

Η ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΠΙΕΡΙΑΣ.

Εισήγηση της ΑντιΠεριφερειάρχη Πιερίας, κας Σοφίας Μαυρίδου

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί ένα δυναμικό και ταχέως αναπτυσσόμενο τμήμα της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς το οποίο παρουσιάζει σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης και για τη χώρα μας, καθώς αποτελεί μια από τις πλέον ανθεκτικές μορφές τουρισμού σε περιόδους οικονομικής κρίσης. Περίπου 300 εκατομμύρια άνθρωποι ταξιδεύουν κάθε χρόνο σε θρησκευτικούς τόπους, ενώ στην παγκόσμια αγορά σχεδόν τρία δισεκατομμύρια άνθρωποι έχουν θρησκευτικές αναφορές και αποτελούν εν δυνάμει τουρίστες αυτού του είδους. Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή θεματικού τουρισμού στην οποία κυριαρχεί το θρησκευτικό κίνητρο, ωστόσο συνδέεται στενά με άλλες μορφές τουρισμού, όπως ο πολιτιστικός τουρισμός ή ο τουρισμός αναψυχής.

Ο τουρισμός ως περιήγηση – γνωριμία με πολιτιστικές και κοινωνικές αξίες άλλων λαών, χρονολογείται από την αρχαιότητα και στην μορφή αυτή οφείλονται πλήθος ταξιδιωτικές, ιστορικές και γεωγραφικές πληροφορίες από ταξιδιώτες – περιηγητές διαφόρων εποχών. Θρησκευτικοί και αθλητικοί πόλοι έλξης και γεγονότα καθώς και εκπαιδευτικοί λόγοι οδήγησαν στις πρώτες “ειδικές μορφές τουρισμού” που χάνονται στα βάθη των αιώνων.

Ομαδικές μετακινήσεις για προσκύνημα ιερών τόπων, τέλεση αθλητικών αγώνων, μακροχρόνιες πολιτικές εκστρατείες και σταυροφορίες, αλλά και ατομικά επιμορφωτικά και θεραπευτικά ταξίδια δεν είναι παρά οι προπομποί του θρησκευτικού, αθλητικού, του περιηγητικού, του θαλάσσιου, του θεραπευτικού, του εκπαιδευτικού τουρισμού, αλλά ακόμη και του “μαζικού τουρισμού”, με την έννοια της όποιας οργάνωσης ήταν δυνατόν να εξασφαλιστεί τις εποχές εκείνες σε ομαδικές μετακινήσεις.

Η εξέλιξη των μεταφορών (*οδικών, θαλάσσιων και εναέριων*), η εξέλιξη των επικοινωνιών, η σταδιακή αύξηση της ποιότητας ζωής, η αύξηση του διαθέσιμου ποσοστού για τουρισμό από τον οικογενειακό προϋπολογισμό και η αύξηση του ελεύθερου χρόνου για αναζήτηση νέων τρόπων αξιοποίησής του, δημιούργησε τα τελευταία έτη, νέες τάσεις στο τουριστικό κοινό.

Ένα άλλο από τα κύρια χαρακτηριστικά του σύγχρονου τουρισμού είναι και η εποχικότητα, η περιορισμένη δηλαδή διάρκεια του και η δημιουργία αιχμής κατά τους θερινούς μήνες και σε περιορισμένες περιπτώσεις και κατά τους χειμερινούς. Αυτό οφείλεται κυρίως στον προκαθορισμένο χρόνο οικογενειακών διακοπών της μέσης αστικής τάξης που καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής αγοράς.

Η θρησκεία αποτελεί έναν ιδιαίτερο παράγοντα που δρα καταλυτικά στη συμπεριφορά και στη στάση ζωής του ανθρώπου. Ανεξάρτητα από το δόγμα στο οποίο μπορεί να πιστεύει ο καθένας, *«θρησκεία είναι η πεποίθηση που εκδηλώνεται μέσα στην γνώση, στη σκέψη, στα συναισθήματα, στη βούληση και στις πράξεις, σχετικά με επενέργεια ανωτέρων δυνάμεων, προσωπικών ή απρόσωπων. Οι ηθικές θρησκείες του ανώτερου τύπου συγχωνεύουν αυτή την πεποίθηση με την πίστη σε μια ηθική τάξη*

ευθύνης που καθορίζει τις πράξεις μιας δίκαιας ανταμοιβής, κάθε ενέργειας καθώς και στη δυνατότητα για πρόοδο προς την υπέρτατη τελείωση».

Η προσευχή και η λατρεία, η συμμετοχή σε τελετές, η νηστεία, η διαγωγή της ζωής σύμφωνα με τους κανόνες που ορίζει το δόγμα και ακολούθως ο προσκυνηματισμός αποτελούν έμπρακτες αποδείξεις της προσήλωσης κάθε πιστού στο δόγμα του. Ο προσκυνηματισμός στη γλώσσα της οικονομίας και του τουρισμού ειδικότερα αναφέρεται σαν «Θρησκευτικός Τουρισμός». Μπορεί να οριστεί ως η μετακίνηση μεμονωμένων ατόμων ή οργανωμένων σε ομάδες με προορισμό τόπους θρησκευτικής λατρείας είτε για προσκύνημα, είτε για συμμετοχή σε θρησκευτικές τελετές λατρείας ή εκδηλώσεις, είτε για εκπλήρωση τάματος ή ακόμη και για λόγους εκπαιδευτικούς ή/και ενημερωτικούς. Η μετακίνηση αυτή μπορεί να πραγματοποιείται είτε στη χώρα μόνιμης κατοικίας είτε στο εξωτερικό. Σε όλες πάντως τις περιπτώσεις, το κίνητρο είναι το θρησκευτικό ενδιαφέρον.

Στην ξενόγλωσση ορολογία η έννοια του θρησκευτικού τουρισμού, περιλαμβάνει ευρύτερα την έννοια του προσκυνηματισμού όχι μόνο σε θρησκευτικά μνημεία αλλά και σε ιστορικούς τόπους και σε μνημεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Ισοδύναμες έννοιες που χρησιμοποιούνται είναι τα ταξίδια πίστης, τα βιβλικά ταξίδια, αλλά και τα θρησκευτικά ταξίδια.

Ο Θρησκευτικός Τουρισμός παρουσιάζει σταθερή ζήτηση στο πέρασμα του χρόνου και το μέγεθος αυτής είναι διόλου ευκαταφρόνητο. Ας δούμε, όμως, ποιοί είναι αυτοί οι τουρίστες και ποια τα χαρακτηριστικά αυτών που επιλέγουν να πραγματοποιήσουν ένα τέτοιο ταξίδι σε κάποιο μνημείο ή σε κάποια περιοχή με θρησκευτική σημασία για αυτούς.

Η εθνικότητα αρχικά των τουριστών διαφέρει ανάλογα με την θρησκεία με την οποία σχετίζεται ο τόπος ο οποίος επισκέπτονται. Έτσι λοιπόν, στην Ελλάδα πραγματοποιούνται κυρίως ταξίδια θρησκευτικού τουρισμού από Έλληνες και Ρώσους Ορθόδοξους Χριστιανούς ή από καθολικούς Άγγλους, Γάλλους, Αμερικανούς που επισκέπτονται μνημεία και περιοχές που αντιπροσωπεύουν το δόγμα τους όπως π.χ. το Σπήλαιο της Αποκάλυψης στην Πάτμο όπου ήταν ο Ευαγγελιστής Ιωάννης και από όπου πέρασε και δίδαξε ο Απόστολος Παύλος. Η "ζήτηση" προέρχεται από όλα τα δόγματα και όλες τις θρησκείες, τόσο από τον απλό λαό όσο και από θεολογικές ή εκκλησιαστικές σχολές και πανεπιστήμια με θεολογική κατεύθυνση και κληρικούς, μοναχούς, καλόγριες και γενικά όσους έχουν ταχθεί στην υπηρεσία αυτού στον οποίον πιστεύουν.

Επίσης, η πλειοψηφία των τουριστών που πραγματοποιούν θρησκευτικά ταξίδια έχουν μεσαία ή υψηλά εισοδήματα ενώ τις περισσότερες φορές έχουν και υψηλό εκπαιδευτικό και μορφωτικό επίπεδο. Η ηλικία τους, ωστόσο, εξαρτάται από το είδος του ταξιδιού στο οποίο λαμβάνουν μέρος. Έτσι, στην Ελλάδα εσωτερικό Θρησκευτικό τουρισμό κάνουν συνήθως άτομα μέσης και τρίτης ηλικίας δηλαδή 40-70 χρόνων χωρίς βέβαια αυτό να αποκλείει και τις νεότερες ηλικίες. Από την άλλη τα ιερά προσκυνήματα, επισκέπτονται από το εξωτερικό και νεότερες ηλικίες 22-35 ετών και τις περισσότερες φορές είναι παπάδες ή θεολόγοι ή φοιτητές σε πανεπιστήμια που υποχρεώνεται η θρησκευτική διδασκαλία και πολλές φορές τα θρησκευτικά ταξίδια με τη συνοδεία καθηγητών.

Ο Θρησκευτικός Τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε τρεις κατηγορίες με κριτήριο το κίνητρο που οδηγεί στην πραγματοποίησή του:

1. ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΙΚΟΣ, είναι ο αμιγώς προσκυνηματικός τουρισμός όπου σκοπός του τουρίστα είναι το προσκύνημα στον συγκεκριμένο τόπο χωρίς να δίνει ιδιαίτερη αξία στα ιστορικά και πολιτιστικά στοιχεία που τον διακρίνουν και στην περιοχή όπου βρίσκεται. Τέτοια θρησκευτικά ταξίδια πραγματοποιούνται κυρίως σε περιοχές που συνδέονται άμεσα με την γέννηση, τον θάνατο, την ζωή και την διδασκαλία ανθρώπων, θεανθρώπων, προφητών, θρησκευτικών ηγετών και γενικότερα προσώπων που υπήρξαν θεμελιωτές των θρησκευτικών δογμάτων που υπάρχουν σήμερα. Όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά *«όπου εμφανιστεί σημάδι του Θεού, ακολουθεί πάντοτε ο προσκυνηματισμός»*.

2. ΕΙΔΙΚΟΣ ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΙΚΟΣ, η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει βεβαίως το προσκύνημα, όμως το κίνητρο είναι συγκεκριμένο γεγονός: η εκδήλωση. Η εκδήλωση αυτή μπορεί να είναι τέλεση βάπτισης, γάμου ή εκπλήρωσης τάματος ή ακόμη και η συμμετοχή στις εκδηλώσεις για τον εορτασμό εις μνήμη Αγίων η Θεοτήτων (*θρησκευτικές γιορτές ή πανηγύρια ή και εορτασμός μεγάλων θρησκευτικών γεγονότων, που σε συγκεκριμένες περιοχές γίνεται με ξεχωριστό τρόπο και οι πιστοί συρρέουν με μεγάλο ενδιαφέρον*).

3. ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ, στην κατηγορία αυτή ο τουρίστας είναι πιθανόν να μην έχει άμεσα θρησκευτικά κίνητρα. Ενδιαφέρον για αυτόν παρουσιάζει η πολιτιστική αξία του θρησκευτικού μνημείου (*ιστορικά στοιχεία, αρχιτεκτονική, αγιογραφία, κ.λ.π.*). Συχνά ο τουρίστας δεν ανήκει στο θρησκευτικό δόγμα που λατρεύεται στο μνημείο ή στον τόπο τον οποίο επισκέπτεται. Επιθυμεί, όμως να μνηθεί στην φιλοσοφία και στην κουλτούρα που πρεσβεύει η θρησκεία και να ενημερωθεί σχετικά με την ιστορία και τις ρίζες της.

Άλλες διακρίσεις του Θρησκευτικού Τουρισμού είναι: ο ατομικός και ο ομαδικός ανάλογα αν το ταξίδι πραγματοποιείται ατομικά ή με οργανωμένη ομάδα (group), ο εξωτερικός και ο εσωτερικός ανάλογα με τον τόπο προορισμού σε σχέση με τον τόπο αναχώρησης.

Είναι κοινώς αποδεκτό ότι η θρησκεία έχει συνεισφέρει στην ανάπτυξη του πολιτισμού και θεωρείται αναπόσπαστο κομμάτι του. Δεν θα ήταν υπερβολή, λοιπόν, να επισημάνουμε ότι κάθε θρησκευτικό μνημείο είναι ένα σημάδι πολιτισμού από όπου μπορούμε να βγάλουμε συμπεράσματα για την κουλτούρα και την φιλοσοφία κάθε λαού. Για αυτόν τον λόγο οι άνθρωποι πραγματοποιούν θρησκευτικά ταξίδια ορμώμενοι από την ανάγκη για εκπαίδευση και επιμόρφωση. Συχνά με τον όρο «Πολιτιστικός Τουρισμός» εννοείται και ο Θρησκευτικός Τουρισμός σαν κομμάτι του πρώτου. Άλλωστε, η ανάδειξη της θρησκευτικής και πολιτισμικής κληρονομιάς της Ελλάδας, σε Έλληνες και ξένους προσκυνητές, σε φιλέρευνους τουρίστες αλλά και σε θαυμαστές της τέχνης, μέσα από θεματικές, θρησκευτικές – προσκυνηματικές περιηγήσεις και πολιτισμικά «οδοιπορικά», ανοίγουν τους δρόμους που χάραξαν θρησκείες, λαοί και πολιτισμοί κατά τη μακραίωνη ιστορία της χώρας.

Η άμεση σύνδεση του ιστορικού με του θρησκευτικού στοιχείου είναι εκείνη που μεγαλώνει τον βαθμό επισκεψιμότητας στα θρησκευτικά μνημεία αυτού του τόπου. Ο συγκερασμός του θρησκευτικού τουρισμού & των προσκυνηματικών περιηγήσεων

εξειδικεύεται σε σύγχρονες μεθόδους ερμηνείας των μνημείων και τρόπους ξενάγησης προσαρμοζόμενους σε διαφορετικές κατηγορίες κοινού. Λαμβάνει υπόψη του τις διεθνώς σύγχρονες απόψεις προσέγγισης των θρησκευτικών μνημείων δίνοντας έμφαση αφενός στη γνωστική διαδικασία και αφετέρου στη βιωματική εμπειρία και διήγηση.

Η τουριστική πολιτική, όπως και κάθε πολιτική, είναι συνάρτηση των προβλημάτων που καλείται να αντιμετωπίσει. Τα προβλήματα που καλείται να αντιμετωπίσει η τουριστική πολιτική είναι δύο κατηγοριών: α) τα ενδογενή προβλήματα που δημιουργούνται ως παρενέργειες από την λειτουργία του κλάδου και που αντιμετωπίζονται με άμεση παρέμβαση των φορέων λήψης αποφάσεων και β) τα γενικότερα αναπτυξιακά προβλήματα της χώρας για την αντιμετώπιση των οποίων απαιτείται, έμμεσα, η συμβολή του τουριστικού κλάδου. Τα ενδογενή προβλήματα του τουρισμού, όπως η εποχικότητα της ζήτησης και η υπερσυγκέντρωση της προσφοράς, είναι μόνιμα επειδή προέρχονται από τον μαζικό τουρισμό που είναι ένα σταθερό κοινωνικό φαινόμενο μεγάλης χρονικής διάρκειας.

Τα αναπτυξιακά προβλήματα της ελληνικής κοινωνίας και οικονομίας, όπως οι περιφερειακές ανισότητες, η εξάρτηση από τις εισαγωγές, τα συναλλαγματικά ελλείμματα και η υποβάθμιση του περιβάλλοντος, έχουν επίσης χαρακτήρα μονιμότητας. Επομένως η τουριστική πολιτική αποβλέποντας στην αντιμετώπιση μόνιμων προβλημάτων, είτε ειδικά τουριστικών είτε γενικότερα αναπτυξιακών, είναι κατά κανόνα πάγια.

Η τουριστική πολιτική στην Πιερία ακολουθεί δύο άξονες δράσης, ανάλογα με την κατηγοριοποίηση που έγινε παραπάνω, είναι: α) η άμβλυνση της εποχικότητας και αποκέντρωσης της προσφοράς και β) η περιφερειακή ανάπτυξη, η προώθηση επενδύσεων, η εισροή συναλλάγματος και η περιβαλλοντική προστασία. Στα πλαίσια της επιλογής κοινωνικού και οικονομικού προτύπου ισόρροπης ανάπτυξης, οι στόχοι αυτοί εντάσσονται στις επιδιώξεις για ανταγωνιστικότητα του τουριστικού κλάδου στο διεθνές επίπεδο και για συμπληρωματικότητα στο εθνικό, σε σχέση με τους υπόλοιπους τομείς και κλάδους της οικονομίας.

Πρόσφορο έδαφος για την επίτευξη των στόχων της τουριστικής πολιτικής είναι ο περιορισμός του μαζικού τουρισμού με παράλληλη ενθάρρυνση των νέων μορφών τουρισμού, καθώς ορισμένες από αυτές δεν είναι εποχιακές, αναδεικνύονται σε εισροή χρημάτων από αλλοδαπούς και συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος.

Η τουριστική πολιτική προσαρμόζεται ανάλογα με τις εκάστοτε συγκυρίες που επιβάλλουν οι εγχώριες αλλά και παγκόσμιες συνθήκες. Έτσι στη σημερινή τουριστική πολιτική έχει ενταχθεί ως καινοτομία η συμμετοχή της ελληνικής και ξένης ιδιωτικής πρωτοβουλίας στον χώρο της τουριστικής υποδομής με την ευρεία σημασία του όρου.

Βέβαια επιπτώσεις της εναλλακτικής αυτής πολιτικής είναι ότι με δεδομένα τα διαρθρωτικά προβλήματα του ελληνικού τουρισμού, η πρώτη επιλογή θα ωθήσει τους δείκτες εποχικότητας της ζήτησης και γεωγραφικής συγκέντρωσης της προσφοράς σε οριακές τιμές, ενώ η δεύτερη απαιτεί ειδικές επενδύσεις υποδομής και δαπανηρή

διαφημιστική εκστρατεία διάρκειας, μέχρι το ποιοτικά διαφοροποιημένο προϊόν να επικρατήσει στην αγορά.

Προϋπόθεση επιτυχίας της δεύτερης επιλογής, δηλαδή της στροφής προς την ποιότητα που φαίνεται ότι θα επιχειρηθεί, είναι η συλλογική προσπάθεια όλων των φορέων του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα που συμμετέχουν στην παραγωγή του προϊόντος.

Ο ιδιωτικός τομέας θα πρέπει να επιδιώξει την αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών και των εμπλουτισμό της προσφοράς, ενώ οι φορείς του δημοσίου τομέα πρέπει να επιδιώξουν την υλοποίηση μέτρων πολιτικής και έργων υποδομής για την προώθηση εκείνων των μορφών τουρισμού που συμβάλλουν στην επίτευξη πάγιων στόχων της τουριστικής πολιτικής και στην γενικότερα ανάπτυξη της χώρας.

Παραδοσιακοί θρησκευτικοί προορισμοί στη χώρα μας, αποτελούν τα ορθόδοξα μοναστήρια. Δεν έπαψαν διαχρονικά, να αποτελούν σημαντικά σημεία οργάνωσης του χώρου και θεσμοί ιδιαίτερης οικονομικής, κοινωνικής, εκπαιδευτικής, πολιτιστικής, ακόμη και τουριστικής σημασίας. Ακόμη και στις πεδινές περιοχές οι ξεχωριστοί αυτοί τόποι πυκνώνουν εντυπωσιακά και θαρρείς πως καταργούν τις συντεταγμένες του γεωγραφικού χώρου, τα τέσσερα σημεία του ορίζοντα, καθώς λειτουργούν αυτοί ως σημεία προσανατολισμού.

Η παρουσία των μοναστηριών και η διάταξη τους στον χώρο διαμορφώνουν ένα ιδιαίτερο δίκτυο ιερών τόπων, που παρουσιάζουν σημαντικό αρχιτεκτονικό, οικολογικό και ευρύτερα πολιτισμικό ενδιαφέρον και μπορούν να αποτελέσουν τα σημεία μιας περιήγησης ανάλογου ενδιαφέροντος. Το κάθε μοναστήρι προσθέτει την δική του ιδιαιτερότητα σε αυτό το δίκτυο, εκπροσωπώντας και μια μικροπεριοχή αλλά και μια ιδιαίτερη τοπική λατρευτική και όχι μόνο παράδοση. Κάθε μοναστήρι λοιπόν, μπορεί να γίνει η αφορμή μιας ουσιαστικής γνωριμίας με την πολιτισμική ενότητα την οποία εκπροσωπεί και να προσφέρει τα δικά του σημάδια για την αναγνώριση ιδιαίτερων τοπικών παραδόσεων.

Συνεπώς, μια περιηγητική εμπειρία στην εκκλησιαστική αρχιτεκτονική που θα συνδυαστεί με τη γνωριμία της τοπικής κοινωνίας, μπορεί να αποτελέσει αφορμή αυτογνωσίας και να ξυπνήσει το ενδιαφέρον για καινούργιες προσωπικές αναζητήσεις. Η αρχιτεκτονική, η εκκλησιαστική, η κοσμική δεν είναι μόνο δομικά υλικά, μορφές, όγκοι, σχήματα, συνθέσεις, διάκοσμοι και αισθητική. Πίσω από όλα αυτά είναι ο άνθρωπος με τις αγωνίες του, τις ανησυχίες του στο διάβα της ιστορίας, είναι ο πολιτισμός του.

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ - ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΙΕΡΙΑ.

Οι εξελίξεις στις προτιμήσεις των τουριστών και η διαφοροποίηση στα τουριστικά προϊόντα, όπως και η αναζήτηση της χρυσής τομής που προκύπτουν από τους προβληματισμούς που τίθενται για τις κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού, έφεραν στο προσκήνιο τις νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Η έννοια του τουρισμού είναι συνυφασμένη με την κάλυψη της ανάγκης για ξεκούραση και αναψυχή. Δίνει τη δυνατότητα για ψυχαγωγία και διαφυγή από τα

προβλήματα της καθημερινότητας. Τα στοιχεία αυτά αποτελούν κινητήριο μοχλό ακόμα και για αυτούς που επιλέγουν να κάνουν Θρησκευτικό Τουρισμό. Γιατί ανεξάρτητα από την μορφή που παίρνει, ο τουρισμός είναι πάνω απ' όλα μια ευχάριστη εμπειρία και μια ευκαιρία ανανέωσης. Θα μπορούσαμε λοιπόν, να επισημάνουμε ότι οι προοπτικές του Θρησκευτικού Τουρισμού συμβαδίζουν με τις προοπτικές του τουρισμού γενικότερα.

Όμως ο Θρησκευτικός Τουρισμός χαρακτηρίζεται από δύο βασικές ιδιαιτερότητες:

- Η πρώτη είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την θρησκεία, που όπως αποδεικνύεται στο πέρασμα των αιώνων, ακόμα και από την πρόσφατη ιστορία, έχει γίνει αφορμή πολλές φορές για πολεμικές συγκρούσεις.
- Η δεύτερη ότι οι προορισμοί του είναι σταθεροί, γεγονός που σημαίνει ότι η προσέλευση των θρησκευτικών τουριστών στους τόπους αυτούς επηρεάζεται άμεσα από την εκάστοτε κατάσταση της χώρας υποδοχής, ενώ ακόμα και οι εναλλακτικές λύσεις που μπορεί να υπάρχουν δεν ανταποκρίνονται ποτέ στην αρχική επιθυμία.

Ο Θρησκευτικός – Προσκυνηματικός – Πολιτιστικός Τουρισμός αποτελεί ένα ταχύτατα αναδύμενο ρεύμα τουρισμού, στο οποίο συνδυάζεται η πνευματική ανάταση και αναζήτηση του επισκέπτη με την σωματική του ανάπαυση και αναψυχή.

Μάλιστα, σύμφωνα με τον *Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού* η εξειδικευμένη μορφή του Θρησκευτικού Τουρισμού παρουσιάζει ανθεκτικότητα σε περιόδους κρίσης, σε αντίθεση με τον τουρισμό αναψυχής που θεωρείται εν πολλοίς, πολυτέλεια.

Η Πιερία πρέπει να εκμεταλλευτεί οπωσδήποτε τη γεωγραφική της θέση, η οποία συνιστά παράγοντα που ευνοεί την ανάπτυξη του θρησκευτικού – προσκυνηματικού τουρισμού.

Όλα τα στοιχεία συνηγορούν ότι ο Θρησκευτικός – Προσκυνηματικός τουρισμός γνωρίζει μια αξιοσημείωτη άνθηση τα τελευταία χρόνια με ραγδαία αυξανόμενη τάση ανάπτυξης σε πολλές χώρες που διαθέτουν τις προϋποθέσεις για να δεχθούν τους επισκέπτες - προσκυνητές στηρίζοντας έτσι τις εθνικές τους οικονομίες, καθώς είναι σαφές πως η συστηματική εκμετάλλευσή του δημιουργεί οικονομικό προϊόν. Με άλλα λόγια, ο θρησκευτικός τουρίστας εκτός από την ικανοποίηση του θρησκευτικού συναισθήματός του αποβλέπει στην ικανοποίηση καταναλωτικών του αναγκών (*κατάλυμα, γεύματα, αγορά τοπικών ενθυμίων ή άλλων προϊόντων*).

Ένα βασικό ερώτημα που εγείρεται είναι κατά πόσο το Μάρκετινγκ, μπορεί να επηρεάσει ή να συμβάλει καταλυτικά στον τομέα του θρησκευτικού – προσκυνηματικού τουρισμού ή γενικότερα στη θρησκεία χωρίς να αλλοτριώσει το πλαίσιο στο οποίο εκφράζεται.

Ο θρησκευτικός τουρισμός εγείρει ηθικά ζητήματα τα οποία είναι κοινά με τα υπόλοιπα του κοινωνικού μάρκετινγκ, καθώς η προσπάθεια που γίνεται για να αλλάξει η στάση των ανθρώπων δια μέσου του κοινωνικού μάρκετινγκ έχει ως αποτέλεσμα την αλλαγή στην συμπεριφορά τους, στις αξίες τους, στα πρότυπά τους και στις ιδέες τους.

Παρ' όλες τις αντικρουόμενες απόψεις για την ηθική διάσταση του θέματος, τα εργαλεία του Μάρκετινγκ χρησιμοποιούνται ευρέως από θρησκευτικούς οργανισμούς με σκοπό να διατηρήσουν και να προωθήσουν τη θέση την οποία κατέχουν στην αγορά, διατηρώντας και αποκτώντας νέους υποστηρικτές, και αυξάνοντας την επιρροή τους.

Η οικονομική διάσταση του θρησκευτικού τουρισμού και οι δυνατότητες που παρέχει για την ανάπτυξη ορισμένων περιοχών, έχει απασχολήσει έντονα τις εθνικές τουριστικές πολιτικές και πολλούς οργανισμούς ή ενώσεις όπως UNESCO, η Ευρωπαϊκή Ένωση κ.λ.π. ενώ πολλά κράτη αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες και εκπονούν προγράμματα με στόχο την αύξηση του μεγέθους του θρησκευτικού τουρισμού, αναδεικνύοντας και προβάλλοντας θρησκευτικές εορτές και εκδηλώσεις.

- Η μικρή κλίμακα οικονομίας που απαιτείται για την ανάπτυξη του θρησκευτικού – προσκυνηματικού τουρισμού και η μεγάλη σημασία που αποδίδεται στα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά του τουριστικού προορισμού, καθιστούν το θρησκευτικό τουρισμό, αλλά και τις άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, κατάλληλες για περιοχές με μικρό δημόσιο κεφάλαιο και περιορισμένες σε ανθρώπινο κεφάλαιο.
- Η οικονομική αξιοποίηση του θρησκευτικού τουρισμού απαιτεί χάραξη ειδικής στρατηγικής με τη συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φυσικών και νομικών προσώπων, για να αναδειχθεί και να προβληθεί με τον αποτελεσματικότερο δυνατό τρόπο ο θρησκευτικός τουρισμός και η γενικότερη πολιτιστική αξία των θρησκευτικών μνημείων, ώστε να επέλθουν πολλαπλασιαστικά οφέλη για την περιοχή υποδοχής, αφού οι επισκέπτες - προσκυνητές είναι καταναλωτές τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών με συνέπεια να απασχολείται ένας μεγάλος αριθμός επαγγελματιών, όπως τουριστικοί πράκτορες, αεροπορικές εταιρείες, ξενοδόχοι, μικροπωλητές αντικειμένων με θρησκευτικό, ειδών λαϊκής τέχνης κ.λπ.
- Ο θρησκευτικός τουρισμός, όπως και οι άλλες μορφές του ονομαζόμενου «εναλλακτικού τουρισμού», δίνοντας κίνητρα για την αύξηση της τοπικής απασχόλησης και την ενίσχυση κλάδων που σχετίζονται με την παραδοσιακή τέχνη, τη φιλοξενία και την οικοτεχνία, δηλαδή του τουρισμού που ακολουθεί διαφορετικό τρόπο οργάνωσης από αυτό του μαζικού τουρισμού και στηρίζεται κατά κανόνα στην αξιοποίηση διαφορετικών πόρων από το κυρίαρχο μοντέλο τουρισμού (ήλιος – θάλασσα) με ήπιο τρόπο, αποτελεί πλέον ένα υπολογίσιμο τμήμα της τουριστικής αγοράς.
- Ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να συνδέεται με άλλη μορφή τουρισμού και να αποτελεί ένα «προορισμό σταθμό» ενός μεγαλύτερου τουριστικού ταξιδιού ή να αποτελεί αυτοτελή μορφή τουρισμού, συνήθως μικρής διάρκειας σε διαφορετικές εποχές του χρόνου. Υπάρχουν μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες μπορούν να συνδυασθούν με τον θρησκευτικό τουρισμό, όπως ο πολιτιστικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο εκπαιδευτικός τουρισμός, ο επιστημονικός τουρισμός, ο ορεινός και χειμερινός τουρισμός και ο περιηγητικός τουρισμός. Αυτόνομα ή συμπληρωματικά, ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην

ανάπτυξη των λιγότερο αναπτυγμένων περιοχών, ενισχύοντας υποβαθμισμένους ή «εγκαταλειμμένους» παραγωγικούς κλάδους της τοπικής οικονομίας.

Στην Πιερία τα μνημεία της ελληνικής ορθοδοξίας είναι αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής κληρονομιάς και αποτελούν αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών.

- Οι **βυζαντινές και οι μεταβυζαντινές εκκλησίες** με την αξιόλογη εικονογράφησή τους, τα **ψηφιδωτά**, οι **τοιχογραφίες** και οι σπάνιες εικόνες τους, οι **επιβλητικοί ναοί**, τα **ξωκλήσια** και τα **προσκυνήματα της υπαίθρου**, τα **μοναστήρια**, τα **μετόχια** και οι ιερές εικόνες, τα λειτουργικά βιβλία και σκεύη, τα ιερά άμφια και τα κειμήλια, μαρτυρούν την επίμονη προσήλωση στις παραδόσεις και τη στενή και *μακραίωνη διασύνδεση της τέχνης με τη θρησκευτική λατρεία.*
- Η συστηματικότερη προβολή της πλούσιας θρησκευτικής και τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς μας αποτελεί μια στρατηγική επιλογή για την αναβάθμιση πολλών περιοχών της περιοχής μας και την ανάδειξή τους ως ελκυστικούς προορισμούς θρησκευτικού τουρισμού, αλλά και αναζήτησης της γνώσης και της ανάδειξης πολιτιστικής μας ταυτότητας.

Στην Πιερία, για την ανάδειξη του θρησκευτικού – προσκυνηματικού τουρισμού:

- Ολοκληρώθηκε η καταγραφή των θρησκευτικών – πολιτιστικών μνημείων πόρων.
- Έγινε εισήγηση – προώθηση στα αρμόδια υπουργεία για την ενσωμάτωση και προώθηση προγραμμάτων εκπαίδευσης αλλά και κατάρτισης στον θρησκευτικό – προσκυνηματικό τουρισμό.
- Ενισχύθηκαν σχέδια ιδιωτικών επενδύσεων, όπως για παράδειγμα, η κατασκευή ή συντήρηση υποδομών ξενώνων φιλοξενίας προσκυνητών, αλλά και κρατικών επενδύσεων όπως λόγω χάρη, η συντήρηση του οδικού δικτύου, για την ασφαλέστερη προσβασιμότητα στα σημεία θρησκευτικού – προσκυνηματικού – πολιτιστικού τουριστικού ενδιαφέροντος, κ.α.
- Ενημέρωση του τοπικού πληθυσμού για τη συμβολή του εναλλακτικού τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη.
- Ανάδειξη της τοπικής επιχειρηματικότητας με δράσεις εξωστρέφειας.

Η χρήση του Μάρκετινγκ με σκοπό να αλλάξουν τη στάση τους με σεβασμό πάντα στη θρησκεία συμπεριλαμβάνει:

- τη συμμετοχή σε μια θρησκευτική ομάδα από μία άλλη
- να διατηρηθεί ή να αυξηθεί η αφοσίωση σε ένα βασικό τύπο θρησκείας
- την αύξηση της θρησκευτικότητας σε ένα εξειδικευμένο θρησκευτικό πρότυπο
- την αύξηση της πίστης και της πεποίθησης για τη θρησκεία
- την οικονομική στήριξη των θρησκευτικών οργανισμών.

Η χρήση του επικοινωνιακού μάρκετινγκ από τους θρησκευτικούς οργανισμούς είναι στρατηγικό εργαλείο καθώς μέσω αυτού επιτυγχάνουν τη διαφοροποίηση. Η μετάδοση της γνώσης, της πληροφορίας και των μηνυμάτων που θέλουν να

διαδοθούν στους πιστούς γίνεται δια μέσου άμεσων και έμμεσων καναλιών επικοινωνίας.

Τα άμεσα κανάλια συμπεριλαμβάνουν την προσωπική επικοινωνία και τα έμμεσα κανάλια επικοινωνίας την τηλεόραση, οπτικοακουστικό υλικό, έντυπος και ηλεκτρονικός τύπος. Στο επικοινωνιακό marketing του θρησκευτικού τουρισμού βασικότατο ρόλο έχουν τα άμεσα κανάλια επικοινωνίας διότι τυγχάνουν μεγαλύτερης επιρροής σε σχέση με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Η ένταση της χρήσης αυτών των διαύλων επικοινωνίας ή της χρήσης πολλών καναλιών επικοινωνίας ταυτόχρονα εξαρτάται από το ποιοτικό και οικονομικό υπόβαθρο των θρησκευτικών οργανώσεων.

Ένας πιο ηθικός και αποτελεσματικός τρόπος να επιτευχθούν οι παραπάνω στόχοι είναι χρησιμοποιώντας ποικιλοτρόπως το επικοινωνιακό μάρκετινγκ με αισθητικές (οπτικές), ποιητικές (αφηγηματικές) και εναργή (αλήθειες σχετικές με το κοινό) αναφορές και χαρακτηριστικά.

Με δεδομένο, λοιπόν, ότι υπάρχει έστω, ένας υποτυπώδης, ένας πρωτόλειος, τρόπος τινά, θρησκευτικός – προσκυνηματικός τουρισμός, το Μάρκετινγκ (σε οποιαδήποτε μορφή τους) με τη διαρκή κοινωνιολογική έρευνα, τη δομή και τα εργαλεία του μπορεί να συνδέσει εικόνες οι οποίες μπορούν να έχουν ισχυρές επιπτώσεις στη συμπεριφορά των καταναλωτών, ενισχύοντας τη μνήμη τους, δημιουργώντας ψευδών αναμνήσεων, ενισχύοντας την αξιολόγηση προϊόντων καθώς και της πιθανότητας για συναλλαγή.

Βάση των συνιστωσών κάθε περιοχής – όπως είναι και η Πιερία – μπορεί να παρατηρηθεί αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος τουριστικής επισκεψιμότητας σε περιοχές πιο δυσπρόσιτες και ορεινές ή υποβαθμισμένες, που όμως διαθέτουν τους απαιτούμενους πόρους, οι οποίοι κατ' ανάγκη δεν απαιτούν μεγάλες ανάγκες σε δημόσιο κεφάλαιο. Οι αναπτυξιακοί πόροι των περιοχών αυτών, συνδέουν την τουριστική ζήτηση με την τοπική παραγωγή, προσφέροντας νέες ή βελτιώνοντας τις υπάρχουσες υποδομές, αναδεικνύουν θρησκευτικά και πολιτιστικά μνημεία και αξιοθέατα, προβάλλοντας εναλλακτικούς και νέους προορισμούς, με τα μοναδικά χαρακτηριστικά που διέπουν τον εναλλακτικό τουρισμό και ως εκ τούτου και τον θρησκευτικό – προσκυνηματικό τουρισμό.

Εν κατακλείδι ο θρησκευτικός – προσκυνηματικός τουρισμός, ως επικουρική μορφή τουριστικής ανάπτυξης, μπορεί να βοηθήσει την τοπική ανάπτυξη των μικροπεριοχών της Πιερίας, οι οποίες χρήζουν επιπρόσθετης οικονομικής τόνωσης.

Γιατί, ο τουρισμός με κάθε του μορφή, στην Πιερία, είναι πολιτισμός. Προορισμός για κάθε επιθυμία, που αντανακλά την διαχρονική ιστορία της περιοχής από την προϊστορική, την προχριστιανική, τη Βυζαντινή και τη σύγχρονη εποχή. Είναι μια κιβωτός ζωής και ομορφιάς, ένας χώρος αναζήτησης, έκστασης και ονείρου. Η ενσωμάτωση της αειφόρου αξιοποίησης των ενδογενών φυσικών και ανθρωπογενών πόρων, ώστε να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα και η ελκυστικότητα της περιοχής, προσφέρεται με κάθε τρόπο σε όλο τον τόπο της Πιερικής γης, όπου είναι ένας τόπος να ζεις.

Σας ευχαριστώ – Σοφία Μαυρίδου