόμα πιο ελκυστικές.

Θεωρείται η πιο οργανωμένη μονάδα της κατηγορίας από άποψη τουριστικής αξιοποίησης. Οι εγκαταστάσεις αξιοποιήθηκαν από τον ΕΟΤ μετά την καταστροφή τους κατά τη διάρκεια της Γερμανικής κατοχής. Μετά την ενοικίαση τους σε ιδιώτη επιχειρηματία τα λουτρά αναδείχθηκαν ακόμα πιο πολύ με την κατασκευή νέου υδροθεραπευτηρίου (που προστέθηκε στο παλαιό) καθώς και λοιπών εγκαταστάσεων (ξενοδοχείων Α κατηγορίας, γηπέδων κλπ.) (Δήμος Ανδραβίδας Κυλλήνης, 2012).

Σήμερα τα λουτρά, παρά την συμβατική υποχρέωση, υπολειτουργούν. Το ξέσπασμα της πρόσφατης πανδημίας (Covid-19) ήρθε μόνο να επιδεινώσει ένα χρόνιο πρόβλημα (Μαρίνος, 2020).



Εικόνα 25: Λουτρά Κυλλήνης Πηγή: (Δήμος Ανδραβίδας Κυλλήνης, 2012)

6.4.2. Λουτρά Καϊάφα (ιαματικές πηγές)

Είναι η δεύτερη περιοχή από άποψη τουριστικής αξιοποίησης σε ότι αφορά τον ιαματικό τουρισμό του Νομού Ηλείας.



Εικόνα 26: Λουτρά Καϊάφα Πηγή: (Economistas, 2019)

Βρίσκονται στο νότιο τμήμα του Νομού Ηλείας στις όχθες της ομώνυμης λίμνης, στο κέντρο δασώδους έκτασης (δάσος Ζαχάρως), τμήμα του ευρωπαϊκού δικτύου NATURA, και σε σημείο που η επίσκεψη στα λουτρά θα μπορούσε να συνδυαστεί με άλλες τουριστικές δραστηριότητες, όπως θαλάσσιο και αρχαιολογικό.

Η θεραπευτική δράση των υδάτων περιβάλλεται από το μύθο της κατοικίας των Νυμφών στα σπήλαια που πηγάζουν (σπήλαια Ανυγρίδων Νυμφών).

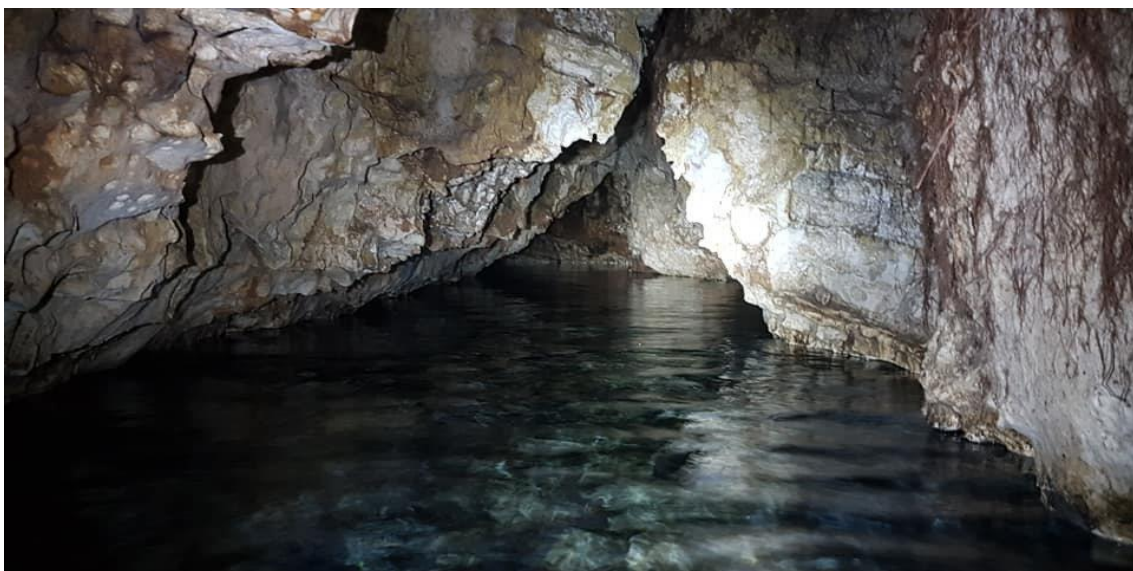
Όπως πολλά υδροθεραπευτήρια στην Ελλάδα, βρίσκεται υπό την διαχείριση της Εταιρείας Ακινήτων Δημοσίου Α.Ε. (ΕΤΑΔ), που αποτελεί τροχοπέδη στην πλήρη αξιοποίησή του.

Στην περιοχή υπάρχουν ορισμένες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, κατηγορίας έως 2 αστερών (tornosnews.gr, 2020) (Εταιρεία Ακινήτων Δημοσίου, 2020).

6.4.3. Λουτρά Υρμίνης

Βρίσκονται στο βόρειο τμήμα του Νομού (ακρωτήριο Κουνουπέλι), στα όρια του δάσους Στροφιλιάς, περιοχή εξαιρετικής οικολογικής σημασίας και τμήμα του ευρωπαϊκού δικτύου NATURA.

Τα λουτρά έχουν παραχωρηθεί από τον ΕΟΤ στις κοινότητες Βάρδας, Κουνουπελίου, Μανωλάδας και σήμερα οι εγκαταστάσεις δεν λειτουργούν. Ένας λόγος είναι τα σημαντικά θέματα αναγνώρισης της πηγής που έχουν ανακύψει μετά την διακοπή της φυσικής ροής των υδάτων λόγω σεισμού (Σπυρούνης, 2017).



Εικόνα 27: Υπόγειο Σπήλαιο Υρμίνης (Patrasevents.gr, 2018)

6.4.4. Πηγή Ξυλοκέρας και Ιαματική πηγή Λεχαινών

Δύο ακόμα ιαματικές πηγές τοπικής σημασίας, λόγω μειωμένης ροής υδάτων, που θα μπορούσαν όμως να αποτελέσουν μέρος μια ευρύτερης τουριστικής πρότασης.

Σίγουρα δεν ανήκουν στην κατηγορία των δύο πρώτων από άποψη θεραπευτικών ιδιοτήτων, αλλά θα μπορούσαν, λόγω της θέσης τους, να αποτελέσουν μέρος μια ευρύτερης τουριστικής πρότασης (topguide.gr, 2014).



Εικόνα 28: Ιαματική πηγή Λεχαινών Πηγή: (topguide.gr, 2014)

6.4.5. Συμπεράσματα

Η ηλικιακή και κοινωνική σύνθεση των χρηστών αυτού του τουριστικού προϊόντος, η χαμηλή αγοραστική τους δύναμη και η έλλειψη ζήτησης από Έλληνες τουρίστες υψηλού εισοδήματος, κρατά τις επενδύσεις στον τομέα αυτό σε χαμηλά επίπεδα και καθιστά αυτή την τουριστική μορφή απαξιωμένη. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα είτε οι φυσικές πηγές να μένουν άγνωστες, είτε τα οργανωμένα κέντρα να μένουν αναξιοποίητα και σταδιακά να παρακμάζουν.

Αντίθετα σε όλη την Ευρώπη υπάρχουν πολλά δημοφιλή κέντρα ιαματικού τουρισμού. Τα κέντρα αυτά έχουν καταφέρει να προσελκύσουν κοινό από όλες τις εισοδηματικές τάξεις, λόγω της διαφορετικής προβαλλόμενης αξίας του τουριστικού προϊόντος στη συνείδηση του καταναλωτή και των σημαντικών επενδύσεων στις απαιτούμενες ειδικές εγκαταστάσεις, στον εξοπλισμό, στις συμπληρωματικές υπηρεσίες και στις εγκαταστάσεις ψυχαγωγίας.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η πόλη BADEN-BADEN στην Γερμανία με μεγάλες επενδύσεις σε ξενοδοχειακές υπηρεσίες και εγκαταστάσεις διασκέδασης και ψυχαγωγίας που πλαισιώνουν τις βασικές υπηρεσίες (The German National Tourist Board, 2020).

Η ανάδειξη του ιαματικού τουρισμού στον Νομό περνάει μέσα από την υιοθέτηση μιας μοντέρνας αντίληψης ως προς την τουριστική εκμετάλλευση. Η βελτίωση της προσβασιμότητας στις περιοχές των ιαματικών πηγών και των εγκαταστάσεων που θα κάνουν χρηστικές τις πηγές στο ευρύ κοινό, θα πρέπει να αποτελέσει πρωταρχικό στόχο των εμπλεκόμενων μερών. Η κατασκευή ξενοδοχείων υψηλής αισθητικής, χώρων άθλησης, ψυχαγωγίας και διασκέδασης θα πρέπει να συμπληρώνει τις βασικές εγκαταστάσεις.

Η επανατοποθέτηση του προϊόντος στα πρότυπα των ευρωπαϊκών χωρών είναι επίσης υψίστης σημασίας. Η χρήση των όρων SPA (ομώνυμη βελγική πόλη) και «ευεξία» θα πρέπει να υπερτερεί άλλων όρων (π.χ. ιαματικά λουτρά) στις τουριστικές καταχωρήσεις, με σκοπό τη στόχευση σε μεγαλύτερο εύρος καταναλωτών. Έμφαση θα πρέπει να δοθεί επίσης στο φυσικό κάλλος της περιοχής και το συνδυασμό των δραστηριοτήτων που μπορεί να επιτύχει ο τουρίστας-καταναλωτής. Από τα αρχαία χρόνια στην Ελλάδα, η επίσκεψη σε ιαματικά συνδυαζόταν με την παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων.

Τέλος, η προώθηση των θεραπειών (ως βασική υπηρεσία) των λουτρών χρειάζεται βελτίωση. Η αγορά του ιατρικού τουρισμού (ταξίδια για λήψη ιατρικών υπηρεσιών) είναι πολύ σημαντική για να παραβλεφθεί. Τα ιαματικά λουτρά του Νομού προσφέρουν διάφορα είδη θεραπειών (Ποσιοθεραπεία, Ρινόπλυση, Λασποθεραπεία) για πολλές σωματικές παθήσεις.

6.5. Οικοτουρισμός/ Ορεινός τουρισμός

Ο όρος οικοτουρισμός αφορά σε ταξίδια που γίνονται με σκοπό ο επισκέπτης να απολαύσει, να παρατηρήσει, ή να μελετήσει το φυσικό περιβάλλον και τα είδη φυτών και ζώων που διαβιούν σε αυτό. Είναι μια διαφορετική μορφή τουρισμού σε σχέση με τον εμπορικό τουρισμό. Οι τουρίστες συνειδητά επιλέγουν τις λιτές ανέσεις και απολαύσεις που προσφέρονται από τη φύση. Ένας ακόμα σκοπός των ταξιδιών αυτής της μορφής είναι η προστασία ενός οικοσυστήματος ή κάποιου απειλούμενου είδους. Ο Νομός Ηλείας έχει να προσφέρει πολλές επιλογές στον επισκέπτη και να τον αποζημιώσει για την επιλογή του (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

6.5.1. Παραλίες ωοτοκίας χελώνας Caretta –Caretta

Αποτελεί ίσως το σημαντικότερο πόλο έλξης για τους φίλους του οικοτουρισμού. Ο Νομός Ηλείας έχει δύο πολύ σημαντικές περιοχές ωοτοκίας, εκ των οποίων η μία είναι υδροβιότοπος

που προστατεύεται από την εθνική και διεθνή νομοθεσία. Αυτές είναι ο Κυπαρισσιακός κόλπος και η λιμνοθάλασσα Κοτυχίου (ilialive.gr, 2020). Ο επισκέπτης μπορεί να παρατηρήσει τη χελώνα την στιγμή της ωοτοκίας ή να λάβει μέρος σε εθελοντικές δράσεις (πχ προστασία φωλιών) (ΑΡΧΕΛΩΝ, 2018).



Εικόνα 29: Παραλία ωοτοκίας - Κυπαρισσιακός κόλπος Πηγή: (ΑΡΧΕΛΩΝ, 2018)

6.5.2. Λιμνοθάλασσα Κοτυχίου

Είναι περιοχή που ανήκει στο δίκτυο προστατευόμενων περιοχών NATURA 2000 και φιλοξενεί σημαντικά είδη χλωρίδας και πανίδας. Ο επισκέπτης μπορεί να παρατηρήσει στο φυσικό τους τοπίο πολλά είδη αποδημητικών πτηνών (πχ. Ερωδιοί) και να θαυμάσει το μοναδικό δάσος του υδροβιότοπου. Στην περιοχή υπάρχει και ανθρώπινη δραστηριότητα με τη χρησιμοποίηση μεθόδων ιχθυοκαλλιέργειας.



Εικόνα 30: Κοτύχι Πηγή: (Υγρότοποι Κοτυχίου Στροφυλιάς, 2019)

Η λιμνοθάλασσα Κοτυχίου αποτελεί τμήμα ενός ευρύτερου οικοσυστήματος (λιμνοθαλασσών και προστατευόμενων δασών), το μεγαλύτερο μέρος του οποίου βρίσκεται στο Νομό Αχαΐας (Υγρότοποι Κοτυχίου Στροφυλιάς, 2019). Εξαιρετική απειλή για τη λιμνοθάλασσα, εκτός της διάβρωσης των ακτών που απειλεί να καταστρέψει τη λωρίδα γης (αμμολωρίδα) που τη χωρίζει από τη θάλασσα, αποτελούν τα απόβλητα μεταποιητικών μονάδων και οικισμών που οι χείμαρροι τα οδηγούν στη λιμνοθάλασσα και υποβαθμίζουν την ομορφιά του οικοσυστήματος (έλλειψη βιολογικών καθαρισμών) (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηλείας, 2009) (Ταξιδεύοντας στην Ηλεία, 2008).

6.5.3. Λίμνη Καϊάφα – Δάσος Ζαχάρος-Θίνες

Και η περιοχή αυτή ανήκει στο δίκτυο προστατευόμενων περιοχών NATURA 2000. Όπως φαίνεται και στον τίτλο, αποτελείται από τρία διαφορετικά οικοσυστήματα. Η περιοχή συνορεύει με τις ακτές ωτοκίας της χελώνας *Caretta – Caretta*. Ο επισκέπτης μπορεί να κατασκηνώσει στο δάσος και να παρατηρήσει την πανίδα της περιοχής (νερόφιδα, χελώνες). Μπορεί επίσης να κάνει ποδηλασία και θαλάσσια σπορ.

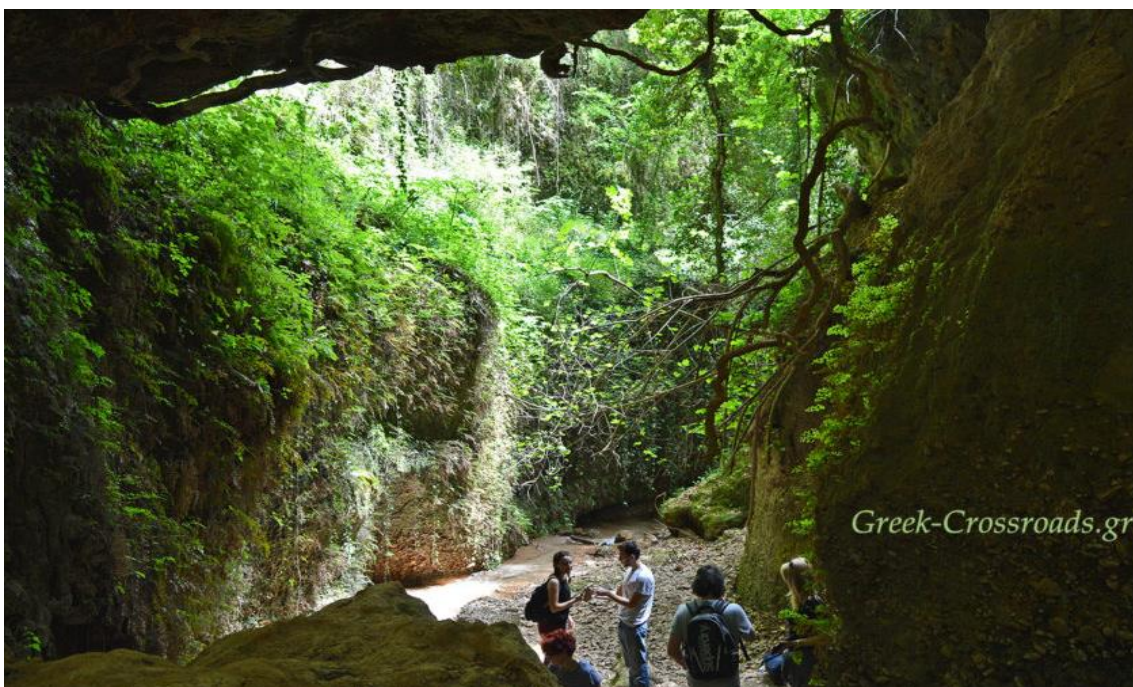
Σήμερα, η περιοχή προσπαθεί να αναταχθεί μετά από μια τεράστια πυρκαγιά που έκαψε μέρος του πευκοδάσους που περιβάλλει τη λίμνη, και το πολύ όμορφο αυτό τοπίο είναι σχεδόν εγκαταλειμμένο. Οι ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, στο νησάκι μέσα στη λίμνη, υπολειτουργούν και το φυσικό περιβάλλον είναι βρόμικο. Οι κριτικές σε μέσα διεθνούς προβολής και διεισδυτικότητας τονίζουν αυτήν την αντίθεση (Tripadvisor, 2020).



Εικόνα 31: Το νησάκι στη λίμνη Καϊάφα Πηγή: (i-Diakopes.gr, 2019)

6.5.4. Καταρράκτες Νεμούτας

Ο τουρίστας επιλέγει τον προορισμό αυτό για περπάτημα στο φαράγγι του ποταμού Ερύμανθου ανάμεσα σε πυκνή χλωρίδα. Κατά μήκος της διαδρομής, μέσα στο φαράγγι συναντά κανείς τους απaráμιλλης ομορφιάς καταρράκτες. Η περιοχή περιβάλλεται από το μύθο του Ηρακλή που σκότωσε τον Ερυμάνθιο Κάπρο. Σε αντίθεση με τους προηγούμενους προορισμούς αυτός είναι ορεινός, αφού η διαδρομή βρίσκεται σε υψόμετρο 550μ. περίπου (<http://www.greek-crossroads.gr/>, 2017).



Εικόνα 32: Καταρράκτης στο χωριό Νεμούτα Ηλείας Πηγή: (<http://www.greek-crossroads.gr/>, 2017)

6.5.5. Ποταμός Νέδα

Το μοναδικό ποτάμι στην Ελλάδα που είναι θηλυκού γένους. Πήρε το όνομά του από τη νύμφη Νέδα. Και εδώ ο επισκέπτης μπορεί να περπατήσει στο φαράγγι κατά μήκος του ποταμού, να κάνει μπάνιο σε σχηματισμούς κάτω από καταρράκτες, να εντυπωσιαστεί από τη χλωρίδα και την πανίδα (πχ αγριοπερίστερα) που περιβάλλει τον ποταμό (Wikipedia, 2020) (Διαδρομές στη Μαγευτική Ηλεία, 2019).



Εικόνα 33: Σημείο στον Ποταμό Νέδα Πηγή: (trekking.gr, 2020)

Στην περιοχή δραστηριοποιούνται ομάδες (trekking.gr, 2020) που διοργανώνουν αυτούς τους περιπάτους. Σε σημεία του δικτύου των ποταμών που περιλαμβάνει την Νέδα και εκτός των διοικητικών ορίων του Νομού Ηλείας, μπορούν οι επισκέπτες να κάνουν και rafting (Ταξιδεύοντας στην Ηλεία, 2008).

6.5.6. Δρυόδασος Φολόης

Μοναδικό στο είδος του αυτοφυές δάσος βελανιδιάς, από τα μεγαλύτερα στην Ευρώπη. Βρίσκεται σε υψόμετρο 650μ. περίπου και είναι προστατευόμενος βιότοπος του δικτύου Natura 2000. Το δάσος φιλοξενεί πολύ πλούσια χλωρίδα και πανίδα. Στα είδη χλωρίδας, ανάμεσα στις

δρυς μπορεί κάποιος να βρει καστανιές και οξιές. Πολύ πιο πλούσια είναι η πανίδα του δάσους η οποία συντίθεται από διάφορα είδη ζώων, πουλιών και ερπετών.



Εικόνα 34: Δρυόδασος Φολόης Πηγή: (patakistravel.gr, 2019)

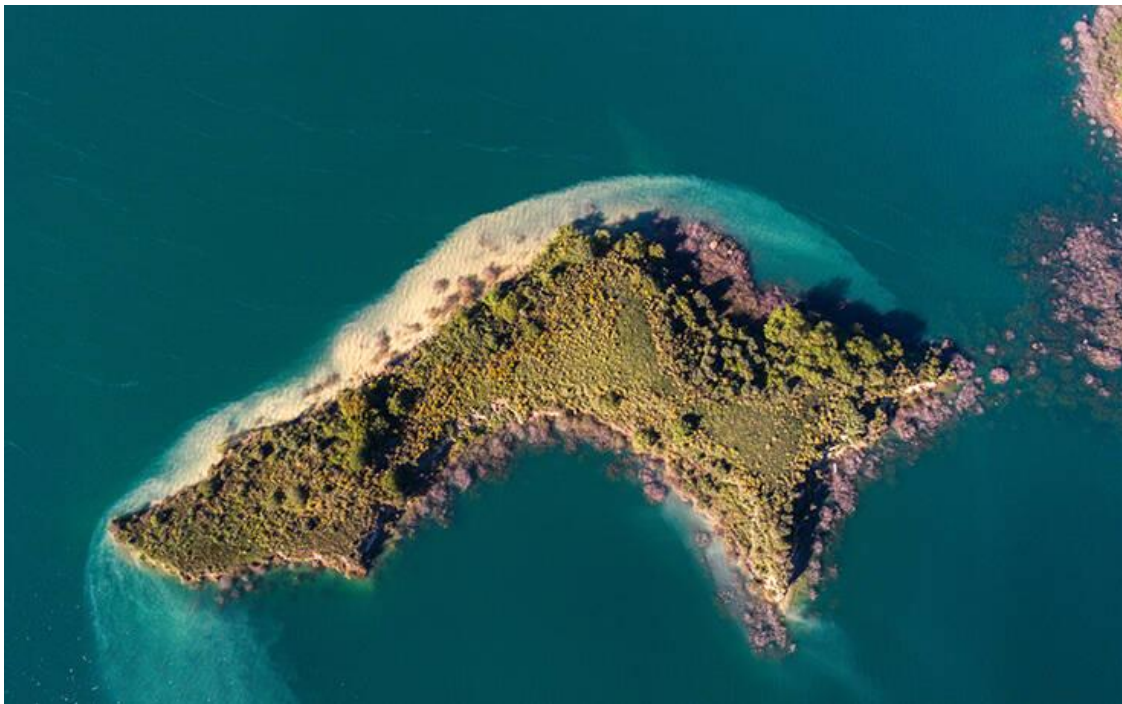
Για την πρόσβαση και περιήγηση στο δάσος υπάρχει οδικό δίκτυο. Επίσης τοπικοί φορείς ή επιχειρήσεις οργανώνουν εκδρομές με σκοπό την περιήγηση σε αυτό. Παρά την εξαιρετική του σημασία, παραμένει ανεκμετάλλευτο από άποψη συστηματικής αξιοποίησης και προβολής (Πιπιλή & Αραπογιάννη, 2004) (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηλείας, 2009) (Ταξιδεύοντας στην Ηλεία, 2008) (patakistravel.gr, 2019).

6.5.7. Λίμνη Πηνειού

Εντυπωσιακή τεχνητή λίμνη που διαμορφώθηκε από την κατασκευή φράγματος. Οι επισκέπτες μπορούν να κάνουν camping, να θαυμάσουν τη θέα από υψηλότερα σημεία της λίμνης και να κάνουν βαρκάδα ή ψάρεμα (με ίδια μέσα).



Εικόνα 35: Λίμνη Πηνειού Πηγή: (Newsbeast, 2020)



Εικόνα 36: Λίμνη Πηνειού Πηγή: (Newsbeast, 2020)

Στην ιστορία της λίμνης περιλαμβάνεται και η κατασκευή κωπηλατοδρομίου, το οποίο φιλοξένησε αγώνες και αποτέλεσε τον προπονητικό χώρο πολλών εθνικών ομάδων (Πρωινή, 2018). Σήμερα γίνονται προσπάθειες αξιοποίησης του υδάτινου τοπίου με την κατασκευή υποδομών (yraithros.gr, 2018).

6.5.8. Συμπεράσματα

Ο οικοτουρισμός γενικά δεν μπορεί να αποτελέσει την κορυφαία πηγή τουριστικών εσόδων για μια περιοχή. Παρόλα αυτά, η Ηλεία, ενώ προσφέρει πλήθος προτάσεων στον τομέα του εναλλακτικού τουρισμού, δεν επωφελείται τα μέγιστα από τις συνθήκες που της προσφέρονται απλόχερα από τη φύση. Σημαντικός ανασταλτικός παράγοντας είναι οι ατομικές δράσεις που είτε καταστρέφουν το περιβάλλον (ant1news.gr, 2020), είτε εμποδίζουν την ανάληψη συντονισμένων πρωτοβουλιών και δράσεων.

6.6. Αγροτουρισμός- Οινοτουρισμός- Γαστρονομικός τουρισμός

Οι μορφές αυτές τουρισμού είναι αναγκαίο να αναπτύσσονται γιατί αναδεικνύουν τα χαρακτηριστικά μιας περιοχής και προσδίδουν προστιθέμενη αξία στις βασικές τουριστικές μορφές. Στη σημερινή πραγματικότητα της αγοράς είναι αναγκαίος ο εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος για τη διαμόρφωση εναλλακτικών προτάσεων και με στόχο την επιμήκυνση των ημερών των διακοπών.

6.6.1. Αγροτουρισμός

Θεωρείται ήπιας μορφής τουριστική ανάπτυξη με τις μικρότερες δυνατές παρεμβάσεις στο φυσικό τοπίο. Εδώ συνήθως ο προορισμός είναι ένα αγρόκτημα, ή μια φάρμα μακριά από τον αστικό ιστό. Η διαμονή γίνεται σε καταλύματα του χώρου και μοιάζει περισσότερο με φιλοξενία από οικογένεια συγκριτικά με τη διανυκτέρευση σε ξενοδοχείο. Συνδυάζεται με αγροτικές εργασίες (συνήθως εθελοντικές) όπως πτηνοτροφία, κτηνοτροφία και καλλιέργεια φρούτων και λαχανικών. Η διατροφή γίνεται με προϊόντα που καλλιεργούνται στο κτήμα ή αποκλειστικά από τους επισκέπτες. Έχει μεγάλη απήχηση σε κατοίκους μεγαλουπόλεων που ζουν μακριά από τη φύση και συνήθως σε πολύ έντονους ρυθμούς καθημερινότητας.

Αυτή η μορφή τουρισμού είναι αρκετά διαδεδομένη σε άλλες χώρες της Ευρώπης και δίνει την δυνατότητα στον επισκέπτη να ζήσει για λίγο χρονικό διάστημα στη φύση και να έρθει σε άμεση επαφή με τους κατοίκους της περιοχής. Αποτελεί ένα σπουδαίο τρόπο επικοινωνίας μεταξύ των λαών, ενώ παράλληλα δεν απαιτείται η παρέμβαση τουριστικών πρακτορείων.

Στην Ηλεία υπάρχουν καταλύματα αυτού του είδους όπως η «Orangia» (Orangia, 2019) και ο «Κάμπος Νεράιδας» (in.gr, 2011), όχι όμως στον αριθμό και το μέγεθος που θα περίμενε κανείς με βάση τη μορφολογία της περιοχής. Αυτό που πρέπει να αλλάξει είναι η προσέγγιση των αγροτών-επιχειρηματιών σε σχέση με τον τομέα. Θα πρέπει να γίνει πιο εξωστρεφής. Είναι χαρακτηριστικό ότι το αγρόκτημα «Κάμπος Νεράιδας» δεν έχει ιδιόκτητη ιστοσελίδα, μέσω της οποίας θα μπορούσε να προβληθεί και να προσελκύσει επισκέπτες.

Ο αγροτουρισμός μπορεί να συμβάλλει θετικά :

- Στην απασχόληση των νέων αγροτών.
- Στην αύξηση του εισοδήματος των αγροτών.
- Στην παραμονή των απασχολούμενων στον τουρισμό στο μόνιμο τόπο κατοικίας τους, χωρίς να χρειάζεται η μετεγκατάστασή τους λόγω ανεργίας κατά τους χειμερινούς μήνες.
- Στην απορρόφηση τοπικών αγροτικών προϊόντων.
- Στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Ένα ακόμη σημείο αναφοράς είναι οι Αγροτικοί Συνεταιρισμοί. Μέσα από προγράμματα επισκεψιμότητας στις μονάδες παραγωγής και επεξεργασίας (τυποποίησης), θα μπορούσαν να είναι οι πρεσβευτές της περιοχής στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού. Η Ηλεία παράγει προϊόντα πολύ καλής ποιότητας, όπως ελαιόλαδο, φράουλα, βιομηχανική τομάτα και καρπούζια.



Εικόνα 37: Orangia Πηγή: (Orangia, 2019)

Εν κατακλείδι, ο αγροτουρισμός θα μπορούσε να συμβάλει τα μέγιστα στην ανάπτυξη της υπαίθρου, με δεδομένο ότι οι προσδοκίες και οι απαιτήσεις των επισκεπτών αφορούν μόνο στη φύση και επομένως δεν απαιτούνται κοστοβόρες επενδύσεις.

6.6.2. Οινοτουρισμός

Όπως υποδηλώνει και το όνομα στο επίκεντρο αυτής της μορφής τουρισμού είναι ο οίνος, το κρασί. Οι τουρίστες επισκέπτονται οργανωμένες μονάδες παραγωγής (οινοποιεία) για να δουν τους αμπελώνες, την διαδικασία παραγωγής και να γευτούν ή να αγοράσουν κρασί. Εναλλακτικά επισκέπτονται οργανωμένες εκθέσεις του είδους, όπου οι επιλογές γευστιγνωσίας και αγοράς είναι περισσότερες.

Η ιδιαιτερότητα του προϊόντος είναι ότι το μικροκλίμα κάθε περιοχής μπορεί να προσδώσει σε μια ποικιλία σταφυλιού μοναδικά χαρακτηριστικά αρώματος και γεύσης. Υπάρχουν ενδιαφερόμενοι (καταναλωτές, οινολόγοι, επιστήμονες) που αναζητούν αυτά τα διαφορετικά χαρακτηριστικά και είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν ώστε να τα γευτούν. Είναι μια αγορά που δεν είναι μαζική, αλλά σχετίζεται με την καινοτομία και τις γευστικές εμπειρίες.

Στην Ηλεία παράγονται οίνοι που είναι ΠΓΕ όπως Ηλεία, Πισάτις, Λετρίνα (winesurveyor, 2020). Στην περιοχή δραστηριοποιούνται επισκέψιμα οινοποιεία με ενδιαφέρουσες προτάσεις στον τομέα του οινοτουρισμού. Το «Κτήμα Μερκούρη» διαθέτει επιπλέον εγκαταστάσεις με ιστορική σημασία και έχει λάβει διεθνείς διακρίσεις (Κτήμα Μερκούρη, 2013).



Εικόνα 38: Κτήμα Μερκούρη Πηγή: (Peloponnese wineroads, 2020)



Εικόνα 39: Το παλιό πέτρινο κτίσμα του Κτήματος Μερκούρη Πηγή: (Trip advisor, 2020)

Το «Κτήμα Σταυρόπουλου» με παρουσία σε διεθνείς εκθέσεις διαθέτει ωραία τοποθέτηση μέσω της ιστοσελίδας του (Κτήμα Σταυρόπουλου, 2020). Πιο συγκεκριμένα, δίνει πληροφορίες και αναδεικνύει τη χρονιά, την ποικιλία, τον αριθμό παραγωγής, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των κρασιών. Χαρακτηριστικά δηλαδή που διαφοροποιούν το προϊόν και προσελκύουν τουρίστες του είδους. Το «Κτήμα Μπριντζίκη» επίσης διαθέτει ωραία τοποθέτηση των προϊόντων του μέσω της ιστοσελίδας του (Κτήμα Μπριντζίκη, 2020).

Οι δυνατότητες του οινoturισμού στην Ηλεία, που σήμερα εντοπίζονται σε λίγα επισκέψιμα οινοποιεία, φαίνονται ανεκμετάλλευτες. Η μεγάλη συμβολή του, εκτός από την διάθεση κρασιού, θα μπορούσε να είναι στην προβολή και αναγνωρισιμότητα της περιοχής. Δεν αρκεί μόνο η συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις. Απαιτείται η διοργάνωση εκδηλώσεων στον τόπο παραγωγής. Η δράση και οι γνώσεις των επιχειρήσεων που αναφέρθηκαν αποτελούν οδηγό για την ανάπτυξη του. Οι εκθέσεις οίνου, που διοργανώνονται διεθνώς, θα μπορούσαν παραδείγματος χάριν να φιλοξενούνται στο Κάστρο Χλεμούτσι.

Συμπερασματικά και εδώ εντοπίζεται η ανάγκη εξωστρέφειας τόσο ως προϋπόθεση ανάπτυξης του κλάδου της οινοποιείας, όσο και συνεισφοράς στο συνολικό τουριστικό προϊόν.

6.6.3. Γαστρονομικός τουρισμός

Η μορφή αυτή τουρισμού συνδέεται με τον οινoturισμό. Περιλαμβάνει εμπειρίες που σχετίζονται με την κατανάλωση φαγητού (και ποτού) όπως γευσσιγνωσία και εκτίμηση φαγητού.

Η Ηλεία δεν είναι διάσημη για κάποιο συγκεκριμένο πιάτο. Η περιοχή όμως, λόγω των κλιματικών συνθηκών και της μορφολογίας του εδάφους (πεδιάδες) είναι διάσημη για τα αγροτικά της προϊόντα που μπορούν να δημιουργήσουν εξαιρετικά πιάτα. Από τα πολύ γνωστά προϊόντα είναι οι πατάτες, ο τοματοπολτός (από τη βιομηχανική τομάτα) και το ελαιόλαδο. Η περιοχή είναι επίσης γνωστή για τις φράουλες, το καρπούζι και την κτηνοτροφία της που αριθμεί χιλιάδες αιγοπρόβατα (Ιστορικός και περιηγητικός οδηγός, 2015).

Για την περαιτέρω ανάπτυξη του τομέα και την ανάδειξη του σε τουριστικό πόλο έλξης, απαιτείται οι τοπικοί φορείς να διαμορφώσουν σύγχρονη στρατηγική. Επίκεντρο της στρατηγικής θα μπορούσαν να διαδραματίσουν διάσημοι σεφ που θα συνθέσουν πιάτα με τοπικά προϊόντα που μπορούν να αναδειχθούν σε φεστιβάλ γαστρονομικού περιεχομένου. Παράδειγμα για την Ηλεία θα μπορούσαν να αποτελέσουν οι δράσεις του Δήμου Σερρών. Ο Δήμος όρισε ως πρεσβευτή γεύσης τον αναγνωρίσιμο σεφ Ηλία Μαμαλάκη, ώστε με τη συμβολή του να προβληθεί η Σερραϊκή κουζίνα, με στόχο την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος (voria.gr, 2020).

6.7. Πολιτιστικός τουρισμός

Είναι η μορφή τουρισμού κατά την οποία οι επισκέπτες επιλέγουν να μετακινηθούν για να παρακολουθήσουν διάφορα πολιτιστικά δρώμενα, όπως θεατρικές παραστάσεις, συναυλίες, φεστιβάλ κινηματογράφου. Οι εκδηλώσεις αυτές συνήθως φιλοξενούνται σε μνημεία μεγάλης ιστορικής σημασίας. Η σχέση μνημείου και εκδήλωσης λειτουργεί αμφίδρομα και με ωφέλεια της τοπικής κοινότητας. Ο Νομός Ηλείας έχοντας την κληρονομιά των σημαντικών ιστορικών μνημείων, τα οποία από μόνα τους είναι στοιχείο πολιτισμού και προσελκύουν τουρισμό, ανέπτυξε παράλληλα σημαντικές πολιτιστικές εκδηλώσεις.

6.7.1. Διεθνές Φεστιβάλ Αρχαίας Ολυμπίας

Το Φεστιβάλ Αρχαίας Ολυμπίας αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς οργανισμούς στην Ελλάδα και στοχεύει στη διατήρηση και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς και την ανάδειξη της τοπικής πολιτιστικής έκφρασης.

Πραγματοποιείται κάθε καλοκαίρι την περίοδο Ιουλίου – Αυγούστου υπό την αιγίδα του Υπουργείου Πολιτισμού. Περιλαμβάνει θεατρικές, μουσικές και χορευτικές παραστάσεις. Οι

παραστάσεις αυτές λαμβάνουν χώρα κυρίως στο θέατρο Ολυμπία (Φλόκα), που είναι σύγχρονη κατασκευή στα πρότυπα του θεάτρου της Επιδαύρου, και λιγότερο στον αρχαιολογικό χώρο. Υπάρχουν και παραστάσεις με αγγλικούς υπότιτλους, γεγονός που υποδεικνύει τον εξωστραφή χαρακτήρα του φεστιβάλ (Pelopolitismos, 2020).



Εικόνα 40: Θέατρο Ολυμπία. Πηγή: (Only theater, 2019)

6.7.2. Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου

Είναι φεστιβάλ για παιδιά και νέους και είναι το μοναδικό στο είδος του στην Ελλάδα. Γίνεται κάθε χρόνο το Δεκέμβριο και σε αυτό προβάλλονται ταινίες μεγάλου και μικρού μήκους και κινουμένων σχεδίων. Ο αριθμός των ατόμων που παρακολουθούν τις προβολές ξεπερνά τις 20.000 και πολλοί νέοι συμμετέχουν ενεργά σε αυτό. Έχει πράγματι διεθνή φήμη, αφού είναι μέλος διεθνών οργανισμών και εκπροσωπεί την Ελλάδα σε διεθνείς εκδηλώσεις -συναντήσεις. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει διαγωνισμό ταινιών, αφιερώματα και εκπαιδευτικές δράσεις (σεμινάρια, εργαστήρια). Το διαγωνιστικό κομμάτι του φεστιβάλ γίνεται στο θέατρο Απόλλων της πόλης του Πύργου (neanikorlano.gr, 2018). Το Φεστιβάλ ανακηρύχθηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση Παιδικού Κινηματογράφου (ECFA) ως το κορυφαίο για παιδιά και νέους. Καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου το φεστιβάλ αναπτύσσει δράσεις σε όλη την Ελλάδα με προβολές ταινιών και διοργάνωση σεμιναρίων.



Εικόνα 41: Αφίσα Φεστιβάλ Κινηματογράφου Πηγή: (neanikoplano.gr, 2018)

6.7.3. Διεθνές Φεστιβάλ Αρχαίας Ήλιδας

Είναι φεστιβάλ που γίνεται στο αρχαίο θέατρο της Ήλιδας τους θερινούς μήνες και περιλαμβάνει θεατρικές και μουσικές παραστάσεις. Διάσημες αρχαίες τραγωδίες παίζονται στο φυσικό τους χώρο (αρχαίο θέατρο), γεγονός που προσδίδει επιπλέον αίγλη στο φεστιβάλ. Η εκδήλωση διαθέτει, καλλιτεχνικό διευθυντή, ιστοσελίδα και λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, που βοηθούν στην περαιτέρω προβολή που μαγνητίζει τουρίστες και ντόπιους. Οι παραστάσεις δεν περιορίζονται μόνο σε αρχαίες τραγωδίες αλλά ανεβαίνουν και έργα διεθνούς ρεπερτορίου (ancientilidasfestival.weebly.com, 2019).



Εικόνα 42: Αρχαίο θέατρο Ήλιδας Πηγή: (Διάζωμα, 2020)

6.7.4. Φεστιβάλ Ηλεκτρονικής μουσικής

Φεστιβάλ ηλεκτρονικής μουσικής που γίνεται στην Αρχαία Ολυμπία, σε εγκαταστάσεις εναλλακτικού τουρισμού στις όχθες του Αλφειού Ποταμού. Η απήχηση που έχει στο κοινό προσελκύει καλλιτέχνες (μουσικούς και DJ) απ' όλο τον κόσμο.



Εικόνα 43: Αφίσα Φεστιβάλ Ηλεκτρονικής μουσικής Πηγή: (clickatlife.gr, 2015)

Οι επισκέπτες μπορούν να κατασκηνώσουν σε ένα από τα πιο οργανωμένα camping της Ελλάδας. Παράλληλα με το καλλιτεχνικό πρόγραμμα πραγματοποιούνται εκδηλώσεις οικοτουρισμού και αθλητικές δραστηριότητες (kayak, Rafting). Το φεστιβάλ διαρκεί συνήθως τέσσερις ημέρες μέσα στον Ιούλιο (clickatlife.gr, 2015).

6.7.5. Φεστιβάλ Ανδραβίδας-Κυλλήνης

Διεθνές Φεστιβάλ μουσικής το οποίο διοργανώνεται σε διάφορα σημεία του δήμου Ανδραβίδας-Κυλλήνης, όπως το λιμάνι της Κυλλήνης και το Κάστρο Χλεμούτσι. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει ερμηνείες τραγουδιών και παραστάσεις από συμφωνικές ορχήστρες (ilialive.gr, 2019).

6.7.6. Ιππική έκθεση Ανδραβίδας

Δραστηριότητα που προβάλλει τα ήθη και τα έθιμα της περιοχής. Είναι μια αξιόλογη ιππική έκθεση κατά την οποία βραβεύονται οι καλύτεροι ίπποι σε διάφορες κατηγορίες. Η περιοχή εκτρέφει και αναδεικνύει έτσι την τοπική φυλή ίππων με την επωνυμία «Φυλή Ανδραβίδα».

Η Ανδραβίδα θεωρείται η μητρόπολη της ιππικής τέχνης στην Ελλάδα και τα άλογα της φυλής τα προμηθεύονταν ο Ελληνικός στρατός (Επιμελητήριο Ηλείας, 2017). Στην περιοχή διοργανώνεται και άλλη έκθεση του ίδιου είδους με στόχο την ανάδειξη του αλόγου της φυλής «Πηνειά» (thebest.gr, 2016) με τον ιδιαίτερο καλπασμό. Και οι δύο εκθέσεις θα μπορούσαν να λειτουργήσουν στο πλαίσιο του αγροτουρισμού και οικοτουρισμού.

6.7.7. Τελετή Αφής Ολυμπιακής Φλόγας

Μία φορά κάθε δύο χρόνια ο Νομός Ηλείας γίνεται το επίκεντρο του παγκόσμιου ενδιαφέροντος. Στο ναό της Ήρας στην Αρχαία Ολυμπία, σε μια εντυπωσιακή τελετή, η Πρωθιέρεια του ναού, λαμβάνει τη φλόγα (ανάβει τη δάδα) από την ενέργεια του ήλιου, με τη βοήθεια ενός κάτοπτρου. Μετά την αφή της φλόγας ακολουθεί η λαμπαδηδρομία, το ταξίδι δηλαδή της φλόγας στην πόλη προορισμού.



Εικόνα 44 : Τελετή Αφής Ολυμπιακής Φλόγας Πηγή: (euronews.com, 2016)

Απλοί άνθρωποι και αθλητές κουβαλούν τη δάδα με τη φλόγα, πεζή, σε διάφορα σημεία της Ελλάδας και της χώρας προορισμού μέχρι το στάδιο διοργάνωσης των αγώνων και την τελετή έναρξης των Ολυμπιακών Αγώνων (euronews.com, 2016). Η τελετή αφής της ολυμπιακής φλογας είναι ένα γεγονός υψηλής σπουδαιότητας και συμβολισμών. Συνδέεται με τις πανανθρώπινες αξίες της Ειρήνης και της Ευγενούς άμιλλας.

6.7.8. Λοιπά πολιτιστικά γεγονότα

Εκτός από τα ανωτέρω γεγονότα μεγάλης σημασίας, μικρότερης εμβέλειας πολιτιστικά δρώμενα διεξάγονται στην Ηλεία. Στα Μακρίσια διοργανώνεται γιορτή για τον απόδημο ελληνισμό και περιλαμβάνει πολιτιστικές και θρησκευτικές εκδηλώσεις (patrisnews.com, 2014). Επιπλέον, η εφημερίδα «ΠΑΤΡΙΣ», η δεύτερη πιο παλιά εφημερίδα στην Ελλάδα (Wikipedia, 2019), και το Λύκειο Ελληνίδων Πύργου (lykeionellinidon.com, 2018), με πολυδιάστατη πολιτιστική δράση (εκπαίδευση, εκδόσεις, παραστάσεις), υποδηλώνουν παράδοση σε πολιτιστικά δρώμενα.

6.7.9. Συμπεράσματα

Βασικός στόχος των εκδηλώσεων είναι πάντα η οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής μέσα από την προβολή και προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις διαφοροποιούν το τουριστικό προϊόν και περιορίζουν την εποχικότητά του. Αυτό που χρειάζεται η Ηλεία είναι πρωτοτυπία και σύνδεση με τα χαρακτηριστικά της παράδοσής της. Επιδιώκοντας την αναβάθμιση των πολιτιστικών υποδομών και υπηρεσιών και με σκοπό την αύξηση της πολιτιστικής ελκυστικότητας του προορισμού, η Ηλεία θα μπορούσε, σε μελλοντικό χρόνο, να διεκδικήσει τον τίτλο της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης.

6.8. Συνεδριακός τουρισμός

Η γενεσιουργός δύναμη αυτού του είδους τουρισμού είναι το συνέδριο. Άτομα με κοινά επαγγελματικά ή κοινωνικά ενδιαφέροντα, από διάφορες περιοχές, ή χώρες της γης, συγκεντρώνονται σε έναν χώρο με σκοπό την ενημέρωση ή την αλληλεπίδραση σε θέματα που τους αφορούν. Εκπαιδευτικοί οργανισμοί που διοργανώνουν επαγγελματικές εξετάσεις ανήκουν στην ίδια κατηγορία. Ο αριθμός των συμμετεχόντων ποικίλλει και μπορεί να είναι από μερικές δεκάδες μέχρι και πολλές εκατοντάδες. Αντίστοιχα, η ενοικίαση χώρου για τη διεξαγωγή του συνεδρίου μπορεί να αφορά σε μερικές ώρες έως και μερικές μέρες.

Η συνάθροιση αυτή των ατόμων πήρε τουριστική μορφή μεγάλης προστιθέμενης αξίας επειδή, με την πάροδο των ετών, οι διοργανωτές των συνεδρίων (επιχειρήσεις, σύλλογοι, κόμματα, φορείς) αναζητούσαν χώρους με υψηλή αισθητική και σύγχρονες τεχνολογικές υποδομές,

εγκαταστάσεις που να παρέχουν ξενοδοχειακές υπηρεσίες (διαμονή, διατροφή κλπ.), καθώς και υπηρεσίες ψυχαγωγίας και διασκέδασης για τις εκτός συνεδρίου ώρες.

Αυτή η μορφή τουρισμού διαδραματίζει πρωτεύοντα ρόλο στην οικονομία κάθε χώρας, αλλά και της εκάστοτε περιφέρειας. Τα σημαντικά οφέλη που προκύπτουν, είναι η εξάλειψη της εποχικότητας του τουριστικού προϊόντος (επιμήκυνση τουριστικής περιόδου) και η ύπαρξη επισκεψιμότητας όλες τις εποχές του χρόνου, με επακόλουθο ο τόπος να παραμένει δραστήριος και οικονομικά ενεργός. Το δεύτερο όφελος που προκύπτει είναι ότι ο συνεδριακός τουρισμός ενεργοποιεί πολλούς εμπορικούς κλάδους και δημιουργεί προϋποθέσεις βελτίωσης εγκαταστάσεων και υπηρεσιών (Δεληθέου, 2018) (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

6.8.1. Ξενοδοχεία

Τα ξενοδοχεία είναι κατεξοχήν οι χώροι που μπορούν να συνδυάσουν την ποικιλία των υπηρεσιών που αναζητούν οι διοργανωτές των συνεδρίων. Στο Νομό Ηλείας εδρεύουν πολυτελή ξενοδοχεία που παρέχουν τις ανωτέρω υπηρεσίες. Το Grecotel Olympia (Grecotel, 2020) διαθέτει 15 αίθουσες συνεδρίων με πλούσια συνεδριακή υποδομή και εξειδικευμένες υπηρεσίες για 3.000 σύνεδρους. Παράλληλα διαθέτει πολυτελείς υπηρεσίες διαμονής, διασκέδασης και ψυχαγωγίας. Το Aldemar-Olympian Village (Aldemar, 2020) διαθέτει αίθουσα 450 ατόμων που μπορεί να διαμορφωθεί ανάλογα με το πλήθος των συνέδρων. Και τα δύο ξενοδοχεία βρίσκονται σε περιοχές μεγάλης ιστορικής σημασίας και εξαιρετικού φυσικού κάλλους.

6.8.2. Ιστορικοί Χώροι

Η Διεθνής Ολυμπιακή Ακαδημία ιδρύθηκε για την ανάδειξη της ολυμπιακής ιδέας. Βρίσκεται στο χώρο της Αρχαίας Ολυμπίας και είναι ιδιοκτησία της Ελληνικής Ολυμπιακής Επιτροπής. Οι εγκαταστάσεις διαθέτουν 2 συνεδριακά κέντρα χωρητικότητας 450 και 110 ατόμων αντίστοιχα, δωμάτια για φιλοξενία 260 ατόμων και χώρους ψυχαγωγίας (Διεθνής Ολυμπιακή Ακαδημία, 2019).

Το Συνεδριακό Κέντρο ΣΠΑΠ Αρχαίας Ολυμπίας κατασκευάστηκε από την εταιρεία Σιδηρόδρομοι Πειραιώς Αθηνών Πελοποννήσου την εποχή της μεγάλης οικονομικής ακμής της περιοχής. Ανήκει στο Υπουργείο πολιτισμού και διαθέτει αίθουσα συνεδρίων για 170 άτομα (Εφορεία Αρχαιοτήτων Ηλείας, 2019).

Και οι χώροι αυτοί θα μπορούσαν να αποτελέσουν εξαιρετικούς συνεδριακούς χώρους γενικότερου ενδιαφέροντος και τουρισμού.

6.8.3. Εγκαταστάσεις σε Νεοκλασικά κτίρια

Αφορούν σε χώρους μικρής σχετικά χωρητικότητας που έχουν μόνο βασικές υποδομές για τη διοργάνωση συνεδρίων. Η εξαιρετική αρχιτεκτονική των εγκαταστάσεων και το χαμηλότερο κόστος είναι δύο ακόμα λόγοι που προσελκύνουν τους διοργανωτές. Τέτοια είναι τα κτίρια της Δημοτικής Αγοράς και του Θεάτρου Απόλλων όπου οι χώροι διαμορφώνονται για τη φιλοξενία εκδηλώσεων (Ιστορικός και περιηγητικός οδηγός, 2015).

6.8.4. Συμπεράσματα

Η αίγλη που περιβάλλει την περιοχή, οι αναρίθμητες επιλογές που έχει ο επισκέπτης για να ψυχαγωγηθεί και οι ιδανικές κλιματικές συνθήκες που επικρατούν σχεδόν όλο το χρόνο, καθιστούν την Ηλεία ιδανικό προορισμό για τη διεξαγωγή συνεδρίων.

Απαιτείται στοχευμένη και συστηματική προσπάθεια προβολής των δυνατοτήτων της περιοχής. Οι φορείς που διαθέτουν τα μέσα για την ανάδειξη της μορφής αυτής τουρισμού θα πρέπει με τη σειρά τους να συνεισφέρουν με κάθε τρόπο στην προσπάθεια αυτή.

6.9. Καταδυτικός τουρισμός

Η μορφή αυτή τουρισμού ανήκει στις ψυχαγωγικές δραστηριότητες των διακοπών. Για πολλούς όμως αποτελεί το βασικό σκοπό (επίκεντρο) της επίσκεψής τους σε χώρες ή σε περιοχές. Η δραστηριότητα περιλαμβάνει ταξίδι με ταχύπλοο σκάφος, κατάδυση με ειδικό εξοπλισμό, περιήγηση θαλάσσιου βυθού με τη βοήθεια συνοδού ή εκπαιδευτή. Εναλλακτικά οι περιηγητές μπορούν να κολυμπήσουν στην επιφάνεια της θάλασσας χρησιμοποιώντας μόνο μάσκα και αναπνευστήρα (snorkelling). Δίνεται έτσι η δυνατότητα επίσκεψης σε υποθαλάσσιους φυσικούς σχηματισμούς (ύφαλοι), ναυάγια, ενάλια μνημεία, προστατευόμενες περιοχές.

Με τη μορφή αυτή τουρισμού ο επισκέπτης επιτυγχάνει πολλούς διαφορετικούς στόχους ταυτόχρονα. Είναι ένας εναλλακτικός τρόπος άθλησης, ενδυναμώνει τις εικόνες και τις εμπειρίες του από την περιοχή που επισκέπτεται, εμπλουτίζει επιστημονικές και ιστορικές γνώσεις. Ο καταδυτικός τουρισμός στο νομό Ηλείας έχει ισχυρές προοπτικές ανάπτυξης λόγω της θέσης του στη Μεσόγειο και της ιστορίας του.

6.9.1. Αρχαία Φειά

Η Φειά ήταν αρχαίο λιμάνι της Ηλείας, κτισμένη επάνω σε νησί. Η πόλη καταστράφηκε (βυθίστηκε) από σεισμό. Μέρος της πόλης σώζεται σήμερα στην ξηρά. Η ενάλια αρχαιολογική έρευνα ανακάλυψε και ανέλκυσε τμήματα της βυθισμένης πόλης (Τούρτας, 2017). Το σημείο βρίσκεται σε μικρό βάθος και θα μπορούσε να είναι επισκέψιμο ακόμα και από μη επαγγελματίες δύτες.

6.9.2. Γεωγραφική Θέση

Ο Νομός Ηλείας πλεονεκτεί από πλευράς γεωγραφικής θέσης. Η μορφολογία του βυθού και τα μεγάλα βάθη στα ανοιχτά του Νομού μπορούν να μαγνητίσουν επαγγελματίες του είδους και να φιλοξενήσουν επιστημονικές έρευνες.

6.9.3. Συμπεράσματα

Για την ανάδειξη αυτής της μορφής τουρισμού και την προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών απαιτούνται συντονισμένες προσπάθειες πολλών και διαφορετικών φορέων. Οι τοπικοί φορείς με τη χρήση τεχνολογίας και οπτικοακουστικών μέσων θα πρέπει να στοχεύσουν σε δύο κατευθύνσεις: να προβάλλουν τα οφέλη των επισκεπτών και να προσελκύσουν επαγγελματίες του είδους (εκπαιδευτές, επιχειρηματίες) οι οποίοι θα διαμορφώσουν τις συνθήκες εξυπηρέτησης των τουριστών (εξοπλισμός, μέσα). Οι δημόσιοι φορείς με την έκδοση νομοθετικών διατάξεων που ρυθμίζουν θέματα που αφορούν στον καταδυτικό τουρισμό και την ανακήρυξη θαλάσσιων πάρκων και προστατευόμενων περιοχών θα βοηθήσουν στην καλύτερη προβολή της περιοχής.

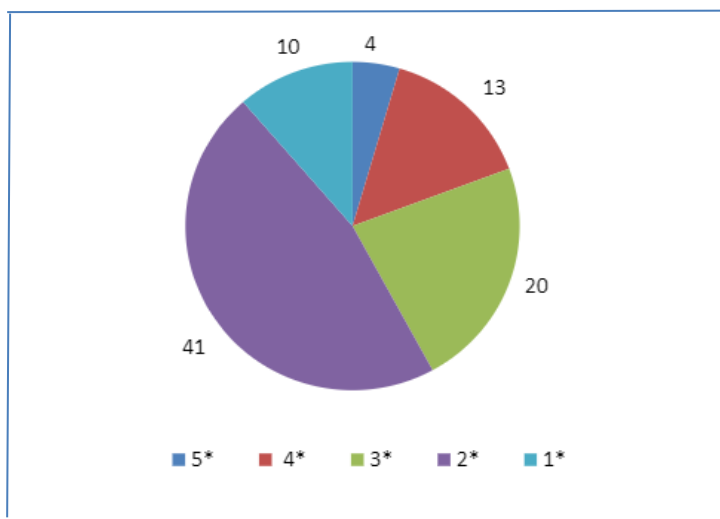
7. ΑΝΑΛΥΣΗ & ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΟΜΟΥ

Ακολούθως εξετάζονται οι παράμετροι και τα μεγέθη που συνθέτουν την τουριστική δραστηριότητα του νομού. Έχοντας υπόψιν τις σύγχρονες και παραδοσιακές μορφές τουρισμού, η ανάλυση και σύνθεση των ποιοτικών και ποσοτικών μεγεθών οδηγεί στη διαμόρφωση ή αναπροσαρμογή της συνολικής στρατηγικής (Marketing Plan). Η εκπόνηση και εφαρμογή ενός σωστού marketing Plan για το Νομό μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία περαιτέρω οικονομικής και τουριστικής ανάπτυξης. Επιγραμματικά, θα αναλυθεί η παρούσα κατάσταση, η τμηματοποίηση της αγοράς, οι αγορές στόχοι, η αξιολόγηση της παρούσας και μελλοντικής κατάστασης μέσω της ανάλυσης SWOT. Στη συνέχεια θα γίνει ο Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ και θα αναλυθεί το άριστο μείγμα μάρκετινγκ, όπως ορίζεται με τα 4P.

7.1. Marketing plan στο Νομό

7.1.1. Σύγχρονες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις

Το σύνολο σημείων ενδιαφέροντος που συγκεντρώνει η περιοχή είναι τέτοιο που δημιουργήθηκαν πολυάριθμα ξενοδοχεία, ξενοδοχειακοί όμιλοι και υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις για να καλύψουν τις ανάγκες των επισκεπτών της Ηλείας. Οι εγκαταστάσεις κατηγοριοποιούνται σύμφωνα με το γεωγραφικό σημείο, αλλά και με την παροχή υπηρεσιών. Κατ' επέκταση, προσελκύουν ταξιδιώτες ανάλογου εισοδηματικού επιπέδου. Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του 2019, στο Νομό δραστηριοποιούνται 97 μονάδες ενοικιαζόμενων δωματίων, οι οποίες διαθέτουν 1.288 κλίνες και 88 ξενοδοχειακές μονάδες, με 8.220 κλίνες. Το 21% των ξενοδοχείων είναι 4 και 5 αστέρων, ενώ το μεγαλύτερο μερίδιο συγκεντρώνει η κατηγορία 2 αστέρων (ΙΝΣΕΤΕ, 2020).



Πίνακας 7: Αριθμός ξενοδοχείων ανά κατηγορία. Πηγή: (ΙΝΣΕΤΕ, 2015)

Όπως προκύπτει, η Ηλεία διαθέτει τις υποδομές για να φιλοξενήσει τουρίστες ανώτερου και ανώτατου εισοδηματικού επιπέδου. Η ενδυνάμωση της εικόνας της ως προορισμός πολυτελών διακοπών είναι απαραίτητη, προκειμένου να εκλείψει η υφιστάμενη αντίληψη που παρουσιάζει την περιοχή ως έναν χαμηλού προϋπολογισμού προορισμό, ιδανικό για οικογένειες.

7.1.2. Ικανοποίηση πελατών

Οι τουρίστες που έχουν διαμείνει σε ξενοδοχεία της Ηλείας, έχουν αξιολογήσει πολύ θετικά την υποδοχή, την εξυπηρέτηση, το φαγητό και την τοποθεσία των ξενοδοχείων. Αντιθέτως, η διαμονή και οι επιλογές διασκέδασης συγκεντρώνουν χαμηλή βαθμολογία, κάτω από το μέσο όρο της Πελοποννήσου (83%). Οι πιο υψηλές αξιολογήσεις έχουν συγκεντρωθεί από τουρίστες που προέρχονται από τις ΗΠΑ και το Ηνωμένο Βασίλειο, ενώ οι χαμηλότερες, κυρίως από Ιταλούς τουρίστες (ΙΝΣΕΤΕ, 2020).

7.1.3. Αφίξεις και διανυκτερεύσεις

Οι αφίξεις και διανυκτερεύσεις των τουριστών, στο Νομό, σύμφωνα με τα τελευταία στατιστικά στοιχεία, παρουσιάζει μεσοσταθμικά αύξηση από το 2010 έως το 2018. Αναλυτικότερα, οι διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών στο προαναφερθέν διάστημα παρουσιάζουν αύξηση 71%, ενώ των ημεδαπών μείωση κατά 26%. Οι αφίξεις των αλλοδαπών παραμένουν χωρίς αξιολογη μεταβολή, ενώ των Ελλήνων παρουσιάζουν μείωση κατά 37%.

Το μεγαλύτερο ποσοστό σε αφίξεις συγκεντρώνεται σε ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων. Η δε πληρότητα των καταλυμάτων έχει αυξηθεί κατά 3,3% (ΙΝΣΕΤΕ, 2020).

7.1.4. Εποχικότητα και διάρκεια παραμονής

Οι κύριες αγορές ξένων τουριστών που επισκέπτονται την περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, όπου ανήκει ο Νομός, παρουσιάζονται ακολούθως. Οι επισκέψεις μεσοσταθμικά παρουσιάζουν αύξηση, ομοίως και η μέση διάρκεια παραμονής. Η δαπάνη των επισκεπτών κατά την επίσκεψή τους στην περιοχή, αλλά και η δαπάνη για τη διανυκτέρευσή τους έχει αυξηθεί. Εξαίρεση αποτελεί η Γαλλία συνολικά, καθώς και το Ηνωμένο Βασίλειο ως προς τα χρήματα που δαπανά για τη διανυκτέρευση. Η κύρια τουριστική περίοδος για την Ηλεία ξεκινά τον Απρίλιο και ολοκληρώνεται το Σεπτέμβριο, ενώ κατά τη διάρκεια του Ιουλίου και του Αυγούστου σημειώνονται οι περισσότερες αφίξεις του έτους.

2019 Vs 2016				
Χώρες προέλευσης	Μεταβολή επισκέψεων	Μεταβολή Μέσης Διάρκειας Παραμονής	Μεταβολή Δαπάνης ανά επίσκεψη	Μεταβολή Δαπάνης ανά διανυκτέρευση
Αλβανία	71%	-20%	21%	52%
Ην. Βασίλειο	12%	29%	18%	-9%
Γερμανία	46%	23%	43%	16%
Γαλλία	53%	21%	-11%	-27%
Λοιπές χώρες	65%	-	8%	8%

Πίνακας 8: Βασικά μεγέθη εισερχόμενου τουρισμού για την Δυτική Ελλάδα Πηγή: (ΙΝΣΕΤΕ, 2020)
Επεξεργασία στοιχείων Δρόσος Κονδύλης

Η διάρκεια παραμονής σε ξενοδοχεία της περιοχής είναι αυξημένη από τον Ιούνιο μέχρι το Σεπτέμβριο, ενώ το υψηλότερο επίπεδο εμφανίζεται τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο.

Τα ανωτέρω στοιχεία επιβεβαιώνουν την εποχικότητα που παρατηρείται στην Ηλεία και προβληματίζουν τους εμπλεκόμενους φορείς. Η κοινωνική διάσταση που προκαλεί ανησυχία είναι η ανεργία. Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα γενικά παραμένει σε μεγάλο βαθμό εποχική (Απρίλιος-Σεπτέμβριος). Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την ελκυστικότητα της περιοχής και το εύρος των προσφερόμενων υπηρεσιών (ως πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα), επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την απασχόληση μεγάλου αριθμού εργαζομένων στον τουριστικό τομέα. Συνάγεται, λοιπόν, ότι ένας μεγάλος αριθμός εργαζομένων, που περιλαμβάνει και άτομα υψηλής εξειδίκευσης, μένει χωρίς δουλειά (ή απασχολείται περιστασιακά) για μεγάλο χρονικό διάστημα μέσα στο έτος. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, αθροιστικά ή διαζευκτικά, τα εξής:

- το ανθρώπινο δυναμικό του τομέα να αναζητά περιοχές με μεγαλύτερη τουριστική περίοδο,
- οι εργαζόμενοι να φεύγουν από την περιοχή τους μήνες χαμηλής απασχόλησης με συνέπεια το εισπραχθέν εισόδημα να μην καταναλώνεται στον Νομό,
- δεν μπορεί να τραβήξει το ενδιαφέρον των νέων ως σταθερό επαγγελματικό προορισμό (περιβάλλον).

Το πρόβλημα αυτό μεγεθύνεται όταν η παραπάνω κατάσταση αφορά σε εξειδικευμένο προσωπικό.

Η αδυναμία αξιοποίησης τουριστικού κεφαλαίου εκτός της τουριστικής περιόδου ισχύει και για άλλους τουριστικούς πόρους πέραν του ανθρώπινου δυναμικού, όπως λόγω χάρη οι ξενοδοχειακές μονάδες (INSETE, 2020).

7.1.5. Κατηγοριοποίηση τουριστών και μορφών τουρισμού

Μελετώντας τον πίνακα που πρόεκυψε από την έρευνα του INSETE, οι σύγχρονες μορφές τουρισμού επιμερίζονται, σύμφωνα με τις προτιμήσεις των τουριστών, με βάση τα δημογραφικά και κοινωνικά τους χαρακτηριστικά. Μερικά από αυτά είναι η χώρα προέλευσης, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση κ.οκ.



Ηλιος & Θάλασσα



Πολιτιστικός/
Θρησκευτικός τουρισμός



City Break



Ναυτικός Τουρισμός



MICE



Ιατρικός Τουρισμός

Υποσημειωμένες Κατηγορίες	Ηλιος & Θάλασσα	Πολιτιστικός/ Θρησκευτικός τουρισμός	City Break	Ναυτικός Τουρισμός	MICE	Ιατρικός Τουρισμός	Αγορές - Στόχοι
Αγροτουρισμός - Οικοτουρισμός	Η συγκεκριμένη κατηγορία αποτελεί την πλέον ανταγωνιστική προϊοντική κατηγορία του προορισμού. Οι υποσημειωμένες κατηγορίες λειτουργούν ενισχυτικά ως προς αυτήν, ενώ σε συνδυασμό με τα εξειδικευμένα τμήματα αγοράς και τα ειδικά ενδιαφέροντα, δημιουργούν στοχευμένα υπο-προϊόντα.	Η συγκεκριμένη κατηγορία αποτελεί ισχυρή προϊοντική κατηγορία του προορισμού. Διαθέτει μοναδικά στοιχεία και ξεχωριστό πλούτο που λειτουργούν ως ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Περιφέρειας. Συνδυάζεται με την κατηγορία Ηλιος & Θάλασσα για την ενδυνάμωση της εμπειρίας του επισκέπτη, ενώ μαζί με τις υποσημειωμένες κατηγορίες, τα ειδικά ενδιαφέροντα και τα εξειδικευμένα τμήματα αγοράς, συνθέτει εμπειρίες διαφοροποίησης.	Η συγκεκριμένη προϊοντική κατηγορία αποτελεί κατηγορία με δυνατότητα ανάπτυξης. Κρίνεται απαραίτητο να υλοποιηθεί στρατηγικός σχεδιασμός προϊόντων και ειδικές δράσεις με στόχο την ενδυνάμωση της εικόνας του προορισμού ως City Break για συγκεκριμένες πόλεις.	Η συγκεκριμένη προϊοντική κατηγορία αποτελεί κατηγορία με δυνατότητες ανάπτυξης και ιδιαίτερη ελκυστικότητα. Η περαιτέρω ανάπτυξη της προϋποθέτει προσεκτικό σχεδιασμό σε επίπεδο στρατηγικής και μάρκετινγκ, στο πλαίσιο χωριστής, εξειδικευμένης μελέτης.	Η συγκεκριμένη προϊοντική κατηγορία αποτελεί κατηγορία που χρήζει επενδύσεων σε υποδομές και στρατηγικό σχεδιασμό Μάρκετινγκ για την ανάπτυξη της. Στην παρούσα φάση η Πελοπόννησος διαθέτει υποδομές που υποστηρίζουν την ανάπτυξη τουριστικού προϊόντος σε συνδυασμό με Ηλιο & Θάλασσα, πολιτισμό, και φύση (Outdoor Mice).	Η συγκεκριμένη προϊοντική κατηγορία αποτελεί κατηγορία προς μελλοντική ανάπτυξη. Το γεγονός αυτό προϋποθέτει περαιτέρω επενδύσεις σε υποδομές (άυλες - υλικές) καθώς και στρατηγικό σχεδιασμό μάρκετινγκ για την ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων.	Αγορές - Στόχοι Γαλλία Ιταλία Γερμανία Αγγλία ΗΠΑ Ρωσία Ολλανδία Πολωνία Κύπρος Ειδικά Ενδιαφέροντα Romance Seafront
Γαστρονομία							
Φύση & Δραστηριότητες							
Ευεξία							
Εξειδικευμένα Τμήματα Αγοράς							
55+							
Οικογένειες							
Ζευγάρια							
Νέοι							
Ενδεικτικοί Προορισμοί							
	ΠΡΟΪΟΝΤΑ Α' ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ	ΠΡΟΪΟΝΤΑ Β' ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ	ΠΡΟΪΟΝΤΑ Γ' ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ				

Πίνακας 9: Χαρτοφυλάκιο Προϊόντων Πηγή: (INSETE, 2020)

Τα προϊόντα τουρισμού που βρίσκονται σε πρώτες θέσεις από τις αγορές στόχους και συναντώνται στην Ηλεία είναι το μοντέλο ήλιος - θάλασσα, ο αρχαιολογικός τουρισμός, τα πολιτιστικά δρώμενα, αλλά και ορισμένες σύγχρονες μορφές του.

Έτσι, θα πρέπει να αξιοποιηθούν στρατηγικά οι υποκατηγορίες, ώστε να καλυφθούν οι διαφορετικές ανάγκες και τα ενδιαφέροντα από όλα τα τμήματα της αγοράς, ώστε να δοθεί στην κάθε μορφή τουρισμού η σημαντικότητα που της αξίζει και ο Νομός να αποκομίσει το μέγιστο των ωφελειών. Βάσει των ανωτέρω, προκύπτει ότι οι πιο διάσημες μορφές τουρισμού έχουν «κατακτηθεί», τηρουμένων των αναλογιών, λόγω της ζήτησης από τους τουρίστες (η οποία έως ένα σημείο είναι ανελαστική). Για τις λιγότερο δημοφιλείς μορφές χρειάζεται μεγαλύτερη προσπάθεια από τους εμπλεκόμενους φορείς. Προτείνεται, λοιπόν, να δοθεί βαρύτητα σε τουρίστες οι οποίοι προσεγγίζουν την περιοχή οδικώς και με όχημα και ως εκ τούτου έχουν τη δυνατότητα να επισκεφθούν τις ανωτέρω κατηγορίες, με βάση τις δυνατότητες τους, όπως αναλύθηκαν ανωτέρω. Παράδειγμα αποτελεί η επίσκεψη σε οινοποιεία, ιαματικά λουτρά, μουσεία, κ.ο.κ., με σκοπό την αύξηση της κατά κεφαλήν δαπάνης. Οι ανάγκες των

οικογενειών, λόγω του περιορισμένου χρόνου που έχουν κατά τη διάρκεια του έτους, μπορούν να καλυφθούν τη θερινή περίοδο της αυξημένης ζήτησης. Ομοίως και των νεαρών ζευγαριών, που επιθυμούν να διασκεδάσουν και να κοινωνικοποιηθούν. Ωστόσο, τα ζευγάρια που ανήκουν σε μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες, έχουν διαφορετικές ανάγκες, οι οποίες μπορούν να καλυφθούν τις περιόδους χαμηλής ζήτησης. Επομένως, θα ήταν σκόπιμο να δημιουργηθούν τα ανάλογα κίνητρα.

Η επέκταση, λοιπόν, της τουριστικής περιόδου δύναται να στηριχτεί και στον αρχαιολογικό, θρησκευτικό, βυζαντινό τουρισμό, αλλά και σε σύγχρονες μορφές, όπως τον αγροτουρισμό και αστικό τουρισμό.

7.1.6. Η πρόκληση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού

Στις βασικές κατηγορίες που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα, τους ανθρώπινους πόρους και τις συνεργασίες, οι ελληνικοί προορισμοί βρίσκονται κάτω του μέσου όρου, σε σύγκριση με πολλούς μεσογειακούς προορισμούς. Την ίδια στιγμή που οι τουριστικές επιχειρήσεις πασχίζουν να παραμείνουν βιώσιμες και κερδοφόρες, είναι επιτακτική ανάγκη για τους τουριστικούς προορισμούς να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί.

Επίσης, τα περισσότερα εθνικά σχέδια που στοχεύουν στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος, δύσκολα υλοποιούνται, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει σημαντική βελτίωση στην ανταγωνιστικότητα της τουριστικής οικονομίας. Η επανατοποθέτηση του κράτους με την αναπροσαρμογή του εθνικού τουριστικού σχεδίου δράσης κρίνεται απαραίτητη για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού (Βερνίκος, 2017).

7.1.7. Στρατηγική επικοινωνίας

Ο Νομός στερείται μιας ενιαίας επικοινωνιακής στρατηγικής για την προβολή του σε διεθνές και εθνικό επίπεδο. Πρωταρχικός σκοπός είναι η ύπαρξη συντονισμένων δράσεων επικοινωνίας, οι οποίες θα απευθύνονται διαφοροποιημένα σε επιχειρήσεις και σε τελικούς αποδέκτες, έχοντας πλήρη γκάμα ενεργειών προώθησης.

Το μοντέλο της επικοινωνίας μέσα από δελτία τύπου ή αναρτήσεις των Νομαρχιών θεωρείται πλέον ξεπερασμένο. Στη σημερινή εποχή τα νέα εργαλεία της ψηφιακής επικοινωνίας δίνουν στη στρατηγική επικοινωνίας επικαιροποίηση, αμεσότητα και διαδραστικό χαρακτήρα.

Σε κάθε περίπτωση, τα έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα, η διαπροσωπική επικοινωνία, η δημιουργία ελκυστικού υλικού για την προβολή στα μέσα δε θα πάψουν, καθώς ο συνδυασμός όλων των ανωτέρω είναι που θα φέρει το αποτέλεσμα.

Στο πλαίσιο της εφαρμογής της στρατηγικής επικοινωνίας, η ολοκληρωμένη εικόνα και φήμη που χτίζεται γύρω από τον τόπο δεν αποτελεί τυχαίο γεγονός που προέκυψε από περιστασιακές αναρτήσεις στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης, αλλά μέσα από ολοκληρωμένες καμπάνιες, ώστε να επιτευχθούν μακροχρόνιες συνεργασίες και σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες και όλους τους εμπλεκόμενους φορείς.

7.1.8. Στόχοι επικοινωνίας

Σε ό,τι αφορά στον τελικό επισκέπτη, τα μέσα προβολής και προώθησης θα στοχεύσουν:

- στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας και προτίμησης του τόπου,
- στην προσέγγιση του επισκέπτη την κατάλληλη στιγμή, πριν δηλαδή επιλέξει τον προορισμό των επόμενων διακοπών του,
- στην τοποθέτηση της Ηλείας στους αγαπημένους προορισμούς του.

Αφού ο επισκέπτης τελικώς επισκεφθεί τον προορισμό, τα μέσα θα στοχεύουν:

- Στη γνωστοποίηση της θετικής εμπειρίας στο ευρύ κοινωνικό σύνολο. Η από στόματος διάδοση έχει πολύ δυνατή επίδραση στη διαμόρφωση άποψης από τους αναγνώστες.
- Στη δημιουργία πιστών πελατών, ώστε να έχουν την επιθυμία να επισκεφθούν εκ νέου τον τόπο.

Ωστόσο, απαιτείται μεγάλη προσοχή, καθώς οι ικανοποιημένοι πελάτες θα πουν σε ακόμη μόλις 9 άτομα για τη θετική τους εμπειρία, ενώ οι δυσαρεστημένοι πελάτες θα πουν σε 22 άτομα για την αρνητική τους εμπειρία (allbusiness.com, 2017) (Δεριζιώτης, et al., 2006). Σε αυτό το σημείο, θα πρέπει να προσεχθεί ιδιαίτερα ότι η διάδοση της γνώμης των πελατών σήμερα γίνεται, από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ακόμη και σε πραγματικό χρόνο, δηλαδή τη στιγμή της λήψης της υπηρεσίας. Ο επισκέπτης της ιστοσελίδας διαβάζει το αποτέλεσμα δίχως να έχει την πλήρη πληροφόρηση (κόστος υπηρεσίας, συνθήκες).

Σε επίπεδο επιχειρήσεων, η Ηλεία συνιστάται να εστιάσει στην προσέλκυση περισσότερων πελατών, μέσα από την παροχή τουριστικών προτάσεων (πακέτα). Οι όροι της συνεργασίας θα πρέπει να ευνοούν συνεργατική σχέση win-win με τους πελάτες. Το επιθυμητό αποτέλεσμα θα

είναι η ανάπτυξη των υπαρχουσών συνεργασιών, αλλά και η προσέλκυση νέων πελατών από αγορές- στόχους.

7.1.9. Εκτέλεση καμπάνιας επικοινωνίας

Προκειμένου να επιτευχθούν τα μέγιστα δυνατά αποτελέσματα για την προβολή του τόπου, θα πρέπει λοιπόν να δημιουργηθεί μία καμπάνια, η οποία θα γνωστοποιείται μέσα από όλα τα διαθέσιμα μέσα: εκδηλώσεις, καταχωρήσεις σε τύπο, αναρτήσεις σε Social media, διαφημιστικό υλικό σε σημεία μεγάλης συγκέντρωσης κόσμου, παραδείγματος χάριν αεροδρόμια, λιμάνια κ.οκ.

Ειδικότερα, προτείνεται η δημιουργία οπτικοακουστικού υλικού, που ανά θεματική ενότητα θα παρουσιάζει σκηνές από όλα τα είδη τουρισμού, κατηγοριοποιημένα να στοχεύουν σε διαφορετικές ηλικιακές ομάδες. Οι θεματικές ενότητες που θα περιλαμβάνει θα αποτελούνται από ορισμένα άκρως ελκυστικά σημεία ενδιαφέροντος, όπως για παράδειγμα οι αρχαίοι τόποι, τα κάστρα, οι εμπειρίες ήλιου-θάλασσας, ο γαστρονομικός τουρισμός, οι καλλιτεχνικές δραστηριότητες και η πολυτελής διαμονή.

Για την επιτυχή υλοποίηση των δράσεων θα ήταν χρήσιμο όλα τα σημεία ενδιαφέροντος να βρίσκονται κάτω από μία ενιαία ιστοσελίδα, η οποία θα πληροφορεί τον αναγνώστη για τις ομορφιές και τα αξιοθέατα της περιοχής, ενώ παράλληλα όταν θα χρειάζεται περαιτέρω πληροφορίες, με ένα κλικ θα ανακατευθύνεται στην αντίστοιχη ιστοσελίδα του σημείου ενδιαφέροντος, προκειμένου να ενημερώνεται σχετικώς. Η πληροφορία θα πρέπει να καλύπτει κάθε ανάγκη του δυνητικού επισκέπτη, σε λεπτομερές επίπεδο. Οι πληροφορίες θα πρέπει να είναι διαθέσιμες σε ξένες γλώσσες, πέρα από την Αγγλική, ώστε ο ξένος επισκέπτης να νιώθει το περιβάλλον οικείο.

Το επιμελητήριο της Ηλείας έχει δημιουργήσει μία ιστοσελίδα, (Επιμελητήριο Ηλείας, 2013) η οποία λειτουργεί σαν τουριστικός οδηγός. Έχει βασικές πληροφορίες για τα αξιοθέατα της περιοχής και αντίστοιχες καταχωρήσεις επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται. Κυρίως πρόκειται για κάποια ξενοδοχειακά καταλύματα, εστιατόρια, ταξιδιωτικά γραφεία. Ωστόσο, αυτή η ιστοσελίδα δεν πληροί τις προδιαγραφές, ώστε να συμβάλλει στη στρατηγική επικοινωνία του Νομού. Το όνομα παραπέμπει μόνο στην Ολυμπία, ενώ το εύρος των πληροφοριών είναι περιορισμένο. Επίσης, η ιστοσελίδα δεν ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις τόσο της εποχής, όσο και των προσδοκιών σχετικά με το Νομό (Επιμελητήριο Ηλείας, 2018). Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί η δράση της Περιφέρειας Πελοποννήσου, η οποία με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του ΕΣΠΑ 2014-2020 έχει προχωρήσει στη

δημιουργία του brand «Mythical Peloponnese», με σκοπό την ανάδειξη των πόλεων Αρκαδίας, Μεσσηνίας, Αργολίδας, Κορινθίας, Λακωνίας. Τα μέσα που χρησιμοποιούνται για την επίτευξη των σκοπών προβολής και προώθησης είναι τα Social media (Facebook, Twitter, Youtube), ιστοσελίδες, οπτικοακουστικό υλικό.

Ο εμπλουτισμός της προαναφερθείσας ιστοσελίδας και προσθήκη της Ηλείας σε αυτή θα μπορούσε να αποτελέσει μία αμοιβαίως επωφελή κίνηση, καθώς θα δημιουργούσε οικονομίες κλίμακος. Στη μεν προσθήκη των στοιχείων και συντήρηση της ιστοσελίδας θα συμμετείχε και η Ηλεία, η δε απορρόφηση κονδυλίων από το ΕΣΠΑ, θα ήταν μεγαλύτερη.

Επιπροσθέτως, η επισκεψιμότητα θα αυξανόταν, καθώς περισσότεροι ενδιαφερόμενοι θα επισκέπτονταν τη σελίδα. Ανεξαρτήτως του αρχικού σκοπού επισκέψεως της σελίδας, ο επισκέπτης θα είχε την επιλογή να περιηγηθεί ψηφιακά ανάμεσα σε όλα τα άλλα μέρη που φιλοξενεί η ιστοσελίδα.

Η τρέχουσα περίοδος προσφέρεται για την ανάπτυξη της στρατηγικής επικοινωνίας της Ηλείας, καθώς θα λειτουργήσει συνεπικουρικά με τη στρατηγική συνεργασία του ελληνικού κράτους με τη Microsoft, (όπως αναπτύχθηκε εκτενέστερα στον αρχαιολογικό τουρισμό), αλλά και με την εικονική πραγματικότητα, που θα υλοποιηθεί για το Κάστρο Χλεμούτσι.

Επίσης, μια χρήσιμη πρόταση είναι η δημιουργία μιας φιλικής για το χρήστη εφαρμογής για τα κινητά τηλέφωνα. Μέσα από αυτή θα μπορεί ο χρήστης να κάνει εξατομικευμένες αναζητήσεις και επιλογές και να τις αποθηκεύει μέχρι την επόμενη πλοήγησή του. Παραδείγματος χάριν, ο χρήστης επιλέγει να πάει για μπάνιο στην παραλία της Ζαχάρως. Η εφαρμογή θα του δείξει ότι σε κοντινή γεωγραφική απόσταση βρίσκεται η λίμνη Καϊάφα, οπότε μπορεί να συνδυάσει την επίσκεψή του. Στο μέσο της διαδρομής που θα χρειαστεί να διανύσει, θα του υποδείξει ορισμένα ενδιαφέροντα εστιατόρια. Επίσης, ο χρήστης επιλέγει ότι το απόγευμα θέλει να επισκεφθεί το Αρχαιολογικό Μουσείο Ήλιδας, αλλά η εφαρμογή θα τον ενημερώσει ότι πρέπει να βιαστεί για να είναι μέσα στο ωράριο λειτουργίας, ή να το αναβάλει για άλλη ημέρα και να του προτείνει κάποια άλλη δραστηριότητα που βρίσκεται σε πιο κοντινή γεωγραφική απόσταση.

Όπως αναλύθηκε ανωτέρω, η γη της Ηλείας παράγει άριστης ποιότητας αγροτικά προϊόντα. Έτσι, λοιπόν, είτε σε τοπικό επίπεδο, είτε σε ένα ευρύτερο Πελοποννησιακό πλαίσιο, στα εστιατόρια αλλά και στα καταστήματα που πωλούν εδώδιμα παραδοσιακά προϊόντα θα έπρεπε να υπάρχει ένα διακριτικό που να υποδεικνύει ότι η πρώτη ύλη που χρησιμοποιείται, προέρχεται από την περιοχή. Το εγχείρημα αυτό το δοκίμασε ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων (ΣΕΒΕ) για τη Μακεδονία, στα τέλη του 2019, με σκοπό να το προτείνει ως συνοδευτικό σε συσκευασίες, προωθητικό υλικό ή κάθε άλλο προϊόν, που έχει λόγους να τονίσει την μακεδονική του ταυτότητα (agro24, 2019).



Εικόνα 45: Δείγμα ταυτότητας προϊόντων Πηγή: (agro24, 2019)

Για την ανάδειξη του τόπου συστήνεται επίσης να συνδυαστούν οι σύγχρονες τάσεις με τις κλασσικές. Στην περιοχή μπορούν να φιλοξενηθούν διάσημες ανάλαφρες εκδηλώσεις, όπως για παράδειγμα μόδας, ή εκδηλώσεις καλλιτεχνικού ενδιαφέροντος, όπως εκθέσεις πινάκων ζωγραφικής σύγχρονων καλλιτεχνών. Οι εκδηλώσεις θα μπορούσαν να διεξαχθούν σε ειδικά διαμορφωμένους και ελκυστικούς κλασσικούς χώρους. Την ίδια στιγμή, πλήθος αναγνωρίσιμων καλεσμένων θα παρευρίσκονται για να παρακολουθήσουν την εκδήλωση. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης θα καλύψουν το γεγονός, δίνοντας τη δέουσα έκταση. Ομοίως, οι διαμορφωτές κοινής γνώμης θα διαφημίσουν μέσα από τα social media (influencers). Οι εκδηλώσεις αυτές μπορεί να αφορούν σε άλλα σύγχρονα θέματα, παραδείγματος χάριν απονομή βραβείων κάποιου καλλιτεχνικού δρώμενου, αλλά θα μπορούσαν να έχουν και φιλανθρωπικό χαρακτήρα.

Για την επιτυχία του επικοινωνιακού πλάνου, θα πρέπει να παρακολουθούνται σε τακτά διαστήματα οι ενέργειες και να μετράται η αποδοτικότητά τους. Σε κάθε κακώς κείμενο που εντοπίζεται, θα πρέπει να γίνονται άμεσα στοχευμένες διορθωτικές ενέργειες, προκειμένου να αναπροσαρμόζεται το πλάνο. Οι αρμόδιοι εμπλεκόμενοι φορείς θα πρέπει να διαθέτουν γνώσεις και ικανότητες για να προκύψει ένα ποιοτικό αποτέλεσμα και να συντηρείται με συνέχεια και συνέπεια (INSETE, 2019).

7.1.10. Ανάλυση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος (SWOT Analysis)

Η ανάλυση των συνθηκών που ισχύουν στο εσωτερικό και εξωτερικό τμήμα ενός οργανισμού αποτελούν και τον πυρήνα σχεδιασμού του τουριστικού μάρκετινγκ. Έτσι, εξετάζοντας το εσωτερικό περιβάλλον συναντά κανείς τα δυνατά και αδύνατα σημεία, ενώ στο εξωτερικό περιβάλλον συνειδητοποιούν οι ενδιαφερόμενοι τις ευκαιρίες που θα πρέπει να

εκμεταλλευτούν, ή τους κινδύνους που ελλοχεύουν (Χυτήρης, 2006) (Kotler & Armstrong 1996).

Πρόκειται για ένα εργαλείο, από το οποίο προκύπτουν συνοπτικά απαντήσεις για τα κρίσιμα σημεία που πρέπει να ελέγξουν και να βελτιώσουν οι εμπλεκόμενοι, προτού αποτελέσουν απειλή. Παράλληλα, έχουν τη δυνατότητα να συνειδητοποιήσουν τα δυνατά τους σημεία και να τα εξελίξουν περαιτέρω, καθώς και να αξιοποιήσουν τυχόν ευκαιρίες που προκύπτουν στην αγορά. Η προέκταση των δυνατών και αδύνατων σημείων του εκάστοτε οργανισμού αποτελούν αντίστοιχα την προβολή των ευκαιριών, ή απειλών.

SWOT analysis Ηλεία

(Δυνατά & Αδύνατα σημεία, ευκαιρίες και απειλές)

Δυνατά σημεία	<ul style="list-style-type: none"> - Αρχαίος Ελληνικός Πολιτισμός - Σημαντικά πολιτισμικά δρώμενα - Σύγχρονες μορφές τουρισμού - Υποδομές - Πρόσβαση στο νομό σχεδόν με όλα τα μέσα - Φυσικό κάλλος - Παραλίες και ακτές - Κλίμα της περιοχής - Άριστες Α΄ ύλες - Virtual Reality - Υπερμαρίνα Κυλλήνης - Ασφαλής προορισμός 	Ευκαιρίες	<ul style="list-style-type: none"> - Προγραμματιζόμενη ανάπτυξη υποδομών αναψυχής - Προσέλκυση τουριστών τις εποχές χαμηλής ζήτησης με ελκυστικά πακέτα - Προσέλκυση yachting & sailing τουριστών - Διοργάνωση πλούσιων και φημισμένων εκδηλώσεων - Αναγνωρισμένο brand - Εξωστρέφεια αναφορικά με Α ύλες - Γαστρονομικοί δρόμοι και δρόμοι κρασιού - Νέες θέσεις εργασίας - Προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδηματικού επιπέδου - Επικοινωνιακή καμπάνια
----------------------	--	------------------	--

Αδύνατα σημεία	<ul style="list-style-type: none"> - Εποχικότητα - Μη ικανοποιητική συντήρηση των αρχαιολογικών χώρων - Περιορισμένες οι δυνατότητες χρήσης για κάθε μέσο μαζικής μεταφοράς - Συγκριτικά χαμηλό επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών - Περιορισμένη παρουσία διεθνών ξενοδοχειακών αλυσίδων - Ανεπαρκής συντήρηση αρχαιολογικών χώρων και πολιτιστικού ενδιαφέροντος - Δε θεωρείται ρομαντικός προορισμός - Δεν έχει θεσπιστεί ισχυρό brand προβολής - Φήμη 	Απειλές	<ul style="list-style-type: none"> - Μη σταθερό οικονομικό περιβάλλον και αποθάρρυνση επενδύσεων - Ο άνεργος εκπαιδευμένος πληθυσμός αναγκάζεται να εργαστεί σε άλλη περιοχή - Πανδημία- Covid 19 - Ισχυρός ανταγωνισμός με άλλες περιοχές - Δεν υπάρχουν κοινοτικές επιχορηγήσεις - Περιορισμένη απορροφητικότητα κονδυλίων - Απαιτητικοί τουρίστες - Οι υψηλού εισοδηματικού επιπέδου τουρίστες επιλέγουν άλλους προορισμούς - Λοιποί ελληνικοί προορισμοί επιλέγονται, ακόμη και αν είναι υποδεέστεροι
-----------------------	---	----------------	--

Πίνακας 10: S.W.O.T Analysis Πηγή: Δρόσος Κονδύλης

Δυνατά σημεία του Νομού

- Η αναβάθμιση και ο εκσυγχρονισμός των λιμανιών και το νέο έργο που έχει υπογραφεί για τη δημιουργία Υπερμαρίνας στην Κυλλήνη θα δώσει κύρος στην περιοχή και θα ενισχύσει την τοπική οικονομία.
- Η αναβάθμιση της υπάρχουσας σιδηροδρομικής γραμμής θα αποτελέσει σημαντικό έργο για το Νομό, καθώς βελτιώνει την διασύνδεση των σημείων ενδιαφέροντος.
- Σπουδαίο συγκριτικό πλεονέκτημα για το Νομό αποτελεί το γεγονός ότι πληροί όλες τις παραμέτρους που καθιστούν ένα νησιωτικό προορισμό ελκυστικό, χωρίς όμως να είναι. Αυτό σημαίνει ότι ο επισκέπτης έχει περισσότερες εναλλακτικές επιλογές για να προσεγγίσει το μέρος. Στην περίπτωση δε του ιδιωτικού οχήματος, αποφεύγει την αναγκαιότητα πλήρους προγραμματισμού, προκειμένου να προλάβει τη σύνδεση με το πλοίο. Επιπροσθέτως, στο ταξίδι νιώθει ασφαλής, χωρίς να χρειαστεί να συγχρωτιστεί με άλλους συνεπιβάτες.
- Το φυσικό κάλλος της περιοχής, η ποικιλομορφία του τοπίου, τα σπάνια οικοσυστήματα είναι μερικοί μόνο από τους λόγους που συντέλεσαν στη δημιουργία των σύγχρονων μορφών οικοτουρισμού και θαλάσσιου τουρισμού.
- Εξίσου σημαντικό παράγοντα αποτέλεσε και η σπουδαία πρωτογενής παραγωγή, που έδωσε το έναυσμα για τον αγροτουρισμό. Οι αμπελώνες της περιοχής, οι ελιές και άλλα προϊόντα, αλλά και η τεχνογνωσία των ανθρώπων εκκίνησαν τον αγροτουρισμό στην περιοχή.

- Ο μοναδικός χαρακτήρας ορισμένων οικισμών, με τα ιδιαίτερα κτίσματα και το γραφικό τους χαρακτήρα, έδωσαν πνοή στον αστικό τουρισμό.
- Αντίστοιχα, τα πολιτιστικά δρώμενα του τόπου είναι ικανά να αποτελέσουν από μόνα τους κίνητρο για την ελκυστικότητα του τόπου και την απόδοση κύρους.
- Οι παραλίες και οι ακτές της Ηλείας έχουν κατακτήσει ήδη τη φήμη που τους αξίζει και δέχονται επισκέπτες από το εξωτερικό, ή εσωτερικής προέλευσης.
- Το κλίμα της περιοχής προσφέρεται για χειμερινές και θερινές διακοπές, γεγονός που επιτρέπει στον τουρίστα να προγραμματίζει εγκαίρως το ταξίδι του. Ο χειμώνας έχει βροχοπτώσεις, αλλά είναι γενικά ήπιος, ώστε να επιτρέπει στον επισκέπτη να επιλέξει τον προορισμό. Το καλοκαίρι αντίστοιχα είναι θερμό, χωρίς προβλήματα έντονων ανέμων.
- Η περιοχή της Ηλείας βρίθει αρχαιολογικών, βυζαντινών, θρησκευτικών και σύγχρονων θησαυρών. Είτε πρόκειται για υψηλού έως παγκοσμίου ενδιαφέροντος, όπως η Αρχαία Ολυμπία, είτε μεσαίου ευρύτερου ενδιαφέροντος, όπως το Κάστρο Χλεμούτσι, είτε εξειδικευμένου/επιλεγμένου ενδιαφέροντος όπως, ο οικοτουρισμός και ο συνεδριακός τουρισμός, η Ηλεία συμμετέχει με περισσότερες από μια προτάσεις οι οποίες αφήνουν έκπληκτο και έκθαμβο τον εκάστοτε επισκέπτη. Ως συνέπεια, επιτυγχάνει την αύξηση της επισκεψιμότητας. Η αύξηση αυτή προφανώς θα προέλθει τόσο από τους ίδιους, όσο και από εκείνους που θα επηρεαστούν από τις διηγήσεις και την από στόματος διαφήμιση, για όσα τους πρόσφερε απλόχερα η περιοχή.
- Τουριστική αξιοποίηση του Κάστρου Χλεμούτσι μέσω των δράσεων της εικονικής πραγματικότητας.
- Η πολιτιστική χορηγία της Microsoft για την εικονική αναπαράσταση των τρισδιάστατων μνημείων στην Ολυμπία, αλλά και τη ζωή όπως εκτιμάται ότι ήταν μέσα από τις έρευνες. Η ψηφιακή ξενάγηση θα απογειώσει τον τόπο και τη δημοτικότητά του. Παράλληλα θα δημιουργήσει τουριστική ζήτηση.

Ευκαιρίες

Ευοίωνο παρουσιάζεται το μέλλον για την Ηλεία, αρκεί βέβαια να αξιοποιηθούν καταλλήλως οι ευκαιρίες που ανακύπτουν.

- Η αναβάθμιση της σιδηροδρομικής γραμμής θα διευκολύνει τη μετακίνηση των τουριστών και μόνιμων κατοίκων μεταξύ των αξιοθέατων.

- Οι νέοι αυτοκινητόδρομοι θα συμβάλλουν σημαντικά στην ταχύτερη ασφαλέστερη μετακίνηση προς το νομό.
- Η αναβάθμιση των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών θα συμβάλλει στην προσέλκυση τουριστών που ανήκουν σε ανώτερο εισοδηματικό επίπεδο.
- Ο παγκόσμιος τουρισμός δείχνει πολύ μεγάλο ενδιαφέρον για την κρουαζιέρα. Σύμφωνα με τις τελευταίες παγκόσμιες τάσεις, οι επιβάτες κρουαζιέρας επιθυμούν να συναντήσουν νέους πολιτισμούς. Παράλληλα, η ζήτηση κρουαζιέρας κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου έχει σημειώσει σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια (Ναυτικά Χρονικά, 2018).

Η περιοχή προσφέρεται ώστε να φιλοξενήσει επισκέπτες από την αγορά στόχο που ανήκει σε υψηλότερο εισοδηματικό επίπεδο, με την παροχή υπηρεσιών yachting και sailing. Η κατηγορία αυτή μπορεί να αφορά είτε στη μίσθωση ιστιοφόρων και σκαφών, είτε στη φιλοξενία τους στο λιμάνι. Σε κάθε περίπτωση, η παρεχόμενη υπηρεσία θα πρέπει να είναι ανώτερου επιπέδου, ικανή να ικανοποιήσει όλες τις επιθυμίες του πλέον απαιτητικού κοινού.

- Σε μακροπρόθεσμο επίπεδο, για την προβολή και ανάδειξη της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς του Νομού θα πρέπει να μελετηθεί και να δημιουργηθεί ένα σύγχρονο πολιτικό αεροδρόμιο. Με αυτή την επένδυση θα εκσυγχρονιστεί η από αέρος προσέγγιση του, που μέχρι τώρα υπο-εξυπηρετείται.
- Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι εξαγωγές προϊόντων συνεπάγονται την ποιότητα και σωστή διαχείριση του εξαγωγίμου προϊόντος. Τα οφέλη συνήθως είναι σημαντικά, ιδίως όταν η εξαγωγή απευθύνεται σε χώρες με συγκριτικά πιο δυνατή οικονομία. Έτσι τα αγροτικά προϊόντα του τόπου, είτε αφορούν στον πρωτογενή, είτε στο δευτερογενή τομέα, έχουν πάντοτε περιθώριο βελτίωσης και στοχεύουν κάθε φορά σε σημαντικότερη αγορά.
- Οι επιτυχημένες δράσεις άλλων Νομών μπορεί να αποτελέσουν παράδειγμα προς μίμηση για την Ηλεία, ή να δημιουργήσουν συνέργειες. Επιτυχημένο παράδειγμα αποτελούν «Οι δρόμοι του κρασιού της Πελοποννήσου», όπου η Ηλεία έχει συμπεριληφθεί, ωστόσο δεν έχει λάβει την κατάλληλη ανάδειξη στη συνείδηση του επισκέπτη (peloponnesewineroads.com, 2019).
- Για την επίλυση του προβλήματος της εποχικότητας, οι εμπλεκόμενοι μπορούν να παρουσιάσουν προς τους πελάτες ειδικά ελκυστικά πακέτα επισκέψεως του τόπου στη χαμηλή τουριστική ζήτηση. Μπορούν να δώσουν έμφαση στον οικοτουρισμό και τον αγροτουρισμό.

- Οι λειτουργικές ανάγκες της περιοχής δίνουν το έναυσμα για την εκπόνηση μελέτης και υλοποίησης δημιουργίας ελικοδρόμιων.
- Η αντιμετώπιση της εποχικότητας θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας και θα βοηθήσει στη συντήρηση των υπαρχουσών. Η κατάσταση αυτή αποτελεί ακόμη μεγαλύτερη ευκαιρία για τον τόπο, αν η απασχόληση επιτευχθεί να συνδυαστεί με παραμονή των ντόπιων στον τόπο τους, πολλώ δε μάλλον όταν πρόκειται για εκπαιδευμένα στελέχη του τουρισμού.
- Η επικοινωνιακή καμπάνια που αναπτύχθηκε ανωτέρω δύναται να επιφέρει σπουδαία αποτελέσματα, αναφορικά με την αναγνωρισιμότητα του τόπου από τον τουρισμό. Επίσης, άξιο αναφοράς είναι ότι στο πλαίσιο ενός αποδεκτού κατά το ευρύ κοινό τόπου, μπορούν να δικαιολογηθούν πολλά λάθη, ή κακώς κείμενα, κρατώντας οι επισκέπτες μόνο τη μεγάλη εικόνα. Η ανάπτυξη ενός διεθνούς αναγνωρισμένου brand αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση.
- Ο πλούτος της Ηλείας που έχει αναλυθεί ανωτέρω, μπορεί να αποτελέσει το μέσο, ώστε ο Νομός να αναγνωριστεί διεθνώς ποικιλοτρόπως. Η φιλοξενία εκδηλώσεων μπορεί να αποτελέσει τον καταλύτη, προκειμένου με διαφορετικό κίνητρο, να ταξιδέψουν πολλοί επισκέπτες προς το Νομό. Παράδειγμα μπορεί να αποτελεί η διοργάνωση σύγχρονων ή παραδοσιακών εκδηλώσεων, όπως Καλλιστεία Ομορφιάς, ή στο άλλο άκρο διεθνής Μπιενάλε.

Αδύνατα σημεία του Νομού

- Ο διαθέσιμος χρόνος του τουρίστα είναι πολύτιμος και κάθε είδους προβληματισμός, ή ανασφάλεια μπορεί να λειτουργήσουν αποτρεπτικά.
- Η γρήγορη και ασφαλής πρόσβαση στο Νομό, μέσω κάποιας υπερταχείας απουσιάζει.
- Στις αξιολογήσεις όμως διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο η προσβασιμότητα και η προσέγγιση των αξιοθέατων του προορισμού. Για τον επισκέπτη συνήθως αποτελεί μία από τις βασικές παραμέτρους για την επιλογή του προορισμού. Το οδικό δίκτυο παρουσιάζει σοβαρές ελλείψεις, μέχρι τη σύνδεση με το νέο αυτοκινητόδρομο.
- Η εποχικότητα του τουρισμού που ταυτίζεται με μια περίοδο πέντε μηνών, αποτελεί μόνιμο πρόβλημα για τους τουριστικούς προορισμούς, το οποίο επισύρει και μία ακολουθία προβλημάτων. Οι ξενοδοχειακές μονάδες που καλούνται να μείνουν ανοιχτές καθόλη τη διάρκεια του έτους πλήττονται περισσότερο, αφού παρουσιάζουν χαμηλή μέση πληρότητα, ενώ από την άλλη τα λειτουργικά έξοδα είναι αυξημένα.

- Η έλλειψη αεροπορικών συνδέσεων με το Νομό δημιουργεί προβλήματα στην εξυπηρέτηση της τουριστικής προσέλευσης. Οι ανάγκες εξυπηρετούνται μερικώς με πτήσεις charter από το Αεροδρόμιο του Αράξου, το οποίο απέχει σημαντικά από τα σημεία προορισμού των επισκεπτών και εξυπηρετεί πτήσεις εξωτερικού μόνο κατά τη διάρκεια της θερινής περιόδου.
- Ο αρχαιολογικός πλούτος της περιοχής αποτελεί μοναδική κληρονομιά. Ωστόσο, εκτός από την Αρχαία Ολυμπία, που έχει γνωρίσει δόξα και διεθνή αναγνώριση, για τους υπόλοιπους αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία, δεν έχει ληφθεί κάποια ειδική μέριμνα αξιοποίησής τους.
- Τα ιαματικά λουτρά της περιοχής, τα οποία αποτελούν ισχυρό κίνητρο για την προσέλευση επισκεπτών είναι μη αξιοποιημένα και εγκαταλειμμένα. Τα φημισμένα λουτρά Κυλλήνης λειτουργούν μεν, αλλά χρειάζονται αναβάθμιση και προβολή. Δυσμενέστερη είναι η κατάσταση στα υπόλοιπα λουτρά της περιοχής.
- Τα δάση του Νομού αποτελούν επίγειους παράδεισους, με κυριότερο το δρυόδασος της Φολόης, που είναι σπάνιο στην Ευρώπη. Ωστόσο, χρήζει πιο επιμελούς συντήρησης και προβολής.
- Στην Ηλεία δεν υπάρχει μία ολοκληρωμένη στρατηγική ανάπτυξης του τουρισμού, με αποτέλεσμα οποιαδήποτε ενέργεια να είναι μεμονωμένη και να μην στοχεύει σε ένα συγκεκριμένο και μακροπρόθεσμο σχέδιο.

Απειλές

- Οι άριστα καταρτισμένοι υπάλληλοι που απασχολούνται στον τουριστικό τομέα, λόγω της εποχικότητας συχνά αλλάζουν επάγγελμα, ή μετακομίζουν σε άλλη γεωγραφική περιοχή, ανάλογα με την προσφορά εργασίας. Αυτό συνεπάγεται την ερήμωση και υποστελέχωση του τόπου.
- Οι τουρίστες υψηλής εισοδηματικής τάξης αποτελούν κατά κανόνα πιο απαιτητικό κοινό, καθώς επιθυμούν να λάβουν εμπειρίες από το ταξίδι τους ανάλογες των προσδοκιών τους και των χρημάτων που θα ξοδέψουν. Τυχόν προβλήματα στις παρεχόμενες υπηρεσίες και στις υποδομές, θα προκαλέσουν τη δυσαρέσκειά τους. Από τη διάδοση αρνητικών εμπειριών διακυβεύεται η φήμη του τόπου, ιδίως σε αυτό το εισοδηματικό επίπεδο, που καταβάλλονται προσπάθειες να επισκεφθεί το Νομό.
- Στις νησιωτικές και ηπειρωτικές περιοχές της χώρας προσφέρονται πολυάριθμοι τουριστικοί προορισμοί που έχουν επιτυχημένη διεθνή αναγνώριση. Ορισμένοι από αυτούς μπορούν να αποτελέσουν μια μοναδική εμπειρία για τον τουρίστα. Υπάρχουν

ωστόσο και κάποιοι άλλοι που στερούνται οποιουδήποτε ενδιαφέροντος για να προσφέρουν στον τουρίστα, εκτός από το μοντέλο ήλιος- θάλασσα. Αυτό όμως που τους κρατά υψηλά στις προτιμήσεις των τουριστών είναι η φήμη τους, η αύρα τους και το γεγονός ότι ίσως να μην έχουν δεχθεί κάποια πιο ενδιαφέροντα και ολοκληρωμένα αντιπρόταση.

- Αντίστοιχη είναι η κατάσταση και με ορισμένες χώρες της Μεσογείου που ανταγωνίζονται την Ελλάδα και στην προκειμένη περίπτωση και το Νομό.
- Τα προβλήματα στο επαρχιακό δίκτυο εντείνονται κατά τους χειμερινούς μήνες, γεγονός που αποτελεί εμπόδιο στην ανάπτυξη χειμερινών τουριστικών δραστηριοτήτων και επιπλέον επιφέρει αρνητική δημοσιότητα του τόπου.
- Η αργή απορρόφηση των κονδυλίων που εγκρίνονται κατά περίπτωση για την ενίσχυση του Νομού είναι απόρροια της γραφειοκρατίας και συνεπάγεται την καθυστέρηση των έργων που έχουν εγκριθεί.
- Ο ιός του Covid -19 αποτελεί από μόνος του μία απειλή σε παγκόσμιο και τοπικό επίπεδο. Επιπλέον έρχεται να υπερτονίσει το ευμετάβλητο περιβάλλον που δραστηριοποιείται γενικά το επιχειρείν και ειδικά ο τουρισμός (όλων των μορφών). Η Ηλεία έχει ήδη πληγεί αμέσως και εμμέσως από τις συνέπειες του ιού. Οι αρμόδιοι φορείς θα πρέπει να στηριχτούν στην αξιοποίηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων του Νομού, προκειμένου να μπορέσουν να συμβάλουν στην οικονομική του ανάκαμψη. Εάν οι απαραίτητες ενέργειες δε γίνουν στοχευμένα και ευέλικτα, τότε η ζημιά για το Νομό θα είναι ανυπολόγιστη και μη αναστρέψιμη (businessdaily.gr, 2020).

7.1.11. Άριστο μείγμα μάρκετινγκ

Από την ανάλυση που προηγήθηκε συνάγεται ότι ο τουρισμός στην περιοχή έχει σημαντικά περιθώρια βελτίωσης που θα τον καταστήσουν ανταγωνιστικότερο σε σχέση με τον αντίστοιχο τουρισμό άλλων χωρών, ή ακόμη και με άλλες περιοχές της χώρας.

Η επίδραση του τουρισμού λειτουργεί ως καταλύτης στην αποδοτικότητα για την οικονομία και φέρνει στο προσκήνιο την αναγκαιότητα συντονισμένης πολιτικής για τη διαχείρισή του, το οποίο είναι πολλές φορές το ζητούμενο. Οι επιτυχημένες στον τομέα χώρες έχουν επιτύχει στο συντονισμό, στη διάρκεια και τη συνέπεια των προσπαθειών.

Η τελική απόφαση αγοράς από έναν επισκέπτη επηρεάζεται και από άλλες παραμέτρους, όπως από την επιθυμία του ταξιδιώτη να επισκεφθεί αρχαιολογικούς χώρους, να δοκιμάσει τοπικούς

οίνους και εδέσματα κ.οκ. Έτσι, οποιαδήποτε ενέργεια μάρκετινγκ σχεδιάζεται, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα αγαθά και οι υπηρεσίες που παράγονται στον τόπο του ενδιαφέροντος, με σκοπό την υποκίνηση του ταξιδιώτη. Το μάρκετινγκ στοχεύει στην αναγνώριση και ικανοποίηση των αναγκών και απαιτήσεων του καταναλωτή, έχοντας από την άλλη ως σκοπό το κέρδος. Σε τουριστικό επίπεδο, το μάρκετινγκ μελετά τις ανάγκες, επιθυμίες και απαιτήσεις των τουριστών και βοηθά ως καταλύτης να πραγματοποιηθούν προκειμένου να αποκτήσουν μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς. Σκοπεύει στην προβολή των επιμέρους μορφών τουρισμού. Το άριστο μείγμα μάρκετινγκ ικανοποιεί τις ανάγκες των ταξιδιωτών, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στις ανάγκες της επιχείρησης. Για να επιτευχθεί αυτό χρειάζεται να αναπτυχθεί το κατάλληλο αγαθό, ή υπηρεσία, να προσφέρεται στην κατάλληλη τιμή, επίσης να προσφέρεται σε βολικό τόπο με ικανή πρόσβαση και τέλος να έχει την κατάλληλη προβολή. Να εξασφαλίζεται, δηλαδή, η επαρκής ροή μηνυμάτων από την επιχείρηση προς την αγορά στόχο. Συνοπτικά, το μείγμα μάρκετινγκ ορίζεται από τα 4 P:

- Product (προϊόν)
- Price (τιμή)
- Place (τοποθεσία)
- Promotion (προώθηση-προβολή)

Το τουριστικό προϊόν αποτελεί μια πολυδιάστατη οντότητα, που αποτελείται από αγαθά και υπηρεσίες. Πρόκειται για ένα μεγάλο εύρος προϊόντων και υπηρεσιών που ικανοποιούν τις τουριστικές αποφάσεις των ταξιδιωτών σε ό,τι έχει να κάνει με τη διαμονή, τη διατροφή, τη μετακίνηση, τα σημεία ενδιαφέροντος κ.οκ. Η προώθηση ενός σωστού τουριστικού προϊόντος απαιτεί συνεργασία και αφοσίωση από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς. Για να έρθει όμως το προϊόν στην αγορά, θα πρέπει πρωτίστως να έχει αποφασιστεί με ποιο όνομα θα έρθει. Το σήμα των Ολυμπιακών Αγώνων συνεχίζει να αποτελεί ένα από τα πιο αναγνωρίσιμα σύμβολα (brands) παγκοσμίως. Το σύμβολο, λοιπόν, έχει αξιοποιηθεί και προβληθεί από τη Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή, καθώς και από άλλες ιδιωτικές επιχειρήσεις με σκοπό να καρπωθούν την αίγλη. Δεν είναι, ωστόσο, βέβαιη η ταύτιση του σήματος με την Ολυμπία, γενέτειρα των Ολυμπιακών Αγώνων. Πέρα από αυτό το γεγονός, όπως έχει αναλυθεί στα ανωτέρω κεφάλαια, η Ηλεία έχει και πολλούς ακόμη λόγους για τους οποίους θα μπορούσε να προβάλλεται. Έτσι, ενδεχομένως ένα ευρύτερου ενδιαφέροντος brand name, πιθανώς, να ήταν καταλληλότερο για την προβολή του Νομού. Αυτό και θα αποτελούσε την ταύτιση στη συνείδηση του επισκέπτη με τον προορισμό (olympic.org, 2013).

Ως brand ορίζεται «ένα όνομα, ένας όρος, ένα σχέδιο, ένα σύμβολο ή οποιοδήποτε άλλο χαρακτηριστικό το οποίο ταυτίζεται με το προϊόν ή την υπηρεσία ή ενός ανθρώπου και το διαφοροποιεί από τα άλλα της αγοράς» (ama.org, 2020).

Το Branding αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο ο άνθρωπος αντιλαμβάνεται το προϊόν ή την υπηρεσία που του παρέχεται. Πρόκειται, δηλαδή, για τον τρόπο με τον οποίο το όνομα έχει εντυπωθεί στο υποσυνείδητό του. Το Branding ευθύνεται για τις αναμνήσεις που έχουν οι άνθρωποι από διάφορες υπηρεσίες και προϊόντα. Στο άκουσμά τους, ανακαλούν τις αναμνήσεις στη μνήμη τους και αν οι εμπειρίες είναι θετικές, τότε είναι φίλα προσκείμενοι να ξαναβιώσουν την ίδια ή σχετιζόμενη με την αρχική εμπειρία.

Προκύπτει, λοιπόν, ότι η δημιουργία ενός δυνατού brand είναι απαραίτητη, καθώς αποτελεί την ταυτότητα αυτού που αντικατοπτρίζει και ο επισκέπτης μόλις το ακούσει, δε θα χρειάζεται καμία περαιτέρω επεξήγηση και πληροφορία. Μοναδικά χαρακτηριστικά που πρέπει να ληφθούν υπόψιν για την ενίσχυση του brand στην περιοχή της Ηλείας είναι:

- Εναλλαγή τοπίου, ήλιου και θάλασσας, σημεία ενδιαφέροντος, ποταμοί και λίμνες (Παραδείγματα αποτελούν οι παραλίες Ζαχάρω, Κουρούτας, ο ποταμός Νέδα, η λιμνοθάλασσα Κοτυχίου).
- Γραφικοί οικισμοί, παραδοσιακά κτίρια, σημεία επισκέψιμα με αυτοκίνητο, γαστρονομικά προϊόντα (Παραδείγματα χάριν κτίρια του Τσίλλερ, οικισμοί Λαμπείας και Ανδρίτσαινας, δάσος Φολόης, προϊόντα ελαιόλαδου, σταφίδας, μελιού κ.οκ.).
- Αρχαιολογικός, μεσαιωνικός, θρησκευτικός πολιτισμός (Αρχαία Ολυμπία, Αρχαία Ήλιδα, Κάστρο Χλεμούτσι, Ναός Επικούρειου Απόλλωνα, Ιερά Μονή Βλαχέρνας).
- Ανερχόμενος προορισμός για διακοπές υψηλών προδιαγραφών (sailing, yachts, ξενοδοχεία 5 αστέρων) (Doswell, 2002).

Η τιμή αφορά στην ενδεδειγμένη νομισματική αξία που θα πληρώσει τελικά ο ταξιδιώτης προκειμένου να ικανοποιήσει την επιθυμία του. Είναι σε πλήρη συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά, την ποιότητα του προϊόντος και την προστιθέμενη αξία που προσδίδει σε αυτό. Στην τουριστική βιομηχανία, τα εμπλεκόμενα μέρη διαμορφώνουν την τιμολογιακή πολιτική. Οι ξένοι φορείς και οι πράκτορες μπορούν να επηρεάσουν καταλυτικά την τιμή, γιατί λόγω μεγέθους έχουν μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη. Η δύναμη των εγχώριων φορέων σε αυτή την περίπτωση είναι περιορισμένη. Η σωστή τιμολόγηση θα οδηγήσει σε κερδοφορία, που είναι και το ζητούμενο του εγχειρήματος.

Η δημιουργία κατάλληλων καναλιών διανομής είναι πολύ σημαντική, ώστε ο ταξιδιώτης να έχει εύκολη πρόσβαση στο τουριστικό προϊόν από όποιο μέρος και αν βρίσκεται. Η εύκολη πρόσβαση θα πρέπει να είναι διαθέσιμη την κατάλληλη στιγμή και να προσφέρεται με το ενδεδειγμένο αντίτιμο.

Οι τεχνικές προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος δύναται να αναφέρονται στη διαφήμιση, την απευθείας πώληση, την προβολή μέσω των Μ.Μ.Ε (κοινωνικά μέσα δικτύωσης, τηλεόραση, ραδιόφωνο, διαδίκτυο κ.οκ.). Με τα προωθητικά εργαλεία επιτυγχάνεται η μεγαλύτερη ζήτηση για το τουριστικό προϊόν.

Η διαφήμιση είναι απρόσωπη και περιλαμβάνει όλα τα μέσα από τα οποία μπορεί να επηρεαστεί η τελική απόφαση του καταναλωτή, χωρίς να μεσολαβήσει καμία διαπροσωπική επαφή. Τέτοιου είδους διαφημιστικά μέσα μπορεί να αποτελέσουν οι εφημερίδες, τα περιοδικά, η τηλεόραση, οι ταξιδιωτικοί οδηγοί. Η διαφήμιση ενημερώνει το δυνητικό ταξιδιώτη, τον βοηθά να καλύψει ανάγκες που ανέκυσαν και με έμμεσο τρόπο δημιουργεί νέες, απευθυνόμενη πλέον στην κάλυψη ανώτερων κοινωνικών αναγκών (Μπατζιάς, et al., 2008).

Κατά την προσωπική πώληση, ο πωλητής έχει τη δυνατότητα να εξατομικεύσει το τουριστικό προϊόν και να το προσαρμόσει πλήρως στις προσωπικές ανάγκες του κάθε ενδιαφερόμενου, παρέχοντας ιδανικές λύσεις.

Τέλος, οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν μία μελετημένη διαρκή προσπάθεια, άκρως διαπροσωπική. Για να διατηρηθούν χρειάζονται αμοιβαία αποδοχή και συνήθως βρίσκουν έδαφος σε ομιλίες, συγκεντρώσεις, γεύματα. Ενδέχεται να επιφέρει και μεγαλύτερη κερδοφορία σε σχέση με τα ανωτέρω, καθώς εμπεριέχεται και ο συναισθηματικός παράγοντας. Θα πρέπει να αναπτυχθεί μια στρατηγική μάρκετινγκ σε μακροπρόθεσμο επίπεδο, ώστε οι τουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα να αποβάλλουν την πεπατημένη και να έχουν μία πιο σφαιρική αντίληψη σχετικά με τους πιθανούς προορισμούς της. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω της πληρέστερης προβολής του τουριστικού προφίλ της χώρας, με στοχευμένες καμπάνιες, οι οποίες θα συνδυάζονται με ελκυστικά και εξατομικευμένα τουριστικά πακέτα προς τους επισκέπτες. Τα εξατομικευμένα πακέτα θα προσελκύσουν τουρίστες με διαφορετικά και ποικίλα ενδιαφέροντα, σύμφωνα με τα οποία θα επιλέξουν περισσότερες από μια μορφές τουρισμού, πέρα από το συνηθισμένο και απρόσωπο μοντέλο ήλιος- θάλασσα και επίσης δύναται να επισκεφθούν τη χώρα σε εποχή διαφορετική της υψηλής τουριστικής ζήτησης (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001). Για τη χάραξη της στρατηγικής μάρκετινγκ κρίνεται απαραίτητη η συνεισφορά ιδιωτικών και δημόσιων φορέων, ώστε να επιτευχθεί η διαφοροποίηση των τουριστικών πακέτων και να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητά τους.

7.2. Διαχείριση κρίσεων στον τουρισμό (Crisis Management in tourism)

Η ξαφνική κρίση που εμφανίστηκε στην Ελλάδα το Φεβρουάριο του 2020 και εξακολουθεί να απειλεί την υγεία των ανθρώπων σε παγκόσμιο επίπεδο, αποτελεί ένα κρίσιμο οριζόντιο γεγονός. Αφορά σε όλα τα επίπεδα της κοινωνικής υπόστασης συμπεριλαμβανομένου, προφανώς και του τουρισμού. Η κρίση είναι περισσότερο ένα γεγονός, παρά μία κακή είδηση. Εφόσον αποδεχθεί κανείς την πραγματικότητα, τότε γίνεται αντιληπτό ότι με τον κατάλληλο σχεδιασμό μπορεί να υπάρξει και θετική πλευρά (Glaesser, 2006).

Μια κρίση είναι ένα απρόβλεπτο γεγονός που μπορεί να βλάψει μία χώρα, μία ολόκληρη οργάνωση και φυσικά όλους τους εμπλεκόμενους φορείς. Η κρίση μπορεί να διαφαίνεται στον ορίζοντα ως απόρροια μια λανθασμένης ενέργειας ή όπως στην προκειμένη περίπτωση, μπορεί να εμφανιστεί χωρίς καμία προειδοποίηση, οποιαδήποτε στιγμή και σε οποιοδήποτε χώρο, ή τόπο. Δύναται να επηρεαστεί κάθε οργάνωση της κοινωνίας, οι επιχειρήσεις, οι οργανισμοί δημοσίου και ιδιωτικού συμφέροντος, οι ιδιώτες, τα φυσικά πρόσωπα, ανεξαρτήτως εισοδηματικών κριτηρίων (Fink, 2000).

Οι Rosenthal και Rijnenburg (1991) αναφέρουν ότι «η κρίση σχετίζεται με τις καταστάσεις που χαρακτηρίζονται από σοβαρή απειλή, ανασφάλεια και αίσθηση του κατεπείγοντος». Κρίση είναι μία κατάσταση, για την οποία πρέπει να γίνουν έκτακτες παρεμβατικές ενέργειες, ώστε να αποφευχθούν επιβλαβείς και ζημιογόνες συνθήκες για τον ανθρώπινο παράγοντα κυρίως, αλλά και για τον οργανισμό, ώστε να μπορέσει να επανέλθει σε μία κανονικότητα.

Λαμβάνοντας υπόψιν τα ανωτέρω, τα βασικά χαρακτηριστικά μίας κρίσης είναι:

- Απειλή για την ανθρώπινη οντότητα και τους φυσικούς πόρους.
- Το στοιχείο της απώλειας ελέγχου, λόγω της αιφνίδιας κατάστασης.
- Η έλλειψη χρόνου που μεσολαβεί μέχρι τη λήψη απόφασης.

7.2.1. Χαρακτηριστικά των κρίσεων

Η κάθε κρίση, ανεξαρτήτως του κλάδου που χτυπά και των επιπτώσεων που έχει, χαρακτηρίζεται από κάποια κοινά γνωρίσματα:

- Είναι κλιμακούμενης έντασης. Οι συνέπειες της κρίσης, ή το μέγεθος που αφορά δεν είναι ορατά από την πρώτη στιγμή.
- Επικρατεί ανασφάλεια και όλοι οι φορείς κυριεύονται από άγχος.
- Η καθημερινότητα επηρεάζεται πλήρως και χωρίς κάποιο δοκιμασμένο σχέδιο.
- Κινδυνεύει η δημόσια εικόνα του οργανισμού.

- Θα ελεγχθεί εξονυχιστικά από τους αρμόδιους φορείς.
- Προκαλεί ηθικές και υλικές ζημιές, σε ορισμένες περιπτώσεις ανυπολόγιστης αξίας, που ταυτίζονται με την απώλεια ανθρώπων (Laws, et al., 2007).

Ο ιός Covid-19 χαρακτηρίζει μια ξαφνική κρίση, της οποίας προηγείται ελάχιστη έως μηδενική προειδοποίηση, με αποτέλεσμα να καθιστά αδύνατη την πρόβλεψη του κρίσιμου γεγονότος (Wikipedia, 2020).

Οι πρώτες μαρτυρίες των φορέων της περιοχής δημοσιεύτηκαν το Μάρτιο του 2020 και μαρτυρούν ότι η τοπική οικονομία υποφέρει. Το πλήγμα έχει επηρεάσει κυρίως τον τουρισμό, που αποτελεί σημαντικό οικονομικό παράγοντα για το Νομό, με πολυάριθμες επιχειρήσεις και επαγγελματίες να εξαρτώνται από αυτόν. Υπήρξε μεγάλη αβεβαιότητα αναφορικά με τις αφίξεις των κρουαζιερόπλοιων, με την τελετή Αφής της Φλόγας, που αποτελεί κορυφαίο γεγονός για τον τόπο και προσελκύει πλήθος τουριστών. Ο πρόεδρος του Συλλόγου Ξενοδόχων Αρχαίας Ολυμπίας επιβεβαίωσε ότι υπήρξαν πάρα πολλές ακυρώσεις από Ιταλία, Αμερική και Γαλλία. Ο Μάρτιος ήταν καταστροφικός μήνας, και δυσοίωνος για την εξέλιξη της τουριστικής περιόδου (Παπαδοπούλου, 2020).

Η διαχείριση κρίσεων είναι απαραίτητη διαδικασία για τη διατήρηση, αλλά και περαιτέρω υγιή ανάπτυξη του εκάστοτε οργανισμού. Δεδομένης της κατάστασης, οι στρατηγικές κινήσεις που μπορούν να γίνουν, ώστε να μετριαστεί η κρίση, ή οι συνέπειές της, είναι η απορρόφηση και αξιοποίηση των κρατικών και ευρωπαϊκών κονδυλίων που δίνονται υπό μορφή αποζημιώσεων και αναφέρονται τόσο στο σύνολο της περιοχής, όσο και σε επιμέρους ιδιωτικούς ή δημόσιους φορείς που αναγκάστηκαν να κλείσουν και είχαν διαφυγόντα κέρδη.

Επίσης, η λήψη μέτρων για τη μείωση της πιθανότητας ασθένειας του συνόλου των κατοίκων και επισκεπτών είναι απαραίτητη και πιο αποτελεσματική, σε σχέση με τις εκ των υστέρων ενέργειες αποκατάστασης των ζημιών. Όσο απαιτητικό και έντονο και αν είναι το χρονικό διάστημα που θα διαρκέσει η κρίση, θα πρέπει να λαμβάνεται μέριμνα για το μέλλον. Αυτό θα επιτευχθεί σε ό,τι αφορά στον ιό, με τις ιατροφαρμακευτικές ενέργειες του συστήματος υγείας και σε σχέση με την ευημερία του κράτους, οι επιχειρήσεις θα πρέπει αμείωτα να συνεχίσουν να σκέπτονται και να πράττουν επενδυτικά, ακόμη και αν η προσοχή όλων είναι στραμμένη στη δυσχερή κατάσταση. Η εμπειρία των ανθρώπων πρέπει να μετατραπεί σε γνώση και να ανταπεξέλθουν στη ρευστή κατάσταση που διέπει την πραγματικότητα.

Το κλειδί της επιτυχίας είναι η επικοινωνία. Οι αρμόδιοι πρέπει να λαμβάνουν υπόψιν ότι όλοι οι εμπλεκόμενοι θα σπεύσουν να διαφυλάξουν τα συμφέροντά τους, ακόμη και αν δεν είναι εφικτό, ή δεν έχει ουσία. Επίσης, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, προσπαθούν να

πληροφορήσουν τον πληθυσμό με τις τελευταίες εξελίξεις, χωρίς όμως να είναι πάντοτε ελεγμένη η εγκυρότητα της είδησης, ή η πηγή της πληροφόρησης. Έτσι, οι κινήσεις που γίνονται από τους αρμόδιους φορείς και εμπλεκόμενους διαχειριστές δημοσίων και ιδιωτικών συμφερόντων, θα πρέπει να είναι πολύ προσεκτικές και η πληροφόρηση συχνή, ουσιαστική και ακριβής (Δεριζιώτης, et al., 2006) (Henderson, 2007).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ο Νομός έχει τα συστατικά στοιχεία που μπορούν να του προσδώσουν εξαιρετική δυναμική ώστε να τοποθετηθεί στη συνείδηση του δυνητικού επισκέπτη μεταξύ των κορυφαίων επιλογών του. Ωστόσο, σημαντικά είναι τα στοιχεία που αποτελούν τροχοπέδη για την ανάπτυξη και ανάδειξη του Νομού.

Καταρχάς, απουσιάζει ένα σαφές νομικό πλαίσιο για την ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων. Για παράδειγμα, οι Ad hoc νομοθετικές παρεμβάσεις για τη χρήση γης, τον ορισμό αιγιαλού ή δάσους και η διαιώνιση δικαστικών διαδικασιών που προκύπτουν από την τυχόν προσφυγή στη δικαιοσύνη αποτελούν εμπόδιο εισόδου στον τουριστικό τομέα και απομακρύνει επενδυτικές ευκαιρίες.

Δεν υπάρχει ολοκληρωμένο σχέδιο για το τουριστικό προϊόν. Είτε σε εθνικό, είτε σε τοπικό επίπεδο ενέργειες που επηρεάζουν έμμεσα ή άμεσα τον τουρισμό σχεδιάζονται και εκτελούνται μεμονωμένα. Τρανό παράδειγμα είναι τα δημόσια έργα. Μεμονωμένα έργα, ελλιπείς μελέτες και μη εξασφαλισμένα κονδύλια οδηγούν σε ανεπάρκεια υποδομών, σημαντικές καθυστερήσεις και στην κατασκευή μη άρτιων έργων. Επιπλέον, πολλές φορές αυτά διαφημίζονται ως ολοκληρωμένα, χωρίς να είναι, με αποτέλεσμα να προκαλούν δυσαρέσκεια στον επισκέπτη ή τον χρήστη της υπηρεσίας.

Από την αναλυτική παρουσίαση των μορφών τουρισμού στο Νομό Ηλείας προκύπτει η πολυδιάστατη και πολύπλοκη φύση του τουριστικού προϊόντος. Είναι ζωτικής σημασίας κάθε σχέδιο ανάπτυξης να εμπλέκει και τους ιδιωτικούς φορείς της περιοχής. Νομικά πρόσωπα είναι αναγκαίο να συνεισφέρουν και να συμπράξουν στο σχεδιασμό ολιστικών δράσεων τόσο επενδυτικά, όσο και με τη μορφή κατάθεσης εμπειριών και προτάσεων. Φυσικά πρόσωπα μπορούν να προσθέσουν τις γνώσεις τους για τις ιδιαιτερότητες της περιοχής, να ενημερωθούν για τους στόχους και τα ευεργετήματα του σχεδίου και να δεσμευτούν στη διαχείριση και προστασία των συστατικών μερών του σχεδίου (περιβάλλον, μνημεία κ.οκ.). Μέσα από αυτή τη δράση θα αμβλυνθούν οι αντιδράσεις των κοινοτήτων, θα αλλάξει η νοοτροπία των ατόμων και η επιφυλακτικότητα απέναντι σε επενδύσεις.

Κάθε στρατηγική Marketing που αφορά στο Νομό οφείλει να μη διακατέχεται από γενικότητες. Όσο μεγάλη ή μικρή είναι μια περιοχή πρέπει να συλλέγει διαρκώς πληροφορίες για τον εισερχόμενο και τον εσωτερικό τουρισμό της. Η χώρα προέλευσης, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τουριστών, η επιλογή μέσου μετακίνησης, οι προτιμήσεις κατά την περίοδο διακοπών πρέπει να αναλύονται για τη διαμόρφωση του κατάλληλου μείγματος. Το επιθετικό

Marketing και οι δράσεις εξωστρέφειας είναι αναγκαίες, αλλά πρέπει να συνοδεύονται από πλήρη γνώση σχετικά με την αγορά – στόχο, καθώς και με το προφίλ του επισκέπτη.

Στην περιοχή απαιτείται να γίνει ένα τουλάχιστον μεγάλο δημόσιο έργο. Αυτό πρέπει να είναι το πολιτικό αεροδρόμιο. Προηγουμένως έγινε αναφορά στο αεροδρόμιο της Καλαμάτας και τον όγκο των αφίξεων. Είναι μια σχέση που σίγουρα λειτουργεί αμφίδρομα. Ο επισκέπτης αποζημιώνεται από την επιλογή του και με το δεδομένο της εύκολης πρόσβασης, η περιοχή κερδίζει είτε από την επαναληψιμότητα, είτε από τη δια στόματος διάδοση της εμπειρίας.

Σε κάθε πλάνο, σημαντικό ρόλο παίζουν οι άνθρωποι. Είναι απαραίτητο η περιοχή να προσελκύσει και να κρατήσει καταρτισμένο προσωπικό. Είναι ο καταλύτης που θα εξυψώσει τον οποιοδήποτε αναπτυξιακό σχεδιασμό.

Η χρήση της τεχνολογίας και των τεχνολογικών μέσων μπορεί να δώσει επιτυχίες αλλά χωρίς τους παράγοντες που αναφέρθηκαν δεν μπορεί οι επιτυχίες αυτές να έχουν διάρκεια. Ο ανταγωνισμός είναι πολύ μεγάλος. Υπάρχουν χώρες/περιοχές με καλύτερο προγραμματισμό και προσαρμοστικότητα. Στο πλαίσιο της διαρκούς αναβάθμισης των υπηρεσιών, η μελέτη και ανάλυση των δεδομένων και των παραδειγμάτων του ανταγωνισμού θα πρέπει να προστεθεί στις υποχρεώσεις των φορέων.

*«Σα βγεις στον πηγαιμό για την Ιθάκη,
να εύχεται νάναι μακρύς ο δρόμος,
γεμάτος περιπέτειες, γεμάτος γνώσεις.
Τους Λαιστρυγόνες και τους Κύκλωπας,
τον θυμωμένο Ποσειδώνα μη φοβάσαι....»*

Ιθάκη, Κ. Καβάφης

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

agro24, 2019. *Αυτό είναι το σήμα-σφραγίδα για τα ελληνικά μακεδονικά προϊόντα.* [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.agro24.gr/agrotika/proionta/ayto-einai-sima-sfragida-gia-ta-ellinika-makedonika-proionta>

[Πρόσβαση 6 October 2020].

Aldemar, 2020. *Συνέδρια.* [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.aldemarolympianvillage.gr/el/events/conferences/>

[Πρόσβαση 19 September 2020].

allbusiness.com, 2017. *Power of word of mouth.* [Online]

Available at: www.allbusiness.com/sales/customer-service/1096122-1.html

[Accessed 1 November 2020].

ama.org, 2020. *American Marketing Association.* [Online]

Available at: <https://www.ama.org/>

[Accessed 15 November 2020].

ancientilidasfestival.weebly.com, 2019. *29th International Festival of Ancient Ilida.* [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://ancientilidasfestival.weebly.com/>

[Πρόσβαση 1 September 2020].

ant1news.gr, 2020. *Νεκρή χελώνα δίπλα σε φωλιές καρέτα καρέτα (εικόνες).* [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.ant1news.gr/LocalNews/article/571175/nekri-xelona-dipla-se-folies-kareta-kareta-eikones->

[Πρόσβαση 15 November 2020].

businessdaily.gr, 2020. *Οι προοπτικές για οικονομική ανάπτυξη στη Δυτική Ελλάδα.* [Ηλεκτρονικό]

Available at: https://www.businessdaily.gr/oikonomia/21730_oi-prooptikes-gia-oikonomiki-anaptyxi-sti-dytiki-ellada

[Πρόσβαση 15 November 2020].

Capital.gr, 2017. *Σημαντικό κομμάτι του θρησκευτικού τουρισμού μπορεί να προσελκύσει η Ελλάδα.* [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.capital.gr/epikairota/1673032/-simantiko-kommati-tou-thriskeutikou-tourismou-mporei-na-proselkusei-i-ellada>

[Πρόσβαση 1 September 2020].

clickatlife.gr, 2015. *To Dreamland Festival επιστρέφει στην Αρχαία Ολυμπία.* [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.clickatlife.gr/citylife/story/54576>

[Πρόσβαση 25 November 2020].

Dallen, T. & Boyd, S. W., 2014. *Tourism and Trails: Cultural, Ecological and Management Issues.* Great Britain: Channel View Publications.

Doswell, R., 2002. *Τουρισμός. Ο ρόλος του αποτελεσματικού μανατζμεντ.* Αθήνα: Κριτική ΑΕ.

Economistas, 2019. *Το σχέδιο αναβάθμισης των λουτρών της λίμνης Καϊάφα*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://www.economistas.gr/oikonomia/8355_shedio-anabathmisis-ton-loytron-tis-limnis-kaiafa
[Πρόσβαση 5 October 2020].

Enterprise Greece, 2020. *Enterprise Greece*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.enterprisegreece.gov.gr/en/invest-in-greece/strategic-investments/investment-projects/submitted-projects/arcadia-cultural-resort-and-spa-tourism-investment-comprising-of-several-hotel-units-a-spa-theatre-marina-and-sport-and-recreational-facil>
[Πρόσβαση October 29 2020].

euronews.com, 2016. *13 πράγματα που δε γνωρίζετε για την Ολυμπιακή φλόγα*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://gr.euronews.com/2016/04/20/13-pragmata-pou-den-gnwrizete-gia-tin-olympiaki-floga>
[Πρόσβαση 1 September 2020].

European Commission, 2014. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/themes/culture/
[Πρόσβαση 2020].

faroi.com, 2017. *Φάρος Κατάκολου Ηλείας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://www.faroi.com/gr/katakolo_gr.htm
[Πρόσβαση 17 September 2020].

Fink, S., 2000. *Crisis Management Planning for the inevitable*. New York: AMACOM.

Glaesser, D., 2006. *Crisis Management in the tourism industry*. Netherlands: Elsevier.

Grecotel, 2020. *Συνέδρια*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.rivieraolympia.com/el/business-meetings.html>
[Πρόσβαση 19 September 2020].

Greek Travel pages, 2017. *Αρχαιολογικός χώρος Ολυμπίας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.gtp.gr/TDirectoryDetails.asp?id=14889&lng=1>
[Πρόσβαση 25 October 2020].

greekaffair.news, 2020. *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού : θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.greekaffair.news/enallaktikes-morfes-tourismou-thalassios-tourismos-stin-ellada/>
[Πρόσβαση 25 September 2020].

gtp.gr, 2019. *Hotels and accommodation*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
<https://www.gtp.gr/AccommodationResults.asp?LN=%CE%9A%CE%91%CE%AA%CE%91%CE%A6%CE%91%CE%A3+%28%CE%99%CE%B1%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82+%CF%80%CE%B7%CE%B3%CE%AD%CF%82%29+%CE%97%CE%9B%CE%95%CE%99%CE%91&CN=&AccomType=0&Chain=0&RankGroup=0&OpenMon>
[Πρόσβαση 25 October 2020].

Henderson, J., 2007. *Tourism Crises Cause, Consequences & Management*. UK: Elsevier.

<http://www.greek-crossroads.gr/>, 2017. *Καταρράκτες Νεμούτα: Εδώ ζουν νεράιδες!*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.greek-crossroads.gr/%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%81%CF%81%CE%AC%CE%BA%CF%84%CE%B5%CF%82-%CE%BD%CE%B5%CE%BC%CE%BF%CF%8D%CF%84%CE%B1-%CE%B5%CF%81%CF%8D%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B8%CE%BF%CF%82/>
[Πρόσβαση 5 November 2020].

Huntington, S. P., 1999. *Η σύγκρουση των πολιτισμών και ανασχηματισμός της Παγκόσμιας τάξης*. Αθήνα: Terzo Books.

i-Diakopes.gr, 2019. *Λίμνη Καϊάφα: Παραμυθένιο τοπίο που βρίσκεται στην Ελλάδα*. [Ηλεκτρονικό]
[Πρόσβαση 8 October 2020].

ilia.news, 2019. *400 χιλιάδες ευρώ για το Κάστρο Χλεμούτσι από το INTERREG*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://ilia.news/400-%CF%87%CE%B9%CE%BB%CE%B9%CE%AC%CE%B4%CE%B5%CF%82-%CE%B5%CF%85%CF%81%CF%8E-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF-%CE%BA%CE%AC%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF-%CF%87%CE%BB%CE%B5%CE%BC%CE%BF%CF%8D%CF%84%CF%83/?_cf_chl_jschl_tk=__8a24d7f428803d15a53f
[Πρόσβαση 20 October 2020].

ilialive.gr, 2019. *Ανακοινώθηκε το πρόγραμμα του 8ου Διεθνούς Φεστιβάλ Ανδραβίδας - Κυλλήνης*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.ilialive.gr/live/πολιτισμός/12392-ανακοινώθηκε-το-πρόγραμμα-του-8ου-διεθνούς-φεστιβάλ-ανδραβίδας-κυλλήνης.html>
[Πρόσβαση 5 September 2020].

ilialive.gr, 2019. *Η διάβρωση των ακτών της Ηλείας συνεχίζεται - Πρωτοφανής έκταση του φαινομένου στο Κοτύχι*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.ilialive.gr/live/επικαιρότητα/21916-η-διάβρωση-των-ακτών-της-ηλείας-συνεχίζεται-πρωτοφανής-έκταση-του-φαινομένου-στο-κοτύχι.html>
[Πρόσβαση 20 November 2020].

ilialive.gr, 2020. *3.500 χιλιάδες φωλιές caretta - caretta στον Κυπαρισσιακό*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.ilialive.gr/live/περιβάλλον/47027-3-500-χιλιάδες-φωλιές-carettacarettaστον-κυπαρισσιακό.html>
[Πρόσβαση 1 November 2020].

in.gr, 2011. *Αγρόκτημα "Κάμπος Νεράιδας"*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.in.gr/2011/03/02/life/diakopes/to-agroktima-kampos-neraidas-stin-folei-ileias/>
[Πρόσβαση 29 September 2020].

in.gr, 2020. *Διαδουκτική πλατφόρμα για την τουριστική προβολή της Αρχαίας Ολυμπίας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.in.gr/2020/10/31/culture/diadiktyaki-platforma-gia-tin-touristiki-provoli->

[tis-arxaias-olympias/](#)

[Πρόσβαση 15 November 2020].

INSETE, 2019. *INSETE Marketing plan*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: [http://regional-tourism-](http://regional-tourism-plans.insete.gr/viewer/view.php?reg=pep&file=05_stratigiki_epikoinonias.pdf)

[plans.insete.gr/viewer/view.php?reg=pep&file=05_stratigiki_epikoinonias.pdf](http://regional-tourism-plans.insete.gr/viewer/view.php?reg=pep&file=05_stratigiki_epikoinonias.pdf)

[Πρόσβαση 10 September 2020].

kastra.eu, 2018. *Κάστρο Γλαρέντζας*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.kastra.eu/castlegr.php?kastro=glarenza>

[Πρόσβαση 11 September 2020].

Kotler, P. & Armstrong, G., 1996. *Principles of Marketing*. 8th ed. New Jersey: Prentice Hall.

La Biennale Di Venezia, 2018. *Biennale Architettura*. [Online]

Available at: <https://www.labiennale.org/en/architecture/2018/16th-international-architecture-exhibition>

[Accessed 20 October 2020].

Laws, E., Prideaux, B. & Chon, K., 2007. *Crisis Management in Tourism*. UK: CAB.

lykeionellinidon.com, 2018. *Λύκειο Ελληνίδων*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://lykeionellinidon.com/parartima/pyrgos/>

[Πρόσβαση 4 September 2020].

Microsoft, 2020. *Microsoft announces plans for first datacenter region in Greece as part of “GR for GRowth” digital transformation initiative* Microsoft announces plans for first datacenter region in Greece as part of “GR for GRowth” digital transformation initiative. [Online]

Available at: <https://news.microsoft.com/europe/2020/10/05/microsoft-announces-plans-for-first-datacenter-region-in-greece-as-part-of-gr-for-growth-digital-transformation-initiative/>

[Accessed 28 October 2020].

neanikoplano.gr, 2018. *Φεστιβάλ Κινηματογράφου Ολυμπίας για παιδιά και νέους*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://www.neanikoplano.gr/festivalolympias>

[Πρόσβαση 1 September 2020].

Newsbeast, 2020. *Εντυπωσιακές εικόνες από την τεχνητή λίμνη Πηνειού*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.newsbeast.gr/travel/arthro/6667678/entyposiakes-eikones-apo-tin-techniti-limni-pineiou>

[Πρόσβαση 28 October 2020].

Olalla, P. & Priego, A., 2002. *Μυθολογικός Άτλας της Ευρώπης*. Αθήνα: Road.

olympic.org, 2013. *THE OLYMPIC BRAND MAINTAINS ITS GLOBAL STRENGTH AND RECOGNITION*. [Online]

Available at: <https://www.olympic.org/news/the-olympic-brand-maintains-its-global-strength-and-recognition>

[Accessed 12 November 2020].

Only theater, 2019. *ΑΡΧΑΙΟ ΘΕΑΤΡΟ ΦΛΟΚΑ - ΑΡΧΑΙΑ ΟΛΥΜΠΙΑ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.onlytheater.gr/theatra/item/arxaio-theatro-floka-arxaia-olympia>
[Πρόσβαση 20 October 2020].

Orangia, 2019. *Αγρόκτημα Orangia*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://orangia.gr/el/>
[Πρόσβαση 29 September 2020].

patakistravel.gr, 2019. *Εκδρομή Δάσος Φολόης- Τριπόταμα- Λαμπεία*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
<https://patakistravel.gr/%CE%B5%CE%BA%CE%B4%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%B7/17-11-2019-%CE%B4%CE%B1%CF%83%CE%BF%CF%83-%CF%86%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B7%CF%83-%CF%84%CF%81%CE%B9%CF%80%CE%BF%CF%84%CE%B1%CE%BC%CE%B1-%CE%BB%CE%B1%CE%BC%CF%80%CE%B5%CE%B9%CE%B1/>
[Πρόσβαση 5 November 2020].

Patrasevents.gr, 2018. *Βόλτα στο υπόγειο σπήλαιο της Υρμίνης με τα ιαματικά λουτρά (pics)*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.patrasevents.gr/article/379573-volta-sto-ipogeio-spileo-tis-irminis-me-ta-iamatika-loutra-pics>
[Πρόσβαση 8 October 2020].

patrisnews.com, 2014. *«Όταν γιορτάζουν οι θεοί»*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.patrisnews.com/otan-giortazoun-oi-theoi/>
[Πρόσβαση 1 September 2020].

patrisnews.com, 2017. *Καμπανάκι για την διάβρωση των ακτών (και) στην Ηλεία!*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.patrisnews.com/kabanaki-gia-tin-diavroisi-ton-akton-ke-stin-ilia/>
[Πρόσβαση 11 October 2020].

patrisnews.com, 2020. *Γαλάζιες Σημαίες 2020: 7 βραβευμένες- Καθαρές παραλίες στην Ηλεία*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.patrisnews.com/galazies-simees-2020-pies-diasimes-paralies-tis-ilias-menoun-ektos-se-pies-aponemete-i-simea/>.
[Πρόσβαση 11 September 2020].

Pelopolitismos, 2020. *Διεθνές Φεστιβάλ Τεχνών Αρχαίας Ολυμπίας 2020*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://pelopolitismos.wordpress.com/2020/08/02/ancient-olympia-summer-culture-2020/>
[Πρόσβαση 5 November 2020].

Peloponnesewineroads, 2020. *Κτήμα Μερκούρη*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://peloponnesewineroads.com/%ce%ba%cf%84%ce%b7%ce%bc%ce%b1-%ce%bc%ce%b5%cf%81%ce%ba%ce%bf%cf%85%cf%81%ce%b7/>
[Πρόσβαση 25 October 2020].

peloponnesewineroads.com, 2019. *Δρόμοι του κρασιού Ηλείας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: [https://peloponnesewineroads.com/%ce%b4%cf%81%ce%bf%ce%bc%ce%bf%ce%b9-%ce%ba%cf%81%ce%b1%cf%83%ce%b9%ce%bf%cf%85-](https://peloponnesewineroads.com/%ce%b4%cf%81%ce%bf%ce%bc%ce%bf%ce%b9-%ce%ba%cf%81%ce%b1%cf%83%ce%b9%ce%bf%cf%85-%)

[%ce%b7%ce%bb%ce%b5%ce%b9%ce%b1%cf%82/](#)

[Πρόσβαση 20 November 2020].

protinews.gr, 2019. *Αρχαία Ήλιδα 1990-2019. 29 χρόνια παρουσίας στα δρώμενα για την ανάδειξη της διοργανώτριας πόλης των Ολυμπιακών Αγώνων*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.protinews.com.gr/blog/arhaia-ilida-1990-2019-29-hronia-paroysias-sta-dromena-gia-tin-anadeixi-tis-diorganotrias-polis>

[Πρόσβαση 1 October 2020].

Reisinger, Y. & Dimanche, F., 2009. *International Tourism Cultures and Behavior*. Oxford: Taylor & Francis.

skai.gr, 2020. *Η Microsoft θα αναπαραστήσει εικονικά την Αρχαία Ολυμπία σε εφαρμογή της*. [Ηλεκτρονικό]

[Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.skai.gr/news/technology/h-microsoft-tha-anaparastisei-eikonika-tin-arhaia-olympia-se-efarmogi-tis/amp>

[Πρόσβαση 28 October 2020].

TA NEA, 2020. *"Πράσινο φως" για 8 στρατηγικές επενδύσεις*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.tanea.gr/2020/07/15/economy/prasino-fos-gia-okto-stratigikes-ependyseis/>

[Πρόσβαση 1 October 2020].

The German National Tourist Board, 2020. *Baden-Baden: for the finer things in life*. [Online]

Available at: <https://www.germany.travel/en/cities-culture/baden-baden.html>

[Accessed 1 November 2020].

thebest.gr, 2016. *Ηλεία: Μεγαλώνει η γιορτή του αλόγου Πηνειάς*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.thebest.gr/article/405911->

[Πρόσβαση September 5 2020].

topguide.gr, 2014. *Θερμές Πηγές*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: http://www.topoguide.gr/geology/geology_thermal.php

[Πρόσβαση 1 November 2020].

tornosnews.gr, 2020. *Ανοίγουν σήμερα 18 Ιουλίου οι ιαματικές πηγές της ΕΤΑΔ για το φετινό καλοκαίρι*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.tornosnews.gr/tornos/eidikes-morfes-tourismou/45363-anoigoy-shmera-18-ioulioy-oi-iamatikes-phges-ths-etad-gia-to-fetino-kalokairi.html>

[Πρόσβαση 25 October 2020].

tornosnews.gr, 2020. *Μεγάλη επένδυση της Microsoft στην Ελλάδα*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.tornosnews.gr/mobile/epixeiriseis/tech/46924-megalh-ependysh-ths-microsoft-sthn-ellada.html>

[Πρόσβαση 28 October 2020].

Trauer, B., 2006. Conceptualizing special interest tourism—frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27(2), pp. 183-200.

trekking.gr, 2020. *Rafting σε Λούσιο και Αλφειό*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://trekking.gr/product/rafting-lousios-alfios/>
[Πρόσβαση 5 November 2020].

Trip advisor, 2020. *Mercouri Estate Vineyard*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://www.tripadvisor.com.gr/LocationPhotoDirectLink-g677062-d3637930-i86099028-Mercouri_Estate-Pyrgos_Elis_Region_West_Greece.html
[Πρόσβαση 15 October 2020].

Tripadvisor, 2020. *68 Κριτικές*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://www.tripadvisor.com.gr/Attraction_Review-g1574008-d7124963-Reviews-Kaiafas_Lake-Zacharo_Elis_Region_West_Greece.html
[Πρόσβαση 3 November 2020].

UNWTO, 1985. *Organization, World Tourism*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/unwtogad.1985.1.g121660w14521708>

Visit Greece, 2020. *Νέδα*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://visitgreece.gr/el/nature/rivers/neda>
[Πρόσβαση 20 October 2020].

Visitgreece.gr, 2018. *Ναός Επικούριου Απόλλωνα*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://www.visitgreece.gr/el/culture/world_heritage_sites/temple_of_apollo_epicurius
[Πρόσβαση 15 September 2020].

vorias.gr, 2020. *Ο Ηλίας Μαμαλάκης επικεφαλής της σεραϊκής γαστρονομίας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.vorias.gr/article/o-hlias-mamalakis-epikefalis-tis-serraiskis-gastronomias>
[Πρόσβαση 6 November 2020].

Wikipedia, 2018. *Σκιλλουντία (αρχαία πόλη)*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CE%BA%CE%B9%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CF%85%CE%BD%CF%84%CE%AF%CE%B1_\(%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%AF%CE%B1_%CF%80%CF%8C%CE%BB%CE%B7\)](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CE%BA%CE%B9%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CF%85%CE%BD%CF%84%CE%AF%CE%B1_(%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%AF%CE%B1_%CF%80%CF%8C%CE%BB%CE%B7))
[Πρόσβαση 25 October 2020].

Wikipedia, 2019. *Αεροπορική Βάση Ανδραβίδας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%B5%CF%81%CE%BF%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%92%CE%AC%CF%83%CE%B7_%CE%91%CE%BD%CE%B4%CF%81%CE%B1%CE%B2%CE%AF%CE%B4%CE%B1%CF%82
[Πρόσβαση 1 October 2020].

Wikipedia, 2019. *Γλαρέντζα*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%93%CE%BB%CE%B1%CF%81%CE%AD%CE%BD%CF%84%CE%B6%CE%B1>
[Πρόσβαση 19 October 2020].

Wikipedia, 2019. *Κρουαζιέρα*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://el.wikipedia.org/wiki/Κρουαζιέρα/>
[Πρόσβαση 20 October 2020].

Wikipedia, 2019. *Πατρίς (εφημερίδα Πύργου)*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: [https://el.wikipedia.org/wiki/Πατρίς_\(εφημερίδα_Πύργου\)](https://el.wikipedia.org/wiki/Πατρίς_(εφημερίδα_Πύργου))
[Πρόσβαση 1 September 2020].

Wikipedia, 2020. *Coronavirus disease 2019*. [Online]
Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Coronavirus_disease_2019
[Accessed 15 November 2020].

Wikipedia, 2020. *Άγιος Ανδρέας Κατακόλου Ηλείας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%86%CE%B3%CE%B9%CE%BF%CF%82_%CE%91%CE%BD%CE%B4%CF%81%CE%AD%CE%B1%CF%82_%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%B1%CE%BA%CF%8C%CE%BB%CE%BF%CF%85_%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%AF%CE%B1%CF%82#cite_note-%CE%9A%CE%BF%CF%84%CF%83%CE%B1%CE%BD%CE%AC%CF%82-
[Πρόσβαση 13 September 2020].

Wikipedia, 2020. *Εθνική Οδός 9*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
[https://el.m.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%B8%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%9F%CE%B4%CF%8C%CF%82_9_\(%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1](https://el.m.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%B8%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%9F%CE%B4%CF%8C%CF%82_9_(%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1)
[Πρόσβαση 3 September 2020].

Wikipedia, 2020. *Κύριοι δρόμοι της Ελλάδας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CF%8D%CF%81%CE%B9%CE%BF%CE%B9_%CE%B4%CF%81%CF%8C%CE%BC%CE%BF%CE%B9_%CF%84%CE%B7%CF%82_%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1%CF%82
[Πρόσβαση 3 September 2020].

Wikipedia, 2020. *Μονή Κρεμαστής*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://el.wikipedia.org/wiki/Μονή_Κρεμαστής
[Πρόσβαση 21 September 2020].

Wikipedia, 2020. *Μονή Φραγκοπηδήματος*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://el.wikipedia.org/wiki/Μονή_Φραγκοπηδήματος
[Πρόσβαση 21 September 2020].

Wikipedia, 2020. *Μπιενάλε της Βενετίας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CF%80%CE%B9%CE%B5%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CE%B5%CF%84%CE%B7%CF%82_%CE%92%CE%B5%CE%BD%CE%B5%CF%84%CE%AF%CE%B1%CF%82
[Πρόσβαση 5 October 2020].

Wikipedia, 2020. *Ποταμός Νέδα*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: [https://el.wikipedia.org/wiki/Νέδα_\(ποταμός\)](https://el.wikipedia.org/wiki/Νέδα_(ποταμός))
[Πρόσβαση 5 November 2020].

Wikipedia, 2020. *Πύργος Ηλείας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://el.wikipedia.org/wiki/Πύργος_Ηλείας
[Πρόσβαση 20 November 2020].

Wikipedia, 2020. *Φειά*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://el.m.wikipedia.org/wiki/%CE%A6%CE%B5%CE%B9%CE%AC>
[Πρόσβαση 10 September 2020].

Wikipedia, 2020. *Χλεμούτσι*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A7%CE%BB%CE%B5%CE%BC%CE%BF%CF%8D%CF%84%CF%83%CE%B9>
[Πρόσβαση 20 September 2020].

winesurveyor, 2020. *Δρόμοι του Κρασιού - Οινοτουρισμός στην Ηλεία*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://winesurveyor.weebly.com/tour1703.html>
[Πρόσβαση 25 September 2020].

WTTC, 2020. *Economic Impact Report*. [Online]
Available at: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
[Accessed October 2020].

ypaithros.gr, 2018. *Έργα τουριστικής ανάδειξης στη λίμνη Πηνειού*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://www.ypaithros.gr/erga-touristikis-anadeixeis-limni-pineiou/?cli_action=1605275185.109
[Πρόσβαση 15 November 2020].

Ypodomes.com, 2020. *ΟΣΕ: Με 2,3 εκατ. ευρώ αναβαθμίζεται το τμήμα Κατάκολο – Πύργος – Αρχ.Ολυμπία*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://ypodomes.com/trainose-me-2-3-ekat-eyro-anavathmizetai-to-tmima-katakolo-pyrgos-arch-olympia/>
[Πρόσβαση 20 November 2020].

Αραπογιάννη, Ξ. και συν., 2003. *Φύση & πολιτισμός*. Πύργος: ΗΛΕΙΑΚΗ ΑΕ.

ΑΡΧΕΛΩΝ, 2018. *Περιοχές Προγραμμάτων για την Προστασία της Θαλάσσιας Χελώνας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.archelon.gr/contents/projects7.php?mid=3&mid2=43>
[Πρόσβαση 1 November 2020].

Βαρβαρέσος, Σ., 2000. *Τουρισμός. Οικονομικές Προσεγγίσεις*. Αθήνα: Προπομπός.

Βαρβαρέσος, Σ., 2005. *Τουρισμός Έννοιες, Μεγέθη, Δομές*. Αθήνα: Προπομπός.

Βερνίκος, Γ., 2017. *Ομιλία του Γιώργου Βερνίκου*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.ortsa.gr/ομιλία-του-γ-βερνίκου-με-θέμα-«πολιτισμ/>
[Πρόσβαση 20 October 2020].

Βικάτου, Ο., 2012. *Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=7126
[Πρόσβαση 2 October 2020].

Βικάτου, Ο., 2012. *Μουσείο Ιστορίας των Ολυμπιακών Αγώνων της αρχαιότητας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3488
[Πρόσβαση 1 November 2020].

Βικάτου, Ο., 2012. *Μουσείο της Ιστορίας των Ανασκαφών της Ολυμπίας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=10821
[Πρόσβαση 1 November 2020].

Δεληθέου, Β., 2018. *Θεσμικό Πλαίσιο Περιφεριακής Ανάπτυξης*. Αθήνα: Παπαζήση.

Δεριζιώτης, Χ., Χαροκόπος, Γ. & Σκυφτός, Κ., 2006. *Επιχειρησιακή Επικοινωνία. Από τη θεωρία στην Πράξη*. Θεσσαλονίκη: Σοφία.

Δημητρόπουλος, Μ., 2018. *Η Ηλεία στο επίκεντρο του θρησκευτικού τουρισμού*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.protinews.com.gr/blog/i-ileia-sto-epikentro-toy-thriskytykoy-toyrismoy>
[Πρόσβαση 20 September 2020].

Δήμος Αμαλιάδας, 2011. *Δήμος Αμαλιάδας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.amaliada.gr/>
[Πρόσβαση 10 November 2020].

Δήμος Ανδραβίδας Κυλλήνης, 2012. *Ιαματικά Λουτρά Κυλλήνης*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.andravidakyllini.gr/el/loutra>
[Πρόσβαση 25 October 2020].

Δήμος Ανδραβίδας- Κυλλήνης, 2017. *Κοτύχι - Στροφυλιά*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.andravidakyllini.gr/el/kotychi>
[Πρόσβαση 20 November 2020].

Δήμος Πύργου, 2015. *Αρχαιολογικό Μουσείο Πύργου- Δημοτική Αγορά*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
<https://www.cityofpyrgos.gr/content/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF-%CF%80%CF%8D%CF%81%CE%B3%CE%BF%CF%85-%CE%B4%CE%B7%CE%BC%CE%BF%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B1%CE%B3%CE%B>
[Πρόσβαση 15 November 2020].

Δημοτικό Λιμενικό Ταμείο Κυλλήνης, 2019. *Το Λιμάνι*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.killiniport.gr/limani-killinis/istoria-limena-killinis/>
[Πρόσβαση 1 November 2020].

Δημοτικό Λιμενικό Ταμείο Πύργου, 2020. *Ιστορία Κρουαζιέρας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://katakoloport.gr/cruise-history/>
[Πρόσβαση 1 October 2020].

Διαδρομές στη Μαγευτική Ηλεία, 2019. *Διαδρομές στη Μαγευτική Ηλεία*. Ηλεία: ΒΚ Διαφημιστική Κοτσόβολος- Βισβάρδης.

Διάζωμα, 2020. *Αρχαίο θέατρο Ήλιδας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: [https://www.diazoma.gr/theaters/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%AF%CE%BF-%CE%B8%CE%AD%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%BF-](https://www.diazoma.gr/theaters/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%AF%CE%BF-%CE%B8%CE%AD%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%BF-%)

[%CE%AE%CE%BB%CE%B9%CE%B4%CE%B1%CF%82/](#)

[Πρόσβαση 25 October 2020].

Διεθνής Ολυμπιακή Ακαδημία, 2019. *Εγκαταστάσεις Ακαδημίας*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://ioa.org.gr/egkatastasis/?lang=el>

[Πρόσβαση 20 September 2020].

ΕΛ. ΣΤΑΤ, 2014. *Απογραφή Πληθυσμού-Κατοικιών 2011*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

https://www.statistics.gr/documents/20181/1210503/A1602_SAM04_DT_DC_00_2011_01_F_GR.pdf/2aa7132a-a7db-41fb-88f6-b6061d29dd13

[Πρόσβαση 10 November 2020].

ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2020. *Μουσεία και Αρχαιολογικές Επισκέψεις*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SCI21/->

[Πρόσβαση 1 October 2020].

ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2020. *Μουσεία και Αρχαιολογικοί χώροι*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SCI21/->

[Πρόσβαση 10 November 2020].

Ένωση Λιμένων Ελλάδος, 2020. *Πίνακες Διακίνησης Λιμένα στο Κατάκολο*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.elime.gr/images/Docs/PinakesDiakinisis/DLT/Pyrgos.pdf>

[Πρόσβαση 1 October 2020].

Ένωση Λιμένων Ελλάδος, 2020. *Στοιχεία Κρουαζιέρας*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

https://www.elime.gr/images/Docs/Krouaziera/2019_Stoixeia_Krouazieras_Synolika_Xoras.pdf

[Πρόσβαση 2020].

Ένωση Λιμένων Ελλάδος, 2020. *Στοιχεία Κρουαζιέρας 2019*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.elime.gr/deltia-tyrou/item/1444-elime-08012020>

[Πρόσβαση 1 November 2020].

Επιμελητήριο Ηλείας, 2013. *Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία Ανά Τομέα Παραγωγής*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://www.heliachamber.gr/ilia/articles/article.jsp?context=103&articleid=6868>

[Πρόσβαση 2 November 2020].

Επιμελητήριο Ηλείας, 2017. *Ιππική Έκθεση Ανδραβίδας*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

<http://www.olympiaholiday.gr/ilia/tourism/articles/article.jsp?context=1504&categoryid=7368&articleid=8158>

[Πρόσβαση 1 September 2020].

Επιμελητήριο Ηλείας, 2018. *Ανακαλύψτε την Ηλεία*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://www.olympiaholiday.gr/ilia/tourism/shared/index.jsp?context=1501>

[Πρόσβαση 1 October 2020].

Επιμελητήριο Ηλείας, 2020. *Παραλίες*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

<http://www.olympiaholiday.gr/ilia/tourism/articles/article.jsp?context=1504&categoryid=205&articleid=8403>

[Πρόσβαση 11 September 2020].

Επιμελητήριο Ηλείας, 2020. *Τουριστική Αγορά Επιμελητηρίου Ηλείας*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

<http://www.olympiaholiday.gr/ilia/tourism/articles/article.jsp?context=1504&categoryid=7366&articleid=7398>

[Πρόσβαση 22 September 2020].

Ερμής Ηλείας, 2020. *Τα κάστρα της Ηλείας στα Βυζαντινά, Φράγκικα και Οθωμανικά Χρόνια*.

[Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://ermisilias.gr/index.php/politismos/92-istoria/6578-ta-kastra-tis-ileias-sta-vyzantina-fragkika-kai-othomanika-xronia>

[Πρόσβαση 5 September 2020].

Εταιρεία Ακινήτων Δημοσίου, 2020. *Ιαματική Πηγή Καϊάφα*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.hrpc.gr/αξιοποίηση-ακινήτων/τουριστικές-εγκαταστάσεις/ιαματική-πηγή-καϊάφα/>

[Πρόσβαση 25 October 2020].

Ευρωπαϊκή Ένωση, 2002. *Πρόγραμμα Life-Nature 2002-2006*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

<https://ec.europa.eu/environment/life/project/Projects/index.cfm?fuseaction=home.showFile&rep=file&fil=LIFE02 NAT GR 008491 LAYMAN GR.pdf>

[Πρόσβαση 1 October 2020].

Ευρωπαϊκή Ένωση, 2019. *Νέα σύνδεση με αυτοκινητόδρομο στη Δυτική Ελλάδα μεταξύ Πάτρας και Πύργου*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: https://ec.europa.eu/regional_policy/el/projects/greece/new-motorway-link-in-western-greece-between-patras-and-pyrgos

[Πρόσβαση 5 September 2020].

Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, 2012. *Εφημερίδα της Κυβερνήσεως*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

https://web.archive.org/web/20170820033103/http://www.eetaa.gr/metaboles/apografes/apografi_2011_monimos.pdf

[Πρόσβαση 20 November 2020].

Εφορεία Αρχαιοτήτων Ηλείας, 2019. *Ιερά Μονή της Παναγίας Φραγκαβίλλας στην Αμαλιάδα*.

[Ηλεκτρονικό]

[Πρόσβαση 25 October 2020].

Εφορεία Αρχαιοτήτων Ηλείας, 2019. *Συνεδριακό Κέντρο ΣΠΑΠ Αρχαίας Ολυμπίας*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://ilia-olympia.org/ημερίδες-συνέδρια/συνεδριακό-κέντρο-σπαπ-αρχαίας-ολυμπ/>

[Πρόσβαση 19 September 2020].

Εφορεία Αρχαιοτήτων Ηλείας, 2019. *Το μεσαιωνικό Κάστρο της Γλαρέντζας*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: [https://ilia-](https://ilia-olympia.org/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%)

[olympia.org/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%](https://ilia-olympia.org/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%)

<https://ilia-olympia.org/%CE%BC%CE%B5%CF%83%CE%B1%CE%B9%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CE%BA%CE%AC%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF-%CF%84%CE>
[Πρόσβαση 20 October 2020].

Εφορεία Αρχαιοτήτων Ηλείας, 2020. *Μουσείο της Ιστορίας των ανασκαφών της Ολυμπίας*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://ilia-olympia.org/%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%B1/%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1%CF%82-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%83%CE%BA%CE%B1%CF%86%CF%8E%CE%BD-%C>
[Πρόσβαση 28 October 2020].

Εφορεία Αρχαιοτήτων Ηλείας, 2020. *Παλαιοπαναγιά Μανωλάδας*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://ilia-olympia.org/αρχαιολογικοί-χώροι/παλαιοπαναγιά-μανωλάδας-ι-ν-κοιμήσεω/>
[Πρόσβαση 28 September 2020].

Ι.Τ.Ε.Π., 2015. *Εξελίξεις στον Τουρισμό και στην Ελληνική Ξενοδοχεία 2014*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://docplayer.gr/8841548-Institoyto-toyristikon-ereynon-kai-provlepseon-1.html>
[Πρόσβαση 20 October 2020].

Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, 2020. *Ιερά Μονή Παναγίας Βλαχέρνας*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: http://www.religiousgreece.gr/peloponnese/-/asset_publisher/J4zsS00HIAz5/content/iera-mone-panagias-blachernas
[Πρόσβαση 13 September 2020].

Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, 2020. *Ιερά Μονή Παναγίας Κρεμαστής*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: http://www.religiousgreece.gr/peloponnese/-/asset_publisher/J4zsS00HIAz5/content/iera-mone-panagias-kremastes
[Πρόσβαση 21 September 2020].

Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, 2020. *Ιερά Μονή Σκαφιδιάς*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: http://www.religiousgreece.gr/peloponnese/-/asset_publisher/J4zsS00HIAz5/content/iera-mone-skaphidias
[Πρόσβαση 29 September 2020].

Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, 2020. *Ιερά Μονή Φραγκαβίλλας*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: [religiougreece.gr/peloponnese/-/asset_publisher/J4zsS00HIAz5/content/iera-mone-phrankabillas](http://www.religiousgreece.gr/peloponnese/-/asset_publisher/J4zsS00HIAz5/content/iera-mone-phrankabillas)
[Πρόσβαση 14 September 2020].

Ίκκος, Α. & Κουτσός, Σ., 2020. *Η Συμβολή του τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία*, Αθήνα: Ινστιτούτο ΣΕΤΕ.

ΙΝΣΕΤΕ, 2015. *Χαρτοφυλάκιο Τουριστικών Προϊόντων Πελοπόννησος 2015-2020*, Αθήνα: ΙΝΣΕΤΕ.

ΙΝΣΕΤΕ, 2020. *Στατιστικά Στοιχεία Περιφερειών- Δυτική Ελλάδα*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://insete.gr/statistika-stoixeia-perifereion/>

[Πρόσβαση 1 November 2020].

ΙΝΣΕΤΕ, 2020. *Χαρτοφυλάκιο Τουριστικών Προϊόντων Πελοποννήσου*, s.l.: ΙΝΣΕΤΕ.

Ιστορικός και περιηγητικός οδηγός, 2015. *Ιστορικός και περιηγητικός οδηγός*. s.l.: Δήμος Πύργου.

Καραγιάννης, Ν., 2020. *Υπεγράφη το σημαντικό έργο αναβάθμισης του άξονα Πύργος-Καλό Νερό*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://ypodomes.com/ypegrafi-to-simantiko-ergo-anavathmisis-toy-axona-pyrgos-kalo-nero/>

[Πρόσβαση 5 September 2020].

Καραγιάννης, Ν., 2020. *Υπεγράφη το σημαντικό έργο αναβάθμισης του λιμένα στο Κατάκολο*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://ypodomes.com/ypegrafi-to-simantiko-ergo-anavathmisis-toy-limena-sto-katakolo/>

[Πρόσβαση 29 October 2020].

Καρατζάς, Θ., 2018. *Ο Ναός του Επικούριου Απόλλωνα σε 15 φωτογραφίες*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: https://www.athensvoice.gr/culture/photography/432761_o-naos-toy-epikourioy-apollo-na-proto-elliniko-mnimeio-pagkosmias

[Πρόσβαση 2 November 2020].

Κοινότητα Νομός Ηλείας Facebook, 2019. *Νομός Ηλείας*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

<https://www.facebook.com/pages/category/Community/%CE%9D%CE%BF%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%AF%CE%B1%CF%82-1469089259970795/>

[Πρόσβαση 1 November 2020].

Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π., 2001. *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και περιβάλλον*. Αθήνα: Κριτική ΑΕ.

Κοντογιάννη, Σ., 2018. *Το Κάστρο Χλεμούτσι στο πρόγραμμα προσβάσιμων ιστορικών κτιρίων*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.tornosnews.gr/mobile/foreis/periferies/33695-to-kastro-chlemoytsi-sto-programma-prosvasimon-istorikon-ktirion.html>

[Πρόσβαση 1 September 2020].

ΚΤΕΛ Ηλείας, 2018. *ΚΤΕΛ Νομού Ηλείας- Δρομολόγια*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.ktelileias.gr/dromologia/>

[Πρόσβαση 10 September 2020].

Κτήμα Μερκούρη, 2013. *Κτήμα Μερκούρη- Διακρίσεις*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: http://www.mercouri.gr/gr/gr_distinctions.html

[Πρόσβαση 2 November 2020].

Κτήμα Μπριντζίκη, 2020. *Κτήμα Μπριντζίκη- Ποικιλίες*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.brntzikis.com/wines/enipeas/>
[Πρόσβαση 5 November 2020].

Κτήμα Σταυρόπουλου, 2020. *Κτήμα Σταυρόπουλου- Ποικιλίες*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.ktimastavropoulos.com/gr>
[Πρόσβαση 5 November 2020].

Λάμπρου, Ε. & Ίκκος, Α., 2019. *Ποιος Πάει Που; Πόσο Μένει; Πόσα ξοδεύει; Ανάλυση στοιχείων εισερχόμενου τουρισμού ανά αγορά και ανά Περιφέρεια*, Αθήνα: Ινστιτούτο ΣΕΤΕ.

Μαρίνος, Λ., 2020. *Κλείνουν τα Ιαματικά Λουτρά Κυλλήνης*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://odisseasm1.blogspot.com/2020/07/blog-post_23.html
[Πρόσβαση 25 October 2020].

Ματζάνας, Χ., 2012. *Αρχαιολογικό Μουσείο Ήλιδας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3314
[Πρόσβαση 15 November 2020].

Μενδώνη, Λ., 2017. *Πολιτισμός και ανάπτυξη*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.kathimerini.gr/society/898076/politismos-kai-anartyxi/>
[Πρόσβαση 15 October 2020].

Μουσεία Νομού Ηλείας, 2020. *Μουσείο Ιστορίας των Ολυμπιακών Αγώνων*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
<https://iliamuseums.wordpress.com/%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%B9%CE%BF-%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%B1%CF%83-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BF%CE%BB%CF%85%CE%BC%CF%80%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CF%89%CE%BD-%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%BD/>
[Πρόσβαση 1 November 2020].

Μουσείο της Ιστορίας των Ολυμπιακών Αγώνων της Αρχαιότητας, 2020. *Η ταυτότητα του μουσείου*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://olympicsmuseum.esy.es/?page_id=548
[Πρόσβαση 20 October 2020].

Μπαλής, Δ., 2020. *Drive & Travel*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://driveandtravel.gr/ola-osa-prepei-na-xeroyme-gia-ton-aytokinitodromo-patron-pyrgou/>
[Πρόσβαση 10 September 2020].

Μπατζιάς, Φ. και συν., 2008. *Βασικές Αρχές Οργάνωσης και Διοίκησης*. 2nd επιμ. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Μπούτσικας, Α., 2002. *Η αρχαία Ήλις*. 2nd επιμ. Αμαλιάδα: Βιβλιοπανόραμα.

Ναυτικά Χρονικά, 2018. *Οι τάσεις του 2019 στην αγορά κρουαζιέρας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.naftikachronika.gr/2018/12/23/oi-taseis-tou-2019-stin-agora-krouazieras/>
[Πρόσβαση 20 November 2020].

Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηλείας, 2009. *Νομός Ηλείας- Μυθική Ομορφιά*. Ηλεία: Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηλείας.

Παναγούλης, Θ., 2008. *Ματιές στο χθες και το σήμερα του Δήμου Λαμπεΐας*; Λαμπεΐα: Δήμος Λαμπεΐας.

Παπαδοπούλου, Ε., 2020. *Τεράστιο πλήγμα στον τουρισμό: Ανυπολόγιστες και τραγικές οι οικονομικές συνέπειες στον νομό από την επέλαση του Κοροναϊού*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://proini.news/terastio-pligma-ston-tourismo-anupologistes-kai-tragikes-oi-oikonomikes-sunepieies-ston-nomo/>
[Πρόσβαση 18 November 2020].

Πατρίς, 2019. *ΠΕ Ηλείας: Εγκρίθηκε η η συντήρηση του οδικού δικτύου Ανδρίτσαινα- Ε.Ο. Αρχαίας Ολυμπίας- Τρίπολης*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.patrisnews.com/pe-ilias-egkrithike-i-syntirisi-tou-odikou-diktyou-andritsena-e-o-archeas-olybias-tripolis/>
[Πρόσβαση 20 September 2020].

Πετρόπουλος, Ά., 2014. *Το πρόβλημα της κρουαζιέρας και οι λύσεις*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.kathimerini.gr/society/781792/ta-provlimata-tis-krovazieras-kai-oi-lyseis/>

Πιπιλή, Φ. & Αραπογιάννη, Ξ., 2004. *Ολυμπιακή Γη*. Αθήνα: Δήμος Αθηναίων.

Πρωινή, 2018. *Λίμνη Πηνειού: Ένας χαμένος παράδεισος...* [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://proini.news/λίμνη-πηνειού-ένας-χαμένος-παράδεισο/>
[Πρόσβαση 5 November 2020].

Ράλλη, Α., 2012. *Αγία Σοφία Ανδραβίδας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=24387.
[Πρόσβαση 11 September 2020].

Ράλλη, Α., 2012. *Κάστρο Γλαρέντζας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj_id=14525
[Πρόσβαση 11 September 2020].

Ράλλη, Α., 2012. *Μονή Παναγίας Ίσοβας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=24388
[Πρόσβαση 11 September 2020].

Ράλλη, Α., 2012. *Μονή Φραγκαβίλλας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=7354
[Πρόσβαση 19 September 2020].

Ράλλη, Α., 2012. *Ναός Παναγίας Καθολικής Γαστούνης*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=1719
[Πρόσβαση 29 September 2020].

Ράλλη, Α., 2012. *Παλαιοπαναγιά Μανωλάδας*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=24385
[Πρόσβαση 28 September 2020].

Σαρακιώτης, Α., 2012. *Ιαματική Λουτροθεραπεία*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.iama.gr/ethno/Therm/sarakiwt.html>
[Πρόσβαση 29 September 2020].

Σπυρούνης, Γ., 2017. *Επί τάπητος η ανάδειξη Λουτρών Υρμίνης και Κυλλήνης από το δήμο Ανδραβίδας-Κυλλήνης*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://proini.news/επί-τάπητος-η-ανάδειξη-λουτρών-υρμίνη/>
[Πρόσβαση 25 October 2020].

Ταξιδεύοντας στην Ηλεία, 2008. *Ταξιδεύοντας στην Ηλεία*. Ηλεία: Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος.

Τούρτας, Α., 2017. *Προστασία και ανάδειξη ενάλιων αρχαιολογικών θέσεων στην Ελλάδα*, Θεσσαλονίκη: Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών Α. Π.Θ..

Τριβιζά, Μ., 2012. *Ιαματικές Πηγές Ελλάδος*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.iama.gr/ethno/Therm/triviza.html>
[Πρόσβαση 21 October 2020].

Υ.Π.Α., 2019. *Αεροπορική κίνηση Μαΐου και στατιστικά στοιχεία για το α' πεντάμηνο του 2019*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.ypa.gr/news/aeroporikh-kinhsh-maioug-kai-statistika-stoixeia-gia-to-a-pentamhno-toy-2019>
[Πρόσβαση 2020].

Υ.Π.Α., 2019. *Κλειστοί Αερολιμένες*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.ypa.gr/our-airports/kratikos-aerolimenas-andrabidas-kand-leitoyrgia-aerolimena-ypro-anastolh>
[Πρόσβαση 1 October 2020].

Υ.Π.Α., 2020. *Στατιστικά Στοιχεία της Αεροπορικής*, Αθήνα: Υ.Π.Α..

Υγρότοποι Κοτυχίου Στροφυλιάς, 2019. *Λιμνοθάλασσα Κοτύχιου*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://strofylianationalpark.gr/λ-θ-κοτυχιου/>
[Πρόσβαση 2 November 2020].

Υπουργείο Τουρισμού, 2020. *Στοιχεία Ιαματικών Πηγών*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://mintour.gov.gr/meletes-pinakes/stoicheia-iamatikon-pigon/>
[Πρόσβαση 25 October 2020].

Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, 2004. *Τα θρησκευτικά μνημεία της Ηλείας αποκαλύπτονται*. Ηλεία: Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης;.

Χυτήρης, Λ., 2006. *Μάνατζμεντ. Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων*. Αθήνα: Interbooks.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Κ.Τ.Ε.Λ.: Κοινά Ταμεία Εισπράξεων Λεωφορείων

μ.Χ.: μετά Χριστόν

π. Χ.: προ Χριστού

κ.ο.κ.: και ούτω καθεξής

κλπ.: και λοιπά

Ad hoc: Κατά περίσταση

ΠΓΕ: Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη

μ.: μέτρα

χλμ.: χιλιόμετρα

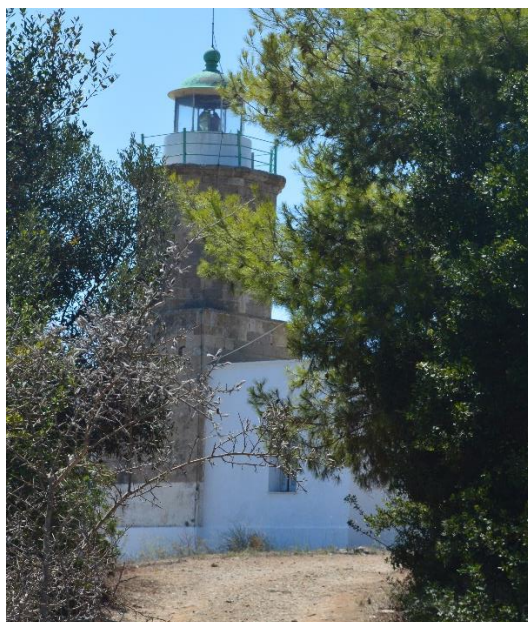
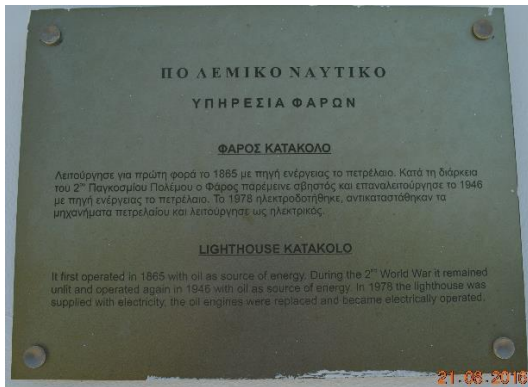
«Φάρος»

Στίχοι, Συνθέτης, Ερμηνεία: Ορφέας Περίδης

*«Τον φίλο μου το φάρο, τον πιο παλιό
απ' όλους μου τους φίλους τον πιο καλό
μες στο βαθύ σκοτάδι παρακαλώ,
φέξε τον νυχτωμένο μου μυαλό.*

*Φώτισε τ' όνειρό μου να θυμηθώ
τη ρότα μου να πάρω, να ζαναβρώ
να λάμπει σαν αλήθεια, άνοιξε το φως
συ που `σαι τόσο μόνος κι είσαι σοφός.*

*Να λάμπει σαν αλήθεια, άνοιξε το φως
συ που `σαι τόσο μόνος κι είσαι σοφός.»*



Εικόνες: Φάρος Κατάκολο Πηγή: Δρόσος Κονδύλης